

การพัฒนาวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

สารนิพนธ์

ของ

ปัทมาพร เสรีจกิจ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา

พฤษภาคม 2553

การพัฒนาวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

สารนิพนธ์

ของ

ปัทมาพร เสรีจกิจ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา

พฤษภาคม 2553

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การพัฒนาวิธีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

บทคัดย่อ

ของ

ปัทมาพร เสรีจกิจ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา

พฤษภาคม 2553

ปัทมนารา เสรีจกิจ. (2553). การพัฒนาวิธีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด. สารนิพนธ์ กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พิลาศ เกื้อมี.

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการพัฒนาวิธีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด และหาคุณภาพของวิธีทัศน์ตามเกณฑ์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านเทคโนโลยี การศึกษา จำนวน 11 ท่าน และบุคคลทั่วไปที่เข้ามาเที่ยวชม พิพิธภัณฑ์เด็ก กรุงเทพมหานคร จำนวน 80 ท่าน โดยการเลือกแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้า คือ วิธีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา แบบประเมินคุณภาพ ด้านเทคโนโลยี การศึกษา และแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย และ ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ได้วิธีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ที่มีคุณภาพจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดี และด้านเทคโนโลยีการศึกษา อยู่ในระดับดีมาก ส่วนความพึงพอใจของผู้ชมวิธีทัศน์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

THE DEVELOPMENT VIDEO TAPE FOR PUBLIC RELATIONS
OF RAKLUKE DISCOVERY LEARNING CO.,LTD.

AN ABSTRACT
BY
PUNNARA SETKIJ

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Education Degree in Educational Technology
at Srinakharinwirot University

May 2010

Punnara Setkij. (2010). *The Development Video Tape for Public Relation of Rakluke Discovery Learning CO.,LTD*. Master's Project, M.Ed. (Educational Technology). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Asst. Prof. Pilart Kuamee.

The purpose of this research was to develop the video tape for public relation of Rakluke Discovery Learning CO.,LTD and to find out its efficiency according of video tape.

The sample groups in this research consisted of 11 content and educational technology experts and 80 visitors in Children's Discovery Museum, Bangkok, randomly. The research instruments were the video tape for public relation of Rakluke Discovery Learning Company and the questionnaires designed to survey quality of content and educational technology, and preference of user. The average score and standard deviation were used for this analysis.

According to the assessment from content expert, the result came that the video tape for public relation of Rakluke Discovery Learning Company was in a good level and in a very good level from educational technology expert. For the preference of user, it was in highest level as limited criterion

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ทั้งนี้เพราะได้รับความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พิลาศ เกื้อมี อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้ความช่วยเหลือในการให้คำปรึกษา แนะนำ และ ตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนแล้วเสร็จด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิราภรณ์ บุญส่ง ที่กรุณาให้คำแนะนำ และให้คำปรึกษาในด้านสถิติการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ในครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บุญฤทธิ์ คงคาเพชร และผู้ช่วยศาสตราจารย์ จิราภรณ์ บุญส่ง ที่กรุณาเป็นคณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา ที่ได้ให้ความกรุณา ในการตรวจสอบ และประเมินคุณภาพของวิทยุทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ได้แก่ รองศาสตราจารย์อรพรรณ พรสีมา ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญฤทธิ์ คงคาเพชร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรบุญฤทธิ์ ครอบหาเวชศิษฐ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อลิศรา เจริญวานิช และอาจารย์วัณหญิง ศรีประเสริฐภาพ อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พร้อมทั้ง อาจารย์อรุณรุ่ง ธีระศักดิ์ อาจารย์พิเศษ สาขาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่กรุณาให้ คำปรึกษาแนะนำ และข้อเสนอแนะต่างๆ ด้านเทคโนโลยีการศึกษา ที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ คุณสุจิตรา วุฒิจ่าง คุณพรจันทร์ สวัสดิแพทย์ คุณเอี่ยมโคม ตั้งธรรม คุณสุพัตรา ปทุมมาลย์ คณะผู้บริหาร บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ และตรวจสอบแก้ไขความถูกต้อง ทางด้านเนื้อหา ที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณ ทีมงานของ บริษัท รักลูกกรุ๊ป จำกัด และบริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ที่ให้ความอนุเคราะห์ ความร่วมมือในการทดลอง และเก็บข้อมูลในการวิจัยทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ และรุ่นพี่ เพื่อนๆ เทคโนโลยีการศึกษา รหัส 49 ที่ได้มีส่วนช่วยเหลือ และให้กำลังใจที่ดีตลอดระยะเวลาที่ศึกษา และทำงานวิจัย จนประสบความสำเร็จ

ท้ายสุดขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ญาติพี่น้อง และผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจมาโดยตลอด จนสารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ คุณค่า และ ประโยชน์อันใดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบแด่บิดา มารดา อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านที่อบรมสั่งสอน ทำให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในครั้งนี้

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
ความสำคัญของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนาการศึกษา	7
ความหมายของการวิจัยและพัฒนาการศึกษา	7
ประเภทของการวิจัยและพัฒนาการศึกษา	7
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยและพัฒนาการศึกษา	8
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวีดิทัศน์	10
ความหมายและคุณค่าของวีดิทัศน์	10
คุณค่าของรายการวีดิทัศน์	10
รูปแบบรายการวีดิทัศน์	11
การผลิตรายการวีดิทัศน์	14
การวางแผนและขั้นตอนการผลิตรายการวีดิทัศน์	15
วิธีการเขียนบทถ่ายทำวีดิทัศน์	15
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวีดิทัศน์	16
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์	17
ความหมายของการประชาสัมพันธ์	17
วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์	19
การดำเนินงานประชาสัมพันธ์	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์	23
เอกสารที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด	25
แนะนำบริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด	25
ขอบเขตการดำเนินงานของบริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด	26

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3	39
3	29
ประชากรกลุ่มตัวอย่าง	29
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	30
การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ	30
การดำเนินการวิจัย	33
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	33
4	34
4	34
การพัฒนาชีวิตทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด	34
ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา	34
ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี ครั้งที่ 1	36
ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี ครั้งที่ 2	38
ความพึงพอใจของผู้ใช้ชีวิตทัศน์	39
5	41
5	41
ความมุ่งหมายของการวิจัย	41
ความสำคัญของการวิจัย	41
ขอบเขตของการวิจัย	41
เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัย	42
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	42
การดำเนินการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล	42
สรุปผลการวิจัย	43
อภิปรายผลการวิจัย	44
ข้อเสนอแนะ	45
บรรณานุกรม	46

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ภาคผนวก	50
ภาคผนวก ก	51
ภาคผนวก ข	58
ภาคผนวก ค	61
ภาคผนวก ง	66
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	72

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ครั้งที่ 1	35
2 ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา ครั้งที่ 1	36
3 ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา ครั้งที่ 2	38
4 ผลการวัดความพึงพอใจ ของผู้ใช้วีดิทัศน์ เพื่อใช้การประชาสัมพันธ์	40

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในปัจจุบันนี้ งานด้านประชาสัมพันธ์ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมาก สำหรับองค์กร จนกลายเป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญต่อองค์กรอย่างหนึ่ง เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นการช่วยส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้น และเป็นการเปิดรับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อองค์กร เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับหน่วยงานหรือองค์กรนั้น อันจะทำให้องค์กรตั้งอยู่ได้โดยได้รับความนิยม และความเชื่อถือจากประชาชนทั่วไป

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพนั้น องค์กรจะต้องมีนโยบายและวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานที่ชัดเจนและเหมาะสม รวมถึงการประพฤติปฏิบัติและการกระทำที่ดีต่อกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายตีความไปในทิศทางที่ถูกต้องเป็นผลดีแก่องค์กร ฉะนั้น การดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพกับกลุ่มประชาชนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่องค์กรจะต้องให้ความสำคัญต่อความสัมพันธ์อันดี องค์กรจะต้องมีการติดต่อสื่อสารสร้างความเข้าใจ สร้างความนิยม และให้ได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมาย (นารธรพี อินทรสวรรณ. 2543: unpagged ; อัจจาก ลักษณะ สตะเวทิน. 2540: 127)

งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ต้องอาศัยสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูล ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทั้งนี้เพราะคุณลักษณะของสื่อก็คือ การที่สื่อเป็นตัวกลาง ซึ่งนำข่าวสารที่เป็นสิ่งเข้าไปนำเสนอให้กับผู้รับสาร ซึ่งได้แก่ ประชาชนทั้งภายในและภายนอกสถาบัน ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการบริโภคสื่อคือ ผู้รับสารเกิดความตื่นตัว เกิดความสนใจ และให้การตอบสนอง จนทำให้เกิดผลในเชิงปฏิบัติ

ดังนั้นการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์จะต้องเลือกใช้สื่อที่สามารถดึงดูดและสร้างความน่าสนใจ เพราะเมื่อนำสื่อแต่ละชนิดมาใช้แล้วจะต้องเกิดผล สื่อภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เป็นสื่อหนึ่งที่มีความน่าสนใจ เนื่องจากเป็นภาพที่มีลักษณะการเคลื่อนไหว อาจจะเป็นภาพสีหรือขาวดำก็ได้ ผลิตจากการแสดงสด หรือเทคนิคกราฟิก วัตถุสิ่งของหรือเหตุการณ์ อาจถ่ายทำให้เห็นเป็นลักษณะปกติ หรือช้ากว่าปกติ หรือหยุดภาพชั่วขณะ หรือภาพแบบเคลื่อนไหวเวลาอาจจะมีการตัดต่อ เพื่อให้เข้าใจเรื่องราวได้ชัดเจน หรือทำให้เรื่องราวน่าสนใจยิ่งขึ้น จะมีเสียงหรือไม่มีเสียงประกอบก็ได้ ที่มีเสียงประกอบจะเป็นเสียงธรรมชาติ หรือการพากย์หรือการบรรยายประกอบหรือใช้เสียงประดิษฐ์ประกอบก็ได้ (ฉลงชัย สุรวฒนบุญรณ์. 2540: 66)

บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด เป็นบริษัทในเครือของบริษัท รักลูกกรุ๊ป จำกัด องค์กรธุรกิจเพื่อสังคมที่เป็นผู้นำด้านการจัดการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาเด็ก ครอบครัว ชุมชนและสังคม ผู้นำในธุรกิจสื่อ

และกิจกรรมเพื่อพัฒนาเด็กและครอบครัว เข้าถึงพ่อแม่ทุกกลุ่มทุกวัย ผ่านสื่อกิจกรรมคุณภาพทุกรูปแบบ อย่างครบวงจร

บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี เลิร์นนิ่ง จำกัด มีจุดเริ่มต้นจากการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ "วันหยุดสุดสนุก" ที่นำไปสู่การออกแบบ พัฒนา และบริหารพิพิธภัณฑสถานเด็กของกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่ปี 2544 ปัจจุบัน บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี เลิร์นนิ่ง จำกัด ได้ทำการวิจัยและพัฒนากระบวนการเรียนรู้นอกระบบโรงเรียนสำหรับเด็กขึ้น ภายใต้หลักการ DLP - Discovery Learning Process และได้ขยายการให้บริการกิจกรรมแบบ hands-on สำหรับเด็กที่ตื่นตาตื่นใจหลากหลายรูปแบบ บนฐานกระบวนการ DLP ได้แก่ กิจกรรมค่ายเปิดเทอม ทุกวัยทั้งอนุบาล - ประถม Day Camp ในวันเสาร์ - อาทิตย์ Workshop เช่น ศิลปะ งานประดิษฐ์ อาหาร Field Camp เช่น ค่ายอนุบาล สำหรับเด็กวัย 4 - 6 ค่าย Unseen สำหรับเด็กวัย 7 - 9 ค่ายข่าวกับวัฒนธรรม ค่ายปลูกความกล้าทำความคิด สำหรับเด็กวัย 10 - 12 ฯลฯ Child & Family Events สำหรับเด็กวัยต่างๆ เช่น มหกรรมวันเด็ก บันปุยให้เป็นด้าย ทอผ้าให้เป็นผืน และบริการจัดอบรมแก่ครู บรรณารักษ์ และเจ้าหน้าที่ศูนย์เยาวชนต่างๆ ในการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์สำหรับเด็กๆ อย่างต่อเนื่องเป็นประจำ และปัจจุบัน บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี เลิร์นนิ่ง จำกัด เป็นผู้นำที่โดดเด่นในการบริหารแหล่งการเรียนรู้ นอกระบบโรงเรียนแบบครบวงจร ที่มีประสิทธิภาพ และได้รับความเชื่อถือในวงการศึกษามากที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย นับจากเปิดให้บริการพิพิธภัณฑสถานเด็กกรุงเทพมหานคร ที่ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี เลิร์นนิ่ง จำกัด เป็นผู้บริหาร และได้ขยายพันธกิจสู่การบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้อย่างมีคุณภาพให้แก่ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เช่น รับบริหารพิพิธภัณฑสถานเด็กเกียกกายของกรุงเทพมหานคร ปี 2544 รับบริหารเมืองจระจกจำลองของโตโยต้า ปี 2546 - 2549 รับออกแบบการบริหารศูนย์ศึกษาการเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลนสิรินาถราชินี ของบริษัท ปตท. ปี 2549

ดังนั้น บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี เลิร์นนิ่ง จำกัด จึงเล็งเห็นความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจในรูปแบบงานการจัดกิจกรรมของบริษัท รวมทั้งรูปแบบการบริหารงาน แหล่งการเรียนรู้ ของบริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี เลิร์นนิ่ง จำกัด และเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายต่อไป เนื่องจาก บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี เลิร์นนิ่ง จำกัด อยากให้เด็กๆ ได้มาเรียนรู้ในแหล่งการเรียนรู้ตามอัธยาศัย ที่มีเด็กเป็นศูนย์กลาง เน้นการเรียนรู้แบบได้ลงมือสัมผัส จับทำด้วยตนเอง เพลิดเพลิน และมีความสุขไปพร้อมกับการเรียนรู้

ซึ่งในปัจจุบันบริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี เลิร์นนิ่ง จำกัด ได้มีการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ อยู่ 2 แบบ คือ 1) เว็บไซต์ www.bkkcdm.com เป็นเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑสถานเด็ก กรุงเทพมหานคร ซึ่งสื่อประชาสัมพันธ์ชนิดนี้ยังมีรูปแบบที่ไม่สมบูรณ์และไม่มีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน เนื้อหาข้อมูลที่มีอยู่ในเว็บไซต์ส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถานเด็ก กรุงเทพมหานคร ไม่มีข้อมูลของบริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี เลิร์นนิ่ง จำกัด 2) วิดีทัศน์แนะนำกระบวนการเรียนรู้แบบ DLP - Discovery Learning Process ความยาว

ประมาณ 45 นาที สำหรับเปิดประชาสัมพันธน์บริเวณห้อง Oration (ห้องแนะนำข้อมูลก่อนไปทำกิจกรรมในส่วนต่างๆ) สื่อประชาสัมพันธน์ประเภทนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้ ที่จัดทำอยู่ในพิพิธภัณฑ์เด็ก กรุงเทพมหานคร เป็นข้อมูลที่เข้าใจยาก รวมทั้งรูปแบบการนำเสนอไม่น่าสนใจ และเวลาที่นำเสนอค่อนข้างนาน จึงทำให้ได้รับความสนใจน้อย

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นว่า การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธน์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด นั้น จะต้องผลิตและพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ให้เกิดความน่าสนใจในรูปแบบใหม่ๆ สำหรับ ผู้ใช้บริการ พร้อมทั้งนำมาเผยแพร่ สำหรับผู้ที่สนใจความเป็นมาของบริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ได้อย่างสะดวกรวดเร็วขึ้น ทั้งนี้ยังเป็นแนวทางในการพัฒนางานวิจัยที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธน์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ให้มีคุณภาพตามเกณฑ์กำหนด
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชม วีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธน์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

ความสำคัญของการวิจัย

ได้วีดิทัศน์ สำหรับประชาสัมพันธน์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ที่มีคุณภาพตามเกณฑ์ และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาวีดิทัศน์ประชาสัมพันธน์องค์การ หรือหน่วยงานอื่นๆ ต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ชม วีดิทัศน์ฯ คือ บุคคลทั่วไปที่มาเที่ยวชม พิพิธภัณฑ์เด็ก กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และด้านเทคโนโลยีการศึกษา จำนวน 11 ท่าน และกลุ่มตัวอย่างที่ชมวีดิทัศน์ฯ ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ บุคคลทั่วไปที่มาเที่ยวชม พิพิธภัณฑ์เด็ก กรุงเทพมหานคร จำนวน 80 ท่าน โดยการเลือกแบบบังเอิญ

เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัย

การพัฒนาวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธน์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด แบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 เรื่อง ดังนี้

เรื่องที่ 1 แนะนำบริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ ประวัติบริษัท วิสัยทัศน์ ปณิธาน

เรื่องที่ 2 แนะนำขอบเขตการดำเนินงานของ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ การรับบริหารแหล่งการเรียนรู้ หลักสูตรการเรียนรู้ แบบ Discovery Learning Process (DLP) งานกิจกรรมสร้างสรรค์รูปแบบต่างๆ ผลงานที่ผ่านมา

เครื่องมือในการใช้ทดลอง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการพัฒนาวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ประกอบด้วย

1. วิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ซึ่งบันทึก ข้อมูลในรูปแบบ DVD

2. แบบประเมินคุณภาพ วิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด สำหรับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 ชุด คือ

2.1 แบบประเมินคุณภาพ วิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ด้านเนื้อหา

2.2 แบบประเมินคุณภาพ วิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ด้านเทคโนโลยีการศึกษา

3. แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ชม วิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

นิยามศัพท์เฉพาะ

วิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การนำสื่อวิดิทัศน์ มาใช้ในการสื่อสารเชื่อมโยง ข้อมูลและนำเสนอ เพื่อบอกให้ผู้ชมได้รับทราบ เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา การให้บริการอะไรบ้าง อย่างไร แก่ บุคคลกลุ่มใดบ้าง ของบริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ซึ่งบันทึก ข้อมูลในรูปแบบ DVD

การพัฒนาวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสร้างสื่อวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา ตรวจสอบคุณภาพ และนำไปแก้ไขปรับปรุง ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จนมีผลการประเมินคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด

บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด หมายถึง บริษัทในเครือของบริษัท รักลูกกรุ๊ป จำกัด เป็นองค์กรธุรกิจที่รับงานเกี่ยวกับการบริหารงานแหล่งการเรียนรู้ต่างๆ อาทิ พิพิธภัณฑ์เด็ก กรุงเทพมหานคร และบริหารศูนย์ศึกษาการเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลนสิรินาถราชินี ของบริษัท ปตท. เป็นต้น

ความพึงพอใจของผู้ชมวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี เลิร์นนิ่ง จำกัด หมายถึง ทศนคติ ความรู้สึกของผู้ชมวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี เลิร์นนิ่ง จำกัด ที่มีต่อวีดิทัศน์ ถ้ามีผลการประเมิน อยู่ในระดับสูง แสดงถึง ความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก แต่ถ้ามีผลการประเมินอยู่ในระดับต่ำ แสดงถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

