การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ปริญญานิพนธ์

ของ

ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการอุดมศึกษา

สิงหาคม 2559

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ปริญญานิพนธ์

ของ

ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการอุดมศึกษา

สิงหาคม 2559

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

บทคัดย่อ

ของ

ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการอุดมศึกษา

สิงหาคม 2559

ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ. (2559). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล*ปริญญานิพนธ์ กศ.ด.(การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
คณะกรรมการควบคุม : อาจารย์ ดร.จารุวรรณ สกุลคู,
รองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉราวัฒนาณรงค์, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.ณัฐวิภา สินสุวรรณ.

การวิจัยในครั้งนี้มีความมุ่งหมาย 1) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามเพศ อายุ ประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษา ประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา หน่วยงานที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์2) เพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล3) เพื่อศึกษาประสิทธิผลของหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มตัวอย่างในขั้นการศึกษา และเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์คือ บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล2) กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาประสิทธิผลของหลักสูตร คือ เครือข่ายด้านประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ในปีการศึกษา 2558 จำนวน 40 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แบบสอบถามเพื่อประเมินความสามารถในการประชาสัมพันธ์ โดยเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 2) แบบทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ 3) แบบประเมินความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยt-test for Independent Samples และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านข่าวและด้านการพูดอยู่ในระดับปานกลาง

2. บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่เพศอายุประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษาประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ระดับการศึกษาหน่วยงาน

ที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ต่างกันมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการพูดด้านภาพด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และด้านการเผยแพร่และการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกันยกเว้น สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษาที่ต่างกัน พบว่า มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนด้านอื่นๆไม่พบว่าแตกต่างกัน

3. องค์ประกอบของหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลประกอบด้วย 1) สภาพปัญหาและความจำเป็นของหลักสูตรฝึกอบรม2) หลักการของหลักสูตรฝึกอบรม3) จุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม 4) โครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรม 5) เนื้อหาของแต่ละหน่วยการเรียนรู้ 6) กิจกรรมการฝึกอบรม7) เทคนิคในการฝึกอบรม8) สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม 9) การวัดและประเมินผลหลักสูตรฝึกอบรม 10) หน่วยการเรียนรู้ จำนวน5 หน่วยการเรียนรู้ ประกอบด้วย หน่วยเรียนที่ 1 ด้านข่าว หน่วยเรียนที่ 2 ด้านการพูด หน่วยเรียนที่ 3 ด้านภาพ หน่วยเรียนที่ 4 ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ หน่วยเรียนที่ 5 ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์

4. บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ที่เข้าฝึกอบรมมีค่าคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการประชาสัมพันธ์หลังการเข้าฝึกอบรมสูงกว่าก่อนการเข้าฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05และมีความพึงพอใจต่อ ต่อหลักสูตรฝึกอบรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการวิจัยนี้ แสดงว่า หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีความเหมาะสมในการนำไปใช้และมีผลทำให้ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรสูงขึ้น

THE DEVELOPMENT OF ATRAINING PROGRAM TO ENHANCE THE PUBLIC RELATIONS CAPABILITIES FORPUBLIC RELATIONS STAFFS IN RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

AN ABSTRACT

BY

SONGWIT CHAROENKITTHANALAP

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the

Doctor of Education degree in Higher Education

atSrinakharinwirot University

August 2016

SongwitCharoenkittnanalap. (2016). The *development of a training program to enhance the public relations capabilities of public relations staff in Rajamangala University of Technology*. Dissertation, Ed.D.(Higher Education). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Dr.JaruwanSkulkhu, Assoc. Prof. Dr. AtcharaWatthananarong,Asst. Prof. NatwipaSinsuwarn.

The purposes of this research were to (1) study and compare the public relations capabilities of public relations staff (PRS) in Rajamangala University of Technology (RMUT);based on gender, age, work experience in higher education institutions, work experience in public relations, educational attainment, field of study and work agent; and (2) develop a training program to enhance the public relations capabilities of PRS in RMUT; and (3) to determine the effectiveness of the training program. The subjects were public relations staffs who were working in nine RMUT in 2015 academic year. The samples composed of two groups: 1) the first group of 98 was stratified randomly selected to participate in a public relations capabilities study, and 2) the second group of 40 randomly selected from RMUTSuvarnabhumi toparticipate in the training program effectiveness study. The instruments used to collecting data included (1) a Likert-type, five-point rating scale questionnaire, (2) a test of public relations capabilities, and (3)a satisfactory scale.The statistical methods used to analyze the data including frequency, percentage, mean, and standard deviation. The hypothesis was tested with a t-testfor one sample, t-test for independent samples and one-way analysis of variance at a statistically significant level of .05.

The results were as follow:

1. PRS in RMUT had a high level of public relations capability on the whole. When considered in each aspect, the PRS had a high level of public relations capability in the aspects of photography, the preparation of publicity materials and the dissemination and publicity activities, but only at a moderate level in aspects such as news and speech.

2. There was no significant difference in public relations capability among PRS in RMUT based on their gender, age, and work experience in higher education institutions, work experience in public relations, educational attainment, and work agent, on the whole and in the aspects of photography, speech, preparation of publicity materials and

dissemination and publicity activities. However, there was a significant difference found between the aspect of news between those who graduated from Communication Arts, Journalism, Mass Communication, Public Relations and the other fields that contain other major areas of study.

3. The use of a training program to enhance the public relations capability of PRS in RMUT included problem and necessity, principle, purpose, structure, content, activity, technique, media, and evaluation method. There were five learning units: news, speech, photography, preparation of publicity materials, and dissemination and publicity activities.

4. After participating in the training program, the PRS showed a statistically higher performance than before participation at a level of .05. They also showed a high level of satisfaction regarding the training program.

The results showed that the training program to enhance public relations capability was appropriate and was a key factor in an increased change of public relations capability of PRS.

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์

ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ของ

ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการอุดมศึกษา

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร. ปรินทร์ ชัยวิสุทยางกูร)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.2559

อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....ที่ปรึกษาหลัก .....ประธาน

(อาจารย์ ดร.จารุวรรณ สกุลคู) (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล คล่องคำนวณการ)

.....ที่ปรึกษาร่วม .....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา วัฒนาณรงค์) (อาจารย์ ดร.จารุวรรณ สกุลคู)

.....ที่ปรึกษาร่วม .....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิภา สินสุวรรณ) (รองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา วัฒนาณรงค์)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิภา สินสุวรรณ)

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร.ราชันย์ บุญธิมา)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ ด้วยความเมตตาและกรุณาเอาใจใส่เป็นอย่างดีจาก อาจารย์ ดร.จารุวรรณ สกุลคู อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก รองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา วัฒนาณรงค์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิภา สินสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ซึ่งได้ให้ข้อแนะนำและข้อคิดเห็น ต่าง ๆ ในการทำปริญญานิพนธ์นี้มาตลอดตั้งแต่ต้นจนสำเร็จเรียบร้อย

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล คล่องคำนวณการ ที่กรุณาเป็นประธาน คณะกรรมการสอบปริญญานิพนธ์ อาจารย์ ดร.ราชันย์ บุญธิมา ที่กรุณาเป็นกรรมการสอบปริญญา นิพนธ์ และขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สมสรรญก์ วงษ์อยู่น้อย ประธานกรรมการสอบ เค้าโครงปริญญานิพนธ์ อาจารย์ ดร.สุวพร ตั้งสมวรพงศ์ อาจารย์ ดร.ราชันย์ บุญธิมา อาจารย์ ดร.จตุพล ยงศร และ อาจารย์ ดร.จักรกฤษณ์ โปณะทอง กรรมการสอบเค้าโครงปริญญา นิพนธ์ ซึ่งได้ให้คำแนะนำต่าง ๆ จนทำให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ อาจารย์วิรัช โหตระไวศยะ อาจารย์สุชาดา ท้าวล้อม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยะ ประสงค์จันทร์ คุณวราภรณ์ นามบุตร และ อาจารย์ สิบเอก ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิด้านประชาสัมพันธ์ ได้แก่ อาจารย์อุไรวรรณ สมบัติศิริ อาจารย์ ดร.กุลกนิษฐ ทองเงา คุณนิตยา หิรัญประดิษฐ์ คุณสัมฤทธิ์ เจียมเจริญพรกุลคุณอรรถพล วิสุทธิศาลวงศ์และด้านหลักสูตร ได้แก่ อาจารย์ ดร.พลารัก ไชยโย อาจารย์ ดร.เบญจพร สว่างศรี อาจารย์ ดร.กานตยุทธ ตรีบุญนิธิ อาจารย์ ดร.สรชัย ชวรางกูร และ อาจารย์ ดร.ณัฐวิภา วิริยา ที่ได้กรุณาให้คำชี้แนะและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ขอขอบพระคุณผู้บริหารและบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 9 แห่งที่กรุณาเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลและให้ข้อมูลซึ่งเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัย

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้กับผู้วิจัยและที่สำคัญที่สุด ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ-คุณแม่ นายประเสริฐ นางอังคณา เจริญกิจธนลาภ และน้อง ๆ ทุกคน ที่ได้ให้ความรัก ความห่วงใย เข้าใจ ให้กำลังใจและให้การสนับสนุนผู้วิจัยเสมอมา

ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ

สารบัญ

บทที่ **หน้า**

1 บทนำ..... 1

ภูมิหลัง..... 1

ความมุ่งหมายของการวิจัย..... 6

ความสำคัญของการวิจัย..... 7

ขอบเขตของการวิจัย..... 7

สมมุติฐานของงานวิจัย..... 8

นิยามศัพท์เฉพาะ..... 9

กรอบแนวคิดในการวิจัย..... 11

2เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 13

การประชาสัมพันธ์..... 14

ความหมายของการประชาสัมพันธ์และนักประชาสัมพันธ์..... 14

บทบาทหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์..... 16

จรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์..... 22

ลักษณะงานของนักประชาสัมพันธ์..... 2 4

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์..... 2 6

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณสมบัติ คุณลักษณะ ความรู้และ

ความสามารถของนัก ประชาสัมพันธ์..... 28

การประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษา..... 36

ความสำคัญและวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษา..... 3 6

เป้าหมายการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษา..... 38

โครงสร้างการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษา..... 3 8

ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษา..... 41

คุณลักษณะของนักประชาสัมพันธ์ในสถาบันอุดมศึกษา..... 42

แนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรฝึกอบรม..... 42

ความหมายของหลักสูตรและการพัฒนาหลักสูตร..... 42

องค์ประกอบของหลักสูตร..... 45

การตรวจสอบคุณภาพของหลักสูตร 46

สารบัญ(ต่อ)

บทที่ **หน้า**

2(ต่อ)

ความหมายและประเภทของการฝึกอบรม..... 47

การสร้างหลักสูตรฝึกอบรม..... 51

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม..... 53

รูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์..... 57

ที่มาและความหมายของการเรียนรู้เชิงประสบการณ์..... 57

แนวคิดและขั้นตอนการเรียนรู้เชิงประสบการณ์..... 58

ลักษณะสำคัญของการเรียนรู้เชิงประสบการณ์..... 60

การนำรูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์มาใช้ในการฝึกอบรม..... 61

การจัดกิจกรรมการเรียนรู้เชิงประสบการณ์..... 63

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล..... 63

ประวัติความเป็นมา..... 63

การจัดการเรียนการสอน 64

งานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล..... 66

3วิธีดำเนินการวิจัย..... 67

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์..... 67

ขั้นตอนที่ 2 การร่างและประเมินหลักสูตรฝึกอบรม..... 72

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินประสิทธิผลหลักสูตรฝึกอบรม..... 76

4ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 85

ขั้นตอนที่ 1 ผลการศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์..... 85

ขั้นตอนที่ 2 ผลการร่างและประเมินหลักสูตรฝึกอบรม..... 109

ขั้นตอนที่ 3 ผลการประเมินประสิทธิผลหลักสูตรฝึกอบรม..... 113

5สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ..... 117

ความมุ่งหมายของการวิจัย..... 117

วิธีดำเนินการวิจัย..... 117

สรุปผลการวิจัย..... 119

สารบัญ(ต่อ)

บทที่ **หน้า**

5 (ต่อ)

อภิปรายผลการวิจัย..... 121

ข้อเสนอแนะ..... 132

บรรณานุกรม..... 134

ภาคผนวก..... 149

ประวัติย่อผู้วิจัย..... 381

บัญชีตาราง

ตาราง **หน้า**

1 สรุปแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความสามารถที่นักประชาสัมพันธ์ควรได้รับการเสริมสร้าง..... 33

2 สถานภาพของหน่วยงานด้านประชาสัมพันธ์ และจำนวนบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ จำแนกตามมหาวิทยาลัย..... 66

3 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำแนกตามมหาวิทยาลัย..... 69

4 แบบแผนการทดลอง..... ... 76

5 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการเข้าฝึกอบรม จำแนกตามศูนย์..... 77

6 กระบวนการวิจัยเพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล..... 83

7 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษาประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษาหน่วยงานที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์..... 88

8 ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยรวมและเป็นรายด้าน..... 90

9 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ด้านข่าว โดยรวมและเป็นรายข้อ..... 91

10 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ด้านการพูด โดยรวมและเป็นรายข้อ..... 92

11 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ด้านภาพ โดยรวมและเป็นรายข้อ..... 93

12 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ โดยรวมและเป็นรายข้อ..... 94

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

13 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ด้านการเผยแพร่และการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ โดยรวมและเป็นรายข้อ. 95

14 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามเพศ..... 96

15 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามอายุ..... 97

16 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษา... 98

17 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์. 99

18 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามระดับการศึกษา. 100

19 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา..... 101

20 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามหน่วยงานที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์..... 102

21 การเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามเพศ.....103

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

22 การเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามอายุ 103

23 การเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน ในสถาบันอุดมศึกษา..... ..104

24 การเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน ด้านประชาสัมพันธ์ 105

25 การเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามระดับการศึกษา ……..... 107

26 การเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา.....107

27 การเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามหน่วยงานที่ปฏิบัติงาน ด้านประชาสัมพันธ์ 108

28 การเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล กับเกณฑ์ที่กำหนด (3.51) โดยรวมและเป็นรายด้าน 109

29 ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความเหมาะสมของโครงร่าง หลักสูตรฝึกอบรม 111

30 ค่าดัชนีความสอดคล้องและระดับความสอดคล้องของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม 112

31 ค่า คะแนนเฉลี่ยการทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่าง ก่อนและหลังการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรม ด้านข่าวและด้านการพูด โดยรวมและเป็นรายด้าน 113

32 ค่าเฉลี่ยค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้เข้าฝึกอบรม ต่อหลักสูตรฝึกอบรม โดยรวม เป็นรายด้านและเป็นรายข้อ 114

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ หน้า

1 กรอบแนวคิดในการวิจัย..... 12

2 โครงสร้างหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย……..……..……..... 39

3 โครงสร้างการจัดองค์การประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในอนาคต..... 40

4 ขั้นการเรียนรู้ตามทฤษฎีการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ของคอล์ป.....……..……..…58

5 ขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม..... 81

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา เป็นการจัดการศึกษาในระดับที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นการเตรียมบุคคลเข้าสู่การประกอบอาชีพ โดยมีสถาบันอุดมศึกษาเป็นแหล่งผลิตบัณฑิต และนอกเหนือจากการผลิตบัณฑิตแล้ว สถาบันอุดมศึกษายังมีพันธกิจในการวิจัย บริการทางวิชาการแก่สังคม และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม การจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย แม้จะดำเนินการกันมาเป็นเวลานาน แต่การขยายตัวของการจัดการศึกษาในระดับนี้ได้เกิดขึ้นอย่างจริงจังประมาณปีพ.ศ.2506 และหลังจากนั้นเป็นต้นมา ได้มีการสร้างมหาวิทยาลัยของรัฐเพิ่มขึ้นและขยายออกสู่ต่างจังหวัด นอกจากนั้น การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอีกสองสามประการก็คือ การเปลี่ยนสถานะของสถาบันการศึกษาประมาณ 50 แห่งเป็น “มหาวิทยาลัย” ดังกรณีของมหาวิทยาลัยราชภัฏและมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รวมทั้งการจัดตั้งวิทยาลัยชุมชนขึ้นอีกประมาณ 20 แห่ง แต่ที่สำคัญคือ การที่รัฐมีนโยบายส่งเสริมให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษาเป็นเหตุให้มีมหาวิทยาลัยเอกชนเกือบ 100 แห่งทั่วประเทศ ทั้งที่อยู่ในระดับวิทยาลัยและมหาวิทยาลัย (อุทัย ดุลยเกษม. 2556: 106)

ปัจจุบัน การจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาของประเทศอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) กระทรวงศึกษาธิการ โดยในปีการศึกษา 2558 มีสถาบันอุดมศึกษาในสังกัด สกอ. จำนวน 156 แห่ง (ข้อมูล ณ กรกฎาคม 2558) นอกจากนี้ ยังมีสถาบันอุดมศึกษาที่ไม่ได้อยู่ในสังกัด สกอ. อีกเป็นจำนวนมาก เช่น วิทยาลัยพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุขและเหล่าทัพต่าง ๆ โรงเรียนของเหล่าทัพต่าง ๆ วิทยาลัยสาธารณสุข สังกัดกระทรวงสาธารณสุข สถาบันการพลศึกษา สังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา วิทยาลัยนาฏศิลป์ วิทยาลัยช่างศิลป์ และสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ สังกัดกระทรวงวัฒนธรรม ฯลฯ รวมสถาบันอุดมศึกษาทั้งหมดในประเทศกว่า 300 แห่ง แต่ในทางตรงกันข้าม จำนวนเด็กเกิดใหม่ในประเทศไทยมีแนวโน้มลดลง ทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีภาวะการเจริญพันธุ์ต่ำ ซึ่งผลของการมีภาวะการเจริญพันธุ์ต่ำนี้ ส่งผลให้ประเทศไทยมีสัดส่วนของผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมดสูงพอ ๆ กับสิงคโปร์ จนทำให้ประเทศไทยกำลังกังวลกับภาวะการดังกล่าว (สุรีย์พร พันพึ่ง. 2557: 1-2) จนเป็นเหตุให้กระทรวงศึกษาธิการมีนโยบายที่จะยุบหรือยุบโรงเรียนที่จัดการศึกษาขั้นพื้นฐานเป็นเรือนหมื่น (จากจำนวนโรงเรียน ประมาณ 30,000 โรง) ที่มีเด็กนักเรียนไม่ถึง 100 คน และมีปัญหาด้านคุณภาพการศึกษารวมเข้าไว้ด้วยกัน (อุทัย ดุลยเกษม. 2556: 106) และจากการที่สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้น ในขณะที่จำนวนผู้สำเร็จการศึกษาในระดับ

มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) มีจำนวนลดลง (กฤษณพงศ์ กีรติกร. 2553: 5-8) ประกอบกับในปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยจะเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community) โดยมีการเปิดเสรีทางการค้าบริการด้านการอุดมศึกษา ซึ่งอาจทำให้มีมหาวิทยาลัยจากต่างประเทศเข้ามาจัดการเรียนการสอนภายในประเทศไทยมากขึ้น จึงทำให้สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยต้องเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่การแข่งขันทางการตลาดอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งจะเห็นได้จากการที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ได้จัดทำยุทธศาสตร์อุดมศึกษาไทยในการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน ในปี 2558 โดยมาตรการที่จะดำเนินการเพื่อให้บรรลุในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาความเข้มแข็งของสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาประชาคมอาเซียน คือ การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. 2553:72) อีกทั้งการเปลี่ยนสถานะสู่การเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ ส่งผลให้สถาบันอุดมศึกษาไทยต้องพึ่งตัวเองมากขึ้น โดยพัฒนาไปสู่การดำเนินกิจการเชิงพาณิชย์มากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่ต้องหารายได้เลี้ยงตัวเองมากกว่าสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ดังจะเห็นได้จากมหาวิทยาลัยในประเทศไทยหลายแห่งในปัจจุบัน ต่างหาช่องทางที่จะนำรายได้เข้าสู่มหาวิทยาลัยในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจัดทำโฆษณา การเปิดหลักสูตรปริญญาโท ปริญญาเอก การเปิดหลักสูตรการสอนผ่านอินเทอร์เน็ต ฯลฯ เพื่อลดการพึ่งพิงงบประมาณจากรัฐ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศักดิ์. 2550: ออนไลน์) สถาบันอุดมศึกษาแต่ละแห่งจึงมีความจำเป็นต้องปรับโครงสร้างการบริหารองค์กรและการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษา เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันด้านการศึกษาที่เพิ่มสูงขึ้น และสามารถดำเนินการร่วมกับองค์กรอื่น ๆ ได้ โดยมุ่งเน้นในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สถาบัน เพราะธุรกิจการศึกษามีความแตกต่างจากธุรกิจอื่น ๆ จึงต้องเน้นเรื่องคุณภาพและความน่าเชื่อถือเป็นสำคัญ ทั้งนี้ เพื่อจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายเลือกที่จะเข้าศึกษาในสถาบันของตน สถาบันอุดมศึกษาจึงได้นำกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์มาใช้ การประชาสัมพันธ์จึงถือว่ามีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินงานสถาบันอุดมศึกษาในปัจจุบัน

เนื่องจากสถาบันอุดมศึกษาเป็นกิจการสาธารณะ บทบาทของนักประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐแต่เดิมจึงเป็นเพียงการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรหรือสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นหลักแต่จากสถานการณ์และความท้าทายที่กล่าวข้างต้น จึงทำให้ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น จะเห็นได้จากการที่สถาบันอุดมศึกษาหลายแห่ง ได้จัดตั้งกอง/ศูนย์/สำนักประชาสัมพันธ์ขึ้น เพื่อเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ โดยได้นำแนวคิดทางการตลาดมาใช้ ซึ่งไม่ได้แตกต่างจากองค์กรธุรกิจ โดยจะเห็นได้อย่างชัดเจนในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีการจัดตั้ง “ฝ่ายสื่อสารการตลาด” หรือ “ฝ่ายสื่อสารองค์กร” เพื่อทำหน้าที่ในการวางแผนกลยุทธ์ สร้าง รักษา แย่งชิงการรับรู้ (Brand Perception)

แย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด(Market Share) และขยายความสัมพันธ์ทางการตลาดกับผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักเรียน นักศึกษา เช่น การจัด Open House การจัด Road Showฯลฯ โดยมหาวิทยาลัยบางแห่งได้จ้างบริษัทเอกชนที่รับจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาด (Event Organizer) เข้าไปทำกิจกรรมกับนักเรียนนักศึกษาซึ่งเป็นเป้าหมายตามโรงเรียนต่าง ๆ รวมถึง ได้มีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น การลด แลก แจกแถมอุปกรณ์ทางการศึกษา ฯลฯ แต่เนื่องจากสถาบันอุดมศึกษาเป็นองค์กรที่มีลักษณะแตกต่างไปจากองค์กรธุรกิจ ซึ่งองค์กรธุรกิจจะให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตัวผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างยอดขายและกำไร แต่สถาบันอุดมศึกษาเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นในการผลิตบัณฑิตให้มีความพร้อมในการประกอบอาชีพ สร้างสรรค์งานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ ให้บริการทางวิชาการแก่ชุมชน สังคม และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบในการผลิตบัณฑิตโดยตรง คือ คณะ นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับพันธกิจอื่น ๆ เช่น สถาบันวิจัยและพัฒนา สถาบัน/ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม ฯลฯ ซึ่งหากนักประชาสัมพันธ์ไม่เข้าใจบริบทของการจัดการอุดมศึกษาแล้ว จะทำให้ไม่สามารถหาประเด็นข่าวเพื่อที่จะทำประชาสัมพันธ์เชิงรุกได้

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทร.) เป็นสถาบันอุดมศึกษาด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ.2548 แทนสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ที่ตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ.2518ซึ่งมีศูนย์กลางสถาบันและวิทยาเขตรวม 35 แห่ง โดยในพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลได้แบ่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลเป็น 9 แห่งตามลักษณะภูมิประเทศ คือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูงที่มุ่งเน้นการปฏิบัติ ทำการสอน ทำการวิจัย ผลิตครูวิชาชีพ ให้บริการทางวิชาการในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม โดยให้ผู้สำเร็จการอาชีวศึกษามีโอกาสในการศึกษาต่อด้านวิชาชีพเฉพาะทางระดับปริญญาเป็นหลัก (พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล. 2548: 17) เนื่องจากการจัดตั้งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เกิดจากการรวมกลุ่มวิทยาเขตในสังกัดสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลเดิม จึงทำให้ มทร.ทุกแห่งมีพื้นที่ในการจัดการเรียนการสอนมากกว่าหนึ่งพื้นที่ สำหรับการบริหารจัดการด้านประชาสัมพันธ์ของ มทร. ทั้ง 9 แห่ง นั้น ไม่มีการจัดตั้งกองหรือหน่วยงานด้านประชาสัมพันธ์ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง การแบ่งส่วนราชการภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

จึงทำให้การบริหารจัดการงานด้านประชาสัมพันธ์แตกต่างกันออกไป บางแห่งจัดตั้งเป็นส่วนราชการภายในของมหาวิทยาลัย บางแห่งเป็นเพียงส่วนงานหนึ่งในสังกัดกองกลาง และส่วนใหญ่จะมีบุคลากรตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ไม่เกิน 5 คน

จากการที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลได้ผ่านการเปลี่ยนแปลงมาเป็นลำดับ จึงทำให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลบางแห่ง ยังไม่เป็นที่คุ้นเคยหรือรู้จักในหมู่นักเรียนนักศึกษามากนัก ดังนั้น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแต่ละแห่งจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Proactive Public Relation) โดยกำหนดพื้นที่เป้าหมายในการให้บริการต่าง ๆ ทั้งด้านการเรียนการสอน การวิจัย การบริการทางวิชาการ การเข้าถึงสื่อมวลชนในท้องถิ่น โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ภูมิภาค การเข้าไปจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในสถานศึกษาในพื้นที่เป้าหมาย รวมถึง การให้บุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุนปฏิบัติหน้าที่ด้านประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมด้วย ทั้งนี้เนื่องจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลส่วนใหญ่มีการจัดการเรียนการสอนหลายพื้นที่ แต่บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์โดยตรงจะปฏิบัติหน้าที่อยู่ในหน่วยงานกลางของสำนักงานอธิการบดีเท่านั้น ซึ่งผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ยังขาดความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ดังนั้น การจะทำให้กลยุทธ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้บรรลุเป้าหมาย บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานควรจะต้องได้รับการฝึกอบรมพัฒนา โดยรองอธิการบดีซึ่งรับผิดชอบงานด้านการอำนวยการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ (สหายพล มีชูนึก. 2556: สัมภาษณ์) ได้กล่าวว่า การพัฒนาบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะบุคลากรเหล่านั้นยังขาดความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานทำให้การประชาสัมพันธ์ไม่บรรลุเป้าหมายเท่าที่ควรซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ช่วยอธิการบดีด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ (อนุรักษ์ เมฆพะโยม. 2556: สัมภาษณ์) ที่ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยว่าการจะทำให้การประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยประสบความสำเร็จและเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย บุคลากรทุกคนไม่ว่าจะเป็นครูอาจารย์ พนักงาน หรือแม้แต่นักศึกษาจะต้องช่วยกันทำหน้าที่เป็นนักประชาสัมพันธ์ หากทุกคนช่วยกันทำหน้าที่เป็นนักประชาสัมพันธ์แล้วมหาวิทยาลัยก็จะเป็นที่รู้จักมากขึ้น เพราะสื่อบุคคลถือเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและรวดเร็วที่สุด และสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ช่วยอธิการบดีและหัวหน้าสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ อดีตผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล (อุไรวรรณ สมบัติศิริ. 2556: สัมภาษณ์) ที่กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลว่า ถ้าเปรียบเทียบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลเป็นองค์กรธุรกิจ ก็คงเป็นบริษัทใหม่โดยทั่วไป บริษัทใหม่จะให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้รู้จักสินค้าและบริษัท และได้ให้คำแนะนำว่า สิ่งที่ มทร.จะต้องให้ความสำคัญมากขึ้นก็คือ จะต้อง

สร้างความตระหนักกับบุคลากรให้ทุกคนเห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ และต้องถือว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุด คือ สื่อบุคคล ถ้าทุกคนในมหาวิทยาลัย ไม่ว่าจะเป็นครูอาจารย์ เจ้าหน้าที่และนักศึกษา ช่วยกันทำหน้าที่เป็นนักประชาสัมพันธ์ ก็จะทำให้มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น และจากความคิดเห็นของบรรณาธิการสถานีโทรทัศน์เคเบิ้ลเอทีวีและเอทีวีโพสต์ และผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ประจำจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (สัมฤทธิ์ เจียมเจริญพรกุล. 2556: สัมภาษณ์) ที่ให้ความเห็นว่า มทร.มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ หลากกิจกรรม มีผลงานวิจัยและงานบริการวิชาการที่เป็นประโยชน์กับชุมชน เกษตรกรมากมาย แต่เนื่องจากบุคลากรของมหาวิทยาลัยยังขาดความชำนาญในการมองให้เป็นประเด็นข่าว ขาดทักษะในการเขียนข่าว ทักษะในการถ่ายภาพและเลือกภาพเพื่อนำมาเป็นภาพข่าว รวมถึงทักษะในการพูด ในการเป็นพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ จึงทำให้โครงการหลายโครงการที่น่าจะเป็นประเด็นข่าวได้ หรือน่าจะได้รับการเผยแพร่สู่สาธารณะชนได้ ไม่ได้รับการนำเสนอมากเท่าที่ควร หากบุคลากรของมหาวิทยาลัยมีทักษะในการเป็นนักข่าว นักประชาสัมพันธ์ที่ดีจะทำให้ข่าวของมหาวิทยาลัยได้รับการเผยแพร่ในสื่อต่าง ๆ มากขึ้น นอกจากนี้ ตัวแทนเครือข่ายด้านประชาสัมพันธ์และพิธีกรสถานีโทรทัศน์เคเบิลเอทีวี (สุวิตา พฤกษอาภรณ์. 2556: สัมภาษณ์) ได้ให้ความเห็นว่าการที่มหาวิทยาลัยได้ตั้งเครือข่ายด้านประชาสัมพันธ์ หรือที่เรียกว่า PR.Network ขึ้นเป็นเรื่องที่ดี เพราะจะช่วยทำให้มหาวิทยาลัยมีบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นและครอบคลุมทั้งคณะ ทุกศูนย์พื้นที่ที่มหาวิทยาลัยจัดการเรียนการสอนอยู่ และมหาวิทยาลัยควรจัดฝึกอบรมให้กับเครือข่ายด้านประชาสัมพันธ์โดยเน้นเรื่องทักษะในการปฏิบัติงานมากกว่าการบรรยายอย่างที่มหาวิทยาลัยเคยจัด เช่น ฝึกเขียนข่าว ฝึกถ่ายภาพ ฝึกเลือกภาพ ฝึกเป็นพิธีกร ฯลฯ เพราะส่วนใหญ่ PR.Network ไม่ได้จบทางด้านนิเทศศาสตร์หรือประชาสัมพันธ์มาโดยตรง ซึ่งจะพบว่า ถ้ามีการบรรยายเพียงอย่างเดียว เวลาปฏิบัติงานจริงก็จะไม่สามารถปฏิบัติงานได้ และจากความคิดเห็นของประธานฝ่ายประชาสัมพันธ์ องค์การนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ (จารุพร ขันธนันท์. 2556: สัมภาษณ์)ซึ่งได้กล่าวถึงข้อจำกัดในการทำงานว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยยังมีน้อยเกินไป เพราะ มทร.สุวรรณภูมิมีการจัดการเรียนการสอนหลายพื้นที่ ซึ่งแตกต่างจากมหาวิทยาลัยอื่น ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดในศูนย์ ไม่ค่อยได้รับการประชาสัมพันธ์มากนัก เพราะขาดนักประชาสัมพันธ์ที่มีทักษะ ความรู้ความสามารถอยู่ในพื้นที่ ถ้ามหาวิทยาลัยมีนักประชาสัมพันธ์ที่มีทักษะอยู่ทุกพื้นที่ ก็จะทำให้การประชาสัมพันธ์ในศูนย์ดีขึ้น นอกจากนี้ ยังได้เสนอให้มหาวิทยาลัยให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก โดยเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์และสื่อประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น และจากการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ (ธินินทร จิตราดิษฐานนท์. 2558: สัมภาษณ์) ได้ให้ข้อมูลว่า แม้ว่าคณะได้มอบหมายให้บุคลากรปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของคณะ ซึ่งโดยส่วนตัวเห็นว่า คณะมี

ประเด็นข่าวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการเปิดหลักสูตรใหม่ งานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ งานบริการวิชาการและกิจกรรมต่าง ๆ ของนักศึกษาหรือที่คณะจัด ซึ่งสามารถนำมาประชาสัมพันธ์ให้เป็นข่าวได้ แต่บุคลากรในคณะกลับไม่นำมาประชาสัมพันธ์ให้เป็นข่าว ในทางตรงกันข้ามนักประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยซึ่งมีความรู้ความสามารถในการทำข่าว มีสื่อและรู้จักสื่อมวลชน กลับไม่รู้ว่าจะหาข่าวจากที่ใด จึงทำให้ข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยมีเพียงกิจกรรมต่าง ๆ เท่านั้น

จากสภาพปัญหาและการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่า หากมหาวิทยาลัยได้มีการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแล้ว จะช่วยทำให้บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ที่ได้เข้าฝึกอบรมตามหลักสูตรนี้ มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น ส่งผลให้การปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้นด้วย และเนื่องจากบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ที่จะเข้าอบรมมีประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์อยู่ก่อนแล้ว ดังนั้น ในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ผู้วิจัยจึงใช้รูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning Method) ของคอล์ป (Kolb. 1984:27-49) ซึ่งเป็นเครื่องมือการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรม (Active Learning) และยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ซึ่งเป็นรูปแบบการเรียนรู้ที่เหมาะกับผู้เรียนที่มีประสบการณ์ โดยจะใช้ประสบการณ์ที่มีอยู่ผสมผสานกับกระบวนการกลุ่ม (Group Process) ซึ่งจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันและเกิดองค์ความรู้ใหม่

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดความมุ่งหมายของการวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลจำแนกตามเพศ อายุ ประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษา ประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา หน่วยงานที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์

2. เพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

3. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ความสำคัญของการวิจัย

การวิจัยนี้มีความสำคัญคือ บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ที่ผ่านการฝึกอบรมตามหลักสูตรนี้จะมีความรู้และความสามารถในการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดความมั่นใจในการปฏิบัติงาน และทำให้งานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ กระบวนการวิจัยและพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมในครั้งนี้ สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในหน่วยงานอื่นต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

1. ประชากร

1.1 ประชากรขั้นการศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ คือ บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ในกอง/ศูนย์/สำนัก/คณะหรืองานประชาสัมพันธ์กองกลาง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ปีการศึกษา 2558

1.2 ประชากรขั้นการประเมินประสิทธิผลของหลักสูตรฝึกอบรม คือ เครือข่ายด้านประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ปีการศึกษา 2558

2. ตัวแปร

2.1 ตัวแปรขั้นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น

2.1.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

2.1.1.1 เพศ

- ชาย
- หญิง

2.1.1.2 อายุ

- น้อยกว่า 30 ปี
- 30- 40 ปี
- มากกว่า 40 ปี

2.1.1.3 ประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษา

- น้อยกว่า 6 ปี
- 6 - 10 ปี
- มากกว่า 10 ปี

2.1.1.4 ประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์

- น้อยกว่า 6 ปี
- 6 - 10 ปี
- มากกว่า 10 ปี

2.1.1.5 ระดับการศึกษา

- ปวส.–ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี

2.1.1.6 สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา

- นิเทศศาสตร์/วารสารศาสตร์/สื่อสารมวลชน/ประชาสัมพันธ์
- อื่น ๆ

2.1.1.7 หน่วยงานที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์

- หน่วยงานกลางของมหาวิทยาลัย/วิทยาเขต ที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์โดยตรง
- คณะ/วิทยาลัย

2.1.2 ตัวแปรตาม คือ ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ซึ่งแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านข่าว ด้านการพูด ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์

2.2 ตัวแปรขั้นการทดลองใช้หลักสูตร

2.2.1 ตัวแปรอิสระ คือ หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

2.2.2 ตัวแปรตาม คือ ประสิทธิผลของหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

สมมติฐานของการวิจัย

1. บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่เพศ อายุ ประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษา ประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา และหน่วยงานที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ต่างกัน มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

2. บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่เข้าฝึกอบรมหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลมีค่าคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการประชาสัมพันธ์หลังเข้ารับการฝึกอบรมสูงกว่าก่อนเข้ารับการฝึกอบรม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

3. บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่เข้าฝึกอบรมหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมโดยรวมและรายด้านอย่างน้อยอยู่ในระดับมาก

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **ความสามารถในการประชาสัมพันธ์** หมายถึง ความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่สามารถตอบสนองต่อการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยได้อย่างคล่องแคล่วได้แก่

1.1 ด้านข่าว หมายถึง ความสามารถในการจับประเด็นเรื่องราวที่อยู่ใกล้ตัว/อยู่ในความสนใจ/น่าสนใจมาเป็นข่าว เช่น การเปิดหลักสูตรใหม่ ผลงานวิจัย นวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ การให้บริการทางวิชาการ กิจกรรมต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยหรือคณะจัดขึ้น ฯลฯ ความสามารถในการเข้าถึงบุคคล เช่น ผู้บริหาร นักวิจัย หัวหน้าโครงการหรือข้อมูล เช่น เอกสารโครงการ คำกล่าวรายงาน คำกล่าวเปิด-ปิดงาน ฯลฯ เพื่อนำมาเขียนข่าวได้ ฯลฯ ความสามารถในการเขียนบรรยายภาพกิจกรรมที่มหาวิทยาลัยหรือคณะจัดได้ถูกต้องตามหลักการเขียนบรรยายใต้ภาพ (Caption) ซึ่งประกอบด้วย 5W 1H ความสามารถในการเขียนข่าวแจกได้ถูกต้องตามหลักการเขียนข่าวแจก (Press Release) ซึ่งประกอบด้วย พาดหัวข่าว ความนำ เนื้อเรื่อง และบทสรุป ความสามารถในการเขียนรายงานพิเศษ (Scope) ได้ถูกต้องตามหลักการเขียนรายงานพิเศษ ซึ่งประกอบด้วยพาดหัวข่าว วรรคนำ ส่วนเชื่อมเนื้อข่าวและทิ้งท้ายข่าว ความสามารถในการเขียนบทความได้ถูกต้องตามหลักการเขียนบทความ ซึ่งประกอบด้วย ชื่อเรื่อง บทนำ เนื้อเรื่อง และบทสรุป ความสามารถในการแก้ไข (Edit) ข่าวโดยใช้สัญลักษณ์แบบต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง

1.2 ด้านการพูด หมายถึง ความสามารถในการเป็นพิธีกรในการจัดกิจกรรมของมหาวิทยาลัยและคณะ เช่น งานปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ วันสถาปนามหาวิทยาลัย ฯลฯ ความสามารถในการใช้เสียง ได้แก่ ความหนักเบาของเสียง การใช้น้ำเสียงให้ไพเราะ ชวนฟัง ความสามารถในการใช้ภาษา ได้แก่ การใช้ภาษาที่เป็นทางการ การใช้ภาษาได้เหมาะสมกับกาลเทศะ ความสามารถในการเป็นผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์หรือสื่อภาพเคลื่อนไหว เช่น การเป็นผู้ดำเนินรายการสารคดีสั้น หรือวีดีทัศน์แนะนำมหาวิทยาลัย ฯลฯ ความสามารถในการพูดเพื่อจัดรายการทางสถานีวิทยุของมหาวิทยาลัย

ความสามารถในการพูดประชาสัมพันธ์เสียงตามสายความสามารถในการให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับหน่วยงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัย/คณะจัดแก่สื่อมวลชน

1.3ด้านภาพ หมายถึง ความสามารถในการถ่ายภาพบุคคล/เหตุการณ์ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เช่น ถ่ายภาพผู้บริหารเพื่อนำมาใช้ในการเผยแพร่ทางเว็บไซต์ ถ่ายภาพผลงานสิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม ภาพกิจกรรม ลงในวารสาร/จุลสาร ฯลฯ ความสามารถในการคัดเลือกภาพให้เหมาะสมกับรูปแบบข่าว เนื้อข่าวและสื่อประชาสัมพันธ์ ภาพบุคคลหรือเหตุการณ์ที่ใช้ในการลงหนังสือพิมพ์ ภาพประกอบบทความ ฯลฯ ความสามารถในการตัดต่อภาพเพื่อใช้ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น เลือกเฉพาะองค์ประกอบในภาพที่ต้องการ หรือตัดองค์ประกอบในภาพที่ไม่ต้องการออก เพื่อนำมาใช้ในการแผ่นพับ โปสเตอร์ วีดีทัศน์ ฯลฯ การตกแต่งภาพให้สวยงาม เช่น เพิ่ม/ลดความสว่างของภาพ ลบริ้วรอย เพิ่ม/ลดความเข้มของสี เปลี่ยนแปลงสี ฯลฯ ความสามารถในการจัดวางภาพและตัวอักษรในสื่อต่าง ๆ เช่น ใช้เทคนิคในการตัดข่าวลงในภาพเพื่อวางข้อความ หรือเทคนิคการวางข้อความลงในภาพที่มีพื้นสีเข้มฯลฯ

1.4 ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความสามารถในการออกแบบแผ่นพับโดยใช้โปรแกรม Microsoft Word / Microsoft Publisher / Microsoft PowerPoint / Spring Publisher / อื่น ๆ ในการออกแบบแผ่นพับได้ ความสามารถในการออกแบบโปสเตอร์โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop / Poster Printer / อื่น ๆ ในการออกแบบโปสเตอร์ได้ ความสามารถในการออกแบบจุลสาร / วารสารของหน่วยงานโดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CC 2015 / Adobe PageMaker CC 2015 / Indesign CC2015 / อื่น ๆ ในการออกแบบจุลสาร/วารสารได้ความสามารถในการออกแบบป้ายไวนิล / Banner / Billboard โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop/ Banner Designer Pro 5.0 / อื่น ๆ ในการออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard ได้ ความสามารถในการใช้เครื่องอัดสำเนาระบบดิจิตอล (Copy Printer) ในการจัดทำข่าวแจก ความสามารถในการเขียนสปอตโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ/โทรทัศน์ได้โดยมีเนื้อหา เสียงประกอบและหรือภาพได้อย่างผสมกลมกลืนและน่าสนใจ ความสามารถการเขียนบทวีดีทัศน์/สารคดีสั้นโดยมีส่วนนำเข้าสู่เรื่อง ส่วนดำเนินเรื่อง ส่วนที่เป็นแก่นของเรื่อง และส่วนสรุปได้ ความสามารถในการออกแบบป้าย Backdrop บูธนิทรรศการ Roll upให้สวยงามและน่าสนใจ

1.5 ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความสามารถในการใช้ Social Media ในการเผยแพร่ข่าว เช่น การใช้ Facebook, Blog, Instargram, Twitter, Line ฯลฯ ความสามารถในการนำเยี่ยมชมและการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่นำเยี่ยมชม ความสามารถในการจัดแถลงข่าวเช่น การจัดแถลงข่าวการจัดงาน/กิจกรรมของมหาวิทยาลัย/คณะ การชี้แจงเหตุการณ์หรือประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจ ฯลฯ ความสามารถในการเขียนโครงการและจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ เช่น การจัดงานเลี้ยงรับรองสื่อมวลชน การนำสื่อมวลชนไปอบรม/ประชุม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน

ฯลฯ ความสามารถในการเขียนโครงการและจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาด เช่น การจัดงานเฉลิมฉลองในโอกาสต่าง ๆ การเปิดตัวหลักสูตรใหม่ การจัดอีเว้นท์ ฯลฯ

2. **หลักสูตรฝึกอบรม** หมายถึง เอกสารหลักสูตรที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยในหลักสูตรฝึกอบรม ประกอบด้วย สภาพปัญหาและความจำเป็นของหลักสูตรฝึกอบรม หลักการของหลักสูตรฝึกอบรม จุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม โครงสร้างของหลักสูตรฝึกอบรม เนื้อหาของแต่ละหน่วยการเรียนรู้ กิจกรรมการฝึกอบรม เทคนิคในการฝึกอบรม สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม การวัดและประเมินผล และหน่วยการเรียนรู้ โดยกิจกรรมและวิธีการฝึกอบรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้ ได้นำรูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ของคอล์ป ซึ่งมี 4 ขั้นตอน คือ ขั้นประสบการณ์ ขั้นการสะท้อนและอภิปรายขั้นความคิดรวบยอด และขั้นการทดลอง/การประยุกต์แนวคิด มาใช้

3. **บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล** หมายถึง บุคคลที่ปฏิบัติหน้าที่ในกอง/ศูนย์/สำนักประชาสัมพันธ์หรืองานประชาสัมพันธ์กองกลาง ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง ในปีการศึกษา 2558

4. **เครือข่ายด้านประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ** หมายถึง บุคคลที่ได้รับการแต่งตั้งจากมหาวิทยาลัย คณะ สถาบัน สำนัก กอง ในสังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ให้ปฏิบัติหน้าที่ด้านประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน ในปีการศึกษา 2558 โดยปฏิบัติงานร่วมกับงานประชาสัมพันธ์ กองกลาง

5. **ประสิทธิผลของหลักสูตรฝึกอบรม** หมายถึง ผลสัมฤทธิ์ของการใช้หลักสูตรฝึกอบรม ซึ่งประเมินจาก

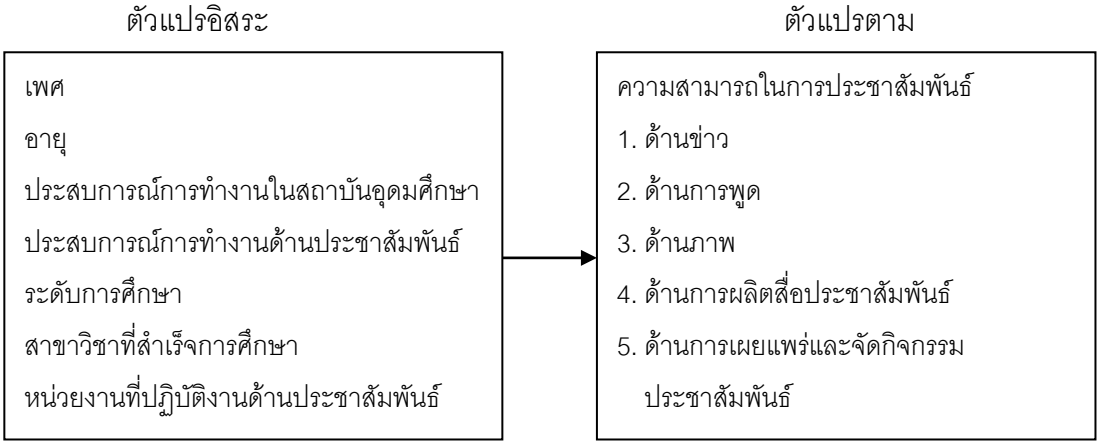
5.1 ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของผู้เข้าฝึกอบรมโดยเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าคะแนนเฉลี่ยจากการวัดความสามารถของกลุ่มตัวอย่างก่อนและหลังการทดลองใช้หลักสูตร โดยใช้แบบทดสอบที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

5.2 ความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมของผู้เข้าฝึกอบรมด้านหลักสูตรฝึกอบรม ด้านวิทยากร และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยวัดจากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

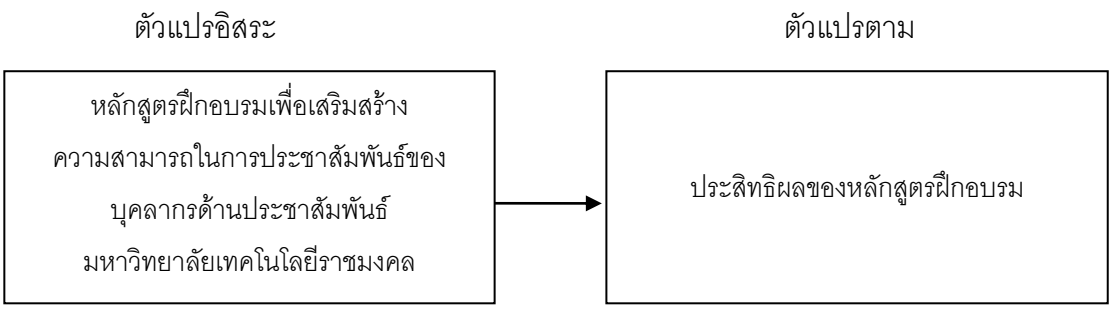
กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาสรุปประเด็นสำคัญเพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังภาพประกอบ 1

ขั้นการศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์



ขั้นการประเมินประสิทธิผลของหลักสูตรฝึกอบรม



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัย เรื่อง การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้า รวบรวมเอกสารและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์

    1.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์และนักประชาสัมพันธ์

    1.2 บทบาทหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์

    1.3 จรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์

    1.4 ลักษณะงานของนักประชาสัมพันธ์

    1.5 สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

    1.6 แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวกับคุณสมบัติ คุณลักษณะ ความรู้และความสามารถของนักประชาสัมพันธ์

2. การประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษา

    2.1 ความสำคัญและวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษา

    2.2 เป้าหมายการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษา

    2.3 โครงสร้างการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษา

    2.4 ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษา

    2.5 คุณลักษณะของนักประชาสัมพันธ์ในสถาบันอุดมศึกษา

3. แนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรฝึกอบรม

    3.1 ความหมายของหลักสูตรและการพัฒนาหลักสูตร

    3.2 องค์ประกอบของหลักสูตร

    3.3 การตรวจสอบคุณภาพของหลักสูตร

    3.4 ความหมายและประเภทของการฝึกอบรม

    3.5 การสร้างหลักสูตรฝึกอบรม

    3.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม

4. รูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์

    4.1 ที่มาและความหมายของการเรียนรู้เชิงประสบการณ์

    4.2 แนวคิดและขั้นตอนการเรียนรู้เชิงประสบการณ์

4.3 ลักษณะสำคัญของการเรียนรู้เชิงประสบการณ์

4.4 การนำรูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์มาใช้ในการฝึกอบรม

4.5 การจัดกิจกรรมการเรียนรู้เชิงประสบการณ์

5. การจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

5.1 ประวัติความเป็นมา

5.2 หลักสูตรการเรียนการสอน

5.3 งานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

1. การประชาสัมพันธ์

1.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์และนักประชาสัมพันธ์

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

คัตลิป และเซนเตอร์ (Cutlip; & Center. 1978: 8-9) ได้ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ว่า คือการติดต่อสื่อสารและการสื่อความหมายทางความคิดเห็นจากองค์กร สถาบันไปสู่กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นและประชามติที่ประชาชนมีต่อองค์กร สถาบันด้วยความพยายามอย่างจริงใจ โดยมุ่งที่จะสร้างประโยชน์ร่วมกันและช่วยให้หน่วยงานสามารถปรับตัวเองให้สอดคล้องกลมกลืนกับสังคมได้

โบวี่และทิว (Bovee; & Thill. 1992: 524) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นความพยายามที่มีการวางแผนล่วงหน้าเพื่อสร้างอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชน โดยอาศัยหลักการที่ดีและการกระทำอย่างมีความรับผิดชอบ ด้วยวิธีการสื่อสารสองทางในอันที่จะสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (2546: 657) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน

วิจิตร อาวะกุล (2539: 9) ได้ให้ความหมายว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามของสถาบันที่จะแสวงหาความสัมพันธ์ความร่วมมือและการสนับสนุนจากสาธารณชน ตลอดจนธำรงไว้ซึ่งทัศนคติที่ดีของสาธารณชนต่อสถาบันให้คงอยู่ตลอดไป เพื่อให้สาธารณชนยอมรับสนับสนุนให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามกระบวนการ นโยบาย วัตถุประสงค์ และความเคลื่อนไหวของสถาบันหรือหน่วยงานนั้น ๆ

สมควร กวียะ (2540: 212) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสื่อสารขององค์กรเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับประชาชนโดยการเสนอข่าวสาร การสร้างกิจกรรมให้เป็นข่าวสาร การแสดง

ความรับผิดชอบต่อสังคม หรือการแสดงความปรารถนาดีต่อประชาชน ในฐานะที่เป็นผู้อยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข และเกื้อกูลผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้จะนำไปสู่ทัศนคติในเชิงบวก หรือภาพพจน์ที่น่านิยมขององค์กรและไปสู่พฤติกรรมร่วมที่มีคุณค่าต่อสังคม

เสรี วงษ์มณฑา (2541: 7) ให้ความหมายว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้าในการที่จะสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี ภาพพจน์ที่ดี อันจะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างหน่วยงานและสาธารณชน ก่อให้เกิดการสนับสนุนและความร่วมมือ

ลักษณา สตะเวทิน (2542: 5) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสื่อสารที่โน้มน้าวใจโดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่สำคัญ หรืออาจกล่าวได้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อ เผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ ความคิดเห็นขององค์กรไปยังสาธารณชนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้น เพื่อเป็นการสร้างความสนับสนุนอย่างแท้จริงให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย

วิรัช ลภิรัตนกุล (2546: 5) อธิบายว่า หากวิเคราะห์ดูตามรูปศัพท์แล้ว เป็นคำที่แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า “Public Relations” โดยคำว่า Public แปลว่า ประชา หมายถึง หมู่คน และคำว่า Relations แปลว่า สัมพันธ์ หมายความว่า การผูกพัน ดังนั้น คำว่าประชาสัมพันธ์ ถ้าแปลตามตัวอักษะก็จะได้ความหมายว่า “การเกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่คน”

สมาคมประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (International Public Relations Association: IPRA) (อัปษรศรี ปลอดเปลี่ยว. 2543: 6) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์คือภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (Management Function) ซึ่งต้องอาศัยการวางแผนที่ดีและมีการกระทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อสร้างสรรค์และธำรงไว้ซึ่งความเข้าใจอันดี มีความเห็นออกเห็นใจ และได้รับการสนับสนุนร่วมมือจากกลุ่มประชาชนที่องค์กรสถาบันเกี่ยวข้องอยู่โดยองค์การจะต้องใช้วิธีการวัดประเมินผลถึงประชามติที่ประชาชนมีต่อองค์กร แล้วนำมาใช้ประกอบเป็นแนวทางในการพิจารณากำหนดเป็นแผนงานและนโยบายของสถาบัน เพื่อให้สอดคล้องกับประชามติหรือความต้องการของประชาชน พร้อมทั้งใช้วิธีการเผยแพร่กระจายข่าวสารสู่ประชาชนเพื่อให้เกิดความร่วมมือและบรรลุถึงผลประโยชน์ร่วมกันของทั้งสองฝ่าย คือ องค์กรและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

จากความหมายข้างต้น สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ ความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลหรือหน่วยงานทั้งภายในและภายนอก เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือ ส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานต่าง ๆ แก่หน่วยงาน

ความหมายของนักประชาสัมพันธ์

วิจิตร อาวะกุล (2539: 240) ได้กล่าวว่า นักประชาสัมพันธ์หมายถึง ผู้ที่มีความรู้ ความ

ชำนาญในวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ โดยเหตุที่การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับ “คน” และกับ “คน” ทุกระดับชั้นจึงเกี่ยวข้องกับวิชา สาขางานที่เกี่ยวข้องกับ “คน” อย่างมากมายและกว้างขวางที่สุดสาขาหนึ่ง

วิรัช ลภิรัตนกุล (2546: 448) ได้กล่าวถึงนักประชาสัมพันธ์ว่า คือ บุคคลผู้ดำเนินงานเพื่อสร้างสรรค์ และธำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์การ สถาบัน กับกลุ่มประชาชนนักประชาสัมพันธ์จึงมิใช่นักโฆษณาชวนเชื่อ หรือผู้ที่ตลบตะแลงหลอกลวงประชาชน หน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์จึงเป็น “สื่อกลาง” (the middle man) ในการติดต่อเชื่อมโยงให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างองค์การสถาบันกับกลุ่มประชาชน ด้วยวิธีการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ (Public Relations Communication) ที่มีประสิทธิภาพควบคู่กับจรรยาบรรณ หรือจริยธรรมของการประชาสัมพันธ์ (Ethics) นักประชาสัมพันธ์จึงต้องเป็นผู้ที่ใช้วิชาชีพการประชาสัมพันธ์ควบคู่กับคุณธรรมหรือจริยธรรมที่ดีงามด้วยสิ่งนี้เองเป็นสิ่งที่แยกแยะนักประชาสัมพันธ์ออกจากนักโฆษณาชวนเชื่อ หรือนักอื่นๆ ที่ปราศจากความสุจริตใจต่อประชาชน

จากความหมายข้างต้นนี้ สามารถสรุปได้ว่า นักประชาสัมพันธ์คือบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นระหว่างสถาบัน องค์กรกับสาธารณชน

1.2 บทบาทหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์

เดอรีแมน (วิรัช ลภิรัตนกุล. 2546: 103-104; อ้างอิงจาก Derriman. 1964. *Public Relations in Business Management*) ได้อธิบายถึงหน้าที่สำคัญ ๆ ของนักประชาสัมพันธ์ว่า มี 5 ประการ

1. หน้าที่ในการรายงานแนวโน้มของประชามติ เสนอต่อฝ่ายจัดการหรือฝ่ายบริหารให้ได้รับทราบรวมทั้งเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อชื่อเสียงขององค์การสถาบัน

2. หน้าที่ในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ฝ่ายจัดการหรือฝ่ายบริหารในด้านนโยบายและการดำเนินงานขององค์การสถาบัน การสร้างความนิยมและการยอมรับจากประชาชนอันจะมีผลต่อการได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากลุ่มประชาชนด้วย

3. หน้าที่ในการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์ เข้าแก้ไขปัญหาหรือเหตุการณ์วิกฤตต่าง ๆ ที่อาจมีผลเสียหายต่อชื่อเสียงขององค์การ รวมทั้งการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อดำรงไว้ซึ่งความนิยมจากประชาชน

4. หน้าที่ในการแพร่กระจายข่าวสารต่าง ๆ ขององค์การสู่ประชาชนด้วยสื่อที่เหมาะสม อาทิ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ภายในองค์การ รายงานประจำปี นิตยสาร จุลสาร ภาพยนตร์ และการจัดนิทรรศการ เป็นต้น รวมทั้งการดำเนินงานในด้านการสร้างสื่อมวลชนสัมพันธ์ เพื่อให้สื่อมวลชนให้ความร่วมมือในการแพร่กระจายข่าวสารสู่ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ

5. หน้าที่ในการเป็นตัวแทนขององค์การสถาบัน เพื่อสร้างความประทับใจหรือความรู้สึกที่ดีงามต่อประชาชน หน้าที่ในการติดต่อสัมพันธ์กับประชาชน การเขียนและการสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการนำประชาชนเข้าเยี่ยมชมหน่วยงาน เป็นต้น

บรูมและสมิธ (Broom; & Smith. 1979: Abstract) ได้วิจัย เรื่อง บทบาทของนักประชาสัมพันธ์ พบว่า นักประชาสัมพันธ์มีบทบาทใหญ่ ๆ อยู่ 2 บทบาท คือ

1. บทบาทผู้จัดการ คือ บทบาทของนักประชาสัมพันธ์รับผิดชอบงานด้านบริหารจัดการ

2. บทบาทเจ้าหน้าที่งานเทคนิค คือ งานที่เป็นกิจวัตรประจำวัน งานด้านส่งเสริมการบริการ เช่น เขียนข่าวถ่ายภาพ ติดต่อกับสื่อมวลชน ผลิตเอกสารเผยแพร่ ฯลฯ

บรูม (Broom. 1986: Abstract) ได้ศึกษาวิจัยบทบาทของนักประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม พบว่า นักประชาสัมพันธ์มีบทบาทอยู่ 4 บทบาท คือ

1. บทบาทเป็นผู้เชี่ยวชาญชี้แนะหรือผู้จัดการ (The Expert Prescriber/Management Role)

นักประชาสัมพันธ์ที่มีบทบาทเป็นผู้เชี่ยวชาญชี้แนะหรือเป็นผู้จัดการที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการวางแผนต่าง ๆ ทางด้านประชาสัมพันธ์ เช่น การวิเคราะห์ปัญหาด้านประชาสัมพันธ์ ตลอดถึงการเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในหน่วยงาน นักประชาสัมพันธ์ที่มีบทบาทเป็นผู้จัดการจะเป็นบุคคลที่ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารในหน่วยงานหรือองค์กรมากที่สุด

2. บทบาทเป็นผู้สนับสนุนการสื่อสารหรือเป็นผู้ประสานงาน (The Communication Facilitator/Liaiso)

นักประชาสัมพันธ์ที่มีบทบาทเป็นผู้สนับสนุนการสื่อสารหรือผู้ประสาน มีหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างหน่วยงานหรือองค์กรกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และมีหน้าที่หลักคือ อำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทุกฝ่ายได้รับข้อมูลที่ถูกต้องเหมาะสมในการติดต่อซึ่งกันและกัน รวมทั้งใช้ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจและเพื่อให้เกิดความสนใจร่วมกัน

3. บทบาทเป็นผู้สนับสนุนกระบวนการแก้ไขปัญหาหรือเป็นสื่อมวลชนสัมพันธ์ (The Problem Solving Process Facilitator/ Media Relations Role)

นักประชาสัมพันธ์ที่มีบทบาทในการสร้างเสริมความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน มีหน้าที่ช่วยหน่วยงานหรือองค์กรในการระบุปัญหาและแก้ไขปัญหา โดยผ่านกระบวนการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ

4. บทบาทการเป็นเจ้าหน้าที่เทคนิคด้านการสื่อสารหรือเจ้าหน้าที่เทคนิคด้านกราฟิค (The Communication Technician/Graphic Technician Role)

นักประชาสัมพันธ์ที่มีบทบาทเป็นเจ้าหน้าที่เทคนิคด้านการสื่อสารหรือเจ้าหน้าที่เทคนิคด้านกราฟิค เช่น การเขียน การทำกราฟิค การถ่ายรูป การเผยแพร่ลงสื่อต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อแผนงานประชาสัมพันธ์ที่กำหนดไว้

กุลธิดา ธรรมวิภัชน์ (2542: 356-359) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ตัวประกอบ (Factor Analysis) ผลการวิเคราะห์ตัวประกอบสำคัญของบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยมี 6 บทบาท คือ

1. บทบาทด้านการจัดการ ผลการวิจัยพบว่า เป็นบทบาทที่สำคัญที่สุดใน 6 บทบาท โดยบทบาทด้านการจัดการมีความเกี่ยวข้องกับการวางแผนและให้คำปรึกษาเมื่อเกิดปัญหาในด้านประชาสัมพันธ์การเสนอแนะวิธีการแก้ไขปัญหาด้านประชาสัมพันธ์ต่อผู้บริหาร ความรับผิดชอบโดยตรงต่อความสำเร็จหรือการล้มเหลวของงานในฝ่ายประชาสัมพันธ์ การกระตุ้นให้ทุกนในฝ่ายมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องสำคัญทางด้านประชาสัมพันธ์การกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจของฝ่ายบริหารขององค์การ การถ่ายทอดความรู้ด้านประชาสัมพันธ์ให้แก่พนักงานคนอื่นรวมทั้งผู้ใต้บังคับบัญชา การบริหารจัดการทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจนโยบายการสื่อสารในองค์กรทำงานร่วมกับผู้บริหารเพื่อแก้ไขปัญหาด้านประชาสัมพันธ์ขององค์การให้ลุล่วง การทำให้ผู้อื่นในองค์กรตระหนักดีว่าเป็นผู้มีส่วนร่วมในความสำเร็จหรือความล้มเหลวของงานในฝ่ายประชาสัมพันธ์ การทำงานเป็นผู้บริหารระดับสูงขององค์กร การสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่องค์กร การเป็นตัวแทนหน่วยงานเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญตลอดจนการพบปะสังสรรค์ การเชื่อมโยงงานจากทุกฝ่ายในองค์กรเพื่อให้เกิดภาพในระดับใหญ่เมื่อต้องจัดงานสำคัญ การนำสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาสู่องค์กรเพื่อให้เกิดการพัฒนา ความเชี่ยวชาญในการแก้ปัญหาด้านประชาสัมพันธ์เนื่องจากมีความรู้และประสบการณ์ การถ่ายทอดวิชาความรู้และทักษะด้านประชาสัมพันธ์แก่ผู้ใต้บังคับบัญชา การวิเคราะห์ปัญหาด้านประชาสัมพันธ์และอธิบายให้ผู้อื่นในองค์กรทราบ การเข้าไปรับฟังความคิดเห็นของบุคลากรภายในและภายนอกองค์กร การปฏิบัติตามกระบวนการทำงานด้านประชาสัมพันธ์เมื่อมีโอกาสทำงานร่วมกับผู้บริหาร

2. บทบาทด้านการสื่อมวลชนสัมพันธ์-ประสานการสื่อสาร ผลการวิจัยพบว่าเป็นบทบาทที่มีความสำคัญลำดับที่ 2 โดยบทบาทด้านการสื่อมวลชนสัมพันธ์-ประสานการสื่อสาร มีความเกี่ยวข้องกับการติดต่อกับสื่อมวลชนและทำข่าวแจกการติดตามการรายงานเรื่องราวต่างๆ ขององค์กรจากสื่อมวลชนและนำมาแจ้งให้บุคลากรในองค์กรรับทราบ การติดตามความเคลื่อนไหวและข้อมูลเกี่ยวกับสื่อมวลชน ความรับผิดชอบในการจัดงานแถลงข่าวการเขียนข้อมูลสำคัญขององค์กรเพื่อเป็นข้อความประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ การประสานงานกับผู้บริหาร พนักงานขององค์กร รวมทั้งสื่อมวลชนและบุคคลภายนอกองค์กร การทำหน้าที่เหมือนหน่วยข่าวกรองที่ต้องรู้ความเคลื่อนไหวและผลกระทบใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร การติดต่อกับผู้คนในสังคมหลายวงการในฐานะนักประชาสัมพันธ์

ขององค์กร การทำหน้าที่ทุกอย่างเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกที่ดีกับองค์กรการเป็นผู้อยู่ตรงกลางระหว่างองค์กรกับลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ขององค์กร

3. บทบาทด้านเทคนิคการสื่อสาร จากการวิจัยพบว่า เป็นบทบาทที่มีความสำคัญลำดับที่ 3 โดยบทบาทด้านเทคนิคการสื่อสารมีความเกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบด้านเทคนิคสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ การทำอาร์ตเวิร์คเพื่อเป็นวัตถุดิบในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ การถ่ายรูป ทำกราฟิคเพื่อเป็นสื่อเผยแพร่การประชาสัมพันธ์ มีความสามารถใช้เครื่องมือโสตทัศนูปกรณ์ที่เป็นเครื่องมือสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ การทำแผ่นพับ หนังสือและเอกสารเผยแพร่ ข้อความประชาสัมพันธ์ และสามารถทำงานเสริมอย่างอื่น เพื่อการประชาสัมพันธ์

4. บทบาทด้านการเป็นตัวแทน-โฆษกขององค์กร จากการวิจัยพบว่า เป็นบทบาทที่มีความสำคัญลำดับที่ 4 โดยบทบาทด้านการเป็นตัวแทนโฆษกขององค์กร มีความเกี่ยวข้องกับการเป็นตัวแทนสำคัญที่เป็นเหมือนสัญลักษณ์ขององค์กร การเป็นโฆษกขององค์กรเมื่อมีการจัดงานสำคัญ การถ่ายทอดความรู้ ทักษะด้านประชาสัมพันธ์ให้แก่สถาบันต่าง ๆ

5. บทบาทด้านสื่อสารประชาสัมพันธ์ จากการวิจัยพบว่า เป็นบทบาทที่มีความสำคัญลำดับที่ 5 โดยบทบาทด้านสื่อสารประชาสัมพันธ์ มีความเกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ใช้เนื้อหาสาระที่เข้าใจง่ายในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ การรู้จักเลือกสื่อสารประชาสัมพันธ์โดยคำนึงถึงกาลเทศะเป็นสำคัญ การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างรอบคอบ

6. บทบาทด้านวิจัยและประเมินผลจากการวิจัยพบว่า เป็นบทบาทที่มีความสำคัญลำดับสุดท้าย โดยบทบาทด้านวิจัยและประเมินผลมีความเกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบในการรายงานผลการสำรวจประชามติเพื่อให้ฝ่ายบริหารรับทราบ การรายงานความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อนโยบายเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรให้ฝ่ายบริหารทราบ การประเมินผลการสื่อสาร เพื่อสามารถระบุปัญหาด้านการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างองค์กรกับประชาชน

เปรมศิริ นิมิตรมงคล (2544: 43) ได้กล่าวถึงบทบาทของนักประชาสัมพันธ์ในบทความ เรื่อง การประชาสัมพันธ์ในมุมมองของมืออาชีพ ไว้ว่านักประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ถูกเรียกร้องให้เป็นมากกว่าผู้ปฏิบัติการ คือ ต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านการเขียน มีความรู้ความเข้าใจและมีสัมพันธภาพที่ดีกับสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ เท่านั้นยังไม่พอ ในยุคปัจจุบันนักประชาสัมพันธ์ต้องมีความคิดเชิงกลยุทธ์ที่จะทำการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับองค์กรมากที่สุด ซึ่งมีความสอดคล้องกันกับแนวคิดของบรูมในบทบาทที่ว่า นักประชาสัมพันธ์มีบทบาทในการเป็นผู้จัดการ ซึ่งมีความใกล้ชิดกับผู้บริหารและต้องมีความคิดเชิงกลยุทธ์มากขึ้น ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนนโยบายของฝ่ายบริหารให้ประสบความสำเร็จได้

ชมพูนุท นุตาคม (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาสถานภาพ บทบาท และแนวโน้มของการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจในยุคสารสนเทศ ผลการวิจัยพบว่า บทบาทการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจในยุคสารสนเทศ พบว่า หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ไม่มีการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ได้แก่ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารของหน่วงงานทั้งภายในและภายนอกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อให้ได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน และเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่หน่วยงาน แผนประชาสัมพันธ์มีลักษณะเป็นแผนซึ่งจัดทำเป็นประจำทุกปี และเป็นแผนระยะสั้นไม่เกิน 1 ปี หน้าที่งานประชาสัมพันธ์คือ เขียนข่าวประชาสัมพันธ์ ส่งข่าวแจก ตัดข่าวประชาสัมพันธ์เสนอฝ่ายบริหาร วางแผนประชาสัมพันธ์ให้บริการข้อมูลแก่บุคคลทั่วไป เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ ได้แก่ โทรศัพท์ โทรสาร คอมพิวเตอร์ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต กล้องถ่ายรูป วิธีการประชาสัมพันธ์ที่ใช้ คือ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ ส่งข่าวแจก แถลงข่าว สื่อมวลชนสัมพันธ์ จัดกิจกรรมสัมพันธ์ จัดกิจกรรมเพื่อสังคม ชุมชนสัมพันธ์ สื่อประชาสัมพันธ์ภายในที่ใช้ คือ ป้ายประกาศ โปสเตอร์ แผ่นพับ จดหมายข่าว กระจายเสียงตามสาย จุลสาร วารสาร และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สื่อประชาสัมพันธ์ภายนอก คือ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ วิทยุกระจายเสียง สื่อบุคคล

ทัณฑกานต์ ดวงรัตน์ (2553: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเปรียบเทียบบทบาทในการปฏิบัติงานและบุคลิกภาพของนักประชาสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน พบว่า บทบาทในการปฏิบัติงานและบุคลิกภาพของนักประชาสัมพันธ์ในองค์กรภาครัฐบาลและเอกชนมีความแตกต่างกัน โดยพบว่า นักประชาสัมพันธ์ภาคเอกชนมีบทบาทในการปฏิบัติงานมากกว่านักประชาสัมพันธ์ในภาครัฐบาลแทบทุกประการ ยกเว้นบทบาทด้านการสื่อสารกับนักการเมืองเท่านั้นที่นักประชาสัมพันธ์ในภาครัฐบาลมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ามาก ในด้านบุคลิกภาพนั้นทั้งภาครัฐและเอกชนจะแตกต่างกันบ้าง โดยภาคเอกชนจะให้ความสำคัญในด้านนี้มากกว่า นอกจากนั้นยังพบว่ามีปัจจัย 3 ประการที่มีความสำคัญต่อบทบาทในการปฏิบัติงานและบุคลิกภาพของนักประชาสัมพันธ์ในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางประชากรของนักประชาสัมพันธ์ พบว่า ระดับการทำงานมีผลต่อบทบาทมากที่สุด ส่วนรายได้จะมีผลต่อบุคลิกภาพมากที่สุด ด้านปัจจัยภายในองค์กร พบว่า งบประมาณมีผลต่อบทบาทมากที่สุด ส่วนวัฒนธรรมองค์กรจะมีผลต่อบุคลิกภาพมากที่สุด ส่วนปัจจัยภายนอกองค์กร พบว่า สภาวะทางเศรษฐกิจมีผลต่อบทบาทมากที่สุด และลักษณะงานที่ต้องไปติดต่อมีผลต่อบุคลิกภาพมากที่สุด สำหรับแนวโน้มของบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ที่มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ในอนาคตมีหลายประการ อาทิ บทบาทในการเป็นผู้ที่จะต้องมีความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในงานประชาสัมพันธ์มากขึ้น ความสามารถในการรวบรวมข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายให้ถูกต้องและมี

รายละเอียดที่ชัดเจนเพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการทำการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย และบทบาทในการเสริมสร้างกระแสอนุรักษ์โลก ลดการใช้พลังงาน ส่วนแนวโน้มของบุคลิกภาพของนักประชาสัมพันธ์ที่มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ในอนาคต พบว่า มีความคล่องตัวสูง การเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ที่ก้าวไกล เป็นผู้ที่พร้อมรับนวัตกรรมและสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ ตลอดเวลา มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง มีความคิดสร้างสรรค์มีความรอบรู้ด้านประชาสัมพันธ์แบบมืออาชีพ และเป็นผู้ที่มีความจริงใจ มีจริยธรรมในการทำงาน ล้วนเป็นบุคลิกภาพ ที่มีความสำคัญต่อนักประชาสัมพันธ์ในอนาคต

จารุพร เลิศพิสัณห์ สุภาพร ศรีสัตตรัตน์ และกัลยกร นรภัทรทวีพร (2553: ไม่ปรากฏเลขหน้า) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง “แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ในทศวรรษหน้า (พ.ศ.2554 – 2563)” พบว่า ปัจจุบันนักประชาสัมพันธ์มีหน้าที่ในการแก้ไขปัญหาให้กับองค์กรและทำให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีแบบยั่งยืนในระดับมากที่สุด และแนวโน้มที่คาดว่าจะเกิดขึ้นได้มากที่สุดและมีความประสงค์ที่จะให้เกิดขึ้นให้ได้ คือ นักประชาสัมพันธ์ควรเป็นผู้รอบรู้และเก่ง สามารถทำงานได้หลายด้าน (All in one) และควรเข้าใจการทำ Corporate Social Responsibility อย่างยั่งยืนและควรทำอย่างจริงจัง จริงใจต่อเนื่องสำหรับสถาบันอุดมศึกษาซึ่งเป็นองค์กรที่มีลักษณะเฉพาะนั้น นอกจากบทบาทในภาพรวมซึ่งไม่แตกต่างจากนักประชาสัมพันธ์ในองค์กรทั่ว ๆ ไปแล้ว นักประชาสัมพันธ์ควรจะมีบทบาทเป็นผู้ให้ข้อมูลต่าง ๆ ด้านประชาสัมพันธ์กับผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา เพื่อใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ เนื่องจากผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาอาจไม่มีความเชี่ยวชาญในด้านประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ

ผ่องพรรณ พันเลิศวงศ์สกุล (2547: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาแนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ประเภทมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (พ.ศ.2544 – พ.ศ.2554) พบว่า ในปัจจุบันบทบาทหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ต้องเรียนรู้การใช้สื่อใหม่ ๆ และเครื่องมือใหม่ ๆ ที่จะช่วยงานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นอกจากนี้ต้องให้คำแนะนำกับผู้บริหารและเป็นนักบริการที่มีคุณภาพด้วย ส่วนในอนาคตระยะอีก 10 ปีข้างหน้า นักประชาสัมพันธ์จะต้องพัฒนาด้านการให้ข้อมูลเชิงลึกและเป็นประโยชน์แก่ผู้รับสารมากขึ้น และควรมีความสามารถต่อการประเมินสถานการณ์ล่วงหน้า และมีความรู้เชิงการบริหารจัดการและการตลาดแบบผสมผสาน

จากบทบาทหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ข้างต้น สรุปได้ว่า นักประชาสัมพันธ์บทบาทหน้าที่สำคัญ ๆ 2 ด้าน คือ 1) ด้านการบริหารจัดการ และด้านการปฏิบัติงาน โดยบทบาทด้านการบริหารจัดการ ประกอบด้วย การให้คำปรึกษา การวางแผนงาน การประสานงาน การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า 2) ด้านการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย การเขียนข่าว ถ่ายภาพ ผลิตสื่อ เผยแพร่ข่าว การพูด การใช้เครื่องมือและอุปกรณ์

1.3 จรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์

สมาคมการประชาสัมพันธ์ของสหรัฐอเมริกา (CODE OF PROFESSIONAL STANDARDS FOR THE PRACTICE OF PUBLIC RELATIONS SOCIETY OF AMERICA) ได้กำหนดจรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมและธำรงไว้ซึ่งมาตรฐานในการให้บริการแก่สาธารณชนตลอดจนกำหนดให้นักประชาสัมพันธ์ที่เป็นสมาชิก ได้ประพฤติปฏิบัติตน ดังนี้ (วิรัช ลภิรัตนกุล. 2548: 196)

1. สมาชิกมีหน้าที่ประพฤติปฏิบัติตนในทางที่ชอบธรรมต่อลูกค้าของตนหรือต่อนายจ้าง ไม่ว่าจะเป็นในอดีตหรือปัจจุบัน อีกทั้งต้องให้ความเป็นธรรมต่อเพื่อนสมาชิกด้วยกันและต่อประชาชนด้วย

2. สมาชิกจะต้องดำเนินชีวิตในการประกอบวิชาชีพนี้ เพื่อประโยชน์สุขของประชาชนโดยส่วนรวม

3. สมาชิกมีหน้าที่ยึดมั่นในมาตรฐานแห่งวิชาชีพนี้ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปในการปฏิบัติงานอย่างถูกต้องแม่นยำ การยึดมั่นในสัจจะและการมีรสนิยมที่ดี

4. สมาชิกจะต้องไม่ทำตนเป็นผู้ฝักใฝ่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งที่มีผลประโยชน์แข่งขันหรือขัดกันอยู่โดยมิได้รับคำยินยอมจากคู่กรณีที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้สมาชิกยังมิบังควรนำตนเองเข้าไปอยู่ในฐานะหาประโยชน์ใส่ตนหรือใช้ตำแหน่งหน้าที่ กระทำการอันเป็นการขัดกับภาระหน้าที่และความรับผิดชอบที่ตนมีอยู่กับลูกค้านายจ้างเพื่อนสมาชิกหรือประชาชนโดยมิได้ชี้แจงข้อเท็จจริงทั้งหลายอันเกี่ยวกับผลประโยชน์ของตนให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ

5. สมาชิกจะต้องประพฤติและปฏิบัติแต่สิ่งที่จะสร้างหรือธำรงไว้ซึ่งความมั่นใจให้แก่ลูกค้าหรือนายจ้างของตนทั้งในอดีตและปัจจุบันและจะต้องไม่รับรางวัลสินจ้างหรือรับจ้างทำงานซึ่งอาจมีผลทำให้ต้องเปิดเผยหรือความลับดังกล่าวมาเปิดเผยจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหายหรือเกิดอคติแก่ลูกค้าหรือนายจ้างของตน

6. สมาชิกจะต้องไม่ปฏิบัติตนไปในทางที่ทุจริตต่อบูรณภาพและช่องทางแห่งการติดต่อสื่อสารไปยังประชาชน

7. สมาชิกจะต้องไม่จงใจที่จะเผยแพร่ข่าวสารที่ผิดพลาดหรือชี้แนะให้เกิดความเข้าใจผิดขึ้นและสมาชิกจะต้องระมัดระวังด้วยการหลีกเลี่ยงมิให้มีการเผยแพร่ข่าวสารที่ผิดพลาดจากความเป็นจริงหรือข่าวสารที่ชวนให้เกิดการเข้าใจผิดกันขึ้น

8. สมาชิกจะต้องพร้อมที่จะระบุให้ประชาชนทราบว่าแหล่งที่มาของข่าวสารที่ตนเป็นผู้รับผิดชอบนั้นมาจากแหล่งใด ซึ่งหมายรวมถึงชื่อของผู้เป็นลูกค้าหรือนายจ้างที่เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดหาข่าวสารนั้น ๆ ให้ด้วย

9. สมาชิกจะไม่ใช้บุคคลหรือองค์การที่ตนฝักใฝ่มาปฏิบัติงานเป็นตัวแทน ในกิจการใดกิจการหนึ่งที่ตนได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้เป็นการแน่นอนแล้ว หรือปฏิบัติคล้ายกับว่าจะดำเนินการโดย

อิสระไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง แต่โดยแท้จริงแล้วกลับแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัวหรือประโยชน์อันไม่เปิดเผยของตนหรือลูกค้าหรือนายจ้างของตน

10. สมาชิกจะไม่กระทำการใด ๆ อันเป็นการจงใจที่จะทำให้ชื่อเสียงหรือการปฏิบัติงานของสมาชิกผู้อื่นเกิดความเสื่อมเสียมัวหมอง แต่ถ้าหากปรากฏว่าสมาชิกมีหลักฐานว่าสมาชิกผู้อื่นเป็นผู้กระทำผิดกฎหมาย หรือปฏิบัติขัดต่อจรรยาบรรณหรือมีการกระทำอันไม่ชอบธรรม ซึ่งหมายรวมถึงการประพฤติละเมิดจรรยาบรรณนี้ สมาชิกมีหน้าที่จะต้องแจ้งให้เจ้าหน้าที่ของสมาคมทราบเพื่อให้ดำเนินการอันควรแก่กรณีตามที่ได้กำหนดระบุไว้ในกฎข้อบังคับของสมาคมมาตราที่ 13

11. สมาชิกจะต้องไม่ใช้วิธีการใด ๆ ที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ลูกค้าของสมาชิกผู้อื่น หรือแก่นายจ้าง หรือแก่ผลิตภัณฑ์ ธุรกิจ หรือบริการของลูกค้า หรือนายจ้าง

12. ในการจัดเสนอบริการแก่ลูกค้า หรือนายจ้าง สมาชิกจะต้องไม่รับค่าตอบแทนหรือค่านายหน้าหรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริการนั้น ๆ จากบุคคลอื่นใด นอกจากลูกค้าหรือนายจ้างของตนเท่านั้น เว้นแต่ลูกค้าหรือนายจ้างจะยินยอมให้ทำเช่นนั้นได้

13. สมาชิกจะต้องไม่ให้ข้อเสนอแนะบริการแก่ผู้ที่มาซึ่งผลที่หวังบางประการและสมาชิกไม่บังควรที่จะเจรจาให้ลูกค้าหรือนายจ้างทำสัญญาจ่ายค่าตอบแทนแก่ตนในรูปแบบนั้น

14. สมาชิกจะต้องไม่แทรกแซงก้าวก่ายการรับจ้างตามวิชาชีพของสมาชิกผู้อื่นในกรณีที่รับจ้างดำเนินงานสองแห่งพร้อม ๆ กัน งานทั้งสองแห่งนั้นจะต้องไม่ขัดผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน

15. สมาชิกจะต้องละเว้นไม่เกี่ยวข้องกับองค์การใด ๆ ทันทีเมื่อทราบหรือรับทราบว่าการปฏิบัติงานให้แก่องค์การนั้นต่อไป จะยังผลให้สมาชิกผู้นั้นจะต้องละเมิดหลักการแห่งจรรยาบรรณนี้

16. สมาชิกผู้ได้รับเชิญให้มาเป็นสักขีพยานในการปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎเกณฑ์ข้อบังคับของจรรยาบรรณนี้ จะต้องมาปรากฏตัวตามคำเชิญ ยกเว้นในกรณีที่มีเหตุสุดวิสัยจึงจะขออนุญาตให้ขาดจากการมาเป็นพยานได้

17. สมาชิกจะต้องให้ความร่วมมือกับเพื่อนสมาชิกอื่น ๆ ในการช่วยกันธำรงรักษาให้มีการประพฤติปฏิบัติตามหลักแห่งจรรยาบรรณ

สำหรับประเทศไทย สมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย ได้กำหนดจรรยาบรรณไว้ดังนี้ (วิรัช ลภิรัตนกุล. 2548: 193)

1. ซื่อสัตย์ จริงใจ ยึดมั่นในอุดมการณ์แห่งวิชาชีพตน
2. เสียสละ อดทนเพื่อรักษามาตรฐานและพัฒนาการแห่งวิชาชีพอย่างสมศักดิ์ศรี
3. ศรัทธาในหน้าที่และมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร
4. สามัคคี เอื้ออาทรและเกื้อกูลระหว่างผู้ร่วมวิชาชีพเดียวกัน
5. ให้ความสำคัญในการรักษาความลับและเคารพสิทธิส่วนบุคคล

6. คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตนและรับผิดชอบต่อสังคมเป็นนิจ

7. นำเสนอเนื้อหาอย่างสุจริตใจ และรักษาวัฒนธรรมในการใช้ภาษา

8. เคารพรักษากฎระเบียบ และบรรทัดฐานของสังคมไทย

9. ใช้ปิยวาจา มีมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพที่ดี

1.4 ลักษณะงานของนักประชาสัมพันธ์

งานของนักประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย (กองวิทยาการ กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ. 2552: 26)

1. งานด้านการเขียน นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ ความสามารถ ในด้านการเขียน โดยเฉพาะการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ เช่น การเขียนบทความเพื่อการประชาสัมพันธ์เผยแพร่หรือนำลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสารต่าง ๆ การเขียนข่าวแจก (News Release) การเขียนบทในการนำไปออกอากาศทางวิทยุโทรทัศน์ รวมทั้งการเขียนหรือร่างสุนทรพจน์ด้วย

2. งานบรรณาธิการ ในบางกรณีนักประชาสัมพันธ์อาจรับหน้าที่ผลิตสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ สำหรับเผยแพร่แก่ทั้งกลุ่มประชาชนภายในและภายนอกหน่วยงาน เช่น จัดทำวารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร (House Journal) จดหมายข่าว (News Letter) หนังสือรายงานประจำปี (Annual Report) ฯลฯ ฉะนั้น นักประชาสัมพันธ์จะต้องทำหน้าที่ในการบรรณาธิการด้วย ได้แก่ การพิจารณาบทความเรื่องราวต่าง ๆ ที่จะนำลงตีพิมพ์ในหนังสือ การติดต่อกับโรงพิมพ์ การจัดรูปเล่ม ฯลฯ

3. งานการกำหนดตำแหน่งหน้าที่ นักประชาสัมพันธ์จะต้องติดต่อกับสื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสารต่าง ๆ ฯลฯ นักประชาสัมพันธ์จะต้องทราบถึงตำแหน่งหน้าที่ต่าง ๆ ในการส่งข่าวหรือติดต่อกับสื่อมวลชน รวมทั้งต้องมีความรู้ความเข้าใจถึงความต้องการของสื่อมวลชนต่าง ๆ (News Value)

4. งานด้านการส่งเสริม นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความสามารถในการจัดงานต่าง ๆ เช่น งานนิทรรศการ งานฉลองครบรอบปี งานเลี้ยงและแถลงข่าวแก่สื่อมวลชน การนำเยี่ยมชมกิจการ ฯลฯ กิจกรรมเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นในการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน และเป็นการส่งเสริมหน่วยงานองค์กรให้เป็นที่รู้จักของประชาชนยิ่งขึ้น

5. งานด้านการพูด นักประชาสัมพันธ์จะต้องพร้อมที่จะพูดแถลงชี้แจงได้ตลอดเวลา รวมทั้งการพูดเพื่อการสร้างสรรค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีในสถานที่และโอกาสต่าง ๆ

6. งานด้านการผลิต นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการผลิตสื่อหรือเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ เช่น โปสเตอร์ จุลสาร แผ่นพับ ใบปลิวต่าง ๆ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ ฯลฯ

7. งานด้านการวางโครงการ นักประชาสัมพันธ์จะต้องรู้จักการวางโครงการประชาสัมพันธ์ตามที่ประสงค์ เพื่อให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายขององค์กร รวมทั้งการให้คำแนะนำในการปฏิบัติงานในโครงการนั้น ๆ การวางโครงการหรือการจัดการโครงการเป็นงานที่มีความสำคัญ ซึ่งต้องอาศัยความสุขุมรอบคอบในการตัดสินใจ รวมทั้งการขอคำแนะนำจากฝ่ายบริหารขององค์กรด้วย

8. งานด้านการโฆษณาองค์กร นักประชาสัมพันธ์ จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการใช้การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Advertising) หรือการโฆษณาเพื่อมุ่งหวังผลทางด้านประชาสัมพันธ์ในด้านชื่อเสียง ศรัทธา และภาพลักษณ์ของหน่วยงาน ฉะนั้น นักประชาสัมพันธ์จะต้องทำงานประสานร่วมมือกับฝ่ายโฆษณาในการเผยแพร่สื่อสารเรื่องราวต่าง ๆ ของหน่วยงาน ที่กระทำออกมาในรูปของการโฆษณาองค์กร หรือการโฆษณาเพื่อบริการสาธารณะ (Public Service Advertising) ซึ่งปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมจากองค์กรต่าง ๆ มากพอสมควร

กัญญา ศิริสกุล (2553: 77) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง บทบาทของนักประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย โดยได้สรุปงานหรือกิจกรรมของนักประชาสัมพันธ์ ไว้ว่า นักประชาสัมพันธ์ได้ใช้เวลากับงานด้านเทคนิคและงานบริหารไม่แตกต่างกัน โดยหากพิจารณาเป็นรายข้อ นักประชาสัมพันธ์ได้ใช้เวลากับงานดังต่อไปนี้

1. การวางแผนโครงการประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมพิเศษ
2. การบริหารการดำเนินงานโครงการประชาสัมพันธ์
3. การดำเนินงานตามที่ผู้บริหารระดับสูงตัดสินใจไว้แล้ว
4. การจัดส่งข่าวสารไปเผยแพร่
5. การเขียน การบรรณาธิการ และการผลิตเอกสารและวัสดุรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่
6. การประชุมร่วมกับผู้บริหารระดับสูงหรือลูกค้า
7. การมีปฏิสัมพันธ์/ประชุมร่วมกับผู้บริหารหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อใช้ประโยชน์จากการประชาสัมพันธ์
8. การกำหนดและการบริหารงบประมาณของหน่วยงาน
9. การบริหารตลอดจนการจูงใจบุคลากรในหน่วยงาน
10. การติดต่อกับสื่อมวลชน
11. การประเมินผลโครงการประชาสัมพันธ์
12. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจกำหนดนโยบายด้านการสื่อสารขององค์การ
13. การรับและตอบจดหมายและโทรศัพท์
14. การให้คำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหาร
15. การดำเนินงานวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล

สมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา (PRSA) ได้จำแนกประเภทงานของนักประชาสัมพันธ์หรือผู้ที่ทำงานทางด้านนี้ไว้ ดังนี้ (วิรัช ลภิรัตนกุล. 2548: 451-452)

1. งานด้านการเขียน เช่น การเขียนบทความ การเขียนข่าวแจก การเขียนบทต่าง ๆ เพื่อนำไปออกอากาศทางวิทยุหรือโทรทัศน์ รวมถึงการร่างสุนทรพจน์ด้วย

2. งานบรรณาธิกร เนื่องจากต้องรับหน้าที่ในการผลิตสื่อ ดังนั้นจึงต้องทำหน้าที่ในการบรรณาธิกรด้วย เช่น การพิจาณาเลือกเรื่องราวที่จะนำมาลงในสื่อ การจัดรูปเล่ม ฯลฯ

3. งานการกำหนดตำแหน่งหน้าที่ เนื่องจากต้องติดต่อกับสื่อมวลชนต่าง ๆ จึงต้องกำหนดบุคคลในการหน้าที่ในการส่งข่าวหรือการติดต่อสื่อมวลชนรวมถึงต้องทราบลักษณะข่าวที่สื่อต้องการ

4. งานด้านการส่งเสริม โดยนักประชาสัมพันธ์ต้องจัดงานต่าง ๆ เป็น เช่น งานเหตุการณ์พิเศษ งานนิทรรศการ งานฉลองครบรอบปี งานเลี้ยง งานแถลงข่าว การนำชมกิจการ ฯลฯ

5. งานด้านการพูดและการร่างสุนทรพจน์

6. งานด้านการผลิตสื่อ เช่น โปสเตอร์ จุลสาร แผ่นพับ ใบปลิว โดยจะต้องเลือกสื่อเพื่อให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย

7. งานด้านการวางโครงการ เพื่อให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายขององค์การ รวมถึงการให้คำแนะนำในการปฏิบัติโครงการ

8. งานด้านการโฆษณาสถาบัน นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยจะต้องประสานงานกับฝ่ายโฆษณาในการเผยแพร่เรื่องราวต่าง ๆ ของหน่วยงาน ซึ่งปัจจุบันเป็นที่นิยมในองค์การสถาบันต่าง ๆ

จากลักษณะงานนักประชาสัมพันธ์สรุปได้ว่า งานที่นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติอยู่มี 2 ประเภท คือ งานด้านการบริหารจัดการ เช่น การวางแผนงาน/ โครงการ การบริหารงานบุคคลและงบประมาณ การติดต่อประสานงาน การติดตามประเมินผลงาน/โครงการ ฯลฯ และงานด้านประชาสัมพันธ์ เช่น งานด้านการเขียนข่าว บรรณาธิกร ผลิตและเผยแพร่ข่าว/สื่อ ฯลฯ

1.5 สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งการประชาสัมพันธ์จะสามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวางหรือสามารถแพร่กระจายข่าวสารไปสู่บุคคลที่เกี่ยวข้องได้หรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์

ลักษณา สตะเวทิน (2542: 173) ได้แบ่งประเภทของสื่อที่ใช้เป็นเครื่องมือในงานประชาสัมพันธ์เป็น 2 ประเภทคือประเภทที่ 1 สื่อที่นักประชาสัมพันธ์ทำขึ้นเองทั้งในด้านเนื้อหาวิธีการและรวมถึงรูปแบบได้แก่สิ่งพิมพ์คำพูดภาพและเสียงการจัดเหตุการณ์พิเศษการโฆษณาฯลฯประเภทที่ 2

สื่อที่นักประชาสัมพันธ์ใช้เผยแพร่ข่าวสาร ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และภาพยนตร์

วิมลพรรณ์ ตั้งจิตเพิ่มความดี (2543: 89-99) ที่ได้แบ่งประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์เป็น 3 ประเภท คือ ประเภทที่ 1 สื่อบุคคลและคำพูด เป็นสื่อที่ใช้ได้สะดวกรวดเร็วและประหยัดโดยมีรูปแบบการใช้ต่างกัน ได้แก่ การพูดในที่ชุมชน การพูดสนทนาอย่างเป็นทางการ การประชุมรูปแบบต่าง ๆ การอภิปรายกลุ่ม กล่าวสุนทรพจน์ ประเภทที่ 2 สื่อมวลชน เป็นสื่อที่สามารถเข้ากับมวลชนได้อย่างกว้างขวาง ได้แก่ สื่อวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร ประเภทที่ 3 สื่อที่หน่วยงานผลิตและเผยแพร่ได้เองแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 สื่อสิ่งพิมพ์ที่ไม่ใช่หนังสือนิตยสาร ได้แก่ วารสาร จุลสาร จดหมายข่าว แผ่นพับ ใบปลิวและใบแทรก และป้ายกลางแจ้ง กลุ่มที่ 2 สื่อกิจกรรมเหตุการณ์พิเศษได้แก่การจัดกิจกรรมงานวันสำคัญต่าง ๆ

วิรัช ลภิรัตนกุล (2546: 268) ที่ได้แบ่งประเภทของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เป็น 4 ประเภท คือ ประเภทที่ 1 สื่อบุคคล ได้แก่ คำพูดโดยการประกาศโฆษณา ประเภทที่ 2 สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์และภาพยนตร์ ประเภทที่ 3 สื่อสิ่งพิมพ์และเอกสาร ได้แก่ แผ่นพับ วารสาร นิตยสาร ภาพนิ่ง ภาพเลื่อน จดหมายข่าว โปสเตอร์ ป้ายประกาศ ประเภทที่ 4 การจัดเหตุการณ์พิเศษต่าง ๆ ได้แก่ การจัดวันและสัปดาห์พิเศษ การจัดแสดงและนิทรรศการ การพบปะการประชุม

พรจิต สมบัติพานิช (2547: 4) ได้แบ่งประเภทของสื่อตามลักษณะของการใช้สื่อ โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1) สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียวที่ผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้ส่งสารได้ สามารถแบ่งย่อยได้ดังนี้ สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารเพียงอย่างเดียว หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารตัวหนังสือหรือเสียงหรือภาพไปอย่างเดียว ได้แก่ หนังสือพิมพ์ สื่อโทรเลข และสื่อวิทยุ และสื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง คือ ส่งทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์ 2) สื่อใหม่ (New Media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิมเข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (Multimedia)

บุษบา สุธีธร (2549: 28-30) ได้แบ่งประเภทสื่อที่เป็นที่นิยมนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ไว้เป็นประเภท คือ 1) สื่อบุคคล 2) สื่อวิทยุกระจายเสียง 3) สื่อวิทยุโทรทัศน์ 4) สื่อสิ่งพิมพ์ 5) สื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์ 6) สื่อชุมชนเพื่อการประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาเกี่ยวกับประเภทของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ พบว่า แนวทางการจัดแบ่งประเภทของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์จะมีหลากหลายประเภท แต่หากจะพิจารณาจัดแบ่งแบบตามยุคสมัยของสื่อสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ 1) สื่อดั้งเดิม ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ และ 2) สื่อใหม่ ได้แก่ สื่อกิจกรรม สื่อโซเชียลมีเดีย

1.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณสมบัติ คุณลักษณะ ความรู้และความสามารถของนักประชาสัมพันธ์

โนลตี้ (Nolte. 1979: 90) กล่าวถึง คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ไว้ว่า นักประชาสัมพันธ์หรือบุคคลซึ่งประกอบวิชาชีพทางด้านนี้ ต้องมีคุณสมบัติขั้นพื้นฐาน 2 ประการ คือ

1. นักประชาสัมพันธ์จะต้องเข้าใจและรู้ซึ้งถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน หรือมติชน (Public Opinion) และจะต้องมีความว่องไวต่อเรื่องดังกล่าวเป็นพิเศษด้วย

2. นักประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความชำนาญในการติดต่อสื่อสารหรือมีทักษะในด้านการสื่อสารเป็นอย่างดี จะต้องศึกษาว่าประชาชนคือใคร ต้องการอะไร และสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเข้าใจด้วยรูปแบบต่าง ๆ เช่น สื่อสารประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของการพูด การเขียนที่มีประสิทธิภาพ

คัตลิป เซนเตอร์และบรูม (Cutlip; Center; & Broom. 1985: 142-144) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ที่ดีว่า

1. ควรเป็นผู้มีบุคลิกดี เชื่อมั่นในตัวเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส สะอาดเรียบร้อย สามารถทำตัวให้เป็นที่น่าสนใจและน่าชื่นชมของบุคคลทั่วไป

2. ควรมีอุปนิสัยดี มีจริยธรรม ซื่อสัตย์ อดทน

3. มีความเฉลียวฉลาด กระตือรือร้น สนใจกิจกรรมต่าง ๆ ของสังคม

4. มีการศึกษา ประสบการณ์ทางด้านสื่อสารมวลชนหรือประชาสัมพันธ์

5. มีความสามารถในการบริหารงาน

เบอร์เนย์ (วิรัช ลภิรัตนกุล. 2542: 181; อ้างอิงจาก Bernays. 1952. *Public Relations*) อธิบายถึงคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

1. ต้องเป็นผู้ที่มีนิสัยรักหรือชอบในอาชีพนี้
2. ต้องเป็นคนที่มีความตั้งใจในการทำงานด้านนี้อย่างแน่วแน่
3. ต้องเป็นผู้ที่มีความสุขุมรอบคอบ
4. มีความอยากรู้อยากเห็นและกระตือรือร้นเสมอ
5. มีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

วิจิตร อาวะกุล (2539: 240-243) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีดังนี้

คุณสมบัติทางด้านความรู้

1. ควรเป็นผู้ที่ได้ศึกษามาทางสาขาสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์หรือได้ศึกษาอบรมเรียนรู้กลไกของการประชาสัมพันธ์มาอย่างเพียงพอ

2. มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านสื่อสารมวลชน หรือเคยผ่านงานด้านหนังสือพิมพ์หรือทำงานด้านสื่อสารมวลชนมาก่อนก็จะช่วยได้มาก

3. มีทักษะในการติดต่อ (Communication Skill) คือ มีความรู้ ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร เช่น การเขียน การพูด การสนทนาติดต่อกับบุคคล การจูงใจ การเผยแพร่ด้วยเครื่องมือสื่อสาร ฯลฯ

4. มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องประชามติ เศรษฐกิจ การเมือง การบริหาร การจัดระเบียบหรือจัดหน่วยงาน เป็นต้น

5. มีความคิดที่ไม่หยุดนิ่ง มีความคิด (Idea) ใหม่ ๆ มีจินตนาการ มีสามัญสำนึกด้วยเหตุผล

6. มีทัศนคติที่ดี เชื่อมั่นแน่วแน่และเข้าใจงานประชาสัมพันธ์

คุณสมบัติทางด้านความสามารถ

คุณสมบัติทางความรู้ทางวิชาการอย่างเดียวนั้น ยังไม่สามารถระบุได้ว่าจะประสบความสำเร็จหรือไม่ ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความชำนาญ ความสามารถ ดังนี้ คือ

1. ความสามารถในการวางแผนงาน การดำเนินงาน มองปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึง มีความคิดสร้างสรรค์ ริเริ่มใหม่ ๆ

2. มีความสามารถในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ได้ดี มีความรวดเร็ว เชื่อมั่นในการทำงาน แม่นยำและรวดเร็วในการตัดสินใจ

3. มีความสามารถในการใช้ภาษา ทั้งภาษาพูดและภาษาเขียน การตรวจแก้บทความ มีความละเอียดรอบคอบ มีรสนิยมที่ดีในการใช้ภาษา

4. สามารถปรับตัวเข้าหาสถานการณ์ต่าง ๆ ของสังคม สามารถขอความร่วมมือกับบุคคลหรือฝ่ายต่าง ๆ ได้เสมอ มีเชาว์ปัญญาไหวพริบ มีความรู้เกี่ยวกับศิลปะในการสร้างความเชื่อถือและจูงใจ

5. มีความสามารถที่จะเข้าใจผู้อื่นและทำให้ผู้อื่นเข้าใจหน่วยงาน มีความรู้ ความเข้าใจ และรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น

6. ศึกษาค้นคว้าความก้าวหน้าในวิชาชีพประชาสัมพันธ์และวิชาอื่น ๆ อยู่เสมอ โดยนำหลักวิชาการมาใช้แก้ปัญหาได้อย่างดี

7. เป็นผู้ที่รักงาน และอดทนต่อสภาวการณ์ต่าง ๆ

8. เป็นผู้รับผิดชอบ ไม่ทิ้งงาน ตรงต่อเวลา

9. มีความสามารถในการประเมินสถานการณ์ล่วงหน้า

คุณสมบัติทางด้านบุคลิกภาพ

1. มีลักษณะที่พร้อมที่จะติดต่อกับประชาชน

2. รักงานบริหารและชอบบริการคนอื่น โอบอ้อมอารี ไม่ถือตัว

3. เป็นผู้มีมนุษย์สัมพันธ์ดี

4. เป็นผู้มีความกระตือรือร้นอยู่เสมอ

5. หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส ร่าเริง เบิกบานและมีอารมณ์ขัน

6. มีความสุภาพเรียบร้อยและมีมารยาท รวมทั้งการแต่งกายเรียบร้อย สะอาด มีรสนิยมดี กิริยาท่าทางและการใช้คำพูดที่ดีด้วย

7. เป็นผู้มีสุขภาพดี แข็งแรง จิตใจเข้มแข็ง อดทนต่อสภาวะต่าง ๆ

8. เป็นผู้มีเกียรติ มีความจริงใจ สุขุมรอบคอบ ปราศจากอคติ

9. มีความซื่อสัตย์และจงรักภักดีต่อหน่วยงานที่ตนปฏิบัติอยู่

กุลธิดา ธรรมวิภัชน์ (2542: 350-353) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย พบว่า วิชาชีพประชาสัมพันธ์ต้องการนักประชาสัมพันธ์ที่มีทักษะ (Practical Skills) 6 ประการ คือ

1. มีทักษะการสื่อสารที่ดีทุกทักษะ ทั้งทักษะการฟัง พูด อ่านและเขียน เพื่อการประชาสัมพันธ์

2. มีทักษะในการบริหารวิลากับงานที่รับผิดชอบหลายอย่างในขณะเดียวกันได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

3. มีทักษะในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์

4. มีทักษะในการวิจัย-ประเมินผล

5. มีทักษะในการติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่น

6. มีทักษะในการทำงานเป็นทีม

และจากการใช้เทคนิคการวิเคราะห์ตัวประกอบ (Factor Analysis) เพื่อหาตัวประกอบสำคัญของความเป็นวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย ได้ทักษะสำคัญ (Important Skill) 4 ด้าน คือ

1. มีทักษะการบริหารงบประมาณเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์การ

2. มีทักษะการผลิตสื่อโสตทัศนูปกรณ์และงานกราฟฟิคเพื่อผลิตงานประชาสัมพันธ์

3. มีทักษะการเขียนและบรรณาธิกรข้อเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

4. มีระดับเงินเดือนที่เหมาะสมกับระดับการปฏิบัติงาน

จิราพร จิรวัฒน์ (2542: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาทัศนะของนักวิชาชีพกับนักวิชาการเกี่ยวกับคุณลักษณะของนักประชาสัมพันธ์ยุคข้อมูลข่าวสาร พบว่า นักวิชาชีพและนักวิชาการมีความเห็นแตกต่างกันเกี่ยวกับคุณลักษณะของนักประชาสัมพันธ์ยุคข้อมูลข่าวสาร โดยด้านทักษะ ด้านความรู้ ประสบการณ์ ด้านบทบาทต่อสังคม นักวิชาการมีความเห็นอยู่ในระดับสูงกว่านักวิชาชีพ ด้านบทบาทหน้าที่ต่อองค์กร นักวิชาชีพมีความเห็นอยู่ในระดับสูงกว่านักวิชาชีพ ด้านบุคลิกภาพ นักวิชาการและนักวิชาชีพมีความเห็นไม่แตกต่างกัน

รุจินันท์ เอื้อพิทักษ์สกุล (2550: 110-123) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์และปัจจัยในการเลือกรับเข้าทำงานขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย พบว่า คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ที่เป็นที่ต้องการขององค์กรธุรกิจในประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ประสบการณ์ ความคิด ทักษะ บุคลิกภาพและลักษณะนิสัย

ด้านความรู้ นักประชาสัมพันธ์ควรมีการศึกษาระดับปริญญาตรีทางด้านนิเทศศาสตร์ สาขาวิชา การประชาสัมพันธ์โดยตรง มีความรู้ด้านการตลาด มีความรู้เรื่องสินค้า บริการ ธุรกิจ องค์กรของตน คู่แข่ง รวมถึงต้องมีความรู้ในการสร้างสรรค์งานใหม่ ๆ ให้มีความแตกต่างจากคู่แข่งได้ มีความรู้เกี่ยวกับงานเขียนประเภทต่าง ๆ และมีความรู้ในทุก ๆ ด้าน ทั้งในเรื่องของการประชาสัมพันธ์และเรื่องอื่น ๆ มีความรู้เกี่ยวกับสื่อมวลชน และมีความรู้ด้านการจัดการวิกฤตการณ์ทางการประชาสัมพันธ์และการบริหารภาพลักษณ์

ด้านประสบการณ์ นักประชาสัมพันธ์ควรมีประสบการณ์ในการติดต่อสื่อสารกับสื่อมวลชนอย่างต่อเนื่อง มีประสบการณ์ด้านการทำงานประชาสัมพันธ์โดยตรง มีประสบการณ์ในการทำงานด้านการตลาด มีประสบการณ์ในการทำงานด้านสื่อมวลชน รวมถึงประสบกาณ์ในวิชาชีพอื่น ๆ และมีประสบกรณ์ในการทำงานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์

ด้านความคิด นักประชาสัมพันธ์ควรเป็นผู้มองโลกในแง่ดี มีทัศนคติที่ดี มีกรอบเปิดกว้างรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น มีความคิดเป็นของตัวเอง มีความคิดในมุมมองที่เป็นจริง มีจินตนาการและต้องสามารถทำได้ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงาน มีความคิดในแบบของนักประชาสัมพันธ์ มีกรอบความคิดที่เปิดกว้าง และสามารถเสนอแนวความคิดให้แก่ผู้บังคับบัญชาได้

ด้านทักษะ นักประชาสัมพันธ์ควรมีทักษะในการใช้ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาที่ 3 ในการสื่อสารทั้งการพูด ฟัง อ่านและเขียน มีทักษะในการสังเกต มีทักษะในการเจรจาต่อรอง มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ มีทักษะในการประสานงาน มีทักษะในการการควบคุมสถานการณ์ การตัดสินใจและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า มีทักษะในเรื่องของการรู้จักธรรมชาติของสื่อ และมีทักษะในการคิดสื่อใหม่ ๆ มีทักษะในการตัดสินใจ และมีทักษะในการทำหลาย ๆ สิ่งหลาย ๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน

ด้านบุคลิก นักประชาสัมพันธ์ไม่จำเป็นต้องคนที่หน้าตาดีแต่ดูโดยรวมแล้วดูดี มีบุคลิกภาพที่สง่าผ่าเผย น่าประทับใจ ต้องหมั่นดูแลและพัฒนาบุคลิกภาพของตัวเองให้ดูดีอยู่เสมอ มีบุคลิกภาพที่ดูอบอุ่น เป็นมิตร รู้จักการวางตัวให้เหมาะสม มีสัมมาคารวะ รู้กาลเทศะ มีท่าทางกระฉับกระเฉง คล่องตัว แต่งกายเหมาะสม เรียบร้อย สะอาด มีรสนิยมและเหมาะสมกับกาลเทศะ มีบุคลิกความเป็นผู้นำและกล้าตัดสินใจ มีบุคลิกที่สุภาพ อ่อนน้อมถ่อมตน มีบุคลิกภาพที่ดูสะอาดสะอ้าน มีบุคลิกที่ดูน่าเชื่อถือ มีมนุษย์สัมพันธ์ดี มีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส และเป็นคนเรียนรู้ไว

ด้านลักษณะนิสัย นักประชาสัมพันธ์ต้องเป็นคนเข้ากับผู้อื่นได้ง่าย และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี เป็นคนตรงเวลา มีความกระตือรือร้นอย่างที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ใจเย็น มีคุณธรรม มีความเมตตาปราณี ซื่อสัตย์สุจริต ชอบช่วยเหลือผู้อื่น มีจรรยาบรรณในวิชาชีพของตนเอง เป็นผู้ประนีประนอม เป็นผู้เข้าใจธรรมชาติของมนุษย์ มีความอดทนอดกลั้น เก็บอารมณ์ได้ดี เป็นคนที่ใส่ใจในรายละเอียด ชอบพบปะติดต่อกับผู้คน ชอบพูด ชอบเจรจา มีมธุรสวาจา รู้ว่าเมื่อใดควรพูด ไม่ควรพูด เป็นคนขยัน มีน้ำใจ มีจิตใจบริการ มีความทุ่มเทและมีความยืดหยุ่นในการทำงาน มีลักษณะนิสัยที่เข้ากับวัฒนธรรมขององค์กรได้ มีความเป็นตัวของตัวเอง รักในอาชีพและรักองค์กรของตัวเอง ช่างสังเกต จดจำ

เหมวดี พลรัฐ (2553: 142) กล่าวว่านักประชาสัมพันธ์จะต้องมีคุณลักษณะต่อไปนี้ จึงจะทำงานประชาสัมพันธ์ให้บรรลุเป้าหมายได้ คือ มีความคิดสร้างสรรค์มีความอดทน มีความจริงใจมีความซื่อสัตย์ต่อวิชาชีพ มีความรู้ด้านสื่อสารมวลชน มีมนุษย์สัมพันธ์ และมีความเป็นมืออาชีพ นอกจากนี้จะต้องมีใจรักในอาชีพ มีความคิดเชิงบวก มีความเชื่อมั่นในตัวเอง มีความรู้เกี่ยวกับองค์กร ภารกิจหรือธุรกิจขององค์กร มีความรู้รอบตัว และมีความสามารถในการจัดการปัญหาและการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้า มีบุคลิกภาพดี มีการสื่อสารที่ดี มีความอ่อนน้อมถ่อมตน ไม่ทำตัวฝักใฝ่ฝ่ายใด มีความรู้ความสามารถในหลายด้านและสามารถทำงานในภาวะความกดดันได้

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับลักษณะงานที่นักประชาสัมพันธ์ต้องปฏิบัติ บทบาทหน้าที่ คุณสมบัติ คุณลักษณะของนักประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหากรอบแนวความคิดในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ที่นักประชาสัมพันธ์ควรได้รับการเสริมสร้าง ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 สรุปแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความสามารถที่นักประชาสัมพันธ์ควรได้รับการเสริมสร้าง

ผู้เสนอแนวคิด	ความสามารถที่นักประชาสัมพันธ์ควรได้รับการเสริมสร้าง
เดอรีแมน (1964)	1. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า 2. ความสามารถในการเผยแพร่ข่าว 3. ความสามารถในการเขียน 4. ความสามารถในการนำเข้าเยี่ยมชมหน่วยงาน
บรูมและสมิธ (1970)	1. ความสามารถในการเขียนข่าว 2. ความสามารถในการถ่ายภาพ 3. ความสามารถในการติดต่อประสานงานกับสื่อมวลชน 4. ความสามารถในการผลิตเอกสารเผยแพร่
โนลตี้(1979)	ความสามารถในการสื่อสารทั้งด้านการพูดและการเขียน
คัตลิป เซนเตอร์และบรูม (1985)	ความสามารถในการบริหารจัดการ
เบอร์เนย์ (1952)	ความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหา
วิจิตร อาวะกุล (2539)	1. ความสามารถในการสื่อสาร ได้แก่ การเขียน การพูด การเผยแพร่ ด้วยเครื่องมือสื่อสาร 2. ความสามารถในการวางแผน 3. ความสามารถในการจัดกิจกรรม 4. ความสามารถในการใช้ภาษา ทั้งภาษาพูดและภาษาเขียน การตรวจแก้บทความ
กุลธิดา ธรรมวิภัชน์ (2542)	1. ความสามารถในการบริหารจัดการ การวางแผน การวิเคราะห์ปัญหา การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า 2. ความสามารถในการผลิตสื่อต่าง ๆ ได้แก่ การทำอาร์ตเวิร์ค ถ่ายรูป แผ่นพับ หนังสือ เอกสารเผยแพร่ 3. ความสามารถในการใช้เครื่องมือ การทำกราฟฟิค 4. ความสามารถในการเขียน 5. ความสามารถในการพูด การเป็นพิธีกร 6. ความสามารถในการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ เช่น การจัดแถลงข่าว ฯลฯ

ตาราง 1 (ต่อ)

ผู้เสนอแนวคิด	ความสามารถที่นักประชาสัมพันธ์ควรได้รับการเสริมสร้าง
เปรมศิริ นิมิตมงคล (2544)	1. ความสามารถในการเขียน 2. ความสามารถในการติดต่อประสานงานกับสื่อมวลชน 3. ความสามารถในการบริหารจัดการ
ชมพูนุท นุตาคาม (2546)	1. ความสามารถในการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ 2. ความสามารถในการบริหารจัดการ 3. ความสามารถในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ 4. ความสามารถในการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ เช่น การจัดแถลงข่าว สื่อมวลชนสัมพันธ์ กิจกรรมสัมพันธ์ จัดกิจกรรมเพื่อสังคม ชุมชนสัมพันธ์ ฯลฯ 5. ความสามารถในการจัดทำสื่อ เช่น ป้ายประกาศ โปสเตอร์ แผ่นพับ จดหมายข่าว เสียงตามสาย วิทยุ จุลสาร วารสาร ฯลฯ
รุจินันท์ เอื้อพิทักษ์กุล(2550)	1. ความสามารถในด้านการใช้ภาษา ทั้งภาษาเขียนและภาษาพูด 2. ความสามารถในการใช้สื่อใหม่ ๆ 3. ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น
กองวิทยาการ กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ (2552)	1. ความสามารถในการเขียน 2. ความสามารถในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ 3. ความสามารถในการพูด
กัญญา ศิริสกุล (2552)	1. ความสามารถในการวางแผนโครงการ 2. ความสามารถในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร 3. ความสามารถในการเขียน 4. ความสามารถในการผลิตสื่อ
เหมวดี พลรัฐ (2553)	ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวกับลักษณะงานที่นักประชาสัมพันธ์ต้องปฏิบัติ บทบาทหน้าที่ คุณสมบัติ คุณลักษณะของนักประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้คัดเลือกความสามารถซึ่งเป็นพฤติกรรมหรือการแสดงออกของนักประชาสัมพันธ์ที่สามารถตอบสนองต่อการทำงานด้าน

ประชาสัมพันธ์ได้อย่างคล่องแคล่วที่นักประชาสัมพันธ์ควรที่จะได้รับการส่งเสริม ซึ่งสามารถพัฒนาให้เกิดขึ้นในตัวนักประชาสัมพันธ์ได้ด้วยการฝึกอบรมมี 5 ด้าน ดังนี้

1) ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าว หมายถึง ความสามารถในการจับประเด็นเรื่องราวที่อยู่ใกล้ตัว/อยู่ในความสนใจ/น่าสนใจมาเป็นข่าว เช่น การเปิดหลักสูตรใหม่ ผลงานวิจัย นวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ การให้บริการทางวิชาการ กิจกรรมต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยหรือคณะจัดขึ้น ฯลฯ ความสามารถในการเข้าถึงบุคคล เช่น ผู้บริหาร นักวิจัย หัวหน้าโครงการหรือข้อมูล เช่น เอกสารโครงการ คำกล่าวรายงาน คำกล่าวเปิด-ปิดงาน ฯลฯ เพื่อนำมาเขียนข่าวได้ ฯลฯ ความสามารถในการเขียนบรรยายภาพกิจกรรมที่มหาวิทยาลัยหรือคณะจัดได้ถูกต้องตามหลักการเขียนบรรยายใต้ภาพ (Caption) ซึ่งประกอบด้วย 5W 1H ความสามารถในการเขียนข่าวแจกได้ถูกต้องตามหลักการเขียนข่าวแจก (Press release) ซึ่งประกอบด้วย พาดหัวข่าว ความนำ เนื้อเรื่อง และบทสรุป ความสามารถในการเขียนรายงานพิเศษ (Scope) ได้ถูกต้องตามหลักการเขียนรายงานพิเศษ ซึ่งประกอบด้วยพาดหัวข่าว วรรคนำ ส่วนเชื่อม เนื้อข่าวและทิ้งท้ายข่าว ความสามารถในการเขียนบทความได้ถูกต้องตามหลักการเขียนบทความ ซึ่งประกอบด้วย ชื่อเรื่อง บทนำ เนื้อเรื่อง และบทสรุป ความสามารถในการแก้ไข (Edit) ข่าวโดยใช้สัญลักษณ์แบบต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง

2) ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการพูด หมายถึง ความสามารถในการเป็นพิธีกรในการจัดกิจกรรมของมหาวิทยาลัยและคณะ เช่น งานปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ วันสถาปนามหาวิทยาลัย ฯลฯ ความสามารถในการใช้เสียง ได้แก่ ความหนักเบาของเสียง การใช้น้ำเสียงให้ไพเราะ ชวนฟัง ความสามารถในการใช้ภาษา ได้แก่ การใช้ภาษาที่เป็นทางการ การใช้ภาษาได้เหมาะสมกับกาลเทศะ ความสามารถในการเป็นผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์หรือสื่อภาพเคลื่อนไหว เช่น การเป็นผู้ดำเนินรายการสารคดีสั้น หรือวีดีทัศน์แนะนำมหาวิทยาลัย ฯลฯ ความสามารถในการพูดเพื่อจัดรายการทางสถานีวิทยุของมหาวิทยาลัย ความสามารถในการพูดประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย ความสามารถในการให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับหน่วยงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัย/คณะจัดแก่สื่อมวลชน

3) ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านภาพ หมายถึง ความสามารถในการถ่ายภาพบุคคล/เหตุการณ์ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เช่น ถ่ายภาพผู้บริหารเพื่อนำมาใช้ในการเผยแพร่ทางเว็บไซต์ ถ่ายภาพผลงานสิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม ภาพกิจกรรม ลงในวารสาร/จุลสาร ฯลฯ ความสามารถในการคัดเลือกภาพให้เหมาะสมกับรูปแบบข่าว เนื้อข่าวและสื่อประชาสัมพันธ์ ภาพบุคคลหรือเหตุการณ์ที่ใช้ในการลงหนังสือพิมพ์ ภาพประกอบบทความ ฯลฯ ความสามารถในการตัดต่อภาพเพื่อใช้ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น เลือกเฉพาะองค์ประกอบในภาพที่ต้องการ หรือตัดองค์ประกอบในภาพที่ไม่ต้องการออก เพื่อนำมาใช้ในการแผ่นพับ โปสเตอร์ วีดีทัศน์ ฯลฯ การ

ตกแต่งภาพให้สวยงาม เช่น เพิ่ม/ลดความสว่างของภาพ ลบริ้วรอย เพิ่ม/ลดความเข้มของสี เปลี่ยนแปลงสี ฯลฯ ความสามารถในการจัดวางภาพและตัวอักษรในสื่อต่าง ๆ เช่น ใช้เทคนิคในการตัดข่าวลงในภาพเพื่อวางข้อความ หรือเทคนิคการวางข้อความลงในภาพที่มีพื้นสีเข้ม ฯลฯ

4) ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความสามารถในการออกแบบแผ่นพับโดยใช้โปรแกรม Microsoft Word / Microsoft Publisher / Microsoft Powerpoint / Spring Publisher / อื่น ๆ ในการออกแบบแผ่นพับได้ ความสามารถในการออกแบบโปสเตอร์ โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop/ Poster Printer / อื่น ๆ ในการออกแบบโปสเตอร์ได้ ความสามารถในการออกแบบจุลสาร/วารสารของหน่วยงานโดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CC 2015 / Adobe PageMaker CC 2015 / Indesign CC2015 / อื่น ๆ ในการออกแบบจุลสาร/วารสารได้ ความสามารถในการออกแบบป้ายไวนิล / Banner / Billboard โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop / Banner Designer Pro 5.0 / อื่น ๆ ในการออกแบบป้ายไวนิล / Banner / Billboard ได้ ความสามารถในการใช้เครื่องอัดสำเนาระบบดิจิตอล (Copy Printer) ในการจัดทำข่าวแจก ความสามารถในการเขียนสปอตโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ/โทรทัศน์ได้ โดยมีเนื้อหาเสียงประกอบและหรือภาพได้อย่างผสมกลมกลืนและน่าสนใจ ความสามารถการเขียนบทวีดีทัศน์/สารคดีสั้น โดยมีส่วนนำเข้าสู่เรื่อง ส่วนดำเนินเรื่อง ส่วนที่เป็นแก่นของเรื่อง และส่วนสรุปได้ ความสามารถในการออกแบบป้าย Backdrop บูธนิทรรศการ Roll up ให้สวยงามและน่าสนใจ

5) ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความสามารถในการใช้ Social Media ในการเผยแพร่ข่าว เช่น การใช้ Facebook, Blog, Instargram, Twitter, Line ฯลฯ ความสามารถในการนำเยี่ยมชมและการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่นำเยี่ยมชม ความสามารถในการจัดแถลงข่าว เช่น การจัดแถลงข่าวการจัดงาน/กิจกรรมของมหาวิทยาลัย/คณะ การชี้แจงเหตุการณ์หรือประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจ ฯลฯ ความสามารถในการเขียนโครงการและจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ เช่น การจัดงานเลี้ยงรับรองสื่อมวลชน การนำสื่อมวลชนไปอบรม/ประชุม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน ฯลฯ ความสามารถในการเขียนโครงการและจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาดเช่น การจัดงานเฉลิมฉลองในโอกาสต่าง ๆ การเปิดตัวหลักสูตรใหม่ การจัดอีเว้นท์ ฯลฯ

2. การประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษา

2.1 ความสำคัญและวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษา

สถาบันอุดมศึกษาประกอบด้วยสมาชิกภายในสถาบันที่มีหลากหลาย และมีความแตกต่างกันมาก ภารกิจที่สถาบันอุดมศึกษาต้องปฏิบัติมีมากมายและมีความสลับซับซ้อน ซึ่งสมาชิกในสถาบันอุดมศึกษาจะต้องร่วมกันรับผิดชอบภารกิจของสถาบันให้ดำเนินไปและบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

อย่างมีประสิทธิภาพ ให้สถาบันดำรงอยู่ด้วยความเป็นเลิศทางวิชาการ ช่วยกันรักษาสถานภาพและมาตรฐานของสถาบันให้เป็นที่ยอมรับและได้รับการยกย่องจากประชาชนตลอดไป (วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา. ม.ป.ป.: 9-10) สถาบันอุดมศึกษาจึงจำเป็นที่จะต้องใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างความเข้าอันดีระหว่างสมาชิกภายในสถาบันและระหว่างสถาบันกับบุคคล/หน่วยงานภายนอกซึ่งจะก่อให้เกิดการประสานงานและร่วมมือร่วมใจในการสนับสนุนให้การดำเนินการตามภารกิจของสถาบันอุดมศึกษาบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

อัปษรศรี ปลอดเปลี่ยว (2543: 17) ได้อธิบายว่า วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษามีดังนี้

1. ส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษา โดยใช้การประชาสัมพันธ์ในการสร้างความสำนึก ความรู้ ความเข้าใจให้เกิดขึ้นในหมู่ ครู นักเรียน ผู้ปกครองและชุมชนว่าสถาบันศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนทุกคนเป็นเจ้าของและเป็นหน้าที่ของแต่ละคนที่ต้องให้ความร่วมมือในกรจัดและพัฒนาการศึกษา

2. เพื่อเป็นการแถลงหรือแจ้งข่าวสารต่าง ๆ ให้ประชาชนทราบความเคลื่อนไหวการเปลี่ยนแปลง เกี่ยวกับกิจกรรมของสถาบันศึกษา นักเรียนนักศึกษาและการจัดการศึกษา

3. เพื่อสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างนักเรียนนักศึกษา ครูอาจารย์ ผู้ปกครองและประชาชนในชุมชนที่สถาบันศึกษาตั้งอยู่โดยอาศัยสถาบันการศึกษาเป็นทั้งศูนย์ประชาคม ศูนย์การ ศึกษาและศูนย์วัฒนธรรมของชุมชน

4. เพื่อสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา ความนิยมและความมั่นในในสถาบันการศึกษาให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน

5. เพื่อส่งเสริมให้ครูอาจารย์ นักเรียนนักศึกษา และผู้ปกครองให้มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันร่วมมือกันในการแก้ปัญหาของนักเรียนนักศึกษา

6. เพื่อให้ครูอาจารย์ นักเรียนนักศึกษา ผู้ปกครอง เข้าใจในระเบียบกฎเกณฑ์และเหตุผลความจำเป็นที่ต้องมีกฎระเบียบให้เข้าใจตรงกันและให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามระเบียบกฎเกณฑ์ของสถาบันการศึกษา

7. เพื่อประเมินความต้องการของผู้ปกครองและประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อการศึกษา เพื่อสถาบันการศึกษาจะได้หาทางสนองตอบต่อความต้องการที่แท้จริงของชุมชน

8. เพื่อช่วยแก้ไข ขจัดปัดเป่าและป้องกันความขัดแย้ง บรรดาข้อข้องใจทั้งหลายด้วยการคาดการณ์ล่วงหน้าและค้นหาจุดบกพร่องต่าง ๆ ที่ครูอาจารย์ นักเรียนนักศึกษา ผู้ปกครองและประชาชนมีต่อสถาบันการศึกษาให้หมดสิ้นไป และพยายามสร้างสิ่งที่จะทำให้ประชาชนมองสถาบันการศึกษาในแง่ดี ก่อให้เกิดความศรัทธาเลื่อมใสสถาบันการศึกษาอย่างแท้จริง

9. เพื่อเปิดโอกาสให้ฝ่ายต่าง ๆ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงให้แนวคิด มิใช่เพียงแต่ความต้องการของครูอาจารย์หรือสถาบันการศึกษาเท่านั้น

10. เพื่อส่งเสริมสนับสนุนหรือชักชวนให้ผู้ปกครองหรือประชาชนเข้ามามีส่วนช่วยเหลือเกื้อกูลกิจการด้านต่าง ๆ ด้วยกำลังกาย จิตใจ ปัญญาความคิด วัสดุ ตลอดจนด้านการเงินที่สถาบันการศึกษาขาดแคลน เพื่อสถาบันการศึกษาได้บรรลุผลในการจัดการศึกษาตามเป้าหมายอย่างสมบูรณ์

2.2 เป้าหมายการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษา

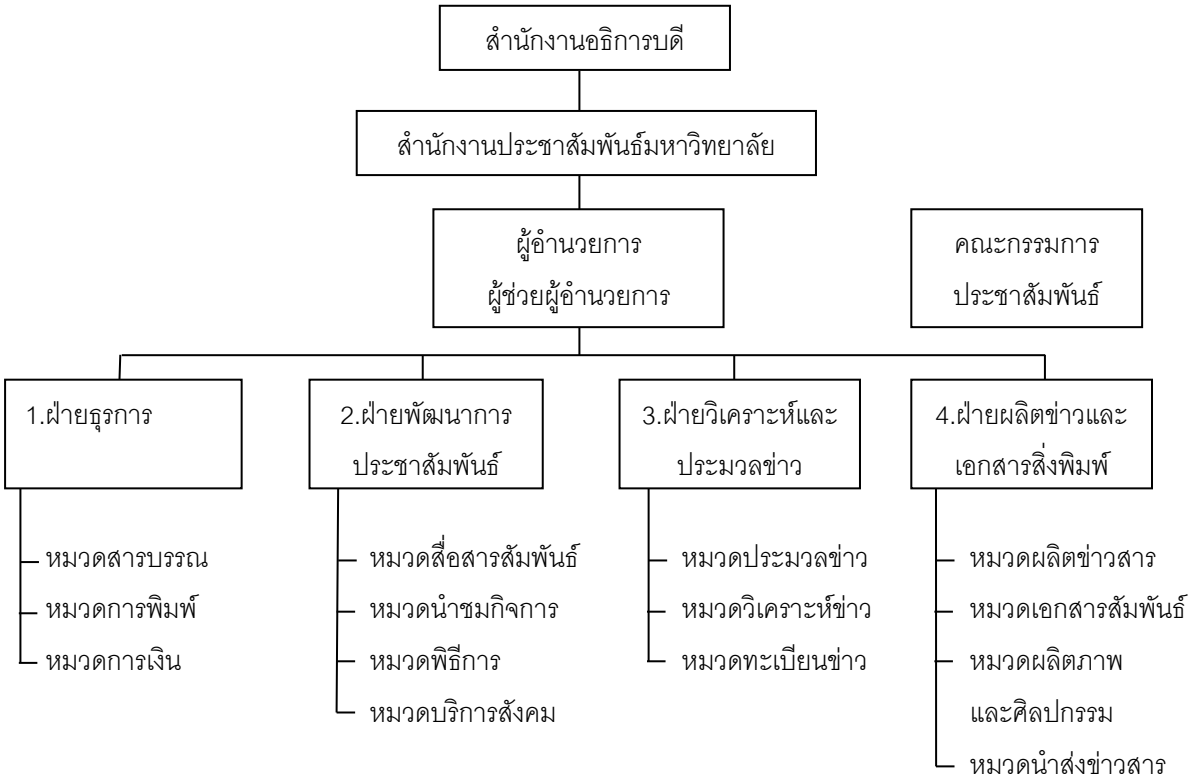
เอกวิทย์ แก้วประดิษฐ์ (2541: 37) อธิบายว่า เป้าหมายของการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมีสองลักษณะ คือ การประชาสัมพันธ์ภายในกับการประชาสัมพันธ์ภายนอก การประชาสัมพันธ์ภายในคือ การประชาสัมพันธ์ระหว่างบุคคลภายในองค์กร เพื่อเป็นการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในวัตถุประสงค์ นโยบาย เป้าหมายและอุดมการณ์ของหน่วยงาน เป็นการเสริมสร้างขวัญและกำลังใจ และความมั่นคงในการปฏิบัติงาน ลดช่องว่างระหว่างฝ่ายบริหารกับบุคลากรในระดับต่าง ๆ เป็นการกระตุ้น ชักจูงใจและส่งเสริมสนับสนุนให้บุคลากรทุกคนทำงานเต็มที่ด้วยความเต็มใจ และทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์องค์กรไปพร้อม ๆ กันด้วย โดยมีความรู้สึกจงรักภักดี เพราะประชาสัมพันธ์ภายนอก จะไม่ประสบความสำเร็จลุล่วงไปได้ หากปราศจากการประชาสัมพันธ์ภายในหรือการประชาสัมพันธ์ภายในล้มเหลว หรือบุคคลไม่เห็นความสำคัญในการประชาสัมพันธ์ ส่วนการประชาสัมพันธ์ภายนอก คือ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกับประชากรกลุ่มเป้าหมายหรือหน่วยงานที่มหาวิทยาลัยต้องเกี่ยวข้องหรือสื่อมวลชนต่าง ๆ เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย ให้มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ตลอดจนการบอกกล่าวเกี่ยวกับการดำเนินงานในเหตุการณ์พิเศษเพื่อให้เกิดการสนับสนุนร่วมมือในการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดความสำเร็จของงาน

กุลธิดา ธรรมวิภัชน์ (2545: 131) ได้สำรวจภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สายวิทย์-คณิต จาก 19 โรงเรียน ในชุมชนใกล้เคียง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันจะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์การแตกต่างกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การที่มหาวิทยาลัยจะทำให้บรรลุเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ทั้งการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอก มหาวิทยาลัยควรเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

2.3 โครงสร้างการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษา

วิจิตร อาวะกุล (2539: 221) ได้เสนอรูปแบบการจัดโครงสร้างการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย โดยสรุปว่า หน่วยงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่จะสังกัดหรือขึ้นอยู่กับสำนักงาน

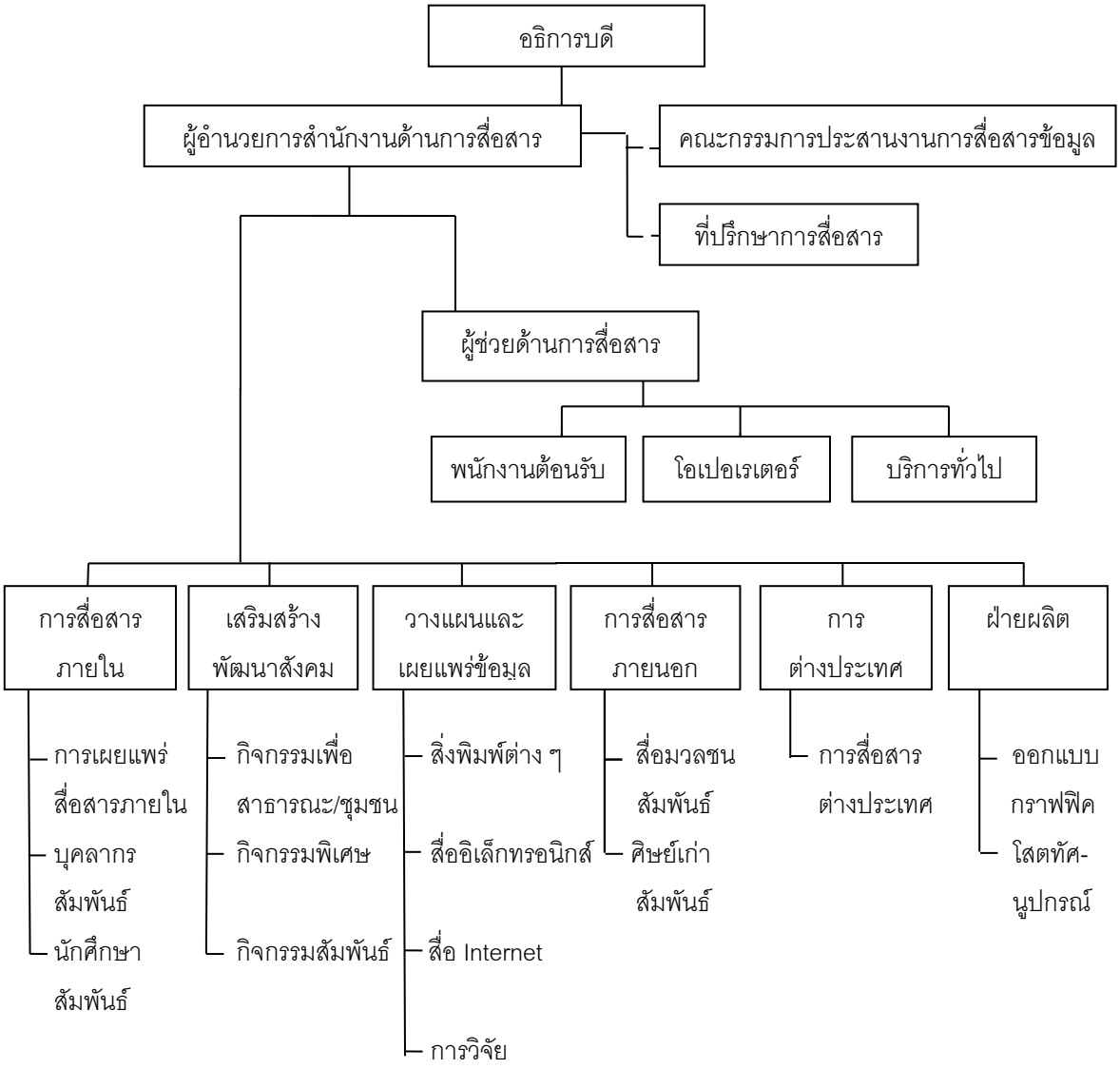
อธิการบดี โดยมีคณะกรรมการประชาสัมพันธ์คอยกำกับดูแล และมีหัวหน้างานประชาสัมพันธ์ที่มีตำแหน่งต่างกันไปตามขนาดและสถานภาพของหน่วยงาน เช่น ผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์ หรือหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฯลฯ ต่อจากนั้นจะแบ่งงานออกเป็นหน่วยงานย่อยซึ่งมีหน้าที่ต่างกันไปตามแต่ละมหาวิทยาลัยจะกำหนดขึ้น โดยทั่วไปแล้วมักจะมีฝ่ายต่าง ๆ ดังนั้น คือ ฝ่ายธุรการ ฝ่ายผลิตสื่อ ฝ่ายเผยแพร่ข่าวสาร ฝ่ายมวลชนสัมพันธ์ แต่อาจจะมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันไป ดังภาพโครงสร้างหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย ในภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 โครงสร้างหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย

ที่มา: วิจิตร อาวะกุล. (2539). *การประชาสัมพันธ์: หลักและวิธีปฏิบัติ.* หน้า 221.

