



นวัตกรรมการผลิตรายการ KKU Podcast ในรูปแบบออนไลน์ ผ่าน Google Meet



ณัฐวุฒิ จารุงวงศ์
นักวิชาการโสตทัศนศึกษา
กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น



นวัตกรรมการผลิตรายการ
KKU Podcast
ในรูปแบบออนไลน์
ผ่าน Google Meet

ณัฐวุฒิ จารุงศ์

นักวิชาการโสตทัศนศึกษา

กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น

คำนำ

มหาวิทยาลัยขอนแก่นในฐานะสถาบันอุดมศึกษาชั้นนำ มีพันธกิจสำคัญในการสร้างและเผยแพร่องค์ความรู้สู่สังคมผ่านช่องทางการสื่อสารที่เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศ

กองสื่อสารองค์กรจึงได้พัฒนารูปแบบการผลิตสื่อดิจิทัลในรูปแบบ KKU Podcast เพื่อสร้างพื้นที่สนทนาเชิงวิชาการและสังคมระหว่างผู้เชี่ยวชาญกับกลุ่มผู้ฟัง ผ่านแพลตฟอร์มที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของคนรุ่นใหม่ในยุคปัจจุบัน

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอ "นวัตกรรมการผลิตรายการ KKU Podcast ในรูปแบบออนไลน์ ผ่าน Google Meet" ซึ่งเป็นแนวทางที่ช่วยให้การสื่อสารองค์กรก้าวข้ามขีดจำกัดด้านระยะทาง ทำให้สามารถเข้าถึงผู้เชี่ยวชาญจากทั่วประเทศและต่างประเทศมาร่วมแลกเปลี่ยนมุมมองที่หลากหลายได้

เนื้อหาภายในประกอบด้วยรายละเอียดกระบวนการผลิต 8 ขั้นตอนหลัก ตั้งแต่การประสานงานแขกรับเชิญ การใช้เทคโนโลยีบันทึกภาพและเสียงอย่างมีประสิทธิภาพ ไปจนถึงกลยุทธ์การเผยแพร่บนหลากหลายแพลตฟอร์ม

คณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นเอกสารอ้างอิงและแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) สำหรับทีมผู้ผลิตรายการและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมสื่อสารองค์กรให้มีความสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนต่อไป

ณัฐวุฒิ จารุงศ์

นักวิชาการโสตทัศนศึกษา

กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สารบัญ

	หน้า
แผนผังการใช้วัตรกรรมการผลิตรายการ KKU Podcast ในรูปแบบออนไลน์ผ่าน Google Meet	ก
ขั้นตอนการใช้วัตรกรรมการผลิตรายการ KKU Podcast ในรูปแบบออนไลน์ผ่าน Google Meet	ข
ตัวอย่างรายการ KKU Podcast ที่ใช้วัตรกรรมการผลิตรายการ KKU Podcast ในรูปแบบออนไลน์ผ่าน Google Meet	ค
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของรายงาน	1
1.3 สิ่งที่ได้รับจากนวัตรกรรม	2
1.4 คำนิยามและคำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	2
บทที่ 2 แนวคิดและหลักการที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดการผลิตรายการ Podcast เพื่อสื่อสารองค์กร	4
2.1.1 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	4
2.1.2 ทฤษฎีความสมบูรณ์ของสื่อ	5
2.1.3 ทฤษฎีการขนส่งเรื่องเล่า	5
2.2 เทคโนโลยีและเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต	7
2.3 มาตรฐานและแนวปฏิบัติการผลิตสื่อดิจิทัล	7
บทที่ 3 กระบวนการและขั้นตอนการใช้วัตรกรรม	
ระยะที่ 1 ก่อนการผลิต (Pre-Production)	9
ระยะที่ 2 ระหว่างการผลิต (Production)	11
ระยะที่ 3 หลังการผลิต (Post-Production) และการเผยแพร่	14

บทที่ 4 สรุปกระบวนการนวัตกรรม	
4.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths)	18
4.2 การวิเคราะห์จุดอ่อนและความท้าทาย (Weaknesses & Challenges)	18
4.3 การวิเคราะห์โอกาสในการพัฒนา (Opportunities)	18
4.4 ตารางสรุปประสิทธิภาพ	19
บทที่ 5 แนวทางการพัฒนาและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปนวัตกรรมการผลิตรายการ	20
5.2 แนวทางการพัฒนา	20
5.3 ข้อเสนอแนะ	20

แผนผังการใช้งานนวัตกรรมการผลิตรายการ KKU Podcast
ในรูปแบบออนไลน์ผ่าน Google Meet



ขั้นตอนการใช้งานนวัตกรรมการผลิตรายการ KKU Podcast ในรูปแบบออนไลน์ผ่าน Google Meet

6 ขั้นตอนการผลิต KKU Podcast มืออาชีพผ่าน Google Meet

การเตรียมตัวและบันทึกรายการ
(Pre-Production & Recording)



**ประสานงานและ
ตั้งระบบนัดหมาย**
ติดต่อผู้ได้รับเชิญและสร้าง
ลิงก์ Google Meet โดยนัด
หมายเตรียมตัวล่วงหน้า



**ตรวจสอบระบบสตูดิโอ
และอินเทอร์เน็ต**
เช็กมุมกล้อง ไมโครโฟน
และความเร็วเน็ต (10Mbps+)
โดยใช้สายแลนเพื่อความเสถียร



**บันทึกแบบสองระบบ
(Dual-Recording)**
บันทึกผ่าน Google Meet
พร้อมใช้ OBS Studio
บันทึกหน้าจอสำรอง



Technical Settings ข้อมูลทางเทคนิคที่สำคัญ

**ความละเอียด OBS
1920 x 1080
(Full HD)**
Bitrate ไม่ต่ำกว่า 6,000 kbps

วิดีโอสั้น (Shorts)
อัตราส่วน 9:16
ความยาวไม่เกิน 1-2 นาที

**การเตรียมตัว
15-20 นาที**
ก่อนเวลาทำจริงเพื่อทดสอบระบบ

การตัดต่อและการเผยแพร่
(Post-Production & Distribution)

จัดการไฟล์บน Cloud อย่างเป็นระบบ

อัปโหลดไฟล์ดิบจากทุกแหล่งลง
Google Drive โดยแยกโฟลเดอร์
ตามตอนและเวอร์ชัน



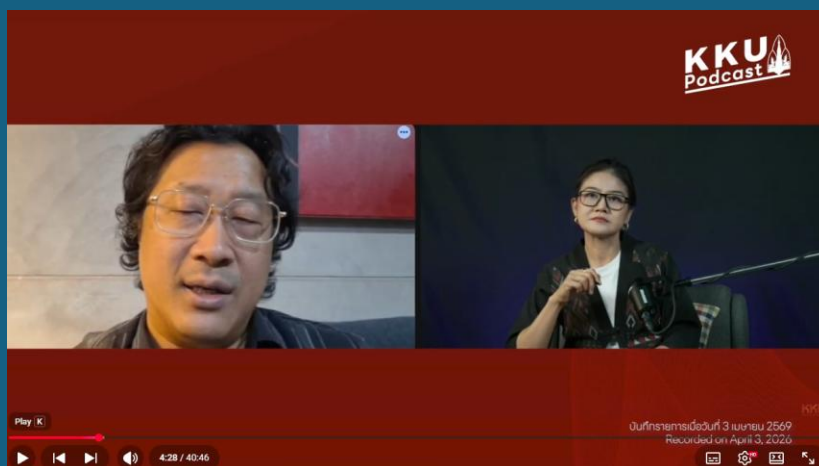
**ผลิตวิดีโอ 2 รูปแบบ
(Long & Short)**
ตัดต่อวิดีโอแนวนอน (16:9)
สำหรับเนื้อหาเต็ม และแนวตั้ง
(9:16)

กระจายสื่อสู่ 5 แพลตฟอร์มหลัก

เผยแพร่ผ่าน YouTube, TikTok,
Facebook Reels, YouTube
Shorts และเว็บไซต์ KKU

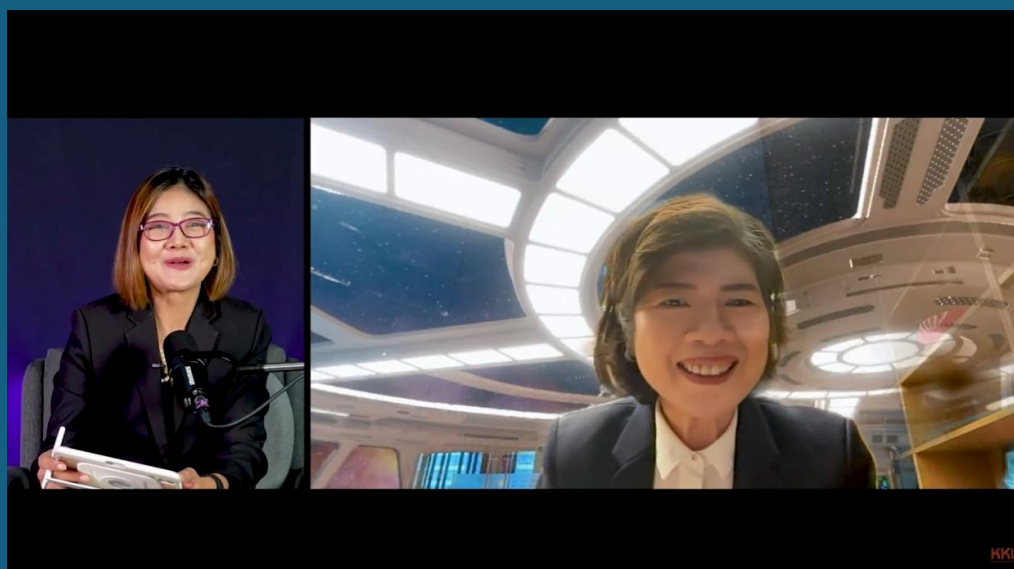


ตัวอย่างรายการ KKU Podcast
ที่ใช้นวัตกรรมการผลิตรายการ KKU Podcast ในรูปแบบออนไลน์ผ่าน Google Meet



Global Chaos, Thailand's Choice โลกเดือด เศรษฐกิจปั่นป่วน ไทยควรยืนตรงไหน?

| KKU Podcast Ep 22 |



2026 เศรษฐกิจไทยจะเป็นอย่างไร? รู้ทันโอกาส พร้อมรับแรงกระแทก | KKU Podcast Ep 20 |

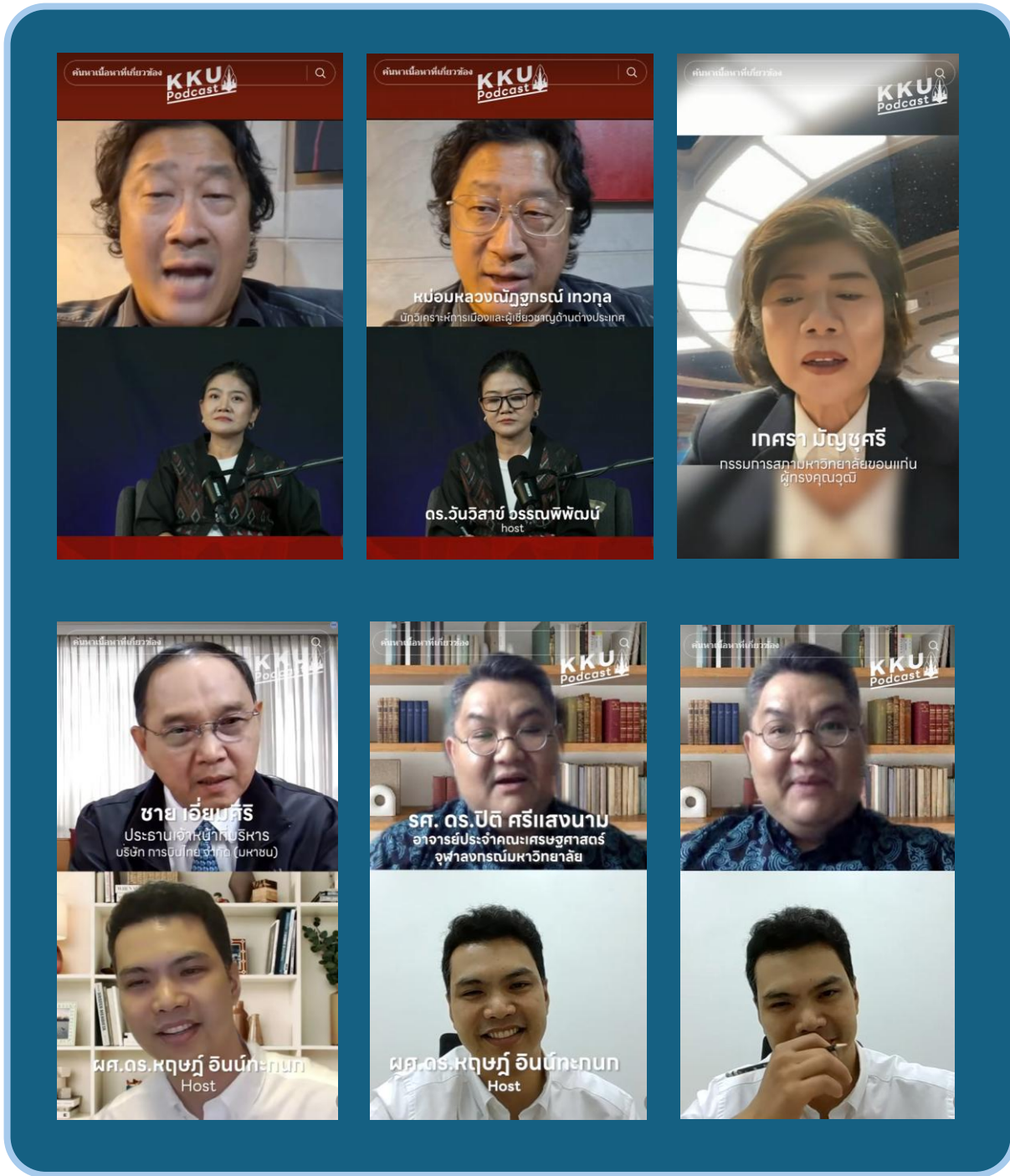


พลิกฟื้นการบินไทย สู่บทเรียนการพัฒนาและการเติบโตที่ยั่งยืน | KKU Podcast Ep 18 |



อ่านเกมกัมพูชา อำนาจ การเปลี่ยนผ่านและผลสะท้อนต่อไทย | KKU Podcast Ep 14 |

ตัวอย่างรูปแบบคลิปแนวตั้ง ที่ใช้ในวัตกรรมการผลิตรายการ KKU Podcast ในรูปแบบออนไลน์ผ่าน Google Meet



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมา

มหาวิทยาลัยขอนแก่นในฐานะสถาบันอุดมศึกษาชั้นนำของภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีพันธกิจสำคัญในการสร้างและเผยแพร่องค์ความรู้สู่สังคม ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศ กองสื่อสารองค์กรในฐานะหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร จึงได้พัฒนารูปแบบการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อตอบสนองต่อบริบทการสื่อสารยุคใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

รายการ KKU Podcast ดำเนินการผลิตในรูปแบบสนทนาระหว่างผู้ดำเนินรายการและแขกรับเชิญที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ที่เชื่อมโยงกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ทั้งด้านวิชาการ การวิจัย นวัตกรรม และการพัฒนาสังคม การนำเทคโนโลยีการประชุมออนไลน์อย่าง Google Meet มาใช้เป็นแพลตฟอร์มหลักในการถ่ายทำ ช่วยให้สามารถเข้าถึงผู้เชี่ยวชาญได้อย่างกว้างขวาง

รายการ KKU Podcast เกิดขึ้นจากแนวคิดที่ต้องการสร้างพื้นที่สนทนาเชิงวิชาการและเชิงสังคมระหว่างผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ กับกลุ่มผู้ฟังที่สนใจในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยและสังคมโดยรวม การนำรูปแบบ Podcast มาใช้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของคนรุ่นใหม่ที่ยอมรับชมและรับฟังเนื้อหาเชิงลึกผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลในชีวิตประจำวัน

กระบวนการผลิตรายการประกอบด้วย 8 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ การประสานงานแขกรับเชิญ การเตรียมระบบออนไลน์ การเตรียมระบบกล้องและเสียงในสตูดิโอ การควบคุมการถ่ายทำ การบันทึกสำรองด้วยโปรแกรม OBS การจัดเก็บไฟล์ผ่าน Google Drive การตัดต่อด้วย Adobe Premiere Pro และการเผยแพร่บนแพลตฟอร์มดิจิทัลต่างๆ ของมหาวิทยาลัย

การถ่ายทำในรูปแบบออนไลน์ผ่าน Google Meet ถือเป็นนวัตกรรมการผลิตสื่อที่ช่วยให้กองสื่อสารองค์กรสามารถเชิญผู้เชี่ยวชาญจากทั่วประเทศและต่างประเทศมาร่วมรายการได้โดยไม่มีอุปสรรคด้านระยะทาง ส่งผลให้เนื้อหาของรายการมีความหลากหลายและครอบคลุมประเด็นสำคัญได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของรายงาน

- เพื่ออธิบายกระบวนการของนวัตกรรมผลิตรายการ KKU Podcast ในรูปแบบออนไลน์ผ่าน Google Meet
- เพื่อประเมินประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตจากนวัตกรรมในแต่ละขั้นตอน รวมทั้งระบุจุดแข็ง จุดอ่อน และโอกาสในการพัฒนา

- เพื่อจัดทำเป็นเอกสารอ้างอิงและแนวปฏิบัติ (Best Practice) สำหรับทีมผู้ผลิตรายการและผู้ที่เกี่ยวข้องในอนาคต
- เพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับการพัฒนาต่อยอดนวัตกรรม เพื่อการปฏิบัติงานด้านสร้างสรรค์รายการและวิดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

1.3 สิ่งที่ได้รับจากนวัตกรรม

- รูปแบบ Online Podcast ช่วยลดต้นทุนด้านเวลาและทรัพยากรในการเดินทางของแขกรับเชิญ
- การใช้ Google Meet ร่วมกับการบันทึกสำรองด้วย OBS ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและหลากหลายของมุมมอง
- ผลผลิตครอบคลุมทั้งวิดีโอความยาวเต็มสำหรับ YouTube และวิดีโอสั้นแนวตั้งสำหรับ TikTok, YouTube Shorts และ Facebook Reels
- กระบวนการมีความยืดหยุ่นสูงและสามารถนำไปขยายผลในการผลิตเนื้อหาสื่อสารองค์กรรูปแบบอื่นๆ ได้
- พัฒนามาตรฐานเทคนิคของระบบสตูดิโอและแนวทางการใช้งานที่ชัดเจน
- ขยายฐานแขกรับเชิญทั้งในและนอกประเทศเพื่อเพิ่มความหลากหลายของเนื้อหา
- จัดทำแผนปฏิทินการผลิตรายการเพื่อความต่อเนื่องของเนื้อหา และสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน
- เพื่อขยายขีดความสามารถในการสื่อสารองค์กรอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ

1.4 คำนิยามและคำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

Podcast หมายถึง รายการสื่อดิจิทัลในรูปแบบเสียงหรือวิดีโอที่เผยแพร่ผ่านอินเทอร์เน็ต มักเป็นการสนทนาเชิงลึกในหัวข้อเฉพาะทาง

Google Meet หมายถึง แพลตฟอร์มการประชุมทางวิดีโอออนไลน์ของ Google ที่ใช้เป็นช่องทางหลักในการบันทึกรายการ

OBS (Open Broadcaster Software) หมายถึง โปรแกรมโอเพ่นซอร์สสำหรับบันทึกและถ่ายทอดสดวิดีโอ ใช้เป็นระบบบันทึกสำรองและควบคุมมุมมอง

Short-Form Video หมายถึง วิดีโอความยาวสั้นแนวตั้ง (ไม่เกิน 1-2 นาที) สำหรับแพลตฟอร์มอย่าง TikTok และ YouTube Shorts

Adobe Premiere Pro หมายถึง โปรแกรมตัดต่อวิดีโอระดับมืออาชีพที่ใช้ในกระบวนการ Post-Production

Google Drive หมายถึง พื้นที่จัดเก็บและแชร์ไฟล์บนคลาวด์ของ Google ใช้จัดการไฟล์วิดีโอหลังบันทึกรายการ

บทที่ 2

แนวคิดและหลักการที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดการผลิตรายการ Podcast เพื่อสื่อสารองค์กร

Podcast เป็นรูปแบบสื่อดิจิทัลที่เติบโตอย่างก้าวกระโดดในทศวรรษที่ผ่านมา โดยมีจุดเด่นในการนำเสนอเนื้อหาเชิงลึกในรูปแบบที่เป็นธรรมชาติ เข้าถึงได้ง่าย และสามารถรับฟัง/รับชมได้ทุกที่ทุกเวลา การนำรูปแบบ Podcast มาใช้ในการสื่อสารองค์กรของสถาบันการศึกษา สอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารสมัยใหม่หลายประการ

2.1.1 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) เป็นแนวคิดทางการสื่อสารที่อธิบายว่า ผู้รับสารมีบทบาทในการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมาย โดยเลือกเปิดรับสื่อที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการ ความสนใจ และเป้าหมายของตนเอง ทั้งในด้านการรับรู้ข้อมูล การสร้างความบันเทิง การพัฒนาตนเอง และการมีส่วนร่วมทางสังคม ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดการสื่อสารแบบดั้งเดิมที่มองว่าผู้รับสารเป็นเพียงผู้รับข้อมูลเพียงฝ่ายเดียว

ในบริบทของการผลิตรายการ Podcast รายการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับสารได้อย่างหลากหลายและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในด้านการให้ข้อมูลข่าวสารและองค์ความรู้ (Information Need) ผ่านการนำเสนอประเด็นด้านวิชาการ เทคโนโลยี นวัตกรรม การศึกษา และประเด็นร่วมสมัยที่เกี่ยวข้องกับสังคมและมหาวิทยาลัย ซึ่งช่วยให้ผู้รับชมและผู้รับฟังสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

นอกจากนี้ รายการ Podcast ยังสามารถตอบสนองความต้องการด้านความบันเทิง (Entertainment) ผ่านรูปแบบการนำเสนอที่มีความเป็นกันเอง สนทนาอย่างเป็นธรรมชาติ และมีเนื้อหาที่เข้าถึงง่าย ทำให้ผู้รับสารสามารถรับชมและรับฟังได้อย่างเพลิดเพลิน ควบคู่ไปกับการได้รับสาระความรู้ อีกทั้งยังช่วยสร้างบรรยากาศของการมีส่วนร่วมและความใกล้ชิดระหว่างผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการ และผู้รับชม

ขณะเดียวกัน รายการ Podcast ยังมีบทบาทสำคัญในการตอบสนองความต้องการด้านการพัฒนาตนเอง (Personal Development) เนื่องจากเนื้อหาหลายส่วนมุ่งเน้นการสร้างแรงบันดาลใจ การพัฒนาทักษะ การเรียนรู้แนวคิดใหม่ ๆ และการเปิดมุมมองทางความคิดให้แก่ผู้รับสาร ซึ่งสามารถช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต และกระตุ้นให้ผู้รับชมเกิดการต่อยอดองค์ความรู้หรือพัฒนาศักยภาพของตนเองได้อย่างต่อเนื่อง

จากแนวคิดดังกล่าว สามารถสะท้อนให้เห็นว่า การผลิตรายการ Podcast ที่มีเนื้อหาหลากหลายทันสมัย และสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารในยุคดิจิทัล เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร สร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชม และส่งเสริมให้สื่อดิจิทัลสามารถตอบสนองต่อพฤติกรรม การเปิดรับสื่อของผู้คนในปัจจุบันได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิผล

2.1.2 ทฤษฎีความสมบูรณ์ของสื่อ (Media Richness Theory)

ทฤษฎีความสมบูรณ์ของสื่อ (Media Richness Theory) เป็นแนวคิดทางการสื่อสารที่อธิบายถึงประสิทธิภาพของช่องทางการสื่อสารแต่ละประเภทในการถ่ายทอดข้อมูล ความหมาย และลดความคลุมเครือในการสื่อสาร โดยสื่อที่มีความสมบูรณ์สูง (Rich Media) จะสามารถถ่ายทอดข้อมูลได้หลากหลายมิติ ทั้งด้านภาพ เสียง อารมณ์ สีหน้า ท่าทาง และสามารถโต้ตอบกันได้แบบทันที (Real-time Interaction) ซึ่งช่วยให้ผู้สื่อสารและผู้รับสารเกิดความเข้าใจตรงกันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ในบริบทของการผลิตรายการ Podcast หรือการสัมภาษณ์ผ่านระบบออนไลน์ Google Meet ถือเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีความสมบูรณ์ของสื่อ (Media Richness) ในระดับสูง เนื่องจากเป็นระบบ Video Conferencing ที่สามารถส่งผ่านข้อมูลได้ทั้งภาพ เสียง และการสื่อสารเชิงอวัจนภาษา (Non-verbal Communication) เช่น สีหน้า แววตา น้ำเสียง และท่าทางของผู้ร่วมสนทนา ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้มีส่วนสำคัญในการสร้างความเข้าใจและช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ การสื่อสารผ่าน Google Meet ยังช่วยลดความคลุมเครือในการสื่อสาร (Equivocality) ระหว่างผู้ดำเนินรายการและแขกรับเชิญได้เป็นอย่างดี เนื่องจากสามารถโต้ตอบ ชักถาม และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้แบบทันที ทำให้สามารถอธิบายประเด็นที่ซับซ้อนหรือประเด็นที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อนได้อย่างชัดเจนและรวดเร็ว

อีกทั้ง การใช้ระบบ Video Conferencing ยังช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นในการดำเนินรายการ โดยสามารถเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ หรือแขกรับเชิญจากหลากหลายพื้นที่ ทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ เข้าร่วมรายการได้อย่างสะดวก โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางมายังสถานที่ถ่ายทำจริง ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงองค์ความรู้ มุมมอง และประสบการณ์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

จากแนวคิดดังกล่าว สามารถสะท้อนให้เห็นว่า การเลือกใช้สื่อหรือเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีความสมบูรณ์ของสื่อสูง เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร การสร้างปฏิสัมพันธ์ และการถ่ายทอดเนื้อหาให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในบริบทของการผลิตสื่อดิจิทัลและรายการ Podcast ในยุคปัจจุบัน ที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบโต้ตอบและการเข้าถึงผู้รับสารในวงกว้างผ่านเทคโนโลยีออนไลน์

2.1.3 ทฤษฎีการขนส่งเรื่องเล่า (Narrative Transportation Theory)

ทฤษฎีการขนส่งเรื่องเล่า (Narrative Transportation Theory) เป็นแนวคิดทางการสื่อสารที่อธิบายว่า ผู้รับสารสามารถ “ถูกพาเข้าสู่โลกของเรื่องเล่า” ผ่านกระบวนการรับสารที่มีความต่อเนื่องและมีอารมณ์ร่วม จนเกิดความรู้สึกเสมือนอยู่ภายในเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่กำลังนำเสนอ ซึ่งส่งผลให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจ จดจำ และคล้อยตามเนื้อหาได้ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

ในบริบทของการผลิตรายการ Podcast การนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบการสนทนาที่เป็นธรรมชาติ เป็นกันเอง และมีลักษณะคล้ายการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ดำเนินรายการกับ

แขกรับเชิญ สามารถสร้าง “ประสบการณ์การเดินทาง” (Transportation Experience) ให้แก่ผู้รับชมและผู้รับฟังได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากผู้รับสารจะรู้สึกเสมือนเข้าไปอยู่ในบทสนทนาหรือร่วมรับฟังเรื่องราวและประสบการณ์จากผู้ร่วมรายการโดยตรง

ลักษณะการสื่อสารดังกล่าวช่วยให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วม (Engagement) และสามารถดูดซับเนื้อหาได้อย่างลึกซึ้งมากกว่าการนำเสนอข่าวสารหรือข้อมูลในรูปแบบทางการ เนื่องจากการเล่าเรื่องผ่านบทสนทนาจะช่วยลดความตึงเครียดของเนื้อหา ทำให้ผู้รับสารเข้าถึงประเด็นต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น และสามารถเชื่อมโยงเนื้อหาเกี่ยวกับประสบการณ์หรือมุมมองของตนเองได้อย่างเป็นธรรมชาติ

นอกจากนี้ การเล่าเรื่องผ่านรูปแบบ Podcast ยังช่วยสร้างอารมณ์ร่วม ความรู้สึกใกล้ชิด และความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ดำเนินรายการและแขกรับเชิญ โดยเฉพาะเมื่อมีการถ่ายทอดประสบการณ์จริง มุมมองทางวิชาการ หรือเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับสังคมและชีวิตประจำวัน ซึ่งสามารถกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดการคิด วิเคราะห์ และต่อยอดองค์ความรู้จากเนื้อหาที่ได้รับ

ขณะเดียวกัน รูปแบบการเล่าเรื่องที่มีความต่อเนื่อง มีจังหวะการสนทนาที่เป็นธรรมชาติ และเปิดโอกาสให้ผู้ร่วมรายการได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างอิสระ ยังช่วยเพิ่มระยะเวลาในการรับชมและการติดตามเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง อันเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความผูกพันระหว่างผู้ผลิตสื่อกับผู้รับสารในยุคดิจิทัล

จากแนวคิดดังกล่าว สามารถสะท้อนให้เห็นว่า การผลิตรายการ Podcast ที่ให้ความสำคัญกับการเล่าเรื่อง การสร้างบรรยากาศการสนทนา และการสร้างอารมณ์ร่วมกับผู้ชมเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร ถ่ายทอดองค์ความรู้ได้อย่างลึกซึ้ง และสร้างการมีส่วนร่วมของผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพในบริบทของสื่อดิจิทัลยุคปัจจุบัน

2.2 เทคโนโลยีและเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต

เครื่องมือ/ซอฟต์แวร์	ประเภท	บทบาทในการผลิต
Google Meet	แพลตฟอร์มออนไลน์	ช่องทางหลักในการถ่ายทำและสนทนากับแขกรับเชิญ
OBS Studio	โปรแกรมบันทึกวิดีโอ	บันทึกสำรองและจัดการมุกกล้องหลากหลาย
Adobe Premiere Pro	โปรแกรมตัดต่อ	ตัดต่อวิดีโอขั้นสุดท้าย ใส่กราฟิก Lower Third และ Intro
Adobe After Effects	โปรแกรมกราฟิกเคลื่อนไหว	สร้างกราฟิก Motion Intro และ Lower Third
Adobe Photoshop	โปรแกรมกราฟิก	ออกแบบ Thumbnail และกราฟิกประกอบรายการ
Google Drive	ระบบจัดเก็บคลาวด์	จัดเก็บและแชร์ไฟล์วิดีโอสำหรับทีมงาน
YouTube Studio	แพลตฟอร์มเผยแพร่	เผยแพร่วิดีโอความยาวเต็มและ YouTube Shorts
TikTok Studio	แพลตฟอร์มเผยแพร่	เผยแพร่วิดีโอสั้นแนวตั้งสำหรับแพลตฟอร์ม TikTok

2.3 มาตรฐานและแนวปฏิบัติการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อการสื่อสารองค์กร

การผลิตรายการ KCU Podcast ยึดแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับมาตรฐานในการผลิตสื่อดิจิทัล ทั้งในด้านกระบวนการผลิต คุณภาพทางเทคนิค และการนำเสนอเนื้อหาที่มีคุณค่าและน่าเชื่อถือ โดยให้ความสำคัญกับทุกขั้นตอนตั้งแต่การวางแผนเนื้อหา การบันทึกเสียงและภาพ การตัดต่อ ไปจนถึงการเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ

นอกจากนี้ กระบวนการผลิตยังให้ความสำคัญกับแนวทางการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นอย่างเคร่งครัด ครอบคลุมการใช้ตราสัญลักษณ์ (Logo) ที่ถูกต้องตามระเบียบที่มหาวิทยาลัยกำหนด การใช้สีประจำมหาวิทยาลัย อย่างสม่ำเสมอในทุกองค์ประกอบ ทั้งกราฟิกประกอบรายการ ภาพปก (Thumbnail) และป้ายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ (Lower Third) รวมถึงการเลือกใช้รูปแบบตัวอักษรและการจัดวางองค์ประกอบที่สะท้อนความเป็นมืออาชีพและเอกลักษณ์

ในด้านคุณภาพของเนื้อหา รายการ KCU Podcast มุ่งนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง มีความลึก และสอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยในด้านการศึกษา การวิจัย และการบริการสังคม โดยคัดสรรประเด็น

และแขกรับเชิญที่มีความเชี่ยวชาญ เพื่อให้เนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายทั้งในระดับนักศึกษา บุคลากร และสาธารณชนทั่วไป สอดคล้องกับการรับรู้และการชี้นำทางสังคม

แนวปฏิบัติเหล่านี้มีเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ที่สอดคล้องและต่อเนื่อง (Consistent Brand Recognition) ในทุกช่องทางการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็น YouTube, Facebook, TikTok หรือแพลตฟอร์มอื่น ๆ ที่มหาวิทยาลัยใช้เผยแพร่รายการ เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่เป็นหนึ่งเดียวของ มหาวิทยาลัยขอนแก่นในพื้นที่สื่อดิจิทัล

บทที่ 3

กระบวนการและขั้นตอนการใช้บัณฑิตกรรม

นวัตกรรมการผลิตรายการ KKU Podcast รูปแบบออนไลน์ โดยใช้ Google Meet มีกระบวนการและขั้นตอนการผลิตรายการ KKU Podcast แบ่งออกเป็น 3 ระยะหลัก ได้แก่ ระยะก่อนการผลิต (Pre-Production) ระยะระหว่างการผลิต (Production) และระยะหลังการผลิต (Post-Production) โดยแต่ละระยะมีขั้นตอนและรายละเอียดดังต่อไปนี้

ระยะที่ 1 : ก่อนการผลิต (Pre-Production)

ขั้นตอนที่ 1 การประสานงานและติดต่อแขกรับเชิญหรือผู้เชี่ยวชาญ

การประสานงานแขกรับเชิญถือเป็นขั้นตอนแรกและมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อคุณภาพและความสำเร็จของรายการ กองสื่อสารองค์กรดำเนินการคัดเลือกและติดต่อแขกรับเชิญอย่างเป็นระบบตามขั้นตอนดังนี้

การคัดเลือกแขกรับเชิญ

- วิเคราะห์ประเด็นที่ต้องการนำเสนอตามแผนการผลิตรายการและความเชื่อมโยงกับพันธกิจของมหาวิทยาลัย ประเด็นที่มีผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง
- ระบุผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และความน่าเชื่อถือในประเด็นนั้นๆ
- จัดลำดับความสำคัญของแขกรับเชิญโดยพิจารณาความหลากหลายของมุมมองและกลุ่มเป้าหมายผู้ชม

การติดต่อและประสานงาน

- ส่งหนังสือเชิญอย่างเป็นทางการหรือติดต่อทางโทรศัพท์/อีเมล ระบุวัตถุประสงค์ของรายการและหัวข้อที่จะสนทนา
- นำเสนอ Brief ของรายการ ประกอบด้วยชื่อรายการ แนวคิด กลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการเผยแพร่
- กำหนดวัน เวลา และระยะเวลาในการบันทึกการร่วมกับแขกรับเชิญ
- แจกรายละเอียดทางเทคนิคที่แขกรับเชิญต้องเตรียมพร้อม เช่น การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต กล้อง และไมโครโฟน
- ส่งประเด็นคำถามล่วงหน้าให้แขกรับเชิญเพื่อเตรียมความพร้อมด้านเนื้อหา

การเตรียมเนื้อหาสำหรับผู้ดำเนินรายการ

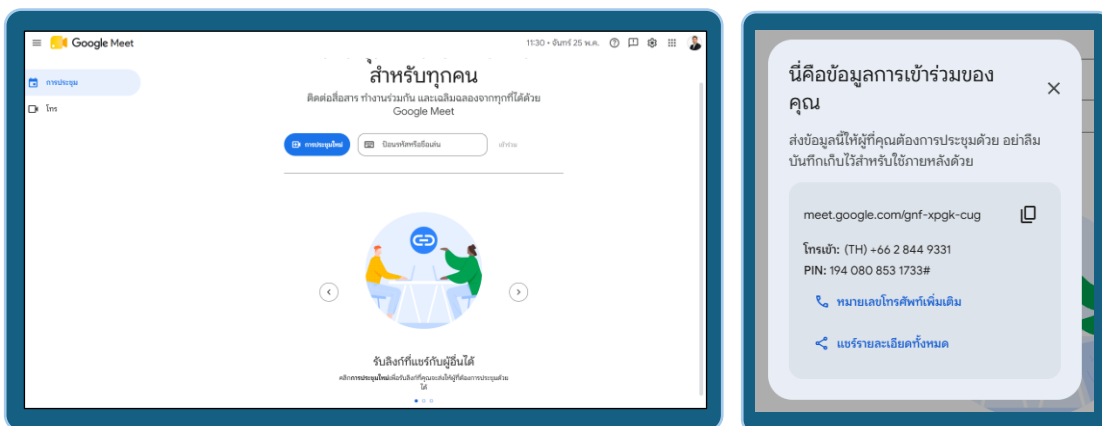
- ค้นคว้าข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับแขกรับเชิญและประเด็นที่จะสนทนา
- จัดทำ Script หรือ Outline การสนทนาเพื่อให้รายการมีทิศทางที่ชัดเจน
- เตรียมคำถามสำรองสำหรับกรณีที่การสนทนาไม่เป็นไปตามแผน

ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมระบบ Google Meet และกำหนดวันเวลาการบันทึก

ผู้รับผิดชอบการผลิตจะดำเนินการเข้าระบบ Google Meet เพื่อสร้างลิงก์ Video Call และกำหนดรายละเอียดการประชุมตามข้อตกลงกับแขกรับเชิญ โดยมีรายละเอียดดังนี้

การสร้างและตั้งค่า Google Meet

- สร้าง Meeting Room บน Google Meet ผ่าน Google Calendar หรือ Google Meet โดยตรง
- กำหนดชื่อการประชุมที่ระบุชื่อรายการและหัวข้อตอนอย่างชัดเจน
- ตั้งค่าสิทธิ์การเข้าถึง (Host Controls) เพื่อควบคุมผู้เข้าร่วมและการแสดงผล
 - ส่งลิงก์และ Meeting ID ให้แขกรับเชิญพร้อมคำแนะนำการเข้าร่วม



การกำหนดเวลาการบันทึก

- กำหนดเวลานัดหมายล่วงหน้าก่อนเริ่มบันทึกรายการจริง 15-20 นาที เพื่อให้ทีมงานและแขกรับเชิญมีเวลาในการทดสอบระบบ ปรับแต่งกล้องและเสียง และซักซ้อมรายละเอียดการดำเนินรายการ
- ช่วง 15-20 นาทีก่อนบันทึก ทดสอบระบบภาพและเสียงกับแขกรับเชิญ, แนะนำทีมงาน, ทบทวนประเด็นของรายการ
- กำหนดสัญญาณเริ่ม-หยุดการบันทึก และวิธีการสื่อสารกับแขกรับเชิญระหว่างการบันทึก
- แจ้งขั้นตอนกรณีเกิดปัญหาทางเทคนิคระหว่างการบันทึก

ระยะที่ 2 : ระหว่างการผลิต (Production)

ขั้นตอนที่ 3 การเตรียมระบบกล้อง เสียง และสตูดิโอสำหรับการถ่ายทำออนไลน์

การเตรียมความพร้อมด้านเทคนิคของสตูดิโอถือเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดคุณภาพขั้นสุดท้ายของรายการ ทีมเทคนิคดำเนินการเตรียมระบบดังนี้

อุปกรณ์ที่ใช้ถ่ายทำ ประกอบด้วย

- กล้อง Sony A7IV จำนวน 1 เครื่อง
- ไฟสตูดิโอสองดวง จำนวน 2 ตัว
- จอมอนิเตอร์ จำนวน 1 เครื่อง
- ไมโครโฟน รูปแบบ ไดนามิก จำนวน 1 ตัว
- มิกเซอร์สำหรับจัดการเสียง จำนวน 1 ตัว
- คอมพิวเตอร์ จำนวน 2 เครื่อง (สำหรับใช้งาน Google Meet จำนวน 1 เครื่อง และ ใช้งาน OBS จำนวน 1 เครื่อง)



ระบบกล้อง

- ติดตั้งและปรับตั้งกล้องหลัก (Primary Camera) สำหรับถ่ายผู้ดำเนินรายการในสตูดิโอ
- ปรับค่า White Balance, Exposure และ Focus ให้เหมาะสมกับสภาพแสงในสตูดิโอ
- ตรวจสอบมุมมองกล้องและเฟรมภาพให้ได้สัดส่วนที่เหมาะสมสำหรับการบันทึกวีดิทัศน์
- เชื่อมต่อสัญญาณกล้องเข้ากับระบบ Google Meet และคอมพิวเตอร์หลักของสตูดิโอ

ระบบเสียง

- ตรวจสอบและปรับค่าไมโครโฟนให้ได้คุณภาพเสียงที่ชัดเจน ปราศจากเสียงรบกวน
- ตั้งค่า Audio Mixer เพื่อควบคุมระดับเสียงของผู้ดำเนินรายการและเสียงจาก Google Meet
- ทดสอบระบบเสียงร่วมกับผู้ดำเนินรายการและทีมงาน เพื่อให้แน่ใจว่าไม่มีปัญหาเสียง Echo หรือ

Feedback

- ตั้งค่าการ Routing เสียงให้ถูกต้อง โดยเสียงจาก Google Meet ต้องไหลเข้าสู่ระบบบันทึกอย่างสมบูรณ์

การทดสอบระบบก่อนบันทึก

- ทดสอบการเชื่อมต่อและคุณภาพภาพและเสียงกับแขกรับเชิญผ่าน Google Meet
- ทดสอบการทำงานของโปรแกรม OBS ทั้งการบันทึกและ Preview
- ตรวจสอบพื้นที่จัดเก็บข้อมูลในคอมพิวเตอร์ให้เพียงพอสำหรับการบันทึก
- ทดสอบการ Upload ไฟล์ขึ้น Google Drive เพื่อให้แน่ใจว่าระบบทำงานได้ปกติ

ขั้นตอนที่ 4 การควบคุมการถ่ายทำและจัดการระบบ Google Meet

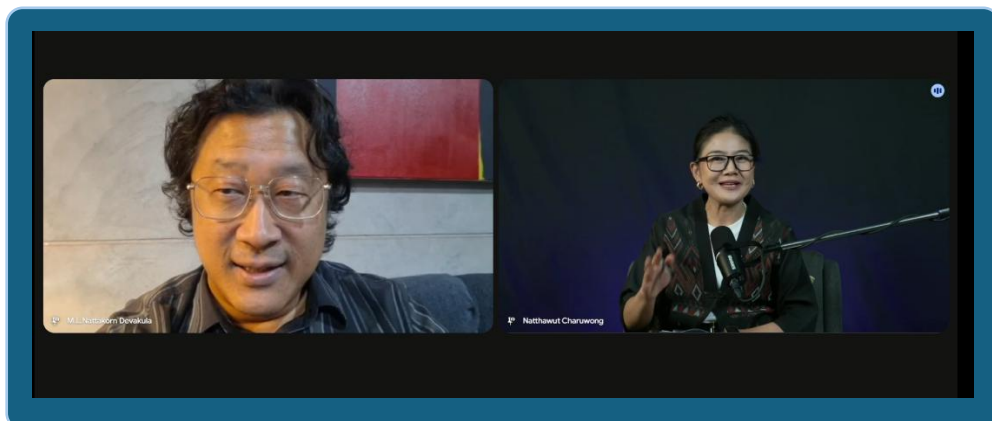
ในระหว่างการถ่ายทำ ผู้ควบคุมหลัก (Technical Director) มีบทบาทสำคัญในการควบคุมทุกระบบให้ทำงานประสานกันอย่างราบรื่น โดยมีหน้าที่รับผิดชอบดังนี้

การควบคุมหน้าจอ Google Meet

- จัดการมุมมองการแสดงผล (View) บน Google Meet ให้แสดงหน้าของแขกรับเชิญและผู้ดำเนินรายการในตำแหน่งที่เหมาะสม

- ควบคุม Layout การแสดงผล เช่น แบบ Spotlight, Tiled หรือ Sidebar เพื่อให้ได้ภาพที่ต้องการ

- จัดการการเปิด-ปิดไมโครโฟนและกล้องของผู้เข้าร่วมที่ไม่ใช่แขกรับเชิญเพื่อลดสัญญาณรบกวน



การควบคุมระบบเสียง

- ติดตามและปรับระดับเสียงของทั้งสองฝ่ายให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมตลอดการบันทึก
- แก้ไขปัญหาเสียงที่เกิดขึ้นระหว่างการบันทึกอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

การสื่อสารกับทีมงาน

- ประสานงานกับผู้ดำเนินรายการผ่านสัญญาณมือหรือระบบสื่อสารภายใน (Intercom) ในกรณีที่เป็น
- แจ้งเวลาที่เหลือให้ผู้ดำเนินรายการทราบเพื่อควบคุม Pace ของรายการ

ขั้นตอนที่ 5 การบันทึกสำรองด้วยโปรแกรม OBS

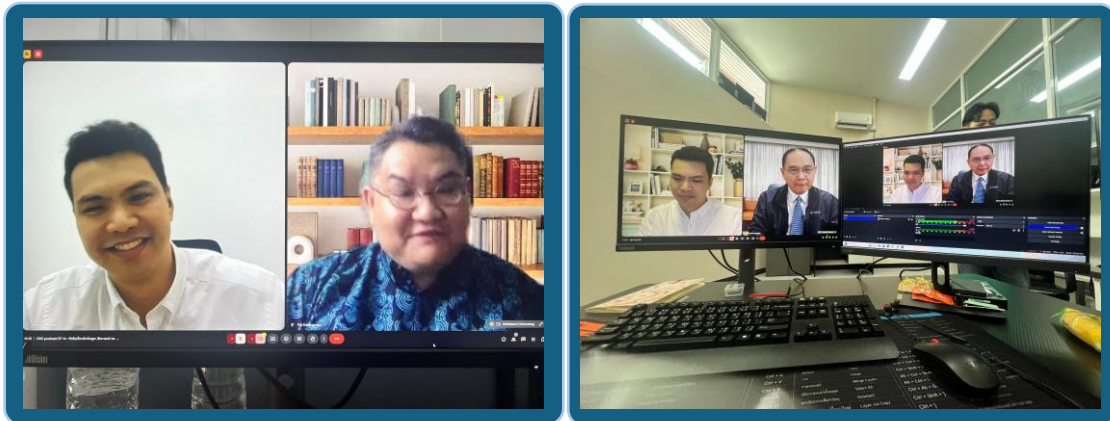
นอกจากการบันทึกโดย Google Meet แล้ว ยังดำเนินการบันทึกสำรองผ่านโปรแกรม OBS Studio (Open Broadcaster Software) พร้อมกันอีกช่องทางหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์และข้อดีในการป้องกันการสูญเสียข้อมูลในกรณีที่ระบบ Google Meet เกิดขัดข้องหรือมีปัญหาการเชื่อมต่อ ให้ได้ไฟล์วิดีโอที่มีคุณภาพสูงและควบคุมค่าการบีบอัดข้อมูล (Codec/Bitrate) ได้โดยตรง และสร้างมุกกล้องที่หลากหลายสำหรับนำไปใช้ในการตัดต่อ โดย OBS สามารถบันทึกเฉพาะส่วนของหน้าจอที่ต้องการได้



