

รายงานการไปศึกษา / ดูงาน / ฝึกอบรม / ประชุมและสัมมนา

1. ชื่อ ณาพร สกุล ศรีสนิท

ตำแหน่ง นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ

ที่ทำงาน กลุ่มเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ สำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี กรมส่งเสริมการเกษตร
ไปฝึกอบรมเรื่อง หลักสูตรการพัฒนาอาชีพสกรีนสร้างสรรค์เนื้อหาเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมผู้ผลิต
รายการ และสารคดีและผู้ที่เกี่ยวข้องต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (The Creators : Craft
your Future) ณ โรงแรม JAL City Bangkok ถนนทองหล่อ แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา
กรุงเทพมหานคร

ตั้งแต่วันที่ 16 สิงหาคม 2568

ถึงวันที่ 27 กันยายน 2568

รวมระยะเวลา 7 วัน

ผู้ดำเนินการจัด สมาพันธ์สมาคมวิชาชีพวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ร่วมกับ สมาคม
สภาวิชาชีพกิจการการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย) และสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล
(ประเทศไทย)

2. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ไประหว่างฝึกอบรม

ค่าเบี้ยเลี้ยง - บาท

ค่าที่พัก - บาท

ค่าพาหนะ - บาท

3. รายละเอียด...

3. รายละเอียดการดำเนินงาน ผีออกแบบ
เนื้อหาวิชาการ

ที่	รายวิชา	วิทยากร
1.	Media Landscape และ Media Trend	คุณชุตินธรา วัฒนกุล บรรณาธิการบริหารข่าวออนไลน์ Thai PBS
2.	พฤติกรรมผู้บริโภคสื่อที่เปลี่ยนแปลงไป และการวิเคราะห์เพื่อการผลิตรายการ	ดร.โชคชัย เอี่ยมฤทธิไกร CEO TERO DIGITAL COMPANY LIMITED
3.	Storytelling กับการผลิตรายการสรุป รายละเอียด: กลยุทธ์การสร้างคอนเทนต์ และการทำธุรกิจในยุคดิจิทัล	คุณคริสโตเฟอร์ วอชิงตัน (เปเล่) Founder บริษัท เกอริลล่า โปรดักชั่น จำกัด
4.	การสื่อสารเพื่อการสร้างแรงจูงใจและการ สื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง	โดย คุณประสาน อิงคนันท์ Founder & Director บริษัท บุญมีฤทธิ์ มีเดีย จำกัด
5.	การออกแบบเนื้อหาเพื่อการสื่อสาร	คุณอิทธิพล รตนารักษ์ ผู้บริหารบริษัท โกบานาน่าส์ จำกัด
6.	การแลกเปลี่ยน เพื่อการพัฒนาเนื้อหาด้วย กระบวนการและเครื่องมือจาก AI และ เครื่องมือออนไลน์	คุณระวี ตะวันธรงค์ กรรมการจริยธรรม สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ และที่ปรึกษาสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์
7.	การบริหารงบประมาณและการจัดการงบประมาณ	คุณสมยศ เกียรติอร่ามกุล

1) Media Landscape และ Media Trend – คุณชุตินธรา วัฒนกุล

โลกสื่อในปัจจุบันหมุนเร็วด้วยเทคโนโลยีและ AI ทำให้รูปแบบการสร้างและบริโภคคอนเทนต์เปลี่ยนไป ผู้สร้างคอนเทนต์ต้องเข้าใจพฤติกรรมผู้ชมที่กระจายตัวไปหลายแพลตฟอร์ม และปรับคอนเทนต์ให้สั้น กระชับ มีความโดดเด่น พร้อมใช้เทคโนโลยีและการตลาดควบคู่ การสร้างความแตกต่างยังต้องอาศัย “หัวใจ” ความคิดสร้างสรรค์ และความน่าเชื่อถือ เพื่อแข่งขันกับคอนเทนต์อัตโนมัติจาก AI

2) พฤติกรรมผู้บริโภคสื่อและการวิเคราะห์เพื่อการผลิตรายการ – ดร.โชคชัย เอี่ยมฤทธิไกร

ผู้บริโภคสื่อยุคใหม่สนใจสั้นลงและนิยมวิดีโอสั้น (Short Form) การวิเคราะห์ข้อมูลผู้ชมและพฤติกรรมผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างคอนเทนต์ การใช้เครื่องมือแก้ปัญหา เช่น CapCut และการคิดเพื่อการใช้งานบนจอมือถือ ช่วยให้คอนเทนต์เข้าถึงผู้ชมได้เร็วและมีประสิทธิภาพ พร้อมเตรียมปรับตัวต่อการเข้ามาของ AI ที่จะเข้ามามีบทบาททั้งด้าน MC และการตอบสนองอัตโนมัติ

3)Storytelling...

3) Storytelling กับการผลิตรายการ – คุณคริสโตเฟอร์ วอชิงตัน

การเล่าเรื่องต้องเชื่อมโยง “เรื่องของเรา” กับ “สิ่งที่คนดูอยากฟัง” เพื่อสร้างคุณค่าและต่อยอดเป็นธุรกิจ คอนเทนต์ที่ประสบความสำเร็จต้องเริ่มจากการเข้าใจผู้ชม ใช้จิตวิทยาการเล่าเรื่องเพื่อดึงดูดและสร้างความสัมพันธ์ พร้อมใช้เทคนิคการจัดโครงสร้างเรื่องและเล่นกับอัลกอริทึมเพื่อเพิ่มการเข้าถึง

4) การสื่อสารเพื่อสร้างแรงจูงใจและการเปลี่ยนแปลง – คุณประสาน อิงคนันท์

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเริ่มจากการวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการผู้ชม คอนเทนต์ต้องมีความน่าเชื่อถือ สม่่าเสมอ และสร้าง Community ที่เข้มแข็ง การใช้ Framework K-F-D (Know, Feel, Do) ช่วยให้การสื่อสารมีเป้าหมายชัดเจนและสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างแท้จริง

5) การทำการตลาดในโลกการแข่งขันเนื้อหา – คุณพิชิต สุขไผ่ตา

การสร้างคอนเทนต์ไม่เพียงแต่ให้ข้อมูล แต่ต้องสร้าง Community และคุณค่าเชิงสังคม อีจันเป็นตัวอย่างของสื่อที่สร้างฐานแฟนคลับเหนียวแน่น ใช้ AI และข้อมูลในการตัดสินใจ พร้อมสร้างสื่อที่ตอบโจทย์ผู้ชมและสร้างผลกระทบทางสังคม การปรับตัวและเปิดรับนวัตกรรมคือกุญแจสำคัญในการแข่งขันในโลกดิจิทัล

6) การพัฒนาเนื้อหาด้วย AI และเครื่องมือออนไลน์ – คุณระวี ตะวันธรงค์

AI เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างคอนเทนต์ ประหยัดเวลา และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก แต่ต้องระมัดระวังด้านลิขสิทธิ์ ความถูกต้อง และความปลอดภัย ผู้ทำคอนเทนต์ต้องใช้ AI อย่างมีสติและควบคุมกระบวนการด้วยมนุษย์ (Human-in-the-Loop) เพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดและลดความเสี่ยง

7) พลิกภูมิทัศน์วงการสื่อ: จากทีวีสู่โลกดิจิทัล – คุณสมยศ เกียรติอร่ามกุล

ผู้ชมไม่ได้หายไป แต่เปลี่ยนแพลตฟอร์มไปยังดิจิทัลและสตรีมมิ่ง การสร้างคอนเทนต์ต้องเข้าใจผู้ชมและใช้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อออกแบบ Transmedia และสร้าง Story World ที่เชื่อมโยงหลายแพลตฟอร์ม การใช้ User-Generated Content (UGC) และการปรับคอนเทนต์ให้เข้าถึงผู้ชมเฉพาะกลุ่มช่วยเพิ่มความภักดีและต่อยอดเป็นโมเดลธุรกิจใหม่

วิธีการนำเสนอเนื้อหาของวิทยากร

1) Media Landscape และ Media Trend

โดย คุณชุตินธรา วัฒนกุล บรรณาธิการบริหารข่าวออนไลน์ Thai PBS

การนำเสนอของคุณชุตินธรา มีลักษณะเชิงวิชาการและเชิงนโยบาย โดยมุ่งวิเคราะห์ภาพรวมของภูมิทัศน์สื่อในยุคปัจจุบันและอนาคต คุณชุตินธราใช้วิธีเชื่อมโยงการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี โดยเฉพาะการเข้ามาของปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ากับคำถามสำคัญที่กระตุ้นให้ผู้ฟังได้ขบคิดต่อ เช่น มนุษย์จะปรับตัว

และรักษาบทบาทของตนเองได้อย่างไรท่ามกลางคลื่นเทคโนโลยีที่ถาโถม วิธีการนี้ทำให้การบรรยายมีลักษณะของ “การตั้งโจทย์เชิงอนาคต” มากกว่าการเล่าข้อเท็จจริงเพียงอย่างเดียว

2) พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปและการวิเคราะห์เพื่อการผลิตรายการ

โดย ดร.โชคชัย เอี่ยมฤทธิไกร CEO TERO DIGITAL COMPANY LIMITED

ดร.โชคชัยเลือกวิธีการนำเสนอเชิงข้อมูล (data-driven) โดยอาศัยตัวเลข สถิติ และกรณีศึกษาทางการตลาดมาประกอบการอธิบาย ดร.โชคชัยนำเสนอพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน เช่น การที่ TikTok ก้าวขึ้นมาแข่ง Google ในฐานะแพลตฟอร์มค้นหา หรือการเติบโตของโฆษณาในสื่อดิจิทัล พร้อมทั้งสรุปเป็นกลยุทธ์เชิงปฏิบัติ เช่น การปรับคอนเทนต์จากวิดีโอสั้นสู่รูปแบบยาว วิธีการนี้ทำให้ผู้ฟังได้รับทั้ง “ข้อมูลเชิงประจักษ์” และ “แนวทางประยุกต์ใช้” ควบคู่กัน

3) การสื่อสารเพื่อการสร้างแรงจูงใจและการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง

โดย คุณประสาน อิงคนันท์ Founder & Director บริษัท บุญมีฤทธิ์ มีเดีย จำกัด

คุณประสานนำเสนอผ่านกรอบคิดเชิงกระบวนการที่ชัดเจน เช่น การใช้โมเดล K-F-D (Knowledge-Feel-Do) ในการทำสื่อ พร้อมยกตัวอย่างจากประสบการณ์จริงเพื่อให้แนวคิดเหล่านี้จับต้องได้มากขึ้น จุดเด่นคือการเน้น “ความน่าเชื่อถือและความสัมพันธ์กับชุมชน” มากกว่าการมุ่งหวังเพียงยอดผู้ติดตาม วิธีการนำเสนอเช่นนี้สะท้อนถึงท่าทีของนักปฏิบัติการสื่อที่ให้ความสำคัญกับจริยธรรมและคุณค่าทางสังคม

4) การทำการตลาดในโลกการแข่งขันเนื้อหาและคอนเทนต์

โดย คุณพิชิต สุขไผ่ตา Co-founder & Senior Consultant เพจอีจัน และ Creative Director
กรรมการมูลนิธิเพจอีจัน

วิธีการของคุณพิชิตเน้นการเล่าเรื่อง (storytelling) ผ่านกรณีศึกษาของเพจ “อีจัน” ที่ประสบความสำเร็จในการสร้างแบรนด์และขยายบทบาทสู่หลายมิติ คุณพิชิตยกตัวอย่างเช่น เทคนิคการสรุปข่าวให้เข้าใจง่าย การสร้างภาพจำของแบรนด์ และการขยายกิจกรรมไปสู่การทำเพื่อสังคม รูปแบบการเล่าประสบการณ์ตรงทำให้ผู้ฟังเห็นภาพชัดเจนและเข้าถึงได้ง่าย อีกทั้งยังแฝงแรงบันดาลใจให้กับผู้สนใจทำสื่อ

5) การแลกเปลี่ยน เพื่อการพัฒนาเนื้อหาด้วยกระบวนการและเครื่องมือจาก AI และเครื่องมือออนไลน์

โดย คุณระวี ตะวันธรงค์ กรรมการจริยธรรม สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ และที่ปรึกษาสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์

คุณระวีเลือกการนำเสนอเชิงวิเคราะห์ โดยชี้ให้เห็นผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยเฉพาะ AI ที่มีต่อวิชาชีพสื่อสารมวลชน ทั้งในมิติของกฎหมาย ลิขสิทธิ์ ความถูกต้องของข้อมูล และประเด็นจริยธรรม

คุณระวีกตัวอย่างความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เช่น การเผยแพร่ข้อมูลผิดพลาด หรือภัยคุกคามด้านความปลอดภัยไซเบอร์ วิธีการนี้มุ่งเน้นการเตือนและให้ข้อคิดเชิงวิชาชีพ มากกว่าการนำเสนอเชิงกลยุทธ์การตลาดหรือประสบการณ์เชิงธุรกิจ

