

๖๕๙. ๒๙๓๕

๖๖๔๓

๖.๖

การพัฒนาชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์

สารนิพนธ์

ของ

นางสาวนิภาพร สุนทรวิจารณ์



เสนอต่อมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกเทคโนโลยีการศึกษา

พฤษภาคม ๒๕๔๔

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การพัฒนาชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์

บทคัดย่อ
ของ
นิภาพร สุนทรวิจารณ์

เสนอต่อมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกเทคโนโลยีการศึกษา
พฤษภาคม 2544

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย คอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย โปรแกรมด้านกราฟิก และแผงไฟอักษรวิ่งแบบดิจิทัล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ อาจารย์จำนวน 10 คน เจ้าหน้าที่จำนวน 4 คน นักศึกษาจำนวน 40 คน ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2543 ของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ ซึ่งได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย โดยให้กลุ่มตัวอย่างทดลองใช้ชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ แล้วทำการประเมินผลด้วยแบบประเมินที่สร้างขึ้น และวิเคราะห์ข้อมูลโดยหา ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและร้อยละ

ผลการศึกษาค้นคว้าปรากฏว่า ชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพดี ทั้งในด้านโครงสร้างในด้านการออกแบบสื่อที่จัดแสดง มีความสะดวกและปลอดภัยในการใช้งานตลอดจนเนื้อหาและโปรแกรมที่ใช้ในการนำเสนอ

THE DEVELOPMENT OF A MULTIMEDIA MODULAR FOR PUBLIC RELATIONS

AN ABSTRACT

BY

NIPHAPHORN SUNTHORNWICHARN

Presented in partial fulfillment of requirements for the
Master of Education degree in Educational Technology

At Srinakarinwirot University

May 2001

This project aimed to develop a multimedia modular for public relations comprised of computer multimedia set, graphic program and electronic mini display board.

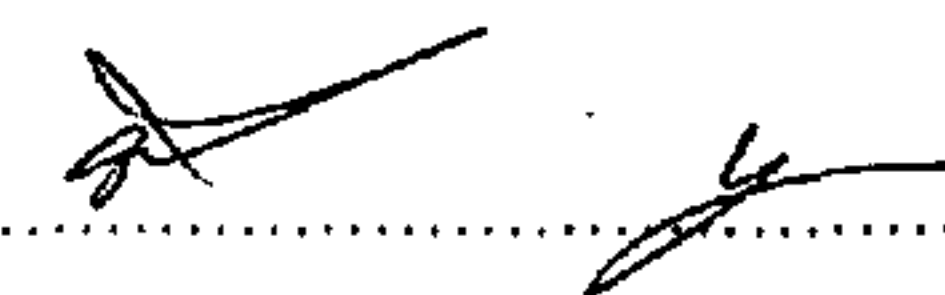
The sample were 10 teachers, 4 staff members and 40 students of Siam Business Administration College by simple random sampling in the 2nd semester, 2000 academic year. The samples were assigned to use the multimedia modular and filled out an evaluation form. Data were analyzed by means, standard deviation and percent.

The results revealed that the efficiency of the multimedia modular related to media structural design, convenience and safety of use, content and presentation program were ranked in good level.

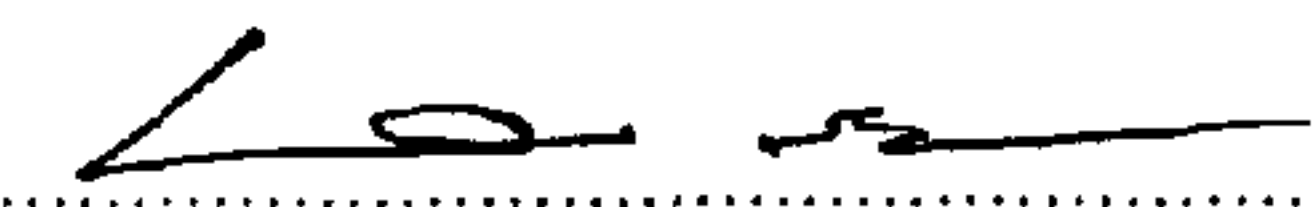
คณะกรรมการควบคุมและคณะกรรมการสอบได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้วเห็นสมควรรับ
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกเทคโนโลยีการศึกษา
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

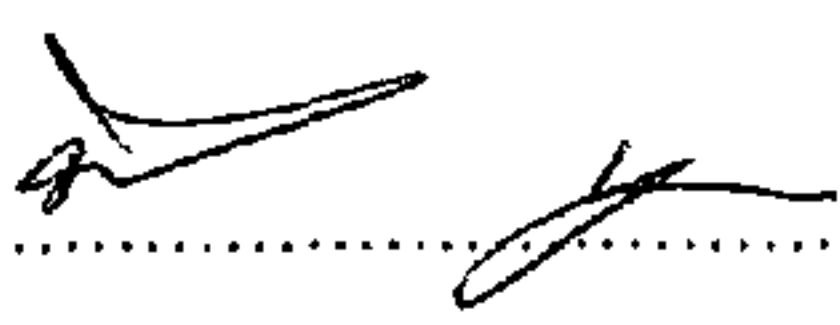
คณะกรรมการควบคุม

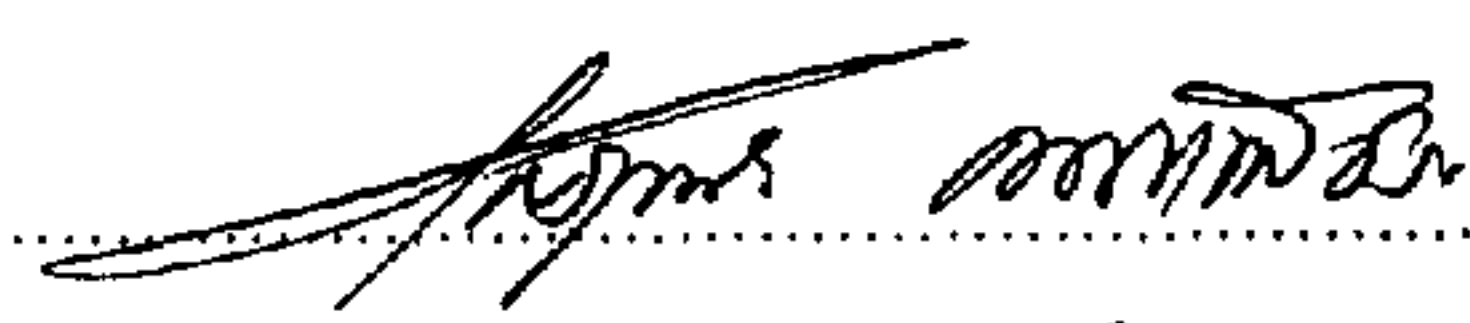

.....ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร. เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จิราภรณ์ บุญส่ง)

คณะกรรมการสอบ


.....ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร. เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จิราภรณ์ บุญส่ง)


.....กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บุญยฤทธิ์ คงคาเพชร)

ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษาอนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกเทคโนโลยีการศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ


.....หัวหน้าภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต)

วันที่.....เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2544

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาให้คำปรึกษาและเสนอแนะตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อย่างดียิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร. เสาวณีย์ ลีغبานิติต ประธาน กรรมการควบคุมสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิราภรณ์ บุญส่ง กรรมการควบคุมสารนิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญยฤทธิ์ คงคาเพชร ที่ได้กรุณาเป็นกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

ขอกราบขอบพระคุณที่ได้รับอุปการคุณจากท่านผู้อำนวยการโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ (เอสแบค) อาจารย์ปราศรัย ประวัตรุ่งเรือง และอาจารย์สิทธิพร ประวัตรุ่งเรือง รองผู้อำนวยการโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ (เอสแบค) ที่กรุณาให้คำปรึกษา

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.มนต์ชัย เทียนทอง หัวหน้าภาควิชาคอมพิวเตอร์ ศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์ ดร.กุลพัฒน์ วัฒนกุล รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการวิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ผู้เชี่ยวชาญด้านแบบ โครงสร้าง ความน่าเชื่อถือ ของงานผลิต อาจารย์ประเสริฐ ประวัตรุ่งเรือง อธิการวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ผู้เชี่ยวชาญด้านไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ที่กรุณาตรวจสอบและประเมินเครื่องมือ

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ไพศาล อ้นประเสริฐ คุณแม่นันทา สุขารมณ์ คุณชนัญสันต์ สุขารมณ์ คุณพ่อวิบูลย์ชัย สุนทรวิจารณ์ และครอบครัวสุนทรวิจารณ์ ที่ได้กรุณาให้ความช่วยเหลือ อีกทั้งคอยเป็นกำลังใจในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ตลอดมา

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา และอาจารย์ผู้สอนทุกท่าน ที่กรุณาอบรมสั่งสอน ชี้แนะจนกระทั่งประมวลความรู้เพื่อทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ได้

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ฝ่ายออกแบบบริษัทแกรนด์โฮมมาร์ท และน้อง ๆ รุ่น 7 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือที่คอยให้ความช่วยเหลือ

และขอบคุณผู้ที่ให้ความสนใจสารนิพนธ์ฉบับนี้ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงเกิดประโยชน์ต่อท่านบ้าง อย่างน้อยเพื่อเป็นหลักในการนำไปประยุกต์ใช้ต่อไป

นิภาพร สุนทรวิจารณ์

สารบัญ

บทที่

หน้า

1	บทนำ.....	1
	ภูมิหลัง.....	2
	ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	3
	ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า.....	4
	ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	6
	คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
	เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร.....	9
	เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์.....	12
	เอกสารที่เกี่ยวข้องกับระบบข้อมูล.....	37
	เอกสารที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์.....	41
	เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อประสม.....	45
	เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์.....	50
	งานวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบสิ่งประดิษฐ์อิเล็กทรอนิกส์สื่อประสม.....	52
3	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	54
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	54
	ระยะเวลาในการทดลอง.....	54
	เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง.....	55
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง.....	56
	โครงสร้างของตัวคู่.....	57
	รูปแบบและจุดประสงค์ในการดำเนินการสร้าง.....	57
	ขั้นตอนการสร้าง.....	58
	การหาคุณภาพของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์.....	59
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	59

4 ผลการศึกษาค้นคว้า.....	61
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	67
ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	67
ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า.....	67
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	67
ระยะเวลาในการทดลอง.....	68
เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง.....	68
การดำเนินการทดลอง.....	68
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	68
สรุปผลการศึกษาและค้นคว้า.....	69
อภิปรายผลการศึกษาค้นคว้า.....	70
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งต่อไป.....	70
บรรณานุกรม.....	71
ภาคผนวก.....	78
ประวัติย่อผู้รับผิดชอบโครงการ.....	101

บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

1	คุณสมบัติของสารสนเทศที่มีประโยชน์.....	41
2	ตารางวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ จากการตอบแบบสอบถามของผู้เชี่ยวชาญด้านโครงสร้างตัวตู้.....	61
3	ตารางวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ จากการตอบแบบสอบถามของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา.....	63
4	ตารางวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอาจารย์.....	64
5	ตารางวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าหน้าที่.....	65
6	ตารางวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา.....	67

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

1	แสดงองค์ประกอบพื้นฐานของการสื่อสาร.....	10
2	แสดงองค์ประกอบการติดต่อสื่อสาร.....	11
3	วงจรการพัฒนาระบบงานและโครงการ.....	37
4	แสดงองค์ประกอบของระบบงานข้อมูล.....	40
5	การเปลี่ยนรูปจากข้อมูลสู่สารสนเทศ.....	43

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

สังคมปัจจุบันเป็นสังคมข่าวสาร ทำให้ข่าวสารกระจายไปอย่างรวดเร็ว อุปกรณ์การสื่อสารและเครื่องมือทันสมัยได้รับการพัฒนาขึ้นมาอย่างรวดเร็ว โลกเต็มไปด้วยการแข่งขัน เทคโนโลยีทันสมัยเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้สามารถเอาชนะคู่แข่งได้ ผู้คนในสังคมต่างนิยมชมชอบอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อันทันสมัย ซึ่งปัจจุบันสามารถหาซื้อได้ง่ายและมีราคาไม่แพง ทำให้สามารถเข้าถึงข่าวสาร อีกทั้งยังได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น การประชาสัมพันธ์นับได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการรวบรวมข้อมูลข่าวสารที่สำคัญ เพื่อแจ้งต่อสาธารณชนทราบ และก่อให้เกิดความได้เปรียบในเชิงธุรกิจ ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยและน่าสนใจ โดยผสมผสานเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้าด้วยกัน เพื่อดึงดูดความสนใจและแสดงศักยภาพของการปฏิบัติงานในองค์กร

ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของโลกปัจจุบันได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากต่อสังคมมนุษย์ โดยเฉพาะความก้าวหน้าทางการผลิตในภาคอุตสาหกรรมได้ก่อให้เกิดการผลิตอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ใหม่ ๆ เช่น รถยนต์ เครื่องจักร เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ฯลฯ อุตสาหกรรมเหล่านี้ได้รับการพัฒนาก้าวหน้าขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีการขยายตัวจากประเทศอุตสาหกรรมในทวีปยุโรปสู่ประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก ทำให้เกิดการค้าขายแลกเปลี่ยน และการติดต่อสื่อสารกันในเชิงพาณิชย์กว้างขวางมากขึ้น รัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญของปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ความสามารถด้านอุตสาหกรรมและการพาณิชย์ จึงมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งขยายการศึกษาในสาขาวิชาที่ขาดแคลนเพื่อผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถมาสนับสนุนภาคอุตสาหกรรมและการพาณิชย์ แต่อย่างไรก็ตามการผลิตบุคลากรของภาครัฐก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการแรงงานของภาคอุตสาหกรรมและการพาณิชย์ที่กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว รัฐบาลจึงมีนโยบายให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตั้งสถาบันการศึกษาเพื่อเปิดการเรียนการสอนหลักสูตรอนุปริญญาและผลิตบุคลากรให้เพียงพอต่อความต้องการของภาคอุตสาหกรรมและการพาณิชย์

สถาบันอุดมศึกษาเอกชนได้ถือกำเนิดขึ้นตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2525 เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2525 โดยมีการจัดตั้งกองอาชีวศึกษาขึ้นภายใต้สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ เพื่อทำหน้าที่ควบคุมดูแลการดำเนินงาน

ธุรกิจศึกษาของเอกชนให้มีประสิทธิภาพ สามารถรองรับและตอบสนองความต้องการของนักเรียน นักศึกษา และเปิดขยายสาขาให้กว้างขวางเพื่อตอบสนองความต้องการแรงงานภาคอุตสาหกรรม และการพาณิชย์ในโอกาสต่อไป ปัจจุบันโรงเรียนอาชีวศึกษาได้เกิดขึ้นและขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในทุกระดับการศึกษา ทุกสาขาวิชาชีพ และมีโรงเรียนอาชีวศึกษาอยู่ในทุกจังหวัด โดยเฉพาะใน เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีประชาชนอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น อยู่ใกล้อุตสาหกรรม การผลิตและการพาณิชย์ จึงมีโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนเปิดทำการเรียนการสอนมาก และขณะนี้ โรงเรียนอาชีวศึกษาแต่ละแห่งก็ได้มีการพัฒนาดตนเองและขยายตัวมากขึ้น ในขณะที่กลุ่ม เป้าหมายหรือนักเรียน นักศึกษา ก็มีทางเลือกในการศึกษามากขึ้น ดังนั้นการที่จะให้นักเรียน นักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายเลือกเข้ามาศึกษานั้น โรงเรียนอาชีวศึกษาจะต้องมีการปรับปรุง สภาพแวดล้อมการเรียนการสอน ทั้งทางด้านวิชาการ ความน่าเชื่อถือ สาขาวิชาที่มีให้เลือก เวลาเรียน และอื่น ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด และสิ่งที่ขาดไม่ได้ คือการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นนักเรียนนักศึกษาได้ทราบถึงรายละเอียดต่าง ๆ ของ โรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนและตัดสินใจเลือกเข้าศึกษา

การประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการบริหารองค์กร เพราะการประชาสัมพันธ์ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรทุกสาขาวิชาชีพ ช่วยให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความศรัทธา สร้างความรู้สึกที่ดีและส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการส่งเสริมสนับสนุนให้ความร่วมมือในกิจกรรม ต่างๆ แก่องค์กร หน่วยงาน สถานศึกษานั้น ๆ อย่างเต็มที่ (เสรี วงษ์มณฑา. 2527 : 72-75) และ หากจะกล่าวถึงโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน การประชาสัมพันธ์นับว่ามีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งใน การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของโรงเรียนให้นักเรียนนักศึกษาเกิดความศรัทธาเชื่อมั่นและอยากเข้า ศึกษา นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนอาชีวศึกษาควรจะต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีใน เจตคติของผู้ปกครอง นักเรียน นักศึกษา เพื่อให้ผู้ปกครองเชื่อมั่นและศรัทธาในการส่งนักเรียน นักศึกษา มาศึกษาที่โรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวใน สถานศึกษาเอกชนจึงสมควรมีหน่วยงานและรูปแบบการจัดดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อสร้าง ความเข้าใจ ศรัทธา เชื่อถือที่ดีต่อระบบการศึกษาในสถานศึกษาแห่งตน มิใช่การให้ข่าวสารที่ มุ่งหวังทางธุรกิจและผลกำไรที่เป็นอยู่ในขณะนี้ (สมจินตนา ภักดีศรีวงศ์. 2538 : 15) แต่อย่างไร ก็ตาม ถึงแม้ในโรงเรียนอาชีวศึกษาจะมีหน่วยงานในการจัดการประชาสัมพันธ์อยู่แล้ว ก็มิใช่ว่า รูปแบบ รายละเอียดและลักษณะการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาจะสามารถดำเนินการได้ อย่างอิสระ จะต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหารด้วย และหากผู้บริหารมองข้ามไม่ให้การ สนับสนุนและไม่ให้ความสำคัญ หน่วยงานที่มีหน้าที่จัดการประชาสัมพันธ์ก็ไม่สามารถดำเนินการ

ประชาสัมพันธ์ได้อย่างเหมาะสม (มบุญ ทับทิมอ่อน. 2531 : 2-3) ซึ่งย่อมส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ทำให้ไม่สามารถสร้างศรัทธาต่อกลุ่มเป้าหมายได้

การศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต มุ่งพัฒนาคนให้มีความรู้คู่คุณธรรม คิดเป็น ทำเป็นพึ่งตนเองได้ รวมทั้งสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ สรรค์สร้างสังคมที่สงบสุข มีความรักความเอื้ออาทรต่อเพื่อนมนุษย์ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีความรอบรู้ มีความสามารถที่เป็นสากล ดำรงไว้ซึ่งความเป็นไทย (กระทรวงศึกษาธิการ. 2541) กระทรวงศึกษาธิการจะขยายโอกาสทางการศึกษา อำนวยให้มีการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานอย่างน้อย 12 ปี โดยไม่เก็บค่าใช้จ่ายสำหรับเด็กและเยาวชนไทยทุกคน และพัฒนาคุณภาพการศึกษาทุกระดับโดยเน้นให้นักเรียนเป็นศูนย์กลาง ให้เรียนอย่างมีความสุขและเน้นการเรียนรู้ด้วยการปฏิบัติจริงให้มากที่สุด ศึกษาตามอัธยาศัย มุ่งส่งเสริมให้เยาวชนเรียนรู้ มีความรู้ความสามารถ มีลักษณะนิสัยทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เห็นคุณค่าประโยชน์และรักที่จะใช้พลังงานธรรมชาติและเทคโนโลยี่ที่เหมาะสมให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต ส่งเสริมให้มีความภูมิใจในความเป็นไทย มีคุณธรรม จริยธรรม มีความรักศิลปวัฒนธรรมไทย และวิถีชีวิตแบบไทย เห็นความดีงาม ความชาญฉลาดของภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาไทย และสนใจศึกษาค้นคว้างานธรรมชาติและเทคโนโลยี่ที่เหมาะสมให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต พัฒนาวิทยาการทั้งที่เป็นภูมิปัญญาไทยและที่เป็นสากล เน้นการจัดและส่งเสริมให้สถานศึกษาและห้องสมุดเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ที่มีความสะอาด สงบ ร่มรื่น และมีสื่อสำหรับการศึกษาค้นคว้าที่ดี ใช้ได้สะดวก เปิดโอกาสให้ประชาชนใช้บริการได้อย่างกว้างขวางทั้งในด้านความหลากหลายและระยะเวลาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ อีกทั้งยังแผ่คุณธรรม จริยธรรมเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจและเป็นหลักสำคัญส่วนหนึ่งในการจัดการศึกษา

กระทรวงศึกษาธิการเปิดโอกาสและสนับสนุนให้เอกชนจัดการศึกษาได้ทุกระดับ กระจายอำนาจการจัดการศึกษาสู่ท้องถิ่นและสถานศึกษา ปรับระบบการบริหาร การจัดการและการปฏิรูปการศึกษาให้สอดคล้องกับหลักการศึกษาไทยและความต้องการของผู้เรียน ตามแนวทางที่กำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญ

โรงเรียนสยามบริหารธุรกิจเป็นองค์กรทางการศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง เป็นโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนที่เปิดสอนทั้งหลักสูตรภาคภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพจากกระทรวงศึกษาธิการ ให้เป็นโรงเรียนมาตรฐานคุณภาพการศึกษา และเป็นโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนแห่งแรกที่ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9002 ทั้งระบบ ซึ่งทางโรงเรียนได้เห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทั้งภายนอกและภายใน โดยมี

เป้าหมายที่สำคัญที่สุดคือ ความเข้าใจอันดีระหว่างโรงเรียน นักศึกษา คณาจารย์ รวมทั้งบุคคลผู้เกี่ยวข้อง หรือสถาบันต่าง ๆ อันจะเป็นรากฐานในการพัฒนาการศึกษาให้ได้ผลดียิ่ง ๆ ขึ้นไป

การดำเนินชีวิตในภาวะการณ์ปัจจุบัน เศรษฐกิจมีส่วนบังคับให้พ่อบ้านแม่บ้านจำเป็นต้องช่วยกันทำมาหากิน ชีวิตประจำวันเต็มไปด้วยความเร่งรีบ ทำงานแข่งกับเวลา ไม่มีเวลาพอที่จะเอาใจใส่กับครอบครัวเท่าที่ควร ภาวะในการอบรมสั่งสอนบุตรหลานให้มีการพัฒนาทางด้านสติปัญญา ร่างกาย อารมณ์ สังคม และศีลธรรมจึงตกอยู่กับโรงเรียนแทบทั้งสิ้น (อัปษรศรี พลอดเปลี่ยว. 2533) ดังนั้นโรงเรียนในฐานะเป็นเสมือนครอบครัวที่ 2 ของบุตรหลานและเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ต้องติดต่อกับประชาชนหลายกลุ่ม ได้แก่ ผู้ปกครอง นักเรียน ครูอาจารย์ ข้าราชการหน่วยงานอื่น ๆ ตลอดจนประชาชนในชุมชน จึงต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ ซึ่งหมายถึงการสร้าง ความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่งกับประชาชน ซึ่งกลุ่มบุคคลนั้นมีหน้าที่ต้องรับใช้หรือให้บริการ (ภิญโญ สาร. 2526: 240) การประชาสัมพันธ์จึงเป็นเครื่องมือที่จำเป็นอย่างยิ่งของโรงเรียนในการส่งและรับข่าวสาร ความคิดเห็น เผยแพร่ผลการปฏิบัติงานของโรงเรียน การสร้างมิตรสัมพันธ์ของกลุ่มต่าง ๆ ขจัดข้อขัดแย้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากรภายในสถานศึกษาควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก (สะอาด พรหมน้อย. 2524 : 150-156) ซึ่งจะก่อให้เกิดความรู้สึกเข้าใจและอยากมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของโรงเรียน ทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างครูในโรงเรียน ครูกับนักเรียน ผู้ปกครองและประชาชนที่สนใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของโรงเรียน ได้รับทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวต่าง ๆ กันอย่างทั่วถึง

การประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนไม่ได้มีความหมายเพียงการโฆษณาชื่อเสียงและเผยแพร่ข้อเท็จจริงเท่านั้น ยังมีความสำคัญอย่างมากต่อโรงเรียน ผู้ปกครองและประชาชนทั่วไป กระทรวงศึกษาธิการจึงได้กำหนดตำแหน่งหัวหน้างานประชาสัมพันธ์ไว้ในหลักเกณฑ์มาตรฐานการปฏิบัติงานของข้าราชการครู สังกัดกรมสามัญศึกษา พ.ศ. 2528 ร่วมกับหัวหน้างานอื่น ๆ ด้วย "หางเสือ" นักเขียนจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ (7 พฤศจิกายน 2529 : 8) ได้เขียนถึงความสำคัญ ของงานประชาสัมพันธ์ในคอลัมน์คัดท้ายเรือจ้างว่า การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นของดี เพราะมีเจตนารมณ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานกับประชาชนและเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ก็คือการพยายามของหน่วยงานที่จะแสวงหาความสัมพันธ์และความร่วมมือจากประชาชนและการธำรงไว้ซึ่งทัศนคติที่ดีของประชาชนต่อหน่วยงานเพื่อสร้างสรรค์ ความรู้

ความเข้าใจ ความเชื่อถือ ความศรัทธาให้บังเกิดแก่ประชาชน เพื่อความยอมรับสนับสนุนและความร่วมมืออย่างดียิ่งต่อไป

ในด้านความสำคัญของโรงเรียน การประชาสัมพันธ์เป็นการเสนอรายงานให้ครู นักเรียน ผู้ปกครอง รวมทั้งบุคคลที่เกี่ยวข้อง ทราบถึงการดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ เข้าใจระเบียบ เหตุผลความจำเป็นที่จะต้องมีการระเบียบ ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามและในบางครั้งอาจช่วยกันแก้ปัญหาการศึกษาของนักเรียน ช่วยคลี่คลายบรรดาข้อข้องใจและสิ่งที่จะทำให้บุคคลต่าง ๆ มองโรงเรียนในทางไม่ดี ช่วยให้มีเข้าใจและเห็นใจโรงเรียน มองครูและนักเรียนด้วยความเชื่อถือและนิยมยกย่อง ในด้านความสำคัญต่อผู้ปกครองการประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวและให้ความร่วมมือกันทั้งบ้านและโรงเรียน ช่วยประเมินความต้องการ มีโอกาสสนองตอบความต้องการอันแท้จริงของผู้ปกครอง โรงเรียนในฐานะเป็นสังคมหน่วยหนึ่ง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสังคมใหญ่ มีหน้าที่ให้ความรู้ ส่งเสริมพัฒนาสมาชิกที่ดี มีประสิทธิภาพให้กับสังคม และได้รับความไว้วางใจจากผู้ปกครอง ส่งบุตรหลานเข้ามาศึกษาหาความรู้ ดังนั้นความเคลื่อนไหวทางการดำเนินการจัดการศึกษา การประชาสัมพันธ์จะช่วยในการสร้างชื่อเสียงเกียรติคุณ ความเชื่อถือ เลื่อมใส ความนิยม มั่นใจในโรงเรียน สนับสนุนให้ประชาชนเห็นความสำคัญของการศึกษาและมีความรู้สึกเป็นเจ้าของ มีส่วนดูแลช่วยเหลือ (อัปษรศรี พลอดเปลี่ยว. 2533)

โรงเรียนทั่ว ๆ ไป มีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยการจัดให้มีแผนกประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเพื่อรายงานให้ทุกคนรู้ถึงความเคลื่อนไหวของผู้บริหารและกิจการต่าง ๆ ของโรงเรียน ระหว่างศิษย์เก่า ศิษย์ปัจจุบันและครู ระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง และเพื่อสร้างความสัมพันธ์ โรงเรียนสยามบริหารธุรกิจเป็นโรงเรียนที่มีความเด่นในด้านคอมพิวเตอร์และภาษา จึงพัฒนาการประชาสัมพันธ์ขึ้นมาในรูปแบบผสมผสานเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อช่วยในงานด้านประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน ซึ่งโดยปกติมักจะอยู่ในปฏิทินงานของโรงเรียน เช่น การปฐมนิเทศครูใหม่และผู้ปกครอง งานไหว้ครูและแจกประกาศนียบัตรนักเรียนที่สำเร็จการศึกษา งานเทศกาลต่าง ๆ เช่น วันเข้าพรรษา วันสุนทรภู่ วันคริสต์มาส ดังนั้นการประชาสัมพันธ์และการสำรวจความคิดเห็นของโรงเรียนจึงเป็นสิ่งจำเป็น

จากความเป็นมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า โรงเรียนอาชีวศึกษาซึ่งได้ถือกำเนิดขึ้นเพื่อผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเข้าทำงานในภาคอุตสาหกรรมประกอบกับการพาณิชย์ได้ขยายตัวและเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงจำเป็นต้องมีการแข่งขันกันในด้านต่าง ๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและศรัทธาให้กับกลุ่มเป้าหมายให้ตัดสินใจเข้ามาศึกษา โรงเรียนอาชีวศึกษาจึง

จำเป็นจะต้องมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและศรัทธาแก่บุคคลทั่วไป ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากคู่แข่งในระดับเดียวกัน เพื่อดึงดูดความสนใจและแสดงภาพลักษณ์ด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ อันทันสมัย

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

การพัฒนาชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ประโยชน์ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เรื่องราว ข่าวสารเกี่ยวกับโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ ซึ่งเป็นองค์กรการศึกษาภาคเอกชนเนื่องจากสังคมในปัจจุบันมีความเจริญก้าวหน้า ยิ่งมีความจำเป็นที่จะต้องให้ความสนใจและความสำคัญต่อคนในสังคมนั้นมากยิ่งขึ้น ความสัมพันธ์ระหว่างวิชาการและเทคโนโลยีสมัยใหม่ ควรให้ความสำคัญเช่นกัน ดังนั้นชุดสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่สร้างขึ้นจะเข้ามามีบทบาทในการแก้ไขปัญหาการสื่อสารได้โดยจะมีทั้งผลผลิตทางฮาร์ดแวร์คือตัวเครื่องที่เห็นได้เป็นรูปธรรมและผลผลิตทางซอฟต์แวร์คือโปรแกรมที่ช่วยในการนำเสนอเพื่อการประชาสัมพันธ์ด้วยชุดคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียและซอฟต์แวร์โปรแกรมที่เขียนขึ้นโดยใช้โปรแกรม Authorware version 5

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ผลจากการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้จะทำให้ได้ชุดสื่อประสมที่มีคุณภาพไว้ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ (เอสแบค) โดยผู้มาเยี่ยมชมและผู้สนใจทั่วไปสามารถดำเนินการใช้ได้ด้วยตนเอง เพื่อรับทราบข้อมูลทั่วไปของโรงเรียนด้วยการเลือกผ่านทางเมนูเลือกชมด้วยการใช้อุปกรณ์เลื่อนเลือก อีกทั้งยังมีอักษรไฟวิ่งแบบดิจิทัลไว้บริการข่าวสารสำคัญเร่งด่วนของทางโรงเรียน

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

ประชากร

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย กลุ่มอาจารย์, กลุ่มเจ้าหน้าที่, กลุ่มนักศึกษาของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ (เอสแบค)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น

1.กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

- 1.1 ด้านการออกแบบโครงสร้างตู้ จำนวน 1 คน
- 1.2 ด้านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 2 คน

2. กลุ่มผู้ใช้ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

- 2.1 กลุ่มอาจารย์ของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ (เอสแบค) จำนวน 10 คน
- 2.2 กลุ่มเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ (เอสแบค) จำนวน 4 คน
- 2.3 กลุ่มนักศึกษาของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ (เอสแบค) จำนวน 40 คน

ระยะเวลาในการทดลอง

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2543

เครื่องมือที่ใช้

1. ตู้ประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์สื่อประสมของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ
2. แบบประเมินของผู้เชี่ยวชาญ
3. แบบสอบถามของผู้ใช้

ด้านเนื้อหา

เนื้อหาที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ในตู้ประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์สื่อประสม มีดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ
2. แนะนำผู้บริหารและทีมงาน
3. การดำเนินงานของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ
4. การให้บริการต่าง ๆ ของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ
5. ด้านข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ

คำนิยามศัพท์เฉพาะ

การพัฒนา หมายถึง การสร้างตู้ชุดสื่อประสมไว้ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์จากอุปกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ซึ่งเป็นอุปกรณ์ทางด้านฮาร์ดแวร์ ส่วนทางด้านซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการสร้างข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งใช้โปรแกรม Authorware version 5 รวมทั้งพัฒนาโปรแกรมที่ช่วยในการนำเสนอด้านการประชาสัมพันธ์ที่มี

อยู่เดิมขึ้นใหม่โดยนำมาผสมผสาน ปรับปรุง แล้วทดลองแก้ไขจนได้ประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ระบบการสื่อสารการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ ในอีกรูปแบบหนึ่ง ด้วยอุปกรณ์ทางอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ รวมทั้งสื่อประสมอื่นๆ ที่สร้างขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้เกิดความสนใจในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารขององค์กร นอกจากสื่ออื่นที่มีใช้ในองค์กร

ชุดสื่อประสม หมายถึง อุปกรณ์ทางอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ ที่สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสื่ออีกรูปแบบหนึ่งในการช่วยประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ ประกอบด้วยฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์การประชาสัมพันธ์ที่สร้างขึ้นในรูปแบบคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย และแผงอักษรไฟวิ่งอิเล็กทรอนิกส์แบบดิจิทัล (Mini Display Board)

ผู้เชี่ยวชาญ หมายถึง ผู้ที่มีความรู้ความชำนาญพิเศษในด้านการออกแบบและโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ดังนี้

1. ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบโครงสร้างตู้ วุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี สาขาวิศวกรรมโยธาหรือที่เกี่ยวข้อง
2. ผู้เชี่ยวชาญด้านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ วุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีสาขาวิศวกรรมไฟฟ้าหรือสาขาที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การประชาสัมพันธ์โรงเรียนในครั้งนี้ จำเป็นต้องทราบถึงรายละเอียดต่าง ๆ ของการประชาสัมพันธ์ และด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังนี้

