



วิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจสำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

Inspirational Documentary Videos for Modern Entrepreneurs

Received: 7 October 2024

Revised: 8 March 2026

Accepted: 12 March 2026

ฐิติชัย รักบำรุง, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

นกร ละลอกน้ำ, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ภัทรดา เอี่ยมบุญญฤทธิ์*, โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา

*Corresponding Author

บทคัดย่อ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจ การเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ 2) ผลิตวิดีโอสารคดี 3) ประเมินคุณภาพ และ 4) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ชม การวิจัยแบ่งเป็น 4 ระยะ ได้แก่ ศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผลิตวิดีโอสารคดีจำนวน 3 เรื่อง (ธุรกิจสัตว์เลี้ยง เครื่องดื่ม และสินค้าออนไลน์) ประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และเผยแพร่พร้อมสำรวจความพึงพอใจของผู้ชมจำนวน 255 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเป้าหมายสนใจสารคดีรูปแบบการเล่าเรื่องชีวิตผู้ประกอบการผ่านแพลตฟอร์ม YouTube และ Facebook มากที่สุด วิดีโอที่ผลิตมีคุณภาพระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) และผู้ชมมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) โดยเนื้อหาช่วยเพิ่มความเข้าใจ และแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการ การวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าการใช้วิดีโอสารคดีเป็นเครื่องมือสื่อสารสามารถส่งเสริมทัศนคติและแรงจูงใจในการประกอบอาชีพของคนรุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: วิดีโอ สารคดี ผู้ประกอบการ

Abstract The objectives of this research were to 1) study the demand for inspirational documentary videos for new-age entrepreneurs, 2) produce such videos, 3) evaluate their quality, and 4) assess audience satisfaction. The study consisted of four phases: identifying audience needs, producing three documentary videos (pet business, beverage, and online product), expert evaluation, and dissemination with a satisfaction survey. The sample included 255 viewers and three experts selected through purposive sampling. Findings indicated that audiences were most interested in documentary-style storytelling about entrepreneurs, especially through YouTube and Facebook. The produced videos were rated at a high-quality level ($\bar{X} = 4.10$), and viewer satisfaction was also high ($\bar{X} = 3.96$). The content enhanced understanding, knowledge, and inspiration for entrepreneurship. This study suggests that using documentary videos as educational



media effectively fosters motivation and entrepreneurial attitudes among new-generation audiences.

Keywords: Video, Documentary, Entrepreneurship

บทนำ

การพัฒนาประเทศไทย 4.0 ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยที่รัฐบาลไทยริเริ่มขึ้น มีเป้าหมายเพื่อเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจจากการพึ่งพาภาคอุตสาหกรรมและเกษตรกรรมที่ใช้ทรัพยากรและแรงงานราคาถูกไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี และความรู้ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับโลก (Office of the National Economic and Social Development Council, 2017) โดยภาครัฐได้จัดทำโครงการนำร่องขนาดใหญ่เพื่อพัฒนาเขตเศรษฐกิจ ได้แก่ โครงการพัฒนาพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Thailand's Eastern Economic Corridor : EEC) (Eastern Economic Corridor Office, 2018) โดยมีเป้าประสงค์ของการพัฒนาใน 4 ด้าน ได้แก่ (1) การพัฒนากำลังคนและสถาบันความรู้ (2) การวิจัยและสร้างนวัตกรรมเพื่อตอบโจทย์ท้าทายของสังคม (3) การวิจัยและสร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน (4) การวิจัยและสร้างนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่และลดความเหลื่อมล้ำ และแผนด้านการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศ พ.ศ. 2564 - 2570 (Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2021) โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษา ภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อให้การผลิตบัณฑิตเป็นไปตามความต้องการของตลาดแรงงานและการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ซึ่งมหาวิทยาลัยบูรพาในฐานะมหาวิทยาลัยหลักใน EEC และมหาวิทยาลัยในภูมิภาคตะวันออกมีบทบาทในการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรให้มีศักยภาพเพื่อรองรับอุตสาหกรรมเป้าหมายและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้เป็นไปตามแผนด้านการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศ พ.ศ. 2564 - 2570 (Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2021)

จากผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า มีผู้ว่างงานสำเร็จการศึกษาระดับอุดมศึกษามากที่สุด 147,000 คน ในเดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2562 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2561 มีผู้ว่างงานเพิ่มขึ้น 10,000 คน แต่จากการสำรวจของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม แลงตัวเลขบัณฑิตตกงานถึง 370,000 คน ซึ่งในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 มีบัณฑิตที่กำลังสำเร็จการศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาเพิ่มขึ้น 300,000 คน ผลการสำรวจดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความไม่สอดคล้องของคุณภาพของบัณฑิตกับความต้องการของตลาดแรงงาน โดยลักษณะผู้เรียนยุคปัจจุบันจะเป็น GEN-Z ซึ่งมีการแสวงหาความรู้ใหม่ผ่านช่องทางเทคโนโลยีดิจิทัล หลากหลายรูปแบบด้วยตนเอง กล้าคิด กล้าทำสิ่งใหม่ ๆ มีแนวคิดอยากเป็นเจ้าของธุรกิจ เป็นผู้ประกอบการ แสวงหาความสำเร็จในระยะเวลานาน สอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563 - 2570 และแผนพัฒนาความเป็นเลิศของมหาวิทยาลัยบูรพา

