



## รายงานวิจัย

### เรื่อง

การผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษา

โรงเรียนกันตบุตร

Video Creation for Education Guidance Public Relations,  
Kantabutra school

โดย

ศรายุทธ กิตติเนตรชนก

การวิจัยครั้งนี้ได้รับเงินทุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ปีการศึกษา 2560

**ชื่องานวิจัย:** การผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษา โรงเรียนกันตະบุตร  
**ชื่อผู้วิจัย:** ศรายุทธ กิตติเนตรชนก  
**ปีที่ทำการวิจัยแล้วเสร็จ:** 2561

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับการแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตະบุตร 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตະบุตร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อประชาสัมพันธ์ 5 คน และ 2) นักเรียน ครู และผู้ปกครอง จำนวน 270 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพของสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตະบุตร โดยผู้เชี่ยวชาญในภาพรวมอยู่ในระดับดีมากทั้ง 4 ด้าน (ค่าเฉลี่ย = 4.61) และผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตະบุตร โดยนักเรียน ครู และผู้ปกครองในภาพรวมอยู่ในระดับดีมากทั้ง 4 ด้าน (ค่าเฉลี่ย = 4.20)

**คำสำคัญ:** สื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์ การแนะแนวการศึกษา โรงเรียนกันตະบุตร

**Research Title:** Video Creation for Education Guidance Public Relations, Kantabutra School

**Researcher:** Sarayut Kittinetchanok

**Year:** 2018

### Abstract

The purpose of this research were to 1) created video for education guidance public relations, Kantabutra school 2) studied satisfaction about video for education guidance public relations, Kantabutra school. The research sample were 5 experts in media relations and 270 participants from students, teachers, and students' patents. Descriptive statistics were used to analyze the data; frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The results show that:

The video for education guidance public relations, Kantabutra school quality in 4 scopes from the expert was highest (mean = 4.61). Students, teachers, and students' parents had high satisfaction in 4 scopes of video for education guidance public relations, Kantabutra school (mean = 4.20).

**Keywords:** video for public relations, Education guidance, Kantabutra school

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “การผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนก้นตะบุดร” ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ผู้วิจัยของของคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัย ทีมงานวิจัย และอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.โกสุม สายใจ ซึ่งกรุณาให้คำแนะนำและคำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ รวมถึงให้ความช่วยเหลือตลอดระยะเวลาในการทำวิจัย

ขอขอบพระคุณครอบครัว พี่ ๆ เพื่อน ๆ คณาจารย์ที่ให้ความร่วมมือและให้การสนับสนุนด้วยดีตลอดมา อีกทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ได้กล่าวนามไว้ในที่นี้ซึ่งทั้งหมดมีส่วนอย่างมากที่ทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงลงด้วยดี



ศรายุทธ กิตติเนตรชนก

2561

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	2
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	3
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
1.7 ประโยชน์ของงานวิจัย.....	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 การแนะแนวการศึกษา (Educational Guidance).....	5
2.2 การประชาสัมพันธ์.....	7
2.3 วีดีทัศน์.....	12
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	32
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	33
3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	33
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	33
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	35

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 เกณฑ์การให้คะแนน .....	35
3.5 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	37
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	37
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	39
ตอนที่ 1 ผลการผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร .	39
ตอนที่ 2 ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษา โรงเรียนกันตะบุตร .....	46
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	51
สรุปผลการวิจัย.....	51
อภิปรายผลการวิจัย .....	52
ข้อเสนอแนะ .....	53
บรรณานุกรม.....	54
ภาคผนวก.....	57
ภาคผนวก ก จดหมายขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินสื่อวีดิทัศน์ .....	58
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย .....	64
แบบประเมินคุณภาพสื่อสำหรับผู้เชี่ยวชาญ.....	65
แบบประเมินความพึงพอใจ .....	69
ประวัติผู้วิจัย.....	73

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 การประเมินคุณภาพภาพของสื่อด้านเนื้อหา .....	40
4.2 การประเมินคุณภาพภาพของสื่อด้านคุณภาพของภาพ .....	41
4.3 การประเมินคุณภาพภาพของสื่อด้านคุณภาพของเสียง .....	41
4.4 การประเมินคุณภาพภาพของสื่อด้านเทคนิคการนำเสนอ.....	42
4.5 สรุปผลการประเมินคุณภาพภาพของสื่อ .....	42
4.6 จำนวนและร้อยละของผู้รับฟังสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียน กันตะบุตร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล.....	43
4.7 การประเมินความพึงพอใจด้านเนื้อหา .....	45
4.8 การประเมินความพึงพอใจด้านคุณภาพของภาพ.....	46
4.9 การประเมินความพึงพอใจด้านคุณภาพของเสียง .....	46
4.10 การประเมินความพึงพอใจด้านเทคนิคการนำเสนอ .....	47
4.11 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อจากกลุ่มตัวอย่าง.....	48

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 วิธีทัศนรูปแบบบุคคลเดี่ยว.....	11
2.2 วิธีทัศนรูปแบบสนทนา.....	11
2.3 วิธีทัศนรูปแบบอภิปราย.....	12
2.4 วิธีทัศนรูปแบบสัมภาษณ์.....	12
2.5 วิธีทัศนรูปแบบเกมหรือตอบปัญหา.....	13
2.6 วิธีทัศนรูปแบบสารคดี.....	13
2.7 วิธีทัศนรูปแบบละคร.....	14
2.8 วิธีทัศนรูปแบบสารละคร.....	14
2.9 วิธีทัศนรูปแบบสาธิต.....	15
2.10 วิธีทัศนรูปแบบเพลงและดนตรี.....	15
2.11 วิธีทัศนรูปแบบการถ่ายทอดสด.....	16
2.12 วิธีทัศนรูปแบบนิตยสาร.....	16
2.13 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	26
4.1 อาคารเรียนโรงเรียนกันตະบุตร.....	14
4.2 กิจกรรมการสอนปฏิบัติจริง.....	15
4.3 บรรยากาศการเรียนภาษาอังกฤษกับครูต่างประเทศในทุกระดับชั้น.....	15
4.4 โครงการ Family Night.....	16
4.5 รางวัลครูดีเด่นของคุรุสภา (หนึ่งแสนครูดี).....	16
4.6 ประตู่โรงเรียนกันตະบุตร.....	26



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โลกปัจจุบันเป็นโลกแห่งข้อมูลข่าวสาร การให้ และการแลกเปลี่ยนข้อมูล โดยอาศัยเทคโนโลยีต่าง ๆ เป็นสื่อในการเสริมสร้างความเข้าใจ วิดีทัศน์เป็นองค์ประกอบหนึ่งของหน่วยงาน และชีวิตประจำวันของบุคคลทุกคนภาพทุกภาพ เรื่องทุกเรื่องจากสื่อวีดิทัศน์ มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลทั่วไป บางรายการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและจิตวิทยา บางโฆษณา ใช้การนำเสนอซ้ำบ่อยครั้ง ทำให้ผู้ดูจำติดตา ประทับใจ และเปลี่ยนแปลงตามสื่อ นั้น ๆ โดยไม่รู้ตัว ทำให้วีดิทัศน์เป็นสื่อที่ให้ภาพและเสียงได้สมจริง มีการเคลื่อนไหวได้อย่างเป็นธรรมชาติ วิดีทัศน์ในปัจจุบัน เป็นสื่ออีกชนิดหนึ่งซึ่งถูกนำมาใช้ในวงการศึกษา เนื่องจากวีดิทัศน์เป็นอุปกรณ์ที่สามารถบันทึกภาพและเสียงไว้ได้พร้อมกัน สามารถแก้ไขและบันทึกลงใหม่ได้ อีกทั้งสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ทันทีคุณภาพชัดและภาพเร็วได้ตามความต้องการ

วีดิทัศน์ เป็นสื่อที่นิยมใช้ในงานประชาสัมพันธ์มากกว่าสื่ออื่นใด ในปัจจุบัน วีดิทัศน์ หรือ วีดีโอ (Video) เป็นการนำเอาโทรทัศน์ (Television) หรือเนื้อหาทางวิชาการ นโยบาย การประมวล กิจกรรมการดำเนินงาน มาจัดทำเป็นรายการสั้น ๆ ใช้เป็นสื่อเพื่อการนำเสนอ การอธิบาย การสอน หรือเพื่อจุดประสงค์ใดจุดประสงค์หนึ่งตามความต้องการของผู้ผลิต

สำหรับโรงเรียน ซึ่งเป็นสถาบันการศึกษาที่มีความสำคัญต่อสังคมจึงต้องมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ รายละเอียด และประโยชน์ต่าง ๆ เกี่ยวกับการจัดการศึกษาและเพื่อสร้างความเข้าใจอันถูกต้อง ความเชื่อถือศรัทธา และความร่วมมือตลอดจนความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งจะช่วยให้โรงเรียนดำเนินงาน บรรลุเป้าหมาย และเกิดประโยชน์แก่ทางโรงเรียน เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ระหว่างโรงเรียนกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ บุคลากรในหน่วยงาน ผู้ปกครอง ชุมชน และสังคมจะนำมาซึ่งภาพลักษณ์ที่ดี ชื่อเสียง และศรัทธาให้เกิดขึ้นกับโรงเรียนทำให้บุคลากร นักเรียน ผู้ปกครอง ชุมชนและสังคม ได้ทราบการดำเนินงานและกิจกรรมของโรงเรียน ช่วยในการชักจูง โนมนาวใจ ให้เกิดการยอมรับ สนับสนุน กิจกรรมของโรงเรียนเป็นการสร้างความรู้สึก ภูมิใจมีส่วนเป็นเจ้าของ และให้ความร่วมมือช่วยเหลือโรงเรียนและท้ายที่สุดการประชาสัมพันธ์นั้นจะเป็นเครื่องมือแก้ปัญหาวิกฤติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับโรงเรียนการประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการสื่อสารขององค์การ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนทุกหน่วยงาน เพราะเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยทำให้ประชากรกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ ความเข้าใจ

ยอมรับ เชื่อถือและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานด้วยความเต็มใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคของการสื่อสารที่ไร้พรมแดน ยุคของข้อมูลข่าวสาร หรือสารสนเทศในปัจจุบันนี้ ทำให้เราสามารถรับรู้ข่าวสารได้อย่างครบถ้วน รวดเร็ว และทันเวลา ซึ่งมีกลไกทางด้านประชาสัมพันธ์เป็นกลไกหลักในการบริหารจัดการต่อสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ให้เกิดผลสำเร็จ (ธีระยุทธ เบ้าแดง, 2549: 5)

อรรถ หนูกกลาง (2550: 8) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ (publicrelations) หมายถึง รูปแบบหนึ่งของการติดต่อสื่อสารเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวข่าวสาร ทั้งที่เป็นข้อเท็จจริงและขอคิดเห็น จากสถาบันหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง ไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย โดยมีการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ และดำเนินการเพื่อบอกกล่าวให้ ทราบ เพื่อชี้แจงให้เข้าใจ ถูกต้อง อันเป็นการสร้างเสริมและรักษา (to build and sustain) ความสัมพันธ์ที่ดี ตลอดจนเพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี อันจะนำไปสู่การสนับสนุน และการได้รับความร่วมมือจากกลุ่มประชาชนเป้าหมาย”

เมื่อการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งจำเป็น และมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานของหน่วยงาน ผู้วิจัยจึงเห็นว่า โรงเรียนกันตะบุตรเป็นสถาบันการศึกษาขั้นพื้นฐาน เปิดสอนในระดับอนุบาล ประถมศึกษา จนถึงมัธยมศึกษาปีที่ 3 ซึ่งเป็น 1 ในสถาบันในเครือตั้งตรงจิตร ยังขาดสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความทันสมัยจึงคิดหารูปแบบการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อวีดิทัศน์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนกันตะบุตร และเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ต่อไป

## 1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 สื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนกันตะบุตรมีคุณภาพระดับใด

1.2.2 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตรในระดับใด

## 1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับการแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร

1.3.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร

## 1.4 สมมติฐานการวิจัย

4.1.1 สื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนกันตะบุตรมีคุณภาพอยู่ในระดับดี

4.1.2 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตรอยู่ในระดับมาก

## 1.5 ขอบเขตการวิจัย

### 1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายเพื่อผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตตะบุตร เพื่อใช้ในฝ่ายแนะแนวและประชาสัมพันธ์โรงเรียนกันตตะบุตร ประกอบด้วย

- ตัวแปรอิสระ วีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตตะบุตร
- ตัวแปรตาม ประกอบด้วย 1) คุณภาพสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษา 2) ความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษา

### 1.5.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ครู และผู้ปกครอง ที่เข้ารับการแนะแนวการศึกษาจากฝ่ายแนะแนวและประชาสัมพันธ์โรงเรียนกันตตะบุตร จำนวน 720 คน (ข้อมูลฝ่ายแนะแนวและประชาสัมพันธ์โรงเรียนกันตตะบุตร, 2559) และขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยการคำนวณโดยสูตร Taro Yamane ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวน 270 คน

### 1.5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2560 - เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2561 โดยวางแผนเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ.2560 - เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561

### 1.5.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการวิจัยในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

## 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

**คุณภาพสื่อ** หมายถึง ผลการประเมินคุณภาพของสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตตะบุตร ที่ได้จากการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ ในภาพรวมด้านเนื้อหา ภาพ เสียง และเทคนิคการนำเสนอ โดยนำคะแนนที่ได้จากแบบประเมินคุณภาพ มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

**เนื้อหา** หมายถึง ข้อมูล รายละเอียดต่าง ๆ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนกันตตะบุตร

**คุณภาพของเสียง** หมายถึง การนำเสนอสื่อโดยใช้เสียงประกอบ ซึ่งเสียงที่ใช้ฟังชัดเจน ไม่มีเสียงแทรก และสื่อสารเข้าใจง่าย

**คุณภาพของภาพ** หมายถึง การนำเสนอสื่อโดยใช้ประกอบ กราฟฟิกที่ใช้ต้องไม่แยงความสนใจในเนื้อหา โดยมีการเคลื่อนไหวของรูปภาพ เป็นเรื่องราวหรือเป็นขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง และน่าสนใจ

**เทคนิคการนำเสนอ** หมายถึง เทคนิคที่ใช้ต้องไม่มากเกินไป จนทำให้ผู้ฟังไม่สามารถฟังได้จนจบหรือรู้สึกรำคาญและไม่ยากจนเลือกไม่ถูก

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อ สื่อวีดิทัศน์ ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร

**การแนะแนวทางการศึกษา** กระบวนการของการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทางด้านการศึกษา ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนหรือผู้รับบริการทราบถึงแนวทางการเข้ารับการศึกษา แนวโน้มของการศึกษา โอกาสของการศึกษาในอนาคตซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนหรือผู้รับบริการสามารถเลือกแนวทางการศึกษาได้อย่างเหมาะสมกับความสามารถทางสติปัญญา ความถนัด ความสนใจ ซึ่งจะส่งผลต่อการเลือกประกอบอาชีพในอนาคต

**โรงเรียนกันตะบุตร** หมายถึง โรงเรียนกันตะบุตร เป็นสถาบันการศึกษาขั้นพื้นฐาน เปิดสอนในระดับ อนุบาล ประถมศึกษา จนถึงมัธยมศึกษาปีที่ 3 เป็น 1 ในสถาบันในเครือตั้งตรงจิตร ตั้งอยู่เลขที่ 71 ถนนอำนวยการสงคราม แขวงนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

## 1.7 ประโยชน์ของงานวิจัย

- 1.7.1 ได้สื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร
- 1.7.2 ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร
- 1.7.3 เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร ผู้จัดทำได้ศึกษาค้นคว้าทฤษฎีและหลักการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร โดยนำความรู้ที่ได้มาใช้ในการศึกษาดังนี้

- 2.1 การแนะแนวการศึกษา (Educational Guidance)
- 2.2 การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)
- 2.3 วีดิทัศน์
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



#### 2.1 การแนะแนวการศึกษา (Educational Guidance)

##### ความหมายของการแนะแนวการศึกษา

การแนะแนวการศึกษา หมายถึง กระบวนการที่ช่วยให้เราเข้าใจตนเองและสิ่งแวดล้อม สามารถแก้ปัญหาหรือตัดสินใจได้ถูกต้อง สามารถพัฒนาตนเองได้เต็มความสามารถทุกด้าน และยังสามารถปรับตัวและดำเนินชีวิตได้อย่างมีสุขอีกด้วยคะ สรุปได้ว่า การแนะแนวการศึกษาเป็นกระบวนการหนึ่งซึ่งช่วยส่งเสริมพัฒนาการด้านสติปัญญา ความสามารถ และความถนัดของแต่ละบุคคล

กชพร คงประเสริฐ (2554) การแนะแนวทางการศึกษา เป็นกระบวนการของการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทางการศึกษา ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนหรือผู้รับบริการทราบถึงแนวทางการเข้ารับการศึกษา แนวโน้มของการศึกษา โอกาสของการศึกษาในอนาคตซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนหรือผู้รับบริการสามารถเลือกแนวทางการศึกษาได้อย่างเหมาะสมกับความสามารถทางสติปัญญา ความถนัด ความสนใจ ซึ่งจะส่งผลต่อการเลือกประกอบอาชีพในอนาคต

##### จุดมุ่งหมายของการจัดการบริการแนะแนว

การแนะแนวมีความสำคัญมากจึงมีขอบข่ายที่กว้างขวาง โดยเฉพาะในสถาบันการศึกษาทุกระดับ ดังนั้นความหมายในการจัดบริการแนะแนวจึงควรเน้นทั้งด้านการป้องกันปัญหา การแก้ปัญหา และการส่งเสริมพัฒนาการแก่บุคคล

จุดมุ่งหมายของการแนะแนว คือ ทำให้บุคคลพัฒนาด้วยตัวเองอย่างดีที่สุดทั้งทางด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์สังคม และจิตใจและช่วยให้บุคคลช่วยเหลือตัวเองได้ในทุกเรื่อง เรียนรู้ที่จะดำรงอยู่อย่างมีความสุข

### วัตถุประสงค์การแนะแนว

1. เพื่อช่วยให้นักศึกษาได้รับข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับการเรียนและสามารถเข้าใจคุณสมบัติของบุคคลที่จะศึกษาต่อ
2. เพื่อช่วยให้นักศึกษาสามารถปรับตนเองให้เข้ากับการเรียนในแต่ละสาขาวิชาและวางแผนทางการศึกษาได้อย่างเหมาะสม
3. เพื่อส่งเสริมพัฒนาการทุกด้านของนักศึกษาทั้งทางร่างกาย สติปัญญา อารมณ์ และสังคมให้ไปได้ด้วยดี
4. เพื่อสร้างเสริมและแก้ไขพฤติกรรมที่เป็นปัญหาของนักศึกษา ให้เปลี่ยนแปลงไปในแนวทางที่ดีมีคุณภาพชีวิตที่พึงประสงค์และเป็นที่ยอมรับของสังคม
5. เพื่อช่วยเหลือ ดูแลนักศึกษาให้รู้สมรรถภาพของตนเอง มองเห็นคุณค่าความสำคัญของตนเอง มองเห็นชีวิตในอนาคต รู้และปฏิบัติตนอย่างชาญฉลาดซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อตนเองและสังคม