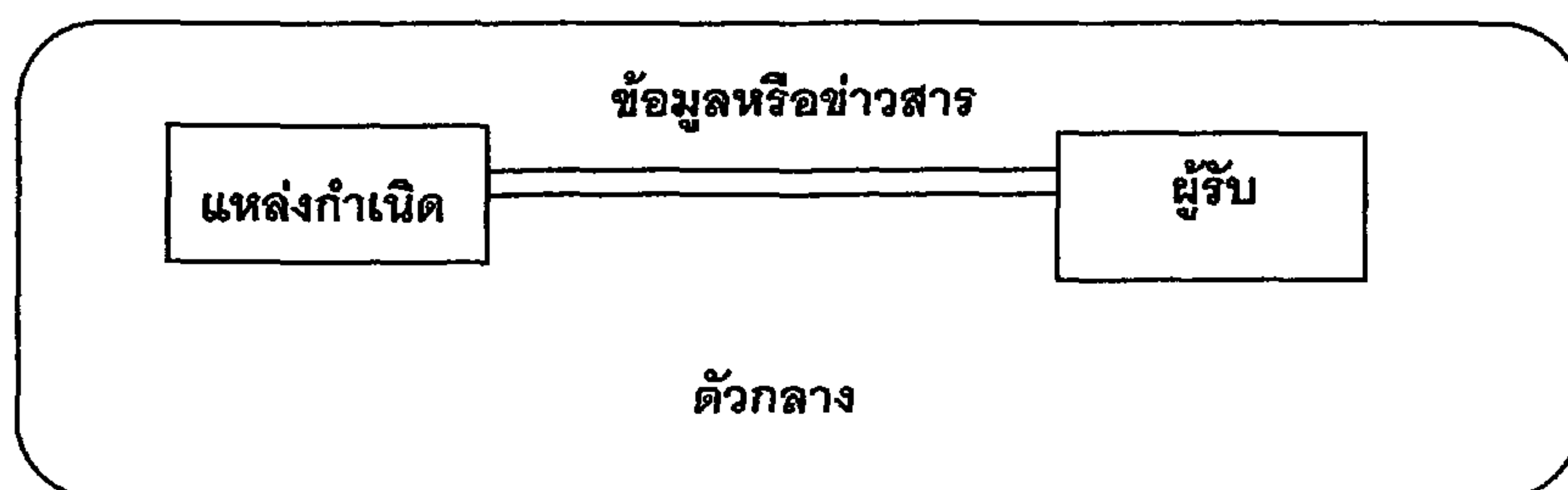
1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร
2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์
3. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับระบบข้อมูล
4. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์
5. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อประสม
6. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาสิ่งประดิษฐ์อิเล็กทรอนิกส์

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร

ความหมาย

มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวไว้ว่า “การสื่อสารถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในการดำรงชีวิตของมนุษย์” โดยพิจารณาจากรูปแบบการสื่อสารทั้งหลาย เช่น การสนทนาระหว่างบุคคล 2 คนหรือมากกว่านั้น การอ่านหนังสือ การรับหรือส่งจดหมาย การสนทนากันทางโทรศัพท์ การดูภาพยนตร์หรือโทรทัศน์ การดูภาพวาดต่าง ๆ การฟังการบรรยาย ฯลฯ ทุกรูปแบบจะต้องมี คุณสมบัติพื้นฐานหลักก็คือ ทุก รูปแบบจะมีวัตถุประสงค์ที่จะส่งข้อความหรือข่าวสารจากที่ แห่งหนึ่งไปยังที่แห่งอื่น ๆ ส่วนในกรณีของระบบการสื่อสารข้อมูล ซึ่งเราเรียกสิ่งที่ถูกส่งไปว่า “ข้อมูล” หรือ “ข้อความ”

ในการส่งข้อความหรือข้อมูลใด ๆ จากจุด ๆ หนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งเป็นเป้าหมายของการส่งนั้นไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารในรูปแบบใดก็ตามจะต้องมีองค์ประกอบขั้นต่ำ 3 อย่างด้วยกัน คือ จะต้องมีความรู้แหล่งกำเนิด ซึ่งเป็นแหล่งสร้างหรือให้ข้อมูลหรือข่าวสาร จากนั้นจะต้องส่งผ่านเข้าไปยังตัวกลางซึ่งทำหน้าที่นำข้อมูลหรือข่าวสารนั้นไปยังผู้รับ (หรือเครื่องรับก็ตาม)



ภาพประกอบ 1 แสดงองค์ประกอบพื้นฐานของการสื่อสาร

ในปัจจุบันได้มีการพัฒนาองค์ประกอบที่ใช้ในระบบสื่อสารนี้เป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่เราจะต้องศึกษาคุณสมบัติและประสิทธิภาพ ตลอดจนความเหมาะสมของข้อดีข้อเสียของแต่ละระดับด้วยโดยการพิจารณาดังนี้

ผลที่ได้จากการสื่อสารนั้นจะต้องเป็นที่เข้าใจกันได้ระหว่างผู้ส่งและผู้รับเอกลักษณ์รวมของระบบสื่อสารจะต้องถูกกำหนดและสร้างขอบเขตขึ้นมาด้วยตัวของมันเองโดยเฉพาะ โดยจะขึ้นกับ ต้นกำเนิดข่าวสาร, ตัวกลาง, และผู้รับ

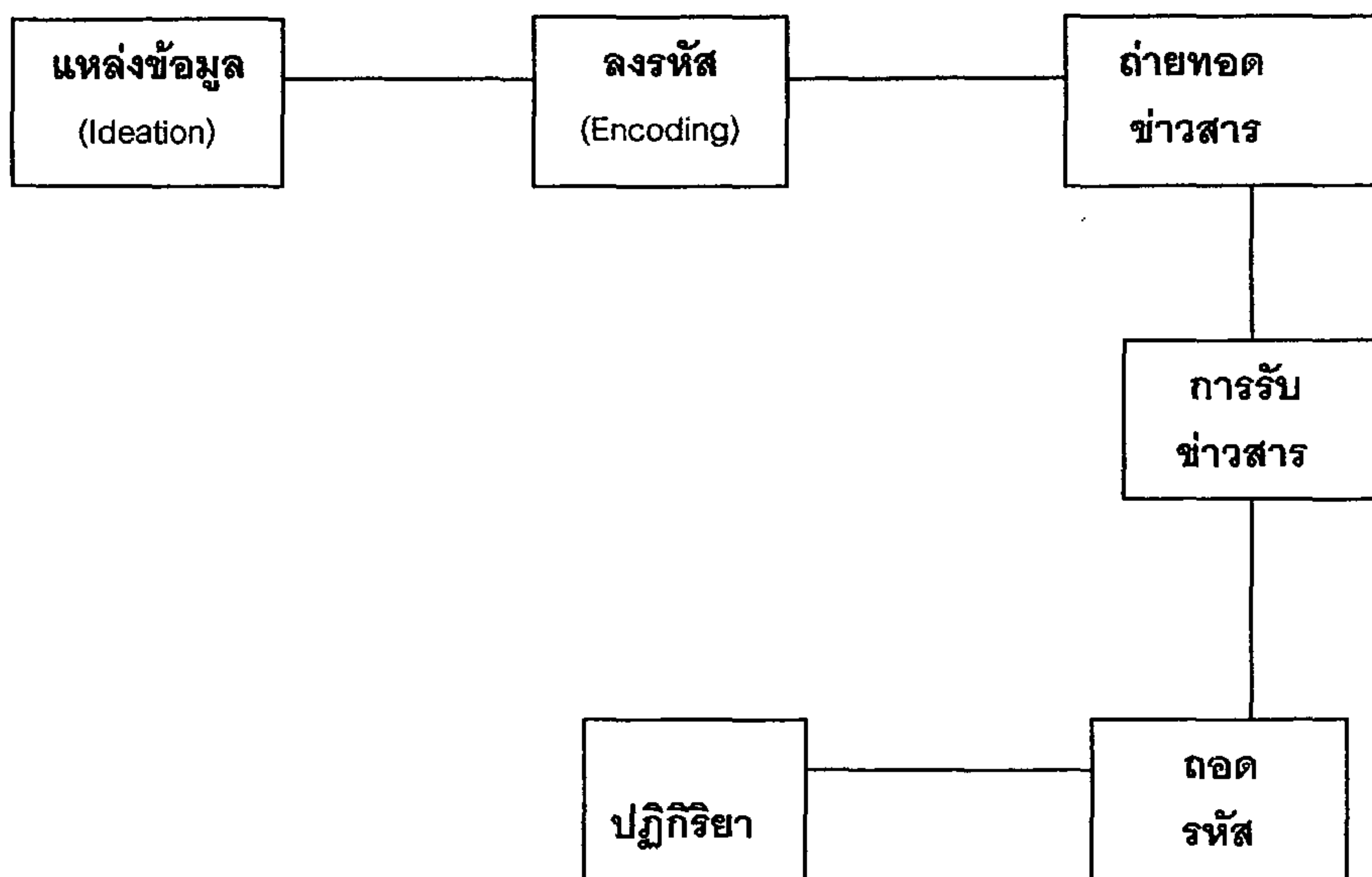
สุริยันต์ ศรีสวัสดิ์กุล (2530:1-2) กล่าวว่า ในระบบสื่อสารจะต้องพิจารณาและป้องกัน การแทรกแซงจากภายนอก และสภาพแวดล้อม ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นได้เสมอในขณะที่ทำการสื่อสาร

เสาวณีย์ ลิกขาบัณฑิต (2528 : 23 - 24) กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนผู้ส่งกับผู้รับจะเข้าใจกันได้ตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารหรือไม่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์รวมของผู้ส่งและผู้รับ เช่น ทักษะการสื่อสาร ความรู้ เจตคติและประเพณีวัฒนธรรม

เดวิส (Davis. 1979 : 372) ได้ให้ความหมายของการติดต่อสื่อสารไว้ว่า การติดต่อสื่อสารคือ กระบวนการที่จะส่งต่อข่าวสารและความเข้าใจของบุคคลหนึ่งไปสู่บุคคลอื่น ๆ การติดต่อสื่อสารจะมีสะพานเชื่อมโยงความหมายระหว่างบุคคลดังกล่าว ในบางครั้งก่อให้เกิดความเข้าใจผิดได้ ดังนั้น การศึกษาองค์ประกอบของการติดต่อสื่อสารจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักประชาสัมพันธ์

สรุปอย่างสั้น ๆ การสื่อสารก็คือการส่งข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลอื่น ๆ หรือจากที่หนึ่งไปยังที่อื่น ๆ

เดวิส ได้เสนอองค์ประกอบของการติดต่อสื่อสารไว้ 6 องค์ประกอบ ดังภาพประกอบ



ภาพประกอบ 2 แสดงองค์ประกอบของการติดต่อสื่อสาร (Davis. 1979 : 372)

จากแผนภาพดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การติดต่อสื่อสารนั้นกว่าข่าวสารจะไปถึงผู้รับจะต้องผ่านกระบวนการหรือขั้นตอนหลายลักษณะ ลักษณะที่สำคัญได้แก่ ลักษณะความเป็นมนุษย์ (human factor) ซึ่งจะต้องมีความแตกต่างกันในแง่ของความรู้ ทัศนคติ บุคลิกภาพ ความเชื่อ ค่านิยม เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ย่อมส่งผลต่อการรับรู้ข่าวสาร และการถ่ายทอดข่าวสาร ด้วยอุปสรรคหรือปัญหาการติดต่อสื่อสารมักจะปรากฏขึ้นเนื่อง ๆ เนื่องจากตัวบุคคล ดังนั้นการฝึกอบรมบุคคล เพื่อทำหน้าที่เป็นนักประชาสัมพันธ์จึงเป็นกระบวนการที่มีความจำเป็นสำหรับองค์การทุกประเภท

การถ่ายทอดข่าวสาร หรือช่องทางการติดต่อสื่อสาร (Transmission) ก็ถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่จะทำให้ข่าวสารบิดเบือน (Distortion) ได้เช่นเดียวกัน ช่องทางการติดต่อสื่อสารนั้นมักจะปรากฏเป็นตัวอักษร คำพูด กิริยาท่าทาง ซึ่งจะส่งผลต่อการรับรู้ และการถ่ายทอดของบุคคลเช่นเดียวกัน เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าในปัจจุบันเป็นองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดความก้าวหน้าใน

การติดต่อสื่อสารได้มากขึ้น ทักษะการใช้สื่อการติดต่อสื่อสารเหล่านี้ เป็นสิ่งที่จะวัดได้ว่าผลของการติดต่อสื่อสารอยู่ในระดับใด

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์

ความหมาย

วิรัช อภิรัตน์กุล (2526 : 4-5) ให้ความหมายของคำว่า “การประชาสัมพันธ์” (Public Relation) ซึ่งถ้าแปลตามตัวอักษรก็จะได้ว่า “การเกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่คน” วิชาการประชาสัมพันธ์จึงเป็นวิชาที่ว่าด้วยการเกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่คน หรือความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน สถาบัน กับกลุ่มประชาชนนั่นเอง

นอกจากนี้ ยังมีผู้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้เป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่มีความเห็นคล้ายคลึงกัน จะมีแตกต่างกันก็เป็นส่วนรายละเอียด ซึ่งมีมากบ้างน้อยบ้างเท่านั้น นักวิชาการ นักวิชาชีพ และผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งไทยและต่างประเทศได้ให้ความหมายและคำนิยามของคำว่า “การประชาสัมพันธ์” ต่างกันออกไปดังนี้ คือ

เสาวณีย์ ลิกขาบัณฑิต (2528 : 106) ให้ความหมายว่า เป็นการสร้างความเข้าใจอันดีของหน่วยงานเพื่อให้เลือกใช้บริการได้ถูกต้องเพื่อสร้างความศรัทธาค่านิยมให้เกิดขึ้นกับองค์กร อำนวยความสะดวกในการ ติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กร สถาบันและหน่วยงานต่าง ๆ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

โคแกน (Kogan. 1965 : 8-9) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า หมายถึงหน้าที่ทางการบริหารซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการประเมินทัศนคติ และผลประโยชน์ของสาธารณชนโดยมุ่งพิจารณากระบวนการวิธีการต่าง ๆ ซึ่งบุคคลหรือองค์การได้ดำเนินการอยู่ รวมทั้งแนวการจัดโปรแกรมต่าง ๆ เพื่อที่จะแสวงหาการยอมรับและความเข้าใจจากสาธารณชน

นิวซัมและคณะ (Newsom and others. 1989 : 7) กล่าวว่าที่ประชุมสมาคมการประชาสัมพันธ์โลก ครั้งที่ 1 ในประเทศเม็กซิโก เมื่อปี ค.ศ. 1978 ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การวิเคราะห์แนวโน้มและผลต่อเนื่องที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับผู้นำในองค์การต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่ให้คำปรึกษา หรือการจัดกิจกรรมเพื่อประโยชน์ของสาธารณชนโดยใช้ศิลปะทางด้านวิทยาศาสตร์สังคมเพื่อการวิเคราะห์ดังกล่าว

เบอร์เนยส์ (Bernays. 1952 : 3) แสดงความคิดเห็นและให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ 3 ประการ คือ

1. เป็นการเผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ

2. ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วยและเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน

3. ประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมายและวิธีการดำเนินงานของสถาบัน

อาจกล่าวได้ว่าการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามของหน่วยงานที่ได้กระทำโดยมีการวางแผนอย่างดีและปฏิบัติตามแผนนั้นเพื่อส่งสารให้กลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานและกิจการของหน่วยงานโดยถือว่าทัศนคติและความเข้าใจที่ดีเช่นนั้นจะทำให้หน่วยงานบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังเป็นหน้าที่ของหน่วยงานเป็นผลดีต่อหน่วยงานและเป็นการสื่อสารและรับสารจากประชาชนซึ่งเป็นกระบวนการสองทาง (Two ways communication)

คัทลิปและเซ็นเตอร์ (Cutlip & Center. 1978 : 4) นักวิชาการทางด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้คำนิยามว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในอันที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชน โดยให้ยอมรับการดำเนินธุรกิจของสถาบันและเป็นการสื่อสารสองทาง

ไซมอน (Simon : 1984) แห่งมหาวิทยาลัยชิคาโก สหรัฐอเมริกา ให้ทัศนะว่าการประชาสัมพันธ์คือการส่งเสริมให้เกิดความกลมเกลียว ร่าเริง และความนิยมระหว่างบุคคลกับหน่วยงานหรือสถาบันและบุคคลอื่น ๆ รวมทั้งกลุ่มประชาชนพิเศษ (Special Publics) หรือชุมชนกลุ่มใหญ่ โดยการสื่อความหมายผ่านสื่อที่สามารถตีความหมายได้ และมีการพัฒนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างฉันท์มิตรรวมทั้งการประเมินปฏิกิริยาทำที่ของประชาชน

เจอร์กิน (Jerkin. 1980 : 1) ได้ให้คำนิยามว่า การประชาสัมพันธ์ประกอบขึ้นด้วยการสื่อสารที่มีแบบแผนทั้งภายนอกและภายในระหว่างองค์การกับกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ รวมถึงทั้งความเข้าใจร่วมกัน

บุญเลิศ ศุภติลก (2533 : 7) ให้คำนิยามของการประชาสัมพันธ์ว่า หมายถึง การดำเนินงานอย่างมีแบบแผนโดยอาศัยการสื่อสารแบบยุดลวิถี (Two ways Communication) เพื่อนำน้ำวมติมหาชนให้เข้าใจและยอมรับนโยบายและการปฏิบัติงานของหน่วยงาน

ประจวบ อินออด (2532 : 74) ให้คำนิยามว่า การประชาสัมพันธ์ หมายความว่า การปฏิบัติกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มประชาชนหรือสังคมส่วนรวม ต่อเนื่องกันไป โดยมีแผนและวัตถุประสงค์ที่แน่ชัด เพื่อเสริมสร้างความเชื่อถือและความเข้าใจอันดีระหว่างกัน

จากคำจำกัดความของนักวิชาการหลาย ๆ ท่าน ชำงตัน อาจสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การดำเนินงานอย่างมีระบบ แบบแผนขององค์กรและสถาบันต่าง ๆ ในการเสริมสร้างเจตคติที่ดีของบุคคลภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดความยอมรับ สนับสนุนและให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรอย่างต่อเนื่องทั้งในระยะสั้น และระยะยาวนั่นเอง

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการสื่อสารขององค์การหน่วยงานกับประชาชนหรือสังคม เพื่อก่อให้เกิดการผสมผสานแนวทางความรู้สึกนึกคิด และความร่วมมือสนับสนุนร่วมใจในการทำงานระหว่างองค์การ หน่วยงาน กับประชาชนที่เกี่ยวข้อง จึงถือได้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการบริหารงานต่าง ๆ ในการพัฒนาประเทศ องค์การหน่วยงานและสังคมส่วนรวมให้ได้รับความสำเร็จสมบูรณ์ การใช้การประชาสัมพันธ์เข้าไปช่วยให้การปฏิบัติงานแพร่หลายกว้างขวางเป็นการเพิ่มศักยภาพในการเสริมสร้างสัมพันธภาพของบุคลากรภายในหน่วยงาน และสัมพันธภาพระหว่างองค์การหน่วยงานกับประชาชน

ปัจจุบันองค์การหรือหน่วยงานทั้งภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ส่วนใหญ่ในปัจจุบันต่างเห็นความสำคัญของการมีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ เพราะเห็นว่าการประชาสัมพันธ์นั้นเป็นวิถีทางที่จะบรรลุผลในการสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน ซึ่งความเข้าใจอันดีของประชาชนนี้เป็นส่วนสำคัญต่อการดำรงอยู่และการขยายขอบเขตของงานองค์การหน่วยงานทุกชนิด ดังนั้นผู้รับผิดชอบที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์จึงมีบทบาทสำคัญยิ่งในการพิจารณาตัดสินใจเกือบทุกประการในนโยบายทั่ว ๆ ไป ขององค์การหน่วยงาน

วิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

คัทลิปและเซ็นเตอร์ (Cutlip and Center. 1978 : 91-94) กล่าวว่าเนื่องจากการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีลักษณะการดำเนินงานที่เป็นขั้นตอน และกระบวนการ ซึ่งในเรื่องนี้คัทลิปและเซ็นเตอร์ ถือว่าเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดของนักวิชาการและนักประชาสัมพันธ์ทั่วไป ได้แบ่งการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. การวิจัยและการรับฟัง เป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการหาข้อมูล ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับปัญหาที่สถาบันกำลังเผชิญอยู่เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

2. การวางแผนและการตัดสินใจ เป็นขั้นตอนที่พิจารณาว่าจะใช้กิจกรรมและกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ใดบ้างในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หรือการแก้ไขปัญหาที่สถาบันกำลังเผชิญอยู่

3. การสื่อสาร เป็นขั้นตอนของการปฏิบัติการตามแผนที่ได้วางไว้ โดยใช้เครื่องมือเทคนิคและกลยุทธ์ทางการสื่อสาร ในการเผยแพร่ข่าวสาร

4. การประเมินผล เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยมุ่งที่จะติดตามว่างานประชาสัมพันธ์ที่ได้ทำไปนั้นให้ผลดีมาน้อยเพียงไร

สุพิน ปัญญามาก (2526 : 27) ได้กล่าวถึงว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีหลักสำคัญอยู่ 4 ประการ คือ

1. การประชาสัมพันธ์นั้นต้องกระทำอย่างต่อเนื่องและหยุดไม่ได้ ต้องพยายามทำโดยไม่มีที่สิ้นสุด เพราะตัวแปรที่สำคัญคือ ความรู้สึกนึกคิดหรือความคิดเห็นของประชาชนซึ่งเรียกว่า ประชามติ (Public Opinion) เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงจำเป็นที่จะต้องรักษาความคิดเห็นที่สนับสนุนหน่วยงานให้คงที่ตลอดไป

2. การประชาสัมพันธ์นั้นต้องกระทำอย่างมีแผน มีระบบเป็นขั้นตอนมีการศึกษารวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มประชาชนของหน่วยงานให้มากที่สุด การทำงานต้องมีเอกภาพสอดคล้องกันทุกขั้นตอน

3. การประชาสัมพันธ์นั้นต้องโน้มน้าวทัศนคติหรือความคิดเห็นของประชาชนให้สนับสนุนกิจการของหน่วยงาน

4. การประชาสัมพันธ์นั้นต้องสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับประชาชนให้เกิดความเข้าใจกันและไม่ขัดแย้งกัน กล่าวคือ ต้องเข้าใจความต้องการของชุมชนว่า ต้องการอะไร มีทัศนคติอย่างไรบ้างที่ควรจะไปปรับใช้หรือปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงานให้สอดคล้องกัน บางครั้งก็ต้องยอมรับความคิดเห็นของประชาชนด้วย

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ก็เปรียบเสมือนการดำเนินกิจกรรมการดำเนินงานทั่ว ๆ ไป คือ ต้องมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน

จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (2534 : 107-108) ได้ยกตัวอย่างวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้ คือ

1. เพื่อทำความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงนโยบายขององค์การ

2. เพื่อแก้การเข้าใจผิดของสาธารณชนที่มีต่อองค์การ
 3. เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบอย่างสม่ำเสมอในความก้าวหน้าของโครงการและการทำงานขององค์การ
 4. พัฒนาความรู้และความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่หรือสิ่งใหม่ ๆ ขององค์การ
 5. เพื่อให้ตลาดการเงินและสถาบันการเงินได้รับทราบอย่างเต็มที่เกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์การ และแนวอนาคตก่อนที่จะอนุมัติให้เงินร่วมลงทุน
 6. เพื่อแก้ความกินแหนงแคลงใจ หรืออคติ ซึ่งเกิดจากความไม่เข้าใจที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับการกระทำขององค์การอันมีผลกระทบกระเทือนต่อความสนใจในท้องถิ่นนั้น
 7. เพื่อเป็นการสนับสนุนและดึงดูดใจหาผู้ที่มีความสามารถเข้ามาร่วมงาน
 8. เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์การกับผู้ส่งให้กระชั้นขึ้น
 9. เพื่อเป็นการให้เป็นที่ยอมรับถึงเจตนารมณ์ขององค์การในการสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ
 10. เพื่อเป็นการให้บริการแก่ลูกค้าเป็นที่รู้จักแพร่หลายยิ่งขึ้น รวมถึงการสร้างและปรับปรุงสัมพันธภาพระหว่างองค์การกับผู้มาใช้บริการให้ดียิ่งขึ้น
 11. เพื่อเป็นการให้สาธารณชนได้ทราบถึงการมีส่วนร่วมสนับสนุนในการอนุรักษ์และป้องกันสิ่งแวดล้อม
 12. เพื่อให้สาธารณชนทราบบุคคลสำคัญ ๆ และบุคลิภาพขององค์การอันเป็นการเผยแพร่ว่า องค์การมีบุคคลที่น่าสนใจและมีความสามารถ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยามที่องค์การต้องประสบกับปัญหาวิกฤติ
 13. เพื่อเป็นการให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นที่รู้จักและเข้าใจในตลาดส่งออกรวมทั้งความเหมาะสมกับความต้องการและสถานการณ์ภายในประเทศหรือท้องถิ่นนั้น
 14. เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์การ และพรรคการเมือง ผู้บริโภคและกลุ่มกดดันต่าง ๆ
 15. เพื่อเป็นการรักษาไว้ซึ่งสัมพันธภาพที่ดีที่สุดกับภาคอุตสาหกรรม
- ชัยนันท์ นันทพันธ์ (2528 : 77) สรุปถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า
1. ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมสนับสนุนและเห็นชอบกับความมุ่งหมายและการดำเนินงานขององค์การ
 2. เผยแพร่ข่าวสารความรู้ไปให้ประชาชนทราบ
 3. ช่วยทำแนวความคิดเห็นของประชาชนและสถาบันให้มีส่วนประสานสอดคล้องต้องกัน

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ดังที่ได้กล่าวข้างต้นอาจสรุปความหมายได้ว่าการประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนมีเจตคติที่ดีต่อองค์กรนั่นเอง

ขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สามารถจำแนกเป็นขั้นตอนได้ 4 ขั้นตอน (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. 2532 : 478) คือ

1. การค้นคว้าหาข้อมูล (Fact – Finding) การค้นคว้าจัดเก็บและรวบรวมข้อมูล ถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะจะทำให้ได้รับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ของหน่วยงานตัวเองมากขึ้น รู้จักประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องดียิ่งขึ้น โดยทั่วไปแล้วข้อมูลที่ต้องดำเนินการจัดเก็บในขั้นแรกก่อนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จำแนกได้เป็น 3 ลักษณะกว้าง ๆ คือ ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานและข้อมูลเฉพาะเรื่องการจัดเก็บข้อมูลในเบื้องต้นนี้ นักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ ดังเช่น

คัทลิปและเซ็นเตอร์ (Cultip & Center. 1978 : 99) มีความเห็นว่า

การสำรวจข้อมูลอย่างไม่เป็นทางการ เป็นการตรวจสอบข้อมูลจากเอกสารและบุคคลต่าง ๆ ที่อยู่ภายในสถาบัน และข้อมูลจากภายนอกสถาบัน

การสำรวจข้อมูลอย่างเป็นทางการ มีวัตถุประสงค์ของการสำรวจอย่างชัดเจน มีการวางแผน จัดเก็บและดำเนินการอย่างรอบคอบมีขั้นตอนและเป็นระบบ

2. การวางแผน (Planning) การวางแผนประชาสัมพันธ์ คือ การกำหนดวิธีการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และเพื่อให้การดำเนินงานนั้น ๆ มีความสอดคล้องต่อเนื่อง เพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยระบุกิจกรรม กำหนดเวลา ผู้รับผิดชอบ และรายละเอียดอื่น ๆ ที่เหมาะสม การวางแผนที่ดีควรจะต้องมีความยืดหยุ่น สามารถปฏิบัติจริงได้ มีกิจกรรมที่ไม่ซ้ำซ้อนกัน และสามารถประเมินได้ การวางแผนประชาสัมพันธ์จะช่วยให้หน่วยงานได้รับประโยชน์คือ

2.1 เป็นการกำหนดแนวทางการดำเนินงานที่จะประชาสัมพันธ์ออกไปว่ามีกิจกรรมใดที่ต้องทำ มีเนื้อหาสาระสำคัญคืออะไร ใครเป็นผู้รับผิดชอบ กระทำเมื่อไร โดยวิธีไหน เพื่อประโยชน์อะไร ทำให้การดำเนินงานมีทิศทางและมีประสิทธิภาพ

2.2 ช่วยให้เกิดการประสานงานภายในได้อย่างดี สามารถเตรียมการณ เตรียมบุคลากร งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์ นอกจากนี้จะช่วยเพิ่มความเข้าใจที่ถูกต้องในการทำงานร่วมกัน ประสานกัน ภายในหน่วยงานได้เป็นอย่างดี

2.3 การวางแผนช่วยสามารถระบุปัญหาหน่วยงานประชาสัมพันธ์ที่ต้องดำเนินงาน เพื่อแก้ไขปัญหานั้นหน่วยงานประสบอยู่

2.4 ช่วยให้การติดตามและประเมินผลมีประสิทธิภาพ เพราะมีหลักการการดำเนินงานที่ดี นั่นก็คือ แผนการประชาสัมพันธ์

3. การติดต่อสื่อสาร (Communication)

การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารกับบุคคลต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก และมีความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมาย จึงเป็นหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ที่จะดำเนินการสร้างช่องทางการสื่อสารเพื่อทำให้การสื่อสารในรูปของการประชาสัมพันธ์สมบูรณ์แบบ การดำเนินงานดังกล่าวจะกระทำได้ 2 วิธี คือ

3.1 การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารตามระเบียบแบบแผน

3.2 การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) เป็นการสื่อสารที่ไม่มีแบบแผนชัดเจน อาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นหลักในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งมีผลในแง่ของการโน้มน้าวใจให้ข้อเท็จจริงในรายละเอียดหรือปรับความเข้าใจกัน และมักจะได้ผลดีกว่าการสื่อสารแบบเป็นทางการ

4. การติดตามและประเมินผล (Evaluation)

การติดตามและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ เป็นการตัดสินคุณค่าของงานประชาสัมพันธ์ ทำให้หน่วยงานทราบถึงประสิทธิภาพของการทำงานที่ผ่านมาทราบถึงสภาพปัจจุบันและคาดการณ์อนาคตได้ การประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ไปว่าบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้หรือไม่ มากน้อยเพียงใดเท่านั้น บางครั้งก็มีความจำเป็นที่จะประเมินด้วยว่า เราได้ดำเนินงานตามกิจกรรมที่ระบุไว้ในแผนครบถ้วนหรือไม่ หรือได้ดำเนินงานไปมากน้อยเพียงไร หากสามารถดำเนินงานครบตามจำนวนกิจกรรมตามระบุไว้ จะเป็นสิ่งที่บ่งชี้ให้เห็นถึงการทำงานที่มีประสิทธิภาพได้ด้วยการติดตามและประเมินผลนิยมปฏิบัติ 3 ขั้นตอน คือ

4.1 ประเมินผลก่อนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (Pre-test) เพื่อหาคำตอบว่าสภาพปัจจุบันก่อนการดำเนินงานเป็นเช่นไร มีปัญหาอะไรบ้าง กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร เป็นต้น

4.2 ประเมินผลระหว่างการทำงาน (Formative Evaluation) เป็นการประเมินเพื่อนำมาปรับปรุงแผนประชาสัมพันธ์ให้มีความเป็นไปได้สูงขึ้น

4.3 ประเมินผลเมื่อสิ้นสุดการดำเนินงาน (Summative Evaluation) เป็นการตรวจสอบและประเมินว่าการดำเนินงานที่เสร็จไปแล้วได้ผลอย่างไร บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือไม่ มีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด

หลักการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์จะสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องยึดถือหลักการ เพราะเหตุว่างานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ข่าวสารสู่สาธารณชน

นิวซัม และคณะ (Newsom and others. 1989 : 4-5) ได้เสนอหลักการพื้นฐานที่สำคัญ 10 ประการ ของการประชาสัมพันธ์ คือ

1. การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่จะต้องดำเนินการอย่างจริงจังไม่ใช่เป็นการสร้างภาพลวงตา การวางแผนประชาสัมพันธ์จึงต้องดำเนินการอย่างรอบคอบ ระมัดระวัง โดยการกำหนดนโยบายที่แจ่มชัด เพื่อเป็นพื้นฐานในการปฏิบัติ
2. การประชาสัมพันธ์เป็นงานอาชีพที่มุ่งบริการ เพื่อผลประโยชน์ของสาธารณชน ไม่ใช่เป็นการแสวงหารางวัลส่วนบุคคล เงื่อนไขที่ใช้เป็นเงื่อนไขที่ต้องพิจารณาในการปฏิบัติงานเป็นอันดับแรก
3. แผนงาน แนวนโยบาย และโปรแกรมต่าง ๆ ของการประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องได้รับการสนับสนุนจากประชาชนโดยรวม
4. การประชาสัมพันธ์จะเกิดผลดีได้ ต้องเลือกใช้สื่อมวลชนให้เหมาะสมกับลักษณะของสาธารณชนนั้น ๆ
5. บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นนักประชาสัมพันธ์นั้นถือได้ว่าเป็นบุคคลสำคัญที่จะเผยแพร่งานประชาสัมพันธ์ได้โดยตรง
6. ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จะต้องยึดมั่นในการวิเคราะห์ วิจัย เจตคติ ความคิดเห็นของสาธารณชน โดยมุ่งใช้วิธีการแบบสองทาง (Two ways Communication)
7. ในการที่จะทำความเข้าใจข้อเรียกร้องของสาธารณชนนั้น จะต้องใช้วิธีการศึกษา โดยคำนึงถึงหลักวิชาทางด้านจิตวิทยา สังคมวิทยา จิตวิทยาสังคม และความรู้ว่าด้วยการติดต่อสื่อสาร
8. งานวิจัยทางด้านการประชาสัมพันธ์ จะต้องดำเนินการโดยยึดมั่นในทฤษฎีจากสาขาวิชาการต่าง ๆ

9. นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความตื่นตัวในการที่จะมุ่งอธิบายปัญหาให้กับประชาชนได้ เข้าใจก่อนที่ปัญหานั้นจะกลายเป็นปัญหาที่วิกฤติ