เกณฑ์การหาคุณภาพ หมายถึง ผลการประเมินคุณภาพของวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี เลิร์นนิ่ง จำกัด จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้วิจัยกำหนดค่าเฉลี่ยของผลการประเมิน อย่างน้อยตั้งแต่ระดับ 3.51 ขึ้นไป

ผู้เชี่ยวชาญ หมายถึง บุคคลที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท หรือสูงกว่า เป็นผู้ให้คำแนะนำ ปรึกษาด้านต่างๆ ในการพัฒนาวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี เลิร์นนิ่ง จำกัด ประกอบด้วย

1. **ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา** หมายถึง ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท หรือสูงกว่า และเป็นผู้ที่มีความรู้ มีประสบการณ์การทำงาน อยู่ใน บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี เลิร์นนิ่ง จำกัด ไม่ต่ำกว่า 7 ปี จำนวน 3 ท่าน

2. **ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา** หมายถึง ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา หรือสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ และมีประสบการณ์ในด้านเทคโนโลยีการศึกษา หรือประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า 5 ปี หรือสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา หรือสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์และมีประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีการศึกษา หรือการประชาสัมพันธ์ ไม่น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 11 ท่าน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำสารนิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ในครั้งนี้ผู้วิจัย ได้แบ่งเนื้อหาของเอกสารและงานวิจัยออกเป็นหัวข้อ ดังนี้

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนาการศึกษา
 - 1.1 ความหมายของการวิจัยและพัฒนาการศึกษา
 - 1.2 ประเภทของการวิจัยและพัฒนาการศึกษา
 - 1.3 ขั้นตอนการดำเนินวิจัยและพัฒนาการ
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิดิทัศน์
 - 2.1 ความหมายและคุณค่าของวิดิทัศน์
 - 2.2 รูปแบบรายการวิดิทัศน์
 - 2.3 การผลิตรายการวิดิทัศน์
 - 2.4 การวางแผนและขั้นตอนการผลิตรายการวิดิทัศน์
 - 2.5 วิธีการเขียนบทถ่ายทำวิดิทัศน์
 - 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิดิทัศน์
3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์
 - 3.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์
 - 3.2 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์
 - 3.3 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์
 - 3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์
4. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนาการศึกษา

1.1 ความหมายของการวิจัยและพัฒนาการศึกษา

การวิจัยและพัฒนาทางการศึกษา (Educational Research and Development หรือ R&D) เป็นการวิจัยทางการศึกษาประเภทหนึ่ง ซึ่งมีนักวิชาการให้ความหมายไว้ ดังนี้

บอร์ค และ กอลล์ (พรไพลิน โกมล. 2550: 9 ; อ้างอิงจาก บอร์ค; และ กอลล์) ได้กล่าวถึง หลักการวิจัยและพัฒนาทางการศึกษาไว้ดังนี้ การวิจัยและพัฒนาทางการศึกษา (Educational Research and Development หรือ R&D) เป็นการพัฒนาการศึกษาโดยพื้นฐานการวิจัย (Research Based and Development) เป็นกลยุทธ์ หรือวิธีการสำคัญอันหนึ่งที่ยินยอมใช้ในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง หรือพัฒนา การศึกษาโดยเน้นหลักแห่งเหตุผล และตรรกวิทยา เป็นเป้าหมายหลักคือ ใช้เป็นกระบวนการในการพัฒนา และตรวจสอบคุณภาพของผลผลิตทางการศึกษา (Education Product) ซึ่งหมายถึง วัสดุ คุรุภัณฑ์ทางการศึกษา ได้แก่ หนังสือ แบบเรียน เทปวีดิทัศน์ สไลด์ แผ่นภาพโปร่งใส คอมพิวเตอร์ และอื่นๆ ที่ใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษา รวมไปถึงวิธีการและกระบวนการทางการศึกษาต่างๆ ด้วย

ศักดา ไชยลาภ (2544: 8) ได้กล่าวถึง การวิจัยและพัฒนาว่า เป็นกระบวนการและการตรวจสอบ ความถูกต้องของผลิตภัณฑ์ และระเบียบวิธีทางการศึกษา โดยอาศัยพื้นฐานการวิจัยเป็นกลยุทธ์ ซึ่งมี องค์ประกอบในการวิจัยและพัฒนาคือ วัตถุประสงค์ บุคลากรและระยะเวลาในการทำผลของการพัฒนา จะต้องถูกตรวจสอบและหาประสิทธิภาพจนอยู่ในระดับมาตรฐานที่กำหนด

อำนาจ ช่างเรียน (2532: 24 - 28) ได้กล่าวถึง การวิจัยและพัฒนาไว้ว่า การวิจัยการศึกษา มุ่งค้นคว้าหาความรู้ โดยการวิจัยพื้นฐานหรือมุ่งหาคำตอบเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน โดยการวิจัยประยุกต์ และตรวจสอบผลผลิตทางการศึกษา แม้ว่าการพัฒนาผลผลิตทางการศึกษา เช่น การวิจัยเปรียบเทียบ ประสิทธิภาพของวิธีสอนหรืออุปกรณ์การสอน แต่ผลผลิตเหล่านั้นได้ใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยแต่ละครั้งเท่านั้น ไม่ได้พัฒนาไปสู่การใช้ในโรงเรียนแต่อย่างใด

จากความหมายของการวิจัยและพัฒนาที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การวิจัยและพัฒนา หมายถึง กระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการศึกษา เพื่อนำมาใช้ประกอบการเรียนการสอนภายในโรงเรียน โดยมีขั้นตอน หรือกระบวนการในการตรวจสอบหาคุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้นเสียก่อน จึงจะนำมาใช้ในการเรียนการสอนได้จริง

1.2 ประเภทของการวิจัยและพัฒนาการศึกษา

พนารีย์ สายพัฒนา (2546: 8) การจัดแบ่งประเภทของการวิจัยและพัฒนาการศึกษา อาจแบ่งได้โดยใช้ประเภทของผลงานหรือ ผลิตภัณฑ์ทางการศึกษาเป็นตัวกำหนด ประเภทของการวิจัย และพัฒนาการศึกษา สามารถแบ่งประเภทได้ ดังนี้

1. การวิจัยและพัฒนาด้านวัสดุอุปกรณ์และคุรุภัณฑ์ทางการศึกษา

การวิจัยและพัฒนาประเภทนี้ ได้แก่ การวิจัยพัฒนาเกี่ยวกับหนังสือ ตำราเรียน แบบทดสอบ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และคอมพิวเตอร์ ไต๊ะ-เก้าอี้ เป็นต้น เป้าหมายของการวิจัย และพัฒนามุ่งไปที่การพัฒนาอุปกรณ์ และครุภัณฑ์ทางการศึกษา โดยสร้างเป็นต้นแบบ เพื่อทดลองใช้ และขยายผลการนำไปใช้ในสถานศึกษาที่เกี่ยวข้องต่อไป

2. การวิจัยและพัฒนาด้านหลักสูตรและวิธีสอน

การวิจัยและพัฒนาประเภทนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนาหลักสูตรการศึกษาในระดับต่างๆ โดยพิจารณาจากสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจ ตลอดจนทิศทางการพัฒนาชุมชน หรือประเทศเป็นตัวกำหนด นอกจากนี้ก็ยังเป็นการวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับเทคนิควิธีการสอนใหม่ การวิจัยและพัฒนาทางการศึกษาประเภทนี้ จะมุ่งไปที่การพัฒนาหลักสูตรและวิธีสอนใหม่ๆ เพื่อให้มีการนำไปใช้จัดการเรียนการสอนในวงกว้างต่อไป

3. การวิจัยและพัฒนาด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมทางการศึกษา

ในการจัดการศึกษา การวิจัยและพัฒนาเพื่อการวางแผนออกแบบการใช้อาคารสถานที่ และการจัดสิ่งแวดล้อมทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียนให้เอื้อต่อการจัดสภาพการณ์การศึกษา มีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นการทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการใช้อาคารสถานที่ และสิ่งแวดล้อม ทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียนจะช่วยให้เกิดการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.3 ขั้นตอนการดำเนินวิจัยและการพัฒนาการ

บอร์ก และ กอลล์ (Borg ; & Gall. 1979: 771 - 798) ได้กล่าวถึง ขั้นตอนสำคัญของการวิจัย และพัฒนาออกเป็น 11 ขั้นตอน คือ

1. กำหนดผลิตภัณฑ์ทางการศึกษาที่จะทำการพัฒนา โดยผู้วิจัย ต้องกำหนดให้ชัดว่า ผลิตภัณฑ์ทางการศึกษาที่จะวิจัยและพัฒนา คืออะไร โดยต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ได้แก่

1.1 ตรงกับความต้องอากรหรือไม่

1.2 ความก้าวหน้าทางวิชาการมีเพียงพอในการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่กำหนดหรือไม่

1.3 บุคลากรที่มีอยู่มีทักษะ ความรู้ และประสบการณ์ที่จำเป็นต่อการวิจัยและพัฒนา นั้นหรือไม่

1.4 ผลิตภัณฑ์นั้นจะพัฒนาขึ้นในเวลาอันสมควรหรือไม่

2. รวบรวมข้อมูลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยการสังเกตภาคสนาม ซึ่งเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์การศึกษาที่กำหนด ถ้ามีความจำเป็นผู้วิจัย อาจต้องทำการวิจัยขนาดเล็กเพื่อค้นหาคำตอบสำหรับงานวิจัยและทฤษฎีไม่สามารถหาข้อมูลได้

3. วางแผนวิจัยและพัฒนา

3.1 กำหนดวัตถุประสงค์ของการใช้ผลิตภัณฑ์

3.2 ประมาณค่าใช้จ่าย กำลังคน และระยะเวลาที่ต้องใช้เพื่อศึกษาหาความเป็นไปได้

3.3 พิจารณาผลสืบเนื่องผลิตภัณฑ์

4. พัฒนารูปแบบขั้นตอนของผลิตภัณฑ์ ขั้นนี้เป็นการออกแบบ และสร้างผลิตภัณฑ์ การศึกษาตามที่วางแผนไว้ เช่น ถ้าเป็นโครงการวิจัยและพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม ก็ต้องออกแบบหลักสูตร เตรียมวัสดุหลักสูตรคู่มือ ฝึกอบรม เอกสารในการฝึกอบรม และเครื่องมือการประเมินผล

5. ทดลองหรือทดสอบผลิตภัณฑ์ครั้งที่ 1 นำผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบ สร้างและจัดเตรียมไว้ในขั้นที่ 4 ไปทดลองใช้ เพื่อทดสอบคุณภาพขั้นต้นของผลิตภัณฑ์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก ประเมินผลโครงการโดยใช้แบบสอบถาม การสังเกตและการสัมภาษณ์ แล้วรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์

6. ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ครั้งที่ 1 นำข้อมูลข้อมูลและผลการทดลองที่ใช้จากขั้นที่ 5 มาพิจารณาปรับปรุง

7. ทดลองหรือทดสอบผลิตภัณฑ์ครั้งที่ 2 ขั้นนี้เป็นการนำผลิตภัณฑ์ที่ปรับปรุงทดลองใช้ เพื่อทดสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ตาม วัตถุประสงค์ กับกลุ่มตัวอย่างขนาดกลาง ประเมินผลเชิงปริมาณ ในลักษณะการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน (Pre-Test & Post-Test) เพื่อนำผลไปเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์ของการใช้ผลิตภัณฑ์

8. ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ครั้งที่ 2 นำข้อมูลและผลจากการทดลองจากครั้งที่ 7 มาพิจารณาปรับปรุง

9. ทดลองหรือทดสอบผลิตภัณฑ์ครั้งที่ 3 นำผลิตภัณฑ์ที่ปรับปรุงไปทดลอง เพื่อทดสอบคุณภาพการใช้งานของผลิตภัณฑ์ โดยผู้ใช้จริงกลุ่มใหญ่ ประเมินผลโดยใช้แบบสอบถาม แบบทดสอบ การสังเกตและการสัมภาษณ์แล้ว รวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์

10. ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 3 นำข้อมูลและผลการทดลองจากขั้นที่ 9 มาพิจารณาปรับปรุง เพื่อผลิตเผยแพร่ต่อไป

11. เผยแพร่ เป็นการเสนอรายงานเกี่ยวกับผลการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในที่ประชุม สัมมนาทางวิชาการหรือวิชาชีพ หรือส่งไปพิมพ์เผยแพร่ในวารสารทางวิชาการ และติดต่อหน่วยงานทางการศึกษา เพื่อจัดทำผลิตภัณฑ์ทางการศึกษาเผยแพร่ไปใช้ในโรงเรียนต่างๆ หรือติดต่อบริษัท เพื่อผลิตจำหน่าย

ในการทดลองแม้จะประเมินได้ว่า สื่อการศึกษา หรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นนั้น มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานที่ตั้งไว้แล้วเพียงแต่การทดลองครั้งแรกหรือครั้งที่ 2 ก็ควรที่จะต้องทำการทดลองให้ครบตามกระบวนการ เพื่อเป็นการยืนยันถึงประสิทธิภาพว่า เมื่อนำสื่อการศึกษาหรือผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไปใช้ในสถานการณ์จริงแล้วมีประสิทธิภาพผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้จริง

จึงนับได้ว่า การวิจัยและพัฒนา เป็นเทคนิควิธีที่จะเพิ่มศักยภาพของการวิจัยทางการศึกษา ให้มีผลต่อการจัดการทางการศึกษา เพื่อทดสอบหาประสิทธิภาพของสื่อการศึกษาให้มีมาตรฐาน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เพื่อจะได้เป็นผลิตภัณฑ์ทางการศึกษาที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในสถานศึกษาทั่วไป ดังนั้น หากมีการใช้กลยุทธ์การวิจัยและพัฒนาทางการศึกษาจะทำให้ได้ผลการวิจัยทางการศึกษาที่เป็นประโยชน์มากขึ้น

2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับวีดิทัศน์

2.1 ความหมายและคุณค่าของวีดิทัศน์

วีดิทัศน์ เป็นศัพท์บัญญัติของราชบัณฑิตยสถาน (2538: 374) หมายถึง แถบเคลือบสารแม่เหล็ก ที่ใช้บันทึกสัญญาณภาพและสัญญาณเสียง และนอกจากนี้ยังมีความหมายอื่นที่ใกล้เคียงกันอีกหลายความหมาย ดังนี้

บุญเที่ยง จุ้ยเจริญ (2534: 179) กล่าวว่า วีดิทัศน์หรือแถบวีดิทัศน์ หมายถึง วัสดุที่บันทึกหรือเก็บสัญญาณภาพหรือข้อมูลอื่นใดที่ต้องการไว้ในรูปเส้นแรงแม่เหล็ก มีลักษณะคล้ายกับแถบบันทึกเสียงนั่นเอง เนื้อแถบวีดิทัศน์ทำด้วยสาร Polyester บางแต่เหนียวแข็งแรงไม่ยืด ด้านล่างฉาบด้วยสาร Antistatic Carbon เพื่อป้องกันไฟฟ้าสถิตที่จะเกิดขึ้นบนเนื้อแถบวีดิทัศน์ เช่น เฟอร์สออกไซด์ โครเมียมออกไซด์ เหล็ก-ออกไซด์ (Metal Oxide) เป็นต้น เพื่อทำหน้าที่เป็นสัญญาณแม่เหล็กไฟฟ้าที่ได้รับมาจากหัวแม่เหล็กด้านบนนี้ จะถูกบรรจุไว้ในล้อหรือในตลับอีกทอดหนึ่ง

วิจิตร ภักดีรัตน์ (2533: 74 - 75) ได้ให้ความหมายของ วีดิทัศน์ ไว้ว่า หมายถึง การส่งภาพและเสียง โดยเครื่องส่งและเครื่องรับอิเล็กทรอนิกส์ ออกอากาศด้วยกระแสคลื่นวิทยุที่ใช้ไฟฟ้าเป็นคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าจากเครื่องส่งไปยังเครื่องรับที่อยู่ห่างไกล หรือส่งและรับทางสายเคเบิลก็ได้

วีดิทัศน์ หมายถึง การส่งและรับภาพและเสียง โดยเครื่องส่ง และเครื่องรับอิเล็กทรอนิกส์ ออกอากาศด้วยกระแสคลื่นวิทยุที่ใช้ไฟฟ้าเป็นคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าจากเครื่องส่งไปยังเครื่องรับที่อยู่ห่างไกล

จากความหมายดังกล่าว สรุปได้ว่า วีดิทัศน์ หมายถึง การบันทึกภาพและเสียงลงบนแถบบันทึกภาพและเสียงในรูปเส้นแรงแม่เหล็ก ที่ทำให้เกิดภาพเคลื่อนไหวปากกฏบนจอของเครื่องรับภาพ

2.2 คุณค่าของรายการวีดิทัศน์

ชม ภูมิภาค (2532: 238) ได้สรุปคุณค่าพิเศษของวีดิทัศน์ไว้หลายประการ ดังนี้

1. เป็นเครื่องมือที่เข้าถึงคนหมู่มากได้พร้อมๆ กัน โดยสะดวกและประหยัด
2. เป็นการผสมผสานส่วนที่ดีที่สุดของวิทยุและโทรทัศน์เข้าด้วยกัน
3. เป็นเครื่องมือที่สามารถเอาชนะอุปสรรคของการเรียนรู้หลายประการ เพราะสามารถที่จะเสนอความคิดสำคัญ สร้างทัศนคติ ให้ข่าวสารสำคัญโดยไม่จำเป็นว่า ผู้รับจะต้องมีความสามารถ

ทางภาษาสูง หรือต้องอยู่ในสถานที่นั้นด้วย

4. เป็นการขยายความสัมพันธ์ส่วนตัวของครูที่เก่งๆ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านใดด้านหนึ่ง โดยเฉพาะให้ถึงผู้รับเป็นจำนวนมาก
5. โทรทัศน์ช่วยให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาการทางด้านสังคมที่สำคัญ
6. มีความจำเป็นปัจจุบันทันด่วน ทำให้ผู้รับสนใจมากและก่อให้เกิดการเรียนรู้สูง
7. โทรทัศน์สามารถนำเอาอุปกรณ์การศึกษาอื่นๆ เช่น ของจริง รูปภาพ ภาพยนตร์ และอื่นๆ เข้ามาช่วยกันด้วยความสะดวก การใช้อุปกรณ์ทางการศึกษาร่วมกันนี้ ย่อมทำให้ผู้เรียนเข้าใจดี
8. การวิจัยพบว่า โทรทัศน์ใช้การสอนหลักการ ความคิดรวบยอด และกฎเกณฑ์ได้ผลดีที่สุด

2.3 รูปแบบรายการวิทยุทัศน์

รายการวิทยุทัศน์เป็นรูปแบบการนำเสนอสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ ที่ผู้ผลิตรายการต้องการให้กลุ่มเป้าหมายได้รับสาร ไม่ว่าจะเป็นการให้ความรู้ทางด้านวิชาการ หรือด้านความบันเทิง ผู้วิจัยหลายท่านได้แบ่งรูปแบบและประเภทของรายการวิทยุทัศน์ไว้ ดังนี้