ผ่องพรรณ พันเลิศวงศ์สกุล (2547: 205-206) ได้ศึกษาแนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ประเภทมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (พ.ศ.2544 – พ.ศ.2554) ซึ่งจากการศึกษาสามารถนำข้อมูลมาพัฒนาโครงสร้างการจัดองค์การงานประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในอนาคต ได้ดังนี้



ภาพประกอบ 3 โครงสร้างการจัดองค์การประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในอนาคต

ที่มา: ผ่องพรรณ พันเลิศวงศ์สกุล (2547*). แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ประเภทมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (พ.ศ.2544 – พ.ศ.2554)*. หน้า 205-206

อภันพร กงประเวชนนท์ (2539: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยของรัฐกับมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในด้านการจัดการองค์กร ลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ รวมถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน พบว่า การจัดองค์การของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนไม่มีความแตกต่างกันมากนัก โดยส่วนใหญ่มักขึ้นอยู่กับสำนักงานอธิการบดีหรือกองกลาง ส่วนที่ต่างกันเล็กน้อยได้แก่ ขั้นตอนใน

การบริหารจัดการระหว่างระบบราชการที่ซับซ้อนกับระบบเอกชนที่มีขั้นตอนไม่ซับซ้อนมากนัก ด้านลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ พบว่า ทุกมหาวิทยาลัยเน้นให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ภายในเป็นอันดับแรก จากนั้นจึงเป็นการประชาสัมพันธ์ภายนอกและการประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ โดยส่วนใหญ่มักนิยมใช้สื่อที่สามารถผลิตได้เอง เช่น วารสารภายใน แผ่นพับ โปสเตอร์ ฯลฯ เพื่อความสะดวกในการผลิต เผยแพร่ รวมทั้งสอดคล้องกับศักยภาพของบุคลากรและงบประมาณ สื่อมวลชนที่นิยมใช้ ได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ ตามลำดับ ส่วนการประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจพบว่ามีการจัดกิจกรรมสำคัญเป็นประจำ เช่น งานรับปริญญา งานวันสถาปนามหาวิทยาลัย นิทรรศการ หรือการประชุมสัมมนาต่าง ๆ ซึ่งใช้ทั้งสื่อที่ผลิตเองและสื่อมวลชน ขึ้นอยู่กับงบประมาณและวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายของแต่ละกิจกรรม

นวพรรณ อิ่มดวง (2554: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา เรื่อง กลยุทธ์การบริหารสื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษา พบว่า (1) กลยุทธ์การบริหารสื่อใหม่ในการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษาทั้งในระดับคณะและมหาวิทยาลัย มีความสอดคล้องกับภาวะการแข่งขันของธุรกิจการศึกษาที่รุนแรงในปัจจุบัน และสื่อใหม่มีบทบาทด้านประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษาอย่างมาก โดยสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและการพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสารออนไลน์เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษา โดยนำข้อดีของสื่อใหม่ในการประชาสัมพันธ์ คือ รวดเร็ว เข้าถึงง่าย และเป็นสื่อต้นทุนต่ำมาสร้างข้อได้เปรียบในการประชาสัมพันธ์ โดยในระดับคณะจะใช้กลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ในระดับการรักษาระดับการรับรู้ (Maintain Perception) สำหรับมหาวิทยาลัยใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด (Marketing Public Relations) เน้นการยืมความน่าสนใจ (Borrowed-Interest) (2) สำหรับการบริหารประเด็นเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์และกลยุทธ์ทางเลือกใช้สื่อใหม่ให้เหมาะสมกับแต่ละประเด็นข่าวของสถาบันอุดมศึกษา พบว่า ระดับคณะมุ่งนำเสนอประเด็นข่าวที่ตรงกับความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย คือ ผลงานที่ประสบความสำเร็จของนักศึกษา อาจารย์ของสถาบัน และบทบาทความรับผิดชอบสังคม โดยมีการเลือกสื่อใหม่ให้เหมาะกับประเด็นข่าว โดยคำนึงถึงข้อจำกัดด้านเวลาส่วนในระดับมหาวิทยาลัยเน้นการนำเสนอความหลากหลายทางวิชาการในการจัดการเรียนการสอน ประกอบกับประเด็นการเรียนรู้เพื่อตอบแทนสู่สังคม โดยมีการเลือกใช้สื่อใหม่ให้เหมาะสมกับประเด็นข่าวโดยคำนึงถึงลักษณะความเป็นทางการและไม่เป็นทางการของข่าว

2.4 ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษา

อภันพร กงประเวชนนท์ (2539: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยของรัฐกับมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในด้านการจัดการ

องค์กร ลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ รวมถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน โดยพบว่า มหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนมีปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานไม่แตกต่างกันมากนัก โดยปัญหาอันเกิดจากผู้บริหารระดับสูงของมหาวิทยาลัยเป็นปัญหาสำคัญที่สุด เพราะส่งผลให้เกิดปัญหาอื่น ๆ ตามมา ได้แก่ การไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ ทำให้เกิดปัญหาในการสนับสนุนด้านบุคลากร งบประมาณ และเครื่องมืออุปกรณ์ที่ไม่เพียงพอต่อความต้องและปริมาณงานที่ต้องรับผิดชอบ ทั้งนี้ พบว่า อุปสรรคสำคัญที่สุด ได้แก่ อุปสรรคด้านงบประมาณ รองลงมาคือด้านบุคคลากร ทั้งในด้านคุณวุฒิ ประสบการณ์และปริมาณ

2.5 คุณลักษณะของนักประชาสัมพันธ์ในสถาบันอุดมศึกษา

จากการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของนักประชาสัมพันธ์ และการประชาสัมพันธ์ในสถาบันอุดมศึกษา ผู้วิจัยเห็นว่า นอกเหนือจากนักประชาสัมสัมพันธ์ในสถาบันอุดมศึกษาจะต้องมีคุณลักษณะสำคัญ 2 ประการ คือ มีความรู้ความสามารถในทางวิชาชีพ ได้แก่ ด้านข่าว ด้านการพูด ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ และมีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการ ได้แก่ การวางแผนงาน/ โครงการ การบริหารงานบุคคลและงบประมาณ การติดต่อประสานงาน การติดตามประเมินผลงาน/โครงการ แล้วนักประชาสัมพันธ์ในสถาบันอุดมศึกษา ควรต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการอุดมศึกษาด้วย ทั้งนี้ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการอุดมศึกษา จะช่วยทำให้นักประชาสัมพันธ์ในสถาบันอุดมศึกษาสามารถหาแหล่งข่าว ทำกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้มากขึ้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรฝึกอบรม

3.1 ความหมายของหลักสูตรและการพัฒนาหลักสูตร

ความหมายของหลักสูตร

โบแชมป์ (Beaucham. 1981: 67) กล่าวว่า หลักสูตร หมายถึง แผน ซึ่งประกอบด้วยประสบการณ์การเรียนรู้สำหรับผู้เรียนในโรงเรียน

เวว และ บอนได (Wiles; & Bondi. 1989: 7) กล่าวว่า หลักสูตรคือเป้าหมายหรือค่านิยมซึ่งจัดเป็นประสบการณ์ให้กับผู้เรียนโดยใช้กระบวนการพัฒนาตามขั้นตอนที่กำหนด

วิชัย วงษ์ใหญ่ (2538: 46) กล่าวว่า หลักสูตร มีความหมายสองนัย ความหมายในวงแคบหลักสูตรคือวิชาที่สอน ส่วนความหมายในวงกว้าง หลักสูตรคือมวลประสบการณ์ทั้งหมดที่จัดให้กับผู้เรียนทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ซึ่งเป็นทั้งทางตรงและทางอ้อม

ใจทิพย์ เชื้อรัตนพงษ์ (2539: 4-8) ได้จัดกลุ่มความหมายของหลักสูตรที่นักวิชาการอธิบายไว้เป็น 5 ความหมาย ดังนี้

1. หลักสูตร คือ รายวิชาหรือเนื้อหาวิชาที่เรียน (Curriculum as Subjects and Subject Matter) ซึ่งผู้ที่ให้ความหมายของหลักสูตรในลักษณะนี้ เช่น กู๊ด (Good. 1973: 137) ให้ความหมายว่า หลักสูตรคือกลุ่มรายวิชาที่จัดไว้อย่างมีระบบหรือลำดับวิชาที่บังคับสำหรับการจบการศึกษาหรือเพื่อรับใบประกาศความรู้ในวิชานั้น ๆ

2. หลักสูตร คือ จุดหมายที่ผู้เรียนพึงบรรลุ (Curriculum as Objective) ซึ่งลาวาเทลีและคณะ (Lavatelli; et al. 1972: 1-2) ได้ให้ความหมายว่า “หลักสูตรเป็นชุดของการเรียนและประสบการณ์ ซึ่งโรงเรียนวางแผนไว้เพื่อให้ผู้เรียนบรรลุถึงจุดหมายของการเรียน

3. หลักสูตร คือ แผนสำหรับจัดโอกาสการเรียนหรือประสบการณ์ที่คาดหลวังแก่ผู้เรียน (Curriculum as Plans) นักการศึกษาที่ให้ความหมายขอหลักสูตรตามแนวคิดนี้ ได้แก่ เซเลอร์และอเล็กซานเดอร์. (Saylor; & Alexander. 1974: 6) “หลักสูตร คือ แผนที่จัดการเรียนรู้ให้แก่กลุ่มบุคคลโดยเฉพาะเพื่อให้บรรลุจุดหมายที่กำหนดไว้โดยมีโรงเรียนเป็นผู้รับผิดชอบ” ทำนองเดียวกับที่ ธำรง บัวศรี (2542: 6) “หลักสูตร คือ แผนซึ่งได้ออกแบบจัดทำขึ้นเพื่อแสดงจุดหมายการจัดเนื้อหาสาระ กิจกรรมและมวลประสบการณ์ในแต่ละโปรแกรมศึกษาเพื่อให้ผู้เรียนมีพัฒนาการในด้านต่าง ๆ ตามจุดประสงค์ที่ได้กำหนดไว้”

4. หลักสูตร คือ ประสบการณ์ทั้งปวงของผู้เรียนที่จัดโดยโรงเรียน (Curriculum as Learns Experiences) ซึ่ง แคสเวล และแคมป์เบล (Casell; &Camptell. 1935: 69) ให้ความหมายของหลักสูตรในโรงเรียนว่า เป็นหลักสูตรที่ประกอบด้วยประสบการณ์ทุกอย่างที่จัดให้แก่ผู้เรียนโดยอยู่ในความดูแลของครู นักการศึกษาที่มีแนวคิดในกลุ่มนี้ก็คือ นักลีย์ และอีแวนทส์ (Neagley; & Evants. 1967: 2) กล่าวว่า หลักสูตร คือ ประสบการณ์ที่โรงเรียนจัดขึ้นเพื่อช่วยให้ผู้เรียนได้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ตามความสามารถของผู้เรียน

5. หลักสูตร คือ กิจกรรมทางการศึกษาที่จัดให้ผู้เรียน (Curriculum as Educational Activities) ในแง่กิจกรรมการเรียนการสอนที่จัดให้ผู้เรียนได้มีความรู้ ประสบการณ์และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร นักการศึกษาที่ให้ความหมายในลักษณะนี้ได้แก่ ทรัมพ์และบิลเลอร์ (Trump; & Miller. 1968: 11-12) กล่าวว่า หลักสูตร คือ กิจกรรมการเรียนการสอนชนิดต่าง ๆ ที่เตรียมการไว้และจัดให้แก่ผู้เรียนโดยโรงเรียนหรือระบบโรงเรียน

พิสิฐ เมธาภัทร และธีระพล เมธีกุล (2541: 3) กล่าวว่า หลักสูตร หมายถึง โครงการจัดมวลประสบการณ์หรือกิจกรรมทั้งมวล เพื่อให้ผู้เรียนได้ผ่านประสบการณ์หรือกิจกรรมนั้น ๆ แล้วเกิดการพัฒนาทางด้านพุทธิพิสัย ทักษะพิสัย และจิตพิสัย สามารถประกอบอาชีพและดำรงอยู่ในสังคมได้อย่างเป็นสุข

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า หลักสูตร หมายถึง กลุ่มรายวิชาที่มีการจัดเตรียมไว้ล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ ได้รับประสบการณ์ มีความรู้ความสามารถและมีคุณลักษณะตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้

ความหมายของการพัฒนาหลักสูตร

เซเลอร์ อเล็กซานเดอร์ และเลวิส (Saylor; Alexander; & Lewis. 1981: 7) ได้กล่าวว่า การพัฒนาหลักสูตร หมายถึง การจัดทำหลักสูตรที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้นหรือการจัดทำหลักสูตรขึ้นมาใหม่ โดยไม่มีหลักสูตรเดิมเป็นพื้นฐานอยู่เลย ซึ่งการพัฒนาหลักสูตรจะรวมไปถึงการผลิตเอกสารต่าง ๆ สำหรับผู้เรียนด้วย

แทนเนอร์ (Tanner. 1980) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า การพัฒนาหลักสูตรว่า หมายถึง แผนและแนวทางปฏิบัติที่โรงเรียนหรือสถานศึกษาได้จัดประสบการณ์การเรียนรู้และผลลัพธ์ของการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บุคลากรมีสมรรถนะและความก้าวหน้าในบริบทของสังคม

โอลิวา (Oliva. 1988: 26) กล่าวว่า การพัฒนาหลักสูตร หมายถึง การเปลี่ยนแปลงและการทำให้หลักสูตรดีขึ้น เป็นคำที่มีความหมายรวมตั้งแต่การวางแผนหลักสูตร (Planning) การใช้หลักสูตร (Implementation) และการประเมินหลักสูตร (Evaluation) บางครั้งอาจใช้คำว่า “การปรับปรุงหลักสูตร” (Curriculum Improvement) ในความหมายเดียวกันกับคำว่า “การพัฒนาหลักสูตร”

ออนสไต และฮันคินส (Ornstein; & Hunkins. 2004: 194-195) ได้กล่าวว่า การพัฒนาหลักสูตร หมายถึง การจัดการศึกษาให้กับผู้เรียนในการเรียนรู้ที่ต้องการมีการเปลี่ยนแปลงตามแนวคิดใหม่ ๆ หลักสูตรที่พัฒนาขึ้นมาใหม่จะใช้แนวคิดการเรียนรู้ และแนวคิดการจัดการเรียนการสอน ความสำเร็จของการพัฒนาหลักสูตรต้องมีการวางแผนจัดเนื้อหาและประสบการณ์การเรียนรู้ วิธีปฏิบัติ สื่อ และการประเมินผลที่สามารถนำหลักสูตรไปใช้อย่างบรรลุเป้าหมาย

สงัด อุทรานันท์ (2532: 30) กล่าวถึง คำว่า “การพัฒนา” ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Development ซึ่งมีความหมายที่เด่นชัดอยู่ 2 ลักษณะ คือ ลักษณะที่หนึ่ง หมายถึง ทำให้ดีขึ้นหรือทำให้สมบูรณ์ขึ้น และลักษณะที่สอง หมายถึง ทำให้เกิดขึ้น โดยเหตุนี้ความหมายของการพัฒนาหลักสูตรจึงอาจมีความหมายได้ 2 ลักษณะเช่นกัน คือ ความหมายแรก หมายถึง การทำหลักสูตรที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น และความหมายที่สอง หมายถึง การสร้างหลักสูตรขึ้นมาใหม่โดยไม่มีหลักสูตรเดิมเป็นพื้นฐานอยู่เลย

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การพัฒนาหลักสูตร หมายถึง การทำหลักสูตรเดิมให้ดีขึ้น หรือการทำหลักสูตรขึ้นมาใหม่ โดยกระบวนการในการพัฒนาหลักสูตร จะประกอบด้วย การวางแผน การใช้หลักสูตร และการประเมินหลักสูตร

3.2 องค์ประกอบของหลักสูตร

ไบซ็อป (Bishop. 1985: 140) กล่าวว่า หลักสูตรต้องประกอบด้วยพื้นฐาน 4 ประการ คือ จุดประสงค์ เนื้อหาสาระ การจัดประสบการณ์เรียนรู้หรือวิธีการจัดการเรียนการสอน การวัดและประเมินผล โดยทุกองค์ประกอบจะต้องมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

ธำรง บัวศรี (2542: 8 - 9) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของหลักสูตรพอสรุปได้ดังนี้

1. เป้าหมายและนโยบายการศึกษา (Education Good and Policies) หมายถึง สิ่งที่รัฐต้องตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในเรื่องเกี่ยวกับการศึกษา

2. จุดหมายของหลักสูตร (Curriculum Amis) หมายถึง ผลส่วนรวมที่ต้องการให้เกิดแก่ผู้เรียนหลังจากเรียนจบหลักสูตรไปแล้ว

3. รูปแบบและโครงสร้างหลักสูตร (Type and Structure) หมายถึง ลักษณะและแผนผังที่แสดงการแจกแจงวิชาหรือกลุ่มวิชา หรือกลุ่มประสบการณ์

4. จุดประสงค์ของวิชา (Subject objectives) หมายถึง ผลที่ต้องการให้เกิดแก่ผู้เรียนหลังจากที่ได้เรียนวิชานั้นแล้ว

5. เนื้อหา (Content) หมายถึง สิ่งที่ต้องการให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ทักษะและความสามารถที่ต้องการให้มี รวมทั้งประสบการณ์ที่ต้องการให้ได้รับ

สงัด อุทรานันท์ (2538: 236-244) ได้อธิบายองค์ประกอบของหลักสูตร โดยแบ่ง 3 ส่วนคือ

1. จุดมุ่งหมายของหลักสูตร เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญที่สุด เนื่องจากเป็นเครื่องชี้เป้าหมายและเจตนารมณ์ของหลักสูตรว่าต้องการให้ผู้เรียนมีคุณสมบัติเช่นใด อาจจะเขียนได้ในลักษณะกวางเป็นจุดมุ่งหมายทั่วไปที่แสดงถึงความประสงค์ว่าหลักสูตรนั้นต้องการให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะหรือความสามารถอะไรบ้าง และอาจเขียนให้มีลักษณะเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้นไปอีกเป็นจุดมุ่งหมายเฉพาะที่เน้นการประยุกต์ใช้มากกว่า โดยทั่วไปจุดมุ่งหมายเฉพาะจะกล่าวถึงผลที่จะได้รับจากการเรียนในรายวิชาต่าง ๆ ดังนั้น ในหลักสูตรฝึกอบรม การเขียนจุดมุ่งหมายจึงควรเขียนในลักษณะจุดมุ่งหมายเฉพาะมากกว่า

2. เนื้อหาสาระและประสบการณ์เรียนรู้ เป็นส่วนที่เป็นสื่อกลางที่จะพาผู้เรียนไปสู่จุดมุ่งหมายของหลักสูตรที่กำหนดไว้ การจัดประสบการณ์การเรียนรู้จะจัดอย่างไรนั้น นอกจากจะต้องพิจารณาตามเนื้อหาสาระและจุดมุ่งหมายของหลักสูตร นอกจากนี้ ยังต้องขึ้นอยู่กับรูปแบบของหลักสูตรและทฤษฎีการเรียนรู้ที่เหมาะสมด้วย

3. การประเมินผล เป็นส่วนที่กำหนดแนวทางเพื่อให้ทราบว่า ผู้เรียนบรรลุจุดมุ่งหมายของหลักสูตรที่กำหนดไว้หรือไม่ เพียงใด แนวทางการจัดและประเมินผลที่กำหนดไว้ในหลักสูตรต้อง

สอดคล้องกับเนื้อหาสาระและจุดมุ่งหมายของหลักสูตร นอกจากนี้ ยังต้องขึ้นอยู่กับรูปแบบของหลักสูตรและทฤษฎีการเรียนรู้ที่เหมาะสมด้วย

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าองค์ประกอบของหลักสูตร ประกอบด้วย จุดมุ่งหมาย เนื้อหาสาระ วิธีการนำไปใช้ และการประเมินผล

3.3 การตรวจสอบคุณภาพของหลักสูตร

สุนีย์ เหมะประสิทธิ์ และสุริยา เหมตะศิลป (อ้างอิงใน นรินทร์ สุทธิศักดิ์, 2550: 54) ได้เสนอวิธีการตรวจสอบคุณภาพของหลักสูตรไว้ 3 ขั้นตอน เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่า หลักสูตรที่พัฒนาขึ้นเป็นหลักสูตรที่มีคุณภาพดี คือ

1. การตรวจสอบเอกสารหลักสูตร เป็นการตรวจสอบเพื่อดูความสมบูรณ์ ถูกต้องและความสอดคล้องขององค์ประกอบของหลักสูตรระหว่างจุดมุ่งหมาย เนื้อหาสาระ กิจกรรมการเรียนการสอนและการประเมินผลการเรียนรู้ วิธีการตรวจสอบอาจดำเนินการโดยคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร

2. ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีประสบการณ์การจัดทำหลักสูตร

3. การศึกษานำร่อง (Pilot Study) เป็นการตรวจสอบคุณภาพของหลักสูตรโดยการศึกษาความเป็นไปได้ที่จะนำหลักสูตรไปใช้จริง โดยทดลองใช้กับผู้เรียนจำนวนหนึ่งเพื่อหาประสิทธิผลและรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น แก้ไข ปรับปรุงหลักสูตรให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น

4. การทดลองภาคสนาม (Field Experiment) เป็นการทดลองใช้หลักสูตรอย่างครบวงจรในวงกว้างมากขึ้น แล้วมีการประเมินจากหลากหลายด้าน ทั้ งการประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียน การประเมินการใช้หลักสูตรและการประเมินหลักสูตรทั้งระบบ

กรมวิชาการ (2540: 43) กล่าวว่า การประเมินผลหลักสูตรเป็นการประเมินสัมฤทธิ์ผลของหลักสูตรว่าเมื่อได้นำหลักสูตรไปใช้แล้วนั้น ผู้ที่จบหลักสูตรนั้น ๆ ไปแล้ว มีคุณสมบัติมีความรู้ความ-สามารถตามที่หลักสูตรกำหนดไว้หรือไม่ นอกจากนี้ การประเมินหลักสูตรจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการปรับปรุงหลักสูตรให้มีคุณค่าสูงขึ้นอันเป็นผลในการนำหลักสูตรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ การประเมินหลักสูตรควรทำให้ครอบคลุมระบบหลักสูตรทั้งหมดและควรจะประเมินให้ต่อเนื่องกัน ดังนั้น การประเมินหลักสูตรจึงประกอบด้วยการประเมินสิ่งต่อไปนี้ คือ

1. การประเมินเอกสารหลักสูตร เป็นการตรวจสอบคุณภาพของหลักสูตรว่ามีความเหมาะสมและถูกต้องตามหลักการพัฒนาหลักสูตรเพียงใด หากมีสิ่งใดบกพร่องก็จะได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขก่อนจะได้นำไปประกาศใช้ในโอกาสต่อไป

2. การประเมินการใช้หลักสูตร เป็นการตรวจสอบว่าหลักสูตรสามารถนำไปใช้ได้ดีในสถานการณ์จริงเพียงใดมี ส่วนไหนที่เป็นอุปสรรคต่อการใช้หลักสูตร โดยมากหากพบข้อบกพร่องในระหว่างการใช้หลักสูตรก็มักได้รับการแก้ไขโดยทันทีเพื่อให้การใช้หลักสูตรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

3. การประเมินสัมฤทธิผลของหลักสูตรโดยทั่วไปจะดำเนินการหลังจากได้มีผู้สำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรไปแล้ว การประเมินหลักสูตรในลักษณะนี้มักจะทำการติดตามความก้าวหน้าของผู้สำเร็จการศึกษาว่าสามารถประสบความสำเร็จในการทำงานเพียงใด

4. การประเมินระบบหลักสูตร เป็นการประเมินหลักสูตรในลักษณะที่มีความสมบูรณ์และสลับซับซ้อนมาก กล่าวคือ การประเมินระบบหลักสูตรจะมีความเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบอื่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหลักสูตรด้วย เช่น ทรัพยากรที่ต้องใช้ความสัมพันธ์ของระบบหลักสูตร กับระบบบริหารโรงเรียน ระบบการจัดการเรียนการสอนและระบบการวัดและประเมินผลการเรียนการสอน ฯลฯ

ชมพันธ์ กุญชร ณ อยุธยา (2540: 39-40) กล่าวว่า การประเมินหลักสูตรมีจุดมุ่งหมายเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบของหลักสูตรในด้านจุดมุ่งหมาย เนื้อหาวิชา กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อการเรียนการสอน การประเมินผลการเรียนการสอน ตลอดจนการบริหารหลักสูตร เพื่อเป็นการตรวจสอบหลักสูตรว่า หลักสูตรบรรลุตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้หรือไม่อย่างไร จะปรับปรุงหลักสูตรให้ดีขึ้นอย่างไร

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การตรวจสอบคุณภาพหลักสูตรหรือการประเมินหลักสูตร คือ การค้นหาคำตอบว่า เมื่อนำหลักสูตรไปใช้แล้ว หลักสูตรนั้นจะมีผลสัมฤทธิ์เป็นไปตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้หรือไม่

3.4 ความหมายและประเภทของการฝึกอบรม

ความหมายของการฝึกอบรม

บีช (Beach. 1980: 17) ได้ให้ความหมายของการฝึกอบรมว่า การฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการที่จัดให้บุคคลได้เรียนรู้และฝึกความชำนาญเพื่อสร้างหรือเพิ่มพูนความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) ความสามารถ (Ability) อันจะช่วยปรับปรุงให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับฟลิปโป (Flippo. 1990: 268) ซึ่งกล่าวว่า การฝึกอบรม หมายถึ งกระบวนการที่จัดขึ้นเพื่อนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมขั้นถาวรประกอบด้วย 3 ด้านใหญ่ ๆ คือ ทักษะ ความรู้และเจตคติ

เดสเลอร์ (Dessler. 1982: 238) ได้ให้ความหมายของการฝึกอบรมว่า เป็นกระบวนการในการสอนบุคคลใหม่เพื่อให้มีทักษะในการปฏิบัติงานในหน้าที่ ในขณะเดียวกันอาจเป็นการเพิ่มพูนทักษะที่บุคคลต้องการซึ่งเป็นการพัฒนางานปัจจุบันและในอนาคตด้วย

โกลด์สไตน์ (Goldstein. 1993: 342) กล่าวว่า การฝึกอบรมเป็นกระบวนการที่ทำให้ผู้เข้าอบรมเกิดความรู้ ความเข้าใจ ความชำนาญและทัศนคติที่ถูกต้องเหมาะสมในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จนถึงสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

ซิลเบอร์แมน (Silberman. 1998: 1) กล่าวว่า การฝึกอบรมเป็นวิธีการที่จะช่วยให้เกิดการเสริมสร้างสมรรถนะของบุคคลในการปฏิบัติงาน ซึ่งเมื่อความสามารถของบุคคลในการปฏิบัติงานนั้นถูกจำกัดทางด้านความรู้หรือทักษะ ทำให้เกิดความรู้สึกที่ต้องการเสริมสร้าง เชื่อมต่อช่องว่างของการปฏิบัติงานที่เกิดจากการขาดความรู้หรือทักษะดังกล่าว

โพสเนอร์และรูดนิทสกี้ (Posner; & Rudnitsky. 2006: 73) กล่าวว่า การฝึกอบรมเป็นการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ซึ่งสามารถทำนายหรือคาดเดาด้วยความเชื่อมั่นภายใต้สถานการณ์หรือเงื่อนไขที่กำหนดไว้ เป้าหมายของการฝึกอบรมจะมุ่งเน้นที่การปฏิบัติเพื่อให้เกิดทักษะที่ต้องการเพื่อให้บุคคลที่ได้รับการฝึกอบรมได้มีสมรรถภาพในการปฏิบัติงานได้สูงขึ้น เป็นแนวทางในการพัฒนาที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรได้พัฒนาสมรรถภาพในการทำงานของตนเอง

จงกลนี ชุติมาเทวินทร์ (2542: 1) ได้ให้ความหมายของการฝึกอบรมว่า การฝึกอบรมเป็นการจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอันเป็นการเพิ่มความสามารถในการทำงานของคน ทั้งในเรื่องของความรู้ ทักษะ ทัศนคติ ความชำนาญในการปฏิบัติงาน รวมทั้งความรับผิดชอบต่าง ๆ ที่บุคคลพึงมีต่อหน่วยงานและสิ่งอื่น ๆ ที่แวดล้อมเกี่ยวข้องกับตัวผู้ปฏิบัติงาน

นิรชา ทองธรรมชาติและคณะ (2544: 12) ได้ให้ความหมายของการฝึกอบรมว่า การฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อพัฒนาทักษะ ความชำนาญ ความรู้อันจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่จำกัดการศึกษา สถานที่ เพศและโอกาส และเป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิต

จากความหมายของการฝึกอบรมข้างต้น สรุปได้ว่า การฝึกอบรมเป็นกระบวนการอย่างหนึ่งในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้มีความรู้ (Knowledge) เปลี่ยนแปลงเจตคติ (Attitude) และเกิดทักษะ (Skill) ในการปฏิบัติงาน ซึ่งเมื่อได้รับการฝึกอบรมแล้วจะทำให้เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในหลักสูตรนั้น ๆ

ประเภทของการฝึกอบรม

โอดิออร์เน (Odiorne. 1970: 80) ได้แบ่งประเภทของการฝึกอบรมตามความสำคัญของการฝึกอบรมไว้ 3 ประเภท ดังนี้

1. การฝึกอบรมขั้นต้น (Regular Training Program) เป็นการฝึกอบรมเพื่อสนองความต้องการขั้นต้น เพื่อให้บุคคลมีความรู้ ความเข้าใจและสามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ได้อย่างเหมาะสม การฝึกอบรมประเภทนี้ เช่น การปฐมนิเทศ การฝึกอบรมก่อนเลื่อนตำแหน่ง ฯลฯ

2. การฝึกอบรมเพื่อแก้ปัญหา (Problem Solving Training Program) เป็นการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้สูงขึ้น มุ่งเน้นการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงาน

3. การฝึกอบรมเพื่อพัฒนา (Innovative Training Program) เป็นการฝึกอบรมในขั้นสูงเน้นการมุ่งอนาคต ที่จะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถพัฒนางานให้ก้าวหน้า

กุลยา ตันติผลาชีวะ (2537: 58) ได้แบ่งประเภทของการฝึกอบรมตามระยะเวลาการฝึกอบรมออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. การฝึกอบรมเฉพาะหน้า (In-situ Training) เป็นการฝึกอบรมตามปัญหาจำเป็นที่เกิดขึ้นในทันทีหรือในระยะเริ่มแรก เวลาที่ใช้จะสั้นมาก เพราะเป็นกรณีเร่งด่วน หลักสูตรประเภทนี้จะใช้ระยะเวลาสั้น การอบรมแต่ละครั้งจะมีความสมบูรณ์ในตัวเอง เนื้อหาสาระไม่มากแต่อาจลึก ส่วนใหญ่เป็นหลักสูตรเสริมความรู้ ฟื้นฟูความรู้หรือเพื่อพัฒนาทักษะปฏิบัติที่จำเป็น

2. การฝึกอบรมระยะสั้น (Short-term Training) เป็นการฝึกอบรมที่กำหนดขึ้นเป็นสัปดาห์หรือเป็นเดือน ระยะเวลาการฝึกอบรมใช้เวลา 3 6 หรือ 9 เดือน เป้าหมายการฝึกอบรมมุ่งที่ความรู้ความชำนาญเฉพาะทางและพัฒนาความรู้ใหม่ ๆ ให้ผู้เข้าอบรมมีมากขึ้น ความง่ายและความเข้มข้นอาจน้อยกว่าการเรียนปกติตามรายวิชาในสถาบันการศึกษา แต่ความลุ่มลึกมีมากกว่า

3. การฝึกอบรมระยะยาว (Long-term Training) เป็นการฝึกอบรมที่ใช้ระยะเวลามากกว่า 1 ปี และให้รวมถึงการศึกษาต่อเนื่อง (Continuing Education) ลักษณะของการฝึกอบรมเน้นการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์เป็นหลัก หลักสูตรนี้มีหน่วยงานหรือสถาบันจัดขึ้นน้อย เพราะเน้นความเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาแบบลุ่มลึกมากที่สุด เป็นการเฉพาะ มักจะเป็นหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรหรือปริญญา

จงกลนี ชุติมาเทวินทร์ (2542: 2-4) ได้แบ่งประเภทของการฝึกอบรมเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. การฝึกอบรมก่อนประจำการ (Pre-entry Training) เป็นการฝึกอบรมให้กับผู้เข้างานใหม่หรือเพิ่งจะเริ่มโครงการ โดยทั่วไปผู้เข้าอบรมมักจะอยู่ในระยะทดลองงาน ซึ่งเนื้อหาของการอบรมจะเน้นในเรื่องของภารกิจแรกเริ่ม และภารกิจทั่วไปขององค์กร เนื้อหาโดยทั่วไปจะมีลักษณะผสมผสาน คือ มีทั้งการฝึกอบรมในห้อง และการฝึกอบรมภาคสนาม ปกติจะมีช่วงเวลาที่ไม่นานนัก ตั้งแต่ 2-3 วัน หรือบางกรณี อาจจะใช้เวลานานเป็นเดือน

2. การฝึกอบรมระหว่างประจำการ (In-service Training) เป็นการอบรมในช่วงที่เข้าไปทำงานแล้วหรือผ่านระยะการทดลองงานแล้ว การฝึกอบรมจะจัดให้เป็นระยะ ๆ ให้กับระดับของบุคลากรที่แตกต่างกัน มีทั้งในเรื่องของการบริหารทั่วไป การอบรม การจัดการ การอบรมเฉพาะหน้าที่

หรือการอบรมเฉพาะเรื่อง คล้าย ๆ กับ On the Job Training ซึ่งระยะเวลายืดหยุ่นได้ตามความต้องการ ส่วนใหญ่จะใช้เวลาไม่นานนัก ประมาณ 1-3 สัปดาห์

3. การฝึกอบรมในโครงการ (Project Related Training) เป็นการอบรมที่จัดให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในโครงการ เช่น โครงการที่ได้รับทุนอุดหนุนจากต่างประทศ มีระยะเวลาไม่นานนัก เป็นการอบรมเฉพาะเรื่อง หรือเฉพาะประเภทของบุคลากร มีทั้งการอบรมทางเทคนิคและการอบรมในเชิงการจัดการ จัดอบรมโดยผู้ให้ทุน ปกติระยะสั้น คือ 1-3 เดือน หรือขึ้นอยู่กับความจำเป็นของโครงการ

4. การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาตนเอง (Self-development Training) มีความหมายกว้างและครอบคลุม เช่น กรณีบุคลากรที่ทำงานมานานและความรู้เริ่มจำกัด เริ่มจะไม่ทันกับข้อมูลหรือวิทยากรสมัยใหม่ก็จะเริ่มคิดถึงการพัฒนาของตนเอง ซึ่งอาจจะเป็นการอบรมเพื่อฟื้นความรู้ใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการอบรมเต็มเวลาหรือบางส่วนเวลา โดยหน่วยงานต้นสังกัดจะให้การอนุมัติสนับสนุนด้านการเงิน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการออกไปอบรมนอกสถานที่ ระยะเวลาจะขึ้นอยู่กับคุณสมบัติที่หน่วยงานต้องการพัฒนา มีทั้งระยะสั้นและระยะยาว หรือบางคนอาจจะลาไปศึกษาต่อซึ่งการศึกษาต่อก็คือการฝึกอบรมอย่างเป็นทางการ

สุภาพร พิศาลบุตร และยงยุทธ เกษสาคร (2545: 74-75) จำแนกประเภทของการฝึกอบรมดังนี้

1. ประเภทของการฝึกอบรมโดยยึดวัตถุประสงค์เป็นเกณฑ์ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 การฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับงาน (Technical Know How Training) การฝึกอบรมประเภทนี้เหมาะสำหรับองค์การที่มีการปรับเปลี่ยนลักษณะงาน ระเบียบข้อบังคับ นโยบาย วิธีการปฏิบัติต่าง ๆ หรือมีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการทำงาน

1.2 การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะหรือประสบการณ์ (Skill or Experience Training) การฝึกอบรมประเภทนี้เหมาะเป็นการฝึกอบรมให้แก่บุคลากรในแต่ละระดับขององค์การ ซึ่งอาจจะต้องใช้ทักษะหรือต้องการทักษะเพิ่มเติมในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน

2. ประเภทของการฝึกอบรมโดยยึดระยะเวลาการทำงานเป็นเกณฑ์ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 การฝึกอบรมก่อนเข้าทำงาน (Pre-service Training) เป็นการฝึกอบรมที่องค์การต้องการให้บุคลากรที่เข้ามาทำงานใหม่ได้มีความรู้ ความชำนาญเกี่ยวกับงานในส่วนที่จะต้องรับผิดชอบ โดยการฝึกอบรมจะฝึกอบรมก่อนเริ่มปฏิบัติงาน

2.2 การฝึกอบรมเมื่อได้เข้าทำงานแล้ว (In-service Training) เป็นการฝึกอบรมให้กับผู้ที่กำลังปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดการเพิ่มพูนความรู้ ทักษะและเจตคติที่ดีต่อการทำงาน

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การจำแนกประเภทของการฝึกอบรม แบ่งเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ 1) จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม โดยแบ่งเป็นการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และการ

ฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างทักษะ 2) จำแนกตามระยะเวลาในการฝึกอบรม โดยแบ่งเป็นการฝึกอบรมระยะสั้น และการฝึกอบรมระยะยาว 3) จำแนกตามช่วงเวลา โดยแบ่งแบ่งการฝึกอบรมก่อนเริ่มปฏิบัติงาน และการฝึกอบรมในระหว่างปฏิบัติ

3.5 การสร้างหลักสูตรฝึกอบรม

แบดเดอร์และบลูม (วิเชียร อินทรสมพันธ์. 2546: 103-104; อ้างอิงจาก Bader; & Bloom. *Measuring Team Performance*. 1994: 24-31) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการฝึกอบรมที่ส่งผลสูงสุด (High impact training Model) ซึ่งมี 6 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ความต้องการการฝึกอบรม (Identify Training Needs) ผู้พัฒนาการฝึกอบรมจะต้องสามารถชี้แนะ ให้เห็นถึงการอบรมอย่างมีเหตุผลที่เหมาะสม เป็นการฝึกอบรมเพื่อปรับปรุงทักษะเดิมหรือทักษะใหม่ ตัดสินใจเลือกทักษะที่ต้องการพัฒนา สอบถามผู้มีส่วนร่วมเรียนรู้ถึงพื้นฐานการศึกษา ประสบการณ์และบรรยากาศการทำงานของผู้มีส่วนร่วม เข้าใจถึงความรู้สึกของผู้มีส่วนร่วม ประเมินคุณค่าของความต้องการฝึกอบรมและการสร้างความเชื่อมั่นการฝึกอบรม

2. การวางแผนแนวทางการฝึกอบรม (Map the Approach) วางแผนอย่างมีระบบและไม่มีข้อจำกัด โดยการเข้าใจความต้องการของผู้เข้าร่วมอบรมและความคาดหวังของผู้จัดอบรมซึ่งเป็นการวางแผนเกี่ยวกับการนำเสนอ การอภิปราย การปฏิบัติ การให้ข้อมูลย้อนกลับ การเลือกโสตทัศนูปกรณ์ การผลิตโปรแกรมตามความต้องการของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ความจำเป็นทางด้านเวลา งบประมาณ และแหล่งทรัพยากร

3. การผลิตสื่อหรือเครื่องมือการเรียนรู้ (Produce Learning Tools) เป็นการจัดหาสื่อ เครื่องมือการเรียนรู้โดยให้ผู้เชี่ยวชาญภายในองค์กร ซึ่งจะต้องตรวจสอบความเหมาะสมของกิจกรรมและแบบฝึกหัด การเสริมแรงและความต่อเนื่อง ความเหมาะสมของขนาดและโครงสร้างของกิจกรรมกลุ่มย่อย สื่อการเรียนรู้ที่สนับสนุนทั้งระหว่างการฝึกอบรม การปฏิบัติกิจกรรมและโปรแกรมทั้งหมด

4. การประยุกต์เทคนิคการฝึกอบรม (Apply Training Techniques) โดยการตรวจสอบถึงการทำให้การอบรมบรรลุเป้าหมายจากกลุ่มผู้เข้าอบรม การฝึกอบรมสามารถสร้างประสบการณ์ที่เพียงพอต่อความต้องการ คุณค่าที่ได้จากการอบรม ลักษณะของวิทยากรที่นำเสนอ ความรู้และทักษะแก่ผู้เข้ารับอบรม ผู้เข้ารับอบรมได้เกิดทักษะตามที่ต้องการ และมีการติดตามที่ชัดเจน

5. การคำนวณผลลัพธ์ที่วัดได้ (Calculate Measurable Results) ด้วยการสอบถาม การสังเกตระหว่างการฝึกอบรม ทั้งการปฏิบัติและการทำงานตามที่มอบหมาย การติดตามข้อมูลที่ต้องการในระหว่างการอบรม และใช้กระบวนการประเมินผลเชิงลึกถึงการเปลี่ยนแหล่งจากการฝึกอบรม และการประเมินผลการติดตามเป็นช่วงระยะเวลาต่างกัน

6.การติดตามผลการอบรม (Track Ongoing Follow-through) เป็นการเตรียมการการติดตามผลก่อนจะเริ่มการฝึกอบรม การติดตามระหว่างการฝึกอบรมและหลังการฝึกอบรม บทบาทความรับผิดชอบ สถานการณ์และเครื่องมือที่จำเป็นต่อการติดตามการฝึกอบรม

ซิลเบอร์แมน (Silberman. 1998: 15-16) ได้เสนอขั้นตอนการสร้างหลักสูตรฝึกอบรมไว้ดังนี้

1.ประเมินความต้องการจำเป็นในการฝึกอบรมและผู้เข้ารับการฝึกอบรม (Assess the Need for Training and the Participants) เป็นการตัดสินถึงความจำเป็นของผู้เข้ารับการฝึกอบรมซึ่งจะได้รับผลต่อมา เป็นการประเมินในช่วงเริ่มต้นของโปรแกรม ซึ่งจะช่วยในการวางแผน การออกแบบและการปรับปรุงโปรแกรมได้ดี

2. ตั้งเป้าหมายการเรียนรู้ทั่วไป (Set General Learning Goals) วิเคราะห์และแยกแยะสมรรถภาพการเรียนรู้ของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่เป็นเป้าหมาย อธิบายความต้องการด้านสร้างความตระหนักทางด้านเจตคติ ความรู้ความเข้าใจ และการสร้างพฤติกรรมใหม่ การแก้ปัญหาในชีวิตจริงและการนำไปใช้ในหน้าที่การงาน

3. ตั้งจุดประสงค์การเรียนรู้ (Specify Objectives) เจาะจงลึกลงไปถึงชนิดของการเรียนรู้ที่ต้องการให้ผู้เข้ารบการอบรมเกิดประสบการณ์ จุดประสงค์จะช่วยเป็นเครื่องมือสำหรับการจัดการการตรวจสอบและการประเมินผลการฝึกอบรม

4. ออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ (Design Training Activities) เป็นการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งจะต้องสร้างโครงร่างทั้งวิธีการและรูปแบบของกิจกรรมที่จำเป็นต่อ

จุดประสงค์ในโปรแกรมการฝึกอบรม

5. เรียงลำดับความเหมาะสมของกิจกรรมการฝึกอบรม (Sequence Training Activities) ตัดสินว่ากิจกรรมใดควรเริ่มต้น หรืออยู่ตอนสิ้นสุดโปรแกรมปรับกิจกรรมเพื่อให้แผนการที่วางไว้คล่องตัวมากขึ้น

6. เริ่มปฏิบัติการตามแผนการรายละเอียดทั้งหมด (Start Detail Planning) กำหนดวิธีการปฏิบัติกิจกรรมแต่ละขั้นตอน กำหนดเวลา ข้อแนะนำหรือข้อเสนอแนะ จุดสำคัญและการสอน วัสดุอุปกรณ์ สถานที่และวิธีการจบการฝึกอบรม

7. ทบทวนรายละเอียดเกี่ยวกับการออกแบบ (Revise Design Details) ปฏิบัติตามแผนการที่วางไว้และทบทวนประสบการณ์ของผู้เข้าฝึกอบรม ต้องปรับปรุงหรือติดตามงานหรือขั้นตอนใดบ้าง ตัดสิ่งที่ไม่มีความสำคัญ ปฏิบัติไม่ได้ หรือบกพร่อง

8. ประเมินผลโปรแกรมการฝึกอบรม (Evaluate the Total Result) ตรวจสอบแผนการว่าได้มีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการฝึกอบรมแล้ว ออกแบบให้เหมาะสมกับการเรียนรู้เพื่อให้ผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น

บัคเลย์และคาเบิล (Buckley; & Cable. 2009: 25) อธิบายว่า การฝึกอบรมที่เป็นระบบจะใช้รูปแบบพื้นฐานที่จะประกอบด้วยกิจกรรมหลัก 4 กิจกรรม คือ

1.การวิเคราะห์หรือค้นหาความจำเป็นในการฝึกอบรม (Investigate Training Needs)

2.การออกแบบหลักสูตรฝึกอบรม (Design Training)

3.การจัดทำหลักสูตรฝึกอบรม (Conduct Training)

4.การประเมินประสิทธิภาพของการฝึกอบรม (Assess Effectiveness of Training)

พัฒนา สุขประเสริฐ (2541: 27) อธิบายว่า กิจกรรมสำคัญที่จะทำให้เกิดกระบวนการจัดฝึกอบรมหรือกระบวนการฝึกอบรมมี 6 ขั้น คือ

1.การสำรวจความจำเป็นในการฝึกอบรม

2.การจัดหลักสูตรฝึกอบรม

3.การวางแผนโครงการฝึกอบรม

4.การดำเนินงานฝึกอบรม

5.การประเมินและติดตามผลการฝึกอบรม

6.การจัดทำรายงานสรุปผล

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ขั้นตอนในการสร้างหลักสูตรฝึกอบรมประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ความจำเป็นในการฝึกอบรม 2) การร่างหลักสูตร 3) การประเมินโครงร่างหลักสูตร 4) การทดลองใช้และประเมินประสิทธิผลของหลักสูตร

3.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม พบว่า ได้มีผู้ศึกษาวิจัยและพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม โดยใช้ขั้นตอนในการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) เช่น

เสถียร แป้นแหลือ (2550) ได้พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างภาวะผู้นำสำหรับผู้นำองค์กรกิจกรรมนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรมี 5 ขั้นตอน คือ 1) การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน 2) การร่างหลักสูตร 3) การประเมินโครงร่างหลักสูตร 4) การทดลองใช้หลักสูตร 5) การประเมินและปรับปรุงหลักสูตร สำหรับองค์ประกอบของหลักสูตร ประกอบด้วย 1) สภาพปัญหาและความจำเป็นของการฝึกอบรม 2) หลักการของการฝึกอบรม 3) จุดมุ่งหมายของการฝึกอบรม 4) เนื้อหาของการฝึกอบรม 5) กิจกรรมการฝึกอบรม 6) เทคนิคการฝึกอบรม 7) สื่อการฝึกอบรม 8) การวัดและประเมินผลการฝึกอบรม ใช้แบบแผนการทดลองแบบ One Group Pretest-Posttest Design ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรมแต่ละหน่วยฝึกอบรมผ่านตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ คือ 84.77/ 81.33 การทดสอบวัดความรู้และเจตคติภาวะผู้นำของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

ก่อนและหลังการฝึกอบรมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 การสังเกตทักษะภาวะผู้นำของผู้เข้ารับการฝึกอบรมอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมโดยรวมในระดับมากที่สุด

นรินทร์ สุทธิศักดิ์ (2550) ได้พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ด้านพลศึกษาของนักศึกษาในสถาบันการพลศึกษา โดยมีขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตร 4 ขั้นตอน คือ 1) การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน 2) การสร้างหลักสูตร 3) การตรวจสอบคุณภาพของหลักสูตร 4) การตรวจสอบประสิทธิภาพของหลักสูตร สำหรับองค์ประกอบของหลักสูตร ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1) ความจำเป็นในการฝึกอบรม 2) จุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม 3) โครงสร้างหลักสูตรและสาระการฝึกอบรม ซึ่งประกอบด้วย จุดประสงค์การเรียนรู้ เนื้อหาสาระ วิธีการจัดการเรียนการสอน สื่อที่ใช้ และการประเมินผล ใช้แบบแผนการทดลองแบบ Posttest Control Group Only Design ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มทดลองมีคะแนนความคิดสร้างสรรค์ด้านพลศึกษาตามลักษณะการคิดทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านความคล่องแคล่วในการคิด ด้านความยืนหยุ่นในการคิด ด้านความคิดริเริ่ม และด้านความละเอียด- ละออ สูงกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมโดยรวมในระดับมาก

บัณฑิต ตั้งประเสริฐ (2551: 51-64) ได้พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะนักจัดรายการวิทยุกระจายเสียง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตร 4 ขั้น คือ 1) สำรวจข้อมูลพื้นฐาน 2) การสร้างหลักสูตรฝึกอบรม 3) การตรวจสอบประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรม 4) การปรับปรุงหลักสูตรฝึกอบรม ใช้แบบแผนการทดลองแบบ One Group Pretest-Posttest Design ผลการวิจัยพบว่า ผู้เข้ารับการอบรมมีสมรรถนะการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงหลังการทดลองมากกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 มีค่าเฉลี่ยความหมาะสมอยู่ในระดับมากทุกรายการประเมิน และเมื่อได้ปรับปรุงหลักสูตรแล้วได้หลักสูตรที่มีประสิทธิภาพสามารถนำไปเสริมสร้างสมรรถนะนักจัดกรายการวิทยุกระจายเสียงได้ดียิ่งขึ้น

วุฒิศักดิ์ พิศสุวรรณ (2553) ได้พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างบุคคลสำหรับนักศึกษาพยาบาลตามโครงการผลิตพยาบาลวิชาชีพเพิ่มเพื่อแก้ปัญหาในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรมี 4 ขั้นตอน คือ 1) ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น 2) ร่างหลักสูตรฝึกอบรม 3) ประเมินโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม 4) การทดลองใช้ สำหรับองค์ประกอบของหลักสูตร ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1) สภาพปัญหาและความจำเป็นในการฝึกอบรม 2) จุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม 3) เนื้อหาของหลักสูตรฝึกอบรม 4) กิจกรรมในการฝึกอบรม 5) เทคนิคการฝึกอบรม 6) สื่อในการฝึกอบรม 7) การวัดและประเมินผลการฝึกอบรม ใช้แบบแผนการทดลองแบบ Two Group Posttest Only Design ผลการวิจัยพบว่า ผู้เข้าฝึกอบรมมีความรู้ เจตคติ

ทักษะการสร้างสัมพันธภาพระหว่างบุคคลของกลุ่มทดลองอยู่ในรัดบมากและสูงกว่าเกณฑ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และผู้เข้าฝึกอบรมเห็นว่าหลักสูตรมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากและสูงกว่าเกณฑ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ธนมพัชร์ สิมากร (2553) ได้พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะของพยาบาลผู้จัดการผู้ป่วยรายกรณี โดยขั้นตอนในการพัฒนาหลักสูตรมี 5 ขั้นตอน คือ 1) ศึกษาสภาพการปฏิบัติงานของพยาบาลผู้จัดการผู้ป่วยรายกรณี 2) ศึกษาสมรรถนะของพยาบาลผู้จัดการผู้ป่วยรายกรณี 3) พัฒนาหลักสูตร 4) ทดลองใช้หลักสูตร 5) สรุปและประเมินหลักสูตร องค์ประกอบของหลักสูตร ประกอบด้วย หลักการและจุดมุ่งหมายของหลักสูตร เนื้อหาสาระ กิจกรรมและสื่อการเรียนรู้ การวัดและประเมินผล ใช้แบบแผนการทดลองแบบ One Group Pretest-Posttest Design ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด คะแนนค่าเฉลี่ยของสมรรถนะของพยาบาลผู้จัดการผู้ป่วยรายกรณีทั้งด้านความรู้ ทัศนคติและความสามารถหลังการ

ทดลองใช้หลักสูตรสูงกว่าก่อนการทดลองใช้หลักสูตรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คะแนนการปฏิบัติงานของพยาบาลผู้จัดการผู้ป่วยรายกรณีหลังการอบรม 8 สัปดาห์ สูงกว่าก่อนการอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้เข้าอบรมร้อยละ 72.5 สามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้จนสามารถแสดงผลลัพธ์ได้

สมใจ กงเติม (2554) ได้พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการสอนคิดวิเคราะห์ สำหรับครูผู้สอนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรมี 4 ขั้นตอน คือ 1) การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน 2) การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของหลักสูตร 3) การทดลองนำร่องและปรับปรุงร่างหลักสูตรฝึกอบรม 4) การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อหลักสูตรฝึกอบรม องค์ประกอบของหลักสูตร ประกอบด้วย จุดประสงค์ของการฝึกอบรม โครงสร้างของหลักสูตร เนื้อหาสาระของหลักสูตร การดำเนินการฝึกอบรม กิจกรรมการฝึกอบรม ระยะเวลาในการฝึกอบรม สื่อและแหล่งเรียนรู้ การวัดและประเมินผล แผนการฝึกอบรม ใช้แบบแผนการทดลองแบบ One Group Pretest-Posttest Design ผลการวิจัยพบว่า ครูผู้สอนที่เข้ารับการอบรมมีความรู้ความเข้าใจในการสอนการคิดวิเคราะห์ มีความสามารถในการปฏิบัติการสอน และมีเจตคติต่อการสอนการคิดวิเคราะห์หลังการฝึกอบรมสูงกว่าก่อนเข้ารับการฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมในภาพรวมในระดับมาก

วุฒิพงษ์ ทองก้อน (2554) ได้พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความรู้และทักษะการประกันคุณภาพสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรมี 4 ขั้นตอน คือ 1) การศึกษาและสำรวจข้อมูลพื้นฐาน 2) การสร้างหลักสูตร 3) การทดลองใช้หลักสูตร 4) การประเมินผลและปรับปรุงหลักสูตร องค์ประกอบของหลักสูตร ประกอบด้วย ความเป็นมาของหลักสูตร

หลักการ จุดประสงค์ของหลักสูตร เนื้อหาการฝึกอบรม กิจกรรมการฝึกอบรม สื่อและแหล่งการเรียนรู้ การวัดและประเมินผล เกณฑ์การประเมินผู้เข้ารับการฝึกอบรม แผนการฝึกอบรม ใช้แบบแผนการทดลองแบบ One Group Pretest-Posttest Design ผลการวิจัยพบว่า ผู้เข้ารับการอบรมมีคะแนนวัดความรู้ความเข้าใจ คะแนนเจตคติต่อการประกันคุณภาพหลังการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมสูงกว่าก่อนใช้หลักสูตรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ค่าคะแนนเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจ เจตคติและทักษะการประกันคุณภาพมีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ และหลักสูตรมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

วัลลภ พัฒนพงศ์ (2554) ได้สร้างหลักสูตรฝึกอบรมนักพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมสมรรถนะอาชีพ โดยขั้นตอนในการสร้างหลักสูตรมี 4 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นการศึกษารูปแบบการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม 2) ขั้นการสร้างหลักสูตรฝึกอบรม 3) ขั้นการนำหลักสูตรฝึกอบรมไปใช้ 4) ขั้นการติดตามและประเมินผลการฝึกอบรม องค์ประกอบของหลักสูตร ประกอบด้วย เนื้อหา สื่อ แบบประเมินและวิธีการฝึกอบรม ใช้แบบแผนการทดลองแบบ One Group Pretest-Posttest Design ผลการวิจัยพบว่า หลักสูตรมีประสิทธิภาพ 86.61/ 81.65 สูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ และผลการประเมินภาคปฏิบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 77.52 มากกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และผลการประเมินความคิดเห็นหลังจากการฝึกอบรมนักพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมสมรรถนะอาชีพ มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

พงศ์ยุทธ์ จั่นทอง (2554) ได้พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมสมรรถนะมาตรฐานอาชีพช่างพิมพ์ออฟเซต และศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามความต้องการของสถานประกอบการ โดยขั้นตอนในการพัฒนาหลักสูตรมี 4 ขั้นตอน คือ 1) ศึกษาข้อมูลพื้นฐานจากการสำรวจความต้องการและวิเคราะห์ข้อมูล 2) การออกแบบและพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม 3) ดำเนินการใช้หลักสูตรฝึกอบรม 4) ประเมินผลการฝึกอบรม สำหรับองค์ประกอบของหลักสูตรเป็นไปตามแนวทางของกลุ่มงานพัฒนาหลักสูตรและเทคโนโลยีการฝึก สำนักพัฒนาผู้ฝึกและเทคโนโลยีการฝึกอบรม กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวง-แรงงาน ใช้แบบแผนการทดลองแบบ One Group Pretest-Posttest Design ผลการวิจัยพบว่า หลักสูตรมีประสิทธิภาพ 89.9/ 87.3 สูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของผู้ฝึกอบรมเพิ่มขึ้น 81.40 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ทีตั้งไว้

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม พบว่า มีส่วนที่คล้ายคลึงและแตกต่างกัน ดังนี้

1. งานวิจัยแต่ละเรื่องมีขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรใกล้เคียงกัน คือ มีขั้นตอนในการพัฒนาหลักสูตรอย่างน้อย 5 ขั้นตอน คือ 1) การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน 2) การร่างหลักสูตร 3) การประเมินโครงร่างหลักสูตร 4) การทดลองใช้หลักสูตร 5) การประเมินหลักสูตร

2. ในขั้นตอนของการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน พบว่า งานวิจัยทั้งหมดใช้การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการศึกษาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำมาจัดทำโครงร่างหลักสูตร แต่งานวิจัยบางเรื่องได้ใช้วิธีการสำรวจความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพิ่มเติมด้วยอีกวิธีหนึ่ง

3. การประเมินโครงร่างหลักสูตรของงานวิจัยทุกเรื่อง ได้ให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ประเมินโครงร่างหลักสูตรก่อนนำไปทดลองใช้

4. การทดลองใช้หลักสูตร พบว่า มีทั้งการใช้แบบแผนการทดลองแบบ One Group Pretest-Posttest Design และแบบแผนการทดลองแบบ Posttest Control Group Only Design โดยหากเป็นแบบแผนการทดลองแบบ One Group Pretest-Posttest Design จะมีการวัดความรู้ เจตคติก่อนและหลังการฝึกอบรมเพื่อหาประสิทธิภาพของหลักสูตร แต่ถ้าเป็นแบบแผนการทดลองแบบ Posttest Control Group Only Design จะใช้วิธีการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมเพื่อหาประสิทธิภาพของหลักสูตร

5. การประเมินผลหลักสูตรและการปรับปรุงหลักสูตร พบว่า งานวิจัยทุกเรื่องมีการประเมินผลหลักสูตร แต่มีงานวิจัยบางเรื่องได้ประเมินผลหลังจากฝึกอบรมผ่านไป และงานวิจัยบางเรื่องนอกจากการประเมินหลักสูตรแล้วได้นำผลการประเมินมาปรับปรุงหลักสูตรให้สมบูรณ์ขึ้น

6. การประเมินผู้เข้ารับการฝึกอบรม ส่วนใหญ่จะประเมินผลสัมฤทธิ์ในการเรียนรู้ (ความรู้) และเจตคติ แต่งานวิจัยบางเรื่องมีการประเมินทักษะโดยสังเกตจากพฤติกรรมการในระหว่างการฝึกอบรม

7. องค์ประกอบของหลักสูตร ประกอบด้วย 1) สภาพปัญหาและความจำเป็นในการฝึกอบรม 2) หลักการของหลักสูตรฝึกอบรม 3) จุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม 4) โครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรม 5) เนื้อหาของหลักสูตรฝึกอบรม 6) กิจกรรมการฝึกอบรม 7) เทคนิคการฝึกอบรม 8) สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม 9) การวัดและประเมินผลหลักสูตรฝึกอบรม 10) หน่วยการเรียนรู้ ซึ่งประกอบด้วย จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม เนื้อหาการเรียนรู้ กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรม สื่อที่ใช้ ในการฝึกอบรมของหน่วยการเรียนรู้ การวัดและประเมินผลของหน่วยการเรียนรู้

4. รูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์

4.1 ที่มาและความหมายของการเรียนรู้เชิงประสบการณ์

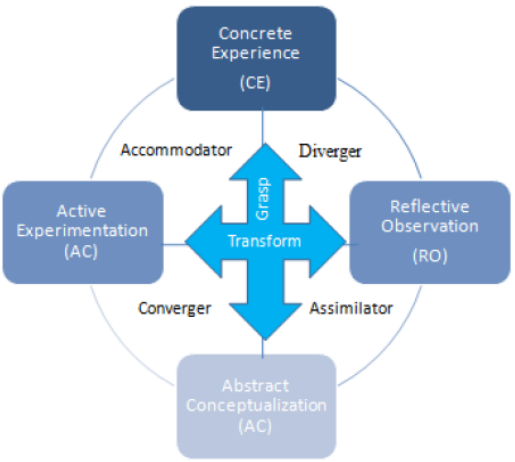
นักการศึกษาได้พยายามนำเสนอทฤษฎีหรือรูปแบบการเรียนรู้ เพื่อให้ผู้สอนนำไปใช้สอนได้เหมาะสมกับผู้เรียนและสถานการณ์ แต่ก็พบว่าไม่มีทฤษฎีใดหรือรูปแบบการเรียนรู้ใดที่เหมาะสมที่สุดหรือครอบคลุมพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียนได้ทั้งหมด ดังนั้น หากผู้สอนมีความรู้ความเข้าใจในรูปแบบการเรียนรู้จะทำให้การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพ และจะทำให้ผู้เรียนเกิดความพึงพอใจใน

การเรียนและมีแรงจูงใจในการเรียนมากขึ้น นำไปสู่ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สูงขึ้น (เสาวภา วิชาดี. 2554: 175)

กรมส่งเสริมสุขภาพจิต (2548: 8) ได้กล่าวถึงหลักการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมไว้ว่า มีพัฒนาการมาจากการที่นักปรัชญาการศึกษา Deweyian ได้เริ่มใช้วิธีการเรียนรู้จากการกระทำ (Learning by Doing) ซึ่งเป็นพื้นฐานการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ที่ดึงความสามารถของผู้เรียนออกมาในรูปของการเรียนรู้ ที่เรียกว่า Active Learning ผู้เรียนจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอนมากขึ้น ผู้สอนกระตุ้นให้ผู้เรียนคิดแก้ปัญหามากขึ้น และยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลางในการจัดกิจกรรมในการเรียนการสอน ในเวลาต่อมาจึงพัฒนาเป็นรูปแบบการเรียนการสอนโดยการแก้ปัญหา (Problem Solving) การเรียนรู้โดยร่วมมือกัน (Cooperative Learning) เช่น รูปแบบการสอนที่เรียกว่า Problem Based Solving (PBL) ในทศวรรษที่ 80 ได้มีการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) รูปแบบใหม่ที่เรียกว่า “การเรียนรู้เชิงประสบการณ์” (Experiential Learning)

4.2 แนวคิดและขั้นตอนการเรียนรู้เชิงประสบการณ์

คอล์ป (Kolb. 1984: 1-15) ได้เสนอทฤษฎีการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (The Theory of Experiential Learning) ซึ่งต่อมาเป็นที่ยอมรับและนำมาใช้ในการศึกษา เรียกว่า Kolb Process Learnig เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงการเรียนรู้จากประสบการณ์ ซึ่งแตกต่างจากการเรียนการสอนแบบเดิมที่เน้นครูเป็นศูนย์กลาง โดยได้อธิบายว่า ผู้เรียนแต่ละคนจะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อย่างเป็นกระบวนการซึ่งแต่ละขั้นของการเรียนรู้จะส่งเสริมการเรียนรู้ของขั้นต่อไปด้วย โดยวงจรการเรียนรู้ของคอล์ป ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ



ภาพประกอบ 4 ขั้นการเรียนรู้ตามทฤษฎีการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ของคอล์ป

ที่มา: Kolb. (1984). *Experience Learning Cycle*. p. 1

ขั้นที่ 1 ขั้นประสบการณ์ (Concrete Experience) เป็นขั้นตอนที่ผู้สอนจะต้องพยายามกระตุ้นให้ผู้เรียนซึ่งมีประสบการณ์อยู่ก่อนแล้วเล่าประสบการณ์ของตนเองเพื่อนำมาใช้ในการเรียนรู้ ในกรณีที่ผู้เรียนไม่มีประสบการณ์ในเรื่องที่จะสอนหรือมีน้อย ผู้สอนอาจจะยกตัวอย่างหรือสถานการณ์ก็ได้

ขั้นที่ 2 ขั้นการสะท้อนและการอภิปราย (Reflective Observation) เป็นขั้นตอนที่ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็น และความรู้สึกของตนเองแลกเปลี่ยนกับสมาชิก โดยผู้สอนเป็นผู้กำหนดประเด็นในการวิเคราะห์ วิจารณ์ โดยผู้เรียนจะได้เรียนรู้ความคิด ความรู้สึกของคนอื่น ๆ ที่ต่างไปจากตนเอง ซึ่งจะช่วยให้เกิดการเรียนรู้ที่กว้างขวางขึ้น เป็นการพัฒนาทั้งด้านความรู้และเจตคติในเรื่องที่อภิปราย

ขั้นที่ 3 ขั้นความคิดรวบยอด (Abstract Conceptualization) เป็นขั้นตอนที่ผู้สอนสรุปความคิดรวบยอดจากที่ผู้เรียนได้ร่วมกันการอภิปราย ซึ่งการดำเนินการในขั้นตอนนี้ จะทำให้ผู้เรียนเปลี่ยนแปลงเจตคติหรือเข้าใจเนื้อหาขั้นตอนการฝึกทักษะต่าง ๆ ที่จะช่วยให้ปฏิบัติได้ง่ายขึ้น

ขั้นที่ 4 ขั้นการทดลอง/การประยุกต์แนวคิด (Experimentation/Application) เป็นขั้นตอนที่ผู้เรียนได้นำความคิดรวบยอดมาทดลองปฏิบัติหรือประยุกต์แนวคิด เช่น สร้างคำขวัญ ทำแผนภูมิ เล่นบทบาทสมมุติ ฯลฯ เพื่อแสดงให้เห็นถึงผลการเรียนรู้จากขั้นที่ 1-3 ผู้สอนสามารถใช้กิจกรรมในการประเมินผลการเรียนการสอนได้

จากทฤษฎีการเรียนรู้เชิงประสบการณ์คอล์ป (1984: 27-49) ได้จำแนกผู้เรียนเป็น 4 แบบ โดยอธิบายว่าผู้เรียนแต่ละบุคคลจะไม่มีรูปแบบการเรียนแบบหนึ่งแบบใดเพียงแบบเดียว แต่จะมีการเรียนที่ผสมผสานจากลักษณะการเรียนรู้พื้นฐานทั้ง 4 แบบด้วยกันซึ่ งคอล์ปได้จำแนกลักษณะการเรียนรู้ออกเป็น 4 แบบที่เกิดขึ้นจากการผสมผสานดังนี้

1. แบบอเนกนัย (Diverges) หมายถึง ผู้เรียนที่มีความสามารถในรับรู้และการสร้างจินตนาการต่าง ๆ ขึ้นเอง สามารถไตร่ตรองจนมองเห็นภาพโดยส่วนรวม ผู้เรียนประเภทนี้จะมีมุมมองที่หลากหลายต่อประสบการณ์ที่ได้รับ ชอบที่จะคิดหาทางแก้ไขปัญหาในจินตนาการมากกว่าที่จะลงมือทำเอง ทำงานได้ดีในสถานการณ์ที่ต้องการความคิดที่หลากหลาย เช่น การระดมสมอง สนใจในด้านความหลากหลายของวัฒนธรรมชอบทำงานเป็นกลุ่ม เปิดใจกว้างรับฟังความคิดเห็นและผลป้อนกลับจากบุคคลได้เป็นอย่างดี ผู้เรียนที่มีลักษณะแบบนี้ จะมีความเชี่ยวชาญพิเศษในด้านศิลปะ และเป็นผู้มีพื้นฐานทางมนุษย์ศาสตร์และศิลปศาสตร์ เช่น นักแนะแนว ที่ปรึกษาองค์การ ผู้จัดการฝ่ายบุคคล ฯลฯ รูปแบบการเรียนที่เหมาะสมกับผู้เรียนแบบนี้ คือ เน้นขั้นตอนการเรียนรู้ขั้นที่ 1 และขั้นที่ 2

2. แบบดูดซึม (Assimilators) หมายถึง ผู้เรียนที่มีความสามารถในการสรุปหลักการหรือกฎเกณฑ์ ชอบการให้ข้อมูลแบบกระชับและเป็นเหตุเป็นผล ให้ความสำคัญกับแนวคิดมากกว่าตัวบุคคล ต้องการหลักการหรือคำอธิบายที่มีเหตุผลมากกว่าแนวทางปฏิบัติเป็นข้อ ๆ ผู้เรียนลักษณะนี้มักจะชอบการอ่าน การฟังบรรยาย การสำรวจและวิเคราะห์ และให้เวลากับการคิดไตร่ตรองอย่าง

รอบคอบ ผู้เรียนที่มีลักษณะแบบนี้จะเรียนในสาขาวิทยาศาสตร์พื้นฐาน คณิตศาสตร์ การวิจัยสำหรับในองค์กรจะพบบุคคลประเภทนี้ในหน่วยงานวิจัยและวางแผน รูปแบบการเรียนที่เหมาะสมกับผู้เรียนแบบนี้ คือ เน้นขั้นตอนการเรียนรู้ขั้นที่ 2 และขั้นที่ 3

3. แบบเอกนัย (Convergers) หมายถึง ผู้เรียนที่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและตัดสินใจได้ดี สามารถประยุกต์ใช้แนวคิด ทฤษฎีที่ได้เรียนรู้มาในการหาคำตอบที่ปฏิบัติได้จริง ไม่ใช้อารมณ์ในการแก้ปัญหาแต่จะใช้เหตุผล ชอบทำงานเชิงเทคนิคหรือทำงานกับวัตถุมากกว่าบุคคล ให้ความสำคัญกับความรู้สึกของบุคคลหรือสัมพันธภาพไม่มากนัก มักมีความสนใจที่เฉพาะเจาะจงในสิ่งใดสิ่งหนึ่งและมีความเชี่ยวชาญในสิ่งนั้น ผู้เรียนประเภทนี้มักทำงานในสาขาวิทยาศาสตร์กายภาพและวิศวกรรมศาสตร์ รูปแบบการเรียนเหมาะกับผู้เรียนแบบนี้ คือ เน้นการเรียนรู้ขั้นที่ 3 และขั้นที่ 4

4. แบบปรับปรุง (Accommodators) หมายถึง ผู้เรียนที่สามารถตัดสินใจโดยใช้การหยั่งรู้ (Intuition) มากกว่าตรรกะหรือความเป็นเหตุเป็นผล (Logic) มักจะนำสิ่งที่ผู้อื่นวิเคราะห์ไว้แล้วมาปฏิบัติ ชอบความท้าทายและการมีประสบการณ์จริง ทำงานเป็นทีมได้ดี ชอบปฏิบัติ ชอบลองผิดลองถูก ชอบทำงานร่วมกับผู้อื่น เป็นผู้ที่ปรับตัวได้รวดเร็วและทำงานได้ดีในสถานการณ์ที่ต้องใช้การปรับตัว เป็นผู้ที่มีพื้นฐานการศึกษาที่ต้องปฏิบัติหรือใช้เทคนิคต่าง ๆ เช่น นักธุรกิจ พนักงานขาย ฯลฯ รูปแบบการเรียนที่เหมาะสมกับผู้เรียนแบบนี้ คือ เน้นขั้นตอนการเรียนรู้ขั้นที่ 4 และขั้นที่ 1

4.3 ลักษณะสำคัญของการเรียนรู้เชิงประสบการณ์

เบอร์นาร์ด (Burnard. 1995: 45-52) ได้สรุปลักษณะสำคัญจากแนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ไว้ดังนี้

1.การเรียนรู้เชิงประสบการณ์เป็นการเรียนรู้จากการทำงาน (Learning by Doing the Job) บุคคลส่วนใหญ่เรียนรู้งานต่าง ๆ ด้วยการทำงานในบทบาทที่นั้น ๆ โดยตรง กระบวนการเรียนรู้โดยการทำงานอาจเกิดจากการสอนเป็นแบบแผน (Formal Teaching) หรือเรียนรู้จากการกระทำของบุคคลอื่น

2.การเรียนรู้เชิงประสบการณ์เป็นการเรียนรู้จากการประสบการณ์ชีวิต (Learning from Life Experience) การอาศัยอยู่ในโลก กระบวนการเจริญเติบโต การศึกษา การทำงาน และการมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเหล่านี้เป็นกระบวนการทั้งหมดที่ทำให้บุคคลเกิดการเรียนรู้ อย่างไรก็ตาม ไม่ได้หมายวามว่าประสบการณ์ชีวิตทั้งหมดจะก่อให้เกิดการเรียนรู้ เนื่องจากการเรียนรู้ขึ้นกับจำนวนครั้งของการได้รับระสบการณ์ รวมถึงมีการคิด คิดทบทวนการเปลี่ยนแปลงหรือประสบการณ์เกิดขึ้นใหม่จากการเรียนรู้นั้น

3. การเรียนรู้เชิงประสบการณ์เป็นการศึกษาของผู้ใหญ่ (Adult Education) บางครั้งสองคำนี้ใช้ในความหมายเดียวกัน การเรียนรู้และความต้องการเรียนรู้ของผู้ใหญ่แตกต่างจากกระบวนการเรียนรู้และความต้องการเรียนรู้ของเด็ก

4. การเรียนรู้เชิงประสบการณ์เป็นวิธีการศึกษาตามแนวปรัชญามนุษยนิยม (Humanistic Education) เป้าหมายการศึกษาเชิงมนุษยนิยมให้ความสำคัญกับประเด็นต่าง ๆ คือ

4.1 การมีบรรยากาศของความไว้วางในในห้องเรียน มีการส่งเสริมความต้องการตามธรรมชาติ หรือความอยากรู้อยากเห็นในการเรียนรู้ของผู้เรียน

4.2 ผู้เรียน ผู้สอน และผู้บริหาร มีส่วนร่วมในการตัดสินใจทุกด้านของการเรียนรู้

4.3 ส่งเสริมให้ผู้เรียนชื่นชมกับความสำเร็จและมีความมั่นใจในตนเอง

4.4 ส่งเสริมผู้สอนให้พัฒนาตนเองและมีความพึงพอใจในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียน

4.5 ความตื่นเต้นจากการค้นพบนำไปสู่การเป็นผู้เรียนรู้ตลอดชีวิต

4.6 สร้างความตระหนักว่าความสำเร็จของบุคคลเกิดขึ้นจากตนเองมากกว่าปัจจัยภายนอก

5. การเรียนรู้เชิงประสบการณ์เป็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับทั้งความรู้สึก (Feeling) และความคิด (Thoughts) คือเกี่ยวข้องกับพุทธิปัญญาและความต้องการด้านอารมณ์ของบุคคลด้วย ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาแบบดั้งเดิมที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเหตุผล การวิจัย และความคิดเป็นหลัก การเรียนรู้เชิงประสบการณ์จึงมีความสมดุลระหว่างมิติด้านความรู้และด้านเจตคติ เนื่องจากเป็นการยากที่จะแยกสองส่วนนี้ออกจากการเรียนรู้

6. การเรียนรู้เชิงประสบการณ์เป็นการเรียนรู้นอกระบบ (Non-formal Education) ผ่านกระบวนการที่เกี่ยวกับโลก เป็นกระบวนการเรียนรู้นอกชั้นเรียนของสถาบันการศึกษา

7. การเรียนรู้เชิงประสบการณ์เป็นการเรียนรู้ผ่านการคิดทบทวน (Learning through Reflection) บุคคลสามารถดำเนินชีวิตโดยการสังเกตว่าอะไรเกิดขึ้นกับตนเอง หรือโดยการทดลองกระทำ เช่น ถ้าต้องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสิ่งแรกที่ต้องทำคือการสังเกตว่า ตนเองมีพฤติกรรมอย่างไร พร้อมคิดทบทวนอย่างมีเหตุผลต่อการกระทำนั้น

4.4 การนำรูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์มาใช้ในการฝึกอบรม

กรมส่งเสริมสุขภาพจิต (2543: 14-16) ได้นำรูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ของคอล์ปมาใช้ในการฝึกอบรม โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นประสบการณ์ (Experience) ในการฝึกอบรมเนื้อหาที่ใช้ในการให้ความรู้ หรือนำไปสู่การสอนทักษะต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่ผู้สอนมีประสบการณ์มาก่อน เช่น การฝึกอบรมเกี่ยวกับ

การประเมินโครงการให้แก่นักวิชาการ จะเห็นได้ว่า ผู้เรียนคือ นักวิชาการ จะมีประสบการณ์เกี่ยวกับการประเมินในกิจกรรมอื่น ๆ มาก่อน ฯลฯ องค์ประกอบที่เป็นประสบการณ์นี้ ผู้สอนจะพยายามกระตุ้นให้ผู้เรียนดึงประสบการณ์ของตนเองออกมาใช้ในการเรียนรู้และแบ่งปันประสบการณ์ของตนเองที่มีให้แก่เพื่อน ๆ ที่อาจมีประสบการณ์ที่เหมือนหรือต่างไปจากตนเอง ซึ่งขึ้นอยู่กับการใช้กระบวนการกลุ่มของผู้สอน การที่ผู้สอนพยายามให้ผู้เรียนดึงประสบการณ์มาใช้ในการฝึกอบรมจะทำให้เกิดประโยชน์ทั้งผู้สอนและผู้เรียน โดยการที่ผู้เรียนได้ดึงประสบการณ์ออกมานำเสนอร่วมกับเพื่อน ๆ จะทำให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในฐานะสมาชิกคนหนึ่ง มีความสำคัญที่คนฟังเรื่องราวของตนเองและได้มีโอกาสรับรู้เรื่องราวของคนอื่น ซึ่งจะทำให้มีความรู้เพิ่มขึ้นทำให้สัมพันธภาพในกลุ่มผู้เรียนเป็นไปด้วยดี ส่วนผู้สอนไม่ต้องเสียเวลาอธิบายหรือยกตัวอย่างให้ผู้เรียนฟัง เพียงแต่ใช้เวลาเล็กน้อยกระตุ้นให้ผู้เรียนได้เล่าประสบการณ์ของตนเอง ผู้สอนอาจใช้ใบชี้แจงกำหนดกิจกรรมของผู้เรียนในการนำเสนอประสบการณ์ กรณีที่ผู้เรียนไม่มีประสบการณ์ในเรื่องที่สอนหรือมีน้อย ผู้สอนอาจยกตัวอย่างหรือสถานการณ์ก็ได้

2. ขั้นการสังเกตอย่างไตร่ตรองหรือคิดทบทวน (Reflective Observation) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ผู้เรียนจะได้แสดงความคิดเห็นและความรู้สึกของตนเองแลกเปลี่ยนกับสมาชิกในกลุ่มซึ่งผู้สอนจะเป็นผู้กำหนดประเด็นการวิเคราะห์วิจารณ์ ผู้เรียนจะได้เรียนรู้ถึงความคิด ความรู้สึกของคนอื่นที่ต่างไปจากตนเอง ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ที่กว้างขึ้น และผลของการคิดทบทวนจะทำให้ได้ข้อสรุปที่หลากหลายหรือมีน้ำหนักมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ขณะทำงานกลุ่ม ผู้เรียนจะได้เรียนรู้การทำงานเป็นทีม บทบาทสมาชิกที่ดีที่จะทำให้งานสำเร็จ การควบคุมตนเองและการยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่นจะช่วยให้ผู้เรียนได้พัฒนาทั้งด้านความรู้และเจตคติในเรื่องที่อภิปราย การที่ผู้เรียนอภิปรายหรือแสดงความคิดเห็นได้มากน้อยและเป็นไปตามเนื้อหาที่จะสอนหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับใบงานที่ผู้สอนจัดเตรียมซึ่งประกอบด้วย ประเด็นการอภิปรายหรือตารางการวิเคราะห์เพื่อให้ผู้เรียนทำได้สำเร็จ

3. ขั้นความคิดรวบยอด (Concept) เป็นองค์ประกอบที่ผู้เรียนรู้เกี่ยวกับเนื้อหาวิชาหรือเป็นการพัฒนาด้านพุทธิพิสัย (Knowledge) ซึ่งเกิดได้หลายทาง เช่น จากการบรรยายของผู้สอน การมอบหมายให้ผ่านเอกสาร ตำรา หรือได้จากการคิดทบทวนและอภิปรายในองค์ประกอบที่ 2 ผู้สอนอาจจะสรุปความคิดรวบยอดให้จากการอภิปรายและการนำเสนอของผู้เรียนแต่ละกลุ่ม โดยผู้เรียนจะเข้าใจและเกิดความคิดรวบยอดซึ่งจะส่งผลไปถึงการเปลี่ยนแปลงเจตคติหรือความเข้าใจเนื้อหาตลอดจนขั้นตอนของการฝึกทักษะต่าง ๆ ที่ช่วยทำให้ผู้เรียนปฏิบัติได้ง่ายขึ้น

4. ขั้นการทดลอง/ประยุกต์แนวคิด (Experimentation/Application) เป็นองค์ประกอบที่ผู้เรียนได้ทดลองให้ความคิดรวบยอดหรือผลิตความคิดรวบยอดในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การสนทนาสร้างคำขวัญ ทำแผนภูมิ แผนภาพ แสดงบทบาทสมมุติ ฯลฯ หรือเป็นการแสดงถึงผลของความสำเร็จ

ของการเรียนรู้ในองค์ประกอบที่ 1 – 3 ผู้สอนสามารถใช้กิจกรรมในองค์ประกอบนี้ในการประเมินผลการเรียนการสอนได้ เช่น ถ้าวัตถุประสงค์ของการอบรมตั้งไว้ว่าให้ผู้เข้าอบรมสามารถวางแผนประเมินโครงการได้ กิจกรรมในการเรียนรู้ขององค์ประกอบนี้ ผู้สอนต้องเตรียมใบงานให้ผู้เข้ารับการอบรมได้ทดลองทำแผนการประเมินโครงการ ซึ่งผู้เข้ารับการอบรมจะต้องนำความรู้เกี่ยวกับการประเมินโครงการจากการเรียนรู้ในองค์ประกอบความคิดรวบยอดมาใช้

4.5 การจัดกิจกรรมการเรียนรู้เชิงประสบการณ์

เบอร์นาร์ด (Burnard. 1996: 23-34) อธิบายกิจกรรมการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ไว้ ดังนี้

1. การจัดคู่ฝึกปฏิบัติ (Pairs Exercises) มีขั้นตอนคือการจัดคู่ กำหนดบทบาทของแต่ละคน คนแรกฝึกปฏิบัติโดยอีกคนเป็นผู้ฟัง หรือสังเกตโดยไม่แสดงความคิดเห็นแล้วสลับบทบาทกันและร่วมอภิปรายในกลุ่มใหญ่ต่อไป

2. กิจกรรมกลุ่มอย่างมีแบบแผน (Structured Group Activities) วงจรการเรียนรู้เชิงประสบการณ์เกิดขึ้นจากการเรียนรู้เป็นกลุ่ม แนวคิดของกิจกรรมคือ กลุ่มจะได้รับประสบการณ์หลังการอภิปรายความคิดเห็นและความรู้สึกเกี่ยวกับประสบการณ์ต่าง ๆ แล้วนำมาประยุกต์เป็นความรู้ใหม่ไปสู่สถานการณ์จริง ข้อดีของวิธีนี้คือ การได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ฝึกแก้ปัญหา นอกจากนี้ยังได้เรียนรู้กระบวนการกลุ่มและการเป็นสมาชิกกลุ่ม

3. การแสดงบทบาทสมมุติ (Role Play) เป็นการจัดสถานการณ์จำลองเพื่อให้สมาชิกได้แสดงบทบาทตามสถานการณ์ที่ได้กำหนดขึ้น สิ่งสำคัญคือ หลังการแสดงบทบาทสมมุติควรจะต้องมีการประเมิน คิดทบทวน อภิปรายและให้ข้อมูลย้อนกลับระหว่างสมาชิก เพื่อที่จะทำให้เกิดการเรียนรู้ใหม่

4. การแสดงละคร (Psychodrama) แตกต่างจากการแสดงบทบาทสมมุติตรงที่เป็นการนำเสนอเรื่องราวหรือสถานการณ์ในชีวิตจริงมาแสดง

5. การระดมสมอง (Brainstorming) ผู้เรียนทุกคนจะถูกกระตุ้นให้วิเคราะห์วิจารณ์เรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การอภิปรายร่วมกันต่อไป

6. การบรรยายเชิงประสบการณ์ (The Experiential Lecture) เป็นการบรรยายสั้น ๆ ก่อนเข้าสู่การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ เพื่อให้แนวคิดพื้นฐานและอธิบายเกี่ยวกับประเด็นคำถาม

5. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

5.1 ประวัติความเป็นมา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทร.) เป็นสถาบันอุดมศึกษาด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ.2548 แทนสถาบันเทคโนโลยี

ราชมงคล ที่ตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ.2518 ซึ่งมีศูนย์กลางสถาบันและวิทยาเขตรวม 35 แห่ง โดยในพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลได้แบ่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เป็น 9 แห่ง ตามลักษณะภูมิประเทศ คือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูงที่มุ่งเน้นการปฏิบัติ ทำการสอน ทำการวิจัย ผลิตครูวิชาชีพให้บริการทางวิชาการในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม โดยให้ผู้สำเร็จการอาชีวศึกษามีโอกาสในการศึกษาต่อด้านวิชาชีพเฉพาะทางระดับปริญญาเป็นหลัก

โดยในแต่ละมหาวิทยาลัยมีสถานที่จัดการเรียนการสอนซึ่งเป็นที่ตั้งของคณะ/วิทยาเขตเดิมของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ดังนี้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ 3 แห่ง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก 5 แห่ง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 2 แห่ง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร 5 แห่ง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ 5 แห่ง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา 6 แห่ง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย 7 แห่ง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ 4 แห่ง และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน 5 แห่ง

5.2 การจัดการเรียนการสอน

ปีการศึกษา 2558 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลได้จัดการศึกษาทั้งในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา โดยแต่ละมหาวิทยาลัยมีหน่วยงานที่จัดการศึกษา ดังนี้

1. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ 7 คณะ 1 วิทยาลัย ได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอ และวิทยาลัยนานาชาติ

2. มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก 9 คณะ 2 สถาบัน ได้แก่ คณะเกษตรศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติ คณะมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะสัตวแพทย์ศาสตร์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหรรมเกษตร คณะวิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีสังคม คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีการบิน และสถาบันนวัตกรรมการก่อสร้างและเทคโนโลยีวัสดุ

3. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 11 คณะ 1 วิทยาลัย ได้แก่ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะศิลปศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และวิทยาลัยการแพทย์แผนไทย

4. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร 9 คณะ ได้แก่ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะบริหารธุรกิจ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

5. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ 6 คณะ 3 วิทยาลัย ได้แก่ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ คณะบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี คณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว วิทยาลัยเพาะช่าง วิทยาลัยพลังงานและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนรัตนโกสินทร์ และวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

6. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา 5 คณะ ได้แก่ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ และวิทยาลัยเทคโนโลยีและสหวิทยาการ

7. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย 12 คณะ 3 วิทยาลัย ได้แก่ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี คณะบริหารธุรกิจ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการประมง คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี คณะเกษตรศาสตร์ คณะสัตวแพทย์ศาสตร์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร คณะวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีการจัดการ วิทยาลัยรัตภูมิ วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว และวิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ

8. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ 7 คณะ/วิทยาลัย ได้แก่ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร คณะวิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ และวิทยาลัยการจัดการ

9. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน 12 คณะ ได้แก่ คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ คณะวิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมและการออกแบบอุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตร คณะเทคโนโลยีสังคม คณะเกษตรศาสตร์และเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีการจัดการ คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี และคณะทรัพยากรธรรมชาติ

5.3 งานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล9 แห่ง มีการบริหารจัดงานด้านประชาสัมพันธ์แตกต่างกันออกไป โดยบางแห่งจัดตั้งเป็นส่วนราชการภายในของมหาวิทยาลัย ซึ่งมีชื่อแตกต่างกันไป ได้แก่ กอง ศูนย์ สำนัก และบางแห่งเป็นเพียงส่วนงานหนึ่งในสังกัดกองกลาง และหน่วยงานในระดับคณะ/วิทยาลัย จะมีบุคลากรที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน จึงทำให้จำนวนบุคลากรที่ด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล 9 แห่ง แตกต่างกันออกไป

ตาราง 2 สถานภาพของหน่วยงานด้านประชาสัมพันธ์และจำนวนบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ จำแนกตามมหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัย	**สถานภาพของหน่วยงานด้านประชาสัมพันธ์**	**จำนวนบุคลากร (คน)**
มทร.กรุงเทพ	ศูนย์	17
มทร.ตะวันออก	ส่วนงานในกองกลาง	18
มทร.ธัญบุรี	กอง	23
มทร.พระนคร	กอง	19
มทร.รัตนโกสินทร์	สำนัก	25
มทร.ล้านนา	กอง	14
มทร.ศรีวิชัย	กอง	25
มทร.สุวรรณภูมิ	ส่วนงานในกองกลาง	20
มทร.อีสาน	ส่วนงานในกองกลาง	25
รวม		**186**

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัย เรื่อง การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลนี้ เป็นการศึกษาในลักษณะของการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยกำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ให้สอดคล้องกับความมุ่งหมายของการวิจัย ซึ่งมี 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เพื่อนำมาร่างหลักสูตรฝึกอบรม

วิธีการดำเนินการ เป็นการศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะงานที่นักประชาสัมพันธ์ต้องปฏิบัติและความสามารถในการประชาสัมพันธ์ หลังจากนั้นได้นำมาสังเคราะห์เพื่อกำหนดเป็นกรอบด้านความสามารถในการประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 2 การศึกษาความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิขั้นการศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัยได้ขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ออกหนังสือถึงผู้ทรงคุณวุฒิขั้นการศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 ท่าน (ภาคผนวก ก) เพื่อขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในส่วนที่ 1 มาเป็นกรอบแนวคิดในการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ที่บุคลากรต้องมี โดยมีรายละเอียดการดำเนินการดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือ รองอธิการบดี ผู้อำนวยการหรือหัวหน้างาน ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลด้านประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล 9 แห่ง จำนวน 18 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 คน ได้มาจากการคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- เป็นรองอธิการบดี ผู้อำนวยการหรือหัวหน้างาน ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบหรือกำกับดูแลด้านประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

- มีประสบการณ์การทำงานในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลไม่น้อยกว่า 5 ปี
- มีประสบการณ์การบริหารงานด้านประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า 3 ปี

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อศึกษาความสามารถในการประชาสัมพันธ์ที่จำเป็นสำหรับบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในแต่ด้าน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ออกหนังสือถึงผู้ทรงคุณวุฒิขั้นการศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ และได้ติดต่อประสานงานกับผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อขอสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลด้วยตนเอง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิขั้นการศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ และประมวลรวมกับข้อมูลในจากการการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ในส่วนที่ 1 และได้นำไปจัดทำแบบสอบถามเพื่อประเมินความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ส่วนที่ 3 การประเมินความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 มาสร้างแบบสอบถามเพื่อประเมินความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยมีรายละเอียดการดำเนินการดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือ บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ในกอง/ศูนย์/สำนัก/คณะหรืองานประชาสัมพันธ์กองกลาง ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในปีการศึกษา 2558 จำนวน 186 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 4 มีนาคม 2558)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ในกอง/ศูนย์/สำนัก/คณะหรืองานประชาสัมพันธ์กองกลางของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ได้มาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) และกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีของนีย์แมน (Neyman Allocation) (Cochran. 1977: 98) จำนวน 100 คน

ตาราง 3 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำแนกตามมหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัย	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
มทร.กรุงเทพ	17	9
มทร.ตะวันออก	18	10
มทร.ธัญบุรี	23	12
มทร.พระนคร	19	10
มทร.รัตนโกสินทร์	25	13
มทร.ล้านนา	14	8
มทร.ศรีวิชัย	25	13
มทร.สุวรรณภูมิ	20	12
มทร.อีสาน	25	13
รวม	**186**	**100**

2. เครื่องมือและขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิขั้นการศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์มาสร้างแบบสอบถามเพื่อประเมินความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยแบบสอบถาม (ภาคผนวก ข) แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นข้อคำถามแบบตรวจรายการ (Check-list) มีจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ลักษณะเป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ชนิด 5 ระดับตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ท แบ่งข้อคำถามเป็น 5 ด้าน คือ ด้านข่าว ด้านการพูด ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 32 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ลักษณะเป็นข้อคำถามแบบเปิด (Open Ended Question)

ผู้วิจัยกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนความสามารถในการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

5 หมายถึง มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ในระดับมาก

3 หมายถึง มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

2 หมายถึง มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ในระดับน้อย

1 หมายถึง มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ในระดับน้อยที่สุด

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2554: 103)

4.51 – 5.00	หมายถึง	บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ในระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ในระดับมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ในระดับน้อย
1.00– 1.50	หมายถึง	บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ในระดับน้อยที่สุด

3 การหาคุณภาพเครื่องมือ

หลังจากที่ได้แบบสอบถามเพื่อประเมินความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแล้ว ผู้วิจัยได้หาคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

3.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

ผู้วิจัยได้ขอความอนุเคราะห์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ออกหนังสือถึงผู้ทรงคุณวุฒิด้านประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 ท่าน (ภาคผนวก ก) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติไว้ คือ เป็นผู้สำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาโท สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ สื่อสารมวลชนหรือนิเทศศาสตร์ หรือเป็นผู้มีประสบการณ์การทำงานในด้านประชาสัมพันธ์ สื่อสารมวลชนหรือนิเทศศาสตร์ ไม่น้อยกว่า

10 ปี หรือเป็นผู้มีความสนใจใฝ่หาความรู้เป็นพิเศษด้านประชาสัมพันธ์ จนได้รับการยอมรับจากบุคคลที่อยู่ในแวดวงวิชาชีพด้านประชาสัมพันธ์ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 32 ข้อ (ภาคผนวก ข) มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item - Objective Congruence Index: IOC) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป

3.2 การหาค่าอำนาจจำแนก (Discrimination)

นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ จำนวน 30 คน ในวันที่ 1-2 ตุลาคม 2558 โดยข้อคำถามทั้ง 32 ข้อ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อโดยใช้เทคนิค 27% ตามเกณฑ์ที่กำหนด (ภาคผนวก ข)

3.3 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach. 1984: 161) เท่ากับ 0.915

จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง หลังจากตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามแล้วจึงนำไปวิเคราะห์ในขั้นตอนถัดไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในวิเคราะห์

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเพื่อประเมินความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มาตรวจสอบความครบถ้วน และนำข้อมูลไปวิเคราะห์โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

5.1 ข้อมูลที่ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ ได้แก่

5.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษา ประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา หน่วยงานที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ

5.1.2 การศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยรวม เป็นรายด้านและเป็นรายข้อ วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean: $\overline{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

5.2 ข้อมูลที่ใช้สถิติอ้างอิง (Inference Statistics) ในการวิเคราะห์ ได้แก่

5.2.1 การทดสอบค่าเฉลี่ยกับเกณฑ์ที่กำหนด (3.51) วิเคราะห์โดยใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยประชากรกลุ่มเดียว (One sample t-test)

5.2.2 การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้านเพศ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา และหน่วยงานที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ วิเคราะห์โดยใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Simple t-test)

5.2.3 การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าคะแนนเฉลี่ยด้านอายุ ประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษา และประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ วิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- way ANOVA) กรณีพบความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างนั้นเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการของเชฟเฟ่ (Scheffe Analysis)

ขั้นตอนที่ 2 การร่างและประเมินหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

วัตถุประสงค์ เพื่อร่างหลักสูตรฝึกอบรมให้สอดคล้องกับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล และเพื่อประเมินความเหมาะสมและความสอดคล้องของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม

วิธีการดำเนินการ เป็นการเขียนโครงร่างหลักสูตรที่ต้องการพัฒนา โดยนำความสามารถในการประชาสัมพันธ์ที่ได้จากการคัดเลือกในขั้นตอนที่ 1 ทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านข่าว ด้านการพูด ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ มาพัฒนาเป็นโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้งนี้ เพื่อให้หลักสูตรฝึกอบรมสามารถตอบสนองต่อการปฏิบัติงานได้ครบทุกด้านและสามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้ในอนาคต โดยองค์ประกอบของหลักสูตรฝึกอบรม มีดังนี้

1. สภาพปัญหาและความจำเป็นของหลักสูตรฝึกอบรม เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิขั้นการศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ และจากการศึกษาความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง

2. หลักการของหลักสูตรฝึกอบรม เป็นการกำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการจัดทำโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

3. จุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม เป็นการกำหนดคุณลักษณะที่คาดหวังเมื่อได้เข้ารับการฝึกอบรม โดยกำหนดให้สอดคล้องกับความจำเป็นของการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ต้องการให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น

4. โครงสร้างของหลักสูตรฝึกอบรม เป็นการนำความสามารถในการประชาสัมพันธ์ที่ต้องการเสริมสร้างให้แก่บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 5 ด้านมากำหนดเป็นหน่วยการเรียนรู้และเวลาที่จะใช้ในการฝึกอบรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้

5. เนื้อหาของแต่ละหน่วยการเรียนรู้ เป็นการกำหนดเนื้อหาสาระของแต่ละหน่วยการเรียนรู้ซึ่งได้มาจากการศึกษาในขั้นตอนที่ 1 ซึ่งเป็นความสามารถในการประชาสัมพันธ์ที่บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลควรได้รับการเสริมสร้าง

6. กิจกรรมการฝึกอบรม เป็นการกำหนดขั้นตอนในการฝึกอบรม

7. เทคนิคในการฝึกอบรม เป็นการเลือกใช้เทคนิคในการฝึกอบรมเพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning Method) ของคอล์ป (Kolb. 1984)

8. สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม เป็นการกำหนดเครื่องมือ อุปกรณ์ เอกสารต่าง ๆ ที่จะใช้เป็นสื่อในการฝึกอบรม

9. การวัดและประเมินผลหลักสูตรฝึกอบรม เป็นการกำหนดเครื่องมือและเกณฑ์ในการวัดและประเมินผลเพื่อให้ทราบว่าการฝึกอบรมตามหลักสูตรนี้บรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่

10. หน่วยการเรียนรู้ เป็นการนำข้อสรุปเกี่ยวกับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ที่ได้มาจากขั้นตอนที่ 1 มากำหนดเป็นหน่วยการเรียนรู้ โดยในแต่ละหน่วยการเรียนรู้ ประกอบด้วย

10.1 จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม กำหนดให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม

10.2 เนื้อหาการเรียนรู้ ซึ่งเป็นการกำหนดสาระสำคัญที่เกี่ยวกับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ที่ได้มาจากขั้นตอนที่ 1 ที่ต้องการให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้เรียนรู้ โดยกำหนดให้สอดคล้องกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

10.3 กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรม ซึ่งกำหนดให้สอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้และเนื้อหาของหลักสูตร

10.4 สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรมของหน่วยการเรียนรู้ ซึ่งกำหนดให้สอดคล้องกับเนื้อหาการเรียนรู้และกิจกรรมและวิธีการฝึกอบรม

10.5 การวัดและประเมินผลของหน่วยการเรียนรู้ ซึ่งกำหนดให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของหลักสูตร จุดประสงค์เชิงพฤติกรรมของหน่วยการเรียนรู้ และเนื้อหาการเรียนรู้ของหน่วยการเรียนรู้

หลังจากผู้วิจัยได้จัดทำโครงร่างหลักสูตรเสร็จเรียบร้อยแล้ว ได้นำโครงร่างหลักสูตรที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณา จากนั้นได้ประเมินความเหมาะสมและความสอดคล้องของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

1. จัดทำแบบประเมินความเหมาะสมของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม และความสอดคล้องของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม โดยผู้วิจัยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

1.1 ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวกับวิธีการสร้างแบบประเมินโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม

1.2 กำหนดประเด็นที่จะประเมินและเขียนเป็นข้อคำถาม

1.3 จัดทำแบบประเมิน โดยในแบบประเมินได้แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นการประเมินความเหมาะสมของโครงร่างหลักสูตร โดยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ เหมาะสมมากที่สุด เหมาะสมมาก เหมาะสมปานกลาง เหมาะสมน้อย และเหมาะสมน้อยที่สุด

ส่วนที่ 2 เป็นการประเมินความสอดคล้องของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม โดยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 2 ระดับคือ สอดคล้อง ไม่สอดคล้อง

1.4 นำแบบประเมินที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาความเหมาะสมของรายการประเมินและภาษาที่ใช้

1.5 ปรับปรุงแบบการประเมินตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อให้เป็นแบบประเมินฉบับสมบูรณ์

2. ผู้วิจัยได้ขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จัดทำหนังสือถึงผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตร จำนวน 5 ท่าน (ภาคผนวก ก) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติไว้คือ เป็นผู้สำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาโท สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร หลักสูตรและการสอน การวัดและประเมินผลการศึกษา หรือเป็นผู้มีประสบการณ์การทำงานในด้านการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร ด้านการหลักสูตรและการสอน ด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา ไม่น้อยกว่า 10 ปี หรือเป็นผู้มีความสนใจใฝ่หาความรู้เป็นพิเศษด้านหลักสูตรและการสอน ด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา จนได้รับการยอมรับจากบุคคลที่อยู่ในแวดวงวิชาชีพด้านการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร ด้านหลักสูตรและการสอน ด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา และผู้วิจัยได้นำแบบประเมินความเหมาะสมของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมและความสอดคล้องของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตรประเมิน โดยได้กำหนดจุดประสงค์ของการประเมิน ไว้ดังนี้

2.1 จุดประสงค์ในการประเมินความเหมาะสมของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม เป็นการพิจารณาในแต่ละองค์ประกอบของโครงร่างของหลักสูตรฝึกอบรม ได้แก่ สภาพปัญหาและความจำเป็นของหลักสูตรฝึกอบรม หลักการของหลักสูตรฝึกอบรม จุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม โครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรม เนื้อหาของแต่ละหน่วยการเรียนรู้ กิจกรรมการฝึกอบรม เทคนิคในการฝึกอบรม สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม การวัดและประเมินผลหลักสูตรฝึกอบรม และหน่วยการเรียนรู้ว่ามีความเหมาะสมกับผู้เข้ารับการฝึกอบรมหรือไม่ พร้อมทั้งข้อเสนอแนะ

2.2 จุดประสงค์ในการประเมินความสอดคล้องของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม เป็นการพิจารณาว่าประเด็นต่าง ๆ ในโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม มีความสอดคล้องกันมากน้อยเพียงใด พร้อมทั้งข้อเสนอแนะ

3. หลังจากที่ผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตรได้ประเมินโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบประเมินมาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของการตอบแบบประเมินและวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินความเหมาะสมของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม ผู้วิจัยได้กำหนดค่าน้ำหนักคะแนน ดังนี้

5 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมาก

3 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง

2 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อย

1 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2554: 103)

4.51 – 5.00 หมายถึง โครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง โครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมมีความเหมาะสมในระดับมาก

2.51 – 3.50 หมายถึง โครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมมีความเหมาะสมในระดับปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง โครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมมีความเหมาะสมในระดับน้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง โครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมมีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา คือ ถ้าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตรมีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไป และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตั้งแต่ 0.000-0.999 หมายถึง มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2553: 75) ถือว่าโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมมีความเหมาะสมสามารถนำไปใช้ได้ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540: 124)

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินความสอดคล้องของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม ผู้วิจัยได้พิจารณาความสอดคล้องโดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item – Objective Congruence Index: IOC) โดยผู้วิจัยได้กำหนดว่า หากค่าดัชนีความสอดคล้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ถือว่าโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมมีความสอดคล้องกัน (พรรณี ลีกิจวัฒนะ. 2550: 106)

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินประสิทธิผลของหลักสูตรฝึกอบรม

วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาประสิทธิผลของหลักสูตรฝึกอบรม หลังนำหลักสูตรไปทดลองใช้และนำมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้หลักสูตรมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

วิธีการดำเนินการ เป็นการนำโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมที่ผ่านการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตรแล้ว มาทดลองใช้กับเครือข่ายด้านประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ โดยจัดฝึกอบรมเฉพาะความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าวและด้านการพูด ซึ่งจากการศึกษาพบว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลางและต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แบบแผนการทดลองแบบ One Group Pretest-Posttest Design (Campbell; & Stanley. 1963: 7) ดังแสดงในตาราง 4

ตาราง 4 แบบแผนการทดลอง

ประเมินก่อน	ทดลอง	ประเมินหลัง
O_1	X	O_2

ความหมายของสัญลักษณ์

X แทน การได้รับการทดลองฝึกอบรมตามหลักสูตร

O_1 แทน การประเมินก่อนการฝึกอบรม

O_2 แทน การประเมินหลังการฝึกอบรม

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร คือ เครือข่ายด้านประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ในปีการศึกษา 2558 จำนวน 45 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ เครือข่ายด้านประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ในปีการศึกษา 2558 จำนวน 40 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) ดังนี้

ตาราง 5 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการเข้าฝึกอบรม จำแนกตามศูนย์

ศูนย์	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
พระนครศรีอยุธยา หันตรา	16	15
พระนครศรีอยุธยา วาสุกรี	5	4
นนทบุรี	13	11
สุพรรณบุรี	11	10
รวม	**45**	**40**

3. เครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในขั้นตอนนี้ แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง คือ หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยในหลักสูตรฝึกอบรม ประกอบด้วย สภาพปัญหาและความจำเป็นของหลักสูตรฝึกอบรม หลักการของหลักสูตรฝึกอบรม จุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม โครงสร้างของหลักสูตรฝึกอบรม เนื้อหาของแต่ละหน่วยการเรียนรู้ กิจกรรมการฝึกอบรม เทคนิคในการฝึกอบรม สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม การวัดและประเมินผล และหน่วยการเรียนรู้

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน ประกอบด้วย

3.2.1 แบบทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์เป็นแบบทดสอบชนิดเลือกตอบ 5 ตัวเลือก จำนวน 50 ข้อ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยหลังจากที่ได้แบบทดสอบแล้ว ผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือดังนี้

1) ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 ท่าน (ภาคผนวก ก) พิจารณาข้อคำถามและลงความเห็น

และนำมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item - Objective Congruence Index: IOC) โดยผู้วิจัยได้กำหนดว่า หากค่าดัชนีความสอดคล้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.5 จะถือว่าแบบทดสอบมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ (สมชาย วรกิจเกษมสกุล. 2554: 269) ซึ่งพบว่า แบบทดสอบทั้งหมด 50 ข้อ มีค่าดัชนีความสอดคล้อง ไม่น้อยกว่า 0.5 จำนวน 47 ข้อ และต่ำกว่า 0.50 จำนวน 3 ข้อ คือ ข้อที่ 11, 19 และ 33 ผู้วิจัยจึงตัดข้อคำถามทั้ง 3 ข้อนี้ออก หลังจากนั้นได้นำแบบทดสอบที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) จำนวน 30 คน

2) วิเคราะห์หาค่าความยากง่าย (Difficulty) โดยหลังจากนำแบบทดสอบไปทดลองใช้แล้ว แล้วนำมาวิเคราะห์ค่าหาความยากง่ายรายข้อเฉพาะตัวถูก ด้วยเทคนิค 27% โดยใช้สูตร p กำหนดเกณฑ์ในการเลือกข้อคำถามที่มีค่า p ระหว่าง 0.20 – 0.80 (สมชาย วรกิจเกษมสกุล. 2554: 291) ซึ่งพบว่า แบบทดสอบ 47 ข้อ มีข้อคำถามที่อยู่ในเกณฑ์ที่จะเลือกใช้ จำนวน 38 ข้อ (ภาคผนวก ค)

3) วิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) โดยหลังจากนำแบบทดสอบไปทดลองใช้แล้ว แล้วนำมาวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อโดยใช้เทคนิค 27% โดยใช้สูตร r กำหนดเกณฑ์ในการเลือกข้อคำถามที่มีค่า r ตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป (สมชาย วรกิจเกษมสกุล. 2554: 289) ซึ่งพบว่า แบบทดสอบ 47 ข้อ มีข้อคำถามที่อยู่ในเกณฑ์ที่จะเลือกใช้ จำนวน 33 ข้อ (ภาคผนวก ค)

4) จากนั้น ได้ตัดข้อคำถามที่ไม่ผ่านเกณฑ์ออก คงเหลือที่อยู่ในเกณฑ์ จำนวน 30 ข้อ (ภาคผนวก ค) และนำมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งฉบับ โดยใช้สูตร KR-20 กำหนดเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (สมชาย วรกิจเกษมสกุล. 2554: 288) ซึ่งพบว่า มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.7581 หลังจากที่ได้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือแล้ว จึงนำแบบทดสอบไปใช้กับผู้เข้ารับการฝึกอบรม

3.2.2 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ลักษณะเป็นข้อคำถามแบบมาตรส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ท คือ มีความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด แบ่งประเด็นการประเมินเป็น 3 ด้าน คือ ด้านหลักสูตรฝึกอบรม ด้านวิทยากร และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 19 ข้อ โดยผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมิน ดังนี้

1) นำไปให้ผู้ทรงคุณด้านหลักสูตร จำนวน 5 ท่าน (ภาคผนวก ก) ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยพิจารณาข้อคำถามและลงความเห็น และนำมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item - Objective Congruence Index: IOC) โดยผู้วิจัยได้กำหนดว่า หากค่าดัชนีความสอดคล้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.5 จะถือว่าแบบประเมินมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ (พรรณี ลีกิจวัฒนะ. 2550: 106) ซึ่งพบว่า ทุกข้อมีค่าดัชนีความสอดคล้อง

ไม่น้อยกว่า 0.5 (ภาคผนวก ค) หลังจากนั้น จึงนำแบบประเมินที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วนำไปทดลองใช้ (Try Out) จำนวน 30 คน

2) วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบประเมินทั้งฉบับโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach. 1984: 161) ซึ่งพบว่า มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.9140 หลังจากนั้น จึงนำแบบประเมินไปให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมประเมิน

4. วิธีดำเนินการทดลอง ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดลองใช้หลักสูตรดังนี้

4.1 เสนอขออนุมัติจัดโครงการฝึกอบรมต่ออธิการบดี

4.2 คัดเลือกวิทยากร โดยพิจารณาจากการทำหน้าที่สื่อมวลชน ซึ่งต้องมีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ในการทำงาน มีผลงานที่ได้รับรางวัลหรือเป็นที่ประจักษ์แก่สังคม มีบุคลิกภาพที่เป็นกันเอง เป็นที่รู้จักคุ้นเคยกับผู้เข้าฝึกอบรม

4.3 จัดประชุมเพื่อสร้างความเข้าใจต่อจุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม โครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรม กระบวนการฝึกอบรม การวัดและประเมินผลการการฝึกอบรมให้แก่วิทยากรและผู้ช่วยวิทยากร