ปีงบประมาณ 2566 - 2570 ซึ่งกล่าวถึงความต้องการของผู้เรียนปัจจุบัน (กลุ่ม GEN-Z) เกี่ยวกับการพัฒนา กำลังคน การพัฒนาอาชีพ การพัฒนาทักษะให้แรงงานในอุตสาหกรรมให้กับบุคคลทั่วไป นิสิตนักศึกษา และบัณฑิตที่พึงจบการศึกษาให้สามารถทำงานในสถานประกอบการหรือประกอบอาชีพอิสระที่สนใจได้ทันกับการแข่งขันของประเทศและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งจำเป็นต้องมีการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) การเพิ่มทักษะ (Upskilling) และการเสริมทักษะ (Reskilling) ของแรงงานที่มีอยู่ เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและเศรษฐกิจดิจิทัลที่มีความซับซ้อนมากขึ้น

ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าวิดีโอสารคดีเป็นสื่อการเรียนรู้ที่มีศักยภาพสูงในการส่งเสริมและตอบโจทย์ทักษะ ดังกล่าว ได้แก่ การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) การเพิ่มทักษะ (Upskilling) และการเสริมทักษะ (Reskilling) ของแรงงานในหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เข้าถึงง่ายและสามารถเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งมีประโยชน์ทั้งในด้านการพัฒนาทักษะใหม่ ๆ และปรับปรุงความรู้ที่มีอยู่ ทั้งยังสามารถนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลายอย่างต่อเนื่อง นำเสนอข้อมูลเชิงลึกในหลายสาขาวิชา ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงความรู้ได้ตลอดเวลา ส่งเสริมความกระหายในการเรียนรู้ (Merriam & Baumgartner, 2020) ตอบสนองความต้องการในการเรียนรู้ของคนในทุกช่วงวัย ทั้งยังให้ความรู้เฉพาะทางที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาชีพหรืออุตสาหกรรมต่าง ๆ นอกจากนี้ การเรียนรู้ผ่านวิดีโอเป็นวิธีการที่ประหยัดเวลาและมีประสิทธิภาพ เนื่องจากสามารถเลือกดูวิดีโอที่เกี่ยวข้องกับทักษะที่ต้องการพัฒนาได้ทันที (Jones & Pimdee, 2017) ทั้งยังช่วยในการเสริมสร้างทักษะใหม่ๆ ให้กับแรงงานได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ (Frey & Osborne, 2017)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการทำวิจัย เรื่อง การผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ โดยมีการดำเนินการผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ และติดตามให้ความรู้ต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นกลุ่มเป้าหมาย โดยการทำการรายการสร้าง การรับรู้ ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินการธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย
2. เพื่อผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่
3. เพื่อประเมินวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่
4. เพื่อเผยแพร่และศึกษาความพึงพอใจต่อวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่

ขอบเขตของโครงการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาความต้องการผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย แบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างสำหรับตอบแบบสอบถามความต้องการ



การผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ได้แก่ นิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา ที่สนใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ จำนวน 100 คน ที่ได้มาจากวิธีการอาสาสมัคร (Volunteer Selection) โดยตอบแบบสอบถามผ่าน Google form และกลุ่มตัวอย่างสำหรับสัมภาษณ์ความต้องการการผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ได้แก่ นิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา ที่สนใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ จำนวน 10 คน ที่ได้มาจากวิธีการอาสาสมัคร (Volunteer Selection) สถานที่ในการสัมภาษณ์ได้แก่ อาคาร 60 พรรษามหาราชาธิ (QS1)

2. กลุ่มตัวอย่างสำหรับการประเมินวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ จำนวน 3 ท่าน ที่ได้มาจากวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3. กลุ่มตัวอย่างสำหรับศึกษาความพึงพอใจต่อวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ได้แก่ ผู้เข้าชมวิดีโอสารคดีฯ ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่สนใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่หรือกำลังเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ กำหนดจำนวนโดยใช้วิธีการใช้เกณฑ์ในการประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรของบุญชม ศรีสะอาด (2554) โดยกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาตอบความพึงพอใจจากจำนวนประชากรที่เป็นผู้เข้าชมวิดีโอด้วยวิธีการอาสาสมัคร (Volunteer Selection)

วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัย เรื่อง การผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ดำเนินการวิจัยดังนี้ ดำเนินการภายใต้ระเบียบวิธีวิจัยในลักษณะรูปแบบวิจัยและพัฒนา (Research and Development) เพื่อผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย แบ่งเป็น 4 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาความต้องการวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายโดยศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิต VDO

