

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

DESIGN OF PUBLIC RELATION MEDIA FOR BANGKOK FIRE AND RESCUE
DEPARTMENT



T110429



ณัฏฐเทพ ฉลาดเยี่ยม
NUTTITHAP CHALADYAM

อพ.

จน 3812

2553

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน..... 110429

วัน, เดือน, ปี..... - 2 พ.ย. 2553

b.....	12255254
i.....	

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตรอุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2553

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

KMITL-2010-ED-M-222-057

**DESIGN OF PUBLIC RELATION MEDIA FOR BANGKOK FIRE AND RESCUE
DEPARTMENT**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF SCIENCE IN INDUSTRIAL EDUCATION
IN INDUSTRIAL DESIGN TECHNOLOGY
FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
2010**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

KMITL-2010-ED-M-222-057



COPYRIGHT 2010

FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
นักศึกษา	กรุงเทพมหานคร
รหัสประจำตัว	ณัฏเทพ ฉลาดเยี่ยม
ปริญญา	48063624
สาขาวิชา	ครุศาสตรบัณฑิต สาขาการศึกษา
พ.ศ.	เทคโนโลยีการผลิตบัณฑิต สาขาการศึกษา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	2553
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	อาจารย์ ดร. อภิศักดิ์ สีนุรักษ์
	รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ออกแบบและประเมินความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยออกแบบ

จากการศึกษาเบื้องต้น ลงพื้นที่ สอบถามประชาชนและเจ้าหน้าที่ การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้คัดเลือก เป็นสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อความสะดวกในการลงพื้นที่ของเจ้าหน้าที่ ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย 3 แบบ คือ แผ่นภาพ แผ่นพับ แผ่นติด ผู้วิจัยได้ทำการร่างภาพระดมความคิด พร้อมทั้งรวบรวมข้อมูล ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

กลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนของการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นผู้เชี่ยวชาญ 2 กลุ่ม คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิก จำนวน 3 ท่านผู้เชี่ยวชาญกลุ่มผู้ปฏิบัติงาน สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร จำนวน 3 ท่าน โดยใช้แบบประเมินความเหมาะสมและให้ข้อเสนอแนะ ประเภทละ 2 แบบ

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ประชากรในชุมชนร่มเกล้า เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน โดยใช้แบบประเมินความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความเหมาะสมและให้ข้อเสนอแนะ ได้ผลการวิจัยดังนี้ แผ่นภาพ แบบที่ 2 ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.33$) มากกว่า แผ่นภาพ แบบที่ 1 ($\bar{X}=4.08$) แผ่นพับ แบบที่ 1 ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.21$) มากกว่า แผ่นพับ แบบที่ 2 ($\bar{X}=3.79$) และ แผ่นติด แบบที่ 2 ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.90$) มากกว่า แผ่นติด แบบที่ 1 ($\bar{X}=3.69$)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากผลการประเมินความคิดเห็นพบว่า ระดับความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภท แผ่นภาพ($\bar{X}=4.16$) แผ่นพับ($\bar{X}=4.11$) แผ่นติด($\bar{X}=4.19$) โดย ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ทั้งนี้สื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยได้ออกแบบไว้ เพื่อเป็นข้อเสนอแนะในการออกแบบ ในอนาคตอาจมีการปรับปรุงแบบเพื่อให้เหมาะสมกับหน่วยงาน ในด้านการผลิตจริงสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งสามประเภทนี้ ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจขององค์กรที่เกี่ยวข้องในการจัดทำ มีความต้องการเลือกใช้สื่อประเภทใด และงบประมาณในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thesis Title	Design of Public Relation Media for Bangkok Fire and Rescue Department
Student	Mr.Nattithap Chaladyam
Student ID.	48063624
Degree	Master of Science in Industrial Education
Program	Industrial Design Technology
Year	2010
Thesis Advisor	Dr. Apisak sindhuphak
Thesis Co-Advisor	Associate Professor Udomsak Saributr

ABSTRACT

The purpose of this research was to study, design and evaluate feedback from people in Bangkok with the public relation media of Bangkok Fire and Rescue Department that researcher have designed.

According to preliminary studying, worked in real places, met people and officers, using the media that researcher had selected to be the public relation media for fire and rescue staffs worked conveniently was 3 designs: poster, brochure and sticker. Researcher had sketch brainstorm about publication, gathered information and designed public relation media.

The sample in the design process was 2 groups of experts: 3 professional graphic experts and 3 experts from Bangkok Fire and Rescue Department by using the appropriate assessment and made suggestions 2 types of each media.

The sample in the research was 100 people in Romklao Community, Ladkrabang District, Bangkok to evaluate feedback of Bangkok Fire and Rescue public relation media.

Consideration of experts about the appropriateness and made suggestions are poster design 2, the level of experts' reviews about public relation media as a whole was on high level ($\bar{X}=4.33$) and higher than poster design 1($\bar{X}=4.08$), brochure design 1, the level of experts' reviews about public relation media as a whole was on high level ($\bar{X}=4.21$) and higher than brochure design 2 ($\bar{X}=3.79$). Sticker design 2, the level of experts' reviews about public relation media as a whole was on high level ($\bar{X}=3.90$) and higher than sticker design 1($\bar{X}=3.69$)

According to the results from the evaluation found the level reviews of Bangkok people about the appropriateness about poster ($\bar{X}=4.16$), brochure ($\bar{X}=4.11$) and sticker ($\bar{X}=4.19$). Anyhow, Bangkok Fire and Rescue Department Publication media that researcher have design is for the เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

recommendation in design. In the future, may be improved to fit the organization. In actual production of these three designs depend on the decision of the organization that requires a kind of media and budget for media production.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลือจาก อาจารย์ ดร. อภิศักดิ์ สินธุภัก อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ให้ความช่วยเหลือ ให้กำลังใจและช่วยตรวจสอบ ตลอดจนปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆ จนวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สถาพร ดิบุญมี ณ ชุมแพ รองศาสตราจารย์ณพคุณ นิสามณี และ อาจารย์ ดร.จตุรงค์ เถาหะเพ็ญแสง กรรมการสอบหัวข้อและโครงร่างวิทยานิพนธ์ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนข้อชี้แนะ จนในที่สุดทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้

ขอขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กองปฏิบัติการดับเพลิง 2 สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนข้อชี้แนะ และความอนุเคราะห์ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ เพื่อใช้ในการประกอบวิทยานิพนธ์

สุดท้ายต้องขอขอบคุณ คุณเพ็ญศรี ฉลาดแย้ม ที่เป็นเสมือนคู่คิดและเป็นกำลังใจที่ดีตลอดมา

สำหรับคุณค่า คุณประโยชน์ที่เกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ข้าพเจ้าขอบมอบให้กับบิดามารดา ซึ่งเป็นที่รักและเคารพยิ่ง ตลอดจนครูอาจารย์ที่เคารพทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีให้แก่ข้าพเจ้า

ณัฏฐเทพ ฉลาดแย้ม

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญภาพ.....	VIII
สารบัญตาราง.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	6
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร.....	9
2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้.....	16
2.3 การประชาสัมพันธ์.....	21
2.4 สื่อประชาสัมพันธ์.....	24
2.5 การออกแบบนิเทศศิลป์.....	27
2.6 สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์.....	31
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	54
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	59
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	59
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	61
3.3 ขั้นตอนศึกษาและการออกแบบ.....	63
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	64
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	65

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	68
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร เพื่อหาแนวทางออกแบบ.....	68
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสา ธารณภัย กรุงเทพมหานคร.....	71
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินความคิดเห็นจากประชากรกรุงเทพมหานครที่มีต่อสื่อ ประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร.....	85
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	90
5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	90
5.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล.....	90
5.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	91
5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	92
5.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	93
5.6 สรุปผลการวิจัย.....	94
5.7 อภิปรายผลการวิจัย.....	100
5.8 ข้อเสนอแนะ.....	102
บรรณานุกรม.....	103
ภาคผนวก.....	106
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	107
ภาคผนวก ข หนังสือราชการ.....	121
ภาคผนวก ค ต้นแบบเพื่อการผลิต.....	133
ประวัติผู้เขียน.....	139

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงภาพ ป้ายประชาสัมพันธ์ของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย.....	3
2.1 แสดงภาพกระบวนการรับรู้.....	17
2.2 แสดงภาพขนาดกระดาษมาตรฐาน A.....	45
2.3 แสดงภาพวงจรรสี.....	39
2.4 แสดงภาพขนาดกระดาษมาตรฐาน A.....	48
2.5 แสดงภาพรูปแบบแถบ (Band Layout).....	49
2.6 แสดงภาพรูปแบบแกน (Axial Layout).....	49
2.7 แสดงภาพรูปแบบตัวที (T Shape Layout).....	49
2.8 แสดงภาพรูปแบบตัวแอล (L Shape Layout).....	50
2.9 แสดงภาพรูปแบบตัวแซด (Z Shape Layout) และเอส(S Shape Layout).....	50
2.10 แสดงภาพรูปแบบตารางหรือแบบมอนเดรียน (Mondrian Layout).....	51
2.11 แสดงภาพรูปแบบหน้าต่าง (Picture Window Layout).....	51
2.12 แสดงภาพรูปแบบกรอบภาพ (Frame Layout).....	51
2.13 แสดงภาพรูปแบบจุด (Spot Layout).....	52
2.14 แสดงภาพรูปแบบเน้นรายละเอียดของข้อความมากกว่ารูปภาพ (Copy Heavy Layout).....	52
2.15 แสดงภาพรูปแบบเน้นตัวอักษร (Type Layout).....	53
2.16 แสดงภาพรูปแบบตัวอักษร (IrisUPC).....	53
2.17 แสดงภาพรูปแบบตัวอักษร (CordiaUPC).....	53
2.18 แสดงภาพรูปแบบตัวอักษร (FreesiaUPC).....	54
2.19 แสดงภาพป้ายประชาสัมพันธ์ป้องกันไฟฟ้า.....	57
4.1 แสดงภาพการลงพื้นที่ การสัมภาษณ์ สํารวจความต้องการสื่อของประชาชน.....	69
4.2 แสดงภาพสาริตวิธีวิธีการดับเพลิงเบื้องต้น การเกิดไฟ การป้องกันและ การปฏิบัติตนเมื่อเกิด อัคคีภัย.....	70
4.3 แสดงภาพป้ายประชาสัมพันธ์ของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแบบเดิม.....	71
4.4 แสดงภาพภาพตราสัญลักษณ์ของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร.....	73
4.5 แสดงภาพการร่างระดมความคิดของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นภาพ.....	74
4.6 แสดงภาพการร่างระดมความคิดของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับ.....	75
4.7 แสดงภาพการร่างระดมความคิดของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นติด.....	76

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.8 แสดงภาพแผ่นภาพ(Poster) แบบที่ 1.....	77
4.9 แสดงภาพแผ่นภาพ(Poster) แบบที่ 2.....	78
4.10 แสดงภาพแผ่นพับ(Folder) แบบที่ 1.....	79
4.11 แสดงภาพแผ่นพับ(Folder) แบบที่ 2.....	80
4.12 แสดงภาพแผ่นติด(Sticker) แบบที่ 1.....	81
4.13 แสดงภาพแผ่นติด(Sticker) แบบที่ 2.....	81
5.1 แสดงภาพแผ่นภาพ(Poster).....	97
5.2 แสดงภาพแผ่นพับ(Folder).....	98
5.3 แสดงภาพแผ่นติด(Sticker)	99



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ตารางแสดงการเปรียบเทียบระยะห่างจากผู้ดูไปสเตอร์ และความสูงของตัวอักษรที่เหมาะสม.....	33
3.1 ตารางแสดงเกณฑ์การแปลความหมายแสดงความเหมาะสมของการประเมินความคิดเห็นจากกลุ่ม ผู้เชี่ยวชาญเพื่อเป็นข้อเสนอแนะ ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยที่ ออกแบบ.....	62
3.2 ตารางแสดงให้เห็นถึงขั้นตอนการทำงาน.....	67
4.1 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่ามาเบียงเบนมาตรฐานระดับความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ ของ แผ่นภาพ(Poster) ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 2 กลุ่ม (n=6)	82
4.2 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่ามาเบียงเบนมาตรฐานระดับความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ ของ แผ่นพับ(Folder) ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 2 กลุ่ม (n=6)	83
4.3 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่ามาเบียงเบนมาตรฐานระดับความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ ของ แผ่นติด(Sticker) ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 2 กลุ่ม (n=6)	84
4.4 ตารางแสดงข้อมูลของประชากรกรุงเทพมหานครวิเคราะห์หาค่าร้อยละ (n=100)	85
4.5 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่ามาเบียงเบนมาตรฐานระดับความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ ของ แผ่นภาพ(Poster) ตามความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร (n=100)	86
4.6 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่ามาเบียงเบนมาตรฐานระดับความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ ของ แผ่นพับ(Folder) ตามความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร (n=100)	87
4.7 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่ามาเบียงเบนมาตรฐานระดับความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ ของ แผ่นติด(Sticker) ตามความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร (n=100)	88

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การติดต่อสื่อสารในปัจจุบันมีความสำคัญยิ่ง เพราะเป็นยุคโลกาภิวัตน์ทำให้ผู้รับรู้ข่าวสารทั่วโลกด้วยความรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นด้านการเขียน การพูด การใช้ภาษาท่าทาง การใช้เครื่องมือสื่อสารพร้อมกันอย่างต่อเนื่องกับกลุ่มเป้าหมาย(จิตรรา ประสิทธิชัย, 2551) [Online] มนุษย์เราเป็นสัตว์สังคมที่มีความต้องการใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มก้อนและกลุ่มสังคม ดังนั้นจึงเป็นไปไม่ได้ที่มนุษย์จะหลีกเลี่ยงการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน มนุษย์จึงมีการใช้ภาษาเป็นเครื่องมือในการสื่อสารสร้างความเข้าใจระหว่างกันและกัน ตัวภาษามีจุดสำคัญอยู่ที่การสื่อความหมายให้มีความเข้าใจตรงกัน ภาษาพูดจึงมีข้อจำกัดโดยเฉพาะข้อจำกัดในกลุ่มคนที่ใช้ภาษาพูดในแต่ละภาษาที่ต่างกัน ภาษาพูดไม่สามารถทำให้คนสามารถเข้าใจได้ตรงกันทั่วโลก มนุษย์จึงใช้วิธีการสื่อสารระหว่างกันทางอื่น เช่น ภาษาภาพ ซึ่งเป็นทางเลือกที่สามารถเข้าถึงกลุ่มประชากร ที่ใช้ภาษาพูดได้ไม่สะดวกหรือตกในสถานการณ์ ไม่อาจจะรับรู้ภาษาพูดได้อย่างชัดเจน(ชนินฐา วิเศษสาธิต, 2533 : 21)

การมองเห็นด้วยตาเป็นด่านแรก ผ่านการประมวลผลจากสมองและจิตใจ การรับรู้ภาพ(Image Perception) เป็นการรับรู้และทำความเข้าใจ มีความหมายในเหตุผลตามสถานการณ์ต่างๆ กัน และการรับรู้ของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับการศึกษาและประสบการณ์ในชีวิต(การออกแบบงานกราฟิก, 2551) [Online] การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง การดำเนินงานของหน่วยงานหนึ่งโดยการถ่ายทอดข้อมูล หรือ ความสัมพันธ์อันดี หรือสร้างความเข้าใจตรงกันระหว่างกลุ่มชนกับหน่วยงานนั้นๆ เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดี และความเข้าใจอันจะนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ที่หน่วยงานนั้นได้กำหนดเกณฑ์ขึ้น การประชาสัมพันธ์มีความแตกต่างจากการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) และการโฆษณาสินค้า (Advertising) เพราะการโฆษณามุ่งเน้นการนำเสนอข้อมูลเพื่อวัตถุประสงค์เดียวในเชิงพาณิชย์และผลกำไรแก่หน่วยงานเท่านั้น สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (Media Printer for Public Relations) จึงถือได้ว่าเป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญประการหนึ่งขององค์กรที่สามารถใช้เป็นที่สร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดี กับกลุ่มประชากรเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์, 2540 : 35)

การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยเป็นภารกิจหนึ่งของกรุงเทพมหานครที่ต้องรับผิดชอบเต็มรูปแบบ นับตั้งแต่โอนภารกิจการดับเพลิงจากกองบังคับการตำรวจดับเพลิง สำนักงานตำรวจแห่งชาติมาอยู่ในความรับผิดชอบของกรุงเทพมหานครตามมติคณะรัฐมนตรี ตั้งแต่วันที่ 2 พฤศจิกายน 2546 เป็นต้นมา กรุงเทพมหานคร นอกจากจะเป็นเมืองหลวงยังเป็นศูนย์กลางความเจริญในทุกๆ ด้าน ทำให้มีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวนประชากรเข้ามาอยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก จึงเกิดปัญหาในการดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนเพิ่มขึ้น จากการศึกษาสถิติเพลิงไหม้อาคารปี พ.ศ. 2548 จำนวน 449 ราย และปี พ.ศ. 2549 จำนวน 588 ราย และปี พ.ศ. 2550 จำนวน 597 ราย ซึ่งจะเห็นว่าอัตราการเกิดอัคคีภัยเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ตามลำดับ ถึงแม้กรุงเทพมหานคร พยายามทำการประชาสัมพันธ์ในเรื่องการป้องกันอัคคีภัย ปรับปรุงสถานีดับเพลิง รถดับเพลิง เรือดับเพลิง เครื่องมือและอุปกรณ์ในการดับเพลิงกู้ภัย ตลอดจนพัฒนาเครื่องมือสื่อสารจนทำให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น รวมทั้งได้มีการเพิ่มสถานีดับเพลิงย่อยขึ้น 11 สถานี ซึ่งจากเดิมมีเพียง 35 สถานี และจะสร้างใหม่อีกจำนวน 6 สถานี ซึ่งยังผลให้หน่วยปฏิบัติการสามารถเข้าถึงที่เกิดเหตุ จากเดิมใช้เวลาเฉลี่ย 24 นาที ปัจจุบันใช้เวลาเฉลี่ย 10.24 นาที ทำให้ในปัจจุบัน ความเสียหายตลอดปีลดน้อยลงจากเดิมได้ แต่อัตราเพลิงไหม้ยังคงไม่ลดลง ซึ่งมาตรการสำคัญในการป้องกันเพลิงไหม้จำเป็นที่จะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนโดยการอบรมให้ความรู้แก่ประชาชนและเจ้าของผู้ครอบครองอาคารเสี่ยงภัย (สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย. 2551 : 64)

สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย มีหน้าที่ในการดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนซึ่งสาธารณภัยต่างๆ อาจเกิดขึ้นจากธรรมชาติ และการกระทำของมนุษย์ โดยเกิดขึ้นอย่างไม่คาดฝัน ทั้งอัคคีภัย วาตภัย อุทกภัย รวมทั้งแผ่นดินไหวและเมื่อเกิดขึ้นจะสร้างความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนเป็นจำนวนมาก ผู้บริหารกรุงเทพมหานครมีนโยบายให้กรุงเทพมหานครเป็นเมืองน่าอยู่และมีความปลอดภัย นอกเหนือจากการบริหารจัดการเหตุสาธารณภัยต่างๆ แล้ว กรุงเทพมหานครยังได้เน้นถึงความปลอดภัยที่อาจเกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน เช่น ดันไม้ล้ม อันตรายจากสัตว์มีพิษและสัตว์เลี้ยงคลานต่างๆ เช่น งูเข้าบ้าน หรือรังต่อ รังแตน ก็ขอความช่วยเหลือได้ รวมทั้งพัฒนาอุปกรณ์ดับเพลิงและเครื่องมือสื่อสาร เพื่อให้การปฏิบัติเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้โครงการ “มีภัย มีเรา โทร 199 สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร” เพื่อความปลอดภัยของประชากรกรุงเทพมหานครทุกคน (สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย. 2551 : 65)

จากการศึกษาเบื้องต้นพบว่า สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ยังขาดการประชาสัมพันธ์รวมถึงสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในชุมชนผู้อยู่อาศัย ชุมชนแออัดหมู่บ้านจัดสรร หรือสถานที่ที่เสี่ยงต่อการเกิดอัคคีภัย สื่อประชาสัมพันธ์ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน คำว่า “มีภัย มีเรา โทร. 199” (ภาพที่ 1.1) ยังสื่อถึงการแจ้งเหตุเพลิงไหม้ยังไม่ชัดเจนและมีน้อยมาก ไม่สามารถเข้าถึงประชากรในสถานที่ต่างๆ ของกรุงเทพมหานคร ซึ่งถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ในการแจ้งเหตุสาธารณภัย ที่ให้เจ้าหน้าที่สามารถเข้าถึงสถานที่เกิดเหตุและเข้าระงับเหตุได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ลดการสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ประชากรในชุมชนจะกล่าวว่า ทุกครั้งที่พนักงานดับเพลิงไปถึงที่เกิดเหตุ ประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อน ก็จะต่อว่าต่อขาน ว่ารถดับเพลิงมาถึงที่เกิดเหตุช้า และเมื่อสอบถามถึงสาเหตุ ก็จะได้คำตอบว่า “สถานีดับเพลิงตั้งอยู่ไม่ไกลจากที่เกิดเหตุ กว่าจะมาถึงต้อง ใช้เวลาเป็นชั่วโมงๆ โทรไป

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แจ้งก็หลายครั้ง” เจ้าหน้าที่ได้สอบถามกลับไปว่า “แจ้งไปที่ไหนบ้าง” คำตอบส่วนใหญ่ก็จะบอกว่า แจ้งไปที่ “ร่วมด้วยช่วยกัน” บ้างแจ้งไปที่ “191” บ้างแจ้งไปที่ “สำนักงานเขต” บ้าง แจ้งไปที่ “สถานีตำรวจ” บ้าง จุดบกพร่องเกี่ยวกับการแจ้งเหตุของเมืองไทยเราก็คือ ส่วนใหญ่แจ้งเหตุไม่ตรงกับหน่วยงานที่รับผิดชอบ จะไปโทษผู้แจ้งก็ไม่ได้ เพราะคนไทยส่วนใหญ่มักจะถือว่าแจ้ง “ร่วมด้วยช่วยกัน” เป็นเหตุทั่วไป และแจ้งเหตุเพลิงไหม้ไปที่ “191” แทบทั้งสิ้น ซึ่งก็ยอมรับว่าหมายเลขนี้เป็นหมายเลขที่จำง่าย และมีการโฆษณาติดป้าย “เหตุด่วนเหตุร้ายแจ้ง 191 พบเห็นเหตุเพลิงไหม้ แจ้ง 199” แต่คนส่วนใหญ่ไม่ได้อ่านตัวหลัง จะอ่านแต่ตัวแรก ถามว่าทำไมแจ้งไปที่ 191 แล้ว รดับเพลิงมาถึงที่เกิดเหตุช้า คำตอบก็คือ 191 นั้นจะเป็นศูนย์ ควบคุมการสื่อสารกลางของ ตำรวจ ซึ่งเมื่อศูนย์วิทยุ 191 รับแจ้งเหตุแล้ว ก็ต้อง มีการถ่ายทอดข้อมูลที่ได้รับแจ้งไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แต่ในสายงานที่เกี่ยวข้องหลักของศูนย์รับแจ้งเหตุ 191 ก็คือสถานีตำรวจ และเมื่อสถานีตำรวจได้รับแจ้งเหตุ ก็จะต้องวิทยุไปยังสายตรวจในพื้นที่นั้นๆ สายตรวจก็จะต้อง ขับรถจักรยานยนต์ไปตรวจสอบยังที่เกิดเหตุ และถ้าหากว่าเกิดเหตุจริงสายตรวจก็จะต้องวิทยุแจ้งกลับไปยังสถานีตำรวจอีก ซึ่งสถานีตำรวจ ก็ต้องวิทยุไปยังศูนย์วิทยุ 191 อีก (เป็นระเบียบของการแจ้งข่าวว่าจะไม่แจ้งข่าวสารข้ามข่ายสื่อสาร) หลังจากนั้น ศูนย์วิทยุ 191 ก็จะแจ้งเหตุเพลิงไหม้ ไปยังศูนย์วิทยุ 199 ซึ่งเป็นศูนย์วิทยุกลางของเจ้าหน้าที่ดับเพลิง ต่อจากนั้น ศูนย์วิทยุกลางของดับเพลิง (199) ก็จะต้องแจ้งเหตุ ไปยังสถานีดับเพลิงพื้นที่อีกทอด (ณัฐธัญ ละอองทอง, 2552) [Online]



ภาพที่ 1.1 ป้ายประชาสัมพันธ์ของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

ที่มา : ภาพถ่ายโดย ณัฏเทพ จลาตเข้ม(2552)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้น สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์(Media Printer for Public Relations) จึงถือได้ว่าเป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญประการหนึ่งขององค์การที่สามารถใช้เป็นที่สร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดี กับกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้เป็นอย่างดี(ลักษณะ สตะเวทิน. 2540 :175) โดยเฉพาะแผ่นภาพ(poster) เป็นสื่อที่มีบทบาทอย่างมากในการประชาสัมพันธ์ เพราะสื่อประเภทนี้สามารถเผยแพร่ได้สะดวก และกว้างขวางสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ สื่อสารกับผู้บริโภคได้ทุกเพศทุกวัย ทุกระดับการศึกษา และมีความยืดหยุ่นในตัวของสื่อได้เป็นอย่างดี(พงศักดิ์ ไชยทิพย์. 2540 : 30) ส่วนแผ่นพับ (Folder) จัดว่าเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ส่งตรงถึงผู้บริโภคโดยวิธีการแจกตามสถานที่ต่างๆ ได้ ลักษณะเด่นของแผ่นพับ คือมีขนาดเล็กหยิบถือได้สะดวก สามารถให้ข้อมูลละเอียดได้มาก ผู้ดูสามารถเลือกเวลาใดก็ได้ในการหยิบอ่าน(วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2540 : 35) แผ่นติด(Sticker) มีประโยชน์หลากหลาย เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ต้นทุนต่ำแต่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี และเป็นสื่อที่สามารถอยู่ได้นาน (สตึกเกอร์, 2553) [Online]

จากความจำเป็นและเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการวิจัย ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการแจ้งเหตุสาธารณภัยต่างๆ และการเข้าถึงพื้นที่เกิดเหตุของเจ้าหน้าที่ เข้าระงับเหตุเพื่อความปลอดภัยในชีวิตและลดการสูญเสียทรัพย์สินของประชาชนได้อย่างรวดเร็ว

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อประเมินความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยออกแบบ

1.3 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัย ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวความคิดในการออกแบบไว้ดังนี้

1.3.1 กรอบแนวความคิดด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ตามแนวคิดของ ศิริพรณ์ ปิเตอร์ (2549 : 202) มาใช้เป็นเกณฑ์ ดังนี้

1.3.1.1 ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร

1.3.1.2 การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น

1.3.1.3 การใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3.1.4 การใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน

1.3.1.5 ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ และช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย

1.3.1.6 การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์กรอบแนวความคิดด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ตามแนวคิดของ ศิริพรรณ ปีเตอร์ (2549 : 202) ไว้ ดังนี้

1. ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร
2. การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น
3. การใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา
4. การใช้ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน
5. การใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ
6. การใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย
7. การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย

1.3.2 กรอบแนวความคิด ในด้านการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ ตามแนวคิดของ ศิริพรรณ ปีเตอร์ (2545 : 148) มาใช้เป็นเกณฑ์ ดังนี้

1.3.2.1 การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย

1.3.2.2 การเลือกใช้ภาพประกอบที่มีขนาดเหมาะสมกับระยะในการมอง สามารถช่วยให้เข้าใจในข้อมูลได้รวดเร็ว และสามารถสร้างความประทับใจได้เป็นอย่างดีซึ่งช่วยให้กลุ่มเป้าหมายจดจำสื่อประชาสัมพันธ์ได้

1.3.2.3 ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน และข้อความสื่อความหมายได้ชัดเจน

1.3.2.4 ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ และช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย

1.3.2.5 เนื้อหาถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์กรอบแนวความคิดในการประเมินความคิดเห็น ของประชากร กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ตามแนวคิดของ ศิริพรรณ ปีเตอร์ (2545 : 148) ไว้ ดังนี้

1. ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร
2. การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การใช้ภาพประกอบสามารถช่วยให้เข้าใจในข้อมูลได้รวดเร็ว
4. การใช้ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน
5. การใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ
6. การใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย
7. การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับ

ความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย

8. เนื้อหาและข้อมูลสื่อสารเข้าใจง่ายสามารถสร้างความประทับใจได้เป็นอย่างดีซึ่งช่วยให้จดจำสื่อประชาสัมพันธ์ได้

1.4 ขอบเขตในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ดังนี้

1.4.1 ศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

1.4.2 ออกแบบสื่อการประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย

1. แผ่นภาพ(Poster) จำนวน 1 แผ่น
2. แผ่นพับ(Folder) จำนวน 1 แผ่น
3. แผ่นติด(Sticker) จำนวน 1 แผ่น

1.4.3 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้

1.4.3.1 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ขั้นตอนศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ประชากรในชุมชนร่มเกล้า เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

1.4.3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ขั้นตอนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ผู้เชี่ยวชาญ 2 กลุ่ม คือ

1. ผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิก จำนวน 3 ท่าน
2. ผู้เชี่ยวชาญกลุ่มผู้ปฏิบัติงาน สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

กรุงเทพมหานคร จำนวน 3 ท่าน

1.4.3.3 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ขั้นตอนการประเมินความคิดเห็น ของ ประชากรกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

เอกสารที่ส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือประชากรกรุงเทพมหานคร โดยมีประชากรรวมทั้งสิ้น 6,720,000 คน (Mahidol Population Gazette : 2009) จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยเริ่มจากแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ 2551:61) โดยผู้วิจัยได้ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมจากแหล่งข้อมูลหลายแห่ง พบว่าประชากรภายในกรุงเทพมหานครมีลักษณะคล้ายคลึงกัน กลุ่มประชากรภายในเขตกรุงเทพมหานคร ได้กลุ่มตัวอย่างแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) คือ กลุ่มตัวอย่างใน ชุมชนร่มเกล้า เขตลาดกระบัง โดยมีประชากรรวมทั้งสิ้น 26,087 คน(ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม. 2552)

ผู้วิจัยได้ใช้ตารางของ Taro Yamane (Glenn 2004 Cit in Yamane, 1967) กับกลุ่มตัวอย่างใน ชุมชนร่มเกล้า เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ 2551:64)

1.4.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1.4.3.1 ตัวแปรต้น รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยออกแบบ

1.4.3.2 ตัวแปรตาม คือ ระดับความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยออกแบบ

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ให้ความหมายและขอบเขตจำกัดความของศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกระทำทั้งหลาย ทั้งสิ้นทั้งปวง ที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้า ในการที่จะสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนเกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดี ภาพพจน์ที่ดี อันไปสู่สัมพันธ์ภาพที่ดี อันจะนำไปสู่สัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างหน่วยงานและสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดการสนับสนุนความร่วมมือกันอย่างดี

2. สื่อประชาสัมพันธ์สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย หมายถึง พาหนะที่ใช้ในการนำข่าวสาร เรื่องราว จากสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ไปสู่ประชาชน กรุงเทพมหานครโดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์ คือ แผ่นภาพ(Poster) แผ่นพับ(Folder) และแผ่นติด(Sticker)

3. ความคิดเห็น หมายถึง ความรู้สึกของประชาชนเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ ที่พัฒนาแล้วสามารถสื่อความหมาย ความเข้าใจ ระหว่างผู้บริโภคกับสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

4. สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย หมายถึง หน่วยงานราชการ มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ปฏิบัติการป้องกันและระงับอัคคีภัยและบรรเทาสาธารณภัยอื่นๆ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ประเมินผลหรือตามที่ร้องขอ

5. กรอบแนวความคิดด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง กรอบที่นำมาใช้ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ 2 กลุ่ม 6 ด้าน คือ ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น การใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา การใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ และช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย และการจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย

6. กรอบแนวความคิดในด้านการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง กรอบที่นำมาใช้ในการประเมินความคิดเห็นจาก ประชากรกลุ่มตัวอย่าง มี 5 ด้าน คือ การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย การเลือกใช้ภาพประกอบที่มีขนาดเหมาะสมกับระยะในการมอง สามารถช่วยให้เข้าใจในข้อมูลได้รวดเร็ว และสามารถสร้างความประทับใจได้เป็นอย่างดีซึ่งช่วยให้กลุ่มเป้าหมายจดจำสื่อประชาสัมพันธ์ได้ ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน และข้อความสื่อความหมายได้ชัดเจน ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ และช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย และเนื้อหาถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร

7. ผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิก หมายถึง ผู้ที่มีประสบการณ์ทางด้านงานกราฟิกตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป

8. ผู้เชี่ยวชาญกลุ่มผู้ปฏิบัติงาน สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร หมายถึง ผู้ที่มีประสบการณ์ทางด้านงานป้องกันและระงับอัคคีภัย วิทยากรทางด้านการดับเพลิงและกู้ภัย ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร
มีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร
- 2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้
- 2.3 การประชาสัมพันธ์
- 2.4 สื่อประชาสัมพันธ์
- 2.5 การออกแบบนิเทศศิลป์
- 2.6 สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย(2551 : 3-25)จากแนวคิดที่จะปรับปรุงโครงสร้างของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ซึ่งเป็นหน่วยงานต้นสังกัดของกองบังคับการตำรวจดับเพลิง ให้มีขนาดเล็กลง โดยมีแนวคิดที่จะโอนภารกิจที่ไม่ใช่หน้าที่ของตำรวจโดยตรงให้ไปอยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องงานด้านดับเพลิงและกู้ภัย ถือเป็นภารกิจหนึ่งที่ไม่ใช่หน้าที่โดยตรงของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ จึงเห็นควรที่จะโอนภารกิจดังกล่าวให้กรุงเทพมหานครรับไปดำเนินการ

ในปี พ.ศ. 2546 คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 21 มกราคม 2546 เมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2546 และมติเมื่อวันที่ 16 กันยายน 2546 เรื่องการดำเนินการถ่ายโอนภารกิจกองบังคับการตำรวจดับเพลิง สำนักงานตำรวจแห่งชาติไปอยู่ในความรับผิดชอบของกรุงเทพมหานคร โดยให้ภารกิจกองบังคับการตำรวจดับเพลิง สำนักงานตำรวจแห่งชาติไปอยู่ในความรับผิดชอบของกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2546 และคณะรัฐมนตรีมีความเห็นว่าเมื่อสำนักงานตำรวจแห่งชาติโอนยานพาหนะวัสดุ อุปกรณ์ และอาคารสถานที่ให้กรุงเทพมหานครแล้วกรุงเทพมหานครก็สามารถปฏิบัติภารกิจรักษาความปลอดภัยแทนสำนักงานตำรวจแห่งชาติได้เป็นอย่างดี

1. สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

จากมติคณะรัฐมนตรีดังกล่าวกรุงเทพมหานครอาศัยอำนาจตาม พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยระเบียบการจัดระเบียบบริการราชการ กทม. โดยคณะกรรมการข้าราชการกรุงเทพมหานคร (ก.ก.) ได้มีมติครั้งที่ 8/2546 ให้จัดตั้งสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยการคำ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขึ้นโดยรวมหน่วยงานของ กทม. คือฝ่ายบรรเทาผู้ประสบภัย กองสังคมสงเคราะห์ สำนักสวัสดิการสังคม และกองป้องกันภัยฝ่ายพลเรือนกรุงเทพมหานคร สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร รวมเข้ากับกองบังคับการตำรวจดับเพลิง สำนักงานตำรวจแห่งชาติ เข้าเป็นหน่วยงานภายใต้การกำกับดูแลของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยกรุงเทพมหานคร

เนื่องจากมีข้าราชการในสังกัดกองบังคับการตำรวจดับเพลิงโอนไปสังกัดสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร เพียง 170 นาย ซึ่งไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงานสำนักงานตำรวจแห่งชาติจึงได้มีหนังสือที่ ตช. 0006.334/4719 ลงวันที่ 31 ตุลาคม 2546 อนุมัติให้ข้าราชการตำรวจในสังกัดกองบังคับการตำรวจดับเพลิง สำนักงานตำรวจแห่งชาติ จำนวน 1,217 ราย ช่วยราชการที่สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยกรุงเทพมหานคร เพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามที่ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มอบหมาย มีกำหนด 2 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2546 เป็นต้นไป

กรุงเทพมหานครได้รับมอบหมายภารกิจดับเพลิงจากสำนักงานตำรวจแห่งชาติ เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2546 พร้อมได้มีพิธีมอบหมายภารกิจเมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2546 ซึ่งเป็นวันเดียวกับที่ พลตรีประเสริฐ รุจิรวงศ์ (ยศในขณะนั้น) รองอธิบดีกรมตำรวจได้มาตรวจงานและให้นโยบายกับกองตำรวจดับเพลิง เมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2550 ซึ่งข้าราชการของหน่วยงานนี้ถือว่าเป็น “วันนักดับเพลิง”

2. ภารกิจงานดับเพลิงและกู้ภัยของกรุงเทพมหานคร

ภายหลังจากการได้รับมอบภารกิจดับเพลิงและกู้ภัยมาจากสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ตามมติคณะรัฐมนตรีแล้ว ภารกิจที่สำคัญและหนักยิ่งของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย อันดับแรกก็คือ การเร่งจัดหาบุคลากรเพื่อมาทำหน้าที่เป็นนักดับเพลิง ที่ไม่สมัครใจ โอนมาสังกัดกรุงเทพมหานคร จำนวนประมาณ 1,500 นาย ซึ่งในปัจจุบันได้บรรจุข้าราชการที่ทำหน้าที่ดับเพลิงและกู้ภัยแล้วประมาณ 2,000 นาย เจ้าหน้าที่ดังกล่าวได้ผ่านการอบรมการดับเพลิงและกู้ภัยเบื้องต้น และหลักสูตรเฉพาะทางอีกหลายหลักสูตร เพื่อให้เป็นนักดับเพลิงและกู้ภัย ที่ดีต่อไป

นอกจากการเร่งดำเนินการจัดหาบุคลากรเพื่อทดแทนตำรวจดับเพลิงที่มีได้สมัครใจโอนมาแล้ว กรุงเทพมหานครโดยสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยยังได้เร่งดำเนินการซ่อมแซมอาคารที่ทำการอาคารบ้านพักข้าราชการให้มีความสวยงาม น่าอยู่ ปรับปรุงภูมิทัศน์ จัดการซ่อมแซมรถดับเพลิงและรถกู้ภัยให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ได้ตลอดเวลา ปรับรูปแบบการปฏิบัติงานจากการเน้นการทำงานเชิงรับมาเป็นรูปแบบเชิงรุกเน้นการป้องกันก่อนที่จะเกิดเหตุภัยพิบัติต่างๆ โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานมากขึ้น

ทางด้านขวัญและกำลังใจของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน กรุงเทพมหานครได้เล็งเห็นและให้ความสำคัญกับบุคลากรในทุกระดับ โดยเฉพาะผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่เป็นนักดับเพลิงและกู้ภัยจะได้รับการพิจารณาเข้าพักในบ้านพัก แพลตฟอร์มพลก่อนบุคคลอื่น การได้รับการศึกษา อบรมความรู้ เพื่อประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานและเพื่อความปลอดภัยก่อน นอกจากนั้นยังได้รับค่าตอบแทนเป็นเงินค่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปฏิบัติงานเสี่ยงภัยอีกเดือนละ 5,000 บาท ซึ่งมากกว่าเมื่อครั้งปฏิบัติงานกับกองบังคับการตำรวจดับเพลิง

สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ทราบดีว่างานด้านป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย เป็นภารกิจที่ยิ่งใหญ่ที่พี่น้องชาวกรุงเทพมหานครทุกท่านมอบหมายให้หน่วยงานนี้ เป็นผู้ดูแลเพื่อให้เกิดความมั่นใจและปลอดภัยในการดำรงชีวิตอยู่อย่างมีความสุข เช่นเดียวกันกับนานาชาติที่เจริญแล้ว โดยเฉพาะหน่วยดับเพลิงแห่งนี้เคยเป็นหน่วยงานด้านดับเพลิงและกู้ภัยที่ยิ่งใหญ่ เจริญก้าวหน้าเป็นที่ยอมรับและได้รับการกล่าวขวัญชื่นชมจากประชาชนไปทั่วประเทศไทย ดังนั้นจึงมีความพยายามสืบทอดแนวคิดของนักดับเพลิงและกู้ภัย โดยจะมุ่งมั่นนำแนวคิดและอุดมการณ์ดังกล่าวมาสานต่อเพื่อให้สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของกรุงเทพมหานคร มีความเจริญก้าวหน้า พร้อมทั้งจะรับใช้ประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ให้มีความสุข ความปลอดภัยตลอดไป

สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยเป็นหน่วยงานของกรุงเทพมหานคร ตามประกาศของกรุงเทพมหานคร ลงวันที่ 19 กันยายน 2546 เรื่องการแบ่งส่วนราชการภายในหน่วยงานและการกำหนดอำนาจหน้าที่ของกรุงเทพมหานคร (ฉบับที่ 50)

สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ปฏิบัติการป้องกันและระงับอัคคีภัยและบรรเทาสาธารณภัยอื่นๆ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ปริมาณพลหรือตามที่ร้องขอ กำหนดมาตรการในการป้องกันและระงับอัคคีภัยและบรรเทาสาธารณภัยอื่นๆ ประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการดำเนินการป้องกันและระงับอัคคีภัยและบรรเทาสาธารณภัย การให้การสงเคราะห์และบรรเทาความเดือดร้อนแก่ผู้ประสบภัย กำหนดและประสานแผนการปฏิบัติงานของสำนักให้เป็นไปตามแผนแม่บทกรุงเทพมหานคร ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง ศึกษาวิเคราะห์ วิจัยและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ความรู้ด้านการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย การพัฒนาขีดความสามารถของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งส่วนราชการและหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

1. สำนักเลขานุการ
2. กองวิชาการและแผนงาน
3. กองอำนวยการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
4. กองปฏิบัติการดับเพลิง 1
5. กองปฏิบัติการดับเพลิง 2
6. กองปฏิบัติการดับเพลิง 3
7. กองปฏิบัติการดับเพลิง 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. สำนักงานเลขานุการ

มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับงานสารบรรณและธุรการทั่วไปของสำนักงาน ช่วยอำนวยความสะดวกและเลขานุการ งานบริหารงานบุคคล งานการคลัง งานการประชุม งานนิติกรรมและสัญญา การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การดูแลสถานที่และยานพาหนะ งานอื่นที่ไม่ได้อยู่ในความรับผิดชอบของกอง โดยเฉพาะและปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งงานในส่วนราชการ ดังนี้

กลุ่มงานช่วยนักบริหาร มีหน้าที่รับผิดชอบด้านเลขานุการของผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักงาน และรองผู้อำนวยการสำนักงานการติดต่อนัดหมายประชุมประสานงานและอำนวยความสะดวก และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

ฝ่ายงานบริหารทั่วไป มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับงานด้านสารบรรณและธุรการทั่วไป งานการประชุม การประสานงาน งานนิติกรรมและสัญญา การควบคุมดูแลสถานที่ และยานพาหนะ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและงานอื่นที่ไม่อยู่ในหน้าที่ความรับผิดชอบของส่วนราชการใด โดยเฉพาะและปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

ฝ่ายการเจ้าหน้าที่ มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการวางแผนอัตรากำลัง สรรหา การบรรจุและแต่งตั้ง การโอน การย้าย การพิจารณาความชอบ และประเมินสมรรถภาพ การประชุม อ.ก.ก. สำนัก การศึกษา ดูงาน ฝึกอบรม การขอกลับเข้ารับราชการ การเลื่อนระดับ การเลื่อนขึ้นเงินเดือน การดำเนินการทางวินัย การทะเบียนประวัติ การขอรับบำเหน็จ บำนาญ และเกษียณอายุ การขอรับพระราชทานเครื่องราชอิสริยาภรณ์และประกาศเกียรติคุณ การจัดทำบัตรข้าราชการและลูกจ้าง การดำเนินการตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533 และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

ฝ่ายการคลัง มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับงานด้านการเงินและงบประมาณ การบัญชี และพัสดุ การตรวจสอบใบสำคัญ การจัดซื้อ จัดจ้าง การลงทะเบียนทรัพย์สิน การจำหน่ายทรัพย์สินของสำนักและปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

2. กองวิชาการและแผนงาน

มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการศึกษา วิเคราะห์และวางแผนป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย การตรวจสอบสภาพอาคารสถานที่ที่มีความเสี่ยง และการดำเนินการใดๆ ให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พ.ศ. 2550 และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง การตรวจสอบและวิเคราะห์สาเหตุการเกิดเพลิงไหม้ รวมทั้งเป็นศูนย์สารสนเทศและให้บริการเอกสารสิ่งพิมพ์และสื่อต่างๆ ทางวิชาการด้านการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย การจัดทำแผนแม่บทป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย การจัดฝึกอบรมและเผยแพร่วิชาการป้องกันและระงับอัคคีภัย รวมทั้งการกู้ภัย การประสานความร่วมมือกับนานาประเทศด้านวิชาการและทรัพยากรที่เกี่ยวข้องและปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งงานภายในส่วนราชการ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งานธุรการ มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับงานสารบรรณและธุรการทั่วไป งานการเจ้าหน้าที่ งานการเงินและงบประมาณ การบัญชีและพัสดุ การประชุม การควบคุมดูแลสถานที่ และยานพาหนะ และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

ฝ่ายแผนงาน มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดทำแผนแม่บท แผนเฉพาะกิจ แผนงานโครงการต่างๆ ด้านการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของสำนักให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนแม่บทระดับชาติ แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร การทำแผนปฏิบัติการ การทำแผนงานโครงการด้านการป้องกันฝ่ายพลเรือน ประสานติดตาม และประเมินผลแผนงานโครงการระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอกสำนักฯ การศึกษา ค้นคว้า วิจัย และพัฒนาทางวิชาการ และระบบงานด้านการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย การผลิต พัฒนา และเผยแพร่เอกสารตำรา และสื่อต่างๆ ทางวิชาการ เป็นศูนย์สารสนเทศด้านการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยการติดต่อประสานงานแลกเปลี่ยนความรู้ความร่วมมือและประสานความช่วยเหลือจากองค์กรภายใน และต่างประเทศและปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

ฝ่ายตรวจการและวางแผนป้องกันอัคคีภัย มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการดำเนินการตรวจสอบปัญหาของอาคารสถานที่ที่เสี่ยงต่อการเกิดอัคคีภัยทั้งหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจและภาคเอกชน เพื่อนำข้อมูลมาประมวลวิเคราะห์หาแนวทางแก้ไขและวางแผนป้องกันอัคคีภัยให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พ.ศ. 2550 และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง ตรวจหรือร่วมตรวจกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องในการตรวจอาคารที่อยู่ระหว่างการก่อสร้างเพื่อป้องกันการเกิดอัคคีภัยตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 การตรวจสอบและวิเคราะห์หาสาเหตุการเกิดเพลิงไหม้รวมถึงการตรวจสอบตามข้อร้องเรียนตามนโยบายของผู้บริหารหรือแผนงาน โครงการเฉพาะกิจ ด้านการป้องกันอัคคีภัย และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

กลุ่มงานฝึกอบรม มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับงานอบรมและเผยแพร่ วิชาการป้องกันและระงับอัคคีภัย การกู้ภัยให้แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน และผู้เกี่ยวข้องโดยจัดทำแผนงาน โครงการฝึกอบรม ดำเนินการฝึกอบรมหลักสูตรต่างๆ การประชุมสัมมนาด้านการป้องกันอัคคีภัยและสาธารณภัยอื่นๆ สนับสนุนวิทยากร ให้คำปรึกษาแนะนำแก่ส่วนราชการหรือหน่วยงานของกรุงเทพมหานคร ในการฝึกอบรมด้านการป้องกันและระงับอัคคีภัย การกู้ภัย และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

3. กองอำนวยการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการอำนวยการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย การประสานงานกับหน่วยราชการและเอกชน การกำหนดมาตรการ กำกับดูแล การปฏิบัติงานของอาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือนและอาสาสมัครบรรเทาสาธารณภัย การให้การสงเคราะห์และบรรเทาความเดือดร้อนแก่ผู้ประสบภัย การสื่อสาร และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งงานภายในราชการ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งานธุรการ มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับงานสารบรรณและธุรการทั่วไป งานการเจ้าหน้าที่ งานการเงินและงบประมาณ การบัญชีและพัสดุ การประชุม การควบคุมดูแลสถานที่ และยานพาหนะ และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

ฝ่ายป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการปฏิบัติและประสานความร่วมมือเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนจากสาธารณภัย กำหนดมาตรการกำกับดูแล การปฏิบัติงานของอาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือนและอาสาสมัครบรรเทาสาธารณภัย การจัดตั้งกลุ่มอาสาสมัครกรุงเทพมหานคร การสั่งใช้อาสาสมัคร การให้การสงเคราะห์อาสาสมัคร การจัดประชุมอาสาสมัคร การควบคุมดูแลการใช้รถ อำนาจการ และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

ฝ่ายบรรเทาผู้ประสบภัย มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการสงเคราะห์ และบรรเทาความเดือดร้อนแก่ประชาชนที่ประสบภัยและปัญหาเฉพาะหน้าในด้านวัสดุ สิ่งของและเงินทุนต่างๆ ตามระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการสงเคราะห์ผู้ประสบสาธารณภัย พ.ศ. 2537 การเชิดชูเกียรติผู้ปฏิบัติงานด้านบรรเทาสาธารณภัยดีเด่น การบำบัดฟื้นฟู ผู้ประสบภัยให้พัฒนาตนเองและชีวิตที่ดีขึ้น เป็นศูนย์กลางรับเรื่องราวผู้ประสบปัญหาความเดือดร้อนต่างๆ ตลอดจนให้คำปรึกษาแนะนำในการแก้ปัญหา การติดตามและการดำเนินงานและปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

ฝ่ายการสื่อสาร มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการควบคุมและบังคับฝ่ายสื่อสารเฉพาะงานด้านป้องกันและระงับอัคคีภัย และบรรเทาสาธารณภัย การแจ้งเหตุเพลิงไหม้ และสาธารณภัยอื่นๆ การดูแลเครื่องมือเครื่องใช้ในการติดต่อสื่อสารประสานงานกับหน่วยงานภายในและภายนอกสังกัดกรุงเทพมหานคร จัดให้มีข้อมูลด้านแผนที่ เส้นทางจราจรในกรุงเทพมหานคร ข้อมูลแหล่งน้ำเพื่อใช้ในการระงับอัคคีภัย ข้อมูลเกี่ยวกับแปลนอาคาร ทางเข้า-ออก และทางหนีไฟ ในอาคารข้อมูลเกี่ยวกับการจัดเก็บและขนส่งวัตถุอันตรายที่เป็นสารเคมีหรือวัตถุไวไฟ ข้อมูล ชื่อ ที่อยู่ของผู้แจ้ง เมื่อโทรศัพท์เข้ามาติดต่ออันเป็นประโยชน์ในการตรวจสอบว่าในบริเวณนั้นมีการเกิดเหตุจริง และข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานป้องกันและระงับอัคคีภัยและบรรเทาสาธารณภัย และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย มีอัตรากำลังและข้าราชการลูกจ้าง ดังนี้

1. กรอบอัตรากำลังข้าราชการ 2,087 อัตรา มีคนครอง 1,944 อัตรา
2. กรอบอัตรากำลังลูกจ้าง
 - กรอบอัตรากำลังลูกจ้างชั่วคราว 98 อัตรา มีคนครอง 86 อัตรา
 - กรอบอัตรากำลังลูกจ้างประจำ 65 อัตรา มีคนครอง 54 อัตรา

(ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2551)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภารกิจป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

กรุงเทพมหานคร เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้กำหนดมาตรการดูแลด้านการป้องกันและบรรเทาอัคคีภัยให้กับประชาชนในเขตชุมชนต่างๆทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งจะต้องดำเนินการกิจด้านการป้องกัน ระวังเหตุและฟื้นฟูในการสงเคราะห์

1. ด้านการป้องกันก่อนเกิดเหตุ โดยได้ดำเนินการตามโครงการต่างๆ เพื่อป้องกันอัคคีภัยให้กับประชาชนในชุมชน ดังนี้

การตรวจสอบอาคารและพื้นที่เสี่ยงภัย ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยได้ดำเนินการตรวจสอบอาคารสูง อาคารขนาดใหญ่พิเศษ อาคารชุมนุมคน จำนวน 3,000 แห่ง รวมทั้งพื้นที่ย่านที่มีความเสี่ยงเช่นบริเวณเชิงสะพานกษัตริย์ศึก ถนนสายไหม สถานีจำหน่าย และสะสมแก๊ส เป็นต้น

โครงการชุมชนปลอดภัย (ประปาหัวแดง) โดยกรุงเทพมหานครร่วมกับการประปานครหลวงติดตั้งหัวจ่ายน้ำดับเพลิง (ประปาหัวแดง) ในพื้นที่ชุมชน จำนวน 2,096 จุด ในปี 2549 – 2550 และติดตั้งไปแล้ว 1,431 จุด

โครงการอบรมให้ความรู้การอพยพหนีไฟ แก่เด็กนักเรียนของโรงเรียนในสังกัด จำนวน 433 แห่ง

การอบรมฝึกซ้อมการอพยพหนีไฟ ให้แก่ชุมชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยได้ดำเนินการฝึกอบรมให้แก่ชุมชนเป้าหมายที่มีความเสี่ยง ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างต่อเนื่องโดยได้ดำเนินการไปแล้ว 805 ชุมชน

การณรงค์ประชาสัมพันธ์ ให้ประชาชนได้รับทราบแนวทางปฏิบัติในกรณีที่เกิดอัคคีภัย และวิธีการปฏิบัติตนเมื่อเกิดอัคคีภัยและวิธีการปฏิบัติตนเมื่อเกิดอัคคีภัย ผ่านสื่อต่างๆ และดำเนินการแจกจ่ายแผ่นพับ แผ่นปลิวให้ประชาชนได้รับความรู้

การฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ในสังกัด เพื่อเพิ่มความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน รวมทั้งการศึกษาดูงานทั้งในและต่างประเทศ

โครงการพัฒนาศักยภาพ อปพร. เพื่อให้กลุ่มพลังมวลชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ โดยทำการฝึกอบรมให้ความรู้สนับสนุนอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้

โครงการจัดตั้งสถานีเพิ่มเติม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขยายการให้บริการให้ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานคร และมีประสิทธิภาพมาตรฐานที่กำหนดไว้

การดำเนินการเตรียมการป้องกันอัคคีภัยจะบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์จำเป็นจะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคประชาชน ซึ่งถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการมีส่วนร่วมในการป้องกันอัคคีภัยที่อาจอาจเกิดขึ้น ดังนั้นการอบรมให้ความรู้แก่ประชาชนถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วนและต่อเนื่อง สำหรับมาตรการระยะยาวจะพัฒนาศักยภาพ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เจ้าหน้าที่โดยการจัดตั้งโรงเรียนดับเพลิงของกรุงเทพมหานคร เพื่ออบรมให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่ประชาชนทั่วไป ให้มีความชำนาญและทักษะในการปฏิบัติงานด้านการระงับเหตุให้เกิดประสิทธิภาพ ซึ่งกระทรวงมหาดไทยได้สั่งการให้จังหวัดในแต่ละจังหวัดรวมทั้งกรุงเทพมหานคร จัดทำแผนการป้องกันและระงับอัคคีภัย รวมทั้งกำหนดการฝึกซ้อมแผนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

2. ด้านการระงับเหตุ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการดำเนินการกิจดังกล่าว จึงได้จัดทำแผนเผชิญเหตุ โดยสนธิกำลังระหว่างหน่วยงานในสังกัดและหน่วยงานภายนอก เพื่อให้การเข้าทำการดับเพลิงเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว รวมทั้งร่วมกับชุมชนต่างๆ ในการจัดทำแผนอพยพหนีไฟ นอกจากนี้ยังได้กำหนดมาตรการเพื่อป้องกันและบรรเทาภัยพิบัติของกรุงเทพมหานคร โดยการจัดตั้งศูนย์ป้องกันและควบคุมภัยพิบัติ โดยเป็นศูนย์ควบคุมสั่งการ ศูนย์ข้อมูลข่าวสารและประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ

3. ด้านไฟฟ้าและสงเคราะห์ โดยให้การสงเคราะห์ผู้ประสบภัยในพื้นที่กรุงเทพมหานครทั้ง 50 เขต โดยมอบถุงยังชีพ เครื่องอุปโภคบริโภค เงินทุนประกอบอาชีพค่ารักษาพยาบาล เงินปลอบขวัญ เงินค่าจัดการศพ และเงินค่าที่พักชั่วคราว

สาธารณภัย

สาธารณภัย หมายถึง ภัยที่เกิดขึ้นแล้วส่งผลกระทบเกิดความเสียหาย แก่ประชาชนเป็นจำนวนมากแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ภัยที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติ และภัยที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์

ภัยธรรมชาติ เป็นภัยสาธารณะที่ไม่สามารถป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นได้ แต่หากรู้จักวิธีปฏิบัติตนก็สามารถลดการสูญเสียในชีวิตและทรัพย์สิน ได้แก่ แผ่นดินไหว น้ำท่วม ไฟป่า พายุ ภัยแล้ง และแผ่นดินถล่ม เป็นต้น

ภัยจากการกระทำของมนุษย์ เป็นภัยสาธารณะที่เกิดจากความประมาทของมนุษย์ ซึ่งเป็นภัยที่สามารถป้องกันได้ หรือหากเกิดขึ้นแล้วก็สามารถลดการสูญเสียได้เช่นกัน ถ้าไม่อยู่ในความประมาท ได้แก่ อัคคีภัย ภัยจากสารเคมี ภัยจากการทำงาน ภัยจากการคมนาคมขนส่ง และภัยจากการก่อการร้าย เป็นต้น(สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย. 2551 : 3-25)

2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้

2.2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ ได้มีผู้ศึกษาและระบุถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการรับรู้หลายท่าน ต่อไปนี้

การศึกษา ความหมายของการศึกษา คือ ความเจริญงอกงามในด้านต่างๆ เช่น ทางกาย ทางปัญญา และวิชาการทางด้านศีลธรรมและวัฒนธรรม ทางด้านอาชีพและสังคมและทางอารมณ์ (สาโรช บัวศรี อ้างอิงใน บ้านเทิง พาพิจิตร. 2547 : 10)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษา คือ กระบวนการเสริมสร้างสมรรถภาพบุคคล ช่วยให้คนเจริญเติบโตโดยสมบูรณ์ ถูกต้องตามเจตนาของส่วนรวม การศึกษาช่วยให้คนเข้าใจตำแหน่งฐานะและคุณค่าของตนในสังคมได้ อย่างรวดเร็วและปลอดภัย (ถนอม มาระจันทร์ อ้างอิงใน บันเทิง พาพิจิตร. 2547 : 10) จะเห็นได้ว่า ความหมายของการศึกษาที่กล่าวมาข้างต้นมีผล ต่อการดำรงชีวิตเป็นอย่างสูง อาจจะกล่าวได้ว่า การศึกษาคือชีวิต มีผลตั้งแต่เกิดจนตาย นั่นคือการศึกษามีผลต่ออาชีพ สามารถยกฐานะทางสังคม และเป็นตัวบ่งชี้ถึงรสนิยม

อาชีพในปัจจุบันถือว่ามีความสำคัญมาก การประกอบอาชีพต้องใช้ความรู้ ความชำนาญซึ่งเกิด จากการศึกษาและทำงานเฉพาะเรื่อง ได้เรียนรู้หลักการและเทคนิคปฏิบัติที่ใช้ในอาชีพนั่น (ประเสริฐ แยมกสินฟูง. 2546 : 10) อาชีพมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดและส่งผลไปถึงรายได้

Garrison (1972 : 637) เสนอว่า การที่เราจะรับรู้สิ่งที่มาสัมผัส ได้นั้นต้องอาศัยประสบการณ์ของเราเป็นเครื่องช่วยในการตีความหรือแปลความ ถ้าเราไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อนเราก็ไม่สามารถรับรู้ ได้ว่าสิ่งที่เราสัมผัสนั้นมีความหมายว่าอย่างไร

จำเนียร ช่างโชติ(2533 : 117) กล่าวสรุปในเรื่องอิทธิพลที่มีต่อการรับรู้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การรับรู้ของคนเรามีมากมายหลายประการ แต่พอสรุปได้เป็นสองประการ คือ ประการแรกได้แก่ บทบาท ปัจจัยภายในอันได้แก่ คุณสมบัติภายในของผู้รับรู้ เช่นความต้องการ หรือแรงขับ คุณค่าความสนใจ และ ประสบการณ์เดิม อีกประการหนึ่ง คือ บทบาทปัจจัยทางสังคมภายนอก ซึ่งได้แก่ ความยึดมั่น ความเชื่อถือ คำบอกกล่าว คำแนะนำ คำสอนที่ได้รับต่อกันมา ทั้งหมดนี้มีอิทธิพลที่ทำให้การรับรู้ที่บุคคลมีต่อ เรื่องราว เหตุการณ์ ภาวะแวดล้อมต่าง ๆ มีความแตกต่างกัน

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2543:65) ได้ให้ความหมายการรับรู้ว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่เราสามารถแสดงความรู้และตีความหมายจากสิ่งที่ได้เห็น สิ่งที่ได้ยิน และสิ่งที่รู้จัก ด้วยประสาทสัมผัส ว่าสิ่งนั้นคืออะไรซึ่งมีทั้งวัตถุ สิ่งของและสังคม

ชนินฐา วิเศษสาร (2544:107) ได้กล่าวถึงการรับรู้ว่าเป็นสิ่งที่ต้องศึกษาควบคู่กันกับการรู้สึก สัมผัสหรือการรู้สึก (Sensation) เพราะไม่ว่าการที่มนุษย์รับรู้สิ่งใด นั้นหมายถึงสิ่งนั้นจะต้องผ่านเข้ามา ทางประสาทสัมผัสก่อนและต่อมาสมองจะตีความจากการรู้สึกสัมผัส ออกมาเป็นสิ่งที่มีความหมาย การ รับรู้จำเป็นต้องอาศัยการเรียนรู้ ประสบการณ์ อารมณ์ แรงจูงใจ ความเชื่อและเจตคติมาเกี่ยวข้องด้วย และได้กล่าวถึงความหมายของการรับรู้คือ กระบวนการซึ่งบุคคลแปรหรือตีความหมายของการรู้สึก สัมผัสที่ได้รับออกมาเป็นหนึ่งสิ่งใดที่มีความหมายหรือที่เราจัดให้เข้าใจได้

2.2.2 การรู้สึกสัมผัส

ชัยงค์ พรหมวงศ์ อ้างในทองเจือ เขียดทอง (2542:201) การรู้สึกสัมผัสมนุษย์ ใช้อวัยวะในการ สัมผัสคือ ตา หู จมูก ลิ้น และผิวหนังเป็นอวัยวะหลักในการรับรู้เพื่อรายงานไปยังประสาทสัมผัส

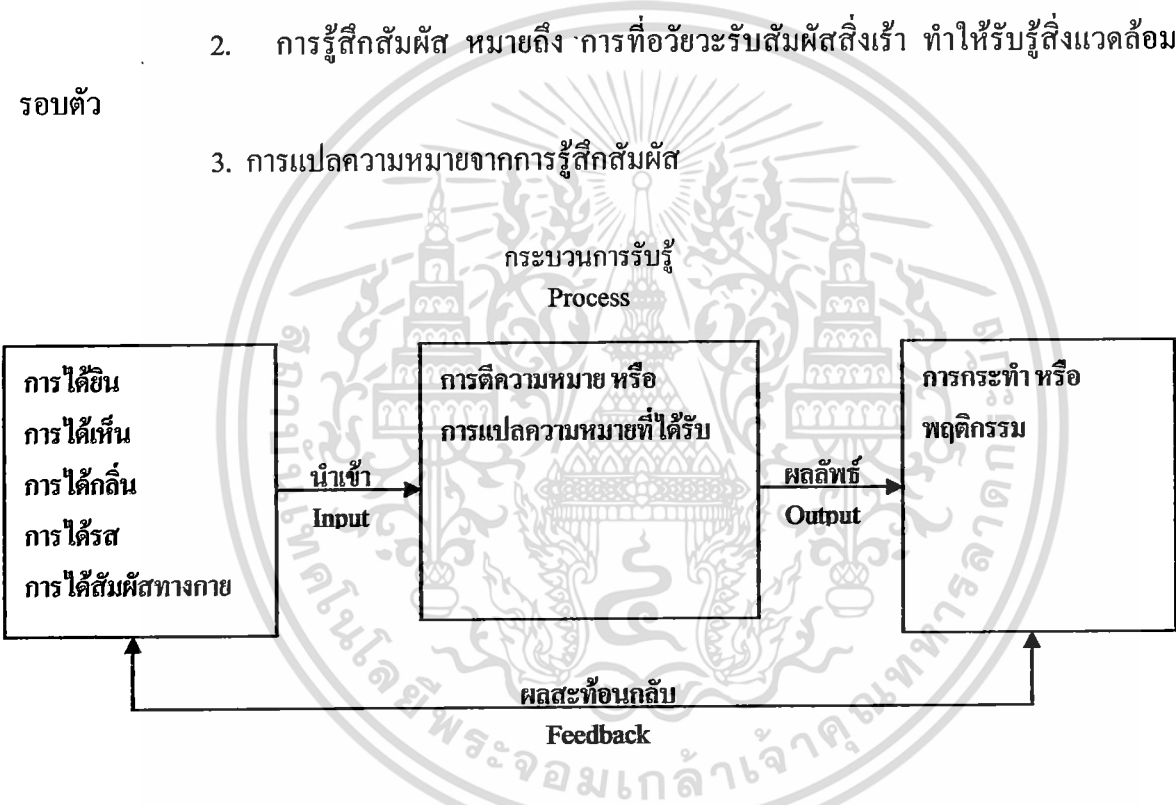
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อวัยวะสัมผัสนี้มีความสามารถในการรับรู้ที่แตกต่างกัน ได้วิจัย พบว่า ตาสามารถรับรู้ได้ดีที่สุด คือสามารถรับรู้ได้ 75% หูรับรู้ได้ 13% ทางกายรับรู้ได้ 6% ทางจมูกรับรู้ได้ 3% และทางลิ้นรับรู้ได้ 3%

2.2.2 กระบวนการรับรู้

ชัยงค์ พรหมวงศ์ อ้างในทองเจือ เจียศทอง (2542:201) กระบวนการรับรู้สามารถแยกเป็น 2 ขั้นตอนใหญ่ๆ คือ ขั้นความรู้สึกละขั้นตีความหมาย(ดังภาพที่ 2.1) ซึ่งการตีความหมายจะแตกต่างกันไปแล้วแต่บุคคลรวมถึงองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

- 1. ชนิดและธรรมชาติของสิ่งเร้า สิ่งเร้า คือ สิ่งต่างๆ ที่เข้ามาเร้าอวัยวะรับสัมผัส ประกอบด้วยสิ่งเร้าภายนอกและสิ่งเร้าภายใน
- 2. การรู้สึกสัมผัส หมายถึง การที่อวัยวะรับสัมผัสสิ่งเร้า ทำให้รับรู้สิ่งแวดล้อมรอบตัว
- 3. การแปลความหมายจากการรู้สึกสัมผัส



ภาพที่ 2.1 ภาพกระบวนการรับรู้

ที่มา : ชัยงค์ พรหมวงศ์ (อ้างในทองเจือ เจียศทอง. 2542:201)

2.2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้

โยธิน ศันสนยุทท์และคณะ (2533 : 43 – 45) ได้อธิบายถึงปัจจัยที่มีต่อการรับรู้ว่าองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับรู้ แบ่งเป็นองค์ประกอบอันเนื่องมาจากสิ่งเร้าและองค์ประกอบอันเนื่องมาจากบุคคล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบอันเนื่องมาจากสิ่งเร้า ประกอบด้วย

1. ความเข้มและขนาด (Intensity and size)
2. ความผิดเพี้ยน (Contrast)
3. การกระทำซ้ำ (Repetition)
4. การเคลื่อนไหว (Movement)

องค์ประกอบอันเนื่องมาจากบุคคลประกอบด้วย

1. ความสนใจ (Interest)
2. ความคาดหวัง (Expectancy)
3. ความต้องการ (Need)
4. การเห็นคุณค่า (Value)

Robbins (อ้างใน ขนิษฐา วิเศษสารณ. 2544 : 118) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการแปลความหมายของบุคคลว่ามีปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ค่านิยมและเจตคติ (Value judgement and attitude)
2. บุคลิกภาพ (Personality)
3. แรงจูงใจ ความต้องการในขณะนั้น (Motivation at that time)
4. ความสนใจ (Interest)
5. ความคาดหวัง (Expectancy)
6. ประสบการณ์ในอดีตหรือความรู้เดิม (Past experience)

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2543 : 65) ได้สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ว่าการรับรู้จะเป็นไปได้เพียงใดขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลัก 2 องค์ประกอบ คือ

1. ความพร้อมในการรับรู้ ประกอบด้วยความพร้อมทางประสาทสัมผัสความพร้อมทางอารมณ์ และความพร้อมทางสังคม
2. ประสบการณ์ในอดีต เป็นการช่วยในการตีความหมายในปัจจุบัน

ขนิษฐา วิเศษสาร (2544 : 119) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของมนุษย์ว่ามีหลายประการดังนี้

1. ปัจจัยจากสิ่งเร้า ประกอบด้วยสิ่งเร้าจากภายนอกและสิ่งเร้าจากภายใน
2. ปัจจัยจากทางสรีระคือสภาพร่างกายมีผลต่อการรับรู้ของคน
3. ปัจจัยทางจิตวิทยา คือทำให้เราเกิดแรงจูงใจ ความตั้งใจหรือความใส่ใจซึ่งแบ่งประสบการณ์นี้เป็น 2 ส่วนคือ การตั้งใจรับรู้ (Focus) และการรับรู้โดยผิวเผิน (Margin) ซึ่งตัวการภายนอกที่มีอิทธิพลต่อความเข้าใจ คือ สิ่งเร้าภายนอกประกอบด้วย การเกิดซ้ำ (Repetition) ความเข้มและขนาด (Intensity and size) ความเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลง (Movement and Change) และความใหม่ (Novelty)

เอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ปัจจัยทางสังคม สภาพความเป็นอยู่ที่แตกต่างกัน แต่ละวัฒนธรรมย่อมแตกต่างกันทำให้คนแต่ละกลุ่มมีการรับรู้สิ่งต่างๆ แตกต่างกันไป

2.2.4 ลักษณะของการรับรู้

ขนิษฐา วิเศษสาร (2544 : 121) ลักษณะของการรับรู้สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือการเลือกสิ่งที่จะรับรู้และการจัดหมวดหมู่ของสิ่งที่จะรับรู้ กล่าวว่าการเลือกสิ่งที่จะรับรู้โดยธรรมชาติของมนุษย์ ประสาทสัมผัสต่างๆ ได้เปิดใช้อยู่ตลอดเวลา แต่เราจะเลือกรับรู้เฉพาะสิ่งที่เราสนใจและตั้งใจ ซึ่งหมายถึงว่า การรับรู้เป็นสิ่งที่เราเลือกสรร การจัดหมวดหมู่ของสิ่งที่จะรับรู้ นักจิตวิทยาในกลุ่มเกสตัลท์มีทฤษฎีว่ามนุษย์รับรู้สิ่งเร้าโดยการจัดสิ่งเร้าต่างๆ เป็นหมวดหมู่หรือเป็นกลุ่มซึ่งถือว่าการรับรู้มีการจัดระบบ โดยมีหลักเกณฑ์ดังนี้

1. การจัดหมวดหมู่
2. การจัดหมวดหมู่ตามความใกล้เคียง สิ่งเร้าอยู่ใกล้กันจะถูกรับรู้เป็นกลุ่มเดียวกัน
3. การจัดหมวดหมู่ตามความเหมือน สิ่งเร้าที่เหมือนกันจะจัดหมวดหมู่เป็นพวกเดียวกัน
4. การจัดหมวดหมู่ตามความต่อเนื่อง สิ่งเร้าที่ต่อเนื่องกันจะรับรู้เป็นพวกเดียวกัน
5. การจัดหมวดหมู่ตามการประสานกันสนิท สิ่งเร้าที่ใกล้เคียงจะประสานกันสมบูรณ์จะรับรู้เป็นภาพที่สมบูรณ์

การแบ่งชนชั้นทางสังคมมีหลายทัศนะด้วยกัน (Social classes are multidimensional) การจัดประเภทชั้นสังคมจะถือเกณฑ์ต่างๆ คือ การศึกษา อาชีพ รายได้ ค่านิยม รูปแบบการดำรงชีวิต ความสนใจ การจัดประเภทชั้นสังคม (Social classes classification) ชั้นสังคมมีการจัดดังนี้

- ระดับสูงอย่างสูง (Upper-upper class) รวย การศึกษาดี ชาติตระกูลดี
- ระดับสูงอย่างกลาง (Middle-upper class) รวย การศึกษาดี ชาติตระกูลปานกลาง
- ระดับสูงอย่างต่ำ (Lower-upper class) รวย การศึกษาปานกลาง ชาติตระกูลดี
- ระดับกลางอย่างสูง (Upper-middle class) รายได้ปานกลาง การศึกษาดี ชาติตระกูลดี
- ระดับกลางอย่างกลาง (Middle-middle class) รายได้ปานกลาง การศึกษาดี ชาติตระกูลปานกลาง
- ระดับกลางอย่างต่ำ (Lower-middle class) รายได้ปานกลาง การศึกษาปานกลาง ชาติตระกูลปานกลาง

ปานกลาง

- ระดับต่ำอย่างสูง (Upper-lower class) รายได้ต่ำ การศึกษาปานกลาง ชาติตระกูลปานกลาง
- ระดับต่ำอย่างกลาง (Middle-lower class) รายได้ต่ำ การศึกษาปานกลาง ชาติตระกูลต่ำ
- ระดับต่ำอย่างต่ำ (Lower-lower class) รายได้ต่ำ การศึกษาต่ำ ชาติตระกูลต่ำ (เสรี วงษ์มณฑา. 2542 : 168)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้แนวคิดที่ได้มองการรับรู้ มีกระบวนการจาก ทั้งภายนอก ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมของบุคคล อาทิ กลุ่มอ้างอิง การติดต่อกับบุคคลอื่น ประสบการณ์เดิมในรูปความรู้ต่าง ๆ ปัจจัยภายในของบุคคลประสบการณ์ที่สะสมจากการได้รับการศึกษา อาชีพ รายได้ ทักษะคติของบุคคล การรับข่าวสาร ฯลฯ กับประสาทสัมผัส ซึ่งเป็นลักษณะทางสรีระของบุคคล ซึ่งกระบวนการรับรู้จะมีการแปลความเพื่อแสดงออกไป ซึ่งระดับการรับรู้ของบุคคลจะสูง หรือต่ำ มากหรือน้อยต้องมีปัจจัยต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง

2.3 การประชาสัมพันธ์

2.3.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

(1) ความหมายของการประชาสัมพันธ์

ปณิศา ถัญญานนท์(2545 : 250-262) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นคำที่ใช้กันจนติดปากซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเกิดความสับสนกันมาก ระหว่างคำว่า โฆษณากับประชาสัมพันธ์ แต่ในความหมายนั้น คำสองคำนี้แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง สำหรับความหมายของการประชาสัมพันธ์มาจากภาษาอังกฤษว่า “Public Relations” สามารถแปลได้ ดังนี้

Public หมายถึง ประชา หมู่คณะ

Relation หมายถึง สัมพันธ์ การผูกพัน

ดังนั้น เมื่อนำสองคำนี้มารวมกันจะให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การเกี่ยวข้อง ผูกพันกับหมู่คน การประชาสัมพันธ์จึงเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่คน หรือความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานสถาบันกับกลุ่มประชาชนนั่นเอง

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 อ้างใน (ปณิศา ถัญญานนท์. 2545 : 250-262) ให้ความหมายว่า

“การประชาสัมพันธ์ หมายถึงการติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องติดต่อกับเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบในการนี้”

ในหนังสือศัพท์พจนานุกรมสื่อสารมวลชนได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง กิจกรรมที่ปฏิบัติอย่างต่อเนื่องตามแผนที่ได้วางเอาไว้ เพื่อส่งเสริมความเชื่อถือ ศรัทธาในบุคคล สถาบัน การประชาสัมพันธ์อาจแบ่งออกเป็นหลายประเภท เช่น การประชาสัมพันธ์โรงเรียน การประชาสัมพันธ์สำหรับโรงพยาบาล การประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล เป็นต้น ซึ่งการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วยกระบวนการ 4 ประการ คือ

1. การค้นคว้าหาข้อมูล (Fact-finding)
2. การวางแผน (Planning)
3. การสื่อสาร (Communication)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. การติดตามประเมินผล (Evaluation)

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

เรย์มอน ไซมอน (Raymon Simon) ศาสตราจารย์วิชาการประชาสัมพันธ์แห่งมหาวิทยาลัยชิคาโก ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า

“การประชาสัมพันธ์ คือ การส่งเสริมให้เกิดความกลมเกลียวราบรื่น และความนิยระหว่างบุคคลกับหน่วยงาน หรือสถาบันและบุคคลอื่นๆ รวมทั้งกลุ่มประชาชนพิเศษ (Special Publics) หรือชุมชนกลุ่มใหญ่ โดยสื่อความหมายถึงสิ่งที่สามารถตีความหมายได้ และมีการพัฒนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างฉันทไมตรี รวมทั้งการประเมินปฏิกิริยาทำที่ของประชาชน”

คัทลิปและเซนเตอร์ (Cutlip and Center) นักวิชาการแห่งมหาวิทยาลัยจอร์เจียและมหาวิทยาลัยซานดิเอโกให้คำจำกัดความว่า

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารความหมายทางด้านความคิดเห็นจากหน่วยงานไปสู่กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการรับฟังความคิดเห็น และประมัตติที่ประชาชนมีต่อหน่วยงานอย่างจริงจัง โดยมุ่งที่จะสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน ช่วยให้หน่วยงานสามารถปรับตัวเองให้สอดคล้องกลมกลืนกับสังคมได้ ฉะนั้น การประชาสัมพันธ์จึงถูกนำมาใช้ในลักษณะความหมาย 3 ประการ คือ

1. การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มประชาชน
2. วิธีการที่หน่วยงานใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์
3. คุณภาพ และสถานภาพแห่งความสัมพันธ์นั้นๆ

2.3.2 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

ปณิสา ลัญยานนท์(2545 : 250-262) การประชาสัมพันธ์มีบทบาท คือ เป็นตัวกลางที่สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานของรัฐกับประชาชน รวมทั้งเป็นกลไกในการส่งเสริมให้คนในสังคมชาติเกิดความรู้สึกร่วมกัน นอกจากนั้นยังเป็นเครื่องมือส่งเสริมการตลาด ทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีและจงใจให้เกิดความนิยมเลื่อมใสในธุรกิจต่างๆ การประชาสัมพันธ์เป็นตัวกลางในการส่งเสริมให้เกิดความสนใจในสิทธิหน้าที่ รวมทั้งการเผยแพร่ความคิดเห็นอย่างเสรี

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์นั้นมี 3 ประการ คือ การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างคานิยม การประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียง และการประชาสัมพันธ์เพื่อความเข้าใจอันดี

การประชาสัมพันธ์นี้มีอิทธิพล คือ เป็นกระบวนการส่งเสริมพัฒนาให้ก้าวหน้าโดยเป็นตัวเชื่อมให้สังคมชนิกกำลังผลักดันให้เคลื่อนตัวไปข้างหน้าไม่หยุดนิ่ง นอกจากนั้นยังเสริมสร้างมิตรภาพและสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศ โดยการเผยแพร่ข่าวสารที่ถูกต้องให้แก่สังคมนานาชาติ ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับประชาชนราบรื่น ทำให้ระบบการเมืองมั่นคง และการประชาสัมพันธ์ยังทำให้เกิดการขยายตัวทางด้านการผลิต การตลาดและผู้บริโภค ได้รับทราบการเคลื่อนไหวของราคา อันเป็นการส่งเสริมให้ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคสินค้าที่เป็นประโยชน์ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความรับผิดชอบของการประชาสัมพันธ์นั้น ผู้ปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานนั้น จะต้องศึกษาหลักการ ความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง และสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน และชี้แจงความเข้าใจอันดีให้กับประชาชนในช่วงจังหวะที่เหมาะสม

การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารประเภทหนึ่งที่มีวัตถุประสงค์อย่างชัดเจนอยู่ 3 ประการด้วยกัน คือ

1. การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความนิยม
2. การประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียง
3. การประชาสัมพันธ์เพื่อความเข้าใจอันดี

1. การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความนิยม

การประชาสัมพันธ์เป็นกลไกหนึ่งของการบริหารเพื่อสร้างความนิยม ความเข้าใจและสนับสนุนจากประชาชนต่อหน่วยงาน ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงเป็นความพยายามของหน่วยงาน เพื่อชักจูงให้ประชาชนสนับสนุนกิจการและการดำเนินงานของหน่วยงาน

ความนิยมเป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานให้เกิดความราบรื่น และบรรลุเป้าหมายความนิยมจากประชาชนทำให้กิจการของหน่วยงานเจริญก้าวหน้า มีความมั่นคง ซึ่งทำให้หน่วยงานเจริญก้าวหน้า มีความมั่นคงซึ่งทำให้หน่วยงานสามารถประสบความสำเร็จได้

การสร้างความนิยมจะต้องทำเป็นระบบ มีลักษณะปลูกเร้าเพื่อสร้างและรักษาไว้ซึ่งความนิยม ความศรัทธาและความเชื่อถือจากประชาชน โดยการแสดงออกให้ประชาชนเห็นการดำเนินของกิจการของหน่วยงานการเผยแพร่นโยบายการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ ให้ประชาชนรู้ เพื่อสร้างความนิยมเลื่อมใสจากประชาชน

2. การประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียง

ชื่อเสียงของหน่วยงานเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะหากมีความเสียหายขึ้นประชาชนจะขาดศรัทธาและความนิยม หน่วยงานก็จะดำเนินงานไปด้วยความยากลำบากและไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการได้ชื่อเสียงของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องไปถึงภาพลักษณ์ ฉะนั้นหน่วยงานทุกแห่งจึงต้องปกป้องและรักษาชื่อเสียงของตนไว้ให้ดีเสมอ โดยมีการดำเนินงานที่ซื่อสัตย์สุจริต เป็นพลเมืองดีในทุกด้าน การป้องกันและรักษาชื่อเสียงเป็นการสร้างฐานะของหน่วยงานให้มั่นคง เพราะหน่วยงานที่มั่นคงมีชื่อเสียงดี ประชาชนก็จะเลื่อมใสให้ความร่วมมือดี

การป้องกันรักษาชื่อเสียง กระทำได้โดยการพิจารณาหาข้อบกพร่องของตนเองในสิ่งที่ก่อให้เกิดความไม่พอใจหรือไม่สะดวกแก่ประชาชนหรืออาจทำให้ประชาชนเข้าใจผิด แล้วหาทางปรับปรุงแก้ไข ข่าวลือเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์เสียหายแก่หน่วยงาน โดยเฉพาะข่าวลือในทางร้ายแก่หน่วยงาน ข่าวลือเป็นสิ่งที่ยากต่อการแก้ไข เพราะไม่มีต้นตอแน่ชัด ฉะนั้นวิธีป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน คือ ต้องทำดี ให้บริการดี ซื่อตรง มีการเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชนอย่างต่อเนื่องและเปิดเผยคุณสมบัติประโยชน์ในฐานะของหน่วยงานตามช่วงจังหวะที่เหมาะสม เป็นการสร้างศรัทธาและความนิยม รวมทั้งสร้างชื่อเสียงให้กับหน่วยงานด้วย

ไม่อาจรู้ได้ว่า ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การประชาสัมพันธ์เพื่อความเข้าใจอันดี

การสร้าง ความเข้าใจอันดีเป็นสิ่งจำเป็น เพราะการที่หน่วยงานจะบริหารและดำเนินกิจการให้เกิดผลดี ประชาชนต้องเข้าใจความมุ่งหมาย นโยบายและแผนดำเนินงานตลอดจนวิธีการอย่างถูกต้อง เพราะจะทำให้เกิดความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน การสร้าง ความเข้าใจอันดีจะต้องทำกับประชาชนทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน คือ

- ประชาชนภายในหน่วยงาน จะต้องมีการชี้แจงแถลงข้อเท็จจริงของหน่วยงาน เช่น นโยบาย วัตถุประสงค์ แผนการดำเนินงาน ความเจริญก้าวหน้าและผลงานให้ผู้ปฏิบัติงานได้ทราบเป็นระยะ ผู้ปฏิบัติงานของหน่วยงานเป็นบุคคลกลุ่มแรกซึ่งมีความใกล้ชิดและเป็นกำลังสำคัญของหน่วยงานมากที่สุด ฉะนั้น จึงต้องเกิด ความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นตลอดเวลา ปัญหาด้านการขัดแย้งและแรงงานสัมพันธ์ก็จะลดน้อยลงและหมดไปไปในที่สุด

- ประชาชนภายนอกหน่วยงาน จะต้องมีการสร้าง ความเข้าใจให้เกิดขึ้นตลอดเวลา เพื่อความร่วมมือและการสนับสนุนที่ดี ประชาชนภายนอกหน่วยงาน อาจจะแบ่งเป็นกลุ่มย่อยได้หลายกลุ่ม บางกลุ่มมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับหน่วยงานโดยตรง อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะเกี่ยวข้องโดยตรงหรือโดยอ้อม หรือมากน้อยเพียงใด หน่วยงานที่จะต้องสร้าง ความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นแก่ประชาชนนั้นเป็นผลดีต่อหน่วยงาน

การสร้าง ความเข้าใจอันดีกระทำได้หลายรูปแบบ สำหรับประชาชนภายในอาจสร้าง ความเข้าใจด้วยสื่อแบบเผชิญหน้า (Face to Face) ส่วนประชาชนภายนอกเป็นการเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนกลุ่มใหญ่หรือจำนวนมาก จึงอาจใช้เครื่องมือสื่อสารเข้าช่วยเผยแพร่ขยายข่าวด้วย (ปณิศา ลัญยานนท์. 2545:250-262)

2.4 สื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์ คือหนทางหรือวิถีทางในการนำข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งไปสู่ผู้รับ ในปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์มีมากมายและหลากหลาย อันเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีของโลก อย่างไรก็ตามสามารถแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อ ได้เป็น 5 ประเภท คือ(กรรณิการ์ อัสวตรเดชา. 2544 : 25-32)

1. **สื่อบุคคล** หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ สื่อบุคคลอื่น สื่อบุคคลจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโน้มน้าวจิตใจ เนื่องจากติดต่อกับผู้รับสารโดยตรง ส่วนใหญ่อาศัยการพูดในลักษณะต่างๆ เช่น การสนทนาพบปะพูดคุย การประชุม การสอน การให้สัมภาษณ์ การได้วาที การอภิปราย การปาฐกถา และการพูดในโอกาสพิเศษ ต่างๆ แต่สื่อบุคคลก็มีข้อจำกัดคือ ในกรณีที่เนื้อหาเป็นเรื่องซับซ้อน การใช้คำพูดอย่างเดียวอาจไม่สามารถสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเข้าใจได้ทันที และเป็นสื่อที่ไม่ถาวร ยากแก่การตรวจสอบและอ้างอิง นอกจากจะมีผู้บันทึกคำพูดนั้นๆ ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรหรือบันทึกเสียงเอาไว้

2. สื่อมวลชน จากข้อจำกัดของสื่อบุคคลที่ไม่สามารถใช้เป็นสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สู่คนจำนวนมากพร้อมกันในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็ว มนุษย์จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร และเกิดเป็นสื่อมวลชนเพื่อมารับใช้ภารกิจดังกล่าว สื่อมวลชนอาจแบ่งประเภทตามคุณลักษณะของสื่อได้เป็น 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2532)อ้างใน(กรณีการ์ อัสวครเดชา. 2544 : 25-32)

ทั้งนี้ สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารมีความคงทนถาวร สามารถนำข่าวสารมาอ่านใหม่ได้ซ้ำแล้วซ้ำอีก แต่มีข้อจำกัดสำหรับบุคคลที่ตาบอดหรืออ่านหนังสือไม่ออก

ส่วนสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ส่งไปได้ไกลเพราะใช้คลื่นวิทยุ ไม่มีข้อจำกัดด้านการขนส่งเหมือนหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร และสามารถรับฟังในขณะที่ทำงานอย่างอื่นไปด้วยได้ แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้ฟังไม่สามารถย้อนกลับมาฟังได้ใหม่อีก ดังนั้นหากมิได้ตั้งใจฟังในบางครั้งก็ทำให้ได้ข่าวสารที่ไม่สมบูรณ์

สื่อวิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ จัดเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารมากที่สุด เนื่องจากสามารถเห็นภาพเคลื่อนไหวและได้ยินเสียง ทำให้การรับรู้เป็นไปอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพยิ่ง แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่ห่างไกลที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้

3. สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานเป็นผู้ผลิต และเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยวัตถุประสงค์ในการผลิตและรูปแบบของสิ่งพิมพ์ที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นสิ่งพิมพ์ที่ไม่ได้เย็บเล่ม เช่น แผ่นปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ จดหมายข่าว เป็นต้น หรือที่เย็บเป็นเล่ม เช่น วารสาร เอกสารเผยแพร่ หนังสือในโอกาสพิเศษ รายงานประจำปี เป็นต้น ปัจจุบันความนิยมในการใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์นี้มีอยู่มากและมีรูปแบบที่หลากหลายออกไปอีกมากมาย เช่น ในรูปปฏิทิน รูปโลก สมุดบันทึก ซึ่งล้วนแต่เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอายุการใช้งานนาน แต่มีข้อจำกัดในเรื่องการนำเสนอเนื้อหาซึ่งต้องให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น แผ่นพับที่เขียนด้วยภาษาวิชาการ ถ้าส่งไปให้ประชาชนในชนบท อาจจะไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้เลย

4. สื่อโสตทัศน เป็นสื่อที่ผู้รับสามารถรับได้ทั้งภาพ และหรือเสียง โดยปกติสื่อโสตทัศนแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นสื่อวัสดุ และส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ โดยสื่อวัสดุอาจจะสามารถใช้ได้ด้วยตัวเองโดยตรง เช่น ภาพวาด แบบจำลอง หรือของตัวอย่าง หรืออาจต้องนำไปใช้ร่วมกับสื่ออุปกรณ์ เช่น เทปบันทึกเสียง เทปวีดิทัศน์ फिल्मภาพยนตร์ แผ่นดิสเกตต์ แผ่นซีดีรอม เป็นต้น ส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ ได้แก่ เครื่องเล่นเทปบันทึกเสียง เครื่องเล่นวีดิทัศน์ เครื่องฉายภาพยนตร์ และเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยภาพรวมแล้ว สื่อโสตทัศนมีข้อดีคือมีความน่าสนใจ เป็นสื่อที่คงทนถาวร นำมาใช้ได้บ่อยครั้ง และสามารถคัดลอกเพื่อนำไปใช้ที่อื่นได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้อุปกรณ์ซึ่งบางประเภทมีราคาแพง และต้องมีความรู้ในการใช้ และจำเป็นต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ เป็นแหล่งพลังงาน ในปัจจุบันนี้ คอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีอิทธิพลอย่างมากในการติดต่อสื่อสารและในงานประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อผสม (Multi-media) ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง เพราะเป็นสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดีเนื่องจากให้ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ที่สมจริงเป็นธรรมชาติ และผู้รับยังสามารถมีส่วนร่วมและตอบสนองต่อสื่อดังกล่าวได้ ส่วนข้อจำกัดคือมีความยุ่งยากในการจัดเตรียมอุปกรณ์ ผู้รับต้องมีความรู้ในการใช้คอมพิวเตอร์พอสมควร และต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่เป็นแหล่งพลังงาน

นอกจากนี้ ในยุคที่โลกไร้พรมแดน การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) ยิ่งทวีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ และจะกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของพลโลกในอนาคต อันใกล้นี้ โดยอินเทอร์เน็ตมีข้อดีคือสามารถเข้าถึงประชาชนทั่วทุกมุมโลกได้อย่างรวดเร็ว และเป็นการสื่อสารสองทางที่ผู้รับสามารถโต้ตอบเพื่อซักถามข้อมูลเพิ่มเติม หรือข้อมูลที่ไม่เข้าใจได้โดยตรงผ่านทางระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

5. สื่อกิจกรรม ปัจจุบันสื่อนี้มีความหมายขยายขอบเขตกว้างขวางไปถึงกิจกรรมที่สามารถสื่อความรู้สึกรักใคร่ ความรู้ อารมณ์ และเรื่องราวข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อประเภทกิจกรรมมีได้มากมายหลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การแถลงข่าว การสาธิต การจัดริ้วขบวน การจัดนิทรรศการ การจัดแข่งขันกีฬา การจัดแสดง การจัดกิจกรรมทางการศึกษา การจัดกิจกรรมเสริมอาชีพ การจัดกิจกรรมการกุศล เป็นต้น

สื่อกิจกรรมนี้สามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงแก้ไขให้ยืดหยุ่น เหมาะสมกับโอกาสและสถานการณ์ได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้รับมีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้นๆ เท่านั้น

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ตามหลักทฤษฎีของ McCann-Erickson World Agency โดยเน้นความหมายระหว่างผู้บริโภคกับสื่อ(อ้างใน TACT Awards, 2002) ดังนี้

1. การดึงดูดความน่าสนใจ(Attention & Interested)
2. การสื่อสาร(Communication)
3. การสร้างภาพลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Image)

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ (ศิริพรณ์ ปีเตอร์. 2549 : 202) ดังนี้

1. ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร
2. การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น
3. ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา
4. ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ และช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย

6. การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย

การประเมินประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ (ศิริพรณ์ ปีเตอร์. 2545 : 148) ดังนี้

1. การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย

2. การเลือกใช้ภาพประกอบที่มีขนาดเหมาะสมกับระยะในการมอง สามารถช่วยให้เข้าใจในข้อมูลได้รวดเร็ว และสามารถสร้างความประทับใจได้เป็นอย่างดีซึ่งช่วยให้กลุ่มเป้าหมายจดจำสื่อประชาสัมพันธ์ได้

3. ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน และข้อความสื่อความหมายได้ชัดเจน

4. ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ และช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย

5. เนื้อหาถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร

2.5 การออกแบบนิเทศศิลป์ (Communication Design)

จิรนนท์ รื่นเรือง(2552) [Online] มนุษย์มีความแตกต่างจากสัตว์อื่นๆ คือ การรู้จักสร้างสรรค์สร้างความคิด หรือที่เรียกว่า มีสติปัญญา สามารถแสดงความรู้สึกก็นึกคิดแห่งตนได้อย่างสร้างสรรค์กว้างไกล โดยมีสื่อหลากหลาย รูปแบบ เช่น การแสดง การออกท่าทาง การแสดงทางเสียง การสร้างภาพที่เป็นสัญลักษณ์ ตลอดจนการผสมผสานและอาศัยสิ่งแวดล้อมต่างๆ มาประกอบกัน ทำให้เกิดเป็นสิ่งที่มีความค่าแก่ชีวิตและสามารถนำมาใช้สอยให้เกิดประโยชน์ตามความเหมาะสมในการดำเนินชีวิต เช่น การแต่งกาย การประดับประดา การตกแต่งที่อยู่อาศัย สถานที่ทำงาน อาคาร ร้านค้า ถนนหนทางและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดความรื่นรมย์ เกิดความสุขทางใจ เป็นการคลายเครียด ซึ่งก่อนที่จะได้สร้างสรรค์ประดิษฐ์ตกแต่งทั้งร่างกายตนเอง และสิ่งแวดล้อมทั้งหลายนั้น จะต้องเริ่มด้วยการออกแบบ ซึ่งจำเป็นต้องเข้าใจถึงความเป็นมา การพัฒนาทางการออกแบบ หลักของการออกแบบ รวมทั้งหน้าที่ประโยชน์ใช้สอยและความงาม สิ่งดังกล่าวเหล่านี้ รวมเรียกว่า "การสร้างสรรค์ศิลปะ"

2.5.1 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการออกแบบ การสร้างความคิดและการแสดงออกของมนุษย์เกี่ยวกับการออกแบบ มีความแตกต่างกันไปตามศักยภาพในกระบวนการคิด และสติปัญญาของแต่ละบุคคล ทั้งนี้จะต้องสร้างสรรค์งานรูปแบบใหม่ๆ ขึ้นมา ภายใต้แรงบันดาลใจของผู้ออกแบบ โดยจะต้องคำนึงถึงความต้องการ ความสวยงาม ความกลมกลืนของรูปทรง สี รวมทั้งสะท้อนให้เห็นถึงรสนิยมที่มีไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จินตนาการ มีสีสัน สามารถเปลี่ยนแปลง และนำไปใช้ประโยชน์ได้ ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละด้าน เช่น สถาปัตยกรรม การตกแต่ง และงานจิตรศิลป์ เป็นต้น แต่โดยพื้นฐานสำคัญแล้ว จะต้องทำให้การออกแบบตกแต่งมีสุนทรียภาพและมีความสอดคล้องลงตัว ซึ่งผู้สร้างสรรค์ผลงานจะต้องเข้าใจถึงหลักการและเกิดความซาบซึ้งต่อผลงานทางศิลปะ หากปราศจากความรู้สึกเหล่านี้ ผลงานทางศิลปะจะมีขึ้นอย่างสมบูรณ์ไม่ได้

2.5.2 ความหมายและความสำคัญของการออกแบบ

การออกแบบ หมายถึง การสร้างสรรค์สิ่งใหม่เพื่อประโยชน์และความงามด้วยการนำทัศนธาตุทางศิลปะและหลักการจัดส่วนประกอบของงานออกแบบมาใช้ รวมไปถึงการปรับปรุงของเดิมที่มีอยู่แล้วดัดแปลงให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

ดังนั้น การสร้างสิ่งใดๆ ก็ตาม สิ่งแรกจะต้องเริ่มด้วย การออกแบบ อาจจะออกแบบโดยการคิดหรือมีความคิดอยู่ในสมอง ซึ่งเป็นแนวคิดของผู้สร้างเพียงคนเดียว และสามารถอธิบายให้คนอื่นเข้าใจได้ ซึ่งก็เป็นการออกแบบเหมือนกันแต่อาจจะยังไม่สมบูรณ์นัก การออกแบบที่ถูกต้องจะต้องสามารถให้มองเห็นแบบ อาจจะเป็นภาพหรือแบบจำลองที่มีขนาดสัดส่วนให้สามารถมองเห็นผลงานที่จะสร้างได้ชัดเจน

เมื่อวิเคราะห์ถึงความหมายและความสำคัญของการออกแบบแล้ว อาจสรุปสาระสำคัญของการออกแบบว่าจะมีลักษณะดังนี้

1. ความสามารถในการปรับปรุงผลผลิตหรือผลงานที่มีอยู่เดิมให้แปลกใหม่มากขึ้น
2. โครงสร้างของการออกแบบต้องคำนึงถึง
 - 2.1 ต้องสอดคล้องกับประโยชน์และหน้าที่ของการใช้สอย
 - 2.2 มีความกลมกลืน มีสัดส่วนที่เหมาะสม มีลักษณะเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน
 - 2.3 มีความงดงามของโครงสร้างกับวัสดุ
 - 2.4 มีความเรียบง่าย แข็งแรง เด่นชัด ทั้งนี้ต้องมีจินตนาการในการจัด

องค์ประกอบคุณค่า และความมุ่งหมายของการออกแบบ

3. ความสามารถในการวางแผนดำเนินการให้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้น ตั้งแต่การเลือกวัสดุตามคุณสมบัติให้สอดคล้องกับรูปแบบตามที่คิดสร้างสรรค์ไว้

4. การใช้ประสบการณ์ ความชำนาญ และความรู้ การตอบสนองให้แก่ผู้บริโภคในด้านการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์และรูปแบบมีความงดงามตามประโยชน์ใช้สอย

5. เพื่อให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของผลงานแต่ละยุคสมัยของศิลปะการออกแบบ และแสดงศักยภาพความสามารถเฉพาะตัวของแต่ละคนในการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.3 แนวคิดในการออกแบบ การสร้างสรรค์ผลงานของมนุษย์นั้น มีสิ่งต่างๆ ที่เป็นส่วนเกี่ยวข้องทำให้เกิดแนวคิดในการออกแบบ ซึ่งประกอบด้วยเรื่องดังต่อไปนี้

1. ธรรมชาติ
2. ประสบการณ์
3. การนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้ในการออกแบบ

2.5.4 หลักการออกแบบ จุดมุ่งหมายของการออกแบบมุ่งเน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก แต่ต้องคำนึงถึงความงามควบคู่กันไปด้วย เพื่อให้เกิดความประทับใจ (**Form Follow Function**) ดังนั้นหลักการที่จะเป็นแนวทางสำหรับการออกแบบเพื่อให้มีคุณค่าทางความงาม จะต้องพิจารณาจากประเด็นต่อไปนี้

1. โครงสร้างทั้งหมด
2. ความเป็นเอกภาพ (Unity)
3. ความสมดุล (Balance)
4. ความกลมกลืน (Harmony)
5. การเน้น (Emphasis)
6. ความขัดแย้ง (Contrast)
7. การซ้ำ (Repetition)
8. จังหวะ (Rhythm)
9. สัดส่วน (Proportion)

2.5.5 ประเภทของงานออกแบบ

การออกแบบประยุกต์ศิลป์ (Applied Art) เป็นงานศิลปะที่มุ่งเน้นการนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน และยึดเอาประโยชน์ใช้สอยเป็นสำคัญ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. การออกแบบตกแต่ง (Decoration Design)
2. การออกแบบพาณิชย์ศิลป์ (Commercial Design)
3. การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Design)
4. การออกแบบสื่อสาร (Communication Design)

2.5.6 งานออกแบบสมัยใหม่

การออกแบบสมัยใหม่ มีลักษณะของการเปลี่ยนแปลงแต่ละช่วงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งมีการสร้างแนวคิดที่ขัดแย้ง ตรงข้าม จนถึงขั้นลบล้างแนวทางดั้งเดิมที่เคยมีมาในอดีต มีลักษณะเฉพาะตัว มีความประณีตในฝีมือมากขึ้น โดยงานออกแบบสมัยใหม่ได้รับอิทธิพลจาก ๒ ปัจจัย คือ

1. การพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่มีการประดิษฐ์คิดค้นอย่างต่อเนื่อง
- เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. มีการใช้ระบบมาตรฐาน มีแนวทางในการออกแบบรูปทรงภายนอก ที่มีอิสระหลุดพ้นจากรูปแบบดั้งเดิม แสดงออกถึงสภาพสังคมสมัยใหม่และพัฒนาการทางเทคโนโลยียุคใหม่

2.5.7 หลักการดำเนินงานการออกแบบ ผู้ออกแบบควรมีหลักการและข้อควรคำนึงถึงก่อนการเริ่มทำงาน เพื่อการแก้ปัญหาที่ถูกต้อง รัดกุม และวางแผนการดำเนินงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ตลอดจนสามารถดำเนินตามกระบวนการโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เรื่อย ๆ

หลักการดำเนินงานและการวางแผนขั้นตอนของการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่ดีต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. เป้าหมายของการออกแบบคืออะไร (Objective) ผู้ออกแบบต้องรู้เป็นอันดับแรกว่าจะบอกกล่าวเรื่องราวข่าวสารอะไรแก่ผู้รับ เช่น ทฤษฎี หรือหลักการ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ หรือแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ เป็นต้น รวมทั้งต้องรู้วิธีการนำเสนอว่ามีวัตถุประสงค์อะไร เช่น ส่งเสริมการขาย ให้ความรู้ หรือความบันเทิง เป็นต้น

2. กลุ่มเป้าหมายที่รับข่าวสารคือใคร (Target) ผู้ออกแบบควรระบุให้ได้ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นหญิง เป็นชาย หรือบุคคลทั่วไป และมีช่วงอายุเท่าไร เพื่อนำไปสู่การนำเสนอให้ตรงจุดกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ

3. สิ่งที่ต้องการจะสื่อคืออะไร วิธีการที่จะสื่อความหมายกับผู้รับที่มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้แล้ว ทำให้ผู้ออกแบบสื่อความหมายได้ง่ายขึ้น เช่น การใช้ภาษา ข้อความและสื่อที่เป็นนามธรรม หรือสัญลักษณ์และเครื่องหมาย ภาพประกอบต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมตามระดับความสามารถในการรับรู้ ทำให้เกิดความเข้าใจ และจดจำข่าวสารนั้นๆ ได้ดี

4. จะนำพาข่าวสารไปด้วยกรรมวิธีใด ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงสื่อในการนำเสนอข่าวสารว่า ควรใช้รูปแบบใดจึงจะได้ผลและควรจะใช้วิธีการอย่างไร จึงจะสามารถโน้มน้าวจิตใจ และสื่อความหมายต่อผู้รับได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ใช้ป้ายโฆษณา ไปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์

งานประชาสัมพันธ์ ถือเป็นงานสื่อสารที่กินพื้นที่กว้างไปในหมู่ประชาชนทุกระดับชั้น ดังนั้นจะต้องคำนึงถึงความต้องการ ความสวยงาม ความกลมกลืนของรูปทรง สี รวมทั้งสะท้อนให้เห็นถึงรสนิยมที่มีจินตนาการ มีสีสัน สามารถเปลี่ยนแปลง และนำไปใช้ประโยชน์ได้ ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละด้าน แต่โดยพื้นฐานสำคัญแล้ว จะต้องทำให้การออกแบบตกแต่งมีสุนทรียภาพและมีความสอดคล้องลงตัว ซึ่งผู้สร้างสรรค์ผลงานจะต้องเข้าใจถึงหลักการและเกิดความซาบซึ้งต่อผลงานทางศิลปะ จึงจำเป็นต้องมองถึงความเป็นส่วนรวมให้มากกว่า การพยายามสร้างความแปลกแหวกแนวเป็นสิ่งดีและสร้างสรรค์จะต้องนำเสนอในสิ่งที่ถูกต้อง เหมาะสมและความเป็นจริง เพื่อประโยชน์ของประชาชนเป็นสำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

2.6.1 แผ่นภาพ (Poster) สื่ออย่างหนึ่งซึ่งบอกกล่าวถึงรายละเอียดให้ผู้คนที่ได้พบเห็นได้ทราบโดยมีจุดเด่นและเข้าใจได้ในระยะเวลาสั้นๆ ความงามของโปสเตอร์นั้นจะเข้าถึงแก่นของจิตใจผู้พบเห็นได้อย่างฉับไว รวดเร็ว และจะต้องเป็นการกระทำให้ผู้พบเห็นระลึกได้ เข้าใจถึงความสำคัญของความคิดเพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่นการเอาใจใส่ การช่วยเหลือสังคม กระตุ้นเตือนภัย หรือการให้ความกระจ่างชัดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (ประชิด ทิณบุตร. 2530:136)

วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2540:28) กล่าวว่า แผ่นภาพหรือแผ่นโปสเตอร์เป็นสื่อที่มีบทบาทต่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะสื่อประเภทนี้สามารถเผยแพร่ได้สะดวกและกว้างขวาง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ สื่อสารได้กับผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา มีความยืดหยุ่นในตัวของสื่อได้เป็นอย่างดี ในด้านการออกแบบสามารถสร้างสรรค์รูปแบบภาพประกอบตลอดจนแนวทางการออกแบบกราฟิกได้อย่างอิสระและสวยงาม เร้าใจหรือโน้มน้าวความรู้สึกได้อย่างเต็มที่ ลักษณะของโปสเตอร์จะสามารถนำเสนอข้อมูลรายละเอียดได้มากพอสมควรผลิตง่าย ใช้สะดวก ในการโฆษณาสินค้าหรือประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสิ่งพิมพ์จึงเป็นที่นิยมตลอดมา

พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์ (2544:58) แผ่นภาพหรือโปสเตอร์ (Poster) เป็นสื่อที่มีบทบาทอย่างมากในการประชาสัมพันธ์ เพราะสื่อประเภทนี้สามารถเผยแพร่ได้สะดวกและกว้างขวาง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ สื่อสารกับผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา มีความยืดหยุ่นในตัวของสื่อได้เป็นอย่างดี

Wittch schiller (อ้างใน ประชิด ทิณบุตร. 2530:136) การออกแบบโปสเตอร์ที่ดี จึงเปรียบเสมือนการที่เราได้พบเห็นงานออกแบบที่สมบูรณ์ ซึ่งประกอบด้วยความชัดเจนของรูปแบบ สี ถ้อยคำ และความคิดที่สำคัญซึ่งจะถูกบันทึกไว้ในจิตใจของผู้พบเห็น

โปสเตอร์โดยทั่วไป ไม่ว่าจะมียุคขนาดเล็กหรือใหญ่ หรือเป็นประเภทใดก็ตาม จะมีองค์ประกอบ 6 ส่วน ดังนี้ (ศักดิ์ชัย เกียรติณาคินทร์. 2543:15-16)

2.6.1.1 หัวเรื่อง (Heading) หมายถึงข้อความที่ต้องการให้ผู้พบเห็นได้ทราบเป็นอันดับแรก เป็นข้อความที่มีความกระชับรัดกุม ให้ความกระจ่างชัดและเรียกร้องความสนใจได้ดี

2.6.1.2 หัวเรื่องรอง (Subheading) หมายถึงข้อความขยายหัวเรื่องเพื่อให้ทราบรายละเอียดมากขึ้น เพื่อให้ความกระจ่างมากขึ้น

2.6.1.3 ข้อความประชาสัมพันธ์ (Copy) หมายถึง ข้อความบอกรายละเอียดของสินค้าหรืองานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้พบเห็นสามารถเข้าใจข้อมูลได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.6.1.4 ภาพประกอบ (Illustration) หมายถึง ภาพที่นำมาใช้ประกอบเรื่องราว เนื้อหา เพื่อสร้างความสนใจ ดึงดูด และจดจำได้ง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.1.5 ผู้พิมพ์หรือผู้โฆษณา (Publisher) หมายถึง ข้อมูลและรายละเอียดต่างๆ ของผู้เป็นเจ้าของสินค้าหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ

2.6.1.6 ตราสัญลักษณ์ (Logo) หมายถึง เครื่องหมายตราเฉพาะของบริษัทหรือหน่วยงานนั้นๆ เพื่อผลทางการจดจำ และยังส่งผลด้านภาพพจน์ของหน่วยงานด้วย

หัวใจสำคัญของวิธีการที่จะจับความสนใจผู้ดูโปสเตอร์นั่นก็คือ ความง่าย (Simplicity) และความตรงไปตรงมา (Directness) ในการสื่อสาร ความง่ายในที่นี้หมายถึง ความง่ายที่จะเข้าใจในองค์ประกอบของโปสเตอร์ โดยเฉพาะองค์ประกอบที่สำคัญก็คือ ส่วนที่เป็นภาพ และส่วนที่เป็นถ้อยคำ ตัวอักษร ที่ประกอบกันแล้วจะต้องสอดคล้องกันเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจและประทับใจ วิธีที่จะทำให้โปสเตอร์ดูเข้าใจง่าย มีดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2540:600)

- (1) องค์ประกอบส่วนที่เป็นภาพ ควรเป็นภาพจำลองของจริง ซึ่งมองเห็นแล้วก็สามารถเข้าใจได้ทันที ไม่ควรเป็นภาพที่แสดงระดับงานศิลป์ที่สูงส่ง ซึ่งจะต้องอาศัยความรู้ทางด้านศิลปะเป็นพื้นฐานลึก ซึ่งเพียงพอที่จะเข้าใจได้ และไม่ควรเป็นภาพประเภท Abstract ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ดูแปลความหมายของภาพไปได้นานาประการ
- (2) เป็นภาพจำลองของจริงซึ่งมองเห็นได้ชัดเจนในลักษณะขยายใหญ่ (Close-up) เฉพาะในส่วนที่เป็นหัวใจของเรื่องที่ต้องการเสนอ ผู้ดูจะรู้สึกเหมือนได้เห็นภาพห่างไม่กี่ฟุต ทั้งที่โดยจริงแล้วอาจจะยืนดูภาพอยู่เป็นระยะทางไกลหลายช่วงตึกก็ได้
- (3) ในส่วนที่เป็นตัวอักษร ควรคำนึงเรื่องหลักการอ่านได้ง่ายเป็นสำคัญ เช่นการใช้สีตัดกันของตัวอักษรกับพื้นภาพ ตามหลักควรให้ตัวอักษรเป็นสีเข้ม ส่วนพื้นภาพเป็นสีอ่อนกว่า จะใช้ตัวอักษรสีอ่อนบนพื้นภาพสีเข้ม สีที่ตัดที่สุดของตัวอักษรสำหรับโปสเตอร์ที่จะทำให้เห็นได้ชัดเจนและอ่านได้ง่าย โดยเฉพาะโปสเตอร์ขนาดใหญ่ที่จะต้องมองดูในระยะไกลคือตัวอักษรสีดำบนพื้นสีเหลือง
- (4) ในการออกแบบตัวอักษร ไม่ควรเลือกแบบตัวอักษรที่มีลักษณะพอมสูง และไม่ควรให้ช่องไฟเบียดติดกัน สำหรับขนาดก็ควรใช้ขนาดอักษรใหญ่ๆ ได้สัดส่วนกับพื้นที่และองค์ประกอบอื่นๆ
- (5) หากจำเป็นจะต้องวางตัวอักษรทับไปบนส่วนที่เป็นภาพ ไม่ควรให้พื้นภาพบริเวณที่ตัวอักษรทาบลงไปนั้นเป็นลวดลาย เพราะจะทำให้ตัวอักษรไม่ชัดเจน ไม่สะดวกในการอ่าน

วิณะ ฐูทะวิภาต (2541:101) กล่าวไว้ว่า ใบปิด หรือที่แต่เดิมเรียกทับศัพท์ภาษาอังกฤษว่า “โปสเตอร์” นั้น เป็นงานออกแบบกราฟิกบนพื้นผิวสองมิติประเภทหนึ่ง มีจุดมุ่งหมายการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร หรือโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การออกแบบใบปิด มีหลักเกณฑ์ที่เป็นแม่บท เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของงานออกแบบใบปิด หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ส่วนประกอบใบปิดที่ดีจะต้องมี เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างได้ผล คือ

เนื้อหาเป็นสาระที่เสริมสร้างให้กับสังคมเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ความสะดุดตา ที่สามารถดึงดูดให้คนที่ผ่านไปมาสนใจ หยุดดู
- ต้องให้คนที่สนใจและหยุดดูเพียงชั่วขณะหนึ่งนั้น สามารถรับรู้ความหมายบนใบปิดและเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเรื่องนี้คือเรื่องของการเลือกได้ใจความครบถ้วนชัดเจน
- ความสวยงาม หรือลักษณะพิเศษอย่างอื่น ที่จะก่อให้เกิดความ “จับตาต้องใจ” ซึ่งบางครั้งผู้คนประทับใจมากถึงขนาดต้องการได้ไปเป็นสมบัติส่วนตัวก็มี จากเหตุผลที่โปสเตอร์สามารถสนองประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ต่างๆ ได้มากมายนี้เอง โปสเตอร์จึงเป็นสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่นิยมใช้กันทั้งในวงการธุรกิจการค้า การโฆษณาสินค้า หรือการบริการ ตลอดจนไปจนถึงหน่วยงานราชการ องค์การสาธารณกุศล และองค์กรทางการเมือง

องค์ประกอบของโปสเตอร์ให้มีลักษณะประสานสัมพันธ์กันได้อย่างเหมาะสมนอกจากนั้นความน่าสนใจและคุณสมบัติที่จะดึงดูดใจผู้ผ่านไปมาจึงขึ้นอยู่กับข้อกำหนดขนาด สี สัน รูปแบบ การจัดพื้นที่ฉากหลัง ฯลฯ ของภาพและข้อความในโปสเตอร์อีกด้วย

ขั้นตอนการผลิตโปสเตอร์ เป็นขั้นตอนสร้างสรรค์ ออกแบบองค์ประกอบทั้งสี่องค์ประกอบ คือ ส่วนที่เป็นพาดหัวข้อความ ส่วนที่เป็นภาพ และส่วนที่เป็นชื่อหรือสัญลักษณ์ของผู้ผลิต โดยคำนึงถึงหลักการจัดองค์ประกอบทางศิลปะที่สำคัญ

นอกจากหลักการจัดองค์ประกอบทางศิลปะเพื่อความสวยงามแล้ว หลักเกณฑ์เฉพาะที่สำคัญของการออกแบบโปสเตอร์ก็คือ โปสเตอร์จะต้องคำนึงถึงความง่าย (Simplicity) เป็นส่วนสำคัญ กล่าวคือความง่ายที่จะเข้าใจในองค์ประกอบของโปสเตอร์ และองค์ประกอบที่จะช่วยให้เกิดความง่ายขึ้นจะต้องประกอบไปด้วยวิธีการปฏิบัติดังต่อไปนี้ คือ

ก. ในส่วนที่เป็นพาดหัว เลือกใช้ถ้อยคำง่ายๆ สั้นๆ กระชับรัดได้ใจความ โดยโปสเตอร์แผ่นหนึ่งๆ นั้นจะต้องเสนอแนวความคิดเพียงแนวความคิดเดียว จุดเด่นที่สำคัญที่สุดของข้อความในโปสเตอร์ คือ พาดหัว ดังนั้น การออกแบบพาดหัวจึงอาจใช้หลักการนำเสนอได้หลายแบบ เช่น

- พาดหัวแบบการให้ข่าว (News Headline) เช่น
“GOLD เบียร์ใหม่จากสิงห์” “กีฬาแห่งชาติ ครั้งที่ 11 จันทบุรี”
- พาดหัวแบบบอกวิธีการ (How to Headline) เช่น
“ใส่ห่วง ลูกห่าง” “เบิกบานในชีวิตใกล้ชิดอย่างมั่นใจ ทำมันหญิง”
- พาดหัวแบบตั้งคำถาม (Question Headline) เช่น
“ที่ดินดินมาหลังคามุงกระเบื้องอะไรเอ่ย?” “คุณทำประกันภัยแล้วหรือยัง”
- พาดหัวแบบการออกคำสั่ง (Command Headline) เช่น
“มาช่วยกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ดีเพื่อชีวิต”

การเลือกใช้จึงคำนึงถึงความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและเนื้อหาประกอบกันไป

ข. ในส่วนที่เป็นข้อความสนับสนุนเนื้อหาประกอบกันไปอย่างรวบรัดไม่เยิ่นเย้อ เมื่อได้กำหนดข้อความทั้งหมดแล้วจะต้องเลือกแบบตัวอักษร โดยคำนึงถึงหลักการอ่านง่าย (Legibility) ของ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวพิมพ์เป็นสำคัญ เช่น ไม่ใช่ตัวอักษรพอม สูง ที่ไม่ได้สัดส่วนกับพื้นที่ หรือการใช้ตัวอักษรสีอ่อนบนพื้นที่มีลวดลายเพราะตัวอักษรจะมองเห็นไม่ชัดเจน ควรใช้ตัวอักษรที่มีขนาดที่มองเห็นได้ในระยะไกล ความสูงของตัวอักษรและระยะห่างจากผู้ดูควรมีขนาดความสูงของตัวอักษรดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 ตารางเปรียบเทียบระยะห่างจากผู้ดูไปสเตอร์ และความสูงของตัวอักษรที่เหมาะสม

ระยะห่างจากผู้ดูถึงไปสเตอร์ (ฟุต)	ความสูงของตัวอักษร (นิ้ว)
64	2
32	1
16	½
8	¼

นอกจากความสูงของตัวอักษรแล้วยังต้องคำนึงถึง คือ ระยะห่างระหว่างตัวอักษร ระยะห่างระหว่างประโยค และระยะห่างระหว่างบรรทัดด้วย กล่าวคือ

- ระยะห่างระหว่างตัวอักษรหรือช่องไฟไม่ควรให้ถี่หรือห่างเกินไป ระยะห่างระหว่างตัวอักษรที่ใช้อยู่ประมาณ 1 ใน 3 หรือ 2 ใน 3 ของส่วนกว้างของตัวอักษร
- ระยะระหว่างประโยคควรมีระยะห่างระหว่าง 1 ถึง 2 เท่า ของส่วนกว้างของตัวอักษร

ค. ในส่วนที่เป็นการใช้ภาพ ควรใช้ภาพที่เป็นภาพจำลองของจริง ซึ่งมองเห็นแล้วเข้าใจได้ทันทีเน้นจุดสนใจในภาพเพียงจุดเดียวและมองเห็นได้ชัดเจนในระยะไกล ภาพประกอบที่เป็นภาพถ่ายจะได้เปรียบภาพชนิดอื่นๆ ตรงที่

- ภาพถ่ายมีลักษณะเหมือนของจริง (Realism) จึงดึงดูดความสนใจได้มาก ภาพถ่ายเด็กสมบูรณ์ อนามัยแข็งแรง ภาพถ่ายเด็กขาดสารอาหารอนาถา ย่อมสะดุดตาผู้เห็นได้มากกว่าภาพถ่ายเส้นที่พยายามจำลองจากสภาพจริง
- ภาพถ่ายให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่เห็นในภาพกำลังเคลื่อนไหว กำลังเกิดขึ้นและสร้างความรู้สึกร่วมในเหตุการณ์ได้
- ความสวยงามของภาพถ่ายในด้านการจัดแสงเงา องค์ประกอบของภาพที่สมบูรณ์ช่วยให้ผู้ดูเกิดสุนทรีย์ทางอารมณ์ สร้างความประทับใจและจดจำได้มาก นอกจากนั้นภาพถ่ายยังสะดวกต่อการผลิตในแง่ของความเร็วและประหยัดอีกด้วย

ง. ในส่วนที่เป็นชื่อหรือสัญลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กรของผู้เผยแพร่ เป็นส่วนที่จะทำหน้าที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นเจ้าของผู้เผยแพร่ไปสเตอร์นั้นๆ ผู้สาธชน โดยอาจใช้เป็นชื่อหน่วยงาน หรือสัญลักษณ์ของหน่วยงานก็ได้ โดยทั่วไปไม่มีหลักเกณฑ์ว่าจะอยู่ส่วนใดของภาพ ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับการจัดองค์ประกอบของภาพให้ดูสวยงาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จ. ในส่วนที่เป็นเรื่องของการใช้สีในโปสเตอร์ ผู้ผลิตอาจใช้ได้ 2 ลักษณะ คือ

- ใช้สีที่มีความกลมกลืนกัน คือ ใช้สีที่มีวรรณะเดียวกัน
- ใช้สีที่ตรงกันข้ามหรือสีที่ตัดกัน เพื่อเรียกร้องความสนใจ

การตัดสินใจเลือกใช้สีใดนั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงสาระของเนื้อหา และอิทธิพลของสีเพื่อเลือกสีที่สอดคล้องกับเนื้อหาและอารมณ์ที่ต้องการจะให้เกิดขึ้น ยกตัวอย่างเช่น โปสเตอร์ที่สร้างขึ้นเพื่อจูงใจให้ประชาชนเห็นคุณค่าของป่าไม้ ร่วมกันอนุรักษ์ป่าไม้ และสิ่งแวดล้อม ฯลฯ อาจใช้สีในวรรณะเย็นที่มีลักษณะกลมกลืนกัน เช่น สีเขียว สีฟ้า สีม่วงคราม ฯลฯ จะเหมาะสมกว่าใช้สีวรรณะร้อน เช่น สีแดง สีส้ม เป็นต้น แต่ถ้าโปสเตอร์สร้างขึ้นเพื่อมุ่งหยุดผู้ชมให้หยุด และให้ความสนใจมองเห็นโปสเตอร์ได้แต่ไกล เช่น โปสเตอร์เตือนให้ระมัดระวังกับการขับขึ้นท้องถนน

2.6.2 แผ่นพับ (Folder) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดไครเรกเมล (Direct Mail) ที่จะส่งตรงถึงผู้บริโภค ทั้งวิธีการทางไปรษณีย์ และการแจกตามสถานที่ต่างๆ ลักษณะเด่นของแผ่นพับก็คือ มีขนาดเล็ก หีบถือได้สะดวก สามารถให้ข้อมูลรายละเอียดได้มาก (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2540:35)

แผ่นพับคือแผ่นกระดาษที่พิมพ์ภาพข้อความและองค์ประกอบอื่นเพื่อใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ แผ่นพับจัดได้ว่าเป็นสิ่งพิมพ์ที่บริษัทผู้ผลิตสินค้าจะส่งตรงถึงผู้บริโภคทั้งวิธีการทางไปรษณีย์ และการแจกตามสถานที่ต่างๆ ลักษณะเด่นของแผ่นพับก็คือ มีขนาดเล็กหีบถือได้สะดวก สามารถให้ข้อมูลรายละเอียดได้มาก ผู้ดูมาสามารถเลือกเวลาใดก็ได้ในการหยิบขึ้นมาอ่านมีเทคนิคในการออกแบบได้อย่างอิสระ หลากหลาย การพับสามารถพับได้ตั้งแต่ 2 หน้าแต่ไม่นิยมใส่เลขหน้า แผ่นพับเป็นงานพิมพ์บนกระดาษแผ่นเดียวแต่นำมาพับเป็น 2-4 ส่วน หรือมากกว่า เมื่อนำมากางจะได้แผ่นเดียว โดยไม่ต้องนำมาเข้าเล่ม นิยมใช้วางโฆษณาและจัดส่งเผยแพร่ทางไปรษณีย์ (ศิริพงศ์ พะยอมแย้ม. 2537:220)

องค์ประกอบของแผ่นพับ ประกอบด้วยส่วนที่สำคัญดังนี้ (ศักดิ์ชัย เกียรติจินาจันทร์. 2540:16-17)

2.6.2.1 ชื่อเรื่องหรือหัวเรื่อง หมายถึง ข้อความสำคัญที่มุ่งหวังให้ผู้อ่านรับรู้อันดับแรกเป็นคำเชิญชวน คำที่ดึงดูดใจ

2.6.2.2 หัวเรื่องรอง หมายถึง ข้อมูลขยายชื่อเรื่องหรือหัวเรื่องให้ชัดเจนยิ่งขึ้น การระบุหัวเรื่องรองอาจมีหลายหัวเรื่อง เพื่อเป็นการแบ่งเนื้อหาออกเป็นตอนๆ

2.6.2.3 ข้อความ หมายถึง ข้อมูล รายละเอียดสินค้า บริการ หรือการประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจนครบถ้วน เพื่อโน้มน้าวให้ผู้อ่านเชื่อถือในสินค้าหรือบริการนั้นๆ

2.6.2.4 ภาพประกอบ การใช้ภาพมาประกอบกับเนื้อหาเพื่อให้ความชัดเจน สมบูรณ์สวยงาม ดึงดูดใจ มักใช้ภาพประกอบมากกว่าแผ่นภาพ เนื่องจากแผ่นพับมีเนื้อหามากกว่า

2.6.2.5 ผู้พิมพ์และผู้โฆษณา การให้ข้อมูลเจ้าของสินค้า บริการ หรือผู้พิมพ์แผ่นพับ นั้น เป็นการแสดงความรับผิดชอบในสิ่งพิมพ์ของตน และเพื่อให้ผู้อ่านสามารถติดต่อขอรายละเอียด ภายหลังได้

2.6.2.6 ตราสัญลักษณ์ เป็นตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานที่พิมพ์ประชาสัมพันธ์

วันชัย ศิริชนะ(2540 : 569) ได้กล่าวว่า สื่อสิ่งพิมพ์ต้องมีการเน้นส่วนใดส่วนหนึ่ง เพื่อสร้างความรู้สึก ซึ่งอาจทำได้โดยการใช้นาคน รูปร่าง สีและทิศทางที่แตกต่างกันไปจากองค์ประกอบอื่นที่อยู่โดยรอบเพื่อทำให้เกิดความเด่นชัดขึ้น

วันชัย ศิริชนะ(2540 : 615) ได้กล่าวว่า แผ่นพับเป็นเอกสารเผยแพร่ขนาดเล็กอีกชนิดหนึ่งที่นิยมใช้กันมากในปัจจุบัน ไม่มีขนาดตายตัวแน่นอน แต่ยึดถือหลักการของการพกพาสะดวกขนาดไม่ใหญ่จนเกินไป ผู้อ่านสามารถมองเห็นทั้งหน้าได้พร้อมกัน อาจพิมพ์สีเดียว หลายสี มีภาพประกอบ หรือไม่มีภาพก็ได้

วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2540:35) กล่าวว่า แผ่นพับ (Folders) จัดว่าเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ชนิด Direct Mail ที่สามารถส่งตรงถึงผู้บริโภคได้ทั้งไปรษณีย์และแจกตามสถานที่ต่างๆ ลักษณะเด่นของแผ่นพับคือมีขนาดเล็ก หยิบถือได้สะดวก สามารถให้ข้อมูลรายละเอียดได้มาก ผู้ดูสามารถเลือกเวลาใดก็ได้ในการหยิบมาอ่าน มีเทคนิคในการออกแบบได้อย่างอิสระ หลากหลายและสวยงามค่าใช้จ่ายต่ำกว่าสื่อสิ่งพิมพ์หลายชนิด จุดเด่นอีกประการหนึ่งคือ สามารถเลือกแจกได้ถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะทำให้สื่อที่ผลิตขึ้นถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง

เสรี วงษ์มณฑา (2542:292) กล่าวว่าในกรณีที่เราต้องการให้รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้ามากกว่าการโฆษณา และมีการเผยแพร่อย่างกว้างขวางในกลุ่มคนเป็นจำนวนมากนั้น เราควรใช้แผ่นพับ (Folders) แทนที่จะใช้เอกสารเผยแพร่รายละเอียดสินค้า (Brochure) ที่มีต้นทุนในการผลิตสูงกว่าการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีนี้ มีหลักการ ดังนี้

- (1) ข้อมูลที่ต้องการจะเผยแพร่มีมากกว่าที่จะใช้เพียงข้อความโฆษณาเท่านั้น
- (2) กลุ่มเป้าหมายมีอยู่มาก หากใช้เอกสารเผยแพร่รายละเอียดสินค้า (Brochure) จะเป็นการสิ้นเปลืองมากเกินไป
- (3) ใช้เพื่อเป็นการกรอกรกลุ่มเป้าหมายที่สนใจจริงๆ โดยแจกเป็นแผ่นพับ (Folders) ไปก่อน หากเขามีความสนใจอยากรู้เพิ่มเติมที่จะขอเอกสารเผยแพร่รายละเอียดสินค้า (Brochure) ที่มีรายละเอียดเพิ่มเติมเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการจะแจกเอกสารเผยแพร่รายละเอียดสินค้าให้กับบุคคลที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการรู้เรื่องราวของสินค้า เป็นการเผยแพร่ในลักษณะของการเจาะตรงที่แคบกว่าการใช้สื่อมวลชน ดังนั้นการใช้แผ่นพับ (Folders) นั้นควรใช้เมื่อเราพอจะรู้บ้างว่า กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร อยู่ที่ไหน เข้าถึงได้อย่างไร
- (4) ในการใช้แผ่นพับ (Folders) นั้นเรายังจะมีส่วนของการตอบรับ หรือการขอข้อมูลเพิ่มเติม หรือสิทธิพิเศษในการลด แลก แจก แถมเอาไว้ด้วย จึงจะทำให้การใช้แผ่นพับ (Folders)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์หรือการสงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้ในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับไป การเผยแพร่ข่าวสาร โดยการจัดทำแผ่นพับ แจกออกไปนั้นต้องมีการออกแบบที่ดี ให้น่าสนใจ เพื่อให้ผู้ได้รับนั้นเปิดอ่าน ไม่ใช่ทิ้งไป นอกจากนั้น ภาพและคำพูดที่จะต้องสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้อ่านได้โดยเร็วตั้งแต่ช่วง ต้นๆ เพราะหากขาดความน่าเชื่อถือตั้งแต่ต้นแล้ว ผู้ที่รับอาจจะไม่ยอมอ่านต่อไป

ดังนั้น แผ่นพับ (Folders) ส่วนใหญ่จึงมักเริ่มต้นด้วยเรื่องราวของบริษัท หรือยี่ห้อสินค้าที่เป็นผู้ ส่งแผ่นพับออกไป เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือก่อนสิ่งอื่นใด การจะใช้แผ่นพับเพื่อการประชาสัมพันธ์ ต้องดูแลเรื่องการออกแบบข้อความ และกระดาษที่ใช้ในการผลิตแผ่นพับให้ดี เพราะหากไม่ยอมลงทุน ตรงนี้ผู้ที่ได้รับแผ่นพับมีความรู้สึกที่ไม่ดีกับแผ่นพับ ที่ได้รับการแต่งตั้งแล้ว อาจจะทำให้การใช้ เครื่องมือดังกล่าวนี้ล้มเหลวตั้งแต่ต้น เพราะไม่สามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่ผู้ได้รับแผ่นพับ

ขนาดแผ่นพับ ขนาดแผ่นพับที่เป็นที่นิยมกัน นอกเหนือจาก A4 พับเป็น 2 พับ 3 ตอน หรือ เป็นแผ่นพับ A4 แล้วพับครั้งนั้น ก็จะมี อาทิ

1. ขนาด กางออกเป็น A3 (29.7 x 42.0 cm) พับครึ่งสำเร็จเป็น A4 (21.0x29.7 cm)
2. ขนาดกางออก 21.0 x 20 cm (ประมาณ 2 ใน 3 ของ A4) แล้วพับครึ่งเป็น 21x10 cm
3. ขนาด A4 3 ตอนยาว (29.7x 63.0 cm) แล้วพับเหลือเป็นขนาด A4 (21.0x29.7 cm)

ชนิดกระดาษที่ใช้ทำแผ่นพับ

1. กระดาษปอนด์ 60 - 100 แกรม ในกรณี เน้นประหยัด กระดาษปอนด์ที่บางที่สุด ที่พิมพ์ 4สี 2 ด้าน ได้โดยยังดูไม่ทะลุ จะเป็นกระดาษปอนด์ 70 แกรม
2. กระดาษอาร์ตมัน 85 - 160 แกรม เพื่อความดูดี ดูมีราคาของแผ่นพับขึ้นมาอีกโดยกระดาษ อาร์ตมัน 85 แกรม ยังสามารถที่จะทำการพิมพ์ออฟเซต 4สี 2ด้าน ได้คืออยู่
3. กระดาษอาร์ตการ์ด 190 แกรมขึ้นไป กระดาษการ์ดจะมีความหนา ทำให้ไม่สามารถพับโดยใช้เครื่องพับได้เลยทันที จะต้องทำการบีบรอยพับก่อน แล้วจึงจะสามารถพับตามรอยพับได้
4. กระดาษการ์ดขาว , กระดาษปก , กระดาษนอก , กระดาษแฟนซี ,กระดาษชนิดอื่นๆ

2.6.3 สติกเกอร์ (สติกเกอร์, 2553) [Online]

มีประโยชน์หลากหลาย เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ต้นทุนต่ำแต่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี และเป็น สื่อที่สามารถอยู่ได้นาน

1. สติกเกอร์กระดาษ สติกเกอร์เนื้อกระดาษผิวเรียบ มีทั้งกระดาษขาวมัน กระดาษ อาร์ต และกระดาษสะท้อนแสง เหมาะสำหรับงานพิมพ์คุณภาพทั่วไป ให้สีพิมพ์ที่สวยงาม ทั้งงาน พิมพ์ออฟเซตและงานพิมพ์ซิลิโคน

สติกเกอร์กระดาษ (Sticker PP) งานพิมพ์หมึกบนสติกเกอร์กระดาษสังเคราะห์ เนื้อขาวมุกหน้า มันวาว (เคลือบเงา-ด้าน) ความละเอียด 1200 dpi เนื้อวัสดุเหมือนกับกระดาษกลอสซี แตกต่างที่ Sticker

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PP มีกาวด้านหลัง เหมาะสำหรับงาน Exhibition เช่น ทำมีเดีย Pull Frame , Back dop , X-Banner , ภาพโฆษณาขนาดใหญ่บนผนัง หรือ แม้กระทั่งติดบน ฟิล์มเจอร์บอร์ค เป็นต้น

สติ๊กเกอร์อิงค์เจ็ทชนิดด้าน รองรับน้ำหมึกได้ดีเยี่ยม ไม่ซีดไม่เยิ้ม สามารถลอกออกเป็นสติ๊กเกอร์ได้ให้งานพิมพ์ตัวอักษร และลายเส้นคมชัด เหมาะสำหรับงานพิมพ์ สติ๊กเกอร์/ฉลากสินค้า, ป้ายราคา, ป้ายประชาสัมพันธ์, POP/Window ดิสเพลย์, สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ฯลฯ

สติ๊กเกอร์อิงค์เจ็ทมันเงา กระดาษกันน้ำเหมาะสำหรับงานพิมพ์ สติ๊กเกอร์/ฉลากสินค้า, ป้ายราคา, ป้ายประชาสัมพันธ์, POP/Window ดิสเพลย์, สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ฯลฯ หนา 70 แกรม-140 แกรม

2. สติ๊กเกอร์พีวีซี (Sticker PVC) สติ๊กเกอร์กาวอย่างดี ทำด้วยเนื้อพลาสติกพีวีซี ชนิดนิ่ม สามารถทนต่อแสงแดดความชื้นและความร้อนได้อย่างดี เหมาะสำหรับงานโฆษณาทั่วไป งานป้ายโฆษณา ตกแต่งรถยนต์ ตกแต่ง ร้านค้า หรืออื่นๆ

สติ๊กเกอร์ พีวีซี งานพิมพ์หมึกบนสติ๊กเกอร์พลาสติก เนื้อขาวนวล มีความยืดหยุ่นสูง มีทั้งแบบที่ใช้ในอาคาร(ความละเอียด 1200 dpi เคลือบเงา-ด้าน) และแบบที่ใช้ภายนอกอาคาร(ความละเอียด 720 dpi) นิยมใช้ในงานป้ายโฆษณา อาทิเช่น ภาพต่อขนาดใหญ่บนกระจกติด ติดงานบนอะคริลิกหรือพลาสติก เป็นต้น

งานพิมพ์หมึกบนสติ๊กเกอร์ใส มีความยืดหยุ่นสูง มีทั้งแบบที่ใช้ในอาคาร(ความละเอียด 1200 dpi เคลือบเงา-ด้าน) และแบบที่ใช้ภายนอกอาคาร(ความละเอียด 720 dpi) เหมาะสำหรับงานที่ต้องการความโปร่งใสเช่น ติดบน กระจก อะคริลิก เป็นต้น

สติ๊กเกอร์ ใส PVC กันน้ำได้ หรือ แฉในท้องเย็นได้ สติ๊กเกอร์ กระดาษ เหมาะสำหรับงานในที่แห้ง และอยู่ในที่ร่ม เพื่อป้องกันไม่ให้สีซีดจาง แต่งานที่ออกมาสวยงามเหมือนงานกระดาษทั่วไป

สติ๊กเกอร์ PVC พื้นขาว กันน้ำได้ หรือ แฉในท้องเย็นได้ งานสวยงามเหมือนงานพิมพ์จากกระดาษ เพราะพิมพ์ระบบออฟเซต

3. สติ๊กเกอร์โฮโลแกรม สติ๊กเกอร์ชนิดพิเศษ ทำด้วยเนื้อพลาสติกเงาพิมพ์ลายโฮโลแกรม 3 มิติ เหมาะสำหรับนำมาใช้งานฉลากหรืองานตกแต่งที่ต้องการความสวยงามเฉพาะตัวไม่เหมือนใคร

2.6.4 สี กับงานพิมพ์ (การออกแบบสิ่งพิมพ์, 2553) [Online]

1.สีโทนร้อน (Warm Tone) เช่น แดง เหลือง ส้ม ม่วงแดง ชมพู ให้ความรู้สึกที่อบอุ่นแรง กระตุ้นอารมณ์ ดึงดูดสายตา สะดุดตา เหมาะกับงานที่ต้องการความตื่นเต้น เร้าใจ สนุกสนาน รุนแรง วัยรุ่น

2. สีโทนเย็น (Cool Tone) เช่น เหลือง เขียว น้ำเงิน ฟ้า ม่วงน้ำเงิน ให้ความรู้สึกสดชื่นแจ่มใสมีชีวิตชีวา ความร่มรื่น การพักผ่อน ความเจริญเติบโต ความปลอดภัยเหมาะกับงานที่ต้องการแสดงความร่มรื่น สดใส ความมีชีวิตชีวา ความสะอาดความโล่งโปร่ง สื่อถึงการพักผ่อนอย่างแท้จริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

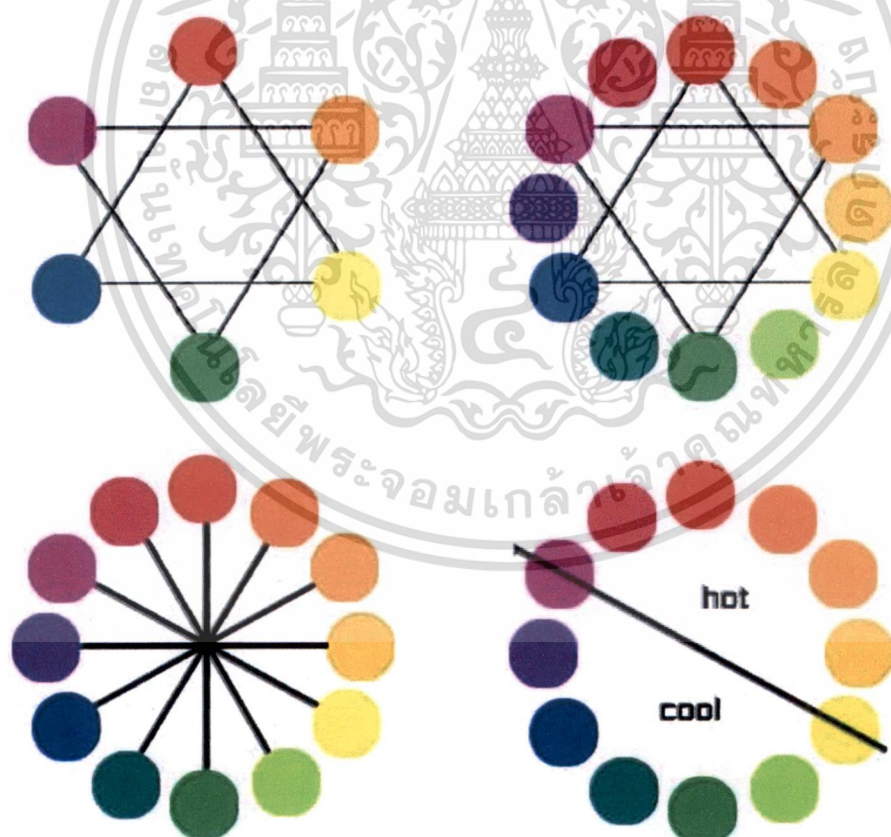
3.สีอ่อน (Tint) เป็นสีที่ผสมด้วยสีขาวมากๆ เช่น ครีมอ่อน ม่วงอ่อน ชมพูอ่อน ฟ้ายอ่อน ให้ความรู้สึกนุ่มนวลอ่อนหวาน อบอวล ความเป็นเด็ก สะอาดมีอนามัยเหมาะกับงานที่ต้องการแสดงความสะอาด ความบริสุทธิ์ ไร้เดียงสา ซื่อตรง นุ่มนวล

4. สีเข้ม (Shade) เป็นสีที่ผสมด้วยสีดำ ให้ความรู้สึกสุภาพ เป็นผู้ใหญ่ น่าเชื่อถือมีหลักการสง่ามั่นคง เหมาะกับงานที่ต้องการความเชื่อถือ งานที่เป็นทางการ เป็นจริงเป็นจัง

5.สีเอิร์ธ โทน (Earth Tone) เช่น น้ำตาล ครีม เขียวขี้ม้า ไช้เทศ เหลือง ให้ความรู้สึกสงบเสถียร หดหู่ ดาวย เก๋ โบราณ อนุรักษ์นิยมเหมาะกับงานรณรงค์งานอนุรักษ์ต่างๆ งานแสดงช่วงเวลาอายุ

6.สีขาว-ดำ (Black & White) ให้ความรู้สึกเรียบง่าย ตรงไปตรงมาถากกลับ(ขึ้นอยู่กับการจัดวาง)ประหยัด เหมาะกับงานที่ต้องการสื่อสารแบบตรงไปตรงมาหรือเน้นความรู้สึกอย่างหนึ่งอย่างใดโดยเฉพาะ

7.สีเงิน,สีทอง (Silver , Gold) ให้ความรู้สึกศรัทธา ศาสนา อลังการ ยิ่งใหญ่ มีคุณค่าเหมาะกับงานที่ต้องการเสนอเรื่องราวความศรัทธา เรื่องที่เน้นคุณค่าทางจิตใจ ความเชื่อ ศาสนา



ภาพที่ 2.3 แสดงภาพวงจรสี

ที่มา : ทฤษฎีสี (2553) [Online]

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างไรก็ตาม อิทธิพลของสีต่ออารมณ์ความรู้สึกของมนุษย์ก็ทำให้กฎเกณฑ์ตายตัวไม่ บางครั้งเราอาจประยุกต์ใช้ชุดสีที่ผสมผสานกันเพื่อความเหมาะสมในการใช้งานได้ การแบ่งโทนสีเป็นหมวดหมู่ ไม่ได้หมายความว่าเราต้องเลือกชุดสีใดสีหนึ่งในงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ แต่หมายถึงภาพรวมของงานชิ้นนั้น ๆ อาจจะเน้นชุดสีใดชุดหนึ่งตามหลักข้างต้น แต่ในตัวงานเอง ก็อาจจะมีสีชุดอื่นๆแทรกอยู่ด้วย เพื่อไม่ให้ภาพดูน่าเบื่อเกินไป

หลักการใด ๆ ในการเลือกหรือตัดสินใจใช้ชุดสีในงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ ขอแนะนำวิธีง่ายและได้ผลดีที่สุดคือ หลัก 20:80 คือ ให้คิดพื้นที่โดยรวมของสื่อโฆษณาเป็น 100 % แล้วใช้โทนสีที่เลือกประมาณ 80% ของพื้นที่ และใช้สีอื่น ๆ เข้ามาผสมผสานอีก 20 % เพื่อเป็นลูกขัด (Contrast) จะช่วยให้งานดูสมบูรณ์ น่าสนใจ และมีเสน่ห์มากยิ่งขึ้น

สรุป งานพิมพ์ถือเป็นงานสื่อสารที่กินพื้นที่กว้างไปในหมู่ประชาชนทุกระดับชั้น ดังนั้นการตัดสินใจเลือกใช้สีในงานดังกล่าว จึงจำเป็นต้องมองถึงความเป็นส่วนรวมให้มากกว่าความรู้ส่วนตัวของนักออกแบบเอง เพื่อป้องกันความเข้าใจผิดในการสื่อสารที่คลาดเคลื่อนและเพื่อการโฆษณาที่ได้ผลการพยายามสร้างความแปลกแหวกแนวเป็นสิ่งดีและสร้างสรรค์แต่โดยหน้าที่แล้ว นักออกแบบจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องนำเสนอในสิ่งที่ถูกต้อง เหมาะสมและความเป็นจริง เพื่อประโยชน์ของประชาชนผู้บริโภคเป็นสำคัญ

ระบบสี RGB (ทฤษฎีสี, 2553) [Online]

ระบบสี RGB เป็นระบบสีของแสง ซึ่งเกิดจากการหักเหของแสงผ่านแท่งแก้วปริซึม จะเกิดแถบสีที่เรียกว่า สเปกตรัม (Spectrum) ซึ่งแยกสีตามที่สายตามองเห็นได้ 7 สี คือ แดง แสด เหลือง เขียว น้ำเงิน คราม ม่วง ซึ่งเป็นพลังงานอยู่ในรูปของรังสี ที่มีช่วงคลื่นที่สายตา สามารถมองเห็นได้ แสงสีม่วงมีความถี่คลื่นสูงที่สุด คลื่นแสงที่มีความถี่สูงกว่าแสงสีม่วง เรียกว่า อัลตราไวโอเลต (Ultra Violet) และคลื่นแสงสีแดง มีความถี่คลื่นต่ำที่สุด คลื่นแสง ที่ต่ำกว่าแสงสีแดงเรียกว่า อินฟราเรด (InfraRed) คลื่นแสงที่มีความถี่สูงกว่าสีม่วง และต่ำกว่าสีแดงนั้น สายตาของมนุษย์ไม่สามารถรับได้ และเมื่อศึกษาดูแล้วแสงสีทั้งหมดเกิดจาก แสงสี 3 สี คือ สีแดง (Red) สีน้ำเงิน (Blue) และสีเขียว (Green) ทั้งสามสีถือเป็นแม่สีของแสง เมื่อนำมาฉายรวมกันจะทำให้เกิดสีใหม่ อีก 3 สี คือ สีแดงมาเจนน้ำเงิน สีฟ้าไซแอน และสีเหลือง และถ้าฉายแสงสีทั้งหมดรวมกันจะได้แสงสีขาว จากคุณสมบัติของแสงนี้เราได้นำมาใช้ประโยชน์ทั่วไป ในการฉายภาพยนตร์ การบันทึกภาพวิดีโอ ภาพโทรทัศน์ การสร้างภาพเพื่อการนำเสนอทางจอคอมพิวเตอร์ และการจัดแสงสีในการแสดง เป็นต้น RED BLUE GREEN

ระบบสี CMYK

ระบบสี CMYK เป็นระบบสีชนิดที่เป็นวัตถุ คือสีแดง เหลือง น้ำเงิน แต่ไม่ใช่สีน้ำเงิน ที่เป็นแม่สีวัตถุ แม่สีในระบบ CMYK เกิดจากการผสมกันของแม่สีของแสง หรือ ระบบสี RGB คือ

แสงสีน้ำเงิน + แสงสีเขียว = สีฟ้า (Cyan)

แสงสีน้ำเงิน + แสงสีแดง = สีแดง (Magenta) ศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แสงสีแดง + แสงสีเขียว = สีเหลือง (Yellow)

สีฟ้า (Cyan) สีแดง (Magenta) สีเหลือง (Yellow) นี้นำมาใช้ในระบบการพิมพ์ และมีการเพิ่มเติมสีดำเข้าไป เพื่อให้มีน้ำหนักเข้มขึ้นอีก เมื่อรวมสีดำ (Black = K) เข้าไป จึงมีสีสี่โดยทั่วไปจึงเรียกระบบการพิมพ์นี้ว่าระบบการพิมพ์สี่สี (CMYK) ระบบการพิมพ์สี่สี (CMYK) เป็นการพิมพ์ภาพในระบบที่ทันสมัยที่สุด และได้ภาพ ใกล้เคียงกับภาพถ่ายมากที่สุด โดยทำการพิมพ์ทีละสี จากสีเหลือง สีแดง สีน้ำเงิน และสีดำ ถ้าลองใช้แว่นขยายส่องดู ผลงานพิมพ์ชนิดนี้ จะพบว่า จะเกิดจากจุดสีเล็ก ๆ สีสี่อยู่เต็มไปหมด การที่เรามองเห็นภาพมีสีต่าง ๆ นอกเหนือจากสีสี่นี้ เกิดจากการผสมของเม็ดสีเหล่านี้ใน ปริมาณต่าง ๆ คิดเป็น % ของปริมาณเม็ดสี ซึ่งกำหนดเป็น 10-20-30-40-50-60-70-80-90 จนถึง 100 %

2.6.5 หลักพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สี(การออกแบบสิ่งพิมพ์, 2553) [Online]

การใช้สีในงานออกแบบกราฟิกมีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้งานนั้นน่าสนใจสวยงามและน่าตื่นตาหรือส่งเสริมให้เนื้อหาสาระที่น่าเสนอมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คนแต่ละวัยมีความสนใจกลุ่มสีแตกต่างกัน เช่น เด็กเล็กๆ จะสนใจสีสดเข้ม สะดุดตา ไม่ชอบสีอ่อนและจะสังเกตได้ว่าเมื่อมีอายุมากขึ้นก็ยังไม่ชอบสีสดใสมากๆ กลับนิยมกลุ่มสีอ่อนหวานนุ่มนวล การวางโครงสร้างสีในงานออกแบบพาณิชย์ศิลป์จึงต้องเน้นเรื่องวัยของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ เด็กเล็กๆ ควรใช้สีประเภท Primary หรือ Secondary ส่วนผู้ใหญ่อาจใช้สีเท่ ผสมกลุ่มสีขาวหรือสีนวลหรือสีดำที่เรียกว่า Tint and Shade การใช้สีขาวหรือสีดำมาผสมกับสีเท่ก็จะช่วยลดความสดใสของสีเดิมลงตามขนาดสัดส่วนมากน้อยตามต้องการ ดังนั้นก่อนจะวางโครงสร้างสีในการทำงานจึงควรได้พิจารณาเกี่ยวกับการใช้ในทางจิตวิทยาด้วยดังนี้

1. ใช้สีสดใสสำหรับกระตุ้นให้เห็นเด่นชัด เพื่อการมองในระยะสั้นๆ เหมาะอย่างยิ่งสำหรับการทำสื่อเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์

2. พึงระลึกไว้เสมอว่าการใช้สีมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเน้นให้เห็นเด่นชัดมุ่งส่งเสริมให้เนื้อหาสาระมีความชัดเจนขึ้น ถูกต้องขึ้น บางครั้งการใช้สีของนักออกแบบจะสามารถใช้สีได้อย่างอิสระเพื่อความสวยงาม บางครั้งก็จำเป็นต้องนึกถึงหลักความจริงและความถูกต้องอย่างเหมาะสมด้วย

3. การออกแบบงานพาณิชย์ศิลป์ งานกราฟิกต่างๆ อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้สีเสมอไป ผู้ออกแบบจึงควรพิจารณาถึงความเหมาะสมด้วยว่าควรใช้อย่างไร เพียงใดการกำหนดว่าจะใช้สีเพิ่มขึ้นมา 1 สี นั้นหมายความว่าต้องเพิ่มงบประมาณตามไปอีกจำนวนหนึ่งเสมอไป

4. ควรใช้สีให้เหมาะสมกับวัยของผู้บริโภค

5. การใช้สีมากเกินไปไม่เกิดผลดีกับงานออกแบบอย่างแท้จริง เพราะสีหลายสีอาจทำให้ลดความเด่นชัดของงานและเนื้อหาสาระที่ต้องการเสนอ

6. เมื่อใช้สีสดเข้มจัดคู่กับสีอ่อนมากๆ จะทำให้ดูชัดเจน และมีชีวิตชีวา น่าสนใจ

7. การใช้สีพื้นในงานออกแบบสิ่งพิมพ์ที่มีพื้นที่ว่างมากๆ ไม่ทำให้เกิดผลในการเร้าใจเท่าที่ควร ควรหลีกเลี่ยง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. ข้อพิจารณาสำหรับการใช้สีบนตัวอักษร ข้อความ คือ จะต้องให้ชัดเจนอ่านง่าย ควรเว้นการใช้สีตรงข้ามในปริมาณเท่าๆกัน บนพื้นที่เดียวกันหรือใกล้เคียง เพราะจะทำให้ผู้ดูต้องเพ่งมองมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดภาพซ้อนพราวัว โดยเฉพาะส่วนที่เป็นเนื้อหาสาระ เช่นตัวอักษรสีแดงบนพื้นสีเขียว ความเด่นชัดของข้อความที่ต้องการจะเน้น ด้วยความต่างของสีจึงควรคำนึงเรื่องค่าน้ำหนักของสี (Tone of Colour) ให้มากที่สุด

2.6.6 การเลือกใช้ภาพ (การออกแบบสิ่งพิมพ์, 2553) [Online]

การออกแบบรูปภาพในสื่อใด ๆ ก็ตาม จะสร้างความน่าสนใจได้ดีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับรูปแบบของภาพ รายละเอียดของภาพตลอดจนเทคนิควิธีการในการสร้างภาพ ความสมบูรณ์ของภาพที่นำมาใช้จะต้องทำหน้าที่สื่อความหมาย บรรยายเนื้อหาและมีความสวยงาม องค์ประกอบที่จะสนับสนุนให้ภาพมีความโดดเด่น จะต้องประกอบด้วย

1. ลักษณะของภาพ ที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
2. รูปแบบภาพ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบของสื่อ และต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของงานนั้น ๆ
3. สีของภาพ ต้องชัดเจน
4. ขนาดของภาพ จากการศึกษาวิจัยพบว่า ภาพที่มีขนาดใหญ่ได้รับความสนใจมากที่สุด การสร้างแรงจูงใจเกี่ยวกับขนาดของภาพ สามารถทำได้หลายวิธี เช่น การกำหนดสัดส่วนในทางกว้างและความยาวของภาพ ควรเลือกใช้ขนาดภาพที่มีลักษณะแปลกตาหรืออาจเป็นภาพเล็ก ๆ หลาย ๆ ขนาด หลาย ๆ รูปมารวมกันเป็นรูปใหญ่

ลักษณะของภาพที่นำมาใช้ย่อมมีวิธีการถ่ายทอดหลายรูปแบบ แต่ละแบบอาจเหมาะกับงานหนึ่งงานใดโดยเฉพาะ การจะกำหนดตายตัวลงไปย่อมเป็นการลำบากที่จะกำหนดว่างานลักษณะนี้เหมาะสมแก่งานอย่างไร ประสิทธิภาพของนักออกแบบจะแยกแยะงานตามลักษณะการถ่ายทอด ซึ่งพอจะแบ่งได้เป็น 3 ชนิดด้วยกันคือ

1. ภาพที่ถ่ายทอดตามความเป็นจริง (Realistic) เป็นภาพที่ดีแล้วเหมือนวัตถุจริงในธรรมชาติ มีการเน้นลักษณะรูปร่าง รูปทรง แสงและเงา การใช้สีให้เหมือนจริงมากที่สุดได้แก่ ภาพถ่ายเหมือนจริง ภาพเขียนเหมือนจริง
2. ภาพที่ถ่ายทอดด้วยลักษณะการดัดทอน (Distortion) เป็นภาพที่พยายามดัดแปลงจากความเหมือนจริงโดยเสริมแต่งดัดทอนใหม่ ลดรายละเอียดบางอย่างภาพในภาพออกไปและขณะเดียวกันก็ยังคงไว้ซึ่งเค้าเดิมให้ผู้ดูทราบว่สิ่งเหล่านั้นเป็นอย่างไร เช่น ภาพการ์ตูน ภาพถ่ายบิดเบือน

3. ภาพที่ถ่ายทอดตามความรู้สึก (Abstraction) เป็นภาพที่ไม่พรรณารื่องราวตามความเป็นจริง แต่มองลึกกลงไปในความรู้สึกภาพในวัตถุ หรือเกิดจากอารมณ์ส่วนลึกที่ผู้สร้างได้ถ่ายทอดเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออกมาเป็นเพียงสัญลักษณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ภาพที่ดีจะสามารถถ่ายทอดความรู้สึกของผู้เขียนภาพได้อย่างตรงไปตรงมา

ลักษณะของภาพที่จะนำมาใช้จะต้องพร้อมที่จะสร้างหรือบันทึกรู้สึกของผู้ดูให้เกิดอารมณ์คล้อยตาม กำธร สถิรกุล ได้กล่าวว่า ภาพจะสร้างให้ผู้ดูสะท้อนความรู้สึกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. ภาพที่ดูแล้วเกิดความสุขสบายใจ (Positive Feeling) เป็นภาพที่สวยงามดูแล้วสบายตา ได้แก่ ภาพทิวทัศน์ ภาพน้ำตก ลำธาร ภาพดอกไม้

2. ภาพที่ดูแล้วเกิดความรู้สึกไม่สบายใจ (Negative Feeling) เป็นภาพที่น่าเกลียดน่ากลัวต่างๆ เช่น ภาพปีศาจ ภาพสัตว์ร้าย ภาพอุบัติเหตุ

3. ภาพที่ดูแล้วไม่เกิดความรู้สึกอะไร (Neutral Feeling)

ภาพทั้งสามแบบนี้จะเห็นได้ว่า ภาพที่ดูแล้วเกิดความรู้สึกไม่สบายใจ (Negative Feeling) จะเรียกความสนใจในขั้นต้นจากผู้ดูได้ก่อนภาพอื่น ๆ แต่จะเรียกความสนใจอยู่ได้ไม่นาน ส่วนภาพที่ดูแล้วรู้สึกสบายใจ (Positive Feeling) จะเรียกความสนใจเป็นอันดับรองลงมา แต่จะดึงดูดความสนใจให้ผู้ดูภาพได้นาน และภาพที่ดูแล้วไม่เกิดความรู้สึกอะไร (Neutral Feeling) จะเรียกความสนใจได้น้อยที่สุด แต่ถ้าแยกลักษณะของภาพตามลักษณะของเนื้อหาภาพอาจจะแบ่งออกได้เป็นภาพที่มีลักษณะง่าย (Simple) คือเป็นภาพง่าย ๆ ไม่แฝงแนวคิดรายละเอียดยุ่งยาก สลับซับซ้อน กับภาพที่มีลักษณะยุ่งยาก (Complicate) อันได้แก่ ภาพที่มีรายละเอียดประกอบมากมาย แฝงแนวคิดสลับซับซ้อน ความสนใจของผู้ดูภาพจะให้ความสนใจภาพที่มีลักษณะง่ายมากกว่าแต่จะดูได้ไม่นาน ส่วนภาพที่มีลักษณะยุ่งยากคนจะไม่ค่อยดู แต่ถ้าดูแล้วก็จะดูภาพในลักษณะนี้เป็นเวลานาน

2.6.7 ประเภทของการพิมพ์ ประเภทของการพิมพ์ที่แบ่งตามลักษณะของการพิมพ์สามารถจัดได้เป็นดังนี้(การออกแบบสิ่งพิมพ์, 2553) [Online]

1. การพิมพ์พื้นนูน (Relief Printing) เป็นการพิมพ์ที่ใช้หลักการให้ส่วนที่เป็นภาพบนแม่พิมพ์จะมีผิวสูงกว่าส่วนอื่น เพื่อรับหมึกแล้วถ่ายทอดลงบนวัสดุใช้พิมพ์ การพิมพ์ประเภทนี้มี การพิมพ์เลตเตอร์เพรสส์ การพิมพ์เฟล็กโซกราฟี

2. การพิมพ์พื้นลึก (Recess Printing) เป็นการพิมพ์ที่ใช้หลักการให้ส่วนที่เป็นภาพบนแม่พิมพ์จะมีผิวต่ำกว่าส่วนอื่น เพื่อขังหมึกไว้แล้วถ่ายทอดลงบนวัสดุใช้พิมพ์ การพิมพ์ประเภทนี้มี การพิมพ์กราวัวร์ การพิมพ์แพด

3. การพิมพ์พื้นราบ (Planographic Printing) เป็นการพิมพ์ที่ใช้หลักการนำกับน้ำมันไม่รวมตัวกัน ผิวของแม่พิมพ์ชนิดนี้จะเสมอกันหมดโดยให้ส่วนที่เป็นภาพมีสภาพเป็นไขมันสามารถรับหมึกซึ่งเป็นน้ำมันเช่นกัน ส่วนที่ไม่เป็นภาพจะสามารถรับน้ำไว้ได้ ในการพิมพ์ จะคลึงแม่พิมพ์ด้วยเชื่อน้ำ เชื่อน้ำไม่ถูกกับไขมันจะไปเกาะเฉพาะส่วนที่ไร้ภาพ แล้วคลึงหมึกตาม หมึกไม่ถูกกับน้ำจะไปเกาะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เฉพาะส่วนที่เป็นภาพ เมื่อนำวัสดุใช้พิมพ์ทาบนแม่พิมพ์ก็จะเกิดภาพตามต้องการ การพิมพ์ประเภทนี้มี การพิมพ์หิน การพิมพ์ออฟเซต

