

## รายงานสรุปเนื้อหาและการนำไปใช้ประโยชน์จากการเข้าอบรม สัมมนา หรือประชุมวิชาการ

ข้าพเจ้า นายสมพร เกตุตะคุ ตำแหน่ง หัวหน้างานบริการการศึกษาและกิจการนักศึกษา สังกัดคณะสารสนเทศและการสื่อสาร ขอนำเสนอรายงานสรุปเนื้อหาและการนำไปใช้ประโยชน์ จากเข้าร่วมโครงการสัมมนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การทำงานประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านการสื่อสารดิจิทัล (KM) สัจจร ณ เบลล์ วิลล่า รีสอร์ทท จ.เชียงใหม่ โดยได้รับเกียรติจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิมาถ่ายทอดความรู้ในหัวข้อสำคัญของ การทำงานด้านสื่อสารองค์กร อาทิ “บุคลิกภาพและจิตวิญญาณของนักประชาสัมพันธ์ยุค 4.0” , “Creative Photographer” “การผลิตสื่อดิจิทัล และ Design thinking” เพื่อเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ยุคองค์กรดิจิทัลผ่านทางเฟิร์มฟอร์มต่างๆ” โดยได้สรุปเนื้อหาจากสัมมนาฯร่วมกับการศึกษาเพิ่มเติม สามารถสรุปเนื้อหาตามหัวข้อสัมมนา ดังนี้

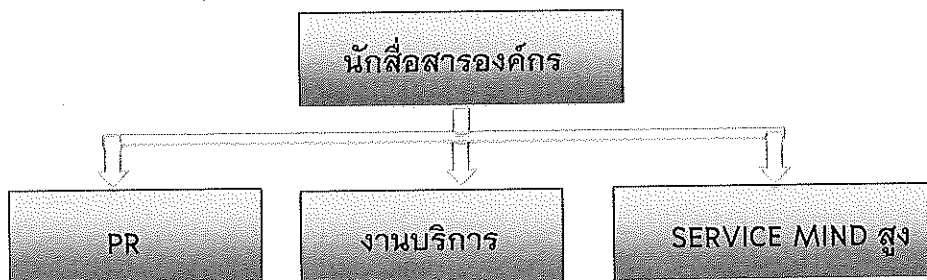
### 1. บุคลิกภาพและจิตวิญญาณของนักประชาสัมพันธ์ยุค 4.0 (อ.ภัชฌามน พูนศรีโชติ)

หัวใจของการเป็นนักประชาสัมพันธ์(นักสื่อสารองค์กร) ต้องมี

1. มนุษย์สัมพันธ์ รู้จักกาลเทศะ
2. รอบรู้ ในงานของเราและองค์กรเราว่ามีคุณสมบัติเด่นอย่างไร
3. มีบุคลิกภาพที่ดีเป็นที่ประทับใจแก่ผู้พบเห็น

นักสื่อสารองค์กร คือ หน้าตาขององค์กร ดังนั้นงานที่เกี่ยวข้องกับนักสื่อสารองค์กร

ประกอบด้วย



## งานบริการ

จิตวิญญาณของผู้ให้บริการควรมีอยู่ในทุกคนทุกอาชีพ ทุกตำแหน่งงาน ดังนั้นคนในองค์กร ต้องสร้างจิตใจบริการที่ใสบริสุทธิ์ ให้บริการอย่างเหนือความคาดหมาย ทำให้ผู้ใช้บริการประทับใจ

จิตวิญญาณของนักบริการควรมีองค์ประกอบด้วยกัน 4 ประการดังนี้

1. Personality บุคลิกของผู้ให้บริการ (บุคลิกภายในและภายนอกรวมกัน) ได้แก่การแต่งกายที่เหมาะสม สะอาดเรียบร้อย ความมีระเบียบ มีกิจกรรมารยาทที่ดี ความมีสัมมาคารวะอ่อนน้อม ถ่อมตน ความมั่นใจในตนเอง ความสามารถและมีจิตวิทยาในการพูดและการเป็นคนตรงต่อเวลา

2. Knowledge ความรู้ต้องมีความรู้ทั้ง 2 ภาค คือ

- ความรู้ในวิชาชีพ คือความรู้นั้นๆ ต้องเป็นเลิศมีความรู้แบบมืออาชีพจริงๆ เพราะผู้ใช้บริการคาดหวังในความรู้ในอาชีพจากเรา

- ความรู้รอบตัว คือความรู้อื่นๆ รู้เพื่อจะได้เอามาช่วยเสริมในขณะที่เสนองานหรือสนทนากับผู้ใช้บริการ

