



ผลการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่อง การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์  
โรงพยาบาลรามาริบัติ



โดย  
นายประจักษ์วุฒิ พลาชัย

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา แผนก ข ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต

ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผลการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่อง การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากรคณะ  
แพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา แผนก ข ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต  
ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ปีการศึกษา 2560  
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

A STUDY OF WEB BASE TRAINING ON THE PRODUCTION MEDIA FOR PUBLIC  
RELATION FOR PERSONNEL IN FACULTY OF MEDICINE, RAMATHIBODI  
HOSPITAL



By  
MR. Prajugwut PLACHAI

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for Master of Education (EDUCATIONAL TECHNOLOGY)

Department of Educational Technology

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2017

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

หัวข้อ ผลการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่อง การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อ  
สุขภาพของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี  
โดย ประจักษ์วุฒิ พลาชัย  
สาขาวิชา เทคโนโลยีการศึกษา แผนก ข ระดับปริญญาโท  
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เอกนถน บางท่าไม้

---

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต

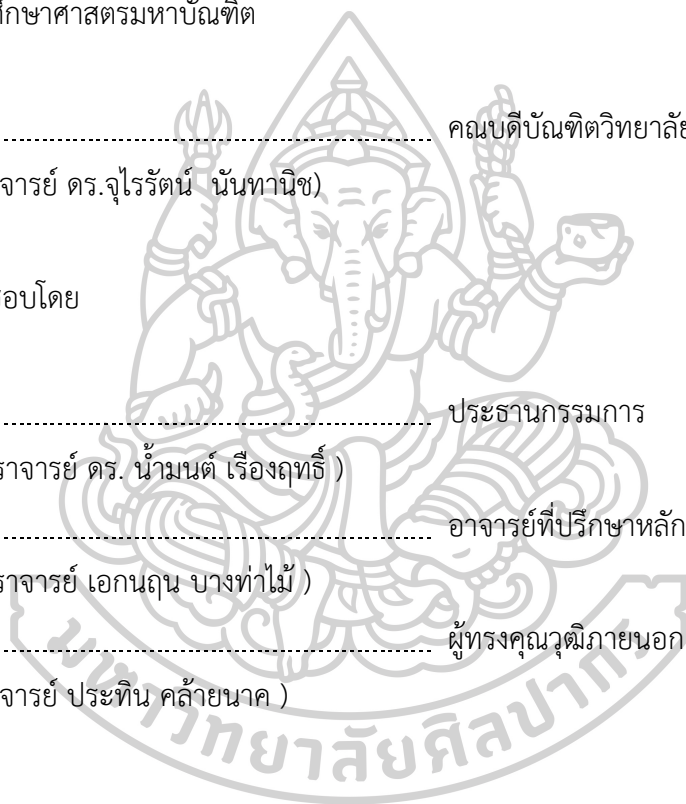
..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. น้ามนต์ เรืองฤทธิ์ )

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เอกนถน บางท่าไม้ )

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก  
(รองศาสตราจารย์ ประทีป คล้ายนาค )



56257315 : เทคโนโลยีการศึกษา แผน ข ระดับปริญญาโทบัณฑิต

คำสำคัญ : เว็บเพื่อการฝึกอบรม, สื่อประชาสัมพันธ์, สื่อสุขภาพ

นาย ประจักษ์วุฒิ พลาชัย: ผลการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่อง การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ  
ของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์  
เอกนถน บางท่าไม้

การศึกษาผลการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของ  
บุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดีการวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อพัฒนาเว็บการ  
ฝึกอบรม เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร 2) เพื่อศึกษาผลงานการสร้างสื่อ  
ประชาสัมพันธ์ของผู้เข้ารับการอบรม 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่มีต่อการ  
ฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรที่  
ปฏิบัติงานในคณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี จำนวน 26 คน  
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อใช้สอบถามผู้เชี่ยวชาญ มี 2  
ด้าน คือ ด้านสื่อ และเนื้อหาฝึกอบรม 2) เว็บเพื่อการฝึกอบรมเรื่องการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อ  
สุขภาพของบุคลากร 3) แบบประเมินคุณภาพเว็บเพื่อการฝึกอบรม 4) แบบประเมินผลงาน ซึ่งเป็นแบบ  
ประเมินที่ค่าแบบ Rubric scoring 4 ระดับ 5) แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่มีต่อ  
เว็บเพื่อการฝึกอบรม เรื่องการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร ซึ่งเป็นแบบประเมินที่มี  
มาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย, ส่วน  
เบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าร้อยละ (%)

ผลการวิจัยพบว่า

1. การประเมินคุณภาพเว็บเพื่อการฝึกอบรมเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี  
ซึ่งมีค่าประเมินเฉลี่ย เท่ากับ 4.38 และ S.D. เท่ากับ 0.68

2. การประเมินผลงานการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับดีเยี่ยม โดยค่าประเมินเฉลี่ย คิด  
เป็นร้อยละเท่ากับ 80.31

3. ความพึงพอใจต่อการฝึกอบรมผ่านเว็บเพื่อการฝึกอบรม ภาพรวมมีความพึงพอใจมาก โดย  
ค่าประเมิน เฉลี่ย เท่ากับ 4.15 และ S.D. เท่ากับ 0.86

56257315 : Major (EDUCATIONAL TECHNOLOGY)

Keyword : Web Base Training, Media Relations, Health Media

MR. PRAJUGWUT PLACHAI : A STUDY OF WEB BASE TRAINING ON THE PRODUCTION MEDIA FOR PUBLIC RELATION FOR PERSONNEL IN FACULTY OF MEDICINE, RAMATHIBODI HOSPITAL THESIS ADVISOR : ASSISTANT PROFESSOR EKNARIN BANGTHAMAI, Ph.D.

The purpose of this study are to: 1) to create and develop web base training on the production media relation for health personnel 2) to study the efficiency of create and production media relation for health personnel 3) to study supporting staff' s satisfaction towards of the web base training. The sampling group is the volunteer sampling of 26 people.

The instruments contain: 1) structural interview forms 2) the web base training on the production media relation for health personnel 3) quality task assessment form for web base training 4) performance task assessment form for media relation for health personnel 5) questionnaires on the training' s satisfaction towards the the web base training. The data ware analyzed by using mean and percentage (%).

The result of this study found that:

1. The quality of the web base training of towards the media on the production media were at a high level (average = 4.38, S.D. = 0.20)
2. The ability to design and create of media relation for health personnel were in highest level and were at 80.31% .
3. The towards satisfaction towards the web base training on the production media were in high level and were at 4.15 .

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้โดยได้เพราะความเมตตากรุณา และความอนุเคราะห์ชี้แนะแนวทางจากท่านอาจารย์และบุคคลต่างๆ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ หน่วยงานต่างๆ และผู้เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

ขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษาและควบคุมการค้นคว้าอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกนถน บงท่าไม้, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทน์ เรืองฤทธิ์ ประธานกรรมการตรวจสอบงานค้นคว้าอิสระฉบับนี้ และรองศาสตราจารย์ประทีน คล้ายนาครกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณา ให้คำปรึกษาและปรับปรุงแก้ไขจนเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญ คุณบงกช ทองวรินทร์ คุณราชนัย เสริมศรี อาจารย์ไชยสิทธิ์ชาญวุธ ผศ.ดร.ทองเจือ เขียดทอง ดร.โสภิตา สุวฒโท คุณณิชาพร สุรินทร์วงศ์ คุณศิริรัตน์ เรืองสวัสดิ์ ที่กรุณา สละเวลาตรวจเครื่องมือวิจัยและให้ข้อมูลทางวิชาการ ตลอดจนผู้ที่ให้ความช่วยเหลือในงานวิจัยครั้งนี้ ที่คอยช่วยเหลือส่งเสริมแนะนำให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณพี่ๆ และเพื่อนๆ ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษาทุกคน ที่คอยให้กำลังใจและคำปรึกษาที่ดี ขอขอบคุณพี่น้องๆ และเพื่อนๆ หน่วยงานต่างๆ ที่โรงพยาบาลรามามาธิบดีทุกคน ที่คอยช่วยเหลือ ให้กำลังใจและคำปรึกษาที่ดี กราบขอบพระคุณทุกท่านที่เป็นกำลังใจ ตลอดจนห่วงใยและปรารถนาดีแก่ผู้วิจัย จนสำเร็จการศึกษาสมปรารถนา ที่สำคัญงานวิจัยครั้งนี้ จะสำเร็จมิได้หากขาดบิดา มารดา ญาติพี่น้องทุกคน ที่ให้การสนับสนุนการศึกษา ประโยชน์และคุณค่าอันจะเกิดจากการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแต่บิดา มารดา ญาติมิตรและบูรพาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ทั้งหลายแก่ผู้วิจัยทั้งในอดีตและปัจจุบัน

ประจักษ์วุฒิ พลาชัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญแผนภูมิ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
คำถามการวิจัย.....	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	7
ตัวแปรที่ศึกษา.....	8
กรอบแนวความคิด.....	8
เนื้อหา / ระยะเวลา.....	9
เนื้อหา.....	9
ระยะเวลา.....	9
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	9
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	10
การฝึกอบรมผ่านเว็บ.....	11
ความหมายของการฝึกอบรมผ่านเว็บ.....	11



การฝึกอบรมผ่านเว็บ .....	12
ความหมายของการฝึกอบรมผ่านเว็บ .....	12
ประเภทของการเรียนการสอนผ่านเว็บ .....	14
การจัดการเรียนการสอนผ่านเว็บ.....	16
การออกแบบการฝึกอบรมผ่านเว็บ .....	19
ประโยชน์การฝึกอบรมผ่านเว็บ.....	22
การประเมินผลการอบรมผ่านเว็บ.....	24
สื่อสังคมออนไลน์.....	25
ความหมายของ Social media.....	25
ความหมายของ Social network.....	26
การใช้งาน Line .....	27
ความหมาย.....	33
สื่อ 34	
การประชาสัมพันธ์.....	34
องค์ประกอบและหลักการประชาสัมพันธ์ .....	36
วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ .....	39
หลักการผลิตสื่อ.....	40
ประเภทของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์.....	40
ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท.....	41
วิธีการและหลักการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ .....	47
เทคนิคการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์.....	47
องค์ประกอบพื้นฐานด้านนามธรรมของศิลปะ .....	49
บทบาทและความสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์ .....	51
สื่อที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ .....	53

ความหมายของสุขภาพ .....	53
ความหมายของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ .....	54
อิทธิพลและหลักการพิจารณาสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ .....	55
หลักการพิจารณาสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ .....	56
บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องกับสื่อโฆษณา .....	57
การควบคุมการโฆษณาโดยรัฐ.....	58
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	59
งานวิจัยในประเทศไทย.....	59
งานวิจัยต่างประเทศ.....	60
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	62
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	62
ตัวแปรที่ศึกษา.....	62
ระเบียบวิธีวิจัย .....	63
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	63
การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	63
แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง.....	64
แบบการฝึกรอบรรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร ....	70
แบบประเมินคุณภาพเว็บ.....	75
แบบประเมินผลงาน .....	77
แบบสอบถามความพึงพอใจ .....	80
วิธีดำเนินการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล .....	83
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	86
ตอนที่ 1 คุณภาพของเว็บสำหรับการฝึกรอบรรมผ่านเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ของ บุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี .....	86

ตอนที่ 2 ผลงานการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ที่เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามธิบดี..	89
ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ของ บุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามธิบดี .....	91
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	93
วัตถุประสงค์การวิจัย .....	93
ตัวแปรที่ศึกษา.....	93
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	93
ระยะเวลาในการทดลอง .....	94
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	94
สรุปผลการวิจัย.....	94
อภิปรายผล.....	95
ข้อเสนอแนะทั่วไป .....	98
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป.....	98
รายการอ้างอิง .....	99
รายละเอียดการอบรม (Course Outline).....	135
ประวัติผู้เขียน.....	151

## สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 แสดงแบบกลุ่มทดลองแต่ทดสอบหลังการทดลองอย่างเดียว (Post - test only control group design) .....	63
ตารางที่ 2 แสดงผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา .....	66
ตารางที่ 3 แสดงผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ .....	68
ตารางที่ 4 แสดงสรุปผลการประเมินคุณภาพเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ จากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา .....	72
ตารางที่ 5 แสดงสรุปผลการประเมินคุณภาพเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ จากผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ .....	73
ตารางที่ 6 แสดงแบบประเมินผลการออกแบบโปสเตอร์โฆษณา ภายใต้หัวข้อการรณรงค์โรคออฟฟิศซินโดรม .....	78
ตารางที่ 7 แสดงระยะเวลาการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ของบุคลากร .84	
ตารางที่ 8 แสดงสรุปผลการประเมินคุณภาพเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ จากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา .....	86
ตารางที่ 9 แสดงสรุปผลการประเมินคุณภาพเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ จากผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ .....	88
ตารางที่ 10 แสดงผลการประเมินผลงานการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ที่เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี .....	90
ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี .....	91
ตารางที่ 12 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน .....	113
ตารางที่ 13 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน .....	114

ตารางที่ 14 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบประเมินคุณภาพการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่อง การผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา 3 ท่าน ..... 115

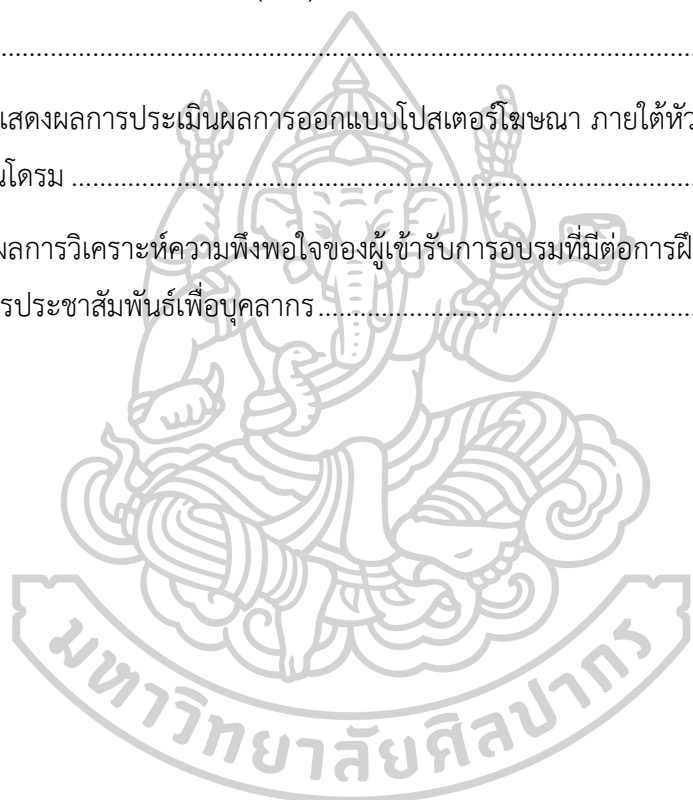
ตารางที่ 15 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบประเมินคุณภาพสื่อเว็บ เรื่อง การผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร โดยผู้เชี่ยวชาญ ด้านสื่อ 3 ท่าน..... 116

ตารางที่ 16 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบประเมินผลงาน ซึ่งเป็นแบบประเมินที่ค่า (Rating scale) 4 ระดับ (เป็นเกณฑ์การวัดผลแบบ Rubric scoring) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ... 117

ตารางที่ 17 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบประเมินความพึงพอใจ จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ..... 118

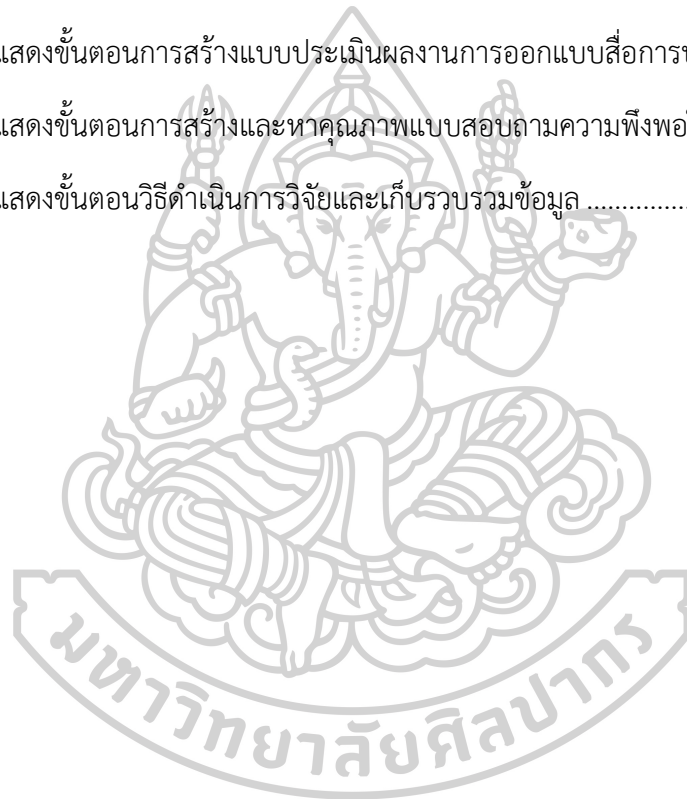
ตารางที่ 18 แสดงผลการประเมินผลการออกแบบโปสเตอร์โฆษณา ภายใต้วหัวข้อการรณรงค์ โรคออฟฟิศซินโดรม ..... 120

ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมที่มีต่อการฝึกอบรมผ่านเว็บ การผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อบุคลากร ..... 121



## สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่ 1 แสดงกรอบแนวความคิด.....	8
แผนภูมิที่ 2 แสดงขั้นตอนการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง.....	65
แผนภูมิที่ 3 แสดงโครงสร้างแบบการฝึกอบรมผ่านเว็บ.....	70
แผนภูมิที่ 4 แสดงขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ.....	74
แผนภูมิที่ 5 แสดงขั้นตอนการสร้างแบบประเมินคุณภาพเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ.....	76
แผนภูมิที่ 6 แสดงขั้นตอนการสร้างแบบประเมินผลงานการออกแบบสื่อการประชาสัมพันธ์.....	79
แผนภูมิที่ 7 แสดงขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพแบบสอบถามความพึงพอใจ.....	82
แผนภูมิที่ 8 แสดงขั้นตอนวิธีดำเนินการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล.....	85



# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี เป็นคณะแพทยศาสตร์แห่งที่ 4 ของประเทศ และเป็นคณะแพทยศาสตร์แห่งที่ 2 ที่สังกัดมหาวิทยาลัยมหิดล ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2508 ปัจจุบัน คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี เป็นสถานที่ให้การศึกษาแก่นักศึกษาแพทย์, นักศึกษาพยาบาล และนักศึกษาปฏิบัติการฉุกเฉินการแพทย์ ตลอดจนเป็นสถานพยาบาลที่มีการให้บริการครบวงจรในทุกโรค อีกทั้ง ยังเป็นมือบรมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ และสาขาย่อยเฉพาะทาง อีกด้วย ความครบครัน และความพร้อมของบุคลากรทางการแพทย์และบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน ทำให้คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี จึงเป็นอีกหนึ่งสถานพยาบาลที่ผู้ให้ความยอมรับไปใช้บริการ มากเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศ และเมื่อมีผู้มารับบริการเพิ่มขึ้น จำเป็นต้องมีการแข่งขันตอนที่เกี่ยวกับการรักษาพยาบาล รวมถึง ข้อมูลข่าวสารที่จะเผยแพร่เรื่องต่างๆ ให้ครบถ้วน เข้าใจง่าย เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นงานสื่อสัมพันธ์ที่มีความสำคัญ และเป็นงานที่มีขอบเขตกว้างขวางมีระบบงานที่ซับซ้อนแต่งงานประชาสัมพันธ์จะช่วยส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในเรื่องต่างๆ หรือเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร ช่วยให้ เกิดความเข้าใจ ความร่วมมือจากทุกๆ ส่วนได้ และที่ผ่านมามีการประชาสัมพันธ์ ข้อมูล ข่าวสาร เป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเดิม คือ การประกาศผ่านเสียงตามสาย การติดป้ายประกาศ ไม่เพียงพอต่อความต้องการในการสร้างการตระหนักรู้ เพียงเสียงประกาศ หรือป้ายประกาศนั้น อาจไม่มีความโดดเด่น ไม่น่าดึงดูด ไม่น่าสนใจเท่าที่ควร ดังนั้น ทางคณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี จึงมีความจำเป็นต้องมีอย่างยิ่ง ที่ต้องมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ สามารถสร้างสรรค์ และถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสารต่างๆ ออกมาในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ทั้งบุคลากรในโรงพยาบาล และผู้ที่มาใช้บริการรับทราบข้อมูล ข่าวสารเหล่านั้นด้วย ดังนั้น ในส่วนของงานโสตทัศนูปกรณ์ จึงเป็นอีกส่วนงานหนึ่งที่มีบทบาทสำหรับการนำเสนอสื่อประเภทต่างๆ ทั้งการถ่ายภาพ งานกราฟิก งานสิ่งพิมพ์ งานออกแบบ/เขียนแบบ สื่อการเรียนการสอน งานด้านเตรียมอุปกรณ์โสตฯ ของห้องเรียนสำหรับการเรียนการสอน งานวิจัย งานประชุม สัมมนา งานด้านการเผยแพร่ และ การสอนที่เกี่ยวกับสื่อการเรียนการสอน งานสร้างสไลด์ ผลิตสื่อ การสอนอิเล็กทรอนิกส์ ประเภท งานคอมพิวเตอร์ช่วยสอน งานเขียนป้ายประชาสัมพันธ์ และแผ่นภาพในการจัดประชุม สัมมนา หรือแสดงนิทรรศการ ซึ่งงานเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ต้องอาศัยหลักความคิดเชื่อมโยง เพื่อถ่ายภาพเรื่องราว ประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้ผู้รับสารเข้าใจ แต่ทว่าบุคลากรในกลุ่มงานโสตฯ ยังมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ สร้างสรรค์งาน จึงทำให้ต้องมีการฝึกอบรมทักษะในการ

สร้างสรรค์งานเบื้องต้นให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องในแต่ละส่วนงาน เพื่อรองรับความต้องการปริมาณงานที่ต้องการผลิตงาน

ในปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ การนำเสนอข้อมูล ขาวสาร เพื่อให้ผู้คนได้รับรู้ เขาใจในเนื้อหาเรื่องราวของบุคคลคณะทำงาน หน่วยงาน องค์กรหรือสถาบันใดๆ ก็ตาม ตามมุ่งหวังให้ผู้คนได้รับรู้เขาใจตามที่วางแบบแผนองค์กรหรือสถาบันนั้นๆ ได้วางไว้ การประชาสัมพันธ์เป็นการนำเสนอสิ่งต่างๆ ตั้งแต่รูปแบบของการนำเสนอระยะเวลา โอกาส นอกจากจะเสนอเรื่องราวเป็นข้อมูลข่าวสารแล้ว ยังคาดหวังถึงความเขาใจอันดีของผู้รับขาวสารนั้นด้วย สื่อสำหรับการประชาสัมพันธ์มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และการประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการดำเนินการที่จะสร้างความร่วมมือในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การยอมรับวิธีปฏิบัติให้แพร่กระจายออกไปอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง โดยวิธีการดังกล่าวต้องอาศัยการใช้สื่อต่างๆ อย่างหลากหลาย โดยมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอนว่า ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายยอมรับอะไร อย่างไร และจะต้องมีแผนการสื่อสารที่เป็นขั้นตอน และมีกลวิธีที่เหมาะสมจึงจะเกิดประสิทธิผล โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญ คือ การเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลในสังคม การเลือกใช้กิจกรรมและสื่อต่างๆ ทางการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ปลูกจิตสำนึก โน้มน้าวให้เห็นด้วย คล้อยตามเกิดความร่วมมือร่วมใจกันปรับเปลี่ยน พฤติกรรม ความท้าทายของงานนั้นอยู่ที่การคิดค้นกลวิธี โดยจะสร้างสื่ออย่างไรให้เกิดความดึงดูดและสะกดความสนใจแก่ผู้พบเห็น แต่อยู่ในวิสัยที่กลุ่มเป้าหมายสามารถรับได้ และควรเลือกใช้สื่ออย่างไร ประเภทใด เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งการเลือกวางแผนการกระจายหรือประชาสัมพันธ์สื่อเหล่านั้น

การติดต่อสื่อสารนับเป็นพฤติกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่ง มีความเกี่ยวข้องและแทรกแซงอย่างกว้างขวางต่อพฤติกรรมของมนุษย์ อะไรก็ตามที่ชักนำขาวสารไปสู่ผู้รับได้นั้นคือการสื่อสาร ดังนั้น การติดต่อสื่อสารจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์กร หากองค์กรขาดการสื่อสารองค์กรก็ไม่สามารถจะคงอยู่ได้ อีกทั้ง วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โดยทั่วไป เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจภายในองค์กร สถาบันหรือหน่วยงานอันจะเป็นประโยชน์ ต่อการปฏิบัติงานให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ ให้มีความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานกับประชาชน โดยการแจ้งนโยบายวัตถุประสงค์ภารกิจและการดำเนินการขององค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานให้ประชาชน หรือผู้ใช้บริการทราบ เพื่อให้สามารถเลือกใช้บริการหรือให้ความร่วมมือได้อย่างถูกต้อง และให้ผู้บริหารขององค์กร สถาบันหรือหน่วยงาน ได้รับทราบปรีชามติ หรือความคิดเห็น ของกลุ่มประชาชนหรือผู้ใช้บริการ เพื่อจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุง พัฒนา หรือแก้ไขปัญหาดังกล่าว ที่มีอยู่ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อสร้างความชื่นชม นิยม ศรัทธาและภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับองค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานนั้นให้คงอยู่ตลอดไป ซึ่งต้องอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กร สถาบัน หรือ หน่วยงานกับประชาชนและผู้ใช้บริการทั้งภายในและภายนอกให้มีประสิทธิภาพ โดย (รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ 2549)



จำแนกการใช้ภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์ ออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ภาษาพูด และ ภาษาเขียน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมกับชนิดของสื่อ (Medium) หรือช่องทาง (Channel) ในการสื่อสารเป็นสำคัญ การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์กับการเขียนอื่นๆ หรืองานทั่วไปก็มีความแตกต่างกัน เพราะเป็นการระบุเรื่องราวหรือวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่หลากหลายย่อมมีความแตกต่างกัน และการเขียนเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบในการสร้างสรรค์ ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้มีความสมบูรณ์ หลายครั้งที่พบว่า การเขียนหรือข้อความมีช่วยช่วยในการสื่อความหมาย เพื่อให้ผู้รับสารมีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกับผู้ส่งสาร ซึ่งพิจารณาได้จาก (อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต 2542) การพิจารณาจากวัตถุประสงค์ของการเขียน เพราะการเขียนทั่วไปเป็นการถ่ายทอดความรู้ ความคิด หรือความรู้สึก การเขียนโดยทั่วไปมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ข่าวสาร ความรู้ หรือความบันเทิง แต่การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์มากกว่านั้น คือการสร้างการยอมรับ ความศรัทธา และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มเป้าหมายผนวกกับการใช้ภาษา เพราะการใช้ภาษาสำหรับงานเขียนทั่วไปคำนึงถึงความไพเราะสละสลวยเป็นสำคัญ แต่การใช้ภาษา ในงานเขียนสำหรับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์นั้นมุ่งเลือกสรรถ้อยคำที่มีคุณภาพในการสื่อความหมาย ได้ชัดเจน รวมทั้ง มุ่งการโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านเห็นภาพและคล้อยตาม และผู้เขียน ในงานเขียนทั่วไปนั้น เป็นการเขียนนามของผู้เขียนเอง แต่การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นการเขียนในนามหน่วยงาน องค์กรและสถาบันที่ผู้เขียนสังกัดอยู่ ตลอดจนสื่อที่เผยแพร่ จะมีลักษณะการใช้ภาษาจะเป็นตัวกำหนดว่า จะเลือกใช้สื่ออะไรในการเผยแพร่ แต่การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้น สื่อจะเป็นตัวกำหนดลักษณะการใช้ภาษาในงานเขียน เนื่องจากนักประชาสัมพันธ์จะต้องพิจารณาเลือกใช้สื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน รวมทั้ง ต้องพิจารณาถึงทรัพยากรสื่อและงบประมาณ ที่หน่วยงาน องค์กร และสถาบันมีประกอบด้วย และสุดท้ายคือแง่มุมเนื้อหาที่น่าสนใจ เพราะงานออกแบบทั่วไป มักเสนอเนื้อหา ในแง่มุมทั้งที่เป็นเชิงบวกและลบ แต่การเขียนหรือออกแบบสื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์ ยังคงยึดที่จะนำเสนอแง่มุมเนื้อหาในเชิงบวกหรือเชิงสร้างสรรค์สำหรับหน่วยงาน องค์กร และสถาบันเป็นหลัก ทั้งนี้ การออกแบบอาจไม่จำเป็นต้องมีเทคนิคมากมาย และรูปแบบการออกแบบเพื่อให้มีความน่าสนใจ และสะดุดตาต่อผู้พบเห็น เช่น การออกแบบโฆษณาให้ดูเรียบง่าย แต่แฝงไปด้วยความดูดี เป็นการทำโฆษณาเพื่อสร้างจินตนาการของผู้พบเห็น โดยบางครั้งเลือกใช้ตัวหนังสือเป็นตัวกลาง และรูปภาพเพียงรูปเดียวในการสื่อสาร เน้นการใช้ช่วงเวลาเพียงเล็กน้อยในการมองเห็น ก็สามารถเข้าใจความหมายได้ หรือการกระตุ้นความรู้สึกเพื่อผู้พบเห็นรู้สึกสนใจเกิดการค้นหา หรืออยากจะทำตามกับสิ่งที่พบเห็นเปรียบเสมือนกับการเชิญชวนเข้าชมสินค้าด้วย ป้ายลดราคา ที่เมื่อมีผู้พบเห็นก็อยาก จะเข้าไปชมในทันที แต่ทว่าการสร้างสื่อยังสามารถใช้เทคนิคสร้างจินตนาการที่เหนือจริง เพื่อเป็น การพูดชวนเชื่อหรือคำพูดที่เกินจริง ยังใช้เทคนิคการเล่นกับขนาด เป็นการนำเสนอเรื่องของสัดส่วนเข้ามาเกี่ยวข้องในการสร้างสื่อโฆษณาที่แปลกตา โดยนำสัดส่วนที่มีความแตกต่างกัน มาทำ เป็นผลงานที่ทำให้ผู้พบเห็นเกิดความรู้สึกหลากหลาย และ

จากความแปลกความความไม่ปกติของสัดส่วนที่ไม่น่าจะเข้ามารวมกัน หรือมาเป็นส่วนหนึ่งของ กัน และกันได้ จากที่กล่าวมาแล้วนั้น จะเห็นได้ว่าแม้เทคนิคการออกแบบที่เรียบง่ายก็ยังคงมีความหมายและความสำคัญต่อการผลิตสื่อ เพื่อสื่อสารออกไปยังกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยไปกว่าสื่อที่ใช้เทคนิคในการออกแบบที่หลากหลายเลย ทั้งนี้ สื่อยังเปรียบเสมือน กระบอกเสียงในการเชิญชวน ชักนำ ชี้แนะ และเล่าเรื่องราวที่ผู้ออกแบบต้องการบอกสอดคล้องกับ (ลักษณะ สดะเวทิน 2554) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารรูปแบบหนึ่งซึ่งช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรที่ทำการสื่อสาร เพื่อการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นทั้งสมาชิกภายในองค์กรและกลุ่มประชาชนภายนอกองค์กร ทั้งนี้ เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการขององค์กรเพื่อประโยชน์ของกลุ่มเป้าหมายที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์กรนั้นๆ ด้วย

ทั้งนี้ ทางคณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี มีการจัดทำสื่อมากมาย ทั้งสำหรับบุคลากร วิชาชีพ ทั้งหมด พยาบาล นักวิชาการสายงานต่างๆ และผู้มารับการรักษา รวมทั้ง ญาติผู้มารับการรักษา ทำให้การทำสื่อประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาลมีความหลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการออกแบบ และจัดทำสื่อประเภทโปสเตอร์ เพื่อใช้ในการบอกกล่าวประชาสัมพันธ์ข้อมูล เรื่องราวเป็นจำนวนมาก จึงทำให้บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการออกแบบและผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการภายในองค์กร จึงจำเป็นต้องมีการจัดการอบรม โดยผู้วิจัยเล็งเห็นว่า การจัดทำบทเรียนผ่านเว็บเพื่อการฝึกอบรม เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ ให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องนั้น เป็นวิธีการแก้ปัญหาที่ตอบสนองความต้องการได้ โดยการนำเอามัลติมีเดียเข้ามานำเสนอข้อมูล รูปแบบ และเทคนิคต่างๆ ในการฝึกอบรม ซึ่งสอดคล้องกับ (พัลลภ พิริยะสุรวงศ์ 2541) กล่าวว่า มัลติมีเดีย คือ การใช้คอมพิวเตอร์ร่วมกับโปรแกรมซอฟต์แวร์ในการสื่อความหมาย โดยการผสมผสานสื่อหลายชนิด เช่น ข้อความ กราฟิก (Graphic) ภาพเคลื่อนไหว (Animation) เสียง (Sound) และวีดิทัศน์ (Video) เป็นต้น และถ้าผู้ใช้สามารถที่จะควบคุมสื่อให้นำเสนอออกมาตามต้องการได้ จะเรียกว่า มัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ (Interactive Multimedia) เพื่อให้ผู้เข้ารับ การอบรมเกิดกระบวนการเรียนรู้ และติดตาม เพราะในการนำเสนอข้อมูลต่างๆ ผ่านสื่อมัลติมีเดีย จะทำให้ผู้เข้ารับการอบรมเกิดจินตนาการตามข้อมูล รูปแบบ ตัวอย่างที่ผู้อบรมต้องการถ่ายทอดได้ด้วยจุดเด่นทั้งการนำเสนอในรูปแบบเสียง ข้อความ ภาพ ส่งผลให้เกิดความคงทนต่อการจดจำข้อมูล เนื้อหา ได้อีกด้วย ตลอดจนเกิดความเข้าใจถึงกระบวนการออกแบบสื่อเพื่อนำมาเป็นพื้นฐานในการออกแบบและสร้างสื่อเบื้องต้น โดยนำเสนอพื้นฐานเพื่อการปูพื้นฐานและเสริมสร้างความรู้ของการออกแบบสื่อเบื้องต้น ให้บุคลากรที่มีความเกี่ยวข้องรับทราบ และเป็นแนวทางใน การประยุกต์ใช้งานในหน่วยงานสืบไป อีกทั้งยังสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อใน การนำเสนอเรื่องราวต่างๆ อีกด้วย เพราะการใช้มัลติมีเดียทางการเรียน การสอน ก็เพื่อเพิ่มทางเลือกในการเรียน และตอบสนองรูปแบบของการเรียนของผู้เรียนที่แตกต่างกัน การจำลองสถานการณ์ของวิชาต่างๆ เป็นวิธีการเรียนรู้ที่ทำให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์ตรงก่อนการลง

เมื่อปฏิบัติจริง โดยสามารถ ที่จะทบทวนขั้นตอนและกระบวนการได้เป็นอย่างดี ผู้เรียนอาจจะเรียน หรือฝึกซ้ำได้ ทำให้การสอนมีประสิทธิภาพมากกว่าการใช้วัสดุการสอนธรรมดา และสามารถเสนอ เนื้อหาได้ลึกซึ้งกว่าการสอนที่สอนตามปกติ เพราะผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถเปิดดูเนื้อหา บทเรียน ได้มากครั้งตามที่ต้องการ เป็นผลให้เกิดความจดจำ และซึมซับได้ดี อีกทั้ง การใช้สื่อประเภทภาพ ประกอบการบรรยาย และ ใช้ข้อความนำเสนอในส่วนรายละเอียดพร้อมภาพเคลื่อนไหวหรือใช้วีดิทัศน์ ซึ่งล้วนแต่ทำให้การสอน มีประสิทธิภาพสูงขึ้น พร้อมทั้ง นำเสนอตัวอย่างสื่อ ผลงาน เพื่อให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องได้ รับทราบและรับรู้ถึงรูปแบบที่มีทั้งในรูปแบบพื้นฐานและรูปแบบที่มีการ ใช้หลากหลายเทคนิคมานำเสนอ

รวมถึง รูปแบบในการติดต่อ ติดตาม สื่อสารข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันมีความรวดเร็ว แม่นยำ ด้วยอุปกรณ์และช่องทางต่างๆ ทำให้ผู้วิจัยได้นำช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ มาเป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารหรือถ่ายทอดความรู้ แลกเปลี่ยนข้อมูลในการอบรม มีการโต้ตอบ สอบถามและติดตามงาน เพราะรายงานจากสมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) (DAAT) ได้ร่วมมือกับเว็บไซต์มาร์เก็ตติ้งอ็อปส์ดอทคอม (www.MarketingOops.com) จัดทำข้อมูลสถิติและพฤติกรรม การใช้อินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคออนไลน์ในประเทศไทย ในรูปแบบอินโฟกราฟิก (info graphic) โดยในปี 2556 พบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 26 ล้านคน คิดเป็น 38.8% ของจำนวนประชากร ทั้งหมด 67 ล้านคน สำหรับอุปกรณ์ที่ผู้บริโภคออนไลน์ใช้ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากที่สุดยังคง เป็นคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (Desktop) ตามมาด้วยสมาร์ทโฟน (Smartphone) ที่มีสัดส่วนเติบโตขึ้น อย่างมากจากปี 2555 ที่มีผู้ใช้สมาร์ทโฟนในการเข้าอินเทอร์เน็ตเพียง 12.2% ในขณะที่ปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 69.5 % และอันดับสาม คือ แล็ปท็อป (Laptop) 67.9% โดยกิจกรรมยอดนิยมทาง อินเทอร์เน็ต 3 อันดับแรกได้แก่ การรับส่งอีเมล (email) 54.4% อันดับสองคือ เสิร์ช (Search) 52.5% และอันดับสามคือ การใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) 33.2% ซึ่งปัจจุบันมีผู้ใช้ โซเชียลมีเดียสูงถึง 93.8% ในขณะที่ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ก็มีจำนวนสูงเช่นกัน และสมาคม โฆษณาดิจิทัล เผยว่าในปี 2558 แบ่งออกเป็นช่วงครึ่งแรกของปี ประเภทของการใช้สื่อออนไลน์ที่ ครองส่วนแบ่งเพิ่มขึ้นสูงสุด ได้แก่ Facebook เพิ่มขึ้นสูงสุดจาก 16% ในปี 2557 เดิมคาดการณ์ว่า จะมีการใช้จ่ายมากขึ้นเป็น 16.5% แต่กลับเพิ่มขึ้นเป็น 21.4% ประเภทของการใช้สื่อออนไลน์ที่ครอง ส่วนแบ่งลดลงเด่นชัดที่สุดคือ เครื่องมือค้นหา (Search) ลดลงตามความคาดหมายจาก 21% ในปี 2557 เดิมคาดการณ์ว่าจะลดลงเหลือ 19.7% แต่กลับลงเหลือราว 13% และจากการใช้สื่อสังคม ออนไลน์ประเภทแอปพลิเคชันไลน์ มาเป็นหนึ่งในช่องทางการติดต่อสื่อสาร ทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรม มีความใส่ใจและมีความกล้าแสดงออกในการสื่อสารหรือซักถามข้อมูล ข้อคำถามที่สงสัย และยังเป็น ช่องทางในการติดตามงานและความเคลื่อนไหวในการเข้ารับการฝึกอบรมด้วย

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีการเลือกรูปแบบการนำเสนอความรู้ผ่านช่องทางการฝึกอบรมผ่านเว็บ (Web Based Training : WBT) ด้วยลักษณะการสอนหรือการฝึกอบรมสื่อหลายมิติ มีการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้เรียนกับบทเรียน และสร้างให้เกิดการเรียนรู้ที่ทำให้ผู้เรียนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานต่อไป นอกจากนี้ ผู้เรียนยังเป็นผู้ควบคุมการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างอิสระในเรื่องของสถานที่และเวลา โดยไม่มีเงื่อนไขหรือข้อจำกัดเรื่องช่วงเวลาในการฝึกอบรม ทำให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความเป็นอิสระ และเลือกช่วงเวลาที่ตนเองมีความพร้อมและเหมาะสมที่จะศึกษาได้ อีกทั้ง เนื้อหาบทเรียนในเว็บสามารถปรับเปลี่ยน เพิ่มเติม และพัฒนาให้ทันสมัยได้ตลอดเวลา ซึ่งมีความสอดคล้องกับ สถาบันพัฒนาครู คณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา (ทิพรัตน์ สิทธิวงศ์ 2547) และ (มนต์ชัย เทียนทอง 2545) ที่กล่าวว่า การจัดการเรียนการสอน หรือการฝึกอบรมแบบออนไลน์ที่ เรียกว่า การเรียนผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ในรูปแบบการจัดการฝึกอบรมผ่านเว็บ มีการนำเสนอข้อมูลนำเสนอผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรืออินทราเน็ต หรือบางที่เรียกว่า e-Training มีการจัดปฏิสัมพันธ์ทั้งที่เป็นแบบ Synchronous คือ ในเวลาเดียวกันแต่ต่างสถานที่กัน และแบบ Asynchronous คือ ในสถานที่แตกต่างกันและต่างเวลากัน ทำให้ผู้เข้ารับการอบรมสามารถศึกษาเนื้อหาที่ไหนก็ได้ และเวลาใดก็ได้โดยเป็นการเรียนรู้ด้วยตนเอง ตามความสามารถและความสนใจของตนเอง อีกทั้ง มีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบสื่อผสม ทั้งข้อความ รูปภาพ เสียง วิดิทัศน์ และมัลติมีเดียแบบต่างๆ นำมาสร้างสรรค์เป็นบทเรียน นอกจากนี้ปัจจัยในการสร้างสรรค์เว็บฝึกอบรมให้มีคุณภาพยังมีปัจจัยต่างๆ อันได้แก่ ความทันสมัยของเนื้อหาข้อมูล ที่นำเสนอต้องทันต่อสถานการณ์ หรือเป็นเรื่องราวที่เป็นปัจจุบัน โดยต้องมีการพิจารณาเนื้อหาเพื่อความเหมาะสม ถูกต้อง และครบถ้วน ข้อมูลและเนื้อหาที่นำเสนอ ต้องมีความน่าเชื่อถือ มาจากเอกสารหรือแหล่งข้อมูลที่มีการอ้างอิงได้ ข้อมูลที่นำเสนอต้องมีการเข้าสู่เนื้อหาโดยการเรียงลำดับความสำคัญของเนื้อหา ความยากง่าย จัดเรียงอย่างเหมาะสม เพื่อไม่สร้างความซับซ้อนให้กับผู้อบรม เนื่องจากเนื้อหาบางอย่างมีความสำคัญ แต่จัดเรียงเล่าเรื่องแบบวนไปวนมา เรียงลำดับการจัดเนื้อหาไม่ถูกต้อง อาจจะทำให้ผู้รับการอบรมเกิดความเบื่อหน่าย หรือไม่สนใจศึกษาต่อก็เป็นได้ ดังนั้น การจัดการอบรมผ่านระบบเว็บเพื่อการฝึกอบรม มีผลดีเพราะสามารถเลือกเรียนในช่วงเวลาที่สะดวกได้ตามต้องการ ซึ่งตอบโจทย์มากๆ สำหรับคนที่ม้งานประจำหรือกิจกรรมที่มีการกำหนดช่วงเวลา การเรียนออนไลน์จะไม่ส่งผลกระทบต่องานหลัก เรียนได้ทุกที่ตามที่ต้องการ และอุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อการเรียน มีหลากหลาย เช่น โน้ตบุ๊ก คอมพิวเตอร์ มือถือ แท็บเล็ต ไม่ว่าจะอยู่ตรงไหนก็เรียนรู้ได้ และเวลาเรียนไปแล้วหากไม่เข้าใจคุณสามารถย้อนกลับ เพื่อทบทวนเนื้อหาและทำความเข้าใจใหม่ได้ สามารถหยุดและมาเรียนต่อภายหลังได้ ทบทวนบทเรียนซ้ำๆ ได้ เพราะไม่ได้จำกัดจำนวนครั้งที่เข้าดู และนั่นทำให้สามารถเรียนใหม่ก็รอบก็ได้ และในเมื่อการเรียนออนไลน์อยู่ที่ไหนก็เรียนได้ จึงตัดในเรื่องเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางได้ การเรียนออนไลน์เป็นอีกวิธีที่จะช่วยให้คุณพัฒนาศักยภาพของตนเองได้ในอนาคต การประสบความสำเร็จ

ในการเรียนออนไลน์ได้ก็ต่อเมื่อตนเองต้องมีความรับผิดชอบ และวินัยในการเรียน เพราะไม่มีการกระตุ้นหรือบังคับให้เราต้องเรียน

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาผลการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี พร้อมทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ โดยการศึกษาเนื้อหาด้วยตนเองตามระยะเวลาที่กำหนด นอกจากนี้ หลักสูตรดังกล่าว เป็นเรื่องการผลิตสื่อเพื่อการสอนและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการใช้ศิลปะและศาสตร์ทางการใช้เส้น ภาพวาด ภาพเขียน แผนภาพ ตลอดจนสัญลักษณ์ องค์ประกอบศิลป์และสีเส้นต่างๆ มาผสมผสานรวมกัน แล้วถ่ายทอดออกมาผ่านชิ้นงาน สามารถสื่อสารได้ชัดเจน เข้าใจความหมายได้ในทิศทางเดียวกัน ตรงตามกับผู้ส่งสารต้องการถ่ายทอด ผู้วิจัยจึงสร้างขึ้นและหวังว่าเว็บพร้อมสื่อมัลติมีเดียที่สร้างขึ้นนี้ จะสามารถสร้างเสริมและพัฒนาความรู้ให้กับบุคลากรได้เป็นอย่างดี

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร
2. เพื่อศึกษาผลงานการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้เข้ารับการอบรม
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่มีต่อการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร

### คำถามการวิจัย

1. เว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพบุคลากร มีคุณภาพระดับดี
2. ผลงานการผลิตสื่อของผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเกณฑ์อยู่ในระดับดี
3. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจต่อการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร มีความพึงพอใจมาก

### ขอบเขตของการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

กลุ่มประชากรในการศึกษา ได้แก่ บุคลากรสายปฏิบัติงานใน คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี จำนวน 80 คน

##### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง เป็นบุคลากรที่ปฏิบัติงานใน คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี โดยเลือกแบบอาสาสมัคร (Voluntary Selection) จำนวน 26 คน

### ตัวแปรที่ศึกษา

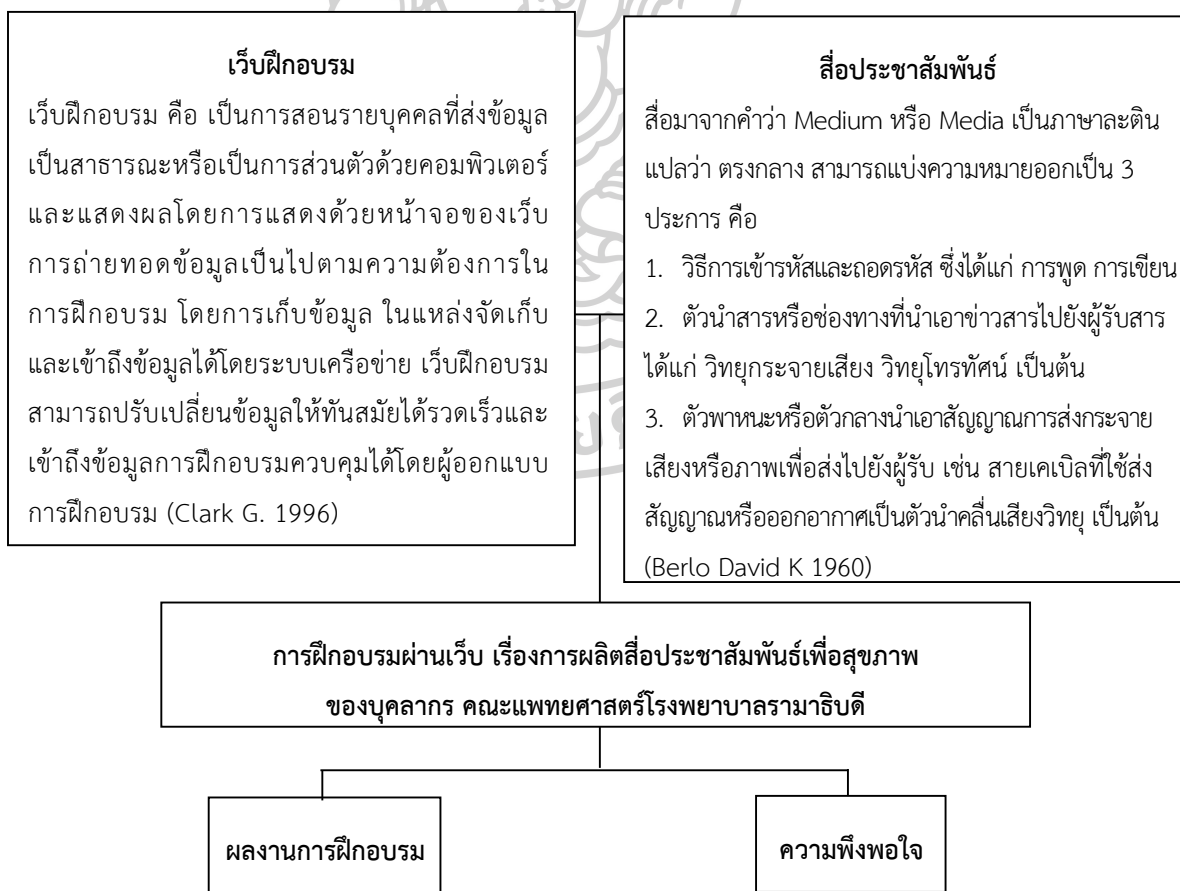
#### ตัวแปรต้น (Independent Variables)

การฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี

#### ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

1. ผลงาน (คะแนนชิ้นงาน) การผลิตสื่อ
2. ความพึงพอใจของการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี

### กรอบแนวคิด



แผนภูมิที่ 1 แสดงกรอบแนวคิด

## เนื้อหา / ระยะเวลา

### เนื้อหา

เนื้อหาที่นำมาทดลองเป็นเนื้อหาเรื่อง การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพบุคลากร ซึ่งประกอบด้วย 3 หน่วยการเรียนรู้ ดังนี้

- หน่วยที่ 1 หลักการประชาสัมพันธ์
- หน่วยที่ 2 หลักการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
- หน่วยที่ 3 เทคนิคการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

### ระยะเวลา

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยในช่วงเดือนมกราคม 2561 ถึงเดือนเมษายน 2561 โดยใช้ระยะเวลาและเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 5 สัปดาห์ โดยสัปดาห์ที่ 1 เป็นการชี้แจง อธิบายวิธีการเข้าใช้งาน สัปดาห์ที่ 2 – 3 ผู้อบรมดำเนินการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร ในสัปดาห์ที่ 4 – 5 ผู้อบรมทำแบบสอบถามวัดผลสัมฤทธิ์หลังอบรม และประเมินแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการอบรมผ่านเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพบุคลากร

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การฝึกอบรมผ่านเว็บ หมายถึง ผู้เข้ารับการอบรมศึกษาเนื้อหาที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้น ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของหน่วยงาน ซึ่งภายในเว็บด้วยกล่าวประกอบด้วย สื่อการเรียนรู้ที่หลากหลาย ได้แก่ ภาพ วีดิโอ และข้อความ โดยมีการสร้างขึ้นอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้ง มีการทำแบบทดสอบท้ายบทเรียน
2. สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ หมายถึง ตัวกลางในการนำข่าวสารเรื่องราว ข้อมูลต่างๆ จากองค์กรหรือหน่วยงานนำเสนอบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี เพื่อให้เกิดการรับรู้ ตระหนัก และส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดี อันได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์เรื่องการณรงค์โรคออฟฟิศซินโดรม
3. คุณภาพของเว็บ หมายถึง การประเมินคุณลักษณะของเว็บเพื่อการฝึกอบรม ที่ตามตั้งวัตถุประสงค์ โดยผู้เชี่ยวชาญให้บรรลุตามเกณฑ์มาตรฐาน
4. บุคลากรสายปฏิบัติงาน หมายถึง บุคลากรสายปฏิบัติงานของหน่วยงานต่างๆ สังกัดคณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี จะต้องเข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ
5. ผลงานการฝึกอบรมผ่านเว็บ หมายถึง เมื่อผู้เข้ารับการฝึกอบรมเรียนรู้บทเรียนครบทั้ง 3 หน่วยการเรียนรู้ แล้วนำความรู้ที่ได้จากการฝึกอบรมผ่านเว็บ มาออกแบบและสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ ภายในองค์กร ภายใต้หัวข้อการณรงค์โรคออฟฟิศซินโดรม โดยนำเสนอในขนาด A4 แนวตั้ง

6. ความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมผ่านเว็บ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของผู้เข้ารับการอบรมที่มีต่อการอบรมผ่านเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง ผลการฝึกอบรมผ่านเว็บ ร่วมกับ สื่อสังคมออนไลน์ เรื่อง การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดีผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เข้าใจหลักการและทฤษฎี ตลอดจนผลการวิจัยต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

1. เว็บเพื่อการฝึกอบรม (Web Base Training)
  - 1.1 ความหมายของเว็บเพื่อการฝึกอบรม
  - 1.2 ประเภทของเว็บเพื่อการฝึกอบรม
  - 1.3 การจัดการอบรมผ่านเว็บ
  - 1.4 การออกแบบการอบรมผ่านเว็บ
  - 1.5 ประโยชน์การอบรมผ่านเว็บ
  - 1.6 การประเมินผลการอบรมผ่านเว็บ
2. สื่อประชาสัมพันธ์
  - 2.1 ความหมาย
    3. 1.1 สื่อ
      - 3.2.1 การประชาสัมพันธ์
  - 2.2 องค์ประกอบและหลักการประชาสัมพันธ์
  - 2.3 หลักการผลิตสื่อ
  - 2.4 เทคนิคการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
  - 2.5 บทบาทและความสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์
3. สื่อที่เกี่ยวกับสุขภาพ
  - 3.1 ความหมาย
  - 3.2 ความหมายของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ
  - 3.3 อิทธิพลและหลักการพิจารณาสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ



### 3.4 บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องกับสื่อโฆษณา

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

##### 4.1 งานวิจัยในประเทศไทย

##### 4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

ทั้งนี้ มีรายละเอียดดังจะกล่าวตามลำดับต่อไปนี้

### การฝึกอบรมผ่านเว็บ

#### ความหมายของการฝึกอบรมผ่านเว็บ

ในการวิจัยเรื่อง ผลการฝึกอบรมผ่านเว็บ ร่วมกับ สื่อสังคมออนไลน์ เรื่อง การผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามธิบดีผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เข้าใจหลักการและทฤษฎี ตลอดจนผลการวิจัยต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

#### 5. เว็บเพื่อการฝึกอบรม (Web Base Training)

##### 5.1 ความหมายของเว็บเพื่อการฝึกอบรม

##### 5.2 ประเภทของเว็บเพื่อการฝึกอบรม

##### 5.3 การจัดการอบรมผ่านเว็บ

##### 5.4 การออกแบบการอบรมผ่านเว็บ

##### 5.5 ประโยชน์การอบรมผ่านเว็บ

##### 5.6 การประเมินผลการอบรมผ่านเว็บ

#### 6. สื่อประชาสัมพันธ์

##### 6.1 ความหมาย

##### 3. 1.1 สื่อ

##### 3.2.1 การประชาสัมพันธ์

##### 6.2 องค์ประกอบและหลักการประชาสัมพันธ์

##### 6.3 หลักการผลิตสื่อ

##### 6.4 เทคนิคการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

##### 6.5 บทบาทและความสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์

#### 7. สื่อที่เกี่ยวกับสุขภาพ

##### 7.1 ความหมาย

- 7.2 ความหมายของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ
- 7.3 อิทธิพลและหลักการพิจารณาสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ
- 7.4 บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องกับสื่อโฆษณา
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
  - 8.1 งานวิจัยในประเทศไทย
  - 8.2 งานวิจัยต่างประเทศ

ทั้งนี้ มีรายละเอียดดังจะกล่าวตามลำดับต่อไปนี้

### การฝึกอบรมผ่านเว็บ

#### ความหมายของการฝึกอบรมผ่านเว็บ

การใช้เว็บเพื่อการเรียนการสอนเป็นการนำเอาคุณสมบัติของอินเทอร์เน็ต มาออกแบบเพื่อใช้ในการศึกษาหรือการอบรม การจัดการเรียนการสอนผ่านเว็บ (Web-Based Instruction) มีชื่อเรียกหลายลักษณะ อาทิเช่น (Khan 1997) เป็นการอบรมที่อาศัยโปรแกรมไฮเปอร์มีเดียที่ช่วยในการสอน โดยการใช้ประโยชน์จากคุณลักษณะและทรัพยากรของอินเทอร์เน็ต มาสร้างให้เกิดการเรียนรู้ที่มีความหมายโดยส่งเสริมและสนับสนุนการเรียนรู้อย่างมากมาย และ (Clark G. 1996) ได้ให้คำจำกัดความของการฝึกอบรมผ่านเว็บว่า เป็นการอบรมรายบุคคลที่ส่งข้อมูลเป็นสาธารณะหรือเป็นการส่วนตัว ที่อาศัยเครือข่ายและสนับสนุนการเรียนรู้ในทุกทาง ซึ่งมีความสอดคล้องกับ (Driscoll M. 1997, Parson 1997) และ (Hannum W. 19100) กล่าวว่า เป็นการเป็นการใช้ทักษะ ความรู้ต่างๆ ส่งผ่านเชื่อมโยงข้อมูล โดยการใช้เว็ลด์ไวด์เว็บเป็นช่องทางในการเผยแพร่ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตหรือ อินทราเน็ต บนพื้นฐานของหลักและวิธีการอย่างมีระบบ อินเทอร์เน็ตโดยผ่านทางโปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์สามารถเข้าถึงข้อมูลที่ติดตั้งไว้ได้โดยผ่านเครือข่าย โดย (Camplese C. and Camplese K. 19100) ได้ให้ความหมายเพิ่มเติมว่า เป็นกระบวนการหรือบางส่วน โดยใช้เว็ลด์ไวด์เว็บเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอด ความรู้แลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างกัน จึงเหมาะแก่การเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดเนื้อหาการเรียนการสอน

การฝึกอบรมผ่านเว็บ (Carlson R.D. and et al. 19100) กล่าวว่า เป็นภาพที่ชัดเจนของการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีในยุคปัจจุบันกับกระบวนการออกแบบ ซึ่งก่อให้เกิดโอกาส ที่ชัดเจนในการนำการศึกษาไปสู่ที่ด้อยโอกาส เป็นการจัดหาเครื่องมือใหม่ๆ สำหรับส่งเสริมการเรียนรู้และเพิ่มเครื่องมืออำนวยความสะดวกที่ช่วยขจัดปัญหา เรื่องสถานที่และเวลา

ซึ่ง (Relan A. and Gillani B.B. 1997) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า เป็นการกระทำของคณะหนึ่งในการเตรียมการคิดในกลวิธีการสอนโดยกลุ่ม คอนสตรัคติวิซึ่มและการอบรมในสถานการณ์ร่วมมือกัน โดยใช้ประโยชน์จากคุณลักษณะและทรัพยากรในเว็ลด์ไวด์เว็บ

การฝึกอบรมผ่านเว็บ (กิดานันท์ มลิทอง 2543) ให้ความหมายว่า เป็นการใช้เว็บในการฝึกอบรม เพื่อนำเสนอบทเรียนในลักษณะสื่อหลายมิติของวิชาทั้งหมดตามหลักสูตร หรือใช้เพียงการเสนอข้อมูล บางอย่าง เพื่อประกอบการสอนก็ได้ รวมทั้งใช้ประโยชน์จากคุณลักษณะต่างๆ ของการสื่อสารที่มีอยู่ในระบบอินเทอร์เน็ต เช่น การเขียนโต้ตอบกันทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์และการพูดคุยสดด้วยข้อความและเสียงมาใช้ประกอบด้วย เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดย (ใจทิพย์ ณ สงขลา 2542) และ (ถนอมพร เลาจรัสแสง 2544) ให้ความหมายซึ่งมีความสอดคล้องกัน กล่าวคือ เป็นการผสมผสานกันระหว่างเทคโนโลยีปัจจุบันกับกระบวนการออกแบบ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการเรียนรู้ มาผนวกกับคุณสมบัติไฮเปอร์มีเดียเข้ากับคุณสมบัติของเครือข่ายเวิลด์ไวด์เว็บ เพื่อสร้างสิ่งแวดล้อมแห่งการเรียนรู้ ในมิติที่ไม่มีขอบเขตจำกัดด้วยระยะทางและเวลาที่แตกต่างกันของผู้เรียนและแก้ปัญหาในเรื่องข้อจำกัดทางด้านสถานที่ และเวลา โดยฝึกอบรมบนเว็บจะประยุกต์ใช้คุณสมบัติและทรัพยากรของเวิลด์ ไวด์ เว็บ ในการจัดสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมและสนับสนุนผ่านเว็บ อาจเป็นบางส่วนหรือทั้งหมดของกระบวนการก็ได้ ทั้งนี้ ผู้ออกแบบและสร้างโปรแกรมการสอนผ่านเว็บจะต้องคำนึงถึงความสามารถ และบริการที่หลากหลายของอินเทอร์เน็ต และนำคุณสมบัติต่างๆ เหล่านั้นมาใช้ เพื่อประโยชน์ในการเรียนการสอน ให้มากที่สุด (วิชุดา รัตนเพียร 2542)

(Meorill M. David 1998) อ้างถึงใน (มนต์ชัย เทียนทอง 2545) ได้นิยามความหมายของ บทเรียน WBI /WBT ไว้ว่า เป็นระบบการเรียนการสอนหรือการฝึกอบรมที่นำเสนอผ่านเครือข่าย อินเทอร์เน็ตหรืออินทราเน็ตขององค์กร โดยใช้เบราว์เซอร์

สแตน (Stan Vangilder 1999) ได้กล่าวว่า การฝึกอบรมมีพัฒนาการเรื่อยมาตั้งแต่การเรียนรู้ ในห้องเรียน การฝึกอบรมในการทำงาน การใช้เทปวีดิทัศน์เพื่อการฝึกอบรมไปสู่การฝึกอบรมที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียน การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนมีคุณภาพ และได้มาตรฐาน ซึ่งรูปแบบใหม่ดังกล่าว คือ Computer-based Training (CBT) เป็นการเรียนรู้จาก CD – ROM ที่ประกอบด้วย สื่อต่างๆ ทั้งแอนิเมชัน กราฟิก รูปภาพ เสียง วีดิทัศน์ และข้อความ ผู้เรียนสามารถเรียนรู้โดยอาศัยเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง Electronic Reference เป็นการใช้งาน อีเล็กทรอนิกส์ Web – Based Training (WBT) ซึ่งปรับปรุงมาจาก Computer – Based Training (CBT) โดยเป็นการเรียนรู้ผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ทั้งในระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) และระบบอินเทอร์เน็ต (Intranet) ซึ่งการฝึกอบรมในรูปแบบใหม่ที่อาศัยวิวัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะเครื่องคอมพิวเตอร์และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อสืบค้นแหล่งเรียนรู้ที่สามารถตอบสนอง ความต่อความแตกต่างระหว่างบุคคล

Web – Based Training (WBT) หมายถึง การฝึกอบรมซึ่งถูกส่งผ่านไปบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ โดยใช้เทคโนโลยีของเว็บเป็นสื่อกลางในการอบรมอาจเป็น Instructor – led หรือ Computer – Based อย่างใดอย่างหนึ่งเป็นการเรียนรู้ในระดับผู้ประกอบอาชีพแล้ว โดยกระบวนการอบรม จะดำเนินการทั้งในลักษณะของการปฏิสัมพันธ์แบบทันทีทันใด (Synchronous) เช่น Netmeeting ICQ Irc หรือ การปฏิสัมพันธ์แบบไม่ทันทีทันใด (Asynchronous) เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ กระดานข่าว เว็บเพจ เป็นต้น เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมสามารถเข้ารับการ อบรมโดยไม่ต้องเดินทางไปยังสถานที่อบรม สามารถอบรมได้จากที่ทำงาน และไม่จำกัดเวลา

จากนิยามและความคิดเห็นของนักวิชาการและนักการศึกษา ทั้งในต่างประเทศและภายใน ตามที่กล่าวมาแล้วนั้น สามารถสรุปได้ว่า การฝึกอบรมผ่านเว็บเป็นการจัดสภาพการเรียนรู้ในรูปแบบ การอบรม โดยการคิด วางเคราะห์ และการออกแบบอย่างมีระบบ พร้อมอาศัยคุณสมบัติและทรัพยากร ของอินเทอร์เน็ตมาเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดหรือส่งต่อข้อมูล เพื่อส่งเสริมสนับสนุนการเรียน การสอนให้มีประสิทธิภาพ อาจเป็นการนำเสนอบทเรียนต่างๆที่ทันสมัยขึ้นและรวดเร็ว เข้าถึง ต่อกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้นด้วย โดยอาจจัดเป็นการเรียนการสอนทั้งกระบวนการ หรือนำมาใช้เป็น เพียงส่วนหนึ่งของกระบวนการทั้งหมด อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมและลดปัญหาอุปสรรคของการเข้ารับ การฝึกอบรมในด้านสถานที่และเวลา เพราะผู้เข้ารับการอบรมสามารถเลือกช่วงเวลาของตนเองมี ความพร้อมและสะดวกได้

### ประเภทของการเรียนการสอนผ่านเว็บ

การเรียนการสอนผ่านเว็บสามารถทำได้ในหลายลักษณะ แบ่งได้ดังต่อไปนี้

(Parson 1997) ได้แบ่งประเภทออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

1. เว็บช่วยสอนแบบรายวิชาอย่างเดี่ยว (Stand Alone Courses) เป็นรายวิชาที่มีเครื่องมือ เข้าไปถึง โดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ตอย่างมากที่สุด
2. เว็บช่วยสอนแบบเว็บสนับสนุนรายวิชา (Web Supported Courses) เป็นรายวิชาที่มี ลักษณะเป็นรูปธรรม ที่มีการพบปะระหว่างครูกับนักเรียนและมีแหล่งให้มาก
3. เว็บช่วยสอนแบบศูนย์การศึกษา (Web Pedagogical Resources) เป็นชนิดของเว็บไซต์ ที่มีวัตถุประสงค์เครื่องมือ ซึ่งสามารถรวบรวมรายวิชาขนาดใหญ่เข้าไว้ด้วยกันหรือเป็นแหล่งสนับสนุน กิจกรรมทางการศึกษา

(James 1997) แบ่งได้ 3 ลักษณะใหญ่ๆ คือ

1. โครงสร้างแบบค้นหา (Eclectic Structures) ลักษณะของโครงสร้างเว็บไซต์แบบนี้ เป็น แหล่งของเว็บไซต์ที่ใช้ในการค้นหาไม่มีการกำหนดขนาด รูปแบบ ไม่มีโครงสร้างที่ผู้เข้าอบรมต้องมี ปฏิสัมพันธ์กับเว็บลักษณะของเว็บไซต์

2. โครงสร้างแบบสารานุกรม (Encyclopaedic Structures) ถ้าเราควบคุมโครงสร้างของเว็บที่เราสร้างขึ้นได้ ก็จะใช้โครงสร้างข้อมูลในแบบต้นไม้ในการเข้าสู่ข้อมูล ซึ่งเหมือนกับ หนังสือที่มีเนื้อหาและมีการจัดเป็นบทเป็นตอน ซึ่งจะกำหนดให้ผู้เรียนหรือผู้ใช้ได้ผ่านเข้าไปหาข้อมูลหรือเครื่องมือที่อยู่ในพื้นที่ของเว็บหรืออยู่ภายในและ นอกเว็บ เว็บไซต์จำนวน แต่ในเว็บไซต์ทางการศึกษา ต้องรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของผู้เรียน กลวิธีด้านโครงสร้างจึงมีผลต่อการเรียนรู้ของผู้เรียน

3. โครงสร้างแบบการเรียนการสอน (Pedagogic Structures) มีรูปแบบโครงสร้างหลายอย่าง ในการนำมาสอนตามต้องการ ทั้งหมดเป็นที่รู้จักดีในบทบาทของการออกแบบสำหรับคอมพิวเตอร์ ช่วยสอนหรือเครื่องมือมัลติมีเดีย กล่าวคือ เป็นการจัดทำในแบบไฮเปอร์เท็กซ์กับการเข้าถึงข้อมูลหน้าจอ โดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับ (ถนอมพร เลาจรัสแสง 2544) ที่กล่าวว่า เป็นการผสมผสานกันระหว่างเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการเรียนรู้ มาผนวกกับคุณสมบัติไฮเปอร์มีเดียเข้ากับคุณสมบัติของเครือข่ายเว็ทเวิร์ดเว็บ

(Doherty 1988) แนะนำว่า การฝึกอบรมผ่านเว็บ มีวิธีการใช้ใน 3 ลักษณะ คือ

1. การนำเสนอ (Presentation) ในลักษณะของเว็บไซต์ที่ประกอบไปด้วยข้อความ ภาพกราฟิก โดยมีวิธี การนำเสนอ คือ

- 1.1 การนำเสนอแบบสื่อเดียว เช่น ข้อความ หรือ รูปภาพ
- 1.2 การนำเสนอแบบสื่อคู่ เช่น ข้อความกับรูปภาพ
- 1.3 การนำเสนอแบบมัลติมีเดีย คือ ประกอบด้วยข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง

2. การสื่อสาร (Communication) การสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องใช้ทุกวัน ในชีวิต ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของอินเทอร์เน็ต โดยมีการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตหลายแบบ เช่น

- 2.1 การสื่อสารทางเดียว เช่น การดูข้อมูลจากเว็บเพจ
- 2.2 การสื่อสารสองทาง เช่น การส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์โต้ตอบกัน
- 2.3 การสื่อสารแบบหนึ่งแหล่งไปหลายที่ เป็นการส่งข้อความจากแหล่งเดียวแพร่กระจาย

ไปหลายแหล่ง เช่น การอภิปรายจากคนเดียวให้คนอื่น ๆ ได้รับฟังด้วยหรือการประชุมผ่าน คอมพิวเตอร์ (Computer conferencing)

2.4 การสื่อสารหลายแหล่งไปสู่หลายแหล่ง เช่น การใช้กระบวนการกลุ่มในการสื่อสารบนเว็บ โดยมีคนใช้หลายคนและคนรับหลายคนเช่นกัน

3. การทำให้เกิดความสัมพันธ์ (Dynamic Interaction) เป็นคุณลักษณะที่สำคัญของอินเทอร์เน็ตและสำคัญที่สุด ซึ่งมี 3 ลักษณะคือ

- 3.1 การสืบค้นข้อมูล
- 3.2 การหาวิธีการเข้าสู่เว็บ
- 3.3 การตอบสนองของมนุษย์ต่อการใช้เว็บ

นอกจากนี้ (Hannum W. 19100) ได้แบ่งประเภทของการฝึกอบรมผ่านเว็บ ออกเป็น 4 ลักษณะ ใหญ่ๆ คือ

1. รูปแบบการเผยแพร่ รูปแบบนี้สามารถแบ่งได้ออกเป็น รูปแบบห้องสมุด (Library Model) เป็นรูปแบบที่ใช้ประโยชน์จากความสามารถในการเข้าไปยังแหล่งทรัพยากรอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอยู่หลากหลาย โดยวิธีการจัดหาเนื้อหาให้ผู้เรียนผ่านการเชื่อมโยงไปยังแหล่งต่างๆ รูปแบบบทเรียน (Textbook Model) การเรียนการสอนผ่านเว็บ เป็นการจัดเนื้อหาของหลักสูตรเหมือนกับการฝึกอบรมในชั้นเรียนปกติและสามารถทำสำเนาเอกสารให้กับผู้เรียนได้ รูปแบบการสอนที่มีปฏิสัมพันธ์ (Interactive Instruction Model) รูปแบบนี้จัดให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์การเรียนรู้จากการมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาที่ได้รับ เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ มีการให้คำแนะนำ การปฏิบัติ การให้ผลย้อนกลับ รวมทั้ง การให้สถานการณ์จำลองรูปแบบการสื่อสาร

2. การเรียนการสอนผ่านเว็บรูปแบบนี้ เป็นรูปแบบที่อาศัยคอมพิวเตอร์มาเป็นสื่อเพื่อการสื่อสาร (Computer – Mediated Communications Model) ผู้เรียนสามารถที่จะสื่อสารกับผู้เรียนคนอื่นๆ ผู้สอนหรือกับผู้เชี่ยวชาญได้ โดยรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลายในอินเทอร์เน็ตเหมาะสำหรับการเรียนการสอนที่ต้องการส่งเสริมการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่มีส่วนร่วมในการเรียนการสอน

3. รูปแบบผสม (Hybrid Model) รูปแบบการเรียนการสอนผ่านเว็บรูปแบบนี้เป็นการนำเอา รูปแบบ 2 ชนิด คือ รูปแบบการเผยแพร่กับรูปแบบการสื่อสารมารวมเข้าไว้ด้วยกัน

4. รูปแบบห้องเรียนเสมือน (Virtual classroom model) รูปแบบห้องเรียนเสมือนเป็นการนำเอาลักษณะเด่นหลายๆ ประการของแต่ละรูปแบบที่กล่าวมาแล้วข้างต้นมาใช้ ฮิลทซ์ (Hiltz 1993) ได้นิยามว่า ห้องเรียนเสมือนเป็นสภาพแวดล้อมการเรียนการสอนที่นำแหล่งทรัพยากรออนไลน์มาใช้ในลักษณะการเรียนการสอนแบบร่วมมือ โดย (Khan 1997) และ (Tuoff and M. 1995) กล่าวว่า เป็นสภาพแวดล้อมการเรียนการสอนที่สร้างขึ้นภายใต้ระบบ การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ในลักษณะของการเรียนแบบร่วมมือและทำกิจกรรมร่วมกัน ลักษณะเด่นของการเรียนการสอนรูปแบบนี้ ก็คือ ความสามารถในการลอกเลียนลักษณะของห้องเรียนปกติมาใช้ในการออกแบบการเรียนการสอนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต รูปแบบนี้จะช่วยให้ผู้เรียนได้รับประโยชน์จากการเรียน โดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่

### การจัดการเรียนการสอนผ่านเว็บ

การจัดการเรียนผ่านเว็บ มีลักษณะการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่แตกต่างไปจากเดิม โดยมีการออกแบบระบบการสอนให้สอดคล้องกับคุณลักษณะเด่นของเว็บ กล่าวคือ การสื่อสารระหว่าง

สามารถสื่อสารกันโดยผ่านเว็บโดยตรงในรูปคุยกันในห้องสนทนา หรือมีการฝากข้อความ ข้อคำถาม บนบนกระดานอิเล็กทรอนิกส์หรือกระดานข่าวสาร หรือจะสื่อสารกันผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ก็สามารทำได้ ดังนั้น ความเป็นเว็บช่วยสอน จึงไม่ใช่แค่การสร้างเว็บไซต์เนื้อหาวิชาหนึ่ง หรือรวบรวม ข้อมูลซักเรื่องหนึ่งแล้วบอกว่าเป็นเว็บช่วยสอน ซึ่งมีความหมายกว้างขวางอันเกิดจากการรวมเอา คุณลักษณะของเว็บ โปรแกรมและเครื่องมือสื่อสารในระบบอินเทอร์เน็ตและการออกแบบระบบ การเรียนการสอนเข้าด้วยกัน ทำให้เกิดการเรียนรู้ขึ้นอย่างมีความหมายไม่เพียงแต่แหล่งข้อมูล เท่านั้น (ปรัชญนันท์ นิลสุข 2543)

(ใจทิพย์ ณ สงขลา 2542)กล่าวว่า การเรียนการสอนผ่านเว็บมีการดำเนินการอย่างจริงจัง ทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศทางซีกโลกตะวันตก สำหรับวงการการศึกษาในประเทศไทย เริ่มมีความเปลี่ยนแปลง เริ่มใช้เครื่องมือบนเครือข่ายเว็ลด์ไวด์เว็บเสริมในชั้นเรียนปกติ และ บางมหาวิทยาลัยเริ่มการเรียนการสอนแบบทางไกล และเริ่มจะสร้างชั้นเรียนเสมือนให้เกิดขึ้นจริง การดำเนินการเรียนการสอนผ่านเว็บมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ใจทิพย์ ณ สงขลา 2542)

1. ความพร้อมของเครื่องมือและทักษะการใช้งานเบื้องต้น ความไม่พร้อมของเครื่องมือและการขาดทักษะทางเทคนิคที่จำเป็นในการใช้เครื่องมือ หรือโปรแกรมเป็นสาเหตุสำคัญ ที่ก่อให้เกิด ความสับสนและผลทางลบต่อทัศนคติของผู้ใช้ จากการศึกษาการนำเทคโนโลยีเครือข่ายมาใช้ พบว่า ผู้ใช้ที่ไม่มีความพร้อมทางทักษะการใช้จะพยายามแก้ปัญหา และศึกษาเรื่องของเทคนิค มากกว่าจำกัด ความสนใจอยู่ที่เนื้อหา นอกจากนั้น จากงานวิจัยของ (ใจทิพย์ ณ สงขลา 2542) พบว่ายังไม่มีความพร้อม ทางด้านทักษะการใช้ภาษาเขียนและภาษาต่างประเทศ ซึ่งเป็นทักษะจำเป็นพื้นฐานที่จำเป็น อีกประการหนึ่งสำหรับการสื่อสารผ่านเครือข่าย

2. การสนับสนุนจากฝ่ายบริหารและผู้ใช้ เช่นเดียวกับการนำเทคโนโลยีอื่นเข้าสู่องค์กรต้อง อาศัยการสนับสนุนอย่างจริงจังจากฝ่ายบริหาร ทั้งในการสนับสนุนด้านเครื่องมือและนโยบายส่งเสริม การใช้เครือข่ายเว็ลด์ไวด์เว็บ เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา การกำหนดการใช้เครื่องมือดังกล่าว จึงไม่สามารถเป็นไปในลักษณะแนวตั้ง (Top down) โดยการกำหนดจากฝ่ายบริหารเพียงฝ่ายเดียว แต่ต้องเป็นการประสานจากทั้งสองฝ่าย คือ ฝ่ายบริหารและผู้ใช้จะต้องมีการประสานจากแนวล่าง ขึ้นบน ผู้ใช้จะต้องมีทัศนคติยอมรับการใช้สื่อดังกล่าว เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา ฝ่ายบริหารสามารถ สร้างนโยบายที่กระตุ้นแรงจูงใจของผู้ใช้ เช่น สร้างแรงจูงใจจากภายในของผู้ใช้ให้รู้สึกถึงความท้าทาย และประโยชน์ที่จะได้รับหรือสร้างแรงจูงใจจากภายนอก เช่น สร้างเงื่อนไขผลตอบแทนพิเศษ ทั้งใน รูปนามธรรมและรูปธรรม

3. การเปลี่ยนพฤติกรรมผู้เรียนจากการเรียนรู้แบบตั้งรับ มาเป็นการเรียนรู้แบบผู้เรียนเป็น ศูนย์กลาง ผู้สอนต้องเตรียมการให้ผู้เรียนพัฒนาทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต่อการเลือกสรร วิเคราะห์และ สังเคราะห์ในการเรียนผ่านเครือข่ายทักษะต่างๆ

4. บทบาทของผู้สอนในการเรียนการสอนบนเครือข่าย จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่บทบาทที่เอื้อต่อการเรียนการสอนที่ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง โดยในเบื้องต้นจะเป็นบทบาทผู้นำ เพื่อสนับสนุนกลุ่มและวัฒนธรรมการเรียนรู้บนเครือข่าย ผู้สอนต้องใช้เวลาามากไปกว่าการเรียนการสอนในชั้นเรียนธรรมดา

5. การสร้างความจำเป็นในการใช้ ผู้สอนที่จะนำการเรียนการสอนผ่านเครือข่ายมาใช้ควรคำนึงถึงความจำเป็น และผลประโยชน์ที่ต้องการจากกิจกรรมบนเครือข่าย ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบการใช้ว่าผู้สอนเพียงต้องการใช้เครือข่าย เพื่อเสริมการเรียนหรือเป็นการศึกษาทางไกล ผู้สอนต้องสร้างสภาพให้ผู้ใช้งานมีความจำเป็นที่ต้องใช้ เช่น การส่งผ่านข้อมูลที่จำเป็นทางการเรียนให้กับผู้ใช้ผ่านทางเครือข่าย หรือสร้างแรงจูงใจที่เป็นผลประโยชน์ทางการเรียนให้กับผู้ใช้

6. ผู้สอนต้องออกแบบการเรียนการสอน และใช้ประโยชน์ของความเป็นเครือข่ายอย่างสูงสุด และเหมาะสมวิธีออกแบบการเรียนการสอน ทั้งนี้ ผู้สอนสามารถสร้างการเชื่อมโยงแหล่งข้อมูลอื่นเพื่อสนับสนุนเนื้อหาหลักที่ผู้สอนสร้างมาเป็นการแนะแนวให้ผู้เรียนได้ศึกษา อีกทั้ง เนื้อหาและการเชื่อมโยงต่างๆ ควรมีการปรับปรุงให้ทันสมัยตลอดเวลา มีการจัดกิจกรรมการปฏิสัมพันธ์ให้ผู้เรียนได้ผู้สอนและผู้เรียนจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กันโดยผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ อาจเป็นเป็นการเชื่อมโยงโดยระยะไกลหรือเชื่อมโยงระยะไกลผ่านทางระบบการสื่อสารและอินเทอร์เน็ต (ปทีป เมธาคุณวุฒิ 2540)

**เอ็งเจลโล (Angelo T. A. and Cross K. P. 1993)** อังโน (วิชุดา รัตนเพียร 2542) ได้สรุปหลักการพื้นฐานของการจัดการเรียนการสอนกับการเรียนการสอนผ่านเว็บ 5 ประการ กล่าวโดยสรุปคือ ในการจัดการเรียนการสอนโดยทั่วไปแล้ว ควรส่งเสริมให้ผู้เรียนและผู้สอนสามารถติดต่อ สื่อสารกันได้ตลอดเวลา โดยผู้สอนสามารถให้ความช่วยเหลือผู้เรียนได้ตลอดเวลา รวมทั้ง ชักถามข้อข้องใจกับผู้สอนได้โดยทันทีทันใด พร้อมทั้ง ควรสนับสนุนให้มีการพัฒนาความร่วมมือระหว่างผู้เรียนเพราะจะช่วยพัฒนาความคิดความเข้าใจได้ดีกว่าการทำงานคนเดียว ทั้งยัง สร้างความสัมพันธ์เป็นทีมโดยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน เพื่อหาแนวทางที่ดีที่สุดเป็นการพัฒนาการแก้ไขปัญหาการเรียนรู้ และการยอมรับความคิดเห็นของคนอื่น ทั้งนี้ ควรส่งเสริมให้ผู้เรียนรู้จักวิธีการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง โดยอาศัยคำแนะนำของผู้สอน เพื่อให้ได้ผลย้อนกลับแก่ผู้เรียนโดยทันทีทันใด ช่วยให้ผู้เรียนได้ทราบถึงความสามารถตนเอง และยังช่วยให้ผู้เรียนสามารถปรับแนวทางวิธีการหรือพฤติกรรมให้ถูกต้องได้ และประการสุดท้าย ควรสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนที่ไม่มีขีดจำกัด มีการขยายโอกาสให้กับทุกๆ คนที่สนใจด้วย



### การออกแบบการฝึกอบรมผ่านเว็บ

ในการออกแบบ และพัฒนาเว็บการเรียนการสอนผ่านให้มีประสิทธิภาพนั้น มีนักการศึกษาหลายท่านให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกระบวนการที่จะใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ การเรียนการสอน ดังนี้

(Dillon B. and Mezack 1991) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับขั้นตอนในการสร้างบทเรียนที่มีลักษณะเป็นสื่อหลายมิติ (Hypermedia) ซึ่งหลักการนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบและพัฒนาเว็บเพื่อการเรียนการสอน แนวคิดดังกล่าวมีขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาเกี่ยวกับผู้เรียนและเนื้อหาที่จะนำมาพัฒนา เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์และหาแนวทางในการจัดกิจกรรมการเรียน
2. วางแผนเกี่ยวกับการจัดรูปแบบโครงสร้างของเนื้อหา ศึกษาคุณลักษณะของเนื้อหาที่จะนำมาใช้เป็นบทเรียนว่าควรจะนำเสนอในลักษณะใด
3. ออกแบบโครงสร้างเพื่อการเข้าถึงข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้ออกแบบควรศึกษาทำความเข้าใจกับโครงสร้างของบทเรียนแบบต่างๆ โดยพิจารณาจากลักษณะผู้เรียนและเนื้อหาว่าโครงสร้างลักษณะใดจะเอื้ออำนวยต่อการเข้าถึงข้อมูลของผู้เรียนได้ดีที่สุด
4. ทดสอบรูปแบบเพื่อหาข้อผิดพลาด จากนั้นทำการปรับปรุงแก้ไขและทดสอบซ้ำอีกครั้ง จนแน่ใจว่าเป็นบทเรียนที่มีประสิทธิภาพก่อนที่จะนำไปใช้งาน

(Arvaniti and Theodoros N 1997) ได้ให้ข้อเสนอแนะว่าในการสร้างเว็บไซต์นั้น ควรจะดำเนินการ ตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. กำหนดวัตถุประสงค์ โดยพิจารณาว่าเป้าหมายของการสร้างเว็บไซต์นี้เพื่ออะไร
2. ศึกษาคุณลักษณะของผู้ที่จะเข้ามาใช้ ว่ากลุ่มเป้าหมายใดที่ผู้สร้างต้องการสื่อสาร ข้อมูลอะไรที่พวกเขาต้องการ โดยขั้นตอนนี้ควรจะปฏิบัติควบคู่ไปกับขั้นตอนที่หนึ่ง
3. วางลักษณะโครงสร้างของเว็บ
4. กำหนดรายละเอียดให้กับโครงสร้าง ซึ่งพิจารณาจากวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยตั้งเกณฑ์ในการใช้ เช่น ผู้ใช้ควรจะทำอะไรบ้าง จำนวนหน้าควรมีเท่าใด มีการเชื่อมโยงมากน้อยเพียงไร
5. หลังจากนั้นจึงทำการสร้างเว็บแล้วนำไปทดลอง เพื่อหาข้อผิดพลาดและทำการปรับปรุงแก้ไข แล้วจึงค่อยนำเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นขั้นตอนสุดท้าย

เพอร์นิซิ และ คาสาติ (Pernici B. and Casati F. 1997) ได้แยกย่อยกระบวนการออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบที่จำเป็นต่อการออกแบบ ซึ่งประกอบด้วย การตั้งวัตถุประสงค์ การกำหนดผู้เรียน และสิ่งที่จำเป็นในด้านฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์

2. ผู้สอนต้องกำหนดแนวทางในการสร้างเว็บไซต์ ได้แก่ เนื้อหาที่จะใช้ กิจกรรมต่างๆ  
ขั้นตอนการเรียนการสอน

3. เป็นการออกแบบในแนวกว้าง (Design in the Large) โดยผู้สอนจะต้องวางแผน  
ลักษณะการเข้าสู่เนื้อหา (Navigation) ซึ่งรวมถึงการกำหนดรายการต่างๆ (Menus) และ การเรียง  
ลำดับของข้อมูล

4. เป็นการออกแบบในแนวแคบ (Design in the Small) คือ การกำหนดรายละเอียดต่างๆ  
ที่มีในแต่ละหน้า

(Quinlan L.A. 1997) เสนอวิธีดำเนินการ 5 ขั้นตอน เพื่อการออกแบบและพัฒนาการเรียน  
การสอนผ่านเว็บที่มีประสิทธิภาพ คือ

1. ทำการวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียน รวมทั้งจุดแข็งและจุดอ่อน ของผู้เรียน
2. การกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และกิจกรรม
3. ควรเลือกเนื้อหาที่จะใช้นำเสนอพร้อมกับงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องและช่วยสนับสนุน  
เนื้อหา

4. การวางโครงสร้างและจัดเรียงลำดับข้อมูลรวมทั้งกำหนดสารบัญ เครื่องมือ การเข้าสู่  
เนื้อหา (Navigational Aids) โครงร่างหน้าจอและกราฟิกประกอบ

5. ดำเนินการสร้างเว็บไซต์โดยอาศัยแผนผังโครงเรื่อง

ไบเลย์และไบร์ท (Bailey G.D. and Blythe Marie 19100) ได้เสนอกระบวนการออกแบบ  
เว็บไซต์เพื่อการเรียนการสอน คือ เริ่มจากการเขียนร่างเค้าโครงตามแนวคิดเบื้องต้นในด้านการนำเสนอ  
การเชื่อมโยงและจัดเรียงเนื้อหา แล้วการวางแผนผังแสดงโครงสร้างของเว็บไซต์ โดยเริ่มจากหน้าแรก  
ไปสู่หน้าต่อไป แบบลำดับขั้น (Hierarchical) ซึ่งจะแบ่งระดับความสำคัญ ซึ่งเขียนแผนผังโครงเรื่อง  
ให้แสดงรายละเอียดที่มีอยู่ในแต่ละหน้าด้วย

(Hirumi 1996) เสนอกระบวนการในการออกแบบและพัฒนาการเรียนการสอนผ่านเว็บไว้  
5 ขั้นตอน คือ การวิเคราะห์ทรัพยากรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง แล้วออกแบบการเรียนการสอน พร้อมพัฒนา  
เว็บเพจโดยใช้แผนผังโครงเรื่อง (Storyboard) ช่วยในการสร้างและกำหนดโครงสร้างของข้อมูล นำเว็บ  
ไปใช้ในการเรียนการสอน และมีการประเมินผลการใช้งาน

(Khan 1997) ได้กล่าวไว้ว่า การออกแบบเว็บที่ดีควรทำความเข้าใจถึงคุณลักษณะ 2 ประการ  
ของโปรแกรมการเรียนการสอนผ่านเว็บ

1. คุณลักษณะหลัก (Key Features) เป็นคุณลักษณะพื้นฐานของโปรแกรมการเรียน  
การสอนผ่านเว็บทุกโปรแกรม กล่าวคือ อนุญาตให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงเข้าสู่เว็บเพจได้ ผู้เรียน  
สามารถสืบค้นข้อมูลบนเครือข่ายได้ (Online Search) ผู้เรียนควรที่จะสามารถเข้าสู่โปรแกรม  
การสอนผ่านเว็บจากที่ใดก็ได้ทั่วโลก รวมทั้ง ผู้เรียนควรที่จะสามารถควบคุมการเรียนของตนเองได้

2. คุณลักษณะเพิ่มเติม (Additional Features) เป็นคุณลักษณะเพิ่มเติม เพื่อนำมาใช้งาน และการนำมาประกอบกับการเรียนการสอนผ่านเว็บ

โจนส์และฟาร์ควอร์ (Jones M.G. and Farquhar J. D. 1997) แนะนำหลักการออกแบบ เว็บเพื่อการเรียนการสอน ซึ่งควรมีการจัดโครงสร้างหรือจัดระเบียบข้อมูลที่ชัดเจน เนื้อหา มีความต่อเนื่องไป ไม่สิ้นสุด จัดหมวดหมู่ในเรื่องที่สัมพันธ์กัน เพื่อป้องกันความสับสนได้ กำหนดพื้นที่สำหรับการเลือกและลักษณะของไฮเปอร์เท็กซ์ให้ชัดเจน กำหนดให้แต่หน้าจอกภาพสั้นๆ (Nielsen 1996) อ้างถึงใน (Jones M.G. and Farquhar J. D. 1997) ปุ่มมาตรฐานที่มีอยู่ในโปรแกรมค้นผ่าน (Web Browser) อาจทำให้ผู้เรียนหลงทางได้ ฉะนั้น จึงต้องออกแบบให้มีความแตกต่างและชัดเจน จากที่กล่าวมาแล้วนั้น มีความสอดคล้องกับ (Hall B. 1998) ได้กล่าวถึงการใช้เว็บในด้านการเรียนการสอนว่า โดยสรุปได้ว่า เว็บเพื่อการเรียนการสอนที่ดี จะต้องสะดวกและไม่ยุ่งยากต่อการสืบค้นของผู้เรียน พร้อมทั้ง มีความสอดคล้องตรงกันในแต่ละเว็บรวมถึงการเชื่อมโยงระหว่างเว็บต่างๆ เวลาในการแสดงผลรวดเร็ว มีการจัดระบบในการเข้าสู่เว็บ มีคำอธิบาย มีการแสดงโครงสร้างภายในเว็บ มีความยืดหยุ่นในการสืบค้น มีการใช้ไฮเปอร์เท็กซ์ มีการสร้างแบบวนเวียนให้ผู้เรียนสามารถกลับไปเรียนในจุดเริ่มต้นได้ด้วย โดยการคลิกเพียงครั้งเดียว

(ปทีป เมธาคุณวุฒิ 2540) กล่าวว่า การออกแบบโครงสร้างของการเรียนการสอนผ่านเว็บ ควรจะประกอบด้วย

1. ข้อมูลเกี่ยวกับรายวิชา ภาพรวมรายวิชา (Course Overview) แสดงวัตถุประสงค์ของรายวิชา สังเขปรายวิชาคำอธิบาย เกี่ยวกับหัวข้อการเรียน หรือหน่วยการเรียน
2. การเตรียมตัวของผู้เรียนหรือการปรับพื้นฐานผู้เรียน เพื่อที่จะเตรียมตัวเรียน
3. เนื้อหาบทเรียน พร้อมทั้งการเชื่อมโยงไปยังสื่อสนับสนุนต่างๆ ในเนื้อหาบทเรียนนั้นๆ
4. กิจกรรมที่มอบหมายให้ทำพร้อมทั้งการประเมินผล การกำหนดเวลาเรียนการสอน
5. แบบฝึกหัดที่ผู้เรียนต้องการฝึกฝนตนเอง
6. การเชื่อมโยงไปแหล่งทรัพยากรที่สนับสนุนการศึกษาค้นคว้า
7. ตัวอย่างแบบทดสอบ ตัวอย่างรายงาน
8. ข้อมูลทั่วไป แสดงข้อความที่จะติดต่อผู้สอนหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง
9. ส่วนแสดงประวัติของผู้สอนและผู้ที่เกี่ยวข้อง
10. ส่วนของการประกาศข่าว (Bulletin Board)
11. ห้องสนทนา (Chat Room) ที่เป็นการสนทนาในกลุ่มผู้เรียนและผู้สอน

จากที่กล่าวมาการเรียนการสอนผ่านเว็บ เป็นการจัดการอย่างจริงจังและนำเสนอข้อมูลที่มีเป้าหมาย เพื่อพัฒนาการเรียนรู้โดยเฉพาะ ดังนั้น การออกแบบเว็บช่วยสอนจึงต้องพิจารณาให้เป็นไป

ตามวัตถุประสงค์และการจัดระเบียบของเนื้อหาในบทเรียนที่สร้างขึ้น เพื่อช่วยให้การเรียนรู้ของผู้เรียน เป็นไปอย่างมีระบบ

### ประโยชน์การฝึกอบรมผ่านเว็บ

ประโยชน์ของการฝึกอบรมผ่านเว็บมีมากมายหลายประการ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ในการจัดการฝึกอบรม ซึ่งเป็นมิติใหม่ของเครื่องมือและกระบวนการในการฝึกอบรม โดยมีผู้กล่าวถึงประโยชน์ของการเรียนการสอนผ่านเว็บไว้ดังนี้

(ถนอมพร เลาจรัสแสง 2544) ได้กล่าวถึงการสอนบนเว็บมีข้อดีอยู่หลายประการ กล่าวคือ

1. การสอนบนเว็บเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนที่อยู่ห่างไกล หรือไม่มีเวลาในการมาเข้าชั้นเรียนได้เรียนในเวลาและสถานที่ๆ ต้องการ กล่าวคือ ในปัจจุบันการใช้เว็บไซต์เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ที่มีความสำคัญมาก อีกทั้งยังมีความเป็นอิสระไม่มีการจำกัดช่วงเวลาของการเข้าถึงข้อมูล จึงทำให้ ผู้ใช้งานสามารถเข้าใช้งานในช่วงเวลาใดก็ได้ตามอัธยาศัย
2. การสอนบนเว็บยังเป็นการส่งเสริมให้เกิดความเท่าเทียมกันทางการศึกษา กล่าวคือ ในปัจจุบันสังคมเมืองและชนบทนั้น มีความแตกต่างและหลากหลายของสังคมเป็นอย่างมากอันนำไปสู่การขาดโอกาสทางการศึกษา เพราะผู้ที่อยู่ในสังคมเมืองมีโอกาสและได้รับการเรียนที่ดีกว่า แต่เมื่อมีเว็บเข้ามาเป็นตัวเชื่อมโยงแล้วนั้น ผู้ที่อยู่ในชนบทจึงสามารถเข้าถึงและได้รับโอกาส ในการเรียนรู้เช่นกัน
3. การสอนบนเว็บนี้ ยังช่วยส่งเสริมแนวคิดในเรื่องของการเรียนรู้ตลอดชีวิต กล่าวคือ การศึกษาของมูลบนเว็บเป็นอันแหล่งการเรียนรู้ที่ไม่รู้จบ มีข้อมูลที่หลากหลายทำให้ผู้ใช้งานสามารถเข้ามาค้นคว้าหาความรู้ได้อย่างต่อเนื่องและตลอดเวลา สามารถเลือกใช้งานในช่วงเวลาใด กับบุคคลกลุ่มใดก็ได้ อีกทั้ง ยังสามารถเพิ่มพูนพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของตนเองจากแบบทดสอบบนเว็บได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. การสอนบนเว็บ ช่วยลดค่าแพงของห้องเรียนและเปลี่ยนจากห้องเรียน 4 เหลี่ยม ไปสู่โลกกว้างแห่งการเรียนรู้ กล่าวคือ ในอดีตการได้รับการศึกษาจำเป็นต้องอาศัยความรู้อันเกิดขึ้นภายในห้องเรียนที่โรงเรียนเท่านั้น แต่เมื่อมีการใช้เว็บเข้ามาเกี่ยวข้องการเรียนรู้จึงไม่ได้จำกัดอยู่แค่ในห้องเรียน ผู้เรียนสามารถสืบค้นและเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้อย่างสะดวก
5. การสอนบนเว็บเป็นวิธีการเรียนการสอนที่มีศักยภาพ เนื่องจากที่เว็บได้กลายเป็นแหล่งค้นคว้าข้อมูลทางวิชาการรูปแบบใหม่ครอบคลุมสารสนเทศทั่วโลกโดยไม่จำกัดภาษา กล่าวคือ เมื่อมีการประยุกต์ใช้เว็บเข้ามามีบทบาทในการเรียนรู้แล้ว ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่มีมากมายอยู่ทั่วโลก โดยไม่ต้องคำนึงถึงภาษาที่ในการสื่อสาร เพราะในเว็บมีโปรแกรมสำหรับแปลภาษา

