



คู่มือปฏิบัติงานหลัก

เรื่อง

การผลิตคลิปวิดีโอ (TikTok) เพื่อใช้กับงานสื่อสารองค์กร
ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จัดทำโดย

นางสาวสมฤดี สุขเกษรี

ศูนย์ดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้และสื่อสารองค์กร กองกลาง สำนักงานอธิการบดี
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา



คู่มือปฏิบัติงานหลัก

เรื่อง

การผลิตคลิปวิดีโอ (TikTok) เพื่อใช้กับงานสื่อสารองค์กร
ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จัดทำโดย

นางสาวสมฤดี สุขเกษรี

ศูนย์ดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้และสื่อสารองค์กร กองกลาง สำนักงานอธิการบดี
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตรวจสอบการจัดทำ ครั้งที่ ๑

.....

ผู้อำนวยการกองกลาง

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

คำนำ

คู่มือปฏิบัติงานหลักเล่มนี้จัดทำตามประกาศ ก.พ.อ. เรื่อง มาตรฐานการกำหนดระดับตำแหน่ง และการแต่งตั้งข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษาให้ดำรงตำแหน่งสูงขึ้น พ.ศ. ๒๕๕๓ ซึ่งเป็นเอกสาร แสดงเส้นทางการทำงานหลักตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดกระบวนการ โดยระบุขั้นตอนการดำเนินการต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงาน ตลอดจนแนวทางแก้ไขปัญหาและข้อเสนอแนะ ในการปฏิบัติงาน โดยคู่มือปฏิบัติงานหลักมีความสำคัญอย่างยิ่งในการปฏิบัติงาน เพื่อช่วยให้หน่วยงานมีคู่มือ ไว้ใช้ในการปฏิบัติงาน และช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานใหม่สามารถศึกษางานได้อย่างรวดเร็ว ทำให้งานของหน่วยงาน มีระบบและมีประสิทธิภาพมากขึ้นจากคู่มือปฏิบัติงานหลักเล่มนี้

การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร และภาพลักษณ์ ขององค์กรไปสู่ประชาชนอย่างรวดเร็วและเข้าถึงได้ง่าย โดยเฉพาะสื่อวิดีโอรูปแบบสั้นบนแพลตฟอร์ม TikTok ซึ่งได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายและเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาทักษะการผลิตคลิปวิดีโอที่มีคุณภาพ ทั้งด้านการวางแผนเนื้อหา การถ่ายทำ การตัดต่อ และการนำเสนอให้เหมาะสมกับลักษณะของแพลตฟอร์ม จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง

ด้วยเหตุนี้ จึงได้จัดทำ คู่มือการปฏิบัติงานการผลิตคลิปวิดีโอ (TikTok) เพื่อใช้กับงานสื่อสารองค์กร ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ฉบับนี้ขึ้น เพื่อเป็นแนวทางให้แก่บุคลากร ผู้ผลิตสื่อ ตลอดจนผู้ที่ เกี่ยวข้อง สามารถนำไปใช้ในการสร้างสรรค์คลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ได้อย่างเป็นระบบ มีมาตรฐานเดียวกัน และสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

เนื้อหาในคู่มือฉบับนี้ได้รวบรวมหลักการ แนวทางปฏิบัติ เทคนิคการผลิตคลิปวิดีโอ ตลอดจน ตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการสร้างสรรค์คลิปวิดีโอในบริบทของการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย ซึ่งจะ ช่วยส่งเสริมการสื่อสารขององค์กรให้มีความทันสมัย น่าสนใจ และตอบโจทย์พฤติกรรมผู้รับสารในยุคสื่อ สังคมออนไลน์

หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานด้านการผลิตคลิปวิดีโอ (TikTok) เพื่อใช้กับงานสื่อสารองค์กรของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา และสามารถต่อยอดการพัฒนา ไปสู่การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไปในอนาคต

นางสาวสมฤดี สุขเภา
นักประชาสัมพันธ์ ระดับปฏิบัติการ
ธันวาคม ๒๕๖๘

สารบัญ

หน้า

คำนำ

สารบัญ

ส่วนที่ ๑ บริบทมหาวิทยาลัย	๑
ประวัติมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา	๑
เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	๒
ปรัชญา	๒
วิสัยทัศน์ พันธกิจของมหาวิทยาลัย	๓
ค่านิยมองค์กร	๖
สมรรถนะของมหาวิทยาลัย	๖
อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	๗
โครงสร้างการแบ่งส่วนราชการในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา	๘
ประวัติสำนักงานอธิการบดี	๙
ปรัชญา วิสัยทัศน์ พันธกิจของสำนักงานอธิการบดี	๑๐
โครงสร้างการแบ่งส่วนราชการภายในของสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา	๑๑
ประวัติความเป็นมากองกลาง	๑๑
หน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานของกองกลาง	๑๒
ปรัชญา วิสัยทัศน์ พันธกิจ ของกองกลาง	๑๔
โครงสร้างการบริหารงานของกองกลาง	๑๕
โครงสร้างการบริหารงานของศูนย์ดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้และสื่อสารองค์กร	๑๖
ส่วนที่ ๒ ขั้นตอนการปฏิบัติงานกระบวนการผลิตคลิปวิดีโอ (TikTok) เพื่อใช้กับงานสื่อสารองค์กร ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา	๑๗
ขั้นตอนที่ ๑ รับคำสั่ง หรือคำขอใช้บริการผลิตคลิปวิดีโอ TikTok	
ริเริ่มและกำหนดประเด็นการผลิตคลิปวิดีโอ TikTok ตามภารกิจของมหาวิทยาลัย	๒๕
๑.๑ รับคำสั่ง หรือคำขอใช้บริการผลิตคลิปวิดีโอ TikTok	๒๕
๑.๒ ริเริ่มและกำหนดประเด็นการผลิตคลิปวิดีโอ TikTok ตามภารกิจของมหาวิทยาลัย	
ด้วยตนเอง โดยไม่รบกวนคำสั่งหรือการขอใช้บริการ	๓๐
ปัญหา แนวทางการแก้ปัญหา และข้อเสนอแนะ	๓๑

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ขั้นตอนที่ ๒ วิเคราะห์ความต้องการและกำหนดแนวคิดและนำผลการประเมินคลิปวิดีโอ TikTok ครึ่งก่อน	
มาใช้ประกอบการวิเคราะห์.....	๓๒
๒.๑ วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ความต้องการและกำหนดแนวคิด	๓๒
๒.๒ การศึกษาข้อมูลและวัตถุประสงค์ของงาน	๓๒
๒.๓ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย	๓๒
๒.๔ วิเคราะห์สารสำคัญ	๓๓
๒.๕ การรวบรวมและตรวจสอบข้อมูล	๓๓
๒.๖ การกำหนดแนวคิดหลักและรูปแบบการนำเสนอคลิปวิดีโอ (TikTok)	๓๓
๒.๗ การวางแผนโครงสร้างและองค์ประกอบของคลิปวิดีโอ (TikTok).....	๓๔
๒.๘ แนวทางการผลิตวิดีโอให้เหมาะกับแพลตฟอร์ม TikTok.....	๓๔
ปัญหา แนวทางการแก้ปัญหา และข้อเสนอแนะ.....	๓๕
ขั้นตอนที่ ๓ วางแผนการผลิต	๓๖
๓.๑ การกำหนดโครงเรื่องและเขียนสคริปต์.....	๓๖
๓.๒ กระบวนการวางแผนและกำหนดแนวคิดก่อนจัดทำสคริปต์ TikTok.....	๓๗
๓.๓ การกำหนดสถานที่ถ่ายทำ.....	๔๗
๓.๔ การกำหนดผู้ปรากฏในคลิปวิดีโอ	๔๗
๓.๕. การเตรียมอุปกรณ์สำหรับการถ่ายทำ	๔๗
๓.๖ การกำหนดระยะเวลาและตารางการถ่ายทำ	๔๘
๓.๗ การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	๔๘
๓.๘ การตรวจสอบความพร้อมก่อนถ่ายทำ.....	๔๘
ปัญหา แนวทางการแก้ปัญหา และข้อเสนอแนะ.....	๔๙
ขั้นตอนที่ ๔ การถ่ายทำ	๕๐
๔.๑ การเตรียมความพร้อมก่อนเริ่มถ่ายทำ.....	๕๐
๔.๒ การจัดองค์ประกอบภาพ.....	๕๐
๔.๓ การเลือกมุมกล้อง	๕๐
๔.๔ การควบคุมคุณภาพของภาพและเสียง	๕๑
๔.๕ การถ่ายทำตามลำดับเนื้อหาในสคริปต์.....	๕๑
๔.๖ การเก็บภาพเพิ่มเติม	๕๖
๔.๗ การตรวจสอบภาพและเสียงระหว่างการถ่ายทำ.....	๕๖
๔.๘ การบริหารเวลาในการถ่ายทำ	๕๖
ปัญหา แนวทางการแก้ปัญหา และข้อเสนอแนะ.....	๕๗

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ขั้นตอนที่ ๕ การตัดต่อและปรับแต่งวิดีโอ	๕๘
๕.๑ การติดตั้งแอปพลิเคชัน CapCut	๕๘
๕.๒ แนะนำส่วนประกอบของ CapCut	๕๙
๕.๓ เครื่องมือพื้นฐานของโปรแกรม CapCut	๖๐
๕.๔ การเริ่มต้นสร้างโปรเจกต์ใหม่	๖๒
๕.๕ การจัดเรียงลำดับคลิปและตัดคลิป	๖๒
๕.๖ การใส่ข้อความในคลิป	๖๕
๕.๗ การใส่เอฟเฟกต์และทรานซิชัน	๖๗
๕.๘ การปรับความเร็วคลิปวิดีโอ	๖๘
๕.๙ การใส่เสียงและดนตรีประกอบ	๗๑
๕.๑๐ การปรับเสียงแบบเลื่อน	๗๔
๕.๑๑ การปรับสีและความสว่าง	๗๕
๕.๑๒ การใส่รูป/โลโก้ หรือกราฟิกลงในคลิป	๗๖
๕.๑๓ การจบคลิปด้วยการใส่โลโก้ หรือตรามหาวิทยาลัย	๗๗
๕.๑๔ การตรวจสอบคลิปก่อนส่งออก	๗๘
๕.๑๕ การส่งออกวิดีโอ	๗๙
ปัญหา แนวทางการแก้ปัญหา และข้อเสนอแนะ	๘๑
ขั้นตอนที่ ๖ เสนอ/ขออนุมัติ	๘๒
ปัญหา แนวทางการแก้ปัญหา และข้อเสนอแนะ	๘๓
ขั้นตอนที่ ๗ ปรับแก้ตามข้อเสนอแนะ (ถ้ามี)	๘๔
๗.๑ การรวบรวมและทำความเข้าใจข้อเสนอแนะ	๘๔
๗.๒ การวิเคราะห์แนวทางการปรับแก้คลิปวิดีโอ	๘๕
๗.๓ การส่งคลิปที่ปรับแก้แล้วเพื่อพิจารณาอีกครั้ง	๘๕
ปัญหา แนวทางการแก้ปัญหา และข้อเสนอแนะ	๘๖
ขั้นตอนที่ ๘ เผยแพร่	๘๗
๘.๑ การอัปโหลดคลิปวิดีโอเข้าสู่ระบบ TikTok	๘๗
๘.๒ การเขียนคำบรรยายคลิป	๘๘
๘.๓ การตั้งค่าการเผยแพร่	๘๘
๘.๔ การเลือกช่วงเวลาในการเผยแพร่คลิป	๘๙
๘.๕ การตรวจสอบโพสต์หลังการเผยแพร่	๘๙
ปัญหา แนวทางการแก้ปัญหา และข้อเสนอแนะ	๘๙
ขั้นตอนที่ ๙ ติดตามผลการเผยแพร่คลิปวิดีโอ (TikTok)	
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาทางแพลตฟอร์ม TikTok	๙๐
๙.๑ การตรวจสอบข้อมูลสถิติการรับชม	๙๐
๙.๒ การติดตามความคิดเห็นและปฏิสัมพันธ์ของผู้ชม	๙๑
ปัญหา แนวทางการแก้ปัญหา และข้อเสนอแนะ	๙๔

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ ๑ วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย	๓
ภาพที่ ๒ พันธกิจของมหาวิทยาลัย	๔
ภาพที่ ๓ ค่านิยมองค์กร	๖
ภาพที่ ๔ สมรรถนะของมหาวิทยาลัย	๗
ภาพที่ ๕ อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	๗
ภาพที่ ๖ แสดงโครงสร้างการแบ่งส่วนราชการในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา	๘
ภาพที่ ๗ โครงสร้างสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา	๑๑
ภาพที่ ๘ โครงสร้างการบริหารงานของกองกลาง	๑๕
ภาพที่ ๙ โครงสร้างการบริหารงานของศูนย์ดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้และสื่อสารองค์กร	๑๖
ภาพที่ ๑๐ ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา	๒๐
ภาพที่ ๑๑ ตราสัญลักษณ์รองของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา	๒๐
ภาพที่ ๑๒ ตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา	๒๑
ภาพที่ ๑๓ สีประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา	๒๑
ภาพที่ ๑๔ สีประจำหน่วยงาน	๒๒
ภาพที่ ๑๕ ขนาดคลิปวิดีโอ (TikTok)	๒๒
ภาพที่ ๑๖ ขั้นตอนกระบวนการผลิตคลิปวิดีโอ (TikTok) เพื่อใช้กับงานสื่อสารองค์กรของมหาวิทยาลัยราชภัฏ พระนครศรีอยุธยา	๒๔
ภาพที่ ๑๗ ตัวอย่างคำสั่งมหาวิทยาลัย	๒๖
ภาพที่ ๑๘ ตัวอย่างคำสั่งมหาวิทยาลัย	๒๗
ภาพที่ ๑๙ ตัวอย่างบันทึกข้อความขอความอนุเคราะห์ถ่ายคลิปวิดีโอ	๒๘
ภาพที่ ๒๐ ตัวอย่างบันทึกข้อความขอความอนุเคราะห์ถ่ายคลิปวิดีโอ	๒๙
ภาพที่ ๒๑ กระบวนการวางแผนและกำหนดแนวคิดก่อนจัดทำสคริปต์ TikTok ตัวอย่างที่ ๑	๓๗
ภาพที่ ๒๒ ตัวอย่างสคริปต์คอนเทนต์ TikTok พิกัดห้ามพลาด ที่เที่ยว-คาเฟ่-ร้านเด็ด ใกล้ ม.ราชภัฏพระนครศรีอยุธยา	๓๘
ภาพที่ ๒๓ ตัวอย่างสคริปต์คอนเทนต์ TikTok พิกัดห้ามพลาด ที่เที่ยว-คาเฟ่-ร้านเด็ด ใกล้ ม.ราชภัฏพระนครศรีอยุธยา	๓๙
ภาพที่ ๒๔ ตัวอย่างคอนเทนต์ TikTok พิกัดห้ามพลาด ที่เที่ยว-คาเฟ่-ร้านเด็ด ใกล้ ม.ราชภัฏพระนครศรีอยุธยา	๔๐
ภาพที่ ๒๕ กระบวนการวางแผนและกำหนดแนวคิดก่อนจัดทำสคริปต์ TikTok ตัวอย่างที่ ๒	๔๑
ภาพที่ ๒๖ ตัวอย่างสคริปต์คอนเทนต์ TikTok แนะนำสาขาวิชาคณิตศาสตร์ประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	๔๒
ภาพที่ ๒๗ ตัวอย่างคอนเทนต์ TikTok แนะนำสาขาวิชาคณิตศาสตร์ประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี	๔๓
ภาพที่ ๒๘ กระบวนการวางแผนและกำหนดแนวคิดก่อนจัดทำสคริปต์ TikTok ตัวอย่างที่ ๓	๔๔
ภาพที่ ๒๙ ตัวอย่างสคริปต์คอนเทนต์ TikTok แนะนำร้านนวดเปิดใหม่ ใน ม.ราชภัฏอยุธยา	๔๕

สารบัญภาพ (ต่อ)

หน้า

ภาพที่ ๓๐ ตัวอย่างคอนเทนต์ TikTok แนะนำร้านนวดเปิดใหม่ ใน ม.ราชภัฏอยุธยา.....	๔๖
ภาพที่ ๓๑ อุปกรณ์จำเป็นในการถ่ายทำคลิป TikTok.....	๔๗
ภาพที่ ๓๒ ไอคอนการตั้งค่า.....	๕๑
ภาพที่ ๓๓ การตั้งค่ากล้องวิดีโอเบื้องต้นบนโทรศัพท์มือถือไอโฟน	๕๒
ภาพที่ ๓๔ ไอคอนการตั้งค่า.....	๕๒
ภาพที่ ๓๕ การตั้งค่าเฟรมเรต	๕๓
ภาพที่ ๓๖ เส้นกริด.....	๕๔
ภาพที่ ๓๗ การล็อกโฟกัส	๕๔
ภาพที่ ๓๘ สัญลักษณ์การปรับสว่าง.....	๕๕
ภาพที่ ๓๙ หน้าต่างแอปพลิเคชัน CapCut แบบ Pro.....	๕๘
ภาพที่ ๔๐ หน้าต่างติดตั้งแอปพลิเคชัน CapCut	๕๘
ภาพที่ ๔๑ หน้าต่างแอปพลิเคชัน CapCut.....	๕๙
ภาพที่ ๔๒ ส่วนประกอบของโปรแกรม CapCut.....	๕๙
ภาพที่ ๔๓ เครื่องมือพื้นฐานของโปรแกรม CapCut	๖๐
ภาพที่ ๔๔ การกดปุ่ม New Project	๖๒
ภาพที่ ๔๕ การเลือกคลิปวิดีโอหรือภาพที่ต้องการนำมาตัดต่อจากแกลเลอรี และกดปุ่มเพิ่ม	๖๒
ภาพที่ ๔๖ คลิปบน Timeline.....	๖๒
ภาพที่ ๔๗ การเลือกคลิปที่ต้องการเรียงลำดับใหม่.....	๖๓
ภาพที่ ๔๘ การตัดท้ายคลิปออก	๖๓
ภาพที่ ๔๙ การตัดต้นคลิปออก	๖๓
ภาพที่ ๕๐ การเลือกตำแหน่งเพื่อแบ่งฉากของคลิป	๖๔
ภาพที่ ๕๑ การแบ่งฉากของคลิป	๖๔
ภาพที่ ๕๒ การลบคลิป	๖๕
ภาพที่ ๕๓ คลิปที่ถูกลบแล้ว	๖๕
ภาพที่ ๕๔ การเลือกเมนูเพื่อใส่ข้อความ	๖๕
ภาพที่ ๕๕ การเพิ่มข้อความ	๖๖
ภาพที่ ๕๖ การพิมพ์ข้อความ	๖๖
ภาพที่ ๕๗ การขึ้นข้อความบนจอ	๖๖
ภาพที่ ๕๘ การเลือกฟอนต์	๖๗
ภาพที่ ๕๙ การเปลี่ยนสี/สไตล์ ฟอนต์.....	๖๗
ภาพที่ ๖๐ การใส่เอฟเฟกต์และทรานซิชัน	๖๘
ภาพที่ ๖๑ การเข้าเมนูปรับความเร็ว.....	๖๙
ภาพที่ ๖๒ การปรับความเร็วแบบปกติ	๗๐
ภาพที่ ๖๓ การปรับความเร็วแบบโค้ง	๗๐

สารบัญภาพ (ต่อ)

หน้า

ภาพที่ ๖๔ การใส่เสียงและดนตรีลงในคลิป	๗๑
ภาพที่ ๖๕ การใส่เสียงต่าง ๆ	๗๑
ภาพที่ ๖๖ การเพิ่มเสียงลงในคลิป	๗๒
ภาพที่ ๖๗ การปรับเสียงแบบเลื่อน	๗๓
ภาพที่ ๖๘ การเข้าสู่เมนูปรับสีและความสว่าง	๗๔
ภาพที่ ๖๙ หน้าต่างเมนูการปรับสีและความสว่างของคลิป	๗๔
ภาพที่ ๗๐ การเข้าเมนูภาพซ้อน	๗๕
ภาพที่ ๗๑ การเพิ่มภาพซ้อนหรือโลโก้	๗๖
ภาพที่ ๗๒ โลโก้และการปรับขนาดโลโก้	๗๖
ภาพที่ ๗๓ ช่องทางการเพิ่มรูปโลโก้หรือวิดีโอ	๗๖
ภาพที่ ๗๔ การเพิ่มรูปโลโก้หรือวิดีโอจากคลังภาพในโทรศัพท์มือถือ	๗๗
ภาพที่ ๗๕ การส่งออกวิดีโอ	๗๙
ภาพที่ ๗๖ หน้าต่างการส่งออกวิดีโอที่สามารถแชร์ไปยัง TikTok ได้ทันที	๘๐
ภาพที่ ๗๗ ตัวอย่างการส่งคลิปและพิจารณาคลิปที่ได้รับการอนุมัติ	๘๑
ภาพที่ ๗๘ ตัวอย่างการส่งคลิปและพิจารณาคลิปที่ปรับแก้ตามข้อเสนอแนะ	๘๓
ภาพที่ ๗๙ การเปิดแอปพลิเคชัน TikTok และการอัปโหลดคลิป	๘๖
ภาพที่ ๘๐ ช่องทางการพิมพ์คำบรรยายและการโพสต์	๘๗
ภาพที่ ๘๑ ยอดการรับชมคลิปใน TikTok	๘๙
ภาพที่ ๘๒ ยอดการกดถูกใจ การแสดงความคิดเห็น การบันทึกคลิป และการแชร์	๙๐
ภาพที่ ๘๓ รายงานสรุปผลการเผยแพร่คลิปวิดีโอ	๙๑
ภาพที่ ๘๔ ตัวอย่างคลิปที่นำข้อมูลจากการประเมินผลมาทำคลิปวิดีโอ	๙๒

ส่วนที่ ๑ บริบทมหาวิทยาลัย

ประวัติมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ตั้งอยู่เลขที่ ๙๖ ถนนปรีดิพนมยงค์ ตำบลประตูชัย อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๐๐๐ โทรศัพท์ ๐-๓๕๒๗-๖๕๕๕-๙ โทรสาร ๐-๓๕๓๒-๒๐๗๖ ก่อตั้งมาตั้งแต่รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยพระองค์พระราชทานทรัพย์ จำนวน ๓๐,๐๐๐ บาท ให้ก่อสร้างโรงเรียนฝึกหัดครูเมืองกรุงเก่า เมื่อวันที่ ๑ กรกฎาคม ๒๔๔๘ ตั้งอยู่บริเวณหลังพระราชวังจันทร์เกษม สอนวิชาสามัญอนุโลมตามหลักสูตรมัธยมศึกษา ๑ - ๒ - ๓ แต่เพิ่มวิชาครู

พ.ศ. ๒๔๕๘ ได้มีการเปลี่ยนแปลงระเบียบการฝึกหัดครูมูลห้วเมืองของกระทรวงธรรมการดำเนินการผลิตครูมูล (ครู ป.)

พ.ศ. ๒๔๖๗ ได้จัดตั้งโรงเรียนฝึกหัดครูมูลสิกกรรมชั้นสอนวิชาสิกกรรมที่ต่าหนักเพนียด

พ.ศ. ๒๔๗๕ ยุบเลิกโรงเรียนฝึกหัดครูเมืองกรุงเก่าไปรวมอยู่ในโรงเรียนฝึกหัดครูมูลต่าหนักเพนียดแห่งเดียว

พ.ศ. ๒๔๗๖ มีการยกเลิกมณฑลโรงเรียนฝึกหัดครูมูลต่าหนักเพนียด จึงเป็นโรงเรียนฝึกหัดครูมูลประจำจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีชื่อว่า “โรงเรียนฝึกหัดครูประกาศนียบัตรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” สอนหลักสูตรครูมูลสิกกรรม

พ.ศ. ๒๔๗๙ ย้ายโรงเรียนฝึกหัดครูมูลจากต่าหนักเพนียดมาตั้งในบริเวณกรมทหารที่ต่าบลหัวแหลม โดยแยกเป็นโรงเรียนฝึกหัดครูชายและโรงเรียนฝึกหัดครูสตรีเปลี่ยนชื่อใหม่เป็นโรงเรียนประกาศนียบัตรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และโรงเรียนฝึกหัดครูสตรีประกาศนียบัตรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปิดทำการสอนเมื่อวันที่ ๑ มิถุนายน พ.ศ. ๒๔๗๙ เป็นโรงเรียนฝึกหัดครูประกาศนียบัตรประเภท ข (กินนอนประจำ) แผนกเกษตรกรรม

พ.ศ. ๒๔๘๔ ย้ายสถานที่ตั้งจากบริเวณกรมทหารที่หัวแหลม โรงเรียนฝึกหัดครูชายย้ายไปอยู่ที่บริเวณข้างวัดวรโพธิ์ตรงที่เป็นโรงเรียนประตูชัย โรงเรียนฝึกหัดครูสตรีย้ายไปอยู่ที่ ตำบลหอรัตนไชย บริเวณหอพักอู่ทองในปัจจุบัน

พ.ศ. ๒๔๙๑ ได้เปลี่ยนชื่อโรงเรียนฝึกหัดครูประกาศนียบัตรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นโรงเรียนฝึกหัดครูพระนครศรีอยุธยา

พ.ศ. ๒๔๙๗ ยกฐานะกองการฝึกหัดครูเป็นกรมการฝึกหัดครู เมื่อวันที่ ๒๙ กันยายน

พ.ศ. ๒๔๙๘ เริ่มผลิตครู ป.กศ. ใช้ระบบการฝึกหัดครูแบบ ๒ - ๒ - ๒ ของกรมฝึกหัดครูรับนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ ๖ เข้าเรียนต่อ ๒ ปี

พ.ศ. ๒๕๐๙ ย้ายโรงเรียนฝึกหัดครูพระนครศรีอยุธยา มาอยู่ ณ ที่ปัจจุบัน เลขที่ ๙๖ หมู่ ๒ ถนนปรีดิพนมยงค์ ตำบลประตูชัย อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และได้ยกฐานะขึ้นเป็นวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา

พ.ศ. ๒๕๑๑ กระทรวงศึกษาธิการประกาศรวมโรงเรียนสตรีฝึกหัดครูพระนครศรีอยุธยาเข้ากับวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา โดยมีการผลิตครูหลายระดับ

พ.ศ. ๒๕๑๗ เริ่มเปิดสอนระดับปริญญาตรี (ป.อ.) หลักสูตร ๒ ปี จากผู้มีวุฒิ ป.กศ.สูง ป.ม. หรือ พ.ม. เปิดปีแรก ๒ สาขา คือสาขาประถมศึกษา (วิชาเอกภาษาไทย) และสาขามัธยมศึกษา (วิชาเอกฟิสิกส์)

พ.ศ. ๒๕๑๙ เริ่มใช้หลักสูตรสภาการศึกษา พ.ศ. ๒๕๑๙ เปิดสอนระดับ ป.กศ.สูง หลักสูตร ๒ ปี จากผู้มีวุฒิเดิม ป.กศ. , ป.ป. , ม.ศ.๕ และเปิดสอนปริญญาตรี (ค.บ.) หลักสูตร ๒ ปี จากผู้มีวุฒิเดิม ป.กศ.สูง ป.วส. ป.ม. และ พ.ม.

พ.ศ. ๒๕๒๓ เปิดสอนระดับปริญญา (ค.บ.) หลักสูตร ๔ ปี รับจากผู้มีวุฒิเดิม ม.ศ.๕ , ป.กศ. และ ป.ป.

พ.ศ. ๒๕๒๔ เริ่มใช้หลักสูตรสภาการศึกษา พ.ศ. ๒๕๒๔ เปิดสอนระดับปริญญาตรี (ค.บ.) หลักสูตร ๔ ปี รับจากผู้มีวุฒิเดิม ม.ศ.๕ , ป.กศ. และ ป.ป.

พ.ศ. ๒๕๒๘ เริ่มเปิดหลักสูตรสาขาวิชาการอื่น ๆ นอกเหนือจากสาขาวิชาชีพครูโดยเปิดหลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิตและศิลปศาสตรบัณฑิตพร้อมกับระดับอนุปริญญา ขณะเดียวกันก็ยังคงเปิดหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิตทั้งระดับปริญญาตรีหลักสูตร ๔ ปี และ ๒ ปี พร้อม ๆ กัน

พ.ศ. ๒๕๓๕ พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศรมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร พระราชทานนามวิทยาลัยครูว่าสถาบัน “ราชภัฏ” เมื่อวันที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๓๕

พ.ศ. ๒๕๓๘ ยกฐานะเป็นสถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ตามพระราชบัญญัติสถาบันราชภัฏ ๒๕๓๘ มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ ๒๕ มกราคม พ.ศ. ๒๕๓๘

พ.ศ. ๒๕๔๐ เริ่มเปิดสอนระดับบัณฑิต ๒ หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขา การบริหารการศึกษาและหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพครู

พ.ศ. ๒๕๔๗ เมื่อวันที่ ๑๕ มิถุนายน พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ เริ่มมีผลบังคับใช้ทำให้เปลี่ยนแปลงสถานะเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

เอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

แหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญา พัฒนาการท่องเที่ยว เชี่ยวชาญงานครู เชิดชูมรดกโลก

อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

ใฝ่รู้ อุตสาหะ สำนึกดี มีจิตอาสา

ปรัชญาของมหาวิทยาลัย

คุณธรรม นำความรู้ สู่การพัฒนาท้องถิ่น สานศิลปมรดกโลก

วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย

เป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏที่มีความเป็นเลิศด้านการพัฒนานวัตกรรมที่สอดคล้องกับการศึกษาและพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืนด้วยทุนทางวัฒนธรรมแห่งเมืองมรดกโลก ภายในปี ๒๕๗๐



ภาพที่ ๑ วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย

พันธกิจของมหาวิทยาลัย

๑. ผลิตและพัฒนากำลังคนชั้นสูง

ยกระดับการพัฒนา พัฒนากำลังคนทุกช่วงวัยให้มีคุณภาพ ตอบโจทย์ท้องถิ่น มีความพร้อมในการเป็นพลเมืองโลก (Global Citizen) มีทักษะในการทำงานและใช้ชีวิตในศตวรรษที่ ๒๑ (Global Talent)

๒. พัฒนางานวิจัยและนวัตกรรม

เป็นเลิศ พัฒนางานวิจัยและนวัตกรรมให้มี Impact ต่อการเปลี่ยนแปลงในท้องถิ่น ตรงตามความต้องการ มีความสอดคล้องกับการนำมาใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นในทุกมิติ

ยกระดับ พัฒนางานวิจัย ให้มีความก้าวหน้า เป็นที่ต้องการ มี Impact ต่อการเปลี่ยนแปลงในท้องถิ่นและตอบโจทย์การพัฒนาท้องถิ่นได้

๓. พัฒนาท้องถิ่น

ผู้นำ ชุมชนในท้องถิ่นในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และอ่างทองได้รับการพัฒนาในทุกมิติ สามารถบริหารจัดการตนเองและทรัพยากรได้อย่างยั่งยืน

๔. พัฒนามหาวิทยาลัย

ดิจิทัล พัฒนามหาวิทยาลัยให้ก้าวทันเทคโนโลยี มีการบริหารจัดการอย่างชาญฉลาดคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม รองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ในการพัฒนาคน ชุมชน สังคม และท้องถิ่น ด้วยงานวิจัยและนวัตกรรมแห่งภูมิปัญญา

๕. สร้างคุณค่าทุนทางวัฒนธรรมและภูมิอยุธยา

สืบสาน สืบสาน รักษา ต่อยอด และยกระดับภูมิปัญญาโบราณ ด้วยงานวิจัยและนวัตกรรม และส่งมอบผลลัพธ์รับทรงคุณค่าสู่สังคม



ภาพที่ ๒ พันธกิจของมหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยมีอำนาจหน้าที่หรือพันธกิจในการปฏิบัติงานที่กำหนดในพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ มาตรา ๗ และ ๘

มาตรา ๗ ให้มหาวิทยาลัยเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นที่เสริมสร้างพลังปัญญาของแผ่นดิน ฟื้นฟูพลังการเรียนรู้ เชิดชูภูมิปัญญาของท้องถิ่น สร้างสรรค์ศิลปวิทยา เพื่อความเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนของปวงชน มีส่วนร่วมในการจัดการ การบำรุงรักษา การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์ให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง ทำการสอน วิจัย ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม ปรับปรุง ถ่ายทอด และพัฒนาเทคโนโลยี ทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม ผลิตครูและส่งเสริมวิทยฐานะครู

มาตรา ๘ ในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามมาตรา ๗ ให้กำหนดภาระหน้าที่ของมหาวิทยาลัย ดังต่อไปนี้

๑. แสวงหาความจริงเพื่อสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการ บนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาไทย และภูมิปัญญาสากล

๒. ผลิตภัณฑ์ที่มีความรู้คู่คุณธรรม สำนึกในความเป็นไทย มีความรักและผูกพันต่อท้องถิ่น อีกทั้งส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตในชุมชน เพื่อช่วยให้คนในท้องถิ่นรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง การผลิตบัณฑิตดังกล่าวจะต้องให้มีจำนวนและคุณภาพสอดคล้องกับแผนการผลิตบัณฑิตของประเทศ

๓. เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในคุณค่า ความสำนึก และความภูมิใจในวัฒนธรรมของท้องถิ่นและของชาติ

๔. เรียนรู้และเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนา และนักการเมืองท้องถิ่นให้มีจิตสำนึกประชาธิปไตย คุณธรรม จริยธรรม และความสามารถในการบริหารงานพัฒนาชุมชนและท้องถิ่นเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม

๕. เสริมสร้างความเข้มแข็งของวิชาชีพครู ผลิตและพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เหมาะสมกับการเป็นวิชาชีพชั้นสูง

๖. ประสานความร่วมมือและช่วยเหลือเกื้อกูลกันระหว่างมหาวิทยาลัย ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และองค์กรอื่นทั้งในและต่างประเทศเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

๗. ศึกษาและแสวงหาแนวทางพัฒนาเทคโนโลยีพื้นบ้าน และเทคโนโลยีสมัยใหม่ ให้เหมาะสมกับการดำรงชีวิตและการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่น รวมถึงการแสวงหาแนวทางเพื่อส่งเสริมให้เกิดการจัดการ การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน

๘. ศึกษา วิจัย ส่งเสริมและสืบสานโครงการอันเนื่องมาจากแนวพระราชดำริ ในการปฏิบัติภารกิจของมหาวิทยาลัย เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

ปรัชญาการศึกษาของมหาวิทยาลัย “ความรู้ สู้ปัญญา พัฒนาสังคม”

ความรู้ มุ่งพัฒนาผู้เรียนตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จัดการเรียนการสอนควบคู่การปฏิบัติ โดยบูรณาการกับการทำงานจริง

สู้ปัญญา ผู้เรียนสามารถพัฒนาทักษะเดิม เสริมสร้างทักษะใหม่ ปรับตัวได้ตามการเปลี่ยนแปลง และเรียนรู้ได้ตลอดชีวิต

พัฒนาสังคม บัณฑิตสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปพัฒนาชุมชน สังคมและท้องถิ่น มีคุณธรรม จริยธรรม และมีสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม

อัตลักษณ์

หล่อหลอมการพัฒนากำลังคน ด้วยภูมิปัญญาอันทรงคุณค่า สืบสาน รักษา ศิลปวัฒนธรรมแห่งเมืองมรดกโลก

วัฒนธรรมองค์กร “ร่วมคิด ร่วมทำ น้อมนำศาสตร์พระราชาเพื่อการพัฒนาองค์กร และท้องถิ่นอย่างยั่งยืน”

ร่วมคิด : การมีส่วนร่วมของบุคลากรในการคิด การกำหนดทิศทาง และการพัฒนาองค์กร

ร่วมทำ : บุคลากรในองค์กรจากทุกภาคส่วนของมหาวิทยาลัยร่วมทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดร่วมกัน น้อมนำศาสตร์พระราชาเพื่อการพัฒนาองค์กร

และท้องถิ่น : การนำศาสตร์ต่าง ๆ ตามแนวทางศาสตร์พระราชามาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อพัฒนาองค์กร และท้องถิ่น

อย่างยั่งยืน : มหาวิทยาลัยเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง พัฒนาท้องถิ่นให้มีความมั่นคง ยั่งยืน เป็นที่พึ่งของสังคม

ค่านิยมองค์กร

DCIDE

D Digital and Smart University ดิจิทัล

C Culture Capital and sustainable community วัฒนธรรม

I Innovation and Integration of study, research, and academic service
นวัตกรรม

D Development for Global Citizen and Global Talent การพัฒนา

E Excellence of Education for career and collaboration ความเป็นเลิศ



ภาพที่ ๓ ค่านิยมองค์กร

สมรรถนะและอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

สมรรถนะของมหาวิทยาลัย

LOCAL WISDOM ปัญญาของท้องถิ่น

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา คือ “ปัญญาของท้องถิ่น”

เชี่ยวชาญเกี่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของท้องถิ่น

เชี่ยวชาญในการพัฒนาทรัพยากรท้องถิ่นให้เติบโตและเป็นประโยชน์ต่อท้องถิ่น

เข้าใจ เข้าถึง มุ่งแก้ไขปัญหามีอยู่ในท้องถิ่น

มีเครือข่ายความร่วมมือทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในท้องถิ่น



ภาพที่ ๔ สมรรถนะของมหาวิทยาลัย

อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

H HUMAN

L LOCAL WISDOM

A ARTS AND CULTURE

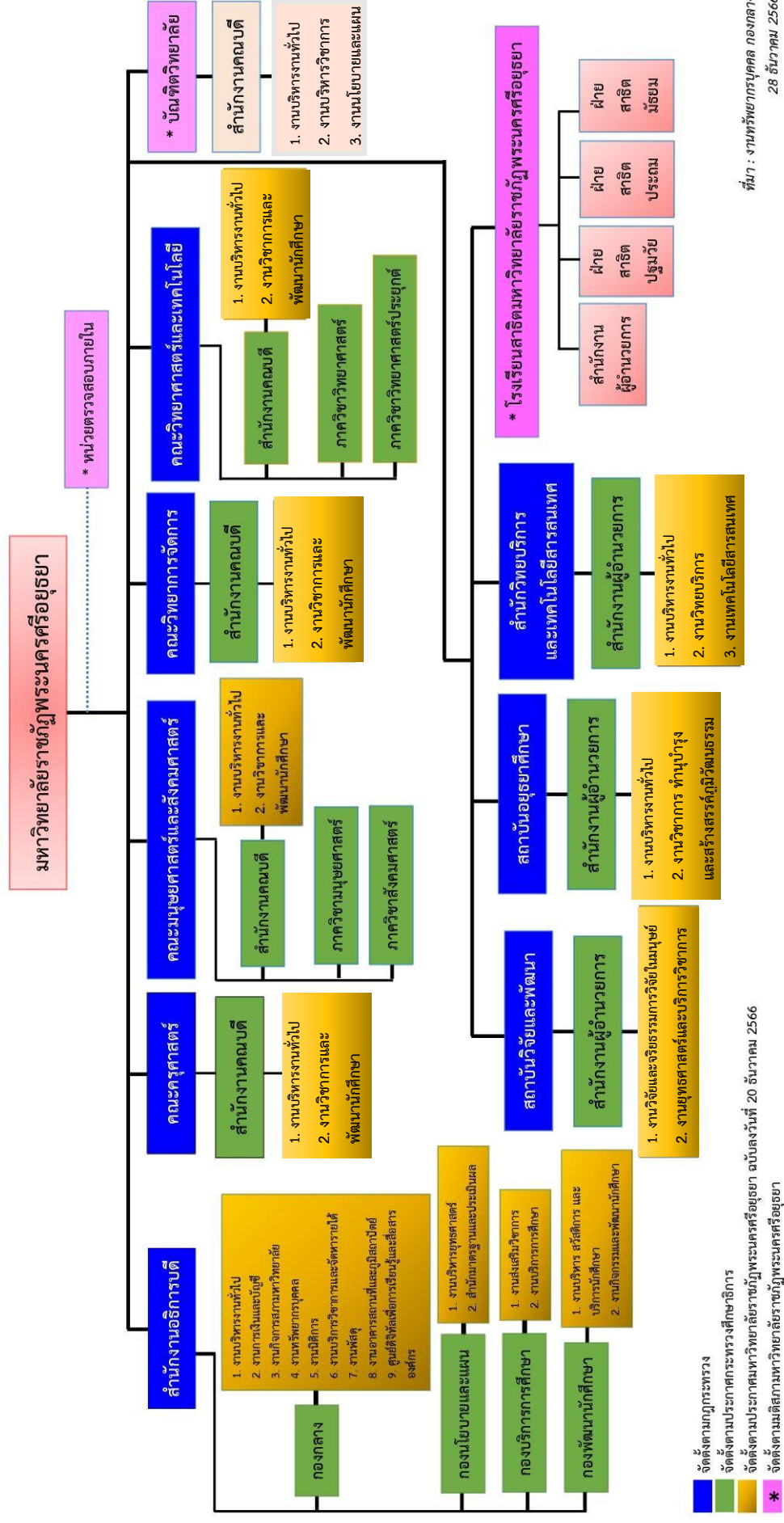
W WORLD HERITAGE

“หล่อหลอมการพัฒนากำลังคน ด้วยภูมิปัญญาอันทรงคุณค่า สืบสาน รักษา ศิลปวัฒนธรรมแห่งเมืองมรดกโลก”