3. Work Hard ต้องทำงานอย่างเอาจริงเอาจัง ทำงานด้วยความตั้งใจไม่ย่อท้อ ทำงานหนัก เพราะเวลาเป็นของมีค่าจงใช้เวลาของชีวิตให้เกิดประโยชน์

4. Attitude ทักษะที่ดี ต้องคิดดี หรือบางครั้งมักจะพูดว่าคิดบวกคือการ คิดบวกกับองค์กร กับผู้บริหาร กับเพื่อนร่วมงานและที่สำคัญคือทัศนคติที่ดีกับผู้ใช้บริการ (ลูกค้า) จะเห็นว่าถ้ามีทัศนคติที่ไม่ดีกับผู้ใช้บริการด้วยใจจะไม่เกิด เพราะจะกลายเป็นการเสแสร้งเปล่า ๆ จึงเป็นสิ่งที่ต้องฝึกฝนกันอย่างมากทางด้านจิตใจ (ทำได้ถ้าคิดแต่ในสิ่งที่ดีที่สุด มองและชื่นชมในส่วนที่ดีของเขาเพราะคนเรามีทั้งดีและไม่ดีเหมือนกันทุกคน)

## 2. “Creative Photographer” (อ.จิรันธนิ น โชนิชนันทพัฒน์ ที่ปรึกษา Nikon ภาคเหนือ)

การถ่ายภาพเพื่อการสื่อสารที่ดีคือการถ่ายภาพเพื่อนำไปใช้เพื่อการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกันจากผู้ส่งไปยังผู้รับ ดังนั้น ข้อดีขอภาพถ่ายเพื่อการสื่อสาร จะต้อง อธิบายได้ลึกซึ้งกว่าข้อความ สร้างความสนใจได้มากกว่าข้อความ สร้างความน่าเชื่อถือ และสื่อความหมายได้เร็วกว่าการอ่านข้อความ

ภาพถ่ายที่ดีต้อง เป็นภาพธรรมดาๆ ไม่ซับซ้อน มีคมชัด/สี/แสงสวย มีการจัดองค์ประกอบภาพดีและภาพต้องดูแล้วมีชีวิตชีวาเล่าเรื่องได้ด้วยตัวของภาพเอง

สิ่งที่ช่างภาพถ่ายงานอีเวนต์ควรจะต้องมี

- กำหนดการและคอนเซ็ปของงาน
- เจรจากับเจ้าของงานและผู้ว่าจ้างให้ชัดเจน
- วัตถุประสงค์ให้พอดีกับสถานการณ์จริง

- เก็บภาพบุคคลสำคัญของงาน
- ไฮไลต์ของงานต้องรู้ว่าคืออะไร
- ภาพบรรยากาศของสมาชิกผู้เข้าร่วม Event และ Activity ต่างๆ
- การสร้างความประทับใจในมุมมองที่แตกต่าง
- มารยาทและการให้เกียรติต่อสถานที่ และผู้ร่วมงานทุกสายอาชีพ คือจรรยาบรรณที่ดีของสายอาชีพช่างภาพ

### ลักษณะของภาพประกอบข่าว

- ภาพ ๆ เดี่ยว หรือหลายภาพที่ใช้ประกอบเนื้อหาข่าว
- เห็นแล้วทำให้เข้าใจเนื้อหาของข่าวได้ตรงและ ชัดเจน
- ภาพบุคคล → ทำอะไร
- ภาพกิจกรรม → ทำอะไร / เมื่อใด/ อย่างไร
- ภาพสถานที่ → ที่ไหน(มุมกว้าง)

### 3. “การผลิตสื่อดิจิทัล และ Design thinking”

#### แนวทางในการผลิตสื่อดิจิทัล

ปัจจุบันสื่อสิ่งพิมพ์กำลังจะตายเพื่อปรับเปลี่ยนเข้าสู่ยุคสื่อที่เป็นภาพเคลื่อนไหวจะมาแทนที่ คนผลิตสื่อต้องปรับตัว ให้ทัน สื่อ VDO จะต้องไม่ยาว (1-3 นาที) และสามารถดูบนแพลตฟอร์มได้ หลากหลาย คุณภาพ ความคิดสร้างสรรค์ เป็นตัวชี้วัดในการผลิตสื่อที่ดี เด่น ดั่ง โดนใจผู้ชม ต้องทำอย่างไร ให้ “เนื้อหา กลายเป็น พระราชา..” ?

“การทำให้เนื้อหาโดนใจผู้ชม เนื้อหาจะต้องทำให้ผู้ชมรู้สึกมีอารมณ์ร่วมไปกับเนื้อหา และเชื่อมโยงกับประสบการณ์ภายในของเขาให้ได้”

#### Design thinking

Design thinking หรือ กระบวนการคิดเชิงออกแบบเป็นกระบวนการคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมที่เป็นระบบที่นำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในชีวิตประจำวัน ในวงการธุรกิจและองค์กรต่างๆ มีการนำมาใช้มากขึ้น เป็น Process ที่เหมาะกับการทำธุรกิจ Start up คิดเร็วทำเร็วเข้าใจลูกค้า

กระบวนการ Design thinking เป็นการศึกษาอะไรใหม่ๆ เช่นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ บริการใหม่ๆ ประสบการณ์ใหม่ที่เริ่มต้นจากความเข้าใจ เช่นถ้าเราต้องการหานักศึกษามาเรียน เราต้องเริ่มต้นจาก

เราต้องไปทำความเข้าใจพฤติกรรมเด็กที่จะมาเรียนก่อนว่าชอบเกี่ยวกับอะไรที่เรามีบ้าง แล้วเอาความเข้าใจนี้เป็น Input ใน process ที่ทำให้เกิดความคิดอะไรใหม่ๆ แล้วก็ทดลองทำออกมา เพื่อที่จะเป็นไอเดียที่จะเอาไปทดสอบว่าเรามาถูกทางหรือเปล่า

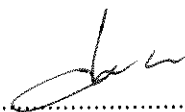
ขั้นตอนหลักๆ มี 3 ขั้นตอน

1. การทำความเข้าใจปัญหา เราต้องทำความเข้าใจลูกค้าก่อน เก็บข้อมูลให้ได้มากที่สุด เขาชอบอะไร พฤติกรรมเขาเป็นอย่างไร เปลี่ยนมุมมองของตนเองให้เป็นมุมมองของลูกค้า (นักศึกษา) ว่าเขาคิดเหมือนเราหรือไม่ ถ้าเป็นมหาวิทยาลัยต้อง Focus ไปที่นักศึกษาว่าต้องการอะไร
2. คิดแก้ไขปัญหาแบบคิดนอกกรอบ เมื่อเข้าใจปัญหา จับประเด็นปัญหาได้ เราต้องเปลี่ยนปัญหาให้เป็นโอกาสในการที่จะแก้ปัญหา (ห้ามมองข้อจำกัดของตัวเอง เช่น งบไม่มี เทคโนโลยีล้ำสมัย เพราะจะทำให้เราอยู่ในกรอบเดิมๆ) พยายามคิดหาไอเดียใหม่ในการแก้ไขปัญหาให้มากจะทำให้เรามีทางเลือกในการแก้ไขปัญหาได้มากขึ้น
3. ทดลองและลงมือทำ ไอเดียที่คิดมาต้องถูกนำมาทดลองก่อนลงมือทำ การที่เราจะมีไอเดียแก้ไขปัญหา เราไม่มีทางรู้ได้ว่าเรามาถูกทางหรือไม่ ดังนั้น เราต้องมีการพูดคุยกับลูกค้าว่าเรามีไอเดียแบบนี้เขาชอบหรือไม่ ไม่ชอบตรงไหน ให้เขาลองใช้ดูว่ามีผลอย่างไร

แนวคิด Design thinking เราคิดใหญ่ได้ แต่ก้าวแรกให้เราเป็นก้าวเล็กๆเสมอ และเรียนรู้จากทุกก้าวที่เราเดินผ่านเสมอ นำไปสู่การก้าวที่ใหญ่ขึ้น

การนำไปใช้ประโยชน์

๑. นำความรู้ที่ได้รับการอบรมมาใช้ในงานบริการการศึกษาและกิจการนักศึกษา
๒. ใช้ความรู้ที่ได้มาใช้ในการทำข่าวกิจกรรมของคณะฯ

.....


(นายสมพร เกตุตะคุ)

หัวหน้างานบริการการศึกษาและกิจการนักศึกษา

วันที่.....๒๓...../...กันยายน...../..๒๕๖๒...

ความเห็นของผู้บังคับบัญชาชั้นต้น (ผู้อำนวยการสำนักงานคณบดี)

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 112/1 ถนนศรีนครินทร์/ค  
เว็บไซต์ website ๑๑/๑



(นางศิริพรรณ ชัยน)

ผู้อำนวยการสำนักงานคณบดี

วันที่ 23 / 11 / 62

ความเห็นของคณบดีคณะสารสนเทศและการสื่อสาร

คณบดีคณะสารสนเทศและการสื่อสาร เว็บไซต์ website ๑๑/๑



(รองศาสตราจารย์ ดร.สมเกียรติ ชัยพิบูลย์)

คณบดีคณะสารสนเทศและการสื่อสาร

วันที่ 23 / 11 / 62

## แบบฟอร์มรับรองการนำความรู้จากการพัฒนาตนเองมาปรับปรุงงานประจำ

ข้าพเจ้านายสมพร เกตุตะคุ ตำแหน่ง หัวหน้างานบริการการศึกษาและกิจการนักศึกษา สังกัดคณะ  
สารสนเทศและการสื่อสาร ได้ระบุแผนการพัฒนาตนเอง (IDP) ประจำปีงบประมาณ 2562 ดังต่อไปนี้