การตั้งค่า OBS สำหรับการบันทึก Podcast

- ตั้งค่า Scene และ Source ให้ Capture หน้าต่าง Google Meet ในขนาดและตำแหน่งที่เหมาะสม โดยใช้ค่า Resolution 1920x1080 px ขึ้นไป ภาพใช้ 30 เฟรมเรทต่อวินาที เพื่อความคมชัดในการบันทึก
- กำหนดค่า Output ให้บันทึกในรูปแบบ MP4 ด้วยคุณภาพสูงสุดที่ระบบรองรับ

- ตั้งค่า Audio Mixer ใน OBS ให้บันทึกเสียงจากทั้งไมโครโฟนของสตูดิโอและเสียงจาก Google Meet
- ตรวจสอบการทำงานของ OBS ก่อนเริ่มบันทึกจริงทุกครั้ง



ระยะที่ 3 หลังการผลิต (Post-Production) และการเผยแพร่

ขั้นตอนที่ 6 การจัดเก็บและจัดการไฟล์ผ่าน Google Drive

หลังจากการบันทึกรายการเสร็จสิ้น ระบบจะดำเนินการจัดเก็บไฟล์วิดีโออย่างเป็นระบบเพื่อให้ทีมงานสามารถเข้าถึงและนำไปใช้ในขั้นตอนต่อไปได้อย่างสะดวก

การ Upload ไฟล์ Google Meet

- ไฟล์วิดีโอที่บันทึกโดย Google Meet จะถูก Upload ขึ้น Google Drive โดยอัตโนมัติหลังการประชุมสิ้นสุด
- ตรวจสอบความสมบูรณ์ของไฟล์โดยดูจากขนาดไฟล์และทดลองเปิดเล่น
- จัดการโฟลเดอร์ใน Google Drive ให้มีโครงสร้างที่ชัดเจน เช่น แยกตามชื่อตอน วันที่ และประเภทไฟล์

การจัดการไฟล์ OBS

- Transfer ไฟล์ที่บันทึกโดย OBS ขึ้น Google Drive ในโฟลเดอร์เดียวกันกับไฟล์ Google Meet
- ตั้งชื่อไฟล์ให้เป็นระบบ เช่น [ชื่อรายการ]_[หมายเลขตอน]_[วันที่]_[ประเภทไฟล์]
- แชร์ไฟล์ให้กับผู้ติดต่อและทีมที่เกี่ยวข้องพร้อมกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงที่เหมาะสม

ขั้นตอนที่ 7 การตัดต่อและผลิตวิดีโอด้วย Adobe Premiere Pro

การตัดต่อถือเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการ Post-Production ที่กำหนดคุณภาพขั้นสุดท้ายของรายการ ผู้ตัดต่อดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

การเตรียมโครงการ (Project Setup)

- นำเข้าไฟล์วิดีโอทั้งจาก Google Meet และ OBS เข้าสู่ Adobe Premiere Pro
- สร้าง Sequence ที่มีค่าความละเอียดและ Frame Rate ที่เหมาะสมสำหรับแพลตฟอร์มเป้าหมาย
- จัดระเบียบ Asset ใน Project Panel แยกตามประเภท เช่น Video, Audio, Graphics

การเรียบเรียงและตัดต่อเนื้อหา (Content Editing)

- ดูวิดีโอทั้งหมดเพื่อทำ Log และคัดเลือก Take ที่ดีที่สุด
- ตัดส่วนที่ไม่ต้องการออก เช่น ช่วงรอ ช่วงเตรียมตัว หรือส่วนที่มีปัญหาทางเทคนิค
- สลับมุมมองระหว่างภาพของผู้ดำเนินรายการ (สตูดิโอ) และแขกรับเชิญ (Google Meet) ให้เป็นธรรมชาติ
- ปรับความเร็วของการสนทนาให้กระชับและน่าสนใจตลอดทั้งรายการ

การใส่กราฟิกและองค์ประกอบภาพ

- ใส่ Intro Sequence ที่แสดงชื่อรายการ KKU Podcast และหัวข้อตอน
- ใส่ Lower Third แสดงชื่อและตำแหน่ง/ความเชี่ยวชาญของแขกรับเชิญและผู้ดำเนินรายการ
- ใส่ Title Card สำหรับประเด็นสำคัญหรือช่วงเปลี่ยนหัวข้อ
- ใส่ Outro Sequence พร้อมข้อมูลช่องทางติดตามและโลโก้มหาวิทยาลัย

การปรับแต่งเสียง (Audio Finishing)

- ปรับระดับเสียงให้สม่ำเสมอตลอดทั้งรายการ (Audio Normalization)
- กำจัดเสียงรบกวนและปรับปรุงคุณภาพเสียงด้วยเครื่องมือ Noise Reduction
- ใส่ดนตรีประกอบ (Background Music) ในช่วง Intro, Outro และช่วงเปลี่ยนหัวข้อ

การผลิตวิดีโอสองรูปแบบ

- วิดีโอความยาวเต็ม (Long-Form Video) ตัดต่อครบทุกประเด็นในระยะเวลาเหมาะสมสำหรับ YouTube และเว็บไซต์มหาวิทยาลัย

- วิดีโอสั้นแนวตั้ง (Short-Form Vertical Video) คัดประเด็นที่น่าสนใจ ตัดต่อและปรับ Format เป็นแนวตั้ง (9:16) ความยาวไม่เกิน 1-2 นาที สำหรับ TikTok, YouTube Shorts, Facebook Reels

ขั้นตอนที่ 8 การเผยแพร่บนแพลตฟอร์มดิจิทัลของมหาวิทยาลัย

การเผยแพร่เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่นำเนื้อหาที่ผ่านการผลิตไปสู่กลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางต่างๆ อย่างครอบคลุม

วิดีโอความยาวเต็ม

แพลตฟอร์ม	รูปแบบวิดีโอ	กลุ่มเป้าหมาย
YouTube	Landscape 16:9 ความยาวเต็ม	นักศึกษา บุคลากร และผู้สนใจทั่วไป
เว็บไซต์ KKU (kku.ac.th)	Embed YouTube พร้อม Transcript	ผู้เข้าชมเว็บไซต์มหาวิทยาลัย

วิดีโอสั้นแนวตั้ง

แพลตฟอร์ม	Format	ความยาว	จุดเด่น
TikTok	Portrait 9:16	≤ 2 นาที	อัลกอริทึมเข้าถึงสูง และเป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมจากคนทุกกลุ่มอายุ
YouTube Shorts	Portrait 9:16	≤ 60 วินาที	ผู้ชม YouTube เดิม และเป็นทางเลือกให้เข้าถึงได้หลากหลาย
Facebook Reels	Portrait 9:16	≤ 90 วินาที	ฐานผู้ติดตาม Facebook และ อัลกอริทึมเข้าถึงสูง

ขั้นตอนการเผยแพร่

- จัดทำ Thumbnail ที่ดึงดูดความสนใจและสอดคล้องกับอัตลักษณ์ภาพของรายการ
- เขียน Title, Description และ Tags ที่เหมาะสมสำหรับ SEO ในแต่ละแพลตฟอร์ม
- กำหนดเวลาการเผยแพร่ (Scheduled Publishing) ให้ตรงกับช่วงเวลาที่กลุ่มเป้าหมายใช้งานแพลตฟอร์มมากที่สุด
- ประชาสัมพันธ์รายการผ่านช่องทาง Social Media อื่นๆ ของมหาวิทยาลัย
- ติดตามและวิเคราะห์ผลการเข้าชม (Analytics) เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์การเผยแพร่ในครั้งต่อไป

บทที่ 4 สรุปกระบวนการนวัตกรรม

4.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths)

กระบวนการของนวัตกรรมการผลิตรายการ KKU Podcast รูปแบบออนไลน์ โดยใช้ Google Meet มีจุดแข็งที่สำคัญหลายประการดังนี้

- **ความยืดหยุ่นสูง** สามารถเชิญแขกรับเชิญจากทุกภูมิภาคทั้งในและต่างประเทศได้โดยไม่มีข้อจำกัดระยะทางและพื้นที่ ช่วยขยายขอบเขตเนื้อหาและมุมมองของรายการ
- **ประหยัดทรัพยากร** ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและที่พักของแขกรับเชิญ ทำให้สามารถผลิตรายการได้บ่อยครั้งขึ้นในงบประมาณเดิม
- **ความน่าเชื่อถือด้านเทคนิค** การใช้ระบบบันทึกสำรองด้วย OBS ควบคู่กับ Google Meet ช่วยลดความเสี่ยงจากความผิดพลาดทางเทคนิคได้
- **ผลผลิตครบคลุม** กระบวนการผลิตสร้างเนื้อหาสำหรับหลายแพลตฟอร์มพร้อมกัน ทั้งวิดีโอความยาวเต็มและวิดีโอสั้น ทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดจากการผลิตครั้งเดียว
- **มาตรฐานคุณภาพ** การใช้ Adobe Premiere Pro และโปรแกรมในตระกูล Adobe ช่วยให้ได้ผลงานในระดับมืออาชีพ

4.2 การวิเคราะห์จุดอ่อนและความท้าทาย (Weaknesses & Challenges)

- **คุณภาพภาพและเสียงขึ้นอยู่กับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตของแขกรับเชิญ** หากแขกรับเชิญมีการเชื่อมต่อที่ไม่เสถียร อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของภาพและเสียง ซึ่งเป็นสิ่งที่ทีมงานไม่สามารถควบคุมได้อย่างสมบูรณ์
 - **ข้อจำกัดด้านสภาพแวดล้อมของแขกรับเชิญ** พื้นหลัง แสง และสภาพแวดล้อมของแขกรับเชิญอาจไม่ได้มาตรฐานเท่ากับสตูดิโอ
 - **ความซับซ้อนของกระบวนการ** ต้องใช้บุคลากรที่มีทักษะหลากหลายและต้องประสานงานกันอย่างใกล้ชิด
 - **เวลาที่ใช้ในการผลิต** กระบวนการตัดต่อและผลิตวิดีโอสองรูปแบบต้องใช้เวลาอย่างมาก เนื่องจากต้องมีการเพิ่มรายละเอียด เช่น กราฟิก พื้นหลังของวิดีโอทัศน์ รวมทั้งปรับแต่งแสงให้เหมาะสมก่อนทำการเผยแพร่

4.3 การวิเคราะห์โอกาสในการพัฒนา (Opportunities)

- **ขยายรูปแบบเนื้อหา** นำเสนอในรูปแบบ Panel Discussion ที่มีแขกรับเชิญที่มีความหลากหลาย สร้างการติดต่อเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น

- บูรณาการกับงานวิชาการ เชื่อมโยงรายการกับงานวิจัยและโครงการวิชาการของมหาวิทยาลัย เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มในมิติด้านการถ่ายทอดความรู้
- พัฒนาระบบ Analytics ลงทุนในเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลผู้ชมเพื่อพัฒนาเนื้อหาให้ตรงกับความ ต้องการมากยิ่งขึ้น

4.4 ตารางสรุปประสิทธิภาพกระบวนการผลิตรายการ KKU Podcast รูปแบบออนไลน์ โดยใช้ Google Meet

ขั้นตอน	ระยะเวลาโดยประมาณ	ระดับความซับซ้อน	ผลกระทบต่อคุณภาพ
ประสานงานแขกรับเชิญ	7-20 วัน	ปานกลาง	สูงมาก
เตรียมระบบ Google Meet	15-20 นาที	ต่ำ	ปานกลาง
เตรียมระบบสตูดิโอ	1-2 ชั่วโมง	สูง	สูงมาก
ควบคุมการถ่ายทำ	ตามระยะเวลารายการ	สูง	สูงมาก
บันทึกสำรอง OBS	ตลอดการบันทึก	ต่ำ	สูง
จัดการไฟล์ Google Drive	30-60 นาที	ต่ำ	ปานกลาง
ตัดต่อและผลิตวิดีโอ	1-3 วัน	สูงมาก	สูงมาก
เผยแพร่บนแพลตฟอร์ม	2-4 ชั่วโมง	ปานกลาง	สูง

บทที่ 5 แนวทางการพัฒนาและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปนวัตกรรมการผลิตรายการ KKU Podcast รูปแบบออนไลน์ โดยใช้ Google Meet

กระบวนการนวัตกรรมการผลิตรายการ KKU Podcast รูปแบบออนไลน์ โดยใช้ Google Meet ที่กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น ดำเนินการอยู่นี้ แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่เข้ากับกระบวนการสร้างสรรค์สื่อเพื่อการสื่อสารองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ การออกแบบกระบวนการที่ครอบคลุมทั้ง 8 ขั้นตอน ตั้งแต่การประสานงานแขกรับเชิญจนถึงการเผยแพร่บนแพลตฟอร์มดิจิทัล สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นระบบและมาตรฐานในการปฏิบัติงานของทีมงาน ขณะเดียวกัน การใช้เทคโนโลยีในหลายระดับ ทั้ง Google Meet, OBS, Adobe Premiere Pro และแพลตฟอร์มเผยแพร่ต่างๆ แสดงให้เห็นถึงความสามารถทางด้านเทคนิคที่สูงของทีมผู้ผลิต

5.2 แนวทางการพัฒนา

- **ด้านคุณภาพสื่อ** การใช้ระบบบันทึกสำรองและการใช้โปรแกรมระดับมืออาชีพในการตัดต่อ สอดคล้องกับมาตรฐานการผลิตสื่อดิจิทัลระดับสากล ซึ่งให้ความสำคัญกับการมีแผนสำรองและการควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอน
- **ด้านการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย** กลยุทธ์การเผยแพร่บนหลายแพลตฟอร์ม (Multi-Platform Distribution) สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของคนรุ่นใหม่ที่กระจายตัวอยู่ในแพลตฟอร์มที่หลากหลาย
- **ด้านประสิทธิภาพการทำงาน** การผลิตเนื้อหาในรูปแบบที่สามารถนำไปปรับใช้ในหลายแพลตฟอร์มจากการบันทึกครั้งเดียว (Content Repurposing) ถือเป็นแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร

5.3 ข้อเสนอแนะ

- จัดทำคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงาน (SOP) สำหรับแต่ละขั้นตอนของการผลิตรายการ เพื่อให้บุคลากรทุกคนในทีมสามารถปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานเดียวกัน
- พัฒนา Checklist สำหรับการเตรียมความพร้อมก่อนบันทึกรายการ เพื่อลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น
- จัดอบรมทักษะเทคนิคเพิ่มเติมให้กับทีมงาน โดยเฉพาะด้านการจัดการเสียงและการใช้ OBS
- สร้าง Template มาตรฐานสำหรับ Lower Third, Intro และ Outro เพื่อความสอดคล้องของ Branding

- ลงทุนในอุปกรณ์เสริมคุณภาพสูง เช่น กล้องถ่ายทำ ไมโครโฟน และระบบแสงสตูดิโอ เพื่อยกระดับคุณภาพภาพและเสียง
- กำหนดแผนปฏิทินการผลิตรายการล่วงหน้า (Content Calendar) อย่างน้อย 1 ไตรมา
- พิจารณาปรับปรุงสตูดิโอให้รองรับการถ่ายทำแบบ Hybrid ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- ขยายรูปแบบรายการ เช่น การจัดทำ Series หรือ Season ที่มีธีมเนื้อหาเฉพาะ
- พัฒนาความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและองค์กรอื่นๆ ในการร่วมผลิตรายการ (Co-Production)