10. งานประชาสัมพันธ์ถือว่าเป็นงานที่จะต้องปฏิบัติโดยคำนึงถึงหลักเกณฑ์ของจริยธรรม

จะเห็นได้ว่า หลักเกณฑ์ทั้ง 10 ประการ ดังกล่าวนี้นี้ แสดงให้ประจักษ์ว่างาน ประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ละเอียดอ่อน เพราะเป็นการสื่อความเข้าใจระหว่างบุคคลต่อบุคคล หรือ บุคคลต่อกลุ่มบุคคล กระบวนการสื่อความเข้าใจจึงต้องอาศัยหลักวิชาการ โดยเฉพาะหลัก จิตวิทยาเป็นเรื่องสำคัญ

กลุ่มประชาชนกับการประชาสัมพันธ์

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น จะแบ่งการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มคน 2 ประเภท ใหญ่ ๆ คือ การประชาสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนภายใน และการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชน ภายนอก

วิรัช อภิรัตน์กุล (2526 : 193-194) ได้อธิบายถึงการแบ่งกลุ่มประชาชนเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้ คือ

1. กลุ่มประชาชนภายใน คือ กลุ่มบุคคลที่เป็นพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ในองค์การสถาบัน ซึ่งนับว่ามีความสำคัญต่อองค์การสถาบันมาก เพราะหากความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มประชาชน ภายในเป็นไปด้วยดีราบรื่น กิจการขององค์การก็ย่อมประสบความสำเร็จ นอกจากนี้การ ประชาสัมพันธ์ภายในที่ดี ย่อมจะเกิดประโยชน์และเอื้ออำนวยความสะดวกรวดเร็ว ประหยัด ให้แก่องค์การสถาบันอันเป็นการเพิ่มพูนประสิทธิภาพของการบริหารได้ดียิ่งขึ้น

2. กลุ่มประชาชนภายนอก คือ กลุ่มประชาชนที่อยู่ภายนอกองค์การสถาบัน ได้แก่ กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์การโดยตรง กลุ่มประชาชนในท้องถิ่น และกลุ่มประชาชนทั่วไป บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ ควรได้รับการฝึกอบรมให้มีความรู้ความเข้าใจ

ลักษณะของงานประชาสัมพันธ์

อนันต์ธนา อังกินันท์ และเกื้อกูล อุปรัตน์ (2521 : 88-89) กล่าวเกี่ยวกับลักษณะ ของงานประชาสัมพันธ์ว่าเป็นเรื่องที่ค่อนข้างกว้าง แล้วแต่ผู้ที่ต้องไปปฏิบัติงาน บางคนต้อง ไปทำงานในด้านการพูดเป็นส่วนใหญ่ แต่บางคนอาจจะไม่มีโอกาสพูดเลย แต่มีผลงานออกมาใน รูปของสิ่งพิมพ์ ซึ่งก็ได้รับความสำเร็จอย่างดีในการทำงาน จากลักษณะของงานประชาสัมพันธ์ เท่าที่เห็นอยู่ทั่วไปในปัจจุบัน อาจจะสรุปได้ดังนี้

1. งานเขียนหนังสือ เช่น การเขียนบทโฆษณา บทวิทยุโทรทัศน์ การเขียนบทความ เป็นต้น
2. งานบรรณาธิการ เช่น การออกหนังสือในรูปของจดหมายข่าว วารสาร หรือรายงานประจำปีของหน่วยงาน
3. การวางตำแหน่งงาน ได้แก่ การช่วยผู้บริหารจัดระบบสายงานให้ถูกต้องตามแบบสากล เพราะ นักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องนำเอาระบบงานของหน่วยงานต่าง ๆ ออกเผยแพร่และทำงานร่วมกับฝ่ายต่าง ๆ อย่างใกล้ชิด
4. การให้ความสนับสนุนและประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ ในหน่วยงานเช่น การนำข้อความโฆษณาของฝ่ายต่าง ๆ ส่งไปให้สื่อมวลชน การช่วยเผยแพร่กิจการที่ดีเด่นของฝ่ายต่าง ๆ หรือช่วยในการถ่ายรูป เขียนโปสเตอร์ ติดต่อประสานงาน
5. งานพูด เช่น การอภิปราย การบรรยาย ได้วาทีในโอกาสต่าง ๆ
6. งานผลิต ตั้งแต่โปสเตอร์ เอกสาร สไลด์หรือวีดีโอเทป
7. การวางโครงการ จะต้องทำงานประชาสัมพันธ์ออกมาในลักษณะที่เป็นโครงการต่าง ๆ
8. การโฆษณาหน่วยงาน การโฆษณาจะช่วยให้งานประชาสัมพันธ์ลุล่วงไปด้วยดี ต้องพยายามเลือกเฉพาะส่วนที่ดีของหน่วยงานออกเผยแพร่ต่อประชาชนให้ได้

ปัญหาและอุปสรรคของการประชาสัมพันธ์

เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ละเอียดอ่อน และเกี่ยวข้องกับประชาชนจำนวนมาก การดำเนินงานจึงต้องมีปัญหาและอุปสรรคเกิดขึ้นอยู่เสมอ

อรุณ งามดี (2527 : 20) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ที่ทำมาในอดีต มุ่งเน้นแต่การเผยแพร่ชื่อเสียงภาพพจน์ของหน่วยงาน เช่น ไม่ได้ทำกันครบวงจร ซึ่งอาจจะมีข้อจำกัดในเรื่องคนและงบประมาณ เพราะฉะนั้นการประชาสัมพันธ์จึงทำกันตามมีตามเกิด งานประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

องค์กรทางด้านการประชาสัมพันธ์ควรมีมาตรฐานและมีความพร้อมที่จะทำงานประชาสัมพันธ์ในทุกระดับ

สื่อ ควรใช้สื่อต่าง ๆ ไม่เฉพาะแต่เพียงวิทยุ โทรทัศน์ วิทยุทัศน์ ภาพยนตร์

หากจะประมวลปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยสรุปเป็นด้านต่าง ๆ ดังนี้

เกษม จันทรน้อย (2521 : 73) กล่าวไว้ดังนี้

1. ปัญหาด้านบุคลากรขาดบุคลากรที่มีความชำนาญและประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ หรือไม่เคยได้รับการศึกษาอบรมทางด้านการประชาสัมพันธ์มาก่อน ทำให้ไม่มีการวางแผนที่ชัดเจน ตลอดจนขาดหลักการและนวัตกรรมที่จะดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ปัญหาด้านงบประมาณ โดยทั่วไปมักจะขาดการสนับสนุนจากผู้บริหาร แม้ผู้บริหารจะยอมรับการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อการดำเนินงานของหน่วยงานก็ตาม ทำให้มีผลกระทบไปถึงอัตราค่าจ้าง วัสดุอุปกรณ์ และค่าใช้จ่ายที่จำเป็นอื่น ๆ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

3. ปัญหาด้านการสื่อสาร การติดต่อเผยแพร่ข่าวสารทางสื่อมวลชนต่าง ๆ ยังขาดวิธีการที่มีประสิทธิภาพ การจัดพิมพ์เอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ล่าช้าไม่ทันกำหนดเวลา บางแห่งยังมีการติดต่อสัมพันธ์กับสื่อมวลชนทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์น้อยมาก หรือมีเครื่องมืออุปกรณ์อยู่เป็นจำนวนมาก แต่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ต่อเนื่องจากขาดผู้ชำนาญในการใช้เครื่องมือและสื่อแต่ละชนิด

4. ปัญหาความไม่เข้าใจในงานประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารและบุคลากรในหน่วยงาน

5. ปัญหาขาดการค้นคว้าวิจัยและประเมินผลงานทำให้ไม่ทราบข้อบกพร่องของงานประชาสัมพันธ์ที่ทำไปแล้ว

การประชาสัมพันธ์โรงเรียน (School Public Relations)

โรงเรียนเป็นสถาบันหรือองค์กรหนึ่งที่ต้องการใช้การประชาสัมพันธ์ให้เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจการ โดยทั่วไปการประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีลักษณะคล้ายกับการประชาสัมพันธ์องค์กรทั่วไปจะแตกต่างกันที่ประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีลักษณะเฉพาะเจาะจงกลุ่มเป้าหมายมากกว่า จากการศึกษาพบว่า มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่แตกต่างกัน ดังนี้

ภิญโญ สาร (2526) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ในการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่ง กับประชาชนซึ่งกลุ่มบุคคลนั้นมีหน้าที่ต้องรับใช้หรือให้บริการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน (School Public Relation) การประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นกระบวนการไมตรีสัมพันธ์สองทาง (two-ways process) คือโรงเรียนเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับบรรดาความคิดเห็นต่าง ๆ สัมพันธ์กับประชาชนที่เกี่ยวข้อง

นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2530) กล่าวว่า โรงเรียนในฐานะเป็นสังคมหน่วยหนึ่งซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสังคมใหญ่ มีหน้าที่ให้ความรู้ ส่งเสริม และพัฒนาสมาชิกที่ดี มีประสิทธิภาพให้กับสังคม ได้รับเงินสนับสนุนและได้รับความไว้วางใจจากผู้ปกครอง ดังนั้น ความเคลื่อนไหวทางการ

ดำเนินการจัดการศึกษาของโรงเรียน ประชาชนจึงควรมีสติที่จะต้องทราบและต้องเข้าใจและให้ความร่วมมือสนับสนุนทั้งทางด้านกำลังเงิน กำลังกาย และกำลังปัญญา ดังนั้น กระบวนการสื่อสารสองทางคือ โรงเรียนแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวทางด้านการดำเนินงานให้ประชาชนทราบ และประชาชนให้ข้อคิดเห็นและเสนอแนะและให้ความสนับสนุนต่อโรงเรียนในด้านต่าง ๆ จึงเป็นภารกิจที่ทั้งสองฝ่ายพึงมีต่อกัน เพื่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีมีความเชื่อถือศรัทธา และการสนับสนุนร่วมมือให้การศึกษานี้ของชาติก้าวหน้าและมีคุณภาพ ประสิทธิภาพสูงขึ้น

อาจกล่าวได้ว่าการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นกระบวนการที่สร้างความสัมพันธ์กันในการทำงานแบบเป็นมิตรระหว่างโรงเรียนและชุมชนเป็นการกระทำที่จะช่วยให้ชุมชนได้ทราบเรื่องราวของโรงเรียน

จากความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนข้างต้นจะเห็นได้ว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าหน้าที่ภายในโรงเรียนระหว่างชุมชนและโรงเรียน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงเรียนและมีลักษณะของการพึ่งพาอาศัยกัน

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การประชาสัมพันธ์โรงเรียน เป็นกระบวนการที่จะสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ในการทำงานแบบเป็นมิตรระหว่างโรงเรียนกับชุมชน เป็นการกระทำที่จะช่วยให้ทราบถึงเรื่องราวของโรงเรียนทราบถึงโครงการต่าง ๆ ของโรงเรียน

การประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชน ด้วยเหตุผลดังนี้คือ

1. ในสังคมประชาธิปไตย รัฐมีข้อผูกพันที่จะต้องแจ้งกิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินไปให้ประชาชนทราบ โรงเรียนเป็นหน่วยงานหนึ่งของรัฐจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเผยแพร่กิจกรรมต่างๆ ที่โรงเรียนได้กระทำลงไปให้ประชาชนทราบ

2. กิจกรรมใด ๆ ของโรงเรียนจะสำเร็จได้มากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความสนใจ ความเข้าใจ ความมั่นใจที่ประชาชนให้แก่โรงเรียน

3. การศึกษาที่นักเรียนจะได้รับหากจะให้ดีที่สุดนั้นย่อมต้องการความช่วยเหลือร่วมมือระหว่างสังคมที่เกี่ยวข้องกับชีวิตนักเรียน โรงเรียนที่เป็นเพียงพลังส่วนหนึ่งของสิ่งที่จะช่วยในการศึกษาทั้งหมด

4. ด้วยการประชาสัมพันธ์ที่ดีเท่านั้นที่จะเอาชนะอิทธิพลของกลุ่มอิทธิพลที่มุ่งผลประโยชน์ของตนเอง

ภิญโญ สาร (2526 : 240) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียน เป็นการดำเนินงาน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคคลหนึ่งกับกลุ่มประชาชน ซึ่งกลุ่มบุคคลนั้นมีหน้าที่ต้อง รับใช้หรือให้บริการ การประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเป็นกระบวนการไมตรีสัมพันธ์สองทาง (two – ways process) คือโรงเรียนเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับบรรดาความคิดต่าง ๆ สัมพันธ์กับประชาชนที่เกี่ยวข้อง

เอกชัย กิสุขพันธ์ (2527 : 215) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียน หมายถึง การ ดำเนินงานเพื่อสร้างความเข้าใจหรือความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล หน่วยงานที่ เกี่ยวข้องกับโรงเรียนเพื่อให้เกิดการประสานงาน และความร่วมมือที่ดีในการบริหารโรงเรียน

เสนีย์ แดงวัง (2525 : 274) กล่าวถึง การประชาสัมพันธ์โรงเรียนว่า หมายถึง วิธีการ ของโรงเรียนหรือสถาบันอันมีแผนการกระทำที่ต่อเนื่องกันไป ในอันที่จะสร้างหรือทำให้เกิดความ สัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลต่าง ๆ เพื่อให้โรงเรียนหรือสถาบันกับกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมี ความเข้าใจและสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นผลให้การดำเนินงานของโรงเรียนหรือ สถาบันได้ผลดีตามความมุ่งหมาย หรือแผนงานที่วางไว้

คินเดรด (อัปษรศรี พลอดเปลี่ยว. 2533 : 17 ; อ้างอิงมาจาก Kindred. 1957) เชื่อว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นกระบวนการสื่อสารระหว่างโรงเรียนกับชุมชน เพื่อเสริมสร้างความ เข้าใจในความต้องการและวัตถุประสงค์ของการศึกษา สนใจที่จะให้การสนับสนุนและเข้ามามี ส่วนร่วมในการพัฒนาโรงเรียนให้ดีขึ้น

อัปษรศรี พลอดเปลี่ยว (2533 : 110-122) ได้เสนอแนวทางการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์โรงเรียน เป็นลักษณะกิจกรรมและการใช้สื่อต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. วิธีการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อบุคคลหรือการพูด เช่น การประชุม งานโฆษณา ระบบ ขยายเสียง และการบอกต่อ
2. วิธีการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น วารสารของโรงเรียน หนังสือ คู่มือ จดหมายข่าว ป้ายประกาศ โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา ชั้นวางข่าวสาร ใบปลิวและรูปลอก
3. วิธีการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อภาพและอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ภาพนิ่ง สไลด์ ภาพยนตร์ วิดีโอเทป โทรทัศน์วงจรปิด การจัดนิทรรศการและการจัดกระจกโชว์
4. วิธีการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อกิจกรรมพิเศษ ได้แก่ กิจกรรมบนเวที กิจกรรม ด้านกีฬา หรือการเปิดให้เข้าชมกิจการของโรงเรียนในโอกาสพิเศษ
5. วิธีการเผยแพร่ข่าวสารในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การเผยแพร่ข่าวสาร ต่อบุคคล และการเผยแพร่ข่าวสารต่อสื่อมวลชน

6. การควบคุมและติดตามการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ทั้งในระดับหน่วยงานและระดับบุคคล

จากวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่ามีวิธีการดังนี้

1. กำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์การดำเนินงาน
2. การรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
3. การกำหนดแผนงาน โครงการ และกิจกรรม ดำเนินงานตามแผนโดยเน้นกระบวนการ

ติดต่อสื่อสารแบบสองทางและประเมินผลการดำเนินงาน

จากความหมายของการประชาสัมพันธ์ที่กล่าวแล้วนั้น โดยสรุปการประชาสัมพันธ์น่าจะหมายถึง การปฏิบัติกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มประชาชนหรือสังคมส่วนรวมต่อเนื่องกันไป โดยมีแผนและวัตถุประสงค์แน่ชัดเพื่อเสริมสร้างความเชื่อถือและความเข้าใจอันดีระหว่างกันและเพื่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียน สรุปได้ว่าเป็นความพยายามของสถานศึกษาในการดำเนินงานอย่างมีแผนและต่อเนื่องที่จะใช้กระบวนการสื่อสารอย่างเหมาะสม เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน และองค์กรที่เกี่ยวข้อง อันจะนำมาซึ่งการสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน เพื่อให้กิจการของสถานศึกษาบรรลุผลความมุ่งหมายที่กำหนดไว้นอกจากความสำคัญของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อโรงเรียนเป็นอย่างมาก ทั้งต่อการบริหารงาน การดำเนินการภายในโรงเรียน และการดำเนินการติดต่อกับบุคคลภายนอก การประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะช่วยให้แต่ละคนเกิดความรู้สึกที่ดีและมีเจตคติที่ดีพร้อมที่จะให้ความร่วมมือและให้การสนับสนุนโรงเรียนนั่นเอง

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีจุดมุ่งหมายที่สำคัญต่อการดำเนินกิจการและการบริหารโรงเรียนในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. เพื่อให้นักเรียน ครู อาจารย์ ผู้ปกครอง เข้าใจระเบียบ เหตุผลและความจำเป็นที่จะต้องมีการระเบียบ ให้รู้ให้เข้าใจ เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการปฏิบัติ
2. เป็นการรายงานให้ครู นักเรียน ผู้ปกครอง ประชาชน ได้ทราบเกี่ยวกับการดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน
3. เป็นการสร้างชื่อเสียง เกียรติคุณ ความเชื่อถือ เลื่อมใส ความนิยมมั่นใจในโรงเรียนให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชนทั่วไป

2. การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Publics) คือ กลุ่มประชาชนที่อยู่ภายนอกสถาบัน

สำหรับเครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ และช่องทางต่าง ๆ ในการสร้างการประชาสัมพันธ์โรงเรียนมี 5 ประการ ประกอบด้วย

1. กิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน
2. สิ่งพิมพ์และเอกสารต่าง ๆ ของโรงเรียน
3. การให้ข่าว ออกข่าว แก่หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์
4. การใช้สื่อเกี่ยวกับโสตทัศนูปกรณ์ เช่น การจัดนิทรรศการ การฉายสไลด์ภาพยนตร์ แผ่นเสียง เทปบันทึกเสียง
5. กิจกรรมในโอกาสพิเศษ และบริการพิเศษต่าง ๆ ของโรงเรียน เช่น วันครบรอบ การจัดตั้งโรงเรียน วันสำคัญของชาติ ศาสนา บริการการใช้โรงเรียนเป็นสถานที่ประกอบงานมงคล บริการด้านเครื่องมืออาคาร สถานที่ เพื่อประกอบกิจกรรมทางสังคมของชุมชน

ขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การประชาสัมพันธ์โรงเรียนโดยทั่วไปมีขั้นตอนการดำเนินงานที่ไม่ต่างจากการประชาสัมพันธ์ทั่วไปมากนัก

นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2530) ได้เสนอการจัดการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนเป็นขั้นตอนดังนี้

1. การทำให้ประชาชนได้รู้จัก (Identifying the Public) โดยการเรียนรู้เรื่องราวเกี่ยวกับประชาชนเหล่านี้ ความเข้าใจถึงปัญหาในการสัมพันธ์กับชุมชน (Defining Problems) โดยการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทราบความต้องการและปัญหา
2. การตั้งวัตถุประสงค์ (Formulating the Objectives) เน้นให้โรงเรียนมุ่งหามิตร และมุ่งพัฒนาคุณภาพการศึกษา
3. การเลือกวิธีการดำเนินการ (Selection the Means) เป็นการเลือกวิธีที่จะบรรลุผลให้สมความมุ่งหมายขององค์การ
4. การร่างแผนงาน (Drafting the plan) คือ การเขียนแผนงานควรทำให้ง่ายที่สุด และสามารถปฏิบัติได้จริง

การจัดโครงสร้างการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

โดยเหตุที่โรงเรียนมีกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องมากมาย การจัดโครงสร้างการประชาสัมพันธ์จึงจำเป็นต้องมีการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคลต่าง ๆ เหล่านี้ให้เป็นไปด้วยดี และการที่จะสร้างความสัมพันธ์ได้ดีนั้นจะต้องเกิดขึ้นจากภายในก่อน ซึ่งนับว่าเป็นไปด้วยดี และการที่จะสร้างความสัมพันธ์ได้ดีนั้นจะต้องเกิดขึ้นจากภายในก่อน ซึ่งนับว่าเป็นบรรทัดฐานที่สำคัญยิ่ง เพราะว่าทุก ๆ คนภายในโรงเรียน คือ นักประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นอาจารย์ใหญ่ ผู้จัดการ ครู นักเรียน ภารโรง ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนทุก ๆ คน การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะต้องดำเนินงานในระบบ "ยุควิถี" (Two – ways Process) กล่าวคือ เป็นการติดต่อชนิดที่มีทั้งผู้ติดต่อและผู้รับติดต่อ มีการติดต่อประสานงานกันอย่างใกล้ชิด เมื่อทางโรงเรียนได้ให้สื่อความหมายใด ๆ ออกไปแล้ว ทางฝ่ายประชาสัมพันธ์จะต้องคอยติดตามตรวจสอบดูว่า กลุ่มบุคคลนั้น ๆ มีปฏิกิริยาตอบสนองหรือได้ตอบเพียงใดกับทางฝ่ายโรงเรียน จึงมีการจัดทำสื่อการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อพัฒนาระบบประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่งของทางเลือกอื่น ๆ ในการประชาสัมพันธ์ และเป็นแนวทางพัฒนาสู่การประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในอนาคตฝ่ายบริหารการศึกษานี้เปรียบเสมือนเข็มทิศ หรือ ต้นหนของการศึกษา เพราะนโยบายหรือแนวทางการศึกษานั้นก็ออกมาจากฝ่ายบริหารการศึกษานี้เอง ดังนั้น ถ้าโรงเรียนไม่ดำเนินนโยบายให้เป็นไปตามแนวทางที่ฝ่ายบริหารการศึกษาวางไว้แล้ว ก็เปรียบเสมือนกับเรือที่ขาดหางเสือ หรือรถที่ขาดโชเฟอร์ ด้วยเหตุนี้ทางโรงเรียนจึงต้องพยายามสร้างความสัมพันธ์อันดีไว้กับฝ่ายบริหารการศึกษาเสมอ เช่น

1. ดำเนินนโยบาย โครงการ และกำหนดงานต่าง ๆ ตามที่ทางฝ่ายบริหารวางไว้ หรือมอบหมายให้ความร่วมมือในด้านต่าง ๆ กับฝ่ายบริหารเสมอ
2. เชิญทางฝ่ายบริหารมาเป็นประธานในโอกาสต่าง ๆ ที่ทางโรงเรียนจัดขึ้นหรือให้เป็นวิทยากร เช่น การแนะนำการศึกษา เป็นต้น

จากการจัดโครงสร้างและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าการจัดโครงสร้างและกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนทั้งการประชาสัมพันธ์ภายนอกและการประชาสัมพันธ์ภายในล้วนส่งผลดีและเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียน แต่อย่างไรก็ตาม การจัดโครงสร้างและกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้จะดำเนินการได้ย่อมต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหาร ผู้บริหารเห็นความสำคัญของกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์เหล่านี้มากน้อยเพียงใดและมีความคิดเห็นความรู้สึกอย่างไรต่อกิจกรรมดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการศึกษาถึงเจตคติของผู้บริหารโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ (เอสแบค) ก่อนจัดทำกาประชาสัมพันธ์โรงเรียน โดยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการ

ประชาสัมพันธ์สถานศึกษามาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ โดยจัดให้สอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน

ลักษณะของงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน

เนื่องจากงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นงานที่มีขอบข่ายกว้างขวางเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับฝ่ายต่าง ๆ อย่างใกล้ชิด ดังนั้น งานใดที่ยังไม่มีฝ่ายใดรับผิดชอบดำเนินการโดยตรงบุคลากรฝ่ายประชาสัมพันธ์โรงเรียนควรถือเป็นหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติ

เสริมวิทย์ ศุภเมธี (2520 : 156) กล่าวถึงลักษณะของงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนซึ่งต้องประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในโครงการงานประชาสัมพันธ์ควบคุม ดูแลและอำนวยความสะดวก เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์โรงเรียนบรรลุผลดี

1. เจ้าหน้าที่ฝ่ายเอกสารและสิ่งพิมพ์
2. เจ้าหน้าที่ติดต่อสอบถาม
3. เจ้าหน้าที่รวบรวมเอกสารและสำรวจ
4. เจ้าหน้าที่ฝ่ายกิจกรรม มีหน้าที่ในการจัดกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ชื่อเสียงของโรงเรียน

อัปสรศรี พลอดเปลี่ยว (2533 : 153-156) ได้เสนอแนะงานต่าง ๆ ไว้ดังต่อไปนี้ คือ

1. การดำเนินงานทุกวิถีทาง เพื่อ “ก่อ” ให้เกิดความสัมพันธ์อันดีซึ่งกันและกัน ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน

2. การดำเนินงานทุกอย่างเพื่อ “กัน” มิให้เกิดความเข้าใจผิด หรือเกิดการแตกแยกบาดหมางระหว่างโรงเรียนกับประชาชน

3. การดำเนินงานเพื่อ “แก้” สิ่งที่เกิดผลต่าง ๆ ของโรงเรียนที่ได้มีเกิดขึ้นนั้นให้กลับคืนสู่สภาพที่ถูกต้องด้วยดีที่สุด

4. การแนะนำต่อฝ่ายบริหารโรงเรียน ให้ได้ทราบลักษณะสภาพความคิดเห็นของประชาชน หรือกลุ่มเป้าหมายที่ได้มีต่อโรงเรียนหรือต่อผู้บริหารโดยตรง

5. วางแผนดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน เพื่อให้ได้รับผลสำเร็จในการดำเนินงานอย่างดีที่สุดประสานงานและส่งเสริมกิจกรรม ที่จะทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจอันดีของฝ่ายต่าง ๆ ในโรงเรียน

6. จัดการฝึกอบรม ประชุมชี้แจง ให้บุคลากรภายในโรงเรียนทุกคนได้ทราบความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของโรงเรียน และขอให้ทุกคนทำตัวเป็นผู้แทนที่ดีของโรงเรียนด้วย

7. ดำเนินงานหน่วยติดต่อสอบถาม รวมทั้งอบรมให้ครูหรือเจ้าหน้าที่หน่วยงานนี้มีความรู้ในการปฏิบัติหน้าที่ติดต่อสอบถาม รวมทั้งหน้าที่การใช้โทรศัพท์อย่างถูกต้องด้วย
8. จัดทำระเบียบคำชี้แจง หรือกำหนดข้อปฏิบัติ ของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ เพื่อผลดีทางการประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้วย
9. ทำการศึกษา ค้นคว้า วิจัย สืบค้น ประชามติและรับข้อมูลปัญหาทางการประชาสัมพันธ์ เพื่อหาทางดำเนินการให้ดีที่สุด
10. เสนอแนะแนวความคิดและวิธีการปฏิบัติใหม่ ๆ ตลอดจนมาตรการบางอย่างทางด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เป็นประโยชน์ของโรงเรียนได้อย่างเหมาะสม
11. ช่วยให้คำปรึกษาหารือหรือเสนอแนะวิธีการและนโยบายอันเป็นประโยชน์ให้แก่ฝ่ายต่าง ๆ ในโรงเรียนของเราเองด้วย
12. ช่วยประสานรอยร้าวหรือขจัดความไม่เข้าใจ ความแตกแยก ความหวาดระแวง ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาโรงเรียนให้หมดสิ้นหรือลดน้อยลงไปได้โดยเร็วที่สุด
13. ฝ่ายประชาสัมพันธ์โรงเรียน จะต้องคอยปกป้องโรงเรียนของตนให้พ้นจากการโจมตีหรือให้ร้าย ป้ายสีอย่างไม่ต้องเหล่านั่นด้วย
14. ตรวจหรือเขียนสุนทรพจน์ เขียนข่าวและบทความ ทำการแถลงข่าว แก่ข่าว ทุกสิ่งที่จะเผยแพร่ต่อสื่อมวลชน จะต้องได้รับการผลิตออกไปด้วยความประณีตให้บังเกิดผลที่ดีที่สุด
15. ตรวจและตัดข่าว ทำสรุปข่าวที่สื่อมวลชนต่าง ๆ ได้เสนอเกี่ยวข้องกับการศึกษาและโรงเรียนของเรา รวบรวมไว้ให้ผู้บริหารโรงเรียนได้ทราบโดยรวดเร็ว เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ แล้วรวบรวมเก็บไว้เป็นเอกสารเพื่อใช้งานในโอกาสต่อไปได้ด้วย
16. ทำการผลิตข่าวสาร บทความตลอดจนเอกสารทางการประชาสัมพันธ์ออกเผยแพร่ทางสื่อมวลชนต่าง ๆ
17. ช่วยเป็นวิทยากร สนับสนุนการจัดประชุมสัมมนา อภิปราย หรือฝึกอบรมของโรงเรียนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องหรืออยู่ในกลุ่มโรงเรียนเดียวกัน
18. ทำการสำรวจกระแสประชามติในรูปแบบต่าง ๆ หรือโดยการจัดทำกล่องรับความคิดเห็นจากบุคลากรภายในโรงเรียน หรือประชาชนกลุ่มเป้าหมาย แล้วนำข้อเสนอแนะเหล่านั้นประมวล นำเสนอให้ผู้บริหารโรงเรียนได้ทราบเป็นระยะ ๆ เพื่อพิจารณาปรับปรุงแก้ไขหรือดำเนินการในสิ่งที่สมควรได้อย่างถูกต้องด้วย
19. พยายามแสวงหาช่องทางใหม่ ๆ ในการที่จะใช้สื่อมวลชนต่าง ๆ ให้เป็นประโยชน์ต่อโรงเรียนของตนเองให้มากที่สุด

20. ควรขยายผลการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนให้เผยแพร่กว้างขวาง สร้างภาพพจน์ ความเลื่อมใสศรัทธาและทัศนคติที่ดี ให้บังเกิดประโยชน์แก่โรงเรียนของเราได้ทวียิ่ง ๆ ขึ้นด้วย

21. เป็นผู้นำหน้าที่รวบรวมข้อมูลความคิดเห็น และให้คำพยากรณ์หรือความคาดหมาย สิ่งที่จะมีบังเกิดขึ้นภายในโรงเรียนได้ทราบล่วงหน้า และหาทางป้องกันแก้ไขไว้แต่เนิ่น ๆ

อัปษรศรี พลอดเปลี่ยว (2533 : 143) กล่าวถึงผู้บริหารโรงเรียนซึ่งควรมึงานที่ต้องรับผิดชอบเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ดังนี้

1. การวางแผน
2. การจัดบุคลากรทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์
3. การฝึกอบรม
4. การจัดสรรงบประมาณ
5. การประเมินโครงการ
6. การพัฒนาโครงการ

จากการศึกษาถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ วิธีดำเนินงานประชาสัมพันธ์และขั้นตอนดำเนินการประชาสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่า การประชาสัมพันธ์องค์กรหรือสถาบันจะต้องเกี่ยวข้องกับกระบวนการ และขั้นตอนมากมาย ผู้ที่ดำเนินการประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ความสามารถและมีความชำนาญในด้านการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง นอกจากนี้ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านต่าง ๆ จะต้องมีความรู้ มีเจตคติ และเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ จึงจะสามารถ ดำเนินการประชาสัมพันธ์องค์กร สถาบัน ได้อย่างดี การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะได้นำแนวความคิด เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ดังที่ได้กล่าวแล้วข้างต้นมาเป็นแนวทางในการศึกษาเจตคติของ ผู้บริหารโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนใน ประเด็นต่าง ๆ ต่อไป

อย่างไรก็ตาม การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเจตคติของผู้บริหารโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนใน เขตกรุงเทพมหานคร ต่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนในครั้งนี้ จำเป็นต้องทราบถึงแนวความคิดใน การประชาสัมพันธ์โรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนเสียก่อน เพื่อจะได้ทราบรายละเอียดด้านการ ประชาสัมพันธ์และนำมาเป็นกรอบในการศึกษาวิจัยต่อไป

ปัญหาของงานประชาสัมพันธ์

ปรมะ สตะเวทิน (2529 : 132) กล่าวถึงผู้บริหารที่ไม่เข้าใจงานประชาสัมพันธ์ และไม่มีนโยบายที่แน่ชัดเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ว่า

1. ขาดบุคลากรที่มีประสบการณ์และมีความชำนาญจึงไม่มีการวางแผนที่ดี
2. ขาดการประเมินผลวิจัยเพื่อให้ได้ความรู้ใหม่มาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ให้สูงขึ้น
3. ขาดหลักการและนวัตกรรมที่จะดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ (สุจิตรา สุกนธทรัพย์. 2524 : 75)
4. ขาดสถานที่ในการผลิตงานโสตทัศนูปกรณ์ และมากกว่าร้อยละ 50 ไม่เคยทำการประเมินการใช้เลย (อนงค์วรรณ ยั่งยืน. 2527 : 82)

กรมประชาสัมพันธ์ (2531 : 54) กล่าวในการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาชนบทซึ่งบริษัทฟาร์อีสท์ แอดเวอร์ไทซิง จำกัดได้ทำการวิจัยระบบการประชาสัมพันธ์ที่คณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์การพัฒนาศนบทดำเนินงานและมีความเห็นว่า ถึงแม้ผลงานการประชาสัมพันธ์จะได้รับผลพอสมควร แต่ก็ยังมีปัญหาหลัก ๆ บางประการ ซึ่งสามารถสรุปปัญหาต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. ปัญหาด้านการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้วิธีการเขียนค่อนข้างยากเป็นภาษาหนังสือที่ใช้ในทางราชการ
2. ปัญหาด้านการใช้สื่อวิทยุ เสนอข่าวสารด้านการพัฒนาน้อยไปและรายการไม่ดึงดูดใจประชาชนทั่วไปให้สนใจฟังมากนัก
3. ปัญหาด้านการใช้สื่อโทรทัศน์ ยังดำเนินการน้อยเกินไป และไม่ดึงดูดความสนใจจากผู้ชม

