



โครงการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา  
เรื่อง

การออกแบบและผลิตสื่อสาธารณะ กรณีศึกษา  
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS)

THE DESIGN AND PRODUCTION OF PUBLIC BROADCASTING MEDIA: A CASE STUDY OF  
THAI PBS TELEVISION STATION

นายอิสรา ศรีโยธา  
รหัสนักศึกษา 64104110030

โครงการสหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของ วิชาสหกิจศึกษา (413-001)  
สาขาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์  
ภาคการศึกษาปีที่ 2 ปีการศึกษา 2567  
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

โครงการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา  
เรื่อง

การออกแบบและผลิตสื่อสาธารณะ กรณีศึกษา  
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS)

THE DESIGN AND PRODUCTION OF PUBLIC BROADCASTING MEDIA: A  
CASE STUDY OF THAI PBS TELEVISION STATION

นายอิสรา ศรีโยธา  
รหัสนักศึกษา 64104110030

โครงการสหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของ วิชาสหกิจศึกษา (413-001)  
สาขาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์  
ภาคการศึกษาปีที่ 2 ปีการศึกษา 2567  
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

## หนังสือนำส่งโครงการสหกิจ

วันที่ 13 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2567

เรื่อง ขอส่งโครงการการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรียน อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษาสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

ตามที่ข้าพเจ้า นายอิสรา ศรีโยธา รหัสนิสิต 64104110030 นิสิตสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ได้ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาระหว่างวันที่ 4 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2568 เป็นระยะเวลา 4 เดือน ณ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS) นิสิตได้มาฝึกสหกิจศึกษาในตำแหน่ง ฝ่ายช่างภาพ ด้านการผลิตรายการ ได้รับมอบหมายจากสถานประกอบการให้ ฝึกปฏิบัติส่วนงานช่างภาพ และด้านการผลิตรายการ ศึกษาและพัฒนาทักษะการเรียนรู้และประสบการณ์การทำงานจริง การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้สิ้นสุดลงแล้ว จึงใคร่ขอส่งรายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษา จำนวน 2 เล่ม เพื่อขอรับการประเมินผลการปฏิบัติงานต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ  
(นายอิสรา ศรีโยธา)

ชื่อโครงการสหกิจศึกษา	การออกแบบและผลิตสื่อสาธารณะ กรณีศึกษา สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS) THE DESIGN AND PRODUCTION OF PUBLIC BROADCASTING MEDIA: A CASE STUDY OF THAI PBS TELEVISION STATION
ชื่อผู้รายงาน	นายอิสรา ศรีโยธา
สาขา	คอนเทนต์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
คณะ	นิเทศศาสตร์

---

.....  
(อาจารย์พิศวิสน์ เจริญถัมภ์)  
อาจารย์ที่ปรึกษาการฝึกปฏิบัติงาน

.....  
(นายสมชาย เสียงใส)  
พนักงานที่ปรึกษา

มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ อนุมัติให้รับโครงการสหกิจศึกษาฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาคอนเทนต์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

.....  
(รองศาสตราจารย์อวยพร พานิช)  
คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

## กิตติกรรมประกาศ

ตามที่ข้าพเจ้า นายอิสรา ศรีโยธา รหัสนิสิต 64104110030 นิสิตสาขาวิชาคอนเทนต์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏฯ ได้ฝึกปฏิบัติหน้าที่สหกิจศึกษา ณ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ตั้งแต่วันที่ 4 พฤศจิกายน 2567 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2568 เป็นระยะเวลา 4 เดือน นิสิตได้มาฝึกงานในตำแหน่ง ฝ่ายช่างภาพและควบคุมการผลิต ซึ่งได้รับมอบหมายจากสถานประกอบการ ให้เรียนรู้และลงมือปฏิบัติการถ่ายภาพ และควบคุมการผลิต จากการเรียนรู้และปฏิบัติได้รับประสบการณ์ต่างๆ ที่มีคุณค่ามากมาย

สำหรับโครงการสหกิจศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความช่วยเหลือและความร่วมมือสนับสนุนของหลายฝ่าย

1. คุณสมชาย เสียงใส ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายช่างภาพ และเป็นผู้ดูแลเรื่องการปฏิบัติงานที่ได้สอนงานอย่างต่อเนื่องในการฝึกปฏิบัติงานที่สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส
2. อาจารย์พิศวัสน์ เจริญถัมภ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิชาสหกิจศึกษา ที่ให้คำแนะนำและคอยติดตามประเมินความก้าวหน้าของการปฏิบัติงานและตรวจแก้ไขเล่มโครงการ การฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

นอกจากนี้ยังมีบุคคลท่านอื่น ๆ อีกที่ไม่ได้กล่าวไว้ ณ ที่นี้ ซึ่งให้ความกรุณาแนะนำในการจัดทำโครงการสหกิจศึกษานี้ จึงใคร่ขอขอบคุณทุกท่านที่ได้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับโครงการสหกิจฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

นายอิสรา ศรีโยธา

ผู้จัดทำ

<b>ชื่อโครงการ</b>	การออกแบบและผลิตสื่อสาธารณะ ทัศนศึกษา สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS) THE DESIGN AND PRODUCTION OF PUBLIC BROADCASTING MEDIA: A CASE STUDY OF THAI PBS TELEVISION STATION
<b>ชื่อนิสิต</b>	นายอิศรา ศรีโยธา
<b>รหัสนิต</b>	รหัสนักศึกษา 64104110030
<b>สาขาวิชา</b>	คอนเทนต์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
<b>อาจารย์ที่ปรึกษา</b>	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทัศนีย์ ดำเกิงศักดิ์
<b>ปีการศึกษา</b>	2567

### บทคัดย่อ

การฝึกงานใน ฝ่ายช่างภาพและการควบคุมการผลิต ที่สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เป็นประสบการณ์ที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้และฝึกปฏิบัติจริงในอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะทางด้าน การถ่ายภาพ การจัดองค์ประกอบภาพ การควบคุมอุปกรณ์ถ่ายทอดสด และการทำงานร่วมกับทีมโปรดักชัน ตลอดระยะเวลาการฝึกงาน นักศึกษาได้รับมอบหมายให้ช่วยงานด้านการถ่ายทำรายการโทรทัศน์ ข่าว และสารคดี ทั้งในสตูดิโอและภาคสนาม

การฝึกปฏิบัติงานครั้งนี้ช่วยให้นักศึกษาเข้าใจถึง กระบวนการทำงานจริงของสถานีโทรทัศน์ ตั้งแต่การเตรียมอุปกรณ์ การวางแผนการถ่ายทำ การตั้งค่ากล้อง แสง และเสียง ไปจนถึงการควบคุมการผลิตระหว่างออกอากาศ นอกจากนี้ ยังได้ฝึกแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น การปรับมุมกล้องให้เหมาะสมกับสภาพแสงที่เปลี่ยนแปลง หรือการแก้ไขปัญหาทางเทคนิคในระหว่างการถ่ายทำ ผลจากการฝึกงานทำให้นักศึกษาได้รับ ประสบการณ์จริงในการถ่ายภาพและควบคุมการผลิต พัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีม รวมถึงการบริหารจัดการเวลาและการทำงานภายใต้ความกดดัน นอกจากนี้ ยังเป็นโอกาสในการสร้างเครือข่ายทางวิชาชีพ และเตรียมความพร้อมสำหรับการทำงานในอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ในอนาคต

คำสำคัญ: การฝึกงาน, ช่างภาพ, ควบคุมการผลิต, สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส, การถ่ายทอดสด, รายการโทรทัศน์

## สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ .....	ก
บทคัดย่อ .....	ข
สารบัญ .....	ค
สารบัญภาพ .....	ฉ
<b>บทที่ 1 บทนำ.....</b>	<b>1</b>
1.1. ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2. ประวัติของบริษัท บริษัท อาร์เอ็มเอ ซิตี มอเตอร์ส .....	2
1.3. ข้อมูลสถานประกอบการ.....	3
1.4. วัตถุประสงค์ .....	4
1.5. ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย.....	5
1.6. ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา .....	6
1.7. ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน.....	6
1.8. ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
<b>บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง .....</b>	<b>7</b>
2.1.แนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	7
2.2. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตสื่อ(Media production) .....	11
2.3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโฆษณา (Advertising).....	12
2.4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ (Public relations).....	14

## สารบัญ(ต่อ)

หน้า

<b>บทที่ 3</b>	<b>ภาระหน้าที่และปัญหาในการปฏิบัติงาน.....</b>	<b>21</b>
3.1	บทบาทหน้าที่ ..... ผิดพลาด! ไม่ได้กำหนดบู้กมาร์ก	21
3.1.1	การถ่ายทำรายการและข่าว.....	21
3.1.2	การดูแลอุปกรณ์ถ่ายทำ .....	23
3.1.3	การทำภาคสนามและสตูดิโอ.....	23
3.1.4	ภาระหน้าที่ของฝ่ายควบคุมการผลิต .....	23
<b>บทที่ 4</b>	<b>รายละเอียดของการปฏิบัติงาน .....</b>	<b>24</b>
4.1.1.	ด้านฝ่ายช่างภาพ.....	24
4.1.2.	ด้านฝ่ายควบคุมการผลิต .....	25
<b>บทที่ 5</b>	<b>สรุปผลการฝึกสหกิจศึกษา.....</b>	<b>28</b>
5.1.1.	สรุปการจัดทำโครงการงาน .....	28
5.1.2.	ประโยชน์ที่สถานประกอบการได้รับ.....	28
5.1.3.	ประโยชน์ที่ผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาได้รับ .....	29
5.1.4.	ประโยชน์ที่สถานศึกษาได้รับ.....	30
5.1.5.	วิเคราะห์ SWOT ของผู้ฝึกสหกิจ.....	30
5.1.6.	ประสบการณ์ที่ประทับใจหรือประสบการณ์พิเศษ .....	32
	<b>บรรณานุกรม.....</b>	<b>33</b>
	<b>ภาคผนวก ก ใบรายงานการฝึกสหกิจศึกษา .....</b>	<b>35</b>
	<b>ภาคผนวก ข ภาพตอนฝึกสหกิจ.....</b>	<b>44</b>



ภาคผนวก ค ประวัติผู้จัดทำ .....	52
ประวัติส่วนตัว.....	53

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 ภาพที่ตั้งสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส .....	3
ภาพที่ 1.2 ภาพเครื่องหมายองค์กร .....	4

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1. ความเป็นมาและความสำคัญ

ในยุคปัจจุบัน สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการให้ข้อมูล ข่าวสาร และความบันเทิงแก่สังคม โดยเฉพาะสื่อสาธารณะซึ่งมีหน้าที่ให้บริการประชาชนโดยคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าผลกำไรทางธุรกิจ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS) เป็นสถานีโทรทัศน์สาธารณะของประเทศไทยที่มีพันธกิจหลักในการนำเสนอเนื้อหาที่มีคุณภาพ สร้างสรรค์ และเป็นกลาง เพื่อส่งเสริมประชาธิปไตย การเรียนรู้ และการพัฒนาสังคม ภายในกระบวนการผลิตสื่อโทรทัศน์ งานด้าน **ช่างภาพและควบคุมการผลิต** ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพของเนื้อหารายการและความน่าสนใจของภาพที่ถ่ายทอดสู่ผู้ชม งานช่างภาพมีบทบาทในการกำหนดมุมมอง องค์กรประกอบภาพ และการใช้เทคนิคการถ่ายทำที่เหมาะสม เพื่อให้การเล่าเรื่องมีประสิทธิภาพ ส่วนงานควบคุมการผลิตเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการขั้นตอนการถ่ายทำ ตั้งแต่การเตรียมอุปกรณ์ ประสานงานระหว่างทีมงาน ไปจนถึงการกำกับการผลิตให้เป็นไปตามแผนงาน

การศึกษาครั้งนี้มีความสำคัญเนื่องจากการทำงานในตำแหน่งดังกล่าวต้องอาศัยความรู้ ทักษะ และความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง การเข้าใจหลักการและแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมจะช่วยพัฒนากระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นแนวทางสำหรับนักศึกษาฝึกงานหรือผู้ที่สนใจในอาชีพด้านการถ่ายภาพและการผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคต โดยการฝึกสหกิจศึกษาที่สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสมุ่งเน้นไปที่การศึกษาและวิเคราะห์กระบวนการทำงานของช่างภาพและควบคุมการผลิตในสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เพื่อให้เข้าใจถึงบทบาท หน้าที่ เทคนิคที่ใช้ ตลอดจนความท้าทายที่เกิดขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้ที่ทำงานในวงการโทรทัศน์และผู้ที่กำลังศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชน

โครงการสหกิจเรื่อง การออกแบบและผลิตสื่อสาธารณะ กรณีศึกษา สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS) ผู้จัดทำได้รวบรวมข้อมูลในการฝึกปฏิบัติงานในขั้นตอนต่างๆ ของการปฏิบัติงานเพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ที่สนใจได้ทำการศึกษาต่อไป

## 1.2. ประวัติของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS) เป็นสถานีโทรทัศน์สาธารณะแห่งแรกของประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นเพื่อให้บริการประชาชนโดยไม่แสวงหาผลกำไร และมุ่งเน้นการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

### การก่อตั้งและพัฒนาการของสถานี

- **จุดเริ่มต้น:** ไทยพีบีเอสมีรากฐานมาจากสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (ITV) ซึ่งเดิมเป็นสถานีโทรทัศน์เอกชน แต่ภายหลังเกิดปัญหาทางธุรกิจและข้อพิพาททางกฎหมาย รัฐบาลจึงเข้าควบคุมการดำเนินงานและเปลี่ยนเป็นสถานีโทรทัศน์ที่ไอทีวี (TITV)
- **การเปลี่ยนแปลงสู่สถานีโทรทัศน์สาธารณะ:** เมื่อวันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2551 คณะรัฐมนตรีมีมติให้ยุติการออกอากาศของ TITV และจัดตั้งสถานีโทรทัศน์สาธารณะขึ้นภายใต้ชื่อ "องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย" (ส.ส.ท.) หรือ Thai PBS
- **เริ่มออกอากาศอย่างเป็นทางการ:** ไทยพีบีเอสเริ่มออกอากาศอย่างเป็นทางการในวันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 โดยมีเป้าหมายเพื่อให้บริการข่าวสารและรายการที่ส่งเสริมการเรียนรู้แก่สาธารณชน