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และคณะ (2532: 731 - 736) ได้อธิบายถึงรูปแบบของรายการวิทยุทัศน์ว่า รูปแบบ (Format) หมายถึง วิธีการและลีลาการนำเสนอเนื้อหาสาระ และสิ่งที่มีอยู่ในรายการวิทยุทัศน์ จำแนกรูปแบบได้หลายวิธี ตามประเภทของรายการวิทยุทัศน์ โดยเสนอรูปแบบที่ใช้กันมา 12 รูปแบบ ได้แก่

1. รูปแบบพูดคนเดียว (Monologue) เป็นรายการที่ผู้พูดปรากฏตัวพูดคุยกับผู้ชมเพียงผู้เดียว ส่วนมากจะมีภาพประกอบเพื่อมิให้เห็นหน้าผู้พูด พูดอยู่ตลอดเวลา
2. รูปแบบสนทนา (Dialogue) เป็นรายการที่มีคนพูดคุยกันสองคน ทั้งสองคนเป็นผู้ถามและคู่สนทนาแสดงความคิดเห็น ประเด็นที่นำเสนอทั้งคู่แลกเปลี่ยนความคิดเห็น การสนทนาอาจจะมีอยู่ 2 - 3 คน ก็ได้
3. รูปแบบอภิปราย (Discussion) เป็นรายการที่มีผู้ดำเนินการอภิปราย 1 คน ป้อนประเด็นคำถามให้ผู้ร่วมอภิปรายตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป แต่ไม่ควรเกิน 4 คน ผู้อภิปรายแต่ละคนจะแสดงความคิดเห็นของตนต่อประเด็นต่างๆ
4. รูปแบบสัมภาษณ์ (Interview) เป็นรายการที่มีผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์ คือ มีวิทยากรมาสนทนากัน โดยผู้ดำเนินการสัมภาษณ์ จะสัมภาษณ์เกี่ยวกับเรื่องที่ต้องการให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เล่าให้ฟัง
5. รูปแบบเกม หรือตอบปัญหา (Quiz Show) เป็นรายการที่จัดให้มีการแข่งขันระหว่างคนหรือกลุ่มของผู้ที่มาร่วมรายการด้วยการเล่นเกม หรือตอบปัญหา รายการแบบนี้อาจจัดอยู่ในลักษณะอื่นที่ทำให้ผู้ชมรายการมีส่วนร่วมด้วย

6. รูปแบบรายการสารคดี (Documentary) เป็นรายการที่เสนอด้วยภาพและเสียงบรรยายตลอดรายการ โดยไม่มีพิธีกร ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

6.1 สารคดีเต็มรูปแบบ เป็นการดำเนินเรื่องด้วยภาพเนื้อหาตลอดรายการทั้ง

6.2 สารคดีพูดคนเดียว (Semi Documentary) เป็นรายการที่มีผู้ดำเนินรายการทำหน้าที่เดินเรื่องพูดคุยกับผู้ชม และให้เสียงบรรยายตลอดรายการ นอกจากนั้นเป็นภาพแสดงเรื่องราวหรือกระบวนการตามธรรมชาติ

7. รูปแบบละคร (Drama) เป็นรายการที่เสนอเรื่องราวต่างๆ ด้วยการจำลองสถานการณ์เป็นละคร มีการกำหนดผู้แสดง จัดสร้างฉาก การแต่งตัวและแต่งหน้าให้สมจริงสมจัง และให้เทคนิคการละครเพื่อการเสนอเรื่องราวให้เหมือนจริงมากที่สุด ในด้านการศึกษาละครโทรทัศน์ อาจจำลองสถานการณ์ชีวิตของคนในสังคมเพื่อสนองความรู้ในเชิงจิตวิทยา สังคม การเมืองและการปกครอง

8. รูปแบบสารคดีละคร (Documentary Drama) เป็นรายการที่ผสมผสานรูปแบบสารคดีเข้ากับรูปแบบละคร หรือการนำละครมาประกอบรายการที่เนื้อหาบางส่วน มิใช่เสนอเป็นละครทั้งรายการ เพื่อให้การศึกษาความรู้และแนวคิด

9. รูปแบบสาธิตและการทดลอง (Demonstration) เป็นรายการที่เสนอวิธีการทำอะไรสักอย่างเพื่อให้ผู้ชมได้แนวทางที่จะนำไปใช้ทำจริง

10. รูปแบบเพลงและดนตรี (Song and Music) มี 3 ลักษณะ คือ

10.1 มีดนตรี นักร้องมาแสดงสด

10.2 ให้นักร้องมาร้องควบคู่ไปกับเสียงดนตรีที่บันทึกมาแล้ว

10.3 ให้นักร้องและนักดนตรีมาแสดง แต่ใช้เสียงที่บันทึกมาแล้ว

11. รูปแบบการถ่ายทอดสด (Live Programmed) เป็นรายการที่ถ่ายทอดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในขณะนั้น

12. รูปแบบนิตยสาร (Magazine Programmed) เป็นรายการที่เสนอรายการหลายประเด็นหลายรส และหลายรูปแบบในเวลาเดียวกัน

สุรัชย์ สิกขาบัณฑิต (2528: 29) ได้กล่าวถึง รูปแบบการนำเสนอในรายการวิทยุทัศน์ มีอยู่ 5 รูปแบบ ซึ่งประกอบด้วย

1. แบบบรรยาย (Lecture Format) การนำเสนอรายการแบบนี้มีลักษณะคล้ายคลึงกับการบรรยายของครูหน้าชั้นเรียน ถ้าผู้บรรยายไม่มีเทคนิคที่ดีในการบรรยาย ก็ทำให้รายการไม่น่าสนใจ

2. แบบอภิปราย (Panel Discussion Format) การนำเสนอแบบอภิปรายเป็นวิธีการนำเสนอที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับวิธีการแบบบรรยาย จะแตกต่างกันตรงที่มีผู้บรรยายหลายคน บรรยายเป็นช่วงสั้นๆ ตามประเด็นคำถามที่มีผู้อภิปรายตั้งขึ้น และอาจมีการโต้ตอบกันบ้าง สนทนาบ้าง เป็นการ

เปลี่ยนบรรยากาศ

3. แบบสัมภาษณ์ (Interview Format) เป็นรูปแบบรายการที่ผู้ผลิตจะต้องวางแผนในการสัมภาษณ์ มีการตั้งคำถามให้ตรงเป้า และเลือกเรื่องที่น่าสนใจรวมทั้งภาพ ซึ่งจะทำให้รายการนั้นน่าสนใจยิ่งขึ้น ผู้สัมภาษณ์ที่ดีจะต้องมีความสามารถในการตั้งคำถาม ให้ผู้สัมภาษณ์ตอบให้ตรงเป้าหมาย ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการประเภทนี้ไม่สูงนัก สามารถใช้ได้ดีกับเนื้อหาแทบทุกประเภท แต่รายการนี้ผลิตยากกว่ารายการ 2 แบบที่กล่าวมาแล้ว

4. แบบบรรยายภาพ (Off-Camera Narration Format) เป็นแบบรายการที่น่าสนใจกว่าแบบที่กล่าวมาแล้ว ใช้เวลาในการถ่ายทำมาก เสียค่าใช้จ่ายสูง มีลักษณะเป็นการบรรยายภาพ โดยไม่ปรากฏตัวผู้บรรยายได้ยินแต่เสียงเท่านั้น ภาพและเสียงที่บรรยายจะต้องสัมพันธ์กัน ส่วนใหญ่แล้วจะใช้เทคนิคในการตัดต่อ และผสมผสานให้เสร็จเรียบร้อยเสียก่อน แล้วจึงบรรยายภาพภายหลัง นิยมใช้ในการโฆษณาสินค้า การแสดงการสาธิต เพราะเป็นวิธีที่แสดงเนื้อหาของภาพไปสู่เป้าหมาย

5. แบบนาฏการ หรือแบบแสดงบทบาท (Dramatization of Role Play Format) การนำเสนอแบบนี้ เป็นแบบที่ดึงดูดความสนใจได้ดีที่สุด อาจจะใช้วิธีการผูกเรื่อง แสดงสถานการณ์จำลองเป็นตอนสั้นๆ รายการประเภทนี้ถ่ายทำยากที่สุด ต้องมีการวางแผนเขียนบท จัดเวที จัดฉากให้ดูเป็นจริงมากที่สุด อีกทั้งตัวผู้แสดงก็ต้องเลือกให้เหมาะสมกับบทบาท ถ้าผู้แสดงสมัครเล่น อาจจะต้องมีการฝึกซ้อมละครหลายครั้ง ถ้าใช้นักแสดงอาชีพจะประหยัดเวลาในการถ่ายทำได้มาก แต่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง

ศักดิ์ ประจุศิลป์ (2537: 147) ได้กล่าวว่า รูปแบบหรือชนิดของเครื่องบันทึกภาพ มีการพัฒนารูปแบบของเครื่องมือ เพื่อให้ทันสมัยและสะดวกต่อการใช้งาน ตั้งแต่เริ่มยุคแรกๆ จนถึงปัจจุบัน ซึ่งชนิดของเครื่องบันทึกภาพ สามารถแบ่งได้เป็น 3 แบบ เช่นเดียวกับเครื่องบันทึกเสียง คือ

1. แบบม้วน (Reel) เป็นแบบเริ่มแรกซึ่งมีขนาดใหญ่มากขนาดความกว้างของสายเทป มีดังต่อไปนี้

1.1 ความกว้างขนาด 2 นิ้ว ใช้ในสถานีส่งโทรทัศน์

1.2 ความกว้างขนาด 1 นิ้ว ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม สถานีโทรทัศน์ เครื่องถ่ายเอกซ์เรย์

1.3 ความกว้างขนาด 1/2 นิ้ว ใช้เพื่อการศึกษา ใช้ตามบริษัท แบบนี้มีขนาดกะทัดรัด

2. แบบกล่อง (Cartridge) แบบนี้มีขนาดเล็กกะทัดรัดกว่าแบบม้วน และความกว้างของสายเทปมีขนาดเล็กลง

2.1 ความกว้างขนาด 1/2 นิ้ว นิยมใช้เพื่อการศึกษา

3. แบบตลับ (Cassette) แบบนี้เป็นแบบที่นิยมใช้ในปัจจุบัน มีใช้ 2 แบบด้วยกัน คือ

3.1 ความกว้างขนาด 3/4 นิ้ว แบบมาตรฐาน "U"

3.2 ความกว้างขนาด 1/2 นิ้ว แบบ VHS เป็นแบบที่นิยมใช้ภายในบ้าน

2.4 การผลิตรายการโทรทัศน์

การผลิตรายการโทรทัศน์จำเป็นจะต้องดำเนินการไปตามขั้นตอนเพื่อความสะดวกในการจัดทำ และบรรลุถึงจุดมุ่งหมายในการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ

สุรชัย ลีขาวัฒน์ (2528: 26 - 28) ได้กล่าวถึงการดำเนินการในการผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 ขั้นตอนใหญ่ๆ ดังนี้

1. การวางแผนผลิตรายการ เป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญมาก เพราะการวางแผนที่ดีย่อมส่งผลถึงรายการที่จะผลิตออกมาด้วย ขั้นตอนของการวางแผนการผลิต คือ

1.1 ศึกษาจุดมุ่งหมายและเป้าหมายจากเนื้อหาในหลักสูตรนั้นๆ แล้วนำเนื้อหามาวิเคราะห์ กำหนดเป้าหมาย (Target Group) และจุดมุ่งหมายเชิงพฤติกรรมเพื่อให้สามารถวัดได้ และควรกำหนดวิธีการนำไปใช้ด้วยว่า จะนำไปใช้ในการสอนลักษณะใด เช่น นำบทเรียน อธิบายเนื้อหา บทเรียน หรือสรุปบทเรียน

1.2 รวบรวมทรัพยากรและศึกษาข้อขัดข้องในการผลิตทั้งสองสิ่งนี้จะต้องทำควบคู่กันไป โดยจะต้องศึกษาว่ามีแหล่งทรัพยากรที่จำเป็นต้องใช้ในกระบวนการผลิตอะไรบ้าง มีเพียงพอหรือไม่ ถ้าไม่มีจะหาได้จากแหล่งใด ถ้าหาไม่ได้จะทำอย่างไร เช่น เครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ บุคลากร งบประมาณ เป็นต้น

1.3 เขียนหัวข้อเนื้อหา และเลือกแบบการนำเสนอ ผู้ผลิตรายการจะต้องนำเนื้อหาจากตำราเรียนมาเขียนเป็นแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับลักษณะสื่อโทรทัศน์ รูปแบบการนำเสนอทางโทรทัศน์ที่เป็นที่นิยม ได้แก่ การสัมภาษณ์ แบบอภิปราย แบบบรรยาย แบบนาฏการ และแบบบรรยาย (โดยไม่เห็นตัวผู้บรรยาย)

2. การเตรียมการผลิตรายการ มีขั้นตอน ดังนี้

2.1 เขียนบท (Script) เป็นการวางโครงสร้างของรายการ ควรเขียน เพื่อให้สนองจุดมุ่งหมายของการศึกษา มุ่งให้ผู้เรียนบรรลุเป้าหมาย

2.2 เตรียมบุคลากร ในขั้นนี้ ผู้ผลิตรายการจะต้องติดต่อกับบุคคลผู้ทำหน้าที่ต่างๆ ได้แก่ ผู้เขียนบท ผู้กำกับรายการ ฝ่ายเทคนิค และผู้แสดง เพื่อบรรยายและซักซ้อมความเข้าใจให้ตรงกัน

2.3 เตรียมงานศิลปะที่จำเป็นจะต้องใช้ในการผลิตรายการ ซึ่งการเตรียมงานศิลปะจะต้องอยู่ภายใต้คำแนะนำของผู้ผลิตรายการและผู้กำกับ เพื่อให้งานศิลปะสนองจุดมุ่งหมายของรายการ อีกทั้งมีความเหมาะสมกับสื่อความหมายทางโทรทัศน์

2.4 เตรียมฉากและอุปกรณ์

2.5 เตรียมสิ่งอื่นๆ เช่น เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายผู้แสดง ดนตรี และเสียงประกอบ

2.6 การซ่อมเป็นขั้นตอนสุดท้าย ซึ่งจะต้องซักซ้อมทั้งฝ่ายเทคนิคและผู้แสดง

3. การดำเนินรายการ เป็นขั้นที่จะทำการผลิตรายการวีดิทัศน์ ซึ่งจะได้ปฏิบัติตามขั้นตอนต่างๆ ดังที่กล่าวมาแล้วอย่างเคร่งครัด ความผิดพลาดของการผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งจะได้ปฏิบัติตามขั้นก็มีน้อย นั่นย่อหมายถึง รายการที่ได้จะมีคุณภาพติดตามไปด้วย ซึ่งความสำเร็จของการดำเนินรายการขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้กำกับรายการและคณะผู้ร่วมงานทุกคน ในขั้นนี้ก็จะเริ่มการถ่ายทำตามบทที่เขียนไว้ จากนั้นจึงนำมาตัดต่อเพื่อเรียบเรียงภาพให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น จึงบันทึกเสียงบรรยาย เสียงดนตรี และเสียงประกอบต่างๆ

2.5 การวางแผนและขั้นตอนการผลิตรายการวีดิทัศน์

ซิน คล้ายปาน (2528: 20 – 22) ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า ก่อนที่จะลงมือผลิตรายการวีดิทัศน์ จะต้องมีการวางแผนการผลิตรายการวีดิทัศน์ ควรมีขั้นตอนการผลิต และจะต้องคำนึงถึงสิ่ง ดังต่อไปนี้

1. เนื้อหา เตรียมเรื่องที่จะนำมาผลิตรายการ ต้องคำนึงถึงเรื่องที่จะนำมาผลิตรายการ เราต้องการสอนอะไร ใช้กับผู้ระดับไหน วัตถุประสงค์ของการใช้รายการวีดิทัศน์ และกลุ่มเป้าหมาย เราต้องการเน้นอะไร รวมถึงการประเมินผลรายการที่เสนอ

2. เวลา การกำหนดระยะเวลา มีความสำคัญมากในการผลิตรายการวีดิทัศน์ กำหนดระยะเวลาในการผลิตรายการสำเร็จเรียบร้อย ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการทั้งหมด เวลาของรายการ มีความยาวมากน้อยเพียงใด

3. ค่าใช้จ่าย ปัจจุบันในการดำเนินงานทุกอย่างขึ้นอยู่กับงบประมาณ การผลิตรายการ เทปวีดิทัศน์ ก็มีลักษณะเช่นเดียวกันคือ จะต้องคำนึงถึง

3.1 งบประมาณค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการวีดิทัศน์ มีมากน้อยเพียงใด

3.2 เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายทำเทปวีดิทัศน์มีมากน้อยเพียงใด

3.3 บุคลากรที่จะมาทำงานมีจำนวนเท่าไร

2.6 วิธีการเขียนบทถ่ายทำวีดิทัศน์

อรนุช เลิศจรยารักษ์ (2544: 40) ได้กล่าวว่า การเริ่มการเขียนบทวีดิทัศน์มี 3 ขั้นตอน คือ

1. กำหนดวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมาย การเขียนทุกชนิดสิ่งแรกที่ควรคำนึงถึงก่อนลงมือเขียนคือ วัตถุประสงค์ของการเขียน เขียนไปเพื่ออะไร เขียนเพื่อใคร ต้องกำหนดวัตถุประสงค์ให้แน่นอนก่อนว่าเราต้องการให้รายการของเราให้อะไรแก่ผู้ชม และดูกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ของผู้ชมรายการของเราว่าต้องการผู้ชมอยู่ในเพศใด อยู่ในช่วง อายุ การศึกษา สถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจแบบใด

2. กำหนดระยะเวลาและรูปแบบของรายการ เพื่อกำหนดรูปแบบรายการให้เหมาะสมกับระยะเวลาของรายการ

3. กำหนดหัวเรื่อง ขอบข่ายเนื้อหา คำนคว้า และลงมือเขียน เมื่อทราบเงื่อนไขต่างๆ ดังกล่าว มาในตอนต้นแล้วจะทำให้เรากำหนดหัวข้อเรื่อง และขอบข่ายเนื้อหาได้ง่ายขึ้น จากนั้นจึงเริ่มค้นคว้าเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องที่สุดมาแล้วจึงลงมือ เมื่อเขียนแล้วควรตรวจสอบข้อเท็จจริง เพื่อให้ได้บทวิดิทัศน์ ที่ดีที่สุด

การเขียนบทถ่ายทำวิดิทัศน์ เป็นการเขียนที่แจ้งการผลิตวิดิทัศน์ในรายละเอียดทั้งส่วนภาพ (Video) และเสียง (Audio) ซึ่งขั้นนี้เป็นขั้นที่ต้องใช้การสร้างจินตนาการและประสบการณ์ของผู้เขียนเป็นอย่างมาก ชิน คล้ายปาน (2528: 31) ได้เสนอขั้นตอนการเขียนบทถ่ายทำวิดิทัศน์ไว้ ดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลและทรัพยากรที่จะนำมาทำรายการ
2. คัดเลือกเนื้อหาให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของรายการ
3. กำหนดรายละเอียดในบทวิดิทัศน์ตามความสามารถของอุปกรณ์ที่มีอยู่ รวมทั้งงบประมาณและเจ้าหน้าที่ที่จะทำการถ่ายทำ
4. ผู้เขียนบทจะต้องเดาความรู้สึกว่าผู้ชมต้องการอะไร และจะต้องสนองตอบอย่างไร
5. ความต่อเนื่องของเนื้อหาเป็นสิ่งจำเป็นที่ทำให้ผู้ชมคอยติดตามรายการ
6. ภาพและคำบรรยายจะต้องมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกัน
7. ข้อความที่ใช้เขียนบทถ่ายทำวิดิทัศน์ จะต้องใช้ประโยคง่ายๆ สั้นๆ แต่สื่อความหมาย ได้ดีและเขียนให้อ่านง่าย
8. แทรกข้อคิดเห็น เพื่อให้ผู้ชมมีส่วนร่วม
9. บทวิดิทัศน์จะต้องดึงดูดความสนใจและชวนให้ผู้ชมติดตามรายการ