### การบริการแนะแนว

1. บริการศึกษาและรวบรวมข้อมูล (Individual Inventory Service) หมายถึง การศึกษาสำรวจ รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับตัวผู้เรียนทางด้านการศึกษา อาชีพ บุคลิกภาพ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเมื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ และจัดระบบแล้วจะทำให้ผู้แนะแนวได้รู้จักผู้เรียน และสามารถให้ความช่วยเหลือ ส่งเสริม และพัฒนาได้อย่างถูกต้อง สามารถช่วยให้ผู้เรียนหรือผู้รับบริการเข้าใจตนเอง และยอมรับตนเอง
2. บริการสนเทศ (Information Service) หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการพัฒนา เป็นกิจกรรมต่อเนื่องจากบริการศึกษาและรวบรวมข้อมูล จะช่วยให้ผู้เรียนได้รับข้อมูลข่าวสารความรู้ตรงกับความต้องการ ในการส่งเสริม พัฒนา ตลอดจนแก้ปัญหาอย่างเหมาะสม
3. บริการให้คำปรึกษา (Counseling Service) หมายถึง การให้ความช่วยเหลือ ความใกล้ชิด ความอบอุ่น ความมั่นใจ สติปัญญา ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนสามารถตัดสินใจ และเลือกได้อย่างฉลาด ถูกต้อง เหมาะสมกับสภาพปัญหา ความต้องการ ความจำเป็น ซึ่งการให้คำปรึกษาที่มีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องมีข้อมูลที่ถูกต้อง ลึกซึ้งอย่างเพียงพอ
4. บริการจัดวางตัวบุคคล (Placement Service) หมายถึง บริการที่จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถดำเนินการตามที่ตัดสินใจเลือกไว้ เช่น ได้เรียนในวิชาหรือประกอบอาชีพที่เลือกไว้ เป็นต้น

5. บริการติดตามและประเมินผล (Follow – up Service) จัดทำขึ้นเพื่อดำเนินการติดตามผลผู้เรียนภายหลังจากที่ได้รับบริการแนะแนวไปแล้วว่าได้ประโยชน์มากน้อยเพียงไร นอกจากนี้ยังช่วยให้ผู้จัดบริการแนะแนวได้ทราบว่าบริการต่าง ๆ ที่จัดขึ้นนั้น ได้ผลมากน้อยเพียงใด มีจุดเด่นอะไรบ้าง และมีจุดอ่อนที่จะต้องปรับปรุงแก้ไขอย่างไร

ดังนั้น การแนะแนวการศึกษาจึงครอบคลุมถึงการส่งเสริมความสามารถทางการเรียนทุกด้าน เช่นช่วยให้นักเรียนรู้จักวิธีการเรียน การศึกษาค้นคว้าความรู้เพิ่มเติม รู้จักหลักเกณฑ์ในการเลือกวิชาเรียนหรือโปรแกรมการเรียนให้สอดคล้องกับความสามารถ ช่วยให้สามารถวางแผนด้านการศึกษาต่อในอนาคตได้ รู้แนวทางในการเลือกสถานที่เรียนต่อ รู้วิธีที่จะเตรียมตัวในการสอบคัดเลือกเข้าสถานศึกษาต่อและสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพชีวิตภายในสถานศึกษาได้ งานแนะแนวเป็นงานบริการที่มุ่งให้ความช่วยเหลือนักศึกษาในด้านการพัฒนาตนเองโดยนำเอาความสามารถที่ตนเองมีอยู่มาใช้ในการพิจารณาอย่างมีเหตุผล สามารถแก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเอง ตลอดจนรู้จักวิธีการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีความสุขในชีวิต การแนะแนวนั้นเกิดขึ้นมาจากปัญหาและความต้องการต่างๆอาจมีลักษณะสัมพันธ์กันจนแยกจากได้ การแนะแนวการศึกษาจะเริ่มตั้งแต่วันแรกของนักศึกษาที่เข้าสู่สถานศึกษา และดำเนินไปจนถึงการสิ้นสุดการเรียนเพื่อไปประกอบอาชีพและการศึกษาต่อในระดับสูง ประกอบด้วยกิจกรรม 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ กิจกรรมช่วยเหลือนักศึกษาด้านการเรียน คือ การให้ข้อเสนอแนะทางการเรียนการศึกษาต่อ การทำงานเพื่อหารายได้ระหว่างเรียน การติดต่อขอรับทุนทางการศึกษาวารสารและหนังสือทางราชการแนะแนวทางการศึกษา ประการที่สอง การช่วยเหลือนักศึกษาด้านการปรับตัว ส่งเสริมทางด้านสติปัญญา ตลอดจนความเข้าใจในเรื่องความสามารถของตนเองให้สามารถตัดสินใจเพื่อมุ่งความสำเร็จทางการศึกษาความสามารถทั่วไป ความถนัดเฉพาะ ค่านิยม การค้นหาข้อมูลส่วนบุคคลและนักศึกษาที่มีแนวโน้มของความเคลื่อนไหวด้านพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ทำให้มีความกระตือรือร้นในการเรียน ด้วยเหตุนี้จึงควรมีการจัดบริการแนะแนวเพื่อแก้ปัญหาให้หมดไป

## 2.2 การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

อภิชาติ พุกสวัสดิ์ (2554: 4) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์คือ รูปแบบของการสื่อสารที่องค์กร หน่วยงาน สถาบัน ได้กระทำขึ้นโดยมีการวางแผนการดำเนินงานโดยอาจจะใช้การสื่อสารรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งหรือหลาย ๆ รูปแบบ ผ่านช่องทางการสื่อสารคือสื่อมวลชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน รวมทั้งการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร ตลอดจนการแก้ไขและปกป้องชื่อเสียงในทางลบ เพื่อให้ประชาชนทั้งภายในและภายนอกองค์กรมีความเชื่อถือ ความศรัทธา

วีรัช ลิขิตกุล (2546: 4- 5) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า คำว่า “การประชาสัมพันธ์” หากวิเคราะห์ตามรูปศัพท์แล้วเป็นคำที่ เราแปลมาจากภาษาอังกฤษว่า “Public Relations” ซึ่งสามารถแปลออกมาได้ว่า Public แปลว่า ประชา หมายถึงหมู่ คน และคำว่า Relations แปลว่า สัมพันธ์ หมายความว่า ผูกพัน ดังนั้น คำว่าการประชาสัมพันธ์ หมายความว่า การเกี่ยวของผูกพันกับหมูคน

อุบลวรรณ ปติพัฒนะโฆษิต (2545: 1) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารประเภทหนึ่งซึ่งหมายถึงกระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ความคิดเห็น ตลอดจนข้อมูลต่าง ๆ จากหน่วยงานไปยังกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข่าวสาร ความเข้าใจ และก่อให้เกิดความร่วมมือ ความเชื่อถือศรัทธาและภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงาน

กรรณิการ อัครเดชา (2544: 1) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นงานด้านการจัดการที่มีลักษณะวางแผนไวล่วงหน้าและต่อเนื่องที่ สถาบันของรัฐหรือของเอกชนก็ตามทำขึ้นเพื่อให้บุคคลที่ เกี่ยวข้อง หรืออาจเกี่ยวข้องมีความเข้าใจเห็นอกเห็นใจและสนับสนุนสถาบันเหล่านั้นโดยประเมินค่าประชาติเกี่ยวกับสถาบันนั้นเพื่อที่ จะปรับปรุงนโยบายและวิธีการของสถาบันนั้น ๆ ให้เกิดความร่วมมือที่ดี และก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันโดยการให้ข่าวสารที่กว้างขวางและมีการวางแผนไวล่วงหน้า

การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินการอย่างมีแบบแผนขององค์การสถาบันต่อประชาชนหรือกลุ่มชน เพื่อให้กลุ่มชนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวหรือกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดี มีทัศนคติที่ดีต่อสถาบัน เกิดการยอมรับและสนับสนุนในด้านต่างๆ

ขออัญเชิญพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช (2531:336) ที่ทรงมีแก่กรรมการสมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า “การประชาสัมพันธ์นั้นเท่าที่เข้าใจเป็นงานที่กว้างขวางมาก และกิจการเกือบทุกกิจการจะต้องประกอบไปด้วยการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะตีความหมายว่า การประชาสัมพันธ์ตามคำในตัวเองก็เป็นความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนหรือให้ประชาชนเข้าใจสัมพันธ์กัน”

Cutlip (1994: 4) กล่าวว่า งานประชาสัมพันธ์ หมายถึง การดำเนิน งานระดับบริหารที่ทำหน้าที่ในการประเมินทัศนคติของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เข้าใจถึงนโยบายและท่าทีของบุคคลหรือองค์การ ตลอดจนการดำเนินการวางแผน และลงมือปฏิบัติตามแผนนั้น ๆ เพื่อนำไปสู่การสร้าง ความเข้าใจอันดี และการยอมรับของกลุ่มประชาชน

Newsom & Scott (1976: 16) กล่าวว่า งานประชาสัมพันธ์หมายถึง งานที่ทำหาย เป็นงานที่มีความสลับซับซ้อน เพราะงานนี้ไม่เพียงแต่จะต้องมีทักษะหลาย ๆ ด้านด้วยกัน หากแต่ต้องมีพลังแห่งความคิดเพื่อการสร้างสรรค์ และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้ลุล่วงไปด้วย



Griswold (1974: 9) กล่าวว่า งานประชาสัมพันธ์ หมายถึง หน้าที่ทางการจัด ซึ่งจะประเมินทัศนคติสาธารณชน กำหนดนโยบายและขบวนการของบุคคลหรือหน่วยงานให้ เข้ากับความสนใจของสาธารณชนและดำเนินการปฏิบัติเพื่อให้ได้รับความเข้าใจและการยอมรับของสาธารณชน

จากการศึกษาความหมายของการประชาสัมพันธ์ พอจะสรุปความหมายของการประชาสัมพันธ์ได้ดังนี้ คือ การประชาสัมพันธ์เป็นศิลปะอย่างหนึ่งในการบริหารงานบุคคลที่จะทำให้ผู้ฟังมีความคิด ความเข้าใจตรงกับความคิดความเข้าใจของผู้พูด และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ต่อสถาบันให้ดำเนินงานไปได้ผลดี

### หลักการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจภายในองค์กร สถาบันกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยต้องวางอยู่บนรากฐานของความจริงใจ ความซื่อสัตย์ และมีมนุษยสัมพันธ์

กนกวรรณ ประภากรณ์ (2557: 21-22) ได้เสนอหลักการประชาสัมพันธ์ไป 3 ประการ

2.1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบนี้คือการชี้แจงให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลงาน ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์กรให้ประชาชนที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ ซึ่งเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจในตัวขององค์กรให้เป็นที่ รู้จักเข้าใจ และเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดีต่อองค์กร

2.2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด

2.2.1 การป้องกันความเข้าใจผิด ทางด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ ถือว่าการประชาสัมพันธ์ เพื่อป้องกัน ซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องแก้ไขภายหลัง ฉะนั้นการป้องกันการเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิ ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เกิดความเข้าใจผิดในองค์กรได้ ทั้งนี้ ความเข้าใจผิดอาจเกิดขึ้นได้เสมอและเกิดขึ้นได้ในหลายกรณี

2.2.2 การแก้ไขความเข้าใจผิดบ่อยครั้งที่นักประชาสัมพันธ์พยายามและระมัดระวังป้องกันความเข้าใจผิด แต่ความเข้าใจผิดอาจเกิดขึ้นได้เสมอในคนหมู่มาก ฉะนั้นเมื่อองค์กรประสบปัญหาดังกล่าวคือ เมื่อมีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับองค์กรเกิดขึ้นในกลุ่มประชาชนแล้ว จะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วนอย่างเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์ มิฉะนั้นอาจเกิดผลเสียกระทบกระเทือนต่อองค์กรได้ ความเข้าใจที่มักเกิดขึ้นอยู่เสมอในหมู่ประชาชนก็คือ ความเข้าใจผิดที่ได้รับมาจากกลุ่มบุคคล เพื่อนฝูงที่สนทนากัน หรือยังอาจเกิดจากคำวิพากษ์วิจารณ์ ของสื่อมวลชนที่ลงข่าวตำหนิติเตียนหรือพาดพิงมาถึงองค์กร เป็นต้น

2.3. การสำรวจประชามติ หลักที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ อีกประการหนึ่งคือ จะต้องมีการสำรวจวิจัยประชามติ เพราะองค์กรจะประชาสัมพันธ์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องรู้ซึ่งถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน หรือที่เราเรียกว่า ประชามติ (Public Opinion) จะต้องทราบว่า ประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ตลอดจนท่าที ต่าง ๆ ที่ประชาชนมีต่อองค์กร ซึ่งจะทราบได้จากการสำรวจวิจัยประชามติ เพื่อองค์กรจะสามารถตอบสนองสิ่งต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดและความต้องการที่แท้จริงของประชาชน

จากหลักการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวมา สรุปได้ว่า หลักการประชาสัมพันธ์คือ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน สถาบันที่มีการสำรวจระชามติ เพื่อศึกษาความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มเป้าหมาย และตอบสนองความต้องการได้อย่างถูกต้องสร้างความรู้ความเข้าใจที่เป็นพื้นฐานความจริงใจอันที่จะสร้างความศรัทธาให้เกิดแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย อันจะส่งผลให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการดำเนินงานด้วยความศรัทธา และเต็มใจ นอกจากนี้จำเป็นต้องหาวิธีป้องกัน และแก้ไขสถานการณ์หรือ เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกมีความเข้าใจผิดต่อหน่วยงาน อันจะก่อให้เกิดอคติและทำลายความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน

### **การประชาสัมพันธ์โรงเรียน**

การประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นการสร้างความสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดความร่วมมือ ร่วมใจระหว่างโรงเรียนกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องนี้ นักวิชาการได้เสนอแนวคิดไว้หลากหลายดังนี้

ภิญโญ สาร (2546: 315) กล่าวว่า งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน หมายถึง กระบวนการไมตรีสัมพันธ์ สองทาง (a two-way process) คือ โรงเรียนเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับบรรดาความคิดเห็นต่าง ๆ เพื่อสร้างสัมพันธ์กับประชาชนที่เกี่ยวข้อง

เอกชัย กี่สุขพันธ์ (2544: 215) กล่าวว่า งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน หมายถึง การดำเนินงานเพื่อสร้างความเข้าใจ หรือความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคลหรือกลุ่มคนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน เพื่อให้เกิดการประสานงาน และความร่วมมือที่ดีในการบริหารโรงเรียน

Kindred (1957: 16) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนว่า “การประชาสัมพันธ์โรงเรียน คือ กระบวนการติดต่อสื่อสารสองทางระหว่างโรงเรียนกับชุมชน มีความประสงค์ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนได้มีความเข้าใจและเห็นความจำเป็นในการปฏิบัติงานทางการศึกษา ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนที่มีความรู้ความสามารถเหล่านั้น มีความสนใจและร่วมมือในการปรับปรุงและพัฒนาโรงเรียน”

จากความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนดังกล่าว สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียน หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียน และกลุ่มประชาชน

ภายนอกที่มีส่วนสัมพันธ์กับโรงเรียน โดยกระบวนการไมตรีสัมพันธ์ทั้งสองทาง ซึ่งโรงเรียนเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับความคิดเห็นต่าง ๆ สัมพันธ์กับบุคคลที่เกี่ยวข้อง

### วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีและความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างโรงเรียนกับบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอันจะก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกันสนับสนุนส่งเสริมการปฏิบัติงานของโรงเรียนให้ประสบผลสำเร็จตามที่ต้องการ

สุรศักดิ์ ปาเฮ (2555: 5-6) ได้กล่าวถึงจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนไว้ดังนี้

- 4.1. เพื่อให้นักเรียน ครูอาจารย์ ผู้ปกครอง เข้าใจระเบียบ เหตุผลและความจำเป็นที่จะต้องมีกฎ ระเบียบ ใ้รู้ให้เข้าใจเพื่อให้เกิดความร่วมมือในการปฏิบัติ
- 4.2. เป็นการรายงานให้ครู นักเรียน ผู้ปกครองและประชาชนให้ทราบเกี่ยวกับการดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน
- 4.3. เป็นการสร้างชื่อเสียง เกียรติคุณ ความเชื่อถือ เลื่อมใส ความนิยม มั่นใจ ในโรงเรียนให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชนทั่วไป
- 4.4. ส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษา ให้ประชาชนเกิดความรู้สึกในการเป็นเจ้าของ เป็นหน้าที่ฐานะประชาชนในท้องถิ่นที่จะต้องให้ความร่วมมือ ความสนใจ เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของโรงเรียน
- 4.5. เชิญชวน ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนได้ เข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยเหลือ เกื้อหนุนโรงเรียนในเรื่องของการศึกษา ทั้งด้านกำลังกาย กำลังใจ รวมทั้งทุนทรัพย์
- 4.6. ส่งเสริมให้ครูกับนักเรียนและผู้ปกครองมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันเพื่อช่วยกันแก้ไข ปัญหาการศึกษาของเด็ก ครู โรงเรียนและบ้าน
- 4.7. เพื่อให้โรงเรียนดำเนินนโยบายการเปิดประตู (open door policy) โดยเป็น ศูนย์กลางการบริการประชาคมด้านการศึกษา วัฒนธรรมและบริการ
- 4.8. เพื่อให้โรงเรียนได้มีโอกาสสนองตอบความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการศึกษาและเป็นประโยชน์ต่อชุมชนอย่างแท้จริง
- 4.9. ช่วยแก้ไขปัญหาคัดแย้งต่าง ๆ ที่มีอยู่ระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครองหรือชุมชนให้หมดสิ้นไปหรือดีขึ้น
- 4.10. เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้เกิดขึ้นทั่วไปอย่างไม่จำกัด โดยถือว่าโรงเรียนเป็นของชุมชน เพื่อชุมชน บริหารโดยผู้ที่อยู่ในชุมชนนั้น

4.11.เปิดโอกาสให้ฝ่ายต่าง ๆ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา เสนอแนะ เพื่อปรับปรุงการศึกษาให้เป็นไปตามแนวความคิดความต้องการของสังคม ท้องถิ่น มิใช่เพียงแต่เป็นไปตามความต้องการของครูหรือโรงเรียนเท่านั้น