### ลักษณะและบทบาทของไทยพีบีเอส

- **เป็นสื่อสาธารณะ:** ดำเนินงานโดยไม่ขึ้นกับภาครัฐหรือภาคธุรกิจ และไม่มีโฆษณาเชิงพาณิชย์
- **มีแหล่งทุนจากภาษีบาป:** ได้รับงบประมาณจาก ภาษีสรรพสามิตสุราและยาสูบ เพื่อให้เป็นอิสระจากอิทธิพลทางการเมืองและธุรกิจ
- **มุ่งเน้นเนื้อหาสร้างสรรค์:** เน้นการนำเสนอข่าวสาร ข้อมูล และสาระความรู้ที่เป็นกลาง มีคุณภาพ และส่งเสริมการพัฒนาสังคม

### รายการที่เป็นเอกลักษณ์

ไทยพีบีเอสผลิตและเผยแพร่รายการที่มีคุณค่าต่อสังคม เช่น

- **ข่าวค่ำ Thai PBS** – รายงานข่าวที่เป็นกลางและรอบด้าน
- **ที่นี่ Thai PBS** – รายการเจาะลึกประเด็นข่าวในสังคม
- **ไทยพีบีเอส Kids** – รายการสำหรับเด็กที่ส่งเสริมการเรียนรู้
- **สารคดีเชิงสร้างสรรค์** เช่น พลิกปมข่าว, Big Story, ภูมิภาค 3.0

### ความสำคัญของไทยพีบีเอส

- เป็นแหล่งข้อมูลที่เป็นกลางและน่าเชื่อถือ
- สนับสนุนการศึกษาและการพัฒนาสังคม
- ให้ความสำคัญกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน และการพัฒนาชุมชน
- เปิดพื้นที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนข้อมูล

ไทยพีบีเอสยังคงพัฒนาและปรับปรุงการนำเสนอเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นสถานีโทรทัศน์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน และเป็นต้นแบบของสื่อสาธารณะในประเทศไทย

### 1.3. ข้อมูลสถานประกอบการ

สถานที่ตั้งของสถานประกอบการ



ภาพที่ 1.1 ภาพที่ตั้งสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

ที่อยู่ 145 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210

โทรศัพท์ 02-790-2000

แฟกซ์ 02-790-2020

เวลาทำการ วันจันทร์ - วันศุกร์: 09:00 - 18:00 น



เวลาปฏิบัติงานของฝ่ายผลิตรายการและข่าว

- ฝ่ายข่าวและฝ่ายผลิตรายการอาจมีรอบการทำงานเป็นกะ เช่น กะเช้า, กะบ่าย และ กะดึก เพื่อให้การออกอากาศเป็นไปอย่างต่อเนื่อง
- เวลาการปฏิบัติงานอาจแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับตำแหน่งงาน เช่น ช่างภาพ, ผู้ควบคุมการผลิต, ผู้ประกาศข่าว ฯลฯ

พิกัด GPS: 13.847187, 100.571324



ภาพที่ 1.2 ภาพเครื่องหมายองค์กร

#### 1.4. วัตถุประสงค์

1. เพื่อเรียนรู้กระบวนการทำงานด้านช่างภาพโทรทัศน์โดยทำการศึกษาหลักการและเทคนิคการถ่ายทำ รายการโทรทัศน์ รวมถึงการจัดองค์ประกอบภาพ มุม กล้อง และการใช้แสงให้เหมาะสม
2. เพื่อฝึกปฏิบัติงานด้านการควบคุมการผลิตเข้าใจขั้นตอนการวางแผนผลิตรายการ ตั้งแต่การเตรียมอุปกรณ์ ประสานงานทีมงาน ไปจนถึงการควบคุมการถ่ายทำให้เป็นไปตามรูปแบบรายการ
3. เพื่อเพิ่มพูนทักษะการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ถ่ายทำฝึกใช้งานกล้องวิดีโอ ระบบถ่ายทอดสด อุปกรณ์บันทึกเสียง และอุปกรณ์เสริมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์
4. เพื่อเสริมสร้างทักษะการทำงานเป็นทีมในสภาพแวดล้อมจริงเรียนรู้การทำงานร่วมกับผู้กำกับ ทีมโปรดิวเซอร์ และเจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคนิค เพื่อให้การผลิตรายการมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับมาตรฐานของไทยพีบีเอส
5. เพื่อฝึกฝนความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเรียนรู้วิธีการจัดการปัญหาที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการถ่ายทำ และพัฒนาทักษะการแก้ไขปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ
6. เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการทำงานในอุตสาหกรรมสื่อผสมประสบการณ์ตรงจากการปฏิบัติงานจริง เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานด้านช่างภาพและควบคุมการผลิตในอนาคต

## 1.5. ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย

### 1. งานด้านช่างภาพ (Camera Operator)

#### การเตรียมอุปกรณ์ถ่ายทำ

ตรวจสอบและเตรียมความพร้อมของกล้องวิดีโอ ขาตั้งกล้อง ไมโครโฟน และอุปกรณ์เสริม จัดเตรียมเลนส์และตั้งค่ากล้องให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของการถ่ายทำ

#### การถ่ายทำรายการและข่าว

ฝึกการจัดองค์ประกอบภาพ มุมกล้อง และเทคนิคการแพนกล้อง

ปฏิบัติงานเป็นผู้ช่วยช่างภาพภาคสนามและในสตูดิโอ

ทดลองถ่ายทำในสถานการณ์จริง เช่น ข่าวภาคสนาม รายการสารคดี หรือรายการสด

#### การบำรุงรักษาอุปกรณ์

ทำความสะอาดและบำรุงรักษากล้องและอุปกรณ์ต่าง ๆ หลังใช้งาน

เรียนรู้วิธีแก้ไขปัญหาเบื้องต้นเมื่ออุปกรณ์เกิดข้อขัดข้อง

### 2. งานด้านควบคุมการผลิต (Production Control)

#### การวางแผนและประสานงานก่อนการถ่ายทำ

ศึกษาและทำความเข้าใจสคริปต์ของรายการ

ประสานงานกับทีมงานฝ่ายต่าง ๆ เช่น ทีมโปรดิวเซอร์ ผู้กำกับ และช่างเทคนิค

จัดเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการผลิตรายการ

#### การช่วยควบคุมการถ่ายทำ

คอยติดตามและควบคุมเวลาในการถ่ายทำให้เป็นไปตามแผน

ทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยผู้กำกับในการสื่อสารระหว่างทีมงาน

เรียนรู้การทำงานของระบบสวิตชิงกล้อง (Video Switcher) และระบบเสียงใน

#### ห้องควบคุม

#### การเรียนรู้เกี่ยวกับการออกอากาศและระบบถ่ายทอดสด

สังเกตและฝึกปฏิบัติงานด้านการควบคุมรายการสด

ศึกษาระบบ OB Van และการถ่ายทอดสดนอกสถานที่

#### การเก็บข้อมูลและสรุปงานหลังการถ่ายทำ

ช่วยจัดเก็บฟุตเทจและไฟล์วิดีโอเข้าสู่ระบบ

บันทึกปัญหาหรือข้อสังเกตระหว่างการถ่ายทำเพื่อนำไปปรับปรุง

### 1.6. ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

คุณ สมชาย เสียงใส ตำแหน่งงาน ผู้จัดการฝ่ายช่างภาพ  
เบอร์ติดต่อ 086-706-6047

### 1.7. ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

ในการปฏิบัติสหกิจศึกษาผู้ดำเนินการได้ฝึกงาน 4 พฤศจิกายน 2567 - 28 กุมภาพันธ์ 2568

### 1.8. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. พัฒนทักษะการใช้กล้องและอุปกรณ์ถ่ายทำ เพื่อให้สามารถถ่ายทำรายการและข่าวได้อย่างมืออาชีพ
2. เรียนรู้กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ ตั้งแต่การเตรียมงาน การถ่ายทำ ไปจนถึงการออกอากาศ
3. ฝึกการทำงานเป็นทีมในสภาพแวดล้อมจริง และสามารถประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ
4. เพิ่มทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ทั้งในด้านเทคนิคการถ่ายทำและการควบคุมการผลิต
5. เตรียมความพร้อมสู่การทำงานในอุตสาหกรรมสื่อ ด้วยประสบการณ์ตรงจากสถานีโทรทัศน์ สาธารณะ



## บทที่ 2

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้ดำเนินการศึกษาได้จัดทำงานรายงานสหกิจเรื่อง การออกแบบและผลิตสื่อสาธารณะ กรณีศึกษา สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS) โดยได้ปฏิบัติงาน ณ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ตั้งแต่วันที่ 4 พฤศจิกายน 2567 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2568 โดยผู้ฝึกสหกิจศึกษาได้มีการนำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการนำมาใช้เพื่อการ ฝึกสหกิจศึกษามีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์
2. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตสื่อ (Media production)
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโฆษณา (Advertising)
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ (Public relations)

#### 2.1.แนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์

เนื่องจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาแนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้ดังนี้

##### ความหมายของลักษณะทางประชากรศาสตร์

(กรรณิการ์ เหมือนประเสริฐ, 2564) ได้กล่าวว่า ในหน่วยงานองค์กรต่างๆ จะประกอบไปด้วยบุคลากรในระดับต่างๆ เป็นจำนวนมาก บุคคลแต่ละคนจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปลักษณะพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกแตกต่างกันนี้ มีสาเหตุมาจากปัจจัยต่างๆ ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในองค์กร ลักษณะพฤติกรรมในการทำงานของบุคคล จะเป็นดังนี้

อายุกับการทำงาน (Age and Job Performance) เป็นที่ยอมรับกันว่าผลงานของบุคคลจะลดน้อยลงในขณะที่อายุเพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตามบุคคลที่มีอายุมากจะถือว่าเป็นผู้มีประสบการณ์ในการทำงานสูง และสามารถปฏิบัติหน้าที่การทำงานที่จะก่อให้เกิดผลผลิตสูงได้ นอกจากนี้จะเห็นได้ว่า คนที่อายุมากจะไม่ลาออกจากงานหรือย้ายงานแต่จะทำงานที่เดิม ทั้งนี้เพราะโอกาสในการเปลี่ยนงานมีน้อย ประกอบกับช่วงเวลาในการทำงานนานจะมีผลทำให้ได้รับค่าตอบแทนมากขึ้น ตลอดจนสวัสดิการต่างๆ ก็จะได้เพิ่มขึ้น

ด้วย รวมทั้งพนักงานที่มีอายุมากขึ้นจะปฏิบัติหน้าที่การทำงานอย่างสม่ำเสมอ ขาดงานน้อยกว่าพนักงานที่มีอายุน้อย

เพศกับการทำงาน (Gender and Job Performance) จากการศึกษาโดยทั่วไปเรื่องความสามารถเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาในการทำงาน แรงจูงใจ การปรับตัวทางสังคม ความสามารถ ใน

การเรียนรู้ ระหว่างเพศชายและเพศหญิงไม่มีความแตกต่างกัน แต่อย่างไรก็ตามในการศึกษาของนักจิตวิทยาพบว่า เพศหญิงจะมีลักษณะคล้ายตามมากกว่าเพศชาย และเพศชายจะมีความคิดเชิงรุก ความคิดก้าวไกล และมีความคาดหวังในความสำเร็จมากกว่าเพศหญิง แต่จะไม่มี ความแตกต่างใน เรื่องผลงาน และในเรื่องความพึงพอใจในงาน

สถานภาพการสมรสกับการทำงาน (Marital Status and Job Performance) พบว่า พนักงานที่สมรสแล้วจะขาดงาน และมีอัตราการลาออกจากงานน้อยกว่าผู้ที่ เป็นโสด นอกจากนี้ยังมีความพึงพอใจในงานสูงกว่าผู้ที่ เป็นโสด ตลอดจนมีความรับผิดชอบ เห็นคุณค่าของงาน และมีความสม่ำเสมอในการทำงานด้วย

ความอาวุโสในการทำงานกับการทำงาน (Tenure and Job Performance) ผู้อาวุโสในการทำงานจะมีผลงานสูงกว่าบรรดาพนักงานใหม่ และมีความพึงพอใจในงานสูงกว่าคนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน (ประมะ สตะเวทิน, 2533 112) โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือเพศหญิงมีแนวโน้มมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้นแต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วยนอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรม และสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรมคนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนที่อายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าความบันเทิง

การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ

สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคม ของบุคคลมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรมประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกันทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (เสรีมศักดิ์ กาญจน

สุวรรณ มัชฌิม, 2564) ได้เสนอหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่าง ระหว่าง ปัจเจกบุคคลดังนี้ มนุษย์เรามีความแตกต่างอย่างมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาบุคคล ความแตกต่างนี้ บางส่วนมาจาก ลักษณะแตกต่างทางชีวภาคหรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างกัน ที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้มนุษย์ซึ่งถูกชบเลี้ยงภายใต้สถานการณ์ต่างๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไป อย่างกว้างขวางจากการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยมและความเชื่อถือที่รวมเป็นลักษณะ ทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ประชากรศาสตร์ หมายถึง วิชาที่ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับมนุษย์ในด้านพฤติกรรมทางประชากร และการเปลี่ยนแปลงในปรากฏการณ์ทางประชากร (สันทัต เสริมศรี, 2561) คำว่าdemography มีราก ศัพท์มาจากภาษากรีกสองคำคือ demo ซึ่งหมายถึง หมู่คนประชาชน หรือราษฎร ตรงกับคำว่า “people” ในภาษาอังกฤษ ส่วน คำว่า graphy ตรงกับคำในภาษาอังกฤษคือ “Writing Up” หรือ “Description” ซึ่งหมายถึง การเขียน การบรรยาย หรือการพรรณนารูปร่างลักษณะ และเทียบได้ กับคำ ว่า “ศาสตร์” ในภาษาไทย ดังนั้นเมื่อรวมทั้งสองเข้าด้วยกันDemography (ประชากรศาสตร์ ) จึง หมายถึง วิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากรนั่นเอง (ชัยวัฒน์ปัญญพงษ์ และณรงค์เทียนสง, 2562)

(ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2563) ได้กล่าวถึงแนวความคิดด้านประชากรนี้เป็นทฤษฎี ที่ใช้หลักการของ ความเป็นเหตุเป็นผลกล่าวคือพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตาม แรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่ว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย ซึ่ง แนวความคิดนี้ ตรงกับทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) (เสริมศักดิ์ กาญจนสุวรรณ มัชฌิม, 2564) ที่อธิบายว่าพฤติกรรมของ บุคคลเกี่ยวข้องกับลักษณะต่าง ๆ ของ บุคคล หรือลักษณะทาง ประชากรซึ่งลักษณะเหล่านี้สามารถอธิบายเป็นกลุ่ม ๆ ได้คือบุคคลที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันมักจะถูกอยู่ใน กลุ่มเดียวกัน ดังนั้น บุคคลที่อยู่ในลำดับชั้นทางสังคมเดียวกันจะเลือกรับ และตอบสนองต่อเนื้อหา ข่าวสารในแบบเดียวกัน และทฤษฎีความแตกต่างระหว่าง บุคคล (Individual Differences Theory) ซึ่ง ทฤษฎี นี้ได้ รับการพัฒนาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง (Stimulus-Response) หรือ ทฤษฎีเอส-อาร์ (S-R Theory) ในสมัยก่อน และได้นำมาประยุกต์ใช้อธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารว่าผู้รับสาร ที่มีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน จะมีความสนใจต่อข่าวสารที่แตกต่างกัน

(ปรมะ สตะเวทิน, 2564)ได้อธิบายถึงคุณสมบัติเฉพาะของตน ซึ่งแตกต่างกันในแต่ละคน คุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร อย่างไรก็ตามในการสื่อสารในสถานการณ์ ต่าง ๆ จำนวนของผู้รับสารก็มีปริมาณแตกต่างกันด้วย การวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนน้อยคนนั้นมักไม่มี ปัญหาน้อยกว่าการวิเคราะห์ ผู้รับสารที่มีจำนวนมากเนื่องจากการวิเคราะห์คนที่มีจำนวนน้อยเรา สามารถวิเคราะห์ผู้รับสาร ทุกคนได้แต่ในการวิเคราะห์คนจำนวนมากเราไม่สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารแต่

ละคนได้เพราะมี ผู้รับสารจำนวนมากเกินไปนอกจากนี้ผู้ส่งสารยังไม่รู้จักผู้รับสารแต่ละคนด้วย ดังนั้นวิธีการที่ดี ที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมากก็คือการจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะประชากร (Demographic Characteristics) ได้แก่อายุ เพศ สถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจการศึกษา สถานภาพสมรส เป็นต้น ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการรับรู้ การตีความและการเข้าใจในการสื่อสารทั้งสิ้น

1. เพศ (Sex) ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคลลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้ม มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย เพศเป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญเช่นกันงานวิจัยทางด้านจิตวิทยาทั้งหลายได้แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างมากในเรื่อง ความคิดค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนสองทั้งเพศไว้แตกต่างกัน ดังนั้นนักวิจัยต้องศึกษาตัวแปรนี้อย่างรอบคอบ เพราะในปัจจุบันนี้ตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมการบริโภค การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจากการที่สตรีทำงานมากขึ้น

2. อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งต่อการวิเคราะห์พฤติกรรมสื่อสารของมนุษย์เนื่องจากอายุจะเป็นตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บ่งบอกเกี่ยวกับความมีประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ของบุคคล ดังคำกล่าวที่ว่า ผู้ใหญ่อาบน้ำร้อนมาก่อน หรือเรียกคนที่มีประสบการณ์น้อยกว่าว่าเด็กเมื่อวานขึ้น เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นเครื่องบ่งชี้ การแสดงความคิดเห็น ความเชื่อลักษณะการโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของ บุคคลคนเราโดยทั่วไปเมื่ออายุเพิ่มขึ้นประสบการณ์สูงขึ้น ความฉลาดรอบคอบก็เพิ่มมากขึ้น วิธีคิดและสิ่งที่สนใจก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย

3. การศึกษา (Education) การศึกษาหรือความรู้ เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับข่าวสารการที่คนได้รับการศึกษาที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่แตกต่างกัน ย่อมมีความรู้สึนึกคิดอุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างกัน คนทั่ว ๆ ไปมักจะสนใจหรือยึดแนวความคิดในแนวสาขาของตัวนี้เป็นสำคัญ และบุคคลมักมีลักษณะบางประการที่แสดงหรือบ่งชี้ถึงพื้นฐานการศึกษา หรือสาขาวิชาที่เรียนมาเนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นสถาบันที่อบรมกล่อมเกล่าให้บุคคลมีบุคลิกภาพไปในทิศทางที่แตกต่างกัน ทางด้านครูผู้สอนก็มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียนโดยการสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตัวเองให้แก่ผู้เรียน ดังนั้นการศึกษาจึงเป็นตัวกำหนดในกระบวนการเลือกสรรของผู้รับสาร

4. สถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status) อันได้แก่ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ถิ่นฐาน ภูมิลำเนา พื้นฐานของครอบครัวอาชีพ รายได้และฐานะทางการเงิน ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อผู้รับ ซึ่งในการวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่าสถานะทางสังคม และเศรษฐกิจของ

ผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะภาพทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ที่ต่างกัน มีทัศนคติค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน

5. ศาสนา (Religion) การนับถือศาสนาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสาร ทั้งทางด้านทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมโดยศาสนาได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับคนและกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตคนตลอดทั้งชีวิต Childs (ปรเม สตะเวทิน, 2564) ได้สรุปถึงอิทธิพลของศาสนาที่มีต่อบุคคลได้ 3 ด้านได้แก่ ด้านศีลธรรม คุณธรรม ความเชื่อทางจรรยาของบุคคล ด้านการเมืองและด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านประชารณนั้นยังมีลักษณะอื่น ๆ อีก ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจ จักกับการสื่อสารได้โดยอยู่ภายใต้แนวความคิดที่ว่าถ้าบุคคลมีปัจจัยเหล่านั้นแตกต่างกัน ความคิดและการกระทำก็มีแนวโน้มที่จะแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งแนวความคิดนี้สามารถนำไปใช้อธิบายปัจจัยของประชารณด้านอื่น ๆ ได้สำหรับการศึกษารื่องการตัดสินใจเลือกรับข่าวสาร ข้อมูลต้องอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ ทางประชารณศาสตร์เป็นแนวทางในการศึกษาเนื่องจากปัจจัยแต่ละปัจจัยของ บุคคลหนึ่งที่แตกต่างกัน ตามลักษณะทางประชารณศาสตร์ถือเป็นพื้นฐานในการกำหนดให้การตัดสินใจเลือกรับข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันได้

## 2.2. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตสื่อ(Media production)

การผลิตสื่อ หมายถึง กระบวนการสร้างสรรค์เนื้อหาและองค์ประกอบต่างๆ เพื่อนำเสนอผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิดีโอ เสียง ภาพ กราฟิก ข้อความ (เสริมศักดิ์ กาญจนสุวรรณ มัชฌิม, 2564)

### แนวคิด

การกำหนดเป้าหมาย ระบุกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการผลิตสื่อการออกแบบเนื้อหา เลือกเนื้อหา รูปแบบ และภาษาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายการผลิต ถ่ายทำ ตัดต่อ บันทึกเสียง ออกแบบกราฟิกการเผยแพร่ เลือกช่องทางการเผยแพร่ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายการประเมินผล วิเคราะห์ผลตอบรับและความพึงพอใจของผู้รับสาร (ธีรพล ภูริต, 2561)

ประเภทของการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โบรชัวร์ แผ่นพับสื่อโทรทัศน์ รายการข่าวละคร ภาพยนตร์ โฆษณาสื่อวิทยุ รายการเพลง รายการข่าว โฆษณาสื่อออนไลน์ เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย วิดีโอออนไลน์สื่อดิจิทัล อีบุ๊ก เกม แอปพลิเคชันเทคโนโลยีเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการผลิตสื่อ ช่วยให้การผลิตสื่อมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ประหยัดต้นทุน และเข้าถึงผู้รับสารได้กว้างขวางแนวโน้มการใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น ผู้คนใช้เวลากับสื่อออนไลน์มากขึ้นการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น Virtual

Reality (VR) และ Augmented Reality (AR) จะถูกนำมาใช้ในการผลิตสื่อมากขึ้นการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร ผู้รับสารมีบทบาทมากขึ้นในการผลิตสื่อ เช่น การสร้างเนื้อหา การแสดงความคิดเห็น การแชร์

### ตัวอย่างแนวคิด

การเล่าเรื่อง (Storytelling) การนำเสนอเนื้อหาผ่านเรื่องราว ดึงดูดความสนใจ และสร้างอารมณ์ร่วม

การผสมผสานสื่อ (Media Integration) การใช้สื่อหลายประเภทร่วมกัน เพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร

การสร้างประสบการณ์ (Experience Creation) การออกแบบสื่อให้ผู้รับสารมีส่วนร่วม เกิดประสบการณ์ที่น่าจดจำ

การผลิตสื่อ เป็นกระบวนการที่มีความหลากหลาย ขึ้นอยู่กับประเภทของสื่อ วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย เทคโนโลยี และงบประมาณ

สรุปแนวคิดเกี่ยวกับการผลิตสื่อ มีความหลากหลาย ขึ้นอยู่กับประเภทของสื่อ วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย เทคโนโลยี และงบประมาณเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการผลิตสื่อ ช่วยให้การผลิตสื่อมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ประหยัดต้นทุน และเข้าถึงผู้รับสารได้กว้างขวางแนวโน้มของการผลิตสื่อ มุ่งเน้นการใช้สื่อออนไลน์ เทคโนโลยีใหม่ๆ และการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร

### 2.3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโฆษณา (Advertising)

การโฆษณา (Advertising) ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือส่วนหนึ่งที่ใช้ในการสื่อสารการตลาด โดยใช้สื่อกลางที่ไม่ใช่ตัวบุคคลเป็นการสื่อสารมวลชนที่เข้าถึงผู้บริโภคด้วยระยะเวลาอันรวดเร็วทำให้บุคคลจำนวนมากได้รับรู้ และเป็นการจูงใจกลุ่มผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในสินค้าและบริการได้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2525 กล่าวว่า การโฆษณา คือ การ เผยแพร่หนังสือออกไปยังสาธารณชน การป่าวร้อง การป่าวประกาศ เช่น การโฆษณาสินค้า

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พุทธศักราช 2522 มาตรา 2 ระบุว่า การโฆษณา หมายถึง การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ในทาง การค้า

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (AMA American Marketing Association) (2553) กล่าวว่าไว้ว่า การโฆษณา คือ รูปแบบของการจ่ายเงินใด ๆ โดยที่สามารถระบุผู้สนับสนุนได้เพื่อ ก่อให้เกิดการนำเสนอและการส่งเสริมการขายสินค้า บริการ หรือความคิดเห็นต่าง ๆ โดยไม่ใช่ ตัวบุคคล

การโฆษณาเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่ง ที่สามารถนำมาใช้เพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่ วางไว้ หน้าที่ของการโฆษณานั้นมีความแตกต่างกัน จะขึ้นอยู่กับว่าจะมีวัตถุประสงค์อย่างไร แต่โดยทั่วไปแล้ว วัตถุประสงค์

ของการโฆษณา ก็เพื่อให้ทำหน้าที่อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลาย อย่างโดยแบ่งออกเป็นหน้าที่หลัก ๆ ได้ ดังนี้

1. หน้าที่การตลาด (Marketing Function) กล่าวคือ ทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งในส่วนประสม ทางการตลาดประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดทั้ง 4 เครื่องมือนี้ ใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าจนไปสู่การสร้างยอดขาย และกำไร ในที่สุด

2. หน้าที่การติดต่อสื่อสาร (Communication Function) การโฆษณานี้ถือเป็นการสื่อสาร เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ หรือเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

3. หน้าที่ให้ความรู้ (Education Function) การโฆษณาถือเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับการ ใช้ผลิตภัณฑ์และทำให้ทราบถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่จะทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น

4. หน้าที่ด้านเศรษฐกิจ (Economic Function) จากการที่บุคคลรู้จักผลิตภัณฑ์อย่าง ต่อเนื่องมาจากการโฆษณาซึ่งทำให้เกิดการซื้อขายที่เท่ากับการโฆษณาเป็นตัวสร้างยอดขาย และกำไร ให้กับธุรกิจดำเนินไปด้วยดี ทำให้เกิดการขยายตัวด้านการลงทุนเป็นผลทำให้เกิดการ สร้างงานอันเป็นผล ทำให้ระบบเศรษฐกิจโดยรวมดีขึ้น

5. หน้าที่ด้านสังคม (Social Function) การโฆษณาเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยปรับปรุงมาตรฐาน การดำรงชีวิตของประชาชนในประเทศใดประเทศหนึ่งและทั่วโลก การเผยแพร่ข่าวสารการโฆษณาจะมีผลกระทบต่อการพัฒนาด้านสังคมและวัฒนธรรม การโฆษณาไม่ใช่มุ่งแต่ขายสินค้าเท่านั้น แต่มีโฆษณาอีก มากที่ต้องคำนึงถึงภาระความรับผิดชอบของธุรกิจที่มีต่อสังคมและมวลมนุษยชาติวัตถุประสงค์ในการโฆษณา จะอาศัยแนวทางจากวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสารที่ใช้ เพื่อส่งข่าวสารที่เหมาะสมไปยังผู้ฟังที่เป็น เป้าหมาย สิ่งเหล่านี้ต้องอาศัยข้อมูลต่าง ๆ เพื่อช่วย ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปวางแผนในการ กำหนดวัตถุประสงค์การโฆษณา ดังนี้

1. ส่วนของตลาด (Market Segment) ซึ่งธุรกิจกำหนดเป็นเป้าหมายและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง กับผู้รับข่าวสาร เช่นลักษณะด้านประชากรศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรมศาสตร์ ภูมิศาสตร์รวมทั้ง ข้อมูล สิ่งจูงใจในการซื้อ

2. ข้อมูลที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Product) ได้แก่ รูปลักษณะที่สำคัญ ลักษณะแตกต่าง ทาง การแข่งขันจากผลิตภัณฑ์ วิธีการใช้ การนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ และคุณสมบัติต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์

3. ข้อมูลของบริษัทและคู่แข่ง (Company and competitors) เช่น ยอดขายส่วนครอง ตลาดในแต่ละส่วนตลาด ตำแหน่งผลิตภัณฑ์กลยุทธ์การแข่งขัน ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์ และยุทธวิธีในการสร้างสรรค์งานโฆษณาและการใช้สื่อ

4. แนวความคิดเกี่ยวกับตำแหน่งตราสินค้า (Brand positioning) และพฤติกรรมการ ตอบสนอง อย่างใดอย่างหนึ่งที่ต้องการจากลูกค้า เช่น การทดลองใช้การเปลี่ยนตราสินค้า การเพิ่ม อัตราการใช้ เป็นต้น

ปัจจุบันรูปแบบของสื่อโฆษณามีความหลากหลายมากขึ้น เป็นเพราะเพื่อต้องการที่จะ เข้าถึง กลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้นโดยจะสามารถแบ่งเป็นรูปแบบต่างๆ ตามระบบเทคโนโลยีการ สื่อสาร คือ สื่อ ประเภทอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic media) สื่อสิ่งพิมพ์ (Print media) สื่อกลางแจ้ง (Outdoor media) และสื่ออื่นๆ (Others)

1. สื่อประเภทอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic media) หมายถึงสื่อที่ส่งภาพเคลื่อนไหว พร้อมเสียง หรือสื่อที่ส่งเสียงเพียงอย่างเดียวได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อเคเบิลทีวี

2. สื่อสิ่งพิมพ์ (Print media) หมายถึง สื่อที่ตีพิมพ์ ได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร

3. สื่อกลางแจ้ง (Outdoor media) หมายถึง สื่อนอกบ้าน ได้แก่ สื่อกลางแจ้งที่เคลื่อนที่ได้ และสื่อกลางแจ้งที่เคลื่อนที่ไม่ได้ โดยสื่อกลางแจ้งที่เคลื่อนที่ไม่ได้ (Nonmutable outdoor media) ได้แก่ สื่อป้ายโฆษณาที่มีขนาดใหญ่ (Billboard) ป้ายที่มีขนาดเล็ก (Cut-out) และป้าย โฆษณา ในเมือง (City-vision) สื่อป้ายโฆษณาที่หมุนได้ (Trivison) สื่อป้ายโฆษณาที่พนักผู้โดยสาร (Bus shelter) สื่อป้ายโฆษณาหลอดไฟกะพริบ (Light electronic display board LED) และสื่อป้าย โฆษณาที่สนามบิน (Airport advertising) ปัจจุบันสื่อกลางแจ้งประเภทใหม่เกิดขึ้นหลากหลาย และอยู่ล้อมรอบผู้บริโภคไม่ว่าอยู่ ณ แห่งใด (Ambient media) แล้วยังกลายเป็นสื่อที่ผู้วางแผนสื่อ โฆษณานิยมใช้ เพราะเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายกลุ่มย่อยได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สื่อดั้งเดิมไม่สามารถ ทำได้ อีกทั้งมีอายุการใช้งานไม่ยาวนาน เพราะอาจใช้เฉพาะกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง นอกจากนี้ ผู้ผลิตสื่อได้นำระบบเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้สื่อ ดึงดูดน่าสนใจและมีขนาดตามความต้องการใช้งานดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าสื่อที่นั้นเกิดขึ้นทุกวันตามความคิด สร้างสรรค์และระบบเทคโนโลยีของผู้ผลิต

## 2.4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ (Public relations)

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของสื่อประชาสัมพันธ์ซึ่งผู้ดำเนินการ ศึกษาวิจัยได้สรุปผลการศึกษาวิจัยดังนี้

(ดารณี พานทอง พาลุสุข, 2563) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการในการ ติดต่อกัน เผยแพร่ข่าวสารเพื่อเป็นการเชื่อมโยง ถ่ายทอดความคิดเห็น ตลอดจนความรู้และความเข้าใจต่าง ๆ ในอันที่จะก่อให้เกิดสัมพันธภาพอันดีซึ่งกันและกันระหว่างสถาบันกับประชาชนหรือกับสังคมที่ เกี่ยวข้องกับสถาบันนั้น ๆ โดยมีวิธีการ แผนการ และมีการกระทำที่ต่อเนื่องกันเพื่อสร้างหรือก่อให้เกิด



ความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจ และเกิดความร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นสามารถดำเนินงานไปได้ด้วยดี บรรลุจุดมุ่งหมายโดยมีประชาติเป็นแนวบรรทัดฐานที่สำคัญ

(นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์, 2561) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการดำเนินงานอย่างมีระเบียบแบบแผน และมีการกระทำอย่างต่อเนื่องกันไป เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างสาธารณชนกับหน่วยงานขององค์การด้วยวิธีที่ประชาชนยอมรับและมีการติดต่อไปมาทั้งสองฝ่าย

(อภิรัช พุกสวัสดิ์, 2563) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างองค์กร หน่วยงาน สถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เป็นเป้าหมาย เพื่อหวังให้เกิดผลด้านความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และสาธารณชน รวมทั้งมีส่วนช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดกับองค์กร หน่วยงาน สถาบัน ทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายและสาธารณชนเกิดความนิยม มีความเลื่อมใสศรัทธาต่อองค์กร หน่วยงาน และสถาบัน

(ดารา รัชนิวัต, 2564) การประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการที่สถาบันหรือ หน่วยงานได้พยายามกระทำโดยมีการวางแผนอย่างดี และปฏิบัติตามแผนนั้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งสารให้ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจและมีทัศนคติที่ดีต่อสถาบัน อันจะทำให้สถาบันนั้น ๆ สามารถดำเนินการได้ตามแผนที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากความหมายของประชาสัมพันธ์ สรุปได้ว่า ประชาสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการดำเนินงานในการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์การกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องหรือกลุ่มประชาชนที่มีผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์การ เพื่อต้องการให้เกิดภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดี ต่อองค์การ เกิดความนิยมชมชอบ ตลอดจนการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด ในการดำเนินงานขององค์การ อันจะส่งผลให้เกิดความร่วมมือ การสนับสนุน และการยอมรับนับถือ โดยมีการดำเนินงานอย่างมีระเบียบแบบแผนและมีการสื่อสารแบบสองทาง คือ การติดต่อไปมาระหว่างองค์การกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน และมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว

### องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์นั้นมีผลต่อการดำเนินงานขององค์การในด้านการสร้างความน่าเชื่อถือ การสร้างภาพลักษณ์ การเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ตลอดจนการแก้ไขความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้นกับองค์การ โดยองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์นั้น สามารถสรุปได้ 4 องค์ประกอบดังต่อไปนี้ (ดารา รัชนิวัต, 2564)

1. องค์กรหรือสถาบัน ทั้งที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงาน ภาคเอกชน ต่างก็ต้องดำเนินงานโดยมุ่งหวังเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้นั้นมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้อง นำเอาวิธีการประชาสัมพันธ์มาใช้โดยองค์กรต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มประชาชนเพื่อก่อให้เกิดความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี ตลอดจนก่อให้เกิดความราบรื่นในการดำเนินงาน ซึ่งหากองค์กรมีพฤติกรรมที่ดีจะส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของ สาธารณชน และจะนำไปสู่ความเลื่อมใส ศรัทธา เกิดความเชื่อถือเชื่อมั่นต่อองค์กร และได้รับ การสนับสนุนร่วมมือด้วยดีจากกลุ่มประชาชน ในทางตรงกันข้ามหากองค์กรหรือสถาบันมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีจะส่งผลให้ประชาชนไม่ยอมรับและไม่มีความเชื่อถือศรัทธาจนนำไปสู่การปฏิเสธที่จะให้ความร่วมมือและการสนับสนุนในที่สุด

2. ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยเนื้อหาสาระ เรื่องราว สัญลักษณ์ รูปภาพ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอข่าวสารเพื่อให้ประชาชนทราบข้อเท็จจริงและรายละเอียดขององค์กรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ทั้งนี้ เนื้อหาสาระที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องมีความหมายและเป็นประโยชน์ต่อผู้รับข่าวสาร รวมทั้งไม่ขัดแย้งต่อค่านิยมของประชาชน ซึ่งหากข่าวสารนั้นมีประโยชน์และได้ผลตอบแทนเป็นที่พึงพอใจก็จะนำไปสู่ความร่วมมือจากประชาชนทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ ข่าวสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์จะต้องมีความชัดเจน มีการใช้ภาษาและถ้อยคำที่เข้าใจง่าย ไม่สลับซับซ้อน

3. เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ เป็นสื่อที่ผู้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์นำมาใช้ในการนำเสนอข่าวสารการประชาสัมพันธ์ขององค์กรไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งประกอบด้วย สื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อคำพูด สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกราฟฟิก สื่อกิจกรรม เครือข่าย สังคมออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งสื่อต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยในการถ่ายทอดข่าวสารประชาสัมพันธ์ ช่วยทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ช่วยเสริมสร้างความนิยม และภาพพจน์ที่ดีแก่หน่วยงาน ทั้งนี้ ผู้ที่ทำหน้าที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะของเครื่องมือสื่อสารเพื่อให้สามารถเลือกใช้ได้ตามความเหมาะสมในการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนข้อดีและข้อจำกัดของสื่อแต่ละประเภทเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ได้มากยิ่งขึ้น

4. กลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ เป็นกลุ่มผู้รับสารที่เป็นเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายนั้นเกิดความรู้ ความเข้าใจ เกิดการยอมรับ และมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการศึกษากลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์อย่างรอบคอบ เพื่อให้เข้าใจถึงจิตใจ อุปนิสัยใจคอ ตลอดจนความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย อันจะนำไปสู่การประสานประโยชน์ได้อย่างถูกต้องและมีความเหมาะสม ซึ่งแต่ละกลุ่มเป้าหมายนั้นก็ยังมีลักษณะที่แตกต่างกันมากมายทั้ง เพศ

วัย ความรู้ ความคิดเห็น เป็นต้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษา กลุ่มเป้าหมายอย่างรอบคอบทุกขั้นตอนของการประชาสัมพันธ์ โดยสามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมาย ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ กลุ่มเป้าหมายภายในและกลุ่มเป้าหมายภายนอก

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์นั้นมีหลายประการ โดยสามารถสรุปได้ดังนี้ (จักรกริช ปิยะ, 2565)

1. เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจและการสนับสนุนจากผู้ปฏิบัติงานในองค์กร รวมทั้งประชาชน ซึ่งหากมีการประชาสัมพันธ์ที่เริ่มต้นด้วยพื้นฐานของความเข้าใจที่ถูกต้องและชอบธรรมแล้วจะส่งผลให้เกิดความร่วมมือสนับสนุนและการยอมรับตามมา ทำให้องค์กรสามารถปรับปรุงการบริหารและบริการชุมชนให้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. เพื่อเป็นการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้น ลดการเกิดความระแวงสงสัย มีความชัดเจน โดยพยายามหาสาเหตุแห่งความเข้าใจผิดแล้วดำเนินการแก้ไขพร้อมทั้ง กำหนดมาตรการป้องกันและวิธีการแก้ไขไว้ล่วงหน้าหากเกิดปัญหาหรือความเข้าใจผิด เพื่อมิให้องค์กรเสื่อมเสียชื่อเสียงและเพื่อป้องกันปัญหาลุกลามที่อาจนำไปสู่ผลร้ายต่อองค์กร

3. เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและสัมพันธ์ภาพอันดี โดยการบอกกล่าว เผยแพร่การให้ข้อมูลข่าวสาร หรืออธิบายความรู้ความเข้าใจให้ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายได้ รับทราบข้อมูลข่าวสารที่เป็นจริง อันเป็นพื้นฐานที่เกิดจากความชอบธรรมและความเข้าใจที่ถูกต้องมีเหตุผล ไม่ใช่การโฆษณาชวนเชื่อให้เห็นด้วยหรือคล้อยตามโดยปราศจากเหตุผล

4. เพื่อให้ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายทราบความประสงค์ขององค์กรและสะท้อนการปฏิบัติงานขององค์กร โดยต้องมีการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Process) ระหว่างองค์กรและประชาชนเพื่อให้ทราบความประสงค์ทั้งสองฝ่าย อันจะนำไปสู่ผลสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรและประชาชนได้รับประโยชน์ร่วมกัน

5. เพื่อรักษาชื่อเสียง สร้างศรัทธา และความเชื่อมั่นต่อองค์กร โดยการให้ข่าว หรือเรื่องราวแก่สื่อมวลชนอย่างตรงไปตรงมาและชัดเจนนั้นจะส่งผลให้สื่อมวลชนตัดสินใจนำเรื่องราวขององค์กรไปเผยแพร่และนำเสนอ อันจะส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และเป็นการสร้างค่านิยมที่ดีจากการเผยแพร่กิจกรรมที่ดีและมีประโยชน์ ทำให้เกิดความนิยมชมชอบความรู้สึกที่ดี และความเลื่อมใสศรัทธาต่อองค์กร

6. เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ร่วมงาน และพัฒนาระดับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรตลอดจนการตอบสนองความคิดเห็น ปฏิบัติการ ปัญหา และความรู้สึในด้าน

ต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร อันจะนำไปสู่การช่วยเหลือ แนะนำและแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่อง  
ในเชิงบริหารขององค์การ

กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของแต่ละองค์การต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยหลัก ดังที่  
กล่าวมาแล้วว่าการประชาสัมพันธ์นั้นเป็นกระบวนการสื่อสารหรือการส่งข้อมูลข่าวสาร ความรู้ เนื้อหา  
สาระ ความรู้สึก เจตคติ จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ส่งผลทำให้เกิดความเข้าใจและความรู้สึกร่วมกัน เป็น  
กระบวนการที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยมุ่งให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีต่อองค์กร ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการ  
สำคัญ 4 ขั้นตอน ดังนี้ (พนม คลีฉายา, 2564)

1. การวิจัย/การสำรวจข้อมูล (Research) เป็นการรวบรวมข้อเท็จจริงและข่าวสารเกี่ยวกับ  
ทัศนคติและความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและการดำเนินงานขององค์การ รวมทั้ง  
การหาข้อมูล ข้อเท็จจริง ปัญหา และโอกาสที่องค์กรกำลังเผชิญอยู่ ตลอดจนการวิเคราะห์สถานการณ์เชิง  
บวก และเชิงลบที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร เพื่อให้ทราบว่าคุณภาพขององค์กรในขณะนั้นเป็นอย่างไร  
โดยการวิเคราะห์นั้นจะต้องอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้เพื่อให้การประเมินสถานการณ์  
มีความแม่นยำ