จะเห็นได้ว่า การผลิตรายการวิดิทัศน์ ผู้ผลิตจะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ในการผลิตหลายประการ โดยจะต้องมีการวางแผนล่วงหน้า เพื่อให้การผลิตเทปวิดิทัศน์เป็นไปตามวัตถุประสงค์ จะต้องมีการตรวจสอบความสมบูรณ์ขององค์ประกอบต่างๆ เช่น เทคนิคการถ่ายทำ การตัดต่อ การให้ดนตรีประกอบและอื่นๆ ซึ่งจะช่วยทำให้เทปวิดิทัศน์มีประสิทธิภาพ

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิดิทัศน์

พิศิษฐ์ กาญจนพิมาย (2543: 114) ได้ทำการวิจัยเพื่อพัฒนารายการวิดิทัศน์เพื่อการอบรม การเป็นผู้ประกาศของกรมประชาสัมพันธ์ ของนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ ชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยสยาม ผลการทดลองพบว่า รายการวิดิทัศน์มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80

นารธรพี อินทรสวรรณ (2543: บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่อง การผลิตวิดิทัศน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ เรื่อง สถาบันพัฒนาข้าราชการตำรวจ เพื่อสร้างสื่อวิดิทัศน์ และหาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยผ่านสื่อ วิดิทัศน์ ผลการวิจัยพบว่า สื่อวิดิทัศน์มีคุณภาพอยู่ในระดับดี คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มทดลองที่เรียนผ่านสื่อ สูงกว่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มที่เรียนแบบบรรยายปกติ โดยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของกลุ่มทั้งสอง มี

ความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เบลสัน (Belson. 1959) ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ผลของรายการโทรทัศน์ที่มีต่อความสนใจ ความคิดริเริ่มของชาวลอนดอน พบว่า โทรทัศน์สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้ และสามารถสร้างความคิดริเริ่มในตัวผู้ชมให้สูงขึ้นได้

บรอยเลส (Broyles. 1985) ได้ศึกษาอิทธิพลของเทปโทรทัศน์ต่อการรับรู้ของผู้เรียนในการฝึกพูดต่อสาธารณะ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาวิชาการพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยโอกลาโฮมา เพื่อศึกษาผลของการให้ดูเทปโทรทัศน์ที่บันทึกการฝึกพูด เพื่อพัฒนาองค์ประกอบต่างๆ ของการพูด โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 4 กลุ่ม 2 กลุ่มแรก ให้ดูเทปโทรทัศน์การฝึกพูด โดยเว้นระยะเวลา ผลการทดลองพบว่า ผลจากการให้ดูเทปโทรทัศน์ทำให้องค์ประกอบต่างๆ ในการพูดพัฒนาขึ้น โดยเฉพาะการจัดรูปแบบเนื้อหาในการพูด และการใช้ภาษา ส่วนการให้ดูเทปโทรทัศน์ทันทีหลังจากการฝึกพูด และการให้ดู โดยเว้นระยะเวลาหลังฝึกพูดนั้นไม่มีผลแตกต่างกัน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิดิทัศน์ จะเห็นได้ว่า ในการผลิตรายการวิดิทัศน์นั้น จะต้องกระทำด้วยความละเอียดรอบคอบ ต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคน และจะต้องมีการวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมล่วงหน้า มีการปฏิบัติตามขั้นตอนที่ถูกต้อง โดยในการทดลองนี้ ผู้วิจัยเห็นว่า ควรปฏิบัติตามขั้นตอนการผลิตรายการวิดิทัศน์ของ สุรัชย์ สิกขาบัณฑิต (2528: 26 – 28) ซึ่งจะทำให้ได้รายการวิดิทัศน์ที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ยังจำเป็นจะต้องมีการเตรียมความพร้อมในด้านบุคลากร อุปกรณ์และองค์ประกอบอื่นๆ ที่จะประกอบกันเป็นรายการวิดิทัศน์ที่มีคุณภาพได้

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์

3.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Public Relations ตามความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2525 หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

เสรี วงษ์มณฑา (2525: 4) ได้ให้ความหมายว่า การประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในการที่มีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจต่อสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง โดยการกระทำสิ่งที่ดีขึ้นมาคุณค่ากับสังคม เพื่อให้สาธารณชนเหล่านั้น มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน และองค์กร บริษัท ห้างร้าน หรือสมาคมตลอดจนมีภาพพจน์ที่ดีต่อหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้หน่วยงานได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือที่ดีสาธารณชนที่เกี่ยวข้องในระยะต่อเนื่องกันไปเรื่อยๆ

ไชยยศ เรืองสุวรรณ (2522: 17 – 18) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ที่ดีนั้น จะต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มบุคคลภายในซึ่งได้แก่พนักงาน/ลูกจ้าง ที่อยู่ในสังกัดนั้นๆ
2. กลุ่มบุคคลภายนอกซึ่งแยกออกเป็น 3 กลุ่ม

กลุ่มบุคคลภายนอก ซึ่งมีความสัมพันธ์กับหน่วยงาน ซึ่งสามารถให้คุณและโทษต่อหน่วยงานบุคคลเหล่านี้ ได้แก่ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า ตัวแทนจำหน่าย นักการเมือง

กลุ่มประชาชนท้องถิ่น หมายถึง กลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ใกล้กับบริษัท

กลุ่มประชาชนทั่วไปที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม โดยกลุ่มนี้ จะมีอิทธิพลในแง่ของความนิยม ความเป็นมิตร ให้สนับสนุนร่วมมือกับหน่วยงาน

นิภาพร สุนทรวิจารณ์ (2543) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การดำเนินงานอย่างมีระบบ แบบแผนขององค์กรและสถาบันต่างๆ ในการสร้างเสริมเจตคติที่ดีของบุคคลภายใน และภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดความยอมรับ สนับสนุน และให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรอย่างต่อเนื่องทั้งในระยะสั้น และระยะยาว

วัลย์ณรัตน์ ศรีไสย (2546: 10) ให้ความหมาย การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสื่อสาร (Communication) หนึ่งในรูปแบบของการสื่อสารองค์กร (Organizational Communication) ที่ต้องการอาศัยความชำนาญเฉพาะด้าน ต้องใช้ความสามารถทั้งศาสตร์ และศิลป์ในการดำเนินงาน เพื่อสร้างสรรคความรู้ ความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีซึ่งกันและกัน ระหว่างบุคคลในองค์กร (การประชาสัมพันธ์ภายใน) และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสาธารณชนที่มีความเกี่ยวข้องกัน (การประชาสัมพันธ์ภายนอก) เพื่อก่อให้เกิดความสนับสนุนร่วมมือ เชื่อถือ ศรัทธา ตลอดจนการสร้างชื่อเสียง เกียรติยศ การยอมรับ และการไว้วางใจอันจะเป็นประโยชน์ในการดำเนินงานเพื่อความสำเร็จในงานขององค์กร

ทศพล แสนโกศิก (2547: 32) การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่องค์กรใช้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลหรือองค์กรภายนอก เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติ ต่อองค์กรของตนเอง และบรรลุวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร

คัทลิป (Cutlip. 1978: 8 – 9) ได้กล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์ คือ การติดต่อเผยแพร่ข่าวสาร แนวนโยบายของหน่วยงานไปยังประชาชนทั้งหมยที่มีส่วนสัมพันธ์ ในขณะเดียวกันเป็นแนวทางตรวจสอบความคิดเห็นและความรู้ ความต้องการของประชาชนให้หน่วยงานหรือองค์กรทราบ เพื่อสร้างการสนับสนุนอย่างแท้จริง ให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย สามารถปรับปรุงหน่วยงานตามแนวความคิดของสังคมได้”

ไซมอน (Simon. 1984) แห่งมหาวิทยาลัยซีราคิวส์ สหรัฐอเมริกา ได้มีการให้ทัศนะว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การส่งเสริม ให้เกิดความกลมเกลียว ราบรื่น และความนิยมระหว่างบุคคล กับหน่วยงาน หรือส่งเสริมให้เกิดความกลมเกลียว ราบรื่น และความนิยมระหว่างบุคคล กับหน่วยงานและบุคคลอื่นๆ รวมทั้งกลุ่มประชาชนพิเศษ (Special Publics) หรือชุมชนกลุ่มใหญ่ โดยการสื่อสารผ่านสื่อที่สามารถ

ตีความหมายได้ และมีการพัฒนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างฉันทามิตร รวมทั้งการประเมินปฏิบัติการ
ทำที่ของประชาชน

เบอร์เนย์ (Bernays. 1977) เสนอว่า “ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์มีความหมาย 3 ประการ
คือ

1. เผยแพร่ข่าวสารความรู้ให้ประชาชน
2. ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมสนับสนุนและเห็นชอบกับความมุ่งหมายและการดำเนินการ
ของสถาบัน
3. ช่วยดำเนินการปรับความคิดเห็นของประชาชน และสถาบัน ให้มีความสอดคล้อง
ในทิศทางเดียวกันและเกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง”

จากความหมายของการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวข้างต้น อาจสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ (Public
Relations) หมายถึง การติดต่อสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่มีการจัดการดำเนินการสื่อสาร เพื่อถ่ายทอดเรื่องราว
ข่าวสาร ทั้งที่เป็นข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็น ภายในและนอกหน่วยงาน เพื่อให้เกิดความเข้าใจ รวมทั้งสร้าง
และรักษาความสัมพันธ์อันดี ตลอดจนเพื่อสร้างชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดี ที่จะนำไปสู่การสนับสนุน และ
การได้รับความร่วมมือจากกลุ่มประชาชนเป้าหมาย

3.2 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ มิได้มีเพียงการโฆษณาชื่อเสียง กิจกรรม หรือเผยแพร่
ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสถาบัน องค์กรหรือหน่วยงานให้ประชาชนทราบเท่านั้น ความมุ่งหมายของการดำเนินงาน
ประชาสัมพันธ์ มีความกว้างไกลออกไปอีกมาก มีผู้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

วีจิตร อาวะกุล (2534: 252 – 258) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ และ
สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. เพื่อให้บุคลากรเข้าใจระเบียบ เหตุและผล และความจำเป็นที่จะต้องมีกฎ ระเบียบ
ให้รู้ให้เข้าใจ เพื่อให้ความร่วมมือในการปฏิบัติ
2. เป็นรายงานให้บุคลากรได้ทราบเกี่ยวกับการดำเนินงาน และกิจกรรมต่างๆ ของ
หน่วยงาน หรือองค์กร
3. เป็นการสร้างชื่อเสียง เกียรติคุณ ความเชื่อถือ ความเชื่อมั่น ความนิยม มั่นใจใน
สถาบันหรือองค์กรให้เกิดในหมู่ประชาชนทั่วไป
4. ส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของวัฒนธรรม ให้ประชาชนมีความรู้สึก
เป็นเจ้าของในฐานะประชาชนคนหนึ่ง ที่จะต้องให้ความร่วมมือ ความสนใจเข้ามามีส่วนร่วมดูแลช่วยเหลือ
สถาบัน

5. เชิญชวนและสนับสนุนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมช่วยเหลือเกื้อกูลสถาบัน หรือหน่วยงาน อาจเป็นการช่วยเหลือด้านกำลังกาย วัสดุ แรงงาน

6. เพื่อให้องค์การดำเนินนโยบายเปิดประตู (Open Door Policy) เป็นศูนย์กลางการบริหารประชาคม ทางด้านการศึกษาและวัฒนธรรม

7. เพื่อสถาบันมีโอกาสสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นสามารถก่อประโยชน์ต่อชุมชนได้อย่างแท้จริง

8. ช่วยแก้ไข ขจัดปัดเป่าความขัดแย้งและบรรเทาข้อข้องใจทั้งหลายในแง่ต่างๆ บุคลากรมีต่อสถาบันให้หมดไป ให้ทุกส่วนมองสถาบันด้วยความชื่นชม มีความเชื่อถือและนิยมยกย่อง เพื่อเรียกร่องการสนับสนุน

9. เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้เกิดขึ้นทั่วไปอย่างไม่จำกัด โดยถือว่าสถาบันเป็นของชุมชน เพื่อชุมชนบริหารโดยผู้ที่อยู่ในชุมชน

10. เพื่อเปิดโอกาสให้ฝ่ายต่างๆได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ เสนอแนะเพื่อปรับปรุงให้เป็นไปตามแนวความคิด ความต้องการของสังคมท้องถิ่น

เสรี วงษ์มณฑา (2540: 4) กล่าวถึงหน้าที่จุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้

1. การให้ข้อมูลข่าวสารของประชาสัมพันธ์เป็นการเพิ่มคุณค่า (Added Value) ให้กับผลิตภัณฑ์ จึงต้องเสนอในรูปแบบของข่าว บทความ การให้สัมภาษณ์ การจัดนิทรรศการ การสัมมนา การทำเป็นสารคดี เผยแพร่ให้คนทราบ

2. การสร้างภาพพจน์ (Image Building) เป็นการสร้างความรัก ความชื่นชมในองค์กร รวมถึงความเข้าใจอันดีต่อกัน เมื่อประชาสัมพันธ์ไปแล้วเกิดความเข้าใจ เพราะมีหลักความเชื่ออย่างหนึ่งว่า เมื่อชอบแล้วก็พร้อมที่จะให้สนับสนุน

3. การให้การศึกษา (Education) องค์กรต้องให้ความรู้กับประชาชน

4. การสร้างความน่าเชื่อถือ (Credibility Building) การประชาสัมพันธ์สามารถทำได้ เกิดความเชื่อถือได้ดี เพราะเสนอในรูปแบบที่น่าเชื่อถือ เช่น รูปแบบของข่าว การสัมภาษณ์ บทความ เป็นต้น

นาถภรณ์ อัจฉริยะกุล (2527: 2) กล่าวถึงประโยชน์พื้นฐานของประชาสัมพันธ์ว่า เพื่อก่อกันและแก้โดยอธิบายได้ ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์เพื่อก่อ หมายถึง การประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มประชาชนทั้งภายในและภายนอกกับหน่วยงาน เพื่อส่งเสริมให้กิจการของหน่วยงานดำเนินไปด้วยความราบรื่น และเกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน นอกจากนั้นยังเป็นกลไกหนึ่งของการบริหาร เพื่อสร้างความนิยม ความเข้าใจและการสนับสนุนจากประชาชนต่อหน่วยงาน เพราะความนิยมจากประชาชน ทำให้กิจการของหน่วยงานเจริญก้าวหน้าและมั่นคง

2. การประชาสัมพันธ์เพื่อกัน หมายถึง การประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน ถ้าชื่อเสียงของหน่วยงานเสียไป ประชาชนจะหมดศรัทธา และขาดความนิยมหน่วยงานก็จำดำเนินงานด้วยความยากลำบาก ดังนั้น จึงต้องทำการประชาสัมพันธ์ เพื่อป้องกันมิให้ชื่อเสียงของหน่วยงานเสื่อมเสีย และยังคงรักษาชื่อเสียงไว้ให้อยู่ในความนิยมตลอดไปด้วย

3. การประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ หมายถึง เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด หรือแก้ภาพลักษณ์หรือแก้ชื่อเสียงที่เสียไปแล้วให้ฟื้นกลับคืนดีเหมือนเดิม เพราะบางครั้งความเข้าใจผิดอาจเกิดขึ้นได้เสมอ และเมื่อใดที่เกิดความเข้าใจผิดขึ้นแล้ว จะต้องรีบแก้ไขให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง มิฉะนั้น จะทำให้ภาพลักษณ์ของหน่วยงานเสียไปและยากที่จะแก้ไขให้ดีขึ้นในเวลาอันรวดเร็ว ฉะนั้นต้องระวังอย่าให้เกิดความเข้าใจผิดต่อหน่วยงานขึ้น จึงต้องทำการประชาสัมพันธ์ เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจผิด และถูกต้อง เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนอยู่อย่างสม่ำเสมอ

ภทรียา สุมะโน (2541: 1) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไว้ 10 ประการ ดังนี้

1. เพื่ออธิบายชี้แจง (Explanation) ให้ประชาชนทราบความจริง
2. เพื่อเป็นการบอกกล่าว (To Inform)
3. เพื่อเป็นการเผยแพร่ (Publicity)
4. เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ (Knowledge)
5. เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจ (Understanding)
6. เพื่อเป็นการให้การศึกษา (To Educate) แก่ประชาชน ให้เกิดความเฉลียวฉลาด ความรอบรู้เข้าใจ
7. เพื่อเป็นการชักจูงใจ (To Persuade)
8. เพื่อให้หน่วยงานได้บริการ (To Service) ตระหนักในหน้าที่และความถูกต้องบริการของหน่วยงาน
9. เพื่อให้เกิดความเชื่อถือไว้วางใจ (To Belief) เพื่อให้เกิดความราบรื่นในการดำเนินงานของหน่วยงาน
10. เพื่อให้ประชาชนเชื่อมั่นในศรัทธา (Trust) ต่อสถาบัน

จากวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ที่กล่าวไว้ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์มีจุดมุ่งหมายเพื่อเผยแพร่ ป้องกัน แก้ไข และกำจัดชื่อเสียงขององค์กร หรือสถาบัน เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และศรัทธาจากประชาชนบนพื้นฐานแห่งความเจริญและความถูกต้อง อันจะก่อให้เกิดความร่วมมือที่ดีระหว่างองค์กรหรือสถาบันกับประชาชน เพื่อให้การดำเนินงานสถาบันเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

3.3 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพได้นั้น จำต้องมีการวางแผน เมื่อมีการวางแผนที่จะดำเนินการเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อไปเป็นการลงมือปฏิบัติที่จะทำการเผยแพร่การประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการดำเนินการจำเป็นต้องใช้วิธีการติดต่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพเพียงพอ เหมาะกับเหตุการณ์ สถานที่ กลุ่มเป้าหมาย ที่กำหนด ซึ่งการประชาสัมพันธ์คือการติดต่อสื่อสาร (Public Relation is Communication) แบบสองทางการติดต่อสื่อสาร (Communication) จึงนับได้ว่า เป็นพฤติกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ (Human Behavior) การติดต่อมนุษย์จึงได้เกี่ยวข้องกับสิ่งที่เรากำหนดความหมายขึ้นมา (Assign Meaning) และทำให้เกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีพฤติกรรมเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน ฉะนั้นการติดต่อสื่อสาร จึงเกี่ยวข้อง และแทรกแซงอย่างกว้างขวางมากต่อพฤติกรรมมนุษย์ ไพทอร์ย สินลาธน์ (2531: 136) ได้กล่าวไว้ว่า ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นผู้ส่งสาร

ผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มคนซึ่งรับผิดชอบต่อข่าวสารที่จะส่งไป ผู้ส่งสารในฐานะบุคคลเดี่ยวอาจจะเป็นนาย ก. ซึ่งกำลังสนทนากับ นาย ข. กับนาย ก. ซึ่งชี้แจงออกอากาศทางสื่อมวลชนก็ได้

ผู้ส่งสารในฐานะกลุ่มคน ได้แก่ โรงเรียน สมาคม ชมรม องค์การ รัฐบาล ข่าวสารที่ส่งออกไปในนามของหน่วยงานนั้นๆ

ขอบเขตงานประชาสัมพันธ์ ผู้ส่งสารเฉพาะเรื่องก็คือ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์นั่นเอง เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เป็นตัวแทนของหน่วยงาน จะเป็นผู้วางแผนโครงการประชาสัมพันธ์ เฉพาะเรื่องซึ่งจะเกี่ยวข้องไปถึงการใช้สื่อข่าวสารชนิดต่างๆ และจะปรับปรุงแผนงานโดยอาศัยข้อเท็จจริงที่ได้ประมวณไว้

2. ขั้นข่าวสาร

ข่าวสาร หมายถึง เรื่องที่ผู้สื่อสารต้องการจะผ่านไปยังผู้รับสาร อาจเป็นคำพูด ข้อความ สัญลักษณ์ รูปภาพ ท่าทาง จุดสำคัญของขั้นนี้ คือ การมีประสบการณ์ร่วมกันจะสามารถเข้าใจได้ง่าย ตรงข้ามการมีวัฒนธรรม ภาษา สภาพแวดล้อม การศึกษาที่ต่างกัน ย่อมสื่อสารเข้าใจยาก

3. ขั้นสื่อสาร

สื่อข่าวสาร หมายถึง ตัวกลางทุกชนิดที่จะใช้ส่งผ่านข่าวสาร ตัวกลางดังกล่าวนี้หมายถึง สื่อทุกชนิด เช่น สิ่งตีพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ เครื่องบันทึกเสียง เครื่องบันทึกภาพ และอื่นๆ ที่จะช่วยนำข่าวสารของผู้ส่งไปยังผู้รับได้

4. ขั้นผู้รับสาร

ผู้รับสารหมายถึงถึงเป้าหมายของระบบสื่อสาร อาจเป็นบุคคลเดี่ยว หรืออาจเป็นกลุ่มคนเป็นจำนวนมากก็ได้ ปัญหาสำคัญของการสื่อสารในขั้นนี้คือ ทำอย่างไรจะให้ผู้รับสารสนองตอบ

และได้รับผลข่าวสารนั้นคือ มีการเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้รับสารในทาง พอใจต่อข่าวสาร ในกรณีนี้ที่ผู้รับสาร ไม่แสดงปฏิกิริยาตอบสนองใดๆ มิได้หมายความว่า การสื่อสารนั้นล้มเหลวโดยสิ้นเชิง อาจต้องให้การวิจัย กับผู้รับข่าวสารเข้าช่วย

ทั้ง 4 ขั้นตอนดังกล่าวมา ล้วนมีความเกี่ยวเนื่องกัน ความสำเร็จหรือล้มเหลวของ ขั้นตอนใด ขั้นตอนหนึ่งจะมีผลกระทบต่อขั้นอื่นๆ ทั้งหมด จึงมีความจำเป็นที่เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ในฐานะผู้รับผิดชอบต่อการบวนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน สถาบัน จะต้องวิเคราะห์ประสิทธิภาพ ของทุกขั้นตอนให้มั่นใจว่า ปราศจากจุดอ่อนใดๆ หรือถ้าบังเกิดมีบ้างก็ให้น้อยที่สุด และพยายามแก้ไข ปรับปรุงพัฒนาอยู่เสมอ

3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์

วัลย์ณรัตน์ ศรีไสย (2546: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบการบริหารงาน ประชาสัมพันธ์ เพื่อการพัฒนาองค์กร : กรณีศึกษางานประชาสัมพันธ์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผลการวิจัย พบว่า งานประชาสัมพันธ์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นหน่วยงานที่มีโครงสร้าง ตามหน้าที่ และเป็นหน่วยงานสนับสนุน ขึ้นตรงกับคณบดี คณะแพทยศาสตร์ มีหน้าที่ในการบริการข้อมูล ข่าวสาร สนับสนุนงานที่ทางคณะแพทยศาสตร์ได้เสนอ และประชาสัมพันธ์ให้กับหน่วยงานภายใน และ ภายนอกที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งประชาชนทั่วไป มีงานประชาสัมพันธ์ 3 หน่วยงานย่อยที่ประกอบกันตามหน้าที่ คือ หน่วยธุรการ/บริการ หน่วยกิจกรรมพิเศษ และหน่วยเผยแพร่สื่อสารมวลชน การตอบสนองความคาดหวัง ของผู้ใช้บริการเป็นตัวชี้วัดกำหนดคุณภาพ การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ คือ อาจารย์ ข้าราชการ เจ้าหน้าที่ และประชาชนทั่วไป พบว่า ระดับความพึงพอใจทั้ง 3 ด้าน การบริการที่จัดให้ สื่อที่แสดง และการบริการจากเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าจากมากไปหาน้อย คือ ด้านสื่อที่แสดง ด้านการบริการจากเจ้าหน้าที่ และด้านการบริการที่จัดให้ การพัฒนาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ ต้องเน้น ใน 4 ด้านคือ โครงสร้าง ต้องเน้นการกระจายอำนาจ ด้านบุคคล ต้องเน้นความพร้อม และความเข้าใจใน ระบบงาน ด้านเทคโนโลยีช่วยในการจัดหาหมวดหมู่ของข้อมูลให้รวดเร็วและถูกต้อง ด้านการบริการต้อง เน้นความเต็มใจของผู้ให้บริการโดยตัดเทียมกัน

ระพี แก้วเนตร (2546: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยในเรื่อง การพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โรงเรียนบ้านฝักแพว (คุรุราษฎร์รังสฤษฏ์) อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า สภาพปัญหาการ ดำเนินงานการประชาสัมพันธ์โรงเรียนบ้านฝักแพว (คุรุราษฎร์รังสฤษฏ์) ก่อนดำเนินการพัฒนา ครูผู้ปฏิบัติ หน้าที่งานประชาสัมพันธ์โรงเรียน มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ค่อนข้างน้อย ปฏิบัติงานไม่เป็นไปตามแผน ไม่มีปฏิทินการปฏิบัติงานที่ชัดเจน กิจกรรมประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารมีน้อย การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่ต่อเนื่อง หลังจากดำเนินการพัฒนา งานประชาสัมพันธ์โรงเรียนครบ 2 วงจรของการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) แล้วพบว่า ผล

การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนดีขึ้น แต่มีประเด็นที่ต้องปรับปรุงแก้ไข เช่น การแสวงหาข้อมูล และการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ ควรจัดให้มีการอบรมเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจให้มากยิ่งขึ้น และผู้บริหารโรงเรียนควรนำวิธีการอบรมเชิงปฏิบัติและการศึกษาดูงาน ซึ่งเป็นการพัฒนางานไปประยุกต์ใช้กับงานด้านอื่นๆ

วิภรณ์รัตน์ ผิวเหลือง (2549: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียประชาสัมพันธ์ บริษัท คาเมล (ประเทศไทย) จำกัด ให้ได้คุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด ผลการวิจัยพบว่า คอมพิวเตอร์มัลติมีเดียประชาสัมพันธ์ บริษัท คาเมล (ประเทศไทย) จำกัด มีผลการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับดี และผู้ใช้คอมพิวเตอร์มัลติมีเดียในรูปแบบ ซีดีรอม มีความพึงพอใจในระดับมาก

พรไพลิน โกมล (2550: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศการประชาสัมพันธ์ ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ให้ได้คุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด ผลการวิจัยพบว่า ระบบสารสนเทศ การประชาสัมพันธ์ ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีคุณภาพจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับดีมาก และผู้ใช้มีความพึงพอใจในระดับมาก

ดุษ (Dube. 1967: 143) ได้ทำการศึกษาเรื่องการสื่อสารนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงของอินเดียพบว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสาร และพบว่า จากจำนวนหมู่บ้านตัวอย่าง 4 หมู่บ้าน มีประชาชนจำนวน 84% ของกลุ่มตัวอย่าง มีความรู้เรื่องโปรแกรมการพัฒนาชนบทในหมู่บ้าน 2 – 3 รายการในจำนวนทั้งหมด 16 รายการ และมีเพียง 38 % ที่รู้เรื่องโปรแกรมการพัฒนาชนบทในหมู่บ้าน แสดงว่า การเผยแพร่นวัตกรรม มีผลในขั้นบุคคลกลุ่มเป้าหมาย และเริ่มรับรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม

เมยส์ (Mays. 1987: 65) ได้ทำการศึกษาประสิทธิภาพของกระบวนการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนเทศบาล เพื่อสำรวจความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการจัดประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนกับชุมชนอยู่ในเกณฑ์ดี เนื่องจากผู้บริหารเป็นผู้ที่เคยผ่านการฝึกอบรมทางด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียนระดับสูงมาแล้ว

จากงานวิจัยดังกล่าวข้างต้น พบว่า งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่มีความจำเป็นทุกๆ หน่วยงาน ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และธุรกิจเอกชน การประชาสัมพันธ์จะทำด้วยวิธีการต่างๆ กันออกไปแล้ว แต่ความเหมาะสม สภาพความจำเป็นและความต้องการขององค์กรนั้น

4. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

4.1 แนะนำ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด เป็นบริษัทในเครือของบริษัท รักลูก กรุ๊ป องค์กรธุรกิจเพื่อสังคม ที่เป็นผู้นำด้านการจัดการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาเด็ก ครอบครัว ชุมชนและสังคม ผู้นำในธุรกิจสื่อและกิจกรรมเพื่อพัฒนาเด็กและครอบครัว เข้าถึงพ่อแม่ทุกกลุ่มทุกวัย ผ่านสื่อกิจกรรมคุณภาพทุกรูปแบบอย่างครบวงจร

โดยมีวิสัยทัศน์ เป็นผู้นำด้านการบริหารแหล่งการเรียนรู้ให้เป็นต้นแบบ ของแหล่งการเรียนรู้ที่มีคุณภาพ ด้วยกระบวนการเรียนรู้แบบ Discovery Learning Process (DLP)

และพันธกิจ บริหารแหล่งการเรียนรู้ และพัฒนาหลักสูตรการเรียนรู้แบบ Discovery Learning Process (DLP) อย่างมืออาชีพ

โดยมีปณิธานว่า “เราจะร่วมกับผู้ใหญ่ที่ใส่ใจเด็ก ในการทำนุ บำรุงธรรมชาติแห่งความสงสัยใคร่รู้ ที่มีอยู่แล้วในตัวของเด็กไทยทุกคนให้งอกงามโดยเสมอภาค ด้วยการสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมแห่งการเรียนรู้ที่มีความสุขขึ้น ณ ที่แห่งนี้ ให้เด็กได้เรียนรู้ด้วยกระบวนการอันหลากหลายและลงมือทดลองด้วยตนเอง เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างเด็กไทยรุ่นใหม่ที่รักการเรียนรู้มานะ เห็นคุณค่าในตนเอง และเอื้ออาทรต่อผู้อื่น”

ผลงานของ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

ผลงานปัจจุบัน

1. บริหารพิพิธภัณฑ์เด็กกรุงเทพมหานคร
2. บริหารศูนย์ศึกษาศึกษาการเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลนสิรินาถราชินี ของบริษัท ปตท.
3. จัดสร้างหลักสูตรการเรียนรู้ Discovery Learning Process (DLP)

ผลงานในอดีต

1. บริหารเมืองจรรยาจำลอง
2. บริหารบ้านหนังสือกรุงเทพมหานคร 10 ชุมชน
3. บริหารกิจกรรมการเรียนรู้ “โครงการวันหยุดสุดสนุกสัญจร” ของกรุงเทพมหานคร
4. บริหารกิจกรรมการเรียนรู้ “โครงการศูนย์เพลิน” ของกรุงเทพมหานคร
5. บริหารกิจกรรมการเรียนรู้ “โครงการนำร่องพิพิธภัณฑ์เด็กสัญจร” ของกรุงเทพมหานคร
6. บริหารกิจกรรมการเรียนรู้ “โครงการนำร่องพิพิธภัณฑ์เด็กสัญจรเกียกกาย” ของ

กรุงเทพมหานคร

4.2 ขอบเขตการดำเนินงานของ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด มีจุดเริ่มต้นจากการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ "วันหยุดสุดสนุก" ที่นำไปสู่การออกแบบ พัฒนา และบริหารพิพิธภัณฑ์เด็กของกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่ปี 2544 ปัจจุบัน บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ได้ทำการวิจัยและพัฒนากระบวนการเรียนรู้ นอกระบบโรงเรียนสำหรับเด็กขึ้น ภายใต้หลักการ DLP - Discovery Learning Process และได้ขยาย การให้บริการกิจกรรมแบบ hands-on สำหรับเด็กที่ตื่นตาตื่นใจหลากหลายรูปแบบ บนฐานกระบวนการ DLP ได้แก่ กิจกรรมค่ายเปิดเทอม ทุกวัยทั้งอนุบาล-ประถม, Day Camp ในวันเสาร์ - อาทิตย์, Workshop เช่น ศิลปะ งานประดิษฐ์ อาหาร, Field Camp เช่น ค่าย ค่ายภูมิปัญญาท้องถิ่น ฯลฯ, Child & Family Events สำหรับวัยต่างๆ เช่น มหกรรมวันเด็ก ปั่นปุ๋ยให้เป็นด้าย ทอผ้าให้เป็นผืน และบริการจัดอบรม แก่ครู บรรณารักษ์ และเจ้าหน้าที่ศูนย์เยาวชนต่างๆ ในการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์สำหรับเด็กๆ อย่างต่อเนื่อง เป็นประจำ และปัจจุบัน บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด เป็นผู้นำที่โดดเด่น ในการผู้บริหาร แหล่งการเรียนรู้ นอกระบบโรงเรียนแบบครบวงจร ที่มีประสิทธิภาพ และได้รับความเชื่อถือในวงการศึกษา มากที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย นับจากเปิดให้บริการพิพิธภัณฑ์เด็กกรุงเทพมหานคร ที่ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด เป็นผู้บริหาร และได้ขยายพันธกิจสู่การบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้อย่างมี คุณภาพให้แก่ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เช่น รับบริหารพิพิธภัณฑ์เด็กเกียกกายของกรุงเทพมหานคร ปี 2544 รับบริหารเมืองจรรยาจำลองของโตโยต้า ปี 2546 – 2549, รับออกแบบการบริหารศูนย์ศึกษาการเรียนรู้ ระบบนิเวศป่าชายเลนสิรินาถราชินี ของบริษัท ปตท. ปี 2549

4.2.1 การบริหารแหล่งการเรียนรู้

4.2.1.1 บริหารพิพิธภัณฑ์เด็กกรุงเทพมหานคร

4.2.1.2 บริหารศูนย์ศึกษาการเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลนสิรินาถราชินี ของบริษัท ปตท.

4.2.2 หลักสูตรการเรียนรู้ แบบ Discovery Learning Process (DLP)

Discovery Learning Process (DLP) หมายถึง กระบวนการการเรียนรู้ ที่เน้นให้เด็ก ลงมือค้นหาศักยภาพของตัวเองด้วยตนเอง ผ่านการใช้ทักษะ 7 ส. โดยผู้ใหญ่มีบทบาทในฐานะกองหนุน ที่คอยอำนวยความสะดวก โดยไม่บอกคำตอบหรือความรู้ทันที แต่เปิดโอกาสและเสริมสร้างบรรยากาศ เงื่อนไขให้เด็กๆ เกิดการเรียนรู้ และรู้จักค้นหาคำตอบด้วยตัวเอง หากเด็กๆ ได้นำทักษะทั้ง 7 ส. นี้ มาใช้ ในการเรียนรู้เรื่องต่างๆ อย่างต่อเนื่องเป็นประจำจนกลายเป็นนิสัย เขาก็จะสามารถหาความรู้ หรือสร้าง องค์ความรู้ด้วยตนเอง คิดเป็น ทำเป็น แก้ปัญหาเป็น

การเรียนรู้แบบ DLP โดยทักษะ 7 ส. จะเกิดประโยชน์ต่อการเรียนรู้ของเด็กๆ เนื่องจาก ทักษะทั้ง 7 จะบ่มเพาะให้เด็กๆ มีกระบวนการเรียนรู้อย่างเป็นระบบและมีหลักการ ดังนี้

1. ส-สงสัย > ช่วยฝึกฝนการเป็นคนช่างคิด ช่างสงสัย รู้จักตั้งคำถาม นำไปสู่การเป็นคนใฝ่รู้ ตื่นตัว คิดเป็น
2. ส-สังเกต > ช่วยฝึกฝนให้เด็ก ๆ รู้จักเก็บรายละเอียด ไม่รีบร้อน ไม่มองข้าม นำไปสู่การเป็นคนละเอียด รอบครอบ พินิจ พิเคราะห์
3. ส-สัมผัส > ช่วยฝึกฝนให้เด็กรู้จักการเรียนรู้โดยใช้ หู ตา จมูก กาย และใจในการเรียนรู้มากกว่าความเคยชินที่จะใช้หูฟัง ตา ดู ทำให้เกิดมิติและประสบการณ์การรับรู้ที่หลากหลาย
4. ส-สำรวจ > ฝึกฝนให้เด็กรู้จักมองหาความเชื่อมโยง ความสัมพันธ์ สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่เด็กเรียนรู้ เป็นการพัฒนาไปสู่การมองแบบองค์รวม
5. ส-สืบค้น > ฝึกให้เด็กรู้จักการค้นคว้าหาข้อมูล ความรู้จากแหล่งต่างๆ นำไปสู่การเป็นคนใฝ่รู้ รักการอ่าน การค้นคว้า
6. ส-สังสม > เป็นการให้โอกาสเด็ก ๆ ได้กระทำซ้ำในสิ่งที่ยากเรียนรู้ จนเกิดความเข้าใจลึกซึ้ง แม่นยำ ชำนาญ
7. ส-สรุปผล > ฝึกให้เด็ก ๆ รู้จักประมวลความคิดหรือรู้จักวิเคราะห์ สังเคราะห์ คำตอบ และกล้านำเสนอความคิดในมุมมองที่เหมือนหรือแตกต่าง ด้วยตัวเอง

4.2.3 งานกิจกรรมสร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ

4.2.3.1 DLP หมู่คณะ

สนุกสนานกับการเรียนรู้แบบอิสระใน 8 ภาคความรู้ ฝึกฝนทักษะความสามารถในด้านต่างๆ เน้นให้พัฒนากระบวนการเล่น การคิดและความเข้าใจของตนเอง โดยมีเจ้าหน้าที่วิชาการ กระตุ้นและส่งเสริมการเรียนรู้ ด้วยบรรยากาศการเรียนรู้ที่สนุกสนาน และสอดคล้องกับหลักสูตรการศึกษาในปัจจุบัน

4.2.3.2 Discovery Rally

กิจกรรมที่เน้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ แบบสนุกสนาน และทำความเข้าใจกับสิ่งต่างๆ รอบตัว ทำงานเป็นขั้นตอน ควบคู่ไปกับความคิด ส่งเสริมให้รู้จักการทำงานเป็นทีม การแบ่งปัน ความกล้าแสดงออกและค้นพบคำตอบด้วยการลงมือปฏิบัติ