ภาพที่ ๕ อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

โครงสร้างการแบ่งส่วนราชการภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา



ภาพ ๒ โครงสร้างการแบ่งส่วนราชการในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ประวัติสำนักงานอธิการบดี

พ.ศ. ๒๕๑๘ ได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติวิทยาลัยครู พ.ศ. ๒๕๑๘ ระบุให้วิทยาลัยครูเป็นส่วนราชการในกรมการฝึกหัดครูสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ และแบ่งส่วนราชการตามพระราชบัญญัติวิทยาลัยครู พ.ศ. ๒๕๑๘ มาตรา ๗ โดยกำหนดให้วิทยาลัยครูแต่ละแห่ง มีส่วนราชการ ๒ ส่วน ประกอบด้วย สำนักงานอธิการบดี (แบ่งออกเป็น ๔ แผนก ประกอบด้วย แผนกธุรการ แผนกแผนงานและประเมินผล แผนกการเงิน แผนกพัสดุ)

ต่อมาในปี พ.ศ. ๒๕๒๗ มีการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายว่าด้วยวิทยาลัยครู ได้แก้ไขพระราชบัญญัติวิทยาลัยครู พ.ศ. ๒๕๑๘ เป็นพระราชบัญญัติวิทยาลัยครู (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๒๗ ซึ่งแบ่งส่วนราชการตามมาตรา ๗ วิทยาลัยครูแต่ละแห่งมีส่วนราชการ ๓ ส่วน ประกอบด้วย สำนักงานอธิการบดี (อาจแบ่งออกเป็นฝ่ายหรือแผนก) คณะวิชา (อาจแบ่งเป็นภาควิชา) หน่วยงานที่เรียกชื่ออย่างอื่นที่มีฐานะเทียบเท่าคณะ (อาจแบ่งเป็นฝ่ายหรือแผนก) ตามนี้แห่งพระราชบัญญัติวิทยาลัยครู (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๒๗ นี้ ทำให้แผนกต่าง ๆ ที่สังกัดสำนักงานอธิการบดีได้รับการยกฐานะเป็น “ฝ่าย” ดังนั้น สำนักงานอธิการบดี จึงแบ่งออกเป็น ๕ ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายธุรการ ฝ่ายการเงิน ฝ่ายพัสดุ ฝ่ายอาคารสถานที่ และฝ่ายยานพาหนะ

ต่อมาเมื่อวันที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๓๕ พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศรมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานนาม “สถาบันราชภัฏ” เป็นชื่อสถาบันการศึกษาในกรมการฝึกหัดครูสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ แทนชื่อ “วิทยาลัยครู” ในปี พ.ศ. ๒๕๓๘ ได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติสถาบันราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๓๘ มีผลบังคับใช้ ตั้งแต่วันที่ ๒๕ มกราคม พ.ศ. ๒๕๓๘ ทำให้สถาบันราชภัฏมีฐานะเป็นส่วนราชการ ในสำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ และในปีเดียวกันนี้ วันที่ ๒๕ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๓๘ สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏประกาศเรื่องหลักเกณฑ์การแบ่งส่วนราชการในสถาบัน ราชภัฏ เพื่อความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติสถาบันราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๓๘ โดยสำนักงานอธิการบดี สถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา แบ่งเป็น ๑๑ ฝ่าย ประกอบด้วย ฝ่ายธุรการ ฝ่ายเลขานุการ ฝ่ายพัสดุ ฝ่ายการเจ้าหน้าที่ ฝ่ายการเงิน ฝ่ายยานพาหนะ ฝ่ายอาคารสถานที่ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายศิลปกรรม ฝ่ายสวัสดิการ และฝ่ายรักษาความปลอดภัย

ต่อมาในปี พ.ศ. ๒๕๔๒ เพื่อความเหมาะสม สำนักงานอธิการบดี ได้แบ่งส่วนราชการเป็น ๑๐ ฝ่าย ประกอบด้วย ฝ่ายเลขานุการ ฝ่ายธุรการ ฝ่ายการเจ้าหน้าที่ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายการเงิน ฝ่ายพัสดุ ฝ่ายสวัสดิการ ฝ่ายอาคารสถานที่ ฝ่ายยานพาหนะ ฝ่ายรักษาความปลอดภัย

ต่อมาในปี พ.ศ. ๒๕๔๒ ได้มีประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง การแบ่งส่วนราชการในสถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. ๒๕๔๒ กำหนดให้มีส่วนอำนวยการและสำนักงานเลขานุการในสำนักงานอธิการบดี จึงให้มีส่วนอำนวยการในสำนักงานอธิการบดีโดยแบ่งออกเป็น ๑๑ ฝ่าย ประกอบด้วย ฝ่ายเลขานุการ ฝ่ายธุรการ ฝ่ายการเงิน ฝ่ายการเจ้าหน้าที่ ฝ่ายพัสดุ ฝ่ายอาคารสถานที่

ต่อมาในเดือนตุลาคม พ.ศ. ๒๕๔๔ สถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ได้ประชุมหน่วยงานในสำนักงานอธิการบดี เพื่อรองรับการเป็นนิติบุคคลภายใต้ชื่อมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

เพื่อให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติการปฏิรูปการศึกษา พ.ศ. ๒๕๔๔ จึงได้มีการยุบหน่วยงานบางหน่วยงาน และจัดตั้งเป็นหน่วยงานใหม่ขึ้น ประกอบด้วย ฝ่ายธุรการ (งานสารบรรณ งานประชุม งานกิจกรรมสภามหาวิทยาลัย งานเลขานุการผู้บริหาร) ฝ่ายอาคารและสถานที่ (งานอาคารและศิลปกรรม งานวางผังและพัฒนาออกแบบ งานระบบสาธารณูปโภค งานซ่อมบำรุง งานรักษาความปลอดภัย งานยานพาหนะ งานพัฒนาพื้นที่) ฝ่ายการเจ้าหน้าที่ (งานนิติกรรมและวินัย งานพัฒนาและบุคลากร

งานสวัสดิการสิทธิประโยชน์) ฝ่ายการเงิน (งานการเงินงานบัญชี) ฝ่ายทรัพย์สินและการจัดการรายได้ (งานฝ่ายทุนมูลนิธิ งานจัดการทรัพย์สินและองค์การจัดการรายได้) ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายพัสดุ

ต่อมาปี พ.ศ. ๒๕๔๗ สถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ได้ปรับเปลี่ยนสถานะเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ และ ปี พ.ศ. ๒๕๔๘ ได้มีการกำหนดจัดตั้งส่วนราชการตามกฎหมายกระทรวงส่วนราชการในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา กระทรวงศึกษาธิการ

พ.ศ. ๒๕๔๘ กำหนดให้มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา มีส่วนราชการ ๘ ส่วนราชการ ได้แก่ สำนักงานอธิการบดี คณะครุศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันวิจัยและพัฒนา สถาบันอยุธยาศึกษา และสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

ปี พ.ศ. ๒๕๔๙ มีการแบ่งส่วนราชการในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง การแบ่งส่วนราชการในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. ๒๕๔๙ ในส่วนของสำนักงานอธิการบดี แบ่งออกเป็น ๔ กอง คือ กองกลาง กองนโยบายและแผนกองบริการการศึกษา และกองพัฒนานักศึกษา

สำนักงานอธิการบดี ตั้งอยู่ ณ อาคารศรีอยุธยา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เลขที่ ๙๖ ถนนปรีดีพนมยงค์ ตำบลประตูชัย อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รหัสไปรษณีย์ ๑๓๐๐๐ โทรศัพท์ ๐-๓๕๒๗-๖๕๕๕ ต่อ ๑๑๑๑-๑๑๑๔ โทรสาร ๐-๓๕๓๒-๒๐๗ LINE Official Account : @praru เว็บไซต์ : www.aru.ac.th/ops/ Facebook : www.facebook.com/pr.aru/

ปรัชญา วิสัยทัศน์ พันธกิจของของสำนักงานอธิการบดี

ปรัชญาของสำนักงานอธิการบดี

สนับสนุนและพัฒนากิจการบริหารจัดการมหาวิทยาลัยอย่างมีคุณภาพ

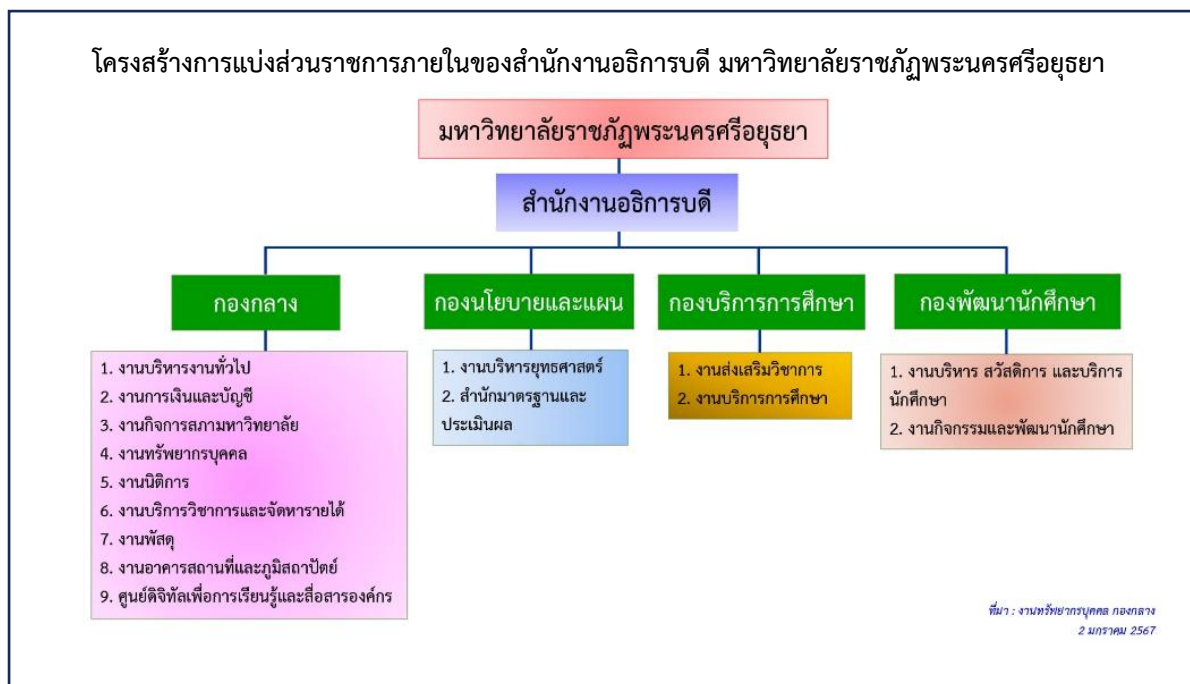
วิสัยทัศน์ของสำนักงานอธิการบดี

เป็นองค์กรสมรรถนะสูงด้านการบริหารจัดการ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานทุกพันธกิจของมหาวิทยาลัยภายในปี ๒๕๗๐

พันธกิจของสำนักงานอธิการบดี

๑. สร้างและพัฒนาระบบและกลไกการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการ และสนับสนุนการดำเนินงานทุกพันธกิจของมหาวิทยาลัย
๒. สร้างและพัฒนาระบบและกลไกการบริหารนโยบาย ยุทธศาสตร์และงบประมาณให้มีประสิทธิภาพสูงรองรับการพัฒนาและทันต่อการเปลี่ยนแปลง
๓. ส่งเสริมและสนับสนุนการบริหารจัดการและการบริการการศึกษา
๔. ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาและการบริการการศึกษา
๕. ส่งเสริมการนำศาสตร์พระราชามาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการองค์กร
๖. พัฒนาองค์กรและบุคลากรให้มีสมรรถนะสูง และเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

โครงสร้างการแบ่งส่วนราชการภายในของสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา



ภาพที่ ๗ โครงสร้างสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ประวัติความเป็นมาของกองกลาง

กองกลาง เป็นหน่วยงานระดับกอง สังกัดสำนักงานอธิการบดีตามมาตรา ๑๐ วรศ ๔ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. ๒๕๓๗ ซึ่งเดิมใช้ชื่อว่า “สำนักงานอธิการ” เป็นส่วนราชการที่ตั้งขึ้นตามมาตรา ๗ แห่งพระราชบัญญัติวิทยาลัยครู พ.ศ. ๒๕๑๘ ต่อมาเมื่อพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศรมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาจักรีบรมนาถบพิตรทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานนาม “สถาบันราชภัฏ” ให้แก่วิทยาลัยครู สำนักงานอธิการจึงเปลี่ยนเป็นสำนักงานอธิการบดี ตามมาตรา ๑๐ แห่งพระราชบัญญัติสถาบันราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๓๘ แบ่งส่วนราชการออกเป็น ๑๐ ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายธุรการ ฝ่ายการเงิน ฝ่ายพัสดุ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายการเจ้าหน้าที่ ฝ่ายอาคารสถานที่ ฝ่ายยานพาหนะ ฝ่ายแผนงาน ฝ่ายกิจการนักศึกษา และฝ่ายสวัสดิการ

เมื่อมีการปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการภายในมหาวิทยาลัยให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น กองกลางได้ปรับสถานะเป็นหน่วยงานระดับกอง ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องการแบ่งส่วนราชการในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. ๒๕๔๔ ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา หน้า ๑๖ เล่ม ๑๒๓ ตอนที่ ๗๔ ง เมื่อวันที่ ๓ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๔๔ มีผลบังคับใช้ ณ วันที่ ๒๓ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๔๔ ออกประกาศให้แบ่งส่วนราชการ ในสำนักงานอธิการบดีออกเป็น ๔ กอง คือ

๑. กองกลาง
๒. กองนโยบายและแผน
๓. กองบริการการศึกษา
๔. กองพัฒนานักศึกษา

ต่อมาเมื่อวันที่ ๑๕ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๕๐ นายกสภามหาวิทยาลัยได้ลงนามในประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เรื่องการแบ่งส่วนราชการในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. ๒๕๕๐ โดยให้กองกลางแบ่งส่วนราชการออกเป็น ๘ กลุ่มงาน คือ ๑) กลุ่มงานบริหารทั่วไป ๒) กลุ่มงานบริหารงานบุคคล ๓) กลุ่มงานการเงินและบัญชี ๔) กลุ่มงานหารายได้และสวัสดิการ ๕) กลุ่มงานกิจการคณะกรรมการ ๖) กลุ่มงานอาคารสถานที่และภูมิสถาปัตย์ ๗) กลุ่มงานพัสดุ และ ๘) กลุ่มงานประชาสัมพันธ์

ต่อมาเมื่อวันที่ ๒๐ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๖ นายกสภามหาวิทยาลัยได้ลงนามในประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เรื่องการแบ่งส่วนราชการภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. ๒๕๕๖ โดยให้การบริหารงานบุคคลของสำนัก สถาบัน และคณะหรือหน่วยงานอื่นที่เทียบเท่าคณะ ในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เป็นไปตามนัยแห่งกฎหมาย อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๘ (๒) (๕) และมาตรา ๑๑ วรรคสาม แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ และมติที่ประชุมสภามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาในคราวประชุมครั้งที่ ๘/๒๕๕๕ เมื่อวันที่ ๑๙ กันยายน พ.ศ. ๒๕๕๕ ยกเลิกประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เรื่องการแบ่งส่วนราชการในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. ๒๕๕๐ และให้ใช้ประกาศฉบับนี้แทน โดยให้มีการแบ่งส่วนราชการเป็นงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ดังต่อไปนี้

การแบ่งงาน กองกลางแบ่งงานภายในออกเป็น ๙ งาน ประกอบด้วย

- | | |
|---|-----------------------------------|
| ๑. งานบริหารงานทั่วไป | ๒. งานการเงินและบัญชี |
| ๓. งานกิจการสภามหาวิทยาลัย | ๔. งานทรัพยากรบุคคล |
| ๕. งานนิติการ | ๖. งานบริการวิชาการและจัดหารายได้ |
| ๗. งานพัสดุ | ๘. งานอาคารสถานที่และภูมิสถาปัตย์ |
| ๙. ศูนย์ดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้และสื่อสารองค์กร | |

หน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานของกองกลาง

กองกลาง มีอำนาจหน้าที่ดังนี้

๑. ดำเนินการเกี่ยวกับงานบริหารงานทั่วไป ทำหน้าที่บริหารจัดการภายในสำนักงาน และการบริหารทั่วไปของมหาวิทยาลัย และกองกลาง เช่น งานธุรการ งานสารบรรณ การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูล สถิติ การรายงาน ช่วยวางแผนและติดตามงาน การติดต่อนัดหมาย จัดงานรับรอง งานพิธีการต่าง ๆ ดำเนินการเกี่ยวกับงานประชุม การติดต่อกับหน่วยงานและบุคคลต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก ติดตามและรายงานผลการปฏิบัติงานตามมติที่ประชุมหรือผลการปฏิบัติงานตามคำสั่ง

๒. ดำเนินการเกี่ยวกับงานบริหารงานบุคคล ทำหน้าที่บริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลของหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะงานที่ปฏิบัติเกี่ยวกับการศึกษา วิเคราะห์ เพื่อกำหนดหน่วยงานและความต้องการอัตรากำลัง การกำหนดและตรวจสอบเกี่ยวกับตำแหน่ง เงินเดือน การดำเนินงานด้านงานบริหารงานบุคคลต่าง ๆ เช่น การสรรหาและจัดสรรบุคคลเข้าปฏิบัติราชการ การดำเนินการเกี่ยวกับตำแหน่ง อัตราเงินเดือน การตอบแทนสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ความต้องการและการวางแผนพัฒนาทรัพยากรบุคคล ทู่นพัฒนาอาจารย์ การส่งเสริมและพัฒนาสมรรถนะในการปฏิบัติงาน การชำระรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพและสิทธิภาพ การจัดสวัสดิการ การเสริมสร้างสุขภาพและบรรยากาศ การจัดทำทะเบียนประวัติ การดำเนินการเกี่ยวกับการออกจากราชการ การติดตามและประเมินผลการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรบุคคล การจัดทำข้อมูลและสารสนเทศด้านการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล

๓. ดำเนินการเกี่ยวกับงานการเงินและบัญชี ทำหน้าที่ทางวิชาการเงิน การคลังและการบัญชี ซึ่งมีลักษณะงานที่ปฏิบัติเกี่ยวกับการเงิน การคลัง การบัญชี การวิเคราะห์งบประมาณ การจัดทำรายงานทาง

การเงิน การวิเคราะห์สถานะทางการเงินและบัญชี การจัดทำฐานข้อมูลทางการเงิน การตรวจสอบความถูกต้องของการลงบัญชีประเภทต่าง ๆ

๔. ดำเนินการเกี่ยวกับงานสวัสดิการและหารายได้ ซึ่งมีลักษณะงานที่ปฏิบัติเกี่ยวกับสวัสดิการของบุคลากร เช่น บ้านพักอาศัย เงินช่วยเหลือ ของที่ระลึกต่าง ๆ ให้แก่บุคลากรทุกประเภทและบริหารจัดการเกี่ยวกับงานจัดหารายได้ของมหาวิทยาลัย เช่น การเช่าสถานที่ การประมูลร้านค้า การคัดเลือกผู้ประกอบการร้านค้า ติดต่อประสานงาน ดำเนินการด้านเอกสารต่าง ๆ การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลสถิติการรายงาน ช่วยวางแผนและติดตามงาน การติดต่อนัดหมาย งานประชุม การติดต่อกับหน่วยงาน และบุคคลต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก ติดตามและรายงานผลการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับงานสวัสดิการและหารายได้ของมหาวิทยาลัย

๕. ดำเนินการเกี่ยวกับงานกิจการคณะกรรมการ ซึ่งมีลักษณะงานที่ปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการประชุมของสภามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาและกรรมการอื่นที่เกี่ยวข้อง สนับสนุน ส่งเสริมการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของสภามหาวิทยาลัย ประสานและอำนวยความสะดวกให้กับกรรมการสภามหาวิทยาลัย จัดทำงบประมาณในการดำเนินกิจการของสภามหาวิทยาลัย ศึกษา รวบรวม จัดเก็บรักษา วิเคราะห์ กฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเพื่อเสนอข้อมูลประกอบการพิจารณาของสภามหาวิทยาลัย ปฏิบัติการร่วมกันหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับสภามหาวิทยาลัยทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย และปฏิบัติงานอื่นตามที่นายกสภามหาวิทยาลัยมอบหมาย

๖. ดำเนินการเกี่ยวกับงานอาคารสถานที่และภูมิสถาปัตย์ ทำหน้าที่ทางวิศวกรรมโยธา วิศวกรรมไฟฟ้า วิศวกรรมทั่วไป เช่น การออกแบบ คัดลอกแบบแปลน ควบคุมงานก่อสร้าง สำรอง ซ่อมแซม และบำรุงรักษา อาคารสถานที่และภูมิสถาปัตย์ งานสร้าง ซ่อม ประกอบ ดัดแปลง ทดสอบ ติดตั้ง บำรุงรักษา จัดเก็บ เบิกจ่าย เครื่องมือ เครื่องจักร วัสดุและอุปกรณ์ต่าง ๆ คำนวณรายการและควบคุมตรวจสอบความเรียบร้อย คำนวณราคา และประมาณราคาในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับงานอาคารสถานที่และภูมิสถาปัตย์ จัดเก็บรักษา ให้คำปรึกษา คำแนะนำ ให้บริการวิชาการ ช่วยสอนหรือฝึกอบรม ถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านวิศวกรรมโยธา วิศวกรรมไฟฟ้า และวิศวกรรมทั่วไป

๗. ดำเนินการเกี่ยวกับงานพัสดุ ทำหน้าที่วิชาการพัสดุ ซึ่งมีลักษณะงานที่ปฏิบัติเกี่ยวกับการพัสดุทั่วไปของส่วนราชการ ร่างสัญญาซื้อ สัญญาจ้าง การศึกษาค้นคว้ารายละเอียดต่าง ๆ ของวัสดุและครุภัณฑ์ เพื่อกำหนดมาตรฐานและคุณภาพของพัสดุ การศึกษาวิเคราะห์และเสนอความเห็นเกี่ยวกับงานพัสดุ

๘. ดำเนินการเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีลักษณะงานที่ปฏิบัติเกี่ยวกับการสำรวจ รวบรวม รับฟังความคิดเห็นของบุคลากร นักเรียน นักศึกษา และประชาชน ศึกษาวิเคราะห์ เสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เก็บรวบรวมข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ จัดทำข่าวสารเอกสารความรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น จัดปาฐกถา อธิปราชย์ สัมมนา จัดนิทรรศการ เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานหรือผลงานของหน่วยงาน หรือมหาวิทยาลัย หรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ปฏิบัติงานโสตทัศนศึกษาในการรวบรวมข้อมูลทางวิชาการนำมาดัดแปลงและเผยแพร่ในรูปแบบของโสตทัศนูปกรณ์ต่าง ๆ การใช้เทคนิคหรืออุปกรณ์ในการบรรยาย ประชุม ฝึกอบรม นิทรรศการต่าง ๆ ควบคุมการใช้ จัดหา และเก็บรักษาโสตทัศนูปกรณ์ การออกแบบภาพ ฉากและตัวอักษร ออกแบบและจัดทำแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ จัดฉากหรือออกแบบตกแต่งอาคารสถานที่ต่าง ๆ

๙. ดำเนินการเกี่ยวกับงานนิติการ ทำหน้าที่ด้านกฎหมาย ซึ่งมีลักษณะงานที่ปฏิบัติเกี่ยวกับการพิจารณาวินิจฉัยปัญหากฎหมาย ร่างและพิจารณาตรวจร่างกฎหมาย กฎ ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

จัดทำนิติกรรม รวบรวมข้อเท็จจริง และพยานหลักฐานเพื่อดำเนินการทางคดี การสอบสวนตรวจพิจารณา ดำเนินการเกี่ยวกับวินัยของบุคลากรและการร้องทุกข์หรืออุทธรณ์

๑๐. ดำเนินการเกี่ยวกับงานตรวจสอบภายใน ซึ่งมีลักษณะงานที่ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับงาน ให้คำปรึกษาและให้ข้อมูลเกี่ยวกับการตรวจสอบ ด้วยวิธีการประเมินการจัดการความเสี่ยงการประเมิน การควบคุมภายในกระบวนการกำกับดูแลตามนโยบาย ระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมาย หลักการบัญชี ที่กรมบัญชีกลางกำหนดแก่หน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย เพื่อเพิ่มคุณค่าและปรับปรุงประสิทธิภาพ ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานรับตรวจให้บรรลุถึงเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

๑๑. ดำเนินการเกี่ยวกับงานกิจการพิเศษ ซึ่งมีลักษณะการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับงานบริหารจัดการ กิจการ งาน/โครงการพิเศษ ที่นอกเหนือจากภาระงานประจำของมหาวิทยาลัย อำนวยความสะดวก ดำเนินการด้านเอกสาร การประชุม การให้บริการทางวิชาการ การวางแผนงาน/โครงการ ติดตามประเมินผล และรายงานผลการดำเนินงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

กองกลาง มีที่ตั้งอยู่ภายในสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เลขที่ ๙๖ ถนนปรีดีพนมยงค์ ตำบลประตูชัย อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รหัสไปรษณีย์ ๑๓๐๐๐ โทรศัพท์ ๐-๓๕๒๗-๖๕๕๕ ต่อ ๑๑๑๑-๑๑๑๔ โทรสาร ๐-๓๕๓๒-๒๐๗ LINE Official Account : @praru เว็บไซต์ : www.aru.ac.th/central/

ปรัชญา วิสัยทัศน์ พันธกิจ ของกองกลาง

ปรัชญาของกองกลาง

บริการ สนับสนุนและพัฒนาการบริหารจัดการมหาวิทยาลัยอย่างมีคุณภาพ

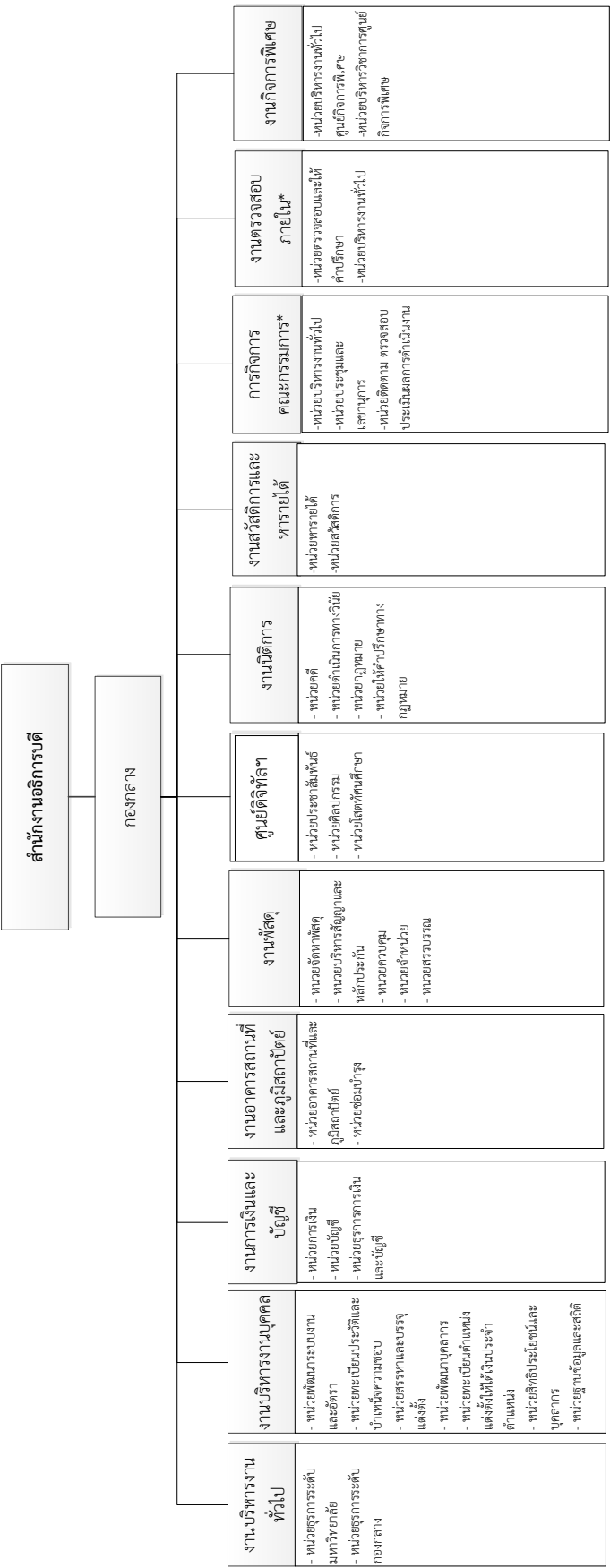
วิสัยทัศน์

ภายในปี ๒๕๗๐ กองกลาง สำนักงานอธิการบดี มีความมุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรสมรรถนะสูง ด้านการบริหารจัดการ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานทุกพันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

พันธกิจ

๑. อำนวยการและจัดการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย
๒. บริการทางการเงิน การจัดหา วัสดุ ครุภัณฑ์ อาคารสถานที่และจัดสรรบุคลากร
๓. สนับสนุนการเรียนการสอน การบริการการศึกษา พร้อมทั้งสนับสนุนการบริหารงานของผู้บริหาร และมหาวิทยาลัย
๔. เป็นหน่วยงานที่รวบรวมข้อมูลข่าวสาร เพื่อเผยแพร่ไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย
๕. กำกับ ดูแลบุคลากรให้ปฏิบัติงานตามระเบียบข้อบังคับ
๖. พัฒนาบุคลากรเพื่อการทำงานให้มีความชัดเจน ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับ
๗. บริการและอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับระบบสาธารณูปโภคของมหาวิทยาลัย
๘. บริการงานยานพาหนะเพื่อใช้ในการเรียนการสอน การบริการวิชาการแก่บุคลากรภายใน และบุคคลภายนอก

โครงสร้างการบริหารงานของกองกลาง



ภาพที่ ๘ โครงสร้างการบริหารงานของกองกลาง

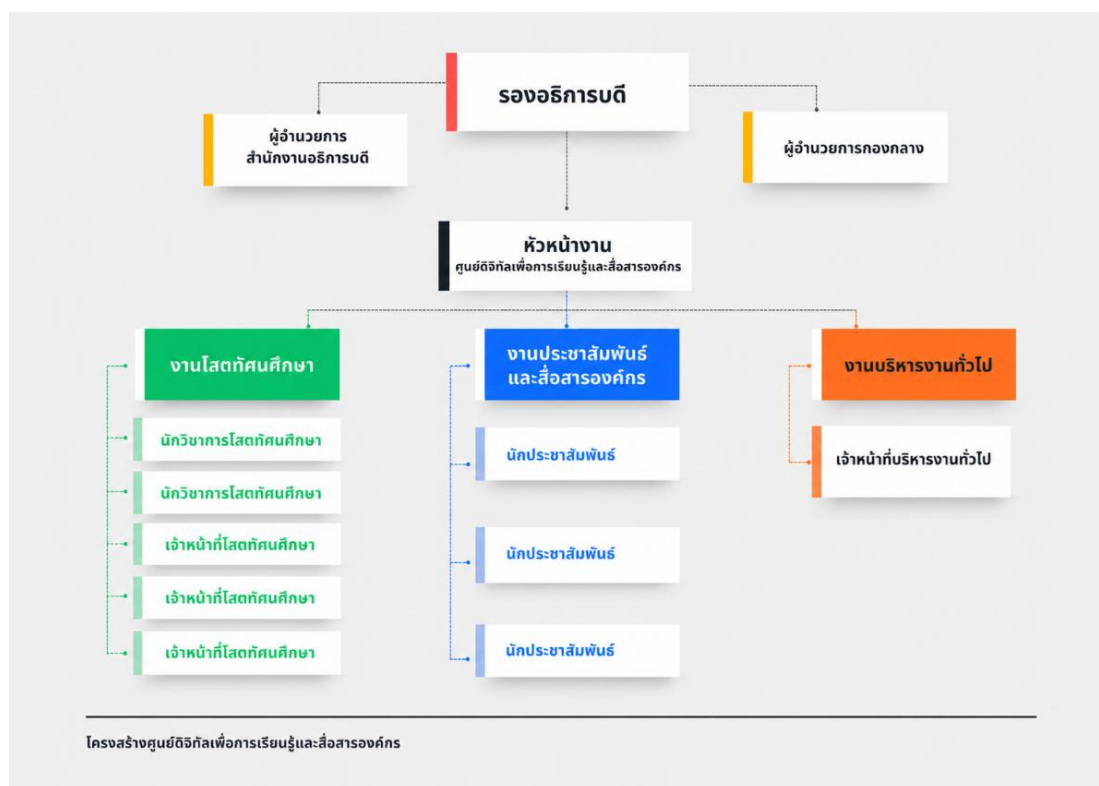
ประวัติความเป็นมาของศูนย์ดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้และสื่อสารองค์กร

ศูนย์ดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้และสื่อสารองค์กร เป็นงานหนึ่งในกองกลาง สำนักงานอธิการบดี มีภารกิจหลักสนับสนุนฝ่ายบริหาร และสนับสนุนส่งเสริมการกิจกรรมต่าง ๆ ของทุกหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย ดำเนินงานด้านสื่อวีดิทัศน์ การสื่อสารองค์กร การเผยแพร่ข่าวสาร แก่ไขความเข้าใจผิด สร้างทัศนคติ ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัย รวมถึงการบริหารงบประมาณด้านการสื่อสารองค์กร โดยมีหัวหน้าหน่วยงานในตำแหน่ง คือ หัวหน้างานศูนย์ดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้และสื่อสารองค์กร ภายใต้การกำกับดูแลของรองอธิการบดีฝ่ายยุทธศาสตร์ แผนงานและกิจการสภามหาวิทยาลัย ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายกิจการพิเศษ ผู้อำนวยการสำนักงานอธิการบดี ผู้อำนวยการกองกลาง

หน้าที่ความรับผิดชอบ

๑. งานสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร
๒. งานสื่อสร้างสรรค์
๓. งานกิจกรรมพิเศษ
๔. งานผลิตสื่อวีดิทัศน์
๕. งานเครื่องเสียงห้องประชุม
๖. งานธุรการและบริการ

โครงสร้างการบริหารงานของศูนย์ดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้และสื่อสารองค์กร



ภาพที่ ๙ โครงสร้างการบริหารงานของศูนย์ดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้และสื่อสารองค์กร

ส่วนที่ ๒

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

เรื่อง การผลิตคลิปวิดีโอ (TikTok) เพื่อใช้กับงานสื่อสารองค์กร ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ที่มาของการผลิตคลิปวิดีโอ (TikTok)

การผลิตคลิปวิดีโอผ่านแพลตฟอร์ม TikTok เกิดขึ้นจากการปรับตัวของงานประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลและพฤติกรรมการรับสื่อของประชาชนในยุคปัจจุบัน ทั้งนี้ การผลิตคลิปวิดีโอ TikTok ถือเป็นงานด้านการผลิตวีดิทัศน์ที่นำกระบวนการผลิต การถ่ายทำ การบันทึกเสียง การตัดต่อ และการนำเสนอ เพียงแต่มีการปรับกระบวนการและรูปแบบการผลิตให้เหมาะสมกับลักษณะของแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันออนไลน์ ซึ่งมีข้อกำหนดด้านสัดส่วนภาพ ระยะเวลาการนำเสนอ และพฤติกรรม การรับชมของผู้ใช้งาน โดยผู้รับสารนิยมบริโภคเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอสั้นที่มีความกระชับ เข้าใจง่าย และสามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลให้หน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ จำเป็นต้องพัฒนา รูปแบบการสื่อสารให้ทันสมัยและตอบสนองต่อแนวโน้มดังกล่าว

นอกจากนี้ การผลิตคลิปวิดีโอยังเป็นการสนับสนุนแนวทางการสื่อสารองค์กรในยุคดิจิทัล ที่ให้ความสำคัญกับการเล่าเรื่อง การสร้างภาพลักษณ์องค์กร ในและการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ผ่านสื่อ มัลติมีเดีย ซึ่งช่วยให้การประชาสัมพันธ์มีความทันสมัย ตรงกับพฤติกรรมผู้รับสาร และสามารถสื่อสารได้อย่าง มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การผลิตคลิปวิดีโอในบริบทของนักประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา มีที่มาจากความจำเป็นในการพัฒนารูปแบบการสื่อสารองค์กรให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับสารในยุคดิจิทัล โดยมุ่งเน้นการนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร และภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยผ่านคลิปวิดีโอรูปแบบสั้นบน แพลตฟอร์ม TikTok ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยมีพื้นฐานมาจาก แนวคิดดังนี้

๑. บทบาทของการประชาสัมพันธ์ในสถาบันอุดมศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ในฐานะสถาบันการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นและ สร้างองค์ความรู้ มีภารกิจสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรม และผลงานวิชาการสู่สาธารณชน การผลิตคลิปวิดีโอผ่าน TikTok จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้นักประชาสัมพันธ์สามารถสื่อสารได้อย่าง กระชับ เข้าใจง่าย และสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์

ในยุคที่สื่อดิจิทัลมีบทบาทอย่างมากต่อการรับรู้ข่าวสาร แพลตฟอร์มวิดีโอสั้น เช่น TikTok ได้รับความนิยมนสูง เนื่องจากสามารถนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่รวดเร็ว น่าสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย หลากหลาย การผลิตคลิปวิดีโอจึงเป็นแนวทางสำคัญในการปรับตัวของงานประชาสัมพันธ์ให้ทันต่อ การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมกระแสสื่อ

๓. การสะท้อนอัตลักษณ์องค์กร

การผลิตคลิปวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องคำนึงถึงอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ทั้งการใช้โลโก้ สีประจำองค์กร รูปแบบตัวอักษร และโทนการนำเสนอ เพื่อให้การสื่อสารมีความเป็นเอกภาพ

และสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ นักประชาสัมพันธ์จึงต้องยึดแนวทางตามคู่มืออัตลักษณ์องค์กร ในการผลิตคลิปวิดีโอ

๔. ความต้องการด้านคุณภาพและมาตรฐานการสื่อสาร

การเผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัยในรูปแบบวิดีโอจำเป็นต้องมีความถูกต้อง น่าสนใจ และสอดคล้องกับมาตรฐานองค์กร การผลิตคลิปวิดีโอ TikTok จึงมีที่มาจากความมุ่งมั่นในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีคุณภาพ ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารองค์กรในยุคสื่อออนไลน์

วัตถุประสงค์ของการผลิตคลิปวิดีโอ TikTok

๑. กำหนดมาตรฐานการผลิตคลิปวิดีโอที่เป็นเอกภาพ เพื่อกำหนดแนวทางการนำเสนอเนื้อหา รูปแบบภาพ เสียง ตัวอักษร โลโก้ และองค์ประกอบต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

๒. เป็นแนวทางปฏิบัติให้แก่บุคลากร เพื่อให้เจ้าหน้าที่ นักประชาสัมพันธ์ และผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถผลิตคลิปวิดีโอ TikTok ได้อย่างเป็นระบบ ตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผนเนื้อหา การถ่ายทำ การตัดต่อ จนถึง การเผยแพร่

๓. เพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อให้คลิปวิดีโอมีคุณภาพ สามารถถ่ายทอดข้อมูลได้อย่างกระชับ เข้าใจง่าย น่าสนใจ และตรงตามกลุ่มเป้าหมาย

๔. สนับสนุนการทำงานที่ประหยัดและทันเวลา โดยกำหนดกระบวนการผลิตที่ชัดเจน ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดขั้นตอนการแก้ไขซ้ำซ้อน และเพิ่มความคล่องตัวในการดำเนินงาน

๕. ยกระดับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเพื่อให้ผลงานคลิปวิดีโอสะท้อนความเป็นมืออาชีพ ทันสมัย และสร้างความเชื่อมั่น รวมถึงการรับรู้ที่ดีต่อองค์กรในสื่อสังคมออนไลน์ความเป็นมืออาชีพ ทันสมัย และสร้างความเชื่อมั่นแก่สาธารณชน

คำจำกัดความของงานผลิตคลิปวิดีโอ TikTok

งานการผลิตคลิปวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาทางแพลตฟอร์ม TikTok หมายถึง กระบวนการสร้างสรรค์คลิปวิดีโอรูปแบบสั้นเพื่อการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์ม TikTok โดยครอบคลุมตั้งแต่การวางแผนเนื้อหา การเขียนบทหรือกำหนดแนวคิด การถ่ายทำ การตัดต่อและปรับแต่ง ตลอดจนการเผยแพร่และวิเคราะห์ผลการเข้าถึง

คลิปวิดีโอ TikTok มีลักษณะเฉพาะที่เน้นความกระชับ น่าสนใจ และสอดคล้องกับพฤติกรรม การรับสื่อของผู้ใช้งานในยุคดิจิทัล โดยใช้รูปแบบการนำเสนอที่สร้างสรรค์ เช่น การเล่าเรื่อง การใช้เสียงเพลง เอฟเฟกต์ หรือเทคนิคการตัดต่อ เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วม และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับบริบทของงานประชาสัมพันธ์องค์กร การผลิตคลิปวิดีโอ TikTok หมายถึง การสร้างสื่อวิดีโอที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ขององค์กร มีความถูกต้องของข้อมูล และมุ่งเน้นการสื่อสารภาพลักษณ์ ข่าวสาร กิจกรรม หรือสาระความรู้ของหน่วยงานให้แก่สาธารณชนอย่างทันสมัยและมีมาตรฐาน

นิยามศัพท์

องค์กร หมายถึง มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

หน่วยงาน หมายถึง คณะ สำนัก สถาบัน กองต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

คลิปวิดีโอ สื่อมัลติมีเดียรูปแบบภาพเคลื่อนไหวที่มีเสียงหรือไม่มีเสียง ใช้สำหรับนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรม หรือภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและน่าสนใจ

การผลิตคลิปวิดีโอ กระบวนการสร้างสรรค์วิดีโอ ตั้งแต่การวางแผนเนื้อหา (Pre-production) การถ่ายทำ (Production) และการตัดต่อพร้อมเผยแพร่ (Post-production) เพื่อให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพตามวัตถุประสงค์

เนื้อหาประชาสัมพันธ์ ข้อมูล ข่าวสาร หรือกิจกรรมของมหาวิทยาลัยที่จัดทำขึ้นเพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ สร้างการรับรู้ และส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องแก่

สัญลักษณ์องค์กร องค์ประกอบด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เช่น โลโก้ สีประจำมหาวิทยาลัย รูปแบบตัวอักษร และแนวทางการสื่อสาร ที่ต้องนำมาใช้ในการผลิตคลิปวิดีโอ เพื่อสร้างความเป็นเอกภาพ

กลุ่มเป้าหมาย บุคคลหรือกลุ่มผู้รับสารที่มหาวิทยาลัยต้องการสื่อสารด้วย เช่น นักเรียน นักศึกษา ผู้ปกครอง บุคลากร ศิษย์เก่า และประชาชนทั่วไป

การมีส่วนร่วม (Engagement) การตอบสนองของผู้รับสารต่อคลิปวิดีโอ เช่น การกดถูกใจ (Like) แสดงความคิดเห็น (Comment) การแชร์ (Share) และการติดตาม (Follow)

อัลกอริทึม (Algorithm) ระบบการคัดเลือกและแนะนำเนื้อหาของแพลตฟอร์ม TikTok ที่ช่วยให้คลิปวิดีโอเข้าถึงผู้ชมตามความสนใจและพฤติกรรมการใช้งาน

วิดีโอรูปแบบสั้น รูปแบบวิดีโอความยาวสั้น เน้นการนำเสนอที่รวดเร็ว กระชับ และดึงดูดความสนใจ เหมาะกับพฤติกรรมการรับสื่อในยุคดิจิทัล

ลักษณะสำคัญของงานออกแบบกราฟิก

การผลิตคลิปวิดีโอผ่านแพลตฟอร์ม TikTok ในบริบทของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เป็นการสื่อสารประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ที่ผสมผสานความคิดสร้างสรรค์เข้ากับการนำเสนอข้อมูลอย่างมีระบบ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับสื่อของผู้ชมในยุคดิจิทัล โดยมีลักษณะสำคัญดังนี้

๑. การสื่อสารด้วยวิดีโอรูปแบบสั้น เน้นการนำเสนอเนื้อหาแบบกระชับ เข้าใจง่าย และดึงดูดความสนใจภายในระยะเวลาสั้น เหมาะสมกับลักษณะการใช้งานของแพลตฟอร์ม TikTok และพฤติกรรมผู้ชมในปัจจุบัน

๒. การนำเสนอเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์และทันสมัย ใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง การใช้เพลง เสียงเอฟเฟกต์ และรูปแบบการตัดต่อที่สอดคล้องกับความนิยมของสังคม เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร

๓. การสะท้อนเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เนื้อหาวิดีโอจำเป็นต้องสื่อถึงภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ผ่านการใช้โลโก้ สี รูปแบบตัวอักษร และโทน การนำเสนอที่เหมาะสม ดังภาพที่ ๑๐ - ๑๔

๔. การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ครอบคลุมทั้งนักเรียน นักศึกษา บุคลากร ศิษย์เก่า และประชาชนทั่วไป โดยปรับรูปแบบการนำเสนอให้สอดคล้องกับความสนใจและพฤติกรรมของแต่ละกลุ่ม

๕. ความรวดเร็วและความต่อเนื่องในการเผยแพร่ เนื่องจากสื่อออนไลน์มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การผลิตคลิปวิดีโอจึงต้องมีความคล่องตัว สามารถผลิตและเผยแพร่ได้ทันสถานการณ์และกระแสสังคม

๖. การวัดผลและพัฒนาการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง สามารถใช้ข้อมูลสถิติจากแพลตฟอร์ม เช่น ยอดเข้าชม การมีส่วนร่วม และการแชร์ เพื่อประเมินประสิทธิภาพและปรับปรุงแนวทางการผลิตสื่อในอนาคต

อัตลักษณ์องค์กรของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา



ภาพที่ ๑๐ ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตราสัญลักษณ์รองของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา



ภาพที่ ๑๑ ตราสัญลักษณ์รองของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

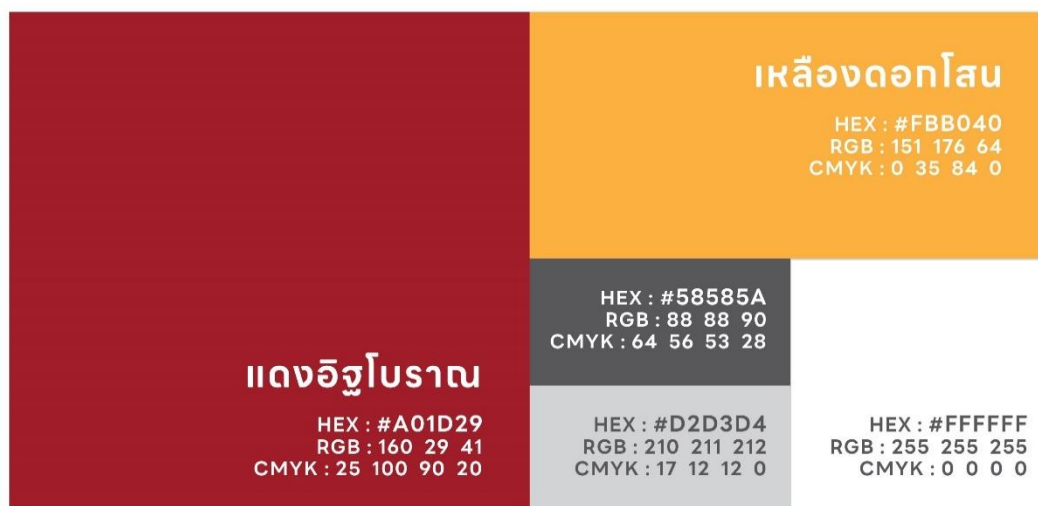
ตราสัญลักษณ์หน่วยงานต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา



ภาพที่ ๑๒ ตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สีประจำมหาวิทยาลัย

สีประจำมหาวิทยาลัย



ภาพที่ ๑๓ สีประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สีประจำคณะ

สีประจำคณะ

คณะครุศาสตร์ FACULTY OF EDUCATION	HEX : #4785E0 RGB : 71 181 224 CMYK : 64 9 4 0	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ FACULTY OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES	HEX : #1C4577 RGB : 28 69 119 CMYK : 98 80 27 12
คณะวิทยาการจัดการ FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE	HEX : #7C6BAE RGB : 122 107 174 CMYK : 58 64 1 0	บัณฑิตวิทยาลัย GRADUATE SCHOOL	HEX : #522E1A RGB : 82 46 27 CMYK : 44 73 85 58
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี FACULTY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY	HEX : #FDD110 RGB : 253 209 16 CMYK : 1 16 98 0	โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา DEMONSTRATION SCHOOL OF PHRANAKHON SI AYUTTHAYA RAJABHAT UNIVERSITY	HEX : #FB8040 RGB : 151 176 64 CMYK : 0 35 84 0
			HEX : #A01D29 RGB : 160 29 41 CMYK : 25 100 90 20

ภาพที่ ๑๔ สีประจำคณะ

การกำหนดขนาดคลิปวิดีโอ TikTok

สัดส่วนภาพเป็นแบบแนวตั้ง ๙:๑๖ พิกเซล ซึ่งเป็นมาตรฐานของแพลตฟอร์ม TikTok เพื่อให้วิดีโอแสดงผลเต็มหน้าจอและเพิ่มประสบการณ์การรับชม ดังในภาพที่ ๑๕



ภาพที่ ๑๕ ขนาดของคลิปวิดีโอ (TikTok)

การจัดทำคู่มือปฏิบัติงาน เรื่อง การผลิตคลิปวิดีโอ (TikTok) เพื่อใช้กับงานสื่อสารองค์กรของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ผู้ปฏิบัติงานจึงจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการผลิตคลิปวิดีโอ การวางแผนเนื้อหา เทคนิคการถ่ายทำ การตัดต่อ และการนำเสนอให้เหมาะสมกับบริบทของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เพื่อใช้เป็นแนวทางและแบบอย่าง ให้กับบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และผู้ผลิตสื่อในหน่วยงานต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ในการสร้างสรรค์คลิปวิดีโอที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับอัตลักษณ์องค์กร และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัย

ทั้งนี้ คู่มือดังกล่าวจะประกอบด้วยขั้นตอนการดำเนินงานตั้งแต่การวางแผนและวิเคราะห์เนื้อหา การเตรียมการผลิต (Pre-production) การถ่ายทำ (Production) การตัดต่อและปรับแต่งวิดีโอ (Post-production) ไปจนถึงการเผยแพร่และติดตามผล เพื่อให้การผลิตคลิปวิดีโอเป็นไปอย่างมีระบบ มีมาตรฐาน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังในภาพที่ ๑๖ ดังนี้

การเตรียมการผลิต (Pre-production)

ขั้นตอนที่ ๑ รับคำสั่ง หรือคำขอใช้บริการ ผลิตคลิปวิดีโอ TikTok

ขั้นตอนที่ ๒ วิเคราะห์ความต้องการและกำหนดแนวคิด

ขั้นตอนที่ ๓ วางแผนการผลิต

การถ่ายทำ (Production)

ขั้นตอนที่ ๔ การถ่ายทำ

การตัดต่อและปรับแต่งวิดีโอ (Post-production)

ขั้นตอนที่ ๕ การตัดต่อและปรับแต่งวิดีโอ

ขั้นตอนที่ ๖ ตรวจสอบและขออนุมัติ

ขั้นตอนที่ ๗ ปรับแก้ตามข้อเสนอแนะ (ถ้ามี)

การเผยแพร่ (Publication)

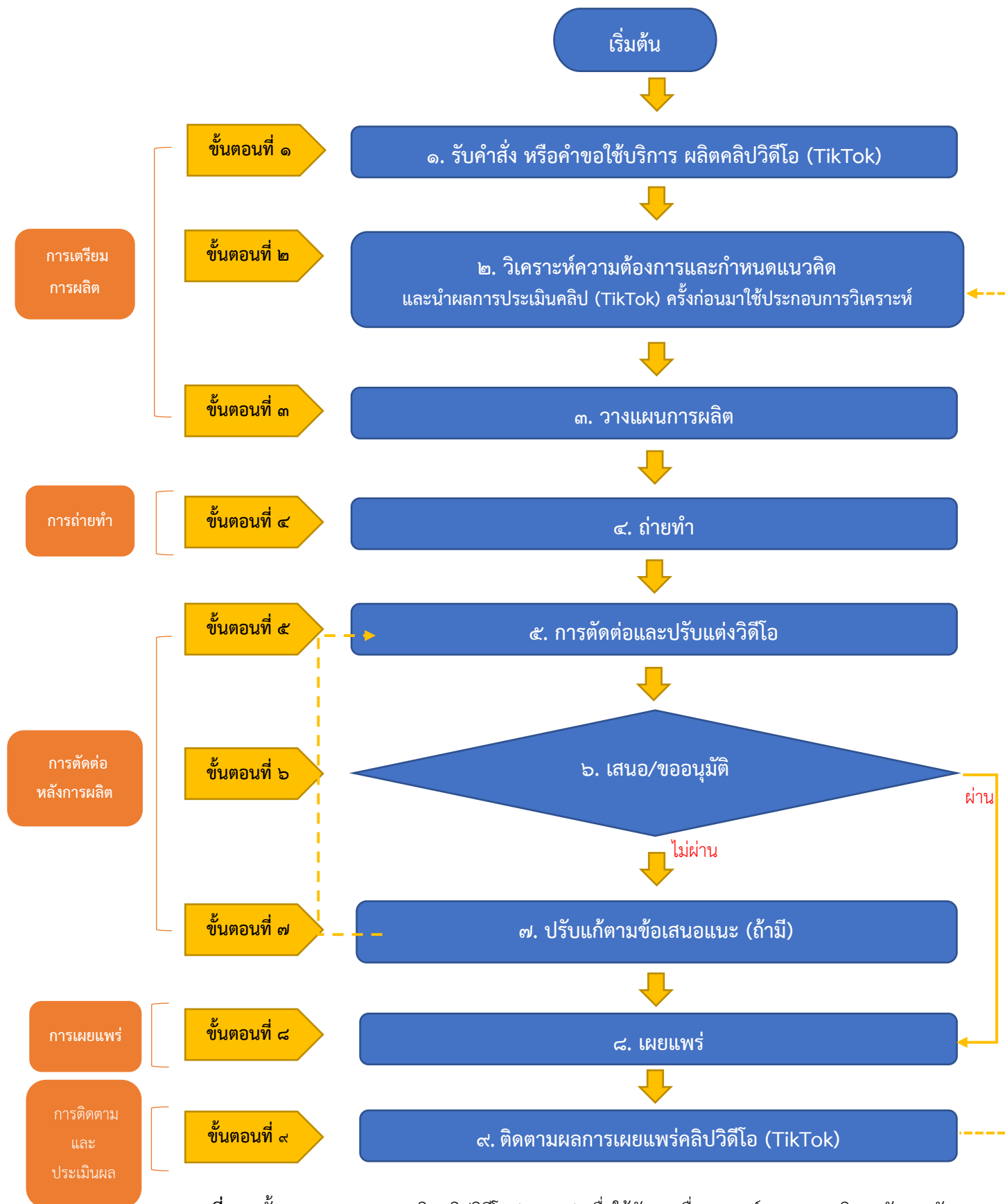
ขั้นตอนที่ ๘ การเผยแพร่

การติดตามและประเมินผล (Evaluation)

ขั้นตอนที่ ๙ ติดตามผลการเผยแพร่คลิปวิดีโอ (TikTok)

จากการประมวลความรู้จากเอกสารเข้ากับประสบการณ์ทำงานสามารถสรุปกระบวนการผลิตคลิปวิดีโอ (TikTok) เพื่อใช้กับงานสื่อสารองค์กรของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา และรายละเอียดการทำงานในขั้นตอนต่าง ๆ ได้ดังนี้

กระบวนการผลิตคลิปวิดีโอ (TikTok) เพื่อใช้กับงานสื่อสารองค์กร
ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา



ภาพที่ ๑๖ ขั้นตอนกระบวนการผลิตคลิปวิดีโอ (TikTok) เพื่อใช้กับงานสื่อสารองค์กรของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ขั้นตอนที่ ๑ รับคำสั่ง หรือคำขอใช้บริการผลิตคลิปวิดีโอ (TikTok) ริเริ่มและกำหนดประเด็นการผลิตคลิปวิดีโอ (TikTok) ตามภารกิจของมหาวิทยาลัย

๑.๑ รับคำสั่ง หรือคำขอใช้บริการผลิตคลิปวิดีโอ (TikTok)

การรับคำสั่งเป็นขั้นตอนเริ่มต้นที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวางแผน กำหนดกรอบแนวคิดและทิศทางการดำเนินงานทั้งหมดของกระบวนการผลิตคลิปวิดีโอ เนื่องจากเป็นขั้นที่ผู้ปฏิบัติงานจะได้รับข้อมูลความต้องการ และวัตถุประสงค์จากผู้บริหารหรือหน่วยงานเจ้าของเรื่อง ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะเป็น “ต้นทาง” ของการกำหนดรูปแบบ เนื้อหา และกลยุทธ์การสื่อสารผ่านแพลตฟอร์ม TikTok

โดยทั่วไป คำสั่งหรือคำขอใช้บริการเกิดจาก

๑. นโยบายของผู้บริหารที่ต้องการสื่อสารประเด็นสำคัญของมหาวิทยาลัย
๒. หน่วยงานที่จัดกิจกรรมหรือโครงการและต้องการประชาสัมพันธ์
๓. การสื่อสารเชิงภาพลักษณ์ เช่น การนำเสนอผลงาน ความสำเร็จ หรือกิจกรรมเด่นของมหาวิทยาลัย

ผู้ปฏิบัติงานจึงมีหน้าที่รับเรื่องอย่างเป็นระบบ พร้อมทำความเข้าใจ “เป้าหมายที่แท้จริง” ของผู้สั่งหรือผู้ขอใช้บริการ ไม่ใช่เพียงการรับทราบหัวข้อที่จะผลิตคลิปเท่านั้น แต่ต้องวิเคราะห์ให้ได้ว่า

- ต้องการสื่อสารอะไร
- ต้องการสื่อสารกับใคร
- ต้องการผลลัพธ์แบบใด เช่น การสร้างการรับรู้ การกระตุ้นการเข้าร่วมกิจกรรม หรือการเสริมภาพลักษณ์องค์กร

นอกจากนี้ ขั้นตอนนี้ยังเป็นจุดเริ่มต้นของการประสานงานระหว่างผู้เกี่ยวข้อง เช่น ผู้บริหาร หน่วยงานเจ้าของโครงการ กิจกรรม ผู้ให้ข้อมูล ผู้ปรากฏในคลิป และทีมงาน เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ตั้งแต่ต้น ลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล และป้องกันการแก้ไขงานซ้ำในภายหลัง

กล่าวโดยสรุป ขั้นตอนการรับคำสั่งหรือคำขอใช้บริการมิใช่เพียงการรับเรื่องตามกระบวนการเท่านั้น แต่เป็นขั้นตอนของ “การกำหนดกรอบและทิศทางการสื่อสาร” ที่จะส่งผลต่อคุณภาพ ประสิทธิภาพ และภาพลักษณ์ของคลิปวิดีโอที่ผลิตขึ้นในลำดับถัดไป การดำเนินการในนี้ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

๑. การรับเรื่องและตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้น

ผู้ปฏิบัติงานรับคำสั่งหรือคำขอใช้บริการผ่านช่องทางที่กำหนด เช่น คำสั่งมหาวิทยาลัย บันทึกข้อความ การประสานงานโดยตรง ประชุมมอบหมายงาน หรือการสั่งการด้วยวาจาจากผู้บัญชาโดยตรง พร้อมตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล ได้แก่ ชื่อกิจกรรมหรือโครงการ วัตถุประสงค์ของการผลิตคลิป กลุ่มเป้าหมาย เนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ ระยะเวลาการดำเนินงาน และกำหนดวันเผยแพร่ ดังภาพที่ ๑๗ - ๒๐



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ที่ ๑๑๙ / ๒๕๖๙

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานและเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานนอกเวลาวิชาการ
กิจกรรมส่งเสริมเอกลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยแห่งเมืองมรดกโลก
ในงานยอยศยิ่งฟ้า อยุยามรดกโลก ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๘

ด้วยจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กำหนดจัดงานยอยศยิ่งฟ้าอยุยามรดกโลก ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๘ ขึ้นระหว่างวันที่ ๑๓ - ๒๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙ โดยมีมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา จัดนิทรรศการ ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ณ บริเวณลานหน้าโบราณสถานวัดไตรตรง นั้น เพื่อสนับสนุนการจัดงานยอยศยิ่งฟ้าอยุยามรดกโลก และส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อีกทั้ง เป็นการแสดงศักยภาพและประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย จึงกำหนดจัดกิจกรรมส่งเสริมเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยแห่งเมืองมรดกโลก และนิทรรศการประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เพื่อให้การจัดงาน ดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๗ และมาตรา ๓๑ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินการดังนี้

๑. คณะกรรมการอำนวยการ

๑.๑ อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา	ประธาน
๑.๒ รองอธิการบดีฝ่ายบริหารทรัพยากร	รองประธาน
๑.๓ รองอธิการบดีฝ่ายยุทธศาสตร์และแผนงาน	กรรมการ
๑.๔ รองอธิการบดีฝ่ายบริหารงานวิชาการ	กรรมการ
๑.๕ รองอธิการบดีฝ่ายวิจัย นวัตกรรม และพัฒนาท้องถิ่น	กรรมการ
๑.๖ รองอธิการบดีฝ่ายพัฒนานักศึกษาและกิจการสภามหาวิทยาลัย	กรรมการ
๑.๗ ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายประกันคุณภาพการศึกษา	กรรมการ
๑.๘ ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายบริหารงานทั่วไปและกฎหมาย	กรรมการ
๑.๙ ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายกิจการพิเศษ	กรรมการ
๑.๑๐ คณบดีคณะครุศาสตร์	กรรมการ
๑.๑๑ คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	กรรมการ
๑.๑๒ คณบดีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	กรรมการ
๑.๑๓ คณบดีคณะวิทยาการจัดการ	กรรมการ
๑.๑๔ คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย	กรรมการ
๑.๑๕ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา	กรรมการ
๑.๑๖ ผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ	กรรมการ

/๑.๑๗ ผู้อำนวยการ ฯ ...

-๕-

๘.๕ นางสาวศิริรัตน์	เนืองไยศ	กรรมการ
๘.๖ นางสาวรสสุคนธ์	คำสอน	กรรมการ
๘.๗ นางสาวศรีสุวรรณ	ช่วยโสภา	กรรมการและเลขานุการ
หน้าที่ ๑)	ต้อนรับแขกผู้มีเกียรติ ผู้บริหาร และผู้เข้าร่วมกิจกรรม	
๒)	จัดเตรียมอาหารและอาหารว่าง ต้อนรับแขกผู้มีเกียรติในพิธีเปิดงาน	
๓)	ลำดับที่ ๘.๓ - ๘.๕ รับลงทะเบียนและบันทึกจำนวนผู้เข้าร่วมงาน ระหว่างวันที่ ๑๓ - ๒๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔ ณ บริเวณลานหน้าโบราณสถานวัดไตรตรึง	

๙. คณะกรรมการฝ่ายบันทึกภาพและประชาสัมพันธ์

๙.๑ อาจารย์สุภารัตน์	ชัยกิตติภรณ์	ประธาน
๙.๒ นายเกียรติศักดิ์	เจริญใจ	กรรมการ
๙.๓ นางสาวสมฤดี	สุขเกษร	กรรมการ
๙.๔ นายสำเริง	ภาครธรรม	กรรมการ
๙.๕ นายมานิช	โชติช่วง	กรรมการ
๙.๖ นางสาวพัชรภรณ์	ต่อดอก	กรรมการ
๙.๗ นายพัทธ์	แดงพันธ์	กรรมการและเลขานุการ
๙.๘ นางจิราพร	พัฒน์อนิจ	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
หน้าที่ ๑)	ดำเนินการบันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวบรรยายภาพในงาน ระหว่างวันที่ ๑๓ - ๒๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔	
๒)	ลำดับที่ ๙.๕ และ ๙.๖ ปฏิบัติหน้าที่นอกเวลาราชการ ระหว่างวันที่ ๑๓ - ๒๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔ ตั้งแต่เวลา ๑๗.๐๐ - ๒๑.๐๐ น. ณ โบราณสถานวัดไตรตรึง	

๑๐. คณะกรรมการฝ่ายการเงิน และจัดซื้อ - จัดจ้าง

๑๐.๑ อาจารย์สุภารัตน์	ชัยกิตติภรณ์	ประธาน
๑๐.๒ นางสาวอรอุมา	ชูเพชร	กรรมการ
๑๐.๓ นางสาวรัชดา	วงศ์ณศรี	กรรมการ
๑๐.๔ นางสาววัลลภา	อาจแหยม	กรรมการ
๑๐.๕ นางสาวเสาวณีย์	ยูวเรืองศรี	กรรมการ
๑๐.๖ นางสาวสนทนา	แสงสว่าง	กรรมการ
๑๐.๗ นายทัศนัย	ดำรงสุกิจ	กรรมการ
๑๐.๘ นางสาวนพรัตน์	โมธินา	กรรมการ
๑๐.๙ นางสาวศรีวิษณีย์	บริสุทธิ์ธรรม	กรรมการ
๑๐.๑๐ นางอรุทัย	วิริยะกานนท์	กรรมการ
๑๐.๑๑ นางพรทิพย์	เดชรอด	กรรมการ
๑๐.๑๒ ว่าที่ ร.ต.หญิง ณัฐติภรณ์	ตรีสุขี	กรรมการ
๑๐.๑๓ นางสาวธัญวลัย	แก้วแหวน	กรรมการ
๑๐.๑๔ นางจิราพร	พัฒน์อนิจ	กรรมการ
๑๐.๑๕ นางสาวศรีสุวรรณ	ช่วยโสภา	กรรมการ

/๑๐.๑๖ นางสาวรสสุคนธ์ ...



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักงานอธิการบดี กองกลาง งานบริการวิชาการและจัดหารายได้

ที่ อว ๐๖๒๙.๑.๑/๓๔๕

วันที่ ๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙

เรื่อง ขอกความอนุเคราะห์บันทึกภาพนิ่งและคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ร้านนวดเพื่อสุขภาพ

เรียน ผู้อำนวยการกองกลาง

เรื่องเดิม/ข้อเท็จจริง/เหตุการณ์

ตามที่ร้านนวดเพื่อสุขภาพ Resetra@ayutthaya ขอเช่าพื้นที่บริเวณด้านหลังอาคาร ๓ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เพื่อให้บริการนวดเพื่อสุขภาพทั้งบุคคลภายในและภายนอก โดยเริ่มให้บริการตั้งแต่วันที่ ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙ เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๘.๐๐ น. (ไม่เว้นวันราชการ) นั้น

ข้อกฎหมาย

พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.๒๕๔๗ มาตรา ๒๗ และมาตรา ๓๑

ข้อเสนอ/ความเห็น

เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย งานบริการวิชาการและจัดหารายได้ จึงขอกความอนุเคราะห์งานศูนย์ดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้และสื่อสารองค์กร ดำเนินการบันทึกภาพนิ่งและคลิปวิดีโอเพื่อประชาสัมพันธ์/เผยแพร่ข้อมูลด้านบริการ บรรยากาศ สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกแก่บุคลากร นักศึกษา และผู้มาใช้บริการ ตลอดจนส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

๐๓

(นายธนา ประทุมทอง)

ผู้บันทึกเสนอ

(นางอริสสา บัวเจริญ)

รักษาการในตำแหน่งหัวหน้างานบริการวิชาการและจัดหารายได้





บันทึกข้อความ

งานบริหารงานทั่วไป
เลขที่รับ..... 6049
วันที่..... ๑4 ก.พ. ๖8
เวลา..... 14.59 น.

ส่วนราชการ งานบริการวิชาการและจัดหารายได้ กองกลาง สำนักงานอธิการบดี โทร. 1333

ที่ อว 0629.1.1/3008

วันที่ 24 พฤศจิกายน 2568

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ถ่ายภาพนิ่งและคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์โรงอาหารอาคารสวนหลวงคางคก

เรียน ผู้อำนวยการกองกลาง

เรื่องเดิม/ข้อเท็จจริง/เหตุการณ์

ด้วย งานบริการวิชาการและจัดหารายได้ มีความประสงค์จะดำเนินการประชาสัมพันธ์ โรงอาหาร
อาคารสวนหลวงคางควา เพื่อเผยแพร่ข้อมูลด้านบริการ บรรยากาศ สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกแก่
บุคลากร นักศึกษา และผู้มาใช้บริการ ตลอดจนส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน นั้น

ข้อกฎหมาย

พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.2547 มาตรา 27 และมาตรา 31

ข้อเสนอ/ความเห็น

เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย งานบริการวิชาการและจัดหารายได้ จึงขอความอนุเคราะห์งานสื่อสารองค์กร ดำเนินการถ่ายภาพนิ่งและคลิปวิดีโอเพื่อใช้ในสื่อประชาสัมพันธ์บนช่องทางต่าง ๆ ของหน่วยงาน โดยขอให้ท่านพิจารณาส่งเจ้าหน้าที่เข้าดำเนินการในวันและเวลาที่สะดวกหรือช่วงเวลาที่ทีมงานสื่อสารองค์กรเห็นสมควร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ได้รับเอกสารเรียบร้อยแล้ว

ลงชื่อ.....ผู้รับ
วันที่.....

(นางอริสสา บัวเจริญ)

รักษาการในตำแหน่ง

หัวหน้างานบริการวิชาการและจัดหารายได้

အသံကလေးများကို ခံယူရန် အသံကလေးများကို
အသံကလေးများကို ခံယူရန် အသံကလေးများကို

5-2
24 DEC 68

SWA
(นายธนา ประทุมทอง)

ผู้บันทึกเสนอ

24 พฤศจิกายน 2568

๒. การสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม

ในกรณีที่ข้อมูลยังไม่ครบถ้วน ผู้ปฏิบัติงานได้ประสานงานกับหน่วยงานผู้ขอ เพื่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม เช่น ข้อมูลที่ต้องปรากฏในคลิป เช่น เวลาเปิด-ปิด ราคา ตลอดจนรูปแบบคลิปที่ต้องการ แนวทางการนำเสนอ บุคคลที่เกี่ยวข้อง สถานที่ถ่ายทำ และข้อจำกัดต่าง ๆ เพื่อให้เข้าใจความต้องการอย่างชัดเจน

๓. การประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้

พิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหากับแพลตฟอร์ม TikTok ความสอดคล้องกับอัตลักษณ์องค์กร รวมถึงประเมินทรัพยากรที่ต้องใช้ เช่น เวลา บุคลากร อุปกรณ์ และงบประมาณ เพื่อวางแผนการดำเนินงานในขั้นตอนต่อไป

๔. การบันทึกและจัดเก็บข้อมูลคำขอ

บันทึกรายละเอียดคำขอใช้บริการในระบบหรือเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นหลักฐานและเป็นข้อมูลอ้างอิงในการดำเนินงาน รวมถึงช่วยติดตามความคืบหน้าของงานได้อย่างเป็นระบบ

การสรุปข้อมูลและเตรียมเข้าสู่ขั้นตอนถัดไป

เมื่อได้รับข้อมูลครบถ้วน ผู้ปฏิบัติงานจะสรุปรายละเอียดเบื้องต้น เพื่อเข้าสู่ขั้นตอนการวิเคราะห์ความต้องการและกำหนดแนวคิดในการผลิตคลิปวิดีโอ (TikTok)

๑.๒ ริเริ่มและกำหนดประเด็นการผลิตคลิปวิดีโอ (TikTok) ตามภารกิจของมหาวิทยาลัยด้วยตนเอง โดยไม่ร่ร่ร่หรือการขอใช้บริการ มีขั้นตอนดังนี้

๑. ศึกษานโยบายและภารกิจของมหาวิทยาลัย

๑.๑ ศึกษาปฏิทินกิจกรรม ข่าวสาร และโครงการที่กำลังจะดำเนินการ

๑.๒ กำหนดประเด็นที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์และเป้าหมายของมหาวิทยาลัย

๒. สืบหาข้อมูลและวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

๒.๑ วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เช่น นักเรียน นักศึกษา ผู้ปกครอง ศิษย์เก่า และประชาชน

๒.๒ ศึกษาพฤติกรรม การรับชมบน TikTok และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

๒.๓ ติดตามเทรนด์ กระแส เพลง แฮชแท็ก และรูปแบบคลิปที่กำลังได้รับความนิยม

๓. วิเคราะห์และคัดเลือกประเด็นในการผลิตคอนเทนต์

๓.๑ รวบรวมประเด็นที่น่าสนใจจากกิจกรรม ข่าวสาร และข้อมูลของมหาวิทยาลัย

๓.๒ พิจารณาความเหมาะสม ความทันสมัย และประโยชน์ต่อผู้ชม

๓.๓ จัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่จะนำมาผลิตเป็นคลิป

๔. กำหนดแนวคิดและรูปแบบการนำเสนอ

๔.๑ กำหนดวัตถุประสงค์ของคลิป

๔.๒ กำหนดรูปแบบการนำเสนอ เช่น ข่าวสาร ความรู้ รีวิว บรรยากาศกิจกรรม สัมภาษณ์ หรือคอนเทนต์ตามกระแส

๕. วางแผนการผลิต

๕.๑ จัดทำโครงร่าง หรือสคริปต์เบื้องต้น

๕.๒ กำหนดสถานที่ บุคคล อุปกรณ์ และช่วงเวลาถ่ายทำ

๕.๓ วางแผนการเผยแพร่ให้เหมาะสมกับเวลาที่กลุ่มเป้าหมายใช้งาน

๖. นำเสนอแนวคิดเพื่อพิจารณา (ถ้ามี)

๖.๑ เสนอหัวข้อหรือแนวคิดต่อผู้บังคับบัญชาหรือผู้เกี่ยวข้อง

๖.๒ ปรับปรุงรายละเอียดตามข้อเสนอแนะ

๖.๓ ดำเนินการเข้าสู่ขั้นตอนการผลิตคลิปวิดีโอ

ปัญหา แนวทางการแก้ปัญหา และข้อเสนอแนะ

ปัญหา

บริหาร ผู้บังคับบัญชาหรือหน่วยงานมีความประสงค์ให้ผลิตคลิปในระยะเวลาอันจำกัด ทำให้มีเวลาวางแผนและเตรียมการไม่เพียงพอ

แนวทางการแก้ไขปัญหา

แจ้งแนวทางปฏิบัติให้หน่วยงานรับทราบ เช่น งานทั่วไปควรแจ้งล่วงหน้าไม่น้อยกว่า ๕-๗ วันทำการ ยกเว้นกรณีเร่งด่วนตามนโยบาย

ข้อเสนอแนะ

ขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการแก่ทุกหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยอย่างชัดเจน สร้างความเข้าใจร่วมกันว่า “คุณภาพของสื่อ” ต้องอาศัยระยะเวลาและกระบวนการที่เหมาะสม เพื่อรักษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

ขั้นตอนที่ ๒ วิเคราะห์ความต้องการและกำหนดแนวคิด และนำผลการประเมินคลิปวิดีโอ (TikTok) ครั้งก่อนมาใช้ประกอบการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ความต้องการและกำหนดแนวคิดและการนำผลการประเมินคลิป TikTok ครั้งก่อนมาประกอบการวิเคราะห์ เป็นกระบวนการสำคัญในการเตรียมการผลิตคลิปวิดีโอ (TikTok) เพื่อให้การสื่อสารมีความชัดเจน ตรงตามวัตถุประสงค์ และสอดคล้องกับอัตลักษณ์ขององค์กร โดยผู้ปฏิบัติงานต้องนำข้อมูลจากขั้นตอน การรับคำสั่งหรือคำขอใช้บริการมาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ ก่อนนำไปสู่การกำหนดแนวคิด และรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับแพลตฟอร์ม TikTok และกลุ่มเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

๒.๑ วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ความต้องการและกำหนดแนวคิด เพื่อสร้างความชัดเจนในทิศทางการสื่อสารก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิตจริง ดังต่อไปนี้

๑. เพื่อให้รู้ว่าคลิปนี้จะสื่อสารเรื่องอะไร และต้องการสื่อสารกับใคร
๒. เพื่อกำหนดรูปแบบและแนวทางการนำเสนอให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย
๓. เพื่อให้ทีมงานเข้าใจแนวทางการผลิตตรงกัน ลดความคลาดเคลื่อนในการทำงาน
๔. เพื่อช่วยวางแผนการถ่ายทำ การเตรียมอุปกรณ์ และการจัดลำดับงานได้ง่ายขึ้น
๕. เพื่อให้เนื้อหาของคลิปสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย
๖. เพื่อลดการแก้ไขงานภายหลัง เนื่องจากการกำหนดแนวทางที่ชัดเจนตั้งแต่ต้น
๗. เพื่อนำผลการติดตามและประเมินผลจากคลิปที่ผ่านมา มาปรับใช้ในการกำหนดแนวคิด

ของคลิปใหม่ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๒.๒ การศึกษาข้อมูลและวัตถุประสงค์ของงาน

๑. ศึกษารายละเอียดจากหน่วยงานผู้ขอใช้บริการ เช่น ประเภทของกิจกรรม เนื้อหาหลัก จุดประสงค์ของการสื่อสาร และกำหนดการเผยแพร่
๒. วิเคราะห์วัตถุประสงค์ของคลิป เช่น การประชาสัมพันธ์กิจกรรม การสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร การให้ความรู้ หรือการสร้างการมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์

โดยต้องเลือก “เป้าหมายหลักเพียง ๑ ประเด็น” เพื่อความชัดเจนในการสื่อสาร เช่น

- ๑) การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร / กิจกรรม
- ๒) การสร้างภาพลักษณ์เชิงบวก
- ๓) การกระตุ้นการสมัครเรียน
- ๔) การสร้างการมีส่วนร่วม

ตัวอย่าง

คลิปเปิดรับสมัครนักศึกษา → เป้าหมายคือ “กระตุ้นให้เกิดการสมัครเรียน”

คลิปกิจกรรม → เป้าหมายคือ “สร้างการรับรู้และภาพลักษณ์ที่ดี”

๒.๓ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

๑. ระบุนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย เช่น นักเรียน นักศึกษา บุคลากร ศิษย์เก่า หรือประชาชนทั่วไป

ตัวอย่าง

คลิปประชาสัมพันธ์รับสมัครนักศึกษา → นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

คลิปประชาสัมพันธ์หลักสูตรบัณฑิตศึกษา → ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี

คลิปประชาสัมพันธ์กิจกรรมมหาวิทยาลัย → นักศึกษาปัจจุบันและบุคลากร

๒. วิเคราะห์พฤติกรรมการรับสื่อบนแพลตฟอร์ม TikTok เช่น ความนิยมของเนื้อหา ความยาวคลิป รูปแบบการนำเสนอ และแนวโน้มที่ได้รับความนิยม กำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักให้ชัดเจน

เช่น นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ผู้ปกครอง นักศึกษาปัจจุบัน บุคลากร หรือประชาชนทั่วไป โดยวิเคราะห์ในประเด็นต่อไปนี้ ช่วงอายุ พฤติกรรมการใช้สื่อ ความสนใจ ปัญหาหรือความกังวล หรือตอบคำถามที่พบบ่อย รวมถึงภาษาที่เหมาะสม

ตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมายคือนักเรียน ม.๖ ควรใช้ภาษาที่กระชับ สนุก เข้าใจง่าย และมีความทันสมัย

กลุ่มเป็นผู้ปกครอง ควรเน้นข้อมูลที่น่าเชื่อถือ มีเหตุผล และชัดเจน

๒.๔ วิเคราะห์สารสำคัญ

๑. กำหนดให้ชัดว่า “ผู้ชมต้องจดจำอะไรจากคลิปนี้” เช่น การให้ทุนคนละครึ่ง วิธีการสมัครเรียน การเดินทางมาเรียน มหาวิทยาลัยเพื่อชุมชน

๒. ลักษณะสำคัญที่พึงมีในการผลิตคลิปวิดีโอ มีดังต่อไปนี้

๑) มีความชัดเจน การนำเสนอเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์และประเด็นหลักชัดเจน ผู้ชมสามารถเข้าใจได้ตั้งแต่ช่วงต้นของคลิปว่าต้องการสื่อสารเรื่องใด โดยใช้ภาพ เสียง ข้อความ และคำบรรยายที่สอดคล้องกัน เช่น ทำคลิปประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักศึกษา ควรระบุให้ชัดเจนตั้งแต่ต้นว่า “มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๔” พร้อมแสดงข้อมูลสำคัญ เช่น ระดับการศึกษา กำหนดการ และช่องทางสมัคร เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจวัตถุประสงค์ของคลิปได้ทันที

๒) กระชับ เข้าใจง่าย การเลือกนำเสนอเฉพาะข้อมูลที่จำเป็น ใช้ข้อความและภาษาที่เข้าใจง่าย หลีกเลี่ยงรายละเอียดที่ไม่จำเป็น และจัดลำดับเนื้อหาให้เหมาะสมกับระยะเวลาของคลิป เช่น “เปิดรับสมัครเมื่อไร – สมัครที่ไหน – สมัครอย่างไร – สอบถามเพิ่มเติมได้ที่ไหน” และใช้ข้อความสั้น ๆ ประกอบภาพ เช่น “สมัครออนไลน์ได้แล้ววันนี้” พร้อมใส่ QR Code หรือลิงก์สำหรับดูรายละเอียดเพิ่มเติม

๓) สอดคล้องกับอัตลักษณ์องค์กร การผลิตคลิปโดยใช้รูปแบบ สี ตัวอักษร โลโก้ และองค์ประกอบทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

๔) ไม่ขัดต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย เนื้อหา ภาพ เสียง ภาษา และรูปแบบการนำเสนอต้องมีความเหมาะสมกับสถานะของมหาวิทยาลัย เป็นสถาบันการศึกษา และไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดหรือส่งผลกระทบในทางลบต่อชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือขององค์กร เช่น หลีกเลี่ยง ถ้อยคำหยาบคาย การล้อเลียนบุคคล เนื้อหาที่มีความรุนแรง การนำเสนอข้อมูลที่ไม่ได้รับการยืนยัน หรือภาพที่ไม่เหมาะสม และควรตรวจสอบเนื้อหาก่อนเผยแพร่ทุกครั้ง

๒.๕ การรวบรวมและตรวจสอบข้อมูล

๑. รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น ข้อเท็จจริงของกิจกรรม รายชื่อบุคคลสำคัญ สถานที่ และข้อมูลที่ต้องปรากฏในคลิป

๒. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เพื่อให้การสื่อสารมีความน่าเชื่อถือและลดข้อผิดพลาด

๒.๖ การกำหนดแนวคิดและรูปแบบการนำเสนอคลิปวิดีโอ (TikTok)

การกำหนดแนวคิดและรูปแบบการนำเสนอคลิปวิดีโอ (TikTok) หมายถึง การกำหนดประเด็นสำคัญ วัตถุประสงค์ และทิศทางของเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร พร้อมทั้งเลือกรูปแบบและวิธีการนำเสนอที่เหมาะสมกับเนื้อหา กลุ่มเป้าหมาย และช่องทาง TikTok เช่น รูปแบบการเล่าเรื่อง รูปแบบการสัมภาษณ์ รูปแบบข่าวประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เพื่อให้การผลิตคลิปเป็นไปอย่างมีทิศทาง สื่อสารได้อย่างชัดเจน กระชับ น่าสนใจ

ตัวอย่าง “๑ วันในรั้วราชภัฏอยุธยา สนุกกว่าที่คิด” นำเสนอแบบเล่าเรื่อง”
 “เรียนที่ราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ต้องใช้เงินกี่บาท” นำเสนอแบบสัมภาษณ์สั้น”
 “บรรยากาศวันปฐมนิเทศน้องใหม่ ARU ๒๐๒๖” นำเสนอแบบคลิปบรรยากาศ
 กิจกรรม”

“โอกาสมาแล้ว! มรภ.พระนครศรีอยุธยา เปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ ๒๕๗๐” นำเสนอ
 แบบข่าวประชาสัมพันธ์

๒.๗ การวางแผนโครงสร้างและองค์ประกอบของคลิปวิดีโอ (TikTok)

๑. วางโครงสร้างเนื้อหา กำหนดลำดับการนำเสนอของคลิป เช่น

- ช่วงเปิดที่ดึงดูดความสนใจหรือHook ดึงดูดความสนใจในช่วงแรก
- เนื้อหาหลัก นำเสนอสาระหรือประเด็นสำคัญ
- ช่วงปิด เชิญชวนให้ผู้ชมดำเนินการ เช่น ติดตาม สอบถาม สมัคร หรือศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม

๒. กำหนดแนวทางด้านภาพและเสียง วางแผนการใช้ภาพ เสียง เพลง เอฟเฟกต์ และข้อความบนหน้าจอให้สอดคล้องกับเนื้อหา เช่น การกำหนดมุมภาพ ภาพประกอบ เสียงบรรยาย เพลงประกอบ และข้อความสำคัญที่ต้องการให้ผู้ชมจดจำ

๓. กำหนดโทนและอารมณ์ กำหนดบรรยากาศและความรู้สึกที่ต้องการให้ผู้ชมได้รับจากคลิป โดยพิจารณาจากลักษณะของเนื้อ วัตถุประสงค์ และลักษณะของเนื้อหา เพื่อให้การเลือกใช้ภาษา ภาพ เพลง เสียง สี และจังหวะการตัดต่อมีทิศทางที่สอดคล้องกัน เช่น

- สดใส สนุกสนาน เหมาะสำหรับเนื้อหาที่สื่อสารกับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เพื่อสร้างความสนใจและความรู้สึกเป็นกันเอง
- สุภาพ เป็นทางการ เหมาะสำหรับข่าวประชาสัมพันธ์ พิธีการสำคัญ หรือกิจกรรมที่มีลักษณะเป็นทางการ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความเหมาะสม
- สร้างแรงบันดาลใจ เหมาะสำหรับเนื้อหาที่ต้องการสร้างกำลังใจ แรงจูงใจ หรือมุมมองเชิงบวก เช่น เรื่องราวความสำเร็จของนักศึกษา ศิษย์เก่า หรือการประชาสัมพันธ์การศึกษาต่อ

๔. คำนึงถึงอัตลักษณ์องค์กรของมหาวิทยาลัย กำหนดแนวทางการใช้ตราสัญลักษณ์ สี ตัวอักษร รูปแบบกราฟิก ภาษา และองค์ประกอบอื่น ๆ ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์องค์กร เพื่อให้คลิปมีรูปแบบที่เป็นเอกภาพและสะท้อนภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

๒.๘ แนวทางการผลิตคลิปวิดีโอให้เหมาะสมกับแพลตฟอร์ม TikTok

การผลิตคลิปวิดีโอสำหรับเผยแพร่บน TikTok ควรคำนึงถึงลักษณะของแพลตฟอร์มและพฤติกรรมกรับชมของผู้ใช้ เพื่อให้สื่อสารเนื้อหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย โดยมีแนวทาง ดังนี้

๑. ใช้รูปแบบวิดีโอแนวตั้ง (๙:๑๖)

ใช้รูปแบบการผลิตคลิปในสัดส่วนแนวตั้ง ๙:๑๖ เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการแสดงผลของ TikTok และสามารถใช้พื้นที่หน้าจอได้อย่างเหมาะสม ทำให้ภาพและข้อความที่น่าสนใจมีความชัดเจนและผู้ชมสามารถรับชมเนื้อหาได้สะดวกผ่านโทรศัพท์มือถือ

๒. เน้นเนื้อหากระชับ เข้าใจง่าย และดึงดูดความสนใจในช่วงต้นคลิป

วางประเด็นสำคัญและออกแบบช่วงเปิดของคลิป ให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมตั้งแต่ช่วงต้น และการนำเสนอควรใช้ข้อความ ภาพ หรือคำพูดที่ชัดเจนและน่าสนใจ เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจประเด็นของคลิปและมีแนวโน้มรับชมเนื้อหาต่อจนจบ

๓. พิจารณาการใช้กระแสที่ได้รับความนิยมอย่างเหมาะสมกับบริบทองค์กร

สามารถนำกระแสหรือรูปแบบการนำเสนอที่ได้รับความนิยมบน TikTok มาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย แต่ควรพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหา ภาษา เพลง ภาพ และวิธีการนำเสนอให้สอดคล้องกับบทบาทของมหาวิทยาลัย และไม่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์หรือความน่าเชื่อถือขององค์กร

ปัญหา แนวทางการแก้ปัญหา และข้อเสนอแนะ

ปัญหา

๑. วัตถุประสงค์ของการผลิตคลิปไม่ชัดเจน ทำให้เนื้อหากระจัดกระจาย
๒. หน่วยงานเจ้าของเรื่องต้องการนำเสนอข้อมูลจำนวนมากเกินไปภายในคลิปเดียว ทำให้เนื้อหาขาดความกระชับ
๓. มีการเปลี่ยนแปลงแนวคิดหรือรายละเอียดของเนื้อหาระหว่างการผลิต ส่งผลให้ต้องปรับเปลี่ยนและแก้ไขงานหลายครั้ง

แนวทางการแก้ไขปัญหา

๑. สรุปวัตถุประสงค์และสาระสำคัญของคลิปเป็นลายลักษณ์อักษรก่อนเริ่มผลิต เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานและหน่วยงานเจ้าของเรื่องมีความเข้าใจตรงกัน
๒. กำหนดหลักการ “๑ คลิป ๑ ประเด็นหลัก” โดยคัดเลือกเฉพาะข้อมูลที่เป็นต่อการสื่อสารและจัดทำข้อมูลส่วนเพิ่มเติมไว้สำหรับช่องทางอื่น
๓. จัดทำร่างแนวคิด (Concept Brief) และเสนอให้ผู้เกี่ยวข้องพิจารณาเห็นชอบก่อนเข้าสู่ขั้นตอนการวางแผนและถ่ายทำ เพื่อลดการเปลี่ยนแปลงแนวคิดระหว่างการผลิต

ข้อเสนอแนะ

ควรกำหนดแบบฟอร์ม “สรุปแนวคิดการผลิตคลิป เพื่อให้ผู้บริหารหรือหน่วยงานเจ้าของเรื่องรับทราบและเห็นชอบก่อนเข้าสู่ขั้นตอนการวางแผนและถ่ายทำ ซึ่งจะช่วยลดความคลาดเคลื่อนและรักษามาตรฐานการสื่อสารของมหาวิทยาลัย

ขั้นตอนที่ ๓ วางแผนการผลิต

ขั้นตอนการวางแผนการผลิตคลิปวิดีโอ (TikTok) เพื่อใช้กับงานสื่อสารองค์กรของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เป็นขั้นตอนสำคัญที่เกิดขึ้นหลังจากการวิเคราะห์ความต้องการและกำหนดแนวคิดเรียบร้อยแล้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดรายละเอียดการดำเนินงานให้ชัดเจนก่อนเข้าสู่การถ่ายทำจริงทั้งในด้านเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ บุคลากร อุปกรณ์ สถานที่ และระยะเวลาการดำเนินงาน เพื่อให้กระบวนการผลิตคลิปวิดีโอเป็นไปอย่างมีระบบ มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

การวางแผนการผลิตที่รอบคอบจะช่วยลดข้อผิดพลาดระหว่างการถ่ายทำ ลดการแก้ไขงานซ้ำ และทำให้การผลิตคลิปสามารถดำเนินการได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด รวมทั้งช่วยให้เนื้อหาที่นำเสนอมีความชัดเจน ตรงประเด็น และสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ รายละเอียดของการดำเนินงานในขั้นตอนนี้ประกอบด้วยประเด็นสำคัญ ดังต่อไปนี้

๓.๑ การกำหนดโครงเรื่องและเขียนสคริปต์

หลังจากกำหนดแนวคิดหลักแล้ว ผู้ปฏิบัติงานต้องนำแนวคิดดังกล่าวมาพัฒนาเป็น โครงเรื่อง และสคริปต์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการถ่ายทำ

สคริปต์จะช่วยกำหนดลำดับเนื้อหาให้มีความต่อเนื่อง เข้าใจง่าย และไม่หลุดจากวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร โดยเฉพาะในแพลตฟอร์ม TikTok ที่มีระยะเวลาคลิปค่อนข้างสั้น จึงต้องมีการวางแผนเนื้อหาอย่างกระชับและชัดเจน

องค์ประกอบของสคริปต์คลิป TikTok โดยทั่วไปประกอบด้วย

การดึงดูดความสนใจในช่วงเปิดคลิป

เป็นช่วง ๓ วินาทีแรกที่ต้องดึงดูดความสนใจของผู้ชม เช่น การตั้งคำถาม การใช้ข้อความที่สะดุดตา หรือภาพที่น่าสนใจ

เนื้อหาหลัก

นำเสนอข้อมูลสำคัญตามที่กำหนดไว้ โดยควรแบ่งเนื้อหาเป็น ๒-๓ ประเด็นหลัก เพื่อให้ผู้ชมสามารถเข้าใจได้ง่าย

ส่วนสรุป หรือ คำกระตุ้นการตัดสินใจ หรือ “ข้อความเชิญชวนให้ดำเนินการ

เป็นการกระตุ้นให้ผู้ชมดำเนินการบางอย่าง เช่น กดติดตามเพจ แสดงความเห็น แชร์คลิป หรือเข้าสู่เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

๓.๒ กระบวนการวางแผนและกำหนดแนวคิดก่อนจัดทำสคริปต์ TikTok



ภาพที่ ๒๑ กระบวนการวางแผนและกำหนดแนวคิดก่อนจัดทำสคริปต์ TikTok ตัวอย่างที่ ๑

ตัวอย่างการกำหนดโครงเรื่องและเขียนสคริปต์

คอนเทนต์ TikTok : พิกัดห้ามพลาด ที่เที่ยว-คาเฟ่-ร้านเด็ด ใกล้ ม.ราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

คอนเทนต์ : พิกัดห้ามพลาด ที่เที่ยว-คาเฟ่-ร้านเด็ด ใกล้ ม.ราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ชั้น 1 - มุมมหาวิทยาลัย / เดินเข้ามาในรั้วมหาวิทยาลัย

พูด:

“มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา อยู่ตรงนี้! แล้วรู้ยัง... ว่ามหาวิทยาลัยของเราล้อมด้วยอะไรบ้าง? มาดู!”

ชั้น 2 - ตัดภาพไป ศาลหลักเมืองอยุธยา

ภาพ: ถ่ายศาลหลักเมืองแบบมุมกว้าง / โฟกัสผ้าสามสี / จุดสักการะ / ถ่ายคนไหว้แบบบอบอุ่น ๆ

พากย์:

“เดิน...หรือจะขับมอเตอร์ไซด์ก็สะดวก เจอเลย ศาลหลักเมืองอยุธยา สายมูคือถูกใจมาก!” เพียง 500 เมตร จากมหาวิทยาลัย

ใกล้ๆกัน ยังมีปางช้าง วัดมงคลพิตร บึงพระราม และโบราณสถานอีกมากมาย

ชั้น 3 - โรงพยาบาลพระนครศรีอยุธยา

ภาพ: ป้าย “โรงพยาบาลพระนครศรีอยุธยา”///ถ่ายหน้าทางเข้า รพ.

พากย์:

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา “ใกล้โรงพยาบาลอยุธยาแบบสุด ๆ อุ่นใจทุกเหตุการณ์”

ชั้น 4 - คาเฟ่ / ร้านอาหารรอบมหาวิทยาลัย

ภาพ: ร้านคาเฟ่ และร้านอาหาร ร้านก๊วยเต๋อ

พากย์:

มาต่อกันที่ของกินกันดีกว่า รอบมหาวิทยาลัยคือแบบ... ร้านอาหารแน่น คาเฟ่ก็เยอะมาก!! มากินทุกวันยังไม่ครบ!”

ภาพที่ ๒๒ ตัวอย่างสคริปต์คอนเทนต์ TikTok พิกัดห้ามพลาด ที่เที่ยว-คาเฟ่-ร้านเด็ด ใกล้ ม.ราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

มาเริ่มที่ร้านแรก ร้านก๋วยเตี๋ยวเจ๊ดัง

ใกล้ มรภ.พระนครศรีอยุธยา แค่ 1.3 กม. ก็ถึง ‘ก๋วยเตี๋ยวเจ๊ดัง’ ที่เด็ดทั้งหมู-เนื้อ เส้นแน่น น้ำซุปเด็ด! แถมน้ำจิ้มแซ่บเวอร์หลากสี หวานฉ่ำ สดชื่น มาแล้วต้องลอง!

ร้านต่อมากะเพราไอ้สอง

จัดเต็มกะเพราหมู-เนื้อ-ไก่-เป็ด รวมถึงเนื้อแองกัส! เริ่มต้นแค่ 50 บาท ไข่ดาวเยิ้ม ๆ หรือกรอบฟูเลือกได้ตามใจ สายกะเพราต้องโดน

มาต่อกันที่คาเฟ่ ขึ้นชื่ออย่างบ้านข้าวหอม ตั้งอยู่ติดกับหอพักอุทกของมหาวิทยาลัย

บ้านข้าวหอม ร้านขนมไทยสุดพรีเมียม เครื่องดื่มก็ดีไม่แพ้กัน อย่างชาไทย บลูมัจฉะ ัญชัญมะนาว อยู่ใกล้มหาวิทยาลัยแค่ 1.1 กม. และห่างจากหอพักเพียง 400 เมตร หวานละมุน กินง่าย ใหลมาก ต้องแวะ

มาต่อกันที่ ร้าน Kunst คาเฟ่อยุธยา เด่นดังเรื่องซีไอะปึงหอมกรอบ เครื่องดื่มก็เร่ดทุกแก้ว! คาเฟ่บรรยากาศดี พร้อมที่พักสุดหรู นำมาเช็กอินสุด ๆ

ชั้น 6 – เซ็นทรัล อยุธยา / อยุธยา ซิตี้พาร์ค

ภาพ: เด็นซอปปิ้ง ดุซอง ก็นไอติม เป็นชอตๆ

พากย์:

หรือใครอยากจะเดิน“ซิปป์ปิ้งกึ่งง่ายนิดเดียว เพราะมหาลัยเราอยู่ไม่ไกลจาก Central Ayutthaya และอยุธยา ซิตี้พาร์ค ไปกิน ไปเล่น ไปช้อปปิ้ง ได้หมด!” เดินทางสะดวกเพียง 15 นาทีก็ ถึงแล้ว

ชั้น 7 – ปิดท้ายกลับมาที่มหาวิทยาลัย

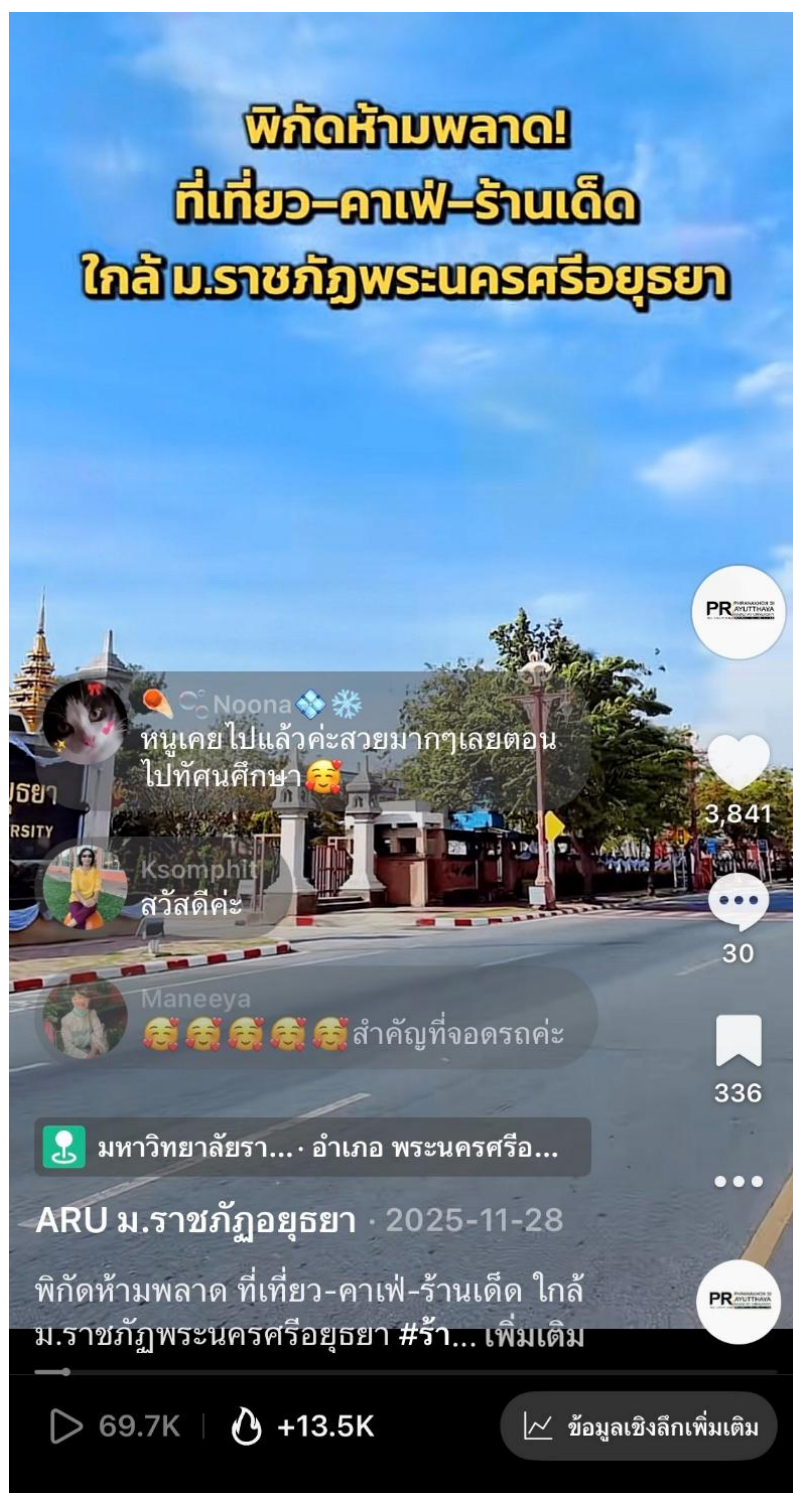
พากย์:

“อยุธยาเมืองดี... มหาลัยก็ดี แถบท่าเลก็ดีมาก! มาเป็นชาว ‘ราชภัฏอยุธยา’ ด้วยกันนะ”

ท้ายคลิป Text:

“ใหลทุกอย่าง... สะดวกทุกไลฟ์สไตล์ @ARU

ภาพที่ ๒๓ ตัวอย่างสคริปต์คอนเทนต์ TikTok พักดห้ามพลาด ที่เที่ยว-คาเฟ่-ร้านเด็ด ใกล้ ม.ราชภัฏพระนครศรีอยุธยา



ภาพที่ ๒๔ ตัวอย่างคอนเทนต์ TikTok พิกัดห้ามพลาด ที่เที่ยว-คาเฟ่-ร้านเด็ด ใกล้ ม.ราชภัฏพระนครศรีอยุธยา



ภาพที่ ๒๕ กระบวนการวางแผนและกำหนดแนวคิดก่อนจัดทำสคริปต์ TikTok ตัวอย่างที่ ๒

ตัวอย่างการกำหนดโครงเรื่องและเขียนสคริปต์

คอนเทนต์ TikTok : แนะนำสาขาวิชาคณิตศาสตร์ประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

คอนเทนต์: สัมภาษณ์นักศึกษา “คณิตศาสตร์ประยุกต์เรียนอะไรและทำงานอะไรได้บ้าง”

(Hook เปิดคลิป)

 พิธีกรเปิดคลิป

พิธีกร: วันนี้เราจะพามารู้จักกับ สาขาคณิตศาสตร์ประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มาดูกันว่าเรียนเกี่ยวกับอะไร และจบไปทำงานอะไรได้บ้าง

พิธีกร สัมภาษณ์นักศึกษาคณิตศาสตร์ประยุกต์

พิธีกร: สวัสดีค่ะ เรียนสาขาอะไรอยู่คะ?

นักศึกษา: เรียนคณิตศาสตร์ประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีค่ะ

1 ทำไมถึงเลือกเรียนสาขาคณิตศาสตร์ประยุกต์?

นักศึกษา: ชอบวิเคราะห์ ชอบตัวเลข

2 สาขานี้เรียนเกี่ยวกับอะไรบ้าง?

นักศึกษา: Data, สถิติ, การวิเคราะห์ข้อมูล

3 วิชาที่เรียนแล้วรู้สึกว่ามันสนุกที่สุดคืออะไร?

นักศึกษา: เช่น Data Analysis / Machine Learning

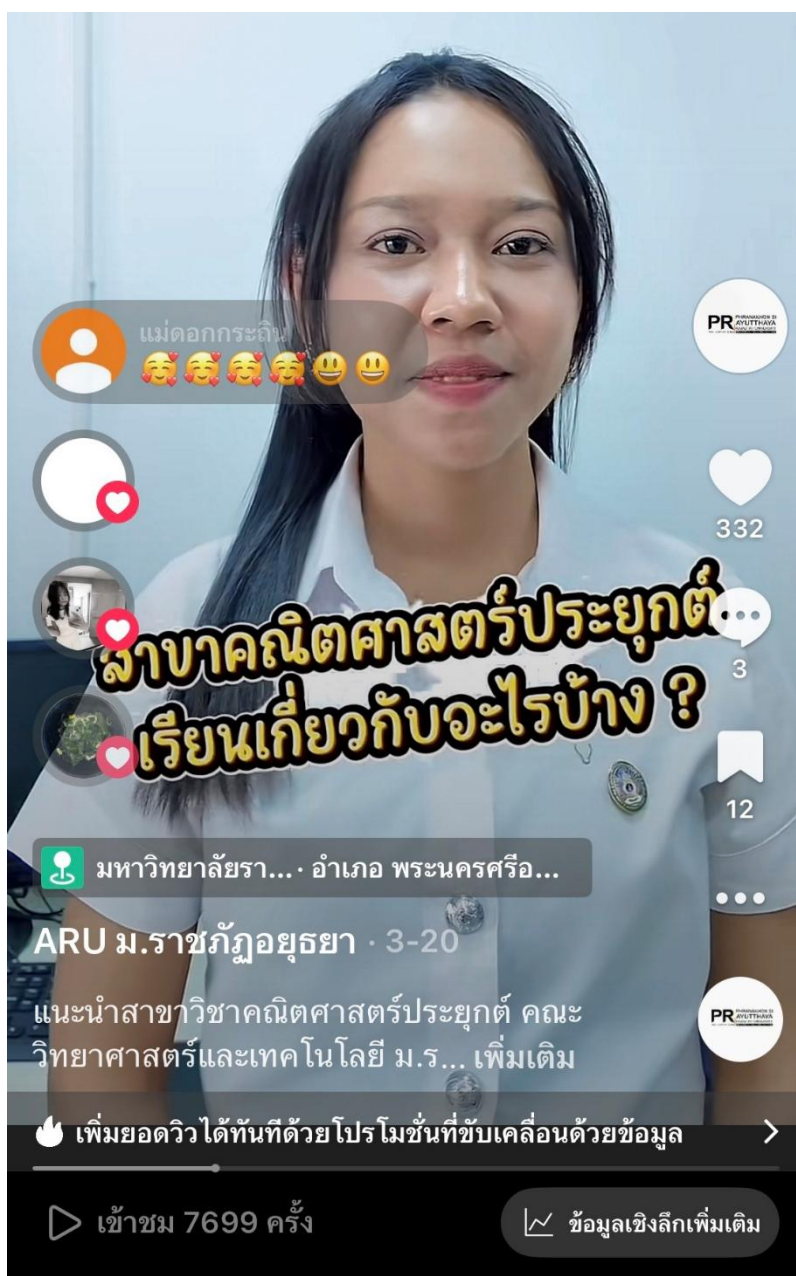
4 สาขานี้ต้องเก่งคณิตมากไหม?

นักศึกษาจะตอบให้เด็กมัธยมคลายกังวล:

5 มีการใช้โปรแกรมหรือเทคโนโลยีอะไรบ้างในการเรียน?

นักศึกษา: เช่น Excel, Python, R, โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูล

ภาพที่ ๒๖ ตัวอย่างสคริปต์คอนเทนต์ TikTok แนะนำสาขาวิชาคณิตศาสตร์ประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี



ภาพที่ ๒๗ ตัวอย่างคอนเทนต์ TikTok แนะนำสาขาวิชาคณิตศาสตร์ประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี



ภาพที่ ๒๘ กระบวนการวางแผนและกำหนดแนวคิดก่อนจัดทำสคริปต์ TikTok ตัวอย่างที่ ๓

ตัวอย่างการกำหนดโครงเรื่องและเขียนสคริปต์

คอนเทนต์ TikTok : แนะนำร้านนวดเปิดใหม่ ใน ม.ราชภัฏอยุธยา Resetra

คลิป TikTok โปสโมร้านนวด Resetra

1. ภาพ: ทำนึ่งนวดหัว คอบ่าไหล่
เสียง: เรียบมาหนัก ทำงานมาหนัก ปวดเมื่อยอยู่ใช่ไหม อย่าลืมให้รางวัลตัวเองด้วยการนวด

2. ภาพ: หน้าร้าน / ป้าย Resetra / บรรยากาศในร้าน
เสียง: มา “Reset ร่างกายใหม่ ที่ Resetra @Ayutthaya”

3. ภาพ: นวดส่วนต่างๆ ของร่างกาย
เสียง: เราจะพาไปนวดไทย กดทุกจุดปวด นวดเพื่อสุขภาพ Resetra@Ayutthaya เป็นร้านนวดเปิดใหม่ในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

4. ภาพ: นวดหัว ตัว คอ บ่า ไหล่ เท้า
เสียง: ไม่ว่าจะเป็นนวดหัว นวดตัว คอ บ่า ไหล่ หรือนวดเท้า ถ้าเขาไปหนักไปก็แจ้งพี่ๆ เขาได้เลย

5. ภาพ: บรรยากาศการนวด
เสียง: แอร์เย็นสบายๆ พี่ๆ เขาตั้งใจและใส่ใจ นวดดีมาก โดนทุกจุด

6. ภาพ: บรรยากาศการนวดและข้อความ ช่วงนี้มีโปสโมชั่น เปิดร้านใหม่
เสียง: ช่วงนี้มีโปสโมชั่นเปิดร้านใหม่ ลด 10% ในเดือนเกิด สำหรับโปสแกรม นวด 60 นาที ขึ้นไป

7. ภาพ: ภาพรวมบรรยากาศการนวด
เสียง: ใครเห็นคลิปนี้แล้วอยากนวด ก็โทรไปจองได้เลย ที่เบอร์ 081-1113696 เปิดบริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 09.00 – 18.00 น.

8. ภาพ: จุดจอดรถและทางไปร้านนวด
เสียง: ใครที่ต้องการมาร้านนวดก็ไม่อยากขับรถเข้ามาในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา จอดรถบริเวณ หน้าอาคาร 2 เดินมานิดเดียว ร้าน Resetra@Ayutthaya อยู่หลังอาคาร 3 ติดกับร้านถ่ายเอกสารเลย

9. ภาพ: ภาพโปสเตอร์ค่าบริการ
เสียง: สำหรับค่าบริการตามนี้เลย!

