ISSN: 3027-8597 (Online)

JMND
Journal of MCU NakhonDhat
วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์

ปีที่ 13 ฉบับที่ 4 (เมษายน 2569) : Vol.13 No.4 (April 2026)
https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND
pp: 342-352

บทความวิจัย

รูปแบบการผลิตรายการ BTU TALK บนแพลตฟอร์ม YOUTUBE*

PRODUCTION FORMAT OF BTU TLAK PROGRAM ON YOUTUBE

สุกัญญา บูรณเดชาชัย[1], ประภาส นวลเนตร[1], รัตติพร ณ นคร[2*]
Sukanya Buranadechachai[1], Prapas Nualnetr[1], Rattiporn Na nakorn[2*]
[1]คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
[1]Faculty of Communication Arts, Bangkokthonburi University, Bangkok, Thailand
[2]คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
[2]Faculty of Science and Technology, Rajamangala University of Technology Krungthep, Bangkok, Thailand
*Corresponding author E-mail: Rattiporn.n@mail.rmutk.ac.th
*Tel: 084-254-4165

บทคัดย่อ

รายการ BTU TALK เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ของม.กรุงเทพธนบุรี การวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการผลิตรายการ BTU TALK บน YOUTUBE 2) ศึกษาความพึงพอใจหลังชมรายการ 3) เพื่อนำเสนอรูปแบบรายการบน YOUTUBE ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีโฟกัสกรุ๊ป ใช้แนวคำถามเป็นเครื่องมือสัมภาษณ์ความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูล ด้วยวิธีเดียวกันทั้งหมด 3 กลุ่ม คือ กลุ่ม 1 ผู้เชี่ยวชาญด้านรายการโทรทัศน์ 7 คน กลุ่ม 2 และ 3 คือ นักศึกษาปี 3 คณะนิเทศศาสตร์ ม.กรุงเทพธนบุรี ที่มีความรู้ความเข้าใจกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ 5 คน เพื่อหารูปแบบรายการ และ 15 คน เพื่อศึกษาความพึงพอใจหลังรับชมรายการ พบว่า 1) รายการที่ผลิตใช้รูปแบบ Blok มี 3 ช่วง คือ ช่วง 1 เสนอข่าวมหาวิทยาลัย ช่วง 2 สัมภาษณ์บุคลากรที่สร้างชื่อเสียง ช่วง 3 เสนอกิจกรรมนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ 2) การศึกษาความพึงพอใจหลังรับชม ผู้ชมพึงพอใจรูปแบบรายการ 7 ด้าน คือ โครงสร้างรายการ การเรียงลำดับรายการ แขกรับเชิญ กราฟิก ความบันเทิง (คลิปตลก) การใช้ประโยชน์จากสื่อและด้านแพลตฟอร์ม YOUTUBE 3) การนำเสนอรูปแบบรายการ 3 ช่วง เหมาะสมกับแพลตฟอร์ม YOUTUBE ช่วงสัมภาษณ์ควรกระชับมี Subtitle ควรเพิ่มเวลาช่วงที่ 3 นำเสนอแบบสกู๊ปสั้น ช่องทาง YOUTUBE เหมาะสมต่อการเผยแพร่รายการและควรเชื่อมโยงกับสื่อออนไลน์อื่นเพื่อเพิ่มการเข้าถึงรายการ เทปใหม่ควรเผยแพร่วันเสาร์หรืออาทิตย์ 11.00 - 13.00 น. ควรมีพิธีกรมากกว่า 1 คน แบ่งหน้าที่นำเสนอคนละช่วง ช่วงสัมภาษณ์นำเสนอเนื้อหาได้ 2 แบบ 1) มีพิธีกรหลักในสตูดิโอและมีพิธีกรภาคสนาม 2) ถ่ายสัมภาษณ์แบบ Talking Head ควรมีคำถามชิงรางวัล และ BTU GAME CARD เพื่อความน่าสนใจและสร้างเอกลักษณ์ให้รายการ

คำสำคัญ: การผลิตรายการ, ช่องยูทูบ, แพลตฟอร์มออนไลน์, BTU TALK

Abstract

The BTU TALK program is Public Relations Media's BangkokThonburi University. This research aims to 1) study the BTU TALK program production process, 2) study Audience Satisfaction 3) present the program format on YouTube. research is a qualitative research method was used, in-depth focus

*Received April 16, 2026; Revised April 27, 2026; Accepted April 30, 2026

group interviews. A set of interview questions was used to gather opinions from the sample groups, with audio recordings and data recordings kept in notebooks. The same method was used for all three groups: Group 1 consisted of 7 television program experts; Groups 2 and 3 comprised 5 third-year Communication Arts students from Bangkok Thonburi University with knowledge of television program production to determine the program structure, and 15 students to study viewer satisfaction after watching the program. The research findings showed that: 1) The program is produced using a block-style presentation structure with three segments: Break 1 presents university news, Break 2 features interviews with renowned personnel, and Break 3 showcases Communication Arts student activities. 2) Audience Satisfaction was found to be positive in seven aspects of the program format: program structure, program sequence, guest appearances, graphics, entertainment (comedy clips), media utilization, and the YouTube platform. 3) Three-break appropriate on YouTube. Interview break should be concise with subtitles. Break 3 should be added, in-depth Report. YouTube is a suitable platform for distribution and should be linked with other online media to increase reach. New episodes should be released on Saturdays or Sundays from 11:00 AM to 1:00 PM. More than one host is recommended, each presenting a different segment. The interview segment can be presented in two ways: 1) With a main host in the studio and a field host, or 2) With a Talking Head style interview format. Include prize-winning questions and BTU Game Cards to engage students and create a unique program identity.