บัดนี้ข้าพเจ้าได้ผ่านการเข้าร่วมโครงการสัมมนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเพิ่ม  
ประสิทธิภาพการทำงานประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้านการสื่อสารดิจิทัล (KM) สัญจร ณ เบลล์ วิลล่า รีสอร์ท  
จ.เชียงใหม่ ในหัวข้อสำคัญของการทำงานด้านสื่อสารองค์กร อาทิ “บุคลิกภาพและจิตวิญญาณของนัก  
ประชาสัมพันธ์ยุค 4.0”, “Creative Photographer” “การผลิตสื่อดิจิทัล และ Design thinking” เพื่อเผยแพร่  
ข่าวสารประชาสัมพันธ์ยุคองค์กรดิจิทัลผ่านทางเฟิร์มฟอร์มต่างๆ”

โดยภายหลังจากการเข้าร่วมกิจกรรม/โครงการ/อบรม ฯลฯ ช่างต้นแล้ว ข้าพเจ้าได้นำองค์ความรู้ที่ได้  
มาปรับปรุงงานประจำให้เกิดประสิทธิภาพ ดังนี้

### งานบริการ ผู้ให้บริการควรมี

- 1.1 Personality มีบุคลิกดี การแต่งกายที่เหมาะสม กิริยามารยาทที่ดี มีสัมมาคารวะ มั่นใจใน  
ตนเอง ความสามารถและมีจิตวิทยาในการพูด
- 1.2 Knowledge มีความรู้ในวิชาชีพ และ ความรู้รอบตัว
- 1.3 Work Hard ทุ่มเทกับงาน ทำงานด้วยความตั้งใจ
- 1.4 Attitude ต้องมีทัศนคติที่ดี คิดดี กับองค์กร กับผู้บริหาร กับเพื่อนร่วมงานและผู้ใช้บริการ  
(ลูกค้า นักศึกษา )

### งานด้านข่าวประชาสัมพันธ์

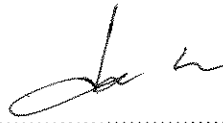
ภาพถ่ายที่ดีต้อง เป็นภาพธรรมดาๆไม่ซับซ้อน มีคมชัด/สี/แสงสวย มีการจัดองค์ประกอบ  
ภาพดีและภาพต้องดูแล้วมีชีวิตชีวาเล่าเรื่องได้ด้วยตัวของภาพเอง ถ่ายให้ครอบคลุม

ภาพบุคคล → ทำอะไร/ ภาพกิจกรรม → ทำอะไร / เมื่อใด/ อย่างไร / ภาพสถานที่ → ที่ไหน

### การผลิตสื่อดิจิทัล

การผลิตสื่อดิจิทัล ในสื่อ VDO จะต้องไม่ยาว (1-3 นาที) ดูบนแพลตฟอร์มได้หลากหลาย เน้น  
คุณภาพ ความคิดสร้างสรรค์ ต้องทำ“เนื้อหา ให้กลายเป็น พระราชา..” ให้ได้

Design thinking เป็นระบบที่นำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในชีวิตประจำวัน และองค์กร การทำ  
ความเข้าใจปัญหา คิดแก้ไขปัญหามนุษย์แบบคิดนอกกรอบ นำไอเดียที่คิดทดลองและลงมือทำ เพื่อให้รู้ว่าเรา  
มาถูกทางหรือไม่ สามารถนำระบบนี้มาศึกษาและถ่ายทอดให้กับนักศึกษาได้ที่จะจบได้



(นายสมพร เกตุตะคุ)

หัวหน้างานบริการการศึกษาและกิจการนักศึกษา


วันที่.....23...../.....กันยายน...../..2562...

ความเห็นของผู้บังคับบัญชาชั้นต้น (หัวหน้าสำนักงานคณบดี)

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า นายสมพร เกตุตะคุ...ได้นำองค์ความรู้ที่ได้ มาปรับปรุงงานประจำให้เกิด  
ประสิทธิภาพจริง

(ความเห็นเพิ่มเติม)

—



(นางศิริพรรณ ชัยน)

ผู้อำนวยการสำนักงานคณบดี

วันที่...../...../.....

ความเห็นของคณบดีคณะสารสนเทศและการสื่อสาร

outcome well



(รองศาสตราจารย์ ดร.สมเกียรติ ชัยพิบูลย์)

คณบดีคณะสารสนเทศและการสื่อสาร

วันที่ 23 / 10 / 62