สุพัตรา ไม้แก้ว (2534 : 52) กล่าวถึงสมาคมการวิจัยการศึกษาแห่งชาติสหรัฐอเมริกา (National Education Research Division. 1968) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "ผู้บริหารกับการประชาสัมพันธ์ โรงเรียน" (The School Public Relations Administrator) ในปี ค.ศ. 1968 ได้สรุปหน้าที่หลักและความรับผิดชอบของผู้บริหารที่ควรจะต้องดำเนินงานในด้านประชาสัมพันธ์โรงเรียนดังต่อไปนี้

1. ทำการติดต่อสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เพื่อแถลงข่าวสารของโรงเรียน
2. เขียนข่าวของโรงเรียนเพื่อส่งให้แก่หนังสือพิมพ์ต่าง ๆ และสื่อมวลชน
3. จัดตั้งคณะบุคคลทำงานด้านเอกสารสิ่งพิมพ์
4. ส่งสิ่งพิมพ์หรือจดหมายข่าวของโรงเรียนไปยังชุมชน

5. รมรณค้ให้ม้การเล้อกต้งคณะบุคคลที่จะทำงานให้ม้หลักฐานถูกต้ง
6. จดัทำรายงานต้ง ๆ ของโรงเรยรณแ้งให้แกผู้ตรวจการศ้กษาได้ทราบ
7. ทำงานร่วมกับชุมชนและพนักงานของรัฐในสาขาวิชาอ้น ๆ ตลอดจนกลุ่มบุคคลในสาขาวิชาศ้พทางด้านปรการอ้น ๆ
8. จดัโครงการพ้เศสำหรับโรงเรยรณ
9. เผยแพร่โครงการของโรงเรยรณ
10. จดัให้ม้บรรณาธการล้งพ้พ้ในหน่วยงานกลางของโรงเรยรณ
11. จดัร่างสุนทรพจน์ ทำรายงานและเอกสารของหน่วยงาน
12. จดัให้ม้สถานที่อันเหมาะสมเพ้อเชยญ่นักพุด หรือเป้อโอกาสให้บุคคลกรได้ม้โอกาสพุดเพ้อให้ความรู้แก่บุคคลกร
13. จดัให้ม้การผ้กอบรรมให้ความรู้เร้องการประชาลัมพณ์แก่บุคคลกรของโรงเรยรณ
14. จดัให้ม้การประเมณผลท้ศนคธของประชาชนที่ม้ต่อโรงเรยรณ
15. พ้ฒนาให้ครได้ม้ส่วนร่วมในการแสวงหาวัสดุอุปกรณ์สำหรับใช้ในการศ้กษา
16. จดัให้ม้ปรการเกยวกับการบ้นท้กภาพในโอกาสต้ง ๆ

ผลการศ้กษาว้จยที่เกยวข้องกับการประชาลัมพณ์

การศ้กษาว้จยเกยวกับการประชาลัมพณ์โรงเรยรณ การประชาลัมพณ์ของส่วนราชการและรัฐว้สานท้จ ได้ม้ผู้ดำเนนการศ้กษาที่เกยวข้องกับการประชาลัมพณ์ไว้หลากหลายพ้อจะรวบรวมได้ต้งน้

ชมพูนุท นุตาคม (2526 : 43) ได้กล่าวถ้งานว้จยของด้กลาส (Douglas) ที่ว้จยเร้องการระบูกลว้ธงานประชาลัมพณ์ที่เหมาะสมในโรงเรยรณสำหรับ North Central Association Commission (NAC) โดยการว้จยคร้งน้ม้จะระบูกลว้ธที่ใช้ในการประชาลัมพณ์ ซึ่งอาจม้ผลทำให้เกดการ ล้อสารม้ประลธท้ภาพมากขึ้น อันจะส่งผลให้โรงเรยรณได้ม้การปรบปรุ้งแก้ไขที่ต้จ้้นครื่องม้อที่ใช้ในการประชาลัมพณ์ซึ่งเสนอไว้ 16 รูปแบบ และผู้ตอบแบบลอบถามสามารถเสนอกลว้ธอ้น ๆ เพ้มจ้้นได้ ผลการว้จยพว่า กลว้ธที่เหมาะสมกับการล้อสารระหว่างคณะกรรมการปรการโรงเรยรณ ก็ค้อจุลสารรายเดยรหรือราย 4 เดยร (Information brochures) สำหรับครและนักเรยรณควรใช้เอกสารข้อมูล Slide Tape และ Video Tape สำหรับผู้ปกครองควรใช้ Newsletter ส่วนชุมชนและประชาชนในท้อถ้นควรให้ข่าวสารต้ง ๆ (News release)

อรอุบล ภูบัวเผื่อน (2533) ได้ศึกษาการวางแผนการประชาสัมพันธ์ และสถานภาพ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานธุรกิจในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าธุรกิจ ทุกประเภทมีการจัดฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานอิสระขึ้นตรงกับผู้บริหารกิจการและมีงาน ประชาสัมพันธ์ต่อเนื่องมาโดยตลอด โดยฝ่ายประชาสัมพันธ์มีส่วนกำหนดนโยบายทางด้าน ประชาสัมพันธ์ และช่วยส่งเสริมความสำเร็จของธุรกิจเป็นอย่างมาก ส่วนใหญ่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ไม่ได้มีการแบ่งการทำงานเป็นส่วนอย่างเด่นชัด มีการทำงานร่วมกันหมด และเจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์สามารถทำงานได้ทุกหน้าที่ ไม่ได้มีหน้าที่เฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง

ในด้านนโยบายและการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ปรากฏว่า มีวัตถุประสงค์สอดคล้อง กัน คือ เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีของหน่วยงาน และสนับสนุนงานทางด้านการตลาดโดยนโยบาย ประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่มีการกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งผู้บริหารกิจการเป็นผู้กำหนด ส่วนปัจจัยที่ควบคุมการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่คือ นโยบายและเป้าหมายของ หน่วยงาน รองลงมาคือความต้องการของตลาดเป้าหมายและการแข่งขัน

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ส่วนใหญ่ใช้ข้อมูลจากการวางแผนครั้งก่อนที่ใกล้เคียง กัน ขึ้นการวางแผนก็มีบ้างตามโอกาส ส่วนใหญ่เป็นแผนระยะสั้นและระยะยาวร่วมกันปฏิบัติงาน ส่วนใหญ่ทำตามแผนจริงทุกครั้ง ส่วนขั้นการประเมินผล มีการประเมินผลจริงบางครั้งเท่านั้น เพราะขาดแคลนเจ้าหน้าที่ในการประเมิน และขาดงบประมาณ

สุเทพ เดชะชีพ (2532) ได้ดำเนินการศึกษาวิจัยคุณสมบัติและภาระหน้าที่ของ นักประชาสัมพันธ์ในองค์การ (Qualifications and Responsibilities of Public Relations Practitioners in Organization) พบว่าในด้านภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ตัวแปรที่มี ความสัมพันธ์ในการกำหนดความแตกต่างของภาระหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์คือ ประสบการณ์การทำงานของผู้บริหาร การเข้ารับการฝึกอบรมของผู้บริหารการศึกษาจากตำรา เอกสารของผู้บริหาร การส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรม การให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ การนำแผนมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพงานประชาสัมพันธ์ในองค์การ การเข้าร่วมประชุมระดับนโยบายของ องค์การ จำนวนพนักงานของฝ่ายและจำนวนโสตทัศนูปกรณ์

ทงศักดิ์ นิเวศน์รังสรรค์ (2535) ได้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบ สถานภาพของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐกับเอกชน พบว่า หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ส่วนใหญ่จะมีหน่วยประชาสัมพันธ์แล้ว และผู้บริหารภาคเอกชนจะเห็นความสำคัญของงาน ประชาสัมพันธ์มากกว่าผู้บริหารภาครัฐ หน่วยงานภาครัฐยังไม่ถึงบประมาณด้านนี้เลย หน่วยงาน

ประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ทั้งภาครัฐและเอกชนประสบปัญหาคล้ายคลึงกันคือ ปัญหาขาดแคลนบุคลากรและงบประมาณ

จากการศึกษาผลการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการบริหารโรงเรียน ควรมีการตั้งหน่วยงานขึ้นมารับผิดชอบดูแลทางด้านการประชาสัมพันธ์โดยตรง ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ภายในเพื่อความสัมพันธ์อันดีภายในโรงเรียน และการประชาสัมพันธ์ภายนอกเพื่อสร้างศรัทธาความเชื่อมั่นของประชาชนต่อโรงเรียน ดังนั้น จึงควรมีการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนอย่างหลากหลายทั้งสื่อระหว่างบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออื่น ๆ นอกจากนี้ ผลการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องยังพบว่า ผู้บริหารนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ เนื่องจากผู้บริหารให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์จะทำให้การประชาสัมพันธ์มีอย่างหลากหลาย และสามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้โดยสะดวก ตรงกันข้ามกับองค์กรที่ผู้บริหารมิได้ให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์หรือละเลย จะทำให้การประชาสัมพันธ์ไม่สามารถดำเนินการได้อย่างที่ควรจะเป็น และจะสร้างปัญหาอย่างยิ่งให้กับการประชาสัมพันธ์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวความคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และผลการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง จะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์นั้นมีความสำคัญต่อองค์กรและสถาบันทุกประเภท โดยเฉพาะโรงเรียนเอกชน เนื่องจากการประชาสัมพันธ์จะช่วยให้องค์กรหรือสถาบันมีภาพลักษณ์ที่ดี ประชาชนเกิดความเชื่อถือศรัทธา และพร้อมจะให้ความร่วมมือสนับสนุนในกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรหรือสถาบัน (เสรี วงษ์มณฑา. 2527 : 72 - 75) ดังนั้นโรงเรียนเอกชนจึงควรมีการจัดการประชาสัมพันธ์และมีหน่วยงานที่รับผิดชอบทางด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ทั้งทางด้านการประชาสัมพันธ์ภายนอก และการประชาสัมพันธ์ภายใน (Jerkin. 1980 : 1) เพื่อให้บุคคลที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนยอมรับการดำเนินธุรกิจของโรงเรียน (Cutlip & Center. 1978 : 4) การประชาสัมพันธ์ดังกล่าว จะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานอย่างชัดเจน (จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. 2534 : 107-108) และมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องมีระบบแบบแผนสามารถโน้มน้าวประชาชนกลุ่ม เป้าหมายให้เกิดทัศนคติที่ดีและสร้างให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต่างๆ (สุพิน ปัญญาภัก. 2526 : 27) โดยจะต้องมีการดำเนินการในการค้นหาข้อมูล วางแผน ติดต่อสื่อสาร และติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์ครั้งต่อไป (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. 2532 : 478)

กระบวนการขั้นตอนและรายละเอียดของการประชาสัมพันธ์ขั้นต้น จะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์มิใช่สิ่งที่ดีำเนินการได้อย่างง่ายดาย และมีรายละเอียดและขั้นตอนที่ซับซ้อนต้องอาศัยผู้ที่มีความชำนาญด้านการประชาสัมพันธ์มาดำเนินการ แต่อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ในการดำเนินการของ ประชาสัมพันธ์นั้น สิ่งที่ยากได้ยาก จะต้องมีการนำเสนอข้อมูล และรายละเอียดของการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริหารพิจารณาก่อน โดยเฉพาะในบางองค์กรหรือสถาบัน ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะเป็นหน่วยงานอิสระที่ขึ้นตรงกับผู้บริหาร (อรอุบล ภูบัวเพื่อน. 2533) การตัดสินใจต่าง ๆ เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์จึงต้องขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจของผู้บริหารด้วยเช่นกัน ในบางครั้งจึงอาจพบว่าปัญหาสำคัญของการประชาสัมพันธ์คือ การที่ผู้บริหารไม่ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ (อำนาจ สุขสุเดช. 2534) ทำให้หน่วยงานประชาสัมพันธ์ ขาดแคลนงบประมาณและบุคลากรที่มีคุณภาพ (ทองศักดิ์ นิเวศน์รังสรรค์. 2535) ซึ่งปัญหาเหล่านี้แทบจะไม่พบเลยในองค์กรหรือสถาบันที่บริหาร มีความรู้ความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดี และทราบถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

มานิต ท่าไกรกลาง (2534 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตบางแสน ที่เหมาะสม มีสาระสำคัญ 4 ด้าน คือ ปรัชญา นโยบายและวัตถุประสงค์การจัดโครงการ กระบวนการจัดดำเนินงานประเภทและลักษณะกิจกรรมการประชาสัมพันธ์มีการวางแผนอย่างละเอียดชัดเจนประสานงานกันอย่างราบรื่น เพื่อให้ผลของการปฏิบัติเกิดประสิทธิภาพมีประสิทธิผลมากที่สุด ผลคือควรจัดสัมมนาปฏิบัติการแบบเข้มข้นให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ความเข้าใจรูปแบบชัดเจนตรงกันและสามารถปฏิบัติการกิจที่รับผิดชอบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สมจิตต์ มหัทธนนท์ (2534 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล พบว่าเพื่อโน้มน้าวกลุ่มบุคคลให้สนับสนุนการดำเนินงานของสถาบันตลอดไป สถาบันควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ทั้งภายใน ภายนอก และการประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับสถาบัน และกิจกรรมต่าง ๆ ให้แก่บุคคลที่เกี่ยวข้องผ่านสื่อมวลชน และหน่วยงานประชาสัมพันธ์ควรประกอบด้วยงานข่าวและวารสาร งานโสตทัศนูปกรณ์ งานสื่อสารมวลชนสัมพันธ์ และงานผลิตรายการ บุคลากรประชาสัมพันธ์ควรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความรู้เกี่ยวกับสถาบัน มีทักษะการใช้สื่อ บุคลิกภาพเหมาะสมกับงาน และมีวุฒิทางการศึกษาด้านประชาสัมพันธ์ สถาบันควรจัดสรรงบประมาณเป็นการเฉพาะสนับสนุนให้สถานศึกษาในสังกัดใช้ทรัพยากรร่วมกัน และส่งเสริมให้ผลิตสื่อขึ้นใช้เอง สถาบันควรดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยการสำรวจข้อมูลวางแผนและดำเนินการตามแผน

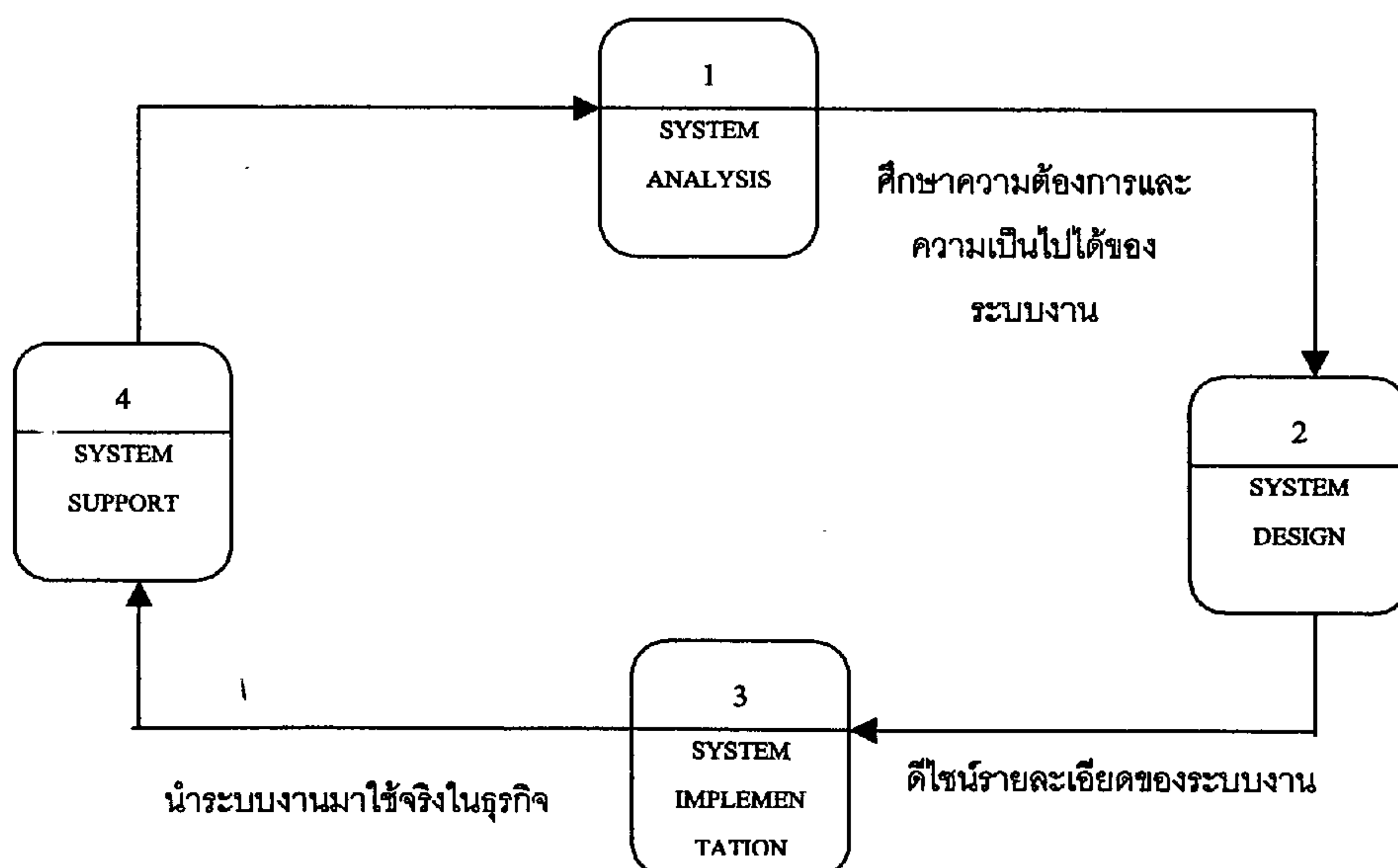
การประชาสัมพันธ์ สถาบันควรประเมินผลกระบวนการสื่อสารภายหลังสิ้นสุดโครงการประชาสัมพันธ์ ด้วยวิธีการสังเกต การสัมภาษณ์ และการใช้แบบสอบถาม

อารีมิตร ตะกรดราช (2538 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของ โรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตการศึกษา 6 พบว่าเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีปัญหาโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางทั้ง 5 ด้าน เรียงตามลำดับคือ การจัดหาทรัพยากร การจูงใจให้ปฏิบัติงาน การประสานงาน การประเมินผลงาน และการวางแผน มีความสัมพันธ์กันทางลบอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับระบบข้อมูล

คำว่า "ระบบ" หรือ System จะหมายถึงกลุ่มหรือเซต (Set) ของสิ่งของหรือองค์ประกอบที่สัมพันธ์กัน (Relate) บางส่วนหรือทั้งหมด และเป็นไปในทางหรือตอบสนองต่อจุดประสงค์อันเดียวกัน (Common Purpose)

ฉันทวิท กุลไพศาล (2521:35-39) ให้ความหมายของคำว่า "ระบบข้อมูล" ว่าเราจะแยกคำนี้ออกเป็น 2 คำ คือ ระบบ (System) และข้อมูล (Information)



ภาพประกอบ 3 วงจรการพัฒนากระบวนการและโครงการ

ระบบมีด้วยกัน 2 แบบ คือ ระบบธรรมชาติ (Natural System) และระบบสังเคราะห์ (Fabricated System) ตัวอย่างของระบบแบบธรรมชาติ ได้แก่ ระบบสุริยจักรวาล ระบบสรีระของมนุษย์ เช่น การไหลเวียนของโลหิต ระบบการทำงานของปอด ม้าม หรือหัวใจ เป็นต้น

ระบบสังเคราะห์จะเป็นระบบที่ถูกสร้างขึ้นโดยมนุษย์ ตัวอย่างเช่น ระบบการผลิต ระบบบัญชีและระบบข้อมูล เป็นต้น จะเห็นได้ว่าระบบแบบสังเคราะห์ประเภทหนึ่ง ซึ่งมีจุดประสงค์คือ เพื่อจะตอบสนองต่อการดำเนินการหรือกิจกรรมประจำวันของธุรกิจหรือหน่วยงาน ตอบสนองต่อการจัดการ และส่งเสริมต่อการตัดสินใจของฝ่ายบริหารหรือธุรกิจผู้ใช้ระบบ ซึ่งจะเราไปสู่ความหมายของคำว่า “ระบบข้อมูล” (Information System)

ระบบข้อมูล หมายถึง การนำเอาองค์ประกอบต่าง ๆ ของข้อมูลมาจัดการเรียบเรียง เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติการ การจัดการ และการตัดสินใจ โดยมีวัตถุประสงค์ในอันที่จะตอบสนองต่อความต้องการของธุรกิจ

ระบบข้อมูลที่จะปรากฏอยู่ทุกแห่งหนในองค์กรหรือธุรกิจ และเมื่อใดก็ตามที่ผู้ใช้ระบบเข้ามารวมตัวกัน กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบงานก็จะเกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผลหรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลในระหว่างผู้ใช้ระบบด้วยกันเอง กิจกรรมเหล่านี้ถือเป็นส่วนหนึ่งของระบบข้อมูลทั้งสิ้น ซึ่งในปัจจุบันมักจะถูกทำขึ้นด้วยน้ำพักน้ำแรงของผู้ใช้ระบบเอง โดยมีได้ใช้คอมพิวเตอร์เลย

แต่หากคำนึงถึงภาวะการณ์ปัจจุบันที่ธุรกิจหรือองค์กรจำเป็นที่จะต้องใช้ข้อมูลอย่างทันต่อเหตุการณ์และมีความถูกต้อง (Accuracy) หรือความเชื่อถือได้ (Reliable) อย่างสูง คอมพิวเตอร์จะเข้ามามีบทบาทอันสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรหรือธุรกิจนั้น การนำเสนอข้อมูลที่อาจจะนำไปสู่การสูญเสียโอกาสของธุรกิจได้ คอมพิวเตอร์จึงได้เข้ามามีบทบาทเพื่อที่จะชดเชยจุดอ่อนของพนักงานหรือผู้ใช้ระบบตามที่ได้กล่าวมา

ระบบข้อมูลเป็นการนำเอาปัจจัย 2 ประการ คือ คน (Human) และเครื่องจักร (Machine) มาจัดการเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติการการจัดการ และการตัดสินใจ โดยมีวัตถุประสงค์ในอันที่จะตอบสนองต่อความต้องการของธุรกิจ

เราสามารถที่จะชี้ชัดถึงระบบข้อมูลที่ต้องใช้คอมพิวเตอร์ด้วยคำว่า “ระบบงานข้อมูลคอมพิวเตอร์” ซึ่งจะหมายรวมระบบข้อมูลที่ใช้คนทำ (Manual System) และระบบข้อมูลคอมพิวเตอร์ด้วย

จะเห็นได้ว่าธุรกิจ (Business) ก็เป็นระบบหนึ่งเหมือนกัน ธุรกิจเป็นระบบที่เกิดขึ้นโดยมีจุดประสงค์คือ กำไร หรือให้บริการ ระบบงานข้อมูลก็ควรเกิดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ที่เป็นไปในทางเดียวกันกับธุรกิจ

ระบบงานนอกจากจะมีการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันแล้ว ยังอาจจะมีการแลกเปลี่ยนหรือสื่อสารกับสิ่งแวดล้อมภายนอกระบบ เช่น ระบบงานการตลาดต้องมีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าของบริษัทหรือระบบใหญ่ ๆ

สามารถกล่าวได้ว่า ระบบงานข้อมูลเป็นระบบงานย่อยของธุรกิจ และมีหน้าที่ส่งเสริมให้กับระบบธุรกิจ ในอันที่จะสามารถดำเนินกิจการไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการ

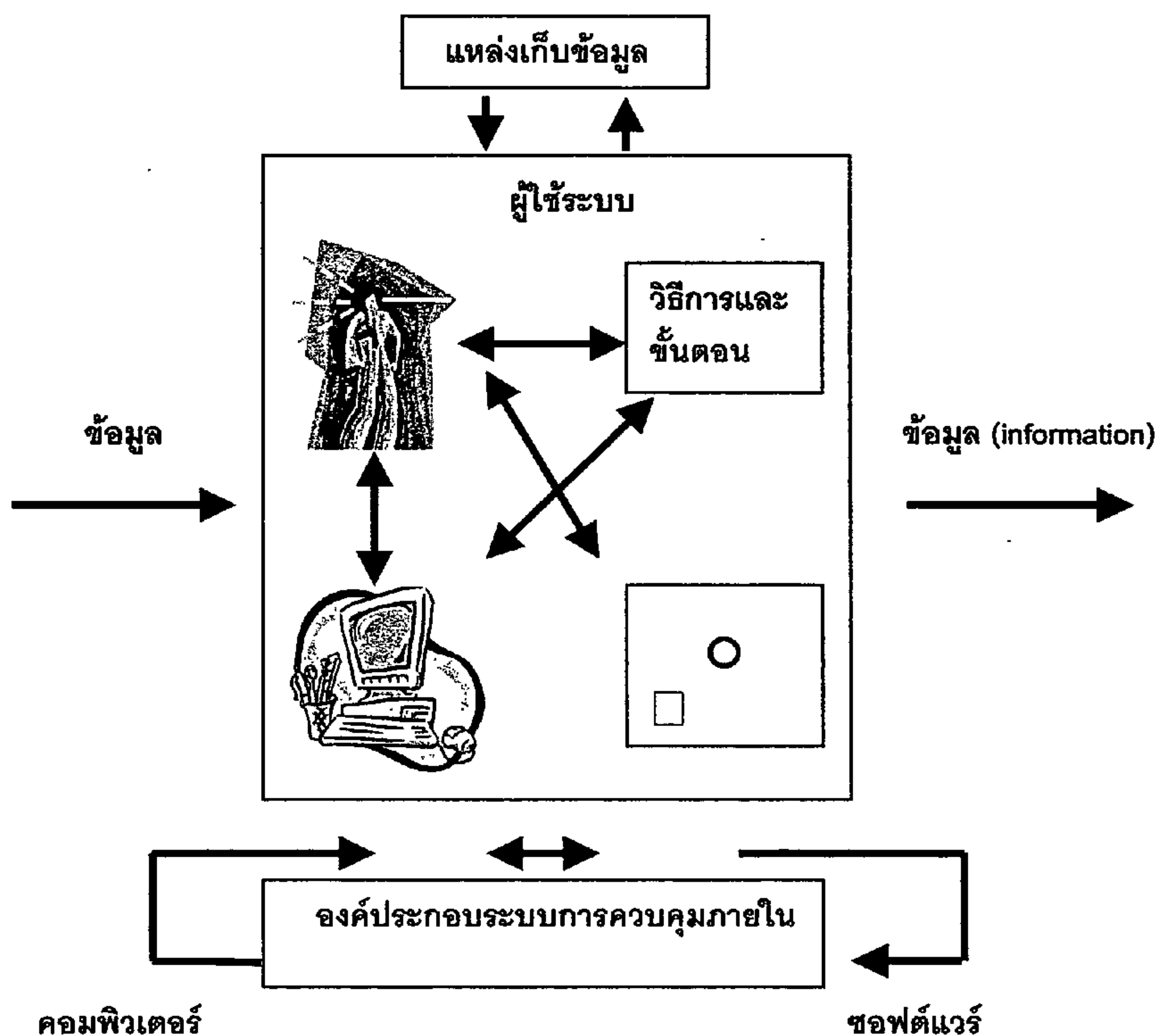
ความแตกต่างระหว่าง Data และ Information

Data และ Information ซึ่งมีความหมายไม่เหมือนกัน

Data หมายถึง ความจริงที่เกิดขึ้นในธุรกิจ โดยความจริงคำนี้มีความหมายในตัวของมันเอง แต่ยังไม่ได้ก่อประโยชน์ให้กับธุรกิจ อาจเรียกให้ชัดว่า "ข้อมูลดิบ (Raw Data)" เหล่านี้ยังไม่ได้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ (ฉันทวิท กุลไพศาล. 2521:42)

Information ก็คือ Data ที่ได้ถูกนำมาจัดการเปลี่ยนแปลงด้วยกรรมวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อทำประโยชน์ต่อผู้ใช้ Information จึงเป็นข้อมูลที่มีคุณค่าในตัว Information จะเป็นตัวบอกอะไรบางอย่างที่ยังไม่รู้ หรือใช้เพื่อยืนยันบางสิ่งที่ผู้ใช้คาดไว้ให้แน่ใจ เช่น ผลรายงานการขายประจำเดือนรายงานการขายก็จะเป็น Information ได้ คือ ทำให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ใช้ (ฉันทวิท กุลไพศาล. 2521:43)

ฉันทวิท กุลไพศาล (2521 : 43-44) ได้สรุปว่า Information เกิดมาจากการนำเอา Data มาประมวลผล Process



ภาพประกอบ 4 แสดงองค์ประกอบ IPO ของระบบงานข้อมูล (ฉันทวิท กุลไพศาล. 2521:62)

ฐานข้อมูล คลังข้อมูล ข้อมูล และข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญและมีมูลค่ามหาศาลของการดำเนินธุรกิจ การบริหาร การจัดการ การที่หน่วยงาน องค์กร สามารถมีข้อมูลครบถ้วน ถูกต้อง มีคุณภาพที่ต้องการได้ในระยะเวลาที่ทันเหตุการณ์ ย่อมส่งผลให้ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสบความสำเร็จในที่สุด (ประชา ตระการศิลป์. 2541 : 11-12)

ดังนั้นการคัดเลือกระบบงานและโปรแกรม การบริหารจัดการระบบงานฐานข้อมูลจึงมีความสำคัญมากทั้งในด้านของเทคนิค การลงทุน ประสิทธิภาพ และความสำเร็จขององค์กร

โลกยุคปัจจุบันได้วิวัฒนาการมาถึงยุคที่เรียกว่า ยุคสื่อสารสนเทศ แล้ว ในยุคนี้มีข่าวสารข้อมูลและสารสนเทศมากมาย ซึ่งถ้าหากมนุษย์ไม่มีเครื่องมือที่เหมาะสม เช่น คอมพิวเตอร์แล้ว ย่อมไม่สามารถจะจัดการกับข้อมูล ข่าวสาร และสารสนเทศเหล่านี้ได้ และด้วยพัฒนาการทางด้านเครื่องมือสื่อสารที่ได้ก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วและสูงสุด ทำให้มนุษย์สามารถ

ส่งข่าวสาร ข้อมูลและสารสนเทศถึงกันได้อย่างไม่มีขอบเขตจำกัด ทั้งทางด้านปริมาณและความกว้างไกล

บุญศิริ สุวรรณเพ็ชร (2539) กล่าวว่าเครื่องมืออย่างหนึ่งที่จะช่วยให้การติดต่อสื่อสาร การส่งข้อมูล ข่าวสารและสารสนเทศเป็นไปอย่างรวดเร็ว สะดวกง่ายดายนั้นได้แก่ เครื่องมือที่เรียกว่า คอมพิวเตอร์

สารสนเทศเป็นสิ่งที่ผู้บริหารนำมาใช้ช่วยในการตัดสินใจ โดยที่สารสนเทศที่มีประโยชน์นั้น จะมีคุณสมบัติดังนี้

ตาราง 1 คุณสมบัติของสารสนเทศที่มีประโยชน์

มีความสัมพันธ์กัน (Relevant)	สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน
มีความทันสมัย (Timely)	ต้องมีความทันสมัยและพร้อมที่จะใช้งานได้ทันทีเมื่อต้องการ
มีความถูกต้องแม่นยำ (Accurate)	เมื่อป้อนข้อมูลเข้าสู่คอมพิวเตอร์แล้วผลลัพธ์ที่ได้จะต้องถูกต้องในทุกส่วน
มีความกระชับรัดกุม (Concise)	ข้อมูลจะต้องถูกย่อให้มีความยาวที่พอเหมาะ
มีความสมบูรณ์ในตัวเอง (Complete)	ต้องรวบรวมข้อมูลที่สำคัญไว้อย่างครบถ้วน

4. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์

ความหมายของคอมพิวเตอร์ ตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2525 ได้ให้ความหมายของคอมพิวเตอร์ไว้ว่า “ เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ ทำหน้าที่เหมือนสมองกล ใช้สำหรับแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่ง่ายและซับซ้อนโดยวิธีทางคณิตศาสตร์ ” คอมพิวเตอร์จึงเป็นเครื่องจักรอิเล็กทรอนิกส์ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้ทำงานแทนมนุษย์ในด้านการคิดคำนวณและสามารถจำทั้งตัวเลขและตัวอักษรได้เพื่อการเรียกใช้งานในครั้งต่อไป

สุริยัน ศรีสวัสดิ์กุล (2530) กล่าวว่าความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร ซึ่งเป็นไปอย่างรวดเร็วและเคียงคู่กันมาตลอดเวลา ทำให้มวลมนุษยชาติได้รับประโยชน์อย่างมหาศาลจากเทคโนโลยีสองสาขานี้ และใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ให้มีประโยชน์มากยิ่งขึ้น จะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีทั้งสองสาขานี้ต้องพึ่งพาอาศัยกันจึงจะให้ทั้งสองระบบมีประสิทธิภาพมากขึ้น

คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องจักรอิเล็กทรอนิกส์ที่มีสมรรถนะและประสิทธิภาพสูง สามารถใช้เก็บรวบรวมข้อมูลและสารสนเทศได้อย่างมากมาย สามารถเก็บรักษาข้อมูลเหล่านั้นมิให้ถูกทำลาย และสามารถเรียกเอาข้อมูล และสารสนเทศที่เก็บรักษาไว้เหล่านั้นมาใช้ได้ทันทีทันใด ไม่ต้องเสียเวลากับการค้นหาข้อมูลที่ต้องการมากนัก

การประมวลผลข้อมูลก็สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ข้อมูลจำนวนมากมายมหาศาล เครื่องคอมพิวเตอร์ สามารถประมวลผลให้เสร็จได้ภายในระยะเวลาสั้น

ในโลกปัจจุบัน คอมพิวเตอร์ ได้ก้าวเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันอย่างกว้างขวาง ทั้งในส่วนของการทำงานโดยตรง เช่น การใช้ในองค์กรธุรกิจต่าง ๆ การติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลในด้านความบันเทิง นอกจากนี้ยังพบการประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์ที่แฝงเข้ามาในชีวิตประจำวันมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าโลกในยุคต่อไป มนุษย์จะพึ่งการทำงานของคอมพิวเตอร์มากขึ้น

เนื่องจากโลกยุคปัจจุบันเป็นยุคของ ข้อมูลข่าวสาร จนมีคำกล่าวที่ว่าผู้ที่ครองข้อมูลข่าวสารจะเป็นผู้ที่ครองโลกต่อไป ซึ่งการที่จะใช้งานข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ย่อมหลีกเลี่ยงจากการใช้งานคอมพิวเตอร์ไม่ได้อย่างแน่นอน การศึกษาถึงวิธีการจัดเก็บข้อมูล การกลั่นกรอง การแปลงข้อมูลให้เป็นสารสนเทศที่มีคุณค่า ตลอดจน การนำเสนอสารสนเทศที่ทันสมัยและทันเวลา จึงเป็นสิ่งที่ทุกคนควรมีความรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการก้าวเข้าแข่งขันในตลาดโลกต่อไป

คุณสมบัติของคอมพิวเตอร์

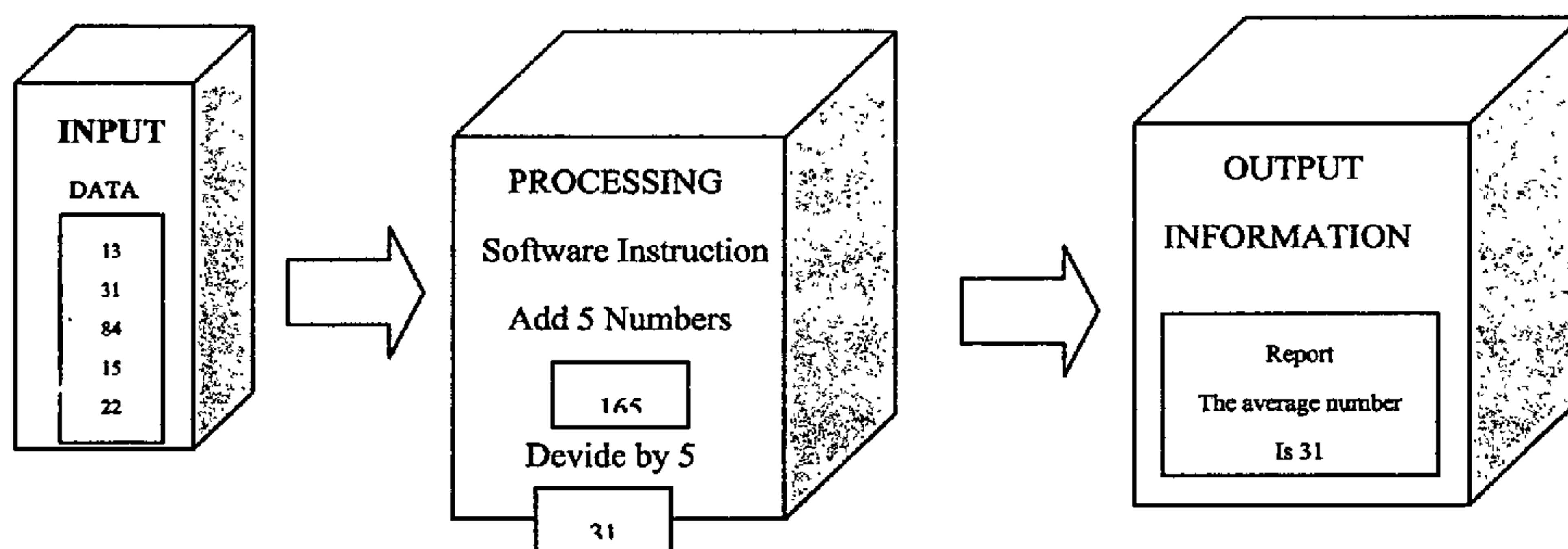
ผู้ที่มีความรู้คอมพิวเตอร์จะทราบว่า งานที่เหมาะสมกับการนำคอมพิวเตอร์มาใช้อย่างยิ่ง คือการสร้างสารสนเทศ ซึ่งสารสนเทศเหล่านั้นสามารถนำมาพิมพ์ออกทางเครื่องพิมพ์ ส่งผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรือจัดเก็บไว้ใช้ในอนาคตก็ได้ เนื่องจากคอมพิวเตอร์จะมีคุณสมบัติต่าง ๆ ดังนี้

1. ความเร็ว (Speed) คอมพิวเตอร์ในปัจจุบันนี้สามารถทำงานได้ถึงร้อยล้านคำสั่งในหนึ่งวินาที
2. ความเชื่อถือได้ (Reliable) คอมพิวเตอร์ทุกวันนี้จะทำงานได้ทั้งกลางวันและกลางคืนอย่างไม่มีข้อผิดพลาด และไม่รู้จักเหน็ดเหนื่อย
3. ความถูกต้องแม่นยำ (Accurate) วงจรในคอมพิวเตอร์นั้นจะให้ผลการคำนวณที่ถูกต้องเสมอ หากผลของการคำนวณผิดจากที่ควรจะเป็น มักเกิดจากความผิดพลาดของโปรแกรมหรือของข้อมูลที่เข้าสู่โปรแกรม

4. เก็บข้อมูลจำนวนมาก ๆ ได้ (Store Massive Amounts of Information) ไมโครคอมพิวเตอร์ในปัจจุบันจะมีที่เก็บข้อมูลสำรองที่มีความจุมากกว่าหนึ่งพันล้านตัวอักษรและสำหรับระบบคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่จะสามารถเก็บข้อมูลได้มากกว่าหนึ่งล้าน ๆ ตัวอักษร

5. ย้ายข้อมูลจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งได้อย่างรวดเร็ว (Move Information) โดยการใช้การติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ซึ่งสามารถส่งพจนานุกรมหนึ่งเล่มในรูปของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ไปยังเครื่องคอมพิวเตอร์ที่อยู่ไกลคนละซีกโลกได้ในเวลาเพียงไม่ถึงหนึ่งนาที ทำให้มีการเรียกเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงกันทั่วโลกในปัจจุบันว่า ทางด่วนสารสนเทศ (Information Superhighway)

ในการทำงานต่าง ๆ จะต้องมีข้อมูลเกิดขึ้นตลอดเวลา ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานก็จะถูกเก็บรวบรวมมาประมวลผล เพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้ ซึ่งปัจจุบันมีการนำเอาระบบคอมพิวเตอร์มาเป็นเครื่องมือที่ใช้แปลงข้อมูลเป็นสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยความแตกต่างระหว่าง ข้อมูล และสารสนเทศ คือ ข้อมูล หมายถึง ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจจริง แต่สารสนเทศ หมายถึง สิ่งที่ได้จากการนำข้อมูลไปผ่านกระบวนการหนึ่งก่อน ดังภาพ



ภาพประกอบ 5 การเปลี่ยนรูปจากข้อมูลสู่สารสนเทศ

มาตรฐานของระบบมัลติมีเดียพีซี

Multimedia PC Marketing Council กำหนดมาตรฐานระดับ 1 ของมัลติมีเดียพีซี เป็นเครื่องคอมพิวเตอร์พีซีระดับ 386 SX ที่ความเร็วโปรเซสเซอร์ 16 MHz หน่วยความจำ (RAM) 2 MB จอภาพ VGA และต่อมาเพื่อความต้องการของผู้ใช้งานด้านมัลติมีเดียเพิ่มขึ้น เพื่อการทำงานที่ดีและสอดคล้องกัน การใช้งานมัลติมีเดียระดับ 2 จึงถูกกำหนดขึ้นมา โดยกำหนดให้ไมโครโปรเซสเซอร์ขั้นต่ำเป็น 486 SX ความเร็ว 25 MHz หน่วยความจำ 4 MB และ ฮาร์ดดิสก์ 16 MB จอภาพระดับ VGA 640 X 480, 65, 536 สี และการเลือกใช้มาตรฐานฮาร์ดแวร์ จะต้องคำนึง

ถึงความสัมพันธ์ระหว่างซอฟต์แวร์ และขอบเขตของการใช้งานด้วย มัลติมีเดียพีซี สามารถช่วยแก้ปัญหาของเอกสารที่กองเป็นภูเขาเหล่านั้นได้ ด้วยการแปลงข้อมูลเป็นดิจิทัลที่สามารถค้นหา, แก้ไข, สำเนา และอื่น ๆ ได้รวดเร็ว เพื่อช่วยลดความยุ่งยากเกี่ยวกับระบบเอกสารและการช่วยด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ในระดับมืออาชีพที่เหนือชั้นกว่าได้อย่างชัดเจน โดยการเพิ่มบางสิ่งบางอย่างเข้าไปใน MPC โดยการให้การแสดงผลแบบ SVGA เป็นอย่างต่ำ, การสแกน (Scan) เอกสารทำได้ง่าย และสามารถปรากฏบนจอภาพอย่างชัดเจน เราสามารถใช้การสแกนเอกสารเก็บใน MPC โดยไม่ต้องใช้กองกระดาษอีกต่อไป

งานวิจัยเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

งานวิจัยเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ส่วนใหญ่จะเป็นการสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยการสอนซึ่งมีผู้ทำวิจัยทั้งในและต่างประเทศดังนี้

ดำรง ตาแจ่ม (2531 : 34) ได้ทำการศึกษาผลการเรียนรู้วิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 จากคอมพิวเตอร์ที่มีเกมประกอบเนื้อหา กับไม่มีเกมประกอบเนื้อหาพบว่า ผลการเรียนรู้ของนักเรียนที่เรียนจากคอมพิวเตอร์ช่วยสอนที่มีเกมประกอบในเนื้อหาของบทเรียน สูงกว่านักเรียนที่เรียนจากคอมพิวเตอร์ช่วยสอนที่ไม่มีเกมประกอบในเนื้อหาของบทเรียน

เอษณะ สัจจสวัสดิ์ (2538 : 58) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการนำเกมการสอนในรูปแบบเกมคอมพิวเตอร์มาประกอบในบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนแบบการสอน (Tutorial) นั้นควรจะจัดให้ผู้เรียนควรได้เล่นเกมในช่วงเวลาใดของบทเรียน นั่นคือ ช่วงก่อน ช่วงระหว่าง หรือช่วงท้ายของบทเรียนนั้น ช่วงเวลาใดจะส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนได้ดีที่สุด ผลการวิจัยพบว่าผลของเกมการสอนที่เสนอในช่วงเวลาต่างกัน ในบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนนั้นให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนไม่แตกต่างกันแต่อย่างใด จากแบบสอบถามเกี่ยวกับความชอบเรื่องเกม พบว่านักเรียนส่วนมากแสดงความชอบที่ได้เล่นเกมประกอบบทเรียนและนักเรียนในกลุ่มที่ได้เล่นเกมหลังจบบทเรียน แสดงความชอบในระดับที่สูงกว่านักเรียนกลุ่มอื่น ๆ

เมอร์เรลล์ (Merrell. 1985 : 3502 - A) ได้ทำการวิจัยผลของการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยการสอนที่มีต่อความสามารถด้านพุทธิพิสัยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาในวิชาคณิตศาสตร์และการอ่านโดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 67 คน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม โดยให้

กลุ่มที่ 1 ได้รับการสอนโดยตรงจากคอมพิวเตอร์ช่วยการสอน

กลุ่มที่ 2 มีประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยการสอน แต่ไม่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ช่วยการสอนโดยตรงในเนื้อหา

กลุ่มที่ 3 ได้รับการสอนโดยไม่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ช่วยการสอน

ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่ได้รับการสอนโดยตรงจากคอมพิวเตอร์ มีความสามารถทางด้านพุทธิพิสัยสูงกว่านักเรียนที่ไม่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ช่วยการสอนโดยตรงในเนื้อหาและนักเรียนที่ไม่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ช่วยการสอนด้วย

งานวิจัยที่กล่าวมาจะเห็นว่าการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยการสอนจะใช้เวลาในการเรียนน้อยกว่าและผู้เรียนมีเจตคติที่ดีในการเรียนด้วยวิธีนี้

5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อประสม

การใช้สื่อประสมทำงาน ตามปกติจะใช้ Microcomputer กำลังสูง เพราะว่าการต้องการความเร็วในการประมวลผล และต้องการที่ว่างสำหรับเก็บข้อมูลซึ่งมีอยู่มาก เพื่อให้มีการเคลื่อนไหวด้วยความเร็วเต็มที่ และเกิดความคล่องแคล่วในการทำงาน สามารถเรียกข้อมูลออกมาใช้และส่งรูปภาพไปยังหน้าจอภาพได้รวดเร็วพอ ซึ่งจะไม่ก่อให้เกิดความเบื่อหน่าย

สื่อประสมที่มีศักยภาพในการใช้ ได้แก่ การจำลองการเคลื่อนไหว (Animation) เหตุการณ์จำลอง (Simulation) การสัมมนาทางไกล (Teleconference) การศึกษาเล่าเรียน (Education) การฝึกอบรม (Training) วิศวกรรม (Engineering) และ Medical Imaging

กิดานันท์ มลิทอง (2536 : 25) ได้กล่าวถึงความหมายของสื่อประสมไว้ดังนี้คือสื่อประสม (Multimedia) หมายถึงการนำสื่อหลาย ๆ ประเภทมาใช้ร่วมกันทั้งวัสดุอุปกรณ์และวิธีการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดในการเรียนการสอนโดยใช้สื่อแต่ละอย่างตามลำดับขั้นตอนของเนื้อหา

บุญศิริ สุวรรณเพชร (2539 : 83) กล่าวว่าสื่อประสม (Multimedia) หมายถึงการรวมอุปกรณ์ประกอบภายนอก (Peripheral Devices) ที่จำเป็นเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างเนื้อเรื่อง (Text) รูปภาพ (Graphics) ภาพวิดีโอ (Video) และเสียง (Audio) ขึ้นมา อุปกรณ์สื่อผสมที่ทำให้เกิดการเคลื่อนไหวได้เหมือนภาพยนตร์นั้นต้องใช้ ภาพวิดีโอ (Video) และเสียง (Audio) ประสานสัมพันธ์กัน โดยใช้ CD-ROM และซอฟต์แวร์อื่น ๆ ได้แก่ Desktop Publishing และโปรแกรม การจัดการเสนองาน (Presentation Manager) การใช้ (Multimedia) ได้แก่การทำงานประสานสัมพันธ์กันของอุปกรณ์ประกอบต่าง ๆ ที่ทำงานร่วมกัน

การวางแผนโครงงานมัลติมีเดีย

1. เลือกโครงการ : เริ่มต้นจากเล็ก ๆ
2. ประมาณราคาการพัฒนาโปรแกรม

3. ออกแบบโครงการและพัฒนาต้นแบบ

4. เลือกโปรแกรมสำหรับสร้างงาน

5. ทดสอบโปรแกรม

6. On – Line Help

7. นำผลงานลงสื่ออื่น ๆ

8. รับคำแนะนำจาก อาจารย์ที่ปรึกษา ว่าจะทำอย่างไร เพื่อลดค่าใช้จ่าย และลดเวลาในการสร้างงาน เพื่อให้งานออกมามีคุณภาพที่ดี

ธนพัฒน์ ถึงสุข และ ชเนนทร์ สุขวารี (2521:91-92) กล่าวว่าปัจจุบันเทคโนโลยีต่าง ๆ ได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะ เทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ ซึ่งนับวันจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันมากขึ้น การพัฒนาทางด้านคอมพิวเตอร์กำลังจะทำให้ข้อจำกัดในการใช้งานทางคอมพิวเตอร์ลดน้อยลง และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้มากยิ่งขึ้น การทำงานบนคอมพิวเตอร์ในรูปแบบใหม่ คงจะหนีไม่พ้นเทคโนโลยีทางด้าน “มัลติมีเดีย” ที่รวบรวมความสามารถในการทำงานของภาพนิ่ง, ภาพเคลื่อนไหว, วีดิโอ, เสียง ฯลฯ ลงบนผลงานได้อย่างเหมาะสม

ในโลกของธุรกิจการก้าวไปกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ จะแสดงถึงความได้เปรียบ ซึ่งหมายถึงความสำเร็จที่ดีกว่าคู่แข่งชั้น “มัลติมีเดีย” สามารถตอบสนองความต้องการของคุณได้ทั้งในรูปแบบของการนำเสนอ และการติดต่อสื่อสารทางคอมพิวเตอร์ ที่ประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาช่วยสร้างสรรค์คอมพิวเตอร์ให้มีชีวิตชีวมมากขึ้น

ซอฟต์แวร์ที่ใช้งานด้านมัลติมีเดีย เช่น แอนิเมชัน เวิร์ก (Animation Work), มัลติมีเดีย ทูลบุ๊ก (Multimedia ToolBook), Authorware Professional for Windows เพื่อที่จะสามารถใช้งานมัลติมีเดีย ซึ่งการจัดทำประชาสัมพันธ์ครั้งนี้ ได้ใช้โปรแกรม Authorware Professional for Windows

มัลติมีเดีย คือ การรวบรวมการทำงานของเสียง (Sound) , ภาพเคลื่อนไหว(Animation), ภาพนิ่ง (Still Images) ,ไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext), และวีดิโอ (Videio) มาใช้เชื่อมต่อกันโดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นที่แน่นอนว่ามัลติมีเดียสามารถสร้างความประทับใจให้กับคุณได้อย่างเหลือเชื่อ โดยปกติเครื่องคอมพิวเตอร์ของคุณสามารถรัน (Run) วีดิโอในเดสก์ทอป (Desktop) และเสียงดนตรีได้ ซึ่งเสียงนี้ออกทางลำโพง (PC Speakers) ที่ติดมากับเครื่อง แต่คุณจะพบว่า ทำไมคุณภาพของรูปและเสียงออกมาถึงได้ถึงน่าเบื่ออะไรเช่นนั้น ทำอย่างไรถึงจะเพิ่ม

เสียง, ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และวิดีโอ ให้กับเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อให้สามารถใช้งานทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มผลกำไร และเพิ่มประสิทธิภาพของผู้ใช้งานได้

การที่จะเรียนรู้มัลติมีเดียได้อย่างเป็นขั้นตอนเพื่อลดปัญหา และทำให้สามารถใช้มัลติมีเดียได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะเวลาอันสั้น ตลอดจนการสร้างงานมีเดียทั้งที่สำนักงาน เพื่อผลกำไรของบริษัท และในงานส่วนตัว เพื่อการพักผ่อนหรือการนำเสนอผลงานที่ยอดเยี่ยม

ธนวัฒน์ ถึงสุข และ ชเนนทร์ สุขวารี (2521:2) กล่าวถึงการก้าวไกลไปสู่อนาคตในการเพิ่มความสามารถของคอมพิวเตอร์ที่ใช้และปรับปรุงความสามารถของซอฟต์แวร์ และการเตรียมตัวเพื่อรองรับเทคโนโลยีที่กำลังจะมาถึง โดยสามารถพัฒนาเป็นการใช้งานมัลติมีเดียในรูปแบบ Virtual Reality (VR)

พัฒนาการของมัลติมีเดีย

การเริ่มต้นในมัลติมีเดียเพื่อการใช้งานที่เหมาะสม อย่างน้อยที่สุดอุปกรณ์จะต้องประกอบด้วย เครื่องคอมพิวเตอร์ ไอพีเอ็มพีซี ที่ใช้ไปโครโปรเซสเซอร์ 80386 หรือสูงกว่า หน่วยความจำปกติ (Convention) 640 KB รวมกับเอกซ์เทนดเมมโมรี 1024 KB (แรม 2 MB แต่แนะนำให้ใช้ 4 MB) ฮาร์ดดิสก์ที่มีเนื้อที่ว่าง 30 MB หรือมากกว่า การ์ดแสดงผล SVGA และมอนิเตอร์เมาส์ (Mouse) ซีดีรอมไดรฟ์ (CD-ROM Drive) ออดิโอบอร์ด (Audio Board) ลำโพง (Speakers) หรือหูฟัง (Headphones) พอร์ต (Port) สำหรับมิดิไอโอ (MIDI I/O)

“มัลติมีเดีย” เป็นเทคโนโลยีที่ไม่เคยหยุดนิ่ง การพัฒนาได้ก่อให้เกิดเครื่องมือที่ใช้ในการทำงานง่ายขึ้น เช่น การใช้จอแปดในการสร้างงาน, การใช้เสียงช่วยให้สเปคตาคิดดูน่าสนใจขึ้น, การใช้ปากกาในการรับข้อมูล (Pen – computing) หรือการติดต่อสื่อสารเข้าไปในระบบเน็ตเวิร์ก (Network) ซึ่งใช้กันทั้งแบบวิดีโอเมล และวิดีโอคอนเฟอเรนซ์ และการใช้งานด้านการฝึกงานถึงเวลาแล้วที่จะต้องมาสนใจมัลติมีเดียอย่างจริงจัง เพราะมัลติมีเดียอาจเป็นสิ่งที่สามารถประหยัดค่าใช้จ่าย และเพิ่มผลกำไรได้อย่างมหาศาลจากเครื่องพีซีที่มีอยู่ ซึ่งการได้เปรียบในเชิงเทคโนโลยี จำเป็นอย่างยิ่งในธุรกิจปัจจุบันคอมพิวเตอร์ได้รับการปรับปรุงให้ใช้งานได้ง่าย Graphical User Interfaces (GUI) และใช้ชิป (Chip) แบบ Digital Signal Processing (DSP) บนเมนบอร์ด ซึ่งมีความสามารถในการประมวลผลและใช้ร่วมกับวิดีโอ และออดิโอไฟล์ได้ ซึ่งเข้าสู่ความเป็นมาตรฐานยุคใหม่ของ “มัลติมีเดียพีซี” อดีตของมัลติมีเดียเริ่มจากมัลติมีเดียบนเครื่องแมคอินทอช โดยใช้เทคนิคด้านเสียงในแอปพลิเคชัน และใช้จอภาพในการแสดงผล 256 สี ต่อมาลักษณะของมัลติมีเดียพีซีในด้านฮาร์ดแวร์ถูกพัฒนาขึ้นโดยไมโครซอฟต์ ซึ่งเป็นตัวเชื่อมโยงกับ

กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ทางคอมพิวเตอร์ โดย Multimedia PC Marketing Council เป็นผู้กำหนดมาตรฐานทางฮาร์ดแวร์ที่จะรองรับงานทางด้านมัลติมีเดีย การเริ่มประชุมทาง MPC นั้นประกอบด้วย CompuAdd, Creative Labs, Fujitsu, Headland Technology / Video Seven Inc., Olivetti & Company, Media Vision, Microsoft Corporation, NCR, NEC Technologies, Philips Consumer Electronics, Tandy Corporation และ Zenith Data Systems. การประชุมเพื่อหาแนวทางของมัลติมีเดีย ซึ่งประสานงานโดยไมโครซอฟต์ เป็นจุดเริ่มต้นซึ่งได้รับช่วงต่อโดย Software Philipshers Association (SPA) ในกรุงวอชิงตัน ดีซี แต่ถึงแม้ว่า SPA จะดำเนินการประชุม MPC ไมโครซอฟต์ก็ยังคงช่วยเหลือในการเปิดตลาด และแนะนำ MPC แก่ผู้ใช้อย่างต่อเนื่อง ในเดือนพฤศจิกายน ค.ศ. 1990 มัลติมีเดียพีซี ถูกเปิดตัวที่ Microsoft Multimedia Developer's Conference โดยกำหนดคุณลักษณะขั้นต่ำของมัลติมีเดียพีซีไว้ ซึ่งครอบคลุมถึงการผลิตฮาร์ดแวร์ที่จะสนับสนุนมัลติมีเดียพีซี คุณสมบัติการแสดงผลเสียง รวมทั้งข้อมูลจากซีดีรอม ไดรฟ์ การใช้ลูกเล่นเสียงจากไฟล์เวฟและมิดิ คุณลักษณะที่ใช้ร่วมกับ "MPC Titles" (โปรแกรมที่ออกแบบเพื่อรันบนมัลติมีเดียพีซี)

มัลติมีเดียในปัจจุบัน คือการทำงานร่วมกันระหว่างเสียง (Sound), ภาพเคลื่อนไหว (Animation), ภาพนิ่ง (Still Images), ไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext) และวิดีโอ (Video) ที่ใช้ร่วมกับระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะทำให้ระบบคอมพิวเตอร์มีชีวิตรื่นเริงขึ้นตามความต้องการ มัลติมีเดียมีความหมายที่กว้างไกลตามแต่การใช้งาน ซึ่งได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า มัลติมีเดียอาจจะเป็นมาตรฐานของเครื่องคอมพิวเตอร์ทั่วไป

ข้อดีของการใช้มัลติมีเดียพีซี

ธนวัฒน์ ถึงสุข และ ชเนนทร์ สุขวารี (2521:95) กล่าวถึงข้อดีของการใช้มัลติมีเดียพีซี คือ

1. มัลติมีเดียสามารถช่วยลดงานด้านเอกสารปัญหาด้านเอกสารเป็นข้อสำคัญที่น่าจะนำมาพิจารณา กองเอกสารขนาดใหญ่ที่รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ในการทำงาน เช่น งานพิมพ์, งานประชาสัมพันธ์, งานสเปรดชีต ต่างสร้างภาระในการเก็บรักษา และเสียเวลาในการค้นหาข้อมูลที่ซับซ้อน ยากต่อการจัดหมวดหมู่

2. การใช้มัลติมีเดียในหน่วยงาน ในโลกธุรกิจ มัลติมีเดีย จะสร้างสรรค์ความสนุกสนานและน่าสนใจต่อผู้ทำงาน ทำให้ประสิทธิภาพของงานที่ออกมาดี หน่วยงานที่คิดจะนำมัลติมีเดียเข้ามาเป็นเครื่องมือในการทำงาน คาดว่าเป็นการลงทุนที่น่าจะคุ้มค่า การรวบรวมเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าเข้าด้วยกัน จะเป็นเครื่องมือนำไปสู่ความสำเร็จที่เหนือกว่า

การพิจารณาซอฟต์แวร์

ถ้าเปรียบเทียบราคาของฮาร์ดแวร์กับซอฟต์แวร์แล้ว จะพบว่าราคาซอฟต์แวร์ค่อนข้างจะมีราคาต่ำกว่า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่ามีแผนที่จะใช้สื่ออะไรบ้าง แต่อย่างน้อย ควรมีชุดพัฒนามัลติมีเดีย (Multimedia Development Kit) ของไมโครซอฟต์ ชุดพัฒนามัลติมีเดียนี้ประกอบด้วยชุดเครื่องมือสำหรับสร้างมัลติมีเดียต่าง ๆ ซึ่งสามารถควบคุมไฟล์ประเภท Bitmaps, Palettes และ Wave ได้และจุดวิกฤติส่วนใหญ่ในการออกแบบ คือ ต้องคิดว่าผู้ใช้งานต้องการอะไรบ้าง และจะต้องสร้างงานมัลติมีเดียอย่างไรให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน ดังนั้น จึงจำเป็นต้องเขียนสคริปต์ออกมาก่อน สคริปต์อาจเหมือนกับสตอรี่บอร์ด (Story Board) หรือโฟลว์ชาร์ต (Flow Chart) ชัดเจนในส่วนหัวข้อซึ่งผู้ใช้งานสามารถที่จะตอบโต้กับโปรแกรมได้ และควรมีข้อมูลที่ต้องการทั้งหมด เช่น ข้อความ, ภาพ, เสียง, แอนิเมชัน, วิดีโอ ฯลฯ

งานวิจัยเกี่ยวกับมัลติมีเดียและสื่อประสม

งานวิจัยเกี่ยวกับมัลติมีเดียและสื่อประสมนั้นมีผู้ทำวิจัยทั้งในและต่างประเทศดังนี้

ธัญญา ตันติขวลิต (2541 : บทคัดย่อ) ศึกษาการวิจัยเพื่อพัฒนาและหาประสิทธิภาพบทเรียนมัลติมีเดียสำหรับการสอนวิชาภาษาไทย เรื่องการเขียนภาพย่น 11 ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ผลการวิจัยพบว่า

1. บทเรียนมัลติมีเดียเรื่องการเขียนภาพย่น 11 มีประสิทธิภาพ 92.66 / 92.34 สูงกว่าเกณฑ์ มาตรฐาน 90 / 90

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทยเรื่องการเขียนภาพย่น 11 ที่ได้รับการสอนจากบทเรียนมัลติมีเดียสูงกว่าก่อนเรียนบทเรียนมัลติมีเดียอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อิสสระ อิศรธำรง (2541 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องผลการใช้มัลติมีเดียในการฝึกอบรมเปรียบเทียบกับการอบรมด้วยการบรรยายปกติ ผลการวิจัยพบว่า ผลการเรียนรู้และความคงทนในการเรียนรู้ของผู้เข้าอบรมด้วยการใช้มัลติมีเดียสูงกว่าผู้เข้าอบรมด้วยการบรรยายปกติ

สมปรารถนา วงศ์บุญหนัก (2540 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการพัฒนาวัตกรรมการเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยการสอนแบบมัลติมีเดียสำหรับการสอนวิชาฟิสิกส์เรื่องปรากฏการณ์คลื่น พบว่าบทเรียนที่สร้างขึ้นโดยใช้สื่อประสม (ประกอบด้วยภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง) ซึ่งได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญว่ามีประสิทธิภาพ ผลการทดลองปรากฏว่าค่าคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนทุกด้าน

สมใจ สุริยกุล (2523 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการสร้างบทเรียนสื่อประสมในวิชาจริยศึกษา ชั้น ป.5 ในอำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง พบว่านักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา จริยศึกษา สูงขึ้นหลังจากได้รับการเรียนจากบทเรียนสื่อประสม

อรุณ สมชัย (2522 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนที่สอนด้วยบทเรียนที่ใช้สื่อประสมกับการสอนตามปกติ และการศึกษาทัศนคติต่อบทเรียนที่ใช้สื่อประสมพบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนที่เรียนด้วยบทเรียนที่ใช้สื่อประสมสูงกว่าการเรียนนักเรียนที่เรียนด้วยการสอนแบบปกติ

หว่อง (Wang. 1996 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการให้เด็กนักเรียนจับคู่ผลิตผลงานด้านมัลติมีเดีย (Multimedia Project) หัวข้อตะวันออกกลาง โดยใช้เวลา 6 สัปดาห์ ครูเป็นผู้กำหนดงานให้และสังเกตการเรียนรู้ของนักเรียน การเปลี่ยนแปลงในชั้นเรียน การสร้างมัลติมีเดีย และการทำงานร่วมกับผู้อื่น ผลที่ได้คือนักเรียนมีแนวความคิดที่ดี (Positive)

สรุปผลจากงานวิจัยพบว่าส่วนใหญ่เมื่อใช้ชุดสื่อประสมหรืองานด้านมัลติมีเดียในการนำเสนอผลงานหรือเกี่ยวกับการเรียนการสอน ผลการทดลองปรากฏว่าค่าคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนทุกด้าน และมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนสูงกว่าจากการเรียนตามปกติ

โดโมโต้ (Domoto. 1988 : 157) ใช้คอมพิวเตอร์มัลติมีเดียมาวิเคราะห์นักเรียนกับการเรียนที่มีกระบวนการเรียนรู้ของคนต่างวัฒนธรรม ต่างเชื้อชาติ ซึ่งมีการรับรู้ที่ต่างกัน โดยสร้างซอฟต์แวร์มัลติมีเดีย เพื่อเป็นเครื่องมือให้เกิดการเรียนรู้ของเด็กนักเรียนโดยเฉพาะวิชาภาษาอังกฤษ ผลการวิจัยคือการใช้ซอฟต์แวร์มัลติมีเดียทำให้เด็กนักเรียนเกิดการเรียนรู้เพิ่มขึ้น

6. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาสิ่งประดิษฐ์อิเล็กทรอนิกส์

ความหมายของการออกแบบ

ความหมายของการออกแบบ (Design) ที่ Webster Dictionary (1983 : 343) ให้ไว้มีดังนี้

1. โครงการหรือแผนงานที่กำหนดไว้ในสมอง ประกอบด้วยวิธีการและจุดหมายปลายทางที่กำหนดไว้เรียบร้อยแล้ว
 2. จุดหมายที่ได้กำหนดไว้ในการทำงานเป็นรายบุคคลหรือเป็นกลุ่ม
 3. การร่างแบบงาน จะเป็นโดยวิธีการสเก็ตช์บนกระดาษหรือปั้นด้วยดินเหนียว
 4. การจัดส่วนมูลฐานต่าง ๆ ซึ่งจะทำให้เกิดงานศิลปะ
- นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความหมายไว้ต่าง ๆ กันดังนี้

อารี สุทธิพันธ์ (2521 : 8) กล่าวว่า การออกแบบหมายถึง การรู้จักวางแผนเพื่อจะได้ลงมือกระทำตามที่ต้องการและรู้จักเลือกวัสดุ วิธีการ เพื่อทำตามที่ต้องการโดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบ และคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิดตามความคิดสร้างสรรค์

พาศนา ตัณฑลักษณ์ (2522 : 15) กล่าวว่า การออกแบบคือการสร้างสรรค์ที่ให้ผลทางด้านจิตใจและด้านประโยชน์ใช้สอย

ทำนอง จันทิมา (2532 : 2) กล่าวว่า การออกแบบคือการใช้ความคิดในการเลือกวัสดุเพื่อสร้างสรรค์ผลงานศิลปะให้มีหน้าที่ใช้สอยตามความต้องการทั้งในด้านอัตถประโยชน์และความงามในรูปร่างลักษณะตลอดทั้งรูปทรง

หลักการออกแบบ

วินัย ไสุมดี (2529 : 95 - 96) กล่าวถึงหลักการออกแบบว่าควรประกอบด้วยหลักที่สำคัญดังนี้

1.ความเป็นอันหนึ่งอันเดียว (Unity) หมายถึงการจัดส่วนประกอบต่าง ๆ ให้มีลักษณะที่มีความสัมพันธ์กันทั้งในด้านเรื่องราว รูปแบบ สี ฯลฯ เพื่อให้เกิดความกลมกลืนและไม่รู้สึกขัดแย้งแก่ผู้พบเห็น