4.2.3.3 DLP Camp

กิจกรรมรูปแบบค่ายเพื่อปลูกฝังทักษะ 7 ส. โดยแบ่งเป็น ค่ายอนุบาลของน้องน้อย เรียนรู้ภายในพิพิธภัณฑ์ ค่าย Unseen น้องกลาง เรียนรู้นอกพิพิธภัณฑ์ และค่ายค้างคืน สำหรับพี่โต เพื่อการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นจริงสำหรับเด็กๆ ด้วยกิจกรรมสนุกสนานหลากหลายเรื่องราว ให้เลือกตามความถนัดหรือความสนใจ เสริมสร้างพัฒนาการตามวัยอย่างเหมาะสม พร้อมทั้งปลูกฝังทัศนคติการอยู่ร่วมกันในสังคมให้กับเด็ก

4.2.3.4 งานจัดอบรม

4.2.3.4.1 งานอบรมวิชาการ ครู พ่อแม่ นักการศึกษา

4.2.3.4.2 งานวิจัยการเรียนรู้

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด พบว่า ปัจจุบันสื่อวิดิทัศน์ เป็นสื่อที่มีบทบาทและมีคุณค่าต่อการนำมาใช้ในวงการต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะ เป็นด้านการศึกษา การแพทย์ การเกษตร ธุรกิจ และการประชาสัมพันธ์ เพราะเป็นสื่อที่สามารถผลิตได้ง่าย มีจุดเด่นที่น่าสนใจ มีศักยภาพในการนำเสนอหลายรูปแบบ ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงบรรยาย เสียงเพลงประกอบ กราฟิกตัวอักษร และอื่นๆ จึงทำให้ผู้ชมตอบสนองการรับรู้ข้อมูล ได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพเป็นอย่างดี ดังนั้นผู้วิจัย จึงคิดว่าการนำเอาสื่อวิดิทัศน์ มาใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด จะช่วยทำให้ผู้ชมสามารถรับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างมีคุณภาพ

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการพัฒนาวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง
3. การสร้างคุณภาพของเครื่องมือ
4. การดำเนินการทดลอง
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มแรก คือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และ ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา

กลุ่มที่สอง คือ กลุ่มผู้ชม วิดิทัศน์ฯ ได้แก่ บุคคลทั่วไปที่มาเที่ยวชม พิพิธภัณฑ์เด็ก กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มแรก คือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา โดยเลือกแบบเจาะจง จำนวน 11 คน และได้แบ่งกลุ่มผู้เชี่ยวชาญออกเป็น 2 รอบ คือ

รอบที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา จำนวน 3 คน

รอบที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา จำนวน 5 คน

กลุ่มที่สอง คือ กลุ่มผู้ชม วิดิทัศน์ฯ ได้แก่ บุคคลทั่วไปที่มาเที่ยวชม พิพิธภัณฑ์เด็ก กรุงเทพมหานคร จำนวน 80 คน โดยเลือกแบบบังเอิญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และการพัฒนาวิดีโอทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ประกอบด้วย

1. วิดีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ซึ่งบันทึกข้อมูลในรูปแบบ DVD
2. แบบประเมินคุณภาพ วิดีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด สำหรับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 ชุด คือ
 - 2.1 แบบประเมินคุณภาพ วิดีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ด้านเนื้อหา
 - 2.2 แบบประเมินคุณภาพ วิดีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ด้านเทคโนโลยีการศึกษา
3. แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ชม วิดีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ

การพัฒนาวิดีโอทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ดำเนินการสร้างตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาและรวบรวมเนื้อหาทั้งหมดที่จะนำมาสร้างเป็นเรื่องการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด
2. ศึกษาหลักการ วิธีการ การนำเสนอ และรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการเขียนบทวิดีโอทัศน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ รวมถึงโปรแกรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องและจำเป็นต้องใช้
3. กำหนดวัตถุประสงค์
4. วิเคราะห์เนื้อหา โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 เรื่อง ดังนี้
 - 4.1 แนะนำบริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติบริษัท วิสัยทัศน์ ปณิธาน
 - 4.2 แนะนำขอบเขตการดำเนินงานของ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ การรับบริหารแหล่งการเรียนรู้ หลักสูตรการเรียนรู้ แบบ Discovery Learning Process (DLP) งานกิจกรรมสร้างสรรค์รูปแบบต่างๆ ผลงานที่ผ่านมา
5. เรียบเรียงเนื้อหา แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปสร้างวิดีโอทัศน์ต่อไป

6. เขียนบทวิดิทัศน์ในการนำเสนอเรื่องราว ตามเนื้อหาที่กำหนดไว้ และนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข
7. นำบทวิดิทัศน์ที่เขียนขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของบทวิดิทัศน์และนำมาปรับปรุงแก้ไข
8. นำบทวิดิทัศน์ ที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปถ่ายทำ ตัดต่อลำดับภาพ และบันทึกเสียงตามกระบวนการผลิตวิดิทัศน์
9. นำวิดิทัศน์ ที่สร้างเสร็จแล้วไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบ และปรับปรุงแก้ไข จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีทางการศึกษา จำนวน 3 ท่าน พิจารณาประเมินคุณภาพรอบที่ 1 แล้วนำไปปรับปรุงแก้ไข ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เมื่อปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีทางการศึกษา จำนวน 5 ท่าน พิจารณาคุณภาพของวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด เป็นรอบที่ 2

แบบประเมินคุณภาพ วิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ดำเนินการสร้างตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบประเมินคุณภาพ วิเคราะห์เนื้อหา และวัตถุประสงค์ ที่ต้องการได้จากวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

2. สร้างแบบประเมินคุณภาพการพัฒนาวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด โดยทำเป็น แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา และแบบประเมินคุณภาพด้านเทคโนโลยีการศึกษา ดังต่อไปนี้

- 2.1 วิเคราะห์คุณสมบัติด้านเนื้อหาและคุณสมบัติด้านเทคโนโลยีการศึกษา เพื่อกำหนดเป็นรายการที่ใช้ประเมิน

- 2.2 สร้างแบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและแบบประเมินด้านเทคโนโลยีการศึกษา เพื่อหาคุณภาพของ วิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ซึ่งเป็นข้อความแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

โดยกำหนดค่าระดับการประเมินคุณภาพ ดังนี้

- | | | |
|---|---------|----------------------|
| 5 | หมายถึง | มีคุณภาพระดับดีมาก |
| 4 | หมายถึง | มีคุณภาพระดับดี |
| 3 | หมายถึง | มีคุณภาพระดับปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | ต้องปรับปรุงแก้ไข |
| 1 | หมายถึง | ใช้ไม่ได้ |

การพิจารณาค่าเฉลี่ยใช้เกณฑ์ ดังนี้

- 4.51 – 5.00 หมายถึง มีคุณภาพในระดับดีมาก
- 3.51 – 4.50 หมายถึง มีคุณภาพในระดับดี
- 2.51 – 3.50 หมายถึง มีคุณภาพในระดับปานกลาง
- 1.51 – 2.50 หมายถึง ต้องปรับปรุงแก้ไข
- 1.00 – 1.50 หมายถึง ใช้ไม่ได้

ผู้วิจัยกำหนดคุณภาพของวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ต้องมีค่าเฉลี่ย 3.51 ขึ้นไป หรือในระดับดีขึ้นไป จึงถือได้ว่าวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด มีคุณภาพนำไปใช้ได้

แบบสอบถามวัดความพึงพอใจของผู้ใช้วิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ดำเนินการสร้างตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ
2. วิเคราะห์เนื้อหา และวัตถุประสงค์ ที่ต้องการได้จากวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด
3. สร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ ในการชมวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ที่เป็นข้อความแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

โดยกำหนดน้ำหนัก ดังนี้

- 5 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังต่อไปนี้

- 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
- 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมาก
- 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
- 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อย
- 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

4. นำแบบประเมินคุณภาพ และแบบสอบถามความพึงพอใจ ที่สร้างเสร็จแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบคุณภาพของข้อคำถามทางด้านการใช้ภาษา ความครอบคลุม และความชัดเจนของข้อคำถาม

5. นำแบบประเมินคุณภาพ และแบบสอบถามความพึงพอใจ ไปปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และผู้เชี่ยวชาญ

6. เมื่อแก้ไขปรับปรุงแล้ว จึงนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพ และปรับปรุงแก้ไข วิทยุทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด จนมีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด แล้วจึงนำไปใช้ กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อตอบแบบสอบถามความพึงพอใจ วิทยุทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ต่อไป

การดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. นำวิทยุทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา จำนวน 3 ท่าน ประเมินคุณภาพรอบแรก แล้วนำผลการประเมินมาปรับปรุงแก้ไข

2. นำวิทยุทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา จำนวน 5 ท่าน ประเมินคุณภาพรอบสอง ถ้าคุณภาพไม่ได้ตามเกณฑ์ ก็นำไปปรับปรุงแก้ไข จนได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยมีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไป

3. นำวิทยุทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 80 คน โดยการเลือกแบบบังเอิญ ให้ชมวิทยุทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด เป็นรายบุคคล เพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้ชมวิทยุทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ คือ

1. ค่าคะแนนเฉลี่ย
2. ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การพัฒนาวิดีโอทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ มีจุดประสงค์เพื่อพัฒนา และหาคุณภาพของวิดีโอทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ซึ่งประกอบไปด้วย 2 เรื่อง ดังนี้

เรื่องที่ 1 แนะนำบริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติบริษัท วิสัยทัศน์ ปณิธาน

เรื่องที่ 2 แนะนำขอบเขตการดำเนินงานของ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการแหล่งการเรียนรู้ หลักสูตรการเรียนรู้ แบบ Discovery Learning Process (DLP) งานกิจกรรมสร้างสรรค์รูปแบบต่างๆ ผลงานที่ผ่านมา

ซึ่งทั้ง 2 เรื่อง มีความยาวของเนื้อเรื่อง 5 นาที 40 วินาที และความจุของเนื้อหา 388 MB

ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

คุณภาพของวิดีโอทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน ครั้งที่ 1 ปรากฏผลดังแสดงใน ตาราง 1

ตาราง 1 ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ครั้งที่ 1

รายการ	ผลการประเมิน		
	ค่าเฉลี่ย	เบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับของ คุณภาพ
1. การสื่อความหมายของข้อความในการแนะนำ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด	4.33	0.58	ดี
2. ความถูกต้องของโครงสร้าง บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด	4.33	0.58	ดี
3. ความเหมาะสมของปริมาณเนื้อหาในแต่ละเรื่อง	4.67	0.58	ดีมาก
4. ความกระชับของคำบรรยายเนื้อหา	4.33	0.58	ดี
5. ความเหมาะสมของลำดับในการนำเสนอเนื้อหา	4.33	0.58	ดี
6. ความสอดคล้องของรูปภาพกับเนื้อหา	4.33	0.58	ดี
7. ความน่าสนใจของกราฟิกที่ใช้	5.00	0.00	ดีมาก
8. ความเหมาะสมของสมการใช้ภาษา	4.33	0.58	ดี
9. ความชัดเจนของเสียงบรรยาย	4.67	0.58	ดีมาก
10. ความเหมาะสมของเสียงประกอบ	4.33	0.58	ดี
รวม	4.47	0.52	ดี

จากตาราง 1 ผลการประเมินคุณภาพ วิดีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด จากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา โดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาแต่ละรายการประเมินพบว่า ด้านการสื่อความหมายของข้อความในการแนะนำ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ความถูกต้องของโครงสร้าง บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ความกระชับของคำบรรยายเนื้อหา ความเหมาะสมของลำดับในการนำเสนอเนื้อหา ความสอดคล้องของรูปภาพกับเนื้อหา ความเหมาะสมของสมการใช้ภาษา ความเหมาะสมของเสียงประกอบ มีคุณภาพอยู่ในระดับดี ส่วนความเหมาะสมของปริมาณเนื้อหาในแต่ละเรื่อง ความน่าสนใจของกราฟิกที่ใช้ ความชัดเจนของเสียงบรรยาย มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก

ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญเทคโนโลยีการศึกษา ครั้งที่ 1

คุณภาพของวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา จำนวน 3 ท่าน ครั้งที่ 1 ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา ครั้งที่ 1

รายการ	ผลการประเมิน		ระดับของ คุณภาพ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน	
1. ด้านเนื้อหาและการดำเนินเรื่อง	3.75	0.69	ดี
1.1 ความเหมาะสมของปริมาณเนื้อหาในแต่ละเรื่อง	3.67	0.58	ดี
1.2 ความเหมาะสมของรูปแบบในการนำเสนอ	3.67	0.58	ดี
1.3 ความเหมาะสมของการนำเสนอเนื้อหา	3.67	0.58	ดี
1.4 ความน่าสนใจในการดำเนินเรื่อง	4.00	1.00	ดี
2. ด้านภาพ ภาษา และเสียง	3.80	0.58	ดี
2.1 ความสอดคล้องของภาพกับเนื้อหา	3.67	0.58	ดี
2.2 ความเหมาะสมของปริมาณภาพกับเนื้อหา	3.67	0.58	ดี
2.3 ความเหมาะสมของกราฟิกที่ใช้	3.67	0.58	ดี
2.4 ความชัดเจนของเสียงบรรยาย	3.67	0.58	ดี
2.5 ความเหมาะสมของเสียงดนตรีที่ใช้ประกอบ	4.33	0.58	ดี
3. ด้านตัวอักษร และสี	3.50	0.58	ปานกลาง
3.1 ความเหมาะสมของรูปแบบตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ	3.33	0.58	ปานกลาง
3.2 ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร	3.33	0.58	ปานกลาง
3.3 ความเหมาะสมของการใช้สีตัวอักษร	3.67	0.58	ดี
3.4 ความเหมาะสมของพื้นหลัง	3.67	0.58	ดี
4. เทคนิคการนำเสนอ	3.78	0.72	ดี
4.1 ความเหมาะสมของการออกแบบหน้าจอ	3.67	0.58	ดี
4.2 ความต่อเนื่องของการนำเสนอเนื้อหา	3.67	0.58	ดี
4.3 ความน่าสนใจของการนำเสนอ	4.00	1.00	ดี
รวม	3.71	0.64	ดี

จากตาราง 2 ผลการประเมินคุณภาพ วิดีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี เลิร์นนิ่ง จำกัด จากผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา ครั้งที่ 1 โดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดี โดยมีคุณภาพในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านเนื้อหาและการดำเนินเรื่อง มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีความเหมาะสมของปริมาณเนื้อหาในแต่ละเรื่อง รูปแบบการนำเสนอ การดำเนินเนื้อหา และความน่าสนใจในการดำเนินเรื่อง มีคุณภาพอยู่ในระดับดี

ด้านภาพ ภาษา และเสียง มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีความสอดคล้องของภาพกับเนื้อหา ความเหมาะสมของปริมาณภาพกับเนื้อหา ความเหมาะสมของกราฟิกที่ใช้ ความน่าสนใจของกราฟิกที่ใช้ ความชัดเจนของเสียงบรรยาย และความน่าสนใจของเสียงดนตรีที่ประกอบ มีคุณภาพอยู่ในระดับดี

ด้านตัวอักษร และสี มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความเหมาะสมของรูปแบบตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร มีคุณภาพอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความเหมาะสมของการใช้สีตัวอักษร ความเหมาะสมของพื้นหลัง มีคุณภาพอยู่ในระดับดี

เทคนิคการนำเสนอ มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีความเหมาะสมของการออกแบบหน้าจอ ความต่อเนื่องของการนำเสนอเนื้อหา ความน่าสนใจของการนำเสนอ มีคุณภาพอยู่ในระดับดี

จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษาในรอบที่ 1 พบว่า วิดีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี เลิร์นนิ่ง จำกัด มีสิ่งที่จะต้องปรับปรุง ดังนี้

1. การนำเสนอข้อมูลและการใช้ภาษาพูด อาจต้องเลือกใช้คำในเชิงประชาสัมพันธ์ และการตลาดให้มากขึ้น เพื่อผู้ชมสนใจและเห็นคุณค่าด้านการสร้างการเรียนรู้
2. ภาพกราฟิกที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหา ยังขาดเนื้อหาบางส่วน เช่น ตอนที่กล่าวถึง บริษัท รักลูกกรุ๊ป จำกัด มีการทำงานครบวงจร แต่ขาดภาพการทำงานหลักด้าน สื่อ นิตยสาร และโทรทัศน์
3. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อความที่นำเสนอ และสีฉากหลังเข้มเกินไปจนทำให้ ตัวหนังสือไม่เด่นชัด
4. ภาพประกอบบางส่วนไม่ชัดเจน

ซึ่งผู้วิจัย ได้ปรับปรุงแก้ไข วิดีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี เลิร์นนิ่ง จำกัด ตามข้อเสนอแนะผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา ดังนี้

1. ปรับปรุงข้อความในส่วนของเสียงบรรยายให้เหมาะแก่การประชาสัมพันธ์มากขึ้น
2. เพิ่มภาพกราฟิกในเรื่องของ สื่อ นิตยสาร และโทรทัศน์ เพื่อให้เนื้อหาสมบูรณ์ขึ้น
3. ปรับปรุงแก้ไขคำผิดให้ถูกต้องและปรับสีฉากหลังให้อ่อนลงพร้อมปรับสีตัวหนังสือให้ชัดขึ้น
4. เปลี่ยนภาพประกอบที่ดูชัดและเข้ากับเนื้อหาใหม่

ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญเทคโนโลยีการศึกษา ครั้งที่ 2

คุณภาพของวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี เลิร์นนิ่ง จำกัด จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา จำนวน 5 ท่าน ครั้งที่ 2 ปรากฏผลดังแสดงใน ตาราง 3

ตาราง 3 ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา ครั้งที่ 2

รายการ	ผลการประเมิน		ระดับของ คุณภาพ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน	
1. ด้านเนื้อหาและการดำเนินเรื่อง	4.45	0.53	ดี
1.1 ความเหมาะสมของปริมาณเนื้อหาในแต่ละเรื่อง	4.40	0.55	ดี
1.2 ความเหมาะสมของรูปแบบในการนำเสนอ	4.60	0.55	ดีมาก
1.3 ความเหมาะสมของการนำเสนอเนื้อหา	4.20	0.45	ดี
1.4 ความน่าสนใจในการดำเนินเรื่อง	4.60	0.55	ดีมาก
2. ด้านภาพ ภาษา และเสียง	4.48	0.58	ดี
2.1 ความสอดคล้องของภาพกับเนื้อหา	4.20	0.45	ดี
2.2 ความเหมาะสมของปริมาณภาพกับเนื้อหา	4.40	0.55	ดี
2.3 ความเหมาะสมของกราฟิกที่ใช้	4.60	0.55	ดีมาก
2.4 ความชัดเจนของเสียงบรรยาย	4.40	0.89	ดี
2.5 ความเหมาะสมของเสียงดนตรีที่ใช้ประกอบ	4.80	0.45	ดีมาก
3. ด้านตัวอักษร และสี	4.50	0.55	ดี
3.1 ความเหมาะสมของรูปแบบตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ	4.40	0.55	ดี
3.2 ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร	4.60	0.55	ดีมาก
3.3 ความเหมาะสมของการใช้สีตัวอักษร	4.40	0.55	ดี
3.4 ความเหมาะสมของพื้นหลัง	4.60	0.55	ดีมาก
4. เทคนิคการนำเสนอ	4.60	0.52	ดีมาก
4.1 ความเหมาะสมของการออกแบบหน้าจอ	4.40	0.55	ดี
4.2 ความต่อเนื่องของการนำเสนอเนื้อหา	4.60	0.55	ดีมาก
4.3 ความน่าสนใจของการนำเสนอ	4.80	0.45	ดีมาก
รวม	4.51	0.55	ดีมาก