## 2.3 วิดิทัศน์

ปิยะดณัย วิเศียน (2560) กล่าวว่า ปัจจุบันวิดิทัศน์เป็นองค์ประกอบหนึ่งของหน่วยงานและชีวิตประจำวันของบุคคลทุกคนภาพทุกภาพ เรื่องทุกเรื่องจากสื่อวิดิทัศน์ มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลทั่วไป เนื่องจากการบริการถึงบ้าน บางรายการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและจิตวิทยา บางโฆษณา ใช้การนำเสนอซ้ำบ่อยครั้ง ทำให้ผู้ดูจำติดตา ประทับใจ และเปลี่ยนแปลงตามสื่อ นั้น ๆ โดยไม่รู้ตัว ทำให้วิดิทัศน์เป็นสื่อที่ให้ภาพและเสียงได้สมจริง โดยใช้เครื่องรับวิดิทัศน์เป็นช่องทางสื่อสาร ภาพและการแสดงต่าง ๆ สามารถใช้กล้องบันทึกได้ง่ายเหมือนภาพถ่าย แต่ที่เหนือกว่าภาพถ่ายคือ การนำเสนอภาพที่บันทึกจากกล้องวิดิทัศน์นั้น มีการเคลื่อนไหวได้อย่างเป็นธรรมชาติ วิดิทัศน์ในปัจจุบัน เป็นสื่ออีกชนิดหนึ่งซึ่งถูกนำมาใช้ในวงการศึกษา เนื่องจากวิดิทัศน์เป็นอุปกรณ์ที่สามารถบันทึกภาพและเสียงไว้ได้พร้อมกัน สามารถแก้ไขและบันทึกลงใหม่ได้อีกทั้งสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ทันทีคุณภาพชัดและภาพเร็วได้ตามความต้องการ

กิตานันท์ มลิทอง (2543: 144) กล่าวถึง “วิดิทัศน์” ว่า คนเราส่วนใหญ่จะเรียกกันว่า “วิดีโอเทป” แบ่งเป็นวัสดุคือ แถบวิดิทัศน์ และเครื่องเล่นวิดิทัศน์ ซึ่งแถบวิดิทัศน์คือ วัสดุที่สามารถใช้บันทึกภาพและเสียงได้พร้อมกันบนเทปในลักษณะของคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าและยังสามารถลบแล้วบันทึกใหม่ได้เช่นเดียวกับเทปบันทึกเสียง นำมาใช้ได้อีกหลายครั้ง สามารถเลือกดูภาพที่ต้องการได้ โดยการบังคับให้เลื่อนเดินหน้าหรือถอยหลัง ดูภาพซ้ำหรือหยุดดูภาพเฉพาะที่ต้องการได้

ประทีน คล้ายนาค (2541: 36) กล่าวว่า คำว่า “วิดิทัศน์” ตามความหมายทางเทคนิคจะหมายถึงการส่งผ่านสัญญาณอิเล็กทรอนิกส์ของภาพและเสียง จากกล้องหรือเครื่องบันทึกเทปวิดิทัศน์ที่เราเรียกว่า เครื่อง VTR ไปยังจอโทรทัศน์หรือมอนิเตอร์ โดยไม่จำเป็นต้องแพร่ภาพออกอากาศกลางอวกาศที่สุด วิดิทัศน์ก็คือ การใช้กล้องอิเล็กทรอนิกส์ถ่ายภาพเคลื่อนไหวพร้อมกับเสียงแล้วส่งไปนสัญญาณไฟฟ้าออกไปที่จอโทรทัศน์นั่นเอง แต่ปัจจุบันวิดิทัศน์ มีความหมายกว้างมากจะรวมไปถึงเครื่องมือและอุปกรณ์โทรทัศน์ที่ใช้กันตามบ้าน ตามสถาบันและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งยังรวมถึงอุปกรณ์ตามสถานี วิทยุโทรทัศน์อีกด้วยเช่นกัน เทปวิดิทัศน์ เครื่องบันทึกเทปวิดิทัศน์ กล้องโทรทัศน์ และเครื่องตัดต่อ

สุพิทย กาญจนพันธ์ (2541: 267-268) กล่าวว่า Video หรือวิดิทัศน์ เป็นคำที่เรียกอุปกรณ์ในระบบสื่อสารใช้ในการสร้างส่งและรับสารสนเทศเชิงทัศนภาพ Video Tape เป็นแถบบันทึกวิดิทัศน์ หมายถึง แถบแม่เหล็กซึ่งใช้บันทึกสัญญาณวิดิทัศน์และสัญญาณเสียง

## รูปแบบของรายการวิทยุทัศน์

(ปิยาณี เดือนสวัสดิ์, 2553) รูปแบบรายการวิทยุทัศน์ หมายถึง เทคนิค วิธีการ และลักษณะในการนำเสนอเนื้อหาสาระ ข้อมูลข่าวสารจากผู้ผลิต (ผู้ส่งสาร) ไปยังผู้รับสาร (ผู้ชม) ที่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด เพื่อให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจและสื่อความหมายได้อย่างถูกต้อง

6.1 รูปแบบพูดคนเดียว (Monologue) เป็นรายการที่ผู้ปรากฏตัวพูดคุยกับผู้ชมเพียงหนึ่งคน



ภาพที่ 2.1 วิทยุทัศน์รูปแบบพูดคนเดียว

ที่มา: <http://www.smartbomb.co.th/news/details/45553>

6.2 รูปแบบสนทนา (Dialogue) เป็นรายการที่มีคนมาพูดคุยกันสองคน



ภาพที่ 2.2 วิทยุทัศน์รูปแบบสนทนา

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=hfYl8g3JGfM>

6.3 รูปแบบอภิปราย (Discussion) เป็นรายการที่ผู้ดำเนินรายการอภิปรายหนึ่งคนป้อนประเด็นคำถามให้ผู้ร่วมอภิปรายตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป แต่ไม่ควรเกิน 4 คน



ภาพที่ 2.3 วิดีทัศน์รูปแบบอภิปราย

ที่มา: <http://www.balanceenergythai.com>

6.4 รูปแบบสัมภาษณ์ (Interview) เป็นรายการที่มีผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์ คือวิทยากรและพิธีกรมาสนทนากัน



ภาพที่ 2.4 วิดีทัศน์รูปแบบสัมภาษณ์

ที่มา: <https://picpost.postjung.com/157342.html>

6.5 รูปแบบเกมหรือตอบปัญหา ( Quiz Programmed) เป็นรายการที่จัดให้มีการแข่งขันระหว่างคนหรือกลุ่มของผู้ที่มาร่วมรายการ



ภาพที่ 2.5 วิดีทัศน์รูปแบบเกมหรือตอบปัญหา

ที่มา: <http://www.popcornfor2.com/cafe/view-1168>

6.6 รูปแบบสารคดี (Documentary Programmed) เป็นรายการที่เสนอเนื้อหาด้วยภาพและเสียงบรรยายตลอดรายการโดยไม่มีพิธีกร ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

6.6.1 สารคดีเต็มรูป เป็นการดำเนินเรื่องด้วยภาพและเนื้อหาตลอดรายการ

6.6.2 กึ่งสารคดี กึ่งพูดคนเดียว ( Semi Documentary) เป็นรายการที่มีผู้ดำเนินรายการทำหน้าที่เดินเรื่องพูดคุยกับผู้ชมและให้เสียงบรรยายตลอดรายการ



ภาพที่ 2.6 วิดีทัศน์รูปแบบสารคดี

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=nJsMrYAJuNw>

6.7 รูปแบบละคร (Dramatically style) เป็นรายการที่เสนอเรื่องราวด้วยการจำลองสถานการณ์



ภาพที่ 2.7 วิดีทัศน์รูปแบบละคร

ที่มา: <https://m.mgronline.com/drama/detail/9590000055525>

6.8 รูปแบบสารละคร (Docu - Drama) เป็นรายการที่ผสมผสานรูปแบบสารคดีเข้ากับรูปแบบละครหรือการนำละครมาประกอบรายการที่เสนอเนื้อหาบางส่วน



ภาพที่ 2.8 วิดีทัศน์รูปแบบสารละคร

ที่มา: <https://www.thairath.co.th/content/770602>



6.9 รูปแบบสาธิต (Demonstration) เป็นรายการที่เสนอวิธีการทำอะไรสักอย่างเพื่อให้ผู้ชมได้แนวทางไปใช้ทำจริง



ภาพที่ 2.9 วิดีทัศน์รูปแบบสาธิต

ที่มา: <https://au.toluna.com/opinions/2680306>

6.10 รูปแบบเพลงและดนตรี (Song and Music) มี 3 ลักษณะ

6.10.1 มีดนตรี นักร้องมาแสดงสด

6.10.2 ให้นำร้องมาร้องควบคู่ไปกับเสียงดนตรีที่บันทึกมาแล้ว

6.10.3 ให้นำร้องและนักดนตรีมาแสดง แต่ใช้เสียงที่บันทึกมาแล้ว



ภาพที่ 2.10 วิดีทัศน์รูปแบบเพลงและดนตรี

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=QxLcel5po4E>

6.11 รูปแบบการถ่ายทอดสด (Live Programmed) เป็นรายการที่ถ่ายทอดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในขณะนั้น



ภาพที่ 2.11 วิธีทัศน์รูปแบบการถ่ายทอดสด

ที่มา: <https://www.sanook.com/sport/241731/>

6.12 รูปแบบนิตยสาร (Magazine Programmed) เป็นรายการที่เสนอรายการหลายประเด็น และหลายรูปแบบในรายการเดียวกัน



ภาพที่ 2.12 วิธีทัศน์รูปแบบนิตยสาร

ที่มา: <https://www.dek-d.com/board/view/3651601/>

## ขั้นตอนการผลิตสื่อวีดิทัศน์

ณรงค์ สมพงษ์ (2535: 253 - 278) ได้กล่าวถึงขั้นตอนในการผลิตรายการวีดิทัศน์ว่ามี 4 ขั้นตอน คือ

- 10.1. การวางแผนการผลิต (planning)
- 10.2. การเตรียมการถ่ายทำ (preparation)
- 10.3. การผลิตรายการ (production)
- 10.4. งานผลิตหลังการถ่ายทำ (post production)

### การวางแผนการผลิต (planning)

จะต้องกำหนดจุดมุ่งหมายในการผลิต การพิจารณากลุ่มผู้ดู การศึกษาเนื้อหาและกำหนดรูปแบบของรายการ สดุดท้ายของการวางแผนคือการเขียนบท การวางแผนการผลิตว่าจะผลิตรายการออกมาแบบใด มีความยาวเท่าไร ขึ้นกับหัวข้อพิจารณา ดังนี้

1. จุดมุ่งหมายของรายการ
2. งบประมาณในการผลิตรายการ
3. เครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิตรายการเท่าที่มีอยู่
4. กลุ่มเป้าหมายที่จะนำรายการไปใช้
5. ลักษณะเนื้อหาของรายการ

การเขียนบทวีดิทัศน์ซึ่งอยู่ในขั้นการวางแผนการผลิตมีความสำคัญมาก เพราะบทวีดิทัศน์จะเป็นแนวทางให้ผู้ร่วมผลิตในทีมงานทุกฝ่ายสามารถทราบและเข้าใจตรงกันว่า จะต้องทำงานประสานกันอย่างไร เริ่มตั้งแต่การเตรียมงานก่อนถ่ายทำ การถ่ายทำ และการตัดต่อบันทึกเสียง รวมไปถึงการกำหนดงบประมาณค่าใช้จ่าย และการจำกัดเวลาของรายการ ผู้เขียนบทจะต้องมีความเข้าใจกระบวนการผลิตรายการวีดิทัศน์ เทคนิคของอุปกรณ์และข้อจำกัดของเครื่องมือ มิฉะนั้นแล้วบทยากเกินความสามารถของเครื่องมือบทยิวติทัศน์เป็นการถ่ายทอดกระบวนการในการผลิตสื่อวีดิทัศน์ออกมาเป็นตัวอักษรเครื่องหมาย และกราฟฟิก แทนภาพและเสียง ซึ่งจะปรากฏในจอโทรทัศน์ประเภทของบทวีดิทัศน์ แบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. บทโครงร่าง (outline script) เป็นการกล่าวถึงรายการวีดิทัศน์ว่า เป็นเรื่องอะไร ใครเป็นพิธีกร ลักษณะของรายการ ผู้ร่วมรายการ และรายละเอียดอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของรายการโดยตรง

2. บทกึ่งสมบูรณ์ (semi script) เป็นการกล่าวถึงแนวทางของรายการโดยกว้าง ๆ ว่า รายการนั้นไปในแนวไหน เกี่ยวกับอะไรบ้าง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องใช้ในการเข้าฉากเป็นอย่างไร

3. บทสมบุรณ์ (full script) เป็นการเขียนบททุกคำพูดที่จะแสดงทางคำบรรยายบทสนทนา และคำบรรยายลักษณะภาพที่ต้องการโดยละเอียดทุกขั้นตอน เพื่อให้ผู้ร่วมรายการได้เข้าใจอย่างชัดเจน

ขั้นตอนในการเขียนบทวิทยุทัศน์ มี 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวางแผนการผลิต เป็นงานอันดับแรกที่จะต้องทำก่อนการเขียนบทวิทยุทัศน์เพื่อให้ทราบเป้าหมายของการผลิตที่แน่นอน

2. ค้นคว้าและรวบรวมข้อมูล ต้องมีความรู้ในเรื่องที่เขียนอย่างถ่องแท้ ควรทำการค้นคว้า คุยกับผู้รู้ อ่านหนังสือที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ถ้าเป็นไปได้ควรจะได้ควรจะไปดูสถานที่นั้นๆก่อน เพื่อจะได้เข้าใจแจ่มแจ้ง งานบางครั้งอาจจัดเป็นงานศึกษาวิจัย (research) เพื่อเป็นการถ่วงถ่วงเอาเนื้อหาสาระข้อมูลที่คิดว่าควรจะนำเสนอจริงๆ

3. เขียนโครงเรื่อง (treatment) ผู้เขียนบทต้องให้เห็นภาพที่จะนำเสนอความคิดต่าง ๆ เป็นภาพได้อย่างไร ตั้งแต่การเริ่มเรื่อง (introduction) ให้ผู้ดูมีความสนใจอยากดูเรื่องราวในส่วนขอเนื้อเรื่องให้ครอบคลุมประเด็นหลักต่าง ๆ อย่างเป็นขั้นตอน และสุดท้าย เป็นบทสรุปก่อนจบเรื่อง ในการเขียนเรื่องยาวความขยายเรื่องย่อ เป็นการเขียนอย่างพรรณนาให้เห็นภาพ ยิ่งเขียนให้ละเอียดเท่าใด การที่จะถ่ายทอดออกเป็นบทถ่ายทำก็ยิ่งง่ายขึ้น นอกจากนั้นให้รายละเอียดของคำบรรยายหรือเสียงประกอบไว้ด้วย

4. เขียนบทสำหรับถ่ายทำ (shooting script) เป็นการเขียนบทวิทยุทัศน์ให้ผู้ถ่ายและทีมงานทำหน้าที่ผลิตรายการได้อย่างถูกต้องตรงกับวัตถุประสงค์ของผู้เขียนบท ซึ่งใช้จินตนาการนึกออกมาเป็นภาพ แล้วถ่ายทอดออกไปเป็นตัวหนังสือ แล้วให้ผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตทุกฝ่าย ถ่ายทอดตัวหนังสือออกมาเป็นภาพอีกทอดหนึ่ง

5. การตรวจทานและแก้ไขบท เรื่องร่างบทจนเสร็จเรียบร้อยแล้วควรอ่านทานบทถ้ายังไม่พอใจก็ควรย้อนกลับไปทำการแก้ไขในจุดที่ผิดพลาด

การเขียนบทที่ดี มีหลักสำคัญในการเขียน ดังนี้

1. บทวิทยุทัศน์ควรมี theme หรือแก่นของเรื่อง ซึ่งเป็นจุดที่สำคัญที่สุดของเนื้อหา เพื่อคงบทวิทยุทัศน์ให้มีเอกภาพ (unity) ในเนื้อหาเอาไว้ไม่ให้เนื้อหาเบี่ยงเบนไปจากจุดสำคัญของเรื่องมากเกินไป

2. บทวิทยุทัศน์ควรมีการวางโครงเรื่องที่ดี ตั้งแต่การนำเรื่องให้ชวนติดตาม มีการถ่วงเรื่องและขยายรายละเอียด เมื่อรู้สึกว่าคุณดูเริ่มจะเบื่อก็ควรเปลี่ยนสถานที่ใหม่ ที่สำคัญคือ บทวิทยุทัศน์ทุกเรื่องควรมีจุดสุดยอด (climax) ของเรื่อง และการสรุปปิดเรื่องในตอนท้าย อัตราส่วนของเนื้อเรื่องในบทควรจัดให้เหมาะสม บทนำไม่ควรยาวเกิน 10 % ของเรื่อง ส่วนเนื้อเรื่องควรมี 80 % และที่เหลือเป็นส่วนสรุป 10 %

3. รูปแบบของรายการวีดิทัศน์ควรมีความหลากหลาย (variety) การเสนอเรื่องไปในแนวเดียวกันทั้งหมด ผู้ดูก็จะเกิดความเบื่อหน่าย

4. ภาษาของบทวีดิทัศน์ที่ดี ควรมีความสละสลวย (coherence) และลื่นไหลไปตามเรื่อง ควรใช้ภาษาพูดมากกว่าภาษาเขียน คำกะทัดรัด เข้าใจง่าย เน้นความรู้สึกสร้างอารมณ์ร่วมไปกับภาพ

5. ภาพและคำบรรยายควรมีความสัมพันธ์กัน

6. บทที่ดีจะต้องมีความต่อเนื่องของภาพ และคำบรรยาย ได้แก่ต่อเนื่องด้วยภาพเป็นการเสนอภาพให้ต่อเนื่องไปตามลำดับ ไม่สะดุดความรู้สึกของคนดู จากช็อตหนึ่งไปยังอีกช็อตหนึ่ง หรือมีความต่อเนื่องด้วยคำบรรยาย เป็นการใช้คำบรรยายเป็นตัวเชื่อมต่อความรู้สึกของคนดูโดยไม่ให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นช่วงต่อของช็อตต่อช็อต หรือฉากต่อฉาก

#### **การเตรียมการถ่ายทำ (preparation)**

หลังจากที่ได้วางแผนการผลิตและเขียนบทแล้ว การเตรียมงานถ่ายทำ มีขั้นตอนดังนี้

1. แยกช็อตสำหรับถ่ายทำจากบทวีดิทัศน์ฉบับสมบูรณ์ ให้เป็นบทสำหรับถ่ายทำ (shooting script) โดยการเรียงลำดับช็อตที่จะทำการถ่ายทำในฉากเดียวกันไว้ด้วยกัน ถึงแม้จะอยู่ต่างฉากกันก็ตาม

2. ออกไปสำรวจสถานที่ ที่จะใช้ในการถ่ายทั้งหมด โดยเฉพาะการถ่ายทำนอกสถานที่

3. กำหนดตารางในการถ่ายทำตามช็อตที่แยกไว้แล้ว โดยแยกไว้ตามเวลาและสถานที่ถ่ายทำเป็นแห่งๆไป เพื่อความสะดวกและรวดเร็ว ในขั้นตอนของการถ่ายทำ ไม่จำเป็นที่จะทำการถ่ายทำตามลำดับของบทเสมอไป จะทำให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย

4. วางผังรายการและกำหนดสถานที่ถ่ายทำ

5. ดำเนินการจัดฉากและเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะใช้ในการถ่ายทำไว้ให้ครบ ทันตามเวลาที่กำหนดไว้ในตาราง หากเป็นการถ่ายทำตามสถานที่จริงก็ควรติดต่อเจ้าของสถานที่ และแจ้งให้ทราบถึงวัตถุประสงค์หรืออุปกรณ์ ที่จะต้องใช้ประกอบในฉาก

6. ทีมงาน ต้องมีการประชุมปรึกษาหารือ ทันท่วงทีที่จะมีการถ่ายทำจริง ๆ เพื่อซักซ้อมให้เข้าใจตรงกันก่อนการถ่ายทำ

7. ทำการซ้อมบทผู้แสดงก่อนถ่ายทำจริง เพื่อไม่ให้ผิดพลาด จึงเริ่มถ่ายทำจริง

8. ถ้าเป็นการถ่ายทำนอกสถานที่ ต้องติดต่อกับผู้แสดงและเจ้าของสถานที่นานพอสมควร

#### **การผลิตรายการ (production)**

การผลิตรายการเป็นขั้นตอนทางเทคนิคต่าง ๆ เช่นการบันทึกภาพ การกำกับรายการ การบันทึกเสียงขณะถ่ายทำ เป็นต้น การถ่ายทำในขั้นการผลิตรายการ แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. การถ่ายทำภาพในสถานที่ (indoor or studio shooting) เป็นการถ่ายทำเทปโทรทัศน์ในห้องสตูดิโอ โดยจัดฉากสำหรับถ่ายทำในสตูดิโอ

2. การถ่ายทำภาพนอกสถานที่ (outdoor shooting) เป็นการถ่ายทำจากสถานที่จริง

## งานผลิตหลังการถ่ายทำ (post production)

งานผลิตหลังการถ่ายทำเป็นขั้นตอนที่ต้องอาศัยความสามารถเฉพาะในการใช้เครื่องมือและเทคนิคพิเศษ คือการตัดต่อ และการบันทึกเสียง การตัดต่อภาพนับเป็นขั้นตอนที่มีบทบาทสำคัญ เพราะช่วยให้เรื่องราวที่ถ่ายทำมานั้นน่าสนใจ (สมคิด ธีระศิลป์, 2540: 142-144) พุฒถึงการตัดต่อลำดับภาพ ว่ามีความสำคัญ ดังนี้

1. ช่วยเชื่อมต่อภาพ การถ่ายทำรายการวิทยุโทรทัศน์ไม่นิยมจับภาพฉากใด หนึ่งๆนาน ๆ เพราะจะทำให้ผู้ชมเบื่อหน่าย จึงนิยมถ่ายช็อต (shot) สั้น ๆ จับภาพในมุมต่าง ๆ กัน ถ้าเป็นการถ่ายทำด้วยกล้องตัวเดียว ก็จะต้องนำภาพที่ถ่ายมาทั้งหมดมาเรียงลำดับใหม่ ต่อเชื่อมภาพแต่ละช็อตเข้าด้วยกันตามลำดับให้ถูกต้องตามเรื่องราว หรือตามบทโทรทัศน์

2. ช่วยแก้ไขส่วนบกพร่อง การผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์นั้น แม้ว่าจะระมัดระวังและพิจารณาอย่างรอบคอบแล้ว ยังมักจะพบข้อบกพร่องอยู่เสมอ การตัดต่อสามารถช่วยได้ โดยตัดภาพที่ไม่พึงปรารถนาออกไป แล้วแทรกภาพที่ดีเข้าแทนที่ หรือถ้าต้องการแต่ภาพ ไม่ต้องการเสียงที่มากับภาพก็เอาออกไปได้

3. ช่วยจำกัดเวลา เวลาออกอากาศของสถานีวิทยุโทรทัศน์เป็นเวลามีค่ามาก การผลิตรายการจึงต้องให้ความยาวพอดีกับช่วงเวลาที่กำหนด แม้ว่าจะต้องเสียภาพดี ๆ สวย ๆ และเป็นประโยชน์ต่อเรื่องที่จะนำเสนอมากเพียงไร ก็จำเป็นต้องเลือกภาพเหล่านั้นมาตัดต่อ ให้ได้ความยาวที่เหมาะสมกับเวลาที่กำหนดเท่านั้น

4. ช่วยสร้างเรื่องราวอย่างต่อเนื่อง การลำดับภาพเป็นการนำภาพแต่ละฉากแต่ละตอนมาต่อเชื่อมเข้าด้วยกัน โดยได้อารมณ์และความรู้สึกที่ควรจะเป็น ทั้งนี้ในขั้นตอนของการถ่ายทำต้องได้ภาพที่ดี มีรายละเอียดเพียงพอ ทั้งภาพขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และภาพใกล้ ภาพหลายๆมุมของแต่ละฉากแต่ละตอน เพื่อสามารถเลือกภาพมาตัดต่อได้ตามต้องการ ทั้งนี้อาจใช้เทคนิคพิเศษในการตัดต่อลำดับภาพ เช่น การทำภาพจางซ้อน (dissolve) การกวาดภาพ (wipe) หรือเทคนิคอื่นๆเข้าช่วย เพื่อให้รายการสมบูรณ์ ได้เรื่องราวตามที่ต้องการ

### หลักพื้นฐานในการลำดับภาพ

การตัดต่อเป็นการสร้างเรื่องราวขึ้นมาให้สมบูรณ์ โดยให้ภาพและเสียงมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันโดยตลอด การทำเรื่องราวให้สมบูรณ์โดยการตัดต่อนั้น จะต้องคำนึงถึงหลักพื้นฐานสำคัญ ดังนี้ (สมคิด ธีระศิลป์, 2540: 142-144)

1. ความต่อเนื่อง (continuity) การตัดต่อลำดับภาพต้องพยายามรักษาหรือสร้างความต่อเนื่อง

2. รายละเอียดของสิ่งที่ต้องการกล่าวถึง ผู้ชมรายการมักจดจำภาพของบุคคลหรือสิ่งของ จากข้อใดหนึ่งไปอีกข้อใดหนึ่งได้ ดังนั้นควรหลีกเลี่ยงการตัดต่อภาพจากภาพที่เปลี่ยนระยะทางหรือมุม กล้องที่ไกลมากมาเป็นภาพที่ใกล้มาก หรือภาพที่ถ่ายจากมุมด้านหน้าของบุคคลที่ไกล ตัดภาพมาเป็น ภาพด้านหลังของบุคคลเดียวกันที่ใกล้มาก กรณีเช่นนี้ ผู้ชมไม่อาจรู้ว่าเป็นบุคคลคนเดียวกัน

3. สถานที่ในฉาก เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องของภาพ จะต้องรักษาให้ตำแหน่งของบุคคลหรือ สิ่งของที่ปรากฏอยู่ในฉากเดียวกัน เช่นฉากการสนทนาของ 2 คน ซึ่งถ่ายข้ามไหล่ของแต่ละคน เพื่อ จับภาพคู่สนทนานั้น ต้องให้ผู้ชมเห็นว่าอีกคนนั้นก็ยังอยู่ในจอเหมือนกัน แม้ว่าจะเปลี่ยนไปถ่ายมุม ตรงข้าม และที่สำคัญ เวลาถ่ายต้องคำนึงถึงเส้นแบ่งการสนทนา (line of conversation) คือ จะต้อง ตั้งกล้องถ่ายจากเส้นแบ่งด้านเดียวกัน มิฉะนั้นเวลาตัดต่อภาพจะกระโดดหรือเป็นภาพการสนทนาที่ หันหน้าไปทิศทางเดียวกัน แทนที่จะหันหน้าเข้าหากัน

4. การเคลื่อนไหวของผู้แสดง การตัดต่อต้องลำดับภาพให้อากัปิริยาของผู้แสดงมีความ ต่อเนื่องอย่างเป็นธรรมชาติมากที่สุด โดยตัดภาพระหว่างการเคลื่อนไหวของผู้แสดงไม่ใช่ก่อนและหลัง การเคลื่อนไหวนั้น ตัวอย่างเช่น การตัดภาพใกล้ของผู้แสดงซึ่งกำลังเตรียมตัวลุกจากเก้าอี้ ให้ตัดไป เป็นภาพมุมกว้างทันทีหลังจากเริ่มลุก ก่อนหน้าที่เขาจะยืน

5. สีสนของภาพมีความสำคัญในการลำดับภาพให้ต่อเนื่อง ถ้าถ่ายทำฉากต่อเนื่องที่เป็นฉาก เดียวกัน แต่ถ่ายทำหลายครั้ง ต่างเวลากัน เมื่อนำมาลำดับภาพเป็นเรื่องราวต่อเนื่องกันต้อง ระวังระดับความสว่างของสีและแสงว่าแตกต่างกันหรือไม่ ซึ่งอาจเป็นเหตุให้สะดุดความรู้สึกของผู้ชม การถ่ายทำนอกสถานที่มักพบปัญหานี้บ่อย ๆ เนื่องจากอุณหภูมิของสีและแสงจากธรรมชาติมักแปร เปลี่ยนไปตามเวลา दिनฟ้าอากาศ

6. เสียงจะต้องมีความสัมพันธ์กับภาพ การตัดต่อบางรายการต้องการใช้เสียงจริงที่บันทึกไว้ ระหว่างการถ่ายทำ เช่น เสียงสัมภาษณ์ บางครั้งต้องตัดต่อคำพูดที่ไม่ต้องการออก ซึ่งต้องระวังคำพูด นั้นลงจังหวะให้ตรง ในช่วงคำถามหรือคำตอบ บางรายการอาจต้องใช้เสียงประกอบพิเศษเข้าไปเพื่อ แสดงถึงเหตุการณ์สภาพแวดล้อมนั้นอย่างต่อเนื่อง เช่น เสียงผู้คนโห่ร้อง เสียงยวดยาน เป็นต้น

7. ความซับซ้อน (complexity) การตัดต่อลำดับภาพให้ได้เรื่องราวที่น่าสนใจชวนติดตาม มองเห็นรายละเอียดที่ซับซ้อนของเหตุการณ์นั้น สื่อความหมายให้ผู้ชมเข้าใจและซาบซึ้งในเรื่องราว มากยิ่งขึ้น การตัดต่อลำดับภาพให้เรื่องราวต่อเนื่องธรรมดา ผู้ชมก็สามารถดูรายการนั้นได้อย่างรู้เรื่อง ตั้งแต่ต้นจบจบว่าเหตุการณ์ดำเนินไป อย่างไร แต่จะเป็นการขาดรสชาติบางอย่างไป เพราะผู้ชมไม่ เห็นว่าเหตุการณ์แต่ละตอนนั้นมีรายละเอียดที่สลับซับซ้อนอย่างไร ซึ่งการตัดต่อรายการแบบนี้ จะต้องใช้ภาพที่ถ่ายระยะใกล้แสดงรายละเอียดของส่วนประกอบต่าง ๆ ในเหตุการณ์นั้น หลาย ๆ ภาพ หลาย ๆ มุม โดยใช้จังหวะการตัดต่อแทรกภาพเข้าไปอย่างเหมาะสมหรือใช้เสียงดนตรีที่เร้าแรง หรือเสียงแบคกราวด์ (background) ที่สอดคล้องกับภาพ เพื่อให้ผู้ชมรู้สึกร่วมไปกับภาพนั้น

8. ความเป็นจริง (context) การตัดต่อเรื่องทุกชนิดต้องเสนอเรื่องที่เป็นจริงแก่ผู้ชมโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของข่าว เช่น ภาพเหตุการณ์ปราศรัยของนักการเมือง ช่วงภาพถ่ายทำคนที่มาฟังคำปราศรัยแล้วนั่งหลับ 2-3 คน แต่คนส่วนใหญ่กระตือรือร้นในการฟัง และสนใจกับคำปราศรัยนั้นมาก ถ้าเราตัดต่อเฉพาะภาพคนนั่งหลับ ก็เท่ากับบิดเบือนความจริงจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ควรทำอย่างยิ่ง

9. ความเป็นคุณธรรม (ethics) เจ้าหน้าที่ตัดต่อและลำดับภาพต้องเป็นผู้ยึดหลักคุณธรรม ไม่ใช่การตัดต่อเป็นเครื่องมือสร้างเรื่องราวให้บิดเบือนไปจากเหตุการณ์จริง นอกจากเป็นละครหรือนวนิยายที่แต่งขึ้นเท่านั้น และต้องไม่ใช้ความคิดเห็นส่วนตัวเป็นเครื่องตัดสินใจที่ได้มีความจริงปรากฏอยู่

### จุดเด่นของวิดิทัศน์ที่ได้เปรียบสื่อชนิดอื่น ๆ ดังนี้ (ปิยาณี: 2553)

1. สามารถนำเสนอภาพเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้รวดเร็ว
2. สามารถนำเสนอภาพที่ใหญ่มากมาให้ดูได้ เช่น ภาพโลก
3. สามารถนำเสนอภาพที่เล็กมาให้ดูได้ เช่น สัตว์ขนาดเล็กพวกไฮดรา
4. สามารถนำเสนอภาพจากที่ห่างไกล/ภาพเหตุการณ์ในอดีต
5. สามารถนำเสนอภาพที่หายาก เช่น ภูเขาไฟระเบิด
6. สามารถนำภาพที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วให้ช้าลง
7. สามารถนำภาพที่เกิดขึ้นช้ากินเวลานานให้รวดเร็ว เช่น การบานของดอกไม้
8. สามารถนำเสนอแทนภาพจริงที่เป็นอันตราย เช่น การทดลองทางเคมี

### คุณค่าและประโยชน์ของสื่อวิดิทัศน์

ปัจจุบันสื่อวิดิทัศน์มีบทบาท ได้รับความนิยมนำมาใช้ในวงการต่างๆ มากมาย ทั้งภาครัฐและเอกชน เมื่อมาพิจารณาถึงคุณสมบัติของวิดิทัศน์แล้ว พบว่าวิดิทัศน์มีคุณลักษณะเด่นหลายประการ ดังนี้

1. ผู้ชมได้เห็นภาพ และได้ยินเสียงไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งเป็นการรับรู้โดยประสาทสัมผัสทั้ง 2 ทาง ซึ่งยอมดีกว่าการรับรู้โดยผ่านประสาทสัมผัสอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว
2. ผู้ชมสามารถเข้าไปในกระบวนการที่ซับซ้อนได้โดยอาศัยศักยภาพของเครื่องมือ
3. การผลิตวิดิทัศน์ที่สามารถย่อ ขยายภาพ ทำให้ภาพเคลื่อนที่ช้า เร็ว หรือหยุดนิ่งได้ แสดงกระบวนการที่มีความต่อเนื่อง มีลำดับขั้นตอนได้ในเวลาที่ต้องการ โดยอาศัยเทคนิคการถ่ายทำ และเทคนิคการตัดต่อ
4. บันทึกเหตุการณ์ในอดีต และหรือ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต่างสถานที่ ต่างเวลา แล้วนำมาเปิดชมได้ทันที



5. เป็นสื่อที่ใช้ได้ทั้งเป็นรายบุคคล กลุ่มย่อย กลุ่มใหญ่ และใช้กับมวลชนทุกเพศ ทุกวัย และทุกระดับชั้น
6. วัตถุประสงค์ที่ได้รับการวางแผนการผลิตที่ดี และผลิตอย่างมีคุณภาพ สามารถใช้แทนครูได้ ซึ่งจะเป็นการลดปัญหาการขาดแคลนครูได้เป็นอย่างดี
7. ใช้ได้กับทุกขั้นตอนของการสอน ไม่ว่าจะเป็นการนำเข้าสู่บทเรียน ชั้นระหว่างการสอน หรือขั้นสรุป
8. ใช้เพื่อการสอนซ่อมเสริมได้อย่างมีประสิทธิภาพ
9. ใช้เพื่อบันทึกภาพที่เกิดจากอุปกรณ์การฉายได้หลายชนิด เช่น ภาพสไลด์ ภาพยนตร์ โดยไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องฉายหลายประเภทในห้องเรียน
10. ใช้เป็นแหล่งสำหรับให้ผู้เรียนได้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองโดยการทำห้องสมุดวิดิทัศน์ ใช้ในการฝึกอบรมผู้สอนด้วยการบันทึกการสาธิตวิธีการสอน การบันทึกรายการ หรือการจัดการศึกษาใหม่ ๆ
11. ช่วยปรับปรุงเทคนิควิธีการสอนของครู โดยการใช้เทคนิคการสอนแบบจุลภาค (Micro teaching) การเรียนรู้แบบเปิด (Open Learning) และการศึกษาทางไกล (Distance Education)

#### **บทบาทของวิดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์**

ปิยะดนัย วิเคียน (2560) แม้ว่าเทคโนโลยีทางการสื่อสารในโลกนี้ จะก้าวหน้าล้ำยุคไปอย่างมากเพียงใด แต่หลักการอันเป็นพื้นฐานของการสื่อสาร ยังคงอาศัยผ่านกระบวนการ ตาหู ฟัง หรือที่เรียกว่า โสตทัศน์ นั่นเอง ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งที่จะศึกษา สื่อวิดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมองค์การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ซึ่งที่นิยมทำกันมีหลายรูปแบบ คือ

1. วิดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นการโน้มน้าวชักจูงใจในลักษณะของการสร้างภาพพจน์ที่ดี เป็นที่น่าประทับใจ และมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการความร่วมมือสนับสนุนจากสาธารณะชนให้ทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เพื่อแสดงให้เห็นว่าหน่วยงานนั้นมีความหวังดีต่อประชาชน และตั้งใจจะสร้างสังคมที่ดีงาม เพื่อประโยชน์ส่วนรวม ประชาชนจะได้เกิดความศรัทธา ชื่อเสียงของหน่วยงานก็จะเป็นที่รู้จักแพร่หลาย และประชาชนก็จะเลื่อมใส ให้ความร่วมมือสนับสนุน

2. วิดิทัศน์ที่แสดงกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ของหน่วยงาน เช่น รางความสามัคคีในชุมชน ในการสาธารณะกุศลที่หน่วยงานนั้นๆมีส่วนร่วม หรือกิจกรรมอื่นๆที่หน่วยงานมีส่วนในสังคม หรือชุมชนนั้น ๆ เพื่อเป็นการสร้างศรัทธา และภาพพจน์ที่ดีแก่ประชาชนทั่วไป

ประจวบ อินอ้อด (2539: 1049) ได้กล่าวถึงแนวโน้มของบทบาทวิดิทัศน์ในการประชาสัมพันธ์ ว่า วิดิทัศน์จะมีบทบาทในการประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้นทุกวัน トラบใดที่อุปกรณ์การถ่ายทำ อุปกรณ์การฉาย และเครื่องรับโทรทัศน์ นับวันแต่จะมีระบบที่สะดวก และง่ายดายในการถ่าย