4.4 จัดเตรียมเอกสารหลักสูตร คัดเลือกผู้เข้ารับการฝึกอบรม จัดเตรียมสถานที่ อุปกรณ์ในการฝึกอบรม

4.5 วัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ก่อนการทดลองใช้หลักสูตร โดยใช้แบบทดสอบ ชนิด 5 ตัวเลือก

4.6 ดำเนินการฝึกอบรม ผู้วิจัยได้จัดการฝึกอบรมตามหลักสูตรที่พัฒนาขึ้น โดยตลอดระยะเวลาในการฝึกอบรมมีผู้มีประสบการณ์ในการจัดฝึกอบรมไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 3 คน เป็นผู้ช่วยวิทยากร

4.7 วัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้วยแบบทดสอบเมื่อสิ้นสุดการทดลองใช้หลักสูตร

4.8 ประเมินความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมของผู้เข้าฝึกอบรมเมื่อสิ้นสุดการทดลองใช้หลักสูตร

5. การวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากที่ได้ทดลองใช้หลักสูตรแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ และแบบสอบถามความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมมาวิเคราะห์ดังนี้

5.1 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าคะแนนเฉลี่ยจากการวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างก่อนและหลังการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรม โดยใช้ Dependent Sample t -test กำหนดระดับความมีนัยสำคัญที่ .05 (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2553: 127)

5.2 นำผลการประเมินความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมมาแปลความหมาย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2554: 103)

4.51 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมในระดับมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมในระดับมาก

2.51 – 3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมในระดับปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมในระดับน้อย

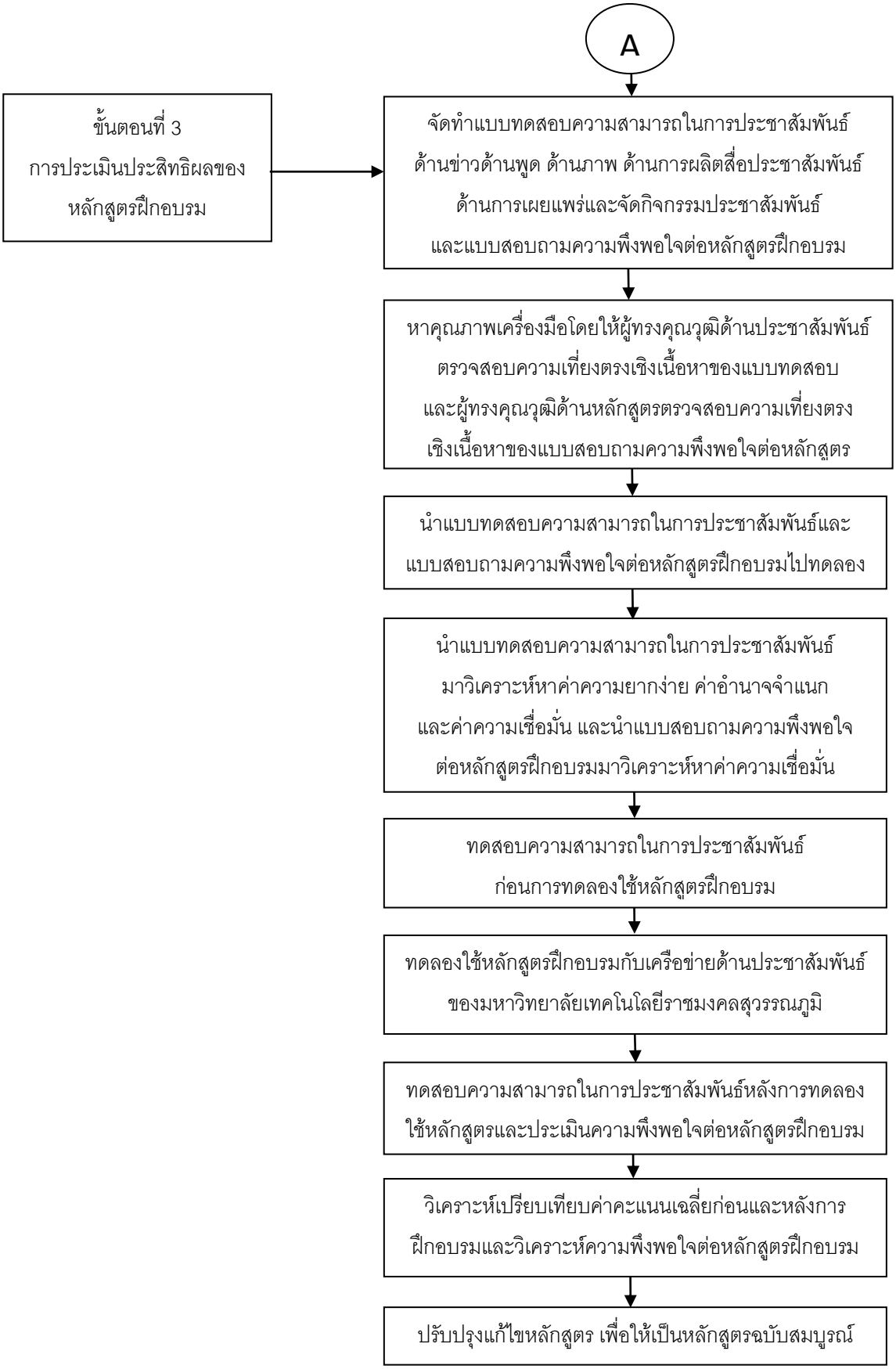
1.00 – 1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมในระดับน้อยที่สุด

6. หลังจากได้ประเมินประสิทธิผลของหลักสูตรแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะจากผู้เข้าฝึกอบรมมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ได้หลักสูตรที่สมบูรณ์ต่อไป

จากรายละเอียดที่กล่าวมาข้างต้น สามารถแสดงเป็นภาพประกอบได้ดังภาพประกอบ 5 และสามารถสรุปการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนได้ดังตาราง 6



ภาพประกอบ 5 ขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม



ภาพประกอบ 5 (ต่อ)

ตาราง 6 กระบวนการวิจัยเพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ขั้นตอนการวิจัย	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	คำถามวิจัย	วิธีการดำเนินการ	แหล่งข้อมูล	ผลที่ได้รับ
1. การศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์	เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล	ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลมีมากน้อยเพียงใด	1. ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2. สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิขั้นการศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ 3. ศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล	1.เอกสาร ตำรา บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2. ผู้ทรงคุณวุฒิขั้นการศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 คน 3.บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล 9 แห่ง จำนวน 100 คน	ได้ทราบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
2. การร่างและประเมินโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม	1. เพื่อจัดทำร่างหลักสูตรฝึกอบรมให้สอดคล้องกับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล	โครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลประกอบด้วยอะไรบ้าง	1.ศึกษาวิเคราะห์เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลจากขั้นตอนที่ 1 2. จัดทำโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม	เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลจากขั้นตอนที่ 1	ได้โครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชา-สัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ตาราง 6 (ต่อ)

ขั้นตอนการวิจัย	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	คำถามวิจัย	วิธีการดำเนินการ	แหล่งข้อมูล	ผลที่ได้รับ
2. (ต่อ)	2. เพื่อประเมินความเหมาะสมและความสอดคล้องของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม	1.องค์ประกอบของโครงร่างหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมหรือไม่ 2. องค์ประกอบของโครงร่างหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกันหรือไม่	ส่งแบบประเมินโครงร่างหลักสูตรให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตร	ผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตร 5 คน	ได้โครงร่างหลักสูตรที่ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตร
3. การประเมินประสิทธิผลของหลักสูตรฝึกอบรม	เพื่อตรวจสอบประสิทธิผลของหลักสูตรหลังการนำหลักสูตรไปทดลองใช้ และนำมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้หลักสูตรมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น	หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลมีประสิทธิผลมากน้อยเพียงใด	นำโครงร่างหลักสูตรที่ผ่านการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตรแล้วมาทดลองใช้กับเครือข่ายด้านประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ และประเมินประสิทธิผลของหลักสูตรตามเกณฑ์ที่กำหนด	เครือข่ายด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ จำนวน 40 คน	ได้ทราบประสิทธิผลของหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชา-สัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีดำเนินการวิจัย ซึ่งมีอยู่ 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผลการศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 1 จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ พบว่า ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ที่นักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีมี 5 ด้าน คือ 1) ด้านข่าว ได้แก่ การหาแหล่งข่าวหรือประเด็นข่าว การเขียนภาพข่าว การเขียนบทความหรือรายงานพิเศษ การเขียนข่าวแจก (Press Release) การบรรณาธิกร (Editing) การคัดเลือกข่าว 2) ด้านการพูด ได้แก่ การเป็นพิธีกร การใช้เสียง การใช้สำนวนและภาษา การเป็นผู้ประกาศข่าว การเป็นนักจัดรายการทางวิทยุการประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย 3) ด้านภาพ ได้แก่ การถ่ายภาพ การคัดเลือกภาพ การตัดต่อภาพ การตกแต่งภาพ การจัดวางภาพในสื่อต่าง ๆ 4) ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การออกแบบแผ่นพับ โปสเตอร์ จุลสาร/วารสาร จดหมายข่าว การจัดทำป้ายไวนิล Banner Billboard การเขียนสปอตวิทยุ การจัดทำวีดีทัศน์/สารคดีสั้น การออกแบบบูธนิทรรศการ 5) ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ได้แก่ การใช้ Social Media ในการเผยแพร่ข่าว การนำเยี่ยมชมสถานที่ การจัดแถลงข่าว การจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมสื่อสารการตลาดจากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาจัดทำร่างแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 จากการศึกษาความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิขั้นการศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยได้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 21 – 25 กันยายน 2558 สรุปได้ดังนี้ 1) ด้านข่าวควรมีความสามารถในการเรียบเรียงเหตุการณ์เพื่อเขียนข่าวในรูปแบบต่าง ๆ เช่น บทความ สารคดีข่าว สกู๊ป ฯลฯ และควรเขียนบทสัมภาษณ์ได้ 2) ด้านการพูดควรเป็นพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการในงานต่าง ๆ ได้ มีน้ำเสียง ภาษา อักขระวิธีที่ถูกต้อง น่าฟัง สามารถสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกได้ 3) ด้านภาพ ควรมีความสามารถในการถ่ายภาพที่เหมาะสมกับประเภทสื่อที่จะนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ และสามารถตกแต่งภาพโดยใช้โปรแกรมต่าง ๆ ได้ 4) ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ควรมีความรู้ความสามารถในการใช้โปรแกรมผลิตสื่อในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การออกแบบแผ่นพับวีดีทัศน์ การตัดต่อวีดีโอ การInsert เสียง การทำ Fan Page การทำเว็บไซต์ ฯลฯ 5) ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ควรเขียนโครงการเป็น รู้ขั้นตอนในการจัดกิจกรรมเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สามารถเป็นผู้นำจัดกิจกรรมนันทนาการขนาดเล็ก

เพื่อประกอบการประชาสัมพันธ์ สามารถออกแบบกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์นอกจากนี้ ยังได้ให้ความคิดเห็นว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ควรต้องมีความรู้เกี่ยวกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยด้วย โดยความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิขั้นการศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่มีความสอดคล้องกับผลจากการศึกษาส่วนที่ 1 ยกเว้นด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้ให้ความคิดเห็นว่าควรมีความสามารถในการเขียนโครงการที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ได้ด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำความคิดเห็นดังกล่าวไปเพิ่มเติมในร่างแบบสอบถามที่ได้จัดทำไว้ โดยกำหนดลักษณะงานประชาสัมพันธ์ในแต่ละด้าน ดังนี้

1. ด้านข่าว หมายถึง การจับประเด็นเรื่องราวที่อยู่ใกล้ตัว/อยู่ในความสนใจ/น่าสนใจมาเป็นข่าว เช่น การเปิดหลักสูตรใหม่ ผลงานวิจัย นวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ การให้บริการทางวิชาการ กิจกรรมต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยหรือคณะจัดขึ้น ฯลฯ การเข้าถึงบุคคลเช่น ผู้บริหาร นักวิจัย หัวหน้าโครงการหรือข้อมูล เช่น เอกสารโครงการ คำกล่าวรายงาน/คำกล่าวเปิด-ปิดงาน ฯลฯ เพื่อนำมาเขียนข่าวได้ฯลฯการเขียนบรรยายภาพกิจกรรมต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยหรือคณะจัดได้ถูกต้องตามหลักการเขียนบรรยายใต้ภาพ (Caption) ซึ่งประกอบด้วย5W 1H การเขียนข่าวแจกได้ถูกต้องตามหลักการเขียนข่าวแจก (Press Release)ซึ่งประกอบด้วย พาดหัวข่าว ความนำ เนื้อเรื่อง และบทสรุป การเขียนรายงานพิเศษ (Scope) ได้ถูกต้องตามหลักการเขียนรายงานพิเศษ ซึ่งประกอบด้วยพาดหัวข่าว วรรคนำ ส่วนเชื่อม เนื้อข่าวและทิ้งท้ายข่าว การเขียนบทความได้ถูกต้องตามหลักการเขียนบทความซึ่งประกอบด้วย ชื่อเรื่อง บทนำ เนื้อเรื่อง และบทสรุป การแก้ไข (Edit) ข่าวโดยใช้สัญลักษณ์แบบต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง

2. ด้านการพูด หมายถึง การเป็นพิธีกรในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยและคณะ เช่น งานปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ วันสถาปนามหาวิทยาลัย ฯลฯ การใช้เสียง ได้แก่ ความหนักเบาของเสียง การใช้น้ำเสียงให้ไพเราะ ชวนฟัง การใช้ภาษาได้แก่ การใช้ภาษาที่เป็นทางการ การใช้ภาษาได้เหมาะสมกับกาลเทศะ การเป็นผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์หรือสื่อภาพเคลื่อนไหว เช่น การเป็นผู้ดำเนินรายการสารคดีสั้นหรือวีดีทัศน์แนะนำมหาวิทยาลัย ฯลฯ การพูดเพื่อจัดรายการทางสถานีวิทยุของมหาวิทยาลัยการพูดประชาสัมพันธ์เสียงตามสายการให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับหน่วยงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัย/คณะจัดแก่สื่อมวลชน

3. ด้านภาพ หมายถึง การถ่ายภาพบุคคล/เหตุการณ์ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เช่น ถ่ายภาพผู้บริหารเพื่อนำมาใช้ในการเผยแพร่ทางเว็บไซต์ ถ่ายภาพผลงานสิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม ภาพกิจกรรม ลงในวารสาร/จุลสาร ฯลฯ การคัดเลือกภาพให้เหมาะสมกับรูปแบบข่าว เนื้อข่าวและสื่อประชาสัมพันธ์ ภาพบุคคลหรือเหตุการณ์ที่ใช้ในการลงหนังสือพิมพ์

ภาพประกอบบทความ ฯลฯ การตัดต่อภาพเพื่อใช้ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น เลือกเฉพาะองค์ประกอบในภาพที่ต้องการ หรือตัดองค์ประกอบในภาพที่ไม่ต้องการออก เพื่อนำมาใช้ในการจัดทำแผ่นพับ โปสเตอร์ วีดีทัศน์ ฯลฯ การตกแต่งภาพให้สวยงาม เช่น เพิ่ม/ลดความสว่างของภาพ ลบริ้วรอย เพิ่ม/ลดความเข้มของสี เปลี่ยนแปลงสี ฯลฯการจัดวางภาพและตัวอักษรในสื่อต่าง ๆ เช่น ใช้เทคนิคในการตัดข่าวลงในภาพเพื่อวางข้อความ หรือเทคนิคการวางข้อความลงในภาพที่มีพื้นสีเข้มฯลฯ

4. ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง การออกแบบแผ่นพับโดยใช้โปรแกรม Microsoft Word / Microsoft Publisher / Microsoft Powerpoint / Spring Publisher / อื่น ๆ ในการออกแบบแผ่นพับได้การออกแบบโปสเตอร์ โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop/ Poster Printer / อื่น ๆ ในการออกแบบโปสเตอร์ได้ การออกแบบจุลสาร/วารสารของหน่วยงานโดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CC 2015 / Adobe PageMaker CC 2015/ Indesign CC2015 / อื่น ๆ ในการออกแบบจุลสาร/วารสารได้การออกแบบป้ายไวนิล/Banner/ Billboard โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop/ Banner Designer Pro 5.0 / อื่น ๆ ในการออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard ได้ การใช้เครื่องอัดสำเนาระบบดิจิตอล (Copy Printer) ในการจัดทำข่าวแจกการเขียนสปอตโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ/โทรทัศน์ได้โดยมีเนื้อหา เสียงประกอบและหรือภาพได้อย่างผสมกลมกลืนและน่าสนใจ การเขียนบทวีดีทัศน์/สารคดีสั้นโดยมีส่วนนำเข้าสู่เรื่อง ส่วนดำเนินเรื่อง ส่วนที่เป็นแก่นของเรื่อง และส่วนสรุปได้ การออกแบบป้าย Backdrop บูธนิทรรศการ Roll up ให้สวยงามและน่าสนใจ

5. ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ หมายถึง การใช้ Social Media ในการเผยแพร่ข่าว เช่น การใช้ Facebook, Instargram, Blog, Twitter, Line ฯลฯ การนำเยี่ยมชมและการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่นำเยี่ยมชมการจัดแถลงข่าวเช่น การจัดแถลงข่าวการจัดงาน/กิจกรรมต่าง ๆของมหาวิทยาลัย/คณะ การชี้แจงเหตุการณ์หรือประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจ ฯลฯ การเขียนโครงการและจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ เช่น การจัดงานเลี้ยงรับรองสื่อมวลชน การนำสื่อมวลชนไปอบรม/ประชุม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน ฯลฯการเขียนโครงการและจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาดเช่น การจัดงานเฉลิมฉลองในโอกาสต่าง ๆ การเปิดตัวหลักสูตรใหม่ การจัดอีเว้นท์ ฯลฯ

สำหรับการให้ความรู้เกี่ยวกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยนั้น ผู้วิจัยได้ให้ความรู้ในระหว่างการฝึกอบรมเพื่อนำไปใช้ในการฝึกปฏิบัติ

ส่วนที่ 3 จากการประเมินความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ซึ่งผู้วิจัยได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์และส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้ผู้อำนวยการ/หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง จำนวนทั้งสิ้น 100 ฉบับ เพื่อขอให้บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ตอบแบบสอบถาม หลังจากได้รับ

แบบสอบถามกลับคืนมา ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม พบว่ามีการตอบแบบสอบถามที่ครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวน 98 ฉบับ

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลโดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ อายุ ประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษา ประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา หน่วยงานที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ดังแสดงในตาราง 7

ตาราง 7 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษา ประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา หน่วยงานที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
- ชาย	37	37.76
- หญิง	61	62.24
รวม	98	100.00
อายุ		
- น้อยกว่า 30 ปี	46	46.94
- 30 – 40 ปี	42	42.86
- มากกว่า 40 ปี	10	10.20
รวม	98	100.00
ประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษา		
- น้อยกว่า 6 ปี	44	44.90
- 6 - 10 ปี	42	42.86
- มากกว่า 10 ปี	12	12.24
รวม	98	100.00
ประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์		
- น้อยกว่า 6 ปี	61	62.25
- 6 - 10 ปี	32	32.65
- มากกว่า 10 ปี	5	5.10
รวม	98	100.00

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
- ปวส.-ปริญญาตรี	67	68.37
- สูงกว่าปริญญาตรี	31	31.63
รวม	98	100.00
สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา		
- นิเทศศาสตร์/วารสารศาสตร์/สื่อสารมวลชน/ประชาสัมพันธ์	26	26.53
- อื่น ๆ	72	73.47
รวม	98	100.00
หน่วยงานที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์		
- หน่วยงานกลางของมหาวิทยาลัย/วิทยาเขต ที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์โดยตรง	45	45.92
- คณะ/วิทยาลัย	53	54.08
รวม	98	100.00

จากตาราง 7 แสดงว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เป็นชาย คิดเป็นร้อยละ 37.76 และเป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.24 มีอายุน้อยกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.94 มีอายุ 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.86 มีอายุมากกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ10.20 มีประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษาน้อยกว่า 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.90 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.86 และมากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ12.24 มีประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์น้อยกว่า 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 62.256-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.65และมากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ5.10 สำเร็จการศึกษาระดับ ปวส.-ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.37สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 31.63 สำเร็จการศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์/วารสารศาสตร์/สื่อสารมวลชน/ประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 26.53 สำเร็จการศึกษาสาขาวิชาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 73.47ปฏิบัติงานในหน่วยงานกลางของมหาวิทยาลัย/วิทยาเขตที่รับผิดชอบงานด้านประชาสัมพันธ์โดยตรงคิดเป็นร้อยละ 45.92 ปฏิบัติงานในคณะ/วิทยาลัยคิดเป็นร้อยละ54.08

3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ตอนที่ 1 การศึกษาความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยรวมเป็นรายด้านและเป็นรายข้อ จำแนกตามเพศ อายุ ประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษา ประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษาและหน่วยงานที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ดังแสดงในตาราง 8 ถึง 13

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยรวมและเป็นรายด้าน

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์	n = 98		**ระดับความสามารถ**
	$\bar{X}$	S.D.	
1.ด้านข่าว	3.32	0.76	ปานกลาง
2. ด้านการพูด	3.29	0.87	ปานกลาง
3. ด้านภาพ	3.89	0.70	มาก
4. ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	3.55	0.80	มาก
5. ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	3.69	0.77	มาก
รวม	3.55	0.61	มาก

จากตาราง 8 แสดงว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านข่าวและด้านการพูดอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ด้านข่าวโดยรวมและเป็นรายข้อ

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าว	n = 98		ระดับความสามารถ
	$\bar{X}$	S.D.	
1. การจับประเด็นเรื่องราวที่อยู่ใกล้ตัว/อยู่ในความสนใจ/น่าสนใจมาเป็นข่าวได้ เช่น การเปิดหลักสูตรใหม่ ผลงานวิจัย นวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์ การให้บริการทางวิชาการ กิจกรรมต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยหรือคณะจัดขึ้น ฯลฯ	3.50	0.85	ปานกลาง
2. การเข้าถึงบุคคล เช่น การสัมภาษณ์ผู้บริหาร นักวิจัย ฯลฯ หรือเข้าถึงข้อมูล เช่น เอกสารโครงการ คำกล่าวรายงาน/คำกล่าวเปิด-ปิดงาน ฯลฯ เพื่อนำมาเขียนข่าวได้	3.52	0.88	มาก
3. การเขียนบรรยายภาพได้ถูกต้องตามหลักการเขียนบรรยายใต้ภาพ (Caption) ซึ่งประกอบด้วย 5W 1H	3.49	0.91	ปานกลาง
4. การเขียนข่าวแจกได้ถูกต้องตามหลักการเขียนข่าวแจก (Press Release)ซึ่งประกอบด้วย พาดหัวข่าว ความนำ เนื้อเรื่อง และบทสรุป	3.22	0.94	ปานกลาง
5. การเขียนรายงานพิเศษ (Scope) ได้ถูกต้องตามหลักการเขียนรายงานพิเศษ ซึ่งประกอบด้วยพาดหัวข่าว วรรคนำ ส่วนเชื่อมเนื้อข่าวและทิ้งท้ายข่าว	3.01	1.06	ปานกลาง
6. การเขียนบทความได้ถูกต้องตามหลักการเขียนบทความ ซึ่งประกอบด้วยชื่อเรื่อง บทนำ เนื้อเรื่อง และบทสรุป	3.06	1.03	ปานกลาง
7. การแก้ไข (Edit) ข่าวโดยใช้สัญลักษณ์แบบต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง	3.45	0.99	ปานกลาง
รวม	3.32	0.76	ปานกลาง

จากตาราง 9 แสดงว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 2 อยู่ในระดับมากส่วนข้ออื่น ๆ อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ด้านการพูดโดยรวมและเป็นรายข้อ

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ ด้านการพูด	n = 98		ระดับ ความสามารถ
	$\bar{X}$	S.D.	
1. การเป็นพิธีกรดำเนินรายการในการจัดงานต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยและคณะ เช่น งานปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ วันสถาปนามหาวิทยาลัย ฯลฯ	3.27	1.07	ปานกลาง
2. การใช้เสียง ได้แก่ ความหนักเบาของเสียง การใช้น้ำเสียงให้ไพเราะ ชวนฟัง	3.31	1.04	ปานกลาง
3. การใช้ภาษาได้แก่ การใช้ภาษาที่เป็นทางการ การใช้ภาษาได้เหมาะสมกับกาลเทศะ	3.55	0.93	มาก
4. การเป็นผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์หรือสื่อภาพเคลื่อนไหวเช่น การเป็นผู้ดำเนินรายการสารคดีสั้น วีดีทัศน์แนะนำมหาวิทยาลัย ฯลฯ	2.67	1.12	ปานกลาง
5. การเป็นนักจัดรายการทางสถานีวิทยุของมหาวิทยาลัย	3.02	1.20	ปานกลาง
6. การพูดประชาสัมพันธ์ทางเสียงตามสาย	3.49	1.15	ปานกลาง
7. การให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับหน่วยงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัย/คณะจัดแก่สื่อมวลชน	3.69	1.08	มาก
รวม	3.29	0.87	ปานกลาง

จากตาราง 10 แสดงว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการพูดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 3 และข้อ 7 อยู่ในระดับมาก ส่วนข้ออื่น ๆ อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ด้านภาพโดยรวมและเป็นรายข้อ

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านภาพ	n = 98		**ระดับความสามารถ**
	$\bar{X}$	S.D.	
1. การถ่ายภาพบุคคล/เหตุการณ์ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เช่น ถ่ายภาพผู้บริหารเพื่อนำมาใช้ในการเผยแพร่ทางเว็บไซต์ ถ่ายภาพผลงานสิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม ภาพกิจกรรม ลงในวารสาร/จุลสาร ฯลฯ	4.08	0.74	มาก
2. การคัดเลือกภาพให้เหมาะสมกับรูปแบบข่าว เนื้อข่าว และสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น ภาพบุคคล/เหตุการณ์ที่ใช้ในการลงหนังสือพิมพ์ ภาพประกอบบทความ ฯลฯ	4.09	0.70	มาก
3. การตัดต่อภาพเพื่อนำใช้ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น เลือกเฉพาะองค์ประกอบในภาพที่ต้องการ หรือตัดองค์ประกอบในภาพที่ไม่ต้องการออก เพื่อนำมาใช้ในการแผ่นพับ โปสเตอร์ วีดีทัศน์ ฯลฯ	3.70	0.99	มาก
4. การตกแต่งภาพถ่ายให้สวยงามเช่น เพิ่ม/ลดความสว่าง ลบริ้วรอยเพิ่ม/ลดความเข้มของสี เปลี่ยนแปลงสี ฯลฯ	3.83	0.90	มาก
5. การจัดวางภาพและตัวอักษรในสื่อต่าง ๆ เช่น ใช้เทคนิคในการตัดข่าวลงในภาพเพื่อวางข้อความ หรือเทคนิคการวางข้อความลงในภาพที่มีพื้นสีเข้ม ฯลฯ	3.74	0.85	มาก
รวม	3.89	0.70	มาก

จากตาราง 11 แสดงว่าบุ คลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ โดยรวมและเป็นรายข้อ

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	n = 98		ระดับความสามารถ
	$\bar{X}$	S.D.	
1. การออกแบบแผ่นพับ โดยใช้โปรแกรม Microsoft Word / Microsoft Publisher / Microsoft PowerPoint / Spring Publisher / อื่น ๆ ในการออกแบบแผ่นพับ	3.67	1.05	มาก
2. การออกแบบโปสเตอร์โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop / Poster Printer/ อื่น ๆ ในการออกแบบโปสเตอร์	3.65	0.99	มาก
3. การออกแบบจุลสาร/วารสารของหน่วยงานโดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CC 2015 / Adobe PageMaker CC 2015/ Indesign CC 2015 / อื่น ๆ ในการออกแบบจุลสาร/วารสาร	3.57	1.08	มาก
4. การออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/Billboard โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop/Banner Designer Pro 5.0/ อื่น ๆ ในการออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard	3.81	0.85	มาก
5. การใช้เครื่องอัดสำเนาระบบดิจิตอล (Copy Printer) ในการจัดทำจดหมายข่าวหรือข่าวแจก	3.65	1.10	มาก
6. การเขียนสปอตโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ/โทรทัศน์ โดยมีเนื้อหา เสียงประกอบและหรือภาพได้อย่างผสมกลมกลืนและน่าสนใจ	3.32	1.03	ปานกลาง
7. การเขียนบทวีดีทัศน์/สารคดีสั้น โดยมีส่วนนำเข้าสู่เรื่อง ส่วนดำเนินเรื่อง ส่วนที่เป็นแก่นของเรื่อง และส่วนสรุป	3.13	1.06	ปานกลาง
8. การออกแบบป้าย Backdrop บูธนิทรรศการ Roll up ให้สวยงามและน่าสนใจ	3.56	0.90	มาก
รวม	3.55	0.80	มาก

จากตาราง 12 แสดงว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 6 และข้อ 7 อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนข้ออื่น ๆ อยู่ในระดับมาก

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ โดยรวมและเป็นรายข้อ

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	n = 98		**ระดับความสามารถ**
	$\bar{X}$	S.D.	
1. การใช้ Social Media ในการเผยแพร่ข่าว เช่น การใช้ Facebook, Instargram, Blog, Twitter, Line ฯลฯ	4.18	0.88	มาก
2. การนำเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยและการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่นำเยี่ยมชม	4.03	0.81	มาก
3. การจัดแถลงข่าวเช่น การจัดแถลงข่าวการจัดงาน/กิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย/คณะ การชี้แจงเหตุการณ์หรือประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจ ฯลฯ	3.51	0.96	มาก
4. การเขียนโครงการและจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ เช่น การจัดงานเลี้ยงรับรองสื่อมวลชน การนำสื่อมวลชนไปอบรม/ประชุม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน ฯลฯ	3.50	1.01	ปานกลาง
5. การเขียนโครงการและจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาด เช่น การจัดงานเฉลิมฉลองในโอกาสต่าง ๆ การเปิดตัวหลักสูตรใหม่ การจัดอีเว้นท์ ฯลฯ	3.23	1.01	ปานกลาง
รวม	3.69	0.77	มาก

จากตาราง 13 แสดงว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 4 และข้อ 5 อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนข้ออื่น ๆ อยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 2 การเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามเพศ อายุ ประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษา ประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษาและหน่วยงานที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ดังแสดงในตาราง14 ถึง 27

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามเพศ

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์	เพศ (n = 98)					
	ชาย (n = 37)		ระดับความสามารถ	หญิง (n = 61)		ระดับความสามารถ
	$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.	
1. ด้านข่าว	3.18	0.75	ปานกลาง	3.41	0.76	ปานกลาง
2. ด้านการพูด	3.13	0.94	ปานกลาง	3.38	0.82	ปานกลาง
3. ด้านภาพ	3.91	0.72	มาก	3.88	0.69	มาก
4. ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	3.53	0.72	มาก	3.56	0.85	มาก
5. ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	3.76	0.65	มาก	3.65	0.84	มาก
รวม	3.50	0.56	ปานกลาง	3.58	0.64	มาก

จากตาราง 14 แสดงว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่เป็นชายมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านข่าวและด้านการพูดอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และด้านการเผยแพร่และกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก

บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่เป็นหญิงมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านข่าวและด้านการพูดอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามอายุ

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์	อายุ (n = 98)								
	น้อยกว่า 30 ปี (n = 46)		ระดับความสามารถ	30 – 40 ปี (n = 42)		ระดับความสามารถ	มากกว่า 40 ปี (n = 10)		ระดับความสามารถ
	$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.	
1. ด้านข่าว	3.25	0.73	ปานกลาง	3.35	0.82	ปานกลาง	3.50	0.63	ปานกลาง
2. ด้านการพูด	3.20	0.89	ปานกลาง	3.37	0.86	ปานกลาง	3.29	0.77	ปานกลาง
3. ด้านภาพ	3.90	0.71	มาก	3.91	0.71	มาก	3.74	0.64	มาก
4. ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	3.53	0.78	มาก	3.63	0.85	มาก	3.28	0.68	ปานกลาง
5. ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	3.77	0.76	มาก	3.65	0.81	มาก	3.52	0.65	มาก
รวม	3.53	0.60	มาก	3.58	0.65	มาก	3.47	0.45	ปานกลาง

จากตาราง 15 แสดงว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านภาพ ด้านการลิตสื่อประชาสัมพันธ์และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านข่าวและด้านการพูดอยู่ในระดับปานกลาง

บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่มีอายุ 30-40 ปี มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านภาพ ด้านการลิตสื่อประชาสัมพันธ์และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านข่าวและด้านการพูดอยู่ในระดับปานกลาง

บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านภาพและด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านข่าว ด้านการพูด และด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษา

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์	ประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษา (n = 98)								
	น้อยกว่า 6 ปี (n = 44)		ระดับความสามารถ	6 – 10 ปี (n = 42)		ระดับความสามารถ	มากกว่า 10 ปี (n = 12)		ระดับความสามารถ
	$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.	
1. ด้านข่าว	3.40	0.67	ปานกลาง	3.25	0.89	ปานกลาง	3.31	0.64	ปานกลาง
2. ด้านการพูด	3.24	0.81	ปานกลาง	3.26	0.99	ปานกลาง	3.55	0.64	มาก
3. ด้านภาพ	3.89	0.69	มาก	3.92	0.73	มาก	3.80	0.66	มาก
4. ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	3.57	0.76	มาก	3.55	0.85	มาก	3.47	0.79	ปานกลาง
5. ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	3.65	0.75	มาก	3.75	0.84	มาก	3.65	0.60	มาก
รวม	3.54	0.60	มาก	3.54	0.66	มาก	3.55	0.43	มาก

จากตาราง 16 แสดงว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่มีประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษาน้อยกว่า 6 ปี มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านข่าวและด้านการพูดอยู่ในระดับปานกลาง

บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่มีประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษา 6-10 ปี มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านข่าวและด้านการพูดอยู่ในระดับปานกลาง

บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่มีประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษามากกว่า 10 ปี มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการพูด ด้านภาพและด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านข่าวและด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์	**ประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์** (n = 98)								
	น้อยกว่า 6 ปี (n = 61)		**ระดับความสามารถ**	**6 – 10 ปี** (n = 32)		**ระดับความสามารถ**	**มากกว่า 10 ปี** (n = 5)		**ระดับความสามารถ**
	$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.	
1. ด้านข่าว	3.23	0.73	ปานกลาง	3.43	0.80	ปานกลาง	3.77	0.69	มาก
2. ด้านการพูด	3.14	0.87	ปานกลาง	3.50	0.89	ปานกลาง	3.69	0.26	มาก
3. ด้านภาพ	3.84	0.73	มาก	4.03	0.68	มาก	3.68	0.30	มาก
4. ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	3.55	0.81	มาก	3.61	0.79	มาก	3.13	0.79	ปานกลาง
5. ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	3.61	0.79	มาก	3.82	0.74	มาก	3.92	0.70	มาก
รวม	3.47	0.61	ปานกลาง	3.68	0.61	มาก	3.64	0.37	มาก

จากตาราง 17 แสดงว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่มีประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์น้อยกว่า 6 ปี มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านข่าวและด้านการพูดอยู่ในระดับปานกลาง

บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่มีประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ 6-10 ปี มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านข่าวและด้านการพูดอยู่ในระดับปานกลาง

บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่มีประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์มากกว่า 10 ปี มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านข่าว ด้านการพูด ด้านภาพ และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามระดับการศึกษา

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์	ระดับการศึกษา (n = 98)					
	ปวส. - ป.ตรี (n = 67)		ระดับความสามารถ	สูงกว่า ป.ตรี (n = 31)		ระดับความสามารถ
	$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.	
1. ด้านข่าว	3.39	0.73	ปานกลาง	3.17	0.81	ปานกลาง
2. ด้านการพูด	3.36	0.82	ปานกลาง	3.13	0.97	ปานกลาง
3. ด้านภาพ	3.96	0.68	มาก	3.74	0.72	มาก
4. ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	3.55	0.83	มาก	3.53	0.74	มาก
5. ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	3.69	0.74	มาก	3.69	0.84	มาก
รวม	3.59	0.62	มาก	3.45	0.59	ปานกลาง

จากตาราง 18 แสดงว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่สำเร็จการศึกษาระดับ ปวส.-ปริญญาตรี มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และด้านการเผยแพร่และการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านข่าวและด้านการพูดอยู่ในระดับปานกลาง

บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และด้านการเผยแพร่และการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านข่าวและด้านการพูดอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์	สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา (n = 98)					
	สาขาที่เกี่ยวข้อง (n = 26)		ระดับความสามารถ	สาขาอื่น ๆ (n = 72)		ระดับความสามารถ
	$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.	
1. ด้านข่าว	3.58	0.59	มาก	3.23	0.79	ปานกลาง
2. ด้านการพูด	3.47	0.91	ปานกลาง	3.22	0.85	ปานกลาง
3. ด้านภาพ	4.02	0.60	มาก	3.84	0.73	มาก
4. ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	3.62	0.70	มาก	3.52	0.84	มาก
5. ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	3.83	0.64	มาก	3.64	0.81	มาก
รวม	3.70	0.52	มาก	3.49	0.63	ปานกลาง

จากตาราง 19 แสดงว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่สำเร็จการศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์/วารสารศาสตร์/สื่อสารมวลชน/ประชาสัมพันธ์ มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านข่าว ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการพูดอยู่ในระดับปานกลาง

บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่สำเร็จการศึกษาสาขาวิชาอื่น ๆ มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านข่าวและด้านการพูดอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 20 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามหน่วยงานที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์	หน่วยงานที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์(n = 98)					
	หน่วยงาน ปชส. (n = 45)		ระดับความ	คณะ/วิทยาลัย (n = 53)		ระดับความ
	$\bar{X}$	S.D.	สามารถ	ความ	S.D.	สามารถ
1. ด้านข่าว	3.43	0.76	ปานกลาง	3.23	0.75	ปานกลาง
2. ด้านการพูด	3.44	0.86	ปานกลาง	3.15	0.86	ปานกลาง
3. ด้านภาพ	4.01	0.68	มาก	3.79	0.70	มาก
4. ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	3.55	0.88	มาก	3.54	0.73	มาก
5. ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	3.78	0.82	มาก	3.62	0.72	มาก
รวม	3.64	0.65	มาก	3.47	0.56	ปานกลาง

จากตาราง 20 แสดงว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานด้านประชาสัมพันธ์โดยตรงมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านข่าวและด้านการพูดอยู่ในระดับปานกลาง

บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่ปฏิบัติงานในคณะ/วิทยาลัยมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านข่าวและด้านการพูดอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 21 การเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามเพศ

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์	เพศ (n = 98)				t	p
	ชาย (n = 37)		หญิง (n = 61)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านข่าว	3.18	0.75	3.41	0.76	-1.477	0.143
2. ด้านการพูด	3.13	0.94	3.38	0.82	-1.373	0.173
3. ด้านภาพ	3.91	0.72	3.88	0.69	0.260	0.795
4. ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	3.53	0.72	3.56	0.85	-0.151	0.880
5. ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	3.76	0.65	3.65	0.84	0.648	0.519
รวม	3.50	0.56	3.58	0.64	-0.572	0.569

จากตาราง 2 แสดงว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลเพศชายและหญิงมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านไม่พบว่ามีด้านใดที่แตกต่างกัน

ตาราง 22การเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามอายุ

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
1. ด้านข่าว	ระหว่างกลุ่ม	2	0.570	0.285	0.491	0.614
	ภายในกลุ่ม	95	55.198	0.581		
	รวม	97	55.768			
2. ด้านการพูด	ระหว่างกลุ่ม	2	0.628	0.314	0.276	0.843
	ภายในกลุ่ม	95	72.792	0.766		
	รวม	97	73.420			
3. ด้านภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.254	0.127	0.410	0.665
	ภายในกลุ่ม	95	47.195	0.497		
	รวม	97	47.450			

ตาราง 22 (ต่อ)

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
4. ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2	1.000	0.500	0.256	0.775
	ภายในกลุ่ม	95	60.871	0.641		
	รวม	97	61.871			
5. ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2	0.655	0.328	0.780	0.461
	ภายในกลุ่ม	95	56.878	0.599		
	รวม	97	57.533			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.132	0.066	0.547	0.580
	ภายในกลุ่ม	95	35.549	0.374		
	รวม	97	35.681			

จากตาราง 22 แสดงว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่อายุต่างกันมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ไม่พบว่ามีด้านใดที่แตกต่างกัน

ตาราง 23 การเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษา

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
1. ด้านข่าว	ระหว่างกลุ่ม	2	0.512	0.256	0.441	0.645
	ภายในกลุ่ม	95	55.256	0.582		
	รวม	97	55.768			
2. ด้านการพูด	ระหว่างกลุ่ม	2	0.935	0.468	0.613	0.544
	ภายในกลุ่ม	95	72.485	0.763		
	รวม	97	73.420			

ตาราง 23 (ต่อ)

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
3. ด้านภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.133	0.067	0.134	0.875
	ภายในกลุ่ม	95	47.317	0.498		
	รวม	97	47.450			
4. ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2	0.088	0.044	0.068	0.934
	ภายในกลุ่ม	95	61.783	0.650		
	รวม	97	61.871			
5. ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2	0.229	0.114	0.190	0.828
	ภายในกลุ่ม	95	57.305	0.603		
	รวม	97	57.533			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.001	0.001	0.002	0.998
	ภายในกลุ่ม	95	35.680	0.376		
	รวม	97	35.681			

จากตาราง 23 แสดงว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่ประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษาต่างกันมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ไม่พบว่ามีด้านใดที่แตกต่างกัน

ตาราง 24 การเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
1. ด้านข่าว	ระหว่างกลุ่ม	2	1.960	0.980	1.730	0.183
	ภายในกลุ่ม	95	53.808	0.566		
	รวม	97	55.768			

ตาราง 24 (ต่อ)

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
2. ด้านการพูด	ระหว่างกลุ่ม	2	3.453	1.726	2.344	0.101
	ภายในกลุ่ม	95	69.967	0.736		
	รวม	97	73.420			
3. ด้านภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.981	0.491	1.003	0.371
	ภายในกลุ่ม	95	46.469	0.489		
	รวม	97	47.450			
4. ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2	1.004	0.502	0.784	0.460
	ภายในกลุ่ม	95	60.867	0.641		
	รวม	97	61.871			
5. ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2	1.219	0.610	1.028	0.361
	ภายในกลุ่ม	95	56.314	0.593		
	รวม	97	57.533			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.921	0.461	1.259	0.289
	ภายในกลุ่ม	95	34.760	0.366		
	รวม	97	35.681			

จากตาราง 24 แสดงว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่ประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ต่างกันมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ไม่พบว่ามีด้านใดที่แตกต่างกัน

ตาราง 25 การเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามระดับการศึกษา

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์	ระดับการศึกษา (n = 98)				t	p
	ปวส. - ป.ตรี (n = 67)		สูงกว่า ป.ตรี (n = 31)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านข่าว	3.39	0.73	3.17	0.81	1.352	0.180
2. ด้านการพูด	3.36	0.82	3.13	0.97	1.181	0.241
3. ด้านภาพ	3.96	0.68	3.74	0.72	1.431	0.156
4. ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	3.55	0.83	3.53	0.74	0.117	0.907
5. ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	3.69	0.74	3.69	0.84	0.013	0.990
รวม	3.59	0.62	3.45	0.59	1.038	0.302

จากตาราง 25 แสดงว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ที่ระดับการศึกษาต่างกันมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ไม่พบว่ามีด้านใดที่แตกต่างกัน

ตาราง 26 การเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์	สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา (n = 98)				t	p
	สาขาที่เกี่ยวข้อง (n = 26)		สาขาอื่น ๆ (n = 72)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านข่าว	3.58	0.59	3.23	0.79	2.033	0.045
2. ด้านการพูด	3.47	0.91	3.22	0.85	1.248	0.215
3. ด้านภาพ	4.02	0.60	3.84	0.73	1.135	0.259
4. ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	3.62	0.70	3.52	0.84	0.519	0.605
5. ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	3.83	0.64	3.64	0.81	1.074	0.286
รวม	3.70	0.52	3.49	0.63	1.539	0.127

จากตาราง 26 แสดงว่าบุ คลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ที่สำเร็จการศึกษาในสาขาวิชาที่ต่างกันมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านข่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่พบว่ามีด้านใดที่แตกต่างกัน

ตาราง 27 การเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามหน่วยงานที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์	**หน่วยงานที่ปฏิบัติงาน** (n = 98)				t	p
	หน่วยงาน ปชส. (n = 45)		**คณะ/วิทยาลัย** (n = 53)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านข่าว	3.43	0.76	3.23	0.75	1.323	0.189
2. ด้านการพูด	3.44	0.86	3.15	0.86	1.678	0.097
3. ด้านภาพ	4.01	0.68	3.79	0.70	1.565	0.121
4. ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	3.55	0.88	3.54	0.73	0.076	0.939
5. ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ	3.78	0.82	3.62	0.72	1.071	0.287
รวม	3.64	0.65	3.47	0.56	1.467	0.146

จากตาราง 27 แสดงว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานที่ต่างกันมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ไม่พบว่ามีด้านใดที่แตกต่างกัน

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกับเกณฑ์ที่กำหนด (3.51) ดังแสดงในตาราง 28

ตาราง 28 การเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกับเกณฑ์ที่กำหนด (3.51) โดยรวมและเป็นรายด้าน

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์	n = 98		t	p
	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านข่าว	3.32	0.76	-2.451	0.016
2. ด้านการพูด	3.29	0.87	-2.547	0.012
3. ด้านภาพ	3.89	0.70	5.376	0.001
4. ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	3.55	0.80	0.473	0.637
5. ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	3.69	0.77	2.337	0.021
รวม	3.55	0.61	0.614	0.540

จากตาราง 28 แสดงว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมไม่แตกต่างกับเกณฑ์ที่กำหนด (3.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านข่าวและด้านการพูดต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ด้านภาพและด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ส่วนด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกับเกณฑ์ที่กำหนด

ขั้นตอนที่ 2 ผลการร่างและประเมินหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ผู้วิจัยโดยนำผลการศึกษาความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่ได้จากการขั้นตอนที่ 1 มาพัฒนาเป็นโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม โดยโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีองค์ประกอบและสาระสำคัญโดยย่อ ดังนี้

1) สภาพปัญหาและความจำเป็นของหลักสูตรฝึกอบรมคือ โครงสร้างประชากรของประเทศเปลี่ยนแปลงจากในอดีต คือ ประชาชนในวัยเรียนลดน้อยลง ประกอบการการเปิดเสรีทางการค้า

บริการด้านการอุดมศึกษา ทำให้งานประชาสัมพันธ์ในสถาบันอุดมศึกษาจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนบทบาทหน้าที่เป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมากขึ้น และเนื่องจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลเป็นมหาวิทยาลัยกลุ่มใหม่ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ให้มีความรู้และความสามารถในการประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ให้แก่บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

2) หลักการของหลักสูตรฝึกอบรมคือ เป็นหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ 5 ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยความสามารถในการประชาสัมพันธ์ในขั้นตอนที่ 1 และเป็นหลักสูตรที่นำรูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ของคอล์ปมาประยุกต์ใช้

3) จุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม คือ เพื่อให้ผู้เข้าฝึกอบรมมีความรู้และทักษะในการประชาสัมพันธ์ 5 ด้าน

4) โครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรม คือ ใช้เวลาในการฝึกอบรมรวม 32 ชั่วโมง เป็นด้านข่าว 5 ชั่วโมง ด้านการพูด 6 ชั่วโมง ด้านภาพ 6 ชั่วโมง ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ 9 ชั่วโมง และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ 6 ชั่วโมง

5) เนื้อหาของแต่ละหน่วยการเรียนรู้ แบ่งเป็น 5 หน่วยการเรียนรู้ โดยหน่วยการเรียนรู้ด้านภาพ มี 3 หัวข้อ ด้านการพูด มี 2 หัวข้อ ด้านภาพ มี 2 หัวข้อ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์มี 3 หัวข้อ และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ มี 2 หัวข้อ

6) กิจกรรมการฝึกอบรมประกอบด้วย การทดสอบก่อน-หลังการฝึกอบรม การใช้รูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ของคอล์ป

7) เทคนิคในการฝึกอบรมคือ การอภิปรายกลุ่ม การวิพากษ์ การบรรยาย การสาธิต การฝึกปฏิบัติ

8) สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม ประกอบด้วยเอกสารประกอบการฝึกอบรม อุปกรณ์ที่ใช้ในการบรรยาย ตัวอย่างผลงานต่าง ๆ

9) การวัดและประเมินผลหลักสูตรฝึกอบรม ใช้แบบทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์และแบบสอบถามความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น

10) หน่วยการเรียนรู้จำนวน 5 หน่วยการเรียนรู้ประกอบด้วย หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ด้านข่าว หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 ด้านการพูด หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 ด้านภาพ หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ หน่วยการเรียนรู้ที่ 5 ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ โดยในแต่ละหน่วยการเรียนรู้ ประกอบด้วย จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม เนื้อหาการเรียนรู้ กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรม สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรมของหน่วยการเรียนรู้ การวัดและประเมินผลของหน่วยการเรียนรู้

จากนั้น ได้นำโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตร จำนวน 5 คน (ภาคผนวก ก) ประเมินความเหมาะสมของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม และความสอดคล้องของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมพบว่า

1. ความเหมาะสมของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม โดยหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังแสดงในตาราง 29

ตาราง 29 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความเหมาะสมของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม

รายการประเมิน	n = 5		ระดับความเหมาะสม
	$\overline{X}$	S.D.	
1.สภาพปัญหาและความจำเป็นของหลักสูตรฝึกอบรม	4.60	0.55	มากที่สุด
2. จุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม	4.80	0.45	มากที่สุด
3. หน่วยการเรียนรู้เหมาะสมกับจุดมุ่งหมายของหลักสูตร	4.80	0.45	มากที่สุด
4. เนื้อหาในแต่ละหน่วยการเรียนรู้สามารถนำไปใช้ได้จริง	4.80	0.45	มากที่สุด
5. การเรียงลำดับเนื้อหาในแต่ละหน่วยการเรียนรู้	5.00	0.00	มากที่สุด
6. การส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ในแต่ละหน่วยการเรียนรู้	4.80	0.45	มากที่สุด
7.กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้ สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ของคอล์ป	4.60	0.55	มากที่สุด
8. สื่อการเรียนรู้ช่วยเสริมสร้างการเรียนรู้	4.60	0.55	มากที่สุด
9.การวัดและประเมินผลในแต่ละหน่วยการเรียนรู้	4.20	0.45	มาก
10.ระยะเวลาในการฝึกอบรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้	3.40	0.55	ปานกลาง
รวม	4.56	0.44	มากที่สุด

จากตาราง 29 แสดงว่า ผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตรได้ให้ความคิดเห็นว่า รายการประเมินที่ 1-8มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด และรายการประเมินที่ 9 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก และรายการประเมินที่ 10 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสอบถามผู้ทรงคุณวุฒิถึงเหตุผลที่ประเมินรายการประเมินที่ 10 ต่ำกว่าข้ออื่น ๆ โดยผู้ทรงคุณวุฒิได้ให้ข้อเสนอแนะว่า จากผลการวิจัยที่พบว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าวและด้านการพูดต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผู้วิจัยจึงควรเพิ่มระยะเวลาในการฝึกปฏิบัติในด้านข่าวและด้านการพูดให้มากขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตร โดยเพิ่มระยะเวลาในการฝึกปฏิบัติในหน่วยเรียนที่ 1 จากเดิม 3.5 ชั่วโมง เป็น 5 ชั่วโมง และหน่วยเรียนที่ 2 จากเดิม 4.5 ชั่วโมง เป็น 6 ชั่วโมง โดยหลักสูตรฝึกอบรมในภาคผนวก ง ได้ปรับปรุงแก้ไขเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

2. ความสอดคล้องของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม ดังแสดงในตาราง 30

ตาราง 30 ค่าดัชนีความสอดคล้องและระดับความสอดคล้องของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม

รายการประเมิน	ค่าดัชนีความสอดคล้อง	ระดับความสอดคล้อง
1.สภาพปัญหาของหลักสูตรกับหลักการของหลักสูตร	1.00	สอดคล้อง
2. สภาพปัญหาของหลักสูตรกับจุดมุ่งหมายของหลักสูตร	1.00	สอดคล้อง
3.สภาพปัญหาของหลักสูตรกับหน่วยการเรียนรู้	1.00	สอดคล้อง
4.สภาพปัญหาของหลักสูตรกับเนื้อหาสาระการเรียนรู้	1.00	สอดคล้อง
5.จุดมุ่งหมายของหลักสูตรกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมของแต่ละหน่วยการเรียนรู้	0.60	สอดคล้อง
6.จุดมุ่งหมายของหลักสูตรกับหน่วยการเรียนรู้	1.00	สอดคล้อง
7.จุดมุ่งหมายของหลักสูตรกับเนื้อหาสาระการเรียนรู้	0.60	สอดคล้อง
8.จุดประสงค์เชิงพฤติกรรมกับเนื้อหาสาระการเรียนรู้	1.00	สอดคล้อง
9. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้กับกิจกรรมและวิธีการฝึกอบรม	1.00	สอดคล้อง
10. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้กับสื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม	1.00	สอดคล้อง
11. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้กับการวัดและประเมินผล	0.60	สอดคล้อง
12. เนื้อหาสาระการเรียนรู้กับหน่วยการเรียนรู้	0.60	สอดคล้อง
13. เนื้อหาสาระการเรียนรู้กับสื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม	0.60	สอดคล้อง
14. กิจกรรมการฝึกอบรมกับสื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม	0.60	สอดคล้อง
15. กิจกรรมการฝึกอบรมกับการวัดและประเมินผล	0.60	สอดคล้อง

จากตาราง 30 แสดงว่า ผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตรคิดเห็นว่า รายการประเมินทุกรายการมีความสอดคล้องกัน สามารถนำไปใช้วัดในการฝึกอบรมได้ (ภาคผนวก ข)

ขั้นตอนที่ 3 ผลการประเมินประสิทธิผลของหลักสูตรฝึกอบรม

ผลการประเมินประสิทธิผลของหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เป็นดังนี้

1. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าคะแนนเฉลี่ยการทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างก่อนและหลังการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรม ดังแสดงในตาราง 31

ตาราง 31 ค่าคะแนนเฉลี่ยการทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างก่อนและหลังการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมด้านข่าวและด้านการพูดโดยรวมและเป็นรายด้าน

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์	Pre-test		Post-test		t	p
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.		
1. ด้านข่าว	2.70	0.69	5.75	0.44	23.67	0.001
2. ด้านการพูด	3.43	0.84	5.80	0.41	17.93	0.001
รวม	6.13	1.16	11.55	0.60	29.78	0.001

จากตาราง 31 แสดงว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่เข้าฝึกอบรมมีค่าคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมหลังฝึกอบรมสูงกว่าค่าคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการประชาสัมพันธ์ก่อนฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านหลังฝึกอบรมสูงกว่าก่อนฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ผลการประเมินความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ดังแสดงในตาราง 32

ตาราง 32 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้เข้าฝึกอบรมต่อหลักสูตรฝึกอบรมโดยรวม เป็นรายด้าน และเป็นรายข้อ

รายการประเมิน	n = 40		ระดับความพึงพอใจ
	$\overline{X}$	S.D	
1. ด้านหลักสูตรฝึกอบรม			
1.1 เนื้อหาสาระของแต่ละหน่วยการเรียนรู้	4.09	0.70	มาก
1.2 กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้	4.54	0.50	มากที่สุด
1.3 สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้	4.06	0.54	มาก
1.4 การวัดและประเมินผลในแต่ละหน่วยการเรียนรู้	3.91	0.45	มาก
1.5 ระยะเวลากับเนื้อหาในแต่ละหน่วยการเรียนรู้	4.06	0.59	มาก
1.6 ความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรม	4.20	0.63	มาก
1.7 ทักษะที่ได้รับจากการฝึกอบรม	4.31	0.53	มาก
1.8 การนำความรู้และทักษะที่ได้รับไปใช้ในการปฏิบัติงาน	4.34	0.48	มาก
รวม	4.19	0.42	มาก
2. ด้านวิทยากร			
2.1 ความพร้อมของวิทยากร	4.29	0.62	มาก
2.2 บุคลิกภาพและพฤติกรรมที่แสดงออกของวิทยากร	4.17	0.62	มาก
2.3 ความรู้ความสามารถของวิทยากร	4.54	0.51	มากที่สุด
2.4 เทคนิคในการนำเสนอทำให้เข้าใจง่าย ปฏิบัติได้	4.23	0.55	มาก
2.5 ทักษะในการใช้สื่อและอุปกรณ์ต่าง ๆ	4.20	0.58	มาก
2.6 การเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมได้แสดงความคิดเห็น/แสดงออก	4.26	0.61	มาก
2.7 ความสามารถในการวัดและประเมินผลการฝึกอบรม	4.26	0.51	มาก
รวม	4.28	0.45	มาก
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
3.1 สถานที่และสื่อโสตทัศนูปกรณ์ต่าง ๆ	3.94	0.54	มาก
3.2 บรรยากาศในการฝึกอบรม	4.51	0.51	มากที่สุด
3.3 การให้บริการอาหารว่างและอาหารกลางวัน	4.34	0.54	มาก
3.4 การอำนวยความสะดวกและดูแลเอาใจใส่ของผู้จัดฝึกอบรม	4.40	0.50	มาก
รวม	4.28	0.42	มาก
รวมทุกด้าน	4.25	0.38	มาก

จากตาราง 32 แสดงว่า ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจทุกด้าน อยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านหลักสูตรฝึกอบรม ข้อ 1.2 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนข้ออื่น ๆ อยู่ในระดับมาก ด้านวิทยากร ข้อ 2.3 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนข้ออื่น ๆ อยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ข้อ 3.2 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนข้ออื่น ๆ อยู่ในระดับมาก

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้สัมภาษณ์วิทยากร ผู้ช่วยวิทยากร และผู้เข้ารับการฝึกอบรมเพื่อสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะสรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของวิทยากรและผู้ช่วยวิทยากร

1. การฝึกอบรมรูปแบบนี้ เหมาะสำหรับผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานมาก่อน จึงจะสามารถเล่าประสบการณ์ที่ตนเองมีให้ผู้อื่นฟังได้ ซึ่งจากการได้ฟังผู้เข้ารับการฝึกอบรม ทำให้รู้ว่าผู้เข้ารับการฝึกอบรมหลายคนมีความรู้ความสามารถ มีความมุ่งมั่นที่จะเรียนรู้ ถ้าได้มีโอกาสฝึกปฏิบัติบ่อย ๆ ก็จะทำงานได้อย่างมืออาชีพ

2. การฝึกอบรมนี้ เป็นการฝึกอบรมที่ไม่ได้เน้นการบรรยายทางวิชาการมาก โดยให้ผู้เข้ารับการอบรมแต่ละคนได้ถ่ายทอดประสบการณ์ แล้วสรุปประเด็นโดยกลุ่ม และวิทยากรบรรยายสรุปจากประสบการณ์ในการทำงาน ทำให้การอบรมไม่น่าเบื่อ

3. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมตามที่กำหนดเป็นอย่างดี และในระหว่างการแบ่งกลุ่มฝึกปฏิบัติ ได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดการเรียนรู้เรื่องใหม่ ๆ จากประสบการณ์ของคนอื่น

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

1.มีความเชื่อมั่นในตัวผู้จัดโครงการฝึกอบรม จึงตั้งใจมาฝึกอบรมในหลักสูตรนี้

2.กระบวนการในการฝึกอบรมรูปแบบนี้ แตกต่างจากที่เคยอบรมมาที่เน้นวิทยากรบรรยาย แต่การฝึกอบรมนี้ ได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์กันได้มีโอกาสฝึกปฏิบัติและวิทยากรบรรยายโดยเน้นจากประสบการณ์มากกว่าทฤษฎี

3. วิทยากรด้านข่าวมีประสบการณ์สูง ทำให้ได้เห็นมุมมองต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ซึ่งบางเรื่องก็ไม่คิดว่าจะสามารถเป็นข่าวได้

4. บางหัวข้อเป็นเรื่องไกลตัวเกินไป เช่น การเป็นผู้ประกาศข่าว

5. ในการฝึกพูด ควรให้ทุกคนได้มีโอกาสฝึก เพื่อจะได้รับข้อเสนอแนะจากวิทยากรและจะได้นำมาปรับปรุงแก้ไข

6. ควรมีการแบ่งกลุ่มปฏิบัติหลาย ๆ กลุ่ม เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมทุกคนได้ฝึกปฏิบัติ

7. เอกสารประกอบการบรรยายดีมาก เพราะมีตัวอย่างประกอบ

8. ประทับใจ เพราะมีการมอบรางวัลให้กับผลงานของผู้เข้ารับการฝึกอบรมด้วย

9. ได้รับแนวคิด มุมมอง ประสบการณ์จากวิทยากรมืออาชีพ ซึ่งไม่ใช่โอกาสที่จะหาได้บ่อยนัก

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เป็นการศึกษาในลักษณะของการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ซึ่งมีความมุ่งหมายของการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดความมุ่งหมายของการวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลจำแนกตามเพศ อายุ ประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษา ประสบการณ์ในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา หน่วยงานที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์

2. เพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

3. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลมีขั้นตอน 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยมีวิธีการดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะงานที่นักประชาสัมพันธ์ต้องปฏิบัติและความสามารถในการประชาสัมพันธ์ หลังจากนั้นนำมาสังเคราะห์ เพื่อกำหนดเป็นกรอบในการจัดทำแบบสอบถามเพื่อประเมินความสามารถในการประชาสัมพันธ์

2. ศึกษาความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิด้านประชาสัมพันธ์โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในส่วนที่ 1 มาเป็นกรอบแนวคิดในการสัมภาษณ์

3. จัดทำร่างแบบสอบถามเพื่อประเมินความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

4. หาคุณภาพเครื่องมือโดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านประชาสัมพันธ์ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและนำแบบสอบถามไปทดลองใช้เพื่อนำมาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่น

5. นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง

6. นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เพื่อนำไปใช้ในการร่างหลักสูตร

ขั้นตอนที่ 2 การร่างหลักสูตรฝึกอบรม ผู้วิจัยจะนำผลจากการศึกษาในขั้นตอนที่ 1 มาจัดทำโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 5 ด้าน ทั้งนี้ เพื่อให้หลักสูตรสามารถตอบสนองต่อการปฏิบัติงานได้ทุกด้านและสามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้ในอนาคต โดยมีองค์ประกอบของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม ดังนี้ สภาพปัญหาและความจำเป็นของหลักสูตรฝึกอบรม หลักการของหลักสูตรฝึกอบรม จุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม และหน่วยการฝึกอบรม โดยในแต่ละหน่วยการฝึกอบรม ประกอบด้วย จุดประสงค์การเรียนรู้ เนื้อหาสาระการเรียนรู้ กิจกรรมการฝึกอบรม สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม และการวัดและประเมินผล

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม ผู้วิจัยจะนำโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตรประเมินความเหมาะสมและความสอดคล้องของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมและนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข ก่อนที่จะนำหลักสูตรไปทดลองใช้

ขั้นตอนที่ 4 การทดลองใช้และประเมินหลักสูตร ผู้วิจัยจะนำโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมที่ผ่านการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตรแล้ว มาทดลองใช้กับบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ จำนวน 40 คนโดยจัดฝึกอบรมเฉพาะด้านข่าวและด้านการพูด ซึ่งเป็นความสามารถในการประชาสัมพันธ์ที่จากการศึกษาพบว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (3.51) ใช้แบบแผนการทดลองแบบ One Group Pretest-Posttest Design โดยก่อนและหลังการฝึกอบรมได้มีการทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าวและด้านการพูด ด้วยแบบทดสอบ ชนิดเลือกตอบ 5 ตัวเลือก และหลังการฝึกอบรมได้มีการสอบถามความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรม

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามความมุ่งหมายของการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ สรุปผลการวิจัย มีดังนี้

1. ผลการศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามเพศ อายุ ประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษา ประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา หน่วยงานที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ พบว่า

1.1 จากการศึกษาความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พบว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านข่าวและด้านการพูดอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนด (3.51) พบว่า มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมไม่แตกต่างกับเกณฑ์ที่กำหนด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านข่าวและด้านการพูดต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ด้านภาพและด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ส่วนด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกับเกณฑ์ที่กำหนด

1.2 จากการเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำแนกตามเพศ อายุ ประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษา ประสบการณ์ในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา หน่วยงานที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ พบว่า

1.2.1 บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เพศชายและเพศหญิงมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

1.2.2 บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่อายุต่างกันมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

1.2.3 บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่ประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษาต่างกันมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

1.2.4 บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่ประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ต่างกันมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

1.2.5 บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่ระดับการศึกษาต่างกันมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

1.2.6 บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่สำเร็จการศึกษาในสาขาวิชาที่ต่างกันมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านข่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการพูด ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ พบว่า มีความสามารถไม่แตกต่างกัน

1.2.7 บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่ปฏิบัติงานด้านประชาสันพันธ์ในหน่วยงานต่างกันมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

2. ผลการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พบว่า หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีองค์ประกอบดังนี้

1) สภาพปัญหาและความจำเป็นของหลักสูตรฝึกอบรม

2) หลักการของหลักสูตรฝึกอบรม

3) จุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม

4) โครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรม

5) เนื้อหาของแต่ละหน่วยการเรียนรู้

6) กิจกรรมการฝึกอบรม

7) เทคนิคในการฝึกอบรม

8) สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม

9) การวัดและประเมินผลหลักสูตรฝึกอบรม

10) หน่วยการเรียนรู้ 5 หน่วยการเรียนรู้ ประกอบด้วย หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ด้านข่าว หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 ด้านการพูด หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 ด้านภาพ หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ หน่วยการเรียนรู้ที่ 5 ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ โดยในแต่ละหน่วยการเรียนรู้ ประกอบด้วย จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม เนื้อหาการเรียนรู้ กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรม สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรมของหน่วยการเรียนรู้ การวัดและประเมินผลของหน่วยการเรียนรู้

3. ผลการศึกษาประสิทธิผลของหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พบว่า

3.1 บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่เข้าฝึกอบรมหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าวและด้านการพูด มีค่าคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการประชาสัมพันธ์หลังฝึกอบรมสูงกว่าค่าคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการประชาสัมพันธ์ก่อนฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่เข้าฝึกอบรมหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าวและด้านการพูด มีความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก

อภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้ พบประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผล ตามความมุ่งหมายของการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

1.1 ผลการศึกษาความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

1.1.1 จากผลการวิจัยที่พบว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าวอยู่ในระดับปานกลางและต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ความสามารถด้านข่าวเป็นความสามารถในการเขียนที่จะต้องมีความรู้พื้นฐานก่อนการปฏิบัติและต้องได้รับการฝึกฝนจนเกิดความชำนาญ ซึ่งอาจเกิดจากการศึกษาหรือประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ แต่เนื่องจากบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ไม่ได้สำเร็จการศึกษาด้านประชาสัมพันธ์โดยตรง และมีประสบการณ์การทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ไม่นาน ประกอบกับในปัจจุบันบทบาทนักประชาสัมพันธ์มีขอบเขตเพิ่มมากขึ้นกว่าในอดีต จึงทำให้มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าวอยู่ในระดับปานกลาง แต่มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านอื่น ๆ อยู่ในระดับมาก ดังนั้น มหาวิทยาลัยจึงควรจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการเขียนข่าวให้แก่บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์โดยมีวิทยากรหรือผู้ช่วยวิทยากรสะท้อนผลงานและให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด ซึ่งจะช่วยทำให้บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มีความสามารถในการเขียนข่าวเพิ่มขึ้น ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดของพาลเมอร์ (Palmer: 1994) ซึ่งกล่าวว่า การเขียนจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ความคิดเวลา ประสบการณ์ความเชื่อมั่นในการนำเสนอแนวคิด ความสามารถในการอ่านและทำความเข้าใจ การทบทวนและทัศนคติที่ดีต่อการเขียน วิเคราะห์วิจารณ์สิ่งรอบ ๆ ตัว หรือมีประเด็นที่จะเขียนมากขึ้นและสอดคล้องกับงานวิจัยของ

ดวงกมล สวนทอง (2554: 54-55) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกสูงสุดกับความสามารถในการเขียนคือการได้รับการฝึกทักษะการเขียนและพบว่าผู้เรียนที่มีระดับสติปัญญาดีอยู่แล้วสามารถพัฒนาการเขียนของตนได้จากความคิดสร้างสรรค์และการอ่านแต่สาหรับผู้เรียนที่มีความสามารถทางปัญญาในระดับปานกลางหรือในกลุ่มที่เรียนอ่อนการได้รับรู้ว่าตนเองได้รับคำแนะนำด้านการเขียนมีความสำคัญอย่างมากในการช่วยส่งเสริมให้เขาสามารถสร้างสรรค์งานเขียนได้ดีขึ้น

1.1.2 จากผลการวิจัยที่พบว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการพูดอยู่ในระดับปานกลางและต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า งานของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์โดยส่วนใหญ่เป็นงานเบื้องหลังมากกว่าเบื้องหน้า อีกทั้งในมหาวิทยาลัยมีอาจารย์ซึ่งมีทักษะในการพูดที่ดีกว่า จึงทำให้บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ไม่ค่อยได้ปฏิบัติงานด้านการพูดมากนัก อีกทั้งบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ไม่ค่อยได้รับการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการพูด จึงทำให้มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการพูดอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น มหาวิทยาลัยจึงควรจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการพูดให้แก่บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ และเปิดโอกาสให้บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์สายสนับสนุนได้ใช้ความสามารถในการพูดมากขึ้น ซึ่งจะทำให้บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการพูดเพิ่มขึ้น ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดของผะอบ โปษะกฤษณะ (2541: 132) ที่กล่าวว่า การพูดจะสอนแต่หลักหรือทฤษฎีไม่ได้ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการฝึกฝน ผู้ที่ยังไม่เคยพูดจะพูดดีขึ้นถ้าได้พูดบ่อย ๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของนพรัตน์ ใจกาษา (2555) ที่พบว่า การพัฒนาความสามารถด้านการพูด โดยใช้การสอนแบบบทบาทสมมุติ ทำให้ผู้เรียนมีความสามารถด้านการพูดเพิ่มขึ้น

1.1.3 จากผลการวิจัยที่พบว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านภาพอยู่ในระดับมากและสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านภาพเป็นภารกิจหลักของงานประชาสัมพันธ์เป็นองค์ประกอบหลักที่จะนำใช้ในการผลิตสื่อต่าง ๆ และเป็นภารกิจที่บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ปฏิบัติอยู่เป็นประจำอีกทั้ง ในปัจจุบันมีอุปกรณ์ คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งสามารถบันทึกภาพได้ มีโปรแกรมในการตกแต่งภาพและสามารถเผยแพร่ภาพเพื่อประชาสัมพันธ์ได้ทันที จึงทำให้บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านภาพอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอุกฤษณ์ กาญจนเกตุ (2543: 22) ที่กล่าวว่า ความสามารถความชำนาญด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้บุคคลสามารถกระทำการหรืองดเว้นการกระทำในกิจการใด ๆ ให้ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว ซึ่งความสามารถเหล่านี้เกิดจากการเรียนรู้ ประสบการณ์การฝึกฝนและการปฏิบัติจนเป็นนิสัยและสอดคล้องกับงานวิจัยของจิดาภา แจ่มจันทร์ชนก (2554: 95)

ที่พบว่า ประสบการณ์ในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินงาน ที่พบว่า ประสบการณ์ในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน

1.1.4 จากผลการวิจัยที่พบว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมากและสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า มหาวิทยาลัยส่วนใหญ่จะออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์และมีหน่วยงานซึ่งมีเครื่องมือในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ สำนักพิมพ์ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ และในบางมหาวิทยาลัยมีคณะที่จัดการเรียนการสอนด้านการประชาสัมพันธ์ ทำให้มหาวิทยาลัยสามารถผลิตสื่อดังกล่าวได้เอง เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ ข่าวแจก ข่าวใต้ภาพ วีดีทัศน์ ฯลฯ และเนื่องจากสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สามารถให้รายละเอียดได้มาก เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวมเร็ว ทำให้เกิดการสร้างการรับรู้ จึงทำให้มหาวิทยาลัยเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อหลักในการประชาสัมพันธ์ ทำให้บุคลากรมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกิติมา สุรสนธิ (2557: 46-47) ที่กล่าวว่า บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียง บางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ดังนั้น ข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทางต่าง ๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของ ผู้รับสาร จะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร และสอดคล้องกับงานวิจัยของอภันพร กงประเวชนนท์ (2539: บทคัดย่อ) ที่พบว่า มหาวิทยาลัยทั้งของรัฐและเอกชนส่วนใหญ่ นิยมใช้สื่อที่สามารถผลิตได้เอง เพื่อความสะดวกในการผลิต เผยแพร่ รวมทั้งสอดคล้องกับศักยภาพของบุคลากรและงบประมาณ มณีวงษ์ หอมหวาน (2556: 134) ที่พบว่า การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจการเพื่อสังคมจากสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์บนเว็บไซต์ส่งผลบวกต่อทัศนคติการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า วิภาวี อัครบวร (2552: 94) ที่พบว่า การรับรู้กิจกรรมทางการตลาดของภาครัฐ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของของภาครัฐ และสุขพร มาฆะสกุลเจริญ และอรนุช เลิศจรรยารักษ์ (2543: บทคัดย่อ) ที่พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั้งเชิงลึกและเชิงกว้าง โดยพิจารณาถึงคุณสมบัติและประเภทของสื่อ ได้แก่ ความรวดเร็ว ความคงทน และ สามารถเปิดรับการเผยแพร่ได้อย่างสะดวก สื่อหลักที่นิยมใช้ ได้แก่สื่อมวลชนประเภท หนังสือพิมพ์ และสื่อเฉพาะกิจประเภทแผ่นพับ จดหมายข่าว และโปสเตอร์โดยสื่อที่นักศึกษาส่วนใหญ่ให้ ความสำคัญในการแสวงหาข้อมูล คือ แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ ครู อาจารย์และเพื่อนร่วมงาน

1.1.5 จากผลการวิจัยที่พบว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ใน

ระดับมากและสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ถือเป็นเป้าหมายที่สำคัญของงานประชาสัมพันธ์ของทุกหน่วยงานทำให้บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ปฏิบัติงานด้านนี้อยู่เป็นประจำอีกทั้งในปัจจุบัน มหาวิทยาลัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด (Marketing Public Relations) มาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น จึงทำให้บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของแฮริส (Harris. 1998: 21) ที่กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด (Marketing Public Relations) เป็นการใช้กลยุทธ์และกลวิธีของการประชาสัมพันธ์เพื่อบรรจุวัตถุประสงค์ทางการตลาด จุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด คือ การสร้างความตระหนัก กระตุ้นยอดขาย ทำให้การสื่อสารสะดวกขึ้น รวมทั้งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า บริษัท และตราสินค้า และวิรัช อภิรัตนกุล (2544: 61) ที่กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด (Marketing Public Relations) เป็นการใช้เครื่องมือและเทคนิคของการประชาสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนการตลาดและวัตถุประสงค์การขายขององค์กรธุรกิจ ตลอดจนใช้การประชาสัมพันธ์เป็นกิจกรรมในการสนับสนุนหน้าที่การตลาด และสอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาวี อนุพันธ์พิศิษฐ์ และคณะ (ม.ป.ป.) ที่พบว่า การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ถือเป็นกิจกรรมพิเศษที่ได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย และมีประสิทธิผลในการประชาสัมพันธ์ในระดับมาก

1.2. ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

1.2.1 จากผลการวิจัยที่พบว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เพศชายและหญิงมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ลักษณะของงานประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีความหลากหลายมากกว่าในอดีตที่มุ่งเน้นในเรื่องของการสร้างภาพลักษณ์และการให้ข้อมูล หากบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ไม่ว่าชายหรือหญิงมีความมุ่งมั่น ทุ่มเท เอาใจใส่ พยายามเรียนรู้งานด้านพระชาสัมพันธ์ ก็จะสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของไรอันและสมิท (Ryan; & Smith. อ้างอิงใน เรืองอุไร ช่วยชู. 2540: 8) ที่กล่าวว่า ประสิทธิภาพของบุคคลมีความสัมพันธ์ในแง่บวกกับสิ่งที่ทุ่มเทให้กับงาน ซึ่งประสิทธิภาพในการทำงานั้น มองจากแง่มุมของการทำงานของแต่ละบุคคล โดยพิจารณาเปรียบเทียบกับสิ่งที่ให้กับงาน เช่น ความพยายาม กำลังคน กับผลลัทธ์ที่ได้รับจากงานนั้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของทัณฑกานต์ ดวงรัตน์ (2553: 124) ที่พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์ต่อบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ กัญญา สิริสกุล (2553: 80) ที่พบว่า เพศต่างกันมีผลต่อบทบาทการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์โดยรวมงานด้านเทคนิคและงานด้านบริหารไม่แตกต่างกัน รณภพ นพสุวรณ (2555: 77) ที่พบว่า เพศไม่ได้เป็นข้อกำหนดว่านักประชาสัมพันธ์

เพศชายหรือนักประชาสัมพันธ์เพศหญิงสามารถทำงานได้ดีกว่ากัน อนุรักษ์ สันติโชค (2552: บทคัดย่อ) ที่พบว่า เพศ อายุ ตำแหน่ง สถานภาพที่แตกต่างกัน มีประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ไม่แตกต่างกัน และจันทร์นภา วงศ์ศรีภูมิเทศ และณกมล จันทร์สม (2557: 234) ที่พบว่า เพศและอายุที่ต่างกัน มีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานไม่แตกต่างกัน และกุลสตรี เสนาปิน และชวรัญญ์ กิตติจันทร์เมธี (2553: 96-98) ที่พบว่า เพศ อายุของพนักงานและอายุการทำงานของพนักงานต่างกัน ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการลงทะเบียนและตรวจสอบผู้โดยสารขาออกระหว่างประเทศไม่แตกต่างกัน

1.2.2 จากผลการวิจัยที่พบว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่อายุต่างกันมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ซึ่งมีอายุต่างกัน แต่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ใกล้เคียงกัน เนื่องจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง ได้เปลี่ยนสถานะภาพเป็นมหาวิทยาลัยพร้อมกัน จึงทำให้บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มีประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์ใกล้เคียงกัน อีกทั้งสภาพแวดล้อมในการทำงานก็มีบริบทเหมือนกัน ดังนั้น แม้ว่าอายุจะแตกต่างกัน จึงทำให้ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเซอร์โต (Certo. 2000: 282-286) ที่กล่าวว่า นอกเหนือปัจจัยส่วนบุคคลซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่จะส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานแล้ว ยังต้องประกอบด้วยปัจจัยอีก 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยด้านโครงสร้างองค์กร ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยย่อย คือ ปัจจัยด้านนโยบายและปัจจัยด้านการบริหารจัดการ 2) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และสอดคล้องกับงานวิจัยของทัณฑกานต์ ดวงรัตน์ (2553: 124) ที่พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์ต่อบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ในด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ ด้านเทคนิคการสื่อสาร ด้านการเป็นตัวแทน-โฆษกองค์กรในองค์กรภาครัฐ กัญญา สิริสกุล (2553: 83) ที่พบว่า อายุต่างกันมีผลต่อบทบาทการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์โดยรวมงานด้านเทคนิคและงานด้านบริหารไม่แตกต่างกัน อนุรักษ์ สันติโชค (2552: บทคัดย่อ) ที่พบว่า เพศ อายุ ตำแหน่ง สถานภาพที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ไม่แตกต่างกัน จันทร์นภา วงศ์ศรีภูมิเทศ และณกมล จันทร์สม (2557: 234) ที่พบว่า เพศและอายุที่ต่างกัน มีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานไม่แตกต่างกัน และกุลสตรี เสนาปิน และชวรัญญ์ กิตติจันทร์เมธี (2553: 96-98) ที่พบว่า เพศ อายุของพนักงานและอายุการทำงานของพนักงานต่างกันส่งผลให้ประสิทธิภาพลงทะเบียนและตรวจสอบผู้โดยสารขาออกไม่แตกต่างกัน

1.2.3 จากผลการวิจัยที่พบว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่ประสบการณ์การทำงานในสถาบันอุดมศึกษาต่างกันมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า งานที่บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ปฏิบัติอยู่เดิม ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์โดยตรง เนื่องจากบุคลากรส่วนใหญ่เป็น

บุคลากรสายวิชาการที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์อีกหน้าที่หนึ่ง จึงทำให้บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ขาดความชำนาญในการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของบารอนและอาร์มสตอง (Baron; & Armstrong. 2007) ที่กล่าวว่า ความชำนาญในงานเกิดจากประสบการณ์ในการทำงานนั้น ๆ ด้วยความชำชอง คล่องแคล่ว และวิจารณ์ พานิช (2548: 90-98) ที่กล่าวว่า ความรู้ ความชำนาญในตัวบุคคล นับว่าเป็นทุนหรือทรัพย์สินที่มีค่าขององค์กร เมื่อนำทุนมนุษย์ที่มีอยู่ในแต่ละคนมารวมประสานประโยชน์ หรือผนึกพลังเข้าด้วยกัน จะเกิดภาพรวมของทรัพยากรบุคคลที่ทำให้เห็นเป้าหายแห่งความสำเร็จได้อย่างชัดเจน และสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑามาศ ลิ้มไพบูลย์ (2542: 174) ที่พบว่า ประสบการณ์ในการทำงานประสบการณ์การฝึกอบรมสัมมนาด้านความรู้อื่นๆและประสบการณ์การอบรมสัมมนาในต่างประเทศต่างกันมีผลต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน รัตน์ชนก จันยัง (2556: 91) ที่พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกัน มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานไม่แตกต่างกัน และกุลสตรี เสนาปิน และชวรัญญ์ กิตติจันทร์เมธี (2553: 96-98) ที่พบว่า เพศ อายุของพนักงานและอายุการทำงานของพนักงานต่างกันส่งผลให้ประสิทธิภาพในการลงทะเบียนและตรวจสอบผู้โดยสารขาออกระหว่างประเทศไม่แตกต่างกัน

1.2.4 จากผลการวิจัยที่พบว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่ประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ต่างกันมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ลักษณะของงานประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการแตกต่างจากงานประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชนที่จะใช้กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยงานประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการเป็นเพียงการประชาสัมพันธ์ขั้นพื้นฐาน เป็นงานประจำที่ทำซ้ำ ๆ เน้นการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมากกว่าภาคนอก หรืออาจเป็นเพราะว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการไม่ค่อยได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านประชาสัมพันธ์ จึงทำให้บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งหากบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ได้รับพัฒนาศักยภาพด้านประชาสัมพันธ์แล้ว อาจทำให้มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ที่สูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของรุจินันท์ เอื้อพิทักษ์สกุล (2550: 112) กล่าวว่า การมีประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์จะช่วยให้นักประชาสัมพันธ์ไม่เสียเวลาในการทำงานเพื่อที่จะเรียนรู้งานใหม่ และจะช่วยให้นำประสบการณ์ที่ตนมีอยู่มาประยุกต์ใช้ในการทำงานได้อย่างดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของอภันพร กงประเวชนนท์ (2539: บทคัดย่อ) ที่พบว่า มหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนเน้นให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ภายในมากกว่าการประชาสัมพันธ์ภายนอก ทัณฑกานต์ ดวงรัตน์ (2553: 124) ที่พบว่า ประสบการณ์ในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์ต่อบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์

ในด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ด้านเทคนิคการสื่อสารด้านการเป็นตัวแทน-โฆษกองค์กรในองค์กรภาครัฐ รุจินันท์ เอื้อพิทักษ์สกุล (2550: 176-187) ที่พบว่า คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ที่องค์การธุรกิจต้องการมากที่สุด คือ ด้านความสามารถ ด้านความคิด ด้านบุคลิกภาพและด้านความรู้ ส่วนด้านประสบการณ์เป็นคุณสมบัติลำดับสุดท้ายที่องค์การธุรกิจต้องการ และกุลสตรี เสนาปิน และชวรัญญ์ กิตติจันทร์เมธี (2553: 96-98) ที่พบว่า เพศ อายุของพนักงานและอายุการทำงานของพนักงานต่างกัน ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการลงทะเบียนและตรวจสอบผู้โดยสารขาออกระหว่างประเทศไม่แตกต่างกัน

1.2.5 จากผลการวิจัยที่พบว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่ระดับการศึกษาต่างกันมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่เป็นบุคลากรสายวิชาการที่สำเร็จการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ซึ่งการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาเป็นการจัดการศึกษาขั้นสูงที่สอนให้ผู้เรียนได้คิดวิเคราะห์ แสวงหาความรู้ หาแนวทางในการแก้ปัญหา ดังนั้น จึงทำให้บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มีความคิด วิธีการแก้ไขปัญหาไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (2552: 2-3) ที่ได้กำหนดปรัชญาการอุดมศึกษาไทยว่า ภารกิจของมหาวิทยาลัย/สถาบันอุดมศึกษา เพื่อมุ่งผลิตบัณฑิตทุกระดับ ให้ได้รับคุณวุฒิเป็นที่ยอมรับในระบบการอุดมศึกษาที่เป็นสากล มีคุณธรรม จริยธรรม มีวัฒนธรรมและอายธรรมที่เป็นสากล มีความสนใจใฝ่รู้อย่างต่อเนื่อง สามารถอภิปรายโต้ตอบด้วยเหตุผลที่ยอมรับได้ รู้และเข้าใจ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ปัญหา เพื่อให้ได้คำตอบที่มีเหตุผล เป็นตัวอย่างของผู้มีความรู้ มีความมุ่งมั่นและมีส่วนร่วมในสังคมประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข และสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑามาศ ลิ้มไพบูลย์ (2542: 173) ที่พบว่า ระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน กัญญา สิริสกุล (2553: 86) ที่พบว่า ระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อบทบาทการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์โดยรวมงานด้านเทคนิคและงานด้านบริหารไม่แตกต่างกันและรัตน์ชนก จันยัง (2556: 91) ที่พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานไม่แตกต่างกัน

1.2.6 จากผลการวิจัยที่พบว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่สำเร็จการศึกษาในสาขาวิชาที่ต่างกันมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการพูด ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ พบว่า มีความสามารถไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้สำเร็จการศึกษาด้านประชาสัมพันธ์ (นิเทศศาสตร์/วารสารศาสตร์/สื่อสารมวลชน/ประชาสัมพันธ์) จะมีองค์ความรู้ทฤษฎีหลักการที่เกี่ยวกับด้านข่าวและได้มีโอกาสในการฝึกปฏิบัติ

ด้านข่าวซึ่งเป็นทักษะเฉพาะของวิชาชีพที่ได้มาจากการเรียนมากกว่าผู้ที่ไม่ได้สำเร็จการศึกษาด้านประชาสัมพันธ์ จึงทำให้บุคลากรที่สำเร็จการศึกษาด้านประชาสัมพันธ์มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าวมากกว่าบุคลากรที่ไม่ได้สำเร็จการศึกษาด้านประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเบอร์เนย์ (Bernays อ้างอิงใน รวิวงศ์ ศรีทองรุ่ง. 2543: 93) ผู้บุกเบิกทางด้านการประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ ที่กล่าวว่า นักประชาสัมพันธ์ควรเป็นผู้ได้ศึกษามาทางสาขาสื่อมวลชนและการประชาสัมพันธ์ หรือได้ศึกษาอบรมเรียนรู้ในกลไกของการประชาสัมพันธ์มาดีพอ และสอดคล้องกับงานวิจัยของกุลธิดา ธรรมวิภัชน์ (2542: 349) ที่พบว่า วิชาชีพประชาสัมพันธ์ต้องการบุคลากรที่มีพื้นฐานการศึกษาระดับปริญญาตรี ถ้าจบทางด้านนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์จะดีมาก รุจินันท์ เอื้อพิทักษ์สกุล (2550: 110) ที่พบว่า องค์การธุรกิจในประเทศไทยต้องการนักประชาสัมพันธ์ที่มีพื้นฐานการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์โดยตรง เพราะผู้ที่สำเร็จการศึกษาด้านนี้ได้รับการฝึกทักษะในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์มาแล้ว สามารถทำให้เรียนรู้และเข้าใจได้รวมเร็วกว่าผู้ที่ไม่ได้สำเร็จการศึกษาด้านนี้ สำหรับผู้ที่ไม่ได้สำเร็จการศึกษาทางด้านการประชาสัมพันธ์โดยตรง ควรได้รับการฝึกอบรมหรือควรมีประสบการณ์ในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์มาก่อน และทัณฑกานต์ ดวงรัตน์ (2553: 124) ที่พบว่า สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษามีความสัมพันธ์ต่อบทบาทในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ในด้านเทคนิคการสื่อสาร

1.2.7 จากผลการวิจัยที่พบว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานที่ต่างกันมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ทุกหน่วยงานมีภารกิจที่ต้องประชาสัมพันธ์หน่วยงานของตนเอง ทำให้ลักษณะงานที่ต้องปฏิบัติมีการกำหนดภาระงาน อำนาจหน้าที่อย่างชัดเจน ดังนั้น บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ ซึ่งไม่ว่าจะปฏิบัติงานอยู่ในหน่วยงานใด จึงต้องปรับตัวให้เข้ากับงานในหน้าที่ จึงทำให้มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพาร์มอนดอน (Plamondon. 2000: 612 อ้างอิงในสวยสม ทิพยธร. 2552: 36-37) ที่กล่าวว่า ปัจจุบันองค์การต่าง ๆ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้พนักงานจำเป็นต้นปรับตัวเพื่อให้สามารถทำงานอยู่ในองค์การต่อไปได้ ซึ่งพาร์มอนดอน ได้แบ่งกลุ่มความสามารถในการปรับตัวในงานเป็น 8 กลุ่ม คือ ความสามารถในการจัดการกับภาวะที่ฉุกเฉิน ความสามารถในการจัดการกับความเครียด ความสามารถในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ความสามารถในการจัดการกับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน ความสามารถในการเรียนรู้งาน ความสามารถในการติดต่อปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรม และความสามารถในการปรับตัวทางกายภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑามาศ ลิ้มไพบูลย์ (2542: 175) ที่พบว่า สถานภาพหน่วยงานประชาสัมพันธ์ต่างกันมีผลต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน และกัญญา สิริสกุล

(2553: 91) ที่พบว่า ประเภทขององค์กรที่ต่างกันมีผลต่อบทบาทการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์โดยรวมงานด้านเทคนิคและงานด้านบริหารไม่แตกต่างกัน

2. ผลการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พบว่า หลักสูตรมีความเหมาะสม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า

2.1 ผู้วิจัยได้พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมโดยเริ่มจากการสำรวจความต้องการจำเป็นในการฝึกอบรม เพื่อนำมากำหนดเป็นกรอบและเนื้อหาสาระของหลักสูตร จึงทำให้หลักสูตรตรงกับความต้องการของผู้เข้ารับการฝึกอบรมซึ่งเป็นไปตามขั้นตอนการสร้างหลักสูตรฝึกอบรมของซิลเบอร์แมน (Silberman. 1998: 15-16) บัคเลย์และคาเปิล (Buckley; & Cable. 2009) วิชัย วงษ์ใหญ่ (2554: 70) ธำรง บัวศรี (2542: 152) พัฒนา สุขประเสริฐ (2541: 27) และสอดคล้องกับแบดเดอร์และบลูม (1994: 24-31) ที่เสนอแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการฝึกอบรมที่ส่งผลสูงสุด (High Impact Training Model) โดยขั้นตอนแรกคือการวิเคราะห์ความต้องการการฝึกอบรม และฟิชเชอร์ สโกนเฟลด์และชอร์ (Fisher; Schoenfeldt; & Shaw. 1998: 356 - 359) ที่ได้กล่าวว่าปัจจัยหนึ่งของการฝึกอบรมให้ประสบความสำเร็จได้แก่การพิจารณาความต้องการจำเป็นของผู้ปฏิบัติงานและสิ่งที่จะต้องเตรียมในการจัดอบรม ดังนั้น ความสำเร็จของการฝึกอบรมจึงเริ่มต้นด้วยการประเมินความต้องการจำเป็นในการฝึกอบรมและสอดคล้องกับงานวิจัยของเสถียร แป้นเหลือ (2550: 89-90) นรินทร์ สุทธิศักดิ์ (2550: 77-78) บัณฑิต ตั้งประเสริฐ (2551: 51-64) วุฒิศักดิ์ พิศสุวรรณ (2553: 112-113) ธนมพัชร์ สิมากร (2553: 113) สมใจ กงเติม (2554: 146-147) วุฒิพงษ์ ทองก้อน (2554: บทคัดย่อ) และพงศ์ยุทธ์ จั่นทอง (2554: 73-80) ที่มีการประเมินความต้องการจำเป็นก่อนการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม

2.2 ผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบคุณภาพหลักสูตรฝึกอบรม โดยนำหลักสูตรไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตรตรวจสอบคุณภาพของหลักสูตร ซึ่งเป็นไปตามวิธีการที่สุนีย์ เหมะประสิทธิ์ (2539: 122-123) กรมวิชาการ (2540: 43) และพรรณี ลีกิจวัฒนะ (2550: 105) และสอดคล้องกับงานวิจัยของเสถียร แป้นเหลือ (2550: 89-90) นรินทร์ สุทธิศักดิ์ (2550: 77-78) บัณฑิต ตั้งประเสริฐ (2551: 51-64) วุฒิศักดิ์ พิศสุวรรณ (2553: 112-113) ธนมพัชร์ สิมากร (2553: 113) สมใจ กงเติม (2554: 146-147) วุฒิพงษ์ ทองก้อน (2554: บทคัดย่อ) และพงศ์ยุทธ์ จั่นทอง (2554: 73-80) ที่ได้ตรวจสอบคุณภาพหลักสูตรฝึกอบรมก่อนนำไปทดลองใช้

2.3 หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีองค์ประกอบของหลักสูตรฝึกอบรมครบถ้วนตามแนวคิดของธำรง บัวศรี (2542) ที่กล่าวว่า องค์ประกอบของหลักสูตรที่สำคัญ ประกอบด้วย

เป้าประสงค์และนโยบายการศึกษา จุดหมายของหลักสูตร รูปแบบและโครงสร้างหลักสูตร จุดประสงค์ของวิชา เนื้อหา จุดประสงค์ของการเรียนรู้ ยุทธศาสตร์การเรียนการสอน การประเมินผล วัสดุหลักสูตรและสื่อการเรียนการสอน และสอดคล้องกับงานวิจัยของเสถียร แป้นเหลือ (2550: 89-90) นรินทร์ สุทธิศักดิ์ (2550: 77-78) บัณฑิต ตั้งประเสริฐ (2551: 51-64) วุฒิศักดิ์ พิศสุวรรณ (2553: 112-113) ธนมพัชร์ สิมากร (2553: 113) สมใจ กงเติม (2554: 146-147) วุฒิพงษ์ ทองก้อน (2554: บทคัดย่อ) และพงศ์ยุทธ์ จั่นทอง (2554: 73-80) ที่หลักสูตรฝึกอบรมมีองค์ประกอบคล้ายคลึงกัน

3. ผลการศึกษาประสิทธิผลของหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่พบว่า

3.1 ค่าคะแนนเฉลี่ยจากการทดสอบหลังการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมสูงกว่าก่อนทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า

3.1.1 แบบทดสอบที่ใช้ในการประเมินประสิทธิผลของหลักสูตรฝึกอบรมที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นได้มีการตรวจสอบคุณภาพตามหลักการสร้างเครื่องมือ โดยได้มีการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถาม ค่าความยากง่าย ค่าอำนาจจำแนก และค่าความเชื่อมั่น จึงทำให้เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินประสิทธิผลของหลักสูตรมีคุณภาพ ซึ่งสมนึก ภัททิยธานี (2549: 67) กล่าวว่า แบบทดสอบนับเป็นเครื่องมือวัดที่มีคุณค่าและสำคัญที่สุด แต่ทั้งนี้ แบบทดสอบที่จะนำไปใช้จะต้องมีคุณภาพ ลักษณะของแบบทดสอบที่ดีจะต้องมีลักษณะที่สำคัญ 5 ประการ ได้แก่ ความเที่ยงตรง ความเชื่อมั่น ความเป็นปรนัย อำนาจจำแนก และความยาก ซึ่งสอดคล้องกับพิสณุ ฟองศรี (2551: 131) ได้กล่าวว่า ลักษณะที่สำคัญที่สุดของเครื่องมือที่จะใช้วัดมี 4 ประการ ได้แก่ ความตรง ความเที่ยง ความยากและอำนาจจำแนก และพรรณี ลีกิจวัฒนะ (2550: 116) ได้กล่าวว่า คุณภาพของเครื่องมือวัดที่สำคัญ ได้แก่ ความเที่ยงตรง ความเชื่อถือได้ ความยากง่าย และอำนาจจำแนก และสอดคล้องกับงานวิจัยของเสถียร แป้นเหลือ (2550: 116-117) ธนมพัชร์ สิมากร (2553: 113) สมใจ กงเติม (2554: 146-147) วุฒิพงษ์ ทองก้อน (2554: บทคัดย่อ) พงศ์ยุทธ์ จั่นทอง (2554: 73-80) นัฐวัฒน์ ภัทรกรนันท์ (2555: บทคัดย่อ) และวิไลลักษณ์ แก้วจินดา (2556: บทคัดย่อ) ที่ได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือและพบว่า ผู้เข้าฝึกอบรมมีค่าคะแนนเฉลี่ยหลังการฝึกอบรมสูงกว่าก่อนการฝึกอบรม

3.1.2 ขั้นตอนการเรียนรู้ของหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลได้ใช้ทฤษฎีการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (The Theory of Experiential Learning) ของคอล์ป (Kolb) ซึ่งมี 4 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นประสบการณ์ 2) ขั้นการสะท้อนและการอภิปราย 3) ขั้นความคิดรวบยอด และ 4) ขั้นการทดลอง/การประยุกต์ แนวคิด มีความเหมาะสมกับผู้เข้ารับการฝึกอบรม เนื่องจากผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีประสบการณ์ในการทำงานด้านนั้น ๆ มาก่อน ซึ่งจอห์นสันและจอห์นสัน (Johnson; & Johnson.

1994: 60) กล่าวว่า การเข้ากลุ่มฝึกอบรมโดยการเรียนรู้จากประสบการณ์ ได้ปฏิบัติด้วยตนเอง ได้ไตร่ตรอง และได้ใช้ทักษะการทำงานกลุ่ม สามารถช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้มากขึ้นและสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (2552: 111) ได้อธิบายว่า การจัดกิจกรรมการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ ควรคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลของผู้ใหญ่ และควรจะอาศัยข้อดีของการมีประสบการณ์ของผู้ใหญ่ และทำให้ประสบการณ์นั้นมีคุณค่าโดยการใช้เทคนิคฝึกอบรมต่าง ๆ ซึ่งเน้นการเรียนรู้โดยอาศัยประสบการณ์ (Experiential Techniques) ทำให้ผู้เรียนได้มีโอกาสผสมผสานความรู้ใหม่กับประสบการณ์เดิมที่มีอยู่ ทำให้การเรียนรู้ที่ได้รับใหม่นั้นมีความหมายเพิ่มเติมขึ้นอีก เช่น วิธีการอภิปรายกลุ่ม กิจกรรมการแก้ปัญหา กรณีศึกษา และเทคนิคการฝึกอบรมโดยอาศัยกระบวนการกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเสถียร แป้นเหลือ (2550: 116-117) นัฐวัฒน์ ภัทรกรนันท์ (2555: บทคัดย่อ) และวิไลลักษณ์ แก้วจินดา (2556: บทคัดย่อ) ที่ใช้รูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์และพบว่า ผู้เข้าฝึกอบรมมีค่าคะแนนเฉลี่ยหลังการฝึกอบรมสูงกว่าก่อนการฝึกอบรม

3.2 ความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า

3.2.1 ผู้วิจัยได้ใช้กิจกรรมและวิธีการเรียนรู้ในแต่ละหน่วยการเรียนรู้ที่หลากหลาย ได้แก่ การอภิปรายกลุ่ม การวิพากษ์ผลงานและผลการฝึกปฏิบัติ การบรรยายเชิงประสบการณ์ การสาธิตการฝึกปฏิบัติ การแสดงบทบาทสมมุติ จึงทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน และเกิดองค์ความรู้ใหม่ ซึ่งเฮนสัน (Henson. 1995: 235) ที่กล่าวว่า กิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายจะช่วยทำให้ผู้เรียนสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ จงกลนี ชุติมาเทวินทร์ (2542: 141) กล่าวว่า เทคนิคในการฝึกอบรมเป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้การฝึกอบรมประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย เทคนิควิธีที่นำมาใช้ในการฝึกอบรมจะต้องสอดคล้องกับองค์ประกอบต่าง ๆ ของการฝึกอบรมและต้องมีวิธีดำเนินการที่เป็นขั้นตอนเป็นระบบ ซึ่งจะช่วยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้รับความรู้และประสบการณ์ตรงตามเป้าหมายของการฝึกอบรม และชูชัย สมิทธิไกร (2556: 171) ที่กล่าวว่า เทคนิคการฝึกอบรมที่หลากหลายจะช่วยให้เกิดการเรียนรู้หรือการเปลี่ยนแปลงความรู้เพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริพงษ์ เศาภายน (2545: 138) และพจนีย์ มั่งคั่ง (2549: 98) ที่พบว่า การพัฒนาหลักสูตรที่มีขั้นตอนตามหลักการและมีการจัดกิจกรรมหลากหลายจะช่วยให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

3.2.2 วิทยากรเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ โดยผู้วิจัยได้เชิญสื่อมวลชน ซึ่งมีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ในการทำงานด้านข่าวและด้านการพูด ได้รับรางวัลภาพข่าวยอดเยี่ยม และมีใบอนุญาตการเป็นผู้ประกาศ เป็นผู้ประสบความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน สามารถถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ให้แก่ผู้เข้าฝึกอบรมได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้จัดประชุมชี้แจงกระบวนการและรูปแบบการฝึกอบรมให้วิทยากรทราบก่อนการฝึกอบรม จึงทำให้วิทยากร

มีความเข้าใจในกระบวนการและรูปแบบการฝึกอบรมเป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวิชัย วงษ์ใหญ่ (2554: 62) ที่กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้หลักสูตรมีประสิทธิภาพ คือ ความรู้ ความสามารถ และเจตคติที่ดีต่อหลักสูตรของผู้สอน และสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชราภา พรมนิล (2554: บทคัดย่อ) ที่พบว่า วิทยากรเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้การฝึกอบรมมีประสิทธิผล

3.2.3 บรรยากาศในการฝึกอบรมเป็นไปด้วยความเป็นกันเอง เพราะวิทยากรเป็นที่รู้จักคุ้นเคย ในการอภิปรายและวิพากษ์งาน วิทยากรและผู้เข้ารับการฝึกอบรมต่างรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน จึงทำให้เกิดบรรยากาศการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเดวิส (Davis. 1977: 26) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ในบรรยากาศที่เป็นกันเอง มีการปรึกษาหารือแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และความรู้สึกซึ่งกันและกัน มีการให้คำชี้แนะจะช่วยเสริมสร้างเจตคติที่ดีต่อสิ่งที่เรียนรู้ วิชัย วงษ์ใหญ่ (2554) ที่กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้หลักสูตรมีประสิทธิภาพ คือ บรรยากาศที่เอื้อต่อการแสวงความรู้ซึ่งผู้สอนเป็นบุคคลที่มีบทบาทในการสร้างบรรยากาศของการเรียนรู้ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอันมีอิทธิพลและส่งผลต่อการเรียนรู้ ทั้งทางด้านความรู้ความสามารถและคุณลักษณะค่านิยม ช่วยพัฒนาผู้เรียนให้มีทัศนะอันกว้างต่อไป และสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (2552: 112) ได้อธิบายว่า ผู้ใหญ่จะเรียนรู้ได้ดีกว่าในบรรยากาศที่มีการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งทางกายภาพ และมีบรรยากาศของการยอมรับในความแตกต่างในทางความคิดและประสบการณ์ที่แตกต่างกันของแต่ละคน มีความเคารพซึ่งกันและกัน มีอิสรภาพและการสนับสนุนให้มีการแสดงออก และมีความเป็นกันเอง มากกว่าบังคับด้วยระเบียบกฎเกณฑ์ต่า ง ๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของจันทร์ โกศล และคนอื่น ๆ (2556: 42) ที่พบว่าการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ในบรรยากาศที่เป็นกันเอง ทำให้ผู้เข้ารับการอบรมมีเจตคติที่ดีต่อการฝึกอบรม และทำให้หลักสูตรหลังการฝึกอบรมสูงกว่าก่อนการฝึกอบรมเพิ่ม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 หลักสูตรฝึกอบรมนี้พัฒนาขึ้นมาจากผลการศึกษาความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล 9 แห่ง ดังนั้น ก่อนที่จะนำหลักสูตรฝึกอบรมไปใช้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแต่ละแห่งควรศึกษาความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในหน่วยงานของตนเองก่อนว่ายังขาดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ในด้านใด

1.2 เนื่องจากหลักสูตรฝึกอบรมนี้เป็นการฝึกอบรมโดยใช้รูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning Method) ของคอล์ป (Kolb. 1984: 27-49) ซึ่งเหมาะกับผู้เข้ารับ

การฝึกอบรมที่มีประสบการณ์ดังนั้น การคัดเลือกผู้เข้ารับการฝึกอบรมโดยใช้หลักสูตรนี้ จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง

1.3 ผู้จัดฝึกอบรมโดยใช้หลักสูตรฝึกอบรมนี้ ควรศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดและขั้นตอนของทฤษฎีการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ แนวคิด หลักการ กระบวนการฝึกอบรม การวัดและประเมินผล เพื่อให้การฝึกอบรมมีประสิทธิผลสูงสุด

1.4 เนื่องจากหลักสูตรฝึกอบรมนี้มุ่งเน้นให้ผู้เข้าฝึกอบรมมีความรู้และความสามารถในการประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นพฤติกรรมหรือการแสดงออกที่สามารถตอบสนองต่อการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ได้อย่างคล่องแคล่ว ดังนั้น ในการฝึกอบรมจึงควรให้ผู้เข้าฝึกอบรมทุกคนมีโอกาสฝึกปฏิบัติในทุกด้าน

1.5 จากผลการสำรวจความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมซึ่งพบว่า ความพึงพอใจด้านวิทยากรสูงกว่าด้านหลักสูตร แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของวิทยากร ดังนั้น ในการนำหลักสูตรฝึกอบรมไปใช้ ควรเลือกวิทยากรที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสม

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลในภาพรวม ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป จึงควรจะศึกษาความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแต่ละแห่งเพื่อที่มหาวิทยาลัยแต่ละแห่งจะได้ในนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาบุคลากรต่อไป

2.2 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลเท่านั้น ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาว่าปัจจัยใดที่จะช่วยส่งเสริมให้บุคลากรมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์เพิ่มสูงขึ้น และควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความสามารถที่มีอยู่กับระดับความคาดหวัง เพื่อที่จะได้นำผลการวิจัยมาพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถสูงขึ้นตามความคาดหวัง

2.3 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาความสามารถในการประชาสัมพันธ์ซึ่งที่เป็นความสามารถเฉพาะด้านของนักประชาสัมพันธ์เท่านั้น ดังนั้น ในการพัฒนาหลักสูตรครั้งต่อไป ควรมีการพัฒนาหลักสูตรเพื่อเสริมสร้างความสามารถพื้นฐานที่จำเป็นต้องมีอยู่ในวิชาชีพ เช่น ความสามารถในการบริหารจัดการงานที่รับผิดชอบ ความสามารถในการวางแผน ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ฯลฯ เพิ่มเติมด้วย

2.4 การวิจัยนี้เป็นการวัดความรู้และความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล หลังสิ้นสุดการฝึกอบรม ดังนั้น ควรมีการศึกษาเพื่อติดตามผลความสามารถในการประชาสัมพันธ์ (Follow Up Study)

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ. (2540). *การประเมินผลจากสภาพจริง.* กรุงเทพฯ: คุรุสภา.

กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. (2543). *คู่มือการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วม.* กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนาสุขภาพจิต.

กฤษณพงศ์ กีรติกร. (2553). *วิกฤติ กระบวนทัศน์ มโนทัศน์ เพื่อการปฏิรูปการศึกษา*. กรุงเทพฯ. ภาพพิมพ์.

กฤษณีย์ อุทุมพร. (2541). *การพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมการสร้างเครื่องมือสอบมาตรฐานฝีมือนักเรียน หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2538 ระบบทวิภาค.* ปริญญานิพนธ์ กศ.ด.(การวิจัยและพัฒนาหลักสูตร). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

กองวิทยาการ กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ. (2552). *การประชาสัมพันธ์.* ม.ป.พ.

กอบกิจ ตันฑ์เจริญรัตน์. (2536). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมบุคลากรทางสุขภาพเพื่อเสริมสร้างสุขภาพของผู้สูงอายุ.* ปริญญานิพนธ์ กศ.ด.(การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

กัญญา ศิริสกุล. (2552). *บทบาทของนักประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย.* รายงานวิจัย. สืบค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2555, จากฐานข้อมูล thailis.

กิติมา สุรสนธิ. (2557). *ความรู้ทางการสื่อสาร.* พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กิรากร อภิสรากรกุล (2550). *สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการยอมรับของนักศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.(สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.

กุลธิดา ธรรมวิภัชน์. (2542). *ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย.* วิทยานิพนธ์ นศ.ด. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.ถ่ายเอกสาร.

----------. (2545, เมษายน – มิถุนายน 2545). การสำรวจภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี: ศึกษาเฉพาะกรณี 19 โรงเรียนในชุมชน. *วารสารวิจัยและพัฒนา มจธ.* 25(2). 131.

กุลยา ตันติผลาชีวะ. (2537). *การฝึกอบรม.* กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

กุลสตรี เสนาปิน; และชวรัญญ์ กิตติจันทร์เมธี. (2553). *ปัจจัยบางประการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการลงทะเบียนและตรวจสอบผู้โดยสารของพนักงานบริการโดยสารภาคพื้น.* โครงงาน วท.บ. (การจัดการการบิน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2550). *ทิศทางการอุดมศึกษาไทย.* สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2558, จาก http://www.kriengsak.com/index.php?components=content&id_content_category_main=21&id_content_topic_main=36&id _content_management_main=134

จงกลนี ชุติมาเทวินทร์. (2542). *การฝึกอบรมเชิงพัฒนา.*กรุงเทพฯ: เออีฟวิ่ง.

จันทร์ โกศล; และคนอื่น ๆ. (2556: ตุลาคม-ธันวาคม). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมครูสอนภาษาอังกฤษด้วยกระบวนการการจัดการความรู้ เพื่อพัฒนาสมรรถนะจัดทำหลักสูตรยุวมัคคุเทศก์ท้องถิ่น. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.* 15(4). 33-44.

จันทร์นภา วงศ์ศรีภูมิเทศ; และณกมล จันทร์สม. (2557: เมษายน – มิถุนายน). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทปิโตรเคมี.*วารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ.* 4(2). 233-254.

จารุพร ขันธนันท์. (2556, 27 ธันวาคม). สัมภาษณ์โดย ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ ที่สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

จารุพร เลิศพิสัณห์; และคนอื่น ๆ. (2553). แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ในทศวรรษหน้า (พ.ศ.2554 – 2563). *นิเทศสยามปริทัศน์.*10(11). 186-206

จิดาภา แจ่มจันทร์ชนก. (2554). *ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการประกอบการค้าปลีกเสื้อผ้าผู้หญิงในตลาดนัดจตุจักร.* สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

จินตวีร์ เกษมสุข. (2551). *ประสิทธิผลของการใช้สื่อบุคคลในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.* รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยศรีปทุม. กรุงเทพฯ. ถ่ายเอกสาร.

จิราพร จิรวัฒน์. (2542). *ทัศนะของนักวิชาชีพกับนักวิชาการเกี่ยวกับคุณลักษณะของนักประชาสัมพันธ์ยุคข้อมูลข่าวสาร.*วิทยานิพนธ์ นศ.ม.(นิเทศศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. ถ่ายเอกสาร.

จุไร ชุมรุม. (2538). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถภาพของบุคลากรฝ่ายกิจกรรมนักศึกษาของสถาบันราชภัฏ*. ปริญญานิพนธ์ กศ.ด.(การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ใจทิพย์ เชื้อรัตนพงษ์. (2539). *การพัฒนาหลักสูตร: หลักการและแนวปฏิบัติ.* ภาควิชาบริหารการศึกษาคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: อลีนเพรส .

ชมพูนุท นุตาคม. (2546). *สถานภาพ บทบาท และแนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจในยุคสารสนเทศ.* รายงานการวิจัย. สืบค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2555, จากฐานข้อมูล thailis.

ชมพันธ์ กุญชร ณ อยุธยา. (2540). *การพัฒนาหลักสูตร.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ข่าวทหารอากาศ.

ชม ภูมิภาค. (2526). *หลักการประชาสัมพันธ์.* พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ชูชัย สมิทธิไกร. (2556). *การฝึกอบรมบุคลากรในองค์การ.* พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2553). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย.* พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ : ไทเนรมิตกิจอินเตอร์ โปรเกรสซิฟ.

ณรงค์ ฉายายนต์. (2536). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะด้านการบริหารสำหรับหัวหน้าแผนกวิชาในสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล*. ปริญญานิพนธ์ กศ.ด. (การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ดรุณศักดิ์ ตติยะลาภะ. (2554, กรกฎาคม – ธันวาคม). มหาวิทยาลัยไทยในยุคทุนนิยมโลกาภิวัฒน์: จุดปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์มหาวิทยาลัยไทยบนความท้าทาย. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*. (1)2: 17-27.

ดวงกมล สวนทอง. (2554). *ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการเขียนบทความเชิงวิชาการของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษากลุ่มภาคเหนือ.* งานวิจัย วท.ด. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร

ดวงใจ ศุภสารัมภ์. (ม.ป.ป). คู่มือการจัดฝึกอบรม. (ม.ป.พ.)

ทนงศักดิ์ นิเวศน์รังสรรค์. (2536). *การศึกษาเปรียบเทียบสถานภาพหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐและเอกชน*.วิทยานิพนธ์ ว.ม.(สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

ทัณฑกานต์ ดวงรัตน์. (2553). *การศึกษาเปรียบเทียบบทบาทในการปฏิบัติงานและบุคลิกภาพของนักประชาสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน*.ดุษฎีนิพนธ์. นศ.ด. (นิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. ถ่ายเอกสาร.

----------. (2553). การศึกษาเปรียบเทียบบทบาทในการปฏิบัติงานและบุคลิกภาพของนักประชาสัมพันธ์ระหว่างองค์การภาครัฐและเอกชน.*วารสารสุทธิปริทัศน์*. 24(73): 101–128.

ธนมพัชร์ สิมากร. (2553). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะของพยาบาลผู้จัดการผู้ป่วยรายกรณี.* ดุษฎีนิพนธ์ ปร.ด.(การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

ธำรง บัวศรี. (2542). *ทฤษฎีหลักสูตร: การออกแบบและการพัฒนา*.พิมพ์ครั้งที่ 4.กรุงเทพฯ: ครุสภา.

ธินินทร จิตราดิษฐานนท์. (2558, 18 สิงหาคม). สัมภาษณ์โดย ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ ที่สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

นพรัตน์ ใจกาษา. (2555). *การพัฒนาความสามารถด้านการพูดในโอกาสต่างๆโดยใช้การสอนแบบบทบาทสมมุติ วิชาศิลปะการพูดของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ*. รายงานการวิจัย. วิทยาลัยเทคโนโลยีพายัพและบริหารธุรกิจ. เชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.

นรินทร์ สุทธิศักดิ์. (2550). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ด้านพลศึกษาของนักศึกษาในสถาบันการพลศึกษา*. ปริญญานิพนธ์ กศ.ด.(การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

นวพรรณ อิ่มดวง. (2554). *กลยุทธ์การบริหารสื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษา*. รายงานโครงการเฉพาะบุคคล ว.ม. (การบริหารสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

นิรชา ทองธรรมชาติ; และคณะ. (2544). *กลยุทธ์การฝึกอบรมและวิทยากรในยุคโลกาภิวัตน์*. กรุงเทพฯ: ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ.

นุตรฮายาตี โกศลศักดิ์. (2540). *แผนประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ กรณีศึกษาแผนประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*. รายงานโครงการเฉพาะบุคคล ว.ม. (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

บัณฑิต ตั้งประเสริฐ. (2551, กรกฎาคม – ธันวาคม). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะนักจัดรายการวิทยุกระจายเสียง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารวิชาการบริหารการศึกษา มศว*. 5(10): 51-64.

บุญใจ ศรีสถิตย์นรากูร. (2550). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางการพยาบาลสาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ยูแอนด์ไออินเตอร์มีเดีย.

บุญชม ศรีสะอาด. (2546). *การพัฒนาหลักสูตรและการวิจัยเกี่ยวกับหลักสูตร*. กรุงเทพฯ: สุริยาสาส์น.

----------. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สุริยาสาส์น.

บุษบา สุธีธร. (2549). “กระบวนการสร้างสรรค์และผลิตงานประชาสัมพันธ์” ใน*เอกสารการสอน*

ชุดวิชาการสร้างสรรค์และผลิตงานประชาสัมพันธ์. หน่วยที่ 1. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์.

ประทุม ฤกษ์กลาง. (2538). *ปัจจัยที่มีอิทธิผลต่อความผูกพันต่อองค์กรและผลการปฏิบัติงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยเอกชน.* วิทยานิพนธ์ กศ.ด. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนรินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

เปรมศิริ นิมิตรมงคล. (2544). การประชาสัมพันธ์มุมมองของมืออาชีพ. *วารสารคณะนิเทศศาสตร์* มหาวิทยาลัยเซนจอห์น. 1(1): 43 – 47.

ผ่องพรรณ พันเลิศวงศ์สกุล. (2547). *แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนประเภทมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (พ.ศ.2544 – พ.ศ.2554).* วิทยานิพนธ์ ว.ม. (การบริหารสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

พงศ์ยุทธ์ จั่นทอง. (2554). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมสมรรถนะมาตรฐานอาชีพช่างพิมพ์ออฟเซตและศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามความต้องการของสถานประกอบการ.* วิทยานิพนธ์ ปร.ด. (นวัตกรรมการเรียนรู้ทางเทคโนโลยี). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. ถ่ายเอกสาร.

พงศ์ หรดาล. (2539). *การวางแผนการฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากร*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: คณะอุตสาหกรรมศึกษา สถาบันราชภัฏพระนคร.

พจนีย์ มั่งคั่ง. (2549, พฤศจิกายน 2548 –มีนาคม 2549). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมยุทธศาสตร์การสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชนสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในโครงการตามพระราชดำริสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี. *วารสารศึกษาศาสตร์*. 17(2): 89-104.

พรจิต สมบัติพานิช. (2547). *โฆษณาในทศวรรษที่* 2000-2010 *: การศึกษาถึงปัจจัยด้านสื่อที่มีต่อรูปแบบโฆษณา*. วิทยานิพนธ์ ปร.ด.(สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

พรทิพย์ พิมลสินธุ์; และคณะ. (2547). *บทบาทของงานประชาสัมพันธ์ในยุคสังคมแห่งการเรียนรู้*. ม.ป.พ.

พรรณี ลีกิจวัฒนะ. (2550). *วิธีการวิจัยทางการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 7. สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ.2548. (2548.18 มกราคม) *ราชกิจจานุเบกษา.* เล่ม 122 ตอนที่ 6ก. หน้า 17-27.

พัฒนา สุขประเสริฐ. (2541). *กลยุทธ์ในการฝึกอบรม.* พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พิสณุ ฟองศรี. (2551). *การประเมินทางการศึกษา: แนวคิดสู่การปฏิบัติ.* พิ มพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: ด่านสุทธาการพิมพ์.

พิสิฐ เมธาภัทร; และธีระพล เมธีกุล. (2541). *การพัฒนาหลักสูตรอาชีวและเทคนิคศึกษา.* กรุงเทพฯ: ภาควิชาครุศาสตร์เครื่องกล คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. ถ่ายเอกสาร.

มณีวงษ์ หอมหวาน. (2556, เมษายน-กันยายน). ปัจจัยการรับรู้ส่งผลต่อทัศนคติการเลือกซื้อสินค้าจากกิจการเพื่อสังคมในกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาโครงการหลวง. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ.* 4(2): 120-138.

ยุวดี ฤาชา. (2536). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการจัดการเรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักสำหรับอาจารย์พยาบาล.* ปริญญานิพนธ์ กศ.ด.(การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

รณภพ นพสุวรณ. (2555). *มุมมองของนักประชาสัมพันธ์ที่มีต่อเพศที่สามในงานประชาสัมพันธ์.* การศึกษาค้นคว้าอิสระ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. ถ่ายเอกสาร.

รวิวงศ์ ศรีทองรุ่ง. (2543*). การพัฒนาบุคลิกภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์.* พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ขุนนนท์การพิมพ์.

รัตน์ชนก จันยัง. (2556). *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในองค์กรไม่แสวงผลกำไร.* การค้นคว้าอิสระ บธ.ม.(การจัดการทั่วไป). ปทุมธานี: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ถ่ายเอกสาร.

ราชบัณฑิตสถาน. (2546). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.* 2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.

รุจินันท์ เอื้อพิทักษ์สกุล. (2550). *คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์และปัจจัยในการเลือกเข้าทำงานขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย.* วิทยานิพนธ์ นศ.ม.(การประชาสัมพันธ์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

เรืองอุไร ช่วยชู. (2540). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ใหญ่บ้าน: เฉพาะกรณีจังหวัดปทุมธานี.*วิทยานิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาสังคม). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

ลักษณา สตะเวทิน. (2542). *หลักการประชาสัมพันธ์*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เฟื่องฟ้าพริ้นติ้ง.

วิจารณ์ พานิช. (2548). *การจัดการความรู้ ฉบับนักปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม.

วิจิตร อาวะกุล. (2539). *การประชาสัมพันธ์: หลักและวิธีปฏิบัติ*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

วิชัย วงษ์ใหญ่. (2538). *ทฤษฎีและการพัฒนาหลักสูตร*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

----------. (2554). *การพัฒนาหลักสูตรระดับอุดมศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: อาร์ แอนด์ ปริ้น

วิเชียร อินทรสมพันธ์. (2546). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถภาพการบูรณาการจริยธรรมในหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานสำหรับครูมัธยมศึกษา*. ปริญญานิพนธ์ กศ.ด. (การวิจัยและการพัฒนาหลักสูตร). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

วิมลพรรณ์ ตั้งจิตเพิ่มความดี. (2543). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: ฟิสิกส์เซ็นเตอร์

วิรัช ลภิรัตนกุล.(2542). *นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติยุคสารสนเทศ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิรัช ลภิรัตนกุล. (2544). *นิเทศศาสตร์กับการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด*. กรุงเทพฯ: เม็ดทรายพริ้นติ้ง.

----------. (2546). *การประชาสัมพันธ์*. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิภาพร สิทธิสาตร์; และคนอื่น ๆ. (2558, มกราคม-มิถุนายน). ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขชุมชนในการควบคุมโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง. *วารสารวิจัยทางวิทยาศาสตร์สุขภาพ*. 9(1): 25-31.

วิภาวี อนุพันธ์พิศิษฐ์; และคนอื่น ๆ. (ม.ป.ป.). *การประเมินประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ โครงการ “คืนคลอง สวยใสให้ชุมชนของเรา*. ม.ป.พ.

วิภาวี อัครบวร. (2552). *การรับรู้กิจกรรมทางการตลาดของภาครัฐที่มีผลต่อแนวโน้มการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐของประชาชนในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร

วัลลภ พัฒนพงศ์. (2554). *การสร้างหลักสูตรฝึกอบรมนักพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมสมรรถนะอาชีพ.* วิทยานิพนธ์ ค.อ.ด. (วิจัยและพัฒนาหลักสูตร) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา. (ม.ป.ป.). *การอุดมศึกษา*. ม.ป.พ. อัดสำเนา.

วุฒิพงษ์ ทองก้อน. (2554). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความรู้และทักษะการประกันคุณภาพสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี.* ดุษฎีนิพนธ์ กศ.ด. (หลักสูตรและการสอน) ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.

วุฒิศักดิ์ พิศสุวรรณ. (2553). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างบุคคลสำหรับนักศึกษาพยาบาลตามโครงการผลิตพยาบาลวิชาชีพเพิ่มเพื่อแก้ปัญหาในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้*. ปริญญานิพนธ์ กศ.ด.(การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ศิริพงษ์ เศาภายน. (2545). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถในการจัดการกับความขัดแย้งของตำรวจชุมชน.* ปริญญานิพนธ์ กศ.ด.(บริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

สงัด อุทรานันท์. (2538). *พื้นฐานและหลักการพัฒนาหลักสูตร.* กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมจิตรา เรืองศรี. (2550). *เครื่องมือในการวิจัย.* พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.

สมใจ กงเติม. (2554). *การหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการสอนคิดวิเคราะห์สำหรับครูผู้สอนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.* วิทยานิพนธ์ กศ.ด. (หลักสูตรและการสอน). พิษณุโลก: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร. ถ่ายเอกสาร.