ระยะที่ 2 ผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่

ระยะที่ 3 ประเมินและปรับปรุงวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่

ระยะที่ 4 เผยแพร่และศึกษาความพึงพอใจต่อวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยประยุกต์ใช้วิธีการออกแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยหลักการ ADDIE (ADDIE Model of Instructional Design) ของเดอบีลล์ (DeBell, 2020) โดยมีรายละเอียดดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เรื่อง การผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ได้แบ่งตามระยะของการวิจัยดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาความต้องการวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายโดยศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิต VDO

1. แบบสอบถามความต้องการการผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ผู้วิจัยทำการศึกษาเอกสาร หลักการ แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วสร้างเป็นข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ โดยแต่ละข้อตั้งคำถามเกี่ยวกับความต้องการการผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ และให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบข้อที่ตรงกับความต้องการของตนมากที่สุด ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) อยู่ที่ 0.8 - 1.00

2. แบบสัมภาษณ์ความต้องการการผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ผู้วิจัยศึกษาเอกสาร หลักการ แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วสร้างเป็นข้อคำถามแบบปลายเปิดจำนวน 9 ข้อ ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) อยู่ที่ 0.8 - 1.00

ระยะที่ 2 ผลผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่

ผู้วิจัยดำเนินการนำข้อมูลที่ได้จากระยะที่ 1 มาผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลจากแบบสอบถามความต้องการการผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ได้แก่

- 1) ประเภทรูปร่างผู้ประกอบการ
- 2) รูปแบบวิดีโอคอนเทนต์ในการสร้างการรับรู้
- 3) ระยะเวลาการนำเสนอเนื้อหา
- 4) แพลตฟอร์มการรับชม
- 5) เนื้อหาสาระที่ต้องการรับรู้

2. แบบสัมภาษณ์ความต้องการการผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่จากกลุ่มเป้าหมาย

จากนั้นผู้วิจัยนำผลจากการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อเป็นข้อมูลในการผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ประกอบด้วย

- 1) เขียนบทวิดีโอสารคดี
- 2) คัดเลือกคนต้นแบบสารคดี
- 3) กำหนดทีมงานในการผลิต
- 4) กำหนดสถานที่ถ่ายทำ
- 5) การถ่ายทำ และงานบันทึกเสียง
- 6) การตัดต่อ ดนตรีประกอบ และงานคอมพิวเตอร์กราฟิก

โดยวิดีโอสารคดีฯ ประกอบด้วยผู้ประกอบการจำนวน 3 คนที่ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ความต้องการการผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่มาวิเคราะห์ และคัดเลือกผู้ประกอบการเพื่อนำมาผลิตวิดีโอสารคดี

ระยะที่ 3 ประเมินและปรับปรุงวิธีเอกสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่

แบบประเมินคุณภาพของวิธีเอกสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ โดยผู้วิจัยทำการศึกษาเอกสาร หลักการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วดำเนินการสร้างแบบประเมินคุณภาพของวิธีเอกสารคดีฯ จำนวน 10 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 - 5 คะแนน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) อยู่ที่ 0.8 - 1.00

ระยะที่ 4 เผยแพร่และศึกษาความพึงพอใจต่อวิธีเอกสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่

แบบสอบถามความพึงพอใจต่อวิธีเอกสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ โดยผู้วิจัยทำการศึกษาเอกสาร หลักการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วดำเนินการสร้างแบบสอบถามจำนวน 10 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 - 5 คะแนน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) อยู่ที่ 0.8 - 1.00

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขอความอนุเคราะห์เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยทำหนังสือไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาความต้องการวิธีเอกสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ กลุ่มตัวอย่างสำหรับการประเมินและปรับปรุงวิธีเอกสารคดีและกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาความพึงพอใจ
2. ผู้วิจัยแจ้งให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและดำเนินการกับผู้มีส่วนร่วมตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
3. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจนครบถ้วนและขอบคุณสำหรับความอนุเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ โดยใช้การถอดคำ (Word by word) แล้วจำแนกประเภทข้อมูล (Typological Analysis) เป็นหมวดหมู่โดยการวิเคราะห์คำหลัก (Domain analysis) ที่มีความสัมพันธ์กันมาเป็นข้อมูลชุดเดียวกัน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic induction) โดยการเขียนบรรยายเชิงพรรณนา
2. การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)
3. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาความต้องการการผลิตรายการเอกสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่
 - 1.1 ผลการศึกษาจากแบบสอบถามความต้องการการผลิตรายการเอกสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ จากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพาที่สนใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ จำนวน 100 คน พบว่า ธุรกิจผู้ประกอบการที่ได้รับความสนใจ 3 อันดับแรก

ได้แก่ ธุรกิจผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ ธุรกิจประกอบการสัตว์เลี้ยง และธุรกิจประกอบการร้านอาหาร โดยมีค่าร้อยละ 23.00 20.00 และ 19.00 ตามลำดับ รูปแบบวิดีโอคอนเทนต์การสร้างการรับรู้สำหรับการเป็นผู้ประกอบการที่ได้รับความนิยม 3 อันดับแรก ได้แก่ คอนเทนต์วิดีโอเบื้องหลังความสำเร็จ คอนเทนต์รูปแบบสารคดี และคอนเทนต์สัมภาษณ์และตอบคำถามต่าง ๆ โดยมีค่าร้อยละ 22.00 20.00 และ 18.00 ตามลำดับ ระยะเวลาการนำเสนอเนื้อหาจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง 3 อันดับแรก ได้แก่ ระยะเวลาความยาวเท่าไรก็ได้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาและวิธีนำเสนอ ระยะเวลาไม่เกิน 15 นาทีต่อเรื่อง และ ระยะเวลาไม่เกิน 10 นาทีต่อเรื่อง โดยมีค่าร้อยละ 36.00 19.00 และ 15.00 ตามลำดับ แพลตฟอร์มการรับชมที่ได้รับความนิยม 3 อันดับแรก ได้แก่ YouTube Facebook และ TikTok โดยมีค่าร้อยละ 29.00 23.00 และ 18.00 ตามลำดับ เนื้อหาสาระที่ต้องการรับรู้ที่ได้รับความนิยม 3 อันดับแรก ได้แก่ วิธีการหาไอเดียธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการใหม่ ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินการธุรกิจ และแนวทางแก้ปัญหา และวิธีการดำเนินการให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ โดยมีค่าร้อยละ 25.00 21.00 และ 18.00 ตามลำดับ

1.2 ผลการศึกษาจากแบบสัมภาษณ์ความต้องการการผลิตรายการโทรทัศน์สร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพาที่สนใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ จำนวน 10 คน แบ่งเป็นนิสิตจากคณะศึกษาศาสตร์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30 นิสิตจากคณะบริหารธุรกิจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20 นิสิตจากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20 นิสิตจากคณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10 นิสิตจากคณะโลจิสติกส์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และนิสิตจากคณะวิทยาศาสตร์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10 พบว่าความต้องการการผลิตรายการโทรทัศน์ ได้แก่ 1) การรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ผ่านช่องทาง Facebook และ YouTube 2) ควรนำเสนอผู้ประกอบการธุรกิจประเภทสัตว์เลี้ยง ธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องดื่ม และธุรกิจการขายของออนไลน์ 3) รับรู้ข้อมูลการทำธุรกิจผ่านช่องทาง Facebook และ YouTube 4) รูปแบบวิดีโอคอนเทนต์ในการสร้างแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการควรมีลักษณะแสดงเรื่องราวเนื้อหาชีวิตของบุคคลที่เป็นผู้ประกอบการคือสารคดีแบบผสมผสาน 5) รับชมรายการที่นำเสนอเกี่ยวกับธุรกิจรายการวู้ดซินทีวี โดย AmarinTV รายการ THE SECRET SAUCE โดย นครินทร์ วงกิจไพบูลย์ รายการ Perspective โดย สุวิกรม อัมระนันท์ และรายการ อายุน้อยร้อยล้าน โดยช่องเวิร์คพอยท์ 6) เนื้อหาสาระของรายการต้องการทราบข้อมูลด้านไอเดียธุรกิจ รายได้ในการดำเนินการธุรกิจ วิธีดำเนินการของธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ จุดเปลี่ยนหรือโอกาสทางธุรกิจ ปัญหาและแนวทางในการแก้ปัญหา 7) เทคนิคที่ใช้ในการตัดต่อวิดีโอมีลักษณะใช้เวลากระชับตามลักษณะของเนื้อหา มีเทคนิคการตัดต่อวิดีโอเล่าเรื่องแบบเรียงลำดับเข้าใจงาน มีการใช้ตัวอักษรเน้นเรื่องราวเรื่องที่สำคัญ และมีการใช้ดนตรีประกอบสร้างอารมณ์ความรู้สึก

2. ผลการผลิตรายการโทรทัศน์สร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ มีรายละเอียด ดังนี้

1) ประเภทธุรกิจผู้ประกอบการ

- 1.1) ผู้ประกอบการสัตว์เลี้ยง (ฟาร์มปลากัดบางแสน)
- 1.2) ผู้ประกอบการเครื่องดื่ม (น้ำหวานเข้มข้นแบบชงดื่ม Legend Lean)
- 1.3) ผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ (อาหารทะเลแห้ง)

2) รูปแบบวิดีโอคอนเทนต์ในการสร้างการรับรู้ แบบสารคดีอัตชีวประวัติ รูปแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การบรรยายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของคนต้นแบบ สัมภาษณ์ และเล่าเรื่องเบื้องหลังความสำเร็จ

3) ระยะเวลาการนำเสนอเนื้อหา ขึ้นอยู่กับเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ ความยาวไม่เกิน 20 นาที

4) แพลตฟอร์มการรับชม

4.1) Facebook ผู้ประกอบการยุคใหม่ ใช้เป็นตัวกลางติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายในการติดตามวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่

4.2) YouTube ผู้ประกอบการยุคใหม่ ใช้ในการบันทึกเก็บรายการและเพื่อการเผยแพร่วิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ จำนวน 3 เรื่อง

5) เนื้อหาสาระที่ต้องการรับรู้ ประกอบด้วย

5.1) วิธีการหาไอเดียธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการใหม่

5.2) ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินการธุรกิจ และแนวทางแก้ปัญหา

5.3) วิธีการดำเนินการให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

5.4) รายได้และความคุ้มค่าในการดำเนินการธุรกิจให้ยั่งยืน

5.5) การมองโอกาสในการเติบโตของธุรกิจ

5.6) การบริหารจัดการเรื่องการเงิน การหาแหล่งทุน

3. ผลการประเมินคุณภาพของวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ผู้วิจัยได้ดำเนินการส่งแบบประเมินคุณภาพวิดีโอสารคดีฯ ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี 1 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมการศึกษา 1 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านภาพยนตร์ 1 ท่าน ผลการประเมินคุณภาพวิดีโอสารคดีฯ พบว่า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.10 ซึ่งอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ข้อ 1 แนวความคิด (Idea) มีสาระให้ประโยชน์ต่อผู้ชมและเกิดความคล้อยตาม เห็นความสำคัญ และข้อ 2 ชื่อเรื่อง (title) ตรงกับเนื้อหาสาระของรายการและน่าสนใจ ซึ่งทั้งสองข้อมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.66

4. ผลการเผยแพร่และการประเมินความพึงพอใจต่อวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ มีรายละเอียดดังนี้

1) รูปแบบการเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ขั้นที่ 1 ขึ้นวางแผนการเผยแพร่ ขั้นที่ 2 ขึ้นเผยแพร่ ขั้นที่ 3 ขึ้นศึกษาความพึงพอใจ

2) การประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งผู้วิจัยดำเนินการส่งแบบประเมินออนไลน์ผ่าน Google form ให้กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้เข้าชมวิดีโอจำนวน 255 คน จากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ความพึงพอใจต่อวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ เนื้อหาสาระในวิดีโอทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำธุรกิจ และเกิดแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการสามารถเป็นไปได้ มีค่าเฉลี่ย 4.24

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาความต้องการผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่พบว่า ธุรกิจผู้ประกอบการที่ได้รับความนิยม 3 อันดับแรก ได้แก่ ธุรกิจประกอบการสัตว์เลี้ยง ธุรกิจผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ และธุรกิจประกอบการร้านอาหาร โดยมีค่าร้อยละ 23.00 20.00 และ 19.00 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับสถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เรื่องผลสำรวจ 10 อันดับธุรกิจดาวรุ่งในปี 2567 โดยอันดับ 1 กล่าวถึงธุรกิจที่ทำการซื้อขายผ่านอิเล็กทรอนิกส์หรือธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ธุรกิจจัดทำคอนเทนต์ ธุรกิจ YouTuber การรีวิวสินค้าและอินฟลูเอนเซอร์ อันดับ 3 โซเชียลมีเดียและออนไลน์เอ็นเตอร์เทนเมนต์ ธุรกิจด้านการเงินธนาคาร ฟินเทค และการชำระเงินผ่านระบบเทคโนโลยี ธุรกิจคลาวด์เซอร์วิส และธุรกิจบริการไซเบอร์ ซีเคียวริตี้ อันดับ 8 ได้แก่ ธุรกิจสัตว์เลี้ยง ธุรกิจบันเทิงยามค่ำคืน ผับ บาร์ คาราโอเกะ (สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2567) รูปแบบวิดีโอคอนเทนต์การสร้างการรับรู้สำหรับการเป็นผู้ประกอบการที่ได้รับความนิยม 3 อันดับแรก ได้แก่ คอนเทนต์รูปแบบสารคดี คอนเทนต์รูปแบบวิดีโอเบื้องหลังความสำเร็จ และคอนเทนต์สัมภาษณ์และตอบคำถามต่าง ๆ โดยมีค่าร้อยละ 22.00 20.00 และ 18.00 ตามลำดับ โดยผลการศึกษาความต้องการรูปแบบวิดีโอนี้จะช่วยให้เนื้อหาเกิดความน่าสนใจจากเรื่องราวชีวิตจริงของการประกอบธุรกิจซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นพวรรณงามรุ่งโรจน์ (2563) ที่ได้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการเขียนสารคดี ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการเขียนความน่ามี 6 กลวิธี ได้แก่ ความน่าแบบพรรณนา ความน่าแบบผสมผสาน ความน่าแบบบรรยาย ความน่าแบบอ้างคำพูดหรือวาจาของบุคคล ความน่าแบบตั้งคำถาม และความน่าแบบสรุปประเด็น การเนื้อเรื่องแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ กลวิธีในการดำเนินเรื่อง และการเขียนความจบมี 6 กลวิธี ได้แก่ ความจบ แบบย่อเรื่องราวทั้งหมด ความจบด้วยทัศนะหรือมุมมองของผู้เขียนแบบผสมผสาน ระยะเวลาการนำเสนอเนื้อหาจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง 3 อันดับแรก ได้แก่ ระยะเวลาความยาวเท่าไรก็ได้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาและวิธีนำเสนอ ระยะเวลาไม่เกิน 15 นาทีต่อเรื่อง และระยะเวลาไม่เกิน 10 นาทีต่อเรื่อง โดยมีค่าร้อยละ 36.00 19.00 และ 15.00 ตามลำดับ โดยการกำหนดระยะเวลาให้เหมาะสมกับการนำเสนอเนื้อหาเป็นเรื่องที่สำคัญสอดคล้องกับ นรินธร นนทมาลย์ (2562) กล่าวถึงการวางแผนการผลิตนอกจากการวิเคราะห์เนื้อหาและการกำหนดวัตถุประสงค์ของวิดีโอแล้วยังจำเป็นต้องกำหนดรูปแบบการนำเสนอ รูปแบบรายการและผังรายการรวมทั้งระยะเวลาของวิดีโอ ต่อมาได้แก่แพลตฟอร์มการรับชมที่ได้รับความนิยม 3 อันดับแรก ได้แก่ YouTube Facebook และ TikTok โดยมีค่าร้อยละ 29.00 23.00 และ 18.00 ตามลำดับ เนื้อหาสาระที่ต้องการรับรู้ที่ได้รับความนิยม 3 อันดับแรก ได้แก่ วิธีการหาไอเดียธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการใหม่ ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินการธุรกิจ และแนวทางแก้ปัญหา รวมทั้งวิธีการดำเนินการให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ โดยมีค่าร้อยละ 25.00 21.00 และ 18.00 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Datareportal reports digital 2024 Thailand ที่ได้จัดอันดับแพลตฟอร์มการรับชมที่ได้รับความนิยมโดยคนไทยชอบดู Online Video Content จากทางช่อง YouTube และใช้ Social Media มากถึง 49.10 ล้าน ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 68.3 โดย Social Media ที่คนไทยนิยมใช้มากที่สุดคือ Facebook (Datareportal, 2024)

2. ผลการผลิตรายการวีดิโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ประกอบด้วยวีดิโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ 3 เรื่อง ที่เกิดจากกระบวนการศึกษาความต้องการการผลิตรายการวีดิโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ 1) ผู้ประกอบการสัตว์เลี้ยง (ฟาร์มปลากัดบางแสน) 2) ผู้ประกอบการเครื่องดื่ม (น้ำหวานเข้มข้นแบบขงดื่ม Legend Lean) 3) ผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ (อาหารทะเลแห้ง) โดยใช้วีดิโอคอนเทนต์ในการสร้างการรับรู้แบบสารคดีอัตชีวประวัติ รูปแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การบรรยายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของคนต้นแบบ สัมภาษณ์และเล่าเรื่องเบื้องหลังความสำเร็จ ระยะเวลาการนำเสนอเนื้อหาขึ้นอยู่กับเนื้อหาและวิธีการนำเสนอความยาวไม่เกิน 20 นาที ใช้แพลตฟอร์มการรับชม Facebook ผู้ประกอบการยุคใหม่ ใช้เป็นตัวกลางติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายในการติดตามวีดิโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ โดยจะเห็นได้ว่าผลการผลิตรายการวีดิโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่มีขั้นตอนกระบวนการผลิตเป็นระบบ สอดคล้องกับปริณุต ไชยนิชัย และคณะ (2564) ได้การพัฒนาสื่อสร้างแรงบันดาลใจด้วยกระบวนการในการพัฒนาบุคลากรเพื่อการทำงาน กรณีศึกษา รายการโทรทัศน์ตามรอยพระองค์ท่านผ่านครูสู่ห้องเรียน นำเสนอแนวคิดทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลังของการพัฒนาสื่อสร้างแรงบันดาลใจผ่านรายการสารคดีโทรทัศน์ “ตามรอยพระองค์ท่าน ผ่านครู สู่ห้องเรียน” โดยเนื้อหารายการมุ่งให้ผู้ชมทุกเพศทุกวัยเมื่อรับชมแล้วเกิดแรงบันดาลใจให้อยากเป็นครูผู้สืบสานแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ซึ่งตัวสื่อเองได้เชื่อมโยงเทคนิคต่าง ๆ หลายรูปแบบเข้าผสมผสานกัน เพื่อให้เกิดจินตนาการและสนใจผู้ชมได้

3. ผลการประเมินคุณภาพของวีดิโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่พบว่า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.10 ซึ่งอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ข้อ 1 แนวความคิด (Idea) มีสาระให้ประโยชน์ต่อผู้ชมและเกิดความคล้อยตามเห็นความสำคัญ และข้อ 2 ชื่อเรื่อง (title) ตรงกับเนื้อหาสาระของรายการและน่าสนใจ ซึ่งทั้งสองข้อมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.66 และสอดคล้องกับ อภิคันย์ ศิริพันธ์ และคณะ (2566) ที่ได้ศึกษากลยุทธ์การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิตในรูปแบบสารคดีต่อยอดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ เพื่อส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิตในรูปแบบสารคดีต่อยอดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมี 3 องค์ประกอบ คือ 1) กลยุทธ์ต้นทาง 2) กลยุทธ์กลางทาง และ 3) กลยุทธ์ปลายทาง ผลการศึกษาความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ซึ่งกลยุทธ์การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิต สามารถนำไปประยุกต์ใช้งานกับการปลูกข้าวพื้นถิ่นอำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราชได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ผลการเผยแพร่และการประเมินความพึงพอใจต่อวีดิโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ พบว่า รูปแบบการเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ขั้นที่ 1 ขั้นวางแผนการเผยแพร่ ขั้นที่ 2 ขั้นเผยแพร่ ขั้นที่ 3 ขั้นศึกษาความพึงพอใจ สอดคล้องกับ ภัทชามหิทธิธรรมธร และอชิป จันทรสุรีย์ (2565) ได้ศึกษาการสร้างเนื้อหาและรูปแบบการสร้างเนื้อหาที่ผู้ใช้งานสร้างในสื่อสังคมออนไลน์ทางการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า เพจ Facebook ทั้ง 3 เพจมีการเผยแพร่ในรูปแบบวีดิโอและข้อความ และในรูปแบบภาพถ่ายและข้อความ ประกอบด้วยด้านวิธีการสร้างเนื้อหา

พบว่า 1) เนื้อหา มีความคิดสร้างสรรค์ โดยเป็นการถ่ายทอดเรื่องราวประสบการณ์ผ่านข้อความ ภาพถ่าย และวิดีโอ 2) เนื้อหา มีประโยชน์ เป็นการอธิบายถึงรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ชม 3) เนื้อหา มีการดำเนินการ โดยเชิญชวนให้ผู้ชมเดินทางท่องเที่ยว และการกดติดตามเพจ 4) เนื้อหา มีความถูกต้อง โดยการใช้ภาษาที่สั้นกระชับ ไม่ซับซ้อน อ่านแล้วเข้าใจง่าย 5) เนื้อหา มีความเชื่อมโยง ซึ่งมีความน่าสนใจที่เชื่อมโยงกับภาพและวิดีโอที่เผยแพร่ 6) เนื้อหา มีความชัดเจน ลักษณะใช้การพรรณนาแต่ใจความมุ่งให้เกิดภาพ อารมณ์ และความรู้สึก 7) เนื้อหา มีทักษะการเขียนอย่างมีประสิทธิภาพ ด้านรูปแบบการสร้างเนื้อหา ประกอบด้วย 1) ข้อความ มีการใช้ภาษาที่สั้นกระชับ ไม่ซับซ้อน อ่านแล้วเข้าใจง่าย โดยส่วนใหญ่จะใช้ภาษาพูดในการถ่ายทอดเรื่องราวและประสบการณ์ การเดินทางท่องเที่ยว 2) รูปภาพ เน้นภาพถ่ายบรรยากาศ วิถีชีวิตของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ การถ่ายภาพบุคคลกับบรรยากาศ 3) วิดีโอ มีการใช้เพลงหรือดนตรีประกอบสอดคล้องกับสถานที่ท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว หรือกิจกรรมที่ทำ 4) ลิงก์ มีการแนบลิงก์ต่าง ๆ ซึ่งมีการเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ ซึ่งทำให้ผู้ที่ติดตามสามารถเลือกชมได้หลายช่องทาง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลการศึกษาความต้องการการผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางดำเนินการผลิตสื่อเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ แต่ควรวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายว่าเหมาะสมกับตัวแปรหรือความต้องการที่เกี่ยวข้องและครอบคลุมเนื้อหาที่จะนำไปใช้ประโยชน์หรือไม่

1.2 การผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่มีคอนเทนต์ในการสร้างการรับรู้แบบที่แตกต่างกันในแต่ละเรื่อง กลุ่มเป้าหมายในการชมจะสนใจต่างกันไปแม้จะอยู่ในประเภทรายการสร้างการรับรู้รูปแบบเดียวกันจึงจำเป็นต้องมีสร้างตัวกลางเพื่อให้เกิดการสร้างการรับรู้หลากหลายช่องทาง

1.3 การเผยแพร่วิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มีขั้นตอนกระบวนการที่สามารถทำให้เข้าถึงกลุ่มคนในวงกว้าง โดยควรมีการเลือกช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่จะนำรูปแบบการเผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ต่อ

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การพัฒนาวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ควรนำผลการวิจัยมาวิเคราะห์เพื่อปรับแก้การศึกษาความต้องการการผลิตวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจให้มีคุณภาพขึ้น

2.2 การพัฒนาวิดีโอสารคดีสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ควรเพิ่มจำนวนเรื่องเพื่อให้เกิดความหลากหลายในการสร้างแรงบันดาลใจการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่

2.3 ควรมีการศึกษาเน้นการวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับเนื้อหา และการมีส่วนร่วมของผู้ชมในยุคดิจิทัล เน้นแง่มุมเฉพาะของผู้ประกอบการยุคใหม่ เช่น การใช้เทคโนโลยี การจัดการธุรกิจออนไลน์ หรือการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ

2.4 ควรมีการศึกษาวิจัยรูปแบบการนำเสนอกรณีศึกษาของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและวิธีฝึกฝนอุปสรรคเพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมมีความเชื่อมั่นและกล้าที่จะเริ่มต้นธุรกิจและการใช้ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีเสมือนจริงในสารคดี เช่น AI หรือ Virtual Reality (VR) ในการนำเสนอสารคดี และวิธีที่เทคโนโลยีเหล่านี้สามารถทำให้ผู้ชมมีส่วนร่วมและเข้าใจมากขึ้น

2.5 ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลลัพธ์เชิงพาณิชย์ เช่น การเติบโตของธุรกิจหลังดูสารคดี และผลกระทบเชิงสังคม เช่น การสร้างผู้ประกอบการใหม่ หรือการสร้างความปลอดภัยในชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- ปริญญ์ ไชยนิชัย. (2564). การพัฒนาสื่อสร้างแรงบันดาลใจด้วยกระบวนการในการพัฒนาบุคลิกภาพเพื่อการทำงาน กรณีศึกษา รายการโทรทัศน์ตามรอยพระองค์ท่านผ่านครูสู่ห้องเรียน: สถาบันวิทยุโทรทัศน์การศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม. *วารสารศิลปศาสตร์ราชชมงคลสุวรรณภูมิ*. 3(1), 51-64.
- นพวรรณ งามรุ่งโรจน์. (2563). กลวิธีการเขียนสารคดีชีวประวัติ: กรณีศึกษาจากผลงานของนักศึกษาในวิชาการเขียนสารคดี. *วารสารวรรณวิทัศน์*. 20(2), 202-232.
- นรินทร์ นนทมาลย์. (2562). การวางแผนการผลิตวิดีโอการสอนในยุคดิจิทัล. *วารสารเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ECT Journal*. 14(16), 35-53.
- ภัทขาม หิทธิธรรมธร และอชิป จันทรสุริย์. (2565). การศึกษาวิธีการสร้างเนื้อหาและรูปแบบการสร้างเนื้อหาที่ผู้ใช้งานสร้างในสื่อสังคมออนไลน์ทางการท่องเที่ยว สาขานวัตกรรมบริการและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. *วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ*. 5(1), 326-344.
- สถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2567). *ผลสำรวจ 10 อันดับธุรกิจดาวรุ่งในปี 2567*. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2567, เข้าถึงได้จาก <https://aiti.utcc.ac.th/?p=48642>
- อภิศันย์ ศิริพันธ์, อวรรณ แซ่อึ้ง, ธนินันต์ อารีย์พงศ์, อรพรรณ อำนวยศิลป์ และศศิธร อิสโร. (2566). กลยุทธ์การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิตในรูปแบบสารคดีต่อยอดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเรื่อง ข้าวพื้นถิ่นนครศรีธรรมราช. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม โรงเรียนพระปริยัติสามัคคีวัดสระเรียง*. 7(12), 226-236.
- Datareportal. (2024). *Reports Digital 2024 Thailand*. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2024-thailand>.
- DeBell, A. (2020). *What is the ADDIE Model of Instructional Design?* Retrieved from <https://waterbearlearning.com/addie-model-instructional-design/#:~:text=ADDIE%20is%20a%20learning%20model,Development%2C%20Implementation%2C%20and%20Evaluation>.
- Eastern Economic Corridor Office. (2018). *Overview of the Eastern Economic Corridor (EEC)*. Retrieved from <https://www.eeco.or.th>



- Frey, C. B., & Osborne, M. A. (2017). The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation? *Technological Forecasting and Social Change*, 114, 254-280.
- Jones, C., & Pimdee, P. (2017). Innovative ideas: Thailand 4.0 and the fourth industrial revolution. *Asian International Journal of Social Sciences*, 17(1), 4-35.
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2017). *Thailand 4.0 in brief*. Retrieved from <https://www.nesdc.go.th>
- Merriam, S. B., & Baumgartner, L. M. (2020). *Learning in adulthood: A comprehensive guide*. Jossey-Bass.
- Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2021). แผนด้านการอุดมศึกษา เพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศ พ.ศ. 2564 - 2570 ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2566 - 2570. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2567, เข้าถึงได้ จาก <https://www.mhesi.go.th/index.php/news-and-announce-all/pr/announcement-news/8464-2564-2570-2566-2570.html>