

การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

DEVELOPMENT OF VIDEO PRODUCTION FOR GUIDING
PUBLIC RELATIONS ON FURTHER STUDY AT RAJAMANGALA
UNIVERSITY OF TECHNOLOGY SUVARNABHUMI
FOR SECONDARY 6 (GRADE 12) STUDENTS

สุบิน เอกจิตต์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้นำ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

สุบิน เอกจิตต์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2561
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แจง เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

Development of Video Production for Guiding Public Relations on Further Study at Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi for Secondary 6 (Grade 12) Students

ชื่อ - นามสกุล

นายสุบิน เอกจิตต์

สาขาวิชา

เทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ณฤมล เทพนवल, กศ.ด.

ปีการศึกษา

2561

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เทียมยศ ปะสาวะโน, ศษ.ด.)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ณัฐพล ไร่ไพ, ศษ.ด.)

..... กรรมการ
(อาจารย์นพดล พรามณี, Ed.D.)

..... กรรมการ
(อาจารย์ณฤมล เทพนवल, กศ.ด.)

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

..... คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อานนท์ นิยมผล, คอ.ม.)

วันที่ 11 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2562

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
ชื่อ - นามสกุล	นายสุบิน เอกจิตต์
สาขาวิชา	เทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ณฤมล เทพนवल, กศ.ค.
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 2) ศึกษาทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ และ 3) ศึกษาการยอมรับของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6/4 สายคณิต ของโรงเรียนบางปะอิน “ราชานุเคราะห์ 1” จำนวน 45 คน ได้มาโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย วีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ แบบสอบถามทัศนคติ และแบบสอบถามการยอมรับ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) สื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีคุณภาพด้านสื่ออยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 มีคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ เท่ากับ 82.22/84.42 2) นักเรียนมีทัศนคติต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักเรียนมีทัศนคติด้านสภาพแวดล้อมอยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 รองลงมาด้านการจัดการเรียนการสอน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 และด้านหลักสูตร อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ตามลำดับ และ 3) นักเรียนมีการยอมรับต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55

คำสำคัญ: สื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ การประชาสัมพันธ์การศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

Thesis Title	Development of Video Production for Guiding Public Relations on Further Study at Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi for Secondary 6 (Grade 12) Students
Name - Surname	Mr. Subin Eakjit
Program	Educational Technology and Communications
Thesis Advisor	Miss Naruemon Thepnuan, Ph.D.
Academic Year	2018

ABSTRACT

This research aimed to: 1) development of video production for guiding public relations on further study at Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi (RMUTSB) for secondary 6 students based on the 80/80 efficiency criterion and 2) study the attitudes of secondary 6 students towards public relations video production guiding to further study at RMUTSB, and 3) study the secondary 6 students' acceptance towards public relations video production guiding to further study at RMUTSB.

The study used purposive sampling consisting of 45 secondary 6 students from 6/4 classroom of mathematics-languages program at Bang Pa-in Rachanukroh 1 School. The research instruments were 1) public relations video production guiding to further study at RMUTSB, 2) attitude questionnaire, and 3) acceptance questionnaire. Statistics employed for data analysis were mean and standard deviation.

The results showed that 1) developed public relations video production guiding to further study at RMUTSB for secondary 6 students in the areas of media were at a very good level with an average of 4.30 and in the areas of content were at a very good level with an average of 4.36 and met the set efficiency criterion of 82.22/84.42, 2) the students had an overview attitudes towards RMUTSB at the highest level with an average of 4.42 and considering each aspect found that the students had attitudes towards the environment at the highest level, the first rank, with an average of 4.69, classroom management at the highest level with an average of 4.52 and curriculum at the highest level with an average of 4.34, respectively, and 3) the students had acceptance towards RMUTSB at the highest level with an average of 4.55

Keywords: video production guiding, public relations to further study, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.นฤมล เทพนวด อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เทียมยศ ปะสาวะโน ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล ไร่ไพ ผู้ทรงคุณวุฒิ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ ดร.นพดล พรามณี กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้คำปรึกษา ตลอดจนให้ความช่วยเหลือแก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรศักดิ์ เชื้อวชาญ ดร.อนุรักษ์ เมฆพะโยม และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมลพรรณ เพชรสมบัติ ผู้เชี่ยวชาญด้านวัดและประเมินผล ที่ได้ช่วยตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการประเมินในการวิจัยครั้งนี้ และ ดร.อาณัติ รัตนศิริกุล ดร.สรชัย ชวรางกูร และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงวิทย์ เจริญกิจชนลาภ ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องมือและด้านเนื้อหา ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการประเมินและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ตลอดจนให้ความช่วยเหลือในการแก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยให้มีประสิทธิภาพ

ขอขอบพระคุณผู้อำนวยการ โรงเรียนบางปะอิน “ราชานุเคราะห์ 1” ที่ให้ความอนุเคราะห์ให้ใช้สถานที่และห้องเรียนในการเก็บรวบรวมข้อมูล และให้คำแนะนำในหลายๆ ด้าน

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชา บ่มเพาะจนผู้วิจัยสามารถนำเอาหลักการมาประยุกต์ใช้และอ้างอิงในการวิจัยในครั้งนี้ คุณค่าอันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบเพื่อบูชาพระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ ครอบครัว ตลอดจนผู้เขียนหนังสือ และบทความต่างๆ ที่ให้ความรู้แก่ผู้วิจัยจนสามารถทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

สุบิน เอกจิตต์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(9)
สารบัญภาพ.....	(11)
บทที่ 1 บทนำ.....	12
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	12
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	14
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	14
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	15
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย.....	15
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	17
1.7 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	17
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวิดิทัศน์.....	19
2.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการชี้แนะ.....	29
2.3 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	37
2.4 แนวทางการศึกษาต่อ.....	45
2.5 การทดสอบประสิทธิภาพสื่อ.....	46
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	50
2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับ.....	55
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	57
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	61
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	61
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	61

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	67
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้.....	68
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	70
4.1 ผลการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6.....	70
4.2 ผลการศึกษาทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.....	73
4.3 ผลการศึกษารอบรับของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.....	75
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	77
5.2 สรุปผลการวิจัย.....	77
5.3 การอภิปรายผล.....	78
5.4 ข้อเสนอแนะ.....	81
บรรณานุกรม.....	83
ภาคผนวก.....	87
ภาคผนวก ก ราชานามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย.....	88
ภาคผนวก ข Storyboard การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6.....	96
ภาคผนวก ค แบบประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ.....	101
ภาคผนวก ง แบบประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา.....	105

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 การจัดกิจกรรมระหว่างชมวิดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6.....	63
ตารางที่ 4.1 ผลการประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ.....	71
ตารางที่ 4.2 ผลการประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา.....	72
ตารางที่ 4.3 ผลการหาประสิทธิภาพของสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 45 คน.....	73
ตารางที่ 4.4 ผลการประเมินทัศนคติของทัศนคติของนักเรียนที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.....	74
ตารางที่ 4.5 ผลการประเมินการยอมรับของนักเรียนที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.....	75
ตารางที่ ค.1 วิเคราะห์ค่า IOC แบบประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ.....	103
ตารางที่ ง.1 วิเคราะห์ค่า IOC แบบประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา.....	107
ตารางที่ ง.3 แบบประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ด้านเนื้อหา.....	96

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ จ.1 วิเคราะห์ค่า IOC แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับ วัตถุประสงค์ เพื่อนำไปสร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน.....	114
ตารางที่ ฉ.1 วิเคราะห์ค่า IOC แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบสอบถาม ทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล สุวรรณภูมิ.....	123
ตารางที่ ช.1 วิเคราะห์ค่า IOC แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบสอบถาม การยอมรับของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลสุวรรณภูมิ.....	126



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ ซ.1 กราฟฟิคตรามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.....	129
ภาพที่ ซ.2 ตรามหาวิทยาลัยบริเวณหน้าตึกสำนักงานอธิการบดี.....	129
ภาพที่ ซ.3 ภาพมุมกว้างจากด้านบน มทร.สุวรรณภูมิ ศูนย์พระนครศรีอยุธยา หันตรา.....	130
ภาพที่ ซ.4 อาคารบริหารจัดการเชิงบูรณาการ.....	130
ภาพที่ ซ.5 ภาพมุมสูง มทร.สุวรรณภูมิ ศูนย์พระนครศรีอยุธยา วาสுகีรี.....	131
ภาพที่ ซ.6 มทร.สุวรรณภูมิ ศูนย์นนทบุรี.....	131
ภาพที่ ซ.7 มทร.สุวรรณภูมิ ศูนย์สุพรรณบุรี.....	132
ภาพที่ ซ.8 นักศึกษา มทร.สุวรรณภูมิ กำลังเรียนในห้องปฏิบัติการ.....	132
ภาพที่ ซ.9 นักศึกษา มทร.สุวรรณภูมิ กำลังเรียนในห้องปฏิบัติการ.....	133
ภาพที่ ซ.10 นักศึกษา มทร.สุวรรณภูมิ กำลังเรียนในห้องปฏิบัติการ.....	133
ภาพที่ ซ.11 นักศึกษากำลังออกแบบวัตถุ 3D.....	134
ภาพที่ ซ.12 การแสดงศิลปวัฒนธรรม.....	134
ภาพที่ ซ.13 กราฟฟิคตรามหาวิทยาลัย.....	135
ภาพที่ ซ.14 การจัดการเรียนการสอนนอกห้องเรียนกับเครื่องจักร.....	135
ภาพที่ ซ.15 การจัดการเรียนการสอนนอกห้องเรียนกับเครื่องจักร.....	136
ภาพที่ ซ.16 การแข่งขันกีฬาในสนามกีฬาของมหาวิทยาลัย.....	136
ภาพที่ ซ.17 รวมภาพการจัดการเรียนการสอน.....	137
ภาพที่ ซ.18 กราฟฟิค โลโก้ RUS.....	137

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ ฉบับที่ 3 พ.ศ.2553 ได้ให้ความหมายของคำว่า สถานศึกษา คือ สถานพัฒนาเด็กปฐมวัย โรงเรียน ศูนย์การเรียนรู้ วิทยาลัย สถาบัน มหาวิทยาลัย หน่วยงานการศึกษาหรือหน่วยงานอื่นของรัฐหรือของเอกชน ที่มีอำนาจหน้าที่หรือมีวัตถุประสงค์ในการจัดการศึกษา และมหาวิทยาลัยในปัจจุบันแบ่งออกเป็นสองกลุ่มหลักๆ คือ สถานศึกษาในควบคุมดูแลของรัฐบาล และสถานศึกษาในการดูแลของภาคเอกชน จึงทำให้เกิดการแข่งขันที่จะรับสมัครบุคคลเข้ามาศึกษาต่อในสถานศึกษาของแต่ละมหาวิทยาลัย เกิดการแข่งขันในด้านการจัดการเรียนการสอน การเปิดหลักสูตรที่ทันสมัยตรงกับความต้องการของผู้ที่ต้องการจะศึกษาต่อ และตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน แต่พบว่า อัตราการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยของเยาวชนไทยลดลง จึงทำให้เป็นปัญหาอย่างมากของแต่ละมหาวิทยาลัย การประชาสัมพันธ์จึงเข้ามามีบทบาทในการช่วยให้แต่ละมหาวิทยาลัยมีการประชาสัมพันธ์ถึงภาพลักษณ์ ความมั่นคง การจัดการเรียนการสอน และความเคลื่อนไหวต่างๆ มหาวิทยาลัยให้กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องได้รับทราบและเกิดทัศนคติที่ดีต่อมหาวิทยาลัยนั้นๆ เพื่อที่จะเข้ามาศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยของตนเอง และเพื่อเป็นการเชิญชวนให้ผู้ที่สนใจเข้ามาศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยของตนเอง

ในสภาพปัจจุบันสังคมไทยมีการปกครองในระบอบประชาธิปไตย คือ โดยประชาชนสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่รัฐบาลกระทำ การประชาสัมพันธ์จึงเป็นส่วนในการช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อให้ประชาชนได้ทราบถึงนโยบายของรัฐบาล อีกทั้งรัฐบาลยังสามารถรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนและนำไปปรับปรุงแก้ไขพัฒนาประเทศต่อไป และการประชาสัมพันธ์ยังทำให้เกิดความร่วมมือและสร้างสัมพันธ์อันดีระหว่าง องค์กร หน่วยงาน สถาบันต่างๆ ทำให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนต่อไปได้ และประเทศชาติก็จะเจริญรุ่งเรืองต่อไป การประชาสัมพันธ์มีส่วนช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของในแต่ละหน่วยงาน สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อีกทั้งยังเป็นการสร้างชื่อเสียงของหน่วยงานให้เป็นที่ไปในทิศทางที่ดี จนเกิดเป็นวัฒนธรรมในองค์กร นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ยังสามารถนำไปใช้ในเรื่องของการตลาด ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน การโฆษณาสินค้า หรือบริการต่างๆ งานประชาสัมพันธ์จึงถือได้ว่ามีบทบาทที่สำคัญเป็นอย่างมากในสังคมปัจจุบัน งานประชาสัมพันธ์จึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อมหาวิทยาลัย โดยนักประชาสัมพันธ์จะต้องวางแผน กำหนด

ยุทธวิธี และเทคนิคการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัย สื่อประชาสัมพันธ์มีหลายรูปแบบ การเลือกสื่อจึงมีความสำคัญควรเลือกสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายนั้น

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เป็นมหาวิทยาลัยที่เกิดขึ้นจากการแยกตัวมาจากสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล เป็นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง ซึ่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เป็น 1 ใน 9 แห่งนี้ และการที่จะทำให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิเป็นที่รู้จักและยอมรับนั้น จำเป็นต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์และการชี้แนะเป็นตัวช่วยให้บุคคลเปลี่ยนทัศนคติและการยอมรับ การชี้แนะต้องอาศัยความรู้พื้นฐานทางพฤติกรรมเพื่อที่สามารถชี้แนะและควบคุมพฤติกรรมของบุคคลได้

การชี้แนะ เป็นกระบวนการถ่ายทอดโยงความรู้และทักษะจากสถานการณ์หนึ่งไปยังสถานการณ์ใหม่เพื่อการกระตุ้นให้เกิดความอยากรู้อยากเห็นและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ผ่านสื่อชนิดใดชนิดหนึ่งให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการนำสิ่งเร้าต่างๆ เป็นตัวช่วยกระตุ้นพฤติกรรมให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยการประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อนั้นจำเป็นอย่างมากต้องใช้กระบวนการของการชี้แนะ และสื่อที่มีความเหมาะสมเป็นอย่างมาก คือ วิดิทัศน์ เพราะสามารถถ่ายทอดออกมาในรูปแบบที่เป็นนามธรรมได้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ปัจจุบันได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ไปอย่างรวดเร็ว มีการแข่งขันในตลาดสูงขึ้นไม่เว้นแม้กระทั่งในสายของการศึกษา ผู้วิจัยจึงนำสื่อวิดิทัศน์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์ เพราะวิดิทัศน์เป็นการเล่าเรื่องด้วยภาพและเสียงเพื่อให้เข้าใจเนื้อเรื่องได้ง่าย วิดิทัศน์เป็นสื่อที่มีลักษณะเฉพาะ คือ สามารถสร้างความต่อเนื่องของเนื้อหาได้โดยสามารถแสดงภาพเคลื่อนไหว เสียงบรรยาย ตัวอักษร และกราฟิกต่างๆ เป็นสื่อที่เข้าถึงง่าย มีความรวดเร็ว ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่เสมือนจริง ง่ายต่อความเข้าใจ

ปัจจุบันสื่อวิดิทัศน์เป็นองค์ประกอบหนึ่งของหน่วยงานและชีวิตประจำวันของบุคคลทุกคน ภาพทุกภาพ เรื่องทุกเรื่องจากสื่อวิดิทัศน์ เพราะสื่อวิดิทัศน์ คือ การบันทึกข้อมูลภาพและเสียงที่สามารถเปิดรับชมและสามารถเล่นซ้ำไปมาได้ มีการเคลื่อนไหวได้อย่างเป็นธรรมชาติ ให้ภาพและเสียงได้สมจริง จึงมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลทั่วไป สื่อวิดิทัศน์บางสื่อใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและจิตวิทยา บางโฆษณาใช้การนำเสนอซ้ำบ่อยครั้ง ทำให้ผู้ดูจำติดตาประทับใจ และเปลี่ยนแปลงตามสื่ออื่นๆ โดยไม่รู้ตัว ทำให้สื่อวิดิทัศน์เป็นสื่อที่นำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย ปัจจุบันในวงการศึกษาานิยมนำสื่อวิดิทัศน์มาใช้กันเป็นจำนวนมาก เนื่องจากวิดิทัศน์เป็นอุปกรณ์ที่สามารถบันทึกภาพและเสียงไว้ได้พร้อมกัน สามารถแก้ไขและบันทึกลงใหม่ได้ อีกทั้ง

สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ทันที คุณภาพช้าและภาพเร็วได้ตามความต้องการ โดยใช้เครื่องรับวิดีโอ เป็นช่องทางสื่อสาร ภาพและการแสดงต่างๆ สามารถใช้กล้องบันทึกได้ง่ายเสมือนภาพถ่าย แต่ที่เหนือกว่าภาพถ่าย คือ การนำเสนอภาพที่บันทึกจากกล้องวิดีโอนั้น และสามารถเผยแพร่ในรูปแบบที่หลากหลายและเผยแพร่ได้หลายช่องทางไม่ว่าจะเป็นทางสื่อสังคมออนไลน์หรือผ่านทางเครื่องฉายประเภทต่าง ๆ

ปวีวรรณ สมนึก (2558) กล่าวว่า การใช้สื่อวิดีโอเป็นหลัก มีข้อดีคือ ช่วยให้คุณภาพ การเรียนรู้ของผู้เรียนดีขึ้น สามารถจำได้มากและนานขึ้น ช่วยให้ผู้เรียนเรียนรู้ในปริมาณมากขึ้น ในเวลาที่กำหนดไว้ และช่วยให้ผู้เรียนมีความสนใจและมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้

จะเห็นว่าการผลิตสื่อวิดีโอสามารถนำเสนอเนื้อหาภาพเคลื่อนไหว เสียงบรรยาย ตัวอักษร และกราฟิกต่างๆ ที่มีรายละเอียดที่ถูกต้อง และมีความน่าเชื่อถือ โดยอาศัยหลักการและ ทฤษฎีการชี้นำ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ ชักนำ กระตุ้น และสร้างแรงจูงใจ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ ของผู้วิจัยที่ตั้งไว้

จากคำกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่าควรพัฒนาสื่อวิดีโอ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญในการศึกษาต่อ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อพัฒนาสื่อวิดีโอเพื่อการชี้นำ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อใน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีประสิทธิภาพ ตามเกณฑ์ 80/80

1.2.2 เพื่อศึกษาทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลสุวรรณภูมิ

1.2.3 เพื่อศึกษาการยอมรับของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

1.3 สมมติฐานในการวิจัย

1.3.1 ทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล สุวรรณภูมิ อยู่ในระดับมาก

1.3.2 ระดับการยอมรับของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิอยู่ในระดับมาก

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะศึกษาเนื้อหาด้านการจัดการเรียนการสอน สภาพแวดล้อม และประวัติความเป็นของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เพื่อนำไปพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แจง เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ โดยมีขอบเขตในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.1.1 ประชากร คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ของโรงเรียนบางปะอิน “ราชานุเคราะห์ 1” จำนวน 7 ห้อง รวมนักเรียนทั้งหมด 235 คน

1.4.1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ของโรงเรียนบางปะอิน “ราชานุเคราะห์ 1” จำนวน 45 คน ได้มาโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็น นักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6/4 สายคณิต-ภาษา และมีจำนวนนักเรียนมากที่สุดจากทั้ง 7 ห้อง

1.4.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1.4.2.1 ตัวแปรต้น (Independent Variables) ได้แก่ วีดิทัศน์เพื่อการชี้แจง เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

1.4.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่

- 1) ทศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
- 2) การยอมรับของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

1.5.1 วีดิทัศน์ หมายถึง การบันทึกข้อมูล ภาพ และเสียงลงในรูปแบบของคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า ลงบนแถบแม่เหล็กไฟฟ้าที่สามารถบันทึกเพิ่ม ลบข้อมูล หรือทำซ้ำ และสามารถนำไปเปิดชม

ได้โดยผ่านเครื่องเล่นหรือเครื่องรับสัญญาณแม่เหล็กไฟฟ้า เช่น เครื่องรับโทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ โดยแสดงเป็นภาพและเสียง เพื่อให้เกิดความเข้าใจและมีทัศนคติที่ดี

1.5.2 การชี้แนะ หมายถึง ความสามารถในการถ่ายทอดโยงความรู้และทักษะจากสถานการณ์ในการแก้ปัญหาหนึ่งไปยังสถานการณ์ใหม่ที่ไม่เคยเผชิญมาก่อน ซึ่งมีความสำคัญมากในการการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยการชักนำ กระตุ้น และสร้างแรงจูงใจเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของผู้วิจัย โดยใช้วิธีทัศน์ ชักนำ กระตุ้น แรงจูงใจ จิตวิทยาเพื่อการชี้แนะให้มีทัศนคติและการยอมรับที่ดี และมีส่วนช่วยในการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อ

1.5.3 วิธีทัศน์เพื่อการชี้แนะ หมายถึง การบันทึกเนื้อหาผ่านภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ตัวอักษร สัญลักษณ์ เสียง และกราฟิกต่างๆ โดยการชักนำ กระตุ้น และสร้างแรงจูงใจ นำเสนอผ่านเครื่องรับสัญญาณโทรทัศน์หรือคอมพิวเตอร์ เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ให้เกิดความเข้าใจตามวัตถุประสงค์ของผู้วิจัย และมีทัศนคติที่ดีต่อวิธีทัศน์เพื่อการชี้แนะ

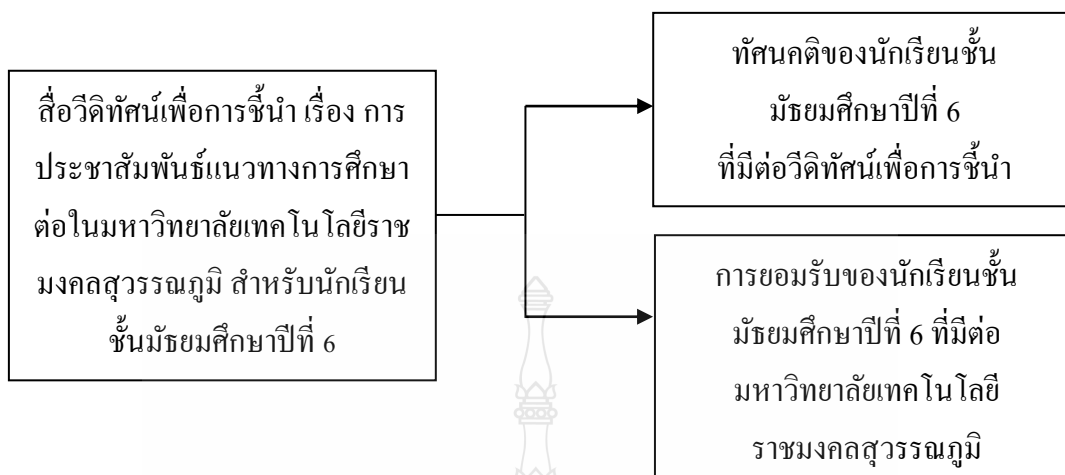
1.5.4 การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อ หมายถึง การนำเสนอข้อมูลทั่วไป ข้อมูลคณะที่จัดการเรียนการสอน ค่าใช้จ่ายสวัสดิการต่างๆ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิผ่านสื่อวิธีทัศน์เพื่อการชี้แนะ ไปยังนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ไปสู่การเรียนในระดับปริญญาตรี และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

1.5.5 ประสิทธิภาพสื่อ หมายถึง การหาประสิทธิภาพของสื่อวิธีทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่สร้างขึ้นตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80 เมื่อนักเรียนได้รับชมแล้วนักเรียนสามารถทราบข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

1.5.6 ทัศนคติ หมายถึง สภาพทางจิตของนักเรียน ที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์จากการรับชมวิธีทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยแสดงพฤติกรรมได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

1.5.7 การยอมรับ หมายถึง กระบวนการทางความรู้สึกรู้สึกของนักเรียนจากการเรียนรู้การศึกษาวิธีทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ผ่านกระบวนการตัดสินใจเป็นระบบจนเกิดการเปลี่ยนแปลงไปจนเกิดการยอมรับในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



1.7 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.7.1 ได้สื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีประสิทธิภาพเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80

1.7.2 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีทัศนคติที่ดีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

1.7.3 เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะในเรื่องอื่นๆ ต่อไป

1.7.4 เป็นการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิให้เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป และใช้เป็นตัวเลือกหนึ่งในการพิจารณาส่งบุตรหลานให้เข้ามาศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยฯ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษา ต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ผู้วิจัยได้ ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามหัวข้อ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวีดิทัศน์
 - 2.1.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับวีดิทัศน์
 - 2.1.2 ความหมายของวีดิทัศน์
 - 2.1.3 ประโยชน์ของวีดิทัศน์
 - 2.1.4 รูปแบบของวีดิทัศน์เพื่อการศึกษา
 - 2.1.5 กระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์
- 2.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการชี้แนะ
 - 2.2.1 ทฤษฎีการถ่ายโยงความรู้
 - 2.2.2 ทฤษฎีการเรียนรู้
 - 2.2.3 ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์
 - 2.2.4 ทฤษฎีการโน้มน้าวใจ
- 2.3 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
 - 2.3.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์
 - 2.3.2 องค์ประกอบของการสื่อสาร
 - 2.3.3 การสร้างภาพลักษณ์
- 2.4 แนวทางการศึกษาต่อ
 - 2.4.1 แนวทางศึกษาต่อหลังจบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
 - 2.4.2 การรับบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย
- 2.5 การทดสอบประสิทธิภาพสื่อ
 - 2.5.1 ความหมายของการทดสอบประสิทธิภาพ
 - 2.5.2 ความจำเป็นที่จะต้องหาประสิทธิภาพ
 - 2.5.3 การหาประสิทธิภาพสื่อ
 - 2.5.4 การกำหนดเกณฑ์ประสิทธิภาพ

- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
 - 2.6.1 ความหมายของทัศนคติ
 - 2.6.2 ลักษณะที่สำคัญของทัศนคติ
 - 2.6.3 องค์ประกอบของทัศนคติ
 - 2.6.4 การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ
 - 2.6.5 การวัดทัศนคติ
- 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับ
 - 2.7.1 ความหมายของการยอมรับ
 - 2.7.2 ขั้นตอนของการยอมรับ
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 2.8.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 2.8.2 งานวิจัยต่างประเทศ

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวิดิทัศน์

2.1.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับวิดิทัศน์

ปัจจุบันวิดิทัศน์เป็นองค์ประกอบหนึ่งของหน่วยงานและชีวิตประจำวันของบุคคลทุกคน ภาพทุกภาพ เรื่องทุกเรื่องจากสื่อวิดิทัศน์ มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลทั่วไป เนื่องจากการบริการถึงบ้าน บางรายการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและจิตวิทยา บางโฆษณาใช้การนำเสนอซ้ำบ่อยครั้ง ทำให้ผู้ดูจำติดตา ประทับใจ และเปลี่ยนแปลงตามสื่ออื่นๆ โดยไม่รู้ตัว ทำให้วิดิทัศน์เป็นสื่อที่ให้ภาพและเสียงได้สมจริง โดยใช้เครื่องรับวิดิทัศน์เป็นช่องทางสื่อสาร ภาพและการแสดงต่างๆ สามารถใช้กล้องบันทึกได้ง่ายเสมือนภาพถ่าย แต่ที่เหนือกว่าภาพถ่ายคือ การนำเสนอภาพที่บันทึกจากกล้องวิดิทัศน์นั้น มีการเคลื่อนไหวได้อย่างเป็นธรรมชาติ วิดิทัศน์ในปัจจุบันเป็นสื่ออีกชนิดหนึ่งซึ่งถูกนำมาใช้ในวงการศึกษานี้ เนื่องจากวิดิทัศน์เป็นอุปกรณ์ที่สามารถบันทึกภาพและเสียงไว้ได้พร้อมกัน สามารถแก้ไขและบันทึกลงใหม่ได้ อีกทั้งสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ทันทีดูภาพซ้ำและภาพเร็วได้ตามความต้องการ

ลักษณะเฉพาะของวิดิทัศน์

- 1) เป็นสื่อที่สามารถเห็นได้ทั้งภาพ และฟังเสียง
- 2) มีความคงที่ของเนื้อหา
- 3) เสนอเป็นภาพเคลื่อนไหวที่แสดงความต่อเนื่องของการกระทำ

- 4) ใช้ได้ทั้งผู้ชมทั้งที่เป็นกลุ่มเล็กและกลุ่มใหญ่
 - 5) เสนอได้ทั้งภาพจริงและกราฟิกต่างๆ
 - 6) สามารถเก็บเป็นข้อมูลและนำมาเผยแพร่ได้หลายครั้ง
- จุดเด่นของวีดิทัศน์ที่ได้เปรียบสื่อชนิดอื่น ๆ ดังนี้
- 1) สามารถนำเสนอภาพเหตุการณ์ต่างๆ ได้รวดเร็ว
 - 2) สามารถนำเสนอภาพที่ใหญ่มากมาให้ดูได้ เช่น ภาพโลก
 - 3) สามารถนำเสนอภาพที่เล็กมาให้ดูได้ เช่น สัตว์ขนาดเล็กพวกไฮครา
 - 4) สามารถนำเสนอภาพจากที่ห่างไกล/ภาพเหตุการณ์ในอดีต
 - 5) สามารถนำเสนอภาพที่หายาก เช่น ภูเขาไฟระเบิด
 - 6) สามารถทำภาพที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วให้ช้าลง
 - 7) สามารถทำภาพที่เกิดขึ้นช้ากินเวลานานให้รวดเร็ว เช่น การบานของดอกไม้
 - 8) สามารถนำเสนอแทนภาพจริงที่เป็นอันตราย เช่น การทดลองทางเคมี

2.1.2 ความหมายของวีดิทัศน์

สื่อประเภทวีดิทัศน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในกลุ่มนักเรียน โดยมี นักวิชาการและนักการศึกษาได้ให้ความหมายของสื่อวีดิทัศน์ไว้ ดังนี้

วชิระ อินทร์อุดม (2539) กล่าวว่า วีดิทัศน์ เป็นวัสดุที่สามารถใช้บันทึกภาพและเสียง โดยอาศัยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ด้วยวิธีการทางแสง เสียง และแม่เหล็กไฟฟ้า ซึ่งสามารถบันทึกและเปิดให้ชมได้ทันที โดยอาศัยเครื่องเล่น หรือเครื่องบันทึกวีดิทัศน์ ซึ่งสามารถบันทึกและลบสัญญาณภาพและเสียงได้

บุญเที่ยง จุ้ยเจริญ (2543, น.43) หมายถึง วัสดุบันทึก และเก็บสัญญาณภาพ หรือแหล่งข้อมูลแม่เหล็ก มีลักษณะคล้ายบันทึกเสียง

ประทีน คล้ายนาค (2545) กล่าวว่า วีดิทัศน์ เป็นการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ถ่ายภาพเคลื่อนไหว พร้อมกับเสียงแล้วส่งสัญญาณไฟฟ้าไปออกที่จอโทรทัศน์

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2546) กล่าวว่า สื่อวีดิทัศน์ หมายถึง แถบบันทึกวีดิทัศน์ แถบบันทึกภาพ เทปบันทึกภาพ เทปวีดิทัศน์ ซึ่งแต่เดิมคำว่า Video เป็นภาษาลาติน แปลว่า “ฉันทเห็น” เมื่อมาเป็นภาษาไทยก็ใช้คำว่า “ภาพ”

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า วีดิทัศน์ หมายถึง การบันทึกข้อมูลภาพและเสียงลงในรูปแบบของคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า ลงบนแถบแม่เหล็กไฟฟ้าที่สามารถบันทึกเพิ่ม ลบ

ข้อมูล หรือทำซ้ำ และสามารถนำไปเปิดชมได้โดยผ่านเครื่องเล่นหรือเครื่องรับสัญญาณแม่เหล็กไฟฟ้า เช่น เครื่องรับโทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ โดยแสดงเป็นภาพและเสียง

2.1.3 ประโยชน์ของวีดิทัศน์

ณรงค์ สมพงษ์ (2535) กล่าวว่า สื่อวีดิทัศน์เป็นสื่อที่สามารถตรวจเช็คภาพได้ทันที และในขณะที่ถ่ายภาพถ้าไม่พอใจก็สามารถลบทิ้งและบันทึกใหม่ได้ สำหรับเสียงก็สามารถบันทึกลงในแหล่งบันทึกไปพร้อมๆ กับการบันทึกภาพได้ทันที ในขั้นตอนของการตัดต่อทำได้โดยง่าย และไม่จำเป็นต้องแยกการบันทึกเสียงต่างหากเหมือนกับภาพยนตร์

กิดานันท์ มลิทอง (2536, น.144) กล่าวว่า การใช้สื่อวีดิทัศน์สามารถเลือกดูภาพซ้ำ หรือหยุดดูเฉพาะภาพได้ การบันทึกภาพวีดิทัศน์สามารถกระทำได้ในห้องถ่ายภาพ (Studio) และห้องปฏิบัติการ ซึ่งเราสามารถตัดต่อส่วนที่ไม่ต้องการ หรือเพิ่มเติมส่วนใหม่ลงไปได้