6) พลิกภูมิทัศน์วงการสื่อ: จากจอทีวีสู่โลกดิจิทัลที่ไร้พรมแดน

โดย คุณสมยศ เกียรติอร่ามกุล

การนำเสนอของคุณสมยศมีลักษณะเชิงโครงสร้างและเชิงนโยบาย โดยวิเคราะห์สถานการณ์ของอุตสาหกรรมสื่อไทย เช่น การหมดอายุของใบอนุญาตทีวีดิจิทัล และการปรับตัวสู่สื่อดิจิทัล คุณสมยศชี้ให้เห็นแนวโน้มสำคัญอย่างการทำคอนเทนต์ข้ามแพลตฟอร์ม (Transmedia) และการสร้างเนื้อหาที่เปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วม (UGC) รูปแบบนี้ทำให้ผู้ฟังเข้าใจภาพรวมเชิงระบบและการวางยุทธศาสตร์ในระยะยาว

4. ประโยชน์ที่ได้รับ

4.1 ประโยชน์ที่ได้รับต่อตนเอง

ได้รับความรู้เกี่ยวกับทิศทางและแนวโน้มของสื่อดิจิทัลที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ได้เห็นตัวอย่างกลยุทธ์การสื่อสารและการผลิตคอนเทนต์ที่น่าไปปรับใช้ได้จริง ได้ตระหนักถึงบทบาทของจริยธรรมและความน่าเชื่อถือในการทำงานด้านสื่อสารมวลชน อีกทั้งยังได้รับแนวคิดเชิงกลยุทธ์ในการปรับตัวขององค์กรสื่อในอนาคต สามารถพัฒนาทักษะและมุมมองเพื่อต่อยอดการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.2 ประโยชน์ที่ได้รับต่อหน่วยงาน

ได้รับประโยชน์จากการนำความรู้ด้านแนวโน้มสื่อดิจิทัลและการใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสมมาประยุกต์กับงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร สามารถนำแนวคิดการผลิตคอนเทนต์ที่หลากหลายและเข้าถึงผู้ชมได้จริงไปใช้ พร้อมทั้งเสริมประเด็นด้านความน่าเชื่อถือและจริยธรรมสื่อ เพื่อยกระดับภาพลักษณ์และเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรอย่างรอบด้าน

5. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

5.1 ปัญหาอุปสรรค

เนื้อหาจากการอบรมเป็นความรู้ที่มีคุณค่าและครอบคลุมรอบด้านในวงการสื่อสมัยใหม่ สามารถสร้างมุมมองและแนวคิดใหม่ ๆ ให้กับผู้เข้าอบรมได้อย่างมาก อย่างไรก็ตาม ในการนำไปประยุกต์ใช้กับงานสื่อสารเผยแพร่ขององค์กรราชการ อาจมีข้อจำกัดบางประการที่ทำให้ไม่สามารถนำแนวทางทั้งหมดไปปรับใช้ได้

อย่างเต็มที่...

6. ท่านจะนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานอย่างไรบ้าง

การสร้างคอนเทนต์สั้นและกระชับสำหรับโซเชียลมีเดีย เพื่อเข้าถึงเกษตรกรและประชาชน
อย่างตรงกลุ่ม ใช้ข้อมูลหลังบ้านและเครื่องมือวิเคราะห์เพื่อประเมินความสนใจและปรับปรุงเนื้อหา
ทำคอนเทนต์เชิงให้ความรู้และแก้ปัญหาเกษตรกรอย่างตรงจุด พร้อมสร้างชุมชนออนไลน์ที่เข้มแข็ง
และมีส่วนร่วม ตลอดจนใช้ AI ช่วยประหยัดเวลาในการผลิตเนื้อหาแต่ยังคงความถูกต้องและน่าเชื่อถือ

ณชาพร ศรีสนิท

ผู้รายงาน

7. ความเห็นของผู้บังคับบัญชา (ระดับผู้อำนวยการกอง/สำนัก/เกษตรจังหวัด หรือเทียบเท่า ขึ้นไป)

มีผู้มอบหมายให้เขียนเรื่องราว / สำนวนเกี่ยวกับงานศิลปะ
การวาดภาพด้วยสีน้ำ

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกองการเจ้าหน้าที่

รักษาการแทนผู้อำนวยการสำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี