

การพัฒนาวิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

สารนิพนธ์

ของ

ศรินทิพย์ วิริยะปากเพียร

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา

พฤษภาคม 2550

การพัฒนาวิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

สารนิพนธ์

ของ

ศรินทิพย์ วิริยะปากเพียร

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา

พฤษภาคม 2550

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การพัฒนาวิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

บทคัดย่อ

ของ

ศรินทิพย์ วิริยะพากเพียร

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา

พฤษภาคม 2550

ศรินทิพย์ วิริยะพากเพียร. (2550). การพัฒนาวิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจ

กรุงเทพ ชลบุรี. สารนิพนธ์ กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์:

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อลิศรา เจริญวานิช.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อพัฒนาวิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจ
กรุงเทพ ชลบุรี ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้เชี่ยวชาญจำนวน 16 คน และกลุ่มผู้ใช้ ซึ่งได้แก่นักเรียน นักศึกษา อาจารย์ และบุคลากร ในโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ที่ได้มาโดยการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 210 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย วิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี แบบประเมินคุณภาพสำหรับผู้เชี่ยวชาญ และ แบบสอบถามความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย ปรากฏว่า การพัฒนาวิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจ
กรุงเทพ ชลบุรี มีผลการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับดี และผู้มีความพึงพอใจมาก

THE DEVELOPMENT OF VIDEOTAPE TO PROMOTE
THE BANGKOK TECHNICAL OF BUSINESS ADMINISTRATION SCHOOL,CHONBURI

AN ABSTRACT
BY
SARINTHIP VIRIYAPHARPHAIN

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Master of Education Degree in Educational Technology
at Srinakharinwirot University
May 2007

Sarinthip viriyapharphain. (2007). *The Development of Videotape to Promote The Bangkok Technical of Business Administration Chonburi School*. Master Project, M.Ed. (Educational Technology). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor. Prof. Alisara charuenvanich.

This project aimed to develop video-tape to promote The Bangkok Technical of Business Administration Chonburi School reach to a provided criteria.

The sample groups for this study are 16 experts and user groups: high school students, undergraduate students, instructors and staff of The Bangkok Technical School of Business Administration, totally 210 samples. They were drawn by accidental sampling.

The instruments consisted of the video-tape to promote The Bangkok Technical of Business Administration Chonburi School , quality evaluation forms for the experts and the questionnaire for the samples. The data were analysed by mean and standard deviation.

The study results revealed that the development of video-tape to promote The Bangkok Technical of Business Administration Chonburi School as evaluated by experts was ranked in a good level and the user groups were satisfied with the program.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง การพัฒนาวิทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี
ของ ศรินทิพย์ วิริยะพากเพียร ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อลิศรา เจริญวานิช)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร. เสาวณีย์ สิกขามันต์)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อลิศรา เจริญวานิช)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชาญชัย อินทรสุนานนท์)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จิราภรณ์ บุญส่ง)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษา
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะศึกษาศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร. สมชาย ชูชาติ)

วันที่ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2550

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จโดยได้รับความกรุณาเป็นอย่างสูงในการให้คำปรึกษาและเสนอแนะตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ อย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิศรา เจริญวานิช อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ รวมทั้งผู้ช่วยศาสตราจารย์ชาญชัย อินทรสุนานนท์และผู้ช่วยศาสตราจารย์จิราภรณ์ บุญส่ง ที่กรุณาเป็นกรรมการสอบปากเปล่าและกรุณาให้คำปรึกษา ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อผิดพลาดต่างๆ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ อาจารย์กัลยา ผูกพัทธ์ และคณาจารย์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ที่กรุณาช่วยเหลือในขั้นตอนการถ่ายทำและการทดลองเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ คุณวิโรจน์ ไกรเกรียงศรี และ คุณสุรเชษฐ์ จันทระจิรกุล ที่กรุณาช่วยเหลือและให้คำแนะนำด้านสื่อเป็นอย่างดีตลอดมา

ขอขอบคุณเพื่อนๆปริญญาโทภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา ที่ช่วยกระตุ้นและให้ความช่วยเหลือ รวมถึงเพื่อนๆพี่ๆ ฝ่ายCorporate pr และกิจกรรม ที่ให้ความช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจตลอดมา

ผู้วิจัยขอให้คุณค่าและประโยชน์ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบเป็นเครื่องบูชาต่อผู้มีพระคุณในชีวิต คือคุณแม่ และคุณน้าวิไลลักษณ์ วิริยะพากเพียร ที่เป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนในทุกๆด้าน เพื่อการศึกษาวิจัยสารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จด้วยดีตามวัตถุประสงค์

ศรินทิพย์ วิริยะพากเพียร

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนาการศึกษา	7
ความหมายการวิจัยและพัฒนาทางการศึกษา	7
ลักษณะของงานวิจัยและพัฒนาทางการศึกษา	8
ขั้นตอนในการวิจัยและพัฒนาทางการศึกษา.....	9
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนาทางการศึกษา.....	10
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิธีทัศน์.....	11
ความหมายของแผนวิธีทัศน์.....	11
คุณค่าของวิธีทัศน์	12
ข้อดีของวิธีทัศน์เพื่อการศึกษา.....	13
หลักและทฤษฎีการผลิตวิธีทัศน์.....	15
วิธีทัศน์กับการประชาสัมพันธ์.....	20
แนวคิดในการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อวิธีทัศน์.....	21
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิธีทัศน์	22
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์.....	24
ความหมายของการประชาสัมพันธ์	24
จุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์	26
วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์.....	29
ประเภทของกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์	30

สารบัญ (ต่อ)

บทที่

หน้า

2 (ต่อ)

การประชุมสัมพันธโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี.....	31
---	----

3 วิธีดำเนินการวิจัย..... 33

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	33
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	35
การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ	35
การดำเนินการทดลอง	39
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	40

4 ผลการวิจัย 41

ผลการวิเคราะห์คุณภาพของวิธีทัศน์	41
--	----

5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 51

ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	51
ความสำคัญของการวิจัย	51
ขอบเขตของการวิจัย	51
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	53
ดำเนินการทดลอง และเก็บรวบรวมข้อมูล.....	53
สรุปผลการวิจัย.....	54
อภิปรายผล	54
ข้อเสนอแนะทั่วไป	55
ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัย.....	55

สารบัญ (ต่อ)

บทที่

หน้า

บรรณานุกรม 56

ภาคผนวก 60

ประวัติย่อผู้วิจัย 75

บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

1	ผลการประเมินคุณภาพของวิดิทัศน์ของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและเทคโนโลยี...	42
2	ผลการสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้กลุ่มตัวอย่างอาจารย์และบุคลากร	48
3	ผลการสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ กลุ่มตัวอย่างนักเรียน	49
4	ผลการสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ กลุ่มตัวอย่างนักศึกษา.....	50

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ทำให้มีการพัฒนาคิดค้นสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่อการดำรงชีวิตขึ้นมากมาย เทคโนโลยีได้เข้ามาเสริมปัจจัยพื้นฐานการดำรงชีวิตได้เป็นอย่างดี สามารถผลิตสินค้าและให้บริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์มากขึ้น เทคโนโลยีทำให้การติดต่อสื่อสารกันได้สะดวกเทคโนโลยีเริ่มเข้ามาช่วยในการพิมพ์ ทำให้การสื่อสารด้วยข้อความและภาษาเพิ่มขึ้นมาก เทคโนโลยีพัฒนามาจนถึงการสื่อสารกัน โดยส่งข้อความเป็นเสียงทางสายโทรศัพท์ได้ประมาณร้อยละ 70 ปีที่แล้ว และเมื่อประมาณห้าสิบปีมาแล้ว ก็มีการส่งภาพโทรทัศน์และคอมพิวเตอร์ ทำให้มีการใช้สารสนเทศในรูปแบบข่าวสารมากขึ้น ในปัจจุบันมีสถานที่วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการกระจายข่าวสาร มีการแพร่ภาพทางโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมเพื่อรายงานเหตุการณ์สด เห็นได้ชัดว่าเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทอย่างมาก

ปัจจุบันสภาพสังคมไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงไปมาก ไม่ว่าจะเป็นในด้านของ เทคโนโลยีที่กำลังก้าวเข้าสู่สังคมสารสนเทศที่เปิดโลกของการรับรู้ระบบข่าวสารที่รวดเร็วและสามารถสืบค้นข้อมูลได้ตลอดเวลา คอมพิวเตอร์ถูกพัฒนาเรื่อยมา จนมีประสิทธิภาพที่สามารถทำงานแทนมนุษย์ได้ มีการนำคอมพิวเตอร์มาช่วยในการเรียนการสอน การเก็บข้อมูลเอกสารสำคัญ การบัญชี หรือแม้กระทั่งการประชาสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน ที่มุ่งให้ประชาชนเข้าใจ ให้การสนับสนุน ร่วมมือ หรือเกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานหรือชี้แจงข้อเท็จจริงให้บุคคลภายนอกเข้าใจถูกต้องและเชื่อถือตลอดไป (อรุณ งามดี. 2521:13)

จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาช่วยในการบริหารองค์กรต่างๆ รวมไปถึงองค์กรในด้านเกี่ยวกับการศึกษา ซึ่งรวมไปถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับสถาบันการศึกษานั้นๆ เพื่อรวบรวมและเผยแพร่ในองค์กรและสถาบันศึกษา วิดีทัศน์เป็นสื่อที่ถูกนำมาใช้เพื่อเป็นสื่อกลางเนื่องจากเป็นสื่อที่ง่ายสามารถจะศึกษาหรือนำมาศึกษาทบทวนเมื่อใดก็ได้ เพราะสามารถแสดงให้เห็นทั้งภาพและเสียง โดยเข้าถึงบุคคลที่ใช้ได้อย่างรวดเร็ว การนำมาเพื่อการให้บุคคลได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิง อาศัยสื่อภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง เพื่อสร้างให้ผู้ที่ใช้งานเกิดความรู้สึกตื่นเต้น เกิดอารมณ์ให้ชวนติดตามไปกับสิ่งที่ถูกนำเสนอ ทำให้วีดิทัศน์เป็นสื่อที่ให้ผลทางด้านการรับรู้สูง ซึ่งตรงกับเดล (Dale.1956 : 134) ที่ว่าการรับรู้ของคนเราเกิดจากการเห็นร้อยละ 75 การได้ยินร้อยละ 13 การสัมผัสถูกต้องร้อยละ 6 กลิ่นร้อยละ 3 และการรับรสร้อยละ 3 จากประสาทรับรู้ทั้งห้า วิดี

ทัศน์สามารถเสนอได้ทั้งภาพและเสียง คือการเห็นและการได้ยิน ทำให้บุคคลผู้ให้เกิดการเข้าใจได้ง่าย และลึกซึ้ง สามารถจดจำเนื้อหาได้นาน นอกจากนี้วิธีทัศน์ยังรวบรวมสื่อต่างๆไว้ในลักษณะของสื่อ ประสมทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นหนังสือ วิทยู สไลด์ फिल्मสตริป รูปภาพ ภาพยนตร์ การสาธิต นิทรรศการ การศึกษานอกสถานที่ และอื่นๆเพื่อนำเสนอไปถึงผู้ชม ทำให้เกิดความน่าสนใจในบทเรียน สามารถ เรียนรู้ได้เร็วและเข้าใจบทเรียนได้ง่ายกว่าสื่อชนิดอื่นๆ (ลัดดา สุขปรีดี.2523 : 104) อีกทั้งในยุคของการพัฒนาเทคโนโลยีในปัจจุบัน อันส่งผลให้วิธีทัศน์มีการพัฒนาประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็น ในด้านของอุปกรณ์ในการผลิต เทคนิคในการติดต่อที่การพัฒนาไปอย่างมาก ตลอดจนอุปกรณ์ในการ นำเสนอต่างๆที่มีความทันสมัย ทำให้วิธีทัศน์ที่ได้มีคุณภาพทั้งภาพและเสียง มีความน่าสนใจด้วย ลูกเล่นและเทคนิคใหม่ๆ อีกทั้งวิธีทัศน์ยังสะดวกต่อการใช้งาน สามารถนำมาเรียกใช้ได้อย่างสะดวก ง่ายดาย วิธีทัศน์จึงได้รับความนิยมและเกิดความสนใจที่จะนำมาใช้เพื่องานต่างๆโดยเฉพาะด้านการ โฆษณา/ประชาสัมพันธ์ หน่วยงาน องค์กรทางการศึกษาในปัจจุบันเป็นอย่างมาก

ในด้านของการโฆษณาประชาสัมพันธ์สถาบันการศึกษา จะเห็นได้ว่ามีความสำคัญขึ้นเป็น อย่างมาก เพราะการโฆษณาประชาสัมพันธ์สถาบันการศึกษาจะทำให้บุคคลทั่วไปได้ทราบข้อมูลของ สถาบันที่ต้องการจะเข้าศึกษาที่ในปัจจุบันมีอยู่จำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลการศึกษาใน ระดับอาชีวศึกษาที่ค่อนข้างมีการแข่งขันด้านธุรกิจการศึกษาสูงขึ้นเป็นอย่างมาก โดยอาศัยการ โฆษณาประชาสัมพันธ์หลากหลายแตกต่างกันไป ซึ่งออกมาในรูปแบบของสื่อเอกสาร แผ่นพับ สติกเกอร์ ป้ายโฆษณา ใบปลิว ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อาทิ วิทยู โทรทัศน์ ผ่าน เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ตลอดจนวิธีทัศน์ประชาสัมพันธ์

สำหรับโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรีนั้น จากระยะเวลาที่ผ่านมาทางโรงเรียนจะ ใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อจัดส่งให้หน่วยงานต่างๆ ตลอดจนเผยแพร่ให้กับบุคคลต่างๆใน รูปแบบของ แผ่นป้ายโฆษณา สติกเกอร์ แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ สปอตวิทยู ซึ่งผู้วิจัยเล็งเห็นว่าควรจะมี การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อวิธีทัศน์ประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีความน่าสนใจและหลากหลาย มากยิ่งขึ้น ตลอดจนครอบคลุมและรวบรวมสื่อหลากหลายชนิด เพื่อทำให้ผู้ที่สนใจหรือบุคคลต่างๆ เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายยิ่งขึ้น

ความมุ่งหมายของการวิจัย

เพื่อพัฒนาวิธีทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพชลบุรี ให้มีประสิทธิภาพ ตามเกณฑ์ที่กำหนด

ความสำคัญของการวิจัย

1. ได้สื่อวิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด
2. เป็นแนวทางในการพัฒนาวิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับโรงเรียนอื่นๆ ต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา และผู้ใช้จำนวน 420 คน ซึ่งเป็นนักเรียนจำนวน 250 คน นักศึกษาจำนวน 150 คน อาจารย์และบุคลากร จำนวน 20 คน โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2548

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาจำนวน 8 คน กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษาจำนวน 8 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง และกลุ่มผู้ใช้ ซึ่งเป็นนักเรียน นักศึกษา อาจารย์ และบุคลากรภายในโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ที่ได้จากการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งเลือกตัวอย่างจำนวน 210 คน กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็นกลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจงที่ประเมินคุณภาพโดยแบ่งการประเมินออกเป็น 2 รอบ ซึ่งมีจำนวนผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

ผู้เชี่ยวชาญในรอบแรกประกอบด้วย

- ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา	จำนวน	3 คน
- ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา	จำนวน	3 คน

ผู้เชี่ยวชาญในรอบสองประกอบด้วย

- ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา	จำนวน	5 คน
- ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา	จำนวน	5 คน

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ใช้ ได้จากการเลือกแบบบังเอิญ ซึ่งมีจำนวนตัวอย่าง ประกอบด้วย

- นักเรียน	จำนวน	125 คน
- นักศึกษา	จำนวน	75 คน
- อาจารย์และบุคลากร	จำนวน	10 คน

3. เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัย

1. แนะนำโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

- 1.1 ประวัติของโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี
- 1.2 โครงสร้างการบริหาร
- 1.3 คณะผู้บริหาร
- 1.4 บุคลากร
- 1.5 ปรัชญาของโรงเรียน
- 1.6 วิสัยทัศน์และนโยบาย
 - 1.7 ระเบียบการแต่งกาย
 - 1.8 กลุ่มโรงเรียนในเครือเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ
2. หลักสูตรที่เปิดสอนในโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี
 - 2.1 หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.)
 - กลุ่มวิชาการบัญชี
 - กลุ่มวิชาการขาย
 - 2.2 หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.)
 - สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
3. กิจกรรมของโรงเรียนที่ดำเนินการให้นักเรียน
 - 3.1 กิจกรรมส่งเสริมการกีฬา
 - 3.2 กิจกรรมการใช้ภาษาสากล
4. การรับสมัคร นักเรียน/นักศึกษา
 - 4.1 คุณสมบัติของผู้สมัคร
 - 4.2 ขั้นตอนการสมัคร
 - 4.3 ค่าใช้จ่ายในการศึกษา
 - 4.4 เวลาเรียน
 - 4.5 สิทธิที่จะได้รับ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **แผ่นวีดิทัศน์** หมายถึง สื่อที่บรรจุอยู่ในรูปแบบแผ่นดีวีดี ซึ่งเป็นวัสดุแผ่นกลมทำด้วยพลาสติกที่บันทึกความจำด้วยแสงในระบบบอวล็อกที่สามารถบันทึกข้อมูลที่เป็นตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงดนตรีประกอบ และเสียงบรรยาย

2. **วิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์** หมายถึง สื่อที่บรรจุอยู่ในรูปแบบแผ่นวิดิทัศน์ เป็นสื่อที่ประกอบด้วย ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงดนตรีประกอบ เสียงบรรยาย ได้อย่างน่าสนใจและมีประสิทธิภาพซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูลประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี
3. **การพัฒนาวิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์** หมายถึง การออกแบบและสร้างวิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพปรับปรุงแก้ไขจนมีผลการประเมินที่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด
4. **คุณภาพของวิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์** หมายถึง คุณสมบัติลักษณะรูปแบบของวิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ซึ่งได้จากผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ของคุณภาพต้องมียผลการประเมินโดยเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 3.51
5. **ผู้เชี่ยวชาญ** หมายถึง ผู้ประเมินคุณภาพวิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งผู้เชี่ยวชาญเป็น 2 กลุ่มคือ
 - 4.1 **ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา** หมายถึง บุคคลที่มีคุณวุฒิระดับปริญญาโทขึ้นไป หรือบุคคลที่ทำงานด้านการบริหารโรงเรียน ซึ่งมีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ ในด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ไม่น้อยกว่า 5 ปี และ 3 ปี ตามลำดับ
 - 4.2 **ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา** หมายถึง บุคคลที่มีคุณวุฒิในระดับปริญญาโท หรือระดับปริญญาเอก ที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านเทคโนโลยีการศึกษา ไม่น้อยกว่า 5 ปี และ 3 ปี ตามลำดับ ซึ่งมีความรู้ความสามารถ ที่จะอธิบายวิธีการใช้เทคโนโลยีการศึกษาให้ผู้อื่นเข้าใจ สามารถวิเคราะห์หาข้อบกพร่อง และแก้ไขข้อบกพร่องที่อาจจะเกิดขึ้น ในการใช้วิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนาวิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี” ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาค้นคว้าได้แบ่งเนื้อหาของเอกสารและงานวิจัยออกเป็นหัวข้อ ดังนี้

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนาการศึกษา

- 1.1 ความหมายการวิจัยและพัฒนาทางการศึกษา
- 1.2 ลักษณะของงานวิจัยและพัฒนาทางการศึกษา
- 1.3 ขั้นตอนในการวิจัยและพัฒนาทางการศึกษา
- 1.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนาทางการศึกษา

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิดิทัศน์

- 2.1 ความหมายของแผ่นวิดิทัศน์
- 2.2 คุณค่าของวิดิทัศน์
- 2.3 ข้อดีของวิดิทัศน์เพื่อการศึกษา
- 2.4 หลักและทฤษฎีการผลิตวิดิทัศน์
- 2.5 วิดิทัศน์กับการประชาสัมพันธ์
- 2.6 แนวคิดในการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อวิดิทัศน์
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิดิทัศน์

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์

- 3.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์
- 3.2 จุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์
- 3.3 หลักการและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์
- 3.4 ประเภทของกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์
- 3.5 การประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนาการศึกษา

1. 1 ความหมายการวิจัยและพัฒนาทางการศึกษา

การวิจัยและพัฒนา(Research and Development) หรือเรียกชื่อย่อว่า R&D เป็นการประยุกต์ที่มุ่งคิดค้นอาวุธยุทธศาสตร์ใหม่ๆ เพื่อสนองความจำเป็นหรือเพื่อแก้ปัญหาเฉพาะที่สำคัญบางประการ การวิจัยและพัฒนาเริ่มในวงการทหารตั้งแต่สมัยสงครามโลกที่มีการคิดค้นพัฒนา สิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ ต่อมาขยายเข้ามาในวงการอุตสาหกรรม มีการคิดค้นพัฒนา สิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อการแข่งขันในการผลิตและค้าขาย การคิดค้นและพัฒนา ต่างก็อาศัยกลวิธีการวิจัยที่ช่วยให้การคิดค้นนั้น สะดวก มีเหตุผลและมีคุณภาพที่พิสูจน์ได้จริง ในช่วงเวลาที่ผ่านมาได้มีการนำการวิจัยและพัฒนาไปใช้อย่างกว้างขวางในวงการการศึกษาซึ่งเรียกว่า การวิจัยและพัฒนาทางการศึกษา (Educational Research and Development) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อคิดค้นแนวปฏิบัติใหม่ๆ ที่เรียกว่า นวัตกรรม (Innovation) ที่มุ่งแก้ปัญหาบางประการของการจัดการศึกษา เพื่อยกระดับคุณภาพของการจัดการศึกษาในแง่มุมต่างๆ เช่น นวัตกรรมหลักสูตร นวัตกรรมวิธีการสอน นวัตกรรมทางด้านสื่อการเรียนการสอน เป็นต้น