สมชาติ กิจยรรยง; และอรจรีย์ ณ ตะกั่วทุ่ง. (2539). *เทคนิคการจัดการฝึกอบรมอย่างมีประสิทธิภาพ.* (ฉบับปรับปรุงใหม่). ซีเอ็ดยูเคชั่น.

สมชาย ภู่สุโข. (2541). *การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ กศ.ม.(การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

สมชาย วรกิจเกษมสกุล. (2554). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.* พิมพ์ครั้งที่ 4. อุดรธานี: อักษรศิลป์การพิมพ์.

สมชาย สุริยะไกร. (2554, มกราคม-เมษายน). แบบการเรียนของนักศึกษาเภสัชศาสตร์: ทฤษฎีและข้อค้นพบ. *วารสารเภสัชศาสตร์อีสาน*. 7(1): 1-10 .

สมควร กวียะ. (2540). *สื่อมวลชนดลชีวิต: วิเคราะห์ชีวิตเชิงทฤษฎี อิทธิพลของการสื่อสารมวลชนต่อชีวิตและสังคม*. กรุงเทพฯ: แก้วน้ำ.

สมนึก ภัททิยธนี. (2549). *การวัดผลการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กาฬสินธุ์: ประสานการพิมพ์.

สวยสม ทิพยธร. (2552). *ความสัมพันธ์ระหว่างการปรับตัวในการทำงาน ความผูกพันในการทำงานและความสำเร็จในการทำงานของนักบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์ บช.ม. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร

สหายพล มีชูนึก. (2556, 27 ธันวาคม). สัมภาษณ์โดย ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ ที่สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

สัมฤทธิ์ เจียมเจริญพรกุล. (2556, 28 ธันวาคม). สัมภาษณ์โดย ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ ที่สถานีโทรทัศน์เคเบิลเอทีวี.

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2553). *ยุทธศาสตร์อุดมศึกษาไทยในการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน ในปี 2558*. กรุงเทพฯ: บางกอกบล็อค.

----------. (2552). *ปรัชญาการอุดมศึกษาไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักนโยบายและแผนการอุดมศึกษา.

สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย. (2552). เอกสารสาระหลักการและแนวคิดประกอบการดำเนินงาน กศน.: คัมภีร์ กศน.. กรุงเทพฯ: เอ็น.เอ.รัตนเทรดดิ้ง.

สุขพร มาฆะสกุลเจริญ; และอรนุช เลิศจรรยารักษ์. (2543). *การศึกษาประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น ที่มีต่อการตัดสินใจ เลือกศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิต*. วิทยานิพนธ์ น.บ. (นิเทศศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. ถ่ายเอกสาร

สุภาพร พิศาลบุตร; และยงยุทธ เกษสาคร. (2545). *การพัฒนาบุคคลและฝึกอบรม*. กรุงเทพฯ: วี.เจ. พริ้นติ้ง.

สุรีย์พร พันพึ่ง. (2557, ธันวาคม 2556 – มกราคม 2557). ภาวะเจริญพันธุ์ของประชาการอาเซียน. *วารสารประชากรและการพัฒนา*. 34(2): 1-2.

สุวิตา พฤกษอาภรณ์. (2556, 28 ธันวาคม). สัมภาษณ์โดย ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ ที่คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

เสรี วงษ์มณฑา. (2541). *108 การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ. ไดมอนด์ อิน บิสซิเนส เวิร์ด.

เสาวภา วิชาดี. (2554). รูปแบบการเรียนของผู้เรียนในมุมมองของทฤษฎีการเรียนรู้แบบประสบการณ์ *วารสารนักบริหาร*. 31(1): 175-180.

เสถียร แป้นแหลือ. (2550). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างภาวะผู้นำสำหรับผู้นำองค์กรกิจกรรมนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.* ปริญญานิพนธ์ กศ.ด.(การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

โสภณ วุฒิประเสริฐกุล. (2550). กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในองค์กร*: ศึกษาเปรียบเทียบโครงการประชาสัมพันธ์ที่องค์กรดำเนินงานเองกับโครงการประชาสัมพันธ์ที่ว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์.* วิทยานิพนธ์ นศ.ม.(นิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ถ่ายเอกสาร.

เหมวดี พลรัฐ. (2553,มกราคม-มิถุนายน). มุมมองของนักประชาสัมพันธ์กับนักหนังสือพิมพ์ : เกี่ยวกับคุณลักษณะและบทบาทหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย. *วารสาร BU ACADEMIC REVIEW*. 9(1): 142-154.

องอาจ พงษ์พิสุทธิ์บุปผา. (2541). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกบอรมเพื่อเสริมสร้างพฤกรรมผู้นำทางเกษตรสำหรับผู้เรียนโครงการอาชีวศึกษาเพื่อการพัฒนาชนบท.* ปริญญานิพนธ์ กศ.ด.(การวิจัยและพัฒนาหลักสูตร). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

อติญาณ ศรเกษตริน. (2543). *การสร้างหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมความเป็นผู้นำสำหรับนักศึกษาพยาบาล.* ปริญญานิพนธ์ กศ.ด.(การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

อนุชิต เที่ยงธรรม. (2545, มกราคม). Marketeer. *Below-the-Line*. 2(23): 138-139.

อนุรักษ์ เมฆพะโยม. (2556, 27 ธันวาคม). สัมภาษณ์โดย ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ ที่สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

อนุรักษ์ สันติโชค. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา หจก.ซิลเท็ม ทรานสปอร์ต แอนด์ บิวซิเนล.* วิทยานิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการทั่วไป). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ถ่ายเอกสาร.

อภันพร กงประเวชนนท์. (2539). *การศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.* วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. ถ่ายเอกสาร

อรพรรณ พรสีมา. (2530). *เทคโนโลยีการสอน.* กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พริ้นต์เฮาส์.

อัปษรศรี ปลอดเปลี่ยว. (2543). *การประชาสัมพันธ์โรงเรียน.* พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

อุกฤษณ์ กาญจนเกตุ. (2543, ตุลาคม – ธันวาคม). การใช้ Competency ในการบริหารงานบุคคล. *วารสารบริหารคน*. 21: 11-18.

อุทัย ดุลยเกษม. (2556, กรกฎาคม – ธันวาคม). ยุทธศาสตร์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*. 6(2): 105-109.

อุไรวรรณ สมบัติศิริ. (2556, 29 ธันวาคม). สัมภาษณ์โดย ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ ที่สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

เอกชัย เอื้อเฟื้อ. (2537). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะด้านความเป็นผู้นำและด้านการทำงานเป็นกลุ่มสำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง*.ปริญญานิพนธ์ กศ.ด. (การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

เอกวิทย์ แก้วประดิษฐ์. (2541, ตุลาคม 2540 – มีนาคม 2541) ทำไมต้องประชาสัมพันธ์สถาบันของเรา. *วารสารปาริชาต*. 10(2): 34- 39.

Beach, D.S. (1980*). Personal: The Management of People at Work. 3nd ed*. New York: Macmillan.

Beaucham, George A. (1981). *Curriculum Theory*. Illinois: P.E.Peacock.

Best, J.W. (1970). *Research in Education*. 2nd ed. New Jersey: Prentice-Hall.

Bishop, George. (1985). *Curriculum Development. A Textbook for Students*. London: Macmillan.

Bovée, Courtland L. ; & Thill, John V. (1992). *Business Communication Today*. 3rd ed. New York: McGraw Hill.

Broom, G. M. (1986). *A Comparison of Sex Roles in Public Relations*. Public Relations Review, 8, pp. 17-22.

Broom, G.M.; & Smith G.D. (1970). *Testing Practitioner's Impact Clients*. Public Relations Review 5. pp 22-28

Buckley, R; & Cable, J. (2009). *The Theory & Practice of Training*. 6th ed. London: Kogan Page.

Burnard, P. (1995). *Learning Human Skills: An Experiential and Reflective Guide for Nurses*. 3rd ed. Oxford: Butterworth-heinemann.

---------- . (1996). *Acquiring Interpersonal Skills : A Handbook of Experiential Learning for Health Professionals*. 2nd ed. London: Chapman&Hall

Certo, Samuel. C. (2000). *Modern Managemen*. 8th ed. New Jersey: Prentice-Hall.

Cochran, William G. (1977). *Sampling Techniques*. 3rd ed. New York: John Wiley & Son.

Cronbach Lee Joseph. (1984). *Essential of Psychology and Education*. New York: McGraw-Hill.

Cutlip, S. M.; & Center, A. H. (1978). *Effective Public Relations.* 5th ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.

Cutlip, S. M. ; Center, A. H.; & Broom, G. M. (1985). *Effective Public Relations*. 6th ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.

Davis, L. E. (1977). *Enhancing Quality of Working Life*. New York: Mc Graw Hill.

Dessler G. (1982). *Management Fundamentals: Modern Principles & Practices*. 3rd ed. Reston, VA: Reston Publishing

Fisher, Cynthia D.; Schoenfeldt, Lyle F.; & Shaw, James B. (1996). *Human Resource Management.*Boston: Houghton Miffin.

Goldstein,I.L. (1993). *Training in Organizations: Needs Assessment, Development and Evaluation.* 3rd ed. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole Publishing

Harris, Thomas L. (1998). *Value-Added Public Relations: The Secret Weapon of Interated Marketing*. Ilinois: NTC Business Book.

Henson, Kenneth T. (1995). *Curriculum Development for Education Reform*. Addison: Wesley Education.

Hernon, P. and Altman, E (1998). *Assessing Service Quality: Satisfying the Experiences of Library Customers.* Chicago: American Library Association.

Johnson D. W.; & Johnson F.P. (1994). *Joning Together Group Theory and Group Skills*. 5th ed. Boston: Allyn and Bacon.

Kindred, Leslie. W.; Don Bagin; & Gallagher, Donald R. (1976). *The School and Community Relations*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

Kolb,. D.A. (1984). *Experiential learning: Experience as the Source of Learning and Development.* New Jersey: Prentice-Hall.

Kolb, D.A.; Rubin, I.M.; & Osliand, J. (1991). *Organization Behavior Reader*. Englewood Cliffs, New Jersey: Practice-Hall.

Leana R. Uys; & Nomthandazo, S. Gwele. (2005). *Curriculum Development in Nursing: Process and Innovation.* London: Routledge.

Mary McCarthy. (2010, May). Experiential Learning Theory: From Theory To Practice. *Journal of Business & Economics.* 8(5): 131-140.

Nolte, Lawrence W. (1979). Fundamental of Public Relations. 2nd ed. New York: Pergamon Press.

Odiorne G. (1970). *Traning by Objectives: An Economic Approach to Management Training.* New York: Macmillan.

Oliva, P.F. (1988). *Development the Curriculum*. Boston: Little, Brown and Company

Ornstein, A.C.; & Hunkins, F.P. (2004). *Curriculum Foundation : Principles and Issues*. 3rd ed. Boston: Allyn and Bacon.

Palmer, Barbara C. (1994). *Developing Cultural Literacy Through the Writing Process: Empowering All Learners*. Boston: Allyn and Bacon.

Posner , George J.; Rudnitsky, Alan N. (2006). *Course Design: A Guide to Curriculum Development for Teacher*. 7th ed. New York: Longman.

Public Relations Society of America (PRSA). (1970, March). *Public Relations Journal*.

Saylor, Galen J.; Alexander, William M.; & Lewis, Arthur J. (1981). *Curriculum Planning for Better Teaching and Learning.* 4th ed. New York: Holt, Rinchart and Winston.

Silberman, Mel. (1998). Active Training: A Handbook of Techniques, Design, Case Examples. and Tips. 2nd ed. California: Jossey-Bass Pfeiffer.

Taba, Hilda. (1962). *Curriculum Development Theory and Practice*. New York: Harcourt Brace and World.

Tanner, D.; & Tanner, L. (1980). *Curriculum Development: Theory into Practice.* 2nd ed. Englewood Cliffs, N.J.: Merrill / Prentice Hall.

Wiles, I.; & Bondi, J. (1989). *Curriculum Development*. New York: Macmilan.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิขั้นการศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์
รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิด้านประชาสัมพันธ์
รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตร
ตัวอย่างหนังสือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิขั้นการศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์

1. นายวิรัช โหตระไวศยะ รองอธิการบดีและผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์
   มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
2. นางสุชาดา ท้าวล้อม ผู้ช่วยอธิการบดีด้านการประชาสัมพันธ์
   มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
3. ผศ.ปิยะ ประสงค์จันทร์ ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์
   มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
4. น.ส.วราภรณ์ นามบุตร หัวหน้างานประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ กองกลาง
   มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
5. สอ.ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ กองกลาง
   มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิด้านประชาสัมพันธ์

1. น.ส.อุไรวรรณ	สมบัติศิริ	ผู้อำนวยการสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ อดีต ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
2. ดร.กุลกนิษฐ	ทองเงา	อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการโทรทัศน์และ วิทยุกระจายเสียงคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และ รองผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร สถานีวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี FM 89.5 MHz.
3. นางนิตยา	หิรัญประดิษฐ์	ประชาสัมพันธ์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
4. นายสัมฤทธิ์	เจียมเจริญพรกุล	บรรณาธิการข่าวเคเบิ้ลATV และผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์คมชัดลึกหนังสือพิมพ์เนชั่น
5. นายอรรถพล	วิสุทธิศาลวงศ์	พิธีกรและผู้ประกาศข่าวสถานีโทรทัศน์เคเบิ้ล ATV

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตร

1. ดร.พลารัก	ไชยโย	ศษ.ด.(หลักสูตรและการสอน) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. ดร.เบญจพร	สว่างศรี	ศษ.ด.(หลักสูตรและการสอน) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
3. ดร.ณัฐวิภา	วิริยา	ปร.ด.(หลักสูตรและการสอน) มหาวิทยาลัยศิลปากร
4. ดร.สรชัย	ชวรางกูร	ปร.ด.(หลักสูตรและการสอน) มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
5. ดร.กานตยุทธ	ตรีบุญนิธิ	ปร.ด.(หลักสูตรและการสอน) มหาวิทยาลัยศิลปากร

ตัวอย่างหนังสือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ



ที่ ศธ 0519.12/ ๔๖๐๐

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๖ ตุลาคม 2558

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ

เรียน อาจารย์อุไรวรรณ สมบัติศิริ

เนื่องด้วย นายทรงวิทย์ เจริญกิจอนลาภ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ให้แก่บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล" โดยมี อาจารย์ ดร.ชารุวรรณ สกุลคู รองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา วัฒนาเมรงค์ และ อาจารย์ ดร.เมัฐวิภา สินสุวรรณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม และตรวจสอบคุณภาพแบบทดสอบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพดล ชินทร์จันทร์)
รักษาราชการแทนผู้อำนวยการสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ
รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
โทร. 0-2649-5064
หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิสิต โทรศัพท์ 081-942-7599



ที่ ศธ 0519.12/ ว406

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

29 เมษายน 2559

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ

เรียน ดร.พลารัก ไชยโย

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. แบบประเมินโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม
2. หลักสูตรฝึกอบรม

เนื่องด้วย นายทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ให้แก่บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล" โดยมี อาจารย์ ดร.จารุวรรณ สกุลคู รองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา วัฒนายงค์ และ อาจารย์ ดร.ณัฐวิภา ลินสุวรรณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์

ในการนี้ นิสิตขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิประเมินโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม พร้อมหนังสือนี้ ได้แนบแบบประเมินโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม และหลักสูตรฝึกอบรมมาด้วยแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปรินทร์ ชัยวิสุทธางกูร)
คณบดีคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
รักษาราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
โทร. 0 2649 5064
หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนิสิต โทรศัพท์ 081 942 7599

ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิขั้นการศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์

แบบสอบถามเรื่อง ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

แบบประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม

ผลการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม

แบบประเมินโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ผลการประเมินโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

แบบสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิขั้นการศึกษาและเปรียบเทียบความสามารถในการประชาสัมพันธ์

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยความสามารถในการประชาสัมพันธ์ในงานวิจัยนี้ หมายถึง พฤติกรรมหรือการแสดงออกของนักประชาสัมพันธ์ที่สามารถตอบสนองต่อการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ได้อย่างคล่องแคล่ว

ชื่อ-สกุล.....

ตำแหน่ง.....

สังกัด.....

1. ท่านปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลมาแล้วกี่ปี .....

2. ท่านมีประสบการณ์ในการบริหารงานด้านการประชาสัมพันธ์มาแล้วกี่ปี.....

3. ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ที่บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ต้องมีในแต่ละด้าน มีอะไรบ้าง

ด้านข่าว

.....

.....

ด้านการพูด

.....

.....

ด้านภาพ

.....

.....

ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

.....

.....

ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์

.....

.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ ผู้วิจัย

แบบสอบถามเพื่อประเมินความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของ
บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ข้อมูลที่ได้รับความอนุเคราะห์จากท่านมีคุณค่าเป็นอย่างยิ่ง โดยผู้วิจัยจะนำไปสรุปผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อและตรงกับความเป็นจริง

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน มีจำนวน 4 หน้า

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นข้อคำถามแบบตรวจรายการ (Check-list) มีจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ลักษณะเป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ชนิด 5 ระดับ แบ่งข้อคำถามเป็น 5 ด้าน คือ ด้านข่าว ด้านการพูด ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ มีจำนวน 32 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ลักษณะเป็นข้อคำถามแบบเปิด (Open Ended Question)

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบคำถามครั้งนี้

ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ
โทร.08 -1942-7599

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ใน ☐ หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงและกรอกรายละเอียดในช่องว่างที่กำหนด

1. เพศ

☐ 1.1 ชาย ☐ 1.2 หญิง

2. อายุ

☐ 2.1 น้อยกว่า 30 ปี ☐ 2.2 30 – 40 ปี

☐ 2.3 มากกว่า 40 ปี

3. ประสบการณ์การทำงานในมหาวิทยาลัย

☐ 3.1 น้อยกว่า 6 ปี ☐ 3.2 6 – 10 ปี

☐ 3.3 มากกว่า 10 ปี

4. ประสบการณ์การทำงานด้านการประชาสัมพันธ์

☐ 3.1 น้อยกว่า 6 ปี ☐ 3.2 6 – 10 ปี

☐ 3.3 มากกว่า 10ปี

5. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ 5.1 ปวส. - ปริญญาตรี ☐ 5.2 สูงกว่าปริญญาตรี

6. สาขาที่สำเร็จการศึกษา

☐ 6.1 นิเทศศาสตร์/วารสารศาสตร์/สื่อสารมวลชน/ประชาสัมพันธ์

☐ 6.2 อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

7.หน่วยงานที่ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์

☐ 7.1 หน่วยงานกลางของมหาวิทยาลัย/วิทยาเขต ที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์โดยตรง

☐ 7.2 คณะ/วิทยาลัย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการประชาสัมพันธ์ที่บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล 5 ด้าน

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความสามารถเพียงช่องใดช่องหนึ่งในแต่ละข้อดังต่อไปนี้ โดยผู้วิจัยได้กำหนดความหมายไว้ดังนี้

5 หมายถึง มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ในระดับระดับมาก

3 หมายถึง มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ในระดับระดับปานกลาง

2 หมายถึง มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ในระดับระดับน้อย

1 หมายถึง มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ในระดับระดับน้อยที่สุด

ความสามารถในการประชาสัมพันธ์	**ระดับการปฏิบัติ**				
	5	4	3	2	1
1. ด้านข่าว					
1.1 การจับประเด็นเรื่องราวที่อยู่ใกล้ตัว/อยู่ในความสนใจ/น่าสนใจมาเป็นข่าวได้ เช่น การเปิดหลักสูตรใหม่ ผลงานวิจัย นวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์ การให้บริการทางวิชาการ กิจกรรมต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยหรือคณะจัดขึ้น ฯลฯ					
1.2 การเข้าถึงบุคคล การสัมภาษณ์ผู้บริหาร นักวิจัย ฯลฯ หรือการเข้าถึงข้อมูล เช่น เอกสารโครงการ คำกล่าวรายงาน/คำกล่าวเปิด-ปิดงาน ฯลฯ เพื่อนำมาเขียนข่าวได้					
1.3 การเขียนบรรยายภาพได้ถูกต้องตามหลักการเขียนบรรยายใต้ภาพ(Caption) ซึ่งประกอบด้วย 5W 1H					
1.4 การเขียนข่าวแจกได้ถูกต้องตามหลักการเขียนข่าวแจก (Press release) ซึ่งประกอบด้วย พาดหัวข่าว ความนำ เนื้อเรื่อง และบทสรุป					
1.5 การเขียนรายงานพิเศษ(Scope) ได้ถูกต้องตามหลักการเขียนรายงานพิเศษ ซึ่งประกอบด้วยพาดหัวข่าว วรรคนำ ส่วนเชื่อม เนื้อข่าวและทิ้งท้ายข่าว					
1.6 การเขียนบทความได้ถูกต้องตามหลักการเขียนบทความ ซึ่งประกอบด้วย ชื่อเรื่อง บทนำ เนื้อเรื่อง และบทสรุป					
1.7 การแก้ไข (Edit)ข่าวโดยใช้สัญลักษณ์แบบต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง					

ข้อคำถาม	ระดับการปฏิบัติ				
	5	4	3	2	1
2. ด้านการพูด					
2.1 การเป็นพิธีกรดำเนินรายการในการจัดงานต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยและคณะ เช่น งานปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ วันสถาปนามหาวิทยาลัย ฯลฯ					
2.2 การใช้เสียง ได้แก่ ความหนักเบาของเสียง การใช้น้ำเสียงให้ไพเราะ ชวนฟัง					
2.3 การใช้ภาษา ได้แก่ การใช้ภาษาที่เป็นทางการ การใช้ภาษาได้เหมาะสมกับกาลเทศะ การใช้ภาษากายประกอบการพูด					
2.4 การเป็นผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์หรือสื่อภาพเคลื่อนไหวได้ เช่น การเป็นผู้ดำเนินรายการสารคดีสั้น วีดีทัศน์แนะนำมหาวิทยาลัย ฯลฯ					
2.5 การเป็นนักจัดรายการทางสถานีวิทยุของมหาวิทยาลัย					
2.6 การพูดประชาสัมพันธ์ทางเสียงตามสายได้					
2.7 การให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับหน่วยงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัย/คณะจัดแก่สื่อมวลชน					
3. ด้านภาพ					
3.1 การถ่ายภาพบุคคล/เหตุการณ์ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เช่น ถ่ายภาพผู้บริหารเพื่อนำมาใช้ในการเผยแพร่ทางเว็บไซต์ ถ่ายภาพผลงานสิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม ภาพกิจกรรม ลงในวารสาร/จุลสาร ฯลฯ					
3.2 การคัดเลือกภาพให้เหมาะสมกับรูปแบบข่าว เนื้อข่าวและสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น ภาพบุคคล/เหตุการณ์ที่ใช้ในการลงหนังสือพิมพ์ ภาพประกอบบทความ ฯลฯ					
3.3 การตัดต่อภาพเพื่อนำใช้ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้ เช่น เลือกเฉพาะองค์ประกอบในภาพที่ต้องการ หรือตัดองค์ประกอบในภาพที่ไม่ต้องการออกเพื่อนำมาใช้ในการแผ่นพับ โปสเตอร์ วีดีทัศน์ ฯลฯ					
3.4 การตกแต่งภาพถ่ายให้สวยงามได้ เช่น เพิ่ม/ลดความสว่างของภาพ ลบริ้วรอย เพิ่ม/ลดความเข้มของสี เปลี่ยนแปลงสี ฯลฯ					
3.5 การจัดวางภาพและตัวอักษรในสื่อต่าง ๆ เช่น ใช้เทคนิคในการตัดข่าวลงในภาพเพื่อวางข้อความ หรือเทคนิคการวางข้อความลงในภาพที่มีพื้นสีเข้ม ฯลฯ					
4. ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์					
4.1 การออกแบบแผ่นพับ โดยใช้โปรแกรม Microsoft Word / Microsoft Publisher / Microsoft PowerPoint / Spring Publisher / อื่น ๆ ในการออกแบบแผ่นพับได้					

ข้อคำถาม	ระดับการปฏิบัติ				
	5	4	3	2	1
4.2 การออกแบบโปสเตอร์โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop/Poster Printer / อื่น ๆ ในการออกแบบโปสเตอร์ได้					
4.3 การออกแบบจุลสาร/วารสารของหน่วยงานโดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CC 2015 / Adobe PageMaker CC 2015/ Indesign CC 2015 / อื่น ๆ ในการออกแบบจุลสาร/วารสารได้					
4.4 การออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop/ Banner Designer Pro 5.0 / อื่น ๆ ในการออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard ได้					
4.6การใช้เครื่องอัดสำเนาระบบดิจิตอล (Copy Printer) ในการจัดทำจดหมายข่าวหรือข่าวแจกได้					
4.6 การเขียนสปอตโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ/โทรทัศน์ได้ โดยมีเนื้อหา เสียงประกอบและหรือภาพได้อย่างผสมกลมกลืนและน่าสนใจ					
4.7 การเขียนบทวีดีทัศน์/สารคดีสั้น โดยมีส่วนนำเข้าสู่เรื่อง ส่วนดำเนินเรื่อง ส่วนที่เป็นแก่นของเรื่อง และส่วนสรุปได้					
4.8 การออกแบบป้าย Backdrop บูธนิทรรศการ Roll up ให้สวยงามและน่าสนใจ					
5. ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์					
5.1 การใช้ Social Media ในการเผยแพร่ข่าวได้ เช่น การใช้ Facebook, Instargram, Blog, Twitter, Line ฯลฯ					
5.2 การนำเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยและการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่นำเยี่ยมชม					
5.3 การจัดแถลงข่าว เช่น การจัดแถลงข่าวการจัดงาน/กิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย/คณะ การชี้แจงเหตุการณ์หรือประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจ ฯลฯ					
5.4 การเขียนโครงการและจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ เช่น การจัดงานเลี้ยงสื่อมวลชน การนำสื่อมวลชนไปอบรม/ประชุม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน ฯลฯ					
5.5 การเขียนโครงการและจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาด เช่น การจัดงานเฉลิมฉลองในโอกาสต่าง ๆ การเปิดตัวหลักสูตรใหม่ การจัดอีเว้นท์ ฯลฯ					

ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบคำถามครั้งนี้

แบบประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามเพื่อประเมินความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

คำชี้แจง

แบบประเมินนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบแบบสอบถามเพื่อประเมินความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

โปรดอ่านข้อคำถามในแบบสอบถามและพิจารณาว่าข้อคำถามแต่ละข้อสามารถใช้วัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ในด้านนั้น ๆ ได้หรือไม่ และโปรดทำเครื่องหมาย ✓ในช่องความสอดคล้องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยข้อมูลที่ได้รับความอนุเคราะห์จากท่านผู้วิจัยจะนำไปสรุปผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น จึงขอความอนุเคราะห์ตอบแบบประเมินให้ครบทุกข้อและตรงกับความเป็นจริง

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบคำถามครั้งนี้

ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ

โทร.08 -1942-7599

ข้อคำถาม	ความสอดคล้อง		เหตุผล/ข้อเสนอแนะ
	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง	
1. ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ ด้านข่าว			
1.1 การจับประเด็นเรื่องราวที่อยู่ใกล้ตัว/อยู่ในความสนใจ/น่าสนใจมาเป็นข่าวได้ เช่น การเปิดหลักสูตรใหม่ ผลงานวิจัย นวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์ การให้บริการทางวิชาการ กิจกรรมต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยหรือคณะจัดขึ้น ฯลฯ			
1.2 การเข้าถึงบุคคล เช่น การสัมภาษณ์ผู้บริหาร นักวิจัย ฯลฯ หรือการเข้าถึงข้อมูล เช่น เอกสารโครงการคำกล่าวรายงาน/คำกล่าวเปิด-ปิดงาน ฯลฯ เพื่อนำมาเขียนข่าวได้			
1.3 การเขียนบรรยายภาพได้ถูกต้องตามหลักการเขียนบรรยายใต้ภาพ (Caption) ซึ่งประกอบด้วย 5W 1H			
1.4 การเขียนข่าวแจกได้ถูกต้องตามหลักการเขียนข่าวแจก (Press release) ซึ่งประกอบด้วย พาดหัวข่าว ความนำ เนื้อเรื่อง และบทสรุป			
1.5 การเขียนรายงานพิเศษ (Scope) ได้ถูกต้องตามหลักการเขียนรายงานพิเศษ ซึ่งประกอบด้วยพาดหัวข่าว วรรคนำ ส่วนเชื่อม เนื้อข่าวและทิ้งท้ายข่าว			
1.6 การเขียนบทความได้ถูกต้องตามหลักการเขียนบทความ ซึ่งประกอบด้วย ชื่อเรื่อง บทนำ เนื้อเรื่อง และบทสรุป			
1.7 การแก้ไข (Edit) ข่าวโดยใช้สัญลักษณ์แบบต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง			
2. ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ ด้านการพูด			
2.1 การเป็นพิธีกรดำเนินรายการในการจัดงานต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยและคณะ เช่น งานปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ วันสถาปนามหาวิทยาลัย ฯลฯ			
2.2 การใช้เสียง ได้แก่ ความหนักเบาของเสียง การใช้น้ำเสียงให้ไพเราะ ชวนฟัง			
2.3 การใช้ภาษา ได้แก่ การใช้ภาษาที่เป็นทางการ การใช้ภาษาได้เหมาะสมกับกาลเทศะ การใช้ภาษากายประกอบการพูด			
2.4 การเป็นผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์หรือสื่อภาพเคลื่อนไหวได้ เช่น การเป็นผู้ดำเนินรายการสารคดีสั้น วีดีทัศน์แนะนำมหาวิทยาลัย ฯลฯ			
2.5 การเป็นนักจัดรายการทางสถานีวิทยุของมหาวิทยาลัย			
2.6 การพูดประชาสัมพันธ์ทางเสียงตามสายได้			
2.7 การให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับหน่วยงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัย/คณะจัดแก่สื่อมวลชน			

ข้อคำถาม	ความสอดคล้อง		เหตุผล/ข้อเสนอแนะ
	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง	
3. ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ ด้านภาพ			
3.1 การถ่ายภาพบุคคล/เหตุการณ์ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้ เช่น ถ่ายภาพผู้บริหารเพื่อนำมาใช้ในการเผยแพร่ทางเว็บไซต์ ถ่ายภาพผลงานสิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม ภาพกิจกรรม ลงในวารสาร/จุลสาร ฯลฯ			
3.2 การคัดเลือกภาพให้เหมาะสมกับรูปแบบข่าว เนื้อข่าวและสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น ภาพบุคคล/เหตุการณ์ที่ใช้ในการลงหนังสือพิมพ์ ภาพประกอบบทความ ฯลฯ			
3.3 การตัดต่อภาพเพื่อนำใช้ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้ เช่น เลือกเฉพาะองค์ประกอบในภาพที่ต้องการ หรือตัดองค์ประกอบในภาพที่ไม่ต้องการออก เพื่อนำมาใช้ในการแผ่นพับ โปสเตอร์ วีดีทัศน์ ฯลฯ			
3.4 การตกแต่งภาพถ่ายให้สวยงามได้ เช่น เพิ่ม/ลดความสว่างของภาพ ลบริ้วรอย เพิ่ม/ลดความเข้มของสี เปลี่ยนแปลงสี ฯลฯ			
3.5 การจัดวางภาพและตัวอักษรในสื่อต่าง ๆ เช่น ใช้เทคนิคในการตัดข่าวลงในภาพเพื่อวางข้อความ หรือเทคนิคการวางข้อความลงในภาพที่มีพื้นสีเข้ม ฯลฯ			
4. ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์			
4.1 การออกแบบแผ่นพับ โดยใช้โปรแกรม Microsoft Word / Microsoft Publisher / Microsoft PowerPoint / Spring Publisher / อื่น ๆ ในการออกแบบแผ่นพับได้			
4.2 การออกแบบโปสเตอร์โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop/Poster Printer / อื่น ๆ ในการออกแบบโปสเตอร์ได้			
4.3 การออกแบบจุลสาร/วารสารของหน่วยงานโดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CC 2015 / Adobe PageMaker CC 2015/ Indesign CC 2015 / อื่น ๆ ในการออกแบบจุลสาร/วารสารได้			
4.4 การออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop/ Banner Designer Pro 5.0 / อื่น ๆ ในการออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard ได้			

ข้อคำถาม	ความสอดคล้อง		เหตุผล/ข้อเสนอแนะ
	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง	
4.6การใช้เครื่องอัดสำเนาระบบดิจิตอล(Copy Printer) ในการจัดทำจดหมายข่าวหรือข่าวแจกได้			
4.6 การเขียนสปอตโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ/โทรทัศน์ได้ โดยมีเนื้อหา เสียงประกอบและหรือภาพได้อย่างผสมกลมกลืนและน่าสนใจ			
4.7 การเขียนบทวีดีทัศน์/สารคดีสั้น โดยมีส่วนนำเข้าสู่เรื่อง ส่วนดำเนินเรื่อง ส่วนที่เป็นแก่นของเรื่อง และส่วนสรุปได้			
4.8 การออกแบบป้าย Backdrop บูธนิทรรศการ Roll up ให้สวยงามและน่าสนใจ			
5. ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์			
5.1 การใช้ Social Media ในการเผยแพร่ข่าวได้ เช่น การใช้ Facebook, Instargram, Blog, Twitter, Line ฯลฯ			
5.2 การนำเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยและการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่นำเยี่ยมชม			
5.3 การจัดแถลงข่าว เช่น การจัดแถลงข่าวการจัดงาน/กิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย/คณะ การชี้แจงเหตุการณ์หรือประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจ ฯลฯ			
5.4 การเขียนโครงการและจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ เช่น การจัดงานเลี้ยงรับรองสื่อมวลชน การนำสื่อมวลชนไปอบรม/ประชุม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน ฯลฯ			
5.5 การเขียนโครงการและจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาด เช่น การจัดงานเฉลิมฉลองในโอกาสต่าง ๆ การเปิดตัวหลักสูตรใหม่ การจัดอีเว้นท์ ฯลฯ			

ผลการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามเพื่อประเมินความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ คนที่					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	1	2	3	4	5			
1. ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ ด้านข่าว								
1.1 การจับประเด็นเรื่องราวที่อยู่ใกล้ตัว/อยู่ในความสนใจ/น่าสนใจมาเป็นข่าวได้ เช่น การเปิดหลักสูตรใหม่ ผลงานวิจัย นวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์ การให้บริการทางวิชาการ กิจกรรมต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยหรือคณะจัดขึ้น ฯลฯ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
1.2 การเข้าถึงบุคคล เช่น การสัมภาษณ์ผู้บริหาร นักวิจัย ฯลฯ หรือการเข้าถึงข้อมูล เช่น เอกสารโครงการ คำกล่าวรายงาน/คำกล่าวเปิด-ปิดงาน ฯลฯ เพื่อนำมาเขียนข่าวได้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
1.3 การเขียนบรรยายภาพได้ถูกต้องตามหลักการเขียนบรรยายใต้ภาพ (Caption) ซึ่งประกอบด้วย 5W 1H	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
1.4 การเขียนข่าวแจกได้ถูกต้องตามหลักการเขียนข่าวแจก (Press release)ซึ่งประกอบด้วย พาดหัวข่าว ความนำ เนื้อเรื่อง และบทสรุป	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
1.5การเขียนรายงานพิเศษ (Scope) ได้ถูกต้องตามหลักการเขียนรายงานพิเศษ ซึ่งประกอบด้วยพาดหัวข่าว วรรคนำ ส่วนเชื่อม เนื้อข่าวและทิ้งท้ายข่าว	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
1.6 การเขียนบทความได้ถูกต้องตามหลักการเขียนบทความ ซึ่งประกอบด้วยชื่อเรื่อง บทนำ เนื้อเรื่อง และบทสรุป	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
1.7 การแก้ไข (Edit) ข่าวโดยใช้สัญลักษณ์แบบต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง	+1	+1	+1	-1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
2. ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ ด้านการพูด								
2.1 การเป็นพิธีกรดำเนินรายการในการจัดงานต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยและคณะ เช่น งานปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ วันสถาปนามหาวิทยาลัย ฯลฯ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
2.2 การใช้เสียง ได้แก่ ความหนักเบาของเสียง การใช้น้ำเสียงให้ไพเราะ ชวนฟัง	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
2.3 การใช้ภาษาได้แก่ การใช้ภาษาที่เป็นทางการ การใช้ภาษาได้เหมาะสมกับกาลเทศะ การใช้ภาษากายประกอบการพูด	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ คนที่					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	1	2	3	4	5			
2.4 การเป็นผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์หรือสื่อภาพเคลื่อนไหวได้ เช่น การเป็นผู้ดำเนินรายการสารคดีสั้น วีดีทัศน์แนะนำมหาวิทยาลัย ฯลฯ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
2.5 การเป็นนักจัดรายการทางสถานีวิทยุของมหาวิทยาลัย	+1	+1	+1	-1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
2.6 การพูดประชาสัมพันธ์ทางเสียงตามสายได้	+1	+1	+1	-1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
2.7 การให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับหน่วยงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัย/คณะจัดแก่สื่อมวลชน	+1	+1	+1	-1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
3. ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ ด้านภาพ								
3.1 การถ่ายภาพบุคคล/เหตุการณ์ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้ เช่น ถ่ายภาพผู้บริหารเพื่อนำมาใช้ในการเผยแพร่ทางเว็บไซต์ ถ่ายภาพผลงานสิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม ภาพกิจกรรม ลงในวารสาร/จุลสาร ฯลฯ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
3.2 การคัดเลือกภาพให้เหมาะสมกับรูปแบบข่าว เนื้อข่าวและสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น ภาพบุคคล/เหตุการณ์ที่ใช้ในการลงหนังสือพิมพ์ ภาพประกอบบทความ ฯลฯ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
3.3 การตัดต่อภาพเพื่อนำใช้ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้ เช่น เลือกเฉพาะองค์ประกอบในภาพที่ต้องการ หรือตัดองค์ประกอบในภาพที่ไม่ต้องการออก เพื่อนำมาใช้ในการแผ่นพับ โปสเตอร์ วีดีทัศน์ ฯลฯ	+1	+1	+1	-1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
3.4 การตกแต่งภาพถ่ายให้สวยงามได้ เช่น เพิ่ม/ลดความสว่างของภาพ ลบริ้วรอย เพิ่ม/ลดความเข้มของสี เปลี่ยนแปลงสี ฯลฯ	+1	+1	+1	-1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
3.5 การจัดวางภาพและตัวอักษรในสื่อต่าง ๆ เช่น ใช้เทคนิคในการตัดข่าวลงในภาพเพื่อวางข้อความ หรือเทคนิคการวางข้อความลงในภาพที่มีพื้นสีเข้ม ฯลฯ	+1	+1	+1	-1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
4. ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์								
4.1 การออกแบบแผ่นพับ โดยใช้โปรแกรม Microsoft Word / Microsoft Publisher / Microsoft PowerPoint / Spring Publisher / อื่น ๆ ในการออกแบบแผ่นพับได้	+1	+1	+1	+1	-1	3	0.60	สอดคล้อง

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ คนที่					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	1	2	3	4	5			
4.2 การออกแบบโปสเตอร์โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop /Poster Printer / อื่น ๆ ในการออกแบบโปสเตอร์ได้	+1	+1	+1	+1	-1	3	0.60	สอดคล้อง
4.3 การออกแบบจุลสาร/วารสารของหน่วยงานโดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CC 2015 / Adobe PageMaker CC 2015/ Indesign CC 2015 / อื่น ๆ ในการออกแบบจุลสาร/วารสารได้	+1	+1	+1	+1	-1	3	0.60	สอดคล้อง
4.4 การออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop/ Banner Designer Pro 5.0 / อื่น ๆ ในการออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard ได้	+1	+1	+1	-1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
4.5 การใช้เครื่องอัดสำเนาระบบดิจิตอล(Copy Printer) ในการจัดทำจดหมายข่าวหรือข่าวแจกได้	+1	+1	+1	-1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
4.6 การเขียนสปอตโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ/โทรทัศน์ได้ โดยมีเนื้อหา เสียงประกอบและหรือภาพได้อย่างผสมกลมกลืนและน่าสนใจ	+1	+1	+1	-1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
4.7 การเขียนบทวีดีทัศน์/สารคดีสั้น โดยมีส่วนนำเข้าสู่เรื่อง ส่วนดำเนินเรื่อง ส่วนที่เป็นแก่นของเรื่อง และส่วนสรุปได้	+1	+1	+1	-1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
4.8 การออกแบบป้าย Backdrop บูธนิทรรศการ Roll up ให้สวยงามและน่าสนใจ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
5. ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์								
5.1 การใช้ Social Media ในการเผยแพร่ข่าว เช่น การใช้ Facebook, Instargram, Blog, Twitter, Line ฯลฯ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
5.2 การนำเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยและการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่นำเยี่ยมชม	+1	+1	+1	-1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
5.3 การจัดแถลงข่าว เช่น การจัดแถลงข่าวการจัดงาน/กิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย/คณะ การชี้แจงเหตุการณ์หรือประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจ ฯลฯ	+1	+1	+1	-1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
5.4 การเขียนโครงการและจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ เช่น การจัดงานเลี้ยงรับรองสื่อมวลชน การนำสื่อมวลชนไปอบรม/ประชุม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน ฯลฯ	+1	+1	+1	-1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
5.5 การเขียนโครงการและจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาด เช่น การจัดงานเฉลิมฉลองในโอกาสต่าง ๆ การเปิดตัวหลักสูตรใหม่ การจัดอีเว้นท์ ฯลฯ	+1	+1	+1	-1	+1	4	0.80	สอดคล้อง

ผลการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเพื่อประเมินความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ข้อคำถาม	ผลการวิเคราะห์		สรุปผล
	ค่าที	Sig.	
1. ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ ด้านข่าว			
1.1 การจับประเด็นเรื่องราวที่อยู่ใกล้ตัว/อยู่ในความสนใจ/น่าสนใจมาเป็นข่าวได้ เช่น การเปิดหลักสูตรใหม่ ผลงานวิจัย นวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์ การให้บริการทางวิชาการ กิจกรรมต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยหรือคณะจัดขึ้น ฯลฯ	3.361	.008	มีอำนาจจำแนก
1.2 การเข้าถึงบุคคล การสัมภาษณ์ผู้บริหาร นักวิจัย ฯลฯ หรือการเข้าถึงข้อมูล เช่น เอกสารโครงการ คำกล่าวรายงาน/คำกล่าวเปิด-ปิดงาน ฯลฯ เพื่อนำมาเขียนข่าวได้	2.236	.042	มีอำนาจจำแนก
1.3 การเขียนบรรยายภาพได้ถูกต้องตามหลักการเขียนบรรยายใต้ภาพ (Caption) ซึ่งประกอบด้วย 5W 1H	2.624	.028	มีอำนาจจำแนก
1.4 การเขียนข่าวแจกได้ถูกต้องตามหลักการเขียนข่าวแจก (Press release) ซึ่งประกอบด้วย พาดหัวข่าว ความนำ เนื้อเรื่อง และบทสรุป	3.100	.008	มีอำนาจจำแนก
1.5 การเขียนรายงานพิเศษ (Scope) ได้ถูกต้องตามหลักการเขียนรายงานพิเศษ ซึ่งประกอบด้วย พาดหัวข่าว วรรคนำ ส่วนเชื่อม เนื้อข่าวและทิ้งท้ายข่าว	3.055	.018	มีอำนาจจำแนก
1.6 การเขียนบทความได้ถูกต้องตามหลักการเขียนบทความ ซึ่งประกอบด้วยชื่อเรื่อง บทนำ เนื้อเรื่อง และบทสรุป	3.994	.001	มีอำนาจจำแนก
1.7 การแก้ไข (Edit) ข่าวโดยใช้สัญลักษณ์แบบต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง	2.758	.015	มีอำนาจจำแนก
2. ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ ด้านการพูด			
2.1 การเป็นพิธีกรดำเนินรายการในการจัดงานต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยและคณะ เช่น งานปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ วันสถาปนามหาวิทยาลัย ฯลฯ	2.543	.023	มีอำนาจจำแนก
2.2 การใช้เสียง ได้แก่ ความหนักเบาของเสียง การใช้น้ำเสียงให้ไพเราะ ชวนฟัง	2.393	.031	มีอำนาจจำแนก
2.3 การใช้ภาษาได้แก่ การใช้ภาษาที่เป็นทางการ การใช้ภาษาได้เหมาะสมกับกาลเทศะ การใช้ภาษากายประกอบการพูด	2.260	.049	มีอำนาจจำแนก

ข้อคำถาม	ผลการวิเคราะห์		สรุปผล
	ค่าที	Sig.	
2.4 การเป็นผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์หรือสื่อภาพเคลื่อนไหวได้ เช่น การเป็นผู้ดำเนินรายการสารคดีสั้น วีดีทัศน์แนะนำมหาวิทยาลัย ฯลฯ	3.529	.003	มีอำนาจจำแนก
2.5 การเป็นนักจัดรายการทางสถานีวิทยุของมหาวิทยาลัย	2.837	.013	มีอำนาจจำแนก
2.6 การพูดประชาสัมพันธ์ทางเสียงตามสายได้	2.286	.038	มีอำนาจจำแนก
2.7 การให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับหน่วยงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัย/คณะจัดแก่สื่อมวลชน	2.236	.042	มีอำนาจจำแนก
3. ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ ด้านภาพ			
3.1 การถ่ายภาพบุคคล/เหตุการณ์ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้ เช่น ถ่ายภาพผู้บริหารเพื่อนำมาใช้ในการเผยแพร่ทางเว็บไซต์ ถ่ายภาพผลงานสิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม ภาพกิจกรรม ลงในวารสาร/จุลสาร ฯลฯ	2.341	.047	มีอำนาจจำแนก
3.2 การคัดเลือกภาพให้เหมาะสมกับรูปแบบข่าว เนื้อข่าวและสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น ภาพบุคคล/เหตุการณ์ที่ใช้ในการลงหนังสือพิมพ์ ภาพประกอบบทความ ฯลฯ	2.434	.039	มีอำนาจจำแนก
3.3 การตัดต่อภาพเพื่อนำใช้ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้ เช่น เลือกเฉพาะองค์ประกอบในภาพที่ต้องการ หรือตัดองค์ประกอบในภาพที่ไม่ต้องการออก เพื่อนำมาใช้ในการแผ่นพับ โปสเตอร์ วีดีทัศน์ ฯลฯ	3.901	.003	มีอำนาจจำแนก
3.4 การตกแต่งภาพถ่ายให้สวยงามได้ เช่น เพิ่ม/ลดความสว่างของภาพ ลบริ้วรอยเพิ่ม/ลดความเข้มของสี เปลี่ยนแปลงสี ฯลฯ	2.996	.010	มีอำนาจจำแนก
3.5 การจัดวางภาพและตัวอักษรในสื่อต่าง ๆ เช่น ใช้เทคนิคในการตัดข่าวลงในภาพเพื่อวางข้อความ หรือเทคนิคการวางข้อความลงในภาพที่มีพื้นสีเข้ม ฯลฯ	3.972	.001	มีอำนาจจำแนก
4. ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ ด้านการทำสื่อประชาสัมพันธ์			
4.1 การออกแบบแผ่นพับ โดยใช้โปรแกรม Microsoft Word / Microsoft Publisher / Microsoft PowerPoint / Spring Publisher / อื่น ๆ ในการออกแบบแผ่นพับได้	2.589	.021	มีอำนาจจำแนก
4.2 การออกแบบโปสเตอร์โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop/ Poster Printer / อื่น ๆ ในการออกแบบโปสเตอร์ได้	3.532	.003	มีอำนาจจำแนก

ข้อคำถาม	ผลการวิเคราะห์		สรุปผล
	ค่าที	Sig.	
4.3 การออกแบบจุลสาร/วารสารของหน่วยงานโดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CC 2015 / Adobe PageMaker CC 2015/ Indesign CC 2015 / อื่น ๆ ในการออกแบบจุลสาร/ วารสารได้	2.183	0.47	มีอำนาจจำแนก
4.4 การออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop/ Banner Designer Pro 5.0 / อื่น ๆ ในการออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard ได้	2.341	.047	มีอำนาจจำแนก
4.5 การใช้เครื่องอัดสำเนาระบบดิจิตอล(Copy Printer) ในการจัดทำจดหมายข่าวหรือข่าวแจกได้	3.862	.002	มีอำนาจจำแนก
4.6 การเขียนสปอตโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ/โทรทัศน์ได้ โดยมีเนื้อหา เสียงประกอบและหรือภาพได้อย่างผสมกลมกลืนและน่าสนใจ	2.546	.023	มีอำนาจจำแนก
4.7 การเขียนบทวีดีทัศน์/สารคดีสั้น โดยมีส่วนนำเข้าสู่เรื่อง ส่วนดำเนินเรื่อง ส่วนที่เป็นแก่นของเรื่อง และส่วนสรุปได้	3.775	.002	มีอำนาจจำแนก
4.8 การออกแบบป้าย Backdrop บูธนิทรรศการ Roll up ให้สวยงามและน่าสนใจ	2.338	.305	มีอำนาจจำแนก
6. ความสามารถในการประชาสัมพันธ์ ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์			
5.1.การใช้ Social Media ในการเผยแพร่ข่าว เช่น การใช้ Facebook, Instargram, Blog, Twitter, Line ฯลฯ	2.799	.022	มีอำนาจจำแนก
5.2 การนำเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยและการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่นำเยี่ยมชม	2.170	.048	มีอำนาจจำแนก
5.3การจัดแถลงข่าว เช่น การจัดแถลงข่าวการจัดงาน/ กิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย/คณะ การชี้แจงเหตุการณ์หรือประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจ ฯลฯ	2.592	.021	มีอำนาจจำแนก
5.4 การเขียนโครงการและจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ เช่น การจัดงานเลี้ยงรับรองสื่อมวลชน การนำสื่อมวลชนไปอบรม/ประชุม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน ฯลฯ	2.688	.018	มีอำนาจจำแนก
5.5 การเขียนโครงการและจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาด เช่น การจัดงานเฉลิมฉลองในโอกาสต่าง ๆ การเปิดตัวหลักสูตรใหม่ การจัดอีเว้นท์ ฯลฯ	2.183	.047	มีอำนาจจำแนก

แบบประเมินโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

คำชี้แจง

แบบประเมินนี้มีจุดประสงค์เพื่อประเมินความสอดคล้องและความเหมาะสมของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

แบบประเมินนี้แบ่งเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นการประเมิน**ความเหมาะสม**ของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม

ตอนที่ 2 เป็นการประเมิน**ความสอดคล้อง**ของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม

ตอนที่ 1 เป็นการประเมินความเหมาะสมของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม

โปรดพิจารณาว่าองค์ประกอบต่าง ๆ ในโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมมีความเหมาะสมในระดับใด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านและโปรดให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

รายการประเมิน	ระดับความเหมาะสม					เหตุผล/ข้อเสนอแนะ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. สภาพปัญหาและความจำเป็นของหลักสูตรฝึกอบรม						
2. จุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม						
3. หน่วยการเรียนรู้เหมาะสมกับจุดมุ่งหมายของหลักสูตร						
4. เนื้อหาในแต่ละหน่วยการเรียนรู้สามารถนำไปใช้ได้จริง						
5. การเรียงลำดับเนื้อหาในแต่ละหน่วยการเรียนรู้						
6.การส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ในแต่ละหน่วยการเรียนรู้						
7.กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ของคอล์ป						

รายการประเมิน	ระดับความเหมาะสม					เหตุผล/ข้อเสนอแนะ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
8.สื่อการเรียนรู้ช่วยเสริมสร้างความรู้						
9.การวัดและประเมินผลในแต่ละหน่วยการเรียนรู้						
10.ระยะเวลาในการฝึกอบรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้						

ตอนที่ 2 เป็นการประเมินความสอดคล้องของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม

โปรดศึกษาองค์ประกอบต่าง ๆ ในโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมและพิจารณาว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ และทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน และโปรดให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

รายการประเมิน	ความสอดคล้อง		เหตุผล/ข้อเสนอแนะ
	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง	
1.สภาพปัญหาของหลักสูตรกับหลักการของหลักสูตร			
2. สภาพปัญหาของหลักสูตรกับจุดมุ่งหมายของหลักสูตร			
3.สภาพปัญหาของหลักสูตรกับหน่วยการเรียนรู้			
4.สภาพปัญหาของหลักสูตรกับเนื้อหาสาระการเรียนรู้			
5.จุดมุ่งหมายของหลักสูตรกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมของแต่ละหน่วยการเรียนรู้			
6.จุดมุ่งหมายของหลักสูตรกับหน่วยการเรียนรู้			
7.จุดมุ่งหมายของหลักสูตรกับเนื้อหาสาระการเรียนรู้			
8.จุดประสงค์เชิงพฤติกรรมกับเนื้อหาสาระการเรียนรู้			

รายการประเมิน	ความสอดคล้อง		เหตุผล/ข้อเสนอแนะ
	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง	
9. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้กับกิจกรรมและวิธีการฝึกอบรม			
10.จุดประสงค์เชิงพฤติกรรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้กับสื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม			
11.จุดประสงค์เชิงพฤติกรรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้กับการวัดและประเมินผล			
12.เนื้อหาสาระการเรียนรู้กับหน่วยการเรียนรู้			
13. เนื้อหาสาระการเรียนรู้กับสื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม			
14. กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรมกับสื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม			
15. กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรมกับการวัดและประเมินผล			

ผลการประเมินโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ตอนที่ 1 ผลการประเมินความเหมาะสมของหลักสูตร

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ คนที่					$\overline{X}$	S.D.	ระดับความเหมาะสม
	1	2	3	4	5			
1.สภาพปัญหาและความจำเป็นของหลักสูตรฝึกอบรม	5	5	5	4	4	4.60	0.55	มากที่สุด
2. จุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม	5	4	5	5	5	4.80	0.45	มากที่สุด
3.หน่วยการเรียนรู้เหมาะสมกับจุดมุ่งหมายของหลักสูตร	5	4	5	5	5	4.80	0.45	มากที่สุด
4. เนื้อหาในแต่ละหน่วยการเรียนรู้สามารถนำไปใช้ได้จริง	5	5	5	5	4	4.80	0.45	มากที่สุด
5. การเรียงลำดับเนื้อหาในแต่ละหน่วยการเรียนรู้	5	5	5	5	5	5.00	0.00	มากที่สุด
6.การส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ในแต่ละหน่วยการเรียนรู้	5	4	5	5	5	4.80	0.45	มากที่สุด
7.กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ของคอล์ป	5	4	4	5	5	4.60	0.55	มากที่สุด
8.สื่อการเรียนรู้ช่วยเสริมสร้างความรู้	5	4	5	5	4	4.60	0.55	มากที่สุด
9.วิธีการวัดและประเมินผลในแต่ละหน่วยการเรียนรู้	5	4	4	4	4	4.20	0.45	มาก
10.ระยะเวลาในการฝึกอบรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้	3	3	4	3	4	3.40	0.55	ปานกลาง

ตอนที่ 2 ผลการประเมินความสอดคล้องของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม

ประเด็นการประเมิน	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ คนที่					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	1	2	3	4	5			
1.สภาพปัญหาของหลักสูตรกับหลักการของหลักสูตร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
2. สภาพปัญหาของหลักสูตรกับจุดมุ่งหมายของหลักสูตร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
3.สภาพปัญหาของหลักสูตรกับหน่วยการเรียนรู้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
4.สภาพปัญหาของหลักสูตรกับเนื้อหาสาระการเรียนรู้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
5.จุดมุ่งหมายของหลักสูตรกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมของแต่ละหน่วยการเรียนรู้	+1	-1	+1	+1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
6.จุดมุ่งหมายของหลักสูตรกับหน่วยการเรียนรู้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
7.จุดมุ่งหมายของหลักสูตรกับเนื้อหาสาระการเรียนรู้	+1	+1	+1	+1	-1	3	0.60	สอดคล้อง
8.จุดประสงค์เชิงพฤติกรรมกับเนื้อหาสาระการเรียนรู้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
9. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้กับกิจกรรมและวิธีการฝึกอบรม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
10.จุดประสงค์เชิงพฤติกรรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้กับสื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
11.จุดประสงค์เชิงพฤติกรรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้กับการวัดและประเมินผล	+1	-1	+1	+1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
12. เนื้อหาสาระการเรียนรู้กับหน่วยการเรียนรู้	+1	+1	+1	+1	-1	3	0.60	สอดคล้อง
13. เนื้อหาสาระการเรียนรู้กับสื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม	+1	+1	+1	+1	-1	3	0.60	สอดคล้อง
14. กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรมกับสื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม	+1	+1	+1	+1	-1	3	0.60	สอดคล้อง
15. กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรมกับการวัดและประเมินผล	+1	+1	+1	+1	-1	3	0.60	สอดคล้อง

ภาคผนวก ค

แบบทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

แบบประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์

ผลการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์

ผลการวัดค่าความยากง่ายและค่าอำนาจจำแนกของแบบทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์

ผลคะแนนจากการวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์

แบบสอบถามความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรม

แบบประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรม

ผลการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรม

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรม

แบบทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

คำชี้แจง 1. แบบทดสอบนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล 5 ด้าน คือ ด้านข่าว ด้านการพูด ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ โดยมีข้อคำถามด้านละ 10 ข้อ รวมจำนวน 50 ข้อ

2. โปรดทำเครื่องหมาย ✕ลงในกระดาษคำตอบ ที่เห็นว่าถูกต้อง

ด้านข่าว

ข้อ 1.ข้อเขียนที่มีวัตถุประสงค์ที่จะให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับบุคคลเรื่องที่อยู่ในความสนใจแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น ซึ่งเป็นเรื่องราวเจาะลึก คือ

ก. รายงานพิเศษ ข. บทความ ค. ภาพข่าว

ง. ข่าวใต้ภาพ จ. ข่าวแจก

ข้อ 2. ข้อใดต่อไปนี้ **ไม่ใช่**ส่วนประกอบของการเขียนรายงานพิเศษ

ก. ชื่อเรื่อง ข. บทสัมภาษณ์ ค. บทนำ

ง. บทสรุป จ. ภาพประกอบเรื่อง

ข้อ 3.ภาษาที่ใช้ในการเขียนรายงานพิเศษ มีลักษณะเช่นใด

ก. ทางการ ข. ไม่เป็นทางการ ค. กึ่งทางการ

ง. แบบ ก และ ค จ. แบบใดก็ได้

ข้อ 4. บทความที่มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งให้ความรู้เรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งเกิดจากการค้นคว้าเอกสาร บุคคล ศึกษาวิจัย คือ บทความประเภทใด

ก. บทความทั่วไป ข. บทความแสดงความคิดเห็น ค. บทความแนะนำ

ง. บทความวิชาการ จ. บทความปกิณกะ

ข้อ 5. ในการเขียนบทความ ข้อใดต่อไปนี้**ไม่ถูกต้อง**

ก. เป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจ ข. มีข้อมูลพร้อมและมีหลักฐานสนับสนุน

ค. ไม่ควรแทรกข้อคิดเห็นส่วนตัว ง. ตั้งชื่อให้แปลกใหม่ และจดจำง่าย

จ. ความยาว 1 – 3 หน้ากระดาษ

ข้อ 6. ข้อใด**ไม่ใช่**หลักการใช้ภาษาในการพาดหัวข่าว

ก. ใช้คำสั้นหรือกร่อนคำ ข. ละประธานของประโยค ค. ละเว้นคำเชื่อม คำสันธาน

ง. ไม่ใช้คำแสลงคำที่สร้างภาพเกินจริง จ. ใช้ฉายาหรือชื่อเล่น

ข้อ 7. “อยากได้มือถือรุ่นใหม่ วัยรุ่นหาเงินด้วยการขายตัว” เป็นการเขียนพาดหัวข่าวในแบบใด

ก. แบบ Whoนำ ข. แบบWhat นำ ค. แบบ Whenนำ

ง. แบบ Why นำ จ. แบบ How นำ

ข้อ 8. ข่าวที่เขียนขึ้นเพื่อให้สื่อมวลชนนำไปเผยแพร่ เรียกว่า

ก. Press release ข. Scoop ค. Caption

ง. Article จ. ถูกทุกข้อ

ข้อ 9. การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์หรือข่าวแจก ใช้รูปแบบการเขียนข่าวแบบใด

ก. แบบพีระมิดหัวตั้ง ข. แบบพีระมิดหัวกลับ ค. แบบผสม

ง. แบบเอียงขวา จ. แบบเอียงซ้าย

ข้อ 10. การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์หรือข่าวแจก โดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาความสำคัญน้อย เป็นการเขียนข่าวในรูปแบบใด

ก. แบบพีระมิดหัวกลับ ข. แบบพีระมิดหัวตั้ง ค. แบบผสม

ง. แบบเอียงขวา จ. แบบเอียงซ้าย

ด้านการพูด

ข้อ 11. หน่วยงานในประเทศไทยที่ทำหน้าที่กำกับดูแลผู้ประกาศ คือ

ก. กรมประชาสัมพันธ์

ข. สมาคมนักข่าวและโทรทัศน์ไทย

ค. สมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย

ง. สถานีวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

จ. คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

ข้อ 12.ข้อใดต่อไปนี้**ไม่ใช่**คุณสมบัติของผู้ประกาศข่าวตามที่กฎหมายกำหนด

ก. มีความสามารถในการถ่ายทอด ข. มีสัญชาติไทย ค.อายุไม่ต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์

ง. ผ่านการฝึกอบรมตามที่กำหนด จ. ผ่านการทดสอบตามที่กำหนด

ข้อ 13.ข้อใดต่อไปนี้อ่านออกเสียงได้ถูกต้อง

ก. สม-เด็ด-พระ-เทบ-พะ-รัด-ราด-สุ-ดา-สะ-หยาม-บอ-รม-ราด-ชะ-กุ-มา-รี

ข. สม-เด็ด-พระ-เทบ-พะ-รัด-ราด-ชะ-สุ-ดา-สะ-หยาม-บอ-รม-ราด-กุ-มา-รี

ค. สม-เด็ด-พระ-เทบ-พะ-รัด-ราด-สุ-ดา-สะ-หยาม-บอ-รม-มะ-ราด-ชะ-กุ-มา-รี

ง. สม-เด็ด-พระ-เทบ-พะ-รัด-ราด-ชะ-สุ-ดา-สะ-หยาม-บอ-รม-ราด-ชะ-กุ-มา-รี

จ. สม-เด็ด-พระ-เทบ-พะ-รัด-ราด-ชะ-สุ-ดา-สะ-หยาม-บอ-รม-มะ-ราด-ชะ-กุ-มา-รี

ข้อ 14.ผู้ที่ทำหน้าที่ดำเนินรายการในงานที่เป็นพิธีการ คือใคร

ก. ผู้ประกาศ ข. พิธีกร ค. มรรคนายก

ง. โฆษก จ. ผู้โฆษณา

ข้อ 15. ข้อใดกล่าว**<u>ไม่ถูกต้อง</u>**เกี่ยวกับพิธีกร

ก. การเป็นพิธีกรไม่ต้องเตรียมอะไรมากเพราะต้องแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

ข. พิธีกรต้องมีความรู้เกี่ยวกับงานที่จัด

ค. บุคลิกภาพเป็นคุณสมบัติที่สำคัญประการหนึ่งของพิธีกร

ง. พิธีกรคือผู้ประสานกับฝ่ายต่าง ๆ

จ. การแนะนำตนเองทำให้ผู้ฟังรู้จักพิธีกร

ข้อ 16. ข้อใดคือหน้าที่ของพิธีกร

ก. ประสานงานกับเจ้าของงาน ข. สร้างบรรยากาศที่ดีให้กับงาน ค. ศึกษากำหนดการ

ง. ตรวจสอบบุคคลที่เกี่ยวข้อง จ. ถูกทุกข้อ

ข้อ 17. ข้อใดใช้ภาษาได้เหมาะสมในการกล่าวขอบคุณวิทยากร

ก. ความรู้ที่ได้รับวันนี้มีค่ามากมายมหาศาล คุ้มค่าเกินที่จะกล่าวว่าขอบคุณ ขอให้พวกเราปรบมือให้วิทยากรด้วย

ข. ขอขอบคุณวิทยากรเป็นอย่างสูงที่ได้สละเวลาอันมีค่ามาบรรยายในวันนี้ แม้เรื่องที่พูดเป็นเรื่องที่พวกเราเคยได้ฟังมาแล้ว แต่ท่านก็ตั้งใจบรรยายอย่างเต็มที่

ค. ขอขอบคุณวิทยากรเป็นอย่างสูงที่ตั้งอกตั้งใจมาให้ความรู้แก่พวกเรา แต่เป็นที่น่าเสียดายที่ผู้ฟังบางคนเดินเข้าเดินออก ไม่ตั้งใจเท่าที่ควร อย่างไรก็แล้วแต่ พวกเราขอขอบคุณวิทยากรเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ง. ความรู้ที่ได้รับในวันนี้นับว่ามีประโยชน์อย่างยิ่ง น่าเสียดายที่มีเวลาจำกัด จึงหวังว่าในโอกาสต่อไปจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านอีก เพื่อเป็นการขอบคุณ ขอเชิญชวนทุกท่านได้ปรบมือให้กับท่านวิทยากรครับ

จ. ไม่มีข้อใดถูก

ข้อ 18.หากท่านพิธีกรบนเวที ปรากฏว่าถูกผู้ฟังหน้าเวทีพูดเย้าแหย่ ท่านควรทำอย่างไร

ก. ทำเป็นไม่รู้ไม่ชี้ แล้วดำเนินรายการต่อไป ข. ทำเป็นหัวเราะแล้วยกมือไหว้ผู้ฟัง

ค. พูดล้อเล่น เย้าแหย่ผู้ฟังคนนั้น ง. พูดขอร้องให้ผู้ฟังรักษามารยาทด้วย

จ. หยุดพูดชั่วครู่จนกว่าคนหน้าเวทีจะหยุดพูด

ข้อ 19. ในการประกวดร้องเพลง ข้อมูลใดที่พิธีกร**<u>ไม่จำเป็นต้องรู้</u>**

ก. หลักเกณฑ์การตัดสิน ข. รางวัลในการประกวด ค. รายชื่อคณะกรรมการ

ง.เพลงที่ใช้ในการประกวด จ. รางวัลที่ผู้เข้าประกวดเคยได้รับ

ข้อ 20. การกล่าวขอบคุณวิทยากร ข้อใดที่พิธีกร**<u>ไม่ควรทำ</u>**

ก. กล่าวขอบคุณและเชิญชวนให้มาพูดอีก

ข. กล่าวขอบคุณและเชิญชวนผู้ฟังปรบมือ

ค. กล่าวขอบคุณและสรุปสาระสำคัญที่วิทยากรพูด

ง. กล่าวขอบคุณ พูดถึงประโยชน์และวิจารณ์วิทยากร

จ. กล่าวขอบคุณและพูดถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการฟัง

ด้านภาพ

ข้อ 21. โปรแกรมที่เหมาะกับงานที่ใช้ในการตกแต่งภาพ คือ

ก. Photo retouching ข. Graphic illustrator ค. 3D Photo Realistion

ง. Presentation จ. Animation

ข้อ 22.สัญลักษณ์ใดที่ใช้ในการตัดขอบภาพ

ก. 

ข. 

ค. 

ค. 

จ. 

ข้อ 23.ข้อใดต่อไปนี้ไม่เข้าพวก

ก. .JPEG ข..DOC ค. .PNG

ง. .TIF จ. .GIF

ข้อ 24.หากต้องการปรับความคมชัดของภาพ ต้องใช้ คำสั่งใด

ก. Image> Adjustments> Auto Level ข. Image> Adjustments> Levels

ค. Filter> Sharpen> Unsharp Mask ง. ข้อ ก. และ ข.

จ. ถูกทุกข้อ

ข้อ 25. หากต้องการปรับสีของภาพ ต้องใช้คำสั่งใด

ก. Filter> Sharpen> Unsharp Mask ข. กด Ctrl+u

ค. Image > Image Size ง. Image>Adjustments>Hue/Saturation

จ. ถูกทั้ง ข และ ง

ข้อ 26. ถ้าจะให้แสงมาก และเข้าสู่กล้องนาน จะต้องตั้งค่า F-number และความเร็วชัตเตอร์อย่างไร

ก. น้อย- น้อย ข. น้อย-มาก ค. ปานกลาง-ปานกลาง

ง. มาก-น้อย จ. มาก-มาก

ข้อ 27.การจัดองค์ประกอบทางศิลปะของภาพ โดยดูความสัมพันธ์กลมกลืนระหว่างองค์ประกอบหลาย ๆ องค์ประกอบ เรียกว่า

ก. ความสมดุล ข. สัดส่วน ค. จังหวะลีลา

ง. การเน้น จ. เอกภาพ

ข้อ 28.การนำภาพไปใช้ในการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ ควรมีความละเอียดไม่น้อยกว่าเท่าใด

ก. 300 PPI ข. 200 PPI ค. 150 PPI

ง. 100 PPI จ.75 PPI

ข้อ 29.ภาพที่ใช้ในการทำป้ายไวนิล**อิงค์เจ็ท** ภายนอก ควรมีความละเอียดไม่น้อยกว่าเท่าใด

ก. 300 – 520 PPI ข. 520 – 720 PPI ค. 720-1440 PPI

ง. 1440 – 1620 PPI จ. 1620 – 1840 PPI

ข้อ 30.ข้อใดต่อไปนี้ถูกต้อง

ก. การส่งภาพให้สื่อมวลชน ควรส่งไปจำนวนมาก ๆ เพื่อจะได้มีโอกาสเลือก

ข. ภาพบุคคลไม่ควรโพสหรือตั้งท่าจัดเพราะจะดูไม่เป็นธรรมชาติ

ค. ไม่จำเป็นต้องจัด เติม เสริม แต่ง อุปกรณ์ใด ๆ อีก

ง. ไม่จำเป็นต้องให้เห็นอุปกรณ์ในการเล่นกีฬา

จ. ต้องถ่ายให้เห็นบุคคลิกภาพของบุคคลนั้น

ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

ข้อ 31. บทโทรทัศน์แบบใด ที่**<u>ไม่นิยม</u>**ใช้ในการประชาสัมพันธ์

ก.แบบสมบูรณ์ ข.แบบย่อ ค.แบบบอกเฉพาะรูปแบบ

ง.ข้อ ก และ ข จ. ข้อ ข และ ค

ข้อ 32.บทที่มีโครงเรื่อง บทพูดฉาก แต่ยังไม่ได้ระบุตำแหน่งกล้อง เรียกว่า

ก. บทภาพยนตร์ ข. บทถ่ายทำ ค. บทภาพ

ง.บทโทรทัศน์แบบย่อ จ. บทเปิดเรื่อง

ข้อ 33.การปิดเรื่องของละคร เรื่อง คู่กรรมเป็นการปิดเรื่องแบบใด

ก. Surprise ending ข.Tragic ending ค.Happy ending

ง.Realistic ending จ.Twist ending

ข้อ 34.คำอธิบายรายการควรเขียนไว้ในส่วนใดของบท

ก. ก่อนบท ข. ท้ายบท ค. ระหว่างบท

ง.เขียนไว้ส่วนใดก็ได้ จ. ถูกทั้ง ก และ ข

ข้อ 35.ช่วงเวลาใดจะมีผู้ฟังวิทยุมากที่สุด

ก. Drive Time ข. Afternoon Drive Time ค. Run of Station

ง. Night Time จ. Evening Time

ข้อ 36.สปอตวิทยุ ควรมีความยาว

ก. 10 – 20 วินาที ข. 20 - 30 วินาที ค. 30 - 60 วินาที

ง. 60 - 80 วินาที จ. 80-120 วินาที

ข้อ 37. สปอตวิทยุที่ให้บุคคลพูดคุยกัน เกี่ยวกับสรรพคุณของผลิตภัณฑ์/บริการที่ต้องการโฆษณา เป็นสปอตวิทยุแบบใด

ก. แบบใช้บุคคล ข. แบบสร้างสถานการณ์ ค. แบบเชิงวรรณคดี

ง. แบบเล่าเรื่อง จ. แบบเพลงโฆษณา

ข้อ 38.องค์ประกอบของสปอตวิทยุ

ก. เสียงพูด เสียงดนตรี ข. เสียงพูด เสียงประกอบ ค.เสียงดนตรี เสียงประกอบ

ง. เสียงพูด เพลงประกอบ จ. เสียงพูด เสียงดนตรี เสียงประกอบ

ข้อ 39.ข้อใด**ไม่ใช่โหมดสี**ในโปรแกรม Adobe Photoshop

ก. Bitmap ข. RGB Color ค. CMYK Color

ง. Vector จ.Grayscale

ข้อ 40.การปรับค่า Opacity จะมีผลต่อภาพอย่างไร

ก. ทำให้ขอบภาพฟุ้งเบลอ ข. ทำให้ภาพมีความเข้มจาง ค. ทำให้ภาพมีกรอบ

ง. ทำให้ตัวภาพฟุ้งเบลอ จ. ทำให้ภาพเป็นสีน้ำตาลเข้ม (ซีเปีย)

ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์

ข้อ 41. ชื่อโครงการใดต่อไปนี้**ไม่เหมาะสม**

ก. โครงการตักบาตรข้าวสารอาหารแห้ง วันเฉลิมพระชนมพรรษา

ข. โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การวิจัยสถาบัน

ค. โครงการจัดกิจกรรมเนื่องในสัปดาห์วันวิสาขบูชา

ง. โครงการจัดการประกวดร้องเพลงไทยลูกทุ่ง

จ. โครงการเพชรราชมงล

ข้อ 42.ส่วนใดของโครงการที่ทำให้ผู้อ่านทราบว่าเหตุใดจึงต้องจัดโครงการ

ก. ชื่อโครงการ ข. หลักการและเหตุผล ค. วัตถุประสงค์

ง. วิธีการดำเนินงาน จ. กิจกรรมในโครงการ

ข้อ 43.ข้อใด**ไม่ใช่**ส่วนประกอบของการเขียนโครงการ

ก. กิจกรรมในโครงการ ข. ความเชื่อมโยงกับประเด็นยุทธศาสตร์ ค. ค่าเป้าหมาย

ง. ตัวชี้วัดความสำเร็จ จ. ไม่มีข้อใดถูก

ข้อ 44. ข้อใดต่อไปนี้**ไม่เหมาะสม**

ก. วัตถุประสงค์ของโครงการวันลอยกระทง - เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย

ข. เป้าหมายโครงการประกวดร้องเพลง – มีผู้ร่วมงาน ไม่น้อยกว่า 100 คน

ค. สถานที่ดำเนินการ – มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ง. การติดตามประเมินผล – จากจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ

จ. ถูกทุกข้อ

ข้อ 45.ข้อใดต่อไปนี้เป็นกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Marketing Public Relation)

ก. การจัดงานวันสถาปนามหาวิทยาลัย ข. การจัดประชุมทางวิชาการ

ค. การมอบรางวัลนักวิจัยดีเด่น ง. การจัดประกวดนางนพมาศ

จ. ถูกทุกข้อ

ข้อ 46.สิ่งใดที่**ไม่จำเป็นต้อง**จัดเตรียมให้แก่สื่อมวลชนที่มาแถลงข่าว

ก. ข่าวแจก ข. คำกล่าวรายงาน ค. คำกล่าวเปิด

ง. ภาพข่าว จ. ของที่ระลึก

ข้อ 47. ในการจัดแถลงข่าว สิ่งใดที่นักประชาสัมพันธ์**ไม่ต้องดำเนินการ**

ก. เชิญสื่อและส่งกำหนดการ ข. ยืนยันการเข้าร่วมงานกับสื่อมวลชนด้วยวาจา

ค. จัดเตรียมบทแถลงข่าว ง. ดูแลต้อนรับสื่อมวลชนที่มาร่วมฟังการแถลงข่าว

จ. ไม่มีข้อใดถูก

ข้อ 48. แฟ้มเอกสาร (Press Kits)ที่จะมอบให้ผู้สื่อข่าว ควรมีเอกสารใดบ้าง

ก. ข่าวแจก ข. รายละเอียดโครงการ ค. ประวัติย่อขององค์กร

ง. กำหนดการจัดงาน จ. ถูกทุกข้อ

ข้อ 49.ข้อใดต่อไปนี้**ถูกต้อง**

ก. การจัด Thank you Party ไม่ถือเป็นการจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ เพราะไม่มีการให้ข่าว เป็นเพียงการรับประทานอาหารร่วมกันเท่านั้น

ข. ในการแถลงข่าว ไม่ควรเปิดโอกาสให้สื่อมวลชนซักถาม เพื่อไม่รู้คำถามล่วงหน้า ผู้แถลงข่าวอาจตอบไม่ได้ และเสียหน้า

ค. การอ้างอิงชื่อ-นามสกุลของแหล่งข่าวต้องระบุตำแหน่งควบคู่ด้วยเสมอ

ง. การเขียนข่าวแจก ยึดหลักการเขียนข่าวเพื่อให้รู้ว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน

จ. การเขียนข่าวแจกควรสอดแทรกความคิดเห็นส่วนตัว

ข้อ 50. วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์

ก. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับสื่อมวลชน

ข. เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์

ค. เพื่อเป็นการให้ข่าวแก่สื่อมวลชนนำไปเผยแพร่

ง. เพื่อให้สื่อมวลชนรายงานข่าวด้วยความรู้สึกที่ดี

จ. ถูกทุกข้อ

กระดาษคำตอบ

ชื่อ-สกุล.....หน่วยงาน.....

คำชี้แจง โปรดคำเครื่องหมาย ✕ ในช่องตัวอักษรที่ท่านเห็นว่าถูกต้อง

ข้อ	ก	ข	ค	ง	จ	ข้อ	ก	ข	ค	ง	จ
1						26					
2						27					
3						28					
4						29					
5						30					
6						31					
7						32					
8						33					
9						34					
10						35					
11						36					
12						37					
13						38					
14						39					
15						40					
16						41					
17						42					
18						43					
19						44					
20						45					
21						46					
22						47					
23						48					
24						49					
25						50					

เฉลย แบบทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์

ข้อ	ก	ข	ค	ง	จ	ข้อ	ก	ข	ค	ง	จ
1	✕					26	✕				
2		✕				27		✕			
3			✕			28	✕				
4				✕		29			✕		
5			✕			30					✕
6				✕		31				✕	
7					✕	32	✕				
8					✕	33		✕			
9		✕				34	✕				
10	✕					35	✕				
11					✕	36			✕		
12	✕					37				✕	
13			✕			38					✕
14		✕				39				✕	
15	✕					40		✕			
16					✕	41					✕
17				✕		42		✕			
18	✕					43					✕
19					✕	44					✕
20				✕		45					✕
21	✕					46				✕	
22			✕			47					✕
23		✕				48					✕
24					✕	49				✕	
25					✕	50					✕

แบบประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

คำชี้แจง

แบบประเมินนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของแบบทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านข่าว ด้านการพูด ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ โดยเป็นแบบทดสอบชนิด 5 ตัวเลือก จำนวน 50 ข้อที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น

โปรดอ่านข้อคำถามในแต่ละข้อและพิจารณาว่าข้อคำถามนั้น สามารถใช้วัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ในด้านนั้น ๆ ได้หรือไม่ และทำเครื่องหมาย ✓ในช่องความสอดคล้องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยข้อมูลที่ได้รับความอนุเคราะห์จากท่านผู้วิจัยจะนำไปสรุปผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น จึงขอความอนุเคราะห์ตอบแบบประเมินให้ครบทุกข้อและตรงกับความเป็นจริง

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบคำถามครั้งนี้

ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ

โทร.08 -1942-7599

ข้อคำถาม	ความสอดคล้อง		เหตุผล/ข้อเสนอแนะ
	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง	
ด้านข่าว ประกอบด้วย การเขียนรายงานพิเศษ การเขียนบทความ และการเขียนข่าวแจก			
ข้อ 1			
ข้อ 2			
ข้อ 3			
ข้อ 4			
ข้อ 5			
ข้อ 6			
ข้อ 7			
ข้อ 8			
ข้อ 9			
ข้อ 10			
ด้านการพูด ประกอบด้วย การเป็นผู้ประกาศข่าว การเป็นพิธีกร			
ข้อ 11			
ข้อ 12			
ข้อ 13			
ข้อ 14			
ข้อ 15			
ข้อ 16			
ข้อ 17			
ข้อ 18			
ข้อ 19			
ข้อ 20			
ด้านภาพ ประกอบด้วย การตกแต่งภาพ การถ่ายภาพ			
ข้อ 21			
ข้อ 22			
ข้อ 23			
ข้อ 24			
ข้อ 25			

ข้อคำถาม	ความสอดคล้อง		เหตุผล/ข้อเสนอแนะ
	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง	
ข้อ 26			
ข้อ 27			
ข้อ 28			
ข้อ 29			
ข้อ 30			
ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย การเขียนบทวีดีทัศน์ การเขียนสปอตวิทยุ การออกแบบป้ายไวนิล/Banner/Billboard			
ข้อ 31			
ข้อ 32			
ข้อ 33			
ข้อ 34			
ข้อ 35			
ข้อ 36			
ข้อ 37			
ข้อ 38			
ข้อ 39			
ข้อ 40			
ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย การเขียนโครงการและการจัดกิจกรรมสื่อสารทางการตลาด การจัดแถลงข่าวและกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์			
ข้อ 41			
ข้อ 42			
ข้อ 43			
ข้อ 44			
ข้อ 45			
ข้อ 46			
ข้อ 47			
ข้อ 48			
ข้อ 49			
ข้อ 50			

ผลการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ คนที่					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	1	2	3	4	5			
ด้านข่าว								
ข้อ 1	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 2	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 3	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 4	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 5	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 6	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 7	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 8	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 9	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 10	+1	+1	-1	+1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
ด้านการพูด								
ข้อ11	-1	-1	-1	+1	+1	-1	-0.20	ไม่สอดคล้อง
ข้อ 12	+1	-1	+1	+1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
ข้อ 13	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 14	+1	-1	+1	+1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
ข้อ 15	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 16	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 17	+1	-1	+1	+1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
ข้อ 18	+1	+1	-1	+1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
ข้อ 19	-1	+1	-1	+1	+1	1	0.20	ไม่สอดคล้อง
ข้อ 20	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ คนที่					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	1	2	3	4	5			
ด้านภาพ								
ข้อ21	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 22	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 23	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 24	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 25	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 26	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 27	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 28	+1	+1	+1	-1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
ข้อ 29	+1	+1	+1	-1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
ข้อ 30	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์								
ข้อ31	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 32	+1	+1	+1	-1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
ข้อ 33	-1	+1	+1	-1	+1	1	0.20	ไม่สอดคล้อง
ข้อ 34	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 35	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 36	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 37	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 38	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 39	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 40	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ คนที่					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	1	2	3	4	5			
ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์								
ข้อ41	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
ข้อ 42	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 43	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
ข้อ 44	-1	+1	+1	+1	+1	3	0.60	สอดคล้อง
ข้อ 45	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 46	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 47	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 48	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 49	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
ข้อ 50	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง

ผลการวัดค่าความยากง่ายและค่าอำนาจจำแนกของแบบทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์

คำถาม	ค่าความยากง่าย (Difficulty : P)	ค่าอำนาจจำแนก (Discrimination : r)	ใช้ได้/ใช้ไม่ได้ (ระบุเหตุผลที่ใช้ไม่ได้)
ข้อ 1	.44	.22	**ใช้ได้**
ข้อ 2	.28	.11	ใช้ไม่ได้ เพราะ rไม่เป็นไปเกณฑ์ (อำนาจจำแนกค่อนข้างต่ำ)
ข้อ 3	.39	.33	**ใช้ได้**
ข้อ 4	.78	.22	**ใช้ได้**
ข้อ 5	.39	.56	**ใช้ได้**
ข้อ 6	.33	.00	ใช้ไม่ได้ เพราะ r ไม่เป็นไปเกณฑ์ (ไม่มีอำนาจจำแนก)
ข้อ 7	.22	.22	**ใช้ได้**
ข้อ 8	.17	.11	ใช้ไม่ได้ เพราะ P และ r ไม่เป็นไปเกณฑ์ (ข้อสอบยากและอำนาจจำแนกค่อยข้างต่ำ)
ข้อ 9	.33	.22	**ใช้ได้**
ข้อ 10	.56	.00	ใช้ไม่ได้ เพราะ r ไม่เป็นไปเกณฑ์ (ไม่มีอำนาจจำแนก)
ข้อ 11			
ข้อ 12	.06	-.11	ใช้ไม่ได้ เพราะ P และ r ไม่เป็นไปเกณฑ์ (ข้อสอบยากมากและอำนาจจำแนกกลับทิศทาง)
ข้อ 13	.17	.11	ใช้ไม่ได้ เพราะ Pและ r ไม่เป็นไปเกณฑ์ (ข้อสอบยากและอำนาจจำแนกค่อนข้างต่ำ)
ข้อ 14	.67	.22	**ใช้ได้**
ข้อ 15	.67	.22	**ใช้ได้**
ข้อ 16	.56	.22	**ใช้ได้**

หมายเหตุ เกณฑ์การเลือก P มีค่า 0.20 – 0.80 r มีค่าตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป

คำถาม	ค่าความยากง่าย (Difficulty : P)	ค่าอำนาจจำแนก (Discrimination : r)	เลือก/ไม่เลือก (ระบุเหตุผลที่ไม่เลือก)
ข้อ 17	.39	.33	**ใช้ได้**
ข้อ 18	.28	.33	**ใช้ได้**
ข้อ 19			
ข้อ 20	.50	.56	**ใช้ได้**
ข้อ 21	.44	-.22	ใช้ไม่ได้ เพราะ r ไม่เป็นไปเกณฑ์ (อำนาจจำแนกกลับทิศทาง)
ข้อ 22	.83	-.11	ใช้ไม่ได้ เพราะ P และr ไม่เป็นไปเกณฑ์ (ข้อสอบง่ายและอำนาจจำแนกกลับทิศทาง)
ข้อ 23	.78	.22	**ใช้ได้**
ข้อ 24	.28	-.11	ใช้ไม่ได้ เพราะ r ไม่เป็นไปเกณฑ์ (อำนาจจำแนกกลับทิศทาง)
ข้อ 25	.22	.22	**ใช้ได้**
ข้อ 26	.39	.56	**ใช้ได้**
ข้อ 27	.28	-.33	ใช้ไม่ได้ เพราะ r ไม่เป็นไปเกณฑ์ (อำนาจจำแนกกลับทิศทาง)
ข้อ 28	.67	.22	**ใช้ได้**
ข้อ 29	.39	.56	**ใช้ได้**
ข้อ 30	.17	.11	ใช้ไม่ได้ เพราะP และr ไม่เป็นไปเกณฑ์ (ข้อสอบยากและอำนาจจำแนกค่อนข้างต่ำ)
ข้อ 31	.22	.44	**ใช้ได้**
ข้อ 32	.11	.22	ใช้ไม่ได้ เพราะ Pไม่เป็นไปเกณฑ์ (ข้อสอบยาก)
ข้อ 33			
ข้อ 34	.22	.00	ใช้ไม่ได้ เพราะ r ไม่เป็นไปเกณฑ์ (ไม่มีอำนาจจำแนก)
ข้อ 35	.06	.11	ใช้ไม่ได้ เพราะP และr ไม่เป็นไปเกณฑ์ (ข้อสอบยากมากและอำนาจจำแนกค่อนข้างต่ำ)
ข้อ 36	.22	.44	**ใช้ได้**

คำถาม	**ค่าความยากง่าย** (Difficulty : P)	**ค่าอำนาจจำแนก** (Discrimination : r)	**เลือก/ไม่เลือก (ระบุเหตุผลที่ไม่เลือก)**
ข้อ 37	.22	.22	**ใช้ได้**
ข้อ 38	.56	.67	**ใช้ได้**
ข้อ 39	.33	.67	**ใช้ได้**
ข้อ 40	.11	.22	ใช้ไม่ได้ เพราะ Pไม่เป็นไปเกณฑ์ (ข้อสอบยาก)
ข้อ 41	.11	.22	ใช้ไม่ได้ เพราะ Pไม่เป็นไปเกณฑ์ (ข้อสอบยาก)
ข้อ 42	.56	.22	**ใช้ได้**
ข้อ 43	.33	.44	**ใช้ได้**
ข้อ 44	.33	.44	**ใช้ได้**
ข้อ 45	.33	.22	**ใช้ได้**
ข้อ 46	.50	.11	ใช้ไม่ได้ เพราะ r ไม่เป็นไปเกณฑ์ (อำนาจจำแนกค่อนข้างต่ำ)
ข้อ 47	.22	.44	**ใช้ได้**
ข้อ 48	.50	.33	**ใช้ได้**
ข้อ 49	.28	.56	**ใช้ได้**
ข้อ 50	.39	.56	**ใช้ได้**

สรุป ข้อคำถามที่ใช้ไม่ได้ มีจำนวน 17 ข้อ ใช้ได้ จำนวน 30 ข้อ

ผลคะแนนจากการวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ (คะแนนเต็ม 12 คะแนน)

ชื่อ-สกุล ผู้เข้าอบรม		คะแนนก่อนการฝึกอบรม			คะแนนหลังการฝึกอบรม		
		ด้านข่าว (เต็ม 6)	ด้านการพูด (เต็ม 6)	รวม (เต็ม12)	ด้านข่าว (เต็ม 6)	ด้านการพูด (เต็ม 6)	รวม (เต็ม12)
1. น.ส.สุปรียา	คงแสงชู	3	5	8	5	6	11
2. น.ส.อารีย์	บุษบา	3	4	7	6	6	12
3. นายพีรวิชญ์	พิกุล	3	4	7	5	6	11
4. น.ส.บวรวรรณ	เสตางกูล	1	3	4	6	6	12
5. น.ส.นุชจรีย์	ชูศรีวัน	3	5	8	6	5	11
6. น.ส.วชิรญาณ์	เปี่ยมผล	2	4	6	6	6	12
7. น.ส.ชมพูนุท	ก้อนทอง	2	4	6	6	6	12
8. นายนุสรณ์	ตรีลาภี	3	4	7	6	6	12
9. น.ส.ชญาธร	พยอม	4	4	8	6	6	12
10. นายฐาปกรณ์	ตรีขัน	2	3	5	5	6	11
11. นายวรงค์	บุญนิมิตร	3	3	6	6	5	11
12. น.ส.กัณภร	ยั่งยืน	3	4	7	6	6	12
13. น.ส.กชชพัศ	บัวลอย	3	3	6	6	6	12
14. น.ส.นิตยา	กรัดเพ็ชร์	2	3	5	6	5	11
15. น.ส.บุญญานันท์	หอมละม้าย	3	2	5	6	6	12
16. นายพิพัฒน์	ตรีไพบูลย์	2	4	6	6	6	12
17 น.ส.บุษกร	บุญช่วย	3	4	7	5	6	11
18. นายอภิเษก	บานแย้ม	2	3	5	6	6	12
19. นางรุ้งอารีย์	จารุเดชา	3	3	6	5	6	11
20. น.ส.ขนิฐา	คงศิริ	3	2	5	6	5	11
21. น.ส.ทักศิณา	คงสมลาภ	2	4	6	6	6	12
22. นายชาญณรงค์	บุตดี	3	4	7	6	6	12
23. นายวศกร	ไตรพัฒน์	4	5	9	5	6	11
24. นายพิรุณ	ชมศรี	3	4	7	6	6	12
25. น.ส.สุชาดา	ปัทมศิริ	2	3	5	5	6	11
26. นายสุรัช	ประหยัด	4	3	7	6	6	12
27. นายวสันต์	ขันธพร	2	4	6	6	6	12
28. น.ส.ณัฐธิดา	ประจวบพร	2	3	5	6	5	11

ผลคะแนนจากการวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ (คะแนนเต็ม 12 คะแนน)

ชื่อ-สกุล ผู้เข้าอบรม	คะแนนก่อนการฝึกอบรม			คะแนนหลังการฝึกอบรม		
	ด้านข่าว (เต็ม 6)	ด้านการพูด (เต็ม 6)	รวม (เต็ม12)	ด้านข่าว (เต็ม 6)	ด้านการพูด (เต็ม 6)	รวม (เต็ม12)
29. น.ส.ครองรัตน์ อนุศาสนนันท์	2	4	6	6	5	11
30. น.ส.ฉัตรธิมา ยกซิ่ว	3	4	7	6	6	12
31. น.ส.จารุณี ทองอร่าม	3	2	5	5	6	11
32. น.ส.กนกพร ภาคีฉาย	3	2	5	6	6	12
33. นายนฤนาท เพ็งหมื่นราช	2	2	4	5	5	10
34. น.ส.ธาริณี วนารักษ์พิทักษ์	3	4	7	6	6	12
35. ส.อ.นนทชัย สิงห์ห่วง	3	3	6	6	6	12
36. นายนัฏฐวุธ เดชาติวงศ์ ณ อยุธยา	2	2	4	5	5	10
37. น.ส.กุลธิดา มีแก้ว	3	3	6	6	6	12
38. นายฐิติพัฒน์ สุดจิตต์	4	3	7	6	6	12
39. น.ส.ณัฐธิดา มณีอินทร์	2	4	6	6	6	12
40. น.ส.กานดาวดี โนชัย	3	3	6	6	6	12
รวม	108	137	245	230	232	462
ค่าเฉลี่ย	2.70	3.43	6.13	5.75	5.80	11.55
ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.69	0.84	1.16	0.44	0.41	0.60

แบบสอบถามความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรม

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้มีจุดประสงค์เพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่มีต่อหลักสูตรฝึกอบรมหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน และโปรดให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยผู้วิจัยได้กำหนดความหมายไว้ดังนี้

5 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับเหมาะสมมาก

3 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับเหมาะสมปานกลาง

2 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับเหมาะสมน้อย

1 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับเหมาะสมน้อยที่สุด

รายการประเมิน	**ระดับความพึงพอใจ**				
	5	4	3	2	1
1. ด้านหลักสูตรฝึกอบรม					
1.1 เนื้อหาสาระของแต่ละหน่วยการเรียนรู้					
1.2 กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้					
1.3 สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้					
1.4 การวัดและประเมินผลในแต่ละหน่วยการเรียนรู้					
1.5 ระยะเวลากับเนื้อหาในแต่ละหน่วยการเรียนรู้					
1.6 ความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรม					
1.7 ทักษะที่ได้รับจากการฝึกอบรม					
1.8 ความรู้และทักษะที่ได้รับสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้					
2. ด้านวิทยากร					
2.1 ความพร้อมในการเป็นวิทยากร					
2.2 บุคลิกภาพและพฤติกรรมที่แสดงออกของวิทยากร					
2.3 ความรู้ความสามารถของวิทยากร					
2.4 เทคนิคในการนำเสนอทำให้เข้าใจง่าย ปฏิบัติได้					
2.5 ทักษะในการใช้สื่อและอุปกรณ์ต่าง ๆ					

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
2.6 การเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมได้แสดงความคิดเห็น/แสดงออก					
2.7 ความสามารถในการวัดและประเมินผลการฝึกอบรม					
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
3.1 สถานที่และโสตทัศนูปกรณ์ต่าง ๆ					
3.2 บรรยากาศในการฝึกอบรม					
3.2 การให้บริการอาหารว่างและอาหารกลางวัน					
3.3 การอำนวยความสะดวกและดูแลเอาใจใส่ของผู้จัดฝึกอบรม					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

_____

_____

_____

แบบประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรม

คำชี้แจง

แบบประเมินนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านหลักสูตรฝึกอบรม ด้านวิทยากร และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

โปรดอ่านข้อคำถามในแบบสอบถามและพิจารณาว่าข้อคำถามแต่ละข้อสามารถใช้วัดความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมในด้านนั้น ๆ ได้หรือไม่ และโปรดทำเครื่องหมาย ✓ในช่องความสอดคล้องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยข้อมูลที่ได้รับความอนุเคราะห์จากท่านผู้วิจัยจะนำไปสรุปผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น จึงขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อและตรงกับความเป็นจริง

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบคำถามครั้งนี้

ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ

โทร.08 -1942-7599

ข้อคำถาม	ความสอดคล้อง		เหตุผล/ข้อเสนอแนะ
	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง	
1. ความพึงพอใจ ด้านหลักสูตรฝึกอบรม			
1.1 เนื้อหาสาระของแต่ละหน่วยการเรียนรู้			
1.2 กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้			
1.3 สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้			
1.4 การวัดและประเมินผลในแต่ละหน่วยการเรียนรู้			
1.5 ระยะเวลากับเนื้อหาในแต่ละหน่วยการเรียนรู้			
1.6 ความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรม			
1.7 ทักษะที่ได้รับจากการฝึกอบรม			
1.8 ความรู้และทักษะที่ได้รับสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้			
2. ความพึงพอใจ ด้านวิทยากร			
2.1 ความพร้อมในการเป็นวิทยากร			
2.2 บุคลิกภาพและพฤติกรรมที่แสดงออกของวิทยากร			
2.3 ความรู้ความสามารถของวิทยากร			
2.4 เทคนิคในการนำเสนอทำให้เข้าใจง่าย ปฏิบัติได้			
2.5 ทักษะในการใช้สื่อและอุปกรณ์ต่าง ๆ			
2.6 การเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมได้แสดงความคิดเห็น/แสดงออก			
2.7 ความสามารถในการวัดและประเมินผลการฝึกอบรม			
3. ความพึงพอใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
3.1 สถานที่และโสตทัศนูปกรณ์ต่าง ๆ			
3.2 บรรยากาศในการฝึกอบรม			
3.3การให้บริการอาหารว่างและอาหารกลางวัน			
3.4 การอำนวยความสะดวกและดูแลเอาใจใส่ของผู้จัดฝึกอบรม			

ผลการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรม

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ คนที่					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	1	2	3	4	5			
1. ความพึงพอใจ ด้านหลักสูตรฝึกอบรม								
1.1 เนื้อหาสาระของแต่ละหน่วยการเรียนรู้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
1.2 กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
1.3 สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
1.4 การวัดและประเมินผลในแต่ละหน่วยการเรียนรู้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
1.5 ระยะเวลากับเนื้อหาในแต่ละหน่วยการเรียนรู้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
1.6 ความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
1.7 ทักษะที่ได้รับจากการฝึกอบรม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
1.8 ความรู้และทักษะที่ได้รับนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
2. ความพึงพอใจ ด้านวิทยากร								
2.1 ความพร้อมในการเป็นวิทยากร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
2.2 บุคลิกภาพและพฤติกรรมที่แสดงออกของวิทยากร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
2.3 ความรู้ความสามารถของวิทยากร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
2.4 เทคนิคในการนำเสนอทำให้เข้าใจง่ายปฏิบัติได้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
2.5 ทักษะในการใช้สื่อและอุปกรณ์ต่าง ๆ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
2.6 การเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมแสดงความเห็น/แสดงออก	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
2.7 ความสามารถในการวัดและประเมินผลการอบรม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
3. ความพึงพอใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก								
3.1 สถานที่และโสตทัศนูปกรณ์ต่าง ๆ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
3.2 บรรยากาศในการฝึกอบรม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
3.3 การให้บริการอาหารว่างและอาหารกลางวัน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง
3.4 การอำนวยความสะดวกและดูแลเอาใจใส่ของผู้จัด	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00	สอดคล้อง

ผลการสอบถามความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรม

รายการประเมิน	n = 40		ระดับความพึงพอใจ
	$\overline{X}$	S.D	
1. ความพึงพอใจ ด้านหลักสูตรฝึกอบรม			
1.1 เนื้อหาสาระของแต่ละหน่วยการเรียนรู้	4.09	0.702	มาก
1.2 กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้	4.54	0.505	มากที่สุด
1.3 สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรมในแต่ละหน่วยการเรียนรู้	4.06	0.539	มาก
1.4 การวัดและประเมินผลในแต่ละหน่วยการเรียนรู้	3.91	0.445	มาก
1.5 ระยะเวลากับเนื้อหาในแต่ละหน่วยการเรียนรู้	4.06	0.591	มาก
1.6 ความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรม	4.20	0.632	มาก
1.7 ทักษะที่ได้รับจากการฝึกอบรม	4.31	0.530	มาก
1.8 ความรู้และทักษะที่ได้รับสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้	4.34	0.482	มาก
รวมด้านหลักสูตรฝึกอบรม	**4.19**	**0.419**	**มาก**
2. ความพึงพอใจ ด้านวิทยากร			
2.1 ความพร้อมในการเป็นวิทยากร	4.29	0.622	มาก
2.2 บุคลิกภาพและพฤติกรรมที่แสดงออกของวิทยากร	4.17	0.618	มาก
2.3 ความรู้ความสามารถของวิทยากร	4.54	0.505	มากที่สุด
2.4 เทคนิคในการนำเสนอทำให้เข้าใจง่าย ปฏิบัติได้	4.23	0.547	มาก
2.5 ทักษะในการใช้สื่อและอุปกรณ์ต่าง ๆ	4.20	0.584	มาก
2.6 การเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมได้แสดงความคิดเห็น/แสดงออก	4.26	0.611	มาก
2.7 ความสามารถในการวัดและประเมินผลการฝึกอบรม	4.26	0.505	มาก
รวมด้านวิทยากร	**4.28**	**0.452**	**มาก**
3. ความพึงพอใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
3.1 สถานที่และโสตทัศนูปกรณ์ต่าง ๆ	3.94	0.539	มาก
3.2 บรรยากาศในการฝึกอบรม	4.51	0.507	มากที่สุด
3.3การให้บริการอาหารว่างและอาหารกลางวัน	4.34	0.539	มาก
3.4 การอำนวยความสะดวกและดูแลเอาใจใส่ของผู้จัดฝึกอบรม	4.40	0.497	มาก
รวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	**4.28**	**0.419**	**มาก**
รวมทุกด้าน	**4.25**	**0.375**	**มาก**

ภาคผนวก ง

หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล



นายทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ
นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาการอุดมศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คำนำ

หลักสูตรเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพัฒนาขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรการศึกษาดุษฎีบัณฑิต (กศ.ด.) สาขาวิชาการอุดมศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และเพื่อใช้เป็นคู่มือในการฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล 5 ด้าน ได้แก่ ด้านข่าว ด้านการพูด ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านการเผยแพร่และการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ โดยรายละเอียดของหลักสูตรประกอบด้วย 1) สภาพปัญหาและความจำเป็นของหลักสูตรฝึกอบรม 2) หลักการของหลักสูตรฝึกอบรม 3) จุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม 4) โครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรม 5) เนื้อหาของแต่ละหน่วยการเรียนรู้ 6) กิจกรรมการฝึกอบรม 7) เทคนิคในการฝึกอบรม 8) สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม 9) การวัดและประเมินผลหลักสูตรฝึกอบรม 10) หน่วยการเรียนรู้ จำนวน 5 หน่วยการเรียนรู้ โดยในแต่ละหน่วยการเรียนรู้ ประกอบด้วย จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม เนื้อหาการเรียนรู้ กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรม สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรมของหน่วยการเรียนรู้ การวัดและประเมินผลของหน่วยการเรียนรู้

ผู้พัฒนาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า หลักสูตรฝึกอบรมเล่มนี้ นอกเหนือจากจะเป็นประโยชน์ต่อบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแล้ว ยังน่าจะเกิดประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจที่จะพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานต่าง ๆ ด้วย

นายทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ
นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาการอุดมศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สารบัญ

หน้า

คำนำ ..... ก

สารบัญ ..... ข

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรฝึกอบรม 211

สภาพปัญหาและความจำเป็นของหลักสูตรฝึกอบรม 212

หลักการของหลักสูตรฝึกอบรม 217

จุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม 218

โครงสร้างของหลักสูตรฝึกอบรม 218

เนื้อหาของแต่ละหน่วยการเรียนรู้ 218

กิจกรรมการฝึกอบรม 219

เทคนิคในการฝึกอบรม 220

สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม 220

การวัดและประเมินผลการฝึกอบรม 221

ตารางฝึกอบรม 222

ตอนที่ 2 รายละเอียดเนื้อหาในการฝึกอบรม 225

หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ด้านข่าว 226

ใบความรู้ที่ 1.1 การเขียนรายงานพิเศษ.. 228

ใบความรู้ที่ 1.2 การเขียนบทความ 232

ใบความรู้ที่ 1.3 การเขียนข่าวแจก 242

หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 ด้านการพูด 253

ใบความรู้ที่ 2.1 การเป็นผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์และวิทยุ 255

ใบความรู้ที่ 2.2 การเป็นพิธีกรในงานต่าง ๆ 262

หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 ด้านภาพ 276

ใบความรู้ที่ 3.1 การตกแต่งภาพและวางข้อความด้วย Photoshop 279

ใบความรู้ที่ 3.2 การถ่ายภาพนิ่งเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ 322

หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ 332

ใบความรู้ที่ 4.1 การเขียนบทวีดีทัศน์/ภาพยนตร์/สารคดีสั้น 336

ใบความรู้ที่ 4.2 การเขียนสปอตวิทยุ 348

ใบความรู้ที่ 4.3 การออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard 354

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

หน่วยการเรียนรู้ที่ 5 ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์.....361
ใบความรู้ที่ 5.1 การเขียนโครงการและจัดกิจกรรมสื่อสารทางการตลาด..... 363
ใบความรู้ที่ 5.2 การจัดแถลงข่าวและการจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์.....372

บรรณานุกรม.....378

ตอนที่ 1
ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรฝึกอบรม

สภาพปัญหาและความจำเป็นของหลักสูตรฝึกอบรม

การจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาเป็นการจัดการศึกษาในระดับที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นการเตรียมบุคคลเข้าสู่การประกอบอาชีพ โดยมีสถาบันอุดมศึกษาเป็นแหล่งผลิตบัณฑิต แม้การอุดมศึกษาของประเทศไทยจะมีการจัดการเรียนการสอนกันมาเป็นเวลานาน แต่การขยายตัวของการจัดการศึกษาในระดับนี้ได้เกิดขึ้นอย่างจริงจังประมาณ ปี พ.ศ. 2506 และหลังจากนั้นได้มีการสร้างมหาวิทยาลัยของรัฐเพิ่มขึ้นและขยายออกสู่ต่างจังหวัด นอกจากนั้น การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอีกสองสามประการ คือ การเปลี่ยนสถานะของสถาบันการศึกษาประมาณ 50 แห่งเป็น “มหาวิทยาลัย” ดังกรณีของมหาวิทยาลัยราชภัฏและมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รวมทั้งการจัดตั้งวิทยาลัยชุมชนขึ้นอีกประมาณ 20 แห่ง แต่ที่สำคัญคือ การที่รัฐมีนโยบายส่งเสริมให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษา เป็นเหตุให้มีมหาวิทยาลัยเอกชนเกือบ 100 แห่ง ทั่วประเทศทั้งที่อยู่ในระดับวิทยาลัยและมหาวิทยาลัย (อุทัย ดุลยเกษม, 2556, 106)

ปัจจุบัน การจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาของประเทศอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) กระทรวงศึกษาธิการ โดยในปีการศึกษา 2558 มีสถาบันอุดมศึกษาในสังกัด สกอ. จำนวน 156 แห่ง นอกจากนี้ ยังมีสถาบันอุดมศึกษาที่ไม่ได้อยู่ในสังกัด สกอ. อีกเป็นจำนวนมาก เช่น วิทยาลัยพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุขและเหล่าทัพต่าง ๆ โรงเรียนของเหล่าทัพต่าง ๆ วิทยาลัยสาธารณสุข สังกัดกระทรวงสาธารณสุข สถาบันการพลศึกษา สังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา วิทยาลัยนาฏศิลป์ วิทยาลัยช่างศิลป์ และสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ สังกัดกระทรวงวัฒนธรรม เป็นต้น รวมสถาบันอุดมศึกษาทั้งหมดในประเทศกว่า 300 แห่ง แต่ในทางตรงกันข้ามจำนวนเด็กเกิดใหม่ในประเทศไทยมีแนวโน้มลดลง ทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีภาวะการเจริญพันธุ์ต่ำ ซึ่งผลของการมีภาวะการเจริญพันธุ์ต่ำส่งผลให้ประเทศไทยมีสัดส่วนของผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมดสูงพอ ๆ กับสิงคโปร์ จนทำให้ประเทศไทยกำลังกังวลกับภาวการณ์ดังกล่าว (สุรีย์พร พันพึ่ง, 2557, 1-2) จนเป็นเหตุให้กระทรวงศึกษาธิการมีนโยบายที่จะยุบหรือยุบโรงเรียนที่จัดการศึกษาขั้นพื้นฐานเป็นเรือนหมื่น (จากจำนวนโรงเรียน ประมาณ 30,000 โรง) ที่มีเด็กนักเรียนไม่ถึง 100 คน และมีปัญหาด้านคุณภาพการศึกษารวมเข้าไว้ด้วยกัน (อุทัย ดุลยเกษม, 2556, 106) และจากการที่สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้น ในขณะที่จำนวนผู้สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) มีจำนวนลดลง (กฤษณพงศ์ กีรติกร, 2553, 5-8) ประกอบกับในปี พ.ศ.2558 ประเทศไทยจะเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community) โดยมีการเปิดเสรีทางการค้าบริการด้านการอุดมศึกษา ซึ่งอาจทำให้มีมหาวิทยาลัยจากต่างประเทศเข้ามาจัดการเรียนการสอนภายในประเทศไทยมากขึ้น จึงทำให้สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยต้องเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่การแข่งขันทางการตลาดอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งจะเห็นได้จากการที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)

ได้จัดทำยุทธศาสตร์อุดมศึกษาไทยในการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน ในปี 2558 โดยมาตรการที่จะดำเนินการเพื่อให้บรรลุในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาความเข้มแข็งของสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาประชาคมอาเซียน คือ การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา,2553, 72) อีกทั้ง การเปลี่ยนสถานะสู่การเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ ส่งผลให้สถาบันอุดมศึกษาไทยต้องพึ่งตัวเองมากขึ้น โดยพัฒนาไปสู่การดำเนินกิจการเชิงพาณิชย์มากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่ต้องหารายได้เลี้ยงตัวเองมากกว่าสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ดังจะเห็นได้จากมหาวิทยาลัยในประเทศไทยหลายแห่งในปัจจุบัน ต่างหาช่องทางที่จะนำรายได้เข้าสู่มหาวิทยาลัยในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจัดทำโฆษณา การเปิดหลักสูตรปริญญาโท ปริญญาเอก การเปิดหลักสูตรการสอนผ่านอินเทอร์เน็ต ฯลฯ เพื่อลดการพึ่งพิงงบประมาณจากรัฐ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศักดิ์,2550, ออนไลน์) สถาบันอุดมศึกษาแต่ละแห่งจึงต้องปรับโครงสร้างการบริหารองค์กรและการดำเนินงานสถาบันอุดมศึกษา เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันด้านการศึกษาที่เพิ่มสูงขึ้นและสามารถดำเนินการร่วมกับองค์กรอื่น ๆ ได้ โดยมุ่งเน้นในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สถาบัน เพราะธุรกิจการศึกษามีความแตกต่างจากธุรกิจอื่น ๆ จึงต้องเน้นเรื่องคุณภาพและความน่าเชื่อถือเป็นสำคัญทั้งนี้ เพื่อจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายเลือกที่จะเข้าศึกษาในสถาบันของตน สถาบันอุดมศึกษาจึงได้นำกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์มาใช้ การประชาสัมพันธ์จึงถือว่ามีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในการจัดดำเนินงานสถาบันอุดมศึกษาในปัจจุบัน

เนื่องจากสถาบันอุดมศึกษาซึ่งเป็นกิจการสาธารณะ บทบาทของนักประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐแต่เดิมจึงเป็นเพียงการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรหรือการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นหลักแต่จากสถานการณ์และความท้าทายที่กล่าวข้างต้น จึงทำให้ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น จะเห็นได้จากการที่สถาบันอุดมศึกษาหลายแห่ง ได้จัดตั้งกอง/ศูนย์/สำนักประชาสัมพันธ์ขึ้น เพื่อเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ โดยได้นำแนวคิดทางการตลาดมาใช้ ซึ่งไม่ได้แตกต่างจากองค์กรธุรกิจ โดยมีการจัดตั้ง “ฝ่ายสื่อสารการตลาด” หรือ “ฝ่ายสื่อสารองค์กร” เพื่อทำหน้าที่ในการวางแผนกลยุทธ์สร้าง รักษา แย่งชิงการรับรู้ (Brand Perception) แย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) และขยายความสัมพันธ์ทางการตลาดกับผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักเรียน นักศึกษา เช่น การจัด Open House และการจัด Road Show โดยมหาวิทยาลัยบางแห่งได้มีการจ้างบริษัทเอกชนที่รับจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาด (Event Organizer) เข้าไปทำกิจกรรมกับนักเรียนนักศึกษาซึ่งเป็นเป้าหมายตามโรงเรียนต่าง ๆ รวมถึง ได้มีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น การลด แลก แจกแถมอุปกรณ์ทางการศึกษา ฯลฯ แต่เนื่องจากสถาบันอุดมศึกษาเป็นองค์กรที่มีลักษณะแตกต่างไปจากองค์กรธุรกิจ

ซึ่งองค์กรธุรกิจจะให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตัวผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างยอดขายและกำไร แต่สถาบันอุดมศึกษาเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นในการผลิตบัณฑิตให้มีความพร้อมในการประกอบอาชีพ สร้างสรรค์งานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ ให้บริการทางวิชาการแก่ชุมชน สังคม และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบในการผลิตบัณฑิตโดยตรง คือ คณะ นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับพันธกิจอื่น ๆ เช่น สถาบันวิจัยและพัฒนา สถาบัน/ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม ซึ่งหากนักประชาสัมพันธ์ไม่เข้าใจบริบทของการจัดการอุดมศึกษาแล้ว จะทำให้ไม่สามารถหาประเด็นข่าวเพื่อที่จะทำประชาสัมพันธ์เชิงรุกได้

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทร.) เป็นสถาบันอุดมศึกษาด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ.2548 แทนสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล โดยในพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลได้แบ่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เป็น 9 แห่ง ตามลักษณะภูมิประเทศ คือ มทร.กรุงเทพ มทร.ตะวันออก มทร.ธัญบุรี มทร.พระนคร มทร.รัตนโกสินทร์ มทร.ล้านนา มทร.ศรีวิชัย มทร.สุวรรณภูมิ และ มทร.อีสาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูงที่มุ่งเน้นการปฏิบัติ ทำการสอน ทำการวิจัย ผลิตครูวิชาชีพให้บริการทางวิชาการในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม โดยให้ผู้สำเร็จการอาชีวศึกษามีโอกาสในการศึกษาต่อด้านวิชาชีพเฉพาะทางระดับปริญญาเป็นหลัก (พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล, 2548, 17) เนื่องจากการจัดตั้ง มทร.เกิดจากการรวมกลุ่มวิทยาเขตในสังกัดสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลเดิม จึงทำให้ มทร.ทุกแห่งมีพื้นที่ในการจัดการเรียนการสอนมากกว่าหนึ่งพื้นที่ สำหรับการบริหารจัดงานด้านประชาสัมพันธ์ของ มทร. ทั้ง 9 แห่ง นั้น ไม่มีการจัดตั้งกองหรือหน่วยงานด้านประชาสัมพันธ์ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง การแบ่งส่วนราชการภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จึงทำให้การบริหารจัดการงานด้านประชาสัมพันธ์ของแต่ละ มทร.แตกต่างกันออกไป บางแห่งจัดตั้งเป็นส่วนราชการภายในของมหาวิทยาลัย บางแห่งเป็นเพียงส่วนงานหนึ่งในสังกัดกองกลาง และส่วนใหญ่จะมีบุคลากรตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ไม่เกิน 5 คน

จากการที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลได้ผ่านการเปลี่ยนแปลงมาเป็นลำดับ จึงทำให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลบางแห่ง ยังไม่เป็นที่คุ้นเคยหรือรู้จักในหมู่นักเรียนนักศึกษามากนัก ดังนั้น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแต่ละแห่งจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Proactive Public Relation) โดยกำหนดพื้นที่เป้าหมายในการให้บริการต่าง ๆ ทั้งด้านการเรียนการสอน การวิจัย การบริการทางวิชาการ การเข้าถึงสื่อมวลชนในท้องถิ่น โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ภูมิภาค การเข้าไปจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในสถานศึกษาในพื้นที่เป้าหมาย รวมถึง การให้บุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุนปฏิบัติหน้าที่ด้านประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมด้วย ทั้งนี้ เนื่องจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี

ราชมงคลส่วนใหญ่มีการจัดการเรียนการสอนหลายพื้นที่ แต่บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์โดยตรงจะปฏิบัติหน้าที่อยู่ในหน่วยงานกลางของสำนักงานอธิการบดีเท่านั้น ซึ่งผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ยังขาดความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ดังนั้น การจะทำให้กลยุทธ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้บรรลุเป้าหมาย บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานควรจะต้องได้รับการฝึกอบรมพัฒนา โดยรองอธิการบดีซึ่งรับผิดชอบงานด้านการอำนวยการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ (สหายพล มีชูนึก. 2556: สัมภาษณ์) ได้กล่าวว่า การพัฒนาบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะบุคลากรเหล่านั้นยังขาดความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานทำให้การประชาสัมพันธ์ไม่บรรลุเป้าหมายเท่าที่ควร ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ช่วยอธิการบดีด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ (อนุรักษ์ เมฆพะโยม. 2556: สัมภาษณ์) ที่ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยว่า การจะทำให้การประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยประสบความสำเร็จและเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย บุคลากรทุกคนไม่ว่าจะเป็นครูอาจารย์ พนักงาน หรือแม้แต่นักศึกษาจะต้องช่วยกันทำหน้าที่เป็นนักประชาสัมพันธ์ หากทุกคนช่วยกันทำหน้าที่เป็นนักประชาสัมพันธ์แล้ว มหาวิทยาลัยก็จะเป็นที่รู้จักมากขึ้น เพราะสื่อบุคคลถือเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและรวดเร็วที่สุด และสอดคล้องกับความคิดเห็นของ ผู้ช่วยอธิการบดีและหัวหน้าสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ อดีตผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล (อุไรวรรณ สมบัติศิริ. 2556: สัมภาษณ์) ที่กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลว่า ถ้าเปรียบเทียบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทร.) เป็นองค์กรธุรกิจ ก็คงเป็นบริษัทใหม่ โดยทั่วไป บริษัทใหม่จะให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้รู้จักสินค้าและบริษัท และได้ให้คำแนะนำว่า สิ่งที่ มทร.จะต้องให้ความสำคัญมากขึ้นก็คือ จะต้องสร้างความตระหนักกับบุคลากรให้ทุกคนเห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ และต้องถือว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุด คือ สื่อบุคคล ถ้าทุกคนในมหาวิทยาลัย ไม่ว่าจะเป็นครูอาจารย์ เจ้าหน้าที่และนักศึกษา ช่วยกันทำหน้าที่เป็นนักประชาสัมพันธ์ ก็จะทำให้มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น และจากความคิดเห็นของ บรรณาธิการสถานีโทรทัศน์เคเบิ้ลเอทีวีและเอทีวีโพสต์และผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ประจำจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (สัมฤทธิ์ เจียมเจริญพรกุล. 2556: สัมภาษณ์) ที่ให้ความเห็นว่า มทร.มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ หลากกิจกรรม มีผลงานวิจัยและงานบริการวิชาการที่เป็นประโยชน์กับชุมชน เกษตรกรมากมาย แต่เนื่องจากบุคลากรของมหาวิทยาลัยยังขาดความชำนาญในการมองให้เป็นประเด็นข่าว ขาดทักษะในการเขียนข่าว ทักษะในการถ่ายภาพและเลือกภาพเพื่อนำมาเป็นภาพข่าว รวมถึงทักษะในการพูด ในการเป็นพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ จึงทำให้โครงการหลายโครงการที่น่าจะเป็นประเด็นข่าวได้ หรือน่าจะได้รับการเผยแพร่สู่สาธารณะชนได้

ไม่ได้รับการนำเสนอมากเท่าที่ควร หากบุคลากรของมหาวิทยาลัยมีทักษะในการเป็นนักข่าว นักประชาสัมพันธ์ที่ดี จะทำให้ข่าวของมหาวิทยาลัยได้รับการเผยแพร่ในสื่อต่าง ๆ มากขึ้น นอกจากนี้ ตัวแทนเครือข่ายประชาสัมพันธ์และพิธีกรสถานีโทรทัศน์เคเบิลเอทีวี (สุวิตา พฤกษอาภรณ์. 2556: สัมภาษณ์) ได้ให้ความเห็นว่า การที่มหาวิทยาลัยได้ตั้งเครือข่ายประชาสัมพันธ์ หรือที่เรียกว่า PR.Network ขึ้น เป็นเรื่องที่ดี เพราะจะช่วยทำให้มหาวิทยาลัยมีบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นและครอบคลุมทั้งคณะ ทุกศูนย์พื้นที่ที่มหาวิทยาลัยจัดการเรียนการสอนอยู่ และมหาวิทยาลัยควรจัดฝึกอบรมให้กับเครือข่ายประชาสัมพันธ์โดยเน้นเรื่องทักษะในการปฏิบัติงาน มากกว่าการบรรยายที่มหาวิทยาลัยเคยจัด เช่น ฝึกเขียนข่าว ฝึกถ่ายภาพ ฝึกเลือกภาพ ฝึกเป็นพิธีกร เพราะส่วนใหญ่ PR.Network ไม่ได้จบทางด้านนิเทศศาสตร์หรือประชาสัมพันธ์มาโดยตรง ซึ่งจะพบว่า ถ้ามีการบรรยายเพียงอย่างเดียว เวลาปฏิบัติงานจริงก็จะไม่สามารถปฏิบัติงานได้ และจากความคิดเห็นของประธานฝ่ายประชาสัมพันธ์ องค์การนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ (จารุพร ขันธนันท์. 2556: สัมภาษณ์)ซึ่งได้กล่าวถึงข้อจำกัดในการทำงานว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยยังมีน้อยเกินไป เพราะ มทร.แต่ละแห่งมีการจัดการเรียนการสอนหลายศูนย์/วิทยาเขต ซึ่งแตกต่างจากมหาวิทยาลัยอื่น ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดในศูนย์/วิทยาเขต ไม่ค่อยได้รับการประชาสัมพันธ์มากนัก เพราะขาดนักประชาสัมพันธ์ที่มีทักษะ ความรู้ความสามารถอยู่ในพื้นที่ ถ้ามหาวิทยาลัยมีนักประชาสัมพันธ์ที่มีทักษะอยู่ทุกพื้นที่ ก็จะทำให้การประชาสัมพันธ์ในศูนย์หรือวิทยาเขตดีขึ้น นอกจากนี้ ยังได้เสนอให้มหาวิทยาลัยให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก โดยเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์และสื่อประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นด้วย และจากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ (ธินินทร จิตราดิษฐานนท์. 2558: สัมภาษณ์) ได้ให้ข้อมูลว่า แม้ว่าคณะได้มอบหมายให้บุคลากรปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของคณะ ซึ่งโดยส่วนตัวเห็นว่า คณะมีประเด็นข่าวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการเปิดหลักสูตรใหม่ งานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ งานบริการวิชาการ และกิจกรรมต่าง ๆ ของนักศึกษาหรือกิจกรรมที่คณะจัด ซึ่งสามารถนำมาประชาสัมพันธ์ให้เป็นข่าวได้ แต่บุคลากรในคณะกลับไม่นำมาประชาสัมพันธ์ให้เป็นข่าว แต่ในทางตรงกันข้ามกับ นักประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยซึ่งมีความรู้ความสามารถในการทำให้เป็นข่าว มีสื่อและรู้จักสื่อมวลชน กลับไม่รู้ว่าจะหาข่าวจากที่ใด จึงทำให้ข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย มีเพียงแค่กิจกรรมต่าง ๆ เท่านั้น

จากสภาพปัญหาและการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่า หากมหาวิทยาลัยได้มีการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแล้ว จะช่วย

ทำให้บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ที่ได้เข้ารับการฝึกอบรมตามหลักสูตรนี้ มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น ส่งผลให้การปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้นด้วย และเนื่องจากบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ที่จะเข้าอบรมมีประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์อยู่ก่อนแล้ว ดังนั้น ในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning Method) ของคอล์ป (Kolb, 1984: 27-49) ซึ่งเป็นเครื่องมือการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรม (Active Learning) และยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ซึ่งเป็นรูปแบบการเรียนรู้ที่เหมาะกับผู้เรียนที่มีประสบการณ์ติดตัวมา โดยจะใช้ประสบการณ์ที่มีอยู่ผสมผสานกับกระบวนการกลุ่ม (Group Process) ซึ่งจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน และเกิดองค์ความรู้ใหม่

โดยก่อนที่จะพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล 5 ด้าน ได้แก่ ด้านข่าว ด้านการพูด ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อที่จะได้นำผลการวิจัยมาพัฒนาเป็นหลักสูตรฝึกอบรม ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์โดยรวมไม่แตกต่างกับเกณฑ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าวและด้านการพูดต่ำกว่าเกณฑ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านภาพและด้านการเผยแพร่และการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์สูงกว่าเกณฑ์ ส่วนความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกับเกณฑ์ แต่เพื่อให้หลักสูตรฝึกอบรมสามารถตอบสนองต่อการปฏิบัติงานได้ทุกด้านและสามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้ในอนาคต ผู้วิจัยจึงพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 5 ด้าน

หลักการของหลักสูตรฝึกอบรม

หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เป็นหลักสูตรที่พัฒนาขึ้น โดยมีหลักการดังนี้

2.1 เป็นหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านข่าว ด้านการพูด ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์

2.2 เป็นหลักสูตรฝึกอบรมที่สอดคล้องกับผลการวิจัยที่ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

2.2 เป็นหลักสูตรที่นำรูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ของคอล์ป (Kolb. 1984) มาปรับใช้ในการฝึกอบรม โดยเน้นกิจกรรมการปฏิบัติตามรูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์และการมีส่วนร่วมของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

จุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม

เพื่อให้บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลมีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าว ด้านการพูด ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดความมั่นใจในการปฏิบัติงาน และทำให้งานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยมีประสิทธิภาพมากขึ้น

โครงสร้างของหลักสูตรฝึกอบรม

โครงสร้างของหลักสูตรฝึกอบรม แบ่งออกเป็น 5 หน่วยการเรียนรู้ คือ

หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ด้านข่าว	จำนวน	5.0	ชั่วโมง
หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 ด้านการพูด	จำนวน	6.0	ชั่วโมง
หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 ด้านภาพ	จำนวน	6.0	ชั่วโมง
หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	จำนวน	9.0	ชั่วโมง
หน่วยการเรียนรู้ที่ 5 ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	จำนวน	6.0	ชั่วโมง
รวมเวลาที่ใช้ในการฝึกอบรม	จำนวน	32.0	ชั่วโมง

เนื้อหาของแต่ละหน่วยการเรียนรู้

หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ด้านข่าว จำนวน 5 ชั่วโมง ประกอบด้วย

หัวข้อที่ 1.1 การเขียนรายงานพิเศษ (Scope)	จำนวน	2.0	ชั่วโมง
หัวข้อที่ 1.2 การเขียนบทความ	จำนวน	1.5	ชั่วโมง
หัวข้อที่ 1.3 การเขียนข่าวแจก (Press release)	จำนวน	1.5	ชั่วโมง

หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 ด้านการพูดจำนวน 6 ชั่วโมง ประกอบด้วย

หัวข้อที่ 2.1 การเป็นผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์และวิทยุ	จำนวน	3.0	ชั่วโมง
หัวข้อที่ 2.2 การเป็นพิธีกรในงานต่าง ๆ	จำนวน	3.0	ชั่วโมง

หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 ด้านภาพ จำนวน 6 ชั่วโมง ประกอบด้วย

หัวข้อที่ 3.1 การตกแต่งภาพและวางข้อความด้วย Photoshop	จำนวน	3.0	ชั่วโมง
หัวข้อที่ 3.2 การถ่ายภาพนิ่งเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์	จำนวน	3.0	ชั่วโมง

หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวน 9 ชั่วโมง ประกอบด้วย

หัวข้อที่ 4.1 การเขียนบทวีดีทัศน์/ภาพยนตร์/สารคดีสั้น จำนวน 3.0 ชั่วโมง

หัวข้อที่ 4.2 การเขียนสปอตวิทยุ จำนวน 3.0 ชั่วโมง

หัวข้อที่ 4.3 การออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard จำนวน 3.0 ชั่วโมง

หน่วยการเรียนรู้ที่ 5 ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ 6 ชั่วโมง ประกอบด้วย

หัวข้อที่ 5.1 การเขียนโครงการและจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาด จำนวน 3.0 ชั่วโมง

หัวข้อที่ 5.2 การจัดแถลงข่าวและกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ จำนวน 3.0 ชั่วโมง

กิจกรรมการฝึกอบรม

1. การวัดและการประเมินผลก่อนการฝึกอบรม เป็นการวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าว ด้านการพูด ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โดยใช้แบบทดสอบชนิดเลือกตอบ 5 ตัวเลือก

2. การดำเนินการฝึกอบรม ใช้รูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning Method) ของคอล์ป (Kolb. 1984) ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอนที่เป็นวงจรต่อเนื่องกัน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ขั้นประสบการณ์รูปธรรมเป็นขั้นตอนที่ผู้เรียนเข้าไปมีส่วนร่วมและรับรู้ประสบการณ์ต่าง ๆ เน้นการใช้ความรู้สึกและยึดถือสิ่งที่เกิดขึ้นจริงตามที่ตนประสบในขณะนั้น

ขั้นที่ 2 ขั้นการไตร่ตรองเป็นขั้นตอนที่ผู้เรียนมุ่งที่จะทำความเข้าใจความหมายของประสบการณ์ที่ได้รับโดยการสังเกตอย่างรอบคอบเพื่อการไตร่ตรองพิจารณา

ขั้นที่ 3 ขั้นการสรุปเป็นหลักการนามธรรมเป็นขั้นที่ผู้เรียนใช้เหตุผลและใช้ความคิดในการสรุปรวบยอดเป็นหลักการต่าง ๆ

ขั้นที่ 4 ขั้นการทดลองปฏิบัติจริง เป็นขั้นตอนที่ผู้เรียนนำเอาความเข้าใจที่สรุปได้ในขั้นที่3 ไปทดลองปฏิบัติจริง เพื่อทดสอบว่าถูกต้องหรือขั้นตอนนี้เน้นที่การประยุกต์ใช้

3. การวัดและการประเมินผลหลังการฝึกอบรม ประกอบด้วย 1) การวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าว ด้านการพูดด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ โดยใช้แบบทดสอบชุดเดียวกันกับการวัดและการประเมินผลก่อนการฝึกอบรม 2) การสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรม โดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจมีลักษณะเป็นมาตรส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

เทคนิคในการฝึกอบรม

เนื่องจากหลักสูตรฝึกอบรมนี้เป็นหลักสูตรฝึกอบรมที่ใช้รูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning Method) ของคอล์ป (Kolb. 1984) ดังนั้น ในการฝึกอบรมจึงใช้เทคนิคการฝึกอบรมเพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ โดยเทคนิคที่ใช้มีดังนี้

1. การอภิปรายกลุ่ม (ระดมสมอง)เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้ถ่ายทอดประสบการณ์ที่มีจากการปฏิบัติงานให้สมาชิกในกลุ่มฟัง
2. การวิพากษ์งานที่วิทยากรนำมาใช้เป็นสื่อในการฝึกอบรม และการวิพากษ์ผลงานที่เกิดจากการปฏิบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม
3. การบรรยายเชิงประสบการณ์โดยวิทยากร
4. การสาธิตโดยวิทยากรที่มีความรู้และประสบการณ์ในแต่ละด้าน
5. การฝึกปฏิบัติหรือการแสดงบทบาทสมมุติโดยผู้เข้ารับการฝึกอบรมเพื่อเป็นการสะท้อนความรู้ความเข้าใจจากการเข้ารับการฝึกอบรม

สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม

1. หลักสูตรฝึกอบรม
2. เครื่องคอมพิวเตอร์
3. โปรเจคเตอร์ พร้อมจอรับภาพ
4. เครื่องฉายภาพทึบแสง (LCD)
5. เอกสารประกอบการฝึกอบรม วัสดุและอุปกรณ์ต่าง ๆ
6. แบบทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์
7. ตัวอย่างรายงานพิเศษ บทความและข่าวแจก
8. กล้องวีดีโอ
9. ตัวอย่างวีดีทัศน์และคลิปเสียงการทำหน้าที่ผู้ประกาศทางโทรทัศน์และวิทยุ
10. กล้องถ่ายรูปหรือโทรศัพท์มือถือที่สามารถถ่ายรูปได้
11. ตัวอย่างบทและวีดีทัศน์ภาพยนตร์/สารคดี
12. ตัวอย่างบทและสปอตวิทยุ
13. ตัวอย่างแบบป้ายไวนิล/Banner/Bill Board
14. ตัวอย่างโครงการจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาด
15. ตัวอย่างวีดีทัศน์การจัดแถลงข่าว

การวัดและประเมินผลหลักสูตรฝึกอบรม

เครื่องมือที่ใช้ในการวัดและประเมินผลการฝึกอบรมตามหลักสูตรนี้ ประกอบด้วย

1. การวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าว ด้านการพูด ด้านภาพ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านการเผยแพร่และการจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ โดยใช้แบบทดสอบชนิดเลือกตอบ 5 ตัวเลือก

2. การสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรม โดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจมีลักษณะเป็นมาตรส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

เกณฑ์ในการวัดและประเมินผลหลักสูตรฝึกอบรม

1. เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยจากการวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างก่อนและหลังการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรม โดยใช้ Dependent Sample t -test กำหนดระดับความมีนัยสำคัญที่ .05

2. ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรม มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไป และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตั้งแต่ 0.000-0.999

ตารางฝึกอบรม
หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

วันที่ 1

08.30 – 09.00 น.	ลงทะเบียน
09.00 – 09.30 น.	พิธีเปิดและบรรยายพิเศษ
09.30 – 10.30 น.	ชี้แจงกระบวนการในการฝึกอบรม และทดสอบก่อนเข้ารับการฝึกอบรม (Pre-test)
10.00 – 10.30 น.	หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ด้านข่าว หัวข้อที่ 1.1 การเขียนรายงานพิเศษ
10.30 – 10.45 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
10.45 – 12.15 น.	หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ด้านข่าว หัวข้อที่ 1.1 การเขียนรายงานพิเศษ (ต่อ)
12.15 – 13.15 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.15 – 14.45 น.	หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ด้านข่าว หัวข้อที่ 1.2 การเขียนบทความ
14.45 – 15.00 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
15.00 – 16.30 น.	หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ด้านข่าว หัวข้อที่ 1.3 การเขียนข่าวแจก

วันที่ 2

08.30 – 09.00 น.	ลงทะเบียน
09.00 – 10.30 น.	หน่วยเรียนที่ 2 ด้านการพูดหัวข้อที่ 2.1 การเป็นผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์และวิทยุ
10.30 – 10.45 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
10.45 – 12.15 น.	หน่วยเรียนที่ 2 ด้านการพูด หัวข้อที่ 2.1 การเป็นผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์และวิทยุ(ต่อ)
12.15 – 13.15 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.15 – 14.45 น.	หน่วยเรียนที่ 2 ด้านการพูด หัวข้อที่ 2.2 การเป็นพิธีกรในงานต่าง ๆ
14.45 – 15.00 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
15.00 – 16.30 น.	หน่วยเรียนที่ 2 ด้านการพูด หัวข้อที่ 2.2 การเป็นพิธีกรในงานต่าง ๆ (ต่อ)

วันที่ 3

08.30 – 09.00 น.	ลงทะเบียน
09.00 – 10.30 น.	หน่วยเรียนที่ 3 ด้านภาพ หัวข้อที่ 3.1 การตกแต่งภาพและวางตัวอักษรด้วย Photoshop
10.30 – 10.45 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
10.45 – 12.15 น.	หน่วยเรียนที่ 3 ด้านภาพ หัวข้อที่ 3.1 การตกแต่งภาพและวางตัวอักษรด้วย Photoshop (ต่อ)
12.15 – 13.15 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.15 – 14.45 น.	หน่วยเรียนที่ 3 ด้านภาพหัวข้อที่ 3.2 การถ่ายภาพนิ่งเพื่อนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์
14.45 – 15.00 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
15.00 – 16.45 น.	หน่วยเรียนที่ 3 ด้านภาพหัวข้อที่ 3.2 การถ่ายภาพนิ่งเพื่อนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ (ต่อ)

วันที่ 4

08.30 – 09.00 น.	ลงทะเบียน
09.00 – 10.30 น.	หน่วยเรียนที่ 4 ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ หัวข้อที่ 4.1 การเขียนบทวีดีทัศน์/ภาพยนตร์/สารคดีสั้น
10.30 – 10.45 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
10.45 – 12.15 น.	หน่วยเรียนที่ 4 ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ หัวข้อที่ 4.1 การเขียนบทวีดีทัศน์/ภาพยนตร์/สารคดีสั้น
12.15 – 13.15 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.15 – 14.45 น.	หน่วยเรียนที่ 4 ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ หัวข้อที่ 4.2 การเขียนสปอตวิทยุ
14.45 – 15.00 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
15.00 – 16.45 น.	หน่วยเรียนที่ 4 ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ หัวข้อที่ 4.2 การเขียนสปอตวิทยุ

วันที่ 5

08.30 – 09.00 น.	ลงทะเบียน
09.00 – 10.30 น.	หน่วยเรียนที่ 4 ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
	หัวข้อที่ 4.3 การออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard
10.30 – 10.45 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
10.45 – 12.15 น.	หน่วยเรียนที่ 4 ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
	หัวข้อที่ 4.3 การออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard
12.15 – 13.15 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.15 – 14.45 น.	หน่วยเรียนที่ 5 ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์
	หัวข้อที่ 5.1 การเขียนโครงการและจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาด
14.45 – 15.00 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
15.00 – 16.45 น.	หน่วยเรียนที่ 5 ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์
	หัวข้อที่ 5.1 การเขียนโครงการและจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาด

วันที่ 6

08.30 – 09.00 น.	ลงทะเบียน
09.00 – 10.30 น.	หน่วยเรียนที่ 5 ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์
	หัวข้อที่ 5.2 การจัดแถลงข่าวและกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์
10.30 – 10.45 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
10.45 – 12.15 น.	หน่วยเรียนที่ 5 ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์
	หัวข้อที่ 5.2 การจัดแถลงข่าวและกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์
12.15 – 13.15 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.15 – 14.45 น.	ทดสอบหลังเข้ารับการฝึกอบรม (Post-test)
	พิธีปิดการฝึกอบรม

ตอนที่ 2
รายละเอียดเนื้อหาในการฝึกอบรม

หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ด้านข่าว

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

เมื่อเสร็จสิ้นการฝึกอบรม ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะต้อง

1. เขียนรายงานพิเศษ (Scoop) ได้
2. เขียนบทความ (Article) ได้
3. เขียนข่าวแจก (Press Release) ได้

เนื้อหาการเรียนรู้

หัวข้อที่ 1.1 การเขียนรายงานพิเศษ (Scoop) ประกอบด้วย ลักษณะและวัตถุประสงค์ของรายงานพิเศษ ขั้นตอนในการเขียนรายงานพิเศษ โครงสร้าง/องค์ประกอบของรายงานพิเศษ ฝึกปฏิบัติเขียนรายงานพิเศษ

หัวข้อที่ 1.2 การเขียนบทความ (Article) ประกอบด้วย ลักษณะของบทความประเภทของบทความและวัตถุประสงค์ของบทความแต่ละประเภทโครงสร้างของการเขียนบทความ หลักการเขียนบทความ ฝึกปฏิบัติเขียนบทความ

หัวข้อที่ 1.3 การเขียนข่าวแจก (Press Release/News Release) ประกอบด้วย ลักษณะและวัตถุประสงค์ของข่าวแจก รูปแบบการเขียนข่าว ประเภทของข่าวแจก โครงสร้างของข่าวแจก หลักการเขียนข่าวแจกเทคนิคการเขียนข่าวแจกให้ได้รับการเผยแพร่ ข้อควรระวังในการเขียนข่าวแจก ฝึกปฏิบัติเขียนข่าวแจก

กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรมตามทฤษฎีการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ของคอล์ป

ขั้นที่ 1 ขั้นประสบการณ์

1. วิทยากรแจกแบบทดสอบเพื่อวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าว เรื่อง การเขียนรายงานพิเศษ การเขียนบทความและการเขียนข่าวแจกก่อนการฝึกอบรม

2. วิทยากรแบ่งผู้เข้ารับการฝึกอบรมออกเป็น 5 กลุ่ม กลุ่มละ 8 คน โดยในแต่ละกลุ่มต้องมีผู้สำเร็จการศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์/วารสารศาสตร์/สื่อสารมวลชน/ประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีประสบการณ์ในการการเขียนรายงานพิเศษ บทความ ข่าวแจก อย่างน้อย 1 คน

3. วิทยากรให้สมาชิกที่มีประสบการณ์ในการเขียนรายงานพิเศษ การเขียนบทความและการเขียนข่าวแจกเล่าประสบการณ์ให้สมาชิกในกลุ่มฟัง

4. ตัวแทนสมาชิกแต่ละกลุ่มนำเสนอความแตกต่างระหว่างรายงานพิเศษ บทความและข่าวแจก

5. วิทยากรบรรยายให้ความรู้เชิงประสบการณ์เกี่ยวกับการเขียนรายงานพิเศษ การเขียนบทความและการเขียนข่าวแจก

ขั้นที่ 2 ขั้นการสะท้อนและการอภิปราย

6. วิทยากรแจกรายงานพิเศษ บทความ และข่าวแจกเพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมวิพากษ์เป็นรายบุคคล

7. วิทยากรให้สมาชิกในกลุ่มนำเสนอประเด็นที่แต่ละคนได้วิพากษ์ให้สมาชิกในกลุ่มฟัง

ขั้นที่ 3 ขั้นความคิดรวบยอด

8. ให้ตัวแทนสมาชิกในกลุ่มนำเสนอเป็นความคิดเห็นในภาพรวมของกลุ่ม

9. วิทยากรสรุปประเด็นการวิพากษ์ในภาพรวมของทุกกลุ่ม

ขั้นที่ 4 ขั้นการทดลอง/การประยุกต์แนวคิด

10. วิทยากรให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมฝึกปฏิบัติเขียนรายงานพิเศษ เขียนบทความ และเขียนข่าวแจกด้วยตนเอง โดยแบ่งประเด็นในการเขียนข่าวตามพันธกิจของมหาวิทยาลัย ได้แก่ ด้านการเรียนการสอน ด้านการวิจัย ด้านงานบริการวิชาการ และด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

11. วิทยากรให้ข้อเสนอแนะผลงานการฝึกปฏิบัติในภาพรวม

12. วิทยากรแจกแบบทดสอบเพื่อวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าว เรื่อง การเขียนรายงานพิเศษ การเขียนบทความและการเขียนข่าวแจกหลังการฝึกอบรม

สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรมของหน่วยการเรียนรู้

1. เครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับวิทยากร
2. โปรเจคเตอร์ พร้อมจอรับภาพ
3. เครื่องฉายภาพทึบแสง (LCD)
4. แบบทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าว เรื่อง การเขียนรายงานพิเศษ การเขียนบทความและการเขียนข่าวแจก
5. ตัวอย่างรายงานพิเศษ บทความและข่าวแจก
6. เอกสารประกอบการบรรยาย เรื่อง แนวทางการเขียนรายงานพิเศษ บทความและข่าวแจก

การวัดและประเมินผล

1. การทำแบบทดสอบประจำหน่วยการเรียนรู้
2. การมีส่วนร่วมในการถ่ายทอดประสบการณ์ การนำเสนอ การวิพากษ์รายงานพิเศษ บทความและข่าวแจก
3. ผลงานการเขียนรายงานพิเศษ
4. ผลงานการเขียนบทความ
5. ผลงานการเขียนข่าวแจก

ใบความรู้ที่ 1.1 การเขียนรายงานพิเศษ (Scoop)

วัตถุประสงค์และลักษณะของรายงานพิเศษ

รายงานพิเศษเป็นข้อเขียนรายงานข่าวที่มีวัตถุประสงค์ที่จะให้ข้อมูลเชิงลึก(In depth)ซึ่งอาจเป็นเรื่องเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของบุคคล (Personality Profiles) เรื่องที่อยู่ในให้ความสนใจเป็นพิเศษ (Human Interest Stories) เรื่องของแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น (Trend Stories)เรื่องราวเจาะลึก (In-depth Stories) เรื่องราวเบื้องหลังเหตุการณข่าว (Backgrounders)

ลักษณะของรายงานพิเศษ

1. เนื้อหาของรายงานพิเศษ ให้ทั้งข้อเท็จจริง (Fact) และความคิดเห็น (Opinion) ทั้งจากแหล่งข่าว และผู้สื่อข่าว ไม่เจาะจงว่าจะต้องเกี่ยวข้องกับข่าวในกระแส (Current) แต่รวมถึงเรื่องเฉพาะ เรื่องที่มีความน่าสนใจ มีประเด็นในลักษณะของการให้รายละเอียดมากขึ้น (กรณีเกี่ยวข้องกับข่าวในกระแสความสนใจของประชาชนในเวลานั้น) การเปิดประเด็นใหม่ (กรณีไมเกี่ยวข้องกับข่าวในกระแสความสนใจ)

2. ภาษาที่ใช้ในการเขียนรายงานพิเศษ แม้ว่าเป็นประเภทเดียวกันกับการเขียนรูปแบบอื่น คือ ภาษากึ่งทางการ แต่สำนวนภาษาในการเขียนรายงานพิเศษ “ตองมีสีสัน มีชีวิตชีวา” (Colure and Vivid) เพื่อดึงดูดผู้อ่านให้สนใจ และน่าติดตาม ชวนอ่านแบบเดียวกับ “การเขียนสารคดีเชิงข่าว” มากกว่าการเขียนบทความที่เน้นบอกข้อมูล ข้อเท็จจริงที่น่าเชื่อถือ

3. การจัดวางโครงเรื่องของรายงานพิเศษไมไดมีความเจาะจงรูปแบบที่ตายตัวลงไป แต่ควรคำนึงการช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะเนื้อหาที่มีความซับซ้อน ทำความเข้าใจได้ยาก ซึ่งมีความสำคัญเท่า ๆ กับโครงเรื่องที่น่าติดตามน่าสนใจ เช่น ผู้สื่อข่าวบางคน อาจสมมติเป็นตัวละครขึ้นมา แล้วให้ตัวละครเป็นผู้เดินเรื่อง

4. ความยาวของต้นฉบับรายงานพิเศษก็มีความใกล้เคียงกับสารคดีเชิงข่าว คือ ไม่จำกัดแต่ให้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาหรือข้อมูลเป็นหลักส่วนมากมักมีความยาวต้นฉบับประมาณ 3 – 4 หน้ากระดาษ หรืออาจขึ้นอยู่กับการกำหนดไว้ใน“คูมือบรรณาธิกร” (Style Book)

ขั้นตอนในการเขียนรายงานพิเศษ

1. การกำหนดประเด็นข่าว เป็นการคิดประเด็นของรายงานพิเศษซึ่งจะต้องเป็นเรื่องที่มีความสำคัญและน่าสนใจ

2. กำหนดพาดหัวข่าว เป็นการตั้งหัวข้อหรือชื่อเรื่องของรายงานพิเศษ เพื่อบอกให้ผู้อ่านทราบว่ารางานพิเศษนี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร

3. วางแผนการทำงาน กำหนดแผน ทีมงาน ข้อมูล และงบประมาณ ประชุมวางแผน สรุปข้อมูลที่จะต้องใช้ในข่าวเช่น ข้อมูลอ้างอิง แหล่งที่มา คนที่จะไปทำการสัมภาษณ์ และภาพถ่ายประกอบ กำหนดแนวทางการเขียน แนวทางการทำงาน ดูว่ามีข้อมูลอะไร และยังไม่มีข้อมูลอะไร ต้องไปหาจากที่ไหน ใครจะไปทำในเรื่องไหน

4. เก็บข้อมูลในพื้นที่และสัมภาษณ์บุคคล เริ่มเก็บข้อมูลในพื้นที่ เพื่อตอบคำถาม และหาข้อมูลที่ยังขาด เรียงลำดับข้อมูลตามการโครงเรื่องที่กำหนด กำหนดบุคคลที่สัมภาษณ์ ต้องเป็นผู้รู้ผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านต่าง ๆ เช่น คนต้นเรื่อง ผู้เกี่ยวข้องทั้งในระดับนโยบาย กำกับดูแล และผู้ที่ปฏิบัติโดยตรง และผู้ได้รับผลกระทบ สัมภาษณ์บุคคลต่าง ๆ ที่ทั้งเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย

5. เรียบเรียงข้อมูลที่ได้ เมื่อรวบรวมข้อมูลและบทสัมภาษณ์ซึ่งมีทั้งข้อมูลข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ความรู้สึก และข้ออ้างอิงมาแล้ว ก็เริ่มเรียงเรื่องเริ่มจากไหนก็ได้ แต่หากให้มีความน่าสนใจต้องเริ่มจากความรู้สึกใกล้ตัว ด้วยตัวละครใกล้ชิดกับผู้อ่านที่ได้รับผลหนัก ๆ จากนั้นนำไปสู่ภาพรวมของการให้บริการ แล้วก็ไปสู่การอธิบายในเชิงทฤษฎี แล้วต่อด้วยวิธีแก้ไข ของผู้บริหาร จบด้วยอนาคตของผู้รับผลกระทบว่าเป็นอย่างไร ส่งผลกระทบอะไรดีหรือเสีย

6. การสรุปเนื้อหา ต้องบอกตัวเราและคนดูข่าวว่าเนื้อหานั้น ตอบคำถามที่ตั้งไว้หรือไม่อย่างไร จากนั้นก็เขียนสกู๊ปเล่าเรื่อง จะเปิดหัวอย่างไรก็ได้ ภาษาที่ใช้ในการเขียนสกู๊ปข่าวที่จริงไม่มีกติกาชัดเจน จะเป็นภาษาเขียนที่ไม่ทางการมากเท่ากับการเขียนข่าว เพราะสกู๊ปเป็นการเรื่องเล่า ที่มีสำนวนมีความเห็นของคนเขียน บางครั้งบางเรื่องก็ใช้ภาษาพูดได้แต่เป็นภาษาพูดที่ค่อนทางสุภาพเป็นทางการพอสมควร ไม่ใช่ภาษาพูดแบบที่พวกดีเจใช้กันตามสถานีวิทยุ การนำเสนอเรื่องเนื้อหาสกู๊ปข่าวมักจะขึ้นต้นไม่อ้อมค้อมเช่น ขึ้นต้นด้วยคำถาม เหตุการณ์ หรือบุคคล ต้องเป็นเรื่องจริง มีแหล่งอ้างอิงเช่น บุคคล หนังสือ หรือเป็นสิ่งที่ผู้เขียนประสบมาด้วยตัวเอง

โครงสร้างของรายงานพิเศษ

1. ชื่อเรื่อง (Title) เป็นสิ่งที่บ่งบอกว่าผู้เขียนต้องการให้ผู้อ่านทราบว่าอะไร เป็นสิ่งที่ผู้อ่านจะเห็นก่อนส่วนอื่น ๆ ชื่อเรื่องจึงต้องกะทัดรัด ชัดเจน และน่าสนใจ
2. บทนำ (Introduction) เป็นการเกริ่นให้เห็นความสำคัญของเรื่องที่ต้องการนำเสนอ
3. เนื้อเรื่อง (Body) เป็นการให้ข้อเท็จจริงและข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ
4. บทสรุป (Conclusion) เป็นการสรุปประเด็นสำคัญหรือให้ข้อเสนอแนะ
5. ภาพประกอบเรื่อง (Picture)

เอกสารอ้างอิง

วิไลวรรณ จงวิไลเกษม. (2556). *จับประเด็นเขียนเป็นข่าว*. (เอกสารประกอบการอบรมเชิงปฏิบัติการ). กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. อัดสำเนา

ตัวอย่างรายงานพิเศษ

มหา'ลัยล้น ห้องเรียนร้าง วิกฤตอุดมศึกษาไทย....

โดย...ธเนศน์ นุ่นมัน



ขณะที่ประเทศไทยมีสถาบันอุดมศึกษา ทั้งมหาวิทยาลัย วิทยาลัย สถาบันการศึกษาทั้งของรัฐ ในกำกับรัฐและเอกชนมากถึง 170 แห่ง ตัวเลขการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาด้วยระบบกลาง หรือแอดมิชชั่น ประจำปีการศึกษา 2558 มีผู้สมัครทั้งสิ้น 1.24 แสนคน ในสถาบันอุดมศึกษาที่เปิดคัดเลือกผ่านระบบนี้รวม 87 สถาบัน เพื่อเข้าศึกษาใน 802 คณะ สาขาวิชา มีรหัสคณะ สาขาวิชาให้เลือกทั้งสิ้น 4,114 รหัส

อย่างไรก็ดี ในปีที่ผ่านมามีผู้ผ่านการคัดเลือกมีสิทธิเข้าสอบสัมภาษณ์และตรวจร่างกาย จำนวน 91,813 คน จากจำนวนที่ทุกสถาบันเปิดรับทั้งสิ้น 1.51 แสนคน ปีที่ผ่านมามีที่เรียนในสถาบันอุดมศึกษาเหลืออีกเกือบกว่า**3.3 หมื่นที่**

แม้ตัวเลขดังกล่าวยังไม่ได้รวมผู้ที่ได้ที่นั่งเรียนจากการสอบรับตรงและรับผ่านเงื่อนไขโควตา แต่ก็ถือเป็นตัวเลขที่สะท้อนว่าผู้เรียนมีน้อยกว่าที่นั่งเรียนแล้ว และกรณีนี้ย่อมทำให้เกิดข้อสงสัยต่อไปอีกว่าจะส่งผลกระทบอะไรตามมาอีกบ้าง

เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ แจกแจงกรณีดังกล่าวว่า ยุคแรกยังมีมหาวิทยาลัยน้อย และมีจำนวนเด็กที่ต้องการเรียนในอัตราที่สูงกว่า แต่ปัจจุบันตัวเลขดังกล่าวกลับกัน เพราะเมื่อถึงจุดหนึ่งอัตราการเติบโตของประชากรจะชะลอตัวลงตามเศรษฐกิจ ถือเป็นเรื่องปกติที่เกิดขึ้นแทบทุกแห่งในโลก

"ปกติแล้วแต่ละปีหากนำจำนวนตัวเลขผู้เรียนทั้งหมดมาหารโดยเฉลี่ยกับจำนวนสถาบันอุดมศึกษา 170 แห่ง จะได้จำนวนผู้เข้าเรียนใหม่ประมาณปีละ 3,500 คน ขณะที่ตัวเลขผู้เรียนใหม่ต้องอยู่ที่ 4,000-5,000 คน จึงจะถือว่าเป็นตัวเลขที่ทำให้มหาวิทยาลัย

สามารถบริหารจัดการอย่างมีกำไรได้ ตัวเลขที่น้อยลงจึงกลายเป็นโจทย์ให้แต่ละแห่งต้องคิดว่าจะทำอย่างไรที่จะดึงเด็กให้เข้ามาเรียนได้ เป็นที่มาของการขยายหลักสูตรภาคต่างๆ แข่งกันเพื่อหารายได้ ในแง่นี้มหาวิทยาลัยของรัฐที่มีชื่อเสียงอยู่แล้ว ก็จะมีความได้เปรียบในการดึงดูดผู้เรียน" คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์ กล่าว

อย่างไรก็ตาม กรณีที่กล่าวมายังกำลังก่อปัญหา ส่งผลให้บางคณะวิชาของสถาบันที่ไม่มีชื่อเสียงพอที่จะดึงดูดผู้เรียน มีที่นั่งเรียนเหลือหรือมีจำนวนต่ำกว่าเป้าที่วางไว้ จนส่งผลกระทบต่อการจัดสรรทรัพยากรให้กับผู้เรียน โดยเฉพาะอาจารย์ผู้สอน

"ตอนนี้เมื่อเด็กน้อย อาจารย์ผู้สอนในบางแห่งก็เหลือภาระการสอนน้อยลงตามไปด้วย สอนเพียงอาทิตย์ละไม่กี่วัน ปัญหาการจ้างที่ไม่เป็นธรรมก็ตามมา ค่าจ้างได้ตามวัน ไม่ได้จ้างเป็นรายเดือน เพื่อจำกัดรายจ่ายให้ประคองตัวไปให้ได้ ไม่ต้องยุบคณะนั้นๆ ถ้าเป็นมหาวิทยาลัยรัฐในสาขาที่มีคุณค่าทางวิชาการต่อประเทศ รัฐก็ยังต้องสนับสนุนเงินให้เปิดเรียนต่อไปได้

เรื่องนี้กำลังจะเป็นปัญหาระยะยาว หากไม่ตระหนักต่อสิ่งที่เกิดขึ้น ในอนาคตอันใกล้จะมีบางมหาวิทยาลัยตายลงหรือปิดตัวอีกมาก รวมถึงกระทบกับเรื่องของคุณภาพที่ไม่สามารถแข่งขันในระดับสากลได้ แต่ละปีทั่วโลกจะมีผู้เรียนที่ออกเดินทางไปเรียนต่อในต่างประเทศรวมกัน ประมาณ 38 ล้านคน หากเราไม่พัฒนาด้านคุณภาพก็ไม่สามารถแข่งขันกับประเทศอื่น ซึ่งหากดูจากการจัดอันดับมหาวิทยาลัยทั่วโลก มหาวิทยาลัยไทยก็ยิ่งต้องตระหนักเรื่องนี้" เกียรติอนันต์ กล่าว

สธน วิจารณ์วรรณลักษณ์ อาจารย์ภาควิชาฟิสิกส์ คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ระบุว่า กรณีที่มีผู้เรียนอุดมศึกษาน้อยลง ไม่เพียงแต่เกิดขึ้นกับมหาวิทยาลัยในต่างจังหวัดเท่านั้น แต่เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นในสถาบันที่มีชื่อหลายแห่ง แม้แต่บางสาขาวิชาในคณะวิทยาศาสตร์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ก็กำลังประสบปัญหามีผู้เรียนต่ำกว่าเป้าที่วางไว้เช่นกัน

ทั้งนี้ แต่ละปีบางสาขา เช่น ฟิสิกส์ ในต่างจังหวัดของบางมหาวิทยาลัยเปิดรับนับร้อยคน แต่มีผู้เข้าเรียนไม่ถึง 20 คน ขณะที่ฟิสิกส์ จุฬาฯ แต่ละปีเรารับได้ประมาณ 50 คน แต่มีคนเข้ามาเรียนประมาณ 20-30 คน เพราะเป็นสาขาที่เด็กไม่ค่อยสมัคร แต่ละปีมีนักเรียนเลือกสาขานี้ประมาณ 100 คน แต่บางคนก็สอบติดที่อื่นไปก่อน เด็กไม่เลือกเรียนสาขานี้ เพราะมองไม่ออกว่าจบแล้วจะออกไปทำงานอะไร ไม่เห็นอาชีพที่ชัดเจน ซึ่งกำลังเป็นปัญหาหลักของคณะวิทยาศาสตร์ทุกแห่ง ไม่เหมือนหมอหรือวิศวกรที่รู้ว่าจบแล้วจะไปทำงานอะไร ยังไม่รวมถึงปัญหาเรียนแค่ปีเดียวก็ต้องออกไปเพราะถูกรีไทร์และสอบแอดมิชชั่นใหม่อีกประมาณ 30%

ศ.สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ ราชบัณฑิตประเภทวิชาศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ทางสารัตถะ กล่าวว่า มีงานวิจัยที่ระบุชัดเจนว่าประเทศไทยมีจำนวนมหาวิทยาลัยเกินจำนวนเด็ก เพราะกฎหมายที่กำกับดูแลเรื่องนี้ส่งเสริมให้เปิด แต่ตอนนี้สถานการณ์นั้นเปลี่ยนแปลงไปมาก มีเด็กลดลงทุกปี จนกระทบถึงห้องเรียนในหลายแห่งในที่สุด

"โดยความเห็นแล้ว เพื่อแก้ปัญหาบางสาขาไม่มีผู้เรียน อยากให้มหาวิทยาลัยราชภัฏพิจารณาลดสาขาสายสังคมลง กลับไปพัฒนาเรื่องการพัฒนาครูตามพันธกิจเดิม ก็จะผลิตคนได้ตามเป้าหมายมากขึ้น มหาวิทยาลัยไม่ต้องรัดเข็มขัด เพราะจำนวนนักศึกษาลดลง จนงบประมาณที่ได้รับจากรัฐบาลน้อยตามไปด้วย เมื่อบริบททางสังคมเปลี่ยนเราก็ต้องปรับตัว ไม่ใช่หาทางขนคนมาเรียนเพื่อดึงงบประมาณจากรัฐ ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาไม่ตรงจุด" ศ. สมหวัง กล่าว

ใบความรู้ที่ 1.2 การเขียนบทความ

ลักษณะของบทความ

บทความ (Article)เป็นงานเขียนอีกลักษณะหนึ่งซึ่งมีความแตกต่างจากข่าวประชาสัมพันธ์โดยสิ้นเชิง ความแตกต่างที่เห็นได้ชัดในแง่ต่างๆ มีดังนี้

1. บทความ มีขนาดยาวกว่า และต้องการพื้นที่ในการตีพิมพ์มากกว่าข่าว

2. บทความแต่ละชิ้นมุ่งเจาะจงสำหรับเผยแพร่ทางสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่งเท่านั้น ไม่เหมาะสมที่จะส่งครอบคลุมสำหรับหลาย ๆ ฉบับเช่นเดียวกับข่าว หากต้องการส่งเรื่องราวเดียวกันไปลงฉบับอื่น ๆ ก็อาจทำได้โดยการปรับแง่มุมของเรื่องและการนำเสนอให้มีความแปลกใหม่ แล้วส่งไปลงในสื่อสิ่งพิมพ์ต่างประเภทกันหรือเผยแพร่ในต่างท้องที่ ต่างกลุ่มเป้าหมาย

3. มักไม่มีการตรวจแก้หรือปรับปรุงเนื้อหาใหม่โดยบรรณาธิการ

4. ลีลาการเขียน (Writing Style) ของบทความ สารคดี แพรวพราวด้วยจินตนาการ ความคิดเห็น คำถาม ตัวอย่าง การอ้างอิงต่าง และการใช้ภาษาที่ซับซ้อนมากขึ้น รวมทั้งถ้อยคำที่ไพเราะในขณะที่การเขียนข่าวมีลีลาเรียบๆ ตรงไปตรงมาด้วยข้อเท็จจริง และปราศจากความคิดเห็นใดๆ ทั้งสิ้น

5. มักระบุชื่อของผู้เขียนในการตีพิมพ์เสมอ

การเขียนบทความเพื่อการประชาสัมพันธ์ไม่ควรเป็นการเก็งแบบคาดเดาหรือเสี่ยงเขียนเรื่องใดเรื่องหนึ่งขึ้น แล้วส่งไปให้บรรณาธิการโดยหวังว่าจะได้รับการตีพิมพ์ วิธีที่ดีที่สุดจะประสบความสำเร็จ คือ ควรพิจารณาว่า มีสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับใดที่เหมาะสมและยอมรับความคิดในการเสนอเรื่องราวที่นักประชาสัมพันธ์ต้องการเผยแพร่ แล้วติดต่อไปยังสำนักพิมพ์ที่เห็นว่าเหมาะสมกับเรื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ ให้บรรณาธิการเป็นผู้พิจารณากำหนดขอบเขตความยาวของเรื่องและบางประเด็นสำคัญที่ต้องการ รวมทั้งภาพประกอบ กำหนดวันรับต้นฉบับ และกำหนดลงตีพิมพ์

อย่างไรก็ตาม เมื่อนักประชาสัมพันธ์ได้รับโอกาสดังกล่าว จะต้องรับประกันความถูกต้องของข้อมูล และต้องแน่ใจว่าจะสามารถเขียนในสิ่งอื่นๆ ที่คนสนใจได้ถ้าสิ่งนั้นเกี่ยวข้องกับเรื่องที่ทำอนึ่ง เมื่อเรื่องของนักประชาสัมพันธ์ที่ส่งไปได้รับการตีพิมพ์ ก็ไม่ควรรับค่าเรื่องจากสื่อ มวลชนด้วย

นอกจากช่องทางการเผยแพร่บทความโดยผ่านทางสื่อมวลชนหนังสือพิมพ์และนิตยสารแล้ว นักประชาสัมพันธ์ก็มีโอกาสอย่างกว้างขวางในการเผยแพร่บทความผ่านทางสื่อประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานเอง เช่น นิตยสารสำหรับกลุ่มลูกค้า วารสารสำหรับกลุ่มสมาชิก ฯลฯ

ประเภทของบทความและวัตถุประสงค์ของบทความแต่ละประเภท

หากจะแบ่งประเภทของบทความ เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ สามารถแยกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. บทความประชาสัมพันธ์เชิงสาระ
2. บทความประชาสัมพันธ์เชิงปกิณกะ

แต่ถ้าจะแบ่งบทความตามวัตถุประสงค์ทางการประชาสัมพันธ์ สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ

1. บทความแนะนำ เป็นบทความที่มุ่งให้ความรู้ ให้คำแนะนำเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรืออธิบายวิธีการ กระบวนการในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งก็ได้ โดยไม่จำเป็นต้องเสริมความคิดเห็นของผู้เขียนแต่อย่างใด เช่น แนะนำหน่วยงาน แนะนำกระบวนการผลิตและตรวจสอบคุณภาพสินค้า แนะนำการดูแลรักษารถยนต์ในช่วงฤดูฝน ฯลฯ ในการทำประชาสัมพันธ์นอกจากควรเลือกกำหนดหัวข้อของบทความประเภทนี้ให้สอดคล้องกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายแล้ว ควรกำหนดให้ตอบสนองต่อจุดมุ่งหมายและประเภทของกิจการด้วย

2. บทความแสดงความคิดเห็น เป็นบทความที่มุ่งแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ปรากฏเกี่ยวข้องกับองค์การหรือสังคม โดยเริ่มต้นด้วยการนำเสนอข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสิ่งนั้นในแง่มุมต่าง ๆ นอกจากการแสดงความคิดเห็นเรื่องต่าง ๆ แล้ว บทความประเภทนี้อาจเสนอความคิดใหม่ที่แปลกไปจากเดิมและน่าสนใจก็ได้ในการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์อาศัยบทความประเภทนี้ในการถ่ายทอดข่าวสาร และสอดแทรกความคิดเห็นในเชิงชักจูงใจได้เป็นอย่างดี โดยชี้ถึงประเด็นปัญหาสาเหตุโน้มน้าวใจให้เห็นคุณค่าหรือโทษ และกระตุ้นให้คนคิดคล้อยตามหรือกระทำตามได้ เช่น แสดงความคิดเห็นในเชิงชักจูงใจเกี่ยวกับการรื้อปรับระบบ (Re-engineering) ของหน่วยงาน นโยบายของบริษัทในการปรับลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน ฯลฯ

3. บทความวิชาการเป็นบทความที่มุ่งถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะดังนั้นจึงประกอบด้วยข้อมูลที่เที่ยงตรง น่าเชื่อถือ โดยอาจมีหลักฐานอ้างอิงทางสถิติมาประกอบ การเขียนบทความประเภทนี้จำเป็นต้องมีการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร บุคคลหรือศึกษาวิจัยอย่างรอบด้าน แล้วจึงนำมาเรียบเรียงเสนอ นักประชาสัมพันธ์อาจเลือกนำเสนอบทความประเภทนี้ในบางโอกาสเพื่อให้ความรู้แก่ผู้อ่านพร้อมๆ กับสร้างความน่าเชื่อถือและการยอมรับในฐานะความเป็นองค์การที่เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น กิจการธนาคารเลือกนำเสนอบทความวิชาการเกี่ยวกับการวิเคราะห์แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในช่วงเวลาหนึ่ง ฯลฯ

4. บทความปกิณกะ เป็นบทความเบ็ดเตล็ดที่ไม่มีข้อจำกัดเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายหรือแนวทางการเขียน ผู้เขียนสามารถนำเสนอได้อย่างอิสระ ขึ้นอยู่กับความสนใจที่แปรผันของสังคมและสิ่งที่ผู้เขียนถนัด มักจะพบได้จากคอลัมน์ต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร อาจเป็นการให้ความรู้ ให้ข้อคิด

วิจารณ์ สั่งสอน ปรารภ ฯลฯ ซึ่งสามารถปรับใช้เพื่อเสริมความเพลิดเพลินแก่ผู้อ่านได้ในสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

โครงสร้างการเขียนบทความ

โครงสร้างของบทความประกอบด้วย

1. ชื่อเรื่อง (Title) เป็นสิ่งที่บ่งบอกว่าผู้เขียนต้องการให้ผู้อ่านทราบว่าอะไร เป็นสิ่งที่ผู้อ่านจะเห็นก่อนส่วนอื่น ๆ ชื่อเรื่องจึงต้องกะทัดรัด ชัดเจน และน่าสนใจ
2. บทนำ (Introduction) เป็นการเกริ่นให้เห็นความสำคัญของเรื่องที่ต้องการนำเสนอ
3. เนื้อเรื่อง (Body) เป็นการให้ข้อเท็จจริงและข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ
4. บทสรุป (Conclusion) เป็นการสรุปประเด็นสำคัญหรือให้ข้อเสนอแนะ
5. ภาพประกอบเรื่อง (Picture)

หลักการเขียนบทความ

การเขียนบทความเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์เรื่อง วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย กำหนดจุดมุ่งหมาย แล้วลงมือค้นคว้าข้อมูลเพื่อวางเค้าโครงเรื่อง ก่อนนำมาเรียบเรียง

ในการเขียนบทความนอกจากคำนึงถึงหลักเกณฑ์การเขียนโดยทั่วไปแล้ว ควรให้ความสำคัญกับสิ่งต่อไปนี้

1. เรื่องที่นำมาเขียนควรเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของสังคมและกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่ต้องการให้ได้รับรู้
2. เนื้อเรื่องต้องมีสาระชัดเจน ข้อมูลพร้อม มีหลักฐานสนับสนุนหรืออ้างอิงได้
3. ขนาดกะทัดรัด ไม่ยาวจนเกินไป ควรจบภายใน 1-3 หน้า ยกเว้นกรณีบทความวิชาการ
4. โดยทั่วไปมักใช้ภาษากึ่งแบบแผน ใช้คำและประโยคที่ชัดเจน เข้าใจง่าย ทำให้เกิดภาพความคิดแก่ผู้อ่านได้ ในขณะเดียวกันก็ควรเร้าใจผู้อ่าน เพื่อให้ติดตามตั้งแต่ต้นจนจบ
5. แทรกข้อคิดเห็นหรือทัศนะที่แจ่มชัด
6. ตั้งชื่อเรื่องเหมาะสมโดยให้บ่งบอกถึงประเด็นสำคัญที่นำเสนอในเรื่อง แปลกใหม่และจดจำง่าย

ขั้นตอนการเขียนบทความ

1. การเลือกเรื่อง เรื่องที่นำมาเขียนต้องอยู่ในความสนใจและความต้องการของผู้อ่านเป็นเรื่องที่ผู้เขียนรู้จริงหรือมีประสบการณ์อย่างถ่องแท้

2. การวางแผนก่อนการเขียนเป็นขั้นตอนของการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายว่าผู้อ่านเป็นใครโดยจะต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

2.1 กลุ่มผู้อ่านผู้เขียนต้องคำนึงถึงอายุเพศรายได้ การศึกษาอาชีพความรู้ในเรื่องความรู้ต้องคิดด้วยว่าผู้อ่านรู้อะไรบ้าง รู้เรื่องนั้น ๆ ดีพอเพียงใดที่ผู้อ่านต้องการรู้และผู้อ่านจะได้รับข่าวสารที่ผู้เขียนเขียนได้อย่างไรเพราะความสำเร็จของการเขียนขึ้นอยู่กับผู้อ่านยอมรับข้อเขียนของผู้เขียนด้วยค่ะ

2.2 กำหนดวัตถุประสงค์ในข้อนี้ผู้เขียนต้องคำนึงว่าจะเขียนบทความนี้ไปทำไมเช่นเพื่อให้ข่าวสารเพื่อสร้างความคิดที่ดีหรือเพื่อโน้มน้าวใจโดยวัตถุประสงค์ในการเขียนเพื่อการโน้มน้าวใจต้องให้ผู้อ่านเกิดความต้องการหรือตระหนักในปัญหาก่อนจากนั้นค่อยเสนอทางออกพร้อมกับยกตัวอย่างและหลักฐานที่ผู้อ่านสามารถมองเห็นภาพพจน์แล้วสรุปอีกครั้งในจุดที่ผู้เขียนต้องการ ฯลฯ

2.3 การรวบรวมเนื้อหาการเขียนบทความไม่ว่าจะประเภทใดก็ตาม สิ่งสำคัญที่ผู้เขียนต้องคำนึงถึงหลักฐานข้อเท็จจริงดังนั้นก่อนที่จะลงมือเขียนจำเป็นจะต้องสืบเสาะหาเรื่องราวให้มีความรู้เพียงพอ โดยวิธีการรวบรวมเนื้อหาสามารถทำได้ดังนี้ค่ะ

2.3.1 การค้นคว้าข้อมูลด้านวิทยาการจากหนังสือและเอกสารต่างๆ เช่น จากห้องสมุดหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนจากหนังสือพิมพ์นิตยสารหรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ

2.3.2 การสัมภาษณ์บุคคลที่ต้องการจะเขียนถึงหรือจากบุคคลที่มีความรู้ความสามารถความเชี่ยวชาญในเรื่องที่ต้องการจะเขียน

2.3.3 การสนทนาหรือพูดคุยกับบุคคลทั่วไปเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

2.3.4 การเดินทางท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ แล้วจดบันทึกสิ่งที่ได้พบได้เห็น ซึ่งจะเป็นการสร้างสีสันให้งานเขียนมีความน่าสนใจยิ่งขึ้น

2.3.5 การสืบเสาะเรื่องราวต่าง ๆ ว่าเกิดขึ้นกับใครที่ไหนอย่างไรแล้วจึงติดตามไปยังแหล่งที่เกิดเหตุติดตามดูสถานที่การกระทำเหตุการณ์

3. การจัดเนื้อหาได้แก่การวางโครงเรื่องของบทความซึ่งเป็นการจัดลำดับเนื้อหาความคิดของเรื่องราวนั้น ๆ ฯลฯว่าจะลำดับความอย่างไรส่วนไหนต้องใช้เป็นคำนำเนื้อหาและสรุป

4. การเรียบเรียงเนื้อหาได้แก่การนำโครงเรื่องที่วางไว้มาขยายความให้ครบถ้วนได้ความหมายที่ชัดเจนน่าอ่าน โดยต้องสอดคล้องกับรูปแบบและขนาดของบทความ

5. การตรวจแก้ไขเมื่อเขียนบทความเรียบร้อยแล้วควรมีการตรวจทานเสียก่อนเพื่อกันความผิดพลาดก่อนบทความตีพิมพ์สู่ผู้อ่าน

6. ส่งบทความไปเผยแพร่ควรส่งบทความให้ตรงตามเวลาเพื่อบรรณาธิการหรือผู้พิมพ์คนจัดรูปเล่มจะได้ทำหน้าที่ของเขาได้ดีที่สุด

เอกสารอ้างอิง

วิไลวรรณ จงวิไลเกษม. (2556). *จับประเด็นเขียนเป็นข่าว*.(เอกสารประกอบการอบรมเชิงปฏิบัติการ). กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. อัดสำเนา

ตัวอย่างบทความที่เผยแพร่ลงในหนังสือพิมพ์

เปิดผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของคนไทย



ผมเคยเกริ่นให้ท่านผู้อ่านฟังเมื่อสองสามเดือนที่แล้ว ว่าลูกศิษย์ปริญญาเอกของผม คุณณรงค์ อินทร์รักษ์ กำลังศึกษาพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊กของผู้ใช้ มาถึงตอนนี้ ก็พอจะมีผลการทดลองเล็ก ๆ น้อย ๆ มาเล่าให้ท่านผู้อ่านได้รับรู้กันแล้วครับ เนื่องจากเราไม่สามารถเก็บข้อมูลส่วนตัวที่ผู้ใช้ไม่อนุญาตได้ วิธีการเก็บข้อมูลจึงเน้นที่การเก็บข้อมูลจากเฟซบุ๊กเพจ ซึ่งพอจะสะท้อนพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊กของคนไทยได้พอสมควร และข้อมูลเหล่านี้ นักการตลาดก็ล้วนแล้วแต่อยากรู้ครับ เริ่มจากปริมาณข้อมูลที่เราเก็บได้ก่อนครับ หลังจากการรันโปรแกรมเป็นระยะเวลา 681 ชั่วโมง เพื่อเก็บโปรแกรมจากเพจยอดนิยมจำนวน 76 เพจ จากเพจยอดนิยมที่เก็บโดยเว็บไซต์ socialbakers.com ที่แยกประเภทเพจออกเป็น 9 กลุ่ม เราคอยตรวจสอบตลอดช่วงเวลาเพื่อดูว่า ปริมาณคนที่กดไลค์สเตตัสต่าง ๆ บนเพจเหล่านั้น จะมีปริมาณเท่าไร และในแต่ละช่วงเวลาจะมีความแตกต่างกันหรือไม่ และแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งทั้งหมดนี้ เราเก็บสเตตัสมาได้จำนวน 6,551 สเตตัส มีจำนวนผู้ใช้ที่กดไลค์สเตตัสจำนวนประมาณ 4 ล้านคน จำนวนไลค์ที่เก็บมาได้มีประมาณ 18.7 ล้านไลค์ เริ่มจากคำถามง่าย ๆ อย่างเช่น คนไทยใช้เฟซบุ๊กตอนกี่โมงบ้าง แน่นอนว่า นักการตลาดอยากรู้ เพื่อจะโพสต์สิ่งต่าง ๆ ได้ตรงกับช่วงเวลาที่ผู้ใช้เข้าใช้งานเฟซบุ๊ก นักข่าวก็คงอยากโพสต์ให้ตรงกับเวลาที่คนอ่านเข้าใช้งาน

หรือแม้กระทั่งเราเองก็อาจจะอยากโพสต์ให้ตรงกับเวลาที่เพื่อนของเราเข้าใช้งาน ถ้าให้ท่านผู้อ่านลองเดาว่า คนไทยใช้งานเฟซบุ๊กช่วงไหนบ้าง ช่วงใดคือช่วงที่คนใช้งานมากที่สุด คำตอบอยู่ในกราฟประกอบบทความครับ

จากทั้ง 9 กลุ่ม ที่เก็บข้อมูลมามีดังนี้นะครับ
(1) กลุ่มแบรนด์สินค้า อย่างซัมซุง อิชิตัน โออิชิ
(2) กลุ่ม เซเลบ คนมีชื่อเสียง อย่างคุณตัน ภาสกรนที ดารานักแสดงคุณมาริโอ้ เมาเร่อ
(3) ชุมชนของคนที่สนใจเฉพาะด้านอย่าง YouLike ทีวีพูล
(4) ด้านบันเทิง ตัวอย่างเช่น เรื่องเล่าเช้านี้ หรือ Take Me Out Thailand
(5) สื่อ ซึ่งมีเพจข่าวสด ช่องเจ็ดสี ไทยรัฐ เป็นต้น
(6) สถานที่ อย่างเช่น Unseen Tour Thailand เป็นต้น
(7) เชิงสังคม อย่างคุณยิ่งลักษณ์ คุณอภิสิทธิ์
(8) กีฬา ตัวอย่างเช่น Liverpool FC, Muangthong United FC
(9) กลุ่มทางด้านการเงิน

ผลที่พอจะสรุปได้มีดังนี้ครับ
1) การกดไลค์ของทุกกลุ่มมีจุดพุ่งขึ้นสูงสุดตรงกัน คือ ในช่วงเวลา 10 นาฬิกา
2) ช่วงเวลาที่คนกดไลค์น้อยที่สุดในทุกกลุ่ม คือ ช่วง 5 นาฬิกา
3) กลุ่มสำหรับชุมชนที่คนสนใจเฉพาะด้าน จะมีจุดพุ่งขึ้นสูงสุดในช่วง 10 นาฬิกา ตามมาด้วยช่วง 13 นาฬิกา และพุ่งขึ้นอีกครั้งในช่วง 17 นาฬิกา ซึ่งคล้ายกับกลุ่มข่าว กลุ่มกีฬา และกลุ่มบันเทิง
4) กลุ่มเซเลบ จะมีความสนใจพุ่งขึ้นสลับกับลงตลอดทั้งวัน 6 นาฬิกา 8 นาฬิกา 10 นาฬิกา 16 นาฬิกา 21 นาฬิกา แม้กระทั่งกลับมาพุ่งขึ้นอีกครั้งตอน 1 นาฬิกา ทั้ง ๆ ที่กลุ่มอื่นเข้านอนกันแล้ว
5) เวลาไพรม์ไทม์ของกลุ่มสินค้าต่าง ๆ นอกจากช่วง 10 นาฬิกาเหมือนในกลุ่มอื่น ยังมีช่วงหนึ่งทุ่มที่คนกดไลค์กันไม่ต่างกันจากช่วง 10 นาฬิกาด้วย
6) ปริมาณไลค์ของทุกกลุ่มจะลดลงในวันเสาร์ ยกเว้นกลุ่มเชิงสังคม ที่พุ่งขึ้นสูงในวันเสาร์
7) ในกลุ่มกีฬาและบันเทิง คนจะกดไลค์ในช่วงวันอาทิตย์มากกว่าวันอื่น ๆ“

เราจะพบว่า ในบรรดาสิบอันดับแรกที่มีจำนวนโพสต์สูงสุด เรียกง่าย ๆ ว่า ขยันโพสต์มากที่สุด แบ่งได้สองกลุ่ม คือ เพจของฝั่งสำนักข่าว ซึ่งมีหน้าที่ผลิตคอนเทนต์ หรือผลิตเนื้อหาอยู่แล้ว อย่างข่าวสด ไทยรัฐ เนชั่นทีวี ไทยพีบีเอส สนุกนิวส์ โพสต์ทูเดย์ และเพจของคนที่รวบรวมสิ่งที่น่าสนใจจากแหล่งต่าง ๆ อย่าง YouLike (คลิปเด็ด) คลิป HOT ข่าว HIT อัพยิ้ม และรวม Instagram ดารา โดยจำนวนไลค์รวมกันคิดเป็น 72.46% ของยอดรวมโพสต์ทั้งหมดที่เก็บมา

คำถามต่อมา คือ แล้วเพจใดบ้างที่มีจำนวน ผู้กดไลค์โพสต์รวมสูงสุด ซึ่งสิบอันดับแรกของเพจ ที่มีผู้กดไลค์โพสต์ (ตัวเลขนี้เป็นคนละตัวเลขกับจำนวนผู้กดไลค์เพจนะครับ) ซึ่งเราพบว่า เพจที่มีจำนวนไลค์มากที่สุดสิบอันดับแรก ก็ยังเรียงตัวสอด คล้องกับเพจที่ขยันโพสต์มากที่สุดสิบอันดับแรกเช่นกัน จะมีบางเพจที่จำนวนโพสต์ไม่มากเท่า แต่จำนวนไลค์มากจนติด 10 อันดับแรก อย่างทีวีพูลบุฟเฟต์ หรือ วู้ดดี้เกิดมาคุย แทรกตัวเองขึ้นมาติดสิบอันดับแรก และเราพบว่า จำนวนไลค์รวมของ 10 อันดับแรกนี้ คิดเป็นประมาณ 75% ของบรรดาไลค์ทั้งหมดของข้อมูลที่เก็บมา จะเห็นว่าทั้งจำนวนโพสต์ และจำนวนไลค์จะสอดคล้องกับแนวคิดของหลักการของพาเรโต หรือกฎ 80-20 อยู่เหมือนกัน

โดยหลักการที่ว่านี้ คือ การบอกว่า ผลของการกระทำ 80% เกิดจากสัด ส่วนของต้นเหตุประมาณ 20% อย่างเช่น 80% ของรายได้รวมของประชากรเกิดจากกลุ่มคนเพียง 20% เท่านั้น เป็นต้น ผลที่ได้จากการเก็บข้อมูลก็ไปในทิศทางเดียวกับทฤษฎีของพาเรโตอยู่เหมือนกัน เพียงแต่ตัวเลขต่างไปนิดหน่อย เพราะทั้งจำนวนโพสต์และยอดไลค์ของทั้ง 10 อันดับ (ประมาณ 13%) ก็ครอบคลุมเกือบ 80% (72% กับ 75%) ของจำนวนโพสต์และยอดไลค์ทั้งหมดครับ

บทความโดย ผศ.ดร.สุกรี สินธุภิญโญ
ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย“

ที่มา : เดลินิวส์ออนไลน์

ตัวอย่างบทความวิชาการที่เผยแพร่ลงในหนังสือพิมพ์

กวาวเครือแดงสู้ไวอะกร้ารักษาอาการหย่อนด้วยสมุนไพร

นักวิจัยจากมหาวิทยาลัยเชียงใหมและจุฬาลงกรณมหาวิทยาลัยรวม กันพัฒนาสูตรลับจับใจบุรุษเพศ สกัดกวาวเครือแดง หาสารออกฤทธิ์รักษาอาการเสื่อม

กวาวเครือขาวเคยสรางความฮือฮาและความหวังเพิ่มขนาดทรวงอกให้กับผูหญิงมาแลว ดวยสารไฟโตเอสโตรเจนที่มีฤทธิ์ใกลเคียงกับฮอรโมนเพศหญิง

สวนกวาวเครือแดง เคยมีงานวิจัยศึกษาพบสารออกฤทธิ์ขยายหลอดเลือดไดเปนอยางดีทำให้ นักวิจัยจากมหาวิทยาลัยเชียงใหมและจุฬาลงกรณวิทยาลัยหันไปให้ความสนใจกับฤทธิ์ในการขยายหลอดเลือดภายในแกนองคชาต หวังเพิ่มมูลคาพืชสมุนไพรเปนยารักษาอาการหยอนสมรรถภาพทางเพศ

"ที่ผานมา นักวิจัยใหความสนใจฤทธิ์ของกวาวเครือแดงไม วาจะเปนการยับยั้งเซลลมะเร็ง ลดไขมันในเลือด หรือตานอนุมูลอิสระ ชะลอความชรา แตยังไมมีใครทำในแงของการเสริมสรางสมรรถภาพทางเพศ ถึงขั้นของการทดสอบในสัตวทดลอง" ผศ.ชัยณรงคโตจรัส อาจารยจากคณะแพทยศาสตรสาขาวิชากายวิภาคศาสตรมหาวิทยาลัยเชียงใหม กลาว

ทีมวิจัยจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม จึงรวมกับภาควิชาเคมีคณะวิทยาศาสตรจุฬาลงกรณมหาวิทยาลัยคัดหาสารออกฤทธิ์ของกวาวเครือแดงที่เกี่ยวของกับการแข็งตัวของแกนองคชาตโดยเฉพาะ

ในระยะแรกของงานวิจัย นักวิจัยทดสอบประสิทธิภาพในการขยายหลอดเลือดภายในแกนองคชาต โดยสกัดรากกวาวเครือแดงแลวปอนสารสกัดกวาวเครือแดงที่อยูในรูปของสารละลายให้กับหนูและทำการทดสอบประสิทธิภาพการขยายหลอดเลือดภายในแกนองคชาต 2 วิธีคือการวัดความดันเลือดในแกนองคชาต แลวนำแกนองคชาตออกมาดูการหด-ขยายของหลอดเลือดภายใน

ผลการทดสอบพบวา สารสกัดกวาวเครือแดงมีฤทธิ์ในการขยายหลอดเลือดภายในแกนองคชาตของหนูไดอยางดีและตีพิมพงานวิจัยลงในวารสารวิชาการในป 2548

สำหรับงานวิจัย "สารองคประกอบกวาวเครือแดงตอ การแข็งตัวขององคชาตในหนูแรท" ระยะ 2 ที่กำลังศึกษาอยูปจจุบันมีเปาหมายเพื่อระบุสารออกฤทธิ์ที่ทำให้หลอดเลือดขยายตัว สงผลให้องคชาตแข็งตัว และเชื่อวาเปนฤทธิ์ที่ใกลเคียงกับยาไวอากรา

"ทีมวิจัยจากจุฬาลงกรณมหาวิทยาลัยจะทำการแยกสารออกฤทธิ์ตามที่ตองการออกมา ซึ่งตอนนี้อยูระหวางขั้นตอนการแยกที่ซับซอน ภายใน 6 เดือนตอจากนี้จะรูผลวามีสารกี่ชนิด อะไรบางที่

ออกฤทธิ์ตอการขยายตัวของหลอดเลือด" ผศ.ดร.ชัยณรงคกลาว และหลังจากทราบผลแลวจะนำมาทดสอบเปรียบเทียบฤทธิ์กับยาไวอากราอีกครั้ง

กวาวเครือแดงเปน พืชที่พบในปาทำใหอาจเกิดปญหาขาดแคลนวัตถุดิบ ในกรณีที่มีการขยายไปสูเชิงพาณิชยผศ.ดร.ชัยณรงคชี้วาเพื่อแกปญหาดังกลาว ทีมวิจัยจะตองปรับสูตรโครงสรางของสารออกฤทธิ์เพื่อใหสามารถผลิตสารสังเคราะหที่มีโครงสรางทางเคมีเหมือนกับสารสกัดกวาวเครือโดยไมตองไปตัดเอารากกวาวเครือแดงมาจากในปา

งานวิจัยดังกลาวไดรับทุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ทีมวิจัยยังมีแผนศึกษาในระยะ 3 เพื่อทดสอบประสิทธิภาพของสารออกฤทธิ์ในกวาวเครือแดงในสัตวทดลอง และทดสอบทางคลินิกตอไป หากทำตอเนื่องไป คาดวาภายใน 3 ปสามารถพัฒนาเปนผลิตภัณฑสูตลาด

ที่มา: ไอที-นวัตกรรม : วิทยาศาสตร์
วันที่15 เมษายน 2552 04:00 กรุงเทพธุรกิจ

ใบความรู้ที่ 1.3 การเขียนข่าวแจก (Press Release/News Release)

ลักษณะและวัตถุประสงค์ของการเขียนข่าวแจก

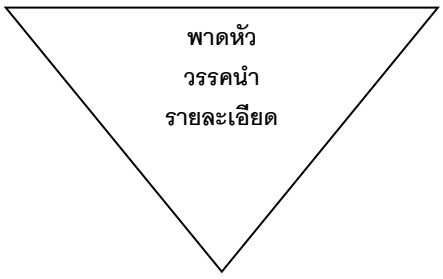
ข่าวประชาสัมพันธ์ หรือข่าวแจก(Press Release/News Release)คือข่าวที่หน่วยงานเขียนขึ้นเพื่อส่งให้กับสื่อมวลชน หรือมอบให้ในวันแถลงข่าว โดยจัดทำในรูปแบบเอกสารข่าว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่สื่อมวลชนในการจัดทำข่าวและเพื่อให้สื่อมวลขนได้นำไปเผยแพร่เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบ

ข่าวแจกมักเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับนโยบายโครงการ ผลการดำเนินงาน ผลการปฏิบัติงาน กิจกรรมของหน่วยงานหรือการจัดงานในโอกาสและวันสำคัญต่าง ๆ

รูปแบบการเขียนข่าว

รูปแบบของการเขียนข่าวมี 3 รูปแบบ คือ แบบพีระมิดหัวกลับ (Inverted Pyramid) แบบพีระมิดหัวตั้ง (Upright Pyramid) และแบบผสม (Combination)

1. การเขียนเนื้อข่าวตามโครงสร้างแบบปีรามิดหัวกลับ (Inverted Pyramid) เป็นการนำเสนอข่าวโดยลำดับประเด็นสำคัญจากมากไปหาน้อยซึ่งสอดคล้องกับธรรมชาติของมนุษย์ในการอยากรู้อยากเห็นสิ่งสำคัญก่อน ส่วนรายละเอียดไว้ทีหลังประกอบ ด้วย ข่าวพาดหัว วรรคนำ ส่วนเชื่อม และส่วนของเนื้อเรื่อง เรียงตามลำดับความสำคัญ เป็นการเขียนข่าว โดยเริ่มด้วยความนำที่เป็นประเด็นสำคัญของเรื่อง และส่วนเชื่อมที่โยง ความสัมพันธ์ระหว่างความนำกับเนื้อหา ที่มีความสำคัญรองลงมา ส่วนเนื้อหาจะเป็น ส่วนประกอบที่ให้รายละเอียดของเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นทั้งหมด



รูปแบบโครงสร้างของข่าวในหน้ากระดาษ

.....พาดหัว.....
วรรคนำ .....
คำเชื่อม .....
เนื้อข่าวสำคัญ .....
เนื้อข่าว .....
เนื้อข่าวสำคัญน้อย .....

2. การเขียนเนื้อหาข่าวตามโครงสร้างแบบปีรามิดหัวตั้ง (Upright Pyramid) การเขียนเนื้อหาข่าวแบบนี้ จะให้รายละเอียดของข้อมูลข่าวในลักษณะที่ค่อยๆ เพิ่มความสำคัญขึ้นเรื่อย ๆ โดยประเด็นสำคัญที่สุดของเรื่อง จะเปิดเผยให้รู้ในตอนสุดท้ายของเรื่อง คล้าย ๆ กับการเขียนเรื่องสั้นหรือนวนิยาย มักใช้กับเรื่องราวที่ไม่จริงจังมากนัก เพราะหากนำประเด็นสำคัญไว้ในความนำ หรือวรรคนำ ผู้ฟังอาจไม่ติดตาม รับฟังจนจบ



3. การเขียนเนื้อข่าวตามโครงสร้างแบบผสม การเขียนเนื้อข่าวในลักษณะนี้ อาจมีประเด็นสำคัญหรือ จุดที่มีความตื่นเต้นเร้าใจมากกว่า 1 ประเด็น มักนิยมใช้ในกรณีที่เหตุการณ์นั้นดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง หรือเหตุการณ์ยังไม่สิ้นสุด การเขียนข่าวจึงอาจเริ่มต้นสรุปประเด็นเท่าที่ทราบก่อนหน้านั้น มาเขียนเป็นความนำข่าว ขณะที่ เนื้อข่าวก็จะเป็นการอธิบายรายละเอียดขยายความนำ จนถึงจุดใดจุดหนึ่ง ซึ่งเป็นการหักเหหรือเปลี่ยนแปลงให้เกิดประเด็นสำคัญต่อเนื่องไปจนจบ

ในการเขียนข่าวแจกนิยมเขียนแบบปิรามิตหัวกลับ โดยนำเสนอประเด็นสำคัญของข่าวไว้ในส่วนแรก แล้วจึงให้รายละเอียดของข่าวในส่วนถัดไป

ประเภทของข่าวแจก

ข่าวประชาสัมพันธ์หรือข่าวแจกที่นักประชาสัมพันธ์ต้องรับผิดชอบจัดทำเผยแพร่อาจจำแนกได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. ข่าวแจ้งให้ทราบ (Announcement Release) เป็นการแจ้งให้ทราบรายละเอียดต่างๆ ของสิ่งที่เกิดขึ้นหรือที่จะมีขึ้น อาทิ แจ้งเกี่ยวกับนโยบายใหม่ วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน การเปิดสาขา แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลประกอบการล่าสุด ผลการวิจัยและพัฒนาใหม่ ๆ

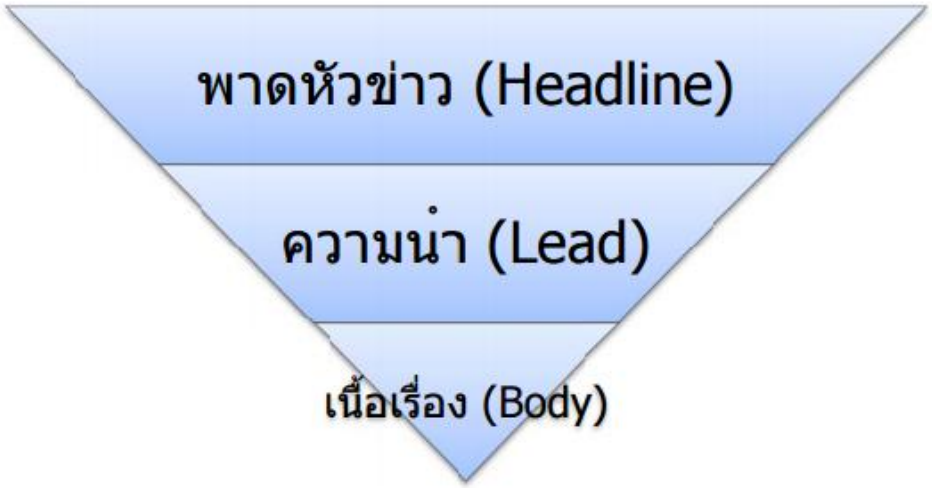
2. ข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษทางการประชาสัมพันธ์ (Created News Release) บางครั้งหน่วยงานอาจต้องการข่าวได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเป็นพิเศษ แทนที่จะเผยแพร่ในลักษณะแจ้งให้ทราบอย่างธรรมดา ก็สามารถทำได้โดยการจัดให้เป็นกิจกรรมพิเศษขึ้น เช่น โครงการรณรงค์เพื่อสังคมต่าง ๆ ฯลฯ ช่วยให้มีสีสันและดึงดูดความสนใจ ให้เกิดความนิยมต่อหน่วยงาน และมักจะได้รับการเผยแพร่ทางสื่อมวลชนในวงกว้างมากขึ้น

3. ข่าวเหตุการณ์เร่งด่วน (Spot News Release) สำหรับเผยแพร่กรณีเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน หรือมีเหตุการณ์เร่งด่วนที่ควรแจ้งให้ประชาชนได้รับทราบอย่างรวดเร็วอาจไม่มีการเสนอรายละเอียดมากแต่เน้นที่ความฉับไว เช่น การเปลี่ยนแปลงกำหนดการบางอย่าง เป็นต้น

4. ข่าวตอบโต้เหตุการณ์ (Response News Release) ในกรณีที่เรื่องราวของหน่วยงานที่รับรู้ไปถึงสื่อมวลชนโดยมิได้ออกมาจากนักประชาสัมพันธ์ จนกลายเป็นประเด็นที่ถูกหยิบยกขึ้นมาวิพากษ์วิจารณ์หรือตั้งข้อสงสัยจากหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง เช่น ข่าวลือเกี่ยวกับการขาดทุนของกิจการ ข่าวความขัดแย้ง เป็นต้นเมื่อเกิดเหตุเช่นนี้ขึ้น สื่อมวลชนย่อมต้องการคำชี้แจงที่ชัดเจนจากหน่วยงาน ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องชี้แจงอย่างละเอียดด้วยเหตุผลน่าเชื่อถือ และจำเป็นอย่างยิ่งในการอ้างถึงแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือสูงสุด

โครงสร้างของข่าวแจก

โครงสร้างของข่าวแจกมี 3 ส่วน คือ



1. **พาดหัวข่าว** (Headline) เป็นการบอกประเด็นสำคัญของข่าว เพื่อให้ผู้อ่านทราบว่าวันนี้เกิดอะไรขึ้นบ้าง โดยใช้ตัวอักษรตัวใหญ่กว่าธรรมดา เป็นข้อความสั้น ๆ ไม่เกิน 1 ประโยค แต่สามารถเสนอสาระสำคัญให้แก่ผู้อ่านได้พิจารณาเลือกอ่านรายละเอียดข่าวที่ตนสนใจได้

การพาดหัวข่าวจะต้องใช้ทักษะ การเลือกถ้อยคำภาษาอย่างมาก เพราะต้องดึงดูดความสนใจและกระทบต่อความรู้สึกของผู้อ่านไปพร้อม ๆ กับการใช้ถ้อยคำที่สั้นที่สุดให้สามารถอธิบายเนื้อความข่าวได้มากที่สุด โดยอาจใช้ คำที่รุนแรง คำแสลง ภาษาเฉพาะกลุ่ม ใช้สำนวนหรือเครื่องหมายวรรคตอนต่าง ๆ

ตัวอย่างการเขียนพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์



ความสำคัญของพาดหัวข่าว

1. ดึงดูดความสนใจ เป็นจุดขายอย่างหนึ่งหัวข่าวมักจะพิมพ์ด้วยอักษรขนาดใหญ่กว่าตัวอักษรในเนื้อหาและความนำข่าวหลายเท่าเน้นเป็นตัวเข้ม ยิ่งตัวอักษรใหญ่เท่าไรก็ยิ่งเพิ่มความน่าสนใจมากขึ้นเท่านั้น ขนาดของพาดหัวข่าวและเนื้อหามีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งเพราะในบางครั้งผู้อ่านอาจตัดสินใจซื้อหนังสือพิมพ์เพราะพาดหัวข่าวในหน้าหนึ่งเพียงข่าวเดียวก็ได้

2. จัดลำดับความสำคัญของข่าวขนาดตัวอักษรจะเป็นตัวกำหนดความสำคัญของข่าว หัวข่าวที่มีตัวอักษรใหญ่ที่สุดย่อมมีความสำคัญมากกว่าหัวข่าวที่มีตัวอักษรขนาดเล็ก ผู้อ่านที่ ไม่ค่อยมี

เวลา อาจจะเลือกอ่านเฉพาะเนื้อหาข่าวที่มีตัวอักษรขนาดใหญ่ ส่วนข่าวอื่น ๆ มักจะนำมาอ่านในภายหลังเมื่อมีเวลาหรือข้ามไปเลยก็ได้

3. ให้ข้อเท็จจริงหัวข่าวจะมีหน้าที่ในการบอกข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวันด้วยถ้อยคำสั้น ๆ แต่ให้ความหมายครอบคลุมเนื้อหาสาระ หัวข่าวที่ดีจะทำให้ผู้อ่านประหยัดเวลาในการอ่านได้เป็นอย่างมาก

2. **วรรคนำ (Lead)หรือโปรย** เป็นข้อความที่เขียนอยู่ในย่อหน้าแรกเพื่อขยายพาดหัวข่าว มีความยาวประมาณ 3-6 ประโยค วรรคนำเป็นข้อความที่เป็นเนื้อข่าวโดยย่อ โดยนำองค์ประกอบของข่าว คือ 5W+1H (Who What When Where Why How) คือ ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไม และอย่างไร มาเขียนนำไว้

3. **เนื้อเรื่อง** (Body)เป็นการขยายความโดยให้รายละเอียดทั้งหมดของเรื่องมีประมาณ 2-5 ย่อหน้า ย่อหน้าแรกเป็นการให้รายละเอียดของวรรคนำและข้อเท็จจริงของเรื่อง ย่อหน้าต่อมาเป็นการอ้างคำพูดของผู้ให้สัมภาษณ์ โดยสาระสำคัญของข่าวอยู่ในคำพูดของผู้ให้สัมภาษณ์

หลักการเขียนข่าวแจก

1. **การเขียนพาดหัวข่าว**

1.1 **การใช้ภาษาในการพาดหัวข่าว**

- **การใช้คำสั้นหรือกร่อนคำ** ด้วยข้อจำกัดเรื่องพื้นที่ ทำให้ต้องใช้คำพาดหัวข่าวสั้น ย่นย่อ กระชับ เช่น หนุน ใช่แทนสนับสนุน ยัน ใช้แทน ยืนยัน มะกัน ใช้แทนสหรัฐอเมริกา ฯลฯ
- **การละประธานของประโยค** เพราะประธานของเรื่องไม่ได้อยู่ที่ประธานของประโยค โดยการเขียนจะเขียนขึ้นต้นด้วยคำกริยาเพื่อบอกผู้อ่านว่าเกิดอะไรขึ้น และเพื่อให้ผู้อ่านอ่านรายละเอียดในวรรคนำ หรือเนื้อเรื่องของข่าวต่อไป
- **การละเว้นคำเชื่อม คำสันธาน หรือส่วนที่ขยายประโยค** การเขียนพาดหัวข่าวมักใช้ประโยคเดี่ยวมากกว่าประโยคซ้อน การใช้ภาษาจึงหลีกเลี่ยงคำเชื่อมและส่วนขยายประโยคที่ไม่จำเป็น เช่น คำว่า “อีกทั้ง” “ซึ่ง”“กับ”“ต่อ” ฯลฯ
- **การใช้คำสแลง คำเฉพาะสมัยหรือคำที่สร้างภาพลักษณ์เกินจริง** พาดหัวข่าวต้องทำให้เกิดความสนใจ จึงอาจใช้คำที่อยู่ในกระแสนิยม มีสีสัน เกินจริงคำสแลง เช่น วัยจ๊าบ สาวอยากอึ๋ม วืด ชวด ฯลฯ
- **การใช้ฉายาหรือชื่อเล่นบุคคล** เพื่อสร้างสีสัน ดึงความสนใจคนอ่าน และทำให้พาดหัวข่าวสั้น กระชับ

1.2 **รูปแบบในการเขียนพาดหัวข่าว**

- **แบบ Who นำ** เช่น

“นายกรัฐมนตรีประชุมชี้แจงเจ้าหน้าที่ ศอ.บต.”
“แฝดสยามเพศหญิงเสียชีวิตแล้ว”
“กกต.ยืนกรานห้ามจดใหม่ พรรคถูกยุบ”

- **แบบ What นำ**ซึ่งส่วนใหญ่ความสำคัญของข่าวอยู่ที่การกระทำและผลกระทบ เช่น

“เกิดเพลิงไหม้ที่ย่านชุมชนกลางตลาด”

- **แบบ When นำ** ซึ่งข่าวนี้ความสำคัญอยู่ที่เงื่อนไขเวลา เช่น

“31 **พ.ค.ชี้ชะตายุบพรรค**”
“ม.ค.51ได้รัฐบาลใหม่”

- **แบบ Where นำ** ซึ่งคุณค่าของข่าวอยู่ที่สถานที่ เช่น

“เชียงใหม่กลายเป็นเมืองในหมอกจากไฟป่า”

- **แบบ Why นำ** ความสำคัญของข่าวอยู่ที่การตั้งข้อสังเกต เพื่อเพิ่มความอยากรู้อยากเห็น เช่น

“เร่งหาสาเหตุหนุ่มคลั่งยิงกราด 3 ศพ กลางตลาดไท”

- **แบบ How นำ** ความสำคัญของข่าวอยู่ที่ความเป็นเหตุเป็นผล เช่น

“ อยากได้มือถือรุ่นใหม่ วัยรุ่นหาเงินด้วยการขายตัว

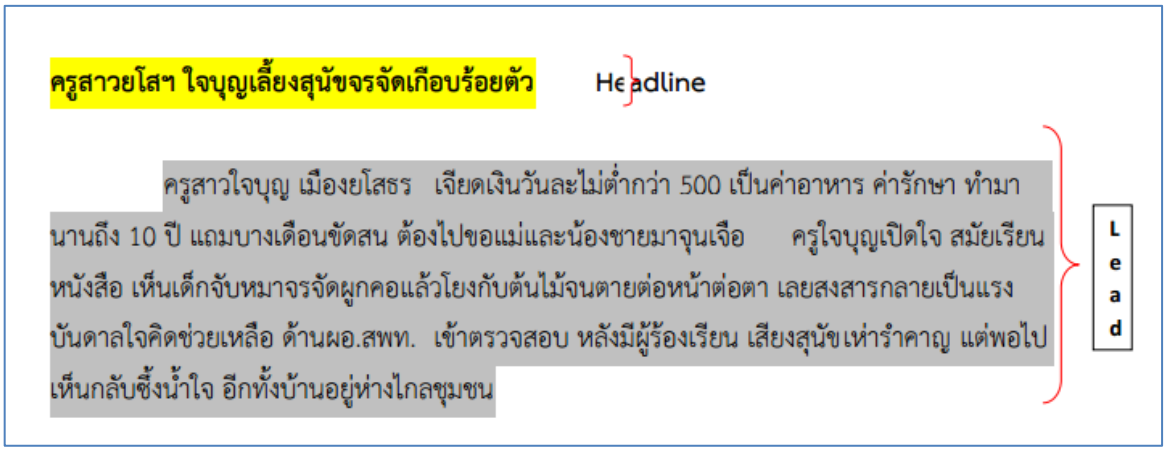
2. **การเขียนวรรคนำ** (Lead) **หรือโปรย**

- ใช้ประโยคสมบูรณ์แบบสั้น โดยไม่ละประธานของประโยค คำเชื่อม ส่วนขยาย เพราะไม่มีข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่

- ใช้คำสแลง คำเฉพาะสมัยหรือคำที่สร้างภาพลักษณ์เกินจริงได้เช่นเดียวกับการเขียนพาดหัวข่าวเพื่อสร้างความสนใจให้ผู้อ่านอ่านต่อเนื่องจนจบ

- ใช้ภาษากึ่งทางการหรือกึ่งแบบแผน ในกรณีที่ต้องการยกคำพูดของบุคคลที่ตกเป็นข่าวมาเขียนเป็นวรรคนำ เพื่อสะท้อนอารมณ์ของเรื่องหรือความรู้สึก อาจใช้ภาษาพูดแทนก็ได้

ตัวอย่างการเขียนหัวข่อข่าวและบทนำ



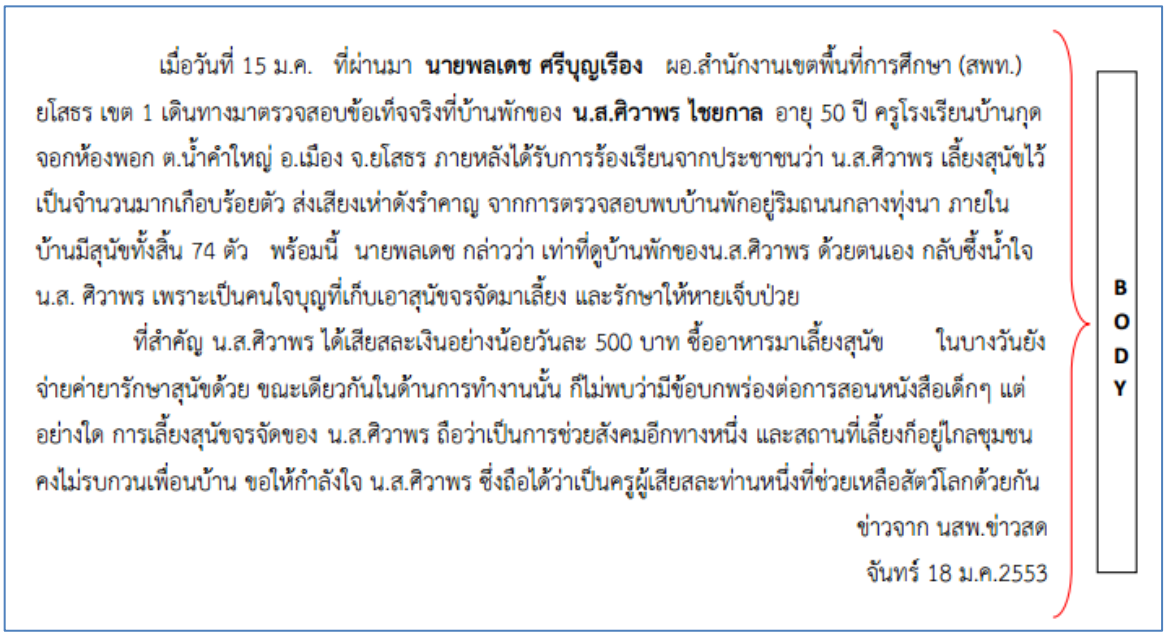
3. **การเขียนเนื้อเรื่อง** (Body)

- ใช้ภาษาเป็นทางการ ในกรณีที่ต้องการให้ผู้อ่านเข้าใจหรือเห็นภาพเหตุการณ์อาจใช้ภาษากึ่งทางการสอดแทรกในเนื้อเรื่องบ้างก็ได้

- เขียนให้เป็นประโยค ไม่นิยมตัดคำ ใช้คำกร่อน กรณีที่ต้องใช้คำย่อต้องเขียนคำย่อในวงเล็บหลังคำเต็มในการใช้ครั้งแรกก่อน จากนั้นจึงใช้คำย่อในการเขียนครั้งต่อ ๆ ไป

- ไม่ใช่ภาษาเชิงวิพากษ์วิจารณ์ กระทบกระเทียบ ประชดประชัน เสียดสี กับข่าวที่เป็นการรายงานข้อเท็จจริง

ตัวอย่างการเขียนหัวข่อข่าวและบทนำ



เทคนิคการเขียนข่าวแจกให้ได้รับการเผยแพร่

1. การเขียนข่าวแจก ยึดหลักการเขียนข่าวให้ได้รายละเอียดว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไม และอย่างไร ซึ่งควรตอบคำถามเหล่านี้ได้ในประโยคแรกของย่อหน้าแรก พร้อมด้วยรายละเอียดที่ตามมาเสมอ

2. เขียนโดยชูประเด็นสำคัญของเรื่องให้ได้โดยผูกโยงขยายผลให้เห็นความสำคัญหรือข้อดีของเรื่องดังกล่าวได้อย่างชัดเจน

3. เขียนเฉพาะสิ่งที่เป็นข้อเท็จจริงอย่างตรงไปตรงมา ไม่สอดแทรกความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียน

4. เขียนแต่ละย่อหน้าอย่างกระชับ ใช้ประโยคสั้น ๆ ใช้ถ้อยคำง่าย ๆ หลีกเลี่ยงศัพท์วิชาการที่คนทั่วไปไม่เข้าใจ

5. การอ้างอิงชื่อ-นามสกุลของผู้ที่อยู่ในข่าวในฐานะแหล่งข่าวหรือผู้ให้สัมภาษณ์ต้องระบุควบคู่กับตำแหน่งเสมอเพื่อความชัดเจนและน่าเชื่อถือ

6. ข่าวแจกควรพิมพ์เป็นเอกสารให้เรียบร้อย บนกระดาษสีขาวที่มีตราสัญลักษณ์หรือมีชื่อของหน่วยงาน กระดาษพิมพ์ควรมีขนาด 8.5 x 11 นิ้ว ซึ่งเป็นขนาดมาตรฐานที่นิยมใช้กันทั่วไป และควรพิมพ์แบบ Double Space เพื่อความเป็นระเบียบสวยงามและอ่านง่าย

7. ข่าวแจกควรพิมพ์หน้าเดียวเท่านั้น กรณีที่มีข่าวต่อควรพิมพ์คำว่า –ยังมีต่อ- ไว้ส่วนล่างของหน้ากระดาษพร้อมระบุเลขที่หน้าด้วย

8. การเขียนข่าวแจกต้องระบุชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ของผู้ส่งข่าวแจก เพื่อเป็นประโยชน์ในการติดต่อ กรณีที่สื่อมีข้อสงสัยหรือต้องการสอบถามรายละเอียดบางอย่างเพิ่มเติม

9. เนื้อข่าวควรเขียนให้สั้น กระชับ ได้ใจความสมบูรณ์

10. บางครั้ง หน่วยงานอาจมีการจัดทำแฟ้มคู่มือสำหรับแจกให้สื่อมวลชน (Press Kits) ซึ่งแฟ้มคู่มือนี้ประกอบด้วย ข่าวแจก ภาพถ่าย รายละเอียดโครงการประวัติย่อขององค์กร กระดาษเปล่าที่มีหัวกระดาษของหน่วยงาน ฯลฯ

ข้อควรระวังในการเขียนข่าวแจก

1. ชื่อและนามสกุลต้องสะกดให้ถูกต้อง เพราะว่าถ้าผิดพลาดอาจกลาย เป็นคนละบุคคล หรือเกิดความเสียหายได้

2. ยศ ตำแหน่ง ต้องระบุให้ตรงกับความเป็นจริงขณะนั้น เช่น อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ

3. คำนำหน้าชื่อ และบรรดาศักดิ์ต้องระบุเรียงลำดับให้ถูกต้อง

4. การใช้อักษรย่อ หรือตัวย่อต่างๆ ควรตรวจสอบให้ดี

5. ไม่สอดแทรกความคิดเห็นส่วนตัวเข้าไป

6. การเขียนตัวเลขถ้ามีจำนวนมากอาจใช้ตัวอักษรแทน ถ้าไม่ใช่ตัวเลขที่แน่นอน ควรใช้คำว่าประมาณ

7. หลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์เทคนิคที่เข้าใจยาก

เอกสารอ้างอิง

รัชณู สมานวิจิตร. (2555).*เทคนิคการเขียนข่าวและการพาดหัวข่าวให้น่าสนใจ*. (เอกสารประกอบการบรรยาย). กรุงเทพฯ: สำนักประชาสัมพันธ์และบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร. อัดสำเนา.

วิไลวรรณ จงวิไลเกษม. (2556). *จับประเด็นเขียนเป็นข่าว*. (เอกสารประกอบการอบรมเชิงปฏิบัติการ). กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. อัดสำเนา

ตัวอย่างข่าวแจก

มทร.สุวรรณภูมิ จัดยิ่งใหญ่ “เกษตรอยุธยาแฟร์” โชว์ผลงานทางวิชาการ สิ่งประดิษฐ์นักศึกษา

นายประยูร รัตนเสนีย์ ผู้ว่าราชการจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กล่าวว่า เกษตรกรรมสัมพันธ์กับการดำรงชีวิตของคนในสังคมไทยมาโดยตลอด การดำรงชีวิตของคนในสังคมไทยจะมีความเกี่ยวข้องกับเกษตรกรรมนับตั้งแต่อดีต ปัจจุบัน และอนาคต จนมีคำกล่าวติดปากว่า สังคมไทยเป็นสังคมเกษตรกรรม นอกจากนี้เกษตรกรรมมีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจไทยมายาวนานเช่นกัน เพราะเป็นแหล่งสร้างอาชีพแรงงาน และสร้างรายได้ให้กับคนในประเทศ เกษตรกรรมนอกจากสร้างรายได้แล้ว ยังเป็นภาคที่สร้างความสุขมวลรวม ให้กับคนในประเทศอีกด้วย และนับว่าเป็นโอกาสอันดียิ่ง ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ และ สำนักงานเกษตรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ร่วมกันจัดงานเกษตรแฟร์ และงานคาวบอยไนท์ ประจำปี 2559 ขึ้น ในระหว่างวันที่ 20 – 24 มกราคม 2559 ณ มทร.สุวรรณภูมิ ศูนย์พระนครศรีอยุธยา หันตรา เพื่อเป็นการส่งเสริมภาคการเกษตรของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้เกษตรกร และกลุ่มผู้ประกอบการได้พบปะแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างกัน อันจะก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

ด้าน **ผศ.ไพศาล บุรินทร์วัฒนา** อธิการบดี มทร.สุวรรณภูมิ กล่าวว่า การจัดงานเกษตรอยุธยาแฟร์ ประจำปี 2559 และงานคาวบอยไนท์ ในครั้งนี้ เพื่อเป็นการเสริมสร้างความรู้ ถ่ายทอดเทคโนโลยีและวัฒนธรรมที่เหมาะสมแก่เกษตรกรหรือกลุ่มผู้ประกอบการ ได้พบปะแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการระหว่างกัน อันจะก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกันซึ่งงานในครั้งนี้ มีกิจกรรมที่น่าสนใจประกอบด้วย นิทรรศการ ผลงานวิชาการ งานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ของคณาจารย์และนักศึกษาคณะต่าง ๆ อาทิ เครื่องวัดความชื้นข้าวเปลือก จักรยานปั่นบำบัดน้ำเสีย เครื่องฝานต้นโสน เครื่องตัดกลีบดอกไม้ เครื่องสับย่อยผักตบชวา เครื่องนวดข้าวขนาดเล็ก เครื่องสีข้าวกล้อง การแสดงเครื่องบินน้อย การสาธิตการติดตั้งสายอากาศทีวี หุ่นยนต์อัตโนมัติ เครื่องล้างน้ำมัน เครื่องพ่นยาพลังงานแสงอาทิตย์ ฯลฯ เพลิดเพลินกับการประกวดสวนกล้วยไม้ ประกวดการจัดตู้ปลาสวยงาม ชวนมาชมปลาไทยปลาแปลก ปลากัดไทย นกกรงหัวจุก ประลองเชิงไก่ชน บริการสุขภาพสุนัขและแมว และเลือกซื้อไม้ดอก ไม้ประดับพันธุ์พืช สินค้าทางการเกษตร จากสำนักงานเกษตรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา บริษัทเอกชน ผลิตภัณฑ์และสินค้า OTOP และอาหารคาวหวานเพื่อสุขภาพจาก ร้านธงฟ้า และร้านวิสาหกิจชุมชนรวมกว่า 150 ร้านค้า นอกจากนี้ มทร.สุวรรณภูมิ ยังได้จัดการประกวดแข่งขัน ในโครงการราชมงคลสุวรรณภูมิ ร่วมใจสืบสานศิลปวัฒนธรรม ครั้งที่ 11 ร่วมในงานดังกล่าวด้วย ณ เวทีกลาง มทร.สุวรรณภูมิ ศูนย์พระนครศรีอยุธยา หันตรา โดยในวันที่ 20 ภาคเช้า จัดกิจกรรมประกวดธิดาเกษตรแฟร์ 2559 วันที่ 21 ภาคเช้า จัดประกวดร้องเพลงลูกทุ่ง ภาคบ่าย ประกวดเต้นลายแด๊นซ์ วันที่ 22 ภาคเช้า จัดประกวดร้องเพลงลูกทุ่งพร้อมหาง

เครื่อง ภาคบ่าย จัดกิจกรรมประกวดแข่งขัน ส้มตำอร่อย ลีลาเด็ด และวันที่ 23 ภาคบ่าย จัดกิจกรรมประกวดคาวบอย – คาวเกิลล์ 2559 จึงอยากขอเชิญชวนชาวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้มาร่วมงานในครั้งนี้

ด้าน**ผศ.ดร.อำนาจ ศิลวัตร** คณบดีคณะเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร มทร.สุวรรณภูมิ กล่าวเพิ่มเติมว่า นอกจากกิจกรรมดังที่ท่านอธิการบดีได้กล่าวมาแล้วนั้น มทร.สุวรรณภูมิยังได้จัดงานชุมนุมศิษย์เก่าภายใต้ชื่องาน “Cowboy Night” ในคืนวันพุธที่ 20 มกราคม 2559 พิเศษสุดกับวงดนตรี 3 สไตล์ ทั้ง Shawdow Bluegass Cowboy โจ๊ะ ๆ ตื่นเต้นไปกับการแสดงโชว์ควงปืน บวงบาศก์ฟาดแส้ โชว์กระบองไฟ ต่อตัว ตีลังกาพ่นไฟ การแสดงประกอบเพลงคอไลก้า อินเดียแดง และกิจกรรมอื่น ๆ ที่น่าตื่นตาตื่นใจตลอดทั้งงาน ซึ่งนอกจากจะได้รับความรู้ ความบันเทิง และสนุกสนานกับการชมชิม ช็อปแล้ว ยังถือเป็นโอกาสดีที่จะได้มาทำความรู้จักกับ มทร.สุวรรณภูมิ ในอีกมุมมองหนึ่ง สำหรับผู้ที่สนใจร่วมงานชุมนุมศิษย์เก่า 84 ปี เกษตรอยุธยา สามารถสั่งจองบัตรเข้าร่วมงานได้ที่ คุณณสิกาญจน์ สายเสมาภควัฒน์ โทร.08 1684 6117 และคุณสุชาดา ปัทมะศิริ โทร.08 2363 7778

ด้าน **นายไพศาล สังข์มงคล** เกษตรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กล่าวว่า การเข้าร่วมจัดงานของสำนักงานเกษตรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในครั้งนี้ เพื่อให้เกษตรกรและผู้เข้าร่วมงานเรียนรู้พัฒนาการวิชาการใหม่ ๆ และเน้นนโยบายที่จะให้เกษตรทุกภาคได้รับความก้าวหน้า และร่วมกันพัฒนาและปรับเปลี่ยนเข้าสู่ระบบการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย ทั้งด้านพืช ประมง และการแปรรูป ปศุสัตว์ ที่มีคุณภาพ รวมไปถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการผลิตทางการเกษตร ทั้งในด้านพืช ประมง และปศุสัตว์ โดยกิจกรรมที่สำนักงานได้จัดขึ้นประกอบไปด้วย กิจกรรมการประกวด ดังนี้ การประกวดสุนัขสายพันธุ์บางแก้ว สายพันธุ์หลังอาน สายพันธุ์ทั่วไป (แฟนซี)สวยงามแต่งกายสุนัขและผู้เลี้ยง การประกวดสวนหย่อมกล้วยไม้ การถ่ายทอดความรู้ โดยได้จัดนิทรรศการความรู้เรื่องเทคโนโลยีการผลิต จาก 16 อำเภอ การอบรมวิชาชีพ อาทิ การเพาะถั่วงอก ผักตะกร้า เห็ดตะกร้า การเพาะเห็ดเบื้องต้น การออกร้านจำหน่ายสินค้าจากกลุ่มแม่บ้าน วิสาหกิจชุมชน ซึ่งหวังเป็นอย่างยิ่งว่า เกษตรกรและบุคคลทั่วไปจะได้รับประโยชน์จากการจัดงานในครั้งนี้อย่างเต็มที่

งานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

โทรศัพท์ ๐ ๓๕๗๐ ๙๑๐๑ - ๓ โทรสาร ๐ ๓๕๗๐ ๙๑๐๕

หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 ด้านการพูด

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

เมื่อเสร็จสิ้นการฝึกอบรม ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะต้อง

1. เป็นผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์และวิทยุได้
2. เป็นพิธีกรในงานต่าง ๆ ได้

เนื้อหาการเรียนรู้

หัวข้อที่ 2.1 การเป็นผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์และวิทยุประกอบด้วยผู้ประกาศคือใคร บทบาทหน้าที่ของผู้ประกาศ ความสำคัญและคุณลักษณะของผู้ประกาศ กฎหมายและจริยธรรมของผู้ประกาศ หลักเกณฑ์การขอบัตรผู้ประกาศ ทักษะการใช้ภาษา ฝึกปฏิบัติการเป็นผู้ประกาศข่าว

หัวข้อที่ 2.2 การเป็นพิธีกรในงานต่าง ๆ ประกอบด้วย บทบาทหน้าที่ของพิธีกร การเตรียมตัวของพิธีกร ขั้นตอนในการพูดของพิธีกร คุณลักษณะของพิธีกรที่ดี การเขียนสคลิป ฝึกปฏิบัติการเป็นพิธีกร

กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรมตามทฤษฎีการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ของคอล์ป

ขั้นที่ 1 ขั้นประสบการณ์

1. วิทยากรแจกแบบทดสอบเพื่อวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการพูด เรื่องการเป็นผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์และวิทยุและการเป็นพิธีกรในงานต่าง ๆ ก่อนการฝึกอบรม

2. วิทยากรให้สมาชิกที่มีประสบการณ์ในการทำหน้าที่เป็นผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์ ผู้ประกาศข่าวทางวิทยุ โฆษก พิธีกร เล่าประสบการณ์ให้สมาชิกในกลุ่มฟัง

ขั้นที่ 2 ขั้นการสะท้อนและการอภิปราย

3. ตัวแทนสมาชิกแต่ละกลุ่มนำเสนอความแตกต่างระหว่างผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์ผู้ประกาศข่าวทางวิทยุ โฆษก พิธีกร

ขั้นที่ 3 ขั้นความคิดรวบยอด

4. วิทยากรบรรยายให้ความรู้เชิงประสบการณ์เกี่ยวกับผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์ ผู้ประกาศข่าวทางวิทยุ พิธีกร

5. วิทยากรสาธิตการทำหน้าที่ผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์ ผู้ประกาศข่าวทางวิทยุ และการเป็นพิธีกร

ขั้นที่ 4 ขั้นการทดลอง/การประยุกต์แนวคิด

6. วิทยากรแจกข่าว/สคลิป ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมฝึกปฏิบัติด้วยตนเอง โดยมีข่าวด้านการเรียนการสอน ด้านการวิจัย ด้านงานบริการวิชาการ และด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

7. วิทยากรให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมฝึกปฏิบัติหน้าห้อง พร้อมกับบันทึกภาพการฝึกปฏิบัติ

8. วิทยากรเปิดภาพการฝึกปฏิบัติให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมชมและให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมวิพากษ์ตนเองเพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไข

9. วิทยากรให้ข้อเสนอแนะการฝึกปฏิบัติในภาพรวม

10. วิทยากรแจกแบบทดสอบเพื่อวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการพูด เรื่อง การเป็นผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์และวิทยุและการเป็นพิธีกรในงานต่าง ๆ ก่อนการฝึกอบรม

สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรมของหน่วยการเรียนรู้

1. เครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับวิทยากร
2. โปรเจคเตอร์ พร้อมจอรับภาพ
3. เครื่องฉายภาพทึบแสง (LCD)
4. กล้องวีดีโอ สำหรับบันทึกภาพในการฝึกปฏิบัติ
5. คลิปวีดีโอและคลิปเสียงการทำหน้าที่ของผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์ ผู้ประกาศข่าวทางวิทยุ โฆษก พิธีกร
6. แบบทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการพูด เรื่อง การเป็นผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์และวิทยุและการเป็นพิธีกรในงานต่าง ๆ
7. เอกสารประกอบการบรรยาย เรื่อง การเป็นผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง และการเป็นพิธีกรในงานต่าง ๆ

การวัดและประเมินผล

1. การทำแบบทดสอบประจำหน่วยการเรียนรู้
2. การมีส่วนร่วมในการถ่ายทอดประสบการณ์ การนำเสนอ และการวิพากษ์ผลการฝึกปฏิบัติ
3. ผลการฝึกปฏิบัติการเป็นผู้ประกาศทางโทรทัศน์ ผู้ประกาศข่าวทางวิทยุ
4. ผลการฝึกปฏิบัติการเป็นพิธีกร

ใบความรู้ที่ 2.1 การเป็นผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์และวิทยุ

ใครคือผู้ประกาศ

ผู้ประกาศ (Announcer) เป็นคำเรียกโดยรวมหมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่สื่อสารกับผู้ฟังผู้ชมผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ นอกจากคำเรียกโดยรวมแล้วยังมีคำเรียกที่ชี้เฉพาะเจาะจงให้เห็นบทบาทหน้าที่การปฏิบัติงานที่ชัดเจน เช่น ผู้อ่านข่าว ผู้รายงานข่าว (Reporter) ผู้ดำเนินรายการ (Moderator) พิธีกร (MC หรือ Master of Ceremony) ดีเจ (DJ หรือ Disc Jockey) ฯลฯ

บทบาทหน้าที่ของผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์และผู้ประกาศข่าวทางวิทยุ

ผู้ประกาศ เป็นอาชีพหนึ่งที่ผู้คนจำนวนไม่น้อยให้ความสนใจและอยากจะก้าวเข้าสู่เส้นทางสายนี้ เพราะเป็นงานที่ทำให้มีโอกาสพบปะผู้คนหลากหลาย เป็นงานที่ท้าทาย ทำแล้วมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และอีกนานาเหตุผล

ถ้าจะพูดถึง “ผู้ประกาศ” ในเมืองไทย กล่าวได้ว่าเป็นอาชีพที่มีมานาน ตั้งแต่ก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 เริ่มต้นพร้อมกับการจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีโทรทัศน์ ผู้ประกาศรุ่นแรกที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางทางสถานีวิทยุ ท.ท.ท. และสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม (ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ในปัจจุบัน) ได้แก่ นวลละออ ทองเนื้อดี ดาเรศ ศาตะจันทร์ เย็นจิตร สัมมาพันธ์ และอารีย์ นักดนตรี งานผู้ประกาศยุคนั้นต้องรับผิดชอบทั้งงานผู้ประกาศวิทยุ โทรทัศน์ และเป็นผู้แสดงควบคู่ไปด้วย

ความสำคัญของผู้ประกาศ

ผู้ประกาศ มีความสำคัญยิ่งต่อ *ความสำเร็จของรายการและสถานี* เพราะเป็นผู้ทำหน้าที่เชื่อมโยง สื่อสารโดยตรงระหว่างสถานีกับผู้ชมหรือผู้ฟัง ขณะที่ทีมผลิตรายการคนอื่น ๆ จะทำหน้าที่เตรียมงานและสนับสนุนอยู่เบื้องหลัง ดังนั้นหากทีมงานเตรียมการดีแต่ผู้ดำเนินรายการอ่อนซ้อมรายการก็ไปไม่ถึงดวงดาว

นอกจากนี้ผู้ประกาศ ยังมีความสำคัญในการทำหน้าที่ *สร้างสายสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นกับผู้ฟังผู้ชม* ซึ่งถ้าตรงใจผู้ชมผู้ฟัง ก็จะสามารถตรึงเขาไว้กับรายการได้ รวมทั้งอาจจะดึงดูดให้เขากลับมาติดตามรายการต่อ ๆ ไป กลายเป็น “แฟนรายการ” และพัฒนาไปสู่ “การภักดี” (Loyalty) ต่อรายการและต่อสถานี ซึ่งเป็นสิ่งที่แต่ละสถานีต้องการเป็นอย่างยิ่งในยุคที่มีการแข่งขันกันสูงเช่นในปัจจุบัน

ขณะที่ธุรกิจสื่อวิทยุและโทรทัศน์มีการแข่งขันกันสูง มีสถานีวิทยุโทรทัศน์ให้เลือกมากมาย ดังนั้น แต่ละสถานีจึงต้องมีความพิเศษที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นภาพลักษณ์ (Brand Image) ของสถานี เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายกลุ่มย่อย (Niche Group) ทั้งนี้ผู้ประกาศเป็นส่วนหนึ่งในการสร้าง

ภาพลักษณ์ของสถานี โดยผ่านทางบุคลิกภาพ จังหวะ ลีลา ภาษาที่ผู้ประกาศใช้ นอกเหนือจากชนิดของเพลงที่เปิด หรือรายการที่นำเสนอ เพื่อที่จะสื่อสารกับผู้ชมผู้ฟัง

ดังนั้น "ผู้ประกาศ" จึงสำคัญยิ่งด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น และด้วยความสำคัญนี้เอง ผู้ที่จะทำหน้าที่ผู้ประกาศจึงต้องมีคุณสมบัติที่จำเป็นหลายประการ เพื่อเป็นผู้ประกาศที่มีประสิทธิภาพ คุณสมบัติที่จำเป็นในการเป็นผู้ประกาศ

คุณสมบัติของผู้ประกาศ

ผู้ประกาศต้องมีคุณสมบัติที่จำเป็นซึ่งแบ่งได้เป็นสองประเภทใหญ่ๆ *คือ คุณสมบัติเฉพาะตัว และคุณสมบัติตามที่กฎหมายกำหนด*

คุณสมบัติเฉพาะตัว

1. มีเสียงที่มีคุณภาพ คือการมีธรรมชาติของเสียงที่แจ่มใส ชวนฟัง ไม่สั่นเครือ หรือแหบแห้ง

2. มีความสามารถในการถ่ายทอดสาร (Communicate Ideas) ได้อย่างประสิทธิภาพ เพราะงานผู้ประกาศ มีหน้าที่หลัก คือ การถ่ายทอดสารไปสู่ผู้ฟังผู้ชม ดังนั้นถ้าขาดคุณสมบัติข้อนี้ คงยากที่จะทำหน้าที่ให้ดีได้

การถ่ายทอดสารเริ่มตั้งแต่*การมีสารที่จะถ่ายทอด* เมื่อมีสารแล้วก็จะต้อง*ตีความสาร* แล้วจึง*นำเสนอสาร*

การมีสารที่จะถ่ายทอด ก็คือ มีเนื้อหาที่จะบอกกล่าวเล่าสู่ผู้ฟังผู้ชมนั่นเอง ซึ่งเนื้อหานั้นอาจจะมีผู้เตรียมการให้ในรูปของบท (Script) เมื่อได้รับบท ก่อนจะไปนำเสนอจำเป็นต้องทำความเข้าใจในบทนั้น ๆ โดยการตีความ (Interpret Copy)ในบทซึ่งนับเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญ เพราะก่อนจะส่งสารถ้าเราในฐานะผู้ส่งสารไม่เข้าใจสารอย่างถ่องแท้ ทั้งในแง่ความหมาย เนื้อความ อารมณ์ของสาร อาจสื่อสารผิดพลาดได้ เมื่อตีความเข้าใจแล้วจึงนำเสนอด้วยรูปแบบต่าง ๆ เช่น การพูดเล่า การอ่าน การบรรยาย การวิเคราะห์ การสนทนา การสัมภาษณ์ ฯลฯ ส่วนการนำเสนอ ต้องให้ความสำคัญกับการออกเสียงที่ถูกต้องตามอักขรวิธี คำนึงถึงการใช้ภาษาที่ถูกต้องตามหลักการ มีลีลาการนำเสนอที่เหมาะสมกับรูปแบบต่าง ๆ

3. มีความรับผิดชอบ เนื่องจากผู้ประกาศต้องสื่อสารผ่านสื่อมวลชนไปยังผู้คนจำนวนมากหลากหลาย จึงต้องมีความรับผิดชอบ ไตร่ตรองให้รอบคอบก่อนจะสื่อสาร

4. มีความสามารถในการตัดสินใจ สามารถควบคุมอารมณ์ความรู้สึกได้ดี เพราะขณะออกอากาศโดยเฉพาะอย่างยิ่งกรณีที่เป็นรายการสด อาจเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด จึงต้องมีความสามารถในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้

5. มีความตรงต่อเวลา ด้วยงานผู้ประกาศนั้นเป็นงานที่ "มีนัด" ไว้กับประชาชน ซึ่งมิอาจผัดผ่อนได้ตามใจชอบ

6. มีความเชื่อมั่นในตนเอง เพื่อเป็นพื้นฐานในการสื่อสารได้อย่างมั่นใจ ทำให้ผู้ฟังผู้ชมเกิดความศรัทธา เชื่อถือในสารที่สื่อไปถึง

7. มีความสนใจใฝ่รู้ มีความกระตือรือร้น สนใจปัญหา ข่าวคราวรอบตัว เพื่อที่จะเป็นพื้นฐานความรู้ในการเชื่อมโยงหรือถ่ายทอดสู่ผู้ฟังผู้ชมได้มี *อารมณ์ดี แจ่มใส* เพื่อช่วยส่งเสริมให้เสียงฟังดู รื่นหู และใบหน้า มองดูสบายตาต่อผู้ฟังผู้ชม

คุณสมบัติตามที่กฎหมายกำหนด

ตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เรื่อง การอบรมและทดสอบเพื่อรับบัตรผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2556 ได้กำหนดให้ผู้ที่จะขอรับบัตรผู้ประกาศ จะต้องผ่านการอบรมในระดับต้น ระดับกลางและระดับสูง จาก กสทช. หรือหน่วยงานที่ กสทช.อนุญาต และผ่านการทดสอบตามหลักเกณฑ์ที่ กสทช.กำหนด ซึ่ง กสทช.ได้กำหนดหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ไว้ดังนี้

1. มีสัญชาติไทย
2. อายุไม่ต่ำกว่าสิบแปดปีบริบูรณ์
3. ไม่เป็นผู้มีความประพฤติเสื่อมเสียหรือบกพร่องในศีลธรรม
4. ผู้สมัครเข้ารับการอบรมระดับกลาง จะต้องมีคุณสมบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้
   -เป็นผู้ผ่านการอบรมระดับต้น
   - เป็นผู้สำเร็จการศึกษาในสาขาวิชาสื่อสารมวลชน (วิทยุ-โทรทัศน์) ตั้งแต่ปริญญาตรี ขึ้นไป
5. ผู้ที่ผ่านการอบรมระดับกลางมาแล้วให้มีสิทธิสมัครเข้ารับการอบรมระดับสูงได้

กฎหมายและจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์และวิทยุ

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์และวิทยุ

- พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551
- ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่องการอบรมและทดสอบเพื่อรับบัตรผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2556

จริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์และวิทยุ

สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยได้กำหนดจริยธรรมแห่งวิชาชีพของสมาชิกสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยเพื่อให้สมาชิกทุกคนต้องยึดถือปฏิบัติได้แก่

(1) นำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสาร ข้อเท็จจริง เพื่อประโยชน์สาธารณะ ด้วยความถูกต้องครบถ้วน เป็นธรรม

(2) เคารพสิทธิมนุษยชน ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และสิทธิส่วนบุคคลของผู้ที่เกี่ยวข้องในข่าว

(3) มีความซื่อสัตย์สุจริตต่อวิชาชีพสื่อสารมวลชนและไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อน

(4) ปกป้องและปฏิบัติต่อแหล่งข่าวอย่างเป็นธรรม

(5) ให้ความเป็นธรรมต่อผู้ตกเป็นข่าว หากนำเสนอข้อมูลผิดพลาดต้องดำเนินการแก้ไขโดยทันที พร้อมขออภัยในความผิดพลาดดังกล่าว

(6) ส่งเสริมและรักษาไว้ซึ่งเสรีภาพของการเสนอข่าวและความคิดเห็น

(7) ไม่กระทำการอันเป็นการบั่นทอนเกียรติคุณของวิชาชีพ หรือความสามัคคีของเพื่อนร่วมวิชาชีพ

หลักเกณฑ์การขอบัตรผู้ประกาศ

ตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เรื่อง การอบรมและทดสอบเพื่อรับบัตรผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2556 ได้กำหนดให้ผู้ที่จะขอรับบัตรผู้ประกาศ จะต้องผ่านการอบรมในระดับต้น ระดับกลางและระดับสูง จาก กสทช. หรือหน่วยงานที่ กสทช.อนุญาต และผ่านการทดสอบตามหลักเกณฑ์ที่ กสทช.กำหนด ซึ่ง กสทช.ได้กำหนดหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ไว้ดังนี้

คุณสมบัติของผู้ที่จะเข้ารับการอบรม

1. มีสัญชาติไทย
2. อายุไม่ต่ำกว่าสิบแปดปีบริบูรณ์
3. ไม่เป็นผู้มีความประพฤติเสื่อมเสียหรือบกพร่องในศีลธรรม
4. ผู้สมัครเข้ารับการอบรมระดับกลาง จะต้องมีคุณสมบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้
   - เป็นผู้ผ่านการอบรมระดับต้น
   - เป็นผู้สำเร็จการศึกษาในสาขาวิชาสื่อสารมวลชน (วิทยุ-โทรทัศน์) ตั้งแต่ปริญญาตรี ขึ้นไป
5. ผู้ที่ผ่านการอบรมระดับกลางมาแล้วให้มีสิทธิสมัครเข้ารับการอบรมระดับสูงได้

โครงสร้างการฝึกอบรมหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับต้น ระดับกลาง ระดับสูง มีรายละเอียด ดังนี้

หลักสูตรการอบรมระดับต้นมีระยะเวลาไม่น้อยกว่า 3 วัน ประกอบด้วย

- หมวดวิชาความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์	3 ชั่วโมง
- หมวดวิชากฎหมายที่เกี่ยวข้อง	4 ชั่วโมง
- หมวดวิชาการพัฒนาทักษะด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์	4 ชั่วโมง
- หมวดวิชาการจริยธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบวิชาชีพด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์	4 ชั่วโมง

- หมวดวิชาการมาตรฐานการใช้ภาษา 3 ชั่วโมง

หลักสูตรการอบรมระดับกลางมีระยะเวลาไม่น้อยกว่า 4 วัน ประกอบด้วย

- หมวดวิชาความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ 3 ชั่วโมง
- หมวดวิชากฎหมายที่เกี่ยวข้อง 3 ชั่วโมง
- หมวดวิชาการพัฒนาทักษะด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ 6 ชั่วโมง
- หมวดวิชาการจริยธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบวิชาชีพ ด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ 8 ชั่วโมง
- หมวดวิชาการมาตรฐานการใช้ภาษา 4 ชั่วโมง

หลักสูตรการอบรมระดับสูงมีระยะเวลาไม่น้อยกว่า 3 วัน ประกอบด้วย

- หมวดวิชาความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ 1.5 ชั่วโมง
- หมวดวิชากฎหมายที่เกี่ยวข้อง 1.5 ชั่วโมง
- หมวดวิชาการพัฒนาทักษะด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ 4.5 ชั่วโมง
- หมวดวิชาการจริยธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบวิชาชีพ ด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ 7.5 ชั่วโมง
- หมวดวิชาการมาตรฐานการใช้ภาษา 3 ชั่วโมง

การทดสอบเพื่อรับบัตรผู้ประกาศ

ผู้ที่ผ่านการอบรมในระดับสูงแล้ว จึงมีสิทธิที่จะเข้ารับการทดสอบเพื่อขอรับใบประกาศ โดยผู้สอบจะต้องได้คะแนน ไม่ต่ำกว่า 50 คะแนน จากเกณฑ์ในการทดสอบดังนี้

1) อักขระวิธี 30 คะแนน
2) ความถูกต้อง 20 คะแนน
3) ความชัดเจน 20 คะแนน
4) การนำเสนอ 20 คะแนน
5) เสียง 10 คะแนน

เคล็ดลับการทดสอบให้ผ่าน

ถ้าต้องการผ่านการทดสอบจำเป็นต้อง *ศึกษาและฝึกฝน* วิธีการอ่านและการนำเสนอที่มีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. การเปล่งเสียงที่ถูกวิธี คือ พูดให้เต็มเสียงเพื่อให้ได้เสียงที่ชัดเจน แต่ไม่ใช่การตะโกน

2. การใช้ระดับเสียงที่เหมาะสม อย่าลืมว่า เรากำลังพูดผ่านไมโครโฟน ระดับเสียงที่เหมาะสมคือเสียงที่ไม่ดังเกินไปหรือค่อยเกินไประยะห่างจากปากถึงไมโครโฟนควรจะประมาณ 2คืบ

3. การนำเสนอที่มีความถูกต้อง ตามหลักเกณฑ์ในภาษาไทย โดย

3.1 การรักษาคำและความในบท ไม่อ่านผิดอ่านถูก ตู่คำตู่ความ หรือเติมคำเติมความ ทำให้ความหมายเนื้อหาผิดเพี้ยนไป เช่น ข้อความว่า “.....พระหัตถ์วางเหนือพระเพลา…” แต่ผู้อ่านอ่านว่า “….พระพักตร์วางเหนือ พระเพลา….” เป็นลักษณะการตู่คำ จากพระหัตถ์กลายเป็นพระพักตร์ ซึ่งผิดความหมายไปเลย หรือการเติมคำ เช่น ข้อความว่า “….โรงพยาบาลเด็กอ่อนตั้งอยู่ที่ถนน…” แต่ผู้อ่านไปเติมคำกลายเป็น “….โรงพยาบาลเด็กปัญญาอ่อนตั้งอยู่ที่ถนน…” ลักษณะดังกล่าวนี้ต้องระวัง มีสติและสมาธิในการอ่านเพื่อจะได้ไม่พลั้งปาก

3.2 *การออกเสียง ตัว “ร” และ “ล”* เป็นปัญหาสำหรับหลาย ๆ คน ที่ไม่คุ้นเคยในการออกเสียง เพราะไม่ได้ใช้เป็นประจำในชีวิตประจำวัน ทำให้ออกเสียงไม่ได้ หรือบางคนอาจมีอาการสับสนในการออกเสียง โดยออกเสียง ล ลิง เป็น ร เรือ และ ร เรือ เป็น ล ลิง การออกเสียงให้ถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นในการเป็นผู้ประกาศ ที่จะต้องออกเสียงให้ได้ ไม่เช่นนั้นจะสื่อสารผิดพลาดได้ ตัวอย่างเช่น ข้อความว่า “.....ผู้ที่ชอบไปบริจาคเรือด จะได้บุญกุศล...” (เลือด เป็นที่ต้องการ แต่คงไม่มีใครอยากได้*เรือด*) หรือข้อความว่า “...โอ้โฮ ลูบล่างดีจัง...” แน่นอน ความหมายของ*ลูบล่าง* ย่อมต่างจากรูปร่าง ฯลฯ

3.3 *การออกเสียงควบกล้ำ* จำเป็นในงานผู้ประกาศเช่นกัน มิฉะนั้นจะเสียความในการสื่อสารเช่น “....ห้างเซ็นทั่นกำลังมีโปโมชั่น ลดราคาปากะป๋อง ....” ผู้ฟังฟังแล้วอาจสับสน ที่ถูกต้องคือ “....ห้างเซนทรัลกำลังมีโปรโมชั่น ลดราคาปลากระป๋อง...” ฯลฯ

3.4 *การออกเสียงที่ชัดเจน* ไม่เพี้ยนแปร่ง เช่น เพี้ยนพยัญชนะ “คว” ออกเสียงเป็น “ฟ” ตัวอย่างเช่น “.....วันนี้ขอเสนอบทฟาม เรื่อง ฟันดำฟันขาว...” (อันที่จริงบทความเรื่องควันดำ ควันขาว แต่ผู้ประกาศออกเสียงไม่ได้) หรือการเพี้ยนสระ เช่น สระ”แอ” ออกเสียงเป็นสร”เอ” ตัวอย่างเช่น “....พันธุ์ไม้สีเดง ๆ มีใบเยกเป็นเฉก ๆ...” (ที่ถูกต้องคือ พันธุ์ไม้สีแดง ๆ มีใบแยกเป็นแฉก ๆ)

5. การนำเสนอที่ราบรื่น ชวนฟัง ได้แก่

5.1 *การไม่อ่านแล้วตะกุก ตะกัก* ต้องอ่านไปพลาง หยุดสะกดคำไปพลาง ที่เรียกว่า”อ่านหนังสือยังไม่แตก”ฟังแล้วน่ารำคาญมาก

5.2 *การอ่านที่มีจังหวะจะโคน* มีการให้น้ำหนักคำ ความ ไม่ยานยืด ไม่เอื่อยเรื่อยฟังแล้วชวนง่วงนอน

5.3 *การอ่านที่แบ่งวรรคตอนได้เหมาะสม* แม้ว่าแต่ละคนอาจไม่จำเป็นต้องแบ่งวรรคที่เท่ากับคนอื่น แต่สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเสมอในการแบ่งวรรค คือ เมื่อหยุดแบ่งวรรคแล้วจะต้องไม่เสียความ (ความหมาย) เช่น “...ข่าวแจ้งว่า - ยานอวกาศ – เมียตกในประเทศชิลี...” (ตกลง ยานอวกาศ “เมีย” ตก หรือเมียตก) หรือ “....นายก –รัฐมนตรี – นำนายทหารเข้าถวายสัตย์ – ปฏิญาณว่า.....” (ฟังแล้ว

ไม่แน่ใจว่า นายกรัฐมนตรี หรือนายกและรัฐมนตรี แล้วจะถวายสัตย์ หรือ สัตว์ เพราะเป็นการฟังเสียงไม่เห็นตัวสะกด จึงจะไม่ทราบความหมายจนกว่าจะมีคำว่าปฏิญาณตามมา)

นอกจากนี้การแบ่งวรรคที่ดี ไม่ควรวรรคมากจนเกินไป จะทำให้เสียงเป็นห้วงๆฟังแล้วไม่รื่นหู เช่น นายก-รัฐมนตรี-มีกำหนด-จะเดินทาง-ไป-ประชุมสัญจร-ที่-จังหวัดราชบุรี ฯลฯ

5. มีลีลาการนำเสนอที่เหมาะสมกับรูปแบบงานที่นำเสนอ เช่น การอ่านข่าวต้องการความกระชับ ชัดเจน ค่อนข้างเป็นทางการ ไม่ใส่อารมณ์ความรู้สึกใดๆ ทั้งสิ้น ส่วนบทความ เป็นการนำเสนอกึ่งทางการได้ ถ้าเป็นสารคดี จะต้องไม่นำเสนอด้วยการอ่านทื่อ ๆ แข็ง ๆ แต่จะต้องสื่อสารให้ผู้ฟังได้อรรถรสทางอารมณ์ตามเนื้อหาในบท สำหรับคำประพันธ์ก็ต้องแบ่งวรรคให้ถูกต้อง มีการทอดเสียงให้น่าฟัง ฯลฯ

เอกสารอ้างอิง

จิราภรณ์ สุวรรณวาจกกสิกิจ. (2559). *สู่เส้นทางผู้ประกาศ.*สืบค้นเมื่อ10 เมษายน 2559, จาก http://www.stou.ac.th/thai/schools/sca/document/เส้นทางสู่ผู้ประกาศ-รศ.จิราภรณ์.htm

พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551. (2551, 4 มีนาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 115 ตอนที่ 42ก. หน้า 61.

ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติเรื่อง การอบรมและทดสอบเพื่อรับบัตรผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2556.(2556, 1 กุมภาพันธ์). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 130 ตอนพิเศษ 15ง. หน้า 55.

ใบความรู้ที่ 2.2 การเป็นพิธีกรในงานต่าง ๆ

บทบาทหน้าที่ของพิธีกร

มีผู้ให้ความเห็นว่า “คนที่พูดเก่งจะเป็นพิธีกรได้ดี คนที่เสียงเพราะจะเป็นพิธีกรได้ดี ครู อาจารย์ ดีเจ ผู้ประกาศทางสถานวิทยุจะเป็นพิธีกรได้ดีคนที่มีบุคลิกภาพดีจะเป็นพิธีกรได้ดี” ความคิดเห็นดังกล่าวข้างต้นเป็นเพียงปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยเสริมให้ทำหน้าที่เป็นพิธีกรได้ดีเท่านั้น เพราะจากประสบการณ์ของผู้เขียนซึ่งอยู่ในแวดวงการศึกษาและมักจะได้มอบหมายให้ทำหน้าที่พิธีกร พบว่า ในสถานศึกษาซึ่งส่วนใหญ่เป็นครูอาจารย์แต่ถึงเวลาหาผู้ทำหน้าที่พิธีกรในงานต่าง ๆ กลับหาได้ยากมาก ไม่แตกต่างจากหน่วยงานอื่น เพราะบทบาทหน้าที่ของครูอาจารย์แตกต่างจากบทบาทหน้าที่ของพิธีกรอย่างสิ้นเชิง แม้ภาษาที่ใช้พูดก็แตกต่างกัน การสอนหนังสืออาจใช้ภาษา “บ้าน ๆ” ที่มุ่งเน้นความเข้าใจง่าย แต่พิธีกรต้องใช้ภาษาที่เป็นพิธีการที่มากกว่า ดังนั้น ผู้เขียนจึงได้เขียนบทความเรื่องนี้ขึ้นโดยได้รวบรวมข้อมูลทางวิชาการจากแหล่งต่าง ๆ ผสมผสานกับประสบการณ์ของผู้เขียน

“พิธีกร”(Master of Ceremony) หรือที่เรียกกันย่อ ๆ ว่า M.C. คือ บุคคลผู้ทำหน้าที่ดำเนินรายการในงานต่าง ๆ ที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงและเป็นไปด้วยความเรียบร้อย สร้างบรรยากาศที่ดีให้แก่ผู้มาร่วมงาน ซึ่งแตกต่างจาก “โฆษก” ซึ่งหมายถึง ผู้ประกาศ ซึ่งมีหน้าที่ติดต่อสื่อความหมายกับผู้ฟังเท่านั้น ด้วยเหตุนี้ ภายหลังจึงมีผู้นำคำว่า “ผู้ประกาศ” มาใช้แทนคำว่า “โฆษก”

พิธีกรไม่ใช่โฆษก ไม่ใช่ผู้ประกาศ ไม่ใช่เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ไม่ใช่มรรคนายก แต่พิธีกรมีบทบาทหน้าที่เป็นผู้ดำเนินรายการ (Program Monitor) เป็นเจ้าของเวที (Stage Owner) เป็นผู้แก้สถานการณ์เฉพาะหน้า (Situation Controller) และเป็นผู้ประสานงานด้านบันเทิงและสังคม (Social Linage) ผู้ทำหน้าที่พิธีกร จึงควรระลึกอยู่เสมอว่า บทบาทหน้าที่ของพิธีกรไม่ใช่เพียง “**มือถือไมค์ไฟส่องหน้า**” แต่ต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจ ความชำนาญและปฏิภาณไหวพริบหลาย ๆ อย่างมาประกอบกัน ดังนั้น พิธีกรจึงต้องมีความรู้พื้นฐานอย่างน้อย ๔ เรื่อง ดังต่อไปนี้ คือ

1. รู้ลำดับเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้น
2. รู้รายละเอียดของงาน
3. รู้จักผู้เกี่ยวข้องกับงาน
4. รู้กาลเทศะ

การเตรียมตัวของพิธีกร

สำหรับการพูดของพิธีกรเป็นการพูดในที่ชุมชนแบบเป็นทางการ ซึ่งเป็นการพูดในงานพิธีการที่มีการวางกำหนดการไว้อย่างชัดเจน ลักษณะการพูดจึงเป็นลักษณะของการพูดไปอ่านไป ดังนั้น พิธีกรจึงมีโอกาสที่จะได้เตรียมตัวล่วงหน้าก่อนทำหน้าที่ แต่ในปัจจุบันหน่วยงานหลายแห่งขาดบุคลากรที่จะ

ทำหน้าที่ดังกล่าว ทำให้เมื่อจัดงานต้องหาบุคลากรทำหน้าที่เป็นพิธีกรจำเป็น ซึ่งทำให้ไม่มีเวลาเตรียมตัว อีกทั้งยังขาดความรู้ความเข้าใจและทักษะในการเป็นพิธีกรในด้านต่าง ๆ เช่น การลำดับขั้นตอนของงาน การใช้ภาษา การสร้างบรรยากาศ จึงทำให้งานสะดุด น่าเบื่อหน่ายและไม่ราบรื่นเท่าที่ควร

การเตรียมความพร้อมของพิธีกรและการตรวจสอบความพร้อมของงานเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมาก หากพิธีกรเตรียมตัวดีและขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ มีความพร้อม ก็จะทำให้งานราบรื่นและเป็นไปตามกำหนดการที่วางไว้ เหมือนกับสำนวนที่ว่า “การเตรียมความพร้อมมาเป็นอย่างดีเท่ากับมีชัยไปกว่าครึ่ง” หรือ “การวางแผนดี M และ E ก็ง่าย วางแผนไม่ดี M และ E ก็ยาก” (M หมายถึง Management E หมายถึง Evaluation)

สิ่งที่พิธีกรต้องเตรียมตัวมีดังนี้

1. พิธีกรจะต้องรู้ว่างานที่จะทำหน้าที่พิธีกรเป็นงานเกี่ยวกับเรื่องหรือโอกาสอะไร เพื่อที่จะได้เตรียมข้อมูลสำหรับงานนั้น ๆ ไว้ เช่น ความเป็นมาของงาน บทร้อยกรอง สำนวน หรือเกร็ดสาระความรู้ต่าง ๆ เพื่อเป็นการเชื่อมโยงเรื่องราวและสร้างบรรยากาศ และเพื่อให้ผู้ร่วมงานได้รับสาระความรู้จากพิธีกรซึ่งเป็นการเพิ่มเสน่ห์ให้แก่พิธีกรด้วย

ข้อมูลที่พิธีกรควรรู้ คือ เรื่องราวเกี่ยวกับงานนั้นโดยตรงและเรื่องราวที่เกี่ยวเนื่องกับงาน ตัวอย่างเช่น ในพิธีประกาศถวายราชสดุดีเฉลิมพระเกียรติคุณเนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา พิธีกรควรมีข้อมูลเกี่ยวกับพระราชประวัติ พระราชกรณียกิจต่าง ๆ สำหรับเรื่องราวที่เกี่ยวเนื่องกับงาน เช่น หากมีพิธีสงฆ์ พิธีกรควรมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องสมณศักดิ์ การจัดโต๊ะหมู่บูชา พระพุทธรูปประจำพระชนมวาร ฯลฯ

2. ศึกษากำหนดการ โดยสอบถามจากเจ้าของงาน เพื่อให้รู้ลำดับเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นว่าใครทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร อย่างไร หรือกรณีที่ไม่ได้มีการทำกำหนดการไว้ พิธีกรอาจต้องทำกำหนดการขึ้นเอง และควรชี้แจงให้เจ้าของงานและผู้เกี่ยวข้องรับทราบด้วย เช่น ในงานที่มีการจุดธูปเทียนบูชาพระรัตนตรัย ต้องนัดแนะผู้ที่ทำหน้าที่ส่งเทียนชนวนให้ประธานในพิธี ไม่ใช่ให้ประธานมายืนรอโดยไม่มีผู้ส่งเทียนชนวน หรือบางงานอาจงดการจุดธูปเทียนบูชาพระรัตนตรัย ซึ่งถ้างดก็ไม่ควรตั้งโต๊ะหมู่บูชา เพราะอาจสร้างความสงสัยให้แก่ผู้ร่วมงานว่าพิธีกรลืมหรือไม่

จากประสบการณ์ของผู้เขียนเคยพบกับข้อผิดพลาดของพิธีกรในการเปิดงานสัมมนางานหนึ่ง ซึ่งมีการจัดโต๊ะหมู่บูชาไว้ โดยงานนี้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการมาเป็นประธานในพิธี หลังจากพิธีการได้กล่าวนำเข้าสู่พิธีเปิดการสัมมนาแล้ว ได้เริ่มต้นด้วยการเชิญอธิการบดีมหาวิทยาลัยกล่าวรายงานโดยไม่ได้มีการจุดธูปเทียนบูชาพระ ซึ่งผู้เขียนเองก็ไม่ได้นึกแปลกใจอะไร เนื่องจากเข้าใจเอาเองว่าท่านรัฐมนตรีอาจเป็นมุสลิม เนื่องจากเป็น ส.ส.จังหวัดหนึ่งในภาคใต้ หลังจากที่อธิการบดีกล่าวรายงานจบ พิธีกรก็ได้สร้างความแปลกประหลาดใจให้กับท่านรัฐมนตรีและทุกคนที่ร่วมงาน โดยเรียน

เชิญท่านรัฐมนตรีจุดธูปเทียนบูชาพระรัตนตรัย เหตุการณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า พิธีกรไม่ได้ศึกษากำหนดการมาก่อน หรือไม่ได้เตรียมบทพูด (Scrip) ทำให้หลงลืมขั้นตอนพิธีการ เนื่องจากการจุดธูปเทียนบูชาพระต้องก่อนกล่าวรายงาน หรือถ้าหากผ่านเหตุการณ์นั้นมาแล้ว ก็ควรปล่อยเลยตามเลย เท่านั้นยังไม่พอ ตอนปิดการสัมมนา หลังจากวิทยากรท่านสุดท้ายบรรยายเสร็จ พิธีกรคนเดิมได้เชิญอธิการบดีกล่าวปิดโครงการ เมื่อกล่าวปิดโครงการแล้ว ทุกคนก็ลุกขึ้นเพื่อเตรียมตัวออกจากห้องประชุม แต่พิธีกรกลับเรียนเชิญอธิการบดีมอบของที่ระลึกให้แก่วิทยากรอีก ทำเอาทุกคนในห้องทำตัวไม่ถูกว่าจะนั่งลงหรือจะเดินออกจากห้องดี

3. ทำบทพูด (Scrip) ก็เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่พิธีกรไม่ควรละเลยโดยเด็ดขาด และต้องเข้าใจว่า Scrip ไม่ใช่กำหนดการ แต่ Scrip คือ บทพูดตามขั้นตอนที่ได้กำหนดไว้ ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นพิธีกรในงานซ้ำ ๆ เดิม ๆอาจไม่ต้องทำ Scrip เพราะมีความชำนาญอยู่แล้ว แต่สำหรับงานที่ไม่คุ้นเคยนัก รวมถึงพิธีกรมือใหม่ ผู้เขียนแนะนำว่าควรทำ Scrip เพื่อจะได้เพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ตนเองมากขึ้นและเก็บประเด็นต่าง ๆ ที่ต้องการจะพูดได้อย่างครบถ้วน แต่ถึงแม้ว่าพิธีกรจะทำ Scrip แล้วก็ตาม ในบางสถานการณ์ก็ต้องอาศัยความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าของพิธีกรด้วย

4. เตรียมความพร้อมทั้งด้านร่างกายและจิตใจ โดยเฉพาะการแต่งกายต้องเหมาะสมกับงาน พักผ่อนให้เพียงพอ การพักผ่อนที่เพียงพอจะทำให้ดูสดชื่น กะปรี้กะเปร่า

5. พิธีกรต้องมาถึงบริเวณงานก่อน เพื่อสำรวจความพร้อมของสถานที่ แท่นพูด (Podium) ทดสอบความดังของไมโครโฟนเพื่อปรับระยะห่างของไมโครโฟนกับปากให้เหมาะสม สิ่งที่พิธีกรต้องให้ความสำคัญ คือ ตำแหน่งที่จะยืนพูดทุกคนในงานเห็นได้ชัดเจน Podium ไม่สูงหรือต่ำเกินไป โดยเฉพาะดอกไม้ต้องไม่บังหน้า เสียงต้องไม่ดังหรือเบาเกินไป เพื่อให้ ฟังสบายหู ดูสบายตา พาสบายใจ

6. ประสานงานกับเจ้าของงาน เพื่อทวนสอบกำหนดการต่าง ๆ รวมถึงชื่อ-สกุล ตำแหน่ง ของผู้ที่เกี่ยวข้องที่จะต้องเอ่ยถึง เช่น ประธานในพิธี ชื่อผู้กล่าวรายงาน เจ้าของงาน หน่วยงานต่าง ๆ ที่ให้การสนับสนุน ฯลฯ การประกาศชื่อ-สกุล ตำแหน่งควรตรวจสอบความถูกต้อง ให้เป็นปัจจุบัน อย่าให้ผิดพลาดโดยเด็ดขาด เพราะถือเป็นการไม่ให้เกียรติผู้ที่เอ่ยถึง และอาจเป็นที่วิพากษ์วิจารณ์ว่าพิธีกรขาดความรอบรู้ได้ เช่น ในงานฌาปนกิจศพงาน ซึ่งผู้เขียนได้ไปร่วมงานด้วย ประธานในพิธีครั้งนั้นมีฐานันดรศักดิ์เป็นหม่อมเจ้าพิธีกรได้ประกาศเรียนเชิญขึ้นเป็นประธานในการประชุมเพลิง โดยเรียนเชิญประธานโดยประกาศว่า “ในลำดับต่อไปกระผม ขอกราบเรียน หม่อมเจ้า..... เป็นประธานในการประชุมเพลิง” ซึ่งเป็นการใช้คำที่ไม่ถูกต้องกับฐานันดรศักดิ์ ที่ถูกต้องคือต้องประกาศว่า “ในลำดับต่อไป กระหม่อม ขอทูลเชิญหม่อมเจ้า.... เสด็จเป็นประธานในการประทานเพลิงศพ”

7. ตรวจสอบความพร้อมของบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งหมด เช่น ผู้ส่งเทียนชนวน ผู้เชิญคำกล่าวรายงาน/คำกล่าวเปิด/ของที่ระลึก ประธานในพิธี ผู้กล่าวรายงาน ผู้รับมอบของต่อจากประธาน ฯลฯ

8. คิดวิธีแก้ปัญหาเฉพาะหน้ากรณีต่าง ๆ ไว้ล่วงหน้า ปัญหาที่พบบ่อยในงานที่พิธีกรไม่สามารถทราบได้ล่วงหน้า เช่น พูดไม่ยอมหยุด ร้องไม่ยอมลง ไมค์ไม่ยอมดัง ไฟไม่ยอมติด ฝนไม่ยอมหยุด คนไม่ยอมขึ้น การแสดงไม่ยอมเล่น เด็กเล็กน่าชัง คนเมาน่าส่ง คนโตชอบแซง คนแบ่งพวกชอบแซว กำหนดการชอบเคลื่อน ฯลฯ

ขั้นตอนในการพูดของพิธีกร

ลำดับขั้นตอนในการพูดของพิธีกรในงานพิธี

1. กล่าวทักทายและต้อนรับผู้มาร่วมงาน
2. แนะนำตนเอง (อาจแนะนำตนเองก่อนกล่าวทักทายก็ได้)
3. กล่าวถึงความเป็นมาหรือความสำคัญของงาน
4. แจ้งกำหนดการต่าง ๆ ให้ผู้ร่วมงานได้รับทราบ
5. แจ้งรายละเอียดขั้นตอนต่าง ๆ ให้ผู้ร่วมงานทราบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่ไม่คุ้นเคย หรืออาจซักซ้อมก่อนพิธีการจริง
6. แนะนำสถานที่ต่าง ๆ
7. นำเข้าสู่พิธีการ
8. กล่าวแนะนำวิทยากร หรือการแสดง
9. กล่าวขอบคุณประธานในพิธีหรือวิทยากร
10. ชี้แจงกรณีบุคคลสำคัญไม่สามารถมาร่วมงานได้ หรือทำความเข้าใจกรณีที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงกำหนดการ
11. กล่าวขอบคุณผู้ที่มาร่วมงาน ผู้ที่ให้การสนับสนุนการจัดงาน และอวยพรให้เดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

คุณลักษณะของพิธีกรที่ดี

1. ต้องมีความรอบรู้ ความรอบรู้อาจเกิดจากการศึกษาค้นคว้า การสั่งสมในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงาน ซึ่งจะทำให้เกิดความมั่นใจในการอธิบาย ขยายความหรือการเรียกชื่อตำแหน่งได้ถูกต้องมากขึ้นเช่น การใช้คำขึ้นต้น การเรียกชื่อสมณศักดิ์ ลำดับอาวุโสของตำแหน่งฯลฯ

2. สุขุม นิ่ง ไม่แสดงอาการรุกรี้รุกรน จนทำให้ผิดสังเกตแก่ผู้ที่มาร่วมงาน มีความคล่องตัวในการติดต่อประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง

3. ขณะพูด หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส หรือมีอารมณ์ขันในบางโอกาส

การเขียนสคลิป

การเขียนสคิลปเป็นสิ่งที่จำเป็นสำคัญพิธีกรเพราะจะทำให้พิธีกรสามารถดำเนินเรื่องได้ตามกำหนดการที่วางไว้ รวมถึงสามารถคิดหรือเลือกใช้คำ ภาษา สำนวนที่มีความสละสลวยได้มากขึ้น ในการเขียนสคลิป พิธีกรจะต้องทราบกำหนดการและรายละเอียดงานต่าง ๆ ทั้งหมด จึงจะเขียนสคลิปได้อย่างถูกต้อง

สรุป

ส่วนหนึ่งของความประทับใจในงานพิธีการเกิดจากพิธีกร เพราะพิธีกรเป็นผู้พูดคนแรกและคนสุดท้าย ดังนั้น การเป็นพิธีกรที่ดีจะต้อง เตรียมให้พร้อม ซ้อมให้ดี ท่าทีให้สง่า หน้าตาให้สุขุม ทักที่ประชุมอย่าให้วกวน เริ่มต้นให้โน้มน้าว เรื่องราวให้กระชับ จับตาที่ผู้ฟัง เสียงดังให้พอดี อย่าให้มีเอ้ออ้าร่าเริงแจ่มใส

สิ่งที่พิธีกรต้องรู้ คือ รู้อดีต รู้ปัจจุบัน รู้อนาคต

รู้อดีต คือ รู้ว่าเป็นงานอะไร ทำไมต้องจัดงานนี้ มีวัตถุประสงค์อะไร

รู้ปัจจุบัน คือ รู้ว่าต้องเชิญใครขึ้นพูด เชิญใครแสดง มีเหตุการณ์ปัจจุบันอะไรที่เอามาเป็นสาระความรู้ และตำแหน่งหน้าที่การงานของบุคคล

รู้อนาคต คือ รู้รายการถัดไป รู้ทัน Script

เอกสารอ้างอิง

ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ. (2559).*คู่มือการจัดงานพิธีการของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ*. .มปพ.

แบบฝึกปฏิบัติในการเป็นพิธีกรในการประชุม/สัมมนา

(ไหว้) สวัสดีครับ/ค่ะ ขอต้อนรับทุกท่านเข้าสู่การประชุมวิชาการ ของ.....
ครั้งที่.....ประจำปีพุทธศักราช..... กระผม/ดิฉัน.....และ.....
เราทั้ง 2 คน ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่เป็นพิธีกรในวันนี้ครับ/ค่ะ

การประชุมวิชาการ ของ ..... ได้จัดขึ้นเป็นครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ. ..... และได้จัดต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี โดยในปีนี้ เป็นการจัดขึ้น ครั้งที่ ..... มีกำหนดระยะเวลา..... วัน คือ วันที่..... ถึง วันที่.....

สำหรับกำหนดการในวันนี้ มีดังต่อไปนี้

เวลา 09.00 – 10.00 น. จะเป็นพิธีเปิดการประชุมวิชาการ และบรรยายพิเศษ โดย.....
(ระบุชื่อหน่วยงานที่จัด) ได้รับเกียรติจาก ..... (ตำแหน่ง) ..... เป็นประธานในพิธี หลังจากนั้น จะเป็นการพักรับประทานอาหารว่าง ที่ห้อง.....

เวลา 10.30 – 12.00 น. เป็นการบรรยายในหัวข้อ เรื่อง .....
โดย..... (ตำแหน่ง)..... หลังจากนั้นจะเป็นการพักรับประทานอาหารกลางวัน ที่ห้อง.....

เวลา 13.00 – 14.30 น. เป็นการอภิปรายในหัวข้อ เรื่อง .....
โดย..... (ตำแหน่ง)..... และ .....
(ตำแหน่ง)..... หลังจากนั้นจะเป็นการพักรับประทานอาหารว่าง ที่ห้อง.....

เวลา 14.45 – 16.30 น. เป็นการบรรยายในหัวข้อ เรื่อง .....
โดย..... (ตำแหน่ง).....

หลังจากนั้น จะเป็นการพักผ่อนอิริยาบถและทำกิจธุระส่วนตัว และในเวลา 18.00 น. ขอเรียนเชิญทุกท่านรับประทานอาหารเย็นร่วมกัน ที่ห้อง .....

เวลา 09.00 น.

บัดนี้ ได้เวลาอันสมควรแล้ว กระผม/ดิฉัน ขอเรียนเชิญ .....
(ตำแหน่ง)..... ด้านบนบนเวที เพื่อรับฟังคำกล่าวรายงาน และขอเรียนเชิญ ..... (ตำแหน่ง) ..... ประธานจัดงาน กล่าวรายงาน

****ประธานในพิธีบรรยายพิเศษ******

ในนามของ..... ขอขอบคุณ.....
(ตำแหน่ง) ..... ที่ได้ให้เกียรติมาเป็นประธานในพิธีเปิดและบรรยายพิเศษในครั้งนี้

ครับ/ค่ะ และในโอกาสนี้ ขอเรียนเชิญ..... (ตำแหน่ง)..... ได้มอบของที่ระลึกให้แก่ท่านประธานในพิธีครับ/ค่ะ

*****มอบของที่ระลึก*****

ในช่วงนี้ ขอเรียนเชิญทุกท่าน พักรับประทานอาหารว่าง ที่ห้อง..... และขอเรียนเชิญกลับเข้ามาที่ห้องนี้อีกครั้ง ในเวลา 10.20 น. ครับ/ค่ะ

เวลา 10.30 น.

ท่านผู้เข้าร่วมประชุมทางวิชาการที่เคารพทุกท่านครับ การบรรยายในหัวข้อเรื่อง ..... ในลำดับนี้ ได้รับเกียรติเป็นอย่างสูงจากผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งท่านสำเร็จการศึกษาหลักสูตร..... สาขา.....จาก..... และท่านมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในด้าน ..... เป็นพิเศษ ปัจจุบัน ท่านดำรงตำแหน่งเป็น.....อยู่ที่ .....

ขอเสียงปรบมือต้อนรับ .....ครับ/ค่ะ

วิทยากร บรรยาย

ท่านใดมีข้อคำถามขอเรียนเชิญได้เลยครับ/ค่ะ...

สุดท้ายนี้ กระผม/ดิฉันขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความสนใจเข้าฟังการบรรยาย และขอขอบคุณ..... ที่ได้ให้เกียรติมาเป็นวิทยากร ซึ่งในโอกาสนี้ ขอเรียนเชิญ ..... (ตำแหน่ง)..... ได้เป็นผู้แทนมอบของที่ระลึกให้แก่ท่านวิทยากรด้านบนเวทีครับ/ค่ะ

****มอบของที่ระลึก****

หลังจากนี้ ขอเรียนเชิญทุกท่าน พักรับประทานอาหารกลางวันที่ห้อง.....และเยี่ยมชมนิทรรศการและชมการประกวดโปสเตอร์งานวิจัย บริเวณทางเดิน หน้า ชั้น 3และขอเรียนเชิญกลับเข้ามาที่ห้องนี้อีกครั้ง ในเวลา 13.00 น. ครับ/ค่ะ

เวลา 13.00 น.

(ไหว้) สวัสดีครับ/ค่ะ ขอต้อนรับทุกท่านเข้าสู่การอภิปราย เรื่อง..... โดยมีวิทยากรที่ให้เกียรติมาร่วมในการอภิปรายในครั้งนี้ 2 ท่านด้วยกัน

<u>ท่านแรก</u> ท่านสำเร็จการศึกษา หลักสูตร.....สาขา.....
จาก..... และท่านมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในด้าน.....
เป็นพิเศษ ปัจจุบันท่านดำรงตำแหน่งเป็น.....อยู่ที่.....

ขอเสียงปรบมือต้อนรับ .....ครับ/ค่ะ

<u>วิทยากรท่านที่2</u>นอกจากที่ท่านได้กรุณามาเป็นวิทยากรแล้ว ยังได้ให้เกียรติเป็นผู้ดำเนินการอภิปรายด้วย
ท่านสำเร็จการศึกษา หลักสูตร.....สาขา..... .....
จาก..... และท่านมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในด้าน..... .....
เป็นพิเศษ ปัจจุบันท่านดำรงตำแหน่ง.....นอกจากนี้ ยังเป็น..... ....

ขอเสียงปรบมือต้อนรับ .... ครับ/ค่ะ

วิทยากร บรรยาย

ท่านใดมีข้อคำถามขอเรียนเชิญได้เลยครับ/ค่ะ...

สุดท้ายนี้ กระผม/ดิฉันขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความสนใจเข้าฟังการอภิปรายและขอขอบคุณ ..... และ..... ที่ได้ให้เกียรติมาอภิปราย ซึ่งในโอกาสนี้ขอเรียนเชิญ ..... (ตำแหน่ง)..... ได้เป็นผู้แทนมอบของที่ระลึกให้แ ก่ท่านวิทยากรด้านบนเวทีครับ/ค่ะ

****มอบของที่ระลึก****

ท่านผู้เข้าร่วมประชุมวิชาการทุกท่านครับ ในช่วงหลังจากนี้ ขอเรียนเชิญทุกท่านพักรับประทานอาหารว่างที่ห้อง..... และขอเรียนเชิญกลับเข้ามาที่ห้องนี้อีกครั้ง ในเวลา 14.45 น. ครับ/ค่ะ

เวลา 14.45 น.

ท่านผู้เข้าร่วมประชุมทางวิชาการที่เคารพทุกท่านครับ การบรรยายในช่วงบ่ายในวันนี้ ในหัวข้อเรื่อง ..... ได้รับเกียรติเป็นอย่างสูงจากผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งท่านสำเร็จการศึกษาหลักสูตร .....สาขา.....จาก..... และท่านมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในด้าน..... เป็นพิเศษ ปัจจุบัน ท่านดำรงตำแหน่งเป็น .....อยู่ที่.....

ขอเสียงปรบมือต้อนรับ .....ครับ/ค่ะ

วิทยากร บรรยาย

ท่านใดมีข้อคำถามขอเรียนเชิญได้เลยครับ/ค่ะ...

สุดท้ายนี้ กระผม/ดิฉันขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความสนใจเข้าฟังการบรรยาย และขอขอบคุณ ..... ที่ได้ให้เกียรติมาเป็นวิทยากร และในโอกาสนี้ ขอเรียนเชิญ ..... (ตำแหน่ง) ..... ได้เป็นผู้แทนมอบของที่ระลึกให้แก่ท่านวิทยากรด้านบนเวทีครับ/ค่ะ

****มอบของที่ระลึก****

สำหรับในประชุมทางวิชาการในวันนี้ เสร็จสิ้นลงเป็นที่เรียบร้อย ในนามของผู้จัดงานขอขอบพระคุณท่านประธานในพิธี วิทยากร และผู้เข้าร่วมประชุมวิชาการทุก ๆ ท่าน สำหรับกำหนดการในวันพรุ่งนี้ จะเริ่มตั้งแต่เวลา 08.00 น. ท้ายที่สุดนี้ กระผม/ดิฉัน ..... ขอ อวยพรให้ทุกท่านเดินทางกลับภูมิลำเนาโดยสวัสดิภาพ และขอยุติการทำหน้าที่เป็นพิธีกรแต่เพียงเท่านี้ สวัสดีครับ/ค่ะ (ไหว้)

แบบฝึกปฏิบัติในการเป็นพิธีกร (เดี่ยว) งานเลี้ยงฉลองมงคลสมรส

พิธีกรเดินออกไปยืนหน้าเวที โค้งคำนับประธานและผู้มาร่วมงาน

พิธีกร : กราบเรียน..... (ตำแหน่ง)..... ประธานในพิธี คุณพ่อคุณแม่ฝ่ายเจ้าบ่าวและเจ้าสาว และท่านผู้มีเกียรติที่เคารพทุกท่าน กระผม/ดิฉัน..... ได้รับเกียรติจากครอบครัว (นามสกุลเจ้าสาว)..... และครอบครัว (นามสกุลเจ้าบ่าว) ..... ให้เป็นพิธีกรงานฉลองมงคลสมรสระหว่าง นางสาว.....บุตรสาวของคุณพ่อ..... และคุณแม่..... กับนาย ..... บุตรชายของคุณพ่อ..... และคุณแม่.....

ท่านที่เคารพครับ/ค่ะ การที่หนุ่มสาวจะรักกันและแต่งงานกันได้นั้น ต้องใช้เวลาในการศึกษาดูใจกันนานเป็นแรมปี บางคู่ใช้เวลานานหลายสิบปี จึงตัดสินใจแต่งงานกันในที่สุด อย่างเช่นคู่บ่าวสาวในค่ำคืนวันนี้ ทั้งสองได้ใช้เวลาในบ่มเพาะความรักมานานถึง.....ปี จึงตัดสินใจเข้าสู่ประตูวิวาห์ในวันนี้ เพื่อเป็นการยืนยันว่าทั้งสองฝ่ายมีความรักแก่กันและกัน กระผม/ดิฉันขอเชิญท่านผู้มีเกียรติทุกท่าน รับชมวีดีทัศน์ต่อไปนี้ครับ/ค่ะ

(วีดีทัศน์จบแล้ว)

พิธีกร : ท่านผู้มีเกียรติที่เคารพทุกท่านครับ/ค่ะ หลังจากที่ทุกท่านได้รับชมวีดีทัศน์แนะนำคู่บ่าวสาวแล้ว กระผม/ดิฉัน เชื่อว่าทุกท่านคงอยากที่จะพบกับคู่บ่าวสาวด้านบนเวทีแห่งนี้แล้ว ในโอกาสนี้ กระผม/ดิฉัน ขอเชิญคู่บ่าวสาวด้านบนเวที และขอเสียงปรบมือ เพื่อเป็นกำลังใจให้กับคู่บ่าวสาวครับ/ค่ะ

(คู่บ่าวสาวเดินเข้ามาในงาน ยืนกลางเวที โดยเจ้าสาวยืนทางซ้ายมือของเจ้าบ่าว)

พิธีกร : ท่านผู้มีเกียรติที่เคารพทุกท่านครับ/ค่ะ งานมงคลสมรสในวันนี้ จะเกิดขึ้นไม่ได้ หากไม่มีบุคคลสำคัญต่อไปนี้ ซึ่งท่านได้ให้การอบรมเลี้ยงดู ให้การศึกษา สนับสนุน ส่งเสริม จนคู่บ่าวสาวสามารถที่จะประกอบสัมมาชีพได้อย่างมั่นคง

ในโอกาสนี้ กระผม/ดิฉัน ขอเรียนเชิญ คุณพ่อ.....คุณแม่..... คุณพ่อคุณแม่ของเจ้าสาว และ คุณพ่อ.....และคุณแม่..... คุณพ่อคุณแม่ของเจ้าบ่าว ด้านบนเวทีครับ/ค่ะ

(พ่อแม่ของเจ้าสาว ให้ยืนข้างเจ้าสาว พ่อแม่ของเจ้าบ่าว ให้ยืนข้างเจ้าบ่าว)

พิธีกร : และนับเป็นเกียรติอย่างยิ่งกับครอบครัว (นามสกุลเจ้าสาว)..... และครอบครัว (นามสกุลเจ้าบ่าว) ..... ที่ในงานฉลองมงคลสมรสในวันนี้ ได้รับเกียรติจากคุณ..... (ตำแหน่ง)..... มาเป็นประธานในพิธีครับ/ค่ะ

ในโอกาสนี้ กระผม/ดิฉัน ขอเรียนเชิญ คุณ..... (ตำแหน่ง)..... ด้านบนเวที เพื่อคล้องมาลัยมงคลให้กับคู่บ่าวสาว และเป็นตัวแทนท่านผู้มีเกียรติทุกท่านที่ได้มาร่วมงานในวันนี้ กล่าวอวยพรให้แก่คู่บ่าวสาวครับ/ค่ะ

(เมื่อกล่าวอวยพรเสร็จ)

พิธีกร : ขอขอบคุณ คุณ..... (ตำแหน่ง)..... ..... และคุณพ่อคุณแม่ของคู่บ่าวสาว เป็นอย่างสูงครับ/ค่ะ ขอเรียนเชิญพักผ่อนด้านล่างครับ

(คู่บ่าวสาวเดินไปส่งประธานในพิธีและพ่อแม่จนถึงบันได แล้วเดินกลับมากลางเวที)

พิธีกร : ท่านผู้มีเกียรติที่เคารพทุกท่านครับ/ค่ะ ก่อนที่คู่บ่าวสาวจะได้ลงจากเวที เพื่อไปกราบขอบคุณทุกท่านที่ได้กรุณาเสียสละเวลามาร่วมงานในครั้งนี้แล้ว กระผม/ดิฉัน ขออนุญาตให้คู่บ่าวสาวได้กล่าวขอบคุณทุกท่านด้านบนเวทีครับ

(คู่บ่าวสาวกล่าวขอบคุณ หรือหลังจากนี้ อาจจะมีการสัมภาษณ์คู่บ่าวสาว โยนดอกไม้ ก็ได้)

พิธีกร : สำหรับงานในค่ำคืนวันนี้ กระผม/ดิฉัน ขอขอบคุณคู่บ่าวสาวที่ได้ให้เกียรติมาทำหน้าที่พิธีกรในครั้งนี้ ครับ/ค่ะ และหลังจากรับประทานอาหารเสร็จเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ขอให้ท่านผู้มีเกียรติทุกท่าน เดินทางกลับโดยสวัสดิภาพครับ/ค่ะ สวัสดีครับ/ค่ะ

(ก่อนหน้าที่พิธีกรจะกล่าวปิด อาจจะมีการจุดเทียนมงคลและตัดเค้กก็ได้)

บทของประธานในพิธี

ประธานในพิธี : ขอขอบคุณครอบครัว..... และครอบครัว .....ที่ได้กรุณาให้เกียรติผม/ดิฉัน มาเป็นประธานในวันนี้ ในนามของผู้มีเกียรติทุกท่านที่ได้มาร่วมงานในครั้งนี้

ขอให้คู่สมรสจงสดชื่น รักราบรื่นรุ่งโรจน์โสตถิผล
ได้ทุกอย่างที่วางไว้ในกมล ประสบผลภิญโญสุขทุกทิวา

(ดนตรีบรรเลงจบแล้วประธานนำ ไชยโย 3 ครั้ง)

ตัวอย่างบทพูด(Scrip) ของพิธีกร ในพิธีไหว้ครู

เวลา	กำหนดการ	การปฏิบัติ
๐๘.๐๐ น.	นักศึกษาเข้าหอประชุมโดยพร้อมเพรียงกัน	- กก.สโมสรนักศึกษาจัดนักศึกษานั่งประจำที่ - พิธีกรชี้แจงความเป็นมา วัตถุประสงค์ กำหนดการและซักซ้อมพิธีการ - กก.สโมสรนักศึกษาตั้งแถวต้อนรับคณาจารย์และประธานในพิธี
๐๘.๒๐ น.	คณาจารย์นั่งประจำที่บนเวที	- เมื่อคณาจารย์เดินเข้าห้องพิธี ให้เปิดเพลงมาร์ช มทร.ส.(ควรมีอาจารย์ที่รับผิดชอบงานเดินนำหน้า และนับจำนวนให้เรียบร้อยว่านั่งบนเวทีกี่ท่าน และนั่งด้านล่างอีกกี่ท่าน) - กก.สโมสรนักศึกษามอบพวงมาลัยบริเวณหน้าห้อง
๐๘.๓๐ น.	ประธานในพิธีเดินทางมาถึง	- เมื่อผู้บริหารเดินเข้ามาในห้องพิธี ให้เปิดเพลงมหาฤกษ์ - กก.สโมสรนักศึกษามอบพวงมาลัย และพิธีกรประกาศ “บัดนี้ (ชื่อและตำแหน่ง) ประธานในพิธีได้เดินทางมาถึงแล้ว ทั้งหมดตรง” - ประธานในพิธีเดินขึ้นบนเวทีและหยุดยืนหน้าเก้าอี้รอจนเพลงจบจึงนั่ง - คณาจารย์และนักศึกษาทั้งหมดนั่ง - พิธีกรกล่าว “เรียน (ชื่อและตำแหน่ง) ประธานในพิธี ผู้บริหาร คณาจารย์และสวัสดีนักศึกษาทุกท่าน กระผม/ดิฉัน (เอ่ยชื่อ) นักศึกษา สาขาวิชา .....ชั้นปีที่....คณะ.....ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่พิธีกรในการจัดพิธีไหว้ครูในครั้งนี้ครับ/ค่ะ พิธีไหว้ครู เป็นวัฒนธรรมที่ดีงามอย่างหนึ่งของชาติและได้ถือปฏิบัติสืบต่อกันมาแต่โบราณกาล โดยถือว่า เมื่อจะเริ่มศึกษาวิชาการใด ๆ ก็ตาม จะต้องเริ่มด้วยการไหว้ครูก่อน เพราะเชื่อว่าศิษย์ที่ได้แสดงความเคารพต่อครูอาจารย์นั้น จะทำให้การศึกษาเล่าเรียนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี บัดนี้ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์ ..... ที่ได้อยู่กันพร้อมเพรียง ณ ที่นี้และมีความตั้งใจที่จะแสดงความเคารพต่อครูอาจารย์ พร้อมที่จะเข้าสู่พิธีไหว้ครูแล้ว ในโอกาสนี้ กระผม/ดิฉัน ขอเรียนเชิญ (ชื่อและตำแหน่ง) ประธานในพิธี จุดธูปเทียนบูชาพระรัตนตรัย ขอเรียนเชิญด้วยความเคารพครับ/ค่ะ

เวลา	กำหนดการ	การปฏิบัติ
	ประธานจุดธูปเทียนบูชาพระรัตนตรัย	- กก.สโมสรนักศึกษา รอส่งเทียนชนวน - คณาจารย์และนักศึกษายืนตรง - เมื่อประธานในพิธีจุดธูปเทียน คณาจารย์และนักศึกษาประนมมือ ดนตรีบรรเลงเพลงสาธุการ - เมื่อประธานในพิธีจุดธูปเทียนเสร็จ คณาจารย์ทั้งหมดนั่ง (นักศึกษายืนตรง)
	ผู้แทน นศ.นำกล่าวคำบูชาพระรัตนตรัย คำไหว้ครู และกลอนสรรเสริญพระคุณครู	- พิธีกรกล่าว “ลำดับต่อไป (เอ่ยชื่อผู้แทน) นักศึกษา สาขาวิชา..... ชั้นปีที่.....คณะ.....จะเป็นผู้นำกล่าวคำบูชาพระรัตนตรัยและคำไหว้ครู - ผู้แทนกล่าวคำบูชาพระรัตนตรัยและคำไหว้ครู - เมื่อกล่าวคำไหว้ครูจบ นักศึกษาทั้งหมดนั่ง - ผู้แทนอ่านบทกลอนสรรเสริญพระคุณครู
	ผู้แทนนักศึกษานำพานดอกไม้ธูปเทียนมอบให้แก่ประธานและผู้แทนคณาจารย์	- ผู้ถือพานยืนขึ้น - พิธีกรกล่าว “บัดนี้ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์....ได้พร้อมใจกันจัดเตรียมพานไหว้ครู เพื่อปวารณาตนเป็นศิษย์ ขอคณาจารย์ที่เคารพทุกท่าน โปรดรับมอบพานดอกไม้ธูปเทียนนี้ เพื่อความสำเร็จลุล่วงในการศึกษาของศิษย์ด้วยครับ/ค่ะ” - ดนตรีบรรเลงเพลง (นักศึกษาที่อยู่ในพิธีนั่ง) - ผู้ถือพานเดินขึ้นเวที กราบพระรัตนตรัย และคำนับ ๑ ครั้งที่หน้าโต๊ะหมู่บูชาซึ่งถือว่าเป็นการทำความเคารพธงชาติและพระบรมฉายาลักษณ์พร้อมกันแล้ว เสร็จแล้วคลานเข่า หยุดตรงหน้าอาจารย์ นั่งพับเพียบแล้วกราบ ๑ ครั้ง (ไม่แบมือ) เสร็จแล้วนั่งคุกเข่าและมอบพานให้คณาจารย์ นั่งพับเพียบแล้วกราบอีก ๑ ครั้ง แล้วคลานเข่าลงจากเวที
	ผู้แทนนักศึกษานำร้องเพลงพระคุณที่สาม	- พิธีกรกล่าว “ลำดับต่อไป (เอ่ยชื่อผู้แทน) นักศึกษา สาขาวิชา.....ชั้นปีที่....คณะ.....จะอ่านกลอนสรรเสริญพระคุณครูและเป็นผู้นำร้องเพลงพระคุณที่สามครับ/ค่ะ” - ร้องเพลงพระคุณที่สาม

เวลา	กำหนดการ	การปฏิบัติ
	นายกสโมสรนักศึกษาศูนย์กล่าวคำปฏิญาณ	- พิธีกรกล่าว “ลำดับต่อไป (เอ่ยชื่อ) อุปนายกองค์การนักศึกษาศูนย์.....จะนำกล่าวคำปฏิญาณ” - อุปนายกองค์การนักศึกษา นำกล่าวคำปฏิญาณ - นักศึกษาทั้งหมดยืน
	ประธานเจิมหนังสือ ตำราเรียนอุปกรณ์การเรียนและกล่าวให้โอวาท	- กก.สโมสรถือพานแป้งเจิม ส่งให้ประธานในพิธี - พิธีกรกล่าว “ลำดับต่อไป ขอเรียนเชิญประธานในพิธี เจิมหนังสือตำราเรียน อุปกรณ์การเรียน และกล่าวให้โอวาทแก่นักศึกษาครับ/ค่ะ” - ประธานในพิธีเจิมหนังสือ ตำราเรียนและอุปกรณ์การเรียน เสร็จแล้วยืนกลางเวที - เจ้าหน้าที่เทียบไมโครโฟน
	กล่าวปิดงาน	- กก.สโมสรนักศึกษา ตั้งแถวเตรียมส่งประธานในพิธีและคณาจารย์ - พิธีกรกล่าว “สำหรับการจัดพิธีไหว้ครูในวันนี้ เป็นไปอย่างสมเกียรติและสำเร็จลุล่วงลงด้วยความเรียบร้อย เพราะได้รับเกียรติจากคณาจารย์ และได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากนักศึกษาที่เข้าร่วมพิธีในครั้งนี้ ดิฉันในนามของสโมสรนักศึกษา ศูนย์.....ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน และขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษาทุกคนครับ/ค่ะ ทั้งหมดตรง” - ดนตรีบรรเลงเพลงสรรเสริญพระบารมี - ประธานในพิธีกราบพระพุทธรูปและเดินทางกลับ - พิธีกรกล่าว “ขอให้เพื่อน ๆ นักศึกษาทุกคนนั่งอยู่ก่อนนะครับ/ค่ะ และในโอกาสนี้ คณาจารย์ทุกท่าน ขอมอบบทเพลงนี้ให้แก่นักศึกษาทุกคน” - ระหว่างคณาจารย์เดินลงจากเวที เปิดเพลงคนเก่งคนดี - นักศึกษานั่งฟังจนเพลงจบ แล้วจึงให้นักศึกษาแยกย้ายขึ้นชั้นเรียน

หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 ด้านภาพ

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

เมื่อเสร็จสิ้นการฝึกอบรม ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะต้อง

1. ตกแต่งภาพและวางข้อความด้วย Photoshop ได้
2. ถ่ายภาพนิ่งเพื่อนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้

เนื้อหาการเรียนรู้

หัวข้อที่ 3.1 การตกแต่งภาพและวางข้อความด้วย Photoshopประกอบด้วย ลักษณะของภาพที่เกิดจากการตัดต่อ/ตกแต่ง โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟฟิกที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ ส่วนประกอบต่าง ๆ ในโปรแกรม Photoshop การตกแต่งภาพ การวางข้อความในภาพ ฝึกปฏิบัติการตกแต่งภาพและวางข้อความในสื่อสิ่งพิมพ์

หัวข้อที่ 3.2 การถ่ายภาพนิ่งเพื่อนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย ประเภทของภาพประชาสัมพันธ์ ประเภทของกล้อง ความสัมพันธ์ของรูรับแงและความเร็วชัตเตอร์การเลือกความละเอียดของภาพเงื่อนไขในการเลือกฟอร์แมตของไฟล์รูปการจัดองค์ประกอบทางศิลปะของภาพ เทคนิคในการถ่ายภาพนิ่งฝึกปฏิบัติการถ่ายภาพ

กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรมตามทฤษฎีการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ของคอล์ป

หัวข้อที่ 3.1 การตกแต่งภาพและวางข้อความด้วย Photoshop

ขั้นที่ 1 ขั้นประสบการณ์

1. วิทยากรแจกแบบทดสอบเพื่อวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านภาพ เรื่อง การตกแต่งภาพและวางข้อความด้วย Photoshop ก่อนการฝึกอบรม

2. วิทยากรให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมถ่ายทอดประสบการณ์ในการตกแต่งภาพและการวางข้อความด้วย Photoshop

ขั้นที่ 2 ขั้นการสะท้อนและการอภิปราย

3. วิทยากรนำเสนอตัวอย่างสื่อสิ่งพิมพ์และให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมวิพากษ์

ขั้นที่ 3 ขั้นความคิดรวบยอด

4. วิทยากรสรุปประเด็นการวิพากษ์ในภาพรวม

5. วิทยากรแสดงภาพก่อนและหลังการตกแต่งภาพและการจัดวางข้อความให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมดู

6. วิทยากรบรรยายให้ความรู้เชิงประสบการณ์เกี่ยวกับการตกแต่งภาพและวางตัวอักษรด้วย Photoshop

ขั้นที่ 4 ขั้นการทดลอง/การประยุกต์แนวคิด

7. วิทยากรให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมฝึกปฏิบัติตัดต่อภาพ ตกแต่งภาพและวางตัวอักษรในสื่อสิ่งพิมพ์ด้วย Photoshop ด้วยตนเอง

8. วิทยากรแจกแบบทดสอบเพื่อวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านภาพ เรื่อง การตกแต่งภาพและวางตัวอักษรด้วย Photoshop หลังการฝึกอบรม โดยใช้แบบทดสอบชุดเดียวกันกับการวัดความสามารถก่อนฝึกอบรม

หัวข้อที่ 3.2 การถ่ายภาพนิ่งเพื่อนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์

ขั้นที่ 1 ขั้นประสบการณ์

1. วิทยากรแจกแบบทดสอบเพื่อวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านภาพ เรื่อง การถ่ายภาพนิ่งเพื่อนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ก่อนการฝึกอบรม

2. วิทยากรให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมถ่ายทอดประสบการณ์ในการถ่ายภาพนิ่ง

ขั้นที่ 2 ขั้นการสะท้อนและการอภิปราย

3. วิทยากรนำเสนอภาพให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมพิจารณาว่าภาพใดเหมาะสมกับการนำมาใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์

4. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมนำเสนอเหตุผลในการเลือกภาพ

ขั้นที่ 3 ขั้นความคิดรวบยอด

5.วิทยากรให้คำแนะนำในการเลือกภาพที่จะนำมาใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์

6. วิทยากรบรรยายให้ความรู้เชิงประสบการณ์เกี่ยวกับการภาพนิ่งเพื่อนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์

ขั้นที่ 4 ขั้นการทดลอง/การประยุกต์แนวคิด

7. วิทยากรให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมฝึกปฏิบัติถ่ายภาพนิ่งเพื่อนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์

8. วิทยากรแจกแบบทดสอบเพื่อวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านภาพ เรื่อง การถ่ายภาพนิ่งเพื่อนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์หลังการฝึกอบรม

สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรมของหน่วยการเรียนรู้

1. เครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับวิทยากร
2. โปรเจคเตอร์ พร้อมจอรับภาพ
3. เครื่องฉายภาพทึบแสง (LCD)
4. เครื่องคอมพิวเตอร์ สำหรับผู้เข้ารับการฝึกอบรม
5. กล้องถ่ายรูปหรือโทรศัพท์มือถือที่สามารถถ่ายรูปได้

6. แบบทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าว ด้านภาพ และด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

7. เอกสารประกอบการบรรยาย เรื่อง การตกแต่งภาพและวางตัวอักษรด้วย Photoshop

8. เอกสารประกอบการบรรยาย เรื่อง การถ่ายภาพนิ่งเพื่อนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์

การวัดและประเมินผล

1. การทำแบบทดสอบประจำหน่วยการเรียนรู้
2. การมีส่วนร่วมในการถ่ายทอดประสบการณ์ การนำเสนอ และการวิพากษ์ผลการฝึกปฏิบัติ
3. ผลงานการตกแต่งภาพและวางตัวอักษรด้วย Photoshop
4. ผลงานการถ่ายภาพ

ใบความรู้ที่ 3.1 การตกแต่งภาพและวางข้อความด้วย Photoshop

ลักษณะของภาพที่เกิดจากการตัดต่อ/ตกแต่ง

ภาพที่เกิดบนจอคอมพิวเตอร์ เกิดจากการทำงานของโหมดสี RGB ซึ่งประกอบด้วย สีแดง (Red) สีเขียว (Green) และสีน้ำเงิน (Blue) โดยใช้หลักการยิงประจุไฟฟ้าให้เกิดการเปล่งแสงของสีทั้ง 3สี มาผสมกันทำให้เกิดเป็นจุดสีเล็ก ๆ ที่เรียกว่า “พิกเซล” (Pixel) เมื่อนำมาวางต่อกันจะเกิดเป็นรูปภาพ ซึ่งภาพที่ใช้กับเครื่องคอมพิวเตอร์ มี 2 ประเภท คือ

1. **ภาพกราฟิกแบบ Raster**หรือแบบ Bitmap เป็นภาพกราฟิกที่เกิดจากการเรียงตัวของจุดสี่เหลี่ยมเล็ก ๆ หลากหลายสี หรือเรียกว่า “พิกเซล” ในการสร้างภาพกราฟิกแบบ Raster จะต้องกำหนดจำนวนพิกเซลให้กับภาพที่ต้องการสร้าง หากกำหนดจำนวนพิกเซลน้อย เมื่อขยายภาพให้มีขนาดใหญ่ขึ้น จะทำให้มองเห็นภาพเป็นจุดสี่เหลี่ยมเล็ก ๆ หรือถ้ากำหนดจำนวนพิกเซลมากก็จะทำให้แฟ้มภาพมีขนาดใหญ่ดังนั้น การกำหนดจำนวนพิกเซลจึงควรกำหนดให้เหมาะสมกับงานที่จะสร้าง เช่น งานที่มีความละเอียดน้อย หรือภาพสำหรับเว็บไซต์ ควรกำหนดจำนวนพิกเซล ประมาณ 72 ppi (Pixel / Inch คือ จำนวนพิกเซลใน 1 ตารางนิ้ว) แต่ถ้าเป็นงานแบบพิมพ์ เช่น นิตยสาร ปกหนังสือ โปสเตอร์ขนาดใหญ่ ควรกำหนดประมาณ 300 - 350 ppi ฯลฯ

2. **ภาพกราฟิกแบบ Vector**เป็นภาพกราฟิกที่เกิดจากการอ้างอิงความสัมพันธ์ทางคณิตศาสตร์ ซึ่งภาพจะมีความเป็นอิสระต่อกัน โดยแยกชิ้นส่วนของภาพทั้งหมดออกเป็นเส้นตรงเส้นโค้งรูปทรงเมื่อมีการขยายภาพความละเอียดของภาพจะไม่ลดลง มักนิยมใช้เพื่องานสถาปัตยกรรมตกแต่งภายใน และการออกแบบต่าง ๆ เช่น การออกแบบรถยนต์ การออกแบบอาคาร การสร้างการ์ตูนฯลฯ โดยโปรแกรมที่นิยมใช้สร้างภาพแบบ Vector คือ โปรแกรม Illustrator, CorelDraw, 3Ds Max

โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟฟิกที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. **Photo Retouching** เป็นโปรแกรมที่เหมาะสำหรับการแก้ไข ตกแต่งภาพ และทำเอฟเฟกต์ให้กับภาพที่ได้สร้างขึ้นมาแล้ว ซึ่งอาจมาจากภาพถ่ายจริง ได้แก่ Adobe Photoshop, Corel Photopaint, PaintShop

2. **Graphic Illustrator** โปรแกรมสำหรับการออกแบบงานกราฟิก หรืองาน Lay out ซึ่งเป็นงานสองมิติ มีการเขียนรูปในลักษณะการเน้นเส้นรูปทรงเรขาคณิต ซึ่งไม่ใช่รูปถ่าย ได้แก่Adobe Illustrator, CorelDraw

3. **Computer Aided Design** โปรแกรมสำหรับการเขียนภาพที่แสดงออกถึงมิติ ขนาด ที่ให้ความชัดเจนของวัตถุที่ต้องการสร้างขึ้นมา ได้แก่ Auto CAD, Prodesign

4. 3D Photo Realisticn โปรแกรมที่สามารถสร้างภาพสามมิติ ที่มีมวลและปริมาตร และมีคุณสมบัติของพื้นผิว จนเกิดความสมจริงของแสง และเงา ได้แก่ 3D studio MAX, Auto CAD 3D

5. Presentation โปรแกรมกราฟิกสำหรับช่วยในการนำเสนองานในลักษณะเป็นสไลด์ประกอบคำบรรยาย มีการสร้างภาพกราฟฟิกที่ดูแล้วเข้าใจง่ายขึ้น เช่น กราฟชนิดต่าง ๆ หรือการสร้างแผนผังการจัดองค์กรโปรแกรมประเภทนี้ ส่วนมากใช้ในงานธุรกิจ

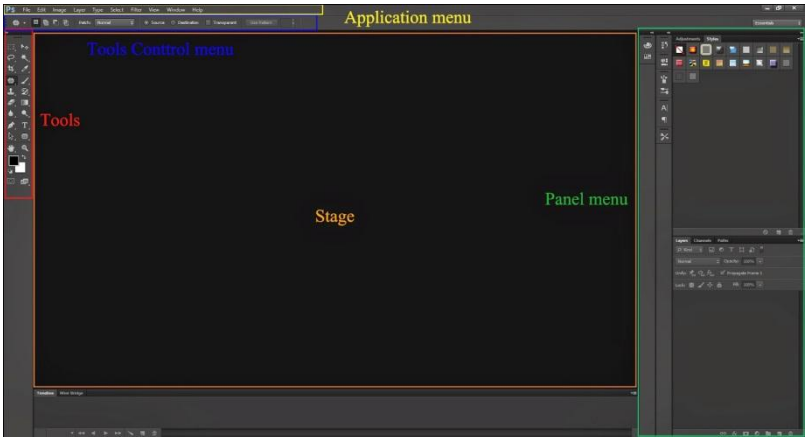
6. Animation เป็นโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหวตามลำดับ โปรแกรมจะแสดงภาพเป็นลำดับให้แลดูเหมือนภาพเคลื่อนไหวโดยอาจมีเทคนิคต่าง ๆ ประกอบการแสดงภาพ เช่น การซ้อนภาพ เลื่อนภาพการเลื่อนภาพให้หายไปได้ และการแปลงภาพ รวมถึงมีลักษณะการโต้ตอบกับผู้ใช้ด้วย

ส่วนประกอบต่าง ๆ ใน Photoshop

ก่อนที่จะใช้โปรแกรม Adobe Photoshop ผู้ใช้ควรทราบความสามารถพื้นฐานของ Adobe Photoshop ก่อน โปรแกรม Adobe Photoshop มีความสามารถพื้นฐาน ดังนี้

- ตกแต่งหรือแก้ไขรูปภาพ
- ตัดต่อภาพบางส่วน หรือที่เรียกว่า Crop ภาพ
- เปลี่ยนแปลงสีของภาพ จากสีหนึ่งเป็นอีกสีหนึ่งได้
- สามารถลากเส้น แบบฟรีสไตล์ หรือใส่รูปภาพ สี่เหลี่ยม วงกลม หรือสร้างภาพได้อย่างอิสระ
- มีการแบ่งชั้นของภาพเป็น Layer สามารถเคลื่อนย้ายภาพได้เป็นอิสระต่อกัน
- การทำ Cloning ภาพ หรือการทำภาพซ้ำในรูปภาพเดียวกัน
- เพิ่มเติมข้อความ ใส่ effect ของข้อความได้
- Brush หรือแปรงทาสี ที่สามารถเลือกรูปแบบสำเร็จรูปในการสร้างภาพได้และอื่นๆ อีกมากมาย

โปรแกรม Adobe Photoshop CS6 เมื่อทำการเปิดโปรแกรมแล้ว จะพบหน้าตาของโปรแกรมดังรูป



ส่วนสำคัญหลักที่ต้องทราบ มีดังนี้

1. เมนูของโปรแกรม Application menu หรือ Menu Bar ประกอบด้วย

1.1 File หมายถึง รวมคำสั่งที่ใช้จัดการกับไฟล์รูปภาพ เช่น สร้างไฟล์ใหม่เปิดปิด บันทึกไฟล์นำเข้าไฟล์ส่งออกไฟล์ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับไฟล์

1.2 Edit หมายถึง รวมคำสั่งที่ใช้สำหรับแก้ไขภาพ และปรับแต่งการทำงานของโปรแกรมเบื้องต้น เช่น ก๊อปปี้วางยกเลิกคำสั่งแก้ไขเครื่องมือ และอื่น ๆ

1.3 Image หมายถึง รวมคำสั่งที่ใช้ปรับแต่งภาพ เช่น สีแสงขนาดของภาพ (image size) ขนาดของเอกสาร (canvas) โหมดสีของภาพหมุนภาพ และอื่น ๆ

1.4 Layer หมายถึง รวมคำสั่งที่ใช้จัดการกับเลเยอร์ ทั้งการสร้างเลเยอร์แปลงเลเยอร์ และการจัดการกับเลเยอร์ในด้านต่าง ๆ

1.5 Select รวม คำสั่งเกี่ยวกับการเลือกวัตถุหรือพื้นที่บนรูปภาพ (Selection) เพื่อนำไปใช้งานร่วมกับคำสั่งอื่น ๆ เช่น เลือกเพื่อเปลี่ยนสีลบ หรือใช้เอฟเฟ็กต์ต่าง ๆ กับรูปภาพ

1.6 Filter เป็นคำสั่งการเล่น Effects ต่าง ๆ สำหรับรูปภาพและวัตถุ

1.7 View เป็นคำสั่งเกี่ยวกับมุมมองของภาพและวัตถุในลักษณะต่าง ๆ เช่น การขยายภาพและย่อภาพให้ดูเล็ก

1.8 Window เป็นส่วนคำสั่งในการเลือกใช้อุปกรณ์เสริมต่าง ๆ ที่จำเป็นในการใช้สร้าง Effects ต่าง ๆ

1.9 Help เป็นคำสั่งเพื่อแนะนำเกี่ยวกับการใช้โปรแกรมฯและจะมีลายละเอียดของโปรแกรมอยู่ในนั้น

2. เมนูของพื้นที่ทำงาน Panel Menu

Panel (พาเนล) เป็นวินโดว์ย่อย ๆ ที่ใช้เลือกรายละเอียด หรือคำสั่งควบคุมการทำงานต่าง ๆ ของโปรแกรม ใน Photoshop มีพาเนลอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น พาเนล Color ใช้สำหรับเลือกสี, พาเนล Layers ใช้สำหรับจัดการกับเลเยอร์ และพาเนล Info ใช้แสดงค่าสีตรงตำแหน่งที่ชี้เมาส์ รวมถึงขนาด/ตำแหน่งของพื้นที่ที่เลือกไว้

3. พื้นที่ทำงาน Stage หรือ Panelเป็นพื้นที่ว่างสำหรับแสดงงานที่กำลังทำอยู่

4. เครื่องมือที่ใช้งาน Tools Panel หรือ Tools Box Tool Panel (ทูลพาเนล) หรือ กล่องเครื่องมือ จะประกอบไปด้วยเครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการวาด ตกแต่ง และแก้ไขภาพ เครื่องมือเหล่านี้มีจำนวนมาก ดังนั้นจึงมีการรวมเครื่องมือที่ทำหน้าที่คล้าย ๆ กันไว้ในปุ่มเดียวกัน โดยจะมีลักษณะรูปสามเหลี่ยมอยู่บริเวณมุมด้านล่างดังภาพ 2 เพื่อบอกให้รู้ว่าในปุ่มนี้ยังมีเครื่องมืออื่นอยู่ด้วย

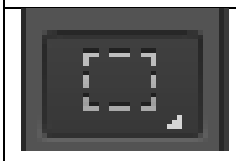
5. สิ่งที่ควบคุมเครื่องมือที่ใช้งาน Tools Control Menu หรือ Option Bar

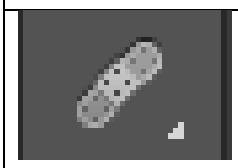
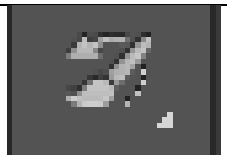
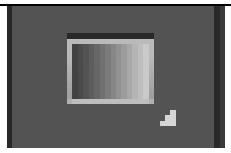
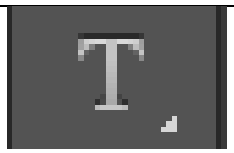
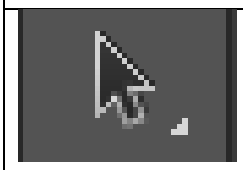
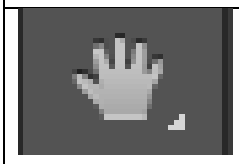
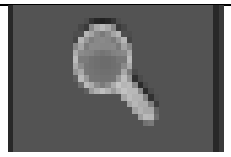
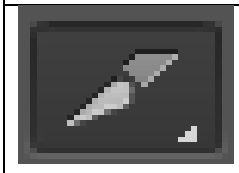
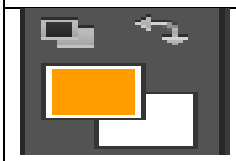
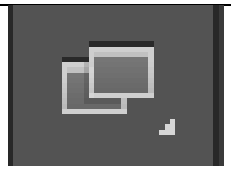
Option Bar (ออปชั่นบาร์) เป็นส่วนที่ใช้ปรับแต่งค่าการทำงานของเครื่องมือต่าง ๆ โดยรายละเอียดในออปชั่นบาร์จะเปลี่ยนไปตามเครื่องมือที่เราเลือกจากทูลบ็อกซ์ในขณะนั้น เช่น เมื่อเราเลือกเครื่องมือ Brush (พู่กัน) บนออปชั่นบาร์จะปรากฏออปชั่นที่ใช้ในการกำหนดขนาด และลักษณะหัวแปรง, โหมดในการระบายความโปร่งใสของสี และอัตราการไหลของสี ฯลฯ

เครื่องมือพื้นฐานของโปรแกรม Tools



เครื่องมือแต่ละชิ้นมีคุณสมบัติดังนี้

สัญญลักษณ์	ชื่อเรียกและการใช้งาน	สัญญลักษณ์	ชื่อเรียกและการใช้งาน
	**Marquee**ใช้สำหรับย้ายพื้นที่ที่เลือกไว้ของภาพ หรือย้ายภาพในเลเยอร์หรือย้ายเส้นไกด์		**Move**ใช้สำหรับเลือกพื้นที่บนภาพเป็นรูปสี่เหลี่ยม วงกลม วงรี หรือเลือกเป็นแถวคอลัมน์ขนาด 1 พิเซล
	**Lasso**ใช้เลือกพื้นที่บนภาพเป็นแนวเขตแบบอิสระ		**Magic Wand**ใช้เลือกพื้นที่ด้วยวิธีระบายบนภาพ หรือเลือกจากสีที่ใกล้เคียงกัน
	**Crop**ใช้ตัดขอบภาพ		**Eyedropper**ใช้เลือกสีจากสีต่าง ๆ บนภาพ

สัญญลักษณ์	ชื่อเรียกและการใช้งาน	สัญญลักษณ์	ชื่อเรียกและการใช้งาน
	Healing Brush ใช้ตกแต่งลบรอยตำหนิในภาพ		Brush ใช้ระบายลงบนภาพ
	Clone Stamp ใช้ทำสำเนาภาพ โดยก๊อปปี้ภาพจากบริเวณอื่นมาระบาย หรือระบายด้วยลวดลาย		History Brush ใช้ระบายภาพด้วยภาพของขั้นตอนเดิมที่ผ่านมา หรือภาพของสถานะเดิมที่บันทึกไว้
	Eraser ใช้ลบภาพบางส่วนที่ไม่ต้องการ		Gradient ใช้เติมสีแบบไล่ระดับโทนสีหรือความทึบ
	Blur ใช้ระบายภาพให้เบลอ		Dodge ใช้ระบายเพื่อให้ภาพสว่างขึ้น
	Pen ใช้วาดเส้นพาธ (Path)		Horizontal Type ใช้พิมพ์ตัวอักษรหรือข้อความลงบนภาพ
	Path Selection ใช้เลือกและปรับแต่งรูปทรงของเส้นพาธ		Rectangle ใช้วาดรูปทรงเรขาคณิตหรือรูปทรงสำเร็จรูป
	Hand ใช้เลื่อนดูส่วนต่าง ๆ ของภาพ		Zoom ใช้ย่อหรือขยายมุมมองภาพ
	Slice ใช้ตัดแบ่งภาพเพื่อบันทึกไฟล์ภาพย่อยๆ ที่เรียกว่า “สไลซ์” (Slice) เพื่อนำไปสร้างเว็บเพจ		Bern ใช้ระบายเพื่อให้ภาพมืดลง
	Set Foreground Color, Set Background Color ใช้สำหรับกำหนดสี		Foreground Color, Background Color ใช้เปิดแสดงหน้ากระดาษแบบ Full screen

ความหมายและความสำคัญของเลเยอร์

เลเยอร์ (Layer) ชิ้นงานย่อย หรือเรียกให้เข้าใจง่ายคือ ชั้นของชิ้นงานใหญ่ เป็นหลักการทำงานของโปรแกรม Photoshop นั่นคือการนำชั้นต่าง ๆ มาผสมกันเพื่อปรับแต่งให้เกิดความสวยงามมากขึ้น



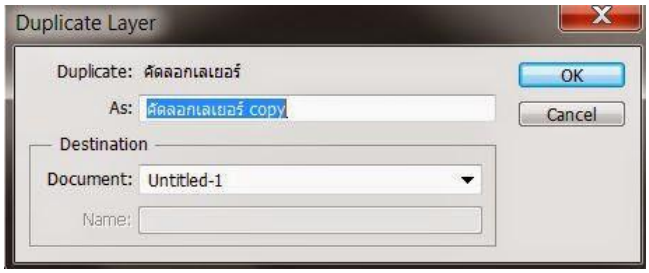
Layer

สามารถทำอะไรกับเลเยอร์

แสดงหรือซ่อน (Show or Hide Layer) การคลิกที่รูปดวงตาแต่ละครั้ง จะเป็นการเปิดเพื่อแสดง หรือปิดเพื่อซ่อนสิ่งที่อยู่ในเลเยอร์ เช่น ถ้าเราไม่ต้องการให้แสดงภาพของเลเยอร์ใด ก็ทำการปิดหรือซ่อนไป

คัดลอก และทำซ้ำเลเยอร์ (Copy and Duplicate Layer) แบ่งเป็นการคัดลอกเลเยอร์จากชิ้นงานหนึ่งไปยังอีกชิ้นงานหนึ่ง ทำได้หลายวิธี

- คลิกเลเยอร์ที่ต้องการทำการคัดลอก ใช้โปรแกรมเมนู Edit เลือก Copy หรือกดปุ่ม Ctrl C คลิก Tab ของชิ้นงานที่เราต้องการจะให้เลเยอร์นั้นมาวางไว้แล้วคลิก Edit เลือก Paste หรือกดปุ่ม Ctrl V
- คลิกเลเยอร์ที่ต้องการทำการคัดลอก คลิกขวาที่เม้าส์ เลือก Duplicate Layer จะได้หน้าต่างตามภาพด้านล่าง ใส่ชื่อในช่อง Destination ให้เป็นชื่อชิ้นงานที่เราต้องการนำเลเยอร์นี้ไปไว้
- คลิกเลเยอร์ที่ต้องการทำการคัดลอกค้างไว้ แล้วลากไปยังอีก Tab ของอีกชิ้นหนึ่งโดยตรง

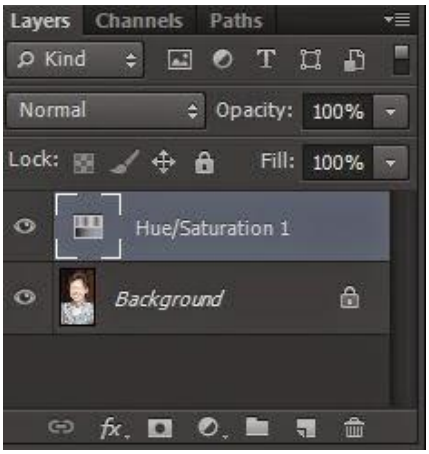


การคัดลอกเลเยอร์ในชิ้นงานเดียวกัน

- คลิกที่เลเยอร์ ใช้โปรแกรมเมนู Layer เลือก Duplicate Layer จะมีหน้าต่างเหมือนภาพที่ด้านบนเช่นกัน แต่ช่อง Destination ไม่ต้องกำหนดชื่อชิ้นงานอื่น
- คลิกที่เลเยอร์ ใช้โปรแกรมเมนู Layer เลือก New เลือก Layer via Copy (คีย์ลัด Ctrl + J)
- คลิกที่เลเยอร์นั้น และกดคีย์ Alt พร้อมกับลากเลเยอร์ไปยังตำแหน่งใน Panel ที่ต้องการวาง ปล่อยเม้าส์

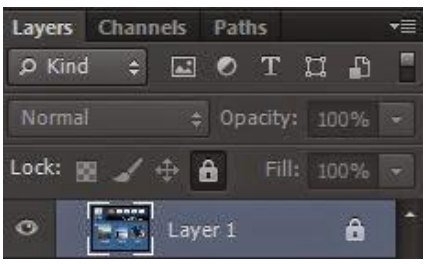
ย้ายตำแหน่งเลเยอร์ (Move Layer) ขั้นตอนการทำคล้ายกับการคัดลอก เพียงเปลี่ยนคำสั่งจาก Edit - Copy เป็น Edit Cut หรือ Ctrl X ในกรณีที่ย้ายคนละชิ้นงาน แต่ถ้าชิ้นงานเดียวกันเพียงคลิกที่เลเยอร์ และทำการเลื่อนไปยังตำแหน่งบน Panel ที่ต้องการเท่านั้น

เพิ่มเลเยอร์ (Add Layer)เพียงแค่คลิกไอคอน Create a new Layer ซึ่งอยู่ด้านล่างของ Layer Panel ติดกับรูปถัง ก็จะได้เลเยอร์เพิ่มแล้ว หรือถ้าต้องการใช้คำสั่งจากเมนูโปรแกรม เลือก Layer เลือก New เลือก Layer ตั้งชื่อ และ Enter ก็ได้เหมือนกัน

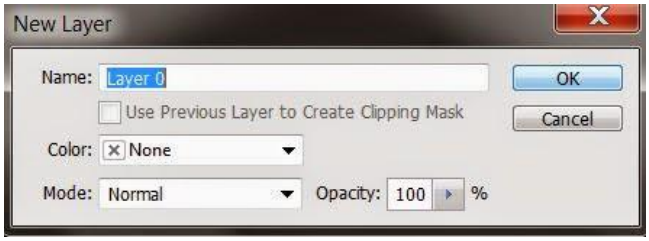


ลบเลเยอร์ (Delete Layer) วิธีลบเลเยอร์ทำโดย คลิกที่เลเยอร์ที่ต้องการลบ กดปุ่ม Backspace หรือใช้โปรแกรมเมนู Layer เลือก Delete เลือก Layer หรือโดยการคลิกที่เลเยอร์แล้วลากมาที่รูปถัง

การล็อคเลเยอร์ (Lock Layer) ทำได้โดย คลิกที่เลเยอร์ที่ต้องการล็อค แล้วคลิกที่รูปกุญแจ ส่วนการปลดล็อคก็เพียงทำซ้ำขั้นตอนเดียวกัน



การปลดล็อคเลเยอร์ (Unlock Layer) ทำได้โดย ดับเบิ้ลคลิกที่เลเยอร์ จะมีหน้าต่างดังภาพขึ้นมา จะตั้งชื่อเลเยอร์ใหม่หรือไม่ก็ได้ เลเยอร์นั้นก็จะปลดล็อคเป็นเลเยอร์ธรรมดา



ตั้งชื่อเลเยอร์ (Name Layer) วิธีตั้งชื่อให้กับเลเยอร์ ทำโดยดับเบิ้ลคลิกที่ชื่อบนเลเยอร์นั้น และพิมพ์ชื่อ เสร็จแล้ว Enter สำหรับ Photoshop CS6 เมื่อพิมพ์ชื่อเลเยอร์หนึ่งเสร็จแล้ว สามารถกด Tab เพื่อเลื่อนไปยังเลเยอร์อื่นเพื่อทำการพิมพ์ชื่อได้เลย ไม่ต้องมาทำซ้ำขั้นตอนเดิม ทำให้ประหยัดเวลาได้มาก

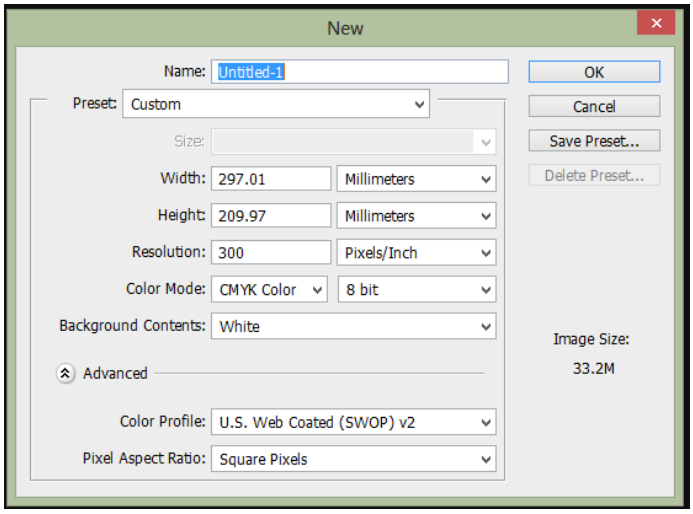
คลิปปิ้งเลเยอร์ (Clipping Layer) หมายถึงการทำให้เลเยอร์หนึ่งมีผลกับอีกเลเยอร์หนึ่งเท่านั้น ไม่ไปกระทบเลเยอร์อื่นซึ่งอยู่ถัดลงไป อ่านแล้วคงจะ งง ลองดูภาพด้านล่างจากภาพจะเห็นเลเยอร์ Wood Gain ซึ่งเป็นลายไม้ ผมต้องการให้ลายไม้นี้มีผลกับกรอบภาพซึ่งเป็นเลเยอร์ Frame ที่อยู่ถัดลงไปด้านล่างเท่านั้น ผมจึงใช้การ clippingซึ่งจะเห็นลูกศรอยู่ที่ด้านหน้านของเลเยอร์ Wood Gain การทำเช่นนี้ จะทำให้ได้กรอบภาพที่มีลายไม้สวยงามขึ้นมาแทนกรอบสีแดงเหลือง ในเลเยอร์ Frame

การทำ Clipping โดยการใช้คีย์ลัด ให้กดปุ่ม Alt แล้ววางเม้าส์ไว้ระหว่างทั้งสองเลเยอร์ จากนั้นคลิก หรือถ้าจะใช้คำสั่งโปรแกรมเมนู Layer เลือก Create Clipping Mask (คีย์ลัด Alt + Ctrl + G) ถ้าต้องการยกเลิกก็เพียงแค่ทำซ้ำวิธีเดิม โปรแกรมเมนู Layer เลือก Release Clipping Mask หรือกดปุ่ม Alt แล้วคลิกเม้าส์ที่เดิมอีกครั้ง



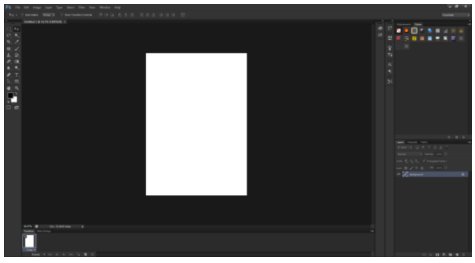
การเปิดพื้นที่การใช้งานใหม่

1. ไปที่ Application Menu เลือก File > New จะปรากฏหน้าต่างดังรูปด่านล่าง



2. จากรูปมีการกำหนดค่าต่าง ๆ มากมาย

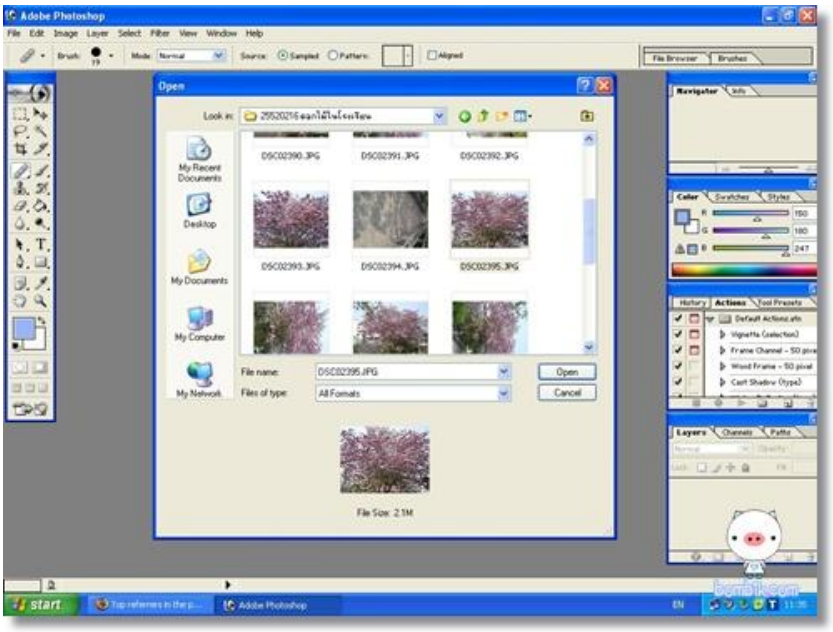
- ช่อง Name คือ การกำหนดชื่อของชิ้นงาน
- ช่อง Preset คือ ชนิดของงานต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ให้แล้ว มีให้เลือกมากมาย เช่น Web, Photo,U.S.Paper, International Paper
- ช่อง size จะสัมพันธ์กับช่อง Preset คือ ขนาดของงานแต่ละชนิด เช่น ค่า Preset เป็น International paper ช่อง Size ก็จะมีตัวเลือก คือ A4, A3, A2,A1 และอื่น ๆ
- ช่อง Width คือ ขนาดความกว้างของชิ้นงาน หากต้องการกำหนดเอง มีหน่วนให้เลือก 7 ชนิด
- ช่อง High คือ ขนาดความสูงของชิ้นงาน
- ช่อง Resolution คือ ความละเอียดของงาน มีหน่วยเป็น Pixelต่อนิ้ว และ Pixel ต่อ ซ.ม
- ช่อง Color mode คือ ชนิดของพื้นที่สีในการทำงาน มีให้เลือกหลากหลาย เช่น RGB , CMYK และมีค่าความละเอียดให้เลือกเป็น bit
- ช่อง Background Contents คือเลือกชนิดของ พื้นหลังงาน มี 3 แบบ คือ แบบขาว แบบสี และแบบโปร่งใส
- เมื่อทำการกำหนดขนาดของงานเสร็จเรียบร้อยแล้ว ให้คลิปปุ่ม OK เพื่อทำการเปิดพื้นที่การทำงานดังตัวอย่างภาพ เปิดพื้นที่งานขนาด A4 พื้นหลัง สีขาว



การตกแต่งภาพ

1. **การนำภาพเข้าใช้งาน**มีขั้นตอนดังนี้

ไปที่ File > Open เลือก Folder ที่มีภาพที่ต้องการ เลือกรูปนั้นแล้วกด Open

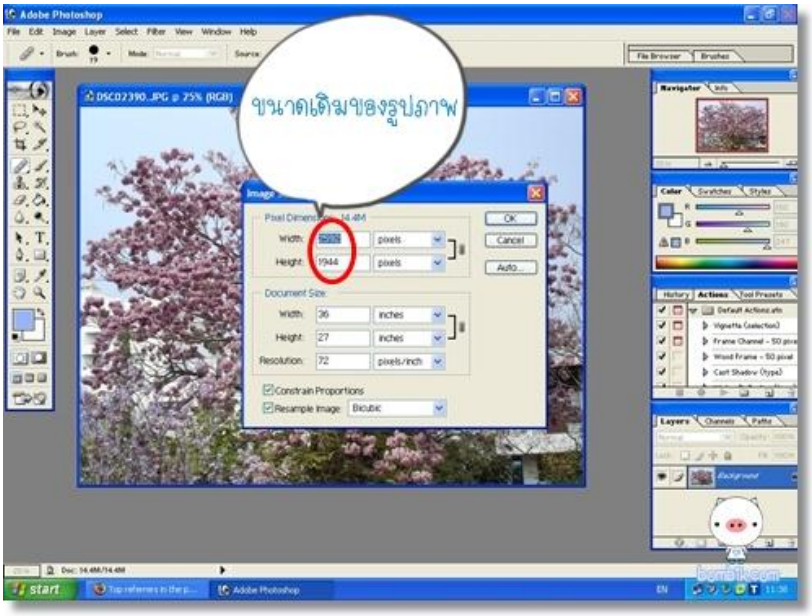


จะได้ภาพมาปรากฏอยู่ที่ Stage หรือพื้นที่การทำงานดังรูป ตามตัวอย่างด้านล่าง

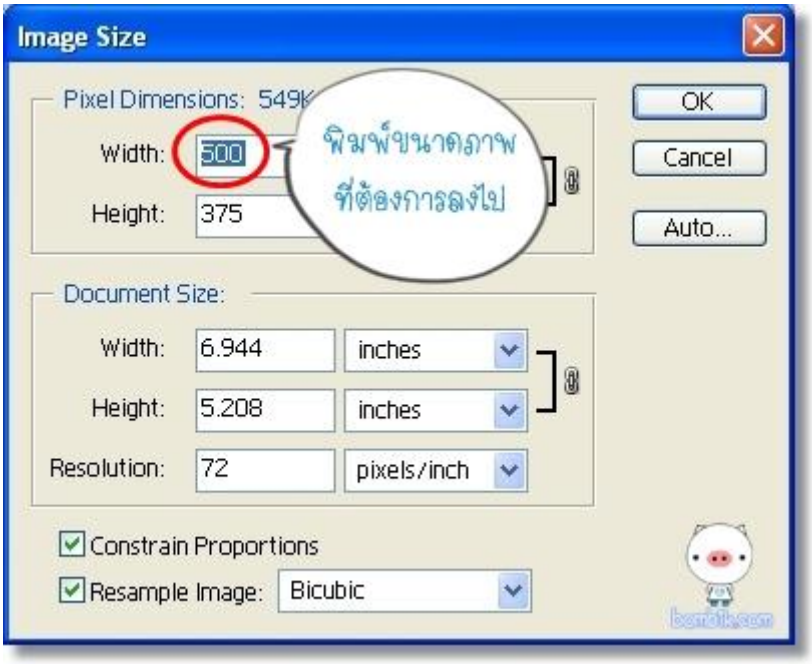


2. **การลดขนาดของภาพ**(Resize)คือ การลดขนาดความกว้าง ความยาว และการลดขนาดไฟล์ของภาพเพื่อให้ภาพมีขนาดตามที่ต้องการ

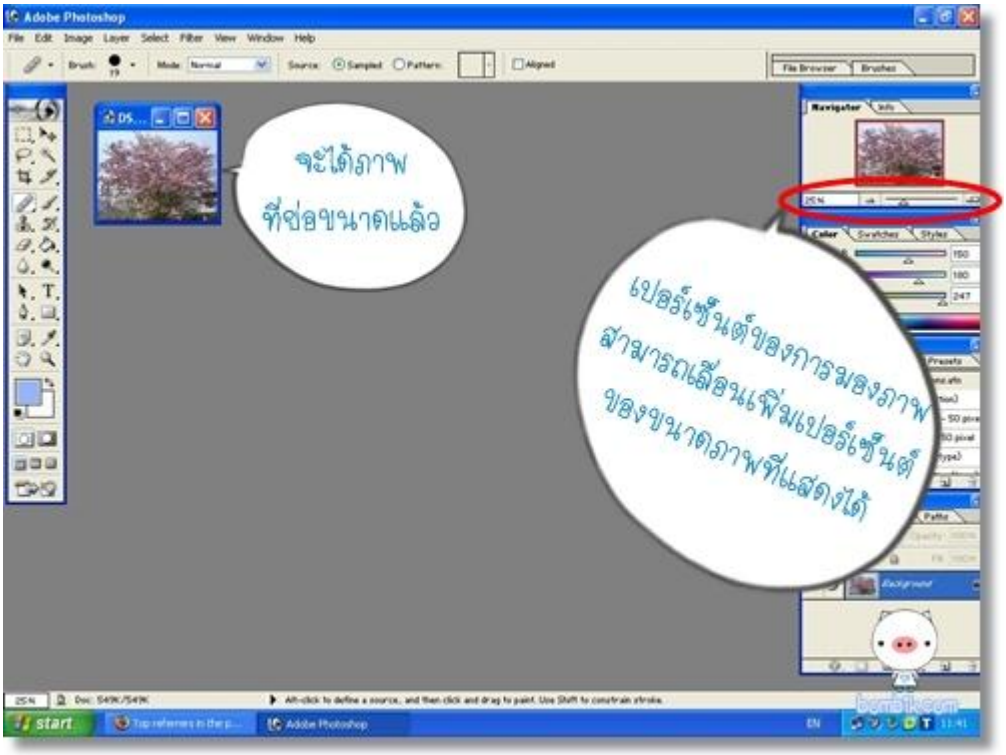
เปิดภาพที่ต้องการที่จะลดคลิกที่แถบเมนู Image > Image Size จะปรากฏดังภาพ



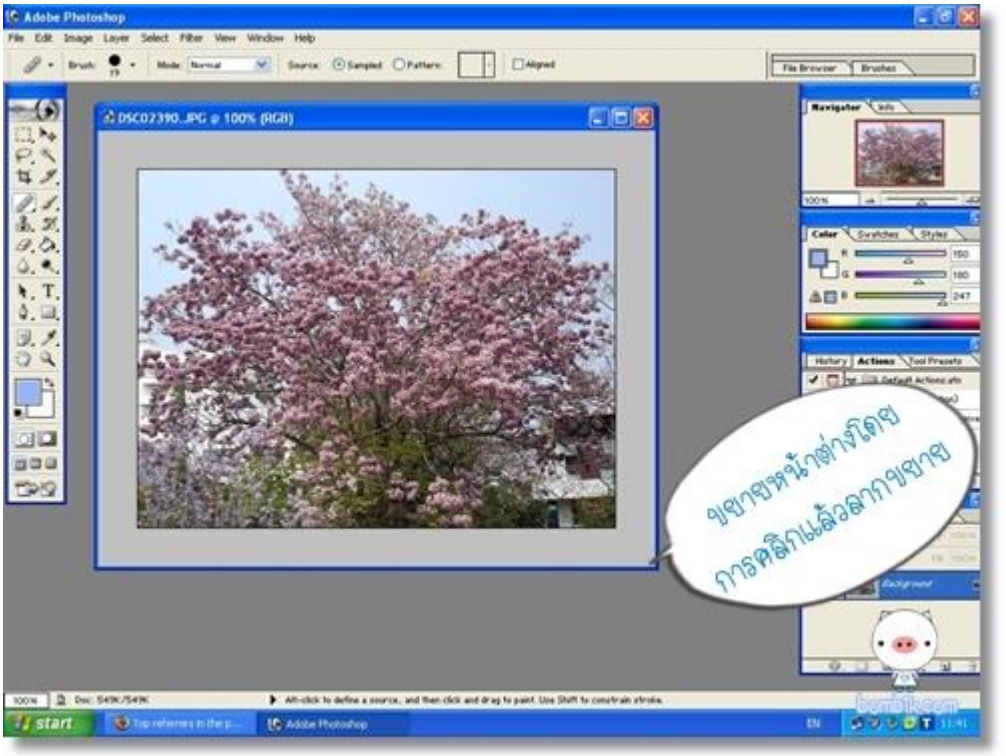
พิมพ์ขนาดภาพที่ต้องการลงในช่อง Width เป็นความกว้างของภาพ สังเกตว่าหากด้านหลังมีรูปโซ่ แสดงว่าความสูง Hight จะปรับให้อัตโนมัติเท่าอัตราส่วนเดิม ให้พิมพ์เพียงตัวเลขในช่อง Width หรือ ช่อง Hight ช่องเดียว อีกช่องจะเปลี่ยนให้อัตโนมัติ เสร็จแล้วคลิก OK



จะได้ภาพที่ย่อขนาดลง โดยปกติจะแสดงตัวอย่างภาพในหน้าจอ 25% ซึ่งสามารถเพิ่มการมองภาพตัวอย่างโดยไปเลื่อนแถบที่ Navigator ด้านข้างเพื่อเพิ่ม % ในการแสดงภาพ

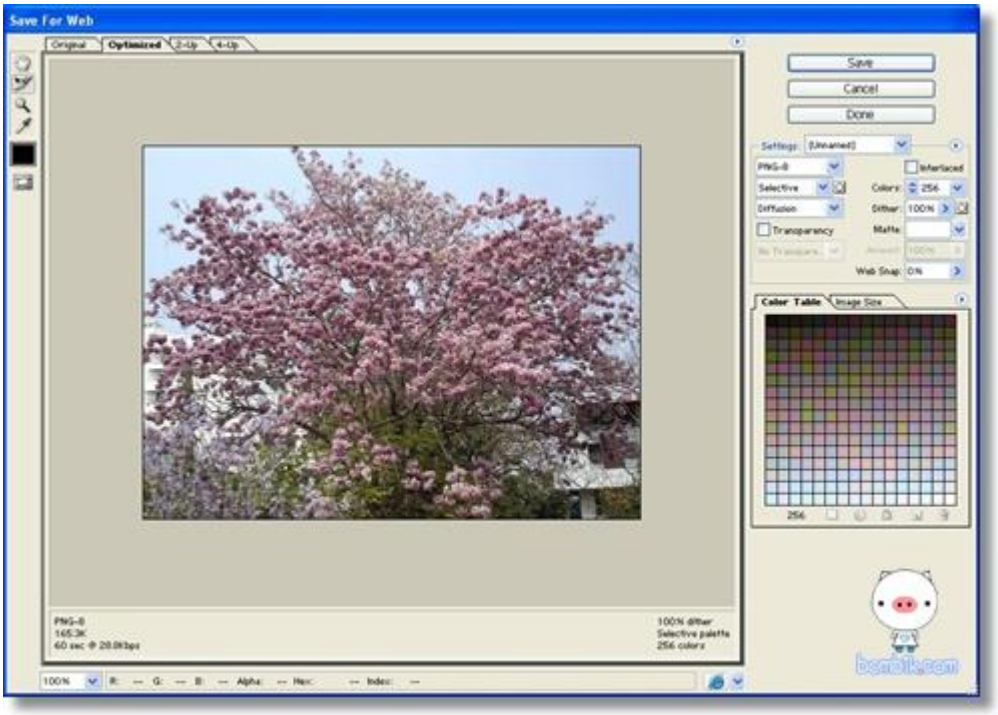


ขยายหน้าต่างของภาพเพื่อมองเห็นภาพทั้งภาพ โดยคลิกลากเพื่อขยายที่มุมด้านล่าง 100% คือขนาดภาพเท่าขนาดจริง (หากไม่ต้องการดู เมื่อลดขนาดภาพแล้วสามารถ Save ภาพได้เลย)

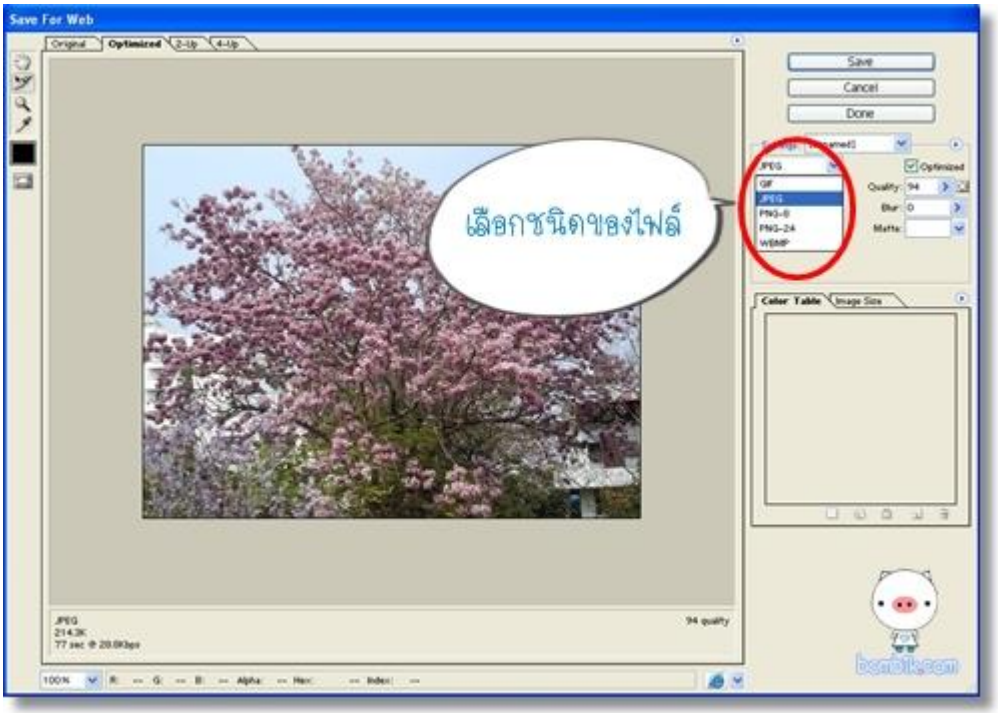


3. **การบันทึกงาน** มีขั้นตอนดังนี้

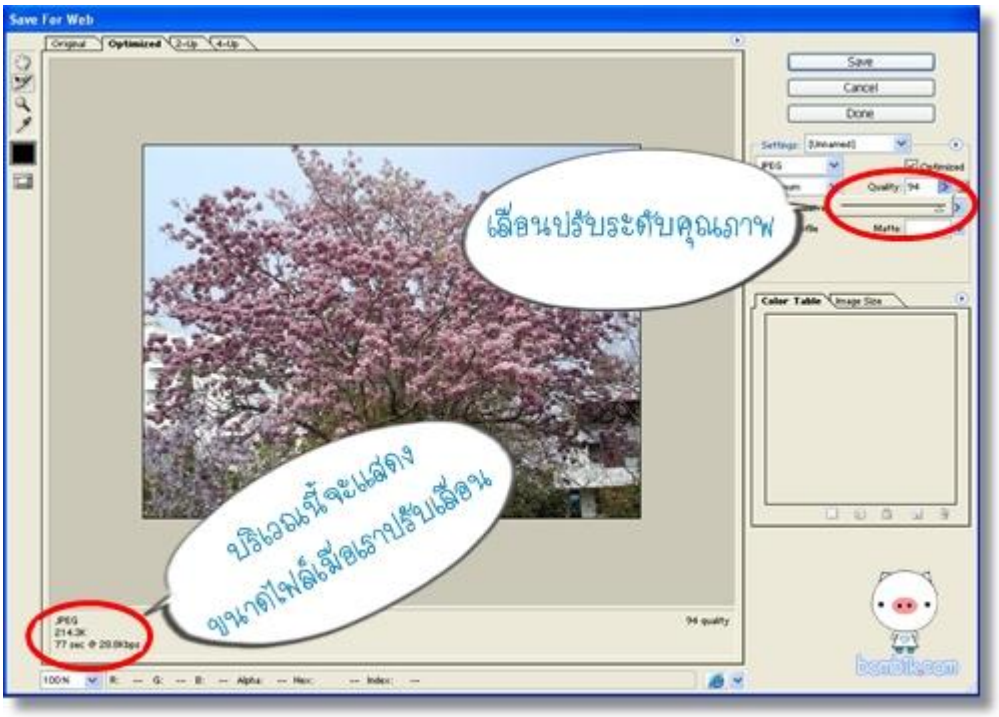
- หากต้องการภาพที่จะนำไปใช้ในอินเตอร์เน็ต ที่คุณภาพไม่ละเอียดมากนัก ให้คลิกที่ File > Save for Web... จะได้ดังภาพ



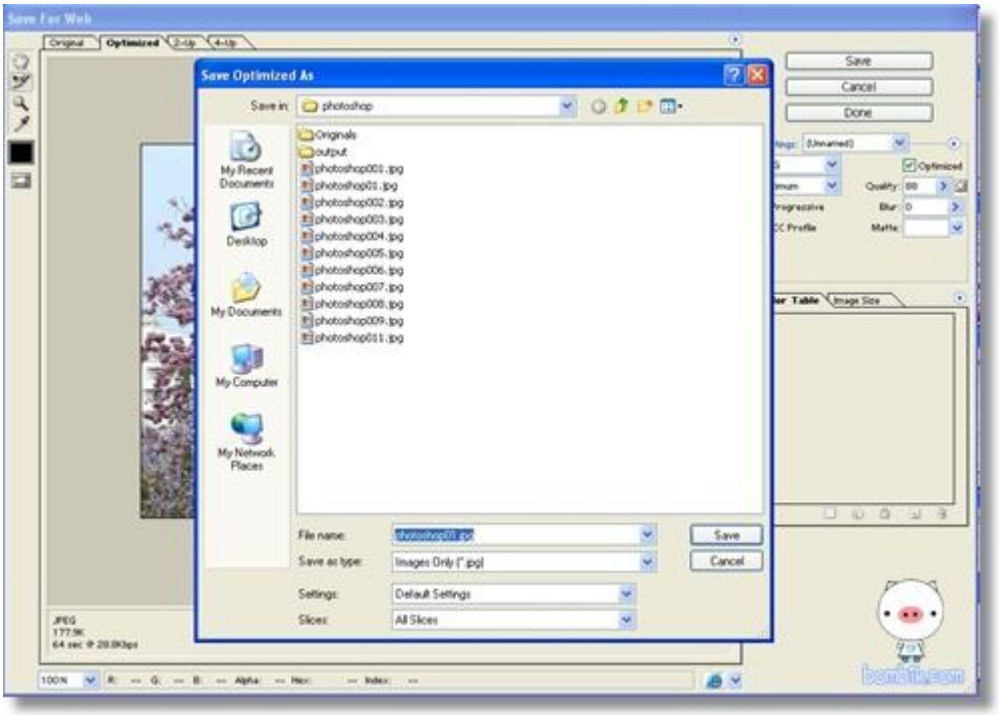
เลือกชนิดของไฟล์ ว่าต้องการไฟล์นามสกุลใด โดยทั่วไปจะเลือก JPEG



เลื่อนปรับระดับคุณภาพ เพื่อลดขนาดไฟล์ คุณภาพยิ่งน้อย ขนาดภาพยิ่งเล็กลง ขนาดของภาพดูที่มุมซ้ายด้านล่าง (เช่นในบางเว็บกำหนดขนาดภาพที่สามารถโพสได้ในเว็บ) แล้วคลิก **Save**



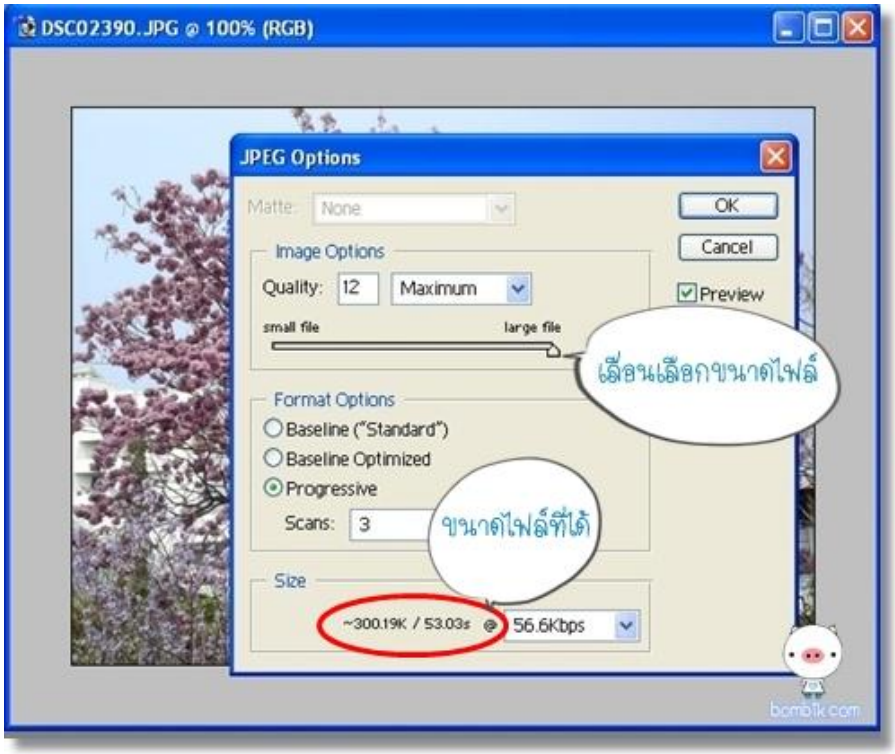
เมื่อคลิก Save จะปรากฏดังภาพ สามารถเปลี่ยนที่เก็บภาพ และบันทึกภาพในชื่อใหม่ได้



จะได้ภาพที่มีขนาดความกว้างยาว และขนาดไฟล์ตามที่เราต้องการ



หากไม่เลือก File > Save for Web... แต่เลือก File > Save(เป็นการ Save ทับภาพเดิม) หรือ File > Save As (จะสามารถเปลี่ยนที่ Save และตั้งชื่อไฟล์ใหม่ได้)จะปรากฏดังภาพ สามารถเลื่อนลดขนาดไฟล์ภาพได้เช่นเดียวกัน ขนาดไฟล์จะแสดงที่ Size ด้านล่าง เมื่อเสร็จคลิก OK ก็จะได้ไฟล์ภาพที่มีขนาดที่ต้องการเช่นกัน



สำหรับผู้ที่เริ่มต้นทำกราฟิกอาจยังไม่คุ้นเคยกับนามสกุลต่าง ๆ ของ**ไฟล์ภาพ** ทำไมนามสกุลถึงไม่เหมือนกัน และแต่ละนามสกุลเหมาะสำหรับการใช้งานแบบไหน มาเรียนรู้ความแตกต่างของแต่ละนามสกุลในเบื้องต้นกันเลยดีกว่า

GIF มาจาก Graphics Interlace File

- ภาพที่ไม่ต้องการความคมชัดมากนัก จำนวนสีและความละเอียดของภาพไม่สูงมากนัก
- ต้องการพื้นแบบโปร่งใส
- ต้องการแสดงผลแบบโครงร่างก่อน แล้วค่อยแสดงผลแบบละเอียด
- ต้องการนำเสนอภาพแบบภาพเคลื่อนไหว
- ส่วนขยายคือ .gif

JPEG มาจาก Joint Photographer's Experts Group

- ภาพที่ต้องการความคมชัดสูง มีสีมาก
- เหมาะสมกับการนำเสนอทั้งระบบสื่อมัลติมีเดีย และเว็บไซต์
- สามารถกำหนดขนาดของไฟล์ได้ตามความเหมาะสม (File Compression)
- สามารถกำหนดคุณสมบัติการแสดงผลแบบหยาบ แล้วค่อยๆ ละเอียดเมื่อเวลาผ่านไป ที่เรียกว่าคุณสมบัติ Progressive
- ส่วนขยายของไฟล์รูปแบบนี้คือ .jpg หรือ .jpeg

PNG มาจาก Portable Network Graphics

- ภาพที่ต้องการความคมชัดสูง
- รูปแบบล่าสุดในการนำเสนอภาพผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- สามารถแสดงผลได้ในระบบสีเต็มพิกัด (True Color)
- มีขนาดไฟล์เล็ก และควบคุมคุณภาพได้ตามที่ต้องการ
- มีการกำหนดให้พื้นภาพเป็นพื้นโปร่งใสได้ (Transparent)
- แสดงผลแบบหยาบสู่ละเอียด (Interlaced)
- ส่วนขยายของไฟล์รูปแบบนี้คือ .png

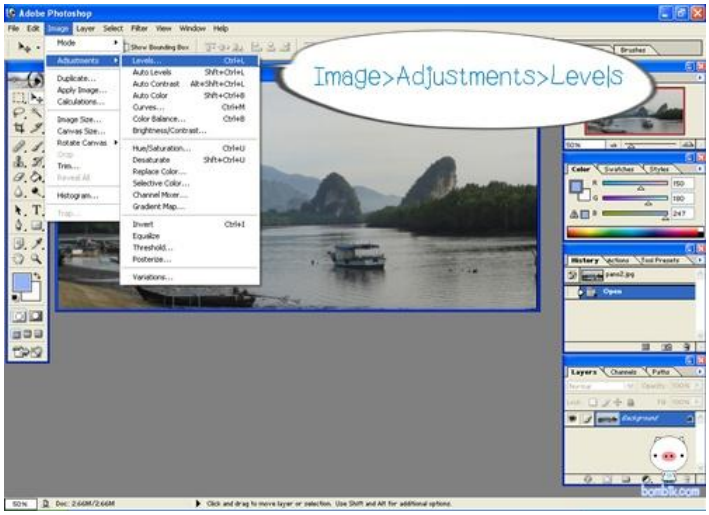
TIFF มาจาก Tagged-Image File Format

- รูปแบบที่ใช้เก็บภาพพร้อมรายละเอียดต่าง ๆ เช่น เลเยอร์ (Layer), Annotation, โหมดภาพทั้งระบบ
- CMYK, RGB, Lab Color ตลอดจนข้อมูลประกอบอื่น ๆ ตามต้นฉบับเดิมของภาพ
- เหมาะสมต่อการเก็บบันทึกภาพต้นฉบับ และภาพสำหรับใช้ประกอบการสร้างสื่อสิ่งพิมพ์
- ส่วนขยายของไฟล์รูปแบบนี้คือ .tif

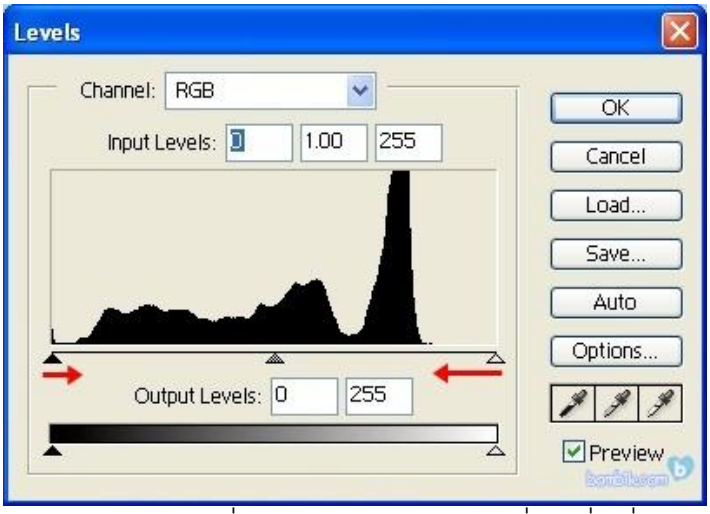
4. **การปรับความคมชัด(แสง-เงา)ด้วย** Level มีขั้นตอนการทำ มี 2 วิธี

วิธีที่ 1 เปิดภาพแล้วไปที่ Image> Adjustments> Auto Level โปรแกรมก็จะปรับให้อัตโนมัติ วิธีนี้เร็วดี แต่สังเกตว่าบางภาพ ทำแล้วไม่สวย เพราะสีภาพเปลี่ยนไป

วิธีที่ 2 เปิดภาพแล้วไปที่ Image> Adjustments> Levels



จะปรากฏภาพ ดังนี้

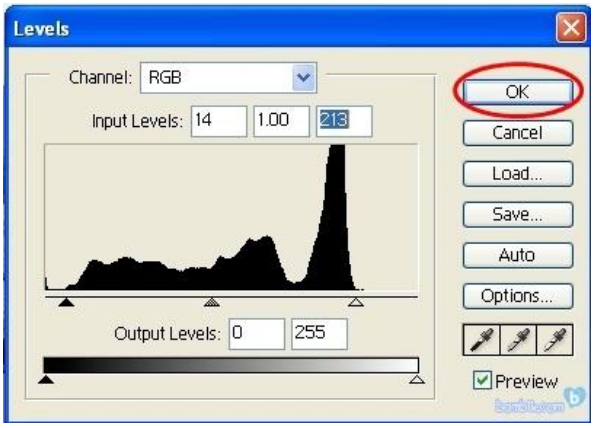


สังเกตเส้นกราฟในภาพจะไม่สม่ำเสมอ ด้านล่างมีสามเหลี่ยมเพื่อเลื่อนอยู่ 3 อัน เริ่มจากซ้ายสุดสีดำ สีเทา และสีขาว ซึ่งสามอันนี้สามารถเลื่อนเพื่อปรับระดับแสงเงาในภาพ

- ปุ่มแรกสีดำ จะปรับเงาของภาพ เลื่อนมาด้านขวาจะเป็นการเพิ่มเงา
- ปุ่มที่สองสีเทา จะปรับความสว่างของภาพ ปุ่มนี้จะเลื่อนตามอีกสองปุ่มซ้ายขวา
- ปุ่มที่สามสีขาว จะเป็นการปรับความคมชัดของภาพ คล้ายๆ กับการปรับ Contrast

จากตัวอย่างจะเห็นว่าปุ่มซ้าย-ขวา หลุดออกจากกราฟ โดยจะเลื่อนให้มาอยู่ตรงเส้นกราฟ พอดีภาพอื่นๆ ก็แล้วแต่ผู้ปรับเอง ลองปรับเลื่อนทั้งสามปุ่มดู และสังเกตผล

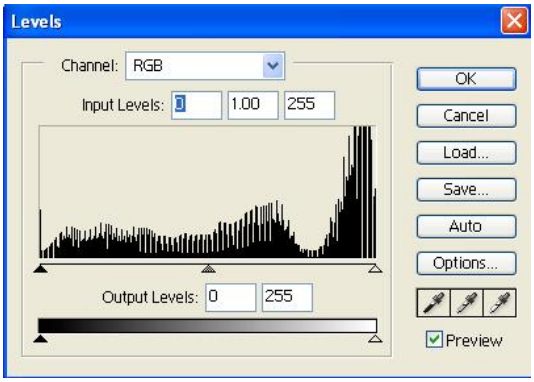
ในที่นี้ จะเลื่อนให้มาอยู่ที่เส้นกราฟเท่านั้น ไม่ได้ปรับอย่างอื่นเพิ่มเติม จากนั้นกด OK



จะได้ภาพที่คมชัดขึ้น

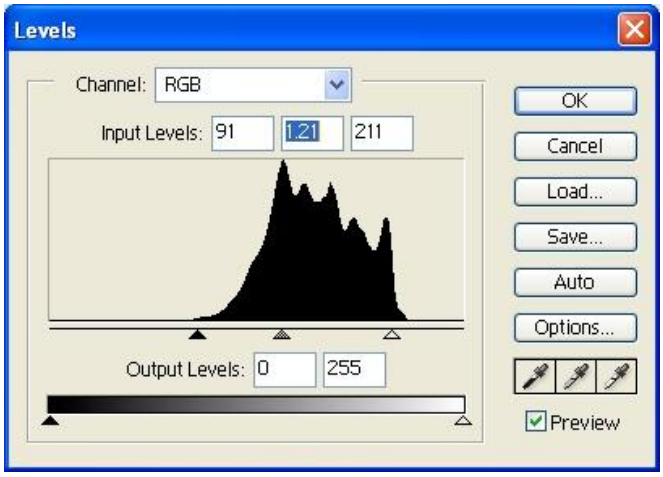
ภาพก่อนและหลังปรับ Level



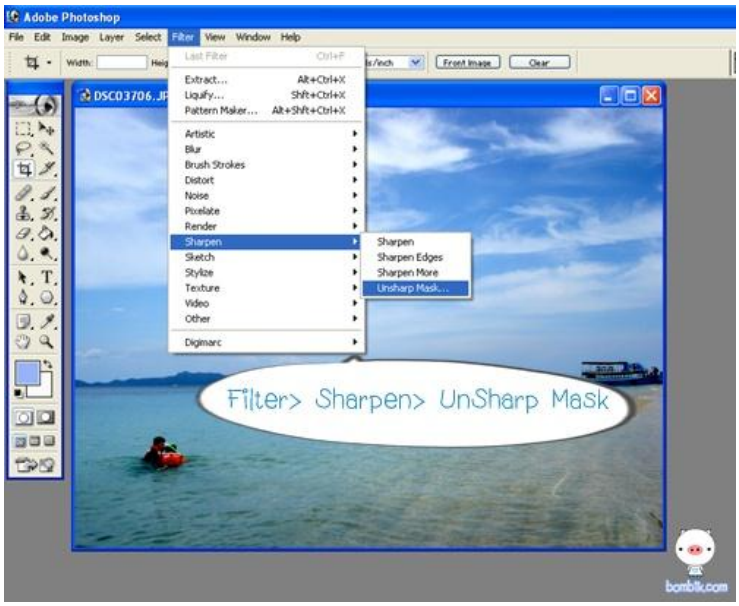


เมื่อปรับ Level แล้ว หากกลับไปดูกราฟ จะเห็นว่ากราฟมีการเปลี่ยนแปลง มีกระจายแสงและเงาตามที่ได้ปรับไป

5. **การปรับความคมชัดของภาพด้วย Unsharp Mask** เมื่อต้องการให้ภาพมีความคมขึ้น เริ่มจากเปิดภาพที่ต้องการปรับทำการปรับ Levels



จากนั้นหากต้องการ Resize ให้ Resize ก่อนแล้วจึงมาเริ่มปรับ Unsharp Mask โดยไปที่ **Filter> Sharpen> Unsharp Mask** ซึ่งในส่วนของ Sharpen มีให้ปรับอยู่หลายส่วนจะเลือกปรับในส่วนของ Unsharp Mask



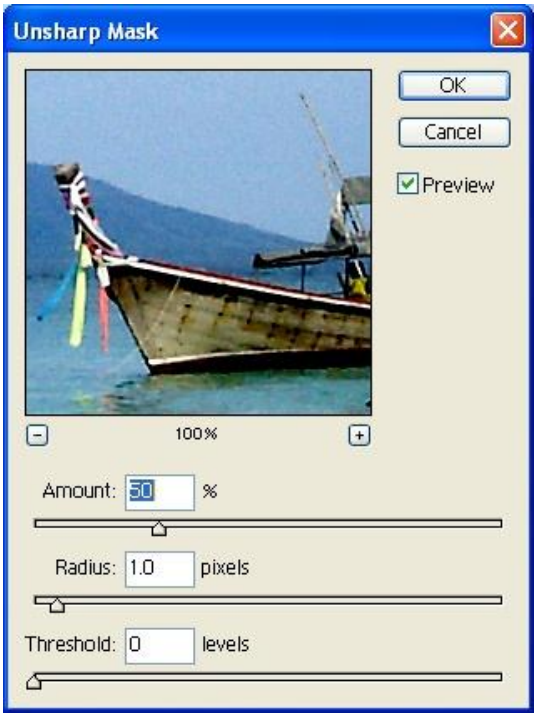
ในส่วนของ Unsharp Mask มีส่วนให้ปรับอยู่ 3 ส่วนคือ Amount, Radius, Threshold แต่ละส่วนเป็นการปรับดังนี้

- Amount มีค่าจาก 0-500% จะเป็นการเพิ่มความต่างหรือความเข้มของโทนสีตรงเส้นขอบเพื่อให้ดูคมชัดขึ้น ซึ่งหากมีค่ามาก ก็จะเห็นบริเวณที่เป็นเส้นขอบชัดขึ้น
- Radius มีค่าตั้งแต่ 0.1-250 เป็นการเพิ่มขนาดเส้นขอบของแต่ละโทนสี ว่าจะให้มีรัศมีกี่ Pixels ถ้าหากปรับมากเกินไปจะเห็นเส้นของขอบชัดมากขึ้น

- Threshold มีค่าจาก 0-255 ในส่วนของ Threshold เป็นการลดการทำงานของ Unsharp Mask เพื่อลดความต่างของเส้นขอบ ค่ายิ่งมาก ภาพจะแสดงเฉพาะส่วนที่มีความต่างของเส้นขอบมากเท่านั้น

ส่วนวิธีการปรับควรเริ่มปรับจาก Radius ก่อน ตามด้วย Amount และ Threshold ส่วนจะปรับค่าเท่าไรจึงจะเหมาะสม ก็ขึ้นอยู่กับภาพที่นำมาและความชำนาญของแต่ละคน โดยปกติที่ปรับจะปรับแค่ Radius=1 กับ Amount=50 เป็นค่าน้อยสุด ค่า Amount หากน้อยกว่า 50 ก็แทบไม่เห็นความแตกต่างเท่าไร

การดูภาพ Preview ควรปรับเป็น 100%



ภาพก่อนและหลังปรับ Levels และ Unsharp Mask



ภาพก่อนและหลังปรับ Levels และ Unsharp Mask(Amount 70% Radius 2.0 pixel Threshold 20 level)

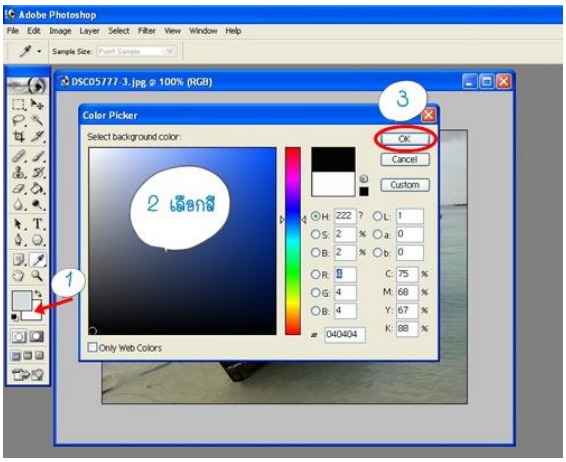


ภาพก่อนและหลังปรับ Levels และ Unsharp Mask(Amount 151% Radius 3.0 pixel Threshold 10 level)



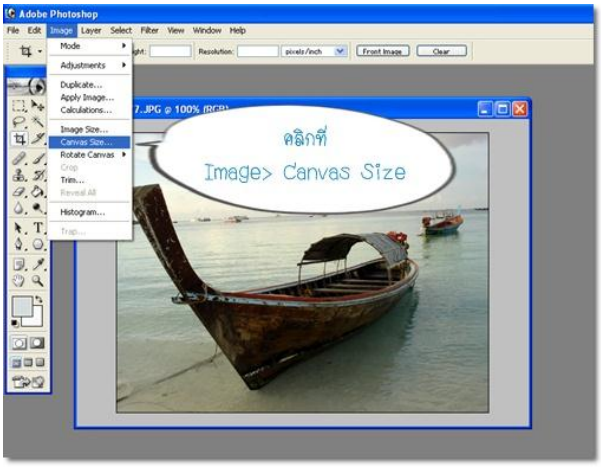
จะเห็นว่าจากการปรับ Level และ Unsharp Mask ภาพจะสว่างและคมชัดขึ้น เส้นขอบจะชัดขึ้นเห็นได้ชัดเจนจากรูปดอกไม้ด้านบน ซึ่งหากปรับค่ามากไป ก็อาจจะทำให้ดูแข็งไม่เป็นธรรมชาติ

6. **การทำขอบสีต่าง ๆ ให้กับรูปภาพ**ทำเมื่อได้ทำการปรับแสง ปรับขนาด ปรับความคมชัดของรูปภาพเรียบร้อยแล้วหากต้องการใส่ขอบ มีวิธีดังนี้

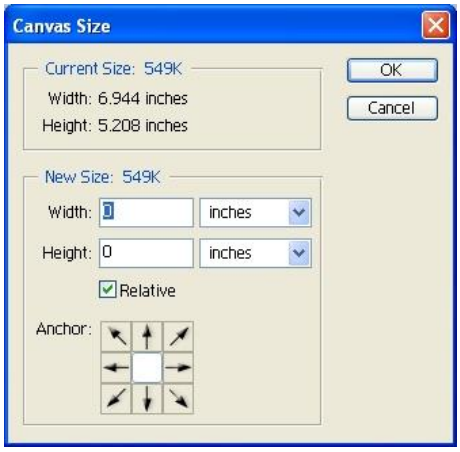


เปิดภาพที่ต้องการใส่ขอบขึ้นมาเลือกสีที่ต้องการจะให้เป็นขอบ โดยคลิกที่สีที่อยู่ด้านหลังเลือกสีที่ต้องการแล้วกด OK

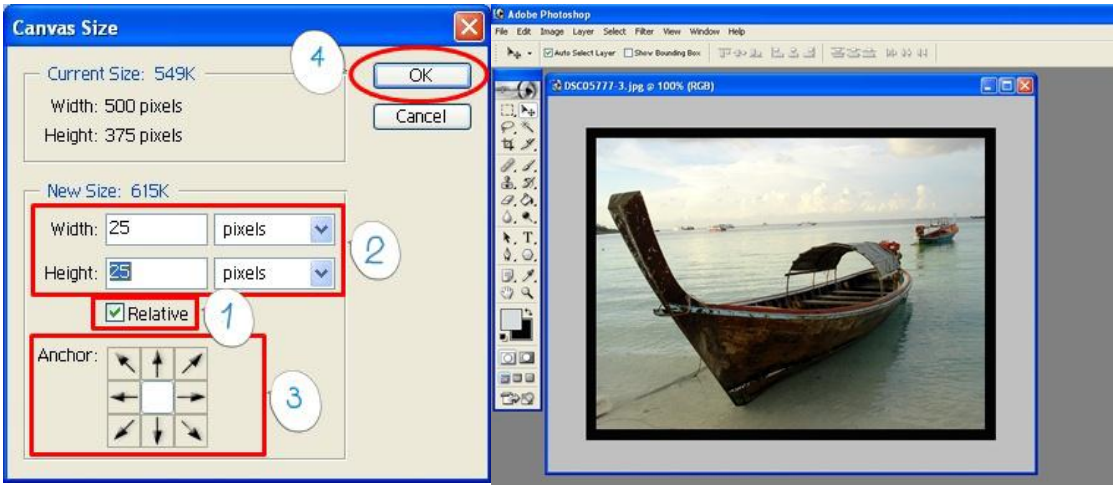
จากนั้นไปคลิกที่ Image เลือก Canvas Size..