Keywords: Program Production, Youtube Channel, Online Platform, BTU TALK

บทนำ

รายงานสถิติการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (social media) ของคนไทยปี พ.ศ. 2568 จาก Data Reportal ได้รวบรวมและสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ประชากรทั้งหมดในประเทศไทยมีจำนวน 71.6 ล้านคน มีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ 51.0 ล้านคน เพิ่มขึ้น 3.8% จากปี 2567 จำนวน 1.9 ล้านคน โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่มีระยะเวลาการใช้งานมากที่สุด คือ YOUTUBE เฉลี่ย 42 ชั่วโมงต่อเดือน แสดงให้เห็นถึงความนิยมการเข้าชมวิดีโอออนไลน์ของคนไทย อันที่ 2 คือ TikTok มีผู้ใช้เฉลี่ย 38 ชั่วโมงต่อเดือนและอันที่ 3 คือ Facebook มีผู้โดยเฉลี่ย16 ชั่วโมงต่อเดือน (ปรีดี นุกุลสมปรารถนา, 2568) โดยรายงาน Thailand Digital Landscape 2025 ของ AnyMind Group ระบุว่าคนไทยนิยมบริโภคคอนเทนต์หลายรูปแบบสลับกันตลอดวัน ตั้งแต่วิดีโอสั้น วิดีโอยาว ไปจนถึงไลฟ์สดตามแต่ละแพลตฟอร์มที่ตอบโจทย์ความต้องการ โดย YOUTUBE และ TIKTOK เป็นแพลตฟอร์มหลักของการบริโภคคอนเทนต์ประเภทวีดีโอ (อาภัสรี จงเสถียร และคณะ, 2569)

YOUTUBE เป็นแพลตฟอร์มวีดีโอออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดและได้รับความนิยมมากที่สุดในโลก โดยผู้ใช้งานสามารถอัปโหลด (upload) แชร์ รับชมและค้นหาวิดีโอได้ทุกประเภท ตั้งแต่คลิปสั้น ๆ จนถึงวิดีโอสารคดีที่มีความยาวหลายชั่วโมงและมีการใช้งานทั้งในด้านบันเทิง การศึกษา การตลาด และการทำธุรกิจของผู้คนในสังคม ผู้สร้างเนื้อหาและธุรกิจสินค้าส่วนใหญ่จึงเลือกใช้ช่องทางในการเผยแพร่รายการโทรทัศน์หรือคอนเทนต์ (Content) รวมถึงการโปรโมทสินค้าและบริการผ่านแพลตฟอร์มดังกล่าว ทำให้ YOUTUBE กลายเป็นแพลตฟอร์มที่ทรงอิทธิพลและมีความสำคัญต่อการสร้างเนื้อหาและทำการตลาดดิจิทัล โดยในกลุ่มธุรกิจผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ได้นำเอาจุดแข็งของแพลตฟอร์ม YOUTUBE มาใช้การเผยแพร่รายการโดยใช้กลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อเพื่อเชื่อมโยงเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอผ่านแพลตฟอร์มที่หลากหลายทำให้ YOUTUBE เป็นหนึ่งในสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในการเลือกใช้

ดูคอนเทนต์ประเภทวีดีโอ เนื่องจากมีลักษณะเฉพาะสามารถรับชมวีดีโอแบบสั้นและยาวได้หลากหลายซึ่งเป็นข้อได้เปรียบสื่อออนไลน์ประเภทอื่น (ประพจน์ ณ บาง ช้าง และวิโรจน์ ศรีหิรัญ, 2566) จากความนิยมของผู้คนในสังคมที่ใช้ยูทูบ YOUTUBE เป็นช่องทางในการทำธุรกิจออนไลน์ในรูปแบบหนึ่งที่มีผู้ใช้งานจำนวนมากส่งผลให้มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีใช้ช่องทาง YOUTUBE เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสาร ซึ่งนอกจากสถานีโทรทัศน์ BTU Channelจะใช้ช่องทางในการออกอากาศผ่านเว็บไซต์ (www.bkkthon.ac.th) แอบพลิเคชั่น Facebook แล้วนั้น YOUTUBE คือ สื่อสังคมออนไลน์อีกช่องทางหนึ่งที่มหาวิทยาลัยเลือกใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัย

รายการ BTU TALK เป็นการรายการข่าวประจำสถานีโทรทัศน์ BTU Channel มีรูปแบบรายการนิตยสารข่าว (News Magazine) ผลิตโดยมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ซึ่งปัจจุบันเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์ม YOUTUBE มีเนื้อหารายการที่นำเสนอการสัมภาษณ์สนทนากับแขกรับเชิญที่ประสบความสำเร็จในวิชาชีพ โดยเฉพาะการสัมภาษณ์ศิษย์เก่าคณาจารย์แต่ละคณะภายในมหาวิทยาลัยที่มีความเชี่ยวชาญทั้งในด้านวิชาการและวิชาชีพในรวมถึงบุคลากรและเครือข่ายหน่วยงานองค์กรที่เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับมหาวิทยาลัยในประเด็นที่เชื่อมโยงมหาวิทยาลัยสู่สังคมทั้งในด้าน เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม มีวัตถุประสงค์ในการผลิตรายการเพื่อเป็นสื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยที่มีสาระความรู้และความบันเทิงแก่บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยและผู้คนสังคม แต่เดิมนั้นรายการ BTU TALK เป็นรายการที่พัฒนารูปแบบรายการมาจากรายการ BTU NEWS ซึ่งเป็นรายการข่าวสั้นประจำสถานีโทรทัศน์ BTU CHANNEL มีรูปแบบรายการนำเสนอภาพข่าวประกอบการอ่านข่าวเพียงอย่างเดียว รูปแบบรายการมีความเป็นทางการยังขาดความสร้างสรรค์ในด้านวิธีการนำเสนอ ด้วยรูปแบบที่ยังไม่น่าสนใจ เนื้อหายังไม่หลากหลายและยังขาดความบันเทิง ส่งผลให้รายการจึงไม่ได้รับความนิยม ยอดผู้รับชมน้อยไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ เนื่องจากรูปแบบรายการยังไม่สอดรับกับพฤติกรรมของผู้ชมที่ในปัจจุบันที่สามารถเลือกรับชมรายการหรือเปิดรับข่าวสารที่ตนเองสนใจผ่านทางช่องทางสื่อที่หลากหลายได้ตามความต้องการทุกที่ทุกเวลาในยุคปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้ประธานบอร์ดสถานีวิทยุและโทรทัศน์ BTU Channel จึงมีนโยบายให้ปรับปรุงรูปแบบรายการ BTU TALK ใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับบริบททางสังคมและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อดิจิทัลของคนในสังคมมากยิ่งขึ้น จึงได้มีนโยบายให้เปลี่ยนแปลงและพัฒนารูปแบบรายการให้มีรูปแบบที่น่าสนใจทันสมัย เชื่อมโยงกับบริบททางเศษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสารให้ความเหมาะสมกับแพลตฟอร์ม YOUTUBE แต่ยังคงเนื้อหาในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารภายในมหาวิทยาลัย ให้สอดรับกับพฤติกรรมและความต้องของผู้ชมและกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักศึกษาและผู้คนในสังคม เนื่องจากเป็นรายการที่ผลิตโดยสถาบันการศึกษาจึงต้องมีกระบวนในการวางแผนการผลิตให้น่าสนใจทันยุคสมัยตามแนวคิดการสร้างสื่อเพื่อการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลให้มีเอกลักษณ์และมีประสิทธิภาพสำหรับการใช้งานในสภาพแวดล้อมดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วให้มีประสิทธิภาพ (ธนารักษ์ สารเถื่อนแก้ว, 2567) เพื่อให้สอดรับกับกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มนักศึกษาที่สามารถใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการไปใช้ในการเรียนและการดำเนินชีวิต

จากความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา จึงเป็นที่มาของงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการผลิตรายการ BTU TLAK บนแพลตฟอร์ม YOUTUBE เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการผลิตรายการ BTU TALK บนแพลตฟอร์ม YOUTUBE ที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับบริบททางสังคมและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อดิจิทัลของกลุ่มนักศึกษาในยุคปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการผลิตรายการ BTU TALK บนแพลตฟอร์ม YOUTUBE
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมรายการ BTU TALK บนแพลตฟอร์ม YOUTUBE
3. เพื่อนำเสนอรูปแบบการผลิตรายการ BTU TALK บนแพลตฟอร์ม YOUTUBE

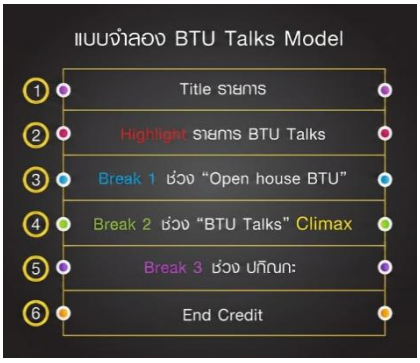
วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ศึกษาและรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งเอกสารต่าง ๆ (Documentary Research) และใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างแบบโฟกัสกรุ๊ป (Focus Group) โดยใช้แนวคำถาม (Questionnaire) ที่วิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดการออกแบบรายการโทรทัศน์ประเภทรายการวาไรตี้ (Program concept) ตามกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ 3 ขั้นตอน (3P) เพื่อใช้เป็นข้อคำถามซึ่งเป็นเครื่องมือหลักในการสัมภาษณ์ มีผู้ดำเนินการ (Moderator) สัมภาษณ์ความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้อุปกรณ์บันทึกเสียง(Recorder) และสมุด (Note-taker) บันทึกข้อมูลสัมภาษณ์ด้วยวิธีเดียวกันทั้งหมด 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 คือ ผู้ผลิตรายการ ผู้ดำเนินรายการ ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านการผลิตรายการโทรทัศน์ จำนวน 7 คน และกลุ่มที่ 2 คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ จำนวน 5 คน เพื่อหาเพื่อหารูปแบบรายการในการผลิตรายการ หลังจากนั้นจึงเก็บข้อมูลความพึงพอใจหลังจากรับชมรายการ BTU TALK จากกลุ่มตัวอย่างที่ 3 คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ จำนวน 15 คน จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ (analysis) ด้วยวิธีการหาจุดอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) ร่วมกับแนวคิดการออกแบบรายการโทรทัศน์ประเภทรายการวาไรตี้ (Program concept) ตามกรอบวัตถุประสงค์ของรายการ (Program objective) และองค์ประกอบของรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ (Program elements) ตามหลักการผลิตรายการโทรทัศน์แบบ 3P โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Inductive) เปรียบเทียบข้อมูลอย่างต่อเนื่อง (Constant Comparative Method) เพื่อสังเคราะห์ตามวัตถุประสงค์วิจัยและสรุปผลการวิจัยในรูปแบบวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research)

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถสรุปผลวิจัยตามวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ด้านการศึกษากระบวนการผลิตรายการ BTU TLAK บนแพลตฟอร์ม YOUTUBE ผู้วิจัยได้นำแบบจำลอง BTU TALKS MODEL มาใช้ศึกษาตามกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ 3 ขั้นตอน (3P) ร่วมกับแนวคิดการออกแบบรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ เพื่อหารูปแบบที่จะผลิตรายการตัวอย่าง (Demo) BTU TLAK ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่าง กลุ่ม 1 ผู้เชี่ยวชาญด้านรายการโทรทัศน์ 7 คน และกลุ่ม 2 นักศึกษาปี 3 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ จำนวน 5 คน ผลการวิจัยพบว่า ใช้รูปแบบรายการแบบบล็อก (Block) โดยมี 3 ช่วง คือ ช่วงที่ 1 “Openhouse BTU” นำเสนอเนื้อหาข่าวสารในมหาวิทยาลัย ช่วงที่ 2 “ BTU TALK” นำเสนอการสัมภาษณ์บุคลากรสร้างชื่อเสียงให้มหาวิทยาลัย และช่วงที่ 3 “คิดอย่างนิเทศ” นำเสนอกิจกรรมนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ เป็นรูปแบบที่ใช้ในการผลิตรายการตัวอย่าง(Demo) BTU TLAK



ภาพที่ 1 แบบจำลอง BTU TALKS MODEL



ภาพที่ 2 แสดงโครงสร้างการนำเสนอรายการแบบบล็อก (Block) ใช้ผลิตตัวอย่างรายการ BTU TALK