ขั้นตอนของ R&D จะอ้างอิงมาจาก R&D Cycle ซึ่งประกอบด้วยการศึกษาวิจัยเพื่อหาผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาแก้ปัญหา การพัฒนาผลิตภัณฑ์จะอยู่บนพื้นฐานของปัญหาที่ค้นพบ โดยมีการทดสอบภาคสนามเพื่อตรวจสอบข้อผิดพลาดของผลิตภัณฑ์ และทำการทดสอบหลายๆ ครั้ง จนกระทั่งผลการทดสอบภาคสนามชี้บ่งว่าผลิตภัณฑ์สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

บอร์ก และกอลล์ (Borg and Gall. 1979 : 782) ได้กล่าวถึงหลักการวิจัยและพัฒนาทางการศึกษาไว้ดังนี้

การวิจัยและการพัฒนาทางการศึกษา(Educational Research and Development (R&D))เป็นการพัฒนาการศึกษาโดยพื้นฐานของการวิจัย (Research Based Education Development) เป็นกลยุทธ์หรือวิธีการสำคัญที่นิยมใช้ในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง หรือพัฒนาการศึกษาโดยเน้นหลักเหตุผล และตรรกวิทยาเป็นเป้าหมายหลัก คือใช้เป็นกระบวนการในการพัฒนาและประเมินผล ผลผลิตทางการศึกษา อันหมายรวมถึง หนังสือ วัสดุ ครุภัณฑ์ทางการศึกษา และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ หรือแม้แต่วิธีการสอน การจัดโปรแกรมทางการศึกษา จุดเน้นหลักของการวิจัยและการพัฒนาในยุคปัจจุบันมักจะถูกจัดให้อยู่ระดับต้นๆ ของโปรแกรมการพัฒนาต่างๆ เสมอ ซึ่งโปรแกรมต่างๆ เหล่านี้จัดได้ว่าเป็นระบบการเรียนรู้ที่ ซับซ้อน และจะต้องจัดเตรียมทำ วัสดุอุปกรณ์ และบุคลากรเฉพาะด้านที่เหมาะสม

กระบวนการการวิจัยและพัฒนาที่นิยมใช้กันมาก คือ การใช้วิธีระบบ(Systems Approach) ดังมีขั้นตอนต่อไปนี้

1. กำหนดปัญหา
2. กำหนดเหตุผลที่ต้องการ(วัตถุประสงค์)
3. กำหนดแนวทางเลือก
4. เลือกแนวทางที่น่าจะได้ผล โดยการหาข้อจำกัด และปัจจัยที่เอื้อประโยชน์
5. ดำเนินการพัฒนา
6. ทดลองและประเมินผล
7. ปรับปรุงและนำไปใช้

1.2 ลักษณะของงานวิจัยและพัฒนาทางการศึกษา

พญทรี ศิริบรรณพิทักษ์ (2531: 21-22) ได้กล่าวถึง ความแตกต่างระหว่างการวิจัยและพัฒนาการศึกษา กับการวิจัยทางการศึกษาไว้ 2 ประการคือ

1. เป้าประสงค์ การวิจัยทางการศึกษามุ่งค้นคว้าหาความรู้ใหม่ โดยการวิจัยพื้นฐานหรือมุ่งหาคำตอบเกี่ยวกับการปฏิบัติงานโดยการวิจัยประยุกต์ แต่การวิจัยและพัฒนาทางการศึกษามุ่งพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ทางการศึกษา เช่น การวิจัยเปรียบเทียบประสิทธิภาพของวิธีสอนหรืออุปกรณ์การสอนผู้วิจัยอาจพัฒนาสื่อหรือผลิตภัณฑ์ทางการศึกษาสำหรับการสอนแต่ละแบบแต่ละผลิตภัณฑ์เหล่านี้ โดยใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยแต่ละครั้งเท่านั้น ไม่ได้พัฒนาไปสู่การใช้สำหรับโรงเรียนทั่วไป

2. การนำไปใช้ การวิจัยทางการศึกษามีช่องว่างระหว่างผลการวิจัยกับการนำไป ใช้จริงอย่างกว้างขวาง กล่าวคือ ผลการวิจัยทางการศึกษาจำนวนมากอยู่ในตู้ ไม่ได้รับการพิจารณานำไปใช้นักการศึกษาและนักวิจัยจึงหาทางลดช่องว่างดังกล่าวโดยวิธีที่เรียกว่า “การวิจัยและพัฒนา”

อย่างไรก็ตามการวิจัยและพัฒนาทางการศึกษามีใช้สิ่งที่ทดแทนการวิจัยทางการศึกษาแต่เป็นเทคนิควิธีที่จะเพิ่มศักยภาพของการวิจัยการศึกษาให้มีผลต่อการจัดการทางการศึกษาคือเป็นตัว เชื่อมเพื่อแปลงไปสู่ผลิตภัณฑ์ทางการศึกษาที่ใช้ประโยชน์ได้จริงในโรงเรียนทั่วไปพัฒนาการศึกษาจึงเป็นการใช้ผลจากการวิจัยทางการศึกษาไม่ว่าจะเป็นการวิจัยพื้นฐานหรือการวิจัยประยุกต์ให้เป็นประโยชน์มากขึ้น

1.3 ขั้นตอนการวิจัยและพัฒนาทางการศึกษา

บอร์ก และกอลล์ (Borg and Gall. 1979 : 784-785) ได้กล่าวถึงขั้นตอนสำคัญของการวิจัยและพัฒนาสื่อมี 10 ขั้นตอน คือ

1.การค้นหาและรวบรวมข้อมูล คือ การศึกษาทฤษฎีและงานวิจัย การสังเกตภาคสนาม ซึ่งเกี่ยวข้องกับการใช้ผลผลิตทางการศึกษาที่กำหนด ถ้ามีความจำเป็นผู้ทำการวิจัยและพัฒนา อาจต้องทำการศึกษาวิจัยขนาดเล็ก เพื่อหาคำตอบที่งานวิจัยและทฤษฎีที่มีอยู่ที่ไม่สามารถตอบได้ ก่อนที่จะเริ่มทำการพัฒนาต่อไป

2.การวางแผนการวิจัยและพัฒนาประกอบด้วยการกำหนดทักษะที่จะเรียนรู้ วัตถุประสงค์ กิจกรรมการเรียนการสอนการวัดและประเมินผล

3.การพัฒนาแบบขั้นต้นของผลผลิตทางการศึกษาขั้นนี้เป็นการออกแบบ และจัดทำผลผลิตทางการศึกษาตามที่วางไว้ มีการจัดเตรียมอุปกรณ์การเรียนการสอน วิธีการใช้อุปกรณ์ และกำหนดวิธีการประเมินผล

4.การทดลองใช้ผลผลิตทางการศึกษาครั้งที่ 1 โดยการนำผลผลิตทางการศึกษาที่ออกแบบและจัดเตรียมไว้ในขั้นที่ 3 ไปทดลองใช้เพื่อทดสอบคุณภาพขั้นต้นของผลผลิตทางการศึกษา ในโรงเรียนจำนวน 1-3 โรงเรียน ใช้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มเล็ก 6-12 คน ประเมินผลโดยใช้แบบสอบถาม การสังเกต และการสัมภาษณ์ แล้วรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์

5.การปรับปรุงผลผลิตทางการศึกษาครั้งที่ 1

นำข้อมูลและผลจากการทดลองใช้จากขั้นที่ 4 มาศึกษาพิจารณาเพื่อปรับปรุง

6.การทดลองผลผลิตทางการศึกษาครั้งที่ 2

ขั้นนี้นำผลผลิตทางการศึกษาที่ปรับปรุงไปทดลอง เพื่อหาคุณภาพผลผลิตทางการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ในโรงเรียนจำนวน 5-15 โรงเรียน โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 30-100 คน ประเมินผลเชิงปริมาณในลักษณะ Pre-test กับ Post-test นำผลไปเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์ของการใช้ผลผลิตทางการศึกษา ซึ่งอาจมีกลุ่มควบคุม กับกลุ่มทดลอง ถ้าจำเป็น

7.การปรับปรุงผลผลิตทางการศึกษาครั้งที่ 2

นำข้อมูลและผลจากการทดลองใช้จากขั้นที่ 6 มาพิจารณาเพื่อปรับปรุง

8.การทดลองผลผลิตทางการศึกษาครั้งที่ 3

ขั้นนี้นำผลผลิตทางการศึกษาที่ปรับปรุงไปทดลอง เพื่อหาคุณภาพผลผลิตทางการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ในโรงเรียนจำนวน 10-30 โรงเรียน โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 40-200 คน ประเมินผลโดยใช้แบบสอบถาม การสังเกต และการสัมภาษณ์ แล้วรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์

9.การปรับปรุงผลผลิตทางการศึกษาขั้นสุดท้าย

นำข้อมูลและผลจากการทดลองใช้จากขั้นที่ 8 มาพิจารณาเพื่อปรับปรุงครั้งสุดท้าย

10.การเผยแพร่และการนำไปใช้

ให้มีการเสนอรายงานเกี่ยวกับผลการวิจัยและพัฒนาผลผลิตทางการศึกษาในที่ประชุม

สัมมนาทางวิชาการหรือวิชาชีพ ส่งไปลงเผยแพร่ในวารสารทางวิชาการ และติดต่อกับหน่วยงานทางการศึกษา เพื่อจัดทำผลผลิตทางการศึกษาเผยแพร่ไปใช้ในโรงเรียนต่าง ๆ หรือติดต่อบริษัทเพื่อผลิตจำหน่ายต่อไป

จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงพอสรุปได้ว่า การวิจัยและพัฒนาเป็นรูปแบบการวิจัยที่จะทำให้การวิจัยการศึกษาทั้งการวิจัยพื้นฐานและการวิจัยประยุกต์ได้รับการนำไปใช้ในการปรับปรุง ตลอดจนพัฒนาคุณภาพการเรียนทางการศึกษาขึ้นเป็นอย่างมาก เพราะการวิจัยและพัฒนาจะเน้นการพัฒนาอุปกรณ์ วิธีการเรียนการสอนอันเป็นผลิตภัณฑ์ทางการศึกษา อันจะทำให้การจัดการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนาทางการศึกษา

การวิจัยและพัฒนาสื่อที่พบมากในปัจจุบัน จะเป็นการวิจัยและพัฒนาสื่อให้ได้ประสิทธิภาพเพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุง หรือพัฒนาการศึกษาให้ได้แนวทางการศึกษาใหม่ ๆ มีผู้ทำงานวิจัยและพัฒนาไว้หลายท่าน ดังนี้

อดุลย์ อยู่พรหม (2541 : 63-64) ได้พัฒนารายการวีดิทัศน์ชุดงานสารวัตรนักเรียนเพื่อฝึกอบรมครูฝ่ายปกครองของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ยังไม่เคยผ่านการอบรมการพัฒนาครูอาจารย์เพื่อแก้ไขและพัฒนานักเรียนที่มีความประพฤติไม่เหมาะสมกับสภาพและวัย จำนวน 93 คน ผลการวิจัยพบว่า รายการวีดิทัศน์ชุดงานสารวัตรนักเรียน มีประสิทธิภาพ 87.46/87.53 ตามเกณฑ์ 80/80 ที่กำหนดไว้

พิศิษฐ์ กาญจนพิมาย (2543 : 64-66) ได้พัฒนารายการวีดิทัศน์ช่วยเสริมสร้างทักษะในเรื่องการออกเสียง อักษรวิธี ลีลาการอ่าน และความชัดเจน กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม จำนวน 42 คน ซึ่งได้จากการสุ่มอย่างง่าย เพื่อใช้ฝึกอบรมในการสอบเป็นผู้ประกาศของกรมประชาสัมพันธ์ ผลการทดลองพบว่า รายการวีดิทัศน์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อใช้ฝึกอบรมนักศึกษา มีประสิทธิภาพเป็น 86/86 ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 80/80

ทวีช เทียนคำ (2546 : 49-52) ได้พัฒนาบทเรียนวีดิทัศน์เรียนด้วยตนเอง เรื่องการใช้สมุนไพรในงานสาธารณสุขมูลฐาน สำหรับอาสาสมัครสาธารณสุขจังหวัดนนทบุรี จำนวน 68 คน ผลการวิจัย

พบว่า บทเรียนวีดิทัศน์เรียนด้วยตนเอง เรื่อง การใช้สมมุติฐานในงานสาธารณสุขมูลฐาน มีประสิทธิภาพ เป็น 89.26/88.43 มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 85/85 ที่กำหนดไว้

ประเทือง ล้อมรีน (2546 : 45-47) ได้พัฒนารายการวีดิทัศน์ศึกษาด้วยตนเองเรื่องเทคนิค การลำดับภาพแบบลิเนียร์ เพื่อใช้เป็นสื่อการสอน และการเรียนซ่อมเสริม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี เอกนิเทศศาสตร์ ชั้นปีที่ 1 และ 2 คณะวิทยาการจัดการ ของสถาบันราชภัฏสวนสุนันทา ปีการศึกษา 2545 จำนวน 45 คน ผลการวิจัยปรากฏว่ารายการวีดิทัศน์ศึกษาด้วยตนเองมีประสิทธิภาพ 85.80/86.60 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ 85/85 ที่กำหนดไว้

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนาทางการศึกษา จะเห็นได้ว่า การวิจัยและพัฒนา สื่อมีบทบาทและความสำคัญต่อการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนเป็นอย่างมาก ทั้งยังเป็นการวิจัย และพัฒนาสื่อให้ได้ประสิทธิภาพ เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุง หรือพัฒนาการศึกษาให้ได้แนวทางการศึกษาใหม่ ๆ อย่างเป็นระบบ

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวีดิทัศน์

2.1 ความหมายของแผ่นวีดิทัศน์

มีผู้ให้ชื่อภาษาไทยของคำ “Videodisc” ไว้ว่า “แผ่นบันทึกภาพ” หรือ “แผ่นภาพ” เพราะเมื่อมีแผ่นเสียงแล้วก็มีแผ่นภาพได้ แต่ตามศัพท์บัญญัติของราชบัณฑิตยสถานเรียกว่า “แผ่นวีดิทัศน์” แผ่นวีดิทัศน์เริ่มผลิตขึ้นในปี ค.ศ.1978 มีลักษณะเป็นแผ่นกลมๆคล้ายแผ่นเสียง แผ่นทำด้วยพลาสติก เมื่อโดนแสงไฟจะแลดูเป็นสีรุ้งสวยงาม สามารถบันทึกภาพและเสียงจากฟิล์มภาพยนตร์หรือแถบวีดิทัศน์ได้โดยการบันทึกจากแหล่งผู้ผลิต แผ่นวีดิทัศน์ใช้เล่นกับอุปกรณ์เครื่องเล่นเฉพาะคือ Videodisc Player ที่มีระบบการทำงานเปรียบได้กับเครื่องเล่นแผ่นเสียง แต่ต่างกันตรงที่ใช้แสงเลเซอร์อ่านสัญญาณจากแผ่นแทนการใช้หัวเข็มจึงทำให้แผ่นวีดิทัศน์มีชื่อเรียกใหม่ว่า “Laser Disc” หรือเรียก รวมกันว่า “Laser Videodisc” แผ่นวีดิทัศน์มีการส่งสัญญาณภาพและเสียงออกทางจอโทรทัศน์ คุณภาพของภาพคมชัดและเสียงใสกว่าแถบวีดิทัศน์มาก แผ่นวีดิทัศน์แผ่นหนึ่งเล่นได้สองหน้า เหมือนแผ่นเสียงโดยแต่ละหน้าจะบันทึกภาพได้ทั้งภาพนิ่งและเคลื่อนไหว ผู้ชมสามารถเลือกความเร็วในการดูได้ โดยการกดรีโมตคอนโทรลเพื่อเลือกชมภาพแต่ละภาพ (Frame) หรือเนื้อเรื่องแต่ละตอน (Chapter) หรือจะหยุดดูภาพนิ่งเฉพาะภาพ (Still Frame) ที่ต้องการก็ได้เช่นกันโดยจะได้ภาพที่คมชัดแต่แผ่นวีดิทัศน์มีข้อจำกัดที่สำคัญอย่างหนึ่งในขณะนี้ที่แตกต่างจากวีดิทัศน์คือ ผู้ใช้ส่วนมากยังไม่สามารถบันทึก ลบ หรือตัดต่อเพิ่มเติมภาพบนแผ่นได้ด้วยตนเอง ถ้าต้องการจะบันทึกภาพที่ถ่ายทำเอง ผู้ใช้ต้องบันทึกภาพเรื่องราวลงในแถบวีดิทัศน์ก่อนเพื่อส่งไปยังโรงงานที่รับบันทึกภาพลงบนแผ่นวีดิ

ทัศน์โดยเฉพาะ ถึงแม้ว่าในปัจจุบันมีผู้ผลิตเครื่องเล่นวีดิทัศน์ที่ให้ผู้ใช้งานที่ภาพได้เองแล้วก็ตาม แต่ราคาของเครื่องยังอยู่ในระดับที่แพงมาก

กิดานันท์ มลิทอง (2540:183) ได้ให้ความหมายไว้ว่า แผ่นวีดิทัศน์ (Videodisc) เป็นวัสดุแผ่นกลมทำด้วยพลาสติกที่บันทึกความจำด้วยแสง ในระบบแอนะล็อกที่สามารถบันทึกข้อมูลที่เป็นตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงได้เป็นจำนวนมาก เป็นสิ่งที่ได้รับการขนานนามว่า “แผ่นบันทึกที่เล่นกับโทรทัศน์” (the records that play television) เนื่องจากในเวลาเล่นต้องต่อเครื่องเล่นแผ่นวีดิทัศน์เข้ากับเครื่องรับโทรทัศน์เพื่อรับข้อมูลภาพและเสียงทางจอภาพ แต่เดิมแผ่นวีดิทัศน์มีระบบการใช้งานอยู่ 2 ระบบคือ ระบบซีอีดี (Capacitance Electronic Device : CED) เป็นการเล่นด้วยหัวเข็มเหมือนเครื่องเล่นแผ่นเสียงมีการบันทึกสัญญาณภาพลงบนแผ่นที่ทำจากพลาสติกนำไฟฟ้าชนิดพิเศษ ตัวแผ่นจะมีร่องเช่นเดียวกับแผ่นเสียงและมีลักษณะขอบบางมากไม่ทนทานต่อรอยนิ้วมือหรือจะมีรอยขีดข่วนแม้แต่น้อยก็ไม่ได้ ผู้ผลิตจึงต้องนำใส่ซองสีเหลี่ยม เมื่อจะเล่นก็ใส่ซองเข้าไปในเครื่องแล้วดึงซองออกมา จากความไม่คล่องตัวและความไม่ทนทานดังกล่าวจึงทำให้บริษัทลอรีเอ ผู้ผลิตเล็กผลิตแผ่นในระบบซีอีดีแล้ว ต่อมามีการคิดค้นให้สามารถเล่นแผ่นวีดิทัศน์ด้วยแสงเลเซอร์เรียกว่าระบบแอลวี (Laser Vision : LV) ซึ่งเป็นระบบเดียวที่นิยมใช้กันจนทุกวันนี้ จึงทำให้มีผู้เรียกแผ่นวีดิทัศน์อีกชื่อหนึ่งว่า “เลเซอร์ดิสก์” (Laser Disc) หรือเรียกรวมกันว่า “เลเซอร์วีดิโอดิสก์” Laser Videodisc) ซึ่งหมายถึงแผ่นวีดิทัศน์นั่นเอง ระบบแอลวีเป็นการใช้แสงเลเซอร์อ่านสัญญาณจากแผ่นจึงทำให้ตัวแผ่นทนทานเพราะไม่มีหัวเข็มขูดขีดแผ่นเหมือนแผ่นเสียง

2.2 คุณค่าของวีดิทัศน์

วีดิทัศน์เป็นสื่อที่ให้ทั้งภาพและเสียงจึงมีเสน่ห์ดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้มาก ปัจจุบันเทคนิคการผลิตสื่อโทรทัศน์เยี่ยมยอดมาก เพราะมีการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ระบบดิจิทัลมาช่วยสร้างภาพให้ดูเหมือนจริง (virtual reality) กระทั่งเกินความเป็นจริง (sur-real) ในอดีตคำพูดที่เคยใช้เพื่อแสดงถึงศักยภาพของสื่อโทรทัศน์ก็คือ “Seeing is believing” (ถ้าได้เห็นก็จะเกิดความเชื่อ) แต่ปัจจุบันผู้รับสารจากสื่อโทรทัศน์คงต้องเตือนตัวเองอยู่เสมอว่า ศักยภาพของโทรทัศน์ได้พัฒนาไปจนเกินขีดที่จะให้เชื่อทุกอย่างตามที่เห็นในสื่อได้อีกต่อไปแล้วโทรทัศน์ได้สร้างมายาภาพลวงตาให้เราเห็นสิ่งที่สื่อสร้างขึ้นว่าเป็นของจริง ผู้รับสารจึงต้องอ่านสื่อให้ออกหรือที่เรียกว่าต้องมี media literacy การเรียนรู้และเข้าใจเทคนิคการผลิตและกระบวนการผลิตสื่อโทรทัศน์ก็คือ media literacy อย่างหนึ่งซึ่งจำเป็นที่ผู้รับสารโทรทัศน์ทุกวันนี้จะต้องมีเพื่อรู้เท่าทันสื่อ

วิรัช ภูมิรัตนกุล (2546 : 294) ได้กล่าวถึงคุณค่าของวีดิทัศน์ไว้ว่า

1. มีลักษณะคล้ายสื่อมวลชนหลายประเภทรวมกัน คือ วิทย์ หนังสือพิมพ์ และภาพยนตร์ จึงสร้างและสร้างความสนใจได้มากกว่า

2. ให้ความเข้าใจและความประทับใจได้ดีกว่า เพราะมีทั้งข่าวสารภาพยนตร์เหตุการณ์เสียงบรรยาย และสีสันที่สวยงาม

3. มีความรวดเร็วสูง และเชื่อถือได้ สามารถถ่ายทอดเหตุการณ์สดต่าง ๆ ได้ในเวลานั้น

4. ใช้เพื่อการศึกษาอบรม และชี้แจงรายละเอียดต่าง ๆ บางประการที่ยากแก่การเข้าใจ

5. สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนผู้ไม่รู้หนังสือหรือผู้อ่านไม่ออกเขียนไม่ได้ (illiteracy) แต่ก็สามารถรับชมโทรทัศน์เข้าใจได้

ฉะนั้น ปัทมะทิน (2527 : 72-75) ได้กล่าวถึงคุณค่าของวิทยุทัศน์ไว้ดังนี้

1. สามารถดูภาพและฟังเสียงได้สะดวกโดยไม่ต้องมีความมืดเหมือนภาพยนตร์

2. ขอบรายการไหนก็เล่นซ้ำได้ตามความต้องการแต่โทรทัศน์ที่ออกอากาศตามปกติไม่สามารถทำได้

3. เล่นเมื่อไรก็ได้ไม่ต้องรอเวลาเหมือนโทรทัศน์ตรานิดที่มีไฟฟ้า

4. มีอิสระในการเลือกชมรายการอื่นได้ตามต้องการเท่าที่จะหาวิทยุทัศน์ได้ ไม่ต้องทนดูรายการโฆษณาอันน่าเบื่อหน่าย หรือชมรายการที่ไม่ชอบทางโทรทัศน์

5. ช่วยบ้านที่มีไฟฟ้าใช้แต่รับภาพและเสียงทางโทรทัศน์ไม่ชัด หรือรับไม่ได้เลยให้ได้รับความบันเทิงจากวิทยุทัศน์แทนโทรทัศน์

6. บันทึกภาพและเสียงจากโทรทัศน์โดยตรงได้ตามต้องการ

7. บันทึกภาพและเสียงตรงจากภาพยนตร์ได้โดยใช้เครื่องประกอบ

8. ถ่ายบันทึกภาพและเสียงแบบถ่ายภาพยนตร์ โดยใช้กล้องโทรทัศน์บันทึกลงบนวิทยุทัศน์ได้ตามความต้องการ

2.3 ข้อดีของวิทยุทัศน์

วิภา อุดมจันทร์ (2538 : 4-5) ได้กล่าวถึงข้อดีของวิทยุทัศน์ไว้ดังนี้คือ

1. เป็นสื่อใกล้ตัว และมีอิทธิพลกว้างไกล ซึ่งเป็นคุณลักษณะร่วมกันกับสื่อวิทยุแล้ว โทรทัศน์และวิทยุทัศน์ยังเป็นสื่อที่ให้ทั้งภาพ และเสียงด้วย

2. การนำเสนอด้วยโสตทัศนูปกรณ์แบบเก่าเกือบทั้งหมด อาทิเช่น หุ่นจำลอง กราฟ ภาพถ่ายภาพยนตร์ วิทย์ ล้วนสามารถนำเสนอได้ด้วยโทรทัศน์และวิทยุทัศน์ กล่าวคือ การนำเสนอด้วยภาพ และเสียงได้พัฒนาถึงจุดสูงสุดในรูปของสื่อโทรทัศน์ และวิทยุทัศน์นั่นเอง

3. โทรทัศน์ และวีดิทัศน์เปิดได้ง่าย ไม่ต้องปิดห้องมืด เพียงการปรับปุ่มสอง หรือสามปุ่มก็สามารถเริ่มต้นการรับชม

4. โทรทัศน์ และวีดิทัศน์กระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกใกล้ชิดเสมือนหนึ่งเป็นส่วนตัว

ในบรรดาสื่อสารมวลชนทั้งหมดที่มีอยู่ สื่อที่มีความเกี่ยวข้องและผูกพันกับมนุษย์ในปัจจุบันมากที่สุด อีกทั้งยังได้รับความนิยมและความเชื่อถือจากประชาชนมากที่สุด คงจะหนีไม่พ้น สื่อวีดิทัศน์ เพราะสื่อประเภทโทรทัศน์นี้ได้เข้ามามีบทบาทและอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันมากขึ้น เนื่องจากมีข้อได้เปรียบกว่าสื่ออื่นดังต่อไปนี้

1. โทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย

โทรทัศน์เป็นสื่อที่เห็นทั้งภาพเคลื่อนไหวและเสียงไปพร้อมกัน ซึ่งภาพและเสียงนั้นมีผลต่อความสนใจและความตั้งใจของผู้ชม ผู้ชมบางคน ไม่ได้ตั้งใจจะชมรายการทางโทรทัศน์ แต่พอเปิดดูบางทีก็จะชมรายการนั้น โดยตลอดซึ่งอาจจะเนื่องมาจากความสะดวกสบาย เพราะการที่ออกไปดู ภาพยนตร์ หรือละครแต่ละครั้งจะต้องแต่งตัว นั่งรถไปโรงภาพยนตร์ หรือโรงละครและต้องเสียค่าชม ดังนั้นการดูโทรทัศน์อยู่กับบ้านจึงสะดวกสบายกว่า และไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายด้วย

ครั้งหนึ่งมีการถกเถียงกันว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่ต้องการความสนใจมาก ผู้ชมไม่สามารถไปทำกิจกรรมอื่นได้เมื่อดูโทรทัศน์ แต่ความเป็นจริงแล้ว ผู้ชมมักดูโทรทัศน์ไปและทำงานอื่น ๆ ควบคู่กัน อาทิ ถักนิตติ้ง เย็บปักถักร้อย และแม้กระทั่งรายการไม่เป็นที่น่าสนใจ ผู้ชมก็จะหันมาสนทนากัน หรือหาความเพลิดเพลินอย่างอื่น ดังนั้นรายการโทรทัศน์จึงเรียกความสนใจจากผู้ชม ในตอนแรก เพื่อผู้ชมจะได้ติดตามต่อไป

โทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนกลุ่มมากได้โดยง่าย จะเห็นจากทุกครัวเรือนจะต้องมีเครื่องรับโทรทัศน์ และสื่อโทรทัศน์ยังสามารถแก้ไข การอ่านออก เขียนไม่ได้ของประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศ คนดูโทรทัศน์ ไม่จำเป็นจะต้องอ่านออก เพียงแค่ดูและฟังก็สามารถเข้าใจได้แล้ว

2. ความใกล้ชิดในแง่ของการนำเสนอ

การที่สื่อโทรทัศน์สามารถนำภาพเคลื่อนไหวและเสียงไปนำเสนอให้กับผู้ชมถึงบ้าน สร้างความรู้สึกใกล้ชิดให้กับผู้ชมเป็นส่วนตัวครั้งแรก การดูรายการโทรทัศน์เราจะไม่รู้สึกมากเท่าไรว่าเราถูกนำไปรู้จักกับโลกภายนอกเพราะเรารู้สึกว่าโลกภายนอก ถูกนำมาหาเรามากกว่า

3. โทรทัศน์นำสื่อหลายประเภทมาใช้ร่วมกันได้ดี

โทรทัศน์สามารถนำสื่อประเภทต่าง ๆ เข้าไปใช้ร่วมกับรายการโทรทัศน์โดยอาศัยโทรทัศน์เป็นสื่อกลางเพียงอย่างเดียว เช่น สไลด์ ภาพยนตร์ รูปภาพ สามารถถ่ายเก็บหรือแทรกอยู่ในเทปโทรทัศน์ หรือแผ่นวีดิทัศน์ได้อย่างกลมกลืน

4. สร้างแรงดึงดูดในตัวบุคคล

ภาพของตัวบุคคลที่ปรากฏอยู่เป็นภาพในโทรทัศน์มีคุณลักษณะคือ มีแรงดึงดูดผู้ชมให้สนใจในตัวบุคคลนั้น ๆ ทำให้ผู้ชมเห็นความสำคัญของผู้พูดและเพิ่มน้ำหนักของข่าวสารที่ให้นั้นให้นหนักแน่นและน่าเชื่อถือขึ้น

5. ขยายให้เห็นรายละเอียดได้

โทรทัศน์สามารถขยายให้เห็นรายละเอียดของส่วนต่าง ๆ ได้ในแง่มุมต่าง ๆ ซึ่งบางครั้งการมองในลักษณะธรรมดาไม่สามารถจะเห็นได้ชัดเจนและเห็นเด่นชัดมากขึ้น

6. ความรวดเร็ว

รายการสดได้เปรียบมากที่สุดในเรื่องของความรวดเร็ว คือสามารถจะเสนอเหตุการณ์ได้ทันทีในขณะที่เหตุการณ์นั้นเกิดขึ้น ผู้ชมจะได้เห็นทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน ทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจได้อย่างฉับพลันและทำให้มีความรู้สึกร่วมอยู่ในเหตุการณ์นั้นด้วย

คุณลักษณะของสื่อโทรทัศน์ดังกล่าว ทำให้สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อประชาชนมากในปัจจุบัน ทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อถือได้ดีกว่าสื่ออื่น

2.4 หลักและทฤษฎีการผลิตวิทัศน์

ประเภทรายการวิทยุโทรทัศน์ จำแนกตามเนื้อหาของวิทยุโทรทัศน์ แบ่งเป็น 5 ประเภท

1. รายการข่าวสาร เป็นรายการที่เสนอเหตุการณ์อย่างตรงไปตรงมาตามที่เกิดขึ้นจริง เพื่อให้ผู้ชมได้ทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ ทั้งที่เป็นข่าวสดที่เพิ่งเกิดขึ้น หรือข่าวแห้งที่เคยเสนอไปแล้วแต่นำเสนอเพิ่มเติม เพื่อให้ทราบถึงความเป็นไปทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม กีฬา และบันเทิง

2. รายการความรู้และการศึกษา เป็นรายการที่มุ่งให้ผู้ชมได้รับความรู้เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น รายการการศึกษาของมหาวิทยาลัยรามคำแหง (Educational television) รายการทำอาหาร เป็นต้น

3. รายการโน้มน้าวและจูงใจ เป็นรายการที่มุ่งเปลี่ยนทัศนคติและค่านิยมของผู้ชมให้เห็นด้วยให้คล้อยตาม ให้รู้สึกชอบ ไม่ชอบ ในประเด็นใดประเด็นหนึ่ง มักอยู่ในรูปวิจารณ์ข่าว วิเคราะห์ข่าวที่จัดเป็นบทความ หรือการอภิปราย ให้เห็นข้อดีของเรื่องหนึ่ง และข้อเสียของอีกเรื่องหนึ่ง

4. รายการบันเทิง เป็นรายการที่มุ่งให้เกิดความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ลดความเครียด อาจเป็นรายการบันเทิงที่มีความรู้ อีกทั้งสอดแทรกความเพลิดเพลินให้กับผู้ชม ได้แก่ รายการเพลง รายการเกมส์โชว์ รายการละคร รายการสาระละคร และรายการนิตยสาร

5. รายการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นรายการที่มีจุดมุ่งหมาย ที่จะให้ผู้ชมคล้อยตามไปกับคุณภาพและความดีของสินค้าและบริการที่โฆษณาและมีความเข้าใจถูกต้องเกี่ยวกับหน่วยงานที่กำลังประชาสัมพันธ์ รายการโฆษณามุ่งจะโน้มน้าวใจให้ผู้ชมชอบสื่อที่โฆษณา รายการประชาสัมพันธ์จะมุ่งสร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นระหว่างผู้ชมและเจ้าของ

การผลิตวีดิทัศน์ถือเป็นสิ่งสำคัญยิ่งเพราะจะต้องมีการเตรียมการในขั้นตอนต่างๆให้สมบูรณ์ก่อนที่จะมีการผลิตวีดิทัศน์ เพราะจะทำให้วีดิทัศน์ที่ผลิตออกมา มีประสิทธิภาพตรงตามวัตถุประสงค์ของการผลิต พินิต วัฒนโธ (2520 : 90) ขั้นตอนการผลิตบทเรียนวีดิทัศน์ตามหลักสูตรนั้น จะต้องมีการร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างฝ่ายผลิตหรือฝ่ายเทคนิค กับหลักสูตรหรือฝ่ายวิชาการ

รูปแบบรายการมีหลากหลายมากจนแทบจะกล่าวได้ว่าไม่มีขีดจำกัด ถ้าจะกล่าวเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับสถานที่ถ่ายทำแล้วอาจจำแนกได้เป็น 3 ชนิดคือ

1. รายการในสตูดิโอ
2. รายการถ่ายทำนอกสถานที่
3. รายงานสดจากนอกสถานที่แล้วเปลี่ยนเข้าสู่สตูดิโอสลับกันไปมา

แต่ถ้าคำนึงถึงปัจจัยด้านความยาวและจำนวนคนที่ปรากฏในรายการ ก็อาจจำแนกได้อีกแบบหนึ่งคือ

1. รายการพูดคนเดียว (straight talk program)
2. รายการสัมภาษณ์และสนทนา (interview and forum program)
3. รายการสารคดี (documentaries)
4. รายการข่าว (news)
5. ละคร (drama)

การผลิตวีดิทัศน์ จะต้องมีการกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตกระบวนการตั้งแต่การตั้งเป้าประสงค์ การคัดเลือกเนื้อหาโดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดรูปแบบ และวิธีการนำเสนอ ตลอดจนการดูแลความสัมพันธ์ด้านเนื้อหาของรายการแต่ละรายการที่จะผลิต ซึ่งทั้งหมดนี้เรียกว่าการวางแผน

ขั้นตอนการผลิตรายการวีดิทัศน์มีดังนี้ คือ

1. การวางแผนการผลิต

การวางแผนจะเริ่มต้นด้วยการประชุมทีมงานผลิต เรียกว่า Production Staff Meeting ซึ่งโดยทั่วไปจะประกอบด้วย ผู้ผลิต (Producer) ผู้กำกับ (Director) คนเขียนสคริป (Script writer) คนออกแบบฉาก และกราฟฟิค (Set & Graphic designer) นักแสดง (Performer) ผู้เล่นดนตรี (Musician) คนเชิดหุ่น (Doll manipulator) และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยมีการดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1.1 การจัดเนื้อหา คือ กระบวนการในการเรียบเรียงเนื้อหาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เป้าหมาย โครงเรื่อง และรูปแบบการนำเสนอ ตามที่ได้กำหนดไว้แล้ว ในขั้นวางแผน

1.2 จัดทำโครงร่าง ที่ร่างขึ้นก่อนที่เขียนบทสคริป

1.3 จัดทำสคริป และเมื่อถึงเวลาถ่ายทำจริง จะต้องมียกสคริปอีกชุดหนึ่ง เรียกว่า shooting script ซึ่งบรรจุรายละเอียดทุกอย่างที่จำเป็นในขั้นของการถ่ายทำลงไว้ทั้งหมด

1.4 เตรียมการถ่ายทำ โดยจะต้องคำนึงถึงเวลาถ่ายทำและสถานที่ถ่ายทำ ตลอดจนวิธีบันทึกเสียง

1.5 เตรียมอุปกรณ์ อุปกรณ์พื้นฐาน ได้แก่ กล้อง (camera) ขาตั้งกล้อง (tripod) จอภาพ (monitor) ไมโครโฟน (microphone) แบตเตอรี่ (battery) หูฟัง (earphone) เทปสำหรับบันทึกภาพ (videotape) อุปกรณ์เกี่ยวกับแสง (lighting device) แผ่นสะท้อนแสง (reflecting board) เป็นต้น

1.6 เตรียมคณะทำงาน ได้แก่ ผู้กำกับ ช่างกล้อง ช่างบันทึกเทป

2. การถ่ายทำ

ในการผลิตวิดีโอทัศน์นั้น ควรจะได้ทำการผลิตอย่างมีระบบเริ่มจากขั้นตอนการผลิตรายการวิดีโอทัศน์จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างฝ่ายผลิตหรือฝ่ายเทคนิคกับฝ่ายวิชาการและต้องปฏิบัติตามขั้นตอนจึงจะประสบความสำเร็จดังที่มุ่งไว้ ดังที่ ไพโรจน์ ตีรณธนากุล, นิพนธ์ ศุภศรีและ ขจีรัตน์ ปิยะกุล (2528 : 76-78) ธวัชชัย สันคติประภา (2528 : 13-19) ได้เสนอขั้นตอนการผลิตรายการวิดีโอทัศน์ไว้ 13 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวางแผน (Planning) เป็นขั้นที่ผู้ผลิตรายการจะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ในการผลิตรายการ เช่น เนื้อหา เวลา ค่าใช้จ่าย ผู้ร่วมงานและสิ่งต่อไปนี้เป็นด้วยคือ

1.1 กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการผลิตให้ชัดเจน

1.2 กำหนดหัวเรื่องให้กระชับรัดกุม

1.3 กำหนดบุคคลเป้าหมายว่าเป็นใครบ้าง

1.4 มีการประชุมร่วมกันของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อความเข้าใจร่วมกันในวัตถุประสงค์และเป้าหมายของรายการเทปวิดีโอทัศน์ครั้งนี้ นอกจากนั้นเจ้าหน้าที่ทุกคนจะต้องทราบถึงหน้าที่รับผิดชอบของตนอย่างชัดเจน

1.5 กำหนดตารางการดำเนินงานว่าในแต่ละขั้นตอนจะใช้เวลาเท่าใด เช่น ใช้เวลาในการผลิตรายการนี้กี่วัน เริ่มต้นและสิ้นสุดเมื่อใด รายการนี้จะให้นำเสนอเมื่อใด

2. รวบรวมเอกสารและรายงานการวิจัย (Collection of Materials and Research) ในขั้นนี้เป็นขั้นที่ผู้ผลิตรายการรวบรวมตำรา เอกสารรายงานการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและอาจเป็นภาพยนตร์สไลด์ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา เพื่อนำมาประกอบในการผลิตเทปวิดีโอทัศน์ชุดดังกล่าวได้

3. คัดเลือกเอกสารชุดต่าง ๆ (Selection of Material) ตำราเอกสาร รายงานการวิจัยต่าง ๆ ตลอดจนภาพยนตร์และสไลด์ที่รวบรวมมาจากขั้นที่แล้วนั้นในขั้นนี้จะป็นขั้นนำเอกสารต่าง ๆ ดังกล่าว

มาคัดเลือกเอาเฉพาะที่เกี่ยวข้องและจำเป็นจะต้องใช้ในการเขียนบทส่วนที่ไม่เกี่ยวข้องก็แยกต่างหากแต่อย่างไรก็ไม่ควรทิ้งไปหรือส่งคืนควรเก็บไว้ก่อนหากมีความจำเป็นต้องใช้ จะได้สามารถหยิบใช้ได้ทันที

4. เขียนบทรายการวิดิทัศน์ (Scenario Writing) บท (Scenario) หรือที่เรียกสั้น ๆ ว่า Script นั้นหมายถึง เอกสารที่เขียนขึ้นเพื่อใช้ในการถ่ายทำเทปวิดิทัศน์ซึ่งประกอบด้วยถ้อยคำ ลักษณะและบทบาทของภาพและเสียงโดยทั้งสามส่วนนี้จะแสดงความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเอกสารต่างๆ ตลอดจนภาพยนตร์หรือสไลด์ที่ได้รับการคัดเลือกมาแล้วนี้ผู้เขียนจะนำสิ่งเหล่านี้มากำหนดเป็นภาพและเสียงเป็นเรื่องราวตามที่ได้กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์

ถาวร สายสืบ (2549 : 86) ได้กล่าวไว้ว่า ในการเขียนบทวิดิทัศน์ว่า เป็นการนำเอาเนื้อหาเรื่องราวที่มีอยู่หรือจินตนาการขึ้นมา เพื่อการนำเสนอให้ผู้ดูผู้ชมได้รับรู้อย่างพอใจ ประทับใจ ผู้เขียนบทวิดิทัศน์ (Script Writer) จึงจำเป็นต้องมีความรอบรู้ในศาสตร์และศิลป์ในด้านต่างๆ มีความเข้าใจในธรรมชาติการรับรู้ของมนุษย์ ความศรัทธา สิ่งละอันพันละน้อยที่จะไปทำให้กระทบกระทั่ง หรือกระทำในสิ่งที่ผิดไปจากที่สังคมยอมรับ บทวิดิทัศน์ควรจะมีการใช้ภาษาที่สละสลวย ชวนอ่าน ชวนฟัง มีการเกริ่นนำ การดำเนินเรื่องและบทสรุปที่กระชับสอดคล้องกัน รู้จักสอดแทรกมุขตลก เกร็ดความรู้ หรือเทคนิคแปลกๆ มีลีลาที่น่าสนใจ เพื่อเป็นสีสันของเรื่องราว การเขียนบทวิดิทัศน์จะมีทั้งการร่างบทวิดิทัศน์และการเขียนบทวิดิทัศน์ฉบับสมบูรณ์

ร่างบทวิดิทัศน์เป็นการวางโครงเรื่อง (Plot) ของรายการแต่ละรายการ ปกติจะแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ การเกริ่นนำ (Introduction) เนื้อเรื่องหรือตัวเรื่อง (Body) และการสรุปหรือการส่งท้าย (Conclusion)

การเขียนร่างบทจะเป็นการนำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจ นำเอาแก่นของเรื่อง (Theme) หรือความคิดรวบยอด (Concept) ของเรื่องมาคลี่คลายมาขยายให้เห็นอย่างเป็นขั้นตอน มีการสอดแทรกอารมณ์ มีการหักมุม สร้างความฉงน นำเรื่องราวไปสู่จุดสุดยอด (Climax) ให้ได้ดีที่สุด ร่างบทวิดิทัศน์เขียนเป็นความเรียง ที่มีภาษาสละสลวย ทันสมัย สอดแทรกสาระ เกร็ดความรู้ และสร้างความประทับใจ อาลัยอาวรณ์ในที่สุด

บทวิดิทัศน์ฉบับสมบูรณ์ (full Script) หรือเรียกเป็นบทสำหรับถ่ายทำ (Shooting Script) เป็นการนำเอาร่างบทมาขยายอย่างละเอียด ในลักษณะของการถ่ายทำ ซึ่งจะมีลักษณะของภาพขนาดของภาพ กำหนดกล้องและการแสดงของผู้แสดง หรือเหตุการณ์อย่างสมจริง คณะทำงานหรือผู้ผลิตรายการจะยึดการปฏิบัติงานตามบทวิดิทัศน์นี้ แต่ในการถ่ายทำบทวิดิทัศน์อาจจะมีการปรับเปลี่ยนบทบ้างตามความเหมาะสม