2. การกำหนดแผนการปฏิบัติหรือการวางแผน (Advance Planning) การวางแผนเป็นสิ่งที่ทำให้  
แน่ใจว่าจะมีการกระทำที่เหมาะสมในเวลาที่เหมาะสม โดยการนำผลการสำรวจมาประกอบการตัดสินใจ  
วางแผนจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของแผนงานการกำหนดวัตถุประสงค์ที่  
องค์กรต้องการให้เกิดขึ้น การกำหนดการใช้สื่อและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ การกำหนด  
งบประมาณ ตลอดจนการกำหนดวิธีการติดตาม และประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญ  
ที่จะช่วยกำหนด ทิศทางในการดำเนินงานขององค์การ และทำให้ทราบความมุ่งหมายขององค์การ

3. การสื่อสาร/การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (Communication) การนำแผนการที่ได้รับอนุมัติ  
แล้วมาใช้ในการดำเนินงาน เป็นขั้นตอนที่จะทำให้บุคคลอื่นสามารถมองเห็นและรับรู้ โดยการแจ้งข่าวสาร  
ผ่านช่องทางต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นการแจ้งข่าวสารให้ทราบเท่านั้นแต่ยังเป็นการ  
สื่อสารที่จะก่อให้เกิดปฏิกิริยาในด้าน บวกของผู้รับสาร ตลอดจนการสร้างหรือเปลี่ยนความคิดของ  
กลุ่มเป้าหมายให้เป็นไปในแนวทางที่จะก่อให้เกิดผลดีต่อองค์กร ทั้งนี้ ในการติดต่อสื่อสารนั้นประกอบไป  
ด้วยการกำหนดแผนปฏิบัติ การด้านการสื่อสาร การกำหนดจัดกิจกรรมพิเศษ การกำหนดกลยุทธ์การ  
สื่อสาร และกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดการสื่อสาร เนื้อหา การนำเสนอสาร การ  
กำหนดระยะเวลาที่จะใช้สื่อ และกิจกรรมตลอดจนกลวิธีที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ซึ่งความสำเร็จของ  
การดำเนินงานประชาสัมพันธ์

4. การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ (Evaluation) การติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนที่วางไว้เพื่อให้ทราบว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่จัดขึ้นนั้นบรรลุผลตามที่วางแผนไว้หรือไม่ โดยสามารถนำผลการประเมินไปปรับปรุงการดำเนินงานและรายงานผลต่อผู้บริหารเพื่อเสนอแนะแนวทางให้ประสบผลสำเร็จต่อไป ซึ่งในขั้นตอนนี้สามารถปรับเปลี่ยนแผนงาน และดำเนินการต่อเนื่องไปหรืออาจจะระงับแผนการดำเนินงานได้ และในการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น สามารถประเมินได้จากหลายด้าน เช่น ด้านการผลิตสื่อ การกระจายหรือการเผยแพร่สื่อ ความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย การเข้าถึงข่าวสาร ความเข้าใจข่าวสารที่เผยแพร่ออกไป และความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อองค์การหลังจากได้รับข่าวสาร

การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

Public = ประชา, หมู่คน

Relation = การผูกพัน

การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) คือ ธุรกิจที่ชักนำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและมีความนิยมชมชอบ (Goodwill) ต่อบุคคลหรือหน่วยงานสถาบันนั้น (Webster' s New Collegiate, 1974) ส่วน The American Heritage Dictionary ให้ความหมาย การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

1. กิจกรรมและวิธีการที่องค์การสถาบันปฏิบัติเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์อันดี (Favorable relationship) กับประชาชน
2. ระดับขั้น (Degree) ของความสำเร็จที่ได้รับจากการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
3. ศิลปะและศาสตร์ที่ว่าด้วยวิชาการทางด้านนี้

ในขณะที่ World Book Dictionary กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) คือ

1. กิจกรรมของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน หรือบุคคลที่ปฏิบัติเพื่อชนะใจประชาชน ทั้งไปรวมทั้งส่งเสริมให้ประชาชนได้เข้าใจถึงนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยการ แพร่กระจายข่าวสารผ่านทางเครื่องมือสื่อสารต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นต้น

2. ทักษะคติของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน องค์กร สถาบัน

3. การดำเนินธุรกิจและอาชีพทางด้านนี้

ในความเห็นของผู้บรรยาย การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) น่าจะหมายถึง การติดต่อสื่อสารข่าวสารไปยังกลุ่มบุคคลเป้าหมายให้รับรู้ ไม่ว่าจะสื่อสารในรูปแบบอะไรก็ตาม (จักรกริช ปิยะ, 2563) ความหมายอื่นที่ใกล้เคียงกับการประชาสัมพันธ์

การเผยแพร่ (Publicity) คือ การกระจายข่าวสารต่างๆ ของแหล่งความรู้ไม่สู่บุคคลทั่วไป

สารสนเทศ (Information) คือ การให้บริการข่าวสารหรือข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ แก่คนทั่วไป เพื่อให้ความรู้ รับทราบข้อมูล และสร้างความเข้าใจ

การโฆษณา (Advertising) คือ การเผยแพร่ สื่อสาร ชักจูงในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ โดยใช้สื่อโฆษณาต่างๆ เป็นตัวกลางในการเผยแพร่

การประกาศ (Announcement) คือ การบอกกล่าวแพร่กระจายข่าวสารต่างๆ ให้ประชาชนทั่วไปหรือผู้เกี่ยวข้องได้ทราบในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

### ระบบการประชาสัมพันธ์ มี 4 ลักษณะ คือ

1. ส่วนที่เป็นอาชีพ (Professional)
2. ส่วนที่เป็นกระบวนการ (Process)
3. ส่วนที่เป็นสาธารณะชน (Publics)
4. การปฏิบัติ (Practice)

### หน้าที่และจุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์

1. การให้ข้อมูลข่าวสารของการประชาสัมพันธ์เป็นการเพิ่มคุณค่า (Added Value) ให้กับผลิตภัณฑ์
2. การสร้างภาพลักษณ์ (Image Building)
3. การให้ความรู้ (Education)
4. การสร้างความน่าเชื่อถือ (Credibility Building)

### ลักษณะของการประชาสัมพันธ์

1. ประกอบด้วยการสื่อสารที่ต้องใช้สื่อมวลชน (Mass Media) และการสื่อสารที่ใช้สื่อเฉพาะ (Non – mass Media)
2. ใช้ทั้งสื่อที่จ่ายเงิน (Paid Media) และสื่อที่ไม่จ่ายเงิน (Free Media)
3. มีกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม (Multiple Target Groups)

### บทบาทและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

1. ช่วยสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ด้านต่างๆ ดังนี้
  - 1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)
  - 1.2 การบริการ (Service)
  - 1.3 ส่วนบุคคล (Personal)
  - 1.4 ภาพลักษณ์ (Image)

### บทที่ 3

#### ภาระหน้าที่และปัญหาในการปฏิบัติงาน

จากการฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาด้านฝ่ายช่างภาพและควบคุมการผลิตของ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ตำแหน่ง ฝ่ายช่างภาพและควบคุมการผลิต โดยทำหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่ถ่ายทำภาพตามแนวทางของผู้กำกับหรือโปรดิวเซอร์ ใช้กล้องถ่ายทดสอบ รายการภาคสนาม และข่าวปรับมุมกล้อง แสง และโฟกัสให้เหมาะสม ส่วนการควบคุมการผลิตฝึกปฏิบัติและได้ลองลงมือกำกับดูแลการใช้กล้องและอุปกรณ์อื่น ๆ ให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด ประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ เช่น ทีมตัดต่อ ผู้ดำเนินรายการ และผู้กำกับ โดยได้ดำเนินการเรียนรู้และปฏิบัติในระยะเวลา ตั้งแต่วันที่ 4 พฤศจิกายน 2567 ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2568 ผู้ฝึกสหกิจได้รับมอบหมายตามภาระหน้าที่ต่างๆ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

#### ภาระหน้าที่ของฝ่ายช่างภาพ (Camera Operator)

##### 1.การถ่ายทำรายการและข่าว

ปฏิบัติหน้าที่ถ่ายทำภาพตามแนวทางของผู้กำกับหรือโปรดิวเซอร์

-การถ่ายทำภาพในรายการโทรทัศน์หรือข่าวเป็นกระบวนการที่ต้องทำงานสอดคล้องกับ ผู้กำกับ (Director) และ โปรดิวเซอร์ (Producer) เพื่อให้ภาพที่ออกมาสอดคล้องกับแนวคิดและเป้าหมายของรายการ โดยช่างภาพต้องมีความเข้าใจแนวทางของการถ่ายทำและปฏิบัติงานให้ได้ตามที่กำหนด

##### การเตรียมตัวก่อนถ่ายทำ

ศึกษาบทและสคริปต์ของรายการ

-ทำความเข้าใจกับแนวทางการนำเสนอของรายการ เช่น รายการข่าว สารคดี หรือรายการวาไรตี้

-ศึกษาสคริปต์ (Script) และช็อตลิสต์ (Shot List) ที่ผู้กำกับกำหนดไว้

##### ตรวจสอบอุปกรณ์กล้องและอุปกรณ์เสริม

-เช็คความพร้อมของกล้อง เลนส์ แบตเตอรี่ ไมโครโฟน และขาตั้งกล้อง

-ทดสอบระบบเสียงและแสงให้พร้อมใช้งาน

##### ประชุมทีมงานก่อนถ่ายทำ

-รับฟังแนวทางและคำแนะนำจากผู้กำกับหรือโปรดิวเซอร์

-ประสานงานกับทีมแสง ทีมเสียง และฝ่ายเทคนิคอื่น ๆ

## การปฏิบัติงานระหว่างถ่ายทำ

### ดำเนินการถ่ายทำตามแผนของผู้กำกับ

- ปรับมุมกล้อง องค์ประกอบภาพ และแสงให้ตรงกับที่ผู้กำกับกำหนด
- ใช้เทคนิคการแพนกล้อง (Panning), ซูม (Zooming) และโฟกัส (Focusing)

ให้เหมาะสม

### การทำงานร่วมกับทีมควบคุมการผลิต

- ทำงานประสานกับทีมโปรดิวเซอร์ เพื่อให้ได้ภาพที่มีคุณภาพตามมาตรฐานของสถานี
- ปฏิบัติงานตามคิวยุติจากผู้กำกับ โดยเฉพาะในการถ่ายทอดสด

### แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า

- ปรับการตั้งค่ากล้องหรือเปลี่ยนอุปกรณ์หากเกิดปัญหาระหว่างถ่ายทำ
- ควบคุมภาพให้นิ่งและมีคุณภาพ แม้ในสถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวย เช่น การถ่ายทำภาคสนามที่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่

## การตรวจสอบและสรุปรายงานหลังถ่ายทำ

### บันทึกและจัดเก็บฟุตเทจ

- ตรวจสอบไฟล์วิดีโอและจัดเก็บในระบบของสถานีให้เป็นระเบียบ
- จัดทำสำเนาสำรองเพื่อป้องกันการสูญหาย

### สรุปและรายงานการถ่ายทำ

- แจ้งผู้กำกับหรือโปรดิวเซอร์เกี่ยวกับคุณภาพของฟุตเทจที่ถ่ายทำ
- บันทึกปัญหาหรือข้อสังเกตเพื่อปรับปรุงในครั้งต่อไป

โดยการปฏิบัติหน้าที่ถ่ายทำภาพตามแนวทางของผู้กำกับหรือโปรดิวเซอร์เป็นงานที่ต้องอาศัย **ความเข้าใจในแนวคิดของรายการ ความสามารถทางเทคนิค และการทำงานเป็นทีม** เพื่อให้ได้ภาพที่ตรงตามแผนที่กำหนดไว้ โดยต้องเตรียมพร้อมทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการถ่ายทำ เพื่อให้การผลิตรายการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

การใช้กล้องถ่ายทอดสด รายการภาคสนาม และข่าวโดยการถ่ายทอดสด (**Live Broadcasting**): ควบคุมกล้องตามคิวของผู้กำกับ ปรับมุมกล้องและโฟกัสให้เหมาะสม เพื่อให้ภาพออกอากาศมีคุณภาพ **ในการถ่ายทำรายการภาคสนาม:** ปรับการตั้งค่ากล้องให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ใช้เทคนิคการจัดแสงและมุมกล้องให้ได้ภาพที่สื่อสารตามแนวทางของรายการ



**ถ่ายข่าว:** เน้นความรวดเร็วและความแม่นยำ จับภาพเหตุการณ์สำคัญ ใช้เทคนิค Handheld หรือ Steadicam เพื่อให้ได้ภาพที่สมจริงและกระชับฉับไว

ปรับมุมกล้อง แสง และโฟกัสให้เหมาะสมโดย**มุมกล้อง (Camera Angles):** เลือกมุมสูง-ต่ำ หรือระยะใกล้-ไกลให้เหมาะสมกับอารมณ์และเนื้อหาของภาพ **การใช้แสง (Lighting):** ถ้าเป็นการใช้แสงธรรมชาติหรือไฟสตูดิโอให้เหมาะสม ปรับความสว่างและเงาเพื่อสร้างมิติของภาพใน**ส่วนโฟกัส (Focus):** ปรับระยะโฟกัสให้คมชัด เน้นจุดสำคัญของภาพ หรือใช้โฟกัสแบบตื้น-ลึกเพื่อควบคุมการเล่าเรื่อง

## 2. การดูแลอุปกรณ์ถ่ายทำ

ตรวจสอบและบำรุงรักษากล้อง อุปกรณ์เสริม และระบบเสียงและเตรียมอุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับการถ่ายทำ

## 3. การทำงานภาคสนามและสตูดิโอ

ปฏิบัติงานทั้งในและนอกสถานที่ ตามลักษณะของรายการหรือข่าวโดยต้องทำงานร่วมกับทีมโปรดิวเซอร์และผู้สื่อข่าวเพื่อให้ได้ภาพที่มีคุณภาพ

## ภาระหน้าที่ของฝ่ายควบคุมการผลิต (Production Control)

### ควบคุมการถ่ายทำในสตูดิโอและภาคสนาม

- กำกับดูแลการใช้กล้องและอุปกรณ์อื่น ๆ ให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด
- ประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ เช่น ทีมตัดต่อ ผู้ดำเนินรายการ และผู้กำกับ

### ควบคุมการออกอากาศและถ่ายทอดสด

- ตรวจสอบความเรียบร้อยของระบบเสียงและภาพก่อนออกอากาศ
- ดูแลการใช้สวิตชิงกล้อง (Video Switching) และกราฟิกประกอบรายการ