ภาพที่ ๒๙ ตัวอย่างสคริปต์คอนเทนต์ TikTok แนะนำร้านนวดเปิดใหม่ ใน ม.ราชภัฏอยุธยา



ภาพที่ ๓๐ ตัวอย่างคอนเทนต์ TikTok แนะนำร้านนวดเปิดใหม่ ใน ม.ราชภัฏอยุธยา

๓.๓ การกำหนดสถานที่ถ่ายทำ

ผู้ปฏิบัติงานต้องสำรวจและกำหนดสถานที่ถ่ายทำที่เหมาะสมกับเนื้อหาของคลิป เช่น บริเวณอาคารเรียน ลานกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ห้องปฏิบัติการหรือห้องเรียน จุดแลนด์มาร์กหรือมุมสวยภายในมหาวิทยาลัย โรงอาหาร หรือที่อื่น ๆ ที่สอดคล้องกับเนื้อหา สคริปต์ที่ต้องการนำเสนอ

การเลือกสถานที่ควรคำนึงถึง

- ๑) ความเหมาะสมกับเนื้อหา
- ๒) ความสวยงามของภาพ
- ๓) แสงสว่าง
- ๔) เสียงรบกวนจากสภาพแวดล้อม
- ๕) ความสะดวกในการถ่ายทำ

๓.๔ การกำหนดผู้ปรากฏในคลิปวิดีโอ

ในบางกรณี คลิป TikTok อาจต้องมีผู้ดำเนินรายการหรือผู้ให้ข้อมูล เช่น นักศึกษา อาจารย์ บุคลากรของมหาวิทยาลัย ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ต้องประสานงานและแจ้งรายละเอียดแก่ผู้ปรากฏในคลิปล่วงหน้า เช่น บทพูดหรือเนื้อหาที่ต้องนำเสนอ รูปแบบการถ่ายทำ วัน เวลา และสถานที่ถ่ายทำ

ทั้งนี้ ควรเลือกบุคคลที่มีบุคลิกเหมาะสม มีความมั่นใจในการสื่อสาร และสามารถถ่ายทอดเนื้อหาได้อย่างเป็นธรรมชาติ

๓.๕. การเตรียมอุปกรณ์สำหรับการถ่ายทำ

การเตรียมอุปกรณ์สำหรับถ่ายทำล่วงหน้าจะช่วยลดปัญหาทางเทคนิคระหว่างการถ่ายทำ และทำให้คุณภาพของภาพและเสียงมีความชัดเจน เหมาะสม โดยอุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายทำคลิป TikTok ประกอบด้วย โทรศัพท์มือถือหรือกล้องวิดีโอพกพาแบบกิมบอล (DJI Osmo Pocket) สำหรับถ่ายวิดีโอขาตั้งกล้อง ไมโครโฟน อุปกรณ์เสริมอื่น ๆ ตามความเหมาะสม รวมถึงการชาร์จแบตเตอรี่อุปกรณ์ให้พร้อมในการถ่ายทำ ดังภาพที่ ๓๑



Microphone ไร้สาย



กล้อง DJI Osmo Pocket



โทรศัพท์มือถือ

ภาพที่ ๓๑ อุปกรณ์จำเป็นในการถ่ายทำคลิป TikTok

๓.๖ การกำหนดระยะเวลาและตารางการถ่ายทำ

การวางแผนตารางการทำงานที่ชัดเจนจะช่วยให้ทีมงานสามารถบริหารเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และลดความล่าช้าในการผลิตคลิป เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามกำหนดเวลา ผู้ปฏิบัติงานต้องจัดทำตารางการถ่ายทำ ซึ่งระบุรายละเอียด เช่น

- วันและเวลาถ่ายทำ
- สถานที่ถ่ายทำ
- ลำดับฉากที่จะถ่าย
- บุคคลที่เกี่ยวข้อง
- ระยะเวลาที่ใช้ในแต่ละกิจกรรม

๓.๗ การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การประสานงานล่วงหน้าจะช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น และลดปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการถ่ายทำ ก่อนการถ่ายทำ ผู้ปฏิบัติงานต้องประสานงานกับหน่วยงานหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น

- หน่วยงานเจ้าของกิจกรรม
- บุคลากรที่ให้ข้อมูล
- นักศึกษาที่เข้าร่วมถ่ายทำ
- ผู้ดูแลสถานที่

๓.๘ การตรวจสอบความพร้อมก่อนถ่ายทำ

การตรวจสอบความพร้อมล่วงหน้าจะช่วยลดความผิดพลาด และทำให้การถ่ายทำสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก่อนเข้าสู่ขั้นตอนการถ่ายทำจริง มีการตรวจสอบความพร้อมในด้านต่าง ๆ ได้แก่

- ความพร้อมของอุปกรณ์
- ความพร้อมของสถานที่
- ความพร้อมของบุคคลที่เกี่ยวข้อง
- ความถูกต้องของสคริปต์

ปัญหา แนวทางการแก้ปัญหา และข้อเสนอแนะ

ปัญหา

๑. ไม่มีการวางแผนสคริปต์หรือโครงเรื่องล่วงหน้า ทำให้การถ่ายทำไม่เป็นระบบ
๒. เวลาการถ่ายทำจำกัด ทำให้ไม่สามารถเก็บภาพได้ครบถ้วน
๓. ผู้ปรากฏในคลิปไม่ทราบบทบาทหน้าที่หรือเนื้อหาที่ต้องนำเสนอ

แนวทางการแก้ไข

๑. จัดทำสคริปต์ ก่อนการถ่ายทำทุกครั้ง
๒. วางแผนตารางการถ่ายทำล่วงหน้า และแจ้งผู้เกี่ยวข้องให้ทราบ
๓. ประชุมสรุปแนวทางการถ่ายทำ (Brief) กับทีมงานก่อนเริ่มถ่าย

ข้อเสนอแนะ

ควรกำหนด แบบฟอร์มแผนการผลิตคลิปวิดีโอ (TikTok) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวางแผนการผลิตอย่างเป็นระบบ โดยระบุรายละเอียดสำคัญ เช่น แนวคิดของคลิป สคริปต์ สถานที่ถ่ายทำ ผู้เกี่ยวข้อง และกำหนดการดำเนินงาน ซึ่งจะช่วยให้กระบวนการผลิตคลิปวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์ทางแพลตฟอร์ม TikTok ของมหาวิทยาลัยมีมาตรฐานและสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนที่ ๔ การถ่ายทำ

ขั้นตอนการถ่ายทำ เป็นกระบวนการนำแผนงานที่ได้กำหนดไว้ในขั้นตอน การวางแผนการผลิต มาดำเนินการผลิตคลิปวิดีโอจริง โดยเป็นช่วงที่มีการบันทึกภาพ เสียง และองค์ประกอบต่าง ๆ ตามสคริปต์ ที่ได้จัดทำไว้ เพื่อให้ได้วัตถุดิบสำหรับนำไปใช้ในขั้นตอนการตัดต่อและเผยแพร่ต่อไป

การถ่ายทำคลิปวิดีโอสำหรับแพลตฟอร์ม TikTok จำเป็นต้องคำนึงถึงลักษณะเฉพาะของคลิปวิดีโอ สั้น ซึ่งเน้นความกระชับ เข้าใจง่าย และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในช่วง ๓-๕ วินาทีแรกของคลิป ดังนั้น ผู้ปฏิบัติงานจึงต้องดำเนินการถ่ายทำอย่างเป็นระบบ ควบคุมคุณภาพของ ภาพและเสียงให้เหมาะสมกับมาตรฐานงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย

รายละเอียดของการดำเนินงานในขั้นตอนการถ่ายทำ ประกอบด้วยประเด็นสำคัญ ดังต่อไปนี้

๔.๑ การเตรียมความพร้อมก่อนเริ่มถ่ายทำ

๑) ก่อนเริ่มถ่ายทำ ผู้ปฏิบัติงานต้องตรวจสอบความพร้อมขององค์ประกอบต่าง ๆ เพื่อให้ การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น ได้แก่

๒) ตรวจสอบอุปกรณ์ถ่ายทำ เช่น โทรศัพท์มือถือ กล้องวิดีโอ ขาตั้งกล้อง ไมโครโฟน ไฟส่องสว่าง และอุปกรณ์กันสั่น ให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน

๓) ตรวจสอบแบตเตอรี่และพื้นที่จัดเก็บข้อมูลของอุปกรณ์

๔) ตรวจสอบสถานที่ถ่ายทำ เช่น แสงสว่าง สภาพแวดล้อม เสียงรบกวน และความเหมาะสม ของฉาก

๕) เตรียมผู้ปรากฏในคลิป เช่น นักศึกษา บุคลากร หรือผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ทราบบทบาท และเนื้อหาที่ต้องนำเสนอ

๖) ทบทวนสคริปต์และ Storyboard เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องในการถ่ายทำคลิป TikTok เข้าใจ แนวทางการถ่ายทำตรงกัน

๗) การเตรียมความพร้อมอย่างรอบคอบจะช่วยลดข้อผิดพลาดและทำให้การถ่ายทำสามารถ ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๔.๒ การจัดองค์ประกอบภาพ

ในการถ่ายทำคลิปวิดีโอสำหรับ TikTok ควรถ่ายทำใน แนวตั้ง ซึ่งเป็นรูปแบบมาตรฐาน ของแพลตฟอร์ม โดยมีอัตราส่วนภาพ ๙:๑๖ เพื่อให้เหมาะสมกับการรับชมผ่านโทรศัพท์มือถือ

หลักการจัดองค์ประกอบภาพที่ควรคำนึงถึง ได้แก่

๑) การจัดวางตัวแบบให้อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมตามหลักกฎสามส่วน (Rule of Thirds)

๒) การเว้นพื้นที่สำหรับข้อความหรือกราฟิกบนหน้าจอ เช่น เว้นพื้นที่ด้านบน ด้านล่าง หรือ ด้านข้าง ไว้พิมพ์ข้อความ หรือรูปภาพที่ต้องการเพื่อไม่บังส่วนสำคัญในเฟรม

๓) การหลีกเลี่ยงฉากหลังที่รกรุงรังหรือรบกวนสายตา

๔.๓ การเลือกมุมกล้อง

การเลือกมุมกล้องที่ช่วยให้ภาพดูน่าสนใจ เช่น มุมกว้าง มุมกลาง หรือมุมใกล้ การจัดองค์ประกอบภาพที่ดีจะช่วยให้คลิปมีความน่าสนใจและสามารถสื่อสารเนื้อหาได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้สามารถเก็บฟุตเทจ คือภาพวิดีโอดิบส่วนต่าง ๆ ไว้เพิ่มเติม อาจจะอยู่นอกสคริปต์ เพื่อให้การนำ คลิปวิดีโอไปประกอบในคลิปที่จะตัดต่อ ทำให้สื่อวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏ

พระนครศรีอยุธยาทางแพลตฟอร์ม TikTok สมบูรณ์ และน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เช่น บรรยายากาสถานที่ ภาพการเดินทางหรือการทำกิจกรรมต่าง ๆ

๔.๔ การควบคุมคุณภาพของภาพและเสียง

คุณภาพของภาพและเสียงเป็นองค์ประกอบสำคัญของคลิปวิดีโอ โดยผู้ปฏิบัติงานควรให้ความสำคัญกับประเด็นต่อไปนี้

๑) การควบคุมแสงสว่าง ควรเลือกถ่ายทำในบริเวณที่มีแสงเพียงพอ หรือใช้ไฟเสริมเพื่อให้ภาพมีความสว่างและคมชัด

๒) การป้องกันภาพสั่นไหว ควรใช้ขาตั้งกล้องหรืออุปกรณ์กันสั่นเพื่อให้ภาพมีความนิ่งและดูเป็นมืออาชีพ

๓) การควบคุมเสียง ควรหลีกเลี่ยงพื้นที่ที่มีเสียงรบกวน เช่น เสียงลม เสียงเครื่องจักร เสียงจากรถยนต์ หรือเสียงพูดคุยจำนวนมาก หากมีการสัมภาษณ์ควรใช้ไมโครโฟนเพื่อให้เสียงชัดเจน

๔.๕ การถ่ายทำตามลำดับเนื้อหาในสคริปต์

ผู้ปฏิบัติงานควรถ่ายทำตามลำดับที่กำหนดไว้ในสคริปต์ เพื่อให้เนื้อหามีความต่อเนื่องและครบถ้วน แต่ในกรณีที่ผู้ปฏิบัติงานรับผิดชอบทั้งการถ่ายทำและการตัดต่อคลิปวิดีโอ สามารถดำเนินการถ่ายทำตามสถานการณ์และสภาพแวดล้อมจริง ณ สถานที่ปฏิบัติงานได้ เพื่อไม่ให้เสียเวลากลับมาถ่ายในฉากที่ต้องการอีกรอบ แล้วนำไปจัดเรียงให้เกิดความต่อเนื่องในขั้นตอนการตัดต่อ ทั้งนี้ การถ่ายทำสามารถเลือกใช้อุปกรณ์ได้ตามความเหมาะสม โดยโทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์ที่สามารถนำมาใช้ในการถ่ายทำคลิปวิดีโอได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ

โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์ที่สะดวกและเหมาะสมสำหรับการถ่ายทำคลิปวิดีโอ เนื่องจากสามารถบันทึกภาพและเสียงได้ในอุปกรณ์เดียว และสามารถนำไปใช้งานได้หลากหลายสถานการณ์ ดังนั้นผู้ปฏิบัติงานควรเรียนรู้การตั้งค่าและเทคนิคพื้นฐานในการถ่ายทำ เพื่อให้ได้ภาพและเสียงที่มีคุณภาพเหมาะสมกับการนำเสนอ

๑. ตั้งค่าความละเอียดวิดีโอ ความละเอียด คือ ความคมชัดของภาพ ค่าที่แนะนำ ได้แก่

- ๑๐๘๐p (Full HD) – เหมาะกับการถ่ายคลิปทั่วไป
- ๔K – ภาพคมชัดมาก เหมาะกับงานคุณภาพสูง

สำหรับ TikTok แนะนำ ๑๐๘๐p Full HD เพราะไฟล์ไม่ใหญ่เกินไป และคุณภาพดี

ตัวอย่างการตั้งค่า ไปที่ Settings > Camera > Record Video > เลือก ๑๐๘๐p

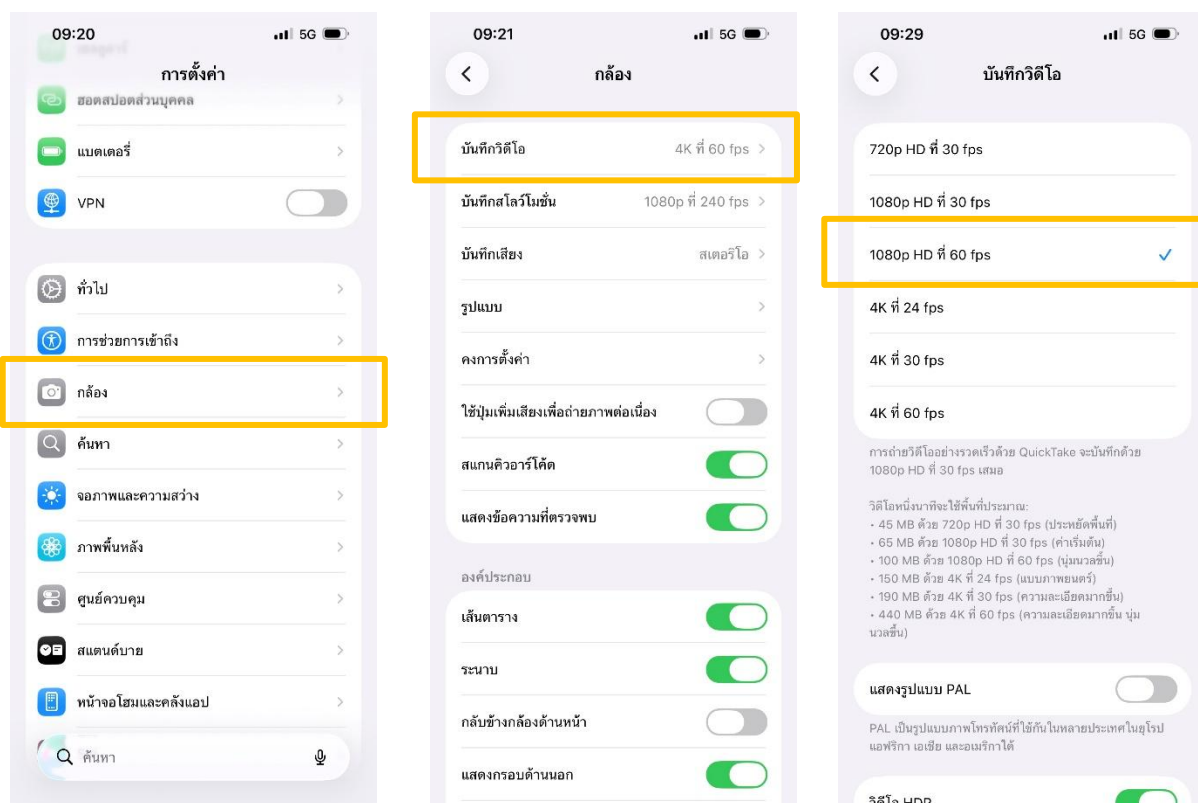
การตั้งค่ากล้องวิดีโอเบื้องต้นบนโทรศัพท์มือถือไอโฟน

คลิกไอคอน การตั้งค่า (Setting) บนหน้าจอโทรศัพท์มือถือ ดังภาพที่ ๓๒



ไอคอนการตั้งค่า

ภาพที่ ๓๒ ไอคอนการตั้งค่า

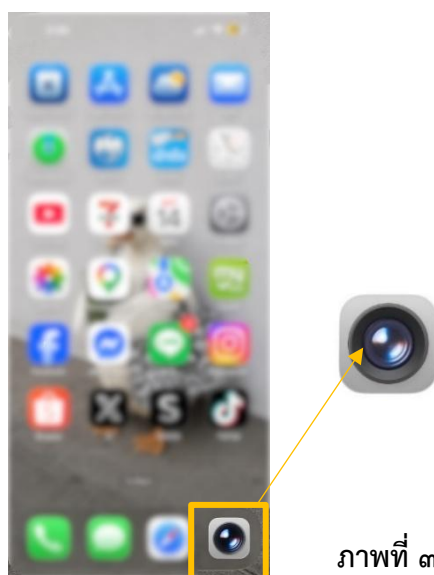


ภาพที่ ๓๓ การตั้งค่ากล้องวิดีโอเบื้องต้นบนโทรศัพท์มือถือไอโฟน

๒. ตั้งค่าเฟรมเรต เฟรมเรต คือ จำนวนภาพต่อวินาที ค่าที่นิยมใช้ ได้แก่

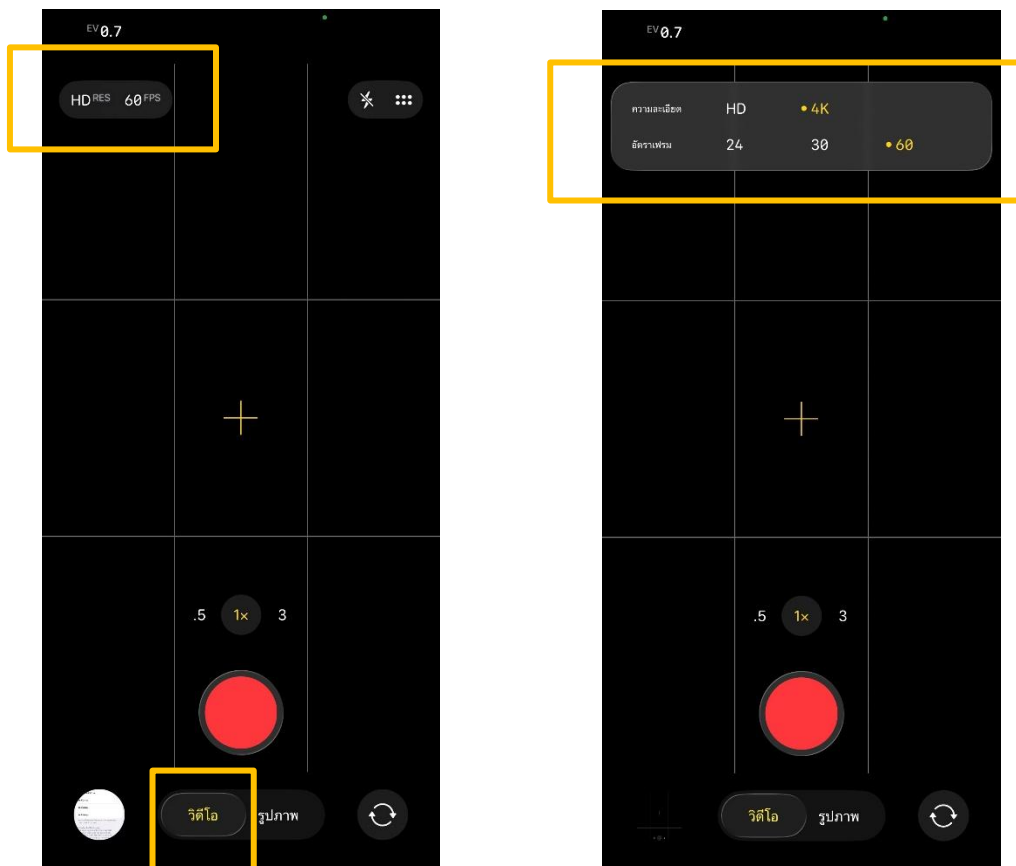
- ๓๐ fps – เหมาะกับการถ่ายคลิปทั่วไป
- ๖๐ fps – ภาพลื่น เหมาะกับการถ่ายกิจกรรมหรือการเคลื่อนไหว
- คลิปทั่วไปใช้ ๓๐ fps
- คลิปกิจกรรมหรือกีฬาใช้ ๖๐ fps

คลิกไอคอนกล้อง (Camera) บนหน้าจอโทรศัพท์มือถือ ดังภาพที่ ๓๔



ภาพที่ ๓๔ ไอคอนกล้อง

สำหรับการตั้งค่าเฟรมเรต ผู้ปฏิบัติงานสามารถเลือกค่าที่เหมาะสมกับลักษณะของคลิปวิดีโอ (TikTok) โดยการตั้งค่าดังกล่าวสามารถดำเนินการได้ผ่านเมนูการตั้งค่าของกล้องโทรศัพท์มือถือ เลือกวิดีโอ และกดตั้งค่าเฟรมเรต มุมซ้ายบนจอ ดังภาพที่ ๓๕



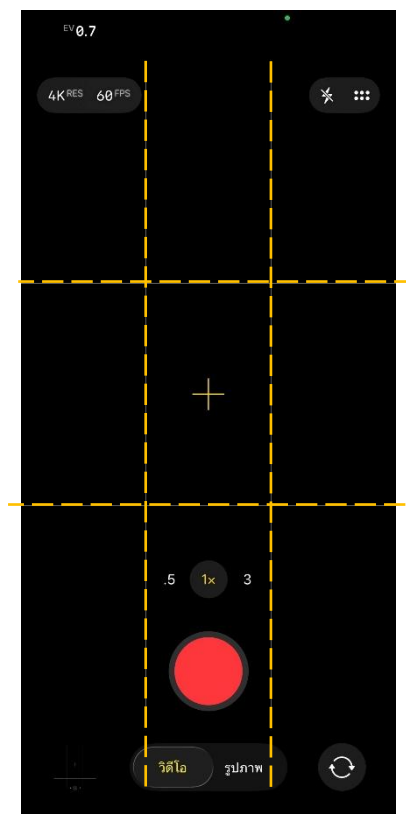
ภาพที่ ๓๕ การตั้งค่าเฟรมเรต

๓. ตั้งค่าอัตราส่วนภาพสำหรับแพลตฟอร์ม TikTok ควรใช้ ๙:๑๖ (แนวตั้ง) จะทำให้คลิปเต็มหน้าจอ มือถือ และเหมาะกับแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย

๔. เปิดเส้นกริด

เส้นกริดช่วยให้จัดองค์ประกอบภาพได้ดี ช่วยจัดตำแหน่งวัตถุในภาพ ทำให้ภาพสมดุล ใช้หลักกฎสามส่วนแต่สำหรับผู้มีความชำนาญแล้วจะไม่เลือกใช้ฟังก์ชันเส้นกริดก็ได้โดย

วิธีเปิด Settings > Camera > Grid ดังภาพที่ ๓๖

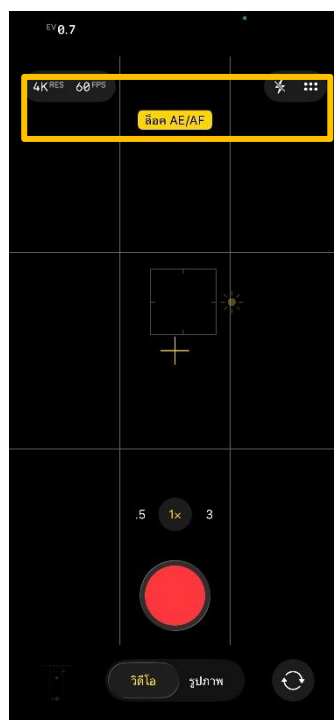


ภาพที่ ๓๖ เส้นกริด

๕. ล็อกโฟกัส เวลาถ่ายวิดีโอควรล็อกโฟกัส เพื่อไม่ให้ภาพเบลอทำได้โดย

- แตะที่จุดที่ต้องการโฟกัสบนหน้าจอ
- กดค้างเพื่อ ล็อกโฟกัส (AE/AF Lock)

ดังภาพที่ ๓๗

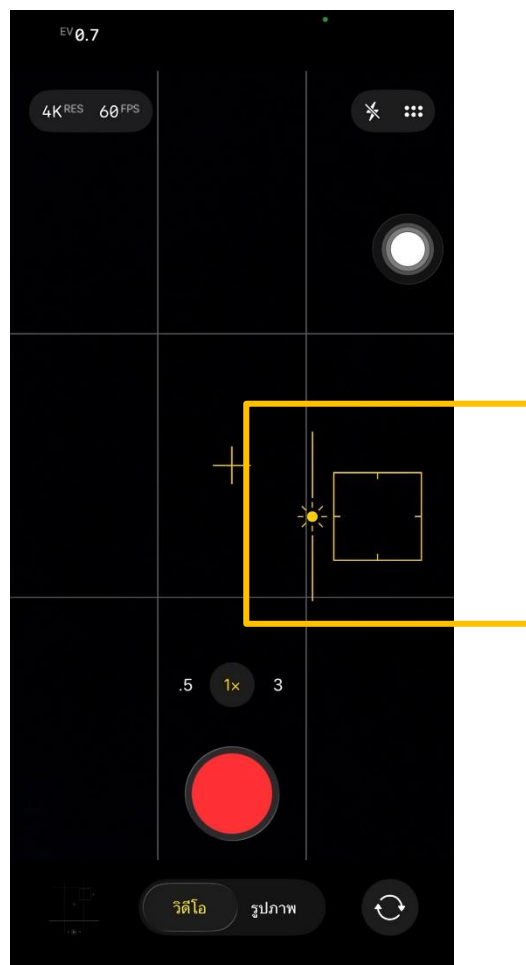


ภาพที่ ๓๗ การล็อกโฟกัส

๖. ปรับความสว่าง หากภาพมืดหรือสว่างเกินไป สามารถปรับได้โดย

- แตะหน้าจอที่จุดโฟกัส
- เลื่อนสัญลักษณ์ ดวงอาทิตย์ขึ้น-ลง

ดังภาพที่ ๓๘



ภาพที่ ๓๘ สัญลักษณ์การปรับสว่าง

๗. เลือกเลนส์ที่เหมาะสม มือถือส่วนใหญ่มีหลายเลนส์ ได้แก่

- เลนส์ปกติ (๑x) – ใช้ถ่ายทั่วไป
- เลนส์มุมกว้าง (๐.๕x) – ถ่ายสถานที่
- เลนส์ซูม – ถ่ายระยะไกล

การใช้ เลนส์ ๑x จะได้ภาพคมชัดที่สุด

๘. เปิดระบบกันสั่น ช่วยลดอาการภาพสั่นในมือถือบางรุ่นมีกันสั่น

ควรเปิดใช้งานระบบกันสั่นของโทรศัพท์มือถือขณะถ่ายทำ เพื่อช่วยลดการสั่นไหวของภาพ และทำให้วิดีโอมีความนิ่งมากขึ้น โดยโทรศัพท์มือถือบางรุ่นอาจมีระบบกันสั่นในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Video Stabilization หรือ Action Mode ซึ่งสามารถเลือกใช้งานได้ตามความเหมาะสมกับลักษณะการถ่ายทำ ทั้งนี้ หากโทรศัพท์มือถือไม่มีระบบกันสั่นหรือระบบกันสั่นไม่เพียงพอ ควรใช้อุปกรณ์ช่วยในการถ่ายทำ เช่น ขาตั้ง โทรศัพท์มือถือ หรือไม้กันสั่น เพื่อช่วยลดการสั่นไหวและเพิ่มความมั่นคงของภาพ

๔. ทำความสะอาดเลนส์ก่อนถ่าย ก่อนถ่ายควรใช้ผ้าเช็ดเลนส์ เพราะฝุ่นทำให้ภาพฟุ้ง และภาพไม่คมชัด

เมื่อเตรียมอุปกรณ์และตั้งค่ากล้องสำหรับการถ่ายทำเรียบร้อยแล้ว ผู้ปฏิบัติงานควรคำนึงถึงการนำภาพที่บันทึกมาเรียบเรียงให้สอดคล้องกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของคลิป เพื่อให้การนำเสนอมีความต่อเนื่อง เข้าใจง่าย และสามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ก่อนดำเนินการถ่ายทำ ผู้ปฏิบัติงานควรทำความเข้าใจองค์ประกอบสำคัญของเนื้อหาคลิป TikTok ซึ่งจะช่วยกำหนดแนวทางในการถ่ายทำและการตัดต่อให้สอดคล้องกัน

โดยทั่วไปคลิป TikTok จะประกอบด้วยส่วนสำคัญ ได้แก่

๑. การดึงดูดความสนใจช่วงเปิดคลิป เป็นช่วง ๓ วินาทีแรกที่ต้องดึงดูดความสนใจของผู้ชม เช่น ภาพกิจกรรมที่น่าสนใจ การตั้งคำถาม หรือข้อความที่สะดุดตา

๒. เนื้อหาหลัก นำเสนอข้อมูลสำคัญตามที่กำหนดไว้ โดยควรแบ่งเนื้อหาออกเป็น ๒-๓ ประเด็น เพื่อให้เข้าใจง่าย

๓. ส่วนสรุปหรือคำกระตุ้นเชิญชวน เป็นการเชิญชวนให้ผู้ชมดำเนินการ เช่น กดติดตามเพจ แสดงความคิดเห็น แชร์คลิป หรือเข้าสู่เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

๔.๖ การเก็บภาพเพิ่มเติม

นอกจากภาพหลักตามสคริปต์แล้ว ผู้ปฏิบัติงานควรถ่ายภาพประกอบเพิ่มเติม เพื่อใช้ในการตัดต่อ เช่น บรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย ภาพกิจกรรมของนักศึกษา ภาพอาคารสถานที่หรือจุดแลนด์มาร์ก ภาพรายละเอียด เช่น ป้ายชื่อคณะ ห้องเรียน หรืออุปกรณ์การเรียน

ภาพประกอบจะช่วยให้การตัดต่อมีความหลากหลาย ลดความจำเจของภาพ และช่วยอธิบายเนื้อหาได้ดียิ่งขึ้น

๔.๗ การตรวจสอบภาพและเสียงระหว่างการถ่ายทำ

หลังจากถ่ายทำแต่ละฉาก ผู้ปฏิบัติงานควรตรวจสอบไฟล์วิดีโอทันที เช่น

- ภาพชัดหรือไม่
- เสียงชัดเจนหรือไม่
- มีสิ่งรบกวนในภาพหรือไม่
- เนื้อหาครบตามสคริปต์หรือไม่

หากพบข้อผิดพลาดควรถ่ายทำใหม่ทันที เพื่อป้องกันปัญหาขาดภาพในขั้นตอนการตัดต่อ

๔.๘ การบริหารเวลาในการถ่ายทำ

การบริหารเวลาที่ดียิ่งจะช่วยให้การถ่ายทำเป็นไปตามกำหนดการที่วางไว้ เนื่องจากการถ่ายทำในมหาวิทยาลัยมักมีข้อจำกัดด้านเวลา เช่น ตารางกิจกรรม หรือการใช้สถานที่ร่วมกับหน่วยงานอื่น ผู้ปฏิบัติงานจึงต้องบริหารเวลาให้เหมาะสม โดย

- ถ่ายฉากสำคัญก่อน
- จัดลำดับฉากให้เหมาะสมกับสถานที่
- เตรียมอุปกรณ์และทีมงานให้พร้อมล่วงหน้า

ปัญหา แนวทางการแก้ปัญหา และข้อเสนอแนะ

ปัญหา

๑. สภาพแสงไม่เหมาะสม ทำให้ภาพมืดหรือย้อนแสง
๒. มีเสียงรบกวนจากสภาพแวดล้อม ที่หลีกเลี่ยงไม่ได้
๓. ผู้ปรากฏในคลิปไม่มั่นใจในการพูดหรือสื่อสาร

แนวทางการแก้ไข

๑. เลือกสถานที่ถ่ายทำที่มีแสงเพียงพอ หรือใช้ไฟเสริม
๒. ใช้ไมโครโฟนช่วยบันทึกเสียง และหลีกเลี่ยงพื้นที่ที่มีเสียงรบกวน
๓. อธิบายบทบาทและช้อมก่อนถ่ายทำ เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้ผู้ปรากฏในคลิป

ข้อเสนอแนะ

ควรกำหนดรายการตรวจสอบความพร้อมก่อนการถ่ายทำ เพื่อใช้ตรวจสอบความพร้อมของ อุปกรณ์ บุคลากร และสถานที่ก่อนเริ่มถ่ายทำทุกครั้ง ซึ่งจะช่วยลดความผิดพลาดในการปฏิบัติงาน และช่วยให้กระบวนการผลิตคลิปวิดีโอ (TikTok) เพื่อใช้กับงานสื่อสารองค์กรของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา มีมาตรฐานและคุณภาพที่สม่ำเสมอ

ขั้นตอนที่ ๕ การตัดต่อและปรับแต่งวิดีโอ

ในขั้นตอนการตัดต่อและปรับแต่งวิดีโอ จะใช้แอปพลิเคชัน CapCut บนโทรศัพท์มือถือแบบ Pro ดังภาพที่ ๓๙ ในการตัดต่อ ซึ่งเป็นโปรแกรมตัดต่อวิดีโอที่ใช้งานง่าย มีเครื่องมือครบถ้วน และได้รับความนิยมในการเนื้อหา สำหรับ TikTok



ข้อดีของ Pro ได้ฟีเจอร์เพิ่มหลายอย่าง ช่วยให้คลิปดูมืออาชีพมากกว่าเวอร์ชันฟรี

ภาพที่ ๓๙ หน้าต่างแอปพลิเคชัน CapCut แบบ Pro

๕.๑ การติดตั้งแอปพลิเคชัน CapCut

ก่อนเริ่มตัดต่อวิดีโอ ผู้ปฏิบัติงานต้องติดตั้งแอปพลิเคชัน CapCut ลงในโทรศัพท์มือถือ ดังภาพที่ ๔๐

ขั้นตอนการติดตั้ง เปิดแอปพลิเคชัน



App Store (iPhone) หรือ



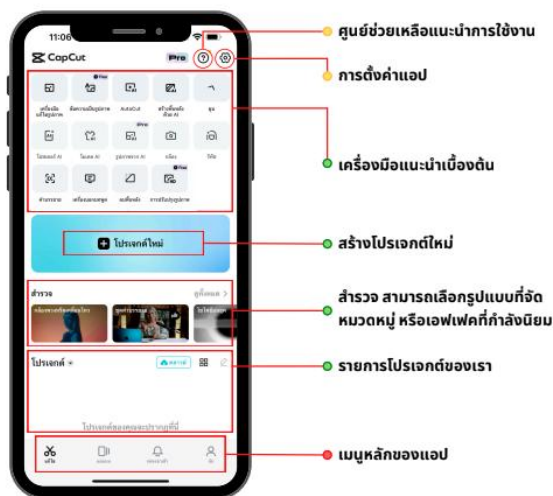
Google Play Store (Android)

- ๑) พิมพ์ค้นหาคำว่า CapCut
- ๒) เลือกแอปพลิเคชัน CapCut จากผู้พัฒนา ByteDance
- ๓) กดปุ่ม Install / ติดตั้ง
- ๔) เมื่อการติดตั้งเสร็จสิ้น ให้กด Open / เปิดแอปพลิเคชัน



ภาพที่ ๔๐ หน้าต่างติดตั้งแอปพลิเคชัน CapCut

เมื่อติดตั้งแอปพลิเคชันเรียบร้อยแล้ว กดเปิดแอปพลิเคชันจะแสดงหน้าต่างแอปพลิเคชัน ดังภาพที่ ๔๑

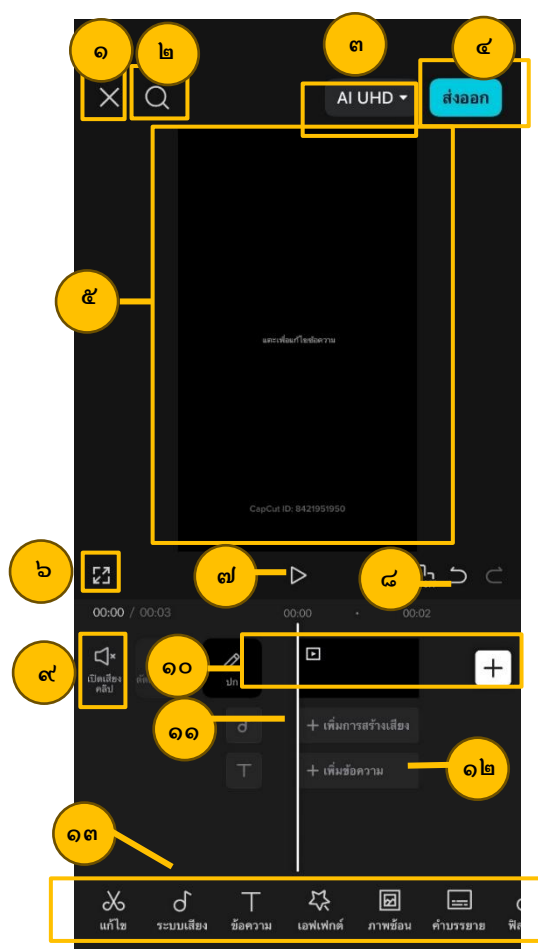


ภาพที่ ๔๑ หน้าต่างแอปพลิเคชัน CapCut

หลังจากเปิดแอปพลิเคชันครั้งแรก ระบบอาจขออนุญาตเข้าถึง รูปภาพและวิดีโอ ไมโครโฟน พื้นที่จัดเก็บข้อมูล ให้กด อนุญาต (Allow) เพื่อให้สามารถนำวิดีโอมาใช้งานได้

๕.๒ แนะนำส่วนประกอบของ CapCut

ส่วนประกอบของหน้าต่างโปรแกรม CapCut บนมือถือ มีส่วนประกอบ ดังภาพที่ ๔๒



- ๑ X มุมซ้ายบน ใช้ออกจากหน้าต่างตัดต่อ หรือย้อนไปหน้าโปรเจกต์
- ๒ ใช้ค้นหาเครื่องมือ เอฟเฟกต์ เพลง ฟอนต์ หรือฟิวเจอร์ในแอป
- ๓ ใช้เพิ่มความคมชัดของวิดีโอด้วย AI
- ๔ ใช้บันทึก หรือ Export วิดีโอออกจากแอป
- ๕ หน้าจอพรีวิว พื้นที่แสดงผลงาน
- ๖ ใช้ขยายจอพรีวิวให้เต็มจอ เพื่อดูวิดีโอได้ชัดขึ้น
- ๗ ใช้เล่นหรือหยุดวิดีโอใน Timeline
- ๘ ลูกศร Undo ย้อนการแก้ไขล่าสุด/ Redo ทำซ้ำสิ่งที่ย้อนกลับไป
- ๙ เปิด-ปิด เสียงของคลิปวิดีโอ
- ๑๐ แทร็กคลิปวิดีโอ
- ๑๑ เพิ่มการสร้างเสียง
- ๑๒ เพิ่มข้อความ ใส่ข้อความคำบรรยายประกอบคลิป
- ๑๓ แถบเครื่องมือ เรียกใช้คำสั่งต่าง ๆ

ภาพที่ ๔๒ ส่วนประกอบของโปรแกรม CapCut

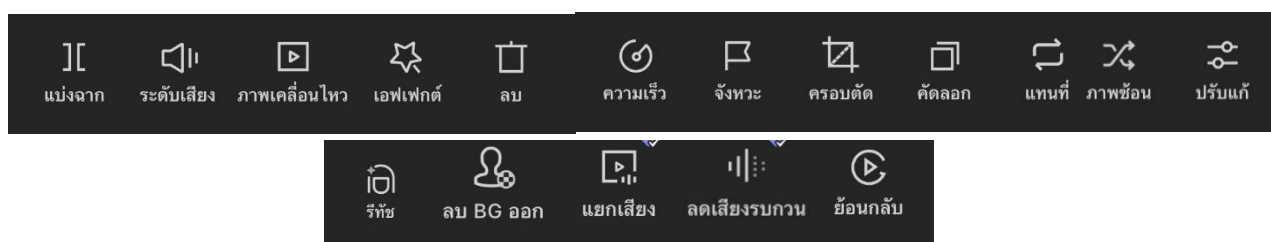
๕.๓ เครื่องมือพื้นฐานของโปรแกรม CapCut

โปรแกรม CapCut ประกอบด้วยเครื่องมือพื้นฐานที่ใช้สำหรับการตัดต่อและปรับแต่งวิดีโอในด้านต่าง ๆ เช่น การนำเข้าและจัดการไฟล์วิดีโอ การเพิ่มข้อความ คำบรรยาย เสียงและดนตรี การเพิ่มเอฟเฟกต์และการเปลี่ยนฉาก รวมถึงการปรับแต่งภาพและวิดีโอให้เหมาะสมกับรูปแบบการนำเสนอ เครื่องมือแต่ละประเภทมีหน้าที่แตกต่างกัน ผู้ปฏิบัติงานจึงควรทำความเข้าใจการใช้งานของเครื่องมือพื้นฐาน เพื่อให้สามารถเลือกใช้ได้อย่างเหมาะสมกับลักษณะของคลิปวิดีโอ รายละเอียดเครื่องมือพื้นฐานของโปรแกรม CapCut และหน้าที่การใช้งานของแต่ละเครื่องมือ ดังภาพที่ ๔๓

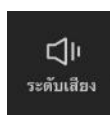
	ชื่อเครื่องมือ	การทำงาน
	Media/สื่อ	การอัปโหลดภาพ วิดีโอ และการเรียกใช้งานภาพและวิดีโอที่อัปโหลดไว้
	Templates/แม่แบบ	การเรียกใช้งานแม่แบบ และค้นหาแม่แบบที่ต้องการ
	Elements/องค์ประกอบ	การเรียกใช้งานองค์ประกอบอื่น ๆ ที่ทาง CapCut มีให้ เช่น ภาพ วิดีโอ และกราฟิกอื่น ๆ
	Audio/ระบบเสียง	การเรียกใช้งานเสียงดนตรี และเอฟเฟกต์เสียง
	Text/ข้อความ	การเพิ่มข้อความ และเอฟเฟกต์ข้อความ
	Captions/คำบรรยาย	การใส่คำบรรยายให้กับคลิปวิดีโอ ทั้งแบบอัตโนมัติ และการสร้างคำบรรยายด้วยตนเอง
	Transcript/การถอดความ	การถอดความ หรือ การแปลภาษาให้กับเสียงบรรยายของวิดีโอ
	Effects/เอฟเฟกต์	การเพิ่มเอฟเฟกต์ให้กับรูปภาพ หรือ วิดีโอ
	Transitions/การเปลี่ยน	เอฟเฟกต์สำหรับการเปลี่ยนระหว่างภาพ หรือ วิดีโอ
	Filters/ฟิวเตอร์	การปรับเปลี่ยนโทนสีให้กับภาพ หรือ วิดีโอ
	Brand Kit/ชุดเครื่องมือแบรนด์	เครื่องมือที่ใช้กำหนดอัตลักษณ์ให้กับงานให้เป็นไปในรูปแบบเดียวกันทั้งหมด
	Plugins/ส่วนเสริม	ส่วนเสริมที่จะช่วยเพิ่มความสามารถในการทำงานให้กับการตัดต่อวิดีโอ เช่น การตัดต่อเสียง

ภาพที่ ๔๓ เครื่องมือพื้นฐานของโปรแกรม CapCut

นอกจากเครื่องมือพื้นฐานโปรแกรม CapCut ยังมีเครื่องมืออื่น ๆ ที่ช่วยให้การตัดต่อวิดีโอสะดวกมากยิ่งขึ้นโดยเมื่อทำการคลิกที่ภาพหรือวิดีโอที่อยู่ในพื้นที่การทำงาน Timeline จะปรากฏคำสั่งอื่น ๆ เช่นการแบ่งฉาก การลบ การคัดลอก การครอบตัด และการพลิกภาพ



แบ่งฉากใช้ตัดคลิปออกเป็น ๒ ส่วน ณ ตำแหน่งเส้นเวลา เหมาะสำหรับการตัดช่วงที่ไม่ต้องการหรือแยกฉากเพื่อใส่เอฟเฟกต์ต่างกัน



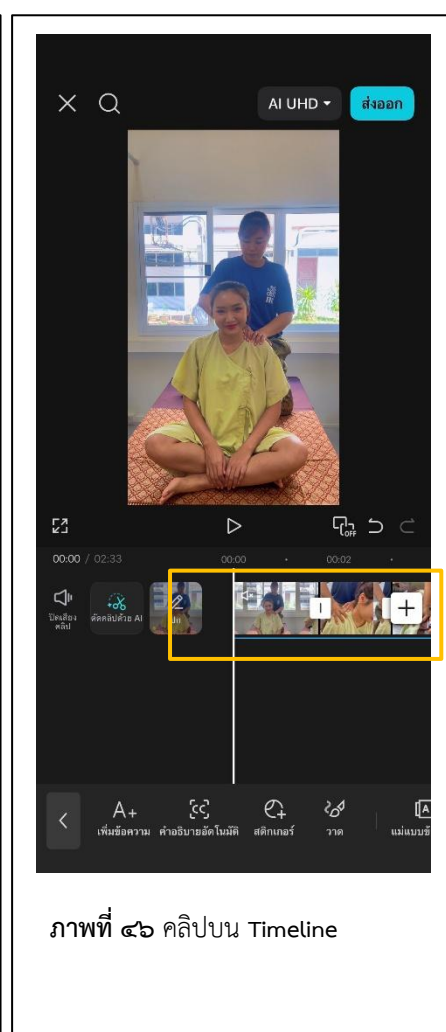
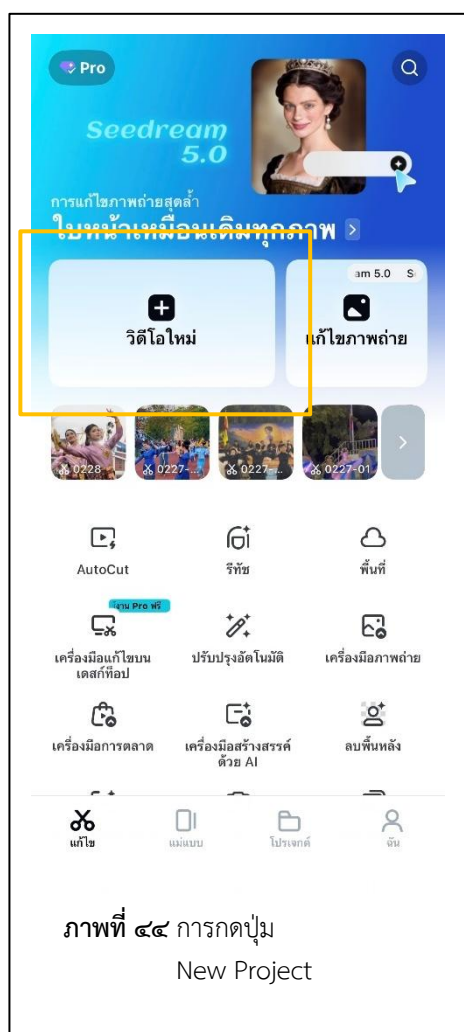
เพิ่ม/ลด ความดังของเสียงในคลิป หรือเพลงประกอบคลิป

 ภาพเคลื่อนไหว	ใส่อนิเมชันในคลิป เช่น เริ่มคลิป ตอนจบ หรือระหว่างเปลี่ยนฉาก เช่น ชูมเข้า ชูมออก
 เอฟเฟกต์	เพิ่มลูกเล่นในคลิป เช่น เบลอ วิบวับ สั่น หรือเปลี่ยนสีภาพ
 ลบ	ใช้ลบคลิปหรือองค์ประกอบที่เลือกออกจากโปรเจกต์
 ความเร็ว	ใช้ปรับความเร็วคลิป เร่งให้เร็วขึ้น หรือ สโลว์โมชั่น
 จังหวะ	ใช้ปรับให้คลิปเปลี่ยนภาพหรือซັບตามจังหวะเพลง
 ครอบตัด	ใช้ตัดขอบภาพหรือปรับเปลี่ยนสัดส่วนคลิป
 คัดลอก	ใช้ทำสำเนาคลิปเดิมอีกหนึ่งคลิปใน Timeline
 แทนที่	ใช้เปลี่ยนคลิปเดิมเป็นคลิปใหม่ โดยยังคงความยาวเอฟเฟกต์ไว้เหมือนเดิม
 ภาพซ้อน	ใช้เพิ่มภาพเข้าไปในคลิป หรือวิดีโอหลายชั้นเข้าด้วยกัน
 ปรับแก้	ใช้ปรับค่าต่าง ๆ ของคลิป เช่น ความสว่าง ความอึมสี ความคมชัด เป็นต้น
 รีทัช	ใช้แต่งหน้าและผิว ให้กับบุคคลในคลิป
 ลบ BG ออก	ใช้สำหรับลบพื้นหลังออกจากภาพหรือวิดีโอ เพื่อแยกบุคคลหรือวัตถุออก
 แยกเสียง	ใช้ดึงเสียงออกจากคลิปวิดีโอ ให้กลายเป็นแทร็กเสียงแยก
 ลดเสียงรบกวน	ใช้ลดเสียงลม เสียงคนคุย เสียงจี้รอบข้าง ทำให้เสียงพูดชัดขึ้น
 ย้อนกลับ	ใช้เล่นคลิปแบบย้อนหลังจากท้ายไปต้น เช่น น้ำไหลย้อน ของตก เดินถอยหลัง

๕.๔ การเริ่มต้นสร้างโปรเจกต์ใหม่ Version Pro

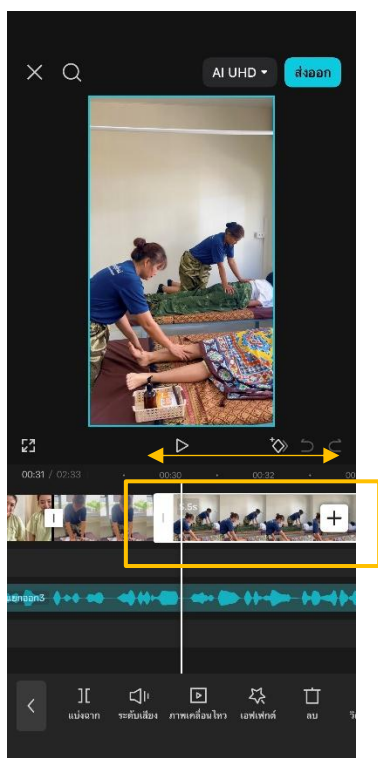
เมื่อเปิดแอปพลิเคชัน CapCut แล้ว ขั้นตอนแรกของการตัดต่อคือการสร้างโปรเจกต์
วิธีสร้างโปรเจกต์ สามารถดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

- ๑) เปิดแอปพลิเคชัน CapCut กดปุ่ม New Project (โปรเจกต์ใหม่ หรือ วิดีโอใหม่)
ดังภาพที่ ๔๔
- ๒) เลือกคลิปวิดีโอหรือภาพที่ต้องการนำมาตัดต่อจากแกลเลอรี ดังภาพที่ ๔๕
- ๓) กดปุ่ม Add (เพิ่ม) หลังจากนั้น คลิปทั้งหมดจะถูกนำเข้าสู่ Timeline ซึ่งเป็นพื้นที่สำหรับ
จัดเรียงลำดับวิดีโอ ดังภาพที่ ๔๖



๕.๕ การจัดเรียงลำดับคลิปและตัดคลิป

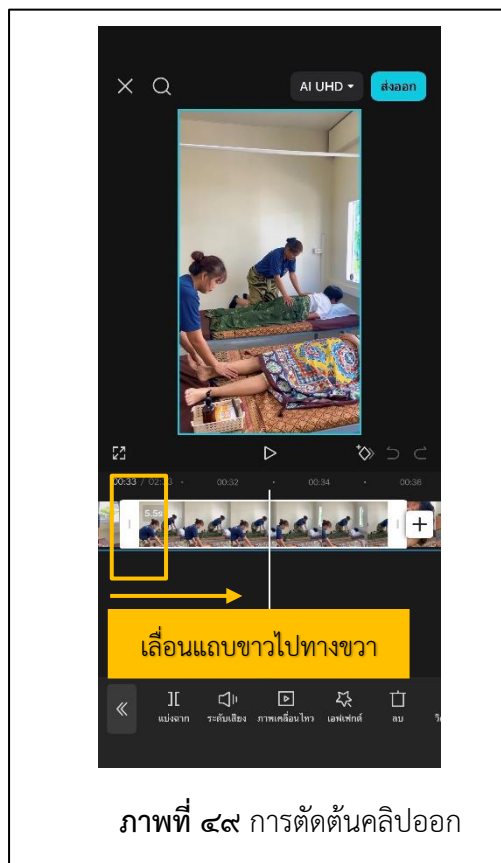
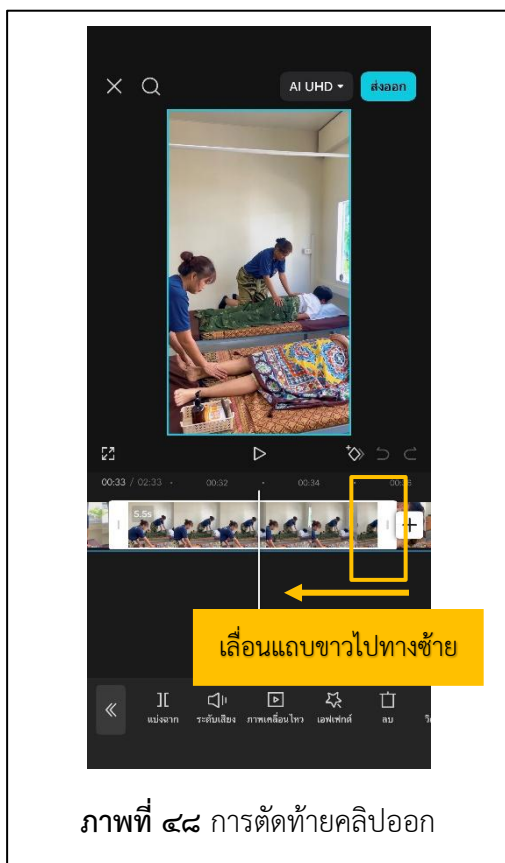
- ๑) การจัดเรียงลำดับคลิป เป็นส่วนสำคัญของการตัดต่อวิดีโอ สามารถลากคลิปเพื่อเปลี่ยนลำดับได้ โดยการคลิกคลิปที่ต้องการเปลี่ยนลำดับให้ขึ้นแถบสีขวาดังรูป และเลื่อนซ้ายหรือขวาเพื่อจัดเรียงตำแหน่งใหม่ตามต้องการ ดังภาพที่ ๔๗



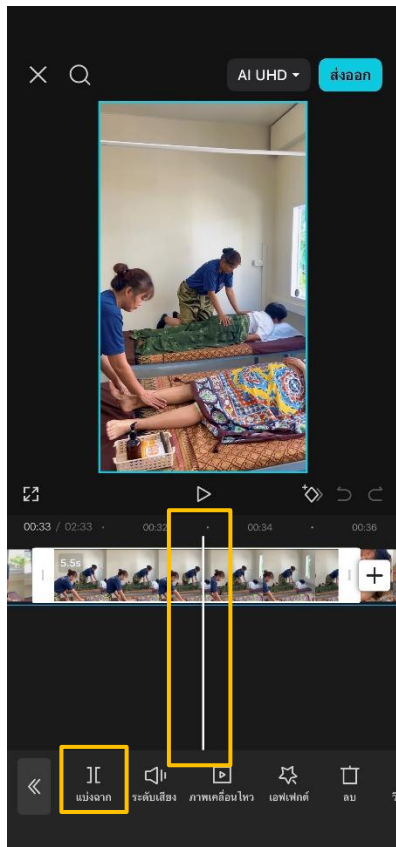
ภาพที่ ๔๗ การเลือกคลิปที่ต้องการเรียงลำดับใหม่

๒) เลือกคลิปเพื่อตัดหรือปรับความยาว

๒.๑) ขั้นตอนพื้นฐานการตัดคลิปต้นคลิปและท้ายคลิป เลือกคลิปที่ต้องการ คลิกให้ขึ้นแถบขาว เลื่อนแถบขาวไปทางซ้ายเพื่อทำให้คลิปสั้นลง กรณีที่ต้องการเอาต้นคลิปออก ให้ทำแบบเดียวกันแล้วให้เลื่อนแถบขาวไปทางขวา ดังภาพที่ ๔๘ - ๔๙

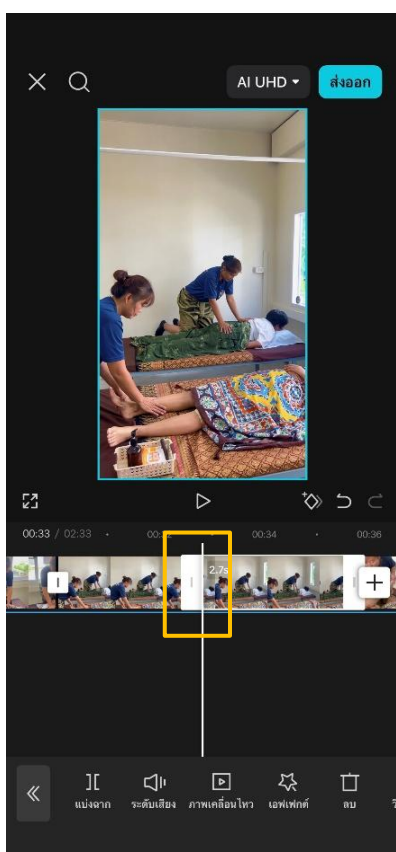


๒.๒) การแบ่งฉาก การแบ่งฉาก หรือ Split ใน CapCut ใช้สำหรับตัดคลิปออกเป็นหลายส่วน เพื่อให้สามารถ ลบ ย้าย หรือแทรกบางช่วงของคลิปได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะกรณีที่ต้องการเอาส่วนตรงกลางของคลิปออก ซึ่งไม่ใช่แค่ต้นคลิปหรือท้ายคลิป ลำดับการทำงานเป็นดังคำอธิบายและภาพที่ ๕๐ - ๕๑ ตามลำดับ



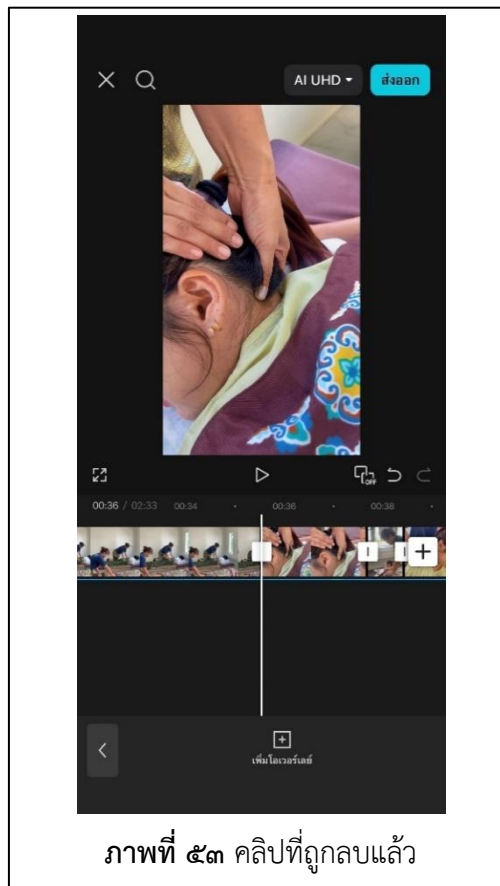
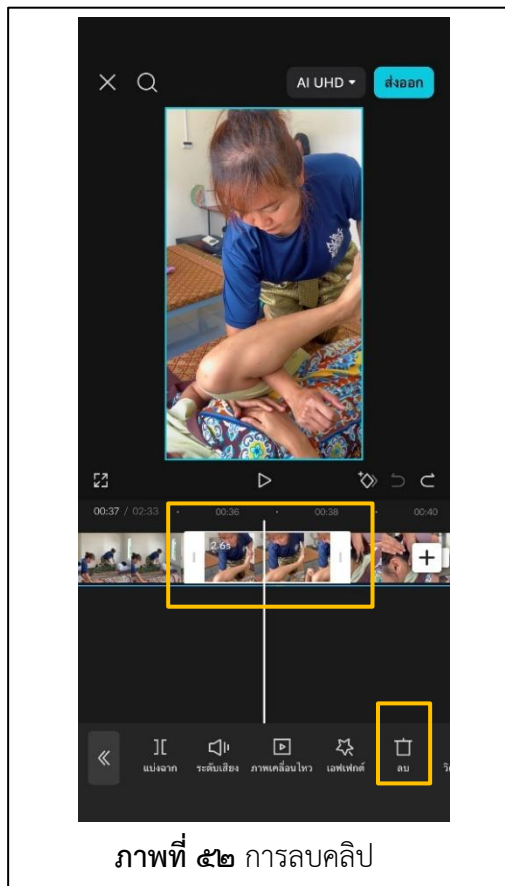
- ๑) คลิกที่ พื้นที่สีดำตำแหน่งใดก็ได้ในช่อง Timeline
- ๒) เลื่อนซ้าย-ขวา ให้เส้นแบ่งเวลา ตรงกับตำแหน่งช่วงเวลาของคลิปที่ต้องการตัด
- ๓) เมื่อได้ตำแหน่งหรือช่วงเวลาแล้ว ให้กดแบ่งฉาก][
จะได้รูป ดังภาพที่ ๕๐

ภาพที่ ๕๐ การเลือกตำแหน่งเพื่อแบ่งฉากของคลิป



ภาพที่ ๕๑ แสดงการแบ่งฉากของคลิป

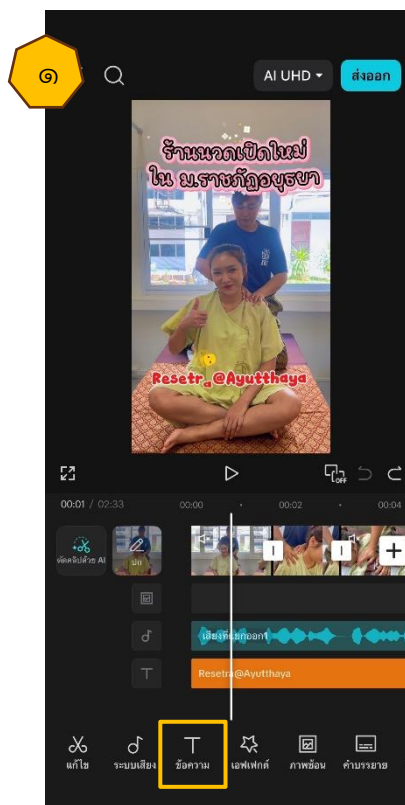
๒.๓) การลบคลิป หรือส่วนใดส่วนหนึ่งของคลิปที่ไม่ต้องการ แต่คลิปที่ต้องการลบ จะขึ้น แถบขาวคลุมคลิป กดลบที่เมนูถึงขยะ ดังภาพที่ ๕๒ – ๕๓ ตามลำดับ



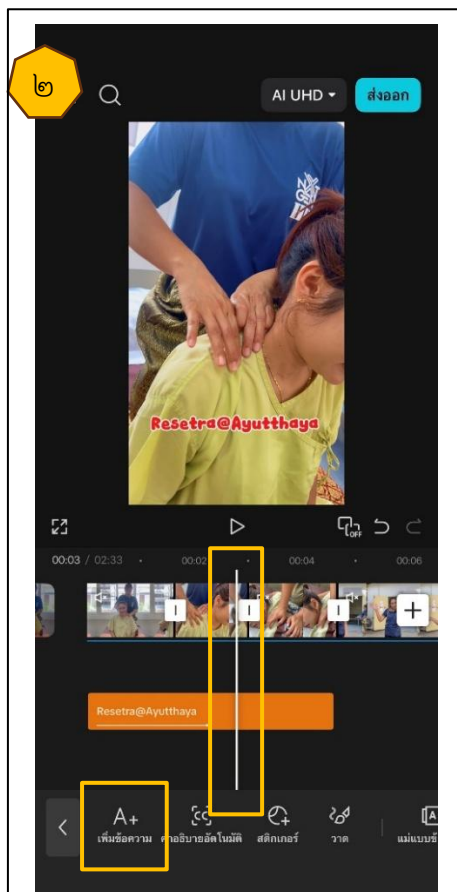
๕.๖ การใส่ข้อความในคลิป

ข้อความช่วยให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อหาและประเด็นของคลิปได้ง่ายขึ้น โดยเพิ่มข้อความลงในคลิป โดยมีขั้นตอนดังนี้

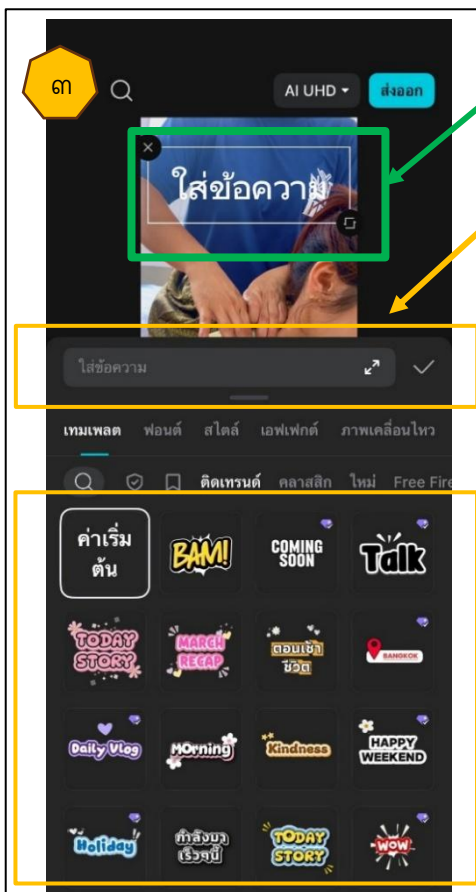
- ๑) กดเมนู “ข้อความ” ดังภาพที่ ๕๔
- ๒) เลือกตำแหน่งในคลิปที่ต้องการเพิ่มข้อความ จากนั้นกดเมนู “เพิ่มข้อความ” ดังภาพที่ ๕๕
- ๓) พิมพ์ข้อความที่ต้องการ ดังภาพที่ ๕๖
- ๔) ปรับ ขนาดตัวอักษร สี ตำแหน่งบนหน้าจอ ให้เหมาะสม ตัวอย่างข้อความ เช่น “ร้านนวดเปิดใหม่ ใน ม. ราชภัฏอยุธยา” ดังภาพที่ ๕๗



ภาพที่ ๕๔ การเลือกเมนูเพื่อใส่ข้อความ



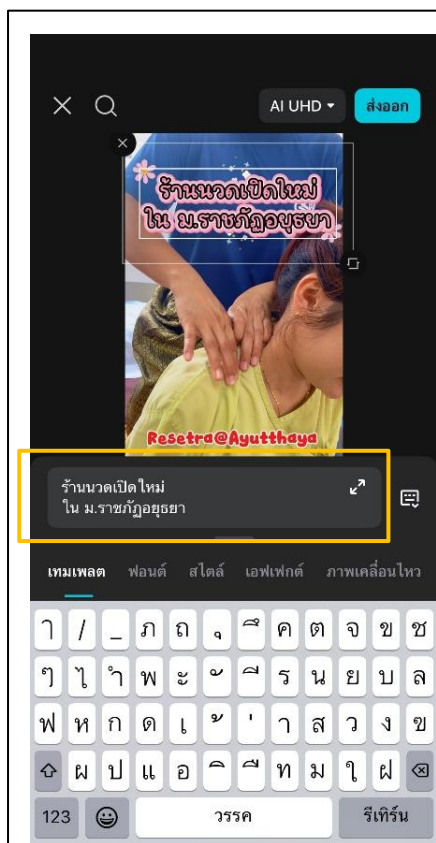
ภาพที่ ๕๕ การเพิ่มข้อความ



ภาพที่ ๕๖ การพิมพ์ข้อความ

๑. เมื่อกดเพิ่มข้อความ จะปรากฏกล่องข้อความแบบนี้
๒. ให้พิมพ์ข้อความ หรือเลือกเทมเพลตที่ต้องการก่อนพิมพ์ข้อความ ได้เช่นกัน ดังภาพที่ ๕๖
๓. จะได้ภาพที่พิมพ์ข้อความเรียบร้อยแล้ว ดังภาพที่ ๕๗

เทมเพลต

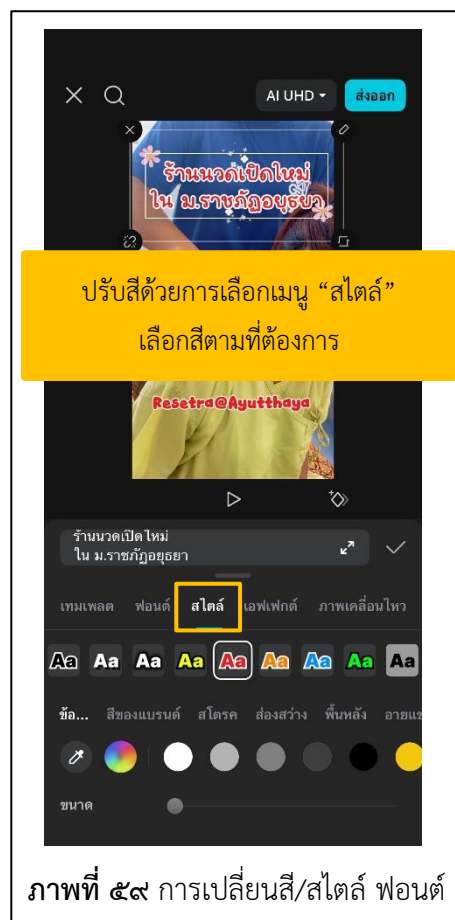
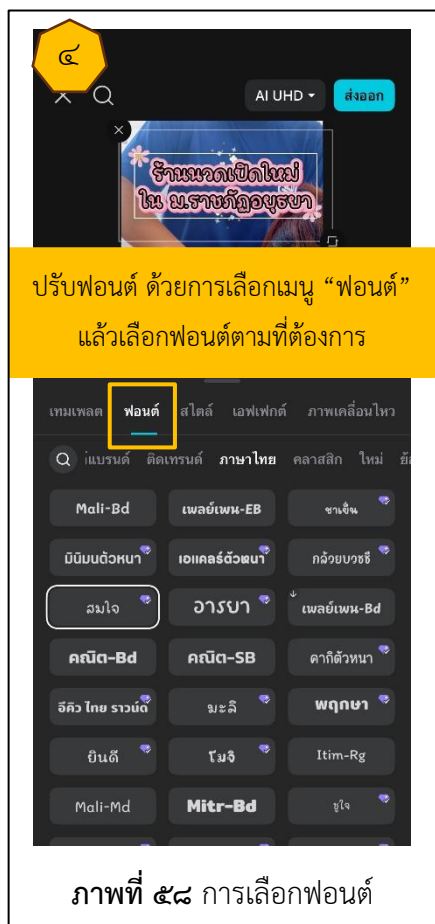


ภาพที่ ๕๗ การขึ้นข้อความบนจอ

การปรับแต่งรูปแบบข้อความ ทำได้ดังนี้

๑. เลือกแบบอักษร ที่เหมาะสมกับเนื้อหาและรูปแบบของคลิป โดยสามารถเลือกแบบอักษรจากเมนูที่กำหนด ดังแสดงในภาพที่ ๕๘

๒. ปรับสีของข้อความให้เหมาะสมกับพื้นหลังและเนื้อหาของคลิป เพื่อให้ข้อความมีความชัดเจนและอ่านได้ง่าย โดยสามารถเลือกสีได้จากเมนูการตั้งค่าสี ดังภาพที่ ๕๙



๕.๗ การใส่เอฟเฟกต์และทรานซิชัน

เอฟเฟกต์และทรานซิชันเป็นเครื่องมือที่ช่วยเพิ่มความน่าสนใจและความต่อเนื่องให้กับคลิปวิดีโอ โดยเอฟเฟกต์ใช้สำหรับปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มลักษณะพิเศษให้กับภาพและวิดีโอ เช่น การปรับสี การเพิ่มลูกเล่น หรือการสร้างบรรยากาศให้เหมาะสมกับเนื้อหา ส่วนทรานซิชันใช้สำหรับเชื่อมต่อระหว่างภาพหรือคลิปวิดีโอแต่ละช่วง เพื่อให้การเปลี่ยนจากฉากหนึ่งไปยังอีกฉากหนึ่งมีความต่อเนื่องและราบรื่น

ในการเลือกใช้เอฟเฟกต์และทรานซิชัน ผู้ปฏิบัติงานควรเลือกให้เหมาะสมกับเนื้อหาและรูปแบบของคลิป โดยไม่ควรใช้มากเกินไปจนเกิดความจำเจ เนื่องจากอาจทำให้เนื้อหาดูซับซ้อนและลดความชัดเจนในการสื่อสาร ทั้งนี้ ควรเน้นการใช้เพื่อสนับสนุนเนื้อหาและทำให้การนำเสนอมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ดังนี้

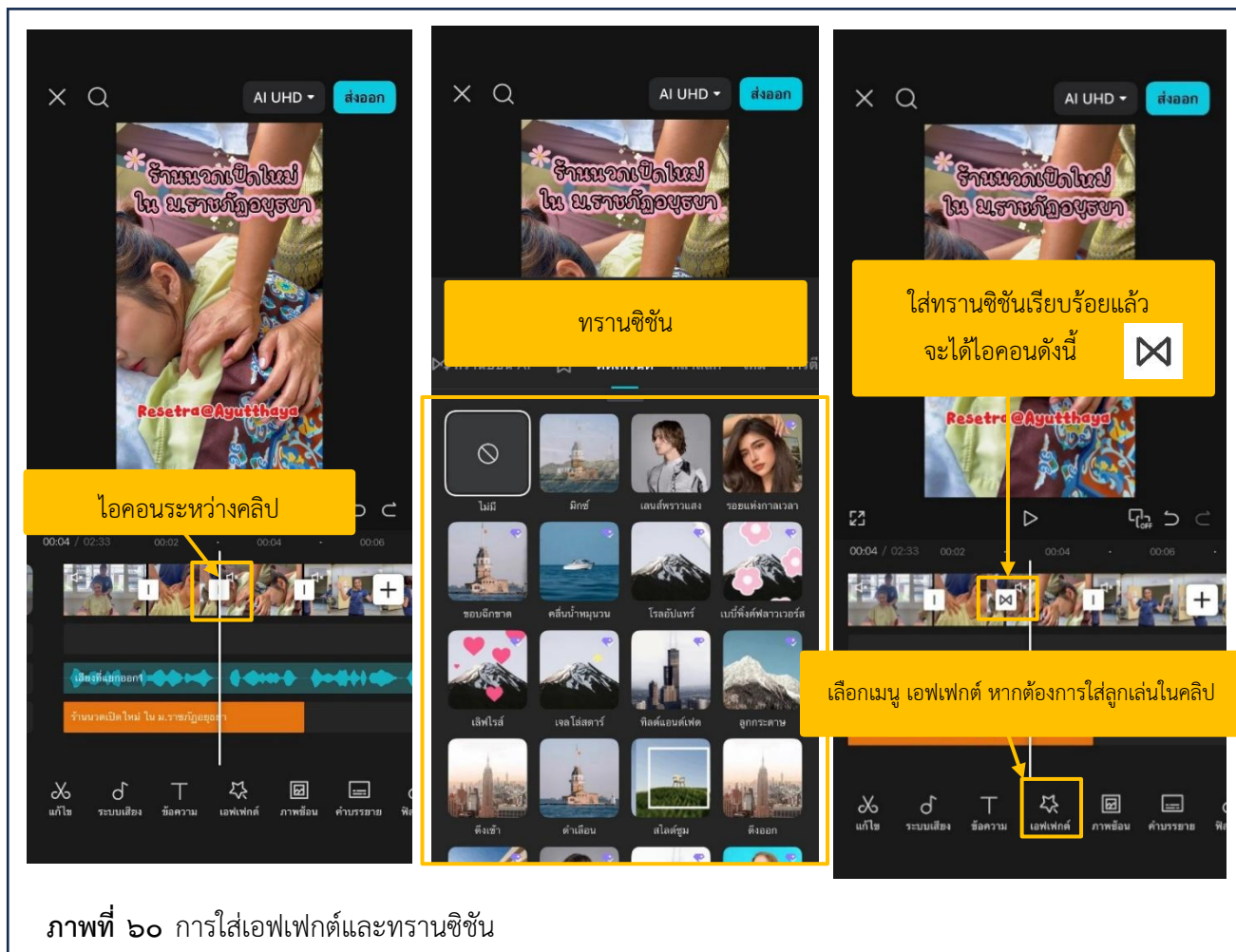
๑) การใส่ทรานซิชัน ใช้สำหรับเชื่อมระหว่างคลิป

- กดไอคอนระหว่างคลิป
- เลือกรูปแบบทรานซิชัน เช่น Fade Slide Zoom

๒) การใส่เอฟเฟกต์ คลิปวิดีโอที่ต้องการใส่เอฟเฟกต์

- กดเมนูเอฟเฟกต์
- เลือกเอฟเฟกต์ที่ต้องการ

ดังในภาพที่ ๖๐



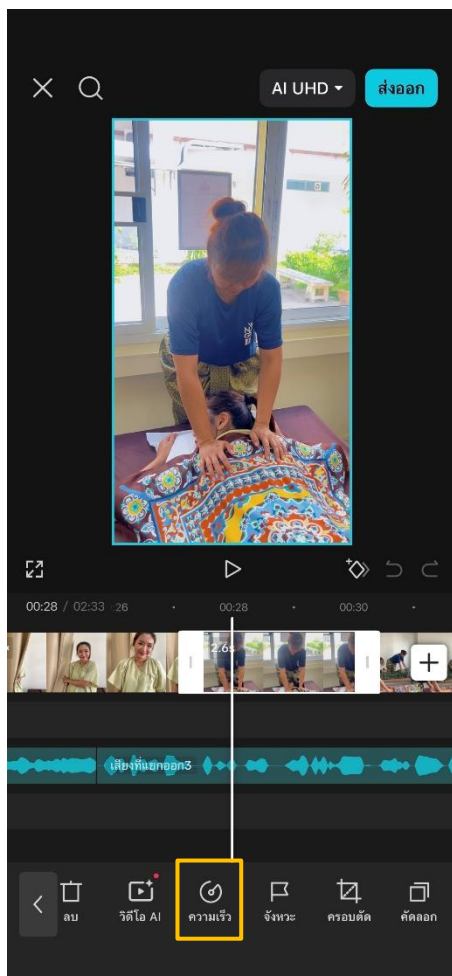
ภาพที่ ๖๐ การใส่เอฟเฟกต์และทรานซิชัน

๕.๔ การปรับความเร็วของคลิปวิดีโอ

ใน CapCut การปรับความเร็วของคลิปวิดีโอเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้คลิปดูน่าสนใจมากขึ้น สามารถใช้เร่งคลิปให้เร็วขึ้น หรือทำให้ช้าลงตามต้องการ โดยเมนูนี้จะอยู่ในคำสั่ง “ความเร็ว”

การปรับความเร็วของคลิปวิดีโอสามารถทำได้ทั้งแบบปรับทั้งคลิป และปรับเฉพาะบางช่วงของคลิปที่แบ่งฉากไว้แล้วใน Timeline

การปรับความเร็วเฉพาะบางช่วงของคลิป หากต้องการให้บางช่วงเร็ว บางช่วงช้า ต้องแบ่งฉากหรือใช้คำสั่ง แบ่งฉากก่อน จากนั้นเลือกเฉพาะคลิปช่วงที่ต้องการ แล้วค่อยปรับความเร็ว



๑. กดคลิกวิดีโอที่ต้องการปรับความเร็ว บน Timeline ให้ขึ้นแถบขาว
๒. กดเมนูความเร็ว ดังภาพที่ ๖๑

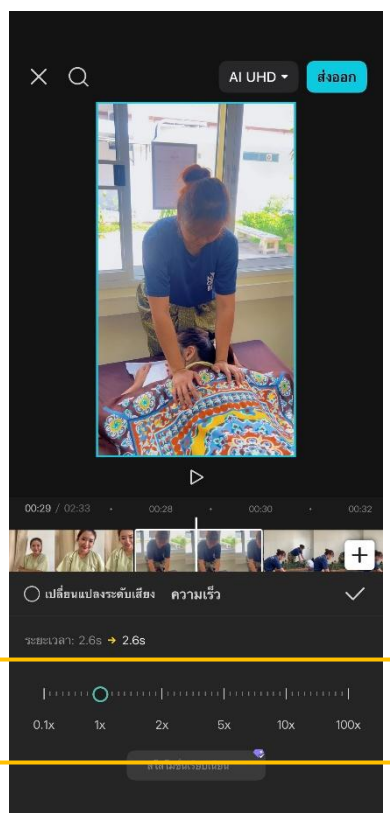
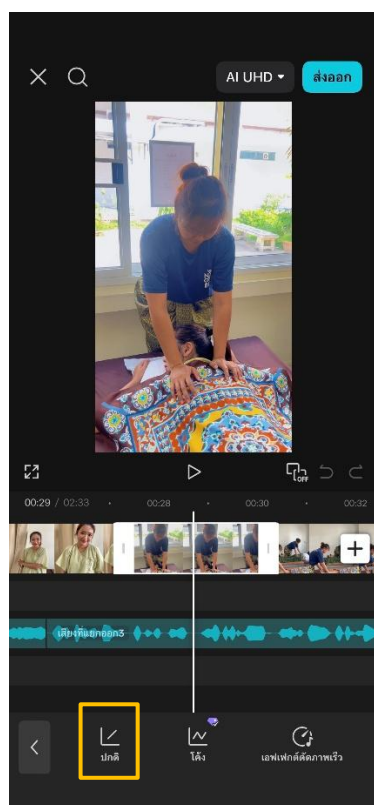
ภาพที่ ๖๑ การเข้าเมนูปรับความเร็ว

CapCut จะมีตัวปรับความเร็ว ๒ แบบ คือ แบบปกติ และ แบบโค้ง

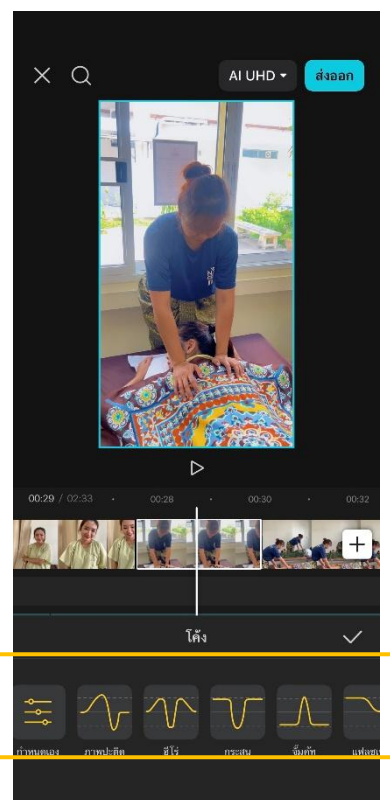
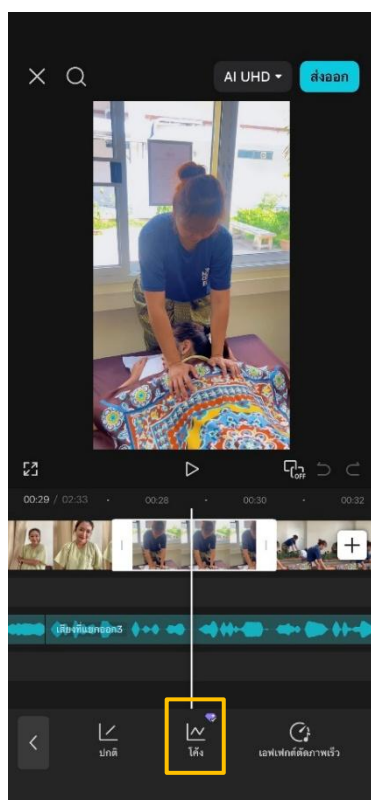
แบบปกติ เป็นการปรับความเร็วทั้งคลิปแบบเท่ากันทั้งหมด หากเพิ่มความเร็ว คลิปจะเล่นเร็วขึ้น และสั้นลง แต่ถ้าลดความเร็ว คลิปจะเล่นช้าลงและยาวขึ้น เหมาะกับคลิปที่ต้องการเร่งเวลา เช่น คลิปแต่งหน้า คลิปทำอาหาร คลิปเดินทาง คลิปจัดห้อง หรือใช้ทำสโลว์โมชั่นในช่วงสำคัญ เช่น ตอนกระโดด เต้น หรือหมุนตัว ดังภาพที่ ๖๒

แบบโค้ง เป็นการปรับความเร็วแบบหลายระดับในคลิปเดียว ทำให้บางช่วงเร็ว บางช่วงช้าได้ โดยผู้ใช้สามารถเลือกแบบสำเร็จรูป หรือปรับเองได้ตามต้องการ เหมาะกับคลิปที่ต้องการความลื่นไหลและดูมีลูกเล่น เช่น คลิปเต้น คลิปแพชั่น คลิปเปลี่ยนเสื้อผ้า คลิปที่ตัดตามจังหวะเพลง ดังภาพที่ ๖๓

การใช้แบบโค้ง จะช่วยให้คลิปดูมีมิติ และทำให้จังหวะคลิปเข้ากับเพลงได้ดีขึ้น โดยเฉพาะเวลาต้องการเน้นบางช่วงให้เด่นกว่าปกติ



ภาพที่ ๖๒ การปรับความเร็วแบบปกติ



ภาพที่ ๖๓ การปรับความเร็วแบบโค้ง

๕.๔ การใส่เสียงและดนตรีประกอบ

เสียงเพลงช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับคลิป มีขั้นตอนและตัวอย่างตามภาพประกอบที่

๖๔ - ๖๕

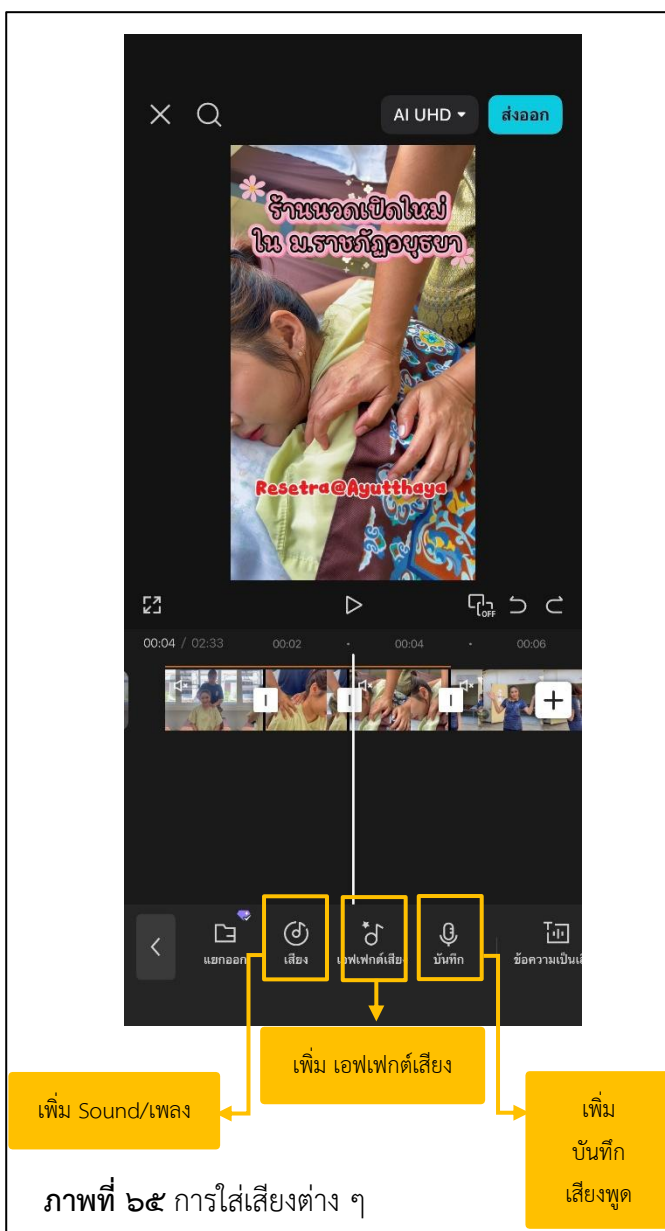
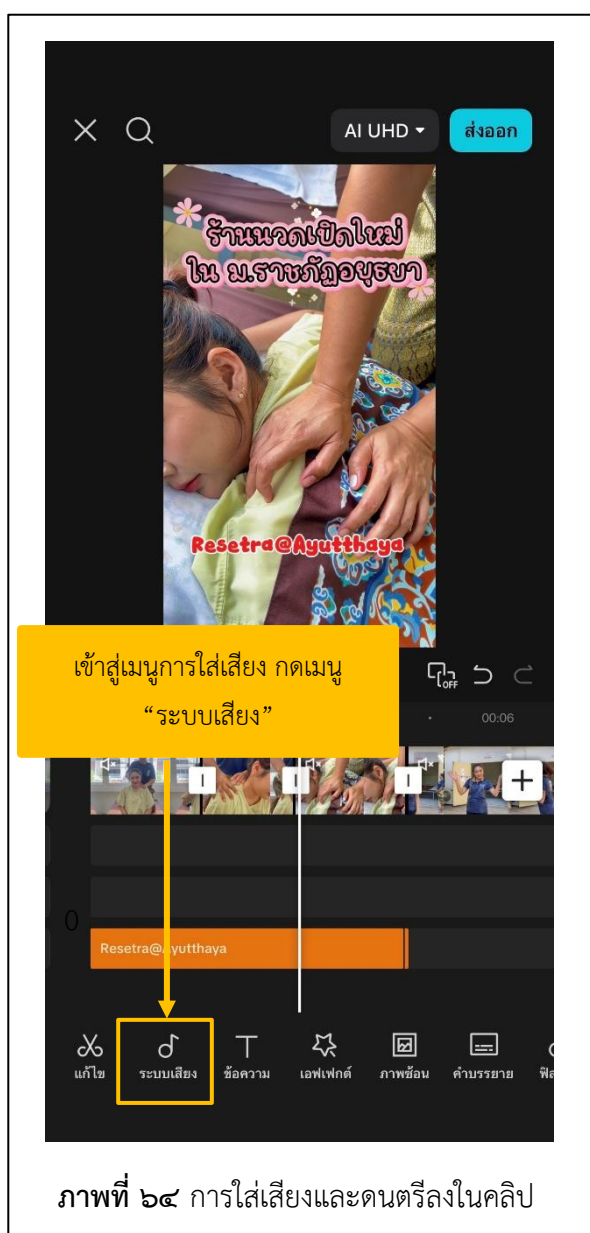
กดเมนู ระบบเสียง (Audio)

เลือก เพลงในระบบ (Sounds)

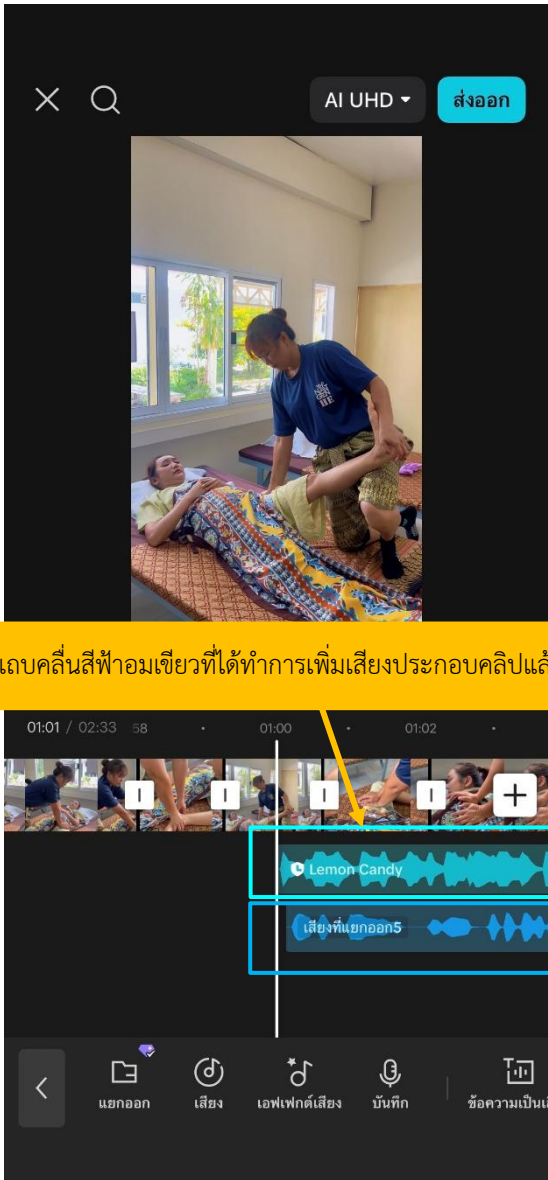
ดึงเสียงจากคลิปอื่น (Extracted)

บันทึกเสียงพูด (Voiceover)

ควรเลือกเพลงที่เหมาะสมกับบรรยากาศคลิป ไม่ดังเกินเสียงพูด ควรใช้เอฟเฟกต์อย่างพอดี เพื่อไม่ให้รบกวนเนื้อหา



ในการเพิ่มและจัดการเสียงในคลิป ผู้ปฏิบัติงานสามารถเพิ่มเสียงลงในคลิปและจัดวางตำแหน่งของแทร็กเสียงบน Timeline ให้สอดคล้องกับลำดับภาพและเนื้อหา โดยสามารถเลื่อนตำแหน่งเสียง ตัดช่วงเสียงที่ไม่ต้องการ และปรับระดับความดังของเสียงให้เหมาะสม เพื่อให้เสียงและภาพมีความสัมพันธ์กันและไม่รบกวนเนื้อหาหลักของคลิป ขั้นตอนการเพิ่มและจัดการเสียงในคลิป ดังภาพที่ ๖๖



แถบคลื่นสีฟ้าอมเขียวที่ได้ทำการเพิ่มเสียงประกอบคลิปแล้ว

สัญลักษณ์คลื่นเสียงสีฟ้าอมเขียว

แทร็กบน เป็นเพลงพื้นหลัง ที่มีการเพิ่มเข้าจากเมนู “เสียง”

แทร็กล่าง “เสียงที่แยกออก...” เป็นเสียงพูดหรือเสียงต้นฉบับจากคลิปวิดีโอ ที่เกิดจากการใช้เครื่องมือแยกเสียงจากคลิปวิดีโอ

สัญลักษณ์คลื่นเสียงสีฟ้า

ภาพที่ ๖๖ การเพิ่มเสียงลงในคลิป

ผู้ใช้สามารถเลือกคลิปเสียงและวางไว้ในตำแหน่งที่ต้องการบน Timeline ของ CapCut ได้ หลังจากเพิ่มเพลงหรือเสียงเข้ามาแล้ว สามารถกดค้างที่แถบเสียง แล้วลากไปทางซ้ายหรือขวา เพื่อกำหนดว่าเสียงจะเริ่มตรงช่วงใดของคลิป

วิธีนี้เหมาะสำหรับการใส่เสียงเอฟเฟกต์ เสียงหัวเราะ เสียงปรบมือ หรือเพลงในช่วงสำคัญของคลิป โดยไม่จำเป็นต้องให้เสียงเริ่มตั้งแต่ต้นวิดีโอ หากต้องการให้เสียงปรบมืองดเฉพาะตอนเปิดตัวสินค้า ก็สามารถลากเสียงไปวางตรงจังหวะที่สินค้าปรากฏบนหน้าจอได้ตามต้องการ

๕.๑๐ การปรับเสียงแบบเลื่อน

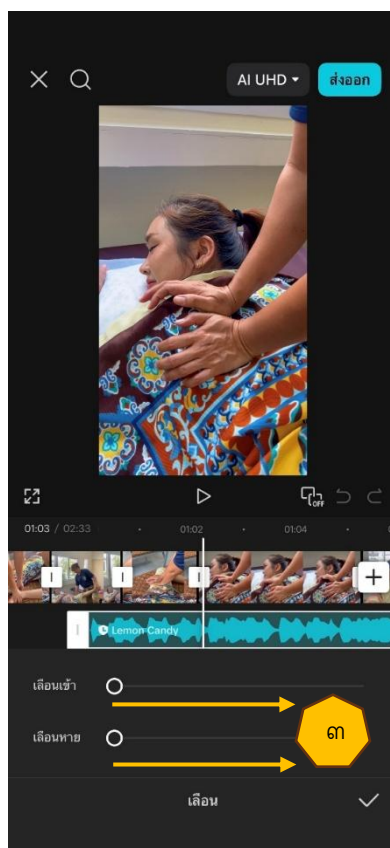
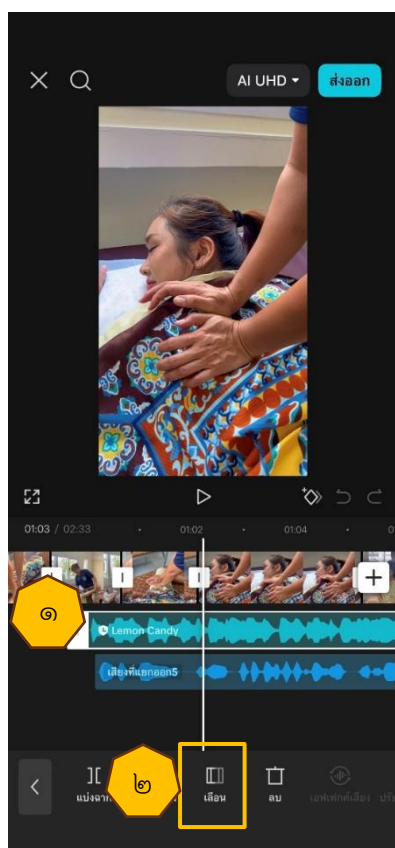
ใน CapCut สามารถปรับเสียงแบบเลื่อนเข้าและเลื่อนออกได้ โดยใช้คำสั่ง การเลื่อนเข้า และการเลื่อนออก

การเลื่อนเข้า คือ การทำให้เสียงค่อย ๆ ดังขึ้นจากเบาไปดัง เช่น หากใส่เพลงเปิดคลิปสามารถใช้แบบเลื่อนเข้า

การเลื่อนออก คือ การทำให้เสียงค่อย ๆ เบาลงก่อนจบคลิป

หากมีการเปลี่ยนเพลงระหว่างคลิป การใช้เสียงแบบเลื่อนจะช่วยให้เปลี่ยนเพลงได้ลื่นไหลมากขึ้น คือ การที่เสียงเพลงหนึ่งค่อย ๆ เบาลง และอีกเสียงหนึ่งค่อย ๆ ดังขึ้น

เครื่องมือนี้เหมาะกับเพลงประกอบ เสียงบรรยากาศ หรือเสียงพากย์ เพราะช่วยให้การเริ่มและจบเสียงดูนุ่มนวล ไม่ตัดหัวนเกินไป ดังภาพที่ ๖๗



๑. กดที่แถบเสียงที่ต้องการปรับเสียงแบบเลื่อน
๒. กดเมนู เลื่อน
๓. ปรับปุ่ม เลื่อนเข้า เลื่อนออก ได้ตามต้องการ

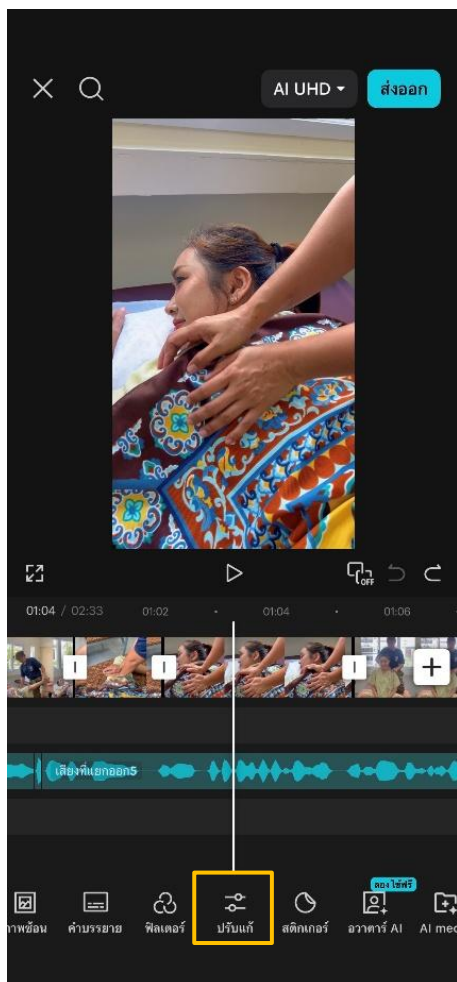
ภาพที่ ๖๗ การปรับเสียงแบบเลื่อน

๕.๑๑ การปรับสีและความสว่าง

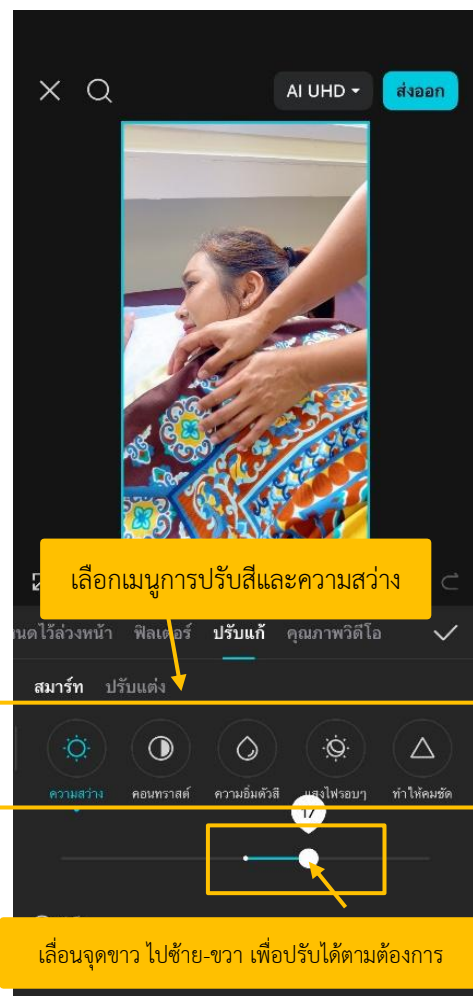
CapCut สามารถปรับสีของวิดีโอได้ เช่น ความสว่าง (Brightness) ความคมชัด (Contrast) ความสดของสี (Saturation)

วิธีปรับ ดังปรากฏในภาพที่ ๖๘ - ๖๙

- ๑) เลือกคลิปใน Timeline
- ๒) กดเมนู ปรับแก้ (Adjust)
- ๓) ปรับค่าตามความเหมาะสม



ภาพที่ ๖๘ การเข้าสู่เมนูปรับสีและความสว่าง



ภาพที่ ๖๙ หน้าต่างเมนูการปรับสีและความสว่างคลิป

๕.๑๒ การใส่รูป/โลโก้ หรือกราฟิกลงในคลิป

ผู้ปฏิบัติงานติดต่อสามารถใส่ โลโก้มหาวิทยาลัย หรือ QR Code สมัครงเรียน ภาพกราฟิกประกอบอื่น ๆ ลงในคลิปวิดีโอ โดยการกดเมนู “ภาพซ้อน” และใช้วิธีทำดังนี้ (ตามภาพที่ ๗๐ – ๗๒)

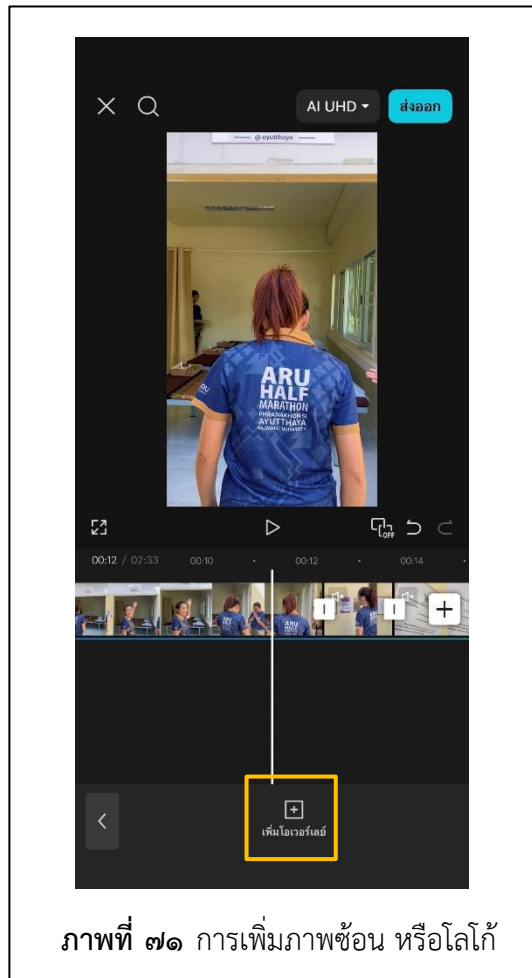
- ๑) เลือก “ภาพซ้อน”



- ๒) เลือกรูป โลโก้ หรือกราฟิกจากเครื่อง
- ๓) รูปจะถูกเพิ่มเข้ามาบน Timeline แยกอีกชั้นหนึ่ง
- ๔) กดที่รูปเพื่อปรับขนาด หมุน หรือย้ายตำแหน่งบนหน้าจอ
- ๕) ลากปลายคลิปของรูป เพื่อกำหนดว่าจะให้แสดงนานเท่าไร
- ๖) หากต้องการให้รูปค่อย ๆ เข้า หรือค่อย ๆ หาย สามารถกดเมนู “ภาพเคลื่อนไหว” เพิ่มได้
- ๗) หากต้องการลบพื้นหลังของรูปบางรูป สามารถใช้คำสั่ง “ลบพื้นหลัง”

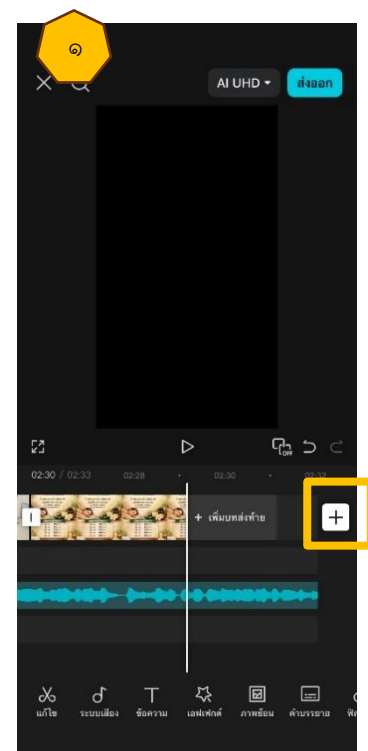


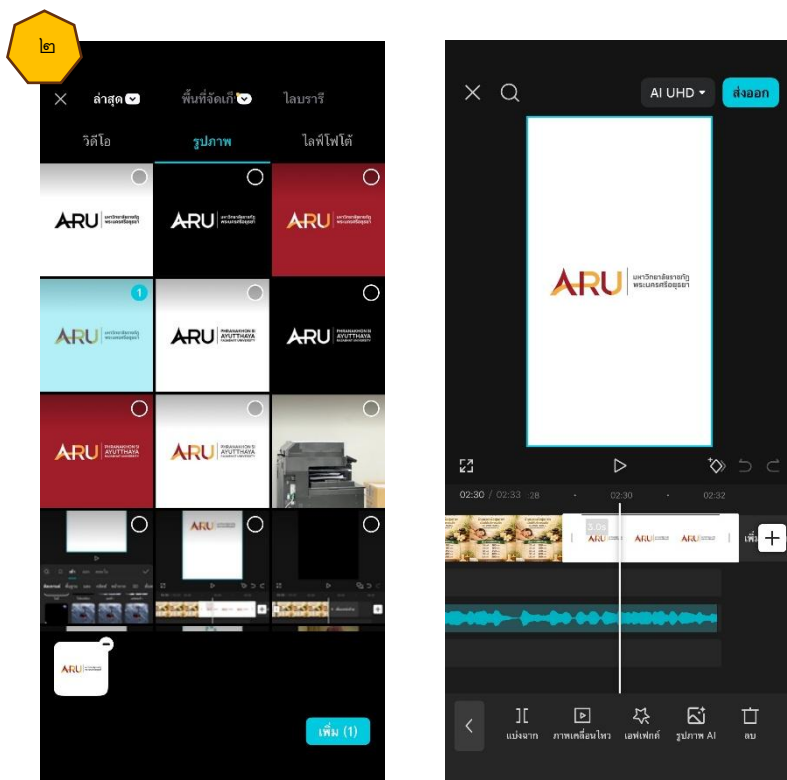
ภาพที่ ๗๐ การเข้าเมนูภาพซ้อน



๕.๑๓ การจบคลิปด้วยการใส่โลโก้ หรือตรามหาวิทยาลัย มีวิธีทำดังภาพที่ ๗๓ - ๗๔

- ๑) กดเครื่องหมาย **+** บวก
- ๒) เพิ่มรูปหรือวิดีโอที่ต้องการจากคลังภาพในโทรศัพท์มือถือ
- ๓) กด “เพิ่ม”
- ๔) เพิ่มลูกเล่นให้กับภาพโลโก้
- ๕) ด้วยการ กดเมนู “ภาพเคลื่อนไหว”
- ๖) เลือกเอฟเฟกต์การเคลื่อนไหวตามต้องการ





ภาพที่ ๗๔ แสดงการเพิ่มรูปโลโก้หรือวิดีโอจากคลังภาพในโทรศัพท์มือถือ

๕.๑๔ การตรวจสอบคลิปก่อนส่งออก

ก่อนบันทึกหรือส่งออกคลิปจาก CapCut ควรเปิดดูคลิปตั้งแต่ต้นจนจบอย่างน้อย ๑-๒ รอบ เพื่อให้แน่ใจว่าไม่มีข้อผิดพลาด เพราะหากส่งออกไปแล้ว อาจต้องกลับมาแก้ไขใหม่และเสียเวลาเพิ่ม

สิ่งที่ควรตรวจสอบมีดังนี้

๑) ความต่อเนื่องของภาพ ควรดูว่าภาพแต่ละช่วงต่อกันสั่นไหวหรือไม่ มีช่วงกระโดด ขาดหาย หรือเปลี่ยนฉากเร็วเกินไปหรือไม่ ควรตรวจสอบดังนี้

- คลิปเรียงลำดับถูกต้อง
- ไม่มีคลิปซ้ำ
- ไม่มีคลิปหาย
- ทรานซิชันเชื่อมแต่ละฉากได้พอดี
- ภาพไม่กระตุกหรือสั่นเกินไป

๒) ความถูกต้องของข้อความ หากมีข้อความ ซับ หรือราคา ควรอ่านตรวจสอบทุกจุด เพราะข้อความผิดเพียงคำเดียวอาจทำให้คลิปดูไม่น่าเชื่อถือ ควรตรวจสอบดังนี้

- สะกดถูกต้อง
- ชื่อคน ชื่อร้าน หรือชื่อสินค้าไม่ผิด
- ราคาไม่ผิด
- ข้อความไม่ตกขอบจอ
- ข้อความไม่ถูกบังด้วยปุ่มของ TikTok

- ฟอนต์อ่านง่าย
- ข้อความขึ้นตรงกับช่วงที่พูด

๓) ระดับเสียงเพลงและเสียงพูด เสียงเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะต่อให้ภาพสวย แต่เสียงเบาเกินไปหรือดังเกินไป ผู้ชมก็อาจเลื่อนผ่าน ควรตรวจสอบดังนี้

- เสียงพูดชัดเจน
- เพลงไม่ดังกลบเสียงพูด
- ไม่มีเสียงแตก
- ไม่มีเสียงลม เสียงรถ หรือเสียงรบกวน
- ช่วงเปิดและปิดเพลงไม่ตัดหัวเกินไป
- เสียงแต่ละช่วงมีระดับใกล้เคียงกัน

ตัวอย่าง หากใช้เพลงประกอบ ควรลดเสียงเพลงให้เบากว่าเสียงพูด เพื่อให้คนฟังเนื้อหาชัดเจน

๔) ความยาวของคลิป ควรดูว่าคลิปยาวเกินไปหรือมีช่วงที่น่าเบื่อหรือไม่ เพราะผู้ชม TikTok มักตัดสินใจเร็ว หากคลิปซ้ำเกินไป คนอาจเลื่อนผ่านก่อนดูจบ ควรตรวจสอบดังนี้

- เปิดคลิปน่าสนใจใน ๑-๓ วินาทีแรก
- ไม่มีช่วงเจียบหรือช่วงว่างนานเกินไป
- ไม่มีข้อซ้ำ
- ตัดเฉพาะส่วนที่สำคัญไว้
- ความยาวเหมาะกับเนื้อหา

ตัวอย่าง หากคลิปรีวิวร้านอาหารยาวเกิน ๒ นาที อาจตัดบางช่วงที่ไม่จำเป็นออก เช่น ช่วงเดินหรือช่วงรออาหาร

๕) ตรวจสอบองค์ประกอบอื่น ๆ เพิ่มเติม นอกจากภาพ ข้อความ และเสียง ยังควรตรวจสอบเรื่องอื่น ๆ ดังนี้

- โลโก้หรือภาพซ้อน อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม
- สติกเกอร์หรือกราฟิกไม่บังหน้าคน
- สีของคลิปแต่ละช่วงไม่ต่างกันมากเกินไป
- ไม่มีขอบดำหรือพื้นที่ว่างผิดปกติ
- ขนาดคลิปเป็นแนวตั้งเหมาะกับ TikTok ๙:๑๖

๖) ก่อนกดส่งออกควรตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง

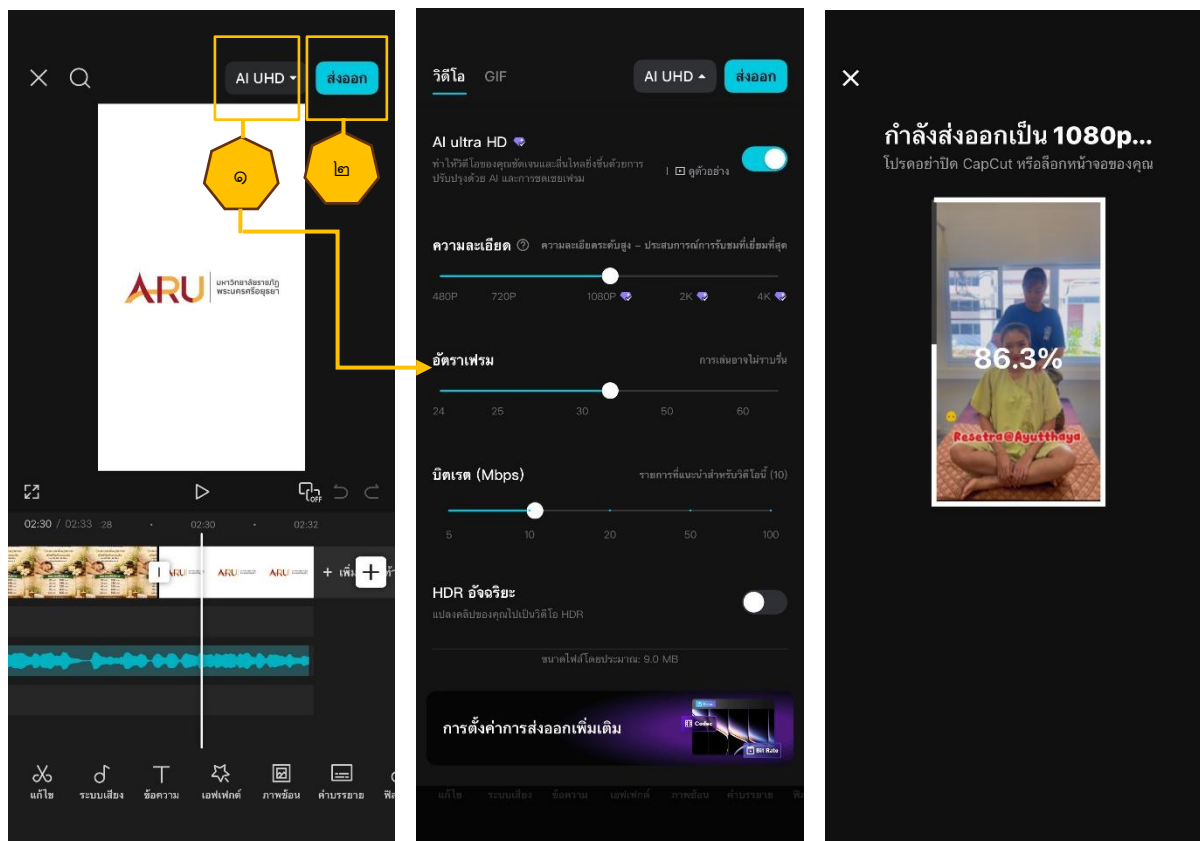
- ตั้งค่าความละเอียดเหมาะสม เช่น ๑๐๘๐p
- เลือกเฟรมเรตให้เหมาะสม เช่น ๓๐fps หรือ ๖๐fps
- ตรวจสอบพื้นที่จัดเก็บในเครื่อง

๕.๑๕ การส่งออกวิดีโอ

เมื่อการตัดต่อใน CapCut เสร็จสมบูรณ์แล้ว ขั้นตอนสุดท้ายคือการส่งออกวิดีโอ เพื่อให้สามารถนำไปโพสต์ลง TikTok หรือแพลตฟอร์มอื่นได้ โดยมีขั้นตอนการส่งออกวิดีโอ ดังภาพที่ ๗๕

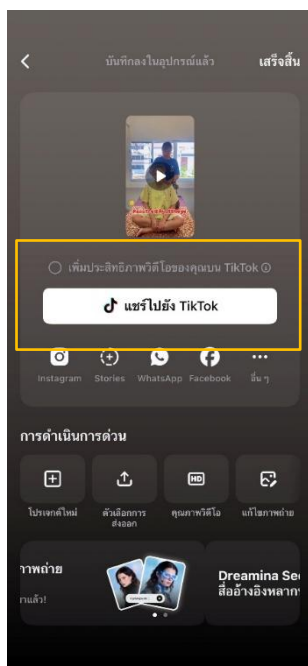
๑) เลือกความละเอียดของวิดีโอสำหรับคลิปทั่วไปที่ต้องการลง TikTok แนะนำให้ใช้ความละเอียด ๑๐๘๐p (Full HD) ๓๐ fps

๒) กดปุ่ม “ส่งออก” ที่มุมขวาบนของหน้าจอ การตั้งค่านี้จะช่วยให้คลิปมีความคมชัด ภาพไม่แตก และขนาดไฟล์ไม่ใหญ่เกินไปหากเป็นคลิปที่มีการเคลื่อนไหวเร็ว เช่น คลิปเต้น กีฬา หรือคลิปเดินกล้องเร็ว อาจเลือก ๖๐ fps เพื่อให้ภาพลื่นขึ้น แต่ไฟล์จะมีขนาดใหญ่กว่า



ภาพที่ ๗๕ การส่งออกวิดีโอ

หลังจากส่งออกคลิปวิดีโอเสร็จ วิดีโอจะถูกบันทึกลงในแกลเลอรีของเครื่อง และสามารถแชร์ต่อไปยัง TikTok ได้ทันที ดังภาพที่ ๗๖ ไฟล์วิดีโอจะถูกบันทึกในโทรศัพท์มือถือ “คลังภาพ” พร้อมสำหรับการนำไปเผยแพร่บน TikTok



ภาพที่ ๗๖ หน้าต่างการส่งออกวิดีโอที่สามารถแชร์ไปยัง TikTok ได้ทันที

ปัญหา แนวทางการแก้ปัญหา และข้อเสนอแนะ

ปัญหา

๑. เมื่อใส่คลิปหลาย ๆ คลิป มีเอฟเฟกต์จำนวนมาก หรือไฟล์วิดีโอที่มีความละเอียดสูง จะทำให้แอปพลิเคชันค้าง ช้าคลิปกระตุก หรือดึงออกจากแอปพลิเคชัน

๒. เสียงติดลิขสิทธิ์

แนวทางการแก้ไข

๑. ออกจากแอปพลิเคชัน CapCut แล้วเข้าใหม่/ ปิดแอปพลิเคชันอื่น ๆ ในมือถือ/ ลดจำนวนเอฟเฟกต์เยอะ ๆ

๒. เลือกใส่เสียงที่ไม่ติดลิขสิทธิ์

ข้อเสนอแนะ

ไม่ควรนำฟุตเทจคลิปเข้ามาครั้งละจำนวนมาก ๆ ทำให้ยากต่อการจัดเรียงลำดับคลิปคลิป ยากต่อการตัดต่อ จะส่งผลทำให้แอปพลิเคชันค้าง

ขั้นตอนที่ ๖ เสนอ/ขออนุมัติ

การเสนอและขออนุมัติคลิปวิดีโอ (TikTok) เพื่อใช้กับงานสื่อสารองค์กรของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เป็นกระบวนการสำคัญหลังจากการติดต่อและปรับแต่งวิดีโอเสร็จสมบูรณ์แล้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้บริหารหรือหัวหน้างานที่รับผิดชอบได้ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ความเหมาะสมของการสื่อสาร และความสอดคล้องกับนโยบายและภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ก่อนนำคลิปไปเผยแพร่สู่สาธารณะ

เนื่องจากคลิปวิดีโอ (TikTok) ถือเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยที่สามารถเข้าถึงผู้ชมจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว ในการตรวจสอบผู้มีอำนาจอนุมัติจะพิจารณาเนื้อหาของคลิปในประเด็นสำคัญ ได้แก่ ความถูกต้องของข้อมูล ชื่อ-นามสกุลและตำแหน่งบุคคล วัน เวลา และสถานที่ การใช้ภาษาและการสะกดคำ ความเหมาะสมของภาพและเสียง ความถูกต้องของข้อความที่ปรากฏบนหน้าจอ รวมถึงวิธีการติดต่อ หากพบข้อมูลคลาดเคลื่อน หรือมีการติดต่อที่ไม่กระชับ จะส่งกลับให้ผู้ปฏิบัติงานดำเนินการแก้ไข ก่อนนำเสนอเพื่อขออนุมัติอีกครั้ง กระบวนการดังกล่าวจะช่วยลดความผิดพลาดก่อนการเผยแพร่ และทำให้ข้อมูลที่เผยแพร่ออกสู่สาธารณะมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ ซึ่งการพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหา ภาษา ภาพ เสียง และรูปแบบการนำเสนอให้มีความสุภาพ สร้างสรรค์ น่าเชื่อถือ จะช่วยรักษามาตรฐานภาพลักษณ์ขององค์กร

ในทางปฏิบัติ ผู้ปฏิบัติงานจะส่งคลิปวิดีโอที่ติดต่อเรียบร้อยแล้วให้ผู้บริหารหรือหัวหน้างานพิจารณา โดยการส่งผ่าน ช่องทางแชตไลน์ (LINE) ซึ่งเป็นช่องทางสื่อสารที่สะดวกและรวดเร็ว โดยผู้บริหาร หรือหัวหน้างาน ผู้มอบหมาย จะตรวจสอบคลิปวิดีโอ และตอบกลับผ่านช่องทางแชตไลน์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคลิปผ่านการตรวจสอบและได้รับอนุมัติก่อนนำไปเผยแพร่ต่อสาธารณะ กระบวนการดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการควบคุมคุณภาพการผลิตสื่อ โดยช่วยให้เนื้อหาที่เผยแพร่มีความถูกต้อง เหมาะสม ดังภาพที่ ๗๗