4. การพิมพ์พื้นฉลุ เป็นการพิมพ์ที่ใช้หลักการให้หมึกผ่านทะลุส่วนที่เป็นภาพบนแม่พิมพ์ไปติดอยู่บนวัสดุใช้พิมพ์ ทำให้เกิดภาพ การพิมพ์ประเภทนี้มี การพิมพ์โรเนียว การพิมพ์ซิลค์สกรีน

5. การพิมพ์ดิจิตอล (Digital Printing) เป็นการพิมพ์ที่ใช้เครื่องพิมพ์ต่อพ่วงกับคอมพิวเตอร์ โดยรับข้อมูลภาพจากคอมพิวเตอร์มาพิมพ์

6. การพิมพ์แบบถ่ายโอนความร้อน (Thermal Transfer Printing) ซึ่งใช้หลักการถ่ายความร้อนจากหัวพิมพ์ไปยังฟิล์มที่เคลือบด้วยหมึกพิมพ์ทำให้หมึกพิมพ์หลุดไปเกาะติดกับวัสดุใช้พิมพ์จนเกิดเป็นภาพ

7. การพิมพ์แบบพ่นหมึก/อิงค์เจ็ต (InkJet Printing) ซึ่งใช้หลักการพ่นหยดหมึกเล็กๆ จากหัวพ่นไปสร้างเป็นภาพบนวัสดุใช้พิมพ์

8. การพิมพ์แบบไฟฟ้าสถิตย์ (Electrostatic Printing) ซึ่งใช้หลักการควบคุมลำแสงสร้างภาพเป็นประจุไฟฟ้าบนกระบอกโลหะแล้วให้ผงหมึกไปเกาะบนกระบอกโลหะตามบริเวณที่มีประจุอยู่เกิดเป็นภาพที่ถูกถ่ายทอดไปเกาะติดบนวัสดุใช้พิมพ์อีกทีหนึ่ง

ประเภทของการพิมพ์ที่ผู้ประกอบการ โรงพิมพ์นิยมทำกันในปัจจุบันมีดังนี้

1. การพิมพ์ออฟเซต (Offset Printing) เป็นการพิมพ์พื้นราบที่ใช้หลักการนำก๊บน้ำมันไม่รวมตัวกัน โดยสร้างเยื่อน้ำไปเกาะอยู่บนบริเวณไร้ภาพของแผ่นแม่พิมพ์ เมื่อรับหมึก หมึกจะไม่เกาะน้ำแต่จะไปเกาะบริเวณที่เป็นภาพแล้วถูกถ่ายลงบนผ้ายางและกระดาษพิมพ์ต่อไป การพิมพ์ออฟเซตสามารถผลิตงานพิมพ์ที่มีคุณภาพสูงจนถึงสูงมาก เครื่องพิมพ์มีหลายขนาด มีทั้งเครื่องพิมพ์ 1 สี 2 สี 4 สี 5 สี หรือมากกว่านั้น ตัวอย่างงานพิมพ์ออฟเซต เช่น พิมพ์แผ่นพับ พิมพ์ใบปลิว พิมพ์หนังสือ พิมพ์วารสาร พิมพ์นิตยสาร พิมพ์โบรชัวร์ พิมพ์แคตตาล็อก บรรจุภัณฑ์กระดาษ งานพิมพ์ใช้ในสำนักงาน ฯลฯ

2. การพิมพ์เลตเตอร์เพรสส์ (Letterpress Printing) เป็นการพิมพ์พื้นนูนที่ใช้แม่พิมพ์ทำจากโลหะผสมหรือพอลิเมอร์อย่างหนา กัดผิวจนเหลือส่วนที่เป็นภาพนูนสำหรับรับหมึกพิมพ์แล้วถ่ายทอดลงบนวัสดุที่ใช้พิมพ์โดยใช้วิธีกดทับ ในยุคก่อนมีการใช้ตัวอักษรโลหะเป็นตัว ๆ มาจัดเรียงเป็นข้อความที่ต้องการแล้วใช้เป็นแม่พิมพ์ การพิมพ์เลตเตอร์เพรสส์มีมาช้านานเก่าแก่มาก ในปัจจุบันมีการพิมพ์ประเภทนี้เหลืออยู่น้อย เนื่องจากการทำแม่พิมพ์ลำบากและภาพพิมพ์ที่ได้ไม่ค่อยสวยงาม ตัวอย่างงานพิมพ์ประเภทนี้คือ นามบัตร แบบฟอร์ม ฉลาก กล่อง ป้ายและงานพิมพ์อื่น ๆ ที่ไม่ต้องการความละเอียดมาก

3. การพิมพ์(ซิลค์)สกรีน (Silkscreen Printing) เป็นการพิมพ์พื้นฉลุที่ใช้หลักการพิมพ์โดยให้หมึกซึมทะลุผ่านผ้าที่จึงตึงไว้ และให้ทะลุผ่านเฉพาะบริเวณที่เป็นภาพ สามารถพิมพ์งานสอดสีได้ ความละเอียดของภาพพิมพ์ขึ้นอยู่กับความถี่ของเส้นใยผ้า สามารถพิมพ์ลงบนวัสดุได้หลากหลายชนิดทั้งกระดาษ ผ้า ไม้ พลาสติก และพิมพ์บนวัสดุที่มีผิวโค้งได้ ตัวอย่างงานพิมพ์ประเภทนี้คือ นามบัตร การค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ป้ายกระดาษ/พลาสติก/โลหะ ป้ายโฆษณา เสื้อ ผ้า ถุงพลาสติก ขวด จานชาม ชิ้นส่วนอุปกรณ์ต่าง ๆ

4. การพิมพ์ดิจิทัล (Digital Printing) เป็นการพิมพ์ที่ใช้เครื่องพิมพ์หรือพรินเตอร์ต่อพ่วงกับเครื่องคอมพิวเตอร์ สามารถสั่งพิมพ์ได้โดยตรงจากเครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์หรือพรินเตอร์ที่ใช้คือ เครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทขนาดเล็กและใหญ่ เครื่องพิมพ์เลเซอร์ความเร็วปกติจนถึงความเร็วสูง เครื่องพิมพ์ดิจิทัลใช้หมึกประจุไฟฟ้า ตัวอย่างงานพิมพ์ประเภทนี้คือ งานพิมพ์ที่มีปริมาณไม่มาก เช่น นามบัตร แผ่นพับ ใบปลิว หนังสือ งานพิมพ์ที่มีการเปลี่ยนภาพหรือข้อความบ่อย ๆ เช่น โฉมรถเมล์ งานพิมพ์ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (ใช้เครื่องอิงค์เจ็ทขนาดใหญ่)

5. การพิมพ์เฟล็กโซกราฟี (Flexography) เป็นการพิมพ์พื้นฐานที่ใช้แผ่นพอลิเมอร์ที่มีความยืดหยุ่นที่ดีเป็นแม่พิมพ์โดยกัดส่วนที่ไม่รับหมึกไว้ลึกลงไป การพิมพ์ในระบบนี้ใช้หลักการคล้ายกับการพิมพ์แบบเลตเตอร์เพรสคือใช้การกดทับ แต่หมึกที่ใช้จะเหลวกว่าและใช้ลูกกลิ้งที่ทำขึ้นเป็นพิเศษทำหน้าที่จ่ายหมึกในปริมาณที่สม่ำเสมอให้กับแม่พิมพ์ การพิมพ์ประเภทนี้ได้รับการพัฒนาจนสามารถพิมพ์ภาพสอด้ได้ แม้คุณภาพงานพิมพ์จะยังเทียบเท่าการพิมพ์แบบออฟเซตไม่ได้ แต่ก็มิใช้ในสิ่งพิมพ์หลาย ๆ ประเภท งานพิมพ์ประเภทนี้คือ กล่องลูกฟูก กล่องกระดาษแข็ง ฉลาก ป้าย กล่องกระดาษ กระดาษชำระ ถุงและซองพลาสติก และงานพิมพ์สอด้

6. การพิมพ์กราวัวร์ (Gravure) เป็นการพิมพ์พื้นฐานที่ใช้แม่พิมพ์ที่เป็นร่องลึกสำหรับบริเวณที่เป็นภาพเพื่อเก็บหมึกแล้วไว้ปล่อยลงบนผิวของชิ้นงานพิมพ์ คุณภาพของงานพิมพ์ประเภทนี้อยู่ในเกณฑ์ที่ดี แม่พิมพ์แบบนี้มักเป็นลูกกลิ้งทรงกระบอก ทำด้วยโลหะใช้วิธีกัดผิวทรงกระบอกเป็นหลุมตามบริเวณที่เป็นภาพ จึงทำยากและใช้เวลา อีกทั้งมีค่าใช้จ่ายสูง จึงเหมาะกับงานยาว ๆ งานพิมพ์ประเภทนี้คือ งานพิมพ์ประเภทของพลาสติกใส่อาหารและขนม และงานพิมพ์บนพลาสติกต่าง ๆ งานพิมพ์ในต่างประเทศบางแห่งมีการพิมพ์แมกกาซีน หนังสือพิมพ์ และงานพิมพ์บนกระดาษที่มีปริมาณพิมพ์สูง

7. การพิมพ์ประเภทอื่น ๆ นอกจากการพิมพ์ประเภทต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วนี้ ยังมีการพิมพ์ที่มีลักษณะการพิมพ์แบบอื่น ๆ เช่น การพิมพ์โรเนียว หรือ การพิมพ์สแตงซิล เป็นการพิมพ์พื้นฐานซึ่งใช้กระดาษใบเป็นแม่พิมพ์ให้หมึกตรงบริเวณที่เป็นภาพสามารถซึมทะลุมายังแผ่นกระดาษที่ต้องการพิมพ์ การพิมพ์แพด เป็นการพิมพ์พื้นฐานซึ่งใช้น้ำมันรับหมึกที่เป็นภาพจากแม่พิมพ์ แล้วกดทับบนชิ้นงานซึ่งมีพื้นผิวรูปทรงต่าง ๆ

งานพิมพ์ส่วนใหญ่ในท้องตลาดเป็นงานพิมพ์ประเภทออฟเซต เนื่องจากมีความสะดวกและคล่องตัวในการผลิต ดังนั้นประเภทของโรงพิมพ์ที่มีให้บริการมากที่สุดก็คือ โรงพิมพ์ออฟเซต

2.6.8 กระดาษในการพิมพ์(วิมลรัตน์ ศรีจรัสสิน. 2536 : 154)

กระดาษเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่แปรผันตรงกับต้นทุนการพิมพ์ กระดาษที่ดีมีคุณภาพสูงจะให้งานที่ออกมาดูดี สวยงามและคงทน แต่ก็จะทำให้ต้นทุนสูงตามไปด้วย เหมาะกับงานที่ต้องการความประณีตสูง เก็บไว้ใช้งานได้นาน กระดาษคุณภาพรองลงมาอาจจะใช้สำหรับงานที่ไม่ต้องการความสวยงามมาก หรือไม่ต้องการเก็บไว้นาน เช่น ใบปลิว หนังสือพิมพ์

2.6.8.1 กระดาษอาร์ต

- กระดาษชนิดนี้เนื้อจะแน่น ผิวเรียบ เหมาะสำหรับงานพิมพ์สีสี่ เช่น โปสเตอร์ โบรชัวร์ ปกวารสาร ฯลฯ กระดาษชนิดนี้ราคาค่อนข้างสูง คุณภาพกระดาษก็แตกต่างกันไปแล้วแต่มาตรฐานของผู้ผลิตด้วย มีให้เลือกหลายแบบ ได้แก่

- กระดาษอาร์ตมัน เนื้อกระดาษเรียบ เป็นมันเงา พิมพ์งานได้ใกล้เคียงกับสีจริง สามารถเคลือบเงาได้ดี ความหนาของกระดาษมีดังนี้ 85 แกรม, 90 แกรม, 100 แกรม, 105 แกรม, 120 แกรม , 130 แกรม, 140 แกรม, 160 แกรม

- กระดาษอาร์ตด้าน เนื้อกระดาษเรียบ แต่เนื้อไม่มัน พิมพ์งานสีจะซีดลงเล็กน้อย แต่ดูหรู ความหนาของกระดาษมีดังนี้ คือ 85 แกรม, 90 แกรม, 100 แกรม, 105 แกรม, 120 แกรม ,130 แกรม, 140 แกรม, 160 แกรม

- กระดาษอาร์ตการ์ด 2 หน้า เป็นกระดาษอาร์ตที่หนาตั้งแต่ 190 แกรมขึ้นไป เหมาะสำหรับพิมพ์งานโปสเตอร์ โปสเตอร์ ปกหนังสือ หรืองานต่างๆ ที่ต้องการความหนา

- กระดาษอาร์ตการ์ด 1 หน้า เป็นกระดาษอาร์ตที่มีความแรงกว่ากระดาษอาร์ตการ์ด 2 หน้า หนาตั้งแต่ 190 แกรมขึ้นไป เหมาะสำหรับพิมพ์งานที่ต้องการพิมพ์แค่หน้าเดียว เช่น กล่องบรรจุสินค้าต่างๆ โปสเตอร์ โปสเตอร์ ปกหนังสือ เป็นต้น

2.6.8.2 กระดาษปอนด์

เป็นกระดาษเนื้อเรียบสีขาว นิยมใช้พิมพ์งานสีเดียว หรือพิมพ์สีสี่ก็ได้แต่ไม่สวยเท่ากระดาษอาร์ต สามารถเขียนได้ง่ายกว่าทั้งปากกาและดินสอ เหมาะสำหรับพิมพ์เนื้อในหนังสือ กระดาษหัวจดหมาย ฯลฯ ความหนากระดาษที่นิยมใช้พิมพ์หนังสืออยู่ที่ 70-100 แกรม

2.6.8.3 กระดาษปรู๊ฟ

กระดาษปรู๊ฟ มีเนื้อกระดาษหยาบ สีน้ำตาล หรือขาวหม่น ฉีกขาดง่าย ราคาถูกที่สุด เหมาะสำหรับพิมพ์งานจำนวนมากๆ เช่น หนังสือพิมพ์

2.6.8.4 กระดาษเบงก์

กระดาษเบงก์เป็นกระดาษบางๆ มักจะมีสี เช่น สีชมพู สีฟ้า นิยมใช้พิมพ์บัตรต่างๆ หรือใบปลิว ความหนาประมาณ 55 แกรม ขึ้นไป

2.6.8.5 กระดาษแอร์เมล์

เนื้อกระดาษบางประมาณ 38 แกรม สำหรับพิมพ์บัตร
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

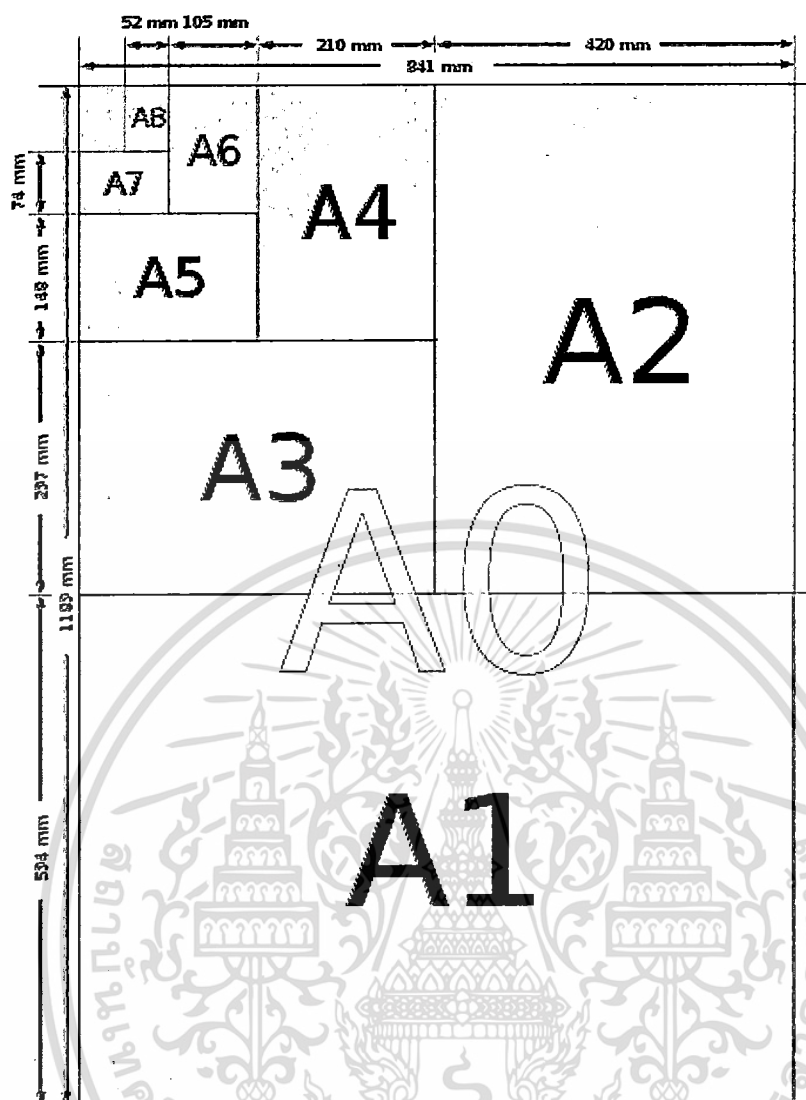
มาตรฐาน ISO กำหนดกฎเกณฑ์สำหรับกระดาษซีรีส์ A ไว้ดังนี้

- อัตราส่วนด้านกว้างกับด้านยาวเป็น 1 ต่อ 1.4142
- ขนาด A0 มีพื้นที่เท่ากับ 1 ตารางเมตรพอดี
- เมื่อนำ A0 มาตัดแบ่งครึ่ง จะได้กระดาษขนาด A1 ที่มีอัตราส่วนเดิม 2 แผ่นพอดี
- ส่วนกระดาษขนาดอื่น ๆ ก็จะใช้กฎเดิมคือ ถูกตัดแบ่งมาจากไซส์ที่ใหญ่กว่า ด้วยอัตราส่วนเดิมพอดี
- หน่วยของความกว้างยาวกระดาษ จะถูกคำนวณแล้วปัดเศษให้อยู่ในรูปของมิลลิเมตร

ขนาดกระดาษมาตรฐาน A (ดังภาพที่ 2.2)

- 2A 1189 x 1682 มม. 46.81 x 66.22 นิ้ว
- A0 841 x 1189 มม. 33.11 x 46.81 นิ้ว
- A1 594 x 841 มม. 23.39 x 33.11 นิ้ว
- A2 420 x 594 มม. 16.54 x 23.39 นิ้ว
- A2 420 x 594 มม. 16.54 x 23.39 นิ้ว
- A3 297 x 420 มม. 11.69 x 16.54 นิ้ว
- A4 210 x 297 มม. 8.27 x 11.69 นิ้ว
- A5 148 x 210 มม. 5.83 x 8.27 นิ้ว
- A6 105 x 148 มม. 4.13 x 5.83 นิ้ว
- A7 74 x 105 มม. 2.91 x 4.13 นิ้ว
- A8 52 x 74 มม. 2.05 x 2.91 นิ้ว
- A9 37 x 52 มม. 1.46 x 2.05 นิ้ว
- A10 26 x 37 มม. 1.02 x 1.46 นิ้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.4 แสดงภาพขนาดกระดาษมาตรฐาน A

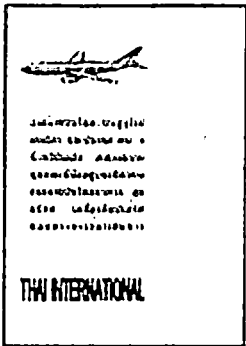
ที่มา : วิมลรัตน์ ศรีจิรัสสิน (2536 : 154)

2.6.9 รูปแบบของการจัด Layout (การออกแบบสิ่งพิมพ์, 2553) [Online]

เมื่อทำคัมมี่ของสิ่งพิมพ์เสร็จเรียบร้อยแล้ว ก็มาถึงขั้นตอนการทำ เลย์เอาท์ ซึ่งสามารถเลือกรูปแบบได้หลายลักษณะดังนี้

1. รูปแบบแถบ (Band Layout) เป็นการวางองค์ประกอบอันได้แก่รูปภาพและข้อความในลักษณะเป็นแถบตามแนวตั้งหรือขอบภาพด้านในด้านหนึ่งการวาง เลย์เอาท์ลักษณะนี้จะเกิดบริเวณพื้นที่ว่างและเน้นให้มีความสะดุดตาน่าสนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.5 แสดงภาพรูปแบบแถบ (Band Layout)

ที่มา : การออกแบบสิ่งพิมพ์ (2553) [Online]

2. รูปแบบแกน (Axial Layout) องค์ประกอบภาพจะมีลักษณะเป็นแกนตรงกลางในแนวตั้ง โดยอาจมีแกนแนวนองประกอบอยู่ด้วย ได้บ้างเล็กน้อย



ภาพที่ 2.6 แสดงภาพรูปแบบแกน (Axial Layout)

ที่มา : การออกแบบสิ่งพิมพ์(2553) [Online]

3. รูปแบบตัวที (T Shape Layout) เป็นการวางองค์ประกอบในลักษณะตัวทีของอักษร โรมัน (T)ซึ่งภาพจะมีลักษณะเป็นสมดุ

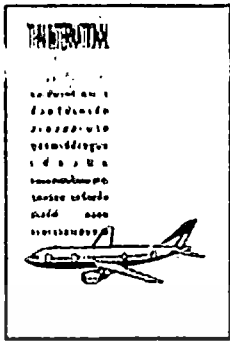


ภาพที่ 2.7 แสดงภาพรูปแบบตัวที (T Shape Layout)

ที่มา : การออกแบบสิ่งพิมพ์ (2553) [Online]

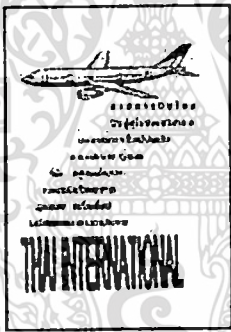
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.รูปแบบตัวแอล (L Shape Layout)เป็นการวางองค์ประกอบให้มีลักษณะเป็นรูปตัวแอล(L)ซึ่งจะทำให้ลักษณะภาพไม่เท่ากันจนเกินไปและเกิดความน่าสนใจให้แก่ผู้ดู



ภาพที่ 2.8 แสดงภาพรูปแบบตัวแอล (L Shape Layout)
ที่มา : การออกแบบสิ่งพิมพ์ (2553) [Online]

5. รูปแบบตัว แซด (Z Shape Layout) และเอส (S Shape Layout) เป็นการจัดให้เส้นแกนหลักมีรูปคล้ายตัวแซด (Z หรือตัว S) ซึ่งจะทำให้ดูมีความเคลื่อนไหวน่าสนใจ



ภาพที่ 2.9 แสดงภาพรูปแบบตัว แซด (Z Shape Layout) และเอส(S Shape Layout)
ที่มา : การออกแบบสิ่งพิมพ์ (2553) [Online]

6. รูปแบบตารางหรือแบบมอนเดเรียน (Mondrian Layout) เป็นการวางองค์ประกอบในลักษณะตารางย่อย ๆ โดยมีขนาดที่แตกต่างกันในภาพ



ภาพที่ 2.๑ แสดงภาพรูปแบบตารางหรือแบบมอนเดเรียน (Mondrian Layout)

ที่มา : การออกแบบสิ่งพิมพ์ (2553) [Online]

7. รูปแบบหน้าต่าง (Picture Window Layout) เป็นการจัดวางรูปภาพให้อยู่ในกรอบช่องสี่เหลี่ยมคล้ายช่องหน้าต่าง



ภาพที่ 2.11 แสดงภาพรูปแบบหน้าต่าง (Picture Window Layout)

ที่มา : การออกแบบสิ่งพิมพ์ (2553) [Online]

8. รูปแบบกรอบภาพ (Frame Layout) เป็นการสร้างกรอบภาพล้อมรูปภาพและข้อความภายในเพื่อปิดสายตาผู้ดูให้พุ่งเข้าไปที่กรอบภาพนั้น

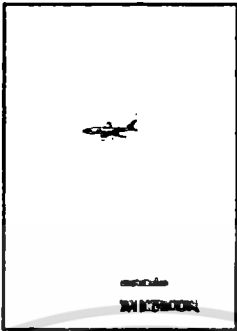


ภาพที่ 2.12 แสดงภาพรูปแบบกรอบภาพ (Frame Layout)

ที่มา : การออกแบบสิ่งพิมพ์ (2553) [Online]

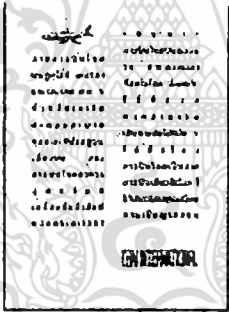
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9.รูปแบบจุด (Spot Layout) เป็นการวางรูปภาพให้มีลักษณะเป็นจุดลอยกลางพื้นภาพและใช้ข้อความจำนวนน้อยมากเพื่อให้ภาพแลดูเด่นชัด



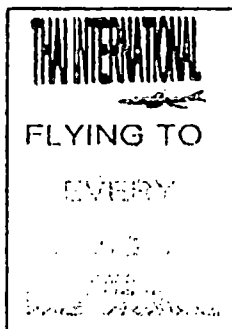
ภาพที่ 2.13 แสดงภาพรูปแบบจุด (Spot Layout)
ที่มา : การออกแบบสิ่งพิมพ์ (2553) [Online]

10. รูปแบบเน้นรายละเอียดของข้อความมากกว่ารูปภาพ (Copy Heavy Layout)เป็นการวางองค์ประกอบโดยเน้นข้อความมากกว่ารูปภาพ



ภาพที่ 2.14 แสดงภาพรูปแบบเน้นรายละเอียดของข้อความมากกว่ารูปภาพ (Copy Heavy Layout)
ที่มา : การออกแบบสิ่งพิมพ์ (2553) [Online]

11. รูปแบบเน้นตัวอักษร (Type Layout) เป็นการนำตัวอักษรที่มีลักษณะและขนาดต่างกันมาจัดวางอย่างเหมาะสมตามหลักองค์ประกอบศิลป์



ภาพที่ 2.15 แสดงภาพรูปแบบเน้นตัวอักษร (Type Layout)

ที่มา : การออกแบบสิ่งพิมพ์ (2553) [Online]

2.6.10 รูปแบบตัวอักษรที่ใช้ในการออกแบบ

ตัวอักษรที่ใช้ในการออกแบบ เป็นตัวอักษรเพื่อการเรียงพิมพ์ หรือเรียกว่าอักษรเรียงพิมพ์เป็นชุดตัวอักษรที่แพร่หลายในคอมพิวเตอร์ เพื่อนำไปพิมพ์ข้อความในรายละเอียดในงานออกแบบได้ โดยเลือกใช้ให้เหมาะสมกับงาน ในการเลือกรูปแบบอักษรที่เหมาะสมกับงานกับเนื้อหาหลักมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการออกแบบกราฟิก เพราะรูปแบบของตัวอักษรมีอิทธิพลต่อการรับรู้และความรู้สึกของมนุษย์(ศิริพรณ์ ปีเตอร์. 2549 : 90)

ก ข ค ง ช ฅ ฌ ฎ ฎ ฏ ฐ ฑ ฒ ณ ด ต ถ
ท ธ น บ ป ผ ฝ พ ฟ ภ ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห ฬ อ ฮ
๑ ๒ ๓ ๔ ๕ ๖ ๗ ๘ ๙ ๐ 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

IrisUPC

ภาพที่ 2.16 แสดงภาพรูปแบบตัวอักษร (IrisUPC)

ที่มา : ณีติเทพ จลาตแย้ม (2552)

ก ข ค ง ช ฅ ฌ ฎ ฎ ฏ ฐ ฑ ฒ ณ ด ต ถ
ท ธ น บ ป ผ ฝ พ ฟ ภ ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห ฬ อ ฮ
๑ ๒ ๓ ๔ ๕ ๖ ๗ ๘ ๙ ๐ 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

CordiaUPC

ภาพที่ 2.17 แสดงภาพรูปแบบตัวอักษร (CordiaUPC)

ที่มา : ณีติเทพ จลาตแย้ม (2552)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก ข ค ง พ จ ฉ ช ซ ฌ ญ ฎ ฏ ฐ ฑ ฒ ณ ด ต ถ
ท ธ น บ ป ผ ฝ พ ฟ ภ ม ย ร ล ว ศ ษ ห พ อ ฮ
๑ ๒ ๓ ๔ ๕ ๖ ๗ ๘ ๙ ๐ 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

FreesiaUPC

ภาพที่ 2.18 แสดงภาพรูปแบบตัวอักษร (FreesiaUPC)

ที่มา : ฉัตติเทพ ฉลาดแย้ม (2552)

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยในการออกแบบและประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลตัวอย่างจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีดังต่อไปนี้

ปราณี คุ่มคำ (2544) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของแผ่นพับที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคหลอดเลือดหัวใจตีบ ของศูนย์โรคหัวใจในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบของแผ่นพับประกอบด้วย ข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียด มีรูปแบบตัวอักษรแบบหัวกลม ข้อความพาดหัว มีขนาดตัวอักษร 36 พอยท์ ข้อความรองพาดหัว ตัวอักษร 20 พอยท์ และข้อความที่เสนอรายละเอียด มีขนาดตัวอักษร 16 พอยท์ ข้อความพาดหัวมีสีของตัวอักษรเป็นสีวอร์นเนอร์ ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียดมีสีวอร์นเนอร์ ภาพประกอบส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นภาพวาดเหมือนจริง มีการจัดหน้าให้มีปกหน้าและปกหลัง มีจำนวน 6 หน้า ส่วนการจัดเนื้อหาให้จบลงในแต่ละหน้าของหัวข้อย่อย ลักษณะเนื้อหาเป็นการเขียนแบบงูใจ

แผ่นพับ (Folders) เป็นกระดาษแผ่นเดียวพับกลับไปกลับมาตามต้องการได้ ไม่มีขนาดตายตัวแน่นอน เมื่อพับอยู่อาจมีขนาดประมาณ 4 x 9 นิ้ว ซึ่งเหมาะแก่การพกพา ปกติมักจะใช้กระดาษขนาด A4 แต่ถ้าไม่ใช้ขนาด A4 มาพับแล้วควรคำนึงถึงการกำหนดขนาดแผ่นพับว่าจะต้องตัดกระดาษไม่ให้เศษเหลือเพื่อความประหยัด การพับนี้เพื่อแบ่งกระดาษให้เป็นหลายหน้า อาจเป็น 6,8 หรือ 16 หน้า เนื่องจากเอกสารแผ่นพับมีเนื้อหาค่อนข้างจำกัด จึงควรเตรียมเนื้อหาเฉพาะประเด็นสำคัญเกี่ยวกับเรื่องที่ต้องการนำเสนอ โดยไม่เสนอรายละเอียดปลีกย่อย ในแต่ละหน้าจะบรรจุด้วยเนื้อหาสาระที่สั้นกะทัดรัด อ่านจับใจความได้ง่ายและรวดเร็ว การนำเสนอเนื้อหาจึงเป็นลักษณะการเขียนแบบบรรยายมากกว่าเป็นการพรรณนาความรู้ลึก ประเด็นสำคัญที่นำเสนอจะต้องน่าสนใจ และมีความพิเศษต่างจากหน้าอื่น โดยให้สัมพันธ์กับเรื่องราวภายใน อาจใช้ภาพเหมือนจริง หรือภาพนามธรรมก็ได้ ส่วนภาพประกอบด้านในอาจมีหรือไม่มีก็ได้ ส่วนมาแผ่นพับจะผลิตขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบอกข่าวชักจูงใจ แนะนำและเตือนความจำ ใช้เผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์หรือบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์การเขียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักขณา มณฑาตุผลิน(อ้างใน เพ็ญพร ต่อสกุลแก้ว. 2541 : 27) ทำการศึกษาการเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุขมูลฐานด้วยการเผยแพร่เรื่องอนามัยครอบครัว กับผลสัมฤทธิ์ในการให้เอกสารเผยแพร่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นสตรีในวัยเจริญพันธุ์ จำนวน 200 คน อายุ 15-45 ปี มีบุตรและยังอยู่กับสามี อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดขอนแก่น ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ทำการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม โดยให้กลุ่มทดลองจำนวน 100 คน ได้รับแจกเอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับความรู้เฉพาะสตรีและความรู้ในการเลี้ยงดูเด็ก ผลวิจัยพบว่า ผู้ได้รับแจกเอกสารเผยแพร่ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นมากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับแจก

รัชดา ปือกเทิง. 2545. “การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความรู้ ความเข้าใจและทัศนคติที่มีต่อโครงการฉลากเขียวของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร การประชาสัมพันธ์โครงการฉลากเขียวผ่านสื่อต่าง ๆ และศึกษาความรู้ ความเข้าใจ ในโครงการฉลากเขียว รวมทั้งทัศนคติของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อโครงการ ฉลากเขียว เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจข้อมูล จำนวนทั้งสิ้น 400 คน และใช้การเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว จากการสุ่มตัวอย่าง แบบหลายขั้นตอน และให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทั้งเพศชายและหญิงมีสัดส่วนในปริมาณใกล้เคียงกัน มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับ ปวช./ปวส. เป็นลูกจ้างในธุรกิจเอกชน มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนระหว่าง 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่สมรสและ อยู่ด้วยกัน กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โครงการฉลากเขียวทางโทรทัศน์ ทุกวัน อีกทั้งทางสื่อสิ่งพิมพ์ บ่อย (4-6 ครั้ง/สัปดาห์) และสื่อแผ่นพับบ้าง (1-3 ครั้ง/สัปดาห์) ในขณะที่ไม่เคย เปิดรับทางวิทยุ และสื่อบุคคล กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ ความเข้าใจโครงการฉลากเขียวในระดับปานกลางมากที่สุด โดยเฉพาะความรู้ ความเข้าใจในโครงการที่มีวัตถุประสงค์ในการลดปัญหามลภาวะด้วย การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบริโภค ร้อยละ 90.0 กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อโครงการฉลากเขียวในระดับ เห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยเฉพาะทัศนคติที่ว่าโครงการฉลากเขียวเป็นการช่วยเตือนให้รักษาสีสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.19

อัจฉรา ปลื้มสัมพันธ์. 2547. “การออกแบบภาพสัญลักษณ์เพื่อนำทางการใช้บริการ ในโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี สังกัดกรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข”. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

การออกแบบภาพสัญลักษณ์เพื่อนำทางการใช้บริการ ในโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี สังกัดกรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข มีวัตถุประสงค์

(1) ออกแบบภาพสัญลักษณ์เพื่อนำทางการใช้บริการ ในโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี สังกัดกรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข ผู้วิจัยได้แกแบบก่อน แล้วจึงนำไปถามผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งลักษณะแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 1 เป็นการถาม ด้านภาพสัญลักษณ์ ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบภาพสัญลักษณ์เพื่อนำทางการใช้บริการ ในโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี สังกัดกรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข จำนวน 20 กลุ่มสายงาน แบ่งเป็น 20 ข้อ โดยทั้งนี้แต่ละข้อมี 3 รูปแบบ ให้เลือก โดย เลือกตอบเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 เป็นการถาม ด้านรูปแบบการทำทางกรเข้าใช้บริการ จำนวน 4 ข้อ โดยถามด้านความเหมาะสมที่มีต่อรูปแบบการจัดวาง ด้านลูกศร ด้านทิศทางที่ลูกศรชี้ทาง ด้านรูปแบบตัวอักษร โดยแต่ละข้อมีตัวเลือกให้เลือกตอบเพียง 1 ข้อ

(2) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อภาพสัญลักษณ์เพื่อนำทางการใช้บริการ ในโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี ระหว่างภาพลักษณ์แบบเดิม กับภาพลักษณ์ที่ออกแบบขึ้นมาใหม่

ผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านกราฟิก และกลุ่มผู้ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลรัตนราชธานี จำนวน 20 คน กลุ่มผู้ใช้บริการในโรงพยาบาลรัตนราชธานี จำนวน 370 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็น แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบภาพสัญลักษณ์เพื่อนำทางการใช้บริการ ในโรงพยาบาลรัตนราชธานี สังกัดกรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข และแบบสอบถามเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อภาพสัญลักษณ์เพื่อนำทางการใช้บริการในโรงพยาบาลรัตนราชธานี ระหว่างภาพสัญลักษณ์แบบเดิม กับภาพสัญลักษณ์ที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ จำนวน 2 ขั้นตอน วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t-test

ผลการวิจัยสรุปว่า

ขั้นตอนที่ 1 การออกแบบภาพสัญลักษณ์เพื่อนำทางการใช้บริการ ในโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี สังกัดกรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข

1. ความคิดเห็น ที่มีต่อการเลือก ภาพสัญลักษณ์ ในโรงพยาบาลนพรัตน์ราชธานี จำนวน 20 คน สรุปพบว่า รูปแบบที่ผู้เชี่ยวชาญเลือกมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 จำนวน 11 ข้อ รองลงมาเป็น รูปแบบที่ 3 จำนวน 5 ข้อ และรูปแบบที่ 1 จำนวน 4 ข้อ

2. ด้านรูปแบบการนำทาง การใช้บริการในโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี สังกัดกรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข มีจำนวน 4 ข้อ โดย 1 ข้อ มี 6 ตัวเลือก ให้เลือกเพียงข้อเดียว โดยถามผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 20 คน

2.1 ความเหมาะสมที่มีต่อรูปแบบการจัดวาง ในการนำทางการใช้บริการ เลือกแบบที่ 4 จำนวน 9 คน ร้อยละ 45

2.2 ความเหมาะสมของลูกศร ที่ใช้นำทางการให้บริการ เลือกแบบที่ 5 จำนวน 7 คน

2.3 ความเหมาะสมของทิศทางที่ถูกระงับนำทาง เลือกแบบที่ 5 จำนวน 12 คน ร้อย

2.4 ความเหมาะสมของรูปแบบตัวอักษร ที่สามารถอ่านและจดจำง่าย เลือกแบบที่ 1 จำนวน 12 คน ร้อยละ 60

ขั้นตอนที่ 2 เปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อภาพสัญลักษณ์เพื่อนำทางการให้บริการ ในโรงพยาบาลพรัตนราชธานี ระหว่างภาพสัญลักษณ์แบบเดิม กับภาพสัญลักษณ์ที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ จำนวน 20 ภาพ โดยถามผู้ให้บริการในโรงพยาบาลพรัตนราชธานี จำนวน 370 สรุปผลการเปรียบเทียบได้ว่า จำนวน 20 ภาพ ที่ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบ แตกต่างกัน 19 ภาพ ไม่แตกต่างกัน 1 ภาพ คือ ภาพ อุบัติเหตุฉุกเฉิน ในภาพรวมมีความแตกต่างกัน

บทความเรื่อง การประชาสัมพันธ์ป้องกันไฟฟ้า ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เขียนไว้ว่า(กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช, 2552) [Online]

ป้ายประชาสัมพันธ์ จัดทำเป็นป้ายไม้อัด หรือป้ายสังกะสี ขนาดต่างๆ โดยมีภาพประกอบคำขวัญที่สะดุดตา ดึงดูดความสนใจและเห็นได้อย่างชัดเจน โดยติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์ตามสถานที่สาธารณะที่ประชาชนผ่านไปมาเป็นจำนวนมาก และติดตั้งในจุดที่มองเห็นได้ง่าย เช่น ตามแนวสองข้างถนน ตามสถานที่ราชการ วัด ตลาด สี่แยกกลางหมู่บ้าน ศาลาทำรถ ตลอดจนตามเส้นทางเดินเข้าป่า โดยคำขวัญที่เขียนต้องสั้น กระชับ จดจำง่าย และสื่อความหมายชัดเจน เช่น “โปรดช่วยป้องกันไฟฟ้า” “ป่าไม้เป็นศรี อักคีเป็นภัย ร่วมแรงร่วมใจ ป้องกันไฟฟ้า” “เผาป่าจงยั้งคิด ผิดกฎหมาย ทำลายชาติ” หรือ “ปลอดไฟฟ้า พงพนาผดงาม” (ภาพที่ 2.1)



ภาพที่ 2.1 แสดงภาพป้ายประชาสัมพันธ์ป้องกันไฟฟ้า

ที่มา : กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (2552) [Online]

สิ่งตีพิมพ์ ได้แก่โปสเตอร์ แผ่นปลิว แผ่นพับ เขียนคำขวัญหรือบทความสั้นๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ป้องกันไฟฟ้า แล้วแจกจ่ายไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนั้นอาจจะพิมพ์คำขวัญเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลงบนแก้วน้ำ ชันน้ำ สมุดนักเรียน ปากกา ไม้บรรทัด แล้วแจกจ่ายไปยังกลุ่มเป้าหมาย ก็จะได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

เอกสารเผยแพร่ โดยจัดพิมพ์เป็นเอกสารให้ความรู้ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับไฟฟ้า เช่น ความรู้เรื่องไฟฟ้า ผลกระทบและอันตรายจากไฟฟ้า แนวทางการแก้ไขปัญหาไฟฟ้า วิธีการป้องกันไฟฟ้า วิธีการดับไฟฟ้า เป็นต้น โดยอาจจัดพิมพ์เป็นเรื่องๆ ไป หรือจัดทำเป็นจุลสารออกตามช่วงเวลาที่กำหนดแน่นอน เช่นรายสัปดาห์ หรือรายเดือน ทั้งนี้เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ป้องกันไฟฟ้าอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี โดยรูปแบบของเอกสารเผยแพร่ อาจเป็นเอกสารทางวิชาการ หนังสือประกอบภาพ หรือหนังสือการ์ตูนตามความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยสื่อสิ่งพิมพ์ที่กล่าวมานี้จะเห็นได้ว่างานวิจัยได้ให้ความสนใจในการค้นคว้าและวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดต่างๆ มีการศึกษาสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทั้งรูปแบบสื่อ ตัวอักษร สี ภาพประกอบ การพาดหัวข้อความโดยใช้สีวรรณะร้อน(ปราณี คุ่มคำ, 2544) และการจัดองค์ประกอบของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้มีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ สามารถนำเสนอข้อมูลที่วิเคราะห์ได้อย่างชัดเจนและให้ความรู้ความเข้าใจ และรูปแบบขั้นตอนเค้าโครงการวิจัยของอัจฉรา ปลื้มสัมพันธ์ ประยุกต์ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

จากบทความ(การประชาสัมพันธ์ป้องกันไฟฟ้า ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช) ดังกล่าวผู้วิจัยได้นำแนวทางการประชาสัมพันธ์ จัดทำเป็นป้ายประชาสัมพันธ์ ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นพับ เพิ่มเติมความรู้เกี่ยวกับการป้องกันเหตุเพลิงไหม้เบื้องต้น แล้วแจกจ่ายไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยได้นำแนวความคิดจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาในการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3 ขั้นตอนการออกแบบ

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลเพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

1. ศึกษารูปแบบ ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ ลงพื้นที่ สํารวจความต้องการสื่อของประชาชนและเจ้าหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

2. ศึกษานโยบาย หนังสือคำสั่ง แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

3. ศึกษาวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อ กลุ่มเป้าหมาย เนื้อหา งบประมาณของหน่วยงาน วิธีการและสถานที่เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

4. คัดเลือกสื่อที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อ กลุ่มเป้าหมาย เนื้อหา งบประมาณของหน่วยงาน วิธีการและสถานที่เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

3.1.2 ขั้นตอนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในขั้นตอนของการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ให้ถูกต้อง ดังนี้

3.1.2.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิก จำนวน 3 คน ดังนี้

1. รองศาสตราจารย์รพพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ หัวหน้าภาควิชาการออกแบบและเทคโนโลยีและอาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วาสนา เจริญวิเชียรฉาย รองคณบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนา และอาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

3. คุณอุษา อยู่เพชร Senior Product Designer บริษัท Infinity Green Co.,Ltd

3.1.2.2 กลุ่มผู้ปฏิบัติงานภายใน สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

กรุงเทพมหานคร จำนวน 3 ท่าน

1. คาบตำรวจชนะพัทธ์ วิจารณ์ เจ้าหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย 5 กองปฏิบัติการดับเพลิง 2 สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

2. สิบตำรวจเอกวิจารณ์ เจริญใหญ่ เจ้าหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย 5 กองปฏิบัติการดับเพลิง 2 สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

3. นายพุดพิงศ์ อัมพะวัด พนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย 4 กองปฏิบัติการดับเพลิง 2 สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

3.1.3 การประเมินความคิดเห็นจากประชากรกรุงเทพมหานครที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

กลุ่มกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือประชากรกรุงเทพมหานคร โดยมีประชากรรวมทั้งสิ้น 6,720,000 คน (Mahidol Population Gazette : 2009)จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยเริ่มจากแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ 2551:61) โดยผู้วิจัยได้ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมจากแหล่งข้อมูลหลายแห่ง พบว่าประชากรภายในกรุงเทพมหานครมีลักษณะคล้ายคลึงกัน กลุ่มประชากรภายในเขตกรุงเทพมหานคร ได้กลุ่มตัวอย่างแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) คือ กลุ่มตัวอย่างใน ชุมชนร่มเกล้า เขตลาดกระบัง โดยมีประชากรรวมทั้งสิ้น 26,087 คน(ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม. 2552)

ผู้วิจัยได้ใช้ตารางของ Taro Yamane (Glenn 2004 Cit in Yamane, 1967) กับกลุ่มตัวอย่างในชุมชนร่มเกล้า เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ 2551:64)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้ในการทำวิจัยมีดังนี้

3.2.1.1 แบบสอบถามความคิดเห็นความเหมาะสม เกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยออกแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิก
2. กลุ่มผู้ปฏิบัติงานในฝ่ายแผนงาน สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

กรุงเทพมหานคร

โดยผู้วิจัยได้การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานครแล้ว นำมาเสนอกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ข้อเสนอแนะ ในการปรับปรุงการออกแบบและประชาสัมพันธ์ให้สมบูรณ์ขึ้น โดยรูปแบบของการสอบถามเป็นรูปแบบการออกแบบและประชาสัมพันธ์ที่ได้ออกแบบแล้วตามกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยตั้งไว้ จากทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ส่วนอุปกรณ์ที่ใช้ร่วมในการสอบถามดังนี้ คือ แบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ เกณฑ์ในการตีความหมาย มีดังนี้

- 5 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

3.2.1.1 แบบสอบถาม ประเมินความคิดเห็นจากประชากรกรุงเทพมหานครที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ผู้วิจัยออกแบบ ถามจากกลุ่มตัวอย่างใน ชุมชนร่วมเกล้า เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน

โดยผู้วิจัยได้นำสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานครที่ได้ออกแบบแล้ว มาประเมินหาค่าความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างใน ชุมชนร่วมเกล้า เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร แบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า เกณฑ์ในการตีความหมาย มีดังนี้

- 5 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.1 แสดงเกณฑ์การแปลความหมายการประเมินความคิดเห็นจากประชากรกรุงเทพมหานครที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ที่ออกแบบ

เกณฑ์	ระดับความคิดเห็น
4.50 – 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.99	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด

ที่มา : บุญชม ศรีสะอาด (2533 : 57)

3.2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

- 1. ศึกษาทฤษฎี เอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์
- 2. ศึกษาวิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3. กำหนดรูปแบบแบบสอบถาม
- 4. ดำเนินการสร้าง แบบสอบถามตามตัวแปรที่ทำการศึกษา
- 5. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ผู้ควบคุม

วิทยานิพนธ์ร่วม เพื่อตรวจสอบและเสนอแนะปรับปรุงแก้ไข

- 6. นำเสนอแบบสอบถามที่แก้ไขเสร็จแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่านเพื่อทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ค่าดัชนีความสอดคล้อง และความถูกต้องของภาษา โดยใช้สูตร $IOC = \frac{\sum R}{N}$ กำหนดค่าดัชนีความสอดคล้องไม่ต่ำกว่า .50 ราชนามผู้ทรงคุณวุฒิมีดังนี้

- 1. รองศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยโท พิชัย สดภิบาล
อาจารย์ประจำสาขาวิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม
อาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธเนศ ภิรมย์การ
อาจารย์ประจำสาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์หาค่า IOC และปรับปรุง แบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อนำไปใช้ต่อไป

3.3 ขั้นตอนการศึกษาและออกแบบ

3.3.1 ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลเพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

1. ศึกษารูปแบบ ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ ลงพื้นที่ สัมภาษณ์ความต้องการสื่อของประชาชนและเจ้าหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร
2. ศึกษานโยบาย หนังสือคำสั่ง แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร
3. ศึกษาวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อ กลุ่มเป้าหมาย เนื้อหา งบประมาณของหน่วยงาน วิธีการและสถานที่เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์
4. คัดเลือกสื่อที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อ กลุ่มเป้าหมาย เนื้อหา งบประมาณของหน่วยงาน วิธีการและสถานที่เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

3.3.2 ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวความคิดในการออกแบบไว้ดังนี้

3.3.2.1 กรอบแนวความคิดด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ตามแนวคิดของ ศิริพรณ์ ปีเตอร์ (2549 : 202) มาใช้เป็นเกณฑ์ ดังนี้

1. ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร
2. การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น
3. การใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา
4. การใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน
5. ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสานประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ และช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย
6. การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์กรอบแนวความคิดด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ตามแนวคิดของ ศิริพรณ์ ปีเตอร์ (2549 : 202) ไว้ ดังนี้

1. ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร
 2. การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น
 3. การใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา
 4. การใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน
 5. การใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสานประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ
- เอกสารนี้เป็นเอกสารต้นฉบับ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. การใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย

7. การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย

3.3.3 ขั้นตอนการออกแบบ

1. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

กรุงเทพมหานคร

2. ออกแบบรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

กรุงเทพมหานคร

3. สื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ที่ได้จากการออกแบบร่างแล้ว มาออกแบบในคอมพิวเตอร์

4. เสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาความเหมาะสมและให้ข้อเสนอแนะ

5. ออกแบบ แก้ไข ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำไปประเมินความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลขั้นการออกแบบ

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

1. ขอนหนังสือจากงานบัณฑิตศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ถึงผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิก และกลุ่มผู้ปฏิบัติงานใน สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร เพื่อทำแบบสอบถาม ขอข้อเสนอแนะจากสื่อประชาสัมพันธ์ ที่ได้ออกแบบ

2. ติดต่อประสานงาน เพื่อสอบถามกับผู้เชี่ยวชาญ ด้านกราฟิก 3 ท่าน และกลุ่มผู้ปฏิบัติงานใน สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร จำนวน 3 ท่าน

3. เก็บข้อมูลแบบสอบถาม ด้านความคิดเห็น ของรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง โดยมีอุปกรณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ สมุดจดบันทึกและปากกา

4. นำข้อมูลของแบบสอบถามทั้งหมดมาสรุป วิเคราะห์เพื่อออกแบบปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามข้อเสนอแนะ ที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะก่อนนำไปสอบถามเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็น จากผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลขั้นการประเมินความคิดเห็น

1. ติดต่อประสานงานกับสำนักงานเขตลาดกระบัง ขอข้อมูลประชากรในชุมชนร่วมเกล้า เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. ขอความร่วมมือกับกลุ่มตัวอย่างประธานชุมชนและประชาชนใน ชุมชนร่วมเกล้า เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
3. ดำเนินการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ในชุมชนร่วมเกล้า เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานครด้วยตนเอง
4. ดำเนินการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ในชุมชนร่วมเกล้า เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
5. นำข้อมูลที่รวบรวมได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์สื่อที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อ กลุ่มเป้าหมาย เนื้อหา งบประมาณของหน่วยงาน วิธีการและสถานที่เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ให้เหมาะสมกับกรอบแนวคิดในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ นโยบาย หนังสือคำสั่ง แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ชุมชนร่วมเกล้า เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ดังนี้

1. ตรวจสอบจำนวนความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละฉบับ
2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้

วิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร เพื่อหาค่าเฉลี่ย (Mean) และหาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ชุมชนร่วมเกล้า ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ว่ามีความเข้าใจภาพสื่อประชาสัมพันธ์ มากน้อยเท่าใด โดยทำเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับเกณฑ์ในการตีความหมาย มีดังนี้

- 5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

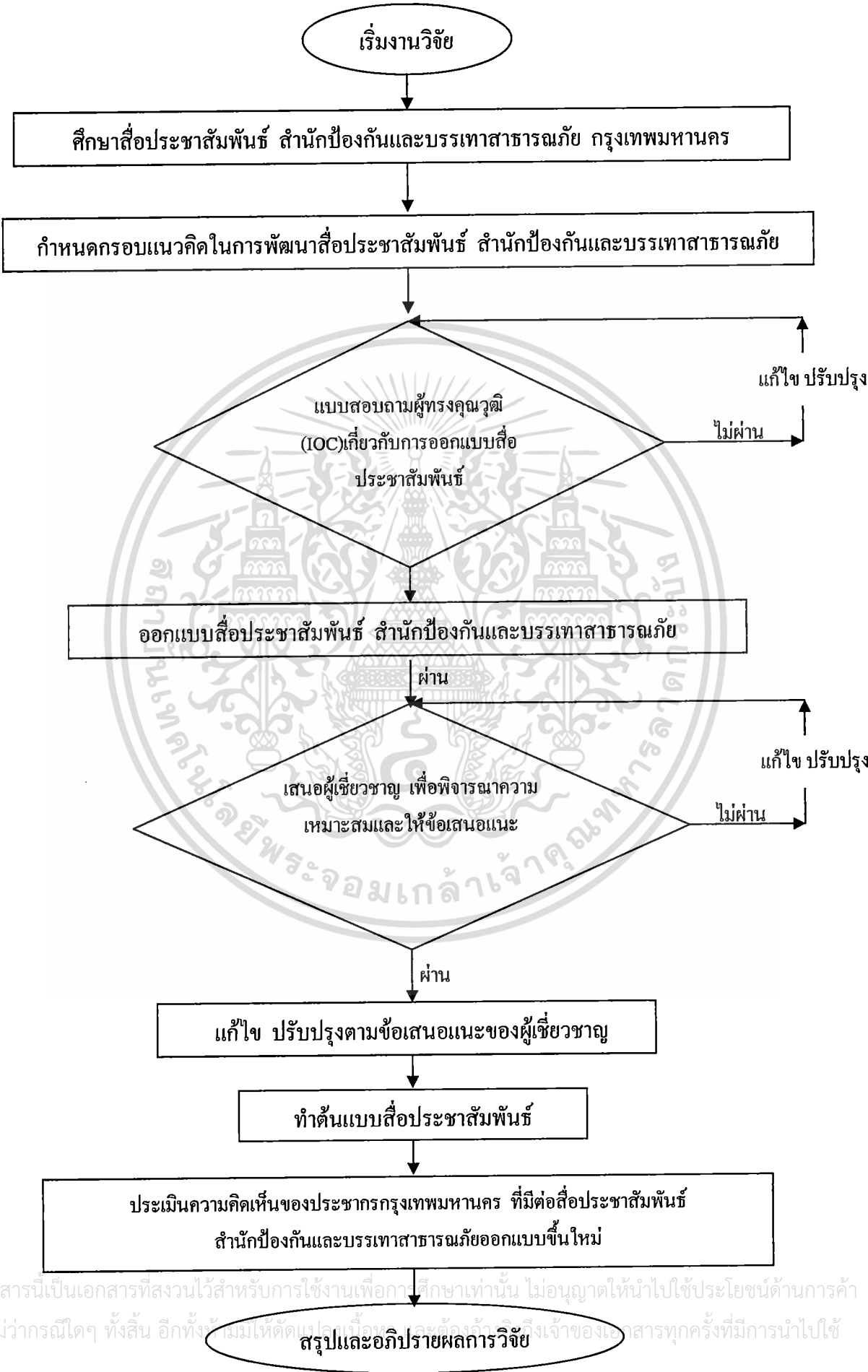
2 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อย

1 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

และตารางที่ 3.2 แสดงให้เห็นถึงขั้นตอนการทำงานและผู้วิจัยได้ดำเนินขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาปัญหา และวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
2. กำหนดกรอบแนวคิดในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
3. แบบสอบถามผู้ทรงคุณวุฒิ (IOC)เกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์
4. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
5. แก้ไข ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ
6. เสนอผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 2 กลุ่มเพื่อพิจารณาความเหมาะสมและให้ข้อเสนอแนะ
7. แก้ไข ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 2 กลุ่ม
8. ทำต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์
9. ประเมินความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยออกแบบใหม่
10. รวบรวมข้อมูลวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 3.2 แสดงให้เห็นถึงขั้นตอนการทำงานและผู้ใช้จะได้ดำเนินขั้นตอนดังต่อไปนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้คัดลอกและต้องอ้างถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัย ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร เพื่อหาแนวทางออกแบบ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินความคิดเห็นจากประชากรกรุงเทพมหานครที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร เพื่อหาแนวทางออกแบบ

1. ศึกษารูปแบบ ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ ลงพื้นที่ สัมภาษณ์ความต้องการสื่อของประชาชนและเจ้าหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ลงพื้นที่ การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง สัมภาษณ์ความต้องการสื่อของประชาชนและเจ้าหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่จะทำให้ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครทราบว่าเมื่อมีเหตุอัคคีภัยจะต้องโทรแจ้งไปยังหมายเลขใดนั้นยังขาดแคลนมาก โดยเฉพาะในเขตชุมชนต่างๆ การประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึงเท่าที่ควร และเจ้าหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร มีความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงประชากรในเขตกรุงเทพมหานครเชิงรุก หมายถึงการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เข้าถึงชุมชน โดยเจ้าหน้าที่ที่มีหน้าที่สำรวจชุมชนในเขตพื้นที่รับผิดชอบของตน การสำรวจประปาหัวแดง ทางเข้า ทางออกชุมชน สิ่งปลูกสร้าง ความหนาแน่นของชุมชนและประชาสัมพันธ์สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร นั่นคือสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถนำติดตัวไปให้ความรู้แก่ประชาชน การพบปะพูดคุย แจกจ่ายเอกสารการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ความอบอุ่นใจแก่ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.1 ภาพการลงพื้นที่ การสัมภาษณ์ สํารวจความต้องการสื่อของประชาชน
ที่มา : ภาพถ่ายโดย ณัฏเทพ จตุตถะ (2552)

2. ศึกษานโยบาย หนังสือคำสั่ง แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

จากการศึกษา นโยบาย หนังสือคำสั่ง แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร มีโครงการประชาสัมพันธ์ เช่น

โครงการร่วมกับสำนักงานเขต เป็นโครงการ “เขตเคลื่อนที่” ที่มีหน่วยงานหลายฝ่ายในสำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร ร่วมมือกันลงพื้นที่หมุนเวียนไปทุกเขต ทุกชุมชน เพื่อให้การช่วยเหลือประชาชนในเรื่องต่างๆ รับทราบปัญหา และพัฒนาในชุมชน ประชาสัมพันธ์หน่วยงานต่างๆ ของกรุงเทพมหานคร

โครงการ “ชุมชนสัมพันธ์ ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย” การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเข้าถึงชุมชน โดยเจ้าหน้าที่มีหน้าที่ การประชาสัมพันธ์ สาธิตวิธีการดับเพลิงเบื้องต้น การเกิดไฟ การป้องกันและ การปฏิบัติตนเมื่อเกิดอัคคีภัย ดังภาพที่ 4.2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.2 ภาพสาธิตวิธีการดับเพลิงเบื้องต้น การเกิดไฟ การป้องกันและ การปฏิบัติตนเมื่อเกิดอัคคีภัย
ที่มา : ภาพถ่ายโดย ฉัตติเทพ นิลาดเยี่ยม (2552)

3. ศึกษาวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อ กลุ่มเป้าหมาย เนื้อหา งบประมาณของหน่วยงาน วิธีการ และสถานที่เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาเบื้องต้นการใช้สื่อประชาสัมพันธ์วัตถุประสงค์ คือ การใช้สื่อบุคคล โดยให้เจ้าหน้าที่ลงพื้นที่ การแจกจ่ายสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ประชาชน กลุ่มเป้าหมาย ประชาชนในกรุงเทพมหานคร เนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการ พบเห็นเหตุเพลิงไหม้ เหตุสาธารณภัย โจรแจ้ง 199 มีภัย มีเรา สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ใช้สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์รวมทั้งการพบปะประชาชนโดยเจ้าหน้าที่เอง เป็นการใช้งบประมาณน้อยทั้งยังมีประสิทธิภาพ

4. คัดเลือกสื่อที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อ กลุ่มเป้าหมาย เนื้อหา งบประมาณของหน่วยงาน วิธีการและสถานที่เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ลงพื้นที่ การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง สำนักรวบรวมข้อมูลของประชาชนและเจ้าหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร จากการศึกษพบว่าสื่อประชาสัมพันธ์ ที่มีอยู่ปัจจุบัน คือ สื่อบุคคล การประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ โดยจัดหน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ออกไปพบปะพูดคุยกับประชาชนโดยตรง แต่ยังขาดสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อความสะดวกในการนำสื่อประชาสัมพันธ์ ลงพื้นที่ของเจ้าหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย 3 แบบ คือ แผ่นภาพ แผ่นพับ แผ่นติด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์(Media Printer for Public Relations) ถือได้ว่าเป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญประการหนึ่งขององค์การที่สามารถใช้เป็นสิ่งที่สร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดี กับกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้เป็นอย่างดี(ลักขณา สตะเวทิน. 2540 :175) โดยเฉพาะแผ่นพับ เป็นสื่อที่มีบทบาทอย่างมากในการประชาสัมพันธ์ เพราะสื่อประเภทนี้สามารถเผยแพร่ได้สะดวก และกว้างขวางสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ สื่อสารกับผู้บริโภคได้ทุกเพศทุกวัยทุกระดับการศึกษา และมีความยืดหยุ่นในตัวของสื่อได้เป็นอย่างดี(พงศักดิ์ ไชยทิพย์. 2540 : 30) ส่วนแผ่นพับ จัดว่าเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ส่งตรงถึงผู้บริโภคโดยวิธีการแจกตามสถานที่ต่างๆ ได้ ลักษณะเด่นของแผ่นพับ คือมีขนาดเล็กหยิบถือได้สะดวก สามารถให้ข้อมูลละเอียดได้มาก ผู้ดูสามารถเลือกเวลาใดก็ได้ในการหยิบอ่าน(วรพงษ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2540 : 35) แผ่นพับ มีประโยชน์หลากหลาย เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ต้นทุนต่ำแต่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี และเป็นสื่อที่สามารถอยู่ได้นาน (สตีกเกอร์, 2553) [Online]

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร เพื่อหาแนวทางออกแบบ

ผู้วิจัยได้ทำการ ศึกษาป้ายสื่อประชาสัมพันธ์ แบบเดิมที่มีอยู่ในปัจจุบัน (ดังภาพที่ 4.3)



ภาพที่ 4.3 ป้ายประชาสัมพันธ์ของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแบบเดิม
ที่มา : ภาพถ่ายโดย ฉัตติเทพ ฉลาดเยี่ยม (2552)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาป้ายสื่อประชาสัมพันธ์ แบบเดิมที่มีอยู่ในปัจจุบัน ร่วมกับเจ้าหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย การติดตั้งจะติดตั้งในถนนสายหลักของกรุงเทพมหานคร และมีน้อยมาก ยังไม่สามารถประชาสัมพันธ์ให้คนในชุมชนได้รับรู้ คำว่า มีภัย มีเรา โทร. 199 ยังไม่ชัดเจนในการประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึง เหตุภัยอะไร ดั้งแนวกติของ ประชิต ทิณบุตร(2530:136) ซึ่งกล่าวว่า แผ่นภาพ เป็นสื่ออย่างหนึ่งซึ่งบอกกล่าวถึงรายละเอียดให้ผู้คนที่ได้พบเห็นได้ทราบ โดยมีจุดเด่นและเข้าใจได้ในระยะเวลาสั้นๆ ความงามของโปสเตอร์นั้นจะเข้าถึงแก่นของจิตใจผู้พบเห็นได้อย่างฉับไว รวดเร็ว และจะต้องเป็นการกระทำให้ผู้พบเห็นระลึกได้ เข้าใจถึงความสำคัญของความคิดเพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่นการเอาใจใส่ การช่วยเหลือสังคม กระตุ้นเตือนภัย หรือการให้ความกระจ่างชัดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

จากการลงพื้นที่ การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง สํารวจความต้องการสื่อของประชาชนและเจ้าหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย เห็นว่า ควรใช้การสื่อสารตรงไปตรงมาว่า เพลิงไหม้ โทร.199 คือ เมื่อพบเหตุเพลิงไหม้ โทรทันที 199 แจ้งสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย หรือ เจ้าหน้าที่ดับเพลิง การใช้ภาพควรใช้ภาพ การดับเพลิงไหม้ การพจญเพลิงของเจ้าหน้าที่สื่อสารโดยตรง เป็นหลัก และอาจเสริมเนื้อหาการช่วยเหลือประชาชน เหตุสาธารณภัยอื่นๆ เช่น การช่วยเหลือจับสัตว์เลื้อยคลาน สัตว์มีพิษเข้าบ้าน ควรให้เน้นตราสัญลักษณ์ของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ให้เด่นชัดเพื่อประชาสัมพันธ์ ให้ประชาชนอุ่นใจเมื่อพบเห็น ตราสัญลักษณ์นี้ มีภัย มีเรา สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้ออกแบบตามทฤษฎีของ ศักดิ์ชัย เกียรติธนาสินทร์. (2543:15-16) จะมีองค์ประกอบ 6 ส่วน ดังนี้

1. หัวเรื่อง (Heading) หมายถึงข้อความที่ต้องการให้ผู้พบเห็นได้ทราบเป็นอันดับแรก เป็นข้อความที่มีความกระชับรัดกุม ให้ความกระจ่างชัดและเรียกร้องความสนใจได้ดี “เพลิงไหม้ โทร.199 คือ เมื่อพบเหตุเพลิงไหม้ โทรทันที 199” ใช้ ตัวอักษร IrisUPC Bold Italic สีแดง ซ้อนด้วยสี่เหลี่ยม ดั้งแนวกติของ การออกแบบสิ่งพิมพ์ (2553) [Online] ซึ่งกล่าวว่า สีโทนร้อน เช่น แดง เหลือง ส้ม ม่วง แดง ชมพู ให้ความรู้สึกร้อนรุนแรง กระตุ้นอารมณ์ ดึงดูดสายตา สะดุดตา และแนวกติของ วัฒนะ จูฑะวิภาต (2541:101) กล่าวไว้ว่า จะต้องเลือกแบบตัวอักษร โดยคำนึงถึงหลักการอ่านง่าย (Legibility) ของตัวพิมพ์เป็นสำคัญ เช่น ไม่ใช่ตัวอักษรพอม สูง ที่ไม่ได้สัดส่วนกับพื้นที่

2. หัวเรื่องรอง (Subheading) หมายถึงข้อความขยายหัวเรื่องเพื่อให้ทราบรายละเอียดมากขึ้น เพื่อให้ความกระจ่างมากขึ้น “การช่วยเหลือประชาชน เหตุสาธารณภัยอื่นๆ เช่น การช่วยเหลือจับสัตว์เลื้อยคลาน สัตว์มีพิษเข้าบ้าน”

3. ข้อความประชาสัมพันธ์ (Copy) หมายถึง ข้อความบอกรายละเอียดของสินค้าหรืองานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้พบเห็นสามารถเข้าใจข้อมูลได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น “เพลิงไหม้ โทร.199 คือ เมื่อพบเหตุเพลิงไหม้ โทรทันที 199 แจ้งสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย หรือ เจ้าหน้าที่ดับเพลิง การใช้ภาพควรใช้ภาพ การดับเพลิงไหม้ การพจญเพลิงของเจ้าหน้าที่สื่อสารโดยตรง เป็นหลัก และ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาจเสริมเนื้อหาการช่วยเหลือประชาชน เหตุสาธารณภัยอื่นๆ เช่น การช่วยเหลือจับสัตว์เลื้อยคลาน สัตว์มีพิษเข้าบ้าน และในแผ่นพับ ได้เพิ่มเนื้อหาของ รถและอุปกรณ์ดับเพลิงของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ”

4. ภาพประกอบ (Illustration) หมายถึง ภาพที่นำมาใช้ประกอบเรื่องราว เนื้อหา เพื่อสร้างความสนใจ ดึงดูด และจดจำได้ง่าย “ใช้ภาพ การดับเพลิงไหม้ การพจญเพลิงของเจ้าหน้าที่ และในแผ่นพับ ได้เพิ่มภาพประกอบ เกี่ยวกับรถและอุปกรณ์ดับเพลิงของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ”

5. ผู้พิมพ์หรือผู้โฆษณา (Publisher) หมายถึง ข้อมูลและรายละเอียดต่างๆ ของผู้เป็นเจ้าของสินค้าหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ “สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร”

6. ตราสัญลักษณ์ (Logo) หมายถึง เครื่องหมายตราเฉพาะของบริษัทหรือหน่วยงานนั้นๆ เพื่อผลทางการจดจำ และยังส่งผลด้านภาพพจน์ของหน่วยงานด้วย “ตราสัญลักษณ์ของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร” ดังภาพที่ 4.4



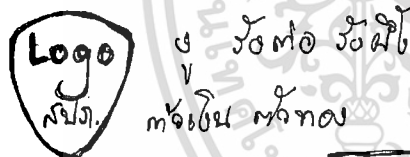
ภาพที่ 4.4 ภาพตราสัญลักษณ์ของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร
ที่มา : สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร(2552)

- แผ่นภาพ (Poster) ขนาด 42 x 59.4 cm (A2) พิมพ์ 4 สี 1 หน้า กระดาษอาร์ตการ์ด 260 แกรม การประเมินราคา โดยจำนวนพิมพ์ 5,000 ชุด ราคา 6 บาทต่อ 1 แผ่น
- แผ่นพับ ขนาด 21 x 29.7 cm (A4) พิมพ์ 4 สี 2 หน้า กระดาษอาร์ตมัน 100 แกรม การประเมินราคา โดยจำนวนพิมพ์ 5,000 ชุด ราคา 2.2 บาทต่อ 1 แผ่น
- แผ่นติด(Sticker) ขนาด 7.4 x 21 cm พิมพ์ 4 สี 1 หน้า กระดาษสติ๊กเกอร์เงา การประเมินราคา โดยจำนวนพิมพ์ 5,000 ชุด ราคา 2 บาทต่อ 1 แผ่น

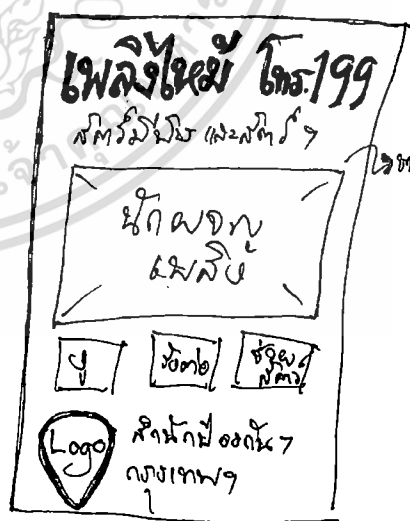
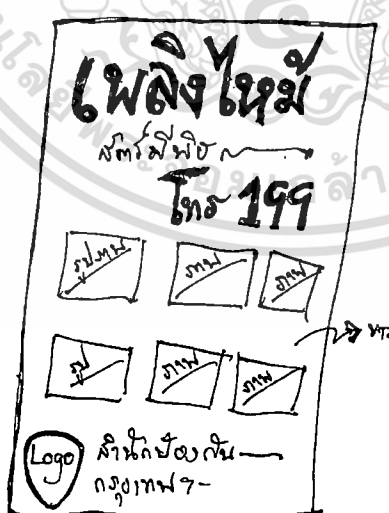
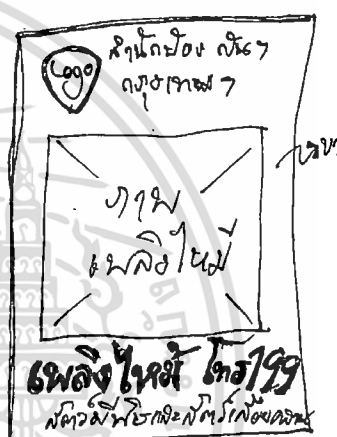
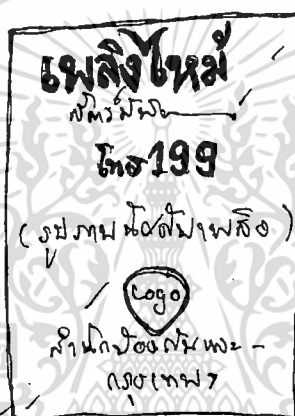
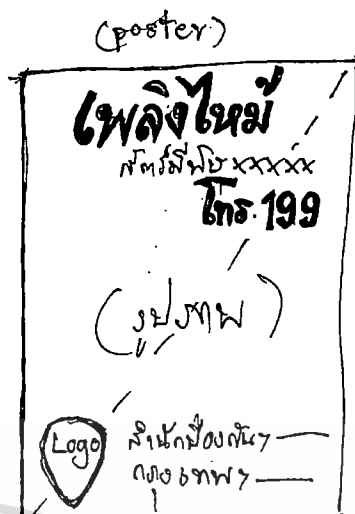
4.2.1 การร่างภาพระดมความคิด

หลังจากสรุปข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการร่างภาพระดมความคิดของสิ่งพิมพ์ประเภท แผ่นภาพ แผ่นพับ และแผ่นติด โดยกำหนดการจัดวางองค์ประกอบ และตัวอักษรให้ครอบคลุมเนื้อหาและสอดคล้องกับแนวความคิด การประเมินของสื่อประชาสัมพันธ์ ดังภาพ 4.5, 4.6 และ 4.7 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เพลิงไหม้ โทร. 199 ^{รถพยาบาล}
- มีสีชมพู มีธง โทร. 199
สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
กองช่างแผนกช่าง
- สีขาว มีสีชมพู และสีเทา สีเขียว สีเหลือง สีแดง สีน้ำเงิน
- รูปภาพ
 - รูปรถพยาบาล
 - นักดับเพลิง
 - เพลิงไหม้
 - รูปสีชมพู มีสีชมพู
 - รูปสีชมพู สีแดง สีเขียว
 - รูปสีชมพู สีเขียว สีเทา
 - รูปสีชมพู สีเทา
 - รูปสีชมพู สีเทา สีเขียว

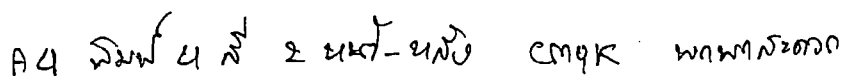


- ขนาด A2
- พิมพ์ 4 สี
- กระดาษอาร์ตมัน
- พิมพ์ 1 หน้า
- CMYK
- สีโทนร้อน



ภาพที่ 4.5 การร่างระดมความคิดของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นภาพ(Poster)

ที่มา: ภาพร่างโดย ฉัตรเทพ ฤทธาเดย์ (2553) เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

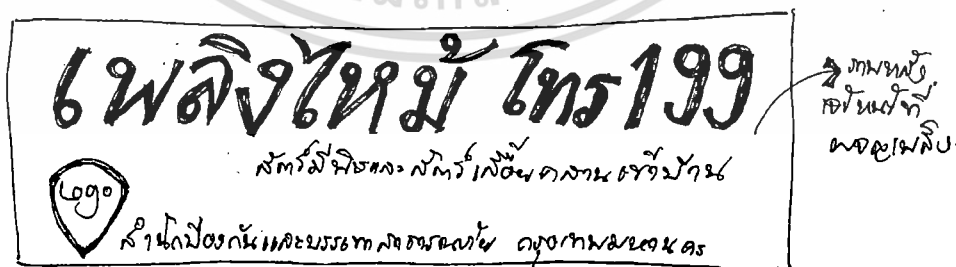
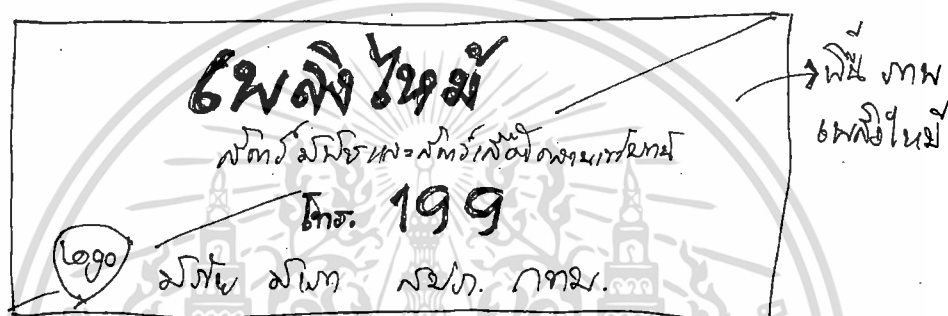
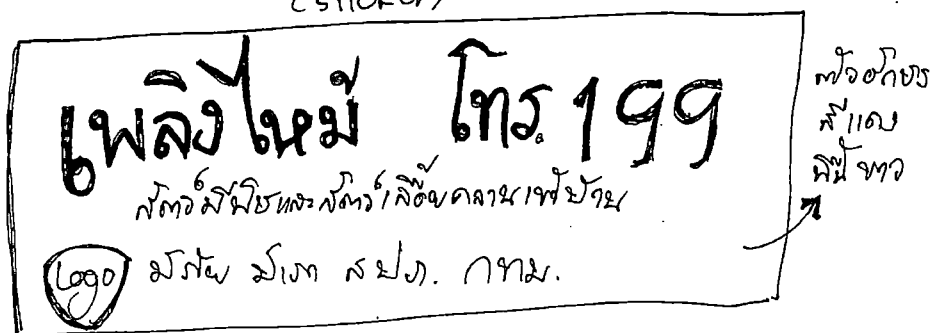


ภาพที่ 4.6 การร่างระดมความคิดของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับ(Folder)

ที่มา : ภาพร่างโดย ฉัตติเทพ นิลาดแย้ม (2553)

ที่มา : ภาพร่าง โดย ณตเทพ ฉลาดเยี่ยม (2553)
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งงานไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

พิมพ์กระดาษ คมิกเตอร์ CMYK
(sticker)



ภาพที่ 4.7 การร่างระดมความคิดของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นติด(Sticker)

ที่มา : ภาพร่างโดย ณัฏฐเทพ ฉลาดเยี่ยม (2553)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

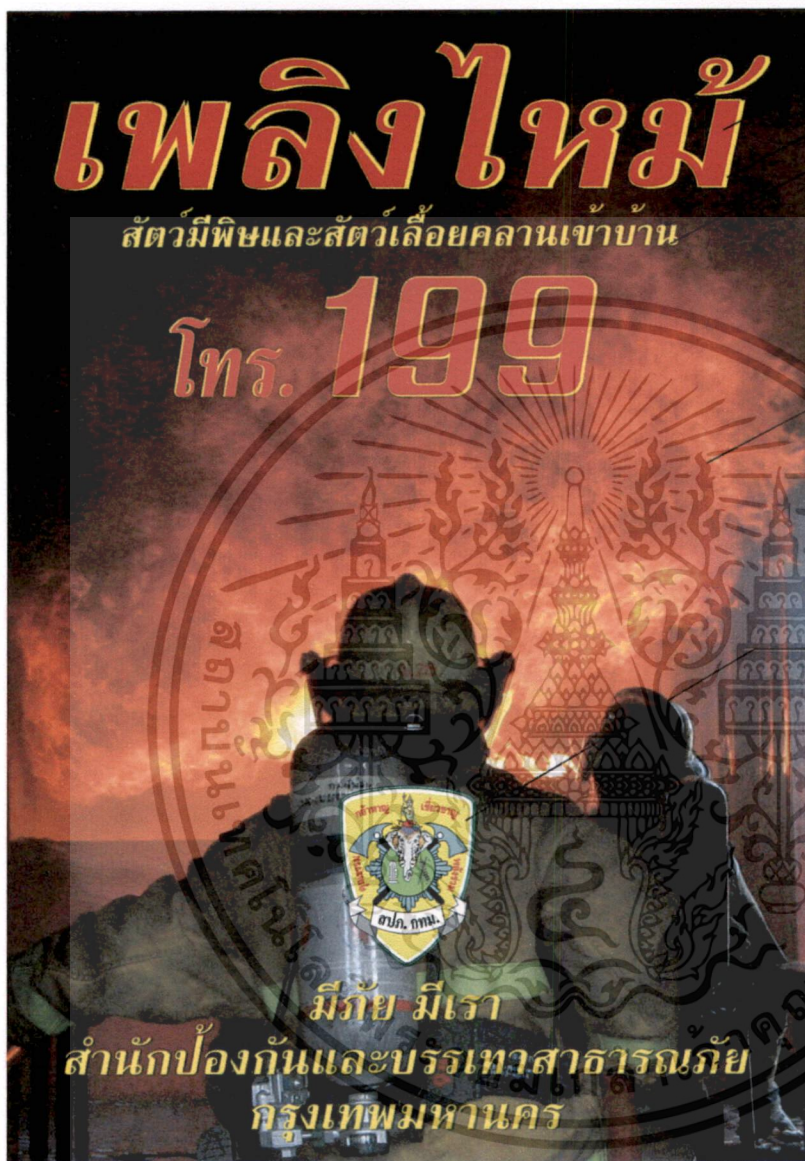
4.2.2 การนำเสนอผลงานการออกแบบ

ขั้นตอนการนำเสนอผลงานการออกแบบ ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบและคัดเลือกภาพที่เหมาะสมและสอดคล้องกับแนวความคิด การประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทละ 2 แบบ แผ่นภาพ (Poster) ดังภาพที่ 4.8 และ 4.9 แผ่นพับ(Folder) ดังภาพที่ 4.10 และ 4.11 และแผ่นติด(Sticker)ดังภาพที่ 4.12 และ 4.13



ภาพที่ 4.8 แผ่นภาพ(Poster) แบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



IrisUPC

IrisUPC

IrisUPC

ภาพพื้นหลัง
ภาพการฉายเพลิง

สัญลักษณ์ สปท.

IrisUPC

Red 255 0 0 #FF0000

Yellow 255 255 0 #FFFF00

ForestGreen 34 139 34 #228B22

ภาพที่ 4.9 แผ่นภาพ(Poster) แบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

IrisUPC

เพลิงไหม้

สาธารณภัย

- เพลิงไหม้
- การอบรมฝึกซ้อมอพยพหนีไฟ
- สัตว์มีพิษเข้าบ้าน
- สัตว์เลื้อยคลานเข้าบ้าน
- ช่วยเหลือสัตว์
- ต้นไม้ล้ม
- เหตุสาธารณภัยอื่นๆ

เพลิงไหม้

โทร. 199

สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร





มีภัย มีเรา โทร.199 สายด่วน 24 ชั่วโมง
สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

IrisUPC

IrisUPC

IrisUPC

DilleniaUPC

ด้านนอก

อัคคีภัย หรือ ไฟไหม้

แม้ว่าเครื่องมือหรืออุปกรณ์ดับเพลิงต่างๆ จะช่วยให้เราดับไฟได้ในยามที่เกิดไฟไหม้ แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือการเตรียมตัวเตรียมใจให้พร้อม และมีสติอยู่เสมอเพราะการมีสติจะช่วยให้ปลอดภัยจากไฟร้ายได้

เหตุเพลิงไหม้ โทร. 199 เรียกรถดับเพลิง

จะมีรถบรรทุกน้ำสำหรับดับเพลิงขนาดแตกต่างกันไปเช่น 1,500 ลิตร 6,000 ลิตร และ10,000 ลิตร บางประเภทมีบันไดพร้อมหัวฉีด บางประเภทมีรถคันเล็กขอย่อยในรถคันใหญ่ หรือเรียกกันว่า "รถคันตะขาบ" ซึ่งจำเป็นต้องใช้เมื่อต้องดับไฟในทางแคบ เช่น ตรอก ซอก ซอย ในชุมชนแออัด

นอกจากนี้ยังมี รถลิเล่ดิ่ง ที่เป็นรถติดตั้งอุปกรณ์เสริมที่จำเป็นในการดับเพลิง เช่น

- รถบรรทุกเครื่องช่วยหายใจ
- รถยกลาก
- รถไฟฟ้าส่องสว่าง
- รถบันได
- รถกู้ภัยที่ใช้ดับเพลิงประเภทสารเคมี
- ฯลฯ



CordiaUPC

ภาพรถดับเพลิงชนิดต่างๆ

Red 255 0 0 #FF0000
Yellow 255 255 0 #FFFF00

ด้านใน

ภาพที่ 4.10 แผ่นพับ(Folder) แบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

IrisUPC

แบบที่ 2

IrisUPC

ภาพพื้นหลัง
ภาพการมอดูเพลิง

IrisUPC

สัญลักษณ์ สปภ.

CordiaUPC

Red 255 0 0 #FF0000
Yellow 255 255 0 #FFFF00

ด้านนอก

IrisUPC



FreesiaUPC

ภาพพื้นหลัง
ภาพการมอดูเพลิงRed 255 0 0 #FF0000
Yellow 255 255 0 #FFFF00

ด้านใน

ภาพที่ 4.11 แผ่นพับ(Folder) แบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



IrisUPC

IrisUPC

CordiaUPC

ภาพพื้นหลัง

ภาพการบรรจุเพลิง

Red 255 0 0 #FF0000

Yellow 255 255 0 #FFFF00

ภาพที่ 4.12 แผ่นติด(Sticker) แบบที่ 1



IrisUPC

IrisUPC

CordiaUPC

ภาพพื้นหลัง

ภาพการบรรจุเพลิง

Red 255 0 0 #FF0000

Yellow 255 255 0 #FFFF00

ภาพที่ 4.13 แผ่นติด(Sticker) แบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.2 ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิก และกลุ่มผู้ปฏิบัติงานใน สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

4.2.2.1 ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 2 กลุ่ม ของแผ่นภาพ มีดังนี้

ตารางที่ 4.1 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ ของแผ่นภาพตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 2 กลุ่ม (n=6)

รายการ	ระดับความคิดเห็น			
	แบบที่ 1		แบบที่ 2	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร	4.67	0.52	4.50	0.55
2. การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น	4.33	0.52	4.33	0.52
3. การใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา	3.83	0.75	4.17	0.75
4. การใช้ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน	4.17	0.41	4.33	0.52
5. การใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ	3.67	0.82	3.83	0.75
6. การใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย	3.83	0.75	4.50	0.55
7. การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย	4.00	0.63	4.67	0.52
รวม	4.08	0.63	4.33	0.59

จากตารางที่ 4.1 พบว่าแผ่นภาพ แบบที่ 2 ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก($\bar{X}$ =4.33) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 รองลงมา คือแผ่นภาพ แบบที่ 1 ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก($\bar{X}$ =4.08) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 และผู้เชี่ยวชาญได้ให้คำชี้แนะให้ผู้วิจัยเพิ่มโดยการเน้น ข้อความให้จัดเรียงแนวกลาง

4.2.2.2 ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 2 กลุ่ม ของแผ่นพับ มีดังนี้

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ ของแผ่นพับ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 2 กลุ่ม (n=6)

รายการ	ระดับความคิดเห็น			
	แบบที่ 1		แบบที่ 2	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร	4.33	0.52	4.33	0.52
2. การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น	4.83	0.41	4.67	0.52
3. การใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา	3.83	0.73	3.33	0.52
4. การใช้ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน	4.33	0.82	3.67	0.82
5. การใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ	4.17	0.75	3.50	0.83
6. การใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย	4.00	0.63	3.67	0.82
7. การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย	4.00	0.63	3.33	1.03
รวม	4.21	0.64	3.79	0.72

จากตารางที่ 4.2 พบว่าแผ่นพับ แบบที่ 1 ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก($\bar{X}$ =4.21) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 รองลงมา คือแผ่นพับ แบบที่ 2 ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก($\bar{X}$ =3.79) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72

4.2.2.3 ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 2 กลุ่ม ของแผ่นติด มีดังนี้

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ ของแผ่นติด ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 2 กลุ่ม (n=6)

รายการ	ระดับความคิดเห็น			
	แบบที่ 1		แบบที่ 2	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร	4.00	0.00	4.00	0.00
2. การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น	4.00	0.63	4.17	0.75
3. การใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา	3.67	0.82	3.83	0.98
4. การใช้ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน	3.50	0.56	3.83	0.75
5. การใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ	2.83	0.98	3.50	0.55
6. การใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย	3.83	0.41	3.83	0.75
7. การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย	4.00	0.00	4.17	0.41
รวม	3.69	0.49	3.90	0.60

จากตารางที่ 4.3 พบว่า แผ่นติด แบบที่ 2 ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก($\bar{X}$ =3.90) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 รองลงมา คือ แผ่นติด แบบที่ 1 ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก($\bar{X}$ =3.69) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินความคิดเห็นจากประชากรกรุงเทพมหานครที่มีต่อสื่อ
ประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลความคิดเห็นจากประชากรกรุงเทพมหานครที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนัก
ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ผู้วิจัยออกแบบ ถามจากกลุ่มตัวอย่างใน ชุมชนร่มเกล้า เขตลาดกระบัง
กรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน ผลปรากฏดังนี้

4.3.1 ผลของข้อมูลของประชากรกรุงเทพมหานคร มีดังนี้

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลของประชากรกรุงเทพมหานครวิเคราะห์หาค่าร้อยละ (n=100)

รายการ	รายการย่อย	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	37	37
	หญิง	63	63
อายุ	ต่ำกว่า 21 ปี	13	13
	21-30 ปี	19	19
	31-40 ปี	36	36
	ตั้งแต่ 41 ปี ขึ้นไป	32	32
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	62	62
	ปริญญาตรี	37	37
	สูงกว่าปริญญาตรี	1	1

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงคิดเป็น
ร้อยละ63 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 37

อายุ ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม มีช่วงอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 36 ช่วงอายุตั้งแต่ 41 ปี ขึ้นไป
ร้อยละ 32 ช่วงอายุ21-30 ปี ร้อยละ 19 และช่วงอายุต่ำกว่า 21 ปี ร้อยละ 13 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 62 ศึกษาาระดับปริญญาตรี
ร้อยละ 37 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 1

4.3.1 ผลการประเมินความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร ของแผ่นภาพ มีดังนี้

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ ของแผ่นภาพ ตามความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร (n=100)

รายการ	แบบที่ 1		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
1. ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร	4.36	0.50	มาก
2. การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น	4.07	0.29	มาก
3. การใช้ภาพประกอบสามารถช่วยให้เข้าใจในข้อมูลได้รวดเร็ว	4.56	0.52	มากที่สุด
4. การใช้ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน	4.15	0.74	มาก
5. การใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ	3.55	0.66	มาก
6. การใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย	3.90	0.57	มาก
7. การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย	4.57	0.56	มากที่สุด
8. เนื้อหาและข้อมูลสื่อสารเข้าใจง่ายสามารถสร้างความประทับใจได้เป็นอย่างดีซึ่งช่วยให้จดจำสื่อประชาสัมพันธ์ได้	4.11	0.35	มาก
รวม	4.16	0.52	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ระดับความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร มีความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภท แผ่นภาพ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก($\bar{X}$ =4.16) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 เมื่อพิจารณาตามลำดับ จากมากไปหาน้อย คือ

ระดับความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย ($\bar{X}$ =4.57) และภาพประกอบสามารถช่วยให้เข้าใจในข้อมูลได้รวดเร็ว($\bar{X}$ =4.56) มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับ ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร ($\bar{X}$ =4.36) ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน ($\bar{X}$ =4.15) เนื้อหาและข้อมูลสื่อสารเข้าใจง่ายสามารถสร้างความประทับใจได้เป็นอย่างดีซึ่งช่วยให้จดจำสื่อประชาสัมพันธ์ได้ ($\bar{X}$ =4.11) การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น ($\bar{X}$ =4.07) ใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย($\bar{X}$ =3.90)ใช้สีได้อย่างเอกละเอียดเป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ ($\bar{X}=3.55$) มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

4.3.2 ผลการประเมินความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร ของแผ่นพับ มีดังนี้

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ ของแผ่นพับ ตามความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร (n=100)

รายการ	แบบที่ 1		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
1. ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร	4.36	0.50	มาก
2. การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น	4.20	0.49	มาก
3. การใช้ภาพประกอบสามารถช่วยให้เข้าใจในข้อมูลได้รวดเร็ว	4.56	0.52	มากที่สุด
4. การใช้ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน	4.18	0.76	มาก
5. การใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ	3.62	0.71	มาก
6. การใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย	3.85	0.58	มาก
7. การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย	4.56	0.54	มากที่สุด
8. เนื้อหาและข้อมูลสื่อสารเข้าใจง่ายสามารถสร้างความประทับใจได้เป็นอย่างดีซึ่งช่วยให้จดจำสื่อประชาสัมพันธ์ได้	4.08	0.46	มาก
รวม	4.11	0.57	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ระดับความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร มีความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภท แผ่นพับ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก($\bar{X}=4.11$) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 เมื่อพิจารณาตามลำดับ จากมากไปหาน้อย คือ

ระดับความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย ($\bar{X}=4.56$) และภาพประกอบสามารถช่วยให้เข้าใจในข้อมูลได้รวดเร็ว($\bar{X}=4.56$) มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับ ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร ($\bar{X}=4.36$) การสื่อความหมายที่
เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชัดเจนและตรงประเด็น ($\bar{X}$ =4.20) ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน ($\bar{X}$ =4.18) เนื้อหาและข้อมูลสื่อสารเข้าใจง่ายสามารถสร้างความประทับใจได้เป็นอย่างดีซึ่งช่วยให้จดจำสื่อประชาสัมพันธ์ได้ ($\bar{X}$ =4.08) ใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย($\bar{X}$ =3.85)ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ ($\bar{X}$ =3.62) มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากตามลำดับ

4.3.3 ผลการประเมินความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร ของแผ่นติด มีดังนี้

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ ของแผ่นติดตามความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร (n=100)

รายการ	แบบที่ 1		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
1. ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร	4.18	0.44	มาก
2. การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น	4.58	0.52	มากที่สุด
3. การใช้ภาพประกอบสามารถช่วยให้เข้าใจในข้อมูลได้รวดเร็ว	4.14	0.78	มาก
4. การใช้ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน	3.74	0.52	มาก
5. การใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ	3.81	0.54	มาก
6. การใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย	4.59	0.53	มากที่สุด
7. การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย	4.07	0.38	มาก
8. เนื้อหาและข้อมูลสื่อสารเข้าใจง่ายสามารถสร้างความประทับใจได้เป็นอย่างดีซึ่งช่วยให้จดจำสื่อประชาสัมพันธ์ได้	4.64	0.54	มากที่สุด
รวม	4.19	0.54	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ระดับความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร มีความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภท แผ่นติด ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก($\bar{X}$ =4.19) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54 เมื่อพิจารณาตามลำดับ จากมากไปหาน้อย คือ

ระดับความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร เนื้อหาและข้อมูลสื่อสารเข้าใจง่ายสามารถสร้างความประทับใจได้เป็นอย่างดีซึ่งช่วยให้จดจำสื่อประชาสัมพันธ์ได้($\bar{X}$ =4.64) ใช้สีที่ช่วยเน้นเอกสารเป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อความให้อ่านง่าย ($\bar{X}=4.59$) และการสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น ($\bar{X}=4.58$) มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร ($\bar{X}=4.18$) ภาพประกอบสามารถช่วยให้เข้าใจในข้อมูลได้รวดเร็ว ($\bar{X}=4.14$) การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย ($\bar{X}=4.07$) ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ ($\bar{X}=3.81$) ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน ($\bar{X}=4.74$) มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัย ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อประเมินความคิดเห็นจากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นใหม่

5.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

1. ขั้นตอนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ผู้ให้ข้อมูลด้านการออกแบบประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญ 2 กลุ่ม คือ
 - 1.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิก จำนวน 3 ท่าน
 - 1.2 ผู้เชี่ยวชาญกลุ่มผู้ปฏิบัติงาน สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร จำนวน 3 ท่าน
2. ขั้นตอนการประเมินความคิดเห็น ของประชากรกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

กลุ่มกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือประชากรกรุงเทพมหานคร โดยมีประชากรรวมทั้งสิ้น 6,720,000 คน (Mahidol Population Gazette : 2009) จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยเริ่มจากแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) (ธานีทร์ ศิลป์จารุ 2551:61) โดยผู้วิจัยได้ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมจากแหล่งข้อมูลหลายแห่ง พบว่าประชากรภายในกรุงเทพมหานครมีลักษณะคล้ายคลึงกัน กลุ่มประชากรภายในเขตกรุงเทพมหานคร ได้กลุ่มตัวอย่างแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) คือ กลุ่มตัวอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใน ชุมชนร่มเกล้า เขตลาดกระบัง โดยมีประชากรรวมทั้งสิ้น 26,087 คน(ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม. 2552)

ผู้วิจัยได้ใช้ตารางของ Taro Yamane (Glenn 2004 Cit in Yamane, 1967) กับกลุ่มตัวอย่างใน ชุมชนร่มเกล้า เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ 2551:64)

5.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่องการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ คือ

5.3.1 การศึกษาข้อมูลเพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

1. ศึกษารูปแบบ ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ ลงพื้นที่ สัมภาษณ์ความต้องการสื่อของประชาชนและเจ้าหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร
2. ศึกษานโยบาย หนังสือคำสั่ง แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร
3. ศึกษาวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อ กลุ่มเป้าหมาย เนื้อหา งบประมาณของหน่วยงาน วิธีการและสถานที่เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์
4. คัดเลือกสื่อที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อ กลุ่มเป้าหมาย เนื้อหา งบประมาณของหน่วยงาน วิธีการและสถานที่เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

5.3.2 แบบสอบถามความคิดเห็นความเหมาะสม เกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยออกแบบ ถามจากผู้เชี่ยวชาญ 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิก
2. กลุ่มผู้ปฏิบัติงานในฝ่ายแผนงาน สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

โดยผู้วิจัยได้การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานครแล้ว นำมาเสนอกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเพื่อเป็นข้อเสนอแนะ ในการปรับปรุงการออกแบบ และประชาสัมพันธ์ให้สมบูรณ์ขึ้น โดยรูปแบบของการสอบถามเป็นรูปแบบการออกแบบและประชาสัมพันธ์ที่ได้ออกแบบแล้วตามกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยตั้งไว้ จากทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ส่วนอุปกรณ์ที่ใช้ร่วมในการสอบถามดังนี้ คือ แบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับเกณฑ์ในการตีความหมาย มีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 5 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

5.3.3 แบบสอบถาม ประเมินความคิดเห็นจากประชากรกรุงเทพมหานครที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ผู้วิจัยออกแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างในชุมชนร่มเกล้า เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร อุปกรณ์ที่ใช้ร่วมในการสอบถามครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับเกณฑ์ในการตีความหมาย มีดังนี้

- 5 หมายถึง มีความความคิดเห็นในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความความคิดเห็นในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความความคิดเห็นในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความความคิดเห็นในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

5.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลขั้นการออกแบบ

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

1. ขออนุญาตจากงานบัณฑิตศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ถึงผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิก และกลุ่มผู้ปฏิบัติงานใน สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร เพื่อทำแบบสอบถาม ขอข้อเสนอแนะจากสื่อประชาสัมพันธ์ ที่ได้ออกแบบ
2. ติดต่อประสานงาน เพื่อสอบถามกับผู้เชี่ยวชาญ ด้านกราฟิก 3 ท่าน และกลุ่มผู้ปฏิบัติงานใน สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร จำนวน 3 ท่าน
3. เก็บข้อมูลแบบสอบถาม ด้านความคิดเห็น ของรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง โดยมีอุปกรณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ สมุดจดบันทึกและปากกา
4. นำข้อมูลของแบบสอบถามทั้งหมดมาสรุป วิเคราะห์เพื่อออกแบบปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามข้อเสนอแนะ ที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะก่อนนำไปสอบถามเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็น จากผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลขั้นการประเมินความคิดเห็น

1. ขอความร่วมมือกับกลุ่มตัวอย่าง ชุมชนร่มเกล้า เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. ดำเนินการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ในชุมชนร่มเกล้า เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานครด้วยตนเอง
3. ดำเนินการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ในชุมชนร่มเกล้า เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
4. นำข้อมูลที่รวบรวมได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์สื่อที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อ กลุ่มเป้าหมาย เนื้อหา งบประมาณของหน่วยงาน วิธีการและสถานที่เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ให้เหมาะสมกับกรอบแนวคิดในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ นโยบาย หนังสือคำสั่ง แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ชุมชนร่มเกล้า เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ดังนี้

1. ตรวจสอบจำนวนความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละฉบับ
2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ทางคอมพิวเตอร์ ดังนี้

วิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร เพื่อหาค่าเฉลี่ย (Mean) และหาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ชุมชนร่มเกล้า ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ว่ามีความเข้าใจภาพสื่อประชาสัมพันธ์ มากน้อยเท่าใด โดยทำเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับเกณฑ์ในการตีความหมาย มีดังนี้

- 5 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.6 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยเป็น 3 ตอน ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

5.6.1 การศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร เพื่อหาแนวทางออกแบบ

1. ศึกษารูปแบบ ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ ลงพื้นที่ สัมภาษณ์ สำนวณความต้องการสื่อของ ประชาชนและเจ้าหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ลงพื้นที่ การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง สำนวณความต้องการ สื่อของประชาชนและเจ้าหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่จะทำให้ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครทราบว่าเมื่อมีเหตุอัคคีภัยจะต้องโทรแจ้ง ไปยังหมายเลขใดนั้นยังขาดแคลนมาก โดยเฉพาะในเขตชุมชนต่างๆ การประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึง เท่าที่ควร และเจ้าหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร มีความต้องการสื่อ ประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงประชากรในเขตกรุงเทพมหานครเชิงรุก หมายถึงการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เข้าถึงชุมชน โดยเจ้าหน้าที่มีหน้าที่สำรวจชุมชนในเขตพื้นที่รับผิดชอบของตน การสำรวจประปาหัว แดง ทางเข้า ทางออกชุมชน สิ่งปลูกสร้าง ความหนาแน่นของชุมชนและประชาสัมพันธ์สำนักป้องกัน และบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร นั่นคือสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถนำติดตัวไปให้ความรู้แก่ ประชาชน การพบปะพูดคุย แจกจ่ายเอกสารการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ความอบอุ่นใจแก่ประชากรใน เขตกรุงเทพมหานคร

2. ศึกษานโยบาย หนังสือคำสั่ง แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของสำนักป้องกัน และบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

จากการศึกษานโยบาย หนังสือคำสั่ง แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของสำนัก ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร มีโครงการประชาสัมพันธ์ เช่น

โครงการร่วมกับสำนักงานเขต เป็นโครงการ “เขตเคลื่อนที่” ที่มีหน่วยงานหลายฝ่ายใน สำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร ร่วมมือกันลงพื้นที่หมุนเวียนไปทุกเขต ทุกชุมชน เพื่อให้การช่วยเหลือ ประชาชนในเรื่องต่างๆ รับทราบปัญหาและพัฒนาในชุมชน ประชาสัมพันธ์หน่วยงานต่างๆ ของ กรุงเทพมหานคร

โครงการ “ชุมชนสัมพันธ์ ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย” การประชาสัมพันธ์เชิงรุก เข้าถึง ชุมชน โดยเจ้าหน้าที่มีหน้าที่ การประชาสัมพันธ์ สาธิตวิธีการดับเพลิงเบื้องต้น การเกิดไฟ การ ป้องกันและ การปฏิบัติตนเมื่อเกิดอัคคีภัย

3. ศึกษาวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อ กลุ่มเป้าหมาย เนื้อหา งบประมาณของหน่วยงาน วิธีการ และสถานที่เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาเบื้องต้นการใช้สื่อประชาสัมพันธ์วัตถุประสงค์ คือ การใช้สื่อบุคคล โดยให้เจ้าหน้าที่ลงพื้นที่ การแจกจ่ายสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ประชาชน กลุ่มเป้าหมาย ประชาชนในกรุงเทพมหานคร เนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการ พบเห็นเหตุเพลิงไหม้ เหตุสาธารณภัย โทรแฉ่ง 199 มีภัย มีเรา สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ใช้สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์รวมทั้งการพบปะประชาชนโดยเจ้าหน้าที่เอง เป็นการใช้งบประมาณน้อยทั้งยังมีประสิทธิภาพ

4. คัดเลือกสื่อที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อ กลุ่มเป้าหมาย เนื้อหา งบประมาณของหน่วยงาน วิธีการและสถานที่เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาเบื้องต้นการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ผู้วิจัยได้คัดเลือก เป็นสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อความสะดวกในการนำสื่อประชาสัมพันธ์ ลงพื้นที่ของเจ้าหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย 3 แบบ คือ แผ่นภาพ แผ่นพับ แผ่นติด

การประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ โดยจัดหน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ออกไปพบปะพูดคุยกับประชาชนโดยตรง เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงการป้องกันและระงับอัคคีภัยเบื้องต้น และประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย แล้วสอดแทรกการประชาสัมพันธ์ป้องกันไฟหรือโดยการเข้าร่วมการประชุมของหมู่บ้าน ชุมชนต่างๆ

5.6.2 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้ทำการสรุปข้อมูล ระดมความคิดของสิ่งพิมพ์ประเภท แผ่นภาพ แผ่นพับและแผ่นติดที่ผู้เชี่ยวชาญได้เลือกแล้วและให้ข้อเสนอแนะ โดยผู้วิจัยได้ออกแบบปรับปรุง ก่อนนำไปสอบถามความคิดเห็นจากประชากรกรุงเทพมหานคร แผ่นภาพ ดังภาพที่ 5.1 แผ่นพับ ดังภาพที่ 5.2 แผ่นติด ดังภาพที่ 5.3

ผู้วิจัยได้ออกแบบตามทฤษฎีของ สักดิซซ์ เกียรตินาสินทร์. (2543:15-16) จะมีองค์ประกอบ 6 ส่วน ดังนี้

1. หัวเรื่อง (Heading) หมายถึงข้อความที่ต้องการให้ผู้พบเห็นได้ทราบเป็นอันดับแรก เป็นข้อความที่มีความกระชับรัดกุม ให้ความกระจ่างชัดและเรียกร้องความสนใจได้ดี “เพลิงไหม้ โทร.199 คือ เมื่อพบเหตุเพลิงไหม้ โทรทันที 199” ใช้ ตัวอักษร IrisUPC Bold Italic สีแดง ช้อนด้วยสีเหลือง ดังแนวคิดของ การออกแบบสิ่งพิมพ์ (2553) [Online] ซึ่งกล่าวว่า สีโทนร้อน เช่น แดง เหลือง ส้ม ม่วง แดง ชมพู ให้ความรู้สึกร้อนรุนแรง กระตุ้นอารมณ์ ดึงดูดสายตา สะดุดตา และแนวคิดของ วัฒนะ อุทะภาต (2541:101) กล่าวไว้ว่า จะต้องเลือกแบบตัวอักษร โดยคำนึงถึงหลักการอ่านง่าย (Legibility) ของตัวพิมพ์เป็นสำคัญ เช่น ไม่ใช่ตัวอักษรพอม สูง ที่ไม่ได้สัดส่วนกับพื้นที่

2. หัวเรื่องรอง (Subheading) หมายถึงข้อความขยายหัวเรื่องเพื่อให้ทราบรายละเอียดมากขึ้น เพื่อให้ความกระจ่างมากขึ้น “การช่วยเหลือประชาชน เหตุสาธารณภัยอื่นๆ เช่น การช่วยเหลือจับสัตว์เลื้อยคลาน สัตว์มีพิษเข้าบ้าน”

3. ข้อความประชาสัมพันธ์ (Copy) หมายถึง ข้อความบอกรายละเอียดของสินค้าหรืองานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้พบเห็นสามารถเข้าใจข้อมูลได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น “เพลงใหม่ ไท.199 คือ เมื่อพบเหตุเพลงใหม่ ไททันที 199 แจ้งสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย หรือ เจ้าหน้าที่ดับเพลิง การใช้ภาพควรใช้ภาพ การดับเพลิงใหม่ การพจญเพลิงของเจ้าหน้าที่สื่อสารโดยตรง เป็นหลัก และอาจเสริมเนื้อหาการช่วยเหลือประชาชน เหตุสาธารณภัยอื่นๆ เช่น การช่วยเหลือจับสัตว์เลื้อยคลาน สัตว์มีพิษเข้าบ้าน และในแผ่นพับ ได้เพิ่มเนื้อหาของ รถและอุปกรณ์ดับเพลิงของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ”

4. ภาพประกอบ (Illustration) หมายถึง ภาพที่นำมาใช้ประกอบเรื่องราว เนื้อหา เพื่อสร้างความสนใจ ดึงดูด และจดจำได้ง่าย “ใช้ภาพ การดับเพลิงใหม่ การพจญเพลิงของเจ้าหน้าที่ และในแผ่นพับ ได้เพิ่มภาพประกอบ เกี่ยวกับรถและอุปกรณ์ดับเพลิงของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ”

5. ผู้พิมพ์หรือผู้โฆษณา (Publisher) หมายถึง ข้อมูลและรายละเอียดต่างๆ ของผู้เป็นเจ้าของสินค้าหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ “สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร”

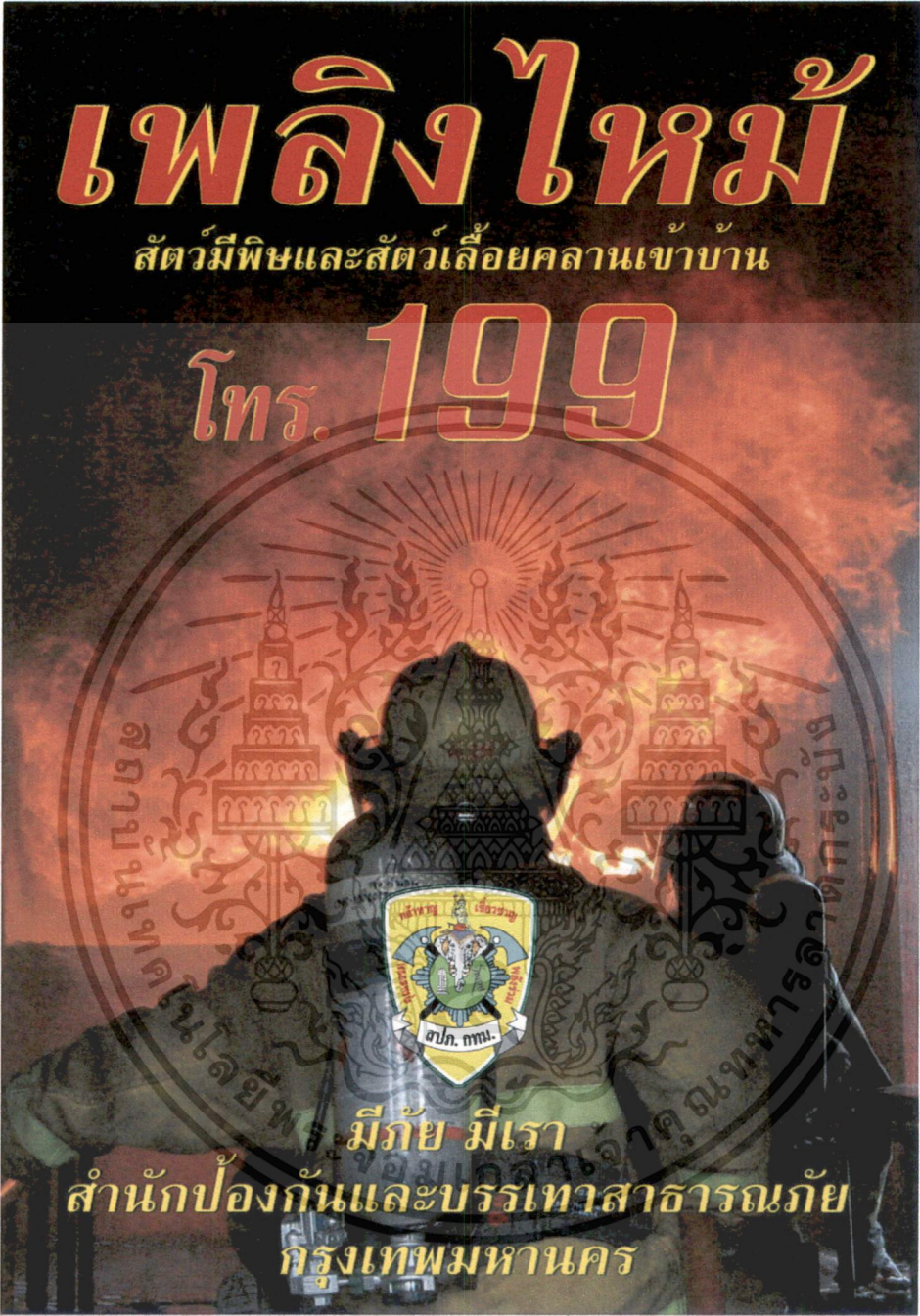
6. ตราสัญลักษณ์ (Logo) หมายถึง เครื่องหมายตราเฉพาะของบริษัทหรือหน่วยงานนั้นๆ เพื่อผลทางด้านการจดจำ และยังส่งผลด้านภาพพจน์ของหน่วยงานด้วย “ตราสัญลักษณ์ของสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร”

- แผ่นภาพ (Poster) ขนาด 42 x 59.4 cm (A2) พิมพ์ 4 สี 1 หน้า กระดาษอาร์ตการ์ด 260 แกรม การประเมินราคา โดยจำนวนพิมพ์ 5,000 ชุด ราคา 6 บาทต่อ 1 แผ่น

- แผ่นพับ ขนาด 21 x 29.7 cm (A4) พิมพ์ 4 สี 2 หน้า กระดาษอาร์ตมัน 100 แกรม การประเมินราคา โดยจำนวนพิมพ์ 5,000 ชุด ราคา 2.2 บาทต่อ 1 แผ่น

- แผ่นติด(Sticker) ขนาด 7.4 x 21 cm พิมพ์ 4 สี 1 หน้า กระดาษสติ๊กเกอร์เงา การประเมินราคา โดยจำนวนพิมพ์ 5,000 ชุด ราคา 2 บาทต่อ 1 แผ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.1 แผ่นภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพลิงไหม้

สาธารณภัย

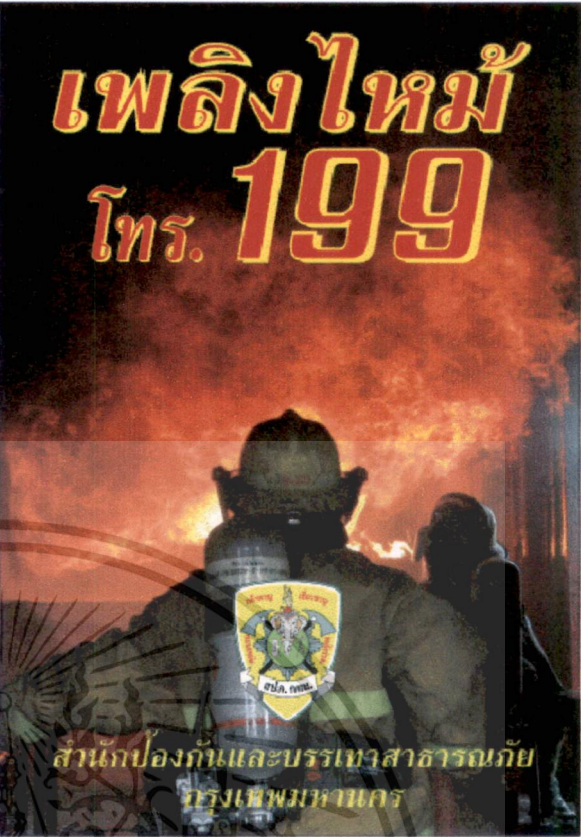
- เพลิงไหม้
- การอบรมฝึกซ้อมอพยพหนีไฟ
- สัตว์มีพิษเข้าบ้าน
- สัตว์เลื้อยคลานเข้าบ้าน
- ช่วยเหลือสัตว์
- ต้นไม้ล้ม
- เหตุสาธารณภัยอื่นๆ



มีภัย มีเรา โทร. 199 สายด่วน 24 ชั่วโมง
สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
กรุงเทพมหานคร

เพลิงไหม้

โทร. 199



สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
กรุงเทพมหานคร

อัคคีภัย หรือ ไฟไหม้

แม้ว่าเครื่องมือหรืออุปกรณ์ดับเพลิงต่างๆ จะช่วยให้เราดับไฟได้ในยามที่เกิดไฟไหม้ แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือการเตรียมตัวเตรียมใจให้พร้อม และมีสติอยู่เสมอเพราะการมีสติจะช่วยให้ปลอดภัยจากไฟร้ายได้

เหตุเพลิงไหม้ โทร. 199 เรียกรถดับเพลิง

จะมีรถบรรทุกน้ำสำหรับดับเพลิงขนาดแตกต่างกันไปเช่น 1,500 ลิตร 6,000 ลิตร และ10,000 ลิตร บางประเภทมีบันไดพร้อมหัวฉีด บางประเภทมีรถคันเล็กซ่อนอยู่ในรถคันใหญ่ หรือเรียกกันว่า "รถตีนตะขาบ" ซึ่งจำเป็นต้องใช้เมื่อต้องดับไฟในทางแคบ เช่น ตรอก ซอก ซอย ในชุมชนแออัด



- รถบรรทุกเครื่องช่วยหายใจ
- รถยกกลาง
- รถไฟฟ้าส่องสว่าง
- รถบันได
- รถกู้ภัยที่ใช้ดับเพลิงประเภทสารเคมี ฯลฯ

ภาพที่ 5.2 แผ่นพับ(Folder)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.3 แผ่นติด(Sticker)

5.6.3 การประเมินความคิดเห็นจากประชากรกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 100 คน ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

5.6.3.1 ผลการประเมินความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร ของแผ่นภาพ มีดังนี้
ระดับความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร มีความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท แผ่นภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.16$) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 เมื่อพิจารณาตามลำดับ จากมากไปหาน้อย คือ

ระดับความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่าน โดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย และภาพประกอบสามารถช่วยให้เข้าใจในข้อมูลได้รวดเร็วมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับ ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน เนื้อหาและข้อมูลสื่อสารเข้าใจง่ายสามารถสร้างความประทับใจได้เป็นอย่างดีซึ่งช่วยให้จดจำสื่อประชาสัมพันธ์ได้ การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น ใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่ายใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบ มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

5.6.3.2 ผลการประเมินความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร ของแผ่นพับ มีดังนี้
พบว่า ระดับความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร มีความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภท แผ่นพับ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.11$) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 เมื่อพิจารณาตามลำดับ จากมากไปหาน้อย คือ

ระดับความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย ($\bar{X}=4.56$) และภาพประกอบสามารถช่วยให้เข้าใจในข้อมูลได้รวดเร็ว ($\bar{X}= 4.56$) มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับ ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร ($\bar{X}= 4.36$) การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น ($\bar{X}= 4.20$) ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้อง
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กับระยะการอ่าน ($\bar{X}=4.18$) เนื้อหาและข้อมูลสื่อสารเข้าใจง่ายสามารถสร้างความประทับใจได้เป็นอย่างดี ซึ่งช่วยให้จดจำสื่อประชาสัมพันธ์ได้ ($\bar{X}=4.08$) ใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย ($\bar{X}=3.85$) ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ ($\bar{X}=3.62$) มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

5.6.3.3 ผลการประเมินความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร ของแผ่นติด มีดังนี้ พบว่า ระดับความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร มีความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภท แผ่นติด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.19$) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54 เมื่อพิจารณาตามลำดับ จากมากไปหาน้อย คือ

ระดับความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร เนื้อหาและข้อมูลสื่อสารเข้าใจง่ายสามารถสร้างความประทับใจได้เป็นอย่างดีซึ่งช่วยให้จดจำสื่อประชาสัมพันธ์ได้ใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย และการสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร ภาพประกอบสามารถช่วยให้เข้าใจในข้อมูลได้รวดเร็ว การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

5.7 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายโดยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

5.7.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร เพื่อหาแนวทางออกแบบ

จากการศึกษาเบื้องต้น การลงพื้นที่ สอบถามประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและเจ้าหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย โดยได้รวบรวมข้อมูลมาสรุปและทำการออกแบบ การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ผู้วิจัยได้คัดเลือก เป็นสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อความสะดวกในการลงพื้นที่ของเจ้าหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย 3 แบบ คือ แผ่นภาพ แผ่นพับและแผ่นติด สอดคล้องกับแนวคิดของ พงศักดิ์ ไชยทิพย์ (2540 : 30) ซึ่งกล่าวว่า แผ่นภาพ เป็นสื่อที่มีบทบาทอย่างมากในการประชาสัมพันธ์ เพราะสื่อประเภทนี้สามารถเผยแพร่ได้สะดวก และกว้างขวางสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ สื่อสารกับผู้บริโภคได้ทุกเพศทุกวัยทุกระดับการศึกษา และมีความยืดหยุ่นในตัวของสื่อได้เป็นอย่างดี และวรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2540 : 35) ซึ่งกล่าวว่า แผ่นพับ จัดว่าเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ส่งตรงถึงผู้บริโภคโดยวิธีการแจกตามสถานที่ต่างๆ ได้ ลักษณะเด่นของแผ่นพับ คือมีขนาดเล็กหยิบถือได้สะดวก สามารถให้ข้อมูลละเอียดได้มาก ผู้ดูสามารถเลือกเวลาใดก็ได้ในการหยิบอ่านด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.7.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

แผ่นภาพ แบบที่ 2 ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มากกว่า แผ่นภาพ(Poster) แบบที่ 1

แผ่นพับ แบบที่ 1 ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มากกว่า แผ่นพับ(Folder) แบบที่ 2

แผ่นติด แบบที่ 2 ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มากกว่า สติกเกอร์(Sticker) แบบที่ 1

5.7.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินความคิดเห็นจากประชากรกรุงเทพมหานครที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

ระดับความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร มีความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทแผ่นภาพ โดยส่วนรวมอยู่ในระดับมาก การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย และภาพประกอบสามารถช่วยให้เข้าใจในข้อมูลได้รวดเร็ว มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับเอกสารชุดวิชาสาขานิเทศศาสตร์ มสธ.(2540:600) ที่ว่า หัวใจสำคัญของวิธีการที่จะจับความสนใจผู้ดูโปสเตอร์นั่นก็คือ ความง่าย (Simplicity) และความตรงไปตรงมา (Directness) ในการสื่อสาร ความง่ายในที่นี้หมายถึง ความง่ายที่จะเข้าใจในองค์ประกอบของโปสเตอร์ โดยเฉพาะองค์ประกอบที่สำคัญก็คือส่วนที่เป็นภาพ และส่วนที่เป็นถ้อยคำ ตัวอักษร ที่ประกอบกันแล้วจะต้องสอดคล้องกันเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจและประทับใจ

ระดับความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร มีความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทแผ่นพับ(Folder) โดยส่วนรวมอยู่ในระดับมาก เนื้อหาและข้อมูลสื่อสารเข้าใจง่ายสามารถสร้างความประทับใจได้เป็นอย่างดีซึ่งช่วยให้จดจำสื่อประชาสัมพันธ์ได้ใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย และการสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ วันชัย ศิริชนะ(2540 : 569) กล่าวว่า สื่อสิ่งพิมพ์ต้องมีการเน้นส่วนใดส่วนหนึ่ง เพื่อสร้างความรู้สึก ซึ่งอาจทำได้โดยการใช้นาฬิกา รูปร่าง สีและทิศทางที่แตกต่างไปจากองค์ประกอบอื่นที่อยู่โดยรอบเพื่อทำให้เกิดความเด่นชัดขึ้น

ระดับความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร มีความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทแผ่นติด(Sticker) โดยส่วนรวมอยู่ในระดับมาก มีเนื้อหาและข้อมูลสื่อสารเข้าใจง่ายสามารถสร้างความประทับใจได้เป็นอย่างดีซึ่งช่วยให้จดจำสื่อประชาสัมพันธ์ได้ใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย และการสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ วันชัย ศิริชนะ (2540 :569) กล่าวว่าสื่อสิ่งพิมพ์ ต้องมีการเน้นส่วนใดส่วนหนึ่ง เพื่อสร้างความรู้สึก เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งอาจทำได้โดยการใช้ขนาด รูปร่าง สีและทิศทางที่แตกต่างไปจากองค์ประกอบอื่นๆ ที่อยู่โดยรอบ เพื่อทำให้เกิดความเด่นชัดขึ้น

จากผลการวิจัยโดยภาพรวมมีความเหมาะสมในระดับมาก ทั้งนี้สื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยได้ออกแบบไว้ เพื่อเป็นข้อเสนอแนะในการออกแบบ ในอนาคตอาจมีการปรับปรุงแบบเพื่อให้เหมาะสมกับหน่วยงาน ในด้านการผลิตจริงสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งสามประเภทนี้ ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจขององค์กรที่เกี่ยวข้องในการจัดทำ มีความต้องการเลือกใช้สื่อประเภทใด และงบประมาณในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าว

5.8 ข้อเสนอแนะ

5.8.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย เรื่องการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1) ในการศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร โดยการสร้างสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นภาพ แผ่นพับและแผ่นติด ในครั้งนี้ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ ที่ได้ยังสามารถนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ แก่สำนักงานอื่นในสังกัดกรุงเทพมหานคร และหน่วยงานต่างจังหวัดได้

2) ในด้านการผลิตจริง สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งสามประเภทนี้ ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจขององค์กรเจ้าของงบประมาณในการจัดทำ ว่าเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์รูปแบบใด ผู้วิจัยเพียงเสนอไว้เป็นแนวทางในการออกแบบเท่านั้น

5.8.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

วิทยานิพนธ์ “ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร” สิ่งพิมพ์ทั้งแผ่นภาพ แผ่นพับและแผ่นติด ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ในกรณีศึกษาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับ ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ โดยเลือกประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร มีภัย มีเรา โทร 199 เท่านั้น ในอนาคตอาจมีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาอื่นๆ แนะนำการป้องกันอัคคีภัย การเอาตัวรอดในที่เกิดเหตุเพลิงไหม้ การระงับอัคคีภัยเบื้องต้น ฯลฯ

บรรณานุกรม

- กรรณิการ์ อัสวกรเดชา. 2544. **สื่อและเครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กนิษฐา วิเศษสาธิต. 2533. **จิตวิทยาการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- กนิษฐา วิเศษสาธิต. 2544. **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- จำเนียร ช่วงโชติ. 2533. **จิตวิทยาการรับรู้และเรียนรู้**. กรุงเทพฯ : ภาควิชาจิตวิทยา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชัยรัตน์ อัสวาทกร. 2548. **ออกแบบให้โดนใจ**. กรุงเทพฯ : สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม.
- ทองเจือ เขียดทอง. 2542. **การออกแบบสัญลักษณ์**. กรุงเทพฯ : ลิขสิทธิ์.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2551. **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS**. กรุงเทพฯ : บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2533. **รูปแบบการควบคุมวิทยานิพนธ์**. โครงการสถาบันวิจัยและพัฒนาศึกษา การสอน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.
- บันทึก พานิจิตร. 2547. **สังคมวิทยา = Sociology**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ปณิศา ถิ่นขานนท์. 2545. **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ประชิด ทิณบุตร. 2530. **การออกแบบกราฟิก**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ประเสริฐ เข้มกลิ่นฟุ้ง. 2546. **สังคมและวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปราณี กุ่มคำ. 2544. **การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของแผ่นพับที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคหลอดเลือดหัวใจตีบของศูนย์โรคหัวใจในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. 2543. **จิตวิทยาการศึกษา**. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม. 2552. **ข้อมูลชุมชนเขตลาดกระบัง**. เอกสารข้อมูลชุมชนเขตลาดกระบัง(ปรับปรุงเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2552). กรุงเทพฯ : ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม สำนักงานเขตลาดกระบัง .
- พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์. 2544. **เทคนิคการออกแบบงานกราฟิก**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเกชั่น.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เพ็ญพร ต่อสกุลแก้ว. 2541. การเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุขมูลฐานด้วยการเผยแพร่เรื่องอนามัยครอบครัว กับผลสัมฤทธิ์ในการให้เอกสารเผยแพร่. กรุงเทพฯ : ศูนย์ความรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2540. หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. เอกสารชุดวิชาสาขานิเทศศาสตร์(ฉบับปรับปรุง). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- โยธิน ศันสนยุทธ์และคณะ. 2533. จิตวิทยา. กรุงเทพฯ : ภาควิชาจิตวิทยา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ลักขณา สตะเวทิน. 2540. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : เพ็ญฟ้า.
- วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2540. ออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ : โสภณการพิมพ์.
- วรรษดา ป็อกเทิง. 2545. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความรู้ ความเข้าใจและทัศนคติที่มีต่อโครงการฉลากเขียวของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วาสนา พงษ์พิงศ์สิทธิ์. 2545. การเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัฒนะ จุฑะวิภาต. 2541. ศิลปะการจัดนิทรรศการ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันชัย ศิริชนะ. 2540. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วิมลรัตน์ ศรีจรัสสิน. 2536. “มาตรฐานโลกสำหรับขนาดของกระดาษ”. นิตยสารสารคดี. ฉบับเดือนมีนาคม : 154.
- ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. 2543. การออกแบบทางการพิมพ์. เอกสารชุดวิชาสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ศิริพงศ์ พะยอมแย้ม. 2530. การพิมพ์เบื้องต้น. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรินติ้ง เฮ้าส์,
- ศิริพงศ์ พะยอมแย้ม. 2537. เทคนิคงานกราฟิก. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรินติ้ง เฮ้าส์,
- ศิริพรณ์ ปีเตอร์. 2545. การออกแบบกราฟิก 6. กรุงเทพฯ : วินเซิร์ฟเลเบล.
- ศิริพรณ์ ปีเตอร์. 2549. การออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2542. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ไคมอนอินบิสเนต เวลด์.
- เสกสรร สายสีศด. 2549. ระบบสารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : ออลบุ๊คส์พับลิชชิง.
- สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย. 2551. เกร็ดความรู้ด้านสาธารณภัย. กรุงเทพฯ : สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัจฉรา ปลื้มสัมพันธ์. 2547. การออกแบบภาพสัญลักษณ์เพื่อนำทางการใช้บริการ ในโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี สังกัดกรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิตสาขารัฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

เอกวัชร ฟองเหม. 2550. การศึกษาและออกแบบกราฟิกสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สารนิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิตสาขารัฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อุรุยา. 2543. ระบบป้ายสัญลักษณ์. กรุงเทพฯ : พลัสเพรส.

Acres, Kerri d. 1999. *The Effect of Illustration on Text Recall*. Masters Abstracts, Queen's University at Kingston (Cannada).

Garrison, R.C.;& R. Morgan. 1972. *Educational Psychology*. Ohio : Charles E. Merrill.

Ortiz, Maria c. 1985. *The Effect of Illustration on Comprehension and Inference by Differentially Skilled Readers*. Dissertation Abstract, State University of New York at Albany.

กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช. การประชาสัมพันธ์ป้องกันไฟป่า. [Online] Available from <http://www.dnp.go.th/ForestFire/FIRESCIENCE/>. 13 พฤศจิกายน 2552.

การออกแบบงานกราฟิก. [Online] Available from <http://student.nu.ac.th/nackie/Instruction/lesson7.html>. 30 ตุลาคม 2550.

การออกแบบสิ่งพิมพ์. [Online] Available from <http://design-prt1330.exteen.com/page/3>. 5 มกราคม 2553.

จิตรา ประสิทธิชัย. ความหมายและองค์ประกอบของการสื่อสาร. [Online] Available from <http://school.obec.go.th/takbai/information/index01.html>. 30 ตุลาคม 2550.

จิรนนท์ รื่นเรือง. การออกแบบนิเทศศิลป์ (Communication Design). [Online] Available from <http://cheeranan.exteen.com/20051025/communication-design>. 30 พฤศจิกายน 2552.

ทฤษฎีสี่. [Online] Available from <http://learning.eduzones.com/67531/>. 5 มกราคม 2553.

ณัฐธัญ ละอองทอง. ประสบการณ์ ด้านแจ้งเหตุเพลิงไหม้. [Online] Available from http://www.npc-se.co.th/variety_k_001.asp. 13 พฤศจิกายน 2552.

ศูนย์รวมร้านสตีกเกอร์ โรงพิมพ์ บรรจุภัณฑ์ ทั่วประเทศ. สตีกเกอร์ . [Online] Available from <http://www.xn--12ca2dwc5av0c1fzdza.com/>. 5 พฤษภาคม 2553.

Glenn D. *Determining Sample Size*. [Online] Available from http://edis.ifas.ufl.edu/Body_pd006. 1 May 2004.

Mahidol Population Gazette. 2009. *Population Gazette 2009*. [Online] Available from <http://www.ipsr.mahidol.ac.th/>. 11 November 2009.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบประเมินสื่อประชาสัมพันธ์
สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
กรุงเทพมหานคร

Design of Public Relation Media for Bangkok Fire and Rescue Department

โดย

ณัฏฐเทพ จลาดรัมย์

NUTTITHAP CHALADYAM

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ดร. อภิศักดิ์ สีนุรักษ์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สารินุตร

ตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิตสาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณ์อุตสาหกรรม

พ.ศ. 2553

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบประเมินการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์
สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความในแต่และรายการและทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็น
ของท่าน มีดังนี้

- +1 คะแนน สำหรับข้อความที่สอดคล้องกับกรอบแนวความคิด / วัตถุประสงค์
- 0 คะแนน สำหรับข้อความที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับกรอบแนวความคิด / วัตถุประสงค์
- 1 คะแนน สำหรับข้อความที่ไม่สอดคล้องกับกรอบแนวความคิด / วัตถุประสงค์

รายการ	การให้ค่าคะแนน			
	+1	0	- 1	หมายเหตุ / ข้อเสนอแนะ
1. ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร				
2. การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น				
3. ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา				
4. ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน				
5. ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ				
6. ใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย				
7. การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อแบบประเมินสื่อ
ประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
กรุงเทพมหานคร

Design of Public Relation Media for Bangkok Fire and Rescue Department

โดย

ณัฏฐิเทพ ฉลาดแยม
NUTTITHAP CHALADYAM

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
ดร. อภิศักดิ์ สีนุรักษ์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร

ตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณ์อุตสาหกรรม

พ.ศ. 2553

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์
สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความในแต่ละรายการและทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน มีดังนี้

- +1 คะแนน สำหรับข้อความที่สอดคล้องกับกรอบแนวคิด / วัตถุประสงค์
- 0 คะแนน สำหรับข้อความที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับกรอบแนวคิด / วัตถุประสงค์
- 1 คะแนน สำหรับข้อความที่ไม่สอดคล้องกับกรอบแนวคิด / วัตถุประสงค์

รายการ	การให้ค่าคะแนน			
	+1	0	- 1	หมายเหตุ / ข้อเสนอแนะ
1. ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร				
2. การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น				
3. ภาพประกอบสามารถช่วยให้เข้าใจในข้อมูลได้รวดเร็ว				
4. ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน				
5. ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ				
6. ใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย				
7. การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย				
8. เนื้อหาและข้อมูลสื่อสารเข้าใจง่ายสามารถสร้างความประทับใจได้เป็นอย่างดีซึ่งช่วยให้จดจำสื่อประชาสัมพันธ์ได้				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์
สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

1. แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ประเภท แผ่นภาพ แผ่นพับ แผ่นติด ที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้น
2. กรุณาตอบแบบประเมินความคิดเห็นทุกข้อ ตามความเป็นจริงด้วยตัวท่านเอง
3. แบบวัดความพึงพอใจนี้มี 1 ตอน ประกอบด้วย
ตอนที่ 1 แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ประเภท แผ่นภาพ แผ่นพับ แผ่นติด 7 ข้อ

ผู้วิจัยขอขอบคุณที่ท่านได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร เป็นอย่างดีมา ณ โอกาสนี้

นายณัฏเทพ ฉลาดแย้ม

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์
สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ประเภท แผ่นภาพ

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความในแต่ละรายการและทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็น
ของท่าน มีดังนี้

- 5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

รายการ	ระดับความคิดเห็น									
	แบบที่ 1					แบบที่ 2				
1. ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5. ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6. ใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
7. การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เผยแพร่ให้หน่วยงานราชการเพื่อตรวจสอบเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์
สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ประเภท แผ่นพับ

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความในแต่ละรายการและทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน มีดังนี้

- 5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

รายการ	ระดับความคิดเห็น									
	แบบที่ 1					แบบที่ 2				
1. ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5. ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6. ใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
7. การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับหน่วยงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์
สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ประเภท แผ่นติด

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความในแต่ละรายการและทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน มีดังนี้

- 5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

รายการ	ระดับความคิดเห็น									
	แบบที่ 1					แบบที่ 2				
1. ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5. ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6. ใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
7. การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบประเมินความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์
สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

วิทยานิพนธ์
เรื่อง

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

- 1. แบบประเมินความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ประเภท แผ่นภาพ แผ่นพับ แผ่นติด ที่ผู้วิจัยออกแบบ
- 4. กรุณาตอบแบบประเมินความคิดเห็นทุกข้อ ตามความเป็นจริงด้วยตัวท่านเอง
- 5. แบบวัดความพึงพอใจนี้มี 2 ตอน ประกอบด้วย
 - ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของตอบแบบสอบถาม จำนวน 3 ข้อ
 - ตอนที่ 2 แบบประเมินความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ประเภท แผ่นภาพ แผ่นพับ แผ่นติด 8 ข้อ

ผู้วิจัยขอขอบคุณที่ท่านได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบประเมินความคิดเห็นของประชากรกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร เป็นอย่างดีมา ณ โอกาสนี้

นายณัฏเทพ นิลเดช

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความในแต่และรายการและทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่า 21 ปี

() 21 – 30 ปี

() 31 – 40 ปี

() ตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

() ต่ำกว่าปริญญาตรี

() ปริญญาตรี

() สูงกว่าปริญญาตรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 แบบประเมินความคิดเห็นของของประชากรกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์
สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ประเภท แผ่นภาพ

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความในแต่ละรายการและทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน มีดังนี้

- 5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร					
2. การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น					
3. ภาพประกอบสามารถช่วยให้เข้าใจในข้อมูลได้รวดเร็ว					
4. ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน					
5. ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันเหมาะสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ					
6. ใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย					
7. การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย					
8. เนื้อหาและข้อมูลสื่อสารเข้าใจง่ายสามารถสร้างความประทับใจได้เป็นอย่างดีซึ่งช่วยให้จดจำสื่อประชาสัมพันธ์ได้					

แบบประเมินความคิดเห็นของของประชากรกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์
สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ประเภท แผ่นพับ

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความในแต่ละรายการและทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็น
ของท่าน มีดังนี้

- 5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร					
2. การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น					
3. ภาพประกอบสามารถช่วยให้เข้าใจในข้อมูลได้รวดเร็ว					
4. ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน					
5. ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันเหมาะสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ					
6. ใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย					
7. การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย					
8. เนื้อหาและข้อมูลสื่อสารเข้าใจง่ายสามารถสร้างความประทับใจได้เป็นอย่างดีซึ่งช่วยให้จดจำสื่อประชาสัมพันธ์ได้					

แบบประเมินความคิดเห็นของของประชากรกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์
สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ประเภท แผ่นติด

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความในแต่ละรายการและทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน มีดังนี้

- 5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร					
2. การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น					
3. ภาพประกอบสามารถช่วยให้เข้าใจในข้อมูลได้รวดเร็ว					
4. ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับระยะการอ่าน					
5. ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ					
6. ใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย					
7. การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย					
8. เนื้อหาและข้อมูลสื่อสารเข้าใจง่ายสามารถสร้างความประทับใจได้เป็นอย่างดีซึ่งช่วยให้จดจำสื่อประชาสัมพันธ์ได้					



ภาคผนวก ข

หนังสือราชการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำสั่งคณะกรรมการอุดมศึกษา
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ที่ 031 /2553

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะกรรมการพิจารณาหัวข้อและ
เค้าโครงวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบสำรอง ของ นายณัติเทพ ฉลาดแย้ม

เพื่อให้การเรียบเรียงวิทยานิพนธ์ ของ นายณัติเทพ ฉลาดแย้ม รหัสประจำตัว 48063624
เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพจึงแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อปรึกษาและพิจารณาหัวข้อ
และเค้าโครงวิทยานิพนธ์ ดังต่อไปนี้

1. คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ดร.อภิศักดิ์	สินธุภัก	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
รศ.อุดมศักดิ์	สาริบุตร	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

2. คณะกรรมการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์

รศ.สถาพร	ดิบุญมี ณ ชุมแพ	ประธานกรรมการ
ดร.อภิศักดิ์	สินธุภัก	กรรมการ
รศ.อุดมศักดิ์	สาริบุตร	กรรมการ
ดร.จตุรงค์	เลาหะเพ็ญแสง	กรรมการ
รศ.นพคุณ	นิศามณี	กรรมการ (กรรมการภายนอก)

3. คณะกรรมการสอบสำรอง

รศ.ประศาสน์	คุณะดิฉก	กรรมการ (อาจารย์บัณฑิตพิเศษ)
ผศ.ดร.เลิศลักษณ์	กลิ่นหอม	กรรมการ (อาจารย์บัณฑิตประจำ)

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2553

(รองศาสตราจารย์ พิระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

กณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ประกาศคณะกรรมการอุดมศึกษา
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เรื่อง ผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการอุดมศึกษา โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ ขอประกาศรายชื่อหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ หลักสูตรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ซึ่งได้รับอนุมัติเมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2553 ให้ดำเนินการดังนี้

นายณัฏฐเทพ ฤทธาณชัย รหัสประจำตัว 48063624 ให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร (Design of Public Relation Media for Bangkok Fire and Rescue Department)” โดยมี ดร.อภิศักดิ์ สันธุรักษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.อุดมศักดิ์ สารินทร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ทั้งนี้ให้นักศึกษาค้นคว้าและเขียนวิทยานิพนธ์ โดยปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ให้เสร็จสิ้น ภายในเวลาที่กำหนดในระเบียบของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ประกาศ ณ วันที่ 9 มีนาคม พ.ศ. 2553

(รองศาสตราจารย์ พิระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คณบดี



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 0971

วันที่ 31 มีนาคม 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบประเมินเพื่อการวิจัย

เรียน รศ.ว่าที่ร้อยโท พิชัย สดภิบาล

ด้วย นายณัติเทพ ฉลาดแย้ม นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยกรุงเทพมหานคร” โดยมี ดร.อภิศักดิ์ ลินธุภัก เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.อุดมศักดิ์ สารินุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบประเมินดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของนายณัติเทพ ฉลาดแย้ม มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบแบบประเมินเพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรัสเสกข์ ตรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692

ที่ ศร 0524.04 /0971

วันที่ 31 มีนาคม 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบประเมินเพื่อการวิจัย

เรียน ผศ.ดร.เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม

ด้วย นายณัฏเทพ ฉลาดแย้ม นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทา
สาธารณภัยกรุงเทพมหานคร” โดยมี ดร.อภิศักดิ์ สินธุภักดิ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ
รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณา
แล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรง
คุณวุฒิตรวจแบบประเมินดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผล
การตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของนายณัฏเทพ ฉลาดแย้ม มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้
แนบแบบประเมินเพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณ
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรัสเสกข์ ตรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 0971

วันที่ 31 มีนาคม 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบประเมินเพื่อการวิจัย

เรียน ผศ.ธนศ กริมขการ

ด้วย นายณัติเทพ ฉลาดแย้ม นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทา
สาธารณภัยกรุงเทพมหานคร” โดยมี ดร.อภิศักดิ์ สินธุภัก เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ
รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณา
แล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรง
คุณวุฒิตรวจแบบประเมินดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผล
การตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของนายณัติเทพ ฉลาดแย้ม มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้
แนบแบบประเมินเพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณ
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ระเสกข์ ตรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี



ที่ ศธ 0524.04/

0667

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๙ มีนาคม 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านกราฟิกเพื่อการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์

ด้วย นายณัติเทพ นลาคแย้ม นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร” โดยมี ดร.อภิสิทธิ์ สินธุภัก เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะกรรมการอุดมศึกษา พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าว เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านกราฟิกเพื่อการวิจัยของนายณัติเทพ นลาคแย้ม

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ระเสกข์ ตริเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 326-4325

ติดต่อนักศึกษาโทร.089-709-9446

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 0667

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๑ มีนาคม 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านกราฟิกเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วาสนา เจริญวิเชียรฉาย

ด้วย นายณัติเทพ ฉลาดแยม นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร” โดยมี ดร.อภิศักดิ์ สินธุภักดิ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.อุดมศักดิ์ สารินุต เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านกราฟิกเพื่อการวิจัยของนายณัติเทพ ฉลาดแยม

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จระเสกข์ ตริเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 326-4325

ติดต่อนักศึกษาโทร.089-709-9446

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 0667

คณะกรรมการอำนวยการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๙ มีนาคม 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านกราฟิกเพื่อการวิจัย

เรียน คุณอุษา อยู่เพชร

ด้วย นายฉัตรเทพ ฉลาดเยี่ยม นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร” โดยมี ดร.อภิศักดิ์ สันธะภักดิ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.อุดมศักดิ์ สารินทร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะกรรมการอำนวยการ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านกราฟิกเพื่อการวิจัยของนายฉัตรเทพ ฉลาดเยี่ยม

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรูญศักดิ์ ศรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-326-4325

ติดต่อนักศึกษาโทร.089-709-9446

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ 0524.04/

0667



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๔ มีนาคม 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการปฏิบัติงานภายใน สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพฯ
เพื่อการวิจัย

เรียน คานต์ารว ยงชนะพัทธ์ วิจารณ์

ด้วย นายณัติเทพ ฉลาดเข้ม นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหา
บัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาด
กระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
กรุงเทพมหานคร” โดยมี ดร.อภิศักดิ์ สันธุภัก เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.อุดมศักดิ์ สารินุต
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าว
เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการปฏิบัติงานภายใน สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
กรุงเทพฯ โดยให้ข้อมูลกับนายณัติเทพ ฉลาดเข้ม เพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรูญเสกข์ ตรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 326-4325

ติดต่อนักศึกษาโทร.089-709-9446

คานต์ารว

(ยงชนะพัทธ์ วิจารณ์)

เจ้าหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย 6

สำนักงานในตำแหน่งหัวหน้าสถานีดับเพลิงบางชัน

ภปด. 2 สปท.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ 0524.04/

0667



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๗ มีนาคม 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการปฏิบัติงานภายใน สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพฯ
เพื่อการวิจัย

เรียน สิบตำรวจเอก วิจารณ์ เจริญใหญ่

ด้วย นายฉัตรเทพ ฉลาดเยี่ยม นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหา
บัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาด
กระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
กรุงเทพมหานคร” โดยมี ดร.อภิศักดิ์ สิ้นธุภัก เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าว
เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการปฏิบัติงานภายใน สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
กรุงเทพฯ โดยให้ข้อมูลกับนายฉัตรเทพ ฉลาดเยี่ยม เพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรูญเสกข์ ศรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 326-4325

ติดต่อนักศึกษาโทร.089-709-9446

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้ง (ไม่เว้น)

ที่ ศธ 0524.04/ 0667



คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๑ มีนาคม 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการปฏิบัติงานภายใน สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพฯ เพื่อการวิจัย

เรียน นายพุดพิงศ์ อัมพะวัต

ด้วย นายฉัตรเทพ ฉลาดแย้ม นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร” โดยมี ดร.อภิศักดิ์ สินธุภักดิ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะกรรมการอุดมศึกษา พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าว เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการปฏิบัติงานภายใน สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพฯ โดยให้ข้อมูลกับนายฉัตรเทพ ฉลาดแย้ม เพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรัสเสกข์ ตรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 326-4325

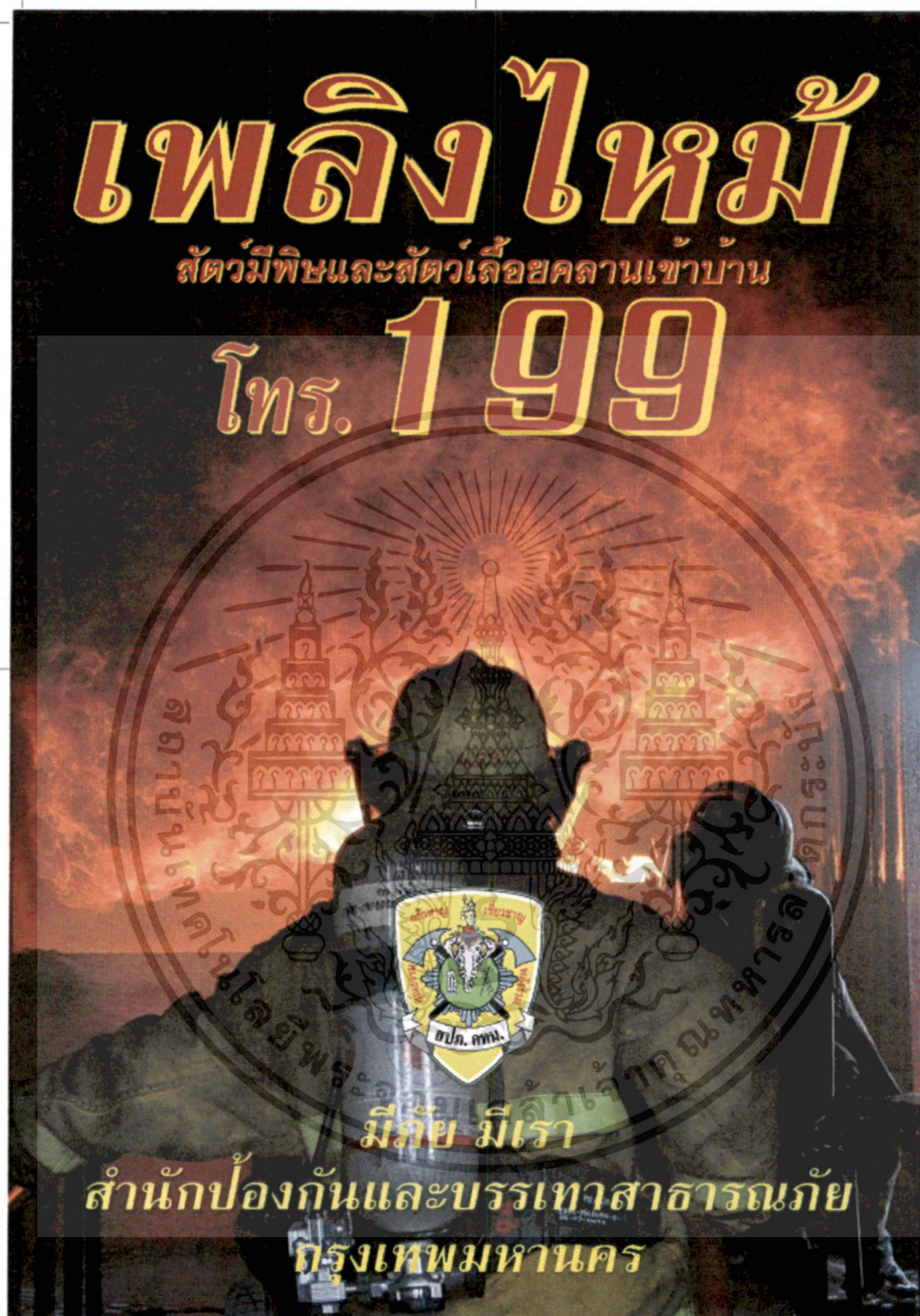
ติดต่อนักศึกษาโทร.089-709-9446

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ค
ต้นแบบเพื่อการผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



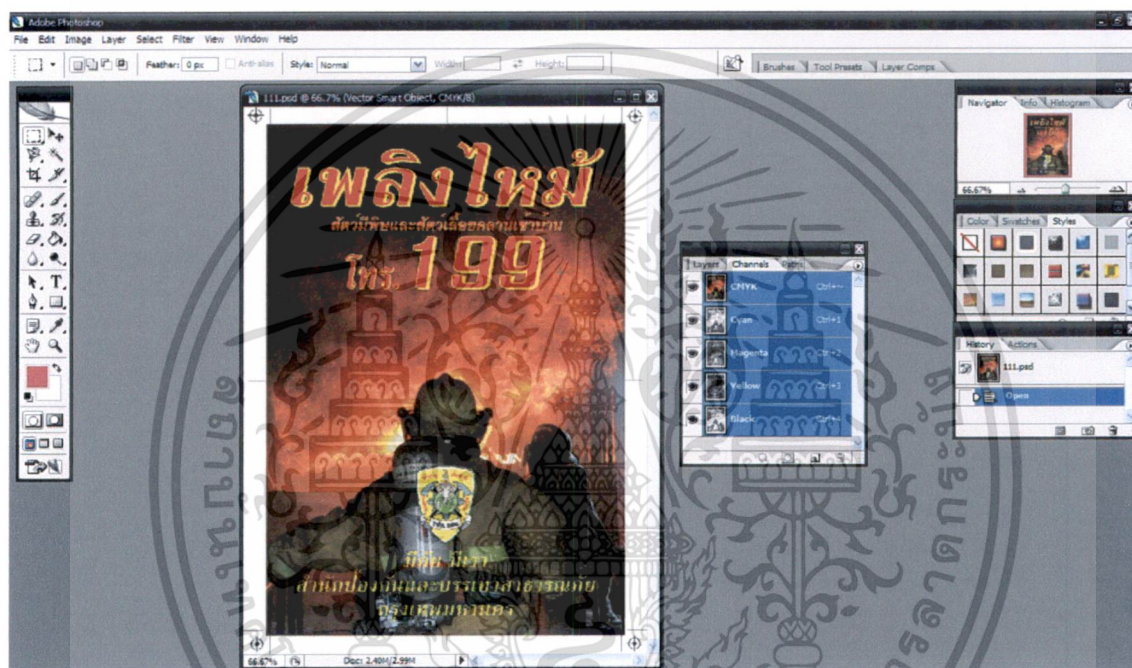
แผ่นภาพ (Poster) ขนาด 42 x 59.4 cm (A2) พิมพ์ 4 สี 1 หน้า กระดาษอาร์ตการ์ด 260 แกรม

ForestGreen 34 139 34 #228B22

Yellow 255 255 0 #FFFF00

Red 255 0 0 #FF0000

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แผ่นภาพ (Poster) แยก 4 สี CMYK ในโปรแกรมสำเร็จรูป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพลิงไหม้ สาธารณภัย



- เพลิงไหม้
- การอบรมฝึกซ้อมอพยพหนีไฟ
- สัตว์มีพิษเข้าบ้าน
- สัตว์เลื้อยคลานเข้าบ้าน
- ช่วยเหลือสัตว์
- ต้นไม้ล้ม
- เหตุสาธารณภัยอื่นๆ



มีภัย มีเรา โทร.199 สายด่วน 24 ชั่วโมง
สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
กรุงเทพมหานคร

เพลิงไหม้ โทร. 199



แผ่นพับ(นอก) ขนาด 21 x 29.7 cm (A4) พิมพ์ 4 สี 2 หน้า กระดาษอาร์ตมัน 100 แกรม

อัคคีภัย หรือ ไฟไหม้

แม้ว่าเครื่องมือหรืออุปกรณ์ดับเพลิงต่างๆ จะช่วยให้เราดับไฟได้ในยามที่เกิดไฟไหม้ แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือการเตรียมตัวเตรียมใจให้พร้อม และมีสติอยู่เสมอเพราะการมีสติจะช่วยให้ปลอดภัยจากไฟร้ายได้

เหตุเพลิงไหม้ โทร.199 เรียกรดับเพลิง

จะมีรถบรรทุกน้ำสำหรับดับเพลิงขนาดแตกต่างกันไปเช่น 1,500 ลิตร 6,000 ลิตร และ10,000 ลิตร บางประเภทมีบันไดพร้อมหัวฉีด บางประเภทมีรถคันเล็กซ่อนอยู่ในรถคันใหญ่ หรือเรียกกันว่า "รถตีนตะขาบ" ซึ่งจำเป็นต้องใช้เมื่อต้องดับไฟในทางแคบ เช่น ตรอก ซอก ซอย ในชุมชนแออัด



นอกจากนี้ยังมี รถสี่ล้อเล็ก ที่เป็นรถติดตั้งอุปกรณ์เสริมที่จำเป็นในการดับเพลิง เช่น

- รถบรรทุกเครื่องช่วยหายใจ
- รถยกลาก
- รถไฟฟ้าส่องสว่าง
- รถบันได
- รถกู้ภัยที่ใช้ดับเพลิงประเภทสารเคมี ฯลฯ

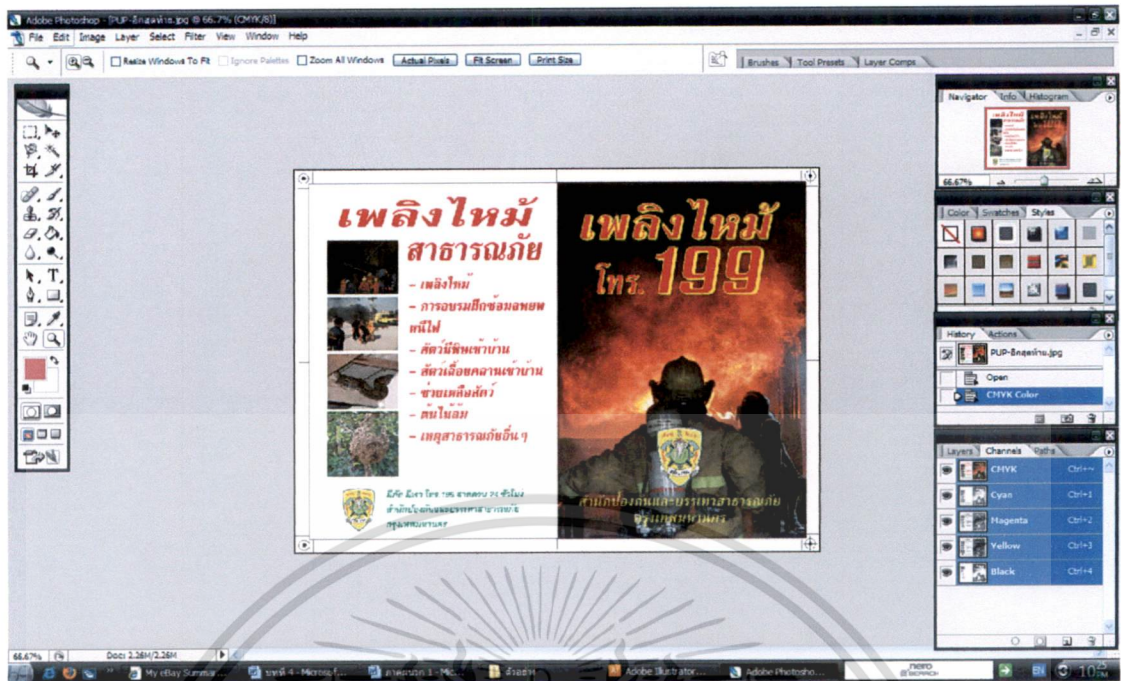


แผ่นพับ(ใน) ขนาด 21 x 29.7 cm (A4) พิมพ์ 4 สี 2 หน้า กระดาษอาร์ตมัน 100 แกรม

ForestGreen 34 139 34 #228B22 Yellow 255 255 0 #FFFF00 Red 255 0 0 #FF0000

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แผ่นพับ แยก 4 สี CMYK ในโปรแกรมสำเร็จรูป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



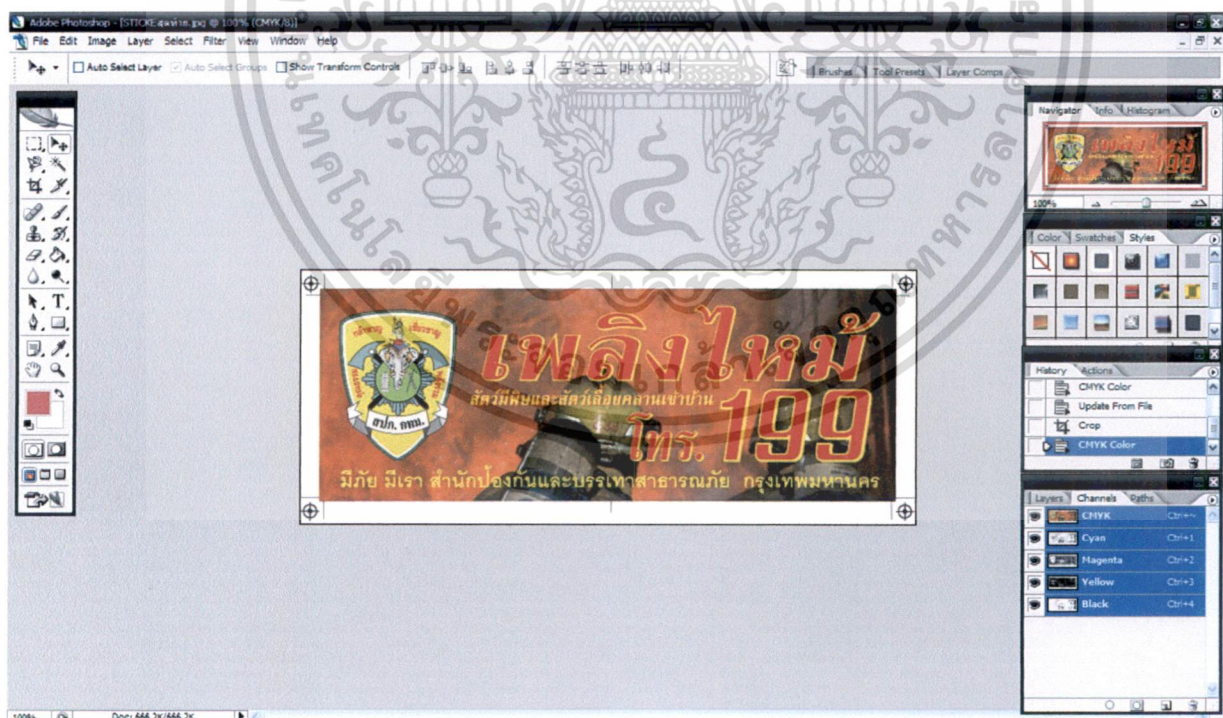
แผ่นติด(Sticker) ขนาด 21 x 29.7 cm (A4) พิมพ์ 4 สี 1 หน้า กระดาษสติ๊กเกอร์เงา

ตัด 4 แผ่น ขนาด 7.4 x 21 cm

ForestGreen 34 139 34 #228B22

Yellow 255 255 0 #FFFF00

Red 255 0 0 #FF0000



แผ่นติด(Sticker) แยก 4 สี CMYK ในโปรแกรมสำเร็จรูป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายณัฏเทพ จลาตแย้ม
วัน เดือน ปี เกิด	11 พฤศจิกายน 2524
สถานที่เกิด	อุดรธานี
ที่อยู่ปัจจุบัน	1/6 สถานีดับเพลิงบางชัน ถนนหม่อมเจ้าสง่างาม สุประดิษฐ์ แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร 247 หมู่ 14 ตำบลกุดคู่ อำเภอนโนนสัง จังหวัดหนองบัวลำภู
ประวัติการศึกษา	ปี 2543 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอุดรพิทยานุกูล จังหวัดอุดรธานี ปี 2547 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี ปี 2553 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ตำแหน่งปัจจุบัน
	เจ้าหน้าที่ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย สถานีดับเพลิงและกู้ภัยบางชัน กองปฏิบัติการดับเพลิง 2 สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้