### บริหารจัดการแผนงานผลิต

- วางแผนและติดตามกระบวนการผลิตรายการให้เป็นไปตามกำหนดเวลา
- แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการถ่ายทำ

## บทที่ 4

### รายละเอียดของการปฏิบัติงาน

การฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาด้านฝ่ายช่างภาพและควบคุมการผลิตของ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ตำแหน่ง ฝ่ายช่างภาพและควบคุมการผลิต โดยทำหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่ถ่ายทำภาพตามแนวทางของผู้กำกับหรือโปรดิวเซอร์ ใช้กล้องถ่ายทอดสด รายการภาคสนาม และข่าวปรับมุมกล้อง แสง และโฟกัสให้เหมาะสม ส่วนการควบคุมการผลิตฝึกปฏิบัติและได้ลองลงมือกำกับดูแลการใช้กล้องและอุปกรณ์อื่น ๆ ให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด ประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ เช่น ทีมตัดต่อ ผู้ดำเนินรายการ และผู้กำกับ โดยได้ดำเนินการเรียนรู้และปฏิบัติในระยะเวลา ตั้งแต่วันที่ 4 พฤศจิกายน 2567 ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2568 ผู้ฝึกสหกิจได้รับมอบหมายตามภาระหน้าที่ต่างๆ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. งานด้านฝ่ายช่างภาพ
2. งานด้านฝ่ายควบคุมการผลิต

#### 4.1.1. ด้านฝ่ายช่างภาพ

การที่ได้ทำการฝึกปฏิบัติงานในฝ่ายช่างภาพของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสเป็นโอกาสสำคัญสำหรับตัวผู้ฝึกปฏิบัติเพราะสิ่งที่ต้องการคือการพัฒนาทักษะด้านการถ่ายทำรายการโทรทัศน์ ข่าว และสารคดี โดยได้ทำการฝึกปฏิบัติงานในแผนกนี้ ผู้ฝึกได้เรียนรู้กระบวนการทำงานจริงภายใต้สถานการณ์ที่ต้องอาศัยความแม่นยำ ความคิดสร้างสรรค์ และการทำงานร่วมกันเป็นทีม

โดยได้รับมอบหมายให้ร่วมปฏิบัติงานในภารกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทำรายการโทรทัศน์ ซึ่งรวมถึงการถ่ายทอดสด การถ่ายทำภาคสนาม และการถ่ายทำในสตูดิโอ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### การได้ช่วยเตรียมอุปกรณ์กล้อง

ก่อนเริ่มการถ่ายทำ นักศึกษาฝึกงานจะได้เรียนรู้การตรวจสอบอุปกรณ์ถ่ายทำ เช่น กล้องเลนส์ ไมโครโฟน และอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ เพื่อให้แน่ใจว่าอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน นอกจากนี้ ยังต้องเรียนรู้วิธีการตั้งค่ากล้องให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของการถ่ายทำ

#### เรียนรู้ในกระบวนการถ่ายทำและเทคนิคการถ่ายทำ

นักศึกษาจะได้ฝึกใช้กล้องในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการถือกล้องถ่ายด้วยมือ (Handheld Camera) การใช้ขาตั้งกล้อง (Tripod) และการใช้ระบบกล้องควบคุมระยะไกล (Remote Camera) รวมถึงได้เรียนรู้เทคนิคการจัดองค์ประกอบภาพ มุมกล้อง แสง และโฟกัสเพื่อให้ได้ภาพที่สื่อความหมายตามที่ผู้กำกับต้องการ

### ช่วยงานถ่ายทำข่าวและรายการภาคสนาม

นักศึกษาจะมีโอกาสติดตามทีมข่าวออกไปถ่ายทำข่าวภาคสนาม ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่ช่วยให้เข้าใจลักษณะการทำงานของช่างภาพข่าวที่ต้องอาศัยความคล่องตัวและความรวดเร็วในการบันทึกภาพ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง นอกจากนี้ ยังมีโอกาสช่วยถ่ายทำสารคดีหรือรายการพิเศษที่ต้องใช้เทคนิคการเล่าเรื่องผ่านภาพที่มีความสร้างสรรค์

### การทำงานในสตูดิโอ

นักศึกษาจะได้ฝึกปฏิบัติในห้องส่ง (Studio) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ต้องใช้เทคนิคการจัดแสงและการควบคุมกล้องหลายตัวพร้อมกัน โดยจะได้เรียนรู้การใช้กล้องสำหรับรายการสด รวมถึงการทำงานร่วมกับผู้กำกับและทีมควบคุมการผลิตเพื่อให้ภาพออกอากาศมีคุณภาพสูงสุด

### การช่วยควบคุมและแก้ไขปัญหาด้านเทคนิค

ในการฝึกงาน นักศึกษาจะได้เรียนรู้วิธีแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการถ่ายทำ เช่น การตั้งค่ากล้องผิดพลาด ปัญหาแสงไม่เพียงพอ หรือการเชื่อมต่ออุปกรณ์ไม่สมบูรณ์ ซึ่งเป็นทักษะที่สำคัญในการทำงานด้านช่างภาพโทรทัศน์

#### 4.1.2. ด้านฝ่ายควบคุมการผลิต

ในการฝึกปฏิบัติงานส่วน ฝ่ายควบคุมการผลิต ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสผู้ฝึกได้เรียนรู้กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์อย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การวางแผน ควบคุมการถ่ายทำ ไปจนถึงการออกอากาศจริง โดยได้สัมผัสกับการทำงานภายใต้ความกดดันของสื่อโทรทัศน์ เรียนรู้การบริหารจัดการเวลา และการทำงานร่วมกับฝ่ายต่าง ๆ เพื่อให้รายการดำเนินไปอย่างราบรื่นและมีคุณภาพสูงสุด

ในระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน ได้รับมอบหมายให้เข้ามามีส่วนร่วมในงานควบคุมการผลิต โดยจะต้องช่วยเหลือและเรียนรู้จากทีมงานที่มีประสบการณ์ ซึ่งหน้าที่หลัก ๆ มีดังนี้

#### การช่วยวางแผนและเตรียมการถ่ายทำ

ก่อนการถ่ายทำรายการ นักศึกษาฝึกงานจะมีโอกาสได้เข้าร่วมประชุมวางแผนการผลิต เพื่อเรียนรู้แนวทางของรายการแต่ละประเภท ทั้งรายการข่าว สารคดี และรายการวาไรตี้ นักศึกษาจะได้ช่วยเตรียมเอกสาร เช่น สคริปต์รายการ (Script), ช็อตลิสต์ (Shot List), ตารางการถ่ายทำ (Shooting Schedule) รวมถึงช่วยประสานงานระหว่างทีมช่างภาพ ทีมแสง ทีมเสียง และฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

### การประสานงานระหว่างการถ่ายทำ

ในระหว่างการถ่ายทำ นักศึกษาจะมีหน้าที่ช่วย **ควบคุมและตรวจสอบการดำเนินรายการ** ให้เป็นไปตามแผน รวมถึงคอยดูแลให้ทีมงานปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างหน้าที่สำคัญ ได้แก่

- คอยส่งสัญญาณให้ทีมกล้องปรับเปลี่ยนมุมกล้องตามผู้กำกับต้องการ
- จับเวลา (Timekeeping) เพื่อให้รายการดำเนินไปตามระยะเวลาที่กำหนด
- จัดบันทึกข้อผิดพลาด (Production Notes) เพื่อนำไปแก้ไขในขั้นตอนหลังการถ่ายทำ

### การทำงานในห้องควบคุมการผลิต (Production Control Room - PCR)

หนึ่งในหน้าที่สำคัญของฝ่ายควบคุมการผลิตคือการดูแล **การออกอากาศสด (Live Broadcasting)** ซึ่งนักศึกษาจะได้เรียนรู้การทำงานในห้องควบคุมการผลิต หรือ PCR ซึ่งเป็นศูนย์กลางของการผลิตรายการสด โดยนักศึกษาฝึกงานจะได้รับมอบหมายให้ช่วยงานต่าง ๆ เช่น

- **สังเกตการใช้สวิตชิงกล้อง (Video Switching)** ซึ่งเป็นการตัดสลับภาพจากกล้องหลายตัวในรายการสด
- **ช่วยควบคุมกราฟิกและตัวอักษรบนจอภาพ (On-screen Graphics)** เช่น การแสดงชื่อผู้ดำเนินรายการ หรือการใส่แถบข่าวด่วน
- **เรียนรู้การใช้ระบบเสียง (Audio Mixing)** เพื่อให้เสียงที่ออกอากาศมีคุณภาพดี ไม่มีปัญหาขาดหายหรือดังเกินไป

### การตรวจสอบคุณภาพและแก้ไขปัญหา

นอกจากการประสานงานและควบคุมการถ่ายทำแล้ว นักศึกษาฝึกงานยังต้องช่วยตรวจสอบ **คุณภาพของภาพและเสียง (Quality Control)** โดยจะต้องสังเกตความคมชัดของภาพ ความถูกต้องของข้อมูลที่ปรากฏบนหน้าจอ และช่วยแก้ไขปัญหาฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้น เช่น

- ปัญหาภาพและเสียงไม่ตรงกัน
- ปัญหากราฟิกแสดงผลผิดพลาด
- ปัญหาการเชื่อมต่อสัญญาณจากสถานที่ถ่ายทำนอกสถานที่

### การจัดการงานเอกสารและสรุปผลการถ่ายทำ

หลังจากการถ่ายทำเสร็จสิ้น นักศึกษาฝึกงานจะมีส่วนร่วมในการจัดทำรายงานการผลิต ซึ่งรวมถึง

- **บันทึกข้อผิดพลาดและแนวทางการแก้ไข** เพื่อปรับปรุงการถ่ายทำในครั้งต่อไป

- ช่วยจัดการไฟล์วิดีโอและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ให้เป็นระเบียบ เพื่อให้ฝ่ายติดต่อสามารถนำไปใช้งานต่อได้ง่าย

## บทที่ 5

### สรุปผลการฝึกสหกิจศึกษา

จากการฝึกสหกิจศึกษาในครั้งนี้ นายอิศรา ศรีโยธา นิสิตสาขาวิชาคอนเทนต์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ได้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาที่ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ในสถานประกอบการจริงเพื่อประกอบการศึกษา และ พัฒนาทักษะการเรียนรู้และประสบการณ์การทำงานจริง ระหว่างวันที่ 4 พฤศจิกายน 2567 – 28 กุมภาพันธ์ 2568 เป็นระยะเวลา 4 เดือน ซึ่งในการปฏิบัติงานนั้น นิสิตได้ฝึกในตำแหน่ง ฝ่ายช่างภาพและควบคุมการผลิต และการจัดทำโครงการ สามารถสรุปผลจากการปฏิบัติสหกิจศึกษา ได้ดังนี้

1. สรุปการจัดทำโครงการ
2. ประโยชน์ที่สถานประกอบการได้รับ
3. ประโยชน์ที่ผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาได้รับ
4. ประโยชน์ที่สถานศึกษาได้รับ
5. วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของผู้ฝึกศึกษาเอง
6. ประสบการณ์ที่ประทับใจหรือประสบการณ์พิเศษ

#### 5.1.1. สรุปการจัดทำโครงการ

การฝึกปฏิบัติงานใน ฝ่ายช่างภาพและการควบคุมการผลิต ที่สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เป็นกระบวนการเรียนรู้เชิงปฏิบัติที่ได้เปิดโอกาสให้ผู้ฝึกปฏิบัติได้สัมผัสการทำงานจริงในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ ซึ่งโครงการสหกิจศึกษานี้มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาทักษะด้านการถ่ายทำรายการโทรทัศน์ ข่าว และสารคดี รวมถึงการควบคุมกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ

#### 5.1.2. ประโยชน์ที่สถานประกอบการได้รับ

1. เพิ่มกำลังเสริมในการปฏิบัติงาน โดยนักศึกษาฝึกงานสามารถช่วยแบ่งเบาภาระงานของเจ้าหน้าที่ประจำ โดยเข้าร่วมช่วยเหลืองานถ่ายทำรายการ และควบคุมการผลิต เช่น ช่วยจัดเตรียมอุปกรณ์ถ่ายทำ ดูแลการตั้งค่ากล้อง แสง และเสียง ช่วยควบคุมการถ่ายทอดสดหรือบันทึกเทปรายการ ได้รับผลงานที่สร้างสรรค์และมีคุณภาพจากนิสิตช่วยเสริมความมั่นใจในการทำงานของบุคลากรในองค์กร ได้มุมมองใหม่ๆ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อพนักงานภายในองค์กร นักศึกษามีผลงานที่สามารถนำไปใช้ใน

การสมัครงานในอนาคตได้ และนักศึกษายังได้พัฒนาศักยภาพและความมั่นใจในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณาเกี่ยวกับการขายและการโปรโมทผ่านสื่อออนไลน์

2. กระตุ้นไอเดียใหม่และนวัตกรรม นักศึกษามักมีมุมมองที่สดใหม่และมีความคิดสร้างสรรค์ สามารถนำเสนอแนวคิดหรือเทคนิคใหม่ ๆ ที่อาจช่วยพัฒนารูปแบบรายการหรือกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. สนับสนุนการพัฒนาบุคลากรในอนาคต การฝึกงานเป็นโอกาสให้สถานีได้ สังเกตและคัดเลือก บุคลากรที่มีศักยภาพ เพื่อนำมาร่วมงานในอนาคต ช่วยลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการสรรหาบุคลากรใหม่

4. สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสถานีโทรทัศน์กับสถาบันการศึกษา การรับนักศึกษา ฝึกงานช่วยเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสกับมหาวิทยาลัยหรือ สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ซึ่งอาจนำไปสู่โครงการพัฒนาร่วมกันในอนาคต

5. ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร การเปิดโอกาสให้เยาวชนเข้ามาฝึกงานสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของ องค์กรในการพัฒนาทรัพยากรบุคคล และช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสใน ฐานะองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการศึกษาและการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมสื่อ

### 5.1.3.ประโยชน์ที่ผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาได้รับ

การฝึกงานใน ฝ่ายช่างภาพและควบคุมการผลิต เป็นโอกาสสำคัญที่ช่วยให้ผู้ฝึกปฏิบัติได้พัฒนา ทักษะด้านวิชาชีพและเตรียมความพร้อมเข้าสู่ตลาดแรงงานด้านสื่อโทรทัศน์ โดยประโยชน์ที่ผู้ฝึกปฏิบัติ ได้รับ มีดังนี้

