

Feng Yanping. (2569) การจัดการนวัตกรรมการถ่ายภาพในยุคหลอมรวมสื่อในประเทศจีน. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร). จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี, พร.ด.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการจัดการนวัตกรรมการถ่ายภาพในยุคหลอมรวมสื่อของประเทศจีน 2) วิเคราะห์ปัจจัยด้านเทคโนโลยี สังคม และเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการจัดการนวัตกรรมการถ่ายภาพ และ 3) เสนอแนวทางการพัฒนาการจัดการนวัตกรรมการถ่ายภาพให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสื่อดิจิทัล การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 278 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี และมีประสบการณ์การถ่ายภาพมากกว่า 5 ปี ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการใช้ AI และเทคโนโลยีดิจิทัลในการถ่ายภาพไม่ได้จำกัดอยู่เพียงผู้เริ่มต้น แต่ยังได้รับการยอมรับจากมืออาชีพที่ต้องการยกระดับความคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะการพัฒนา AI การประมวลผลภาพ และการเชื่อมต่อเครือข่ายความเร็วสูง มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการจัดการนวัตกรรมการถ่ายภาพ ในขณะที่ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจมีบทบาทรองลงมา

คำสำคัญ : การจัดการนวัตกรรม, การถ่ายภาพ, ยุคหลอมรวมสื่อ, เทคโนโลยีดิจิทัล, ประเทศจีน

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Feng Yanping. (2026). **Management of Photographic Innovation in the Era of Media Convergence in China**. Thesis M.Com.Arts. (Communication Innovation Management). Chanthaburi : Rambhai Barni Rajabhat University. Principal Thesis Advisor : Assistant Professor Dr. Chamroen Kangkasri, Ph.D.

Abstract

This research aimed to: 1) examine the level of photographic innovation management in the era of media convergence in China; 2) analyze technological, social, and economic factors influencing photographic innovation management; and 3) propose approaches for developing photographic innovation management in accordance with digital media transformation. The study employed a quantitative research methodology, and data were collected from a sample of 278 respondents and analyzed using descriptive statistics and inferential statistics.

The findings revealed that most respondents were aged 25-34 years and had more than 5 years of photography experience. This indicated that the use of AI and digital technologies in photography was not limited to beginners but was also embraced by professionals seeking to enhance creativity. Moreover, technological factors, especially AI development, image processing, and high-speed network connectivity, significantly affected the management of photographic innovation, while social and economic factors played secondary roles.

Keywords : Innovation Management, Photography, Media Convergence, Digital Technology, China

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี