	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

ชื่อคู่มือ การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทราบแนวทางในการผลิตสื่อรูปแบบต่างๆ
2. เพื่อใช้การประชาสัมพันธ์ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการสื่อสารและสร้างภาพลักษณ์องค์กร
3. เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาของผู้ที่จะปฏิบัติหน้าที่ผู้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ
4. เพื่อจัดเก็บความรู้ในการปฏิบัติงานการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
5. เพื่อถ่ายทอดความรู้เทคนิคขั้นตอนและวิธีการในการปฏิบัติงานด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ที่ได้รับมอบหมายภาระงานใหม่สามารถปฏิบัติงานได้ทันทีรวมทั้งให้บุคคลอื่นสามารถปฏิบัติงานทดแทนกันได้


ขอบเขต

การจัดทำคู่มือการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ เน้นเนื้อหาและขอบเขตเกี่ยวกับการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ประเภทต่าง ๆ ของงานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ครอบคลุมเนื้อหา การผลิตป้ายประชาสัมพันธ์รวมถึงแบนเนอร์สำหรับประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง ซึ่งใช้ออกอากาศผ่านสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดเพชรบุรี F.M. 95.75 MHz การผลิตวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เทคนิคการถ่ายภาพ ทั้งการถ่ายภาพบุคคล การถ่ายภาพอาคารสถานที่ ตลอดจนแนวทางการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์แนวทางการถ่ายภาพเพื่อการเผยแพร่ หลักในการเลือกภาพถ่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานในหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์

คำจำกัดความ

คำจำกัดความที่ใช้ในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสาร เรื่องราว จากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ประชาชน สื่อจำแนกได้หลายประเภทหลายลักษณะ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวีดิทัศน์ สื่อบันทึกเสียงรายการวิทยุ

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

วีดิทัศน์ หมายถึง สื่อที่เหมาะสมสำหรับใช้เพื่อการจัดการเรียนรู้ เพราะวีดิทัศน์เป็นสื่อที่ทำให้ผู้เรียนเห็นภาพได้ชัดเจน ซึ่งอาจเป็นภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหว ทำให้ผู้เรียนได้ยินเสียงที่สอดคล้องกับภาพนั้นๆ อีกด้วย วีดิทัศน์สามารถใช้ในการสาธิต เป็นสิ่งที่สามารถช่วยให้เห็นสิ่งที่ควรเห็น ผู้สาธิตสามารถจัดเตรียมและจัดทำวีดิทัศน์ได้อย่างถูกต้อง ก่อนที่จะนำไปใช้จริง นอกจากนั้นการใช้วีดิทัศน์สามารถเลือกคุณภาพซ้ำ หรือหยุดดูเฉพาะภาพได้ การบันทึกภาพวีดิทัศน์สามารถกระทำได้ทั้งในห้องถ่ายภาพ (Studio) และห้องปฏิบัติการซึ่งเราสามารถตัดต่อส่วนที่ต้องการ หรือเพิ่มเติมส่วนใหม่ลงไปได้ วีดิทัศน์เป็นสื่อที่สามารถตรวจเช็คภาพได้ทันที และในขณะที่ถ่ายภาพถ้าไม่พอใจก็สามารถลบทิ้ง และบันทึกใหม่ได้ สำหรับเสียงก็สามารถบันทึกลงในแหล่งบันทึกไปพร้อม ๆ กับการบันทึกภาพได้ทันที

การบันทึกเสียง หมายถึง การแปลงสัญญาณเสียงอนาล็อกที่มาจากไมโครโฟน แหล่งกำเนิดอื่น ๆ ให้เป็นรูปแบบดิจิทัล ด้วยกระบวนการคำนวณทางตัวเลข digitization, ทำให้มันสามารถบันทึกและส่งสัญญาณ transmitted ด้วยสื่อตัวกลาง media ที่กว้างขวางหลากหลาย และมีประสิทธิภาพสูง


รายการวิทยุกระจายเสียง หมายถึง การส่ง สาระ หรือข่าวสารในรูปของสัญญาณความถี่เสียงผนวกรวมแพร่กระจายไปพร้อมกับคลื่นวิทยุหรือคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าไปถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง

การถ่ายภาพ หมายถึง การบันทึกเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง ณ จุดเวลาใดเวลาหนึ่ง ในสถานที่นั้น โดยเป็นการเก็บสภาพแสงไว้ ลงบนวัตถุไวแสงทางเคมี เช่น फिल्मถ่ายภาพ หรือวงจรไฟฟ้าไวแสง CMOS, CCD เป็นต้น

การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง การนำข้อความหรือภาพมาจัดวางเพื่อประกอบเข้าด้วยกันภายในกรอบพื้นที่พิมพ์ให้มีความสวยงามทางศิลปะ เหมาะสม น่าสนใจและเกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารอย่างมีลักษณะของการสร้างสรรค์ หรือที่เรียกว่าการจัดองค์ประกอบ (Composition)

แบนเนอร์ คือรูปแบบหนึ่งของการโฆษณาบนเว็บไซต์เว็บ เป็นการวางภาพโฆษณาลงไปบนหน้าเว็บแล้วทำไฮเปอร์ลิงก์กลับไปยังเว็บที่โฆษณา ปกติแล้วภาพในแบนเนอร์จะมีอัตราส่วนขนาดกว้างยาวที่สูง (ซึ่งจะทำให้แบนเนอร์มีขนาดกว้างแต่แบน หรือสูงแต่แคบ) ในลักษณะเดียวกับป้ายโฆษณา (เรียกว่าแบนเนอร์เหมือนกัน) ซึ่งภาพเหล่านี้จะถูกจัดวางลงในหน้าเว็บที่มีเนื้อหาน่าสนใจ

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารจากองค์การไปสู่สาธารณชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงรับฟังความคิดเห็นและประชามติจากสาธารณชนที่มีต่อองค์การโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อถือ ภาพลักษณ์ ความรู้ และแก้ไขข้อผิดพลาดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

หน้าที่ความรับผิดชอบ

งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร บทบาทภารกิจ และผลการปฏิบัติงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี บริการวิชาการ งานวิจัย การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม รวมทั้งเผยแพร่ผลงานวิชาการสู่ชุมชน โดยผ่านสื่อและช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อมวลชน เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน เกิดการรับรู้ เกิดความเชื่อมั่น มีทัศนคติที่ดี มีความพึงพอใจและมีความศรัทธาต่อมหาวิทยาลัย โดยแยกเป็นส่วนงาน 2 ส่วน คือ

1. งานผลิตสื่อและเผยแพร่

- 1.1 งานผลิตวารสารตอนชงใหญ่
- 1.2 งานผลิตป้ายประชาสัมพันธ์/แบนด์เนอร์/แผ่นพับประชาสัมพันธ์/เนื้อหาเว็บไซต์
- 1.3 งานวิทยุกระจายเสียงและเสียงตามสายภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

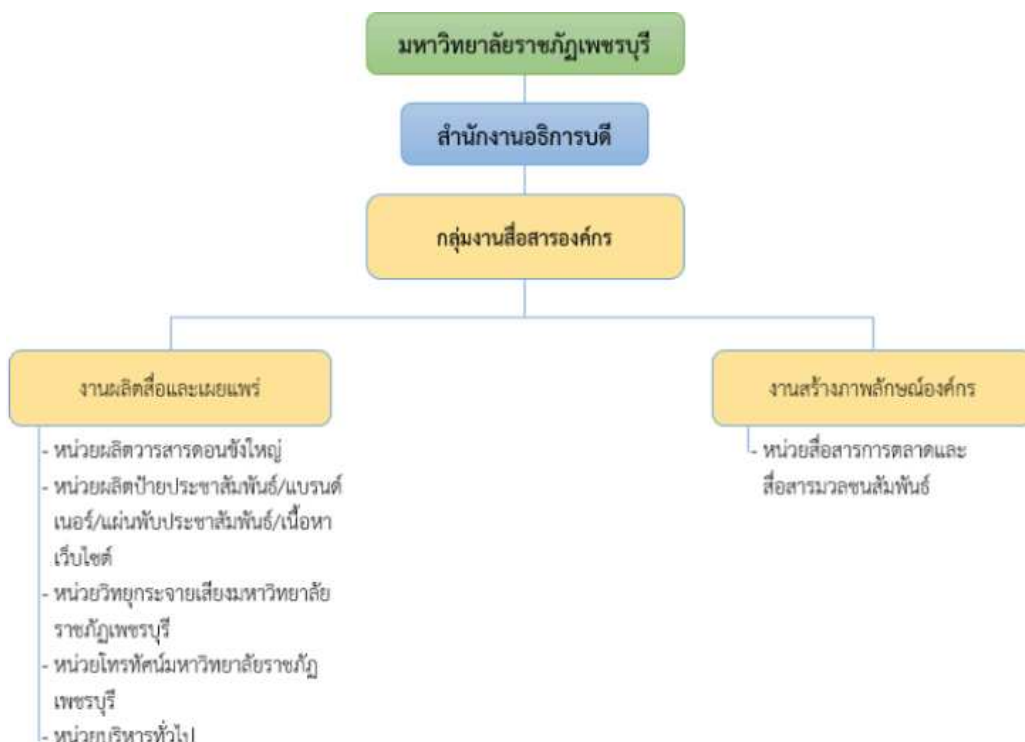
1.4 งานโทรทัศน์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี


1.5 บริหารทั่วไป

2. งานสร้างภาพลักษณ์องค์กร

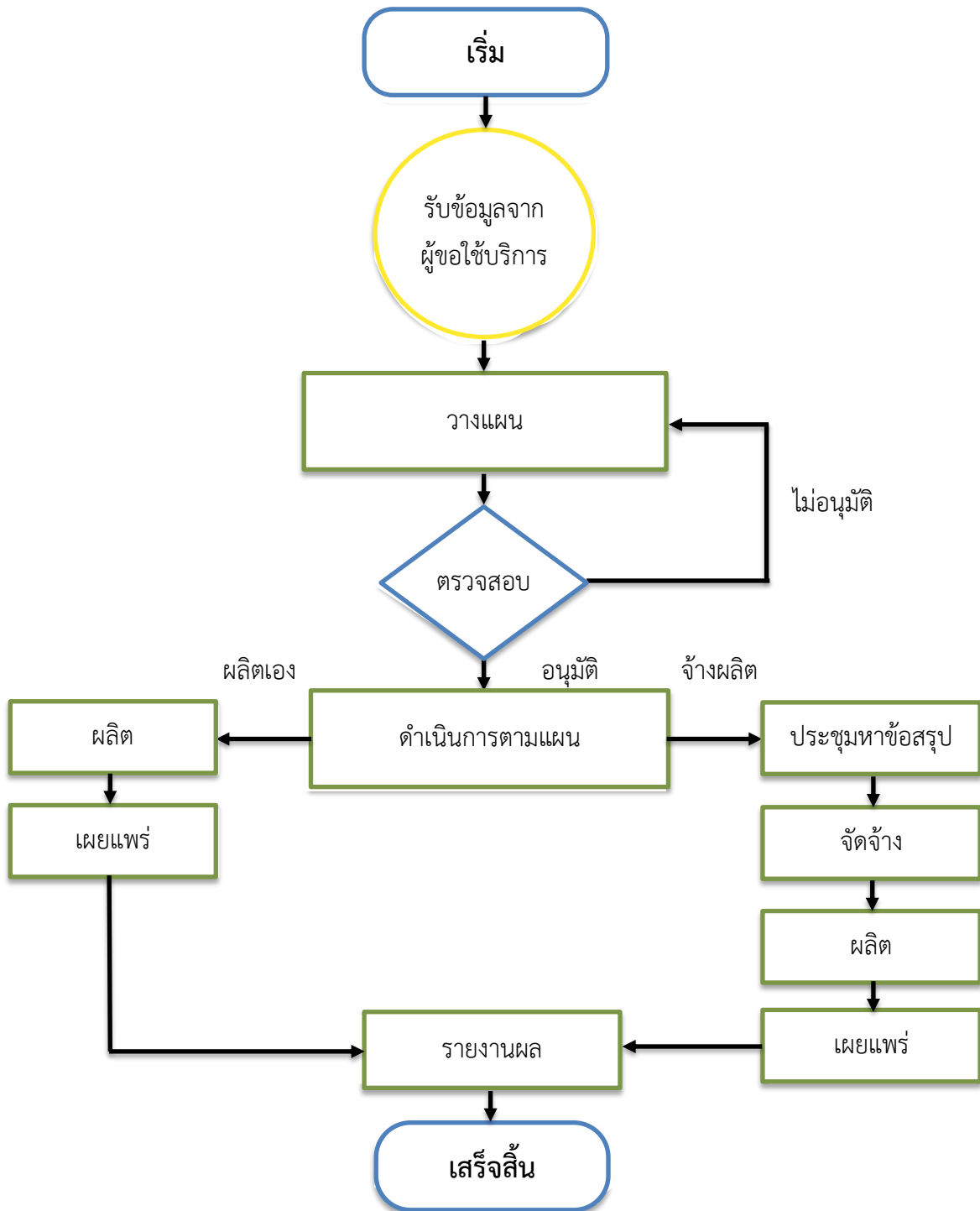
งานสื่อสารการตลาดและสื่อมวลชนสัมพันธ์


โครงสร้างของงานหน่วยงาน



	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :	หน้า 4 จาก 46

ผังกระบวนการปฏิบัติงานผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ แบนเนอร์ สำหรับสื่อสังคมออนไลน์



	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. รับข้อมูลจากผู้ขอใช้บริการ

ผู้ขอใช้บริการ กรอกแบบฟอร์มข้อมูลที่ต้องการทำการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ฝ่ายผลิตสื่อและเผยแพร่รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น และนำไปใช้ในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

2. วางแผนงานการออกแบบและผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ แบนเนอร์

พิจารณาข้อมูลของผู้รับบริการ เพื่อนำข้อมูลมาวางแผนในการดำเนินการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ แบนเนอร์ ให้ตรงกับความต้องการ ของผู้ขอรับบริการ จากนั้นให้ผู้ขอใช้บริการตรวจสอบความถูกต้องของ ข้อมูล เพื่อรับทราบและสามารถแจ้งให้ปรับปรุงแก้ไขได้

3. การอนุมัติค่าใช้จ่ายใน การจัดซื้อจัดจ้าง

ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และพิจารณาอนุมัติงบประมาณ หากมี การผลิตที่ต้องใช้งบประมาณและการจัดซื้อจัดจ้างจากหน่วยงาน ภายนอก

4. ดำเนินการออกแบบและผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ แบนเนอร์

กรณีที่สามารดำเนินการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ แบนเนอร์ได้เอง สามารถจัดทำได้ในทันที แต่หากเป็นสื่อที่ต้องผลิตโดยใช้งบประมาณจัดจ้างหน่วยงานภายนอก ให้จัดประชุมเพื่อหารือการใช้งบประมาณและเลือกใช้แหล่งผลิตที่มีคุณภาพ และจัดจ้างโดยเป็นไปตามระเบียบการจัดซื้อจัดจ้าง

5. การเผยแพร่

ดำเนินการเผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ แบนเนอร์ ตามช่องทางที่ผู้ขอรับบริการต้องการ


6. รายงานผล

หลังจากเสร็จสิ้นกระบวนการแล้ว ให้ผู้ปฏิบัติงานผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ แบนเนอร์ สรุปผลการดำเนินงานเพื่อรายงานหัวหน้ากลุ่มงานสื่อสารองค์กร และผู้ขอใช้บริการทราบ

การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์แบนเนอร์และสื่อสำหรับสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์

มีองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้สื่อน่าสนใจและประสบความสำเร็จในการสื่อสาร คือ

1. รูปภาพ (Picture)
2. พาดหัว (Headline)
3. พาดหัวรอง (Sub headline)
4. ข้อความบอกรายละเอียด (Body text)
5. ข้อความลงท้าย (Closing)
6. ผู้พิมพ์และโฆษณา (Publishers)

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
หมายเลขเอกสาร :		
แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :	หน้า 6 จาก 46

1. รูปภาพ (Picture)

รูปภาพมีบทบาทและความสำคัญของการสื่อความหมายด้วยภาพมาก สามารถจำแนกข้อเด่นได้ดังนี้

- สะดุดตา
- น่าสนใจ
- สื่อความหมาย
- ประทับใจ



นักสร้างเนื้อหาการตลาดออนไลน์
 นักบริหารธุรกิจดิจิทัล นักบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ
 นักออกแบบเว็บไซต์ การสร้างธุรกิจออนไลน์

“ฝัน”อยากเป็นอะไร

ผู้สนับสนุนบริการทางเทคโนโลยีสารสนเทศ
 นักวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ นักพัฒนาเว็บไซต์
 นักการตลาดดิจิทัล ผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัล

หลักสูตรบริหารธุรกิจ

สาขาวิชาการจัดการสารสนเทศทางธุรกิจ
สำหรับผู้ประกอบการดิจิทัล

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

สาขาวิชาการจัดการสารสนเทศทางธุรกิจ
 สำหรับผู้ประกอบการดิจิทัล
 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

รับสมัครนักศึกษาใหม่แล้ว
สมัครด่วน รับจำนวนจำกัด
วันนี้ - 31 พ.ค.นี้เท่านั้น


สนใจสมัครติดต่อ
 อ.ดร.วรภาณี ยัมรัมย์
 094-992-9455
 Line ID: tummanman

2. พาดหัว (Headline)

ในการเขียนข้อความโฆษณา จำเป็นจะต้องมีพาดหัวเสมอเพราะพาดหัว เป็นส่วนที่เด่นที่สุด ข้อความโฆษณามีไว้เพื่อให้สะดุดตาสะดุดใจ ชวนให้ติดตามอ่านเรื่องราวต่อไปลักษณะของพาดหัวที่ดี ควรจะมีขนาดตัวอักษรที่ใหญ่หรือเด่น เป็นข้อความที่สั้น กระชับรัดชวนให้น่าคิดหรือน่าติดตามอ่านต่อไป

3. พาดหัวรอง (Subheadline or Subcaption)

คือ ข้อความที่มีขนาดและความสำคัญ รองลงมาจากพาดหัว หรือในกรณีที่พาดหัว เป็นประโยคยาว ๆ ทำให้ไม่เด่น ไม่สะดุดตาอาจจะตัดทอนตอนใดตอนหนึ่งลงมาให้เป็นพาดหัวรองก็ได้

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

โดยลดให้ตัวอักษร มีขนาดรองลงมาจากพาดหัว ถ้าเป็นพาดหัวประเภท อายากรู้ อยากเห็น หรือแบบ ฉฉฉฉ ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้อ่านประหลาดใจ อาจจะต้องใช้พาดหัวรองทำหน้าที่ขยายความ จากพาดหัวให้เข้าใจเพิ่มขึ้น



มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
รับสมัครสอบแข่งขันบุคคลทั่วไป
เป็น “พนักงานมหาวิทยาลัย”
ประเภทวิชาชีพเฉพาะหรือเชี่ยวชาญเฉพาะ ครั้งที่ 3/2564

- นักวิชาการพัสดุ จำนวน 1 อัตรา
- วิศวกรไฟฟ้า จำนวน 1 อัตรา
- เจ้าหน้าที่วิจัย จำนวน 1 อัตรา

วุฒิป.ตรี เงินเดือน 19,500 บาท
เปิดรับสมัคร
5 พ.ค.-28 พ.ค.64

รายละเอียดเพิ่มเติมที่
www.pbr.u.ac.th
งานบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
โทรศัพท์ 032-708 611

งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี



ขอเชิญรับชม
LIVE ถ่ายทอดสด
STREAMING การเสด็จวิสัยทัศน์ของผู้สมควรดำรงตำแหน่ง

อธิการบดี
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

f LIVE : มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
<https://www.facebook.com/PbruOfficial/>

หรือห้องประชุมวิทยากรมัย 1 ชั้น 1 อาคารวิทยากรมัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
วันพฤหัสบดี ที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2564
ตั้งแต่เวลา 09.30-12.30 น.

งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

4. ข้อความบอกรายละเอียด (Body text)


คือข้อความที่บอกรายละเอียด การเน้นให้เห็นถึงประโยชน์เพื่อการจูงใจ สิ่งที่กำลังจะขาย ให้บริการหรือกิจกรรมนั้นๆ โดยการบอกถึง ประโยชน์อื่นๆ ของสิ่งที่กำลังจะโฆษณา หรือ บอกเล่า การเขียนข้อความโฆษณาจึงควรมีรายละเอียดส่วนนี้ไว้ด้วย เพื่อช่วยสร้างความสนใจ เป็นพิเศษแก่ผู้อ่าน

5. ข้อความลงท้าย (Closing)

ข้อความเป็นการจบโฆษณา โดยสรุปให้ทราบว่า ผู้อ่านควรจะทำอย่างไร เช่น ให้ตัดสินใจเลือกเรียน สมัครเรียนได้ที่ไหน วิธีการใด หรือต้องติดต่อหน่วยงานใด เป็นต้น

6. ผู้พิมพ์และโฆษณา

คือส่วนที่ต้องระบุหน่วยงานที่เป็นต้นเรื่อง หรือ หน่วยงานเจ้าของเรื่อง

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :	หน้า 8 จาก 46

ขั้นตอนกระบวนการคิด Creative

1. แนวคิดในการออกแบบ Concept

การคิดที่อยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง+เรื่องที่ต้องการนำเสนอและการสื่อความหมาย-สื่อสารให้ตรงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด (ประโยชน์ใช้สอย + ความสวยงาม)

2. ข้อมูลรายละเอียด-เนื้อหาของโครงการ DATA/Project

ทำความเข้าใจเกี่ยวกับ โครงการและเป้าหมายของกิจกรรม/โครงการ

3. รูปภาพPicture+สีColor

โดยคำนึงถึงการสื่อความหมายให้ตรงมากที่สุด และความเหมาะสมของภาพ ทำให้ดูน่าสนใจ ดึงดูด และสวยงาม เช่น การใช้สีให้ตรงกับองค์กร


4. ข้อความตัวอักษร (Font)

การใช้ตัวอักษรให้เหมาะสมกับลักษณะงาน บรรยากาศ และโอกาส

5. การจัดวางรูปแบบ Lay Out

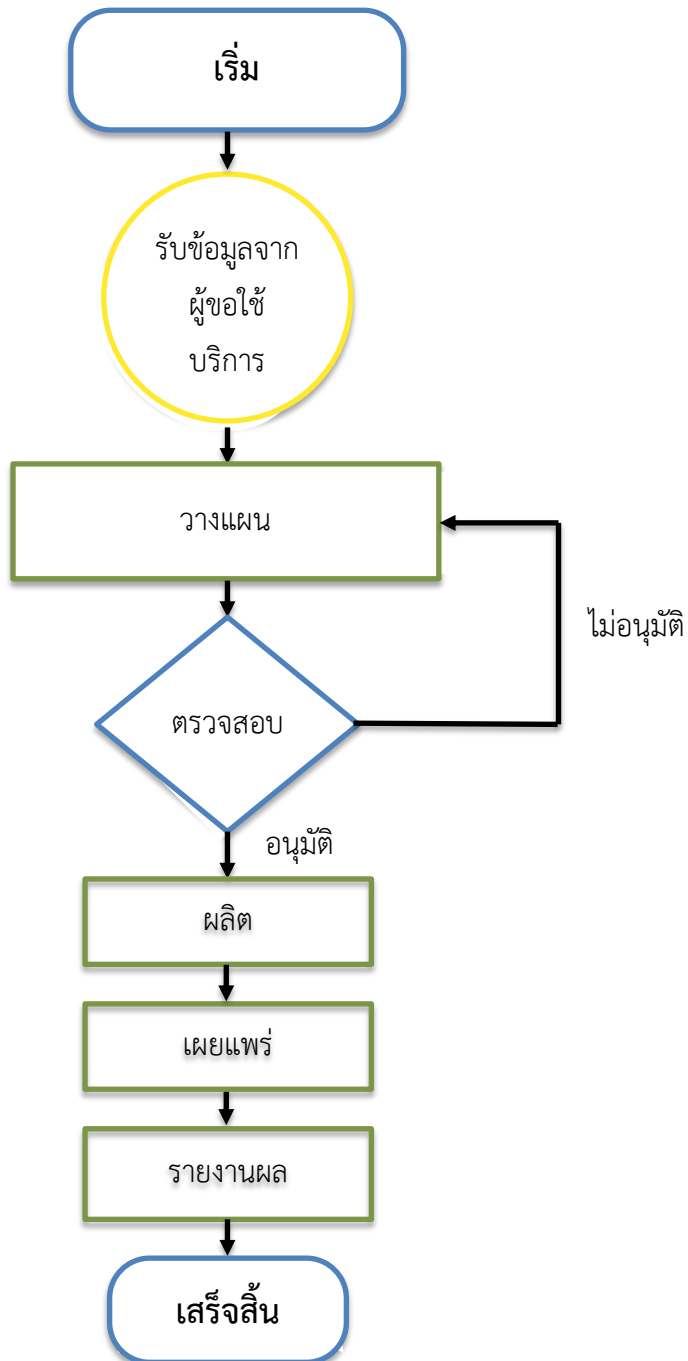
โดยคำนึงถึงสัดส่วน ความเหมาะสม การอ่านง่าย ดึงดูดตา อายุ วัยกลุ่มคน คำนึงถึงผู้ใช้ผู้อ่านหรือกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก พฤติกรรมการอ่าน ข้อความภาษาไทย + ภาษาอังกฤษ จัดทำตามแนวทาง/ข้อมูลที่ได้มาให้ตรงใจ สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด




	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

ผังกระบวนการปฏิบัติงาน

งานผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง งานบันทึกเสียงและงานสโปตวิทยุ



	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. รับข้อมูลจากผู้ขอใช้บริการ

ผู้ขอใช้บริการ กรอกแบบฟอร์มข้อมูลที่ต้องการทำการผลิตสโปตวิทยุ บันทึกลงเสียงหรือบันทึกทราย การวิทยุ

2. วางแผนงานการผลิตสโปตวิทยุ บันทึกลงเสียงหรือบันทึกทรายการวิทยุ

พิจารณาข้อมูลของผู้รับบริการ เพื่อนำข้อมูลมาวางแผนในการดำเนินการผลิตสโปต บันทึกลงเสียงหรือทรายการวิทยุ ให้ตรงกับความต้องการ ของผู้ขอรับบริการ จากนั้นให้ผู้ขอใช้บริการ ตรวจสอบความถูกต้องของ ข้อมูล เพื่อรับทราบและสามารถแจ้งให้ปรับปรุงแก้ไขได้

3. การอนุมัติ

เมื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และพิจารณาอนุมัติให้มีการผลิตสโปต บันทึกลงเสียงหรือทรายการวิทยุ การผลิตที่ต้องใช้งบประมาณ ให้เร่งดำเนินการ จัดจ้าง เช่น ผู้ให้เสียง บรรยาย หรือ ผู้ให้เสียงในสโปต

4. ดำเนินการผลิตสโปตวิทยุ บันทึกลงเสียงหรือบันทึกทรายการวิทยุ

ดำเนินการผลิตสโปตวิทยุ บันทึกลงเสียง หรือบันทึกทรายการวิทยุ ซึ่งสามารถจัดทำได้ในทันที แต่หากจำเป็นต้องใช้งบประมาณจัดจ้างผู้ให้เสียงจากภายนอก ให้จัดประชุมเพื่อหารือการใช้ งบประมาณและเลือกผู้ลงเสียงให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของงาน เหมาะสมกับงานนั้นๆ โดยจัดจ้างให้ เป็นไปตามระเบียบการจัดซื้อจัดจ้าง

5. การเผยแพร่


ดำเนินการเผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ ตามช่องทางที่ผู้ขอรับบริการ ต้องการ

6. รายงานผล

หลังจากเสร็จสิ้นกระบวนการแล้ว ให้ผู้ปฏิบัติงาน สรุปผลการดำเนินงานเพื่อรายงาน หัวหน้ากลุ่มงานสื่อสารองค์กร และผู้ขอใช้บริการทราบ

ขั้นตอนการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

1. การเตรียมการก่อนการผลิตรายการ (preproduction)
2. การผลิตรายการ (production)
3. การประเมินกระบวนการผลิตรายการ (postproduction)

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

1. การเตรียมการก่อนการผลิตรายการ (preproduction)

1.1 เตรียมบทรายการ

ความสำคัญของบทวิทยุ


- 1) เป็นเครื่องมือถ่ายทอดเนื้อหา/ความคิด/ข้อความ ไปสู่ผู้ฟัง
- 2) เป็นกรอบแนวทางในการนำเสนอรายการ
- 3) เป็นเครื่องมือในการบอกกล่าวให้เกิดการรับรู้ มีความเข้าใจ ชักจูงให้เกิดความคิดเห็น กระตุ้นให้ปฏิบัติ ตลอดจนปรับเปลี่ยนทัศนคติ

บทวิทยุที่ดี

- 1) ต้องคิดก่อนว่า กำลังเขียนบทวิทยุ เพื่อจัดให้ใครฟัง เช่น เด็ก ผู้ใหญ่ ผู้ชาย ผู้หญิง
- 2) เขียนบทรายการ ให้เหมือนท่านพูด แล้วพูดตาม บทที่เขียนจะต้องเขียนให้เข้าใจง่าย ประโยคสั้น กระชับรัดกุม
- 3) เขียนบทวิทยุให้เหมือนเขียนจดหมาย ถึงใครคนหนึ่ง การใช้สรรพนามที่ฟังแล้ว ให้ผู้ฟังมีความรู้สึกใกล้ชิดและมีลักษณะเหมือนผู้ฟังเข้าไปร่วมรายการด้วย
- 4) มีทัศนคติที่ดีต่อผู้ฟัง เคารพผู้ฟัง ให้เกียรติผู้ฟัง
- 5) ไม่ยัดเยียดสาระให้มากเกินไปในเวลาอันจำกัด เน้นจุดสำคัญและซ้ำประโยคหรือคำที่สำคัญบ่อยมีความสมเหตุสมผลตรงเป้าหมาย ไม่ควรเล่น สำนวน อุทาหรณ์ โคลงกลอน มากเกินไป
- 6) ทุกประโยคทุกคำที่พูดที่เขียนจะต้องมีความหมายชัดเจน อย่าปล่อยให้ผู้ฟังคิดเป็นปริศนา
- 7) ไม่ใช่ตัวเลขที่ยุ่งยากในการจำ การฟัง เช่น การบอกเบอร์โทรศัพท์
- 8) หลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์ทางวิชาการ หรือคำสูง มากเกินไปถ้าจำเป็นควรอธิบายให้ชัดเจน
- 9) การผูกตัวอย่าง หรือเปรียบเทียบ จะต้องเข้าเรื่องราวที่กำลังเขียน
- 10) การตั้งเป้าหมายของรายการจะต้องชัดเจนและก่อนจบรายการจะต้องสรุปอีกครั้งหนึ่ง
- 11) ผู้เขียนบทวิทยุจะต้องมีเวลาเพียงพอและข้อมูล พร้อมทั้งจะเขียน