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยวิธีโฟกัสกรุ๊ป (Focus Group) นักศึกษาชั้นปีที่ 3 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ จำนวน 15 คน เพื่อเก็บข้อมูลความพึงพอใจหลังจากรับชมตัวอย่างรายการ (Demo) BTU TALK พบว่า ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการทั้งหมด 7 ด้าน ดังนี้

1. ด้านโครงสร้างรายการ พบว่า การออกแบบโครงสร้างรายการแบบบล็อก (Block) ทั้ง 3 ช่วง มีความเหมาะสมกับภาพรวมของรายการ BTU TALK มีการนำเสนอเนื้อหาที่มีความหลากหลาย การเรียงลำดับรายการทั้ง 3 ช่วง รายการมีความเหมาะสม ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5 กล่าวว่า

“โครงสร้างรายการและการเรียงลำดับรายการดี ชอบที่มีสอดแทรกคลิปตลกหลังจบแต่ละช่วงก่อนโฆษณา เพราะทำให้ผ่อนคลายหลังจากได้ดูรายการ คลิปสัตว์มีความน่ารัก” (ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5, 2568)

2. ด้านองค์ประกอบและภาพลักษณ์ของรายการ แบ่งออกเป็นแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านพิธีกร ควรมีพิธีกรในรายการมากกว่า 1 คน ควรมีพิธีกรประจำในแต่ละช่วงของรายการเพื่อสร้างการจดจำพิธีกรและเนื้อหาในแต่ละช่วงรายการ

2.1 ช่วงสัมภาษณ์เป็นช่วงหลักและเป็นจุดเด่นของรายการควรมีพิธีหลักประจำรายการในช่วงนี้ควรมีพิธีกรมากกว่า 2 คนขึ้นไป จะทำให้การสัมภาษณ์ดูมีสีสันและสนุกมากขึ้นแต่มีข้อควรระวัง คือ ถ้ามีพิธีกรมากกว่า 2 คน ควรต้องมีจัดแบ่งสคริปต์ไม่ให้พิธีกรแย่งกันสัมภาษณ์และรบกวนการตอบคำถามของแขกรับเชิญ

2.2 ควรมีพิธีกรภาคสนามอาจเป็นนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ ม.กรุงเทพธนบุรี มาร่วมดำเนินรายการกับพิธีกรหลักทั้งในช่วงสัมภาษณ์หรือในช่วงรองของรายการ คือ ช่วงที่ 1 และช่วงที่ 3 ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 11 กล่าวว่า

“รายการมีหลายช่วงน่าจะมีพิธีกรหลายคน พิธีกรหลักอยู่ในสูดิโอและภาคสนามพาไปนอกสตูอิโอ ช่วงสัมภาษณ์ควรมีซับไตเติ้ล (Subtitle) จะดีมาก พิธีกรหลักประจำในช่วงสัมภาษณ์ซึ่งเป็นช่วงหลักของรายการดีแล้ว เสนอว่าถ้ามีพิธีกรมากกว่า 2 คน ช่วงสัมภาษณ์จะทำให้รายการดูมีสีสัน” (ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 11, 2568)

3. ด้านความเชื่อมโยงในรายการ การมี Interlude สั้น ๆ นำเข้ารายการแต่ละช่วงมีความเหมาะสมดีแล้ว แต่ควรออกแบบชื่อแต่ละช่วงในรายการ ด้วยการออกแบบกราฟิกตัวหนังสือที่มีเอกลักษณ์เพื่อสร้างการจดจำ ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 13 กล่าวว่า

“การทำกราฟิกไตเติ้ล กับ Interlude สั้น ๆ ดีแล้ว แต่น่าจะออกแบบ Interlude แต่ละช่วงเป็นกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์เพื่อสร้างการจดจำแต่ละช่วงรายการ” (ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 13, 2568)

4. ด้านแขกรับเชิญ แขกรับเชิญที่เชิญมาสัมภาษณ์มีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการเชิญศิษย์เก่าหรือบุคคลากรของ ม.กรุงเทพธนบุรี ที่มีความสามารถหรือสร้างชื่อเสียงทำให้มีความน่าสนใจ เกิดแรงบันดาลส่งผลให้อยากติดตามและดึงดูดให้รับชมรายการ ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10 กล่าวว่า

“แขกที่เชิญมาในช่วง talk น่าสนใจมาก เพราะเป็นรุ่นพี่ป.เอกคณะนิเทศศาสตร์ที่ทำธุรกิจบันเทิง นอกจากจะได้ฟังประสบการณ์ชีวิตและการทำงานแล้วได้แรงบันดาลใจการเรียนแล้วได้ทำงานตรงสายงาน ดูแล้วมีประโยชน์ในแง่การต่อยอดที่จะไปฝึกงาน ขอคำปรึกษา หรือสมัครงาน รู้สึกว่าแขกที่เชิญมาน่าสนใจดึงดูดให้ดูจนจบช่วง” (ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10, 2568)

5. ด้านองค์ประกอบรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ สามารถสรุปได้ว่า การออกแบบช่วงตลกหรือช่วงบันเทิงเบาของรายการมีความเหมาะสมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการนำคลิปวีดีโอ (Clip) เบาสมองใส่หลังจบแต่ละช่วงของรายการก่อนโฆษณา ช่วยในเรื่องการพักสายตาพักสมองคลายเครียดได้ดีหลังจากได้รับชมเนื้อหาสาระในแต่ละช่วงของรายการ ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7 กล่าวว่า

“ชอบที่มีคลิปตลกหลังจากจบแต่ละช่วงรายการก่อนพักโฆษณา คลิปที่ใส่ทำให้พักสมองจากเมื่อกี้ที่ดูข่าวหรือดูสัมภาษณ์ทำให้ผ่อนคลาย” (ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7, 2568)

6. ด้านการออกแบบภาพลักษณ์ของรายการ พบว่า ในส่วนของฉากรายการมีความเหมาะสม แต่ไม่ควรให้ฉากมีการเคลื่อนไหวเพราะรบกวนสายตาหว่างการรับชมในช่วงที่มีการสัมภาษณ์แขกรับเชิญและควรมีการปรับเรื่องการจัดแสงเพื่อสร้างมิติทางด้านความสวยงามของ ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6 กล่าวว่า

“ภาพกราฟิกฉากหลังสวยแล้วแต่ไม่ควรทำเคลื่อนไหวเพราะกวนสายตาตอนดูรายการ” (ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6, 2568)

7. ด้านช่องทางในการเผยแพร่ พบว่า รูปแบบรายการตัวอย่าง (Demo) มีรูปแบบที่เหมาะสมกับแพลตฟอร์ม YOUTUBE และยังสอดรับกับพฤติกรรมการรับชมรายการของกลุ่มเป้าหมายและบุคคลทั่วไปควรเผยแพร่รายการในแพลตฟอร์มออนไลน์อื่นเพิ่มช่องทางในการรับชมรายการ ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 14 กล่าวว่า

“รายการออกบน YOUTUBE เหมาะสมแล้วเพราะปกติเด็กเจน Z จะดูรายการทาง YOUTUBE” (ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 14, 2568)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผู้วิจัยได้นำผลวิจัยที่ได้จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 มาวิเคราะห์ (analysis) ร่วมกับแนวคิดการออกแบบรายการโทรทัศน์ประเภทรายการวาไรตี้ (Program concept) ตามกรอบวัตถุประสงค์ของรายการ (Program objective) องค์ประกอบของรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ (Program elements) และศึกษาจากการรวบข้อมูลจากแหล่งเอกสารต่าง ๆ (Documentary Research) มาสังเคราะห์และสรุปเป็นผลเพื่อนำเสนอรูปแบบการผลิตรายการ BTU TALK บนแพลตฟอร์ม YOUTUBE พบว่า ด้านนำเสนอรูปแบบรายการใช้การออกแบบเนื้อหารายการแบบล็อก (Block) ทั้ง 3 ช่วงมีความเหมาะสมต่อรูปแบบรายการ BTU TALK แพลตฟอร์ม YOUTUBE โดยช่วงที่ 2 ควรสั้นกระชับและขึ้น Subtitle ระหว่างสัมภาษณ์ ในช่วงที่ 3 ควรขยายเวลาเพิ่มมากขึ้นเพื่อนำเสนอกิจกรรมนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ด้วยรูปแบบสกู๊ปพิเศษ ด้านการเผยแพร่ทางแพลตฟอร์ม YOUTUBE มีความเหมาะสมต่อเผยแพร่รายการ โดยควรเผยแพร่เทปใหม่ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลา 11.00 - 13.00 น. และควรเชื่อมโยงกับสื่อออนไลน์อื่นเพื่อเพิ่มการเข้าถึงรายการ ด้านภาพลักษณ์รายการควรมีพิธีกรมากกว่า 1 คน และมีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบในแต่ละช่วงรายการ เช่น พิธีกรหลักและพิธีกรภาคสนาม ผลการวิจัยยังพบว่าแนวทางในการนำเสนอเนื้อหาให้น่าสนใจสร้างแรงดึงดูดและสร้างเอกลักษณ์ประจำรายการสามารถทำได้ในช่วงสัมภาษณ์ด้วยการนำเสนอเนื้อหาได้ 2 รูปแบบ คือ แบบที่ 1 มีพิธีกรหลักสัมภาษณ์แขกรับเชิญในสตูดิโอและมีพิธีกรภาคสนามพาไปเจาะลึกประเด็นที่น่าสนใจของแขกรับเชิญ แบบที่ 2 คือ การใช้เทคนิคการถ่ายทำและตัดต่อโดยให้แขกรับเชิญเล่าเรื่องของตนเองโดยไม่มีพิธีกรในรูปแบบ Talking Head ควรมีกิจกรรมถาม-ตอบร่วมสนุกรับรางวัลและควรนำเอากิจกรรม Board game ไปปรับใช้ในการสอดแทรกเป็นกิจกรรมการแข่งขันร่วมสนุกในรายการในช่วงสัมภาษณ์อย่างสร้างสรรค์เพื่อสร้างความบันเทิงและความน่าสนใจอาจจะเพิ่มช่วง BTU GAME CARD เพราะ Board game เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมในกลุ่มนักศึกษาทั้งยังเป็นการเสริมทักษะการสื่อสารและทักษะทางสังคมภายในมหาวิทยาลัยและเป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้กับรายการในรูปแบบหนึ่ง



ภาพที่ 3 แสดงผลวิจัยรูปแบบรายการ BTU TALK บนแพลตฟอร์ม YOUTUBE

อภิปรายผล

สรุปและอภิปรายผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาการผลิตรายการ BTU TALK สามารถสรุปได้ว่า การใช้รูปแบบโครงสร้างรายการด้วยวิธีการนำเสนอรายการประเภทวาไรตี้แบบบล็อก (Block) ทั้ง 3 ช่วง มีความเหมาะสมต่อรูปแบบรายการ BTU TALK บนแพลตฟอร์ม YOUTUBE การเรียงลำดับเนื้อหารายการทั้ง 3 ช่วง มีความเหมาะสม มีความน่าสนใจ สอดคล้องกับ ณัฐฐ์วัฒน์ สุทธิโยธิน และจีระภา ระวังการณ์ การวางโครงสร้างและการเรียงลำดับเนื้อหานำไปสู่การกำหนดความยาวแต่ละช่วงของรายการ การใช้แพลตฟอร์ม YOUTUBE เป็นช่องทางในการเผยแพร่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับพฤติกรรมการรับชมของกลุ่มเป้าหมายรายการ กลุ่มตัวอย่างเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องการกำหนดความยาวการนำเสนอเนื้อหา ช่วงที่ 1 ซึ่งเป็นช่วงแรกของรายการมีความยาวที่เหมาะสมกับเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้แต่ควรปรับภาพประกอบข่าวให้เป็นภาพเคลื่อนไหวหรือถ้ามีแต่ภาพข่าวที่เป็นภาพนิ่งควรตัดต่อภาพให้มีการเคลื่อนไหวของภาพให้ช้าลงเพื่อผู้ชมจะได้รับชมได้ทันตามคำบรรยายข่าว ในช่วงที่ 2 การกำหนดความยาวการสัมภาษณ์ควรสั้นกระชับเน้นภาพประกอบตัดสลับสัมภาษณ์เพื่อความน่าสนใจ ควรเพิ่มกิจกรรมระหว่างพิธีกรและแขกรับเชิญเพื่อสร้างความบันเทิงและความสนุกสานในรายการ โดยรายการทั้ง 3 ช่วงมีความชัดเจนด้านเนื้อหาที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารและสอดแทรกความบันเทิงได้เหมาะสม (ณัฐฐ์วัฒน์ สุทธิโยธิน และจีระภา ระวังการณ์, 2564) สอดคล้อง อลิสา เพียรลุประสิทธิ์ พบว่า กลยุทธ์และการดำเนินการจัดทำรายการบน YOUTUBE คือ เนื้อหาต้องบันเทิง ต้องให้ความรู้ สนุก สั้น เรียบง่าย มีจุดสนใจสื่อสารให้ชัดเจน (อลิสา เพียรลุประสิทธิ์, 2561)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ด้านการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจ จุดเด่นของรายการ BTU TALK คือ การสัมภาษณ์แขกรับเชิญในช่วงที่ 2 ซึ่งเป็นช่วงหลักที่สำคัญของรายการในการนำเสนอผลลัพธ์ของการศึกษาผ่านประสบการณ์จากแขกรับเชิญซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ชม เพราะแขกรับเชิญในช่วงสัมภาษณ์เป็นนักศึกษาระดับปริญญาเอกของคณะนิเทศศาสตร์และยังเป็นเจ้าของธุรกิจในวงการอุตสาหกรรมบันเทิงอีกทั้งยังมีความเชื่อมโยงกับผู้ชมซึ่งเป็นนักศึกษาและเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีจุดร่วมทางทัศนคติในด้านวิชาอาชีพและในด้านความรู้สึกผูกพันมีความเป็นพวกเดียวกันจึงทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจและมีความรู้สึกที่อยากติดตามชมจนจบ เนื่องจากการสัมภาษณ์แขกรับเชิญสามารถตอบสนองการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างได้สอดคล้องกับความต้องการ สอดคล้องกับ ธวัชชัย สุขสีดา การศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อนั้น ๆ เกิดจากบุคคลต้องการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมจะเป็นผู้กระทำ (Active Person) ในการเลือกเปิดรับข่าวสารที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของตนเองทั้งในเชิงจิตวิทยาและกายภาพหรือรวมทั้งในเชิงสังคม การใช้สื่อของผู้รับสารเป็นการใช้สื่ออย่างมีเป้าหมายและมีแรงจูงใจในการใช้สื่อ ซึ่งในด้านช่องทางในการรับชมรายการยังส่งผลต่อการเปิดรับสื่อเช่นกัน โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อ แพลตฟอร์ม YOUTUBE ที่ใช้ในการเผยแพร่รายการเพราะเป็นแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งที่นิยมใช้ในการรับชมเนื้อหาสื่อดิจิทัล (Digital Content) อีกทั้งยังสามารถดูได้ทุกที่ทุกเวลา (ธวัชชัย สุขสีดา, 2567) สอดคล้องกับ หัสพร ทองแดง แนวคิดการพัฒนาการสื่อสารผ่านวีดีโอและการสตรีมมิ่งของแพลตฟอร์ม YOUTUBE ที่เป็นช่องทางที่ทำให้การแชร์และรับชมวีดีโอออนไลน์เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายและมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการใช้เป็นช่องทางที่เผยแพร่วีดีโอที่มีเนื้อหาให้เลือกรับชมครอบคลุมหลากหลาย ตั้งแต่ความบันเทิง การศึกษา ไปจนถึงการสร้างรายการของตนเอง ที่ผู้ชมสามารถเลือกรับชมเนื้อหาที่ตนเองสนใจได้ทุกที่ทุกเวลา (หัสพร ทองแดง, 2567)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ด้านการนำเสนอรูปแบบรายการ BTU TALK บนแพลตฟอร์ม YOUTUBE พบว่า กลุ่มตัวอย่างเสนอให้มีการขยายเวลาเพิ่มในช่วงที่ 3 ควรปรับการนำเสนอกิจกรรมต่าง ๆ ของคณะนิเทศศาสตร์ในรูปแบบสกู๊ปสั้น ๆ เช่น พาผู้ชมออกไปนอกสตูดิโอหรือเจาะลึกในประเด็นที่น่าสนใจเพื่อให้การนำเสนอเนื้อหามีรูปแบบที่ต่างจากช่วงอื่น นอกจากนำเสนอกิจกรรมนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์แล้วนั้น

อาจจะออกแบบช่วงดังกล่าวให้มีการประกวดแข่งขันความสามารถของนักศึกษาภายในมหาวิทยาลัยเพื่อสร้างความน่าสนใจ ควรมีกิจกรรมตอบคำถามชิงของรางวัลทั้งในช่วงที่ 2 หรือ 3 เพื่อเชื่อมโยงปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมรายการและเสนอให้ผู้ผลิตรายการควรนำกิจกรรมที่อยู่ในกระแสสังคมหรือได้รับความนิยมในช่วงวัยของนักศึกษาสอดแทรกในรายการหรือมีช่วงรายการ อย่างเช่น “BTU GAME CARD” ด้วยกิจกรรม Board game ที่อาจจะเป็นการแข่งขันระหว่างพิธีกรกับแขกรับเชิญหรือระหว่างนักศึกษากับแขกรับเชิญ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความใกล้ชิดระหว่างรายการและผู้ชมสร้างความสนุกสนานและความบันเทิงทั้งยังเป็นกิจกรรมที่กลุ่มเจน Z นิยมเล่น (ณัชชา พัฒนะนุกิจ และคณะ, 2567) เพื่อสร้างฐานผู้ชมคือนักศึกษาในคณะนิเทศศาสตร์หรือเพื่อนนักศึกษาต่างคณะภายในมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบของรายการประเภทโทรทัศน์รายการวาไรตี้ 10 ส่วน ได้แก่ พิธีกร แขกรับเชิญ การแสดงโชว์ต่าง ๆ ดนตรีเพลง การแสดงตลกขบขัน การเล่นเกม การประกวด การแสดงละครสั้น กิจกรรม เกร็ดความรู้ ด้านภาพลักษณ์รายการควรมีพิธีกรมากกว่า 1 คน แบ่งหน้าที่นำเสนอแต่ละช่วง โดยช่วง BTU TALK เสนอเนื้อหาได้ 2 แบบ 1) มีพิธีกรหลักในสตูดิโอและมีพิธีกรภาคสนามลงพื้นที่สัมภาษณ์ 2) ถ่ายสัมภาษณ์แบบ Talking Head เพื่อสร้างความเป็นตัวตน (Character) และเอกลักษณ์ที่ชัดเจนของช่องเพื่อสร้างจุดจดจำและทำให้ผู้ชมรู้สึกคุ้นเคยกับรูปแบบรายการที่ผลิต (ฐิติวรดา พระธรรม และคณะ, 2568)

องค์ความรู้ใหม่

การผลิตรายการบนแพลตฟอร์ม YOUTUBE เพื่อใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยให้มีเอกลักษณ์ น่าสนใจ มีรูปแบบรายการที่เหมาะสมกับแพลตฟอร์ม YOUTUBE สอดรับกับพฤติกรรมการรับชมความพึงพอใจของผู้ชมและการนำไปใช้ประโยชน์จากสื่อของกลุ่มเป้าหมายรายการซึ่งเป็นกลุ่มเฉพาะ คือ กลุ่มนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ใช้รูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้แบบบล็อก (Block) โดยแบ่งช่วงรายการ 3 ช่วง ด้วยการเรียงลำดับเชื่อมโยงเนื้อหาและกำหนดความยาวแต่ละช่วงของรายการ BTU TALK ได้มีความเหมาะสมสามารถตรึงความความสนใจของผู้ชมได้จนจบรายการ จุดเด่นของรายการ คือ ช่วงสัมภาษณ์ซึ่งเป็นช่วงหลักและเป็นช่วงที่นักศึกษาจะได้รับประโยชน์จากการรับชม การนำเสนอผลลัพธ์ของการศึกษาผ่านประสบการณ์จากแขกรับเชิญ โดยผลวิจัยพบว่า การเลือกแขกรับเชิญเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการติดตามรายการของกลุ่มนักศึกษา โดยมีองค์ประกอบรายการที่ส่งผลต่อความพึงพอ 9 ด้าน คือ 1) การเรียงลำดับรายการและเชื่อมโยงแต่ละช่วงรายการ 2) การเลือกแขกรับเชิญ 3) กราฟิก 4) จำนวนพิธีกร 5) การขึ้นซับ Subtitles 6) เทคนิคการถ่าย-ตัดต่อ 7) เนื้อหาสาระที่สอดแทรกความบันเทิง 8) การใช้ประโยชน์จากสื่อ 9) การใช้แพลตฟอร์ม YOUTUBE เผยแพร่รายการ และยังได้ข้อค้นพบเพื่อนำไปสู่การผลิตรายการให้มีความน่าสนใจและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คือ ด้านภาพลักษณ์รายการควรมีพิธีกรมากกว่า 1 คน โดยแบ่งหน้าที่นำเสนอแต่ละช่วงในช่วงสัมภาษณ์สามารถนำเสนอเนื้อหาได้ 2 แบบ คือ 1) แบบมีพิธีกรหลักในสตูดิโอและมีพิธีกรภาคสนาม 2) เทคนิคการถ่ายสัมภาษณ์แบบTalking Head เพื่อความทันสมัยของรูปแบบรายการ การนำเสนอกิจกรรมนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ในช่วงที่ 3 ควรนำเสนอเนื้อหาเชิงลึกในรูปแบบสกู๊ปสั้นเพื่อสร้างแตกต่างจากช่วงอื่น ควรนำกิจกรรม เช่น Board game ซึ่งเป็นกิจกรรมที่กลุ่มเจน Z นิยมเล่นเพื่อผ่อนคลายมาสร้างสรรค์ร่วมกับเนื้อหารายการ เช่น สอดแทรกในช่วงรายหรือเพิ่มช่วง BTU GAME CARD เพื่อเป็นจุดเชื่อมโยงความสนใจกลุ่มของนักศึกษาและสร้างเอกลักษณ์ให้กับรายการ



ภาพที่ 4 รูปภาพแสดงโมเดล (Model) องค์ความรู้ใหม่

สรุปและข้อเสนอแนะ

รูปการแบบการผลิตรายการ BTU TALK ที่เหมาะสมบนแพลตฟอร์ม YOUTUBE ใช้รูปแบบรายการแบบบล็อก (Block) ในการผลิตรายการมีทั้งหมด 3 ช่วง คือ ช่วงที่ 1 “Open house BTU” นำเสนอเนื้อหาข่าวสารในมหาวิทยาลัย ช่วงที่ 2 “BTU TALK” นำเสนอการสัมภาษณ์บุคลากรที่สร้างชื่อเสียงให้มหาวิทยาลัย ช่วงที่ 3 “คิดอย่างนิเทศ”นำเสนอกิจกรรมนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ หลังจากรับรายการผู้ชมมีความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการทั้งหมด 7 ด้าน คือ ด้านโครงสร้างรายการ ด้านองค์ประกอบและภาพลักษณ์รายการ ด้านความเชื่อมโยงในรายการ ด้านแขกรับเชิญ ด้านองค์ประกอบรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ ด้านการออกแบบภาพลักษณ์รายการและด้านช่องการเผยแพร่ทาง YOUTUBE ด้านนำเสนอรูปแบบรายการ พบว่า การออกแบบเนื้อหารายการแบบบล็อก (Block) ทั้ง 3 ช่วงมีความเหมาะสมต่อรูปแบบรายการ BTU TALK แพลตฟอร์ม YOUTUBE ช่วงสัมภาษณ์ควรสั้นกระชับและขึ้น Subtitle ระหว่างสัมภาษณ์ ควรขยายเวลาเพิ่มในช่วงที่ 3 และควรนำเสนอกิจกรรมนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ ในรูปแบบสกู๊ปสั้นแบบเจาะลึกเพื่อให้มีการนำเสนอที่ต่างจากช่วงอื่น อาจจัดให้มีการประกวดแข่งขันความสามารถของนักศึกษาภายในมหาวิทยาลัยเพื่อสร้างฐานผู้ชมคือนักศึกษาในคณะนิเทศศาสตร์หรือนักศึกษาต่างคณะ ควรมีการจัดกิจกรรมร่วมสนุกตอบคำถามชิงของรางวัลและนำเอากิจกรรม Board game ไปปรับใช้ในการสอดแทรกเป็นกิจกรรมการแข่งขันร่วมสนุกในรายการในช่วงสัมภาษณ์หรือเพิ่มช่วง BTU GAME CARD เพื่อสร้างความบันเทิงและความน่าสนใจเพราะ Board game เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมในกลุ่มนักศึกษาทั้งยังเป็นการเสริมทักษะการสื่อสารและทักษะทางสังคมภายในมหาวิทยาลัยและเป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้กับรายการในรูปแบบหนึ่ง

เอกสารอ้างอิง

ฐิติวรดา พระธรรม และคณะ. (2568). กลยุทธ์การผลิตเนื้อหา (Content) ที่ส่งผลต่อการเพิ่มยอดผู้ติดตามบนช่อง YOUTUBE. วารสารมนุษย์กับสังคม, 11(1), 97-122.

ณัชชา พัฒนะนุกิจ และคณะ. (2567). แนวทางการสร้างสรรค์เนื้อหารูปแบบการผลิต รายการออนไลน์และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (Influencer) และผู้ชมรายการผ่านทางแอปพลิเคชัน TikTok ในประเทศไทย. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 18(1), 139-159.

ณัฐฐ์วัฒน์ สุทธิโยธิน และจีระภา ระวังการณ์. (2564). การสร้างสารเพื่อผลิตรายการโทรทัศน์. นนทบุรี: สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ธนารักษ์ สารเถื่อนแก้ว. (2567). การออกแบบสารเชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล. วารสารนวัตกรรมการบริหารการจัดการและการสื่อสาร (ITMC), 1(2), 83-91.

ธวัชชัย สุขสีดา. (2567). นวัตกรรมการสื่อสาร. นนทบุรี: สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ประพจน์ ณ บาง ช้าง และวิโรจน์ ศรีหิรัญ. (2566). การพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารของสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในมุมมองเชิงวิชาการและวิชาชีพสื่อสารมวลชน. วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร, 8(2), 8-15.

ปรีดี นุกุลสมปรารถนา. (2568). รวมสถิติ Digital และการใช้ Social Media ในไทยประจำปี 2025. เรียกใช้เมื่อ 5 มีนาคม 2568 จาก http://popticles.com/trends/thailand-digital-and-social-media-2025/

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10. (24 ธ.ค. 2568). แขกรับเชิญที่เชิญมาสัมภาษณ์ในรายการน่าสนใจหรือไม่อย่างไรและท่านสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ไปใช้ประโยชน์มากน้อยเพียงใดอย่างไร. (สุกัญญา บูรณเดชาชัย, ผู้สัมภาษณ์)

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 11. (24 ธ.ค. 2568). องค์ประกอบของรายการ BTU TALK ด้านพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเหมาะสมกับโครงสร้างรายการหรือไม่อย่างไร. (รัตติพร ณ นคร, ผู้สัมภาษณ์)

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 13. (24 ธ.ค. 2568). การสร้างความเชื่อมโยงและความน่าสนใจแต่ละช่วงของรายการมีความน่าสนใจและมีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร. (สุกัญญา บูรณเดชาชัย, ผู้สัมภาษณ์)

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 14. (24 ธ.ค. 2568). ช่องทาง You tube มีความเหมาะสมหรือไม่ที่จะใช้เป็นช่องทางเผยแพร่รายการ BTU TALK และเหมาะกับการเปิดดูรายการของกลุ่มเป้าหมายรายการหรือไม่อย่างไร. (รัตติพร ณ นคร, ผู้สัมภาษณ์)

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5. (24 ธ.ค. 2568). การออกแบบรายการ BTU TALK ด้วยโครงสร้างรายการวาไรตี้แบบบล็อก (Block) ทั้ง 3 ช่วงและการเรียงลำดับรายการระยะเวลาในแต่ช่วงมีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร. (รัตติพร ณ นคร, ผู้สัมภาษณ์)

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6. (24 ธ.ค. 2568). การออกแบบภาพลักษณ์ของรายการ BTU TALK ด้านกราฟิกและฉากรายการมีความเหมาะสมต่อรูปแบบรายการหรือไม่อย่างไร. (ประภาส นวลเนตร, ผู้สัมภาษณ์)

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7. (24 ธ.ค. 2568). การออกแบบช่วงบันเทิงหรือช่วงตลกของรายการมีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร. (ประภาศ นวลเนตร, ผู้สัมภาษณ์)

หัสพร ทองแดง. (2567). การสร้างสรรค์คอนเทนต์และสตรีมมิ่ง. นนทบุรี: สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

อลิสา เพียรลุประสิทธิ์. (2561). กลยุทธ์การผลิตเนื้อหารายการออนไลน์และความคิดเห็นของผู้ชมรายการผ่านช่อง NANAKE555 บนเว็บไซต์ยูทูบ. ใน สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อาภัสรี จงเสถียร และคณะ. (2569). ภาพรวมภูมิทัศน์สื่อไทยปี 2568 - 2569. เรียกใช้เมื่อ 19 ธันวาคม 2568 จาก https://www.dataxet.co/media-landscape/2026-th