วชิระ อินทร์อุดม (2539) ได้สรุปถึงคุณค่า และประโยชน์ของวีดิทัศน์ว่า

- 1) ผู้ชมได้เห็นภาพ และได้ยินเสียงไปพร้อมๆ กัน ซึ่งเป็นการรับรู้โดยประสาทสัมผัสทั้ง 2 ทาง ซึ่งขอมติว่าการรับรู้โดยผ่านประสาทสัมผัสอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว
- 2) ผู้ชมสามารถเข้าในกระบวนการที่ซับซ้อนได้โดยอาศัยศักยภาพของเครื่องมือ
- 3) การผลิตวีดิทัศน์ที่สามารถย่อ ขยายภาพ ทำให้ภาพเคลื่อนที่ช้า เร็ว หรือหยุดนิ่งได้ แสดงกระบวนการที่มีความต่อเนื่อง มีลำดับขั้นตอนได้ในเวลาที่ต้องการ โดยอาศัยเทคนิคการถ่ายภาพ และเทคนิคการตัดต่อ
- 4) บันทึกเหตุการณ์ในอดีต และหรือ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต่างสถานที่ ต่างเวลา แล้วนำมาเปิดชมได้ทันที
- 5) เป็นสื่อที่ใช้ได้ทั้งเป็นรายบุคคล กลุ่มย่อย กลุ่มใหญ่ และใช้กับมวลชนทุกเพศ ทุกวัย และทุกระดับชั้น
- 6) วีดิทัศน์ที่ได้รับการวางแผนการผลิตที่ดี และผลิตอย่างมีคุณภาพ สามารถใช้แทนครูได้ ซึ่งจะเป็นการลดปัญหาการขาดแคลนครูได้เป็นอย่างดี
- 7) ใช้ได้กับทุกขั้นตอนของการสอน ไม่ว่าจะเป็นการนำเข้าสู่บทเรียน ชั้นระหว่างการสอน หรือขั้นสรุป
- 8) ใช้เพื่อการสอนซ่อมเสริมได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 9) ใช้เพื่อบันทึกภาพที่เกิดจากอุปกรณ์การฉายได้หลายชนิด เช่น ภาพสไลด์ ภาพยนตร์ โดยไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องฉายหลายประเภทในห้องเรียน

10) ใช้เป็นแหล่งสำหรับให้ผู้เรียนได้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง โดยการทำห้องสมุด
วิดิทัศน์ ใช้ในการฝึกอบรมผู้สอนด้วยการบันทึกการสาธิตวิธีการสอน การบันทึกรายการ หรือการจัด
การศึกษาใหม่ๆ

11) ช่วยปรับปรุงเทคนิควิธีการสอนของครู โดยการใช้เทคนิคการสอนแบบจุลภาค
(Micro teaching) การเรียนรู้แบบเปิด (Open Learning) และการศึกษาทางไกล (Distance Education)
ประทิน คล้ายนาค (2545) ได้ให้ข้อดี และประโยชน์ของระบบวิดิทัศน์ ดังนี้

- 1) สามารถฉายกลับดูภาพที่บันทึกไว้ได้ทันที
- 2) เทปวิดิทัศน์มีราคาถูก ใช้บันทึกได้หลายครั้ง ขณะเดียวกันสามารถทำการตัดต่อ
ภาพด้วยกระบวนการทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ได้ภาพและเสียงที่สมบูรณ์ หรือหากจะทำสำเนาเพื่อ
การเผยแพร่จำนวนมากทำได้
- 3) ชุดอุปกรณ์แบบกระเป๋าหิ้วสามารถนำไปถ่ายทำยังสถานที่ต่างๆ ได้อย่างสะดวก
รวดเร็ว
- 4) วิดิทัศน์มีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในวงการศึกษา การแพทย์ การ
อุตสาหกรรม และอื่นๆ ที่มีงบประมาณจำกัด

สรุป ประโยชน์ของสื่อวิดิทัศน์ คือ เป็นสื่อที่ให้ผู้เรียนสามารถเห็นภาพ ทั้งภาพนิ่ง
และภาพเคลื่อนไหว รวมทั้งเสียงประกอบ สื่อวิดิทัศน์สามารถนำไปใช้ได้หลากหลายรูปแบบทั้งด้าน
การศึกษา การประชาสัมพันธ์ต่างๆ การสาธิต การทดลอง ทำให้สามารถเข้าใจกระบวนการต่างๆ
ที่ซับซ้อน เป็นสื่อที่ใช้ได้ทั้งรายบุคคล หรือรายกลุ่ม สามารถบันทึกเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น
ต่างเวลาและสถานที่

2.1.4 รูปแบบของวิดิทัศน์เพื่อการศึกษา

ณรงค์ สมพงษ์ (2535) ได้แบ่งประเภทของรูปแบบรายการผลิตวิดิทัศน์ ดังต่อไปนี้

- 1) รูปแบบพูดคนเดียว (Monologue Program Format) เป็นรายการที่ผู้ปรากฏตัว
พูดคุยกับผู้ชมเพียงหนึ่งคน ส่วนมากจะมีภาพประกอบเพื่อมิให้เห็นหน้าผู้พูดอยู่ตลอดเวลา ผู้ที่มา
บรรยายควรเป็นผู้ที่มีความสามารถ และเชี่ยวชาญในเนื้อหาที่จะพูดเพื่อให้ผู้ชมสนใจ
- 2) รูปแบบสนทนา (Dialogue Program Format) เป็นรายการที่ผู้ดำเนินการอภิปราย 1 คน
และมีผู้ร่วมอภิปรายตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมาสนทนาพูดคุยกันถึงเรื่องราวต่างๆ มีการถามคำถามสนทนากัน
แสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน โดยไม่จำเป็นต้องมีผู้ดำเนินรายการ
ใครจะพูดก่อนพูดหลัง หรือจะพูดเสริมกันได้ตามแต่ผู้ออกรายการจะเห็นสมควร

3) รูปแบบอภิปราย (Discussion Program Format) เป็นรายการที่ผู้ดำเนินรายการอภิปรายหนึ่งคนปูประเด็นคำถามให้ผู้ร่วมอภิปรายตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป แต่ไม่ควรเกิน 4 คน ผู้อภิปรายแต่ละคนจะแสดงความคิดเห็นของตนเองต่อประเด็นต่างๆ

4) รูปแบบสัมภาษณ์ (Interview Program Format) เป็นรายการที่มีผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์ คือ วิทยากรและพิธีกรมาสนทนากัน

5) รูปแบบเกมหรือตอบปัญหา (Quiz Program Format) มักเป็นรายการบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ โดยให้ผู้ชมที่บ้านเล่นเกมแข่งขันกันตามที่ผู้จัดกำหนดให้ หรือตอบปัญหาต่างๆ รายการประเภทนี้ นอกจากจะได้รับความสนุกสนานแล้วยังได้รับความรู้ไปด้วย

6) รูปแบบสารคดี (Documentary Program Format) เป็นรายการที่เสนอเนื้อหาด้วยภาพและเสียงบรรยายตลอดรายการโดยไม่มีพิธีกร ซึ่งเป็นรูปแบบรายการที่ให้ทั้งความรู้ ความเพลิดเพลิน ไร้อารมณ์ และโน้มน้ำหนักใจ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

(6.1) สารคดีเต็มรูป เป็นการดำเนินเรื่องด้วยภาพและเนื้อหาตลอดรายการ

(6.2) กึ่งสารคดีกึ่งพูดคนเดียว (Semi Documentary) เป็นรายการที่มีผู้ดำเนินรายการทำหน้าที่เดินเรื่องพูดคุยกับผู้ชมและให้เสียงบรรยายตลอดรายการ นอกนั้นเป็นภาพแสดงเรื่องราวต่างๆ

7) รูปแบบละคร (Dramatically Style) เป็นการจัดรายการโดยใช้การแสดงเป็นหลักในการเดินเรื่องให้เหมือนจริงมากที่สุด อาจจัดฉากขึ้นในสตูดิโอ หรือออกไปถ่ายทำในสถานที่จริงๆ ก็ได้ ในทางการศึกษาใช้ละครเพื่อจำลองสถานการณ์ชีวิตคนในสังคม โดยสอดแทรกเนื้อหาไว้ในบทสนทนาและภาพที่ปรากฏโดยผู้ชมไม่รู้ตัว มีหลายรูปแบบ อาจจะเป็นการแสดงละครอย่างเดียวตลอดรายการ ละครจากวรรณคดีที่ต้องการนำมาเผยแพร่วัฒนธรรมและประเพณีไทย หรืออาจใช้รูปแบบที่มีผู้ดำเนินรายการผสมกับละครด้วย เช่น ใช้ละครนำเรื่อง ใช้ละครเป็นตัวอย่างเพื่อเป็นตัวเร้าให้เกิดความคิดและนำไปสู่การอภิปราย ขยายประเด็น หรือสรุปประเด็นจากเรื่องที่ได้พูดถึงไปแล้ว

8) รูปแบบสารละคร (Docu-Drama Program Format) เป็นรายการที่ผสมผสานรูปแบบสารคดีเข้ากับรูปแบบละคร หรือการนำละครมาประกอบรายการที่เสนอเนื้อหาบางส่วน มิใช่เสนอเป็นละครทั้งรายการ เพื่อให้การศึกษาความรู้และแนวคิด

9) รูปแบบสาธิต (Demonstration Program Format) เป็นรายการที่เสนอขั้นตอนในการทำสิ่งต่างๆ ให้ผู้ชมนำไปปฏิบัติหรือทดลองทำด้วยตนเอง เป็นงานฝีมือต่างๆ

10) รูปแบบเพลงและดนตรี (Song and Music Program Format) เป็นรายการเพื่อความบันเทิง โดยนำเสนอการบรรเลงดนตรี และการใช้เพลง มี 4 ลักษณะ คือ

(10.1) แบบมีวงดนตรี และนักร้องมาแสดงสดในสตูดิโอ

(10.2) ให้นักร้องมาร้องควบคู่ไปกับเสียงดนตรีที่บันทึกมาแล้ว

(10.3) ให้นักร้องและนักดนตรีมาแสดง แต่ใช้เสียงที่บันทึกมาแล้ว

10.4) แบบมีภาพประกอบ หรือ Music VDO

11) รูปแบบการถ่ายทอดสด (Live Program Format) เป็นรายการที่ถ่ายทอดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในขณะนั้น

12) รูปแบบนิตยสาร (Magazine Program Format) หรือรายการแมกกาซีน เป็นรายการที่นำเสนอแบบเดียวกับนิตยสารสิ่งพิมพ์

13) รูปแบบข่าว (New Program Format) เป็นรายการที่นำเสนอรายงานเหตุการณ์ที่สำคัญเป็นที่สนใจของประชาชน ลักษณะรายการมีผู้บรรยาย 2-3 คน และจัดฉากหลังให้สวยงาม เพื่อให้ไม่น่าเบื่อ พร้อมกับเหตุการณ์ที่กำลังรายงาน

14) รูปแบบสถานการณ์จำลอง (Contrived Program Format) ส่วนใหญ่ใช้ในการศึกษาเฉพาะกรณี มีลักษณะสร้างสถานการณ์ขึ้นมา เพื่อใช้เป็นกรณีตัวอย่างในการศึกษา เช่น สถานการณ์จำลองการแนะนำ สถานการณ์จำลองการสอน

15) รูปแบบการสอนโดยตรง (Direct Teaching Program Format) เป็นการนำเสนอการสอนของครูแต่ละวิชา โดยมีผู้เรียนเป็นกลุ่มเป้าหมาย มีวิธีการอยู่ 3 รูปแบบ

(15.1) ถ่ายทอดรายการสดด้วยกล้องวงจรปิด อาจใช้ห้องเรียนขนาดใหญ่หรือถ่ายทอดไปยังห้องต่างๆ ในบริเวณใกล้เคียง ผู้เรียนสามารถเห็นเหตุการณ์ในห้องเรียนปกติ

(15.2) ถ่ายทอดออกอากาศไปทางโรงเรียน หรือสถาบันการศึกษาต่างๆ

(15.3) บันทึกเทปโทรทัศน์ เป็นการลดข้อบกพร่องในการนำเสนอ

16) รูปแบบโต้วาที (Debate Program Format) เป็นวิธีการพูดแบบโต้วาทีนำเสนอ โดยผู้ดำเนินรายการจะต้องตั้งผู้คัดหรือหัวข้อที่เป็นประโยชน์และน่าสนใจ มีความสามารถในการพูดเพื่อสร้างบรรยากาศ และประสานฝ่ายเสนอ และฝ่ายค้านให้กลมกลืนไปในทิศทางเดียวกัน

17) รายการปิกนิกะบันเทิงหรือวาไรตี้ (Variety Program Format) รายการที่รวบรวมความบันเทิงหลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองกลุ่มผู้ชมที่หลากหลาย ซึ่งมีความสนใจในการชมต่างกัน รูปแบบรายการมีทั้งการแสดงดนตรี ร้องเพลง ละครสั้น เกม สатиค สนทนาและสัมภาษณ์ ผู้ร่วมรายการ หรือการแสดงอื่นๆ ในรายการ มีพิธีกรเป็นผู้ดำเนินรายการและสร้างสีสันให้กับรายการ

2.1.5 กระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อที่นิยมใช้ในงานประชาสัมพันธ์มากกว่าสื่ออื่นใด ในปัจจุบันนี้ก็คือ สื่อวีดิทัศน์ หรือวิดีโอ เป็นการนำเอาโทรทัศน์ หรือเนื้อหาทางวิชาการ นโยบาย การประมวลกิจกรรมการดำเนินงาน มาจัดทำเป็นรายการสั้นๆ ใช้เป็นสื่อเพื่อการนำเสนอ การอธิบาย การสอน หรือเพื่อจุดประสงค์ใดจุดประสงค์หนึ่งตามความต้องการของผู้ผลิต วีดิทัศน์เป็นผลผลิตที่เกิดจากกระบวนการทำงานอย่างมีระบบของคณะทำงาน ซึ่งจะเรียกเป็นผู้ผลิต หน่วยผลิต ฝ่ายผลิต หรือบริษัทผลิตรายการ (Production House) เพื่อให้ได้มาซึ่งงานวีดิทัศน์ ตามความประสงค์ของงานหรือองค์กร กระบวนการดังกล่าวเรียกเป็นกระบวนการผลิตรายการ ซึ่งมีเทคนิคขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ก่อนการผลิตรายการวีดิทัศน์ ผู้ผลิตจำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้าน การวางแผนการผลิต การเตรียมการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ในการผลิต และการประเมินผลการผลิต รายการสามารถสรุปเป็นขั้นตอนของการผลิตรายการวีดิทัศน์ได้ 3 ขั้นตอน (3P) ดังนี้ (วชิระ อินทร์อุดม, 2539)

1) ขั้นเตรียมการผลิต (Pre-Production)

นับเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งก่อนเริ่มทำการผลิตรายการ ได้แก่ การเตรียมข้อมูล การกำหนดหรือวางเค้าโครงเรื่อง การประสานงานกองถ่ายกับสถานที่ถ่ายทำ ประชุมวางแผนการผลิต การเขียนสคริปต์ การจัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์การถ่ายทำ อุปกรณ์การบันทึกเสียง ห้องบันทึกเสียง ห้องตัดต่อ กล้องวิดีโอถ่ายทำ อุปกรณ์ประกอบฉาก อุปกรณ์แสง การเตรียมตัวผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการ ทีมงาน ทุกฝ่าย การเดินทาง อาหาร ที่พัก ฯลฯ หากจัดเตรียมรายละเอียดในขั้นตอนนี้ได้ดีก็จะส่งผลให้ขั้นตอนการผลิตงานทำได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น ประกอบด้วย ดังนี้

(1.1) การแสวงหาแนวคิด เป็นการหาแนวทาง เรื่องราวที่จะนำมาผลิตเป็นรายการวีดิทัศน์ ซึ่งถือว่าเป็นภารกิจแรกของผู้ผลิตรายการที่จะต้องตั้งคำถามให้กับตัวเองว่า แนวคิดที่ได้นั้นดีอย่างไร และจะให้ประโยชน์อะไรต่อผู้ชม การหาแนวคิดหรือเรื่องราว จึงเป็นงานที่จะต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการค่อนข้างสูง

(1.2) การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective) เมื่อได้เรื่องที่จะทำการผลิตรายการแล้วเป็นการคาดหวังถึงผลที่จะเกิดกับผู้ชมเมื่อได้รับชมรายการไปแล้ว ทุกเรื่องที่จะนำมาจัดและผลิตรายการโทรทัศน์ ผู้ผลิตจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ความมุ่งจะให้ผู้รับได้รับหรือเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือพฤติกรรมในด้านใดบ้าง การกำหนดวัตถุประสงค์อาจตั้งหลายวัตถุประสงค์ก็ได้

(1.3) การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) เมื่อได้กำหนดวัตถุประสงค์แล้ว ขั้นตอนต่อไปวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ชมว่ามีลักษณะอย่างไร เป็นการทำความรู้ผู้ชมในแง่มุมต่าง เกี่ยวกับเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ความสนใจ ความต้องการ และจำนวนผู้ชม เพื่อให้สามารถผลิตรายการได้ตรงความต้องการมากที่สุด

(1.4) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นกระบวนการศึกษาเนื้อหาและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะทำการผลิตแล้วนำมาวิเคราะห์ เพื่อให้ได้เนื้อหาสาระ และข้อมูลที่ถูกต้องทันสมัย น่าสนใจ และเพิ่มความน่าเชื่อถือ การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นหน้าที่ของผู้ผลิตที่จะต้องทำการศึกษาจาก ตำรา เอกสาร ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และข้อมูล และข้อมูลจากแหล่งต่างๆ อย่างครบถ้วน ทำการลำดับเนื้อหาจากง่ายไปยาก เพื่อการนำเสนอที่เหมาะสม และสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างดี

(1.5) การเขียนบทวิดิทัศน์ (Script Writing) เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องจากการกำหนดแนวคิดจนถึงการวิเคราะห์เนื้อหา จนได้ประเด็นหลักและประเด็นย่อยของรายการแล้วนำมาเขียนเป็นบท ซึ่งเป็นการกำหนดลำดับก่อนหลังของการนำเสนอภาพและเสียง เพื่อให้ผู้ชมได้รับเนื้อหาสาระตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยระบุลักษณะภาพ และเสียงไว้ชัดเจน นอกจากนี้บทรายการวิดิทัศน์ยังถ่ายทอดกระบวนการในการจัดรายการออกมาเป็นตัวอักษรและเครื่องหมายต่างๆ เพื่อสื่อความหมายให้ผู้ร่วมการผลิตรายการได้ทราบ และดำเนินการผลิตตามหน้าที่ของแต่ละคน

(1.6) การกำหนดวัสดุ และอุปกรณ์ในการผลิตรายการ โดยที่ผู้ผลิตรายการจะต้องทราบว่าต้องใช้วัสดุอุปกรณ์ใดบ้าง ซึ่งต้องกำหนดรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์ดังกล่าว เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดหา และเตรียมการต่อไป

(1.7) การกำหนดผู้แสดง หรือผู้ดำเนินรายการ ต้องเป็นไปตามความเหมาะสมของเนื้อหาและรูปแบบของรายการที่จะนำเสนอ

(1.8) การจัดทำงบประมาณ โดยทั่วไปจะมีการตั้งงบประมาณไว้ก่อนแล้ว แต่ในขั้นนี้จะเป็นการกำหนดการใช้งบประมาณ โดยละเอียด ซึ่งจะเป็นค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการดำเนินการผลิต เช่น ค่าตอบแทนผู้ร่วมดำเนินการผลิตรายการ ค่าผลิตงานกราฟิก ค่าวัสดุรายการ ค่าเบี้ยเลี้ยงเดินทาง ค่าที่พัก และค่าพาหนะ เป็นต้น

2) ขั้นตอนการผลิต (Production)

เป็นขั้นตอนการดำเนินการถ่ายทำตามเส้นเรื่องหรือบทตามสคริปต์ ทีมงานผู้ผลิตได้แก่ ผู้กำกับ ช่างภาพ ช่างไฟ ช่างเทคนิคเสียง ช่างศิลป์ และทีมงานจะทำการบันทึกเทปโทรทัศน์ รวมทั้งการบันทึกเสียง ตามที่กำหนดไว้ในสคริปต์ อาจมีการเดินทางไปถ่ายทำยังสถานที่ต่างๆ

ทั้งในร่มและกลางแจ้ง มีการสัมภาษณ์ จัดฉากจัดสถานที่ภายนอกหรือในสตูดิโอ ขึ้นตอนนี้อาจมีการถ่ายทำแก้ไขหลายครั้งจนเป็นที่พอใจ (Take) นอกจากนี้อาจจะเป็นต้องเก็บภาพ/เสียงบรรยากาศทั่วไป ภาพเฉพาะมุมเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการขยายความ (Insert) เพื่อให้ผู้ชมได้เห็นและเข้าใจรายละเอียดมากยิ่งขึ้น โดยทั่วไปจะมีการประชุมเตรียมงาน และมอบหมายงานให้กับผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้านและนั่นคือการทำงานของทีม

องค์ประกอบของขั้นการผลิต มีดังนี้

(2.1) ด้านบุคลากร ในการผลิตรายการวิทยุทัศน์เป็นการทำงานที่เป็นทีม ผู้ร่วมงานมาจากหลากหลายอาชีพที่มีพื้นฐานที่ต่างกัน ซึ่งการทำงานร่วมกันจะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับทีมงานที่ดี มีความความเข้าใจกัน พูดภาษาเดียวกัน รู้จักหน้าที่ และให้ความสำคัญซึ่งกันและกัน

(2.2) ด้านสถานที่ สถานที่ในการผลิตรายการ แบ่งออกเป็น 2 แห่ง คือ ภายในห้องผลิตรายการ และภายนอกห้องผลิตรายการ สำหรับการผลิตรายการในห้องผลิตรายการ (Studio) นั้น ผู้ผลิตจะต้องเตรียมการจองห้องผลิต และตัดต่อรายการล่วงหน้า กำหนดวันเวลาที่ชัดเจน กำหนดฉากและวัสดุอุปกรณ์ประกอบฉากให้เรียบร้อย ส่วนการเตรียมสถานที่นอกห้องผลิตรายการ ผู้ผลิตจะต้องดูแลในเรื่องของการควบคุมแสงสว่าง ควบคุมเสียงรบกวน โดยจะต้องมีการสำรวจสถานที่จริงก่อนการถ่ายทำ เพื่อทราบข้อมูลเบื้องต้น และเตรียมแก้ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้ เพื่อจะได้ประหยัดเวลาในการถ่ายทำ

(2.3) ด้านอุปกรณ์ในการผลิตรายการ โดยผู้กำกับฝ่ายเทคนิคจะเป็นผู้สั่งการเรื่องการเตรียมอุปกรณ์ในการผลิต เช่น กล้องวิทยุทัศน์ ระบบเสียง และระบบแสงและเครื่องบันทึกภาพ นอกจากนั้นยังจำเป็นต้องเตรียมอุปกรณ์สำรองบางอย่างให้พร้อมด้วย ทั้งนี้เพื่อช่วยแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างทันท่วงที

(2.4) ด้านผู้ดำเนินรายการ และผู้ร่วมรายการ การเตรียมผู้ที่จะปรากฏตัวบนจอโทรทัศน์เป็นสิ่งที่จำเป็น โดยเริ่มจากการคัดเลือก ติดต่อ ชักซ้อมบทเป็นการล่วงหน้า โดยให้ผู้ดำเนินรายการ และผู้ร่วมรายการ ได้ศึกษาและทำความเข้าใจในบทของตนเองที่จะต้องแสดง เพื่อจะได้ไม่เสียเวลาในการถ่ายทำ

3) ขั้นการหลังการผลิต (Post-Production)

การตัดต่อลำดับภาพ หรือเป็นขั้นตอนการตัดต่อเรียบเรียงภาพและเสียงเข้าไว้ด้วยกันตามสคริปต์หรือเนื้อหาของเรื่อง ขั้นตอนนี้จะมีการใส่กราฟิกทำเทคนิคพิเศษภาพ การแต่งภาพ การย้อมสี การเชื่อมต่อภาพ/ฉาก อาจมีการบันทึกเสียงในห้องบันทึกเสียงใส่เสียงพูดชาวนั้น

บรรยากาศต่างๆ เพิ่มเติมอื่นๆ อาจมีการนำคนตรีมาประกอบเรื่องราวเพื่อเพิ่มอรรถรสในการรับชม ยิ่งขึ้น ขั้นตอนนี้ส่วนใหญ่จะดำเนินการอยู่ในห้องตัดต่อแต่มีข้อจำกัดหลายอย่าง เช่น การเพิ่มเทคนิคพิเศษต่างๆ ซึ่งต้องใช้เครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น มีเฉพาะช่างเทคนิคที่เกี่ยวข้องและผู้กำกับเท่านั้น (ในบางครั้งลูกค้าสามารถเข้ารับชมหรือมีส่วนร่วมในการผลิต) ระยะเวลาในขั้นตอนนี้ขึ้นอยู่กับระยะเวลาของบทและการบันทึกภาพ รวมถึงความยากง่ายและการใส่รายละเอียดต่างๆ เพิ่มเติมของงานในแต่ละ THEME เช่น 3 วัน 7 วัน หรือมากกว่า 15 วันขึ้นไป

องค์ประกอบของขั้นการหลังการผลิต มีดังนี้

(3.1) การลำดับภาพ หรือการตัดต่อ (Editing) เป็นการนำภาพมาตัดต่อให้เป็นเรื่องราวตามบทวิทัศน์ โดยใช้เครื่องตัดต่อ หรือเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยการตัดต่อนี้มี 2 ลักษณะ คือ

1) Linear Editing เป็นการตัดต่อระหว่างเครื่องเล่น/บันทึกวิทัศน์ 2 เครื่อง โดยให้เครื่องหนึ่งเป็นเครื่องต้นฉบับ (Master) และอีกเครื่องหนึ่งเป็นเครื่องบันทึก (Record) ในปัจจุบันไม่นิยมใช้แล้ว เนื่องจากการตัดต่อลักษณะนี้ต้องใช้ผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน และใช้เวลานานมาก

2) Non-Linear Editing เป็นการตัดต่อโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เฉพาะ ซึ่งเป็นการตัดต่อที่รวดเร็วและมีข้อผิดพลาดน้อยที่สุด

(3.2) การบันทึกเสียง (Sound Recording) จะกระทำหลังจากได้ดำเนินการตัดต่อภาพตามบทวิทัศน์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงทำการบันทึกเสียงดนตรี เสียงบรรยาย และเสียงประกอบลงไป

(3.3) การฉายเพื่อตรวจสอบ (Preview) หลังจากตัดต่อภาพ และบันทึกเสียงเรียบร้อยแล้วจะต้องนำมาฉายเพื่อตรวจสอบก่อนว่ามีอะไรที่จะต้องปรับปรุงแก้ไขหรือไม่

(3.4) ประเมินผล (Evaluation) เป็นการประเมินรายการหลังการผลิต ซึ่งมี 2 ลักษณะ คือ

1) ประเมินผลกระบวนการผลิต โดยจะเป็นการประเมินด้านความถูกต้องของเนื้อหาคุณภาพของเทคนิคการนำเสนอ ความสมบูรณ์ของเทคนิคการผลิต โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ผู้เขียนบท ผู้กำกับรายการ ทีมงานการผลิต

2) การประเมินผลผลิต ซึ่งจะเป็นการประเมินโดยกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก โดยจะประเมินในด้านของที่น่าสนใจ ความเข้าใจในเนื้อหา และสาระที่นำเสนอ

3) การเผยแพร่ ควรมีรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อให้เข้าถึงเป้าหมายให้ได้มากที่สุด เท่าที่จะทำได้ และควรเก็บข้อมูล ข้อเสนอแนะต่างๆ ของผู้ใช้ เพื่อนำมาแก้ไขเรื่องอื่นๆ ต่อไป

ดังนั้น ก่อนการผลิตวิดีโอ ผู้ผลิตจำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้าน การวางแผน การเตรียมการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ในการผลิต และการประเมินผลการผลิตรายการ

2.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการชี้แนะ

2.2.1 ทฤษฎีการถ่ายโยงความรู้

เมอร์เรียนโบร์ (Merriënboer, 1997) สรุปว่า การถ่ายโยงความรู้ หรือการฝึกรวม จะรวมถึงความสามารถในการปฏิบัติของทักษะทางปัญญาที่ซับซ้อน (Cognitive Complex Skill) ในสถานการณ์ใหม่ที่ไม่เคยเผชิญมาก่อน หรือความสามารถในการแก้ปัญหาในสถานการณ์ใหม่ๆ ที่ไม่เคยกระทำมาก่อน

เพอร์กิน (Perkins, 1992) สรุปว่า การถ่ายโยงความรู้เป็นการถ่ายโยงความรู้และทักษะจากสถานการณ์ในการแก้ปัญหาหนึ่งไปยังสถานการณ์อื่น ซึ่งมีความสำคัญมากในการให้นักเรียนได้เพิ่มพูนความรู้และทักษะที่เขาได้เรียนในโรงเรียนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ภายนอกห้องเรียน

สเติร์เบิร์ก (Sternberg, 2002) สรุปว่า การถ่ายโยงความรู้ เป็นวิธีการนำความรู้จากปัญหาหรือสถานการณ์หนึ่งไปสู่ปัญหาเรื่องใหม่หรือสถานการณ์ใหม่

สรุปได้ว่า การถ่ายโยงความรู้ หมายถึง ความสามารถในการถ่ายโยงความรู้และทักษะจากสถานการณ์ในการแก้ปัญหาหนึ่งไปยังสถานการณ์ใหม่ที่ไม่เคยเผชิญมาก่อน ซึ่งมีความสำคัญมากในการให้นักเรียนได้เพิ่มพูนความรู้และทักษะที่เขาได้เรียนในโรงเรียนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ภายนอกห้องเรียนหรือในชีวิตจริงได้ โดยจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจหาวิธีการที่ถูกต้องไปใช้ในการแก้ปัญหา

ดังนั้น การนำทฤษฎีการถ่ายโยงความรู้มาใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้จากการได้รับชมสื่อวิดีโอที่สนใจเกิดความรู้เกี่ยวกับการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา

2.2.2 ทฤษฎีการเรียนรู้

กาเย่ (Gagne, 1985) เป็นนักปรัชญาและจิตวิทยาการศึกษาชาวอเมริกาได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับการสอน คือ ทฤษฎีเงื่อนไขการเรียนรู้ (Condition of Learning) โดยทฤษฎีการ

เรียนรู้ของกาเย่ จัดอยู่ในกลุ่มผสมผสาน (Gagne's Eclecticism) ซึ่งเชื่อว่าความรู้มีหลายประเภท บางประเภทสามารถเข้าใจได้อย่างรวดเร็วไม่ต้องใช้ความคิดที่ลึกซึ้ง บางประเภทมีความซับซ้อน จำเป็นต้องใช้ความสามารถในขั้นสูง ทฤษฎีการเรียนรู้ของกาเย่ อธิบายว่าการเรียนรู้มีองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ

1) หลักการและแนวคิด

(1.1) ผลการเรียนรู้หรือความสามารถด้านต่างๆ ของมนุษย์ ซึ่งมีอยู่ 5 ประเภท คือ

1) ทักษะทางปัญญา (Intellectual Skill) ซึ่งประกอบด้วย การจำแนก แยกแยะ การสร้างความคิดรวบยอด การสร้างกฎ การสร้างกระบวนการหรือกฎขั้นสูง

2) กลวิธีในการเรียนรู้ (Cognitive Strategy)

3) ภาษาหรือคำพูด (Verbal Information)

4) ทักษะการเคลื่อนไหว (Motor Skills)

5) เจตคติ (Attitude)

(1.2) กระบวนการเรียนรู้และจดจำของมนุษย์ มนุษย์มีกระบวนการจัดกระทำ ข้อมูลในสมอง ซึ่งมนุษย์จะอาศัยข้อมูลที่สะสมไว้มาพิจารณาเลือกจัดกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และในขณะที่กระบวนการจัดกระทำข้อมูลภายในสมองกำลังเกิดขึ้น เหตุการณ์ภายนอกร่างกายมนุษย์ มีอิทธิพลต่อการส่งเสริม หรือการยับยั้งการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นภายในได้ ดังนั้น ในการจัดการเรียนการสอนกาเย่จึงได้เสนอแนะว่า ควรมีการจัดสภาพการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับการเรียนรู้แต่ละประเภท ซึ่งมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน และส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ภายในสมอง โดยการจัดสภาพภายนอกให้เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้ภายในของผู้เรียน

2) วัตถุประสงค์

เพื่อช่วยให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้เนื้อหาสาระต่างๆ ได้อย่างดี รวดเร็ว และสามารถจดจำสิ่งที่เรียนได้นาน

3) กระบวนการเรียนการสอน

กาเย่ (Gagne, 1985) ได้นำเอาแนวความคิดมาใช้ในการเรียนการสอน โดยยึดหลักการนำเสนอเนื้อหา และจัดกิจกรรมการเรียนรู้จากการมีปฏิสัมพันธ์ หลักการสอน 9 ประการ รายละเอียดแต่ละขั้นตอน ดังนี้

(3.1) เร่งเร้าความสนใจ (Gain Attention) กระตุ้นหรือเร้าให้ผู้เรียนเกิดความสนใจกับบทเรียนและเนื้อหาที่จะเรียน การเร้าความสนใจผู้เรียนนี้อาจทำได้โดยการจัดสภาพแวดล้อม

ให้ดึงดูดความสนใจ เช่น การใช้ภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว และ/หรือการใช้เสียงประกอบบทเรียนในส่วนบทนำ

(3.2) บอกรวัตถุประสงค์ประสงค์ (Specify Objective) การบอกให้ผู้เรียนทราบถึงจุดประสงค์ของบทเรียนนี้มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการเรียนการสอนบนเว็บที่ผู้เรียนสามารถควบคุมการเรียนของตนเองได้โดยการเลือกศึกษาเนื้อหาที่ต้องการศึกษาได้เอง ดังนั้น การที่ผู้เรียนได้ทราบถึงจุดประสงค์ของบทเรียนล่วงหน้าทำให้ผู้เรียนสามารถมุ่งความสนใจไปที่เนื้อหาบทเรียนที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังสามารถเลือกศึกษาเนื้อหาเฉพาะที่ตนยังขาดความเข้าใจที่จะช่วยทำให้ผู้เรียนมีความรู้ความสามารถตรงตามจุดประสงค์ของบทเรียนที่ได้กำหนดไว้

(3.3) ทบทวนความรู้เดิม (Activate Prior Knowledge) การทบทวนความรู้เดิมช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้เนื้อหาใหม่ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น รูปแบบการทบทวนความรู้เดิมในบทเรียนบนเว็บทำได้หลายวิธี เช่น กิจกรรมการถาม-ตอบคำถาม หรือการแบ่งกลุ่มให้ผู้เรียนอภิปรายหรือสรุปเนื้อหาที่ได้เคยเรียนมาแล้ว เป็นต้น

(3.4) นำเสนอเนื้อหาใหม่ (Present New Information) การนำเสนอบทเรียนบนเว็บสามารถทำได้หลายรูปแบบด้วยกัน คือ การนำเสนอด้วยข้อความ รูปภาพ เสียง หรือแม้กระทั่งวิดีโอ อย่างไรก็ตามสิ่งสำคัญที่ผู้สอนควรให้ความสำคัญก็คือผู้เรียน ผู้สอนควรพิจารณาลักษณะของผู้เรียนเป็นสำคัญเพื่อให้การนำเสนอบทเรียนเหมาะสมกับผู้เรียนมากที่สุด

(3.5) ชี้แนะแนวทางการเรียนรู้ (Guide Learning) การชี้แนะแนวทางการเรียนรู้หมายถึง การชี้แนะให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้เรียนใหม่ผสมผสานกับความรู้เก่า ที่เคยได้เรียนไปแล้ว เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ที่รวดเร็วและมีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น

(3.6) กระตุ้นการตอบสนองของบทเรียน (Elicit Response) นักการศึกษาต่างทราบดีว่าการเรียนรู้เกิดขึ้นจากการที่ผู้เรียนได้มีโอกาสมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนการสอนโดยตรง ดังนั้น ในการจัดการเรียนการสอนบนเว็บจึงควรเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียน ซึ่งอาจทำได้โดยการจัดกิจกรรมการสนทนาออนไลน์รูปแบบ Synchronous หรือการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านเว็บบอร์ดในรูปแบบ Asynchronous เป็นต้น

(3.7) ให้ข้อมูลย้อนกลับ (Provide Feedback) ลักษณะเด่นประการหนึ่งของการเรียนการสอนบนเว็บก็คือ การที่ผู้สอนสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้เรียนได้โดยตรงอย่างใกล้ชิด เนื่องจากบทบาทของผู้สอนนั้นเปลี่ยนจากการเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้แต่เพียงผู้เดียวมาเป็นผู้นำคำแนะนำและช่วยกำกับการเรียนของผู้เรียนรายบุคคล และด้วยความสามารถของอินเทอร์เน็ตที่ทำให้

ผู้เรียนและผู้สอนสามารถติดต่อกันได้ตลอดเวลา ทำให้ผู้สอนสามารถติดตามก้าวหน้าและสามารถให้ผลย้อนกลับแก่ผู้เรียนแต่ละคนได้ด้วยความสะดวก

(3.8) ทดสอบความรู้ใหม่ (Assess Performance) การทดสอบความรู้ ความสามารถผู้เรียน เป็นขั้นตอนที่สำคัญอีกขั้นตอนหนึ่ง เพราะทำให้ทั้งผู้เรียนและผู้สอนได้ทราบถึงระดับความรู้ความเข้าใจที่ผู้เรียนมีต่อเนื้อหาในบทเรียนนั้นๆ การทดสอบความรู้ในบทเรียนบนเว็บสามารถทำได้หลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นข้อสอบแบบปรนัยหรืออัตนัย การจัดทำกิจกรรมการอภิปรายกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มย่อย เป็นต้น ซึ่งการทดสอบนี้ผู้เรียนสามารถทำการทดสอบบนเว็บผ่านระบบเครือข่ายได้

(3.9) สรุปและนำไปใช้ (Review and Transfer) การสรุปและนำไปใช้ จัดว่าเป็นส่วนสำคัญในขั้นตอนสุดท้ายที่บทเรียนจะต้องสรุปมโนคติของเนื้อหา เฉพาะประเด็นสำคัญ รวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เรียน ได้มีโอกาสทบทวนความรู้ของตนเองหลังจากศึกษาเนื้อหาผ่านมาแล้ว ในขณะที่เดียวกันบทเรียนต้องชี้แนะเนื้อหาที่เกี่ยวข้องหรือให้ข้อมูลอ้างอิง เพิ่มเติมเพื่อแนะแนวทางให้ผู้เรียนได้ศึกษาต่อไปหรือนำไปประยุกต์ใช้ กับงานอื่นต่อไป

เพรสซี; โรบินสัน และ เฮอร์ร็อก (Pressey; Robinson and Horrock, 1959) ให้คำจำกัดความคำว่า การเรียนรู้ เป็นเรื่องของบุคคลที่พยายามปรับพฤติกรรมของตนให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถแสดงพฤติกรรมไปสู่เป้าหมายที่ตนต้องการให้ได้

ครอนบาช (Cronbach, 1990) ให้คำจำกัดความไว้ว่า การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมที่ได้รับผลมาจากประสบการณ์

ฮิลการ์ด (Hilgard, 1976) มีความเห็นว่า การเรียนรู้เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงของปฏิกิริยาของบุคคลที่มีต่อสภาวะแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วยลักษณะของการเปลี่ยนแปลงทางบุคลิกภาพ และไม่ได้เป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีผลมาจากปฏิกิริยาโต้ตอบทางธรรมชาติ วุฒิภาวะ และอารมณ์ของบุคคล

จากนิยามข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมในลักษณะที่ถาวร การที่จะเกิดพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงได้นั้น ต้องอาศัยประสบการณ์และการฝึกฝนพฤติกรรมใดก็ตามที่มีได้เกิดจากการฝึกฝนไม่จัดเป็นการเรียนรู้ เช่น การมีวุฒิภาวะ ความเหนื่อยล้า การมีเมฆา พืชของยา เป็นต้น ดังนั้น พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากสาเหตุดังกล่าวจึงไม่จัดว่าเป็นการเรียนรู้ การเรียนรู้มีแบบแผนหรือไม่มีแบบแผนก็ได้ เด็กทุกคนจึงควรต้องมีการเรียนรู้เพื่อให้ตนเองสามารถปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมหรือสถานการณ์ใหม่ๆ ด้วยการฝึกฝนทางด้านความนึกคิด สร้างเสริมประสบการณ์ที่ได้รับจากการกระทำ การได้มองเห็น การได้ยินเสียง และการได้สัมผัส

2.2.3 ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์

เดวิส (Davis, 1973) ได้รวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ของนักจิตวิทยาที่ได้กล่าวถึงทฤษฎีของความคิดสร้างสรรค์ โดยแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ 4 กลุ่ม

1) ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงจิตวิเคราะห์ นักจิตวิทยาทางจิตวิเคราะห์หลายคน เช่น ฟรอยด์ และ คริส ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเกิดความคิดสร้างสรรค์ว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นผลมาจากความขัดแย้งภายในจิตใต้สำนึกระหว่างแรงขับทางเพศ (Libido) กับความรู้สึกรับผิดชอบทางสังคม (Social Conscience)

2) ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงพฤติกรรมนิยม นักจิตวิทยาในกลุ่มนี้มีแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องความคิดสร้างสรรค์ว่า เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ โดยเน้นที่ความสำคัญของการเสริมแรง การตอบสนองที่ถูกต้องกับสิ่งเร้าเฉพาะหรือสถานการณ์ นอกจากนี้ยังเน้นความสัมพันธ์ทางปัญญา คือ การโยงความสัมพันธ์จากสิ่งเร้าหนึ่งไปยังสิ่งเร้าต่างๆ ทำให้เกิดความคิดใหม่ หรือสิ่งใหม่เกิดขึ้น

3) ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงมานุษยนิยม นักจิตวิทยาในกลุ่มนี้มีแนวคิดว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่มนุษย์มีติดตัวมาตั้งแต่เกิด ผู้ที่สามารถนำความคิดสร้างสรรค์ออกมาใช้ได้ คือ ผู้ที่มีสัจการแห่งตน คือ รู้จักตนเอง พอใจตนเอง และใช้ตนเองเต็มตามศักยภาพของตน มนุษย์จะสามารถแสดงความคิดสร้างสรรค์ของตนเองมาได้อย่างเต็มที่นั้นขึ้นอยู่กับ การสร้างสภาวะหรือบรรยากาศที่เอื้ออำนวย ได้กล่าวถึงบรรยากาศที่สำคัญในการสร้างสรรค์ว่า ประกอบด้วย ความปลอดภัยในเชิงจิตวิทยา ความมั่นคงของจิตใจ ความปรารถนาที่จะเล่นความคิดและการเปิดกว้างที่จะรับประสบการณ์ใหม่

4) ทฤษฎีอูต้า (AUTA) ทฤษฎีนี้เป็นรูปแบบของการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในตัวบุคคล โดยมีแนวคิดว่าความคิดสร้างสรรค์นั้นมีอยู่ในมนุษย์ทุกคนและสามารถพัฒนาให้สูงขึ้นได้ การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ตามรูปแบบอูต้า ประกอบด้วย

(4.1) การตระหนักรู้ (Awareness) คือ ตระหนักรู้ถึงความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ที่มีต่อตนเอง สังคม ทั้งในปัจจุบันและอนาคต และตระหนักรู้ถึงความคิดสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในตนเองด้วย

(4.2) ความเข้าใจ (Understanding) คือ มีความรู้ ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์

(4.3) เทคนิควิธี (Techniques) คือ การรู้เทคนิคในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ทั้งที่เป็นเทคนิคส่วนบุคคล และเทคนิคที่เป็นมาตรฐาน

(4.4) การตระหนักในความจริงของสิ่งต่างๆ (Actualization) คือ การรู้จักหรือตระหนักในตนเอง พอใจในตนเอง และพยายามใช้ตนเองและพยายามใช้ตนเองเต็มศักยภาพ รวมทั้งการเปิดกว้างรับประสบการณ์ต่างๆ โดยมีการปรับตัวได้อย่างเหมาะสม การตระหนักถึงเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน การผลิตผลงานด้วยตนเอง และมีความคิดที่ยืดหยุ่นเข้ากับทุกรูปแบบของชีวิต

องค์ประกอบทั้ง 4 นี้ จะผลักดันให้บุคคลสามารถดึงศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ของตนเองออกมาใช้ได้

จากทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์ที่กล่าวมาแล้วทั้งหมด จะเห็นว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นทักษะที่มีในตัวบุคคลทุกคน และสามารถที่จะพัฒนาให้สูงขึ้นได้โดยอาศัยการเรียนรู้และบรรยากาศที่เอื้ออำนวย

2.2.5 ทฤษฎีการโน้มน้าวใจ

1) ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Human Motivation) หรือที่เรียกกันว่า ทฤษฎีลำดับความต้องการ (Hierarchy of Needs Theory) เป็นทฤษฎีการจูงใจที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง มาสโลว์ ได้สรุปลักษณะการจูงใจไว้ว่า การจูงใจจะเป็นไปตามลำดับของความต้องการอย่างมีระเบียบ ซึ่งลำดับขั้นของความต้องการนี้แบ่งออกเป็น 5 ชั้น ดังนี้ (ปฐมนิยา ศิริประพทธี, 2548, น.36-38)

(1.1) ความต้องการพื้นฐานทางร่างกาย (The Physiological Needs) ความต้องการในขั้นนี้เป็นความต้องการเพื่อการมีชีวิตอยู่ เช่น ต้องการอาหาร อากาศ เครื่องนุ่งห่มที่อยู่อาศัย เป็นต้น

(1.2) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (The Safety Needs) มนุษย์ต้องการความปลอดภัย และความมั่นคงในชีวิต เช่น ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ โรคร้าย หรือจากภัยต่างๆ และความมั่นคงทางจิตใจ เช่น ความมั่นคงในการประกอบอาชีพ

(1.3) ความต้องการความรักและการเป็นเจ้าของ (The Belongingness and Love Need) ได้แก่ ความต้องการที่จะเข้าร่วมและได้รับการยอมรับจากสังคม ความเป็นมิตร และการยอมรับและความรัก จากเพื่อนร่วมงาน รวมทั้งความเป็นเจ้าของ

(1.4) ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (The Esteem Needs) ความต้องการนี้มี ความสำคัญมากในการทำงาน ได้แก่ ความต้องการได้รับความยกย่องนับถือ และความต้องการมีชื่อเสียง การมีสถานภาพที่ดี มีตำแหน่งอันเป็นที่ยอมรับโดยทั่ว การมีความรู้สึก ว่าตนเองเป็นบุคคลสำคัญ

(1.5) ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (The Need for Self-Actualization) เป็นความต้องการขั้นสูงสุด มนุษย์ต้องการพัฒนาตนเองให้มีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นเรื่อยไป ทำให้ตัวเองดีเด่นที่สุด เป็นคนที่มีความคิดสร้างสรรค์เก่งที่สุด เป็นต้น มนุษย์จะแสวงหาความต้องการในขั้นนี้ก็เมื่อความต้องการทั้ง 4 ประการข้างต้น ได้รับการตอบสนองแล้ว

2) กลวิธีในการโน้มน้าวใจ

(2.1) การแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือของบุคคลผู้โน้มน้าวใจ โดยธรรมชาติบุคคลที่มีคุณลักษณะ 3 ประการ คือ มีความรู้จริง มีคุณธรรม และมีความปรารถนาดีต่อผู้อื่นย่อมได้รับความเชื่อถือจากบุคคลทั่วไป

(2.2) การแสดงให้เห็นตามกระบวนการของเหตุผลผู้โน้มน้าวใจต้องแสดงให้เห็นว่า เรื่องที่ตนกำลัง โน้มน้าวใจมีเหตุผลหนักแน่น และมีคุณค่าควรแก่การยอมรับอย่างแท้จริง

(2.3) การแสดงให้เห็นถึงความรู้สึก และอารมณ์ร่วม บุคคลที่มีอารมณ์ร่วมกัน คล้อยตามกัน ได้ง่ายกว่าบุคคลที่มีความรู้สึกอคติต่อกัน เมื่อใดที่ผู้โน้มน้าวใจค้นพบและแสดงอารมณ์ร่วมออกมา การโน้มน้าวใจก็จะประสบความสำเร็จ

(2.4) การแสดงให้เห็นทางเลือกทั้งด้านดีและด้านเสีย ผู้โน้มน้าวใจต้องโน้มน้าวผู้รับสารให้เชื่อถือ หรือปฏิบัติเฉพาะทางที่ตนต้องการ โดยชี้ให้เห็นว่าสิ่งนั้นมีด้านที่เป็นโทษอย่างไร ด้านที่เป็นคุณอย่างไร

(2.5) การสร้างความสุขให้แก่ผู้รับสาร การเปลี่ยนบรรยากาศ ให้ผ่อนคลายด้วยอารมณ์ขัน จะทำให้ผู้รับสารเปลี่ยนสภาพจากการต่อต้านมาเป็นความรู้สึกกลางๆ พร้อมทั้งจะคล้อยตามได้

(2.6) การเร้าให้เกิดอารมณ์อย่างแรงกล้า เมื่อมนุษย์เกิดอารมณ์ขึ้นอย่างแรงกล้า ไม่ว่าจะดีใจ เสียใจ โกรธแค้น อารมณ์เหล่านี้มักจะทำให้มนุษย์ไม่ใช้เหตุผลอย่างถี่ถ้วน พิจารณาถึงความถูกต้องเหมาะสม เมื่อมีการตัดสินใจก็อาจจะคล้อยไปตามที่ผู้โน้มน้าวใจเสนอแนะได้ง่าย

3) ศิลปะโน้มน้าวใจ

(3.1) จงให้ความสนใจแก่ผู้อื่น หรือกลุ่มนั้นอย่างจริงจัง ท่านจะได้รับการต้อนรับและสนใจจากทุกคนทุกหนแห่ง นักบริการที่ดีไม่ควรพูดถึงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตนเอง แต่จงให้ความสนใจแก่เขา และเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเขา แสดงออกไปทั้งทางกิริยา วาจา และใจ

(3.2) ความยิ้มแย้ม เป็นเงื่อนไขสำคัญในการสร้างความประทับใจให้แก่ทุกคนเมื่อแรกพบ

(3.3) จงจำชื่อผู้ที่มาติดต่อให้ได้และใช้เรียกได้อย่างถูกต้อง เพราะทุกคนจะรู้สึกว่าคุณพูดที่ไพเราะที่สุด และมีความหมายสำคัญยิ่งสำหรับเขา ก็คือ ชื่อของเขานั่นเอง

(3.4) จงเป็นนักฟังที่ดี ด้วยการให้ความสนใจเรื่องที่เขาพูดและช่วยๆ ให้เขาพูดเรื่องเกี่ยวกับตัวเขาไปเรื่อยๆ ตามความพอใจของเขา

(3.5) จงพูดในเรื่องที่เขากำลังสนใจ ได้แก่ เรื่องที่เขากำลังคลั่งไคล้ เรื่องที่เกี่ยวกับความรู้ ความชำนาญของเขาเอง เรื่องที่เขากำลังภาคภูมิใจ หรือเรื่องที่เขาเพิ่งได้รับความตื่นเต้นมาใหม่ๆ

(3.6) จงทำให้เขารู้สึกว่าเขาเป็นคนสำคัญ หรือชี้ให้เห็นจุดสำคัญดีเด่นในตัวเขา และจงทำเช่นนั้นด้วยความจริงใจ ทุกคนจะรู้สึกชอบท่านทันที เพราะทุกคนชอบขอ และชอบที่มีใครยกย่อง แม้จะเป็นยกกันต่อหน้าทีก็ตามที

4) ลักษณะของสารโน้มน้าวใจ

(4.1) คำเชิญชวน เป็นการแนะนำให้ช่วยกันกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้เกิดประโยชน์ส่วนรวม มักจะพบในการเขียนคำขวัญ แถลงการณ์ เพลงปลุกใจ บทความปลุกใจ หรือการพูดในโอกาสต่างๆ โบประกาศ แผ่นปลิว โปสเตอร์ หรือเป็นการบอกกล่าว ทางวิทยุ โทรทัศน์ ผู้ส่งสารจะบอกจุดประสงค์อย่างชัดเจน และชี้ให้เห็นประโยชน์ รวมทั้งบอกวิธีปฏิบัติด้วยโดยโน้มน้าวให้เกิดความภาคภูมิใจ ว่าถ้าปฏิบัติตามคำเชิญชวนจะเป็นผู้ทำประโยชน์แก่ส่วนรวม เช่น การพูดปลุกใจให้ประชาชนรักชาติ พูดจูงใจให้ประชาชนออกไป ลงคะแนนเสียง เลือกลงสมัครผู้แทนราษฎร พูดโน้มน้าวใจให้คนบริจาคโลหิต พูดโน้มน้าวใจให้คนซื้อสินค้าที่ตนเองจำหน่าย พูดโน้มน้าวใจให้ประชาชนช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

(4.2) โฆษณาสินค้า หรือ โฆษณาบริการ มีลักษณะดังนี้

- 1) ใช้ถ้อยคำที่แปลกใหม่ สะดุดหู สะดุดตา ผู้รับสาร
- 2) ใช้ประโยค หรือวลีสั้นๆ ที่ทำให้ผู้อื่นรับรู้ได้อย่างฉับพลัน
- 3) เนื้อหาจะแสดงให้เห็นถึงคุณภาพอันดีเลิศของสินค้า หรือบริการ
- 4) ใช้กลวิธีโน้มน้าวใจโดยชี้ให้เห็นประโยชน์ของสินค้า
- 5) เนื้อหาของสารโฆษณามักขาดเหตุผลที่หนักแน่นรัดกุม
- 6) การนำเสนอสารใช้วิธีโฆษณาตามสื่อต่างๆ ซ้ำๆ หลายวัน

2.3 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

2.3.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มักจะถูกเข้าใจสับสนกับการโฆษณา คนจำนวนมากมักจะเข้าใจว่าการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีความหมายเหมือนกัน จนบางที่เราเรียกการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เป็น “การโฆษณาประชาสัมพันธ์” ซึ่งในความเป็นจริงการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีความแตกต่างกันพอสมควร ดังนี้

ประเทศไทยนั้นมีนักวิชาการหลายท่านได้ นิยามความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ อาทิ

เสรี วงษ์มณฑา (2541) อธิบายว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง กิจกรรมทั้งหลายทั้งปวงที่เกิดขึ้น เพื่อโน้มน้าวใจหรือว่ามีอิทธิพลต่อความรู้ สติปัญญาของสาธารณชนที่เกี่ยวข้องให้เกิดความรู้สึกรัก ศรัทธา ความเข้าใจที่ดี ซึ่งจะก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหน่วยงาน องค์กรกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องอันจะนำไปสู่สัมพันธภาพ การร่วมมือ และการสนับสนุนที่ดี

วิรัช ฤทธิรัตนกุล (2546, น.21) นิยามความหมายของคำว่า การประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้ “การประชาสัมพันธ์” คือ การเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กร สถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน”

คัตลิป และ เซ็นเตอร์ (Cutlip and Center, 1978) นักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ ที่มีชื่อเสียงของสหรัฐอเมริกา ได้เสนอแนวความคิดไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการติดต่อสื่อสาร (Communication) และความคิดเห็นจากองค์กรไปสู่ประชาชน รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นหรือประชามติ (Public Opinion) ที่ประชาชนมีต่อองค์กร โดยมุ่งที่จะสร้างและตอบสนองผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่ายระหว่างองค์กรกับประชาชน

มาร์สตัน (Marston, 1979, p.186) ได้ให้นิยามความหมายของการประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาจากกิจกรรมสำคัญ 4 ประการ ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบในกระบวนการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การวิจัยหรือการศึกษารวบรวมข้อมูลที่เป็นในการประชาสัมพันธ์ (Research) การวางแผนหรือการกำหนดกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์ (Action) การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Communication) และการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Evaluation) ซึ่ง มาร์สตัน ได้นำอักษรตัวแรกของกิจกรรมทั้งสี่ประการในภาษาอังกฤษมาเขียนเป็นสูตร เพื่ออธิบายกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้จดจำได้ง่ายว่า R-A-C-E และอธิบายว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การวิจัยทัศนคติเกี่ยวกับประเด็นปัญหาใดปัญหาหนึ่งเพื่อนำมาวางแผนปฏิบัติงานการดำเนินกิจกรรมตามแผน เพื่อสร้างความเข้าใจและการยอมรับจากสาธารณชน และการประเมินผลที่เกิดขึ้นแก่สาธารณชน

กรันนิง และ ฮันท์ (Grunig & Hunt, 1984, p.6) อธิบายความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ในตำราชื่อ “Managing Public Relations” ว่า “การประชาสัมพันธ์” หมายถึง การบริหารจัดการการสื่อสารระหว่างองค์กรและประชาชน”

บาสกิน; เอโรโนฟ และ แลทติมอร์ (Baskin; Aronoff & Lattimore, 1997, p.5) ได้อธิบายความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการจัดการขององค์กรเพื่อสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้รับข่าวสารกลุ่มต่างๆ เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็น (Opinion) ทักษะคติ (Attitude) และค่านิยม (Value) หรือเป็นการติดต่อสื่อสารกับชุมชนทั้งภายในและภายนอก เพื่อสร้างภาพพจน์ขององค์กรกับสาธารณชน

ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องผ่านกิจกรรมต่างๆ เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็น ทักษะคติ ซึ่งก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดี

ลักษณะของการประชาสัมพันธ์

- 1) การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) เป็นการสื่อสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับเกี่ยวกับข่าวสารขององค์กรที่ต้องการสื่อสารให้สาธารณชนรับทราบ และเข้าใจ และยังเป็น การสื่อสารย้อนกลับจากผู้รับ คือ สาธารณชน ไปยังองค์กร
- 2) ประชาสัมพันธ์อาจมีกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม (Multiple Target Group) เช่น พนักงาน ลูกค้า ผู้ถือหุ้น ชุมชน รัฐบาล หรือหน่วยงานต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ ว่าต้องการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายใดบ้าง
- 3) เป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์ต้องตั้งอยู่บนหลักความจริงเพื่อมุ่งให้เกิดความเชื่อถือและปฏิบัติตามด้วยความสมัครใจ
- 4) เป็นการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โดยคาดหวังผลต่อเนื่องในระยะยาวเพื่อให้สาธารณชนมีความศรัทธาและมีความไว้วางใจต่อองค์กร เพื่อให้้องค์กรสามารถดำเนินกิจการอยู่ในระยะยาวได้
- 5) เป็นการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ โดยจะมีการวางแผน ควบคุม และประเมินผลของการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินการประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

จากความหมายของการประชาสัมพันธ์ จะเห็นว่าการประชาสัมพันธ์เป็นความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับสาธารณชน (Public) สาธารณชนสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1) สาธารณชนภายใน (Internal Public) คือ สาธารณชนที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กรโดยตรง เช่น พนักงาน หรือลูกค้าขององค์กร ซึ่งองค์กรในที่นี้อาจเป็นบริษัท รัฐบาล องค์กรไม่แสวงหาผลกำไรหรือสถาบันใดๆ กิจกรรมในการประชาสัมพันธ์จะดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น จะต้องให้สาธารณชนภายในมีความเข้าใจและสนับสนุนในกิจกรรมเหล่านั้นด้วย ดังนั้น กิจกรรมประชาสัมพันธ์สำหรับสาธารณชนภายใน คือ การให้สาธารณชนเหล่านี้ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร นโยบาย เป้าหมาย วัตถุประสงค์ รวมถึงมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรเพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร

2) สาธารณชนภายนอก (External Public) คือ สาธารณชนที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งไม่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับองค์กร แต่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อการดำเนินการต่างๆ ขององค์กร

ดังนั้น กิจกรรมในการประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจกับสาธารณชนเหล่านี้ เพื่อให้เกิดความร่วมมือและสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรด้วยดี เป็นการส่งเสริมและเผยแพร่ผลงาน ชื่อเสียงขององค์กรให้สาธารณชนเหล่านี้ได้เข้าใจถึงเจตนารมณ์ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์กร รวมถึงการสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กร เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ สาธารณชนภายนอกอาจแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มลูกค้า (Customers) กลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มสาธารณชนที่สำคัญมากต่อองค์กร โดยเฉพาะบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเพื่อแสวงหากำไร เพราะเป้าหมายหลักของธุรกิจคือการทำรายได้หรือกำไรสูงสุดจากลูกค้า กลุ่มลูกค้า คือ ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัท ดังนั้น ลูกค้าจึงมีความสนใจเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าหรือบริการของบริษัท ดังนั้น ลูกค้าจึงต้องการข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ซึ่งลูกค้าคาดหวังจะได้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการจากบริษัทอย่างถูกต้องและเพียงพอในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการเหล่านั้น ลูกค้าจะมีความพึงพอใจต่อบริษัทเมื่อเขาารู้สึกว่าสินค้าหรือบริการที่ซื้อนั้นมีคุณภาพตามที่ต้องการในราคาเหมาะสม ดังนั้น กิจกรรมประชาสัมพันธ์ในกลุ่มลูกค้า คือ การทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ ศรัทธา และมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้าและบริการของบริษัทนั่นเอง และเมื่อลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นแล้ว บริษัทจะสามารถบรรลุเป้าหมายของบริษัทได้ นอกจากนั้นลูกค้าที่มีความพึงพอใจยังจะเป็นกระบอกเสียงที่ดีเยี่ยมให้กับบริษัท โดยการบอกต่อแบบปากต่อปากและช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการของบริษัทให้แก่คนรู้จักญาติหรือเพื่อน ได้อย่างเต็มใจ โดยที่บริษัทไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์เลย

2) กลุ่มผู้ถือหุ้น (Shareholders) เป็นผู้ที่ได้รับผลได้หรือผลเสียของการลงทุน ร่วมเป็นส่วนและเป็นเสมือนแหล่งเงินทุนสำหรับกิจการ เนื่องจากผู้ถือหุ้นได้ลงทุนในกิจการ

จึงต้องการผลตอบแทนไม่ว่าจะเป็นในรูปของกำไรหรือเงินปันผล ดังนั้นผู้ถือหุ้นมักจะให้ความสนใจในการดำเนินงานและการบริหารของบริษัทว่ามีประสิทธิภาพเพียงพอหรือไม่ บริษัทจึงต้องตอบสนองความต้องการของผู้ถือหุ้นดังกล่าว โดยกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของบริษัทจะเป็นไปเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มผู้ถือหุ้น สร้างความน่าเชื่อถือและขจัดความเข้าใจผิดหรือข่าวลือในทางลบที่เกิดขึ้นกับบริษัท และกระตุ้นให้ผู้ถือหุ้นเกิดความกระตือรือร้นต่อกิจกรรมการดำเนินงานของบริษัท

3) กลุ่มผู้จัดส่ง (Suppliers) เป็นกลุ่มผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ อุปกรณ์และชิ้นส่วนต่างๆ เพื่อป้อนเป็นปัจจัยในการผลิตแก่บริษัท ผู้จัดส่งจึงต้องการผลกำไรที่เกิดจากการค้าขายกับบริษัท ความสัมพันธ์ที่ราบรื่นและเป็นประจำ รวมถึงการซื้อขายในราคายุติธรรม ดังนั้น กิจกรรมประชาสัมพันธ์ของบริษัทจึงเป็นไปเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้จัดส่ง เพื่อผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่ายทั้งบริษัทและผู้จัดส่ง

4) กลุ่มชุมชนใกล้เคียง (Communities) เป็นกลุ่มประชาชนที่อยู่รอบๆ บริเวณที่บริษัทตั้งอยู่ บริษัทจึงเปรียบเสมือนเพื่อนบ้านแปลกหน้า ดังนั้น กิจกรรมประชาสัมพันธ์ของบริษัทจะเป็นไปเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี ความเข้าใจเพื่อให้กลุ่มชุมชนใกล้เคียงให้การสนับสนุนกิจกรรมการดำเนินการต่างๆ ของบริษัทอย่างดีและเป็นไปอย่างราบรื่น เพื่อสร้างความเชื่อถือกับชุมชนใกล้เคียงว่าบริษัทไม่ได้ตัดทวงเอาแต่ผลประโยชน์ของบริษัท โดยไม่คำนึงถึงสังคมรอบข้าง เช่น การจัดตั้งห้องสมุดประชาชน การสร้างสวนสาธารณะในชุมชน การร่วมกิจกรรมการกุศลต่างๆ เป็นต้น

2.3.2 องค์ประกอบของการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) หมายถึง กระบวนการส่งข่าวสารข้อมูลจากผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงให้ผู้รับข่าวสารมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับมา โดยคาดหวังให้เป็นไปตามที่ผู้ส่งต้องการ องค์ประกอบของการสื่อสาร ประกอบด้วย

1) ผู้ส่งสาร (Sender) หรือ แหล่งสาร (Source) หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งสาร หรือเป็นแหล่งกำเนิดสาร ที่เป็นผู้เริ่มต้นส่งสารด้วยการแปลสารนั้นให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้นแทนความคิด ได้แก่ ภาษา และอากัปกริยาต่างๆ เพื่อสื่อสารความคิด ความรู้สึก ข่าวสาร ความต้องการและวัตถุประสงค์ของตน ไปยังผู้รับสารด้วยวิธีการใดๆ หรือส่งผ่านช่องทางใดก็ตาม จะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม เช่น ผู้พูด ผู้เขียน กวี ศิลปิน นักจัดรายการวิทยุ โฆษกรัฐบาล องค์การ สถาบัน สถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีวิทยุโทรทัศน์ กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ หน่วยงานของรัฐ บริษัท สถาบันสื่อมวลชน เป็นต้น

คุณสมบัติของผู้ส่งสาร

(1.1) เป็นผู้ที่มีความเจตนาแน่วแน่ที่จะให้ผู้อื่นรับรู้จุดประสงค์ของตน ในการส่งสาร แสดงความคิดเห็น หรือวิจารณ์ ฯลฯ