1.2 เตรียมดนตรี เพลงและเสียงประกอบ

- เสียงดนตรี ใช้นำรายการ/ประกอบรายการ
สร้างบรรยากาศ/อารมณ์
บอกเวลา/สถานที่

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :	หน้า 12 จาก 46

เสียงประกอบ ทำให้เกิดความสมจริง
สร้างภาพ/เสริมอารมณ์
บอกเวลา/สถานที่

การเลือกดนตรีและเสียงประกอบจึงควรเลือกให้เหมาะสมกับเรื่องที่จะต้องนำเสนอ เพื่อให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์ความรู้สึก มีความเข้าใจที่สอดคล้องและตรงประเด็นที่ผู้ส่งสารต้องการนำเสนอ

1.3 การประสานงาน

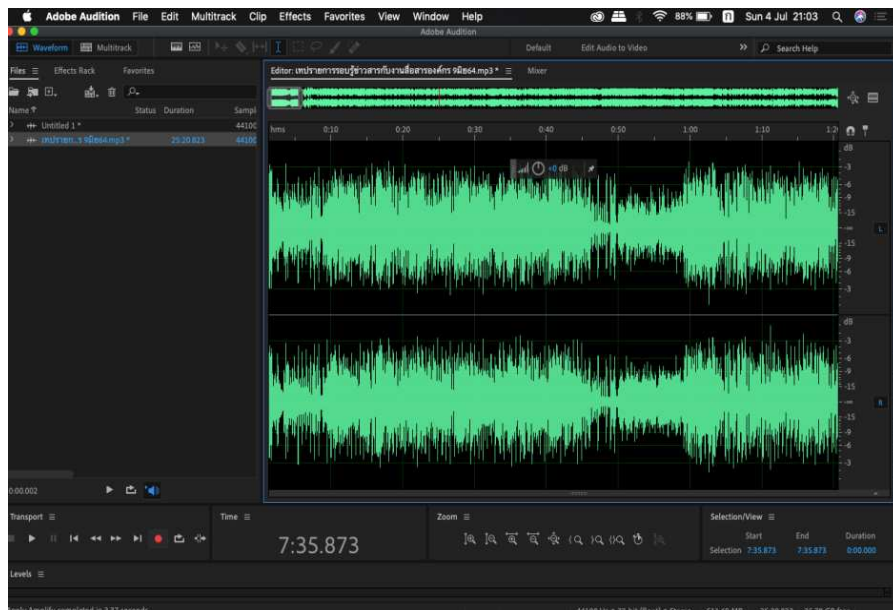
ผู้ผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง ต้องทำการประสานงานระหว่างผู้เขียนบทรายการวิทยุ นักจัดรายการวิทยุ ผู้ควบคุมเสียง ช่างเทคนิคในการควบคุมเสียง นักตัดต่อเสียง


การประสานผู้เขียนบท - เพื่อให้ผู้เขียนบทเข้าใจวัตถุประสงค์ของรายการ สิ่งที่ต้องการนำเสนอเพื่อให้ผู้เขียนบท สามารถเขียนบทได้อย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของรายการ

การประสานนักจัดรายการ - เพื่อซักซ้อม ทำความเข้าใจบทของรายการ ตลอดจนนัดเวลาเพื่อทำการจัดรายการหรือบันทึกเสียง

ประสานผู้ควบคุมเสียง ช่างเทคนิค - เพื่อให้การบันทึกรายการเป็นไปอย่างเรียบร้อย ควรมีการเตรียมความพร้อมของเครื่องมือในการบันทึกเสียง โดยการประสานงานกับช่างเทคนิคและผู้ควบคุมเสียง นอกจากนี้ยังเป็นการลดปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการบันทึกเสียงหรือจัดรายการได้อีกด้วย

การประสานงานกับนักตัดต่อเสียง - เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในรูปแบบรายการและทำความเข้าใจกับการเลือกใช้เสียงประกอบ การใช้เทคนิคการตัดต่อและความต้องการอื่นๆที่จะช่วยให้รายการวิทยุชิ้นๆ สามารถสื่อสารไปยังผู้ฟังได้อย่างสมบูรณ์ เข้าใจได้ง่ายมากที่สุด



	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

2. การผลิตรายการ (production)

2.1 การซັกร์ซักร์ การซักร์ซักร์ก่อนออกอากาศเป็นการนำสิ่งต่างมารวมกันและจัดลำดับตามบทที่เขียนแล้วทำการซັกร์ซักร์จัดรายการทั้งหมดพร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขสิ่งบกพร่องให้เหมาะสมยิ่งขึ้นโดยการซักร์ซักร์ให้กระทัดรัดเพียงคร่าว ๆ ขึ้นออกอากาศ

2.2 การบันทึกรายการ เป็นขั้นตอนที่ทุกสิ่งทุกอย่างผ่านการแก้ไขเสร็จเรียบร้อย บทอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์และพร้อมสำหรับการบันทึกเสียง ผู้ดำเนินรายการ ผู้ควบคุมเสียง เริ่มดำเนินการบันทึกเสียงรายการด้วยโปรแกรมสำหรับบันทึกเสียง อาทิ Adobe Audition

2.3 การตัดต่อรายการ การตัดต่อเสียงใช้งานโดยผ่านคอมพิวเตอร์สามารถทำได้สะดวกรวดเร็ว และสามารถทำเทคนิคพิเศษเช่นเสียงก้องเสียงสะท้อนเสียงที่สร้างจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์หรือการแทรกเสียงธรรมชาติ เช่นเสียงนก เสียงลม เสียงฝน ฟังร้อง ฟังผ่าเสียงอุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน เครื่องใช้สำนักงานหรือเสียงที่เรียกว่าSound Effect ก็สามารถทำได้ง่ายขึ้นโดยการใช้คอมพิวเตอร์ในการตัดต่อเสียงและสิ่งที่สำคัญในการตัดต่อคือ


1) ตัวโปรแกรมตัดต่อเสียงลักษณะการใช้งานจะเป็นตัวกำหนดโปรแกรมตัดต่อเสียงที่นำมาใช้งานเช่น

- การตัดต่อข่าวประกอบเสียงข่าวสัมภาษณ์การตัดต่อเสียงรายการสนทนา
- การตัดต่อรายการสารคดีการตัดต่อทวารายการวิทยุรูปแบบรายการเพลงละครวิทยุหรืออื่น ๆ

- การผลิตโฆษณาทำสปอตทำจิงเกิ้ล
- การใช้งานตัดต่อเสียงสำหรับการผลิตโทรทัศน์

2) อุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้งานขึ้นอยู่กับตัวโปรแกรมที่ใช้งานว่ามีความซับซ้อนในการใช้งานต้องการคุณภาพในการใช้งานมากน้อยเพียงใดและอุปกรณ์ที่สำคัญดังกล่าวคือSound card แบ่งออกตามความต้องการตัวโปรแกรมตัดต่อเสียงคือ

- ใช้Sound card มาตรฐานทั่วไปเป็นโปรแกรมตัดต่อเสียงแบบง่าย ๆ หลายร่องเสียง
- ใช้Sound card ที่ตัวโปรแกรมระบุกำหนดใช้งานในการตัดต่อเสียงแบบพิเศษคุณภาพสูงหลายร่องเสียง
- ใช้MPEG -sound card ในการตัดต่อเสียงระบบดิจิทัลสำหรับมืออาชีพ
- ใช้อุปกรณ์ที่ออกแบบสำหรับการตัดต่อหลายช่องเสียงสำหรับตัดต่อคุณภาพเสียงพิเศษหลายร่องเสียง

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

- ใช้อุปกรณ์ที่ถูกกำหนดโดยตัวโปรแกรมตัดต่อเสียงในการตัดต่อเสียงคุณภาพสูงในการผลิตรายการที่ใช้หลายร่องเสียงที่มีความสามารถของโปรแกรมสูงมาก


3. การประเมินกระบวนการผลิตรายการ (postproduction)

ประเมินความนิยมของรายการ

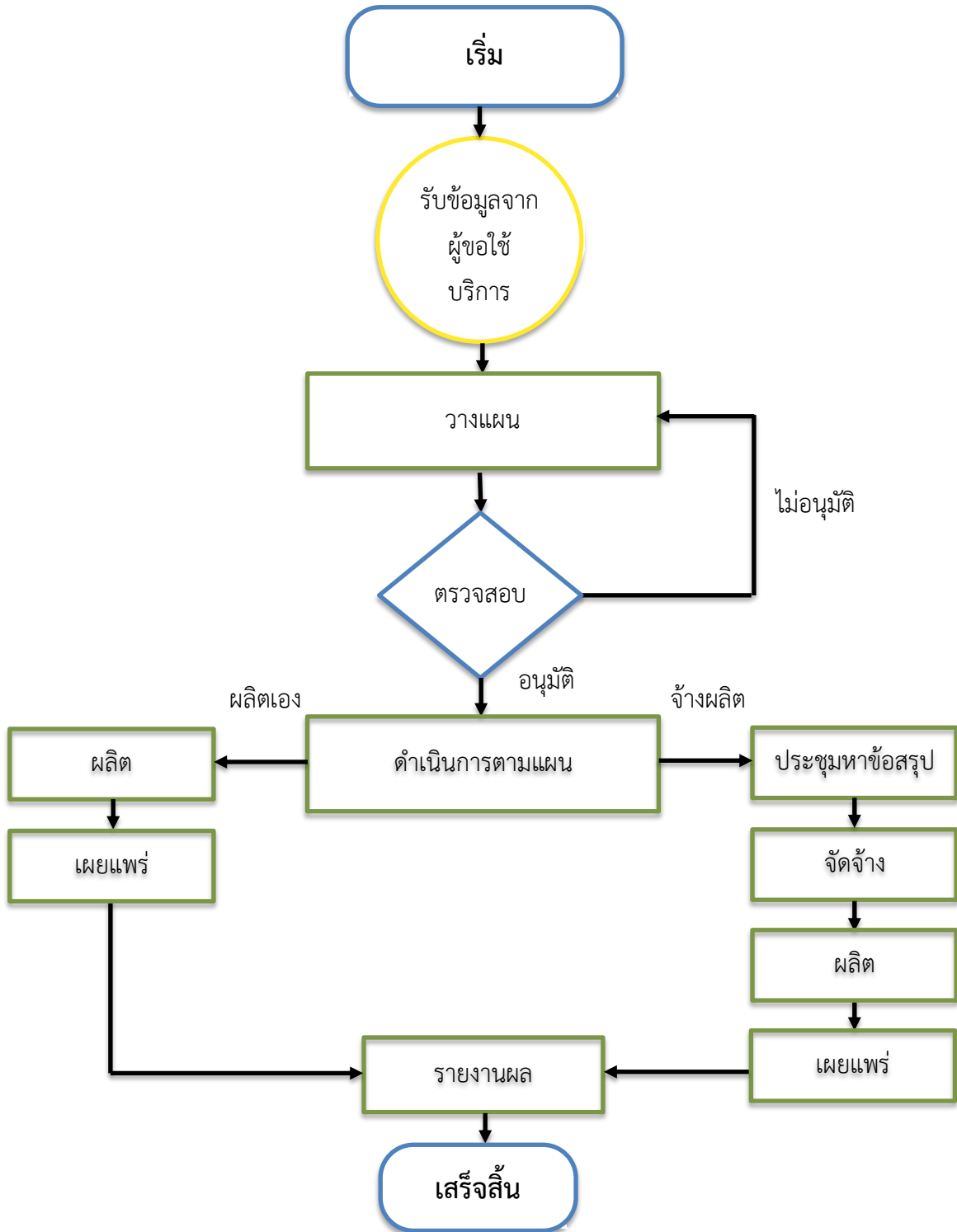
เป็นการประเมินความต้องการของผู้ฟังว่า ปัจจัยใดที่มีผลต่อรายการวิทยุที่ชอบฟังมากที่สุด เพื่อหาทิศทางความนิยมของรายการวิทยุที่ผู้ฟังชอบมากที่สุด ในแต่ละยุคสมัยรสนิยมของผู้ฟังจะเปลี่ยนแปลงไปเรื่อย ๆ จะต้องมีการประเมินอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลหลังการประเมินความนิยมจะนำมาใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงรายการ


ประเมินเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ

รายการนั้นจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นการสำรวจและประเมินกลุ่มเป้าหมายว่าใช้ชีวิตแบบใด มีความชื่นชอบเรื่องใดเป็นพิเศษ มีพฤติกรรมการใช้ชีวิต การเรียน การใช้จ่ายใช้สอยอย่างไร ซึ่งข้อมูลที่ได้จากหลังการประเมินนี้จะมีผลเชื่อมโยงทางธุรกิจรายการสามารถนำข้อมูลไปเสนอทางผู้อุปถัมภ์รายการ เพื่อซื้อขายเวลาในการโฆษณาสินค้า

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :	หน้า 15 จาก 46

ผังกระบวนการปฏิบัติงานการผลิตวีดิทัศน์



	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. รับข้อมูลจากผู้ขอใช้บริการ

ผู้ขอใช้บริการ กรอกแบบฟอร์มข้อมูลที่ต้องการทำการผลิต เพื่อให้ฝ่ายผลิตสื่อและเผยแพร่รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น และนำไปใช้ในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

2. วางแผนงานการผลิตสื่อ

พิจารณาข้อมูลของผู้รับบริการ เพื่อนำข้อมูลมาวางแผนในการดำเนินการผลิตวีดิทัศน์ให้ตรงกับความต้องการ ของผู้ขอรับบริการ จากนั้นให้ผู้ขอใช้บริการตรวจสอบความถูกต้องของ ข้อมูลเพื่อรับทราบและสามารถแจ้งให้ปรับปรุงแก้ไขได้

3. การอนุมัติค่าใช้จ่ายใน การจัดซื้อจัดจ้าง

ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และพิจารณาอนุมัติงบประมาณ หากมี การผลิตที่ต้องใช้งบประมาณและการจัดซื้อจัดจ้างจากหน่วยงาน ภายนอก

4. ดำเนินผลิตสื่อ

กรณีที่สามารรถดำเนินการผลิตวีดิทัศน์ได้เอง สามารถจัดทำได้ในทันที แต่ หากเป็นสื่อวีดิทัศน์ที่ต้องผลิตโดยใช้งบประมาณจัดจ้างหน่วยงานภายนอก ให้จัดประชุมเพื่อหารือการใช้งบประมาณและเลือกใช้แหล่งผลิตที่มีคุณภาพ และจัดจ้างโดยเป็นไปตามระเบียบการจัดซื้อจัดจ้าง

5. การเผยแพร่


ดำเนินการเผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ สื่อวีดิทัศน์นั้นๆ ตามช่องทางที่ผู้ขอรับบริการต้องการ

6. รายงานผล

หลังจากเสร็จสิ้นกระบวนการแล้ว ให้ผู้ปฏิบัติงานผลิตสื่อวีดิทัศน์ สรุปผลการดำเนินงานเพื่อรายงานหัวหน้ากลุ่มงานสื่อสารองค์กร และผู้ขอใช้บริการทราบ

กระบวนการผลิตวีดิทัศน์

การผลิตรายการวีดิทัศน์ เป็นการทำงานร่วมกันเป็นทีมซึ่งต้องมีผู้นำที่มีหน้าที่รับผิดชอบ มีความสามารถในการวางแผนดำเนินการและตัดสินใจได้ดี ในฐานะผู้กำกับรายการ เพราะผู้กำกับรายการจะทำหน้าที่ในการพัฒนาแนวทางดำเนินรายการด้านเทคนิคการผลิต และด้านความคิดสร้างสรรค์การผลิต ตลอดจนถึงการลงมือการผลิต โดยให้คำปรึกษาหารือ แนะนำตลอดรายการ ตั้งแต่ขั้นประชุมก่อนการวางแผนไปถึงขั้นตอนสุดท้ายของการลำดับภาพ และการถ่ายทอดออกอากาศ


	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

การผลิตวีดิทัศน์จะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับการวางแผนการผลิต และการทำงานของฝ่ายสร้างสรรค์ที่ดี โดยอาศัยจินตนาการ ความอดทนและความรู้ รวมทั้งศิลปะหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนั้นการผลิตรายการวีดิทัศน์ผู้ผลิตต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ผู้ผลิตต้องศึกษาและเข้าใจขอบเขตเนื้อหาเรื่องราวที่จะผลิตเป็นอย่างดี
2. ผู้ผลิตต้องเข้าใจพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้ชมให้มากที่สุด เช่น พื้นฐานประสบการณ์ เพศ วัย และความสนใจ เป็นต้น
3. ต้องมีการวางแผนในการผลิตให้ครอบคลุมในสิ่งที่ต้องการมากที่สุด และผู้ชมเข้าใจได้ง่าย

วิภา อุดมฉันทน์ (2544) ได้กล่าวถึงหลักการพื้นฐานในการวางแผนการผลิตรายการวีดิทัศน์ไว้ 4 ประการ คือ

- 1) **Why :** (ผลิตรายการทำไม) ในการผลิตรายการก่อนอื่นใดทั้งหมด ผู้ผลิตจะต้องเข้าใจตนเองอย่างชัดเจนก่อนว่ามีวัตถุประสงค์อะไร หรือมีความจำเป็นอะไรที่จะต้องทำการผลิต เช่น
 - เพื่อการสอน (รายการเพื่อการศึกษ)
 - เพื่อแจ้งข่าวสาร (รายการข่าว)
 - เพื่อบันทึกเหตุการณ์ (รายการสารคดี)
 - เพื่อให้ความเพลิดเพลิน (รายการบันเทิง)
- 2) **Who :** (เพื่อใคร) ข้อสำคัญต่อมาก็คือ ผู้ชมที่เป็นเป้าหมายคือใคร เช่น
 - เด็กนักเรียน นักศึกษา
 - ครู ปัญญาชน
 - ผู้ใหญ่
 - ผู้ชมทั่วไป
- 3) **What :** (ผลิตเรื่องอะไร) เมื่อกำหนดเป้าหมายของกลุ่มผู้ชมได้แล้ว จะต้องกำหนดเนื้อหาสาระ ซึ่งต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้วย เช่น
 - จะสอนเรื่องอะไร
 - จะแจ้งข่าวอะไร
 - จะบันทึกเหตุการณ์อะไร
 - จะให้ความบันเทิงอะไร
- 4) **How :** (รูปแบบอย่างไร) ในการผลิตรายการวีดิทัศน์ผู้ผลิตจะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบว่าจะผลิตรายการในรูปแบบใด จึงจะสอดคล้องกับเนื้อหาให้มากที่สุด เช่น
 - รูปแบบการอ่านรายงาน (Announcing)

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

- รูปแบบการสนทนา (Dialogue)
- รูปแบบสารคดี (Documentary)
- รูปแบบละคร (Drama)

4. มีความเข้าใจในการใช้เครื่องมือ เทคนิควิธีการในการผลิตโดยทั่วไป เช่น เข้าใจการถ่ายภาพ มุมมองภาพในระยะต่าง ๆ การเขียนบท ตลอดจนเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต

5. ต้องตระหนักว่าทุกภาพ ทุกเสียงที่แพร่ไปถึงผู้ชมต้องมีความหมายกระจ่างชัดในตัวของมันเอง ทั้งนี้สื่อวีดิทัศน์เป็นการสื่อสารทางเดียว ไม่สามารถซักถาม และตอบโต้ตอบได้

6. ผู้ผลิตจะต้องเตรียมการให้ครอบคลุมขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

6.1 เนื้อหาของรายการ (Program Content) เนื้อหาของรายการจะต้องน่าสนใจและดึงดูดผู้ชม


6.2 ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (Budget) ผู้ผลิตรายการต้องคำนึงถึงงบประมาณในการผลิตแต่ละครั้ง

6.3 บทวีดิทัศน์ ผู้ผลิตรายการต้องเขียนบทหรือจ้างเขียนบท และต้องนำบทวีดิทัศน์ที่เรียบร้อยแล้วให้แก่ผู้เกี่ยวข้องในการผลิต

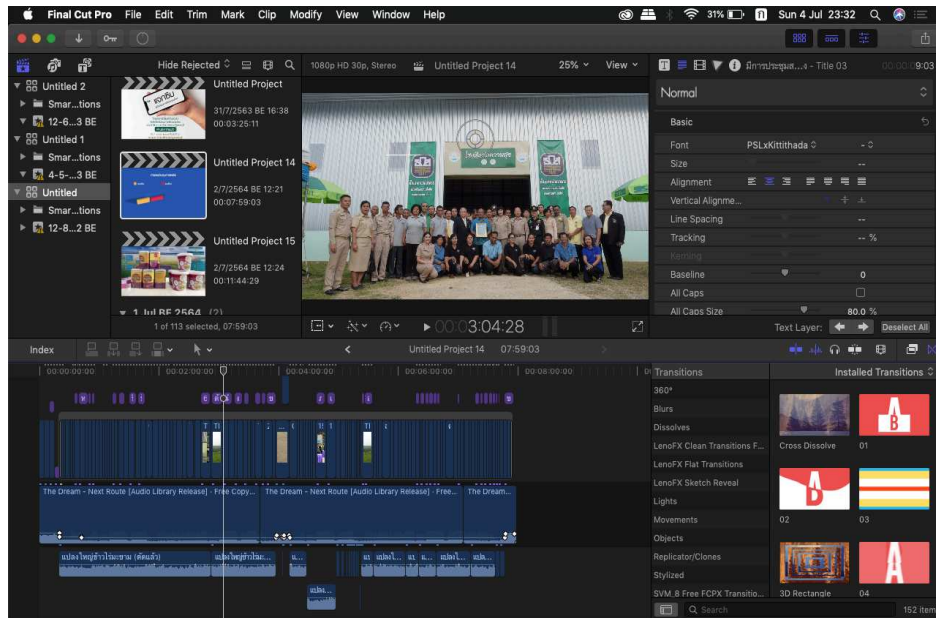
6.4 ผู้รับผิดชอบในการผลิต (Teams) ประกอบด้วย ผู้อำนวยการผลิต ผู้ผลิต ผู้เขียนบท ผู้กำกับรายการ ผู้จัดการกองถ่าย และฝ่ายทำหน้าที่หลังกองถ่าย

6.5 ตัวแสดง (Talent) ควรเลือกผู้แสดงให้สอดคล้องกับบทวีดิทัศน์

6.6 อุปกรณ์ทางเทคนิค (Technical Facilities) ได้แก่ ฉากและวัสดุ โดยผู้ผลิตต้องคุยเกี่ยวกับแนวคิดของรายการกับผู้ออกแบบฉาก เพื่อให้ออกแบบได้ถูกต้อง และเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของรายการวีดิทัศน์

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

ดังนั้นก่อนการผลิตรายการวิดีโอทัศน์ ผู้ผลิตจำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการ



วางแผนการผลิต การเตรียมการผลิต การใช้อุปกรณ์ในการผลิต และการประเมินผลการผลิต

ขั้นตอนการผลิตวิดีโอทัศน์


ก่อนการผลิตรายการวิดีโอทัศน์ ผู้ผลิตจำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการวางแผนการผลิต การเตรียมการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ในการผลิต และการประเมินผลการผลิตรายการ อย่างไรก็ตามสามารถสรุปเป็นขั้นตอนของการผลิตรายการวิดีโอทัศน์ได้ 3 ขั้นตอน (3P) ดังนี้

1. ขั้นเตรียมการผลิต (Pre-Production)

นับเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งก่อนเริ่มทำการผลิตรายการ ได้แก่ การเตรียมข้อมูล การกำหนดหรือวางเค้าโครงเรื่อง การประสานงาน กองถ่ายกับสถานที่ถ่ายทำ ประชุมวางแผนการผลิต การเขียนสคริปต์ การจัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์การถ่ายทำ อุปกรณ์การบันทึกเสียง ห้องบันทึกเสียง ห้องตัดต่อ กล้องวิดีโอถ่ายทำ อุปกรณ์ประกอบฉาก อุปกรณ์แสง การเตรียมตัวผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการ ทีมงาน ทุกฝ่าย การเดินทาง อาหาร ที่พัก ฯลฯ หากจัดเตรียมรายละเอียดในขั้นตอนนี้ได้ดี ก็จะส่งผลให้ขั้นตอนการผลิตงานทำได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น

ขั้นเตรียมการผลิต (Pre-Production) ประกอบด้วย ดังนี้

1.1 การแสวงหาแนวคิด เป็นการหาแนวทาง เรื่องราวที่จะนำมาผลิตเป็นรายการวิดีโอทัศน์ ซึ่งถือว่าเป็นภารกิจแรกของผู้ผลิตรายการที่จะต้องตั้งคำถามให้กับตัวเองว่า แนวคิดคิดที่ได้นั้นดี

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

อย่างไร และจะให้ประโยชน์อะไรต่อผู้ชม การหาแนวคิดหรือเรื่องราว จึงเป็นงานที่จะต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการค่อนข้างสูง

1.2 การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective) เมื่อได้เรื่องที่จะทำการผลิตรายการแล้ว เป็นการคาดหวังถึงผลที่จะเกิดกับผู้ชมเมื่อได้รับชมรายการไปแล้ว ทุกเรื่องที่น่ามาจัดและผลิตรายการโทรทัศน์ ผู้ผลิตจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ว่ามุ่งจะให้ผู้รับได้รับหรือเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมในด้านใดบ้าง การกำหนดวัตถุประสงค์อาจตั้งหลายวัตถุประสงค์ก็ได้

1.3 การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (Target audience) เมื่อได้กำหนดวัตถุประสงค์แล้ว ขั้นต่อไปวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ชมว่ามีลักษณะอย่างไร เป็นการทำความรู้จักผู้ชมในแง่มุมต่าง เกี่ยวกับเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ความสนใจ ความต้องการ และจำนวนผู้ชม เพื่อให้สามารถผลิตรายการได้ตรงความต้องการมากที่สุด


1.4 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เป็นกระบวนการศึกษาเนื้อหา และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะทำการผลิตแล้วนำมาวิเคราะห์ เพื่อให้ได้เนื้อหาสาระ และข้อมูลที่ถูกต้องทันสมัย น่าสนใจ และเพิ่มความน่าเชื่อถือ การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นหน้าที่ของผู้ผลิตที่จะต้องทำการศึกษาจาก ตำรา เอกสาร ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และข้อมูล และข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ อย่างครบถ้วน ทำการลำดับเนื้อหาจากง่ายไปยาก เพื่อการนำเสนอที่เหมาะสม และสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างดี

1.5 การเขียนบทโทรทัศน์ (Script Writing) เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องจากการกำหนดแนวคิดจนถึงการวิเคราะห์เนื้อหา จนได้ประเด็นหลักและประเด็นย่อยของรายการ แล้วนำมาเขียนเป็นบท ซึ่งเป็นการกำหนดลำดับก่อนหลังของการนำเสนอภาพและเสียง เพื่อให้ผู้ชมได้รับเนื้อหาสาระตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยระบุลักษณะภาพ และเสียงไว้ชัดเจน นอกจากนั้นบทรายการโทรทัศน์ยังถ่ายทอดกระบวนการในการจัดรายการออกมาเป็นตัวอักษรและเครื่องหมายต่าง ๆ เพื่อสื่อความหมายให้ผู้ร่วมการผลิตรายการได้ทราบ และดำเนินการผลิตตามหน้าที่ของแต่ละคน

1.6 การกำหนดวัสดุ และอุปกรณ์ในการผลิตรายการ โดยที่ผู้ผลิตรายการจะต้องทราบว่าต้องใช้วัสดุอุปกรณ์ใดบ้าง ซึ่งต้องกำหนดรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์ดังกล่าว เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดหา และเตรียมการต่อไป

1.7 การกำหนดผู้แสดง หรือผู้ดำเนินรายการ ต้องเป็นไปตามความเหมาะสมของเนื้อหาและรูปแบบของรายการที่จะนำเสนอ

1.8 การจัดทำงบประมาณ โดยทั่วไปจะมีการตั้งงบประมาณไว้ก่อนแล้ว แต่ในขั้นนี้จะเป็น การกำหนดการใช้งบประมาณโดยละเอียด ซึ่งจะเป็นค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินการผลิต เช่น

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

ค่าตอบแทนผู้ร่วมดำเนินการผลิตรายการ ค่าผลิตงานกราฟิก ค่าวัสดุรายการ ค่าเบี้ยเลี้ยงเดินทาง ค่าที่พัก และค่าพาหนะ เป็นต้น

2. ขั้นตอนการผลิต (Production)


คือ เป็นขั้นตอนการดำเนินการถ่ายทำตามเส้นเรื่องหรือบทตามสคริปต์ที่ทีมงานผู้ผลิตได้แก่ ผู้กำกับ ช่างภาพ ช่างไฟ ช่างเทคนิคเสียง ช่างศิลป์ และทีมงานจะทำการบันทึกเทปโทรทัศน์รวมทั้งการบันทึกเสียง ตามที่กำหนดไว้ในสคริปต์ อาจมีการเดินทางไปถ่ายทำยังสถานที่ต่างๆ ทั้งในร่มและกลางแจ้ง มีการสัมภาษณ์ จัดฉากจัดสถานที่ภายนอกหรือในสตูดิโอ ขั้นตอนนี้อาจมีการถ่ายทำแก้ไขหลายครั้งจนเป็นที่พอใจ (take) นอกจากนี้อาจจะเป็นต้องเก็บภาพ/เสียงบรรยากาศทั่วไป ภาพเฉพาะมุมเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการขยายความ (insert) เพื่อให้ผู้ชมได้เห็นและเข้าใจรายละเอียดมากยิ่งขึ้น โดยทั่วไปจะมีการประชุมเตรียมงาน และมอบหมายงานให้กับผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้านและนั่นคือการทำงานของทีม

องค์ประกอบของขั้นตอนการผลิต (Production) มีดังนี้

2.1 ด้านบุคลากร ในการผลิตรายการวิทยุทัศน์เป็นการทำงานที่เป็นทีม ผู้ร่วมงานมาจากหลากหลายอาชีพที่มีพื้นฐานที่ต่างกัน ซึ่งการทำงานร่วมกันจะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับทีมงานที่ดี มีความความเข้าใจกัน พูดภาษาเดียวกัน รู้จักหน้าที่ และให้ความสำคัญซึ่งกันและกัน

2.2 ด้านสถานที่ สถานที่ในการผลิตรายการ แบ่งออกเป็น 2 แห่ง คือ ภายในห้องผลิตรายการ และภายนอกห้องผลิตรายการ สำหรับการผลิตรายการในห้องผลิตรายการ (Studio) นั้นผู้ผลิตจะต้องเตรียมการจองห้องผลิต และตัดต่อรายการล่วงหน้า กำหนดวันเวลาที่ชัดเจน กำหนดฉากและวัสดุอุปกรณ์ประกอบฉากให้เรียบร้อย ส่วนการเตรียมสถานที่นอกห้องผลิตรายการ ผู้ผลิตจะต้องดูแลในเรื่องของการควบคุมแสงสว่าง ควบคุมเสียงรบกวน โดยจะต้องมีการสำรวจสถานที่จริงก่อนการถ่ายทำ เพื่อทราบข้อมูลเบื้องต้น และเตรียมแก้ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้ เพื่อจะได้ประหยัดเวลาในการถ่ายทำ