จากตาราง 3 ผลการประเมินคุณภาพ วิดีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด จากผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา ในครั้งที่ 2 โดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก โดยมีคุณภาพในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านเนื้อหาและการดำเนินเรื่อง มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีความเหมาะสมของปริมาณเนื้อหาในแต่ละเรื่อง รูปแบบการนำเสนอ การดำเนินเนื้อหา และความน่าสนใจในการดำเนินเรื่อง มีคุณภาพอยู่ในระดับดี

ด้านภาพ ภาษา และเสียง มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีความสอดคล้องของภาพกับเนื้อหา ความเหมาะสมของปริมาณภาพกับเนื้อหา ความชัดเจนของเสียงบรรยาย มีคุณภาพอยู่ในระดับดี ส่วนความเหมาะสมของกราฟิกที่ใช้ ความน่าสนใจของเสียงดนตรีที่ประกอบ มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก

ด้านตัวอักษร และสี มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีความเหมาะสมของรูปแบบตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ ส่วนความเหมาะสมของการใช้สีตัวอักษร มีคุณภาพอยู่ในระดับดี ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร ความเหมาะสมของพื้นหลัง มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก

เทคนิคการนำเสนอ มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยมีความต่อเนื่องของการนำเสนอเนื้อหา ความน่าสนใจของการนำเสนอ มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ส่วนความเหมาะสมของการออกแบบหน้าจอ มีคุณภาพอยู่ในระดับดี

จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีทางการศึกษาในรอบที่ 2 นั้นไม่มีข้อเสนอแนะและการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม จากผู้เชี่ยวชาญ เนื่องจากผู้วิจัย ได้ทำการปรับปรุงแก้ไข วิดีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ด้านเนื้อหาและด้านด้านเทคโนโลยีทางการศึกษา ในรอบที่ 1 แล้ว

ความพึงพอใจของผู้ใช้วีดิทัศน์

ผู้วิจัยนำ วิดีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ที่ได้จากการพัฒนาและหาคุณภาพ จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 รอบ ซึ่งมีคุณภาพตามเกณฑ์กำหนด แล้วนำวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 80 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบบังเอิญ ให้ชมวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด เป็นรายบุคคล เพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้ชมวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

ตาราง 4 ผลการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้ วิตัทศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		ระดับความพึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
1. การนำเสนอชวนให้น่าติดตาม	4.64	0.58	พึงพอใจมากที่สุด
2. ความน่าสนใจของรูปภาพ	4.50	0.73	พึงพอใจมาก
3. ความชัดเจนของรูปภาพ	4.23	0.57	พึงพอใจมาก
4. รูปภาพสื่อความหมายสอดคล้องกับข้อความ	4.58	0.59	พึงพอใจมากที่สุด
5. ความน่าสนใจของกราฟิกที่ใช้	4.45	0.78	พึงพอใจมาก
6. ขนาดของตัวอักษรที่ใช้อ่านง่าย	4.35	0.68	พึงพอใจมาก
7. ความน่าสนใจของสีตัวอักษร และสีพื้นหลัง	4.48	0.75	พึงพอใจมาก
8. ความชัดเจนของเสียงบรรยาย	4.65	0.64	พึงพอใจมากที่สุด
9. ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบ	4.61	0.65	พึงพอใจมากที่สุด
10. ประโยชน์ที่ได้รับจากการชมรายการวีดีทัศน์	4.64	0.60	พึงพอใจมากที่สุด
รวม	4.51	0.66	พึงพอใจมากที่สุด

จากตาราง 4 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ วิตัทศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี เลิร์นนิ่ง จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยผู้ชมมีความพึงพอใจ แต่ละรายการดังนี้ การนำเสนอชวนให้น่าติดตาม รูปภาพสื่อความหมายสอดคล้องกับข้อความ ความชัดเจนของเสียงบรรยาย ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบ ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ วิตัทศน์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และความน่าสนใจของรูปภาพ ความชัดเจนของรูปภาพ ความน่าสนใจของกราฟิกที่ใช้ ขนาดของตัวอักษรที่ใช้อ่านง่าย ความน่าสนใจของสีตัวอักษร และสีพื้นหลัง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยในครั้งนี้ ได้วิดิทัศน์ ประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ซึ่งมีเนื้อหาประกอบไปด้วย

1. แนะนำบริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด
2. แนะนำขอบเขตการดำเนินงานของ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ให้มีคุณภาพตามเกณฑ์กำหนด
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชม วิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

ความสำคัญของการวิจัย

ได้วิดิทัศน์ สำหรับประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ที่มีคุณภาพตามเกณฑ์ และเป็นแนวทางในการพัฒนาวิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์องค์กร หรือหน่วยงานอื่นๆ ต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ชม วิดิทัศน์ฯ คือ บุคคลทั่วไปที่มาเที่ยวชม พิพิธภัณฑ์เด็ก กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านเทคโนโลยีการศึกษา จำนวน 11 ท่าน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แก่ บุคคลทั่วไปที่มาเที่ยวชม พิพิธภัณฑ์เด็ก กรุงเทพมหานคร จำนวน 80 คน โดยการเลือกแบบบังเอิญ

เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัย

การพัฒนาวิดีโอทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด แบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 เรื่อง ดังนี้

เรื่องที่ 1 แนะนำบริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ ประวัติบริษัท, วิสัยทัศน์, ปณิธาน

เรื่องที่ 2 แนะนำขอบเขตการดำเนินงานของ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ การรับบริหารแหล่งการเรียนรู้, หลักสูตรการเรียนรู้ แบบ Discovery Learning Process (DLP), งานกิจกรรมสร้างสรรค์รูปแบบต่างๆ, ผลงานที่ผ่านมา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการพัฒนาวิดีโอทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ประกอบด้วย

1. วิดีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ซึ่งบันทึกข้อมูลในรูปแบบ DVD

2. แบบประเมินคุณภาพ วิดีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด สำหรับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 ชุด คือ

2.1 แบบประเมินคุณภาพ วิดีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ด้านเนื้อหา

2.2 แบบประเมินคุณภาพ วิดีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ด้านเทคโนโลยีการศึกษา

3. แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ วิดีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

การดำเนินการวิจัย และเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยและการพัฒนาวิดีโอทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับรูปแบบวิธีวิจัยตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา สารนิพนธ์ โดยเน้นการสร้างและพัฒนาสื่อให้มีคุณภาพตามเกณฑ์ สำหรับการนำมาทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ทราบผลว่า วิดีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด เป็นวิดีโอทัศน์ที่มีคุณภาพสามารถนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้จริงหรือไม่ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

การหาคุณภาพของวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์

1. นำวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา จำนวน 3 ท่าน ประเมินคุณภาพ ในรอบที่ 1
2. นำผลประเมินและข้อเสนอแนะ จากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา ในรอบที่ 1 มาปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง
3. นำวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา จำนวน 5 ท่าน ประเมินคุณภาพรอบที่ 2
4. นำผลการประเมินที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาคุณภาพของวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด โดยเทียบจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีการศึกษา ปรับปรุงจนวิดิทัศน์มีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยมีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไป
5. สรุปผลการประเมินของการหาคุณภาพของวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

การศึกษาความพึงพอใจในการใช้ วิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์

1. นำวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ที่มีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด ไปทำการทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 80 คน โดยการเลือกแบบบังเอิญ ให้ชมวิดิทัศน์ ประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด เป็นรายบุคคล เพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้ชมวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด
2. นำผลการตอบแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้วิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการพัฒนาวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

1. ได้วิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ที่มีคุณภาพไว้ใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด
2. คุณภาพของวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด มีดังนี้

2.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา มีความเห็นว่าวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด มีคุณภาพอยู่ในระดับดี

2.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา มีความเห็นว่าวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก

3. ผู้ชมวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

จากการพัฒนาวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด พบว่า คุณภาพด้านเนื้อหา มีคุณภาพอยู่ในระดับดี ส่วนคุณภาพด้านเทคโนโลยีการศึกษา มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก และความพึงพอใจของผู้ใช้วีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. วีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ได้พัฒนาขึ้นตามลักษณะของบทประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบวีดิทัศน์ ซึ่งเป็นการนำเสนอเนื้อหาหลากหลายรูปแบบ โดยมีภาพ และเสียง อยู่ในรูปแบบของข้อความ กราฟิก ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว นำมาผสมผสานเข้าด้วยกัน จนพัฒนามาเป็นวีดิทัศน์ ที่นำมาใช้พัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ บริษัท ได้อย่างเหมาะสม โดยได้ดำเนินการวางแผนพัฒนาอย่างเป็นระบบ และเป็นไปตามลำดับขั้นตอน ซึ่งแต่ละครั้งจะมีการแก้ไขข้อบกพร่องตามข้อเสนอแนะที่ผู้เชี่ยวชาญได้ประเมินทุกขั้นตอน โดยการวิเคราะห์เนื้อหาของบริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด แล้วนำมาผลิตวีดิทัศน์ เพื่อนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาประเมิน 3 ท่าน ซึ่งผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาที่มีความเห็นว่า วีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี จากนั้น นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา รอบที่ 1 จำนวน 3 ท่าน และรอบที่ 2 จำนวน 5 ท่าน ซึ่งผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีที่มีความเห็นว่า วีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ดังนั้น วีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด มีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.51

2. จากการสังเกตพฤติกรรมของผู้ใช้ วีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด พบว่า ผู้ชม วีดิทัศน์ฯ ให้ความสนใจ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด มาก เนื่องจากมีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาโดยใช้ข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง บรรยาย ดนตรีประกอบ และกราฟิก มาผสมผสานด้วยกัน จึงส่งผลให้มีความน่าสนใจ ชวนให้หน้าติดตาม จึงมีผลทำให้ผู้ใช้เกิดความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

สรุปได้ว่า วิดีทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ที่ได้สร้างขึ้นนี้ มีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด จึงสามารถนำวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด นี้ไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ต่อไป รวมทั้งเป็นต้นแบบ ในการพัฒนาวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ในสาขาอื่นๆ ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการวิจัยและการพัฒนาวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด เป็นการนำเสนอโดยใช้สื่อผสมในหลากหลายรูปแบบ อาทิ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ข้อความ กราฟิก เสียงบรรยาย เสียงเพลง มาผสมผสานเข้าด้วยกัน จนวีดิทัศน์ออกมามีคุณภาพ และสามารถนำวีดิทัศน์ ที่พัฒนาขึ้นมาเป็นฐานข้อมูลในการแนะนำบริษัทฯ เพื่อเป็นประโยชน์กับหน่วยงาน องค์กร หรือผู้ที่สนใจ ที่มาติดต่อใช้บริการ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด หรือนำวีดิทัศน์ไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ในงานกิจกรรมที่จัดขึ้นภายนอกองค์กร อาทิ งานรักลูกเฟสติวัล งานคิดส์เลิร์นนิ่ง เอ็กโปร์ เป็นต้น โดยบรรจุไว้ในแผ่น DVD ที่สามารถนำไปใช้งานได้ อย่างสะดวก

วีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด ควรมีเจ้าหน้าที่คอยปรับปรุงข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์กับหน่วยงาน องค์กร หรือผู้ที่สนใจ รวมถึงรูปแบบการนำเสนอ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ อยู่สม่ำเสมอ เพื่อให้รูปแบบการนำเสนอมีความน่าสนใจ และมีข้อมูลที่เป็นปัจจุบันอยู่ตลอด พร้อมทั้งต้องศึกษาสื่อต่างๆ ที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด เพื่อให้เกิดคุณภาพมากยิ่งขึ้น

ควรมีการพัฒนาวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด จัดทำเป็นคลิปสั้นๆ นำมา online บนอินเทอร์เน็ต หรือบนเว็บไซต์ขององค์กร เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ที่สนใจได้มากขึ้น และทำการประชาสัมพันธ์ได้อย่างแพร่หลายมากขึ้น

และควรมีการพัฒนาเนื้อหาให้เป็น 2 ภาษา คือภาษาไทย และภาษาอังกฤษ เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับรู้ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ได้ทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการติดตามผลการใช้สื่อวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขให้มีความทันสมัย

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- ฉลองชัย สุรวัฒน์บุรณ์. (2540). *การออกแบบและพัฒนาระบบการเรียนการสอนกับการเลือกและใช้สื่อ*.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชม ภูมิภาค. (2532). *เทคโนโลยีทางการสอนและการศึกษา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ประสานมิตร.
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์; และคณะ. (2523). *เอกสารการสอนชุดเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา เล่มที่ 1*
หน่วย 1 – 5. กรุงเทพฯ: ชุมชนสหกรณ์การเกษตร แห่งประเทศไทย.
- ชิน คล้ายปาน. (2528). *เทคนิคการผลิตรายการเทปโทรทัศน์*. กรุงเทพฯ: คณะอนุกรรมการกลุ่มสื่อ
ทัศน์ศึกษา ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา.
- ไชยยศ เรืองสุวรรณ. (2522). *การประชาสัมพันธ์ : หลักการและแนวทางปฏิบัติ*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ:
เรือนแก้วการพิมพ์.
- ทศพล แสนโกศิก. (2547). *การพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์แบบมัลติมีเดียเพื่อบริการข้อมูลทางการศึกษา
และการประชาสัมพันธ์บัณฑิตศึกษา คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- นารณพี อินทสุวรรณ. (2543). *การผลิตวีดิทัศน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ เรื่องสถาบันข้าราชการตำรวจ*.
วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- นิภาพร สุนทรวิจารณ์. (2543). *การพัฒนาชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์*. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม.
(เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- บุญเที่ยง จุ้ยเจริญ. (2534). *เทคนิคพื้นฐานการใช้และบำรุงรักษาอุปกรณ์เทคโนโลยีการศึกษา*. กรุงเทพฯ:
ภาพพิมพ์.
- พนารีย์ สายพัฒนะ. (2546). *การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียเพื่อเรียนด้วยตนเอง เรื่องการประกัน
คุณภาพการศึกษาเบื้องต้น*. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- พรไพลิน โกมล. (2550). *พัฒนาระบบสารสนเทศการประชาสัมพันธ์ ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา).
กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- พิศิษฐ์ กาญจนพิมาย. (2543). *พัฒนารายการวีดิทัศน์เพื่อการอบรมการเป็นผู้ประกาศของกรม
ประชาสัมพันธ์ ของนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ ชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยสยาม*. ปรินูญานิพนธ์
กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- ไพฑูริย์ สีนลารัตน์. (2531). เอกสารการสอนชุดวิชาโรงเรียนกับชุมชน หน่วยที่ 8 – 15. พิมพ์ครั้งที่ 7. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ภักวีรียา สุมะโน. (2541). การประชาสัมพันธ์กับการประชาสัมพันธ์เชิงรุก. วารสารกรมประชาสัมพันธ์. 3(1): 12 – 14.
- ระพี แก้วเนตร. (2546). การพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนบ้านฝักแพว (คุรุราษฎร์รังสฤษดิ์) อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ. ปริญญาานิพนธ์ กศ.ม. มหาสารคราม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคราม. ถ่ายเอกสาร.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ฉบับปรับปรุงแก้ไข. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- . (2538). ศัพท์วิดิทัศน์. กรุงเทพฯ: เพื่อนพิมพ์.
- วัลย์ณรัตน์ ศรีไสย. (2546). การพัฒนาระบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาองค์การ: กรณีศึกษางานประชาสัมพันธ์คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การบริหารการพัฒนา). ขอนแก่น: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ถ่ายเอกสาร.
- วิจิตร ภัคธีรัตน์. (2533). วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เพื่อการศึกษาและฝึกอบรม. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- วิจิตร อวาทกุล. (2534). เทคนิคการประชาสัมพันธ์ : หลักและวิธีปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: โอ เอส พริ้นติ้ง เฮ้าส์.
- วิภรณ์รัตน์ ผิวเหลือง. (2549). การพัฒนาคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียประชาสัมพันธ์บริษัท คาเมล (ประเทศไทย) จำกัด. สารนิพนธ์ กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศักดิ์ ไชยลาภ. (2544). การพัฒนาคอมพิวเตอร์แบบมัลติมีเดีย เรื่องทรัพยากรน้ำ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5. สารนิพนธ์ กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศักดิ์ ประจุศิลป์. (2537). โสตทัศนูปกรณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- สุรัชย์ ลิกขาบัณฑิต. (2528). การผลิตรายการโทรทัศน์การศึกษา. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2525). การประชาสัมพันธ์ ทำกันทำไม. วารสารศาสตร์. 3(1): 3 – 5.
- . (2540). การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: ธนรัชการพิมพ์.
- อรนุช เลิศจรรยาภักษ์. (2544). หลักการเขียนบทโทรทัศน์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อำนาจ ช่างเรียน. (2532). ไปฝึกอบรมต่างประเทศ เรื่อง การวิจัยและพัฒนาการศึกษา. วารสาร การศึกษา กทม. 13(4): 26 – 28.

- Bernays, Edward L. (1977). *Your Future in Public Relations*. New York: Richard Rosen Press.
- Borg, Gall ; & Morrish. (1979). *Education Research*. New York: Longman.
- Broyles, P.H. (1985). The Influence of Video Tape Feedback on Student and Teacher Perceptions of a Public Speaking Performance. *Dissertation Abstracts International*. 22: 3580 – A.
- . (1985). The Influence of Video Tape Feedback on Student and Teacher Perceptions of a Public of a Pubic Speaking Performance. *Dissertation Abstracts International*. 22: 3580 – A.
- Cutlip, Scott M.; & Allen, H. Center. (1978). *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall.
- Mays, Russel O. (1987). Superintendents Perception of the Effectiveness of Public school Public Relation Processes. *Dissertation Abstracts International*. 50(8): 2336.
- Simon, Raymond. (1984). *Relations : Concepts and Practices*. New York: McGraw-Hill.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

- แบบประเมินคุณภาพ สำหรับผู้เชี่ยวชาญ (ด้านเนื้อหา)
- แบบประเมินคุณภาพสำหรับผู้เชี่ยวชาญ (ด้านเทคโนโลยีการศึกษา)
- แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ชมรายการวีดิทัศน์

แบบประเมินคุณภาพ สำหรับผู้เชี่ยวชาญ (ด้านเนื้อหา)

ชื่อผู้วิจัย นางสาวปัทมนวรา เสรีจกิจ รหัส 49199080182 วิชาเอก เทคโนโลยีการศึกษา
 ชื่องานวิจัย การพัฒนาวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด
 ชื่อผู้ประเมิน ตำแหน่ง
 หน่วยงาน

คำชี้แจง : โปรดแสดงความคิดเห็นของท่าน โดยกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นตาม
 ระดับประมาณค่าของเนื้อหาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ซึ่งกำหนดเกณฑ์ตัดสินคุณภาพเป็น 5
 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	ดีมาก
ระดับ 4	หมายถึง	ดี
ระดับ 3	หมายถึง	ปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	ต้องปรับปรุง
ระดับ 1	หมายถึง	ใช้ไม่ได้

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. การสื่อความหมายของข้อความในการแนะนำ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด					
2. ความถูกต้องของโครงสร้าง บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด					
3. ความเหมาะสมของปริมาณเนื้อหาในแต่ละเรื่อง					
4. ความกระชับของคำบรรยายเนื้อหา					
5. ความเหมาะสมของลำดับในการนำเสนอเนื้อหา					
6. ความสอดคล้องของรูปภาพกับเนื้อหา					
7. ความน่าสนใจของกราฟิกที่ใช้					
8. ความเหมาะสมของสมการใช้ภาษา					
9. ความชัดเจนของเสียงบรรยาย					
10. ความเหมาะสมของเสียงประกอบ					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ (ผู้ประเมิน)

(.....)

วันที่ / /

แบบประเมินคุณภาพ สำหรับผู้เชี่ยวชาญ (ด้านเทคโนโลยีการศึกษา)

ชื่อผู้วิจัย นางสาวปัทมนาวา เสงี่ยมกิจ รหัส 49199080182 วิชาเอก เทคโนโลยีการศึกษา
 ชื่องานวิจัย การพัฒนาวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี เลิร์นนิ่ง จำกัด
 ชื่อผู้ประเมิน ตำแหน่ง
 หน่วยงาน

ชี้แจง : โปรดแสดงความคิดเห็นของท่าน โดยกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นตามระดับ
 ประมาณค่าของสื่อบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ซึ่งกำหนดเกณฑ์ตัดสินคุณภาพเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	ดีมาก
ระดับ 4	หมายถึง	ดี
ระดับ 3	หมายถึง	ปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	ต้องปรับปรุง
ระดับ 1	หมายถึง	ใช้ไม่ได้

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านเนื้อหาและการดำเนินเรื่อง					
1.1 ความเหมาะสมของปริมาณเนื้อหาในแต่ละเรื่อง					
1.2 ความเหมาะสมของรูปแบบในการนำเสนอ					
1.3 ความเหมาะสมของการนำเสนอเนื้อหา					
1.4 ความน่าสนใจในการดำเนินเรื่อง					
2. ด้านภาพ ภาษา และเสียง					
2.1 ความสอดคล้องของภาพกับเนื้อหา					
2.2 ความเหมาะสมของปริมาณภาพกับเนื้อหา					
2.3 ความเหมาะสมของกราฟิกที่ใช้					
2.4 ความชัดเจนของเสียงบรรยาย					
2.5 ความเหมาะสมของเสียงดนตรีที่ใช้ประกอบ					

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
3. ด้านตัวอักษร และสี					
3.1 ความเหมาะสมของรูปแบบตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ					
3.2 ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร					
3.3 ความเหมาะสมของการใช้สีตัวอักษร					
3.4 ความเหมาะสมของพื้นหลัง					
4. เทคนิคการนำเสนอ					
4.1 ความเหมาะสมของการออกแบบหน้าจอ					
4.2 ความต่อเนื่องของการนำเสนอเนื้อหา					
4.3 ความน่าสนใจของการนำเสนอ					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ (ผู้ประเมิน)

(.....)

วันที่ / /

แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ชมรายการวีดิทัศน์

ชื่อผู้วิจัย นางสาวปัทมนารา เสรีจกิจ รหัส 49199080182 วิชาเอก เทคโนโลยีการศึกษา
 ชื่องานวิจัย การพัฒนาวีดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี เดียร์นิ่ง จำกัด
 ชื่อผู้ประเมิน ตำแหน่ง
 หน่วยงาน

คำชี้แจง : โปรดแสดงความคิดเห็นของท่าน โดยกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นตามระดับ
 ประมาณค่าของสื่อบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ซึ่งกำหนดเกณฑ์ตัดสินคุณภาพเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	พึงพอใจระดับมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	พึงพอใจระดับมาก
ระดับ 3	หมายถึง	ปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	ไม่พึงพอใจ
ระดับ 1	หมายถึง	ไม่พึงพอใจอย่างมาก

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. การนำเสนอชวนให้น่าติดตาม					
2. ความน่าสนใจของรูปภาพ					
3. ความชัดเจนของรูปภาพ					
4. รูปภาพสื่อความหมายสอดคล้องกับข้อความ					
5. ความน่าสนใจของกราฟิกที่ใช้					
6. ขนาดของตัวอักษรที่ใช้อ่านง่าย					
7. ความน่าสนใจของสีตัวอักษร และสีพื้นหลัง					
8. ความชัดเจนของเสียงบรรยาย					
9. ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบ					
10. ประโยชน์ที่ได้รับจากการชมรายการวีดิทัศน์					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ (ผู้ประเมิน)
(.....)
วันที่ / /

ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านเทคโนโลยีทางการศึกษา

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

นางสาวเดียมโฉม ตั้งธรรม

ที่ปรึกษาด้านวิชาการ

บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

นางสุพัตรา ปทุมมาลัย

ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารองค์กร

บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

นางสาวพรจันทร์ สวัสดิแพทย์

ผู้อำนวยการฝ่ายกิจกรรมโครงการพิเศษ

บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีทางการศึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อลิศรา เจริญวานิช	หัวหน้าภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ อรพรรณ พรสีมา	อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บุญยฤทธิ์ คงคาเพชร	อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรบุญฤทธิ์ ควรวหาเวชศิษฐ์	อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ	อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
นางสาวอรุณรุ่ง ธีระศักดิ์	กรรมการผู้จัดการ บริษัท พีรามิตา มีเดีย จำกัด อาจารย์พิเศษ สาขาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ภาคผนวก ค

- การพัฒนาวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด
- สคริปวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

การพัฒนาวิดีโอทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

ลักษณะของวิดีโอทัศน์

วิดีโอทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด บันทึกข้อมูลในรูปแบบ DVD มีความยาว 5 นาที 40 วินาที และความจุของเนื้อหา 388 MB ซึ่งเนื้อหาประกอบไปด้วย 2 เรื่อง ดังนี้

เรื่องที่ 1 แนะนำบริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติบริษัท วิสัยทัศน์ ปณิธาน

เรื่องที่ 2 แนะนำขอบเขตการดำเนินงานของ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ การรับบริหารแหล่งการเรียนรู้ หลักสูตรการเรียนรู้ แบบ Discovery Learning Process (DLP) งานกิจกรรมสร้างสรรค์รูปแบบต่างๆ, ผลงานที่ผ่านมา

สคริปต์วิดีโอทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

ภาพ	เสียง
<ul style="list-style-type: none"> - ภาพเด็กๆ - ภาพการเรียนรู้ต่างๆ ของเด็ก - ภาพกิจกรรมการเรียนรู้ต่างๆ ที่ บ.รักลูกฯ จัดทำ (ภาพหลากหลาย ผสม Graphic) <p>(จากคำพูด transform เป็น)</p> <p>LOGO บ. รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ภาพ บริษัท รักลูก กรุ๊ป จำกัด - Flow Chart แผนผังแสดงบริษัทย่อยภายในองค์กร (เป็นภาพ graphic + ภาพกิจกรรมของบริษัท โดยทำให้เห็นว่า บริษัท รักลูก กรุ๊ป จำกัด ประกอบไปด้วย บริษัท อะไรบ้าง และทำงานเกี่ยวกับอะไร) 	<p>วัยเด็ก...คือช่วงวัยแห่งการเรียนรู้</p> <p>และการเรียนรู้...เกิดขึ้น...ตลอดชีวิต</p> <p>“เรา” ...สร้างเฉพาะการเรียนรู้ที่ดีที่สุด... ให้ลูกของคุณ</p> <p>รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง</p> <p>รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง เรา...เป็นบริษัทในเครือของรักลูกกรุ๊ป องค์กรธุรกิจเพื่อสังคม ที่เป็นผู้นำด้านการจัดการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาเด็ก ครอบคลุม</p>

ภาพ	เสียง
<p>- ภาพสังคมที่ยอมรับความสามารถในตัวเด็ก ๆ</p> <p>- ภาพสื่อ + กิจกรรมหลากหลายของบริษัท</p> <p>Super จุดเริ่มต้น...ของมืออาชีพ</p> <p>- ภาพกิจกรรมภายใน และภายนอกพิพิธภัณฑ์เด็กกรุงเทพมหานคร ที่ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด เป็นผู้จัด</p> <p>- ภาพเด็กๆ ที่ทำกิจกรรมอย่างมีความสุข</p> <p>- ภาพพ่อแม่เด็กๆ มีความสุข</p> <p>Super เราเชื่อว่า การบริหารจัดการที่ดี จะนำพาไปสู่ความสำเร็จของทุกสิ่งอย่าง</p> <p>- ภาพที่แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นตั้งใจของทีมงานในองค์กร (ขึ้น super พร้อมภาพศูนย์การศึกษา การเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลนสิรินาถราชินี + graphic ชื่อสถานที่)</p> <p>- ภาพภายนอก บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด (พิพิธภัณฑ์เด็กกรุงเทพมหานคร)</p> <p>Super “ฉันทิ้งแล้วฉันก็ลืม ฉันและฉันจำ ฉันทำและฉันเข้าใจ” “พระราชดำรัส สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี”</p>	<p>ชุมชน และสังคม ที่เข้าถึงพ่อแม่ทุกกลุ่ม ทุกวัย</p> <p>Music build in</p> <p>เริ่มต้นจากกรุงเทพมหานครได้สังเกตเห็นและไว้วางใจในประสบการณ์ระดับมืออาชีพ ของฝ่ายโครงการพิเศษ บริษัท รักลูก กรุ๊ป จำกัด จึงมอบหมายภารกิจสำคัญในการจัดสร้างพิพิธภัณฑ์เด็กกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทยขึ้น</p> <p>Music build in</p> <p>และด้วยศักยภาพของความเป็นผู้นำในการบริหารงานแบบมืออาชีพ จึงทำให้พิพิธภัณฑ์เด็กกรุงเทพมหานครได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางทั้งภาครัฐและเอกชน และก่อให้เกิดโครงการศูนย์การเรียนรู้ชั้นนำอีกมากมาย</p> <p>และนั่นคือ จุดกำเนิดขององค์กรบริหารงานประสิทธิภาพสูง รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง</p> <p>Music build in</p> <p>ผ่านสื่อกิจกรรมคุณภาพอย่างครบวงจร</p>

ภาพ	เสียง
<p>(ภาพ transition จาก graphic เป็นป้ายเหล็กจริง)</p> <p>- ภาพการเรียนรู้ในสิ่งต่างๆ ของเด็ก หลากหลายสถานที่</p> <p>- graphic + super “Discovery Learning Process (DLP)”</p> <p>(ภาพ transition graphic ผสม ภาพของเด็ก ๆ ที่กำลังเรียนรู้จากหลักสูตร DLP ในแต่ละหัวข้อ + Super 7ส. ขึ้นมา)</p> <p>- ภาพเด็กๆ ที่อยู่ในหลักสูตร DLP กำลังเรียนรู้กับสิ่งต่าง ๆ รอบตัว</p> <p>Super “เราเชื่อมั่นว่า การเรียนรู้ คือปัจจัยหลักนำไปสู่การก้าวหน้าของบุคคล องค์กร ชุมชน สังคม และมนุษยชาติ”</p> <p>- ขึ้น super พร้อมภาพ DLP หมู่คณะ, Discovery Rally, DLP camp อบรมทางวิชาการ แก่ผู้ปกครอง และ นักศึกษาที่สนใจ</p>	<p>เราเชื่อมั่นว่า ... ด้วยการเรียนรู้ที่ดี จะทำให้เด็กสามารถพัฒนาศักยภาพตนเองได้สูงที่สุด เราจึงไม่เคยหยุดคิดและทำ เพื่อพวกเขาเหล่านั้น</p> <p>Music build in</p> <p>ด้วยความทุ่มเทของ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี เลิร์นนิ่ง จำกัด ผลที่ได้คือ นวัตกรรมการเรียนรู้แบบ Discovery Learning Process ซึ่งว่าด้วยกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นให้เด็กลงมือค้นหา ศักยภาพตนเอง ผ่านการใช้ทักษะ 7ส. ซึ่งนั่นก็คือ</p> <p>ส.สงสัย ส.สังเกต ส.สัมผัส ส.สำรวจ ส.สืบค้น ส.สังสม ส.สรุปผล</p> <p>ทักษะทั้ง 7ส. หากเด็ก ๆ นำมาใช้อย่างต่อเนื่องเป็นประจำจนกลายเป็นนิสัย พวกเขาเหล่านั้นก็จะสามารถสร้างองค์ความรู้ได้เอง สามารถคิดเป็น ทำเป็น และ แก้ปัญหาเป็น</p> <p>Music build in</p>

ภาพ	เสียง
<p>Super “การเรียนรู้ ประสูลู่อนาคต”</p> <p>- ภาพความร่วมมือกันก่อให้เกิดปัญญา ก่อเกิด มิตรภาพ ความยั่งยืน</p> <p>- ภาพสังคมบนโลกสงบสุข</p>	<p>บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด เราไม่หยุดอยู่เพียงการพัฒนาเฉพาะกลุ่มเท่านั้น แต่เรา ยังมุ่งเน้นที่จะพัฒนาความรู้ออกไปอย่าง กว้างขวาง</p>
<p>Super “สร้างการเรียนรู้ – สร้างโอกาส - สร้าง อนาคตที่ดีกว่า”</p> <p>- ประมวลภาพกิจกรรมต่างๆ ที่บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด จัดขึ้นมา</p> <p>- บทสัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่อาวุโส ของ บริษัท รัก ลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด</p> <p>- ภาพความสำเร็จ, การร่วมยินดี ของพ่อแม่ ผู้ปกครอง และทีมงาน บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด</p> <p>ขึ้น Super “ We are Learning Professional “ จบด้วย LOGO RDL</p> <p>Super การติดต่อขอใช้บริการ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด 810 อาคาร พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติกรุงเทพมหานคร แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900</p>	<p>Music build in</p> <p>เมื่อทุกๆ คนเห็นประโยชน์ของการพัฒนาการ เรียนรู้ และพร้อมใจกันปฏิบัติ โลกใบนี้ก็จะ เป็นโลกแห่งปัญญา... เป็นโลก...ที่มีแต่ความสุข</p> <p>Music build in</p> <p>และนี่ ... คือความภูมิใจ...คือบทพิสูจน์คุณค่าใน ผลงานที่ผ่านมาของ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด</p> <p>สิ่งที่ทำให้เรานั้นมีกำลังใจในการทำงาน คือเรื่อง ของรอยยิ้ม ที่ได้เห็นเวลาเด็กๆ ทำกิจกรรมต่างๆ กับเรา และได้มาเรียนรู้กับเรา เด็กทุกคนก็จะมี ความสุข ซึ่งความสุขนี้ก็จะส่งต่อไปยังพ่อแม่ ผู้ปกครอง และผลที่สะท้อนกลับมาคือ จำทำให้ สังคมไทยดีขึ้นต่อไป</p> <p>ทุกๆ การเรียนรู้ ทุกๆ รอยยิ้ม ทุกๆ อนาคตที่สดใส มีพวกเราพร้อมยินดีและคอยเป็นกำลังใจให้เสมอ... ความรู้สร้างปัญญาที่ยั่งยืน และเราเชื่อว่า ความ ยั่งยืน ไม่ได้แปลว่าต้องยืนอยู่กับที่ เราจะไม่หยุด คิด และ ทำให้ดีที่สุด ให้สมกับปณิธานที่ว่า</p> <p>“ We are Learning Professional “</p> <p>Music grand end</p>

ภาคผนวก ง

สำเนาหนังสือขอเชิญผู้เชี่ยวชาญ

ที่ ศธ 0519.12/9242



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

29 สิงหาคม 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน นางสาวเอี่ยมโฉม สังธรรม ที่ปรึกษางานวิชาการ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

เนื่องด้วย นางสาวปิ่นนารา เสร้งกิจ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนาวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิลาศ เกื้อมี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบประเมินวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวปิ่นนารา เสร้งกิจ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5730

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 081-403-0843

ที่ ศธ 0519.12/9243



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

29 สิงหาคม 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ผู้อำนวยการฝ่ายลูกค้าองค์กร บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

เนื่องด้วย นางสาวปัทมา เสริมกิจ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนาวิดิทัศน์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิลาศ เกื้อมี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบประเมินวิดิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวปัทมา เสริมกิจ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันคิวัฒน์กุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5730

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 081-403-0843

ที่ ศธ 0519.12/9244



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

29 สิงหาคม 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ผู้อำนวยการฝ่ายบริการวิชาการและโครงการพิเศษ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

เนื่องด้วย นางสาวปัทมา เสริมกิจ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนาวิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิลาศ เกื้อมี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบประเมินวิทัศน์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอรี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวปัทมา เสริมกิจ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5730

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิติ โทรศัพท 081-403-0843

ที่ ศธ 0519.12/๒๖๖๖



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

1 เมษายน 2552

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน นางสาวอรุณรุ่ง ธีระศักดิ์ อาจารย์พิเศษ สาขาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

เนื่องด้วย นางสาวปิ่นนารา เสร็จกิจ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนาวิดิทัศน์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก คิสต์ฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทิลาศ เกื้อมี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบประเมินการพัฒนาวิดิทัศน์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก คิสต์ฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวปิ่นนารา เสร็จกิจ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย ตันติวัฒน์กุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5067

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 081-403-0843



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5730

ที่ ศร 0519.12/๑๖๕๓

วันที่ ๑ เมษายน 2552

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะศึกษาศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวปัทมา เสร็จกิจ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนาวิดิทัศน์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิลาศ เกื้อมี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์อรพรรณ พรสีมา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรบุญฤทธิ์ ควรหาเวชศิษฐ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อลิศรา เจริญวานิช ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญฤทธิ์ คงคาเพชร และ อาจารย์ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบประเมินการพัฒนาวิดิทัศน์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท รักลูก ดิสคัฟเวอร์รี่ เลิร์นนิ่ง จำกัด

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวปัทมา เสร็จกิจ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์สมชาย สันคิวิฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวปัทมนารา เสรีจกิจ
วันเดือนปีเกิด	วันอังคาร ที่ 28 มิถุนายน 2526
สถานที่เกิด	
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	2 ถนนนางลิ้นจี่ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	Producer Organizer & Management
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท รักลูก กรุ๊ป จำกัด
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2539	ประถมศึกษา จาก โรงเรียนทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2542	มัธยมศึกษา จาก โรงเรียนนนทรีวิทยา แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2545	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ แผนกวิชาการถ่ายภาพและภาพยนตร์ สาขาวิชาการถ่ายภาพและภาพยนตร์ คณะเทคโนโลยีทัศนสื่อสาร สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2549	ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยี การถ่ายภาพและภาพยนตร์ จาก สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี ตำบลคลองหลวง อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี
พ.ศ. 2553	กศ.ม. สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