(1.2) เป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปเป็นอย่างดี

(1.3) เป็นผู้ที่มีบุคลิกลักษณะที่ดี มีความน่าเชื่อถือ แคล่วคล่องเปิดเผยจริงใจ และมีความรับผิดชอบในฐานะเป็นผู้ส่งสาร

(1.4) เป็นผู้ที่สามารถเข้าใจความพร้อมและความสามารถในการรับสารของผู้รับสาร

(1.5) เป็นผู้รู้จักเลือกใช้กลวิธีที่เหมาะสมในการส่งสารหรือนำเสนอสาร

2) สาร (Message) หมายถึง เรื่องราวที่มีความหมาย หรือสิ่งต่างๆ ที่อาจอยู่ในรูปของ ข้อมูล ความรู้ ความคิด ความต้องการ อารมณ์ ฯลฯ ซึ่งถ่ายทอดจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารให้ได้รับรู้ และแสดงออกมาโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ใดๆ ที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ เช่น ข้อความที่พูด ข้อความที่เขียน บทเพลงที่ร้อง รูปที่วาด เรื่องราวที่อ่าน ท่าทางที่สื่อความหมาย เป็นต้น

(2.1) รหัสสาร (Message Code) ได้แก่ ภาษา สัญลักษณ์ หรือสัญญาณที่มนุษย์ใช้ เพื่อแสดงออกแทนความรู้ ความคิด อารมณ์ หรือความรู้สึกต่างๆ

(2.2) เนื้อหาของสาร (Message Content) หมายถึง บรรดาความรู้ ความคิดและ ประสบการณ์ที่ผู้ส่งสารต้องการจะถ่ายทอดเพื่อการรับรู้ร่วมกัน แลกเปลี่ยนเพื่อความเข้าใจร่วมกัน หรือโต้ตอบกัน

(2.3) การจัดสาร (Message Treatment) หมายถึง การรวบรวมเนื้อหาของสาร แล้วนำมาเรียบเรียงให้เป็นไปอย่างมีระบบ เพื่อให้ได้ใจความตามเนื้อหาที่ต้องการด้วยการเลือกใช้ รหัสสารที่เหมาะสม

3) สื่อ หรือช่องทาง (media or channel) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ในการสื่อสาร หมายถึง สิ่งที่เป็นพาหนะของสาร ทำหน้าที่นำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ผู้ส่งสาร ต้องอาศัยสื่อหรือช่องทางทำหน้าที่นำสารไปสู่ผู้รับสาร

(3.1) ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือมวลชนที่รับเรื่องราว ข่าวสารจากผู้ส่งสาร และแสดงปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) ต่อผู้ส่งสาร หรือส่งสารต่อไปถึงผู้รับสารคนอื่นๆ ตามจุดมุ่งหมายของผู้ส่งสาร เช่น ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้ฟังรายการวิทยุ กลุ่มผู้ฟัง การอภิปราย ผู้อ่านบทความจากหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

2.3.3 การสร้างภาพลักษณ์

ความหมายของภาพลักษณ์ คำว่า Image ตามพจนานุกรม จะหมายถึง ภาพที่เห็นในกระจกเงา ภาพที่ผ่านจากกล้องส่องหรือภาพที่อยู่ในความนึกคิด พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานได้กำหนดให้ใช้คำว่า “ภาพลักษณ์” หรือ “จินตภาพ” แทน

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) คำว่า ภาพพจน์ (อ่านว่า พาบ-พด) หมายถึง ถ้อยคำที่เป็นสำนวนโวหารทำให้นึกเห็นเป็นภาพ ถ้อยคำที่เรียบเรียงอย่างมีชั้นเชิงเป็นโวหารมีเจตนาให้มีประสิทธิผลต่อความคิด ความเข้าใจ ให้จินตนาการและถ่ายทอดอารมณ์ได้อย่างกว้างขวางลึกซึ้งกว่าการบอกเล่าที่ตรงไปตรงมา

ภาพลักษณ์องค์กร หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจหรือความรู้สึกนึกคิดของคนที่มีต่อหน่วยงานนั้นๆ ทั้งนี้การรับรู้หรือภาพดังกล่าวเป็นผลมาจากการกระทำของคนในองค์กรนั้นนั่นเอง ไม่ว่าจะเป็นคำพูดหรือการกระทำ ดังนั้น การจะสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้สำเร็จมากน้อยเพียงไร จึงขึ้นอยู่กับองค์กรนั้นๆ มีสมาชิกเป็นเช่นไร

นั่นก็คือ หากองค์กรใดมีสมาชิกที่เข้มแข็ง มีผลงานเป็นที่ปรากฏเป็นรูปธรรม มีการบริการที่เป็นเลิศ มีคุณธรรมและจริยธรรมเป็นที่น่าเลื่อมใสศรัทธา ภาพขององค์กรที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนย่อมเป็นภาพที่ดี น่าเชื่อถือ มีผลให้การปฏิบัติงานตามพันธกิจขององค์กรบรรลุเป้าหมาย แต่ในทางตรงข้าม หากองค์กรใดสมาชิกส่วนใหญ่ขาดความกระตือรือร้น ไม่ได้รับการพัฒนา ไม่รู้ทิศทางเป้าหมายในการปฏิบัติงาน ย่อมส่งผลให้ผลงานออกมาไม่มีคุณภาพ ทำให้ขาดความน่าเชื่อถือศรัทธาและความร่วมมือจากประชาชน “ภาพลักษณ์” ขององค์กรย่อมตกต่ำกลายเป็น “ภาพลบ” ในที่สุด ภาพลักษณ์สามารถสร้างได้และแก้ไขได้ หากองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดีอยู่แล้วหน้าที่ขององค์กรนั้นคือ รักษาภาพลักษณ์ที่ดีดังกล่าวไว้ให้ยืนนานและพัฒนาให้ดียิ่งๆ ขึ้น เพราะในโลกของการแข่งขันการหยุดอยู่กับที่คือ การถอยหลัง แต่สำหรับองค์กรที่ภาพลักษณ์ปานกลางหรือไม่ดีแน่นอนว่าต้องรีบเร่งแก้ไขหรือปรับปรุงภาพลักษณ์ให้ดี เพราะหากยิ่งช้าจะยิ่งแก้ไขยาก การจะสร้างหรือแก้ไขภาพลักษณ์เราต้องทำอะไรบ้าง เราคงต้องมาทำความเข้าใจกับลักษณะพิเศษ (Character) หรือจะเรียกว่า สัจธรรมของภาพลักษณ์ ก็ได้

ข้อแรก คือ ภาพลักษณ์เปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ องค์กรที่ครั้งหนึ่งมีภาพลักษณ์ดีเยี่ยมในสายตามประชาชนอาจจะกลายเป็นองค์กรที่มีภาพลบได้ ถ้ามีข่าวลือหรือเหตุการณ์ร้ายเกี่ยวพันถึง เป็นเหตุให้กระแสมติความนิยมของประชาชนในขณะนั้นเปลี่ยนแปลงไป

ข้อที่สอง คือ ภาพลักษณ์ที่เสียไปแล้วแก้ไขยากและตกทอดถึงสมาชิกรุ่นหลังได้ การจะแก้ไขได้เพียงไรขึ้นอยู่กับจังหวะเวลา เทคนิควิธีและความเชื่ออันเป็นทุนเดิมขององค์กรนั้น

ข้อที่สาม คือ ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการสร้างภาพไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาหรือเทคนิคทางการตลาด จะเกิดและสลายเร็วกว่าภาพลักษณ์ที่เกิดจากการผลงานอันเป็นรูปธรรม ภาพลักษณ์เกิดขึ้นได้ 2 ทาง ทางแรก เกิดจากเนื้อแท้ขององค์กรนั้นที่กระทำมาเป็นเวลายาวนานสั่งสมจนฝังแน่นในความรู้สึกนึกคิดของคนจนกลายเป็นภาพลักษณ์ ซึ่งต้องใช้เวลาหลายปีหรือหลายสิบปี และอีกทางหนึ่ง เกิดจากการสร้างเสริมปรุงแต่งโดยใช้เทคนิคการตลาดและการประชาสัมพันธ์เข้าช่วย ซึ่งอาจใช้เวลาสั้นๆ แต่ได้ผลเร็ว ทั้งสองทางนี้มีจุดด้อยและจุดเด่นต่างกัน หากสามารถผสมผสานทั้งสองแนวทางเข้าด้วยกัน คือ ทำดีและประชาสัมพันธ์ตนเองด้วย ก็จะเป็นแนวทางที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ในการสร้างภาพลักษณ์องค์กรอย่างยั่งยืน จึงต้องกระทำอย่างระมัดระวังและมีการวางแผนล่วงหน้า สิ่งแรกที่ต้องกระทำคือ สำรวจทัศนคติของประชาชนที่มีต่อองค์กรเราก่อนว่าเป็นเช่นไร เป็นการประเมินตนเอง (Self Assessment) นั่นเองเพื่อจะได้แก้ไขได้ถูกทาง องค์กรที่มีหลายภารกิจหลัก อย่างเช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งมีภารกิจหลักหลายด้าน หากสามารถประเมินทัศนคติของประชาชนผู้รับบริการในแต่ละภารกิจได้ ก็จะทำให้สามารถปรับปรุงภาพลักษณ์ได้ตรงจุดยิ่งขึ้น ถ้าจะให้ดียิ่งกว่านั้น การประเมินองค์กรจะต้องประเมินอย่างละเอียดทุกแง่มุม ทั้งนี้เพราะองค์กรประกอบด้วยหลายองค์ประกอบที่หล่อหลอมเข้าด้วยกัน ผูกพันและเกี่ยวพันกัน หากองค์ประกอบใดบกพร่องอาจจะส่งผลให้องค์ประกอบอื่นเสียหายไปด้วย องค์ประกอบดังกล่าวได้แก่ ผู้นำองค์กร เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน อาคารสถานที่ ตลอดจนไปถึงการให้บริการ การเข้าร่วมกิจกรรมสังคมของสมาชิกในองค์กร เครื่องแบบ แม้แต่โลโก้หรือเพลงของหน่วยงาน ทั้งหมดนี้จำเป็นต้องได้รับการประเมินในแต่ละข้อ อันจะนำไปสู่การปรับปรุง แก้ไขหรือสร้างใหม่ต่อไป เพราะการสร้างภาพลักษณ์ต้องดำเนินการทุกแง่มุม จะเลือกดำเนินการเฉพาะส่วนไม่ได้

ภาพลักษณ์องค์กรมีความสำคัญ สามารถทำให้สถาบัน หน่วยงานมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ เชื่อถือสรรทจากบุคคลที่เกี่ยวข้องและจะทำให้ห้องค์การหน่วยงานสถาบันนั้นๆ มีความเจริญก้าวหน้าได้ การสร้างภาพลักษณ์องค์กร จิกอร์รี่ และ วิชแมน (Gregory and Wiechmann, 1991) ได้กล่าวไว้ ดังนี้

- 1) ได้รับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย หรือนำมากำหนดเป็นภาพลักษณ์ขององค์กรหน่วยงาน
- 2) ต้องกำหนดทิศทางให้ชัดเจนถึงเป้าหมายในการสร้างภาพลักษณ์องค์กร ผู้บริหารจึงเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญที่สุดในการกำหนดแนวทาง
- 3) รู้จักตนเองว่าองค์กรหรือหน่วยงานมีภาพลักษณ์เป็นอย่างไร และภาพลักษณ์ที่ต้องการให้เกิดขึ้นคืออะไร

4) จุดเน้นต้องรู้ว่าหน่วยงานกำลังทำอะไรอยู่ คือ การเข้าใจงาน บทบาทหน้าที่ที่ชัดเจน

5) การสร้างสรรค์ การสร้างสรรค์งาน โดยใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ให้ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด

6) ความคงเส้นคงวา ความสม่ำเสมอในการสร้างภาพลักษณ์

7) การประชาสัมพันธ์ในสิ่งที่ได้กระทำจริงหรือการปรับความเข้าใจเกี่ยวกับข่าวลือให้ถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ

กลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์

1) สร้างให้ประชาชนยอมรับและเห็นด้วย อันเป็นผลที่จะทำให้สถาบันเป็นที่เชื่อถือ

2) ปรับปรุงองค์การในเรื่องการจัดการทั้งหมด

3) การวางเป้าหมายการตลาดล่วงหน้า เพื่อสนับสนุนการขายผลิตภัณฑ์

4) การเข้าไปมีอิทธิพลต่อสภาพแวดล้อม

5) การสร้างสถาบันให้มีตำแหน่งที่ดีขึ้น

6) ดึงดูดใจลูกค้าที่มีคุณภาพในขณะเดียวกันที่ให้ความร่วมมือกับชุมชน

เสรี วงษ์มณฑา (2541) การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ เป็นการสร้างความเข้าใจและทัศนคติที่ดี อันจะนำไปสู่การสนับสนุนและความร่วมมือและสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างองค์กรและประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

วิรัช ลภีรัตนกุล (2546) ได้กล่าวว่า การวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ที่องค์กรหรือสถาบันต้องการจะสร้างขึ้นในจิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมายนั้น อาจต้องเริ่มต้นด้วยการสำรวจตนเองว่า จุดยืนขององค์กรหรือสถาบันคืออะไร และต้องการให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีภาพลักษณ์ต่อองค์กรหรือสถาบันของตนในทิศทางใด

งานประชาสัมพันธ์จึงถือเป็นงานสร้างภาพลักษณ์ให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เป็นการสื่อสารข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์แก่มหาวิทยาลัยที่ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงเป็นวิธีการให้ข้อมูลข่าวสาร โดยใช้รูปแบบต่างๆ ในการสื่อสารเพื่อให้ไปถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์ให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดีต่อมหาวิทยาลัย ป้องกันและแก้ไขปัญหาความเข้าใจผิด สนับสนุนนโยบายและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย และเสริมสร้างความน่าเชื่อถือขององค์กร โดยผ่านสื่อวิทัศน์เพื่อการชี้้นำในการวิจัยครั้งนี้

2.4 แนวทางการศึกษาต่อ

2.4.1 แนวทางการศึกษาต่อหลังจบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

งานแนะแนว โรงเรียนมัธยมบ้านบางกะปิ (2561) กล่าวว่า หลังจบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สามารถเลือกแนวทางการศึกษาต่อได้ตามช่องทาง ดังนี้

1) ศึกษาต่อมหาวิทยาลัยปิด ซึ่งผู้ที่เข้าศึกษาจะต้องใช้วิธีการสอบคัดเลือก ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

2) ศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเปิด ผู้ที่ประสงค์จะเข้าศึกษาต่อในสถานศึกษาประเภทนี้ ไม่ต้องสอบเข้า มี 2 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยรามคำแหง และ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

3) ศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน เนื่องจากมหาวิทยาลัยดังกล่าวไม่ใช่หน่วยงานราชการ เกณฑ์การคัดเลือกเข้าศึกษาต่อจึงขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้บริหารมหาวิทยาลัยนั้นๆ เช่น มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต เป็นต้น

4) ศึกษาต่อด้านพยาบาลและสาธารณสุข ได้แก่ วิทยาลัยพยาบาลกองทัพบก วิทยาลัยพยาบาลทหารเรือ วิทยาลัยพยาบาลทหารอากาศ วิทยาลัยพยาบาลตำรวจ วิทยาลัยสภากาชาดไทย เป็นต้น

5) ศึกษาต่อด้านทหาร-ตำรวจ ได้แก่ โรงเรียนเตรียมทหาร โรงเรียนนายสิบทหารบก โรงเรียนจ่าอากาศ โรงเรียนจ่าทหารเรือ และ โรงเรียนพลตำรวจ เป็นต้น

6) ศึกษาต่อสถาบันการพลศึกษา ซึ่งมี 17 แห่ง ทั่วประเทศ

7) ศึกษาต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏ ซึ่งมีอยู่ 36 แห่ง ทั่วประเทศ

8) ศึกษาต่อด้านอาชีวศึกษา ได้แก่ สถานศึกษาในสังกัดกรมอาชีวศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล และวิทยาลัยช่างศิลป์ เป็นต้น

9) สถานศึกษาด้านอื่นๆ ได้แก่ สถาบันการbinพลเรือน ศูนย์ฝึกพลาณิชัยนาวิ วิทยาลัยการชลประทาน กองฝึกอบรบวิชาการ โรงแรมและการท่องเที่ยว โรงเรียนสถานฝึกอบรบทางวิชาการ การนำเข้า และส่งออก โรงเรียนนาวิกวิชชย์ โรงเรียนการโรงแรมโอเรียนเต็ล เป็นต้น

2.4.2 การรับบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

วิกิพีเดีย (2561) ได้ระบุว่า ระบบคัดเลือกเข้าอุดมศึกษากลาง TCAS (Thai university Central Admission System) เป็นการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาใหม่ เริ่มใช้ตั้งแต่ปีการศึกษา 2561 โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ได้มอบหมายให้ที่ประชุมอธิการบดี

แห่งประเทศไทย (ทปอ.) พิจารณาปรับปรุงแบบการรับเข้าศึกษา โดยมีหลักการที่สำคัญคือ ให้นักเรียนอยู่ในห้องเรียนจนจบหลักสูตร ให้จัดการสอบเพื่อการคัดเลือกได้หลังจากนักเรียนเรียนจบหลักสูตร โดยใช้ข้อสอบของส่วนกลาง และให้มีการบริหารสิทธิ์ในการสมัครเข้ามหาวิทยาลัย

ที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย (ทปอ.) ได้รับหลักการและเสนอแนวทางการรับเข้าอุดมศึกษาแบบใหม่ โดยสถาบันอุดมศึกษาในเครือข่าย ทปอ. 30 แห่ง ร่วมกันพิจารณากระบวนการคัดเลือกเข้าอุดมศึกษาเพื่อความเท่าเทียมกัน ซึ่งจะเริ่มใช้ตั้งแต่ปีการศึกษา 2561 เป็นต้นไป ด้วยหลักการ 3 ประการ คือ (วิกิพีเดีย, 2561)

- 1) นักเรียนควรอยู่ในห้องเรียนจนจบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
- 2) ผู้สมัครแต่ละคนมีเพียง 1 สิทธิ์ในการตอบรับในสาขาวิชาที่เลือก เพื่อความเสมอภาค
- 3) สถาบันอุดมศึกษาทุกแห่ง สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ จะเข้าระบบ Clearing House เพื่อบริหาร 1 สิทธิ์ของผู้สมัคร

2.5 การทดสอบประสิทธิภาพสื่อ

2.5.1 ความหมายของการทดสอบประสิทธิภาพสื่อ

การประเมินสื่อวีดิทัศน์ สามารถใช้หลักการเดียวกับการประเมินสื่อการเรียนการสอน โดยมีนักวิชาการและนักการศึกษาได้ให้ความหมายของการหาประสิทธิภาพสื่อไว้ ดังนี้

อิทธิพร ศรียมก (2525, น.211) กล่าวว่า การหาประสิทธิภาพของสื่อการเรียนการสอนที่เป็นชุดบทเรียน คือ การตรวจสอบคุณภาพของชุดบทเรียนนั้นๆ ว่ามีคุณภาพดีเพียงใด ข้อมูลที่ได้จากการประเมินชุดบทเรียนจะสามารถนำมาปรับปรุงชุดบทเรียนให้มีคุณภาพต่อไป

เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต (2528, น.294) กล่าวว่า ในการสร้างชุดการสอนก่อนที่จะนำไปใช้จริง ควรจะมีการทดลอง แก้ไข ปรับปรุงให้ได้มาตรฐานเสียก่อนเพื่อให้ได้ทราบว่า ชุดการสอนนั้นมีคุณภาพเพียงใด มีสิ่งใดที่ยังบกพร่องอยู่ โดยการนำชุดการสอนไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างประชากรที่จะใช้จริง ในการประเมินประสิทธิภาพของชุดการสอนนั้น เราถือหลักการศึกษาระบบสมรรถฐาน คือ เกณฑ์มาตรฐาน 90/90

ไชยยศ เรืองสุวรรณ (2533, น.127) กล่าวว่า การหาประสิทธิภาพชุดบทเรียนที่เป็นสื่อการเรียนการสอนเป็นการประเมินหรือพิจารณาค่าด้านต่างๆ ของชุดบทเรียนนั้นๆ เพื่อจะได้แก้ไข ปรับปรุงให้ได้ผลตามจุดมุ่งหมายก่อนที่จะนำไปใช้ในระบบการเรียนการสอนและเผยแพร่ต่อไป

บุญชม ศรีสะอาด (2533, น.33) กล่าวว่า การหาประสิทธิภาพของชุดบทเรียนเป็นการประเมินผลชุดบทเรียนว่ามีคุณภาพ และมีค่าหรือไม่ในระดับใด

วุฒิชัย ประสารสอย (2543, น.39) กล่าวว่า ประสิทธิภาพบทเรียน หมายถึง ความสามารถของบทเรียนในการสร้างผลสัมฤทธิ์ให้ผู้เรียนบรรลุวัตถุประสงค์ถึงระดับที่คาดหวังไว้และครอบคลุมความเชื่อถือได้ (Reliability) ความพร้อมที่จะใช้งาน (Availability) ความมั่นคงปลอดภัย (Security) และความถูกต้องสมบูรณ์ (Integrity) อีกด้วย กระบวนการประเมินประสิทธิภาพของบทเรียนจะเน้นไปทางด้านการประกันคุณภาพหรือความสามารถของสื่อที่จะใช้เชื่อมโยงความรู้ และมีคุณลักษณะภายในตัวของสื่อที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนสามารถตัดสินใจ และช่วยส่งเสริมการแสวงหาความรู้ จากประสบการณ์เดิมของผู้เรียน ผสมผสานกับความรู้ใหม่ที่ถ่ายโยงจากโปรแกรมบทเรียนไปสู่ตัวของผู้เรียน จากการที่ได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการนำเสนอความรู้เอาไว้ล่วงหน้าอย่างชัดเจน ซึ่งเป็นการกำหนดลำดับขั้นในการเรียนและเกณฑ์ที่ใช้ตัดสินคุณค่าของบทเรียน

บวม และ คาสเตน (Baum and Chastain, 1972) ได้กล่าวว่า การหาประสิทธิภาพของชุดบทเรียนที่เป็นสื่อการเรียนการสอนเป็นการให้ทราบว่า ผลการเรียนตรงกับจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ เนื้อหาของชุดบทเรียนมีความสัมพันธ์กับสถานการณ์ที่ต้องการให้เรียนรู้หรือไม่ พฤติกรรมขั้นสุดท้ายเป็นไปตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้หรือไม่

สรุป ความหมายของการหาประสิทธิภาพสื่อ คือ เป็นการหาประสิทธิภาพของสื่อ นั้นๆ ว่าสื่อที่สร้างมานั้นได้สร้างตรงตามวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายตามที่กำหนดไว้หรือไม่ โดยการประเมินสื่อ เพื่อหาข้อบกพร่องและแก้ไขก่อนนำไปใช้จริง

2.5.2 ความจำเป็นที่จะต้องหาประสิทธิภาพสื่อ

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2556) กล่าวว่า การทดสอบประสิทธิภาพของสื่อหรือชุดการสอน มีความจำเป็นด้วยเหตุผล 3 ประการ คือ

1) สำหรับหน่วยงานผลิตสื่อหรือชุดการสอน การทดสอบประสิทธิภาพช่วยประกันคุณภาพของสื่อหรือชุดการสอนว่าอยู่ในขั้นสูง เหมาะสมที่จะลงทุนผลิตออกมาเป็นจำนวนมาก หากไม่มีการทดสอบประสิทธิภาพเสียก่อนแล้วเมื่อผลิตออกมาใช้ประโยชน์ไม่ได้ดีก็ต้องผลิตหรือทำขึ้นใหม่เป็นการสิ้นเปลืองทั้งเวลา แรงงาน และเงินทอง

2) สำหรับผู้ใช้สื่อหรือชุดการสอนสื่อหรือชุดการสอนที่ผ่านการทดสอบประสิทธิภาพจะทำหน้าที่เป็นเครื่องมือช่วยสอนได้ดีในการสร้างสภาพการเรียนรู้ให้ผู้เรียนได้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามที่มุ่งหวัง บางครั้งชุดการสอนต้องช่วยครูสอนบางครั้งต้องสอนแทนครู

ดังนั้น ก่อนนำสื่อหรือชุดการสอนไปใช้ ครูจึงควรมั่นใจว่า ชุดการสอนนั้นมีประสิทธิภาพในการช่วยให้นักเรียนเกิดการเรียนจริง การทดสอบประสิทธิภาพตามลำดับขั้นจะช่วยให้เราได้สื่อหรือชุดการสอนที่มีคุณค่าทางการสอนจริงตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

2.5.3 การหาประสิทธิภาพสื่อ

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2556) กล่าวว่า สำหรับผู้ผลิตสื่อหรือชุดการสอนการทดสอบประสิทธิภาพจะทำให้ผู้ผลิตมั่นใจได้ว่า เนื้อหาสาระที่บรรจุลงในสื่อหรือชุดการสอนมีความเหมาะสมต่อการเข้าใจ อันจะช่วยให้ผู้ผลิตมีความชำนาญสูงขึ้น เป็นการประหยัดแรงสมอง แรงงาน เวลาและเงินทองในการเตรียมต้นแบบ โดยมีเกณฑ์กำหนดเกณฑ์ประสิทธิภาพ ดังนี้

1) ความหมายของเกณฑ์ (Criterion) เกณฑ์เป็นขีดกำหนดที่จะยอมรับว่า สิ่งใดหรือพฤติกรรมใดมีคุณภาพและหรือปริมาณที่จะรับได้

การตั้งเกณฑ์ต้องตั้งไว้ครั้งแรกครั้งเดียวเพื่อจะปรับปรุงคุณภาพให้ถึงเกณฑ์ขั้นต่ำที่ตั้งไว้จะตั้งเกณฑ์การทดสอบประสิทธิภาพไว้ต่างกันไม่ได้ เช่น เมื่อมีการทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว ตั้งเกณฑ์ไว้ 60/60 แบบกลุ่ม ตั้งไว้ 70/70 ส่วนแบบสนาม ตั้งไว้ 80/80 ถือว่าเป็นการตั้งเกณฑ์ที่ไม่ถูกต้อง

อนึ่งเนื่องจากเกณฑ์ที่ตั้งไว้เป็นเกณฑ์ต่ำสุด ดังนั้น หากการทดสอบคุณภาพของสิ่งใดหรือพฤติกรรมใดได้ผลสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ .05 หรืออนุโลมให้มีความคลาดเคลื่อนต่ำหรือสูงกว่าค่าประสิทธิภาพที่ตั้งไว้เกิน 2.5 ก็ให้ปรับเกณฑ์ขึ้นไปอีกหนึ่งขั้น แต่หากได้ค่าต่ำกว่าค่าประสิทธิภาพที่ตั้งไว้ ต้องปรับปรุงและนำไปทดสอบประสิทธิภาพใช้หลายครั้งในภาคสนามจนได้ค่าถึงเกณฑ์ที่กำหนด

2) ความหมายของเกณฑ์ประสิทธิภาพ หมายถึง ระดับประสิทธิภาพของสื่อหรือชุดการสอนที่จะช่วยให้นักเรียนเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เป็นระดับที่ผลิตสื่อหรือชุดการสอนจะพึงพอใจว่า หากสื่อหรือชุดการสอนมีประสิทธิภาพถึงระดับนั้นแล้ว สื่อหรือชุดการสอนนั้นก็มียุทธศาสตร์ที่จะนำไปสอนนักเรียนและคุ้มแก่การลงทุนผลิตออกมาเป็นจำนวนมาก

การกำหนดเกณฑ์ประสิทธิภาพกระทำได้โดยการประเมินผลพฤติกรรมของผู้เรียน 2 ประเภท คือ พฤติกรรมต่อเนื่อง (กระบวนการ) กำหนดค่าประสิทธิภาพเป็น $E_1 = \text{Efficiency of Process}$ (ประสิทธิภาพของกระบวนการ) และพฤติกรรมสุดท้าย (ผลลัพธ์) กำหนดค่าประสิทธิภาพเป็น $E_2 = \text{Efficiency of Product}$ (ประสิทธิภาพของผลลัพธ์)

(2.1) ประเมินพฤติกรรมต่อเนื่อง (Transitional Behavior) คือ ประเมินผลต่อเนื่องซึ่งประกอบด้วย พฤติกรรมย่อยของผู้เรียน เรียกว่า “กระบวนการ” (Process) ที่เกิดจากการประกอบ

กิจกรรมกลุ่ม ได้แก่ การทำโครงการ หรือทำรายงานเป็นกลุ่ม และรายงานบุคคล ได้แก่ งานที่มอบหมายและกิจกรรมอื่นใดที่ผู้สอนกำหนดไว้

(2.2) ประเมินพฤติกรรมสุดท้าย (Terminal Behavior) คือ ประเมินผลลัพธ์ (Product) ของผู้เรียน โดยพิจารณาจากการสอบหลังเรียนและการสอบได้

ประสิทธิภาพของสื่อหรือชุดการสอนจะกำหนดเป็นเกณฑ์ที่ผู้สอนคาดหวังว่าผู้เรียนจะเปลี่ยนพฤติกรรมเป็นที่พึงพอใจ โดยกำหนดให้ของผลเฉลี่ยของคะแนนการทำงานและการประกอบกิจกรรมของผู้เรียนทั้งหมดต่อร้อยละของผลการประเมินหลังเรียนทั้งหมด นั่นคือ $E_1/E_2 =$ ประสิทธิภาพของกระบวนการ/ประสิทธิภาพของผลลัพธ์ เช่น 80/80 หมายความว่า เมื่อเรียนจากสื่อหรือชุดการสอนแล้ว ผู้เรียนจะสามารถทำแบบฝึกปฏิบัติหรืองานได้ผลเฉลี่ย ร้อยละ 80 และประเมินหลังเรียนและงานสุดท้ายได้ผลเฉลี่ย ร้อยละ 80

การที่จะกำหนดเกณฑ์ E_1/E_2 ให้มีค่าเท่าใดนั้นให้ผู้สอนเป็นผู้พิจารณาตามความพอใจ โดยพิจารณาพิสัยการเรียนรู้ที่จำเป็นเป็นพุทธิพิสัย (Cognitive Domain) จิตพิสัย (Affective Domain) และทักษะพิสัย (Skill Domain) ในขอบข่ายพุทธิพิสัย เนื้อหาที่เป็นความรู้ความจำมักจะตั้งไว้สูงสุดแล้วลดต่ำลงมา คือ 90/90 85/85 80/80

ส่วนเนื้อหาสาระที่เป็นจิตพิสัยจะต้องใช้เวลาไปฝึกฝนและพัฒนา ไม่สามารถทำให้ถึงเกณฑ์ระดับสูงได้ในห้องเรียนหรือในขณะที่เรียน จึงอนุโลมให้ตั้งไว้ต่ำลง นั่นคือ 80/80 75/75 แต่ไม่ต่ำกว่า 75/75 เพราะเป็นระดับความพอใจต่ำสุด จึงไม่ควรตั้งเกณฑ์ไว้ต่ำกว่านี้ หากตั้งเกณฑ์ไว้เท่าใดก็มักได้ผลเท่านั้น

2.5.4 การกำหนดเกณฑ์ประสิทธิภาพ

เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต (2525, น.294-295) กล่าวว่า การหาประสิทธิภาพของสื่อการเรียนการสอนนั้น จะถือหลักแบบสมรรถฐาน คือ มาตรฐาน 90/90 เช่นเดียวกับการหาประสิทธิภาพของบทเรียน โปรแกรมหรือ โมดูล ผลลัพธ์ค่าประสิทธิภาพของชุดบทเรียน E_1/E_2 หมายความว่า ประสิทธิภาพของกระบวนการที่จัดไว้ในชุดบทเรียน คิดเป็นร้อยละจากการประกอบกิจกรรมหลังเรียน (E_1) ประสิทธิภาพของผลลัพธ์ คิดเป็นร้อยละจากการประกอบกิจกรรมระหว่างเรียน (E_2)

บุญชม ศรีสะอาด (2545, น.25-29) ได้จำแนกวิธีการประเมินสื่อการเรียนการสอนเป็น 3 วิธี ดังนี้

1) ประเมินผลโดยผู้เชี่ยวชาญหรือผู้สอน โดยใช้แบบประเมินให้ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้สอนพิจารณาทั้งทางด้านคุณภาพ เนื้อหาสาระ และเทคนิคการจัดทำสื่อการเรียนการสอนนั้น แบบ

ประเมินมีลักษณะเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) หรือเป็นแบบเห็นด้วยไม่เห็นด้วย สรุปผลความถี่แล้วอาจทดสอบความแตกต่างระหว่างความถี่ด้วยไคร้สแควร์

2) ประเมินโดยผู้เรียน มีลักษณะเช่นเดียวกับการประเมินผลโดยผู้เชี่ยวชาญหรือผู้สอนแต่เน้นการรับรู้คุณค่าของผู้เรียนเป็นสำคัญ

3) ประเมินโดยการตรวจสอบผลที่เกิดขึ้นกับผู้เรียน เป็นการประเมินประสิทธิภาพสื่อการเรียนการสอนที่มีความเที่ยงตรงพิสูจน์ถึงคุณภาพและคุณค่า โดยจะวัดจากผลที่เกิดการเรียนรู้อของผู้เรียนเป็นหลัก โดยวัดตามวัตถุประสงค์ของการสอน อาจจำแนกได้เป็น 2 วิธี คือ

(3.1) กำหนดเกณฑ์มาตรฐานไว้ล่วงหน้า โดยเป็นเกณฑ์มาตรฐานขั้นต่ำ เกณฑ์ 80/80 หรือ 90/90

(3.2) ไม่ได้กำหนดเกณฑ์มาตรฐานไว้ล่วงหน้า แต่พิจารณาจากการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ หรือเปรียบเทียบว่าผลสัมฤทธิ์จากการเรียนด้วยสื่อการเรียนการสอนนั้นสูงกว่าหรือเท่ากับสื่อหรือเทคนิคการสอนอย่างอื่นหรือไม่ โดยใช้สถิติทดสอบ t-test

สรุป การกำหนดเกณฑ์ประสิทธิภาพ คือ การกำหนดแนวทางของการประเมินสื่อสามารถประเมินได้หลายรูปแบบขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายของสื่อ นั้น เพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งาน

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

2.6.1 ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง สภาพทางจิตของบุคคลที่เกิดจากการเรียนรู้ในการที่จะตอบสนองต่อบุคคล สิ่งของ หรือเหตุการณ์เฉพาะอย่างใดอย่างหนึ่งในการทำนองว่าชอบหรือไม่ชอบตามปกติแล้วบุคคลจะต้องมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันเสมอ โดยมีนักจิตวิทยาหรือกลุ่มผู้ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติและได้ให้ความหมาย ดังนี้

สุชาติ โสมประยูร (2520, น.110-111) ให้ความหมายว่า ทัศนคติเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับภาวะแห่งความพร้อมของจิตใจ ซึ่งมีปฏิกิริยาต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ ทั้งในลักษณะที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2523, น.239) ให้ความหมายไว้ว่า ทัศนคติเป็นความคิดเห็นซึ่งมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ เป็นส่วนที่พร้อมที่จะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่างจากสถานการณ์ภายนอก

ฉัตรชัย ปันชาติ (2545, น.7) ให้ความหมายไว้ว่า ทักษคติเป็นความรู้สึกและความรู้สึกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในด้านที่ดีและไม่ดี อาจเป็นลักษณะบวกหรือลบ พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ

อัลพอร์ต (Allport, 1935, p.810) ให้ความหมายไว้ว่า ทักษคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมทางจิตและประสาท ซึ่งเกิดขึ้นจากประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้จะเป็นแรงที่กำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของบุคคลที่จะมีต่อบุคคล สิ่งของ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง

นิวคัม (Newcomb, 1954, p.128) ให้ความหมายของทักษะคติว่าเป็นความรู้สึกเอนเอียงของจิตใจที่มีต่อประสบการณ์ที่มนุษย์เราได้รับอาจจะมากหรือน้อยก็ได้ และทักษะคตินี้จะแสดงออกได้ทางด้านพฤติกรรมสองลักษณะ คือ การแสดงออกในลักษณะของความพึงพอใจ เห็นด้วยหรือชอบ ทักษคติเช่นนี้ทำให้คนอยากปฏิบัติ อยากได้ อยากเข้าใกล้สิ่งนั้น ลักษณะเช่นนี้เราเรียกว่า ทักษคติทางบวก (Positive Attitude) อีกลักษณะหนึ่ง คือ ทักษคติทางลบ (Negative Attitude) คนจะแสดงออกทำนองไม่พึงพอใจ ไม่ชอบหรือไม่เห็นด้วย ทำให้เกิดความเบื่อหน่าย ชิงชัง อยากหนี อยากอยู่ให้ห่างจากสิ่งนั้น ส่วนทักษะคติอีกแบบหนึ่ง คือความรู้สึกเฉยๆ ไม่ชอบ ไม่เกลียด เป็นทักษะคติแบบกลางๆ

เทอร์สโตน (Thurstone, 1967, p.77) ให้ความหมายว่า ทักษคติเป็นการแสดงออกทางด้านผลรวมของความโน้มเอียงและความรู้สึก ความมีอคติ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นอยู่ในใจมาก่อน ความคิด ความกลัว การบังคับขู่เข็ญและการลงความเห็นของมนุษย์เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

โรคิช (Rokeach, 1970, p.112) ให้ความหมายไว้ว่า ทักษคติเป็นการผสมผสานหรือการจัดระเบียบความเชื่อที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ผลรวมของความเชื่อนี้จะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคลที่จะมีปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ

กู๊ด (Good, 1973, p.49) ให้ความหมายไว้ว่า ทักษคติเป็นความพร้อมที่จะกระทำปฏิบัติ หรือมีปฏิกิริยาต่อบุคคล สิ่งของ และสภาพการณ์ใดๆ ทั้งทางบวกและทางลบ

จากความหมายที่กล่าวมา ทักษคติ หมายถึง สภาพทางจิตของบุคคลนั้นๆ ที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์จากสิ่งแวดล้อม เกิดเป็นพฤติกรรม ความคิด อารมณ์ และความรู้สึกนั้นที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และการสถานการณ์ที่ได้รับมา โดยแสดงพฤติกรรมได้ทั้งเชิงบวก และเชิงลบ

2.6.2 ลักษณะที่สำคัญของทักษะคติ

ลักษณะสำคัญของทักษะคิตมี 4 ประการ คือ (รุ่งนภา บุญคุ้ม, 2536)

1) ทักษคติเป็นสภาวะก่อนที่พฤติกรรมโต้ตอบต่อเหตุการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ หรือจะเรียกว่าสภาวะพร้อมที่จะมีพฤติกรรมจริง

2) ทักษคติจะมีความคงตัวอยู่ในช่วงระยะเวลา แต่มิได้หมายความว่า จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง

3) ทักษะคิดเป็นตัวแปรแฝงที่นำไปสู่ความสอดคล้องระหว่างพฤติกรรมกับความรูสึกนึกคิด ไม่ว่าจะนำไปในรูปของการแสดงออกโดยวาจาหรือการแสดงความรู้สึก ตลอดจนการที่จะต้องเผชิญหรือหลีกเลี่ยงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

4) ทักษะคิดมีคุณสมบัติของแรงจูงใจในอันที่จะทำให้บุคคลประเมินผล และเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งหมายความว่าไปถึงการกำหนดทิศทางของพฤติกรรมจริงด้วย

2.6.3 องค์ประกอบของทักษะคิด

องค์ประกอบของทักษะคิดแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ (รุ่งนภา บุญคุ้ม, 2536)

1) ส่วนของสติและเหตุผล (Cognitive Component) ในส่วนนี้เป็นเรื่องของการใช้เหตุผลของบุคคลในการจำแนกแยกแยะความแตกต่าง ตลอดจนผลต่อเนื่อง ผลได้ผลเสีย กล่าวคือ การที่บุคคลจะสามารถนำเอาคุณค่าทางสังคมที่ได้รับจากการอบรมสั่งสอนและถ่ายทอดมาใช้ในการวิเคราะห์พิจารณาประกอบเหตุผลของการที่ตนจะประเมินข้อแตกต่างระหว่างส่วนนี้กับความรูสึก คือ การพิจารณาของบุคคลในส่วนที่จะมีลักษณะปลอดภัยจากอารมณ์ แต่จะเป็นเรื่องของเหตุผลอันสืบเนื่องมาจากความเชื่อของบุคคล

2) ส่วนของความรูสึก (Affective Component) หมายถึง บรรดาความรูสึกที่ชอบไม่ชอบ รักหรือเกลียดหรือกลัว ซึ่งเป็นเรื่องของอารมณ์ของบุคคล

3) ส่วนของแบบพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง แนวโน้มอันที่จะมีพฤติกรรม (Action Tendency) แนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมนี้จะมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกับส่วนของความรูสึก ตลอดจนส่วนของสติและเหตุผล ส่วนของแบบพฤติกรรมนี้จะเป็นส่วนที่บุคคลพร้อมที่จะมีปฏิกิริยาแสดงออกต่อเหตุการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2.6.4 การเปลี่ยนแปลงทักษะคิด

เคลแมน (Kelman, 1967, p.469) ได้อธิบายถึง การเปลี่ยนแปลงทักษะคิดโดยมีความเชื่อว่าทักษะคิดอย่างเดียวกันอาจเกิดในตัวบุคคลด้วยวิธีที่ต่างกัน จากความคิดนี้เฮอร์เบิร์ตได้แบ่งกระบวนการเปลี่ยนแปลงทักษะคิดออกเป็น 3 ประการ คือ

1) การยินยอม (Compliance) การยินยอมจะเกิดได้เมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อตัวเขาและมุ่งหวังจะได้รับความพอใจจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลนั้น การที่บุคคลยอมรับกระทำตามสิ่งที่ยากให้เขากระทำนั้น ไม่ใช่เพราะบุคคลเห็นด้วยกับสิ่งนั้นแต่เป็นเพราะเขาคาดหวังว่าจะได้รับรางวัลหรือการยอมรับจากผู้อื่นในการเห็นด้วยและกระทำตาม ดังนั้น ความพอใจที่ได้รับจากการยอมรับกระทำตามนั้นเป็นผลมาจากอิทธิพลทางสังคมหรืออิทธิพลของสิ่งที่ก่อให้เกิดการยอมรับ

นั่นกล่าวได้ว่า การยอมรับทำตามนี้เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งจะมีพลังผลักดันให้บุคคลยอมรับทำตามมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับจำนวน หรือความรุนแรงของรางวัล และการลงโทษ

2) การเลียนแบบ (Identification) การเลียนแบบเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น ซึ่งการยอมรับนี้เป็นผลมาจากการที่บุคคลต้องการจะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีหรือที่พอใจระหว่างตนเองกับผู้อื่นหรือกลุ่มบุคคลอื่น จากการเลียนแบบนี้ทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าให้เกิดการเลียนแบบ กล่าวได้ว่า การเลียนแบบ เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งพลังผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนี้จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความน่าโน้มน้าวใจของสิ่งเร้าที่มีต่อบุคคลนั้น การเลียนแบบจึงขึ้นอยู่กับพลัง (Power) ของผู้ส่งสารบุคคลจะรับเอาบทบาททั้งหมดของคนอื่นมาเป็นของตนเอง หรือแลกเปลี่ยนบทบาทซึ่งกันและกันบุคคลจะเชื่อในสิ่งที่ตัวเองเลียนแบบ แต่ไม่รวมถึงเนื้อหาและรายละเอียดในการเลียนแบบทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

3) ความต้องการที่อยากจะทำ (Internalization) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือกว่า ซึ่งตรงกับความต้องการภายในค่านิยมของเขาพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป ในลักษณะนี้จะสอดคล้องกับค่านิยมที่บุคคลมีอยู่เดิมความพึงพอใจที่ได้จะขึ้นอยู่กับเนื้อหาของรายละเอียดของพฤติกรรมนั้นๆ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ถ้าความคิดความรู้สึกและพฤติกรรมถูกกระทบไม่ว่าจะในระดับใดก็ตามจะมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติทั้งสิ้น นอกจากนี้องค์ประกอบต่างๆ ในกระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสาร ตลอดจนช่องทางในการสื่อสารล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ทั้งสิ้น นอกจากนี้ทัศนคติของบุคคลเมื่อเกิดขึ้นแล้ว แม้จะคงทนแต่ก็จะสามารถเปลี่ยนได้โดยตัวบุคคลสถานการณ์ข่าวสารการชวนเชื่อและสิ่งต่างๆ ที่ทำให้เกิดการยอมรับในสิ่งใหม่แต่จะต้องมีความสัมพันธ์กับค่านิยมของบุคคลนั้น นอกจากนี้อาจเกิดจากการยอมรับโดยการบังคับ เช่น กฎหมาย ข้อบังคับ

การเปลี่ยนทัศนคติ มี 2 ชนิด คือ

1) การเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน หมายถึง ทัศนคติของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางบวกด้วยและทัศนคติที่เป็นไปในทางลบก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางลบด้วย

2) การเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง หมายถึง การเปลี่ยนทัศนคติเดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกก็จะลดลงไปในทางลบ และถ้าเป็นไปในทางลบก็จะกลับเป็นไปในทางบวก เมื่อพิจารณาแหล่งที่มาของทัศนคติแล้วจะเห็นว่า องค์ประกอบสำคัญที่เชื่อมโยงให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ก็คือ การสื่อสาร ทั้งนี้เพราะไม่ว่าทัศนคติจะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่างการสื่อสาร

กับผู้อื่นสิ่งที่เป็นแบบอย่าง หรือความเกี่ยวข้องกับสถาบันก็มักจะมีการสื่อสารแทรกอยู่เสมอ กล่าวได้ว่า การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมาก ที่มีผลทำให้นักคิดเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ

ทัศนคติเกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ทั้งนี้เพราะ โรเจอร์ (Rogers, 1973) กล่าวว่า การสื่อสารก่อให้เกิดผล 3 ประการ คือ

- (2.1) การสื่อสาร ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ของผู้รับสาร
- (2.2) การสื่อสาร ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทัศนคติของผู้รับสาร
- (2.3) การสื่อสาร ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสาร

การแสดงพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ประการนี้ จะเกิดในลักษณะต่อเนื่องกัน กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งจะก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องนั้น และการเกิดความรู้ความเข้าใจนี้มีผลทำให้เกิดทัศนคติต่อเรื่องนั้น และสุดท้ายก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรมที่กระทำต่อเรื่องนั้นๆ ตามมา

2.6.5 การวัดทัศนคติ

การวัดทัศนคติ เป็นการวัดภาวะ โน้มเอียงในการจะแสดงออก ไม่ใช่เป็นการกระทำ แต่เป็นความรู้สึก ซึ่งมีลักษณะอัตนัย (Subjective) บุคคลอาจไม่ให้ข้อเท็จจริงด้วยความจริงใจ เพราะเห็นว่าเป็นเรื่องส่วนตัว และการแสดงออกต่อสิ่งใดนั้น ไม่ว่าจะป็นรูปวาจาหรือการเขียน บุคคลมักจะไตร่ตรองถึงความเหมาะสมตามสภาพการณ์ทางสังคม คือ ตามปกติวิสัย ตามค่านิยม ตามการยอมรับและการไม่ยอมรับ และการเห็นชอบหรือไม่ชอบของคนส่วนใหญ่ในสังคม (รุ่งนภา บุญคุ้ม, 2536)

ดังนั้น จึงยังไม่มีผู้ใดค้นพบวิธีการที่จะวัดทัศนคติหรือทำที่ความรู้สึกของบุคคลโดยตรง อันจะเป็นพรรณานี้ที่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้อย่างชัดเจน นอกจากเพียงการวัดทัศนคติจากการบันทึกคำพูด และพยายามหาความสัมพันธ์ระหว่างคำพูดของบุคคลนั้นกับทัศนคติ ซึ่งผู้ทำการวัดสามารถมองเห็นและเป็นเพียงการคาดประมาณ (Estimate) ทัศนคติของบุคคลนั้นเท่านั้น

การวัดทัศนคติที่ปฏิบัติกันในปัจจุบันมีวิธีการต่างๆ ดังนี้

1) การสังเกตจากพฤติกรรมของบุคคล วิธีการกระทำได้ยากและผลลัพธ์ไม่อาจให้ความมั่นใจได้ว่าจะถูกต้อง ทั้งนี้เนื่องมาจากการแสดงออกของบุคคลเป็นอากัปกริยานั้นอาจไม่สะท้อนหรือสื่อให้เราทราบถึงทัศนคติที่แท้จริงของเขาได้

2) วิธีการรายงานด้วยคำพูด (Verbal Report) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และ/หรือการสัมภาษณ์ (Interview) ที่มีลักษณะแบบปรนัย (Objective)

3) วิธีแปลความ (Interpretive Method) เป็นวิธีหาทัศนคติของบุคคลแบบอ้อม โดยที่ผู้ถูกถามมักไม่รู้ถึงวัตถุประสงค์ของผู้ทำการศึกษา ไม่ระแวงสงสัยหรือรู้สึกหวั่นเกรงที่จะตอบคำถามหรือแสดงความรู้สึกรู้สึกนึกคิด และไม่ถูกจำกัดในการตอบ ทั้งในด้านเวลาและขอบเขตของเนื้อหา เป็นวิธีที่สามารถวัดทัศนคติของบุคคลได้ชัดเจน ละเอียด ถูกต้องที่สุด แต่มีข้อจำกัดอยู่ที่ว่า ต้องใช้ผู้ศึกษาที่มีความสามารถ มีความชำนาญทางจิตวิทยาอย่างลึกซึ้งและใช้เวลามาก จึงเหมาะสำหรับใช้กับคนจำนวนน้อย

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับ

2.7.1 ความหมายของการยอมรับ

โรเจอร์ และ ชูเมกเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971) ให้ความหมายของการยอมรับว่าเป็นกระบวนการทางจิตใจของบุคคลแต่ละคนที่เริ่มต้นตั้งแต่การรับรู้ข่าวเกี่ยวกับนวัตกรรม หรือเทคโนโลยีหนึ่งๆ ไปจนถึงการยอมรับเอาเทคโนโลยีนั้นๆ ไปใช้อย่างเปิดเผย

ฟอสเตอร์ (Foster, 1973, pp.146-147) ให้ความหมายการยอมรับว่า ประชาชนได้เรียนรู้โดยผ่านการศึกษา สามารถบรรยายได้โดยผ่านขั้นการเรียนรู้การยอมรับจะเกิดขึ้นได้หากมีเรียนรู้ด้วยตนเอง และการเรียนรู้จะได้ผลดีก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นได้ทดลองปฏิบัติเมื่อแน่ใจว่าสิ่งประดิษฐ์นั้นสามารถให้ประโยชน์อย่างแน่นอน เขาจึงกล้าลงทุนซื้อสิ่งประดิษฐ์นั้น

กล่าวโดยสรุปการยอมรับ คือ กระบวนการทางความรู้สึกรู้คิดของบุคคลนั้นๆ จากการเรียนรู้ การศึกษา ผ่านกระบวนการตัดสินใจเป็นระบบจนเกิดการเปลี่ยนแปลงไปจนถึงการยอมรับ

2.7.2 ขั้นตอนของการยอมรับ

ภานุพงศ์ เสกทวีลาภ (2557, น.15) ได้อธิบายเกี่ยวกับ การยอมรับว่าเป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นทางจิตใจภายในบุคคล เริ่มจากได้ยินในเรื่องราววิทยการนั้นๆ จนยอมรับนำไปใช้ในที่สุด ซึ่งกระบวนการนี้มีลักษณะคล้ายกับกระบวนการเรียนรู้และการตัดสินใจ (Decision Making) โดยได้แบ่งกระบวนการยอมรับออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ

1) ขั้นรับรู้หรือตื่นตน (Awareness Stage) เป็นขั้นเริ่มแรกที่นำไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใหม่หรือวิธีการใหม่ ขั้นนี้เป็นขั้นที่ได้รับรู้เกี่ยวกับสิ่งใหม่ๆ (นวัตกรรม) ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมของเขา แต่ยังไม่ได้รับข่าวสาร ไม่ครบถ้วน ซึ่งการรับรู้มักเป็นการรับรู้โดยบังเอิญและจะทำให้เกิดความอยากรู้และแก้ปัญหาที่ตนเองมีอยู่

2) ขั้นสนใจ (Interest Stage) เริ่มให้ความสนใจรายละเอียดเกี่ยวกับวิทยการใหม่ๆ เป็นพฤติกรรมที่มีลักษณะตั้งใจ และในขั้นนี้ได้รับความรู้เกี่ยวกับวิธีการใหม่มากขึ้น และใช้วิธีการคิด

มากกว่าขั้นแรก บุคลิกภาพและค่านิยมมีผลต่อการติดตามข่าวสารหรือรายละเอียดของสิ่งใหม่หรือ
วิทยาการใหม่ด้วย

3) ขั้นประเมินค่า (Evaluation Stage) เริ่มคิดไตร่ตรอง หาวิธีลองใช้วิธีการใหม่ๆ
โดยมีการเปรียบเทียบระหว่างข้อดีและข้อเสีย หากว่ามีข้อดีมากกว่าจะตัดสินใจใช้ โดยทั่วไปมักจะคิด
ว่าวิธีการนี้เป็นวิธีที่เสี่ยงไม่ทราบถึงผลลัพธ์ตามมา จึงต้องมีแรงผลักดัน (Reinforcement) ให้เกิดความ
แน่ใจ โดยมีคำแนะนำเพื่อการตัดสินใจ

4) ขั้นทดลอง (Trial Stage) เป็นขั้นตอนที่เริ่มทดลองกับคนส่วนน้อย เพื่อตรวจสอบ
ผลลัพธ์ก่อน โดยทดลองใช้วิธีการใหม่ๆ ให้เข้ากับสถานการณ์ของตน ในขั้นนี้จะสรรหาหาข่าวสาร
ที่มีความเฉพาะเกี่ยวกับวิทยาการใหม่หรือนวัตกรรมนั้น

5) ขั้นตอนการยอมรับ (Adoption Stage) เป็นขั้นที่ปฏิบัตินำไปใช้จริง ซึ่งบุคคล
ยอมรับวิทยาการใหม่ๆ ว่าเป็นประโยชน์ในสิ่งนั้นแล้ว

ดิเรก ฤกษ์สร่าย (2529) ได้กล่าวว่า ในปัจจุบันพบว่าทฤษฎีกระบวนการยอมรับ
วิทยาการใหม่ๆ หรือนวัตกรรมของ Roger (2003) นั้น มีจุดบกพร่องในกระบวนการยอมรับดังกล่าว
หลายประการด้วยกัน คือ

1) กระบวนการนี้มักจะจบด้วยการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมนั้น ซึ่งตามความจริง
แล้วเมื่อบุคคลในบรรดุงั้นประเมินผลแล้วอาจจะปฏิเสธก็ได้

2) ขั้นตอนทั้ง 5 กระบวน อาจไม่เป็นไปตามขั้นตอนก็ได้เพราะบางขั้นตอนถูกข้าม
ไปได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งขั้นทดลองและขั้นประเมินผล อาจจะสามารถทำได้ตลอดกระบวนการได้

3) กระบวนการนี้มีเวลาหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อยืนยันและการยอมรับนวัตกรรมมักจะ
จบลงในขั้นนี้ หลังจากนั้นจึงตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมนั้นได้ ดังนั้น มีแก้ไขกระบวนการและแสดง
แบบจำลองของกระบวนการตัดสินใจที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรมแทน (Innovation
Decision Process) ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

(3.1) ความรู้ (Knowledge) ขั้นนี้บุคคลจะรับทราบเกี่ยวกับนวัตกรรมและ
มีความเข้าใจบางอย่างเกี่ยวกับหน้าที่การทำงานของนวัตกรรม

(3.2) ชักชวนหรือสนใจ (Interest) บุคคลจะรู้สึกชอบหรือไม่ชอบการยอมรับ
นวัตกรรมนั้น เพราะมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อนวัตกรรมนั่นเอง

(3.3) ตัดสินใจ (Decision) บุคคลจะเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ ซึ่งจะ
นำไปสู่การตัดสินใจที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรม

(3.4) ยืนยัน (Confirmation) ในขั้นนี้บุคคลเสาะหาแรงเสริม (Reinforcement) เพื่อยอมรับการใช้นวัตกรรมต่อไป แต่อาจจะเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจหากพบข้อมูลขัดแย้งเกี่ยวกับนวัตกรรมภายหลังก็ได้

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.8.1 งานวิจัยในประเทศ

ณัฐชา มิตรกูธ (2556) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาวิดิทัศน์เชิงสารคดี เพื่อสร้างทัศนคติในการอุทิศตนเพื่อสังคมสำหรับครูคนตรีรุ่นใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ผลิตรีทัศน์เชิงสารคดีเพื่อสร้างทัศนคติในการอุทิศตนเพื่อสังคมสำหรับครูคนตรีรุ่นใหม่ โดยใช้อาจารย์จันทร์แรม สตรอสอบอก เป็นแบบอย่าง และ 2) เพื่อศึกษาทัศนคติในการอุทิศตนเพื่อสังคมของครูคนตรีรุ่นใหม่ก่อนและหลังรับชมวิดิทัศน์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา นิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษา สาขาวิชาคนตรีศึกษา ระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 4 ภาคปลาย ปีการศึกษา 2556 จากมหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา จำนวน 49 คน วิธิดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) แผนการผลิตวิดิทัศน์เชิงสารคดี 2) บทวิดิทัศน์ 3) แบบสัมภาษณ์สำหรับอาจารย์จันทร์แรม สตรอสอบอก และแบบสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง 4) แบบสอบถามทัศนคติก่อนและหลังชมวิดิทัศน์ จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เพื่อพัฒนาวิดิทัศน์ และนำวิดิทัศน์ไปเปิดให้นิสิตครูคนตรีรุ่นใหม่ชม เก็บข้อมูลและวิเคราะห์ผลจากแบบสอบถาม ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ผลการผลิตสื่อวิดิทัศน์เชิงสารคดี เพื่อสร้างทัศนคติในการอุทิศตนเพื่อสังคมสำหรับครูคนตรีรุ่นใหม่ ลักษณะและรายละเอียดของวิดิทัศน์เชิงสารคดีเพื่อสร้างทัศนคติในการอุทิศตนเพื่อสังคมสำหรับครูคนตรีรุ่นใหม่ แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 'เทียนเล่มหนึ่ง' เป็นบทนำที่ใช้อธิบายอัตชีวประวัติ ส่วนที่ 2 'เมื่อเทียนสุกสว่าง' เป็นการดำเนินเรื่องให้เห็นการอุทิศตนจากความประทับใจของผู้ที่เกี่ยวข้องในคริสตจักรและสถาบันการศึกษา ส่วนที่ 3 'เปลวเทียนในใจคน' เป็นจุดหักมุมที่มุ่งเน้นการอุทิศตนเพื่อทำประโยชน์เพื่อสังคมส่วนรวม และส่วนที่ 4 'จากเล่ม...สู่เล่ม' เป็นบทส่งท้ายของการอุทิศตนเพื่อสังคม และสร้างทัศนคติในการอุทิศตนเพื่อสังคมให้กับครูคนตรีรุ่นใหม่ต่อไป ตอนที่ 2 ผลจากการสร้างทัศนคติในการอุทิศตนเพื่อสังคมจากการชมวิดิทัศน์ ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการทำหน้าที่ครูคนตรีให้สมบูรณ์ ด้านความตั้งใจจริงในการทำงาน และด้านการมุ่งประโยชน์ของสังคมส่วนรวม พบว่า ครูคนตรีรุ่นใหม่เกิดทัศนคติเฉลี่ยรวมทั้ง 3 ด้านหลังชมวิดิทัศน์สูงกว่าก่อนชมวิดิทัศน์ (Mก่อน = 3.97; Mหลัง = 4.79) เมื่อเปรียบเทียบผลแต่ละด้าน พบว่า ก่อนรับชมวิดิทัศน์ครู

ดนตรีรุ่นใหม่มีทัศนคติทั้ง 3 ด้านในระดับมาก และหลังรับชมวีดิทัศน์ในระดับมากที่สุด และเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติก่อนและหลังรับชมวีดิทัศน์มากที่สุด คือ ส่วนทัศนคติที่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดที่สุดคือด้านความตั้งใจจริงในการทำงาน (Mก่อน = 3.89; Mหลัง = 4.80)

สมศักดิ์ คล้ายสังข์ (2558) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ที่มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80 และ 2) เพื่อพัฒนาสื่อออนไลน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยมุ่งพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ที่มีประสิทธิภาพและสื่อออนไลน์ในรูปแบบเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวประเภท ตลาดน้ำ และศาสนสถาน ที่ตั้งอยู่บนเส้นทางเดินทางทางน้ำในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โดยเน้นกระบวนการการมีส่วนร่วมของชุมชนวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบจัดสัดส่วน (Quota sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกจากประชากรที่มีลักษณะเป็น 5 กลุ่ม คือ ชาวบ้านในชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ประกอบอาชีพด้านการบริการนักท่องเที่ยว ปรากฏซ์ท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว จำนวนกลุ่มละ 8 คน รวม 40 คน ทำการสัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเส้นทางและทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนในการผลิตสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interviews) ประกอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Empirical Data) ที่ได้จากการเดินทางไปสำรวจสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ของผู้วิจัยส่วนการดำเนินการกระบวนการการผลิตสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์ทำการคัดเลือกผู้แทนจากกลุ่มตัวอย่าง 5 กลุ่ม จำนวน 15 คน เพื่อทำการจัดกลุ่มสนทนา (Focus Group) โดยอาศัยหลักการมีส่วนร่วมตามแนวทางการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม เพื่อลงความเห็นหาข้อบกพร่องแล้วทำการปรับปรุงเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอและทำการทดสอบประสิทธิภาพ สื่อวีดิทัศน์ตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80 ผลการวิจัยพบว่า 1) พบเส้นทางการท่องเที่ยวทางน้ำเส้นทางใหม่ตามคลองบางระมาด เรียกว่าเส้นทางไหว้พระ 9 วัด ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางด้วยเรือนำเที่ยวที่มีให้บริการอยู่ในตลาดน้ำทั้ง 4 แห่งในพื้นที่เขตตลิ่งชันไปยังวัดต่างๆ ในเส้นทาง ดังนี้ วัดโพธิ์ วัดมะกอก วัดเจ้าป่า วัดกระจิง วัดทอง(บางระมาด) วัดสมร โกฎิ วัดมณฑป วัดช่างเหล็ก และวัดตลิ่งชัน 2) ได้สื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ชุด 9 วัด ความยาว 11.35 นาที และชุด 4 ตลาดน้ำ ความยาว 9.40 นาที ซึ่งมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานในระดับ 83/86.7

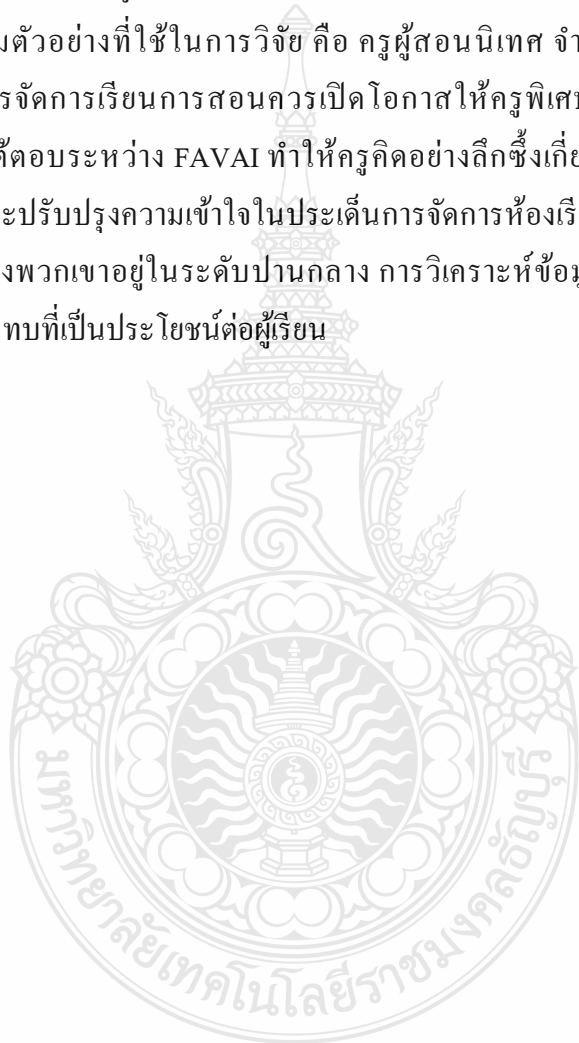
สัทยา ไชยมาตย์ และ ณิชูพงษ์ พระลัษรรักษา (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1) ผลិតสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม 2) ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดียและแอนิเมชัน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ สื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า 1) ได้สื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ในรูปแบบของรายการนำเที่ยว จำนวน 3 ตอน คือ ตอนพระธาตุนาควน ความยาว 11 นาที ตอนคู่สันตริตน์ ความยาว 11 นาที ตอน ป่าคุณลำพัน ความยาว 10 นาที 2) ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.45, S.D. = 0.80$)

อมร เจริญทักษิณายัน (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์การขึ้นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ของสำนักบริหารการเสี่ยภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ผลิตสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ให้ประชาชนใช้บริการขึ้นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต และ 2) ใช้สื่อวีดิทัศน์สร้างความเข้าใจด้านความสะดวก รวดเร็ว ความทันสมัย และปลอดภัยในการขึ้นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำมาใช้ในการผลิตสื่อวีดิทัศน์ โดยเป็นการรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการขึ้นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต และผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อวีดิทัศน์ ซึ่งใช้แบบสัมภาษณ์และแบบประเมิน โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า จากการวิเคราะห์แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของการผลิตสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์การขึ้นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตของสำนักบริหารการเสี่ยภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในเกณฑ์ระดับสมบูรณ์มาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.75 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.26 จากการวิเคราะห์แบบประเมินคุณภาพการผลิตสื่อวีดิทัศน์ อยู่ในเกณฑ์ระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.79 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.25

2.8.2 งานวิจัยต่างประเทศ

เบนสัน เอ บากาบากา (Benson A. Bakabaka, 2016) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ของครู เกี่ยวกับการวิเคราะห์วิดีโอที่ได้รับการสอนในการพัฒนาครูมืออาชีพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) การอำนวยความสะดวกในการวิเคราะห์วิดีโอของการเรียนการสอน โดยครูผู้สอนบริการที่ ลงทะเบียนเรียนในหลักสูตร BVP มีผลต่อการพัฒนาวิชาชีพของพวกเขาอย่างไร 2) การพัฒนาด้าน อาชีพนี้มีผลต่อชุมชนการเรียนรู้ของพวกเขาอย่างไร 3) อะไรคือผลลัพธ์ที่ยั่งยืนที่เป็นไปได้ของ ประสบการณ์นี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ครูผู้สอนนิเทศ จำนวน 5 คน ที่ลงทะเบียน ผลการวิจัยพบว่า การจัดการเรียนการสอนควรเปิดโอกาสให้ครูพิเศษได้มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน การไตร่ตรองแบบโต้ตอบระหว่าง FAVAI ทำให้ครูคิดอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับความรู้และการสอน ครูร่วมกันอภิปรายและปรับปรุงความเข้าใจในประเด็นการจัดการห้องเรียน การรับรู้ของครูมีผลต่อ การพัฒนาวิชาชีพของพวกเขาอยู่ในระดับปานกลาง การวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาหลักสูตร แนะนำว่าอาจมีผลกระทบที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เรียน



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ของโรงเรียนบางปะอิน “ราชานุเคราะห์ 1” จำนวน 7 ห้อง รวมนักเรียนทั้งหมด 235 คน

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ของโรงเรียนบางปะอิน “ราชานุเคราะห์ 1” จำนวน 45 คน ได้มาโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6/4 สายคณิต-ภาษา

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.2.1 ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิจัยไว้ดังนี้

- 1) วีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
- 2) แบบสอบถามทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
- 3) แบบสอบถามการยอมรับของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

3.2.2 การสร้างและพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ผู้วิจัยได้กำหนดการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาสำหรับการวิจัยไว้ ดังนี้

1) วิดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยมีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

(1.1) ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎีแนวคิด และหลักการของการพัฒนาวิดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ

(1.2) ดำเนินการสร้างวิดิทัศน์เพื่อการชี้แนะเรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

(1) รวบรวมข้อมูล เนื้อหา เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

(2) เขียนสตอรี่บอร์ด เพื่อกำหนดแนวทางการบันทึกภาพ กำหนดคำบรรยาย เสียงประกอบ รวมทั้งตัวอักษรต่างๆ โดยให้สอดคล้องกับเนื้อหา และตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังภาคผนวก ข

(3) บันทึกภาพโดยใช้กล้อง DSLR ในการบันทึกภาพตามแนวทางของสตอรี่บอร์ดที่กำหนดไว้

(4) นำภาพที่บันทึกได้มาตัดต่อและลำดับภาพ ใส่เสียงบรรยายและเสียงประกอบ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการตัดต่อ

(5) นำวิดิทัศน์ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบความถูกต้อง และให้ข้อเสนอแนะ โดยมีข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ จากนั้นนำข้อเสนอแนะมาปรับแก้ไขตามคำแนะนำ

(1.3) นำสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 คน และด้านสื่อ จำนวน 3 คน ประเมินความเหมาะสม โดยผู้เชี่ยวชาญแนะนำให้เพิ่มบทสัมภาษณ์ของผู้ที่สำเร็จการศึกษาไปแล้ว และบทสัมภาษณ์ของนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะมาปรับแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

(1.4) นำสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 45คน เพื่อหาประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80 โดยมีขั้นตอน ดังนี้

(1) ทำการทดสอบความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน จำนวน 10 ข้อ

(2) ให้นักเรียนดูวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 พร้อมเก็บข้อมูลผลการทำกิจกรรม

ตารางที่ 3.1 การจัดกิจกรรมระหว่างชมวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

การจัดกิจกรรม	เวลา/นาที
1. แนะนำวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ	5 นาที
2. เปิดวีดิทัศน์ให้นักเรียนได้รับชม	7 นาที
3. สรุปเนื้อหาสาระของวีดิทัศน์	5 นาที
4. ตอบข้อซักถามของนักเรียน	5 นาที
รวม	22 นาที

(4) ทดสอบหลังการชมวีดิทัศน์ โดยใช้แบบทดสอบชุดเดียวกับการทดสอบความรู้พื้นฐาน

(1.5) นำข้อมูลผลจากการทำกิจกรรมระหว่างชมวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ และหลังรับชมวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ มาใช้ในการหาประสิทธิภาพของวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะที่สร้างขึ้นมา ซึ่งได้ค่าประสิทธิภาพเท่ากับ 82.22/84.42 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด เมื่อนักเรียนได้ชมวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะแล้ว นักเรียนสามารถทำกิจกรรมได้ผลเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 82.22 และการประเมินหลังชมวีดิทัศน์ได้ผลเฉลี่ยรายเท่ากับร้อยละ 84.42

(1.6) สร้างแบบประเมินคุณภาพของวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยมีขั้นตอนดังนี้

(1) ศึกษารูปแบบและกระบวนการสร้างแบบประเมินคุณภาพของวิดิทัศน์
(2) กำหนดรูปแบบของแบบประเมินสำหรับเป็นแนวทางในการสร้าง เพื่อให้ผลลัพธ์ของการประเมินเป็นไปตามความต้องการ โดยแบ่งออกเป็นแบบประเมินด้านเนื้อหา และแบบประเมินด้านสื่อ

(3) สร้างแบบประเมินคุณภาพวิดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์ แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (บุญชม ศรีสะอาด, 2553, น.82) กำหนดระดับความคิดเห็น ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5	คะแนนเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง มีคุณภาพดีมาก
ระดับ 4	คะแนนเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง มีคุณภาพดี
ระดับ 3	คะแนนเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง มีคุณภาพปานกลาง
ระดับ 2	คะแนนเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง มีคุณภาพน้อย
ระดับ 1	คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง มีคุณภาพควรปรับปรุง

(4) นำแบบประเมินไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบความถูกต้อง โดยอาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำให้ปรับปรุงข้อคำถามให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ จากนั้นปรับปรุงและแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

(5) นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเหมาะสมและความสอดคล้องของคำถาม โดยผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนะให้เพิ่มข้อคำถามให้ครอบคลุมขึ้น จากนั้นดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

(6) นำแบบประเมินที่ได้รับจากผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าความสอดคล้อง ผลสรุปได้ค่าเฉลี่ยด้านสื่อเท่ากับ 0.90 และด้านเนื้อหาเท่ากับ 0.97

(7) นำแบบประเมินคุณภาพของสื่อวิดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ต่อไป

2) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เพื่อวัดความรู้ที่ได้จากการรับชม วิดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ดังนี้

(2.1) กำหนดจุดมุ่งหมาย เนื้อหา ของแบบทดสอบ

(2.2) กำหนดรูปแบบของแบบทดสอบ เป็นแบบปรนัย จำนวน 10 ข้อ 4 ตัวเลือก

(2.3) สร้างแบบทดสอบโดยให้สอดคล้องกับสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แจง เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

(2.4) ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบแก้ไขปรับปรุงให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง

(2.5) คัดเลือกแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องที่มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป แล้วนำผลมาวิเคราะห์ มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.93

(2.6) นำแบบทดสอบไปทดลองใช้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ของโรงเรียนบางปะอิน “ราชานุเคราะห์ 1” จำนวน 45 คน

3) แบบสอบถามทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ มีขั้นตอนการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

(3.1) ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถามทัศนคติจากเอกสาร และทฤษฎีการสร้างแบบสอบถามทัศนคติของนักเรียน จำนวน 11 ข้อ โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ ขอบเขตเนื้อหา เป็นต้น

(3.2) ดำเนินการสร้างแบบสอบถามทัศนคติ เป็นแบบการจัดลำดับของ (Likert) โดยกำหนดค่าระดับทัศนคติเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545, น.165-166)

ระดับ 5 คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด

ระดับ 4 คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มาก

ระดับ 3 คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ปานกลาง

ระดับ 2 คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง น้อย

ระดับ 1 คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

(3.3) นำแบบสอบถามทัศนคติไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข

(3.4) นำแบบสอบถามทัศนคติให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามให้มีความเหมาะสมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถามเพื่อการออกแบบสอบถามทัศนคติของของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้ (ภัทรพร เกษสังข์, 2549, น.138)

- +1 หมายถึง แนใจว่าข้อคำถามนี้มีความสอดคล้องตรงกับการออกแบบ
สอบถามทัศนคติของของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
- 0 หมายถึง ไม่แนใจว่าข้อคำถามนี้มีความสอดคล้องตรงกับการออกแบบ
สอบถามทัศนคติของของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
- 1 หมายถึง แนใจว่าข้อคำถามนี้ไม่สอดคล้องกับการออกแบบสอบถาม
ทัศนคติของของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป โดยค่าดัชนี
ความสอดคล้องในการวิจัยครั้งนี้อยู่ที่ 1.0

(3.5) นำแบบสอบถามทัศนคติไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 45 คน

(3.6) นำคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติใน
การหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4) แบบสอบถามการยอมรับของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ มีขั้นตอนการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

(4.1) ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถามการยอมรับจากเอกสาร และทฤษฎีการ
สร้างแบบสอบถามการยอมรับของนักเรียน จำนวน 10 ข้อ โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความ
ถูกต้องของเนื้อหา ความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ ขอบเขตเนื้อหา เป็นต้น

(4.2) ดำเนินการสร้างแบบสอบถามการยอมรับ เป็นแบบการจัดลำดับของ (Likert
Scale) โดยกำหนดค่าระดับการยอมรับเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (นลินี ฅ นคร, 2546, น.165)

ระดับ 5 คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง การยอมรับมากที่สุด

ระดับ 4 คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง การยอมรับมาก

ระดับ 3 คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง การยอมรับปานกลาง

ระดับ 2 คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง การยอมรับน้อย

ระดับ 1 คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง การยอมรับน้อยที่สุด

(4.3) นำแบบสอบถามการยอมรับไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง
แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข

(4.4) นำแบบสอบถามการยอมรับให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความ
สอดคล้องของข้อคำถามให้มีความเหมาะสมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ โดยใช้
ค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถามเพื่อการออกแบบสอบถามการยอมรับของของนักเรียนชั้น
มัธยมศึกษาปีที่ 6 มีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้ (ภัทรพร เกษสังข์, 2549, น.138)

- +1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามนี้มีความสอดคล้องตรงกับการออกแบบ
สอบถามการยอมรับของของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนี้มีความสอดคล้องตรงกับการออกแบบ
สอบถามการยอมรับของของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6
- 1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามนี้ไม่สอดคล้องกับการออกแบบสอบถาม
การยอมรับของของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป โดยค่าดัชนีความสอดคล้องในการวิจัยครั้งนี้อยู่ที่ 1.0 และมีข้อเสนอแนะให้เพิ่มหัวข้อ โรงเรียนจัดให้มีสถานศึกษาเข้ามาแนะแนว

(4.5) นำแบบสอบถามการยอมรับไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 45 คน

(4.6) นำคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติในการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการดังนี้

3.3.1 ดำเนินการติดต่อทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ เพื่อขอเข้าไปแนะนำแนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ไปที่โรงเรียนบางปะอิน “ราชานุเคราะห์ 1” เนื่องจากเป็น โรงเรียนในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งเป็นจังหวัดที่ตั้งของมหาวิทยาลัย และทดลองใช้สื่อในการทำวิจัย

3.3.2 เตรียมสถานที่และเครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง คือ ห้องเรียนหรือปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ของโรงเรียนบางปะอิน “ราชานุเคราะห์ 1”

3.3.3 เปิดวิดิทัศน์เพื่อการชี้แจง เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างได้รับชม โดยใช้โปรแกรมสำหรับเล่นวิดิทัศน์ ผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ แล้วสังเกตพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดิทัศน์

3.3.4 หลังจากกลุ่มตัวอย่างรับชมวิดิทัศน์จะเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ซักถามในประเด็นต่างๆ ที่ยังไม่เข้าใจ

3.3.5 ให้นักเรียนตอบแบบสอบถามทัศนคติ และแบบสอบถามการยอมรับของนักเรียนที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ หลังจากรับชมวีดิทัศน์เพื่อการชี้แจง เรื่อง การประชา สัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

3.3.6 ดำเนินการบันทึกข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทัศนคติ และแบบสอบถามการยอมรับของนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย และนำผลมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักสถิติ ดังนี้

3.4.1 การหาค่าเฉลี่ย (Mean) จากสูตร (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ, 2540, น.53)

$$\bar{X} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ \bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย
 $\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 N แทน จำนวนนักเรียนในกลุ่มตัวอย่าง

3.4.2 การหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จากสูตร (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ, 2540, น. 53)

$$S.D. = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 N แทน จำนวนนักเรียนในกลุ่มตัวอย่าง
 $\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 $(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

3.4.3 การหาค่าดัชนีความสอดคล้อง โดยใช้สูตรของ โรเนลลี และ แฮมเบิลตัน (Rovinelli & Hambleton) (ภัทรพร เกษสังข์, 2549, น.138)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ	IOC	แทน	ดัชนีความสอดคล้อง
	$\sum R$	แทน	ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
	N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ผู้วิจัยขอแนะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

4.1 ผลการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

4.2 ผลการศึกษาทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

4.3 ผลการศึกษาการยอมรับของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

4.1 ผลการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

ผู้วิจัยนำเสนอ ดังนี้

4.1.1 ผลการประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยในเรื่อง การหาประสิทธิภาพของสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ด้านสื่อและด้านเนื้อหา ดังแสดงในตารางที่ 4.1 และตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ

รายการประเมิน	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ความเหมาะสมของเรื่อง	4.33	0.47	ดีมาก
2. ความชัดเจนของภาพ	4.67	0.58	ดีมาก
3. ความชัดเจนของเสียงบรรยาย	4.33	0.47	ดีมาก
4. ความเหมาะสมกลมกลืนของเสียงดนตรี	4.33	0.47	ดีมาก
5. ความต่อเนื่องของรายการที่นำเสนอ	4.33	0.47	ดีมาก
6. ความเหมาะสมของลักษณะของตัวอักษร	4.33	0.47	ดีมาก
7. ความเหมาะสมของเทคนิคการผลิต	3.67	0.47	ดี
8. ความเหมาะสมของเวลาในการนำเสนอ	4.33	0.47	ดีมาก
9. การนำเสนอเรื่อง เสนอเนื้อหา และสรุป	4.33	0.47	ดีมาก
10. เสียงดนตรีประกอบ	4.33	0.47	ดีมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.30	0.48	ดีมาก

จากตารางที่ 4.1 พบว่า คุณภาพด้านสื่อโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความชัดเจนของภาพ มีคุณภาพเป็นอันดับ 1 อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 รองลงมา ความชัดเจนของเสียงบรรยาย ความชัดเจนของเสียงบรรยาย ความเหมาะสมกลมกลืนของเสียงดนตรี ความต่อเนื่องของรายการที่นำเสนอ ความเหมาะสมของลักษณะของตัวอักษร ความเหมาะสมของเวลาในการนำเสนอ การนำเสนอเรื่อง เสนอเนื้อหา และสรุป และเสียงดนตรีประกอบ อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และความเหมาะสมของเทคนิคการผลิต อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์แบบประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะเรื่อง การประชาสัมพันธ์
 แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียน
 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

รายการประเมิน	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ความสอดคล้องของเนื้อหากับวัตถุประสงค์	4.67	0.58	ดีมาก
2. ปริมาณเนื้อหา มีความเหมาะสม	4.33	0.47	ดีมาก
3. การบรรยายเนื้อหา มีความเหมาะสมกับผู้เรียน	4.33	0.47	ดีมาก
4. ความเหมาะสมของเนื้อหากับระดับของผู้เรียน	4.33	0.47	ดีมาก
5. การนำเสนอ เนื้อหา และสรุปเนื้อหา	4.33	0.47	ดีมาก
6. การแยกเนื้อหาแต่ละเรื่องเด่นชัด และชัดเจน	4.33	0.47	ดีมาก
7. การใช้ภาษาถูกต้อง ชัดเจน เหมาะสมกับผู้เรียน	4.33	0.47	ดีมาก
8. ความเหมาะสมของการใช้ภาษา	4.33	0.47	ดีมาก
9. เนื้อหาส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ไม่ขัดต่อความมั่นคงของชาติ	4.33	0.47	ดีมาก
10. เนื้อหาสามารถเข้าใจความหมายได้ง่าย	4.33	0.47	ดีมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.36	0.48	ดีมาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า คุณภาพด้านเนื้อหาโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความสอดคล้องของเนื้อหากับวัตถุประสงค์ มีคุณภาพเป็นอันดับ 1 อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 รองลงมา ปริมาณเนื้อหา มีความเหมาะสม การบรรยายเนื้อหา มีความเหมาะสมกับผู้เรียน ความเหมาะสมของเนื้อหากับระดับของผู้เรียน การนำเสนอ เนื้อหา และสรุปเนื้อหา การแยกเนื้อหาแต่ละเรื่องเด่นชัด และชัดเจน การใช้ภาษาถูกต้อง ชัดเจน เหมาะสมกับผู้เรียน ความเหมาะสมของการใช้ภาษา เนื้อหาส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ไม่ขัดต่อความมั่นคงของชาติ และ เนื้อหาสามารถเข้าใจความหมายได้ง่าย อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ตามลำดับ

4.1.2 ผลการหาประสิทธิภาพสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แจง เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงผลการหาประสิทธิภาพของสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แจง เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 45 คน

	คะแนนระหว่างทำกิจกรรมชมวีดิทัศน์ (E_1)	คะแนนหลังชมวีดิทัศน์ (E_2)
	เต็ม 10 คะแนน	เต็ม 10 คะแนน
รวมคะแนน	370	379
เฉลี่ยร้อยละ	82.22	84.42

จากตารางที่ 4.3 พบว่า สื่อวีดิทัศน์มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 กล่าวคือ E_1/E_2 มีค่าเท่ากับ 82.22/84.42 เมื่อนักเรียนได้ชมวีดิทัศน์เพื่อการชี้แจง เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิแล้ว ผู้เรียนสามารถทำกิจกรรมได้ผลคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 82.22 และการประเมินหลังชมวีดิทัศน์ด้วยการทำแบบทดสอบ ได้คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 84.42 แสดงว่าสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แจง เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

4.2 ผลการศึกษาทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ดังแสดงตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงผลการประเมินทัศนคติของทัศนคติของนักเรียนที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

รายการประเมิน	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ด้านภูมิหลัง			
1.1 รายได้ของผู้ปกครองมีผลต่อการเลือกสาขาในการเรียน	4.16	0.59	มาก
1.2 อาชีพของผู้ปกครองมีผลต่อการเลือกสาขาในการเรียน	4.09	0.55	มาก
เฉลี่ย	4.13	0.57	มาก
2. ด้านสภาพแวดล้อม			
2.1 มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ	4.91	0.28	มากที่สุด
2.2 สภาพแวดล้อมในมหาวิทยาลัยเอื้อต่อการจัดการเรียนการสอน	4.71	0.45	มากที่สุด
2.3 มีแหล่งเรียนรู้ที่เพียงพอ	4.44	0.62	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.69	0.45	มากที่สุด
3. ด้านหลักสูตร			
3.1 หลักสูตรทันสมัยตรงตามความต้องการของผู้เรียน	4.22	0.63	มากที่สุด
3.2 หลักสูตรเป็นที่ยอมรับตรงตามความต้องการของตลาดงาน	4.56	0.58	มากที่สุด
3.3 หลักสูตรครอบคลุมทุกสาขาอาชีพของตลาดงาน	4.15	0.58	มาก
เฉลี่ย	4.34	0.62	มากที่สุด
4. การจัดการเรียนการสอน			
4.1 วัสดุที่ทันสมัยในการจัดการเรียนการสอน	4.62	0.57	มากที่สุด
4.2 มีการใช้สื่อการเรียนการสอนจากสภาพจริง	4.11	0.80	มาก
4.3 การจัดการเรียนการสอนหลายรูปแบบทำให้เรียนรู้ได้	4.82	0.38	มากที่สุด
หลากหลาย			
เฉลี่ย	4.52	0.58	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.42	0.56	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 พบว่า นักเรียนมีทัศนคติต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักเรียนมีทัศนคติด้านสภาพแวดล้อม อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 รองลงมา ด้านการ

จัดการเรียนการสอน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 และด้านหลักสูตร อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ตามลำดับ

4.3 ผลการศึกษาการยอมรับของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ผลการศึกษาการยอมรับของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ แสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงผลประเมินการยอมรับของนักเรียนที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

รายการประเมิน	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำด้านวิชาชีพและเทคโนโลยีและเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านวิชาชีพ	4.64	0.48	มากที่สุด
2. เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในสังคมและชุมชน	4.60	0.49	มากที่สุด
3. เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีระบบการจัดการศึกษาที่เพียงพอต่อการเรียนรู้	4.53	0.50	มากที่สุด
4. เป็นสถาบันการศึกษาอันทรงเกียรติ	4.80	0.40	มากที่สุด
5. การจัดการเรียนการสอนที่ทันสมัย	4.58	0.54	มากที่สุด
6. ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงที่มีคุณภาพในการจัดการเรียนการสอน	4.49	0.50	มากที่สุด
7. ผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน	4.44	0.54	มากที่สุด
8. พัฒนากำลังคนด้านวิชาชีพและเทคโนโลยีขั้นสูง	4.47	0.54	มากที่สุด
9. ส่งเสริมการทำนุบำรุงศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	4.38	0.48	มากที่สุด
10. พัฒนาสังคม และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ	4.56	0.50	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.55	0.50	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.5 พบว่า นักเรียนยอมรับต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า นักเรียนยอมรับว่าเป็นสถาบันการศึกษาอันทรงเกียรติ เป็นอันดับ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 รองลงมาเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำด้านวิชาชีพและเทคโนโลยีเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านวิชาชีพ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 และเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในสังคมและชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ตามลำดับ



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ผู้วิจัย ได้นำเสนอ สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ ดังต่อไปนี้คือ

5.1.1 ผลการประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ด้านสื่อ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความชัดเจนของภาพมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.67 รองลงมาความชัดเจนของเสียงบรรยาย ความชัดเจนของเสียงบรรยาย ความเหมาะสมกลมกลืนของเสียงดนตรี ความต่อเนื่องของรายการที่นำเสนอ ความเหมาะสมของลักษณะของตัวอักษร ความเหมาะสมของเวลาในการนำเสนอ การนำเสนอเนื้อหา และสรุป และเสียงดนตรีประกอบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และความเหมาะสมของเทคนิคการผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ตามลำดับ ด้านเนื้อหา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความสอดคล้องของเนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.67 รองลงมาปริมาณเนื้อหาที่มีความเหมาะสม การบรรยายเนื้อหาที่มีความเหมาะสมกับผู้เรียน ความเหมาะสมของเนื้อหาเกี่ยวกับระดับของผู้เรียน การนำเสนอเนื้อหา และสรุปเนื้อหา การแยกเนื้อหาแต่ละเรื่องเด่นชัด และชัดเจน การใช้ภาษาถูกต้อง ชัดเจน เหมาะสมกับผู้เรียน ความเหมาะสมของการใช้ภาษา เนื้อหาส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ไม่ขัดต่อความมั่นคงของชาติ และเนื้อหาสามารถเข้าใจความหมายได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และผลการหาประสิทธิภาพสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 พบว่า สื่อวีดิทัศน์มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ $80/80$ กล่าวคือ E_1/E_2 มีค่าเท่ากับ $82.22/84.42$ เมื่อนักเรียนได้ชมวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิแล้ว ผู้เรียนสามารถทำกิจกรรมได้ผลคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 82.22 และการประเมินหลังชมวีดิทัศน์ด้วยการทำแบบทดสอบ ได้คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 84.42

แสดงว่าสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

5.1.2 ผลการศึกษาทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ พบว่า นักเรียนมีทัศนคติต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ โดยภาพรวมมีทัศนคติอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักเรียนมีทัศนคติด้านสภาพแวดล้อม อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 รองลงมา ด้านการจัดการเรียนการสอน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 และด้านหลักสูตร อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ตามลำดับ

5.1.3 ผลการศึกษายอมรับของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ พบว่า นักเรียนยอมรับต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักเรียนยอมรับว่าเป็นสถาบันการศึกษาอันทรงเกียรติ เป็นอันดับ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 รองลงมา เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำด้านวิชาชีพและเทคโนโลยีเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านวิชาชีพ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 และเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในสังคมและชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ตามลำดับ

5.2 การอภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ซึ่งผลการวิจัยนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

5.2.1 การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 การประเมินคุณภาพด้านสื่อ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความชัดเจนของภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.67 รองลงมา ความชัดเจนของเสียงบรรยาย ความชัดเจนของเสียงบรรยาย ความเหมาะสมกลมกลืนของเสียงดนตรี ความต่อเนื่องของรายการที่นำเสนอ ความเหมาะสมของลักษณะของตัวอักษร ความเหมาะสมของเวลาในการนำเสนอ การนำเสนอเนื้อหา และสรุป และเสียงดนตรีประกอบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และความเหมาะสมของเทคนิคการผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าสื่อวีดิทัศน์มีคุณภาพด้านสื่อที่ดีมาก ทั้งด้านความชัดเจนของภาพ ความชัดเจนของเสียงบรรยาย เสียงต่างๆ รวมทั้งตัวอักษร ด้านเนื้อหา พบว่า

โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความสอดคล้องของเนื้อหา กับวัตถุประสงค์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 รองลงมา ปริมาณเนื้อหา มีความเหมาะสม การบรรยายเนื้อหา มีความเหมาะสมกับผู้เรียน ความเหมาะสมของเนื้อหา กับระดับของผู้เรียน การนำเรื่อง เสนอเนื้อหา และสรุปเนื้อหา การแยกเนื้อหาแต่ละเรื่องเด่นชัด และชัดเจน การใช้ภาษาถูกต้อง ชัดเจน เหมาะสม กับผู้เรียน ความเหมาะสมของการใช้ภาษา เนื้อหาส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ไม่ขัดต่อความมั่นคง ของชาติ และเนื้อหาสามารถเข้าใจความหมายได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เมื่อวิเคราะห์จากทุก ๆ ด้าน จะเห็นได้ว่า วัตถุประสงค์เพื่อการชี้แจง เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีคุณภาพที่ดีมาก สามารถ นำเสนอได้ตรงตามวัตถุประสงค์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อมร เจริญทัศนิกนิยานัน (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การผลิตสื่อวีดิทัศน์ เพื่อประชาสัมพันธ์การยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่าน อินเทอร์เน็ต ของสำนักบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ผลิตสื่อวีดิทัศน์ รณรงค์ให้ประชาชนใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต และ 2) ใช้สื่อวีดิทัศน์สร้างความเข้าใจด้านความสะดวก รวดเร็ว ความทันสมัย และปลอดภัยในการยื่น แบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ผลการวิจัยพบว่า จากการวิเคราะห์แบบ ประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของการผลิตสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์การ ยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตของสำนักบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์ อยู่ใน เกณฑ์ระดับสมบูรณ์มาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.75 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.26 จากการวิเคราะห์แบบประเมินคุณภาพการผลิตสื่อวีดิทัศน์ อยู่ในเกณฑ์ระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.79 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.25 และผลการหาประสิทธิภาพ พบว่า สื่อวีดิทัศน์ มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 กล่าวคือ E_1/E_2 มีค่าเท่ากับ 82.22/84.42 เมื่อนักเรียนได้ชมวีดิทัศน์ เพื่อการชี้แจง เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล สุวรรณภูมิแล้ว ผู้เรียนสามารถทำกิจกรรมได้ผลคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 82.22 และการประเมินหลังชม วีดิทัศน์ด้วยการทำแบบทดสอบ ได้คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 84.42 แสดงว่าสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แจง เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ จะเห็นได้ว่า คะแนนประเมินเฉลี่ยหลังชมวีดิทัศน์มีคะแนนที่สูง ซึ่งสามารถบอกได้ว่าสื่อมีประสิทธิภาพดีมาก นักเรียนสามารถเข้าใจเนื้อหาได้ดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมศักดิ์ คล้ายสังข์ (2560) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และ สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการ ท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อวีดิทัศน์

ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตคลังชั้น กรุงเทพมหานคร ที่มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80

5.2.2 ผลการศึกษาทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ พบว่านักเรียนมีทัศนคติต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักเรียนมีทัศนคติด้านภูมิหลังเกี่ยวกับรายได้ของผู้ปกครองมีผลต่อการเลือกสาขาในการเรียน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมา อาชีพของผู้ปกครองมีผลต่อการเลือกสาขาในการเรียน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ด้านสภาพแวดล้อม นักเรียนมีทัศนคติเกี่ยวกับมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.91 รองลงมา สภาพแวดล้อมในมหาวิทยาลัยเอื้อต่อการจัดการเรียนการสอน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 และมีแหล่งเรียนรู้ที่เพียงพอ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ตามลำดับ ด้านหลักสูตร นักเรียนมีทัศนคติเกี่ยวกับหลักสูตรเป็นที่ยอมรับตรงตามความต้องการของตลาดงาน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 หลักสูตรทันสมัยตรงตามความต้องการของผู้เรียน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และหลักสูตรครอบคลุมทุกสายอาชีพของตลาดงาน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ด้านการจัดการเรียนการสอน นักเรียนมีทัศนคติเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนหลายรูปแบบทำให้เรียนรู้ได้หลากหลาย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 ใช้สื่อที่ทันสมัยในการจัดการเรียนการสอน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 และมีการใช้สื่อการเรียนการสอนจากสภาพจริง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐชา มิตรกูฏ (2556) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาวิดิทัศน์เชิงสารคดีเพื่อสร้างทัศนคติในการอุทิศตนเพื่อสังคมสำหรับครูคนตรีรุ่นใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ผลิวิดิทัศน์เชิงสารคดีเพื่อสร้างทัศนคติในการอุทิศตนเพื่อสังคมสำหรับครูคนตรีรุ่นใหม่ โดยใช้อาจารย์จันทร์แรม สตรอสบอ ก เป็นแบบอย่าง และ 2) ศึกษาทัศนคติในการอุทิศตนเพื่อสังคมของครูคนตรีรุ่นใหม่ก่อนและหลังรับชมวิดิทัศน์ ผลการวิจัยพบว่า ผลจากการสร้างทัศนคติในการอุทิศตนเพื่อสังคมจากการชมวิดิทัศน์ ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการทำหน้าที่ครูคนตรีให้สมบูรณ์ ด้านความตั้งใจจริงในการทำงาน และด้านการมุ่งประโยชน์ของสังคมส่วนรวม พบว่า ครูคนตรีรุ่นใหม่เกิดทัศนคติเฉลี่ยรวมทั้ง 3 ด้านหลังชมวิดิทัศน์สูงกว่าก่อนชมวิดิทัศน์ (Mก่อน =3.97; Mหลัง =4.79) เมื่อเปรียบเทียบผลแต่ละด้าน พบว่า ก่อนรับชมวิดิทัศน์ ครูคนตรีรุ่นใหม่มีทัศนคติทั้ง 3 ด้านในระดับมาก และหลังรับชมวิดิทัศน์ในระดับมากที่สุด และเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติก่อนและหลังรับชมวิดิทัศน์มากที่สุด คือ ส่วนทัศนคติที่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดที่สุด คือ ด้านความตั้งใจจริงในการทำงาน (Mก่อน =3.89; Mหลัง =4.80)

5.2.3 ผลการศึกษาการยอมรับของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ พบว่า นักเรียนยอมรับต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักเรียนยอมรับว่าเป็นสถานศึกษาอันทรงเกียรติ เป็นอันดับ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 รองลงมา เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำด้านวิชาชีพและเทคโนโลยีเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านวิชาชีพ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 และเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในสังคมและชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่า สื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้นำนี้สามารถถ่ายทอดความรู้ เนื้อหาต่างๆ ให้นักเรียนได้เรียนรู้อย่างเป็นระบบจนเกิดการจูงใจและการยอมรับในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ อยู่ในระดับที่มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของฟอสเตอร์ (Foster, 1973, pp.146-147) ว่าประชาชนได้เรียนรู้โดยผ่านการศึกษา สามารถบรรยายได้โดยผ่านขั้นการเรียนรู้การยอมรับจะเกิดขึ้นได้หากมีเรียนรู้ด้วยตนเอง และการเรียนรู้จะได้ผลดี และ โรเจอร์ และ ชูเมคเกอร์ (Rogers & Shoemaker, 1973) ให้ความหมายของการยอมรับ ว่าเป็นกระบวนการทางจิตใจของบุคคลแต่ละคน que เริ่มต้นตั้งแต่การรับรู้ข่าวเกี่ยวกับนวัตกรรม หรือเทคโนโลยีหนึ่งๆ ไปจนถึงการยอมรับเอาเทคโนโลยีนั้นๆ ไปใช้อย่างเปิดเผย

ข้อสังเกต ระหว่างที่นักเรียนรับชมวีดิทัศน์เพื่อการชี้นำ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 พบว่า นักเรียนมีความสนใจในตัววีดิทัศน์นี้เป็นอย่างมาก สืบเนื่องจากนักเรียนให้ความสนใจในบรรยากาศห้องเรียน การจัดการเรียนการสอน รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัย และหลังจากที่นักเรียนได้รับชมวีดิทัศน์จบ นักเรียนได้มีคำถามเกี่ยวกับหลักสูตรต่างๆ ที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัย ซึ่งไม่สามารถนำมาใส่ในวีดิทัศน์ได้หมด

5.3 ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.3.1.1 ควรนำสื่อวีดิทัศน์ไปใช้ร่วมกับสื่ออื่นๆ เช่น เอกสารแนะนำมหาวิทยาลัย แผ่นพับ โปสเตอร์ เป็นต้น เพื่อให้ให้นักเรียนได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนทุกด้าน

5.3.1.2 ควรมีบทสัมภาษณ์ของนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย และนักเรียนที่ประสบความสำเร็จหลังจบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

5.3.1.3 ควรเพิ่มช่องทางการติดต่อในสื่อวีดิทัศน์ เพื่อให้นักเรียนสามารถสอบถาม
ข้อมูลเพิ่มเติมได้

5.3.1.4 ควรเพิ่มความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมของ
กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรมีการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ด้านการประชาสัมพันธ์ กับช่องทางประชาสัมพันธ์
ในรูปแบบอื่น ๆ เพื่อให้ครอบคลุมกับกลุ่มเป้าหมาย

5.3.2.2 ควรมีการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ในรูปแบบอื่นๆ โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายและ
สภาพแวดล้อม เช่น การนำเสนอในรูปแบบของบทบาทสมมุติ เป็นต้น



บรรณานุกรม

- กิดานันท์ มลิทอง. (2536). เทคโนโลยีการศึกษาร่วมสมัย (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์.
- ฉัตรชัย ปันชาติ. (2545). เจตคติต่อการเรียนการสอนวิชาสังคมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนเอกชนจังหวัดเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2546). การผลิตชุดการเรียนรู้ทางอิเล็กทรอนิกส์. กรุงเทพฯ: เอ็มพันธ์.
- _____. (2556). การทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอน. วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย, 5(1), 7-19.
- ไชยยศ เรืองสุวรรณ. (2533). เทคโนโลยีการศึกษา : ทฤษฎีและการวิจัย. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ฉรงค์ สมพงษ์. (2535). สื่อเพื่อการส่งเสริมและเผยแพร่ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โอ เอส พรินต์ติ้งเฮ้าส์.
- ณัฐชา มิตรกูฏ. (2556). การพัฒนาวิดิทัศน์เชิงสารคดีเพื่อสร้างทัศนคติในการอุทิศตนเพื่อสังคมสำหรับครูคนรุ่นใหม่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- ดิเรก ฤกษ์ห่วย. (2559). การนำการเปลี่ยนแปลงเน้นกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นลินี ฌ นคร. (2546). เครื่องมือการวิจัย. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2533). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- _____. (2545). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- _____. (2553). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญเที่ยง จุ้ยเจริญ. (2543). โททัศน์เพื่อการศึกษา ในเอกสารการสอน สาขาศึกษาศาสตร์หน่วยที่ 9. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ปฐนียา ศิริประพฤทธิ. (2548). กระบวนการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจในการจัดการความรู้ขององค์กรที่ได้รับรางวัลด้านคุณภาพ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประทีน คล้ายนาค. (2545). การผลิตรายการโทรทัศน์ทางการศึกษา. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2523). การสอนสุขศึกษาทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ปวีรบรรต สมนึก. (2558). การพัฒนานวัตกรรมการเรียนการสอนโดยใช้สื่อวีดิทัศน์เพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง “ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว”. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ภัทรพร เกษสังข์. (2549). การวิจัยทางการศึกษา. เลข: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- กานุกงศ์ เสกทวิลาภ. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมการใช้ Cloud Storage ในระดับ Software-as-a-Service (SaaS) ของพนักงานองค์กรเอกชนในเขตพื้นที่เศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุคส์.
- โรงเรียนมัธยมบ้านบางกะปิ. (2561). การเรียนต่อ. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/mbpguide/information/education6/way6>.
- รุ่งนภา บุญคุ้ม. (2536). ทศนคติของพัฒนากรตอนนโยบายการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด : กรณีศึกษา ศูนย์ช่วยเหลือทางวิชาการพัฒนาชุมชน เขตที่ 3. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2540). สถิติวิทยาการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาสน์.
- วชิระ อินทร์อุดม. (2539). ในเอกสารประกอบการสอนวิชา 212703 การผลิตวีดิทัศน์เพื่อการศึกษา. ขอนแก่น: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2561). การรับบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย. สืบค้นจาก https://th.wikipedia.org/wiki/การรับบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย#ระบบคัดเลือกเข้าอุดมศึกษากลาง_TCAS
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2546). การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วุฒิชัย ประสารสอย. (2543). บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน นวัตกรรมเพื่อการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: วี เจ พรินติ้ง.
- สมศักดิ์ คล้ายสังข์. (2558). การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตลิ่งชัน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สัทยา ไชยมาตย์ และ ญัฐพงษ์ พระลับริกษา. (2559). การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุชาติ โสมประยูร. (2520). การสอนสุขศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2541). 108 การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: ไคมอนด์ อิน บิสซิเนส เวิร์ด.
- เสาวนีย์ ลิกขาบัณฑิต. (2525). การเรียนการสอนรายบุคคล. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- เสาวนีย์ ลิกขาบัณฑิต. (2528). การผลิตวัสดุเทคโนโลยีทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- อริพร ศรียมก. (2525). ในเอกสารการสอนชุดวิชาสื่อการสอนระดับมัธยมศึกษา หน่วยที่ 11-15. กรุงเทพฯ: คราฟแมน เพรส.
- อมร เจริญฤทธิชัย. (2559). การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์การยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ของสำนักบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษาด้านเทคโนโลยีการศึกษา). วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม.
- Allport, G., W. (1935). **Attitudes. In Handbook of social psychology.** Edited by C. Murchison, Worcester, MA: Clark Univ. Press.
- Bakabaka, Benson, A. (2016). **Teacher Perceptions of Facilitated Video Analysis of Instruction in Teacher Professional Development.** North Dakota: University of North Dakota.
- Baskin, Aronoff and Lattimore. (1997). **Public Relation. the profession and the practice.** Chicago: Brown & Benchmark Baskin.
- Baum, D., E. & Chastain, T., G. (1972). **Training Packages an Innovation Approach for Increasing IMP/RMP Potential for In-Service Training in Special Education in Learning Packages in American Education.** New Jersey: Prentice-Hall.
- Cronbach, Lee Joseph. (1990). **Essential of Psychological Testing (5th ed.).** New York: Harper Collins.
- Cutlip, S., M. & Center, A., H. (1978). **Effective Public Relations (5th ed.).** Englewood Cliff, NJ: Prentice-Hall.
- Davis, James A. (1973). **Elementary Survey Analysis Prentice.** Englewood Cliff, NJ: [n.p.].
- Foster, George M. (1973). **Tradition Societies and Technological Change.** New York: Harper and Row.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Gagne, Robert M. (1985). **The Conditions of Learning and Theory of Instruction**. New York: Holt, Rinehart, and Winston.
- Good, Carter V. (1973). **Dictionary of Education**. New York: McGraw-Hill.
- Gregory, J., R & Wiechmann. (1979). **Marketing Corporate Image**. Chicago: NTC Publishing Group.
- Grunig, J., E. & Hunt, T. (1984). **Managing public relations**. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Hilgard, E., R. (1976). **Introduction of Psychology**. New York: Harcourt Brace and World.
- Kelman, Herbert C. (1967). **Compliance, Attitude Theory and Measurement**. New York: John Wiley and Sons.
- Likert, R. (1932). **A technique for the measurement of attitudes**. *Archives of Psychology*. New York: New York University.
- Marston John, E. (1979). **Modern public relations**. New York: McGraw Hill.
- Merrienboer, J., G. (1997). **Training Complex Cognitive Skills. A four-Components Instructional Design Models for Technical Training**. New jersey: Educational Technology Publications.
- Newcomb, T., M. (1954). **Social psychology**. New York: Dryden Press.
- Perkins, D. (1992). **Technology meets constructivism. Do they make a marriage**. In T. Duffy & D.Jonassen, **Constructivism and the technology of instruction: A conversation**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Pressey, S., L.; Robinson, F., P. & Horrocks, J., E. (1959). **Psychology in Education**. New York: Harper - Collins.
- Rogers, E., M. (1973). **Communication strategies for family planning**. New York: Free Press.
- Rokeach, Milton. (1970). **Beliefs, Attitudes and Values**. San Francisco: Jossey Basso.
- Sternberg, Robert J. (2002). **Cognitive Psychology**. Belmont, CA: Wadsworth.
- Thurstone, L., L. (1967). **Reading in Attitude Theory and Measurement**. New York: John Wiley and Sons.

ภาคผนวก





ภาคผนวก ก

- รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย
- หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญ

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ผู้เชี่ยวชาญด้านวัดและประเมินผล

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรศักดิ์ เชี่ยวชาญ
อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน
2. ดร.อนุรักษ์ เมฆพะโยม
ผู้ช่วยอธิการบดี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมลพรรณ เพชรสมบัติ
อาจารย์ประจำภาควิชาการศึกษา สาขาการบริหารการศึกษา
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ผู้เชี่ยวชาญด้านด้านสื่อ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงวิทย์ เจริญกิจชนลาภ
รองอธิการบดี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
2. ดร.สรชัย ชวรางกูร
รองอธิการบดีด้านกิจการนักศึกษาและกิจการพิเศษ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
3. ดร.อาณัติ รัตนธิรกุล
อาจารย์สาขาวิชาระบบสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงวิทย์ เจริญกิจชนลาภ
รองอธิการบดี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

2. ดร.สรชัย ชวรางกูร

รองอธิการบดีด้านกิจการนักศึกษาและกิจการพิเศษ

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

3. ดร.อาณัติ รัตนธิรกุล

อาจารย์สาขาวิชาระบบสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ





ที่ ศธ ๐๕๗๘.๐๒ / ๐๙๖๐

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
ต.คลองหก อ.คลองหลวง
จ.ปทุมธานี ๑๒๑๑๐

กัณยายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.อนุรักษ์ เมฆพะโยม

เนื่องด้วย นายสุบิน เอกจิตต์ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่องการประชาสัมพันธ์ แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนที่ศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ ๖ โดยมี ดร.นฤมล เทพนวล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ พิจารณาเห็นว่า ท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความสามารถอย่างดียิ่ง คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมจึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบ เครื่องมือวิจัยให้แก่ นายสุบิน เอกจิตต์ เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อานนท์ นียมผล)
คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

งานบัณฑิตศึกษา
โทร. ๐๒ ๕๔๙ ๓๒๐๕
โทรสาร ๐๒ ๕๗๗ ๓๒๐๗

ที่ ศธ ๐๕๗๘.๐๒ / ๐๕๖๐



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
ต.คลองหก อ.คลองหลวง
จ.ปทุมธานี ๑๒๑๑๐

กัณยาน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.สรชัย ขวรางกูร

เนื่องด้วย นายสุบิน เอกจิตต์ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่องการประชาสัมพันธ์ แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนที่ศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ ๖ โดยมี ดร.นฤมล เทพนวล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ พิจารณาเห็นว่า ท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความสามารถอย่างยิ่ง คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมจึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบ เครื่องมือวิจัยให้แก่ นายสุบิน เอกจิตต์ เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อานนท์ นิยมผล)
คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

งานบัณฑิตศึกษา

โทร. ๐๒ ๕๔๙ ๓๒๐๕

โทรสาร ๐๒ ๕๗๗ ๓๒๐๗



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม งานบัณฑิตศึกษา โทร. ๐๒ ๕๔๙ ๓๒๐๕

ที่ ศธ ๐๕๗๘.๐๒ / ๓๑๔๔

วันที่ ๑๗ กันยายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอร้องเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมลพรรณ เพชรสมบัติ

เนื่องด้วย นายสุบิน เอกจิตต์ รหัสนักศึกษา ๑๑๕๙๗๐๒๐๑๐๒-๙ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการขึ้นำ เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนที่ศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ ๖ โดยมี ดร.นฤมล เทพนวล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ พิจารณาเห็นว่า ท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความสามารถอย่างยิ่ง คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมจึงขอร้องเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยให้แก่ นายสุบิน เอกจิตต์ เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จะขอบคุณยิ่ง


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อานนท์ นิยมผล)
คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม



ที่ ศธ ๐๕๗๘.๐๒ / ๐๔๒๐

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
ต.คลองหก อ.คลองหลวง
จ.ปทุมธานี ๑๒๑๑๐

กันยายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรศักดิ์ เชี่ยวชาญ

เนื่องด้วย นายสุบิน เอกจิตต์ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่องการประชาสัมพันธ์ แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนที่ศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ ๖ โดยมี ดร.นฤมล เทพนวล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความสามารถอย่างยิ่ง คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมจึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยให้แก่ นายสุบิน เอกจิตต์ เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อานนท์ นิยมผล)
คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

งานบัณฑิตศึกษา
โทร. ๐๒ ๕๔๔ ๓๒๐๕
โทรสาร ๐๒ ๕๗๗ ๓๒๐๗



ที่ ศธ ๐๕๗๘.๐๒ / ๐๕๖๐

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
ต.คลองหก อ.คลองหลวง
จ.ปทุมธานี ๑๒๑๑๐

กัณยายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.อาณัติ รัตนภักกุล

เนื่องด้วย นายสุบิน เอกจิตต์ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่องการประชาสัมพันธ์ แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนที่ศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ ๖ โดยมี ดร.นฤมล เทพนวล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ พิจารณาเห็นว่า ท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความสามารถอย่างยิ่ง คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมจึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยให้แก่ นายสุบิน เอกจิตต์ เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อานนท์ นิยมผล)
คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

งานบัณฑิตศึกษา
โทร. ๐๒ ๕๕๔๙ ๓๒๐๕
โทรสาร ๐๒ ๕๗๗ ๓๒๐๗

ที่ ศธ ๐๕๗๘.๐๒ / ๐๕๖๐



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
ต.คลองหก อ.คลองหลวง
จ.ปทุมธานี ๑๒๑๑๐

กัณยายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ

เนื่องด้วย นายสุบิน เอกจิตต์ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่องการประชาสัมพันธ์ แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนที่ศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ ๖ โดยมี ดร.นฤมล เทพนวล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ พิจารณาเห็นว่า ท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความสามารถอย่างยิ่ง คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมจึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบ เครื่องมือวิจัยให้แก่ นายสุบิน เอกจิตต์ เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อานนท์ นิยมผล)
คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

งานบัณฑิตศึกษา
โทร. ๐๒ ๕๕๔๙ ๓๒๐๕
โทรสาร ๐๒ ๕๕๗๗ ๓๒๐๗



ภาคผนวก ข

- Storyboard การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แจง เรื่อง การประชาสัมพันธ์
แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

สื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แจง เรื่อง การประชาสัมพันธ์
แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

ลำดับ	คำบรรยาย	ภาพประกอบ	เสียงประกอบ
1	Intro	ตรามหาวิทยาลัย	ดนตรีประกอบ
2	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ/ได้รับการสถาปนาเป็นมหาวิทยาลัย/เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2548/เกิดจากการรวม 4 วิทยาเขตเข้าด้วยกัน/ จึงเรียกทั้ง 4 พื้นที่ ว่า	บรรยากาศของมหาวิทยาลัยฯ ในภาพรวม	ดนตรีประกอบเบาๆ
3	ศูนย์พระนครศรีอยุธยา หันตรา	ภาพศูนย์พระนครศรีอยุธยา หันตรา	ดนตรีประกอบเบาๆ
4	ศูนย์พระนครศรีอยุธยา วาสูกีรี	ภาพศูนย์พระนครศรีอยุธยา วาสูกีรี	ดนตรีประกอบเบาๆ
5	ศูนย์นนทบุรี	ภาพศูนย์นนทบุรี	ดนตรีประกอบเบาๆ
6	และศูนย์สุพรรณบุรี	ภาพศูนย์สุพรรณบุรี	ดนตรีประกอบเบาๆ
7	มีฐานะเป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ/ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา/ สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ/	ภาพการจัดการเรียนการสอนที่หลากหลาย	ดนตรีประกอบเบาๆ
8	เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี	ภาพกำลังใช้เทคโนโลยี	ดนตรีประกอบเบาๆ
9	ให้มีสมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการ	ภาพกำลังสอนหนังสือในห้องเรียน	ดนตรีประกอบเบาๆ

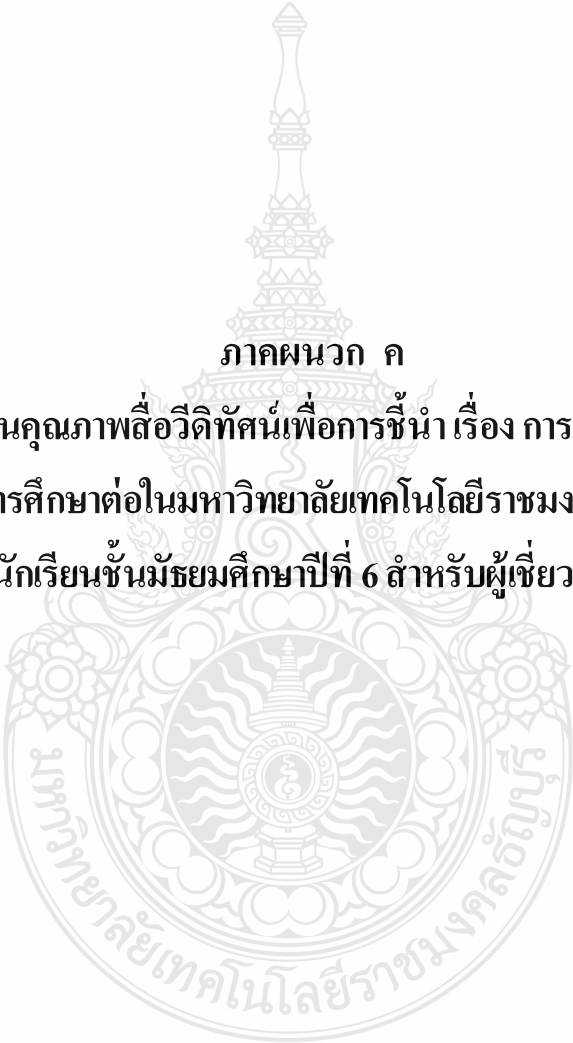
ลำดับ	คำบรรยาย	ภาพประกอบ	เสียงประกอบ
10	และตรงตามความต้องการของตลาดงานและทิศทางการพัฒนาของประเทศด้วยการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	ภาพเครื่องจักร	ดนตรีประกอบ เบาๆ
11	จัดการศึกษาวิชาชีพและเทคโนโลยีขั้นสูงที่เน้นการปฏิบัติ	ภาพการจัดการเรียนการสอนด้านเทคโนโลยี	ดนตรีประกอบ เบาๆ
12	สร้างงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์นวัตกรรม/เพื่อพัฒนาสังคมและเพิ่มขีดความสามารถ/ในการแข่งขันของประเทศ	ภาพงานวิจัยต่าง ๆ	ดนตรีประกอบ เบาๆ
13	ให้บริการวิชาการแก่ชุมชน สังคม / บนพื้นฐานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	ภาพการให้บริการชุมชน	ดนตรีประกอบ เบาๆ
14	ส่งเสริมการทำนุบำรุงศาสนา / ศิลปวัฒนธรรม / และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	ภาพพิธีทางศาสนาต่าง ๆ	ดนตรีประกอบ เบาๆ
15	เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการที่ดีของมหาวิทยาลัย	รูปมุกกว้างของมหาวิทยาลัย	ดนตรีประกอบ เบาๆ
16	ตราสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิสื่อความหมายถึงมีพระมหากษัตริย์คุณ/ ที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชบรมนาถบพิตร /ที่ทรงพระราชทานพระบรมราชานุญาต/ ให้เชิญพระราชลัญจกรประจำพระองค์ และพระมหาพิชัยมงกุฏ	ตรามหาวิทยาลัยในรูปแบบ 3D หมุนให้เห็นหลายด้าน	ดนตรีประกอบ เบาๆ

ลำดับ	คำบรรยาย	ภาพประกอบ	เสียงประกอบ
17	ปัจจุบันได้จัดการเรียนการสอนทั้งสิ้น 6 คณะ ดังนี้	ภาพมุมสูงของมหาวิทยาลัย	ดนตรีประกอบเบาๆ
18	คณะกรรมการอุตสาหกรรมแหล่งผลิตและพัฒนาครูช่าง/บุคลากรทางการศึกษา /นักเทคโนโลยีมืออาชีพ/ สร้างสรรค์งานวิจัย /ให้บริการวิชาการ/ ถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน สังคมและนานาชาติ	ภาพการจัดการเรียนการสอนของคณะกรรมการอุตสาหกรรม	ดนตรีประกอบเบาๆ
19	คณะเทคโนโลยีเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติมืออาชีพชั้นนำด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี/และนวัตกรรมทางการเกษตรสู่ระดับสากล	ภาพการจัดการเรียนการสอนของคณะเทคโนโลยีเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร	ดนตรีประกอบเบาๆ
20	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีผลิตบัณฑิตด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี/ที่มีคุณภาพและคุณธรรม/ได้มาตรฐานสากล/เป็นที่ต้องการของประเทศและนานาชาติ	ภาพการจัดการเรียนการสอนของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	ดนตรีประกอบเบาๆ
21	คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสถาบันการศึกษาชั้นนำด้านบริหารธุรกิจ/ที่บูรณาการวิชาชีพและเทคโนโลยี/เพื่อเป็นที่พึ่งของชุมชน สังคมและนานาชาติ	ภาพการจัดการเรียนการสอนของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ	ดนตรีประกอบเบาๆ

ลำดับ	คำบรรยาย	ภาพประกอบ	เสียงประกอบ
22	คณะวิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรมศาสตร์ มุ่งเน้นผลิตวิศวกรและสถาปนิกชั้นนำ/ที่มีการบูรณาการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี/ในการพัฒนางานวิจัยนวัตกรรมและสิ่งประดิษฐ์/ เพื่อพัฒนาชุมชนสังคม คู่ระดับนานาชาติ	ภาพการจัดการเรียนการสอนของคณะวิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรมศาสตร์	ดนตรีประกอบเบาๆ
23	คณะศิลปศาสตร์สถาบันชั้นนำของมหาวิทยาลัย/ในการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพด้านวิชาชีพทางศิลปศาสตร์/เป็นที่ยอมรับของชุมชน สังคม ประเทศชาติและนานาชาติ	ภาพการจัดการเรียนการสอนของคณะศิลปศาสตร์	ดนตรีประกอบเบาๆ
24	นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ช่วยสนับสนุนการศึกษาในรั้วมหาวิทยาลัย	ภาพมุมสูงของอาคารบูรณาการ	ดนตรีประกอบเบาๆ
25	ได้แก่ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ	รูปอาคารสำนักงานวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ	ดนตรีประกอบเบาๆ
26	ศูนย์การเรียนรู้ด้วยตนเอง	ภาพภายในศูนย์การเรียนรู้ด้วยตนเอง	ดนตรีประกอบเบาๆ
27	กิจการหอพัก	ภาพหอพัก	ดนตรีประกอบเบาๆ
28	ศูนย์กีฬา	ภาพศูนย์กีฬา	ดนตรีประกอบเบาๆ
29	และงานบริการวิชาการอื่น ๆ	ภาพการบริการวิชาการ	ดนตรีประกอบเบาๆ

ลำดับ	คำบรรยาย	ภาพประกอบ	เสียงประกอบ
30	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล สุวรรณภูมิ/ มีงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม /ให้บริการวิชาการแก่ ชุมชน สังคม /บนพื้นฐาน วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี/ ส่งเสริมการทำนุบำรุงศาสนา / ศิลปวัฒนธรรม /และอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม/ เพื่อพัฒนาสังคม และเพิ่มขีดความสามารถ/ใน การแข่งขันของประเทศ	ภาพเล็ก ๆ หลาย ๆ รูป มาวาง รวม ๆ กัน	ดนตรีประกอบ เบาๆ
31	สู่การเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำ/ ด้านวิชาชีพและเทคโนโลยีชั้นสูง	ตรามหาวิทยาลัย	ดนตรีประกอบ เบาๆ
32		โลโก้ RUS	ดนตรีประกอบ ค่อยๆ ดังขึ้น





ภาคผนวก ค

แบบประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แจง เรื่อง การประชาสัมพันธ์
แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ

แบบประเมินความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ
เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ

คำชี้แจง ให้ท่านผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นของท่านที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ โดยใส่เครื่องหมายถูก
(✓) ลงในช่องความคิดเห็นของท่านพร้อมเขียนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการนำไป
พิจารณาปรับปรุงต่อไป

รายการขอความคิดเห็น	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
	เหมาะสม +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เหมาะสม -1	
1. ความเหมาะสมของเรื่อง				
2. ความชัดเจนของภาพ				
3. ความชัดเจนของเสียงบรรยาย				
4. ความเหมาะสมกลมกลืนของเสียงดนตรี				
5. ความต่อเนื่องของรายการที่นำเสนอ				
6. ความเหมาะสมของลักษณะของตัวอักษร				
7. ความเหมาะสมของเทคนิคการผลิต				
8. ความเหมาะสมของเวลาในการนำเสนอ				
9. การนำสู่เรื่อง เสนอเนื้อหา และสรุป				
10. เสียงดนตรีประกอบ				

ข้อเสนอแนะ

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้ทรงคุณวุฒิ

ตารางที่ ค.1 วิเคราะห์ค่า IOC แบบประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์
 แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียน
 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ

รายการประเมิน	ความเห็นผู้ เชี่ยวชาญ(คนที่)			รวม	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
	1	2	3			
1. ความเหมาะสมของเรื่อง	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
2. ความชัดเจนของภาพ	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
3. ความชัดเจนของเสียงบรรยาย	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
4. ความเหมาะสมกลมกลืนของเสียงดนตรี	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
5. ความต่อเนื่องของรายการที่นำเสนอ	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
6. ความเหมาะสมของลักษณะของตัวอักษร	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
7. ความเหมาะสมของเทคนิคการผลิต	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
8. ความเหมาะสมของเวลาในการนำเสนอ	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
9. การนำผู้เรื่อง เสนอเนื้อหา และสรุป	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
10. เสียงดนตรีประกอบ	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
ค่าเฉลี่ยรวม	1	0.90	0.80	2.70	0.90	ใช้ได้

แบบประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์
แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ด้านสื่อ

คำชี้แจง แบบประเมินนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินสื่อ ที่พัฒนาขึ้นโดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ พิจารณาคุณภาพของสื่อว่าอยู่ระดับใดโปรดทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องระดับคุณภาพที่ตรงกับการประเมินของท่าน ตามเกณฑ์คุณภาพดังนี้

- 5 หมายถึง มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก
- 4 หมายถึง มีคุณภาพอยู่ในระดับดี
- 3 หมายถึง มีคุณภาพอยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีคุณภาพอยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีคุณภาพอยู่ในระดับควรปรับปรุง

รายการ	ระดับคุณภาพ				
	5	4	3	2	1
1. ความเหมาะสมของเรื่อง					
2. ความชัดเจนของภาพ					
3. ความชัดเจนของเสียงบรรยาย					
4. ความเหมาะสมกลมกลืนของเสียงดนตรี					
5. ความต่อเนื่องของรายการที่นำเสนอ					
6. ความเหมาะสมของลักษณะของตัวอักษร					
7. ความเหมาะสมของเทคนิคการผลิต					
8. ความเหมาะสมของเวลาในการนำเสนอ					
9. การนำเสนอเรื่อง เสนอเนื้อหา และสรุป					
10. เสียงดนตรีประกอบ					

ข้อเสนอแนะ.....

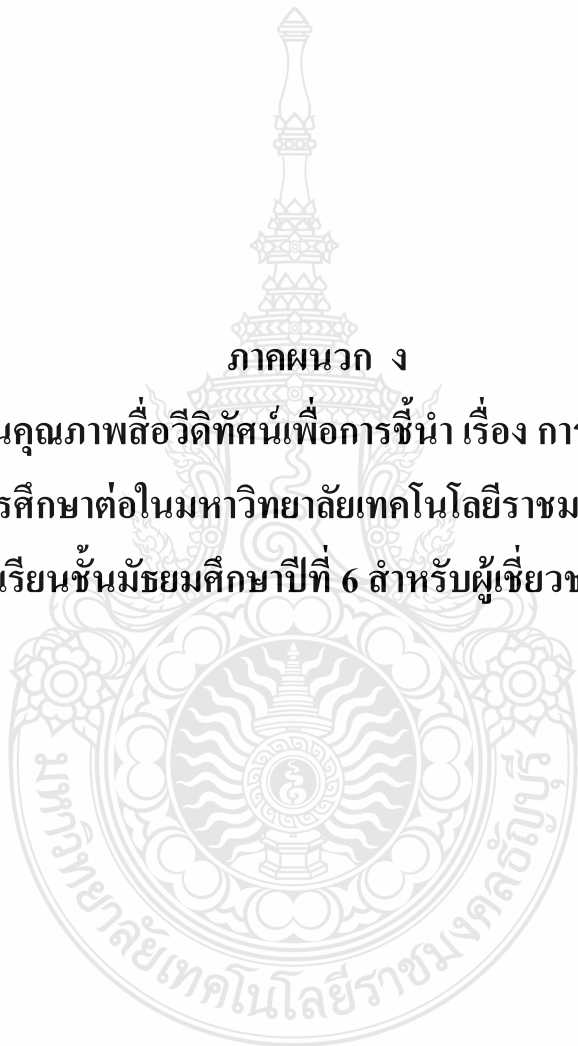
ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้ทรงคุณวุฒิ

ภาคผนวก ง

แบบประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์
แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา



แบบประเมินความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ
เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

คำชี้แจง ให้ท่านผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นของท่านที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ โดยใส่เครื่องหมายถูก
(✓) ลงในช่องความคิดเห็นของท่านพร้อมเขียนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการนำไป
พิจารณาปรับปรุงต่อไป

รายการขอความคิดเห็น	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
	เหมาะสม +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เหมาะสม -1	
1. ความสอดคล้องของเนื้อหากับวัตถุประสงค์				
2. ปริมาณเนื้อหามีความเหมาะสม				
3. การบรรยายเนื้อหามีความเหมาะสมกับผู้เรียน				
4. ความเหมาะสมของเนื้อหากับระดับของผู้เรียน				
5. การนำเรื่อง เสนอเนื้อหา และสรุปเนื้อหา				
6. การแยกเนื้อหาแต่ละเรื่องเด่นชัด และชัดเจน				
7. การใช้ภาษาถูกต้อง ชัดเจน เหมาะสมกับผู้เรียน				
8. ความเหมาะสมของการใช้ภาษา				
9. เนื้อหาส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ไม่ขัดต่อ ความมั่นคงของชาติ				
10. เนื้อหาสามารถเข้าใจความหมายได้ง่าย				

ข้อเสนอแนะ.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้ทรงคุณวุฒิ

ตารางที่ ง.1 วิเคราะห์ค่า IOC แบบประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์
 แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียน
 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

รายการประเมิน	ความเห็นผู้ เชี่ยวชาญ(คนที่)			รวม	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
	1	2	3			
1. ความสอดคล้องของเนื้อหากับวัตถุประสงค์	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
2. ปริมาณเนื้อหามีความเหมาะสม	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
3. การบรรยายเนื้อหามีความเหมาะสมกับ ผู้เรียน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
4. ความเหมาะสมของเนื้อหากับระดับของ ผู้เรียน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
5. การนำเรื่อง เสนอเนื้อหา และสรุปเนื้อหา	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
6. การแยกเนื้อหาแต่ละเรื่องเด่นชัด และ ชัดเจน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
7. การใช้ภาษาถูกต้อง ชัดเจน เหมาะสมกับ ผู้เรียน	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
8. ความเหมาะสมของการใช้ภาษา	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
9. เนื้อหาส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ไม่ขัด ต่อความมั่นคงของชาติ	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
10. เนื้อหาสามารถเข้าใจความหมายได้ง่าย	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
ค่าเฉลี่ยรวม	1	0.90	1	2.90	0.97	ใช้ได้

แบบประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์
แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ด้านเนื้อหา

คำชี้แจง แบบประเมินนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินสื่อ ที่พัฒนาขึ้นโดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ พิจารณาคุณภาพของสื่อว่าอยู่ระดับใดโปรดทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องระดับ คุณภาพที่ตรงกับ การประเมินของท่าน ตามเกณฑ์คุณภาพดังนี้

- 5 หมายถึง มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก
- 4 หมายถึง มีคุณภาพอยู่ในระดับดี
- 3 หมายถึง มีคุณภาพอยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีคุณภาพอยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีคุณภาพอยู่ในระดับควรปรับปรุง

รายการ	ระดับคุณภาพ				
	5	4	3	2	1
1. ความสอดคล้องของเนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์					
2. ปริมาณเนื้อหามีความเหมาะสม					
3. การบรรยายเนื้อหามีความเหมาะสมกับผู้เรียน					
4. ความเหมาะสมของเนื้อหากับระดับของผู้เรียน					
5. การนำเรื่อง เสนอเนื้อหา และสรุปเนื้อหา					
6. การแยกเนื้อหาแต่ละเรื่องเด่นชัด และชัดเจน					
7. การใช้ภาษาถูกต้อง ชัดเจน เหมาะสมกับผู้เรียน					
8. ความเหมาะสมของการใช้ภาษา					
9. เนื้อหาส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ไม่ขัดต่อความ มั่นคงของชาติ					
10. เนื้อหาสามารถเข้าใจความหมายได้ง่าย					

ภาคผนวก จ

แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ



**แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์
เพื่อนำไปสร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน**

คำชี้แจง ให้ท่านผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นของท่านใต้เครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่อง
ความคิดเห็นของท่านพร้อมเขียนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุง
ต่อไป โดยมีระดับคะแนนดังนี้

- | | | |
|----|---------|--|
| +1 | หมายถึง | แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ |
| 0 | หมายถึง | ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ |
| -1 | หมายถึง | แน่ใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ |

ลำดับ	คำถาม	ค่าดัชนีความสอดคล้อง			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ได้รับการสถาปนาเป็นมหาวิทยาลัยเมื่อวันที่เท่าใด ก. 15 กันยายน 2531 ข. 18 กันยายน 2531 ค. 15 มกราคม 2548 ง. 18 มกราคม 2548				
2	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ จัดการเรียนการสอนทั้งหมดกี่คณะ ก. 5 คณะ ข. 6 คณะ ค. 7 คณะ ง. 8 คณะ				
3	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ จัดการเรียนการสอนทั้งหมดกี่ศูนย์พื้นที่ ก. 3 ศูนย์พื้นที่ ข. 4 ศูนย์พื้นที่ ค. 5 ศูนย์พื้นที่ ง. 6 ศูนย์พื้นที่				

ลำดับ	คำถาม	ค่าดัชนีความสอดคล้อง			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
4	ข้อใดไม่ใช่พันธกิจของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ก. จัดการศึกษาวิชาชีพและเทคโนโลยีขั้นสูงที่เน้นการปฏิบัติ ข. สร้างงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม เพื่อพัฒนาสังคม และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ค. จัดระบบบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มแนวทางการจัดการรายได้ เพื่อเอื้อต่อนโยบายหลัก ง. ส่งเสริมการทำนุบำรุงศาสนา / ศิลปวัฒนธรรม / และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม				
5	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ อยู่ภายใต้ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานใด ก. คณะกรรมการอุดมศึกษา ข. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ค. สำนักงานการศึกษานอกโรงเรียน ง. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน				
6	ตัวอักษรย่อของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิคืออะไร ก. UTK ข. RUS ค. RMUTP ง. RMUTSV				
7	ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ได้รับพระราชทานจากในหลวงรัชกาลที่เท่าใด ก. รัชกาลที่ 7 ข. รัชกาลที่ 8 ค. รัชกาลที่ 9 ง. รัชกาลที่ 10				

ลำดับ	คำถาม	ค่าดัชนีความสอดคล้อง			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
8	<p>ข้อใดคือพันธกิจหลักของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ</p> <p>ก. ผลิตบัณฑิตด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพ และคุณธรรม ได้มาตรฐานสากลเป็นที่ต้องการของประเทศ และนานาชาติ</p> <p>ข. ผลิตบัณฑิตด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพและคุณธรรม และนวัตกรรมทางการเกษตรสู่ระดับสากล</p> <p>ค. ผลิตบัณฑิตด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพและคุณธรรม เพื่อเป็นที่พึ่งของชุมชน สังคม และนานาชาติ</p> <p>ง. ผลิตบัณฑิตด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพและคุณธรรม เป็นที่ยอมรับของชุมชน สังคม ประเทศชาติและนานาชาติ</p>				
9	<p>ข้อใดคือ พันธกิจหลักของคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ</p> <p>ก. สถาบันชั้นนำของมหาวิทยาลัยในการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพด้านวิชาชีพทางศิลปศาสตร์ ได้มาตรฐานสากลเป็นที่ต้องการของประเทศและนานาชาติ</p> <p>ข. สถาบันชั้นนำของมหาวิทยาลัยในการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพด้านวิชาชีพทางศิลปศาสตร์ และนวัตกรรมทางการเกษตรสู่ระดับสากล</p> <p>ค. สถาบันชั้นนำของมหาวิทยาลัยในการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพด้านวิชาชีพทางศิลปศาสตร์ เพื่อเป็นที่พึ่งของชุมชน สังคม และนานาชาติ</p> <p>ง. สถาบันชั้นนำของมหาวิทยาลัยในการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพด้านวิชาชีพทางศิลปศาสตร์ เป็นที่ยอมรับของชุมชน สังคม ประเทศชาติและนานาชาติ</p>				

ลำดับ	คำถาม	ค่าดัชนีความสอดคล้อง			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
10	ข้อใดไม่ใช่สิ่งอำนวยความสะดวกที่ช่วยสนับสนุน การศึกษาในรั้วมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล สุวรรณภูมิ ก. ศูนย์การเรียนรู้ด้วยตนเอง ข. หอพัก ค. สระว่ายน้ำ ง. ศูนย์กีฬา				



ตารางที่ จ.1 วิเคราะห์ค่า IOC แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อกำหนดกับวัตถุประสงค์ เพื่อนำไปสร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

คำชี้แจง ให้ท่านผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นของท่านใต้เครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องความคิดเห็นของท่านพร้อมเขียนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุงต่อไป โดยมีระดับคะแนนดังนี้

- +1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อกำหนดสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อกำหนดสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- 1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อกำหนดไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

รายการประเมิน	ความเห็นผู้ เชี่ยวชาญ(คนที่)			รวม	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
	1	2	3			
1. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ได้รับการสถาปนาเป็นมหาวิทยาลัยเมื่อวันที่เท่าใด ก. 15 กันยายน 2531 ข. 18 กันยายน 2531 ค. 15 มกราคม 2548 ง. 18 มกราคม 2548	+1	+1	+1	3	1.0	สอดคล้อง
2. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ จัดการเรียนการสอนทั้งหมดกี่คณะ ก. 5 คณะ ข. 6 คณะ ค. 7 คณะ ง. 8 คณะ	+1	+1	+1	3	1.0	สอดคล้อง
3. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ จัดการเรียนการสอนทั้งหมดกี่ศูนย์พื้นที่ ก. 3 ศูนย์พื้นที่ ข. 4 ศูนย์พื้นที่ ค. 5 ศูนย์พื้นที่ ง. 6 ศูนย์พื้นที่	+1	+1	+1	3	1.0	สอดคล้อง

รายการประเมิน	ความเห็นผู้ เชี่ยวชาญ(คนที่)			รวม	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
	1	2	3			
4. ข้อใดไม่ใช่พันธกิจของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลสุวรรณภูมิ ก. จัดการศึกษาวิชาชีพและเทคโนโลยีขั้นสูงที่เน้น การปฏิบัติ ข. สร้างงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม เพื่อพัฒนา สังคม และเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขัน ของประเทศ ค. จัดระบบบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและ เพิ่มแนวทางการจัดการรายได้ เพื่อเอื้อต่อนโยบาย หลัก ง. ส่งเสริมการทำนุบำรุงศาสนา / ศิลปวัฒนธรรม / และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	+1	0	+1	3	0.67	สอดคล้อง
5. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ อยู่ภายใต้ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานใด ก. คณะกรรมการอุดมศึกษา ข. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ค. สำนักงานการศึกษานอกโรงเรียน ง. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน	+1	+1	+1	3	1.0	สอดคล้อง
6. ตัวอักษรย่อของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล สุวรรณภูมิ คืออะไร ก. UTK ข. RUS ค. RMUTP ง. RMUTSV	+1	+1	+1	3	1.0	สอดคล้อง
7. ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราช มงคลสุวรรณภูมิ ได้รับพระราชทานจากในหลวง รัชกาลที่เท่าใด ก. รัชกาลที่ 7 ค. รัชกาลที่ 9 ข. รัชกาลที่ 8 ง. รัชกาลที่ 10	+1	+1	+1	2	1.0	สอดคล้อง

รายการประเมิน	ความเห็นผู้ เชี่ยวชาญ(คนที่)			รวม	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
	1	2	3			
<p>8. ข้อใดคือพันธกิจหลักของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ</p> <p>ก. ผลิตบัณฑิตด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพและคุณธรรม ได้มาตรฐานสากลเป็นที่ต้องการของประเทศและนานาชาติ</p> <p>ข. ผลิตบัณฑิตด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพและคุณธรรม และนวัตกรรมทางการเกษตรสู่ระดับสากล</p> <p>ค. ผลิตบัณฑิตด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพและคุณธรรม เพื่อเป็นที่พึ่งของชุมชน สังคม และนานาชาติ</p> <p>ง. ผลิตบัณฑิตด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพและคุณธรรม เป็นที่ยอมรับของชุมชน สังคม ประเทศชาติและนานาชาติ</p>	+1	+1	+1	3	1.0	สอดคล้อง
<p>9. ข้อใดคือพันธกิจหลักของคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ</p> <p>ก. สถาบันชั้นนำของมหาวิทยาลัยในการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพด้านวิชาชีพทางศิลปศาสตร์ ได้มาตรฐานสากลเป็นที่ต้องการของประเทศและนานาชาติ</p> <p>ข. สถาบันชั้นนำของมหาวิทยาลัยในการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพด้านวิชาชีพทางศิลปศาสตร์ และนวัตกรรมทางการเกษตรสู่ระดับสากล</p> <p>ค. สถาบันชั้นนำของมหาวิทยาลัยในการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพด้านวิชาชีพทางศิลปศาสตร์ เพื่อเป็นที่พึ่งของชุมชน สังคม และนานาชาติ</p> <p>ง. สถาบันชั้นนำของมหาวิทยาลัยในการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพด้านวิชาชีพทางศิลปศาสตร์ เป็นที่ยอมรับของชุมชน สังคม ประเทศชาติและนานาชาติ</p>	+1	+1	0	2	0.67	สอดคล้อง

รายการประเมิน	ความเห็นผู้ เชี่ยวชาญ(คนที่)			รวม	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
	1	2	3			
10. ข้อใดไม่ใช่สิ่งอำนวยความสะดวกที่ช่วย สนับสนุนการศึกษาในรั้วมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลสุวรรณภูมิ ก. ศูนย์การเรียนรู้ด้วยตนเอง ข. หอพัก ค. สระว่ายน้ำ ง. ศูนย์กีฬา	+1	+1	+1	3	1.0	สอดคล้อง
ค่าเฉลี่ยรวม	1	0.90	0.90	2.80	0.93	สอดคล้อง



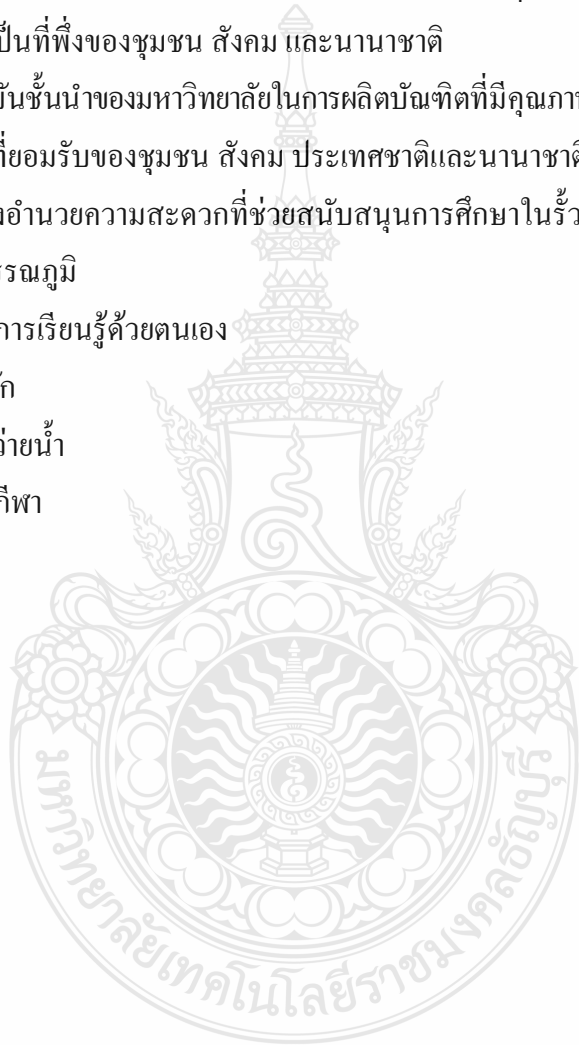
แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน
เรื่อง การประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อ
ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

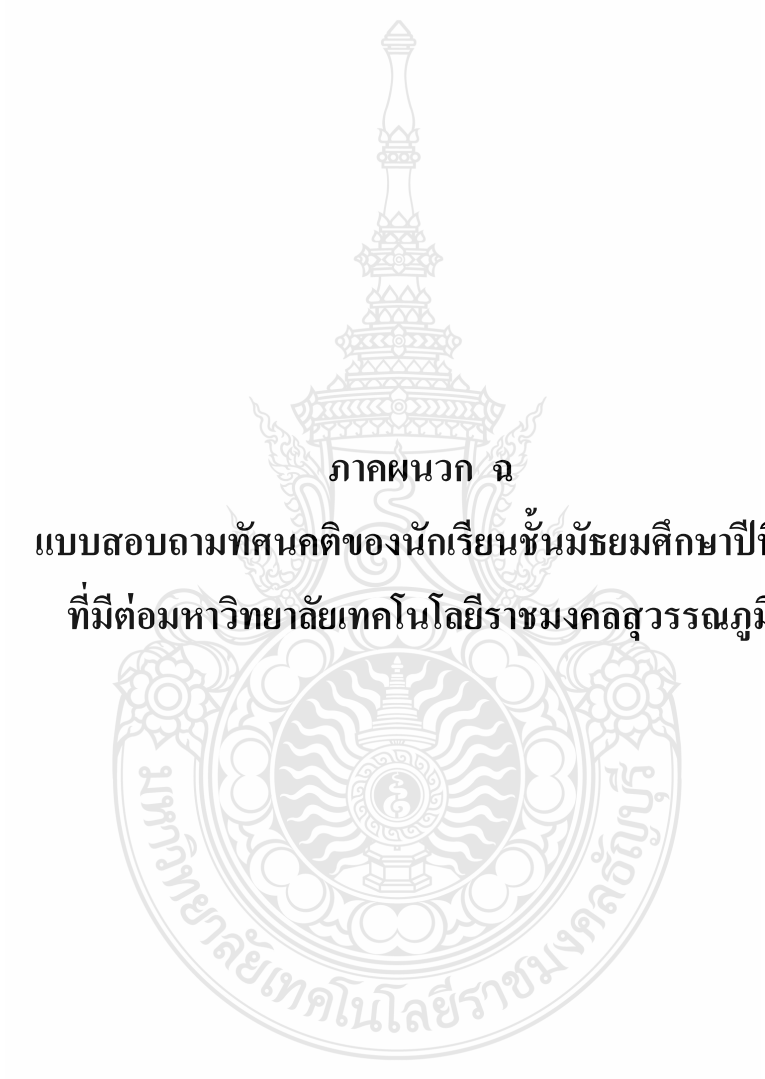
คำชี้แจง ให้นักเรียนเลือกคำตอบที่ถูกต้องเพียงคำตอบเดียว

1. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ได้รับการสถาปนาเป็นมหาวิทยาลัยเมื่อวันที่เท่าใด
 - ก. 15 กันยายน 2531
 - ข. 18 กันยายน 2531
 - ค. 15 มกราคม 2548
 - ง. 18 มกราคม 2548
2. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ จัดการเรียนการสอนทั้งหมดกี่คณะ
 - ก. 5 คณะ
 - ข. 6 คณะ
 - ค. 7 คณะ
 - ง. 8 คณะ
3. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ จัดการเรียนการสอนทั้งหมดกี่ศูนย์พื้นที่
 - ก. 3 ศูนย์พื้นที่
 - ข. 4 ศูนย์พื้นที่
 - ค. 5 ศูนย์พื้นที่
 - ง. 6 ศูนย์พื้นที่
4. ข้อใดไม่ใช่พันธกิจของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
 - ก. จัดการศึกษาวิชาชีพและเทคโนโลยีชั้นสูงที่เน้นการปฏิบัติ
 - ข. สร้างงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม เพื่อพัฒนาสังคม และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
 - ค. จัดระบบบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มแนวทางการจัดการรายได้ เพื่อเอื้อต่อนโยบายหลัก
 - ง. ส่งเสริมการทำนุบำรุงศาสนา / ศิลปวัฒนธรรม / และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

5. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานใด
- ก. คณะกรรมการอุดมศึกษา
 - ข. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
 - ค. สำนักงานการศึกษานอกโรงเรียน
 - ง. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน
6. ตัวย่อของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ คืออะไร
- ก. UTK
 - ข. RUS
 - ค. RMUTP
 - ง. RMUTSV
7. ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ได้รับพระราชทานจาก
ในหลวงรัชกาลที่เท่าใด
- ก. รัชกาลที่ 7
 - ข. รัชกาลที่ 8
 - ค. รัชกาลที่ 9
 - ง. รัชกาลที่ 10
8. ข้อใดคือพันธกิจหลักของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
- ก. ผลิตบัณฑิตด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพและคุณธรรม ได้มาตรฐานสากลเป็นที่ต้องการของประเทศและนานาชาติ
 - ข. ผลิตบัณฑิตด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพและคุณธรรม และนวัตกรรมทางการเกษตรสู่ระดับสากล
 - ค. ผลิตบัณฑิตด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพและคุณธรรม เพื่อเป็นที่พึ่งของชุมชน สังคม และนานาชาติ
 - ง. ผลิตบัณฑิตด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพและคุณธรรม เป็นที่ยอมรับของชุมชน สังคม ประเทศชาติและนานาชาติ

9. ข้อใดคือ พันธกิจหลักของคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
- ก. สถาบันชั้นนำของมหาวิทยาลัยในการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพด้านวิชาชีพทางศิลปศาสตร์ ได้มาตรฐานสากลเป็นที่ต้องการของประเทศและนานาชาติ
 - ข. สถาบันชั้นนำของมหาวิทยาลัยในการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพด้านวิชาชีพทางศิลปศาสตร์ และนวัตกรรมทางการเกษตรสู่ระดับสากล
 - ค. สถาบันชั้นนำของมหาวิทยาลัยในการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพด้านวิชาชีพทางศิลปศาสตร์ เพื่อเป็นที่พึ่งของชุมชน สังคม และนานาชาติ
 - ง. สถาบันชั้นนำของมหาวิทยาลัยในการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพด้านวิชาชีพทางศิลปศาสตร์ เป็นที่ยอมรับของชุมชน สังคม ประเทศชาติและนานาชาติ
10. ข้อใดไม่ใช่สิ่งอำนวยความสะดวกที่ช่วยสนับสนุนการศึกษาในรั้วมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
- ก. ศูนย์การเรียนรู้ด้วยตนเอง
 - ข. หอพัก
 - ค. สระว่ายน้ำ
 - ง. ศูนย์กีฬา





ภาคผนวก ฉ

แบบสอบถามทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

**แบบประเมินความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบสอบถามทัศนคติ
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ**

คำชี้แจง ให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นของท่านที่มีต่อแบบสอบถามทัศนคติโดยใส่เครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องความคิดเห็นของท่านพร้อมเขียนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุงต่อไป

รายการขอความคิดเห็น	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
	เหมาะสม +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เหมาะสม -1	
1. ด้านภูมิหลัง				
1.1 รายได้ของผู้ปกครองมีผลต่อการเลือกสาขาในการเรียน				
1.2 อาชีพของผู้ปกครองมีผลต่อการเลือกสาขาในการเรียน				
2. ด้านสภาพแวดล้อม				
2.1 มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ				
2.2 สภาพแวดล้อมในมหาวิทยาลัยเอื้อต่อการจัดการเรียนการสอน				
2.3 มีแหล่งเรียนรู้ที่เพียงพอ				
3. ด้านหลักสูตร				
3.1 หลักสูตรทันสมัยตรงตามความต้องการของผู้เรียน				
3.2 หลักสูตรเป็นที่ยอมรับตรงความต้องการของตลาดงาน				
3.3 หลักสูตรครอบคลุมทุกสาขาอาชีพของตลาดงาน				
4. การจัดการเรียนการสอน				
4.1 วัสดุที่ทันสมัยในการจัดการเรียนการสอน				
4.2 มีการใช้สื่อการเรียนการสอนจากสภาพจริง				
4.3 การจัดการเรียนการสอนหลายรูปแบบทำให้เรียนรู้ได้หลากหลาย				

ข้อเสนอแนะ.....
.....

ลงชื่อ.....
(.....)

ตารางที่ ๑.1 วิเคราะห์ค่า IOC แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบสอบถามทัศนคติ
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

รายการประเมิน	ความเห็นผู้ เชี่ยวชาญ(คนที่)			รวม	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
	1	2	3			
1. ด้านภูมิหลัง						
1.1 รายได้ของผู้ปกครองมีผลต่อการเลือกสาขาในการเรียน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
1.2 อาชีพของผู้ปกครองมีผลต่อการเลือกสาขาในการเรียน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
2. ด้านสภาพแวดล้อม						
2.1 มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
2.2 สภาพแวดล้อมในมหาวิทยาลัยเอื้อต่อการจัดการเรียนการสอน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
2.3 มีแหล่งเรียนรู้ที่เพียงพอ	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
3. ด้านหลักสูตร						
3.1 หลักสูตรทันสมัยตรงตามความต้องการของผู้เรียน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
3.2 หลักสูตรเป็นที่ยอมรับตรงตามความต้องการของตลาดงาน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
3.3 หลักสูตรครอบคลุมทุกสายอาชีพของตลาดงาน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
4. การจัดการเรียนการสอน						
4.1 วัสดุที่ทันสมัยในการจัดการเรียนการสอน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
4.2 มีการใช้สื่อการเรียนการสอนจากสภาพจริง	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
4.3 การจัดการเรียนการสอนหลายรูปแบบทำให้เรียนรู้ได้หลากหลาย	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
ค่าเฉลี่ยรวม	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้

แบบสอบถามทัศนคติ
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

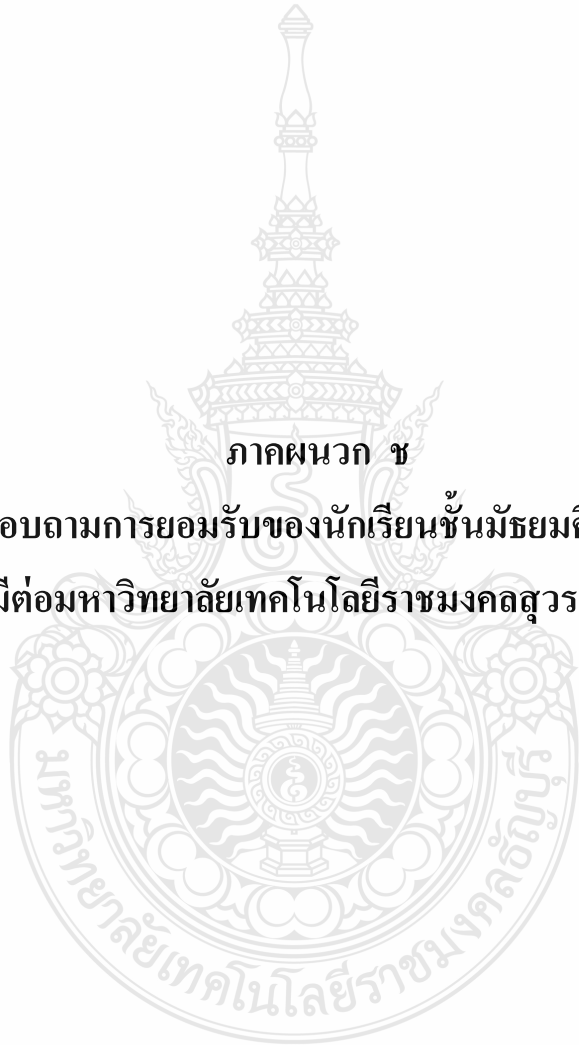
คำชี้แจง แบบประเมินนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการแนะนำแนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ โดยมีระดับความเห็นดังนี้

- 5 หมายถึง มากที่สุด
4 หมายถึง มาก
3 หมายถึง ปานกลาง
2 หมายถึง น้อย
1 หมายถึง น้อยที่สุด

หัวข้อการประเมิน	ระดับการประเมิน				
	5	4	3	2	1
1. ด้านภูมิหลัง					
1.1 รายได้ของผู้ปกครองมีผลต่อการเลือกสาขาในการเรียน					
1.2 อาชีพของผู้ปกครองมีผลต่อการเลือกสาขาในการเรียน					
2. ด้านสภาพแวดล้อม					
2.1 มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ					
2.2 สภาพแวดล้อมในมหาวิทยาลัยเอื้อต่อการจัดการเรียนการสอน					
2.3 มีแหล่งเรียนรู้ที่เพียงพอ					
3. ด้านหลักสูตร					
3.1 หลักสูตรทันสมัยตรงตามความต้องการของผู้เรียน					
3.2 หลักสูตรเป็นที่ยอมรับตรงตามความต้องการของตลาดงาน					
3.3 หลักสูตรครอบคลุมทุกสายอาชีพของตลาดงาน					
4. การจัดการเรียนการสอน					
4.1 วัสดุที่ทันสมัยในการจัดการเรียนการสอน					
4.2 มีการใช้สื่อการเรียนการสอนจากสภาพจริง					
4.3 การจัดการเรียนการสอนหลายรูปแบบทำให้เรียนรู้ได้หลากหลาย					

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามการยอมรับของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ



**แบบประเมินความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบสอบถามการยอมรับ
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ**

คำชี้แจง ให้ท่านผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นของท่านที่มีต่อแบบสอบถามทัศนคติโดยใส่
เครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องความคิดเห็นของท่านพร้อมเขียนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์
ในการนำไปพิจารณาปรับปรุงต่อไป

รายการขอความคิดเห็น	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
	เหมาะสม +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เหมาะสม -1	
1. เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านวิชาชีพ				
2. เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในสังคม และชุมชน				
3. เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีระบบการจัดการศึกษาที่ เทียบพร้อมต่อการเรียนรู้				
4. เป็นสถาบันการศึกษ้อันทรงเกียรติ				
5. การจัดการเรียนการสอนที่ทันสมัย				
6. ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงที่มีคุณภาพในการจัดการเรียน การสอน				
7. ผลิตบั้นเจิดที่ตรงกับความต้องการของตลาดงาน				
8. พัฒนากำลังคนด้านวิชาชีพและเทคโนโลยีขั้นสูง				
9. ส่งเสริมการทำนุบำรุงศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม				
10. พัฒนาสังคม และเพิ่มขีดความสามารถในการ แข่งขันของประเทศ				

ข้อเสนอแนะ

.....

ลงชื่อ.....
(.....)

ตารางที่ ข.1 วิเคราะห์ค่า IOC แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบสอบถามการยอมรับของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

รายการประเมิน	ความเห็นผู้ เชี่ยวชาญ(คนที)			รวม	ค่าเฉลี่ย IOC	แปล ผล
	1	2	3			
1. เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำด้านวิชาชีพและเทคโนโลยีและเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านวิชาชีพ	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
2. เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในสังคมและชุมชน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
3. เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีระบบการจัดการศึกษาที่เพียบพร้อมต่อการเรียนรู้	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
4. เป็นสถาบันการศึกษาอันทรงเกียรติ	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
5. การจัดการเรียนการสอนที่ทันสมัย	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
6. ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงที่มีคุณภาพในการจัดการเรียนการสอน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
7. ผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
8. พัฒนากำลังคนด้านวิชาชีพและเทคโนโลยีขั้นสูง	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
9. ส่งเสริมการทำนุบำรุงศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
10. พัฒนาสังคม และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ	+1	+1	+1	3	1.0	ใช้ได้
ค่าเฉลี่ยรวม	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้

แบบสอบถามการยอมรับ
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

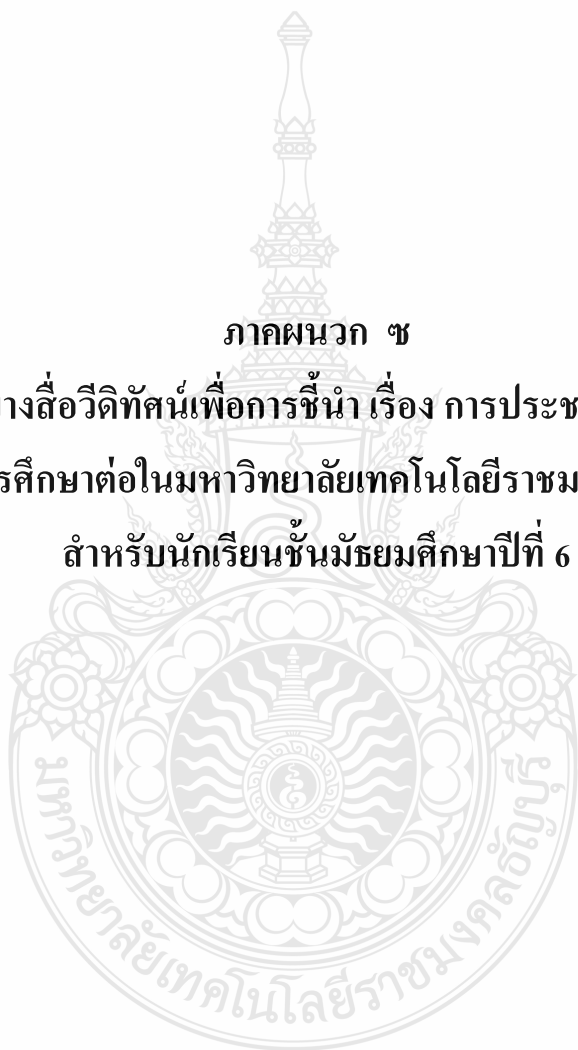
คำชี้แจง แบบประเมินนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการแนะนำแนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ โดยมีระดับความเห็นดังนี้

- 5 หมายถึง มากที่สุด
4 หมายถึง มาก
3 หมายถึง ปานกลาง
2 หมายถึง น้อย
1 หมายถึง น้อยที่สุด

หัวข้อการประเมิน	ระดับการประเมิน				
	5	4	3	2	1
1. เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านวิชาชีพ					
2. เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในสังคมและชุมชน					
3. เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีระบบการจัดการศึกษาที่เทียบพร้อมต่อการเรียนรู้					
4. เป็นสถาบันการศึกษาอันทรงเกียรติ					
5. การจัดการเรียนการสอนที่ทันสมัย					
6. ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงที่มีคุณภาพในการจัดการเรียนการสอน					
7. ผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาดงาน					
8. พัฒนากำลังคนด้านวิชาชีพและเทคโนโลยีขั้นสูง					
9. ส่งเสริมการทำนุบำรุงศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม					
10. พัฒนาสังคม และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ					

ภาคผนวก ข

ตัวอย่างสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แจง เรื่อง การประชาสัมพันธ์
แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6



ตัวอย่างสื่อวีดิทัศน์เพื่อการชี้แนะ เรื่อง การประชาสัมพันธ์
แนวทางการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6



ภาพที่ ข.1 กราฟิกตรามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ



ภาพที่ ข.2 ตรามหาวิทยาลัยบริเวณหน้าตึกสำนักงานอธิการบดี



ภาพที่ ข.3 ภาพมุมกว้างจากด้านบน มทร.สุวรรณภูมิ ศูนย์พระนครศรีอยุธยา หันตรา



ภาพที่ ข.4 อาคารบริหารจัดการเชิงบูรณาการ



ภาพที่ ข.5 ภาพมุมสูง มทร.สุวรรณภูมิ ศูนย์พระนครศรีอยุธยา วาสกรี



ภาพที่ ข.6 มทร.สุวรรณภูมิ ศูนย์นนทบุรี



ภาพที่ ข.7 มทร.สุวรรณภูมิ ศูนย์สุพรรณบุรี



ภาพที่ ข.8 นักศึกษา มทร.สุวรรณภูมิ กำลังเรียนในห้องปฏิบัติการ



ภาพที่ ข.9 นักศึกษา มทร.สุวรรณภูมิ กำลังเรียนในห้องปฏิบัติการ



ภาพที่ ข.10 นักศึกษา มทร.สุวรรณภูมิ กำลังเรียนในห้องปฏิบัติการ



ภาพที่ ข.11 นักศึกษากำลังออกแบบวัดไชยวัฒนารามแบบ 3D



ภาพที่ ข.12 การแสดงศิลปวัฒนธรรม



ภาพที่ ข.13 กราฟิกรวมมหาวิทยาลัยฯ



ภาพที่ ข.14 การจัดการเรียนการสอนนอกห้องเรียนกับเครื่องจักร



ภาพที่ ซ.15 การจัดการเรียนการสอนนอกห้องเรียนกับเครื่องจักร



ภาพที่ ซ.16 การแข่งขันกีฬาในสนามกีฬาของมหาวิทยาลัย



ภาพที่ ข.17 รวมภาพการจัดการเรียนการสอน



ภาพที่ ข.18 กราฟิก โลโก้ RUS

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	นายสุบิน เอกจิตต์
วัน เดือน ปีเกิด	28 ตุลาคม พ.ศ. 2526
ที่อยู่	บ้านเลขที่ 14/2 หมู่ 12 ตำบลเชียงรากน้อย อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13180
การศึกษา	ปริญญาตรี ศึกษาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชา เทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปริญญาโท ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา เทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ประสบการณ์การทำงาน	กองประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี งานประชาสัมพันธ์ กองกลาง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
โทรศัพท์	06 5359 4789
อีเมล	subin_may@hotmail.com