2.3 ด้านอุปกรณ์ในการผลิตรายการ โดยผู้กำกับฝ่ายเทคนิคจะเป็นผู้สั่งการเรื่องการเตรียมอุปกรณ์ในการผลิต เช่น กล้องวิทยุทัศน์ ระบบเสียง และระบบแสงและเครื่องบันทึกภาพ นอกจากนั้นยังจำเป็นต้องเตรียมอุปกรณ์สำรองบางอย่างให้พร้อมด้วย ทั้งนี้เพื่อช่วยแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างทันท่วงที

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

2.4 ด้านผู้ดำเนินรายการ และผู้ร่วมรายการ การเตรียมผู้จะปรากฏตัวบนจอโทรทัศน์เป็นสิ่งที่จะต้องทำ โดยเริ่มจากการคัดเลือก ติดต่อ ชักซ้อมบทเป็นการล่วงหน้า โดยให้ผู้ดำเนินรายการ และผู้ร่วมรายการได้ศึกษาและทำความเข้าใจในบทของตนเองที่จะต้องแสดง เพื่อจะได้ไม่เสียเวลาในการถ่ายทำ




3. ขั้นการหลังการผลิต (Post-Production)

คือ การตัดต่อลำดับภาพ หรือเป็นขั้นตอนการตัดต่อเรียบเรียงภาพและเสียงเข้าไว้ด้วยกันตามสคริปต์หรือเนื้อหาของเรื่อง ขั้นตอนนี้จะมีการใส่กราฟิกทำเทคนิคพิเศษภาพ การแต่งภาพการย้อมสี การเชื่อมต่อภาพ/ฉาก อาจมีการบันทึกเสียงในห้องบันทึกเสียงใส่เสียงพูดชาวน์บรรยากาศต่างๆ เพิ่มเติม อื่นๆ อาจมีการนำดนตรีมาประกอบเรื่องราวเพื่อเพิ่มอารมณ์ในการรับชมยิ่งขึ้น ขั้นตอนนี้ส่วนใหญ่จะดำเนินการอยู่ในห้องตัดต่อแต่มีข้อจำกัดหลายอย่างเช่น การเพิ่มเทคนิคพิเศษต่างๆ ซึ่งต้องใช้เครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยและซับซ้อนมากยิ่งขึ้นมีเฉพาะช่างเทคนิคที่เกี่ยวข้องและผู้กำกับเท่านั้น (ในบางครั้งลูกค้าสามารถเข้ารับชมหรือมีส่วนร่วมในการผลิต) ระยะเวลาในขั้นตอนนี้ขึ้นอยู่กับระยะเวลาของบทและการบันทึกภาพ รวมถึงความยากง่ายและการใส่รายละเอียดต่างๆเพิ่มเติมของงานในแต่ละ THEME เช่น 3 วัน 7 วัน หรือมากกว่า 15 วันขึ้นไป

องค์ประกอบของขั้นการหลังการผลิต (Post-Production) มีดังนี้

3.1 การลำดับภาพ หรือการตัดต่อ (Editing) เป็นการนำภาพมาตัดต่อให้เป็นเรื่องราวตามบทวิดิทัศน์ โดยใช้เครื่องตัดต่อ หรือเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยการตัดต่อนี้มี 2 ลักษณะ คือ

- 1) Linear Editing เป็นการตัดต่อระหว่างเครื่องเล่น/บันทึกวิดิทัศน์ 2 เครื่อง โดยให้เครื่องหนึ่งเป็นเครื่องต้นฉบับ (Master) และอีกเครื่องหนึ่งเป็นเครื่องบันทึก (Record) ในปัจจุบันไม่นิยมใช้แล้ว เนื่องจากการตัดต่อลักษณะนี้ต้องใช้ผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน และใช้เวลานานมาก
- 2) Non-Linear Editing เป็นการตัดต่อโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เฉพาะ ซึ่งเป็นการตัดต่อที่รวดเร็วและมีข้อผิดพลาดน้อยที่สุด

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

3.2 การบันทึกเสียง (Sound Recording) จะกระทำหลังจากได้ดำเนินการตัดต่อภาพตามบทวิดีโอทัศน์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงทำการบันทึกเสียงดนตรี เสียงบรรยาย และเสียงประกอบลงไป

3.3 การฉายเพื่อตรวจสอบ (Preview) หลังจากตัดต่อภาพ และบันทึกเสียงเรียบร้อยแล้ว จะต้องนำมาฉายเพื่อตรวจสอบก่อนว่ามีอะไรที่จะต้องปรับปรุงแก้ไขหรือไม่

3.4 ประเมินผล (Evaluation) เป็นการประเมินรายการหลังการผลิต ซึ่งมี 2 ลักษณะ คือ

1) ประเมินผลกระบวนการผลิต โดยจะเป็นการประเมินด้านความถูกต้องของเนื้อหาคุณภาพของเทคนิคการนำเสนอ ความสมบูรณ์ของเทคนิคการผลิต โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ผู้เขียนบท ผู้กำกับรายการ ทีมงานการผลิต และ

2) การประเมินผลผลิต ซึ่งจะเป็นการประเมินโดยกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก โดยจะประเมินในด้านของความน่าสนใจ ความเข้าใจในเนื้อหา และสาระที่นำเสนอ

3) การเผยแพร่ ควรเลือกรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อให้เข้าถึงเป้าหมายให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ และควรเก็บข้อมูล ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของผู้ใช้ เพื่อนำมาแก้ไขเรื่องอื่น ๆ ต่อไป


ดังนั้นก่อนการผลิตวิดีโอทัศน์ ผู้ผลิตจำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้าน การวางแผน การเตรียมการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ในการผลิต และการประเมินผลการผลิตรายการ

เทคนิคการตัดต่อวิดีโอให้ถูกใจคนรุ่นใหม่และโดนใจตลาด

1. **ชื่อคลิป** คำบรรยายคลิปใครว่าไม่สำคัญ อันดับแรกที่สำคัญมาก ๆ คือการตั้งชื่อคลิปวิดีโอ ไม่ว่าจะตัดต่อวิดีโอดีมากแค่ไหน แต่ถ้าการตั้งชื่อไม่ชวนน่าสนใจ หรืออ่านแล้วไม่ชวนให้คนเข้ามาดู คลิปก็จะได้ผลเท่าที่ควร ดังนั้นควรตั้งชื่อคลิปให้สั้นและอ่านแล้วทำให้คนสนใจที่จะอยากรู้ต่อว่าเราจะสื่อสารอะไร หรือจะใช้คำพูดหรือประโยคฮิตในช่วงเวลานั้น เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึงคนมากยิ่งขึ้น

2. **หน้าปกคลิปวิดีโอควรมีความน่าสนใจ** ต่อมาที่คนจะเลือกคลิกเข้ามาดูก็เป็นหน้าปกคลิปวิดีโอ นั่นเอง หรือเราสามารถเรียกได้ว่า First Impression ก็ว่าได้ ควรตัดต่อวิดีโอที่ปกคลิปมีเอกลักษณ์และน่าสนใจ ทำให้คนอยากเข้าไปดูคลิปมากยิ่งขึ้น

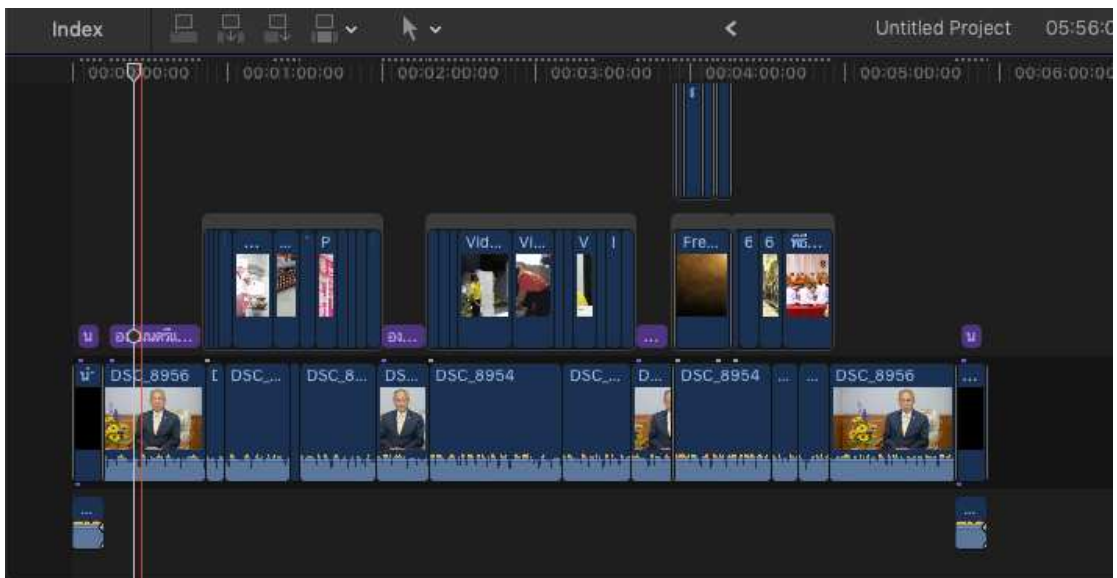
3. **ความยาวของคลิปมีผล** จากการสำรวจพบว่าคนส่วนใหญ่จะให้ความสนใจคลิปเพียง 10 วินาทีสั้น ๆ เท่านั้น ถ้าคลิปไม่น่าสนใจคนก็จะกดออกทันที ดังนั้นหากวิดีโอมีเนื้อเรื่องที่ยาวควร


	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :	หน้า 24 จาก 46

ตัดต่อวิดีโอให้ 10 วินาทีแรกมีความน่าสนใจเพื่อดึงดูดให้คนดูต่อ แต่ถ้าหากสามารถทำคลิปให้สั้นภายใน 10 วินาทีได้ก็จะเข้าถึงคนได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

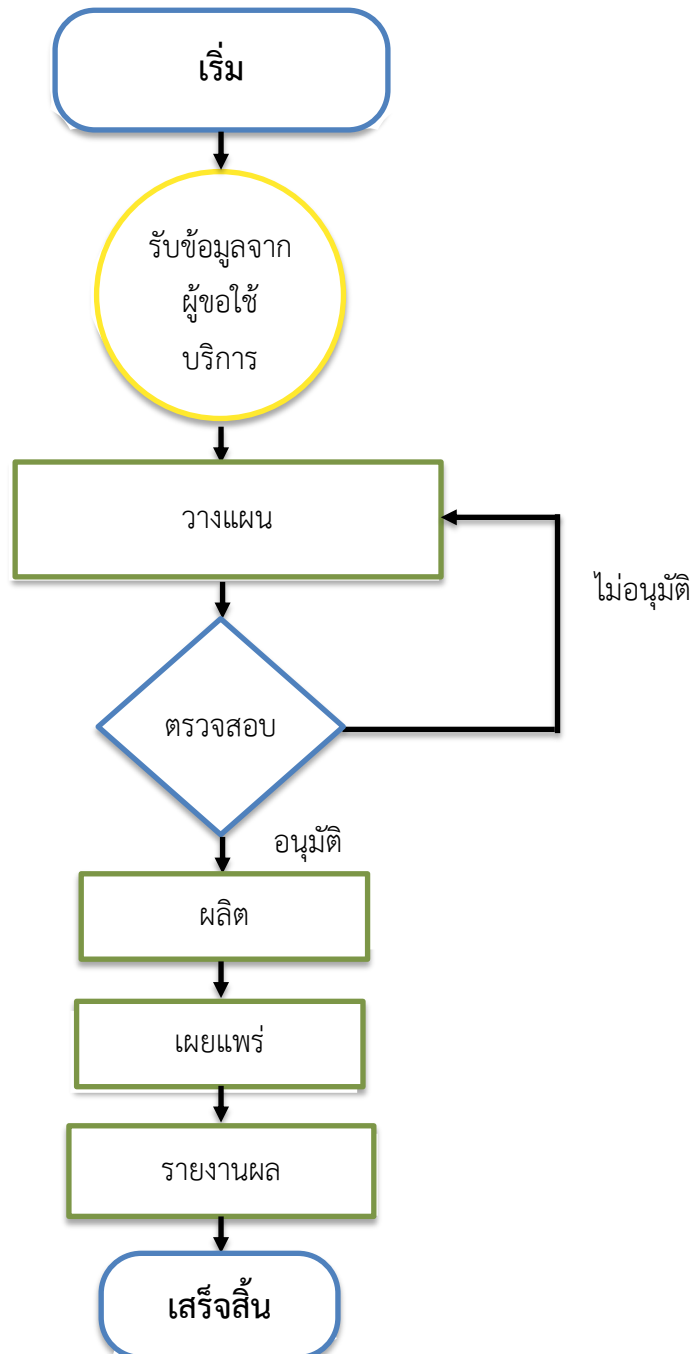
4. ตามเทรนด์อยู่เสมอ ในทุกช่วงของโลกโซเชียลมีเดียมักจะมีเรื่องเด่น เรื่องฮอตอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นเราควรที่จะสำรวจว่าความสนใจของคนในขณะนั้นคืออะไร แล้วนำมาปรับใช้ให้เข้ากับการตัดต่อวิดีโอของเรา


5. สร้างความแตกต่าง เนื้อหาของวิดีโอเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุด เพราะหากวิดีโอของเราสื่อสารไม่ชัดเจน เนื้อหาไม่ครอบคลุมเรื่องที่เราต้องการจะสื่อสาร การรับข้อมูลหรือความเข้าใจของคนรับสื่อก็จะผิดเพี้ยนไป ควรสร้างความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ในการตัดต่อวิดีโอ จะทำให้คนสามารถรับรู้และจดจำสิ่งที่เราต้องการสื่อสารได้มากยิ่งขึ้น



	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :	หน้า 25 จาก 46

ผังกระบวนการปฏิบัติงานการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์



	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. รับข้อมูลจากผู้ขอใช้บริการ

ผู้ขอใช้บริการ กรอกแบบฟอร์มข้อมูลที่ต้องการบันทึกภาพ ลงวันที่ เวลา สถานที่ให้

2. วางแผนงาน

พิจารณาข้อมูลของผู้ขอรับบริการ เพื่อนำข้อมูลมาวางแผนในการดำเนินการถ่ายภาพ เช่น การจัด เตรียมอุปกรณ์ การหาต้นแบบงานที่เหมาะสม เพื่อให้มีผลงานตรงกับความต้องการของผู้ขอรับบริการ จากนั้นให้ผู้ขอใช้บริการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

3. การอนุมัติ

เมื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และพิจารณาอนุมัติให้มีการถ่ายภาพ ตามวัน เวลาและสถานที่ดังกล่าว ส่วนการผลิตที่ต้องใช้งบประมาณ ให้ดำเนินการ จัดจ้าง เช่น ค่าจ้างแบบ หรือเช่าอุปกรณ์

4. ดำเนินการผลิตถ่ายภาพ

ดำเนินการถ่ายภาพ ซึ่งสามารถจัดทำได้ในทันที ให้ตรงตามเวลาและสถานที่ ที่แจ้ง แต่หากจำเป็นต้องใช้งบประมาณจัดจ้างนางแบบภายนอก หรือเช่าอุปกรณ์ ให้จัดประชุมเพื่อหารือการใช้งานงบประมาณให้ตรงตามวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน

5. การเผยแพร่

ดำเนินการเผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ ตามช่องทางที่ผู้ขอรับบริการ ต้องการ


6. รายงานผล

หลังจากเสร็จสิ้นกระบวนการแล้ว ให้ผู้ปฏิบัติงาน สรุปผลการดำเนินงานเพื่อรายงาน หัวหน้ากลุ่มงานสื่อสารองค์กร และผู้ขอใช้บริการทราบ

แนวทางการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์

ภาพถ่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นภาพถ่ายที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ตามที่ผู้ถ่ายภาพ ต้องการจะแสดงให้เห็น โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะแสดงหรือเน้นในส่วนที่สวยงาม ดูดี มีคุณค่าหรือให้เห็นเฉพาะสิ่งที่ก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดี ดังนั้น การถ่ายภาพที่จะนำมาใช้ในการถ่ายภาพต้องมีครบถ้วน เพื่อที่สามารถถ่ายภาพได้ตามความต้องการ วัสดุที่เลือกใช้ต้องมีคุณภาพที่ดีได้มาตรฐาน จึงจะสามารถผลิตภาพถ่ายที่มีคุณค่าสำหรับการประชาสัมพันธ์


ขั้นตอนของการถ่ายภาพ ต้องใช้ความรู้ความสามารถของผู้ถ่าย เริ่มตั้งแต่การเลือกมุมเพื่อตั้งกล้องถ่ายภาพเป็นส่วนใหญ่ การจัดองค์ประกอบของสิ่งต่างๆ ที่อยู่ในภาพถ่ายก็เป็นเรื่องสำคัญต้อง

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี	
	หมายเลขเอกสาร :	
แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :	หน้า 27 จาก 46

นำหลักของการจัดองค์ประกอบมาใช้อย่างครบถ้วน อีกทั้งต้องพิจารณาทุกสิ่งปรากฏในภาพถ่ายให้ดีที่สุด ซึ่งอาจแยกเป็นกรณีเพื่อให้เห็นแนวทางชัดเจนขึ้นดังนี้

1. กรณีการถ่ายภาพที่ต้องการเน้นบุคคลภาพถ่ายประชาสัมพันธ์ประเภทนี้มักใช้ในกรณีที่จะแนะนำตัวบุคคล เช่น บุคคลสำคัญในฝ่ายบริหารของหน่วยงาน บุคคลที่เข้ารับตำแหน่งใหม่หรือกิจกรรมอันเป็นผลงานที่เจาะจงตัวบุคคล การถ่ายภาพประเภทนี้ควรยึดแนวว่าต้องถ่ายให้เห็นบุคลิกภาพของบุคคลนั้นให้ดีที่สุด เริ่มตั้งแต่การแต่งกาย เครื่องแต่งกายต้องเรียบร้อยสวยงาม กิริยาท่าทางควรดูงามสง่า ภาพถ่ายอาจเป็นลักษณะของการโพส หรือตั้งท่าจัดเพื่อถ่ายภาพ แต่ก็ไม่ควรจัดท่าให้ดูนิ่งเฉย วิธีที่ดีควรอยู่ในอิริยาบถอย่างใดอย่างหนึ่ง อาจมีบุคคลอื่นเข้ามาเสริมในภาพด้วยเช่นเพิ่มเรื่องราวเป็นว่า มีบุคคลอื่นเข้ามาแสดงความยินดีหรือมาปรึกษาหารือ โดยใช้วิธีการเลือกมุมกล้องถ่ายภาพ และจัดองค์ประกอบของภาพในตัวบุคคลสำคัญเป็นส่วนประธาน และบุคคลที่จัดเข้ามาเสริมเป็นส่วนรองหรือเป็นส่วนประกอบ เป็นต้น นอกจากตัวบุคคลแล้ว สิ่งอื่น ๆ ที่จะปรากฏอยู่เช่น พวกโต๊ะเก้าอี้ทำงาน เครื่องใช้อื่น ๆ ตลอดจนหนังสือและสถานที่ซึ่งจะปรากฏในฉากหลัง ส่วนต่าง ๆ ที่เห็นเหล่านี้ต้องอยู่ในลักษณะที่ดูดีและเป็นระเบียบเรียบร้อย เมื่อได้ภาพถ่ายที่บรรจบรวมทุกสิ่งทุกอย่างแล้วก็จะทำให้ผู้เห็นภาพเกิดความรู้สึกว่า ตัวบุคคลที่ได้รับการประชาสัมพันธ์ในภาพนั้นเป็นคนที่มีบุคลิกดี เป็นระเบียบเรียบร้อยน่านับถือ น่านิยมยกย่อง โดยที่ผู้เห็นภาพถ่ายอาจจะยังไม่รู้จักตัวจริงเลยว่าเป็นอย่างไร แต่เกิดความเลื่อมใสโดยได้เห็นจากในภาพถ่าย




	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :	หน้า 28 จาก 46



ภาพข่าวบุคคล หมายถึง ข่าวประชาสัมพันธ์ที่มุ่ง “ใคร” เป็นสำคัญ เพื่อเผยแพร่ให้ผู้อ่าน ได้รู้จักบุคคลผู้เป็นความสำคัญ ของข่าวนั้น ภาพที่ใช้ประกอบข่าวนั้นจึงต้องเลือกสรรภาพของบุคคลนั้น ๆ เป็นจุดเด่น (highlight) เมื่อได้ดูภาพและคำบรรยายภาพก็จะเกิดความเข้าใจและรู้จักหน้าตาท่าทางได้ เป็นการช่วยให้ผู้อ่านจดจำข่าวที่มุ่งประชาสัมพันธ์นั้นได้ดียิ่งขึ้น




2. กรณีที่ต้องการเน้นการถ่ายภาพตัวอาคารหรือสถานที่ตลอดจนกิจกรรมภายนอกได้แก่ ภาพถ่ายที่ต้องการประชาสัมพันธ์ให้รู้จักสำนักงานหรือที่ทำการของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง หรือต้องการแนะนำสถานที่สำคัญให้เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางมากขึ้น การถ่ายภาพประเภทนี้อาจต้องคัดเลือกหรือสรรหาอุปกรณ์ทางการถ่ายภาพมาใช้ให้เหมาะสม เนื่องจากการถ่ายภาพสถาปัตยกรรมหรือสิ่งก่อสร้างบางแบบต้องอาศัยกล้องถ่ายภาพบางประเภทจึงจะถ่ายภาพได้สวยงาม

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

การเลือกมุมกล้องถ่ายภาพเพื่อให้สถานที่ดูงามสง่า การเลือกเวลาที่จะใช้ถ่ายภาพล้วนเป็นสิ่งจำเป็น เช่น ตอนเช้าแสงแดดส่องจากทางตะวันออก ตอนบ่ายแสงแดดส่องทางตะวันตก และการเลือกวันที่ท้องฟ้าแจ่มใส โดยอาจต้องพิจารณาและรอให้มีหมู่เมฆสวยงามเกิดขึ้นก่อน เพราะสิ่งเหล่านี้ล้วนแต่ช่วยให้เราถ่ายภาพได้ดีทั้งสิ้น สิ่งที่ต้องพิจารณาต่อไปคือความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในภาพถ่าย เช่น ตั๋วอาคารเรียบริบร้อยดีหรือไม่ มีรอยสกปรกที่น่าเกลียดและมองเห็นเด่นชัดหรือไม่ สนามหญ้าสวยงามเรียบริบร้อยดีและชวนสดชื่นขึ้นบ้างหรือไม่ อาจจัดดอกไม้หรือต้นไม้ขนาดย่อมประเภทไม้กระถาง เสริมขึ้นมาเพื่อให้สวยงามได้ บางครั้งก็ต้องอาศัยต้นไม้เพื่อปิดบังจุดที่ไม่สวยงามบางส่วนเพื่อให้ภาพมีความสมบูรณ์ เนื่องจากเมื่อปรากฏเป็นภาพถ่ายแล้วผู้ชมมีโอกาสดูอย่างพิถีพิถันพิจารณาเป็นเวลานาน ข้อบกพร่องต่าง ๆ หากมีอยู่ในภาพก็จะมองเห็นได้โดยง่าย และหากเกิดข้อบกพร่องอย่างหนึ่งอย่างใดขึ้นแล้ว ก็จะกระทบเทือนถึงภาพพจน์ของสถานที่นั้น ๆ

ภาพข่าวสถานที่ หมายถึง ข่าวประชาสัมพันธ์ที่มุ่ง “ ที่ไหน ” เป็นสำคัญ จุดเด่นของภาพจึงมุ่งที่ตัวสถานที่อย่างชัดเจน โดยอาจเน้นภูมิทัศน์ หรือชื่อสถานที่ หรือเป้าหมายที่บอกถึงสถานที่ที่เกิดเหตุการณ์นั้น ภาพข่าวสถานที่มักนิยมใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่มุ่งใจเพื่อพรรณนาและเพื่ออธิบายเป็นสำคัญ

3. กรณีที่ต้องการเน้นการถ่ายภาพภายในสำนักงานหรือกิจกรรมในสถานที่ ได้แก่ ภาพแนะนำสำนักงานหรือภาพเกี่ยวกับการประชุม พบปะ เช่น สัญญา หรือภาพงานเลี้ยงต่าง ๆ อุปกรณ์ถ่ายภาพที่ช่วยให้ภาพถ่ายในมุมกว้าง อุปกรณ์ให้แสงเพื่อช่วยจัดให้ภายในสถานที่ที่มีแสงสว่างสม่ำเสมอ หรือเพื่อช่วยแก้จุดอับบางส่วนที่อาจมืดเกินไป การจัดให้เป็นระเบียบเรียบริบร้อย การแก้ไขส่วนที่ไม่สวยงามหรือดูรุงรัง การเพิ่มเติมเสริมแต่ง ซึ่งอาจจะต่างจากที่เป็นอยู่ตามความเป็นจริงไปบ้างก็จำเป็นต้องทำเพื่อให้ภาพถ่ายดูดีมีคุณค่า ไม้ดอกและไม้ประดับโดยเฉพาะพวกไม้กระถางเป็นสิ่งที่นำเข้ามาช่วยตกแต่งให้สวยงามขึ้นได้ ประการสำคัญพวกต้นไม้จะช่วยลดความรู้สึกที่แข็งกระด้างของเสาคอนกรีตหรือผนังปูนลงได้สำหรับการนำต้นไม้เข้ามาตกแต่ง ต้องพิจารณาดูให้เหมาะสมว่าต้นไม้ที่ประดับภายในเป็นไม้ประเภทที่ปลูกในอาคารได้ มิฉะนั้นก็จะเห็นว่า เป็นการจงใจจัดตกแต่งจนผิดไปจากที่เป็นจริง ผู้คนในภาพถ่ายซึ่งมีจำนวนพอสมควร จำเป็นต้องพิจารณาดูว่า อิริยาบถต่างๆ ที่เป็นอยู่ดีหรือไม่ อาจจะต้องมีการช่วยเสริมแต่งในลักษณะของการโพสท่าบ้าง แต่ก็ต้องให้ดูว่ากำลังมีกิริยาท่าทางตามปกติ มิใช่เป็นการจัดเพื่อถ่ายภาพโดยตรง เหล่านี้จะช่วยให้ได้ภาพถ่ายที่ดี

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :	หน้า 30 จาก 46




แนวทางการถ่ายภาพเพื่อการเผยแพร่

การถ่ายภาพเพื่อการเผยแพร่เป็นภาพที่บอกเรื่องราวต่างๆ ที่เห็นอย่างชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย ความสวยงามในภาพถ่ายจึงเป็นส่วนประกอบหรือมีความสำคัญเป็นอันดับรองลงมา เรื่องราวที่ต้องการจะถ่ายทอดให้ผู้ชมภาพถ่ายมีความรู้และเกิดความเข้าใจนั้นควรมีลักษณะที่เมื่อดูในภาพถ่ายแล้วมีส่วนที่ยังสงสัยน้อยที่สุด ถ้าจำเป็นต้องใช้คำอธิบายประกอบหรือคำบรรยายภาพบ้างก็จะต้องไม่ยืดเยื้อนัก เพื่อให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจอย่างถูกต้องได้ ดังนั้นในการถ่ายภาพเพื่อการเผยแพร่ควรยึดหลักการถ่ายภาพดังนี้

1. ส่วนสำคัญที่ทำให้เนื้อหาของภาพสมบูรณ์โดยภาพถ่ายจะสามารถถ่ายทอดเรื่องราวให้สื่อความหมายได้ดีเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับความสามารถของตัวผู้ถ่ายภาพหรือช่างภาพว่าจะสามารถจัดองค์ประกอบของภาพได้ดีหรือไม่ การจัดองค์ประกอบของภาพมีรายละเอียดต่าง ๆ ที่จะช่วยให้ภาพถ่ายสวยงามและมีคุณค่า สำหรับการถ่ายภาพเพื่อการเผยแพร่ สิ่งที่ต้องเน้นเป็นพิเศษในการจัดองค์ประกอบก็คือ ต้องพยายามจัดวางวัตถุในภาพ สีของภาพ การเลือกความคมชัดว่าจะให้มีความคมชัดอย่างไร ซึ่งในกรณีนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ต้องการถ่ายภาพ ตลอดจนการเลือกมุมมองของกล้องถ่ายภาพ การเน้นเรื่องของเอกภาพ ในภาพถ่ายให้มีเรื่องเพียงเรื่องเดียว ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยให้ภาพถ่ายเผยแพร่ได้ดีที่สุด เพราะจะเป็นภาพที่ดูแล้วเข้าใจง่าย ไม่เกิดความสับสน

2. เรื่องของแสงสว่าง ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญมากในการถ่ายภาพ การจัดแสงสว่างที่มีความเข้มเกินไปภาพที่ได้จะมีเงาค่อนข้างมาก วิธีดังกล่าวไม่ควรนำมาใช้เนื่องจากภาพถ่ายที่ต้องการเผยแพร่

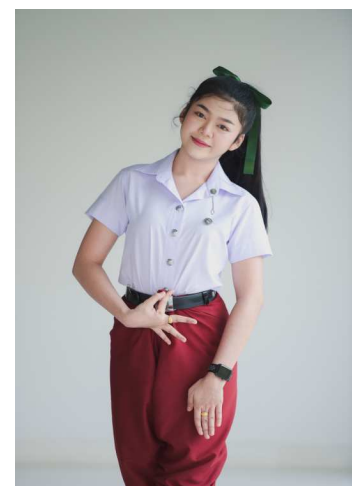
	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :	หน้า 31 จาก 46


หรือภาพถ่ายที่จะเผยแพร่ให้ได้ผลดีนั้น ควรเป็นภาพถ่ายที่สว่างแจ่มใสชัดเจน ถึงแม้จะมีส่วนของเงามืดบ้าง ก็เป็นเงาที่ไม่มากนักและมีเงาดำที่สนิท การจัดแสงในลักษณะดังกล่าวนี้ อุปกรณ์การถ่ายภาพสมัยใหม่ คือชุดไฟแฟลชซึ่งให้แสงนุ่มหรือจัดแสงไฟแฟลชให้เป็นแสงสะท้อนนุ่มนวลล้วนช่วยในการถ่ายภาพได้เป็นอย่างดี เนื่องจากไฟประเภทนี้ให้แสงสว่างที่แจ่มใส ใช้ถ่ายภาพได้ดีและสะดวกกว่าเดิมเป็นอันมาก รายละเอียดต่าง ๆ ในภาพ รูปทรงของวัตถุ หรือกิริยาอาการที่ปรากฏในภาพถ่าย ล้วนเห็นได้ชัดเจน จะหย่อนไปบ้างก็ในเรื่องของอารมณ์หรือความรู้สึก ภาพถ่ายประเภทสีเข้มหรือเล่นเงามากจะให้ความรู้สึกสดชื่นรื่นเริงเบิกบาน ซึ่งเป็นอารมณ์ของภาพที่ใช้ในการเผยแพร่ได้ดีกว่า

หลักในการเลือกภาพถ่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์

เมื่อต้องการใช้ภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ผู้ที่จะใช้จำเป็นจะต้องมีความสามารถพิจารณาคัดเลือกภาพถ่ายได้ จึงจะนำภาพไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตามความประสงค์ หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกภาพถ่าย มีดังนี้

1. **พิจารณาเนื้อหาของภาพภาพถ่ายที่ดี** ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสื่อสาร โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์เนื้อหาของภาพถ่ายเป็นสิ่งสำคัญที่สุด โดยต้องดูว่าภาพถ่ายนั้นจะบอกเรื่องราวเรื่องใดและบอกได้มากน้อยแค่ไหน เช่น เกี่ยวกับบุคคลให้รายละเอียดได้ใหม่ว่าคนในภาพเป็นใคร มีจุดเด่นที่น่าจดจำตรงไหน สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นรายละเอียดที่อาจเห็นได้จากภาพถ่าย เนื้อหาของภาพจึงต้องชัดเจน สามารถถ่ายทอดเรื่องราวให้ดูได้โดยง่าย ไม่สลับซับซ้อน
2. **พิจารณาทางด้านเทคนิคของการถ่ายภาพ** นอกเหนือจากพิจารณาเนื้อหาของภาพและเทคนิคอันเกี่ยวเนื่องกับเนื้อหาจำเป็นต้องพิจารณาเทคนิคของการถ่ายภาพโดยตรง นับตั้งแต่เรื่องของการตั้งหน้ากล้อง หากตั้งหน้ากล้องถ่ายภาพดีก็จะได้ภาพถ่ายที่มีสีสวยงาม ภาพถ่ายที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มักจะนำไปพิมพ์ในเอกสาร หนังสือต่างๆ



	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :	หน้า 32 จาก 46

คุณภาพของภาพข่าวภาพที่ลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ นิตยสารหรือช่องทางออนไลน์ต่างๆ ควรมีคุณสมบัติ ดังนี้


1. ภาพข่าวควรมีองค์ประกอบของความน่าสนใจ
2. ภาพข่าวต้องมีคุณภาพด้านเนื้อหาสมบูรณ์พอที่จะบอกเรื่องราวของเหตุการณ์ให้ผู้อ่านเข้าใจได้
3. ภาพข่าวต้องสื่อความหมายในเรื่องที่ต้องการสื่อได้อย่างชัดเจน
4. ภาพข่าวจะตอบคำถามให้แก่ผู้อ่านได้เหมือนกับได้อ่านความนำของข่าว 1 ข่าว คือ ใคร ทำอะไร? ที่ไหน? เมื่อไหร่? อย่างไร?
5. ภาพข่าวควรจะต้องมีคุณภาพดีพอหรับใช้กับระบบการพิมพ์ คือกระบวนการทางเทคนิคในการผลิตสามารถเก็บรายละเอียดของเรื่องได้ทั้งหมดจึงต้องมีความคมชัดและสื่อเรื่องราวทุกอย่างได้ครบถ้วน
6. เป็นภาพที่มีความชัดเจนไม่ไหว ไม่มัว เห็นได้ชัดทุกแง่มุมต่างๆ
7. มีความสอดคล้องกับเหตุการณ์ หรือข่าว กล่าวคือ ภาพนั้นต้องตรงกับเนื้อหา ข่าวจึงจะเป็นภาพประกอบข่าวที่ถูกต้องได้
8. สามารถใช้แทนคำพูดหรือตัวหนังสือได้



เทคนิคในการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์

เทคนิคในการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์มีดังนี้

1. ถ้าถ่ายภาพหมู่อย่าให้คนเสมอกันควรมีสอง ต่ำสลับกัน
2. ระวังส่วนเกินของภาพ เช่น ต้นไม้ขึ้นบนหัว
3. ควรนึกถึงความเป็นจริง เช่น อย่าให้ฟ้าเอียง น้ำตะแคง หรือถ้าวิ่งไปข้างหน้าต้องเหลือภาพข้างหน้าไว้ให้มาก

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :


4. ควรเลือกระยะชัด (Focus) เฉพาะจุดที่ต้องการเน้น
5. การจัดมุมมองของภาพควรให้กล้องต่ำกว่าตา
6. บรรยากาศของภาพควรกลมกลืนกันไปแบบเดียวกัน
7. การถ่ายภาพคน ควรให้ดวงตามีประกาย (แต่ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงเรื่องราวในภาพด้วย)
8. ควรให้ภาพเกิดพลังในตัวเอง เช่น การต่อสู้การแข่งขัน
9. ควรคำนึงถึงฉากหน้า ฉากหลัง เพื่อให้ภาพเด่นชัด มีความหมาย
10. จงทำดวงตาเสมือนกล้องถ่ายรูป
11. ให้คำนึงว่าภาพเดียว คือเรื่องเดียว

ช่างภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่จะประสบความสำเร็จต้องประกอบด้วยควมมีคุณธรรม และมีคุณภาพดังนี้

1. การถ่ายภาพอย่างมีคุณธรรมการทำงานของคนที่สื่อมีความสำคัญอย่างมากเพราะนอกจากผลิตผลงานต่าง ๆ ออกสู่ประชาชนแล้วยังต้องมีความรับผิดชอบถึงผลกระทบต่างๆที่เกิดจากสารและการนำเสนอผลงานนั้น ๆ เพราะเป็นการส่งสารไปถึงคนจำนวนมาก ๆ ในเวลาเดียวกัน ดังนั้นคุณธรรมที่ผู้ถ่ายภาพพึงมี ได้แก่

- การเคารพสิทธิส่วนบุคคล(right to privacy)
- การเคารพในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของแหล่งข่าวหรือผู้ที่ปรากฏในภาพ
- เป็นช่างภาพที่มีความเที่ยงตรง (accurate)
- เปิดโอกาสให้ผู้ตกเป็นภาพข่าวได้มีสิทธิโต้แย้ง



	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

2. การถ่ายภาพอย่างมีคุณภาพ เน้นการสื่อความหมาย เสริมสาระของการประชาสัมพันธ์ ด้วยกิจกรรม ช่างภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์จะต้องมีความทุ่มเทการทำงาน ชำนาญและมีวินัยต่อตนเอง ใฝ่รู้เพื่อการพัฒนาตนเอง หากทำงานแบบไม่เต็มที่ที่จะทำให้เกิดผลเสียหลายประการ หนทางที่จะพัฒนาช่างภาพนั้นสรุปได้ดังนี้


2.1 มีความรู้แบบสหวิทยาการ การทำงานทุกอย่างต้องมีความรู้เป็นพื้นฐาน เพราะด้านเทคนิคหรือทักษะต่าง ๆ ทุกคนมีโอกาสตามกันทัน แต่หากช่างภาพมีฐานความรู้แบบสหวิทยาการคือ รู้หลายศาสตร์ที่มีความเชื่อมโยงกัน เช่น สังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม ภาพถ่ายที่เป็นผลผลิตของสมองที่กลั่นกรองจากประสบการณ์และความรู้ต่าง ๆ ย่อมแสดงถึงความลึกซึ้งของงาน อันเป็นความแตกต่างจากช่างภาพทั่วไปที่อาจสื่อได้แต่ความงามและอารมณ์ความรู้สึกแต่ขาดความลึกซึ้งในเนื้อหาผ่านทางสื่อของภาพถ่าย นอกจากนี้ช่างภาพต้องมีความใฝ่รู้อยู่ตลอดเวลา ต้องไม่ทำตัวแบบ “ชาลันถั่ว” เพราะคนผู้นั้นจะมีอัตราสูง ทำให้ไม่เปิดรับความรู้ใหม่ ๆ ซึ่งหมายถึงการนับถอยหลังไปสู่จุดจบของวิชาชีพนั่นเอง

2.2 มีความตั้งใจในการทำงาน ความตั้งใจในการทำงาน มีองค์ประกอบที่สำคัญคือช่างภาพต้องมีความพร้อมอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะช่างภาพข่าว ณ ที่เกิดเหตุ ต้องพร้อมที่จะทำงานทุกวินาทีที่เกิดเหตุ การเตรียมความพร้อมของช่างภาพ ต้องเตรียมความพร้อมทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ อุปกรณ์ถ่ายภาพ การติดตามข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอดเวลา ซึ่งหมายถึงร่างกายต้องแข็งแรงอยู่เสมอ ดังนั้นช่างภาพควรให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ และควรมีการพักผ่อนที่เพียงพอ

2.3 มีความอดทน การทำงานเป็นช่างภาพต้องไปถึงก่อนที่เกิดเหตุให้ทันช่วงที่จึงจะทำงาน การทำงานเช่นนี้ช่างภาพต้องมีความอดทนสูง บางครั้งต้องรอคอยนับวันเพื่อให้ได้ภาพตามที่ต้องการ

2.4 ไม่ประมาท ช่างภาพต้องทำงานด้วยความไม่ประมาท เช่น เมื่อได้ประเด็นข่าวหรือหัวข้อที่จะถ่ายภาพ ต้องไม่หยุดอยู่เพียงหัวข้อดังกล่าว เพราะข้อมูลดังกล่าวอาจไม่เพียงพอต่อการทำงานเชิงลึกเตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ ของกล้องให้มีความพร้อมอยู่เสมอ

2.5 ฝึกฝนทักษะอย่างสม่ำเสมอ ปัจจุบันเทคโนโลยีด้านอุปกรณ์กล้องถ่ายภาพได้ก้าวไปสู่ยุคดิจิทัลที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ดังนั้นช่างภาพจึงควรติดตามข่าวสารและใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ อย่างเต็มประสิทธิภาพ นอกจากนี้ต้องฝึกทักษะการใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอเพื่อประโยชน์ต่องาน แม้จะมีเวลาจำกัดก็ตามเพื่อที่จะได้เป็นช่างภาพที่ถ่ายทอดภาพได้อย่างดีและสมบูรณ์

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

มาตรฐานคุณภาพงาน

ตัวชี้วัด

1. ระดับความสำเร็จในงานออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ และงานออกแบบอื่นๆ

1 งาน ไม่เกิน 4 วัน

เกณฑ์

ดำเนินการแล้วเสร็จมากกว่า 6 วัน	เท่ากับ 1 คะแนน
ดำเนินการแล้วเสร็จภายใน 5 วัน	เท่ากับ 2 คะแนน
ดำเนินการแล้วเสร็จภายใน 4 วัน	เท่ากับ 3 คะแนน
ดำเนินการแล้วเสร็จภายใน 2 วัน	เท่ากับ 4 คะแนน
ดำเนินการแล้วเสร็จภายใน 1 วัน	เท่ากับ 5 คะแนน

2. ระดับความสำเร็จในงานบันทึกเสียงเพื่อใช้ประกอบสื่องานนำเสนอ และ สปอตวิทยุ

1 งาน ไม่เกิน 4 วัน

เกณฑ์


ดำเนินการแล้วเสร็จมากกว่า 6 วัน	เท่ากับ 1 คะแนน
ดำเนินการแล้วเสร็จภายใน 5 วัน	เท่ากับ 2 คะแนน
ดำเนินการแล้วเสร็จภายใน 4 วัน	เท่ากับ 3 คะแนน
ดำเนินการแล้วเสร็จภายใน 2 วัน	เท่ากับ 4 คะแนน
ดำเนินการแล้วเสร็จภายใน 1 วัน	เท่ากับ 5 คะแนน

3. ระดับความสำเร็จในงานจัดทำสื่อวีดิทัศน์นำเสนอ ต่างๆ

1 งาน ไม่เกิน 10 วัน

เกณฑ์

ดำเนินการแล้วเสร็จมากกว่า 15 วัน	เท่ากับ 1 คะแนน
ดำเนินการแล้วเสร็จภายใน 12 วัน	เท่ากับ 2 คะแนน
ดำเนินการแล้วเสร็จภายใน 10 วัน	เท่ากับ 3 คะแนน
ดำเนินการแล้วเสร็จภายใน 7 วัน	เท่ากับ 4 คะแนน
ดำเนินการแล้วเสร็จภายใน 5 วัน	เท่ากับ 5 คะแนน

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

4. ระดับความสำเร็จในงานบันทึกภาพนิ่งและภาพนิ่งนั้นพร้อมสำหรับการใช้งานเพื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ต่างๆ

1 งาน 7 วัน

เกณฑ์

ดำเนินการแล้วเสร็จมากกว่า 10 วัน เท่ากับ 1 คะแนน

ดำเนินการแล้วเสร็จภายใน 8 วัน เท่ากับ 2 คะแนน

ดำเนินการแล้วเสร็จภายใน 7 วัน เท่ากับ 3 คะแนน

ดำเนินการแล้วเสร็จภายใน 2 วัน เท่ากับ 4 คะแนน

จัดทำแล้วเสร็จภายใน 1 วัน เท่ากับ 5 คะแนน

เอกสารอ้างอิง

การวางแผนผลิตสื่อ. จาก <https://sites.google.com/site/mediaadmedicine/3-4-kar-wangphaen-kar-phlit-sux-pheux-kar-prachasamphanth>.

เทคนิคการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ให้น่าสนใจ. จาก <https://www.wynnsoftstudio.com/>

เทคนิคการออกแบบกราฟฟิก. <https://idwx.net/2018/11/10/20-หลักการพื้นฐาน-graphic-design/>

การผลิตรายการวิทยุ. จาก http://courseware.npru.ac.th/admin/files/20191115115800_9cb47f3ec435751876d68f6a5786d232.pptx

รายงานการฝึกอบรมหลักสูตรการสร้างสรรค์และผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ รุ่นที่2.


ความหมายและประโยชน์. จาก <https://photop.wikispaces.com/>

การถ่ายภาพ. จาก blogspot.com/2012/07/photography.html

การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์. จาก

http://www.prd.go.th/ewt_news.phpnid=119769&filename=expert

แนวทางการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์. จาก <http://www.east.spu.ac.th/comm/admin/knowledge/A4011.pdf>

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

แบบฟอร์มที่ใช้

แบบฟอร์มการขอใช้บริการ ผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

วัน.....เดือน.....ปี.....

เรียน หัวหน้ากลุ่มงานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ข้าพเจ้า(นาย/นาง/นางสาว).....
สังกัด(คณะ/ศูนย์/สำนัก).....มีความประสงค์ขอรับบริการในการผลิตสื่อเพื่อ
ใช้ในการประชาสัมพันธ์ จากงานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
โดยมีข้อมูลรายละเอียดดังนี้

สื่อที่ต้องการให้ผลิต

<input type="checkbox"/> ออกแบบสำหรับสื่อสังคมออนไลน์	<input type="checkbox"/> ออกแบบสำหรับจอLED
<input type="checkbox"/> ออกแบบสำหรับลงสื่อสิ่งพิมพ์	<input type="checkbox"/> ถ่ายภาพนิ่งเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์
<input type="checkbox"/> บันทึกเสียงประกอบการบรรยาย	<input type="checkbox"/> ทำสโปดโฆษณา
<input type="checkbox"/> บันทึกการวิทยุ	<input type="checkbox"/> ผลิตวีดิทัศน์นำเสนอ

รายละเอียดเพิ่มเติมของงาน.....
.....
.....
.....


โดยมีกำหนดส่งงานภายใน วันที่.....เดือน.....ปี.....

ลงชื่อ.....
(.....)
(ผู้ขอใช้บริการ)

สำหรับเจ้าหน้าที่

อนุมัติ ไม่อนุมัติ

ลงชื่อ.....
นางอัญธิกา ถาวรเวช
(รักษาการหัวหน้ากลุ่มงานสื่อสารองค์กร)

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

แบบฟอร์มการขอใช้บริการถ่ายภาพ

ส่วนที่ 1 ผู้ขอรับบริการ (กรุณากรอกข้อมูลให้ครบถ้วน) วัน/เดือน/ปี.....
 ข้าพเจ้า.....ตำแหน่ง.....คณะ/หน่วยงาน.....
 โทรศัพท์.....E-mail.....มีความประสงค์ขอใช้บริการดังนี้

โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง

1 บริการสื่อ

บันทึกภาพนิ่ง บันทึกVDO บันทึกเสียง อื่นๆ

2 บริการสำเนาสื่อ

ภาพนิ่ง. VDO เสียง อื่นๆ

วัตถุประสงค์เพื่อ.....

อาคาร.....ชั้น.....ห้อง.....

วัน/เดือน/ปี.....เวลาเริ่ม.....ถึงเวลา.....

ลงชื่อ.....

()

ผู้ขอรับบริการ

ลงชื่อ.....

()

หัวหน้ากลุ่มงานสื่อสารองค์กร

ส่วนที่ 2 หัวหน้ากลุ่มงานสื่อสารองค์กร มอบหมายให้

นายदनัย มีอารีย์ โทรศัพท์ 085-9760625


นางสาวฐิติพร การะเกด โทรศัพท์ 099-0537174

นางสาวชนิกานต์ ขวรงค์ โทรศัพท์ 097-2879064

ส่วนที่ 3 รายงานผลการดำเนินงาน

ดำเนินการเรียบร้อย

ดำเนินการไม่เรียบร้อย ปัญหา/อุปสรรค.....

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

ข้อมูลสารสนเทศในการปฏิบัติงาน

ในการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพและสะดวกต่อการปฏิบัติงานในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลสารสนเทศในการปฏิบัติงาน ควรมีดังนี้

งานออกแบบสิ่งพิมพ์

ผู้ปฏิบัติงานควรมีข้อมูลเบื้องต้น อาทิ เบอร์โทรศัพท์ เว็บไซต์ ของ คณะ ศูนย์ สำนัก เพื่อใช้ในการออกแบบ ข้อมูลภาพประกอบ ภาพนิ่งเพื่อการประชาสัมพันธ์ ภาพบุคคล ภาพอาคาร สถานที่ต่าง ๆ ข้อมูลอื่น ๆ ที่ผู้มาขอรับบริการ ต้องการให้ใส่ลงในงานออกแบบนั้นๆ

งานบันทึกเสียง

ผู้ปฏิบัติงานควรมีข้อมูล ข่าวสารด้านต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยเพื่อสะดวกในการเขียนบทรายการวิทยุ นอกจากนี้ ยังควรมีคลังเพลงประกอบ คลังเสียงเอฟเฟกต์ เพื่อใช้ประกอบในการตัดต่อรายการวิทยุ รวมถึงการจัดทำสโปตวิทยุเพื่อการประชาสัมพันธ์ด้วย

งานวิดีโอ

ผู้ปฏิบัติงานควรมี ฐานข้อมูล footage วิดีโอ โดยอาจจำแนก ตามคณะ ศูนย์ สำนัก หรือ ลักษณะงาน เช่น งานท่องเที่ยวและอาหาร งานบริการวิชาการ ฯ เป็นต้น


งานภาพถ่าย

ผู้ปฏิบัติงานควรมี การสร้างฐานข้อมูลภาพถ่าย โดยอาจจำแนกเป็นวัน เดือน ปี ที่จัดกิจกรรม หรือ จำแนกตามประเภทงาน เช่น งานบริการวิชาการ งานท่องเที่ยวและอาหาร งานประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักศึกษาใหม่ ฯ ซึ่งงานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ได้จัดแยกไว้ทั้ง 2 แบบ เพื่อความสะดวกในการใช้งานเพื่อการประชาสัมพันธ์และให้บริการแก่ผู้มาขอใช้บริการ รวมถึงการสืบค้นในอนาคตอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ/ปัญหาและอุปสรรค


ปัญหา

การปฏิบัติงานในหน่วยผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ผู้ปฏิบัติงานมักพบปัญหาเรื่องแหล่งจัดเก็บไฟล์ทั้งไฟล์รูปภาพ ไฟล์วิดีโอ(footage) ที่มีขนาดใหญ่ นอกจากนี้ยังมีไฟล์งานออกแบบ ซึ่งหากเป็นป้ายประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่ ขนาดไฟล์ก็จะใหญ่มากตามไปด้วย เป็นเหตุให้หน่วยความจำในเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ปฏิบัติงานพื้นที่เต็มอยู่บ่อยครั้ง ส่งผลให้เครื่องทำงานช้า และเป็นปัญหาในการปฏิบัติงานอื่นๆ ตามมาในอนาคต หากผู้ปฏิบัติงานขาดการจัดการข้อมูลที่ดียังอาจทำให้เกิดความยากลำบาก ต่อการสืบค้น เนื่องจากข้อมูลมี จำนวนมาก


	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

แนวทางในการแก้ปัญหา

ผู้ปฏิบัติงานควรจัดหา แหล่งจัดเก็บข้อมูลสำรอง เพื่อทำการถ่ายโอนข้อมูลจากคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการทำงานหลังจากตกแต่่งภาพ ตัดต่อ ออกแบบ หรือบันทึกเสียงเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์เสร็จแล้ว ในส่วนงานสื่อสารองค์กร ใช้งาน NAS Storage เป็นอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลที่เชื่อมต่อกับเครือข่ายที่สำนักงานซึ่งสามารถจัดเก็บไฟล์รูปภาพและข้อมูลอื่นๆ บนเครื่อง NAS ตั้งแต่เอกสารสำคัญไปจนถึงคอลเลกชันภาพถ่าย เพลง ดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟกต์ และฟุตเทจวิดีโอที่ต้องใช้งาน ในอนาคต โดยสามารถเข้าถึงไฟล์และใช้บริการต่างๆ ที่เครื่อง NAS มีให้ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยการใช้เว็บเบราว์เซอร์หรือแอปมือถือ ซึ่งปลอดภัยกว่าการส่งขึ้นไปเก็บไว้บน Cloud ที่เป็นการให้บริการนอกองค์กร เพราะอาจทำให้ส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของข้อมูลในอนาคต

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

ภาคผนวก

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
หมายเลขเอกสาร :		
แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :	หน้า 42 จาก 46

ตัวอย่างงานออกแบบเพื่อการประชาสัมพันธ์



กำหนดการลงทะเบียนนักศึกษาภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

19-23 มิ.ย.
สทศ นศ. 60-61-62 และ นศ.ตกค้าง
 - พิธี-กองราชธำชชา
 - พิธีพื้ในลงทะเบียน
 - ยื่นเอกสารลงทะเบียน
 - ชำระค่าธรรมเนียม

24-28 มิ.ย.
สทศ นศ. 63
 - พิธี-กองราชธำชชา
 - พิธีพื้ในลงทะเบียน
 - ยื่นเอกสารลงทะเบียน
 - ชำระค่าธรรมเนียม

29 มิ.ย.-4 ก.ค.
นศ. กุ๊กซันนี่
 - พิธี-กองราชธำชชา
 - พิธีพื้ในลงทะเบียน
 - ยื่นเอกสารลงทะเบียน
 - ชำระค่าธรรมเนียม

5 ก.ค.-18 ก.ค.
นศ. ที่ชำระค่าธรรมเนียมแล้ว
 - พิธี-กองราชธำชชา สำรับส่งรับวิชาการฯ
 - นศ. ที่ยังไม่ได้ชำระค่าธรรมเนียม
 - พิธี-กองราชธำชชา ยื่นเอกสารลงทะเบียน
 - ชำระค่าธรรมเนียม

หมายเหตุ
 19 มิ.ย.-17 ส.ค.64 เขต. รับชำระค่าพำนักใน เขต.
 18 ส.ค.64 - ยื่นเอกสารลงทะเบียนในเขตฯ และ
 19 มิ.ย.64 - ยื่นเอกสารลงทะเบียนในเขตฯ
 19 มิ.ย.64 - ยื่นเอกสารลงทะเบียนในเขตฯ
 19 มิ.ย.64 - ยื่นเอกสารลงทะเบียนในเขตฯ

เพิ่ม-กองราชธำชชา ที่ <http://mis.pbru.ac.th/register/>
 คู่มือลงทะเบียน ที่ <http://acad.pbru.ac.th>

งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี



เตือนภัย น้องๆ นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

อย่ารีบโอนเงิน

#ก่อนโอนเงิน ให้ศึกษาโครงสร้างของหน่วยงานนั้นๆ ก่อนทุกครั้ง
 #อย่าโอนเงิน ไปยัง ชื่อบัญชีที่เป็นชื่อบุคคล
 #อย่าติดต่อหน่วยงานใดๆ จากแหล่งข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือ
 #ค้นหาข้อมูลติดต่อหน่วยงานต่างๆ ได้ จากเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

www.pbru.ac.th หรือสอบถามที่
 โทร งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี



เรียน - ผู้ - แบบมืออาชีพ

ปริญญาตรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

- คณะ-เศรษฐศาสตร์ ● คณะ-วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- คณะ-วิทยาการจัดการ ● คณะ-พยาบาลศาสตร์ ● คณะ-เทคโนโลยีสารสนเทศ
- คณะ-มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ● คณะ-เทคโนโลยีการเกษตร
- คณะ-วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

เลือกคณะที่ชอบ!!!
 ++ เลือกที่ดีมีเงินเยอะ ++
 สู้ชีวิตจ๋า!!!

Scan me!!!

สมัครเป็นนักศึกษาใหม่ที่ <http://admission.pbru.ac.th/admission>



ประกาศ
 มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี


ปิดทำการ

เป็นกรณีพิเศษ

วันที่ 9 เม.ย.64 และ วันที่ 16-18 เม.ย.64

ทั้งนี้ ขอให้ บุคลากร นักศึกษา ทุกคน ดูแลตนเอง
 หลีกเลี่ยงปัจจัยเสี่ยงที่จะทำให้เกิดเชื้อ สวมหน้ากากอนามัย และหมั่นล้างมือ

งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :	หน้า 43 จาก 46



หลักสูตร ป.โบ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
...ใคร ๆ ก็เรียนได้...

ภายใน "มหาวิทยาลัย" ทั่วประเทศ ทุกมหาวิทยาลัย

สอนตามพื้นฐาน
 งานประสบการณ์จับตาค้นหา
 สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
 มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
 หรือ <http://grad.pbrv.ac.th/>
 โทร 032-708629

สมัครได้ที่ <http://admission.pbrv.ac.th>
ตั้งแต่วันนี้ - 31พ.ค.64



มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
ขยายเวลาดำเนินการ
ป.โบ กยศ.
ผู้กู้รายเก่า/รายใหม่ '64

งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี



กลุ่มที่ 2 รายเก่าจากสถานศึกษาเดิมและรายใหม่
 คือ ผู้ที่ไม่เคยทำสัญญากู้ยืมเงินกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

1-20 มิ.ย.64
 1. เตรียมความพร้อมเอกสารยื่นกู้ยืมเงิน กยศ. กับ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
ผ่านเว็บไซต์ <https://pbruloan.pbrv.ac.th>
 2. ยื่นเอกสารพร้อมหลักฐานการสมัครเรียน ในระบบ DSL
ผ่านเว็บไซต์ <https://pbruloan.pbrv.ac.th>

20 มิ.ย.-31 ก.ค.64
 1. ประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิ์ ผ่านเว็บไซต์ <https://pbruloan.pbrv.ac.th>
 2. ผู้กู้ยืมเงิน จัดทำสัญญา กยศ. ระบบ DSL
 3. ผู้กู้ยืมเงินจัดทำแบบยื่นขออนุมัติเงินกู้ยืมผ่านระบบ DSL

10-30 มิ.ย.64
 ตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารและยื่นแบบยื่นกู้ยืมเงิน
ผ่านเว็บไซต์ <https://pbruloan.pbrv.ac.th>
 พร้อมทำสัญญาและจัดส่งเอกสารที่ไม่สมบูรณ์

4. ผู้กู้ยืมเงิน ลงนามในแบบยื่นขออนุมัติเงินกู้ยืมเงินและชำระดอกเบี้ย ที่ หน่วย กยศ. กองพัฒนาการศึกษา
 5. ผู้กู้ยืมเงินจัดส่งหลักฐานการสมัครเรียน 1/2564 ที่ หน่วย กยศ. กองพัฒนาการศึกษา




กลุ่มที่ 1 รายเก่าของมหาวิทยาลัย
 คือ ผู้ที่เคยทำสัญญากู้ยืมเงินกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

1-20 มิ.ย.64
 1. เตรียมความพร้อมเอกสารยื่นกู้ยืมเงิน กยศ. กับ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
ผ่านเว็บไซต์ <https://pbruloan.pbrv.ac.th>
 2. ผู้กู้ยืมเงินจัดทำแบบยื่นขออนุมัติเงินกู้ยืมผ่านระบบ DSL

20 มิ.ย.-31 ก.ค.64
 1. ประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิ์ ผ่านเว็บไซต์ <https://pbruloan.pbrv.ac.th>
 2. ผู้กู้ยืมเงินจัดทำแบบยื่นขออนุมัติเงินกู้ยืมผ่านระบบ DSL


10-30 มิ.ย.64
 ตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารและยื่นแบบยื่นกู้ยืมเงิน
ผ่านเว็บไซต์ <https://pbruloan.pbrv.ac.th>
 พร้อมทำสัญญาและจัดส่งเอกสารที่ไม่สมบูรณ์

3. ผู้กู้ยืมเงิน ลงนามในแบบยื่นขออนุมัติเงินกู้ยืมเงินและชำระดอกเบี้ย ที่ หน่วย กยศ. กองพัฒนาการศึกษา
 4. ผู้กู้ยืมเงินจัดส่งหลักฐานการสมัครเรียน 1/2564 ที่ หน่วย กยศ. กองพัฒนาการศึกษา


	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

ตัวอย่างภาพถ่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์



	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :



	คู่มือการปฏิบัติงาน : การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	
	ชื่อหน่วยงาน : งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	
	หมายเลขเอกสาร :	
	แก้ไขครั้งที่ :	วันที่เริ่มใช้ :

ลิงก์ตัวอย่างงานรายการวิทยุ สปอต เพื่อการประชาสัมพันธ์

<https://drive.google.com/drive/folders/16AEGF28AOYGXvdTXkDV0nU0g0u1tRflq?usp=sharing>

<https://drive.google.com/drive/folders/1tnljiYrWjJOHHjaGKqQ2ThS3hAMd79Aw?usp=sharing>

ลิงก์ตัวอย่างงานวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์

https://drive.google.com/drive/folders/183Kfv0pJNyGaAs7N_uYv0dcFEgKXoPEM?usp=sharing

<https://drive.google.com/drive/folders/1RfCHVnyQt9685x8u5Uo71T19lokWipTO?usp=sharing>