1. พัฒนาทักษะด้านการถ่ายภาพและการควบคุมการผลิต เรียนรู้การใช้กล้องโทรทัศน์ ทั้งใน สตูดิโอและภาคสนาม ฝึกการจัดองค์ประกอบภาพ การจัดแสง และการปรับโฟกัสให้เหมาะสม เข้าใจขั้นตอนการควบคุมการผลิต ตั้งแต่การเตรียมงาน ถ่ายทำ ไปจนถึงออกอากาศ

2. ฝึกการทำงานจริงในสภาพแวดล้อมที่เป็นมืออาชีพ ได้ทำงานร่วมกับทีมงานที่มีประสบการณ์ สูง และเรียนรู้วัฒนธรรมการทำงานในสถานีโทรทัศน์ ได้สัมผัสการทำงานภายใต้ความกดดันจริง เช่น การทำข่าวสด การถ่ายทอดสด และรายการที่ต้องทำงานแข่งกับเวลา

3. เสริมสร้างทักษะการทำงานเป็นทีมและการสื่อสาร ฝึกการทำงานร่วมกับทีมช่างภาพ ทีม โปรดิวเซอร์ และฝ่ายอื่น ๆ เพื่อให้รายการออกอากาศได้อย่างราบรื่น พัฒนาทักษะการประสานงานและ แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในระหว่างการถ่ายทำ

4. เพิ่มโอกาสในการหางานในอนาคต ได้สร้างผลงานจริงที่สามารถนำไปใช้เป็น Portfolio เพื่อใช้ในการสมัครงาน มีโอกาสได้รับการพิจารณาเข้าทำงานในองค์กรหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

5. พัฒนาทักษะการแก้ปัญหาและความคิดสร้างสรรค์ ฝึกการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เช่น ปัญหาทางเทคนิคระหว่างถ่ายทำ ได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการปรับมุมกล้อง เทคนิคการถ่ายภาพ และการออกแบบภาพให้เหมาะสมกับเนื้อหารายการ

6. เข้าใจระบบการทำงานของสถานีโทรทัศน์ เรียนรู้การบริหารจัดการเวลาของรายการโทรทัศน์ เข้าใจการทำงานของแต่ละฝ่าย เช่น ฝ่ายข่าว ฝ่ายโปรดักชัน และฝ่ายเทคนิค

#### 5.1.4.ประโยชน์ที่สถานศึกษาได้รับ

1. เพิ่มโอกาสให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์จริง และพัฒนาทักษะด้านการถ่ายทำและการควบคุมการผลิต

2. เสริมสร้างความร่วมมือกับองค์กรชั้นนำ ด้านสื่อโทรทัศน์ ช่วยยกระดับคุณภาพการเรียนการสอน

3. ปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัย โดยใช้ข้อมูลจากประสบการณ์ฝึกงานมาพัฒนาแนวทางการเรียนการสอนให้ตรงกับอุตสาหกรรม

4. สร้างเครือข่ายและโอกาสการทำงาน ให้กับนักศึกษา เพิ่มความพร้อมในการเข้าสู่ตลาดแรงงาน

5. ส่งเสริมภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษา ในด้านการผลิตบัณฑิตที่มีทักษะตรงตามความต้องการของอุตสาหกรรมสื่อ

#### 5.1.5.วิเคราะห์ SWOT ของผู้ฝึกสหกิจ

วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของผู้ฝึกสหกิจเองความหมายของ SWOT คือ

S (Strength) จุดแข็งของตนเองที่ทำให้ได้เปรียบผู้อื่น

W (Weakness) จุดอ่อนของตนเองที่เสียเปรียบผู้อื่น

O (Opportunity) โอกาสที่เกิดขึ้นที่ช่วยส่งเสริมตนเอง

T (Threat) อุปสรรคที่เกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อตนเอง



### จุดแข็ง (Strengths)

**ความรู้** ผู้ฝึกสหกิจมีทฤษฎีและความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงาน

**ทักษะ** ผู้ฝึกสหกิจมีทักษะที่จำเป็นสำหรับงาน เช่น ทักษะการสื่อสาร ทักษะการคิดวิเคราะห์ ทักษะการแก้ปัญหา

**แรงจูงใจ** ผู้ฝึกสหกิจมีความมุ่งมั่นตั้งใจใฝ่เรียนรู้และพัฒนาทักษะ

**ความรับผิดชอบ** ผู้ฝึกสหกิจมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่

**ความอดทน** ผู้ฝึกสหกิจมีความอดทนต่อแรงกดดันและสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### จุดอ่อน (Weaknesses)

**ประสบการณ์** ผู้ฝึกสหกิจมีประสบการณ์การทำงานจริงน้อย

**การเข้าสังคม** ผู้ฝึกสหกิจต้องปรับตัวในการทำงานร่วมกับผู้อื่น

**การสื่อสาร** ผู้ฝึกสหกิจต้องพัฒนาทักษะการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

**ความมั่นใจ** ผู้ฝึกสหกิจต้องเพิ่มความมั่นใจในตนเอง

**ความรู้เฉพาะทาง** ผู้ฝึกสหกิจต้องเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับงานเฉพาะทาง

### โอกาส (Opportunities)

**การเรียนรู้** ผู้ฝึกสหกิจมีโอกาสเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ จากการทำงานจริง

**การสร้างเครือข่าย** ผู้ฝึกสหกิจมีโอกาสสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับผู้คนในสายงาน

**การได้งาน** ผู้ฝึกสหกิจมีโอกาสได้งานทำหลังจากจบการฝึก

**การพัฒนาตนเอง** ผู้ฝึกสหกิจมีโอกาสพัฒนาตนเองทั้งด้านทักษะและประสบการณ์

**การเติบโตในสายงาน** ผู้ฝึกสหกิจมีโอกาสเติบโตในสายงาน

### อุปสรรค (Threats)

**การแข่งขัน** ผู้ฝึกสหกิจต้องเผชิญกับการแข่งขันจากผู้สมัครงานอื่น ๆ

**เศรษฐกิจ** สภาพเศรษฐกิจส่งผลต่อโอกาสในการได้งาน

**การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี** ผู้ฝึกสหกิจต้องเรียนรู้และปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

**ความกดดัน** ผู้ฝึกสหกิจเผชิญกับความกดดันจากการทำงาน

**ปัญหาส่วนตัว** ปัญหาส่วนตัวส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน

### 5.1.6. ประสบการณ์ที่ประทับใจหรือประสบการณ์พิเศษ

ตลอดระยะเวลาการทำงานใน ฝ่ายช่างภาพและควบคุมการผลิต ที่สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส มีประสบการณ์หลายอย่างที่น่าประทับใจ โดยเฉพาะการได้ทำงานจริงร่วมกับทีมงานมืออาชีพ ได้เรียนรู้เทคนิคการถ่ายทำ และเข้าใจถึงความสำคัญของการทำงานเป็นทีมในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ หนึ่งในประสบการณ์ที่พิเศษที่สุด คือ การได้มีส่วนร่วมในการถ่ายทอดสดข่าวและรายการภาคสนาม ซึ่งเป็นงานที่ต้องใช้ความแม่นยำและความรวดเร็วสูง ครั้งแรกที่ได้มีโอกาสช่วยทีมงาน ตั้งค่ากล้อง ปรับแสง และควบคุมภาพในสถานการณ์จริง รู้สึกทั้งตื่นเต้นและกดดัน เพราะทุกอย่างต้องเป็นไปตามแผนและไม่มีโอกาสแก้ตัว อีกหนึ่งประสบการณ์ที่น่าจดจำคือ การออกไปถ่ายทำรายการภาคสนาม ได้เรียนรู้การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เช่น การปรับมุมกล้องให้เหมาะสมกับสภาพแสงที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา หรือการใช้เทคนิคพิเศษเพื่อให้ภาพออกมาสวยงามและสื่ออารมณ์ได้ดี นอกจากนี้ ยังประทับใจใน การทำงานเป็นทีมของพี่ ๆ ทีมช่างภาพและฝ่ายควบคุมการผลิต ทุกคนช่วยสอนเทคนิคต่าง ๆ อย่างเต็มที่และให้โอกาสได้ทดลองทำงานจริง ทำให้รู้ว่าความสำเร็จของรายการหนึ่งรายการไม่ได้ขึ้นอยู่กับแค่คนเดียว แต่เป็นการทำงานร่วมกันของทั้งทีม

ไม่เพียงแต่ให้ ทักษะทางวิชาชีพ เท่านั้น แต่ยังสอนให้รู้จัก การทำงานเป็นทีม การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่มีค่ามากและจะนำไปใช้ประโยชน์ในการทำงานในอนาคตได้อย่างแน่นอน

### บรรณานุกรม

- เสริมศักดิ์ กาญจนสุวรรณ มัชฌิม. (2564). ความหมายของการผลิตสื่อ. สุราษฎร์ธานี เมธาศักดิ์.
- เสริมศักดิ์ กาญจนสุวรรณ มัชฌิม. (2564). ความหมายของลักษณะประชากรศาสตร์ (เล่มที่ 12). สุราษฎร์ธานี เมธาศักดิ์ 56 รีเสิร์ช แอด เซอร์เวย์.
- กรรณิการ์ เหมือนประเสริฐ. (2564). ลักษณะทางประชากรศาสตร์. กรุงเทพฯ มมป.
- จักรกริช ปิยะ. (2563). การทำสื่อบนเฟซบุ๊ก.
- จักรกริช ปิยะ. (2565). สื่อออนไลน์. กรุงเทพฯ.
- ชัยวัฒน์ปัญจพงษ์ และณรงค์เทียนสง. (2562). แนวคิดด้านประชากรศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- ดารณี พานทอง พาลุสุข. (2563). การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ.
- ดารา รัชนิวัต. (2564). วิธีการทางสถาบัน/หน่วยงาน. กรุงเทพฯ.
- ธีรพล ภูรัต. (2561). แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตสื่อ. กรุงเทพฯ.
- นงลักษณ์ สุทธิวัฒนพันธ์. (2561). การสื่อประชาสัมพันธ์.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2564). การทำการสื่อสารภายใต้ลักษณะทางประชากรศาสตร์. สุราษฎร์ธานี.
- พนม คลี่ฉายา. (2564). กระบวนการประชาสัมพันธ์. เชียงใหม่.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2563). ประชากรศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- สันทัต เสริมศรี. (2561). ลักษณะทางประชากรศาสตร์. กรุงเทพฯ มปป.
- อภิขัจ พุกสวัสดิ์. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร. กรุงเทพฯ เมธาศักดิ์ .

# ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
ใบรายงานการฝึกสหกิจศึกษา



## แบบลงเวลาการทำงาน

ประจำเดือน... มิ.ย. ๒๕๖๖... พ.ศ. ๒๕๖๖

ชื่อ - สกุล นาย อิศรา นิลสิงห์ สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่เลี้ยง น.อ. สุนัขชื่อ เลื่อนใจ

ฝ่าย... สำนักงาน... สำนัก โทรกทวิไลซ์ เบอร์โทร ๐๙๕-๖๙๑-๑๐๖๖

วันที่	เวลาเริ่ม	เวลากลับ	งานที่ปฏิบัติ	ลายเซ็น น.ศ.	ลายเซ็นผู้ดูแล	หมายเหตุ
4	06:00	18:00	สัมภาษณ์ คณะนิเทศศาสตร์ ภาว สารคดี รายการวันใหม่ LGBT	อิสรา	นางอ.เลื้อนใจ	
5	09:00	21:00	สารนิเทศ สันติ	อิสรา	นางอ.เลื้อนใจ	
6	06:00	18:00	สัมภาษณ์คณะครู ที่ วิทยาลัยสงฆ์ และ มหาวิทยาลัยราชภัฏ	อิสรา	นางอ.เลื้อนใจ	
7	08:00	18:00	วันไหว้ และ พิธี	อิสรา	นางอ.เลื้อนใจ	
8	09:00	18:00	STO 3 วันไหว้	อิสรา	นางอ.เลื้อนใจ	
11	09:00	18:00	STO 3 ศาลากลาง	อิสรา	นางอ.เลื้อนใจ	
12	09:00	18:00	สารนิเทศ สันติ	อิสรา	นางอ.เลื้อนใจ	
13	08:00	18:00	สารคดี LGBTQ	อิสรา	นางอ.เลื้อนใจ	
15	06:00	18:00	OR-FB ฉายา D	อิสรา	นางอ.เลื้อนใจ	

รวมฝึกงานทั้งสิ้น.....๑.....วัน

- หมายเหตุ 1. ใบลงเวลาจะต้องมีลายเซ็นผู้ดูแลกำกับด้วยทุกครั้ง มิฉะนั้นจะถือว่านักศึกษาไม่ได้รับการฝึกงานจริง
2. ส่งใบลงเวลาการทำงาน ทุกวันที่ 5 ของเดือนถัดไป ที่ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ คุณณพัช โทร. 2785

ผู้จัดการฝ่าย

แบบลงเวลากรฝึกงาน

ประจำเดือน..... พฤศจิกายน..... พ.ศ. 2547.....

ชื่อ - สกุล..... พนม สิริวัฒน... สถาบันการศึกษา..... มหาวิทยาลัยมหิดล..... ที่ตั้ง..... วิทยาเขต..... เชียงใหม่.....

ฝ่าย..... พยาบาล..... สำนัก..... โสตศอนาสิก..... เบอร์โทร..... 026-221-3033.....

วันที่	เวลาเริ่ม	เวลากลับ	งานที่ปฏิบัติ	ลายเซ็น นศ.	ลายเซ็นผู้ดูแล	หมายเหตุ
18	09:00	14:00	STO 3	อัครา	[ลายเซ็นผู้ดูแล]	
19	09:00	19:30	สารพัดช่าง	อัครา		
20	08:00	18:00	อาคาร D	อัครา		
21	08:00	18:00	วันใหม่ อศจ. ประสานมิตร	อัครา		
22	09:00	18:00	สมรพ นศ.	อัครา		
25	09:00	18:00	นครชัยสิน	อัครา		
26	09:00	18:00	สารพัดช่าง	อัครา		
27	08:00	18:00	วันใหม่ อศจ.	อัครา		
28	06:00	18:00	สารพัดช่าง STO 3	อัครา		
29	06:00	18:00	สารพัดช่าง	อัครา		
				รวมฝึกงานทั้งสิ้น..... 10..... วัน		

หมายเหตุ 1. ใบลงเวลาจะต้องมีลายเซ็นผู้ดูแลกำกับด้วยทุกครั้ง มิฉะนั้นจะถือว่านักศึกษาไม่ได้รับการฝึกงานจริง

2. ส่งใบลงเวลากรฝึกงาน ทุกวันที่ 5 ของเดือนถัดไป ที่ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ คุณนพัช โทร. 2785

ผู้จัดการฝ่าย





## แบบลงเวลาการทำงาน

ประจำเดือน.....พฤษภาคม.....พ.ศ. 2563ชื่อ - สกุล.....นาง นิตยา น้อย.....สถาบันการศึกษา.....มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.....ที่เลือก.....นาง นิตยา น้อย.....(หรือชื่อ)ฝ่าย.....ช่างฉาบ.....สำนัก.....โคงค์.....เบอร์โทร.....024-791-7092

วันที่	เวลาเริ่ม	เวลากลับ	งานที่ปฏิบัติ	ลายเซ็น นศ.	ลายเซ็นผู้ดูแล	หมายเหตุ
9	09:00	22:30	ช่างฉาบ	นิตยา	[ลายเซ็นผู้ดูแล]	
11	06:00	20:30	STU 3	นิตยา		
12	06:00	19:30	STU 3	นิตยา		
13	06:00	20:00	STU 3	นิตยา		
16	06:00	21:00	STU 3	นิตยา		
17	09:00	22:00	ช่างฉาบ	นิตยา		
18	06:00	19:00	วันหยุด	นิตยา		
19	06:00	19:00	STU 3	นิตยา		
20	06:00	19:00	STU 3	นิตยา		
23	09:00	22:00	ช่างฉาบ	นิตยา		
รวมฝึกงานทั้งสิ้น..... <u>10</u> .....วัน						

หมายเหตุ 1. ใบลงเวลาจะต้องมีลายเซ็นผู้ดูแลกำกับด้วยทุกครั้ง มิฉะนั้นจะถือว่านักศึกษาไม่ได้รับการฝึกงานจริง

2. ส่งใบลงเวลาการทำงาน ทุกวันที่ 5 ของเดือนถัดไป ที่ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ คุณณพัช โทร. 2785

ผู้จัดการฝ่าย

แบบลงเวลาการทำงาน

ประจำเดือน มีนาคม - มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๗-๒๕๖๘

ชื่อ - สกุล... ศิวะวิภา วัฒนวิภา... สถาบันการศึกษา... มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์... ที่เลี้ยง... นาง... สมชาย... เลี้ยงไว้

ฝ่าย... ช่างภาพ... สำนัก... โภชนา... เบอร์โทร... ๐๙๕-๖๖๖-๖๖๖๖

วันที่	เวลาเริ่ม	เวลากลับ	งานที่ปฏิบัติ	สายเซ็น นศ.	สายเซ็นผู้ดูแล	หมายเหตุ	
24	06:00	18:00	STU 3	อีศรา			
25	07:00	18:00	Facebook live ๓๓	อีศรา			
26	06:00	18:00	วันไหว้ พ่อแม่แม่	อีศรา			
6	06:00	20:00	STU 3	อีศรา			
7	06:00	18:00	STU 3	อีศรา		ไปเรียน 15:00	
8	09:00	21:00	ทำงานพิเศษ	อีศรา			
9	06:00	18:00	STU 3	อีศรา			
10	05:00	18:00	ควมทันอากาศ/ วันเด็ก set up วันเด็ก อาคาร A	อีศรา			
รวมฝึกงานทั้งสิ้น.....						8.....วัน	

- หมายเหตุ 1. ใบลงเวลาจะต้องมีลายเซ็นผู้ดูแลกำกับด้วยทุกครั้ง มิฉะนั้นจะถือว่านักศึกษาไม่ได้รับการฝึกงานจริง
2. ส่งใบลงเวลาการทำงาน ทุกวันที่ 5 ของเดือนถัดไป ที่ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ คุณณพัช โทร. 2785

ผู้จัดการฝ่าย



แบบลงเวลาการฝึกงาน

ประจำเดือน...<sup>พ.ค. ๒๕๖๕</sup>..... พ.ศ. ๒๕๖๕

ชื่อ - สกุล... อิศรา อธิสรา... สถาบันการศึกษา... มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรญาณบุรีรัมย์... ที่ตั้ง... หน่วยงาน... วิทยาลัย

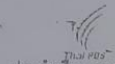
ฝ่าย... วิชาการ... สำนัก... วิทยากร... เบอร์โทร... ๐๖๖-๑๑๑-๑๐๑๑

วันที่	เวลาเริ่ม	เวลากลับ	งานที่ปฏิบัติ	ลายเซ็น นศ.	ลายเซ็นผู้ดูแล	หมายเหตุ
11	06:00	18:00	วันเด็ก อำนวยความสะดวก	อิสรา	[ลายเซ็น]	
13	09:00	18:00	STU 3	อิสรา		
14	08:00	18:00	เตรียมงานวิทยานิพนธ์	อิสรา		
15	06:00	18:00	วันเด็ก งดฝึกสอน 17 มี	อิสรา		
16	06:00	18:00	วันไหว้ ครูผู้เกษียณ	อิสรา		
17	06:00	18:00	STU 3	อิสรา		
20	09:00	18:00	STU 3	อิสรา		
21	09:00	18:00	เสวนา ๒๐๖ โศก	อิสรา		
22	09:00	18:00	สภามหาวิทยาลัย	อิสรา		
23	06:00	21:00	STU 3	อิสรา		
				รวมฝึกงานทั้งสิ้น 10 วัน		

หมายเหตุ 1. ใบลงเวลาจะต้องมีลายเซ็นผู้ดูแลกำกับด้วยทุกครั้ง มิฉะนั้นจะถือว่านักศึกษาไม่ได้รับการฝึกงานจริง

2. ส่งใบลงเวลาการฝึกงาน ทุกวันที่ 5 ของเดือนถัดไป ที่ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ คุณณพัช โทร. 2785

ผู้จัดการฝ่าย



แบบลงเวลากรฝึกงาน

ประจำเดือน... พ.ศ. ๒๕๕๘

ชื่อ - สกุล... ที่อยู่... ที่เรียน... สาขา... ชั้นปี...

ฝ่าย... ตำแหน่ง... โทรศัพท์... ๐๙๖-๒๒๑-๑๑๑๑

วันที่	เวลาเริ่ม	เวลากลับ	งานที่ปฏิบัติ	ลายเซ็น นศ.	ลายเซ็นผู้ดูแล	หมายเหตุ
24	10:00	18:00	อาจารย์ D	อัสรา		
25	10:00	01:00	คสมวิท ๒.๒ นิตล	อัสรา		
26	10:00	02:00	คสมวิท ๒.๒ นิตล	อัสรา		
27	06:00	18:00	cool Chu ฆาตกรในขง	อัสรา		
28	06:00	18:00	วันใหม่ จ.ฉ. ไซอเทกา	อัสรา		
30	06:00	18:00	cool Chu ฆาตกรในขง	อัสรา		
3	06:00	19:00	STO 3	อัสรา		
4	05:00	18:00	วันใหม่ ราชบุรี	อัสรา		
5	09:00	18:00	พริตอง โสมทล ขาวชา	อัสรา		
				รวมฝึกงานทั้งสิ้น.....๑.....วัน		

- หมายเหตุ 1. ใบลงเวลาจะต้องมีลายเซ็นผู้ดูแลกำกับด้วยทุกครั้ง มิฉะนั้นจะถือว่านักศึกษาไม่ได้รับการฝึกงานจริง
2. ส่งใบลงเวลากรฝึกงาน ทุกวันที่ 5 ของเดือนถัดไป ที่ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ คุณณพัช โทร. 2785

ผู้จัดการฝ่าย





แบบลงเวลาการฝึกงาน

ประจำเดือน... มิ.ย. ๒๕๕๖... พ.ศ. ๒๕๕๖

ชื่อ - สกุล... อ. วิภากร... ได้มาสถาบันการศึกษา... มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ... ที่อยู่... ซอย... ถนน... แขวง... เขต... จังหวัด...

ฝ่าย... วิชาการ... สำนัก... โทรสาร... เบอร์โทร... ๐๖๖-๙๙๑-๙๐๖๖

วันที่	เวลาเริ่ม	เวลากลับ	งานที่ปฏิบัติ	ลายเซ็น นศ.	ลายเซ็นผู้ดูแล	หมายเหตุ	
10	06:00	21:00	STU 3	}			
11	08:00	18:00	วิชาเขียนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์				
12	06:00	21:00	STU 3				
19	09:00	18:00	ประชุมภาคเรียน				
20	06:00	18:00	สำรวจกิจการทูต				อีกรว
21	06:00	21:00	STU 3				
24	06:00	18:00	Policy ชุด PTZ				
26	06:00	21:00	STU 3				
27	06:00	19:00	สำรวจกิจการทูต				
28	09:00	21:00	สำรวจหนังสือพิมพ์				
				รวมฝึกงานทั้งสิ้น... 10... วัน			

- หมายเหตุ 1. ใบลงเวลาจะต้องมีลายเซ็นผู้ดูแลกำกับด้วยทุกครั้ง มิฉะนั้นจะถือว่านักศึกษาไม่ได้รับการฝึกงานจริง
2. ส่งใบลงเวลาการฝึกงาน ทุกวันที่ 5 ของเดือนถัดไป ที่ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ คุณณพัช โทร. 2785

*(ลายเซ็น)*

ผู้จัดการฝ่าย

ภาคผนวก ข  
ภาพตอนฝึกสหกิจ

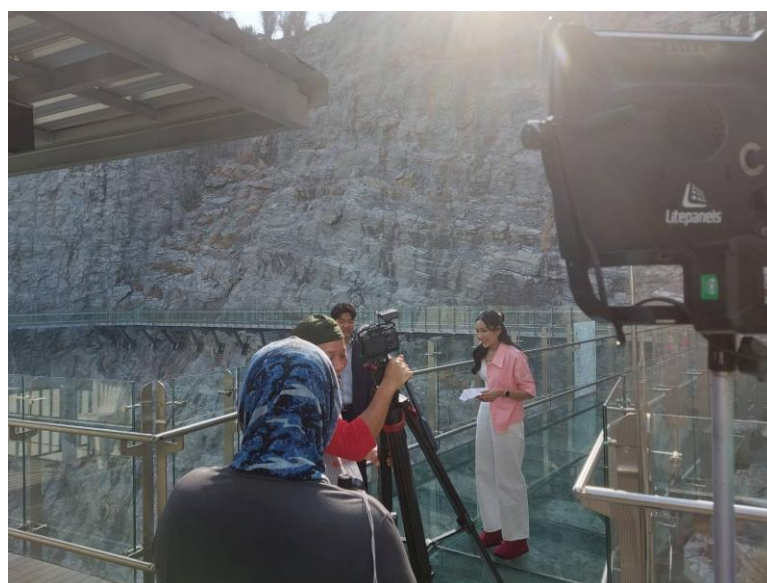
## ภาพตอนฝึกสหกิจศึกษา



ศึกษาการปฏิบัติหน้าที่



ประชุมวางแผนการทำงานในการติดต่อและการนำเสนอผลประกอบการในรอบเดือน



การถ่ายภาพวิดีโอเพื่อการทำสื่อประชาสัมพันธ์





การถ่ายภาพวิดีโอเพื่อการทำสื่อประชาสัมพันธ์



ถ่ายภาพสื่อประชาสัมพันธ์



ถ่ายสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อประชาสัมพันธ์ห้องศรเป็นที่รู้จัก



ถ่ายภาพสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อโปรโมทองค์กร



ถ่ายภาพสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อโปรโมทองค์กร



ออกบูธประชาสัมพันธ์นอกสถานที่





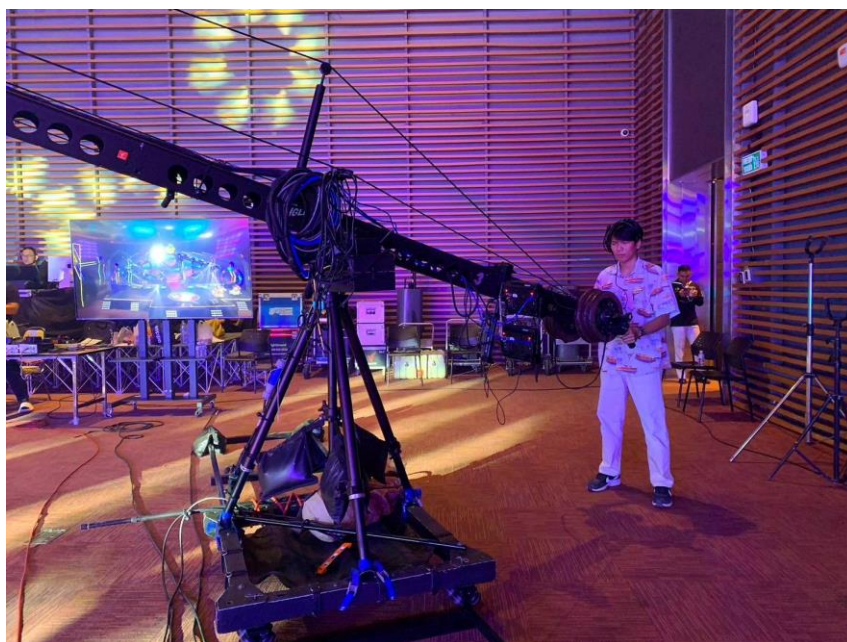
ออกบูธประชาสัมพันธ์รถนอกสถานที่



ถ่ายรูปสื่อประชาสัมพันธ์องค์กรให้เป็นที่รู้จักบนสื่อออนไลน์



สื่อประชาสัมพันธ์องค์กรให้เป็นที่รู้จักบนสื่อออนไลน์



สื่อประชาสัมพันธ์องค์กรให้เป็นที่รู้จักบนสื่อออนไลน์

ภาคผนวก ค  
ประวัติผู้จัดทำ



### ประวัติส่วนตัว

ชื่อ	นายอิสรา ศรีโยธา
ชื่อภาษาอังกฤษ	Issara Sriyotha
วันเดือนปีเกิด	17 มกราคม พ.ศ. 2546
ที่อยู่	219/603 ม.อักษรา ต.พิมลราช อ.บางบัวทอง หมู่1 จ.นนทบุรี 11110
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ สาขาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
เบอร์ติดต่อ	096-991-9092
E-mail	64104110030@rpu.ac.th
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรีมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ 2566