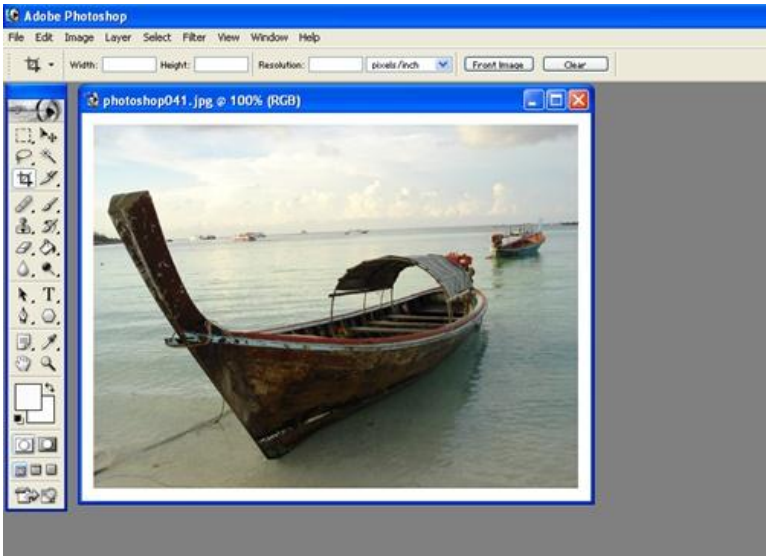
จะปรากฏดังภาพ



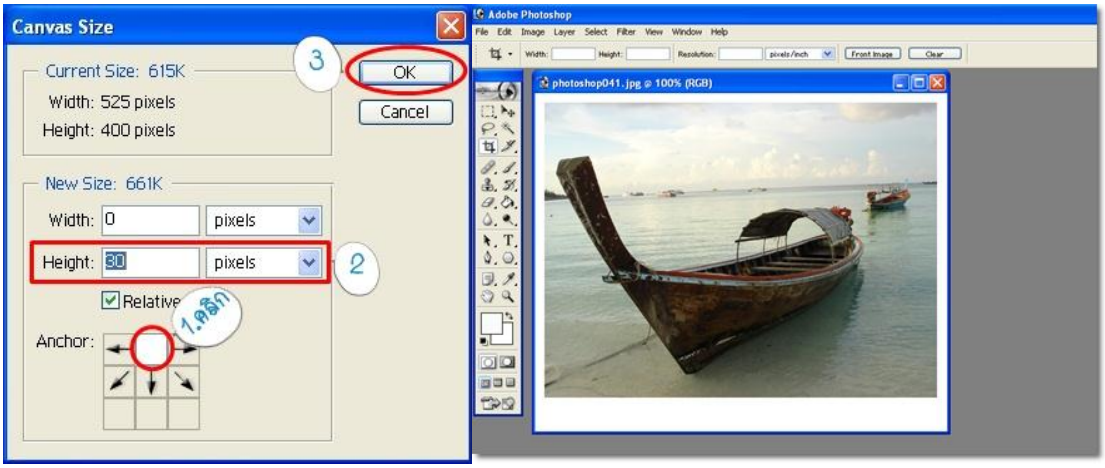
ตั้งค่าในส่วนต่าง ๆ โดยคลิกที่ Relative จากนั้นเลือกหน่วยที่ต้องการในที่นี้จะปรับเป็น Pixels และตั้งค่าโดยพิมพ์ตัวเลขลงในช่องตรง Anchor เลือกทิศทางในการใส่ขอบ ในที่นี้คือจากภาพออกไปด้านละเท่า ๆ กัน 25 Pixels แล้วคลิก OKจะได้ภาพที่เติมขอบสีดำ



หากจะทำขอบแบบโพรารอย โดยมีพื้นที่ด้านล่างภาพมากขึ้น ให้เลือกสีขาว

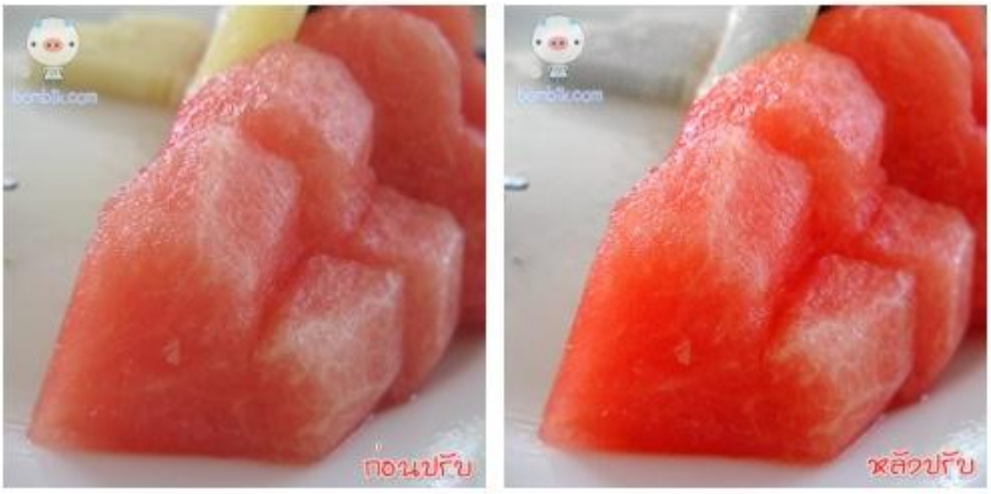


จากนั้นทำการ Canvas Size **ซ้ำ**อีกครั้งโดยเลือกรูปแบบทิศทางการทำขอบที่ Ancho โดยคลิกที่สี่เหลี่ยมตั้งค่าความสูงเพียงด้านเดียวคลิก OK จะได้ภาพที่มีด้านล่างเว้นว่างมากขึ้น



7. **การปรับภาพให้มีสีสันสดใสขึ้น** โดยใช้คำสั่ง Hue/Saturation เพื่อทำให้ภาพมีสีสันสดใสขึ้น โดยที่จะแสดงทั้งการปรับสีต่าง ๆ ให้มีความเข้มข้นของสีมากขึ้น การลดความเข้มข้นของสีบางสีเพื่อเน้นให้สีที่ต้องการเน้นให้โดดเด่น และการเน้นเฉพาะสีเดียว และการเปลี่ยนสีจากสีเดิมเป็นสีที่ต้องการ

ตัวอย่างภาพจากการปรับ Hue/Saturation แล้ว โดยเพิ่มความเข้มข้นของสีแดง และลดความเข้มสีเหลืองของสับปะรดด้านหลังลง เพื่อให้แตงโมดูมีสีสดและเด่นขึ้น



ภาพที่สองมีการเพิ่มความเข้มข้นของสีแดง ส่วนที่เป็นสีแดงในภาพจะดูสดใสขึ้น ส่วนอื่นๆ ยังเหมือนเดิม

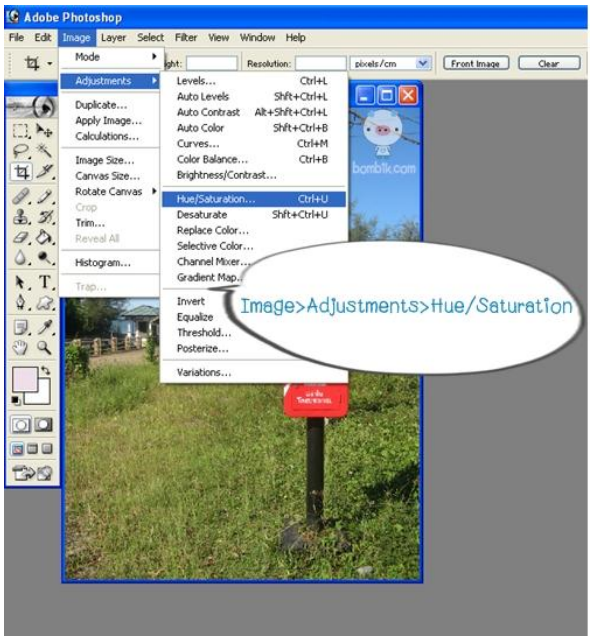


ภาพที่ 3 นี้เป็นการปรับความเข้มข้นของ 3 สี คือสีแดง สีฟ้า สีน้ำเงิน ส่วนสีอื่น ๆ ลดความเข้มข้นลง



ขั้นตอนในการทำ จะยกตัวอย่างภาพที่ 3 โดยจะเน้นที่สีตู้ไปรษณีย์และท้องฟ้า ซึ่งจะปรับให้สองส่วนนี้มีสีที่เข้มข้นขึ้นหรือมีสีสดขึ้นกว่าเดิม และปรับลดความเข้มข้นของสีอื่นๆ ของภาพลง

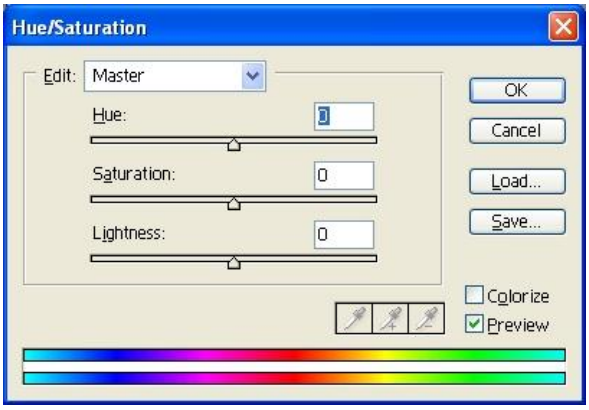
เปิดรูปขึ้นมาแล้วเลือกคำสั่ง Image>Adjustments>Hue/Saturation หรือกด Ctrl+u



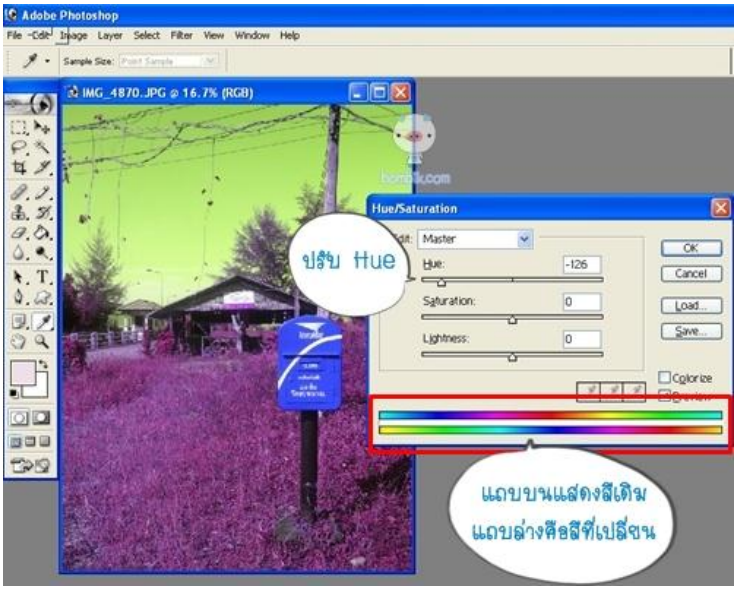
ในการปรับ Hue และ Saturation จะมีการปรับอยู่ด้วยกัน 3 ส่วนคือ

- Hue การปรับเฉดสี จากเฉดสีเดิมเป็นเฉดสีต่าง ๆ
- Saturation การปรับความเข้มของสี *ปรับให้มีสีสดขึ้นหรือจืดลง*
- Lightness การปรับแสง มืด - สว่าง

ด้านล่างที่เป็นแถบสีสองแถบ จะแสดงค่าในการปรับ แถบด้านบนคือเฉดสีเดิม แถบด้านล่างคือเฉดสีที่ปรับ

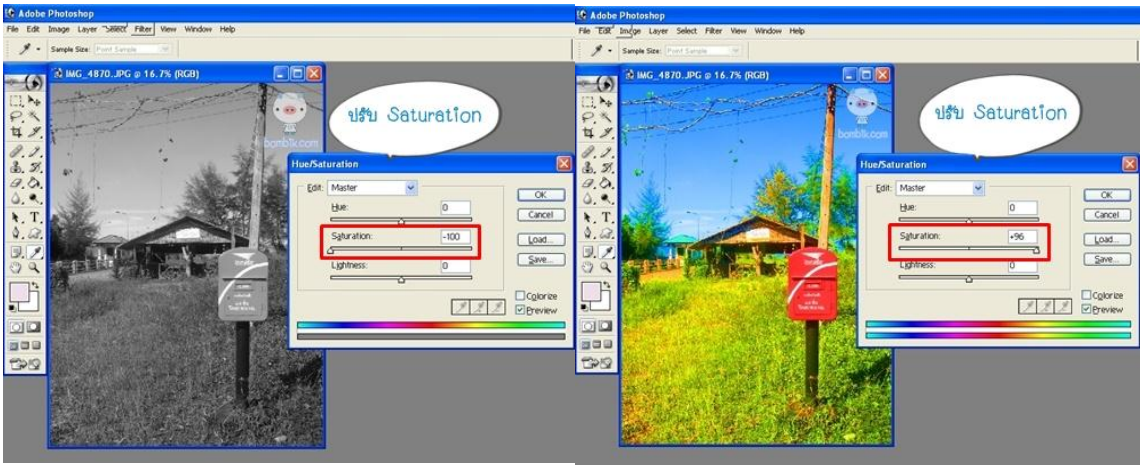


การปรับในส่วนต่างๆ เริ่มจากการปรับ Hue โทนสีจะเปลี่ยนไป ดูจากแถบสีทั้งสองแถบด้านล่าง โทนสีด้านบนจะถูกแทนที่ด้วยโทนสีด้านล่าง เช่น ดูตรงซ้ายมือสุด สีฟ้าและน้ำเงินที่แถบสีด้านบน จะถูกแทนที่ด้วยสีเหลืองและเขียวอ่อนด้านล่าง ซึ่งในภาพเดิมส่วนที่เป็นสีน้ำเงินคือส่วนของท้องฟ้า

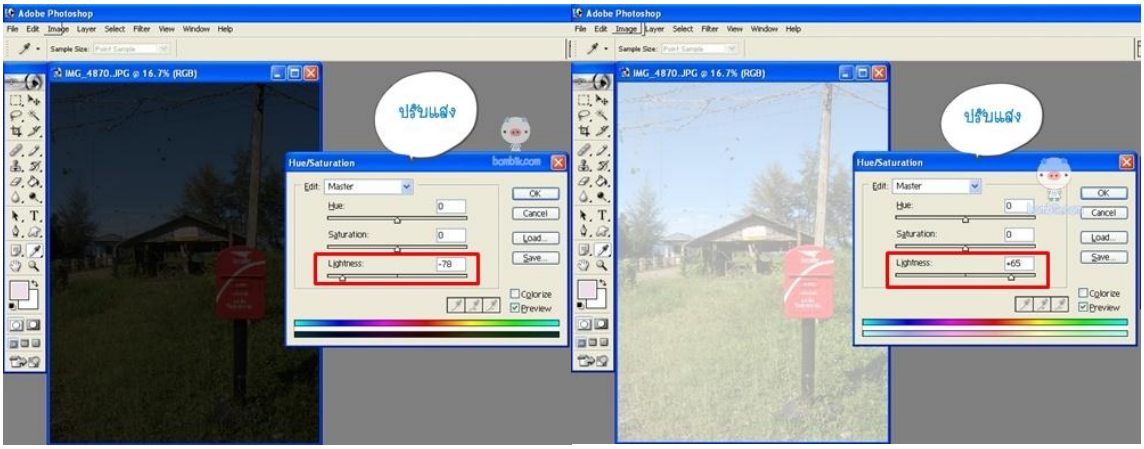


ดังนั้นเมื่อปรับ Hue ตามนี้แล้ว ท้องฟ้าจะกลายเป็นสีออกเขียวๆ

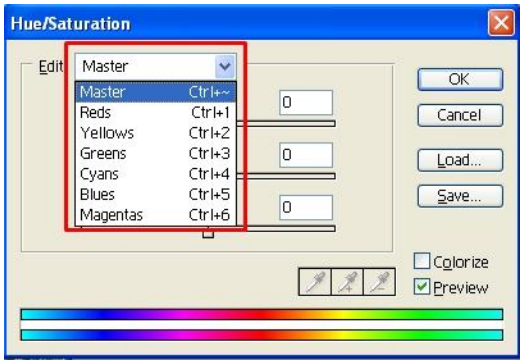
ต่อมาลองปรับ Saturation โดยปรับมาซ้ายสุด(-100) สีจะซีดลงจนกลายเป็นระดับสีเทา ถ้าปรับ Saturation ไปด้านขวาดูบ้าง(96) สีจะเข้มข้นขึ้น จนภาพจนดูสีเข้มเกินจริง



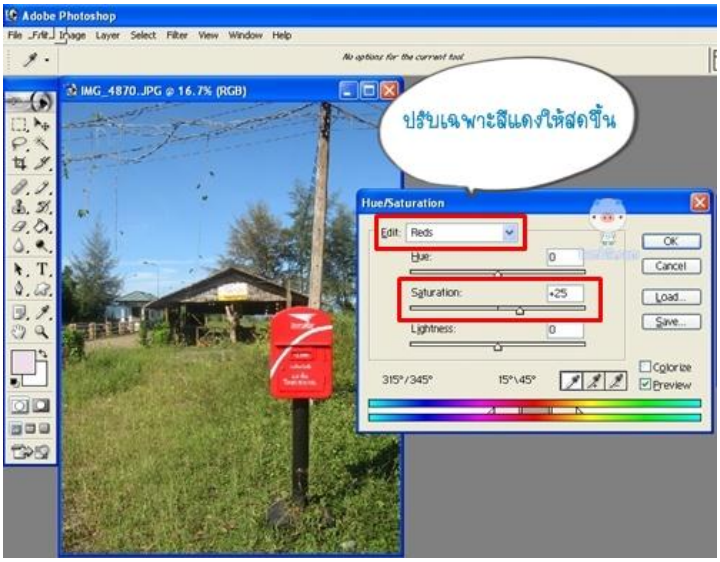
ส่วน Lightnees หรือการปรับแสง ปรับไปด้านซ้ายแสงจะน้อยลง หากปรับไปซ้ายมือสุดจะกลายเป็นสีดำ ถ้าปรับไปด้านขวาแสงจะมากขึ้นหรือสว่างขึ้น หากปรับไปขวามือสุดจะกลายเป็นสีขาว



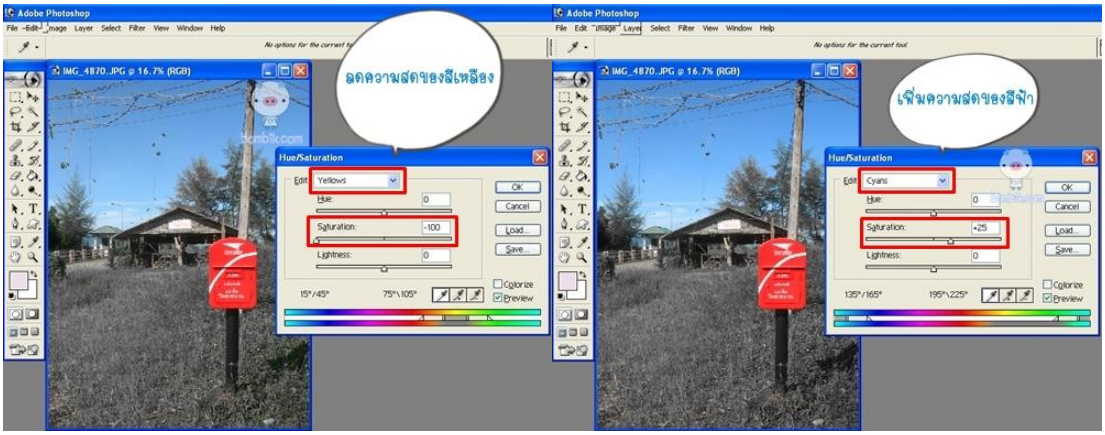
จากด้านบนจะสังเกตว่า เมื่อปรับในส่วนของ Edit อยู่ที่ Master ซึ่งเวลาปรับค่าใด ๆ จะเป็นการปรับทั้งภาพ นอกจากนี้ยังสามารถเลือกปรับเฉพาะสีที่เราต้องการได้ โดยไปคลิกที่ตรง Edit จะมีสีให้เราเลือกปรับอีก 6 สี ได้แก่ Reds โทนสีแดง, Yellows โทนสีเหลือง, Greens โทนสีเขียว, Cyans โทนสีฟ้า, Blues โทนสีน้ำเงิน, Magentas โทนสีม่วงแดง



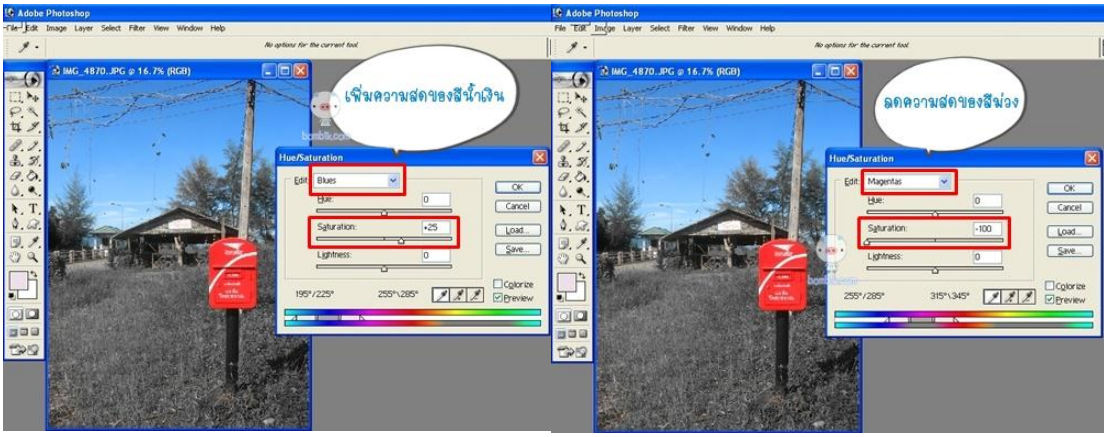
ในภาพต้องการปรับโทนสีแดงให้สดใสขึ้น จึงเลือก Reds และปรับค่าในส่วนของ Saturation เป็น 25 สีแดงจะเข้มข้นขึ้น



ลด Saturation ในส่วนของโทนสีเหลืองลงทั้งหมด รวมทั้งโทนสีเขียวด้วยจากนั้นเพิ่ม Saturation ของสีฟ้า



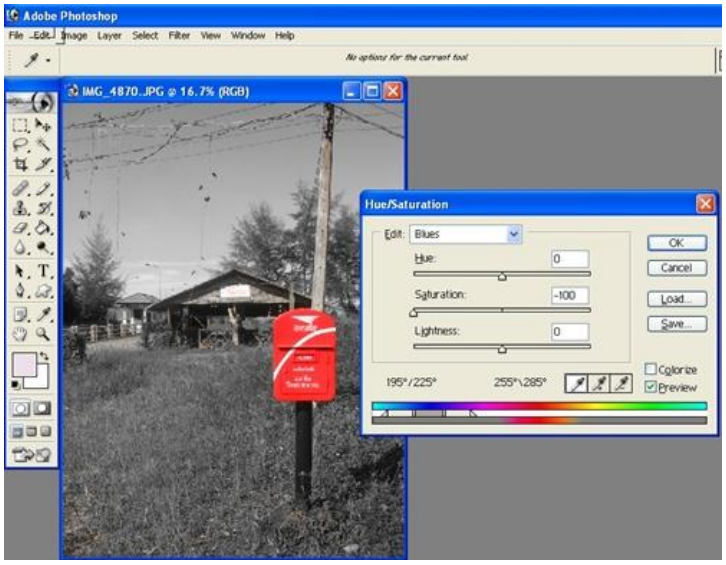
เพิ่ม Saturation ของสีน้ำเงินลด Saturation ของสีม่วง



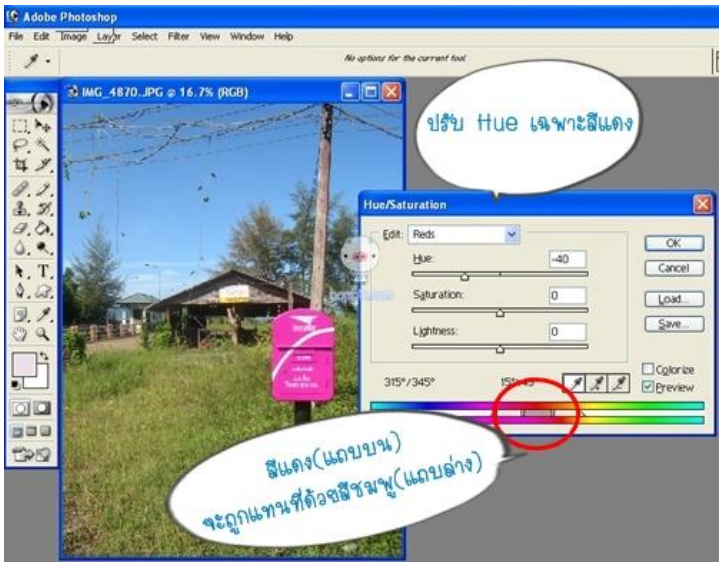
จะได้ภาพที่ออกมาดังรูป คือมีสีตู้ไปรษณีย์และท้องฟ้าที่สดใสและอื่น ๆ ในภาพจืดลง



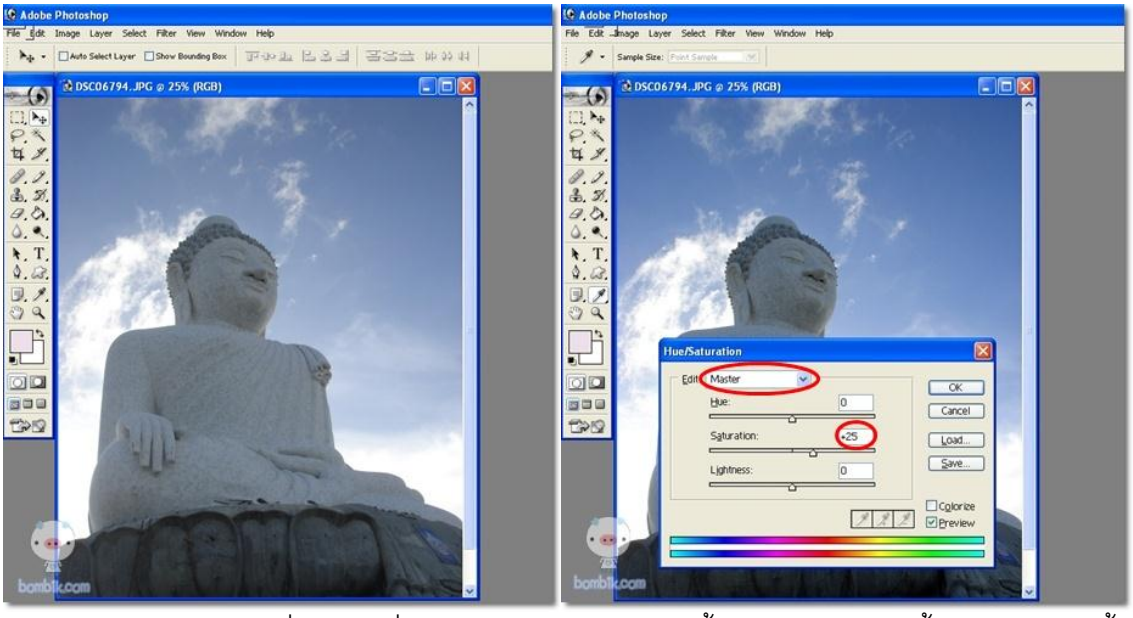
หากต้องการให้มีเพียงสีใดสีหนึ่งเด่นและรอบ ๆ เป็นโทนเทา ให้ลดความเข้มข้นในสีอื่น ๆ และเพิ่มความเข้มของสีนั้น



หรือหากเราต้องการเปลี่ยนสีเฉพาะบางสี ให้เลือกสีนั้นและปรับ Hue เพื่อเปลี่ยนเป็นโทนสีที่ต้องการได้ ในที่นี้เลือกเปลี่ยนเฉพาะโทนสีแดง (เลือกส่วนของ Edit เป็น Reds) เลื่อน Hue จนได้ที่ชมพูที่เราต้องการ สังเกตที่แถบสีชมพูด้านล่างจะอยู่ตรงกับแถบสีแดงด้านบน

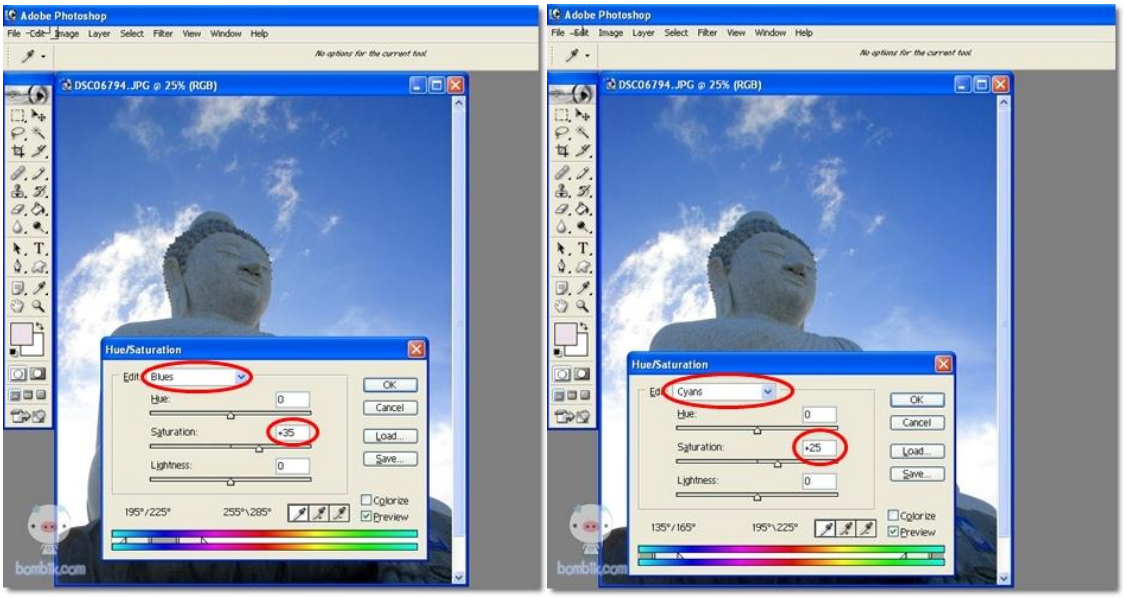


หรือหากต้องการปรับสีของท้องฟ้า



ให้กด Ctrl + U เพื่อเข้ามาที่การปรับ Hue/Saturation ขั้นแรกจะปรับภาพทั้งภาพให้มีสีสดขึ้นก่อน โดยในส่วนของ Master ปรับค่า Saturation = 25

จากนั้นปรับสีของท้องฟ้าโดยเปลี่ยนEdit เป็น Blue โดยปรับ Saturation ให้มากขึ้นโดยดูที่ความเหมาะสมของแต่ละภาพจะได้ท้องฟ้าที่เข้มและสด และอาจปรับในส่วนของสีฟ้าให้เข้มขึ้นด้วยก็ได้ เลือกปรับ Saturation ที่ Cyans ด้วย



จะได้ภาพที่มีสีท้องฟ้าเข้มและสดใสขึ้นกว่ารูปเดิม



ข้อควรระวังในการปรับ

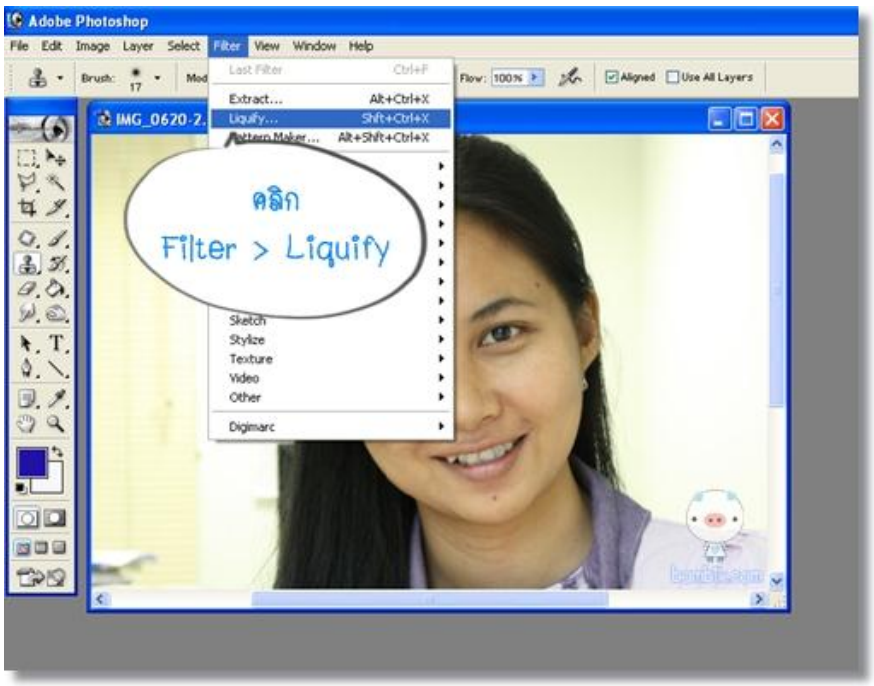
- หากในภาพนั้นมีจุดอื่นที่มีสีเหมือนที่ต้องการจะปรับจุดนั้นจะมีสีเข้มขึ้นเช่นกัน จะเห็นได้ว่าในภาพป้ายสีน้ำเงินตรงฐานพระก็มีความเข้มขึ้นเช่นกัน
- ต้องปรับให้เหมาะสม หากปรับมากเกินไปจะทำให้ภาพเห็นเป็นจุดสีแตก ๆ ทำให้ภาพไม่สวย

8. การปรับแต่งรูปหน้าจากหน้ากลม ๆ อ้วน ๆ ให้เรียวขึ้น ลบรอยจุด สิว ไฝ ฝ้า บนใบหน้า ให้หน้าเนียนขึ้น เพิ่มความสว่างให้กับใบหน้า ทำให้หน้าดูขาวและสว่างขึ้น และการแต่งหน้าเพื่อเพิ่มสีสันให้กับใบหน้า มีขั้นตอน 4 ขั้นตอน คือ **ผอม เนียน ขาว สวย**

ตัวอย่างภาพก่อนและหลังการปรับแต่ง



ขั้นแรกทำหน้าให้**ผอม**กันก่อน โดยการเปิดรูปที่ต้องการขึ้นมา ไปที่เมนู Filter เลือก Liquify



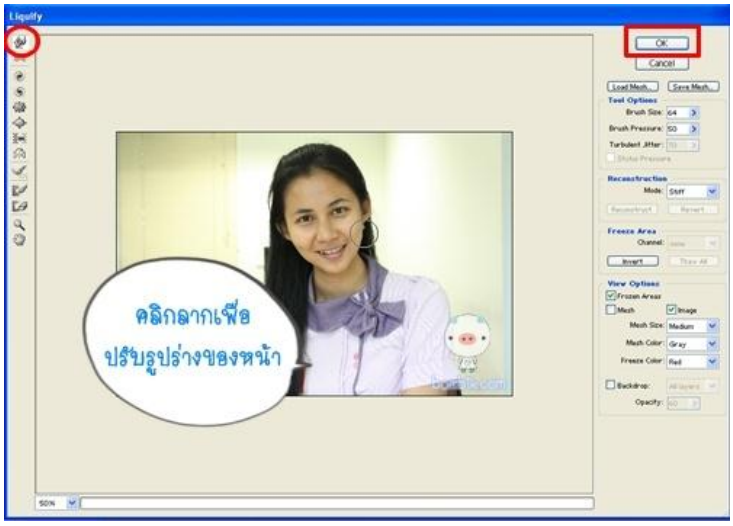
จะได้หน้าต่าง Liquify ขึ้นมา ด้านข้างจะสามารถปรับค่าต่าง ๆ ได้ ให้ปรับที่

- Brush Size คือ ขนาดของแปรงหรือวง ที่จะปรับขนาดของหน้า

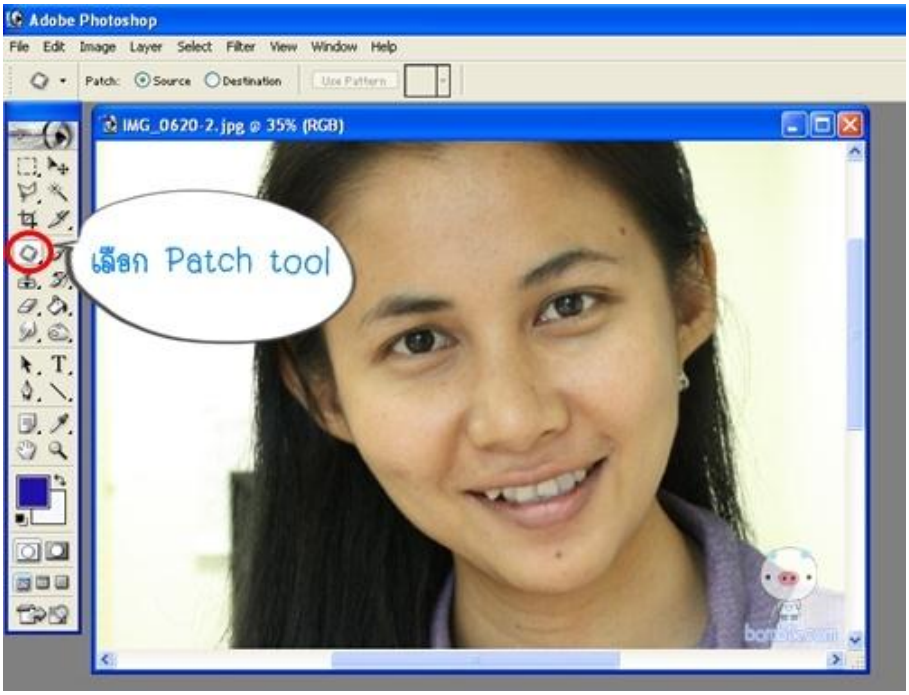


- Brush Pressure คือ แรงกดที่จะทำกับรูปเมื่อเราคลิกเม้าส์

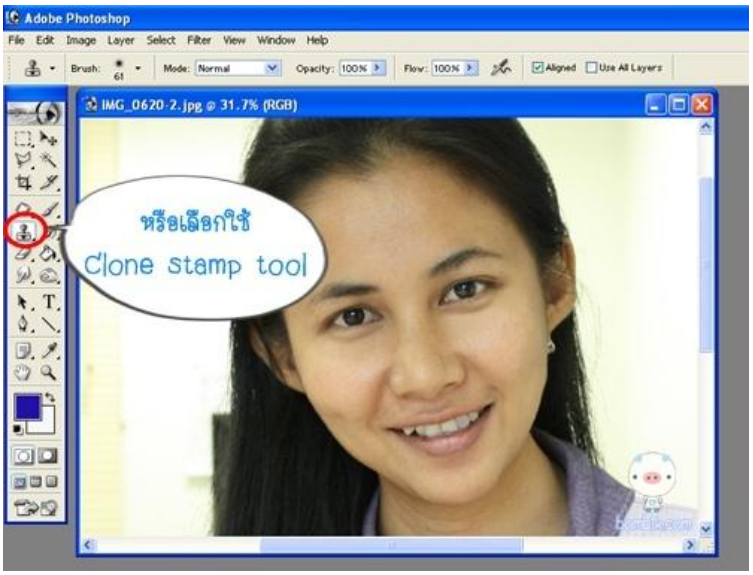
เมื่อปรับได้ขนาดตามที่ต้องการแล้ว ก็นำเครื่องมือมาทำการลดขนาดของหน้า โดยการคลิกที่ขอบใบหน้าค้างไว้ แล้วลากเม้าส์เข้ามา ค่อย ๆ ปรับทีละนิดจนพอใจ แล้วคลิกที่ OK *ในทางตรงกันข้ามหากต้องการให้ใบหน้าอ้วนขึ้นก็ลากออกได้*



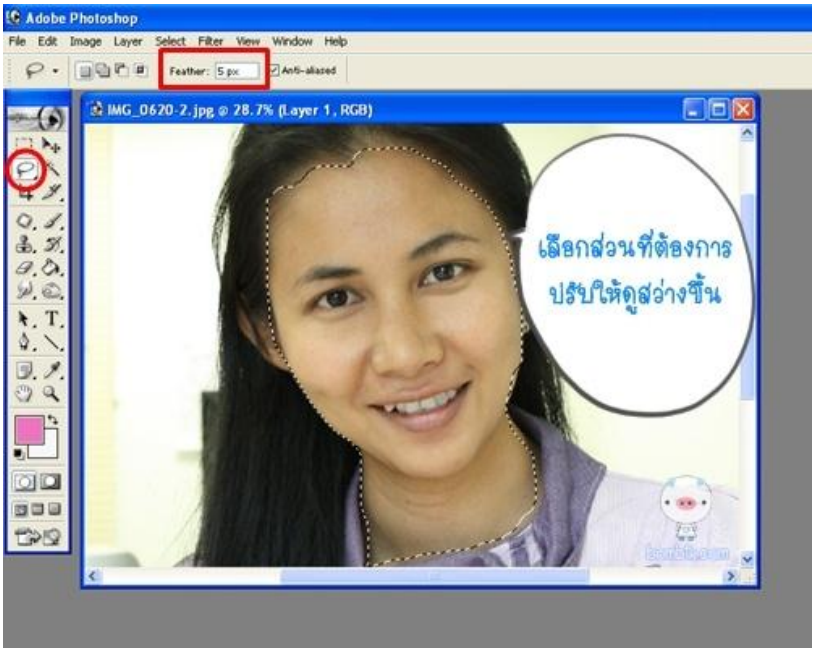
หลังจากที่ได้รูปหน้าเรียวจนพอใจแล้ว มาลบรอยจุดด่างดำ ไฝ สิว ฝ้า บนใบหน้า เพื่อทำให้หน้า**เนียน**กันบ้าง โดยไปเลือกที่เครื่องมือ Patch เครื่องมือนี้จะช่วยลบรอยที่ไม่พึงประสงค์ วิธีใช้คือนำเครื่องมือ Patch ลากคลุมในจุดที่ไม่ต้องการ หลังจากเลือกคลุมพื้นที่เสร็จ ก็คลิกพื้นที่ที่เลือกไว้ คลิกลากไปในที่ใกล้เคียง (พื้นที่เนียน ๆ) แล้วปล่อยเม้าส์ จุดที่เราไม่ต้องการจะหายไปและสีผิวตรงนั้นก็จะถูกปรับให้ใกล้เคียงกับสีเดิม



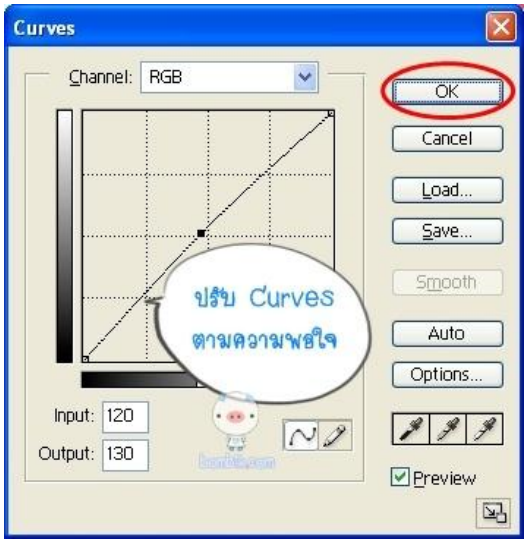
หากไม่ใช้ Patch tool จะเลือกให้ Clone Stamp tool ก็ได้ วิธีการคือ เลือกเครื่องมือ เอาเครื่องมือวางในที่ที่ต้องการ (พื้นที่เนียน ๆ) แล้วคลิกเม้าส์กดปุ่ม Alt จากนั้นก็นำเม้าส์ไปคลิกในพื้นที่ที่ไม่ต้องการเช่นไฝ พื้นที่ที่เลือกไว้จะไปแทนที่พื้นที่ที่ไม่ต้องการ



หลังจากที่หน้าเนียนแล้ว ขั้นตอนต่อไปเราจะมาปรับให้หน้า**ขาว**ขึ้น โดยปรับความสว่างของส่วนที่เราเลือก เลือกส่วนของรูปที่เราต้องการปรับให้สว่าง ในที่นี้จะเลือกใบหน้าและลำคอ โดยใช้เครื่องมือ Select หากเป็น Photoshop Version ใหม่ ๆ การเลือกพื้นที่ที่ต้องการจะง่ายขึ้น ในกรณีนี้จะปรับค่า Feather คือความฟุ้งของ Selection ด้วยเพื่อเวลาปรับจะดูกลมกลืน



เมื่อเลือกส่วนที่ต้องการได้แล้วกดปุ่ม Ctrl และ M จะได้หน้าต่าง Curves ขึ้นมา ดันเส้น Curves ขึ้นจะได้ความสว่างมากขึ้น เลือกปรับตามความต้องการ จากนั้นคลิก OK

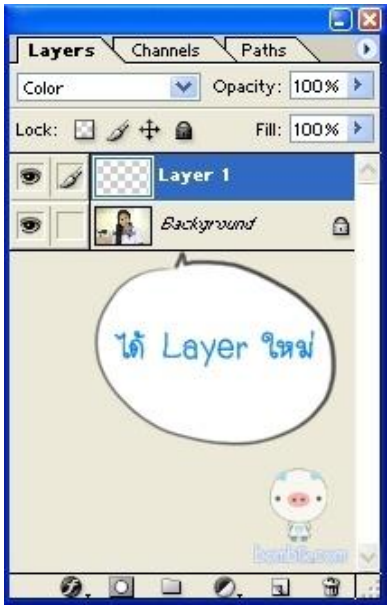


หลังจากได้หน้าสว่างดูขาวขึ้นแล้ว มาเติมสีสันให้กับใบหน้า เพื่อให้หน้าดูมีสีสันและดู**สวย**ขึ้น เลือกสีแก้มเป็นสีชมพู



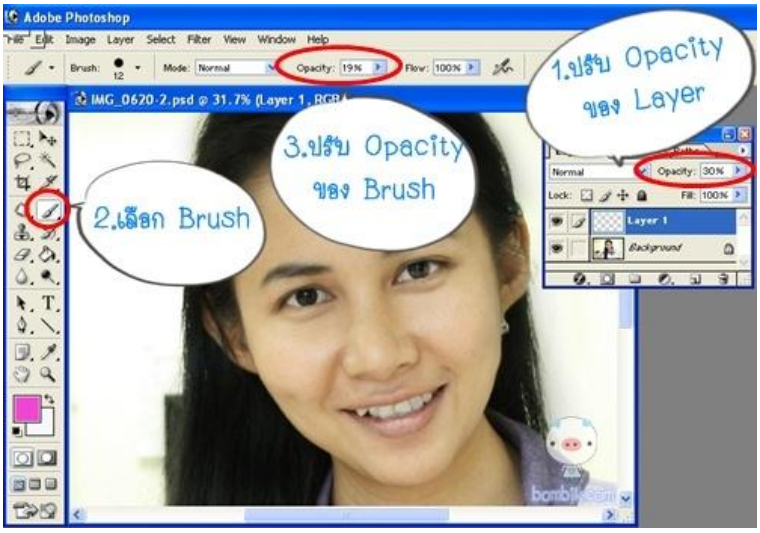
คลิกตามภาพเพื่อเพิ่ม Layer มาอีก Layer



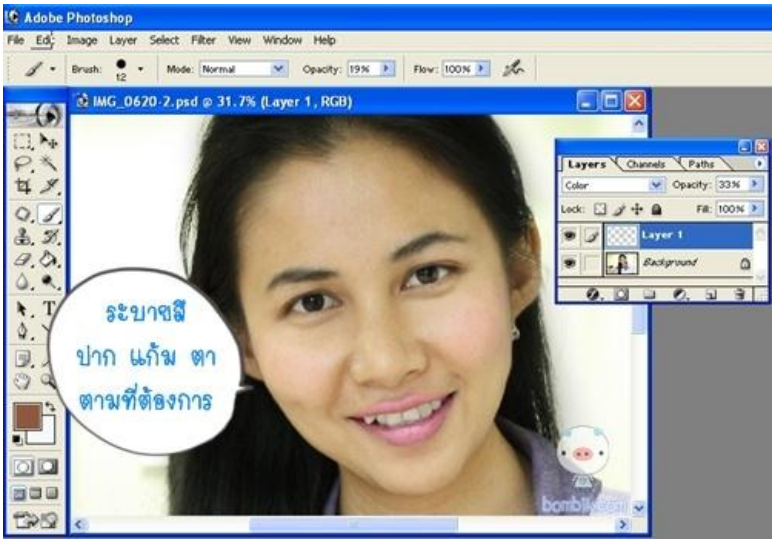


จะได้ Layer ใหม่มา 1 Layer ให้คลิกที่ Layer นั้น เปลี่ยนโหมดเป็น Color

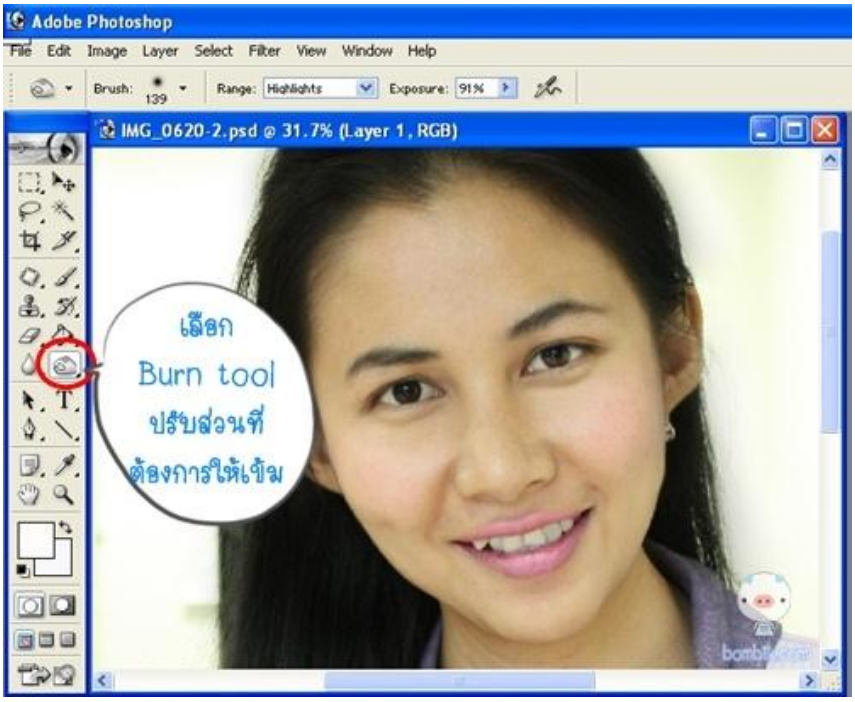
จากนั้นปรับ Opacity ของ Layer (ในที่นี้ปรับเป็น 30%) เลือก Brush และปรับ Opacity ของ Brush (ในที่นี้ปรับเป็น 19%) การลด Opacity คือ เพิ่มค่าความโปร่งแสง ยิ่งค่าน้อยจะทำให้การระบายสีชมพูลงไปบนแก้มและปากจะดูไม่แข็งและไม่ดูหลอกเกินไป



จากนั้นก็ปรับขนาดพู่กัน เลือกสี ระบายสีแก้ม ปาก และตา ตามที่ต้องการ



ขั้นตอนสุดท้าย หลังจากที่ปรับอะไรมามาก บริเวณตาและส่วนที่เป็นสีดำอาจจะจางลง เราจะปรับตรงส่วนนี้ให้ดูเข้มขึ้น โดยการไปเลือกเครื่องมือ Burn แล้วไปคลิกระบายในส่วนที่ต้องการ เช่น ตาดำ คิ้ว ผม เป็นต้น

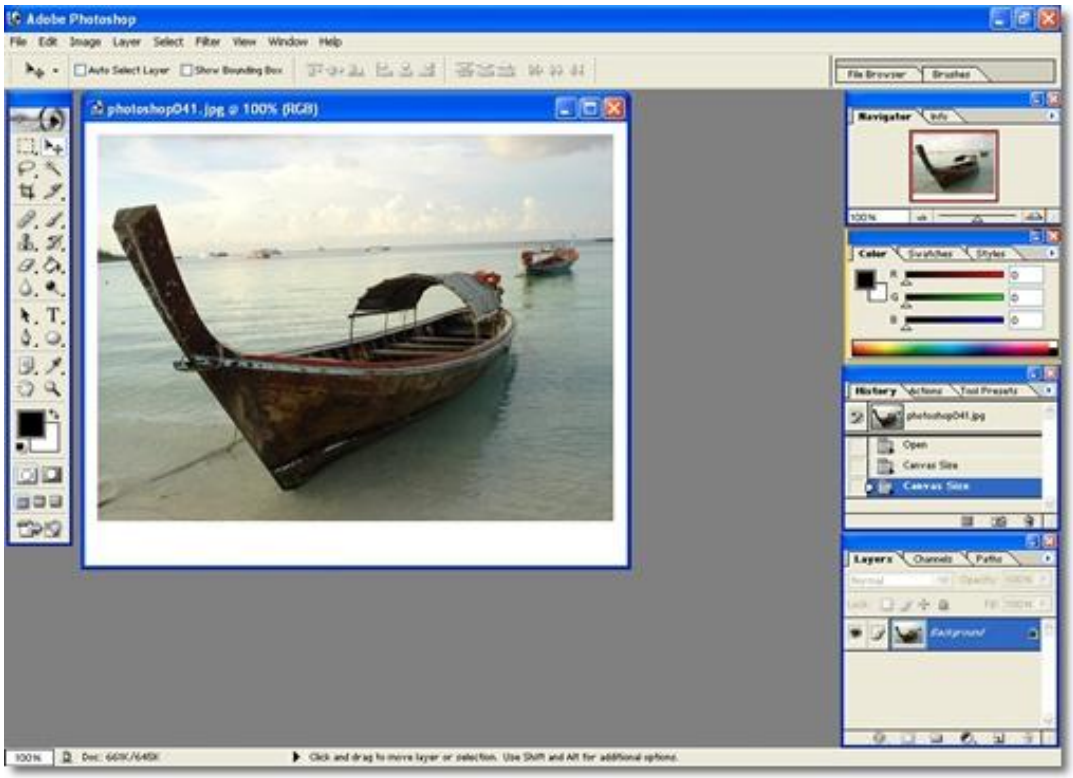


เสร็จขั้นตอนทั้งหมดเพียงไม่กี่ขั้น ก็จะได้รูปที่ดูผอม เนียน ขาวและหน้าตามีสีสันขึ้น

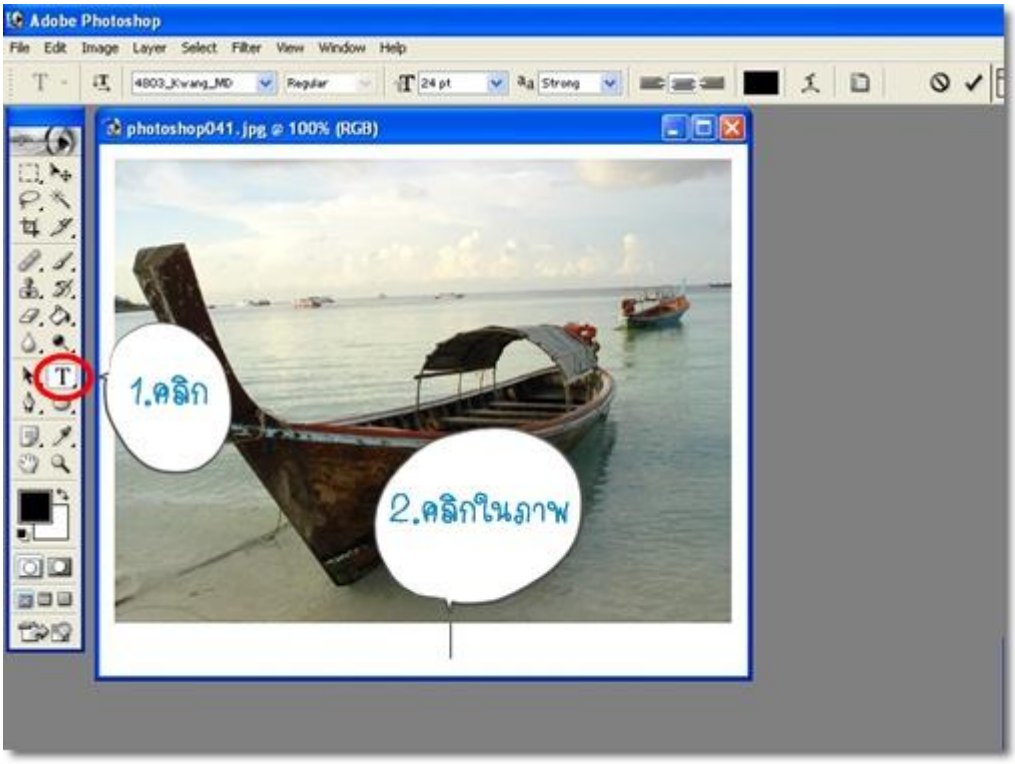


การวางข้อความบนภาพ

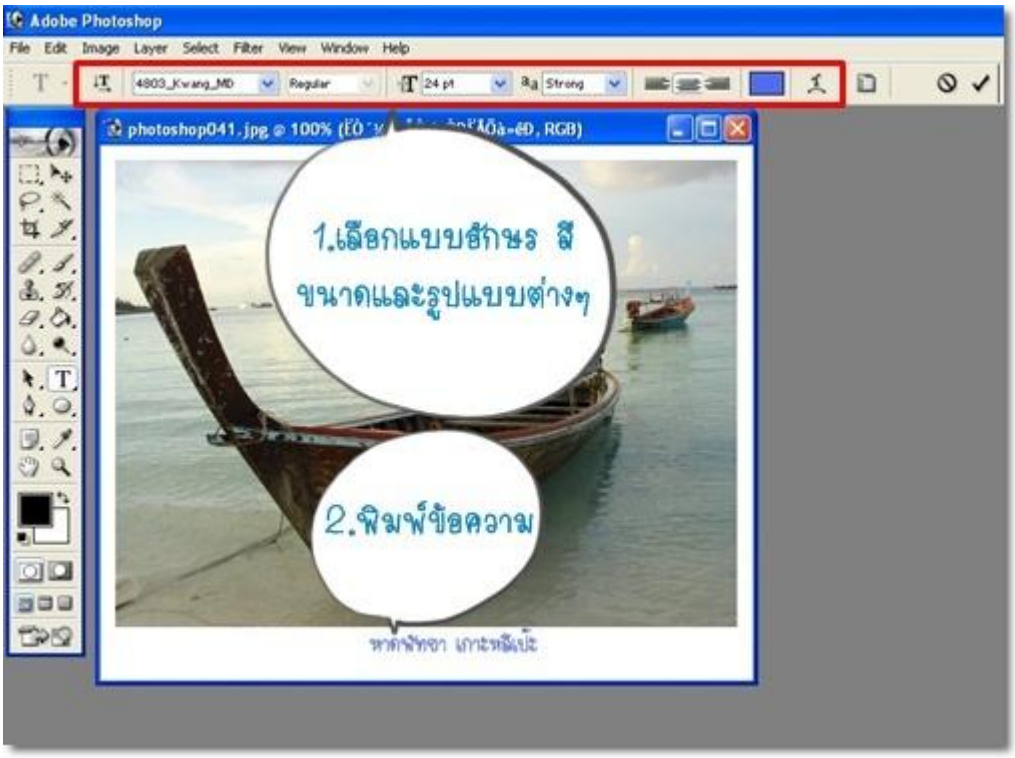
เริ่มจากเปิดภาพที่ต้องการใส่ตัวอักษรขึ้นมา



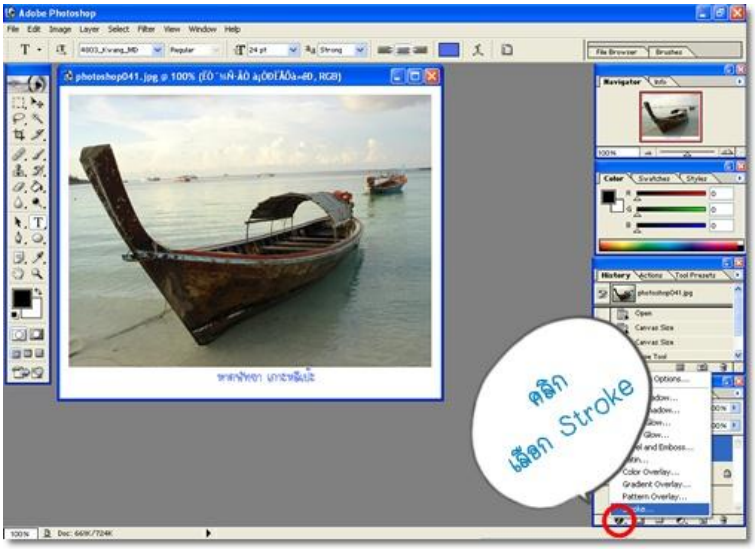
คลิกเลือกเครื่องมือ Type Tool และคลิกในภาพบริเวณที่ต้องการพิมพ์



เลือกแบบอักษร ขนาด การจัดรูปแบบ และสีของอักษรและพิมพ์ข้อความที่ต้องการ



เมื่อพิมพ์ข้อความเสร็จ หากจะใส่ Effect ให้กับข้อความนั้น ให้คลิกที่ด้านล่างของแถบ Layer เป็นการ Add Layer Style จะมีแถบขึ้นมาให้เลือก Style คลิกที่ Stroke เพื่อใส่เส้นขอบให้กับตัวอักษร



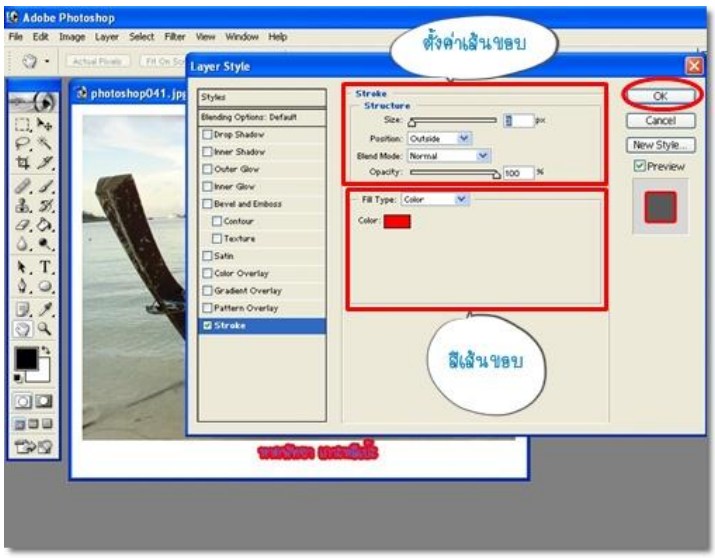
เมื่อคลิกที่ Stroke แล้วจะขึ้น Layer Style ให้เราตั้งค่าเส้นขอบ

- Size คือ ขนาดของเส้นขอบ
- Position คือ ตำแหน่งของเส้นขอบจะมี Outside, Inside และ Center
- Blend Mode คือ เลือก Mode ที่จะใช้ปกติจะเป็น Normal

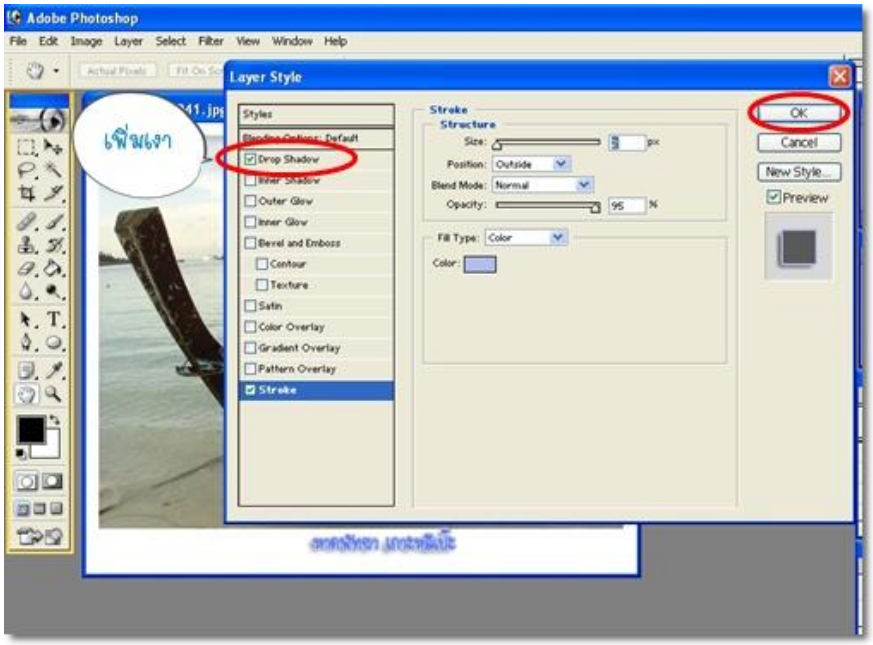
- Opacity คือ ความโปร่งใสของเส้นขอบ

- Fill Type คือ การเติมลักษณะเส้นขอบ มีให้เลือกคือ Color เป็นสีตามปกติ Gradient คือแบบไล่สี และ Pattern คือเป็นสีตามรูปแบบโดยจะมีแบบให้เลือก

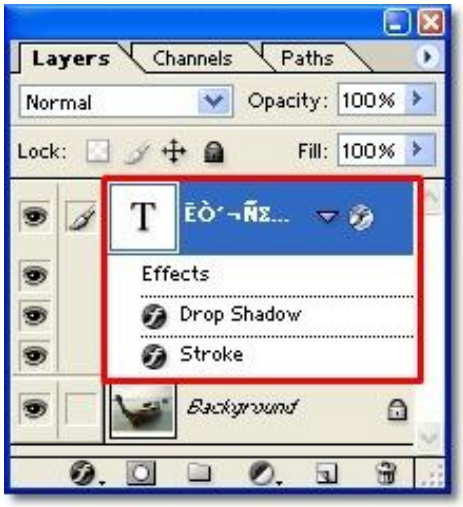
ในที่นี้จะเติมแบบ Color คือเป็นสีพื้นๆ ธรรมดา เสร็จแล้วกด OK



ในกรณีที่ต้องการใส่ Style อย่างอื่นเพิ่มให้คลิกที่ Style นั้นที่แถบด้านข้างหรือหากกด OK ไปแล้วและยังไม่ได้เลือก Effect อื่น ก็ไปเลือกใหม่ตามขั้นตอนด้านบนได้ในที่นี้เราจะคลิกเพิ่มเงา Drop Shadow

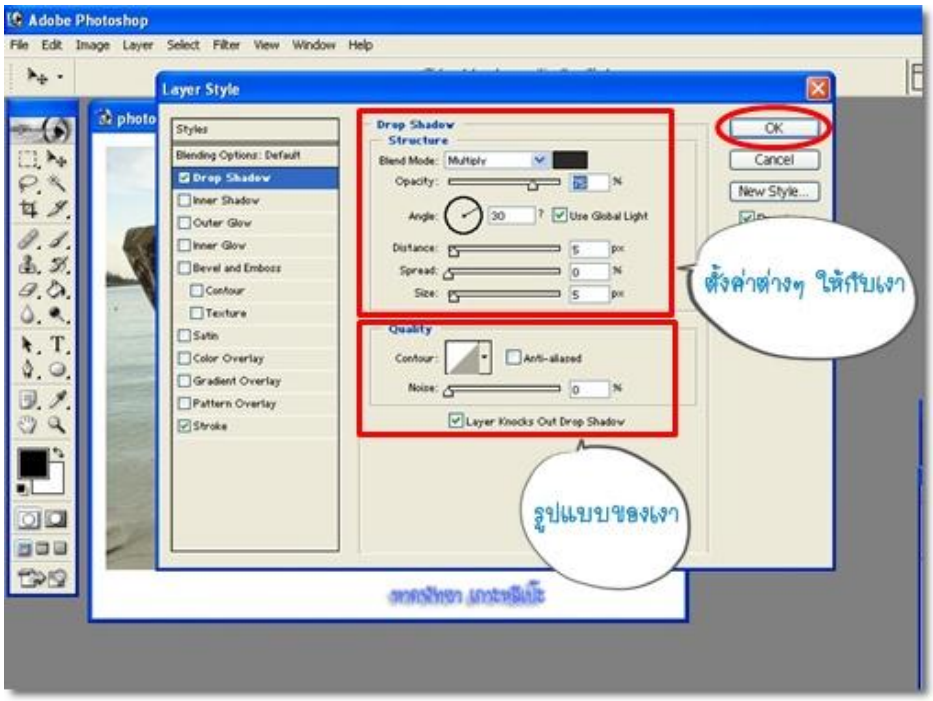


หลังจากที่เลือก Style ต่างๆ แล้ว ที่แถบ Layer จะปรากฏ Style หรือ Effects ที่ใส่ทั้งหมด หากต้องการเปลี่ยนแปลงแก้ไข Effects ใด ก็ดับเบิ้ลคลิกที่ Effects นั้นได้ตามตัวอย่างจะไปตั้งค่าเงาใหม่ ก็ดับเบิ้ลคลิกที่ Drop Shadow



จะขึ้นหน้า Layer Style มาให้ตั้งค่า

- Blend Mode คือ การเลือก Mode ต่าง ๆ ปกติจะเป็น Multiply และเลือกสีของเงา
- Opacity คือ ความโปร่งแสงของเงา
- Angle คือ การกำหนดทิศทางของเงา
- Distance คือ ระยะทางที่เงาทอดตัว หรือระยะห่างระหว่างเงากับตัวอักษรนั่นเอง
- Spread คือ การขยายของเงารอบ ๆ ถ้าค่ามากจะทำให้เงาไม่เป็นตัวอักษรที่อ่านได้
- Size คือ ขนาดของเงา
- Contour คือ รูปแบบลักษณะของเงา
- Noice คือ ความชัดของเงา หากเพิ่ม Noice จะมีลักษณะเป็นจุดเล็ก ๆ

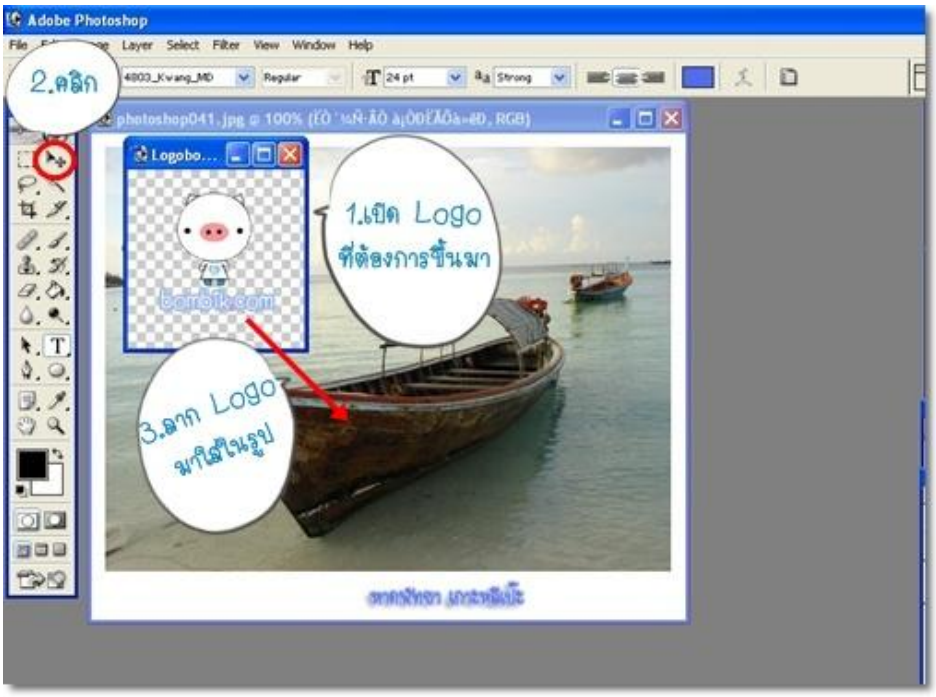


ในกรณีที่ต้องการเพิ่มรูปภาพหรือ Logo ที่ทำไว้แล้ว

1. ให้เปิดภาพนั้นเข้ามา

2. คลิกเลือกเครื่องมือ Move Tool

3. คลิกภาพที่เปิดขึ้นมาแล้วลากมาวางลงในภาพ



สามารถย่อขยายภาพที่นำมาใส่โดยกด Ctrl T หรือ Edit> Free Transform ตัวอักษรก็สามารถย่อขยายขนาดได้โดยใช้คำสั่งนี้เช่นกัน (อย่าลืมคลิกเปลี่ยน Layer ที่ต้องการทำด้วย)



จัดวางตำแหน่งตามที่ต้องการ โดยใช้เครื่องมือ Move Tool ก็จะได้ภาพที่มีตัวอักษรตามต้องการจากนั้นให้ Save เป็น .JPEG



เอกสารอ้างอิง

วิธีการใช้โปรแกรม PhotoShop (2559, 10 เมษายน) สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2559 จาก http://bombik.com/node/70/photoshop

นามสกุลไฟล์ภาพต่างกันอย่างไร. (2559, 10 เมษายน). สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2559 จาก http://th.jobsdb.com/th-th/articles/ความแตกต่าง-gif-jpeg-png-tiff

****

ใบความรู้ที่ 3.2 การถ่ายภาพนิ่งเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์

ประเภทของภาพประชาสัมพันธ์

ประเภทของภาพประชาสัมพันธ์ แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1) **การถ่ายภาพสถานที่ขององค์การ** อาคารและสถานที่ขององค์การมีความสำคัญอย่างมากต่อการสร้างภาพลักษณ์ขององค์การ เนื่องจากเป็นรูปธรรมที่คนภายนอกมองเห็นครั้งแรก การออกแบบตกแต่งอาคารสถานที่ควรสอดคล้องกับการวางแนวทางขององค์กร เช่น หากวางแนวทางขององค์การว่ามีความทันสมัยด้วยเทคโนโลยี ควรสื่อสารถึงการออกแบบตกแต่งภายนอกและภายในสถานที่ที่ดูทันสมัยด้วยสีสัน รูปทรง และวัสดุตกแต่งภายใน ในทางตรงกันข้ามหากเป็นองค์กรที่เน้นการอนุรักษ์วัฒนธรรม รูปลักษณ์ของการออกแบบตกแต่งควรเน้นความรู้สึกที่อบอุ่น คลาสสิก โดยใช้วัสดุที่เป็นศิลปะไทยในการตกแต่ง

2) **การถ่ายภาพบุคคล** การถ่ายภาพบุคคลเป็นการสะท้อนถึงบุคลิกลักษณะของบุคคล และหากบุคคลนั้นเป็นผู้บริหารองค์การก็จะสะท้อนถึงลักษณะองค์การนั้นด้วย ผู้บริหารจึงเปรียบเสมือนตัวแทนของสมาชิกทั้งหมด ดังนั้น ฝ่ายประชาสัมพันธ์จึงควรดูแลให้ผู้บริหารมีการแสดงออกในทางสร้างสรรค์ เพราะภาพถ่ายเป็นสิ่งที่อยู่ยาวนานในสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน์ หรือแม้แต่ในหน้าหนังสือพิมพ์ เช่น การประชาสัมพันธ์ภายในองค์การให้สมาชิกรู้สึกไว้วางใจที่มีผู้บริหารที่เป็นกันเอง ภาพผู้บริหารควรแต่งตัวในลักษณะสบาย ๆ และมีการจัดท่าทางให้เป็นธรรมชาติ แต่หากจะสื่อสารผู้บริหารต่อคนภายนอกว่า องค์กรนี้มีความทันสมัยทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ ช่างภาพควรสื่ออารมณ์ผู้บริหารด้วยเครื่องแต่งกาย และจัดวางท่าทางที่สง่างาม ฯลฯ

3) **การถ่ายภาพกิจกรรมขององค์การ** การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การสร้างกิจกรรมขององค์การขึ้นมาเพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนทั่วไป หรือกลุ่มเป้าหมายได้รู้จักและจดจำองค์การนั้น ๆ โดยช่างภาพประชาสัมพันธ์ต้องบันทึกกิจกรรมต่าง ๆ ไว้ เช่น พระราชพิธีพืชมงคลจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ พิธีเปิดงานมหกรรมพืชสวนโลกเฉลิมพระเกียรติฯ ราชพฤกษ์ กิจกรรมเนื่องในโอกาสคล้ายวันสถาปนากระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ภาพการช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยหรือภัยธรรมชาติที่สำคัญ ฯลฯ

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากมีการนิยมใช้กล้องดิจิตอลกันอย่างแพร่หลาย เพราะมีความสะดวกรวดเร็ว ในที่นี่จึงจะขอกล่าวถึงการถ่ายภาพประชาสัมพันธ์ด้วยกล้องดิจิตอล เพื่อให้สอดคล้องกับการนำไปใช้ประโยชน์ได้ในปัจจุบัน

ประเภทของกล้อง

ประเภทของกล้อง แบ่งตามประเภทการใช้ฟิล์ม มี 2 ประเภท ดังนี้

1. กล้องใช้ฟิล์ม เป็นกล้องถ่ายภาพบันทึกแสงที่สะท้อนจากวัตถุผ่านเลนส์ของกล้อง โดยการจำลองภาพทางแสงให้บันทึกลงบนวัสดุไวแสง หรือฟิล์มถ่ายภาพซึ่งจะบันทึกเป็นภาพแฝงบนวัสดุไวแสง ก่อนนำไปผ่านกระบวนการล้างให้เป็นภาพถ่ายถาวร

2. กล้องไม่ใช้ฟิล์มหรือกล้องดิจิตอล เป็นกล้องถ่ายภาพที่ไม่ต้องใช้ฟิล์ม ภาพที่ถ่ายได้จะถูกบันทึกไว้ในรูปแบบดิจิตอลผ่านวงจรอิเล็กทรอนิคส์ภายในกล้อง โดยอยู่ในรูปแบบของไฟล์ซึ่งสามารถนำไปตกแต่งภาพด้วยโปรแกรมต่าง ๆ เช่น Photoshop หรือใช้งานในรูปแบบต่าง ๆ ได้ โดยกล้องดิจิตอลแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้



2.1 กล้องดิจิตอล Ultra-Compact เป็นกล้องเอนกประสงค์ขนาดเล็ก กะทัดรัดสามารถพกติดตัวไปได้ทุกที่ น้ำหนักเบา บาง ราคาค่อนข้างสูง มีรุ่นให้เลือกน้อยระบบเกี่ยวกับการถ่ายภาพค่อนข้างจำกัด การใช้งานไม่สะดวกเนื่องจากปุ่มควบคุมต่าง ๆ จะเล็ก จับไม่ค่อยถนัดเหมาะสำหรับผู้หญิงหรือใช้ในการทำงานที่ต้องพกพาเป็นประจำ



2.2 กล้องดิจิตอล Compact คือ กล้องชนิดพกพาที่ไม่สามารถเปลี่ยนถอดเลนส์ได้ เป็นกล้องที่ออกแบบให้ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน เน้นไปในทางระบบอัตโนมัติหรือมีฟังก์ชั่นช่วยเหลือมากกว่าให้ผู้ใช้ปรับตั้งเอง รูปร่างของกล้องมีตั้งแต่ขนาดเล็กกะทัดรัดไปจนถึงขนาดที่จับถนัดมือ หรือบางตัวก็เลียนแบบหน้าตากล้อง SLR แบบย่อส่วน

2.3 กล้องดิจิตอล DSLR (Digital Single Lens Reflex) เป็นกล้องดิจิตอลที่สามารถเปลี่ยนถอดเลนส์ได้และเป็นกล้องที่ผู้ใช้จะต้องมีความรู้ในการถ่ายภาพดีพอสมควร เนื่องจากมีฟังก์ชั่นการทำงานที่ซับซ้อนและมีลูกเล่นต่าง ๆ เพิ่มเข้ามามากกว่าในกล้องดิจิตอลคอมแพ็ค อีกทั้งให้ผู้ใช้ปรับตั้งค่าต่าง ๆ เองได้ตามต้องการ รูปร่างขงกล้องค่อนข้างใหญ่ เนื่องจากขนาดเซ็นเซอร์รับภาพใหญ่กว่ากล้องดิจิตอลคอมแพ็คและยังต้องรองรับเลนส์และฟังก์ชั่นการทำงานที่ซับซ้อนอีกด้วย





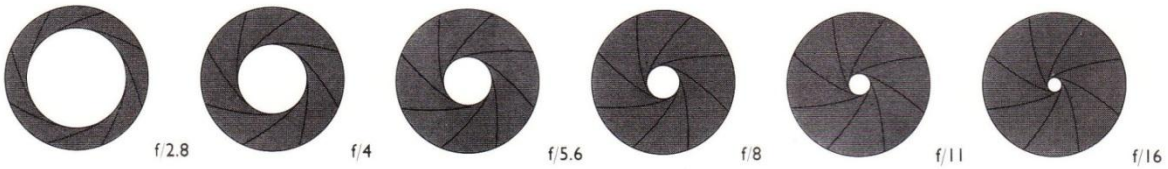
2.4 กล้องดิจิตอลขนาดใหญ่เป็นกล้องระดับมืออาชีพ ขนาดค่อนข้างใหญ่และหนักราคาสูงมีฟังก์ชั่นในการบันทึกภาพครบครัน มีอุปกรณ์เสริมมากกว่าสามารถถอดเปลี่ยนเลนส์ได้เหมาะสำรับการถ่ายภาพโฆษณาหรือภาพประกอบนิตยสาร

ความสัมพันธ์ของรูรับแรงและความเร็วชัตเตอร์

กล้องที่มีโหมดการถ่ายภาพแบบ Manual จะสามารถปรับค่าทั้งสองได้เอง แต่กล้องที่มีเฉพาะโหมดการถ่ายภาพแบบอัตโนมัติ ค่าทั้งสองจะถูกกำหนดให้โดยกล้องเอง

3.1 รูรับแสง (Aperture) เป็นช่องที่ควบคุมให้แสงผ่านเข้าไปตกที่เซนเซอร์รับแสงในปริมาณต่าง ๆ ซึ่งขนาดของรูรับแสงนั้นจะวัดหน่วยเป็น F-number โดยที่ค่าF-number มาก ๆ หมายถึง รูรับแสงแคบ แสงสามารถผ่านเข้าไปได้น้อย ส่วนค่า F-number น้อย ๆ หมายถึงรูรับแสงกว้าง แสงสามารถผ่านเข้าไปได้มาก ดังภาพด้านล่าง

ตัวกำหนดปริมาณของแสงที่จะผ่านเลนส์เข้าไปสู่ตัวรับ



เรียกว่า F-stop หรือ f-number

เลขยิ่งน้อย รูรับแสงยิ่งกว้าง = แสงผ่านเลนส์เข้าไปสู่ตัวรับได้มาก

3.2 ความเร็วชัตเตอร์ (Shutter Speed) เป็นความเร็วในการเปิด /ปิด ช่องรับแสง เพื่อควบคุมเวลาที่ให้แสงผ่านเข้ามา แสดงเป็นตัวเลขในหน่วยวินาที โดยที่ ความเร็วชัตเตอร์สูง หมายถึง เวลาที่แสงสามารถผ่านเข้าสู่กล้องมีน้อย ซึ่งได้ภาพที่หยุดการเคลื่อนไหวของวัตถุ เช่น 1/500,1/125 วินาที ฯลฯ ส่วนความเร็วชัตเตอร์ต่ำ หมายถึง เวลาที่แสงสามารถผ่านเข้าสู่กล้องได้นาน ซึ่งจะได้ภาพที่เห็นการเคลื่อนไหวของวัตถุ เช่น 1/8,1/2,1/2, 1 วินาที ฯลฯ

การเลือกความละเอียดของภาพ

รูปแบบไฟล์ภาพของกล้องทุกรุ่นสนับสนุนรูปแบบ JPEG เมื่อเลือกไฟล์ภาพแบบนี้ จะต้องเลือกอีกสองอย่างคือ ระดับความละเอียดของภาพ และระดับคุณภาพของภาพ โดยระดับความละเอียดของภาพนั้น กล้องแต่ละรุ่นสามารถเลือกระดับความละเอียดสูงสุดตามคุณสมบัติของกล้อง

นั้น ๆ เช่น 5,8 หรือ 10 ล้านพิกเซล ซึ่งสามารถเลือกความละเอียดต่ำกว่านั้นได้ด้วย แต่ตัวเลือกในกล้องบางรุ่นอาจไม่ได้บอกมาเป็นจำนวนล้านพิกเซล แต่จะบอกเป้นขนาด กว้างXยาว ของภาพ เช่น 1280X960 พิกเซล ฯลฯ การเลือกระดับความละเอียดของภาพมักขึ้นอยู่กับการงานเป็นหลัก โดยทั่วไปหากต้องการนำภาพไปพิมพ์ในขนาด 4X6 นิ้ว (จัมโบ้) ได้สวยงาม ก็ควรเลือกความละเอียดประมาณ 1280X960 หรือ 1600 X1200 พิกเซลขึ้นไป แต่ถ้าต้องการนำไปใช้ในงานสิ่งพิมพ์ที่ต้องกรความละเอียดมาก เช่น พิมพ์หนังสือ หรือโปสเตอร์แผ่นใหญ่ ควรถ่ายที่มีความละเอียดสูง ๆ ซึ่งต้องแล้วแต่ความสามารถของกล้องด้วย

เงื่อนไขในการเลือกฟอร์แมตของไฟล์รูป

ฟอร์แมตของไฟล์รูปที่นิยมในกล้องทั่วไปมี 2 รูปแบบ คือ JPEG และ RAW โดย JPEG เป็นฟอร์แมตที่มีการบีบอัดเพื่อลดขนาดของข้อมูลและยอมให้มีการสูญเสียคุณภาพของภาพได้บ้าง ส่วน RAW คือ การจัดเก็บเป็น “ข้อมูลดิบ” ของภาพที่ได้จากเซ็นเซอร์รับแสงโดยตรงและไม่มีการสูญเสียคุณภาพ จึงบีบอัดได้ไม่มากอย่าง JPEG การเลือกฟอร์แมตของไฟล์ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ของการยำภาพไปใช้งาน โดยการถ่ายภาพในรูปแบบ JPEG ไฟล์ที่ได้ไม่สามารถปรับแต่งได้มากนัก เพราะผ่านการแปลงสีและบีบอัดมาแล้ว แต่การถ่ายภาพในแบบ RAW สามารุนำภาพนั้นมาใช้โปรแกรมปรับแต่งเพิ่มเติมได้หลากหลาย ดังนั้น งานที่ต้องการความแน่นอน ควรถ่ายในรูปแบบ RAW เก็บไว้ ส่วนภาพโดยทั่วไปที่ต้องการความง่ายในการจัดการภาพ ควรใช้รูปแบบ JPEG

การจัดองค์ประกอบทางศิลปะของภาพ (Principles of Composition)

การนำเอาองค์ประกอบต่าง ๆ ของศิลปะ เช่น เส้น สี แสง เงา รูปร่าง รูปทรง พื้นผิว ฯลฯ มาจัดเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดความงาม เรียกว่า “การจัดองค์ประกอบศิลป์” (Art Composition) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะแสดงให้ผู้ชมรับรู้และสัมผัสถึงวัตถุประสงค์ของภาพแต่ละภาพ โดยต้องคำนึงถึงปัจจัย ดังนี้

1. สัดส่วน (Property) หมายถึง ความสัมพันธ์กันอย่างเหมาะสมระหว่างขนาดขององค์ประกอบที่แตกต่างกัน ทั้งขนาดที่อยู่ในรูปทรงเดียวกันหรือระหว่างรูปทรง รวมถึงความสัมพันธ์กลมกลืนระหว่างองค์ประกอบทั้งหลาย ซึ่งเป็นความพอเหมาะพอดี ไม่มากไม่น้อย ขององค์ประกอบทั้งหลายที่นำมาจัดรวมกัน

2. ความสมดุล (Balance) หมายถึง น้ำหนักที่เท่ากันขององค์ประกอบ ไม่เอนเอียงไปข้างใดข้างหนึ่ง ในทางศิลปะยังรวมถึงความประสานกลมกลืน ความพอเหมาะพอดีของส่วนต่าง ๆ ในรูปทรงหนึ่ง หรืองานศิลปะชิ้นหนึ่ง การจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ลงในงานศิลปกรรมนั้นจะต้องคำนึงถึง

จุดศูนย์ถ่วงในธรรมชาตินั้น ถ้ามองดูแล้วรู้สึกว่าบางส่วนหนักไปแน่นไป หรือเบา บางไปก็จะทำให้ภาพนั้นดูเอนเอียง และเกิดความ รู้สึกไม่สมดุล เป็นการบกพร่องทางความงาม

3. จังหวะลีลา (Rhythm) หมายถึง การเคลื่อนไหวที่เกิดจาการซ้ำกันขององค์ประกอบ เป็นการซ้ำที่เป็นระเบียบ จากระเบียบธรรมดาที่มีช่วงห่างเท่า ๆ กันมาเป็นระเบียบที่สูงขึ้น ซับซ้อนขึ้น จนถึงขั้นเกิดเป็นรูปลักษณะของศิลปะ โดยเกิดจากการซ้ำของหน่วยหรือการสลับกันของหน่วยกับช่องไฟ หรือเกิดจากการเลื่อนไหลต่อเนื่องกันของเส้น สี รูปทรง หรือ น้ำหนัก

4. การเน้น (Emphasis) หมายถึง การกระทำให้เด่นเป็นพิเศษกว่าธรรมดาในงานศิลปะจะต้องมีส่วนใดส่วนหนึ่ง หรือจุดใดจุดหนึ่งที่มีความสำคัญกว่าส่วนอื่น ๆ เป็นประธาน งานที่ไม่มีจุดสนใจ หรือประธานจะทำให้ดูน่าเบื่อ เหมือนกับลวดลายที่ถูกจัดวางซ้ำกันโดยปราศจากความหมาย ดังนั้น ส่วนนั้นจึงต้องถูกเน้นให้เห็นเด่นชัดขึ้นมาเป็นพิเศษกว่าส่วนอื่น ๆ ซึ่งจะทำให้ผลงาน

5. เอกภาพ (Unity) หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขององค์ประกอบศิลป์ทั้งด้านรูปลักษณะและด้านเนื้อหาเรื่องราว เป็นการประสานหรือจัดระเบียบของส่วนต่าง ๆ ให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียวการสร้างงานศิลปะ คือ การสร้างเอกภาพขึ้นจากความสับสน ความยุ่งเหยิง เป็นการจัดระเบียบและดุลยภาพให้แก่สิ่งที่ขัดแย้งกันเพื่อให้รวมตัวกันได้ โดยการเชื่อมโยงส่วนต่าง ๆ ให้สัมพันธ์กัน

แนวทางการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์

ภาพถ่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นภาพถ่ายที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ตามที่ผู้ถ่ายภาพต้องการที่จะแสดงให้เห็นโดยมีวัตถุประสงค์จะแสดงในส่วนที่สวยงาม ดูดี มีคุณค่า จึงต้องถ่ายด้วยความประณีตพิถีพิถันอุปกรณ์ต้องครบถ้วน คุณภาพดีได้มาตรฐาน ผู้ถ่ายภาพต้องมีความรู้ เรื่องการถ่ายภาพ เริ่มตั้งแต่การเลือกมุมตั้งกล้อง และเน้นเนื้อหาของภาพถ่ายตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการประชาสัมพันธ์รวมถึงการจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ที่อยู่ในภาพก็เป็นเรื่องสำคัญ ต้องพิจารณาทุกสิ่งที่ปรากฏในภาพให้ดีที่สุด ซึ่งอาจแยกเพื่อให้เห็นแนวทางชัดเจนขึ้นดังนี้

1.**การถ่ายภาพที่ต้องการเน้นบุคคล** การถ่ายภาพประเภทนี้มักใช้กรณีจะแนะนำตัวบุคคล เช่น บุคคลสำคัญในฝ่ายบริหารของหน่วยงานหรือกิจกรรม อันเป็นผลงานเจาะจงตัวบุคคล การถ่ายภาพประเภทนี้ควรยึดแนวทางว่า ต้องถ่ายให้เห็นบุคลิกภาพของบุคคลผู้นั้นให้ดีที่สุด เริ่มตั้งแต่การแต่งกายเรียบร้อยสวยงาม กริยาท่าทางงามสง่ารวมถึงสิ่งอื่น ๆ ที่ปรากฏอยู่ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ต้องอยู่ในลักษณะที่ดูดีเป็นระเบียบเรียบร้อย ทำให้ผู้เห็นภาพเกิดความรู้สึกว่าบุคคลนั้นบุคลิกภาพดีน่านับถือ

2. **การถ่ายภาพตัวอาคารหรือสถานที่** ได้แก่ ภาพถ่ายที่ต้องการประชาสัมพันธ์ให้รู้จักสำนักงานหรือที่ทำการของหน่วยงานนั้น ๆ การถ่ายภาพประเภทนี้ต้องคัดเลือกอุปกรณ์ให้เหมาะสม เนื่องจากการถ่ายภาพสถาปัตยกรรมหรือสิ่งก่อสร้างบางแบบต้องอาศัยกล้องถ่ายภาพบางประเภท

ภาพจึงจะออกมาสวยงาม การเลือกมุมกล้องเพื่อให้สถานที่ดูงามสง่าการเลือกเวลา เช่น ตอนเช้าแสงแดดส่องทางทิศตะวันออกการเลือกวันที่ท้องฟ้าแจ่มใส เป็นสิ่งที่จำเป็นเพราะสิ่งเหล่านี้ ล้วนแต่ช่วยให้ได้ถ่ายภาพได้ดีทั้งสิ้น

3. **การถ่ายภาพภายในสำนักงาน** ได้แก่ ภาพแนะนำ สำนักงาน อุปกรณ์ถ่ายภาพเพื่อให้ได้ภาพในมุมกว้าง อุปกรณ์ให้แสงเพื่อช่วยจุดอับแสง บางส่วนที่มืดเกินไป การเพิ่มเติมเสริมแต่งก็จำเป็นต้องทำเพื่อให้ภาพดูมีคุณค่า ไม้ดอกไม้ประดับสามารถนำมาใช้ตกแต่งให้สวยงามขึ้นได้ จะลดความรู้สึกที่แข็งกระด้างของเสาคอนกรีต หรือผนังปูนลงได้

4. **การถ่ายภาพเหตุการณ์** เป็นการถ่ายภาพเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในขณะนั้น เช่น การแข่งขันกีฬา งานพิธีต่าง ๆ ฯลฯ ซึ่งต้องอาศัยทักษะความชำนาญ ประสบการณ์และฝีมือของช่างภาพเป็นอย่างมาก เพราะการถ่ายภาพลักษณะนี้ มีข้อจำกัดในด้านเวลาและอุปกรณ์ ซึ่งบางเหตุการณ์จะเกิดขึ้นเพียงเสี้ยววินาทีและไม่สามารถที่จะถ่ายซ้ำหรือถ่ายซ่อมได้อีก บางเหตุการณ์ช่างภาพต้องอาศัยการคาดเดาเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นล่วงหน้าตลอดจนอุปกรณ์จะมีอยู่อย่างจำกัดเท่าที่สามารถพกติดตัวไปได้ในขณะนั้น ตัวอย่างการถ่ายภาพข่าวกีฬา จะต้องให้ความสำคัญกับภาพที่ผู้แข่งขันพยายามช่วงชิงความได้เปรียบในเกมส์การแข่งขัน เช่น ถ้าเป็นกีฬาฟุตบอลภาพที่ดี คือ ภาพที่คู่แข่งขันกำลังแย่งชิงการครอบครองบอลด้วยลีลาต่าง ๆ และต้องจับภาพให้เห็นอุปกรณ์ในการเล่นด้วย

หลักปฏิบัติของช่างภาพ

ในการถ่ายภาพข่าว คุณเทพชูทับทอง ช่างภาพอาวุโสและคอลัมนิสต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐได้ให้คำแนะนำว่าจะต้องมีหลักปฏิบัติ 4 ประการ คือ

1. ว่องไว ในการถ่ายภาพเหตุการณ์

2. ใจกล้า ที่ต้องเสี่ยงกับอันตราย จะต้องกล้าเสี่ยงไม่เช่นนั้นจะไม่ได้ภาพเยี่ยม ๆ

3. หน้าด้าน เช่น เวลามีปาฐกถามีการประชุมหรือมีคนมาก ๆ อย่าประหม่า อาย

4. อดทน บางข่าวอาจจะต้องรอถ่ายนานเป็นชั่วโมงเป็นวันหรือหลาย ๆ วัน หรือบางครั้งต้องเดินทางบุกป่าฝ่าดงทุรกันดาร

การเลือกภาพในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นกระดาษ

ภาพดิจิตอลในงานผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือวารสาร แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ ป้ายประชาสัมพันธ์ที่จัดทำได้เอง โปสการ์ด นั้น หากภาพดิจิตอลมีความละเอียด สวยงาม จะช่วยทำให้ข้อมูลเกิดความน่าสนใจและอธิบายรายละเอียดเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ นั้นได้

ความละเอียดของไฟล์ภาพ (File Resolution) ก่อนการพิมพ์มีหน่วยวัดเป็น Dots Per Inch (DPI) หรือ Pixels Per Inch (PPI) คือความหนาแน่นของเม็ดสีต่อความยาว 1 นิ้ว ในแนวตั้ง/แนวนอน

ความหนาแน่น (DPI) ยิ่งมาก ความละเอียดและความคมชัดของภาพจะยิ่งสูงขึ้น ความละเอียดของภาพที่แสดงบนจอ monitor จะอยู่ที่ 72 DPI ก็เพียงพอ แต่สำหรับงานพิมพ์ในระบบออฟเซ็ทแล้ว การออกแบบสิ่งพิมพ์จำเป็นต้องใช้ความละเอียด**ไม่น้อยกว่า** 300 DPI ภาพพิมพ์ที่ได้จึงจะมีความคมชัดและให้รายละเอียดที่ดี อนึ่ง หากในช่วงการจัดทำการออกแบบสิ่งพิมพ์ ไฟล์ภาพ มีการขยายจากภาพที่มีความละเอียด 300 DPI หรือต่ำกว่า ภาพใหม่ที่เกิดขึ้นจะมีปัญหาด้านความคมชัดได้ หรือหากภาพเดิมมีความละเอียดต่ำกว่า 300 DPI แล้วมาแปลงเป็น 300 DPI ก็จะประสบปัญหาเช่นกัน

สำหรับการทำป้ายประชาสัมพันธ์ซึ่งมีภาพประกอบ โดยใช้เครื่องพิมพ์ที่มีอยู่ในสำนักงานนั้น ควรเลือกกระดาษที่เหมาะ เพื่อให้มีความสวยงาม คมชัด โดยกระดาษที่เหมาะกับการพิมพ์ภาพ ได้แก่

1. กระดาษมัน (Glossy Paper) เป็นกระดาษมัน มีขนาดเริ่มต้นที่ 90 แกรม รองรับการพิมพ์ที่ 1440 DPI - 2880 DPI โดยน้ำหมึกจะไม่ซึมไปด้านหลังกระดาษ

2. กระดาษแบบด้าน (Matte Finish Paper) ไว้สำหรับพิมพ์ภาพกราฟิก มีคุณสมบัติกันน้ำ ไม่สะท้อนแสง

3. กระดาษโฟโต้ (Photo Paper) ใช้กับการพิมพ์ภาพถ่ายที่มาจากกล้องดิจิตอล มีความหน้าและกันน้ำได้ รองรับความระเอียดถึง 2880 DPI







สำหรับการพิมพ์ภาพเพื่อใช้ป้ายประชาสัมพันธ์ เช่น ทำโปสการ์ด จัดบอร์ดนิทรรศการ ฯลฯ ควรมีการเลือกภาพ และปรับแต่งภาพในระดับเบื้องต้นก่อน

Pixel (พิกเซล)

ตารางแสดงความเหมาะสมในการอัดภาพ

ความละเอียดภาพ (Pixel)	ขนาดที่เหมาะสมในการอัด (นิ้ว)
2 แสน - 5 แสน	เหมาะสำหรับส่ง Email หรือรูป 2P, 4P
1 ล้าน	3X5 - 4X6
2 ล้าน	4X6 - 6X8
3-4 ล้าน	6X8 - 8X10
5-6 ล้าน	8X10 - 12X16
6-8 ล้าน	12X18 - 16X20

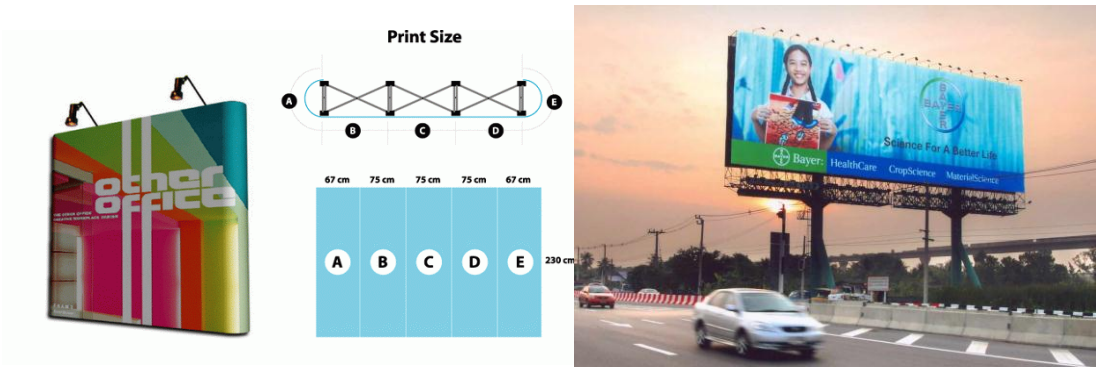
การจัดเตรียมภาพก่อนนำไปพิมพ์หรือเพื่ออัดขยายภาพ เนื่องจากภาพถ่ายที่ได้จากกล้องดิจิตอลทั่วไป จะมีสัดส่วนของภาพเป็น 4 ต่อ 3 ได้แก่ ขนาด 800 x 600 , 1280 x 960 , 1600 x 1200 และ 2560 x 1920 Pixels แต่ขนาดภาพมาตรฐานที่ร้านล้างอัดรูปทั่วไปมีอยู่นั้น มีหลายขนาด เช่น 3" x 5" , 4" x 6" , 8" x 10" และ 10" x 12" เป็นต้น ซึ่งภาพที่ร้านอัดรูปผลิตได้นั้น จะมีสัดส่วนไม่ตรงกับขนาดไฟล์ต้นฉบับที่ได้จากกล้องดิจิตอล ด้วยเหตุผลนี้เอง ภาพที่ได้จึงมีบางส่วนที่ถูกตัดออกไป จึงควรเลือกภาพปรับขนาดภาพโดยการ Crop ภาพให้ได้สัดส่วนตามต้องการ และตกแต่งภาพก่อน

การเลือกภาพในการผลิตป้ายประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่

การพิมพ์ภาพขนาดใหญ่เพื่อประชาสัมพันธ์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. ป้ายสำหรับภายใน ป้ายภายในส่วนใหญ่แล้วจะใช้โฆษณาประชาสัมพันธ์และประดับตกแต่งไปในตัว ไม่ว่าจะเป็นตัวอักษร งานพิมพ์ และงานจำพวกส่องสว่าง เช่น นีออนไลท์ แอลอีดี (LED) ป้ายไฟ เป็นต้น

2. ป้ายสำหรับภายนอก ป้ายภายนอกส่วนใหญ่แล้วจะเน้นโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นหลัก มีความโดดเด่น กระชับ เข้าใจง่าย เช่น ป้ายคัทเอาท์ ป้ายบิวบอร์ดขนาดใหญ่ตามสี่แยกและบนหรือข้างอาคารตึกขนาดใหญ่ นอกจากนี้ยังมีป้ายหน้าร้าน และป้ายที่ใช้เทคโนโลยีอันทันสมัย เช่น ป้ายไฟ Led โดยวัสดุที่ใช้จะแตกต่างกับงานภายใน คือต้องทนต่อสภาพดินฟ้าอากาศ แต่ด้วยเทคโนโลยีปัจจุบัน ทั้งงานภายในและภายนอก สามารถนำมาประยุกต์ใช้ด้วยกันได้



ป้ายไวนิลอิงค์เจ็ท (Vinyl Inkjet Outdoor) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสำหรับการใช้ภายนอกอาคาร เนื่องจากคุณลักษณะของหมึกพิมพ์สามารถทนต่อแสงแดดและน้ำได้ดี และเนื่องจากงาน สิ่งพิมพ์ประเภท Outdoor นี้เป็นลักษณะงานที่ดูจากระยะไกล ความละเอียดจึงอยู่ที่ 720-1440 DPI อีกทั้งยังสามารถพิมพ์ลงบนวัสดุต่าง ๆ ได้อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นไวนิล ทึบแสง (Vinyl Frontlit) ไวนิลโปร่งแสง (Vinyl Backlit) สติ๊กเกอร์ทึบแสง (Sticker Frontlit) สติ๊กเกอร์โปร่งแสง (Sticker Backlit) และ See Through ซึ่งลักษณะพื้นผิวและคุณสมบัติเฉพาะของวัสดุพิมพ์แต่ละแบบ จะแตกต่างกันออกไป ซึ่งการเลือกใช้นั้นจะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของแต่ละงาน โดยอายุการใช้งานของ Inkjet ประเภท Outdoor จะเฉลี่ยอยู่ที่ 1 - 2 ปี

เอกสารอ้างอิง

จุฑารัตน์ โสดาศรี. การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์. (เอกสารประกอบการบรรยาย). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. การจัดการและการใช้ภาพดิจิตอลเพื่องานประชาสัมพันธ์. (2559, 10 เมษายน) สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2559 จาก http://www.stou.ac.th/offices/rdec/nakorn/main/swf/DigitalTraining/digital03/digital03_01.html

ตัวอย่าง ภาพบุคคล



ตัวอย่าง ภาพอาคารสถานที่



ตัวอย่าง ภาพเหตุการณ์





หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

เมื่อเสร็จสิ้นการฝึกอบรม ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะต้อง

1. เขียนบทวีดีทัศน์/ภาพยนตร์/สารคดีได้
2. เขียนสปอตโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ/โทรทัศน์ได้
3. ออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard ได้

เนื้อหาการเรียนรู้

หัวข้อที่ 4.1 การเขียนบทวีดีทัศน์/ภาพยนตร์/สารคดีประกอบด้วย ลักษณะของรายการโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ รูปแบบบทรายการโทรทัศน์ องค์ประกอบของการเขียนบท โครงสร้าง และปัจจัยสำคัญในการเขียนบท ขั้นตอนการเขียนบท ฝึกปฏิบัติการเขียนบท

หัวข้อที่ 4.2 การเขียนสปอตวิทยุ ประกอบด้วย รูปแบบและประเภทของสปอตวิทยุ แนวทางการเขียนบทสปอตวิทยุ หลักการเขียนบทสปอตวิทยุ องค์ประกอบในการเขียนสปอตวิทยุ ขั้นตอนการเขียนเขียนสปอตวิทยุ ภาษาที่ใช้ในสปอตวิทยุ ฝึกปฏิบัติการเขียนสปอตวิทยุ

หัวข้อที่ 4.3 การออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard โดยใช้ Photoshop ประกอบด้วย หลักการออกแบบป้าย การใช้สี รูปแบบตัวอักษร การเลือกภาพ ขั้นตอนในการในการออกแบบ ฝึกปฏิบัติ การออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard

กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรมตามทฤษฎีการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ของคอล์ป

หัวข้อที่ 4.1 การเขียนบทวีดีทัศน์/ภาพยนตร์/สารคดี

ขั้นที่ 1 ขั้นประสบการณ์

1. วิทยากรแจกแบบทดสอบเพื่อวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เรื่อง การเขียนบทวีดีทัศน์/ภาพยนตร์/สารคดีก่อนการฝึกอบรม

2. วิทยากรให้สมาชิกที่มีประสบการณ์ในการเขียนบทวีดีทัศน์/ภาพยนตร์/สารคดีเล่าประสบการณ์ให้สมาชิกในกลุ่มฟัง

3. วิทยากรบรรยายให้ความรู้เชิงประสบการณ์เกี่ยวกับการเขียนบทวีดีทัศน์/ภาพยนตร์/สารคดี

ขั้นที่ 2 ขั้นการสะท้อนและการอภิปราย

4. วิทยากรเปิดวีดีทัศน์/ภาพยนตร์/สารคดีให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมชม

5. วิทยากรแจกบทวีดีทัศน์/ภาพยนตร์/สารคดีให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมวิพากษ์เป็นรายบุคคล

6. วิทยากรให้สมาชิกในกลุ่มนำเสนอประเด็นที่แต่ละคนได้วิพากษ์ให้กลุ่มฟัง

ขั้นที่ 3 ขั้นความคิดรวบยอด

7. ให้ตัวแทนสมาชิกในกลุ่มนำเสนอเป็นความคิดเห็นในภาพรวมของกลุ่ม

8. วิทยากรสรุปประเด็นการวิพากษ์ในภาพรวมของทุกกลุ่ม

ขั้นที่ 4 ขั้นการทดลอง/การประยุกต์แนวคิด

9. วิทยากรให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมฝึกปฏิบัติในการเขียนบทวีดีทัศน์/ภาพยนตร์/สารคดีด้วยตนเอง

10. วิทยากรให้ข้อเสนอแนะผลงานการฝึกปฏิบัติในภาพรวม

11. วิทยากรแจกแบบทดสอบเพื่อวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าว เรื่อง การเขียนบทวีดีทัศน์/ภาพยนตร์/สารคดีหลังการฝึกอบรม

หัวข้อที่ 4.2 การเขียนสปอตวิทยุ

ขั้นที่ 1 ขั้นประสบการณ์

1. วิทยากรแจกแบบทดสอบเพื่อวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เรื่อง การเขียนสปอตวิทยุก่อนการฝึกอบรม

2. วิทยากรให้สมาชิกที่มีประสบการณ์การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เรื่องการเขียนสปอตวิทยุให้สมาชิกในกลุ่มฟัง

3. วิทยากรบรรยายให้ความรู้เชิงประสบการณ์เกี่ยวกับการเขียนสปอตวิทยุ

ขั้นที่ 2 ขั้นการสะท้อนและการอภิปราย

4. วิทยากรเปิดสปอตวิทยุให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมฟัง

5. วิทยากรแจกบทสปอตวิทยุให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมวิพากษ์เป็นรายบุคคล

6. วิทยากรให้สมาชิกในกลุ่มนำเสนอประเด็นที่แต่ละคนได้วิพากษ์ให้กลุ่มฟัง

ขั้นที่ 3 ขั้นความคิดรวบยอด

7. ให้ตัวแทนสมาชิกในกลุ่มนำเสนอเป็นความคิดเห็นในภาพรวมของกลุ่ม

8. วิทยากรสรุปประเด็นการวิพากษ์ในภาพรวมของทุกกลุ่ม

ขั้นที่ 4 ขั้นการทดลอง/การประยุกต์แนวคิด

9. วิทยากรให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมฝึกปฏิบัติในการเขียนสปอตวิทยุด้วยตนเอง

10. วิทยากรให้ข้อเสนอแนะผลงานการฝึกปฏิบัติในภาพรวม

11. วิทยากรแจกแบบทดสอบเพื่อวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าว เรื่อง การเขียนสปอตวิทยุหลังการฝึกอบรม

หัวข้อที่ 4.3 การออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard โดยใช้ Photoshop

ขั้นที่ 1 ขั้นประสบการณ์

1. วิทยากรแจกแบบทดสอบเพื่อวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เรื่อง การออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard โดยใช้ Photoshopก่อนการฝึกอบรม

2. วิทยากรให้สมาชิกที่มีประสบการณ์การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เรื่อง การออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard โดยใช้ Photoshopให้สมาชิกในกลุ่มฟัง

3. วิทยากรบรรยายให้ความรู้เชิงประสบการณ์เกี่ยวกับการออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard โดยใช้ Photoshop

ขั้นที่ 2 ขั้นการสะท้อนและการอภิปราย

4. วิทยากรแจกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมวิพากษ์เป็นรายบุคคล

5. วิทยากรให้สมาชิกในกลุ่มนำเสนอประเด็นที่แต่ละคนได้วิพากษ์ให้กลุ่มฟัง

ขั้นที่ 3 ขั้นความคิดรวบยอด

6. ให้ตัวแทนสมาชิกในกลุ่มนำเสนอเป็นความคิดเห็นในภาพรวมของกลุ่ม

7. วิทยากรสรุปประเด็นการวิพากษ์ในภาพรวมของทุกกลุ่ม

ขั้นที่ 4 ขั้นการทดลอง/การประยุกต์แนวคิด

8. วิทยากรให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมฝึกปฏิบัติในการออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard โดยใช้ Photoshop ด้วยตนเอง

9. วิทยากรให้ข้อเสนอแนะผลงานการฝึกปฏิบัติในภาพรวม

10. วิทยากรแจกแบบทดสอบเพื่อวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าว เรื่อง การออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard โดยใช้ Photoshop หลังการฝึกอบรม

สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรมของหน่วยการเรียนรู้

1. เครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับวิทยากร
2. โปรเจคเตอร์ พร้อมจอรับภาพ
3. เครื่องฉายภาพทึบแสง (LCD)
4. แบบทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านข่าว ด้านภาพ และด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
5. เอกสารประกอบการบรรยาย เรื่อง การเขียนบทวีดีทัศน์/ภาพยนตร์/สารคดี
6. ตัวอย่างบทวีดีทัศน์ /ภาพยนตร์/สารคดี
7. ตัวอย่างวีดีทัศน์

8. เอกสารประกอบการบรรยาย เรื่อง การเขียนสปอตวิทยุ
9. ตัวอย่างบทสปอตวิทยุ
10. ตัวอย่างสปอตวิทยุ
11. เอกสารประกอบการบรรยาย เรื่อง การออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard โดยใช้ Photoshop
12. ตัวอย่างแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard
13. เครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับผู้เข้ารับการฝึกอบรม

การวัดและประเมินผล

1. การทำแบบทดสอบประจำหน่วยการเรียนรู้
2. การมีส่วนร่วมในการถ่ายทอดประสบการณ์ การนำเสนอ และการวิพากษ์ผลการฝึกปฏิบัติ
3. ผลงานบทวีดีทัศน์/ภาพยนตร์/สารคดี
4. ผลงานบทสปอตวิทยุ
5. ผลงานการออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboard

ใบความรู้ที่ 4.1 การเขียนบทวีดีทัศน์/ภาพยนตร์/สารคดี

ลักษณะของรายการโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์

รายการโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์โดยทั่วไป มีวัตถุประสงค์มุ่งสร้างเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหน่วยงาน อันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ค่านิยม ตลอดจนการกระทำที่พึงประสงค์ รวมทั้งเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับองค์กรเช่น เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับการแนะนำองค์กร หรือโครงการต่างๆ เนื้อหาเกี่ยวกับการส่งเสริมศิลปะ วัฒนธรรม เนื้อหาเกี่ยวกับการรักษาและฟื้นฟูสภาพแวดล้อม เนื้อหาเกี่ยวกับการดำเนินชีวิต การดูแลรักษาสุขภาพอนามัย

ลักษณะของรายการโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์

1. รายการสารคดี เป็นการเสนอเนื้อหาสาระด้วยภาพและเสียงบรรยายตลอดรายการ โดยไม่จำเป็นต้องมีพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ นิยมใช้การเล่าเรื่อง และแนะนำสถานที่หรือบุคคล

2. รายการสนทนา มีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้นำในการสนทนา โดยมีภาพประกอบสอดแทรกเรื่องราวในแต่ละช่วงตามความเหมาะสม

3. รายการสัมภาษณ์ มักใช้ในกรณีพิเศษหรือสำคัญ ๆ ประเด็นสัมภาษณ์ส่วนใหญ่เกี่ยวกับหน่วยงาน ผลงาน ฯลฯ

4. รายการอภิปราย ต้องมีผู้ดำเนินการอภิปราย 1 คน เพื่อทำหน้าที่ป้อนประเด็นคำถาม และมีผู้ร่วมอภิปราย 2 – 4 คน โดยแต่ละคนจะแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ

รูปแบบบทรายการโทรทัศน์

บทรายการโทรทัศน์ /วีดีทัศน์/ภาพยนตร์/สารคดี คือ แบบร่างของเรื่องราวที่จะจัดทำรายการว่า ใครทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไร และต้องสื่อความหมายออกมาเป็นภาพ โดยใช้ภาพเป็นตัวสื่อความหมาย เป็นการเขียนอธิบายรายละเอียดเรื่องราว เมื่อได้โครงสร้างเรื่องที่ชัดเจนแล้วจึงนำเหตุการณ์มาแตกขยายเป็นฉาก ๆ ลงรายละเอียดย่อย ๆ ใส่สถานการณ์ ช่วงเวลา สถานที่ ตัวละคร บทสนทนา บางครั้งอาจกำหนดมุมกล้องหรือ ขนาดภาพ ให้ชัดเจนเลยก็ได้

รูปแบบบทรายการโทรทัศน์

1. บทโทรทัศน์แบบสมบูรณ์ (Full Script) บอกรายละเอียดของภาพ เสียง และคำพูดทั้งหมดอย่างครบถ้วนชัดเจน เหมาะสำหรับรายการสารคดี ข่าว ละคร ฯลฯ

2. บทโทรทัศน์แบบย่อ (Semi Script) บอกเฉพาะลำดับของภาพ ส่วนคำพูดก็ระบุเฉพาะหัวข้อเรื่องย่อ ๆ ไม่มีรายละเอียด เหมาะสำหรับรายการสัมภาษณ์ สนทนาหรืออภิปรายร่วมกัน

3. บทโทรทัศน์บอกเฉพาะรูปแบบ (Show Format) บอกลำดับรายการ และระยะเวลาในแต่ละช่วง นิยมใช้กับรายการประเภทนิตยสาร

4. บทโทรทัศน์อย่างคร่าว ๆ (Fact Sheet) บอกเฉพาะประเด็นที่จะพูดถึงตามลำดับ ไม่มีรายละเอียดเกี่ยวกับภาพ เสียง และเวลา ซึ่งมักไม่นิยมใช้กัน

โดยรูปแบบที่ 3 และ 4 ไม่นิยมนำมาใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

องค์ประกอบของการเขียนบท

1. **เรื่อง** (Story) หมายถึง เหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้น โดยมีจุดเริ่มต้นและดำเนินไปสู่จุดสิ้นสุด เรื่องอาจจะสั้นเพียงไม่กี่นาที อาจยาวนานเป็นปี หรือไม่รู้จบ (Infinity) ก็ได้ สิ่งสำคัญในการดำเนินเรื่อง คือปมความขัดแย้ง (Conflict) ซึ่งก่อให้เกิดการกระทำ ส่งผลให้เกิดเป็นเรื่องราว

2. **แนวความคิด** (Concept) เรื่องที่จะนำเสนอมีแนวความคิด (Idea) อะไรที่จะสื่อให้ผู้ชมได้รับรู้

3. **แก่นเรื่อง** (Theme) คือ ประเด็นเนื้อหาสำคัญหรือแกนหลัก (Main Theme) ของเรื่องที่จะนำเสนอ ซึ่งอาจประกอบด้วยประเด็นรอง ๆ (Sub Theme) อีกก็ได้ แต่ต้องไม่ออกนอกแนวความคิดหลัก

4. **เรื่องย่อ** (Synopsis) เป็นจุดเริ่มต้นของภาพยนตร์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องที่คิดขึ้นมาใหม่ เรื่องที่นำมาจากเหตุการณ์จริง เรื่องที่ดัดแปลงมาจากวรรณกรรม หรือแม้แต่เรื่องที่ลอกเลียนแบบมาจากภาพยนตร์อื่น สิ่งแรกนั้นเรื่องต้องมีความน่าสนใจ มีใจความสำคัญชัดเจน ต้องมีการมีการตั้งคำถามว่าจะมีอะไรเกิดขึ้น (What…if…?) กับเรื่องที่คิดมา และสามารถพัฒนาขยายเป็นโครงเรื่องใหญ่ได้

5. **โครงเรื่อง** (Plot) เป็นการเล่าเรื่องลำดับเหตุการณ์อย่างมีเหตุผล เหตุการณ์ทุกเหตุการณ์จะต้องส่งเสริมประเด็นหลักของเรื่องได้ชัดเจน ไม่ให้หลงประเด็น โครงเรื่องจะประกอบด้วยเหตุการณ์หลัก (Main Plot) และเหตุการณ์รอง (Sub Plot) ซึ่งเหตุการณ์รองที่ใส่เข้าไป ต้องผสมกลมกลืนเป็นเหตุเป็นผลกับเหตุการณ์หลัก

6. **ตัวละคร** (Character) มีหน้าที่ดำเนินเหตุการณ์จากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดสิ้นสุดของเรื่อง ตัวละครอาจเป็นคน สัตว์ สิ่งของ หรือเป็นนามธรรมไม่มีตัวตนก็ได้ การสร้างตัวละครขึ้นมาต้องคำนึงถึงภูมิหลังพื้นฐาน ที่มาที่ไป บุคลิกนิสัย ความต้องการ อันก่อให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ของตัวละครนั้น ๆ ตัวละครแบ่งออกเป็นตัวแสดงหลักหรือตัวแสดงนำ และตัวแสดงสมทบหรือตัวแสดงประกอบ ทุกตัวละครจะต้องมีส่งผลต่อเหตุการณ์นั้น ๆ มากน้อยตามแต่บทบาทของตน ตัวเอกย่อมมีความสำคัญมากกว่าตัวรองเสมอ

7. **บทสนทนา** (Dialogue) เป็นถ้อยคำที่กำหนดให้แต่ละตัวละครได้ใช้แสดงโต้ตอบกัน ใช้บอกถึงอารมณ์ ดำเนินเรื่อง และสื่อสารกับผู้ชม ภาพยนตร์ที่ดีจะสื่อความหมายด้วยภาพมากกว่า

คำพูด การประหยัดถ้อยคำจึงเป็นสิ่งที่ควรทำ ความหมายหรืออารมณ์บางครั้งอาจจำเป็นต้องใช้ถ้อยคำมาช่วยเสริมให้ดูดียิ่ง ขึ้นก็ได้

โครงสร้างและปัจจัยสำคัญในการเขียนบท

โครงสร้างการเขียนบท ประกอบด้วย

1. จุดเริ่มต้น (Beginning) ช่วงของการเปิดเรื่อง แนะนำเรื่องราว ปูเนื้อเรื่อง

2. การพัฒนาเรื่อง (Developing) การดำเนินเรื่อง ผ่านเหตุการณ์เดียวหรือหลายเหตุการณ์ เนื้อเรื่องจะมีความซับซ้อนมากขึ้น

3. จุดสิ้นสุด (Ending) จุดจบของเรื่อง แบ่งออกเป็นแบบสมหวัง (Happy Ending) ทำให้รู้สึกอิ่มเอมใจ และแบบผิดหวัง (Sad Ending) ทำให้รู้สึกสะเทือนใจ

ปัจจัยสำคัญในโครงสร้างบทประกอบด้วย

1. แนะนำ (Introduction) คือ การแนะนำเหตุการณ์ สถานการณ์ สถานที่ ตัวละคร สิ่งแวดล้อม และเวลา

2. สร้างเงื่อนไข (Suspense) คือ การกระตุ้นให้เนื้อเรื่องดำเนินไปอย่างลึกลับมีเงื่อนไข มีปมผูกมัด ความขัดแย้ง ทำให้ผู้ชมเกิดความสงสัยและสนใจในเหตุการณ์

3. สร้างวิกฤตกาล (Crisis) คือ การเผชิญปัญหา วิเคราะห์ปัญหาของตัวละคร และหาทางแก้ไข หาทางออก หากตัวละครวนเวียนอยู่กับปัญหานานมากจะทำให้ผู้ชมรู้สึกหนักและเบื่อขึ้นได้ ควรที่จะมีการกระตุ้นจากเหตุการณ์อื่นมาแทรกด้วย

4. จุดวิกฤตสูงสุด (Climax) เป็นช่วงเผชิญหน้ากับปัญหาครั้งสุดท้ายที่ถูกบีบกดดันสูงสุด ทำให้มีการตัดสินใจอย่างเด็ดขาด

5. ผลสรุป (Conclusion) คือ ทางออก ข้อสรุป ทำให้เกิดความกระจ่าง ภาพยนตร์บางเรื่องอาจไม่มีบทสรุป ก็เพื่อให้ผู้ชมนำกลับไปคิดเอง

ขั้นตอนการเขียนบท

การเขียนบทมีขั้นตอนดังนี้

1. **การค้นคว้าหาข้อมูล** การค้นคว้าหาข้อมูล (Research) เป็นขั้นตอนการเขียนบทภาพยนตร์อันดับแรกที่ต้องทำถือเป็นสิ่งสำคัญหลังจากเราพบประเด็นของเรื่องแล้ว จึงลงมือค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อเสริมรายละเอียดเรื่องราวที่ถูกต้อง จริง ชัดเจน และมีมิติมากขึ้น คุณภาพของภาพยนตร์จะดีหรือไม่จึงอยู่ที่การค้นคว้าหาข้อมูล ไม่ว่าภาพยนตร์นั้นจะมีเนื้อหาใดก็ตาม

2. **การกำหนดประโยคหลักสำคัญ** การกำหนดประโยคหลักสำคัญ(Premise)หมายถึงความคิดหรือแนวความคิดที่ง่าย ๆ ธรรมดา ส่วนใหญ่มักใช้ตั้งคำถามว่า “เกิดอะไรขึ้นถ้า…” (What if)

ตัวอย่างของ premise ตามรูปแบบหนังฮอลลีวู้ด เช่น เกิดอะไรขึ้นถ้าเรื่องโรเมโอ&จูเลียต เกิดขึ้นในนิวยอร์ค คือ เรื่อง West Side Story เกิดอะไรขึ้นถ้ามนุษย์ดาวอังคารบุกโลก คือเรื่อง The Invasion of Mars เกิดอะไรขึ้นถ้าก็อตซิล่าบุกนิวยอร์ค คือเรื่อง Godzilla เกิดอะไรขึ้นถ้ามนุษย์ต่างดาวบุกโลก คือเรื่อง The Independence Day เกิดอะไรขึ้นถ้าเรื่องโรเมโอ&จูเลียตเกิดขึ้นบนเรือไททานิค คือ เรื่อง Titanic ฯลฯ

3. **การเขียนเรื่องย่อ** (Synopsis)คือ เรื่องย่อขนาดสั้น ที่สามารถจบลงได้ 3-4 บรรทัด หรือหนึ่งย่อหน้า หรืออาจเขียนเป็น Story Outline เป็นร่างหลังจากที่เราค้นคว้าหาข้อมูลแล้วก่อนเขียนเป็นโครงเรื่องขยาย (Treatment)

4. **การเขียนโครงเรื่องขยาย** (Treatment) เป็นการเขียนคำอธิบายของโครงเรื่อง (Plot) ในรูปแบบของเรื่องสั้น โครงเรื่องขยายอาจใช้สำหรับเป็นแนวทางในการเขียนบทภาพยนตร์ที่สมบูรณ์ บางครั้งอาจใช้สำหรับยื่นของบประมาณได้ด้วย และการเขียนโครงเรื่องขยายที่ดีต้องมีประโยคหลักสำคัญ (Premise) ที่ง่าย ๆ น่าสนใจ

ส่วนประกอบของโครงเรื่องขยาย (Treatment)

1. **การเปิดเรื่อง** คือ จุดเริ่มต้นของเรื่องซึ่งถือว่าเป็นตอนสำคัญที่จะดึงดูดความสนใจของผู้อ่านให้ติดตามเรื่องราวต่อไป

- **เปิดเรื่องโดยการบรรยาย** การเปิดเรื่องแบบนี้มักเป็นการเริ่มต้นเล่าเรื่องอย่างเรียบ ๆ แล้วค่อย ๆ ทวีความเข้มข้นของเรื่องขึ้นเป็นลำดับ อาจเป็นการบรรยายฉาก บรรยายตัวละคร หรือเหตุการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้
- **เปิดเรื่องโดยการพรรณนา** การเปิดเรื่องวิธีนี้อาจเป็นการพรรณนาฉาก พรรณนาตัวละคร หรือพรรณนาเหตุการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้ คล้ายวิธีการบรรยาย เพียงแต่เน้นที่จะสร้างภาพเพื่อปูพื้นอารมณ์ให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกคล้อยตามเป็นพิเศษ
- **เปิดเรื่องโดยใช้นาฏการหรือการกระทำของตัวละครที่ก่อให้เกิดความสนใจโดยเร็ว** การเปิดเรื่องวิธีนี้สามารถทำให้ผู้อ่านกระหายที่จะติดตามเรื่องราวต่อไปได้มากเป็นพิเศษ
- **เปิดเรื่องโดยใช้บทสนทนา** การเปิดเรื่องแบบนี้สามารถเรียกร้องความสนใจของผู้อ่านได้ดีวิธีหนึ่ง ถ้าถ้อยคำที่นำมาเริ่มต้นนั้นเร้าใจหรือกระทบใจผู้อ่านทันที แต่ก็ต้องพยายามเชื่อมโยงบทสนทนานั้นให้เกี่ยวพันกับเรื่องต่อไปอย่างแนบเนียนด้วย
- **เปิดเรื่องโดยใช้สุภาษิต บทกวี เพลง** หรืออาจใช้ข้อความที่คมคายชวนคิด ชวนให้ฉงนสนเท่ห์น่าติดตาม

2. **การดำเนินเรื่อง** นอกจากโครงเรื่องจะประกอบด้วยการเปิดเรื่องในตอนต้นแล้ว การดำเนินเรื่องซึ่งเป็นตอนกลางของเรื่องก็มีความสำคัญอยู่มากเช่นเดียวกัน เพราะผู้แต่งจะต้องดึงความ

สนใจของผู้อ่านให้ติดตามเรื่องอย่างจดจ่ออยู่เสมอ ดังนั้นจึงต้องสร้างความขัดแย้ง (Conflict) ที่เร้าใจ แล้วคลี่คลายความขัดแย้งเหล่านั้นอย่างแนบเนียนไปจนถึงเป้าหมายสุดยอดในตอนปิดเรื่อง รวมทั้งต้องอาศัยกลวิธีเล่าเรื่องที่เหมาะสมประกอบด้วย

กลวิธีเกี่ยวกับการดำเนินเรื่องมีดังนี้

- **เล่าเรื่องตามลำดับปฏิทิน** (Chronological order) คือ การเล่าเรื่องไปตามลำดับเวลาก่อนหลังของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น เรื่องลูกอีสาน ของคำพูน บุญทวี ฯลฯ

- **เล่าเรื่องย้อนต้น** (Flashback) คือ การดำเนินเรื่องที่เล่าย้อนสลับกันไปมาระหว่างอดีตกับปัจจุบัน ดังนั้นเรื่องจึงอาจเริ่มต้นที่ตอนใดก็ได้ เช่น ข้างหลังภาพ ของศรีบูรพา ฯลฯ

- **เล่าเหตุการณ์เกิดต่างสถานที่สลับกันไปมา** แต่เรื่องยังต่อเนื่องกันไปตลอด

- **เล่าตอนกลางก่อนแล้วย้อนมาตอนต้นเรื่อง** คือ จัดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตอนกลางของเรื่องมาก่อนแล้วจึงเล่าเรื่องตอนต้นมาบรรจบกันก่อนที่จะดำเนินเรื่องไปสู่ตอนจบ

3. **การปิดเรื่อง**

- **ปิดเรื่องแบบหักมุม หรือพลิกความคาดหมายของผู้อ่าน** (Surprise Ending /Twist Ending) การปิดเรื่องแบบนี้เป็นการทำให้ผู้อ่านคาดไม่ถึง ไม่ควรให้ผู้อ่านระแคะระคายตั้งแต่ต้นเรื่องหรือกลางเรื่อง เพราะจะทำให้เรื่องขาดความความน่าสนใจ ส่วนมากมักปรากฏอยู่ในเรื่องสั้นมากกว่านิยายโดยเฉพาะในงานเขียนประเภทอาชญานิยาย หรือ นวนิยายลึกลับซ่อนเงื่อน ฯลฯ

- **ปิดเรื่องแบบโศกนาฏกรรม** (Tragic Ending) คือ การจบเรื่องด้วยความตาย ความผิดหวัง ความสูญเสีย หรือความล้มเหลวในชีวิต เช่นในเรื่อง **คู่กรรมของทมยันตี** แม้พระเอกคือโกโบริจะตายตอนจบ แต่ทมยันตีก็ได้ให้พระเอกและนางเอก ได้มีโอกาสเปิดเผยความรักซึ่งกันและกันที่ต่างคนต่างไม่ยอมกล่าวในตอนดำเนินเรื่อง ดังนั้น เรื่องจึงประทับใจผู้อ่านเพราะตัวละครเข้าใจกันดีแล้ว ถ้าทมยันตีให้โกโบริตายโดยไม่ได้บอกรักอังศุมาลิน นวนิยายเรื่องนี้คงไม่ยืนยงเป็นอมตะมานานจนทุกวันนี้

- **ปิดเรื่องแบบสุขนาฏกรรม** (Happy Ending) คือ การจบเรื่องด้วยความสุขหรือความสำเร็จของตัวละคร การปิดเรื่องแบบนี้มีนักเขียนนิยมใช้กันโดยทั่วไปทั้งเรื่องสั้นและนวนิยาย เช่น **อยู่กับก๋ง** ฯลฯ

- **ปิดเรื่องแบบสมจริงในชีวิต** (Realistic Ending) คือการจบเรื่องแบบทิ้งปัญหาไว้ให้ผู้อ่านคิดหาคำตอบเอาเอง เพราะในชีวิตจริงมีปัญหาหลายอย่างที่ไม่สามารถแก้ปัญหาหรือหาคำตอบให้แก่ปัญหานั้นได้ เช่นใน เศรษฐศาสตร์กลางทะเลลึก ของอาจินต์ ปัญจพรรค์ ฯลฯ

โครงสร้างของโครงเรื่องขยาย

1.**บทเปิดเรื่อง** (Exposition) คือ บทนำเรื่องที่ผู้แต่งจะปูพื้นฐานให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวละคร เหตุการณ์ เวลา และสถานที่

2.**การผูกปม** (Complication) **และการขมวดปม** (Rising Action) คือ เรื่องราวที่เกิดขึ้นหลังบทเปิดเรื่อง ปัญหาและความขัดแย้งของโครงเรื่องจะค่อยๆ ปรากฏออกมาให้เห็นอย่างเด่นชัด และทวีความเข้มข้นขึ้นเรื่อย ๆ จนกระทั่งถึงจุดหักเหของเรื่อง

3.**จุดวิกฤต** (Crisis) เป็นส่วนหนึ่งของการขมวดปม ความตึงเครียดของเรื่องสามารถเกิดขึ้นได้หลายครั้ง ฉะนั้น จุดวิกฤตจึงเกิดขึ้นได้มากกว่าหนึ่งครั้ง แต่เมื่อเรื่องดำเนินมาถึงความตึงเครียดที่สุดของเรื่องจนเกิดการหักเหเป็นครั้งสุดท้ายก่อนเรื่องจะจบลง ซึ่งนับเป็นจุดสูงสุดของเรื่อง และเป็นจุดสุดท้ายของช่วงการขมวดปม

4.**การแก้ปม** (Falling Action) คือ ตอนที่เรื่องค่อย ๆ ลดความตึงเครียดลง ซึ่งจะนำไปสู่ความคลี่คลายของปมปัญหาและความขัดแย้งต่าง ๆ ในที่สุด

5.**การคลี่คลายเรื่อง** (Resolution หรือ Denouement) คือ การคลี่คลายปัญหาและความขัดแย้ง เป็นตอนจบหรือตอนสุดท้ายของเรื่อง ทำให้เรื่องจบได้อย่างสมบูรณ์แบบ

อย่างไรก็ตาม ไม่ได้หมายความว่าจะสามารถวิเคราะห์ แยกแยะโครงเรื่องได้ครบตามขั้นตอนทั้ง 5 ขั้น ได้เสมอไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้แต่งที่อาจตัดหรือรวบบางขั้นตอนเข้าไว้ด้วยกัน เช่น อาจจะรวมบทเปิดเรื่องกับการผูกปมเข้าด้วยกัน ฯลฯ

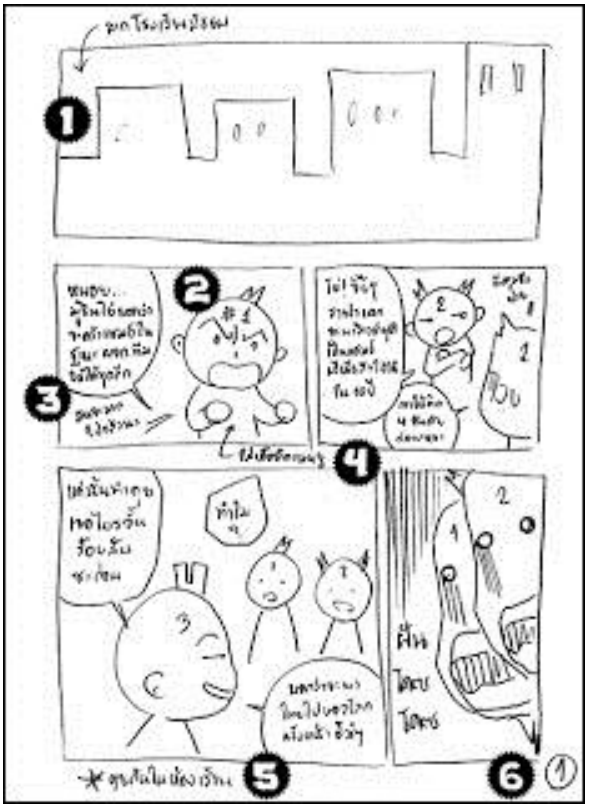
บทภาพยนตร์ บทถ่ายทำ และบทภาพ

บทภาพยนตร์ (Screenplay)สำหรับภาพยนตร์บันเทิง หมายถึง บท (Script) ซีเควนส์หลัก (Master Scene/Sequence) หรือซีนาริโอ (Scenario) คือ บทภาพยนตร์ที่มีโครงเรื่อง บทพูด แต่มีความสมบูรณ์น้อยกว่าบทถ่ายทำ (Shooting Script) เป็นการเล่าเรื่องที่ได้พัฒนามาแล้วอย่างมีขั้นตอน ประกอบด้วยตัวละครหลักบทพูด ฉาก แอ็คชั่น ซีเควนส์ มีรูปแบบการเขียนที่ถูกต้อง เช่น บทสนทนาอยู่กึ่งกลางหน้ากระดาษฉาก เวลา สถานที่ อยู่ชิดขอบหน้าซ้ายกระดาษ ไม่มีตัวเลขกำกับช็อต และโดยหลักทั่วไปบทภาพยนตร์หนึ่งหน้ามีความยาวหนึ่งนาที

บทถ่ายทำ (Shooting script)คือ บทภาพยนตร์ที่เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการเขียน บทถ่ายทำจะบอกรายละเอียดเพิ่มเติมจากบทภาพยนตร์ (Screenplay) ได้แก่ ตำแหน่งกล้อง การเชื่อมช็อต เช่น คัท (Cut) การเลื่อนภาพ (Fade) การละลายภาพ หรือการวางซ้อนภาพ (Dissolve) การกวาดภาพ (Wipe) ตลอดจนการใช้ภาพพิเศษ (Effect) อื่น ๆ ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีเลขลำดับช็อตกำกับเรียงตามลำดับตั้งแต่ช็อตแรกจนกระทั่งจบเรื่อง และขนาดภาพในการเขียน Shooting Script

บทภาพ (Storyboard) คือ บทภาพยนตร์ประเภทหนึ่งที่อธิบายด้วยภาพ คล้ายหนังสือการ์ตูน ให้เห็นความต่อเนื่องของช็อต ตลอดทั้งซีเควนส์หรือทั้งเรื่องมีคำอธิบายภาพประกอบ เสียงต่าง ๆ เช่น เสียงดนตรี เสียงประกอบฉาก และเสียงพูด ฯลฯ ใช้เป็นแนวทางสำหรับการถ่ายทำ หรือใช้เป็นวิธีการคาดคะเนภาพล่วงหน้า (Pre-visualizing) ก่อนการถ่ายทำว่า เมื่อถ่ายทำสำเร็จแล้ว หนังจะมีรูปร่างหน้าตาเป็นอย่างไร ซึ่งบริษัทของ Walt Disney นำมาใช้กับการผลิตภาพยนตร์การ์ตูนของบริษัทเป็นครั้งแรก โดยเขียนภาพเหตุการณ์ของแอ็คชั่นเรียงติดต่อกันบนบอร์ด เพื่อให้คนดูเข้าใจและมองเห็นเรื่องราวล่วงหน้าได้ก่อนลงมือเขียนภาพ ส่วนใหญ่บทภาพจะมีเลขที่ลำดับช็อตกำกับไว้ คำบรรยายเหตุการณ์ มุมกล้อง และอาจมีเสียงประกอบด้วย โดยสตอรี่บอร์ดจะประกอบไปด้วยรายละเอียดดังนี้

- ตัวละครอะไรบ้างอยู่ในซีน ตัวละครหรือวัตถุเคลื่อนไหวอย่างไร
- ตัวละครมีบทสนทนาอะไรกันบ้าง
- ใช้เวลาเท่าไหร่ระหว่างซีนที่แล้วถึงซีนปัจจุบัน
- ใช้มุมกล้อง ใช้กล้องอะไรบ้างในซีนนั้น ๆ ใกล้หรือไกล หรือใช้มุมอะไร



ความหมายของบทภาพ(Story board)

บทภาพ (Story board) คือ การเขียนภาพนิ่งเพื่อสร้างเป็นภาพเคลื่อนไหวในรูปของสื่อมัลติมีเดีย (Multimedia) หรือสื่อประสม หมายถึงสื่อหลายแบบ เป็นการใช้สื่อในหลายรูปแบบ ทั้งข้อความ เสียง รูปภาพหรือภาพเคลื่อนไหว เพื่อกำหนดแนวทางให้ทีมผู้ผลิตเกิดความเข้าใจไปในแนวทางเดียวกันในการถ่ายทำเป็นภาพเคลื่อนไหวรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ ภาพยนตร์ ภาพยนตร์โฆษณา ภาพยนตร์สั้น ภาพยนตร์การ์ตูน ภาพยนตร์สารคดี หรือแม้แต่การทำผลงาน โดยแสดงออกถึงความต่อเนื่องของการเล่าเรื่อง จุดประสงค์ของสตอรี่บอร์ดคือ เพื่อการเล่าเรื่อง ลำดับเรื่อง มุมกล้อง ภาพไม่จำเป็นต้องละเอียดมาก แค่บอกองค์ประกอบสำคัญได้ ตำแหน่งตัวละครที่สัมพันธ์กับฉากและตัวละครอื่น ๆ มุมกล้อง แสงเงา เป็นการ สเก็ตซ์ภาพของเฟรม (Shot) ต่าง ๆ จากบท เหมือนการ์ตูนและวาดตัวละครเป็นวงกลม สี่เหลี่ยม ฉากเป็นสี่เหลี่ยม การสร้างสตอรี่บอร์ดจะช่วยให้ Producer และผู้กำกับได้เห็นภาพของรายการที่จะถ่ายทำเป็นรูปธรรมชัดเจนขึ้นได้ในแต่ละเฟรมที่จะดำเนินการ

ส่วนประกอบของบทภาพ

ส่วนประกอบของบทภาพประกอบด้วยชุดของภาพ Sketches ของ Shot ต่าง ๆ พร้อมคำอธิบายหรือบทสนทนาในเรื่อง อาจเขียนเรื่องและบทก่อน หรือ Sketches ภาพก่อนแล้วจึงใส่คำบรรยายที่จำเป็นลงไป สิ่งที่ต้องพิจารณา คือ ภาพและเสียงให้ไปด้วยกันได้ อาจมีบทสนทนาหรือไม่มีบทสนทนาก็ได้ หรืออาจมีบทบรรยายหรือหรือไม่มีบทบรรยายก็ได้ โดยมีเสียงประกอบ ได้แก่ เสียงดนตรี เสียงธรรมชาติ หรือเสียงอื่น ๆ สำหรับการผลิตรายการที่สั้น ๆ อย่างภาพยนตร์โฆษณาสามารถถ่ายทำได้โดยใช้ Story Board เป็นหลักมิได้เขียนบทหรือscript ขึ้นมา

แนวทางในการเขียนบทภาพ

ควรศึกษาการหลักการเขียนเนื้อเรื่อง บทบรรยาย การกำหนดมุมกล้อง ศิลปะในการเล่าเรื่อง ซึ่งไม่ว่าจะเป็นนิทาน นิยาย ละครหรือภาพยนตร์ ล้วนแล้วแต่มีลักษณะการเล่าเรื่องคล้าย ๆ กัน นั่นคือการเล่าเรื่องราวของธรรมชาติ มนุษย์หรือสัตว์ ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ณ สถานที่ใดสถานที่หนึ่งเสมอ ดังนั้น องค์ประกอบที่สำคัญที่จะขาดไปเสียไม่ได้ก็คือ ตัวละคร สถานที่และเวลา สิ่งสำคัญในการเขียนบทก็คือ การเริ่มค้นหาวัตถุดิบหรือแรงบันดาลใจ ให้ได้ว่า เราอยากจะพูด จะนำเสนออะไร ตัวเราเองมีแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ อย่างไร ซึ่งแรงบันดาลใจเหล่านั้นจะถูกนำใช้ในการกำหนดสถานการณ์ ตัวละคร สถานที่และเวลา ของเรื่องราว

เทคนิคในการเขียนบทหรือเนื้อเรื่อง

1. ต้องมีการบรรยายสภาพและบรรยากาศของสถานที่ หรือการพรรณนาภาพอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อนำความคิดของผู้อ่านให้ซาบซึ้งในท้องเรื่อง ให้เห็นภาพฉากที่เราวาดด้วยตัวอักษรนั้นให้ชัดเจน

2. การวางโครงเรื่องมีการดำเนินเรื่องตั้งแต่เริ่มนำเรื่องจนถึงปลายยอดเรื่อง หรือที่เรียกว่า ไคลแมกซ์ (Climax) และจบเรื่องลงโดยให้ผู้อ่านเข้าใจและมีความรู้สึกตามเนื้อเรื่อง

3. การจัดตัวละครและให้บทบาทแก่ตัวละครที่สำคัญในเรื่อง เพื่อแสดงลักษณะนิสัยอย่างหนึ่งอย่างใด ที่ก่อให้เกิดเรื่องราวต่าง ๆ ขึ้น

4. การบรรยายเรื่อง แบบการมีตัวตนที่เข้าไปอยู่ในตัวเรื่อง และการเป็นบุรุษที่สาม ได้แก่ ตัวละครแสดงบทบาทของตนเอง เป็นวิธีที่ดีที่สุด

5. การเปิดเรื่อง อาจใช้วิธีการให้ตัวละครสนทนากัน การบรรยายตัวละคร การวางฉากและการบรรยายตัวละครประกอบ การบรรยายพฤติกรรมของตัวละครแต่ละตัวละคร ก็ได้

การจัดทำบทภาพ (Story Board)

การทำบทภาพ (Story Board) เป็นการสร้างตารางขึ้นมาเพื่อร่างภาพลงไปตามลำดับขั้นตอนของเรื่องตั้งแต่ต้นจนจบ เพื่อให้มองเห็นภาพรวมของงานที่จะลงมือทำ และหากมีสิ่งที่ต้องแก้ไขเกิดขึ้นก็จะสามารถแก้ไขเปลี่ยนแปลงปรับปรุงได้หรือทำสตอรี่บอร์ดใหม่ได้ การทำสตอรี่บอร์ดนั้นโดยหลักแล้วจะนำไปสร้างเป็นภาพจริง เหตุการณ์จริง และจะเป็นตัวกำหนดการทำงานในขั้นตอนอื่น ๆ ไปในตัวด้วย เช่น การเสียงพากย์ การใส่เสียงดนตรี เสียงประกอบอื่น ๆ หรือเทคนิคพิเศษต่าง ๆ การทำสตอรี่บอร์ดจึงเป็นการร่างภาพ พร้อมกับการระบุรายละเอียดต่าง ๆ ที่จำเป็นที่จะต้องทำลงไป

หลักการเขียนบทภาพ (Story Board)

รูปแบบของบทภาพ (Story Board) จะประกอบไปด้วย 2 ส่วนคือ ส่วนภาพกับส่วนเสียง โดยปกติการเขียนสตอรี่บอร์ด ก็จะวาดภาพในกรอบสี่เหลี่ยม ต่อด้วยการเขียนบทบรรยายภาพหรือบทการสนทนา และส่วนสุดท้ายคือการใส่เสียงซึ่งอาจจะประกอบด้วยเสียงสนทนา เสียงบรรเลง และเสียงประกอบต่าง ๆ

สิ่งสำคัญที่อยู่ภายในบทภาพ (Story Board)

สิ่งสำคัญที่อยู่ภายในบทภาพ (Story Board) ประกอบด้วย

2. **ตัวละครหรือฉาก**ไม่ว่าจะเป็นคน สัตว์ สิ่งของ สถานที่หรือตัวการ์ตูน และที่สำคัญ คือพวกเขากำลังเคลื่อนไหวอย่างไร

3. **มุมกล้อง**ทั้งในเรื่องของขนาดภาพ มุมภาพและการเคลื่อนกล้อง

4. **เสียงการพูดกันระหว่างตัวละคร** มีเสียงประกอบหรือเสียงดนตรีอย่างไร

ข้อดีของการทำบทภาพ (Story Board)

1. ช่วยให้เนื้อเรื่องลื่นไหลเพราะได้อ่านทวนตั้งแต่ต้นจนจบก่อนจะลงมือวาดจริง
2. ช่วยให้เนื้อเรื่องไม่ออกทะเลเพราะมีแผนการวาดกำกับไว้หมดแล้ว
3. ช่วยกะปริมาณบทพูดให้พอดีและเหมาะสมกับหน้ากระดาษและบอลลูนนั้น ๆ
4. ช่วยให้สามารถวาดจบได้ในจำนวนหน้าที่กำหนด

ประโยชน์ของบทภาพ (Story Board)

การสร้างสตอรี่บอร์ดจะช่วยให้การวางแผน การถ่ายทำฉากต่อฉากง่ายดายมากยิ่งขึ้น โดยสามารถเปลี่ยนแก้ไขสตอรี่บอร์ด ก่อนจะถ่ายทำจริงได้ อีกทั้งยังสามารถนำสตอรี่บอร์ดที่ได้สร้างและวางแผนไว้ ไปทำการชี้แจง แลกเปลี่ยนกับฝ่ายผลิตหรือฝ่ายอื่น ๆ โดยสามารถทำให้เกิด ความเข้าใจตรงกัน

ขั้นตอนการทำบทภาพ (Story Board)

1. วางโครงเรื่องหลัก ไม่ว่าจะเป็น Theme ตัวละครหลักฉาก ฯลฯ

1.1 แนวเรื่อง

1.2 ฉาก

1.3 เนื้อเรื่องย่อ

1.4 Theme/แก่น (ข้อคิด/สิ่งที่ต้องการจะสื่อ)

1.5 ตัวละคร สิ่งสำคัญคือกำหนดรูปลักษณ์ของตัวละครแต่ละตัวให้โดดเด่นไม่คล้ายกันจนเกินไป ควรออกแบบรูปลักษณ์ของตัวละครให้โดดเด่นแตกต่างกัน และมองแล้วสามารถสื่อถึงลักษณะนิสัยของตัวละครได้ทันที

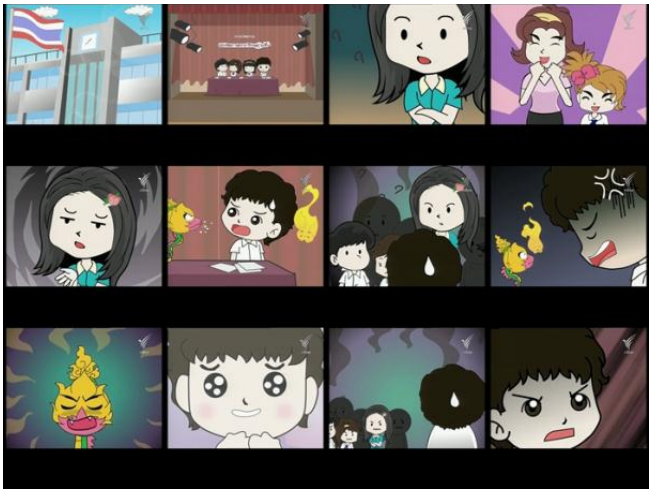
2. ลำดับเหตุการณ์คร่าว ๆ จุดสำคัญ คือ ทุกเหตุการณ์จะเป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน เหตุการณ์ก่อนหน้าจะทำให้เหตุการณ์ต่อมามีน้ำหนักมากขึ้น และต้องหาจุด Climax ของเรื่องให้ได้ จุดนี้จะเป็นจุดที่น่าตื่นเต้นที่สุดก่อนที่จะเฉลยปมทุกอย่างในเรื่อง การสร้างปมให้ผู้อ่านสงสัยก็เป็นจุดสำคัญในการสร้างเรื่อง ปมจะทำให้ผู้อ่านเกิดคำถามในใจและคาดเดาเนื้อเรื่องรวมถึงตอนจบไปต่าง ๆ นานา

3. กำหนดหน้า

4. แต่งบทเป็นขั้นตอนสุดท้ายก่อนลงมือวาดสตอรี่บอร์ด ควรเขียนบทพูดและบทความคิดที่จะใช้เขียนลงในหนังออกมาโดยละเอียดเพื่อที่จะได้กำหนดขนาดของบอลลูนและจัดวางลงบนหน้ากระดาษได้อย่าเหมาะสม

5. ลงมือเขียน Story Board

ตัวอย่างบทภาพ (Storyboard)



Series Title Episode # Episode Name Page 2

Scene

Panel	Timing	BG

ACTION Crowds getting excited about the competition.

DIALOG

TRANSLATION

SLUG

Scene

Panel	Timing	BG

ACTION Gymnast walking out from locker room.

DIALOG

TRANSLATION

SLUG

Scene

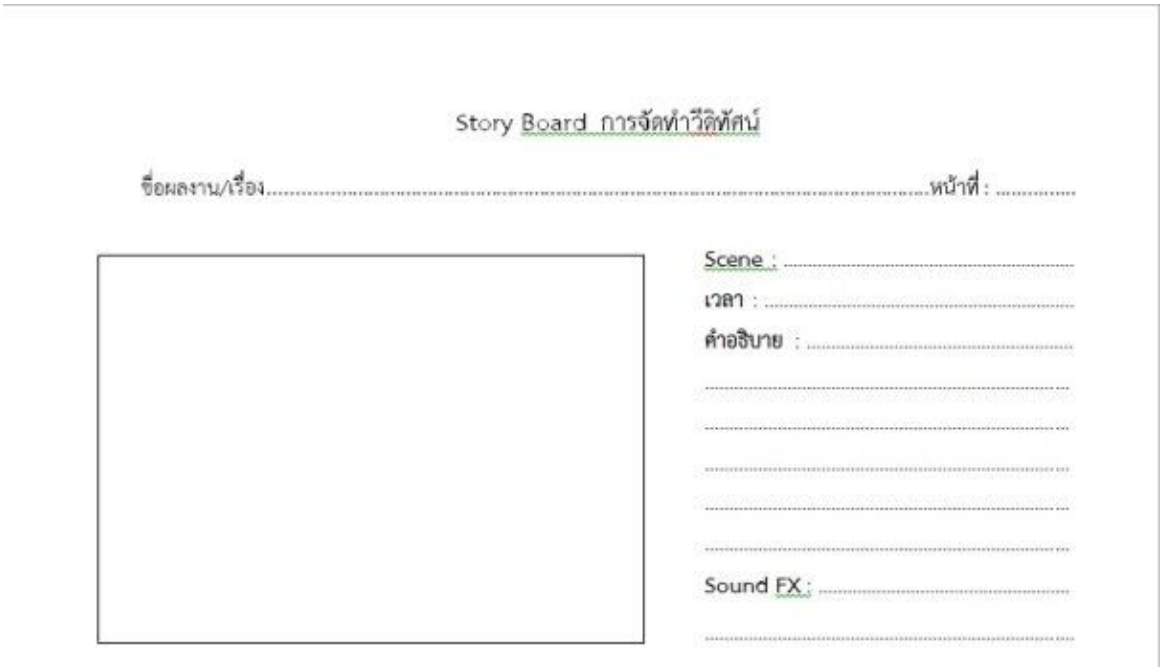
Panel	Timing	BG

ACTION Spot light shines on the 1st gymnast.

DIALOG

TRANSLATION

SLUG


Story Board การจัดทำวีดิทัศน์

ชื่อผลงาน/เรื่อง.....หน้าที่ : .....

Scene : .....

เวลา : .....

คำอธิบาย : .....

.....

.....

.....

.....

.....

Sound FX : .....

.....

ที่มา :

เอกสารประกอบการบรรยาย การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดย อ.สุตตมา แสงวิเชียร https://krupiyadanai.wordpress.com/เทคโนโลยีสื่อประสม/เทคโนโลยีสื่อประสม/การเขียนบทวีดีทัศน์ สืบค้นเมื่อวันที่ 15 เมษายน 2559

ใบความรู้ที่ 4.2 การเขียนสปอตวิทยุ

ลักษณะของสปอตวิทยุ

สปอตวิทยุ คือ รูปแบบของรายการที่นำเสนอโดยใช้เสียง ใช้เวลาในการนำเสนอสั้นกะทัดรัด ประมาณ 30 – 60 วินาที โดยเน้นความเข้าใจ และการตอกย้ำสารที่จะสื่อออกไปให้มีความน่าสนใจ

สปอตวิทยุเป็นสื่อโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์ ที่ใช้ในการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ทางวิทยุกระจายเสียง (Radio) เป็นสื่อที่นิยมแพร่หลายมาเป็นเวลานานแล้ว สามารถเข้าถึงได้ทุกครอบครัว เพราะมีราคาถูกซื้อหาได้ง่าย ผู้ฟังสามารถนำวิทยุติดตามตัวไปฟังได้ทุกหน ทุกแห่งไม่ว่าจะอยู่ในอิริยาบถใดก็ตาม แม้จะทำงานอยู่ก็ยังสามารถรับฟังข่าวสารต่าง ๆ ได้ วิทยุจึงเป็นสื่อที่มีความใกล้ชิดกับผู้บริโภคมาก

ถึงแม้ว่าความนิยมในการรับฟังวิทยุจะลดลงกว่าในอดีต แต่จำนวนผู้ฟังรายการวิทยุก็ยังคงมีอยู่มาก ซึ่งยังไม่มีหน่วยงานใดทำการสำรวจเพื่อบันทึกเป็นสถิติและข้อมูลอย่างจริงจัง แต่มีการแบ่งช่วงเวลาที่คาดว่าจะมีโอกาสรับฟังรายการวิทยุ ดังนี้

1) AA ช่วงเวลาระหว่าง 6.00-9.00 น. เรียกว่า Drive Time เป็นช่วงที่มีจำนวนผู้ฟังมากที่สุด นับตั้งแต่ตื่นนอนตอนเช้าตรู่ ไปจนถึงช่วงขับรถเดินทางไปทำงานก็จะเปิดวิทยุรับฟังข่าวสารต่าง ๆ ไปด้วย อัตราค่าโฆษณาในช่วงเวลาตอนเช้านี้จะแพงที่สุด

2) A ช่วงเวลาระหว่าง 15.00-19.00 น. เรียกว่า Afternoon Drive Time ซึ่งเป็นช่วงขับรถกลับบ้านตอนเย็นหลังเลิกงาน

3) B ช่วงเวลาระหว่าง 9.00-15.00 น. เรียกว่า Run of Station (ROS.) ซึ่งเป็นเวลากลางวันจะมีกลุ่มแม่บ้านฟังรายการวิทยุในช่วงนี้มากที่สุด รวมไปถึงกลุ่มวัยรุ่น และคนทำงานออฟฟิศ

4) C ช่วงเวลาระหว่าง 19.00 น. ไปจนถึงเวลาปิดสถานี เรียกว่า Night Time เป็นช่วงเวลาที่ผู้คนจะอยู่บ้าน โดยในช่วงหัวค่ำจะมีผู้ฟังรายการวิทยุน้อยมาก เพราะส่วนใหญ่จะไปดูรายการโทรทัศน์กันมากกว่า แต่ช่วงดึกไปแล้ว (หลัง 4 ทุ่ม) จะมีผู้ฟังวิทยุมากขึ้น ซึ่งได้แก่ กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มคนทำงานตอนกลางคืน เช่น ยาม คนขับแท็กซี่รอบดึก รวมไปถึงคนนอนดึก ฯลฯ

ในปัจจุบัน นอกเหนือจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยสปอตวิทยุผ่านทางสถานีวิทยุแล้ว สปอตวิทยุ ยังนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์โดยรถแห่หรือรถโฆษณาด้วย

รูปแบบของสปอตวิทยุ

1. สปอตวิทยุแบบเพลงโฆษณา (Jingle Approach) สปอตวิทยุประเภทนี้จะเขียนข้อความโฆษณาโดยแต่งเป็นเพลง โดยสอดแทรกชื่อผลิตภัณฑ์ที่จะโฆษณาไว้ในเนื้อเพลง ซึ่งทำให้สามารถจดจำชื่อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย

2. สปอตวิทยุแบบเล่าเรื่อง (Narrative Commercials) สปอตวิทยุประเภทนี้จะเป็นการพูดคุยหรือสนทนากัน เกี่ยวกับประโยชน์ หรือสรรพคุณของผลิตภัณฑ์/บริการที่ต้องการโฆษณา ปิดท้ายด้วยคำพูดเชิญชวนให้ใช้ผลิตภัณฑ์/บริการนั้น

3. สปอตวิทยุแบบบรรยาย สปอตวิทยุประเภทนี้จะให้ผู้ประกาศหรือ Disk jockey (DJ)เป็นผู้นำเสนอสาระเกี่ยวกับประโยชน์ หรือสรรพคุณของผลิตภัณฑ์/บริการที่ต้องการโฆษณา ซึ่งสปอตวิทยุประเภทนี้ ลีลาและน้ำเสียงของผู้ประกาศจะมีความสำคัญต่อความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ และมักจะจบด้วยคำเชิญชวนให้ใช้ผลิตภัณฑ์/บริการนั้น สปอตประเภทนี้จะใช้เสียงประกอบช่วยสร้างบรรยากาศหรือไม่ใช้ก็ได้

4. สปอตวิทยุแบบใช้บุคคลสปอตวิทยุประเภทนี้จะใช้น้ำเสียงจริงของบุคคลที่มีชื่อเสียง โดยผู้เขียนบทโฆษณาจะเขียนบทให้ หรืออาจจะเพียงวางแนวทางการพูดให้ เพื่อให้ผู้พูดจับสาระสำคัญของผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อที่จะให้การพูดดูเป็นธรรมชาติ

5. สปอตวิทยุแบบสร้างสถานการณ์ เป็นสปอตวิทยุที่มีลักษณะแบบเป็ฯการแสดงละคร เพื่อเป็นการเรียกร้องความสนใจ โดยหยิบเอาเรื่องราวบางตอนในละครที่เป็ฯที่นิยมหรือเป็นที่คุ้นเคยของผู้ฟังมานำเสนอ โดยมีการสอดแทรกชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ เข้าไปในเนื้อหา

6. สปอตวิทยุแบบเชิงวรรณคดี เป็นการนำโคลง ฉันท์ กาพย์ กลอน ในวรรณคดีมาดัดแปลงให้มีข้อความโฆษณา

7. สปอตวิทยุแบบใช้การเล่นคำ เป็นการนำเอาถ้อยคำหรือคำพูดของผู้อ่านสปอตมาเล่นคำที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์/บริการ

แนวทางในการเขียนสปอตวิทยุ

ในการเขียนสปอตวิทยุโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ผู้เขียนบทอาจอาศัยวิธีการเขียนได้หลายวิธี เช่น

- การใช้เหตุผล
- การเร้าอารมณ์
- การใช้บุคคลสำคัญเป็นสื่อ
- การใช้อุปมาอุปมัยเปรียบเทียบ
- การใช้เสี้ยวหนึ่งในชีวิตคนมานำเสนอ
- การใช้เรื่องและภาพในแนวแฟนตาซี

หลักการเขียนบทสปอตวิทยุ

1. ข้อความที่ใช้ควรกระชับ เข้าใจง่าย และไม่ควรใช้ซับซ้อน ยากแก่การจับใจความ

2. ควรมีประเด็นสำคัญเพียงประเด็นเดียว หากมีประเด็นสำคัญหลายประเด็น ควรจะแยกสปอตเป็นหลายชิ้น และออกอากาศสลับกันไป

3. ควรเริ่มด้วยข้อความที่สำคัญหรือเร้าใจ เพราะผู้ฟังที่เปิดวิทยุกระจายเสียง เมื่อได้ฟังสปอตแล้วอาจหมุนคลื่นหนี ควรเกริ่นนำโดยหาข้อความที่ดึงดูดความสนใจของผู้ฟังให้ได้

4. ใช้ภาษาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

5. พยายามใช้สรรพนามบุรุษที่ 2 หลีกเลี่ยงการใช้สรรพนามบุรุษที่ 3

6. ควรแต่งถ้อยคำให้เหมาะสมกับน้ำเสียง และจังหวะในการพูดของโฆษกแต่ละคน

7. เน้นคุณภาพ คุณสมบัติพิเศษ หรือประโยชน์ที่ผู้ฟังจะได้รับให้ชัดเจน เพื่อกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมที่ต้องการ

8. มีดนตรี เพลงหรือเสียงประกอบ เพื่อสร้างอรรถรสและควรมีความสอดคล้องกับลักษณะเนื้อหา

องค์ประกอบของสปอตวิทยุ

1. **เสียงพูด** ถือเป็นสิ่งสำคัญที่เรียกได้ว่าเป็นพื้นฐานของสปอตวิทยุ เนื่องจากคำพูดถูกใช้เพื่อสื่อสารถ่ายทอดเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์เป็นตัวจับความตั้งใจ สร้างความสนใจ สร้างวามต้องการตลอดจนกระตุ้นปฏิกิริยาตอบสนองจากผู้ฟัง ดังนั้น ลักษณะน้ำเสียงของผู้อ่านสปอตวิทยุแต่ละคนจึงเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญในการสื่อสารโฆษณาไปยังผู้บริโภค สำหรับสปอตวิทยุแล้ว เสียงพูดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด เนื่องจากเสียงพูดสามารถสื่อความหมายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม กล่าวคือ ทางตรงเป็นการพูดในสิ่งที่ตัวเองคิด ส่วนทางอ้อมคือพูดแบบแผงไว้ด้วยนัย คือ พูดอย่างหนึ่งแต่สื่อความหมายอีกอย่างหนึ่ง และในทางโฆษณาแล้ว เสียงพูดอาจรวมถึงการเปล่งเสียงที่มิใช่คำพูดแต่สามารถสื่อความหมายออกมาได้ โดยทั่วไปเสียงพูดถูกได้ยินในหลายหลายลักษณะ เช่น เสียงจิงเกิ้ล เสียงพูดคุย ฯลฯ สปอตวิทยุส่วนใหญ่มักจะมีเสียงผู้ประกาศหรือเสียงโฆษก ถ้าไม่ใช้เสียงหลักอย่างน้อยก็อาจจะมีในตอนสุดท้ายเพื่อแยกให้เห็นชื่อของตัวผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน เนื่องจากการขาดภาพในการมองเห็น จึงเป็นเหตุที่ว่าเสียงที่ผู้เขียนข้อความโฆษณากำลังเขียนสปอตวิทยุควรที่จะต้องเข้าใจว่ากำลังสร้างภาพลักษณ์ที่ผู้อ่านสปอตวิทยุดูเหมือนว่าเป็นโดยยึดเสียงเป็นหลัก

2. **เสียงดนตรีหรือเพลงประกอบ** เสียงดนตรีที่มีพลังในการจับความตั้งใจของผู้ฟังและปลุกความรู้สึกของผู้ฟัง ดังนั้น เสียงดนตรีจึงเปรียบเหมือนภาษาสากล เสียงดนตรีแต่ละประเภทมีจุดจับใจในการสร้างอารมณ์ที่แตกต่างกัน เสียงดนตรีที่ใช้งานสปอตวิทยุแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

2.1 เพลงบรรเลง หมายถึง เพลงที่ไม่มีเนื้อร้อง มีแต่ทำนอง มีหน้าที่ในการสร้างบรรยากาศและอารมณ์

2.2 เพลงที่มีเนื้อร้องสั้น ๆ หมายถึง การเริ่มต้นด้วยการบรรเลงคลอและเมื่อถึงตอนสำคัญซึ่งเป็นจุดขายหรือคำขวัญตอนจบ จึงมีเนื้อร้องเพื่อทำให้เป็นจุดเด่นต่างจากคำพูด

2.3 เพลงที่มีเนื้อร้องแทรกเป็นช่วง ๆ ในช่วงที่ไม่มีเนื้อร้องจะเป็นคำพูดที่บรรยายถึงตัวผลิตภัณฑ์ ส่วนช่วงที่มีเนื้อเพลงก็เป็นการเน้นข้อความหรือคำขวัญอีกครั้ง

2.4 เพลงที่มีเนื้อร้อง เป็นการใช้เพลงแทนคำพูดของตัวแสดงหรือโฆษก เพื่อบอกข้อมูลของผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยไม่มีคำพูดหรือข้อความอื่นอีกเลย

ในปัจจุบันในทางปฏิบัติมีการใส่เพลงในสปอตวิทยุทั้งที่มีเนื้อร้องหรืออาจมีเพียงทำนองอย่างเดียว อย่างไรก็ดี เนื้อหาของเพลงก็ยังบอกถึงแนวคิดหลักในสปอตอยู่ด้วย นอกจากนี้ เพลงประกอบก็มีบทบาทที่สำคัญเช่นเดียวกัน คือ จะเป็นส่วนที่เข้ามาเสริมอารมณ์ของสปอตวิทยุ เช่น เศร้าจนน้ำตาไหลพราก สนุกจนอยากจะลุกขึ้นมาเต้น หรือน่ากลัวจนอยากจะปิดตา ด้วยคุณสมบัติของเพลงดังกล่าว ทำให้เพลงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้ฟังจดจำสปอตวิทยุได้ เพียงแต่ได้ยินทำนองเพลงบางท่อนก็สามารถรู้ได้แล้วว่ามาจากสปอตโฆษณาผลิตภัณฑ์อะไร ดังนั้น การใช้ดนตรีหรือเพลงประกอบจะช่วยทำให้สปอตวิทยุน่าฟังและมีสีสันมากยิ่งขึ้น

3. **เสียงประกอบ** มีหน้าที่หลายประการ คือ บอกเวลา บอกทั้งสถานที่และช่วงเวลา บอกการกระทำหรือบอกผลของการกระทำ ช่วยสร้างบรรยากาศทำให้ผู้ฟังสร้างจินตนาการและความรู้สึกได้ เสียงประกอบที่จะนำมาใช้ต้องมีความจำเป็นจริง ๆ และสามารถสร้างการรับรู้ได้โดยทันที หากสปอตวิทยุขาดเสียงประกอบไป บรรยากาศของสปอตวิทยุก็อาจจะดูแห้งแล้งไม่สมจริงสมจัง เช่น เสียงเคี้ยวขนมอบกรอบ เสียงเปิดประตู เสียงฟ้าร้อง เสียงใบไม้ร่วง ฯลฯ

การใช้เสียงประกอบควรมีข้อที่ควรระมัดระวัง คือ อย่าใช้นานเกินไป นึกถึงหลักของความเป็นจริง และเสียงที่ไม่ได้บอกผู้ฟังอย่างชัดเจนว่าคืออะไรอาจก่อให้เกิดความสงสัยจากผู้ฟัง

ขั้นตอนการเขียนบทสปอตวิทยุ

การเขียนบทวิทยุกระจายเสียงเพื่อการประชาสัมพันธ์มีลำดับขั้นตอน คือ

1. พิจารณาวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์
2. วิเคราะห์กลุ่มผู้ฟัง
3. กำหนดแนวคิดรายการ
4. กำหนดรูปแบบรายการ
5. กำหนดเนื้อหาของรายการ
6. กำหนดโครงเรื่องและเรียบเรียงเนื้อหาเพื่อเขียนบท
7. ตรวจทานบท

ภาษาในการเขียนบทวิทยุ

เนื่องจากสปอตวิทยุใช้เวลาในการนำเสนอไม่นาน แต่ต้องให้ได้เนื้อหาตามที่ผู้ส่งสารต้องการ รวมทั้งยังต้องดึงดูดใจผู้รับสาร

การให้ได้เนื้อหาตามที่ผู้ส่งสารต้องการนั้น ภาษาในการเขียนบทวิทยุจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยภาษาในการเขียนบทวิทยุต้องใช้ภาษาสามัญที่ง่าย ชัดเจน ไม่ยอกย้อนไม่วกวน ไม่มีคำยาก หรือยุ่งจนเกินไป ไม่มีตัวเลขมาก ๆ ชวนให้สับสน ไม่มีคำแสลง เป็นภาษาที่สุภาพ ประโยคสั้นกะทัดรัด ได้ความสมบูรณ์ หลีกเลี่ยงคำสันธานทั้งหลายที่ทำให้ประโยคยืดเยื้อ วกวนไม่รู้จบ ฟังแล้วไม่เข้าใจ และน่าเบื่อหน่าย

สปอตวิทยุโทรทัศน์เพื่อรณรงค์ในเรื่องอุบัติเหตุและความปลอดภัย

รายการ สัมผัสที่ 6 ออกอากาศ...../...../.....

เรื่อง แก้วแตก เวลา.....

ความยาว 1 นาที สถานี.....

ฉาก	ภาพ	เสียง
1.	LS หญิงคนหนึ่งเดินมาหยิบแก้วน้ำที่ชั้นวางแก้ว	
2.	CU หญิงทำแก้วน้ำหลุดมือ	
3.	CU ที่พื้นเห็นแก้วตกกระทบพื้นแตกกระจาย	
4.	LS หญิงก้มตัวลงจะเอามือกวาดเศษแก้ว	ระวัง...อย่ามองข้ามความปลอดภัย
5.	CU ใบหน้าหญิงหันมามองกล้อง แล้วเบลอ	มิฉะนั้นอาจเป็นเช่นนี้
6.	CU หญิงเอามือกวาดเศษแก้ว แล้วสะดุ้ง	
7.	LS ใบหน้าของหญิง ยกมือขึ้นดู แสดงสีหน้าเจ็บปวด	อย่าใช้มือเปล่าเก็บกวาดเศษแก้ว
8.	LS ภาพข้ามไหล่ เห็นบาดแผลและเลือดที่มืออีกมือหนึ่งจับไว้แน่นด้วยความเจ็บ	เพราะจะเป็นอันตรายได้ ควรใช้ไม้กวาด เก็บกวาดให้สะอาดแทน
9.	CU ใบหน้าหญิงจากเบลอเป็นชัด พยักหน้าแล้ว Zoom out หญิงลุกขึ้นเดินหลุดเฟรม	
10.	LS หญิงหยิบไม้กวาด	
11.	LS เดินกลับเข้ามาเฟรมถือไม้กวาดมากวาดเศษแล้ว	อุบัติเหตุป้องกันได้ถ้าไม่ประมาท โปรดอย่ามองข้ามความปลอดภัย

ที่มา :

สุตตมา แสงวิเชียร. การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. (เอกสารประกอบการบรรยาย).
สื่อโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์. (2559, 10 เมษายน). สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2559 จาก
http://www.geocities.ws/kanitt_88/lesson4.htm#top
การผลิตสปอตวิทยุเพื่อการประชาสัมพันธ์. (2559, 10 เมษายน). สืบค้นเมื่อ10 เมษายน 2559จาก
https://issuu.com/tifarscarletip/docs/untitled-1
การเขียนสปอต (Spot) วิทยุโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์. (2559, 10 เมษายน). สืบค้นเมื่อ10
เมษายน 2559จาก https://www.gotoknow.org/posts/283044

ใบความรู้ที่ 4.3 การออกแบบป้ายไวนิล/ Banner/ Billboardด้วย Photoshop

หลักการออกแบบป้ายไวนิลอิงค์เจ็ท (Vinyl Inkjet)

ป้ายไวนิลอิงค์เจ็ท (Vinyl Inkjet) หรือป้ายไวนิลคือป้ายโฆษณาอย่างหนึ่งซึ่งมาแทนที่ป้ายผ้าหรือการเขียน/วาดลงบนผ้าใบหรือแผ่นไม้ ป้ายไวนิลเป็นวัสดุที่ผลิตมาจากเส้นใยโพลีเอสเตอร์ชนิดพิเศษและเคลือบด้วย PVC ทั้งสองด้านมีทั้งชนิดโปร่งแสงสำหรับงานกล่องไฟและชนิดทึบแสงสำหรับงานโฆษณาทั่วไปเส้นใยไวนิลมีขนาด 300x500/ 18x12 / น้ำหนัก 440 กรัมต่อตารางเมตร

ในการออกแบบป้ายไวนิลมีส่วนสำคัญอยู่ด้วยกัน 4 ส่วนหลักคือ

1. **พื้นหลัง** (Fill) คือ ส่วนที่เป็นพื้นหลังทั้งหมด พื้นหลังเปรียบเหมือนกับตัวแทนการทำงานของพื้นผิวของวัตถุที่ทำงานทั้งหมด

2. **รูปภาพ** (Pictures) เป็นส่วนประกอบที่สำคัญอันที่สองในการออกแบบเพื่อดึงดูดความสนใจแสดงประกอบเรื่องราวให้เกิดความรู้สึกความเข้าใจคล้อยตามวัตถุประสงค์ รูปภาพแบ่งเป็นสองแบบคือ

2.1 ภาพถ่าย (Bitmapped Graphics) เป็นภาพสร้างขึ้นจากการนำจุดเล็กๆจำนวนมากมารวมกันซึ่งทำให้สิ้นเปลืองเนื้อที่ในการจัดเก็บมากและการขยายภาพให้ใหญ่ขึ้นจะปรากฏรอยหยัก

2.2 ภาพกราฟิก (Vector Graphics) เป็นภาพที่สร้างขึ้นจากสมการทางคณิตศาสตร์แบบต่างๆทำให้ใช้เนื้อที่ในการจัดเก็บน้อยและสามารถย่อหรือขยายภาพโดยที่คุณภาพของภาพไม่เปลี่ยนแปลงข้อเสียคือเครื่องต้องมีการคำนวณที่ซับซ้อนจึงมีการทำงานช้ากว่าแบบบิทแมพมาก





(ซ้าย) ภาพเวคเตอร์ (ขวา) ภาพบิทแมพ

3. **รูปแบบตัวอักษร** (Text) เป็นข้อความออบเจ็กต์ชนิดหนึ่งตัวอักษรหรือตัวหนังสือคือเครื่องหมายที่ใช้แสดงความรู้สึกนึกคิดเป็นการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจในความหมายได้อย่างชัดเจนตัวอักษรหรือตัวพิมพ์จึงจัดว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญอันดับแรกของการออกแบบการ

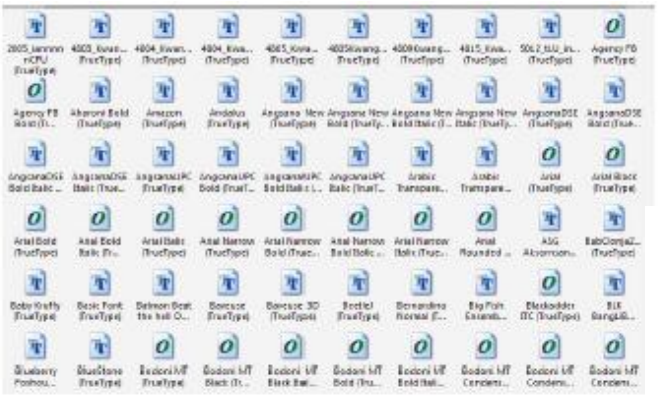
จัดวาง (Lay-Out Design) การออกแบบจำเป็นต้องมีการเรียนรู้เกี่ยวกับตัวอักษรเช่นขนาด (Type Size) รูปร่างลักษณะ (Character) ส่วนประกอบตลอดจนกรรมวิธีการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดและการผลิตตัวอักษรเพื่อเกิดความเข้าใจและการนำมาใช้อย่างถูกต้องเหมาะสมซึ่งสามารถดูได้จากตารางเปรียบเทียบขนาดอักษร

ตารางการเปรียบเทียบขนาดตัวอักษรที่เหมาะสมกับวัยของผู้อ่าน

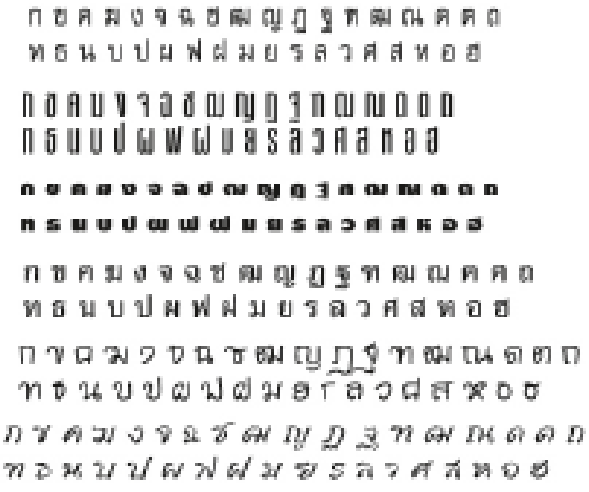
อายุ	ขนาดตัวอักษรโรมัน (pt.)	ขนาดตัวอักษรไทย (pt.)
5–7	18	24–30
7–9	12–14	18–30
10–12	11–12	16–18
12 ปีขึ้นไป	11–12	16–18
ผู้ใหญ่ปกติ	10–12	14–16
คนสูงอายุ 60 ปีขึ้นไป	11–12	16–18

สีของตัวอักษรในการกำหนดสีให้ยึดหลัก 3 ประการคือ

1. ค่าน้ำหนักของสี (Tone of Color)
2. สีของตัวอักษรต้องไม่ใช้หลายสีจนเกินไป
3. ควรใช้สีให้เหมาะสมกับคำหรือข้อความนั้น ๆ







4. **สี** (Color) ในการออกแบบสีควรมีความรู้เรื่องของคู่สีในการออกแบบเพื่อแบบที่ออกจะได้สวยงามในที่นี้จะขอแนะนำให้ค้นหาใน Google พิมพ์หาชื่อ kuller adobe.com จะปรากฏคู่สีในการออกแบบสิ่งพิมพ์มาให้เลือกมากมายหลายคู่สี

สิ่งแรกที่ควรรู้เกี่ยวกับเรื่องสีคือการเลือกใช้โหมดสีให้เหมาะกับประเภทของงานโดยจะต้องมีหลักการเลือกใช้โหมดสีอย่างถูกต้องตลอดจนรู้ข้อจำกัดของสีแต่ละโหมดอีกด้วยซึ่งรายละเอียดของโหมดสีมีดังนี้

1. โหมด Bitmap คือ โหมดสีที่มีการเก็บข้อมูลของสี 1 บิตต่อพิกเซลซึ่งจะแสดงผลได้เพียงสีขาวและสีดำเท่านั้นและไม่มีการไล่โทนสีลักษณะภาพที่ได้จึงมีความหยาบเหมาะสำหรับภาพลายเส้น

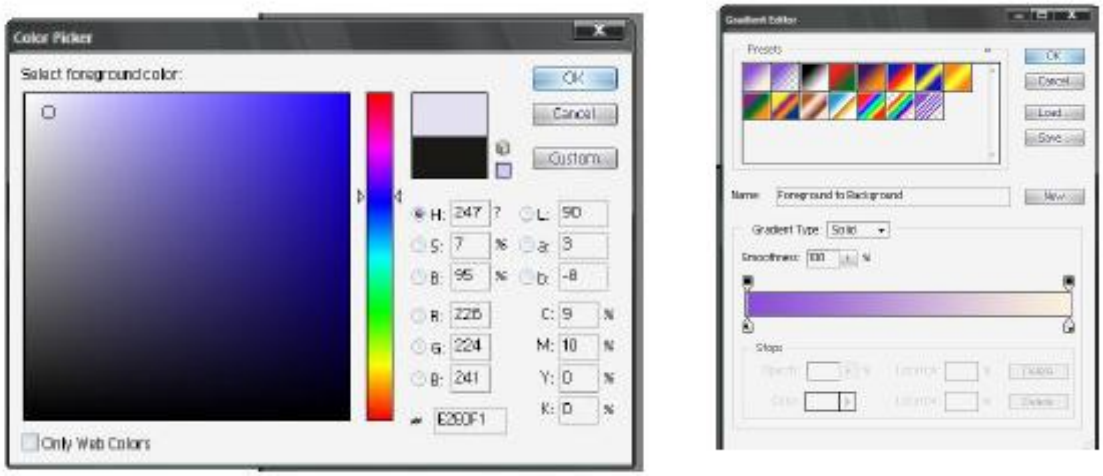
2. โหมด Grayscale คือ โหมดสีขาวดำที่สามารถไล่โทนได้ 256 ระดับ

3. โหมด Duotone คือ โหมดสีสำหรับภาพแบบ Monotone, Duotone โดยรูปภาพจะแสดงแบบ Grayscale เพียง Channel เดียวมีค่า 8 บิตต่อพิกเซล

4. โหมด RGB Color (Red Green Blue) คือ โหมดสีแม่สี 3 สี คือ แดงเขียวน้ำเงินและแต่ละสีสามารถไล่เฉดสีได้ 256 ระดับและเมื่อรวมกันทั้ง 3 สีจะสามารถแสดงสีได้ถึง 16.7 ล้านสีโหมดนี้จะเหมาะกับงานประเภทตกแต่งภาพมากที่สุด

5. โหมด CMYK Color (Cyan Magenta Yellow Black) คือ โหมดสีแม่สี 4 สี คือ ฟ้าบานเย็นเหลืองดำแต่ละสีเก็บข้อมูล 8 บิตเป็นโหมดที่เหมาะสำหรับงานพิมพ์มากที่สุด

6. โหมด Lab Color คือ โหมดสีเสมือนจริงใช้ค่า Lightness แทนความสว่างมีค่าตั้งแต่ 0 – 100 โดยค่า a แทนสีเขียวถึงสีแดงและค่า b แทนสีน้ำเงินซึ่งมีค่า +120 ถึง -120 ใช้ในงานพิมพ์ระดับสูง



(ซ้าย) ภาพสี Gradient Editor (ขวา) ภาพสี Color Picker

ขั้นตอนการผลิตป้ายไวนิล(Vinyl Inkjet)

1. เข้าสู่โปรแกรม Adobe Photoshop เลือก Icon 

บน Desktop

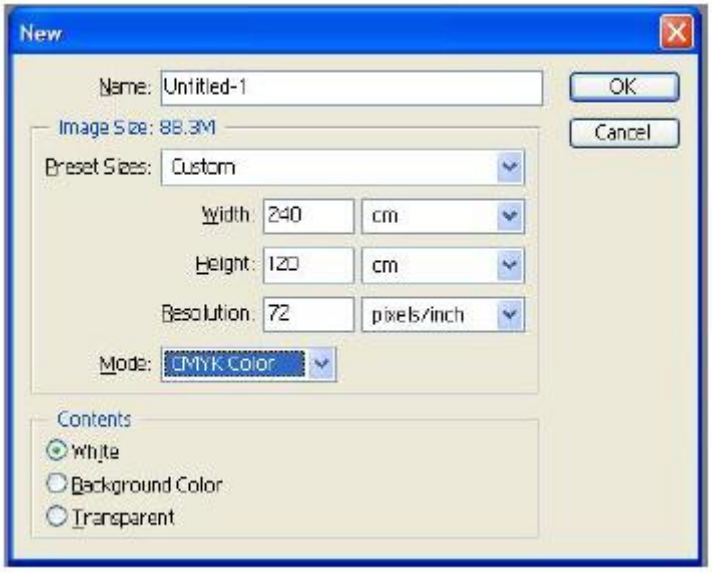
2. เลือกที่เมนู File

3. คำสั่ง New (Ctrl + N)

4. เปิดหน้าต่าง NEW

5.กำหนดขนาดของป้ายไวนิลเป็นเซนติเมตรเช่นกำหนดขนาดเป็นสูง 120 cm. X ยาว 240 cm. ไปที่ File New

6. กำหนดขนาดเป็น 120 cm. X 240 cm. Resolution ให้ค่าเป็น 72 Pixels / Inch กำหนดโหมดให้เป็น CMYK Color พื้น Contends (เป็นขาว) ให้คลิก OK



7. พื้นที่การทำงานขนาด 120 คูณ 240 cm.



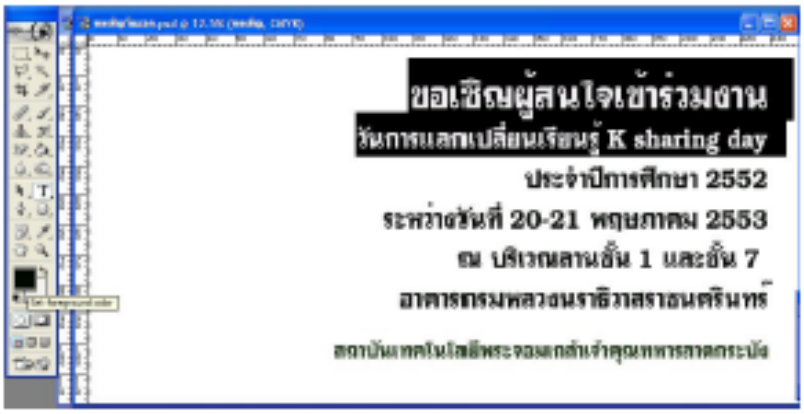
8. เลือกรูปแบบตัวอักษรไปที่แถบเมนูบาร์เลือกแบบตัวอักษร



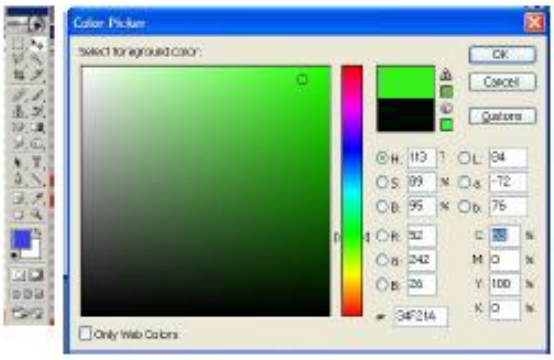
9. พิมพ์อักษรหัวเรื่องตามความสำคัญของงาน โดยเลือก Horizontal Type ที่กล่องเครื่องมือ



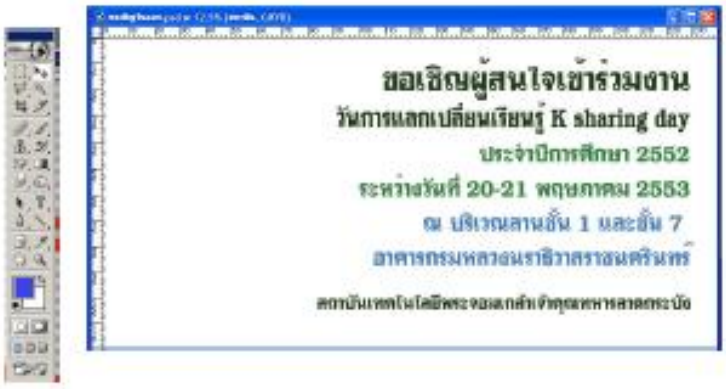
10. การใส่สีในตัวอักษรทำการป้ายตัวอักษรแล้วไปที่ Set foreground color  ทำการเลือกสีตามแบบหนังสือคู่มือแล้วเลือกคู่สีที่ต้องการสี



11. การเลือกสีจาก Set foreground Color  ดับเบิ้ลคลิกจะได้ Color Picker ขึ้นมาให้ทำการเลือกสีตามคู่สีที่กำหนด



12. ใส่สีตามตัวอักษรจะได้คู่สีตามแบบที่ต้องการ



13. การใส่รูปภาพ โดยเปิดไฟล์รูปภาพที่ต้องการ แล้วลากรูปภาพวางในส่วนที่ต้องการ





14. ทำการขยายภาพ โดยไปที่ Edit - Transform - Scaleจะได้ภาพที่ขยายตามต้องการแล้ว กด Enter กรอบก็จะหายไปแล้วจะได้ป้ายไวนิลที่สมบูรณ์





15. ทำการ Save File ให้ไปที่ File - Save as - File name – Format ให้เป็นนามสกุล TIFF แล้ว Save





ภาพป้ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งใช้ภาพกราฟิกและตัวอักษรประกอบ



ภาพป้ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีทั้งข้อความ ภาพกราฟิก และภาพถ่ายประกอบกัน

หน่วยการเรียนรู้ที่ 5 ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

เมื่อเสร็จสิ้นการฝึกอบรม ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะต้อง

1. เขียนโครงการและจัดกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาด (Event Marketing) ได้
2. จัดแถลงข่าวและจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ได้

เนื้อหาการเรียนรู้

หัวข้อที่ 5.1 การเขียนโครงการและจัดกิจกรรมสื่อสารทางการตลาดประกอบด้วยความหมายของโครงการ ลักษณะของโครงการที่ดี โครงสร้างของโครงการ รูปแบบการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ การเขียนโครงการและการจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาด การฝึกปฏิบัติ

หัวข้อที่ 5.2 การจัดแถลงข่าวและกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ ประกอบด้วย ความสำคัญของการจัดแถลงข่าว ขั้นตอนการจัดแถลงข่าว ความหมายของสื่อมวลชนสัมพันธ์ รูปแบบและวัตถุประสงค์ของสื่อมวลชนสัมพันธ์ หน้าที่หลักของสื่อมวลชนสัมพันธ์ วิธีการให้ข่าวแก่สื่อมวลชน การฝึกปฏิบัติ

กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรมตามทฤษฎีการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ของคอล์ป

หัวข้อที่ 5.1 การเขียนโครงการและจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาด

ขั้นที่ 1 ขั้นประสบการณ์

1. วิทยากรแจกแบบทดสอบเพื่อวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เรื่อง การเขียนโครงการและจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาด
2. วิทยากรให้สมาชิกที่มีประสบการณ์ในการเขียนโครงการและจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาดเล่าประสบการณ์ให้สมาชิกในกลุ่มฟัง
3. ตัวแทนสมาชิกแต่ละกลุ่มนำเสนอความแตกต่างระหว่างการจัดกิจกรรมทั่วไป กับกิจกรรมสื่อสารการตลาด
4. วิทยากรบรรยายให้ความรู้เชิงประสบการณ์เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมทั่วไปกับกิจกรรมสื่อสารการตลาด และการเขียนโครงการ

ขั้นที่ 2 ขั้นการสะท้อนและการอภิปราย

5. วิทยากรแบ่งผู้เข้ารับการฝึกอบรมออกเป็น 5 กลุ่ม กลุ่มละ 8 คน
6. วิทยากรแจกตัวอย่างโครงการให้แต่ละกลุ่มเพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมวิพากษ์เป็นรายบุคคล
7. วิทยากรให้สมาชิกในกลุ่มนำเสนอประเด็นที่แต่ละคนได้วิพากษ์ให้กลุ่มฟัง

ขั้นที่ 3 ขั้นความคิดรวบยอด

8. วิทยากรให้ตัวแทนสมาชิกในกลุ่มนำเสนอเป็นความคิดเห็นในภาพรวมของกลุ่ม

9. วิทยากรสรุปประเด็นการวิพากษ์ในภาพรวมของทุกกลุ่ม

ขั้นที่ 4 ขั้นการทดลอง/การประยุกต์แนวคิด

10. วิทยากรให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมฝึกปฏิบัติในการเขียนโครงการด้วยตนเอง

11. วิทยากรให้ข้อเสนอแนะผลงานการฝึกปฏิบัติในภาพรวม

12. วิทยากรแจกแบบทดสอบเพื่อวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เรื่อง การเขียนโครงการและจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาดหลังการฝึกอบรม

หัวข้อที่ 5.2 การจัดแถลงข่าวและกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์

ขั้นที่ 1 ขั้นประสบการณ์

1. วิทยากรแจกแบบทดสอบเพื่อวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เรื่อง การจัดแถลงข่าวและการจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์

2. วิทยากรให้สมาชิกที่มีประสบการณ์ในการจัดแถลงข่าวเล่าประสบการณ์ให้สมาชิกในกลุ่มฟัง

3. วิทยากรบรรยายให้ความรู้เชิงประสบการณ์เกี่ยวกับการการจัดแถลงข่าวและกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์

ขั้นที่ 2 ขั้นการสะท้อนและการอภิปราย

4. วิทยากรแบ่งผู้เข้ารับการฝึกอบรมออกเป็น 5 กลุ่ม กลุ่มละ 8 คน

5. วิทยากรเปิดวีดีทัศน์ในการจัดแถลงข่าวกิจกรรมต่าง ๆ ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมชมเพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมวิพากษ์เป็นรายบุคคล

6. วิทยากรให้สมาชิกในกลุ่มนำเสนอประเด็นที่แต่ละคนได้วิพากษ์ให้กลุ่มฟัง

ขั้นที่ 3 ขั้นความคิดรวบยอด

7. วิทยากรให้ตัวแทนสมาชิกในกลุ่มนำเสนอเป็นความคิดเห็นในภาพรวมของกลุ่ม

ขั้นที่ 3 ขั้นความคิดรวบยอด

8. วิทยากรสรุปประเด็นการวิพากษ์ในภาพรวม

ขั้นที่ 4 ขั้นการทดลอง/การประยุกต์แนวคิด

9. วิทยากรให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมฝึกปฏิบัติในการจัดแถลงข่าว

10. วิทยากรให้ข้อเสนอแนะผลงานการฝึกปฏิบัติในภาพรวม

11. วิทยากรแจกแบบทดสอบเพื่อวัดความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์การจัดแถลงข่าวหลังการฝึกอบรม

สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรมของหน่วยการเรียนรู้

1. เครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับวิทยากร
2. โปรเจคเตอร์ พร้อมจอรับภาพ
3. เครื่องฉายภาพทึบแสง (LCD)
4. แบบทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เรื่อง การเขียนโครงการและจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาด
5. ตัวอย่างโครงการจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาด
6. เอกสารประกอบการบรรยาย เรื่อง การเขียนโครงการและจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาด
7. แบบทดสอบความสามารถในการประชาสัมพันธ์ด้านการเผยแพร่และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เรื่อง การจัดแถลงข่าว
8. ตัวอย่างวีดีทัศน์ในการจัดแถลงข่าว
9. เอกสารประกอบการบรรยาย เรื่อง การจัดแถลงข่าว

การวัดและประเมินผล

1. การทำแบบทดสอบประจำหน่วยการเรียนรู้
2. การมีส่วนร่วมในการถ่ายทอดประสบการณ์ การนำเสนอ และการวิพากษ์ผลการฝึกปฏิบัติ
3. ผลงานการเขียนโครงการ
4. การมีส่วนร่วมในการวิพากษ์การจัดแถลงข่าว
5. ผลการฝึกปฏิบัติการจัดแถลงข่าว

ใบความรู้ที่ 5.1 การเขียนโครงการและจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาด

ความหมายของโครงการ

โครงการ (Project) หมายถึง แผนงานย่อยที่ประกอบด้วยกิจกรรมหลายกิจกรรม หรืองานหลายงานที่ระบุรายละเอียดชัดเจน เช่นวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ระยะเวลาดำเนินการ กิจกรรมดำเนินงาน สถานที่ดำเนินการ งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินงาน ผู้รับผิดชอบ ตลอดจนผลที่คาดว่าจะได้รับหรือกล่าวได้ว่า โครงการเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งในการวางแผนพัฒนา ซึ่งช่วยให้เห็นภาพ และทิศทางการพัฒนา ขอบเขตของการที่สามารถติดตามและประเมินผลได้

แผนงานที่ปราศจากโครงการ ย่อมเป็นแผนงานที่ไม่สมบูรณ์ ไม่สามารถนำไปปฏิบัติให้เป็นรูปธรรมได้ ดังนั้นการเขียนโครงการขึ้นมารองรับแผนงาน ย่อมเป็นสิ่งสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะถ้าโครงการบรรลุผลสำเร็จ แผนงาน และนโยบาย ย่อมบรรลุผลสำเร็จด้วยโครงการจึงเป็นสิ่งที่ทำให้สามารถนำแผนปฏิบัติการสู่การปฏิบัติจริง เพื่อให้เกิดผลและบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการได้ และเป็นจุดเชื่อมโยงจากแผนงาน ไปสู่แผนเงิน และแผนคนด้วยโครงการมีความสัมพันธ์กับแผนงานและนโยบาย โดยต้องมีความสอดคล้องกับนโยบายชาติ แผนยุทธศาสตร์กระทรวง แผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย

โครงการ 1 โครงการ อาจมีหลายกิจกรรมหรือหลายงานก็ได้ เมื่อมีการพัฒนานโยบาย เป็นแผนงาน แผนยุทธศาสตร์ และโครงการแล้ว การพัฒนาจากที่เป็นนามธรรม ไปสู่การเป็นรูปธรรม จะทำให้หน่วยงานสามารถปฏิบัติได้ง่าย

ลักษณะของโครงการ

1. ประกอบด้วยกิจกรรมการดำเนินงานที่สอดคล้องกัน ภายใต้วัตถุประสงค์เดียวกัน

2. มีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน วัดได้ ปฏิบัติได้ โครงการหนึ่ง ๆ อาจมีมากกว่าหนึ่งวัตถุประสงค์ก็ได้

3. มีการกำหนดจุดเริ่มต้น และจุดสิ้นสุดของกิจกรรม มีการกำหนดระยะเวลาแน่นอนว่าเริ่มต้นเมื่อไร และสิ้นสุดเมื่อไร

4. มีพื้นที่ดำเนินการ ถ้าเลือกสถานที่ดำเนินการไม่เหมาะสม ก็อาจทำให้เสียค่าใช้จ่ายมากหรือลงทุนมาก การประเมินผลโครงการอาจทำได้ยาก

5. มีบุคลากรหรือหน่วยงานรับผิดชอบชัดเจน เพื่อเป็นหลักประกันว่าบุคคลนั้น หรือหน่วยงานนั้น จะปฏิบัติอย่างจริงจัง

6. มีการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ ต้องระบุเงินที่ใช้ว่า เป็นหมวดค่าตอบแทน ค่าใช้สอย ค่าวัสดุ ค่าครุภัณฑ์ ทำให้ง่ายในการดำเนินงาน และควบคุมตรวจสอบการใช้งบประมาณ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้

ลักษณะของโครงการที่ดี

1. สามารถตอบสนองความต้องการ หรือแก้ปัญหาของหน่วยงานได้

2. มีวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ชัดเจน สามารถดำเนินงาน และปฏิบัติได้

3. รายละเอียดของโครงการ ต้องสอดคล้อง และสัมพันธ์กัน ตั้งแต่ประเด็นแรก ถึงประเด็นสุดท้ายกล่าวคือ วัตถุประสงค์ ของโครงการ ต้องสอดคล้องกับหลักการ และเหตุผล วิธีการด าเนินงาน ต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ฯลฯ

4. รายละเอียดโครงการ สามารถเข้าใจได้ง่าย มีการใช้ภาษาที่เข้าใจกันทั่วไป สะดวกต่อการดำเนินงานตามโครงการ โดยสามารถตอบคำถาม ต่อไปนี้ได้คือ

-โครงการอะไร	ชื่อโครงการ
- ทำไมต้องริเริ่มโครงการ	หลักการและเหตุผล
- ทำเพื่ออะไร	วัตถุประสงค์
- ปริมาณที่จะทำเท่าไร	เป้าหมาย
- ทำอย่างไร	วิธีดำเนินการ
- จะทำเมื่อไร นานแค่ไหน	ระยะเวลาดำเนินการ
- ใช้ทรัพยากรเท่าไร และได้มาจากไหน	งบประมาณ แหล่งที่มา
- ใครทำ	ผู้รับผิดชอบโครงการ
- บรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่	การประเมินผล
- เมื่อเสร็จสิ้นโครงการ แล้วจะได้อะไร	ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5. สามารถนำไปปฏิบัติได้ สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย และสามารถติดตามประเมินผลได้

6. โครงการต้องกำหนดขึ้น จากข้อมูลที่เป็นจริง และเป็นข้อมูลที่ได้รับการวิเคราะห์อย่างรอบคอบ

7. โครงการต้องได้รับการสนับสนุนในด้านทรัพยากร และการบริหารอย่างเหมาะสม

8. โครงการต้องมีระยะเวลาในการดำเนินงาน ต้องระบุถึงวัน เวลาที่เริ่มต้น และสิ้นสุดโครงการ

โครงสร้างของโครงการ

โครงสร้างของโครงการ ประกอบด้วย

1. **ชื่อโครงการ** การตั้งชื่อโครงการต้องมีความชัดเจน เหมาะสม เฉพาะเจาะจง กะทัดรัด และสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน เป็นที่เข้าใจได้โดยง่าย ชื่อโครงการจะบอกให้ทราบว่าจะทำสิ่ง

ใดบ้าง โครงการที่จัดทำขึ้นนั้นเพื่ออะไร โดยทั่วไปจะต้องแสดงลักษณะงานที่ต้องปฏิบัติ ลักษณะเฉพาะของโครงการ และจุดมุ่งหมายของโครงการ เช่น

- โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ การเขียนแผนและโครงการ

-โครงการขยายพันธุ์พืชเชิงธุรกิจ

- โครงการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ด้านเกษตรอินทรีย์

นอกจากนี้การเขียนโครงการต้องระบุความสอดคล้องกับนโยบายชาติ และประเด็นยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เป็นการแสดงให้เห็นว่าโครงการนั้นสามารถสนับสนุนและสอดคล้องกับนโยบายและประเด็นยุทธศาสตร์นั้นได้หรือไม่ มากน้อยเพียงใด

2. **หลักการและเหตุผล** เป็นส่วนสำคัญที่แสดงถึงปัญหา สาเหตุ ความจำเป็น หรือความต้องการ ที่ต้องมีการจัดทำโครงการขึ้น เพื่อแก้ปัญหา หรือสนองความต้องการขององค์กร ชุมชน หรือท้องถิ่นนั้นๆ โดยผู้เขียนโครงการจำเป็นต้องเขียนแสดงให้เห็นถึงปัญหา หรือความต้องการ พร้อมทั้งระบุเหตุผล และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ เพื่อสนับสนุนการจัดทำโครงการอย่างชัดเจน

ผู้เขียนต้องพยายามหาเหตุผล หลักการ ทฤษฎีต่าง ๆ แนวทางนโยบายของรัฐบาล นโยบายของกระทรวง / กรม ตลอดจนความต้องการในการแก้ปัญหาหรือพัฒนา เพื่อสนับสนุนโครงการที่จัดทำขึ้นอย่างสมเหตุสมผล แสดงข้อมูลที่มีน้ำหนัก น่าเชื่อถือ โดยมีการอ้างอิงแหล่งที่มา เพื่อให้ผู้ที่มีอำนาจเห็นชอบ และอนุมัติโครงการให้ดำเนินการได้ เช่น ถ้าเป็นโครงการเพื่อพัฒนาก็ควรอธิบายให้เห็นว่าหากอนุมัติโครงการนี้แล้ว จะเป็นการเพิ่มโอกาสหรือเกิดมูลค่าเพิ่มอย่างไร

3. **วัตถุประสงค์** เป็นข้อความที่แสดงถึงความต้องการที่จะกระทำสิ่งต่าง ๆ ภายในโครงการให้ปรากฏผลเป็นรูปธรรมต้องเขียนให้ชัดเจน ไม่คลุมเครือ สามารถวัดและประเมินผลได้ โดยโครงการหนึ่ง ๆ อาจมีวัตถุประสงค์มากกว่า 1 ข้อ แต่ไม่ควรเกิน 3 ข้อ หากเขียนวัตถุประสงค์ไว้มากข้อ จะทำให้ผู้ปฏิบัติมองภาพไม่ชัด และอาจดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ยาก

หลักการเขียนวัตถุประสงค์ “หลัก SMART”

S =Sensible (เป็นไปได้) หมายถึง ต้องมีความเป็นไปได้ในการดำเนินโครงการ

M= Measurable (วัดได้) หมายถึง ต้องสามารถวัดและประเมินผลได้

A= Attainable (ระบุสิ่งที่ต้องการ) หมายถึง ระบุสิ่งที่ต้องการดำเนินงานอย่างชัดเจน ปฏิบัติได้ มิใช่สิ่งเพ้อฝัน

R = Reasonable (เป็นเหตุเป็นผล) หมายถึง ต้องมีความเป็นเหตุเป็นผลในการปฏิบัติสอดคล้องกับความเป็นจริง

T = Time (เวลา) หมายถึง ต้องมีขอบเขตของเวลาที่แน่นอนในการปฏิบัติงานนอกจากนั้น

การเขียนวัตถุประสงค์ ต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้ คือ

1. ใช้คำที่แสดงถึงความตั้งใจ และเป็นลักษณะเชิงพฤติกรรม เพื่อแสดงให้เห็นถึงการดำเนินงานโครงการ เช่น เพื่อเพิ่ม..... เพื่อลด..... เพื่อส่งเสริม..... เพื่อปรับปรุง..... เพื่อรณรงค์..... เพื่อเผยแพร่..... เพื่ออธิบาย.....ฯลฯ

- เพื่อให้สามารถอธิบายถึงวิธีการเขียนโครงการได้
- เพื่อเผยแพร่ความรู้ในการประกอบอาชีพตามแนวพระราชดำริแก่ชาวชนบท
- เพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพนักศึกษาฝึกสอน

2. กำหนดเกณฑ์มาตรฐานของความสำเร็จที่วัดได้ในเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ

3. กำหนดช่วงเวลา พื้นที่ หรือกลุ่มเป้าหมาย

4. **หน่วยงาน / ผู้รับผิดชอบโครงการ** การเขียนโครงการจะต้องระบุหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดทำโครงการนั้น ๆ โดยตรง เพื่อสะดวกต่อการติดตามและประเมินผลโครงการ เช่น สาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ ถ้าเป็นโครงการความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน การเขียนหน่วยงานที่รับผิดชอบก็ต้องระบุหน่วยงานที่รับผิดชอบทั้งหมด เช่น สาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ ร่วมกับ กองคลัง สำนักงานอธิการบดี

โครงการทุกโครงการ จะต้องมีผู้ทำโครงการรับผิดชอบดำเนินงานตามโครงการที่เขียนไว้ ไม่ว่าตนเองจะเป็นผู้เขียนโครงการนั้น หรือผู้อื่นเป็นผู้เขียนโครงการก็ตาม จะต้องระบุผู้รับผิดชอบโครงการนั้นๆให้ชัดเจน ว่าเป็นใคร ลงลายมือชื่อกำกับ พร้อมระบุหมายเลขโทรศัพท์ ที่ติดต่อได้โดยตรง

5. **ขั้นตอนหรือวิธีการดำเนินงาน** เป็นขั้นตอนตามลำดับก่อนหลัง เพื่อใช้ปฏิบัติให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยแยกเป็นกิจกรรมย่อยหลายกิจกรรม ซึ่งจะแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ ว่ามีกิจกรรมใดที่ต้องทำบ้าง โดยยึดหลักว่ากิจกรรมต่าง ๆ ที่กำหนดขึ้นจะต้องเป็นขั้นตอน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ

6. **แผนปฏิบัติงาน** เป็นการนำขั้นตอนต่าง ๆ ในการดำเนินงานมาแจกแจงรายละเอียด ให้ผู้ทำโครงการสามารถลงมือปฏิบัติงานได้ มีระยะเวลากิจกรรม ว่าจะทำเมื่อใด โดยนำเสนอเป็นแผนภูมิแท่ง หรือแผนภูมิของแกนท์ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุมโครงการ

7. **เป้าหมายดำเนินงาน** ต้องเขียนให้ชัดเจน เพื่อแสดงให้เห็นผลงาน หรือผลลัพธ์ที่เป็นเชิงคุณภาพ หรือปริมาณที่คาดว่าจะทำให้เกิดขึ้น ในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งอาจกำหนดเป็นร้อยละ จำนวนหน่วยที่แสดงปริมาณหรือคุณภาพเช่น โครงการปลูกข้าวโพดฝักอ่อน เป้าหมาย คือ ได้ผลผลิต

ข้าวโพดฝักอ่อนคุณภาพ ขั้นที่ 1 จำนวน 10 ต้นหรือโครงการอบรมการขยายพันธุ์พืช เป้าหมาย คือ เมื่อสิ้นสุดโครงการ ผู้เข้ารับการอบรม ร้อยละ 80 สามารถขยายพันธุ์พืชได้อย่างถูกวิธี

8. **งบประมาณและทรัพยากรที่ต้องใช้** เป็นการระบุถึงจำนวนเงิน จำนวนวัสดุครุภัณฑ์ ที่จำเป็นต่อการดำเนินโครงการนั้นๆ โดยแจกแจงรายละเอียดชัดเจน เป็นหมวดย่อย ๆ เช่น ค่าตอบแทน ค่าใช้สอย ค่าวัสดุ ค่าครุภัณฑ์ (ถ้ามี) เพื่อช่วยในการตรวจสอบความเป็นไปได้ และความเหมาะสม รวมถึงช่วยให้การพิจารณาสนับสนุนและอนุมัติโครงการเป็นไปด้วยดี

9. **ระยะเวลาดำเนินการตามโครงการ** เป็นการระบุระยะเวลาเริ่มต้นโครงการ จนกระทั่งสิ้นสุดโครงการ ว่าใช้เวลาทั้งหมดเท่าใด โดยระบุวันเดือนปีที่เริ่มทำและสิ้นสุดที่ชัดเจน ไม่ควรระบุระยะเวลาที่ลงนานเกินความจำเป็น เช่น ระบุ 6 เดือนโดยไม่ระบุเวลาเริ่มและสิ้นสุด เป็นการกำหนดระยะเวลาที่ไม่สมบูรณ์ควรระบุว่า ตั้งแต่ 1 มกราคม 2553 ถึง 30 มิถุนายน 2553

ถ้าหากเป็นโครงการระยะยาว และมีหลายระยะก็ต้องแสดงช่วงเวลาในแต่ละระยะของโครงการนั้นด้วย เพื่อเป็นรายละเอียด ประกอบการพิจารณาอนุมัติโครงการ

10. **ผลที่คาดว่าจะได้รับ** เป็นการบอกถึงว่าเมื่อสิ้นสุดโครงการ จะมีผลกระทบในทางที่ดีที่คาดว่าจะเกิดขึ้นโดยตรงและโดยอ้อม โดยระบุให้ชัดเจนว่าใครเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์จากโครงการบ้าง ได้รับประโยชน์อย่างไร ทั้งในเชิงปริมาณ และคุณภาพ ในแง่การสร้างมูลค่าเพิ่ม มิใช่คัดลอกวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายมาใส่ เช่น โครงการพัฒนาระบบเครือข่ายอินเตอร์เน็ตตำบลผลที่คาดว่าจะได้รับเช่น

- เกษตรกรในชนบททุกตำบลมีช่องทางในการจำหน่ายสินค้าทางการเกษตร อย่างกว้างขวาง โดยใช้ระบบอินเตอร์เน็ต
- เกษตรกรในชนบทสามารถสร้างเครือข่ายตลาดการค้าระหว่างภูมิภาคได้อย่างกว้างขวาง
- เกษตรกรในชนบทจะมีคุณภาพชีวิตระดับบุคคลและครัวเรือนดีขึ้น

11. **การติดตามและประเมินผล** เป็นการแสดงถึงการติดตาม การควบคุม การประเมินผลโครงการเพื่อให้โครงการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ ควรระบุวิธีการที่ใช้ในการประเมินผลโครงการไว้ให้ชัดเจนอาจต้องระบุบุคคล หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบประเมินโครงการพร้อมทั้งบอกรูปแบบการประเมินผลโครงการ ใช้เครื่องมืออะไรในการประเมินผล ระยะเวลาในการประเมินผล ใครเป็นผู้ประเมิน ผลของการประเมินสามารถนำมาพิจารณาประกอบการดำเนินการเตรียมโครงการที่คล้ายคลึง หรือเกี่ยวข้องในเวลาต่อไป

รูปแบบการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์

กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์หรือเหตุการณ์พิเศษ (Special Event) ถือเป็นกิจกรรมทางการประชาสัมพันธ์ซึ่งใช้เป็นสื่อ หรือเครื่องมือในด้านการประชาสัมพันธ์ (The Tool of PR) อีกประเภทหนึ่งนอกเหนือจากเครื่องมือสื่อสารอื่น ๆ ที่นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นเครื่องมือสื่อสารทางด้านอิเลคทรอนิกส์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ หรือสิ่งที่เป็นสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ (Printed Media) เช่น จุลสาร จดหมายข่าว แผ่นพับและแผ่นปลิว ฯลฯ

ประเภทของกิจกรรม

1. การจัดวันและสัปดาห์พิเศษ (Special Day and Weeks) คือ การที่หน่วยงานจัดงานเหตุการณ์พิเศษขึ้น โดยเลือกกำหนดวันสำคัญหรือสัปดาห์สำคัญโดยเฉพาะเจาะจงขึ้นมาเอง แล้วถือเอาวันหรือสัปดาห์ช่วงนั้นเป็นระยะเวลาจัดเหตุการณ์พิเศษของตน

2. การจัดแสดงและนิทรรศการ (Display and Exhibits) เป็นการจัดงานเพื่อผลทางด้านการประชาสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะแสดงให้เห็นถึงกิจการความก้าวหน้า ตลอดจนผลงานที่ผ่านมาของหน่วยงานให้ประชาชนได้ชม การจัดการแสดงและนิทรรศการนี้ทำได้หลายวิธี อาจเป็นกิจกรรมการแสดงหรือนิทรรศการก็ได้ เช่น งานแสดงสินค้า (Trade Fairs) การจัดการแสดงและนิทรรศการนี้เป็นกิจกรรมที่ได้ผลทางด้านการประชาสัมพันธ์มากพอสมควร เพราะประชาชนได้มีโอกาสเข้ามาสัมผัสด้วยตนเอง และมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ประชาชนผู้เข้ามาชมงานย่อมได้พบได้เป็นได้ยินได้ฟัง ได้จัดต้องลูบคลำ และได้ร่วมอยู่ในสภาพแวดล้อมและบรรยากาศนั้น ๆ ด้วยตนเอง ตลอดจนได้รับความรู้ และความบันเทิง เพลิดเพลินไปพร้อมกันในตัวด้วย จึงนับได้ว่ามีผลทางจิตวิทยาการประชาสัมพันธ์ค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม การจัดการแสดงและนิทรรศการเป็นการจัดงานที่มีความยุ่งยากสลับซับซ้อนพอสมควร และมีงบประมาณค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงทั้งทางด้านเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ตลอดจนการเผยแพร่ประกาศให้คนทราบ เพราะฉะนั้นนักประชาสัมพันธ์ หรือ ผู้ที่จัดนิทรรศการและการแสดงดังกล่าว จะต้องมั่นใจว่า การจัดงานนี้สามารถล่อใจหรือดึงดูดใจให้ประชาชนมาชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การพบปะและการประชุม (Meeting and Conferences) คือ การจัดให้มีการพบปะหรือการประชุมเพื่อเปิดโอกาสให้บุคคลหลายฝ่ายได้มีโอกาสพบปะแลกเปลี่ยนทัศนะความคิดเห็นของซึ่งกันและกัน ซึ่งถือเป็นเหตุการณ์พิเศษเช่นกัน เช่น การประชุมทางวิชาการ การสัมมนานักบริหาร ก็นับว่าเป็นการเปิดโอกาสให้ฝ่ายจัดการหรือฝ่ายบริหารได้มีโอกาสพบปะกับบุคคลสำคัญภายนอกต่าง ๆ (Key External Publics) ที่ได้รับเชิญมาร่วมด้วย เช่น ผู้นำความคิดเห็นในสังคม หรือผู้นำในท้องถิ่นและชุมชนต่าง ๆ ทั้งนี้ก็เพื่อให้ฝ่ายจัดการได้มีโอกาสฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของบุคคลเหล่านี้ รวมทั้งการปรึกษาหารือกันถึงนโยบายและแผนการดำเนินงานขององค์การด้วย

4. การจัดงานวันครบรอบปี (Anniversaries) เป็นการจัดงานในวันครบรอบของการก่อตั้งหรือสถาปนาหน่วยงาน การจัดงานวันครบรอบปีนิยมจัดกันทั้งหน่วยงานภาครัฐ ธุรกิจเอกชน และองค์การสาธารณกุศลต่าง ๆ เพราะการจัดงานดังกล่าวเป็นการสร้างโอกาส ในการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับประชาชนและชุมชน เป็นโอกาสอันดีที่องค์การ/สถาบันจะได้แสดงถึงความก้าวหน้าความสำเร็จและการมีส่วนช่วยเหลือสร้างสรรค์สังคมส่วนรวมให้ประจักษ์แก่สายตาประชาชน รวมทั้งเป็นการสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจและชื่อเสียงเกียรติคุณ ตลอดจนความเลื่อมใสศรัทธาในหน่วยงานให้เกิดขึ้นในจิตใจประชาชน งานฉลองครบรอบปี มักจัดเป็นช่วงระยะ ๆ

5. การให้รางวัลพิเศษ (Special Awards) คือ การที่หน่วยงานจัดมอบรางวัลพิเศษ ให้แก่บุคคลที่สร้างสรรค์หรือบำเพ็ญประโยชน์ในสิ่งที่ดีงามแก่สังคมส่วนรวม หรือเป็นบุคคลดีเด่นหรือบุคคลตัวอย่างฯลฯการมอบรางวัลพิเศษนี้ อาจมอบให้แก่บุคคลภายในหน่วยงานและภายนอกก็ได้ ถ้าเป็นบุคคลภายในได้แก่ การมอบรางวัลพิเศษให้แก่บุคลากรที่มีผลงานหรือทำงานดีเด่นให้แก่บริษัทหรือสถาบัน เมื่อให้รางวัลแก่บุคคลเหล่านี้แล้ว บริษัทก็จะเผยแพร่กระจายข่าวตามสื่อมวลชนต่าง ๆ รวมทั้งจุลสารหรือวารสารภายในบริษัทด้วย สำหรับการมอบรางวัลพิเศษแก่บุคคลภายนอกนั้น หน่วยงานก็อาจจะมอบให้แก่ประชาชนผู้ทำประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมหรือพลเมืองดี

6. การเปิดให้เยี่ยมชมหน่วยงาน (Open House) หมายถึง การที่หน่วยงานให้บุคคลภายนอกเข้าเยี่ยมชมกิจการ ซึ่งนับว่าเป็นเหตุการณ์พิเศษประเภทหนึ่งที่สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานกับประชาชน การเปิดให้เยี่ยมชมจะต้องเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไป ทุกกลุ่มทุกอาชีพ เข้าเยี่ยมชม มิใช่เปิดให้ชมแต่เฉพาะประชาชนบางกลุ่ม ก็ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกว่าลำเอียงหรือเลือกที่รักมักที่ชัง อันอาจสร้างทัศนคติที่ไม่ดีแก่ประชาชนได้ องค์การที่มีกิจการขนาดใหญ่ หรือมีผลงานที่น่าสนใจ มักมีประชาชนกลุ่มต่าง ๆ เข้าเยี่ยมชมเสมอ เช่น กลุ่มนักเรียน นิสิตนักศึกษา กลุ่มเกษตรกร กลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มสื่อมวลชน ฯลฯ ซึ่งหน่วยงานก็จะนำชมกิจการต่าง ๆ เช่น นำชมแผนกต่าง ๆ นำชมโรงงาน การแสดงสาธิตระบบการทำงาน รวมทั้งการบรรยายสรุปในห้องประชุมหรือฉายภาพยนตร์ให้ดูประกอบด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้กลุ่มบุคคลเข้าชมเกิดความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานของหน่วยงาน เป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีแก่ประชาชนเป้าหมายและประชาชนทั่วไป

7. การจัดงานประกวด (Contest) อาจเป็นการจัดประกวดเฉพาะบุคคลภายในหน่วยงานหรือบุคคลภายนอกด้วยก็ได้ เช่น การจัดประกวดข้อเสนอแนะเกี่ยวกับนโยบายและการปรับปรุงบริษัท หากผลงานใดชนะการประกวดก็จะได้รับรางวัลจากบริษัท

8. การจัดขบวนแห่ (Parades and Pageants) การจัดขบวนแห่นี้นับว่าเป็นเหตุการณ์พิเศษที่มีบทบาทสำคัญสำหรับงานด้านชุมชนสัมพันธ์ ส่วนมากมักจะเป็นขบวนแห่เนื่องในวันสำคัญหรือโอกาสสำคัญต่าง ๆ ซึ่งหน่วยงานเป็นผู้ร่วมให้ความสนับสนุน

9. การอุปถัมภ์งานของชุมชน (Sponsored Community Events) หมายถึง การที่หน่วยงานให้ความอุปถัมภ์หรือสนับสนุนงานของชุมชน ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่จะปรับปรุงสภาพแวดล้อมความเป็นอยู่ของชุมชน หรือท้องถิ่นอันได้แก่ ส่งเสริมปรับปรุงทางด้านการศึกษาของชุมชนในท้องถิ่น ด้านสุขภาพอนามัยของชุมชนวัฒนธรรมและด้านนันทนาการต่าง ๆ เช่น ให้ความอุปถัมภ์แก่โครงการอนามัยเพื่อชุมชนในท้องถิ่นนั้น ฯลฯ

10. การให้ความสนับสนุนแก่องค์การต่าง ๆ (Sponsored Organization) หมายถึง การที่หน่วยงานให้ความสนับสนุนโดยเข้าไปจัดการหรือดำเนินการสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้แก่องค์การต่าง ๆ ในชุมชนเพื่อสร้างความนิยมศรัทธาให้แก่หน่วยงาน เช่น เข้าไปจัดฝึกอบรมอาชีพให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น หรือช่วยให้การจัดฝึกอบรมและพัฒนากลุ่มยุวเกษตรกรในชุมชนท้องถิ่นนั้น ฯลฯ

11. การหาบุคคลเพื่อเป็นสัญลักษณ์ทางด้านการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Personalities) หมายถึง การที่หน่วยงาน เช่น ธุรกิจบางแห่งจะใช้วิธีคัดเลือกสาวงามที่มีเสน่ห์และฉลาดปราดเปรียว คล่องแคล่วไว้เป็นสัญลักษณ์หรือผู้แทนของบริษัท ทำหน้าที่เป็นทูตแห่งความสัมพันธ์ของบริษัท เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความประทับใจให้แก่ประชาชน

12. การจัดงานฉลอง (Dedications) เป็นเหตุการณ์พิเศษเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงบริการใหม่ ๆหรือสิ่งอำนวยความสะดวกใหม่ของหน่วยงาน เช่น การให้บริการในระบบใหม่ การจัดงานฉลองนี้นับว่าเป็นโอกาสแห่งการประชาสัมพันธ์ (PR. Opportunities) ที่สำคัญ ซึ่งทำให้หน่วยงานสามารถชี้แจงทำความเข้าใจในสิ่งใหม่หรือระบบใหม่ให้ประชาชนได้ทราบและเข้าใจ การจัดงานนี้จะต้องมีการวางแผนล่วงหน้าโดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ของบริษัท เพื่อจัดเตรียมงาน มีการเลือกกำหนดวันกำหนดรายชื่อแขกที่เชิญมา เตรียมรถรับส่งแขกและผู้ร่วมงาน รวมทั้งเตรียมการต้อนรับต่าง ๆตลอดจนเตรียมการเผยแพร่สู่ประชาชน การจัดงานฉลองนี้อาจมีการสาธิตให้ชมถึงระบบใหม่ที่ประชาสัมพันธ์ด้วย เพื่อความรู้ความเข้าใจของประชาชน เช่น บริษัทจัดงานฉลองแนะนำการให้บริการแก๊สระบบใหม่ ซึ่งในงานนั้นจะมีการแสดงสาธิตให้ผู้ เข้าร่วมงานในงานชมด้วย ฯลฯ

เอกสารอ้างอิง

ปุญณิศา สุวรรณภาษิต. การเขียนบทโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์. (เอกสารประกอบการสอน). ม.ป.พ. อัดสำเนา.

สุมัธยา กิจงาม. เทคนิคการเขียนโครงการฝ่ายบริหาร. (เอกสารประกอบการบรรยาย). กองนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน. อัดสำเนา.

ใบความรู้ที่ 5.2 การจัดแถลงข่าวและกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์

ความหมายและความสำคัญของการแถลงข่าว

การแถลงข่าว (Press Conference) คือ การนัดสื่อมวลชนเพื่อให้มารับฟังการแถลงข่าวเกี่ยวกับเรื่องราวของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน เช่น นโยบายการเปลี่ยนแปลงการบริหารแบบใหม่ การออกสินค้าใหม่ การนำเสนอบริการแบบใหม่ การมีกรรมวิธีการผลิตใหม่ ๆ หรือต้องการชี้แจงการทำงานของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน

การแถลงข่าวเป็นเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ที่เป็นที่นิยมใช้กันมากในสมัยนี้ อย่างไรก็ตาม วิธีการนี้ไม่ควรใช้อย่างพร่ำเพรื่อ เพราะว่าผู้สื่อข่าวจะเบื่อการจัดแถลงข่าวได้ ถ้าไม่มีประเด็นที่น่าสนใจจริง ๆ ตามหลักแล้วควรจะใช้การจัดแถลงข่าวในกรณีต่อไปนี้

1. ในกรณีที่มีเรื่องราวใหม่ ๆคือ เมื่อหน่วยงาน องค์กร และสถาบันมีนโยบาย กิจกรรมตลอดจนเรื่องราวใหม่ ๆ จริง ๆ ที่คิดว่ามีคุณค่าควรแก่การเป็นข่าว และเป็นเรื่องหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน ประสงค์ที่จะให้รายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องใหม่นี้

2. ในกรณีที่เห็นว่าการสื่อสารทางเดียวจะไม่เป็นผลการแถลงข่าวควรจะกระทำในกรณีที่ต้องอธิบายข้อมูลให้มีความกระจ่างชัด จึงจะต้องจัดให้มีการสื่อสารสองทาง เพื่อเปิดโอกาสให้มีการซักถามด้วย และเพื่อป้องกันความเข้าใจผิด และลดความกังขาทั้งหลายให้หมดไป เช่น การแถลงข่าวของดาราหญิง กรณีท้องก่อนแต่ง เป็นต้น

ขั้นตอนการจัดแถลงข่าว

ขั้นตอนที่ 1 เมื่อได้รับหนังสือขอความอนุเคราะห์ให้จัดแถลงข่าวจากหน่วยงานต่าง ๆ □ เสนอผู้บริหารเพื่อพิจารณา และแจ้งผลการพิจารณาให้หน่วยงานที่ขอความอนุเคราะห์ทราบ

ขั้นตอนที่ 2 หากได้รับอนุมัติ

- ประสานหน่วยงานเจ้าของเรื่อง เกี่ยวกับรายละเอียดการจัดงาน ประเด็น/หัวข้อที่จะแถลงข่าว กำหนดการจัดงาน วัตถุประสงค์รูปแบบการจัดงาน ผู้แถลงข่าว และข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ
- ประชุมหรือมอบหมายผู้รับผิดชอบในการดำเนินการ
- แจ้งค่าใช้จ่ายให้เจ้าของเรื่องรับทราบ □
- ประสานผู้แถลงข่าว/พิธีกร/ผู้ดำเนินการ/เจ้าหน้าที่เทคนิค
- ทำหนังสือเชิญสื่อมวลชน พร้อมกำหนดการและยืนยันการเข้าร่วมงานด้วยวาจา
- จัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ได้แก่ข่าวประชาสัมพันธ์แฟ้มเอกสารสื่อประชาสัมพันธ์

- จัดทำรายชื่อผู้ประสานงาน พร้อมหมายเลขโทรศัพท์จัดทำใบลงทะเบียนสื่อมวลชนและผู้เกี่ยวข้องจัดทำป้ายชื่อผู้แถลงข่าวลำดับขั้นตอนการจัดแถลงข่าว ประเด็น/บทแถลงข่าวคำกล่าวรายงาน (ถ้ามี)

- จัดเตรียมสถานที่และอุปกรณ์ที่ใช้ได้แก่ห้องแถลงข่าวห้องรับรองจัดทำ Backdrop เวทีดอกไม้ประดับ โพเดียมป้ายชื่อผู้แถลงข่าว รูปแบบการจัดห้อง ระบบแสงสีเสียง อุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ สถานที่จอดรถ

- จัดเตรียมอาหารว่างเครื่องดื่ม

ขั้นตอนที่ 3 ตรวจสอบความเรียบร้อยก่อนเริ่มการแถลงข่าวอย่างน้อย 1-2 ชั่วโมงนักประชาสัมพันธ์ และหน่วยงานเจ้าของเรื่องตรวจสอบความเรียบร้อยของสถานที่จัดทำ Backdrop เวทีดอกไม้ประดับโพเดียมอุปกรณ์ เครื่องเสียง ป้ายชื่อผู้แถลงข่าว ใบลงทะเบียนเข้าร่วมงาน คำกล่าวรายงาน เอกสารสำหรับแจกสื่อมวลชน

ขั้นตอนที่ 4 การจัดการแถลงข่าวนักประชาสัมพันธ์และหน่วยงานเจ้าของเรื่องให้การต้อนรับสื่อมวลชน รับลงทะเบียน แจกแฟ้มเอกสารและของที่ระลึก ดูแลอำนวยความสะดวกการจัดงานให้เป็นไปตามขั้นตอน ประเมินผลความพึงพอใจผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดงาน

ขั้นตอนที่ 5 นักประชาสัมพันธ์สรุปผลการดำเนินงาน ผลการประเมินความพึงพอใจ รายชื่อสื่อมวลชน ภาพการจัดงาน ติดตามการเผยแพร่ข่าวที่สื่อมวลชนนำไปเสนอเพื่อเสนอผู้บริหารและหน่วยงานเจ้าของเรื่องทราบนำผลการประเมินความพึงพอใจข้อเสนอแนะปัญหาอุปสรรคที่พบมาพิจารณาเพื่อปรับปรุงการทำงานในครั้งต่อไป

ความหมายของสื่อมวลชนสัมพันธ์

สื่อมวลชนสัมพันธ์ เป็นวิธีการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน เพื่อจะอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่หรือกระจายข่าวสารของหน่วยงานไปสู่ประชาชนโดยที่หน่วยงานนั้นไม่ต้องจ่ายเงินค่าเวลาได้ทางวิทยุหรือซื้อเนื้อที่โฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์เพราะถ้าต้องจ่ายเงินค่าเวลาหรือเนื้อที่ดังกล่าวแล้วก็จะกลายเป็นโฆษณาไปทันที ฉะนั้น นักประชาสัมพันธ์จะต้องคอยบริการ อำนวยความสะดวกให้แก่สื่อมวลชนต่าง ๆ ในการจัดส่งข่าวสารนั้น ๆ ไปให้ เป็นการถ้อยทีถ้อยอาศัยกันอยู่ในตัว หรือบางครั้งก็อาจจะต้องเชิญสื่อมวลชนมาทำข่าวนั้น ๆ ด้วย ฯลฯ

รูปแบบและวัตถุประสงค์ของสื่อมวลชนสัมพันธ์

สื่อมวลชนสัมพันธ์ จึงอาจจะกระทำได้หลายรูปแบบ ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักก็คือการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบรรดาสื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น นักข่าว นักหนังสือพิมพ์ ฯลฯ สถาบันย่อมจะต้องพึ่งพาบรรดาสื่อมวลชนเหล่านี้ เพื่อเป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวสารขององค์การไปสู่ประชาชน ใน

ขอบเขตที่กว้างขวาง ฉะนั้นในการนำเสนอข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ที่ถูกต้องไปสู่ประชาชน สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือหรือสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้ดี

การที่มีข่าวแจกเข้ามาวันละมาก ๆ นั้น ผู้สื่อข่าวมักจะเลือกข่าวที่น่าสนใจ เป็นข่าวที่เขียนจะความเป็นจริง ตรงไปตรงมา ไม่ปิดบังซ่อนเร้น เพื่อความสะดวก รวดเร็ว ในการนำมาตีพิมพ์ นอกจากนี้ก็ควรจะมีแหล่งที่มาของข่าว มีชื่อ ที่อยู่ และเบอร์โทรศัพท์ของผู้ส่งข่าว เพื่อให้ผู้สื่อข่าวติดต่อกลับไปได้หากมีข้อสงสัยหรือต้องการตรวจเช็คข่าว หรือขอรายละเอียดเพิ่มเติม

หน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในการจัดงานสื่อมวลชนสัมพันธ์

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ เช่น ศึกษาดูว่าบุคคลที่รับผิดชอบในงานหนังสือพิมพ์แต่ละคนมีใครบ้าง นับตั้งแต่ บรรณาธิการ นักข่าว นักเขียนคอลัมน์ ฯลฯ รวมทั้งศึกษาความต้องการข่าวสารข้อมูล และรสนิยมตลอดจนเทคนิคในการเขียนข่าวของแต่ละคน ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับทุกคน

2. การให้ข่าวสารด้านต่าง ๆ แก่หนังสือพิมพ์ เป็นวิธีการติดต่อ เขียนข่าว ส่งข่าวให้สื่อมวลชนเกี่ยวกับนโยบาย โครงการ ความเคลื่อนไหว ความเจริญก้าวหน้าของสถาบันธุรกิจ เพื่อให้หนังสือพิมพ์ไปตีพิมพ์เผยแพร่ให้ประชาชนเกิดความสนใจ ความเข้าใจและเสื่อมศรัทธาในสถาบัน

3. อำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนที่มาติดต่อ สื่อมวลขนอาจติดต่อมายังสถาบันธุรกิจเพื่อต้องการข่าวรายละเอียดหรือเรื่องราวของสถาบัน

4. การสร้างความสัมพันธ์และความสนิทสนมกับสื่อมวลชน ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นมากของงานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ ใช้วิธีจัดเลี้ยงหรือพบปะสังสรรค์กับสื่อมวลชนเป็นครั้งคราว

5. การตัดข่าว บทวิจารณ์ และบทความสารคดี (Clipping File) เป็นการติดตามผลของการดำเนินงานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ เรื่องราวข่าวสารที่แจกไป หรือแถลงไป หรือส่งไปนั้นได้รับการตีพิมพ์บ้างหรือไม่ มากน้อยเพียงใด

วิธีการให้ข่าวสารแก่สื่อมวลชน

เอกสารข่าวแจก (News/Press Release)ที่จัดส่งไปนั้น ผู้รับคือบรรณาธิการ นักข่าว นักวิจารณ์ ผู้เขียนคอลัมน์ประจำสถานีวิทยุและสถานีโทรทัศน์ ซึ่งส่วนใหญ่ยังต้องอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจ องค์การ หรือหน่วยงานนั้น ๆ กับผู้สื่อข่าวที่ได้รับข่าวด้วย ในการส่งข่าวให้ผู้สื่อข่าวมีหลักการ ดังนี้

1. ใช้กระดาษหัวจดหมายที่ระบุชื่อหน่วยงานของผู้ออกข่าว รวมทั้งหมายเลขโทรศัพท์เพื่อให้ผู้รับข่าว ติดต่อกลับมาได้ ในกรณีที่ต้องการรายละเอียดมากขึ้น หรือไม่เข้าใจในข้อความของข่าว

2. ควรมีวันที่ที่ส่งข่าว และจุดประสงค์ของการออกข่าว

3. ข่าวที่เขียนส่งไปต้องสั้น แต่มีเนื้อหาสมบูรณ์ เชื่อถือได้ เข้าใจง่าย ส่งตรงเวลา ไม่เป็นข่าวล่า มีรายละเอียดที่จำเป็นและสำคัญ

4. เป็นข่าวที่มีประโยชน์ต่อชุมชน ไม่ใช่ข่าวส่วนตัวจนเกินไป

5. ถือหลักการเขียนข่าว “ควรทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร อย่างไร และทำไม” ในการเขียนข่าวเสมอ

6. ข่าวที่จัดส่งต้องพิมพ์ดีดอย่างเรียบร้อย สวยงาม และมีระเบียบ จะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้นด้วย

7. การจัดส่งข่าวแจกอย่างมีประสิทธิภาพ คือ ต้องมีรายชื่อ นามสกุล ที่ถูกต้องของผู้สื่อข่าว รวมทั้งรายละเอียด เรื่องที่อยู่ สถานที่ทำงาน ตำแหน่งของผู้สื่อข่าวฝ่ายต่าง ๆ การจ่าหน้าซอง ต้องดูตัวสะกดให้ถูกต้อง และควรจัดส่งให้ทันก่อนเวลาปิดข่าว

8. การส่งข่าวยังอาจใช้วิธีการส่งข่าวทางโทรศัพท์ นำไปให้ด้วยตนเอง หรือส่งทางไปรษณีย์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของข่าวว่ามีความสำคัญมากน้อยเพียงไร และความสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์กับผู้สื่อข่าว

การให้ข่าวแก่สื่อมวลชน

1. เอกสารข่าวแจก (News/Press Release) เป็นข่าวสารที่องค์การ สถาบัน หรือหน่วยงานธุรกิจ จัดทำและส่งให้สื่อมวลชนเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้สื่อมวลชนได้นำไปตีพิมพ์เผยแพร่ หรือกระจายข่าวสารเหล่านี้ไปสู่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนทราบและเข้าใจในตัวสถาบัน

2. แฟ้มคู่มือสำหรับแจกให้หนังสือพิมพ์ (Press Kits) แฟ้มคู่มือจะเป็นประโยชน์สำหรับอ้างอิงหรือการนำเอาเรื่องราวรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ ขององค์การไปใช้ประกอบในการเขียนข่าวได้ เพราะภายในแฟ้มคู่มือเหล่านี้ จะมีเอกสารต่าง ๆ เช่น ข่าวแจก ภาพข่าว รายละเอียด เรื่องราวภูมิหลังประวัติความเป็นมาของสถาบัน(Background Material) ฯลฯ ซึ่งจัดทำขึ้นโดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์การและใช้สำหรับแจกจ่ายให้แก่หนังสือพิมพ์เนื่องจากในงานเหตุการณ์พิเศษหรือวาระสำคัญต่าง ๆ การจัดประแถลงข่าวหรือให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน การเปิดบริษัทหรือโรงงานใหม่ หรือในกรณีที่หนังสือพิมพ์ขอมา ฯลฯ

3. การให้สัมภาษณ์แก่นักข่าวหรือมวลชน (Press Interviews) ซึ่งอาจเป็นนักข่าวคนเดียวหรือหลายคนมาติดต่อขอสัมภาษณ์ เพื่อสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องหนึ่งเรื่องใดโดยเฉพาะ เพื่อนำไปเสนอให้ประชาชนทราบ

4. การรายการปฐมทัศน์แก่หนังสือพิมพ์ (Press Previews) เป็นการเชิญชวนให้นักข่าวและสื่อมวลชนมาชมรายการสำคัญล่วงหน้าก่อนเปิดการแสดงก่อนประชาชน เพื่อให้มีโอกาสเห็นเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงล่วงหน้าก่อน และสามารถเผยแพร่ข่าวดังกล่าวให้ประชาชนได้เข้าใจ

5. การจัดให้มีการร่วมรับประทานอาหารระหว่างฝ่ายจัดการกับสื่อมวลชน (Press Management Luncheons) เป็นการสร้างสื่อมวลชนสัมพันธ์ระหว่างฝ่ายจัดหรือฝ่ายบริหารขององค์การกับสื่อมวลชนจะเป็นแถลงข่าวต่าง ๆ แก่สื่อมวลชนด้วย บางครั้งก็เรียกว่าเป็นงานเลี้ยงขอบคุณให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน (Thank you Parties)

6. การจัดพาสื่อมวลชนชมกิจการ (Press Visits or Press Tours) เพื่อนำข้อเท็จจริงหรือเรื่องราวที่พบเห็นไปเสนอข่าวสู่ประชาชนการจัดพาสื่อมวลชนชมกิจการนี้ มีขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้ คือ

6.1 การติดต่อเชิญสื่อมวลชน เป็นรายบุคคล หรือเป็นคณะก็ได้ พร้อมทั้งระบุวัน เวลา และสถานที่แน่นอน โดยอาจส่งบัตรเชิญไป และโทรศัพท์ยืนยันอีกครั้งเมื่อใกล้กำหนดระยะเวลา

6.2 จัดทำกำหนดการและรายละเอียดการชมกิจการแบบสั้น ๆ พร้อมชื่อเจ้าหน้าที่ที่จะเป็นผู้นำชมกิจการ กำหนดการและรายละเอียดนี้อาจส่งพร้อมบัตรเชิญด้วย

6.3 เตรียมเอกสารสิ่งพิมพ์แฟ้มข่าวต่าง ๆ สำหรับแจกแก่ผู้เข้าชม

6.4 อำนวยความสะดวก ด้านยานพาหนะ ขณะเดินทางไปชม หรือบริการส่งกลับ

6.5 มอบของที่ระลึก ของชำร่วยสำหรับแจกผู้เข้าชม เช่น สมุดโน้ต ปากกา ฯลฯ เพื่อความประทับใจหรือเตือนความจำในการชมกิจการครั้งนี้

6.6 ติดตามอำนวยความสะดวก ภายหลังการชมกิจการแล้ว เช่น การจัดหาคำตอบในรายละเอียด หรือเอกสารต่าง ๆ รวมถึงรูปถ่ายของคณะผู้เข้าชมโดยส่งตามไปให้ภายหลัง

7. การจัดเลี้ยงแถลงข่าว (Press Conference) เป็นการจัดประชุมแถลงข่าวแก่สื่อมวลชนในกรณีที่ข่าวสำคัญหรือมีเหตุการณ์เรื่องราวที่สำคัญเกิดขึ้นรวมทั้งข่าวที่น่าสนใจ ที่ควรเผยแพร่เป็นพิเศษ จึงมักมีการจัดแถลงข่าวขึ้นเป็นครั้งคราวขั้นตอนในการจัดเลี้ยงแถลงข่าว มีดังนี้

7.1 กำหนดหัวเรื่อง วันเวลา สถานที่ ตามความเหมาะสม และสะดวกแก่บรรดาสื่อมวลชนที่จะมีเวลาเข้าร่วมในงานแถลงข่าวนี้ได้ แล้วจึงส่งจดหมายหรือบัตรเชิญ พร้อมโทรศัพท์ไปเชิญผู้สื่อข่าวล่วงหน้า พร้อมกับแจ้งให้ทราบว่าจะแถลงข่าวเรื่องอะไร ใครเป็นผู้จัด จัดขึ้นที่ไหน วันเวลาใด

7.2 จัดเตรียมสถานที่ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่จะใช้ในการแถลงข่าว นับตั้งแต่เตรียมที่นั่ง แผนภูมิ กำหนดตัวบุคคล อาหาร เครื่องดื่ม

7.3 จัดเตรียมเอกสารข่าวแจก แฟ้มข่าว และสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ซึ่งจะมีรายละเอียดที่สำคัญ ๆ เกี่ยวกับงานแถลงข่าวในวันนี้มอบให้สื่อมวลชน เพื่อใช้ประกอบในการฟังคำแถลงข่าว และนำกับไปเลือกใช้ในการตีพิมพ์เผยแพร่ได้ด้วย

7.4 เชิญสื่อมวลชน โดยการส่งจดหมาย บัตรเชิญไปให้ล่วงหน้าหลาย ๆ วันและโทรศัพท์ไปยืนยันอีกครั้งก่อนวันงาน 1–2 วัน เพื่อป้องกันไม่ให้นักข่าวลืม หรือในกรณีที่มีงานแถลงข่าวหรืองาน

สำคัญอื่น ๆ จัดขึ้นพร้อม ๆ กัน ฝ่ายบรรณาธิการข่าว จะได้จัดส่งนักข่าวแยกกันมาในงานแถลงข่าวของสถาบันธุรกิจของเราได้

7.5 การเตรียมการต้อนรับ จะต้องมีเจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับนักข่าวและสื่อมวลชนต่าง ๆ อยู่หน้างาน พร้อมกับมอบแฟ้มข่าว เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ และของที่ระลึก หรืออาจมีสมุดเซ็นเยี่ยม สมุดลงทะเบียนอยู่ที่ฝ่ายต้อนรับ ฝ่ายต้อนรับนี้ยังต้องทำหน้าที่ บริการให้ความสะดวกแก่สื่อมวลชนตลอดเวลาจนเสร็จสิ้นการแถลงข่าว

7.6 การแถลงข่าวและให้สัมภาษณ์ อาจประกอบด้วยบุคคลหลายคนจากหลายฝ่ายเข้าร่วมในการแถลงข่าวครั้งนี้ แต่ก็ต้องเป็นผู้ที่สามารถให้ข่าวสาร ข้อเท็จจริง ให้ความเห็นแก่นักข่าวได้อย่างเต็มที่ และต้องเตรียมข้อมูลสำคัญตอบคำถามที่คาดว่า จะถูกซักถามไว้ให้ดีด้วย เมื่อแถลงข่าวเสร็จ ก็ควรจะเปิดโอกาสให้นักข่าวและสื่อมวลชนต่าง ๆ ซักถามปัญหา ข้อสงสัยได้เต็มที่ เพื่อซักซ้อมความเข้าใจให้ชัดเจนถูกต้อง นอกจากนี้ตลอดเวลาในการให้สัมภาษณ์ ก็ควรตอบข้อซักถามหรือสร้างบรรยากาศแห่งความเป็นกันเองแก่นักข่าวให้มากที่สุด

7.7 การติดตามผลจากข่าวในหนังสือพิมพ์ และนิตยสารต่าง ๆ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและตัดข่าวประชาสัมพันธ์เหล่านั้นไว้ เพื่อเสนอเป็นผลงาน และการประเมินการแถลงข่าวครั้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมประชาสัมพันธ์. (ม.ป.ป.). คู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานกระบวนการแถลงข่าว ปีงบประมาณ 2554. ม.ป.พ. อัดสำเนา.

การแถลงข่าวและจัดแฟ้มเอกสารเพื่อการเผยแพร่. (2559, 10 เมษายน). สืบค้นเมื่อ 14 เมษายน 2559จาก https://www.gotoknow.org/posts/288231

ปุญณิศา สุวรรณภาษิต. การเขียนบทโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์. (เอกสารประกอบการสอน). ม.ป.พ. อัดสำเนา.

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กฤษณพงศ์ กีรติกร. (2553). *วิกฤติ กระบวนทัศน์ มโนทัศน์ เพื่อการปฏิรูปการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2550). *ทิศทางการอุดมศึกษาไทย. [ออนไลน์].* แหล่งที่มา: http://www.kriengsak.com/index.php?components=content&id_content_category_main=21&id_content_topic_main=36&id _content_management_main=134 สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2558

จารุพร ขันธนันท์. (2556, 27 ธันวาคม). สัมภาษณ์โดย ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ ที่สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

จินตวีร์ เกษมสุข. (2551). *ประสิทธิผลของการใช้สื่อบุคคลในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน.*รายงานการวิจัยมหาวิทยาลัยศรีปทุม. กรุงเทพฯ. ถ่ายเอกสาร.

ธินินทร จิตราดิษฐานนท์. (2558, 18 สิงหาคม). สัมภาษณ์โดย ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ ที่สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ.2548. (2548.18 มกราคม) *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 122 ตอนที่ 6ก. หน้า 17-27.

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2553)*ยุทธศาสตร์อุดมศึกษาไทยในการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน ในปี 2558*. กรุงเทพฯ. บางกอกบล็อค.

สุรีย์พร พันพึ่ง. (2557, ธันวาคม 2556 – มกราคม 2557). ภาวะเจริญพันธุ์ของประชาการอาเซียน. *วารสารประชากรและการพัฒนา*. 34(2): 1-2.

สุวิตา พฤกษอาภรณ์. (2556, 28 ธันวาคม). สัมภาษณ์โดย ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ ที่คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

สหายพล มีชูนึก. (2556, 27 ธันวาคม). สัมภาษณ์โดย ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ ที่สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

สัมฤทธิ์ เจียมเจริญพรกุล. (2556, 28 ธันวาคม). สัมภาษณ์โดย ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ ที่สถานีโทรทัศน์เคเบิลเอทีวี.

อนุรักษ์ เมฆพะโยม. (2556, 27 ธันวาคม). สัมภาษณ์โดย ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ ที่สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

อุทัย ดุลยเกษม. (2556, กรกฎาคม – ธันวาคม). ยุทธศาสตร์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*. 6(2): 105-109.

อุไรวรรณ สมบัติศิริ. (2556, 29 ธันวาคม). สัมภาษณ์โดย ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ ที่สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

Kolb,. D.A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development.* New Jersey. Prentice-Hall

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ
วัน เดือน ปีเกิด	12 ธันวาคม 2517
สถานที่เกิด	อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี
ที่อยู่ปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิศูนย์สุพรรณบุรี
	450 หมู่ 6 ถนนสุพรรณบุรี – ชัยนาท ตำบลย่านยาว
	อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี 72130
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	ผู้ช่วยอธิการบดี
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	สำนักงานอธิการบดี
	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
	60 หมู่ 3 ถนนสายเอเซีย ตำบลหันตรา อำเภอพระนครศรีอยุธยา
	จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2539	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การบัญชี)
	จาก สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
พ.ศ. 2546	บัญชีมหาบัณฑิต
	จาก มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ. 2551	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว)
	จาก มหาวิทยาลัยนเรศวร
พ.ศ. 2552	การศึกษามหาบัณฑิต (การบริหารการศึกษา)
	จาก มหาวิทยาลัยนเรศวร
พ.ศ. 2559	การศึกษาดุษฎีบัณฑิต (การอุดมศึกษา)
	จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