ดังนั้น การสืบค้นข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เพื่อมาสนับสนุนการเรียนรู้จึงเป็นเรื่องง่ายที่ไม่ถูกจำกัด แต่เฉพาะภาษาที่ตนเองรู้จักและเข้าใจเท่านั้น

6. การสอนบนเว็บจะช่วยสนับสนุนการเรียนรู้ที่กระตือรือร้น กล่าวคือ การเรียนการสอนสามารถผสมผสานสื่อมัลติมีเดียต่างๆ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจ สามารถอธิบายจากเนื้อหาที่มีความซับซ้อน ให้สามารถเข้าใจได้อย่างง่ายขึ้น อีกทั้ง เป็นการกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความสนใจ ส่งผลต่อความคงทนในการเรียน และครูยังสามารถสร้างสรรค์กิจกรรมต่างๆ บนเครือข่ายเพื่อให้ผู้เรียนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับเพื่อนๆ ได้อีกด้วย

7. การสอนบนเว็บเอื้อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ ซึ่งการเปิดปฏิสัมพันธ์นี้ กล่าวคือ ทั้งผู้เรียนและผู้สอนสามารถติดต่อสื่อสาร พูดคุยกันผ่านช่องทางบนเว็บ รวมทั้งผู้เรียนทั้งห้องสามารถร่วมแสดงความคิดเห็นต่างๆ ได้ด้วย อีกทั้ง ผู้เรียนเมื่อเรียนจบมีทำแบบทดสอบซึ่งสามารถรู้ผลคะแนนได้ทันที

8. การสอนบนเว็บเป็นการเปิดโอกาสสำหรับผู้เรียนในการเข้าถึงผู้เชี่ยวชาญสาขาต่างๆ กล่าวคือ ผู้เรียนสามารถติดต่อ พูดคุย หรือสอบถามข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญหรือหน่วยงานต่างๆ ทั่วโลก โดยผ่านเว็บไซต์ ซึ่งผู้เรียนไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อไปขอข้อมูล และเป็นการประหยัดเวลาอีกด้วย

9. การสอนบนเว็บเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีโอกาสแสดงผลงานของตน สู่สายตาผู้อื่นอย่างง่ายดาย กล่าวคือ บนเว็บไซต์มีหลากหลายช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลหรือนำเสนอผลงานที่ผู้เรียนทำขึ้น ทั้งนี้ ในการนำเสนอผลงานผู้เรียนยังสามารถรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้เข้าชมผลงานจากทั่วประเทศหรือทั่วโลกได้ เพราะการนำเสนอบนเว็บนั้น ผู้คนทั่วไปสามารถสืบค้นได้จากทุกมุมโลก และผู้เรียนยังมีโอกาสได้เห็นผลงานของผู้อื่น เพื่อนำมาพัฒนางานของตนเองให้ดียิ่งขึ้น

10. การสอนบนเว็บเปิดโอกาสให้ผู้สอนสามารถปรับปรุงเนื้อหาหลักสูตร ให้ทันสมัยได้อย่างสะดวกสบายเนื่องจากข้อมูลบนเว็บมีลักษณะเป็นพลวัต (Dynamic) ดังนั้น ผู้สอนสามารถอัปเดตเนื้อหาหลักสูตรที่ทันสมัยแก่ผู้เรียนได้ตลอดเวลา นอกจากนี้ การให้ผู้เรียนได้สื่อสารและแสดงความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา ทำให้เนื้อหาการเรียนมีความยืดหยุ่นมากกว่าการเรียนการสอนแบบเดิมและเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของผู้เรียนเป็นสำคัญ การสอนบนเว็บสามารถนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบของมัลติมีเดีย ได้แก่ ข้อความ ภาพนิ่ง เสียง ภาพเคลื่อนไหว วีดิทัศน์ ภาพ 3 มิติ โดยผู้สอนและผู้เรียนสามารถเลือกรูปแบบของการนำเสนอ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดทางการเรียน

จากข้อมูลที่น่าเสนอข้างต้น ได้สอดคล้องกับ (ปรัชญนันท์ นิลสุข 2543) ซึ่งกล่าวถึงคุณลักษณะสำคัญของเว็บ กล่าวโดยสรุปคือ การที่เว็บเปิดโอกาสให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ระหว่างผู้เรียนกับผู้สอนและผู้เรียนกับผู้เรียนหรือผู้เรียนกับเนื้อหาบทเรียน โดยสามารถนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบของสื่อประสม (Multimedia) และอนุญาตให้ผู้ใช้อิสรระในการเข้าถึงข้อมูลได้ทั่วโลก อีกทั้ง ยังสามารถสืบค้นข้อมูลออนไลน์ โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องสถานที่และเวลา โดยผู้ฝึกอบรม

สามารถเลือกศึกษาได้ตามความพร้อม ความถนัด และความสนใจของตน และการที่เว็บมีความสมบูรณ์ในตนเอง ส่งผลให้สามารถจัดกระบวนการเรียนการสอนและสามารถติดต่อสื่อสารผ่านเว็บ ได้เช่นกัน ทั้งนี้คือ ข้อดีของการนำเว็บไซต์มาประยุกต์ใช้ในการฝึกอบรมหรือจัดการเรียนการสอน ซึ่งนับเป็นช่องทางที่มีความแพร่หลายและมีการสนับสนุนจากแหล่งข้อมูลต่างๆ รอให้สืบค้นจากทั่วโลก ทำให้เป็นการเปิดประสบการณ์ในการเรียนรู้ เป็นการสร้างและเชื่อมโยงมิติให้เกิดการเรียนรู้และนำมาปรับใช้เพื่อพัฒนาทักษะกระบวนการ และสมรรถนะของตนเองต่อไป

### การประเมินผลการอบรมผ่านเว็บ

การประเมินผลการอบรมที่มีการเรียนการสอนผ่านเว็บนั้น มีลักษณะที่แตกต่างกันไป ซึ่งการประเมินผลแบบทั่วไปที่เป็นการประเมินระหว่างเรียน (Formative Evaluation) กับ การประเมินผลหลังเรียน (Summative Evaluation) เป็นวิธีการประเมินผลสำหรับการเรียนการสอน โดยการประเมินระหว่างเรียนสามารถทำได้ตลอดเวลา ระหว่างมีการเรียนการสอน เพื่อตรวจสอบผลสะท้อนของผู้เรียนและจุดผลที่คาดหวังไว้ พร้อมนำไปปรับปรุงการสอนอย่างต่อเนื่อง ขณะที่การประเมินหลังเรียนจะใช้การตัดสินในตอนท้ายของการเรียนโดยการใช้แบบทดสอบเพื่อวัดผลตามจุดประสงค์ของรายวิชา (ปริญญนันท์ นิลสุข 2543) สอดคล้องกับข้อเสนอของ (Potter 19100) ที่เสนอวิธีการประเมินการเรียนการสอนผ่านเว็บ ซึ่งเป็นวิธีการที่ใช้ประเมินสำหรับการเรียนการสอนทางไกลผ่านเว็บของมหาวิทยาลัยจอร์จ เมสันว่า ควรมีการประเมินท้ายภาคเรียน (Final Course Evaluation) เป็นการประเมินผลปกติของการสอนที่ผู้เรียนซึ่งเป็นการประเมินเพื่อตรวจสอบความก้าวหน้า และผลสัมฤทธิ์การเรียนของผู้เรียน อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีการประเมินด้วยเกรดในรายวิชา (Course Grades) ซึ่งวิธีการนี้กำหนดองค์ประกอบของวิชาชัดเจน และยังมีการประเมินรายคู่ (Peer Evaluation) เป็นการประเมินกันเองระหว่างคู่ของผู้เรียนโดยไม่เคยพบกันหรือทำงานด้วยกัน และมีการประเมินต่อเนื่อง (Continuous Evaluation) เป็นการประเมินที่ผู้เรียนจากการส่งงาน โดยผู้สอนจะให้ข้อเสนอแนะ และตอบกลับในทันที ถ้ามีสิ่งผิดพลาดกับผู้เรียนก็จะแก้ไขและประเมินตลอดเวลาในช่วงระยะเวลาของวิชา

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสนับสนุนข้อเสนอแนะ และสรุปได้ว่า ในการประเมินผล จำเป็นต้องมีการประเมินผลผู้เรียนหรือผู้เข้ารับการอบรม และควรมีการประเมินพร้อมบันทึกผลอย่างสม่ำเสมอเป็นระยะ เพื่อเป็นการติดตาม และตรวจสอบความรู้ ความเข้าใจของผู้เรียน และหากผู้สอนพบข้อบกพร่องจากการเรียนผ่านเว็บ ควรมีการให้คำแนะนำตอบกลับในทันที เพื่อเป็นการเน้นย้ำ พร้อมทั้ง เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ซักถาม และเมื่อจบการเรียนในทุกบทเรียนควรมีการประเมินรวบยอด เพื่อเป็นการทวนสอบความรู้ ความเข้าใจจากที่ผู้เรียนได้ศึกษามาว่าอยู่ในระดับใด ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้สอนได้นำผลมาประเมินการสอนและรูปแบบการนำเสนอผ่านเว็บด้วยเช่นกัน

## สื่อสังคมออนไลน์

ในสังคมปัจจุบัน การติดต่อสื่อสารล้วนเป็นสิ่งที่ทำได้ง่ายตาย สะดวก รวดเร็ว ประหยัด เวลา และลดภาระค่าใช้จ่าย แน่นนอนนั้นเป็นผลมาจากการสร้างนวัตกรรมต่างๆ ขึ้นมา โดยนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ในกิจการเหล่านั้น และคงปฏิเสธไม่ได้ว่าอิทธิพลนวัตกรรมหนึ่งที่ เรียกว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ ก็เริ่มก้าวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตประจำวัน และผลการสำรวจของ corp.wishpond.com พบว่า เมื่อเดือนสิงหาคม 2556 มีผู้ใช้ Facebook ถึง 1,150 ล้านคน ทั่วโลก ในจำนวนผู้ใช้งานทั้งหมดนี้มีกลุ่มที่มีการใช้งานอยู่เป็นประจำ คิดเป็นครึ่งหนึ่งหรือกว่า 699 ล้านคน ส่วนรูปแบบในการใช้งาน Facebook ก็ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่บนคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะในแบบเดิมเท่านั้น แต่ยังขยายไปถึงการใช้งานผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ประเภทต่างๆ อย่างโทรศัพท์มือถือและแท็บเล็ตเพิ่มมากขึ้น โดยแต่ละเดือนพบว่ามีการใช้งาน Facebook ผ่านโทรศัพท์มือถือเป็นจำนวนถึงเดือนละ 819 ล้านคน และยังแบ่งเป็นการใช้งานบนแอปพลิเคชันของ Facebook ถึง 10 ล้านคน จากผลการสำรวจทำให้แนวคิดเรื่องเครือข่ายสังคมออนไลน์ มักปรากฏให้เห็นในลักษณะของการนำมาใช้เพื่อดำเนินงานหรือกิจกรรมต่างๆ โดยมีตัวบุคคลหรือหน่วยงานต่างๆ ร่วมกันเป็นเครือข่าย เพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรร่วมกัน แลกเปลี่ยนแบ่งปันทรัพยากร ข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ และเป็นโครงสร้างสังคมที่เชื่อมต่อกัน โดยอาจมีระดับของความสัมพันธ์กัน มีความซับซ้อนมีเป้าหมาย

### ความหมายของ Social media

สื่อสังคมออนไลน์ (เกษม นครเขตต์ 2548) ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายทั้งในระบบองค์กร กลุ่มคน หรือรายบุคคล เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์กัน จึงเรียกว่า สังคมออนไลน์ และมีคำเรียกที่หลากหลาย เช่น Social media, social software, Social Technology, Social Computing เป็นต้น ล้วนมีความหมายเหมือนกัน คือ ลักษณะของเว็บไซต์เพื่อการรวมตัวกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และสารสนเทศ โดยสามารถมีส่วนร่วมในการกำหนดเนื้อหาได้

ศูนย์เทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์แห่งชาติ อธิบายเครือข่ายหรือเครือข่ายชุมชนออนไลน์ว่าเป็นระบบการใช้งานบนพื้นฐานการบริการเว็บเซอร์วิสรูปแบบหนึ่ง ออกแบบเพื่อสนับสนุนการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่งไปยัง เครื่องคอมพิวเตอร์อีกเครื่องหนึ่งผ่านเครือข่ายหรือการสนับสนุนการใช้งานร่วมกันระหว่างข้อมูลที่พัฒนาจากหน่วยงานต่างๆ ใช้ภาษา XML และ HTML เป็นพื้นฐาน

เว็บเซอร์วิสจำเป็นต้องมีโครงสร้างที่ประกอบด้วยโปรแกรมประยุกต์ (Application) ที่ใช้อธิบายรูปแบบข้อมูลที่เครื่องคอมพิวเตอร์สามารถประมวลผลได้บริการดังกล่าวสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ที่มีความสนใจร่วมกันในเรื่องเดียวกัน สามารถทำความรู้จักซึ่งกันและกัน เพื่อแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันได้

เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้รับการพัฒนาขึ้นบนพื้นฐานของเทคโนโลยีสถาปัตยกรรม และการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์ ในยุคที่สอง หรือเว็บสองจุดศูนย์ (We 2.0) หลังจากการให้บริการเว็บไซต์ยุคแรก (Web 1.0) เริ่มเสื่อมความนิยมไป เนื่องจากจำกัดสิทธิการเปลี่ยนแปลงแก้ไขเฉพาะผู้เป็นเจ้าของเว็บเท่านั้น ขณะที่สาระสำคัญของเว็บ คือ การมีส่วนร่วมของผู้ใช้ 0.2 อินเทอร์เน็ตในการสร้างสรรค์เนื้อหาบนเว็บไซต์ (เกษม นครเขตต์ 2548) และยังมีนักวิชาการได้ให้ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ มากมาย

#### ความหมายของ Social network

เมย์ฟิลด์ (Mayfield Antony 2008) ให้ความหมายว่า กลุ่มของสื่อออนไลน์รูปแบบใหม่ ที่มีลักษณะก่อเกิดการมีส่วนร่วม (Participation), เปิดใจกว้าง ยอมรับฟังความคิดเห็น คำวิจารณ์ การแบ่งปันสารสนเทศ (Openness), การสนทนาแบบสองทาง (Conversation), ก่อเกิดชุมชนออนไลน์ (community) และก่อเกิดการเชื่อมโยงกัน ทั้งจากเว็บไซต์แหล่งข้อมูลและบุคคล (Connectedness) โดยได้เสนอรูปแบบพื้นฐานของสื่อสังคมออนไลน์ว่ามี 7 รูปแบบ ดังนี้

1. Social network (เครือข่ายสังคมออนไลน์) เป็นรูปแบบที่เปิดโอกาสให้ผู้คนสามารถสร้างเว็บเพจส่วนตัวแล้วเชื่อมกับเพื่อน เพื่อที่จะแบ่งปันข้อมูล ข่าวสาร และติดต่อสื่อสารกัน ตัวอย่างเช่น Facebook, MySpace เป็นต้น
2. Blogs หรือ บล็อก นับว่าเป็นรูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ที่อาจรู้จักกันดีว่ามีลักษณะเป็นเหมือนบันทึกส่วนตัวออนไลน์
3. Wikis เป็นเว็บไซต์ที่อนุญาตให้ผู้อื่นเพื่อเนื้อหาลงไป และสามารถแก้ไขสารสนเทศบนเว็บไซต์เหล่านี้ได้อย่างง่ายดาย เสมือนทำหน้าที่เป็นเอกสารหรือฐานข้อมูลของชุมชนที่ทุกคนสามารถเข้ามาเพิ่ม ลบ แก้ไขเนื้อหาได้ ซึ่ง Wikis เป็นที่รู้จักกันดี คือ Wikipedia ซึ่งเป็นเว็บไซต์สารานุกรมออนไลน์ที่บรรจุบทความภาษาอังกฤษมากกว่า 2 ล้านบทความ นอกจากนี้ ยังมีเว็บไซต์ที่เป็นรูปแบบของWikis อีกมากมาย เช่น Wikispaces.com, pbwiki.com เป็นต้น
4. Podcasts คือ รูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์รูปแบบหนึ่งที่มีลักษณะเป็นไฟล์เสียงและวิดีโอที่ผู้คนสามารถใช้ได้ โดยการสมัครสมาชิกของผู้ให้บริการ เช่น ผ่านบริการของ Apple iTunes เป็นต้น



5. Forums เป็นพื้นที่สำหรับการอภิปรายหรือสนทนาออนไลน์กัน มักจะเป็นไปตามหัวข้อที่เฉพาะเจาะจงหรือตามความสนใจของผู้คน ซึ่งจริงๆ แล้ว Forums เกิดขึ้นก่อนคำว่า Social media และเป็นองค์ประกอบที่มีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับของชุมชนออนไลน์

6. Content Communities คือ รูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นชุมชนออนไลน์ ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมและแบ่งปันเนื้อหาประเภทต่างๆ โดยเฉพาะ เช่น Flickr เป็นชุมชนเนื้อหาประเภทรูปภาพ, Delicio.us เป็นชุมชนเนื้อหาประเภทการเก็บและเชื่อมโยงแหล่งข้อมูลต่างๆ YouTube เป็นชุมชนเนื้อหาประเภทวิดีโอ เป็นต้น

7. Micro blogging เป็นรูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ที่ผสมกันระหว่าง Social Networking (เครือข่ายสังคมออนไลน์) กับ Blogging (บล็อก) ขนาดเล็ก ซึ่งข้อความสั้นๆ ที่ผู้ใช้จะถูกส่งกระจายออนไลน์ออกไปยังสมาชิก และสามารถส่งผ่านโทรศัพท์มือถือได้ด้วย เช่น Twitter เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ผู้วิจัยได้เลือกรูปแบบของสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยม ใช้งานง่าย และเข้าถึงทุกกลุ่มช่วงวัย นั่นคือ การสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันไลน์ เพราะไลน์มีคุณสมบัติที่สามารถโต้ตอบ การสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้ง สามารถส่งข้อมูลทั้งที่เป็นตัวอักษรผ่านการพิมพ์ หรือไฟล์งานทั้งที่เป็นเอกสาร รูปภาพ เสียง วิดีโอ และลิงค์ต่างๆ ได้ ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่ผู้เข้าร่วมอบรมทุกท่านมา และใช้งานได้อย่างง่าย ไม่ซับซ้อน ไม่สิ้นเปลืองหน่วยความจำในโทรศัพท์มือถืออีกด้วย

### การใช้งาน Line

ในสังคมปัจจุบันนี้ ถ้าพูดถึงการติดต่อสื่อสาร LINE คือ แอปพลิเคชันหนึ่งสำหรับช่องทางการติดต่อ สื่อสาร ด้วยความสามารถในการสนทนาผ่านห้องแชท การส่งข้อความ การแชร์ไฟล์ การสร้างกลุ่มพูดคุย หรือการสนทนาผ่านเสียง ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถใช้ได้ทั้งบนอุปกรณ์ประเภท พกพา (Mobile Devices) เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และยังสามารถติดตั้งและใช้งานบนเครื่องคอมพิวเตอร์ทั่วไปได้ด้วย โดย Line มีต้นกำเนิดหลังจากตลาดสมาร์ทโฟนเติบโตอย่างรวดเร็วในทั่วทุกมุมโลก จนทำให้ NAVER Japan ซึ่งเป็นทีมพัฒนาเกี่ยวกับการให้บริการการหาข้อมูล search engine เกมแพลตฟอร์ม และ portal เว็บไซต์ของญี่ปุ่นต้องหันมาสนใจตลาดแอปฯ ของสมาร์ทโฟน จึงได้เริ่มทำการวิจัยและหาข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคม ปี 2554 ทำให้เข้าใจถึงสิ่งสำคัญในการสื่อสารของผู้ใช้งานสมาร์ทโฟน และระหว่างที่ทำการค้นหาข้อมูลอยู่ เกิดแผ่นดินไหว เมื่อมีนาคม 2554 ทำให้ความคิดทางสังคมที่เกี่ยวกับการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตได้เปลี่ยนแปลงไป รวมไปถึงการให้บริการโซเชียลเน็ตเวิร์ก ซึ่งเดิมเป็นการให้บริการแบบค่อนข้างปิด ที่มีจุดประสงค์เพื่อการหาเพื่อนใหม่ แต่หลังจากเหตุการณ์แผ่นดินไหว ทำให้ NAVER Japan ได้บทสรุปว่าจริงๆ แล้ว สังคม

ต้องการการให้บริการโซเชียลเน็ตเวิร์กแบบปิด คือ สำหรับเพื่อการสื่อสารกับคนใกล้ชิด คนที่เรารัก ซึ่งรวมถึงเพื่อน ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน และบุคคลที่เกี่ยวข้องต่างๆ LINE ได้เริ่มขึ้นในเดือนเมษายน 2554 เพียงช่วงเวลาแค่ 1.5 เดือน NAVER Japan จึงเปิดตัวการให้บริการ LINE และมีการพัฒนาความสามารถอย่างต่อเนื่อง ทั้งในรูปแบบของสติ๊กเกอร์ เกมส์ และรูปแบบการทำงานอีกมากมาย

### การติดตั้ง Line บนสมาร์ทโฟน

1. Download LINE Application ผ่าน App Store หรือ Google Play โดยพิมพ์คำว่า line ที่ช่อง Search ดังภาพ



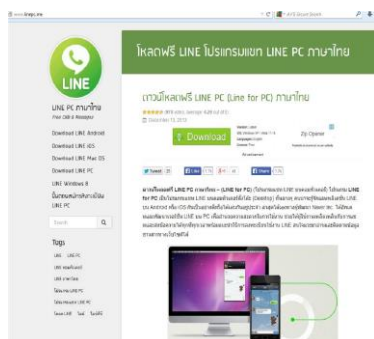
จากนั้นคลิกที่ไอคอน Free และเลือก Install หรือติดตั้ง

2. รอระบบทำการติดตั้ง และ เมื่อการติดตั้งเสร็จสมบูรณ์จะปรากฏไอคอน LINE อยู่บนหน้าจอของสมาร์ทโฟน ดังภาพ



### การติดตั้ง Line บน PC หรือเครื่องคอมพิวเตอร์, โน้ตบุ๊ก

1. Download ไฟล์สำหรับติดตั้งได้ที่ <http://www.linepc.me> ดังภาพ



2. ไปที่ Download Line PC ทางเมนูด้านซ้ายของหน้าจอ จากนั้นคลิก Download Now ดังภาพ

โปรแกรม LINE PC for Windows (LINE PC Windows) : โปรแกรมแยก LINE บนระบบปฏิบัติการ Windows รองรับการใช้งาน Windows XP / Windows Vista / Windows 7 มาพร้อมกับฟีเจอร์พิเศษและคุณสมบัติอื่นๆ อีกมากมาย สามารถดาวน์โหลดไปติดตั้งใช้งานได้ฟรี สะดวกในการใช้งาน เหมาะสำหรับผู้ใช้งานระบบปฏิบัติการ Windows โดยเฉพาะ พร้อมขั้นตอนการลงระบบใช้งานไว้ด้านล่างนี้

ดาวน์โหลดไฟล์สำหรับเวอร์ชันนี้ (LINE PC Windows)

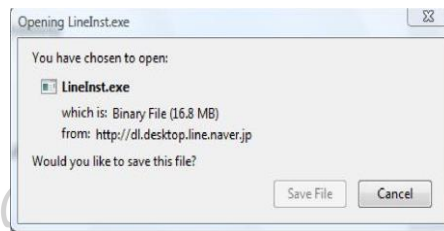
[DOWNLOAD NOW](#)

รายละเอียดโปรแกรม LINE PC for Windows (LINE PC Windows)

- License : Freeware
- Developer : Naver Inc
- OS : Windows XP / Windows Vista / Windows 7

หมายเหตุ: LINE PC for Windows (LINE PC Windows) เป็นโปรแกรม Freeware ที่ทางผู้พัฒนาโปรแกรมได้เผยแพร่แจกจ่ายไว้ในคลังไฟล์สาธารณะโดยไม่คิดมูลค่าใดๆ โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ

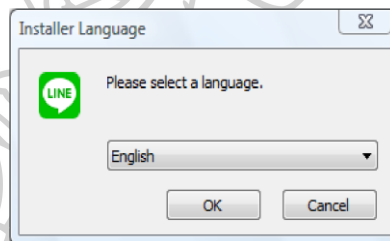
### 3. คลิกที่ Save File ตั้งภาพ



### 4. ดับเบิลคลิกที่ไฟล์เพื่อทำการติดตั้ง

LineInst

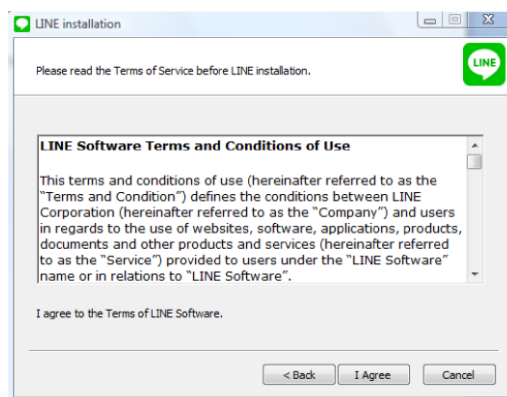
### 5. เลือกภาษาสำหรับติดตั้ง



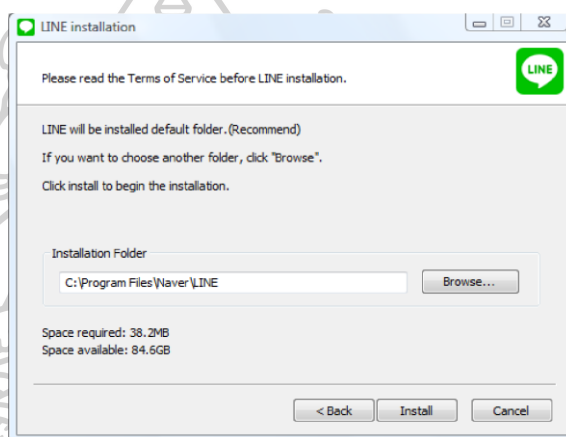
### 6. จากนั้นคลิก Next เพื่อเริ่มต้นขั้นตอนการติดตั้ง



### 7. คลิก I Agree ในส่วนของ Terms of LINE Software



8. เลือก Path สำหรับใช้ในการติดตั้งจากนั้นคลิก Install แล้วรอระบบติดตั้งโปรแกรม



9. เมื่อติดตั้งเสร็จสิ้น จากนั้นคลิก Close

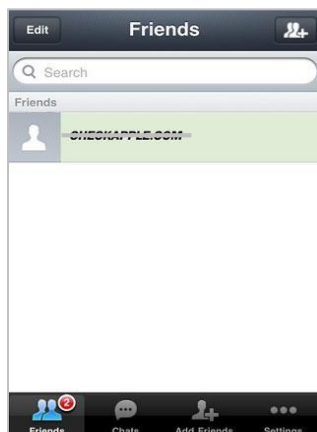
10.

การลงทะเบียนเพื่อเข้าใช้งานในครั้งแรก

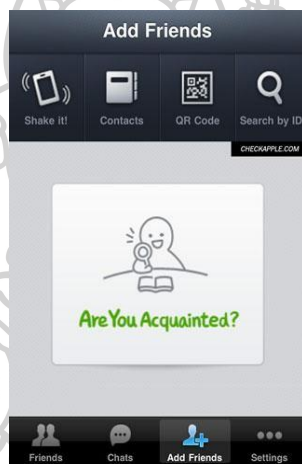
1. ในการเข้าใช้งานครั้งแรกนั้นผู้ใช้ต้องทำการลงทะเบียน เพื่อเข้าใช้บริการก่อน โดยการระบุหมายเลขโทรศัพท์เพื่อทำการยืนยันว่า หมายเลขโทรศัพท์เป็นของผู้ใช้งานจริง



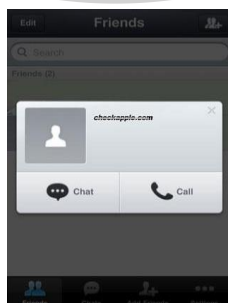
2. การเริ่มใช้งานแอปพลิเคชัน Line จะทำการดึง Contact Book ในโทรศัพท์มือถือของผู้ลงทะเบียน ว่าเบอร์ได้มีการใช้งานแอปพลิเคชัน Line แล้ว โดยสามารถพิมพ์เพื่อทำการ ค้นหาเพื่อนของเราได้เลย ดังภาพ



3. การเพิ่มเพื่อนเข้าไปในแอปพลิเคชัน Line สามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น การ Shake it, Contacts, QR Code, Search by ID



4. เมื่อเพิ่มเพื่อนเรียบร้อยแล้ว ผู้ใช้จะสามารถเริ่มทำการคุยหรือแชทได้ โดยกดไปที่ชื่อเพื่อนใน Line จะมีให้เราเลือกว่าจะโทรหาหรือว่าจะแชท ดังภาพ



5. การตั้งค่าผ่านเมนู Setting เช่น การตั้งค่า Display Name เพื่อบอกสถานะต่างๆ สามารถพิมพ์ได้ตั้งตัวอย่างในภาพ นอกจากนี้ยังสามารถตั้งเสียงเตือนต่างๆ ได้จากเมนูนี้ทั้งหมด



### จุดเด่นของ Line

1. ใช้งานง่าย เชื่อมต่อและใช้งานผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
2. สามารถโทรหาบุคคลที่อยู่ใน Friend List ในลักษณะเดียวกันกับการใช้งานโทรศัพท์ทั่วไปผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นการโทรด้วยเสียงหรือการโทรด้วยวิดีโอโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มในส่วนของการโทรออก ซึ่งช่วยให้ประหยัดเงินเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะคนที่อยู่ต่างประเทศสามารถโทรหากัน
3. สามารถสร้างกลุ่มสนทนาเฉพาะกลุ่มได้
4. สามารถส่งรูปภาพ ไฟล์เสียง วิดีโอ หรือไฟล์งานต่างๆ ได้
5. สามารถส่งข้อมูลสถานที่ได้
6. สามารถถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึกในระหว่างการสนทนา ผ่าน Stickers แบบต่าง ๆ
7. Line Keep ความสามารถใหม่ของ line ช่วยให้เราสามารถ เก็บไฟล์เอาไว้กับ line และสามารถแชร์ไปยัง application อื่นๆได้อีกด้วย นอกจากนี้ เรายังสามารถประยุกต์ใช้ Keep ในการส่งไฟล์จากคอมพิวเตอร์ ไปสู่สมาร์ทโฟน หรือส่งไฟล์จากสมาร์ทโฟน ไปยังเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งถือว่ามีความสะดวกเป็นอย่างมาก
8. นอกจากความสามารถของ application line เองแล้วยังมี application อื่นที่พัฒนาขึ้นมา และสามารถนำมาใช้ร่วมกับรายได้อีกมากมายเช่น line tv, line tool, line brush ได้

### ประโยชน์และการประยุกต์ใช้งาน Line

1. การประยุกต์ใช้งานภายในองค์กรต่าง ๆ
2. การประยุกต์ใช้งานในธุรกิจต่าง ๆ

3. การประยุกต์ใช้งานในการติดต่อสื่อสารภายในครอบครัว หรือระหว่างกลุ่มเพื่อน
4. สร้างโซเชียลเน็ตเวิร์คของตนเอง
5. รับข่าวสารล่าสุดกับบัญชีอย่างเป็นทางการของ LINE
6. ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือบริการลูกค้าสำหรับบริษัท และ องค์กรต่างๆ

จากที่ได้กล่าวมาทั้งหมดนี้ คือ ประโยชน์ของ line ที่คุณสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน โดยการนำรูปแบบของสังคมออนไลน์มาประยุกต์ใช้ในรูปแบบการเรียนการสอน โดย (เอกนถน์ บางท่าไม้ 2560) กล่าวสรุปผลการศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบกิจกรรมการเรียนการสอนผ่านระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้เป็นขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้สอนวางแผนการเรียนรู้และปฐมนิเทศการเรียน
2. ผู้สอนสร้างแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์
3. ผู้สอนสนับสนุนให้ผู้เรียนกำหนดเป้าหมายการเรียนและการประเมินตนเอง
4. ผู้เรียนนำเสนอแนวทางของตนเอง
5. ผู้เรียนนำเสนอกิจกรรมที่ส่งเสริมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์
6. ผู้สอนสนับสนุนการสืบเสาะหาความรู้
7. ผู้เรียนนำเสนอผลงานจากตัวอย่างที่กำหนด
8. ผู้สอนประเมินผลในลักษณะสังคมมิติ
9. ผู้สอนสรุปคุณลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์

#### ความหมาย

ในสภาพสังคมยุคปัจจุบันที่อาจเรียกได้ว่า เป็นสังคมยุคสื่อสาร ซึ่งความเจริญก้าวหน้าหรือความอยู่รอดของสังคมขึ้นอยู่กับคนในสังคมได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องทันเวลา และปรับตัวได้อย่างเหมาะสมสื่อประชาสัมพันธ์ จึงมีบทบาทสำคัญในการเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ตลอดจนชี้นำความคิดของคนในสังคมด้วย เช่นเดียวกันในองค์กรทุกๆ องค์กรนั้นก็หากต้องการชี้นำ ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลก็จะดำเนินการโดยผ่านตัวสื่อดังกล่าวด้วย องค์กรแต่ละองค์การอาจจะมีการเลือกใช้รูปแบบของสื่อในการนำเสนอ ที่แตกต่างกันไป อาจด้วยเหตุผลที่ว่า สื่อ แต่ละชนิดมีลักษณะ และคุณสมบัติที่แตกต่างกัน จึงมีความพร้อมหรือความสามารถที่จะแสดงบทบาทหน้าที่ ในขอบเขตที่แตกต่างกันด้วย

## สื่อ

คำว่า "สื่อ" ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายของคำนี้ไว้ ดังนี้ "สื่อ (กริยา) หมายถึง ติดต่อให้ถึงกัน เช่น สื่อความหมาย, ชักนำให้รู้จักกัน สื่อ (นาม) หมายถึง ผู้หรือสิ่งที่ติดต่อให้ถึงกันหรือชักนำให้รู้จักกัน เช่น เขาใช้จดหมายเป็นสื่อติดต่อกัน, เรียกผู้ที่ทำหน้าที่ ชักนำให้ชายหญิงได้แต่งงานกันว่า พ่อสื่อ หรือ แม่สื่อ; (ศิลปะ) วัสดุต่างๆ ที่นำมาสร้างสรรค์งาน ศิลปกรรม ให้มีความหมายตามแนวคิด ซึ่งศิลปินประสงค์แสดงออกเช่นนั้น เช่น สื่อผสม" และมีนักเทคโนโลยีการศึกษาได้มีการนิยามความหมายของคำว่า "สื่อ" ไว้ดังต่อไปนี้

(Heinich et al. 1996) กล่าวว่า Media is a channel of communication. กล่าวคือ สื่อ คือ ช่องทางในการติดต่อสื่อสาร โดย Heinich และคณะยังขยายความเพิ่มเติมอีกว่า สื่อเป็นสิ่งที่อยู่ ระหว่างแหล่งกำเนิดสารกับผู้รับสาร

(A.J. Romiszowski 1992) ของมหาวิทยาลัยซีราคิวส์ (Syracuse University) ให้คำจำกัด ความว่า the carriers of messages, from some transmitting source (which may be a human being or an inanimate object) to the receiver of the message (which in our case is the learner) ซึ่งสรุปว่า สื่อ คือ ตัวนำสารจากแหล่งกำเนิดของการสื่อสาร (ซึ่งอาจจะเป็นมนุษย์ หรือวัตถุ ที่ไม่มีชีวิต) ไปยังผู้รับสาร (ซึ่งในกรณีของการเรียนการสอนก็คือ ผู้เรียน)

จากที่กล่าวมาแล้วนั้นพอสรุปได้ว่า สื่อ คือตัวกลางหรือช่องทางในการนำส่งข้อมูลให้ผู้รับสาร เกิดความเข้าใจตรงกัน

## การประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นงานในระดับนโยบายที่องค์กร สถาบันทุกประเภท ต่างนำเอา การประชาสัมพันธ์ไปใช้กับองค์กรหรือสถาบันของตนอย่างกว้างขวางแพร่หลาย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานของตนกับประชาชน ป้องกันการเข้าใจผิด ตลอดจนการลดสาเหตุแห่งความขัดแย้งต่างๆ รวมทั้ง การใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนนโยบาย และการดำเนินงานขององค์กร สถาบัน เสริมสร้างและรักษาชื่อเสียง ความนิยม ความเชื่อถือศรัทธา และความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนที่พึงมีต่อหน่วยงานของตน คำว่า การประชาสัมพันธ์ มาจาก ภาษาอังกฤษว่า Public Relations ซึ่งคำว่า Pulic แปลว่า ประชา หมายถึง หมู่ชน สาธารณชน หรือ ประชาชน ส่วน Relations แปลเป็นไทยว่า ความสัมพันธ์ หมายถึง การสัมพันธ์ หรือการผูกพัน การประชาสัมพันธ์ จึงแปลว่า การเกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่คน หรือ ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน หรือ สถาบันกับกลุ่มประชาชนนั่นเอง



คำว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลายมากในปัจจุบัน ทั้งในหน่วยงาน องค์กร สถาบันต่างๆ และในหมู่สาธารณชนทั่วไป ทั้งนี้ เนื่องจากงานประชาสัมพันธ์กำลังได้รับความสนใจและยอมรับจากประชาชนทั่วไป ในฐานะที่การประชาสัมพันธ์เป็นงานเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้ง การประชาสัมพันธ์ เป็นคำที่พบเห็นบ่อยมากในชีวิตประจำวัน จนเกิดความเข้าใจผิดบางประการเกี่ยวกับความหมายที่แท้จริง เช่น ความเข้าใจสับสนระหว่างการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา (Advertising) การโฆษณาสินค้าต่างๆ ถูกกล่าวอ้างว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ จนบางคนสรุปเอาว่าการโฆษณา คือ การประชาสัมพันธ์ ซึ่งความจริงแล้วการประชาสัมพันธ์มิใช่การโฆษณาสินค้า ถึงแม้บางครั้งอาจมีความเกี่ยวข้องกันอยู่บ้างก็จริงก็ตาม เป็นต้น

ทั้งนี้ มีนักวิชาการหลายๆ ท่านให้คำจำกัดความความหมายคำว่า การประชาสัมพันธ์ ดังนี้

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามของสถาบันที่จะแสวงหาความสัมพันธ์ ความร่วมมือ และกระสนับสนุนจากประชาชน เพื่อให้ประชาชนยอมรับ ให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามกระบวนการ นโยบาย วัตถุประสงค์ และความเคลื่อนไหวของสถาบันหรือหน่วยงานนั้นๆ (อาวระกุล 2534) ซึ่งสอดคล้องกับ (สะอาด ตันศุภผล 2527) ที่กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและกระทำต่อเนื่องกันไป เพื่อที่จะสร้างหรือให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน เพื่อให้สถาบันดำเนินงานไปได้ดีตรงความมุ่งหมาย และเป็นเครื่องมือการติดต่อสื่อสารที่ถูกนำมาใช้เพื่อสนับสนุนภาพลักษณ์ของกิจการโดยรวม (Pelsmacker 2000)

การประชาสัมพันธ์ เป็นหน้าที่ทางด้านการจัดการอย่างหนึ่งในการพิจารณาถึงทัศนคติและความคิดเห็นของกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวกับองค์กร ต้องมีกำหนดออกมาในรูปของนโยบายที่อยู่ในความสนใจของกลุ่มชนต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง และเกิดค่านิยมที่ดีต่อบุคคลกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (Shrigley R.L. 1977)

จากที่กล่าวมาแล้วนั้น คำจำกัดความต่างๆ สรุปคุณลักษณะของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. เป็นการทำงานที่มีจุดหมายเพื่อการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันกับกลุ่มชนต่างๆ
2. เป็นการทำงานที่มีการวางแผนการปฏิบัติงานอย่างรอบคอบ และมีการติดตามประเมินผล
3. เป็นการทำงานในรูปของการติดต่อสื่อสาร เป็นการสื่อสารสองทางและเป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ
4. เป็นการทำงานที่ต้องมีการให้อธิพลทางความคิดและทัศนคติต่อกลุ่มเป้าหมาย
5. เป็นการทำงานที่ต่อเนื่อง และหวังผลระยะยาว

(Bernays and Edward L 1952) ผู้บุกเบิกงานประชาสัมพันธ์ ให้ความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์ มีความหมาย 3 ประการ ด้วยกัน คือ 1) เผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ 2) ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย ตลอดจนเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีดำเนินงานของสถาบัน 3) ประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมาย และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน

สะอาด อ่างโดย (วิรัช ลภีรัตนกุล 2535) ให้คำจำกัดความว่า การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบัน อันมีแบบแผนและการกระทำที่ต่อเนื่อง ในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง มีความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นๆ ดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมเป็นแนวบรรทัดฐานสำคัญด้วย

นอกจากนี้ ยังมีสมาคม สถาบัน ตลอดจนนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ อีกเป็นจำนวนมาก ต่างก็ให้ความหมายและคำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ไว้อย่างหลากหลาย ซึ่งส่วนใหญ่จะมีความแตกต่างกันในถ้อยคำและรายละเอียดปลีกย่อย แต่แนวความคิดและความหมาย จะอยู่ในแนวเดียวกันทั้งสิ้น ดังนั้นกล่าวโดยสรุป “การประชาสัมพันธ์ คือ การเสริมสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจอันดี ระหว่างองค์กรหรือสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือ และสนับสนุนจากประชาชนนั่นเอง” (วิรัช ลภีรัตนกุล 2535) ความหมายของ การประชาสัมพันธ์ ได้รับการแปลความหมายและตีความออกไปกันอย่างกว้างขวาง โดยสรุปนั้น “การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับ กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผล ในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน”

จากที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว พอสรุปได้ว่า สื่อประชาสัมพันธ์ คือ เป็นเครื่องมือ เพื่อชี้แนะหนทาง หรือวิถีทาง ในการนำข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์ ถูกส่งต่อจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร เพื่อให้เกิดความเข้าใจไปทิศทางเดียวกัน เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติตามทางกำหนดไว้

### องค์ประกอบและหลักการประชาสัมพันธ์

ในการติดต่อประชาสัมพันธ์นั้น มีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อบอกกล่าวให้ทราบ ชี้แจงทำความเข้าใจให้ถูกต้องเกี่ยวกับความคิดเห็น (Opinion) ทศนคติ (Attitude) และค่านิยม (Value) สร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดี สร้างเสริมและรักษา (To Build and Sustain) ความสัมพันธ์ที่ดี นำไปสู่การสนับสนุน และความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมาย และการประชาสัมพันธ์จะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพต้องมีการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ และดำเนินการจริงตามแผนงานที่ได้วางไว้ อย่างเหมาะสม สามารถปรับแก้ไขได้ในบางกรณีซึ่งจะทำให้ได้ผลงานที่ดีกว่า

ดังนั้น ทุกครั้งที่มีการประชาสัมพันธ์ จึงควรมีการวางกลยุทธ์ที่ช่วยทำให้การประชาสัมพันธ์สัมฤทธิ์ผล นั่นคือ กลยุทธ์ทางด้านเนื้อหา หรือ ข้อความข่าวสาร (Message Strategies) จัดสรรความแตกต่างให้จับจุดโดนใจ และกลยุทธ์ทางด้านสื่อหรือช่องทางการสื่อสาร (Media Strategies) ต้องเลือกสื่อในการเผยแพร่ให้เหมาะสมกับภารกิจและเป้าหมาย และเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้น เราอาจต้องทำความเข้าใจในเรื่องขององค์ประกอบพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีอยู่ 4 ประการด้วยกัน ได้แก่

1. การประชาสัมพันธ์เป็นพื้นฐานของการจัดการ องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญอันดับแรกของการประชาสัมพันธ์ที่ดี คือ เป็นพื้นฐานของการจัดการ หรืออาจเรียกว่า ปรัชญาสังคมแห่งการจัดการ (Social philosophy of management) ซึ่งการจัดการนั้นหมายถึง กิจกรรมที่กำหนด แบ่งสรรการใช้ทรัพยากร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์กร และโดยที่การประชาสัมพันธ์เป็นภาระหน้าที่ของฝ่ายจัดการที่จะต้องประเมินถึงท่าทีและความคิดเห็นของประชาชน รวมทั้ง การกำหนดและดำเนินนโยบายขององค์กรโดยคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชน เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและยอมรับในองค์กร ฉะนั้นการประชาสัมพันธ์จึงกระทำขึ้นเพื่อสร้างสรรความนิยมขององค์กร และถือเป็นภาระหน้าที่หรือความรับผิดชอบของฝ่ายบริหาร ซึ่งการประชาสัมพันธ์จะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อผู้บริหารระดับสูงมีความรู้ความเข้าใจและซาบซึ้งถึงถึงความสำคัญของประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี

ดังนั้น ปรัชญาสังคมแห่งการจัดการนี้ จึงนับได้ว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญสิ่งแรกของการประชาสัมพันธ์ที่ดี องค์กรใดๆ พึงยึดถือปฏิบัติโดยคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชน เป็นเบื้องต้นก่อนสิ่งอื่นใดทั้งหมด การดำเนินการตอบสนองผลประโยชน์ของประชาชนโดยส่วนรวม เป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่ไม่ควรจะละเลยหรือมองข้ามไปเสีย หากองค์กรกระทำหรือดำเนินการในสิ่งที่สวนทางกับความต้องการหรือผลประโยชน์ของประชาชนแล้ว องค์กรนั้นก็ไมอาจดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงถาวร อย่างไรก็ตาม การที่องค์กรจะได้บรรลุถึงหลักปรัชญาสังคมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมนี้ จะทำให้ประชาชนเป็นฝ่ายได้รับประโยชน์อย่างมากหลายด้าน ซึ่งเป็นธรรมดาที่ประชาชนในแต่ละกลุ่มเป้าหมายย่อมมีความต้องการ ความจำเป็น และผลประโยชน์ที่แตกต่างกันออกไป ทั้งกลุ่มประชาชนภายในองค์กร กลุ่มประชาชนเป้าหมาย และกลุ่มประชาชนทั่วไป

2. การประชาสัมพันธ์เป็นการแสดงออกในด้านนโยบาย ตามที่กล่าวมาแล้ว การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการด้านการบริหาร ดังนั้น การจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ที่ดีจึงจะต้องเริ่มจากฝ่ายบริหารระดับสูงและเกี่ยวพันลงมาถึงองค์กรและคนในองค์กร องค์กรทุกแห่งย่อมต้องมีนโยบายในการดำเนินงานของตน ซึ่งจะถูกกำหนดขึ้นเป็นแนวทางในการปฏิบัติ นโยบายจะครอบคลุมถึงหน้าที่ต่างๆ อย่าง กว้างขวาง และจะเป็นสิ่งกำหนดความรับผิดชอบเบื้องต้นของฝ่ายบริหาร ซึ่งการพิจารณากำหนดนโยบายย่อมสะท้อนถึงผลประโยชน์ที่องค์กรพึงจะให้ต่อส่วนรวม การตัดสินใจนโยบาย จึงควรที่จะมุ่งที่ประชาชนและผู้บริโภคเป็นหลักมากกว่าที่จะพะวงแต่มุ่งต่อองค์กร การตัดสินใจ

ในเรื่องนโยบายทางด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร นับเป็น เรื่องสำคัญที่สุดเรื่องหนึ่ง ทั้งนี้ เพราะนโยบายการประชาสัมพันธ์ขององค์กร ย่อมจะมีวัตถุประสงค์ระบุไว้ด้วยข้อความรัดกุมและสะท้อนให้เห็นถึงแนวปรัชญาที่องค์กรยึดถืออยู่และใช้ปฏิบัติต่อประชาชนทั่วไป โดยปกติบริษัทธุรกิจทั่วไป นอกจากจะมีนโยบายทั่วไปด้านการประชาสัมพันธ์ ที่เป็นนโยบายเฉพาะอีกด้วย ซึ่งเป็นแนวทางการปฏิบัติเฉพาะต่อกลุ่มเป้าหมาย เช่น พนักงาน ผู้ถือหุ้น ชุมชน ตัวแทนจำหน่าย หน่วยงานภาครัฐ และสื่อมวลชน เป็นต้น นโยบายเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน นี้ จะได้ระบุถึงผลประโยชน์ที่ประชาชนในแต่ละกลุ่มพึงจะได้รับ ซึ่งบริษัทได้พยายามดำเนินการอยู่เพื่อให้บรรลุถึงปรัชญา สังคม และวัตถุประสงค์ขององค์กรนั้นๆ เช่นเดียวกับ หน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในหน่วยงานด้านความมั่นคง ซึ่งมีวัตถุประสงค์และ มีนโยบายในการสร้างประโยชน์ให้กับประชาชน ในอีกลักษณะหนึ่งซึ่งแตกต่างไปจากบริษัทธุรกิจ ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อความสามารถในการดำรงอยู่น้อยกว่ามาก แต่คงยังมีผลกระทบในความเชื่อมั่นและความจงรักภักดีของประชาชนในระยะยาวเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ การกำหนดนโยบายที่ไม่เอื้อประโยชน์ให้กับประชาชนเป็นหลักและชัดเจน ยังคงมีผลกระทบต่อการทำงานของหน่วยงานในด้านอื่นๆ อีก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของงบประมาณดำเนินการในหน้าที่รับผิดชอบ ทั้งนี้ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ อันเป็นการกระทำที่มุ่งปฏิบัติไปสู่ประชาชน ย่อมมีผลกระทบต่อความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนต่างๆ เสมอ

3. การประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำที่มีผลต่อเนื่องจากนโยบายที่เหมาะสม องค์กรประกอบพื้นฐานประการที่ 3 ของการประชาสัมพันธ์นั้น เกิดจากการกระทำที่ส่งผลมาจากการดำเนินนโยบายที่เหมาะสมของฝ่ายบริหาร เพราะการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพจะเริ่มต้นจากนโยบายการบริหารงานที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชน ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงปรัชญาสังคมของการบริหารได้เป็นอย่างดี เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ คือปรัชญาแห่งการกระทำในสิ่ง ที่ประชาชนชอบ และกระทำไปในวิถีทางที่ประชาชนชื่นชอบ เช่น นโยบายกำหนดให้สร้างความสัมพันธ์อันดีในหมู่ข้าราชการชั้นผู้น้อยและลูกจ้าง ก็อาจแสดงออกด้วยการบริหารงานที่มีความยุติธรรม มีการให้รางวัลอย่างเหมาะสมและเท่าเทียมกัน หรือการปรับปรุงพัฒนาสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีให้กลุ่มเป้าหมายมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เป็นต้น การปฏิบัติตามนโยบายขององค์กรนั้น ถือเป็นความรับผิดชอบของสมาชิกทุกคนในองค์กร จึงนับเป็นสิ่งจำเป็นที่สมาชิกในองค์กรจะต้องทำความเข้าใจกับนโยบายขององค์กรให้กระจ่างชัด และสามารถแสดงออกด้วยการกระทำตามวัตถุประสงค์ของนโยบายเหล่านั้น

4. การประชาสัมพันธ์คือการติดต่อสื่อสาร การติดต่อสื่อสารนับเป็นพฤติกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่ง มีความเกี่ยวข้องและแทรกแซงอย่างกว้างขวางต่อพฤติกรรมของมนุษย์ อะไรก็ตามที่ชักนำข่าวสารไปสู่ผู้รับได้ นั่นคือ การสื่อสาร ดังนั้นการติดต่อสื่อสารจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์กร หากองค์กรขาดการสื่อสารองค์กรก็ไม่สามารถจะคงอยู่ได้ ดังนั้นปัจจัยพื้นฐานประการที่ จึงเป็น 4 การสื่อสาร องค์กรทำการติดต่อสื่อสารไปยังกลุ่มประชาชน และคอยประเมินผลจากการสังเกต

ปฏิกิริยาตอบสนองของประชาชนที่มีต่อองค์กร แต่อย่างไรก็ตาม การประชาสัมพันธ์จะต้องมีการติดต่อสื่อสารจากองค์กรไปยังกลุ่มประชาชน ฝ่ายบริหารขององค์กรย่อมจะต้องเปิดเผย อธิบาย ปกป้อง หรือสนับสนุนนโยบายขององค์กร เพื่ออ้าวงไว้ซึ่งความเข้าใจและยอมรับนับถือจากประชาชน การประชาสัมพันธ์จึงมิใช่เพียงแต่เป็นปรัชญาสังคมที่แสดงออกถึงนโยบายและการกระทำตามนโยบายเท่านั้น แต่ว่าการประชาสัมพันธ์ยังเป็นการสื่อสารปรัชญาดังกล่าวไปสู่กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องด้วย องค์กรประกอบและแนวปรัชญาพื้นฐานทางสังคมของการประชาสัมพันธ์ จะเป็นสิ่งที่จะสะท้อนให้เห็นถึงปรัชญาต่างๆ ในด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์และความรับผิดชอบต่อสังคม หรือการมุ่งถึงประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลักใหญ่ องค์กรจะต้องสำนึกและตระหนักดีถึงความสำคัญแห่งภาระหน้าที่รับผิดชอบต่อสังคม จะต้องให้ประชาชนเห็นอย่างประจักษ์แจ้งว่าองค์กรได้ยึดถือปฏิบัติตามแนวทางนี้อย่างเคร่งครัด มิได้เพิกเฉยต่อประชาชนหรือมุ่งไปสู่การแสวงหาผลประโยชน์เข้าสู่องค์กรแต่เพียงอย่างเดียว โดยใช้เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรกับประชาชนกลุ่มต่างๆ เพื่อแจ้งเรื่องราวดังกล่าวให้ประชาชนได้รับทราบ และสังเกตปฏิกิริยาตอบสนองของประชาชนที่มีต่อองค์กร

### วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ โดยทั่วไปมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญพอสรุปได้ 3 ประการ ดังนี้

1. เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน ความนิยม (Good will) จากประชาชนเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยส่งเสริม สนับสนุนการดำเนินงานและความอยู่รอดขององค์กร จึงมีความเป็นในการสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชนหรือกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วยการปลูกกระตุนเพื่อสร้างและดำรงไว้ซึ่งความเชื่อถือและศรัทธา จากประชาชน ให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใสในนโยบายและการดำเนินกิจการต่างๆ ขององค์กร ทำให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็ว และบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร

2. เพื่อปกป้องและรักษาชื่อเสียงขององค์กร เพราะชื่อเสียงขององค์กรเกี่ยวพันกับภาพลักษณ์ หากมีชื่อเสียงไปในทางลบภาพลักษณ์ องค์กรนั้นย่อมเป็นไปได้ในทางลบ ดังนั้น องค์กรจึงต้องพยายามปกป้องและรักษาชื่อเสียงของตนไว้ จะต้องมีการดำเนินงานที่ซื่อสัตย์สุจริต ตรงไปตรงมา และมีความประพฤติที่ดี รวมทั้ง จะต้องมีการแสดงออกถึงความมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม

3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ คือ การประชาสัมพันธ์ภายใน เพื่อมุ่งเน้นและสร้างความสัมพันธ์ความเข้าใจอันดีกับกลุ่มบุคคลภายในองค์กรให้เกิดมีความรักใคร่ กลมเกลียว สามัคคี การเสริมสร้างขวัญและกำลังใจและความจงรักภักดีต่อหน่วยงาน ส่วนการประชาสัมพันธ์ภายนอก มุ่งเน้นการสร้าง ความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีกับประชาชน ชุมชน และกลุ่มต่างๆ ที่องค์กรมีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้

ประชาชน ชุมชน และกลุ่มเหล่านั้นเกิดความรู้ ความเข้าใจในตัวองค์กรและให้ความร่วมมือกับองค์กร ด้วยดี

ปัจจุบันประชาชนจำนวนมากยังขาดแคลนข่าวสารต่างๆ จากองค์กรทำให้ไม่ทราบถึง นโยบาย วัตถุประสงค์ และการดำเนินงานขององค์กร ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้ง่าย ช่องว่างระหว่างองค์กรและประชาชนยังคงมีอยู่เสมอ การประชาสัมพันธ์จะช่วยลดช่องว่างเหล่านี้ โดยการสร้างความเข้าใจร่วมกันบนพื้นฐานของความจริงและการได้รับข่าวสารอย่างสมบูรณ์

### หลักการผลิตสื่อ

ความหมาย สื่อ แปลมาจากคำว่า medium หรือ media ซึ่งเป็นภาษาละติน แปลว่า กลาง อยู่ตรงกลาง สิ่งที่อยู่ตรงกลาง แต่เมื่อวิชาการด้านการสื่อสาร และการสื่อสาร มวลชนก้าวหน้ามากขึ้น คำว่า สื่อ (medium หรือ media) ก็ได้รับการวิเคราะห์ที่ศึกษาและตกแต่งพัฒนาจนมีความหมายเป็น ศัพท์เทคนิค (technical term) หรือศัพท์เฉพาะที่มีความสำคัญยิ่ง ทั้งนี้ เพราะสื่อกลายเป็นองค์ประกอบ ที่จะขาดเสียมิได้ในการสื่อสารทุกรูปแบบ และทุกประเภท ความหมายเดิมที่จำกัดอยู่เฉพาะเรื่องของ ภาษาที่ใช้ในการพูดหรือการสอน (อาทิ ภาษาไทยที่เป็นสื่อการสอนที่ใช้กันมากที่สุดในสถาบัน การศึกษาของไทย) ก็ได้ขยายออกมาครอบคลุมถึงสื่อวัตถุ (อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์) สื่อ บุคคล (อาทิ สื่อภาษา สื่อท่าทาง พ่อสื่อแม่สื่อ สื่อประชาชน หรือ population media) สื่อผสม (อาทิ สื่อมวลชน สื่อการสอน สื่อข้อมูล สื่อโสตทัศน์) หรือแม้กระทั่งสาร (อาทิ สื่อวีจนะภาษา สื่อ อัจฉริยะภาษา)

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสาร เรื่องราว จากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ประชาชน สื่ออาจจำแนกได้หลายประเภทหลายหลักเกณฑ์แต่การกำหนด ประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ จะต้องคำนึงถึงลักษณะที่เป็นรูปธรรม ลักษณะที่พัฒนาได้ ประโยชน์ในปัจจุบันและศักยภาพเพื่ออนาคต

### ประเภทของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

โดยปกติทั่วไปมีการแบ่งประเภทของสื่อกันไว้หลายประเภท และหลายหลักเกณฑ์ (criteria) ได้ประมวลสรุปไว้ดังนี้

1. แบ่งตามวิวัฒนาการ ได้แก่ สื่อประเพณี (traditional media) สื่อมวลชน (mass media) สื่อเฉพาะกิจ (specialized media)
2. แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางสังคม ได้แก่ สื่อข่าวสาร (information media) สื่อการศึกษา (education media) สื่อบันเทิง (entertainment media)

3. แบ่งตามประเภทที่ใช้ในการรับสาร ได้แก่ สื่อโสต (audio media) สื่อทัศน์ (visual media) สื่อโสตทัศน์ (audio-visual media)
4. แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางเทคนิค (technical functions) ได้แก่ สื่อถ่ายทอดสาร (transmission media) สื่อบันทึกสาร (record media)
5. แบ่งตามเครื่องนารหัสสาร ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ (print media) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (electronic media) สื่อบันทึกเสียงหรือภาพ (film or tape)

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งได้เป็น ประเภท คือ 2

1. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมได้ (Controllable Media) ได้แก่
  - สื่อสิ่งพิมพ์ Print Media
  - สื่อบุคคล (Personal Media)
  - สื่อโสตทัศน์ (Audio-visual Media)
  - สื่อกิจกรรมต่าง ๆ (Activity Media)
2. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable Media)
  - สื่อมวลชน (Mass Media)

### ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท

#### สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media)

##### สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ (The Printed Words)

1. สื่อเพื่อการสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน (House or Home Journal) เป็นหนังสือวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้สื่อสัมพันธ์ในหน่วยงานให้รู้หรือเข้าใจและแจกจ่ายกันเฉพาะภายในหน่วยงาน
2. สื่อสัมพันธ์ภายนอกหน่วยงาน (External Publication) เป็นวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้เพื่อสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับบุคคลภายนอกหน่วยงาน จัดทำรูปเล่ม ประณีต ใช้ถ้อยคำสำนวน ภาษา เป็นทางการ การระมัดระวังมากกว่าหนังสือสัมพันธ์ภายใน
3. สื่อสัมพันธ์แบบผสม (Combination) เป็นการจัดทำสิ่งพิมพ์ สื่อสัมพันธ์ในลักษณะผสมให้อ่านได้ ทั้งคนภายในและภายนอกหน่วยงานในเล่มเดียวกัน

การเตรียมสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (Preparation for Publication) ก่อนจะทำสิ่งพิมพ์ควรมีการวางแผนให้เรียบร้อย การวางแผนที่ดีต้องคำนึงถึงสิ่ง 3 ประการด้วยกัน คือ วัตถุประสงค์ (Purpose) ผู้อ่าน (Reader) และรูปแบบ (Format) ในขณะเดียวกันจะต้องพิจารณาปัจจัยทั้ง 3 ประการนี้ร่วมกัน

1. วัตถุประสงค์ (Purpose) ก่อนที่จะทำหนังสือควรที่จะวางวัตถุประสงค์อย่างรอบคอบ เขียนวัตถุประสงค์และให้ผู้อ่านมีอำนาจอนุมัติและทำงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

2. ผู้อ่าน (Reader) งานสำคัญอันดับแรกคือ ทำงานให้ได้ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้และงานนั้นจะเป็นจริงได้ต้องคำนึงถึงผู้อ่านเป็นหลัก ผู้อ่านจะเป็นผู้ตัดสินผลงาน ถ้าเขารู้สึกซาบซึ้งกับหนังสือก็ประสบความสำเร็จ แต่ถ้าเขาไม่อ่านหนังสือเขาก็จะไม่ซาบซึ้ง ดังนั้น เราต้องตอบให้ได้ว่านิสัยในการอ่านหนังสือของเขาเป็นอย่างไร ตัวอย่างประเภทไหนที่จะดึงดูดความสนใจของเขา จะวางเค้าโครงเรื่องอย่างไรจึงจะเอาชนะใจเขาได้ ควรจะเป็นส่วนไหน เป็นต้น

3. รูปแบบ (Format) มีสิ่งพิมพ์ที่ไม่คำนึงถึงผู้อ่าน แล้วก็ไม่ว่าจะวางรูปแบบ ควรกำหนดขนาดของหน้า จำนวนหน้า รูปภาพ มีการ์ตูนหรือไม่ และอื่นๆ อีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยในการกำหนดรูปแบบ คือ หากจุดสารที่มีวัตถุประสงค์เหมือนกัน และกลุ่มผู้อ่านเดียวกัน ลองอ่านและวิเคราะห์และลองวางรูปแบบซึ่งในการวางรูปแบบนั้นควรคำนึงถึงงบประมาณและเนื้อหาที่จะให้

สื่อสิ่งพิมพ์มีลักษณะต่าง ๆ คือ

**1. หนังสือพิมพ์ (Newspaper)** เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ เพราะหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนจำนวนมาก และมีระยะเวลาที่กำหนดออกที่แน่นอนเป็นประจำสม่ำเสมอ และขณะเดียวกันก็จะสะท้อนความคิดเห็นของประชาชนสะท้อนออกมาให้เห็นอีกด้วย เราจึงสามารถกล่าวได้อย่างเต็มปากว่า หนังสือพิมพ์เป็นเครื่องมืออันสำคัญยิ่งในวงการประชาสัมพันธ์หนังสือพิมพ์ สามารถเสนอข่าวสารเรื่องราวต่างๆ หลายด้านปะปนผสมผสานกันไปในฉบับเดียวกัน แล้วยังเป็นสื่อแสดงความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อองค์กรด้วย เช่น การวิจารณ์การปฏิบัติงานหรือนโยบายของรัฐบาลเพื่อองค์การที่ถูกวิจารณ์จะได้ปรับปรุงนโยบายให้ดีขึ้น หรือรัฐบาลใช้หนังสือพิมพ์เป็นสื่อชี้แจงให้ประชาชนเข้าใจ เพื่อขอความร่วมมือในการปฏิบัติให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ยังเป็นสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยใช้เป็นสื่อแถลงนโยบาย ข้อคิดเห็นทางการเมือง เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน ใช้ในการเผยแพร่วัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักของประเทศต่างๆ หรือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ข้อดีของหนังสือพิมพ์

1. หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่เสนอข่าวที่น่าสนใจสม่ำเสมอและรวดเร็ว จึงเป็นสื่อที่มวลชนยอมรับข่าวการเผยแพร่

2. มีความคงทนถาวรกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น เพราะเมื่อผู้อ่านไม่เข้าใจตอนใดก็ย้อนกลับมาอ่านทบทวน ใหม่ได้

3. เสนอเรื่องราวข่าวสารหลายประเภท มีทั้งเรื่องราวข่าวสารที่ประชาชนเฉพาะกลุ่ม และประชาชนทั่วไป สนใจ จึงสามารถเข้าถึงประชาชนได้หลายกลุ่มหลายอาชีพ



4. เสนอข่าวหรือเรื่องราวต่างๆ ครั้งละมากๆ ได้ รวมทั้งเสนอข่าวประจำวัน ทำให้ประชาชนสามารถติดตามข่าวสารเรื่องราวต่างๆ ได้ อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

5. มีภาพถ่ายประกอบช่วยดึงดูดความสนใจและเข้าใจข่าวสารได้ยิ่งขึ้น

6. ราคาถูก หาซื้อได้ง่าย และมีหลายภาษา

ข้อจำกัดของหนังสือพิมพ์

1. ไม่สามารถเข้าถึงผู้อ่านที่อ่านหนังสือไม่ออก หรือผู้สูงอายุที่สายตาไม่ดี

2. หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ไม่มีสีสันสวยงาม ไม่มีสิ่งใดสะดุดตาผู้อ่านนอกจากภาพหัวข่าวซึ่งควรเป็นข้อความที่ กะทัดรัด อ่านเข้าใจง่าย และสัมพันธ์กับเนื้อเรื่องของข่าว

3. มีอายุสั้น ผู้อ่านอ่านครั้งเดียวแล้วจะทิ้งไป ประชาชนไม่นิยมเก็บหนังสือพิมพ์ไว้เป็นเวลานาน

4. มีช่วงอายุที่สั้น เมื่อคนอ่านเพียงครั้งเดียวแล้วก็จะผ่านไป เพราะข่าวต่างๆ มีผ่านเข้ามาทุกวัน

5. ผู้อ่านหนังสือพิมพ์จะอ่านเพียงบางเรื่องหรือบางคอลัมน์ที่เขาเกี่ยวข้องหรือสนใจเท่านั้น

6. ไม่มีสีสันหรือภาพสีที่สวยงามสะดุดตาชวนอ่าน

2. วารสาร (Journal) จัดทำเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม อาจเป็นภายในหรือภายนอกองค์กรก็ได้ จัดทำเป็นรูปเล่ม มีระยะเวลาออกที่แน่นอน และมีความต่อเนื่อง

ข้อดีของวารสาร

1. รูปเล่มแข็งแรงและสวยงาม

2. สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้ตามความประสงค์เจาะจงหรือต้องการ

3. มีผลทางด้านช่วยย้ำเตือนความทรงจำและประทับใจ เพราะออกติดต่อกันเป็นประจำและต่อเนื่องโดย สม่ำเสมอ

4. มีเนื้อที่เพียงพอที่จะสื่อสารหรือชี้แจงรายละเอียดต่างๆ ได้อย่างสมบูรณ์

5. มีความยืดหยุ่นสูง เพราะอาจเปลี่ยนแปลงเนื้อหา รูปเล่มให้เป็นไปตามความต้องการและงบประมาณของ องค์กรสถาบันได้ง่าย

ข้อจำกัดของวารสาร

1. คุณภาพของวารสารมักไม่ค่อยดีและขาดคุณภาพ เพราะจัดทำกันเองในองค์กรเป็นส่วนใหญ่

2. งบประมาณเป็นอุปสรรคสำคัญในการจัดทำ

3. ยุกเล็กได้ง่าย หากผู้บริหารไม่เห็นด้วย หรือเมื่อไม่ได้รับงบประมาณ
4. ผู้จัดทำไม่มีเวลาเพียงพอ เพราะต้องมึ่งงานภาระอื่นๆ ภายในองค์กรอีก

มากมาย

5. หากวารสารที่ออกนั้นมีวัตถุประสงค์ที่ไม่แน่ชัดหรือขาดความรู้ที่น่าสนใจและสาระประโยชน์ที่แท้จริงแล้ววารสารนั้นก็อาจจะไม่ได้รับความสนใจจากประชาชน

**3. นิตยสาร (Magazines)** เป็นเครื่องมือหรือสื่อในการประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ที่สำคัญอย่างหนึ่ง นิตยสารมีรูปแบบที่กะทัดรัดสวยงาม และมีระบบการพิมพ์ที่ประณีต มีสีสวยงามช่วยดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้เป็นอย่างดี

ข้อดีของนิตยสาร

1. การจัดทำนิตยสารมักทำในรูปของธุรกิจโดยที่มึ่งงานขององค์กร
2. มีการวางแผนงานจัดทำอย่างเป็นระบบ ทำให้มีรูปแบบที่สวยงามและเนื้อหาแปลกใหม่ ไม่ซ้ำหรือน่าเบื่อ
3. สามารถนำเสนอรายละเอียดเรื่องราวได้มาก และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้
4. จำนวนการผลิตไม่มาก มีการบอกเงื่อนไขการรับเป็นสมาชิก ทำให้ไม่สูญเปล่า
5. ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารนานกว่าหนังสือพิมพ์

ข้อจำกัดของนิตยสาร

1. ราคาต่อหน่วยของนิตยสารแพงกว่าหนังสือพิมพ์
  2. การจัดทำจำหน่ายและเผยแพร่อยู่ในวงจำกัดเฉพาะกลุ่ม
  3. ขาดความรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ เพราะอาจออกเป็นรายเดือนหรือรายปักษ์
  4. มีราคาแพง ประชาชนบางกลุ่มอาจไม่สามารถซื้อหรือจับจ่ายได้
  5. มีจำนวนจำหน่ายและเผยแพร่ค่อนข้างน้อย
- 4. หนังสือรายงานประจำปี** มักจัดทำเป็นรูปเล่ม และมีขนาดต่างๆ ตามความเหมาะสม มีเรื่องราวสำคัญและ น่าสนใจขององค์กร เรียกว่า Annual Report

**5. หนังสือรายงานประจำปี (Imperium Report)** ทำเป็นรูปเล่มคล้ายกับหนังสือรายงานประจำปี โดยออกเป็นงวดๆ เช่น 3 เดือน หรือ 6 เดือนต่อครั้ง เพื่อรายงานผลการดำเนินงานขององค์กรประจำปี หรือรายงานผลโครงการที่ได้ดำเนินการไปแล้ว

**6. จดหมาย (News Letter)** เหมาะสำหรับการส่งให้กับกลุ่มลูกค้าที่และในกระตาดาชจดหมายอาจมีหัวข้อจดหมายเพื่อเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนหรือองค์กร

**7. ป้ายประกาศและโปสเตอร์** เป็นสื่อที่ใช้เพื่อดึงดูดความสนใจ และสะดุดตาจัดทำด้วยสีสันทสวยงาม มีภาพและตัวอักษรชัดเจน อ่านง่าย แม้อยู่ไกล

8. **แผ่นพับ (Folder)** เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าว ข้อมูล
9. **เอกสารแจก** มักทำเป็นเอกสารที่รวมเป็นเล่ม เพื่อเผยแพร่หรือแจกให้อ่าน
10. **จุลสาร (Booklet and Bulletin)** เป็นเอกสารเชิงความรู้ทางวิชาการ มีลักษณะคล้ายแผ่นพับแต่เย็บเป็นเล่ม

11. **ใบปลิว (Leaflet)** มีลักษณะเป็นกระดาษแผ่นเดียว บรรจุข่าวสาร เรื่องราวต่างๆ ที่ต้องการจะประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบอย่างทั่วถึงในกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง

12. **ภาพยนตร์ (Films) หรือวิดีโอ (Video)** มีทั้งภาพและเสียงประกอบอื่นๆ เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวเป็นชุด ภาพโปร่งแสง ทั้งนี้เป็นเทคนิคต่างๆ ที่จะให้นักประชาสัมพันธ์เลือกใช้ให้เหมาะสมกับงานแต่ละแบบ ภาพยนตร์เป็นสื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์ผู้สันทัดตา นับว่าเป็นสื่อที่ให้ความประทับใจ และทำให้ผู้คนจดจำเรื่องราวเนื้อหาได้นาน เพราะผู้ชมจะได้ดูและได้ฟังคำบรรยายไปพร้อมๆ กัน

ข้อดีของภาพยนตร์

1. มีทั้งแสง สี เสียง และภาพเคลื่อนไหวประกอบดนตรี ทำให้ประทับใจและจดจำ
2. สามารถเร้าความสนใจของผู้ชมได้ตลอดเวลาที่ภาพยนตร์ฉายอยู่
3. สามารถสอดแทรกความคิดเห็น และเป็นสื่อในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติพฤติกรรมได้ง่าย
4. สามารถเสนอภาพในอดีตที่เราไม่สามารถย้อนกลับไปชมได้อีก
5. ใช้เทคนิคสร้างเหตุการณ์ประกอบฉากการถ่ายทำได้อย่างสมจริงสมจังที่สุด

ข้อจำกัดของภาพยนตร์

1. ค่าใช้จ่ายและระยะเวลาในการถ่ายทำภาพยนตร์สูงมาก
2. ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มชนเป้าหมายจำนวนมากๆ ได้ ชมได้ในจำนวนจำกัด เพราะผู้ชมอยู่ในห้องฉายภาพยนตร์เท่านั้น
3. มีข้อจำกัดเกี่ยวกับเครื่องอุปกรณ์และห้องฉายภาพยนตร์

13. **วิทยุ (Radio)** เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งข่าวสารได้รวดเร็ว และเผยแพร่ข่าวไปได้ไกลมาก เป็นที่นิยมทั่วไปทั้งในและต่างประเทศ ประชาชนมีใช้มากแม้ในชนบทที่อยู่ห่างไกลและยังไม่มีไฟฟ้าใช้ มีหลากหลายรายการ ทั้งข่าวสาร บันเทิง รายการเพลง รายการละคร

ข้อดีของวิทยุ

1. มีราคาถูก มีความรวดเร็ว แม้จะอยู่ห่างไกลจากสถานีก็ตาม
2. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ผู้ที่อ่านหนังสือไม่ออกก็สามารถรับฟังได้ ครอบคลุมบริเวณพื้นที่กว้างขวางมาก
3. ให้ความรู้สึกเป็นกันเองกับผู้ฟัง สร้างความใกล้ชิด ซ้ำยังพกติดตัวได้ตลอดเวลา

4. ให้ความรู้สึกเร้าอารมณ์ และเป็นสื่อที่จูงใจได้ง่าย เพราะเน้นจังหวะลีลาที่ใส่อารมณ์ทำให้ผู้ฟังจินตนาการ และมีความรู้สึกร่วมด้วย

5. สามารถฟังไปด้วยและทำงานอื่นไปด้วยได้

ข้อจำกัดของวิทยุ

1. ไม่สามารถเสนอรายละเอียดได้มาก เพราะต้องพูดสั้น กระชับ เข้าใจง่าย และหากมีข้อผิดพลาดจะแก้ไขได้ยาก

2. ต้องฟังอย่างมีสมาธิจึงจะได้ใจความทั้งหมด และเป็นสื่อที่ไม่มีความคงทนถาวร

3. เป็นการสื่อสารทางเดียว ไม่สามารถโต้ถามเรื่องราวที่ไม่เข้าใจได้

**14. โทรทัศน์ (Television)** เป็นสื่อที่สามารถถ่ายทอดข่าวสารได้ทั้งโดยคำพูดข้อความ รูปภาพ และ ภาพยนตร์ สามารถส่งภาพในระยะทางไกลได้

ข้อดีของโทรทัศน์

1. ดึงดูดความสนใจได้มาก เพราะสามารถทดแทนได้ทั้ง หนังสือพิมพ์ วิทยุ และภาพยนตร์

2. ผู้ชมเก็บข่าวสารได้มากเพราะมีทั้งภาพและเสียง

3. ถ่ายทอดข่าวสารได้รวดเร็ว ทำให้ข่าวเป็นที่น่าเชื่อถือ

4. สามารถเสนอรายการบางรายการได้ดีกว่าวิทยุและหนังสือพิมพ์ เช่น รายการสารคดี การสาธิตทางวิชาการต่าง ๆ

ข้อจำกัดของโทรทัศน์

1. ราคาแพงกว่าสื่อประเภทอื่น

2. เมื่อพลาดรายการก็ไม่สามารถจะชมได้อีก นอกจากบันทึกเป็นวิดีโอเทป

3. เป็นการสื่อสารทางเดียว

**15. เครื่องฉายแผ่นใส** เป็นสื่อที่ใช้ประกอบการบรรยายเพื่อให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น

**16. เครื่องฉายสไลด์** เป็นสื่อที่ใช้ประกอบการบรรยาย เพื่อให้เกิดความชัดเจนเป็นภาพนิ่ง เลื่อนภาพได้ที่ละหนึ่งภาพ ปัจจุบันมีการปรับปรุงให้มีการฉายแบบ Multi ทำให้ฉายได้ทีละ 3 เครื่อง

## วิธีการและหลักการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

### แนววิธีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. **การย้ำหรือซ้ำบ่อยๆ (Repeating)** จะช่วยให้เกิดความน่าสนใจเพิ่มขึ้น คงทนถาวรมากขึ้น เหมือนการตอกย้ำหัวตะปู ยิ่งตีดแน่นแน่นยำ แต่การใช้วิธีการนี้ควรระวังว่า ถ้าย้ำบ่อยๆ และกระทำต่อเนื่องกันนานอาจถึงจุดอิ่มตัวขึ้นได้ ถ้าเมื่อใดถึงจุดอิ่มตัวผลจะลดลงทันที เพราะผู้รับจะเริ่มเบื่อหน่ายหรือชินชาเพราะฉะนั้นถ้าจะทำอยู่เรื่อย ๆ ควรให้มีทั้งความต่อเนื่องและความหลากหลาย

2. **ให้โอกาสผู้รับมีส่วนร่วม (Participation)** เช่น ในรายการโทรทัศน์ที่ให้ผู้ชมเข้าร่วมรายการด้วย จะมีอิทธิพลดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าที่ผู้จัดรายการจะให้อะไรอย่างเดียว

### หลักการพิจารณาเลือกใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

การตัดสินใจเลือกสื่ออะไรมาใช้จะต้องพิจารณาให้รอบคอบควรคำนึงถึงลักษณะของสื่อที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. **ด้านเนื้อที่ - เวลา (Space - Time)** สิ่งพิมพ์ รูปภาพ เป็นสื่อที่คำนึงถึงเฉพาะด้านเนื้อที่ การพูดทางโทรศัพท์ วิทยุ คำนึงเฉพาะด้านเวลา ส่วนการติดต่อธรรมดา โทรทัศน์และภาพยนตร์นั้น คำนึงถึงเนื้อที่ - เวลา

2. **การมีส่วนร่วมของประชาชนเป้าหมาย (Audience's participation)** สื่อที่ประชาชนเป้าหมายสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมได้นั้น ย่อมทำให้เกิดการรับรู้ และความรู้สึกต่อสิ่งที่สื่อส่งไป นั้นจะส่งผลต่อการตัดสินใจหรือการจดจำของประชาชน และเมื่อเรียงลำดับจากสื่อที่ประชาชนมีส่วนร่วมมากที่สุดไปยังน้อยที่สุดเรียงได้ดังนี้ การโทรศัพท์ ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุ จดหมาย โต้ตอบ หนังสือพิมพ์ ใบประกาศ ภาพโฆษณา นิตยสาร และหนังสือ

3. **ด้านความเร็ว (Speed)** สื่อที่มีความเร็วมากที่สุดในปัจจุบัน คงหนีไม่พ้นกระแสนบนโลกโซเซียล ทั้ง โลก ทีวีเตอร์ รวมทั้ง วิทยุและโทรทัศน์ และสื่อที่ช้าที่สุด คือ สื่อสิ่งพิมพ์ แต่หากข่าวสารใดที่ต้องการให้ประชาชนเป้าหมายได้ศึกษาวิเคราะห์อย่างละเอียดก็ต้องใช้สื่อที่มีความเร็วต่ำ

4. **ด้านความคงทน (Permanence)** หนังสือจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีความคงทนถาวรมากกว่าสื่อใดๆ วิทยุ และโทรทัศน์จัดเป็นสื่อที่มีความคงทนน้อยที่สุด

### เทคนิคการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

การรับรู้ถึงความสวยงาม ความพอใจของสิ่งต่างๆ ได้แตกต่างกัน ระบุ ความพอใจของแต่ละบุคคลก็แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ อาจขึ้นกับบรรณนิยม สภาพสังคม ศาสนา ความเชื่อและสิ่งแวดล้อมที่ผู้รับรู้นั้นดำรงชีวิตอยู่ หากแต่ถ้าผู้รับรู้นั้นได้เข้าใจถึงกระบวนการ องค์ประกอบและพื้นฐานที่สำคัญของสิ่งที่ได้สัมผัส ก็ย่อมทำให้รับรู้ถึงความงามความพอนั้นๆ เกิดขึ้นได้อย่างแท้จริง

ศิลปะนั้นดูเหมือนว่าจะไม่มีกฎเกณฑ์อะไรมากนัก เพราะอาศัยแต่ความสุนทรีย์ทางอารมณ์เพียงประการเดียว แต่หากว่าได้ศึกษาถึงความสุนทรีย์อย่างลึกซึ้งแล้ว จะเห็นว่ามันมีกฎเกณฑ์ในตัวของมันเอง ซึ่งผู้เรียนจะต้องศึกษาถึงองค์ประกอบต่างๆ เหล่านี้ที่ประกอบกันขึ้นเป็นงานศิลปะ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือผู้เรียนจะต้องเข้าใจในหลัก องค์ประกอบของศิลปะ เป็นพื้นฐานเสียก่อน จึงจะสามารถสร้างสรรค์งานศิลปะที่มีคุณค่าและรับรู้ถึงความงามทางศิลปะได้อย่างถูกต้อง

ความหมายขององค์ประกอบศิลป์ องค์ประกอบของศิลปะหรือ (Composition) นั้นมาจากภาษาละติน โดยคำว่า Post นั้นหมายถึง การจัดวาง และคำว่า Comp หมายถึง เข้าด้วยกัน ซึ่งเมื่อนำมารวมกันแล้วในทางศิลปะ Composition จึงหมายความว่า องค์ประกอบของศิลปะการจะเกิด องค์ประกอบศิลป์ได้นั้น ต้องเกิดจากการเอาส่วน ประกอบของศิลปะ (Element of Art) มาสร้างสรรค์งานศิลปะเข้าด้วยหลักการจัดองค์ประกอบศิลป์ (Principle of Art) จึงจะเป็นผลงาน องค์ประกอบศิลป์ ความหมายขององค์ประกอบศิลป์นั้นได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายเอาไว้ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

คำว่าองค์ประกอบ ตามความหมายพจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน คือ ส่วนต่างๆ ที่ประกอบกันทำให้เกิดรูปร่างใหม่ขึ้นโดยเฉพาะองค์ประกอบศิลป์ หมายถึง สิ่งที่ศิลปินและนักออกแบบใช้เป็นสื่อในการแสดงออกและสร้างความหมาย โดยนำมาจัดเข้าด้วยกันและเกิดรูปร่างอันเด่นชัด (สวนศรี ศรีแพงพงษ์ 2534) องค์ประกอบศิลป์ หมายถึง เครื่องหมายหรือรูปแบบที่นำมาจัดรวมกันแล้วเกิดรูปร่างต่างๆ ที่แสดงออกในการสื่อความหมายและความคิดสร้างสรรค์ (สิทธิศักดิ์ ธีธวัชสวัสดิ์กุล 2529) องค์ประกอบศิลป์ หมายถึงศิลปะที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อแสดงออกทางอารมณ์ ความรู้สึก ความคิดหรือความงาม ซึ่งประกอบด้วย ส่วนที่มนุษย์สร้างขึ้นและส่วนที่เป็นการแสดงออกอันเป็นผลที่เกิดจากโครงสร้างทางวัตถุ (ชลูด นิยมเสมอ 2557) องค์ประกอบศิลป์หมายถึง ส่วนประกอบต่างๆ ของศิลปะ เช่น จุด เส้น รูปร่าง ขนาด สัดส่วน น้ำหนัก แสง เงา ลักษณะพื้นผิว ที่ว่างและสี (มานิต กรินพงศ์และคณะ 2542) องค์ประกอบศิลป์คือความงาม ความพอดี ลงตัว อันเป็นรากฐานเนื้อหาของศิลปะ อีกทั้ง ยังเป็นเครื่องมือที่สำคัญทางศิลปะให้ผู้สร้างสรรค์ได้สื่อสารความคิดของตนเองไปสู่บุคคลอื่น (ชาติ เกาทอง กับ สังคม ทองมี กับ อารังศักดิ์ อารังเลิศฤทธิ์ และ รอง ทองดาตาศ 2551)

จากความหมายต่างๆ ข้างต้นพอสรุปได้ว่า องค์ประกอบศิลป์ หมายถึงสิ่งที่มนุษย์ใช้เป็นสื่อในการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ โดยนำส่วนประกอบของศิลปะมาจัดวางรวมกันอย่างสอดคล้องกลมกลืน และมีความหมายเกิดรูปร่างหรือรูปแบบต่างๆ อันเด่นชัด ซึ่งจากความหมายจะเห็นได้ว่าการที่จะเกิดผลงานศิลปะดี ๆ สักชิ้นนั้น ผู้สร้างสรรค์จะต้องใช้กระบวนการที่หลากหลายมาประกอบกัน ได้แก่ องค์ประกอบพื้นฐานทางศิลปะ องค์ประกอบของศิลปะ และการจัดองค์ประกอบ ของศิลปะ มาถ่ายทอดลงในชิ้นงานหรือผลงานนั้นๆ เพื่อให้ได้ผลงานที่มีคุณค่าทั้งด้านความงามและมีคุณค่าทางจิตใจ อันเป็นจุดหมายสำคัญที่ศิลปินทุกคนมุ่งหวังให้เกิดแก่ผู้ชมทั้งหลาย

ความสำคัญขององค์ประกอบศิลป์ ในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะในสาขาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น สาขาจิตรศิลป์หรือประยุกตศิลป์ ผู้สร้างสรรค์นั้นต้องมีความรู้เบื้องต้นด้านศิลปะมาก่อน และศึกษาถึงหลักการองค์ประกอบพื้นฐาน องค์ประกอบที่สำคัญ การจัดวางองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึง การกำหนดสี ในลักษณะต่างๆเพิ่มเติมให้เกิดความเข้าใจ เพื่อเวลาที่สร้างผลงานศิลปะ จะได้ผลงาน ที่มีคุณค่า ความหมาย และความงามเป็นที่น่าสนใจแก่ผู้พบเห็น หากสร้างสรรค์ผลงาน โดยขาด องค์ประกอบศิลป์ ผลงานนั้นอาจดูต้อยค่า หมดความหมายหรือไม่น่าสนใจไปเลย ดังนั้น จะเห็นได้ว่า องค์ประกอบศิลป์นั้น มีความสำคัญอย่างมากในการสร้างงานศิลปะมีนัยการศึกษาด้านศิลปะหลาย ท่านได้ให้ทรรศนะในด้านความสำคัญขององค์ประกอบศิลป์ที่มีต่อการสร้างงานศิลปะไว้ พอจะสรุปได้ ดังนี้

การสร้างสรรค์งานศิลปะให้ได้ดีนั้น ผู้สร้างสรรค์จะต้องทำความเข้าใจกับองค์ประกอบศิลป์ เป็นพื้นฐานเสียก่อนไม่เช่นนั้นแล้วผลงานที่ออกมาจะไม่สมบูรณ์เท่าไรนักซึ่งองค์ประกอบหลักของศิลปะ ก็คือรูปทรงกับเนื้อหา (ชูลุด นิมเสมอ 2557) องค์ประกอบศิลป์เป็นเสมือนหัวใจดวงหนึ่งของการทำงาน ศิลปะ เพราะในงานหนึ่งชิ้น จะประกอบไปด้วย การร่างภาพ การจัดวางให้เกิดความงาม และการใช้สี ซึ่งแต่ละอย่างจะต้องเรียนรู้สู่รายละเอียด จึงต้องเรียนรู้ก่อนที่จะศึกษาในเรื่องอื่นๆ สอดคล้องกับ (อนันต์ ประภาโส 2558) กล่าวว่า องค์ประกอบศิลป์เป็นการจัดองค์ประกอบและการใช้สี เป็นหลักการ ที่สำคัญในการสร้างสรรค์ให้งานศิลปะเกิดความงาม และหากปราศจากความรู้ความเข้าใจใน องค์ประกอบศิลป์แล้ว ผลงานนั้นๆ ก็จะไม่มีความหมายใดๆเลย (สวนศรี ศรีแพงพงษ์ 2534)

จากทรรศนะต่างๆ สรุปได้ว่า องค์ประกอบศิลป์เป็นหัวใจสำคัญของงานศิลปะทุกสาขา เพราะงานศิลปะใดหากขาด การนำองค์ประกอบศิลป์ไปใช้ ก็จะทำให้งานนั้นดูไม่มีคุณค่า ทั้งด้านทาง กายและทางจิตใจของผู้ดูหรือพบเห็นขณะเดียวกัน ก็จะบ่งบอกถึงภูมิความรู้ ความสามารถของผู้สร้างสรรค์ผลงานนั้นด้วย การที่จะเข้าถึงศิลปะ (Appreciation) นั้น จะต้องผ่านการฝึกฝนและ หาทางดูเพื่อให้เกิดความเข้าใจ ทั้งจะต้องมี รสนิยมที่ดีพอสมควร การฝึกฝน การทำซ้ำๆ อย่างสนใจ เมื่อนานเข้าก็จะเกิดความเข้าใจ ทำด้วยความคุ้นเคยกับสิ่งเหล่านั้น จึงจะเข้าใจ รู้เห็นในคุณค่าของ ศิลปะนั้นๆ ได้ดี

### **องค์ประกอบพื้นฐานด้านนามธรรมของศิลปะ**

องค์ประกอบพื้นฐานด้านนามธรรมของศิลปะ เป็นแนวคิดหรือจุดกำเนิดแรกที่ศิลปินใช้เป็น สิ่งกำหนดทิศทางในการสร้างสรรค์ ก่อนที่จะมีการสร้างผลงานศิลปะ ประกอบด้วย เนื้อหากับเรื่องราว

1. เนื้อหาในทางศิลปะ คือ ความคิดที่เป็นนามธรรมที่แสดงให้เห็นได้โดยผ่านกระบวนการทางศิลปะ เช่น ศิลปินต้องการเขียนภาพที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชนบท ก็จะแสดงออกโดยการเขียนภาพทิวทัศน์ของชนบทหรือภาพวิถีชีวิตของคนในชนบท เป็นต้น

2. เรื่องราวในทางศิลปะ คือ ส่วนที่แสดงความคิดทั้งหมดของศิลปินออกมาเป็นรูปธรรมด้วยกระบวนการทางศิลปะ เช่น ศิลปินเขียนภาพชื่อชาวเขา ก็มักแสดงรูปเกี่ยวกับวิถีชีวิต หรือกิจกรรมส่วนหนึ่งของชาวเขา นั่นคือ เรื่องราวที่ปรากฏออกมาให้เห็นประเภทของความสัมพันธ์ของเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องราวในงานทัศนศิลป์นั้น เนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องราวจะมีความสัมพันธ์กันน้อยหรือมาก หรืออาจไม่สัมพันธ์กันเลย หรืออาจไม่มีเรื่องเลยก็เป็นไปได้ทั้งนั้น โดยขึ้นกับลักษณะของงาน และเจตนาในการแสดงออกของศิลปิน ซึ่งเราสามารถแยกได้ดังต่อไปนี้คือ

- การเน้นเนื้อหาด้วยเรื่อง ได้แก่ การใช้เรื่องที่ตรงกับเนื้อหา และเป็นตัวแสดงเนื้อหาของงานโดยตรง เช่น เมื่อศิลปินต้องการให้ความงามทางด้านดอกไม้เป็นเนื้อหาของงาน เขาก็จะหาดอกไม้ที่สวยงามมาเป็นเรื่องสีสันและความอ่อนช้อยของกลีบดอกจะช่วยให้เกิดความงามขึ้นในภาพ

- เนื้อหาที่เป็นผลจากการผสมผสานระหว่างศิลปินกับเรื่อง ในส่วนนี้ศิลปินจะเสนอความเห็นส่วนตัว หรือผสม ความรู้สึกส่วนตัวเข้าไปในเรื่อง เป็นการผสมกันระหว่างรูปลักษณะของเรื่องกับจินตนาการของศิลปิน เช่นเรื่องความงาม ของดอกไม้ โดยศิลปินผสมความรู้สึกนึกคิดของตนเองลงไปในเรื่องด้วย เขาจะดัดแปลง เพิ่มเติมรูปร่างของดอกไม้ ให้งามไปตามทัศนะของเขาและใช้องค์ประกอบทางศิลปะเป็นองค์ประกอบทางรูปทรงให้สอดคล้องกับความงามของเรื่อง

- เนื้อหาที่เป็นอิสระจากเรื่อง เมื่อศิลปินผสมจินตนาการของตนเองเข้าไปในงานมากขึ้น ความสำคัญของเรื่องจะลดลง ดอกไม้ที่สวยงามที่เป็นแบบอาจถูกศิลปินดัดทอนขัดเกลา หรือเปลี่ยนแปลงมากที่สุด จนเรื่องดอกไม้เน้นหมดความสำคัญไปอย่างสิ้นเชิง เหลือแต่เนื้อหาที่เป็นอิสระการทำงานแบบนี้ศิลปินอาศัยเพียงเรื่อง เป็นจุดเริ่มต้นแล้ว เดินทางห่างออกจากเรื่องจนหายลับไป เหลือแต่รูปทรงและตัวศิลปินเองที่เป็นเนื้อหาของงาน กรณีนี้เนื้อหาภายในซึ่ง หมายถึงเนื้อหาที่ที่เกิดขึ้นจากการประสานกันของรูปทรงจะมีบทบาทมากกว่าเนื้อหาภายนอก หรือบางครั้งจะไม่แสดงเนื้อหา

- เนื้อหาไม่มีเรื่อง ศิลปินบางประเภท ไม่มีความจำเป็นต้องใช้เรื่องเป็นจุดเริ่มต้นงานของเขาไม่มีเรื่อง มีแต่รูปทรงกับเนื้อหา โดยรูปทรงเป็นเนื้อหาเสียเองโดยตรง เป็นเนื้อหาภายในล้วนๆ เป็นการแสดงความคิด อารมณ์ และบุคลิกภาพของศิลปินแท้ๆ ลงไปในรูปทรงที่บริสุทธิ์ งานประเภทนี้ จะเห็นได้ชัดในดนตรีและงานทัศนศิลป์ที่เป็นนามธรรม และแบบนอนออบเจกตีฟ

องค์ประกอบพื้นฐานด้านรูปธรรมของศิลปะองค์ประกอบพื้นฐานด้านรูปธรรมของศิลปะ คือ สิ่งที่แสดงแนวคิดเกี่ยวกับเนื้อหาและเรื่องราวของศิลปินให้เห็นหรือรับรู้ผ่านผลงานศิลปะ ประกอบด้วย เอกภาพ ดุลยภาพ และจุดเด่น



1. เอกภาพ หมายถึง การนำองค์ประกอบของศิลปะมาจัดเข้าด้วยกันให้แต่ละหน่วยมีความสัมพันธ์ เกี่ยวข้องซึ่งกันและกันประสานกลมกลืนเกิดเป็นผลรวมที่แบ่งแยกไม่ได้ โดยถ่ายทอดเป็นผลงานศิลปะด้วยกระบวนการศิลปะ

2. ดุลยภาพ คือการนำองค์ประกอบของศิลปะมาจัดเข้าด้วยกันให้เกิดความเท่ากันหรือสมดุล โดยมีเส้นแกนสมมุติ เส้น เป็นตัวกำหนดดุลยภาพเส้นแกนสมมุติจะทำหน้าที่แบ่งภาพ 2 ออกเป็นด้านซ้ายและด้านขวา หรือด้านบนและด้านล่างเพื่อให้ผลงานศิลปะที่ปรากฏเกิดความสมดุล ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง เช่นแบบซ้ายขวาเหมือนกันและแบบซ้าย ขวา ไม่เหมือนกัน

3. จุดเด่น คือ ส่วนที่สำคัญในภาพ มีความชัดเจนสะดุดตาเป็นแห่งแรก รับรู้ได้ด้วยการมองผลงานที่สำเร็จแล้วจุดเด่นจะมีลักษณะการมีอำนาจ ตระหง่าน ชัดเจนกว่าส่วนอื่นทั้งหมด โดยเกิดจากการเน้นให้เด่นในลักษณะใดลักษณะหนึ่งเช่น จุดเด่นที่มีความเด่นชัด หรือจุดเด่นที่แยกตัวออกไปให้เด่น

### **บทบาทและความสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์**

งานประชาสัมพันธ์เป็นงานสื่อสัมพันธ์ที่มีความสำคัญ และเป็นงานที่มีขอบเขตกว้างขวาง มีระบบงานที่ซับซ้อนแต่งานประชาสัมพันธ์จะช่วยส่งเสริมลักษณะความเป็นผู้นำขององค์กรและบุคคล ทั้งยังช่วยให้เกิดความเข้าใจ ความร่วมมือทั้งจากพนักงานภายในและภายนอกด้วย นับว่างานประชาสัมพันธ์มีคุณค่าต่อสถาบันต่างๆ เป็นอย่างยิ่ง เพราะการประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ และสร้างค่านิยมและความความรู้สึกประทับใจ โดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มชนเหล่านี้ เผยแพร่ชี้แจงข่าวสารให้ประชาชนเห็นคุณความดีให้เกิดความเลื่อมใส และสร้างความผูกพันทางใจ ขณะเดียวกันก็เป็นสมาชิกที่มีความรับผิดชอบต่อชุมชน เป็นเพื่อนบ้านที่ดี มีนโยบายส่งเสริมพนักงานให้มีตำแหน่งและความรับผิดชอบสูง มีการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน

การสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยคำว่า ภาพลักษณ์ (Image) หมายความว่า ภาพที่เกิดขึ้นในใจซึ่งเป็นความประทับใจ และความประทับใจนี้มีรากฐานมาจากความสัมพันธ์หรือผลกระทบระหว่างบุคคลกับสิ่งนั้น ภาพลักษณ์มีความสำคัญต่อ การประชาสัมพันธ์มาก เมื่อมีการกล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ก็จะมีคำว่าภาพลักษณ์เข้าไปเกี่ยวข้องด้วยเสมอ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดีต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้พบเห็น เพื่อผลแห่งชื่อเสียง ความเชื่อถือ และแรงศรัทธาของบุคคลในองค์กรและนอกองค์กร และหากองค์กรใดก็ตามมีภาพลักษณ์ไปในทางที่เลื่อมเสีย ย่อมไม่ได้รับความยอมรับนับถือหรือเสียความไว้วางใจ เช่นกัน อาจมีความระแวงสงสัยหรือเกลียดชัง รวมทั้ง อาจไม่ให้ความร่วมมือและสนับสนุนหน่วยงานนั้นๆ ในทางตรงกันข้าม หากหน่วยงานมีภาพลักษณ์ที่ดี ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อ

หน่วยงานย่อมเป็นสิ่งที่ดี ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ย่อมเกิดจากความเพียรพยายามด้วยระยะเวลาอันยาวนาน การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีไม่สามารถทำได้ในเวลาอันรวดเร็ว และเมื่อภาพลักษณ์นั้นตราตรึงอยู่ในจิตใจของประชาชนแล้ว ก็จะประทับแน่นอยู่ในจิตใจของประชาชนตราบนานเท่านาน

หลักสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน

1. ค้นหาจุดดีและจุดบกพร่องหรือจุดอ่อนแห่งภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน อันเป็นการศึกษาวิเคราะห์ เพื่อหาช่องทางและการวางแผนการดำเนินงานในขั้นต่อไป การค้นหานี้อาจทำได้โดยการรวบรวมทัศนคติ และความรู้สึกนึกคิดของประชาชนเป้าหมาย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริง

2. วางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ ที่องค์กรต้องการจะสร้างให้เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชน หรือต้องการให้ประชาชนรู้สึกนึกคิดต่อองค์กรอย่างไรบ้าง หลังจากนั้นนำมาเป็นข้อมูลประกอบในการวางแผนและดำเนินงานในขั้นต่อไป

3. กำหนดหัวข้อต่างๆ ที่จะใช้ในการสร้างภาพลักษณ์แก่ประชาชน ซึ่งหัวข้อเหล่านี้ก็คือ เนื้อหา ข่าวสาร ที่เราจะใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มประชาชน โดยหัวข้อต่างๆ ที่ได้กำหนดขึ้นจะต้องมีประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจของประชาชนในกลุ่มต่างๆ และมีอิทธิพลในการโน้มน้าวชักจูงใจประชาชนให้เกิดภาพลักษณ์ตามที่เราต้องการ อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพในการดึงดูด ความสนใจ มีความสำคัญยิ่ง เพราะเราต้องมีการแข่งขันกับการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรอื่นด้วย หากสามารถทำให้ประชาชนสนใจได้แล้ว เราก็สามารถจะสื่อสารความเข้าใจในหัวข้อนั้นให้ประชาชนได้โดยไม่ยาก การใช้หัวข้อ คำขวัญ หรือข้อความสั้นๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรก็เป็นแนวทางหนึ่งที่นิยมกันอย่างกว้างขวาง เช่น “บริการทุกระดับ ประทับใจ” หรือ “กองทัพเรือ ช่วยเหลือประชาชน” เป็นต้น ใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ เข้าช่วยในการดำเนินการสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

1. การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน หมายถึง มีการพัฒนาปรับปรุงตัวเอง รวมทั้งสินค้าและบริการต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการของประชาชนแล้วโอกาสที่ประชาชนจะได้รับความไม่สะดวก เกิดความเข้าใจผิด หรือมองในแง่ร้ายซึ่งจะเป็นผลในการนำไปวิพากษ์วิจารณ์ให้เกิดเสียชื่อเสียงย่อมไม่มี หรือมีน้อยมากเพราะเรา ได้ตรวจสอบความคิดเห็นทัศนคติของประชาชนและทำการปรับปรุงอยู่เสมอ

2. การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ทำให้เกิดความร่วมมือกัน เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นการเชื่อมโยงระหว่างฝ่ายบริหารกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง

3. การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นพื้นฐานนิยม และทัศนคติที่ดีที่เกิดกับบุคคลและองค์กร หากบุคคลและองค์กรมีค่านิยม ความรู้สึกที่ดีแล้ว ก็มีใจพร้อมที่จะรับฟัง

ข้อมูล ข่าวสาร หรือการบริการต่าง อีกทั้ง การประชาสัมพันธ์ยังสามารถตรวจสอบทัศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยม เพื่อนำข้อมูลมาช่วยให้ฝ่ายการตลาดวางแผนงาน ได้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพด้วย

## สื่อที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ

### ความหมายของสุขภาพ

ก่อน พ.ศ. เราใช้คำว่าสุขภาพน้อยมาก เพราะขณะนั้นเราใช้คำว่า “อนามัย” เริ่ม 2500 ใช้ “สุขภาพ” แทนในสมัยต่อมาก็เนื่องจากคำว่า อนามัย (อน + อามัย) ซึ่งตามรูปศัพท์หมายถึง “ความไม่มีโรค” ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบแล้วเห็นว่าสุขภาพมีความหมายกว้างกว่าอนามัย เพราะสุขภาพ เป็นความสุข เป็นความหมายเชิงบวก ตรงข้ามกับอนามัยเป็นความทุกข์ซึ่งมีความหมายเชิงลบ

แนวคิดเกี่ยวกับสุขภาพในอนาคตอาจจะปรับเปลี่ยนไปจากนี้ได้ เนื่องจากในที่ประชุม สมัชชาองค์การอนามัยโลกในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2541 ได้ตกลงว่าจะเติมคำว่า Spiritual Well-being เข้าไปใน คำจำกัดความของคำว่าสุขภาพ และให้คำนิยามคำว่า สุขภาพ ในความหมายกว้างขึ้นว่า สุขภาพ หมายถึง สุขภาวะที่สมบูรณ์ทั้งทางกาย ทางจิต และทางสังคม

ให้ความหมายของคำว่า สุขภาพ คือ 2545 ตามร่างพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ ภาวะที่มีความพร้อมสมบูรณ์ทั้งทางร่างกาย คือ ร่างกายที่สมบูรณ์แข็งแรง คล่องแคล่ว มีกำลัง ไม่เป็นโรค ไม่พิการ ไม่มีอุบัติเหตุอันตราย มีสิ่งแวดล้อมที่ส่งเสริมสุขภาพ นิยามคำว่าสุขภาพแบบไทย ควรเพิ่ม “Intellectual Well-being” เข้าไปอีกด้วย โดยมีแนวความคิดสุขภาพก็คือ สุขภาวะ หรือ Well-being ความสุข คือ ความเป็นอิสระหรือการหลุดพ้นจากความบีบคั้น ดังนั้น สุขภาพ คือ สุขภาวะ หรือความเป็นอิสระหลุดพ้นจากความบีบคั้นทางกาย ทางจิต ทางสังคม และทางปัญญา

- สุขภาพกาย หมายถึง สภาพของร่างกายที่มีความเจริญเติบโต แต่พัฒนาการสมกับวัย สะอาด แข็งแรง สมบูรณ์ ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ และทุพพลภาพ พร้อมทั้งมีภูมิคุ้มกันโรคหรือความต้านทานโรคเป็นอย่างดี

- สุขภาพจิต หมายถึง ความสามารถในการปรับตัวของคนเราให้เข้ากับสถานการณ์ ปัจจุบันรวมทั้งสถานการณ์ในอดีตและอนาคตด้วย

ดังนั้น สุขภาพ หมายถึง ภาวะของการดำรงชีวิตที่มีความสมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ รวมทั้งการอยู่ร่วมกันในสังคมได้ด้วยดี อยู่บนพื้นฐานของคุณธรรม และการใช้สติปัญญา

จากคำจำกัดความนี้ แสดงให้เห็นว่า ภาวะของความไม่มีโรคหรือไม่บกพร่องยังไม่ถือว่าเป็นสุขภาพ แต่สุขภาพมีความหมาย เชิงบวกที่เน้นความเป็นอยู่ที่สมบูรณ์ทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสังคม นั่นคือ ต้องมีสุขภาพกาย สุขภาพจิต และสุขภาพทางสังคมครบทุกด้าน ดังนั้น สุขภาพ จึงหมายถึง การมีร่างกายแข็งแรงปราศจากโรคภัยไข้เจ็บในทุกส่วนของร่างกาย มีสุขภาพจิตดี และ

สามารถปรับตัวให้อยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างปกติสุข ผู้มีสุขภาพดี ถือว่าเป็นกำไรของชีวิต เพราะทำให้ผู้เป็นเจ้าของชีวิตดำรงชีวิตอยู่อย่างมีความสุขได้ นั่นเอง

จะเห็นได้ว่า สุขภาพนั้น ไม่ได้มีเพียงทางกาย และทางจิตใจเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการปรับตัวเข้าสู่สังคมได้อย่างมีความสุขด้วย เมื่อรู้อย่างนี้แล้ว เราก็ควรจะรักษาสุขภาพของเราให้ได้อยู่เสมอ เพื่อที่เราจะได้มีจิตใจที่มีความสุข รื่นเริง ไม่ติดขัด มีเมตตา มีสติ มีสมาธิ และการที่ครอบครัวจะมีความอบอุ่น ชุมชนเข้มแข็ง และสังคมมีความยุติธรรมได้นั้น จะต้องเกิดขึ้นจากการจัดการทางสุขภาพในระดับต่างๆ ทั้งสุขภาพในระดับของปัจเจกบุคคล (Individual Health) สุขภาพของครอบครัว (Family Health) อนามัยชุมชน (Community Health) และสุขภาพของสาธารณะ (Public Health) นั่นเอง

### ความหมายของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ

สื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ หมายถึง สื่อที่มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสินค้าหรือบริการต่างๆ ที่เกี่ยวกับสุขภาพโดยผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น วารสาร นิตยสาร แผ่นพับ รวมทั้งการโฆษณาผ่านสื่อมวลชนต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุ และโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น รวมทั้ง สื่อในลักษณะอื่นๆ เช่น ป้ายโฆษณา บอร์ดนิทรรศการ ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ข้อมูล ข่าวสารด้านสุขภาพ เพื่อกระตุ้นใจให้ผู้บริโภคซื้อหรือใช้สินค้าหรือบริการนั้น และสื่อโฆษณานั้นว่า มีอิทธิพลต่อความรู้สึกรู้สึกนึกคิด ทศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก กล่าวคือ ในการที่จะพิจารณาเลือกซื้อสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือใช้บริการเกี่ยวกับสุขภาพ ผู้บริโภคมักจะเสาะหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าจากแหล่งต่างๆ รวมทั้งจากสื่อโฆษณา ข้อความเชิญชวนตามสื่อโฆษณารูปแบบที่หลากหลาย จึงมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้า ผลิตภัณฑ์ และใช้บริการสุขภาพนั้นๆ ดังนั้น จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการพิจารณาสื่อโฆษณาให้ละเอียดรอบคอบว่ามีการให้ข้อมูลที่เป็นจริงหรือมีโฆษณาชวนเชื่อเกินจริงหรือไม่ เนื่องจากหากขาดการพิจารณาอย่างรอบคอบ เชื่อถือข้อความบนสื่อโฆษณาโดยปราศจากการไตร่ตรอง ประกอบกับใช้ความต้องการ ความอยากได้ และความปรารถนาของจิตใจเป็นตัวนำทางในการเลือกสินค้ามากกว่า ความสมเหตุสมผลจะทำให้ได้รับสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการสุขภาพที่ไม่สมประโยชน์ และอาจเกิดผลเสียหาย มีอันตรายต่อร่างกายและจิตใจของผู้บริโภคได้

## อิทธิพลและหลักการพิจารณาสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ

การเลือกรับสื่อโฆษณามีผลต่อสุขภาพดังนี้

### 1. ด้านสุขภาพร่างกาย

ผลของการเลือกรับสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพทางกาย จากการผลิตได้ผลิตสินค้าชนิดเดียวกันจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันโดยมีการทำให้สินค้าของตนที่ผลิตออกมามีคุณภาพและราคาถูก ย่อมเป็นผลดีต่อผู้บริโภคในการเลือกพิจารณาได้หลากหลาย และสามารถเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ซื้อสินค้าและบริการเกี่ยวกับสุขภาพต่างๆ เมื่อมีการบริโภคแล้วโอกาสที่จะเกิดความพอใจมีสูง เนื่องจากได้สินค้าที่มีคุณภาพ แต่ถ้าสินค้าบางชนิดมีให้เลือกน้อย ในขณะที่ผู้บริโภคมีความจำเป็นต้องกินและใช้มาก จะเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตสามารถเอาเปรียบได้ง่าย โดยการผลิตสินค้าที่ไม่มีคุณภาพมาขาย ทำให้ส่งผลกระทบต่อสุขภาพทางการ เช่น ตื่นนอนแล้วเกิดอาการท้องเสีย ผงซักฟอกบางยี่ห้อ ซักแล้วเกิดการแพ้อย่างรุนแรง ดังนั้นสื่อโฆษณาจึงมีอิทธิพลให้คนตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการต่างๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพร่างกายของผู้บริโภคโดยตรง

### 2. ด้านสุขภาพจิต

ผลของการเลือกรับสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพจิต คือ ความรู้สึกพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในการบริโภคสินค้าและบริการเกี่ยวกับสุขภาพต่างๆ มีผลอย่างยิ่งต่อสุขภาพจิตของผู้บริโภค เช่น มีการใช้สินค้าที่มีคุณภาพ มีคุณสมบัติเป็นจริงตามคำโฆษณาย่อมส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ ส่วนสินค้าและบริการต่างๆ ที่ผู้บริโภคเลือกใช้มีคุณภาพไม่เป็นจริงตามที่ผู้ผลิตโฆษณา ส่งผลเสียหายและเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ย่อมทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในสินค้าและบริการต่างๆ นอกจากนี้ การซื้อสินค้าหรือบริการสุขภาพบางชนิดอาจมีราคาสูง เมื่อได้สินค้าและบริการที่มีคุณภาพไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง ก็จะทำให้เกิดความเครียด วิตกกังวลหรือเสียใจกับการตัดสินใจที่ผ่านมาได้ ดังนั้นสื่อโฆษณาจึงส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิตของผู้บริโภคโดยตรง

### 3. ด้านสุขภาพสังคม

สื่อที่มีความสร้างสรรค์จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพในทางที่พึงประสงค์ ในขณะที่สื่อที่นำเสนอพฤติกรรมสุขภาพที่ไม่เหมาะสม แต่พยายามนำเสนอว่าเป็นค่านิยมของสังคมที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพในทางที่ไม่พึงประสงค์ เช่น การโฆษณาอาหารประเภทจานด่วน ซึ่งเป็นอาหารที่มีการแข่งขันในการโฆษณาที่สูงมากทั้งที่อาหารเหล่านี้มีปริมาณแคลอรีสูงและมีสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกายในปริมาณต่ำ เด็กหรือเยาวชนที่รับประทานอาหารเหล่านี้มากๆ จึงเสี่ยงต่อการเป็นโรคเบาหวาน โรคหัวใจและโรคมะเร็งบางชนิดในช่วงชีวิตต่อไป ทำให้เป็นปัญหาสาธารณสุขของบุคคลในสังคมต่อไป

#### 4. ด้านสุขภาพปัญญา

สื่อโฆษณามีอิทธิพลต่อสุขภาพทางปัญญา เพราะมีสื่อโฆษณาจำนวนมากที่ใช้กลวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์จูงใจผู้บริโภคให้มีความต้องการสินค้า ส่งเสริมค่านิยมหรือแบบแผนการดำเนินชีวิตที่เป็นวัตถุนิยม แทนที่จะเป็นการใช้ชีวิตแบบพอเพียงตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่เน้นการดำเนินชีวิตตามทางสายกลาง ด้วยความมีเหตุผล ความรู้จักพอประมาณ และมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี เช่น การที่เราจะซื้อสินค้าชิ้นหนึ่งเราจะต้องตัดสินใจอย่างมีเหตุผลที่เหมาะสมว่าสมควรซื้อหรือไม่ ดังบทกลอนของสุนทรภู่ที่ว่า “ไม่ควรซื้อก็อย่าไปพิไรซื้อ ให้เป็นมือเป็นครวทังควาหวาน” ความรู้จักพอประมาณ คือ ซื้อในจำนวนเท่าที่จำเป็นในราคาที่เหมาะสม การมีภูมิคุ้มกัน คือ การมีสติสัมปชัญญะก่อนการตัดสินใจซื้อ ไม่หลงใหลหรือตกเป็นเหยื่อของคำโฆษณา หรือสิ่งจูงใจใดๆ ที่ผู้จำหน่ายนำมาส่งเสริมการขาย เช่น ของแถม การใช้ชิ้นส่วนชิงรางวัล เป็นต้น เพราะจะทำให้เราตัดสินใจซื้อสินค้านั้นด้วยความต้องการทางจิตวิทยา มากกว่าเป็นการตัดสินใจซื้อโดยใช้เหตุผลและปัญญา

#### หลักการพิจารณาสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ

เนื่องจากการโฆษณาผลิตภัณฑ์และบริการสุขภาพตามสื่อต่างๆ มีผลอย่างมากต่อพฤติกรรมผู้บริโภค จึงควรทราบหลักการพิจารณาเพื่อการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพดังนี้

##### 1. ฝึกแยกแยะสื่อทางบวกและทางลบ

สื่อทางบวก คือ สื่อที่มีการส่งเสริมพฤติกรรมสุขภาพ พัฒนาความคิดในเชิงสร้างสรรค์ เช่น การส่งเสริมพฤติกรรมการดูแลตนเอง การมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กัน การทำงานด้วยความสามัคคี เป็นต้น สื่อทางลบ คือ สื่อที่มีผลกระทบต่อสุขภาพ กระตุ้นให้มีพฤติกรรมที่ไม่ถูกต้อง จึงต้องใช้ความคิดวิเคราะห์ และใช้เหตุผลว่าสื่อเหล่านั้นเป็นสื่อทางบวกหรือทางลบ และควรเชื่อถือข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอโดยสื่อเหล่านั้นหรือไม่

##### 2. คำนึงถึงความเป็นจริง

บริโภคสื่อ ควรมีทักษะในการเลือกสื่อโฆษณาโดยการพิจารณาด้วยความเป็นเหตุเป็นผล และความเป็นไปได้ โดยอยู่บนพื้นฐานของความจริงและเหตุผลทางวิทยาศาสตร์ ไม่หลงเชื่อโฆษณาชวนเชื่อที่ใช้ข้อความเกินความเป็นจริง ตัวอย่างเช่น โรลออนนี้ใช้แล้วสาว ๆ กรีดเพราะความหอมของกลิ่นกาย ใช้ครีมยี่ห้อนี้ผิวขาวสวยภายใน 7 วัน เป็นต้น เพราะข้อความดังกล่าวมีความเป็นไปได้ต่ำ

### 3. มีความไวในการรับสื่อ

ผู้บริหารควรมีพฤติกรรมในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทันเหตุการณ์ ทั้งในและนอกประเทศ และมีการวิเคราะห์ข้อมูลในการโฆษณา โดยไม่ไปเชื่อสื่อโฆษณา หลงไหลไปกับสื่อทางลบ ซึ่งเป็นสื่อที่มีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เป็นการบั่นทอนสุขภาพ

### 4. ไม่หลงเชื่อง่าย

ข่าวสารบางเรื่องมีผลต่อสุขภาพโดยตรง ควรมีการพิจารณาให้ดีกว่าก่อนที่จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ ควรมีการตรวจสอบข้อมูลจากหลายแหล่งเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกันจึงตัดสินใจเชื่อ ควรฝึกทักษะโดยการฝึกวิเคราะห์แยกแยะสื่อทางบวกและทางลบการคำนึงถึงความเป็นจริง มีความไวในการรับสื่อและไม่หลงเชื่อง่ายๆ ทักษะต่างๆ นี้จะช่วยให้ปลอดภัยจากการถูกหลอกลวงและเป็นเหยื่อของสื่อโฆษณาที่ไม่สร้างสรรค์ได้

### บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องกับสื่อโฆษณา

การป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคตกเป็นเหยื่อของสื่อโฆษณาที่หลอกลวงเกินจริง โดยเฉพาะผู้บริโภคในวัยเด็กและเยาวชน ควรได้รับความร่วมมือจากบุคคลและสถาบันต่างๆ ดังนี้

1. เด็กและเยาวชน ควรแยกแยะและมีวิจารณญาณในการเลือกรับสื่อโฆษณา เรียนรู้ด้วยความสมเหตุและผล และการเลือกบริโภคสิ่งที่เป็นประโยชน์
2. พ่อแม่ ผู้ปกครอง ควรมีการอบรมสั่งสอน ดูแลบุตรหลาน โดยการชวนพูดคุย ให้คำแนะนำ สร้างแนวคิดในการเลือกสื่อโฆษณาที่ถูกต้อง และเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่บุตรหลาน
3. โรงเรียน และสถาบันการศึกษาต่างๆ ควรมีการจัดการเรียนการสอนให้นักเรียนมีความรู้เท่าทันสื่อ มีการจัดประสบการณ์ทักษะชีวิตในด้านการเลือกสื่อโฆษณาเพื่อการบริโภคเกี่ยวกับสุขภาพที่เหมาะสมและมีประโยชน์ต่อร่างกาย
4. ช่องทางสื่อ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการกลั่นกรองและควบคุมโฆษณาที่ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ให้เป็นจริงเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้บริโภคถ้าสื่อเผยแพร่ออกมาไม่ดีจะทำให้เกิดการหลงเชื่อและเลียนแบบได้
5. ผู้ผลิตสื่อโฆษณา ควรมีการผลิตสื่อที่สร้างสรรค์และหยุดโฆษณาที่เกินความเป็นจริง มีจรรยาบรรณในการเป็นผู้ผลิตที่ดี คือ การคำนึงถึงความปลอดภัย จริงใจ และการให้ข้อมูลที่แท้จริงแก่ผู้บริโภค
6. หน่วยงานภาครัฐ มีการคุ้มครองเด็กที่ได้รับผลกระทบจากสื่อโฆษณา มีการสนับสนุนให้หน่วยงานมีส่วยช่วยในการเฝ้าระวังสื่อและให้ข้อมูลที่มีความถูกต้องแก่ผู้บริโภค

### การควบคุมการโฆษณาโดยรัฐ

เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความคุ้มครอง โดยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องตามข้อเท็จจริง ปลอดภัย และให้ความเป็นธรรมแก่ผู้บริโภค รัฐจึงต้องเข้ามาวางมาตรการควบคุมการโฆษณาให้อยู่ในขอบเขตของความถูกต้อง ให้ความรู้แก่ผู้บริโภคให้สามารถตัดสินใจเลือกซื้อเลือกใช้บริการได้อย่างมีคุณภาพ ดังตัวอย่างการควบคุมการโฆษณาโดยรัฐ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในการเลือกซื้อเลือกใช้บริการสุขภาพ

1. การโฆษณาตามพระราชบัญญัติอาหาร จะต้องไม่โฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพหรือสรรพคุณของอาหารที่ไม่เป็นความจริง หรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร
2. การโฆษณาตามพระราชบัญญัติยา จะต้องไม่โฆษณาโอ้อวดสรรพคุณยาหรือวัตถุอันเป็นส่วนประกอบของยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษา หรือป้องกันโรค หรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์ หรือหายขาด หรือใช้ถ้อยคำอื่นใดที่มีความหมายทำนองเดียวกัน ไม่แสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินจริง ต้องไม่มีการรับรองหรือยกย่องสรรพคุณโดยบุคคลอื่นมิให้โฆษณาขายยาโดยวิธีแถมพิก หรือออกสลากรางวัล
3. การโฆษณาตามพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ จะต้องไม่โฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ ปริมาณ มาตรฐาน หรือแหล่งกำเนิดของเครื่องมือแพทย์อันเป็นจริง หรือเป็นการหลอกลวง
4. การโฆษณาตามพระราชบัญญัติเครื่องมือสำอาง จะต้องไม่ใช่ข้อความโฆษณาโดยไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ต้องไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิด สภาพ ปริมาณ หรือสาระสำคัญประการอื่นอันเกี่ยวกับเครื่องสำอาง ไม่ใช่ข้อความอันเป็นเท็จ หรือข้อความที่รู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่าอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด
5. การโฆษณาตามพระราชบัญญัติวัตถุอันตราย จะต้องไม่ใช่ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมโดยรวม เช่น ผิดกฎหมาย ศีลธรรม ทำให้เกิดความแตกแยก หรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน เป็นต้น
6. การโฆษณาตามพระราชบัญญัติวัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเพื่อการค้าซึ่งวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท ยกเว้นเป็นการโฆษณาโดยตรงต่อแพทย์ ทันตแพทย์ สัตว์แพทย์ หรือเป็นฉลาก หรือเอกสารกำกับที่ภาชนะหรือหีบห่อบรรจุวัตถุนั้น
7. การโฆษณาตามพระราชบัญญัติสารเสพติด ห้ามทำการโฆษณาเพื่อขาย แต่ให้โฆษณาได้เฉพาะการโฆษณาสารเสพติดให้โทษประเภท 3 โดยต้องโฆษณาโดยตรงต่อแพทย์ ทันตแพทย์ เกษัชกร หรือสัตวแพทย์เท่านั้น หรือเป็นฉลาก หรือเอกสารกำกับที่ภาชนะหรือหีบห่อบรรจุสารเสพติดให้โทษประเภท 3 หรือ ประเภท 4 เท่านั้น



## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### งานวิจัยในประเทศไทย

ปัจจุบันนี้ งานสื่อประชาสัมพันธ์มีมากมาย รวมถึงเป็นที่แพร่หลายภายในประเทศในรูปแบบ และเนื้อหาสื่อที่หลากหลาย ตัวอย่างงานวิจัยดังนี้

(สุวิสาข์ เหล่าเกิด 2551) ได้วิจัยเรื่อง การนำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกสำหรับ งานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ผลการวิจัยพบว่า

1. ความคิดเห็นของบุคลากรภายในต่อกรดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยศิลปากร โดยรวมอยู่ในระดับกลาง โดยมีความพึงพอใจด้านการติดต่อสื่อสารมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการวางแผน ด้านการประเมินผล ด้านการรวบรวมข้อมูล

2. ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญประชาสัมพันธ์ พบว่า มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันมากที่สุด ผู้บริหารมหาวิทยาลัยมีความสำคัญต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และรูปแบบที่เหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของมหาวิทยาลัยศิลปากร คือ รูปแบบการประชาสัมพันธ์แบบ สร้างเครือข่าย โดยให้งานประชาสัมพันธ์กองกลาง เป็นศูนย์กลางการทำงานพร้อมเชื่อมโยงกับองค์กร ภายในทั้งหมด

3. รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกสำหรับงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 การศึกษาปัญหาและสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของ มหาวิทยาลัยศิลปากร ขั้นที่ 2 การพัฒนาบุคลากรงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศิลปากรเป็นการ ฝึกอบรมและศึกษาดูงาน ขั้นที่ 3 การวิเคราะห์ผลที่ได้จากการวิจัยและการศึกษาดูงาน ขั้นที่ 4 การจัดโครงการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร และขั้นที่ 5 การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ซึ่งผลการประเมินรับรองรูปแบบการประชาสัมพันธ์ เชิงรุกโดยผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า รูปแบบที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมในระดับมาก

(ปาริชาติ จิตดี 2552) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และภาพลักษณ์ โทรศัพท์เคลื่อนที่เข้าแบรนด์ ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดของโทรศัพท์ เคลื่อนที่เข้าแบรนด์ มีการใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด 5 กลยุทธ์ คือ (1) กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ (2) กลยุทธ์การสื่อ (3) กลยุทธ์การใช้ผู้มีชื่อเสียงและผู้นำเสนอ (4) กลยุทธ์การสร้าง ความน่าเชื่อถือ (5) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างให้กับแบรนด์ (6) กลยุทธ์มอบสิทธิพิเศษสำหรับ สื่อมวลชน

(ทวีชัย อภิณูญววรรณนะ 2553) วิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการแนะนำ ลูกค้าและการจัดการกระบวนการต่างๆ ในธุรกิจบ้านจัดสรรละอสังหาริมทรัพย์ ผลการวิจัย พบว่า การวิเคราะห์ ออกแบบ และพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อแนะนำลูกค้าในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

รวมไปถึงอำนวยความสะดวกในการจัดการกระบวนการต่างๆ ในธุรกิจดังกล่าว โดยระบบสารสนเทศใช้งานได้จริง จัดเก็บข้อมูลได้จริง สามารถออกรายงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ ช่วยลดต้นทุนในเรื่องต่างๆ ทั้งด้านเอกสาร เวลา ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่ใช้ในระบบงานเดิม อีกทั้ง ยังสามารถให้ผู้ใช้งานจากข้อมูลที่รวบรวมให้มาเป็นศูนย์กลางข้อมูลที่ทุกคนสามารถเข้าไปใช้งานร่วมกันได้ ผู้วิจัยได้สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบทั้งผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องโดยตรง และผู้ใช้งานทั่วไปที่ต้องมาเกี่ยวข้อง โดยแบ่งการประเมินออกเป็น 2 ส่วน ทั้งในด้านการใช้งานของระบบ และการทำงานของระบบสามารถสรุปได้คร่าวๆ ว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดี

(กนกวรรณ ใจรีน 2556) วิจัยเรื่อง การนำเสนอกระบวนการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน มีความเหมาะสมทั้งในด้านขององค์ประกอบ 6 องค์ประกอบ คือ 1. นโยบายของมหาวิทยาลัย 2. ผู้บริหาร 3. บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ 4. วิธีการดำเนินงาน 5. งบประมาณ 6. สื่อประชาสัมพันธ์และกระบวนการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 5 ชั้น คือ ชั้นที่ 1) ศึกษาปัญหาและสภาพการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ชั้นที่ 2) การพัฒนาบุคลากรของงานประชาสัมพันธ์ โดยการอบรมและการศึกษาดูงาน ชั้นที่ 3) วิเคราะห์ผลที่ได้จากการศึกษาสภาพปัญหาด้วยการวิจัย และขั้นตอนการพัฒนาบุคลากร เพื่อจัดทำแผนงานและเขียนโครงการ เพื่อการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ชั้นที่ 4) การจัดโครงการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ชั้นที่ 5) การประเมินผลการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์

### งานวิจัยต่างประเทศ

(Jane Elliot 2005) ได้ศึกษาการบริหารงานบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ และพบว่าการควบคุมงาน หน่วยงานบริหารบุคลากรกลางเป็นผู้ควบคุม เช่น คณะกรรมการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน ในกรณีเป็นหน่วยงานทางราชการคณะกรรมการของบุคลากรหน่วยงานนั้นเป็นผู้ดูแลในการบริหารทรัพยากรบุคคลด้านการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้จะต้องพิจารณาปัจจัยโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานของหลักการบริหารงานบุคคลในหน่วยงานประชาสัมพันธ์แล้ว ยังต้องพิจารณาถึงสังคมสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมของประเทศนั้นด้วย

(Pun K.F. & White A.S. 2005) ได้ศึกษารูปแบบการดำเนินงานด้วยแบบจำลอง การวัดผลสำหรับการจัดการเชิงกลยุทธ์ เพื่อใช้กำหนดเป็นกรอบสำหรับการบริหารงาน พบว่าผลการดำเนินงานเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการจัดการเชิงกลยุทธ์ ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานขององค์กรมีความสำคัญต่อ

การเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์การบริหารงาน โดยสามารถทำการพิสูจน์ได้จากทฤษฎีของการวัดผล การดำเนินงานหลายๆ เล่ม เพื่อเชื่อมโยงไปสู่การกำหนดกลยุทธ์แบบบูรณาการขององค์กร

Michelle (2006) ได้ทำวิจัยในประเทศแถบอื่นๆ เช่น อินเดีย กรีซ และไต้หวัน ได้พบ รูปแบบประชาสัมพันธ์ที่ใช้ปฏิบัติในประเทศเหล่านั้น อีก 2 รูปแบบ คือ 1. รูปแบบที่มีอิทธิพลส่วนบุคคล (The Personal Influence Model) นักประชาสัมพันธ์ที่ใช้รูปแบบนี้ จะสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับบุคคลสำคัญในส่วนของสื่อ รัฐบาล นักการเมือง และนักต่อต้าน เช่นผู้สื่อข่าวเขียนเรื่องที่ดี น่าชื่นชม เพื่อองค์การที่นักประชาสัมพันธ์ทำงานให้ บางประเทศถือว่า รูปแบบนี้เป็นรูปแบบ การประชาสัมพันธ์ที่ผิดจริยธรรม 2. รูปแบบการเป็นผู้ตีความด้านวัฒนธรรม (The Culture Interpreter Model) รูปแบบการประชาสัมพันธ์รูปแบบนี้มักใช้ในบริษัทข้ามชาติ หรือองค์กร ระหว่างประเทศซึ่งมีความรู้ความเข้าใจในประเทศที่ตนไปดำเนินการ องค์กรนี้ต้องการบุคลากรที่ เข้าใจเรื่องภาษา วัฒนธรรม ประเพณี สภาพแวดล้อม ทางเศรษฐกิจและการเมือง ผู้บริหารระดับสูงที่ ใช้รูปแบบนี้จะให้ความเชื่อถือแก่นักประชาสัมพันธ์มาก

จากการศึกษา ค้นคว้างานวิจัยทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ สรุปโดยภาพรวมว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการวิจัยที่สำคัญที่สุดคือ สภาพแวดล้อมขององค์กรนั้นๆ รวมไปถึงนโยบาย การบริหารงาน และให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ เพื่อหากองค์กรให้ความสำคัญแล้ว จะสนับสนุน บุคลากรให้มีความรู้ วิสัยทัศน์ในการทำการประชาสัมพันธ์ เปิดความกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ และผู้วิจัยพบว่า ในบางงานวิจัยได้มีการเสนอกลยุทธ์เพื่อให้การประชาสัมพันธ์นั้นบรรลุเป้าหมาย โดยเน้นที่บุคลากรที่ปฏิบัติงานในด้านประชาสัมพันธ์เป็นหลักด้วย

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการทำวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi – Experimental Research) การฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. ตัวแปรที่ศึกษา
3. ระเบียบวิธีวิจัย
4. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
5. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
6. วิธีดำเนินการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล
7. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ บุคลากรสายปฏิบัติงานใน คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี จำนวน 80 คน เป็นบุคลากรที่ปฏิบัติงานใน คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี โดยเลือกแบบอาสาสมัคร (Voluntary Selection) จำนวน 26 คน

#### ตัวแปรที่ศึกษา

**ตัวแปรต้น (Independent Variables)** คือ เว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพบุคลากร

**ตัวแปรตาม (Dependent Variables)** ได้แก่

1. คะแนนผลงานของผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ
2. ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่อง การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

เพื่อสุขภาพบุคลากร

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi – Experimental Research) ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดลอง โดยใช้แผนการวิจัยแบบมีกลุ่มทดลองแต่ทดสอบหลังการทดลองอย่างเดียว (Post – test only control group design) ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงแบบกลุ่มทดลองแต่ทดสอบหลังการทดลองอย่างเดียว (Post - test only control group design)

X	T <sub>2</sub>
---	----------------

เมื่อ X คือ การอบรมผ่านเว็บเพื่อการฝึกอบรมการผลิตสื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร

T<sub>2</sub> คือ การทดสอบหลังอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อใช้สอบถามผู้เชี่ยวชาญ มี 2 ด้าน คือ ด้านสื่อและเนื้อหาฝึกอบรม
2. เว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร
3. แบบประเมินคุณภาพเว็บเพื่อการฝึกอบรม
4. แบบประเมินผลงาน ซึ่งเป็นแบบประเมินที่ค่า (Rating scale) 4 ระดับ (เป็นเกณฑ์การวัดผลแบบ Rubric scoring)
5. แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่มีต่อการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร ซึ่งเป็นแบบประเมินที่มีมาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ

### การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือแต่ละประเภท ดังนี้

### แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

การสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ มีขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษา ค้นคว้าข้อมูลจากตำราและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อนำมาสร้างแบบสัมภาษณ์เพื่อสอบถาม 2 ด้าน คือ
  - ด้านเนื้อหา
  - ด้านสื่อ
2. วิเคราะห์วัตถุประสงค์ โครงสร้าง รูปแบบ สารสำคัญของทั้ง 2 ด้าน แล้วนำผลการวิเคราะห์มาสร้างแบบสัมภาษณ์ เพื่อสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ โดยกำหนดหัวข้อและประเด็นสัมภาษณ์ ให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับเนื้อหา และวัตถุประสงค์ของทั้ง 2 ด้าน
3. นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้น ไปเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสม พร้อมนำไปปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง
4. นำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่ผ่านการปรับปรุงแล้ว ไปเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อความถูกต้อง ความเหมาะสม และตรงตามเนื้อหา รวมทั้งความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ และหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ว่ามีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ในระดับไม่น้อยกว่า 0.5 โดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาดังนี้

ให้คะแนนเท่ากับ	- 1	เมื่อแน่ใจว่าไม่มีความเหมาะสมและสอดคล้อง
ให้คะแนนเท่ากับ	0	เมื่อไม่แน่ใจว่ามีความเหมาะสมและสอดคล้อง
ให้คะแนนเท่ากับ	+ 1	เมื่อแน่ใจว่ามีความเหมาะสมและสอดคล้อง

การวิเคราะห์ข้อมูลความเหมาะสมสอดคล้องของแผนการจัดการเรียนรู้ โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) คำนวณตามสูตร

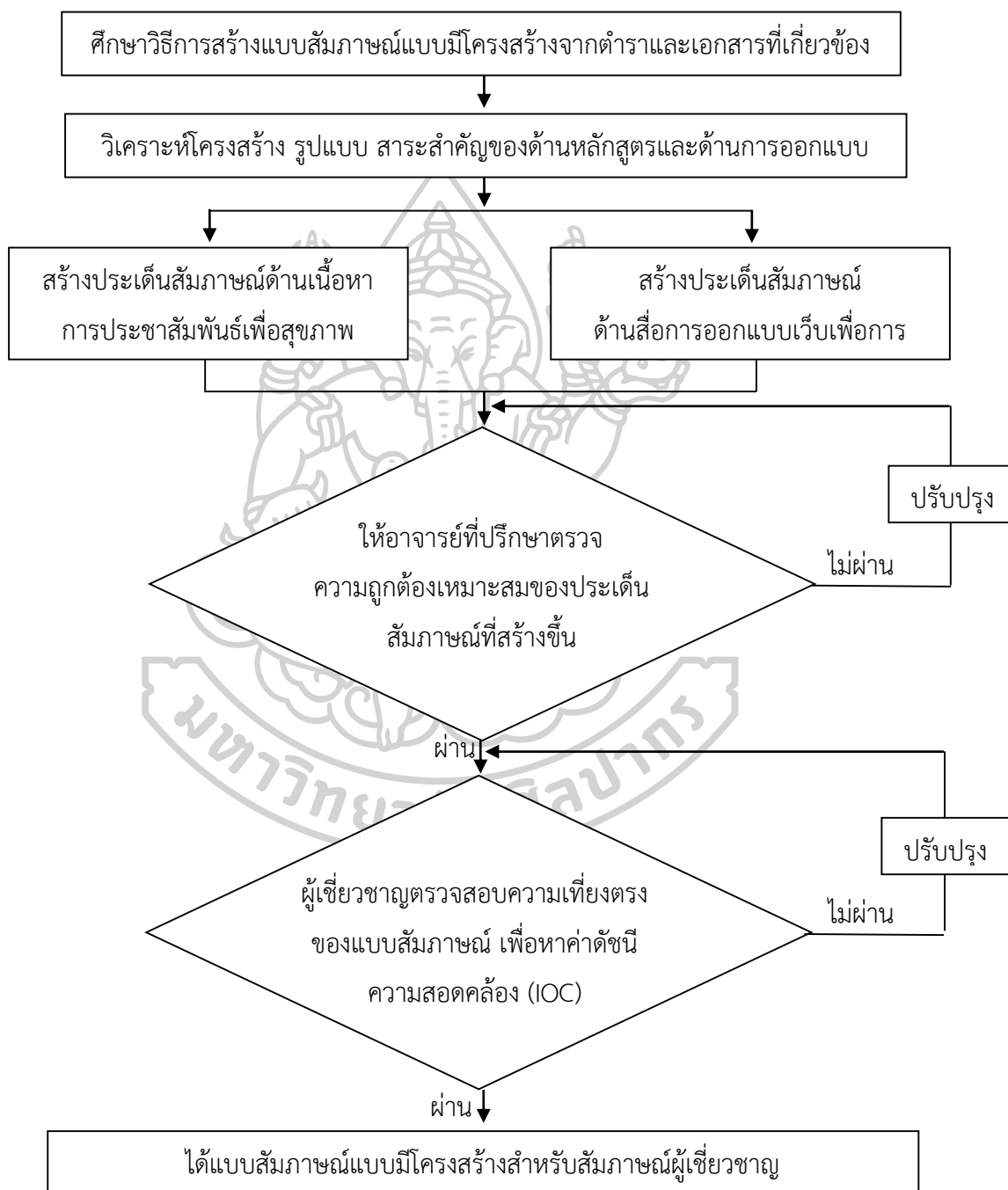
$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ	$IOC$	คือ	ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับจุดประสงค์
	$\sum R$	คือ	ผลรวมคะแนนแทนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด
	$N$	คือ	จำนวนผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

ทั้งนี้ ผลการประเมินแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ด้านเนื้อหา มีค่า IOC เท่ากับ 1.00 และด้านสื่อ มีค่า IOC เท่ากับ 1.00

5. นำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุง แก้ไขตามที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะ และนำไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านเนื้อหา จำนวน 4 คน และด้านสื่อ จำนวน 6 คน

จากขั้นตอนการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สำหรับผู้เชี่ยวชาญสามารถสรุปเป็นแผนภูมิ ได้ดังนี้



แผนภูมิที่ 2 แสดงขั้นตอนการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

6. นำความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และด้านการออกแบบสื่อที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสรุป วิเคราะห์ และนำข้อมูลทั้งหมดมาหาแนวทางในการสร้างเว็บเพื่อการฝึกอบรมให้มีความเหมาะสมที่สุด โดยผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา โดยสรุปแต่ละด้าน ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

หัวข้อสัมภาษณ์	สรุปความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
1. เนื้อหาเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพ ที่ควรนำมาพัฒนาเว็บ ควรมีเนื้อหาอะไรบ้าง	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรนำเสนอโรคที่เกิดจากการทำงาน (Office Syndrome)</li> <li>- ความเสี่ยงภัยต่อสุขภาพสำหรับบุคลากรที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาล</li> <li>- การสังเกตอาการ และการรักษาเบื้องต้น</li> <li>- ตลอดจน การรักษาการดูแลหลังการรักษา</li> <li>- การป้องกันอันตรายจากขยะติดเชื้อด้วย</li> <li>- ความเชื่อผิดๆ ด้านสุขภาพ</li> <li>- มีเนื้อหาให้สอดคล้องกับนโยบายคุณภาพของคณะ</li> </ul>
2. การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพ ควรมีความรู้เนื้อหา ด้านใดบ้าง	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การใช้งานสื่อประชาสัมพันธ์แบบโปสเตอร์ แผ่นพับ</li> <li>- รูปแบบและลักษณะเด่นของสื่อแต่ละประเภท</li> <li>- ภาษาและวิธีการออกแบบสื่อ แต่ละประเภทให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย</li> <li>- เทคนิคในการออกแบบสื่อเพื่อการนำเสนอ</li> </ul>
3. บทนำ (Introduction) เรื่อง การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพ เนื้อหาควรเป็นอย่างไร จึงจะทำให้ผู้เข้ารับการอบรม เกิดการเรียนรู้และนำไปสู่เนื้อหา เรื่องต่อไปได้อย่างเต็มศักยภาพ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กล่าวถึงใจความสำคัญของการผลิตสื่อ และความสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน เพื่อให้เกิดการสื่อสารง่าย แปรลกใหม่ ทันสมัย เพื่อเป็นการเข้าถึง ทุกเพศ ทุกวัย</li> <li>- ควรมีการปรับเรียงเนื้อหา ให้สอดคล้องกับผู้เข้าอบรม มีการใช้ภาพประกอบ หรือวิดีโอประกอบพร้อมคำอธิบาย เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจได้ง่าย</li> </ul>
4. ขั้นตอนและวิธีการอบรมในเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพ ควรมีลักษณะอย่างไร	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ในบทเรียนควรมีสื่อประเภทคลิปวิดีโอ หรือภาพประกอบเป็นตัวอย่าง โดยมีการลำดับขั้นตอนและวิธีการอบรมในเว็บไซด์</li> <li>- เนื้อหาควรมีการกระตุ้นความรู้สึกและความน่าสนใจ ซึ่งอาจมีภาพหรือภาพยนตร์ประกอบ พร้อมดนตรี เพื่อให้ผู้อบรมเกิดการคล้อยตาม</li> </ul>



หัวข้อสัมภาษณ์	สรุปความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
<p>5. การเข้าถึงเว็บ เรื่องสื่อ ประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของผู้เข้ารับการอบรมควรมีลักษณะอย่างไร</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เนื้อหาสอดคล้องกันกับการใช้งานจริงในชีวิตประจำวัน</li> <li>- สรุปเนื้อหา ให้กระชับ เข้าใจง่าย เนื้อหาไม่มากเกินไป</li> <li>- ยกตัวอย่างที่ใกล้ตัว เพื่อเป็นกรณีศึกษารูปแบบ อธิบาย กระชับ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้</li> <li>- ควรมีสื่อไว้ให้ Download ได้จากระบบอินเทอร์เน็ต</li> <li>- มีการศึกษาแบบ Two Way โดยให้ผู้อบรมสามารถติดต่อกับ ผู้ทำหลักสูตรได้ตลอดเวลา เพราะหากมีข้อสงสัยหรือข้อคำถาม ผู้อบรมจะได้สอบถามได้</li> </ul>
<p>6. การวัดและประเมินผลบทเรียนในเรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพสำหรับบุคลากร คณะ แพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี ควรมีลักษณะอย่างไร</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการทดสอบวัดระดับความรู้ก่อนเพื่อรับทราบถึงพื้นฐานของผู้เข้ารับการอบรม และปรับเนื้อหาบทเรียนให้มีความ สอดคล้องกับผู้เข้ารับการอบรมมากที่สุด</li> <li>- มีการทำแบบทดสอบแบบ Multiple Choice ในท้าย บทเรียนเพื่อเป็นการทดสอบและทบทวนความรู้ให้กับผู้เข้ารับ การฝึกอบรม</li> <li>- มีการประเมินแบบ Formative (การประเมินระหว่าง การอบรม) เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการจัด การเรียนรู้</li> <li>- มีการประเมินแบบ Summative คือ การประเมินเมื่อ ลิ้นสุดการอบรม</li> <li>- ควรให้ผู้เข้ารับการอบรมสร้างชิ้นงาน เพื่อเป็นการวัดผล จากการอบรม</li> <li>- ควรมีการติดตามผลและความคืบหน้าในการอบรม มีการประเมินผลการใช้งานจริง</li> </ul>

ตารางที่ 3 แสดงผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ

หัวข้อสัมภาษณ์	สรุปความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
1. การนำเสนอเนื้อหาของการนำเข้าสู่เนื้อหาในเนื้อหาในเว็บ เรื่องการผลิตสื่อ การประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ควรมีลักษณะอย่างไร	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนอพื้นฐานอย่างง่ายที่บุคลากรทุกคนจำเป็นต้องรู้</li> <li>- ควรมีการวางโครง รูปแบบหน้าเว็บไซต์ให้เป็นระเบียบ มีเมนูชัดเจน เรียกใช้งานง่าย</li> </ul>
2. รูปแบบเว็บ เรื่องการผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ควรมีลักษณะอย่างไร 2.1 ด้านการดำเนินเรื่องตามเนื้อหา	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ปรับเนื้อหาให้มีความกระชับ เข้าใจง่าย จัดรูปแบบทันสมัย เรียบง่าย สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ</li> <li>- มีการวางแผนลำดับเนื้อหาไปยาก เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ความรู้พื้นฐานก่อน</li> </ul>
2.2 ลักษณะของภาพ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การออกแบบกราฟิกควรมีความ Unity คำนึงถึง Mood &amp; Tone ที่สอดคล้องกับเนื้อหา รูปแบบภาพไปในทิศทางเดียวกัน เรียบง่าย</li> <li>- เน้นการใช้ภาพตัวอย่างที่มีความหลากหลาย ให้มีความสอดคล้องกับเนื้อหาหรือเทคนิคที่นำเสนอ เพื่อเป็นการกระตุ้นและทำให้ผู้รับการอบรมตระหนักและเห็นถึงความสำคัญที่แท้จริง รวมทั้ง ไม่เกิดความเบื่อหน่าย</li> </ul>
2.3 การออกแบบด้านกราฟิก	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการใช้เทคนิคต่างๆ และมีการใช้ลักษณะของสื่อผสมที่หลากหลาย เลือกใช้ Info Graphic ผสม 2D / 3D เพื่อกระตุ้น สร้างความน่าสนใจ และดึงดูดความสนใจของ</li> <li>- ภาพควรมีการลำดับเรื่องที่ไม่ซับซ้อน ไม่ต้องใช้ลูกเล่นมาก เน้นการชม เพื่อชี้จุดที่น่าสนใจ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจน</li> </ul>
2.4 การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการสื่อสารผ่าน Application Line เพื่อเปิดโอกาสให้มีปฏิสัมพันธ์ พูดคุย สอบถาม และติดตามงานได้</li> </ul>

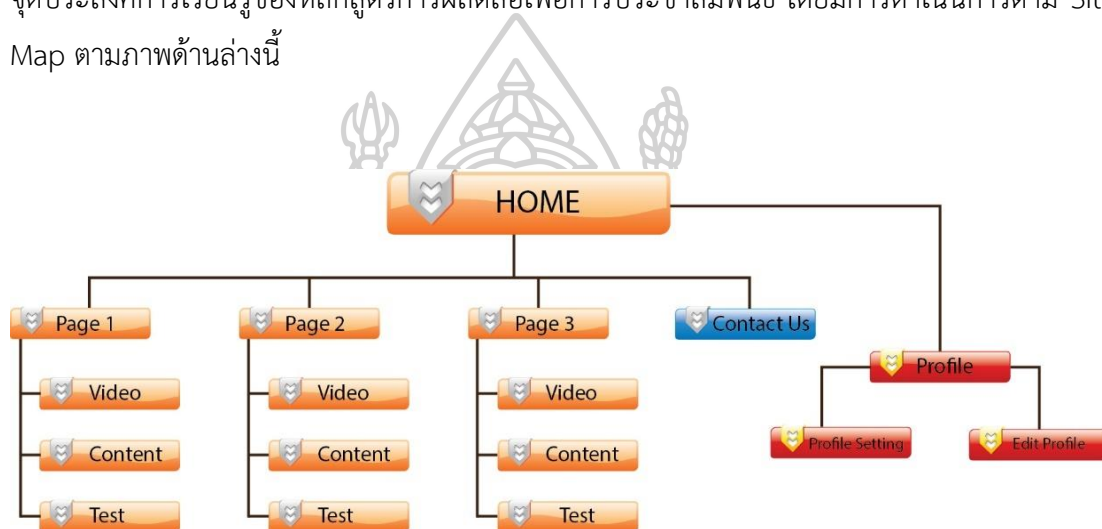
หัวข้อสัมภาษณ์	สรุปความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
2.5 ลักษณะของเสียง - เสียงดนตรี	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรเลือกดนตรีคลาสสิกในการนำมาสลับกับช่วงการบรรยาย</li> <li>- ควรเลือกใช้ Intro มีเสียงดนตรีคลอเบาๆ เพื่อไม่ให้รบกวนการอ่านตัวอักษรบรรยายที่มีอยู่ในสื่อ</li> <li>- เปิดคลอเบาๆ เพื่อไม่ให้รบกวนผู้เข้ารับการอบรม</li> </ul>
- เสียงบรรยาย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สำหรับเสียงบรรยาย สามารถใช้ได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ</li> <li>- เสียงผู้บรรยายต้องมีเร้าความสนใจ เสียงดัง ฟังชัด ถูกอักขระและถูกวรรคตอน ที่นำเสนอให้มีความน่าสนใจ</li> </ul>
3. ควรใช้ลักษณะเทคนิคใดในการทำเว็บเรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ควร มีลักษณะอย่างไร เพราะอะไร	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รูปแบบเว็บไซต์การฝึกอบรม ควรมีลักษณะที่คำนึงถึงหลัก 3S คือ Short, Simple, Stimulate</li> <li>- ควรมีการนำเสนอเนื้อหา ภาพ ควบคู่กับเสียงบรรยาย พร้อมภาพประกอบ เพื่อสร้างความเข้าใจ</li> </ul>
4. การเข้าฝึกอบรมด้วยเว็บ เรื่องการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ควรมีกิจกรรมระหว่าง การอบรมหรือไม่ อย่างไร	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรมีการปฐมนิเทศ มีการสื่อสารแบบ Two ways communication</li> <li>- มีการทำแบบทดสอบเพื่อวัดความเข้าใจของบทเรียน</li> </ul>
5. ข้อเสนอแนะและบันทึกเพิ่มเติม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรออกแบบเว็บไซต์ ให้ใช้งานได้ทั้งจากเครื่อง PC, Note Book, Ipad, มือถือ</li> </ul>

## แบบการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร มีวิธีดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาหลักสูตรการผลิตสื่อสำหรับการประชาสัมพันธ์ รวมถึง ศึกษารูปแบบการจัดการเรียนรู้ วิธีการและหลักการสร้างเว็บเพื่อการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร

2. กำหนดจุดประสงค์การเรียนรู้ โดยให้สอดคล้องกับคำอธิบายเนื้อหาหลักสูตรและจุดประสงค์การเรียนรู้ของหลักสูตรการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยมีการดำเนินการตาม Site Map ตามภาพด้านล่างนี้



แผนภูมิที่ 3 แสดงโครงสร้างแบบการฝึกอบรมผ่านเว็บ

3. ดำเนินการสร้างเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร ไปเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

4. นำเว็บเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร ที่ผ่านการปรับปรุง แก้ไขตามคำแนะนำอาจารย์ที่ปรึกษา แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 7 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องและทำการประเมินคุณภาพของเว็บ โดยใช้แบบประเมินคุณภาพสื่อที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นต่อผลประเมิน ทั้งนี้กำหนดค่าคะแนนเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของ (Likert 1967) กำหนดเกณฑ์การประเมิน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ความหมาย
5	มีคุณภาพพระระดับดีมาก
4	มีคุณภาพพระระดับดี
3	มีคุณภาพพระระดับปานกลาง
2	มีคุณภาพพระระดับพอใช้
1	ยังต้องปรับปรุง

โดยมีเกณฑ์แปลความหมายดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง เว็บไซต์อบรมมีคุณภาพพระระดับดีมาก

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง เว็บไซต์อบรมมีคุณภาพพระระดับดี

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง เว็บไซต์อบรมมีคุณภาพพระระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง เว็บไซต์อบรมมีคุณภาพพระระดับพอใช้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง เว็บไซต์อบรมยังต้องมีการปรับปรุง

ทั้งนี้ เว็บไซต์สำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร จะต้องมีระดับคะแนนมากกว่าหรือเท่ากับ 3.51 ซึ่งผลการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญพบว่า คะแนนเฉลี่ยของการประเมินเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากรด้านสื่อการออกแบบ โดยด้านเนื้อหา มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x}$  = 4.48, S.D. = 0.51) และด้านสื่อมีคุณภาพอยู่ในระดับดี ( $\bar{x}$  = 4.29, S.D. = 0.85) รายละเอียดตามตารางสรุปดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงสรุปผลการประเมินคุณภาพเว็บไซต์สำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ จากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

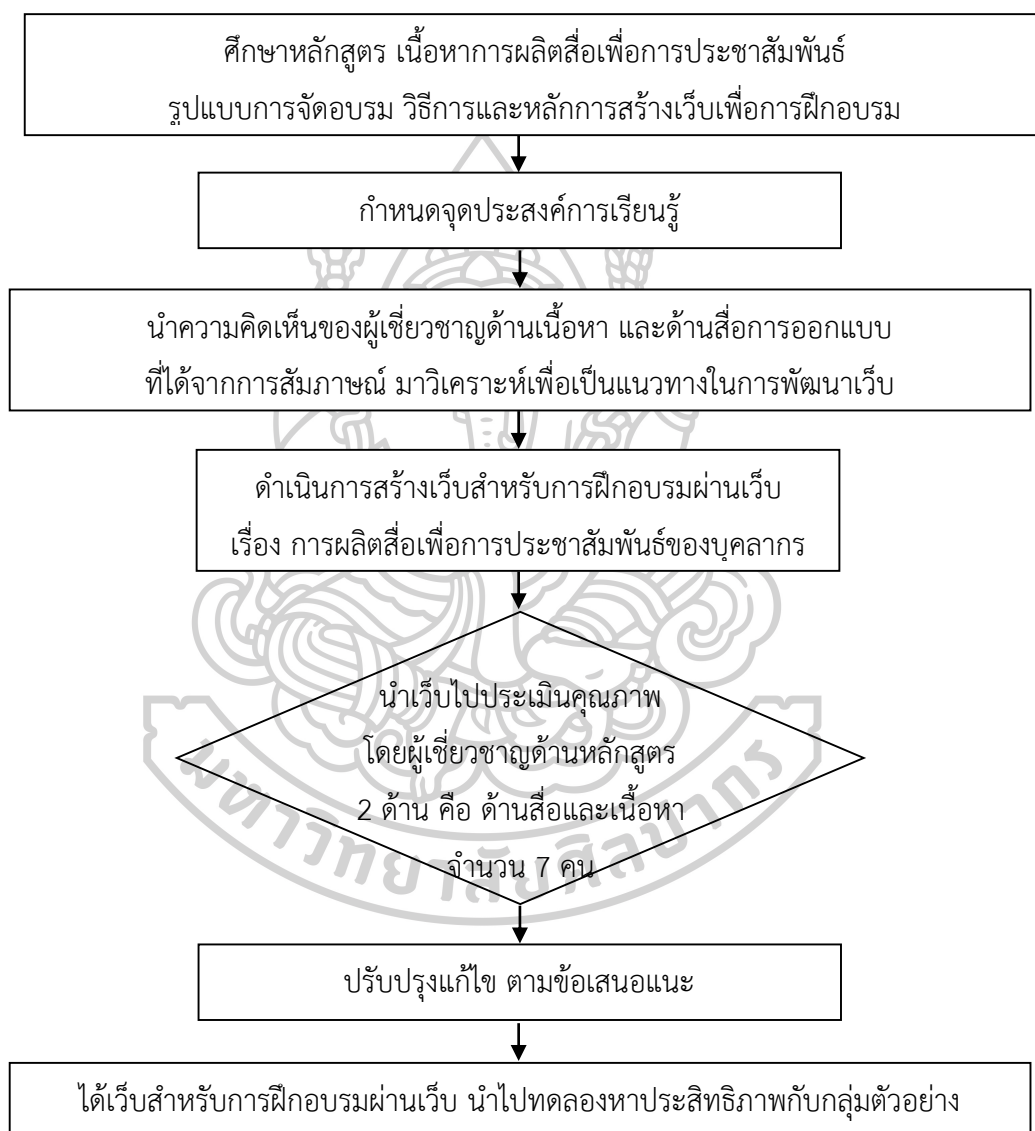
รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. การนำเข้าสู่เนื้อหาที่น่าสนใจ	4.33	0.58	ดี
2. เนื้อหาที่มีความชัดเจน มีการออกแบบให้ใช้ง่ายไม่สับสน	4.67	0.58	ดีมาก
3. การแจ้งวัตถุประสงค์ให้ผู้เข้ารับการอบรมทราบ	4.67	0.58	ดีมาก
4. เนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	4.33	0.58	ดี
5. เนื้อหาที่มีความถูกต้องตามหลักวิชา	4.33	0.58	ดี
6. เนื้อหาที่มีความสัมพันธ์ต่อเนื่อง	4.33	0.58	ดี
7. เนื้อหาที่มีความยากง่ายเหมาะสมกับผู้เข้ารับการอบรม	4.67	0.58	ดีมาก
8. ความเหมาะสมของจำนวนข้อสอบหรือแบบทดสอบ	4.00	0.00	ดี
9. การใช้ภาษามีความถูกต้องเหมาะสม	4.67	0.58	ดีมาก
10. การใช้ภาษาสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน	4.67	0.58	ดีมาก
11. การใช้ภาษามีความยากง่ายเหมาะสมกับผู้เข้ารับการอบรม	5.00	0.00	ดีมาก
12. มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและจุดประสงค์การอบรม	4.33	0.58	ดี
13. ผู้อบรมสามารถประเมินความเข้าใจของตนเองจากการศึกษาในเว็บเพื่อการฝึกอบรมได้	4.33	0.58	ดี
14. ส่งเสริมทักษะด้านการคิด วิเคราะห์และการนำไปประยุกต์ใช้	4.33	0.58	ดี
สรุป	4.48	0.51	ดี

ตารางที่ 5 แสดงสรุปผลการประเมินคุณภาพเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ จากผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. การนำเข้าสู่เนื้อหาที่มีความน่าสนใจ	4.50	1.00	ดี
2. สื่อมีการออกแบบให้ใช้ง่าย เมนูไม่สับสน	4.75	0.50	ดีมาก
3. การแจ้งวัตถุประสงค์ให้ผู้เข้าอบรมทราบ	4.50	0.58	ดี
4. การออกแบบหน้าจอมีความสวยงาม เหมาะสม	4.25	0.96	ดี
5. ภาพประกอบ, ภาพเคลื่อนไหวสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนและมีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.75	0.50	ดีมาก
6. มีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ และภาพมีความน่าสนใจ	4.00	1.41	ดี
7. ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม	4.00	0.82	ดี
8. ความยาวของข้อความมีความเหมาะสม	4.25	0.50	ดี
9. เสียงดนตรีประกอบและเสียงบรรยายมีความเหมาะสม	4.25	0.96	ดี
10. ความเหมาะสมของเวลาในการนำเสนอบทเรียน	4.25	0.96	ดี
11. มีรูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาได้อย่างเหมาะสมและน่าสนใจสื่อมีลต์มีเดียมีการออกแบบทางเทคนิคที่ดี	4.50	1.00	ดี
12. สื่อมีการออกแบบทางเทคนิคที่ดี	4.50	1.00	ดี
13. สื่อมีปฏิสัมพันธ์และได้ตอบกับผู้อบรม สม่่าเสมอ	3.75	0.50	ดี
14. การควบคุมเนื้อหา ง่าย สะดวก และสามารถย้อนกลับไปยังจุดต่างๆ ได้	4.00	0.82	ดี
15. ความยากง่ายและความสะดวกในการเรียกใช้เว็บเพื่อการฝึกอบรม	4.00	1.41	ดี
16. ผู้เรียนได้รับประโยชน์หลังจากการเรียนรู้ด้วยเว็บเพื่อการฝึกอบรม	4.50	0.58	ดี
17. เอกสารการอบรมมีความเหมาะสม	4.25	0.96	ดี
<b>สรุป</b>	<b>4.29</b>	<b>0.85</b>	<b>ดี</b>

5. นำเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากรที่ได้ ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

จากขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพเว็บเพื่อการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากรดังกล่าว สามารถเขียนเป็นแผนภูมิ ได้ดังนี้



แผนภูมิที่ 4 แสดงขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร



### แบบประเมินคุณภาพเว็บ

การสร้างแบบประเมินคุณภาพเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ มีขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษาหลักการสร้างแบบประเมินคุณภาพเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ จากเอกสาร ตำรา และงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง

2. กำหนดรูปแบบของแบบประเมินคุณภาพเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ ออกเป็น 2 ส่วน คือ แบบปลายปิดมีลักษณะการตอบแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ และแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อสอบถามความคิดเห็นต่างๆ โดยข้อคำถามที่ใช้จะเกี่ยวข้องกับเรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากร และลักษณะของเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาเว็บต่อไป

3. นำแบบประเมินคุณภาพเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากรที่สร้างเสร็จแล้ว ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ ความถูกต้องเหมาะสม และปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง ตามที่ได้รับคำแนะนำ

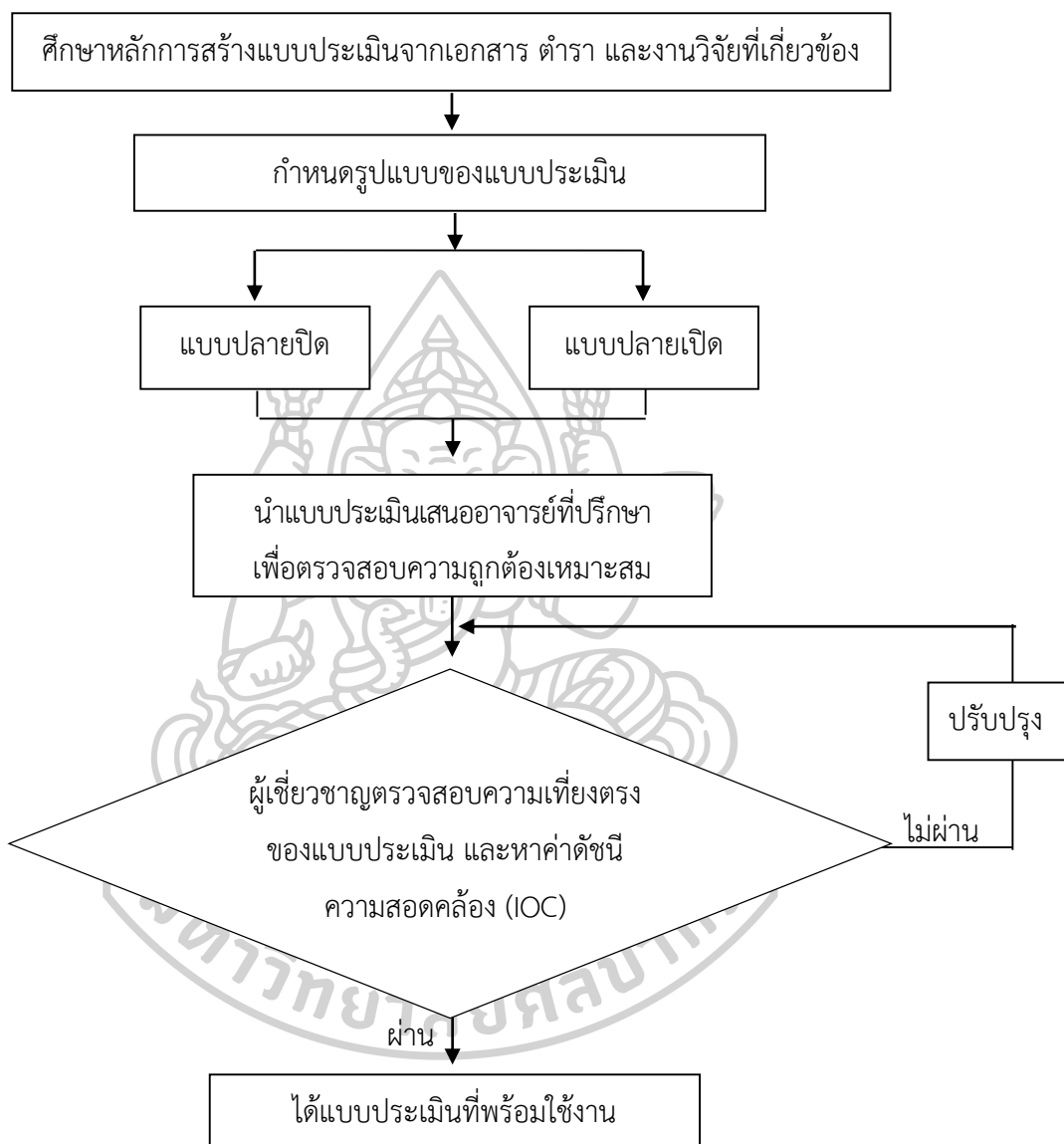
4. นำแบบประเมินคุณภาพเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ที่ผ่านการปรับปรุงไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 6 ท่าน ตรวจสอบ หาค่าความเที่ยงตรงของแบบประเมินคุณภาพ โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม

ให้คะแนนเท่ากับ	- 1	เมื่อแน่ใจว่าไม่มีความเหมาะสมและสอดคล้อง
ให้คะแนนเท่ากับ	0	เมื่อไม่แน่ใจว่ามีความเหมาะสมและสอดคล้อง
ให้คะแนนเท่ากับ	+ 1	เมื่อแน่ใจว่ามีความเหมาะสมและสอดคล้อง

ทั้งนี้ ผลการประเมินคุณภาพเว็บเพื่อการฝึกอบรม เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ มีค่าดัชนีความสอดคล้องด้านเนื้อหาเฉลี่ย 1.00 และด้านสื่อมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.67 – 1.00

5. ได้แบบประเมินคุณภาพเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากร

จากขั้นตอนการสร้างแบบประเมินคุณภาพเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อ  
ประชาสัมพันธ์ของบุคลากร สามารถเขียนเป็นแผนภูมิได้ดังนี้



แผนภูมิที่ 5 แสดงขั้นตอนการสร้างแบบประเมินคุณภาพเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ  
เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากร

### แบบประเมินผลงาน

แบบประเมินผลงาน ซึ่งเป็นแบบประเมินค่า (Rating scale) 4 ระดับ เป็นเกณฑ์การวัดผล แบบ Rubric score เพื่อเป็นการวัดความพร้อมทักษะ การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ของบุคลากร มีขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษาหลักการสร้างแบบประเมินแบบ Rubric score จากเอกสาร ตำรา และ งานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง
2. กำหนดรูปแบบของแบบประเมินผลงานการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ของบุคลากร เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 4 ระดับ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็น แนวทางในสร้างแบบประเมิน โดยการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยมีเกณฑ์ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด 2546)

$$\text{สูตรอันตรภาคชั้น} = \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{100 - 8}{4} = 23$$

ค่าเฉลี่ย	78.00 – 100.00	หมายถึง	ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ดีเยี่ยม
ค่าเฉลี่ย	55.00 – 77.00	หมายถึง	ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ดี
ค่าเฉลี่ย	32.00 – 54.00	หมายถึง	ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์พอใช้
ค่าเฉลี่ย	8.00 – 31.00	หมายถึง	ควรปรับปรุงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

3. นำแบบประเมินผลงาน การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร ที่ สร้างเสร็จแล้ว ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ ความถูกต้องเหมาะสม และปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง ตามที่ได้รับคำแนะนำ
4. ได้แบบประเมินผลงาน การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร นำไปใช้งานจริง

ตารางที่ 6 แสดงแบบประเมินผลการออกแบบโปสเตอร์โฆษณา ภายใต้หัวข้อการณรงค์โรคออฟฟิศซินโดรม

องค์ประกอบ	ระดับคุณภาพ				คะแนน	
	ดีเยี่ยม	ดี	พอใช้	ต้องปรับปรุง	เต็ม	ที่ได้
<b>ด้านการออกแบบ</b>						
1. ตั้งชื่อ (Header) และความคิดสร้างสรรค์	มีความคิดสร้างสรรค์มากที่สุด	มีความคิดสร้างสรรค์มาก	มีความคิดสร้างสรรค์ปานกลาง	มีความคิดสร้างสรรค์น้อย	20	
2. การใช้องค์ประกอบศิลป์	รูปแบบการจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสมมากที่สุด	รูปแบบการจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสมมาก	รูปแบบการจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสมปานกลาง	รูปแบบการจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสมน้อย	20	
2.1 รูปแบบการจัดวางภาพ						
2.2 การเลือกใช้สีและเทคนิคศิลป์	ใช้สีอย่างเหมาะสมและเทคนิค มากกว่า 3 เทคนิคชั้น	ใช้สีอย่างเหมาะสมและเทคนิคทางศิลป์ 3 เทคนิค	ใช้สีอย่างเหมาะสมและเทคนิคทางศิลป์ 2 เทคนิค	ใช้สีอย่างและเทคนิคทางศิลป์	10	
2.3 แบบและการจัดวางตัวอักษร	รูปแบบของตัวอักษรมีความเหมาะสมมากที่สุด	รูปแบบของตัวอักษรมีความเหมาะสมมาก	รูปแบบของตัวอักษรมีความเหมาะสมปานกลาง	รูปแบบของตัวอักษรมีความเหมาะสมน้อย	10	
<b>ด้านเนื้อหา</b>						
3. สื่อมีความน่าสนใจ มีจุดเด่น และดึงดูด	ความน่าสนใจ มีจุดเด่น และดึงดูดมากที่สุด	ความน่าสนใจ มีจุดเด่น และดึงดูดมาก	ความน่าสนใจ มีจุดเด่น และดึงดูดปานกลาง	ความน่าสนใจ มีจุดเด่น และดึงดูด น้อย	10	
4. สื่อสามารถบอกเล่าเนื้อหา และนำเสนอได้ตรงประเด็น เหมาะสม	นำเสนอได้ตรงประเด็น เหมาะสมทุกจุด	นำเสนอเนื้อหา ผิดพลาด 1 จุด	นำเสนอเนื้อหา ผิดพลาด 2 จุด	นำเสนอเนื้อหา ผิดพลาด 3 จุด	10	
5. มีประโยชน์ต่อตนเองและหน่วยงาน	มีประโยชน์ต่อตนเองและหน่วยงานมากที่สุด	มีประโยชน์ต่อตนเองและหน่วยงานมาก	มีประโยชน์ต่อตนเองและหน่วยงานปานกลาง	มีประโยชน์ต่อตนเองและหน่วยงานน้อย	10	
<b>ด้านความรับผิดชอบ</b>						
6. ส่งงานตรงตามระยะเวลาที่กำหนด	ส่งงานตรงตามระยะเวลาที่กำหนด	ส่งงานระยะเลยเวลาที่กำหนด 1 วัน	ส่งงานระยะเลยเวลาที่กำหนด 2 วัน	ส่งงานระยะเลยเวลาที่กำหนด 3 วัน	10	
<b>คะแนนรวม</b>					<b>100</b>	

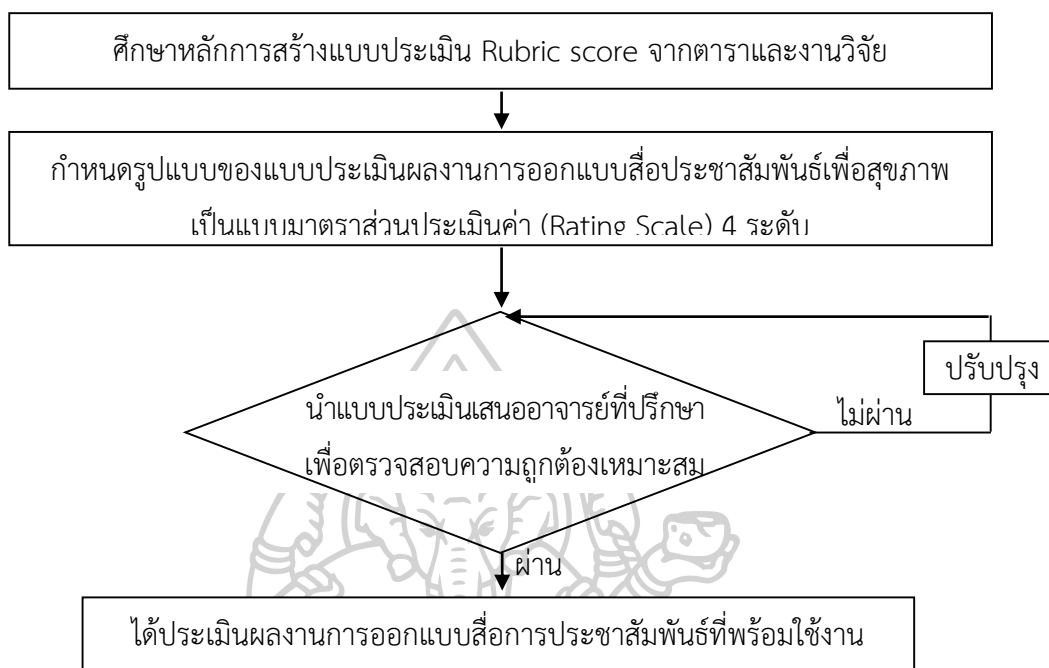
คะแนน	ความหมาย
78 - 100	ดีเยี่ยม
55 - 77	ดี
32 - 54	พอใช้
8 - 31	ต้องปรับปรุง

 ผ่าน

 ไม่ผ่าน (ต้องปรับปรุง)

\*หมายเหตุ กำหนดสัดส่วนการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ

จากขั้นตอนการสร้างแบบประเมินผลงานการออกแบบสื่อการประชาสัมพันธ์ สามารถเขียนเป็นแผนภูมิได้ดังนี้



แผนภูมิที่ 6 แสดงขั้นตอนการสร้างแบบประเมินผลงานการออกแบบสื่อการประชาสัมพันธ์



### แบบสอบถามความพึงพอใจ

แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่มีต่อการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร ซึ่งเป็นแบบประเมินที่มีมาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ โดยสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ 1 ฉบับ ซึ่งมีขั้นตอนในการสร้างดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ จากตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมด้วยการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร ซึ่งเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ของ (Likert 1967) อ้างถึงใน (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ 2540) โดยแบ่งเป็น 2 ตอน กล่าวคือ ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 3 ข้อ และตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีข้อความจำนวน 10 ข้อ เป็นการสอบถามด้านความพึงพอใจด้านเนื้อหา ด้านกราฟิก และการออกแบบ โดยกำหนดค่าระดับความพึงพอใจและคะแนนดังนี้

ระดับคะแนน	5	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
ระดับคะแนน	4	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
ระดับคะแนน	3	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
ระดับคะแนน	2	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
ระดับคะแนน	1	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

สำหรับการให้ความหมายของค่าที่วัดได้ ผู้ศึกษาได้กำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการให้ความหมายโดยใช้แนวคิดของ (Best and John W 1986) การให้ความหมายโดยการให้คะแนนเฉลี่ยเป็นรายด้านและรายข้อ ดังนี้

โดยมีเกณฑ์แปลความหมายดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

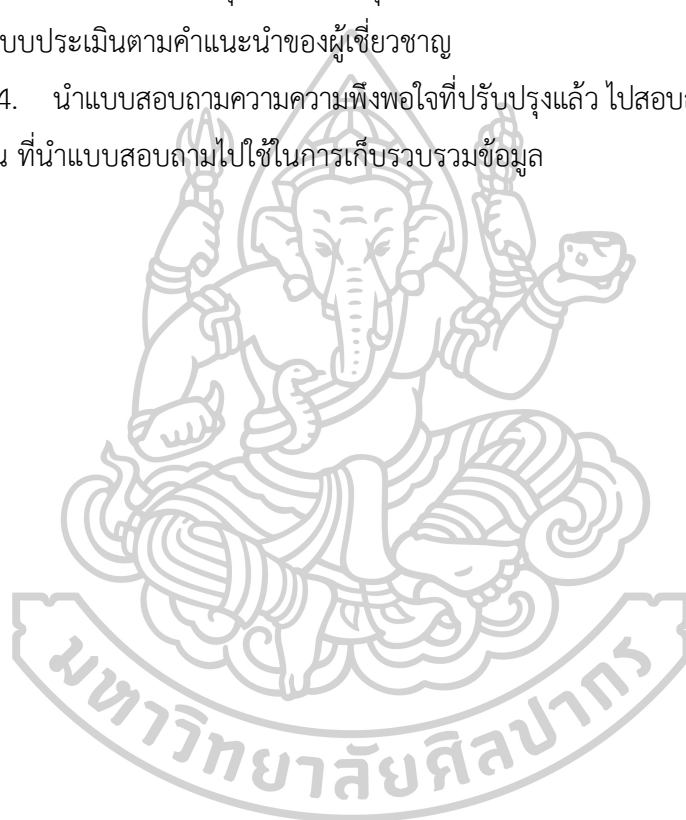
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความชัดเจน ความถูกต้องเหมาะสมของภาษาที่ใช้ และความสอดคล้อง

ด้วยดัชนีความสอดคล้อง (IOC : Index of Item Objective Congruence) โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

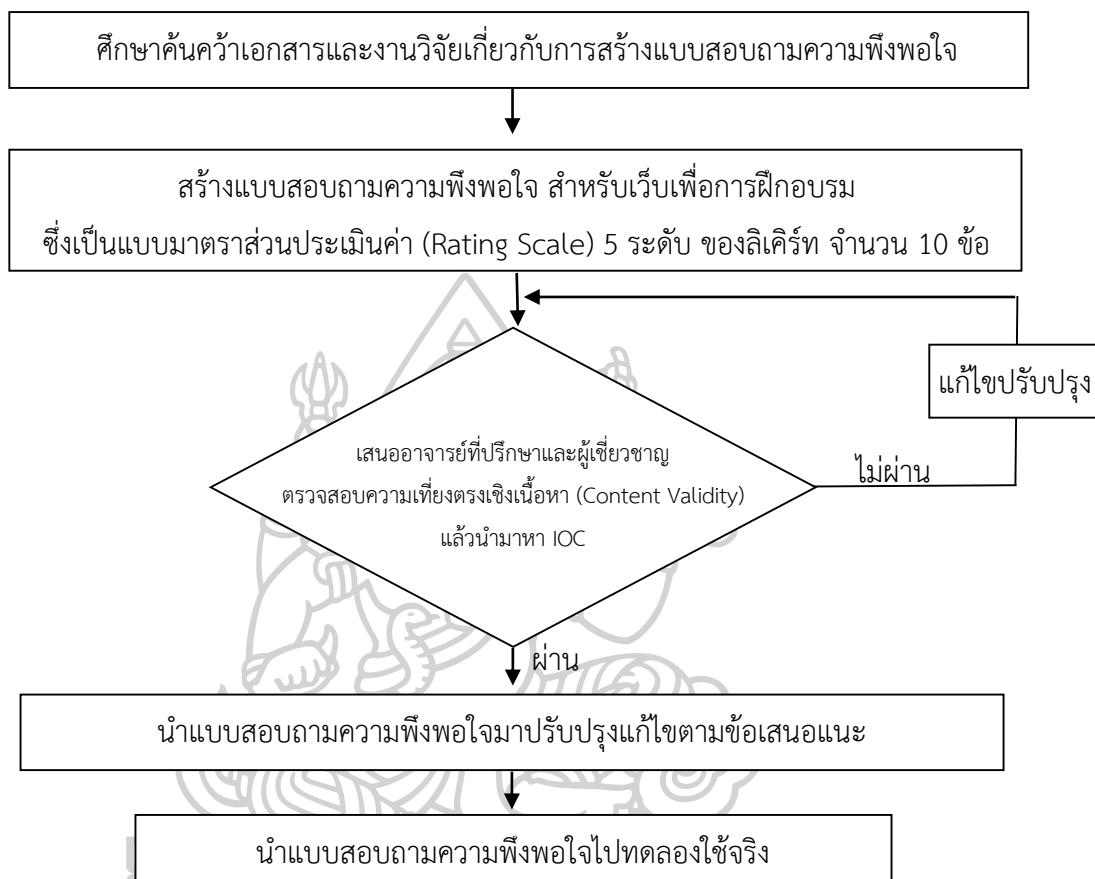
เห็นว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	+1
ไม่แน่ใจ	ให้คะแนน	0
เห็นว่าไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

ทั้งนี้ ผลการประเมินแบบสอบถามความพึงพอใจสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่อง การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร มีค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.96 และทำการปรับปรุงแบบประเมินตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

4. นำแบบสอบถามความพึงพอใจที่ปรับปรุงแล้ว ไปสอบถามผู้เข้ารับการฝึกอบรมจำนวน 26 คน ที่นำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล



จากขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพแบบสอบถามความพึงพอใจ สามารถเขียนเป็นแผนภูมิ  
ได้ดังนี้



แผนภูมิที่ 7 แสดงขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพแบบสอบถามความพึงพอใจ



## วิธีดำเนินการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการทดลองเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นบุคลากรสายปฏิบัติการใน คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี จำนวน 80 คน และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาสาสมัคร (Voluntary Selection) จำนวน 26 คน โดยมีขั้นตอนดังนี้

### 1. ขั้นเตรียมการ

- ทำหนังสือแจ้งผู้บังคับบัญชา (ตนเอง) หน่วยงานโสตทัศนศึกษา คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์การอบรมเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร พร้อมขออนุญาตดำเนินงาน
- ประสานงานหน่วยงานสารสนเทศ คณะแพทยศาสตร์ เพื่อนำเว็บสำหรับการฝึกอบรมติดตั้งบนระบบของ intranet โรงพยาบาลรามาธิบดี
- ประสานงานกับหน่วยการเรียนรู้และการศึกษา คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี เพื่อติดต่อขอใช้ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ในวันปฐมนิเทศผู้เข้ารับการอบรม
- ประชาสัมพันธ์และเชิญบุคลากร มารับการปฐมนิเทศในวัน เวลา สถานที่ ตามที่กำหนด เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์การจัดการอบรม พร้อมทั้งวิธีการเข้าใช้งาน ตลอดจนการอบรมและทำแบบทดสอบ เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมเตรียมความพร้อมในการอบรม

### 2. ขั้นตอนการ

การทดลองนี้ใช้เวลาและเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 5 สัปดาห์ โดยสัปดาห์ที่ 1 เป็นการชี้แจง อธิบายวิธีการเข้าใช้งาน สัปดาห์ที่ 2 – 3 ดำเนินการฝึกอบรมผ่านเว็บเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร ในสัปดาห์ที่ 4 – 5 ผู้อบรมสร้างชิ้นงานและทำแบบประเมินแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร โดยมีขั้นตอนดังนี้

- บุคลากรลงทะเบียนเข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร
- เมื่อศึกษาบทเรียนในหน่วยการเรียนรู้ที่ 1 จบจึงแบบฝึกหัดท้ายหน่วยการเรียนรู้ จำนวน 10 ข้อ (เป็นแบบปรนัย 4 ตัวเลือก)
- จากนั้นจึงทำการอบรมต่อในหน่วยการเรียนรู้ที่ 2 แล้วทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วย 2 จำนวน 10 ข้อ (เป็นแบบปรนัย 4 ตัวเลือก)
- ผู้เข้ารับการอบรมศึกษาเนื้อหาต่อในหน่วยงานการเรียนรู้ที่ 3 เมื่อศึกษาจบค่อยทำชิ้นงาน ซึ่งเป็นการออกแบบละครสร้างสรรค์ชิ้นงาน เรื่องออกแบบโปสเตอร์โฆษณาภายใต้หัวข้อการณรงค์

โรคออฟฟิศซินโดรม โดยมีระยะเวลา 2 สัปดาห์ในการส่งชิ้นงาน โดยสามารถส่งผ่านช่องทาง Line กลุ่ม หรือ E-mail ก็ได้

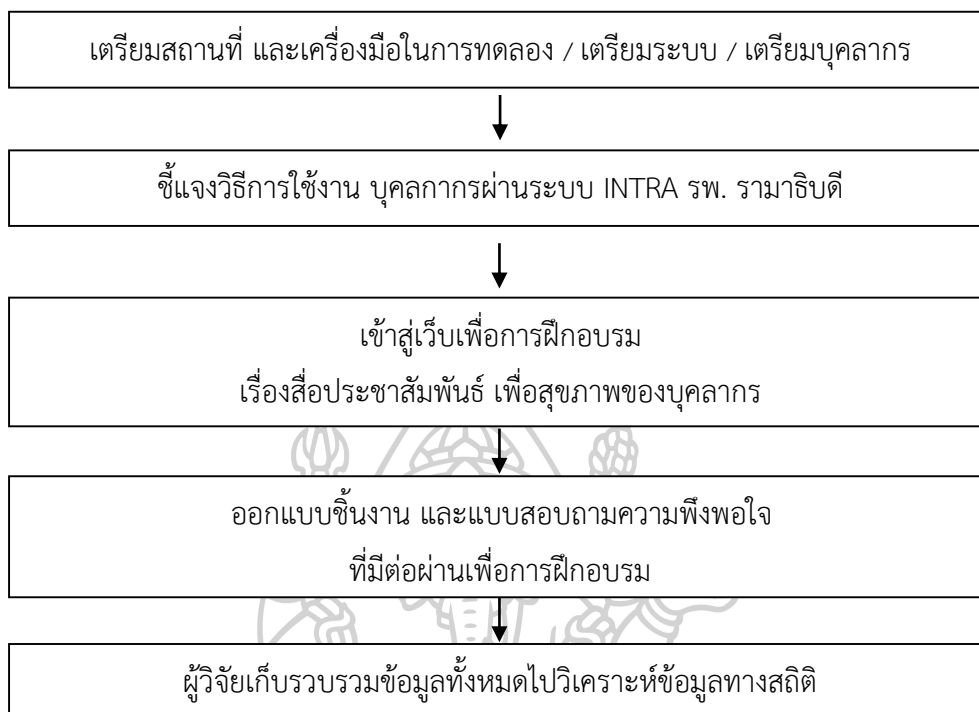
- แล้วทำการประเมินแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร

- เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ได้มา ตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ จำนวน 3 คน และเปรียบเทียบผลการเรียนรู้ของบุคลากร โดยวิเคราะห์คะแนนที่ได้ด้วยวิธีทางสถิติ เช่น ค่าเฉลี่ย เพื่อตรวจสอบสมมติฐานต่อไป

ตารางที่ 7 แสดงระยะเวลาการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ของบุคลากร

สัปดาห์ ที่	วัน เดือน ปี	หน่วยการเรียนรู้	เครื่องมือ	เวลา (สัปดาห์)
1	27 มี.ค. – 2 เม.ย. 2561	ปฐมนิเทศ	- เอกสารประกอบการอบรม - เว็บเพื่อการฝึกอบรม เรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ของบุคลากร	1
1 – 2	27 มี.ค. – 9 เม.ย. 2561	หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 เรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์	- เว็บเพื่อการฝึกอบรม เรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ของบุคลากร - แบบทดสอบท้ายหน่วย	1
3	9 – 16 เม.ย. 2561	หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 เรื่อง สื่อที่เกี่ยวกับสุขภาพ	- เว็บเพื่อการฝึกอบรม เรื่อง สื่อ ประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของ บุคลากร - แบบทดสอบท้ายหน่วย	1
4 – 5	17 – 30 เม.ย. 2561	หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 เรื่อง เทคนิคการผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์ พร้อมทำแบบสอบถาม ความพึงพอใจ	- เว็บเพื่อการฝึกอบรม เรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ของบุคลากร - แบบทดสอบ (สร้างชิ้นงาน) - แบบประเมินผลการออกแบบ โปสเตอร์โฆษณา (รูบิค สกอร์) - แบบประเมินความพึงพอใจ	2

จากขั้นตอนวิธีดำเนินการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล สามารถเขียนเป็นแผนภูมิได้ดังนี้



แผนภูมิที่ 8 แสดงขั้นตอนวิธีดำเนินการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 คุณภาพของเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี

ตอนที่ 2 ผลงานการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี

**ตอนที่ 1 คุณภาพของเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี**

คุณภาพของเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี นำเสนอรายละเอียดตามตารางดังนี้

ตารางที่ 8 แสดงสรุปผลการประเมินคุณภาพเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ จากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. การนำเข้าสู่เนื้อหาที่มีความน่าสนใจ	4.33	0.58	ดี
2. เนื้อหาที่มีความชัดเจน มีการออกแบบให้ใช้ง่ายไม่สับสน	4.67	0.58	ดีมาก
3. การแจ้งวัตถุประสงค์ให้ผู้เข้ารับการอบรมทราบ	4.67	0.58	ดีมาก
4. เนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	4.33	0.58	ดี
5. เนื้อหาที่มีความถูกต้องตามหลักวิชา	4.33	0.58	ดี
6. เนื้อหาที่มีความสัมพันธ์ต่อเนื่อง	4.33	0.58	ดี
7. เนื้อหาที่มีความยากง่ายเหมาะสมกับผู้เข้ารับการอบรม	4.67	0.58	ดีมาก
8. ความเหมาะสมของจำนวนข้อสอบหรือแบบทดสอบ	4.00	0.00	ดี
9. การใช้ภาษามีความถูกต้องเหมาะสม	4.67	0.58	ดีมาก
10. การใช้ภาษาสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน	4.67	0.58	ดีมาก

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
11. การใช้ภาษามีความยากง่ายเหมาะสมกับผู้เข้ารับการอบรม	5.00	0.00	ดีมาก
12. มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและจุดประสงค์การอบรม	4.33	0.58	ดี
13. ผู้อบรมสามารถประเมินความเข้าใจของตนเองจากการศึกษาในเว็บเพื่อการฝึกอบรมได้	4.33	0.58	ดี
14. ส่งเสริมทักษะด้านการคิด วิเคราะห์และการนำไปประยุกต์ใช้	4.33	0.58	ดี

จากตารางที่ 8 ผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 คน ประเมินคุณภาพ พบว่า คุณภาพของเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากร อยู่ในระดับดีมาก โดยมีผลการประเมินเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 4.48 โดยหัวข้อการประเมินที่อยู่ในเกณฑ์ดีมาก ได้แก่ การใช้ภาษามีความยากง่ายเหมาะสมกับผู้เข้ารับการอบรม โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 5.00) และหัวข้อการประเมิน ที่มีระดับดีมากเท่ากัน คือ เนื้อหาที่มีความชัดเจน มีการออกแบบให้ใช้ง่ายไม่สับสน, การแจ้งวัตถุประสงค์ให้ผู้เข้ารับการอบรมทราบ, เนื้อหาที่มีความยากง่ายเหมาะสมกับผู้เข้ารับการอบรม, การใช้ภาษามีความถูกต้องเหมาะสม, การใช้ภาษาสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน มีค่าประเมินเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 4.67 และหัวข้อการประเมินที่ได้คะแนนน้อยเป็นลำดับสุดท้าย คือ ความเหมาะสมของจำนวนข้อสอบหรือแบบทดสอบ มีค่าประเมินเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 4.00 รองมาเป็นหัวข้อการนำเข้าสู่เนื้อหาที่มีความน่าสนใจ, เนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์, เนื้อหาที่มีความถูกต้องตามหลักวิชา, เนื้อหาที่มีความสัมพันธ์ต่อเนื่อง, มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและจุดประสงค์การอบรม, ผู้อบรมสามารถประเมินความเข้าใจของตนเองจากการศึกษาในเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บได้ และส่งเสริมทักษะด้านการคิด วิเคราะห์และการนำไปประยุกต์ใช้ ซึ่งมีค่าประเมินเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 4.33

ตารางที่ 9 แสดงสรุปผลการประเมินคุณภาพเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ จากผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. การนำเข้าสู่เนื้อหาที่มีความน่าสนใจ	4.50	1.00	ระดับดี
2. สื่อมีการออกแบบให้ใช้ง่าย เมนูไม่สับสน	4.75	0.50	ระดับดีมาก
3. การแจ้งวัตถุประสงค์ให้ผู้เข้าอบรมทราบ	4.50	0.58	ระดับดี
4. การออกแบบหน้าจอมีความสวยงาม เหมาะสม	4.25	0.96	ระดับดี
5. ภาพประกอบ, ภาพเคลื่อนไหวสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนและมีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.75	0.50	ระดับดีมาก
6. มีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ และภาพมีความน่าสนใจ	4.00	1.41	ระดับดี
7. ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม	4.00	0.82	ระดับดี
8. ความยาวของข้อความมีความเหมาะสม	4.25	0.50	ระดับดี
9. เสียงดนตรีประกอบและเสียงบรรยายมีความเหมาะสม	4.25	0.96	ระดับดี
10. ความเหมาะสมของเวลาในการนำเสนอบทเรียน	4.25	0.96	ระดับดี
11. มีรูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาได้อย่างเหมาะสม และน่าสนใจสื่อมีลิตมีเดียมีการออกแบบทางเทคนิคที่ดี	4.50	1.00	ระดับดี
12. สื่อมีการออกแบบทางเทคนิคที่ดี	4.50	1.00	ระดับดี
13. สื่อมีปฏิสัมพันธ์และโต้ตอบกับผู้อบรม สม่่าเสมอ	3.75	0.50	ระดับดี
14. การควบคุมเนื้อหา ง่าย สะดวก และสามารถย้อนกลับไปยังจุดต่างๆ ได้	4.00	0.82	ระดับดี
15. ความยากง่ายและความสะดวกในการเรียกใช้เว็บเพื่อการฝึกอบรม	4.00	1.41	ระดับดี
16. ผู้เรียนได้รับประโยชน์หลังจากการเรียนรู้ด้วย เว็บเพื่อการฝึกอบรม	4.50	0.58	ระดับดี
17. เอกสารการอบรมมีความเหมาะสม	4.25	0.96	ระดับดี

จากตารางที่ 9 ผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ จำนวน 4 คน ประเมินคุณภาพ พบว่า คุณภาพของเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากร อยู่ในระดับดี

โดยมีผลการประเมินเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 4.29 โดยหัวข้อการประเมินที่อยู่ในเกณฑ์ดี ได้แก่ หัวข้อประเมินสื่อมีการออกแบบให้ใช้ง่าย เมนูไม่สับสน, ภาพประกอบ, ภาพเคลื่อนไหวสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนและมีความสอดคล้องกับเนื้อหา ซึ่งมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 4.75 รองลงมาคือ การนำเข้าสู่เนื้อหามีความน่าสนใจ, การแจ้งวัตถุประสงค์ให้ผู้เข้าอบรมทราบ, มีรูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาได้อย่างเหมาะสม และน่าสนใจสื่อมัลติมีเดียมีการออกแบบทางเทคนิคที่ดี, สื่อมีการออกแบบทางเทคนิคที่ดี, ผู้เรียนได้รับประโยชน์หลังจากการเรียนรู้ด้วย เว็บเพื่อการฝึกอบรม, ผู้เรียนได้รับประโยชน์หลังจากการเรียนรู้ด้วยเว็บเพื่อการฝึกอบรม มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 4.50 ส่วนหัวข้อประเมินการออกแบบหน้าจอมีความสวยงาม เหมาะสม, ความยาวของข้อความมีความเหมาะสม, เสียงดนตรีประกอบและเสียงบรรยายมีความเหมาะสม, ความเหมาะสมของเวลาในการนำเสนอบทเรียน, เอกสารการอบรมมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 4.25 ทั้งนี้ หัวข้อประเมินสื่อมีปฏิสัมพันธ์และโต้ตอบกับผู้อบรมสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.75 ซึ่งอยู่ในลำดับสุดท้าย รองลงมาคือ หัวข้อมีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบและภาพมีความน่าสนใจ, ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม, การควบคุมเนื้อหาว่างสะอาด และสามารถย้อนกลับไปยังจุดต่างๆ ได้, การควบคุมเนื้อหาว่างสะอาด และสามารถย้อนกลับไปยังจุดต่างๆ ได้ มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 4.00

จากตารางสรุปการประเมินคุณภาพเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากร แสดงว่า เว็บสำหรับการฝึกอบรมมีคุณภาพอยู่ในระดับดี การประเมินเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 4.38 กล่าวคือ การประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาผลการประเมินเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 4.48 และการประเมินคุณภาพด้านสื่อผลการประเมิน เฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 4.29 โดยเป็นไปตามที่กำหนดไว้ทั้ง 2 ด้าน และสามารถนำไปใช้ทดลองได้

## **ตอนที่ 2 ผลงานการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ที่เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี**

ผลงานการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ภายใต้หัวข้อการรณรงค์โรคออฟฟิศซินโดรม โดยมีผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี จำนวน 26 คน และผลงานดังกล่าวมีผู้เชี่ยวชาญตรวจประเมิน จำนวน 3 ท่าน ซึ่งนำเสนอรายละเอียดตามตารางดังนี้

ตารางที่ 10 แสดงผลการประเมินผลงานการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ที่เข้ารับการฝึกอบรม ผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี

ผู้เข้ารับการอบรม ลำดับที่	ผลการประเมินชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ	แปลผล
1	98.33	ดีเยี่ยม
2	86.67	ดีเยี่ยม
3	95.00	ดีเยี่ยม
4	61.67	ดี
5	75.83	ดี
6	95.00	ดีเยี่ยม
7	71.67	ดี
8	85.00	ดีเยี่ยม
9	81.67	ดีเยี่ยม
10	91.67	ดีเยี่ยม
11	61.67	ดี
12	80.83	ดีเยี่ยม
13	88.33	ดีเยี่ยม
14	64.83	ดี
15	84.17	ดีเยี่ยม
16	62.50	ดี
17	61.67	ดี
18	82.50	ดีเยี่ยม
19	85.00	ดีเยี่ยม
20	88.33	ดีเยี่ยม
21	83.33	ดีเยี่ยม
22	82.50	ดีเยี่ยม
23	95.83	ดีเยี่ยม
24	82.50	ดีเยี่ยม
25	80.00	ดีเยี่ยม
26	61.67	ดี
<b>เฉลี่ย</b>	80.31	ดีเยี่ยม



จากตารางที่ 10 ผลการประเมินผลงานการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ที่เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี จำนวน 26 คน อยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยม โดยค่าประเมินเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 80.31

### ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี

ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี นำเสนอรายละเอียดตามตารางดังนี้

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	อันดับที่
1. สื่อมีความน่าสนใจ และกระตุ้นการเรียนรู้	4.23	0.76	มาก	4
2. การแบ่งเนื้อหาและความยากง่ายมีความเหมาะสม	3.96	0.87	มาก	8
3. เนื้อหามีความกระชับ เข้าใจง่าย	3.65	1.16	มาก	9
4. ความถูกต้องของเนื้อหา สอดคล้องกับหลักสูตร	4.19	0.75	มาก	5
5. การจัดรูปแบบและการนำเสนอของสื่อมีความ	4.31	0.68	มาก	2
6. การออกแบบและภาพประกอบมีความสวยงาม	4.19	0.90	มาก	5
7. ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความเหมาะสม	4.04	0.87	มาก	7
8. เสียงดนตรี และเสียงบรรยายมีความเหมาะสมและ	4.31	0.93	มาก	2
9. รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ สนทนา สื่อสารมีความเหมาะสม	4.46	0.58	มาก	1

จากตารางที่ 11 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี จากผู้เข้าร่วมอบรมทั้งหมดมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 4.15 และข้อที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจอยู่ใน 3 ลำดับแรก คือ 1. รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ สนทนา สื่อสารมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 4.46 ลำดับที่ 2. การจัดรูปแบบและการนำเสนอสื่อมีความหลากหลาย ซึ่งมีความพึงพอใจเท่ากันกับ เสียงดนตรีและเสียงบรรยายมีความเหมาะสม ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 4.31 และลำดับที่ 3. สื่อมีความน่าสนใจ และกระตุ้นการเรียนรู้ โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 4.23 ทั้งนี้ การนำเสนอเนื้อหาที่มีความกระชับ เข้าใจง่าย มีความพึงพอใจอยู่ในลำดับน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )

เท่ากับ 3.65 รองลงมา คือ การแบ่งเนื้อหาและความยากง่ายมีความเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )  
เท่ากับ 3.95 และมีข้อคิดเห็นเสนอแนะอื่นๆ คือ ควรมีการเพิ่มรายวิชาการเรียนรู้



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi – Experimental Research) การฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี เพื่อศึกษาผลการเรียนรู้และศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี แบบแผนการวิจัยและพัฒนา มีดังนี้

#### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร
2. เพื่อศึกษาผลงานการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้เข้ารับการอบรม
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่มีต่อการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร

#### ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ คือ การฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี
2. ตัวแปรตาม คือ
  - 2.1 คะแนนผลงานของผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ
  - 2.2 ความพึงพอใจของการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. กลุ่มประชากรในการศึกษา ได้แก่ บุคลากรสายปฏิบัติงานใน คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี จำนวน 80 คน
2. กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาได้มาจากการเลือกแบบอาสาสมัคร (Voluntary Selection) เป็นบุคลากรที่ปฏิบัติงานใน คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี จำนวน 26 คน

### ระยะเวลาในการทดลอง

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยในช่วงเดือนมกราคม 2561 ถึงเดือนเมษายน 2561 โดยระยะเวลาที่ใช้ในการฝึกอบรมผ่านเว็บ รวมทั้งสิ้นจำนวน 5 สัปดาห์ โดยสัปดาห์ที่ 1 เป็นการชี้แจง อธิบายวิธีการเข้าใช้งาน สัปดาห์ที่ 2 – 3 ดำเนินการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ของบุคลากร ในสัปดาห์ที่ 4 – 5 ผู้อบรมทำสร้างชิ้นงานและประเมินแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อใช้สอบถามผู้เชี่ยวชาญ มี ด้าน คือ ด้านสื่อ และ 2 เนื้อหาฝึกอบรม
2. เว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร
3. แบบประเมินคุณภาพเว็บเพื่อการฝึกอบรม
4. แบบประเมินผลงาน แบบประเมินผลงาน ซึ่งเป็นแบบประเมินค่า (Rating scale) ระดับ เป็นเกณฑ์การวัดผลแบบ 4Rubric score เพื่อเป็นการวัดความพร้อมทักษะ การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร มีขั้นตอนในการสร้าง
5. แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร ซึ่งเป็นแบบประเมินที่มีมาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating scale) ระดับ 5

### สรุปผลการวิจัย

ผลการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามธิบดี สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. คุณภาพของเว็บสำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามธิบดี ผ่านเกณฑ์ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ คุณภาพด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดีมาก โดยมีผลการประเมินเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 4.48 และด้านสื่อผลการประเมินอยู่ในระดับดี โดยมีผลการประเมินเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 4.29
2. ผลการประเมินผลงานการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ จากผู้เข้ารับการอบรมผ่านเว็บเพื่อการฝึกอบรม เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามธิบดี จำนวน 26 คน อยู่ในเกณฑ์ดีมาก โดยค่าประเมินเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 80.31 ซึ่งเป็นไปตามที่ตั้งไว้

3. ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่มีต่อเว็บไซต์สำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่อง การผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาริบัติ พบว่า ผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาริบัติ จากผู้เข้าร่วมอบรมทั้งหมดมีความพึงพอใจโดยภาพรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 15.4

### อภิปรายผล

การพัฒนาการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาริบัติ สามารถนำไปสู่ผลการอภิปรายได้ดังต่อไปนี้

1. คุณภาพของเว็บไซต์สำหรับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่อง การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาริบัติ ผ่านเกณฑ์ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ คุณภาพด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดีมาก โดยมีผลการประเมินเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 4.48 และด้านสื่อผลการประเมินอยู่ในระดับดี โดยมีผลการประเมินเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 4.29 อันเนื่องมาจากรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาโดย วางโครงสร้าง รูปแบบ หน้าเว็บไซต์ให้เป็นระเบียบ มีเมนูหลัก เมนูย่อยให้เห็นชัดเจน พร้อมทั้งแบ่งเนื้อหาการอบรม หมวดหมู่อย่างชัดเจน มีการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ปรับเนื้อหาให้มีความกระชับ เข้าใจง่าย จัดรูปแบบทันสมัย เรียบง่าย สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจน และเกิดการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ซึ่ง (วรญา สมวงศ์ 2548) ได้ทำการพัฒนาคอมพิวเตอร์ช่วยสอน เรื่องกล้อง โทรทัศน์และการถ่ายทำ สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ พบว่า ผลการประเมินคุณภาพคอมพิวเตอร์ช่วยสอนดังกล่าวจากผู้เชี่ยวชาญด้าน เนื้อหา จำนวน 3 คน ได้ค่าเฉลี่ยของการประเมินเท่ากับ 4.17 ซึ่งอยู่ในระดับดี และผลจากผู้เชี่ยวชาญ ด้านสื่อ จำนวน 3 คน ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 อยู่ในระดับดีมาก และเมื่อรวมกันแล้วได้ค่าเฉลี่ยของ ผลการประเมิน เท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับดี ซึ่งวรุณี มั่นสุขผล (2557) ทำวิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบ การฝึกอบรมออนไลน์ โดยการเรียนรู้แบบร่วมกันเพื่อพัฒนาสมรรถนะการออกแบบอีเลิร์นนิ่ง เพื่อการเรียนการสอนของอาจารย์ระดับอุดมศึกษา พบว่า การประเมินคุณภาพร่างรูปแบบการฝึกอบรม ออนไลน์ โดยการเรียนรู้ร่วมกัน จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน โดยภาพรวมองค์ประกอบรูปแบบอยู่ใน ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.80 โดยในขั้นก่อนฝึกอบรมมีภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.90 และเมื่อพิจารณาจะพบว่า การปฐมนิเทศ การชี้แจงวัตถุประสงค์และแนวทางการฝึก อบรม, การให้ความรู้และแนะนำ การใช้งานเครื่องมือ, ทดสอบก่อนเรียน อยู่ในระดับมากที่สุด คือ 5.00 ซึ่งมีผลการประเมินเท่ากับในขั้นหลังฝึกอบรม และเมื่อพิจารณาแล้ว การประเมินความรู้, การประเมิน ทักษะ, การประเมิน การเรียนรู้ร่วมกัน, การประเมินความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 ส่วนใน ขั้นฝึกอบรม ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 เมื่อพิจารณาแล้ว พบว่า การสร้าง

แรงจูงใจในการฝึกอบรม, ชั้นศึกษาทเรียนและชั้นประเมินผลการทำกิจกรรมกลุ่มเรียนรู้ร่วมกัน ผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.80

จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่าการฝึกอบรมผ่านเว็บนั้น เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมศึกษาตามอัธยาศัย ในช่วงเวลาที่สะดวก อีกทั้ง ยังเป็นสื่อที่ช่วยสนับสนุน สร้างเสริม และเป็นแหล่งความรู้ในการทบทวนข้อมูลให้กับผู้เข้ารับการฝึกอบรมด้วย

2. ผลการประเมินผลงานการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ จากผู้เข้ารับการอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามธิบดี จำนวน 26 คน มีผู้เชี่ยวชาญประเมินผลงาน จำนวน 3 คน โดยภาพรวมแล้วผลงานของผู้เข้ารับการฝึกอบรมอยู่ในเกณฑ์ดีมาก คือ ค่าประเมินเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ ร้อยละ 80.31 ซึ่งเป็นไปตามที่ตั้งไว้ โดยผู้เข้ารับการอบรมทั้ง 26 คน ผ่านเกณฑ์การประเมินผลงาน และเมื่อศึกษารายบุคคล พบว่า ผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่มีคะแนนลำดับสูงสุด คือมีคะแนนเฉลี่ยที่ 98.33 และผู้ที่มีคะแนนน้อยที่สุด มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 61.67 ผู้เรียนทั้ง ซึ่งผลการประเมินยังมีความสอดคล้องกับ อาริลักษณ์ ปุกน้อย (2554) ที่ศึกษาการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบชี้แนะที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 เรื่องการสร้างและพัฒนาเว็บบล็อก โดยผู้ประเมิน 3 คน พบว่า ผลการปฏิบัติงานของนักเรียนจำนวน 22 คน อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.99 และพบอีกว่า นักเรียนที่เรียนด้วยอีเลิร์นนิ่งแบบชี้แนะมีพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 4.44 โดยการประเมินจากรูบรีค (Rubric score) อีกด้วย และยังสอดคล้องกับ (วรวิภา มั่นสุขผล 2557) ได้ทำการประเมินผลการออกแบบอีเลิร์นนิ่งรายบุคคล โดยตั้งเกณฑ์คะแนน 45 คะแนน และผู้เข้าอบรมต้องได้คะแนนไม่น้อยกว่า 30 คะแนน จึงถือว่าผ่าน โดยมีกรรมการพิจารณาจำนวน 3 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 7 กลุ่ม 24 คน พบว่า ผลคะแนนอีเลิร์นนิ่งรายบุคคล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 35.81 และเมื่อพิจารณาคะแนนรายบุคคลแล้ว พบว่าคะแนนลำดับแรก มีค่าเฉลี่ย 40.33 คะแนน และลำดับสุดท้ายมีคะแนนเฉลี่ย 34.67 คะแนน โดยทั้ง 24 คนผ่านเกณฑ์การประเมินทั้งหมด และ (ทิพวรรณ พลอยงาม 2554) ศึกษาผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความสามารถในการสร้างชิ้นงานภาพเคลื่อนไหวรายคู่ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่เรียนแผนการเรียนวิทย์ – คณิต, แผนการเรียนภาษา – สังคม และแผนการเรียนอาชีพ พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยแผนการเรียนวิทย์ – คณิต มีคะแนนความสามารถในการสร้างชิ้นงานสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 78.51 รองลงมาคือ แผนการเรียนอาชีพ มีค่าเฉลี่ย 78.23 และแผนการเรียนภาษา – สังคม มีค่าเฉลี่ย 75.46

3. ผลแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามธิบดี มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ ทำให้เห็นว่าผู้เข้าอบรมมีความพึงพอใจต่อ 41.4การใช้สื่อประเภทเว็บเข้ามาร่วมในการจัด

การอบรม ทั้งนี้ ผู้เข้ารับการอบรม มีความเห็นด้วยต่อหัวข้อรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ สนทนา สื่อสารมีความเหมาะสมอยู่ในระดับดีมาก ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากเว็บมีการนำเสนอเนื้อหา ได้อย่างน่าสนใจ และกระตุ้นการเรียนรู้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ในขณะที่ความพึงพอใจต่อเสียงดนตรี 23.4 และเสียงบรรยายมีความเหมาะสม ชัดเจน ซึ่งมีคะแนนเท่ากับการจัดรูปแบบและการนำเสนอสื่อมีความหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ซึ่งอยู่ค่าความพึงพอใจในระดับมาก รวมทั้ง มีภาพประกอบได้อย่าง 31.4 ชัดเจน จึงทำให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาที่ศึกษา เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ มนทกานติ รุธิรบริสุทธิ (ซึ่งได้ (2551) ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนวิชาคณิตศาสตร์ เรื่อง การคูณ ของนักเรียนชั้นประถม ศึกษาปีที่ พบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อ 3 การเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน เรื่อง การคูณ เนื่องจากในบทเรียนมีความสนุกสนานไม่เครียด และมีรูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียงดนตรี และคำบรรยายประกอบ ทำให้เข้าใจเนื้อหามากขึ้น และ สมหมาย มณีโชติ (ได้กล่าวว่า ผลการ (2554) วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนด้วยบทเรียนมัลติมีเดีย เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์กราฟิก พบว่า ความพึงพอใจของผู้เรียน ที่มีต่อการเรียนด้วยบทเรียนมัลติมีเดีย ของนักศึกษาที่มีความพึงพอใจสูงสุด อันดับ ได้แก่ รูปภาพประกอบชัดเจน ช่วย 3 ให้เข้าใจเนื้อหาได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ ครมิมิบทเรียนมัลติมีเดียในรายวิชาอื่นๆ ด้วย มีค่าเฉลี่ย 37.4 แสดงว่า การ 27.4 และสามารถเลือกบทเรียนได้ตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 33.4 เท่ากับ เรียนด้วยบทเรียนมัลติมีเดียมีความเหมาะสมสามารถใช้ประกอบการเรียนการสอนและช่วยกระตุ้นนักศึกษาให้มี ความสนใจในการเรียนมากขึ้นได้ ทั้งนี้สำหรับการนำสื่อมาจัดกิจกรรมการเรียนการสอนในผู้ทำงานก็มีส่วนช่วยให้เกิดความรู้เข้าใจ โดยพิมพ์นารา รเมธิตานนท์ (ได้วิเคราะห์ความ (2557) คิดเห็นผู้เข้าร่วมอบรมออนไลน์ พบว่า ความคิดเห็นรวมทุกด้านอยู่ในระดับดีมาก คือ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ ซึ่งสอดคล้อง 63.4 กับสมมติฐานการวิจัยข้อที่สาม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้ ผู้เข้าอบรม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้านระบบบริหารจัดการเรียนการสอน ในระดับดีมาก เป็นลำดับที่หนึ่ง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ รองลงมา 55.4 คือ ด้านกิจกรรมการเรียนรู้ที่อยู่ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ย เท่ากับ รองลงมาคือ ด้านการออกแบบบทเรียนอีเลิร์นนิ่ง อยู่ในระดับดีมาก 54.4 เป็นลำดับที่สาม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.52 และด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดี เป็นลำดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.92 นอกจากนี้ ก็ ดานันท์ มลิทอง (2543 : 275) ยังได้กล่าวไว้ว่า การใช้สื่อประสมในการศึกษา จะมีประโยชน์มากมายหลายด้าน อาทิเช่น

1. ดึงดูดความสนใจ บทเรียนคอมพิวเตอร์เป็นสื่อประสมที่ประกอบด้วย ภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหวแบบวีดิทัศน์ และเสียง นอกเหนือไปจากเนื้อหาตัวอักษร จะดึงดูดความสนใจของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี และช่วยในการสื่อสารระหว่างผู้สอนและผู้เรียนด้วย
2. การสืบค้นข้อมูลฉบับไว ด้วยสมรรถนะของการเชื่อมโยงหลายมิติ ทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ในสิ่งต่างๆ ได้กว้างขวางและหลากหลายอย่างรวดเร็วโดยไม่จำเป็นต้องเรียนไปตามลำดับเนื้อหา

3. การโต้ตอบระหว่างสื่อและผู้เรียน บทเรียนสื่อประสมจะมีจุดเชื่อมโยงหลายมิติ เพื่อให้ผู้เรียนและสื่อมีปฏิสัมพันธ์กันได้ในลักษณะสื่อประสมเชิงโต้ตอบ
4. ให้สารสนเทศหลากหลายด้วยการใช้ซีดี และดีวีดีในการให้ข้อมูลและสารสนเทศในปริมาณที่มากมายและหลากหลายรูปแบบเกี่ยวกับเนื้อหาบทเรียนที่สอน
5. ทดสอบความเข้าใจผู้เรียนบางคนอาจไม่กล้าถามข้อสงสัย หรือตอบคำถามในห้องเรียน การใช้สื่อประสมจะช่วยแก้ปัญหาในสิ่งนี้ได้ โดยการใช้นักเรียนศึกษารายบุคคล
6. สนับสนุนความคิดรวบยอด สื่อประสมสามารถแสดงสารสนเทศ เพื่อสนับสนุนความคิดรวบยอดของผู้เรียน โดยการเสนอสิ่งที่ให้ตรวจสอบย้อนหลังและแก้ไขจุดอ่อนในการเรียน

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการรวบรวมการวิจัยผลจากการเข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี สามารถไปใช้ในกรณีต่างๆ ได้ กล่าวคือ เป็นสื่อกลางในการแก้ปัญหาด้านการจัดกิจกรรมอบรมให้กับหน่วยงานต่างๆ ภายในองค์กร อีกทั้ง ยังเป็นแหล่งข้อมูลให้ผู้สนใจเข้ามาศึกษา นอกเหนือจากการเข้าโปรแกรมอบรม ซึ่งจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการอบรม จากรูปแบบหน้าที่การปฏิบัติงานแล้ว จึงไม่ค่อยมีความสะดวก สื่อดังกล่าว จึงช่วยเอื้ออำนวยและตอบสนองบุคลากรให้เกิดความรู้และประโยชน์แก่ตนเองเช่นกัน

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยสื่อประเภทเว็บเพื่อการฝึกอบรม หรือสื่อประเภทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาการทำสื่อประชาสัมพันธ์ หรือหัวข้ออื่นๆ เช่น การป้องกันโรคระบาด การปฏิบัติงานกับผู้ป่วยวิกฤต เป็นต้น
2. ควรมีการศึกษา รูปแบบการพัฒนาสื่อบนเว็บ เช่น การใช้ทรัพยากรการเรียนรู้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยเผยแพร่เนื้อหาจากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร ทั้งนี้ เพราะบุคลากรในสาขาหรือบุคคลที่สนใจสามารถเรียนรู้ได้



## รายการอ้างอิง

A.J. Romiszowski (1992). Developing auto-instructional materials from programmed texts To CAL and interactive video. United States of America, Nichols Publishing.

Angelo T. A. and Cross K. P. (1993). Classroom Assessment Techniques: A Handbook for College Teachers. San Francisco, Jossey-Bass.

Arvaniti and Theodoros N (1997). Web site structure: SIMQ tutorial (Issue 2).

Bailey G.D. and Blythe Marie (19100). "Outlining diagramming and storyboarding or how to Create great educational websites." Learning & Leading with Technology **25**(8): 7-11.

Berlo David K (1960). The Process of Communication. New York, The Free Press.

Bernays and Edward L (1952). Public Relations. Norman, University of Oklahoma Press.

Best and John W (1986). Research in Education. New Jersey, Prentice Hall.

Camplese C. and Camplese K. (19100). Web-Based Education.

Carlson R.D. and et al. (19100). So You Want to Develop Web-based Instruction - Points to Ponder.

Clark G. (1996). Glossary of CBT/WBT Terms.

Dillon B. and Mezack, M. (1991). "Identified predictors of high risk among community college telecourse student American." Journal of Distance Education **5**(1): 24-35.

Doherty (1988). "The Internet: Destined to Become a Passive Surfing Technology?" Educational Technology **38**(5): 61-63.

Driscoll M. (1997). "Defining Internet-Based and Web-Based Training." Performance Improvement **36**(4): 5-9.

Hall B. (1998). FAQ for web-based training. Multimedia and Training Newsletter.

Hannum W. (19100). Web based instruction lessons.

Heinich et al. (1996). Instructional Media and Technology for learning. United stated of America, Macmila.

Hiltz, S. (1993). "Correlates of learning in a virtual classroom." International Journal of Man-Machine Studies(93): 71-98.

Hirumi, A., and Bermudez, A. Interactivity, (1996). "Distance education and instructional systems design converge on the information superhighway." Journal of Research on Computing in Education **29**(1): 16.

James, D. (1997). Design Methodology for a Web-Based Learning Environment.

Jane Elliot (2005). Using Narrative in Social Research. Qualitative and Quantitative Approaches. London, Sage Publications.

Jones M.G. and Farquhar J. D. (1997). Web-based instruction. New Jersey, Educational Technologies Publications.

Khan, B. H. (1997). Web-Based Instruction. Englewood Cliffs. New Jersey, EducationalTechnology Publications.

Likert, R. (1967). The Method of Constructing and Attitude Scale. New York, Wiley & Son.

Mayfield Antony (2008). What is Social Media?

Meorill M. David (1998). Web-based Training. New York, John Wiley & Sons.

Nielsen, J. (1996). Top Ten Web Design Mistakes.

Parson, R. (1997). Type of the Web-based Instruction.

Pelsmacker, P. D., Geuens, M. and Bergh, J. Van den., (2000). "Marketing communications, Prentice-Hall." Halow Financial Times Prentice Hall.

Pernici B. and Casati F. (1997). The design of distance education applications based on The World Wide Web. New Jersey, Educational Technologies Publications.

Potter, D. J. (19100). Evaluation Methods Used in Web-based Instruction and Online Course, Taming the Electronic Frontier.

Pun K.F. & White A.S. (2005). "A Performance Measurement Paradigm for Integrating Strategy Formulation." A Review of Systems and Frameworks. International Journal of Management Reviews 7(1): 49-71.

Quinlan L.A. (1997). "Creating a classroom kaleidoscope with the World Wide Web." Educational Technology 37(3): 15-22.

Relan A. and Gillani B.B. (1997). Web-Based Information and the Traditional Classroom.

Shrigley R.L. (1977). "The Function of Professional Reinforcement in Supporting a More Positive Attitude of Elementary Teachers toward Science." Journal of Research in Science Teaching **14**: 317-322.

Stan Vangilder (1999). *New Techniques for Substation Training*.

Turoff and M. (1995). *Designing a Virtual Classroom*.

กนกวรรณ ใจรีน (2556). การนำเสนอกระบวนการ การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน, ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

กิดานันท์ มลิทอง (2543). เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม. กรุงเทพฯ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เกษม นครเขตต์ (2548). แนวคิดทฤษฎีเครือข่ายทางสังคม. กรุงเทพฯ.

ใจทิพย์ ณ สงขลา (2542). "การสอนผ่านเครือข่ายเวปไซด์เว็บบ." วารสารครุศาสตร์ **27**(3): 18-23.

ชลูด นิ่มเสมอ (2557). องค์ประกอบของศิลปะ. กรุงเทพฯ, สำนักพิมพ์อัมรินทร์.

ชาติ เกาทอง กับ สังคม ทองมี กับ ชำรงค์ศักดิ์ ชำรงค์เลิศฤทธิ์ และ รอง ทองดาตาศ (2551). ทัศนศิลป์ ม. 1. กรุงเทพฯ, อักษรเจริญทัศน์.

ถนอมพร เลาจรัสแสง (2544). "การสอนบนเว็บ (Web-Based Instruction) นวัตกรรมเพื่อคุณภาพการเรียนการสอน." วารสารศึกษาศาสตร์สาร **28**(1): 87-94.

ทวีชัย อภิญาวรรณนะ (2553). การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการแนะนำลูกค้าและการจัดการกระบวนการต่าง ๆ ในธุรกิจบ้านจัดสรรและอสังหาริมทรัพย์, ปริญญามหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ทิพรัตน์ สิทธิวงศ์ (2547). "Web-based Training : WBT." วารสารเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา

2(1): 8.

ทิพวรรณ พลอยงาม (2554). การเปรียบเทียบผลการเรียนรู้ด้วยสื่อมัลติมีเดียโดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้ 4 MAT ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่มีแผนการเรียนแตกต่างกัน, ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร.

บุญชม ศรีสะอาด (2546). การพัฒนาหลักสูตรและการวิจัยสำหรับครู. กรุงเทพฯ, สุวีริยาสาธ.

ปทีป เมธาคุณวุฒิ (2540). ข้อเสนอแนะในการจัดการเรียนการสอนทางไกล โดยการใช้การเรียน การสอนแบบเว็บเบส. กรุงเทพฯ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปทีป เมธาคุณวุฒิ (2540). หลักสูตรอุดมศึกษา : การประเมินและการพัฒนา. กรุงเทพฯ, นิชิน แอตเวอร์ไทซิง กรุ๊ป.

ปรัชญนันท์ นิลสุข (2543). "นิยามเว็บช่วยสอน Definition of Web-Based Instruction." วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ 12(3): 53-59.

ปาริชาติ จิตดี (2552). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และภาพลักษณ์ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ไฮสปีดแบรนด์, ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิตคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2540). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

พัลลภ พิริยะสุรวงศ์ (2541). มัลติมีเดียเพื่อการเรียนการสอน. กรุงเทพฯ, สำนักพัฒนาเทคนิคศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

มนต์ชัย เทียนทอง (2545). การออกแบบและพัฒนาคอร์สแวร์สำหรับบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน. กรุงเทพฯ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

มานิต กรินพงศ์และคณะ (2542). ออกแบบ 1. กรุงเทพฯ, วัฒนาพานิช.

รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ (2549). การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ลักษณ์ สตะเวทิน (2554). "งานประชาสัมพันธ์กับการสร้างชื่อเสียงขององค์กร = Public relations works and reputation building for organization." วารสารนักบริหาร 31(1): 191-197.

วรรณยา สมวงศ์ (2548). การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนเรื่อง "กล้องโทรทัศน์และการถ่ายภาพ" สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วรรุฒิ มั่นสุขผล (2557). การพัฒนารูปแบบการฝึกอบรมออนไลน์โดยการเรียนรู้แบบร่วมกัน เพื่อพัฒนาสมรรถนะการออกแบบการเรียนการสอนอีเลิร์นนิ่งของอาจารย์ระดับอุดมศึกษา, ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน.

วิชุดา รัตนเพียร (2542). "การเรียนการสอนผ่านเว็บ : ทางเลือกใหม่ของเทคโนโลยีการศึกษาไทย." วารสารครุศาสตร์ 27(3): 29-35.

วิรัช ฤทธิรัตนกุล (2535). การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สวนศรี ศรีแพงพงษ์ (2534). สุนทรียะทางทัศนศิลป์. กรุงเทพฯ โอเดียนสโตร์.

สะอาด ตันสุภผล (2527). คู่มือการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ, โรงพิมพ์การศาสนา.

สิทธิศักดิ์ ัญญศรีสวัสดิ์กุล (2529). ออกแบบลวดลาย = Ornament design. กรุงเทพฯ โอเดียนสโตร์.

สุวิสาข์ เหล่าเกิด (2551). การนำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุก สำหรับงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, ปริญญาศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อนันต์ ประภาโส (2558). ทฤษฎีสี. กรุงเทพฯ, ลิปประภา.

อวระกุล, ว. (2534). การประชาสัมพันธ์ : หลักและวิธีปฏิบัติ. กรุงเทพฯ, ไทยวัฒนาพานิช.

อุบลวรรณ ปิติพัฒนาโมชิต (2542). การเขียนในสื่อต่างๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอกนถน บางท่าไม้ (2560). "การพัฒนารูปแบบกิจกรรมการเรียนการสอนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการใช้อินเทอร์เน็ตเชิงสร้างสรรค์สำหรับผู้เรียนในระดับอุดมศึกษา."

วารสารมหาวิทยาลัยศิลปกร ฉบับภาษาไทย สาขาสังคมศาสตร์มนุษยศาสตร์และศิลปะ

37(1): 93-117.



ภาคผนวก







ภาคผนวก ก  
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญเครื่องมือวิจัย

**รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย**  
**รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการประเมินดัชนีความสอดคล้องของ**  
**แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นสำหรับผู้เชี่ยวชาญ**

- |                              |                                                                                                                   |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. ดร. โสภิตา สุวุฒโท        | นักวิชาการโสตทัศนศึกษา และ<br>อาจารย์ประจำสาขาเทคโนโลยีการศึกษาแพทยศาสตร์<br>คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลศิริราชพยาบาล |
| 2. คุณศิริรัตน์ เรืองสวัสดิ์ | หัวหน้างานการศึกษาหลังปริญญา<br>คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี                                                  |
| 3. คุณไชยสิทธิ์ ชาญอาวุธ     | อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์<br>มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี                                                   |

**รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่ให้แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็น**  
**สำหรับผู้เชี่ยวชาญ เรื่อง การผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร**

**ด้านเนื้อหา**

- |                            |                                                                                                   |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. คุณณัฐกานต์ สีนปรุ      | พยาบาลวิชาชีพ<br>งานบริหารกายภาพสิ่งแวดล้อมและอาชีวอนามัย<br>คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี     |
| 2. คุณณิชชาพร สุรินทร์วงศ์ | นักวิชาการโสตทัศนศึกษา<br>สาขาเทคโนโลยีการศึกษาแพทยศาสตร์<br>คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลศิริราชพยาบาล |
| 3. คุณสมเกียรติ พ้ามี      | นักวิชาการโสตทัศนศึกษา<br>สาขาเทคโนโลยีการศึกษาแพทยศาสตร์<br>คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลศิริราชพยาบาล |
| 4. คุณอนุสรณ์ โสอุดม       | หัวหน้างานประชาสัมพันธ์และธุรกิจ<br>คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี                              |

**ด้านการออกแบบ**

- |                        |                                                                   |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| 1. คุณบงกช ทองวรินทร์  | ที่ปรึกษาหน่วยงานโสตทัศนศึกษา<br>คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี |
| 2. คุณราชันย์ เสริมศรี | หัวหน้างานสื่อสารองค์กร<br>คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี       |

- |                             |                                                                                 |
|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 3. คุณอนุสรณ์ โสอุดม        | หัวหน้างานประชาสัมพันธ์และธุรกิจ<br>คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามธิบดี             |
| 4. ผศ. ดร. ทองเจือ เขียดทอง | อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ และ<br>กรรมการสภามหาวิทยาลัย ผู้แทนอาจารย์ |
| 5. คุณไชยสิทธิ์ ชาญอาวุธ    | อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์<br>มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี                 |

**รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการประเมินดัชนีความสอดคล้องของแบบประเมินคุณภาพสื่อ  
เรื่อง การผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร**

- |                              |                                                                                                                   |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. ดร. โสภิตา สุวุฒโท        | นักวิชาการโสตทัศนศึกษา และ<br>อาจารย์ประจำสาขาเทคโนโลยีการศึกษาแพทยศาสตร์<br>คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลศิริราชพยาบาล |
| 2. คุณศิริรัตน์ เรืองสวัสดิ์ | หัวหน้างานการศึกษาหลังปริญญา<br>คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามธิบดี                                                   |
| 3. คุณไชยสิทธิ์ ชาญอาวุธ     | อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์<br>มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี                                                   |

**รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการประเมินของแบบประเมินคุณภาพสื่อ  
เรื่อง การผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร**

**ด้านเนื้อหา**

- |                            |                                                                                                   |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. คุณณัฐกานต์ สีนปรุ      | พยาบาลวิชาชีพ<br>งานบริหารกายภาพสิ่งแวดล้อมและอาชีวอนามัย<br>คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามธิบดี      |
| 2. คุณราชนันย์ เสริมศรี    | หัวหน้างานสื่อสารองค์กร<br>คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามธิบดี                                        |
| 3. คุณณิชภาพร สุรินทร์วงศ์ | นักวิชาการโสตทัศนศึกษา<br>สาขาเทคโนโลยีการศึกษาแพทยศาสตร์<br>คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลศิริราชพยาบาล |

### ด้านการออกแบบ

1. คุณบงกช ทองวรินทร์ ที่ปรึกษาหน่วยงานโสตทัศนศึกษา  
คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี
2. คุณอนุสรณ์ โสอุดม หัวหน้างานประชาสัมพันธ์และธุรกิจ  
คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี
3. ผศ. ดร. ทองเจือ เขียดทอง อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ และ  
กรรมการสภามหาวิทยาลัย ผู้แทนอาจารย์

### รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการประเมินดัชนีความสอดคล้องของแบบประเมินผลงาน แบบประเมินที่ค่า (Rating scale) 4 ระดับ เกณฑ์การวัดผลแบบ Rubric scoring เรื่อง การผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร

1. ดร. โสภิตา สุวฒโต นักวิชาการโสตทัศนศึกษา และ  
อาจารย์ประจำสาขาเทคโนโลยีการศึกษาแพทยศาสตร์  
คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลศิริราชพยาบาล
2. คุณศิริรัตน์ เรืองสวัสดิ์ หัวหน้างานการศึกษาหลังปริญญา  
คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี
3. คุณบงกช ทองวรินทร์ ที่ปรึกษาหน่วยงานโสตทัศนศึกษา  
คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี

### รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการประเมินคุณภาพของผลงาน เรื่อง การผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร

1. คุณบงกช ทองวรินทร์ ที่ปรึกษาหน่วยงานโสตทัศนศึกษา  
คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี
2. ผศ. ดร. ทองเจือ เขียดทอง อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ และ  
กรรมการสภามหาวิทยาลัย ผู้แทนอาจารย์
3. คุณไชยสิทธิ์ ชาญอาวุธ อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการประเมินดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถามความพึงพอใจ  
ของผู้เข้ารับการอบรมที่มีต่อการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่อง การผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์

- |                          |                                                                                                                   |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. ดร. โสภิตา สุวุฒโท    | นักวิชาการโสตทัศนศึกษา และ<br>อาจารย์ประจำสาขาเทคโนโลยีการศึกษาแพทยศาสตร์<br>คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลศิริราชพยาบาล |
| 2. คุณไชยสิทธิ์ ชาญอาวุธ | อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์<br>มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี                                                   |
| 3. คุณบงกช ทองวรินทร์    | ที่ปรึกษาหน่วยงานโสตทัศนศึกษา<br>คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี                                                 |





ตารางที่ 12 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นสำหรับผู้เชี่ยวชาญ  
ด้านเนื้อหา จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

ข้อความคำถามของแบบสัมภาษณ์	ผู้เชี่ยวชาญ			$\sum R$	IOC	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
1. ท่านคิดว่าเนื้อหาเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพที่ควรจะนำมาพัฒนาเป็นเว็บไซต์ควรมีเนื้อหาอะไรบ้าง	+1	+1	+1	+3	1	สอดคล้อง
2. ท่านคิดว่าการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพควรมีความรู้เนื้อหาเรื่องใดบ้าง	+1	+1	+1	+3	1	สอดคล้อง
3. ท่านคิดว่าบทนำ (Introduction) เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพเนื้อหา ควรเป็นอย่างไร จึงจะทำให้ผู้เข้ารับการอบรมเกิดการเรียนรู้และสามารถนำไปสู่นโยบายเนื้อหาเรื่องต่อไปได้อย่างเต็มศักยภาพ	+1	+1	+1	+3	1	สอดคล้อง
4. ท่านคิดว่าขั้นตอนและวิธีการอบรมในเว็บไซต์ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพควรมีลักษณะอย่างไร	+1	+1	+1	+3	1	สอดคล้อง
5. ท่านคิดว่าการเข้าถึงเว็บไซต์ ร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของผู้เข้ารับการอบรมควรมีลักษณะอย่างไร	+1	+1	+1	+3	1	สอดคล้อง
6. ท่านคิดว่าการวัดและประเมินผลบทเรียนในเรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพสำหรับบุคลากร คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี ควรมีลักษณะอย่างไร	+1	+1	+1	+3	1	สอดคล้อง

ตารางที่ 13 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นสำหรับผู้เชี่ยวชาญ  
ด้านสื่อ จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

ข้อความถามของแบบสัมภาษณ์	ผู้เชี่ยวชาญ			$\sum R$	IOC	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
1. ท่านคิดว่าการนำเสนอเนื้อหาของการนำเข้าสู่เนื้อหาในเว็บไซต์ ร่วมกับ สื่อสังคมออนไลน์ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ควรมีลักษณะอย่างไร	+1	+1	+1	+3	1	สอดคล้อง
2. ท่านคิดว่ารูปแบบเว็บไซต์ ร่วมกับ สื่อสังคมออนไลน์ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ควรมีลักษณะอย่างไร 2.1 ด้านการดำเนินเรื่องตามเนื้อหา 2.2 ลักษณะของภาพ 2.3 การออกแบบด้านกราฟิก 2.4 การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับการอบรม 2.5 ลักษณะของเสียง - เสียงดนตรี - เสียงบรรยาย	+1	+1	+1	+3	1	สอดคล้อง
3. ท่านคิดว่าควรใช้ลักษณะเทคนิคใด ในการทำเว็บไซต์ ร่วมกับ สื่อสังคมออนไลน์ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ควรมีลักษณะอย่างไร เพราะอะไร	+1	+1	+1	+3	1	สอดคล้อง
4. การอบรมผ่านเว็บไซต์ ร่วมกับ สื่อสังคมออนไลน์ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ควรมีกิจกรรมระหว่างการอบรมหรือไม่ อย่างไร	+1	+1	+1	+3	1	สอดคล้อง



ตารางที่ 14 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบประเมินคุณภาพการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่อง การผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา 3 ท่าน

รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ			$\sum R$	IOC	ความคิดเห็น
	1	2	3			
<b>ด้านการเกริ่นนำ (Intro)</b>						
1. การนำเข้าสู่เนื้อหาที่น่าสนใจ	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
2. เนื้อหาที่มีความชัดเจน มีการออกแบบให้ ใช้ง่ายไม่สับสน	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
3. การแจ้งวัตถุประสงค์ให้ผู้เข้ารับการอบรม ทราบ	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
<b>ด้านเนื้อหา</b>						เหมาะสม
4. เนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	+1	+1	+1	+3	1	
5. เนื้อหาที่มีความถูกต้องตามหลักวิชา	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
6. เนื้อหาที่มีความสัมพันธ์ต่อเนื่อง	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
7. เนื้อหาที่มีความยากง่ายเหมาะสมกับ ผู้เข้ารับการอบรม	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
8. ความเหมาะสมของจำนวนข้อสอบหรือ แบบทดสอบ	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
<b>ด้านการใช้ภาษา</b>						เหมาะสม
9. การใช้ภาษามีความถูกต้องเหมาะสม	+1	+1	+1	+3	1	
10. การใช้ภาษาสามารถสื่อความหมาย ได้ชัดเจน	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
11. การใช้ภาษามีความยากง่ายเหมาะสม กับผู้เข้ารับการอบรม	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
<b>ด้านการวัดผลประเมินผล</b>						เหมาะสม
12. มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและจุดประสงค์ การอบรม	+1	+1	+1	+3	1	
13. ผู้เข้ารับการอบรมสามารถประเมิน ความเข้าใจของตนเองจากการศึกษาในสื่อเองได้	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
14. ส่งเสริมทักษะด้านการคิด วิเคราะห์ และ การนำไปประยุกต์ใช้หน่วยงานหรือหน้าที่ ความรับผิดชอบ	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม

ตารางที่ 15 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบประเมินคุณภาพสื่อเว็บ เรื่อง การผลิตสื่อ  
 ประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร โดยผู้เชี่ยวชาญ ด้านสื่อ 3 ท่าน

รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ			$\sum R$	IOC	ความคิดเห็น
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
<b>ด้านการกรีนนำ (Intro)</b>						เหมาะสม
1. การนำเข้าสู่เนื้อหาที่มีความน่าสนใจ	+1	+1	+1	+3	1	
2. สื่อมีการออกแบบให้ใช้ง่าย เมนูไม่สับสน	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
3. มีเอกสารแจ้งวัตถุประสงค์ให้ผู้เข้าชมทราบ	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
<b>ด้านกราฟิกและการออกแบบ</b>						เหมาะสม
4. การออกแบบหน้าจอมีความสวยงามเหมาะสม	+1	+1	+1	+3	1	
5. ภาพประกอบ, ภาพเคลื่อนไหวสามารถสื่อ ความหมายได้ชัดเจน และมีความสอดคล้องกับ เนื้อหา	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
6. มีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ และ ภาพมีความน่าสนใจ	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
7. ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม	0	+1	+1	+2	0.67	เหมาะสม
8. ความยาวของข้อความมีความเหมาะสม	+1	+1	0	+2	0.67	เหมาะสม
9. เสียงดนตรีประกอบ และเสียงบรรยายมี ความเหมาะสม	0	+1	+1	+2	0.67	เหมาะสม
10. ความเหมาะสมของเวลาในการนำเสนอเนื้อหา	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
11. มีรูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาได้อย่าง เหมาะสมและน่าสนใจ	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
<b>ด้านเทคนิคการนำเสนอ</b>						เหมาะสม
12. สื่อมีการออกแบบทางเทคนิคที่ดี	+1	+1	+1	+3	1	
13. สื่อมีปฏิสัมพันธ์และโต้ตอบกับผู้ชม	+1	+1	0	+2	0.67	เหมาะสม
14. การควบคุมเนื้อหา ง่าย สะดวก และสามารถ ย้อนกลับไปยังจุดต่างๆ ได้	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
<b>ด้านองค์ประกอบทั่วไป</b>						เหมาะสม
15. ความยากง่าย และความสะดวกในการเรียกใช้	+1	+1	+1	+3	1	
16. ผู้เรียนได้รับประโยชน์หลังจากการอบรม	0	+1	+1	+2	0.67	เหมาะสม
17. เอกสารการอบรมที่ใช้ประกอบกับสื่อมีความ	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม

ตารางที่ 16 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบประเมินผลงาน ซึ่งเป็นแบบประเมินที่ค่า (Rating scale) 4 ระดับ (เป็นเกณฑ์การวัดผลแบบ Rubric scoring) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

จุดประสงค์การเรียนรู้	รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ			$\sum R$	IOC	ความคิดเห็น
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
เพื่อการสร้างสรรค์ชิ้นงาน ได้อย่างถูกต้องตามหลักองค์ประกอบศิลป์ และมีความสอดคล้องกับหัวข้อที่กำหนด	คำสั่งกรูณาออกแบบโปสเตอร์ โฆษณาภายใต้หัวข้อการรณรงค์โรคออฟฟิสซินโดรม	+1	+1	+1	+3	1	นำไปใช้ได้
	<b>เกณฑ์</b>	+1	+1	+1	+3	1	นำไปใช้ได้
	1. ตั้งชื่อ (Header) ให้สอดคล้องกับหัวข้อที่กำหนดและความคิดสร้างสรรค์	+1	+1	+1	+3	1	นำไปใช้ได้
	2. สื่อมีการใช้องค์ประกอบศิลป์	+1	+1	+1	+3	1	นำไปใช้ได้
	2.1 รูปแบบการจัดวางภาพ	+1	+1	+1	+3	1	นำไปใช้ได้
	2.2 การเลือกใช้สี	+1	+1	+1	+3	1	นำไปใช้ได้
	2.3 การเลือกแบบและจัดวางตัวอักษร	+1	+1	+1	+3	1	นำไปใช้ได้
	3. สื่อมีความน่าสนใจ มีจุดเด่น	+1	+1	+1	+3	1	นำไปใช้ได้
	4. สื่อสามารถเล่า บอกเรื่องราว นำเสนอ ได้ตรงประเด็น และถูกต้อง	+1	+1	+1	+3	1	นำไปใช้ได้
5. มีประโยชน์ต่อตนเองและหน่วยงาน	+1	+1	+1	+3	1	นำไปใช้ได้	
6. ส่งงานตรงตามระยะเวลาที่กำหนด	+1	+1	+1	+3	1	นำไปใช้ได้	

ตารางที่ 17 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบประเมินความพึงพอใจ จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			$\sum R$	IOC	ความคิดเห็น
	1	2	3			
1. สื่อมีความน่าสนใจ และกระตุ้นการเรียนรู้	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
2. การแบ่งเนื้อหาและความยากง่ายมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
3. เนื้อหามีความกระชับ เข้าใจง่าย	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
4. ความถูกต้องของเนื้อหา สอดคล้องตามหลักสูตร	0	+1	+1	+2	0.66	เหมาะสม
5. การจัดรูปแบบและการนำเสนอของสื่อ มีความหลากหลาย	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
6. การออกแบบและภาพประกอบมีความสวยงาม เหมาะสม	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
7. ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
8. เสียงดนตรี และเสียงบรรยายมีความเหมาะสมและชัดเจน	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม
9. รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ สนทนา สื่อสารมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	+3	1	เหมาะสม



ภาคผนวก ค  
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 18 แสดงผลการประเมินผลการออกแบบโปสเตอร์โฆษณา ภายใต้หัวข้อการรณรงค์  
โรคออฟฟิศซินโดรม

ผู้อบรม คนที่	ผู้ประเมิน			ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
1	100.00	97.50	97.50	98.33	ดีเยี่ยม
2	87.50	87.50	85.00	86.67	ดีเยี่ยม
3	95.00	95.00	95.00	95.00	ดีเยี่ยม
4	60.00	60.00	65.00	61.67	ดี
5	82.50	80.00	65.00	75.83	ดี
6	97.50	95.00	92.50	95.00	ดีเยี่ยม
7	75.00	75.00	65.00	71.67	ดี
8	90.00	90.00	75.00	85.00	ดีเยี่ยม
9	80.00	80.00	85.00	81.67	ดีเยี่ยม
10	85.00	95.00	95.00	91.67	ดีเยี่ยม
11	60.00	60.00	65.00	61.67	ดี
12	77.50	80.00	85.00	80.83	ดีเยี่ยม
13	85.00	90.00	90.00	88.33	ดีเยี่ยม
14	62.50	65.00	67.00	64.83	ดี
15	70.00	90.00	92.50	84.17	ดีเยี่ยม
16	60.00	65.00	62.50	62.50	ดี
17	60.00	60.00	65.00	61.67	ดี
18	72.50	85.00	90.00	82.50	ดีเยี่ยม
19	87.50	87.50	80.00	85.00	ดีเยี่ยม
20	95.00	95.00	75.00	88.33	ดีเยี่ยม
21	75.00	87.50	87.50	83.33	ดีเยี่ยม
22	82.50	82.50	82.50	82.50	ดีเยี่ยม
23	97.50	95.00	95.00	95.83	ดีเยี่ยม
24	72.50	87.50	87.50	82.50	ดีเยี่ยม
25	80.00	80.00	80.00	80.00	ดีเยี่ยม
26	60.00	60.00	65.00	61.67	ดี
			<b>รวม</b>	<b>98.33</b>	<b>ดีเยี่ยม</b>

ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมที่มีต่อการฝึกอบรมผ่านเว็บ  
การผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อบุคลากร

ข้อ	รายการประเมิน	ความถี่ (คน)					$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ พึงพอใจ
		ระดับความพึงพอใจ							
		5	4	3	2	1			
1	สื่อมีความน่าสนใจ และกระตุ้น การเรียนรู้	10	13	2	1	0	4.23	0.76	มาก
2	การแบ่งเนื้อหาและความยากง่าย มีความเหมาะสม	8	10	7	1	0	3.96	0.87	มาก
3	เนื้อหามีความกระชับ เข้าใจง่าย	8	7	5	6	0	3.65	1.16	มาก
4	ความถูกต้องของเนื้อหา สอดคล้อง ตามหลักสูตร	10	11	5	0	0	4.19	0.75	มาก
5	การจัดรูปแบบและการนำเสนอของ สื่อมีความหลากหลาย	11	12	3	0	0	4.31	0.68	มาก
6	การออกแบบและภาพประกอบมี ความสวยงาม เหมาะสม	11	11	2	2	0	4.19	0.90	มาก
7	ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมี ความเหมาะสม	9	10	6	1	0	4.04	0.87	มาก
8	เสียงดนตรี และเสียงบรรยายมี ความเหมาะสมและชัดเจน	14	8	2	2	0	4.31	0.93	มาก
9	รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ สนทนา สื่อสาร มีความเหมาะสม	13	12	1	0	0	4.46	0.58	มาก
รวม		94	94	33	13	0	4.15	0.86	

ภาคผนวก ง  
เครื่องมือวิจัย





## แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็น

### สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาสื่อการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ

**เรื่อง** การฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามธิบดี

**คำชี้แจง** แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็นในการพัฒนาเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามธิบดี เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาเว็บไซต์ ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดช่วยตอบตามความเป็นจริง แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน

**ตอนที่ 1** สถานภาพและข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ .....

อายุ.....ปี เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง

วุฒิการศึกษา.....

ตำแหน่ง.....

สถานที่ทำงาน.....

ประสบการณ์ในการทำงานวงการประกันภัย.....ปี

**ตอนที่ 2** ความคิดเห็นและแนวทางในพัฒนาเว็บไซต์ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามธิบดี

1. ท่านคิดว่าเนื้อหาเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ที่ควรนำมาพัฒนาเว็บไซต์ควรมีเนื้อหาอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ควรมีความรู้เนื้อหาในด้านใดบ้าง

.....

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าบทนำ (Introduction) เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ เนื้อหาควรเป็นอย่างไร จึงจะทำให้ผู้เข้ารับการอบรมเกิดการเรียนรู้และนำไปสู่เนื้อหาเรื่องต่อไปได้อย่างเต็มศักยภาพ

.....

.....

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่าขั้นตอนและวิธีการอบรมในเว็บไซต์ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพควรมีลักษณะอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

5. ท่านคิดว่าการเข้าถึงเว็บไซต์ ร่วมกับ สื่อสังคมออนไลน์ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของผู้เข้ารับการอบรมควรมีลักษณะอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

6. ท่านคิดว่าการวัดและประเมินผลบทเรียนในเรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพสำหรับบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดีควรมีลักษณะอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

5. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....



ลงชื่อ.....ผู้ให้สัมภาษณ์

(.....)

ตำแหน่ง

.....

..... / .....

**แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็น**  
**สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเว็บไซต์**  
**เรื่องการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ**

**เรื่อง** การฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามธิบดี

**คำชี้แจง** แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็นในการพัฒนา เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามธิบดี เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาเว็บไซต์ ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดช่วยตอบตามความเป็นจริง แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน

**ตอนที่ 1** สถานภาพและข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ .....

อายุ.....ปี เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง

วุฒิการศึกษา.....

ตำแหน่ง.....

สถานที่ทำงาน.....

ประสบการณ์ในการทำงานวงการประกันภัย.....ปี

**ตอนที่ 2** ความคิดเห็นและแนวทางในพัฒนาเว็บ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามธิบดี

1. ท่านคิดว่ากรนำเสนอเนื้อหาของการนำเข้าสู่เนื้อหาในเว็บ เรื่องการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ควรมีลักษณะอย่างไร

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่ารูปแบบเว็บ เรื่องการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ ควรมีลักษณะอย่างไร

2.1 ด้านการดำเนินเรื่องตามเนื้อหา

.....

.....

.....

2.2 ลักษณะของภาพ

.....

.....

.....

2.3 การออกแบบด้านกราฟิก

.....

.....

.....

2.4 การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับการอบรม

.....

.....

.....

2.5 ลักษณะของเสียง

- เสียงดนตรี

.....

.....

.....

- เสียงบรรยาย

.....

.....

.....

- อื่นๆ

.....

.....

3. ท่านคิดว่าควรใช้ลักษณะเทคนิคใดในการทำเว็บ เรื่องการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพ ควรมีลักษณะอย่างไร เพราะอะไร

.....

.....

.....

.....

4. การอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพ ควรมีกิจกรรม ระหว่างการอบรมหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

5. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....



ลงชื่อ.....ผู้ให้สัมภาษณ์

(.....)

ตำแหน่ง .....

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

**แบบประเมินคุณภาพสื่อ “การฝึกอบรมผ่านเว็บ  
เรื่อง การผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร” (ด้านเนื้อหา)**

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ( ✓ ) ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน

- 5 หมายถึง ดีมาก  
4 หมายถึง ดี  
3 หมายถึง พอใช้  
2 หมายถึง น้อย  
1 หมายถึง น้อยมาก

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น					หมายเหตุ
	5	4	3	2	1	
<b>ด้านการเกริ่นนำ (Intro)</b>						
1. การนำเข้าสู่เนื้อหามีความน่าสนใจ						
2. เนื้อหามีความชัดเจน มีการออกแบบให้ใช้ง่ายไม่สับสน						
3. การแจ้งวัตถุประสงค์ให้ผู้เข้ารับการอบรมทราบ						
<b>ด้านเนื้อหา</b>						
4. เนื้อหามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์						
5. เนื้อหามีความถูกต้องตามหลักวิชา						
6. เนื้อหามีความสัมพันธ์ต่อเนื่อง						
7. เนื้อหาความยากง่ายเหมาะสมกับผู้เข้ารับการอบรม						
8. ความเหมาะสมของจำนวนข้อสอบหรือแบบทดสอบ						
<b>ด้านการใช้ภาษา</b>						
9. การใช้ภาษามีความถูกต้องเหมาะสม						
10. การใช้ภาษาสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน						
11. การใช้ภาษาความยากง่ายเหมาะสมกับ ผู้เข้ารับการอบรม						
<b>ด้านการวัดผลประเมินผล</b>						
12. มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและจุดประสงค์การอบรม						
13. ผู้เข้ารับการอบรมสามารถประเมินความเข้าใจของตนเองจากการศึกษาในสื่อเองได้						
14. ส่งเสริมทักษะด้านการคิด วิเคราะห์ และการนำไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงานหรือหน้าที่ความรับผิดชอบ						

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้ประเมิน





**แบบประเมินคุณภาพสื่อ “การฝึกอบรมผ่านเว็บ  
เรื่อง การผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร” (ด้านสื่อ)**

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ( ✓ ) ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน

- 5 หมายถึง ดีมาก  
4 หมายถึง ดี  
3 หมายถึง พอใช้  
2 หมายถึง น้อย  
1 หมายถึง น้อยมาก

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น					หมายเหตุ
	5	4	3	2	1	
<b>ด้านการเกริ่นนำ (Intro)</b>						
1. การนำเข้าสู่เนื้อหาที่มีความน่าสนใจ						
2. สื่อมีการออกแบบให้ใช้ง่าย เมนูไม่สับสน						
3. มีเอกสารแจ้งวัตถุประสงค์ให้ผู้เข้าอบรมทราบ						
<b>ด้านกราฟิกและการออกแบบ</b>						
4. การออกแบบหน้าจอมีความสวยงามเหมาะสม						
5. ภาพประกอบ, ภาพเคลื่อนไหวสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน และมีความสอดคล้องกับเนื้อหา						
6. มีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ และภาพมีความน่าสนใจ						
7. ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม						
8. ความยาวของข้อความมีความเหมาะสม						
9. เสียงดนตรีประกอบ และเสียงบรรยายมีความเหมาะสม						
10. ความเหมาะสมของเวลาในการนำเสนอเนื้อหา						
11. มีรูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาได้อย่างเหมาะสมและน่าสนใจ						
<b>ด้านเทคนิคการนำเสนอ</b>						
12. สื่อมีการออกแบบทางเทคนิคที่ดี						
13. สื่อมีปฏิสัมพันธ์และโต้ตอบกับผู้อบรมสม่ำเสมอ						
14. การควบคุมเนื้อหา ง่าย สะดวก และสามารถย้อนกลับไปยัง จุดต่างๆ ได้						
<b>ด้านองค์ประกอบทั่วไป</b>						
15. ความยากง่าย และความสะดวกในการเรียกใช้สื่อ						
16. ผู้เรียนได้รับประโยชน์หลังจากการอบรม						
17. เอกสารการอบรมที่ใช้ประกอบกับสื่อมีความเหมาะสม						

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้ประเมิน



**แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอบรมที่มีต่อการฝึกอบรมผ่านเว็บไซต์**  
**เรื่อง การผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร**

**ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ  ชาย  หญิง
2. อายุ  น้อยกว่า 21 ปี  21 – 30 ปี  
 31 – 40 ปี  ตั้งแต่ 41 ปี
3. หน่วยงาน (ระบุ)
- .....

**ตอนที่ 2** ความพึงพอใจในเข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บไซต์ เรื่อง การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ

**คำชี้แจง** โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องทางขวามือ ตามความพึงพอใจของท่าน โดยมีน้ำหนักคะแนน ดังนี้

**ระดับความพึงพอใจ**

- ระดับคะแนน 5 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
- ระดับคะแนน 4 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
- ระดับคะแนน 3 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
- ระดับคะแนน 2 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
- ระดับคะแนน 1 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. สื่อมีความน่าสนใจ ดึงดูด และกระตุ้นการเรียนรู้					
2. การแบ่งเนื้อหาและความยากง่ายมีความเหมาะสม					
3. เนื้อหามีความกระชับ เข้าใจง่าย					
4. ความถูกต้องของเนื้อหา					
5. การจัดรูปแบบและการนำเสนอของสื่อมีความหลากหลาย					
6. การออกแบบและภาพประกอบมีความสวยงาม เหมาะสม					
7. ขนาดและรูปแบบของตัวอักษรมีความเหมาะสม					
8. เสียงดนตรี และเสียงบรรยายมีความเหมาะสมและชัดเจน					
9. รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ สนทนา สื่อสารมีความเหมาะสม					
10. อื่นๆ (ระบุ) .....					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



## รายละเอียดการอบรม (Course Outline)

**ชื่อวิชา** เรื่อง การผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากร

**เนื้อหารายวิชา** ความหมายของสื่อและประชาสัมพันธ์ ตลอดจนบทบาท วัตถุประสงค์ อิทธิพล และความรับผิดชอบ ของการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพที่มีต่อสังคม กลุ่มเป้าหมายและกระบวนการ ในการดำเนินการและจรรยาบรรณ ของนักประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งเลือกใช้เทคนิคในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของบุคลากรให้ตรงตามวัตถุประสงค์ได้

### จุดประสงค์รายวิชา

4. เข้าใจและให้คำจำกัดความหมายของสื่อ การประชาสัมพันธ์ และหลักการประชาสัมพันธ์เบื้องต้น
5. อธิบายบทบาทของสื่อที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ
6. หาความสัมพันธ์และเปรียบเทียบอิทธิพลของสื่อที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคได้
7. เข้าใจองค์ประกอบของการออกแบบ และเลือกใช้ได้อย่างเหมาะสม
8. รู้และวิเคราะห์เทรนด์การตลาดและการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันได้
9. พิจารณาเลือกใช้สื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมายได้

### หัวข้อของเนื้อหา / ระยะเวลาอบรม

1. สื่อประชาสัมพันธ์
  1. สื่อ
  2. การประชาสัมพันธ์
  3. องค์ประกอบและหลักการประชาสัมพันธ์
  4. วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์
  5. ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท
  6. หลักการประชาสัมพันธ์
2. สื่อที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ
  7. ความหมายของสุขภาพ
  8. สุขภาพตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง
  9. สื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ
  10. อิทธิพลและหลักการพิจารณาสื่อ
3. เทคนิคการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
  11. องค์ประกอบพื้นฐาน
  12. บทบาทและความสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์
  13. บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องกับสื่อโฆษณา

14. ข้อดีและข้อเสียของการประชาสัมพันธ์
15. เทรนการตลาดและการประชาสัมพันธ์
16. การเรียนรู้ยุคเทคโนโลยี

#### ระยะเวลาอบรม

จำนวน 5 สัปดาห์ รายละเอียดดังนี้

สัปดาห์ ที่	วัน เดือน ปี	หน่วยการเรียนรู้	เครื่องมือ	เวลา (สัปดาห์)
1	27 มี.ค. – 2 เม.ย. 2561	ปฐมนิเทศ	- เอกสารประกอบการอบรม - เว็บเพื่อการฝึกอบรม เรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร	1
1 – 2	27 มี.ค. – 9 เม.ย. 2561	หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 เรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์	- เว็บเพื่อการฝึกอบรม เรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร - แบบทดสอบท้ายหน่วย	1
3	9 – 16 เม.ย. 2561	หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 เรื่อง สื่อที่เกี่ยวกับสุขภาพ	- เว็บเพื่อการฝึกอบรม เรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร - แบบทดสอบท้ายหน่วย	1
4 – 5	17 – 30 เม.ย. 2561	หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 เรื่อง เทคนิคการผลิต สื่อประชาสัมพันธ์ พร้อมทำแบบสอบถาม ความพึงพอใจ	- เว็บเพื่อการฝึกอบรม เรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสุขภาพของบุคลากร - แบบทดสอบ (สร้างชิ้นงาน) - แบบประเมินผล การออกแบบโปสเตอร์ โฆษณา (รูปค สกอร์) - แบบประเมิน ความพึงพอใจ	2

เอกสารอธิบายการลงทะเบียนการฝึกอบรมผ่านเว็บ  
เรื่อง “การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ”

1. เปิดเข้าใช้งานที่ URL : 10.6.22.114/Eonline  
แล้วจะพบหน้าต่างการเข้าใช้งานดังกล่าว ↓



2. กดปุ่ม **Register** เพื่อสมัครใช้งานครั้งแรก  
โดยกรอกข้อมูลให้ครบทุกช่อง →  
จากนั้นกดปุ่ม **บันทึกข้อมูล**

Register

ตำแหน่ง :	<input type="text" value="นางสาว"/>
ชื่อ-นามสกุล :	<input type="text" value="ศุภลักษณ์"/>
เบอร์โทรศัพท์ :	<input type="text" value="0851440201"/>
Email :	<input type="text" value="suphaluk_saw@gmail.com"/>
หน่วยงาน :	<input type="text" value="โสตทัศนศึกษา"/>
รหัสผ่าน :	<input type="text" value="....."/>
ยืนยันรหัสผ่าน :	<input type="text" value="....."/>
	<input type="button" value="กลับหน้า Login"/> <input type="button" value="บันทึกข้อมูล"/>

3. จะปรากฏหน้าต่างดังกล่าว ↓ แสดงว่าลงทะเบียนเข้ารับการอบรมครบถ้วน จากนั้นให้กลับไปเมนูหลัก



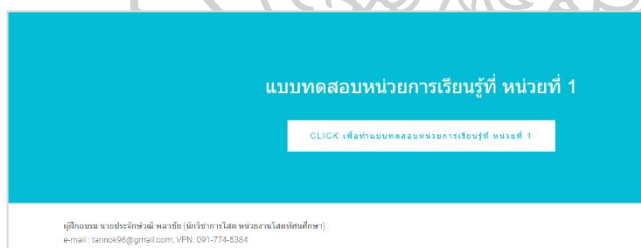
4. แล้วจะพบหน้าต่างการเข้าใช้งาน ให้กรอก ID และ Password แล้วกดปุ่ม **เข้าสู่ระบบ**



5. จะเข้าสู่การอบรมผ่านเว็บจะปรากฏหน่วยเรียนจำนวน 3 หน่วย → ให้เริ่มอบรมจากหน่วยที่ 1, 2 และ 3 ตามลำดับ



6. เมื่อกดเข้าไปอบรมในหน่วยที่ 1 จะปรากฏเนื้อหาการอบรม ซึ่งประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์เนื้อหาในรูปแบบ , สื่อมัลติมีเดีย และเมื่อศึกษาจบแล้ว ให้ทำแบบทดสอบหน่วยที่ 1 ↓ (สามารถทำแบบทดสอบได้เพียงครั้งเดียว)



7. ให้ผู้ฝึกอบรมศึกษาและทำแบบทดสอบทุกครั้งทีอบรมในแต่ละหน่วยจบ ให้เริ่มอบรมจากหน่วยที่ 1, 2 ตามลำดับ

8. หน่วยที่ 3 เมื่อผู้อบรมศึกษาเนื้อหา ให้ดำเนินการออกแบบชิ้นงานตามคำสั่ง พร้อมส่งชิ้นงานตามกำหนด



**คำสั่ง:** กรุณาออกแบบโปสเตอร์โฆษณาภายใต้หัวข้อการรณรงค์โรคออฟฟิศซินโดรม  
เงื่อนไข:

1. ขนาด A4 (21.59 x 27.54 cm.) แนวตั้ง
2. ออกแบบจากโปรแกรมใดก็ได้
3. ช่องทางการส่ง ทาง
  - E-mail : prajakwut96@gmail.com
  - ID Line : prajakwut
4. กำหนดส่ง วันที่ 30 เมษายน 2561 ภายในเวลา 23.59 น.

**เกณฑ์การวัดผล:**

- |                                                                                                                                                                        |                |                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------------------|
| 1. ตั้งชื่อ (Header) ให้สอดคล้องกับหัวข้อที่กำหนด<br>และความคิดสร้างสรรค์                                                                                              | 20             | คะแนน                   |
| 2. สื่อมีการใช้องค์ประกอบศิลป์ <ul style="list-style-type: none"> <li>- รูปแบบการจัดวางภาพ</li> <li>- การเลือกใช้สี</li> <li>- การเลือกแบบและจัดวางตัวอักษร</li> </ul> | 20<br>10<br>10 | คะแนน<br>คะแนน<br>คะแนน |
| 3. สื่อมีความน่าสนใจ มีจุดเด่น และดึงดูด                                                                                                                               | 10             | คะแนน                   |
| 4. สื่อสามารถเล่า บอกเรื่องราว และนำเสนอได้ตรงประเด็น                                                                                                                  | 10             | คะแนน                   |
| 5. มีประโยชน์ต่อตนเองและหน่วยงาน                                                                                                                                       | 10             | คะแนน                   |
| 6. ส่งงานตรงตามระยะเวลาที่กำหนด                                                                                                                                        | 10             | คะแนน                   |
| <b>รวม</b>                                                                                                                                                             | <b>100</b>     | <b>คะแนน</b>            |



เกณฑ์การประเมินผลการออกแบบโปสเตอร์โฆษณาภายใต้หัวข้อการณรงค์โรคออฟฟิสซินโดรม  
ผู้อบรม ..... ส่งชิ้นงานเมื่อวันที่ .....

องค์ประกอบ	ระดับคุณภาพ				คะแนน	
	ดีเยี่ยม	ดี	พอใช้	ต้องปรับปรุง	เต็ม	ที่ได้
<b>ด้านการออกแบบ</b>						
7. ตั้งชื่อ (Header) และความคิดสร้างสรรค์	มีความคิดสร้างสรรค์มากที่สุด	มีความคิดสร้างสรรค์มาก	มีความคิดสร้างสรรค์ปานกลาง	มีความคิดสร้างสรรค์น้อย	20	
8. การใช้องค์ประกอบศิลป์ 2.1 รูปแบบการจัดวางภาพ	รูปแบบการจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสมมากที่สุด	รูปแบบการจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสมมาก	รูปแบบการจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสมปานกลาง	รูปแบบการจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสมน้อย	20	
2.2 การเลือกใช้สีและเทคนิคศิลป์	ใช้สีอย่างเหมาะสมและเทคนิค มากกว่า 3 เทคนิคขึ้นไป	ใช้สีอย่างเหมาะสมและเทคนิคทางศิลป์ 3 เทคนิค	ใช้สีอย่างเหมาะสมและเทคนิคทางศิลป์ 2 เทคนิค	ใช้สีอย่างและเทคนิคทางศิลป์	10	
2.3 แบบและการจัดวางตัวอักษร	รูปแบบของตัวอักษรมีความเหมาะสมมากที่สุด	รูปแบบของตัวอักษรมีความเหมาะสมมาก	รูปแบบของตัวอักษรมีความเหมาะสมปานกลาง	รูปแบบของตัวอักษรมีความเหมาะสมน้อย	10	
<b>ด้านเนื้อหา</b>						
9. สื่อมีความน่าสนใจ มีจุดเด่น และดึงดูด	ความน่าสนใจ มีจุดเด่น และดึงดูดมากที่สุด	ความน่าสนใจ มีจุดเด่น และดึงดูดมาก	ความน่าสนใจ มีจุดเด่น และดึงดูดปานกลาง	ความน่าสนใจ มีจุดเด่น และดึงดูดน้อย	10	
10. สื่อสามารถบอกเล่าเนื้อหา และนำเสนอได้ตรงประเด็น เหมาะสม	นำเสนอได้ตรงประเด็นเหมาะสมทุกจุด	นำเสนอเนื้อหาผิดพลาด 1 จุด	นำเสนอเนื้อหาผิดพลาด 2 จุด	นำเสนอเนื้อหาผิดพลาด 3 จุด	10	
11. มีประโยชน์ต่อตนเองและหน่วยงาน	มีประโยชน์ต่อตนเองและหน่วยงานมากที่สุด	มีประโยชน์ต่อตนเองและหน่วยงานมาก	มีประโยชน์ต่อตนเองและหน่วยงานปานกลาง	มีประโยชน์ต่อตนเองและหน่วยงานน้อย	10	
<b>ด้านความรับผิดชอบ</b>						
12. ส่งงานตรงตามระยะเวลาที่กำหนด	ส่งงานตรงตามระยะเวลาที่กำหนด	ส่งงานระยะเลยเวลาที่กำหนด 1 วัน	ส่งงานระยะเลยเวลาที่กำหนด 2 วัน	ส่งงานระยะเลยเวลาที่กำหนด 3 วัน	10	
<b>คะแนนรวม</b>					<b>100</b>	

คะแนน	ความหมาย
78-100	ดีเยี่ยม
55-77	ดี
32-54	พอใช้
8-31	ต้องปรับปรุง

 ผ่าน

 ไม่ผ่าน (ต้องปรับปรุง)

หน้าจอการเข้ารับการฝึกอบรมผ่านเว็บ เรื่องการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพ

internet  
strategy  
publicity  
audience  
advertising  
internet  
public interest  
manipulation  
campaign  
public interest  
public interest  
media  
language  
spin  
technique  
point of view  
social media  
social media  
point of view  
influence  
communication  
people  
image  
tactics  
strategy  
point of view  
social media  
communication  
information  
opinion  
mark  
policy  
spin  
internet  
tactics

media  
manipulation  
people  
audience  
advertising  
ethics  
publicity  
public relations  
marketing  
ethics  
marketing  
people  
language  
social media  
television  
PR  
information  
ethics  
press  
communication  
audience  
press  
influence  
manipulation  
opinion  
press

การอบรมเรื่อง การผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์

Enter your name

Password

เข้าสู่ระบบ  
Register

← → C Not secure | 10.6.22.114/eonline/register.aspx

## Register

คำนำหน้า :

ชื่อ-นามสกุล :

เบอร์โทรศัพท์ :

Email :

หน่วยงาน :

รหัสผ่าน :

ยืนยันรหัสผ่าน :

กลับหน้า Login

บันทึกข้อมูล

ชื่อผู้ใช้ : นาย ประจักษ์วุฒิ พลาศิชัย HOME REPORT LOG OUT

### การออกแบบสื่อ

เนื้อหาวิชา ความหมายของสื่อและประชาสัมพันธ์ ตลอดจนบทบาท วัตถุประสงค์ วิถีพล และงานที่เกี่ยวข้อง ของการประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพที่ดีต่อสังคม กลุ่มเป้าหมาย และกระบวนการในการดำเนินการ และการขยายผล ของประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสุขภาพของคณะ การสาธารณสุขวิทยาลัยสงขลานครินทร์

หน่วยที่ 1  
สื่อประชาสัมพันธ์

หน่วยที่ 2  
สื่อเกี่ยวกับสุขภาพ

หน่วยที่ 3  
เทคนิคการคัดเลือกช่องทางสื่อ

ผู้เขียนบท นายประจักษ์วุฒิ พลาศิชัย (นักวิชาการโสต พจนานุกรมโสตศึกษา)  
e-mail : tamok96@gmail.com, VPN : 091-774-5384



10.6.22.114/online/pages/p3.aspx HOME REPORT LOG OUT

### การออกแบบโปสเตอร์

หลักการออกแบบโปสเตอร์ ในการออกแบบโปสเตอร์มีสิ่งที่ควรคำนึงถึงต่อไปนี้

- 1. ความเป็นเอกภาพ (Unity)**  
เป็นการทำให้สาระ และองค์ประกอบทุกส่วน มีความสัมพันธ์คล้องจองกัน เป็นการสร้างจุดรวม สายตา และการเน้นให้องค์ประกอบนั้น มีความโดดเด่นยิ่งขึ้น
- 2. ดุลยภาพ หรือ ความสมดุล (Balancing)**  
เป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้ดูเกิดความรู้สึกผ่อนคลาย ดูเป็นระเบียบ เหมาะกับงานที่เป็นทางการ เป็นการออกแบบให้ผู้ดูรู้สึกว่ามี ความหนักน หนักไม่เอียง หรือหนักไปในด้านใดด้านหนึ่ง ความ สมดุลในการออกแบบกราฟิก เป็นเรื่องของความงาม ความน่าสนใจ การจัดการสมดุลในด้านรูปแบบ และสี มีอยู่ 2 ลักษณะคือ  
สมดุลแบบซ้ายขวาเท่ากัน (Formal of Symmetrical Balance)  
สมดุลซ้ายขวานไม่เท่ากัน (Formal of Asymmetrical Balance)
- 3. สัดส่วน (Proportion)**  
เป็นความพอเหมาะพอดีทั้งส่วนสัดส่วน และรูปร่าง เป็นการเน้นเรื่องความสัมพันธ์ ระหว่าง สัดส่วนกับการจัดตำแหน่ง สัดส่วนโครงสร้าง สัดส่วนพื้นที่ว่าง สัดส่วนของตัวอักษร ข้อความ และรูปภาพประกอบ ตลอดจนความเข้มของแสงและเงา การจัดสัดส่วนในรูปแบบต่างๆ จะ มีผลให้เกิดความน่าสนใจ และ ขาวนมากยิ่งขึ้น
- 4. ความมีจุดเด่น (Emphasis)**  
เป็นการสร้างจุดสนใจ ให้ผู้ดูได้รับข้อมูล หลักตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ผู้ออกแบบจะ กำหนดว่า ส่วนใดจะเป็นส่วนสำคัญ เป็นส่วนที่ต้องการเน้น ให้เห็นชัดเจน ส่วนใดเป็นส่วนประกอบเสริม หรือเป็นส่วนสำคัญรอง

**การออกแบบภาพและการกำหนดตัวอักษร**  
ในการออกแบบโปสเตอร์ มีส่วนประกอบที่เห็นได้ชัดเจน คือ เรื่องของภาพ และข้อความ นอกเหนือการคัดเลือกภาพ และการจัดข้อความ ให้น่าสนใจแล้ว การออกแบบภาพ และการกำหนดตัวอักษรก็เป็นสิ่งสำคัญที่มีส่วนทำให้โปสเตอร์เกิดความน่าสนใจ

← → 10.6.22.114/online/pages/p3.aspx

HOME REPORT LOG OUT

### ขนาดของตัวอักษรที่เหมาะสมกับวัยของผู้อ่าน

อายุ	อักษรโรมัน	อักษรไทย
5-7	18	24-30
7-9	12-14	18-30
10-12	11-12	16-18
12 ขึ้นไป	11-12	16-18
ผู้ใหญ่	10-12	14-16
60 ขึ้นไป	11-12	16-18

ตัวอักษร หรือข้อความหัวเรื่อง จะเป็นตัวบรรยายข้อมูลสาระให้รับรู้

ดังนั้นการกำหนดตัวอักษรจึงต้องเน้นที่ ขนาดของตัวอักษร รูปแบบ การกำหนดโครงสร้าง

**ขนาดของตัวอักษร**  
โดยทั่วไปมี 3 ขนาด คือ  
ขนาดใหญ่ สำหรับพาดหัว (Heading)  
ขนาดกลาง สำหรับข้อความรองพาดหัว (Sub heading)  
ขนาดเล็ก สำหรับข้อความรายละเอียด (Copy)

**หลักการออกแบบ ขนาดของตัวอักษร**  
ต้องอ่านได้ชัดเจน  
พิจารณาขนาดสัดส่วนของตัวอักษรที่สัมพันธ์กัน ระยะห่างระหว่างสายตากับสิ่งทีมองเห็น

if	else	else if
switch	while	repeat until

← → 10.6.22.114/online/pages/p1.aspx

HOME REPORT LOG OUT

### COURSE ครั้งต่อไป

เมื่อใกล้ศึกษาสิ้นสุดการศึกษาจากหน่วยที่ 1 เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ แล้วจะมีอีกประมาณ 2 Course ให้ศึกษาในครั้งต่อไปดังนี้

**หน่วยที่ 2**  
เรื่อง สื่อที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ

**หน่วยที่ 3**  
เรื่อง เทคนิคการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

**แบบทดสอบหน่วยการเรียนรู้ที่ หน่วยที่ 1**

CLICK เพื่อทำแบบทดสอบหน่วยการเรียนรู้ที่ หน่วยที่ 1

### รายงานผู้ลงทะเบียนเรียน

ณ วันที่ 25 มีนาคม 2561

No.	วันที่สมัคร	ตำแหน่ง	ชื่อ-นามสกุล	เบอร์โทรศัพท์	Email	ตรวจสอบ
1	27/March/2018 10:21:40	นางสาว	กัญจรัตน์ กลมแก้ว	2193	bay_tai@hotmail.com	ตรวจสอบ
2	26/March/2018 17:04:45	วาทีย์	วาทีย์ วัฒนกิจ	0863513139	s_mankong@hotmail.com	ตรวจสอบ
3	26/March/2018 17:03:49	นาย	ณัฐเทพ วัฒนกิจ	0834977432	boytcom@gmail.com	ตรวจสอบ
4	26/March/2018 17:01:30	นาย	สมพล ศาสตร์อาษา	0971311831	smmember007@gmail.com	ตรวจสอบ
5	26/March/2018 16:56:23	นาย	ณัฐยา สารณี	2258	academic.rama@gmail.com	ตรวจสอบ
6	26/March/2018 16:56:10	นางสาว	ณิภาพร	โทสมณี	nipaporn062530@gmail.com	ตรวจสอบ
7	26/March/2018 16:55:20	นาย	สันติพงษ์ สอนาชี	0888656093	pop_santpong@gmail.com	ตรวจสอบ
8	26/March/2018 16:54:55	นาย	นริชา ศรีสีลา	0972528696	fight.army602@gmail.com	ตรวจสอบ
9	26/March/2018 16:54:51	นางสาว	กรกมล สอนศรีทิพย์กุล	0925044963	konkamon_nam@hotmail.com	ตรวจสอบ
10	26/March/2018 16:54:49	นางสาว	จิตต์ลาโรจน์ ชูทอง	0629614518	gam_pfc@hotmail.com	ตรวจสอบ
11	26/March/2018 16:54:38	นางสาว	ณัฐพรรัตน์ อินทร์	0949853699	maplelize@gmail.com	ตรวจสอบ
12	26/March/2018 16:54:35	นาย	เอกพงษ์ วัฒนธารา	0827228208	ae techno17@hotmail.com	ตรวจสอบ
13	26/March/2018 16:54:20	นางสาว	กมลภา ภัคส์	09283538996	mawmeaw.rama@gmail.com	ตรวจสอบ
14	26/March/2018 16:54:15	นาย	อภิสิทธิ์ เจริญผล	0866107057	zing-bm@hotmail.com	ตรวจสอบ
15	26/March/2018 16:54:05	นางสาว	ณัฐธิดา อุดมสาปประสิทธิ์	0982841664	may_abm@hotmail.com	ตรวจสอบ
16	26/March/2018 16:53:58	นางสาว	จิราวรรณ บุญศิริ	0971596659	panyha19@gmail.com	ตรวจสอบ

### รายงานผู้ที่เข้ามาทำแบบทดสอบ

ณ วันที่ 25 มีนาคม 2561

เลือกประเภทรายงาน: รายงานผลสอบหมวดที่ 1 [Export to Excel](#)

No.	วันที่ทำข้อสอบ	ตำแหน่ง	ชื่อ-นามสกุล	คะแนนข้อที่1	คะแนนข้อที่2	คะแนนข้อที่3	คะแนนข้อที่4	คะแนนข้อที่5	คะแนนข้อที่6	คะแนนข้อที่7	คะแนนข้อที่8	คะแนนข้อที่9	คะแนนข้อที่10	คะแนนรวม
1	27/March/2018 10:06:17	นาย	สมพล ศาสตร์อาษา	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	8
2	27/March/2018 18:33:14	นางสาว	จิตต์ลาโรจน์ ชูทอง	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	7
3	29/March/2018 8:46:31	นางสาว	ณัฐธิดา อุดมสาปประสิทธิ์	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	9
4	29/March/2018 9:20:43	นาย	ณัฐยา สารณี	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
5	29/March/2018 9:24:14	นางสาว	รุ่งรวี จันทร์พยอม	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
6	29/March/2018 9:39:47	นางสาว	ณิภาพร	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	6
7	29/March/2018 11:17:48	นางสาว	กัญจรัตน์ กลมแก้ว	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
8	29/March/2018 11:33:07	นางสาว	จิราวรรณ บุญศิริ	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	7
9	29/March/2018 16:31:50	นางสาว	วรรณิษา บุญรัมย์	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	6
10	29/March/2018 16:36:35	นางสาว	พริศรัถยา หวังสว่าง	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	6
11	30/March/2018 9:19:23	นางสาว	ศุภกานต์ วัฒนบุตร	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	9
12	30/March/2018 13:18:45	นาย	อภิสิทธิ์ เจริญผล	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	7

ชื่อผู้ใช้ : นาย ประจักษ์วุฒิ พลาลัย

HOME REPORT LOG OUT

### รายงานผู้ลงทะเบียนเรียน

ณ วันที่ 25 มิถุนายน 2561

No.	วันที่สมัคร	ตำแหน่ง	ชื่อ-นามสกุล	Event	เจ้าหน้าที่ IP
1	27/March/2018 10:22:01	นางสาว	กัญจณี กอดแก้ว	Login	10.6.148.138
2	27/March/2018 10:22:09	นางสาว	กัญจณี กอดแก้ว	เข้าเรียนหน่วยที่1	10.6.148.138
3	27/March/2018 10:27:43	นางสาว	กัญจณี กอดแก้ว	Login	10.6.148.138
4	27/March/2018 10:27:47	นางสาว	กัญจณี กอดแก้ว	เข้าเรียนหน่วยที่1	10.6.148.138
5	29/March/2018 11:16:48	นางสาว	กัญจณี กอดแก้ว	Login	10.6.148.151
6	29/March/2018 11:16:58	นางสาว	กัญจณี กอดแก้ว	เข้าเรียนหน่วยที่1	10.6.148.151
7	29/March/2018 11:17:08	นางสาว	กัญจณี กอดแก้ว	เข้าทำแบบทดสอบที่1	10.6.148.151
8	29/March/2018 11:18:05	นางสาว	กัญจณี กอดแก้ว	เข้าเรียนหน่วยที่1	10.6.148.151
9	05/April/2018 16:59:37	นางสาว	กัญจณี กอดแก้ว	Login	10.6.148.151
10	05/April/2018 16:59:40	นางสาว	กัญจณี กอดแก้ว	เข้าเรียนหน่วยที่2	10.6.148.151
11	05/April/2018 16:59:46	นางสาว	กัญจณี กอดแก้ว	เข้าทำแบบทดสอบที่2	10.6.148.151
12	23/April/2018 8:51:45	นางสาว	กัญจณี กอดแก้ว	Login	10.6.148.138
13	23/April/2018 8:51:50	นางสาว	กัญจณี กอดแก้ว	เข้าเรียนหน่วยที่3	10.6.148.138
14	23/April/2018 8:52:06	นางสาว	กัญจณี กอดแก้ว	เข้าทำแบบทดสอบที่3	10.6.148.138

คลิกเพื่อดูรายงาน

ผู้ถือกรรมสิทธิ์: นายประจักษ์วุฒิ พลาลัย (ผู้อำนวยการโรงเรียน หนองจางโกลนโกลนศึกษา)



HOME REPORT LOG OUT

### รายงานผู้ลงทะเบียนเรียน

ณ วันที่ 25 มิถุนายน 2561

No.	วันที่สมัคร	ตำแหน่ง	ชื่อ-นามสกุล	Event	เจ้าหน้าที่ IP
1	26/March/2018 17:01:40	นาย	ธนพล ศาสตร์ชา	Login	10.6.159.248
2	26/March/2018 17:02:50	นาย	ธนพล ศาสตร์ชา	เข้าเรียนหน่วยที่1	10.6.159.248
3	27/March/2018 9:23:21	นาย	ธนพล ศาสตร์ชา	Login	10.6.145.59
4	27/March/2018 9:23:29	นาย	ธนพล ศาสตร์ชา	เข้าเรียนหน่วยที่1	10.6.145.59
5	27/March/2018 9:46:40	นาย	ธนพล ศาสตร์ชา	เข้าทำแบบทดสอบที่1	10.6.145.59
6	27/March/2018 10:06:33	นาย	ธนพล ศาสตร์ชา	เข้าเรียนหน่วยที่1	10.6.145.59
7	27/March/2018 10:06:41	นาย	ธนพล ศาสตร์ชา	เข้าทำแบบทดสอบที่1	10.6.145.59
8	02/April/2018 9:36:21	นาย	ธนพล ศาสตร์ชา	เข้าเรียนหน่วยที่2	10.6.145.59
9	02/April/2018 9:45:20	นาย	ธนพล ศาสตร์ชา	เข้าทำแบบทดสอบที่2	10.6.145.59
10	02/April/2018 10:24:43	นาย	ธนพล ศาสตร์ชา	Login	10.6.145.59
11	02/April/2018 10:24:45	นาย	ธนพล ศาสตร์ชา	เข้าเรียนหน่วยที่2	10.6.145.59
12	02/April/2018 10:24:54	นาย	ธนพล ศาสตร์ชา	เข้าทำแบบทดสอบที่2	10.6.145.59
13	17/April/2018 9:39:08	นาย	ธนพล ศาสตร์ชา	เข้าเรียนหน่วยที่2	10.6.145.59
14	17/April/2018 9:41:27	นาย	ธนพล ศาสตร์ชา	Login	172.17.17.179
15	17/April/2018 9:41:34	นาย	ธนพล ศาสตร์ชา	เข้าเรียนหน่วยที่3	172.17.17.179
16	17/April/2018 9:42:00	นาย	ธนพล ศาสตร์ชา	Login	10.6.145.59
17	17/April/2018 9:42:02	นาย	ธนพล ศาสตร์ชา	เข้าเรียนหน่วยที่3	10.6.145.59
18	17/April/2018 10:26:29	นาย	ธนพล ศาสตร์ชา	เข้าทำแบบทดสอบที่3	10.6.145.59

## ผลงานการออกแบบโปสเตอร์โฆษณาภายใต้หัวข้อการณรงค์โรคออฟฟิศซินโดรม



มหาวิทยาลัยมหิดล  
คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี

# "ออฟฟิศซินโดรม" (office syndrome)

## อาการป่วยเล็ก ๆ ที่ไม่ควรมองข้าม



### ออฟฟิศซินโดรม (office syndrome)

เป็นกลุ่มอาการที่เกิดขึ้นกับคนที่ทำงานในออฟฟิศเนื่องจากลักษณะงานที่ต้องนั่งหน้าคอมพิวเตอร์หรือทำงานอย่างใดอย่างหนึ่งด้วยท่าทางซ้ำๆ ต่อเนื่องเป็นเวลานานจนอาจส่งผลให้เกิดโรคและอาการผิดปกติในระบบต่างๆ ของร่างกาย ไม่ว่าจะเป็นระบบกระดูกและกล้ามเนื้อ ระบบการย่อยอาหารและการดูดซึม ระบบหัวใจและหลอดเลือด ระบบฮอร์โมน นัยน์ตาและการมองเห็น โดยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับร่างกายภาพบำบัดจะเป็นอาการที่เกิดขึ้นกับระบบกระดูกและกล้ามเนื้อเป็นส่วนใหญ่



### สาเหตุ

- ✧ การนั่งหน้าคอมพิวเตอร์หรือทำงานอย่างใดอย่างหนึ่งด้วยท่าทางซ้ำๆ ต่อเนื่องเป็นเวลานานมากกว่า 6 ชั่วโมงต่อวัน
- ✧ ท่าทางการทำงานที่ไม่เหมาะสม เช่น การนั่งหลังค่อม ท่าก้มหรือเวลายืนนานเกินไป
- ✧ สภาพแวดล้อมหรืออุปกรณ์ในการทำงานไม่เหมาะสม
- ✧ สภาพร่างกายที่อาจส่งผลต่ออาการเจ็บป่วย เช่น กว้างหรือแคบจากงาน การอดอาหาร การพักผ่อนไม่เพียงพอ ซึ่งส่งผลให้ร่างกายต้องแบกรับความตึงเครียดปราศจากการผ่อนคลาย

### แนวทางแก้ไข

- 💡 การรักษาด้วยยา
- 💡 การรักษาด้วยวิธีทางเวชศาสตร์ฟื้นฟูและการทำกายภาพบำบัดเพื่อยืดกล้ามเนื้อและปรับอิริยาบถให้ถูกต้อง
- 💡 การปรับสถานีงาน พื้นที่การทำงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน และลักษณะงานให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคล
- 💡 การออกกำลังกายเพื่อเพิ่มสมรรถภาพร่างกายโดยรวม
- 💡 การรักษาด้วยศาสตร์ทางเลือกอื่น เช่น การฝังเข็ม การนวดแผนไทย



แพ่งตามองคอมพิวเตอร์

นั่งทำงานท่าเดิมนานๆ

นั่งกอดอกหรือห่อตัว

ใช้แป้นพิมพ์หรือใช้เมาส์เป็นเวลานาน

นั่งเก้าอี้ไม่เต็มกัน

# ฉีก

## ความลา

### งู 5 สาเหตุ

# ออฟฟิศ ซินโดรม

ศูนย์บำบัดความทุกข์ชาวออฟฟิศแห่งประเทศไทย  
neen chanikan

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม  
☎ 1150



**โรคออฟฟิศซินโดรม**  
เกิดจากการนั่งทำงานเป็นเวลานานๆ  
มีผลต่อทางการมองเห็นของคุณได้

**พักสายตา แล้วมองไปรอบๆ  
เพื่อให้สายตาปรับโฟกัสของคุณให้ดีขึ้น**

**อันตราย!**

office syndrome

**ระวังโรคออฟฟิศซินโดรม**

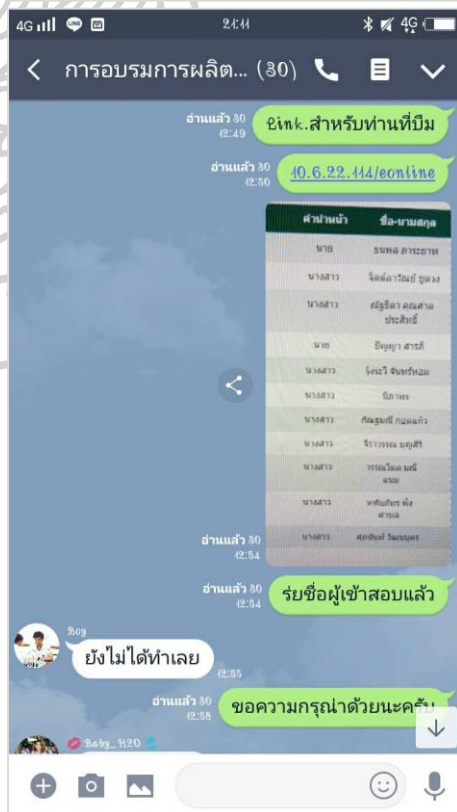
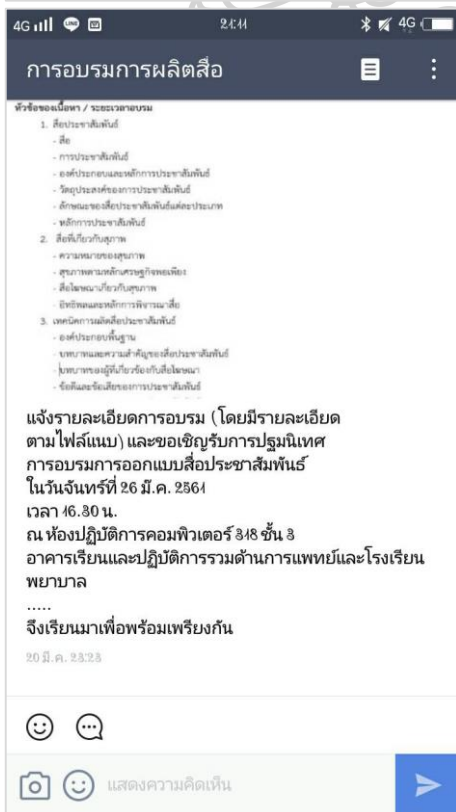
office syndrome

**คุณมีเหตุการณ์เหล่านี้บ้างหรือไม่?**

- ปวดศีรษะ
- ปวดตึง คอ บ่า ไทล์
- ปวดหลัง
- ยกแขนไม่ขึ้น
- ปวดและตึงที่ขา

อาการเหล่านี้กินยากก็ไม่หาย อย่างปล่อยตัวคุณเป็นแบบนี้ นิ่งนานๆ ขยับร่างกายบ่อยๆช่วยคุณได้

ช่องทางในการติดต่อ สื่อสาร นัดหมาย และสอบถามเรื่องต่างๆ ผ่าน Application Line



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ประจักษ์วุฒิ พลาชัย
วัน เดือน ปี เกิด	30 สิงหาคม 2522
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	ศึกษาต่อปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาศึกษาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดนครปฐม
ที่อยู่ปัจจุบัน	16/57 บ้านสวयरิมธาร5 แขวงศาลาธรรมสพน์ เขตทวีวัฒนา

