

การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok

โครงงานคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

ของ

พรพิมล เมษา

สุวิภาพร ทองชัย

เอกสารนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงงานคอมพิวเตอร์เพื่อธุรกิจ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ปีการศึกษา 2569

การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok

โครงงานคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

ของ

พรพิมล เมษา

สุวิภาพร ทองชัย

เอกสารนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงงานคอมพิวเตอร์เพื่อธุรกิจ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ปีการศึกษา 2569



ใบรับรองโครงงานคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

หัวข้อโครงงาน	การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok
ชื่อผู้จัดทำ	นางสาวพรพิมล เมษา รหัสนักศึกษา 66107426103
	นางสาวสุวิภาพร ทองชัย รหัสนักศึกษา 66107426118
ปริญญา	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา	คอมพิวเตอร์ธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จีระนันต์ เจริญรัตน์
ปีการศึกษา	2569

คณะกรรมการสอบโครงงานคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

..... ประธานสอบ	..... กรรมการสอบ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภมิตร บุญทา)	(อาจารย์นาฎลดา เรืองชาญ)
.....	.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด่นชัย สมปอง)	(อาจารย์นาฎลดา เรืองชาญ)
ประธานหลักสูตร	ประธานสาขาวิชา

เมื่อวันที่ .....

หัวข้อโครงงาน การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok

ชื่อผู้จัดทำ นางสาวพรพิมล เมษา รหัสนักศึกษา 66107426103

นางสาวสุวิภาพร ทองชัย รหัสนักศึกษา 66107426118

ปริญญา บริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชา คอมพิวเตอร์ธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จีระนันต์ เจริญรัตน์

ปีการศึกษา 2569

บทคัดย่อ

โครงงานนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok ประเมินคุณภาพของสื่อ และประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งาน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน คัดเลือกแบบเจาะจง และผู้ใช้งาน 402 คน ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบประเมินคุณภาพและแบบสอบถามความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการดำเนินงานพบว่า

1. ได้สื่อประชาสัมพันธ์จำนวน 10 คลิป ครอบคลุมข้อมูลร้าน สินค้า บริการจัดสวน การดูแลต้นไม้ และมุมถ่ายรูปภายในร้าน

2. สื่อมีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.56 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.29

3. ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.32 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52

คำสำคัญ: สื่อประชาสัมพันธ์ TikTok ร้านสกลพันธุ์ไม้

กิตติกรรมประกาศ

โครงงานเรื่อง การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จีระนันต์ เจริญรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงงาน ที่ให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะในการดำเนินงาน ตลอดจนตรวจสอบและแนะนำการปรับปรุงเอกสารโครงงาน ผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคุณวุฒิกร พูนปริญญา และร้านสกลพันธุ์ไม้ ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลและสถานที่ในการถ่ายทำสื่อประชาสัมพันธ์ รวมถึงผู้เชี่ยวชาญที่ให้ความอนุเคราะห์ประเมินคุณภาพของสื่อ และผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาให้ข้อมูลประกอบการดำเนินโครงงาน

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัว ตลอดจนเพื่อน ๆ ที่ให้กำลังใจและสนับสนุนการศึกษาและการจัดทำโครงงาน ผู้จัดทำหวังว่าสื่อประชาสัมพันธ์และเอกสารโครงงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อร้านสกลพันธุ์ไม้และผู้ที่สนใจการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน TikTok

พรพิมล เมษา

สุวิภาพร ทองชัย

สารบัญ

บทที่ **หน้า**

1 บทนำ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

วัตถุประสงค์ 2

ขอบเขต 2

เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตสื่อ 5

ขั้นตอนการดำเนินงาน 6

ระยะเวลาในการดำเนินงาน 7

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 7

นิยามศัพท์เฉพาะ 8

2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 9

ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ 9

ขั้นตอนการผลิตสื่อวิดีโอ 11

ทฤษฎีเกี่ยวกับ TikTok 14

เครื่องมือใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ 21

ร้านสกลพันธุ์ไม้ 28

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 30

3 วิธีการดำเนินงาน 35

ศึกษาข้อมูลหน่วยงาน 35

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 36

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 37

วิธีการสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ 37

การวิเคราะห์ข้อมูล 39

การวางแผนและการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ 39

สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ 40

การประเมินผล 53

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ **หน้า**

4 ผลการพัฒนาโครงการ 55
ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ 55
ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน TikTok 91
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 95
5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ 107
สรุปผลการดำเนินงาน 107
สรุปผลและอภิปรายผลการประเมินคุณภาพและความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ 108
ข้อจำกัดของสื่อประชาสัมพันธ์ 116
ข้อเสนอแนะ 117
บรรณานุกรม 118
ภาคผนวก 124
ภาคผนวก ก เอกสารผลค่าดัชนีความสอดคล้อง 125
ภาคผนวก ข แบบประเมินที่ใช้ในการวิจัย 128
ประวัติผู้จัดทำโครงงาน 143

บัญชีตาราง

ตาราง **หน้า**

1 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงาน 7
2 เปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของTikTok ในแต่ละด้าน 20
3 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 1 แนะนำประวัติและความเป็นมา
ของร้านสกลพันธุ์ไม้ 40
4 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 2 แนะนำที่ตั้งร้านและเส้นทางการเดินทาง 42
5 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 3 แนะนำพันธุ์ไม้ขายดีและไม้มงคลประจำร้าน 43
6 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 4 แนะนำพันธุ์ไม้ขนาดเล็กสำหรับนักเรียนนักศึกษา.... 44
7 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 5 แนะนำวัสดุปลูกและเทคนิคการเลือกกระถาง..... 45
8 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 6 แนะนำบริการรับจัดสวนครบวงจร..... 46
9 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 7 เทคนิคการดูแลต้นไม้เบื้องต้น ตอนที่ 1 47
10 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 8
การแนะนำวิธีการรดน้ำต้นไม้อย่างถูกต้องตอนที่ 2 49
11 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 9
การแนะนำวิธีสังเกตอาการผิดปกติของต้นไม้ ตอนที่ 3 50
12 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 10 พาทัวร์มุมถ่ายรูปและจุดเช็คอินภายในร้าน 52
13 ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 1 แนะนำประวัติ
และความเป็นมาของร้านสกลพันธุ์ไม้ 55
14 ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน **TikTok** คลิปที่ 2
แนะนำที่ตั้งร้านและเส้นทางการเดินทาง 60
15 ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน **TikTok** คลิปที่ 3
แนะนำพันธุ์ไม้ขายดีและไม้มงคลประจำร้าน 63
16 ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน **TikTok** คลิปที่ 4
แนะนำพันธุ์ไม้ขนาดเล็กสำหรับนักเรียนนักศึกษา 67
17 ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน **TikTok** คลิปที่ 5
แนะนำวัสดุปลูกและเทคนิคการเลือกกระถาง 71
18 ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน **TikTok** คลิปที่ 6
แนะนำบริการรับจัดสวนครบวงจร 74

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

19 ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 7
เทคนิคการดูแลต้นไม้เบื้องต้น ตอนที่ 1 78
20 ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 8
การแนะนำวิธีการรดน้ำต้นไม้อย่างถูกต้อง ตอนที่ 2 82
21 ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 9
การแนะนำวิธีสังเกตอาการผิดปกติของต้นไม้ ตอนที่ 3 86
22 ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 10
พาทัวร์มุมถ่ายรูปและจุดเช็คอินภายในร้าน 88
23 แสดงผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์สกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok 91
24 แสดงจำนวน และร้อยละเกี่ยวกับเพศของผู้ประเมินคุณภาพ 96
25 ระดับคุณภาพ 96
26 เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยคุณภาพ 97
27 ค่าเฉลี่ยคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญต่อสื่อประชาสัมพันธ์สกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok 97
28 ค่าเฉลี่ยคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญต่อสื่อประชาสัมพันธ์สกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok 100
29 แสดงค่าจำนวน และร้อยละเกี่ยวกับเพศของผู้ประเมินความพึงพอใจ 101
30 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ 102
31 ระดับความพึงพอใจ 102
32 เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 103
33 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok 103
34 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในทุกด้านต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok 106
35 แสดงค่าเฉลี่ยคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok 108
36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok 113

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ **หน้า**

1 แสดงโลโก้แอปพลิเคชัน TikTok 16
2 หน้าต่างการทำงานของโปรแกรม CapCut บน PC แสดงส่วนพรีวิว ไทม์ไลน์
และแผงคุณสมบัติ 22
3 หน้าต่างการทำงานของโปรแกรม Canva บนระบบ PC 23
4 โฆษณาสมาร์ตโฟน Vivo V40 5G 24
5 โน้ตบุ๊ก Lenovo IdeaPad Slim 3 15IRH10 (83K100D8TA) 25
6 ไอคอนฟังก์ชันบันทึกเสียงบนสมาร์ทโฟน 26
7 แสดงการทำงานของ VLC 3.0.6 Vetinari (อัปเดตมกราคม 2019) บนระบบปฏิบัติการ
Windows 10 27
8 โลโก้เว็บไซต์ CloudConvert 28
9 แสดงความหลากหลายของพันธุ์ไม้ประดับและไม้ดอกที่จำหน่ายในร้านสกลพันธุ์ไม้ 29
10 ต้นเบญจมาศเงินสินค้าของร้านสกลพันธุ์ไม้ ราคา 150 บาท 30

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน สื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารและนำเสนอข้อมูลสินค้าหรือบริการให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคมออนไลน์ที่กลายเป็นช่องทางหลักในการรับรู้ข้อมูลของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล เนื่องจากการสื่อสารการตลาดออนไลน์สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย รวดเร็ว และมีประสิทธิผลสูง อีกทั้งยังพบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตยุคดิจิทัลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจขนาดเล็ก (พิเชษฐ์ พรหมใหม่, 2566)

TikTok เป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่เติบโตอย่างรวดเร็วในประเทศไทย โดยมีผู้ใช้งานชาวไทยกว่า 57.5 ล้านคนในเดือนตุลาคม ปี 2567 แบ่งเป็นผู้ชาย 48% และผู้หญิง 52% และ 36% ของผู้ใช้ทั้งหมดอยู่ในช่วงอายุ 25 ถึง 34 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มกำลังซื้อสูง (BBL INFO, 2568) ผู้ใช้งานร้อยละ 75 มองว่า TikTok เป็นแพลตฟอร์มที่ทรงอิทธิพลที่สุดสำหรับผู้บริโภคชาวไทย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของแพลตฟอร์มนี้ในการเข้าถึงผู้บริโภค (BBL INFO, 2568) นอกจากนี้ TikTok ยังมีส่วนแบ่งในตลาดโฆษณาดิจิทัลถึง 16% แซงหน้า YouTube ที่มี 15% ด้วยมูลค่าการใช้จ่าย 5.51 พันล้านบาท (Nation Thailand, 2025) แสดงให้เห็นถึงความนิยมและอิทธิพลของ TikTok ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคไทย

ร้านสกลพันธุ์ไม้ เป็นร้านจำหน่ายต้นไม้และอุปกรณ์จัดสวนครบวงจรที่ดำเนินกิจการมากว่า 30 ปี ตั้งอยู่ที่ 424/11 ถนนนิตโย อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร มีจุดเด่นในการให้บริการออกแบบจัดสวนโดยสถาปนิก และให้บริการครบวงจรตั้งแต่การจำหน่ายต้นไม้ทุกประเภท วัสดุอุปกรณ์ ไปจนถึงการให้คำปรึกษาและบริการดูแลต้นไม้ ปัจจุบันร้านมีช่องทางการขายหน้าร้านและผ่านเฟซบุ๊กเพจ แต่ยังขาดช่องทางการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นและคนรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพในการเป็นลูกค้าประจำในอนาคต

ในปี 2024 เทรนด์การปลูกต้นไม้ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง โดยคนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับการสร้างพื้นที่สีเขียวในบ้าน ความยั่งยืน และการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

(Sanook, 2023) โดยเฉพาะต้นไม้ขนาดเล็กและกะทัดรัดที่เหมาะสมกับพื้นที่จำกัดของคนรุ่นใหม่ เช่น ไม้อวบน้ำ กระบองเพชร และไม้ในร่ม ซึ่งตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ร้านสกลพันธุ์ไม้ต้องการเข้าถึง อย่างไรก็ตาม แม้ร้านสกลพันธุ์ไม้จะมีบัญชี TikTok อยู่แล้ว แต่ยังประสบปัญหาคือ คลิปมีจำนวนผู้เข้าชมโดยเฉลี่ยเพียง 259 ครั้งต่อคลิป (จากการวิเคราะห์คลิปทั้งหมด 280 คลิป ณ วันที่ 17 ธันวาคม พ.ศ. 2568) โดยพบว่ามากกว่าครึ่งของคลิป (ร้อยละ 55.4) มีผู้เข้าชมต่ำกว่า 200 ครั้ง และมีเพียงร้อยละ 7.9 ของคลิปที่มีผู้เข้าชมเกิน 500 ครั้ง ซึ่งยังไม่เพียงพอในการสร้างการรับรู้และดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และคนรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมการใช้งาน TikTok สูง ขณะที่ การตลาดออนไลน์เป็นเครื่องมือสำคัญและมีประสิทธิภาพสำหรับ SME ที่ต้องการขยายธุรกิจและเพิ่มยอดขาย ในปี 2024 (MAZ Business Consultant, 2024) ร้านสกลพันธุ์ไม้จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพและกลยุทธ์เนื้อหาบน TikTok ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

จากปัญหาและโอกาสดังกล่าว ผู้จัดทำโครงงานจึงมีแนวคิดในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok โดยการผลิตคลิปวิดีโอที่มีคุณภาพ น่าสนใจ และตรงกับพฤติกรรมผู้ใช้งาน ครอบคลุมเนื้อหาตั้งแต่การแนะนำร้าน ผลิตภัณฑ์ การให้ความรู้ ไปจนถึงการสร้างจุดเด่นด้านความทันสมัย เช่น มุมถ่ายรูปสวยงาม เพื่อดึงดูดและสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มลูกค้าใหม่ รวมถึงเพิ่มโอกาสในการขยายฐานลูกค้าสู่กลุ่มวัยรุ่นที่มีศักยภาพในการเป็นลูกค้าประจำในระยะยาว และช่วยให้ร้านสกลพันธุ์ไม้สามารถแข่งขันในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok
2. เพื่อประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok

ขอบเขต

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok สามารถจำแนกขอบเขตได้ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและเทคโนโลยี

1.2 ประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำนวน 1,143,000 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2566)

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

2.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและเทคโนโลยี จำนวน 3 คน โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2.2 ผู้ใช้งาน TikTok ในจังหวัดสกลนครที่สนใจเรื่องต้นไม้และการจัดสวน โดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane (Yamane, 1973 อ้างถึงใน ยุทธ ไกยวรรณ์ และกุสุมา ผลาพรม, 2553) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำประมาณ 400 คน และใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจำนวน 402 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ คุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok และความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์

เครื่องมือและเทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามเพื่อศึกษาคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok และความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok เป็นแบบสอบถามประมาณค่าและแบบปลายเปิด เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์

ขอบเขตด้านเนื้อหา

สื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok จำนวนไม่ต่ำกว่า 10 คลิป ความยาวคลิปละไม่ต่ำกว่า 1 นาที

1. แนะนำประวัติและความเป็นมาของร้านสกลพันธุ์ไม้
2. แนะนำที่ตั้งร้านและเส้นทางการเดินทาง
3. แนะนำพันธุ์ไม้ขายดีและไม้มงคลประจำร้าน
4. แนะนำพันธุ์ไม้ขนาดเล็กสำหรับนักเรียนนักศึกษา
5. แนะนำวัสดุปลูกและเทคนิคการเลือกกระถาง

6. แนะนำบริการรับจัดสวนครบวงจร

7.เทคนิคการดูแลต้นไม้เบื้องต้น ตอนที่ 1

8.การแนะนำวิธีการรดน้ำต้นไม้อย่างถูกต้อง ตอนที่ 2

9.การแนะนำวิธีสังเกตอาการผิดปกติของต้นไม้ ตอนที่ 3

10. พาทัวร์มุมถ่ายรูปและจุดเช็คอินภายในร้าน

ขอบเขตด้านการผลิต

แบ่งเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นตอนก่อนผลิต (Pre-production)

1.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับร้านสกลพันธุ์ไม้

1.2 สำรวจพื้นที่และจุดถ่ายทำภายในร้าน

1.3 วางแผนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และกำหนดกลยุทธ์เนื้อหา

1.4 ออกแบบรูปแบบและสไตล์การนำเสนอคลิปวิดีโอ

1.5 เขียนสคริปต์และเตรียมเนื้อหา

1.6 ประสานงานกับเจ้าของร้านและเตรียมอุปกรณ์การถ่ายทำ

2. ขั้นตอนการผลิต (Production)

2.1 จัดเตรียมอุปกรณ์ถ่ายทำและตรวจสอบความพร้อม

2.2 ลงพื้นที่ถ่ายทำวิดีโอที่ร้านสกลพันธุ์ไม้

2.3 การผลิตสื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์

2.3.1 ใช้โปรแกรม CapCut (Mobile และ Desktop) ในการตัดต่อวิดีโอ

2.3.2 การใส่เสียงบรรยายและบทสัมภาษณ์ประกอบ

2.3.3 นำเอาเทคโนโลยีมัลติมีเดียมาประยุกต์ใช้ร่วมด้วย ได้แก่ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอ เสียง ข้อความ และเอฟเฟกต์

2.4 การผลิตองค์ประกอบกราฟิกและข้อความ

2.4.1 ผสมผสานองค์ประกอบมัลติมีเดียโดยการนำเอาข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ เข้าไปเป็นองค์ประกอบเพื่อการสื่อสาร ได้แก่ ข้อความ กราฟิก และสติกเกอร์

2.4.2 ตกแต่งและเพิ่มเอฟเฟกต์พิเศษให้น่าสนใจ

2.5 ลำดับภาพ

2.5.1 จัดลำดับภาพให้มีความต่อเนื่องที่ดึงดูดและเข้าใจง่าย

2.5.2 สร้างจุดเด่นและจุดดึงดูดความสนใจในแต่ละคลิป

2.5.3 จัดวางองค์ประกอบภาพให้เหมาะสมกับรูปแบบวิดีโอแนวตั้ง

3. ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)

เมื่อพัฒนาเสร็จแล้วสามารถนำเสนอในรูปแบบไฟล์ MP4 แล้วอัปโหลดลงบัญชี TikTok ของร้านสกลพันธุ์ไม้ และนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ด้วยความยาวไม่ต่ำกว่า 1 นาที จำนวนไม่ต่ำกว่า 10 คลิป พร้อมทั้งติดตามผลและวิเคราะห์การเข้าถึงของคลิปแต่ละคลิป

เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตสื่อ

ด้านฮาร์ดแวร์

ประกอบด้วยอุปกรณ์ต่าง ๆ ดังนี้

1. สมาร์ทโฟน iPhone 17 มีคุณสมบัติ ดังนี้

1.1 ความละเอียดกล้องหลัง 48 MP (Main) + 12 MP (Ultra Wide)

1.2 ถ่ายวิดีโอระดับ 4K ที่ 60 fps พร้อมระบบป้องกันภาพสั่นไหว (Optical Image Stabilization)

1.3 หน้าจอ Super Retina XDR ขนาด 6.1 นิ้ว

1.4 รองรับการซูมดิจิทัลได้สูงสุด 10 เท่า

2. สมาร์ทโฟน vivo V40 (12+256GB) Nebula Purple (5G) มีคุณสมบัติ ดังนี้

2.1 กล้องหลังความละเอียด 50 MP (Main) + 50 MP (Ultra Wide) ร่วมมือกับ ZEISS Optics

2.2 ถ่ายวิดีโอระดับ 4K ที่ 30 fps พร้อมระบบกันสั่น OIS

2.3 หน้าจอ AMOLED ขนาด 6.78 นิ้ว ความละเอียด 1260 x 2800 พิกเซล

2.4 RAM 12 GB และหน่วยความจำภายใน 256 GB

2.5 รองรับเครือข่าย 5G

3. คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก Lenovo IdeaPad Slim 3 15IRH10 มีคุณสมบัติ ดังนี้

3.1 CPU: Intel Core i5 รุ่นที่ 13 (13th Gen)

3.2 RAM: 16 GB DDR5

3.3 SSD: 512 GB PCIe NVMe

3.4 หน้าจอ 15.3 นิ้ว ความละเอียด WUXGA (1920 x 1200)

ด้านซอฟต์แวร์

ประกอบด้วยซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ดังนี้

1. โปรแกรม CapCut (Mobile และ Desktop) ใช้ในการตัดต่อวิดีโอ เพิ่มเอฟเฟกต์ และใส่ข้อความ

2. โปรแกรม Canva ใช้ในการออกแบบกราฟิก สติกเกอร์ และองค์ประกอบภาพประกอบ

3. โปรแกรมบันทึกเสียง จากแอปพลิเคชันที่ติดตั้งมาพร้อมโทรศัพท์มือถือ iPhone 17 และ vivo V40 5G

4. โปรแกรม VLC Media Player ใช้สำหรับเล่นและตรวจสอบไฟล์วิดีโอ

5. โปรแกรมแปลงไฟล์วิดีโอออนไลน์ เช่น CloudConvert หรือ Online-Convert ใช้สำหรับแปลงไฟล์วิดีโอเป็นรูปแบบ MP4

ขั้นตอนการดำเนินงาน

แบ่งการดำเนินงาน ซึ่งมีทั้งหมด 7 ขั้นตอน ดังนี้

1. นำเสนอหัวข้อต่ออาจารย์ที่ปรึกษา
2. ขั้นตอนก่อนผลิต (Pre-production)
3. ขั้นตอนการผลิต (Production)
4. ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)
5. ทดสอบ
6. นำเสนอผลงานต่อคณะกรรมการ
7. จัดทำเอกสาร

ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตาราง 1 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงาน

วิธีการดำเนินงาน	พ.ศ.2568		พ.ศ.2569									
	พ.ย.	ธ.ค	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.
1. นำเสนอหัวข้อต่ออาจารย์ที่ปรึกษา	←	→										
2. ขั้นตอนก่อนผลิต (Pre-production)		←	→									
3. ขั้นตอนการผลิต (Production)				←	→							
4. ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)						←	→					
5. ทดสอบ							←	→				
6. นำเสนอผลงานต่อคณะกรรมการ								←	→			
7. จัดทำเอกสาร										←	→	

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบวิดีโอสั้น ผ่าน TikTok สำหรับร้านสกลพันธุ์ไม้

2. ได้เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์และการตลาดออนไลน์ให้กับร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน แพลตฟอร์ม TikTok

3. ได้ขยายฐานลูกค้ากลุ่มเป้าหมายใหม่ โดยเฉพาะวัยรุ่น นักเรียน และนักศึกษาที่สนใจเรื่องต้นไม้และการจัดสวน

4. ได้เพิ่มการรับรู้และการเข้าถึงร้านสกลพันธุ์ไม้ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้น

5. ได้ผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok จากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและเทคโนโลยี

6. ได้ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok

7. ได้เป็นต้นแบบในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ผ่าน TikTok สำหรับธุรกิจท้องถิ่นอื่น ๆ ที่สนใจ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่าน TikTok หมายถึง คลิปวิดีโอสั้นที่ผลิตขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับร้านสกลพันธุ์ไม้ ผลิตภัณฑ์ บริการ และความรู้เกี่ยวกับต้นไม้ ผ่านแพลตฟอร์ม TikTok

2. ร้านสกลพันธุ์ไม้ หมายถึง ร้านจำหน่ายต้นไม้และอุปกรณ์จัดสวนครบวงจร ที่ตั้งอยู่ที่ 424/11 ถนนนิตโย อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร ที่ให้บริการมากว่า 30 ปี โดยมีจุดเด่นในการให้บริการออกแบบจัดสวนโดยสถาปนิก

3. คุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง ระดับคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok ที่ได้รับการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและเทคโนโลยี

4. ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งาน TikTok ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คณะผู้จัดทำได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลและทฤษฎี รวมถึงเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok ให้สามารถใช้งานได้อย่างมีคุณภาพ ซึ่งมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์

ความหมายของสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือหรือช่องทางที่องค์กรใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีและถูกต้อง สร้างภาพลักษณ์ที่ดี และสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับประชาชน ซึ่งการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ให้ถูกต้องและมีความสอดคล้องกับเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ ย่อมส่งผลให้งานเกิดประสิทธิภาพ ใช้งบประมาณได้อย่างคุ้มค่า และเป็นการแสดงถึงความสามารถด้านประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้ได้อย่างแท้จริง (สุธัญญา กฤตาคม, 2564)

ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการสื่อสารที่มุ่งให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติที่ดีต่อองค์กร โดยไม่ใช่เพียงการเผยแพร่ข้อมูลเท่านั้น แต่ยังเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่สร้างสัมพันธภาพระหว่างองค์กรกับประชาชนบนพื้นฐานของความจริงและประโยชน์ร่วมกัน (สำนักสารสนเทศและการสื่อสาร, 2567)

นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ เป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ผู้คนได้รับรู้เข้าใจในเนื้อหาเรื่องราวขององค์กรตามเจตนารมณ์ที่วางไว้ โดยสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และสื่อแต่ละประเภทนั้นมีประสิทธิภาพแตกต่างกันขึ้นอยู่กับสภาพการใช้งาน ความเหมาะสมของเนื้อหา เรื่องราว และจุดมุ่งหมายของงานซึ่งปัจจุบันพบว่าสื่อวีดิทัศน์ หรือ วิดีโอ (Video) เป็นอีกสื่อหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยม เนื่องจากเป็นสื่อที่ได้รวบรวมเอาคุณสมบัติเด่นของสื่อแต่ละอย่างมาไว้ด้วยกัน ทั้งการนำเสนอเนื้อหาเรื่องราว ความมีสีสัน ความกระชับของเนื้อหา มีภาพเคลื่อนไหว มีเสียงประกอบที่สร้างบรรยากาศให้ดูตื่นตาตื่นใจ

ในรูปลักษณ์ของ สื่อประสม (Multimedia) จัดทำได้สะดวก สามารถแต่งเติมสีสันให้เป็นภาพลักษณ์ที่ดีได้ (กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน, 2564)

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งตามลักษณะของสื่อได้เป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกระจายเสียงและโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (Joe Short, 2024)

ประเภทที่ 1 สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) หมายถึง สื่อที่ใช้กระดาษหรือวัสดุอื่นในการพิมพ์และเผยแพร่ข้อมูล ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสือ ถือเป็นสื่อที่มีความน่าเชื่อถือสูง เนื่องจากเนื้อหาต้องผ่านการตรวจสอบจากบรรณาธิการก่อนเผยแพร่ทุกครั้ง

ประเภทที่ 2 สื่อกระจายเสียงและโทรทัศน์ (Broadcast Media) หมายถึง สื่อที่ใช้สัญญาณในการส่งข้อมูลทางเสียงและภาพ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ และพอดแคสต์ เหมาะสำหรับการรายงานสดและการเข้าถึงผู้รับชมจำนวนมากในเวลาเดียวกัน ครอบคลุมเนื้อหาหลากหลาย ตั้งแต่ความบันเทิง ข่าวสาร กีฬา และข้อมูลต่าง ๆ

ประเภทที่ 3 สื่ออินเทอร์เน็ต (Internet Media) หมายถึง สื่อที่ต้องอาศัยอินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่เนื้อหา ได้แก่ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Instagram และ TikTok รวมถึงบริการสตรีมมิ่งต่าง ๆ ซึ่งช่วยให้องค์กรสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง

นอกจากนี้ ยังสามารถแบ่งสื่อตามลักษณะการควบคุมได้อีก 3 รูปแบบ ได้แก่ สื่อที่องค์กรเป็นเจ้าของ (Owned Media) เช่น เว็บไซต์และโปรไฟล์สื่อสังคมออนไลน์ สื่อที่จ่ายเงิน (Paid Media) เช่น โฆษณาและโพสต์ที่ได้รับการสนับสนุน และสื่อที่ได้รับมา (Earned Media) เช่น การแชร์เนื้อหาและการรีวิวจากบุคคลภายนอก ซึ่งส่วนใหญ่แล้วองค์กรมักใช้สื่อทั้ง 3 รูปแบบประกอบกันเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Joe Short, 2024)

บทบาทและความสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานขององค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมโยงระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย ผ่านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้วยช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อสร้างการรับรู้ ความน่าเชื่อถือ และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร อันนำไปสู่ความสำเร็จและเป็นที่รู้จักของประชาชนอย่างแพร่หลาย (สุธัญญา กฤตาคม, 2564) โดยเฉพาะในยุคดิจิทัล แพลตฟอร์มสื่อใหม่ได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบการประชาสัมพันธ์จากการสื่อสารทางเดียวสู่การสื่อสารแบบสองทาง ทำให้องค์กรสามารถรับฟังความคิดเห็นและตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

มากยิ่งขึ้น (Al Hadeed, et al., 2024) โดยสามารถสรุปบทบาทและความสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์ได้ดังนี้

1. ด้านการสร้างการรับรู้และความเข้าใจ สื่อประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นความจริงขององค์กรไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับองค์กร ผลิตภัณฑ์ และบริการ (สุธัญญา กฤตาคม, 2564)

2. ด้านการสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพช่วยสร้างและรักษาภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ต้องมีความคิดสร้างสรรค์และความฉลาดทางอารมณ์ เพื่อไม่เพียงส่งสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย แต่ยังต้องรับฟังและตอบสนองต่อความคิดเห็นที่ได้รับกลับมาด้วย (Al Hadeed, et al., 2024)

3. ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดี สื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงช่วยในการจัดการวิกฤตการณ์ผ่านการสื่อสารที่โปร่งใสและตรงไปตรงมา เพื่อรักษาชื่อเสียงขององค์กรในระยะยาว (Al Hadeed, et al., 2024)

4. ด้านการขยายฐานลูกค้าและเพิ่มยอดขาย สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ช่วยให้องค์กรสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ได้อย่างรวดเร็ว กว้างขวาง และประหยัดต้นทุนกว่าสื่อแบบดั้งเดิม ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการขยายฐานลูกค้าและการเพิ่มยอดขายขององค์กร (สุธัญญา กฤตาคม, 2564)

ขั้นตอนการผลิตสื่อวิดีโอ

การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผู้ผลิตจำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการวางแผนการผลิต การเตรียมการผลิต การใช้อุปกรณ์ในการผลิต และการประเมินผลการผลิต โดยกระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ตามหลัก 4P ดังนี้ (กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน, 2564)

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-Production)

ขั้นตอนก่อนการผลิตเป็นรากฐานสำคัญที่กำหนดทิศทางและความสำเร็จของผลงาน ประกอบด้วยกระบวนการย่อยดังนี้

1.1 การศึกษาและรวบรวมข้อมูล เป็นการศึกษา วิเคราะห์ และรวบรวมข้อมูลกิจกรรมตามประเด็นและหัวข้อที่กำหนด โดยมุ่งเน้นการค้นหาแนวคิดหลักและเนื้อหาสำคัญในการผลิตวีดิทัศน์ รวมถึงข้อมูลที่โดดเด่นของบุคคล สถานที่ หรือการดำเนินงานตามโจทย์ที่ได้รับ

เพื่อนำมาใช้ในการจัดทำบท พร้อมทั้งวางแผนประสานข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการถ่ายทำ ได้แก่ เวลานัดหมาย สถานที่ บุคคลที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลการเดินทาง

1.2 การวางแผนและกำหนดแนวทางการผลิต เป็นขั้นตอนการประชุมระดมความคิดเกี่ยวกับประเด็นการผลิตรายการอย่างรอบด้าน ครอบคลุมการกำหนดกลุ่มผู้ชม เป้าหมาย ประเด็นหรือเนื้อหาสำคัญที่ต้องการนำเสนอ วัตถุประสงค์ในการผลิต ขอบเขตเนื้อหา งบประมาณและค่าใช้จ่าย ลำดับขั้นตอนการทำงานพร้อมผู้รับผิดชอบในแต่ละขั้นตอน สถานที่ถ่ายทำ รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอ ความยาวของสื่อ และช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

1.3 การเขียนบท (Script) เป็นการนำข้อมูลที่รวบรวมมาพัฒนาเป็นบทวีดิทัศน์ โดยเริ่มจากการร่างบทเพื่อวางโครงเรื่องแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ การเกริ่นนำ เนื้อเรื่อง และการสรุป จากนั้นจึงพัฒนาเป็นบทวีดิทัศน์ฉบับสมบูรณ์ หรือบทสำหรับถ่ายทำ ซึ่งมีรายละเอียดครบถ้วนทั้งลักษณะของภาพ ขนาดภาพ การกำหนดมุมกล้อง บทพูด และบทบรรยาย เพื่อให้ทีมงานใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน

1.4 การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ เป็นการเตรียมความพร้อมในทุกด้านที่จะเอื้ออำนวยต่อการผลิต ทั้งเครื่องมือและอุปกรณ์ถ่ายทำ สถานที่ และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การถ่ายทำดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ (กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน, 2564)

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นตอนการผลิต (Production)

ขั้นตอนการผลิตเป็นระยะการถ่ายทำและบันทึกเนื้อหาจริง ประกอบด้วยกระบวนการย่อยดังนี้

2.1 การถ่ายทำวีดิทัศน์ เป็นการดำเนินการถ่ายทำตามสคริปต์ที่เตรียมไว้ โดยทีมงานจะบันทึกภาพและเสียงตามสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในร่มและกลางแจ้ง รวมถึงการสัมภาษณ์ การจัดฉาก และการจัดสถานที่ให้เหมาะสม นอกจากนี้ยังมีการเก็บภาพบรรยากาศทั่วไปและภาพเฉพาะมุมเพิ่มเติม เพื่อนำมาประกอบรายการให้ผู้ชมได้เห็นและเข้าใจในรายละเอียดมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้แต่ละฉากอาจมีการถ่ายทำหลายครั้งจนกว่าจะได้ภาพที่เป็นที่พอใจ

2.2 การลำดับภาพและตัดต่อ (Editing) เป็นการนำภาพที่ถ่ายทำมาคัดเลือกและจัดลำดับใหม่ให้มีความต่อเนื่องน่าสนใจ โดยผู้ตัดต่อจะเลือกภาพที่ดีที่สุดจากการถ่ายทำหลายครั้งในแต่ละฉาก ซึ่งในบางกรณีอาจนำภาพสต็อก (Stock) มาใช้ประกอบในส่วนที่ไม่สามารถถ่ายทำเพิ่มเติมได้ ความสามารถและความคิดสร้างสรรค์ของผู้ตัดต่อจะเป็นตัวกำหนดลีลา จังหวะ และมุมมองที่ทำให้ผลงานดูตื่นตาตื่นใจและเร้าอารมณ์ผู้ชม

2.3 การบันทึกเสียง (Sound Recording) เป็นการดำเนินการหลังจากตัดต่อภาพเรียบร้อยแล้ว โดยจะบันทึกเสียงดนตรีประกอบ เสียงบรรยายจากผู้บรรยายตามบทที่จัดทำขึ้น

เสียงสัมภาษณ์ เสียงสนทนา และเสียงเอฟเฟกต์ เพื่อสร้างบรรยากาศและความน่าสนใจให้กับเนื้อหา จากนั้นจึงนำเสียงทั้งหมดมาประกอบเข้ากับภาพที่ได้ลำดับเรื่องราวไว้แล้ว (กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน, 2564)

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)

ขั้นตอนหลังการผลิตเป็นการตรวจสอบคุณภาพของชิ้นงานอย่างรอบด้านก่อนส่งมอบหรือเผยแพร่ โดยใช้เกณฑ์การตรวจสอบที่ครอบคลุมทั้งด้านเนื้อหา ความยาว และความคมชัดของภาพและเสียง ประกอบด้วยกระบวนการย่อยดังนี้

3.1 การฉายเพื่อตรวจสอบ (Preview) เป็นการนำวีดิทัศน์ที่ตัดต่อและบันทึกเสียงเรียบร้อยแล้วมาฉายตรวจสอบทั้งชิ้นงาน เพื่อพิจารณาในภาพรวมว่ามีส่วนใดที่จำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไขก่อนที่จะนำออกเผยแพร่

3.2 การประเมินกระบวนการผลิต เป็นการประเมินคุณภาพของชิ้นงานในด้านความถูกต้องของเนื้อหา คุณภาพและความเหมาะสมของเทคนิคการนำเสนอ รวมถึงความสมบูรณ์ของเทคนิคการผลิตตามมาตรฐานที่กำหนด

3.3 การประเมินผลผลิตโดยกลุ่มเป้าหมาย เป็นการนำวีดิทัศน์ให้กลุ่มเป้าหมายรับชมและประเมินผลในด้านความน่าสนใจ ความเข้าใจในเนื้อหาที่นำเสนอ การติดตามรายการและสารประโยชน์ที่ได้รับ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงชิ้นงานให้มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด (กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน, 2564)

ขั้นตอนที่ 4 กระบวนการเผยแพร่ผลงาน (Presentation)

เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการผลิตวีดิทัศน์ โดยนำชิ้นงานที่ผ่านการตรวจสอบแล้วออกเผยแพร่ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ การเผยแพร่ภายในองค์กร เช่น การนำเสนอในการสัมมนาและการฝึกอบรม และการเผยแพร่สู่สาธารณะ เช่น การเผยแพร่ผ่านอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ และแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์บนอุปกรณ์มือถือ (กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน, 2564)

ทฤษฎีเกี่ยวกับ TikTok

ความหมายของ TikTok

TikTok เป็นแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ที่อยู่ภายใต้การดูแลของบริษัท ByteDance ซึ่งมีต้นกำเนิดจากประเทศจีน โดยเริ่มต้นให้บริการครั้งแรกในชื่อ Douyin เมื่อวันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2559 ก่อนจะเปิดตัวในชื่อ TikTok สำหรับผู้ใช้งานในต่างประเทศในเวลา

ต่อมา TikTok มีจุดประสงค์หลักในการเปิดพื้นที่ให้ผู้ใช้งานสร้างสรรค์และเผยแพร่คอนเทนต์วิดีโอสั้นในหลากหลายรูปแบบ ทั้งเพื่อความบันเทิง การชักจูงใจ ตลอดจนการแบ่งปันความรู้ โดยภายในแอปพลิเคชันมีองค์ประกอบมัลติมีเดียครบถ้วน ทั้งภาพ เสียง และกราฟิกตกแต่งต่าง ๆ ที่ช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างสรรค์วิดีโอได้อย่างสะดวกและน่าสนใจ (นฤมล อินสว่าง, บงกชกร ทองสุก, และนลินีวรรณ ประพันธา, 2567)

TikTok เป็นแอปพลิเคชันวิดีโอสั้นที่มีจุดเด่นด้านความสร้างสรรค์ ความสนุกสนาน และการเข้าถึงเนื้อหาที่ง่ายและรวดเร็ว ปัจจุบัน TikTok ไม่ใช่เพียงแพลตฟอร์มเพื่อความบันเทิงอีกต่อไป แต่ได้กลายเป็นพื้นที่สำหรับการสร้างแบรนด์และกระตุ้นพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคอย่างลึกซึ้ง โดยมีระบบแนะนำวิดีโอ (For You Page) ที่ใช้ AI วิเคราะห์ความสนใจของผู้ใช้เป็นรายบุคคล ช่วยให้เนื้อหามีโอกาสเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยไม่จำเป็นต้องมีผู้ติดตามจำนวนมากแต่แรก (นฤมล อินสว่าง, บงกชกร ทองสุก, และนลินีวรรณ ประพันธา, 2567)

ประวัติความเป็นมาของ TikTok

TikTok ถูกพัฒนาขึ้นโดยบริษัท ByteDance สัญชาติจีน และเปิดตัวครั้งแรกในประเทศจีนในชื่อ Douyin เมื่อปี พ.ศ. 2559 ต่อมาได้ขยายตัวออกสู่ตลาดต่างประเทศในชื่อ TikTok พร้อมกับการเข้าซื้อกิจการแอปพลิเคชัน Musical.ly ในปี พ.ศ. 2561 ซึ่งทำให้ฐานผู้ใช้งานขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยในปี ค.ศ. 2019 มีจำนวนการดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน TikTok มากกว่า 508 ล้านครั้ง และในปี ค.ศ. 2022 มีจำนวนผู้ใช้งานมากกว่า 1,000 ล้านคนทั่วโลก โดยปัจจุบัน TikTok รองรับการใช้งานได้ถึง 75 ภาษา และเปิดให้บริการใน 155 ประเทศทั่วโลก (นฤมล อินสว่าง, บงกชกร ทองสุก, และนลินีวรรณ ประพันธา, 2567)



ภาพประกอบ 1 แสดงโลโก้แอปพลิเคชัน TikTok

ที่มา : TikTok (2564)

ลักษณะของกลุ่มผู้ใช้งาน TikTok

กลุ่มผู้ใช้งาน TikTok มีลักษณะสำคัญที่สามารถจำแนกได้ดังนี้

1. สถิติผู้ใช้งาน TikTok ในประเทศไทย (ข้อมูล ณ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2567) มีจำนวนผู้ใช้งานชาวไทยกว่า 57.5 ล้านคน และ TikTok ยังมีจำนวนผู้ใช้งานที่สามารถเข้าถึงได้ผ่านโฆษณาสูงถึง 56.6 ล้านบัญชี ซึ่งสูงที่สุดในบรรดาแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียทั้งหมดในประเทศไทย

2. สัดส่วนผู้ใช้งานตามเพศ แบ่งเป็นผู้ชาย 48% และผู้หญิง 52% โดย 36% ของผู้ใช้งานทั้งหมดอยู่ในช่วงอายุ 25–34 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงสะท้อนให้เห็นว่า TikTok ไม่ได้เป็นแพลตฟอร์มเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นอีกต่อไป แต่ยังครอบคลุมกลุ่มวัยทำงานที่มีศักยภาพในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้วย

3. การเติบโต ข้อมูลจาก DataReportal ระบุว่า ตัวเลขผู้ใช้งาน TikTok ในไทยช่วงต้นปี พ.ศ. 2567 พุ่งสูงแตะ 44.38 ล้านคน เติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดดถึง 10.2% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา และก้าวขึ้นเป็นแพลตฟอร์มอันดับ 2 ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุด แซงหน้า YouTube ได้สำเร็จ แสดงให้เห็นว่า TikTok ยังคงมีการขยายตัวและรักษาฐานผู้ใช้งานในไทยได้อย่างต่อเนื่อง

4. อุปกรณ์ที่ใช้เข้าถึง ระบบปฏิบัติการที่ผู้ใช้งานในไทยนิยมใช้งาน TikTok ได้แก่ Android คิดเป็น 71% และ iOS คิดเป็น 29% สะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้งาน TikTok ส่วนใหญ่เข้าถึงแพลตฟอร์มผ่านโทรศัพท์มือถือเป็นหลัก

5. พฤติกรรมและการใช้งานที่สำคัญ พบว่า 75% ของผู้ใช้งานมองว่า TikTok เป็นแพลตฟอร์มที่ทรงอิทธิพลที่สุดสำหรับผู้บริโภคชาวไทย และ 60% ของผู้บริโภคระบุว่าคอนเทนต์รีวิวมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า นอกจากนี้ TikTok ยังเป็นแอปพลิเคชันโปรดอันดับหนึ่งในดวงใจของชาวไทยด้วยคะแนน 32.7% แซงหน้า Facebook ที่ 29.5% (DataReportal, 2568) (ปรีดี นุกุลสมปรารถนา, 2568)

บทบาทของ TikTok กับการโฆษณา

1. TikTok ไม่ได้เป็นเพียงแพลตฟอร์มเพื่อความบันเทิงเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญต่อการตลาดออนไลน์อย่างมาก โดยเฉพาะสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SME) ที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ด้วยต้นทุนที่ต่ำ งานวิจัยของ กชพร สว่าง (2566) พบว่าการโฆษณาผ่านแอปพลิเคชัน TikTok มีอิทธิพลทางตรงและมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกต่อแรงกระตุ้นในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยการโฆษณารูปแบบการสร้างแรงจูงใจมีอิทธิพลสูงที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของ TikTok ในฐานะช่องทางการตลาดออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพสำหรับธุรกิจในยุคดิจิทัล (กชพร สว่าง, 2566)

2. สุรีพร อู่อรุณ (2568) พบว่า คุณภาพของเนื้อหามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคมากกว่าจำนวนผู้ติดตาม โดยเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพบน TikTok ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Trustworthiness) ความเชี่ยวชาญ (Expertise) ความสามารถในการโน้มน้าวใจ (Persuasiveness) ความมีอิทธิพลในสื่อสังคม (Social Reach) และความสม่ำเสมอในการนำเสนอ (Content Consistency) นอกจากนี้ การใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) ในคลิปวิดีโอยังช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้ชม และสร้างความรู้สึกเชื่อมโยงระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. นภารัตน์ พฤกษ์สุราลัย และสุธี เผ่าบุญมี (2565) ได้วิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารการตลาดบน TikTok ของ Lazada และ Shopee พบว่า รูปแบบการสื่อสารการตลาดบน TikTok ทั้งหมดอยู่ในรูปแบบวิดีโอ โดยประเภทเนื้อหาที่พบมากที่สุดคือเนื้อหาด้านความบันเทิง ร้อยละ 49.33 และการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคบน TikTok เกือบทั้งหมดคือการรับชมวิดีโอ ร้อยละ 98.66 สะท้อนให้เห็นว่า TikTok เป็นแพลตฟอร์มที่เน้นการสื่อสารผ่านวิดีโอที่มีความบันเทิงเป็นหลัก

4. กันตภณ หงษ์กลิ่น และองอาจ สิงห์ลำพอง (2566) ได้ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของดูโฮม พบว่า TikTok มีบทบาทสำคัญในการสร้างกระแสและกระตุ้นความต้องการซื้อสินค้า โดยใช้รูปแบบคลิปวิดีโอสั้นและ TikTok Live เพื่อเข้าถึงกลุ่ม

ลูกค้าเป้าหมาย ในขณะที่ Facebook ทำหน้าที่สร้างการรับรู้และจดจำตราสินค้า แสดงให้เห็นว่าแต่ละแพลตฟอร์มมีบทบาทที่แตกต่างกันในกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์

ข้อดีของ TikTok

TikTok มีข้อดีในฐานะแพลตฟอร์มสำหรับการประชาสัมพันธ์ธุรกิจหลายประการดังนี้

1. สร้างการรับรู้แบรนด์ได้รวดเร็วผ่านระบบ Algorithm อัจฉริยะ TikTok ใช้ระบบ Machine Learning ในการแนะนำเนื้อหาไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยอัตโนมัติ ทำให้คอนเทนต์สามารถสร้างกระแสไวรัลได้ในชั่วข้ามคืน แม้บัญชีที่ยังไม่มีผู้ติดตามมากก็สามารถเข้าถึงผู้ชมจำนวนมากได้ (TikTok Newsroom, 2564)

2. ต้นทุนการผลิตเนื้อหาต่ำ เหมาะกับธุรกิจขนาดเล็ก (SME) TikTok มี Creative Tools ครบครัน ทั้งการถ่าย ตัดต่อ ใส่สติกเกอร์ เอฟเฟกต์ และเสียงเพลงที่ถูกลิขสิทธิ์ ทำให้การสร้างวิดีโอสั้นไม่ใช่เรื่องยากและไม่จำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ราคาแพง ซึ่งเหมาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจ SME ที่มีงบประมาณจำกัด (TikTok Newsroom, 2564)

3. เข้าถึงกลุ่มลูกค้าหลากหลายได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมาย TikTok เป็น Brand Discovery Platform ที่นำเสนอคอนเทนต์ของสินค้าหรือโฆษณาในหน้า Feed ของกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงและสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (TikTok Newsroom, 2565)

4. ตอบโจทย์ธุรกิจได้ครบวงจรตั้งแต่สร้างการรับรู้จนถึงกระตุ้นการซื้อ TikTok เป็นแพลตฟอร์มที่รองรับการตลาดแบบ Full Funnel คือสามารถสร้างการรับรู้ (Awareness) กระตุ้นการพิจารณา (Consideration) และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ (Purchase) ได้ในแพลตฟอร์มเดียว ต่างจากสื่ออื่น ๆ ที่ทำได้เพียงบางขั้นตอน (TikTok for Business, 2569)

5. ช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กสร้างชุมชนออนไลน์ขนาดใหญ่ได้ TikTok ให้ความสำคัญกับกิจการขนาดเล็ก เพราะเชื่อว่ามีส่วนสำคัญต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยพบว่าธุรกิจขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ต่างใช้ TikTok ในการบอกเล่าเรื่องราวของแบรนด์ผ่านคอนเทนต์ที่น่าสนใจ และสามารถสร้างชุมชนขนาดใหญ่บนโลกออนไลน์ได้ (TikTok Newsroom, 2565)

ข้อเสียของ TikTok

แม้แอปพลิเคชัน TikTok จะได้รับความนิยมอย่างสูง แต่ในมุมมองของงานวิจัยทางวิชาการพบว่าแพลตฟอร์มดังกล่าวมีข้อเสียและผลกระทบเชิงลบที่ควรเฝ้าระวัง ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเด็นหลัก ได้แก่

1. ปัญหาข้อมูลบิดเบือนและคุณภาพเนื้อหาที่ต่ำ: แพลตฟอร์มมีปัญหาเรื่องการแพร่กระจายของข้อมูลที่ผิดพลาด โดยเฉพาะข้อมูลด้านสุขภาพที่ไม่ได้มาตรฐาน นอกจากนี้ รูปแบบการนำเสนอผ่านวิดีโอสั้นยังส่งผลให้ผู้ใช้มีแนวโน้มที่จะเชื่อถือเนื้อหาโดยไม่ได้ตรวจสอบข้อเท็จจริง และทำให้ยากต่อการแยกแยะระหว่างข้อมูลเชิงความรู้ ความบันเทิง หรือโฆษณาแฝง (O'Brien, H. L., Davoudi, N., & Nelson, M., 2025)

2. การเกิดฟองสบู่ข้อมูล (Filter Bubbles): ระบบอัลกอริทึมของ TikTok บนหน้า "For You Page" มักจะให้ความสำคัญกับระยะเวลาในการรับชม (Watch time) เป็นหลัก ทำให้ระบบเลือกป้อนเฉพาะเนื้อหาที่ตรงกับพฤติกรรมและความเชื่อเดิมของผู้ใช้ ซึ่งอาจดึงผู้ใช้เข้าสู่รังไหมข้อมูล (Information Cocoons) และเสี่ยงต่อการได้รับเนื้อหาที่รุนแรงหรือสร้างความแตกแยกได้อย่างรวดเร็ว (Zannettou, Savvas, Nemes-Nemeth, Olivia, Ayalon, Oshrat, Goetzen, Angelica, Gummadi, Krishna P., Redmiles, Elissa M., & Roesner, Franziska., 2024)

3. การบิดเบือนบริบทของข้อมูล (Loss of Context): ฟีเจอร์ของแอปพลิเคชันที่เอื้อต่อการดาวน์โหลด การนำไปแชร์ต่อ (Repost) หรือการตัดต่อวิดีโอเพื่อโต้ตอบ (Stitch) ส่งผลให้ข้อมูลมักถูกดึงออกจากบริบทดั้งเดิม ซึ่งอาจทำให้ใจความสำคัญของเนื้อหาผิดเพี้ยนไป และสร้างความเข้าใจผิดแก่ผู้รับสารในวงกว้างได้ (O'Brien, H. L., Davoudi, N., & Nelson, M., 2025)

4. ผลกระทบต่อความเป็นส่วนตัวและสุขภาพจิต: มีความกังวลอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับการนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ในทางที่ผิด รวมถึงปัญหาการเสพติดแอปพลิเคชัน (Problematic use) นอกจากนี้ การใช้งานอย่างต่อเนื่องยังเพิ่มความเสี่ยงที่ผู้ใช้จะบังเอิญไปพบเจอกับเนื้อหาที่กระทบกระเทือนจิตใจ (Triggering content) ซึ่งส่งผลเสียต่อสุขภาวะทางจิตใจโดยตรง (O'Brien, H. L., Davoudi, N., & Nelson, M., 2025)

ตาราง 2 เปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของTikTok ในแต่ละด้าน

ด้าน	ข้อดี	ข้อเสีย
ด้านการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	1. มีผู้ใช้งานจำนวนมากทั่วโลก เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2. เนื้อหาสามารถแพร่กระจายได้กว้างขวาง แม้ไม่มีผู้ติดตามจำนวนมาก	1. ฐานผู้ใช้งานหลักเป็นกลุ่มวัยรุ่น อาจไม่ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าที่มีอายุมากกว่า 2. ยากต่อการควบคุมกลุ่มเป้าหมายที่เห็นเนื้อหาอย่างแม่นยำ
ด้านการสร้างเนื้อหา (Content)	1. รูปแบบวิดีโอสั้นตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัลที่ต้องการเนื้อหากระชับ 2. มีเครื่องมือตัดต่อและเอฟเฟกต์ในแอปพลิเคชันให้ใช้งานได้สะดวก	1. ต้องผลิตเนื้อหาอย่างสม่ำเสมอ หากหยุดโพสต์อัลกอริทึมจะลดการแสดงผล 2. เนื้อหาล้าสมัยได้รวดเร็ว ต้องติดตามเทรนด์อยู่ตลอดเวลา
ด้านการตลาดและโฆษณา	1. อัลกอริทึมส่งเนื้อหาไปยังผู้ใช้ตามความสนใจ ช่วยให้ธุรกิจเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด 2. เหมาะสำหรับ SME ที่ต้องการประชาสัมพันธ์ด้วยงบประมาณจำกัด	1. การโฆษณาแบบเสียเงิน (Paid Ads) มีต้นทุนสูงและต้องใช้ความเชี่ยวชาญ 2. มีการแข่งขันสูง ยากต่อการโดดเด่นในตลาดที่มีเนื้อหาจำนวนมาก

ตาราง 2 เปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของTikTok ในแต่ละด้าน

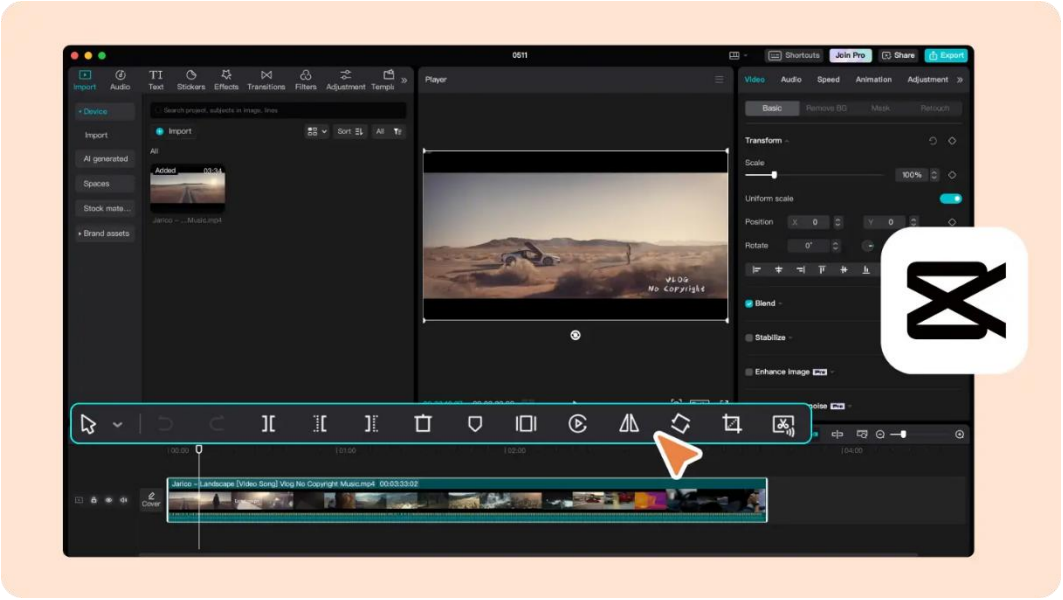
ด้าน	ข้อดี	ข้อเสีย
ด้านการมีส่วนร่วม (Engagement)	1. ผู้ใช้งานมีพฤติกรรมมีส่วนร่วมสูง ทั้งการกดไลก์ คอมเมนต์ และแชร์ 2. รูปแบบ Duet และ Challenge กระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างแบรนด์และผู้ใช้ได้ดี	1. ความคิดเห็นเชิงลบแพร่กระจายได้รวดเร็ว ยากต่อการควบคุมภาพลักษณ์แบรนด์ 2. ระดับการมีส่วนร่วมผันผวน ขึ้นอยู่กับกระแสในแต่ละช่วงเวลา