ทำในการแก้ไขภาพหรือสี ตลอดจนการฉายเผยแพร่ซ้ำบ่อย ๆ โดยไม่ต้องประชุมผู้คนจำนวนมากๆ บทบาทของวีดิทัศน์เพื่องานประชาสัมพันธ์ สำหรับการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยนั้น นับได้ว่ามีความสำคัญยิ่งขึ้นทุกวัน เหตุผลจากเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคปัจจุบันก้าวหน้าไปมากและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้เครื่องมือเครื่องใช้ด้านโสตทัศนูปกรณ์มีความทันสมัยสามารถช่วยให้งานประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จ เริ่มจากหน่วยงานย่อยที่อยู่ตามภูมิภาคต่างๆก็สามารถผลิตสื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กรใช้เองได้ เมื่อมีข่าวหรือเหตุการณ์น่าสนใจในการนำเสนอ หรือกิจกรรมที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี ก็สามารถผลิตสื่อวีดิทัศน์ได้ทันที ไม่ต้องรอฝ่ายประชาสัมพันธ์จากส่วนกลางมาดำเนินการให้แม้การประชาสัมพันธ์ ภายในองค์กรผู้บริหารก็เห็นคุณค่าของการสร้างสื่อวีดิทัศน์เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันในการประชุมประจำเดือนก็จะใช้วีดิทัศน์ ซึ่งมีทั้งภาพและเสียง เป็นสื่อช่วยสรุปภารกิจให้พนักงานทราบและในแต่ละเดือนของ กฟผ. ยังมีระบบเคเบิลทีวีที่แพร่ภาพสื่อวีดิทัศน์ เพื่อให้บุคคลภายนอกที่มาพักบ้านพักรับรองได้รับชมและรับทราบภารกิจของ กฟผ. อีกด้วย สรุปว่าวีดิทัศน์ เข้ามามีส่วนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพงานประชาสัมพันธ์ในยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

## 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมศักดิ์ คล้ายสังข์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้คือ เพื่อพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานครที่มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80 และเพื่อพัฒนาสื่อออนไลน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยมุ่งพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ที่มีประสิทธิภาพและสื่อออนไลน์ในรูปแบบเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวประเภทตลาดน้ำ และศาสนสถานที่ตั้งอยู่บนเส้นทางการเดินทางทางน้ำในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบจัดสัดส่วน (Quota sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกจากประชากรที่มีลักษณะเป็น 5 กลุ่ม คือ ชาวบ้านในชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ประกอบอาชีพด้านการบริการนักท่องเที่ยวท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว จำนวนกลุ่มละ 8 คน รวม 40 คน ทำการสัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเส้นทางและทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนในการผลิตสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง ประกอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ที่ได้จากการเดินทางไปสำรวจสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ของผู้วิจัย ส่วนการดำเนินการกระบวนการการผลิตสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์ทำการคัดเลือกผู้แทนจากกลุ่มตัวอย่าง 5 กลุ่ม จำนวน 15 คน เพื่อทำการจัดกลุ่มสนทนา (Focus Group)

โดยอาศัยหลักการมีส่วนร่วมตามแนวทางการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม เพื่อลงความเห็นหาข้อบกพร่องแล้วทำการปรับปรุงเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอและทำการทดสอบประสิทธิภาพสื่อวีดิทัศน์ตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80

ผลการวิจัย 1. พบเส้นทางการท่องเที่ยวทางน้ำเส้นทางใหม่ ตามคลองบางระมาด เรียกว่า เส้นทางไหว้พระ 9 วัด ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางด้วยเรือนำเที่ยวที่มีให้บริการอยู่ในตลาดน้ำทั้ง 4 แห่งในพื้นที่เขตตลิ่งชัน ไปยังวัดต่าง ๆ ในเส้นทาง ดังนี้ วัดโพธิ์ วัดมะกอก วัดจำปา วัดกระจิง วัดทอง (บางระมาด) วัดสมรโกฏิ วัดมณฑป วัดช่างเหล็ก และวัดตลิ่งชัน 2. ได้รับสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ชุด 9 วัด ความยาว 11.35 นาทีและชุด 4 ตลาดน้ำ ความยาว 9.40 นาที ซึ่งมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานในระดับ 83/86.7 ในการให้ความรู้ ความเข้าใจและจูงใจให้เกิดความสนใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ทั้งนี้ได้นำเสนอข้อมูลที่ได้จากการวิจัยผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ในรูปแบบเว็บไซต์ 2 ภาษาที่ชื่อว่า [www.talingchantour.com](http://www.talingchantour.com) ให้ข้อมูลในแบบข้อความ ภาพนิ่งและวีดิทัศน์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจสามารถเข้าถึงและชมได้อย่างสะดวกและเกิดความน่าสนใจ

สัฎยา ไชยมาตย์ และ ญัฐพงษ์ พระลัทธิรักษา (2558) ได้ศึกษาเรื่องการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม การวิจัยครั้งนี้เพื่อ 1) ผลิตสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม 2) ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดียและแอนิเมชัน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ สื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูลคือ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า 1) ได้สื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามในรูปแบบของ รายการน าเที่ยวจำนวน 3 ตอน คือ ตอนพระธาตุนาคุณ ความยาว 11 นาทีตอนกู่สันตร์ตัน ความยาว 11 นาที ตอน ป่าคุณลำพัน ความยาว 10 นาที 2) ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัด มหาสารคามอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.45, SD = .80$ )

อมร เจริญทุกขินายัน (2558) ได้ศึกษาเรื่องการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์การยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตของสำนักบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อผลิตสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ให้ประชาชนใช้บริการยื่น แบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต (2) เพื่อใช้สื่อวีดิทัศน์สร้างความเข้าใจ ด้านความสะดวก รวดเร็ว ความทันสมัย และปลอดภัยในการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้ ผ่านทาง

อินเทอร์เน็ท การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำมาใช้ในการผลิตสื่อวีดิทัศน์ โดยเป็นการรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการยื่น แบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ท และผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อวีดิทัศน์ ซึ่งใช้แบบสัมภาษณ์และ แบบประเมิน โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า จากการวิเคราะห์แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของการผลิตสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์การยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ทของสำนักบริหาร การเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในเกณฑ์ระดับสมบูรณ์มาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.75 และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.26 จากการวิเคราะห์แบบประเมินคุณภาพการผลิตสื่อวีดิทัศน์ อยู่ในเกณฑ์ ระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.79 และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.25

สุภัก ถาวรนิติกุล (2557) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของ คณะเกษตร กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์คณะเกษตร กำแพงแสน 2) พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์คณะเกษตร กำแพงแสน 3) ศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์คณะเกษตร กำแพงแสน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) คณาจารย์ นิสิต บุคลากร จำนวน 345 คน สำหรับการสำรวจประเภท และลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ 2) คณาจารย์ นิสิต บุคลากร จำนวน 30 คน สำหรับการสอบถามความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ 3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ 1) แบบสอบถาม 2) แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อประชาสัมพันธ์ 3) สื่อประชาสัมพันธ์ 4) แบบประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ และ 5) แบบสอบถามความคิดเห็น การวิเคราะห์ ข้อมูลใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัยพบว่า 1. แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า 1) สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมในการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ แบนเนอร์บนเว็บเพจ ป้ายประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่ และโปสเตอร์ 2) องค์ประกอบในการออกแบบใช้สีโทนเย็น ใช้ภาพถ่าย ใช้ตัวอักษรแบบมีหัว 3) การจัดองค์ประกอบงานกราฟิกใช้แบบเรียบง่าย สบายตา สื่อความหมายสอดคล้องกับรสนิยม มีลูกเล่นที่แปลกตา 4) การจัดวางองค์ประกอบศิลป์ จัดวางในสัดส่วนที่เหมาะสม มีจุดสนใจอย่างใดอย่างหนึ่ง 5) รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ มีเอกลักษณ์ ทันสมัย ดึงดูด ความสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 6) ส่วนประกอบในสื่อประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย ส่วนหัวเรื่อง ข้อความ ภาพประกอบข้อมูลการติดต่อ และข้อมูลผู้จัดทำ

2. การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ มีดังนี้ 1) รูปแบบแบนเนอร์บนเว็บเพจ จัดวางองค์ประกอบลักษณะ รูปตัวแอล (L) วางภาพประกอบจากด้านบนซ้ายลงมาถึงด้านล่าง ส่วนหัวเรื่องอยู่กึ่งกลางต่อจากภาพประกอบ ต่อด้วยข้อความ ข้อมูลการติดต่อ และสัญลักษณ์เชื่อมโยงข้อมูล

อยู่มู่กลางขวา 2) รูปแบบป้ายประชาสัมพันธ์ ขนาดใหญ่ จัดวางองค์ประกอบลักษณะรูปตัวที (T) ด้านบนวางส่วนหัวเรื่องและภาพประกอบ ถัดลงมาเป็น ข้อความ ข้อมูลการติดต่อ และข้อมูลผู้จัดทำ

3) รูปแบบโปสเตอร์ จัดวางองค์ประกอบลักษณะรูปตัวแอล (L) ด้านบนวางภาพประกอบชิดขอบซ้าย ยาวลงมา ต่อด้วยเนื้อหา ส่วนหัวเรื่อง ข้อมูลติดต่อออนไลน์ และข้อมูล ติดต่อหน่วยงาน โดยผลการประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์มีคุณภาพอยู่ในระดับดี โดยแบนเนอร์บนเว็บเพจ มีคุณภาพอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.49$ , S.D. = 0.60) ป้ายประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่ มีคุณภาพอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 4.47$ , S.D. = 0.55) และโปสเตอร์ มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.52$ , S.D. = 0.64)

3. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์พบว่า ความคิดเห็นและความพอใจใน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ดังนี้ 1) แบนเนอร์บนเว็บเพจ ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 0.88) 2) ป้ายประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่ ( $\bar{X} = 4.05$ , S.D. = 0.83) และ 3) โปสเตอร์ ( $\bar{X} = 4.18$ , S.D. = 0.76)

ณัฐธิดา ศิริหิรัญ (2551) ได้ศึกษาเรื่องการสร้างสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์โรงไฟฟ้าเขื่อนแม่จันทน์สมบูรณ์ชล มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษารูปแบบของสื่อวีดิทัศน์สำหรับใช้ในงานประชาสัมพันธ์โรงไฟฟ้าเขื่อนแม่จันทน์สมบูรณ์ชล 2) เป็นการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อใช้ในงานประชาสัมพันธ์โรงไฟฟ้าเขื่อนแม่จันทน์สมบูรณ์ชล และ 3) เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้มาเยี่ยมชมกิจการที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์โรงไฟฟ้าเขื่อนแม่จันทน์สมบูรณ์ชลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 6 คน และผู้มาเยี่ยมชมกิจการโรงไฟฟ้าเขื่อนแม่จันทน์สมบูรณ์ชล จำนวน 80 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แบบประเมินสื่อวีดิทัศน์สำหรับผู้เชี่ยวชาญ 2) แบบสอบถามความคิดเห็นสำหรับผู้ชมกิจการโรงไฟฟ้าเขื่อนแม่จันทน์สมบูรณ์ชล วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้มาเยี่ยมชมกิจการมีความคิดเห็นต่อสื่อวีดิทัศน์ ในด้านเนื้อหา ด้านภาพ ด้านเสียง และด้านเทคนิคการนำเสนอ อยู่ในเกณฑ์ดี ผู้ชมวีดิทัศน์สามารถรับรู้และเข้าใจเนื้อหาได้เป็นอย่างดี เหมาะแก่การเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กร โรงไฟฟ้าเขื่อนแม่จันทน์สมบูรณ์ชล

ธีรยุทธ เบ้าแดง (2549) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนางานประชาสัมพันธ์โรงเรียนอนุบาลศิริกุลอำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสาเหตุของปัญหางานประชาสัมพันธ์ เพื่อพัฒนานวัตกรรมที่ใช้ในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์และเพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นครูปกครองนักเรียนชั้นอนุบาล 1 ถึงอนุบาล 3 จำนวน 110 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แผนงานประชาสัมพันธ์ แบบสอบถาม ความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์โรงเรียนอนุบาลศิริกุล โดยแบบสอบถามแยกเป็นผลการศึกษากการเปิดรับข่าวสารของผู้ปกครองจากทางโรงเรียน การศึกษาความพึงพอใจโดยรวมเกี่ยวกับการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ และศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โดยแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อจดหมายข่าวและสื่อวิทยุกระจายเสียงแบบสอบถามแบบประมาณคา 5 ระดับ และแบบปลายเปิดแบบสอบถามได้ผ่านการตรวจความ

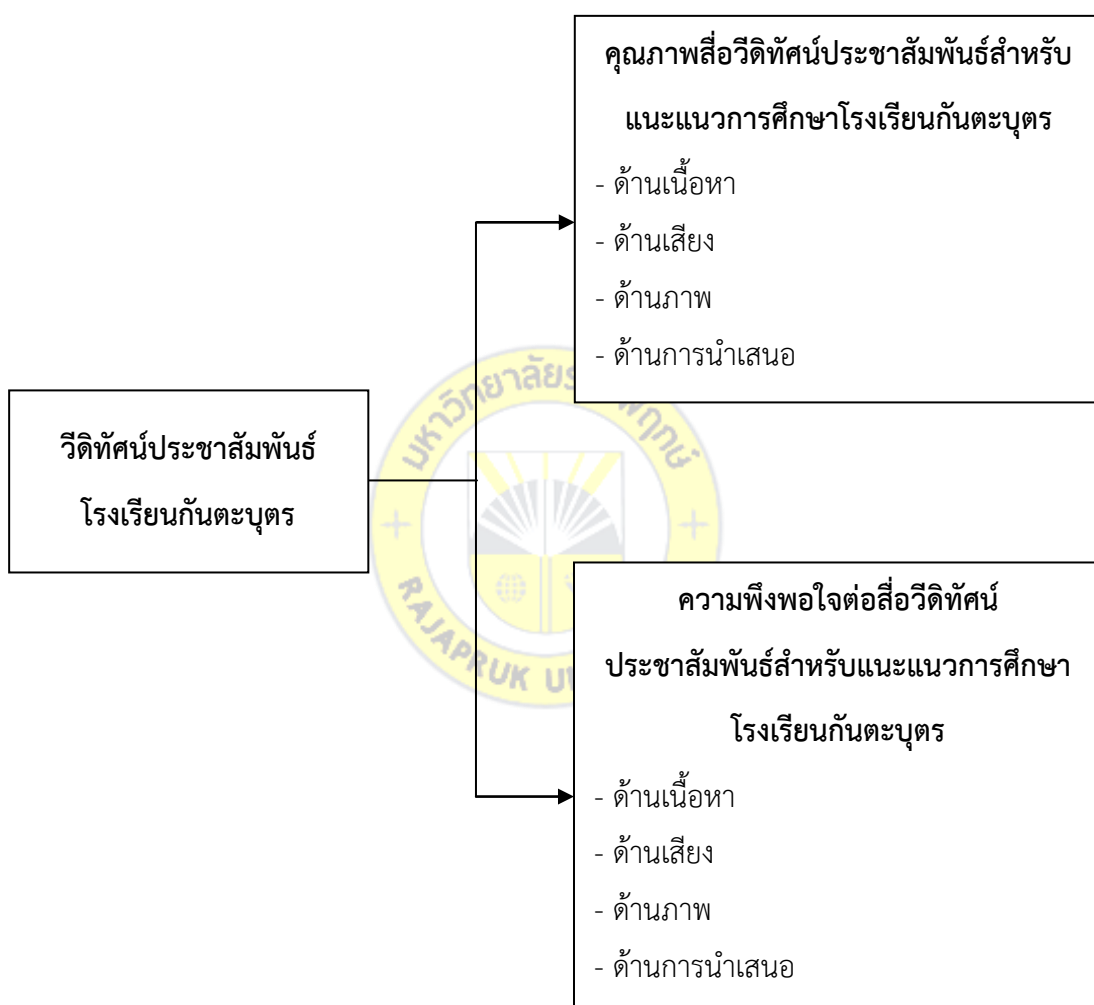
ตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน และผ่าน การทดลองใช้กับผู้ปกครองนักเรียน จำนวน 30 คน ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.93 วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดวโยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์ ผลการวิจัย พบว่า 1. ผลการศึกษาสาเหตุของปัญหาทางประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน พบว่า โครงการที่ทางโรงเรียนจัดทำขึ้นดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนไม่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ไม่ตรงตามความต้องการของผู้ปกครองและประชาชน ผู้วิจัยจึงได้เชิญคณะกรรมการอำนวยการโรงเรียนและผู้ปกครองเข้าร่วมประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น ความต้องการและข้อเสนอแนะ โดยมีมติที่ประชุมมีความเห็นว่าควรค้นหาวิธีการหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์โรงเรียนในปีการศึกษา 2548 ซึ่งที่ประชุมได้เสนอสื่อสมัยใหม่ (New Media) และสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ที่ทางโรงเรียนได้จัดทำอยู่เป็นประจำในการใช้ประชาสัมพันธ์โรงเรียนประกอบด้วย สื่อจดหมายข่าว สื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อวิทยุกระจายเสียง 2. ผลการพัฒนานวัตกรรม พบว่า ผู้วิจัยได้พัฒนาสื่อทั้ง 3 ประเภท จากความต้องการของผู้ปกครองตามแผนงานประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นโดยอาศัยกระบวนการ 4 ขั้นตอน ตามหลักของการพัฒนางานประชาสัมพันธ์โดยสื่อทั้งหมดถูกสร้างขึ้นและพัฒนาออกเผยแพร่สู่ ผู้ปกครองและประชาชน โดยสื่อจดหมายข่าวได้ออกเผยแพร่ในเดือน ตุลาคม 2548 จนถึงเดือน เมษายน 2549 รวม 7 ฉบับ สื่ออินเทอร์เน็ตออกเผยแพร่ในวันที่ 1 พฤศจิกายน 2548 ใช้ชื่อเว็บไซต์ คือ [www.sirikul777.com](http://www.sirikul777.com) และสื่อวิทยุกระจายเสียงออกเผยแพร่ในวันที่ 10 ตุลาคม 2548 ช่วงเวลา 07.00 น. ถึง 10.00 น. 3. ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน 3.1) ผลการศึกษาการเปิดรับข่าวสารจากทางโรงเรียนต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์โรงเรียนอนุบาลศิริกุลพบว่า สื่อที่ผู้ปกครองเปิดรับข่าวสารมากที่สุดคือจดหมายข่าว และช่วงเวลาที่ผู้ปกครองส่วนมากสะดวกในการรับข่าวสารมากที่สุดคือช่วงเวลา 19.00-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 40.90 ผู้ปกครองส่วนมากได้รับข่าวสารทุกวัน ข้อมูลและเนื้อหาที่ผู้ปกครองได้รับจากทางโรงเรียนส่วนใหญ่มาจากสื่อประเภทจดหมายข่าวคิดเป็นร้อยละ 66.40 3.2) ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์โรงเรียนโดยรวม พบว่า ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนอยู่ ในระดับมากทั้งโดยรวมและรายขอโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 3.3) ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อสื่อ 3 ประเภทที่ใช้ในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์โรงเรียน พบว่า ด้านสื่ออินเทอร์เน็ตผู้ปกครองมีความพึงพอใจอยู่ ในระดับมากทั้งโดยรวมและรายขอโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ด้านสื่อจดหมายข่าวผู้ปกครองมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งโดยรวมและรายขอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ด้านสื่อวิทยุกระจายเสียงผู้ปกครองมีความพึงพอใจอยู่ ในระดับมาก ทั้งโดยรวมและรายขอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

Husain A. Alansari (2013) ได้ศึกษาเรื่องการประชาสัมพันธ์ในห้องสมุดวิชาการในสภาความร่วมมืออ่าว (GCC) วัตถุประสงค์ของการศึกษาคั้งนี้คือเพื่อตรวจสอบลักษณะและขอบเขตของกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ในห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศ GCC (Gulf Cooperation Council) เน้นการทำความเข้าใจว่าห้องสมุดสถาบันการศึกษาดำเนินการและจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการด้านการประชาสัมพันธ์ของตนอย่างไร การออกแบบ / วิธีการ / แนวทาง การศึกษารายงานที่ใช้วิธีการสำรวจทำในสองขั้นตอน ขั้นตอนที่หนึ่งประกอบด้วย การสำรวจแบบสอบถามและขั้นตอนที่สองเป็นการอภิปรายกลุ่มย่อยตามผลการสำรวจ ผลการวิจัย แม้ว่าห้องสมุดทั้งหมดระบุว่า การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญ แต่ส่วนใหญ่ (72.2 เปอร์เซ็นต์) ไม่มีหน่วยงานหรือหน่วยงานประชาสัมพันธ์ แต่มีพนักงานจำนวนน้อยที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์และครึ่งหนึ่งของห้องสมุดที่ตอบสนอง (50 ร้อยละ) ไม่ได้มีพนักงานเต็มเวลาสำหรับการประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ห้องสมุดจดหมายแบบดั้งเดิม การแสดงและกระดานข่าวและคู่มือ/โบรชัวร์ของห้องสมุดเป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญ การศึกษายังได้รายงานถึงปัญหาหลักที่ทำให้ห้องสมุดสถาบันไม่สามารถทำกิจกรรมประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Mark and Norbert (2012) ได้ศึกษาเรื่องการสอน IFRS กับวิดีโอออนไลน์และการออกอากาศทางเว็บ: ทรัพยากรการวิเคราะห์และการแนะนำ การศึกษานี้จะตรวจสอบแหล่งที่มาของวัสดุการเรียนการสอนเสริม IFRS ที่เกิดขึ้นใหม่ ซึ่งรวมถึงเว็บคาสต์แบบมีอาชีพและแบบสถาบันและวิดีโอออนไลน์ การศึกษาเริ่มจากการระบุแหล่งที่มาของการออกอากาศทางเว็บของ IFRS และวิดีโอออนไลน์จากนั้นจะให้การวิเคราะห์และคำแนะนำในการใช้สื่อดังกล่าวในหลักสูตรบัญชีต่าง ๆ เราได้ทำการสำรวจแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบความเข้าใจของนักเรียนเกี่ยวกับการใช้วิดีโอ IFRS และเว็บคาสต์ในหลักสูตรบัญชีระหว่างประเทศ ผลการสำรวจชี้ให้เห็นว่านักเรียนให้ความสำคัญกับการใช้วิดีโอและการออกอากาศทางเว็บของ IFRS ทำให้พวกเขาารู้สึกว่าพวกเขามีประสิทธิภาพและเพิ่มการเรียนรู้ของพวกเขาและคิดว่าพวกเขาเป็นเครื่องมือสอนที่พวกเขาจะมองหาในอนาคต การศึกษานี้เป็นสิ่งสำคัญสำหรับนักการศึกษาด้านบัญชีเพราะเป็นเครื่องมือที่เป็นประโยชน์และมีส่วนร่วมในการส่งมอบความรู้ IFRS ให้กับนักเรียน

## 2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อใช้เป็นแนวทางในผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนกันตะบุตร ซึ่งจะประกอบด้วย ตัวแปรต้น (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) ดังนี้



ภาพที่ 2.13 กรอบแนวคิดในการวิจัย



### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร โดยดำเนินการศึกษาใน 2 ลักษณะดังนี้ คือ การศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร (Documentary research) และการศึกษาวิจัยภาคสนาม (Field study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็น การวิจัยที่มุ่งศึกษาคุณภาพของสื่อวีดิทัศน์และความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์ การวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

- 3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 เครื่องมือในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 เกณฑ์การให้คะแนน
- 3.5 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร คือ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ครูและผู้ปกครอง ที่เข้ารับฟังการแนะแนวการศึกษาจากฝ่ายแนะแนวและประชาสัมพันธ์โรงเรียนกันตะบุตร จำนวน 720 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ครูและผู้ปกครอง โรงเรียนในพื้นที่เขตดุสิต ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยการคำนวณโดยสูตร Taro Yamane ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวน 270 คน เก็บข้อมูลในภาคการศึกษาที่ 2/2560

#### 3.2 เครื่องมือในการวิจัย

วัตถุประสงค์ในการผลิตสื่อวีดิทัศน์ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้ในการแนะแนวการศึกษา และประชาสัมพันธ์โรงเรียนกันตะบุตร ซึ่งเป็นสถาบันการศึกษาขั้นพื้นฐาน เปิดสอนในระดับ อนุบาล ประถมศึกษา จนถึงมัธยมศึกษาปีที่ 3 โดยการแนะแนวการศึกษาและประชาสัมพันธ์แต่เดิมนั้น เป็นการบรรยาย และใช้สื่อสิ่งพิมพ์ประกอบ จึงต้องการพัฒนาสื่อให้มีความทันสมัย น่าสนใจมากขึ้น

3.2.1 เครื่องมือสำหรับใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม แบบประเมินค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale) ซึ่งลักษณะส่วนใหญ่เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close – Ended Questionnaire) โดยแบ่งข้อมูลเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อสื่อวีดิทัศน์ 4 ด้าน

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมต่อสื่อวีดิทัศน์

### 3.2.2 การรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ได้แบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนกันตะบุตร ข้อมูลที่เกี่ยวกับสื่อวีดิทัศน์ ข้อมูลเรื่องการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสาร ได้แก่ หนังสือ ตำรา ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ เป็นต้น ซึ่งมีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยการรวบรวมข้อมูลจากการอ่านเนื้อหาแล้วนำมาเขียนบรรยายสรุป ได้เป็นรูปแบบสื่อวีดิทัศน์ในด้านเนื้อหา ด้านภาพ ด้านเสียง และด้านคำแนะนำ

2) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินผลสำหรับผู้เชี่ยวชาญ เพื่อประเมินคุณภาพของสื่อวีดิทัศน์ในด้านเนื้อหา ด้านภาพ ด้านเสียง และด้านคำแนะนำ

### 3.3.3 เขียนบทวีดิทัศน์

เมื่อได้รูปแบบสื่อวีดิทัศน์แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้นำมาเขียนบทวีดิทัศน์ ตามแนวคิดและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ มีขั้นตอนดังนี้

1) วางโครงเรื่องอย่างคร่าว ๆ แล้วเขียนเนื้อหาออกมาเป็นความเรียง โดยมีส่วนนำเรื่อง เป็นการกล่าวถึงความสำคัญของการจัดการศึกษามีส่วนเนื้อหาเป็นข้อมูลการจัดการศึกษาของโรงเรียนกันตะบุตร รางวัล ผลงานต่าง ๆ และส่วนท้ายเป็นการยืนยันความพร้อมในการจัดการศึกษา เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียน และผู้ปกครองที่กำลังมองหาสถาบันการศึกษาที่มีคุณภาพในการจัดการเรียนการสอน

2) กำหนดประเด็นที่จะนำเสนอ คือ กล่าวถึงความสำคัญของการศึกษาประวัติของโรงเรียนกันตะบุตร รูปแบบการจัดการเรียนการสอน กิจกรรม ห้องเรียน โครงการต่าง ๆ ผลงานและรางวัลที่ได้รับ และผลการประเมินคุณภาพการศึกษา

3) เรียงลำดับการนำเสนอว่าจะนำเสนอประเด็นไหนอยู่ในส่วนไหนของการนำเสนอ

4) เขียนบทวีดิทัศน์สำหรับถ่ายทำ โดยออกไปสำรวจสถานที่ถ่ายทำ คือโรงเรียนกันตะบุตร ซึ่งภาพที่ต้องการคือภาพที่สัมพันธ์กับประเด็นเนื้อหาในการนำเสนอ

5) ตรวจสอบและแก้ไข จนได้บทวีดิทัศน์ที่สมบูรณ์

### 3.3.4 ผลิตสื่อวีดิทัศน์

เมื่อได้บทวีดิทัศน์แล้ว นำมาดำเนินงานตามขั้นตอนดังนี้

- 1) ถ่ายทำตามบทวีดิทัศน์ โดยถ่ายทำที่โรงเรียนกันตะบุตร โดยใช้กล้อง DSLR ความละเอียด 1920x1080 25 frame/sec เป็นไฟล์ MOV
- 2) เตรียมงานด้านกราฟิก เลือกภาพวิดีโอและภาพนิ่งที่ดีที่สุดมาใช้ปรับแต่งภาพให้สมบูรณ์ ก่อนนำไปสู่กระบวนการตัดต่อ
- 3) บันทึกเสียงบรรยาย และคัดเลือก เสียงดนตรีประกอบ
- 4) ตัดต่อภาพและเสียง
- 5) Export ไฟล์ที่สมบูรณ์
- 6) ตรวจสอบความเรียบร้อยสมบูรณ์

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 นำแบบประเมินคุณภาพสื่อให้ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอจำนวน 5 ท่าน (รายชื่ออยู่ในภาคผนวก) ประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะนำการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร

3.3.2 นำแบบประเมินความพึงพอใจ ให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 270 คน ประเมินความพึงพอใจสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะนำการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร

3.3.3 เก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

### 3.4 เกณฑ์การให้คะแนน

3.4.1 แบบประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยรวบรวมข้อมูลและศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดแนวทางการสร้างแบบประเมิน แล้วจึงออกแบบประเมินสำหรับการประเมินคุณภาพ โดยกำหนดหัวข้อหลักในการประเมินด้านสื่อและการนำเสนอ

ซึ่งในแบบประเมินคุณภาพได้กำหนดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	ดีมาก
ระดับ 4	หมายถึง	ดี
ระดับ 3	หมายถึง	ปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	พอใช้
ระดับ 1	หมายถึง	ควรปรับปรุง

#### การแปลความหมายค่าเฉลี่ย

คะแนน 4.51 – 5.00	สื่อมีคุณภาพอยู่ในระดับ	ดีมาก
คะแนน 3.51 – 4.50	สื่อมีคุณภาพอยู่ในระดับ	มาก
คะแนน 2.51 – 3.50	สื่อมีคุณภาพอยู่ในระดับ	ปานกลาง
คะแนน 1.51 – 2.50	สื่อมีคุณภาพอยู่ในระดับ	พอใช้
คะแนน 0.01 – 1.50	สื่อมีคุณภาพอยู่ในระดับ	ควรปรับปรุง

3.4.2 นำแบบประเมินคุณภาพที่สร้างขึ้นไปตรวจสอบ โดยผู้วิจัยได้นำแบบประเมินผล สำหรับ ผู้เชี่ยวชาญที่สร้างขึ้น ให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิจัยพิจารณาตรวจสอบ และแนะนำเพื่อทำการปรับปรุงแก้ไขให้มีความถูกต้องเหมาะสมที่จะสามารถนำไปใช้ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญสามารถประเมินคุณภาพได้จริง

3.4.3 แบบประเมินความพึงพอใจ โดยรวบรวมข้อมูลและศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดแนวทางการสร้างแบบประเมิน แล้วจึงออกแบบประเมินความพึงพอใจสำหรับกลุ่มตัวอย่าง

ซึ่งในแบบประเมินความพึงพอใจได้กำหนดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	ดีมาก
ระดับ 4	หมายถึง	ดี
ระดับ 3	หมายถึง	ปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	พอใช้
ระดับ 1	หมายถึง	ควรปรับปรุง

#### การแปลผลความหมายค่าเฉลี่ย

คะแนน 4.51 – 5.00	สื่อมีคุณภาพอยู่ในระดับ	ดีมาก
คะแนน 3.51 – 4.50	สื่อมีคุณภาพอยู่ในระดับ	มาก
คะแนน 2.51 – 3.50	สื่อมีคุณภาพอยู่ในระดับ	ปานกลาง
คะแนน 1.51 – 2.50	สื่อมีคุณภาพอยู่ในระดับ	พอใช้
คะแนน 0.01 – 1.50	สื่อมีคุณภาพอยู่ในระดับ	ควรปรับปรุง

3.4.4 นำแบบประเมินความพึงพอใจที่สร้างขึ้นไปตรวจสอบ ผู้ศึกษาโครงการได้นำแบบ ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่สร้างขึ้น ให้อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิจารณาตรวจสอบ และ แนะนำเพื่อทำการปรับปรุงแก้ไขให้มีความถูกต้องเหมาะสมที่จะสามารถนำไปใช้ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่าง สามารถประเมินความพึงพอใจได้จริง

### 3.5 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร ผลงานวิจัย และแบบสอบถามอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้งกำหนดข้อมูลที่ต้องการเพื่อการดำเนินการจัดทำแบบสอบถามสำหรับใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. ร่างแบบสอบถามและแบบทดสอบพร้อมทั้งกำหนดรูปแบบ นำตัวแปรที่ศึกษาแต่ละตัวมาประมวลสร้างเป็นคำถามโดยเริ่มจากคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล และความคิดเห็นต่อสื่อวีดิทัศน์ 4 ด้าน

2. ตรวจสอบร่างแบบสอบถาม ทดสอบแบบสอบถาม เพื่อการสื่อความหมายตามที่ต้องการ คำถามที่เหมาะสม ความยากหรือง่ายต่อการทำความเข้าใจ ซึ่งผู้วิจัยทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา โดยการนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและแก้ไข ด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC)

3. การตรวจสอบความเที่ยง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งได้แก่ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงของเนื้อหา (Content Validity) ตลอดจนความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสมในการนำไปเก็บข้อมูล โดยกำหนดว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งชุดตามวิธีของครอนบาค (Cronbach 1990, 202-204) โดยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ที่ยอมรับต้องมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้ มีค่า (IOC) เท่ากับ 0.95 ณ ระดับค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% ที่มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 ซึ่งได้ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามเท่ากับ 0.982 จากการทดสอบแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด

4. ปรับปรุงแบบสอบถามหลังการทดสอบค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง 270 ชุดตามที่กำหนดไว้

### 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ประเด็น คือ

**ส่วนที่ 1** การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ผู้วิจัยใช้การแจกแจงความถี่ แสดงตารางแบบร้อยละ และค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายข้อมูลทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ

ส่วนที่ 2 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In dept-Interview) แล้วใช้วิเคราะห์เนื้อหา (Analyze content) อาจารย์ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญทั้งในและนอกเครือข่ายนิเทศศาสตร์ที่มีประสบการณ์ในการสอนด้านนิเทศศาสตร์มากกว่า 10 ปี เรื่องการนำรายการโทรทัศน์ไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนในสาขาวิชาต่าง ๆ จำนวน 6 คน ดังนี้

1. อาจารย์ ดร.นิรมล บางพระ อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยุโทรทัศน์ หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
2. อาจารย์ณัฐวุฒิ สิงห์หนองสรวง อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
3. อาจารย์ ดร.ปัทมา ไชยวงศ์ อาจารย์ประจำภาควิชาวาทยุติวิทยาและสื่อสารการ แสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
4. อาจารย์โชติกา ลีลา อาจารย์ประจำทางการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิพรรณ บิลมาโนชญ์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาบริหาร นวัตกรรมสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
6. อาจารย์ ดร.พรรษาลิณี กุหลาบ อาจารย์ประจำภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โดยใช้แนวคำถามแบบมีโครงสร้างจำนวน 5 ข้อ ดังนี้

1. ชื่อ.....นามสกุล.....อาจารย์ประจำสาขาวิชา.....
2. ท่านคิดว่าการเป็นอาจารย์สาขาดังกล่าวมีพฤติกรรมกรรมการรายการโทรทัศน์และการใช้ประโยชน์รายการโทรทัศน์ในการเรียนการสอนที่เฉพาะเจาะจงต่างจากสาขาวิชาอื่นอย่างไร
3. ท่านมีพฤติกรรมในการรับชมโทรทัศน์อย่างไร (ความบ่อย/ระยะเวลา/ประเภทรายการ)
4. ท่านคิดว่ารายการโทรทัศน์ช่วยในการเรียนการสอนทางนิเทศศาสตร์อย่างไร
  - 4.1 ด้านการผลิตรายการโทรทัศน์
  - 4.2 ด้านเนื้อหาสาระรายการโทรทัศน์
5. ท่านมีวิธีการนำรายการโทรทัศน์มาใช้ในการเรียนการสอนทางนิเทศศาสตร์อย่างไร

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนวทางการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร” ผู้จัดทำได้ทำการทดสอบคุณภาพและความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนวทางการศึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

1. ผลการผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนวทางการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร
2. ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนวทางการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

**ตอนที่ 1** ผลการผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนวทางการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร

การทดสอบโดยใช้แบบประเมิน เมื่อผลิตสื่อเสร็จสิ้นได้นำไปทดสอบโดยให้ผู้เชี่ยวชาญทำการทดลองใช้สื่อ พร้อมทั้งตอบแบบสอบถามเพื่อประเมินคุณภาพของสื่อ ซึ่งแบบสอบถามได้กำหนดเกณฑ์ตามวิธีของไลเคิร์ต (Likert) โดยประกอบไปด้วยมาตรอันดับ (Rating Scale) เซึ่งคุณภาพ 5 ระดับ และมาตรอันดับเชิงปริมาณ 5 ระดับด้วยกัน โดยจะให้คะแนนในแต่ละข้อตามความเหมาะสม ซึ่งมีลำดับตามความหมายของคะแนน โดยทดสอบเป็นผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน

1.1 สื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนวทางการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร ประกอบด้วย

- 1) ด้านเนื้อหา เพื่อประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาที่ใช้ประชาสัมพันธ์ว่ามีความถูกต้องและมีประโยชน์มากเพียงใด
- 2) ด้านคุณภาพของภาพ เพื่อประเมินคุณภาพของภาพที่ใช้ในสื่อว่ามีความเหมาะสมกับคำบรรยายและน่าดึงดูดเพียงใด
- 3) ด้านคุณภาพของเสียง เพื่อประเมินคุณภาพของเสียงที่ใช้ในสื่อว่ามีความชัดเจน น่าสนใจเพียงใด
- 4) ด้านเทคนิคการนำเสนอ เพื่อผลิตสื่อให้เข้าใจง่ายเรียบเรียงเนื้อหาที่จะสื่อสารได้อย่างเป็นระบบสื่อสารได้น่าสนใจ

## ตัวอย่างหน้าจอ

สื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแผนกการศึกษาโรงเรียนกันตบุตร



ภาพที่ 4.1 อาคารเรียนโรงเรียนกันตบุตร

ที่มา: [https://www.youtube.com/watch?v=N\\_8fyAK7rQw](https://www.youtube.com/watch?v=N_8fyAK7rQw)



ภาพที่ 4.2 กิจกรรมการสอนปฏิบัติจริง

ที่มา: [https://www.youtube.com/watch?v=N\\_8fyAK7rQw](https://www.youtube.com/watch?v=N_8fyAK7rQw)

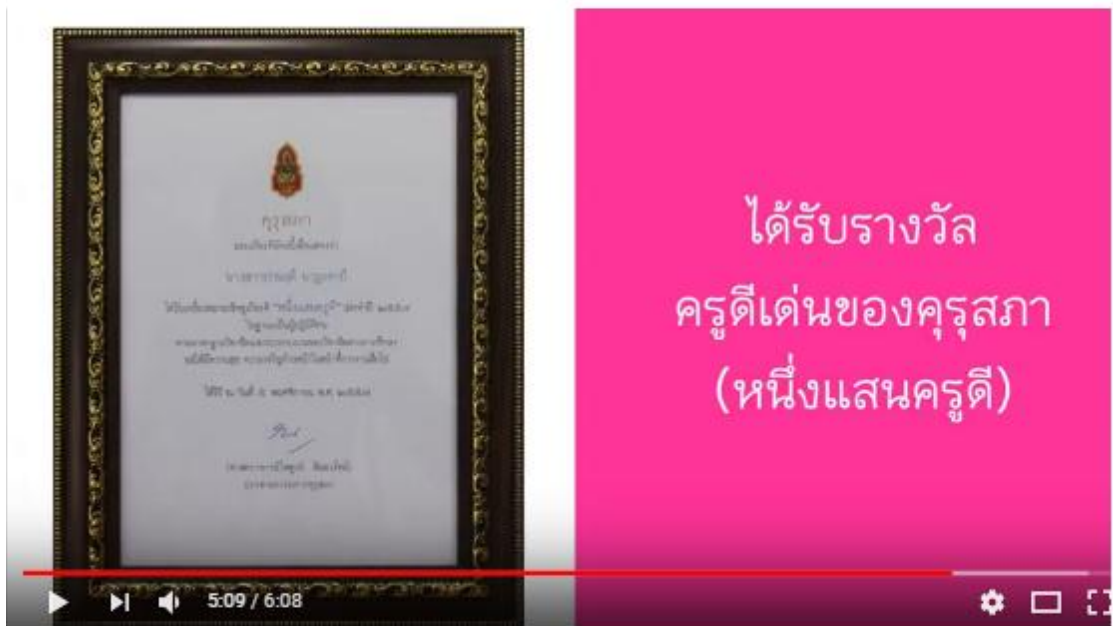




ภาพที่ 4.3 บรรยากาศการเรียนภาษาอังกฤษกับครูต่างประเทศในทุกระดับชั้น  
ที่มา: [https://www.youtube.com/watch?v=N\\_8fyAK7rQw](https://www.youtube.com/watch?v=N_8fyAK7rQw)



ภาพที่ 4.4 โครงการ Family Night  
ที่มา: [https://www.youtube.com/watch?v=N\\_8fyAK7rQw](https://www.youtube.com/watch?v=N_8fyAK7rQw)



ภาพที่ 4.5 รางวัลครุดีเด่นของคุรุสภา (หนึ่งแสนครูดี)  
ที่มา: [https://www.youtube.com/watch?v=N\\_8fyAK7rQw](https://www.youtube.com/watch?v=N_8fyAK7rQw)



ภาพที่ 4.6 ประตูโรงเรียนกันตะบุตร  
ที่มา: [https://www.youtube.com/watch?v=N\\_8fyAK7rQw](https://www.youtube.com/watch?v=N_8fyAK7rQw)

1.2 ผลการประเมินคุณภาพภาพของสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแผนการเรียนการสอนโรงเรียนกันตบุตร เป็นการทดสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งในแต่ละด้านได้สรุปจากแบบสอบถามที่นำไปประเมินคุณภาพของสื่อสามารถแสดงเป็นค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับคุณภาพแยกตามแต่ละด้าน รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 4.1 - 4.5

**ตารางที่ 4.1** การประเมินคุณภาพของสื่อด้านเนื้อหา

รายการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับ
<b>ด้านเนื้อหา</b>			
1. เนื้อหาสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์	4.40	0.54	มาก
2. เนื้อหามีประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์	4.60	0.54	ดีมาก
3. เนื้อหามีความชัดเจน	4.60	0.55	ดีมาก
4. เนื้อหามีความต่อเนื่อง	4.40	0.55	มาก
5. ความรู้ ความเข้าใจที่ได้รับ	4.20	0.83	มาก
6. การเลือกสื่อเหมาะสมกับเนื้อหา	4.40	0.54	มาก
7. เนื้อหามีความเหมาะสมกับเวลาในการนำเสนอ	4.20	0.45	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.40</b>	<b>0.44</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.1 ผลการประเมินคุณภาพของสื่อด้านเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.40$ ,  $SD = 0.44$ ) ในรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 ได้แก่ เนื้อหามีความชัดเจน อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.60$ ,  $SD = 0.55$ ) อันดับที่ 2 ได้แก่ เนื้อหามีประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.60$ ,  $SD = 0.54$ ) อันดับที่ 3 ได้แก่ เนื้อหามีความต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.40$ ,  $SD = 0.55$ ) อันดับที่ 4 ได้แก่ เนื้อหาสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.40$ ,  $SD = 0.54$ ) และการเลือกสื่อเหมาะสมกับเนื้อหา อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.40$ ,  $SD = 0.54$ ) และอันดับสุดท้าย ได้แก่ เนื้อหามีความเหมาะสมกับเวลาในการนำเสนอ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.20$ ,  $SD = 0.44$ )

ตารางที่ 4.2 การประเมินคุณภาพของสื่อด้านคุณภาพของภาพ

รายการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับ
<b>ด้านคุณภาพของภาพ</b>			
1. ความสัมพันธ์ของภาพกับคำบรรยาย	4.80	0.44	ดีมาก
2. ความเหมาะสมของภาพในการสื่อความหมาย	4.60	0.54	ดีมาก
3. ความต่อเนื่องของภาพ	4.60	0.89	ดีมาก
4. ความสวยงามและมุกกล้อง	4.60	0.55	ดีมาก
<b>รวม</b>	<b>4.65</b>	<b>0.54</b>	<b>ดีมาก</b>

จากตารางที่ 4.2 ผลการประเมินคุณภาพของสื่อด้านคุณภาพของภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.65$ ,  $SD = 0.54$ ) ในรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 ได้แก่ ความสัมพันธ์ของภาพกับคำบรรยาย อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.80$ ,  $SD = 0.44$ ) อันดับที่ 2 ได้แก่ ความต่อเนื่องของภาพ อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.60$ ,  $SD = 0.89$ ) และอันดับสุดท้าย ได้แก่ ความเหมาะสมของภาพในการสื่อความหมาย อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.60$ ,  $SD = 0.54$ )

ตารางที่ 4.3 การประเมินคุณภาพของสื่อด้านคุณภาพของเสียง

รายการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับ
<b>ด้านคุณภาพของเสียง</b>			
1. ความน่าสนใจของเสียงบรรยาย	4.80	0.44	ดีมาก
2. ความชัดเจนของเสียงบรรยาย	4.80	0.44	ดีมาก
3. จังหวะความเร็วของเสียงบรรยาย	4.40	0.89	มาก
4. ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบกับเสียงบรรยาย	4.80	0.44	ดีมาก
5. ความน่าสนใจของเสียงดนตรีประกอบ	4.40	0.54	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.64</b>	<b>0.47</b>	<b>ดีมาก</b>

จากตารางที่ 4.3 ผลการประเมินคุณภาพของสื่อด้านคุณภาพของเสียงโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.64$ ,  $SD = 0.47$ ) ในรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 ได้แก่ ความน่าสนใจของเสียงบรรยาย อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.80$ ,  $SD = 0.44$ ) ความชัดเจนของเสียงบรรยาย อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.80$ ,  $SD = 0.44$ ) ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบกับเสียงบรรยาย อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.80$ ,  $SD = 0.44$ ) อันดับที่ 2 ได้แก่ จังหวะความเร็วของเสียงบรรยาย อยู่ในระดับ

มาก ( $\bar{x} = 4.40$ ,  $SD = 0.89$ ) และอันดับสุดท้าย ได้แก่ ความน่าสนใจของเสียงดนตรีประกอบ อยู่ใน  
ระดับมาก ( $\bar{x} = 4.40$ ,  $SD = 0.54$ )

#### ตารางที่ 4.4 การประเมินคุณภาพของสื่อด้านเทคนิคการนำเสนอ

รายการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับ
<b>ด้านเทคนิคการนำเสนอ</b>			
1. เทคนิคการลำดับภาพ	4.80	0.44	ดีมาก
2. เทคนิคการเลื่อนภาพ	4.60	0.54	ดีมาก
3. เทคนิคการตัดต่อภาพ	4.80	0.44	ดีมาก
4. รูปแบบการนำเสนอ	4.80	0.44	ดีมาก
<b>รวม</b>	<b>4.75</b>	<b>0.43</b>	<b>ดีมาก</b>

จากตารางที่ 4.4 ผลการประเมินคุณภาพของสื่อด้านเทคนิคการนำเสนอโดยผู้เชี่ยวชาญ โดย  
ภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.75$ ,  $SD = 0.43$ ) ในรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 ได้แก่ เทคนิคการ  
ลำดับภาพ อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.80$ ,  $SD = 0.44$ ) เทคนิคการตัดต่อภาพ อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} =$   
4.80,  $SD = 0.44$ ) รูปแบบการนำเสนอ อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.80$ ,  $SD = 0.44$ ) อันดับที่ 2 ได้แก่  
เทคนิคการเลื่อนภาพ อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.60$ ,  $SD = 0.54$ )

#### ตารางที่ 4.5 สรุปผลการประเมินคุณภาพของสื่อ

รายการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. เนื้อหา	4.40	0.44	มาก
2. คุณภาพของภาพ	4.65	0.54	ดีมาก
3. คุณภาพของเสียง	4.64	0.47	ดีมาก
4. เทคนิคการนำเสนอ	4.75	0.43	ดีมาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>4.61</b>	<b>0.54</b>	<b>ดีมาก</b>

จากตารางที่ 4.5 ผลการประเมินคุณภาพของสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับดีมาก  
พบว่า อันดับที่ 1 ด้านเทคนิคการนำเสนอ อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.75$ ,  $SD = 0.43$ ) อันดับที่ 2 คือ  
ด้านคุณภาพของภาพ อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.65$ ,  $SD = 0.54$ ) อันดับที่ 3 คือ ด้านคุณภาพของ

เสียง อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.64$ ,  $SD = 0.47$ ) และอันดับที่ 4 คือ ด้านเนื้อหาอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.40$ ,  $SD = 0.44$ )

เมื่อพิจารณาผลการประเมินคุณภาพของสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 4 ด้าน สามารถสรุปการประเมินคุณภาพของสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแผนนทางการศึกษาโรงเรียนกันตบุตร โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก พบว่า ค่าเฉลี่ยคุณภาพของสื่อเท่ากับ ( $\bar{x} = 4.61$ ,  $SD = 0.54$ )

**ตอนที่ 2** ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแผนนทางการศึกษาโรงเรียนกันตบุตร

2.1 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับฟังสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแผนนทางการศึกษาโรงเรียนกันตบุตร จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ โดยการหาจำนวนและร้อยละ รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 4.6

**ตารางที่ 4.6** จำนวนและร้อยละของผู้รับฟังสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแผนนทางการศึกษาโรงเรียนกันตบุตร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
<b>1. เพศ</b>			
ชาย	120	44.40	2
หญิง	150	55.60	1
<b>รวม</b>	<b>270</b>	<b>100.00</b>	
<b>2. อายุ</b>			
ต่ำกว่า 15 ปี	136	50.40	1
15 – 25 ปี	25	09.30	4
26 – 35 ปี	62	23.00	2
36 ปีขึ้นไป	47	17.40	3
<b>รวม</b>	<b>270</b>	<b>100.00</b>	

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้รับฟังสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแผนแนวการศึกษา  
โรงเรียนกันตะบุตร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
<b>3. การศึกษา</b>			
ประถมศึกษา	108	40.00	1
มัธยมศึกษา	70	25.90	2
ปวช./ปวส.	62	23.00	3
ปริญญาตรี	28	10.40	4
สูงกว่าปริญญาตรี	2	00.70	5
<b>รวม</b>	<b>270</b>	<b>100.00</b>	
<b>4. อาชีพ</b>			
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	161	59.60	1
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	42	15.60	2
ธุรกิจส่วนตัว	39	14.40	3
พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	28	10.40	4
<b>รวม</b>	<b>270</b>	<b>100.00</b>	

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 150 คน (คิดเป็นร้อยละ 55.60) เป็นผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี จำนวน 136 คน (คิดเป็นร้อยละ 50.40) มากที่สุด รองลงมาคืออายุ 26 – 35 ปี จำนวน 62 คน (คิดเป็นร้อยละ 23.00) ระดับการศึกษาระดับประถมศึกษามากที่สุด จำนวน 108 คน (คิดเป็นร้อยละ 40.00) รองลงมามีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 70 คน (คิดเป็นร้อยละ 25.90) ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 161 คน (คิดเป็นร้อยละ 59.60) รองลงมาเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 42 คน (คิดเป็นร้อยละ 15.60)

2.2 วิเคราะห์ผลการประเมินความพึงพอใจในแต่ละด้าน สรุปลจากแบบสอบถามจากผู้รับฟังสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตตะบุตร สามารถแสดงเป็น ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับคุณภาพภาพแยกตามแต่ละด้าน รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 4.7 – 4.11

ตารางที่ 4.7 การประเมินความพึงพอใจด้านเนื้อหา

รายการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับ
<b>ด้านเนื้อหา</b>			
1. เนื้อหาสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์	3.86	0.82	มาก
2. เนื้อหามีประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์	4.00	0.80	มาก
3. เนื้อหามีความชัดเจน	4.27	0.66	มาก
4. เนื้อหามีความต่อเนื่อง	4.01	0.76	มาก
5. ความรู้ ความเข้าใจที่ได้รับ	4.29	0.83	มาก
6. การเลือกสื่อเหมาะสมกับเนื้อหา	4.59	0.64	ดีมาก
7. เนื้อหามีความเหมาะสมกับเวลาในการนำเสนอ	4.33	0.73	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.19</b>	<b>0.47</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.7 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านเนื้อหาของสื่อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.19$ ,  $SD = 0.47$ ) ในรายชื่อพบว่า อันดับที่ 1 ได้แก่ การเลือกสื่อเหมาะสมกับเนื้อหา อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.59$ ,  $SD = 0.64$ ) อันดับที่ 2 ได้แก่ เนื้อหามีความเหมาะสมกับเวลาในการนำเสนออยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.33$ ,  $SD = 0.73$ ) อันดับที่ 3 ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจที่ได้รับอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.29$ ,  $SD = 0.83$ ) อันดับที่ 4 ได้แก่ เนื้อหามีความชัดเจน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.27$ ,  $SD = 0.66$ ) อันดับที่ 5 ได้แก่ เนื้อหามีความต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.01$ ,  $SD = 0.76$ ) และอันดับสุดท้าย ได้แก่ เนื้อหาสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.86$ ,  $SD = 0.82$ )



**ตารางที่ 4.8** การประเมินความพึงพอใจด้านคุณภาพของภาพ

รายการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับ
<b>ด้านคุณภาพของภาพ</b>			
1. ความสัมพันธ์ของภาพกับคำบรรยาย	4.19	0.87	มาก
2. ความเหมาะสมของภาพในการสื่อความหมาย	4.20	0.71	มาก
3. ความต่อเนื่องของภาพ	4.34	0.78	มาก
4. ความสวยงามและมุกกล้อง	4.39	0.78	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.28</b>	<b>0.51</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.8 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านคุณภาพของภาพ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.28, SD = 0.51$ ) ในรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 ได้แก่ ความสวยงาม มุกกล้อง อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.39, SD = 0.78$ ) อันดับที่ 2 ได้แก่ ความต่อเนื่องของภาพ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.34, SD = 0.78$ ) และอันดับสุดท้าย ได้แก่ ความสัมพันธ์ของภาพกับคำบรรยาย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.19, SD = 0.87$ )

**ตารางที่ 4.9** การประเมินความพึงพอใจด้านคุณภาพของเสียง

รายการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับ
<b>ด้านคุณภาพของเสียง</b>			
1. ความน่าสนใจของเสียงบรรยาย	4.49	0.65	มาก
2. ความชัดเจนของเสียงบรรยาย	3.78	0.62	มาก
3. จังหวะความเร็วของเสียงบรรยาย	4.13	0.86	มาก
4. ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบกับเสียงบรรยาย	4.45	0.71	มาก
5. ความน่าสนใจของเสียงดนตรีประกอบ	3.84	0.63	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.13</b>	<b>0.62</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.9 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านคุณภาพของเสียง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.13, SD = 0.62$ ) ในรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 ได้แก่ ความน่าสนใจของเสียงบรรยาย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.49, SD = 0.65$ ) อันดับที่ 2 ได้แก่ ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบกับเสียงบรรยาย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.45, SD = 0.71$ ) อันดับที่ 3 ได้แก่ จังหวะความเร็วของเสียงบรรยาย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.13, SD = 0.86$ ) และอันดับสุดท้าย ได้แก่ ความชัดเจนของเสียงบรรยาย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.78, SD = 0.62$ )

ตารางที่ 4.10 การประเมินความพึงพอใจด้านเทคนิคการนำเสนอ

รายการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับ
<b>ด้านเทคนิคการนำเสนอ</b>			
1. เทคนิคการลำดับภาพ	4.23	0.74	มาก
2. เทคนิคการเลื่อนภาพ	4.28	0.96	มาก
3. เทคนิคการตัดต่อภาพ	4.14	0.77	มาก
4. รูปแบบการนำเสนอ	4.12	0.77	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.19</b>	<b>0.61</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.10 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านเทคนิคการนำเสนอของสื่อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.19, SD = 0.61$ ) ในรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 ได้แก่ เทคนิคการเลื่อนภาพ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.28, SD = 0.96$ ) อันดับที่ 2 ได้แก่ เทคนิคการลำดับภาพ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.23, SD = 0.74$ ) และอันดับสุดท้าย ได้แก่ รูปแบบการนำเสนอ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.12, SD = 0.77$ )

ตารางที่ 4.11 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อจากนักเรียน ครู และผู้ปกครอง

รายการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. เนื้อหา	4.19	0.47	มาก
2. คุณภาพของภาพ	4.28	0.51	มาก
3. คุณภาพของเสียง	4.13	0.62	มาก
4. เทคนิคการนำเสนอ	4.19	0.61	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>4.20</b>	<b>0.44</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.11 ผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อจากนักเรียน ครู และผู้ปกครอง ทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับมาก พบว่า อันดับที่ 1 ด้านคุณภาพของภาพ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.28, SD = 0.51$ ) อันดับที่ 2 คือ ด้านเทคนิคการนำเสนอ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.19, SD = 0.61$ ) อันดับที่ 3 คือ ด้านเนื้อหา อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.19, SD = 0.47$ ) และอันดับที่ 4 คือ ด้านคุณภาพของเสียง อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.13, SD = 0.62$ )

เมื่อพิจารณาผลการประเมิน ความพึงพอใจของสื่อจากนักเรียน ครู และผู้ปกครอง ทั้ง 4 ด้านสรุปผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของสื่อเท่ากับ ( $\bar{x} = 4.20, SD = 0.44$ )

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร” มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับการแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่มีค่า ICO เท่ากับ 0.95 และค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.982 2 ส่วน คือ 1) แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพของสื่อจากผู้เชี่ยวชาญ 5 คน และ 2) แบบสอบถามความพึงพอใจจากนักเรียน ครู และผู้ปกครอง จำนวน 257 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

##### 5.1.1 สรุปผลคุณภาพของสื่อ

ผลการประเมินคุณภาพภาพของสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน พบว่า สื่อทั้ง 4 ด้านมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก โดยอันดับที่ 1 ด้านเทคนิคการนำเสนอ อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.75$ ,  $SD = 0.43$ ) อันดับที่ 2 คือ ด้านคุณภาพของภาพ อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.65$ ,  $SD = 0.54$ ) อันดับที่ 3 คือ ด้านคุณภาพของเสียง อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.64$ ,  $SD = 0.47$ ) และอันดับที่ 4 คือ ด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.40$ ,  $SD = 0.44$ )

##### 5.1.2 สรุปผลการวิจัยจากนักเรียน ครู และผู้ปกครอง

1) ข้อมูลทั่วไปของนักเรียน ครู และผู้ปกครอง รวมทั้งหมด 270 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 150 คน (คิดเป็นร้อยละ 55.60) เป็นผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี จำนวน 136 คน (คิดเป็นร้อยละ 50.40) มากที่สุด รองลงมาคืออายุ 26 – 35 ปี จำนวน 62 คน (คิดเป็นร้อยละ 23.00) ระดับการศึกษาระดับประถมศึกษามากที่สุด จำนวน 108 คน (คิดเป็นร้อยละ 40.00) รองลงมาเป็นการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 70 คน (คิดเป็นร้อยละ 25.90) ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 161 คน (คิดเป็นร้อยละ 59.60) รองลงมาเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 42 คน (คิดเป็นร้อยละ 15.60)

2) ผลการประเมินความพึงพอใจของนักเรียน ครู และผู้ปกครองต่อสื่อวีดิทัศน์ ทั้ง 4 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า อันดับที่ 1 คือด้านคุณภาพของภาพ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.28$ ,

SD = 0.51) อันดับที่ 2 คือ ด้านเทคนิคการนำเสนอ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.19$ , SD = 0.61) อันดับที่ 3 คือ ด้านเนื้อหา อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.19$ , SD = 0.47) และอันดับที่ 4 คือ ด้านคุณภาพของเสียง อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.13$ , SD = 0.62)

### 5.1.3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

เมื่อพิจารณาการประเมินคุณภาพภาพของสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 4 ด้าน สามารถสรุปการประเมินคุณภาพภาพของสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตະบุตร โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก จึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2

เมื่อพิจารณาการประเมินความพึงพอใจของสื่อจากนักเรียน ครู และผู้ปกครอง สามารถสรุปการประเมินความพึงพอใจของสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตະบุตรโดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก จึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

หลังจากได้ผลิตสื่อเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำสื่อไปให้ผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างประเมินคุณภาพและความพึงพอใจของสื่อ โดยการแบ่งกลุ่มการประเมินออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) การประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ และ 2) การประเมินความพึงพอใจของนักเรียน ครู และผู้ปกครอง แบ่งเป็น 4 ด้าน จึงขอสรุปผลการประเมินโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.2.1 ผลการประเมินคุณภาพของสื่อในด้านต่าง ๆ โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน สามารถแบ่งผลการประเมินประสิทธิภาพออกเป็นแต่ละด้านดังนี้

1) ผลการประเมินคุณภาพของสื่อด้านเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40)

2) ผลการประเมินคุณภาพของสื่อด้านคุณภาพของภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65)

3) ผลการประเมินคุณภาพของสื่อด้านคุณภาพของเสียงโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64)

4) ผลการประเมินคุณภาพของสื่อด้านเทคนิคการนำเสนอโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75)

5.2.2 ผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อนักเรียน ครู และผู้ปกครอง 257 คน สามารถแบ่งผลการประเมินประสิทธิภาพออกเป็นแต่ละด้านดังนี้

- 1) ผลการประเมินคุณภาพของสื่อด้านเนื้อหาจากนักเรียน ครู และผู้ปกครอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19)
- 2) ผลการประเมินคุณภาพของสื่อด้านคุณภาพของภาพจากนักเรียน ครู และผู้ปกครอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28)
- 3) ผลการประเมินคุณภาพของสื่อด้านคุณภาพของเสียงจากนักเรียน ครู และผู้ปกครอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13)
- 4) ผลการประเมินคุณภาพของสื่อด้านเทคนิคการนำเสนอจากนักเรียน ครู และผู้ปกครอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19)

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1) การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์ควรคำนึงถึงสื่อและอุปกรณ์ที่ใช้นำเสนอสื่อวีดิทัศน์ให้ครอบคลุม เพราะยังมีอุปกรณ์อีกหลากหลายประเภทที่เชื่อมต่อสัญญาณเพื่อรับชมสื่อวีดิทัศน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่าง เช่น โน้ตบุ๊ก (Notebook) แท็บเล็ต (Tablet) สมาร์ทโฟน (Smartphone) และสมาร์ททีวี (Smart TV) เป็นต้น

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์อาจต้องจัดทำขึ้นทุกปี เนื่องจากมีข้อมูลของโรงเรียนในด้านวิชาการ กิจกรรมหรือรางวัลที่เปลี่ยนแปลงไป

2) เป็นแนวทางในการผลิตสื่อในครั้งต่อไป เพื่อการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ในการผลิตสื่อให้น่าสนใจยิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

- กนกวรรณ ประภากรณ. (2557). **การใช้เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษาในเขตภาคเหนือตอนบน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กรรณิการ์ อัครเดชา.(2544). **สื่อและเครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- กิดานันท์ มลิทอง. (2543). **เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: อรุณการพิมพ์.
- เกษมทรัพย์ เพลินจิตจรรย์ เกษร จุฑาทิศ และอังสนา ทรัพย์สุวรรณ.(2554). **ประโยชน์ของวีดิทัศน์**. ค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2560, จาก <https://sites.google.com/site/vediodwidthas/prayochn-khxng-wi-di-thasn>
- โครงการตำราภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. **โครงการอีสานเขียว**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. จาก <https://www.l3nr.org/posts/390518>
- ณรงค์ สมพงษ์. (2535). **สื่อเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- ณัฐธิดา ศิริหิรัญ. (2551). **การสร้างสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์โรงไฟฟ้าเขื่อนแม่จันทน์ชล**. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธีระยุทธ เบ้าแดง. (2549). **การพัฒนางานประชาสัมพันธ์โรงเรียนอนุบาลศิริกุล อำเภอเมืองหนองคายจังหวัดหนองคาย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
- ประจวบ อินออด. (2539). **การผลิตงานประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 9-15**. พิมพ์ครั้งที่ 6. นนทบุรี: ประชุม โปธิกุล. **การประชาสัมพันธ์หน่วยงาน**. วารสารมิตรครู. 32 (กรกฎาคม 2533): 13-16.
- ปิยะดนัย วิเคียน. (2560). **ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับวีดิทัศน์**. ค้นเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2560, จาก <https://krupiyadanai.wordpress.com/computer4/เทคโนโลยีสื่อประสม/วีดิทัศน์>
- ปิยาณี เดือนสวัสดิ์. (2553). **วีดิทัศน์เพื่อการศึกษา**. ค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2560,
- พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. (2531). **การประชาสัมพันธ์**. พระบรมราชโองการและพระราชดำรัส. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์กรุงเทพจำกัด.

- ภิญโญ สาร. (2546). **หลักการบริหารการศึกษา**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย  
สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วัฒนา จันทร์จรัสวัฒนา. (2533). **ประสิทธิผลของสื่อวีดิทัศน์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่**  
วิชลาดดา ยิ่งสมสุข. (2546). **การประชาสัมพันธ์โรงเรียนของโรงเรียนคาทอลิกสังกัดอัครสังฆมณฑล**  
**กรุงเทพฯ เขต 3**. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา โครงการ  
บัณฑิตศึกษา สถาบันราชภัฏธนบุรี.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2529). **นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ**. กรุงเทพมหานคร: โอ  
เอสพรีนติ้งเฮ้า.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2546). **การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์ (ปรับปรุงเพิ่มเติมใหม่)**. พิมพ์ครั้งที่ 10.  
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สัทยา ไชยมาตย์ และ ณัฐพงษ์ พระลัภรักษา (2558). **การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์**  
**แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม**. หลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิตมีเดียและแอนิเมชัน,  
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- สมคิด อีระศิลป์. (2540). **การผลิตรายการโทรทัศน์**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สมศักดิ์ คล้ายสังข์ (2560). **การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการ**  
**ท่องเที่ยว แบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตล่างชั้น กรุงเทพมหานคร**. คณะวิทยาการจัดการ,  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุภัค ถาวรนิติกุล .(2557). **แนวทางเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะเกษตรกำแพงแสน**  
**มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน**. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal  
ปีที่ 7 ฉบับที่ 2, 1137-1148.
- สุรศักดิ์ ปาเฮ. (2555). **กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โรงเรียน**.แพร่: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา  
ประถมศึกษาแพร่เขต 2.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2541). **108 การประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์ อิน บิสซิเนส เวิร์ด.
- อภิจักร พุกสวัสดิ์. (2554). **การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์**. สมุทรปราการ: คอมเมอร์เชียล  
เวิลด์ มีเดีย.
- อมร เจริญทุกษิณยานัน (2558). **การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์การยื่นแบบแสดงรายการ**  
**ภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตของสำนักบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์**. หลักสูตรนิเทศศาสตร์  
บัณฑิต, สาขาวิชาสื่อดิจิทัล คณะศิลปศาสตร์, วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม.
- อรทัย หนูกกลาง. (2550). **แนวโน้มนการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ระหว่างป**  
**พุทธศักราช 2550-2555**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยี  
การศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- อุบลวรรณ ปติพัฒนโฆสิต. (2545). **การเขียนในสื่อต่าง ๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. เอกชัย กีสุขพันธ์. (2544). **การบริหารทักษะและการปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองการพิมพ์.
- Cutlip, S. M. (1994). **Effective public relations**. (5<sup>th</sup> ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Griswold, Alexander B. (1974). **Towards a history of sukhodaya art**. Bangkok: The Jersey: Prentice Hall.
- Husain A. Alansari, (2013) "*Public relations in academic libraries in Gulf Cooperation Council (GCC) states*", **Library Management**, Vol. 34 Issue: 1/2, pp.68-82, <https://doi.org/10.1108/01435121311298289>
- Kindred, Leslie W. (1957). **School Public Relations**. Englewood Cliffs, New Jersey: PrenticeHall.
- Mark Holtzblatt, , Norbert Tschakert, , Husam Abu-Khadra, (2012), **Teaching IFRS with Online Videos and Webcasts: Resources, Analysis and Guidance**, in Dorothy Feldmann, Timothy J. Rupert (ed.)
- Newsom. Doug, & Scott. Alan, (1976). **This is P.R.: the realities of public relations**.
- Wofford, J.C. (1977). **Organizational Communication: The Keystone of Managerial Effectiveness**. Tokyo: McGraw-Hill Kogakusha.







ภาคผนวก ก

จดหมายขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินสื่อวีดิทัศน์













ภาควิชา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



## แบบประเมินคุณภาพสื่อสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

### เรื่อง

สื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับงานแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร

### คำชี้แจง

แบบประเมินนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับงานแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร” แบบประเมินนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ รูปแบบของสื่อวีดิทัศน์สำหรับใช้ในงานแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร

แบบประเมินแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับสื่อวีดิทัศน์

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ มา ณ โอกาสนี้



ขอแสดงความนับถือ

นายศรายุทธ กิตติเนตรชนก

อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

## ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อ (นาย,นาง,นางสาว).....นามสกุล.....
2. อายุ.....ปี
3. วุฒิการศึกษา.....
4. ตำแหน่งหน้าที่การงาน  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....
5. ระยะเวลาในการทำงาน.....ปี

## ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์

โปรดกาเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพสื่อ คือ

- |   |         |             |
|---|---------|-------------|
| 5 | หมายถึง | ดีมาก       |
| 4 | หมายถึง | ดี          |
| 3 | หมายถึง | ปานกลาง     |
| 2 | หมายถึง | พอใช้       |
| 1 | หมายถึง | ควรปรับปรุง |

ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์	เกณฑ์การพิจารณา				
	5	4	3	2	1
<b>เนื้อหา</b>					
1.เนื้อหาสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์					
2.เนื้อหา มีประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์					
3.เนื้อหา มีความชัดเจน					
4.เนื้อหา มีความต่อเนื่อง					
5.ความรู้ ความเข้าใจที่ได้รับ					
6.การเลือกสื่อเหมาะสมกับเนื้อหา					
7.เนื้อหา มีความเหมาะสมกับเวลาในการนำเสนอ					
<b>คุณภาพของภาพ</b>					
1.ความสัมพันธ์ของภาพกับคำบรรยาย					
2.ความเหมาะสมของภาพในการสื่อความหมาย					
3.ความต่อเนื่องของภาพ					
4.ความสวยงามและนุ่มนวล					
<b>คุณภาพของเสียง</b>					
1.ความน่าสนใจของเสียงบรรยาย					
2.ความชัดเจนของเสียงบรรยาย					
3.จังหวะความเร็วของเสียงบรรยาย					
4.ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบกับเสียงบรรยาย					
5.ความน่าสนใจของเสียงดนตรีประกอบ					
<b>เทคนิคการนำเสนอ</b>					
1.เทคนิคการลำดับภาพ					
2.เทคนิคการเลื่อนภาพ					
3.เทคนิคการตัดต่อภาพ					
4.รูปแบบการนำเสนอ					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ และข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับสื่อวีดิทัศน์

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน

(.....)

...../...../.....



## แบบประเมินความพึงพอใจ

### เรื่อง

สื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับงานแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตตะบุตร

#### คำชี้แจง

แบบประเมินนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับงานแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตตะบุตร” แบบประเมินนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของ ครู นักเรียน และผู้ปกครอง ต่อสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับงานแนะแนวการศึกษาโรงเรียนกันตตะบุตร

แบบประเมินแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับสื่อวีดิทัศน์

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม  
มา ณ โอกาสนี้



ขอแสดงความนับถือ

นายศรายุทธ กิตติเนตรชนก

อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

## ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

### 1. เพศ

- ชาย  หญิง

### 2.อายุ

- ต่ำกว่า 15 ปี  15 – 25 ปี  
 26 – 35 ปี  36 ปีขึ้นไป

### 3. ระดับการศึกษา

- ประถมศึกษา  มัธยมศึกษา  ปวช./ปวส.  
 ปริญญาตรี  สูงกว่าปริญญาตรี

### 4. อาชีพ

- นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา  ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 ธุรกิจส่วนตัว  พนักงานบริษัท / ห้างร้าน  อื่นๆ

## ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์

โปรดกาเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพสื่อ คือ

- |   |         |             |
|---|---------|-------------|
| 5 | หมายถึง | ดีมาก       |
| 4 | หมายถึง | ดี          |
| 3 | หมายถึง | ปานกลาง     |
| 2 | หมายถึง | พอใช้       |
| 1 | หมายถึง | ควรปรับปรุง |

ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์	เกณฑ์การพิจารณา				
	5	4	3	2	1
<b>เนื้อหา</b>					
1.เนื้อหาสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์					
2.เนื้อหา มีประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์					
3.เนื้อหา มีความชัดเจน					
4.เนื้อหา มีความต่อเนื่อง					
5.ความรู้ ความเข้าใจที่ได้รับ					
6.การเลือกสื่อเหมาะสมกับเนื้อหา					
7.เนื้อหา มีความเหมาะสมกับเวลาในการนำเสนอ					
<b>คุณภาพของภาพ</b>					
1.ความสัมพันธ์ของภาพกับคำบรรยาย					
2.ความเหมาะสมของภาพในการสื่อความหมาย					
3.ความต่อเนื่องของภาพ					
4.ความสวยงามและนุ่มนวล					
<b>คุณภาพของเสียง</b>					
1.ความน่าสนใจของเสียงบรรยาย					
2.ความชัดเจนของเสียงบรรยาย					
3.จังหวะความเร็วของเสียงบรรยาย					
4.ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบกับเสียงบรรยาย					
5.ความน่าสนใจของเสียงดนตรีประกอบ					
<b>เทคนิคการนำเสนอ</b>					
1.เทคนิคการลำดับภาพ					
2.เทคนิคการเลื่อนภาพ					
3.เทคนิคการตัดต่อภาพ					
4.รูปแบบการนำเสนอ					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ และข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับสื่อวีดิทัศน์

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน

(.....)

...../...../.....





## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล

นายศรายุทธ กิตติเนตรชนก

วัน เดือน ปีเกิด

9 พฤศจิกายน 2530

### ประวัติการศึกษา

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) แผนกวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ โรงเรียนตั้งตรงจิตรพณิชยการ พ.ศ. 2548
ระดับอนุปริญญา	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) แผนกวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ โรงเรียนตั้งตรงจิตรบริหารธุรกิจ พ.ศ. 2550
ระดับปริญญาตรี	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี พ.ศ. 2552
ระดับปริญญาโท	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี พ.ศ. 2555

### ประวัติการทำงาน

อาจารย์ ภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ  
วิทยาลัยเทคโนโลยีตั้งตรงจิตรพณิชยการ  
พ.ศ.2553 – 2559  
อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์  
พ.ศ.2559 – ปัจจุบัน