2.สัดส่วน (Proportion) เป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการทำให้เกิดความเหมาะสมทั้งด้านความงาม และประโยชน์ใช้สอย เช่น ขนาด ฯลฯ

3. ความสมดุล (Balance) สามารถจัดได้หลายแบบขึ้นกับความเหมาะสมและจุดมุ่งหมายของการออกแบบนั้น

4. จังหวะ (Rhythm) หมายถึงการจัดวางตำแหน่งหรือช่องไฟของส่วนประกอบในการออกแบบให้เกิดลีลาหรือท่วงทำนองที่เหมาะสมเช่น รูปแบบซ้ำ ๆ (Repetition) หรือรูปแบบที่ลดหลั่น (Gradation) จะมีความงามที่แตกต่างกันไป

5. จุดสนใจ (Point of Interest) หมายถึง การเน้นเพื่อให้เกิดจุดเด่นเป็นที่น่าสนใจซึ่งขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายในการออกแบบว่าควรเน้นสิ่งใด เช่น สี รูปทรง ซึ่งควรเน้นเพียง 1 – 2 จุดเท่านั้น สิ่งใดไม่เน้นก็ลดความสำคัญลงไป

6. มาตรฐาน (Scale) ในการออกแบบควรกำหนดมาตรฐานเพื่อสะดวกในการนำแบบไปผลิตหรือปฏิบัติจริงต่อไป มาตรฐานจะกำหนดไว้กับการออกแบบแต่ละครั้ง เช่น 1 : 1 , 1 : 100 เป็นต้น

วินัย ไสุมดี (2529 : 96) ได้กำหนดขั้นตอนหรือกระบวนการในการออกแบบไว้ดังนี้

1. **ขั้นคิด** ในขั้นนี้อาจได้แรงกระตุ้นจากผู้ให้ออกแบบหรือได้ความคิดใหม่ ๆ เกิดขึ้น จัปพลันในการที่จะออกแบบเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ จุดแรกที่ต้องคำนึงคือ จะออกแบบอะไร เพื่อใคร และอย่างไร

2. **ขั้นรวบรวมข้อมูล** หมายถึง ขั้นที่ทราบแล้วว่า จะออกแบบอะไร จากนั้นจึงหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้มากที่สุด

3. **ขั้นสร้างหุ่นจำลองหรือแบบร่าง** หมายถึงนำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มาวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย และสร้างเป็นหุ่นจำลองหรือแบบร่าง เพื่อให้มองเห็นใกล้เคียงของจริงได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

4. **ขั้นลงมือสร้างงานสำเร็จรูป** เมื่อได้ตรวจสอบจากหุ่นจำลองหรือแบบร่างและได้แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จึงถึงขั้นตอนการลงมือทำให้สำเร็จรูปต่อไป

สมทรง เวียงอำพล (2529 : 101 - 102) ได้ใช้เกณฑ์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางอุตสาหกรรม ไว้ดังนี้

1. **หน้าที่ใช้สอย (Function)** โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีหน้าที่ในการใช้สอยถูกต้องตามความเป็นจริงและเป็นไปได้สนองตอบความต้องการของผู้ใช้มากที่สุด สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีระบบกลไกก็ควรจะมีระบบการทำงานที่คล่องตัว ไม่ขัดข้องง่าย

2. **ความปลอดภัย (Safety)** ในการออกแบบนั้นต้องคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้ไฟฟ้า ต้องป้องกันไม่ให้เกิดไฟฟ้าลัดวงจรขึ้นได้

3. **ความแข็งแรงของโครงสร้าง (Construction)** จะต้องออกแบบโครงสร้างให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ในการรับน้ำหนัก มีความแข็งแรง ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับวัสดุและขนาดรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ให้มีความสัมพันธ์กัน ผลิตภัณฑ์เมื่อมีหน้าที่ใช้สอยดีแล้วก็ต้องมีความสะดวกในการใช้งาน เช่น มีน้ำหนักเหมาะสม

4. **ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomic)** ง่าย ควรใช้วัสดุที่ถูกต้องตามเกณฑ์

5. **ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics หรือ Sales Appeal)** มีรูปร่างสวยงาม การเลือกใช้สีสันทัน

6. **สามารถซ่อมแซมได้ง่าย (Ease of Maintenance)**

7. **ราคาพอสมควร (Cost)** จะต้องเลือกใช้ชนิดของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต เช่น ผลิตง่าย รวดเร็ว จำนวนมาก ราคาเหมาะสม

งานวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบสิ่งประดิษฐ์อิเล็กทรอนิกส์สื่อประสม ซึ่งมีผู้ทำวิจัย ดังนี้

เดชา สีทอง (2543 : บทคัดย่อ) ศึกษาค้นคว้าเพื่อพัฒนาสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์หน่วยงานและจัดนิทรรศการเคลื่อนที่ เพื่อหาประสิทธิภาพของตู้ประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์สื่อประสม ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า ตู้ประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์สื่อประสมที่สร้างขึ้นมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดี ทั้งด้านโครงสร้าง การออกแบบ วัสดุอุปกรณ์ ความปลอดภัย และการบำรุงรักษา

ธณัฐ ศิระวงษ์ (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาค้นคว้าเพื่อพัฒนาพัฒนาชุดนิทรรศการเคลื่อนที่สำหรับแสดงเครื่องฉายภาพโปร่งใส ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า ชุดจัดนิทรรศการเคลื่อนที่สำหรับแสดงเครื่องฉายภาพโปร่งใสที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพในระดับดีทั้งในด้านความเหมาะสมในการออกแบบ ความทนทานในการใช้งานของวัสดุ ความปลอดภัยในการใช้งาน การนำเสนอเนื้อหา และความสะดวกในการเก็บรักษา

นฤมล ศิริพันธ์ (2543 : บทคัดย่อ) ศึกษาค้นคว้าเพื่อพัฒนาและหาประสิทธิภาพของตู้จัดแสดงสื่อโสตทัศน์ในรูปแบบของสื่อประสม ที่ผู้เรียนสามารถศึกษาได้ด้วยตนเอง ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า ตู้จัดแสดงสื่อโสตทัศน์ที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพอยู่ในเกณฑ์ดี ทั้งด้านความเหมาะสมของการออกแบบ ความเหมาะสมของสื่อที่จัดแสดง ความสะดวกในการใช้งานวัสดุอุปกรณ์ และด้านความปลอดภัยในการใช้งาน

นฤมล สว่างเนตร (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาค้นคว้าเพื่อพัฒนาชุดจัดแสดงเคลื่อนที่ ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า ชุดจัดแสดงเคลื่อนที่ที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพในระดับดีทั้งในด้านความเหมาะสมในการออกแบบ ความทนทานในการใช้งานของวัสดุ ความปลอดภัยในการใช้งาน ความสะดวกในการปรับเปลี่ยนข้อมูล และความสะดวกในการเก็บรักษา

จากเอกสารและงานวิจัยที่ผู้รับผิดชอบโครงการได้ทำการศึกษาค้นคว้าที่กล่าวมานี้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างยิ่ง

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าเพื่อพัฒนา และหาประสิทธิภาพของชุดสื่อประสมเพื่อ
การประชาสัมพันธ์ มีรายละเอียดในการดำเนินการศึกษาดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. ระยะเวลาที่ใช้ในการทดลอง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง
4. การสร้างเครื่องมือในการทดลอง
5. การหาคุณภาพของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย กลุ่มอาจารย์ 10 คน, กลุ่มเจ้าหน้าที่
4 คน, กลุ่มนักศึกษาของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ(เอสแบค) 40 คน ในภาคเรียนที่ 2 / 2543

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย กลุ่มอาจารย์, กลุ่มเจ้าหน้าที่,
กลุ่มนักศึกษา ภาคเรียนที่ 2 / 2543 ของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ(เอสแบค) ซึ่งผู้ทำโครงการ
ได้ดำเนินการต่อกลุ่มตัวอย่าง โดยการแนะนำและเชิญชวนด้วยคำพูด สร้างความสนใจต่อกลุ่มที่
ผู้ทำโครงการต้องการศึกษาทั้ง 3 กลุ่ม โดยวิธีการสุ่มอย่างง่ายจากประชากร

1. กลุ่มอาจารย์ของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ จำนวน 10 คน ให้มาทดลองใช้เครื่อง
และกรอกแบบสอบถามความคิดเห็น
2. กลุ่มเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ จำนวน 4 คน โดยการแนะนำและ
เชิญชวนให้มาทดลองใช้ เมื่อใช้เสร็จแล้ว ให้กรอกความคิดเห็นในแบบสอบถาม
3. กลุ่มนักศึกษาของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ ให้มาทดลองใช้เครื่อง เมื่อทดลอง
ใช้เสร็จแล้ว ให้กรอกแบบสอบถามความคิดเห็น จำนวน 40 คน

2. ระยะเวลาในการทดลอง

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2543

3. เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาทดลองหาประสิทธิภาพของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ ที่ผู้ทำโครงการสร้างขึ้น ได้แก่ แบบประเมินผลหาประสิทธิภาพ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

3.1 ศึกษาหลักการ คุณลักษณะซึ่งผู้จัดทำได้ดำเนินการดังนี้

3.1.1 ศึกษาหลักการ คุณลักษณะและรูปแบบการใช้งานของสื่อที่ต้องการจัดแสดง

3.1.2 ศึกษาหลักการออกแบบ

3.1.3 ศึกษาคุณสมบัติ ลักษณะ และขนาดของอุปกรณ์ที่นำมาสร้างชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ เช่น อุปกรณ์ต่าง ๆ ทางด้านไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการควบคุมคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง

3.2 การออกแบบและร่างแบบ ผู้รับผิดชอบโครงการได้นำข้อมูลที่รวบรวมมาศึกษาและออกแบบชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ประกอบด้วยสื่อต่าง ๆ ให้มีขนาดและสัดส่วนที่เหมาะสมกับการใช้งาน ความสะดวกในการนำไปใช้ การเลือกวัสดุ ความแข็งแรงทนทาน รูปแบบสวยงามเก็บรักษาง่าย และได้เขียนแบบแสดงรายละเอียดในส่วนต่าง ๆ ดังนี้

3.2.1 แบบภาพแสดงส่วนประกอบต่าง ๆ ของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์

3.2.2 แบบภาพแสดงโครงสร้างด้านหน้า ด้านข้าง และด้านหลังของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์

3.3 ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์ ด้านไฟฟ้า ด้านออกแบบ จำนวน 3 ท่าน ตรวจ แบบร่างก่อนลงมือทำจริง

3.4 สร้างแบบจำลองหรือแบบร่างเพื่อดูโครงสร้างสัดส่วนชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์และหาข้อบกพร่อง

3.5 ดำเนินการสร้างชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ตามแบบที่เขียนไว้โดยดำเนินการใน 4 ขั้นตอนและดำเนินการประกอบชิ้นส่วนต่าง ๆ มีขั้นตอนดังนี้

3.5.1 ส่วนของอุปกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย

3.5.1.1 ชุดคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย

3.5.1.2 ชุดแผงไฟอักษรวิงแบบดิจิตอล

3.5.2 ส่วนโครงสร้างของตัวตู้ ดำเนินการสร้างดังนี้

3.5.2.1 จัดหาอุปกรณ์ที่ต้องการตามที่ได้ออกแบบไว้และจากการนำเสนอ

โดยผู้เชี่ยวชาญ

3.5.2.2 ดำเนินการจัดสร้างตามแบบภายใน เป็นโครงสร้างโดยใช้ไม้เนื้อแข็ง ที่ทนทาน สามารถรองรับอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้ตามความเหมาะสม

3.5.2.3 เมื่อได้โครงสร้างของตู้แล้วจึงดำเนินการตกแต่งขัดผิวภายนอกทำสี ตามแบบโมเดลที่นำเสนอ ตกแต่งรายละเอียดต่าง ๆ

3.2.3 เขียนโปรแกรมซอฟต์แวร์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ตามเนื้อหารายละเอียด ดังนี้

3.2.3.1 ประวัติความเป็นมาของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ

3.2.3.2 แนะนำผู้บริหารและทีมงาน

3.2.3.3 การดำเนินงานของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ

3.2.3.4 การให้บริการต่าง ๆ ของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ

3.2.3.5 ด้านข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ

3.2.4 ประกอบชิ้นส่วนวงจรอิเล็กทรอนิกส์แผงไฟอักษรวิ่งแบบดิจิทัลและ คอมพิวเตอร์แบบมัลติมีเดียเข้ากับตัวตู้ที่ทำเสร็จแล้วและนำซอฟต์แวร์โปรแกรมเข้าไปบรรจุและ ทำการทดสอบ

3.6 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญด้านไฟฟ้า ด้านคอมพิวเตอร์ และด้านออกแบบ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบแล้วนำมาแก้ไข ปรับปรุง ขอบกพร่อง

3.7 สร้างแบบสอบถามประเมินความคิดเห็น เพื่อหาประสิทธิภาพของชุดสื่อประสม เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ผู้รับผิดชอบโครงการได้จัดทำขึ้น เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่าง ประเมินผลการใช้งาน

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง

ในการพัฒนาชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ผู้ทำโครงการได้ดำเนินการตาม ขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล
2. ศึกษาคุณสมบัติ และโครงสร้างชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์จากแหล่ง ข้อมูลต่าง ๆ โดยพิจารณาจากเนื้อหาเรื่อง, จอภาพ, ระบบคอมพิวเตอร์
3. ศึกษาคุณสมบัติ, ลักษณะ, ขนาดของอุปกรณ์ ประกอบด้วยระบบควบคุมการทำงาน ของระบบคอมพิวเตอร์
4. ศึกษาเนื้อหาที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ (เอสแบค)

จากการศึกษาข้อมูลทีกล่าวนมา ผู้ทำโครงการได้ทำการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังรายละเอียดในบทที่ 2 จนได้ส่วนต่าง ๆ ของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ดังรายละเอียดต่อไปนี้

Specification ของเครื่องที่ใช้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

1. จอภาพ 15 นิ้ว ของ IBM
2. CPU Cyrix II 366 MHz
3. Mainboard Elite Group + อุปกรณ์ On Board
4. RAM 96 MB
5. Case ATX 250 Watts + พัดลมระบายอากาศ
6. Track Ball ของ Genius
7. Sound + ลำโพง
8. Keyboard แบบ PS/2
9. อุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น Mini Display Board

โครงสร้างของตัวผู้

1. โครงสร้างระบบคอมพิวเตอร์
2. ชุดโปรแกรมคอมพิวเตอร์
3. ชุดโปรแกรมเกี่ยวกับระบบเสียง
4. ชุดโปรแกรมเกี่ยวกับภาพ
5. การดำเนินการด้านเนื้อหาประชาสัมพันธ์
6. เนื้อหารายละเอียด ต่าง ๆ รวมทั้งภาพที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียน
7. บทการดำเนินเรื่อง ภาพและเสียง

รูปแบบและจุดประสงค์ในการดำเนินการสร้าง

ในการออกแบบ ผู้ทำโครงการได้นำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้ศึกษามาทดลองออกแบบโดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย ความปลอดภัยและความสะดวกในการใช้อย่างประหยัด ผลิตง่ายไม่ยุ่งยากมากนัก โดยการปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในด้านการออกแบบได้แนวทางในการออกแบบดังนี้

1. แนวความคิดในการออกแบบตัวตู้ ได้แนวความคิดจากการไปศึกษาตู้ประชาสัมพันธ์ซึ่งมีอย่างแพร่หลายในต่างประเทศใกล้ ๆ เช่น ประเทศสิงคโปร์ และภายในประเทศที่มีอยู่ในบริษัทชั้นนำขนาดใหญ่ โดยนำรูปแบบโครงสร้าง ปรีกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา และได้รับคำแนะนำให้ประยุกต์ในการใช้งานเพิ่มเติมโดยเพิ่มแผงไฟอักษรวิ่งแบบดิจิตอล

2. แนวความคิดของตัวเครื่องคอมพิวเตอร์ ได้แนวความคิดมาจากการที่ผู้จัดทำเป็นอาจารย์สอนคอมพิวเตอร์โรงเรียนสยามบริหารธุรกิจซึ่งเป็นโรงเรียนที่เน้นการเรียนการสอนทางด้านคอมพิวเตอร์และภาษาและในปัจจุบันเครื่องคอมพิวเตอร์มีราคาถูกลง และนิยมใช้งานเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งสามารถเชื่อมต่อระบบเครือข่ายต่าง ๆ ได้ง่าย ซึ่งสามารถนำไปพัฒนาต่อได้ในอนาคต

ขั้นตอนการสร้าง

1. เขียนแบบโครงสร้างต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วยส่วนประกอบสำคัญ คือ ส่วนของตัวตู้
2. นำแบบที่เขียนขึ้นส่วนต่าง ๆ ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ
3. แก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่อง
4. นำแบบที่แก้ไขปรับปรุงแล้วไปดำเนินการสร้างตามรูปแบบที่เขียนซึ่งประกอบด้วยส่วนสำคัญ ๆ 3 ส่วน ได้แก่

4.1 โครงสร้างของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ซึ่งประกอบด้วยส่วนสำคัญ ๆ 2 ส่วน คือ โครงสร้างภายนอกและโครงสร้างภายใน

4.2 โครงสร้างระบบคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ซึ่งประกอบด้วยส่วนสำคัญ ๆ คือ ส่วนจอภาพ ส่วนประมวลผล CPU (Central Processing Unit) รวมทั้งอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ภายใน เช่น การ์ดจอ, การ์ดเสียง, แป้นพิมพ์, เมาส์, ลำโพง, ฯลฯ

4.3 ศึกษาและออกแบบคู่มือการสร้าง, การใช้, การบำรุงรักษา

5. นำชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่สร้างเสร็จและไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ

6. ทำการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง

7. นำตู้ประชาสัมพันธ์ที่สร้างขึ้นพร้อมคู่มือการสร้าง การใช้และแบบประเมินไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเขียนแบบโดยใช้แบบประเมินหาประสิทธิภาพเครื่องมือ คือ

7.1 แบบประเมินของผู้เชี่ยวชาญ สอบถามความคิดเห็นด้านเนื้อหา ด้านกายภาพ, การใช้งาน, คุณลักษณะกายภาพด้านภาพและเสียง, ขนาด, ความเหมาะสม

7.2 แบบสอบถามของผู้ใช้(กลุ่มตัวอย่าง) ทางด้านการใช้เครื่อง เนื้อหาข้อมูล ที่นำเสนอ, คุณลักษณะทางกายภาพด้านภาพและเสียง, ขนาด, ความเหมาะสม

แบบประเมิน 2 ฉบับ ประกอบด้วยคำถาม 3 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานะภาพของผู้ตอบแบบประเมินผล

ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลถามความคิดเห็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) กำหนดค่าคะแนน (Weight) ออกเป็น 5 ระดับ โดยมีค่าคะแนนความคิดเห็นดังนี้

มีความเหมาะสม / คุณภาพดีมาก	มีค่าเท่ากับ	5	คะแนน
มีความเหมาะสม / คุณภาพดี	มีค่าเท่ากับ	4	คะแนน
มีความเหมาะสม / คุณภาพพอใช้	มีค่าเท่ากับ	3	คะแนน
มีความเหมาะสมน้อย / ต้องปรับปรุง	มีค่าเท่ากับ	2	คะแนน
ไม่มีความเหมาะสม / ใช้ไม่ได้	มีค่าเท่ากับ	1	คะแนน

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด สำหรับกลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม และข้อเสนอแนะ

5. การหาคุณภาพของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์

ผู้ทำโครงการดำเนินการควบคุมการทดลองด้วยตนเอง โดยนำชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ไปทดลองโดย

1. ให้แบบประเมินของผู้เชี่ยวชาญ สอบถามความคิดเห็นด้านเนื้อหา ด้านกายภาพ การใช้งาน, คุณลักษณะทางกายภาพด้านภาพและเสียง, ขนาด, ความเหมาะสม
2. แจกแบบสอบถามของผู้ใช้ (กลุ่มตัวอย่างกลุ่มทดลองที่โรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ (เอสแบค) ทางด้านการใช้เครื่อง เนื้อหาข้อมูล ที่นำเสนอ, คุณลักษณะทางกายภาพด้านภาพและเสียง, ขนาด, ความเหมาะสม ด้านการออกแบบโครงสร้างตัว

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบประเมินผลมาวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของตัวประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการทางสถิติ ดังต่อไปนี้

1. หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต
2. หาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

นำเกณฑ์การแปลความหมายข้อมูลใช้ค่าเฉลี่ยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ โดยเกณฑ์ที่ใช้ คือ

4.51 – 5.00	หมายถึง	มีคุณภาพดีมาก หรือ เหมาะสมที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	มีคุณภาพดี หรือ เหมาะสมมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	มีคุณภาพพอใช้ หรือ เหมาะสมพอใช้
1.51 – 2.50	หมายถึง	คุณภาพไม่ค่อยดี หรือ ต้องปรับปรุงแก้ไข
1.00 – 1.50	หมายถึง	ไม่มีมีคุณภาพ หรือ ไม่เหมาะสมเลย

กำหนดค่าที่ผ่านเกณฑ์มีคุณภาพซึ่งสามารถยอมรับได้อยู่ในช่วงคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไป

บทที่ 4

ผลการศึกษาค้นคว้า

ชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์

ชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาคุณภาพการบริหารโรงเรียน โดยกำหนดแนวคิดในการทำโครงการจากการที่ผู้บริหารระดับสูงเปิดโอกาสให้บุคลากรระดับต่าง ๆ นำเสนอผลงาน แสดงความคิดเห็นร่วมกัน พัฒนางค์การในส่วนที่บุคลากรยังเห็นว่าส่วนหนึ่งส่วนใดในระบบงานยังคงต้องได้รับการพัฒนา ชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ต่างจากรูปแบบอื่นในการนำเสนอเพื่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ซึ่งยุคไอทีที่มีส่วนในการผลักดันให้ต้องใช้อุปกรณ์ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ผู้ทำวิจัยจึงได้นำสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มาพัฒนาเป็นชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ อันประกอบด้วยฮาร์ดแวร์ คือ โครงสร้างตัวตู้ เช่น จอภาพ 15 นิ้ว, CPU Cyrix II 366 MHz, Mainboard , อุปกรณ์ On Board, RAM 96 MB, Case ATX , พัดลมระบายอากาศ, Track Ball ของ Genius, Sound ลำโพง, Keyboard แบบ PS/2, อุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น Mini Display Board และซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ทางด้านการทำกราฟฟิกและการนำเสนอ (Presentation)

ประสิทธิภาพของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

ตาราง 2 ตารางวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์จากการตอบแบบสอบถามของผู้เชี่ยวชาญในด้านโครงสร้างตัวตู้ สรุปได้ดังนี้

หัวข้อในการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับของ คุณภาพ
1. ความเหมาะสมของการออกแบบ	4.26	0.32	ดี
1.1 ความสวยงาม	4.33	0.89	ดี
1.2 ความแข็งแรงทนทาน	4.33	0.89	ดี
1.3 ความเหมาะสมของวัสดุที่นำมาใช้	4.33	0.89	ดี
1.4 ความเหมาะสมของขนาด	4.33	0.44	ดี
1.5 ความเหมาะสมในด้านการใช้งาน	4.00	0.00	ดี

ตาราง 2 (ต่อ)

หัวข้อในการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับของ คุณภาพ
2. ความทนทานในการใช้งานของวัสดุอุปกรณ์	4.33	0.22	ดี
2.1 ชุดคอมพิวเตอร์มีเดีย	4.00	0.00	ดี
2.2 ชุดแผงไฟอักษรวิ่งแบบดิจิทัล	4.67	0.44	ดีมาก
3. ความปลอดภัยในการใช้งาน	4.00	1.28	ดี
3.1 ระบบโครงสร้าง	4.67	0.44	ดีมาก
3.2 ระบบไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	4.00	0.00	ดี
3.3 ระบบระบายอากาศ	3.33	0.44	พอใช้
4. ความสะดวกในการปรับเปลี่ยนข้อมูล	4.00	0.00	ดี
4.1 ข้อมูลภาพ	4.00	0.00	ดี
4.2 ข้อมูลเสียง	4.00	0.00	ดี
4.3 ข้อมูลจากชุดคอมพิวเตอร์มีเดีย	4.00	0.00	ดี
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.15	0.31	ดี

ผู้เชี่ยวชาญด้านโครงสร้างของตัวตู้ มีความเห็นว่า การออกแบบโครงสร้างของตู้โดยรวม มีความเหมาะสมมาก เมื่อพิจารณาตามรายการประเมิน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านความเหมาะสมของการออกแบบ, ความทนทานในการใช้งานของวัสดุอุปกรณ์, ความปลอดภัยในการใช้งาน, ความสะดวกในการปรับเปลี่ยนข้อมูล มีความเหมาะสมหรือมีคุณภาพในระดับดี โดยมีชุดแผงไฟอักษรวิ่งแบบดิจิทัล (Mini Display Board) มีคุณภาพในระดับดีมาก แต่ระบบระบายอากาศ มีคุณภาพระดับพอใช้

ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะว่า ควรมีการปรับปรุงเรื่องรายละเอียดของแบบให้ชัดเจน โดยเฉพาะการบอกระยะที่เกี่ยวข้องกับ Human Scale ระบบระบายอากาศของตู้ต้องติดตั้งพัดลมระบายความร้อนเพิ่ม เลือกสถานที่ตั้งให้เหมาะสม เนื่องจากโครงสร้างของตัวตู้ประกอบด้วยไม้ MDF ซึ่งเป็นไม้ผสมกาวแล้วพิมพ์อัด สามารถดูดความชื้นและน้ำได้ ผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไขคือ ได้ทำการปรับปรุงเรื่องแบบให้มีความเหมาะสมมากขึ้น โดยนำพัดลมระบายอากาศเข้าไปติดตั้งเพิ่ม เลือกสถานที่ตั้งให้เหมาะสม รวมทั้งปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัยและมีภาพเคลื่อนไหวตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

ตาราง 3 ตารางวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ด้านเนื้อหา

หัวข้อในการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับของ คุณภาพ
1. เนื้อหา มีความสอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย	4.67	0.44	ดีมาก
2. ความเหมาะสมกับระดับของผู้ใช้งาน	4.33	0.44	ดี
3. ความถูกต้องชัดเจนของเนื้อหา	4.33	0.89	ดี
4. ความเหมาะสมของภาพกับคำบรรยายเนื้อหา	3.67	0.44	ดี
5. ความเหมาะสมของลำดับเนื้อหา	4.00	0.00	ดี
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.20	0.40	ดี

ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา มีความเห็นว่า ความเหมาะสมด้านเนื้อหาโดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาตามรายการประเมินพบว่า เนื้อหา มีความสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายอยู่ในระดับดีมาก ความเหมาะสมกับระดับของผู้ใช้งาน ความถูกต้องชัดเจนของเนื้อหา ความเหมาะสมของภาพกับคำบรรยายเนื้อหา ความเหมาะสมของลำดับเนื้อหา มีความเหมาะสมหรือมีคุณภาพในระดับดี

ผู้เชี่ยวชาญด้านข้อมูล มีข้อเสนอแนะว่า ควรพัฒนาเป็นระบบฐานข้อมูลเพื่อสะดวกในการแก้ไขปรับปรุง การนำเสนอควรใช้เทคนิคและ กราฟิกในการนำเสนอแบบภาพเคลื่อนไหว เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ใช้ ควรปรับปรุงเรื่องสีและขนาดของตัวอักษรให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไขคือ ได้ปรับปรุงระบบฐานข้อมูลให้มีความทันสมัยเพื่อให้ง่ายต่อการแก้ไขปรับปรุง มีการนำเทคนิคและกราฟิกในการนำเสนอแบบภาพเคลื่อนไหวเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ใช้ ปรับขนาดและสีของตัวอักษรให้ดึงดูดและชัดเจนมากขึ้น

ตาราง 4 ตารางวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์จาก
กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอาจารย์

หัวข้อในการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับของ คุณภาพ
1. ความเหมาะสมของการออกแบบ	4.30	0.11	ดี
1.1 ความสวยงาม	4.50	0.50	ดี
1.2 ความแข็งแรงทนทาน	4.10	0.36	ดี
1.3 ความเหมาะสมของวัสดุที่นำมาใช้	4.10	0.72	ดี
1.4 ความเหมาะสมของขนาด	4.40	0.43	ดี
1.5 ความเหมาะสมในการใช้งาน	4.40	0.60	ดี
2. ความเหมาะสมของสื่อที่จัดแสดง	4.10	0.14	ดี
2.1 ชุดคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย	4.20	0.48	ดี
2.2 ชุดแผงไฟอักษรวิ่งแบบดิจิทัล	4.00	0.20	ดี
3. ความสะดวกในการใช้งานของวัสดุอุปกรณ์	4.15	0.02	ดี
3.1 ชุดคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียฮาร์ดแวร์	4.10	0.36	ดี
3.2 ชุดคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียซอฟต์แวร์	4.10	0.36	ดี
4. ความปลอดภัยในการใช้งาน	4.20	0.32	ดี
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.21	0.33	ดี

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอาจารย์ มีความเห็นว่าชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยรวมมีคุณภาพระดับดีโดยมีความเหมาะสมของการออกแบบ, ความทนทานในการใช้งานของ วัสดุอุปกรณ์, ความปลอดภัยในการใช้งาน, ความสะดวกในการปรับเปลี่ยนข้อมูล มีความเหมาะสม หรือมีคุณภาพในระดับดี

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอาจารย์เสนอแนะว่า ควรเพิ่มเติมเนื้อหาและรูปภาพ รวมทั้งแก้ไขสีสันท ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ โดยทำการเพิ่มเติมเนื้อหา อีกทั้งแก้ไขสีของ รูปภาพให้มีความน่าสนใจและชัดเจนยิ่งขึ้น

ตาราง 5 ตารางวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์จาก
กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าหน้าที่

หัวข้อในการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับของ คุณภาพ
1. ความเหมาะสมของการออกแบบ	4.35	0.18	ดี
1.1 ความสวยงาม	4.75	0.38	ดีมาก
1.2 ความแข็งแรงทนทาน	4.25	0.75	ดี
1.3 ความเหมาะสมของวัสดุที่นำมาใช้	4.25	0.75	ดี
1.4 ความเหมาะสมของขนาด	4.25	0.38	ดี
1.5 ความเหมาะสมในการใช้งาน	4.25	0.38	ดี
2. ความเหมาะสมของสื่อที่จัดแสดง	3.88	0.13	ดี
2.1 ชุดคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย	4.25	0.75	ดี
2.2 ชุดแผงไฟอักษรวิ่งแบบดิจิทัล	3.50	0.50	พอใช้
3. ความสะดวกในการใช้งานของวัสดุ อุปกรณ์	4.18	0.14	ดี
3.1 ชุดคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียฮาร์ดแวร์	3.75	0.38	ดี
3.2 ชุดคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียซอฟต์แวร์	4.25	0.38	ดี
4. ความปลอดภัยในการใช้งาน	4.50	0.50	ดี
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.20	0.05	ดี

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าหน้าที่ มีความเห็นว่าชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยรวมมีคุณภาพระดับดีโดยมีความเหมาะสมของการออกแบบ, ความทนทานในการใช้งานของวัสดุอุปกรณ์, ความปลอดภัยในการใช้งาน, ความสะดวกในการปรับเปลี่ยนข้อมูลมีความเหมาะสมหรือมีคุณภาพในระดับดี

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าหน้าที่เสนอแนะว่า ควรเลือกสถานที่ตั้งที่น่าสนใจ และเพิ่มเติมเนื้อหาให้มากกว่านี้

ผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ โดยปรับเปลี่ยนสถานที่ตั้งให้ตามความเหมาะสม และเพิ่มเนื้อหาที่น่าสนใจยิ่งขึ้น

ตาราง 6 ตารางวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์จาก
กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา

หัวข้อในการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับของ คุณภาพ
1. ความเหมาะสมของการออกแบบ	4.20	0.01	ดี
1.1 ความสวยงาม	4.28	0.05	ดี
1.2 ความแข็งแรงทนทาน	4.08	0.09	ดี
1.3 ความเหมาะสมของวัสดุที่นำมาใช้	4.20	0.04	ดี
1.4 ความเหมาะสมของขนาด	4.20	0.08	ดี
1.5 ความเหมาะสมในการใช้งาน	4.23	0.10	ดี
2. ความเหมาะสมของสื่อที่จัดแสดง	4.37	0.00	ดี
2.1 ชุดคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย	4.43	0.14	ดี
2.2 ชุดแผงไฟอักษรวิ่งแบบดิจิทัล	4.43	0.05	ดี
3. ความสะดวกในการใช้งานของวัสดุอุปกรณ์	4.33	0.02	ดี
3.1 ชุดคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียฮาร์ดแวร์	4.35	0.05	ดี
3.2 ชุดคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียซอฟต์แวร์	4.28	0.07	ดี
4. ความปลอดภัยในการใช้งาน	4.43	0.01	ดี
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.28	0.05	ดี

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา มีความเห็นว่าชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยรวมมีคุณภาพระดับดีโดยมีความเหมาะสมของการออกแบบ, ความทนทานในการใช้งานของวัสดุอุปกรณ์, ความปลอดภัยในการใช้งาน, ความสะดวกในการปรับเปลี่ยนข้อมูล มีความเหมาะสมหรือมีคุณภาพในระดับดี

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาเสนอแนะว่า ควรเพิ่มเติมเนื้อหาและรูปภาพให้มากขึ้น ข้อมูลมีประโยชน์อย่างมากในการรับทราบข่าวสาร แต่ควรเพิ่มสถานที่ตั้งให้มีมากกว่า 1 ที่

ผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ โดยเพิ่มเติมเนื้อหาและรูปภาพโดยเฉพาะภาพเคลื่อนไหวให้น่าสนใจและทันสมัยยิ่งขึ้น

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

โครงการนี้เป็นการประดิษฐ์เครื่องมือโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เรื่องราวข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ได้ชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นสื่ออีกรูปแบบหนึ่งนอกเหนือจากสื่ออื่น ๆ

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

1. ประชากร

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย กลุ่มอาจารย์จำนวน 10 คน, กลุ่มเจ้าหน้าที่จำนวน 4 คน, กลุ่มนักศึกษาของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจจำนวน 40 คน ภาคเรียนที่ 2 / 2543

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย กลุ่มอาจารย์, กลุ่มเจ้าหน้าที่, กลุ่มนักศึกษา ภาคเรียนที่ 2 / 2543 ของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ ซึ่งผู้ทำโครงการได้ดำเนินการต่อกลุ่มตัวอย่าง โดยการแนะนำเชิญชวนด้วยคำพูด และโดยใช้สื่อชุดประชาสัมพันธ์ ที่สร้างขึ้น สร้างความสนใจต่อกลุ่มที่ผู้ทำโครงการต้องการศึกษาทั้ง 3 กลุ่ม โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย จากประชากรทั้งหมดจำนวน 4,269 คน โดยมีขั้นตอน ดำเนินการดังนี้

1. กลุ่มอาจารย์ของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ จำนวน 10 คน ให้มาทดลองใช้เครื่อง และผู้ทำโครงการได้นำแบบประเมินให้กรอกแบบสอบถามความคิดเห็น

2. กลุ่มเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ จำนวน 4 คน โดยการแนะนำและเชิญชวนให้มาทดลองใช้ เมื่อใช้เสร็จแล้ว ผู้ทำโครงการได้นำแบบสอบถามให้กรอกคะแนน ความคิดเห็น

3. กลุ่มนักศึกษาของโรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ ให้มาทดลองใช้เครื่อง เมื่อทดลองใช้เสร็จแล้ว ผู้ทำโครงการได้นำแบบสอบถามประเมินความคิดเห็นให้กรอกแบบสอบถาม ความคิดเห็นจำนวน 40 คน

ระยะเวลาในการทดลอง

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2543

เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง

1. ชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ
2. แบบประเมินของผู้เชี่ยวชาญ
3. แบบสอบถามของผู้ใช้

แบบประเมิน 2 ฉบับ ประกอบด้วยคำถาม 3 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบประเมินผล

ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลถามความคิดเห็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด สำหรับกลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม และข้อเสนอแนะ

การดำเนินการทดลอง

ผู้ทำโครงการดำเนินการควบคุมการทดลองด้วยตนเอง โดยนำผู้ประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์สื่อประสมไปทดลอง ดังนี้

1. ให้แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญ สอบถามความคิดเห็นด้านเนื้อหา ด้านกายภาพ การใช้งาน, คุณลักษณะกายภาพด้านภาพและเสียง, ขนาด, ความเหมาะสม
2. ปรับปรุงแก้ไข
3. แจกแบบสอบถามผู้ใช้ คือกลุ่มตัวอย่างกลุ่มทดลองที่โรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ (เอสแบค) เนื้อหาข้อมูลที่นำเสนอ, คุณลักษณะทางกายภาพด้านภาพและเสียง, ขนาด, ความเหมาะสมโดยด้านการออกแบบโครงสร้างตัว

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบประเมินผลมาวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของผู้ประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการทางสถิติ ดังต่อไปนี้

1. หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต
2. หาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

นำเกณฑ์การแปลความหมายข้อมูลใช้ค่าเฉลี่ยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง	มีคุณภาพดีมาก หรือ เหมาะสมที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	มีคุณภาพดี หรือ เหมาะสมมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	มีคุณภาพพอใช้ หรือ เหมาะสมพอใช้
1.51 – 2.50	หมายถึง	คุณภาพไม่ค่อยดี หรือ ต้องปรับปรุงแก้ไข
1.00 – 1.50	หมายถึง	ไม่มีมีคุณภาพ หรือ ไม่เหมาะสมเลย

โดยค่าที่ผ่านเกณฑ์มีคุณภาพซึ่งสามารถยอมรับได้จะอยู่ในช่วงคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่

3.51 ขึ้นไป

สรุปผลการศึกษาและค้นคว้า

1. ได้ชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ
2. ชุดสื่อประสมมีประสิทธิภาพในเกณฑ์ดี เหมาะสมยอมรับได้ จากการวิเคราะห์ข้อมูล

ดังนี้

2.1.จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ เมื่อพิจารณาความเหมาะสมแล้ว แสดงให้เห็นว่าชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสมในด้านการออกแบบอยู่ในระดับดี มีความเหมาะสมมาก

2.2 การหาประสิทธิภาพของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์จากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา เมื่อพิจารณาความเหมาะสมแล้ว แสดงให้เห็นว่าชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี เหมาะสมมาก ลำดับเนื้อหา มีความเหมาะสมหรือมีคุณภาพในระดับดี

2.3 การหาประสิทธิภาพของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอาจารย์ เมื่อพิจารณาความเหมาะสมแล้ว แสดงให้เห็นว่าชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี มีความเหมาะสมมาก

2.4 การหาประสิทธิภาพของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าหน้าที่ แสดงให้เห็นว่าชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี มีความเหมาะสมมาก

2.5 การหาประสิทธิภาพของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา เมื่อพิจารณาความเหมาะสมแล้ว แสดงให้เห็นว่า ชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมในด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดี มีความเหมาะสมมาก

อภิปรายผลการศึกษาค้นคว้า

1. จากการพัฒนาชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์พบว่ามีประสิทธิภาพทั้งด้านการออกแบบ ด้านเนื้อหา และความปลอดภัย อยู่ในเกณฑ์ดี มีความเหมาะสมในการนำไปใช้ เนื่องจากผู้จัดทำได้ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา คณาจารย์ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญฝ่ายต่าง ๆ และทำการปรับปรุงแก้ไขตลอดระยะเวลา 3 เดือน (ยกเว้นเรื่องระบบระบายอากาศ ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.33 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ คือ 3.51 ขึ้นไป) และเป็นการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ ดังนั้นจึงดำเนินการแก้ไขโดยเพิ่มพัดลมระบายอากาศภายใน ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

2. ปัญหาของการทำโครงการ เนื่องจากอุปกรณ์ภายนอกบางชนิดมีความสวยงามและง่ายต่อการสูญหาย เช่น Trackball ดังนั้นในการเลือกซื้อไม่ควรคำนึงถึงความสวยงามแต่เพียงอย่างเดียว ควรคำนึงถึงความปลอดภัยต่อการสูญหาย นอกจากการระมัดระวังการใช้งานและปัญหาอื่น ๆ คือ การเปิดปิดยังต้องมีบุคลากรประจำ เนื่องจากคอมพิวเตอร์ไม่สามารถเปิดปิดที่ปุ่มเปิดปิดได้อย่างเดียวเหมือนโทรทัศน์หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าทั่วไป แต่ต้องมีการออกจากโปรแกรมอย่างเป็นระบบก่อนปิดเครื่อง ดังนั้นในอนาคตอาจพัฒนาการเปิดปิดให้คอมพิวเตอร์ไม่ต้องออกจากโปรแกรมเหมือนที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งต่อไป

1. การเลือกอุปกรณ์ควรคำนึงถึงความปลอดภัยต่อการสูญหาย นอกจากความสวยงามและความสะดวกในการใช้งานและราคา
2. คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับข้อมูลแบบมัลติมีเดียและความเร็ว รวมทั้งสื่อที่ใช้เก็บข้อมูลเพราะข้อมูลภาพและเสียงต้องใช้เนื้อที่มากและประสิทธิภาพของคอมพิวเตอร์ความเร็วสูง
3. การแปลงไฟล์ในระหว่างจัดทำให้มีขนาดการใช้พื้นที่เล็กลง เพื่อง่ายต่อการเข้าถึงและประหยัดเนื้อที่ในการจัดเก็บข้อมูล
4. การกำหนดรายละเอียดควรกำหนดให้ค่อนข้างต่ำเพื่อสามารถนำไปใช้กับสื่ออื่นได้ เช่น ฉายข้อมูลทาง Projector หรือเชื่อมต่อออกทางโทรทัศน์
5. ปรับปรุงรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งข้อมูลภายในให้ทันสมัยอยู่เสมอ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมประชาสัมพันธ์. 3 พฤษภาคม 2531 วันคล้ายวันสถาปนากรมประชาสัมพันธ์ ครบรอบ 55 ปี และพิธีเปิดอาคารภาคต่างประเทศ. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ : วรุฒิการพิมพ์, 2531.
- กระทรวงศึกษาธิการ. วิสัยทัศน์การศึกษา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์การศึกษา, 2541.
- กิดานันท์ มลิทอง. เทคโนโลยีการศึกษาร่วมสมัย. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : เอดิสันเพรสโปรดักส์, 2536.
- เกษม จันทรน้อย. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : นานมี, 2521.
- จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- ฉันทวิท กุลไพศาล. การวิเคราะห์และพัฒนาระบบงาน. กรุงเทพฯ : อินฟอร์เมติก บิซิเนสพับลิเคชั่น, 2537.
- ชมภูนุท นุตาคม. การประชาสัมพันธ์ของกรมการฝึกหัดครู. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- ชัยนันท์ นันทพันธ์. ประชาสัมพันธ์อย่างไรจึงได้ผล. กรุงเทพมหานคร : บพิธการพิมพ์, 2528.
- ดำรง ตาแจ่ม. การศึกษาผลการเรียนรู้วิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โดยการเรียนรู้จากคอมพิวเตอร์ช่วยสอนที่มีเกมประกอบเนื้อหา กับไม่มีเกมประกอบเนื้อหา. ปรินญานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, ถ่ายเอกสาร. 2531.
- เดชา สีทอง. การพัฒนาชุดประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์สื่อประสม. ปรินญานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, ถ่ายเอกสาร. 2543.
- ทองศักดิ์ นิเวศนรังสรรค์. การศึกษาเปรียบเทียบสถานภาพหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐ กับเอกชน. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535.
- ทำนอง จันทิมา. การออกแบบ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2532.
- ธนัฐ ศิระวงษ์. การพัฒนาชุดนิทรรศการเคลื่อนที่สำหรับแสดง "เครื่องฉายภาพโปร่งใส". ปรินญานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, ถ่ายเอกสาร. 2542.
- ธนพัฒน์ ถึงสุข, ชเนนทร์ สุขวารี, โรเซนเบอร์ก, วิททอเรีย. เปิดโลกมัลติมีเดีย. กรุงเทพฯ : ไอบีซพับลิชิ่ง, 2521.

- ธัญญา ตันติขวลิต. การสร้างบทเรียนมัลติมีเดีย เรื่องการเขียนภาพยานี 11 สำหรับ
นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, ถ่ายเอกสาร. 2541.
- นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์. การประชาสัมพันธ์โรงเรียน. กรุงเทพฯ : ภาควิชาบริหารการศึกษา
คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- . การประชาสัมพันธ์โรงเรียน. กรุงเทพมหานคร : พี.เค. พรินติ้งเฮาส์, 2530.
- นฤมล ศิริพันธ์. การพัฒนาตู้จัดแสดงสื่อโสตทัศน์. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, ถ่ายเอกสาร. 2543.
- นฤมล สว่างเนตร. การพัฒนาชุดจัดแสดงเคลื่อนที่. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, ถ่ายเอกสาร. 2542.
- บุญเลิศ ศุภติลก. เอกสารการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การประสานงานภูมิภาค
รุ่น 1. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ : 9 พฤศจิกายน
2533.
- บุญสิริ สุวรรณเพ็ชร. คอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์ปฏิบัติการ. กรุงเทพฯ : เอส แอนด์ เค บุคส์,
2539.
- ปรมะ สตะเวทิน. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์นิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529.
- ประจวบ อินอ้อด. เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์การพิมพ์พลชัย,
2532.
- ประชา ตระการศิลป์. การพัฒนาระบบงานไคลแอนต์/เซิร์ฟเวอร์. กรุงเทพฯ : ศูนย์เทคโนโลยี
อิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2541.
- พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532.
- . สถานภาพหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐและรัฐวิสาหกิจ. กรุงเทพมหานคร : กรมประชาสัมพันธ์,
2538.
- พลเทพ จันทรสีประเสริฐ. การสร้างขวัญและการจูงใจในการปฏิบัติงาน. กรุงเทพมหานคร :
คณะกรรมการส่งเสริมงานวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2526.
- พาสนา ตันตลัษณ์. หลักศิลปะและการออกแบบ. กรุงเทพฯ : เทพพิทักษ์การพิมพ์, 2522.
- ปิญญู สาธร. การประชาสัมพันธ์โรงเรียน. กรุงเทพมหานคร : ม.ป.ท., 2526.

มบุญ ทับทิมอ่อน. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ของสหวิทยาลัย. ปรินูญานินพนธ์ กศ.ม.

กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2531. อัดสำเนา.

มานิต ท่าไกรกลาง. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขต

บางแสน. ปรินูญานินพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2534. อัดสำเนา.

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์, 2525.

วาสนา สุขกระสานติ. โลกของคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

วินัย ไสุมดี. "การออกแบบ" วารสารสารานุกรมศึกษาศาสตร์. (5) : 91 – 96 ; ตุลาคม – ธันวาคม, 2529.

วิรัช อภิรัตน์กุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์, 2526.

สมจิตต์ มหัทธนนท์. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล. ปรินูญานินพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, ถ่ายเอกสาร. 2534.

สมจินตนา ภัคดีศรีวงศ์. มารยาทในสังคม. กรุงเทพฯ : ต้นอ่อนแถมมี, 2538.

สมใจ สุริยกุล. การสร้างบทเรียนสื่อประสมในวิชาจริยศึกษาชั้น ป.5 ในอำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง. ปรินูญานินพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, ถ่ายเอกสาร. 2523.

สมทรง เวียงอำพล. การออกแบบเขียนแบบ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2529.

สมปรารถนา วงศ์บุญหนัก. การพัฒนานวัตกรรมการเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยการสอนแบบ มัลติมีเดียสำหรับการสอนวิชาฟิสิกส์เรื่องปรากฏการณ์คลื่น. ปรินูญานินพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, ถ่ายเอกสาร. 2540.

สุโขทัยธรรมมาธิราช. การผลิตงานประชาสัมพันธ์. หน่วยที่ 1-8 พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2535.

สุเทพ เดชะชีพ. คุณสมบัติและภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในองค์กร. วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

สุพัตรา ไม้แก้ว. การประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมอาชีวศึกษา. วิทยานิพนธ์. ค.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

สุพิน ปัญญาภัก. หลักการโฆษณาประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2526 .

สุริยัน ศรีสวัสดิ์กุล. ระบบสื่อสารข้อมูลคอมพิวเตอร์. กรุงเทพฯ : ฟิสิกส์เซ็นเตอร์, 2530.

เสนีย์ แดงวัง. การประชาสัมพันธ์ : แนวความคิดและหลักวิธีการปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : อักษรบัณฑิต, 2525.

เสริมวิทย์ ศุภเมธี. การบริหารกิจการนักเรียน. กรุงเทพฯ : ภาควิชาพื้นฐานการศึกษา วิทยาลัยครูบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 2520 .

เสรี วงษ์มณฑา. "การประชาสัมพันธ์ : ทำกันไปทำไม." เอกสารประกอบการสัมมนาและ อบรมวิชาการประชาสัมพันธ์ หลักสูตรการจัดการปัญหาภาพพจน์เชิงลบ : คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.

เสาวณีย์ ลิกขาบัณฑิต. เทคโนโลยีทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2528.

อนงค์วรรณ ยั่งยืน. การประชาสัมพันธ์ : การศึกษาความต้องการและการใช้สื่อทัศนูปกรณ์ ในงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.

อนันต์ธนา อังกนันท์ และเกื้อกูล อุปรัตน์. สื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์การศึกษา. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2521.

อรอุบล บัวเผื่อน. การศึกษาการวางแผนประจำสัปดาห์ และสถานภาพการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานธุรกิจในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

อรุณ งามดี. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : เทพเทวี, 2527.

อรุณ สมชัย. การศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียน ที่สอนด้วยบทเรียนที่ใช้สื่อประสมกับการสอนตามปกติ และการศึกษาทัศนคติต่อบทเรียนที่ใช้สื่อประสม. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, ถ่ายเอกสาร. 2522.

อารี สุทธิพันธ์. การออกแบบ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2521.

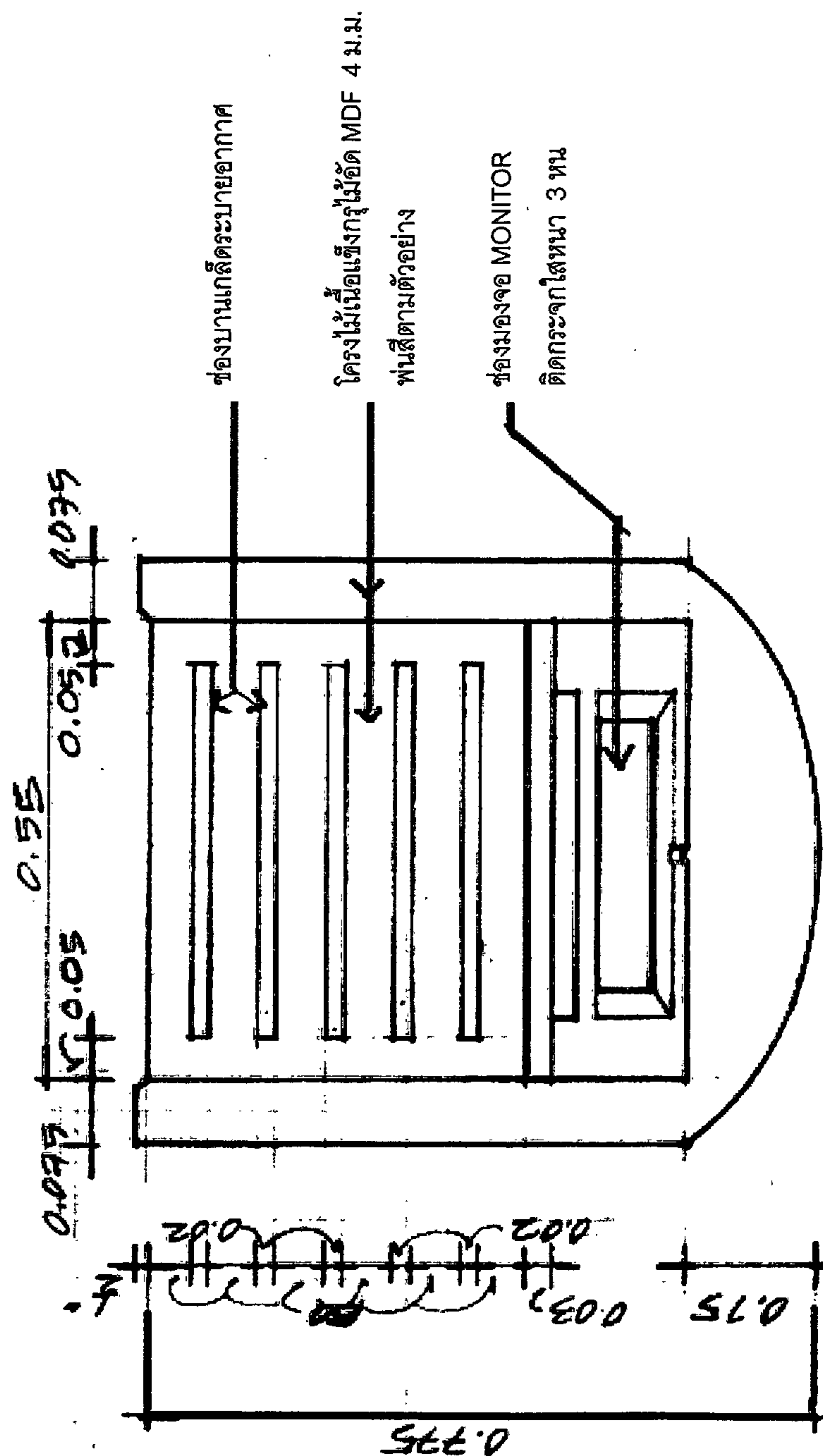
อารีมิตร ตะกรุดราช. การศึกษาปัญหาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตการศึกษา 6. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, ถ่ายเอกสาร. 2538.

- อิสสระ อิศรอำรง. ผลการใช้มัลติมีเดียในการฝึกอบรมความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการควบคุม
จราจรทางอากาศ. ปรินญานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประสานมิตร, ถ่ายเอกสาร. 2541.
- อัปษรศรี ปลอดเปลี่ยว. งานประชาสัมพันธ์โรงเรียน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2533.
- อำนาจ สุขสุเดช. การสร้างภาพพจน์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.
- เอกชัย กิสุขพันธ์. หลักการบริหารการศึกษาทั่วไป. กรุงเทพฯ : ภาควิชาบริหารการศึกษา คณะ
ครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.
- เอษณะ ลัจจสวัสดิ์. ผลของเกมการสอนที่เสนอในช่วงเวลาที่ต่างกันในบทเรียนคอมพิวเตอร์
ช่วยสอน. ปรินญานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร,
ถ่ายเอกสาร. 2538.
- Bernays, Edward L. Your Future in Public Relations. New York : Richards Rosen Press,
Inc, 1961.
- Cutlip, Scott M. and Allen H.Center. Effective Public Relations. New Jersey : Prentice
Hall, 1978.
- Davis, Keith. Human Behavior at Work : Organizational Behavior. New Delhi : Tata
McGraw – Hill, 1979.
- Domoto, Maria Elena. Demystifying Japan : A Multimedia Software Package for a
Multicultural Age. The Union Institute (1033) , 1988
- Jerkin, Frank. Public Relations. Great Britain : Harzell Watson & Viney, 1980.
- Kogan, Irving Smith. Public Relations. New York. Alexander Hamilton Institute, 1965.
- Merrell, Leonard Edd. "The Effective of Complex of Computer Assisted Instruction on
the Cognitive Ability Gain of Third , Forth and Fifth Students. "Dissertation
Abstracts International. 45 (12) : 3502 – A. June, 1985.
- Newsom, Dong; Alan Scott, Judy Turk; and Slyke Van. This is PR : the Realities of
Public Relation. 4th ed., Belmont, Calif : Wadsworth, 1989.
- Simon, Raymond. Relations : Concepts and Practices. New York : McGraw – Hill, 1984.
- Wang, Linda Mei. Middle School Students' Perceptions and Knowledge when

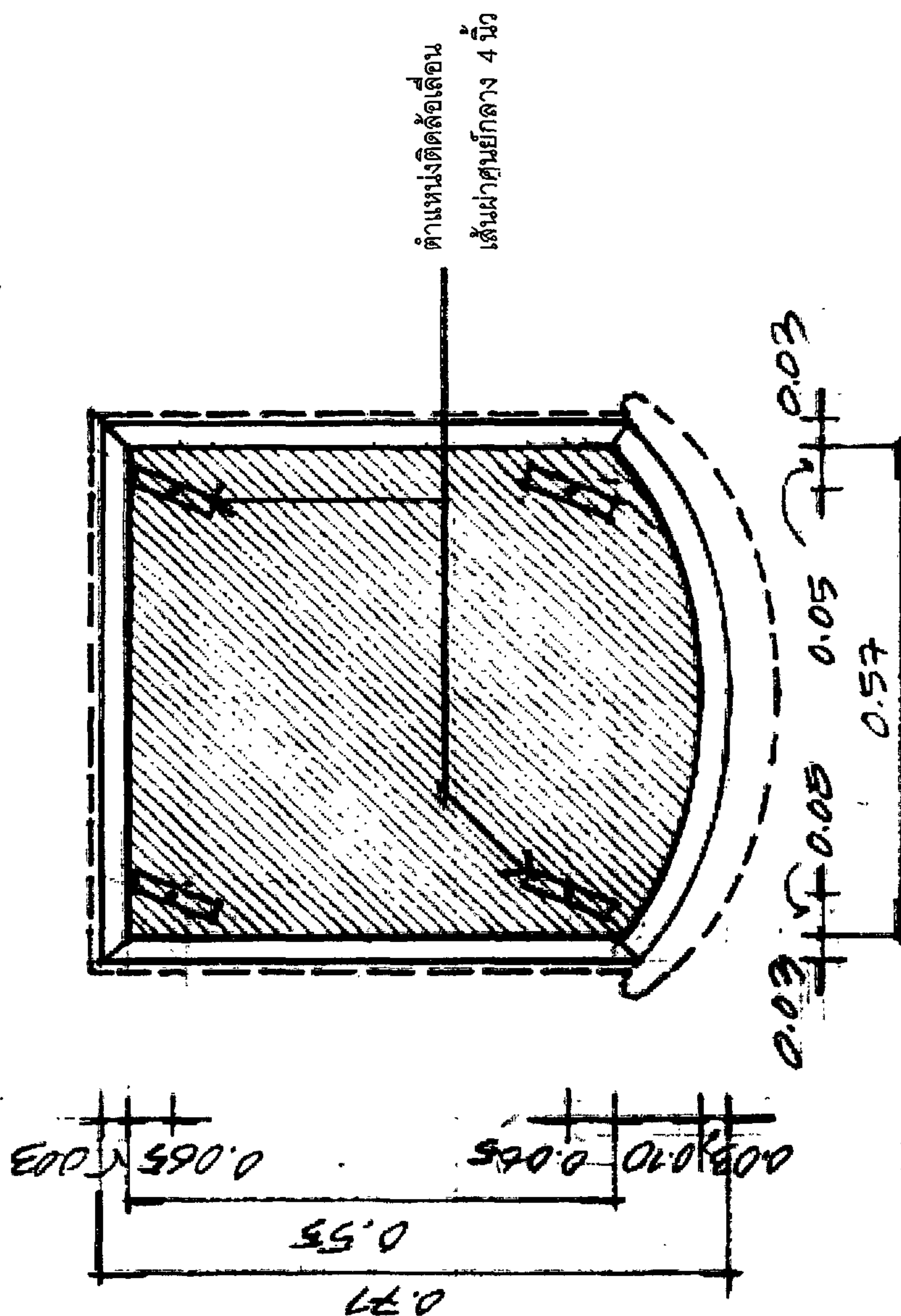
Developing Social Studies Multimedia Projects about the Middle East. Georgia : University of Georgia (0077), 1996.

Webster Dictionary. Webster's Ninth New Collegiate Dictionary. Springfield, Massachusetts : Merriam – Webster, Inc., 1983.

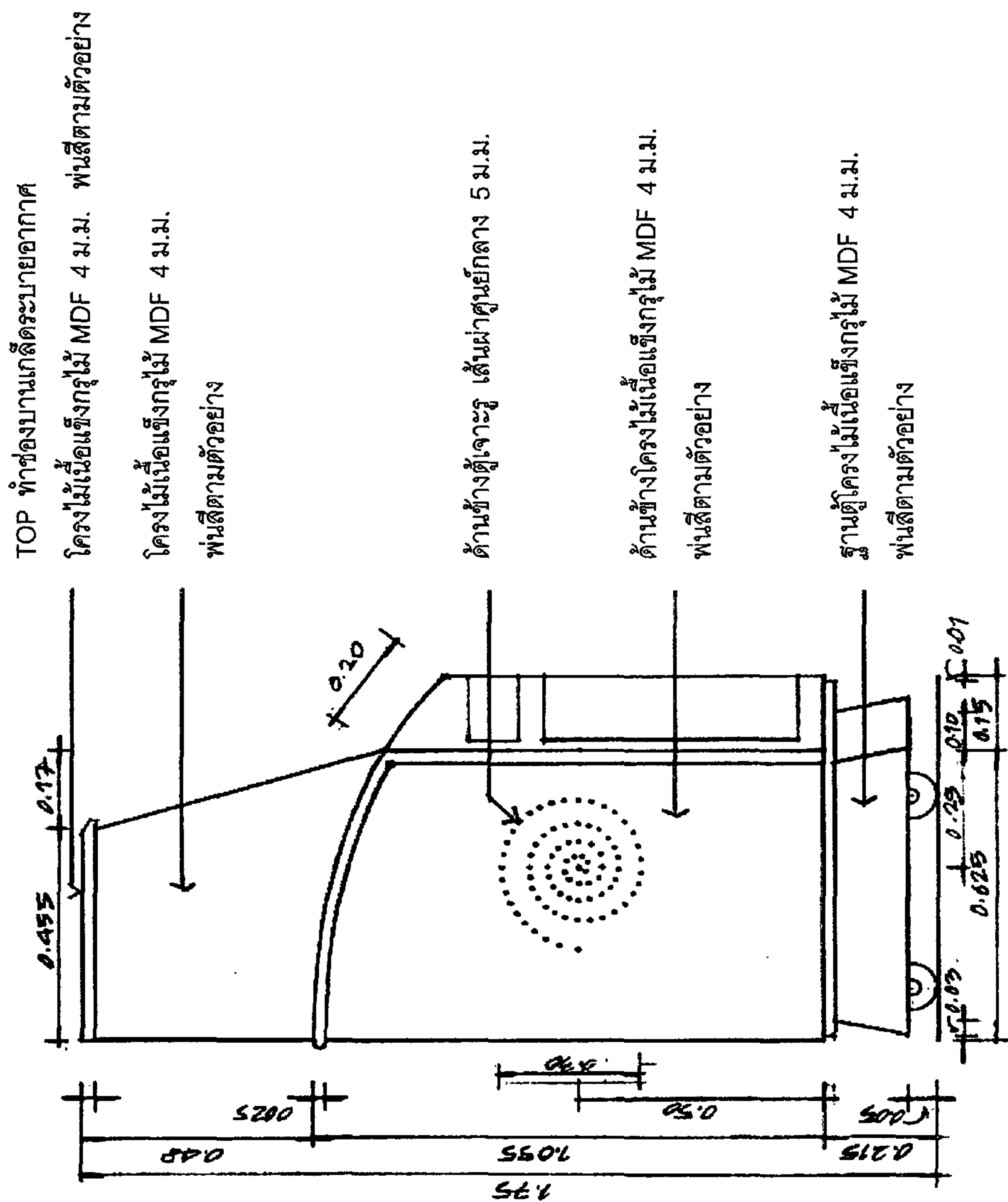
ภาคผนวก



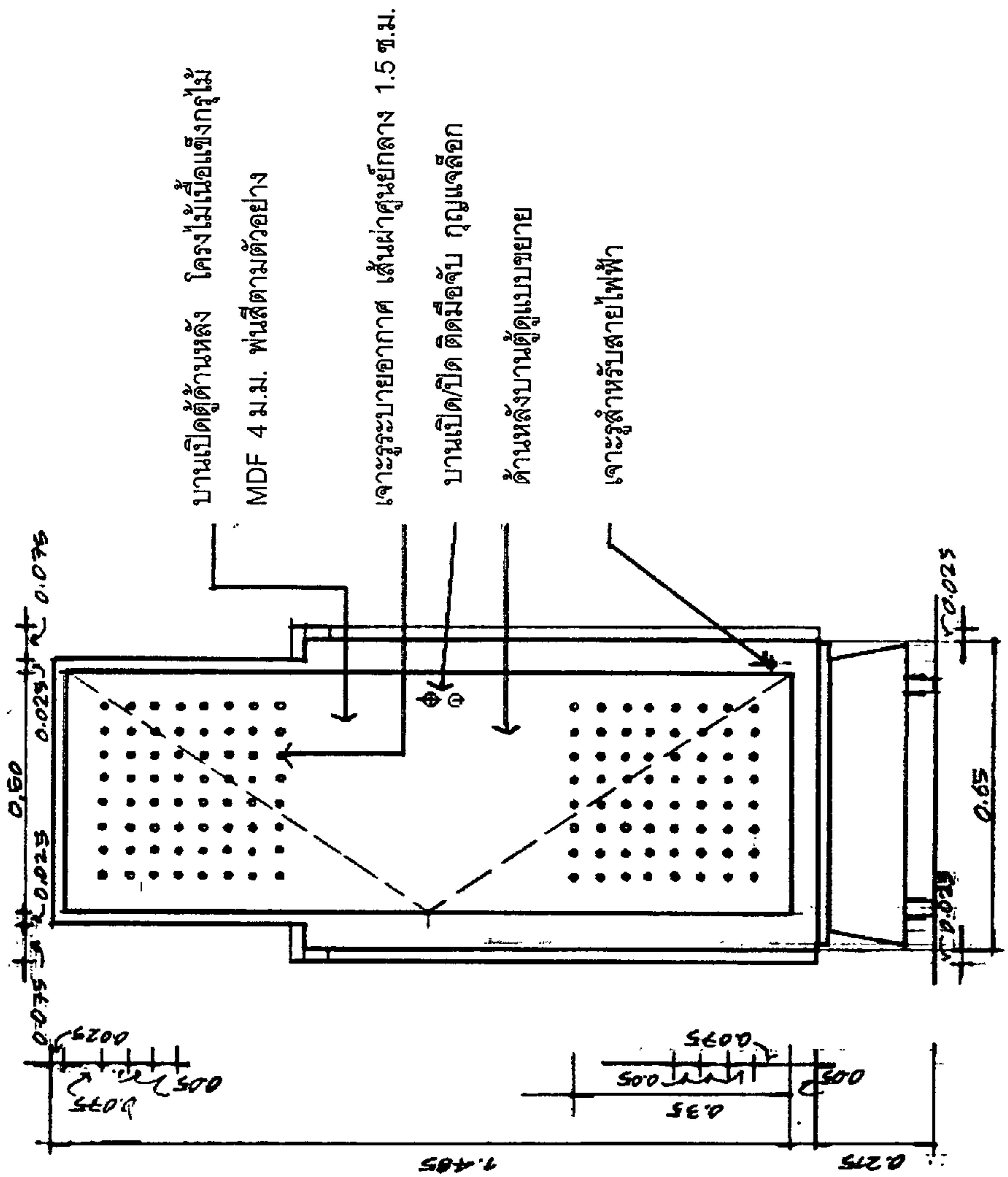
แปลนช่วงบน มาตรฐาน 1 : 10



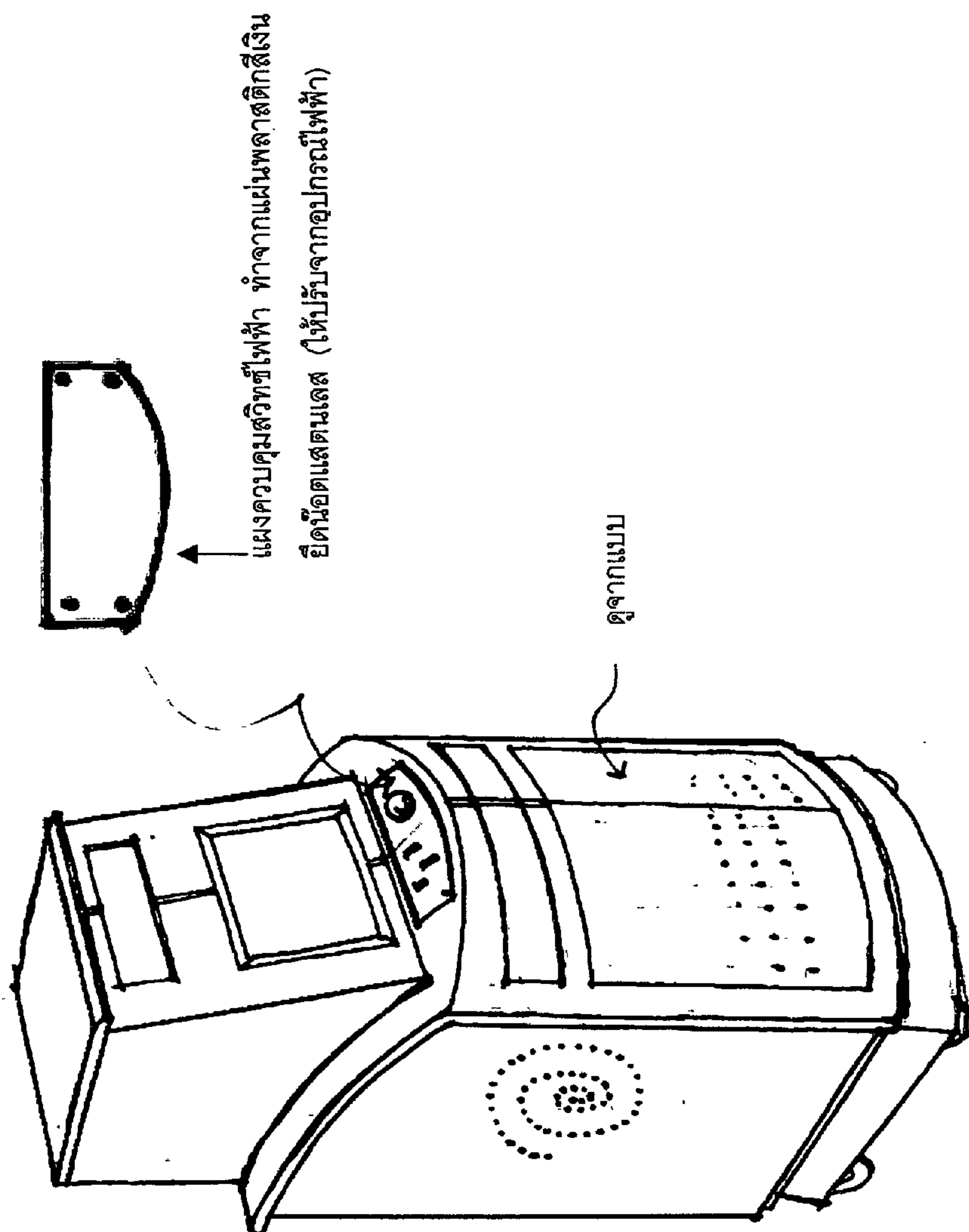
แปลนฐานต์ มาตราส่วน 1:10



รูปด้านข้าง มาตรฐาน 1 : 10



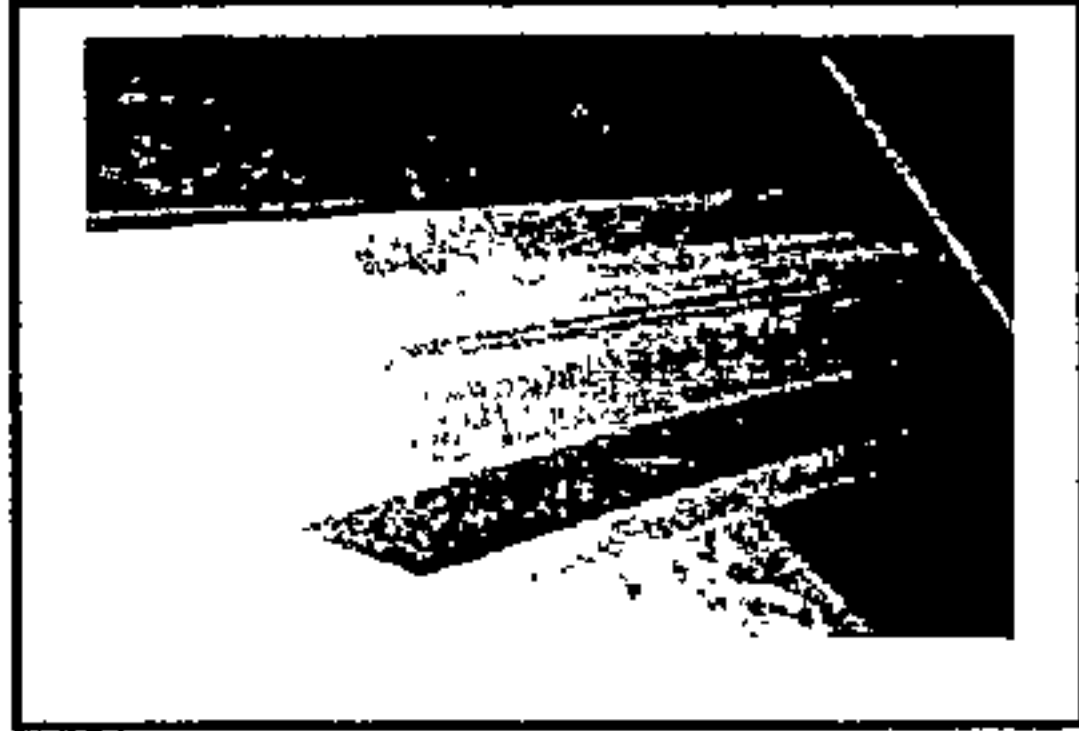
รูปด้านหลัง
มาตราส่วน 1:10



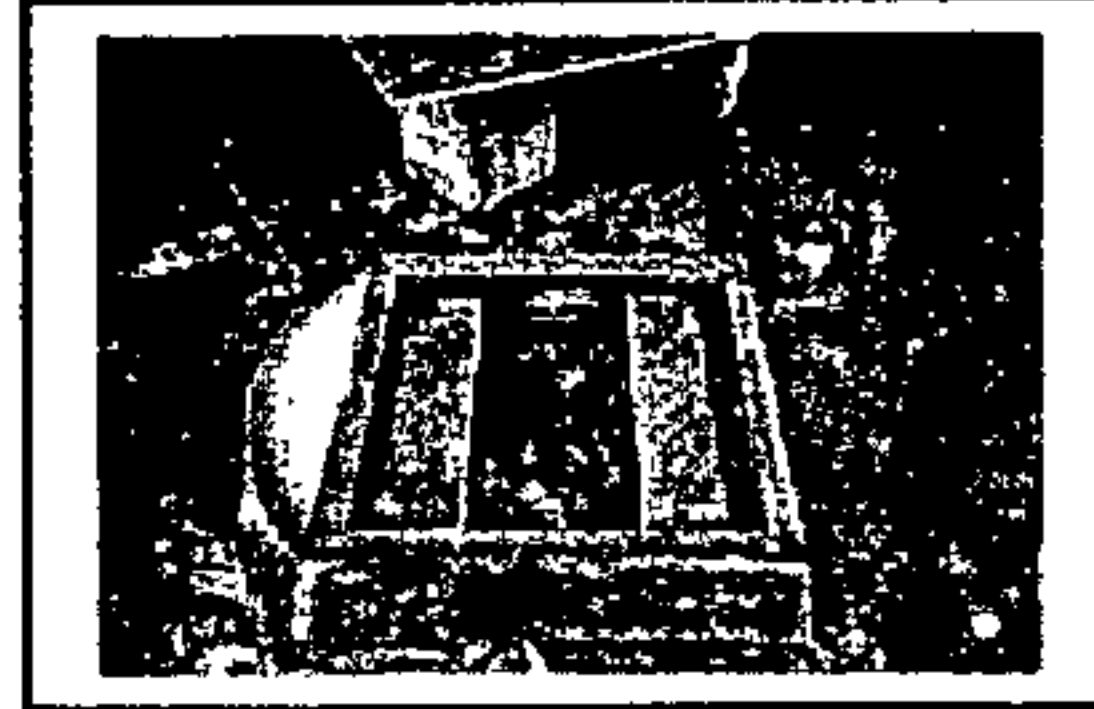
ภาคผนวก ข

ภาพแสดงขั้นตอนต่าง ๆ
ในการดำเนินงานจัดทำชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนการทำงาน ตรวจสอบ ทดลองใช้



เตรียมไม้



ทำฐานรองตู้



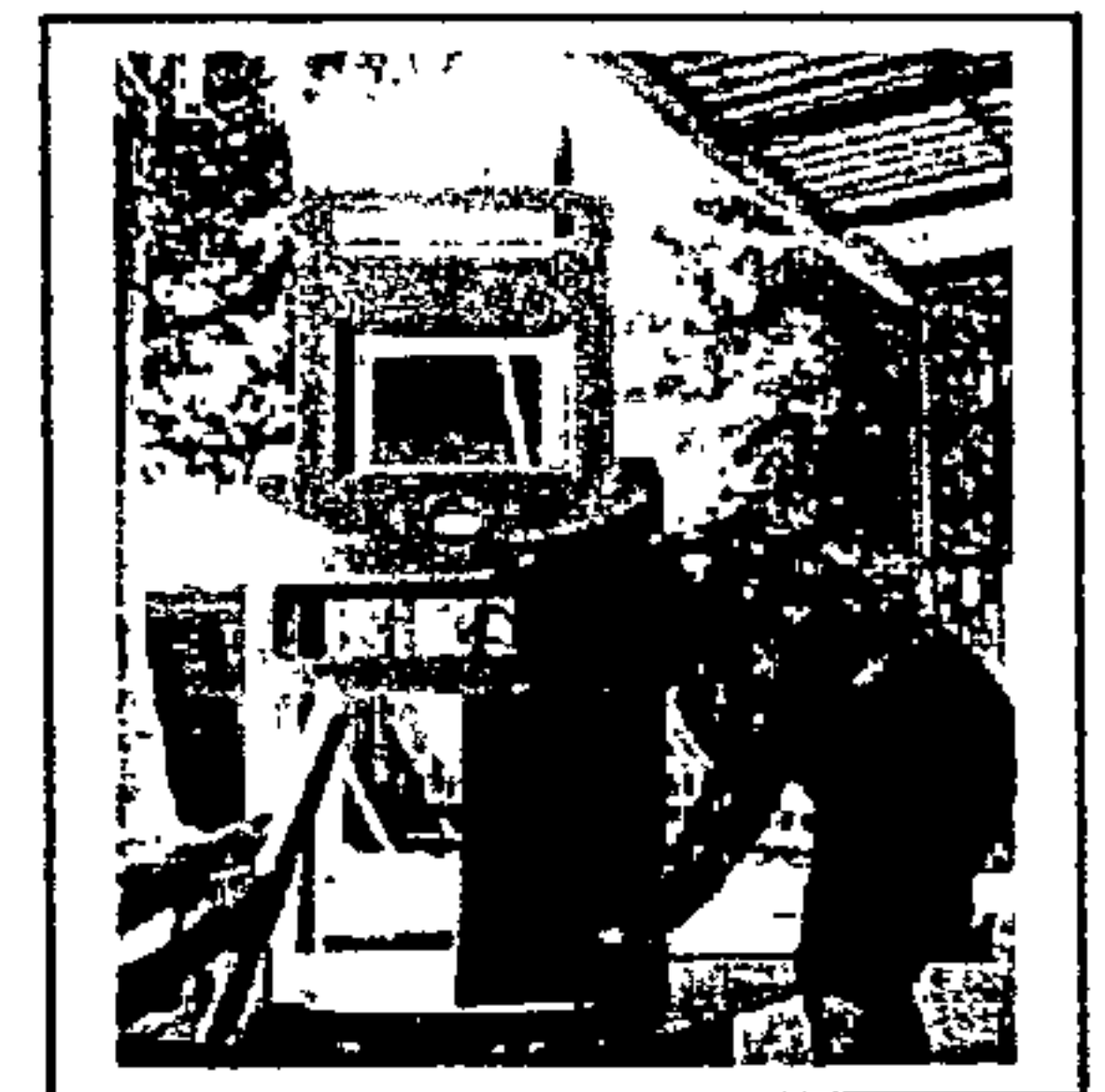
ขึ้นแบบตู้



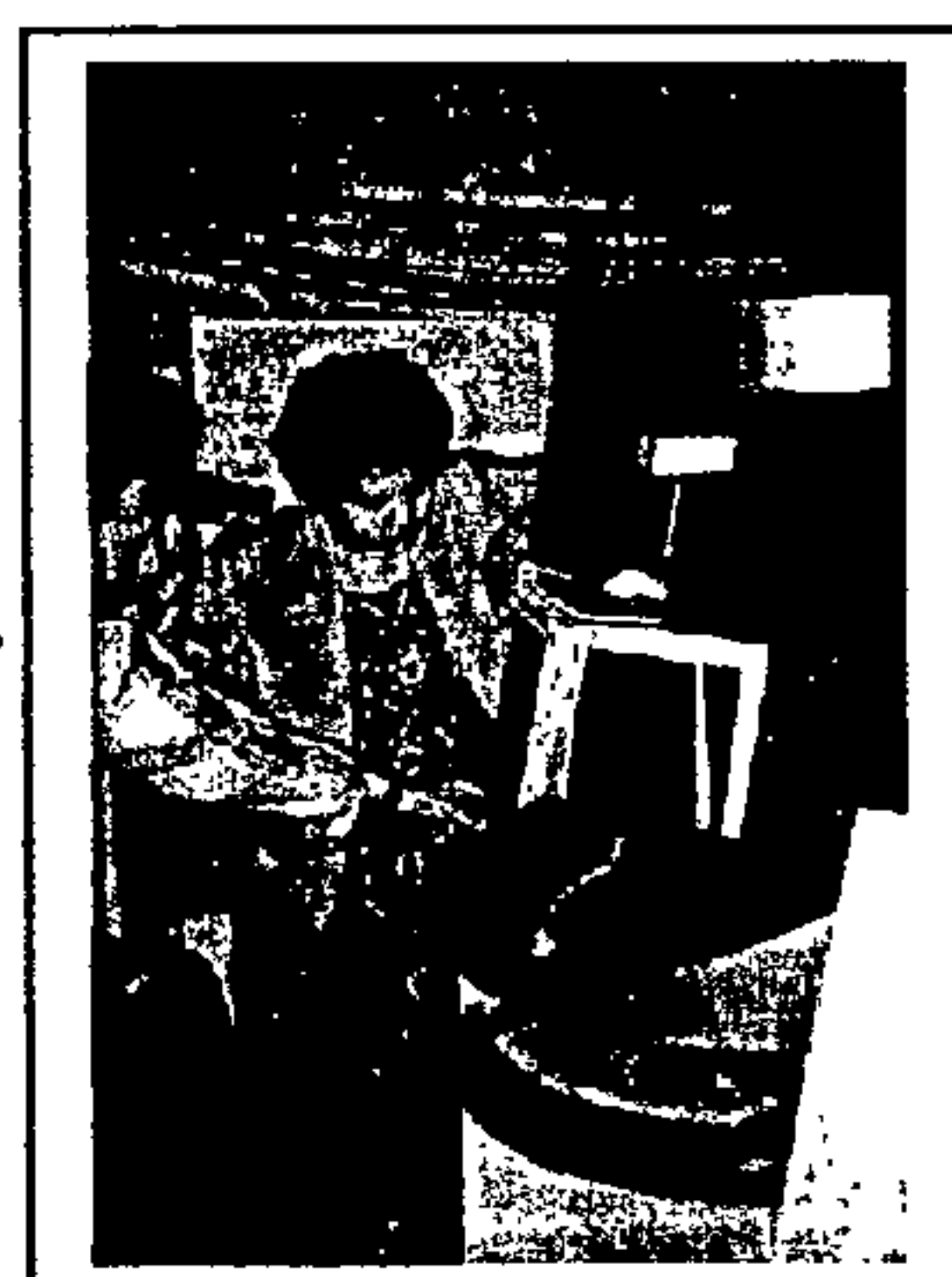
ขัดกระดาษทราย



วางความสูงของจอ



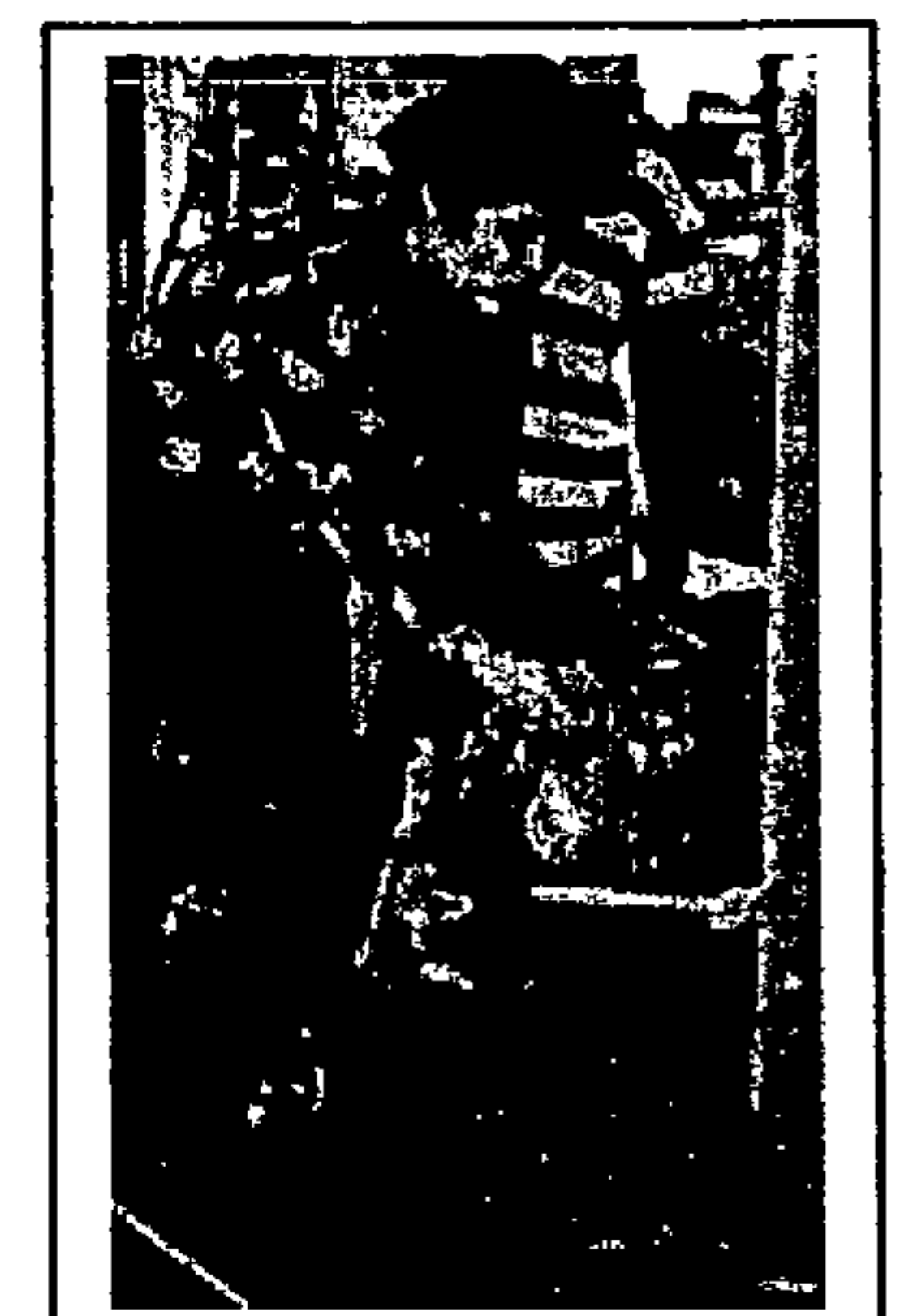
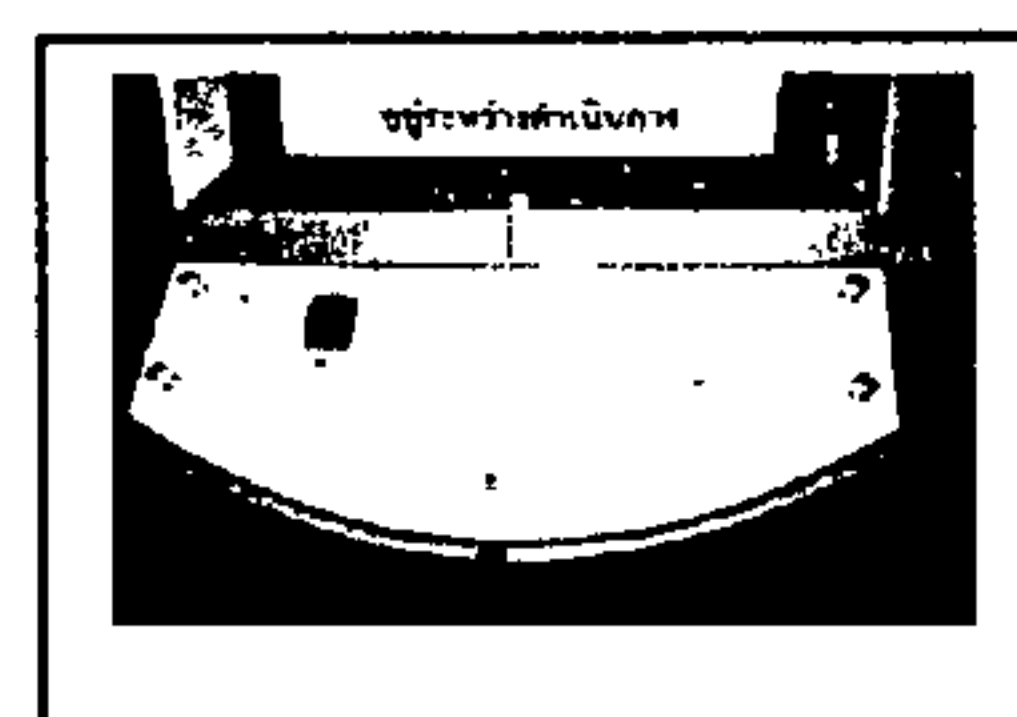
ประกอบฝาตู้



ออกแบบดูตำแหน่งตู้



วัดตำแหน่งเจาะระบายอากาศ



พ่นสีตู้

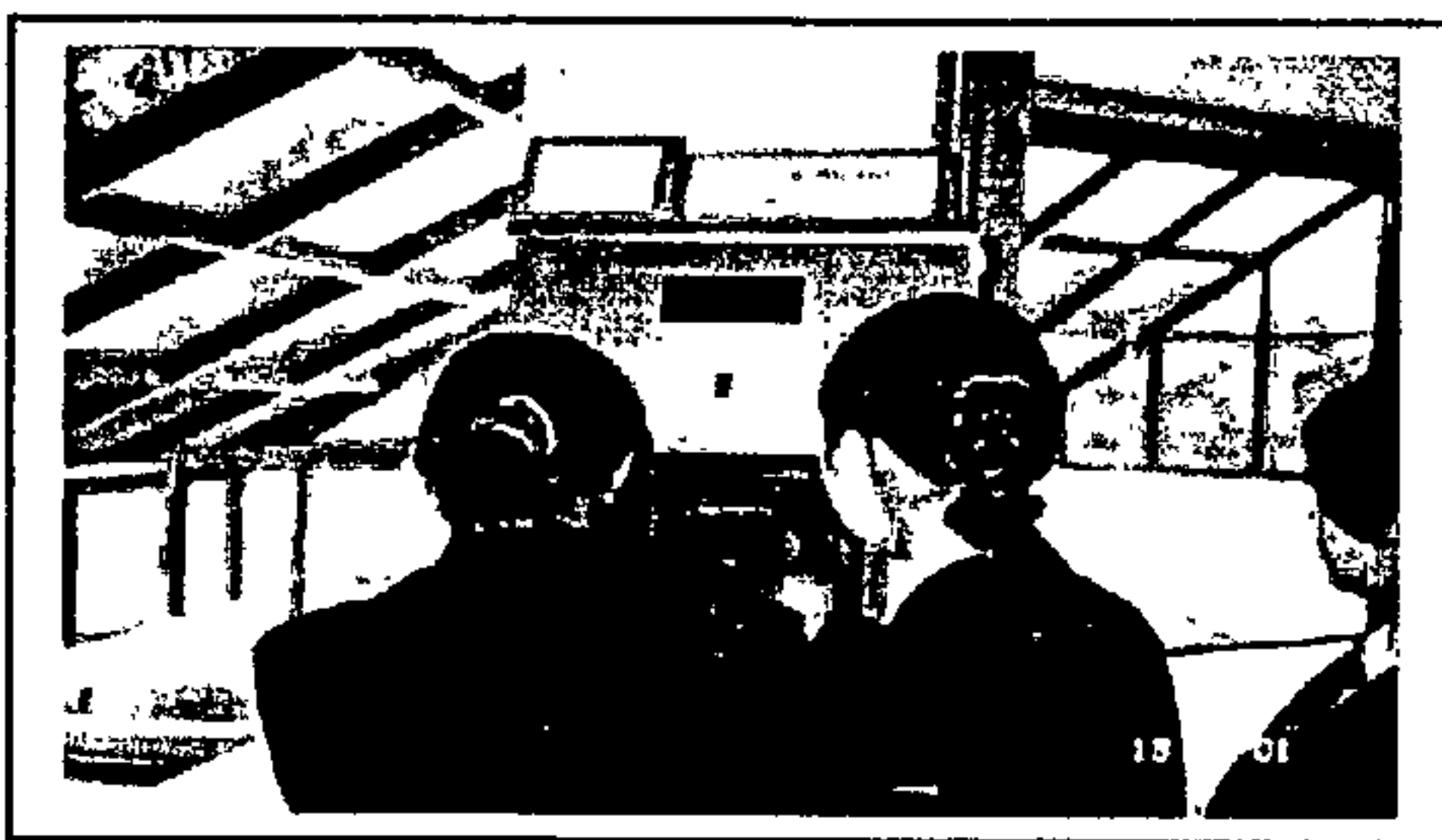


ซ่อมเปลี่ยน TrackBall ปรับปรุง Switch

ภาคผนวก ค

ภาพแสดงการใช้งานก่อนการประเมิน
ของผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างและผู้เชี่ยวชาญทดลองใช้



ภาคผนวก ง

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านไฟฟ้า
ด้านคอมพิวเตอร์ และด้านออกแบบ

แบบประเมินชุดนี้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านวิศวกรรมไฟฟ้า/ด้านการออกแบบ
เกี่ยวกับการพัฒนาชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์

คำชี้แจง แบบประเมินชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ในการประเมินคุณภาพของชุดสื่อประสม

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้เชี่ยวชาญ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับความจริง และหรือเติมคำหรือข้อความลงในช่องว่าง

1. ชื่อ.....นามสกุล.....

2. อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษา

() ปริญญาตรี

() ปริญญาโท

() ปริญญาเอก

() อื่น ๆ โปรดระบุ

4. ตำแหน่ง.....

5. สถานที่ทำงาน.....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ในการประเมินคุณภาพของชุดสื่อประสม

1. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องการประเมิน 5 ระดับ ตามความคิดเห็นของท่าน
หลังจากตรวจสอบและได้ทดลองใช้ชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์

2. ในแต่ละช่องการประเมิน กำหนดค่าระดับคะแนนไว้ดังนี้

5	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับดีมาก
4	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับดี
3	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับพอใช้
2	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับต้องปรับปรุง
1	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับใช้ไม่ได้

ที่	รายละเอียด	ระดับการประเมิน				
		5	4	3	2	1
1	ความเหมาะสมของการออกแบบ 1.1 ความสวยงาม..... 1.2 ความแข็งแรงทนทาน..... 1.3 ความเหมาะสมของวัสดุที่นำมาใช้..... 1.4 ความเหมาะสมของขนาด..... 1.5 ความเหมาะสมในการใช้งาน.....	...	...	...	...	...
2	ความทนทานในการใช้งานของวัสดุอุปกรณ์ 2.1 ชุดคอมพิวเตอร์มีดี..... 2.2 ชุดแผงไฟอักษรวิ่งแบบดิจิตอล.....	...	...	...	...	...
3	ความปลอดภัยในการใช้งาน 3.1 ระบบโครงสร้าง..... 3.2 ระบบไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์..... 3.3 ระบบระบายอากาศ.....	...	...	...	...	...
4	ความสะดวกในการปรับเปลี่ยนข้อมูล 4.1 ข้อมูลภาพ..... 4.2 ข้อมูลเสียง..... 4.3 ข้อมูลจากชุดคอมพิวเตอร์มีดี.....	...	...	...	...	...

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

แบบประเมินสื่อด้านเนื้อหา

คำชี้แจง แบบประเมินชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ในการประเมินคุณภาพของเนื้อหาที่จัดแสดง

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้เชี่ยวชาญ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับความจริง และ/หรือเติมคำหรือข้อความลงในช่องว่าง

1. ชื่อ.....นามสกุล.....

2. อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษา

() ปริญญาตรี

() ปริญญาโท

() ปริญญาเอก

() อื่น ๆ โปรดระบุ

4. ตำแหน่ง.....

5. สถานที่ทำงาน.....

.....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ในการประเมินคุณภาพของเนื้อหาที่ใช้จัดแสดง

1. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องการประเมิน 5 ระดับ ตามความคิดเห็นของท่าน หลังจากตรวจสอบและได้ทดลองใช้ชุดสื่อประสม

2. ในแต่ละช่องการประเมิน กำหนดค่าระดับคะแนนไว้ดังนี้

5	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับดีมาก
4	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับดี
3	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับพอใช้
2	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับต้องปรับปรุง
1	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับใช้ไม่ได้

ที่	รายละเอียด	ระดับการประเมิน				
		5	4	3	2	1
1	เนื้อหา มีความสอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย.....					
2	ความเหมาะสมกับระดับของผู้ใช้งาน.....					
3	ความถูกต้องชัดเจนของเนื้อหา.....					
4	ความเหมาะสมของภาพกับคำบรรยายเนื้อหา.....					
5	ความเหมาะสมของลำดับเนื้อหา.....					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก จ

แบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

แบบประเมินชุดนี้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจากการใช้ชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์

คำชี้แจง แบบประเมินชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการประเมินคุณภาพของชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 3 ความรู้ที่ได้จากการศึกษาด้วยตนเองจากชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับความจริง และ/หรือเติมคำหรือข้อความลงในช่องว่าง

1. เพศ () ชาย () หญิง

2. ระดับการศึกษา

() ปวช. () ปวส. ()ปริญญาตรี

() ปริญญาโท () อื่น ๆ โปรดระบุ

4. สถานภาพ

() นักศึกษา () เจ้าหน้าที่ () อาจารย์

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการประเมินคุณภาพของชุดสื่อประสม

1. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องการประเมิน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านหลังจากได้ทดลองใช้ชุดสื่อประสม

2. ในแต่ละช่องการประเมิน กำหนดค่าระดับคะแนนไว้ดังนี้

5	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับดีมาก
4	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับดี
3	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับพอใช้
2	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับต้องปรับปรุง
1	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับใช้ไม่ได้

ที่	รายละเอียด	ระดับการประเมิน				
		5	4	3	2	1
1	ความเหมาะสมของการออกแบบ 1.1 ความสวยงาม..... 1.2 ความแข็งแรงทนทาน..... 1.3 ความเหมาะสมของวัสดุที่นำมาใช้..... 1.4 ความเหมาะสมของขนาด..... 1.5 ความเหมาะสมในการใช้งาน.....					
2	ความเหมาะสมของสื่อที่จัดแสดง 2.1 คอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย..... 2.2 ชุดแผงไฟอักษรวิ่งแบบดิจิทัล.....					
3	ความสะดวกในการใช้งานของวัสดุอุปกรณ์ 3.1 ชุดคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียฮาร์ดแวร์..... 3.2 ชุดคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียซอฟต์แวร์.....					
4	ความปลอดภัยในการใช้งาน.....					

ตอนที่ 3 ความรู้ที่ได้จากการศึกษาด้วยตนเองจากชุดสื่อประสมเพื่อการประชาสัมพันธ์

.....

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

ภาคผนวก จ

รายนามผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือ

รายนามผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือวิจัย

1. รองศาสตราจารย์ ดร.มนต์ชัย เทียนทอง หัวหน้าภาควิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะครุศาสตร์
อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์
วุฒิการศึกษา ค.อ.ด. (วิจัยและพัฒนาหลักสูตร)
2. ดร.กุลพัฒน์ วัฒนกุล รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรม สถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ผู้เชี่ยวชาญด้านแบบ โครงสร้าง ความน่าเชื่อถือของ
งานผลิต
วุฒิการศึกษา Ph.D.(Structures & Reliability)
3. อาจารย์ประเสริฐ ประวัตรุ่งเรือง อธิการวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ผู้เชี่ยวชาญด้านไฟฟ้าและ
อิเล็กทรอนิกส์
วุฒิการศึกษา ค.อ.ม. ไฟฟ้า และกำลังศึกษาต่อระดับปริญญาเอก

ประวัติย่อผู้รับผิดชอบโครงการ

ชื่อ นางสาวนิภาพร สุนทรวิจารณ์

เกิด วันที่ 4 ธันวาคม 2509

สถานที่อยู่ปัจจุบัน 808 ซ.งามวงศ์วาน 31 ถ.งามวงศ์วาน แคราย อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000

ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน อาจารย์ แผนกคอมพิวเตอร์

สถานที่ทำงานปัจจุบัน โรงเรียนสยามบริหารธุรกิจ (เอสแบค) ซอยพหลโยธิน 52 สะพานใหม่ ดอนเมือง กรุงเทพมหานคร

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2528	มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนเซมะสิริอนุสรณ์
พ.ศ. 2540	วิทยาศาสตรบัณฑิต (วิทยาการคอมพิวเตอร์) สถาบันราชภัฏพระนคร
พ.ศ. 2544	การศึกษามหาบัณฑิต (เทคโนโลยีการศึกษา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