5. การเตรียมการเพื่อบันทึกรายการวิดิทัศน์ (Preparation for Recording) ในขั้นนี้เป็น

ขั้นที่เราต้องเตรียมเพื่อการบันทึกภาพตามตารางที่ได้กำหนดไว้วัสดุและอุปกรณ์ที่จะใช้มีอะไรบ้างใครเป็นผู้รับผิดชอบบ้างและจะถ่ายทำที่ไหนจะทำห้องสตูดิโอ (Studio) หรือนอกสถานที่ หากมีการถ่ายทำนอกสถานที่ก็ควรจะมีผู้ไปดูสถานที่ที่จะถ่ายทำและนัดแนะกับผู้ที่เกี่ยวข้องในการแสดงประกอบฉากหรือมีหน้าที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน วัสดุอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการผลิตรายการวิทยุทัศน์ซึ่งจะตระเตรียมได้แก่

- 5.1 กล้องวิทยุทัศน์ (Video Camera)
- 5.2 เครื่องบันทึกวิทยุทัศน์ (Video Recorder)
- 5.3 แผ่นวิทยุทัศน์ (Video Tape)
- 5.4 เครื่องบันทึกเสียง (Tape Recorder)
- 5.5 เทปเสียง (Audio Tape)
- 5.6 อุปกรณ์แสงไฟ (Lighting Equipment)
- 5.7 จอโทรทัศน์ (T.V. Monitor)
- 5.8 ไมโครโฟน (Microphone)
- 5.9 ขาตั้งกล้อง (Tripod)
- 5.10 สายและที่ต่อต่าง ๆ (Cables and Connectors)

6. การเตรียมการเกี่ยวกับศิลปกรรม (Art work) ในการผลิตรายการวิทยุทัศน์นั้นจำเป็นต้องมีงานเกี่ยวกับศิลปกรรม เช่น ชื่อเรื่อง ชื่อผู้ร่วมผลิตรายการ ภาพวาด วัสดุกราฟฟิก แผนภูมิ แผนภาพ แผนสถิติ ตลอดจนสิ่งประกอบฉากต่าง ๆ

7. การเตรียมอุปกรณ์รวมทั้งวัสดุสำหรับการสาธิต (Equipment and Material for Demonstration) ในกรณีที่มีการสาธิตหรือมีการใช้วัสดุอุปกรณ์แสดงในเนื้อหานั้นผู้ผลิตควรคำนึงว่ามีวัสดุอุปกรณ์อะไรบ้างที่ต้องใช้ประกอบการสาธิตจะหาวัสดุอุปกรณ์เหล่านั้นได้มาจากที่ไหนบ้างควรเตรียมวัสดุอุปกรณ์เหล่านั้น ให้เรียบร้อยก่อนที่จะดำเนินการถ่ายทำ

8. การบันทึกภาพ (Video Recording) เมื่อทำทุกสิ่งทุกอย่างเรียบร้อยแล้ว ก็ถึงเวลาที่ต้องบันทึกภาพต่าง ๆ ตามเนื้อหาในบทวิทยุทัศน์

9. การตัดต่อ (Editing) หลังจากบันทึกภาพได้ตามต้องการแล้วให้นำภาพต่างๆ มาตัดต่อเป็นเรื่องราวตามที่ได้เขียน Script ไว้โดยใช้เครื่องตัดต่อภาพ (Editing machine)

10. การบันทึกเสียง (Sound Recording) ในขั้นนี้เป็นขั้นที่เสียงต่างๆ จะถูกบันทึกเข้าไปในแผ่นวิทยุทัศน์ตามบทนั้น เช่น เสียงคำบรรยาย ดนตรีประกอบ และเสียงอื่น ๆ

11. การทดลองฉาย (Preview) เมื่อแผ่นวีดิทัศน์ ได้ถูกตัดต่อและบันทึกเสียงต่างๆ ตามบทที่กำหนดไว้แล้วเราก็นำแผ่นวีดิทัศน์ดังกล่าวมาเสนอรายการ โดยให้ผู้ร่วมรายการฝ่ายต่างๆ ได้ชมพร้อมกันทั้งนี้เพื่อเป็นการตรวจสอบและวิจารณ์อีกครั้งหนึ่งเพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง

12. การนำไปใช้ (Utilization of Program) เมื่อแผ่นวีดิทัศน์ดังกล่าวได้เสนอให้บุคคลที่เกี่ยวข้องตลอดจนกลุ่มตัวอย่างของบุคคลเป้าหมายชมและแก้ไขเรียบร้อยแล้วเราก็นำเอาแผ่นวีดิทัศน์ดังกล่าวไปเสนอกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งอาจจะเป็นการเสนอในห้องเรียนหรือห้องอบรม

13. การประเมินผล (Evaluation) เมื่อฉายแผ่นวีดิทัศน์ดังกล่าวแล้วก็ควรมีการประเมินเพื่อทำให้ทราบว่ากลุ่มเป้าหมายมีความเข้าใจในเนื้อหาหรือไม่อย่างไร นอกจากนั้น กลุ่มเป้าหมายมีความคิดอย่างไรเกี่ยวกับการถ่ายทำ การแสดง การสาธิต (ถ้ามี) การดำเนินเนื้อหา การติดต่อศิลปกรรม ดนตรี และเสียงประกอบซึ่งผลจากการประเมินนี้ผู้ผลิตก็สามารถนำไปใช้ปรับปรุงรายการวีดิทัศน์และอาจใช้เป็นแนวทางในการผลิตวีดิทัศน์ในเรื่องอื่นๆ ต่อไป

2.5 วีดิทัศน์กับการประชาสัมพันธ์

วีดิทัศน์ได้มีบทบาทสำคัญต่อชีวิตและความเป็นอยู่ของคนเราในปัจจุบันเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในประเทศไทยในช่วง 10 ปีหลังนี้ วีดิทัศน์ได้กลายเป็นสื่อมวลชนที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้ดีที่สุด ที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะได้นำมาใช้ เพราะปัจจุบันโทรทัศน์ได้เข้าไปถึงตามบ้านต่าง ๆ และเป็นที่ยอมรับของคนทุกชั้น โทรทัศน์สามารถให้ทั้งภาพและเสียง ตลอดจนการเคลื่อนไหว เช่นเดียวกับภาพยนตร์ จึงสามารถสร้างความประทับใจให้แก่มวลชนได้เป็นอย่างดี ราคาของโทรทัศน์ก็ไม่แพงจนเกินไป ฉะนั้นในระยะหลัง ๆ นี้การประชาสัมพันธ์จึงอาศัยโทรทัศน์เป็นสื่อมาก เพราะสามารถเข้าถึงประชาชนได้มากขึ้นเป็นลำดับ แม้แต่ผู้ที่อ่านหนังสือไม่ออก ก็ยังสามารถดูโทรทัศน์รู้เรื่อง การเห็นภาพที่เคลื่อนไหวได้และการได้ยินเสียงอธิบายประกอบทำให้ผู้ดูได้ใช้ทั้งประสาทตาและประสาทหูไปพร้อม ๆ กัน จึงเกิดประโยชน์ต่อการศึกษามาก

ถาวร สายสืบ (2549 : 85) ได้กล่าวว่า การนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร เพื่อให้ผู้คนได้รับรู้เข้าใจในเนื้อหาเรื่องราวของบุคคล คณะทำงาน หน่วยงาน องค์การหรือสถาบันใด ๆ ก็ตาม ต่างมุ่งหวังให้ผู้คนได้รับรู้ เข้าใจตามเจตนารมณ์ที่วางไว้ การประชาสัมพันธ์ เป็นการนำเสนอสิ่งต่างๆ ตั้งแต่รูปแบบของการนำเสนอ ระยะเวลา โอกาส นอกจากจะเสนอเรื่องราวเป็นข้อมูลข่าวสารแล้วยังคาดหวังถึง ความเข้าใจอันดีของปวงประชาหรือมวลชนที่เป็นผู้รับข่าวสารนั้นๆ ด้วย สื่อสำหรับการประชาสัมพันธ์ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากการบอกเล่าด้วยคำพูด หรือสื่อสารในลักษณะของเสียงตามสายคลื่นเสียงจากวิทยุกระจายเสียง หรือในลักษณะของสิ่งพิมพ์ มาจนกระทั่งการใช้สื่อโทรทัศน์และภาพยนตร์ ซึ่งเป็นการใช้กระบวนการทางสื่อสารมวลชนครบถ้วนในแต่ละประเภทของสื่อ ย่อมมีประสิทธิผลและประสิทธิภาพ

แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสภาพการใช้งาน ความเหมาะสมของเนื้อหาเรื่องราว และจุดมุ่งหมายของงานที่ผู้นำเสนอต้องการ สื่อที่ได้รวบรวมเอาคุณสมบัติเด่นของสื่อแต่ละอย่างมาไว้ด้วยกัน ทั้งการนำเสนอเนื้อหาเรื่องราว ความมีสีสัน ความกระชับของเนื้อหา มีภาพเคลื่อนไหว มีเสียงประกอบที่สร้างบรรยากาศให้ดูตื่นตาตื่นใจในรูปลักษณะของสื่อประสม (Multimedia) จัดทำได้สะดวกราคาเยา สามารถแต่งเติมสีสันให้เป็นภาพลักษณ์ที่ดีได้มากมาย สื่อที่นิยมใช้ในงานประชาสัมพันธ์มากกว่าสื่ออื่นใดในปัจจุบันนี้คือ สื่อวีดิทัศน์

กรรณิการ์ อิศวรเดชา (2544 : 131) ได้กล่าวว่า ทุกหน่วยงานมีความจำเป็นต้องใช้วีดิทัศน์แนะนำบริษัท คนส่วนใหญ่มีแนวโน้มในการยอมรับสื่อวีดิทัศน์ว่าเป็นสื่อหนึ่งที่มีความสำคัญในการสื่อสาร มีการผลิตวีดิทัศน์เป็นจำนวนมาก หลายองค์กรมักจะเลือกวีดิทัศน์เป็นสื่อสำคัญในการนำเสนอในงานในโอกาสต่าง ๆ ในขณะเดียวกันค่าใช้จ่ายในการผลิตก็มีราคาสูงด้วยเช่นกัน สื่อวีดิทัศน์ไม่เหมาะสำหรับการสื่อสารที่ต้องการให้รายละเอียดมาก ซึ่งหวังจะให้ผู้ฟังสามารถจดจำได้ วีดิทัศน์เหมาะสำหรับใช้เป็น สื่อประชาสัมพันธ์ภายนอก เช่น การขาย นิทรรศการ งาน Road Show การประชุม และประกอบนิทรรศการแนะนำบริษัท ซึ่งวีดิทัศน์จะช่วยให้ผู้ถือหุ้น ลูกค้า พนักงานมีความเข้าใจและเชื่อมั่นในตัวองค์กรมากขึ้น รวมทั้งสามารถอธิบายปัญหาหรือประเด็นสนใจต่าง ๆ และสามารถเข้าไปมีบทบาทในการตัดสินใจ ทศนคติ และพฤติกรรมของประชาชน วีดิทัศน์อาจใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ช่วยในการสื่อสารกับพนักงานขององค์กร โดยนำเสนอให้เห็นเป็นรูปธรรมและน่าสนใจ ซึ่งในหลายองค์กรผู้บริหารสามารถสื่อสารกับพนักงานได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ การบริหารองค์กร ในเรื่องการรวมองค์กรสามารถใช้วีดิทัศน์เป็นสื่อช่วยสร้างความเข้าใจให้กับพนักงานได้เป็นอย่างดีทั้งในเรื่องเป้าหมาย ทิศทาง ผลที่จะได้รับการเปลี่ยนแปลง จากการปรับโครงสร้างองค์กรใหม่ อีกทั้งวีดิทัศน์เป็นสื่อที่มีความเหมาะสมในการสาธิตและแนะนำได้ดีที่สุดอีกด้วย

วิรัช ลภีรัตนกุล (2546 : 293-294) ได้กล่าวว่า โทรทัศน์ เป็นเครื่องมือสื่อสารมวลชนที่มีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์ โทรทัศน์มีคุณลักษณะที่เด่นและได้เปรียบสื่อมวลชนอื่น ๆ อีกหลายประเภทตรงที่ โทรทัศน์สามารถนำเอาทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงมาแพร่สู่ประชาชน นับเป็นจำนวนแสน จำนวนล้าน โดยที่ประชาชนพักผ่อน นั่งนอน รับประทานอาหารในบ้านเรือนของตนเองอย่างสะดวกสบาย คุณลักษณะเด่นข้อนี้ทำให้โทรทัศน์มีสภาพคล้ายเป็นการรวมเอาสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ทั้ง 3 ประเภทมา รวมกันเข้าไว้ในสิ่งเดียวกัน คือ ทั้งภาพยนตร์ วิทยุกระจายเสียง และหนังสือพิมพ์สามารถให้ทั้งข่าวสาร ความรู้ และสาระบันเทิงด้วยภาพ แสง เสียง และสีที่สดใสสวยงามถึงภายในบ้าน ฉะนั้น จึงไม่น่าแปลกใจเลยว่า เหตุใดโทรทัศน์จึงได้รับความนิยมและสนใจอย่างกว้างขวางแพร่หลายจากมหาชนทั่วโลก ยิ่งในปัจจุบันเป็นยุคของโทรทัศน์สีด้วยแล้ว โทรทัศน์ก็ยังเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจได้เพิ่มมากขึ้นอีกเป็นทวีคูณ ประชาชนสามารถรับชมรายการต่าง ๆ ได้ใกล้เคียง

ตามสภาพความเป็นจริงของธรรมชาติเพิ่มมากยิ่งขึ้น เช่น สารคดีท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ ผู้ชมจะตื่นตาตื่นใจไปกับสีสันตามธรรมชาติที่สวยงามของทิวทัศน์และสถานที่ต่าง ๆ ให้ความเพลิดเพลินและสมจริง รวมทั้งความเข้าใจและความประทับใจได้มากกว่าสื่อมวลชนบางประเภทหลายเท่าตัว ตรงกันข้ามกับในอดีตที่ต้องนั่งดูแต่ภาพขาวดำจากจอโทรทัศน์ที่จืดชืด น่าเบื่อ และก็มีติดกับในอดีตสมัยไกลโพ้นยุคคุณตาคุณยายยังหนุ่มและสาวอยู่ซึ่งต้องนั่งฟังแต่วิทยุเพียงอย่างเดียว แล้วใช้จินตนาการนึกคิดเอาเอง

2.6 แนวคิดในการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อวีดิทัศน์

ถาวร สายสืบ.(2549 : 85) ได้กล่าวไว้ว่า สื่อวีดิทัศน์เป็นสื่อที่มีความพร้อมในลักษณะของ มัลติมีเดีย (Multimedia) ซึ่งได้รวบรวมเอาความโดดเด่นของรูปแบบ และแนวทางการนำเสนอที่สมบูรณ์ครบถ้วนไว้ทั้งภาพเคลื่อนไหว เสียงประกอบ คอมพิวเตอร์กราฟิก และเทคนิคพิเศษอีกมากมาย หน่วยงานหรือองค์กรใดจะผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ นอกจากจะเข้าใจถึงคุณสมบัติที่น่าสนใจดังกล่าวแล้ว ควรพิจารณาถึงประเด็นเรื่องราวต่างๆเช่น

1. จะผลิตสื่อวีดิทัศน์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายใด การผลิตวีดิทัศน์ควรเลือกให้เหมาะกับกลุ่มผู้ชม ผู้ชม เพราะเนื้อหาเรื่องราวจะมีความเข้มข้นหรือละเอียดลึกซึ้งแตกต่างกัน
2. การผลิตสื่อวีดิทัศน์ต้องการแสดงถึงเนื้อหาสาระมากน้อยแค่ไหน ประเด็นของเรื่องราวหรือแก่นแท้ (Theme) จะแสดงถึงอะไรบ้าง
3. การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์นี้คาดหวังผลอะไรบ้าง ถ้าหากรู้ถึงวัตถุประสงค์หรือความคาดหวังถึงผลที่ได้จากสื่อที่ผลิต จะช่วยให้เนื้อหาเรื่องราวในวีดิทัศน์ตรงประเด็นได้มากขึ้น
4. ในกระบวนการผลิตวีดิทัศน์ ได้มีการประสานงานกับบุคลากรระดับสูง ผู้บังคับบัญชาหรือผู้เกี่ยวข้องมากน้อยเพียงใด เพื่อความเข้าใจในเรื่องราว เพื่อความถูกต้องและการประสานสัมพันธ์ที่ดีในการทำงาน
5. ผู้ผลิตควรเข้าใจถึงประเด็นในการทำวีดิทัศน์ ถึงความเหมาะสมของเรื่องราวความโดดเด่นหรือความน่าจะเป็นของการเลือกสิ่งที่น่าสนใจ ทั้งบุคลากร สถานที่ กิจกรรมหรือเหตุการณ์ ตลอดจนข้อมูลต่างๆพยายามหามุมมองที่มีคุณค่า เลือกสิ่งที่น่าสนใจออกมานำเสนอซึ่งบางครั้งอาจมีการเสริมแต่งบ้างก็ต้องต้องเลือก ต้องพยายามเพื่อให้ได้สื่อวีดิทัศน์ที่น่าสนใจ
6. คณะทำงานควรเปิดใจกว้าง ในการวิพากษ์และตรวจทานผลงาน เพื่อจะได้ปรับปรุงและสรรค์สร้างงานให้มีประสิทธิภาพ

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวีดิทัศน์

นพรัตน์ บุญกาญจน์วนิช (2536 : 38-39) ได้เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์และความคงทนทางการเรียนโดยการเรียนจากบทเรียนเทปโทรทัศน์กับการสอนแบบสาธิต เรื่องการผสมเทียมสุกร พบว่า

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความคงทนทางการเรียนระหว่างการเรียนด้วยเทปโทรทัศน์กับการสอนแบบ
สาธิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

มานัส เกิดแย้ม (2539 : 71-72) ได้พัฒนารายการวิทยุทัศน์การศึกษาด้วยตนเองวิชาซีพี เรื่อง
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบคอมพิวเตอร์ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น สำหรับโรงเรียนขยายโอกาสทาง
การศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ เขตการศึกษา 1 พบว่าผลการ
เรียนรู้ของนักเรียนกลุ่มทดลองที่ได้ศึกษาจากรายการวิทยุทัศน์สูงกว่ากลุ่มควบคุมมีความแตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.01

กรวีร์ เมฆหมอก (2542 : 60) ได้ศึกษาผลการเรียนและเจตคติต่อวิชาพระพุทธศาสนาจากการ
เรียนด้วยบทเรียนวิทยุทัศน์แบบโปรแกรม ผลการวิจัยพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนที่เรียน
จากบทเรียนวิทยุทัศน์แบบโปรแกรมและนักเรียนที่เรียนจากการสอนปกติในรายวิชาพระพุทธศาสนา เรื่อง
ความหมายและความสำคัญของพระพุทธศาสนาไม่แตกต่างกันแต่เรื่องหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา
ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่เรียนจากบทเรียนวิทยุทัศน์แบบโปรแกรมสูงกว่านักเรียนที่เรียนจากการสอน
ปกติอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.01 และเจตคติต่อวิชาพุทธศาสนาของนักเรียนที่เรียนจาก วิทยุทัศน์แบบ
โปรแกรมสูงกว่านักเรียนที่เรียนจากการสอนปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ.01

พุทธินันต์ โสมสุข (2547 : บทคัดย่อ) ได้พัฒนาและหาประสิทธิภาพรายการเทปวิทยุทัศน์ วิชา
การผลิตรายการโทรทัศน์ เรื่องหลักการผสมสัญญาณภาพและเสียง เมื่อนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง
เพื่อหาแนวโน้มของประสิทธิภาพรายการเทปวิทยุทัศน์ พบว่า มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานของ
Meguigans และเมื่อนำข้อมูลของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมาวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบ พบว่า ผู้เรียนมี
ผลสัมฤทธิ์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

แสนฤทธิ์ ชื่นกตัญญู (2545 : 70) ได้วิจัยเพื่อหาประสิทธิภาพของบทเรียนวิทยุทัศน์ด้วยตนเอง
เรื่อง เทคนิคการถ่ายทำโทรทัศน์ สำหรับงานข่าว ผลการศึกษา พบว่า บทเรียนวิทยุทัศน์ด้วยตนเอง เรื่อง
เทคนิคการถ่ายทำโทรทัศน์สำหรับงานข่าว มีประสิทธิภาพ 94.98/94.36 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด

พีชเชอร์ (Fisher.1977 : 216) ได้ศึกษาผลสัมฤทธิ์ของการใช้เทปโทรทัศน์ในการสอนทักษะการ
ว่ายน้ำและการเรียนรู้จังหวะการเคลื่อนไหว โดยการศึกษาวิจัยนักเรียนชายและหญิง อายุประมาณ 10-
13 ปีจำนวน 60 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ผลการวิจัยพบว่าผู้เรียนทั้ง 2 กลุ่มมีพัฒนาการเรียนรู้ที่ดีขึ้นมีการ
เรียนรู้ทักษะที่สอนและมีทักษะในการว่ายน้ำไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อาบรัม (Abrams.1986 : 3326-A) ได้ทำการศึกษาของอินเตอร์แอคทีฟวิดีโอ ที่มีการสอนทักษะ
การถ่ายภาพเบื้องต้น การศึกษาครั้งนี้เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของอินเตอร์แอคทีฟวิดีโอ ในกระบวนการ
เรียนการสอน เปรียบเทียบกับวิดีโอสอนทักษะการถ่ายภาพเบื้องต้นในสถานการณ์เรียนแบบรายบุคคล

ในระดับวิทยาลัย ผลการทดลองปรากฏว่ากลุ่มที่เรียนด้วยอินเตอร์แอคทีฟวิดีโอ มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่ากลุ่มที่เรียนจากวิดีโอธรรมดาทั้งก่อนเรียนและหลังเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.001

ฮิลเลียร์ด (Hilliard :1978) พบว่า โทรทัศน์มีอิทธิพลต่อสังคมเป็นอย่างมากเป็นสถานที่ให้การศึกษาแก่สังคม เป็นแหล่งเผยแพร่ความรู้ช่วยในการขยายตัวทางวัฒนธรรม และเป็นโรงเรียนที่ไม่มีขีดจำกัดเป็นอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพในการเรียนการสอนในโรงเรียนทั้งทางด้านธุรกิจและอุตสาหกรรม โทรทัศน์ยังมีส่วนในการประชาสัมพันธ์ ก่อให้เกิดการขยายตัวในการซื้อขาย

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์

3.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

คำว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลายมากในปัจจุบัน ทั้งตามหน่วยงาน สถาบันต่างๆ ทั้งในหมู่สาธารณชนทั่วไป ที่เป็นเช่นนี้ น่าจะเป็นเพราะงานประชาสัมพันธ์กำลังได้รับความสนใจและยอมรับจากประชาชนทั่วไปในฐานะที่การประชาสัมพันธ์เป็นงานเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างหน่วยงานสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

Lawrence W.Nolte. (1973 : 3) การประชาสัมพันธ์ หรือ การดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้น ส่วนหนึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการชักจูงประจักษ์ (Target publics) เกิดมีความรู้ ความเข้าใจ และความรูสึกนึกคิดที่ดีต่อหน่วยงาน องค์การ สถาบัน การประชาสัมพันธ์ จึงมิใช่เป็นเพียงแค่งานการเผยแพร่ (Publicity)

H.Gordon Lewis,How to Handle Your Own Public Relations. (1976 : 9) งานประชาสัมพันธ์เป็นงานในเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน เป็นงานส่งเสริมความเข้าใจอันดีและสร้างสัมพันธภาพกลมเกลียวราบรื่นระหว่างหน่วยงาน องค์การ สถาบัน กับกลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้อง

James Derriman, Public Relations in Business Management. (1964 : 13) การประชาสัมพันธ์ที่ดีเป็นการสร้างความนิยม (goodwill) แก่กลุ่มประชาชนต่างๆที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์การสถาบัน ด้วยวิธีการบอกกล่าว (to inform) ชี้แจงให้ประชาชนได้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ และสิ่งซึ่งองค์การ สถาบันได้กระทำลงไป นักประชาสัมพันธ์หรือผู้ที่ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ทุกคนต่างก็รู้ซึ่งและตระหนักดีถึงความสัมพันธ์ดังกล่าว นั่นคือ ทุกสิ่งทุกอย่างที่องค์การสถาบันดำเนินการตัดสินใจกระทำไปนั้นย่อมมีผลกระทบต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชนเสมอ

ถาวร สายสืบ (2549 : 91) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นกระบวนการที่มุ่งสื่อสาร สร้างสัมพันธ์ที่ดีกับชาวประชา ซึ่งก็คือ ประชาชนหรือ

มวลชนนั่นเอง จะด้วยรูปแบบ วิธีการ ตามหลักการหรือสอดคล้องกับทฤษฎีใดๆ เป้าหมายก็อยู่ตรงที่ ต้องการสร้างความเข้าใจอันดีให้กับองค์กร หน่วยงานหรือสถาบันนั้นๆนั่นเอง

วิรัช ลิขวิทย์กุล (2546 : 4) ได้ให้ความหมายของคำว่า “การประชาสัมพันธ์” หากวิเคราะห์ดูตามรูปศัพท์แล้ว เป็นคำที่เราแปลมาจากภาษาอังกฤษว่า “Public Relations” ซึ่งเราแปลออกมาได้อย่างค่อนข้างไเพราะว่าการประชาสัมพันธ์ โดยแปลคำว่า “Public” เป็นภาษาไทยว่า “ประชา” หมายถึง หมู่คน และแปลคำว่า “Relations” เป็นภาษาไทยว่า “สัมพันธ์” หมายความว่า การผูกพัน(วิรัช ลิขวิทย์กุล. 2546 : 4)

อลิศรา เจริญวานิช (2544 :1) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การดำเนินการของสถาบันที่มีการวางแผน มีการกระทำที่ต่อเนื่อง และการประพฤติปฏิบัติอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน ทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจและสนับสนุนซึ่งกันและกันระหว่างสถาบันและกลุ่มประชาชน

พจนานุกรม World Book Dictionary ได้ให้อธิบายถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ

1. กิจกรรมของหน่วยงาน องค์กรสถาบัน หรือบุคคลที่ปฏิบัติเพื่อชนะใจประชาชนทั่วไป รวมทั้งส่งเสริมให้ประชาชนได้เข้าใจถึงนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยการแพร่กระจายข่าวสารทางเครื่องมือสื่อสารต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นต้น
2. ทศนคติของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน องค์กร สถาบัน
3. การดำเนินธุรกิจและอาชีพทางด้านนี้

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 14) ได้ให้ความหมายว่า การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการในการกำหนดสาธารณะมติ (Public Relation as a means of influencing public opinion) งานประชาสัมพันธ์จะเกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของชุมชนซึ่งนักประชาสัมพันธ์จะต้องมีจุดมุ่งหมายสำคัญในใจ 2 ประการคือ

1. รักษาความคิดเชิงบวก เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีของพนักงานและชุมชนต่อองค์กร กล่าวคือถ้าองค์กรต้องการให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จนอกจากองค์กรจะต้องอาศัยพนักงานซึ่งมีความรู้สึที่ดีต่อองค์กรแล้ว ในขณะเดียวกันจะต้องทำให้ชุมชนพอใจด้วย

2. แก้ไขความคิดเห็นที่ไม่เป็นมิตร ประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่คือ จัดการให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ทำให้องค์กรเปลี่ยนแปลงและพัฒนาได้สะดวก นักประชาสัมพันธ์จะทำการสื่อสารกับบุคคลทั่วไปทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อขจัดความรู้สึกที่ไม่เป็นมิตรให้หมดไป พัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีและทำให้เป้าหมายองค์กรสอดคล้องและกลมกลืนกับความคาดหวังของสังคม นอกจากนี้ยังทำหน้าที่

พัฒนาบริหารงานและประเมินแผนงานขององค์กร ซึ่งจะส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนและความเข้าใจระหว่างส่วนสำคัญขององค์กรและสาธารณชน

จากความหมายที่กล่าวมา จึงพอสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การกระทำสร้างทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน องค์กร สถาบัน ให้เป็นไปในทางที่ดีหรือได้รับความนิยม ทำเกิดความร่วมมือ สนับสนุนตามมา เพราะเมื่อประชาชนได้ให้การยอมรับแล้วก็จะยอมก่อให้เกิดความร่วมมือสนับสนุนด้วยดี

3.2 จุดมุ่งหมายหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์

จุดมุ่งหมายและหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ (เสรี วงษ์มณฑา. 2542 : 21-22) มีดังนี้

1. การให้ข้อมูลข่าวสารของ ประชาสัมพันธ์ จะเป็นการเพิ่มคุณค่า (Added value) ให้ผลิตภัณฑ์ จึงต้องเสนอในรูปแบบของข่าว บทความ การให้สัมภาษณ์ การจัดนิทรรศการ การสัมมนา การทำสารคดี (Documentary) เผยแพร่ให้คนทราบ การทำเทปคาสเซ็ทให้คนฟัง การทำเป็นรายละเอียดของบริษัท(Company profile) ในรูปแบบของแผ่นพับ สิ่งเหล่านี้เป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของบริษัท

2. การสร้างภาพลักษณ์ (Image building) เป็นการสร้างความรักความชื่นชมในตัวสินค้าและบริษัทรวมถึงความเข้าใจที่ดีต่อกัน เมื่อประชาสัมพันธ์ไปแล้วเกิดความเข้าใจ (Understanding) เพราะมีความเชื่ออย่างหนึ่งว่า เมื่อใดที่ชอบแล้ว จะพร้อมให้การสนับสนุน

3. การให้ความรู้ (Education) ในปัจจุบันมีสินค้าและบริการใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมายที่ผู้บริโภคอาจยังไม่ยอมรับ หรือเป็นสิ่งที่ใหม่เกินไปที่จะยอมรับได้ ในอดีตคนไทยไม่ยอมอยู่คอนโดมิเนียม ในกรณีนี้จะใช้โฆษณาเป็นเรื่องยาก จึงต้องใช้การประชาสัมพันธ์แทน เพื่อให้ความรู้แก่คนไทยว่าการอยู่คอนโดมิเนียมแบบให้เช่าเป็นอย่างไร คอนโดมิเนียมแบบให้เช่า หมายความว่าเมื่อครบ 30 ปีหมดสิทธิ์ในการเช่าอยู่อาศัยซึ่งกรณีนี้ผู้บริโภคยอมรับไม่ได้เพราะถ้า 30 ปี ลูกหลานก็ไม่ได้อยู่ต่อ จึงต้องให้ความรู้เช่นกัน มีสินค้าใหม่ๆ หลายชนิดซึ่งคนยังไม่มีความรู้จึงต้องให้การศึกษา หรือให้ความรู้กับผู้บริโภค ถ้าผู้บริโภคไม่เกิดการเรียนรู้ก็จะไม่ยอมรับสินค้านั้น

4. การสร้างความน่าเชื่อถือ (Credibility building) บางครั้งการโฆษณาอย่างเดียวก็ไม่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้ เพราะโฆษณาอาจมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีในสายตาผู้บริโภค สิ่งที่น่าอัศจรรย์มากที่สุดก็คือ การประชาสัมพันธ์สามารถทำให้คนรักสินค้าได้มากจนเกิดความต้องการในสินค้าพอใจในสินค้าและทำให้คนซื้อสินค้าได้ แต่การโฆษณาไม่สามารถทำให้คนรักบริษัทโฆษณาได้ คนก็ยังโจมตีบริษัทโฆษณาว่าไม่เป็นจริงตามที่โฆษณา ดังนั้นหลายครั้งที่คนเรายังต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในตัวสินค้าได้ดีกว่าการโฆษณา หมายความว่า ข่าวสาร

เดียวกันที่อยู่ในรูปแบบของการโฆษณา เมื่ออยู่ในรูปแบบของข่าว การสัมภาษณ์ หรือบทความ สามารถทำให้คนอื่นเชื่อถือข่าวสารนั้นได้ดีกว่า

3.3 หลักการและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีหลักใหญ่ๆ สำคัญๆ อยู่ 3 ประการด้วยกัน(วิรัช ลภีรัตนกุล. 2546 : 145- 148)คือ

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ
2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด
3. การสำรวจประชามติ

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ

การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบนี้ คือ การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์การสถาบันให้ประชาชนและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบและรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว ซึ่งนับว่าเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจในตัวขององค์การสถาบัน ทำให้สถาบันเป็นที่รู้จัก และเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดีต่อองค์การสถาบัน ซึ่งเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อสถาบัน ในด้านการได้รับความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน เพราะเมื่อเข้าใจโดยถ่องแท้แล้ว ประชาชนย่อมเลื่อมใส ศรัทธา และให้ความร่วมมือด้วย

2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด

การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดนี้ทางด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน (Preventive Public Relations) ซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะป้องกันไว้ก่อนย่อมดีกว่าที่จะต้องมาแก้ไขในภายหลัง เป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน บังเกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้

การแก้ไขความเข้าใจผิด อันได้แก่

1. การแก้ไขความเข้าใจผิดทางตรง คือ การออกคำแถลง ถ้อยแถลง แถลงการณ์ หรือประกาศแจ้งแก้ความเข้าใจผิดนั้นไปยังกลุ่มประชาชน เพื่อให้ประชาชนทราบและเข้าใจอย่างถูกต้องตรงตามความเป็นจริง
2. การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อม คือความเข้าใจผิดบางประการที่ไม่สมควรใช้วิธีการแก้ไขทางตรง เพราะอาจจะทำให้เกิดผลเสียมากกว่าผลดี การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อมนี้ จึงมิใช่การออกประกาศชี้แจง หรือแถลงการณ์เหมือนวิธีแรก แต่เป็นการกระทำให้ประชาชนได้ประจักษ์แก่ตนเอง เพื่อลบล้างความเข้าใจผิดหรือข่าวอวกุศลดังกล่าวเสีย

3. การสำรวจประชามติ

หลักที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์อีกประการหนึ่งก็คือ จะต้องมีการสำรวจวิจัยประชามติ เพราะองค์กรสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องรู้ซึ่งถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน หรือที่เรียกว่าประชามติ (Public Opinion) จะต้องทราบว่าประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบสิ่งไหน ตลอดจนท่าทีต่างๆ ที่ประชาชนมีต่อองค์การสถาบันของเรา ซึ่งจะทราบได้จากการสำรวจวิจัยประชามติ เพื่อองค์การสถาบันจะสามารถตอบสนองสิ่งต่างๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน

การสำรวจวิจัยประชาชนจึงเป็นสิ่งจำเป็นคู่กับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หากหน่วยงานใดทำการประชาสัมพันธ์โดยปราศจากการพิจารณาถึงประชามติแล้ว หน่วยงานนั้นอาจจะต้องประสบกับความล้มเหลว และสิ้นเปลืองงบประมาณ เวลาไปโดยเปล่าประโยชน์

หลักสำคัญในการประชาสัมพันธ์ 10 ประการ(วิทย์ ศิวะศรียานนท์. เอกสารประกอบคำบรรยาย เรื่องการประชาสัมพันธ์และการปกครอง)

การประชาสัมพันธ์มีหลักสำคัญที่พึงจะยึดถือและปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. ต้องมุ่งประโยชน์ส่วนรวมเป็นใหญ่ ข้อนี้เป็นของยากมาก เพราะประโยชน์ของคนกลุ่มต่างๆ มักจะขัดกัน การแก้ไขข้อขัดแย้งให้เป็นเรื่องสมานฉันท์จึงเป็นเรื่องที่ต้องอาศัยเวลาและการให้การศึกษาด้วยการมีศิลปะและชั้นเชิงจึงจะสัมฤทธิ์ผล แต่ก็เป้าหมายที่สำคัญที่สุดของการประชาสัมพันธ์
2. ต้องรู้จักใจของคนกลุ่มต่างๆ ความรู้ในทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาจะช่วยได้มากในเรื่องนี้ที่ต้องรู้จักใจก็เพราะว่าต้องประสานประโยชน์ของกลุ่มต่างๆ ได้ถูก ถ้าไม่รู้จักใจแล้วก็ไม่สามารถจะปรับความเข้าใจหรือประสานประโยชน์ให้เข้ากันได้ ดังนั้น ปัญหาการประชาสัมพันธ์ จะต้องรู้และเข้าใจในวิธีการศึกษาของเรื่องคน บุคลิกของคน รวมถึงอุปนิสัยใจคอของบุคคลที่เกี่ยวข้องด้วยว่า ชอบหรือไม่ชอบอะไร การรู้จักการประนีประนอมและดึงให้เข้าสู่จุดหมายร่วมกันจึงเป็นเรื่องสำคัญเรื่องหนึ่ง
3. ต้องรู้นโยบายของรัฐบาลหรือองค์การที่ตนเป็นเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์อย่างซาบซึ้งซึ่งนับว่าเป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะถ้าไม่รู้นโยบายที่แท้จริง คือรู้อย่างผิวเผินแล้วการที่จะดำเนินการประชาสัมพันธ์ก็อาจเป็นผลร้ายมากกว่าดี
4. ต้องรู้เทคนิคของเครื่องมือสื่อสัมพันธ์ต่างๆ คือ ปาฐกถา หนังสือพิมพ์ เอกสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ฯลฯ คือต้องทราบว่าเครื่องมือสื่อสัมพันธ์เหล่านี้ แต่ละอย่างมีประโยชน์อย่างไร อย่างไรดีเหมาะแก่งานใด
5. ต้องยึดหลักความจริงและความสัตย์สุจริตเป็นหลัก เพื่อให้คนทั้งหลายไว้วางใจ

6. ต้องปฏิบัติงานโดยติดต่อกันและสม่ำเสมอจึงจะตรึงใจคน ดังนั้น การทำงานจึงต้องมีแผนงาน และควรรหาโอกาสรับทราบนโยบายจากผู้มีอำนาจกำหนดนโยบายเพื่อนำไปจัดทำโครงการที่ต่อเนื่องและมีความสัมพันธ์กัน
7. ต้องเปิดเผยไม่มีเงื่อนงำ
8. งานประชาสัมพันธ์ รวมทั้งบุคคล อุปกรณ์ประชาสัมพันธ์จะต้องมีคุณภาพสูง
9. การประชาสัมพันธ์ต้องมุ่งให้เข้าถึงผู้มีอิทธิพลในสังคมไปถึงประชาชนทั่วไป ผู้มีอิทธิพลในที่นี้ หมายถึง ผู้ที่มีความคิด ความอ่านหรือการกระทำของเขาเป็นที่เชื่อถือของคนหมู่มาก หรือเป็นผู้ที่สามารถเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นของคนหมู่มากได้
10. การประชาสัมพันธ์ เฉพาะอย่างยิ่งกับต่างประเทศต้องใช้ควบคู่กับการทูต เพราะจะส่งผลถึงพลเมืองทุกกลุ่มของประเทศด้วย

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์พื้นฐานอยู่ที่การประเมิน วิเคราะห์ และชักจูงประชาคมติของกลุ่มประชาชน วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานสถาบันต่างๆ มีดังนี้คือ

1. เพื่ออธิบายถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และประเภทของการดำเนินงานของธุรกิจของหน่วยงานนั้นๆ ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบ
2. เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการได้ทราบถึง ทศนคติ ประชาคมติ หรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน
3. เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและค้นหาข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อป้องกันปัญหายุ่งยากต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในหน่วยงาน
4. เพื่อให้ประชาชนยอมรับ ซึ่งถ้าเป็นหน่วยงานธุรกิจภาคเอกชน เช่น บริษัทห้างร้าน ก็เพื่อให้ลูกค้ายอมรับในบริษัทตน รวมทั้งยอมรับในผลิตภัณฑ์และบริการที่บริษัทจำหน่ายอยู่ รวมทั้งมีส่วนเพิ่มพูนปริมาณการขายทางอ้อมด้วย
5. เพื่อทำหน้าที่ชี้ชัดปัญหายุ่งยากต่างๆ ภายในหน่วยงาน
6. เพื่อแนะนำฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องเพื่อความเจริญก้าวหน้าและชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน
7. จะเห็นได้ว่า วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์นั้น กระทำขึ้นเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและป้องกันปัญหายุ่งยากต่างๆ รวมทั้งการชี้ชัดปัญหาในกลุ่มประชาชนภายใน (Internal Publics) ของบุคคลหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งฝ่ายบริหารองค์การสถาบัน

อลิศรา เจริญวานิช (2544 : 9-10) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ดังนี้คือ

1. เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน สถาบันทุกสถาบันไม่ว่าจะดำเนินกิจการด้านใดก็ตาม เช่น ด้านการศึกษา ด้านบริการ ด้านการผลิต ฯลฯ ล้วนแล้วแต่ต้องมีสัมพันธเกี่ยวข้องกับประชาชนอาจจะโดยตรงหรือโดยอ้อม หากสถาบันนั้น ๆ สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชน ทำให้ประชาชนนิยมชมชอบ เลื่อมใส ศรัทธา จะมีผลทำให้การดำเนินงานของสถาบันเป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2. เพื่อป้องกันรักษาชื่อเสียงของสถาบัน การที่สถาบันจะป้องกันรักษาชื่อเสียงของตนให้ดีขึ้นนั้น จะต้องดำเนินงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ปฏิบัติถูกต้องตามระเบียบ กฎหมายต่าง ๆ เป็นสมาชิกที่ดีของสังคม รับผิดชอบต่อสังคม โดยการเข้าร่วมในกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม เพื่อสร้างชื่อเสียงให้แก่สถาบัน อนึ่ง การที่จะรักษาชื่อเสียงให้คงอยู่ต่อไปเป็นระยะเวลายาวนานได้นั้น สถาบันจะต้องพัฒนาปรับปรุงตนเองให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนและสภาพแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

3. เพื่อรับฟังความคิดเห็นของประชาชน การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องนั้นนอกจากจะมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารออกจากหน่วยงานเพื่อทำให้ประชาชนเกิดความนิยมเลื่อมใส มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องต่อหน่วยงาน สถาบันแล้ว หน่วยงานเองก็ต้องรับฟังข้อมูลข่าวสารจากประชาชน เพื่อให้ทราบความรู้สึกนึกคิด หรือปฏิกิริยาของประชาชนที่มีต่อหน่วยงานด้วย เพื่อนำข้อมูลต่างๆ ที่ได้มานั้นมาใช้ประกอบการวางแผนและปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงาน

4. เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและทำให้ประชาชนร่วมมือกับสถาบัน การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องนั้นต้องกระทำโดยการนำเสนอข่าวสารที่เป็นจริง ให้เกิดความเข้าใจอย่างมีเหตุผล มิใช่การโฆษณาชวนเชื่อ เมื่อประชาชนมีความเข้าใจที่ถูกต้องก็จะให้ความร่วมมือสนับสนุนต่อสถาบัน

5. เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ การประชาสัมพันธ์จะยึดหลักการดำเนินงานที่ว่าต้องอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง ซื่อสัตย์ และประพฤติปฏิบัติอย่างต่อเนืองสม่ำเสมอ ก็เพื่อที่จะทำให้ประชาชนทั่ว ๆ ไปเกิดความเชื่อถือในสถาบัน อันจะทำให้เกิดความไว้วางใจ ยอมรับ ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการดำเนินงานของสถาบัน

3.4 ประเภทของกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์

กลุ่มประชาชนกับการประชาสัมพันธ์

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น เราอาจแบ่งกลุ่มประชาชนออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ (วิรัช ฤทธิรัตนกุล, 2546 : 193- 195) ได้แก่

1. กลุ่มประชาชนภายใน (Internal Publics)
2. กลุ่มประชาชนภายนอก (External Publics)

1. กลุ่มประชาชนภายใน คือ กลุ่มบุคคลที่เป็นพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ทำงานในองค์กรสถาบัน มีความเกี่ยวข้องกับผูกพันกับองค์การสถาบันอย่างใกล้ชิด เช่น หากเป็นบริษัทธุรกิจภาคเอกชน ก็ได้แก่บรรดาพนักงานลูกจ้างเจ้าหน้าที่ภายในบริษัท หากเป็นองค์กรของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจ ก็ได้แก่ข้าราชการ พนักงาน เจ้าหน้าที่ เป็นต้น กลุ่มประชาชนภายในดังกล่าวนี้มีความสำคัญต่อองค์การสถาบันมากเพราะหากความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มประชาชนภายในเป็นไปด้วยดีราบรื่น กิจกรรมขององค์การสถาบันนั้นก็ย่อมประสบความสำเร็จ นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ภายในที่ดี ย่อมจะก่อประโยชน์และเอื้ออำนวยความสะดวก รวดเร็ว ประหยัด ให้แก่องค์การสถาบันอันเป็นการเพิ่มพูนประสิทธิภาพของการบริหารให้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งยังส่งผลผูกพันไปถึงการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์การอีกด้วย

2. กลุ่มประชาชนภายนอก คือกลุ่มประชาชนที่อยู่ภายนอกองค์การสถาบัน อาจแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

2.1 กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์การโดยตรง ทั้งนี้อาจเป็นด้วยนโยบายหรือการดำเนินงานที่องค์การต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนเหล่านี้ หรืออาจเกี่ยวข้องกันทางด้านผลประโยชน์หรือกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งขององค์การสถาบัน เช่น กลุ่มผู้ถือหุ้น กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มสื่อมวลชน เป็นต้น

2.2 กลุ่มประชาชนในท้องถิ่น คือ กลุ่มประชาชนที่อยู่ในละแวกเดียวกัน หรือท้องถิ่นเดียวกันกับองค์การหรือสถาบัน หรือสถานที่ที่สถาบันตั้งดำเนินกิจการอยู่ กลุ่มประชาชนในท้องถิ่นนี้จึงมีลักษณะเป็นชุมชนท้องถิ่น (Community public) หรือชุมชนในละแวกใกล้เคียงหรือเปรียบเสมือนเพื่อนบ้านกัน องค์การสถาบันจำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มประชาชนในท้องถิ่นหรือชุมชนดังกล่าวนี้ เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานและกิจการของตน

2.3 กลุ่มประชาชนทั่วไป คือกลุ่มประชาชนอื่นๆนอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น กลุ่มประชาชนทั่วไปเหล่านี้ แม้อาจจะไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผูกพันกับองค์การเหมือนอย่างกลุ่มประชาชนภายใน แต่องค์การสถาบันก็จำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีไว้ เพราะการสร้างความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดีต่อประชาชนทั่วไปย่อมจะเป็นผลดีต่อองค์การเอง และเราไม่อาจทราบได้ว่าวันหนึ่งข้างหน้าประชาชนทั่วไปเหล่านี้ อาจะกลายมาเป็นประชาชนที่เราต้องมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงด้วยก็ได้ หรือประชาชนทั่วไปเหล่านี้ อาจจะทำให้ความร่วมมือสนับสนุนองค์การสถาบันทางอ้อมได้เช่นกัน

3.5 การประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี เปิดสอนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) โดยทางโรงเรียนได้มีการประชาสัมพันธ์โรงเรียนให้แก่ผู้สนใจ

ที่จะเข้าศึกษา ทั้งในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) โดยการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนจะเป็นไปในรูปแบบของป้ายโฆษณาที่ติดประกาศตามสถานที่ต่างๆ ในเขตจังหวัดชลบุรี และแผ่นพับ ที่ให้ผู้สนใจจะศึกษาในระดับ ปวช. และ ปวส. ได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น

หากแต่การประชาสัมพันธ์ของทางโรงเรียน อาศัยเพียงเอกสารแผ่นพับและป้ายโฆษณา ค่อนข้างที่ไม่ครอบคลุมกับความต้องการของประชาชนที่ให้ความสนใจเข้าศึกษาทำให้ต้องใช้ค่าใช้จ่าย ในการจัดพิมพ์แผ่นพับและแผ่นป้ายโฆษณาเป็นจำนวนมากเพื่อจะประชาสัมพันธ์โรงเรียนให้แก่กลุ่ม นักเรียนหรือผู้สนใจเข้าศึกษาต่อได้ ผู้วิจัยเห็นว่าการประชาสัมพันธ์โรงเรียนควรมีสื่อชนิดอื่นมาใช้ ประชาสัมพันธ์ควบคู่ไปกับเอกสารแผ่นพับด้วย โดยผู้วิจัยเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของวีดิทัศน์ ที่สามารถเผยแพร่ในระบบโทรทัศน์ เพราะเป็นสื่อที่ทันสมัย มีทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงประกอบ ตลอดจนสามารถเผยแพร่ได้อย่างรวดเร็วและมีความน่าสนใจอีกด้วย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาวิธีทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การดำเนินการทดลอง
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา และผู้ใช้งานจำนวน 420 คนซึ่งเป็น นักเรียนจำนวน 250 คน นักศึกษาจำนวน 150 คน อาจารย์และบุคลากร จำนวน 20 คน โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2548

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาจำนวน 8 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษาจำนวน 8 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง ผู้ใช้เป็นนักเรียน นักศึกษา อาจารย์ และบุคลากรภายในโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรีที่ได้จากการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งเลือกตัวอย่างจำนวน 210 คน ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจงจากผู้ที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้ โดยแบ่งการประเมินออกเป็น 2 รอบ ซึ่งมีจำนวนผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

ผู้เชี่ยวชาญในรอบแรกประกอบด้วย

- | | | |
|-------------------------------------|-------|------|
| - ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา | จำนวน | 3 คน |
| - ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา | จำนวน | 3 คน |

ผู้เชี่ยวชาญในรอบสองประกอบด้วย

- | | | |
|-------------------------------------|-------|------|
| - ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา | จำนวน | 5 คน |
| - ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา | จำนวน | 5 คน |

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ใช้ ได้จากการเลือกแบบบังเอิญ ซึ่งมีจำนวนตัวอย่าง ประกอบด้วย

- นักเรียน	จำนวน	125	คน
- นักศึกษา	จำนวน	75	คน
- อาจารย์และบุคลากร	จำนวน	10	คน

เนื้อหา

เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัย

1.แนะนำโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

- 1.1 ประวัติของโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี
- 1.2 โครงสร้างการบริหาร
- 1.3 คณะผู้บริหาร
- 1.4 บุคลากร
- 1.5 ปรัชญาของโรงเรียน
- 1.6 วิสัยทัศน์และนโยบาย
- 1.7 ระเบียบการแต่งกาย
- 1.8 กลุ่มโรงเรียนในเครือเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ

2. แนะนำหลักสูตร

- 2.1 หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.)
 - กลุ่มวิชาการบัญชี
 - กลุ่มวิชาการขาย
- 2.2 หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.)
 - สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

3.กิจกรรมของโรงเรียนที่ดำเนินการให้นักเรียน

- 1.1 กิจกรรมส่งเสริมการกีฬา
- 1.2 กิจกรรมการใช้ภาษาสากล

4.การรับสมัคร นักเรียน/นักศึกษา

- 4.1 คุณสมบัติของผู้สมัคร
- 4.2 ขั้นตอนการสมัคร
- 4.3 ค่าใช้จ่ายในการศึกษา
- 4.4 เวลาเรียน
- 4.5 สิทธิที่จะได้รับ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. วัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี
2. แบบประเมินคุณภาพวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี โดยผู้เชี่ยวชาญ
3. แบบสอบถามความพึงพอใจวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรีโดยกลุ่มผู้ใช้งาน

การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

1. วัตถุประสงค์ประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ดำเนินการสร้างตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.1 ศึกษาเนื้อหาที่จะนำมาสร้างเป็นวัตถุประสงค์ประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

1.2 กำหนดวัตถุประสงค์ วิเคราะห์เนื้อหา โดยแยกเนื้อหาย่อยๆ ออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. แนะนำโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

1.1 ประวัติของโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

1.2 โครงสร้างการบริหาร

1.3 คณะผู้บริหาร

1.4 บุคลากร

1.5 ปรัชญาของโรงเรียน

1.6 วิสัยทัศน์และนโยบาย

1.7 ระเบียบการแต่งกาย

1.8 กลุ่มโรงเรียนในเครือเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ

2. หลักสูตรที่เปิดสอนในโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

2.1 หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.)

- กลุ่มวิชาการบัญชี

- กลุ่มวิชาการขาย

2.2 หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.)

- สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

3. กิจกรรมของโรงเรียนที่ดำเนินการให้นักเรียน

3.1 กิจกรรมส่งเสริมการกีฬา

3.2 กิจกรรมการใช้ภาษาสากล

1.3 รวบรวมเนื้อหาทั้งหมดแล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ตรวจสอบความถูกต้องเนื้อหา ข้อมูลของโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

1.4 เขียนบทวิธีทัศน์

1.5 นำบทวิธีทัศน์ที่เขียนเสร็จแล้ว ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ พร้อมทั้งผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ที่จะนำมาจัดทำวิธีทัศน์ เพื่อปรับปรุงแก้ไข

1.6 นำบทวิธีทัศน์ที่ผ่านการปรับปรุงและแก้ไขความถูกต้องของเนื้อหาข้อมูลแล้วไปถ่ายทำวิธีทัศน์ แล้วตัดต่อลำดับภาพและบันทึกเสียงตามกระบวนการผลิตวิธีทัศน์จนเสร็จสมบูรณ์

1.7 นำวิธีทัศน์ที่เสร็จสมบูรณ์แล้ว ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบ และปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ หลังจากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบข้อบกพร่องและประเมินคุณภาพในรอบแรก คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาจำนวน 3 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษาจำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินคุณภาพและปรับปรุงแก้ไขวิธีทัศน์ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

1.8 นำวิธีทัศน์ที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญรอบแรก เรียบร้อยแล้ว และนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพในรอบที่สอง คือผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษาจำนวน 5 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบเพื่อประเมินคุณภาพและปรับปรุงแก้ไขวิธีทัศน์ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญจนได้คุณภาพตามเกณฑ์ 3.51 ขึ้นไป

2. การสร้างและหาคุณภาพแบบประเมินคุณภาพวิธีทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบประเมินจากเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างและหาคุณภาพแบบประเมินคุณภาพวิธีทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

2. วิเคราะห์คุณสมบัติ ลักษณะ รูปแบบ ที่ควรประเมินของวิธีทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

3. สร้างแบบประเมินคุณภาพจำนวน 2 ชุด ได้แก่

3.1 แบบประเมินคุณภาพชีวิตทัศน์ สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ซึ่งมีรายการประเมินในด้านการนำเสนอ เนื้อหา คุณภาพของภาพและเสียง และเวลา

3.2 แบบประเมินคุณภาพชีวิตทัศน์ สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษาซึ่งมีรายการประเมินในด้านคุณภาพด้านเนื้อหาและการดำเนินเรื่อง คุณภาพของภาพ ตัวอักษร คุณภาพเสียง และเวลา

1. การสร้างแบบประเมินคุณภาพจำนวน 2 ชุด เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบบ 5 ระดับ คือ ดีมาก ดี ปานกลาง ต้องปรับปรุง ใช้ไม่ได้ โดยมีค่าคะแนนดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	มีคุณภาพดีมาก
4 คะแนน	หมายถึง	มีคุณภาพดี
3 คะแนน	หมายถึง	มีคุณภาพปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	ต้องปรับปรุงแก้ไข
1 คะแนน	หมายถึง	ใช้ไม่ได้

เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของการประเมินใช้เกณฑ์ ดังนี้

4.51 - 5.00	หมายถึง	มีคุณภาพดีมาก
3.51 - 4.50	หมายถึง	มีคุณภาพดี
2.51 - 3.50	หมายถึง	มีคุณภาพปานกลาง
1.51 - 2.50	หมายถึง	ต้องปรับปรุงแก้ไข
1.00 - 1.50	หมายถึง	ใช้ไม่ได้

5. นำแบบประเมินคุณภาพชีวิตทัศน์สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านเทคโนโลยีการศึกษา ที่สร้างขึ้นไปเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบในด้านเนื้อหาและการใช้เสียงและทำการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ

6. นำแบบประเมินคุณภาพชีวิตทัศน์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญในรอบแรกและรอบสอง ประเมินคุณภาพของ วิดีทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ต่อไป

3.การสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้ชีวิตทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยกลุ่มผู้ใช้

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้ชีวิตทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจจากเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. วิเคราะห์เนื้อหาและวัตถุประสงค์ของวิดีโอเพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียน
เทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

3. สร้างแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้วิดีโอเพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียน
เทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ซึ่งมีหัวข้อหลัก ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหา เทคนิคการนำเสนอ และ
การใช้เสียง ความเหมาะสมของการจัดลำดับเนื้อหา ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา การสื่อ
ความหมายและความสวยงามของภาพ ความชัดเจนของเสียงบรรยาย ความเหมาะสมของเสียงดนตรี
ประกอบ เป็นแหล่งข้อมูลทางการวิจัย และข้อมูลเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์

4. แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้วิดีโอเพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียน
เทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ที่สร้างขึ้นแบ่งออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้

5. แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้วิดีโอเพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียน
เทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ที่สร้างขึ้นเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5
ระดับ คือ พอใจมากที่สุด พอใจมาก พอใจปานกลาง พอใจน้อย พอใจน้อยที่สุด ผู้วิจัยได้สร้าง
แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้วิดีโอ โดยนำไปกลุ่มตัวอย่างทดลองใช้วิดีโอ เพื่อ
ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรีโดยมีเกณฑ์ให้น้ำหนักดังนี้

5 คะแนน หมายถึง พอใจมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง พอใจมาก

3 คะแนน หมายถึง พอใจปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง พอใจน้อย

1 คะแนน หมายถึง พอใจน้อยที่สุด

เกณฑ์ในการแปลความหมาย ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจมี ดังนี้

4.51 - 5.00 หมายถึง พอใจมากที่สุด

3.51 - 4.50 หมายถึง พอใจมาก

2.51 - 3.50 หมายถึง พอใจปานกลาง

1.51 - 2.50 หมายถึง พอใจน้อย

1.00 - 1.50 หมายถึง พอใจน้อยที่สุด

6. นำแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้วิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี เสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบความเที่ยงตรง ของข้อคำถาม และภาษาที่ใช้ และปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา

7. วิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ไปให้กลุ่มตัวอย่างทดลองใช้และตอบแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้วิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ต่อไป

1. นำแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้วิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี มาวิเคราะห์ ค่าสถิติเพื่อหาผลของความพึงพอใจต่อไป

การดำเนินการทดลอง

ผู้วิจัยได้มีการดำเนินการและเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

1. นำวิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบข้อบกพร่องและประเมินคุณภาพในรอบแรกโดยคือผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาจำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษาจำนวน 3 ท่าน แล้วนำผลการประเมินคุณภาพ และข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ไปปรับปรุงแก้ไขวิทัศน์

2. นำวิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพในรอบสอง คือผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาจำนวน 5 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษาจำนวน 5 ท่าน นำผลการประเมินคุณภาพมาหาคุณภาพไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนด

3. นำวิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ไปให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนจำนวน 125คน นักศึกษาจำนวน 75 คน โดยเปิดวิทัศน์ให้กลุ่มตัวอย่างดู 30 คน ต่อ 1 เครื่อง และหลังจากใช้วิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ให้ทำแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้ให้ทำแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้

4. นำวิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ไปให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็น อาจารย์และบุคลากร จำนวน 10 คน โดยให้ดูวิทัศน์ทั้งหมด 10 คนโดยให้ใช้วิทัศน์ 1 คน ต่อ 1 เครื่อง โดยวิธีการใช้เป็นรายบุคคล และหลังจากใช้วิทัศน์ เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรีแล้วให้ทำแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้ให้ทำแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้

5. รวบรวมแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้วิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ที่ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน นักศึกษา

อาจารย์และบุคลากร นำมาวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในการใช้วิดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียน
เทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี โดยกลุ่มผู้ใช้งาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

หาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ของผลการประเมินคุณภาพวิดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิค
บริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี โดยผู้เชี่ยวชาญและความพึงพอใจของผู้ใช้ (ล้วน สายยศ และอังคณา สาย
ยศ.2536 : 59) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีมุ่งหมายในการเพื่อพัฒนาประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ ซึ่งได้ผลการวิจัย ดังนี้

ผลการวิจัย

เพื่อการพัฒนาวิดีโอทัศน์ ดำเนินการพัฒนาในรูปแบบ DVD โดยใช้โปรแกรม Adobe Premiere ประกอบด้วยข้อบ่งชี้ข้อหา ดังนี้

1. แนะนำโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี
2. หลักสูตรที่เปิดสอนในโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี
3. กิจกรรมของโรงเรียนที่ดำเนินการให้นักเรียน
4. การรับสมัคร นักเรียน/นักศึกษา

และหาคุณภาพของวิดีโอทัศน์ โดยการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ และสอบถามความพึงพอใจจากผู้ใช้ ผลการประเมินมีดังนี้

ผลการวิเคราะห์คุณภาพของวิดีโอทัศน์

การหาคุณภาพจากการประเมินวิดีโอทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรีโดยผู้เชี่ยวชาญ ครั้งที่ 1 จำนวน 6 ท่าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาจำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา จำนวน 3 ท่าน รายละเอียดตามตารางดังนี้

ตาราง 1 ผลการประเมินคุณภาพของวิธีทศน์ของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา รอบที่1

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ คุณภาพ
1. คุณภาพด้านเนื้อหา	4.00	0.63	ดี
1.1 เนื้อหา มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	4.67	0.47	ดีมาก
1.2 ความเหมาะสมของการจัดลำดับเนื้อหา	4.33	0.47	ดี
1.3 ความสอดคล้องของเนื้อหาในแต่ละหัวข้อ	4.00	0.00	ดี
1.4 ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา	3.67	0.47	ดี
1.5 ความถูกต้องของเนื้อหา	3.33	0.47	ดี
2. คุณภาพของภาพและเสียง	4.22	0.79	ดี
2.1 ความถูกต้องของภาพ	4.33	0.94	ดี
2.2 ความถูกต้องของเสียงบรรยาย	3.67	0.47	ดี
2.3 ความสอดคล้องของภาพกับเสียงบรรยาย	4.67	0.47	ดีมาก
3. เวลา	4.55	0.66	ดีมาก
3.1 ความเหมาะสมของระยะเวลาในการนำเสนอ	4.40	0.80	ดี
3.2 ความเหมาะสมของเวลาฉายกับเสียงบรรยาย	4.67	0.47	ดีมาก
3.3 ความเหมาะสมของเวลาฉายทั้งเรื่อง	4.67	0.47	ดีมาก
รวม	4.08	0.57	ดี

จากตาราง 1 ผลการประเมินคุณภาพวิธีทศน์ ของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน พบว่าคุณภาพโดยรวมของวิธีทศน์โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีคุณภาพในแต่ละด้านดังนี้ คือ คุณภาพด้านเนื้อหา โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีคุณภาพ เรื่องเนื้อหา มีความสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์อยู่ในระดับดีมาก ส่วนความเหมาะสมของการจัดลำดับเนื้อหา ความสอดคล้องของ เนื้อหาในแต่ละหัวข้อ ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา และความถูกต้องของเนื้อหา มีคุณภาพอยู่ใน ระดับดี

คุณภาพของภาพและเสียง โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมี ความสอดคล้องของภาพกับเสียง บรรยายอยู่ในระดับดีมาก ส่วนความถูกต้องของภาพ ความถูกต้องของเสียงบรรยาย มีคุณภาพอยู่ใน ระดับดี

ด้านเวลา โดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก โดยมี ความเหมาะสมของระยะเวลาการนำเสนอมีคุณภาพอยู่ในระดับดี ส่วน ความเหมาะสมของเวลาฉายกับเสียงบรรยาย และความเหมาะสมของเวลาฉายทั้งเรื่อง มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก

ตาราง 2 ผลการประเมินคุณภาพของวิดิทัศน์ของผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา รอบที่ 1

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. คุณภาพด้านเนื้อหาและการดำเนินเรื่อง	3.67	0.47	ดี
1.1.ความเหมาะสมในการนำเข้าสู่เนื้อหา	3.67	0.47	ดี
1.2.ความเหมาะสมในวิธีการติดต่อ	3.67	0.47	ดี
1.3.ความเหมาะสมของการใช้เทคนิคประกอบ	3.67	0.47	ดี
2. คุณภาพของภาพ ตัวอักษร	3.83	0.69	ดี
2.1.คุณภาพของภาพ	4.33	0.47	ดี
2.2.ความเหมาะสมของภาพในการสื่อความหมาย	3.67	0.47	ดี
2.3.ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร	4.00	0.82	ดี
2.4.ความสอดคล้องของภาพกับเสียงบรรยาย	3.33	0.47	ดี
3. คุณภาพเสียง	3.56	0.50	ดี
3.1.ความชัดเจนของเสียงบรรยาย	3.67	0.47	ดี
3.2.ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบ	3.33	0.47	ดี
3.3.ความสอดคล้องของเสียงดนตรีประกอบกับเสียงบรรยาย	3.67	0.47	ดี
4. เวลา	3.89	0.31	ดี
4.1 ความเหมาะสมของเวลาฉายกับเนื้อหาในภาพ	4.00	0.00	ดี
4.2 ความเหมาะสมของเวลาฉายกับเสียงบรรยาย	4.00	0.00	ดี
4.3 ความเหมาะสมของเวลาฉายทั้งเรื่อง	3.67	0.47	ดี
รวม	3.74	0.54	ดี

จากตาราง 2 ผลการประเมินคุณภาพวิดิทัศน์ ของผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา จำนวน 3 ท่าน พบว่าคุณภาพโดยรวมของวิดิทัศน์โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีคุณภาพในแต่ละด้าน ดังนี้ คือ

คุณภาพด้านเนื้อหาและการดำเนินเรื่อง โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยความเหมาะสมในการนำเข้าสู่เนื้อหา ความเหมาะสมในวิธีการติดต่อ และความเหมาะสมของการใช้เทคนิคประกอบ อยู่ในระดับดี

คุณภาพของภาพและตัวอักษร โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยคุณภาพของภาพ ความเหมาะสมของภาพในการสื่อความหมาย ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร และความสอดคล้องของภาพกับเสียงบรรยายอยู่ในระดับดี

คุณภาพของเสียง โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยความชัดเจนของเสียงบรรยาย ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบ และความสอดคล้องของเสียงดนตรีประกอบกับเสียงบรรยายอยู่ในระดับดี

ด้านเวลา โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยความเหมาะสมของเวลาฉายกับเนื้อหาในภาพ ความเหมาะสมของเวลาฉายกับเสียงบรรยาย และความเหมาะสมของเวลาฉายทั้งเรื่องอยู่ในระดับดี

จากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีทางการศึกษา พบว่าวิดีโอทัศน์ประชาสัมพันธ์ มีสิ่งที่ต้องปรับปรุงดังนี้

1. ชื่อ และนามสกุล ของอาจารย์ประจำฝ่ายที่ผิด ในบางท่าน ทั้งที่เสียงบรรยาย และตัวอักษรที่ขึ้นปรากฏในภาพ
2. เสียงบรรยายมีระดับเสียงที่ตกเป็นบางช่วง
3. ภาพกิจกรรมมีการเปลี่ยนภาพที่เร็วเกินไป
4. ตัวอักษรมีขนาดเล็ก
5. ภาพโรงเรียนบางภาพมีความละเอียดน้อยเกินไปทำให้ไม่ชัดเจน

ผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไขวิดีโอทัศน์ประชาสัมพันธ์ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีทางการศึกษา ดังนี้

1. มีการเปลี่ยนชื่อ และนามสกุล ที่ผิดและบันทึกเสียงบรรยายใหม่ที่ถูกต้อง
2. ได้มีการบันทึกเสียงบรรยายใหม่ทั้งหมด ซึ่งจะช่วยให้เสียงบรรยายไม่ตกในบางช่วง และเสียงไพเราะชัดเจนขึ้น
3. ปรับการเปลี่ยนภาพกิจกรรมให้ช้าลง
4. ปรับตัวอักษรให้มีขนาดใหญ่ขึ้น
5. เปลี่ยนภาพโรงเรียนบางภาพที่ไม่ชัดเจน โดยการถ่ายภาพใหม่โดยใช้กล้องดิจิทัลที่ตั้งความละเอียดสูง

การหาคุณภาพจากการประเมินวิธีทัศนเพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจ
กรุงเทพ ชลบุรี โดยผู้เชี่ยวชาญ รอบที่ 2 จำนวน 10 ท่าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาจำนวน 5 ท่าน
และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา จำนวน 5 ท่าน รายละเอียดตามตารางดังนี้

ตาราง 3 ผลการประเมินคุณภาพของวิธีทัศนของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา รอบที่ 2

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ คุณภาพ
1. คุณภาพด้านเนื้อหา	4.16	0.37	ดี
1.1 เนื้อหา มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	4.00	0.00	ดี
1.2 ความเหมาะสมของการจัดลำดับเนื้อหา	4.40	0.49	ดี
1.3 ความสอดคล้องของเนื้อหาในแต่ละหัวข้อ	4.00	0.00	ดี
1.4 ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา	4.40	0.49	ดี
1.5 ความถูกต้องของเนื้อหา	4.00	0.00	ดี
2. คุณภาพของภาพและเสียง	3.93	0.44	ดี
2.1 ความถูกต้องของภาพ	4.00	0.00	ดี
2.2 ความถูกต้องของเสียงบรรยาย	3.80	0.75	ดี
2.3 ความสอดคล้องของภาพกับเสียงบรรยาย	4.00	0.00	ดี
3. เวลา	3.87	0.50	ดี
3.1 ความเหมาะสมของระยะเวลาในการนำเสนอ	4.00	0.63	ดี
3.2 ความเหมาะสมของเวลาฉายกับเสียงบรรยาย	3.80	0.40	ดี
3.3 ความเหมาะสมของเวลาฉายทั้งเรื่อง	4.02	0.45	ดี
รวม	4.08	0.57	ดี

จากตาราง 3 ผลการประเมินคุณภาพวิธีทัศน ของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 5 ท่าน
พบว่าคุณภาพโดยรวมของวิธีทัศนโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีคุณภาพในแต่ละด้านดังนี้ คือ

คุณภาพด้านเนื้อหา โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีคุณภาพ เรื่องเนื้อหา มีความสอดคล้องกับ
วัตถุประสงค์ ความเหมาะสมของการจัดลำดับเนื้อหา ความสอดคล้องของเนื้อหาในแต่ละหัวข้อ ความ
ชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา และความถูกต้องของเนื้อหา มีคุณภาพอยู่ในระดับดี

คุณภาพของภาพและเสียง โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมี ความถูกต้องของภาพ ความถูกต้องของเสียงบรรยาย ความสอดคล้องของภาพกับเสียงบรรยาย มีคุณภาพอยู่ในระดับดี

ด้านเวลา โดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดี โดยมี ความเหมาะสมของระยะเวลาการนำเสนอดี ส่วน ความเหมาะสมของเวลาฉายกับเสียงบรรยาย และความเหมาะสมของเวลาฉายทั้งเรื่อง มีคุณภาพในระดับดี

ตาราง 4 ผลการประเมินคุณภาพของวิทัศน์ของผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา รอบที่ 2

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. คุณภาพด้านเนื้อหาและการดำเนินเรื่อง	4.80	0.40	ดีมาก
1.1ความเหมาะสมในการนำเข้าสู่เนื้อหา	4.80	0.40	ดีมาก
1.2ความเหมาะสมในวิธีการติดต่อ	4.80	0.40	ดีมาก
1.3ความเหมาะสมของการใช้เทคนิคประกอบ	4.80	0.40	ดีมาก
2. คุณภาพของภาพ ตัวอักษร	4.48	0.59	ดีมาก
2.1คุณภาพของภาพ	4.40	0.49	ดี
2.2ความเหมาะสมของภาพในการสื่อความหมาย	4.17	0.69	ดี
2.3ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร	4.60	0.49	ดีมาก
2.4ความสอดคล้องของภาพกับเสียงบรรยาย	4.80	0.40	ดีมาก
3. คุณภาพเสียง	4.73	0.44	ดีมาก
3.1ความชัดเจนของเสียงบรรยาย	4.80	0.40	ดีมาก
3.2ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบ	4.60	0.49	ดีมาก
3.3ความสอดคล้องของเสียงดนตรีประกอบกับเสียงบรรยาย	4.80	0.40	ดีมาก
4. เวลา	4.27	0.44	ดี
4.1 ความเหมาะสมของเวลาฉายกับเนื้อหาในภาพ	4.40	0.49	ดี
4.2 ความเหมาะสมของเวลาฉายกับเสียงบรรยาย	4.00	0.00	ดี
4.3 ความเหมาะสมของเวลาฉายทั้งเรื่อง	4.40	0.49	ดี
รวม	4.56	0.53	ดีมาก

จากตาราง 4 ผลการประเมินคุณภาพวิดีโอของผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา จำนวน 5 ท่าน พบว่าคุณภาพโดยรวมของวิดีโอโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยมีคุณภาพในแต่ละด้านดังนี้ คือ

คุณภาพด้านเนื้อหาและการดำเนินเรื่อง โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยความเหมาะสมในการนำเสนอเนื้อหา ความเหมาะสมในวิธีการติดต่อ และความเหมาะสมของการใช้เทคนิคประกอบ อยู่ในระดับดีมาก

คุณภาพของภาพและเสียง โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยคุณภาพของภาพและความเหมาะสมของภาพในการสื่อความหมายอยู่ในระดับดี ส่วนความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร และความสอดคล้องของภาพกับเสียงบรรยายอยู่ในระดับดีมาก

คุณภาพของเสียง โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยความชัดเจนของเสียงบรรยาย ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบ และความสอดคล้องของเสียงดนตรีประกอบกับเสียงบรรยายอยู่ในระดับดีมาก

ด้านเวลา โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยความเหมาะสมของเวลาฉายกับเนื้อหาในภาพ ความเหมาะสมของเวลาฉายกับเสียงบรรยาย และความเหมาะสมของเวลาฉายทั้งเรื่องอยู่ในระดับดี

จากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา พบว่าวิดีโอประชาสัมพันธ์มีสิ่งที่จะต้องปรับปรุงดังนี้

1. การเปลี่ยนภาพของช่วงกิจกรรมของนักเรียนที่เปลี่ยนภาพเร็วเกินไป
2. การซูมภาพเครื่องพิมพ์ดีดที่เก่าเกินไป
3. ภาพอาจารย์ฝ่ายประชาสัมพันธ์ควรเปลี่ยนเครื่องแต่งกายเป็นชุดสุททาสากลจะดีกว่า

ผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไขวิดีโอประชาสัมพันธ์ ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา ดังนี้

1. เปลี่ยนการเปลี่ยนภาพของช่วงกิจกรรมให้ช้าลง
2. ปรับเปลี่ยนภาพที่ซูมเครื่องพิมพ์ดีดที่เก่าออก ให้เห็นไม่ต้องใกล้มาก

ผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้ กลุ่มตัวอย่างอาจารย์และบุคลากร จำนวน 10 คน
 ตาราง 5 ผลการสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ที่เป็นอาจารย์และบุคลากร

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
1. วัตถุประสงค์นำเสนอเนื้อหาที่ท่านต้องการครบถ้วน สมบูรณ์	4.30	0.46	พึงพอใจมาก
2. ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา	4.10	0.54	พึงพอใจมาก
3. ความเหมาะสมของการจัดลำดับเนื้อหา	4.17	0.61	พึงพอใจมาก
4. เทคนิคการนำเสนอ มีความน่าสนใจ	3.80	0.60	พึงพอใจมาก
5. ภาพสื่อความหมาย เหมาะสมกับสถานการณ์	4.10	0.83	พึงพอใจมาก
6. ความสวยงามของภาพ	3.80	0.60	พึงพอใจมาก
7. ภาษาที่ใช้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย ไม่คลุมเครือ	4.10	0.70	พึงพอใจมาก
8. ความชัดเจนของเสียงบรรยาย	4.20	0.60	พึงพอใจมาก
9. ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบ	3.80	0.60	พึงพอใจมาก
10. ความสอดคล้องของภาพกับเสียงบรรยาย	4.70	0.46	พึงพอใจมากที่สุด
11. ช่วยให้ผู้ใช้มีแหล่งข้อมูลทางการศึกษาที่สะดวกต่อการ ค้นคว้า	4.20	0.75	พึงพอใจมาก
12. ข้อมูลเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์	4.30	0.78	พึงพอใจมาก
รวม	4.13	0.67	พึงพอใจมาก

จากตาราง 5 ผลการสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ ที่เป็นอาจารย์และบุคลากร จำนวน 10 คน พบว่าโดยรวมผู้ใช้มีความพึงพอใจมาก โดยผู้ใช้มีความพึงพอใจในเรื่อง ความสอดคล้องของภาพกับเสียงบรรยาย เป็นอันดับแรก (พึงพอใจมากที่สุด) รองลงมาคือเรื่อง วัตถุประสงค์นำเสนอเนื้อหาที่ท่านต้องการครบถ้วนสมบูรณ์ และข้อมูลเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์ เป็นอันดับสอง (พึงพอใจมาก) ความพึงพอใจในอันดับสาม คือเรื่องความชัดเจนของเสียงบรรยาย และช่วยให้ผู้ใช้มีแหล่งข้อมูลทางการศึกษาที่สะดวกต่อการค้นคว้า (พึงพอใจมาก) ส่วนรายการอื่นๆ ผู้ใช้มีความพึงพอใจมาก เช่นกัน

ผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้ กลุ่มตัวอย่างนักเรียน จำนวน 125 คน
 ตาราง 6 ผลการสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ที่เป็น นักเรียน

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
1. วิธีทัศนนำเสนอเนื้อหาที่ท่านต้องการครบถ้วน สมบูรณ์	4.25	0.65	พึงพอใจมาก
2. ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา	4.12	0.63	พึงพอใจมาก
3. ความเหมาะสมของการจัดลำดับเนื้อหา	4.13	0.62	พึงพอใจมาก
4. เทคนิคการนำเสนอ มีความน่าสนใจ	4.20	0.75	พึงพอใจมาก
5. ภาพสื่อความหมาย เหมาะสมกับสถานการณ์	4.22	0.68	พึงพอใจมาก
6. ความสวยงามของภาพ	4.21	0.72	พึงพอใจมาก
7. ภาษาที่ใช้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย ไม่คลุมเครือ	4.17	0.77	พึงพอใจมาก
8. ความชัดเจนของเสียงบรรยาย	4.00	0.86	พึงพอใจมาก
9. ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบ	3.90	0.77	พึงพอใจมาก
10. ความสอดคล้องของภาพกับเสียงบรรยาย	4.14	0.71	พึงพอใจมาก
11. ช่วยให้ผู้ใช้มีแหล่งข้อมูลทางการศึกษาที่สะดวกต่อการ ค้นคว้า	4.30	0.73	พึงพอใจมาก
12. ข้อมูลเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์	4.47	0.65	พึงพอใจมาก
รวม	4.18	0.73	พึงพอใจมาก

จากตาราง 6 ผลการสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ ที่เป็นนักเรียน จำนวน 125 คน พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้ทุกรายการประเมินมีความพึงพอใจมาก โดยมีข้อมูลเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์ที่พึงพอใจเป็นอันดับแรก (พึงพอใจมาก) รองลงมาคือช่วยให้ผู้ใช้มีแหล่งข้อมูลทางการศึกษาที่สะดวกต่อการค้นคว้าเป็นอันดับสอง (พึงพอใจมาก) ความพึงพอใจในอันดับสามคือวิธีทัศนนำเสนอเนื้อหาที่ท่านต้องการครบถ้วน สมบูรณ์ (พึงพอใจมาก) ส่วนรายการอื่นๆผู้ใช้มีความพึงพอใจในระดับมากเช่นกัน

ผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้ กลุ่มตัวอย่างนักศึกษา จำนวน 75 คน
 ตาราง 7 ผลการสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ ที่เป็น นักศึกษา

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
1. ทัศนคติที่นำเสนอเนื้อหาที่ท่านต้องการครบถ้วนสมบูรณ์	4.19	0.48	พึงพอใจมาก
2. ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา	4.00	0.46	พึงพอใจมาก
3. ความเหมาะสมของการจัดลำดับเนื้อหา	4.00	0.49	พึงพอใจมาก
4. เทคนิคการนำเสนอ มีความน่าสนใจ	3.97	0.69	พึงพอใจมาก
5. ภาพสื่อความหมาย เหมาะสมกับสถานการณ์	4.19	0.56	พึงพอใจมาก
6. ความสวยงามของภาพ	4.17	0.66	พึงพอใจมาก
7. ภาษาที่ใช้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย ไม่คลุมเครือ	4.05	0.59	พึงพอใจมาก
8. ความชัดเจนของเสียงบรรยาย	3.99	0.67	พึงพอใจมาก
9. ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบ	3.92	0.56	พึงพอใจมาก
10. ความสอดคล้องของภาพกับเสียงบรรยาย	4.01	0.55	พึงพอใจมาก
11. ช่วยให้ผู้ใช้มีแหล่งข้อมูลทางการศึกษาที่สะดวกต่อการค้นคว้า	4.03	0.67	พึงพอใจมาก
12. ข้อมูลเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์	4.31	0.54	พึงพอใจมาก
รวม	4.07	0.59	พึงพอใจมาก

จากตาราง 7 ผลการสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ ที่เป็นนักศึกษา จำนวน 75 คน พบว่าความพึงพอใจทุกรายการประเมิน ผู้ใช้มีความพึงพอใจระดับมาก โดยมีเรื่องข้อมูลเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์ เป็นอันดับแรก (พึงพอใจมาก) รองลงมาคือทัศนคติที่นำเสนอเนื้อหาที่ท่านต้องการครบถ้วนสมบูรณ์ และภาพสื่อความหมาย เหมาะสมกับสถานการณ์ เป็นอันดับสอง (พึงพอใจมาก) ความพึงพอใจในอันดับสามคือ เรื่องความสวยงามของภาพ (พึงพอใจมาก) ส่วนรายการอื่นๆผู้ที่มีความพึงพอใจเช่นกัน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

เพื่อพัฒนาและหาคุณภาพชีวิตทัศนประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์

ความสำคัญของการวิจัย

1. ได้สื่อทัศนเพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพชลบุรี ประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพตามเกณฑ์
2. เป็นแนวทางในการพัฒนาทัศนประชาสัมพันธ์สำหรับโรงเรียนอื่นๆ ต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา และผู้ใช้งาน 420 คนซึ่งเป็น นักเรียนจำนวน 250 คน นักศึกษาจำนวน 150 คน อาจารย์และบุคลากร จำนวน 20 คน โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2548

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาจำนวน 8 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษาจำนวน 8 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง ผู้ใช้เป็นนักเรียน นักศึกษา อาจารย์ และบุคลากรภายในโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ที่ได้จากการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งเลือกตัวอย่างจำนวน 210 คน ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจงที่ประเมินคุณภาพโดยแบ่งการประเมินออกเป็น 2 รอบ ซึ่งมีจำนวนผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

ผู้เชี่ยวชาญในรอบแรกประกอบด้วย

- | | | |
|-------------------------------------|-------|------|
| - ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา | จำนวน | 3 คน |
| - ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา | จำนวน | 3 คน |

ผู้เชี่ยวชาญในรอบสองประกอบด้วย

- | | | |
|-------------------------------------|-------|------|
| - ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา | จำนวน | 5 คน |
| - ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา | จำนวน | 5 คน |

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ใช้ ได้จากการเลือกแบบบังเอิญ ซึ่งมีจำนวนตัวอย่าง ประกอบด้วย

- นักเรียน	จำนวน	125	คน
- นักศึกษา	จำนวน	75	คน
- อาจารย์และบุคลากร	จำนวน	10	คน

เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัย

1. แนะนำโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี
 - 1.1 ประวัติของโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี
 - 1.1.1 โครงสร้างการบริหาร
 - 1.1.2 คณะผู้บริหาร
 - 1.1.3 บุคลากร
 - 1.1.4 ปรัชญาของโรงเรียน
 - 1.1.5 วิสัยทัศน์และนโยบาย
 - 1.1.6 ระเบียบการแต่งกาย
 - 1.1.7 กลุ่มโรงเรียนในเครือเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ
2. หลักสูตรที่เปิดสอนในโรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี
 - 2.1 หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.)
 - กลุ่มวิชาการบัญชี
 - กลุ่มวิชาการขาย
 - 2.2 หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.)
 - สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
3. กิจกรรมของโรงเรียนที่ดำเนินการให้นักเรียน
 - 3.1 กิจกรรมส่งเสริมการกีฬา
 - 3.2 กิจกรรมการใช้ภาษาสากล
4. การรับสมัคร นักเรียน/นักศึกษา
 - 4.1 คุณสมบัติของผู้สมัคร
 - 4.2 ขั้นตอนการสมัคร
 - 4.3 ค่าใช้จ่ายในการศึกษา

4.4 เวลาเรียน

4.5 สิทธิที่จะได้รับ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. วิดีทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี
2. แบบประเมินคุณภาพวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์ด้านเทคโนโลยีการศึกษาและด้าน

เนื้อหา

3. แบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้วีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์

การดำเนินการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้มีการดำเนินการและเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

1. นำวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบข้อบกพร่องและประเมินคุณภาพในรอบแรกโดยคือผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาจำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษาจำนวน 3 ท่าน แล้วนำผลการประเมินคุณภาพ และข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ไปปรับปรุงแก้ไขวีดิทัศน์
2. นำวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพในรอบสอง คือผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาจำนวน 5 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษาจำนวน 5 ท่าน นำผลการประเมินคุณภาพมาหาคุณภาพไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนด
3. นำวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ไปให้กลุ่มผู้ใช้ที่เป็นนักเรียนจำนวน 125 คน นักศึกษาจำนวน 75 คนโดยเปิดวีดิทัศน์ให้กลุ่มตัวอย่างดู 30 คน ต่อ 1 เครื่อง และหลังจากใช้วีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ให้ทำแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้ให้ทำแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้
4. นำวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ไปให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็น อาจารย์และบุคลากร จำนวน 10 คน โดยให้ดูวีดิทัศน์ทั้งหมด 10 คนโดยให้ใช้วีดิทัศน์ 1 คน ต่อ 1 เครื่อง โดยวิธีการใช้เป็นรายบุคคล และหลังจากใช้วีดิทัศน์ เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี แล้วให้ทำแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้ให้ทำแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้
5. รวบรวมแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้วีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ที่ทำแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน นักศึกษา อาจารย์

และบุคลากร นำมาวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในการใช้วิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี โดยกลุ่มผู้ใช้งาน

สรุปผลการวิจัย

1. ได้วิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ในรูปแบบดีวีดี
2. คุณภาพของวิทัศน์ประชาสัมพันธ์
 - 2.1 จากการประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญวิทัศน์ประชาสัมพันธ์มีคุณภาพในระดับดี
 - 2.2 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อวิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ในระดับมาก

อภิปรายผล

การพัฒนาวิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ในรูปแบบดีวีดี มีคุณภาพอยู่ในระดับดี เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. วิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น ได้มีการวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ คือ มีการเขียนบท วางแผนการถ่ายทำ และตัดต่ออย่างเป็นขั้นตอน ตลอดจนผลิตขึ้นภายใต้การตรวจสอบและแก้ไขทุกขั้นตอนจากอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา ทำให้วิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ในรูปแบบดีวีดีมีคุณภาพอยู่ในระดับดี เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ สามารถนำไปใช้เป็นส่วนในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ให้กับ อาจารย์ เจ้าหน้าที่ นักเรียน นักศึกษาและ ผู้ที่สนใจจะศึกษาในระดับ ปวช. และ ปวส. ได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นได้อีกรูปแบบหนึ่ง

2. จากการวิจัยวิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์ถือเป็นช่องทางที่ดีอีกช่องทางหนึ่งสำหรับการให้บริการด้านข่าวสาร เป็นสื่อที่ใช้ง่ายและมีความน่าสนใจ เนื่องจากแผ่นวิทัศน์เป็นสื่อที่ประกอบด้วย ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงดนตรีประกอบ เสียงบรรยาย ได้อย่างน่าสนใจและมีประสิทธิภาพ สามารถเปิดฉายซ้ำหรือหยุดดูในส่วนที่ต้องการดูรายละเอียดที่ถูกต้องมากขึ้นได้ สอดคล้องกับคำกล่าวของ ถาวร สายสืบ (2549 : 85) ที่ได้อธิบายถึงสื่อวิทัศน์ว่า “สื่อที่ได้รับความนิยมเอาคุณสมบัติเด่นของสื่อแต่ละอย่างมาไว้ด้วยกัน ทั้งการนำเสนอเนื้อหาเรื่องราว ความมีสีสัน ความกระชับของเนื้อหา มีภาพเคลื่อนไหว มีเสียงประกอบที่สร้างบรรยากาศให้ดูตื่นตาตื่นใจในรูปแบบลักษณะ

ของสื่อประสม (Multimedia) จัดทำได้สะดวกราคาเบา สามารถแต่งเติมสีสันให้เป็นภาพลักษณ์ที่ดีได้มากมาย สื่อที่นิยมใช้ในงานประชาสัมพันธ์มากกว่าสื่ออื่นใดในปัจจุบันนี้คือ สื่อวีดิทัศน์

3.วีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี มีภาพที่สวยงามและสอดคล้องกับเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ ผู้ใช้สามารถเห็นภาพจริง ทำให้ผู้ใช้สามารถเห็นภาพและเข้าใจเนื้อหาที่นำเสนอได้อย่างชัดเจน และน่าประทับใจ

ข้อเสนอแนะ

พัฒนาวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. เนื่องจากการผลิตวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์ ต้องใช้งบประมาณที่สูง จึงควรมีการวางแผนการผลิตวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์ให้รอบคอบด้วยตนเอง และจะต้องคำนึงถึงปัจจัยในหลายๆด้าน เช่น การจัดเตรียมสถานที่รวมถึงการติดต่อประสานงานการถ่ายทำ อุปกรณ์และเครื่องมือการผลิต ต้องมีความสมบูรณ์พร้อมและทันสมัย ตลอดจนการกำหนดระยะเวลาในการผลิตให้เหมาะสมด้วย เพราะช่วยให้การผลิตวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เกิดคล่องตัวรวดเร็วตามเป้าหมายและเกิดประสิทธิภาพ

2. ในการผลิตวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์หากผู้ผลิตได้นำทฤษฎีสี หลักการทางศิลปะ การจัดภาพมาใช้ในการถ่ายทำ และตัดต่อ จะช่วยให้วีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์มีความสวยงามและน่าสนใจยิ่งขึ้น

3. นำวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ในรูปแบบของ ดีวีดี เผยแพร่ให้กับนักเรียน นักศึกษา อาจารย์และบุคลากร โดยมีการติดตามและประเมินผลการใช้อย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการพัฒนาวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและควรปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

2. ควรมีการพัฒนาวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เนื่องจากสามารถเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ได้อย่างกว้างขวางมากกว่ารูปแบบดีวีดีเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนในเครือข่ายต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กวรรณิการ์ อัสวตรเดชา. (2544). **สื่อและเครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กวีวีร์ เมฆหมอก. (2542). **การศึกษาผลการเรียนและเจตคติต่อวิชาพุทธศาสนาจากการเรียนด้วยบทเรียนวีดิทัศน์แบบโปรแกรม**. ปริญญาโท กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- กิดานันท์ มลิทอง. (2540). **เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม**. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พริ้นติ้ง.
- ชิน คล้ายปาน และคนอื่น ๆ. (2528). **เทคนิคการผลิตรายการเทปโทรทัศน์**. กรุงเทพฯ : คณะอนุกรรมการกลุ่มโสตทัศนศึกษา ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา.
- ถาวร สายสืบ. (2549, มกราคม-เมษายน). **บทความวิชาการ การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร**. 8(1): 85-93.
- ทวิช เทียนคำ. (2546). **การพัฒนาบทเรียนวีดิทัศน์เรียนด้วยตนเอง เรื่องการใช้สมุนไพรงานสาธารณสุขมูลฐาน สำหรับอาสาสมัครสาธารณสุข จังหวัดนนทบุรี**. สารนิพนธ์ กศ.ม.(เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ทศพล แสงโกติก. (2547). **การพัฒนาคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เพื่อบริการข้อมูลทางการศึกษา และการประชาสัมพันธ์บัณฑิตศึกษา คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง**. สารนิพนธ์ กศ.ม.(เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ธวัชชัย สันคติประภา. (2528). **“การวางแผนการผลิตรายการเทปโทรทัศน์” เอกสารประกอบการอบรมหลักสูตรการผลิตเทปโทรทัศน์ทางการเกษตร รุ่นที่ 4**. นครปฐม : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กำแพงแสน.
- นพรัตน์ บุญกาญจน์วนิช. (2536). **การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์และความคงทนทางการเรียน โดยการเรียนจากบทเรียนเทปโทรทัศน์กับการสอนแบบสาธิต เรื่อง การผสมเทียมสุกร**. ปริญญาโท กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- บุญเที่ยง จุ้ยเจริญ. (2534). **“เทคนิคพื้นฐาน” การใช้และบำรุงรักษาอุปกรณ์ เทคโนโลยีทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.

- ประเทือง ล้อมรินทร์. (2546). **การพัฒนารายการวิดีโอทัศนศึกษาด้วยตนเอง เรื่องเทคนิคการลำดับภาพแบบลิเนียร์ (Linear)**. สารนิพนธ์. กศ.ม. (เทคโนโลยีทางการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- พฤทธิ ศิริบรรณพิทักษ์. (2531). **การวิจัยและพัฒนาทางการศึกษา. รวมบทความที่เกี่ยวกับการวิจัยทางการศึกษา (เล่ม 2)**. 11(4) : 21-22.
- พุทธินันท์ โสมสุข. (2547). **การพัฒนาและหาประสิทธิภาพรายการวิดีโอ วิชาการผลิตรายการโทรทัศน์เรื่องหลักการผสมสัญญาณภาพและเสียงสำหรับหลักสูตรระดับปริญญาตรี**. สารนิพนธ์. กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- พินิต วัฒนโธ. (2520). **การผลิตรายการโทรทัศน์**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิศิษฐ์ กาญจนพิมาย. (2543). **การพัฒนารายการวิดีโอ เพื่อเสริมสร้างความรู้ทักษะการอ่านภาษาไทย เพื่อใช้ฝึกก่อนสอบ เพื่อขอรับใบรับรองเป็นผู้ประกาศจากกรมประชาสัมพันธ์**. สารนิพนธ์ กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ไพโรจน์ ตีรณธนากุล นิพนธ์ ศุภาศรี และขจีรัตน์ ปิยกุล. (2521). **เทคนิคการผลิตรายการวิดีโอเทปเพื่อการศึกษา**. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- มานัส เกดแย้ม. (2539). **การพัฒนารายการวิดีโอการสอนวิชาชีพ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบคอมพิวเตอร์ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น สำหรับโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ เขตการศึกษา 1**. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ลัดดา สุขปรีดี. (2523). **เทคโนโลยีการเรียนการสอน**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2536). **เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- วิทย์ ศิวะศรียานนท์. (2538). **เอกสารประกอบคำบรรยายเรื่อง การประชาสัมพันธ์และการปกครอง. ราชบัณฑิตยสถาน**. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ฉบับปรับปรุงแก้ไข. พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์.
- วิภา อุดมฉันท. (2544). **การผลิตสื่อโทรทัศน์และสื่อคอมพิวเตอร์**. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย.
- วิรัช ภูมิรัตนกุล. (2546). **การประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สุรัชย์ ลิกขาบัณฑิต และเสาวณีย์ ลิกขาบัณฑิต. (2535). **ศัพท์เทคโนโลยีทางการศึกษา**.
กรุงเทพฯ : ดวงกมล.
- แสนฤทธิ์ ชื่นกตัญญู. (2545). **การพัฒนาบทเรียนวีดิทัศน์ด้วยตนเอง เรื่อง เทคนิคการถ่ายทำ
โทรทัศน์สำหรับงานข่าว**. สารนิพนธ์ กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิต
วิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **การประชาสัมพันธ์ : ทฤษฎีและปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : บริษัท วีระฟิล์มและ
โซเท็กซ์ จำกัด.
- อดุลย์ อยู่พรม. (2541). **การพัฒนาวีดิทัศน์ชุดงานสารวัตรนักเรียนเพื่ออบรมครูฝ่ายปกครอง
ของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษาในกรุงเทพมหานคร**. ปรินญาณิพนธ์
กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
ถ่ายเอกสาร.
- อรุณ งามดี. (2521). **การประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: เทพเทวี.
- อลิศรา เจริญวานิช. (2544). **การประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Abrams,Arnold H.(1986, January). "Effectiveness of Interactive Video in Teaching Basic
Photography Skill (Dise,Intelligent, Computer Assisted)." **Dissertation Abstracts
International**.46(11) : 3326-A.
- Borg, Walter R. and Merigith D. Gall. (1997). **Education Research : An Introduction**. New
York : Longman.
- Burrows,Thomas D. And others. **Television Production**. United State : Wm.C.Brown
Publishers, 1992. 512 p.
- Dale, Edgar. (1956). **Audio-Visual Methods in Teaching**. New York : Revised Edition. Holt
Rinehart and Winston. Dryden Pryden Press.
- Fisher, Judith C. (1977, September) "The Effect Videotape Recording on Swimming
Performance and Knowledge of Stoke Mechanics." **Completed Research in Health
Physical Education and Research**. 20 (73) : 216.
- H. Gordon Lewis. (1976). **How to Handle Your Own Public Relations**.
- Hilliard, Robert L. "Television Broadcasting : An introduction." New York : Hasting House
Publisher,Inc., 1978.
- James Derriman. (1964). **Public Relations in Business Management**.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ตัวอย่างบทวิดิทัศน์
ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

ตัวอย่างบทวิทยทัศน์
ประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

ลำดับ	ภาพ	เทคนิค	เสียง	เวลา (วินาที)
1.	F/I LOGO มหาวิทยาลัย	Fade	F/I ดนตรี	
2.	Caption ร่วมกับ	Diss		
3.	Caption ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา	Diss		
4.	Caption เสนอ	Diss		
5.	วิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจ กรุงเทพ ชลบุรี	Diss	F/D ดนตรี	
6.	Logo โรงเรียนเทคนิค บริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี	Diss	โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจ กรุงเทพ ชลบุรี	
7.	ภายในโรงเรียนเทคนิค บริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี	Cut	ตั้งอยู่เลขที่ 60/9 หมู่ 4 ซอยสุขาภิบาล 11 ต.หนองช้างคอก อ.เมือง จ.ชลบุรี	
8.	มุมต่างๆในโรงเรียน	Diss	ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2524 บนเนื้อที่ 21 ไร่ 4 งาน เป็นโรงเรียนอาชีวศึกษา เอกชน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการ การอาชีวศึกษา	
9.	เป็นรูปโล่ต่างๆที่เป็นชื่อเก่า ว่า โรงเรียนพาณิชยการ ตะวันออก	Cut	โรงเรียนได้รับอนุญาตจาก กระทรวงศึกษาธิการ ให้เปิดสอนได้ ตั้งแต่วันที่ 20 พฤษภาคม 2524โดยใช้ ชื่อว่า โรงเรียนพาณิชยการตะวันออก	

ลำดับ	ภาพ	เทคนิค	เสียง	เวลา (วินาที)
10.	นักเรียนเข้าแถว เคารพธงชาติ และCU ให้เห็นเข็ม B.T.Ad.Chon	cut	จนกระทั่งเริ่มปีการศึกษา 2547 โรงเรียนพาณิชยการตะวันออก ได้เข้าร่วมกลุ่มโรงเรียนเทคโนโลยีกรุงเทพ และได้ใช้ชื่อว่า โรงเรียนเทคนิค บริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี โดยใช้ชื่อย่อ ว่า B.T.Ad.Chon.	
11.	ภาพบริเวณตึกสิงโตคู่ และ ภาพตึกอเนกประสงค์ ที่ PAN ให้เห็นตัวอักษร “วิชาการดี บุคลิกภาพงาม คุณธรรมสูง”	Diss	เพื่อพัฒนาระบบการเรียนการสอนให้ได้ มาตรฐานที่ดีขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงใน ครั้งนี้จะนำมาซึ่งคุณภาพและมาตรฐาน ดังปรัชญาที่ว่า “วิชาการดี บุคลิกภาพ งาม คุณธรรมสูง”	
12.	CG โครงสร้างการบริหาร บุคลากร	Cut	โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ได้มีการจัดโครงสร้างการบริหาร โดยคณะผู้บริหาร และคณะอาจารย์ ที่ เชี่ยวชาญ โรงเรียนให้ความสำคัญต่อ การจัดบุคลากร ให้สอดคล้องกับการ หน่วยงานซึ่งมีอยู่หลายฝ่าย และมุ่งเน้น ถึงประสิทธิภาพของการเรียนการสอนที่ เน้น ผู้เรียน เป็นหัวใจสำคัญ	
13.	CG ภาพ ดร.วิศิษฐ์ แสงหิรัญ	Diss	โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ได้มีการบริหารงานโดย ดร.วิศิษฐ์ แสงหิรัญ ดำรงตำแหน่ง ผู้อำนวยการ โรงเรียน	
14.	CG ภาพ นางเอกเอ้อย แสง หิรัญ	Diss	และนางเอกเอ้อย แสงหิรัญ ดำรง ตำแหน่ง รองผู้อำนวยการโรงเรียน	
15.	CG ภาพ นางกัลยา ผูกพัทธ์	Diss	โดยมี นางกัลยา ผูกพัทธ์ ดำรง ตำแหน่ง อาจารย์ใหญ่ของโรงเรียน	

ภาคผนวก ข
แบบประเมินคุณภาพสำหรับผู้เชี่ยวชาญทางด้านเนื้อหา
และแบบประเมินคุณภาพสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ
วิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา
เรื่อง การพัฒนาวิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ
ชลบุรี

คำชี้แจง

เรียนท่านผู้ประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา ข้าพเจ้านางสาวศรินทิพย์ วิริยะพากเพียร นิสิต
 ปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อลิศรา เจริญวานิช

1. ขอความกรุณาท่าน ตอบแบบประเมินคุณภาพทุกข้อ โดยข้าพเจ้าจะนำข้อมูลที่ได้จาก
 การประเมินคุณภาพนี้ ไปวิเคราะห์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำสารนิพนธ์ประชาสัมพันธ์โรงเรียน
 เทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ต่อไป

2. ขอขอบพระคุณที่ท่านได้กรุณาสละเวลาในการตอบแบบประเมิน

แบบประเมินคุณภาพชีวิตทัศน์ประชาสัมพันธ์ สำหรับผู้เชี่ยวชาญทางด้านเนื้อหา
เรื่อง การพัฒนาชีวิตทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ปรับปรุง แก้ไข	ใช้ไม่ได้
1. คุณภาพด้านเนื้อหา - เนื้อหา มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ - ความเหมาะสมของการจัดลำดับเนื้อหา - ความสอดคล้องของเนื้อหาในแต่ละหัวข้อ - ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา - ความถูกต้องของเนื้อหา					
2. คุณภาพของภาพและเสียง - ความถูกต้องของภาพ - ความถูกต้องของเสียงบรรยาย - ความสอดคล้องของภาพกับเสียงบรรยาย					
3. เวลา - ความเหมาะสมของระยะเวลาในการนำเสนอ - ความเหมาะสมของเวลาฉายกับเสียงบรรยาย - ความเหมาะสมของเวลาฉายทั้งเรื่อง					
รวม					

ข้อเสนอแนะ

อื่นๆ

.....

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน
 (.....)

แบบประเมินคุณภาพ ด้านสื่อ
เรื่อง การพัฒนาวิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ
ชลบุรี

คำชี้แจง

เรียนท่านผู้ประเมินคุณภาพด้านสื่อ ข้าพเจ้านางสาวศรินทิพย์ วิริยะปากเพียร นิสิตปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อลิศรา เจริญวานิช

1. ขอความกรุณาท่าน ตอบแบบประเมินคุณภาพทุกข้อ โดยข้าพเจ้าจะนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินคุณภาพนี้ ไปวิเคราะห์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำสารนิพนธ์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี ต่อไป

2. ขอขอบพระคุณที่ท่านได้กรุณาสละเวลาในการตอบแบบประเมิน

แบบประเมินคุณภาพชีวิตทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ
เรื่อง การพัฒนาชีวิตทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ปรับปรุง แก้ไข	ใช้ไม่ได้
1. คุณภาพด้านเนื้อหาและการดำเนินเรื่อง - ความเหมาะสมในการนำเสนอเนื้อหา - ความเหมาะสมในวิธีการตัดต่อ - ความเหมาะสมของการใช้เทคนิคประกอบ					
2. คุณภาพของภาพ ตัวอักษร - คุณภาพของภาพ - ความเหมาะสมของภาพในการสื่อความหมาย - ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร - ความสอดคล้องของภาพกับเสียงบรรยาย					
3. คุณภาพเสียง - ความชัดเจนของเสียงบรรยาย - ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบ - ความสอดคล้องของเสียงดนตรีประกอบกับเสียงบรรยาย					
4. เวลา - ความเหมาะสมของเวลาฉายกับเนื้อหาในภาพ - ความเหมาะสมของเวลาฉายกับเสียงบรรยาย - ความเหมาะสมของเวลาฉายทั้งเรื่อง					
รวม					

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน

(.....)

ภาคผนวก ค
แบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้วัดทัศน
เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

คำชี้แจง แบบสอบชุดนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้วัดทัศนเพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิค
บริหารธุรกิจ กรุงเทพฯ ชลบุรี

ตอนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่อง () ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน และเติมคำหรือข้อความลงในช่องว่าง

- ## 1. สถานภาพของผู้ใช้

() อาจารย์

() นักเรียน

() นักศึกษา

() ข้าราชการ พนักงาน และบุคลากร

2. สถานที่ทำงาน / สถานศึกษา

.....

.....

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้วีดิทัศน์
เพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจ กรุงเทพฯ ชลบุรี

โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
วีดิทัศน์นำเสนอเนื้อหาที่ท่านต้องการครบถ้วน สมบูรณ์					
ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา					
ความเหมาะสมของการจัดลำดับเนื้อหา					
เทคนิคการนำเสนอ มีความน่าสนใจ					
ภาพสื่อความหมาย เหมาะสมกับสถานการณ์					
ความสวยงามของภาพ					
ภาษาที่ใช้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย ไม่คลุมเครือ					
ความชัดเจนของเสียงบรรยาย					
ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบ					
ความสอดคล้องของภาพกับเสียงบรรยาย					
ช่วยให้ผู้ชมมีแหล่งข้อมูลทางการศึกษาที่สะดวกต่อการค้นคว้า					
ข้อมูลเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์					

ข้อเสนอแนะ

อื่นๆ

.....

.....

ภาคผนวก ง

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่ประเมินคุณภาพวิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์

**รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่ประเมินคุณภาพวิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์
เรื่อง การพัฒนาวิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี**

ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

1. อาจารย์กัลยา ผูกพัทธ์
อาจารย์ใหญ่และหัวหน้าฝ่ายวิชาการ โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี
2. อาจารย์จรีพร ยิ้มย่อง
กรรมการฝ่ายกิจกรรม โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี
3. อาจารย์อารีย์ แซ่จ้ง
หัวหน้าฝ่ายธุรการ-การเงิน โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี
4. อาจารย์ภัศรสรรค์ วิศวกรรมภพ
หัวหน้าฝ่ายกิจกรรม-งานอาคารสถานที่ โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี
5. อาจารย์ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา
ที่ปรึกษา โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี
6. อาจารย์ปวีศา ดั่งดำรงค์
กรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี
7. อาจารย์สุภาพร พุทธนวัฒน์
หัวหน้าแผนกคอมพิวเตอร์ โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี
8. อาจารย์มลวิทย์ นิจนิรันดร์
หัวหน้าแผนกสามัญ โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ ชลบุรี

ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ

1. รองศาสตราจารย์ ดร. พงศ์ประเสริฐ หกสุวรรณ
รักษาราชการแทนรองคณบดีฝ่ายนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศ
2. อาจารย์ ดร. กุศล อิศดุลย์
อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พิลาศ เกื้อมี
อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บุญยฤทธิ์ คงคาเพชร
รองคณบดีฝ่ายบริหาร คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฤทธิชัย อ่อนมิ่ง
อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชานัญชัย อินทรสุนานนท์
อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
7. อาจารย์ ดร. นฤมล ศิริวงษ์
อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
8. อาจารย์ภูวนัย สุวรรณธारा
รองอาจารย์ใหญ่โรงเรียนเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวศรินทิพย์ วิริยะพากเพียร
วัน เดือน ปี เกิด	20 พฤศจิกายน 2521
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	44 ซ.อ่อนนุช 66 แขวง 19-15 แขวงประเวศ เขตประเวศ กทม. 10250
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	ช่างภาพ ฝ่าย Corporate PR กิจกรรม บริษัท จีเอ็มเอ็มแกรมมี่ จำกัด (มหาชน)
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2540	การถ่ายภาพและภาพยนตร์ คณะเทคโนโลยีการ สื่อสาร สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพ
พ.ศ. 2542	การถ่ายภาพและภาพยนตร์ คณะเทคโนโลยีการ สื่อสาร สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพ
พ.ศ. 2544	การศึกษาระดับบัณฑิต (เทคโนโลยีการศึกษา) มหาวิทยาลัยบูรพา
พ.ศ. 2550	การศึกษามหาบัณฑิต (เทคโนโลยีการศึกษา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