ที่มา: Guerrero (2023)

เครื่องมือใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

CapCut

CapCut คือแอปพลิเคชันสำหรับตัดต่อวิดีโอแบบออล-อิน-วัน (All-in-One) ที่สามารถใช้งานได้ฟรีทั้งบนสมาร์ทโฟนระบบ Android และ iOS รวมถึงบนคอมพิวเตอร์ระบบ Windows และ MacOS พัฒนาโดยบริษัท ByteDance ซึ่งเป็นบริษัทแม่ของ TikTok CapCut มีฟีเจอร์การตัดต่อวิดีโอที่ครบครัน ได้แก่ การตัดต่อและรวมคลิป การใส่เพลงและเสียงบรรยาย การใส่ข้อความ สติกเกอร์ และเอฟเฟกต์ การปรับความเร็ววิดีโอ การลบพื้นหลังอัตโนมัติ และการส่งออกวิดีโอในความละเอียดสูงสุดถึง 4K ทำให้เหมาะสำหรับการผลิตคลิปวิดีโอสั้นสำหรับแพลตฟอร์ม TikTok โดยเฉพาะ (กิตติพันธ์ นาคมงคล, 2567)

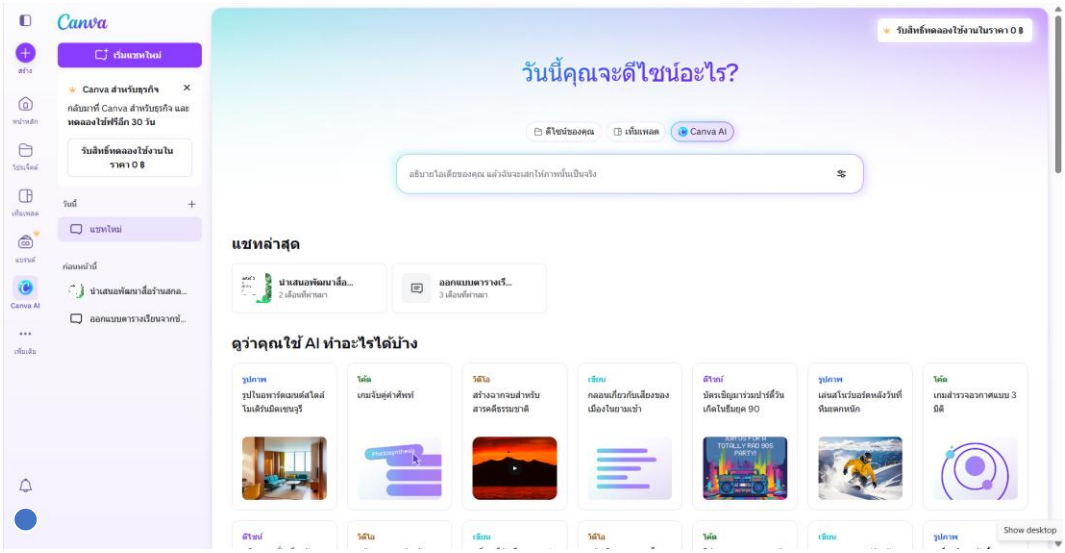


ภาพประกอบ 2 หน้าต่างการทำงานของโปรแกรม CapCut บน PC แสดงส่วนพรีวิว ไทม์ไลน์ และแผงคุณสมบัติ

ที่มา : CapCut (2566)

Canva

Canva คือแพลตฟอร์มออกแบบกราฟิกออนไลน์ที่ใช้งานได้ฟรี พัฒนาโดยบริษัท Canva Pty Ltd ประเทศออสเตรเลีย ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2556 Canva ถูกออกแบบมาให้ใช้งานง่าย เหมาะสำหรับทั้งผู้ที่ไม่มีพื้นฐานด้านการออกแบบและมืออาชีพ โดยมีเทมเพลตสำเร็จรูปให้เลือกใช้งานมากกว่า 60,000 แบบ รองรับการออกแบบหลากหลายประเภท เช่น โพสต์บนสื่อสังคมออนไลน์ อินโฟกราฟิก สติกเกอร์ และกราฟิกประกอบวิดีโอ นอกจากนี้ยังรองรับฟอนต์ภาษาไทย ทำให้สามารถใช้งานได้อย่างสะดวกสำหรับผู้ใช้ชาวไทย (Canva, 2566)



ภาพประกอบ 3 หน้าต่างการทำงานของโปรแกรม Canva บนระบบ PC
แสดงหน้าแรกของแพลตฟอร์มที่มีเมนูสร้างงานออกแบบและฟังก์ชัน Canva AI
ที่มา : Canva (2566)

สมาร์ทโฟน vivo V40 5G

สมาร์ทโฟน vivo V40 5G เป็นอุปกรณ์ถ่ายทำหลักที่ใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงงานนี้ พัฒนาโดยบริษัท vivo ร่วมกับ ZEISS แบรนด์เลนส์ชั้นนำจากประเทศเยอรมนี มีจุดเด่นด้านระบบกล้องที่ครบครันประกอบด้วยกล้องหลักความละเอียด 50 ล้านพิกเซล พร้อมระบบกันสั่น OIS (Optical Image Stabilization) และกล้อง Ultrawide ความละเอียด 50 ล้านพิกเซล มุมกว้าง 119 องศา ทุกกล้องรองรับการบันทึกวิดีโอความละเอียด 4K ที่ 30 เฟรมต่อวินาที ทั้งกล้องหน้าและกล้องหลัง ตัวเครื่องมาพร้อมหน้าจอ AMOLED ขนาด 6.78 นิ้ว ความละเอียด 1.5K (2800 x 1260 พิกเซล) อัตรารีเฟรชเรต 120Hz และผ่านมาตรฐานกันน้ำกันฝุ่น IP68 ทำให้สามารถใช้งานถ่ายทำได้ในทุกสภาพแวดล้อม ขับเคลื่อนด้วยชิปเซต Qualcomm Snapdragon 7 Gen 3 RAM 12 GB และหน่วยความจำ 256 GB ซึ่งเพียงพอสำหรับการบันทึกและจัดเก็บไฟล์วิดีโอคุณภาพสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ไทยรัฐออนไลน์, 2567)



ภาพประกอบ 4 โฆษณาสมาร์ตโฟน Vivo V40 5G
แสดงโมดูลกล้องที่ร่วมพัฒนากับ ZEISS และคุณสมบัติ AURA LIGHT OIS Portrait
ที่มา : Vivo (2026)

Lenovo IdeaPad Slim 3

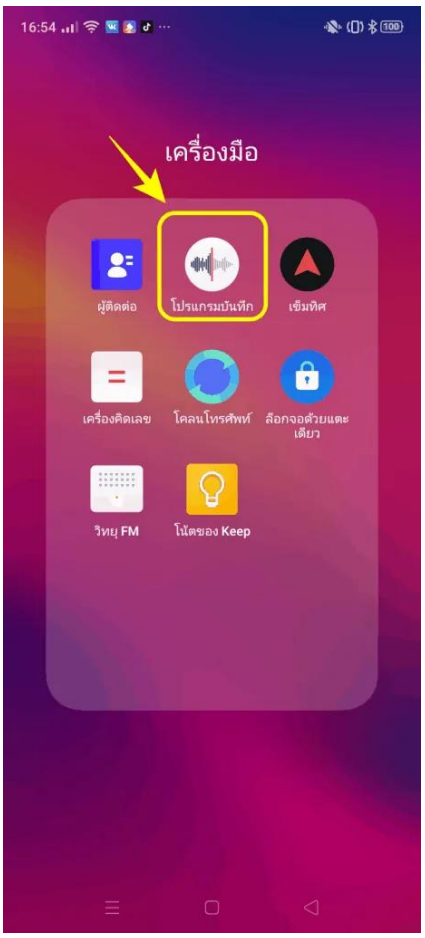
คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก Lenovo IdeaPad Slim 3 15IRH10 เป็นอุปกรณ์หลักที่ใช้สำหรับการตัดต่อวิดีโอและงานกราฟิกในขั้นตอนหลังการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ออกแบบมาเพื่อการทำงานและการใช้งานทั่วไปในราคาที่คุ้มค่า ขับเคลื่อนด้วยหน่วยประมวลผล Intel Core i5-13420H รุ่นที่ 13 (13th Gen) ที่ช่วยให้การทำงานหลายอย่างพร้อมกันเป็นเรื่องง่ายและรวดเร็ว มาพร้อมหน่วยความจำ RAM 16 GB DDR5 4800MHz และพื้นที่จัดเก็บข้อมูล SSD ขนาด 512 GB PCIe NVMe ที่ช่วยให้การเปิดและบันทึกไฟล์วิดีโอทำได้อย่างรวดเร็ว มีหน้าจอขนาด 15.3 นิ้ว ความละเอียด WUXGA (1920 x 1200 พิกเซล) แบบ IPS Anti-glare ที่ให้สีสันคมชัดเหมาะแก่การตรวจสอบคุณภาพภาพและสีของวิดีโอ พร้อมระบบปฏิบัติการ Windows 11 Home และชุดโปรแกรม Office Home 2024 ทำให้รองรับการใช้งานโปรแกรม CapCut Desktop และ Canva ได้อย่างลื่นไหล (Notebookspec, 2568)



ภาพประกอบ 5 โน้ตบุ๊ก Lenovo IdeaPad Slim 3 15IRH10 (83K100D8TA)
แสดงดีไซน์ตัวเครื่องพร้อมระบบปฏิบัติการ Windows 11
ที่มา: Notebookspec (2568)

โปรแกรมบันทึกเสียง

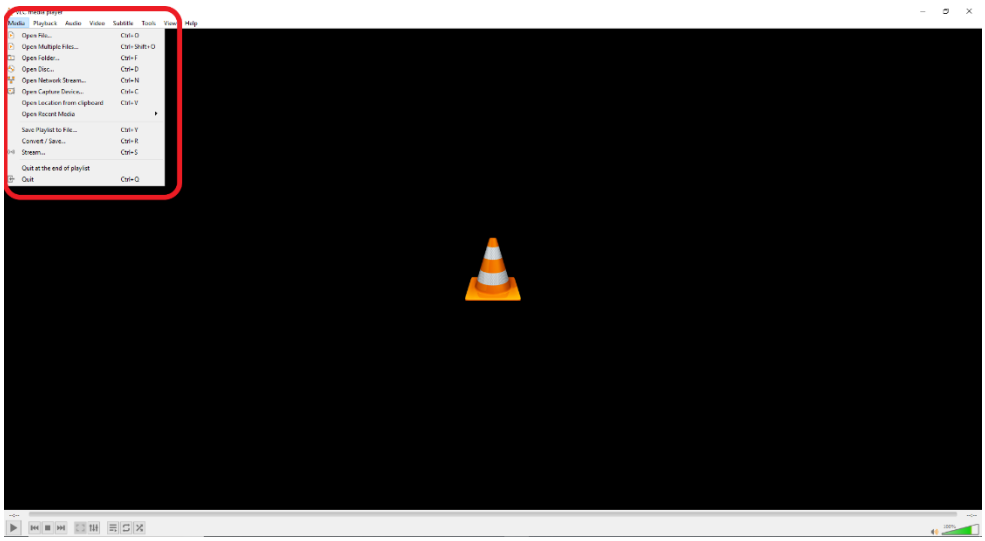
โปรแกรมบันทึกเสียง (Voice Recorder): โปรแกรมบันทึกเสียงที่ใช้ในโครงงานนี้คือแอปพลิเคชันบันทึกเสียงที่ติดตั้งมาพร้อมกับโทรศัพท์มือถือ vivo V40 5G ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่ใช้สำหรับบันทึกเสียงบรรยายประกอบคลิปวิดีโอ และบันทึกเสียงสัมภาษณ์เจ้าของร้าน สามารถบันทึกเสียงได้ในรูปแบบไฟล์เสียงคุณภาพสูง รองรับการบันทึกเสียงแบบ Mono และ Stereo พร้อมทั้งสามารถส่งออกไฟล์เสียงเพื่อนำไปใช้งานร่วมกับโปรแกรมตัดต่อวิดีโอ CapCut ได้อย่างสะดวก (vivo, 2568)



ภาพประกอบ 6 ไอคอนฟังก์ชันบันทึกเสียงบนสมาร์ทโฟน
แสดงสัญลักษณ์คลื่นเสียงและข้อความ “บันทึกเสียง”
ที่มา: iT24Hrs. (2563)

VLC Media Player

VLC Media Player คือโปรแกรมเล่นไฟล์มัลติมีเดียแบบฟรีและโอเพนซอร์ส (Open-Source) พัฒนาโดยทีม VideoLAN ซึ่งเป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร มีความสามารถในการเล่นไฟล์วิดีโอและเสียงได้เกือบทุกรูปแบบโดยไม่ต้องติดตั้ง Codec เพิ่มเติม รองรับนามสกุลไฟล์วิดีโอ เช่น MP4, MKV, AVI, MOV รวมถึงไฟล์เสียง เช่น MP3, FLAC และ WAV นอกจากนี้ยังรองรับการเล่นแผ่น CD และ DVD ได้อีกด้วย ในโครงงานนี้ใช้โปรแกรม VLC Media Player สำหรับเล่นและตรวจสอบไฟล์วิดีโอที่ตัดต่อเสร็จแล้วก่อนนำขึ้นเผยแพร่บน TikTok เพื่อให้แน่ใจว่าวิดีโอแสดงผลได้อย่างถูกต้องสมบูรณ์ (AXELOAD, 2569)



ภาพประกอบ 7 แสดงการทำงานของ VLC 3.0.6 Vetinari (อัปเดตมกราคม 2019) บนระบบปฏิบัติการ Windows 10

ที่มา: Florida State University Libraries (2025)

โปรแกรมแปลงไฟล์วิดีโอออนไลน์ CloudConvert

CloudConvert เป็นบริการแปลงไฟล์ออนไลน์ที่ไม่ต้องติดตั้งโปรแกรมลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ พัฒนาโดยบริษัท Lunaweb GmbH ประเทศเยอรมนี สามารถแปลงไฟล์ได้กว่า 200 รูปแบบ ครอบคลุมทั้งไฟล์วิดีโอ เสียง รูปภาพ และเอกสาร รองรับการแปลงไฟล์วิดีโอเป็นรูปแบบ MP4, MOV, AVI และนามสกุลอื่น ๆ ในโครงงานนี้ใช้ CloudConvert สำหรับแปลงไฟล์วิดีโอที่ถ่ายจากโทรศัพท์มือถือให้เป็นรูปแบบไฟล์ MP4 เพื่อให้เหมาะสมกับการอัปโหลดขึ้น TikTok (CloudConvert, ม.ป.ป.)



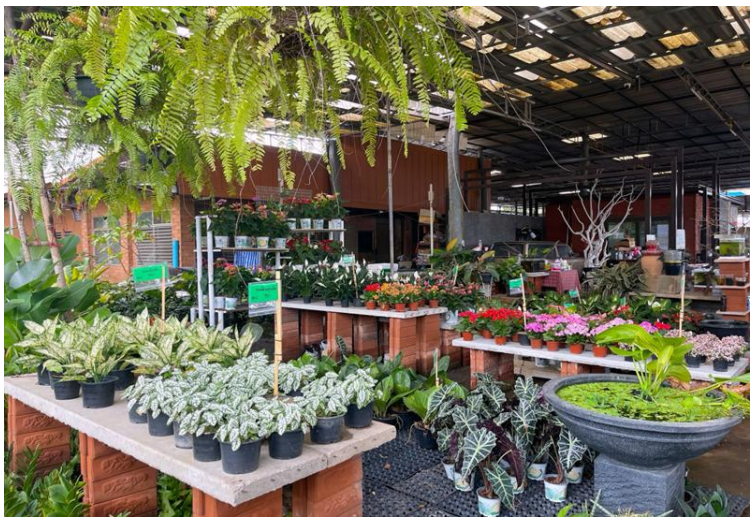
ภาพประกอบ 8 โลโก้เว็บไซต์ CloudConvert

ที่มา: CloudConvert (2026)

ร้านสกลพันธุ์ไม้

ประวัติความเป็นมาของร้านสกลพันธุ์ไม้

ร้านสกลพันธุ์ไม้ เป็นร้านจำหน่ายต้นไม้และอุปกรณ์จัดสวนครบวงจร ตั้งอยู่ที่ 424/11 ถนนนิตโย อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร มีหัวหน้าหน่วยงานคือ คุณวุฒิกร พูนปริญญา ดำเนินกิจการมาแล้วกว่า 30 ปี โดยมีจุดเด่นที่การเชี่ยวชาญด้านการออกแบบจัดสวน มีสถาปนิกคอยควบคุมดูแลบริการทุกด้านของร้าน ให้บริการทั้งขายหน้าร้านและช่องทางออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กเพจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั่วไปที่ชอบปลูกต้นไม้และสนใจการจัดสวน



ภาพประกอบ 9 แสดงความหลากหลายของพันธุ์ไม้ประดับและไม้ดอกที่จำหน่ายในร้านสกลพันธุ์ไม้

สินค้าของร้านสกลพันธุ์ไม้

ร้านสกลพันธุ์ไม้จำหน่ายต้นไม้และอุปกรณ์จัดสวนครบวงจร เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ชอบปลูกต้นไม้และสนใจการจัดสวน โดยมีสินค้าและบริการ ดังนี้ 1.

ไม้ดอกไม้ประดับ ได้แก่ ต้นไม้ที่ปลูกเพื่อความสวยงาม เหมาะสำหรับตกแต่งบ้านและสวน

2. ไม้ยืนต้น/ไม้ล้อม ได้แก่ ต้นไม้ขนาดใหญ่ที่ใช้สำหรับจัดสวนและให้ร่มเงา

3. ไม้ในร่ม/ไม้ฟอกอากาศ ได้แก่ ต้นไม้ที่เหมาะสำหรับปลูกภายในอาคาร ช่วยฟอกอากาศและเพิ่มความสดชื่น

4.กระบองเพชร/ไม้อวบน้ำ ได้แก่ ต้นไม้ที่ดูแลง่าย เหมาะสำหรับผู้เริ่มต้นปลูกต้นไม้

5.อุปกรณ์จัดสวน ได้แก่ กระถาง เครื่องมือจัดสวน ดิน ปุ๋ย และยาบำรุงต้นไม้

6. บริการให้คำปรึกษาการเลี้ยงดูต้นไม้ โดยผู้เชี่ยวชาญประจำร้าน

7. บริการรับเปลี่ยนกระถางและจัดส่งถึงบ้าน

8. บริการปลูก/จัดสวนโดยสถาปนิก สำหรับลูกค้าที่ต้องการออกแบบสวนอย่างมืออาชีพ

9. บริการรับฝากดูแลต้นไม้ สำหรับลูกค้าที่ไม่สะดวกดูแลต้นไม้ด้วยตนเอง



ภาพประกอบ 10 ต้นเบญจมาศเงินสินค้าของร้านสกลพันธุ์ไม้ ราคา 150 บาท

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. วสันต์ สิโยพุทธวงศ์, ดลฤดี ศรีมันตะ และกำพล ดวงพรประเสริฐ (2568) ได้ทำวิจัยเรื่อง การผลิตสื่อโฆษณาเพื่อแนะนำสินค้าให้แก่ร้านขายอาหารและเครื่องดื่มแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ผลิตสื่อโฆษณาเพื่อแนะนำสินค้าให้แก่ร้านขายอาหารและเครื่องดื่มแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อสื่อโฆษณาของลูกค้าที่มาใช้บริการ และ 3) ศึกษาความแตกต่างทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มาใช้บริการกับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อโฆษณา ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามออนไลน์ซึ่งมีความเที่ยงตรงเท่ากับ 0.89 และมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.85 เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบเจาะจงกับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการที่เคยเห็นสื่อโฆษณา จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย คือ การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว สำหรับการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม เมื่อพบความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า 1. การผลิตสื่อโฆษณา ได้แก่ 1) ป้ายหน้าร้าน มีขนาด 180 x 40 ซม. มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ชื่อร้าน หมายเลขโทรศัพท์ 2) ป้ายเมนูอาหาร มีขนาด A3 มีเนื้อหาเกี่ยวกับราคาอาหารและเครื่องดื่ม และ 3) ป้ายธงญี่ปุ่น มีขนาด 60 x 100 ซม. มีเนื้อหาเกี่ยวกับรูปภาพอาหาร หมายเลขโทรศัพท์ และช่องทางการขายผ่านบริการส่งอาหาร 2. ลูกค้าที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจ ที่มีต่อสื่อโฆษณาโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 3. ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีอายุมากกว่าหรือเท่ากับ 31 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีต่อสื่อโฆษณามากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีอายุ 21 - 30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ลัดดาวัลย์ สำราญ และโสรยา สุภาผล (2568) ได้ทำวิจัยเรื่อง การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์ม TikTok ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ของผู้บริโภคเจเนอเรชัน Z

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการโฆษณาผ่านแพลตฟอร์ม TikTok และการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคเจเนอเรชัน Z รวมถึงศึกษาอิทธิพลของการโฆษณาผ่านแพลตฟอร์ม TikTok ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าว การวิจัยใช้ระเบียบวิธีเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 180 คน ซึ่งเป็นผู้บริโภคเจเนอเรชัน Z ที่ใช้งานแพลตฟอร์ม TikTok อย่างสม่ำเสมอ ทำการสุ่มแบบบังเอิญ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของการโฆษณาผ่านแพลตฟอร์ม TikTok และการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคเจเนอเรชัน Z ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการวิจัยพบว่า การโฆษณาผ่าน TikTok ด้านการสร้างความภูมิใจ และการสร้างความทรงจำมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคเจเนอเรชัน Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อย่างไรก็ตาม ด้านการสร้างความเข้าใจ การสร้างแรงกระตุ้น และการสร้างแรงจูงใจ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเจเนอเรชัน Z งานวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของการโฆษณาผ่าน TikTok ในการสร้างความภูมิใจและความทรงจำ ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเจเนอเรชัน Z ข้อมูลจากการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การโฆษณา เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. บัมรุงพงษ์ พงษ์พานิช และโอราชัน สิริโชติ (2567) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคผ่านทาง TikTok

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคผ่าน TikTok กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยลูกค้า 400 คนที่ซื้อสินค้าจาก TikTok

เครื่องมือในการวิจัยคือแบบสอบถามออนไลน์ ข้อมูลได้รับการวิเคราะห์โดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ

ผลการวิจัยพบว่า การตลาดเนื้อหา ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลเชิงฟังก์ชัน ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และปฏิสัมพันธ์กับแบรนด์ รวมถึงเอกลักษณ์ของแบรนด์ มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ค้าปลีกในการพัฒนาและสื่อสารผ่านการตลาดเนื้อหาและเอกลักษณ์ของแบรนด์เพื่อสร้างความสนใจและดึงดูดผู้บริโภค ในทางกลับกัน ผู้บริโภคสามารถใช้ข้อมูลการตลาดเนื้อหาและเอกลักษณ์ของแบรนด์ที่ผู้ค้าปลีกสื่อสารเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถใช้ผลการวิจัยนี้เพื่อปรับปรุงเอกลักษณ์ของแบรนด์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และฝึกอบรมการตลาดเนื้อหาและเอกลักษณ์ของแบรนด์สำหรับผู้ค้าปลีกบน TikTok

4. กันยิกา ชอว์, มาสิรี กล่อมแก้ว และธนวิทย์ เจียรวิจิตร (2567) ได้ทำวิจัยเรื่อง การเล่าเรื่องเนื้อหาเศรษฐกิจเพื่อสร้างอัตลักษณ์แบรนด์บุคคลผ่าน TikTok

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) การเล่าเรื่องเศรษฐกิจเพื่อสร้างอัตลักษณ์แบรนด์บุคคลของ @wealthmeup @reporterjourney @yokanakorn และ @tnnonline และ 2) ความพึงพอใจ การใช้ประโยชน์และการตัดสินใจติดตามข่าวสารที่เล่าผ่าน TikTok โดยการวิเคราะห์คลิป การสัมภาษณ์ผู้สร้างเนื้อหา จำนวน 4 ท่าน และการสนทนากลุ่มโดยเก็บข้อมูลระหว่างเดือนสิงหาคม 2565 ถึงมีนาคม 2566

ผลการวิจัยพบว่า TikToker ทั้ง 4 ช่อง มีการสร้างอัตลักษณ์แบรนด์บุคคลผ่านการเล่าเนื้อหาเศรษฐกิจทั้งด้านการเล่าด้วยภาพ และการเล่าด้วยเสียง ตามหลักการ CI Brand หรือ Corporate Identity เป็นเสมือนกรอบของงานออกแบบ มีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ โลโก้ Font หรือตัวอักษร สี ลายกราฟิก ไอคอนต่าง ๆ เช่น สัญลักษณ์องค์กร สัญลักษณ์ชื่อ TikTok Mood&Tone และวิธีการสื่อสาร นอกจากนี้ยังสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตน อาทิ การเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องการแต่งกายที่แตกต่าง การใช้เพลงที่ได้รับความนิยมบน TikTok มาใช้สร้างเนื้อหาทางเศรษฐกิจที่เข้ากับเพลง ผลการศึกษาจากการสนทนากลุ่มพบว่าด้านปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารมีความพึงพอใจและใช้ประโยชน์รวมถึงการตัดสินใจติดตามและรับชมจนจบคลิป 3 ลำดับแรกคือ 1) เรื่องไม่เก่าจนเกินไป 2) คลิปสั้น กระชับสรุปประเด็นดี 3) เป็นคลิปที่อยู่ในกระแส และสังคมให้ความสนใจ ผลการศึกษาสามารถนำไปต่อยอดศึกษาการเล่าข่าวประเภทต่าง ๆ ผ่าน TikTok ที่สามารถดึงดูดใจและสร้างการติดตามรวมถึงการพัฒนาการสร้างอัตลักษณ์แบรนด์บุคคล

5. พรพัฒน์สร ปริญจน์โคล, กุนทิดา ธัมวิพัทธ์, พงษ์พัชรินทร์ พุทธวัฒนา, คาริสสา พรอมมา, ชาลิดาวัน วงศ์น้อย และธีรดา ไออัมสมารัง (2568) ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาชุดคอนเทนต์วิดีโอโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อโปรโมตร้านหนังสือ KMUTT บนแพลตฟอร์ม TikTok

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาชุดเนื้อหาวิดีโอโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อโปรโมต KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์ม TikTok 2) ประเมินคุณภาพของเนื้อหาวิดีโอที่พัฒนาขึ้น 3) ประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และ 4) ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อเนื้อหาวิดีโอโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อโปรโมต KMUTT BOOK STORE บน TikTok เครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย 1) ชุดเนื้อหาวิดีโอโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อโปรโมต KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์ม TikTok 2) แบบประเมินคุณภาพที่เน้นด้านเนื้อหาและการนำเสนอ 3) แบบประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และ 4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยผู้ติดตาม 50 คนของแพลตฟอร์ม TikTok ของ KMUTT BOOK STORE ผู้เข้าร่วมได้รับการคัดเลือกโดยวิธีการสุ่มจากผู้ติดตามที่ได้ดูชุดเนื้อหาวิดีโอที่พัฒนาขึ้นและยินดีที่จะตอบแบบสอบถาม กระบวนการออกแบบและพัฒนาส่งผลให้ได้เนื้อหาวิดีโอทั้งหมดสี่ชิ้น สื่อที่พัฒนาขึ้นได้รับการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญในภายหลัง

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพของเนื้อหาได้รับการจัดอันดับอยู่ในระดับดีมาก (X= 4.80, SD = 0.41) คุณภาพของการนำเสนอสื่อได้รับการจัดอันดับอยู่ในระดับดี (X= 4.42, SD = 0.55) การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างได้รับการประเมินในระดับสูงสุด (X= 4.81, SD = 0.48) ในขณะที่ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างก็ได้รับการจัดอันดับในระดับสูงสุดเช่นกัน (X= 4.83, SD = 0.42) ดังนั้น ชุดเนื้อหาวิดีโอที่พัฒนาขึ้นจึงสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง

6. ธนิดา มังประสพพร, นิชานันท์ ปานุสักบันลือ, ปันชาร่าส์ เลิฟส์, พรพัฒน์สร ปริญจน์โคล, กุนทิดา ธัมวิพัทธ์ และธีรวรรณ โอปัสบุด (2568) ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาชุดคอนเทนต์วิดีโอเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าแฟชั่นบนแพลตฟอร์ม TikTok

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1)พัฒนาชุดเนื้อหาวิดีโอเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าแฟชั่นบนแพลตฟอร์ม TikTok สำหรับแบรนด์ Skechers Comfort TH 2) เพื่อประเมินคุณภาพของเนื้อหาวิดีโอที่พัฒนาขึ้น 3) เพื่อประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และ 4) เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย 1) ชุดเนื้อหาวิดีโอที่พัฒนาขึ้นเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าแฟชั่นบนแพลตฟอร์ม TikTok สำหรับแบรนด์ Skechers Comfort TH

2) แบบประเมินคุณภาพเนื้อหาและสื่อ 3) แบบประเมินการรับรู้ และ 4) แบบประเมินความพึงพอใจ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้ติดตามเพจ Skechers Comfort TH จำนวน 50 คน ซึ่งเลือกโดยวิธีการสุ่มจับฉลากจากอาสาสมัครที่ยินดีเข้าร่วมการศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า 1) สามารถพัฒนาคลิปวิดีโอได้สำเร็จ 3 คลิปเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าแฟชั่นบน TikTok (2) การประเมินจากผู้เชี่ยวชาญพบว่าคุณภาพของเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$= 4.61, SD = 0.61) และคุณภาพการนำเสนออยู่ในระดับดี ($\bar{x}$= 4.26, SD = 0.71) (3) การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับสูงสุด ($\bar{x}$= 4.66, SD = 0.67) และ (4) ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับสูงสุดเช่นกัน ($\bar{x}$= 4.76, SD = 0.48) ดังนั้น ชุดวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้นจึงถือว่าใช้งานได้จริงและเหมาะสมสำหรับการส่งเสริมการขายสินค้าแฟชั่นบนแพลตฟอร์ม TikTok สำหรับ Skechers Comfort TH

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงาน

ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คณะผู้จัดทำได้ศึกษาและวางแผนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ศึกษาข้อมูลหน่วยงาน

สถานที่ตั้ง

ร้านสกลพันธุ์ไม้ตั้งอยู่เลขที่ 424/11 ถนนนิตโย ตำบลธาตุนาเวง อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร รหัสไปรษณีย์ 47000 หมายเลขโทรศัพท์ 090-996-2677 ร้านตั้งอยู่บริเวณถนนสายหลักที่เชื่อมระหว่างตัวเมืองสกลนครกับอำเภอโดยรอบ สามารถเดินทางได้สะดวกทั้งรถยนต์ส่วนตัวและรถสาธารณะ

ประวัติความเป็นมา

ร้านสกลพันธุ์ไม้ก่อตั้งและดำเนินกิจการมากว่า 30 ปี โดยมีคุณวุฒิกร พูนปริญญา เป็นเจ้าของและหัวหน้าหน่วยงาน ร้านมีจุดเด่นในด้านการให้บริการออกแบบและจัดสวนโดยสถาปนิกผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งทำให้ร้านสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างครบวงจรและมีมาตรฐานระดับมืออาชีพ ปัจจุบันร้านมีช่องทางการจำหน่ายทั้งแบบหน้าร้านและช่องทางออนไลน์ผ่านเพจเฟซบุ๊ก เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคดิจิทัล

สินค้าที่จำหน่าย

ร้านสกลพันธุ์ไม้จำหน่ายต้นไม้และอุปกรณ์จัดสวนครบทุกประเภท โดยมีสินค้าหลักดังนี้

1. ไม้ดอกไม้ประดับ และไม้ยืนต้น/ไม้ล้อม ได้แก่ ต้นไม้สำหรับตกแต่งภายนอกอาคารและการจัดสวนขนาดใหญ่

2. ไม้ในร่ม/ไม้ฟอกอากาศ ได้แก่ ต้นไม้ที่เหมาะสำหรับการตกแต่งภายในอาคาร ช่วยกรองอากาศและเพิ่มความสวยงาม

3. กระบองเพชร/ไม้อวบน้ำ ได้แก่ ต้นไม้ขนาดเล็กที่ดูแลง่าย เหมาะสำหรับผู้เริ่มต้นและคนรุ่นใหม่

4. อุปกรณ์จัดสวนครบครัน ได้แก่ กระถาง เครื่องมือจัดสวน ดิน ปุ๋ย และยาบำรุงต้นไม้

นอกจากจำหน่ายสินค้าแล้ว ร้านยังให้บริการครบวงจร ประกอบด้วย บริการให้คำปรึกษาการดูแลต้นไม้ บริการรับเปลี่ยนกระถาง บริการจัดส่ง บริการปลูก/จัดสวนโดยสถาปนิก และบริการรับฝากดูแลต้นไม้

การดำเนินงานปัจจุบัน

ปัจจุบันร้านสกลพันธุ์ไม้มีบัญชี TikTok เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ แต่ยังประสบปัญหาด้านประสิทธิภาพของเนื้อหา กล่าวคือ คลิปวิดีโอที่เผยแพร่มีจำนวนผู้เข้าชมโดยเฉลี่ยเพียง 259 ครั้งต่อคลิป จากการวิเคราะห์คลิปทั้งหมด 280 คลิป ณ วันที่ 17 ธันวาคม พ.ศ. 2568 โดยพบว่ามากกว่าครึ่งหนึ่งของคลิปทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 55.4 มีผู้เข้าชมต่ำกว่า 200 ครั้ง และมีเพียงร้อยละ 7.9 ของคลิปที่มีผู้เข้าชมเกิน 500 ครั้ง ทั้งนี้เนื่องจากร้านยังขาดกลยุทธ์ด้านเนื้อหาที่ชัดเจน ส่งผลให้ไม่สามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น นักเรียน และนักศึกษาที่มีพฤติกรรมการใช้งาน TikTok สูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและเทคโนโลยี

1.2 ประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำนวน 1,143,000 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2566)

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

2.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและเทคโนโลยี จำนวน 3 คน โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2.2 ผู้ใช้งาน TikTok ในจังหวัดสกลนครที่สนใจเรื่องต้นไม้และการจัดสวน โดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane (Yamane, 1973 อ้างถึงใน ยุทธ ไกยวรรณ์ และกุสุมา ผลาพรม, 2553) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำประมาณ 400 คน และใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจำนวน 402 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

3. ตัวแปรที่ศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์ ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ คุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok และความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

1. โปรแกรม CapCut (Mobile และ Desktop) เป็นเครื่องมือสำหรับตัดต่อวิดีโอ เพิ่มเอฟเฟกต์ ใส่ข้อความ และเสียงบรรยายประกอบคลิปวิดีโอสั้น เพื่อให้เนื้อหามีความน่าสนใจและเหมาะสมกับรูปแบบของแพลตฟอร์ม TikTok

2. โปรแกรม Canva เป็นเครื่องมือสำหรับออกแบบกราฟิก สติกเกอร์ และองค์ประกอบภาพที่ใช้ประกอบในคลิปวิดีโอและสื่อประชาสัมพันธ์ของร้านสกลพันธุ์ไม้

3. แพลตฟอร์ม TikTok ใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์คลิปวิดีโอสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินคุณภาพและประเมินความพึงพอใจ

1. แบบสอบถามประเมินคุณภาพ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและเทคโนโลยี จำนวน 3 คน

2. แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจ โดยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 402 คน

วิธีการสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

เพื่อให้เครื่องมือในการวิจัยมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับกรอบแนวคิด ของการวิจัยมากที่สุด คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างจากหลักการแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตเนื้อหานำมาเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม

2. ศึกษาเอกสาร หลักเกณฑ์ รูปแบบ และวิธีการสร้างเครื่องมือประเภทแบบสอบถาม เพื่อสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดในการวิจัย

3. สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

3.1 แบบสอบถามเพื่อประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok

3.2 แบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok

ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่าตามแนวคิดของลิเคิร์ทสเกล (Likert Scale) (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2546) โดยกำหนดค่าคะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง ระดับคุณภาพ/ความพึงพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับคุณภาพ/ความพึงพอใจมาก

3 หมายถึง ระดับคุณภาพ/ความพึงพอใจปานกลาง

2 หมายถึง ระดับคุณภาพ/ความพึงพอใจน้อย

1 หมายถึง ระดับคุณภาพ/ความพึงพอใจน้อยที่สุด

4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสร็จเรียบร้อยแล้ว เสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบข้อมูลในแบบสอบถาม เพื่อรับทราบคำแนะนำ ข้อเสนอแนะ

5. นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยมีผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน

พิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามตัวแปร โดยมีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

+1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามตรงหรือสอดคล้องกับนิยามตัวแปร

0 เมื่อไม่แน่ใจหรือข้อคำถามมีลักษณะคลุมเครือไม่ชัดเจน

-1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามไม่ตรงหรือไม่สอดคล้องกับนิยามตัวแปร

จากนั้นนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC)

โดยใช้สูตร $IOC = \frac{\sum R}{N}$

IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับความมุ่งหมาย

$\sum R$ หมายถึง ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

การพิจารณาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ จากการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ในทุกข้อคำถามนั้นมีค่าเท่ากับ 1.00 หากข้อคำถามที่มีค่า .50 – 1.00 จะคัดเลือกไว้ และข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่ำกว่า .50 จะพิจารณาปรับปรุงหรือไม่คัดเลือกไว้

6. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 402 คน

7. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้ไปหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับตั้งแต่ .70 ขึ้นไป

8. จัดพิมพ์เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ และนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม นำแบบสอบถามที่ได้คืนมานำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ เพื่อดำเนินการจัดทำข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และใช้วิธีทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวางแผนและการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

หลังจากลงพื้นที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลร้านสกลพันธุ์ไม้แล้ว ผู้จัดทำได้ทำการวางแผนและออกแบบการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน TikTok โดยมีคลิปวิดีโอทั้งหมด 10 คลิป กำหนดความยาวตามแผนการผลิตคลิปละไม่ต่ำกว่า 1 นาที มีรายละเอียดดังนี้

1. แนะนำประวัติและความเป็นมาของร้านสกลพันธุ์ไม้ ความยาว 2:09 นาที
2. แนะนำที่ตั้งร้านและเส้นทางการเดินทาง ความยาว 1:35 นาที
3. แนะนำพันธุ์ไม้ขายดีและไม้มงคลประจำร้าน ความยาว 2:00 นาที
4. แนะนำพันธุ์ไม้ขนาดเล็กสำหรับนักเรียนนักศึกษา ความยาว 1:39 นาที
5. แนะนำวัสดุปลูกและเทคนิคการเลือกกระถาง ความยาว 1:29 นาที
6. แนะนำบริการรับจัดสวนครบวงจร ความยาว 2:20 นาที
7. เทคนิคการดูแลต้นไม้เบื้องต้น ตอนที่ 1 ความยาว 1:37 นาที
8. การแนะนำวิธีการรดน้ำต้นไม้อย่างถูกต้อง ตอนที่ 2 ความยาว 1:26 นาที
9. การแนะนำวิธีสังเกตอาการผิดปกติของต้นไม้ ตอนที่ 3 ความยาว 1:07 นาที
10. พาทัวร์มุมถ่ายรูปและจุดเช็คอินภายในร้าน ความยาว 1:03 นาที

สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok มีทั้งหมด 10 คลิป ความยาวคลิปละไม่ต่ำกว่า 1 นาที มีเนื้อหาสคริปต์ ดังนี้

ตาราง 3 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 1 แนะนำประวัติและความเป็นมาของร้านสกลพันธุ์ไม้

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
1.	6	ELS	ภาพป้ายหน้าร้านสกลพันธุ์ไม้ บรรยากาศโดยรวมของร้าน	-	เสียงดนตรีประกอบ
2.	19	MS	พิธีกรยืนหน้าร้าน	พิธีกร: "สวัสดีค่ะ วันนี้จะพาทุกคนมารู้จักกับร้านสกลพันธุ์ไม้ ร้านต้นไม้ครบวงจรที่ดำเนินกิจการมากว่า 30 ปี ในจังหวัดสกลนครค่ะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ
3.	26	MLS	ภาพบรรยากาศภายในร้าน ต้นไม้หลากหลายประเภท	-	เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 3 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 1 แนะนำประวัติและความเป็นมาของร้านสกลพันธุ์ไม้

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
4.	26	MCU	พิธีกรพูดบรรยายถึงประวัติร้าน	พิธีกร: "ร้านดำเนินกิจการโดยคุณวุฒิกร พูนปริญญา ตั้งอยู่ที่ 424/11 ถนนนิตโย อำเภอเมืองสกลนคร จุดเด่นคือมีสถาปนิกผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจัดสวนให้บริการค่ะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ
5.	26	MLS	ภาพบริการต่าง ๆ เช่น การจัดสวน การให้คำปรึกษา	-	เสียงดนตรีประกอบ
6.	26	MS	พิธีกรพูดสรุปและชวนติดตาม	พิธีกร: "ร้านสกลพันธุ์ไม้มีบริการครบวงจร ทั้งหน้าร้านและออนไลน์ ติดตามได้ที่ TikTok ร้านสกลพันธุ์ไม้เลยนะคะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 4 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 2 แนะนำที่ตั้งร้านและเส้นทางการเดินทาง

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
1.	5	ELS	ภาพถนนนิตโยและบริเวณโดยรอบร้าน	-	เสียงดนตรีประกอบ
2.	16	MS	พิธีกรยืนหน้าร้าน	พิธีกร: "สวัสดีค่ะ วันนี้จะพาทุกคนมารู้จักที่ตั้งของร้านสกลพันธุ์ไม้กันค่ะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ
3.	21	MLS	ภาพเส้นทางการเดินทางมาร้าน	-	เสียงดนตรีประกอบ
4.	27	MCU	พิธีกรบอกที่อยู่และเส้นทาง	พิธีกร: "ร้านสกลพันธุ์ไม้ตั้งอยู่ที่ 424/11 ถนนนิตโย อำเภอเมืองสกลนคร สามารถเดินทางได้สะดวกทั้งรถยนต์ส่วนตัวและรถสาธารณะค่ะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ
5.	26	MS	พิธีกรชวนติดตาม	พิธีกร: "อยากมาเที่ยวชมร้านก็แวะมาได้เลยนะคะ ยินดีต้อนรับทุกคนค่ะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 5 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 3 แนะนำพันธุ์ไม้ขายดีและไม้มงคลประจำร้าน

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
1.	8	ELS	ภาพบรรยากาศมุมต้นไม้ขายดีในร้าน	-	เสียงดนตรีประกอบ
2.	22	MS	พิธีกรยืนข้างต้นไม้	พิธีกร: "สวัสดีค่ะ วันนี้จะพาทุกคนมาดูพันธุ์ไม้ขายดีและไม้มงคลของร้านสกลพันธุ์ไม้กันค่ะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ
3.	30	MCU	ภาพต้นไม้มงคลแต่ละชนิด	พิธีกร: "ต้นไม้มงคลที่ได้รับความนิยม เช่น ต้นกวักมรกต ต้นโป๊ยเซียน ต้นไผ่มงคล ซึ่งเชื่อกันว่าช่วยเสริมดวงและนำโชคดีมาให้ค่ะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ
4.	30	MLS	ภาพต้นไม้ขายดีหลากหลายชนิด	-	เสียงดนตรีประกอบ
5.	30	MS	พิธีกรชวนมาเลือกซื้อ	พิธีกร: "สนใจต้นไม้มงคลหรือพันธุ์ไม้ขายดีมาเลือกได้เลยนะคะ มีครบทุกชนิดค่ะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 6 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 4 แนะนำพันธุ์ไม้ขนาดเล็กสำหรับนักเรียนนักศึกษา

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
1.	6	ELS	ภาพมุมต้นไม้ขนาดเล็ก ไม้อวบน้ำ กระบองเพชร	-	เสียงดนตรีประกอบ
2.	18	MS	พิธีกรยืนข้างต้นไม้ขนาดเล็ก	พิธีกร: "สวัสดีค่ะ วันนี้มีต้นไม้แนะนำสำหรับน้อง ๆ นักเรียนนักศึกษาที่อยากปลูกต้นไม้แต่พื้นที่จำกัดค่ะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ
3.	25	MCU	ภาพกระบองเพชรและไม้อวบน้ำหลากหลายชนิด	พิธีกร: "ไม้อวบน้ำและกระบองเพชร ดูแลง่าย รดน้ำน้อย เหมาะสำหรับคนที่ยุ่งและไม่มีเวลาดูแลมากค่ะ ราคาเริ่มต้นหลักสิบบาทเท่านั้นค่ะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ
4.	25	MCU	ภาพไม้ในร่มขนาดเล็กเหมาะกับหอพัก	พิธีกร: "ไม้ในร่มอย่างพอเทธอส หรือ ซันเซวีเรีย เหมาะกับการวางในหอพักหรือห้องเรียนมากเลยค่ะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ
5.	25	MS	พิธีกรชวนมาเลือกซื้อ	พิธีกร: "น้อง ๆ คนไหนสนใจแวะมาดูที่ร้านได้เลยนะคะ มีให้เลือกหลากหลายค่ะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 7 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 5 แนะนำวัสดุปลูกและเทคนิคการเลือกกระถาง

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
1.	5	ELS	ภาพมุมกระถางและวัสดุปลูกในร้าน	-	เสียงดนตรีประกอบ
2.	17	MS	พิธีกรยืนข้างกระถางหลากหลาย	พิธีกร: "สวัสดีค่ะ วันนี้จะมาแนะนำวัสดุปลูกและเทคนิคเลือกกระถางให้เหมาะกับต้นไม้แต่ละชนิดค่ะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ
3.	28	MCU	ภาพวัสดุปลูกประเภทต่าง ๆ เช่น ดิน ปุ๋ย	พิธีกร: "วัสดุปลูกที่ดีช่วยให้ต้นไม้เจริญเติบโตได้ดี เช่น ดินโปร่ง เพอร์ไลต์ หรือดินผสมสำเร็จรูปที่ร้านจัดเตรียมไว้ให้ค่ะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ
4.	28	MCU	ภาพกระถางหลากหลายขนาดและวัสดุ	พิธีกร: "การเลือกกระถางควรดูว่าต้นไม้ชอบการระบายน้ำแบบไหน กระถางดินเผาระบายน้ำดี เหมาะกับไม้อวบน้ำ ส่วนกระถางพลาสติกเหมาะกับไม้ชอบน้ำค่ะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ
5.	11	MS	พิธีกรชวนติดตาม	พิธีกร: "สนใจแวะมาขอคำแนะนำได้เลยนะคะ ยินดีให้คำปรึกษาค่ะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 8 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 6 แนะนำบริการรับจัดสวนครบวงจร

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
1.	6	ELS	ภาพสวนที่จัดแต่งสวยงามโดยทีมงานร้าน	-	เสียงดนตรีประกอบ
2.	19	MS	พิธีกรยืนในสวนที่จัดแต่งแล้ว	พิธีกร: "สวัสดีค่ะ วันนี้จะมาแนะนำบริการรับจัดสวนครบวงจรของร้านสกลพันธุ์ไม้ค่ะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ
3.	32	MLS	ภาพขั้นตอนการจัดสวนโดยสถาปนิก	พิธีกร: "ร้านมีสถาปนิกผู้เชี่ยวชาญคอยออกแบบและจัดสวนให้ตามความต้องการของลูกค้า ทั้งสวนบ้าน สำนักงาน หรือพื้นที่ขนาดใหญ่ค่ะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ
4.	32	MCU	ภาพผลงานสวนที่จัดแต่งสำเร็จแล้ว	พิธีกร: "นอกจากนี้ยังมีบริการจัดส่ง ปลูก รับเปลี่ยนกระถาง และฝากดูแลต้นไม้อีกด้วยนะคะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ
5.	26	MS	พิธีกรบอกช่องทางติดต่อ	พิธีกร: "สนใจบริการจัดสวนสอบถามรายละเอียดได้ที่ร้านหรือทาง TikTok ของเราได้เลยค่ะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ
6.	25	ELS	ภาพสวนที่จัดเสร็จแล้วสวยงาม	-	เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 9 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 7 เทคนิคการดูแลต้นไม้เบื้องต้น ตอนที่ 1

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
1.	5	ELS	ภาพรวมต้นไม้ภายในร้านและชื่อเรื่องตอนที่ 1	ผู้บรรยาย: "เทคนิคการดูแลต้นไม้เบื้องต้น ตอนที่ 1 มือใหม่ก็ทำได้ค่ะ"	เสียงบรรยายเสียงดนตรีประกอบ
2.	15	MS	พิธีกรแนะนำพี่ปอนด์ ผู้ดูแลร้านสกลพันธุ์ไม้	พิธีกร: "วันนี้ให้พี่ปอนด์มาแนะนำการดูแลต้นไม้เบื้องต้นกันค่ะ" พี่ปอนด์: "เราจะแบ่งการดูแลเป็นสามขั้นตอนง่าย ๆ ครับ"	เสียงพิธีกรเสียงพี่ปอนด์เสียงดนตรีประกอบ
3.	21	MCU	ภาพต้นไม้กลางแจ้งและต้นไม้ที่เหมาะกับแดดรำไร	พี่ปอนด์: "ขั้นแรกต้องรู้ชนิดของต้นไม้ก่อนครับ แต่ละชนิดต้องการแสงต่างกัน ทั้งไม้กลางแจ้งและไม้ที่เหมาะกับแดดรำไร"	เสียงพี่ปอนด์เสียงดนตรีประกอบ
4.	21	MCU	ภาพต้นเฮลิโคเนียและบริเวณที่ได้รับแสงรำไร	พี่ปอนด์: "ตัวอย่างเช่นเฮลิโคเนีย ควรเลือกบริเวณที่มีแสงเหมาะกับต้นไม้ครับ"	เสียงพี่ปอนด์เสียงดนตรีประกอบ
5.	20	MCU	ภาพการเลือกตำแหน่งวางต้นไม้บริเวณบ้านและตัวอย่างใบไหม้	พี่ปอนด์: "ขั้นที่สองคือเลือกตำแหน่งวางให้เหมาะกับต้นไม้ครับ ไม้ที่ไม่ทนแดดจัดควรอยู่ในบริเวณร่มหรือแดดรำไร เพื่อหลีกเลี่ยงอาการใบไหม้"	เสียงพี่ปอนด์เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 9 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 7 เทคนิคการดูแลต้นไม้เบื้องต้น ตอนที่ 1

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
6.	15	MS	พิธีกรสรุปและแสดงข้อความชวนติดตามตอนที่ 2 และ 3	ผู้บรรยาย: "ยังมีอีกสองตอนเกี่ยวกับการดูแลต้นไม้ กดติดตามไว้เพื่อไม่พลาดคลิปต่อไปค่ะ"	เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 10 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 8 การแนะนำวิธีการรดน้ำต้นไม้อย่างถูกต้อง ตอนที่ 2

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
1.	6	ELS	ภาพการรดน้ำต้นไม้และชื่อเรื่องตอนที่ 2	พิธีกร: "ตอนที่ 2 มาเรียนรู้วิธีรดน้ำต้นไม้อย่างถูกต้องกันค่ะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ
2.	17	MS	พี่ปอนด์อธิบายการดูแลและช่วงเวลารดน้ำ	พี่ปอนด์: "การดูแลเริ่มจากการรดน้ำครับ ควรรดน้ำในช่วงเช้า และตรวจดูความชื้นของหน้าดินก่อน"	เสียงพี่ปอนด์ เสียงดนตรีประกอบ
3.	23	MCU	ภาพมือสัมผัสหน้าดินเพื่อตรวจความชื้นและสาธิตการรดน้ำ	พี่ปอนด์: "ถ้าหน้าดินยังชื้นไม่จำเป็นต้องรดน้ำมากครับ การให้น้ำมากเกินไปอาจทำให้รากเน่าและต้นไม้ตายได้"	เสียงพี่ปอนด์ เสียงดนตรีประกอบ
4.	23	MCU	ภาพปุ๋ยและการบำรุงต้นไม้เพิ่มเติม	พี่ปอนด์: "นอกจากน้ำแล้ว ต้นไม้ยังต้องได้รับสารอาหารเพิ่มเติม ควรดูแลเรื่องปุ๋ยให้เหมาะกับต้นไม้ด้วยครับ"	เสียงพี่ปอนด์ เสียงดนตรีประกอบ
5.	17	MS	พิธีกรชวนติดตามตอนที่ 3 และภาพป้ายร้าน	พิธีกร: "อย่าลืมติดตามตอนสุดท้าย และแวะมาที่ร้านสกลพันธุ์ไม้กันนะคะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 11 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 9 การแนะนำวิธีสังเกตอาการผิดปกติของต้นไม้ ตอนที่ 3

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
1.	4	ELS	ภาพต้นไม้และชื่อเรื่องตอนที่ 3	ผู้บรรยาย: "วิธีสังเกตอาการผิดปกติของต้นไม้ ตอนที่ 3 รู้ทันปัญหา ดูแลทันเวลาค่ะ"	เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ
2.	7	MS	พี่ปอนด์ แนะนำการตรวจสภาพต้นไม้	พี่ปอนด์: "หลังรดน้ำและให้ปุ๋ยแล้ว ต้องสังเกตอาการของต้นไม้ด้วยครับ"	เสียงพี่ปอนด์ เสียงดนตรีประกอบ
3.	15	MCU	ภาพตัวอย่างใบเหลือง ดินแห้ง จุดบนใบ และแมลง	พี่ปอนด์: "สังเกตใบเหลือง ดินแห้งผิดปกติ จุดต่าง ๆ บนใบ รวมถึงแมลง เพื่อให้พบปัญหาได้เร็วครับ"	เสียงพี่ปอนด์ เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 11 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 9 การแนะนำวิธีสังเกตอาการผิดปกติของต้นไม้ ตอนที่ 3

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
4.	15	MCU	ภาพการตรวจใบและอุปกรณ์ดูแลป้องกันปัญหาต้นไม้	พี่ปอนด์: "เมื่อพบปัญหา ควรเลือกวิธีป้องกันและดูแลให้เหมาะกับอาการของต้นไม้ครับ"	เสียงพี่ปอนด์ เสียงดนตรีประกอบ
5.	15	MS	พี่ปอนด์สรุปสามขั้นตอนประกอบภาพต้นไม้	พี่ปอนด์: "สรุปคือรู้ชนิดของต้นไม้ เลือกตำแหน่งวางให้ถูกต้อง และดูแลบำรุงพร้อมสังเกตอาการอย่างสม่ำเสมอครับ"	เสียงพี่ปอนด์ เสียงดนตรีประกอบ
6.	11	MS	พิธีกรปิดท้ายและภาพป้ายร้านสกลพันธุ์ไม้	พิธีกร: "แวะมาที่ร้านสกลพันธุ์ไม้ และอย่าลืมกดติดตามไว้ด้วยนะคะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 12 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 10 พาทัวร์มุมถ่ายรูปและจุดเช็คอินภายในร้าน

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
1.	4	ELS	ภาพบรรยากาศร้านและข้อความแนะนำมุมถ่ายรูป	-	เสียงดนตรีประกอบเสียงเอฟเฟกต์
2.	12	MS	พิธีกรเปิดเรื่องพาชมมุมถ่ายรูปภายในร้าน	พิธีกร: "วันนี้จะพาทุกคนมาดูมุมถ่ายรูปสวย ๆ ของร้านสกลพันธุ์ไม้ รับรองว่าได้รูปสวยกลับไปแน่นอนค่ะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ
3.	19	MLS	ภาพต้นไม้หลากหลายชนิดและบรรยากาศสีเขียวภายในร้าน	ผู้บรรยาย: "ภายในร้านมีต้นไม้เรียงราย มองไปทางไหนก็สดชื่นสบายตา ลองเลือกมุมต้นไม้เป็นฉากหลังถ่ายรูปกันนะคะ"	เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ
4.	16	MLS	ภาพตัวอย่างการโพสท่าถ่ายรูปและเดินชมสินค้าในร้าน	ผู้บรรยาย: "จะยืนสบาย ๆ หรือโพสท่าน่ารักก็ได้ภาพเป็นธรรมชาติ ถ่ายรูปแล้วก็เดินชมต้นไม้และหาไอเดียแต่งสวนต่อได้ค่ะ"	เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ
5.	12	MS	พิธีกรชวนมาเยี่ยมชม ตามด้วยป้ายร้านและข้อความขอบคุณ	พิธีกร: "แวะมาเลือกต้นไม้และถ่ายรูปที่ร้านสกลพันธุ์ไม้อย่าลืมกดติดตามไว้ด้วยนะคะ"	เสียงพิธีกร เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์

การประเมินผล

การประเมินคุณภาพ และความพึงพอใจ สื่อประชาสัมพันธ์ ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok ผู้จัดทำได้ใช้แบบสอบถามในการประเมินคุณภาพ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและเทคโนโลยี จำนวน 3 คน และประเมินความพึงพอใจ โดยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 402 คน ทำการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้จัดทำขึ้น ตามแบบประเมินที่ได้ออกแบบไว้

การประเมินคุณภาพ และการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ ได้กำหนดเกณฑ์ตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert) ประกอบด้วยมาตรอันดับ (Rating Scale) เชิงคุณภาพ 5 ระดับ และมาตรอันดับเชิงปริมาณ 5 ระดับ โดยจะให้คะแนนในแต่ละหัวข้อตามความเหมาะสมซึ่งมีลำดับตามความหมายของคะแนนดังนี้

เกณฑ์การประเมินค่าระดับคุณภาพ และความพึงพอใจ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยการตรวจให้คะแนนใช้เกณฑ์ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

มากที่สุด ให้ 5 คะแนน
มาก ให้ 4 คะแนน
ปานกลาง ให้ 3 คะแนน
น้อย ให้ 2 คะแนน
น้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาแปลความหมาย โดยนำไปเทียบกับเกณฑ์แปลความหมาย ดังนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง มีคุณภาพ/ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50 หมายถึง มีคุณภาพ/ความพึงพอใจในระดับมาก
2.51 – 3.50 หมายถึง มีคุณภาพ/ความพึงพอใจในระดับปานกลาง
1.51 – 2.50 หมายถึง มีคุณภาพ/ความพึงพอใจในระดับน้อย
1.00 – 1.50 หมายถึง มีคุณภาพ/ความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

เมื่อผู้ตอบแบบประเมินทำแบบประเมินเรียบร้อยแล้ว ทางผู้จัดทำจะนำแบบประเมินนั้นมาทำการวิเคราะห์โดยใช้หลักการทางสถิติเพื่อสรุปผลการประเมินว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้จัดทำขึ้นมีคุณภาพ และความพึงพอใจ ในด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับใด ซึ่งหลักการสถิติที่ใช้มีดังนี้

ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) หรือค่าเฉลี่ย (Mean)

จากสูตร $\bar{X} = \frac{\Sigma X}{N}$

เมื่อ $\bar{x}$ = ค่าเฉลี่ย

$\sum x$ = ผลรวมทั้งหมดของข้อมูล

N = จำนวนข้อมูลทั้งหมด

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

จากสูตร S.D. = $\sqrt{\frac{\sum(X-\bar{x})^2}{N}}$

เมื่อ S.D. = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\bar{x}$ = ค่าเฉลี่ยรวมของหัวข้อที่ประเมิน

X = ผลรวมของหัวข้อที่ประเมินที่ได้จากผู้ประเมินแต่ละท่าน

N = จำนวนข้อมูลทั้งหมด

บทที่ 4

ผลการพัฒนาโครงการ

การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok มีรูปแบบการนำเสนอทั้งหมด 10 คลิป เป็นการนำเสนอในรูปแบบวิดีโอ เมื่อผลิตเสร็จแล้วได้ให้ผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์และทำการ ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นได้ให้ผู้ใช้งานทั่วไปได้รับชมและทำการประเมิน ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์แบ่งได้ ดังนี้

ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok มีรายละเอียด ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 13 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 1 แนะนำประวัติและความเป็นมาของร้านสกลพันธุ์ไม้

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
1.		เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	ร้านต้นไม้ที่อยู่คู่สกลนครมากกว่า 30 ปีร้านสกลพันธุ์ไม้สกลนคร	–	5.93 วินาที

ตาราง 13 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 1 แนะนำประวัติและความเป็นมาของร้านสกลพันธุ์ไม้

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
2.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: สวัสดีค่ะ วันนี้เราจะพาทุกคนมารู้จักกับร้านสกลพันธุ์ไม้ร้านต้นไม้ที่ครบวงจรในจังหวัดสกลนครที่เปิดให้บริการมายาวนานกว่าสามสิบปีค่ะ มาดูกันว่าทำไมร้านนี้ถึงเป็นร้านโปรดของคนรักต้นไม้หลายหลายคนกันค่ะ	20.76 วินาที
3.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ก่อนอื่นพาไปดูที่ตั้งของร้านกันก่อนนะคะ ร้านสกลพันธุ์ไม้ตั้งอยู่บนถนนนิตโยอำเภอเมืองจังหวัดสกลนครเดินทางสะดวกจะมาจากในตัวเมืองหรืออำเภอใกล้ใกล้ก็แวะมาได้ง่ายค่ะ	14.86 วินาที

ตาราง 13 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 1 แนะนำประวัติและความเป็นมาของร้านสกลพันธุ์ไม้

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
4.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ที่นี่เปิดให้บริการมายาวนานกว่าสามสิบปีแล้วนะคะ จุดเริ่มต้นจากคุณพ่อของครอบครัว ซึ่งจนถึงทุกวันนี้ก็ยังคอยให้คำแนะนำและถ่ายทอดประสบการณ์เรื่องต้นไม้ให้กับร้านอยู่เสมอค่ะ	14.57 วินาที
5.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ปัจจุบันดูแลร้านโดยพี่ปอนด์หรือวุฒิกร พูนปริญญาร่วมกับพี่ชายค่ะทั้งสองคนช่วยกันสานต่อกิจการของครอบครัวดูแลทั้งหน้าร้านงานจัดสวน	12.00 วินาที
6.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: และยังคอยให้คำแนะนำลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์อีกด้วย	4.30 วินาที

ตาราง 13 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 1 แนะนำประวัติและความเป็นมาของร้านสกลพันธุ์ไม้

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
7.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: แล้วถ้าใครกำลังวางแผนจัดสวนไม่ว่าจะเป็นสวนหน้าบ้านร้านค้าหรือสำนักงานทางร้านมีทีมผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำปรึกษาออกแบบให้เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่ค่ะ	13.17 วินาที
8.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: นอกจากบริการจัดสวนแล้วภายในร้านยังมีต้นไม้ให้เลือกหลากหลายชนิดเลยค่ะ ทั้ง	6.47 วินาที
9.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ไม้ดอกไม้ประดับไม้ฟอกอากาศไม้ใหญ่	3.50 วินาที
10.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: รวมถึงดินผสมภูพานดินปลูกพรีเมียมที่ที่ร้านพัฒนาขึ้นเองด้วยค่ะ	6.13 วินาที

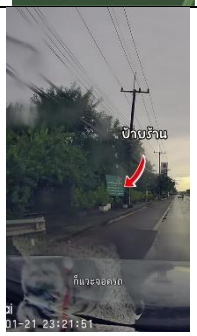
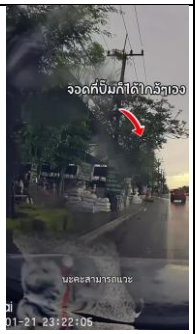
ตาราง 13 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 1 แนะนำประวัติและความเป็นมาของร้านสกลพันธุ์ไม้

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
11.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: และไม่ได้มีแค่นี้นะคะ ภายในร้านยังมีบริการออกแบบและจัดสวน	5.67 วินาที
12.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร:จัดจำหน่ายโต๊ะหินหินตกแต่งสวน	2.93 วินาที
13.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: โซนปลาสวยงามรวมถึงอุปกรณ์จัดสวนครบวงจรให้เลือกครบในที่เดียวค่ะ	6.30 วินาที
14.		เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	–	–	4.37 วินาที

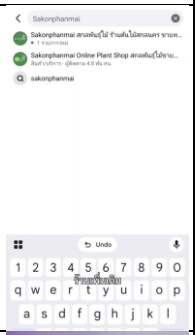
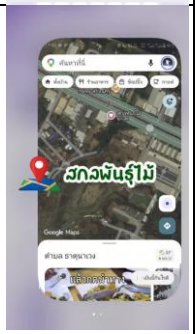
ตาราง 14 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 2 แนะนำที่ตั้งร้านและเส้นทางการเดินทาง

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
1.		เสียงดนตรีประกอบเสียงเอฟเฟกต์	หาร้านสกลพันธุ์ไม้ไม่เจอใช่ไหม? แนะนำที่ตั้งร้านและเส้นทางการเดินทาง เส้นทางไปยังร้าน 424/11 ถนนนิตโย	–	5.37 วินาที
2.		เสียงบรรยายเสียงดนตรีประกอบเสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: สวัสดีค่ะ วันนี้จะพาทุกคนมาดูว่าร้านสกลพันธุ์ไม้อยู่ที่ไหนและเดินทางมายังไงได้บ้างนะคะ ตามมาเลยค่ะ	10.50 วินาที
3.		เสียงบรรยายเสียงดนตรีประกอบเสียงเอฟเฟกต์	424/11 ถนนนิตโย ต.ธาตุนาเวง อ.เมืองจ. สกลนคร 47000 “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ร้านสกลพันธุ์ไม้ตั้งอยู่เลขที่ 424/11ถนนนิตโยตำบลธาตุนาเวงอำเภอเมืองสกลนครจังหวัดสกลนครค่ะ	9.77 วินาที

ตาราง 14 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 2 แนะนำที่ตั้งร้านและเส้นทางการเดินทาง

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
4.		เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	สกลพันธุ์ไม้ 424/11 ถนนนิตโย	–	3.90 วินาที
5.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ตัวร้านตั้งอยู่บนถนนสายหลักที่เชื่อมระหว่างตัวเมืองสกลนครกับอำเภอรอบๆ	5.53 วินาที
6.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	จอดหน้าร้าน “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ถ้าขับรถมาจากในตัวเมืองให้วิ่งมาตามถนนนิตโยมาเรื่อยๆพอเห็นป้ายร้านก็แวะจอดรถเพื่อเข้ามาเลือกชมต้นไม้หรือสอบถามสินค้าได้เลยค่ะ	10.90 วินาที
7.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	จอดหน้าร้าน จอดที่ปั๊มก็ได้ใกล้ๆเอง “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: แต่ถ้าใครต้องการจอดรถนานขึ้นบริเวณถัดจากร้านมีปั๊มน้ำมันปตทนะคะ สามารถแวะเข้าไปใช้บริการและสอบถามพื้นที่จอดรถภายในปั๊มได้เลยค่ะ	10.37 วินาที

ตาราง 14 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 2 แนะนำที่ตั้งร้านและเส้นทางการเดินทาง

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
8.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ถ้าใครอยากดูข้อมูลของร้านเพิ่มเติม ก็ลองกดค้นหาคำว่าสกลพันธุ์ไม้ในเฟซบุ๊กได้เลย	6.40 วินาที
9.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	กด “เส้นทาง” แล้วออกเดินทางได้เลย “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: นะคะ หรือถ้าอยากเดินทางมาที่ร้านก็พิมพ์ชื่อร้านในกูเกิลแมพแล้วกดนำทางมาได้เลยค่ะ	5.53 วินาที
10.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	เห็นไหมคะว่าหาไม่ยากเลยแวะมาเดินเล่นดูต้นไม้ได้เลยนะคะยินดีต้อนรับทุกคนเลยค่ะ “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: เห็นไหมคะว่าไม่ยากเลยแวะมาเดินเล่นดูต้นไม้ได้เลยนะคะ ยินดีต้อนรับทุกคนเลยค่ะ	6.37 วินาที

ตาราง 14 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 2 แนะนำที่ตั้งร้านและเส้นทางการเดินทาง

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
11.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	Follow ถ้าชอบคลิปนี้ก็Follow ไว้ได้เลยมีคลิปต้นไม้อีกเพียบเลยค่ะ Thankyou “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ถ้าชอบคลิปนี้กดฟอลโลว์ไว้ได้เลยมีคลิปต้นไม้มาอีกเพียบเลยค่ะ	5.03 วินาที
12.		เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	Thank you	–	7.18 วินาที

ตาราง 15 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 3 แนะนำพันธุ์ไม้ขายดีและไม้มงคลประจำร้าน

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
1.		เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	แนะนำไม้ขายดี & ไม้มงคลประจำร้าน เสริมดวงแถมบ้านสวย	–	5.77 วินาที

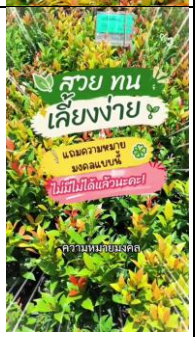
ตาราง 15 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 3 แนะนำพันธุ์ไม้ขายดีและไม้มงคลประจำร้าน

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
2.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: สวัสดีค่ะ วันนี้จะพาทุกคนมาดูพันธุ์ไม้ขายดีและไม้มงคลที่ได้รับความนิยมสูงสุดของร้านสกลพันธุ์ไม้กันเลยค่ะ รับรองว่าเห็นแล้วอยากได้กลับไปทุกต้นแน่นอน	16.20 วินาที
3.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: สำหรับใครที่เป็นสายมูแนะนำลองแวะมาที่ร้านสกลพันธุ์ไม้ได้เลยค่ะ ต้นนี้คือต้นใบเงินใบนาค เรียกทรัพย์เรียกเงินทองไหลมาเทมาแล้วก็ปัดเป่าสิ่งไม่ดีออกไปค่ะ	15.20 วินาที
4.		เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	–	–	5.27 วินาที

ตาราง 15 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 3 แนะนำพันธุ์ไม้ขายดีและไม้มงคลประจำร้าน

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
5.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ส่วนต้นคริสติน่าปลูกเพื่อเสริมเป็นสิริมงคลและเรียกทรัพย์เข้าบ้านค่ะ	6.90 วินาที
6.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: จุดเด่นของน้องคนนี้คือยอดอ่อนที่แตกออกมาจะเป็นสีแดงสดยิ่งปลูกในที่โดนแดดจัดจัดยิ่งสวยสีแดงจะยิ่งเด่นและสวยแพงมากมาก	10.90 วินาที
7.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ซึ่งตามความเชื่อแล้วสีแดงคือสีแห่งความโชคดีช่วยเสริมพลังงานบวกเสริมความมั่งคั่งและดึงดูดสิ่งดีดีเข้ามาในบ้านค่ะ	9.73 วินาที
8.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ที่สำคัญคือเลี้ยงง่ายนะคะ ทนแดดทนฝนเข้ากับสภาพอากาศบ้านเราสุดสุด	6.33 วินาที

ตาราง 15 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 3 แนะนำพันธุ์ไม้ขายดีและไม้มงคลประจำร้าน

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
9.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ใครอยากจัดสวนสไตล์คาเฟ่หรืออยากปลูกเรียงกันทำเป็นแนวรั้วสวยสวยคริสตินาคือตอบโจทย์ที่สุด	8.07 วินาที
10.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: เลยค่ะ เราสามารถตัดแต่งทรงพุ่มได้ตามใจชอบเลย	3.93 วินาที
11.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	สวยทนเลี้ยงง่ายแถมความหมายมงคลแบบนี้ไม่มีไม่ได้แล้วนะคะ! “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: นะคะ สวยทนเลี้ยงง่ายแถมความหมายมงคลแบบนี้ไม่มีไม่ได้แล้วนะคะ	5.40 วินาที
12.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	ใครสนใจแวะมาเลือกต้นคริสตินาฟอร์มพุ่มสวยๆ “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ใครสนใจแวะมาเลือกต้นคริสตินาฟอร์มพุ่มสวยสวยแวะมาเลือกได้ที่ร้านสกลพันธุ์ไม้	6.97 วินาที

ตาราง 15 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 3 แนะนำพันธุ์ไม้ขายดีและไม้มงคลประจำร้าน

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
13.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: และอย่าลืมกดฟอลโลว์ไว้ด้วยนะคะ ขอบคุณค่ะ	3.57 วินาที
14.		เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	ร้านสกลพันธุ์ไม้ ถนนนิตโย สกลนครมีพร้อมส่ง เพียบมาเจอกันนะคะ!	–	10.39 วินาที

ตาราง 16 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 4 แนะนำพันธุ์ไม้ขนาดเล็กสำหรับนักเรียนนักศึกษา

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
1.		เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	อยู่หอพัก พื้นที่น้อยก็ปลูกต้นไม้ได้นะ!มุมเตียง มุมโต๊ะเรียน ต้นไม้เล็กๆ น่ารัก	–	5.85 วินาที

ตาราง 16 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 4 แนะนำพันธุ์ไม้ขนาดเล็กสำหรับนักเรียนนักศึกษา

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
2.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: สวัสดีค่ะ วันนี้เรามีต้นไม้ที่อยากแนะนำสำหรับน้องน้องนักเรียนนักศึกษาคลิปนี้พี่มีคำตอบให้น้องน้องเลยค่ะ	9.40 วินาที
3.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: เรามาเริ่มต้นกันที่ไม้อวบน้ำและกระบองเพชรนะคะ เหมาะกับเพื่อนเพื่อนที่ไม่ค่อยมีเวลามารดน้ำ	6.88 วินาที
4.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: เพราะรดน้ำแค่อาทิตย์ละครั้งก็พอแล้วไม่ต้องดูแลเยอะทนแล้งได้ดีมากและราคาเริ่มต้นแค่หลักสิบบาทเท่านั้นค่ะ	7.98 วินาที

ตาราง 16 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 4 แนะนำพันธุ์ไม้ขนาดเล็กสำหรับนักเรียนนักศึกษา

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
5.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	ชอบแสงอ่อนๆไม่ค่อยชอบแดดแรง “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ต่อมาเป็นเดหลีใบดำนะคะ ต้นนี้เหมาะมากสำหรับหอพักหรือห้องที่พื้นที่ไม่เยอะเพราะเลี้ยงในบ้านได้ค่ะ ชอบแสงอ่อนอ่อนไม่ค่อยชอบแดดแรงหรือแค่วางใกล้ใกล้หน้าต่างที่อากาศถ่ายเทหน่อยก็โตสวยแล้วค่ะ	15.28 วินาที
6.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	ใบจะเป็นสีเขียวเข้มเงาๆ “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ใบจะเป็นสีเขียวเข้มเงาเงาช่วยให้ห้องดูสบายตาแถมยังเข้ากับห้องได้หลายสไตล์อีกด้วยแล้วต้นเดหลีใบดำ	7.53 วินาที
7.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ปิดท้ายด้วยต้นกวักมหามงคลหรือหลายคนรู้จักกันในชื่อโกนีมานะคะ จุดเด่นของต้นนี้คือสีใบที่มีทั้งสีเขียวเหลืองและแดงดูสดใสช่วยเพิ่มความมีชีวิตชีวาให้บ้านหรือห้องพักได้มากเลยค่ะ	14.48 วินาที

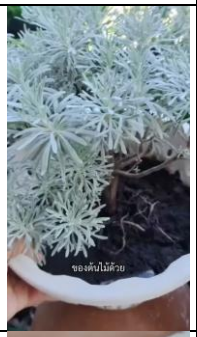
ตาราง 16 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 4 แนะนำพันธุ์ไม้ขนาดเล็กสำหรับนักเรียนนักศึกษา

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
8.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: นอกจากสวยแล้วยังเป็นต้นไม้ที่ช่วยฟอกอากาศดูดซับก๊าซบางชนิดในอากาศได้ด้วย	5.33 วินาที
9.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: แถมยังเป็นต้นไม้ที่ทนมากไม่ต้องการแดดจัดดูแลง่ายเหมาะสำหรับมือใหม่หรือคนที่ไม่ค่อยมีเวลาดูแลต้นไม้ค่ะ	7.65 วินาที
10.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: น้องน้องคนไหนที่สนใจอยากปลูกต้นไม้แนะนำให้มาร้านนี้ได้เลยนะคะ ร้านสกลพันธุ์ไม้ยินดีให้บริการค่ะ	7.63 วินาที
11.		เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	–	–	1.48 วินาที

ตาราง 17 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 5 แนะนำวัสดุปลูกและเทคนิคการเลือกกระถาง

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
1.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	สกลพันธุ์ไม้ ดินปลูกและกระถางเลือกยังไง? ให้เหมาะกับต้นไม้ของเรา? “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ถ้าใครกำลังจะปลูกต้นไม้ใหม่อย่าลืมเลือกทั้งดินและกระถางให้เหมาะสมกันนะคะ เพราะทั้งสองอย่างมีส่วนสำคัญต่อการเจริญเติบโตของต้นไม้ค่ะ	9.50 วินาที
2.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: เริ่มจากดินที่ปลูกกันก่อนเลยค่ะ ที่ร้านสกลพันธุ์ไม้มีดินผสมพร้อมปลูกดงภูพานของทางร้านผลิตขึ้นมาเองด้วยนะคะ	9.03 วินาที
3.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: บนถุงระบุว่าเป็นดินที่ผสมเหมาะสำหรับการปลูกต้นไม้ไม้ดอกไม้ประดับรวมถึงผักและผลไม้ค่ะ	9.17 วินาที
4.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ใครกำลังมองหาดินปลูก ก็สามารถแวะมาดูสินค้าที่ร้านได้เลยนะคะ ขอบคุณค่ะ	5.63 วินาที

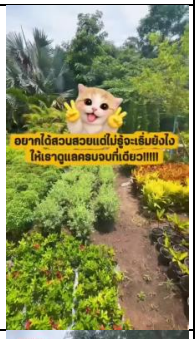
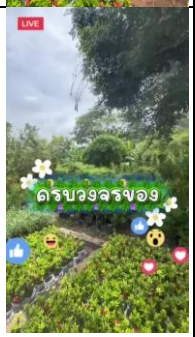
ตาราง 17 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 5 แนะนำวัสดุปลูกและเทคนิคการเลือกกระถาง

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
5.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: นอกจากดินแล้วเราก็ต้องดูเรื่องรากของต้นไม้ด้วยนะคะ เพราะรากมีหน้าที่ดูดน้ำและธาตุอาหารไปเลี้ยงต้นไม้	7.47 วินาที
6.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ค่ะ ถ้าเริ่มเห็นรากงอกออกมาจากรูระบายน้ำด้านล่างก็ให้ลองตรวจดูว่ารากเต็มกระถางแล้วหรือเปล่านะคะ	7.20 วินาที
7.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	เหมาะสมกับต้นไม้เล็กไปใหญ่เกิน “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ต่อมาเป็นเรื่องกระถางค่ะ เวลาเลือกกระถางควรเลือกขนาดให้เหมาะสมกับต้นไม้ ต้นไม้ไม่เล็กหรือใหญ่เกินไป	7.83 วินาที
8.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: และอย่าลืมดูรูระบายน้ำด้วยนะคะ	2.63 วินาที

ตาราง 17 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 5 แนะนำวัสดุปลูกและเทคนิคการเลือกกระถาง

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
9.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ส่วนใครที่อยากตกแต่งบ้านหรือจัดสวนก็สามารถเลือกรูปทรง สีสัน และวัสดุของกระถางให้เข้ากับมุมที่ต้องการได้เลยค่ะ	9.03 วินาที
10.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	สกลพันธุ์ไม้ ดินปลูก กระถางแวะมาเลือกที่ร้านได้เลยค่ะ “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ใครกำลังมองหาดินปลูกหรือกระถางที่ร้านสกลพันธุ์ไม้มีสินค้าให้เลือกหลายแบบนะคะ	6.27 วินาที
11.		เสียงบรรยาย เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: อย่าลืมแวะมาที่ร้านสกลพันธุ์ไม้และอย่าลืมกดฟอลโลว์ไว้ด้วยนะคะ	5.30 วินาที
12.		เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์	ขอบคุณที่รับชมแวะมาเดินชมกันได้นะคะสกลพันธุ์ไม้ถนนนิตโย จ.สกลนครกดติดตาม	–	6.92 วินาที

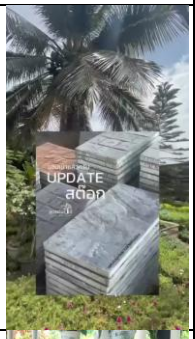
ตาราง 18 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 6 แนะนำบริการรับจัดสวนครบวงจร

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
1.		เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: อยากได้สวนสวยแต่ไม่รู้จะเริ่มยังไงให้เราดูแลครบจบที่เดียว	6.00 วินาที
2.		เสียงบรรยาย	ต้นไม้ที่เห็นอยู่ทั้งหมดนี้พร้อมนำไปจัดสวนให้ถึงบ้านได้เลยนะคะ	พิธีกร: สวัสดีค่ะ วันนี้จะมาแนะนำบริการรับจัดสวนครบวงจรของร้านสกลพันธุ์ไม้กันค่ะ ต้นไม้ที่เห็นอยู่นี้ทั้งหมดพร้อมนำไปจัดสวนให้ถึงที่บ้านได้เลยนะคะ	14.53 วินาที
3.		เสียงบรรยาย	มีสถาปนิกผู้เชี่ยวชาญออกแบบให้ออกแบบตามสไตล์และพื้นที่จริง “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: สิ่งที่ทำให้ร้านสกลพันธุ์ไม้แตกต่างจากร้านอื่นคือที่นี่มีสถาปนิกผู้เชี่ยวชาญคอยออกแบบและจัดสวนให้โดยตรงเลยค่ะ ไม่ใช่แค่เอาต้นไม้มาวางเฉยเฉยแต่ออกแบบให้เหมาะกับพื้นที่และสไตล์บ้านของลูกค้าโดยเฉพาะเลยค่ะ	19.30 วินาที

ตาราง 18 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 6 แนะนำบริการรับจัดสวนครบวงจร

4.		เสียงบรรยาย	ไม่จำกัดไม้ล้อมไม้ประดับไม้คลุมดิน “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ในร้านมีต้นไม้สำหรับงานจัดสวนครบทุกชนิดเลยค่ะ ไม่ว่าจะเป็นต้นไม้ยืนต้นขนาดใหญ่ไม้ล้อมไม้ประดับหรือไม้คลุกดิน	10.53 วินาที
5.		เสียงบรรยาย	บริการจัดส่งบริการปลูกและวางต้นไม้รับเปลี่ยนกระถางฝากดูแลต้นไม้ “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ลูกค้าสามารถเดินเลือกต้นไม้ที่ถูกใจได้เลยที่ร้านแล้วทีมงานจะนำไปปลูกให้ถึงที่เลยค่ะ นอกจากออกแบบจัดสวนและจัดสวนแล้วยังมีบริการเสริมครบครันเลยค่ะ ทั้งบริการจัดส่งต้นไม้ถึงบ้านบริการปลูก	19.20 วินาที
6.		เสียงบรรยาย	บริการจัดส่งบริการปลูกและวางต้นไม้รับเปลี่ยนกระถางฝากดูแลต้นไม้ “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: และวางต้นไม้บริการรับเปลี่ยนกระถางและบริการรับฝากต้นไม้สำหรับลูกค้าที่ไม่สะดวกดูแลด้วยค่ะ	9.80 วินาที

ตาราง 18 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 6 แนะนำบริการรับจัดสวนครบวงจร

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
7.		–	UPDATE สต๊อก	–	11.60 วินาที
8.		เสียงบรรยาย	ตัวอย่างผลงานจริงโทรปรึกษาได้เลยฟรี!!!! “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: นี่คือตัวอย่างของผลงานที่ร้านเคยจัดให้ลูกค้านะคะ ไม่ว่าจะเป็นสวนหน้าบ้านสวนหลังบ้านหรือพื้นที่สำนักงาน	9.80 วินาที
9.		เสียงบรรยาย	ข้อความสรุปการให้บริการประกอบภาพผลงาน “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ทีมงานดูแลได้หมดเลยค่ะ	1.70 วินาที
10.		เสียงบรรยาย	สวยง่ายในที่เดียว สกลพันธุ์ไม้ “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: แค่ติดต่อมาบอกความต้องการทีมงานพร้อมออกแบบต้นไม้สวยสวยพร้อมบริการครบวงจรมีที่นี่ที่เดียวค่ะ	7.73 วินาที

ตาราง 18 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 6 แนะนำบริการรับจัดสวนครบวงจร

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
11.		เสียงบรรยาย	424/11 ถนนนิตโย สกลนคร090 -996-2677 Followฟอล โลว์ สกลพันธุ์ไม้ ด้วย!!! “บรรยาย คำพูดพิธีกร”	พิธีกร: ใครสนใจบริการจัดสวนสอบถามได้เลยนะคะ ทั้งโทรมาหาร้านหรือแวะมาคุยที่ร้านได้เลยยินดีให้คำปรึกษาฟรีทุกคนค่ะ กดไลก์ไว้ด้วยนะคะ มีคลิปดีดีมาอีกเยอะเลยค่ะ	15.83 วินาที
12.		–	424/11 ถนนนิตโย สกลนคร090 -996-2677 Followฟอล โลว์ สกลพันธุ์ไม้ ด้วย!!!	–	2.91 วินาที

ตาราง 19 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 7 เทคนิคการดูแลต้นไม้เบื้องต้น ตอนที่ 1

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
1.		เสียงบรรยาย	วิธีดูแลต้นไม้เบื้องต้นมือใหม่ก็ทำได้ รดน้ำอย่างไร? แสงแดดแบบไหน? พร้อมทริคง่ายๆ “บรรยายคำพูด”	ผู้บรรยาย: วิธีดูแลต้นไม้เบื้องต้นมือใหม่ก็ทำได้	2.80 วินาที
2.		เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: เดี๋ยววันนี้เราจะให้พี่ปอนด์เข้ามาแนะนำและการดูแลต้นไม้เบื้องต้นนะคะ	5.40 วินาที
3.		เสียงพี่ปอนด์	พี่ปอนด์ผู้ดูแลร้านสกลพันธุ์ไม้ “บรรยายคำพูดพี่ปอนด์”	พี่ปอนด์: ครับ ก็ปอนด์นะครับ ผมเอ่อดูแลร้านสกลพันธุ์ไม้นะครับ เดี๋ยววันนี้ก็จะให้คำแนะนำน้องน้องเรื่องการดูแลต้นไม้เบื้องต้นเนาะ	8.77 วินาที

ตาราง 19 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 7 เทคนิคการดูแลต้นไม้เบื้องต้น ตอนที่ 1

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
4.		เสียงพี่ปอนด์	3 “บรรยาย คำพูด พี่ปอนด์”	พี่ปอนด์: พี่จะแบ่งเป็นสาม สเต็ปง่ายง่ายและกันการ ดูแลเบื้องต้นคือ	3.80 วินาที
5.		เสียงพี่ปอนด์	ต้นไม้แบ่ง ออกเป็น 2 ชนิด “บรรยาย คำพูด พี่ปอนด์”	พี่ปอนด์: ขั้นแรกนะครับ คือเราต้องรู้ชนิด ของพืชพันธุ์ก่อนก็คือ ต้นไม้นะครับ เขาจะแบ่ง เป็นสองชนิดหลักหลักก็คือ ชนิดที่สามารถอยู่กลาง แดดได้	8.93 วินาที
6.		เสียงพี่ปอนด์	ชนิดที่ 2สามารถอยู่ กึ่งกลางแจ้ง และที่ร่มได้ “บรรยาย คำพูด พี่ปอนด์”	พี่ปอนด์: กับชนิดนึงคือ สามารถอยู่ในกึ่งกลางแจ้ง และที่ร่มได้นะครับ แต่ว่า อยู่ที่ร่มเลยจะไม่เหมาะ เนาะสำหรับต้นไม้มันจะมี กึ่งกลางแจ้งนะครับ ผมอะ อย่างต้นนี้นะครับ ชื่อว่า ต้น	11.27 วินาที

ตาราง 19 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 7 เทคนิคการดูแลต้นไม้เบื้องต้น ตอนที่ 1

7.		เสียงพี่ปอนด์	ต้นเฮลิโคเนียเติบโตได้ทั้งในที่ร่มและกลางแจ้งโดยเจริญเติบโตได้ดีในพื้นที่แดดรำไร “บรรยายคำพูดพี่ปอนด์”	พี่ปอนด์: เฮลิโคเนียเนาะเฮลิโคเนียนี่จะเป็นต้นไม้กึ่งกลางแจ้งนะครับ สามารถปลูกในแสงรำไรได้เนาะก็คือ	7.27 วินาที
8.		เสียงพี่ปอนด์	“บรรยายคำพูดพี่ปอนด์”	พี่ปอนด์: พอเราทราบถึงชนิดพันธุ์ต้นไม้แล้วนะครับ สเต็ปต่อมาสเต็ปที่สองก็คือเรื่องของตำแหน่งที่ตั้งนะครับ ผมการดูแลต้นไม้เบื้องต้นสิ่งที่หลายคนมักจะทำผิดนะครับ ก็คือเลือกตำแหน่งที่ตั้งให้น้องน้องผิดนั่นเองนะครับ	13.33 วินาที
9.		เสียงพี่ปอนด์	ควรปลูกใกล้พื้นที่ตัวบ้าน “บรรยายคำพูดพี่ปอนด์”	พี่ปอนด์: อย่างเช่นถ้าต้นนี้นะครับ เป็นต้นไม้ในร่มนะจุดที่เราจะตั้งนะครับก็ต้องอยู่บริเวณในร่มอย่างเช่น	5.77 วินาที

ตาราง 19 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 7 เทคนิคการดูแลต้นไม้เบื้องต้น ตอนที่ 1

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
10.		–	ควรปลูกใกล้พื้นที่ตัวบ้านเป็นพื้นที่ที่มีร่มและแดดไม่จัดถ้าโดนแดดจัดใบจะไหม้ที่สำคัญใบไหม้จะทำให้เกิดโรคต่างๆและทำให้ต้นไม้อ่อนแอ	–	16.97 วินาที
11.		เสียงบรรยาย	ยังไม่หมดมีอีก2 EP ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลต้นไม้EP 2 EP 3 “บรรยายคำพูด”	ผู้บรรยาย: ยังไม่หมดนะคะ มีอีกสองอีพีกดติดตามไว้จะไม่พลาดคลิปต่อไปค่ะ	3.97 วินาที
12.		–	EP 2 EP 3	–	1.24 วินาที

ตาราง 20 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 8 การแนะนำวิธีการลดน้ำต้นไม้อย่างถูกต้อง ตอนที่ 2

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
1.		เสียงบรรยาย	EP 2 ขั้นตอนการรดน้ำต้นไม้ รดอย่างไร? ให้ต้นไม้แข็งแรงเหมาะกับต้นไม้ทุกชนิด “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: อีพีสองขั้นตอนการรดน้ำต้นไม้	2.17 วินาที
2.		เสียงพี่ปอนด์	ขั้นตอนที่ 3 “บรรยายคำพูดพี่ปอนด์”	พี่ปอนด์: อ่าและสเต็ปสุดท้ายก็คือสเต็ปของการดูแลนะครับ การดูแลนะครับ ต้นไม้อย่างที่หลายคนรู้เลยอย่างแรกนะครับ เรื่องของการรดน้ำเนาะ	7.87 วินาที
3.		เสียงพี่ปอนด์	สังเกตพื้นที่หน้าดิน “บรรยายคำพูดพี่ปอนด์”	พี่ปอนด์: การรดน้ำเนี่ยต้นไม้นะครับ ผมวิธีที่เรารดน้ำนะครับ เราจะคือรดน้ำในช่วงเช้าเนาะถ้าเราจะรดน้ำให้เหมาะสมเราจะดูยังไงนะครับ เราต้องดูที่พื้นที่หน้าดินของเขานะครับ เราสามารถจับดูได้เลยนะครับ ผม	13.67 วินาที

ตาราง 20 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 8 การแนะนำวิธีการลดน้ำต้นไม้อย่างถูกต้อง ตอนที่ 2

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
4.		เสียงพี่ปอนด์	ส่งผลเสียต่อระบบทางเดินอาหาร “บรรยายคำพูดพี่ปอนด์”	พี่ปอนด์: ถ้าหน้าดินมีความชื้นนะครับ เราไม่จำเป็นต้องรดน้ำเยอะเนาะ เพราะการรดน้ำเยอะเนี่ยจะทำให้พืชนั้นตายได้นะครับ ทุกคนเพราะหนึ่งคือรากเขาจะเน่านะครับ พอรากเน่าก็ส่งผลเสียนะครับ ต่อระบบทางเดินอาหารของเขาก็จะทำให้พืชเหล่านั้นนะป่วยและก็ตายได้นั่นเองนะครับผม	18.27 วินาที
5.		เสียงพี่ปอนด์	2. การให้ปุ๋ย “บรรยายคำพูดพี่ปอนด์”	พี่ปอนด์: อะต่อมานะครับเราก็จะพูดถึงการให้ปุ๋ยเนาะ	4.10 วินาที

ตาราง 20 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 8 การแนะนำวิธีการลดน้ำต้นไม้อย่างถูกต้อง ตอนที่ 2

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
6.		เสียงพี่ปอนด์	สารอาหารไม่เพียงพอ “บรรยายคำพูดพี่ปอนด์”	พี่ปอนด์: หลายคนนะครับผมปลูกต้นไม้ไปต้นไม้ไม่ค่อยสวยเนี่ยก็เพราะเหตุผลนี้หลักหลักเลยคือเราไม่ได้ให้สารอาหารเขาเพิ่มนั่นเอง	7.30 วินาที
7.		เสียงพี่ปอนด์	“บรรยายคำพูดพี่ปอนด์”	พี่ปอนด์: อย่างน้อยน้อยนะครับ เห็นตัวนี้	1.90 วินาที
8.		เสียงพี่ปอนด์	เพื่อให้ต้นไม้ได้รับสารอาหารที่เพียงพอ “บรรยายคำพูดพี่ปอนด์”	พี่ปอนด์: ก็อย่างเรามีปุ๋ยเนาะไม่ว่าจะเป็นปุ๋ยชนิดไหนนะครับ ผมเราควรที่จะเติมให้น้องน้องต้นไม้เนี่ยอย่างน้อยหนึ่งครั้งต่อเดือนหนึ่งครั้งต่อเดือนนะครับ ทุกคน เพื่อให้ต้นไม้ได้รับสารอาหารนั่นเองนะครับ ผมนะครับ	13.67 วินาที

ตาราง 20 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 8 การแนะนำวิธีการลดน้ำต้นไม้อย่างถูกต้อง ตอนที่ 2

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
9.		เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: จบแล้วนะคะ อย่าลืมอีพีสุดท้ายกันนะคะ	2.07 วินาที
10.		เสียงบรรยาย	ป้ายร้านสกลพันธุ์ไม้ “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: อย่าลืมแวะมาที่ร้านสกลพันธุ์ไม้และอย่าลืมกดฟอลโลว์ไว้ด้วยนะคะ	5.30 วินาที
11.		–	ป้ายร้านสกลพันธุ์ไม้	–	2.08 วินาที

ตาราง 21 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 9 การแนะนำวิธีสังเกตอาการผิดปกติของต้นไม้ ตอนที่ 3

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
1.		เสียงบรรยาย	วิธีสังเกตอาการต้นไม้รู้ทันปัญหาดูแลทันเวลาEP 3 “บรรยายคำพูด”	ผู้บรรยาย: วิธีสังเกตอาการต้นไม้รู้ทันปัญหาดูแลทันเวลาอีพีสาม	2.63 วินาที
2.		เสียงพี่ปอนด์	ขั้นตอนที่ 3สังเกตอาการต้นไม้เป็นใบเหลืองโรคและจุดต่างๆ “บรรยายคำพูดพี่ปอนด์”	พี่ปอนด์: เมื่อเรารดน้ำแล้วเราให้ปุ๋ยแล้วนะครับ อย่างสุดท้ายก็คือเราต้องสังเกตอาการของต้นไม้เป็นนะครับ ต้นไม้นะครับหากเกิดอาการนะครับเหลืองเกินไปดินแห้งเกินไปนะครับ ผมหรือแม้แต่กระทั่งนะครับ เกิดโรคและจุดต่างต่างรวมถึงแมลงนะครับ ผม	16.67 วินาที

ตาราง 21 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 9 การแนะนำวิธีสังเกตอาการผิดปกติของต้นไม้ ตอนที่ 3

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
3.		เสียงพี่ปอนด์	สารเคมีต่างๆ “บรรยาย คำพูด พี่ปอนด์”	พี่ปอนด์: เราต้องมีการป้องกันนะครับ ก็คือการใช้สารเคมีต่างต่าง หรือจะเป็นสารออร์แกนิคนะครับ ผมที่จะช่วยในการดูแลต้นไม้ของเรานะครับ ง่ายง่ายนะมีสามขั้นตอนอย่างที่พี่บอกอย่างแรกก็คือ	11.87 วินาที
4.		เสียงพี่ปอนด์	1. รู้ถึงชนิดพืชพันธุ์ “บรรยาย คำพูด พี่ปอนด์”	พี่ปอนด์: รู้ถึงชนิดพืชพันธุ์เนาะทราบถึงอ่าความเป็นมาแล้วก็ทราบถึงว่าเขานั้นอยู่กลางแดดหรือว่าอยู่จุดไหนนั่นเอง	8.60 วินาที
5.		เสียงพี่ปอนด์	2. จุดวางต้นไม้3. การดูแลและบำรุง “บรรยาย คำพูด พี่ปอนด์”	พี่ปอนด์: นะสเต็ปที่สองนะครับ ผมการวางนั่นเองเราต้องวางพวกเขานะให้ถูกตำแหน่งเนาะและสเต็ปสุดท้ายก็การดูแลอย่างที่อธิบายไปในคลิปนั่นเองนะครับ ผมเท่านี้ก็จะสามารถดูแลต้นไม้ได้เป็นอย่างดีเลยนะครับขอบคุณครับ	14.07 วินาที

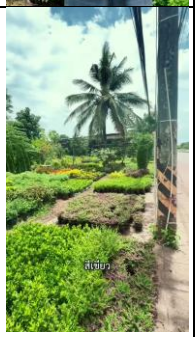
ตาราง 21 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 9 การแนะนำวิธีสังเกตอาการผิดปกติของต้นไม้ ตอนที่ 3

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
6.		เสียงบรรยาย	ป้ายร้านสกลพันธุ์ไม้ “บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร: อย่าลืมแวะมาที่ร้านสกลพันธุ์ไม้และอย่าลืมกดฟอลโลว์ไว้ด้วยนะคะ	5.30 วินาที
7.		–	ป้ายร้านสกลพันธุ์ไม้	–	1.88 วินาที

ตาราง 22 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 10 พาทัวร์มุมถ่ายรูปและจุดเช็คอินภายในร้าน

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
1.		เสียงเอฟเฟกต์	ร้านขายต้นไม้ก็ถ่ายรูปสวยได้พาชมมุมสวยๆ ร้านสกลพันธุ์ไม้ สกลพันธุ์ไม้ ถนนนิตโยจ. สกลนคร	–	3.40 วินาที

ตาราง 22 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 10 พาทัวร์มุมถ่ายรูปและจุดเช็คอินภายในร้าน

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
2.		เสียงบรรยาย เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยาย คำพูดพิธีกร”	พิธีกร: สวัสดีค่ะ ทุกคนวันนี้เราจะพาทุกคนมาดูมุมถ่ายรูปสวยสวย ของร้านสกลพันธุ์ไม้กันค่ะ	5.77 วินาที
3.		เสียงบรรยาย เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยาย คำพูดพิธีกร”	พิธีกร: รับรองว่าได้รูปสวยสวยกลับไปแน่นอน	2.80 วินาที
4.		เสียงบรรยาย เสียงเอฟเฟกต์	สดชื่นสบายตา “บรรยาย คำพูด”	ผู้บรรยาย: พอเดินเข้ามาในร้านก็จะเห็นต้นไม้หลากหลายชนิดเรียงรายอยู่รอบรอบเลยค่ะ บรรยากาศเต็มไปด้วยสีเขียวมองไปทางไหนก็สดชื่นสบายตา	11.03 วินาที
5.		เสียงบรรยาย เสียงเอฟเฟกต์	REC “บรรยาย คำพูด”	ผู้บรรยาย: สำหรับใครที่ชอบถ่ายรูปกับธรรมชาติ ลอกเลือกมุมต้นไม้เป็นฉากหลังดูนะคะ	5.47 วินาที

ตาราง 22 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 10 พาทัวร์มุมถ่ายรูปและจุดเช็คอินภายในร้าน

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
6.		เสียงบรรยาย เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยาย คำพูด”	ผู้บรรยาย: ไม่ว่าจะยืนถ่ายแบบสบายสบายหรือโพสต์ท่าทางน่ารักน่ารักก็ได้ภาพที่ดูสดใสเป็นธรรมชาติค่ะ	5.57 วินาที
7.		เสียงบรรยาย เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยาย คำพูด”	ผู้บรรยาย: นอกจากจะได้ถ่ายรูปสวยๆแล้วยังสามารถเดินชมต้นไม้และดูสินค้าในร้านได้ด้วยนะคะ	6.83 วินาที
8.		เสียงบรรยาย เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยาย คำพูด”	ผู้บรรยาย: ใครชอบต้นไม้หรือกำลังมองหาไอเดียแต่งสวนก็ลองแวะมาเดินชมกันได้ค่ะ	5.23 วินาที
9.		เสียงบรรยาย เสียงเอฟเฟกต์	“บรรยาย คำพูดพิธีกร”	พิธีกร: แวะมาเลือกได้ที่ร้านสกลพันธุ์ไม้และอย่าลืมกดฟอลโลว์ไว้ด้วยนะคะ	4.90 วินาที

ตาราง 22 สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok คลิปที่ 10 พาทัวร์มุมถ่ายรูปและจุดเช็คอินภายในร้าน

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
10.		เสียงเอฟเฟกต์	ขอบคุณที่รับชมแวะมาเดินชมกันได้นะคะ สกลพันธุ์ไม้ ถนนนิตโยจ. สกลนครกดติดตาม	–	5.04 วินาที

หมายเหตุ: คลิปมีความยาวรวม 1 นาที 3.04 วินาที เวลาที่ระบุในแต่ละแถวอ้างอิงช่วงคำบรรยาย จึงไม่รวมช่วงเว้นระหว่างคำบรรยายบางช่วง

ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน TikTok

ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์สกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok บนแพลตฟอร์ม TikTok รายละเอียด ดังตารางต่อไปนี้

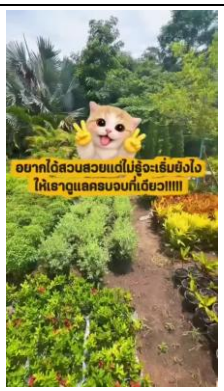
ตาราง 23 แสดงผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์สกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok

ลำดับ	ภาพ	คำอธิบาย
1.		คิวอาร์โค้ดช่อง TikTok ร้านสกลพันธุ์ไม้ ชื่อช่อง Sakonphanmai ชื่อผู้ใช้ @sakonphanmai1993

ตาราง 23 แสดงผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์สกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok

ลำดับ	ภาพ	คำอธิบาย
2.		คลิปที่ 1 แนะนำประวัติและความเป็นมาของร้าน สกลพันธุ์ไม้
3.		คลิปที่ 2 แนะนำที่ตั้งร้านและเส้นทางการเดินทาง
4.		คลิปที่ 3 แนะนำพันธุ์ไม้ขายดีและไม้มงคลประจำ ร้าน
5.		คลิปที่ 4 แนะนำพันธุ์ไม้ขนาดเล็กสำหรับนักเรียน นักศึกษา

ตาราง 23 แสดงผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์สกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok

ลำดับ	ภาพ	คำอธิบาย
6.		คลิปที่ 5 แนะนำวัสดุปลูกและเทคนิคการเลือก กระถาง
7.		คลิปที่ 6 แนะนำบริการรับจัดสวนครบวงจร
8.		คลิปที่ 7 เทคนิคการดูแลต้นไม้เบื้องต้น ตอนที่ 1
9.		คลิปที่ 8 การแนะนำวิธีการรดน้ำต้นไม้อย่างถูกต้อง ตอนที่ 2

ตาราง 23 แสดงผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์สกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok

ลำดับ	ภาพ	คำอธิบาย
10.		คลิปที่ 9 การแนะนำวิธีสังเกตอาการผิดปกติของต้นไม้ ตอนที่ 3
11.		คลิปที่ 10 พาทัวร์มุมถ่ายรูปและจุดเช็คอินภายในร้าน
12.		หน้าช่อง TikTok ร้านสกลพันธุ์ไม้ ชื่อช่อง Sakonphanmai ชื่อผู้ใช้ @sakonphanmai1993

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เป็นการหาค่าความเที่ยงตรงที่ให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาว่าหรือข้อคำถามแต่ละข้อวัดได้ตรงตามสิ่งที่ ต้องการวัดเนื้อหาหรือวัตถุประสงค์มากน้อยเพียงใด โดยใช้หลักเกณฑ์ประเมินดังนี้

ให้คะแนน +1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามตรงหรือสอดคล้อง

ให้คะแนน 0 หมายถึง ไม่แน่ใจหรือข้อคำถามมีความคลุมเครือไม่ชัดเจน

ให้คะแนน -1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้อง

แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ หาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อ กับจุดประสงค์หรือเนื้อหา (Index Item-Objective Congruence หรือ IOC) จาก

สูตร IOC = $\frac{\Sigma R}{N}$

เมื่อ $\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์การตัดสินค่า IOC ถ้ามีค่า 0.50 ขึ้นไป แสดงว่า ข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงตามจุดประสงค์ หรือตรงตามเนื้อหานั้น แสดงว่าข้อคำถามขั้นนั้นใช้ได้

2. การหาสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแปลผลการประเมินคุณภาพตามเกณฑ์ตาราง 26 และแปลผลความพึงพอใจตามเกณฑ์ตาราง 32 เกณฑ์สำหรับความพึงพอใจมีดังนี้

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 – 5.00 หมายความว่า ความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 – 4.50 หมายความว่า ความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 – 3.50 หมายความว่า ความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51 – 2.50 หมายความว่า ความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 – 1.50 หมายความว่า ความพึงพอใจน้อยที่สุด

เกณฑ์เฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในงานนี้ ใช้ค่าเฉลี่ยของคะแนน 3.51 ขึ้นไป และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานไม่เกิน 1.00

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินคุณภาพ สื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกเป็นเพศมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 24 แสดงจำนวน และร้อยละเกี่ยวกับเพศของผู้ประเมินคุณภาพ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	0	0.00
หญิง	3	100.00
รวม	3	100.00

จากตาราง 24 พบว่า ผู้ประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok จำนวน 3 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 และไม่มีผู้ประเมินเพศชาย

ตอนที่ 2 แบบประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok

ตาราง 25 ระดับคุณภาพ

เกณฑ์การให้คะแนน	คะแนน
คุณภาพมากที่สุด	5
คุณภาพมาก	4
คุณภาพปานกลาง	3
คุณภาพน้อย	2
คุณภาพน้อยที่สุด	1

ตาราง 26 เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยคุณภาพ

เกณฑ์การให้คะแนน	ค่าเฉลี่ย
คุณภาพมากที่สุด	4.51–5.00
คุณภาพมาก	3.51–4.50
คุณภาพปานกลาง	2.51–3.50
คุณภาพน้อย	1.51–2.50
คุณภาพน้อยที่สุด	1.00–1.50

ตาราง 27 ค่าเฉลี่ยคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญต่อสื่อประชาสัมพันธ์สกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 ความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูลร้านค้า เช่น พิกัดที่ตั้ง และช่องทางการติดต่อ/เดินทาง	4.33	0.58	มาก
1.2 ความชัดเจนและถูกต้องของการให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาต้นไม้และอุปกรณ์ทำสวน	4.67	0.58	มากที่สุด
1.3 ความเหมาะสมของเนื้อหาในการแนะนำสินค้า (พันธุ์ไม้ขายดี, ไม้มงคล, ไม้ขนาดเล็ก) และบริการรับจัดสวน	4.67	0.58	มากที่สุด
1.4 ความสั้นกระชับและความเหมาะสมของระยะเวลาในคลิปวิดีโอต่อการนำเสนอเนื้อหา	4.67	0.58	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.58	0.52	มากที่สุด
2. ด้านเทคโนโลยีและการผลิต			
2.1 ภาพและวิดีโอมีความคมชัด เห็นรายละเอียดของพืชพันธุ์ไม้ได้อย่างชัดเจน	4.67	0.58	มากที่สุด

ตาราง 27 ค่าเฉลี่ยคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญต่อสื่อประชาสัมพันธ์สกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
2.2 เสียงพากย์/บรรยาย และเสียงดนตรีประกอบมีความชัดเจน ระดับเสียงเหมาะสม และสอดคล้องกับเนื้อหา	4.67	0.58	มากที่สุด
2.3 เทคนิคการตัดต่อ การลำดับภาพ และการใช้เอฟเฟกต์ มีความลื่นไหลและน่าสนใจ	4.33	0.58	มาก
2.4 การจัดองค์ประกอบภาพ สัดส่วนวิดีโอแนวตั้ง (9:16) มีความเหมาะสมกับการรับชมบนแพลตฟอร์ม TikTok	4.00	0.00	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.42	0.38	มาก
3. ด้านอักษร			
3.1 รูปแบบตัวอักษร (Font) มีความสวยงาม อ่านง่าย ชัดเจน และเหมาะสมกับการนำเสนอ	4.67	0.58	มากที่สุด
3.2 ขนาดของตัวอักษรมีความเหมาะสม มองเห็นได้ชัดเจนเมื่อรับชมผ่านหน้าจอโทรศัพท์มือถือ	4.33	0.58	มาก
3.3 สีและเอฟเฟกต์ของตัวอักษรมีความเด่นชัด ตัดกับสีของฉากหลังทำให้อ่านได้สบายตา	4.67	0.58	มากที่สุด

ตาราง 27 ค่าเฉลี่ยคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญต่อสื่อประชาสัมพันธ์สกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
3.4 การจัดวางตำแหน่งตัวอักษรบนหน้าจอมีความเหมาะสม ไม่บดบังรายละเอียดสำคัญของพืชพันธุ์ไม้	4.67	0.58	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.58	0.14	มากที่สุด
4. ด้านเสียง			
4.1 เสียงบรรยาย/พากย์มีความน่าฟัง น้ำเสียงและจังหวะการพูดมีความชัดเจน น่าติดตาม	4.67	0.58	มากที่สุด
4.2 เสียงดนตรีประกอบ (Background Music)มีความเหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อหาและไม่กลบเสียงบรรยาย	5.00	0.00	มากที่สุด
4.3 ระดับความดังของเสียงมีความสมดุล ชัดเจน ปราศจากเสียงรบกวน เหมาะสมกับการรับชมผ่านสมาร์ตโฟน	4.33	0.58	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.67	0.33	มากที่สุด
5. ด้านคำบรรยาย			
5.1 คำบรรยายใต้โพสต์ (Caption) มีความกระชับ น่าสนใจ และมีการเลือกใช้แฮชแท็ก (#Hashtag) ที่เหมาะสม	4.67	0.58	มากที่สุด
5.2 เนื้อหาคำบรรยายมีความสอดคล้องอธิบายเชื่อมโยงกับภาพและวิดีโอได้อย่างชัดเจน	4.33	0.58	มาก
5.3 คำบรรยายมีความถูกต้องตามหลักภาษา สะกดคำถูกต้อง และสื่อสารข้อมูลสินค้า/พืชพันธุ์ไม้ได้อย่างแม่นยำ	4.67	0.58	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.56	0.51	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด	4.56	0.29	มากที่สุด

จากตาราง 27 พบว่า ผลการประเมินคุณภาพต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน มีรายละเอียดดังนี้

ด้านเนื้อหา พบว่า หัวข้อที่มีระดับคุณภาพมากที่สุด ได้แก่ ความชัดเจนและถูกต้องของความรู้เกี่ยวกับต้นไม้และอุปกรณ์ทำสวน ความเหมาะสมของเนื้อหาแนะนำสินค้าและบริการจัดสวน และความกระชับและความเหมาะสมของระยะเวลาคลิป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านเทคโนโลยีและการผลิต พบว่า หัวข้อที่มีระดับคุณภาพมากที่สุด ได้แก่ ความคมชัดของภาพและวิดีโอ และความชัดเจนและความเหมาะสมของเสียงพากย์และดนตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านตัวอักษร พบว่า หัวข้อที่มีระดับคุณภาพมากที่สุด ได้แก่ รูปแบบตัวอักษรสวยงาม อ่านง่าย สีและเอฟเฟกต์ตัวอักษรอ่านง่าย และตำแหน่งตัวอักษรไม่บดบังรายละเอียดสำคัญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านเสียง พบว่าหัวข้อที่มีระดับคุณภาพมากที่สุด คือ ความเหมาะสมของดนตรีประกอบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านคำบรรยาย พบว่าหัวข้อที่มีระดับคุณภาพมากที่สุด ได้แก่ ความกระชับของ Caption และความเหมาะสมของ Hashtag และความถูกต้องของภาษาและข้อมูลสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 28 ค่าเฉลี่ยคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญต่อสื่อประชาสัมพันธ์สกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
ด้านเนื้อหา	4.58	0.52	มากที่สุด
ด้านเทคโนโลยีและการผลิต	4.42	0.38	มาก
ด้านอักษร	4.58	0.14	มากที่สุด
ด้านเสียง	4.67	0.33	มากที่สุด
ด้านคำบรรยาย	4.56	0.51	มากที่สุด
รวม N = 5	4.56	0.29	มากที่สุด

จากตาราง 28 พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านของการประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok โดยผู้เชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านเสียงมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศและอายุ มีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 29 แสดงค่าจำนวน และร้อยละเกี่ยวกับเพศของผู้ประเมินความพึงพอใจ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	195	48.51
หญิง	157	39.05
ไม่ต้องการระบุ	50	12.44
อื่น ๆ	-	-
รวม	402	100.00

จากตาราง 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.51 เพศหญิง 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.05 และไม่ต้องการระบุเพศ 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.44

ตาราง 30 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	6	1.49
อายุ 18 – 24 ปี	337	83.83
อายุ 25 - 34 ปี	49	12.19
อายุ 35 - 44 ปี	5	1.24
อายุ 45 - 54 ปี	4	1.00
55 ปีขึ้นไป	1	0.25
รวม	402	100.00

จากตาราง 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 18–24 ปี จำนวน 337 คน คิดเป็นร้อยละ 83.83 รองลงมาคืออายุ 25–34 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.19 อายุต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49 อายุ 35–44 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.24 อายุ 45–54 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 และอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

ตาราง 31 ระดับความพึงพอใจ

เกณฑ์การให้คะแนน	คะแนน
ความพึงพอใจมากที่สุด	5
ความพึงพอใจมาก	4
ความพึงพอใจปานกลาง	3
ความพึงพอใจน้อย	2
ความพึงพอใจน้อยที่สุด	1

ตาราง 32 เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ

เกณฑ์การให้คะแนน	คะแนน
ความพึงพอใจมากที่สุด	4.51-5.00
ความพึงพอใจมาก	3.51-4.50
ความพึงพอใจปานกลาง	2.51-3.50
ความพึงพอใจน้อย	1.51-2.50
ความพึงพอใจน้อยที่สุด	1.00-1.50

ตาราง 33 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ความพึงพอใจ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 เนื้อหาในคลิปวิดีโอมีความครอบคลุมข้อมูลของร้าน เช่น ประวัติความเป็นมา ที่ตั้ง และเส้นทางการเดินทางอย่างชัดเจน	4.28	0.75	มาก
1.2 เนื้อหาการแนะนำสินค้า เช่น พันธุ์ไม้ขายดี ไม้มงคล และไม้อวบน้ำ/กระบองเพชรสำหรับนักเรียนนักศึกษา มีความน่าสนใจ	4.30	0.72	มาก
1.3 เนื้อหาการให้ความรู้ เช่น วัสดุปลูก เทคนิคการเลือกกระถาง และเทคนิคการดูแลรักษาต้นไม้เบื้องต้นเป็นประโยชน์และเข้าใจง่าย	4.34	0.73	มาก
1.4 การนำเสนอข้อมูลสินค้า การดูแลต้นไม้และบริการของร้าน มีความชัดเจนและตรงประเด็น	4.26	0.76	มาก

ตาราง 33 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ความพึงพอใจ
1.5 ความยาวของคลิปวิดีโอมีความเหมาะสม กระชับ (ไม่ต่ำกว่า 1 นาที) ดึงดูดความสนใจได้ดี	4.28	0.76	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.29	0.58	มาก
2. ด้านรูปแบบและการนำเสนอ			
2.1 คุณภาพความคมชัดของภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และวิดีโอ มีความสวยงามและคมชัด	4.34	0.70	มาก
2.2 คุณภาพของเสียงดนตรีประกอบและเสียงบรรยายมีความชัดเจนและเหมาะสมกับเนื้อหา	4.30	0.73	มาก
2.3 การลำดับภาพ การตัดต่อ และการใช้เอฟเฟกต์ (ด้วยโปรแกรม CapCut) มีความต่อเนื่องและน่าสนใจ	4.31	0.74	มาก
2.4 การจัดวางองค์ประกอบกราฟิกและข้อความด้วยโปรแกรม Canva มีความสวยงาม อ่านง่าย และเหมาะสมกับรูปแบบวิดีโอแนวตั้ง	4.31	0.72	มาก
2.5 รูปแบบและสไตล์การนำเสนอมีความทันสมัยสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานบนแพลตฟอร์ม TikTok	4.40	0.70	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.33	0.56	มาก
3. ด้านประโยชน์และการนำไปใช้			
3.1 สื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้ช่วยให้ท่านเกิดการรับรู้และรู้จักร้านสกลพันธุ์ไม้ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น	4.40	0.72	มาก

ตาราง 33 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ความพึงพอใจ
3.2 สื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้ช่วยกระตุ้นความสนใจให้ท่านอยากไปเยี่ยมชมมุมถ่ายรูปและจุดเช็คอินภายในร้าน	4.37	0.72	มาก
3.3 สื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้ช่วยกระตุ้นความสนใจให้ท่านอยากเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการรับจัดสวนครบวงจรของทางร้าน	4.33	0.72	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.37	0.72	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด	4.32	0.52	มาก

จากตาราง 33 พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok ในด้านเนื้อหา ในหัวข้อเนื้อหาการให้ความรู้ เช่น วัสดุปลูก เทคนิคการเลือกกระถาง และเทคนิคการดูแลรักษาต้นไม้เบื้องต้น เป็นประโยชน์และเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ด้านรูปแบบและการนำเสนอ ในหัวข้อรูปแบบและสไตล์การนำเสนอมีความทันสมัยสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานบนแพลตฟอร์ม TikTok มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ด้านประโยชน์และการนำไปใช้ ในหัวข้อสื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้ช่วยให้เกิดการรับรู้และรู้จักร้านสกลพันธุ์ไม้ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 34 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในทุกด้านต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ความพึงพอใจ
1. ด้านเนื้อหา	4.29	0.58	มาก
2. ด้านรูปแบบและการนำเสนอ	4.33	0.56	มาก
3. ด้านประโยชน์และการนำไปใช้	4.37	0.72	มาก
รวมทุกข้อ	4.32	0.52	มาก

จากตาราง 34 พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านของความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และด้านประโยชน์และการนำไปใช้มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ในการจัดทำโครงงานการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok มีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok หาคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและเทคโนโลยี ซึ่งคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 3 คน และประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จำนวน 402 คน ผู้จัดทำโครงงานได้สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการดำเนินงาน

โครงงานนี้ได้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok โดยมีลำดับขั้นตอนในการดำเนินงานแบ่งเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

ศึกษาข้อมูล

ศึกษาข้อมูลร้านสกลพันธุ์ไม้ โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลจากร้านดังกล่าว เพื่อนำไปออกแบบการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสคริปต์ต่อไป

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

จัดทำบทและภาพประกอบการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ (Storyboard) เพื่อใช้เป็นเค้าโครงในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok รวมถึงการพิจารณาเครื่องมือที่จะนำมาใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

ผู้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ได้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok ด้วยโปรแกรม CapCut ซึ่งใช้ในการตัดต่อวิดีโอ และโปรแกรม Canva ใช้ในการตกแต่งรูปภาพและออกแบบกราฟิกประกอบสื่อประชาสัมพันธ์ และใช้แพลตฟอร์ม TikTok เพื่อเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลิตขึ้น

การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์

การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok แบ่งการประเมินผลได้ดังนี้

1. ประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและเทคโนโลยี จำนวน 3 คน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2. ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok โดยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 402 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

3. วิเคราะห์ผลการประเมิน และนำผลการประเมินที่ได้มาปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok ต่อไป

สรุปผลและอภิปรายผลการประเมินคุณภาพและความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการประเมินคุณภาพและความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok โดยกลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญและผู้ใช้งาน ผู้จัดทำโครงงานได้ทำการหาผลค่าเฉลี่ยจากผลการประเมินคุณภาพ และผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ ได้ผลดังแสดงในตาราง 35 และตาราง 36

ตาราง 35 แสดงค่าเฉลี่ยคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok

รายการประเมิน	$\bar{x}$	ระดับคุณภาพ
1. ด้านเนื้อหา		
1.1 ความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูลร้านค้า เช่น พิกัดที่ตั้งและช่องทางการติดต่อ/เดินทาง	4.33	มาก
1.2 ความชัดเจนและถูกต้องของการให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาต้นไม้และอุปกรณ์ทำสวน	4.67	มากที่สุด
1.3 ความเหมาะสมของเนื้อหาในการแนะนำสินค้า พันธุ์ไม้ขายดี ไม้มงคล ไม้ขนาดเล็ก และบริการรับจัดสวน	4.67	มากที่สุด

ตาราง 35 แสดงค่าเฉลี่ยคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok

รายการประเมิน	$\bar{x}$	ระดับคุณภาพ
1.4 ความสั้นกระชับและความเหมาะสมของระยะเวลาในคลิปวิดีโอต่อการนำเสนอเนื้อหา	4.67	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.58	มากที่สุด
2. ด้านเทคโนโลยีและการผลิต		
2.1 ภาพและวิดีโอมีความคมชัด เห็นรายละเอียดของพืชพันธุ์ไม้ได้อย่างชัดเจน	4.67	มากที่สุด
2.2 เสียงพากย์ บรรยาย และเสียงดนตรีประกอบมีความชัดเจน ระดับเสียงเหมาะสม และสอดคล้องกับเนื้อหา	4.67	มากที่สุด
2.3 เทคนิคการตัดต่อ การลำดับภาพ และการใช้เอฟเฟกต์ มีความลื่นไหลและน่าสนใจ	4.33	มาก
2.4 การจัดองค์ประกอบภาพ สัดส่วนวิดีโอแนวตั้ง (9:16) มีความเหมาะสมกับการรับชมบนแพลตฟอร์ม TikTok	4.00	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.42	มาก
3. ด้านตัวอักษร		
3.1 รูปแบบตัวอักษร Font มีความสวยงาม อ่านง่าย ชัดเจน และเหมาะสมกับการนำเสนอ	4.67	มากที่สุด
3.2 ขนาดของตัวอักษรมีความเหมาะสม มองเห็นได้ชัดเจนเมื่อรับชมผ่านหน้าจอโทรศัพท์มือถือ	4.33	มาก
3.3 สีและเอฟเฟกต์ของตัวอักษรมีความเด่นชัด ตัดกับสีของฉากหลังทำให้อ่านได้สบายตา	4.67	มากที่สุด
3.4 การจัดวางตำแหน่งตัวอักษรบนหน้าจอมีความเหมาะสม ไม่บดบังรายละเอียดสำคัญของพืชพันธุ์ไม้	4.67	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.58	มากที่สุด
4. ด้านเสียง		
4.1 เสียงบรรยาย พากย์มีความน่าฟัง น้ำเสียงและจังหวะการพูดมีความชัดเจน น่าติดตาม	4.67	มากที่สุด

ตาราง 35 แสดงค่าเฉลี่ยคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok

รายการประเมิน	$\bar{x}$	ระดับคุณภาพ
4.2 เสียงดนตรีประกอบ Background Music มีความเหมาะสม สอดคล้องกับเนื้อหา และไม่กลบเสียงบรรยาย	5.00	มากที่สุด
4.3 ระดับความดังของเสียงมีความสมดุล ชัดเจน ปราศจากเสียงรบกวน เหมาะสมกับการรับชมผ่านสมาร์ตโฟน	4.33	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.67	มากที่สุด
5. ด้านคำบรรยาย		
5.1 คำบรรยายใต้โพสต์ Caption มีความกระชับ น่าสนใจ และมีการเลือกใช้แฮชแท็ก #Hashtag ที่เหมาะสม	4.67	มากที่สุด
5.2 เนื้อหาคำบรรยายมีความสอดคล้อง อธิบายเชื่อมโยงกับภาพและวิดีโอได้อย่างชัดเจน	4.33	มาก
5.3 คำบรรยายมีความถูกต้องตามหลักภาษา สะกดคำถูกต้อง และสื่อสารข้อมูลสินค้า พืชพันธุ์ไม้ได้อย่างแม่นยำ	4.67	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.56	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด	4.56	มากที่สุด

จากการประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok ได้สรุปผลการประเมิน ดังนี้

ด้านเนื้อหา

ประกอบไปด้วยการประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. ความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูลร้านค้า เช่น พิกัดที่ตั้ง และช่องทางการติดต่อ เดินทาง พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

2. ความชัดเจนและถูกต้องของการให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาต้นไม้และอุปกรณ์ทำสวน พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ความเหมาะสมของเนื้อหาในการแนะนำสินค้า ได้แก่ พันธุ์ไม้ขายดี ไม้มงคล ไม้ขนาดเล็ก และบริการรับจัดสวน พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

4. ความกระชับและความเหมาะสมของระยะเวลาคลิปวิดีโอต่อการนำเสนอเนื้อหา พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านเทคโนโลยีและการผลิต

ประกอบไปด้วยการประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. ภาพและวิดีโอมีความคมชัด สามารถมองเห็นรายละเอียดของพืชพันธุ์ไม้ได้อย่างชัดเจน จากผลการประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

2. เสียงพากย์หรือเสียงบรรยาย และเสียงดนตรีประกอบมีความชัดเจน ระดับเสียงเหมาะสม และสอดคล้องกับเนื้อหา จากผลการประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

3. เทคนิคการตัดต่อ การลำดับภาพ และการใช้เอฟเฟกต์มีความลื่นไหลและน่าสนใจ จากผลการประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

4. การจัดองค์ประกอบภาพและสัดส่วนวิดีโอแนวตั้ง (9:16) มีความเหมาะสมกับการรับชมบนแพลตฟอร์ม TikTok จากผลการประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

ด้านตัวอักษร

ประกอบไปด้วยการประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. รูปแบบตัวอักษร (Font) มีความสวยงาม อ่านง่าย ชัดเจน และเหมาะสมกับการนำเสนอ จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

2. ขนาดของตัวอักษรมีความเหมาะสม มองเห็นได้ชัดเจนเมื่อรับชมผ่านหน้าจอโทรศัพท์มือถือ จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

3. สีและเอฟเฟกต์ของตัวอักษรมีความเด่นชัด ตัดกับสีของฉากหลังทำให้อ่านได้สบายตา จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

4. การจัดวางตำแหน่งตัวอักษรบนหน้าจอมีความเหมาะสม ไม่บดบังรายละเอียดสำคัญของพืชพันธุ์ไม้ จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านเสียง

ประกอบไปด้วยการประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1.เสียงบรรยายหรือเสียงพากย์มีความน่าฟัง น้ำเสียงและจังหวะการพูดมีความชัดเจนและน่าติดตาม จากผลการประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

2. เสียงดนตรีประกอบ (Background Music) มีความเหมาะสม สอดคล้องกับเนื้อหา และไม่กลบเสียงบรรยาย จากผลการประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ระดับความดังของเสียงมีความสมดุล ชัดเจน ปราศจากเสียงรบกวน และเหมาะสมกับการรับชมผ่านสมาร์ตโฟน จากผลการประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ย 4.33 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

ด้านคำบรรยาย

ประกอบไปด้วยการประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. คำบรรยายใต้โพสต์ Caption มีความกระชับ น่าสนใจ และมีการเลือกใช้แฮชแท็ก #Hashtag พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

2.เนื้อหาคำบรรยายมีความสอดคล้อง อธิบายเชื่อมโยงกับภาพและวิดีโอได้อย่างชัดเจน พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

3.คำบรรยายมีความถูกต้องตามหลักภาษา สะกดคำถูกต้อง และสื่อสารข้อมูลสินค้า พืชพันธุ์ไม้ได้อย่างแม่นยำ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok แสดงให้เห็นถึง ค่าเฉลี่ยการประเมินคุณภาพต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok โดยผู้เชี่ยวชาญเห็นว่า คุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเสียงมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด เท่ากับ 4.67 รองลงมาคือด้านเนื้อหาและด้านตัวอักษร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 เท่ากัน ด้านคำบรรยายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 และด้านเทคโนโลยีและการผลิตมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 4.42 ตามลำดับ

ตาราง 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok

รายการประเมิน	$\bar{x}$	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านเนื้อหา		
1.1 เนื้อหาในคลิปวิดีโอมีความครอบคลุมข้อมูลของร้าน เช่น ประวัติความเป็นมา ที่ตั้ง และเส้นทางการเดินทางอย่างชัดเจน	4.28	มาก
1.2 เนื้อหาการแนะนำสินค้า เช่น พันธุ์ไม้ขายดี ไม้มงคล และไม้อวบน้ำ กระบองเพชรสำหรับนักเรียนนักศึกษา มีความน่าสนใจ	4.30	มาก
1.3 เนื้อหาการให้ความรู้ เช่น วัสดุปลูก เทคนิคการเลือกกระถาง และเทคนิคการดูแลรักษาต้นไม้เบื้องต้น เป็นประโยชน์และเข้าใจง่าย	4.34	มาก
1.4 การนำเสนอข้อมูลสินค้า การดูแลต้นไม้ และบริการของร้าน มีความชัดเจนและตรงประเด็น	4.26	มาก
1.5 ความยาวของคลิปวิดีโอมีความเหมาะสม กระชับ ไม่ต่ำกว่า 1 นาที ดึงดูดความสนใจได้ดี	4.28	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.29	มาก
2. ด้านรูปแบบและการนำเสนอ		
2.1 คุณภาพความคมชัดของภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และวิดีโอ มีความสวยงามและคมชัด	4.34	มาก
2.2 คุณภาพของเสียงดนตรีประกอบและเสียงบรรยายมีความชัดเจนและเหมาะสมกับเนื้อหา	4.30	มาก
2.3 การลำดับภาพ การตัดต่อ และการใช้เอฟเฟกต์ด้วยโปรแกรม CapCut มีความต่อเนื่องและน่าสนใจ	4.31	มาก
2.4 การจัดวางองค์ประกอบกราฟิกและข้อความด้วยโปรแกรม Canva มีความสวยงาม อ่านง่าย และเหมาะสมกับรูปแบบวิดีโอแนวตั้ง	4.31	มาก

ตาราง 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok

รายการประเมิน	$\bar{X}$	ระดับความพึงพอใจ
2.5 รูปแบบและสไตล์การนำเสนอมีความทันสมัย สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานบนแพลตฟอร์ม TikTok	4.40	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.33	มาก
3.ด้านประโยชน์และการนำไปใช้		
3.1 สื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้ช่วยให้ท่านเกิดการรับรู้และรู้จักร้านสกลพันธุ์ไม้ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น	4.40	มาก
3.2 สื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้ช่วยกระตุ้นความสนใจให้ท่านอยากไปเยี่ยมชมมุมถ่ายรูปและจุดเช็คอินภายในร้าน	4.37	มาก
3.3 สื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้ช่วยกระตุ้นความสนใจให้ท่านอยากเลือกซื้อสินค้า หรือใช้บริการรับจัดสวนครบวงจรของทางร้าน	4.33	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.37	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด	4.32	มาก

จากการประเมินความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok ได้สรุปผลการประเมิน ดังนี้

ด้านเนื้อหา

ประกอบไปด้วยการประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. เนื้อหาในคลิปวิดีโอมีความครอบคลุมข้อมูลของร้าน เช่น ประวัติความเป็นมาที่ตั้ง และเส้นทางการเดินทางอย่างชัดเจน จากผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2. เนื้อหาการแนะนำสินค้า เช่น พันธุ์ไม้ขายดี ไม้มงคล และไม้อวบน้ำกระบองเพชรสำหรับนักเรียนนักศึกษา มีความน่าสนใจ จากผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

3. เนื้อหาการให้ความรู้ เช่น วัสดุปลูก เทคนิคการเลือกกระถาง และเทคนิคการดูแลรักษาต้นไม้เบื้องต้น เป็นประโยชน์และเข้าใจง่าย จากผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

4. การนำเสนอข้อมูลสินค้า การดูแลต้นไม้ และบริการของร้าน มีความชัดเจนและตรงประเด็น จากผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

5. ความยาวของคลิปวิดีโอมีความเหมาะสม กระชับ (ไม่ต่ำกว่า 1 นาที) ดึงดูดความสนใจได้ดี จากผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ด้านรูปแบบและการนำเสนอ

ประกอบไปด้วยการประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. คุณภาพความคมชัดของภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และวิดีโอ มีความสวยงามและคมชัด จากผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2. คุณภาพของเสียงดนตรีประกอบและเสียงบรรยายมีความชัดเจนและเหมาะสมกับเนื้อหา จากผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

3. การลำดับภาพ การตัดต่อ และการใช้เอฟเฟกต์ด้วยโปรแกรม CapCut มีความต่อเนื่องและน่าสนใจ จากผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

4. การจัดวางองค์ประกอบกราฟิกและข้อความด้วยโปรแกรม Canva มีความสวยงาม อ่านง่าย และเหมาะสมกับรูปแบบวิดีโอแนวตั้ง จากผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

5. รูปแบบและสไตล์การนำเสนอมีความทันสมัย สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานบนแพลตฟอร์ม TikTok จากผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ด้านประโยชน์และการนำไปใช้

ประกอบไปด้วยการประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. สื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้ช่วยให้ท่านเกิดการรับรู้และรู้จักร้านสกลพันธุ์ไม้ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น จากผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2. สื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้ช่วยกระตุ้นความสนใจให้ท่านอยากไปเยี่ยมชมมุมถ่ายรูปและจุดเช็คอินภายในร้าน จากผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

3. สื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้ช่วยกระตุ้นความสนใจให้ท่านอยากเลือกซื้อสินค้า หรือใช้บริการรับจัดสวนครบวงจรของทางร้าน จากผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok แสดงให้เห็นถึงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok โดยผู้ใช้งานเห็นว่า รูปแบบและสไตล์การนำเสนอมีความทันสมัย สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานบนแพลตฟอร์ม TikTok และสื่อประชาสัมพันธ์ช่วยให้เกิดการรับรู้และรู้จักร้านสกลพันธุ์ไม้ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากัน คือ 4.40 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และเห็นว่าการนำเสนอข้อมูลสินค้า การดูแลต้นไม้ และบริการของร้าน มีความชัดเจนและตรงประเด็น มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 4.26 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และพบว่าระดับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok มีค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดเท่ากับ 4.32 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ข้อจำกัดของสื่อประชาสัมพันธ์

1. การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์ม TikTok อาจเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ไม่ครอบคลุม โดยเฉพาะกลุ่มผู้ที่ไม่ได้ใช้งานแพลตฟอร์ม TikTok เป็นประจำ

2. การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์มีข้อจำกัดด้านภาพและวิดีโอที่ใช้ประกอบ เนื่องจากต้องใช้ภาพและวิดีโอที่บันทึกไว้เป็นหลัก ทำให้การนำเสนอเนื้อหาบางส่วนไม่สามารถแสดงรายละเอียดได้อย่างครบถ้วนตามที่ต้องการ

3. การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน TikTok จำเป็นต้องอาศัยการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในการรับชม ซึ่งอาจเป็นข้อจำกัดสำหรับผู้ใช้งานที่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่เสถียร

ข้อเสนอแนะ

1. ควรปรับปรุงรูปแบบ เทคนิคการตัดต่อ และการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับกระแสและความสนใจของผู้ใช้งานบนแพลตฟอร์ม TikTok เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและดึงดูดผู้รับชม

2. ควรวางแผนการถ่ายทำและจัดเตรียมภาพหรือวิดีโอประกอบให้มีความหลากหลายและครอบคลุมเนื้อหาก่อนดำเนินการตัดต่อ เพื่อให้สื่อประชาสัมพันธ์สามารถนำเสนอข้อมูลได้อย่างชัดเจนและครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กชพร สว่าง. (กรกฎาคม-กันยายน 2566). การศึกษาโฆษณาผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต๊อก (TikTok) ที่ทำให้เกิดแรงกระตุ้นในการซื้อสินค้าของกลุ่มผู้ใช้งานที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอุดรธานี. วารสารวิชาการและการวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, (3). สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2569 จาก https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article/view/264192/181015

กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน. (2564). หลักการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์. กลุ่มงานประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรม กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน, กรุงเทพฯ. สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2569 จาก https://km.labour.go.th/attachments/article/170/001.pdf

กันตภณ หงษ์กลิ่น, และ องอาจ สิงห์ลำพอง. (2566). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์บนช่องทางอีคอมเมิร์ซของดูโฮม. วารสารสุทธิปริทัศน์, 37(4), 1-15.

กันยิกา ชอว์, มาสิรี กล่อมแก้ว, และ ธนวิทย์ เจียรวิจิตร. (2567). การเล่าเรื่องเนื้อหาเศรษฐกิจเพื่อสร้างอัตลักษณ์แบรนด์บุคคลผ่าน TikTok. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 16(1), 258–275. สืบค้นจาก https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/article/view/269457

กิตติพันธ์ นาคมงคล. (2 เมษายน 2567). CapCut: เครื่องมือตัดต่อวิดีโอเพื่อการศึกษาร่วมกัน. สืบค้นจาก สำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช: https://oet.stou.ac.th/capcut/

ไทยรัฐออนไลน์. (29 สิงหาคม 2567). เปิดตัว vivo V40 Series มาพร้อมเลนส์ ZEISS เน้นการถ่ายภาพบุคคล ราคาเริ่มต้น 15,999 บาท. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2569 จาก https://www.thairath.co.th/lifestyle/tech/2811511

ธนิดา มังประสพพร, นิชานันท์ ปานุสักบันลือ, ปันชาร่าส์ เลิฟส์, พรพัฒน์สร ปริญจน์โคล, กุนทิดา ธัมวิพัทธ์, และ ธีรวรรณ โอปัสบุด. (2568). การพัฒนาชุดคอนเทนต์วิดีโอเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าแฟชั่นบนแพลตฟอร์ม TikTok. Journal of Siam Communication Arts Review, 24(2), 134–153. สืบค้นจาก https://so05.tci-thaijo.org/index.php/commartsreviewsiamu/article/view/285918

นภารัตน์ พฤกษ์สุราลัย, และ สุธี เผ่าบุญมี. (2565). การวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมของเว็บไซต์ขายของออนไลน์. Silpakorn University e-Journal, 42(1), 60-74. https://doi.org/10.14456/sujthai.2022.5

นฤมล อินสว่าง, บงกชกร ทองสุก, และ นลินีวรรณ ประพันธา. (2567). พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน TikTok กับบริบททางความคิดของคนในสังคมกลุ่มเจเนอเรชั่น Y และ เจเนอเรชั่น Z. รายงานการประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15 (หน้า 722-733). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2569 จาก https://www.hu.ac.th/Conference/conference2024/proceedings/index.html

บัมรุงพงษ์ พงษ์พานิช, และ โอราชัน สิริโชติ. (2567). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคผ่าน TikTok. วารสารวิชาการหาดใหญ่, 22(2), 295–320. สืบค้นจาก https://so01.tci-thaijo.org/index.php/HatyaiAcademicJournal/article/view/266801

บุญชม ศรีสะอาด. (2556). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.

ปรีดี นุกุลสมปรารถนา. (5 มีนาคม 2568). รวมสถิติ Digital และการใช้ Social Media ในไทยประจำปี 2025. สืบค้นเมื่อ 21 กุมภาพันธ์ 2569 จาก https://www.popticles.com/trends/thailand-digital-and-social-media-2025/

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักสารสนเทศและการสื่อสาร. (2567). คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์. ปทุมธานี: สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (องค์การมหาชน). สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2569 จาก https://www.wisdomking.or.th/files/media_manager/12075f8459499dd19b4bc0eed7ccbf39/new/67/manual/003.pdf

พรพัฒน์สร ปริญจน์โคล, กุนทิดา ธัมวิพัทธ์, พงษ์พัชรินทร์ พุทธวัฒนา, คาริสสา พรอมมา, ชาลิดาวัน วงศ์น้อย, และ ธีรดา ไออัมสมารัง. (2568). การพัฒนาชุดเนื้อหาวิดีโอโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อโปรโมตร้านหนังสือ KMUTT บนแพลตฟอร์ม TikTok. วารสาร Siam Communication Arts Review, 24(1), 100–119. สืบค้นจาก https://so05.tci-thaijo.org/index.php/commartsreviewsiamu/article/view/281519

พิเชษฐ์ พรหมใหม่. (2566). ประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจขนาดเล็กตามมุมมองของผู้บริโภค. วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 10(2), 115–128. สืบค้นจาก https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pnuhuso/article/download/264424/179125

ยุทธ ไกยวรรณ์ และกุสุมา ผลาพรม. (2553). พื้นฐานการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 5 ปรับปรุงแก้ไขและเพิ่มเติม). กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.

ลัดดาวัลย์ สำราญ, และ โสรยา สุภาผล. (2568). การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์ม TikTok ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคเจเนอเรชัน Z. วารสารบริหารธุรกิจราชมงคลสุวรรณภูมิ, 2(1), 15–27. สืบค้นจาก https://so14.tci-thaijo.org/index.php/JBURUS/article/view/1448

วสันต์ สิโยพุทธวงศ์, ดลฤดี ศรีมันตะ, และ กำพล ดวงพรประเสริฐ. (2568). การผลิตสื่อโฆษณาเพื่อแนะนำสินค้าให้แก่ร้านขายอาหารและเครื่องดื่มแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์, 15(1), 210–224. สืบค้นจาก https://so06.tci-thaijo.org/index.php/var/article/view/280597

สำนักงานสถิติจังหวัดสกลนคร. (ม.ป.ป.). ตัวชี้วัดที่สำคัญของจังหวัด. สืบค้นจาก https://sakonnk.nso.go.th/statistical-information-service/key-indicators-of-the-province.html

สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2566). สถิติประชากรทางการทะเบียนราษฎร. สืบค้นจาก https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2546). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สามลดา.

สุธัญญา กฤตาคม. (กันยายน–ตุลาคม 2564). กรอบแนวคิดการศึกษาการประชาสัมพันธ์เบื้องต้น. วารสารนวัตกรรมการเรียนรู้และเทคโนโลยี, 6(5), 262-273. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2569 จาก https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jomld/article/download/249110/170203/

สุรีพร อู่อรุณ. (2568). การตลาดผู้ทรงอิทธิพลส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok. วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 9(2), 417-429. สืบค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2569 จาก https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/279193/184987

เสกสรร สายสีสด, ณัฐวุฒิ คำทวี, ธิฆัมภรณ์ แกล้วกล้า, วราภรณ์ โพนแป๊ะ, เอกรัตน์ แซ่อึ้ง, และ ภัคจิรา ทองนิล. (กันยายน-ธันวาคม 2563). การศึกษาพฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ของนักเรียน นักศึกษาในเขตเทศบาลนครอุดรธานี. วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, (3), 11-26. สืบค้นเมื่อ 21 กุมภาพันธ์ 2569 จาก https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmspsru/article/view/252826

เสรี วงษ์มณฑา. (2540). การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

ภาษาอังกฤษ

Al Hadeed, A., Ihsan, M., Mohammad Mahmoud, A., Razaz Waheeb, A., Farhan, A., & Mohammed, H. (2024). Role of public relations practices in content management: the mediating role of new media platforms. Frontiers in Sociology, 8, 1273371. https://doi.org/10.3389/fsoc.2023.1273371

AXELOAD. (1 January 2026). VLC Media Player 3.0.23. Retrieved from AXELOAD: https://axeload.com/vlc-media-player/

BBL INFO. (19 เมษายน 2025). เจาะลึกพฤติกรรมผู้ใช้ TikTok ไทย! เทรนด์ฮิต & สินค้าขายดี 2025. สืบค้นจาก Bangkok Bank SME: https://bangkokbanksme.com/en/bbl-info-tiktok-trend-2025

Canva. (2023). เกี่ยวกับ Canva. สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2026 จาก https://www.canva.com/th_th/about/

CapCut. (16 พฤษภาคม 2025). วิธีใช้ CapCut: สร้างสรรค์มากขึ้นด้วยการแก้ไขวิดีโอ. สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2026 จาก https://www.capcut.com/th-th/resource/how-to-use-capcut

Chonlatid Thongpaijid. (28 May 2025). สรุป 8 ฟีเจอร์ใหม่ Canva เพื่อนคนโปรดชาว Gen-Z. Retrieved 23 February 2026 from https://www.marketingoops.com/news/new-8-features-in-canva/

CloudConvert. (n.d.). CloudConvert: File Conversion on the Web. Retrieved 23 February 2026 from https://cloudconvert.com

DataReportal. (12 March 2025). Digital 2025: Thailand. Retrieved from https://datareportal.com/essential-tiktok-stats

Florida State University Libraries. (11 March 2025). Using VLC to create screenshots and excerpts. Retrieved 24 February 2026 from https://guides.lib.fsu.edu/c.php?g=352492&p=6535402

Guerrero, R. (2023). A paradigm shift: TikTok's impact on social media marketing strategies. International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS), 7(6), 1–15. https://rsisinternational.org/journals/ijriss/articles/a-paradigm-shift-tiktoks-impact-on-social-media-marketing-strategies/

iT24Hrs. (2020). วิธีอัดเสียงคุณภาพดี ด้วยมือถือ android โดยไม่ต้องโหลดแอปเพิ่ม. สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2026 จาก https://it24hrs.com/2020/voice-recorder-android/

Joe Short. (2024). Types of Media. Retrieved 18 February 2026 from Cision: https://www.cision.com/resources/insights/types-of-media/

Kotler, P. (1999). Kotler on marketing: How to create, win, and dominate markets. New York: Free Press.

MAZ Business Consultant. (16 สิงหาคม 2024). บริษัทรับทำการตลาดออนไลน์ที่ได้ผลจริง สำหรับ SME ในปี 2024. สืบค้นจาก https://mazmaker.com/effective-online-marketing-company-for-sme/

Nation Thailand. (29 March 2025). Thailand's digital ad market to grow despite economic slowdown. Retrieved from https://www.nationthailand.com/business/economy/40048041

Nordquist, R. (14 September 2024). Media, Medium, and Mediums: How to Choose the Right Word. Retrieved 19 February 2026 from ThoughtCo: https://www.thoughtco.com/media-medium-and-mediums-1689581

Notebookspec. (2025). Lenovo IdeaPad Slim 3i 15IRH10-83K100DCTA ซีพียู Intel Core i5-13420H [ภาษาไทย]. สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2026 จาก https://notebookspec.com

O'Brien, H. L., Davoudi, N., & Nelson, M. (2025). TikTok as information space: A scoping review of information behavior on TikTok. Library & Information Science Research, 47(4), 101379. https://doi.org/10.1016/j.lisr.2025.101379

Sanook. (28 พฤศจิกายน 2023). เทรนด์ปลูกต้นไม้รับปี 2024 ต้นไม้อะไรนิยมปลูกอะไรแล้วนำเทรนด์. สืบค้นจาก https://www.sanook.com/women/245761/

Smart. (2024). สรุป 7 สิ่งที่นักการตลาดต้องรู้หลัง TikTok แถลงแผนธุรกิจ 2024 "TikTok For All". สืบค้นจาก Marketing Oops: https://www.marketingoops.com/tech-2/tiktok-thailand-trend-2024/

Tanat. (n.d.). TikTok content marketing in Thailand: How brands are going viral with creative-tech strategies. Retrieved from MCIX Agency: https://www.mcixagency.com/post/why-tiktok-content-marketing-matters-in-thailand

TikTok For Business. (January 2026). เกี่ยวกับการทำการตลาดแบบเต็มรูปแบบบน TikTok. Retrieved 22 February 2026 from TikTok ศูนย์ช่วยเหลือทางธุรกิจ: https://ads.tiktok.com/help/article/full-funnel-marketing-tiktok?lang=th

TikTok Newsroom. (18 May 2022). เจาะลึกกลยุทธ์และเทคนิคเพิ่มยอดขายธุรกิจบิวตี้และแฟชั่นใน TikTok. Retrieved 22 February 2026 from https://newsroom.tiktok.com/unveiling-key-success-factors-of-beauty-and-fashion-smes-on-tiktok?lang=th-TH

TikTok Newsroom. (21 January 2021). เจาะลึกเหตุผลที่ทำให้ TikTok เป็นแพลตฟอร์มมาแรงแห่งปี. Retrieved 22 February 2026 from https://newsroom.tiktok.com/top-reasons-why-everyone-heard-about-tiktok?lang=th-TH

vivo. (ม.ป.ป.). บันทึกเสียง. สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2026 จาก https://www.vivo.com/th/

Zannettou, S., Nemes-Nemeth, O., Ayalon, O., Goetzen, A., Gummadi, K. P., Redmiles, E. M., & Roesner, F. (2024). Analyzing user engagement with TikTok's short format video recommendations using data donations. In Proceedings of the 2024 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (Article 731, pp. 1-16). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/3613904.3642433

ZORT. (2021). ข้อดีและข้อเสียการทำการตลาดบน TikTok ที่คุณไม่รู้ไม่ได้!. สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2025 จาก https://zortout.com/blog/tiktok-marketing

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) แบบประเมินประสิทธิภาพ
ของสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)			รวม	IOC	แปลผล
	1	2	3			
ข้อ 1.1	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 1.2	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 1.3	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 1.4	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 2.1	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 2.2	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 2.3	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 2.4	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 3.1	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 3.2	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 3.3	0	1	1	2	0.7	ใช้ได้
ข้อ 3.4	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 4.1	0	1	1	2	0.7	ใช้ได้
ข้อ 4.2	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 4.3	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 5.1	0	1	1	2	0.7	ใช้ได้
ข้อ 5.2	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 5.3	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้

ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) แบบประเมินความพึงพอใจ
ต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)			รวม	IOC	แปลผล
	1	2	3			
ข้อ 1.1	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 1.2	0	1	1	2	0.7	ใช้ได้
ข้อ 1.3	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 1.4	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 1.5	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 2.1	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 2.2	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 2.3	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 2.4	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 2.5	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 3.1	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 3.2	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อ 3.3	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้

ภาคผนวก ข
แบบประเมินที่ใช้ในการวิจัย

แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของประเด็นแบบประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok โดยผู้เชี่ยวชาญ

คำชี้แจง โปรดพิจารณาความสอดคล้องของประเด็นข้อคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok แต่ละข้อว่ามีความถูกต้อง เหมาะสมหรือไม่ เมื่อพิจารณาแล้วให้ทำเครื่องหมายถูก (√) ลงในช่องว่างทางขวามือที่ ตรงกับความคิดเห็นของท่าน หากมีข้อแก้ไข กรุณาเติมข้อความลงในข้อเสนอแนะอื่น ๆ โดยใช้ เกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

+1 หมายถึง สอดคล้อง

0 หมายถึง ไม่แน่ใจ

−1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ชื่อ–นามสกุล(ผู้เชี่ยวชาญ).....

อีเมล.....

ตำแหน่ง.....

หน่วยงาน.....

ตอนที่ 2 แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของประเด็นแบบประเมินประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok โดยผู้เชี่ยวชาญ

ข้อ	ประเด็นการประเมินประสิทธิภาพ	ระดับความคิดเห็น			หมายเหตุ
		+1	0	−1	
1. ด้านเนื้อหา					
1.1	ความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูลร้านค้า เช่น พิกัดที่ตั้ง และช่องทางการติดต่อ/เดินทาง				
1.2	ความชัดเจนและถูกต้องของการให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาต้นไม้และอุปกรณ์ทำสวน				
1.3	ความเหมาะสมของการแนะนำสินค้าและบริการจัดสวน				

ข้อ	ประเด็นการประเมินประสิทธิภาพ	ระดับความคิดเห็น			หมายเหตุ
		+1	0	−1	
1.4	ความสั้นกระชับและความเหมาะสมของระยะเวลาในคลิปวิดีโอต่อการนำเสนอเนื้อหา				
2. ด้านเทคโนโลยีและการผลิต					
2.1	ภาพและวิดีโอมีความคมชัด เห็นรายละเอียดของพืชพันธุ์ไม้ได้อย่างชัดเจน				
2.2	เสียงพากย์/บรรยาย และเสียงดนตรีประกอบมีความชัดเจน ระดับเสียงเหมาะสม และสอดคล้องกับเนื้อหา				
2.3	เทคนิคการตัดต่อ การลำดับภาพ และการใช้เอฟเฟกต์มีความลื่นไหลและน่าสนใจ				
2.4	การจัดองค์ประกอบภาพ สัดส่วนวิดีโอแนวตั้ง (9:16) มีความเหมาะสมกับการรับชมบนแพลตฟอร์ม TikTok				
3. ด้านตัวอักษร					
3.1	รูปแบบตัวอักษร (Font) มีความสวยงาม อ่านง่าย ชัดเจน และเหมาะสมกับการนำเสนอ				
3.2	ขนาดของตัวอักษรมีความเหมาะสม มองเห็นได้ชัดเจนเมื่อรับชมผ่านหน้าจอโทรศัพท์มือถือ				
3.3	สีและเอฟเฟกต์ของตัวอักษรมีความเด่นชัด ตัดกับสีของฉากหลังทำให้อ่านได้สบายตา				
3.4	การจัดวางตำแหน่งตัวอักษรบนหน้าจอมีความเหมาะสม ไม่บดบังรายละเอียดสำคัญของพืชพันธุ์ไม้				

ข้อ	ประเด็นการประเมินประสิทธิภาพ	ระดับความคิดเห็น			หมายเหตุ
		+1	0	−1	
4. ด้านเสียง					
4.1	เสียงบรรยาย/พากย์มีความน่าฟัง น้ำเสียงและจังหวะการพูดมีความชัดเจน น่าติดตาม				
4.2	เสียงดนตรีประกอบ (Background Music) มีความเหมาะสม สอดคล้องกับเนื้อหา และไม่กลบเสียงบรรยาย				
4.3	ระดับความดังของเสียงมีความสมดุล ชัดเจน ปราศจากเสียงรบกวน เหมาะสมกับการรับชมผ่านสมาร์ตโฟน				
5. ด้านคำบรรยาย					
5.1	คำบรรยายใต้โพสต์ (Caption) มีความกระชับ น่าสนใจ และมีการเลือกใช้แฮชแท็ก (#Hashtag) ที่เหมาะสม				
5.2	เนื้อหาคำบรรยายมีความสอดคล้อง อธิบายเชื่อมโยงกับภาพและวิดีโอได้อย่างชัดเจน				
5.3	คำบรรยายมีความถูกต้องตามหลักภาษา สะกดคำถูกต้อง และสื่อสารข้อมูลสินค้า/พืชพันธุ์ไม้ได้อย่างแม่นยำ				

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

ลงชื่อ ..... ผู้ประเมิน

(.....)

วันที่ ..... / ..... / .....

แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของประเด็นแบบประเมิน ความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok

คำชี้แจง โปรดพิจารณาความสอดคล้องของประเด็นข้อคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามประเมินประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok แต่ละข้อว่ามีความถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ เมื่อพิจารณาแล้วให้ทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องว่างทางขวามือที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน ถ้ามีข้อแก้ไข กรุณาเติมข้อความลงในข้อเสนอแนะอื่น ๆ โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาดังนี้

+1 หมายถึง สอดคล้อง
0 หมายถึง ไม่แน่ใจ
−1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน

ชื่อ–นามสกุล (ผู้เชี่ยวชาญ).....

อีเมล.....

ตำแหน่ง.....

หน่วยงาน.....

ตอนที่ 2 แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของประเด็นแบบประเมินประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์สื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok โดยผู้เชี่ยวชาญ

ข้อ	ประเด็นความพึงพอใจ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		+1	0	−1	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์					
1.1	เพศ (ตัวเลือก: ชาย / หญิง / เพศหลากหลาย / ไม่ต้องการระบุ)				
1.2	อายุ (ตัวเลือก: ต่ำกว่า 18 ปี / 18–24 ปี / 25–34 ปี / 35–44 ปี / 45–54 ปี / 55 ปีขึ้นไป)				

ข้อ	ประเด็นความพึงพอใจ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		+1	0	−1	
ส่วนที่ 2 ข้อคำถามความพึงพอใจ					
1. ด้านเนื้อหา					
1.1	เนื้อหาในคลิปวิดีโอมีความครอบคลุมข้อมูลของร้าน เช่น ประวัติความเป็นมา ที่ตั้ง และเส้นทางการเดินทางอย่างชัดเจน				
1.2	เนื้อหาการแนะนำสินค้า เช่น พันธุ์ไม้ขายดี ไม้มงคล และไม้อวบน้ำ/กระบองเพชรสำหรับนักเรียนนักศึกษา มีความน่าสนใจ				
1.3	เนื้อหาการให้ความรู้ เช่น เทคนิคการเลือกกระถาง และเทคนิคการดูแลรักษาต้นไม้เบื้องต้น เป็นประโยชน์และเข้าใจง่าย				
1.4	การนำเสนอโปรโมชั่นพิเศษของร้าน และการตอบคำถามปัญหาเรื่องต้นไม้ (Q&A) มีความชัดเจนและตรงประเด็น				
1.5	ความยาวของคลิปวิดีโอมีความเหมาะสม กระชับ (ไม่ต่ำกว่า 1 นาที) ดึงดูดความสนใจได้ดี				
2. ด้านรูปแบบและการนำเสนอ					
2.1	คุณภาพความคมชัดของภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และวิดีโอ มีความสวยงามและคมชัด				
2.2	คุณภาพของเสียงดนตรีประกอบและเสียงบรรยายมีความชัดเจนและเหมาะสมกับเนื้อหา				

ข้อ	ประเด็นความพึงพอใจ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		+1	0	−1	
2.3	การลำดับภาพ การตัดต่อ และการใช้เอฟเฟกต์ (ด้วยโปรแกรม CapCut) มีความต่อเนื่องและน่าสนใจ				
2.4	การจัดวางองค์ประกอบกราฟิกและข้อความ (ด้วยโปรแกรม Canva) มีความสวยงาม อ่านง่าย และเหมาะสมกับรูปแบบวิดีโอแนวตั้ง				
2.5	รูปแบบและสไตล์การนำเสนอมีความทันสมัย สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานบนแพลตฟอร์ม TikTok				
3. ด้านประโยชน์และการนำไปใช้					
3.1	สื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้ช่วยให้ท่านเกิดการรับรู้และรู้จักร้านสกลพันธุ์ไม้ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น				
3.2	สื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้ช่วยกระตุ้นความสนใจให้ท่านอยากไปเยี่ยมชมมุมถ่ายรูปและจุดเช็คอินภายในร้าน				
3.3	สื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้ช่วยกระตุ้นความสนใจให้ท่านอยากเลือกซื้อสินค้า หรือใช้บริการรับจัดสวนครบวงจรของทางร้าน				

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

ลงชื่อ ..... ผู้ประเมิน

(.....)

วันที่ ..... / ..... / .....

แบบสอบถามเพื่อคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok

คำชี้แจง แบบประเมินฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อประเมินประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ผ่าน TikTok โปรดพิจารณาประเด็นการประเมินแต่ละข้อ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

5 หมายถึง มีประสิทธิภาพในระดับมากที่สุด
4 หมายถึง มีประสิทธิภาพในระดับมาก
3 หมายถึง มีประสิทธิภาพในระดับปานกลาง
2 หมายถึง มีประสิทธิภาพในระดับน้อย
1 หมายถึง มีประสิทธิภาพในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 1 **ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

ชื่อ–นามสกุล (ผู้เชี่ยวชาญ) .....

อีเมล.....

ตำแหน่ง .....

หน่วยงาน .....

ตอนที่ 2 รายการประเมิน

ข้อ	ประเด็นการประเมินคุณภาพ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1. ด้านเนื้อหา						
1.1	ความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูลร้านค้า เช่น พิกัดที่ตั้ง และช่องทางการติดต่อ/เดินทาง					
1.2	ความชัดเจนและถูกต้องของการให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาต้นไม้และอุปกรณ์ทำสวน"					
1.3	ความเหมาะสมของการแนะนำสินค้าและบริการจัดสวน					

ข้อ	ประเด็นการประเมินคุณภาพ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1.4	ควรความสั้นกระชับและความเหมาะสมของระยะเวลาในคลิปวิดีโอต่อการนำเสนอเนื้อหา					
2. ด้านเทคโนโลยีและการผลิต						
2.1	ภาพและวิดีโอมีความคมชัด เห็นรายละเอียดของพืชพันธุ์ไม้ได้อย่างชัดเจน					
2.2	เสียงพากย์/บรรยาย และเสียงดนตรีประกอบมีความชัดเจน ระดับเสียงเหมาะสม และสอดคล้องกับเนื้อหา					
2.3	เทคนิคการตัดต่อ การลำดับภาพ และการใช้เอฟเฟกต์ มีความลื่นไหลและน่าสนใจ					
2.4	การจัดองค์ประกอบภาพ สัดส่วนวิดีโอแนวตั้ง (9:16) มีความเหมาะสมกับการรับชมบนแพลตฟอร์ม TikTok					
3. ด้านตัวอักษร						
3.1	รูปแบบตัวอักษร (Font) มีความสวยงาม อ่านง่าย ชัดเจน และเหมาะสมกับการนำเสนอ					
3.2	ขนาดของตัวอักษรมีความเหมาะสม มองเห็นได้ชัดเจนเมื่อรับชมผ่านหน้าจอโทรศัพท์มือถือ					
3.3	สีและเอฟเฟกต์ของตัวอักษรมีความเด่นชัดตัดกับสีของฉากหลังทำให้อ่านได้สบายตา					
3.4	การจัดวางตำแหน่งตัวอักษรบนหน้าจอมีความเหมาะสม ไม่บดบังรายละเอียดสำคัญของพืชพันธุ์ไม้					

ข้อ	ประเด็นการประเมินคุณภาพ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
4. ด้านเสียง						
4.1	เสียงบรรยาย/พากย์มีความน่าฟัง น้ำเสียงและจังหวะการพูดมีความชัดเจน น่าติดตาม					
4.2	เสียงดนตรีประกอบ (Background Music) มีความเหมาะสม สอดคล้องกับเนื้อหา และไม่กลบเสียงบรรยาย					
4.3	ระดับความดังของเสียงมีความสมดุล ชัดเจน ปราศจากเสียงรบกวน เหมาะสมกับการรับชมผ่านสมาร์ตโฟน					
5. ด้านคำบรรยาย						
5.1	คำบรรยายใต้โพสต์ (Caption) มีความกระชับ น่าสนใจ และมีการเลือกใช้แฮชแท็ก (#Hashtag) ที่เหมาะสม					
5.2	เนื้อหาคำบรรยายมีความสอดคล้อง อธิบายเชื่อมโยงกับภาพและวิดีโอได้อย่างชัดเจน					
5.3	คำบรรยายมีความถูกต้องตามหลักภาษา สะกดคำถูกต้อง และสื่อสารข้อมูลสินค้า/พืชพันธุ์ไม้ได้อย่างแม่นยำ					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

ลงชื่อ ..... ผู้ประเมิน

(.....)

วันที่ ..... / ..... / .....

แบบสอบถามความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงงานวิจัย เรื่อง "การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok" ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok

โปรดอ่านข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด โดยมีเกณฑ์การประเมินความพึงพอใจ 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Likert Scale ดังนี้:

5 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจ มากที่สุด
4 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจ มาก
3 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจ ปานกลาง
2 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจ น้อย
1 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจ น้อยที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง ☐ ไม่ต้องการระบุ ☐ อื่น ๆ
2. อายุ ☐ ต่ำกว่า 18 ปี ☐ 18–24 ปี ☐ 25–34 ปี ☐ 35–44 ปี ☐ 45–54 ปี ☐ 55 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ร้านสกลพันธุ์ไม้ ผ่าน TikTok

ข้อ	ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1. ด้านเนื้อหา						
1.1	เนื้อหาในคลิปวิดีโอมีความครอบคลุมข้อมูลของร้าน เช่น ประวัติความเป็นมา ที่ตั้ง และเส้นทางการเดินทางอย่างชัดเจน					
1.2	เนื้อหาการแนะนำสินค้า เช่น พันธุ์ไม้ขายดี ไม้มงคล และไม้อวบน้ำ/กระบองเพชรสำหรับนักเรียนนักศึกษา มีความน่าสนใจ					
1.3	เนื้อหาการให้ความรู้ เช่น วัสดุปลูก เทคนิคการเลือกกระถาง และเทคนิคการดูแลรักษาต้นไม้เบื้องต้น เป็นประโยชน์และเข้าใจง่าย					
1.4	การนำเสนอโปรโมชั่นพิเศษของร้าน และการตอบคำถามปัญหาเรื่องต้นไม้ (Q&A) มีความชัดเจนและตรงประเด็น					
1.5	ความยาวของคลิปวิดีโอมีความเหมาะสม กระชับ (ไม่ต่ำกว่า 1 นาที) ดึงดูดความสนใจได้ดี					
2. ด้านรูปแบบและการนำเสนอ						
2.1	คุณภาพความคมชัดของภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และวิดีโอ มีความสวยงามและคมชัด					
2.2	คุณภาพของเสียงดนตรีประกอบและเสียงบรรยายมีความชัดเจนและเหมาะสมกับเนื้อหา					

ข้อ	ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
2.3	การลำดับภาพ การตัดต่อ และการใช้เอฟเฟกต์ (ด้วยโปรแกรม CapCut) มีความต่อเนื่องและน่าสนใจ					
2.4	การจัดวางองค์ประกอบกราฟิกและข้อความ (ด้วยโปรแกรม Canva) มีความสวยงาม อ่านง่าย และเหมาะสมกับรูปแบบวิดีโอแนวตั้ง					
2.5	รูปแบบและสไตล์การนำเสนอมีความทันสมัย สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานบนแพลตฟอร์ม TikTok					
3. ด้านประโยชน์และการนำไปใช้						
3.1	สื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้ช่วยให้ท่านเกิดการรับรู้และรู้จักร้านสกลพันธุ์ไม้ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น					
3.2	สื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้ช่วยกระตุ้นความสนใจให้ท่านอยากไปเยี่ยมชมมุมถ่ายรูปและจุดเช็คอินภายในร้าน					
3.3	สื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้ช่วยกระตุ้นความสนใจให้ท่านอยากเลือกซื้อสินค้า หรือใช้บริการรับจัดสวนครบวงจรของทางร้าน					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

ประวัติผู้จัดทำโครงงาน

ประวัติผู้จัดทำโครงงาน



ชื่อ–สกุล นางสาวพรพิมล เมษา

วัน / เดือน / ปีเกิด 22 เมษายน 2548

ภูมิลำเนาเดิม บ้านเลขที่ 99/17 บ้านหนองหอยใหม่ ตำบลเชียงเครือ อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร รหัสไปรษณีย์ 47000

ประวัติการศึกษา

1) มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนบ้านหนองหอย

2) ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยเทคนิคสกลนคร

3) ปัจจุบันกำลังศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

หมายเลขโทรศัพท์ 0802215651

อีเมล porn22mesa@gmail.com

ประวัติผู้จัดทำโครงงาน



ชื่อ–สกุล นางสาวสุวิภาพร ทองชัย

วัน / เดือน / ปีเกิด 11 มีนาคม 2547

ภูมิลำเนาเดิม บ้านเลขที่ 58/7 บ้านหนองคล้า ตำบลน้ำจั้น อำเภอเซกา
จังหวัดบึงกาฬ รหัสไปรษณีย์ 38150

ประวัติการศึกษา

1) มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนบ้านคำบอน

2) มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเหล่าคามพิทยาคมรัชมังคลาภิเษก

3) ปัจจุบันกำลังศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

หมายเลขโทรศัพท์ 0989426550

อีเมล suwipaporn20041103@gmail.com