ภาพที่ ๗๗ ตัวอย่างการส่งคลิปและพิจารณาคลิปที่ได้รับการอนุมัติ

ปัญหา แนวทางการแก้ปัญหา และข้อเสนอแนะ

ปัญหา

๑. ผู้บริหารมีเวลาจำกัดในการตรวจสอบคลิป
๒. มีการแก้ไขเนื้อหาหลายครั้ง ทำให้การเผยแพร่ล่าช้า

แนวทางการแก้ไข

๑. กำหนดระยะเวลาในการพิจารณา เช่น ภายใน ๑ วันทำการ
๒. เตรียมคลิปให้สมบูรณ์ที่สุดก่อนเสนออนุมัติ เพื่อลดการแก้ไขซ้ำ

ข้อเสนอแนะ

ควรจัดระบบการเสนอคลิปเพื่อขออนุมัติให้เหมาะสมกับระดับความสำคัญและความเร่งด่วนของเนื้อหา พร้อมกำหนดผู้รับผิดชอบหรือผู้มีอำนาจพิจารณาในแต่ละกรณี เพื่อให้กระบวนการอนุมัติมีความคล่องตัวและไม่ส่งผลกระทบต่อระยะเวลาการเผยแพร่

ขั้นตอนที่ ๗ ปรับแก้ตามข้อเสนอแนะ (ถ้ามี)

การปรับแก้ตามข้อเสนอแนะเป็นกระบวนการดำเนินงานภายหลังจากที่ผู้บริหารหรือหัวหน้างานได้ตรวจสอบคลิปวิดีโอที่เสนอ ขออนุมัติในขั้นตอนก่อนหน้านี้ และมีข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม ก่อนการเผยแพร่จริง โดยขั้นตอนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และองค์ประกอบของคลิปวิดีโอ มีความถูกต้อง เหมาะสม และสอดคล้องกับนโยบายและภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ในทางปฏิบัติ การเสนอคลิปในครั้งแรกอาจยังไม่ผ่านการอนุมัติ เนื่องจากผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาอาจมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เช่น การปรับข้อความ เนื้อหา ภาพ หรือเสียงประกอบ ดังนั้น ผู้ปฏิบัติงานจึงต้องนำข้อเสนอแนะดังกล่าวมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้คลิปวิดีโอมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นก่อนนำเสนอเพื่อขออนุมัติอีกครั้ง การดำเนินการในขั้นตอนนี้ประกอบด้วยรายละเอียดสำคัญ ดังต่อไปนี้

๗.๑ การรวบรวมและทำความเข้าใจข้อเสนอแนะ

หลังจากผู้บริหารหรือหัวหน้างานได้ให้ข้อเสนอแนะผ่านช่องทางการสื่อสาร เช่น การตอบกลับผ่านแชตไลน์ (LINE) หรือการสื่อสารโดยตรง ผู้ปฏิบัติงานต้องรวบรวมรายละเอียดของข้อเสนอแนะทั้งหมด และทำความเข้าใจประเด็นที่ต้องแก้ไขอย่างชัดเจน ดังภาพที่ ๗๘



ภาพที่ ๗๘ ตัวอย่างการส่งคลิปและพิจารณาคลิปที่ปรับแก้ตามข้อเสนอแนะ

ตัวอย่างข้อเสนอแนะที่พบได้บ่อย เช่น

- ๑) ปรับข้อความบนหน้าจอให้ถูกต้องหรือเหมาะสมยิ่งขึ้น
- ๒) เพิ่มข้อมูลสำคัญ เช่น วัน เวลา หรือสถานที่จัดกิจกรรม
- ๓) ลดหรือเพิ่มความยาวของคลิปบางช่วง
- ๔) เปลี่ยนเสียง AI เป็นเสียงคนจริง ๆ

๗.๒ การวิเคราะห์แนวทางการปรับแก้คลิปวิดีโอ

เมื่อได้รับข้อเสนอแนะจากผู้ตรวจสอบหรือผู้เกี่ยวข้องแล้ว ผู้ปฏิบัติงานต้องวิเคราะห์ปัญหาและสาเหตุที่ส่งผลต่อคุณภาพของคลิปวิดีโอ เพื่อกำหนดแนวทางการปรับแก้ให้เหมาะสม โดยพิจารณาความถูกต้องของข้อมูล ความต่อเนื่องของเนื้อหา ความเหมาะสมของภาพและเสียง ตลอดจนความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และรูปแบบของคลิปที่กำหนดไว้ในขั้นตอนก่อนหน้า ทั้งนี้ การปรับแก้ควรดำเนินการจากปัญหาและสาเหตุที่พบ ดังนี้

๑) กรณีข้อความหรือกราฟิกบนหน้าจอไม่ถูกต้องหรือไม่ชัดเจน พบว่าข้อความหรือกราฟิกที่ปรากฏบนหน้าจออาจมีข้อมูลไม่ถูกต้อง อ่านได้ยาก หรือจัดวางไม่เหมาะสม ส่งผลให้ผู้ชมอาจเข้าใจข้อมูลคลาดเคลื่อนหรือไม่สามารถรับสารได้อย่างชัดเจน จึงควรตรวจสอบและปรับแก้ข้อความ รูปแบบตัวอักษร ขนาด สี และตำแหน่งของกราฟิกให้มีความถูกต้องและเหมาะสม

๒) กรณีลำดับภาพหรือโครงสร้างเนื้อหาไม่ต่อเนื่อง พบว่าลำดับภาพหรือเนื้อหาบางช่วงไม่สอดคล้องกับสคริปต์หรือมีการเปลี่ยนประเด็นที่ไม่ต่อเนื่อง ทำให้ผู้ชมติดตามเนื้อหาได้ยาก จึงควรปรับลำดับภาพและเรียบเรียงโครงสร้างเนื้อหาใหม่ให้มีความต่อเนื่องและสอดคล้องกับประเด็นที่ต้องการนำเสนอ

๓) กรณีเสียงดนตรีหรือเอฟเฟกต์ประกอบไม่เหมาะสม พบว่าระดับเสียงดนตรีหรือเอฟเฟกต์ประกอบอาจดังเกินไป เบาเกินไป หรือไม่สอดคล้องกับบรรยากาศและเนื้อหาของคลิป ส่งผลให้รบกวนเสียงบรรยายหรือบทพูดและลดความชัดเจนของเนื้อหา จึงควรปรับระดับเสียงหรือเปลี่ยนเสียงดนตรีและเอฟเฟกต์ให้เหมาะสมกับแต่ละช่วงของคลิป

๔) กรณีมีช่วงภาพหรือเนื้อหาที่ไม่จำเป็น พบว่าคลิปมีบางช่วงที่มีเนื้อหาซ้ำซ้อนหรือไม่ช่วยสนับสนุนประเด็นหลัก ทำให้ระยะเวลาของคลิปยาวเกินความจำเป็นและลดความกระชับในการนำเสนอ จึงควรตัดช่วงภาพหรือเนื้อหาที่ไม่จำเป็นออก เพื่อให้คลิปมีความกระชับและมุ่งเน้นประเด็นสำคัญมากยิ่งขึ้น

๕) กรณีภาพประกอบหรือฟุตเทจไม่เพียงพอต่อการสื่อสารเนื้อหา พบว่าภาพประกอบที่มีอยู่ไม่สามารถสื่อรายละเอียดของเนื้อหาได้อย่างชัดเจน หรือบางช่วงมีภาพไม่เพียงพอสำหรับใช้ประกอบเสียงบรรยายหรือบทพูด ส่งผลให้การนำเสนอขาดความหลากหลายและความต่อเนื่องของภาพ จึงควรเพิ่มภาพประกอบหรือฟุตเทจที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนเนื้อหาและช่วยให้ผู้ชมเข้าใจสารได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

๖) กรณีความยาวของคลิปไม่เหมาะสมกับรูปแบบการนำเสนอของ TikTok พบว่าคลิปมีความยาวมากเกินไปเมื่อเทียบกับปริมาณเนื้อหา หรือมีบางช่วงที่ใช้เวลาในการนำเสนอานเกินความจำเป็น ส่งผลต่อความน่าสนใจและการติดตามชมของผู้ชม จึงควรตัดเนื้อหาที่ไม่จำเป็นและปรับความยาวของคลิปให้เหมาะสมกับรูปแบบการนำเสนอของ TikTok โดยยังคงสาระสำคัญและวัตถุประสงค์ของคลิปไว้

๗.๓ การส่งคลิปที่ปรับแก้แล้วเพื่อพิจารณาอีกครั้ง

เมื่อดำเนินการปรับแก้เสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้ปฏิบัติงานจะทำการ Export คลิปวิดีโออีกครั้ง และส่งให้ผู้บริหารหรือหัวหน้างานพิจารณาผ่านช่องทางการสื่อสารเดิม คือ การส่งผ่านแชตไลน์ (LINE)

ปัญหา แนวทางการแก้ปัญหา และข้อเสนอแนะ

ปัญหา

๑. ผู้บริหารให้ข้อเสนอแนะหลายประเด็น ทำให้ต้องปรับแก้หลายครั้ง
๒. การปรับแก้คลิปใช้เวลาค่อนข้างมาก เนื่องจากบางครั้งการแก้คลิปต้องขยับคลิปทั้งหมด และจัดเรียงใหม่ทั้งหมด ซึ่งการตัดต่อด้วย CapCut บนโทรศัพท์มือถือ ไม่สามารถคลุมคลิปทั้งหมดได้ในคราวเดียว ต้องขยับทีละคลิป

แนวทางการแก้ไข

๑. สรุปข้อเสนอแนะเป็นรายการ เพื่อให้สามารถปรับแก้ได้ครบถ้วน
๒. วางแผนโครงสร้างคลิปก่อนตัดต่อ หรือแบ่งการตัดคลิปเป็นช่วง ๆ

ข้อเสนอแนะ

๑. ควรศึกษาฟังก์ชันต่าง ๆ ของ CapCut ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อช่วยลดขั้นตอนการขยับคลิปทีละช่วง
๒. นำผลการพิจารณาของผู้บริหารมาเป็นข้อควรระวังในการผลิตครั้งต่อไป

ขั้นตอนที่ ๘ เผยแพร่

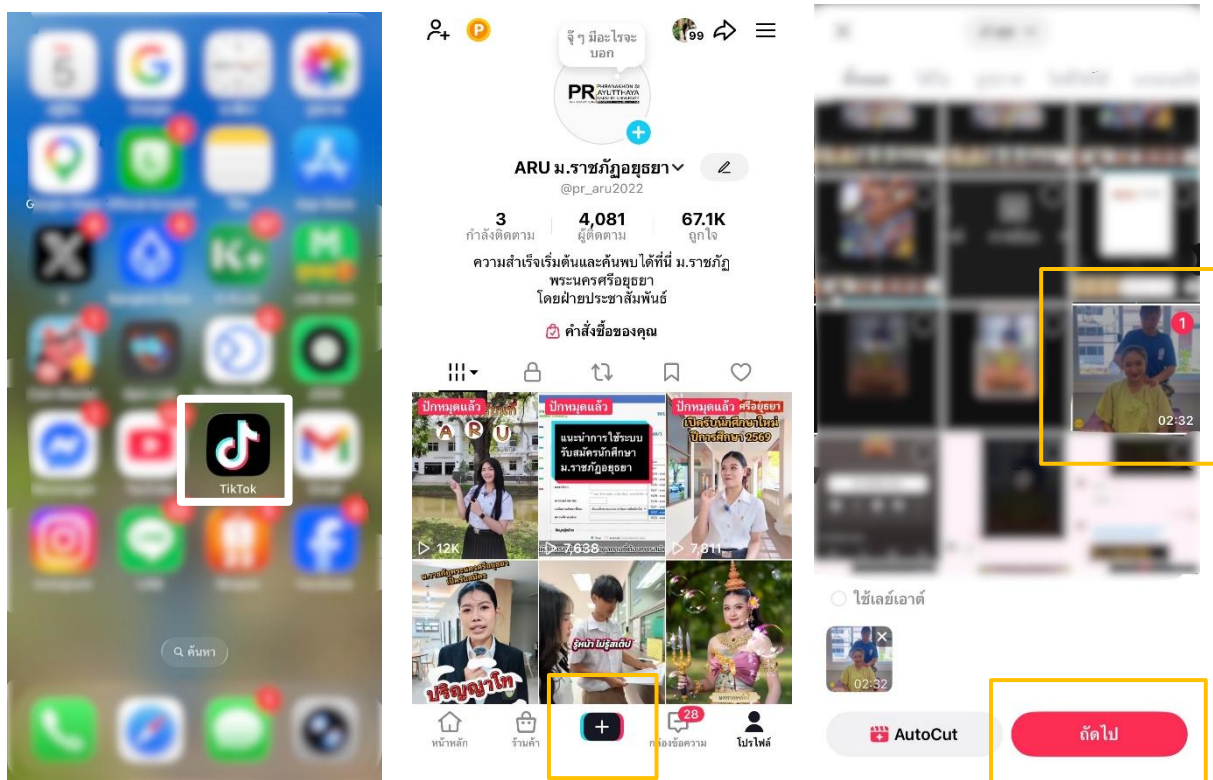
การเผยแพร่เป็นขั้นตอนสำคัญหลังจากที่คลิปวิดีโอผ่านกระบวนการถ่ายทำ ตัดต่อ ตรวจสอบ และได้รับการอนุมัติเรียบร้อยแล้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยไปสู่สาธารณชนอย่างมีประสิทธิภาพ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง และเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรในสังคมดิจิทัล

การเผยแพร่คลิปวิดีโออย่างเป็นระบบไม่เพียงแต่เป็นการอัปโหลดวิดีโอเข้าสู่แพลตฟอร์มเท่านั้น แต่ยังต้องคำนึงถึงองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น การเขียนคำบรรยาย (Caption) การเลือกแฮชแท็ก (Hashtag) การตั้งค่าความเป็นส่วนตัว การเลือกเวลาเผยแพร่ และการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เพื่อให้เนื้อหาสามารถเข้าถึงผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด รายละเอียดการดำเนินงานในขั้นตอนนี้ประกอบด้วย

๘.๑ การอัปโหลดคลิปวิดีโอเข้าสู่ระบบ TikTok

เมื่อไฟล์วิดีโอมีความพร้อม ผู้ปฏิบัติงานสามารถดำเนินการอัปโหลดคลิปผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้ (ตามภาพที่ ๗๙)

- ๑) เปิดแอปพลิเคชัน TikTok และเข้าสู่บัญชีของหน่วยงาน โดยในตัวอย่างจะใช้บัญชี “ARU ราชภัฏอุรุธยา”
- ๒) กดปุ่ม เครื่องหมาย “+” เพื่อเริ่มต้นการสร้างโพสต์
- ๓) เลือกไฟล์วิดีโอจากอุปกรณ์ แล้วอัปโหลด



ภาพที่ ๗๙ การเปิดแอปพลิเคชัน TikTok และการอัปโหลดคลิป

ทั้งนี้ การเลือกใช้เสียงหรือเพลงควรคำนึงถึงความเหมาะสมกับบริบทขององค์กร และไม่ขัดต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

๘.๒ การเขียนคำบรรยายคลิป

คำบรรยายหรือ Caption เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยอธิบายเนื้อหาของคลิป และช่วยให้ผู้ชมเข้าใจสาระสำคัญของคลิปวิดีโอได้อย่างรวดเร็ว

หลักการเขียน Caption ที่เหมาะสม ได้แก่ ใช้ภาษาที่ กระชับ เข้าใจง่าย และตรงประเด็น สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร มีข้อความเชิญชวนให้ผู้ชมมีส่วนร่วม เช่น “ร้านนวดอยุธยา” “ร้านนวดราชภัฏอยุธยา” แล้วพิมพ์คำบรรยาย ดังภาพที่ ๘๐ แล้วใส่แฮชแท็กมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้คลิปวิดีโอสามารถถูกค้นพบได้ง่าย และช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้ชมกลุ่มใหม่

ตัวอย่างแฮชแท็กที่เหมาะสมกับบริบทของมหาวิทยาลัย เช่น

#มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

#ราชภัฏอยุธยา

#เรียนต่อมหาวิทยาลัย

#ARU

#ชีวิตมหาวิทยาลัย

แล้วกดโพสต์



ภาพที่ ๘๐ ช่องทางการพิมพ์คำบรรยายและการโพสต์

๘.๓ การตั้งค่าการเผยแพร่

การตั้งค่าที่เหมาะสมจะช่วยเพิ่มโอกาสในการกระจายเนื้อหาไปยังผู้ชมจำนวนมาก ก่อนเผยแพร่ ผู้ปฏิบัติงานต้องตรวจสอบการตั้งค่าการมองเห็นของคลิป ได้แก่

- ตั้งค่าสาธารณะ เพื่อให้ผู้ใช้ทั่วไปสามารถรับชมคลิปได้
- เปิดใช้งานการแสดงความคิดเห็น เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วม
- เปิดการแชร์ เพื่อให้ผู้ชมสามารถเผยแพร่คลิปต่อได้

๘.๔ การเลือกช่วงเวลาในการเผยแพร่คลิป

ช่วงเวลาในการเผยแพร่มีผลต่อจำนวนผู้ชมและการมีส่วนร่วมของคลิปวิดีโอ ช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่คลิปโดยทั่วไป ได้แก่

- ช่วงเวลา ๑๒.๐๐ – ๑๓.๐๐ น. (ช่วงพักกลางวัน)
- ช่วงเวลา ๑๘.๐๐ – ๒๑.๐๐ น. (ช่วงหลังเลิกเรียนหรือเลิกงาน)

ทั้งนี้ สามารถพิจารณาข้อมูลสถิติผู้ติดตามของบัญชี TikTok ของมหาวิทยาลัย เพื่อเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุด

๘.๕ การตรวจสอบโพสต์หลังการเผยแพร่

หลังจากเผยแพร่คลิปแล้ว ผู้ปฏิบัติงานควรตรวจสอบความถูกต้องของโพสต์ ได้แก่ ตรวจสอบว่าคลิปแสดงผลสมบูรณ์ ไม่มีปัญหาด้านภาพหรือเสียง ตรวจสอบ คำบรรยายและแฮชแท็ก ว่าปรากฏครบถ้วน ตรวจสอบ ความถูกต้องของข้อมูล เช่น วัน เวลา หรือรายละเอียดกิจกรรม หากพบข้อผิดพลาดควรดำเนินการแก้ไขหรือพิจารณาปรับปรุงในการเผยแพร่

ปัญหา แนวทางการแก้ปัญหา และข้อเสนอแนะ

ปัญหา

การเผยแพร่คลิปในช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสม ทำให้มีผู้รับชมน้อย

แนวทางการแก้ไข

ศึกษาข้อมูลสถิติผู้ชมจากระบบวิเคราะห์ของ TikTok เพื่อเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

ควรคิดเนื้อหาที่กระตุ้นให้เกิดการแชร์ต่อโดยผู้ชมเพื่อให้เกิดการเผยแพร่ได้กว้างขวางขึ้น

ขั้นตอนที่ ๙ ติดตามผลการเผยแพร่คลิปวิดีโอ (TikTok)

ขั้นตอนสำคัญภายหลังจากการเผยแพร่คลิปวิดีโอ (TikTok) เพื่อใช้กับงานสื่อสารองค์กรของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินประสิทธิภาพของการสื่อสาร วิเคราะห์พฤติกรรมการรับชมของผู้ใช้ และนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงการผลิตสื่อในครั้งต่อไปให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การติดตามผลไม่เพียงเป็นการตรวจสอบจำนวนผู้เข้าชมเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ การตอบสนองของผู้ชม และแนวโน้มการมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นตัวชี้วัดสำคัญของการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในยุคดิจิทัล โดยข้อมูลเหล่านี้สามารถสะท้อนให้เห็นว่าคลิปวิดีโอสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากน้อยเพียงใด และสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยได้หรือไม่

๙.๑ การตรวจสอบข้อมูลสถิติการรับชม

การตรวจสอบข้อมูลสถิติของคลิปวิดีโอทำได้ผ่านระบบวิเคราะห์ข้อมูล ของ TikTok ซึ่งจะแสดงข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับประสิทธิภาพของคลิปวิดีโอ ได้แก่

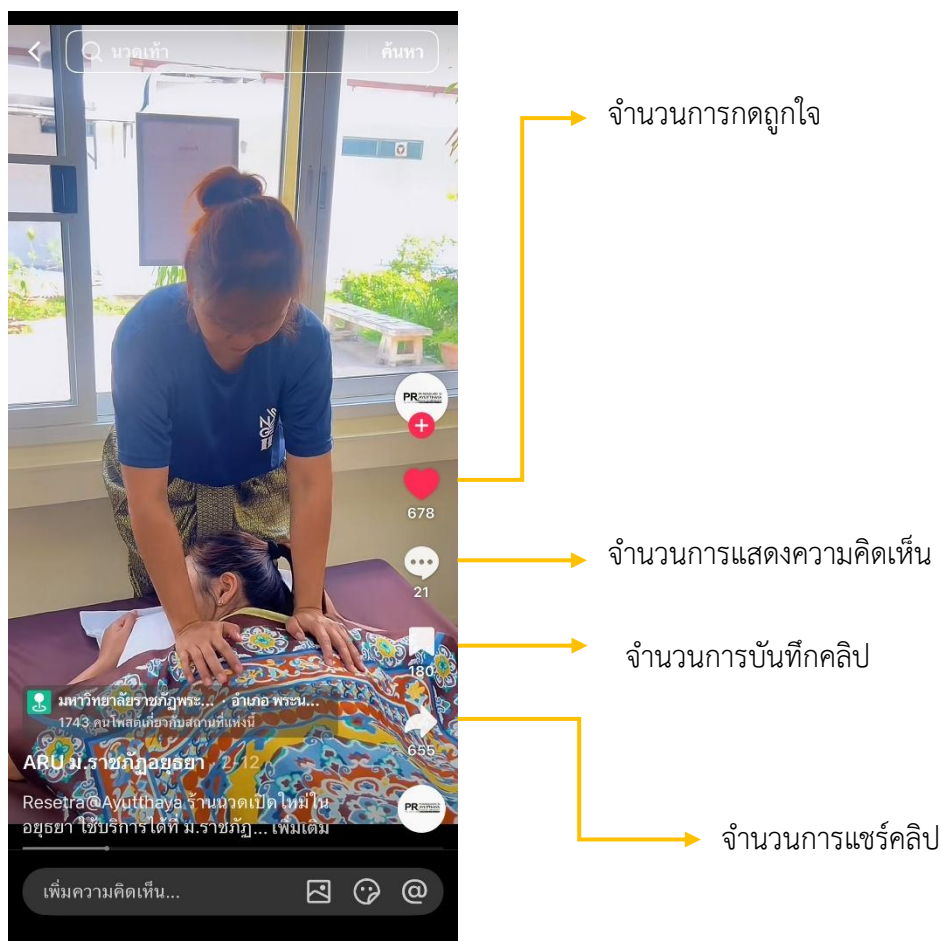
- ๑) จำนวนการรับชม แสดงจำนวนครั้งที่ผู้ใช้เข้าชมคลิปวิดีโอ
- ๒) จำนวนการกดถูกใจ แสดงระดับความพึงพอใจหรือความสนใจของผู้ชมต่อเนื้อหา
- ๓) จำนวนความคิดเห็น
- ๔) จำนวนผู้บันทึกคลิป แสดงถึงระดับความสนใจของผู้ชมที่ต้องการกลับมาดูเนื้อหาอีกครั้ง
- ๕) จำนวนการแชร์ แสดงถึงการที่ผู้ชมเห็นว่าเนื้อหา มีคุณค่าและต้องการเผยแพร่ต่อไปยังผู้อื่น

รายละเอียดข้อมูลสถิติการรับชมและตัวอย่างการแสดงผลในระบบวิเคราะห์ข้อมูลของ TikTok ดังภาพที่ ๘๑ - ๘๒

จำนวนยอรับชมคลิปใน TikTok
โดยมีผู้เข้าชมไปแล้วจำนวน
๒๗,๖๐๐ วิว ดังภาพที่ ๘๑



ภาพที่ ๘๑ ยอดการรับชมคลิปใน TikTok



ภาพที่ ๘๒ ยอดการกดถูกใจ การแสดงความคิดเห็น การบันทึกคลิป และการแชร์

๙.๒ การติดตามความคิดเห็นและปฏิสัมพันธ์ของผู้ชม

ผู้ปฏิบัติงานควรติดตามความคิดเห็นและปฏิสัมพันธ์ของผู้ชมที่มีต่อคลิปวิดีโอ เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวสามารถสะท้อนความรู้สึก ความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อมหาวิทยาลัย รวมถึงคำถามเกี่ยวกับการสมัครเรียน กิจกรรมของมหาวิทยาลัย และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการสื่อสาร

ภายหลังการเผยแพร่คลิปวิดีโอ ผู้ปฏิบัติงานควรรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นและปฏิสัมพันธ์ที่สำคัญ พร้อมจัดทำรายงานสรุปผลการเผยแพร่ โดยประกอบด้วยข้อมูลสถิติการรับชม ประเด็นความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และประเด็นที่ควรปรับปรุง จากนั้นนำเสนอผลต่อผู้รับผิดชอบหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ประกอบการวางแผนและพัฒนาการผลิตคลิปวิดีโอในครั้งต่อไป ทั้งนี้ ประเด็นความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะที่มีความสำคัญควรนำกลับไปใช้ประกอบการวิเคราะห์ความต้องการและกลุ่มเป้าหมายในขั้นตอนที่ ๒ เพื่อกำหนดหรือปรับปรุงเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และแนวทางการสื่อสารให้สอดคล้องกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

ตัวอย่างการจัดทำรายงานสรุปผลการเผยแพร่คลิปวิดีโอและความคิดเห็นของผู้ชม จะนำเสนอในที่ประชุมฝ่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อรายงานผลการดำเนินงาน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และร่วมกันพิจารณาแนวทางการปรับปรุงการผลิตคลิปวิดีโอในครั้งต่อไป ดังแสดงในภาพที่ ๘๓

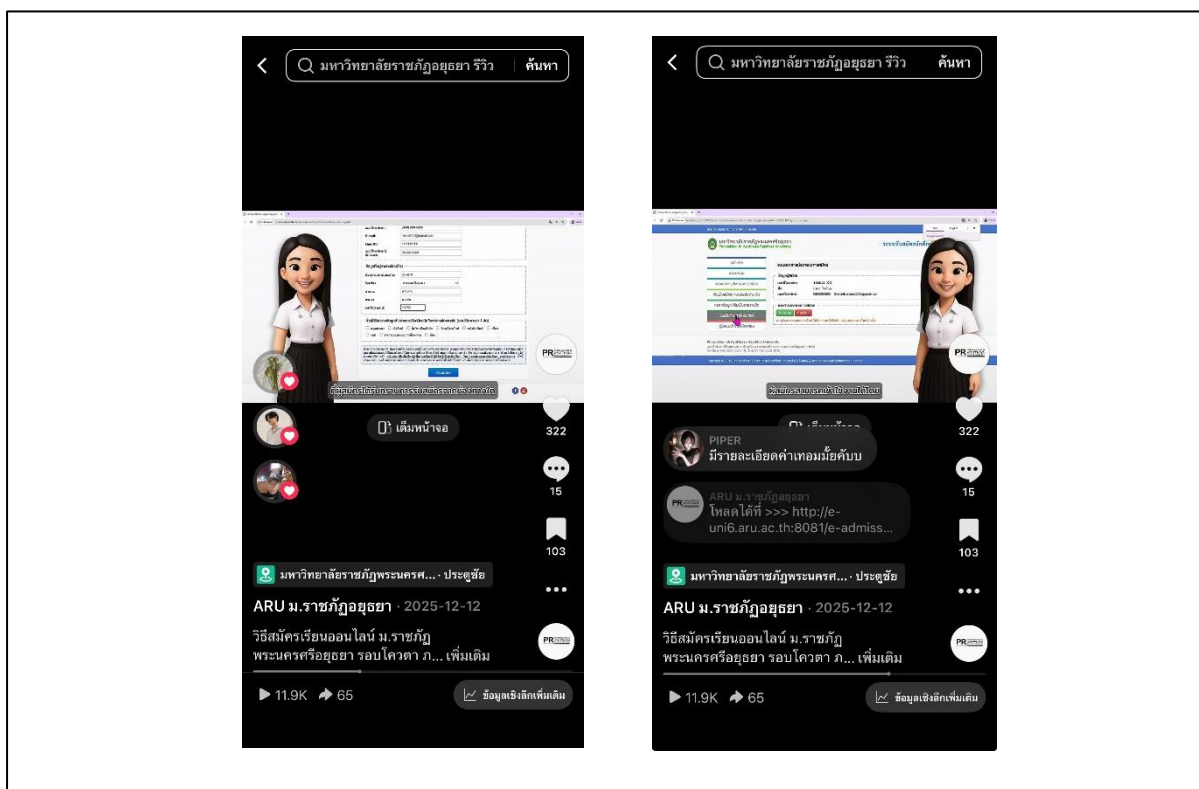
รายงานสรุปผลการเผยแพร่คลิปวิดีโอ	
รายการ	รายละเอียด
ชื่อคลิป	เปิดรับสมัครนักศึกษา ปีการศึกษา ๒๕๖๔
วันที่เผยแพร่	๑ ธันวาคม ๒๕๖๔
จำนวนการรับชม	๖๓,๔๐๐ ครั้ง
การกดถูกใจ	๓,๖๔๔ ครั้ง
ความคิดเห็น	๕๙
การแชร์	๓๓๐ ครั้ง
การบันทึกคลิป	๒๕๙ ครั้ง
ประเด็นที่ผู้ชมสนใจ	ช่วงเวลาการรับสมัคร/ สาขาวิชาที่เปิดรับ/ วิธีการสมัคร/ ค่าใช้จ่าย
ปัญหา/ข้อเสนอแนะ	ผู้ชมต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
แนวทางนำไปใช้	นำความคิดเห็นมาพัฒนาคลิป เช่น คลิปัดไปนำคำถามที่พบบ่อยมาทำเป็นคลิป






ภาพที่ ๘๓ รายงานสรุปผลการเผยแพร่คลิปวิดีโอ

ภายหลังจากการจัดทำรายงานสรุปผลการเผยแพร่คลิปวิดีโอและนำเสนอในที่ประชุมบุคลากรของศูนย์ดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้และสื่อสารองค์กรแล้ว ผู้ปฏิบัติงานได้นำข้อมูลจากการประเมินผล โดยเฉพาะความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ชม มาวิเคราะห์และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการผลิตคลิปวิดีโอให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ตัวอย่างเช่น พบว่าผู้ชมมีข้อสงสัยเกี่ยวกับวิธีการสมัครเรียน จึงนำประเด็นดังกล่าวมาจัดทำเป็นคลิปวิดีโอให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและวิธีการสมัครเรียน เพื่อเผยแพร่ให้ผู้ชมได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ทั้งนี้ แสดงให้เห็นว่าข้อมูลจากการติดตามและประเมินผลสามารถนำกลับมาใช้ในการกำหนดประเด็นและพัฒนาเนื้อหาสำหรับการผลิตคลิปวิดีโอครั้งต่อไปได้อย่างเป็นรูปธรรม ดังภาพที่ ๘๔



ภาพที่ ๘๔ ตัวอย่างคลิปที่นำข้อมูลจากการประเมินผลมาทำเป็นคลิป

ปัญหา แนวทางการแก้ปัญหา และข้อเสนอแนะ

วิธีการ/ขั้นตอน	ข้อเท็จจริงที่พบ	ปัญหา	แนวทางแก้ไข
๑. การรับคำสั่ง และกำหนดประเด็น	พบว่าความต้องการในการผลิตคลิปของหน่วยงานบางกรณีมีระยะเวลาดำเนินการจำกัด ทำให้ระยะเวลาในการวางแผนและเตรียมการผลิตมีจำกัด	การประสานงานและการกำหนดระยะเวลาในการส่งข้อมูลเพื่อผลิตสื่ออย่างไม่เป็นแนวทางเดียวกัน	กำหนดขั้นตอนและระยะเวลาการส่งข้อมูลหรือขอใช้บริการผลิตคลิปให้ชัดเจน และแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้า
๒. การวิเคราะห์ ความต้องการ และกำหนดแนวคิด	พบว่าบางประเด็นมีข้อมูลจำนวนมาก และมีวัตถุประสงค์หลายด้านที่ต้องการสื่อสารภายในคลิปเดียว	การกำหนดสาระสำคัญและประเด็นหลักของคลิปยังไม่ชัดเจน	กำหนดประเด็นหลักของคลิปให้ชัดเจน และคัดเลือกเฉพาะข้อมูลที่จำเป็นต่อการสื่อสาร โดยใช้หลัก ๑ คลิป ๑ ประเด็นหลัก
๓. การวางแผนการผลิต	พบว่าการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดหรือแนวคิดภายหลังเริ่มดำเนินการ	ข้อมูลและแนวคิดก่อนการผลิตยังไม่ได้รับการยืนยันร่วมกันอย่างชัดเจน	จัดทำรายละเอียดแนวคิดสาระสำคัญ และรูปแบบการนำเสนอเพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องพิจารณาจนเข้าสู่การผลิต

วิธีการ/ขั้นตอน	ข้อเท็จจริงที่พบ	ปัญหา	แนวทางแก้ไข
	ผลิตส่งผลให้ต้องปรับแผนและแก้ไขงาน		
๔. การถ่ายทำ	พบว่าการถ่ายทำบางสถานการณ์มีข้อจำกัดด้านเวลา สถานที่ และสภาพแวดล้อมจริง	สถานการณ์หน้างานอาจไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้	วางแผนการถ่ายทำล่วงหน้า พร้อมเตรียมอุปกรณ์ และภาพประกอบเพิ่มเติมเพื่อรองรับสถานการณ์
๕. การตัดต่อและปรับแต่ง	พบว่าการปรับข้อความลำดับภาพ เสียง และองค์ประกอบต่าง ๆ มีผลต่อความต่อเนื่องและความเข้าใจเนื้อหาของคลิป	องค์ประกอบของคลิปบางส่วนยังไม่สอดคล้องกับเนื้อหาหรือรูปแบบการนำเสนอ	ตรวจสอบความถูกต้องและความต่อเนื่องของภาพ เสียง ข้อความ และองค์ประกอบต่าง ๆ ก่อนเสนอเพื่ออนุมัติ
๖. การเสนอและขออนุมัติ	พบว่าคลิปบางรายการมีข้อเสนอแนะให้ปรับแก้ก่อนเผยแพร่	รายละเอียดบางส่วนยังไม่ตรงกับความต้องการของผู้เกี่ยวข้องหรือแนวทางการสื่อสารของมหาวิทยาลัย	รวบรวมข้อเสนอแนะ วิเคราะห์สาเหตุ และปรับแก้ให้ตรงตามวัตถุประสงค์และแนวทางการสื่อสารของมหาวิทยาลัย
๗. การปรับแก้ตามข้อเสนอแนะ	พบว่าคลิปวิดีโอบางรายการได้รับข้อเสนอแนะให้ปรับแก้ลำดับเนื้อหา และองค์ประกอบของคลิปภายหลังการนำเสนอเพื่อพิจารณา	การปรับแก้บางประเด็นมีผลต่อโครงสร้างและลำดับของคลิป ทำให้ต้องปรับลำดับภาพและเนื้อหาใหม่หลายส่วน ส่งผลให้ต้องใช้เวลาในการตัดต่อ และตรวจสอบเพิ่มเติม	วิเคราะห์ข้อเสนอแนะและผลกระทบต่อโครงสร้างของคลิป ก่อนดำเนินการแก้ไข พร้อมจัดลำดับเนื้อหาและองค์ประกอบของคลิปให้ชัดเจนตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผนและจัดทำสคริปต์ เพื่อช่วยลดการปรับแก้ในขั้นตอนหลังการผลิต
๘. การเผยแพร่	พบว่าจำนวนการรับชมของคลิปแตกต่างกัน และคลิปที่เผยแพร่ในช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสมมีจำนวนผู้รับชมต่ำ	ช่วงเวลาเผยแพร่และรูปแบบการนำเสนออาจไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมมารับชมของกลุ่มเป้าหมาย	นำข้อมูลสถิติการรับชมมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดช่วงเวลาและรูปแบบการเผยแพร่ให้เหมาะสม
๙. การติดตามและประเมินผล	พบว่าผู้ชมมีความคิดเห็นคำถาม และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข้อมูลของมหาวิทยาลัย เช่น วิธีการสมัครเรียน และมีการนำประเด็นดังกล่าวมาพัฒนาเป็นคลิปใหม่	ข้อมูลจากผู้ชมเป็นข้อมูลสำคัญที่หากไม่นำมาวิเคราะห์จะไม่สามารถใช้ประโยชน์ในการพัฒนาสื่อได้อย่างเต็มที่	รวบรวม วิเคราะห์ และสรุปผลความคิดเห็นและสถิติการรับชมเพื่อนำไปใช้ประกอบการวางแผนและกำหนดเนื้อหาในการผลิตคลิปครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ระดับองค์กร	ข้อเสนอแนะ
มหาวิทยาลัย	กำหนดทิศทางและนโยบายการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลของมหาวิทยาลัยให้มีความชัดเจน และส่งเสริมการใช้ข้อมูลจากการติดตามและประเมินผลเพื่อพัฒนาการสื่อสารขององค์กร
สำนักงานอธิการบดี	สนับสนุนระบบและกลไกการประสานงานระหว่างหน่วยงาน เพื่อให้การส่งข้อมูลการขอใช้บริการ และการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์มีระยะเวลาและขั้นตอนที่เหมาะสม
กองกลาง	สนับสนุนการประสานงานและการจัดเตรียมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ รวมถึงสนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็นต่อการผลิตสื่อ
ศูนย์ดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้และสื่อสารองค์กร	จัดทำและพัฒนามาตรฐานกระบวนการผลิตคลิปวิดีโอ TikTok ตั้งแต่การวางแผนการผลิต การเผยแพร่ และการติดตามประเมินผล รวมทั้งนำผลการประเมินกลับมาใช้ในการพัฒนาสื่ออย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับภารกิจของศูนย์ฯ ด้านการสื่อสารองค์กรและการผลิตสื่อวิทัศน์
คณะ/สถาบัน/สำนัก	จัดเตรียมข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบัน รวมถึงประเด็นหรือกิจกรรมที่มีความสำคัญและเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย เพื่อใช้ประกอบการวางแผนผลิตสื่อ
กอง และหน่วยงานต่าง ๆ	ประสานและส่งข้อมูลสำหรับการประชาสัมพันธ์ให้ครบถ้วนและเหมาะสมกับระยะเวลาการผลิต เพื่อให้สามารถวางแผนและผลิตสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวสมฤดี สุขเกษรี
วัน เดือน ปีเกิด	๒๙ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๒๙
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ปัจจุบัน	๒๕/๑ หมู่ ๕ ตำบลท่าวาสกรี อำเภอมะนัง จังหวัดยะลา ๙๑๐๐๐
โทรศัพท์	๐๘๕-๓๕๑๘๒๔๘
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. ๒๕๕๔ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
วุฒิการศึกษา	สาขาวิชานิติศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน
	พ.ศ. ๒๕๕๒ ศิลปศาสตรบัณฑิต
	สาขาวิชานิติศาสตร์ เอกการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
ตำแหน่งปัจจุบัน	นักประชาสัมพันธ์
ที่ทำงานปัจจุบัน	ศูนย์ดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้และสื่อสารองค์กร กองกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา