

ศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรม
ในชุมชนกรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ

GRAPHIC DESIGN PUBLICATION FOR PUBLIC RELATION AND CULTURE
PROMOTION IN COMMUNITY CASE STUDY : COMMUNITY
MOSQUES SUWANNABHUMI



เลขหมู่.....
เลขทะเบียน.....**135719**
วัน,เดือน,ปี.....**6. 0. 2558**

b.....**12510713**
i.....

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ.2555

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

GRAPHIC DESIGN PUBLICATION FOR PUBLIC RELATION AND CULTURE
PROMOTION IN COMMUNITY CASE STUDY : COMMUNITY
MOSQUES SUWANNABHUMI



A THEMATIC PAPER 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

2012

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2012

FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION

KING MON GKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารนิพนธ์	ศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ
นักศึกษา	กิริติ วิบูลย์ดล
รหัสประจำตัว	51611261
ปริญญา	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมทาบัณฑิต
สาขาวิชา	เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
พ.ศ.	2555
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ในการศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ โดยคัดเลือกสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์ 2 ประเภท คือ ประเภทโปสเตอร์และประเภทแผ่นพับ

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยได้แก่ ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ที่อาศัยและผู้ให้ข้อมูลวัฒนธรรมในชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญทางด้านให้ข้อมูลชุมชนและวัฒนธรรม ในชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ 3 ท่าน และท่านผู้ทรงคุณวุฒิทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทเอกสารและสิ่งพิมพ์ 3 ท่าน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร ได้แก่ ผู้ที่อาศัยอยู่ใน ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิจำนวน 63 หลังคาเรือน โคนสุ่มจากผู้อาศัย จำนวน ครั้วเรือนละ 1 คน

เครื่องมือตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามความพึงพอใจ โดยวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละรายการที่ทำการศึกษาสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย

สรุปผลการศึกษาความพึงพอใจ ประเภทโปสเตอร์และประเภทแผ่นพับตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิได้เลือกประเภทโปสเตอร์รูปแบบที่ 2 และประเภทแผ่นพับรูปแบบที่ 1

สรุปผลการประเมินความพึงพอใจกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

1. ผลการประเมินความพึงพอใจพบว่า ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิที่ดูสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.77$)

2. ผลการประเมินความพึงพอใจพบว่า ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิที่ดูสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.82$)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thematic Paper Title	Graphic design publication for public relation and culture promotion in community case study : community mosques suwannabhumi
Student	Mr.Kelati Viboondon
Student ID	51611261
Degree	Master of Science in Industrial Education
Program	Industrial Design Technology
Year	2012
Thematic Paper Advisor	Associate Professor Udomsak Saributr

ABSTRACT

The objectives of this research were to Graphic design publication for public relation and culture promotion in community the case study : community mosques suwannabhumi by to comduct printed matter public relations 2 types to be poster and brochure.

The population in reseaech and provide input to residents and to data culture in community mosques suwannabhumi 3 members, Expert information the community and colture in the mosques suwannabhumi 3 members, And experts in the field of design, media and publication of documents 3 members.

The population and precedent population that's community mosques suwannabhumi of 63 households was randomly selected residents of households were one person.

To check the validity of the satisfaction questionnaire. The data were analyzed statistically by the results of the analysis is the average (Mean) and standard deviation (Standard Deviation) in the interpretation of the mean.

The results were satisfactory. Of posters and leaflets on the opinions of experts to form two types of posters, leaflets and forms an image.

Results of satisfaction among the population and the statistics used in the analysis.

A. The satisfaction found. Mosque at the airport to the media, print media, public relations and promotion of Islamic culture in the airport. Types of posters.

Satisfaction at the highest level ($\bar{X} = 4.77$).

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Two. The satisfaction found. Mosque at the airport to the media, print media, public relations and promotion of Islamic culture in the airport. Types of brochures. Satisfaction at the highest level ($\bar{X} = 4.82$).



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยควมอนุเคราะห์ของบุคคลหลายท่าน ซึ่งไม่อาจจะนำมา
กล่าวได้ทั้งหมด ที่ให้ความกรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้สาร
นิพนธ์ฉบับนี้ถูกต้อง มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความอนุเคราะห์ที่ได้รับ จึง
ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร ที่ชี้แนะแนวทางให้สารนิพนธ์ฉบับนี้บรรลุถึง
จุดหมาย และคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ทุกท่าน ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ได้กรุณาให้
คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไขแบบสอบถาม ตรวจสอบความถูกต้องต่างๆ จนสามารถดำเนินการให้
สำเร็จเรียบร้อย และมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่ช่วยเหลือกำลังทรัพย์ในการศึกษา ค่าใช้จ่ายในการ
เดินทางมาศึกษา และให้กำลังใจเป็นอย่างดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณ ประธานชุมชน และคณะกรรมการในชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ ที่ให้การ
เอื้อเฟื้อข้อมูล และสถานที่

กীরติ วิบูลย์ดล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	i
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ii
กิตติกรรมประกาศ.....	iv
สารบัญ.....	v
สารบัญตาราง.....	vii
สารบัญภาพ.....	ix
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย.....	3
1.4 กรอบแนวความคิด.....	4
1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 ประวัติของชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ.....	7
2.2 องค์ประกอบของเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทย.....	15
2.3 การประชาสัมพันธ์.....	21
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์.....	50
2.5 หลักการจัดองค์ประกอบของทางศิลปะ.....	52
2.6 องค์ประกอบของงานออกแบบกราฟิก.....	63
2.7 ระบบกริดในการออกแบบกราฟิก.....	74
2.8 การพิมพ์บนภาชนะบรรจุและระบบการพิมพ์.....	77
2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	84
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	87
3.1 ศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ.....	87
3.2 ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ.....	88
3.3 ศึกษาระดับระดับความพึงพอใจที่มีต่อ สื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทเอกสารและสิ่งพิมพ์.....	91

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	95
4.1 สรุปผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรม ในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ.....	95
4.2 สรุปผลการประเมินรูปแบบการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และ ส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์และแผ่นพับ ของผู้ทรงคุณวุฒิ	97
4.3 สรุปผลการศึกษาความพึงพอใจของชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ ทางด้านเพศ อายุ และ อาชีพ ที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษามัสยิดสุวรรณภูมิ.....	117
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	126
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	126
5.2 อภิปรายผล.....	132
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	134
บรรณานุกรม.....	136
ภาคผนวก.....	139
ภาคผนวก ก	140
ภาคผนวก ข	172
ภาคผนวก ค	185
ประวัติผู้เขียน.....	194

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ตารางรายชื่อกรรมการบริหารมัธยมศึกษา สวรรณภูมิและอีหม่าม คอเต็บ บิหลัน.....	11
2.2 ตารางเปรียบเทียบ ระยะห่างจากผู้ดูถึงโปสเตอร์ และความสูงของตัวอักษรที่เหมาะสม.....	61
2.3 ตารางแผนภูมิแสดงเทรซไฮลด์ของอวัยวะรับความรู้สึกต่างๆ.....	66
2.4 ตารางแสดงช่วงความยาวของคลื่นสีต่าง ๆ.....	68
4.1 ตารางค่าเฉลี่ย \bar{X} ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความเหมาะสมของผลการประเมิน รูปแบบที่ 1 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัธยมศึกษา สวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์ ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ.....	103
4.1 (ต่อ).....	104
4.2 ตารางค่าเฉลี่ย \bar{X} ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความเหมาะสมของผลการประเมิน รูปแบบที่ 2 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัธยมศึกษา สวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์ ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ.....	105
4.2 (ต่อ).....	106
4.3 ค่าเฉลี่ย \bar{X} ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความเหมาะสมของผลการประเมิน รูปแบบที่ 3 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัธยมศึกษา สวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์ ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ.....	108
4.3 (ต่อ).....	109
4.4 ค่าเฉลี่ย \bar{X} ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความเหมาะสมของการผลการประเมิน รูปแบบที่ 1 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัธยมศึกษา สวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ.....	110
4.4 (ต่อ).....	111
4.5 ค่าเฉลี่ย \bar{X} ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความเหมาะสมของการผลการประเมิน รูปแบบที่ 2 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัธยมศึกษา สวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ.....	113
4.5 (ต่อ).....	114
4.6 ค่าเฉลี่ย \bar{X} ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความเหมาะสมของการผลการประเมิน รูปแบบที่ 3 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัธยมศึกษา สวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ.....	115
4.6 (ต่อ).....	116

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.7 จำนวน และร้อยละของชุมชนมัธยมศึกษา สวรรณภูมิ จำแนกตามเพศ.....	118
4.8 จำนวน และร้อยละของชุมชนมัธยมศึกษา สวรรณภูมิ จำแนกตามอายุ.....	118
4.9 จำนวน และร้อยละของชุมชนมัธยมศึกษา สวรรณภูมิ จำแนกตามอาชีพ.....	118
4.10 ค่าเฉลี่ย \bar{X} ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจของชุมชนมัธยมศึกษา สวรรณภูมิ ที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัธยมศึกษา สวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์.....	120
4.10 (ต่อ).....	121
4.11 ค่าเฉลี่ย \bar{X} ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจของชุมชนมัธยมศึกษา สวรรณภูมิ ที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัธยมศึกษา สวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ.....	123
4.11 (ต่อ).....	124



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 สิ่งแวดล้อมที่พัฒนาในชุมชน.....	2
2.1 สถานที่การทำละหมาดของสุภาพบุรุษ.....	12
2.2 สถานที่ละหมาดของสุภาพสตรี.....	13
2.3 ป้ายศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ.....	14
2.4 ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ 1.....	15
2.5 ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ 2.....	15
2.6 สัดส่วนของพื้นที่ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์.2540 : 106).....	52
2.7 สัดส่วนของเรื่อง (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์.2540 : 106).....	53
2.8 การจัดองค์ประกอบของภาพ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์.2540 : 109).....	55
2.9 แสดงรูปการพับแผ่นพับแบบต่างๆ.....	58
2.10 องค์ประกอบของโปสเตอร์.....	62
2.11 แผนภูมิความต้องการลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ตามแนวคิดของมาสโลว์.....	65
2.12 แสดงแผนภูมิแสดงกระบวนการรับรู้ของมนุษย์.....	66
2.13 แสดงแผนภูมิข้างต้น ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ.....	68
2.14 แสดงโทนสี.....	69
2.15 แม่สีที่ใช้ในงานต่าง ๆ.....	70
2.16 วงจรสี (Color Wheel).....	70
2.17 คือแม่สีทั้งสาม แดง น้ำเงิน เหลือง.....	71
2.18 การผสมแม่สีที่อยู่ข้างเคียงกัน เกิดเป็นสีขั้นที่ 2 ได้แก่ สีส้ม เขียว และม่วง.....	71
2.19 แสดงวงจรสีและการผสมสี.....	71
2.20 หลักการใช้สีในการออกแบบ.....	72
2.21 การใช้เพียงสีขาว ดำ.....	72
2.22 เป็นการใช้สีบนวงจรสีเพียงสีเดียว.....	72
2.23 การใช้เฉพาะแม่สีทั้งสาม.....	72
2.24 การใช้เฉพาะสีผสมขั้นที่สอง.....	73
2.25 การเลือกใช้สีจากสีผสมขั้นที่สามที่มีอยู่ทุกสี.....	73
2.26 การใช้สีที่อยู่ขอบข้างของสีที่ใช้บนวงจรสี.....	73
2.27 การใช้คู่สีตรงกันข้ามบนวงจรสี.....	73
2.28 การสีใดสีหนึ่งควบคู่กับสีที่อยู่ขอบข้างทั้งซ้ายและขวาของสีตรงกันข้าม.....	74

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.29 การใช้สีใดสีหนึ่งควบคู่กับสีของตัวเองที่ถูกนำไปผสมกับสีตรงข้าม.....	74
2.30 สีใกล้เคียงของสีตรงข้าม.....	74
2.31 ส่วนกัตเตอร์ของระบบกริด (ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์. 2540 :189).....	75
2.32 เปรียบเทียบการจัดวางลักษณะงานออกแบบการพิกระบบ 2 หน่วย กับระบบ 6 หน่วย.....	76
2.33 ความสูงของหน่วยตารางไม่ควรเป็นตัวกำหนดความกว้างของช่องไฟระหว่างบรรทัดของ หัวตัวอักษรหัวเรื่อง (วิรุณ ตั้งเจริญ.2531 :109).....	76
3.1 แสดงแผนภูมิสรุปขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย.....	94
4.1 แบบ (Sketch Design).....	96
4.2 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์.....	97
4.3 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์.....	98
4.4 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์.....	99
4.5 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ (ด้านหน้าและด้านหลัง).....	100
4.6 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ (ด้านหน้าและด้านหลัง).....	101
4.7 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ (ด้านหน้าและด้านหลัง).....	102
4.8 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์.....	119
4.9 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ (ด้านหน้าและด้านหลัง).....	122

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในการศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชนกรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ นี้เกิดจากการที่ชุมชนนี้เป็นชุมชนที่มีแนวคิดในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อให้ประชาชนในชุมชนเกิดการเรียนรู้ และเป็นศูนย์กลางในการดำเนินการแก้ปัญหาของชุมชนอย่างเป็นระบบ เน้นการพึ่งพาตนเอง โดยมีภาคีทุกภาคส่วนในการสนับสนุน และประเด็นสำคัญ คือเป็นการแก้ไขปัญหาชุมชน โดยยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อที่จะสามารถแก้ไขปัญหาของชุมชน ได้ตรงความต้องการของประชาชนในชุมชน โดยกำหนดแนวทางและหลักเกณฑ์การพัฒนาได้ 6 ด้านดังนี้

1. ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมพัฒนาให้ชุมชนเป็นชุมชนสะอาด สวยงาม มีสิ่งแวดล้อมที่ดี
2. ด้านเศรษฐกิจ ส่งเสริมและพัฒนาให้ประชาชนมีอาชีพ เพิ่มรายได้ ลดรายจ่ายและการเกิดกลุ่มอาชีพ
3. ด้านสังคม ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือซึ่งกันและกันและกัน ร่วมคิดร่วมทำและร่วมรับประโยชน์ในการฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม เสริมสร้างการพัฒนาความเข้มแข็งของสถาบันครอบครัว
4. ด้านอนามัย ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนในชุมชนเป็นผู้มีสุขภาพดีและสามารถอยู่ได้โดยปกติสุข รวมทั้งปลูกฝังให้รู้จักดูแลสุขภาพอนามัยของตนเอง และปฏิบัติต่อบุคคลอื่นอย่างถูกต้อง
5. ด้านจิตใจ ส่งเสริมและพัฒนาให้ประชาชนในชุมชนมีสุขภาพจิตที่ดี การพัฒนาจิตใจสติปัญญา การปฏิบัติตนอยู่ในศีลธรรมและหลักคำสอนของศาสนา
6. แนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ยึดตามพระราชดำรัสปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยการดำรงอยู่และปฏิบัติของประชาชนทุกระดับ ทั้งในครอบครัว และชุมชนให้ดำเนินชีวิตแบบพอประมาณ มีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกัน โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ

จากการที่ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิมี หลักเกณฑ์ในการพัฒนา 6 ด้าน ดังกล่าวข้างต้นทำให้งานงานเขตคลองสานได้คัดเลือกชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิเป็นแหล่งโบราณสถานเชิงศิลปวัฒนธรรมของดีเขตคลองสานที่แนะนำให้ประชาชนในเขตคลองสานได้รู้จักในงานฉลองสมโภช 100 ปี เขตคลองสาน ในครั้งนี้ด้วย (สมสุข สมทรง. 2553 : 1-2)



ภาพที่ 1.1 สิ่งแวดล้อมที่พัฒนาในชุมชน
(ที่มา : กิรติ วิบูลย์ดล. ผู้ถ่ายภาพ ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ, 2554)

ฉะนั้นหากมีการศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ วัฒนธรรมในชุมชนเพื่อเป็นพื้นฐานความเข้าใจที่สำคัญของชุมชนที่จะก่อให้เกิดการปลูกจิตสำนึกและสร้างความตระหนัก รวมทั้งหลักการปฏิบัติตามความเชื่อในทาง ศาสนา เพื่อให้เป็นอนุสรณ์ประวัติของชุมชน เก็บไว้เพื่อศึกษาและเป็นหลักฐาน และยังเป็นแนวทางเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีความสมบูรณ์เป็นสัญลักษณ์ในการพัฒนาชุมชนให้มีความสง่างามของชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ ให้มีความชัดเจนและยั่งยืน จึงเป็นที่หน้าภาคภูมิใจของคนในชุมชน จากสิ่งที่กล่าวมานี้ ชุมชนยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่มีข้อมูลที่ถูกต้องและรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องและตรงกับความเข้าใจของชุมชน ผู้วิจัยจึงมีแนวทางในการในการปฏิบัติที่จะศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและเป็นข้อมูลเพื่อเผยแพร่ให้เกิดการรับรู้แก่คนในชุมชนที่ถูกต้องและเป็นฐานข้อมูลให้ผู้ที่สนใจได้เข้ามาสืบค้นข้อมูลสะดวกต่อโดยกำหนดแนวทางและหลังเกณฑ์การพัฒนาได้ 6 ด้าน จึงได้กำหนดประเด็นข้อมูลในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน 2 ด้าน คือ

ด้านสังคม ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือซึ่งกันและกันและกันและกัน ร่วมคิดร่วมทำและร่วมรับประโยชน์ในการฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม เสริมสร้างการพัฒนาความเข้มแข็งของสถาบันครอบครัว

ด้านจิตใจ ส่งเสริมและพัฒนาให้ประชาชนในชุมชนมีสุขภาพจิตที่ดี การพัฒนาจิตใจ สติปัญญา การปฏิบัติตนอยู่ในศีลธรรมและหลักคำสอนของศาสนา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ

1.2.2 ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ

1.2.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ และข้อมูลเอกสารด้านความเป็นมาวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ

1.3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- กลุ่มผู้ให้ข้อมูล 3 คน ได้แก่ ประธานชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ, คณะกรรมการบริหาร มัสยิดสุวรรณภูมิ (อิหม่าม) และ คณะกรรมการบริหารมัสยิดสุวรรณภูมิ (ประชาสัมพันธ์)

1.3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้าง

1.3.1.3 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

- การวิเคราะห์เชิงตรรกะวิทยา

1.3.2 ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ

1.3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ผู้เชี่ยวชาญด้านข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนและวัฒนธรรมในชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ จำนวน 3 คน และผู้ทรงคุณวุฒิทางการออกแบบกราฟิก จำนวน 3 ท่าน

1.3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย แบบประเมินเกี่ยวกับรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ

1.3.2.3 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

- ค่าเฉลี่ย (Mean) และหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ

1.3.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ จำนวน 63 หลังคาเรือน โดนสุ่มจากผู้อาศัย จำนวน คราวเรือนละ 1 คน โดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling)

1.3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย แบบสอบถามที่มีต่อรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ

1.3.3.3 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

- ค่าเฉลี่ย (Mean) และหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

1.4.1 กรอบแนวคิดการศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ โดยศึกษาของ วนิตา วงศ์เศษศักดิ์ (2540 : 15) ได้ให้ความหมาย “การประชาสัมพันธ์” คือความพยายามที่มีแผนที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติของประชาชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างประชาชนกับหน่วยงาน โดยยึดหลัก 4 ประการคือ

1.4.1.1 การประชาสัมพันธ์นั้นต้องกระทำอย่างต่อเนื่องและหยุดไม่ได้ ต้องพยายามโดยไม่มีที่สิ้นสุด เพราะตัวแปรที่สำคัญ คือ ความรู้สึกนึกคิดและความคิดเห็นของประชาชน ซึ่งเรียกว่า ประชาชนติ (Public Opinion) เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงจำเป็นต้องศึกษาความคิดเห็นที่สนับสนุนหน่วยงานให้คงที่ตลอดไป

1.4.1.2 การประชาสัมพันธ์นั้นต้องกระทำอย่างมีแบบแผน มีระบบ เป็นขั้นตอน มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มประชาชนของหน่วยงานให้มากที่สุด การทำงานต้องมีเอกภาพ และสอดคล้องกันทุกขั้นตอน

1.4.1.3 การประชาสัมพันธ์นั้นโน้มน้าวทัศนคติ หรือความคิดเห็นของประชาชนให้สนับสนุนกิจการของหน่วยงาน

1.4.1.4 การประชาสัมพันธ์นั้นต้องสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับประชาชนให้เกิดความเข้าใจกันและไม่ขัดแย้งกัน กล่าวคือต้องเข้าใจความต้องการของชุมชนว่าต้องการอะไรมีทัศนคติอย่างไรที่ควรจะไปปรับใช้ หรือปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงานให้สอดคล้องกันบางครั้งยอมรับความคิดเห็นของประชาชนด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4.2 องค์ประกอบในการออกแบบกราฟิก ตามแนวคิดของ ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์ (2548 : 20)

1. ข้อความ (Textural Material)
2. ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components)
3. ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories)
4. พื้นที่สีขาว (White space)
5. โคร่งสี (Color)

1.4.3 องค์ประกอบของแผ่นพับ ตามแนวคิดของ ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์ (2543 : 15-17)

1. หัวเรื่อง (Heading)
2. หัวเรื่องรอง (Subheading)
3. ข้อความโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ (Gopy)
4. ภาพประกอบ (Illustraion)
5. ผู้พิมพ์และผู้โฆษณา (Publisher)
6. ตราสัญลักษณ์ (Logo)

1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1.5.1 สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง สื่อแนวความคิดการประชาสัมพันธ์ แบ่งประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยยึดแนวความคิดของการสื่อสารเป็นสำคัญ กล่าวคือ

- 1.5.1.1 การสื่อสารโดยบุคคล (Personal Communication)
- 1.5.1.2 การสื่อสารโดยสิ่งพิมพ์ (Printed Communication)
- 1.5.1.3 การสื่อสารด้วยการมองเห็น (Visual Communication)
- 1.5.1.4 การสื่อสารด้วยการได้ยิน (Audio Communication)
- 1.5.1.5 การสื่อสารพิเศษ (Specialized Communication)

1.5.2 กราฟิกบนสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ หมายถึงสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์สำหรับชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ ประกอบด้วย แผ่นประกาศหรือโปสเตอร์ และแผ่นพับ

1.5.3 สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นประกาศหรือโปสเตอร์ และแผ่นพับ หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ

1.5.4 วัฒนธรรม หมายถึง การกระทำสั่งสมมาเป็นเวลานาน มรดกทางวัฒนธรรม ได้แก่ ขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ ตำนาน ศาสนา สถานที่ประวัติศาสตร์และงานศิลปะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5.5 ประเมินความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความพึงพอใจ ในด้านสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ แบ่งเป็นด้านต่างๆดังนี้

1. ข้อความ (Textural Material)
2. ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components)
3. ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories)
4. พื้นที่สีขาว (White v space)
5. โครงสี (Color)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสำรวจและศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ วัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ โดยเสนอตามลำดับ

- 2.1. ศึกษาชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ
- 2.2. องค์ประกอบของเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทย
- 2.3. การประชาสัมพันธ์
- 2.4. แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์
- 2.5. หลักการจัดองค์ประกอบของทางศิลปะ
- 2.6. องค์ประกอบของงานออกแบบกราฟิก
- 2.7. ระบบกริดในการออกแบบกราฟิก
- 2.8. การพิมพ์บนภาษาพระและระบบการพิมพ์
- 2.9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ประวัติของชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ

ก่อนอื่นขอทำความเข้าใจให้ต่อเนื่องกันระหว่างชุมชนกับมัสยิด มัสยิดเป็นสถานที่ประกอบศาสนกิจของประชาชนทั่วไปที่นับถือศาสนาอิสลาม และครั้งโบราณจะปรากฏว่ามัสยิดต่างๆ ในกรุงเทพฯ จะอยู่ใกล้ชิดกับวัดเป็นส่วนมาก เช่น มัสยิดฮารูน (ตอรอกโรงภาษีเก่า) ติดกับวัดม่วงแค ฉะนั้น มัสยิดสุวรรณภูมิจึงใกล้กับวัดสุวรรณ บรพบุรุษ จึงตั้งชื่อให้ว่ามัสยิดสุวรรณภูมิ แต่ทางมัสยิดมีเนื้อที่จำกัดเฉพาะ เป็นสถานที่ประกอบศาสนกิจและอื่นๆ ที่ไม่ขัดต่อหลักการของศาสนา เมื่อมาตั้งชื่อเป็นชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิก็จำเป็นต้องใช้สถานที่ของมัสยิดส่วนหนึ่งซึ่งไม่รวมกันตรงพื้นที่ที่จะประกอบภาคปฏิบัติของศาสนาเป็นที่ทำการเรียนการสอนภาคศาสนา และสำหรับเด็กเล็กก่อนวัยเรียน

ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ เป็นสถานที่ประกอบศาสนกิจของมุสลิม (นิกายซุนหนี่) ทะเบียน ๘.10 ตั้งอยู่เลขที่ 62 ซอยเจริญนคร 7 ถ.เจริญนคร แขวงคลองตันไทร เขตคลองสาน กรุงเทพฯ 10600 มีเนื้อที่ 60 ตารางวา โฉนดเลขที่1253 และมีพื้นที่ใกล้เคียงอีก 37 ตารางวา

ฉะนั้นหากมีการศึกษาการอนุรักษ์วัฒนธรรมในชุมชนเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นพื้นฐานความเข้าใจที่สำคัญของชุมชนที่จะก่อให้เกิดการปลูกจิตสำนึกและสร้างความตระหนัก รวมทั้งหลักการปฏิบัติตามความเชื่อในทาง ศาสนา เพื่อให้เป็นอนุสรณ์ประวัติของชุมชน เก็บไว้เพื่อศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และเป็นหลักฐาน ที่จะพัฒนาและฟื้นฟูกิจกรรมทางสังคม ยังเป็นแนวทางเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ให้มีความสมบูรณ์เป็นสัญลักษณ์ในการพัฒนาชุมชนให้มีความสง่างามของชุมชนมีสยิตสุวรรณภูมิ ให้มีความชัดเจนและยั่งยืน จึงเป็นที่น่าภาคภูมิใจของคนในชุมชน

2.1.1 ความเป็นมาแต่เดิม

ตามคำบอกเล่าของผู้อาวุโสของชุมชนว่าบรรพบุรุษแต่เดิมนั้นมาจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยการล่องเรือมาค้าขายยังกรุงรัตนโกสินทร์ โดยทางเรือใบและอีกพวกหนึ่งได้ล่องเรือมาจากจังหวัดตราด โดยมาทำการค้าขายพวกกะปิ หอย ปู ปลา และได้มาตั้งถิ่นฐานและสร้างครอบครัวอยู่ร่วมกัน ได้พักพิงอาศัยฉันทัญญาติพี่น้อง จนรวมกันเป็นปึกแผ่นในหมู่บ้านแขกนี้ (ซึ่งเดิมชานกันว่าบ้านแขกวัดสุวรรณ) จนปัจจุบันนี้รวมเวลาประมาณ 130 ปีเศษ

2.1.2 ผู้ริเริ่มและต้นตระกูลดั้งเดิม

1. ต้นตระกูล โตประวัตติ ในบรรดาผู้ที่มาตั้งถิ่นฐานอยู่ที่ชุมชนสุวรรณภูมินี้ มีนายอะหมัด บินอับดุลตอเต็บ หรือ นายสิงห์โต โตประวัตติ (ชื่อเดิม) บรรดาศักดิ์ของท่านคือ ขุนรามฤทธิ์ ไกร (จ๋านามสกุลเดิมไม่ได้) ซึ่งเป็นต้นตระกูล “โตประวัตติ” ภรรยาท่านชื่อ คุณนายฟอ์ หรือ อำแดงฟอ์ โตประวัตติ

สมัยเมื่อท่านขุนรามฯ ยังมีชีวิตอยู่ ท่านได้รับราชการอยู่ในกรมอู่ทหารเรือตำแหน่งหัวหน้าประน้ำ ท่านเป็นผู้มีฐานะมั่งคั่งผู้หนึ่งในสมัยนั้น ท่านเป็นผู้มีใจโอบอ้อมอารีมีผู้เคารพนับถือยำเกรงมา เมื่อมีความตั้งใจจะทำอะไรก็จะต้องทำให้สำเร็จลุล่วงให้จงได้ ท่านมีที่ดินมากมายในหมู่บ้านแขกสุวรรณนี้ จึงได้ยกที่ดินพร้อมทุนทรัพย์ส่วนตัวจำนวนหนึ่งให้จัดสร้างมัสยิดขึ้นเป็นของกลาง เรียกว่า วากีบ จุดประสงค์เพื่อให้ลูกหลานได้ทำความดี เป็นที่ยึดเหนี่ยวทางใจ ให้ประพฤติปฏิบัติในทางที่ดีของศาสนา คือ การนบัสการกราบไหว้พระเจ้า คือ การละหมาด 5 เวลา, การปฏิบัติถือศีลอด (อดทุกประการ) ในเดือนรอมฎอน ตลอดจนการสั่งสอนทางด้านศาสนาและภาษาอาหรับ การเรียนการสอนพระคัมภีร์อัลกุรอานด้วย และให้รู้จักวิธีนบัสการ ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติควบคู่กันไป และปฏิบัติรวมกันเป็นกิจวัตร ทั้งเด็กและผู้ใหญ่, ตลอดจน มุอัลล์ฟ (ผู้เข้ารับนับถือศาสนาจากศาสนิกอื่นๆ ด้วย) เป็นต้น

2. ต้นตระกูล เจนวนาริน ต้นสกุลที่พอจะทราบชื่อตะกั่ม่าน ภรรยาชื่อนางเฟื่อน เป็นผู้รับหน้าที่ประธานำปฏิบัติภารกิจเรือหลวง (จำชื่อไม่ได้) ในสมัยรัชกาลที่ 5 โดยที่ในสมัยนั้นไม่มีเครื่องมือในการงมหาหรือใช้ในการช่วยหายใจหรือกู้เรือ เช่น หัวประดาน้ำ และเครื่องสูบอากาศหายใจ รวมถึงอุปกรณ์ยก ทั้งนี้อาศัยความสามารถ, ความชำนาญการ, ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคณะนักประดาน้ำ (ในขณะนั้นเป็นทหารเรือ) และความอดทนเฉพาะตัวของกลุ่มนักประดาน้ำคณะนี้ ซึ่งได้ปฏิบัติสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จนได้รับพระมหากรุณาธิคุณ พระราชทานนามสกุลว่า “เจนวนาริน” (แปลว่าผู้เชี่ยวชาญทางน้ำ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ต้นตระกูล นรินทร เช่นเดียวกันก็ได้รับพระมหากรุณาธิคุณตั้งชื่อนามสกุล (กำลังค้นคว้าและศึกษาประวัติต้นตระกูลอยู่ถ้าได้รับข้อมูลแล้วจะนำมาเสนอให้ทราบ)

2.1.3 การก่อสร้างครั้งแรก

การก่อสร้างมัสยิดสุพรรณภูมิเดิมในขณะนั้น โดยนายศาลาและคณะเป็นผู้ก่อสร้างเป็นเรือนไม้ชั้นเดียว ไม่มีฝ้า หลังคาสังกะสี สร้างเมื่อ พ.ศ.2395 และจัดทำบิมบ์ร (ที่แสดงธรรม) และเมื่อยะริอบ (สถานที่อิหม่ามนำละหมาด) ซึ่งสวยงามด้วยการแกะสลักลวดลายภาษาอาหรับที่เห็นอยู่เป็นฝีมือของนายศาลา และยายซิ่น ซีนอังกฤษ (มุฮัมหมัดยูเซ็น ซีนอังกฤษ) ซึ่งการแกะสลักกระทำด้วยฝีมือปราณีตมากยากที่จะกระทำได้ในปัจจุบันนี้

ลักษณะพื้นที่ตั้งมัสยิด ทิศเหนือติดกับสถานที่ราชการคืออยู่ช่อมคานเรือของตำรวจน้ำ ทิศใต้ติดกับบ้านพระยาไทหสวรรค์ สมบัติศิริ (นาย ก.ไทหสวรรค์) ปัจจุบันเป็นห้องอาหารโรงแรมโอเรียลเต็ล ทิศตะวันตกติดกับถนนเจริญนคร ทิศตะวันออกติดกับแม่น้ำเจ้าพระยา

2.1.4 การก่อสร้างต่อเติม

ได้ทำการบูรณะ และต่อเติม 2 ครั้ง โดยครั้งแรก 2527 และครั้งที่ 2 ปี 2542 อิหม่ามคณะกรรมการ และสัปบุรุษ ได้ประชุมปรึกษา มีความเห็นตรงกันว่ามัสยิดที่สร้างมากกว่า 130 ปี ได้ชำรุดทรุดโทรมตามกาลเวลา และได้บูรณะซ่อมแซมกันเรื่อยมา เพราะน้ำท่วมถึง ขณะนั้นทรุดโทรมมาก สมควรจะต้องเติมเสียใหม่ ให้เป็นอาคารหลังแรกทีสร้างด้วยคอนกรีตเสริมเหล็กชั้นเดียว หลังคาโครงเหล็ก และมุงกระเบื้องหลังคาอนเล็ก ติฝ้าแผ่นเรียบได้หลังคา บนพื้นมัสยิดปูด้วยหินขัด กำแพงก่ออิฐครึ่งแผ่น ที่อาบน้ำละหมาดปูกระเบื้อง พร้อมก๊อกน้ำและเก้าอี้นั่ง 10 ที่นั่ง ทางเข้าประตูมัสยิดทำซุ้มเป็นรูปโดม ทาสีอาคารต่อเติมทั้งหลังเพื่อความคงทนถาวรและงดงาม คิดเป็นค่าก่อสร้างประมาณ 650,000 บาท มัสยิดมีทุนสำรองอยู่ประมาณ 245,000 บาท ขณะนั้นมัสยิดที่ต่อเติมเสร็จสมบูรณ์เรียบร้อยแล้ว โดยได้รับความอุปการะจากพี่น้องมุสลิมที่มีจิตศรัทธา ในการสร้างสาธารณกุศล จำนวนหนึ่ง และจากคณะกรรมการ สัปบุรุษจากกรมศาสนา กระทรวงศึกษาธิการ ตลอดจนได้จัดการสร้างขอยและสะพานทางเดินเข้าชุมชนมัสยิดสุพรรณภูมิเป็นที่เรียบร้อย ตามโครงการพัฒนาท้องถิ่นและชุมชน ตามข้อเสนอของท่าน ส.ส.พรรคกิจสังคม สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเขต9 คณะกรรมการมัสยิดฯ ได้รับการร่วมมือในการดำเนินการสร้าง จากเขตคลองสานจนเป็นที่เรียบร้อยสมบูรณ์ทุกประการและได้ทำการฉลองไปเป็นที่เรียบร้อยเมื่อเดือนกรกฎาคม 2527 และกรรมการใน พ.ศ.2541 ได้ทำการซ่อมแซมบูรณะอาคารไม้หลังที่ติดกับอาคารที่ได้บูรณะไว้เมื่อปี 2527 ดังรายชื่อต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. อัจยิศักดิ์ หมั่นตระกูล (อิหม่าม)
2. อัจยีนันต์ วงษ์สวัสดิ์ (คอเต็บ)
3. นายอาคม วงษ์สวัสดิ์ (บิหลั่น)
4. อัจยیمانพ บินกาซัน (กรรมการ)
5. อัจยีสุขุม หม่านสกุล (กรรมการ)
6. จ.ส.อ.อดุลย์วงศ์สวัสดิ์ (กรรมการ)
7. อัจยิมินตรี สวัสดิ์ (กรรมการ)
8. อัจยีสุดิน สวัสดิ์ (กรรมการ)
9. นายพิทยา พงศ์สมภาร (กรรมการ)
10. นายมารุต สวัสดิ์ (กรรมการ)
11. นายมนตรี ยีวันไฉะ (กรรมการ)
12. นายปรีชา หม่านตระกูล (กรรมการ)
13. นายทวีศักดิ์ เทียนเครือ (กรรมการ)
14. นายสุวัฒน์ แก้วปลั่ง (กรรมการ)
15. นายวราพงษ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา (กรรมการ)

กรรมการที่ปรึกษา

1. อัจยีกมล หม่านตระกูล
2. อัจยียารีย์ กัลป์ยาณวิชัย
3. อัจยีสันัน เกาส์รัตน์
4. อัจยะห์สมถวิล ชูรัตนา
5. รท.สุพจน์ ขทเดช
6. นายปรีย ชื่นอังกูร
7. นายสะอาด วงษ์สวัสดิ์

โดยอาคารมัสยิดหลังแรกที่เป็นอาคารไม้ทั้งหลัง เริ่มทรุดโทรมอีกทั้งมีแมลงจำพวกปลวกกัดกินที่ฝาและเสาไม้พร้อมตัวคานหลังคา จนไม่สามารถที่จะประกอบศาสนกิจในวันตรุษ ที่มีสัปบุรุษจำนวนมากมาร่วมพิธี เพราะเริ่มมีการสั่นและโยก เสาปูนที่รองรับตัวอาคารหัก และเอนเอียงหลังคาและกระดานฟูก่อน โดยคณะกรรมการชุดดังกล่าวพร้อมสัปบุรุษได้ทำการเริ่มลงมือก่อสร้างเมื่อต้นปี 2541 และเสร็จเมื่อกลางปี 2542 โดยใช้งบประมาณ 1,200,000 บาท ซึ่งได้รับบริจาคการที่น้องมุสลิมทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ได้เข้ามาพบเห็น

ตลอดระยะเวลา 150 ปีเศษ โดยมีกรรมการบริหารมัสยิดสุวรรณภูมิและอิหม่าม คอเต็บ บิหลั่น ซึ่งเป็นตำแหน่งด้านศาสนาของทุกๆ มัสยิด ทำหน้าที่ปกครองดูแลชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ และสัปบุรุษจนถึงปัจจุบันนี้รวมทั้งหมด 9 สมัย ดังรายนามที่พอจะรวบรวมได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 ตารางรายชื่อกรรมการบริหารมัสยิดสุวรรณภูมิและอิหม่าม คอเต็บ บิหลั่น

ลำดับ	อิหม่าม	คอเต็บ	บิหลั่น
1	ฮัจยี อับดุลตอลีบ (ท่านครูเร็บ)	ไม่ปรากฏชื่อ	ไม่ปรากฏชื่อ
2	ฮัจยี กอเซ็น (ท่านครูเซ็ม)	ไม่ปรากฏชื่อ	ไม่ปรากฏชื่อ
3	ฮัจยี อารุน (ท่านครูหฺรณ)	ไม่ปรากฏชื่อ	ไม่ปรากฏชื่อ
4	ฮัจยี ซำโซตร์ เจนวนาริน (ท่านครูโซตร์)	ฮัจยี ศกดี หมั่นตระกูล	นายมาเล็ก นรินทร
5	ฮัจยี ศกดี หมั่นตระกูล	ฮัจยี กระแสร์ พงศ์สมภาร	นายอาคม วงษ์สวัสดิ์
6	ฮัจยี ศกดี หมั่นตระกูล	ฮัจยี กมล หม่านสกุล	นายอาคม วงษ์สวัสดิ์
7	ฮัจยี ศกดี หมั่นตระกูล	ฮัจยี อนัน วงษ์สวัสดิ์	นายอาคม วงษ์สวัสดิ์
8	ฮัจยี ศกดี หมั่นตระกูล	ฮัจยี อนัน วงษ์สวัสดิ์	นายอาคม วงษ์สวัสดิ์

หมายเหตุ ถ้ามีผู้ใดทราบประวัติที่สมบูรณ์หรือมีข้อชี้แนะเพื่อแก้ไขให้ถูกต้องโปรดกรุณาแจ้งให้ทราบ เพื่อจะทำเป็นอนุสรณ์ประวัติของหมู่บ้านเก็บไว้เพื่อศึกษาและเป็นหลักฐานให้เยาวชนของเราทราบความเป็นไปเป็นมาของหมู่บ้านที่มีอายุ 150 ปีกว่านี้ ด้วยความสันติสุขและความเมตตา กรุณาของเอกพระองค์อัลเลาะห์เจ้า ขอให้พระองค์ทรงได้โปรดประทานทางนำอันสันติประสพแก่ท่านและครอบครัวด้วยถ้วนหน้า

วัสลาม

คณะกรรมการบริหารมัสยิดสุวรรณภูมิปัจจุบัน (พ.ศ.2544-2548)

- | | |
|----------------------------------|---------------|
| 1. ฮัจยีมนตรี สวัสดิ์ | อิหม่าม |
| 2. ฮัจยีอนัน วงษ์สวัสดิ์ | คอเต็บ |
| 3. นายอาคม วงษ์สวัสดิ์ | บิหลั่น |
| 4. ฮัจยีมานพ บินกาซัน | ฝ่ายศาสนา |
| 5. ฮัจยีสุติน สวัสดิ์ | ฝ่ายศาสนา |
| 6. นายสววัฒน์ แก้วปลั่ง | เลขานุการ |
| 7. นายสุขุม หม่านสกุล | เหรียญก |
| 8. ฮัจยีหวังเฮม สะอิมิ | นายทะเบียน |
| 9. นายบุญรอด นรินทร | ฝ่ายปฏิคม |
| 10. นายวรพจน์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา | ฝ่ายปฏิคม |
| 11. ฮัจยีสนั่น เกาส์รัตน์ | ประชาสัมพันธ์ |
| 12. นายมนตรี ยีวันโซ๊ะ | ประชาสัมพันธ์ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะกรรมการบริหารมัสยิดสุวรรณภูมิปัจจุบัน (พ.ศ.2548-2550)

- | | | |
|---------------------|-------------|---------------|
| 1. ร้อยเอกสุภจน์ | ชุมเดช | ประธาน |
| 2. นางสาวสมสุข | สมทรง | รองประธาน |
| 3. นายปรีชา | หม่านตระกูล | รองประธาน |
| 4. นางสาวสมลักษณ์ | ชูรัตนา | เลขานุการ |
| 5. นางสาวกัญญารัตน์ | สมทรง | เหรัญญิก |
| 6. นายเรศ | เหมือนทิพย์ | นายทะเบียน |
| 7. นางสาวนุสรรา | บุญประเสริฐ | ประชาสัมพันธ์ |

(สมสุข สมทรง. 2553 : 3-5)

2.1.5 ประเพณีและวัฒนธรรม

โดยส่วนใหญ่คนในชุมชนนับถือศาสนาอิสลาม จะมีการละหมาด 5 เวลา และมีพิธีกรรมทางศาสนา โดยมีจุดศูนย์รวมคือมัสยิด



ภาพที่ 2.1 สถานที่การทำละหมาดของสุภาพบุรุษ

(ที่มา : กิรติ วิบูลย์ดล. ผู้ถ่ายภาพ ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ. 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.2 สถานที่ละหมาดของสุภาพสตรี
(ที่มา : กิรติ วิบูลย์ดล. ผู้ถ่ายภาพ ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ. 2554)

2.1.6 วันสำคัญทางศาสนาอิสลาม

1. วันฮารีรายอ หรือวันอีต เป็นวันตรุษทางศาสนาอิสลาม ในหนึ่งปีมี 2 วัน คือ วันอีดีลฟิตรี และ วันอีดีลอัชฮา วันตรุษสองวันนีห่างกัน 70 วัน มุสลิมจะไปร่วมละหมาดในวันตรุษในเวลาประมาณ 08.00 – 09.00 น. โดยพาครอบครัวไปด้วย หลังจากนั้นจะมีการพบปะ ให้พรกัน ขออภัยกันและกัน ไปเยี่ยมผู้ใหญ่และไปเยี่ยมผู้ที่เสียชีวิตที่สุสาน (กูโบร์)
2. วันอีดีลฟิตรี หรือเรียกกันในจังหวัดชายแดนภาคใต้ว่า รายอปอซอ เป็นวันตรุษครั้งแรกของปี หลังจากมุสลิมถือศีลอด (ปอซอ) มาแล้วในเดือนรอมฎอนเป็นเวลาหนึ่งเดือน ทางศาสนากำหนดให้ปฏิบัติศาสนกิจตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นในวันตรุษ ก่อนประกอบพิธีละหมาด ในวันอีดีลฟิตรีจะมีการจ่ายข้าวสารที่เรียกว่า “ ซากาตฟีฏเราะฮ์ ” ฟีฏเราะฮ์ เป็นศาสนบัญญัติอย่างหนึ่งที่ปฏิบัติในวันอีดีลฟิตรี (หรือรายอปอซอ) พิธีนี้จะทำได้นับตั้งแต่วันเข้าเดือนรอมฎอน จนถึงตอนเช้าก่อนประกอบพิธีละหมาดเนื่องในวันอีดีนฟิตรี ซากาตฟีฏเราะฮ์ เป็นทานบังคับ โดยใช้อาหารที่บริโภคเป็นประจำ
3. วันอีลีลอัชฮา เป็นวันรายออีกันวันหนึ่ง ซึ่งเป็นวันตรุษที่สำคัญของชาวมุสลิมที่ต้องไปประกอบพิธีฮัจญ์ ณ นครเมกกะ ซึ่งวันตรุษ ชาวบ้านอาจเรียกอีกอย่างว่า “ รายอฮัจจี ” และในวันตรุษนี้ก็มีการเชือดสัตว์เป็นพลีทานเมื่อเชือดเสร็จแล้วก็บริจาคแก่คนในชุมชนหรือคนยากจน หรือบรรดาเครือญาติก็ได้
4. วันเมาลิต เป็นวันเฉลิมฉลองคล้ายวันเกิดของศาสดา มุฮัมมัด ในพิธีจะมีการนำประวัติของท่านศาสดามากล่าวถึงเป็นการสดุดี ในครุธรรมอันสูงส่งของท่านมีทั้งการกล่าวด้วยร้องแก้ว และร้อยกรองเป็นงานระดับประเทศเรียกว่า “ งานเมาลิตกลาง ” ได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เสด็จเป็นองค์ประธานในพิธี หรือทรงโปรดให้ผู้แทนพระองค์เป็นประธานในพิธีทุกปีเสมอมา

5. **วันศุกร์** เป็นวันสำคัญในรอบสัปดาห์ ซึ่งได้กำหนดให้มุสลิมทุกคนไปร่วมการละหมาดกันที่มีสยิดในหมู่บ้าน หรือชุมชน เวลาละหมาดอยู่ระหว่าง 12.20 – 13.30 น (แหล่งอ้างอิง : ที่มา www.geocities.com/r462304063047/oisarm.html)
เรียบเรียง : อัลมุกอรรเราะฮูน <http://islaminthailand.blogspot.com/>
อุษมาน อิศริส.(2549). อิสลามกับวันอีด. ซาอูดิอาระเบียฯ : สำนักงานความร่วมมือเพื่อเผยแพร่และสอนอิสลาม จาก www.islamhouse.com

2.1.7 ข้อมูลด้านสังคมในชุมชน

ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ศูนย์เด็กก่อนวัยเรียนชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ เริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2535 และทำพิธีเปิดในวันที่ 12 สิงหาคม 2535 โดยประธานชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ ในขณะนั้น คือ ร.อ. สุพจน์ ชมเดช ได้อนุญาตคณะกรรมการมัสยิดสุวรรณภูมิ ซึ่งมีฮัจยีศักดิ์ หม่านสกุลเป็นอิม่าม ในขณะนั้นขอที่ดินว่างด้านทิศตะวันออกของมัสยิด เนื้อที่ประมาณจำนวน 26 ตร.วา สร้างศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนชุมชนนี้ขึ้น หัวหน้าศูนย์ คนแรกคือ นางสมถวิล ชูรัตน และปัจจุบันศูนย์เด็กก่อนวัยเรียนชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิมี น.ส. สมสุข สมทรง เป็นผู้ดูแล



ภาพที่ 2.3 ป้ายศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ
(ที่มา : กิรติ วิบูลย์ดล. ผู้ถ่ายภาพ ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ. 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.4 ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ชุมชนมีสยิตสุวรรณภูมิ 1
(ที่มา : กิรติ วิบูลย์ดล. ผู้ถ่ายภาพ ชุมชนมีสยิตสุวรรณภูมิ. 2554)



ภาพที่ 2.5 ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ชุมชนมีสยิตสุวรรณภูมิ 2
(ที่มา : กิรติ วิบูลย์ดล. ผู้ถ่ายภาพ ชุมชนมีสยิตสุวรรณภูมิ. 2554)

2.2 องค์ประกอบของเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทย

ในความเห็นของพระยาอนุমানราชชน อธิบดีอธิบดีกรมศิลปากร คนทุกเผ่าพันธุ์ทุกสังคมย่อมมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง โดยมีคนในสังคมมีส่วนร่วมกันในการชี้และกำหนดว่าเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเองนั้นมีลักษณะอย่างไรเอกลักษณ์ดังกล่าวนี้เกิดขึ้นในอดีตสืบต่อกันถึงปัจจุบัน และถ่ายทอดไปสู่อนาคต วัฒนธรรมย่อมเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลสมัย เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบอันสำคัญในการทำให้สมาชิกในสังคมอยู่ร่วมกันเป็นปึกแผ่น สร้างสรรค์ให้เจริญก้าวหน้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้วยเหตุนี้เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจึงเป็นฐานอันสำคัญในการพัฒนาประเทศโดยแยกเป็นอนุภาคต่างๆดังต่อไปนี้

2.2.1 วัฒนธรรมประเพณีเผ่าพันธุ์และการดำรงชีวิต (Life)

ในเรื่องเผ่าพันธุ์และการดำรงชีวิตของมนุษย์ดังกล่าวมาแล้วนั้น ทุกเผ่าพันธุ์จะต้องมีการเจริญพัฒนาการและแสดงออกให้เห็นเป็นภาพลักษณ์เฉพาะที่เรียกกันว่าเอกลักษณ์เฉพาะเผ่าหรือเอกลักษณ์ของชาติ นอกจากรูปร่างหน้าตา สีผิว ทรงผม ฯลฯ ทางกายภาพซึ่งบ่งบอกถึงเผ่าพันธุ์แล้ว ปัจจัย 4 ประการ ซึ่งเป็นส่วนประกอบของทางวัฒนธรรมของคนแต่ละเผ่าพันธุ์ประกอบด้วย อาหาร เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค

กิจกรรมที่ช่วยขยายเรื่องราวของเผ่าพันธุ์นอกจากปัจจัยพื้นฐานแล้ว มีส่วนประกอบอื่นๆอีกมากมายช่วยขยายความรู้ในเอกลักษณ์ของเผ่าพันธุ์ให้เห็นเป็นภาพชัดเจนขึ้น เพราะฉะนั้นเมื่อพูดถึงการดำรงชีพจะต้องพิจารณากิจกรรมอื่นๆ ที่จะช่วยสร้างและเสริมรูปแบบของเผ่าชนในการดำรงชีพให้ภาพชัดเจนขึ้น

2.2.2 วัฒนธรรมประเพณีภาษาและวรรณกรรม (Word)

เมื่อมนุษย์รวมตัวกันเป็นเผ่าพันธุ์เป็นชุมชนจำเป็นจะต้องมีการติดต่อสื่อสารกัน การติดต่อนั้นกระทำด้วยข้อความหรือคำพูดที่เรียกว่า “ ภาษา ”

ซึ่งเป็นกลุ่มวัฒนธรรมที่สอง ซึ่งบอกให้เราทราบว่าคนพวกนั้นเป็นใคร เผ่าใด อยู่ภาคพื้นที่ไหน ภาษาจึงเป็นวัฒนธรรมสำคัญสาขาหนึ่งที่เราร้องขอให้อนุรักษ์สืบทอดและพัฒนา

ภาษาไทย เป็นภาษาสำคัญภาษาหนึ่งซึ่งมีพื้นฐานตรงกันกับภาษาลาว ภาษาเขมร และภาษามอญ จะแตกต่างกันไปบ้าง ก็เฉพาะสำเนียงการออกเสียง จนแยกไม่ออกว่าใครเป็นเจ้าของคำเดิมและใครยืมเข้ามาใช้เมื่อใด นอกจากศัพท์พื้นฐานประมาณ 70% จะตรงกับภาษาลาว เขมร และมอญแล้วยังมีภาษาอินเดีย แบบบาลีและสันสกฤต นำเอามาใช้ด้วย แสดงให้เห็นว่า ไทย ลาว เขมร มอญนั้นผูกพันกันมาช้านานแล้ว ต่อมาภายหลังมีการติดต่อกับอินเดียและจีน ซึ่งเอาคำของชาตินั้นมาใช้อีกประมาณ 20%

ส่วนภาษาจีนนั้นจะเห็นเด่นชัดก็เพียงการนับเลข 1-10 เท่านั้น ปัจจุบันคำในภาษาขอมและภาษาอินเดีย ถือว่าเป็นคำชั้นสูงใช้เป็นราชาศัพท์ เพื่อใช้กับพระมหากษัตริย์และเป็นการถวายแก่พระเกียรติยศวังราชาศัพท์ได้ถูกใช้เป็นระเบียบแบบแผนมาช้านานถือว่าเป็นวัฒนธรรมมาภาษาแขนงหนึ่งของชาติ

เมื่อพูดถึงภาษาไทยทั่วไปจะแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ เช่น “ ภาษาถิ่น ” หมายถึง คำที่คนไทยในภูมิภาคต่างๆ ใช้ เช่น สำเนียงลาว ใช้กันในแถบภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือของประเทศ “ สำเนียงไทยใต้ ” ใช้พูดกันในหมู่ประชาชนภาคใต้ “ สำเนียงสุพรรณ ” เป็นสำเนียงเฉพาะถิ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาษาประจำชาติ คือภาษาที่ทางราชการกำหนดเป็นภาษากลางใช้ทั่วประเทศส่วนในการเขียนนั้นได้พัฒนามาจากอักษรขอมซึ่งพ่อขุนรามคำแหงดัดแปลงขึ้นเป็นครั้งแรก เมื่อ พ.ศ. ๑๘๒๖ ภาษาทางศาสนา คือภาษาเกี่ยวกับหลักธรรมในศาสนา เช่น ภาษาบาลี เกี่ยวกับพระพุทธศาสนา ภาษาอาหรับเกี่ยวกับศาสนาอิสลาม ฯลฯ

การศึกษาในกลุ่มวัฒนธรรมทางภาษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ภาษาศาสตร์และหลักภาษาลักษณะของภาษา
- ประเภทของภาษา
- ข้อมูลเกี่ยวกับภาษา
- วรรณกรรม
- วรรณคดี
- ภาษาถิ่นสำเนียงพื้นบ้าน
- ศักดินาของภาษา

2.2.3 วัฒนธรรมประเภทศาสนา จริยธรรม คุณธรรม (Deed)

เมื่อมนุษย์รวมตัวกันเป็นกลุ่มจำเป็นจะต้องมีหลักทางจริยธรรมและศีลธรรมเป็นตัวกำหนดกรอบวิถีชาติ และได้พัฒนาความเชื่อในเรื่องต่างๆ จนกระทั่งเป็ยศาสนาตั้งปรากฏตามพระบรมราชาชาาทของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเมื่อวันที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๑๒

“ คำว่าศาสนามีความหมายได้หลายอย่าง ก็ไม่จำเป็นจะต้องเป็นศาสนาที่มีชื่อหรือสอนเคร่งครัดตามแนวทางการสั่งสอนอย่างหนึ่งอย่างใด มีความคิดแน่นอนก็ดี และไม่เบียดเบียนอย่างนี้ ถือเป็นศาสนาใดก็ได้ทั้งนั้น เมืองไทยนี้ที่อยู่ได้ก็เพราะไม่มีการถือกันระหว่างคนโน้นคนนี้ ศาสนานี้ แต่ว่าเป็นที่ทราบกันดีว่า ทุกคนปฏิบัติศาสนกิจของตนด้วยความมุงดีหวังดีตั้งนี้ให้เกิดประโยชน์ตนเองส่วนรวม ศาสนาทุกศาสนาจึงใช้ได้ทั้งนั้น ขอแต่เพียงอย่าได้เบียดเบียนซึ่งกันและกัน ”

คนไทยในสมัยโบราณนิยมนับถือศาสนาพราหมณ์ซึ่งแพร่หลายมาจากประเทศอินเดีย ต่อมาภายหลังเปลี่ยนเป็นพระพุทธศาสนาแบบมหายานหินยานจากพุกามและมหายานจากขอมจนกระทั่งใน พุทธศตวรรษที่ ๑๗ พุทธศาสนาแบบหินยาน จากประเทศลังกาได้เข้ามาแพร่หลายเป็นที่นับถือของคนส่วนใหญ่จนกระทั่งบัดนี้

ในพุทธศตวรรษที่ ๒๑ ศาสนาอิสลามได้แพร่หลายเข้ามาควบคู่กับศาสนาคริสต์ และศาสนาซิกข์ตามลำดับ ดูเหมือนว่าประเทศไทยจะเป็นประเทศเดียวในโลกที่เคยนำข้อขัดแย้งทางศาสนา มาเป็นเครื่องมือในการแบ่งแยกประชาชน

ปัจจุบันเอกลักษณ์ทางด้านจริยธรรม ความกตัญญูตเวที ความละอายต่อบาป การอภัยโทษ และความเกรงใจ ตามหลักศาสนาธรรมของไทยซึ่งเคยได้รับการยกย่องไปทั่วโลกว่าเป็น “ สยามเมืองยิ้ม ” ได้กลับกลายเป็นสังคมแห่งการเอาเปรียบขาดศีลธรรม และจริยธรรมจนเป็นเหตุให้เกิดความเสื่อมโทรมกับพระพุทธศาสนาเช่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลง 135719 ง่ายอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ศาสนสถานเสื่อมโทรม
- ศาสนบุคคล เช่น พระสงฆ์จำนวนหนึ่งขาดวินัย

ศาสนาพืธี มีการสร้างวัตถุ จัดทำพระพิมพ์และเหรียญ และพระพุทธรูปจนล้นหลามหลักศาสนธรรม

- ขาดตำราศาสนาธรรมเป็นภาษาที่อ่านเข้าใจง่าย เพื่อคำสั่งสอนที่ชัดเจน ศาสนาและจริยธรรมจึงเป็นส่วนสำคัญของวัฒนธรรมซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับการศึกษาด้านศาสนาและจริยธรรม ดังนี้

ความเชื่อพื้นฐาน

ศาสนาพุทธ

- ประวัติทางพุทธศาสนา
- นิกายสำคัญของพุทธศาสนา
- วัดในพุทธศาสนา
- องค์ประกอบของพระพุทธรูป
- ศาสนสถานในพระพุทธรูป
- ศาสนบุคคลในพระพุทธรูป
- ศาสนธรรมในพุทธศาสนา
- ศาสนพิธีในพุทธศาสนา
- ศาสนาพราหมณ์-ฮินดู
- ประวัติความเป็นมา
- องค์ประกอบของศาสนาพราหมณ์-ฮินดู
- ศาสนสถานในศาสนาพราหมณ์-ฮินดู
- ศาสนบุคคลในศาสนาพราหมณ์-ฮินดู
- ศาสนธรรม
- ศาสนพิธีในศาสนาพราหมณ์-ฮินดู

ศาสนาอิสลาม

- ประวัติความเป็นมา
- องค์ประกอบของศาสนาอิสลาม
- ศาสนสถานในศาสนาอิสลาม
- ศาสนบุคคลในศาสนาอิสลาม
- ศาสนธรรมในศาสนาอิสลาม
- ศาสนพิธีในศาสนาอิสลาม
- หน้าที่มุสลิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศาสนาคริสต์

- ประวัติความเป็นมา
- องค์ประกอบของศาสนาคริสต์
- ศาสนาสถานในศาสนาคริสต์
- ศาสนาบุคคลในศาสนาคริสต์
- ศาสนาธรรมในศาสนาคริสต์
- ศาสนพิธี

สรุปศาสนธรรมและจริยธรรมที่เป็นพื้นฐานของมนุษย์ มงคลของชีวิต 12

ประการ

1. การใฝ่รู้
2. ความขยันหมั่นเพียร
3. ความขยันอดทน
4. การประหยัด
5. ความเชื่อสัตย์สุจริต
6. ความมีระเบียบวินัย
7. การเสียสละ
8. ความเมตตากรุณา
9. ความกตัญญูกตเวที มีสัมมาคารวะ
10. การตรงต่อเวลา
11. ความรักความสามัคคี
12. ความยุติธรรมเข้าใจเพื่อนมนุษย์

หลักคุณธรรม (สมบัติผู้ดี)

1. ผู้ดีย่อมรักษาความเรียบร้อยทั้งกาย กริยา วาจา ใจ
2. ผู้ดีย่อมไม่ทำจาตลามกทั้งกาย กริยา วาจา ใจ
3. ผู้ดีย่อมมีสัมมาคารวะทั้งกาย กริยา วาจา ใจ
4. ผู้ดีย่อมมีกริยาเป็นที่รัก
5. ผู้ดีย่อมเป็นผู้มีสง่าทั้งกาย วาจา
6. ผู้ดีย่อมปฏิบัติกรงานดี
7. ผู้ดีย่อมเป็นผู้ใจดี
8. ผู้ดีย่อมไม่เห็นแก่ตัวฝ่ายเดียว
9. ผู้ดีย่อมรักษาความสุจริตซื่อตรง
10. ผู้ดีย่อมไม่ประพฤตชั่วในอบายมุข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.4 วัฒนธรรมประเภทสุนทรียศาสตร์ ศิลปะและการกีฬาการละเล่นของไทย (Aesthetic)

วัฒนธรรมที่สำคัญที่สุดอีกแขนงหนึ่ง คือ ศิลปะอันเป็นสุนทรียศาสตร์ ซึ่งโดยปกติมักจะรวมเรียกว่า ศิลปะและวัฒนธรรมบ้าง เป็นงานด้านสุนทรียศาสตร์บ้าง แต่ไม่ว่าจะใช้ภาษาคำใดในความงดงามทางอารมณ์ความรู้สึกแขนงต่างๆ เพราะมนุษย์มีจิตวิญญาณ ในการรักสวยรักงาม และสามารถเนรมิตสร้างสรรค์ตกแต่งได้เป็นพิเศษเหนือกว่าสัตว์ชนิดอื่นๆ โยปกติงานศิลปะแยกออกได้เป็นสาขาใหญ่ๆคือ

2.2.4.1 งานจิตรกรรม คือ การวาดภาพ เขียนภาพ ซึ่งอาจเป็นงานลายเส้น หรือแต้มสี

2.2.4.2 งานประติมากรรม ได้แก่ การแกะสลัก เป็นรูปปั้น หรือแกะหิน หล่อโลหะ เช่น รูปปั้นอนุสาวรีย์ต่างๆ หรือพระพุทธรูป เป็นต้น

2.2.4.3 งานสถาปัตยกรรม ได้แก่ การก่อสร้างบ้านเรือน ที่อยู่อาศัย ศูนย์การค้า โบสถ์ วิหาร พระเจดีย์ ฯลฯ

2.2.4.4 งานดุริยางคศิลป์ และนาฏศิลป์ ได้แก่ การบรรเลงดนตรี หรือฟ่องรำ ที่ให้อารมณ์สนุกสนานครื้นเครงใจ

2.2.4.5 กีฬาและการละเล่น ซึ่งถือกันว่าเป็นเรื่องของระเบียบวินัยที่สำคัญที่สุดในสภาพความเป็นจริงงานศิลปะเป็นเรื่องที่เกิดจากพรสวรรค์ของคนบางคน และมีหลักการฝึกอบรมสั่งสอนเป็นตัวประกอบ แต่คนทุกคนแม้จะไม่มีความสามารถในการปฏิบัติ แต่มีอารมณ์ที่จะสัมผัสความงามได้ทั้งหมด เช่น

1. สัมผัสความไพเราะได้ด้วยการใช้หูฟัง
2. ใช้สายตาในการแสวงหาความงามขององค์ประกอบ
3. สัมผัสรสโอชาของอาหาร
4. อาศัยในอาคารที่มีความสะดวกสบาย ออกแบบสิ่งก่อสร้างย่อมมีความลงตัวและตรงตามความต้องการ

5. สนุกสนานได้ด้วยการฟังและการบรรเลงดนตรีและการรำหรือขับร้องด้วยภาษาที่ไพเราะ

6. สามารถสนุกสนานกับการออกกำลังกายในเรื่องกีฬาการละเล่นต่างๆ เพราะฉะนั้นการศึกษาศิลปะและการละเล่นของคนในแต่ละชาติแต่ละเผ่าพันธุ์ที่แสดงออกถึงประเพณี เทคนิคการสัมผัส กล่าวกันว่าศิลปะของคนเผ่าใด ย่อมให้ความงามประทับใจต่อคนเผ่าอื่น และเป็นหน้าที่ของรัฐและประชาชนที่จะต้องทำนุบำรุงรักษาไว้ เพราะเมื่อใดเราทำลายศิลปะ และมรดกทางวัฒนธรรมของตนเองแล้วเท่ากับทำลายชาติของตนเอง แต่เนื่องจากศิลปะมีขอบเขตและเนื้อหา กว้างขวางควรจะได้ศึกษาและสืบหอบสืบไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.5 วัฒนธรรมประเภทครอบครัวเศรษฐกิจและการเมือง (Family-economic)

วัฒนธรรมกลุ่มสังคม เศรษฐกิจและการเมือง เป็นการรวบรวมยอดของวัฒนธรรมทั้งหมดเข้าด้วยกัน เพราะในกรอบของสังคม ได้อาเรื่องเผ่าพันธุ์และการดำรงชีพ ภาษา ศาสนา และศิลปะเข้าด้วยกัน บทบาทของสังคมจึงเป็นปัจจัยสำคัญของวัฒนธรรมเป็นเรื่องที่เคลื่อนไหวไม่ตายตัวอยู่กับที่ มีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเกิดขึ้นตามธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมีมนุษย์สร้างขึ้นดังพระบรมราโชวาทของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งได้พระราชทานเมื่อวันที่ ๓ กรกฎาคม ๒๕๗๑ ดังต่อไปนี้

“สัตว์อื่นทั้งหลายที่เกิดมาได้รับการฝึกสอนจากพ่อแม่ก็เพียงให้ความรู้ถึงวิธีการดำรงความเป็นอยู่อย่างธรรมดาของสัตว์ หรืออาศัยสัญชาตญาณที่มีอยู่ในตัวนั้นส่วนคนนั้นนอกจากความรู้ก็ได้รับตามธรรมชาติแล้วยังมีสติปัญญาที่จะค้นคว้าหาความรู้สืบทอดกันมาแต่บรรพบุรุษ มีตำรับตำราเป็นอันมากซึ่งได้รักษาไว้ให้คนรุ่นหลังได้เรียนถึงวิชาการและขนบธรรมเนียม ประเพณีอันชอบด้วยนำมาในทางที่ดีที่ชอบประกอบกับตำราและขนบธรรมเนียมประเพณีอันมีมาแต่โบราณกาลนั้นแต่ถ้าเอาปัญญาไปใช้ในทางมิชอบปราศจากศีลธรรม “คนก็จะเลวกว่าสัตว์”

2.2.5.1 สังคมการปกครอง-การเมือง ได้แก่ พื้นฐานของปัจเจกบุคคลสถาบันทางสังคม โครงสร้างพื้นฐานของสังคม ระเบียบพิธีการทางสังคม สถาบันการปกครอง ฐานันดร ฐานันดรของสังคมประมุขของชาติ ระบบการปกครอง องค์การปกครอง เพื่อปกป้องผลประโยชน์ รัฐบาล การปกครอง ส่วนภูมิภาค การปกครองส่วนท้องถิ่น สังคม เศรษฐกิจ ฐานันดรในสังคม : ศักดินา สถาบันส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม (นายนิคม มุสิกคามะ. 2545 : 46-60)

2.3 การประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ได้รับความสนใจศึกษากันอย่างกว้างขวางและการประชาสัมพันธ์ก็ได้เข้าไปมีบทบาทสำคัญในองค์การทั้งภาครัฐและธุรกิจเอกชนเพราะเป็นกลไกในการสร้างภาพลักษณ์ (Image) ที่ดีขององค์การไปสู่กลุ่มประชาชน ด้วยวิธีบอกกล่าวเพื่อให้ประชาชนได้ทราบและเกิดความรู้ความเข้าใจในองค์การซึ่งอาจกระทำโดยการชี้แจงเผยแพร่นโยบายและวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน กิจกรรมและผลงานต่างๆ ของหน่วยงาน รวมทั้งความเคลื่อนไหวขององค์การให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายและประชาชนทั่วไปได้ทราบและหากกระบวนการประชาสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพก็จะเกิดผลในการปฏิบัติ กล่าวคือองค์การจะต้องมีนโยบายที่ดีและชัดเจนในการดำเนินงานรวมทั้งจะต้องมีการกระทำและการประพฤติปฏิบัติที่ดี โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนเป็นปัจจัยสำคัญ นอกจากนั้นตัวผู้บริการองค์การจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเป็นอย่างดีในกระบวนการดำเนินงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนเกิดความนิยมชมชอบ (Good Will) ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การ ซึ่งจะเอื้อประโยชน์ต่อองค์การให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้รับความสนับสนุนจากประชาชนในการดำเนินงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน มีแนวคิดที่สามารถมองได้ 2 ประการ คือ

1. การประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารองค์การที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการกำหนดทิศทางกลยุทธ์ การดำเนินงานขององค์การ เป็นการตัดสินใจของผู้บริหารระดับสูงในการกำหนดทิศทาง วิสัยทัศน์ขององค์การ และทิศทางการดำเนินงานและสามารถนำนโยบายหลักขององค์การมา กำหนดนโยบาย แผนงาน และกิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับนโยบายขององค์การ

2. การประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งขององค์การที่มีภาระหน้าที่ ดังนี้

- การบอกกล่าวชี้แจงข่าวสารขององค์การสู่ประชาชน และต้องรับฟังข่าวสารจากประชาชนที่มีต่อองค์การด้วย
- เป็นการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้นแก่องค์การ
- ตรวจสอบประชาติของประชาชนกลุ่มต่างๆ ที่มีต่อองค์การเพื่อให้นโยบายและการปฏิบัติงานขององค์การสอดคล้องกับความต้องการและความคิดเห็นของประชาชน
- แนะนำผู้บริหารขององค์การถึงวิธีการและแนวทางในการกำหนดนโยบายและการปฏิบัติการขององค์การเพื่อให้ได้มาซึ่งการยอมรับจากประชาชน
- จัดทำโครงการต่างๆ อันจะนำมาซึ่งความนิยมชมชอบของประชาชนที่มีต่อนโยบายและการปฏิบัติการขององค์การในการติดต่อสื่อสาร เพื่อเชื่อมโยงความเข้าใจแก่กลุ่มประชาชนทั้งภายในและภายนอกสถาบัน
- ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานที่ได้ดำเนินงานไปแล้ว เพื่อให้ทราบผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ มีปัญหาและอุปสรรคประการใดเพื่อปรับปรุงและหาทางจัดปัญหาและอุปสรรคให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

การตัดสินใจในเรื่องนโยบายทางด้านประชาสัมพันธ์ขององค์การใดองค์การหนึ่งจึงนับเป็นเรื่องสำคัญที่สุด ทั้งนี้เพราะนโยบายการประชาสัมพันธ์ขององค์การ จะมีวัตถุประสงค์ระบุไว้ด้วยข้อความที่รัดกุมและสะท้อนให้เห็นถึงปรัชญาที่องค์การนั้นยึดถืออยู่และใช้ปฏิบัติต่อประชาชนทั่วไปนั่นเอง (วัชรียา สุวรรณเมธา. 2554 : 19-2)

กล่าวถึงการดำเนินการประชาสัมพันธ์ไปใช้ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถานศึกษากับชุมชนควรดำเนินการดังนี้

1. การให้ชุมชนมาร่วมกิจกรรมของสถานศึกษา
2. การรายงานความก้าวหน้าของนักเรียน
3. สถานศึกษาให้ความช่วยเหลือกับชุมชน
4. การบริการเกี่ยวกับอาคารสถานที่ของสถานศึกษาแก่ชุมชน
5. การใช้วิทยากรในชุมชน
6. การให้ชุมชนช่วยเหลือการศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. การประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ข่าวสารทั่วไปของสถานศึกษา ผลงานความสำเร็จในการดำเนินงานของสถานศึกษา กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน

2.3.1 นิยามความหมายของการประชาสัมพันธ์

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2545 : 12) กล่าวถึง การประชาสัมพันธ์ มาจากคำว่า Public Relations ซึ่งแปลความหมายตามตรง คือ ความสัมพันธ์กับประชาชน แต่การให้ความหมายหรือคำนิยามการประชาสัมพันธ์มีความแตกต่างกันไปตามทัศนะและมุมมองของนักวิชาการ และนักวิชาชีพ ด้านการประชาสัมพันธ์คำว่า “การประชาสัมพันธ์” มาจากคำว่า “ประชา” กับ “สัมพันธ์” ซึ่งตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า “Public Relations” หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “PR” ตามศัพท์คำนี้ หมายถึง การมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับประชาชน ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน และถ้าขยายความหมายให้เป็นรูปธรรมยิ่งขึ้นจะหมายถึง “ความพยายามที่มีการวางแผน และเป็นการกระทำที่ต่อเนื่อง ในอันที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยการกระทำสิ่งที่มีคุณค่าให้กับสังคม เพื่อให้ประชาชนเหล่านี้เกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานนี้และเพื่อที่จะได้รับการสนับสนุนและร่วมมือที่ดีจากประชาชนเหล่านี้ในระยะเวลายาว

พจนานุกรม World Book Dictionary (อ้างใน อัสรา ลิมเงิน. 2544 : 5) ได้ให้คำอธิบายถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า “การประชาสัมพันธ์” คือ

1. กิจกรรมของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน หรือบุคคลที่ปฏิบัติเพื่อชนะใจประชาชนทั่วไป รวมทั้งส่งเสริมให้ประชาชนเข้าใจถึงนโยบาย และวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยการเผยแพร่กระจายข่าวสารทางเครื่องมือสื่อสารต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นต้น
2. ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน องค์กร สถาบัน
3. การดำเนินธุรกิจ และอาชีพทางด้านนี้

สารานุกรมเวบสเตอร์ ได้อธิบายความหมายของการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ว่า คือ การกระทำใดๆ ของกิจการอุตสาหกรรม สหบาล สหกรณ์ วงการวิชาชีพ รัฐบาล หรือองค์กรอื่นๆ ที่ก่อให้เกิดและรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์ทางการเสริมสร้างอย่างถาวรกับกลุ่มชน เช่น ลูกค้า ลูกจ้าง หรือผู้ถือหุ้น และกับกลุ่มชนทั่วไป เพื่อที่จะปรับปรุงให้กับสิ่งแวดล้อมและเปิดเผยตนเองต่อสังคม หรืออีกนัยหนึ่ง การประชาสัมพันธ์คือธุรกิจที่ช่วยชักนำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและค่านิยมชมชอบ ตัวบุคคล หน่วยงาน หรือสถาบัน (นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์. 2545 : 15 อ้างใน รุ่งนภา งานจบ. 2548 : 26)

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการ และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งไทยและต่างประเทศ ได้ให้ทัศนะที่หลากหลายเกี่ยวกับความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Harlow (อ้างใน พรทิพา ศรีขจรวุฒิศักดิ์. 2545 : 22) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ ภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหารซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์และธำรงรักษาสายงานการติดต่อสื่อสารร่วมกันเพื่อให้เกิดความเข้าใจ การยอมรับ และความร่วมมือระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ฉะนั้นการประชาสัมพันธ์จึงเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับปัญหาต่างๆ ในทางการบริหารช่วยให้ฝ่ายบริหารคำนึงถึงประชามติ และการบอกกล่าวข่าวสารให้แก่ประชาชน ทราบ เพื่อตอบสนองผลประโยชน์ของประชาชนรวมทั้งการช่วยให้ฝ่ายบริหารสามารถใช้การวิจัยและใช้เทคนิคการติดต่อสื่อสารที่มีจริยธรรมเป็นเครื่องมือหลักในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์การ

Cutlip และ Center (1987 : 285 อ้างใน วัชรียา สุวรรณเมธา. 2545 : 20) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การติดต่อสื่อสารและสื่อความนโยบายของหน่วยงานไปยังประชาชนที่เกี่ยวข้อง ขณะเดียวกันเป็นแนวทางการตรวจสอบความคิดเห็น ความรู้และความต้องการของประชาชนกับหน่วยงานหรือองค์การทราบเพื่อสร้างความสนับสนุนอย่างแท้จริง เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่ายและหน่วยงานสามารถปรับแนวคิดให้สอดคล้องกับสังคมได้

Simon (อ้างใน สาวิตรี หมวดเมือง. 2546 : 13) ให้ทัศนะของการประชาสัมพันธ์ว่า “การประชาสัมพันธ์ คือ การส่งเสริมให้เกิดความกลมเกลียวราบรื่นและความนิยมระหว่างบุคคลกับหน่วยงาน หรือสถาบันและบุคคลอื่นๆ รวมทั้งกลุ่มประชาชนเฉพาะ หรือชุมชน กลุ่มใหญ่ โดยการสื่อความหมายผ่านสิ่งที่สามารถตีความหมายได้ และมีการพัฒนาและเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างฉับไฉน รวมทั้งการประเมินท่าทีของประชาชน”

Good (อ้างใน วิรัชต์ดา ยิ่งสมสุข. 2546 : 22) บันทึกว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง กิจกรรมที่จัดอย่างเป็นทางการเพื่อปรับปรุงด้านสัมพันธภาพของโรงเรียนที่มีอยู่ภายในชุมชน การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการของสถาบันที่มีแผนและการกระทำอย่างต่อเนื่องในอันที่จะสร้างหรือก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจและสนับสนุน ร่วมมือซึ่งกันและกันอันเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริงและมีประชามติเป็นแนวบรรทัดฐานสำหรับวินัย

กานต์ชนก ดาษสมเด็จ (2543 : 3) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียน คือ กระบวนการสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกันกับบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งบุคคลในโรงเรียน และต่อบุคคลภายนอก เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือ ส่งเสริมและสนับสนุน การดำเนินงานต่างๆ ของโรงเรียนให้บรรลุผลสำเร็จตามความมุ่งหมายที่กำหนดไว้

สุปรีดา ลิวเฉลิมวงศ์ (2540 : 15) ได้ให้ความหมาย “การประชาสัมพันธ์” คือ ความพยายามที่มีแผนที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติของประชาชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างประชาชนกับหน่วยงาน โดยยึดหลักสำคัญ 4 ประการ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. การประชาสัมพันธ์นั้นต้องกระทำอย่างต่อเนื่องและหยุดไม่ได้ ต้องพยายามโดยไม่มีที่สิ้นสุด เพราะตัวแปรที่สำคัญคือ ความรู้สึกนึกคิดและความเห็นของประชาชน ซึ่งเรียกว่า ประชาชน (Public Opinion) เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงจำเป็นจะต้องศึกษาความคิดเห็นที่สนับสนุนหน่วยงานให้คงที่ตลอดไป

2. การประชาสัมพันธ์นั้นต้องกระทำอย่างมีแผน มีระบบ เป็นขั้นตอน มีการศึกษารวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มประชาชนของหน่วยงานให้มากที่สุด การทำงานต้องมีเอกภาพและสอดคล้องกันทุกขั้นตอน

3. การประชาสัมพันธ์นั้นต้องโน้มน้าวทัศนคติ หรือความคิดเห็นของประชาชนให้สนับสนุนกิจการของหน่วยงาน

4. การประชาสัมพันธ์นั้นต้องสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับประชาชนให้เกิดความเข้าใจกันและไม่ขัดแย้งกัน กล่าวคือต้องเข้าใจความต้องการของชุมชนว่าต้องการอะไรมีทัศนคติอย่างไรที่ควรจะไปรับใช้ หรือปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงานให้สอดคล้องกัน บางครั้งยอมรับความคิดเห็นของประชาชนด้วย

นอกจากนี้ เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 11) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นหน้าที่ในการบริหารที่ช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ กำหนดปรัชญา และทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงภายในองค์การ เนื่องจากนักประชาสัมพันธ์จะต้องสื่อสารกันทั้งในกลุ่มภายในองค์การ และภายนอกองค์การ เพื่อพัฒนาสัมพันธภาพที่ดี ซึ่งจะก่อให้เกิดความสอดคล้องกันระหว่างเป้าหมายขององค์การ และความคาดหวังของสังคม ซึ่งนักประชาสัมพันธ์จะต้องพัฒนา บริหาร และประเมินโปรแกรมการประชาสัมพันธ์ขององค์การเพื่อช่วยส่งเสริมและทำความเข้าใจส่วนต่างๆ ขององค์การ

วิรัช กลิรัตน์กุล (2544 : 21) ได้นิยามความหมายว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี (Good Relationship) ระหว่างองค์การสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อวัดผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชนนั่นเอง

ไพฑูรย์ เจริญพันธุ์ (2553 : 150 - 156) กล่าวถึง งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนว่า โรงเรียนควรจัดให้มีการประสานสัมพันธ์ระหว่างครู ศิษย์เก่า ศิษย์ปัจจุบัน ผู้ปกครองนักเรียนและประชาชนทั่วไป โดยการเข้ามีส่วนร่วมในกิจกรรมของโรงเรียนและกิจกรรมในท้องถิ่นจัดตั้งคณะกรรมการที่มาจากชุมชนให้เป็นที่ปรึกษาของโรงเรียนในด้านต่างๆ จัดตั้งสมาคมเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ที่จะส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน

จากแนวคิดและนิยามความหมายของการประชาสัมพันธ์ดังกล่าว ผู้วิจัยพอสรุปได้ว่าการประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารด้วยศาสตร์และศิลป์อย่างมีแบบแผนและต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดี เป็นการเสริมสร้างทัศนคติที่ดีขององค์การและหน่วยงาน ตลอดจนทำให้เกิดการยอมรับและความร่วมมือจากกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง อันจะนำมาซึ่งประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้วยวิธีการที่หลากหลาย ก่อให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริงต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นขบวนการและกิจกรรมในการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีร่วมกัน ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับคนร่วมสมัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งลักษณะของสังคมทุกวันนี้ทวีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้นเป็นลำดับ กระประชาสัมพันธ์จึงเป็นหัวใจสำคัญที่มีส่วนเอื้ออำนวยให้เกิดความเข้าใจกัน และความร่วมมือจากทุกฝ่าย เพราะมนุษย์ยากที่จะประสบความสำเร็จได้จากการทำงานตามลำพังเพียงคนเดียวโดยปราศจากการยอมรับ ความเข้าใจและความร่วมมือสนับสนุนจากผู้อื่น トラบใดที่หน่วยงานสถาบันยังคงต้องอาศัยศรัทธา และแรงสนับสนุนจากประชาชน トラบนั้นการประชาสัมพันธ์ ได้กลายเป็นส่วนประกอบสำคัญในการบริหารงานเพื่อให้กิจกรรมทั้งหลายดำเนินไปด้วยดี มีความราบรื่นและประสบความสำเร็จ เป็นที่ยอมรับและพึงพอใจของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่สื่อสัมพันธ์ที่มีความสำคัญและมีขอบเขตกว้างขวาง มีระบบงานที่สลับซับซ้อนที่เสริมสร้างลักษณะความเป็นผู้นำขององค์การและบุคคล ซึ่งสามารถสรุปความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ได้ดังต่อไปนี้ (สะอาด ตันศุภผล อ่างในทวีศาสตร์ ตั่งปฐมวงศ์. 2544 : 11)

การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพพจน์และสร้างค่านิยมของหน่วยงานให้ดียิ่งขึ้น หมายถึง การสร้างความรู้สึกประทับใจบุคคลซึ่งเป็นประชาชนกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและ

1. ภายนอกหน่วยงาน เกิดความเข้าใจหน่วยงาน จากการเผยแพร่ข่าวสารของหน่วยงานอย่างต่อเนื่องทำให้เกิดความยอมรับเลื่อมใสในหน่วยงานเป็นที่ยอมรับเป็นการสร้างค่านิยมให้เกิดขึ้นในองค์การ เช่น ค่านิยมในการจงรักภักดีต่อหน่วยงาน ค่านิยมในการปฏิบัติงานอย่างขยันขันแข็ง เพื่อแสดงศักยภาพของการทำงาน ทำให้ผู้ที่เข้ามาเป็นเจ้าหน้าที่พนักงานภูมิใจในบทบาทและความสำคัญของตนเองที่มีต่อหน่วยงาน

2. การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน คือ การพัฒนาปรับปรุงตัวเองรวมทั้งสินค้า และบริการให้ตรงกับความต้องการของประชาชน การป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงานนั้นขึ้นอยู่กับกระบวนการตรวจสอบความคิดเห็น และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานของหน่วย หากได้ทราบว่าสิ่งใดที่ประชาชนไม่พึงปรารถนา หรืออาจนำไปสู่ความเข้าใจผิดขึ้นได้ หน่วยงานหรือองค์การจำเป็นต้องหาวิธีป้องกันแก้ไข โดยการพัฒนาปรับปรุงในจุดที่เป็นปัญหาอยู่เสมอ ทำให้ชื่อเสียงของหน่วยงานไม่เสื่อมเสีย และได้รับการกล่าวขวัญในแง่ดีตลอดไป

3. การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้เกิดขึ้นระหว่างผู้บริหารกับผู้ร่วมงาน หากการสื่อสารสร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกันจะทำให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกันไม่เกิดช่องว่างในการทำงานและมีการประสานงานกัน ทำให้งานบรรลุความสำเร็จเนื่องจากแต่ละฝ่ายมีความจริงใจในการทำงานร่วมกัน และร่วมมือกันได้ในที่สุด

4. การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมการขายและการตลาด การประชาสัมพันธ์ที่มีส่วนสำคัญอย่างหนึ่งในการประกอบของการตลาด การประชาสัมพันธ์เป็นกาสร้างความเชื่อมั่นและความเสื่อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใสรศรัทธาให้แก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อบริษัทผู้ผลิตสินค้า เกิดความนิยมในตรา ยี่ห้อ และอาจเกิดความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์เนื่องจากความเลื่อมใสศรัทธาเชื่อถือในบริษัทผู้ผลิต เหตุที่บริษัทได้รับการยอมรับ เนื่องจากใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข่าวสาร อย่างต่อเนื่อง และมีการตรวจสอบทัศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยมของกลุ่มเป้าหมาย เป็นการช่วยให้ ฝ่ายการตลาดวางแผนงานตั้งแต่การผลิตสินค้า การจัดจำหน่ายการโฆษณา ฯลฯ ได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ (อ้างใน ทวีศาสตร์ ตั้งปฐมวงศ์. 2544 : 12) กล่าวสรุปถึงความสำคัญของการ ประชาสัมพันธ์ไว้ว่า เมื่อมีการขยายตัวของสังคมมนุษย์ ทำให้มนุษย์ต้องอยู่ร่วมกันอย่างมีระเบียบ แบบแผน มีการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมและการอยู่ร่วมกันในสังคมความสัมพันธ์เป็นส่วนตัวจะ ลดน้อยลงแต่จะมีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นทางการ การเข้ามาแทนที่เมื่อมาถึงจุดนี้การ ประชาสัมพันธ์จึงเข้ามามีบทบาทในการดำเนินงานอย่างปฏิเสธไม่ได้ ในหน่วยงานของทางราชการ ต้องทำการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจแก่ประชาชนตลอดจนหยั่งรู้ประชามติ เพื่อนำมาใช้ ในการกำหนดนโยบายหรือปรับปรุงงานให้มีประสิทธิภาพในวงการธุรกิจ การประชาสัมพันธ์จะช่วย สร้างความเข้าใจระหว่างลูกค้ากับผู้บริหารและพนักงานจึงต้องมีการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่าง จริงจัง เพราะธุรกิจแข่งขันในด้านการผลิต การจัดจำหน่าย และการให้บริการ และหากเป็นธุรกิจ ขนาดใหญ่ที่ต้องอาศัยแรงงาน อาจมีความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการผลิตหรือนายทุนกับคนงาน จึงต้องใช้แรงงานสัมพันธ์เป็นเรื่องของการประชาสัมพันธ์ในลักษณะหนึ่ง และมีบริบทสำคัญในการ สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดจึงเป็นการตอบคำถามที่ว่า “การประชาสัมพันธ์นั้นสำคัญไฉน”

นอกจากนี้ สุจิต พันธ์พรม (2542 : 18) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารของสถาบัน องค์กร หน่วยงานกับประชาชนหรือสังคม เพื่อเป็นการพัฒนาหรือสร้างเสริม พื้นฟู อารังรักษาภาพพจน์ สัมพันธภาพอันดีให้ได้รับการ สนับสนุน รักใคร่ นับถือ นิยมยกย่อง เลื่อมใสศรัทธา ฯลฯ เช่นเดียวกับมนุษย์สัมพันธ์ของบุคคล หรือการปฏิบัติการทางจิตวิทยา เพื่อให้เกิดการผสมผสานแนวทางการรู้สึกรู้สีกนึกคิดเพื่อให้เกิดความ ร่วมมือสนับสนุนร่วมใจในการทำงานระหว่างสถาบัน หน่วยงาน บริษัท ห้างร้าน กับเจ้าหน้าที่ ประชาชน สังคมที่เกี่ยวข้องและแวดล้อมอยู่ การประชาสัมพันธ์จึงต้องพัฒนาและต่อสู้กันด้วย กระสุนของความคิด ความปรารถนาดีต่อกัน รวมทั้งศิลปะและเทคโนโลยีทางการสื่อสารเพื่อสร้าง ความสัมพันธ์อันมั่นคงยืนนาน

การประชาสัมพันธ์ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการบริหารงานต่างๆ ในการพัฒนาประเทศ องค์กร บริษัท ห้างร้าน และสังคมส่วนรวมให้ได้รับความสำเร็จโดยสมบูรณ์ การใช้วิชาการ ประชาสัมพันธ์ เข้าไปช่วยให้การปฏิบัติงานอย่างแพร่หลายกว้างขวาง และมีประสิทธิภาพเป็นการ เพิ่มศักยภาพความปรองดองสามัคคีให้เกิดขึ้นได้อย่างเหนียวแน่นและมั่นคงในหน่วยงาน นอกจากนี้ ยังเป็นการเพิ่มพลังทางจิตใจร่วมกันของผู้ทำงานให้สามารถพัฒนาสิ่งที่ตั้งงามในเรื่องคุณธรรมศีลธรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีการจัดและต่อต้านสิ่งที่ไม่ได้ที่เป็นอุปสรรคในการทำงานในด้านต่าง ๆ

การประชาสัมพันธ์จึงเป็นเครื่องมือที่จำเป็นอย่างยิ่งของโรงเรียน ในการส่งและรับข่าวสารความคิดเห็น เผยแพร่ผลปฏิบัติงาน การสร้างไมตรีสัมพันธ์ของกลุ่มต่างๆ จัดข้อขัดแย้งโดยเฉพาะบุคลากรในโรงเรียนควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก อันจะก่อให้เกิดความรู้สึกเข้าใจและอยากมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของโรงเรียน ทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างครูในโรงเรียน ครูและนักเรียน ผู้ปกครองและประชาชนที่สนใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของโรงเรียนได้รับข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ กันอย่างทั่วถึง

ดังที่ สุจิต พันธ์พรม (2542 : 20) กล่าวถึง ความสัมพันธ์ยิ่งของการประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมบรรยากาศแห่งความเป็นประชาธิปไตย เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารในระบบสองทางขององค์การกับสถาบัน (Two-Way Process) เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีแก่ประชาชน เช่น หน่วยงานรัฐสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มประชาชน ขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็นหรือประชามติจากประชาชน ซึ่งหลักการนี้มีส่วนสนับสนุนประชาธิปไตยเป็นอย่างมากและโดยที่การปกครองระบบประชาธิปไตย ยึดถืออำนาจสูงสุดว่าเป็นของประชาชน ฉะนั้นจึงมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของตน สิ่งนี้แหละคือหน้าที่สำคัญประการหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะช่วยเหลืออำนวยความสะดวกส่งเสริมบทบาทการประชาสัมพันธ์ในสังคมประชาธิปไตย

นอกจาก การประชาสัมพันธ์ยังมีส่วนช่วยปลูกเร้า หรือกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความเข้าใจในตัวสถาบัน กลไกของรัฐ เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจและให้การสนับสนุนต่อการพัฒนาประเทศในแนวทางและครรลองของประชาธิปไตย ซึ่งยอมรับนับถือในคุณค่าและศักดิ์ศรีของมนุษยชาติรวมทั้งความเข้าใจอันดี และการร่วมมือสร้างสรรค์ความเจริญแก่สังคมส่วนรวมประเทศโดยคำนึงและเน้นถึงความสำคัญแห่งผลประโยชน์ร่วมกันของทุกฝ่าย

2.3.3 องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

รุ่งนภา งามจบ (2548 : 36) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบการจัดงานประชาสัมพันธ์ว่า งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่จัดขึ้นสนับสนุนหรือส่งเสริมงานอื่นเป็นสำคัญเพื่อให้การจัดงานประชาสัมพันธ์สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีผู้บริหารและผู้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะต้องวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบที่เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ ดังต่อไปนี้

1. นโยบายของหน่วยงานหรือองค์การงานประชาสัมพันธ์จะดำเนินงานไปด้วยดีจะต้องทราบนโยบายที่เด่นชัดของหน่วยงานหรือองค์การเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายแผนงานงานวิธีการจัดการประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การประพุดิตนของหน่วยงานหรือองค์กรการประพุดิตปฏิบัติหรือการดำเนินกิจการทั้งหลายของหน่วยงาน องค์กร หากเป็นไปในรูปที่สังคมให้ความเห็นชอบหรือสร้างภาพลักษณ์ที่ดี การดำเนินการเพื่อการประชาสัมพันธ์ก็จะเป็นไปได้ง่ายๆ ประหยัด บางครั้งการประพุดิตปฏิบัติที่ดีของหน่วยงานหรือองค์กรก็เป็นงานประชาสัมพันธ์ในตัวของมันเอง

3. บุคลากร หากไม่มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์แล้วการดำเนินกิจการทั้งหลายขององค์กรย่อมเป็นการยากที่จะให้คนทั้งหลายชื่นชมยอมรับหรือให้การสนับสนุนและคล้อยตาม

4. งบประมาณ ลักษณะการได้มาของงบประมาณเพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์มี 3 แบบ คือ

- a. งบประมาณดำเนินการโดยตรง
- b. งบประมาณที่ได้จากการบริจาค
- c. งบประมาณที่หาได้เอง

5. วัสดุอุปกรณ์ เป็นเครื่องมือที่จะทำให้การประชาสัมพันธ์บรรลุเป้าหมายได้โดยง่าย

6. การจัดการ เมื่อทราบนโยบายที่แน่ชัด หน่วยงานประชาสัมพันธ์จะต้องมีการจัดการหรือการบริหารงานภายใต้กรอบของความสามารถของบุคลากรงบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่ทั้งหลาย เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

งานประชาสัมพันธ์จึงเป็นงานของทุกๆ คนรวมทั้งผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานนั้นๆ ดังนั้นคำแนะนำ นโยบายจะต้องถูกกลั่นกรองให้แน่ชัดว่าวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ได้วางแผนไว้นั้นสามารถนำไปใช้ได้ เข้าใจง่ายมีรูปแบบและการประสานงานดี การควบคุมแผน การประชาสัมพันธ์ดีแน่นอน และผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์อย่างดี

สุปรีดา ลิวเฉลิมวงศ์ (2540 : 16) กล่าวถึงองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ที่ดี 5 ประการ

1. นโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต้องชัดเจนและยืดหยุ่นสามารถปฏิบัติได้ การประชาสัมพันธ์ต้องได้รับการยอมรับว่าเป็นกลไก หรือเครื่องมือของการบริหารเช่นเดียวกับกลไกอื่น การกำหนดนโยบายจึงต้องไม่คลุมเครือ

2. การจัดองค์การและแผนงานประชาสัมพันธ์ต้องมีความคล่องตัว มีเอกภาพและอิสระต้องปลอดจากการควบคุมหลายระดับชั้น และหากเป็นไปได้หน่วยงานประชาสัมพันธ์ควรอยู่ใกล้ชิดกับระดับผู้บริหารคุมนโยบายเพื่อจะได้รับการคำสั่งและเสนอแผนงานได้อย่างรวดเร็วและทำให้หน่วยงานประชาสัมพันธ์ได้รับการยอมรับจากฝ่ายอื่นๆ อันจะเป็นผลให้ได้รับความร่วมมือด้วยดี

3. นักประชาสัมพันธ์ต้องมีคุณภาพ คือ ความรอบรู้ในวิชาการประชาสัมพันธ์อย่างดี รวมทั้งความรู้ด้านอื่นๆ ที่จำเป็นด้วย นอกจากนี้ก็ต้องมีคุณสมบัติพิเศษคือต้องอดทน มนุษย์สัมพันธ์ดี สนใจต่อข่าวสาร สถานการณ์ หรือความเคลื่อนไหวและที่สำคัญที่สุดคือ รักงานด้านนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. การประชาสัมพันธ์ จะต้องมามีเครื่องมือที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน เช่น เครื่องขยายเสียง เครื่องฉายภาพยนตร์ กล้องถ่ายรูป เครื่องฉายสไลด์หรือแม้แต่วีดิโอก็ควรมีไว้เพื่อช่วยเสริม เพราะการประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมีลักษณะให้เห็นและได้ยินพร้อมกัน เครื่องมือเหล่านี้ราคาสูงดังนั้นจึงมีการกล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการลงทุนแต่ไม่เห็นผลกำไรเลย แต่ก็เป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องมามีเครื่องมือไว้ให้พร้อม

5. สภาพแวดล้อมหรือสภาพการณ์เป็นปัจจัยที่จะกำหนดให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างรวดเร็วบ้าง หรือล่าช้าบ้าง บางโอกาสบางสถานการณ์ก็ต้องกระทำอย่าง ต่อเนื่องเพื่อปรับเปลี่ยนแผนให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารและผู้บริหารปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต้องพิจารณาเกี่ยวกับสภาพของหน่วยงาน ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ เครื่องมือ สื่อสารบุคลากร งบประมาณและกลุ่มบุคคล เพื่อประกอบตัดสินใจดำเนินงานอย่างถี่ถ้วน ซึ่งจะส่งผลให้งานบรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพ

2.3.4 หลักการประชาสัมพันธ์

วิจิตร อวระกุล (อ้างใน รุ่งนภา งามจบ. 2548 : 28 - 30) กล่าวถึง หลักของการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ คือการที่องค์การสถาบันจะต้องมีนโยบายที่ดีในการดำเนินงานและ รวมทั้งมีที่ประพหติหรือการกระทำที่ดีต่อประชาชน องค์การ สถาบันจะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชน หลักการทั่วไปของการประชาสัมพันธ์สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ก่อนดำเนินการทุกชนิด เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึงก่อนการดำเนินงานทุกชนิดของหน่วยงาน เพราะการประชาสัมพันธ์จะช่วยให้การดำเนินงานต่างๆ บรรลุจุดหมายเนื่องจากได้รับความร่วมมือจากหลายๆ ฝ่าย ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับสถาบันอื่นๆ
2. รู้และเข้าใจวัตถุประสงค์ ประสงค์ นโยบายของหน่วยงาน การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ต้องทราบถึงวัตถุประสงค์ของหน่วยงานก่อนเพื่อที่จะดำเนินการให้สอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายของหน่วยงานนั้นๆ
3. ต้องมีวัตถุประสงค์และเป้าหมาย การดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์ต้องตั้งวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ เช่น วัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ของงานประชาสัมพันธ์
4. ศึกษางานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานควรศึกษาฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการวางแผนเพื่อการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน
5. ให้หน่วยงานสร้างงานเพื่อเผยแพร่ การประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงานควรจะมีผลงานที่ดีออกมาเผยแพร่แก่ชุมชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. การดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายในก่อน การประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน เป็นที่สำคัญยิ่งเพราะถ้าขาดการประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงานที่ดีและมีประสิทธิภาพและก็จะเกิด ปัญหา ช่องว่างในการทำงานระหว่างผู้ปฏิบัติงานด้วยตนเอง และอาจเกิดผลเสียทั้งต่อการปฏิบัติงาน ทั้งภายในและภายนอก

7. ศึกษาและเข้าใจความต้องการประเมินเท่าที่ความรู้สึกเจตคติของกลุ่มต่างๆ ที่ เกี่ยวข้องกับหน่วยงานเพื่อจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้ถูกต้องตรงความต้องการของกลุ่มต่างๆ

8. ศึกษาสำรวจกระแส民意ให้ทั่วถึง การประชาสัมพันธ์ที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดี กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องและประชาชนเข้าใจ สนับสนุน ร่วมมือกับหน่วยงานดำเนินไปได้ผลดี สมความมุ่งหมายนั้น ประชาสมติเป็นแนวบรรทัดฐานอันสำคัญ

9. การประชาสัมพันธ์ต้องอาศัยความคิด การประชาสัมพันธ์ก็จะบรรลุวัตถุประสงค์ ประสงค์ และมีประสิทธิภาพที่ดีและเหมาะสม

10. การประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องประกอบด้วยความรู้สึคนึกคิดที่ดี ผู้ที่ดำเนินงาน เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ จะต้องไม่เหนียวหนำต่อการติดต่อสื่อสารในระบบบรรพทิศทางการ ทำงาน

11. ตั้งคำขวัญในการสร้างจุดสนใจในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ควรมีการตั้งคำ ขวัญเพื่อสร้างความสนใจจากประชาชน เมื่อประชาชนเกิดความสนใจแล้วก็จะต้องการทราบถึง รายละเอียดต่างๆ เพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้การประชาสัมพันธ์ดำเนินไปได้บรรลุจุดมุ่งหมายได้เร็วขึ้น

12. การประชาสัมพันธ์ ควรยึดประโยชน์สังคมส่วนรวมเหนือประโยชน์ส่วนตนหรือ กลุ่ม

13. การประชาสัมพันธ์ ควรยึดถือความซื่อสัตย์สุจริตในการดำเนินการ

14. การประชาสัมพันธ์ ควรดำเนินการด้วยความรับผิดชอบ

15. การประชาสัมพันธ์ เป็นเรื่องของทุกคน บุคคลในหน่วยงานทุกคนควรถือว่า ตนเองเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน แม้จะไม่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ในการ ประชาสัมพันธ์

16. ใครควรว่าเกิดเปิดเผยข้อเท็จจริงข่าวสารที่จะนำออกเผยแพร่ประชาสัมพันธ์นั้น ควรพิจารณาดูก่อนว่า ข่าวสารนั้นจะทำให้เกิดผลดี ผลเสีย หรือผลกระทบกระเทือนตลอดจนทำให้ ผู้อื่นได้รับความเสียหายหรือไม่

17. การประชาสัมพันธ์ ต้องปราศจากการกลั่นแกล้งให้ร้ายป้ายสีบุคคลหรือบุคคล อื่น

18. การประชาสัมพันธ์ เป็นการปฏิบัติและให้บริการแก่ชุมชน

19. การประชาสัมพันธ์ ต้องมีความตระหนักและดำเนินการด้านมนุษยสัมพันธ์

20. การประชาสัมพันธ์ ต้องอยู่เบื้องหลังการดำเนินงานของหน่วยงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

21. การที่หน่วยงานมีบทบาททางสังคม จะเป็นการประชาสัมพันธ์อย่างหนึ่ง ได้แก่ การเข้าสาธารณกุศลต่างๆ
22. การประชาสัมพันธ์ต้องให้ความรู้ ความเข้าใจ โดยมีข้อมูลอย่างกว้างขวาง และจูงใจอย่างละมุนละม่อม
23. การประชาสัมพันธ์ ควรดำเนินการให้สม่ำเสมอ และต่อเนื่อง
24. การประชาสัมพันธ์ ควรดำเนินการเผยแพร่อย่างกว้างขวาง
25. ต้องพร้อมที่จะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง
26. ต้องใช้วิธีสื่อสารสัมพันธ์แบบทางคู่หรืออุดมวิธี คือ เมื่อประชาสัมพันธ์ออกไปแล้ว จะต้องคอยดูปฏิกิริยาย้อนกลับของกลุ่มคนว่าเป็นเช่นไร เมื่อรู้ผลจะได้ปรับปรุงแก้ไขต่อไป
27. การประชาสัมพันธ์ต้องดำเนินการด้วยความหนักแน่น อดทน
28. การประชาสัมพันธ์ ควรใช้วิธีการดำเนินการอย่างง่าย ๆ ธรรมดา
29. การประชาสัมพันธ์ต้องอาศัยผู้ที่มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์จะประสบผลสำเร็จได้ดีต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจ และทะลุปรุโปร่ง ในกระบวนการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี
30. ควรหมั่นตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องของหน่วยงานเพื่อสร้างความศรัทธาของชุมชนที่มีต่อหน่วยงาน
31. การประชาสัมพันธ์ ควรยึดหลักป้องกันไว้ดีกว่าแก้ คือ ในการดำเนินการควรมีการพิจารณาไตร่ตรองว่าข่าวสารที่ออกมาเผยแพร่และมีการวางแผนในการประชาสัมพันธ์ไว้ก่อน
32. การดำเนินการต้องศึกษาและใช้ยุทธศาสตร์ของการประชาสัมพันธ์เพื่อที่จะบรรลุจุดมุ่งหมายที่วางไว้
33. การดำเนินการต้องยึดหลักประชาสัมพันธ์และรักษาจรรยาบรรณของการประชาสัมพันธ์
34. การประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้ และมีเทคนิคกลไกในการประชาสัมพันธ์
35. การประชาสัมพันธ์ต้องมีศิลปะในการดำเนินการอย่างเหมาะสม และมีรสนิยม

การประชาสัมพันธ์ เป็นทัพหลังของกิจการการดำเนินการของหน่วยงานจะบรรลุจุดมุ่งหมาย และประสบผลสำเร็จนั้น การประชาสัมพันธ์เป็นส่วนสำคัญที่เป็นทัพหลัง เพราะการประชาสัมพันธ์ จะช่วยให้การปฏิบัติงานต่างๆ ของหน่วยงานได้รับความร่วมมือจากบุคคล ชุมชน หรือหน่วยงานอื่นๆ

ในปัจจุบันมีหลักใหญ่ๆ ของการประชาสัมพันธ์ อยู่ 3 ประการด้วยกัน คือ

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ การบอกกล่าวชี้แจงหรือเผยแพร่ให้ทราบนี้ คือ การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนทราบถึง

- นโยบาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- วัตถุประสงค์
- การดำเนินงาน
- ผลงาน บริการ และกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหว

ขององค์การ สถาบันให้ประชาชนและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้ทราบและรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว ซึ่งนับเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจในองค์การสถาบัน ทำให้องค์การเป็นที่รู้จักเข้าใจและเลื่อมใสตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดีต่อองค์การสถาบัน

2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การป้องกันความเข้าใจผิดนี้ ทางด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน (Preventive Relation) ซึ่งมีความสำคัญมากเพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง ฉะนั้นการป้องกันความเข้าใจผิด จึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันบังเกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้

3. การสำรวจประชามติ หลักที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์อีกประการหนึ่งก็คือ จะต้องมีการสำรวจวิจัยประชามติ เพาะองค์การสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องรู้ซึ่งถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน หรือที่เรียกว่าประชามติ (Public Opinion) จะต้องทราบว่าประชาชนต้องการอะไรไม่ต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบสิ่งไหน ตลอดจนท่าทีต่างๆ ที่ประชาชนมีต่อองค์การสถาบันของเรา ซึ่งจะทราบได้จากการสำรวจวิจัยประชามติ เพื่อองค์การสถาบันจะสามารถตอบสนองสิ่งต่างๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิด และความต้องการของประชาชน

(ที่มา : <http://www.onespa.or.th/Esjmate/vocational. 2550>)

จากหลักประชาสัมพันธ์ข้างต้น สามารถกล่าวสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ถือเป็นหน้าที่ของบุคลากรในการสร้างความเข้าใจอันดีต่อหน่วยงาน และหลีกเลี่ยงสิ่งที่จะส่งผลให้เกิดความเข้าใจผิด โดยต้องกระทำอย่างมีแบบแผน เป็นระบบและมีขั้นตอนต่อเนื่องซึ่งสามารถยืดหยุ่นตามสภาพจริง

2.3.5 การวางแผนการประชาสัมพันธ์

Downing ให้คำจำกัดความของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นการวางแผนทางสังคมขององค์การใดองค์การหนึ่ง (A Social Planning of any Organization) และเป้าหมายก็คือการสร้างและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางสังคม (Social Behavior) ให้สอดคล้องรองรับสนับสนุนเป้าหมายขององค์การนั่นเอง (ชลันทิพย์ ประดับพงษา. 2543 : 20)

จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ ให้ความหมายของการวางแผนประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การวางแผนประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดและการตัดสินใจการดำเนินงานอย่างมีระบบ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ การวางแผนมิใช่แต่เป็นเพียงการกำหนดการปฏิบัติงานเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงการแสวงหาเหตุผลของอุปสรรคและปัญหาตลอดจนเป็นการเตรียมการแก้ไขปัญหานั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาจเกิดขึ้นในการวางแผนประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้จะมีความหมายดังกล่าวแล้ว ยังได้เน้นถึงการเลือกใช้สื่อในการติดต่อสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดผลดีต่อชื่อเสียงและภาพพจน์ของสถาบันรวมทั้งการได้รับความร่วมมือสนับสนุน ตลอดจนการยอมรับจากประชาชนกลุ่มนั้น (ชลันทิพย์ ประดับพงษา. 2543 : 20)

แผนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ถึงการกำหนดกลยุทธ์ หรือวิธีปฏิบัติเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการประชาสัมพันธ์และการดำเนินงานนั้นๆ มีความสอดคล้องต่อเนื่องกัน เพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ทั้งนี้เพื่อแผนงานหนึ่งๆ อาจประกอบด้วยโครงการย่อยๆ หลายๆ โครงการและในแต่ละโครงการก็จะประกอบไปด้วยกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่างๆ (พิศมนต์ รุทธกุล. 2547 : 36)

สุปรีดา ลีวเฉลิมวงศ์ (2540 : 119) กล่าวเพิ่มเติมว่า “แผนงานที่ดีนั้น ทุกคนในองค์กรควรมีส่วนร่วมในนโยบาย วัตถุประสงค์และเป้าหมาย มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า มีการปรับปรุงแผนงานเพื่อความเหมาะสมกับสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา”

ชลันทิพย์ ประดับพงษา (2543 : 20-21) กล่าวถึงประเภทของการวางแผนประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งได้โดยอาศัยหลักเกณฑ์การแบ่ง 2 ประการ

1. แบ่งโดยอาศัยกลุ่มเป้าหมายเป็นเกณฑ์ ได้แก่

1.1 การวางแผนประชาสัมพันธ์ภายใน หมายถึง การวางแผนประชาสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นไปยังกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร ซึ่งเป็นบุคลากรภายใน โดยมีการกำหนดกิจกรรมและเลือกใช้สื่อในการติดต่อสื่อสารที่เหมาะสม ทั้งนี้ เพื่อให้บุคลากรได้ทราบข่าวสารและเกิดความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับองค์กรและนโยบายของฝ่ายบริการ ตลอดจนเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็น เพื่อให้เกิดความสามัคคีและร่วมมือในการดำเนินงานขององค์กร

1.2 การวางแผนประชาสัมพันธ์ภายนอก หมายถึง การวางแผนประชาสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นไปยังกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กร เช่น ลูกค้า ผู้มาติดต่อ หน่วยงานอื่นๆ สื่อมวลชน ประชาชนทั่วไป เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรตลอดจนแสดงถึงความรับผิดชอบและการมีส่วนร่วมทางสังคมด้วย

2. แบ่งโดยอาศัยเวลาเป็นเกณฑ์ ได้แก่

2.1 การวางแผนประชาสัมพันธ์ระยะยาว เป็นการวางแผนเพื่อการป้องกันและถือเป็นแผนงานแม่บทในระดับนโยบาย ซึ่งจะต้องกระทำกันอย่างต่อเนื่องและใช้เวลานาน เพื่อที่จะบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้

2.2 การวางแผนประชาสัมพันธ์ระยะสั้น เป็นการวางแผนปฏิบัติงานตามโครงการหนึ่งโครงการใดโดยเฉพาะ (Single Use Plan) เป็นแผนที่ได้มีการกำหนดแนวทางการทำงานในช่วงระยะสั้นๆ ทั้งขึ้นอยู่กับลักษณะของงานหรือโครงการนั้นๆ โดยจะต้องประสานและสอดคล้องกับแผนระยะยาว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 การวางแผนประชาสัมพันธ์โดยใช้เหตุการณ์เป็นหลัก ได้แก่ การวางแผนประชาสัมพันธ์ ในกรณีฉุกเฉินหรือวิกฤต หรือสำหรับเหตุการณ์เฉพาะหน้าเป็นการวางแผนที่พิจารณาถึงลักษณะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อเป็นการเตรียมพร้อมสำหรับกลยุทธ์และวิธีการแก้ไขสถานการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ซึ่งอาจเกิดขึ้นหรือผ่อนคลายเป็นไปในทางที่ดีขึ้น

อัปษรศรี พลอดเปลี่ยว (2543 : 151) กล่าวถึงลักษณะของแผนการประชาสัมพันธ์ที่ดีควรมีลักษณะดังนี้

1. แสดงให้เห็นถึงความจริงใจในเจตนารมณ์ และการบริหาร ลักษณะนี้อาจสร้างได้จากการวางวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน สามารถนำมาปฏิบัติได้เป็นประโยชน์ต่อโรงเรียน มีระบบการประเมินผลที่ดี เป็นต้น
2. มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และลักษณะของโรงเรียน มีความคงที่ แผนงานที่ดีควรใช้ได้ชั่วระยะเวลาหนึ่งนานพอที่จะมองเห็นเหตุแห่งความล้มเหลว หรือเหตุแห่งความสำเร็จได้
3. มีความมั่นคงและวิธีการที่จะนำมาใช้ ตลอดจนภาพพจน์ประจักษ์แก่ผู้อื่นจะต้องดี แผนงานจะมีลักษณะดังกล่าวได้จะต้องเป็นแผนงานที่เป็นลายลักษณ์อักษร ถูกวางขึ้นโดยคนหลายคนหรือหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องและความรู้ในเรื่องการประชาสัมพันธ์ อีกทั้งเป็นที่ยอมรับของผู้บริหารสูงสุด และรับผิดชอบในงาน
4. เป็นแผนงานที่คนส่วนใหญ่สามารถเข้าใจได้ และมีความต่อเนื่องในการปฏิบัติแผนงานบ่งบอกวิธีการปฏิบัติงาน ตลอดจนเงื่อนไขต่างๆ ไว้อย่างชัดเจนและได้รับการปฏิบัติต่อกันไปตลอด มีความสอดคล้องกันระหว่างวัตถุประสงค์และข้อปฏิบัติต่างๆ ในแผนงาน
5. มีความชัดเจนและสามารถมองเห็นภาพพจน์ได้ คือ บ่งบอกถึงสิ่งที่จะทำได้อย่างชัดเจน
6. เป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้ส่งสารและผู้รับสาร แผนงานที่ดี ควรเป็นประโยชน์ทั้งต่อโรงเรียนและหน่วยงานภายนอก

วีรัช ลภีรัตนกุล (2544 : 246) กล่าวถึงหลักในการวางแผนที่สำคัญไว้ดังนี้

1. กำหนดวัตถุประสงค์ (Objective) จะต้องกำหนดหรือระบุไว้อย่างชัดเจนว่าเพื่ออะไร เราต้องการสร้างสรรค์ความเข้าใจในสิ่งใด หรือต้องการแก้ปัญหาใด
2. การกำหนดกลุ่มประชากรเป้าหมาย (Target Public) ระบุด้วยว่าใคร มีพื้นฐานการศึกษาหรือภูมิหลังอย่างไร
3. การกำหนดแนวหัวข้อเรื่อง (Themes) จะต้องกำหนดว่าจะเน้นไปทางใด ตลอดจนการกำหนดสัญลักษณ์หรือข้อความสั้นๆ เป็นคำขวัญต่างๆ ที่จดจำได้ง่าย หรือดึงดูดความสนใจและเตือนใจให้ดี
4. การกำหนดระยะเวลา (Timing) จะต้องมีการกำหนดช่วงระยะเวลาหรือจังหวะเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องกำหนดล่วงหน้าอย่างชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. การกำหนดสื่อ และเทคนิคต่างๆ (Media and Techniques) จะต้องกำหนดลงไปว่าจะใช้สื่อหรือเครื่องมือใด รวมทั้งจะใช้เทคนิคอะไรเข้าร่วมด้วย

6. การกำหนดงบประมาณ (Budget) ต้องชัดเจน เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาว่างงบประมาณมากพอหรือจ่ายเงินเกินงบ การกำหนดงบประมาณยังรวมถึงกำลังบุคลากรต่างๆ ที่จะใช้ดำเนินการอีกด้วย

2.3.5.1 ขั้นตอนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์

พัศมนตรี รุทธกุล (2547 : 40-41) กล่าวว่า การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ไม่ใช่เป็นการการทำที่จะทำเมื่องานเกิดขึ้นแล้ว จึงต้องทำหรือจะทำการประชาสัมพันธ์เมื่อมีความต้องการจากประชาชนกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บังคับบัญชาสั่งให้ทำ แต่ที่ถุ่กนั้นการประชาสัมพันธ์เป็นการทำงานที่มีแผนการเตรียมไว้อย่างรอบคอบตรงตามจุดมุ่งหมายที่ได้ตั้งไว้อย่างชัดเจน มีลำดับขั้นตอนในการทำงานโดยประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ที่ประสานและสอดคล้องกันเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายนั้น การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ควรมีขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

1. การกำหนดวัตถุประสงค์และความมุ่งหมายโดยศึกษานโยบายความต้องการในการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนอย่างละเอียดรอบคอบ ซึ่งวัตถุประสงค์อาจมีหลายวัตถุประสงค์แต่ต้องรู้จักจัดลำดับความสำคัญให้ได้

2. กำหนดหัวข้อเรื่อง หรือสาระสำคัญของข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ที่จะนำมาไปเผยแพร่เพราะเมื่อกำหนดหัวข้อ หรือประเด็นให้ชัดเจนแล้วจะทำให้กิจกรรมต่างๆ ดำเนินไปได้ด้วยดี

3. กำหนดเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

นอกจากนี้ สุจิต พันธ์พรม (2542 : 26) กล่าวถึงหลักการและขั้นตอนการวางแผนประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. กำหนดจุดมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์ (Aim and Objective) การกำหนดความมุ่งหมายนี้ เป็นกระบวนการหนึ่งขององค์การบริหาร ซึ่งจะแสดงออกให้เห็นถึงจุดมุ่งหมายของกิจกรรมที่มีลักษณะชัดเจน และผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น แต่ความมุ่งหมายนี้จะมีขอบเขตที่กว้างขวางและไม่มีลักษณะจำกัดลงไปว่าควรปฏิบัติอย่างไร เพื่อให้เกิดผลตามความมุ่งหมายที่ต้องการ ดังนั้นจึงต้องมีการจำแนกรายละเอียดออกมาเป็นวัตถุประสงค์ในลักษณะต่างๆ เพื่อให้ทราบว่าจะต้องทำอะไรอย่างน้อยแค่ไหน

2. กำหนดกลุ่มประชากรเป้าหมาย (Audiences) ในการประชาสัมพันธ์นั้นถือได้ว่ากลุ่มประชากรเป้าหมายมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะถ้าหากเราไม่สามารถกำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้ การดำเนินการประชาสัมพันธ์ก็จะไม่บรรลุผลเท่าที่ควร จึงจำเป็นต้องกำหนดกลุ่มประชากรเป้าหมายให้ได้ก่อนว่า คือใคร มีลักษณะอย่างไร มากน้อยเท่าใด อยู่ที่ไหนบ้าง และใครจะเป็นสื่อกลาง ในการนำไปสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. กำหนดหัวข้อประชาสัมพันธ์ (Themes) ควรใช้คำพูด หรือข้อความสั้นๆ สามารถจดจำได้ง่ายโดยยึดถือหลักการว่า ต้องชัดเจน กินใจ ประทับใจทั้งการฟังและการเห็นด้วยสายตา อาจจะใช้ข้อความที่กินใจหรือภาพสัญลักษณ์ก็ได้

4. กำหนดจังหวะเวลา (Timing) จะต้องพิจารณาจังหวะและเวลาการประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม และรอบคอบในทุกขั้นตอน รวมทั้งในระยะยาว และระยะสั้นตามสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องด้วยกำหนดสื่อ (Media) สื่อที่จะนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์มีอยู่มากมาย จึงต้องพิจารณากำหนดเอาไว้ในแผนงานด้วยว่า จะใช้เครื่องมือติดต่อสื่อสาร หรือเผยแพร่อะไรบ้างที่คุ้มค่าและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

5. กำหนดงบประมาณ (Budget) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จะต้องกำหนดวงเงินไว้ในแต่ละโครงการ ควรจะใช้งบประมาณเท่าไรและใช้จ่ายในเรื่องอะไรบ้างให้เพียงพอเพื่อความคล่องตัวในการปฏิบัติงานทั้งในด้านศาสตร์และศิลป์ตามความจำเป็นของสถานการณ์

สรุปได้ว่า การวางแผนเป็นการตั้งจุดมุ่งหมาย วางแนวทางและขั้นตอนต่างๆ ในการปฏิบัติงานเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามเป้าหมาย และพบอุปสรรคน้อยที่สุดทั้งในการวางแผนนั้น อาจต้องเตรียมการด้วยวิธีที่หลากหลายเพื่อรองรับเหตุการณ์เฉพาะหน้าที่อาจเกิดขึ้น

2.3.6 เครื่องมือและสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ การกระจายข่าวสาร เรื่องราว นโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรม ผลงาน และการดำเนินงานขององค์กรจำเป็นต้องอาศัยสื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์มาช่วยให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางมากขึ้น

Berlo และนักทฤษฎีทางการสื่อสาร (วชิราภรณ์ ชิตอรุณ. 2545 : 44) ได้แยกความหมายของสื่อออกเป็น 3 ประการ ดังนี้

1. วิธีการเข้ารหัส และถอดรหัส ได้แก่ กิริยาของการสร้างสรรค์ เช่น การพูด การเขียน ซึ่งถือได้ว่าเป็นการเข้ารหัส
2. ตัวนำสาร ได้แก่ วิद्यุ โทรทัศน์ โทรศัพท์ ภาพถ่าย เป็นต้น หรือหมายถึง พาหะนำข่าวสารไปสู่ผู้รับ
3. ตัวพาหะ ได้แก่ ตัวนำซึ่งทำหน้าที่พาหะที่นำข่าวสาร เช่น สานเคเบิลที่ใช้ส่งสัญญาณเคเบิลทีวี หรือโทรทัศน์ตามสายไปยังบ้านสมาชิก หรือ อากาศ ซึ่งเป็นตัวนำคลื่นเสียงวิทยุ ดาวเทียม ซึ่งเป็นตัวกลางรับสัญญาณวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์จากสถานีหนึ่งต่อไปยังอีกสถานีหนึ่งที่อยู่ห่างไกล เพื่อออกอากาศในท้องถิ่นนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง หนทางหรือวิถีทางในการนำข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งไปสู่ผู้รับในปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์มากมายและหลากหลายเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีของโลก

(ที่มา : <http://www.onespa.or.th/Esjmate/vocational.2550>)

สื่อ หมายถึง ช่องทางการสื่อสาร ซึ่งอาจเป็นคำพูด ตัวอักษร หรืออย่างอื่น ซึ่งเป็นคำที่ยืมมาจากระบบสื่อสารโทรคมนาคมและนำมาประยุกต์ต่างๆ กันในกระบวนการสื่อสาร ดังนั้น สื่อ จึงหมายถึง หนทาง ซึ่งแหล่งข่าวสารใช้สำหรับส่งข่าวสารต่างๆ ไปยังผู้รับ กล่าวอีกนัยหนึ่งช่องทางข่าวสาร อาจจะถือได้เป็นทาง หรือพาหะที่นำข่าวสารจากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดหมายปลายทางนั่นเอง

2.3.6.1 ความสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์

1. ถ่ายทอดข่าวสารประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้ทราบ

ในการถ่ายทอดข่าวสารทางการตลาดนั้นมีความสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องนำข่าวสารทางการตลาดไปยังลูกค้า หรือผู้บริโภคให้เร็วที่สุดและเข้าถึงอย่างกว้างขวางเพื่อให้ประชาชนได้ทราบความก้าวหน้าในการดำเนินธุรกิจ และกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท เมื่อประชาชนรู้และคุ้นเคย หรือเคยใช้สินค้าแล้ว ก็จะเกิดความเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์ และให้การสนับสนุนต่อไป ซึ่งการประชาสัมพันธ์จะต้องออกมาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ลูกค้าจดจำผลิตภัณฑ์นั้นได้และ สร้างให้เกิดการยอมรับสินค้า และให้ความทันสมัยอยู่เสมอ สำหรับเครื่องมือที่จะต้องนำมาใช้ได้แก่ การใช้สื่อมวลชน วารสาร โปสเตอร์ สติกเกอร์ แผ่นพับ ใบปลิว เป็นต้น

2. ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง

การแจ้งให้ประชาชนทราบอย่างเดียวนั้นอาจไม่ทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จตามความต้องการได้ จุดมุ่งหมายสำคัญอย่างหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานก็คือสร้างความนิยมหรือสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่หน่วยงาน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการแจ้งให้ทราบโดยให้มีความรู้ความเข้าใจให้ถูกต้องต่อไป ซึ่งครอบคลุมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานด้วย เช่น บริษัทแห่งหนึ่งทำธุรกิจด้านการส่งสินค้าระหว่างประเทศ การประชาสัมพันธ์นั้นจะไม่มีเฉพาะด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเฉพาะบริษัทแห่งนั้น แต่ยังรวมถึงธุรกิจการส่งสินค้าระหว่างประเทศ ได้แก่ ธุรกิจนี้มีการดำเนินการเช่นไร มีประโยชน์อย่างไรต่อสังคม มีปัญหาอุปสรรคอย่างไรบ้าง เป็นต้น

การจะทำให้การประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จตามความมุ่งหมายนี้จำเป็นต้องอาศัยสื่อการประชาสัมพันธ์อีกระดับหนึ่งที่จะทำให้ข่าวสารความรู้ในรายละเอียดพัฒนาความรู้ ความเข้าใจให้ความทรงจำให้ความสนใจ ฯลฯ แก่ผู้รับสาร เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการให้ความรู้ความเข้าใจดังกล่าว สื่อบุคคล สื่อมวลชนในรูปของบทความ บทวิเคราะห์การเข้าเยี่ยมชมกิจการของหน่วยงาน การจัดประชุมแถลงข่าว การสัมมนา การแสดงนิทรรศการและการสาธิต เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เสริมสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีแก่หน่วยงาน

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อแจ้งให้ทราบและให้ความรู้ความเข้าใจนั้น สามารถจะเสริมสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีแก่หน่วยงานได้ระดับหนึ่ง แต่ก็ยังไม่เพียงพอนัก เพราะคนเราจะมีความนิยมใครนั้น เขาจะต้องมีความรู้สึกว่าคนนั้นเป็นส่วนหนึ่งของสังคมเขาให้ความช่วยเหลือส่งเสริมให้สังคมก้าวหน้าช่วยเหลือสมาชิกของสังคมเมื่อมีภัยอันตราย ฯลฯ ด้วยเหตุนี้ การใช้เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ที่ใช้กันอยู่ทั่วไป ซึ่งได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อสิ่งพิมพ์ เท่านั้นยังไม่เพียงพอ ควรใช้เครื่องมือประเภทกิจกรรมอื่นๆ เสริมด้วย ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้แฝงไว้ด้วยการสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดี เช่น การจัดประกวดบทความ

4. ให้ความบันเทิงแก่ประชาชน

ในการบอกกล่าวเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ อาจจะทำให้ความบันเทิงกับประชาชนได้ เช่น ตูภาพยนตร์แนะนำหน่วยงานแล้วเกิดความเพลิดเพลิน หรือจัดกิจกรรมแข่งขันกีฬา ระหว่างหน่วยงาน หรือร่วมจัดสนับสนุนด้วยการให้โฆษณาทางรายการบันเทิงต่างๆ เป็นต้น

Tucker และคณะ (อ้างใน สุพรรณ จิตเลขา. 2545 : 35-36) แบ่งสื่อหรือช่องทางการสื่อสารในการประชาสัมพันธ์เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. สื่อที่ควบคุมได้ (Controlled Media) คือ สิ่งนี้นักประชาสัมพันธ์สามารถผลิตขึ้นเองจนถึงขั้นสุดท้ายเพื่อดำเนินการสื่อสารไปสู่สาธารณชนเป้าหมายได้โดยตรง สื่อดังกล่าวเช่น การสื่อสารระหว่างบุคคลต่อบุคคล (One on One Communications) การปราศรัย (Speeches) การสื่อสารกับพนักงาน (Employee Communications) จดหมายตรง (Direct Mail) รวมทั้งการสื่อสารสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ (Online Web Page) เป็นต้น

2. สื่อที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrolled Media) คือ สื่อที่นักประชาสัมพันธ์ใช้เผยแพร่ข่าวสารไปสู่สาธารณชน ซึ่งนักประชาสัมพันธ์ไม่ได้เป็นผู้ผลิตเองจนกระทั่งขั้นตอนสุดท้าย แต่จะเป็นการเผยแพร่ข่าวสารโดยผ่านสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น อย่างไรก็ตามในการใช้สื่อเหล่านี้เผยแพร่ข่าวสารไปสู่สาธารณชน ถ้ายังมีการควบคุมสารที่ส่งไปมากเพียงใดก็จะยิ่งเพิ่มศักยภาพ การสื่อสารให้สัมฤทธิ์ผลยิ่งขึ้น นอกจากนั้นแล้วสื่อที่ควบคุมไม่ได้นี้ยังจะสร้างโอกาสให้เข้าถึงกลุ่มสาธารณชนขนาดใหญ่ได้โดยการใช้สื่อผสม (Media Mix)

ประมะ สตะเวทิน (อ้างใน สาวิตรี หมวดเมือง. 2546 : 28) กล่าวถึงสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ อาจแบ่งได้หลายประเภทขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่ใช้โดยทั่วไปสื่อที่ใช้ในการสื่อสารอาจแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. สื่อบุคคล หมายถึง ตัวที่คนถูกนำมาใช้ในการสื่อสารกับผู้รับสารเพียงคนเดียวหรือในรูปของการประชุมกลุ่ม ซึ่งประกอบด้วยผู้รับสารมากกว่า 1 คนก็ได้ สื่อบุคคลในการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาการ นักส่งเสริมการเกษตร ผู้นำในท้องถิ่น เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่มตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ หนังสือ คู่มือ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ภาพสไลด์ นิทรรศการ เทปตลับ ภาพทัศน์ เป็นต้น

3. สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร ซึ่งประกอบด้วยคนจำนวนมากอย่างรวดเร็ว ภายในเวลาเดียวกันหรือในเวลาใกล้เคียงกัน โดยทั่วไปแล้ว สื่อมวลชนได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร และภาพยนตร์

สื่อมวลชน (Mass Media) เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบันด้วยคุณลักษณะเด่น คือ ความสามารถในการเข้าถึงผู้รับสารจำแนกจำนวนมากได้ในเวลาเร็วแต่สื่อมวลชนก็มีข้อจำกัด หลายประการเช่น กัน อาทิ เป็นการสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication) ทำให้ปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback) จากผู้รับสารมีน้อย รวมทั้งผลการสื่อสารที่เป็นการให้ข่าวสาร ความรู้มากกว่าเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือพฤติกรรมของผู้รับสาร

Bowman and Ellis (อ้างใน วชิราภรณ์ ชิตอรุณ, 2545 : 54-55) แบ่งประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยยึดแนวความคิดของการสื่อสารเป็นสำคัญ กล่าวคือ

1. การสื่อสารโดนบุคคล (Personal Communication) หมายถึง การสื่อสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งหรือหลายบุคคล โดยอาศัยตัวบุคคลเป็นสื่อประสิทธิภาพหรือความสำเร็จของการสื่อสารจะขึ้นอยู่กับความรู้ ความสามารถ และทักษะการสื่อสารของบุคคลผู้ส่งสารเป็นสำคัญ การสื่อสารประเภทนี้ครอบคลุมถึงการพูด การให้สัมภาษณ์ การเยี่ยมเยียน และการพบปะพูดคุยกันอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

2. การสื่อสารโดยสิ่งพิมพ์ (Printed Communication) หมายถึง การสื่อสารที่อาศัยสิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นพาหนะที่จะนำข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร สื่อเหล่านี้ ได้แก่ จดหมายโดยตรง หนังสือ แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสิ่งพิมพ์อื่นๆ เช่น ประภาศ ใบปลิว โปสเตอร์ เป็นต้น

3. การสื่อสารด้วยการมองเห็น (Visual Communication) หมายถึง การสื่อสารที่อาศัยสื่อประเภทภาพ เป็นพาหนะที่จะนำข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร สื่อเหล่านี้ ได้แก่ รูปภาพ ภาพยนตร์ โทรทัศน์ นิทรรศการ และเอกลักษณ์ของหน่วยงานซึ่งครอบคลุมถึงผลผลิตการบรรจุหีบห่อ การโฆษณาการตลาดของบริษัท ตัวอาคารของบริษัท เป็นต้น

4. การสื่อสารด้วยการได้ยิน (Audio Communication) หมายถึง การสื่อสารที่อาศัยเครื่องมือและเครื่องรับของระบบวิทยุกระจายเสียง เป็นตัวนำข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

5. การสื่อสารพิเศษ (Specialized Communication) เป็นการสื่อสารที่มีความหมายครอบคลุมได้กว้างไกลกว่าและแตกต่างจากที่กล่าวไว้ข้างต้น ซึ่งได้แก่ กิจกรรมที่ส่งเสริมและสนับสนุนสาธารณสุขประโยชน์ต่างๆ กิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และการจัดสัมมนา เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.7 ประเภทของสื่อในการประชาสัมพันธ์

1. สื่อบุคคล สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มนุษย์ใช้ในการสื่อสารที่เก่าแก่ที่สุด ซึ่งใช้ทั้งคำพูด และการแสดงออกทางอากัปกิริยาท่าทาง ซึ่งสื่อบุคคลสามารถแบ่งออกได้เป็นหลายประเภทด้วยกันคือ

- การสนทนา หมายถึงการพูดคุยระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย โดยสามารถแลกเปลี่ยนข่าวสารกัน โดยเปลี่ยนกันเป็นทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ในการสนทนานั้น สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ การสนทนาอย่างเป็นทางการ เช่น การสั่งงาน การรายงานผลการทำงาน เป็นต้น และการสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ เป็นการพูดแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน โดยมีจุดมุ่งหมายที่ไม่ชัดเจนนัก เช่น อาจเป็นการแฝงจุดมุ่งหมายกับการถามทุกข์สุขหรือถามถึงคนรู้จัก เป็นต้น การสนทนาสามารถนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้ โดยการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายภายในให้ชัดเจนเกี่ยวกับแนวนโยบาย หรือสินค้าผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นข้อมูลในการสนทนาที่สามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับสินค้าและบริการได้

- การอภิปราย เป็นการใช้สื่อสารบุคคลจำนวน 1-5 คน โดยมีผู้ฟังเป็นกลุ่มหนึ่งในสถานที่ที่สามารถมองเห็นหน้ากันได้ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะชี้แจงข้อเท็จจริงให้ความรู้ความเข้าใจ เช่น การแถลงข่าวเกี่ยวกับการออกสินค้าใหม่ เพื่อให้สื่อมวลชนเข้าใจและนำไปเผยแพร่ต่อสาธารณชนต่อไป

- การบรรยาย หมายถึง การใช้สื่อบุคคลมาพรรณนาถึงเรื่องราวต่างๆ หรือเหตุการณ์ให้ผู้ฟังได้รับทราบเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ในการบรรยายมีทั้งการบรรยายสรุป และการบรรยายประกอบการสาธิต

- การประชุม เป็นการสื่อสารกันภายในหน่วยงานโดยประธานที่ประชุมเป็นผู้ควบคุมและดำเนินการประชุมไปตามวาระต่างๆ เพื่อหาข้อสรุปหรือมติของที่ประชุม จุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจหรือข้อคิดเห็นร่วมกัน เช่น การประชุมกรรมการบริหารหน่วยงาน การประชุมผู้ถือหุ้น การประชุม พนักงานลูกจ้าง เป็นต้น

- การสัมมนาและฝึกอบรม เป็นการใช้สื่อบุคคลซึ่งเป็นผู้ที่เชี่ยวชาญและมีความรู้ความสามารถถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ให้แก่ผู้เข้าร่วมสัมมนา และฝึกอบรมได้

- การพูดในที่ชุมนุมชน เป็นการใช้สื่อบุคคลที่มีความรู้ความสามารถในเรื่องที่พูดและมีทักษะตลอดจนเทคนิคการพูดที่ดี นำข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายตามชุมชนต่างๆ การพูดลักษณะนี้อาจเป็นการพูดแบบแสดงปาฐกถา กล่าวคือปราศรัย กล่าวสุนทรพจน์กล่าวเปิดงาน เป็นต้น

2. สื่อมวลชน สื่อมวลชน ถือเป็นสื่อการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญในการนำข่าวสารของหน่วยงานไปสู่มวลชน หรือประชาชนกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากเนื้อหาข่าวสารที่เผยแพร่มีความสำคัญ หรือประโยชน์กับประชาชนเป็นหลักแล้ว อาจได้รับการสนับสนุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เผยแพร่ข่าวสารนั้น โดยไม่ต้องเสียงบประมาณใดๆ ก็เป็นไปได้ สื่อมวลชนสามารถแบ่งตามคุณลักษณะของสื่อมวลชนได้เป็น 6 ประเภท ได้แก่

- หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งบรรจุด้วยเนื้อหาสาระต่างๆ ตั้งแต่ข่าวทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ข่าวกีฬา ข่าวบุคคลสำคัญ การโฆษณา ประกาศ และอื่นๆ หนังสือพิมพ์นอกจากจะสามารถนำข่าวสารไปให้ประชาชนจำนวนมากได้แล้ว หนังสือพิมพ์ยังมีอิทธิพลมากในการสร้างประชามติอีกด้วย

ในปัจจุบันมีหนังสือพิมพ์เกิดขึ้นมากมายทั้งรายวัน รายสามวัน และรายสัปดาห์ เนื่องจากเทคโนโลยีทางการพิมพ์เจริญรุดหน้าจึงเกิดการแข่งขันในการพิมพ์สูง นอกจากนี้ยังมีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ซึ่งมีเทคโนโลยีจากส่วนกลาง หรือหนังสือพิมพ์ส่วนกลางมาเล่นในสนามต่างจังหวัด เช่น กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการรายวัน เป็นต้น ทำให้พัฒนาการของหนังสือพิมพ์เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น

- นิตยสาร นิตยสาร เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีความสวยงาม ตลอดจนมีความทนทาน ประกอบด้วย เรื่องราวที่มีความหลากหลายในฉบับเดียวกัน แต่จะเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เช่น นิตยสารสตรี นิตยสารธุรกิจการเงินการธนาคาร นิตยสารสุขภาพ นิตยสารรถยนต์ คอมพิวเตอร์ แม่ และเด็ก เป็นต้น ในการประชาสัมพันธ์จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกองบรรณาธิการของนิตยสารฉบับต่างๆ เนื่องจากการเปิดตัวสินค้าใหม่ จะต้องมีการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง สื่อหนึ่งที่ไม่ได้ได้แก่ลงในนิตยสาร เพราะให้สีสันสวยงาม เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และมีอายุการอ่านนานอีกด้วย

- วิทยุกระจายเสียง วิทยุกระจายเสียงเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารที่แพร่หลายมากที่สุด ประชาชนไม่ว่าจะชนบทหรือในเมืองต่างก็มีเครื่องรับวิทยุกระจายเสียงทั้งยังไม่จำเป็นต้องอาศัยไฟฟ้าจึงสามารถพกติดตัวไปได้หรืออยู่ในรถยนต์สามารถเปิดฟังได้ในแง่ของนักประชาสัมพันธ์ วิทยุกระจายเสียงเป็นเครื่องมือที่สามารถใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารให้ได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย หรือถ้าจะซื้อเวลาในการเผยแพร่ข่าวก็จะมีราคาถูกกว่าวิทยุโทรทัศน์มาก ในปัจจุบันวิทยุกระจายเสียงมีการแข่งขันกันสูงมาก ระบบการส่งที่นิยมได้แก่ระบบ เอฟ เอ็ม ซึ่งมีขีดจำกัดด้านระยะทางในการส่ง แต่ในปัจจุบันการแข่งขันทางการตลาดจึงได้ใช้ส่งคลื่นผ่านดาวเทียมไปยังสถานีในต่างจังหวัดมากมายทั่วประเทศทำให้เผยแพร่ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วมากขึ้นและกระจายข่าวสารไปยังต่างจังหวัดได้อย่างรวดเร็ว

- วิทยุโทรทัศน์ วิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อที่เห็นทั้งภาพและเสียง ทำให้เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูง และถือเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในการเผยแพร่ข่าวสาร นอกจากนี้ยังดึงดูดความสนใจ การให้ภาพความจริง การให้ความรู้ความเข้าใจ การสร้างความรู้สึกละพฤติกรรม ซึ่งเป็นสื่อที่ได้รับความนิยม และมีความสำคัญมากต่อการรับข่าวสาร สาระ ความรู้ ความบันเทิงต่างๆ อย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กว้างขวาง ดังนั้นในปัจจุบันนักประชาสัมพันธ์ จึงมุ่งที่จะให้ความสนใจในการเผยแพร่ข่าวสารของหน่วยงานผ่านวิทยุโทรทัศน์กันมากขึ้น

- ภาพยนตร์ ภาพยนตร์ ในที่นี้จะหมายถึง ภาพยนตร์ที่เป็นสื่อมวลชน คือที่ฉายตามโรงภาพยนตร์ไปภาพยนตร์ที่ฉายตามงานประเพณีต่างๆ นั้นฉายกลางแจ้งฉายภายในตัวอาคาร ซึ่งบุคคลทั่วไปที่สนใจสามารถเข้าชมได้ส่วนภาพยนตร์อีกประเภทหนึ่งเป็นภาพยนตร์ที่หน่วยงานสร้างขึ้นเพื่อเป็นสื่อการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะมีการเผยแพร่แก่กลุ่มประชาชนเป้าหมายของหน่วยงานตามสถานที่ต่างๆ เป็นต้น

ภาพยนตร์ที่เป็นสื่อมวลชนเป็นสื่อมีอิทธิพลมากที่สุดหนึ่ง ทั้งนี้เพราะภาพยนตร์จะประกอบด้วยภาพ แสง สี เสียง และตัวอักษรที่เคลื่อนไหวได้เหมือนกับเหตุการณ์จริงถูกสร้างตัดตอนผสมผสานเป็นเรื่องที่มีการลำดับขั้นตอน ก่อนหลังเป็นเรื่องราวที่น่าสนใจติดตามง่าย สามารถทำให้ผู้ชมที่ความรู้ความเข้าใจอย่างละเอียดให้ความทรงจำ ความประทับใจ สร้างทัศนคติและพฤติกรรมแก่ผู้ชมได้

- สื่อมวลชนสัมพันธ์ ในการประชาสัมพันธ์สิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่งคือ การมีความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนเพื่อให้ข่าวสารทางการตลาด ของบริษัทนั้นๆ สามารถได้ดีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือแม้แต่เผยแพร่ออกอากาศ นอกจากคุณภาพของข่าวที่ประโยชน์ต่อสาธารณชนแล้ว สิ่งหนึ่งได้แก่ความสัมพันธ์อันดีกับบรรดาสื่อมวลชนนั่นเอง ซึ่งสามารถกระทำได้นี้คือ

1. เรียนรู้เกี่ยวกับสื่อมวลชนให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ได้แก่ การเรียนรู้ถึงคุณสมบัติของสื่อมวลชนบุคคลที่อยู่เบื้องหลังเป็นใครชื่ออะไร มีนิสัยใจคอเป็นเช่นไรสามารถติดต่อได้ที่ไหนเวลาไหน หมายเลขโทรศัพท์อะไร หน่วยงานที่บุคคลนั้นสังกัดมีนโยบายหรือหลักในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์อย่างไร ฯลฯ

2. ให้ความสำคัญกับสื่อมวลชนทั้งหลายเหมือนกัน เช่น การให้ข่าวแก่สื่อมวลชนเท่าเทียมกัน หากจัดงานเลี้ยงขอบคุณ หรือเชิญเข้าร่วมกิจกรรมของหน่วยงานก็ไม่ควรเลือกที่รักมักที่ชัง หรือการแสดงความคิดเห็นในวันเกิดก็ควรทำให้กับทุกคนเหมือนกัน เป็นต้น

3. มีความซื่อตรงและจริงใจกับสื่อมวลชน หากมีข่าวสารอะไรควรบอกกล่าวอย่างตรงไปตรงมา ไม่ควรใช้เล่ห์เหลี่ยมชั้นเชิงหรือหลอกใช้เขา ซึ่งจะเกิดผลเสียในระยะยาวได้

4. ติดตามข่าวสารที่เสนอโดยสื่อมวลชนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อติดตามว่าข่าวไหนของหน่วยงานได้รับการเผยแพร่โดยสื่อมวลชนใดบ้าง หากมีสื่อมวลชนที่ไม่ได้เผยแพร่ข่าวสารให้หลายๆ ครั้ง ในขณะที่สื่อมวลชนอื่นเผยแพร่ควรค้นหาข้อเท็จจริง หากมีปัญหาที่รีบดำเนินการแก้ไข หนึ่ง กระแสข่าวของสื่อมวลชนยังเป็นการสะท้อนความคิดเห็นของประชาชนได้อีกทางหนึ่ง

5. วิธีการนำเสนอข่าวแก่สื่อมวลชน ซึ่งไม่ใช่เพียงแต่การส่งภาพข่าว หรือเชิญสื่อมวลชนมาทำข่าวเท่านั้น แต่ยังสามารถทำในรูปแบบอื่นอีกได้ เช่น การส่งบทความ บทวิเคราะห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทสัมภาษณ์หรือเป็นสื่อมวลชนสัมภาษณ์เอง การให้แฟ้มคู่มือ (Press Kit) การจัดประชุมแถลงข่าว (Press Conference) การจัดอบรมปฐมนิเทศน์ (Press Preview) เช่น การจัดรายการแสดงต่างๆ หรือ ภาพยนตร์การกุศล การจัดพาสื่อมวลชนเข้ามาชมกิจการ การพาสื่อมวลชนไปดูสถานที่หรือเหตุการณ์จริง เป็นต้น

6. อินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ตถือเป็นสื่อใหม่ที่ได้รับการยอมรับและนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์องค์กรหรือบริษัทได้เป็นอย่างดี ลักษณะเด่นของอินเทอร์เน็ตคือสามารถโต้ตอบกันได้ตลอดเวลา อีกทั้งยังสามารถทำการประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้าหรือแม้แต่องค์กรตลอด 24 ชั่วโมง อีกทั้งยังติดต่อสื่อสารกันได้แม้แต่อยู่คนละสถานที่ไม่ว่าจะเป็นซีกโลกใดก็ตาม สามารถติดต่อสื่อสารหรือแลกเปลี่ยนข่าวสารกันได้ อินเทอร์เน็ตถือเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งทั้งนี้เพราะมีการแพร่กระจายออกไปอย่างกว้างไกล ผู้รับสารมีจำนวนมาก

(World Wide Web) มาใช้ในการประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น เพราะทุกหน่วยงานเริ่มที่จะมีข้อมูลองค์กรเผยแพร่บนเว็บไซต์ของตนเองแล้ว เช่น www.udru.ac.th/~Fmanage เป็นแหล่งที่สามารถจะเข้ามาหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคณะ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีได้อีกทางหนึ่ง หรือเว็บเพจของโปรแกรมวิชา นิเทศศาสตร์ www.udru.ac.th/~commarts เป็นต้น

2.3.7.1 สื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทกิจกรรม

ในการประชาสัมพันธ์วิธีหนึ่งที่ยอมรับกันและประสบความสำเร็จก็คือการจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อผลทางการตลาดหรือผลในการเพิ่มยอดขายซึ่งกิจกรรมดังกล่าวนี้ถือว่าเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระทำได้ดังต่อไปนี้

1. การจัดกิจกรรมหรือสัปดาห์พิเศษ

เป็นการที่หน่วยงานได้ถือโอกาสเอาวันสำคัญต่างๆ ของบริษัท เช่น วันครบรอบปีของหน่วยงาน วันครบรอบเปิดโรงงาน เป็นต้น หรือวันสำคัญๆ ของชนบทรรมนิยม ประเพณี เช่น วันเข้าพรรษา วันมาฆบูชา วันขึ้นปีใหม่ วันตรุษจีน วันเฉลิมพระชนมพรรษาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวหรือสมเด็จพระบรมราชินีนาถ วันเฉลิมฉลองพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงครองราชย์ครบ 70 พรรษา วันรัฐธรรมนูญ และวันนัดพบแรงงาน เป็นต้น หรือการรณรงค์ต่างๆ เช่น การรณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อม วันสิ่งแวดล้อมไทย การรณรงค์ขับอย่างปลอดภัย โครงการรณรงค์ความปลอดภัยในประเพณีสงกรานต์ เหล่านี้มาจัดเป็นกิจกรรมเพื่อเฉลิมฉลองหรือเพื่อเป็นการทำให้สอดคล้องแสดงถึงการเป็นส่วนหนึ่งในสังคมการให้บริการทางสังคม การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของชาติ ฯลฯ

2. การให้ความอุปถัมภ์หรือช่วยเหลือสนับสนุน

การช่วยเหลือสนับสนุนนั้น สามารถกระทำได้ เช่น การจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นการช่วยเหลือชุมชนที่อยู่รอบๆ หน่วยงาน เช่น การมอบเครื่องดับเพลิง การสร้างสะพานลอย เป็นต้น นอกจากนี้ ยังสามารถแสดงออกโดยการช่วยเหลือพนักงานนอกเหนือไปจากค่าตอบแทน ค่าจ้าง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงินเดือน หรือสวัสดิการต่างๆ ซึ่งออกมาในรูปของการจัดแข่งกีฬาภายในหรือการจัดแข่งกีฬากับหน่วยงานอื่น หรือการจัดวันขึ้นปีใหม่ การจัดทัศนศึกษา เป็นต้น ส่วนการช่วยเหลือสมาคม เช่น การมอบรถจักรยานยนต์แก่กรมตำรวจ การมอบทุนการศึกษาแก่สถาบันการศึกษา เป็นต้น

3. การจัดการประกวด

การจัดการประกวด หมายถึง การเปิดโอกาสให้บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือหลายกลุ่มได้มีโอกาสนำความรู้ความสามารถของเขามาร่วมสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ที่มีคุณค่าแก่ชาติ บ้านเมือง หรือศิลปวัฒนธรรมของชาติ เช่น การจัดการประกวดบทความเนื่องในปีแห่งสันติภาพสากล การจัดการประกวดร้อยแก้วร้อยกรองเพื่อเฉลิมฉลองกวีเอกสุนทรภู่ การประกวดภาพศิลปวัฒนธรรมของชาติ การประกวดคำขวัญ การแข่งขันตอบปัญหาสังคม หรือปัญหาเฉพาะที่เกี่ยวกับหน่วยงาน เป็นต้น

4. การให้รางวัลพิเศษ

การให้รางวัลพิเศษ เพื่อเป็นเกียรติยศต่อคุณงามความดีของบุคคลหรือหน่วยงานที่ได้มีส่วนสร้างสรรค์หรือรักษาไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณีและศิลปกรรมอันดีงามของชาติ เช่น การให้รางวัลแก่พนักงานดีเด่น การให้รางวัลแก่ประชาชนตัวอย่าง การให้รางวัลแก่หน่วยงานที่มีบริการที่ดี สุภาพแก่ประชาชน การให้รางวัลแก่ผู้ที่ทำชื่อเสียงให้แก่ประเทศ เป็นต้น

5. การจัดประชุมหรือสัมมนา

การจัดประชุมหรือสัมมนานี้เป็นการที่หน่วยงานเป็นผู้จัดการและรับผิดชอบหรือร่วมรับผิดชอบ ในการระดมทรัพยากรบุคคลทั้งในและต่างประเทศมาประชุมปรึกษาหารือร่วมกัน เพื่อหาข้อมูลหรือหาทางแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่กำลังเผชิญอยู่หรือเป็นการให้ความรู้ความเข้าใจ และประสบการณ์แก่บุคคลต่างๆ เช่น การจัดสัมมนาวิชาการทางวิชาการตามสถาบันการศึกษาต่างๆ การจัดประชุมหรือสัมมนาระหว่างประเทศ เรื่องการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ เป็นต้น

6. การเปิดให้เยี่ยมชมกิจการ

การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนทางหนึ่งนั้นอาจอาศัยสื่อต่างๆ นำข่าวสารสาระความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหน่วยงานเผยแพร่แก่ประชาชนแต่อีกทางหนึ่งนั้นเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้าเยี่ยมชมได้รู้จักได้มีความรู้ความเข้าใจ และได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ดังนั้นการเปิดโอกาสให้กลุ่มชนต่างๆ เข้าเยี่ยมชมหน่วยงานจึงเรียกได้ว่าเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่ง เช่น เปิดโอกาสให้ชุมชน นักศึกษา กลุ่มแม่บ้าน สมาชิกสมาคมองค์กรต่างๆ ข้าราชการที่เกี่ยวข้องเข้าเยี่ยมชมกิจการของหน่วยงานอย่างใกล้ชิด เป็นต้น

7. การจัดงานฉลอง

เป็นการที่หน่วยงานจะแนะนำสินค้าหรือบริการใหม่ ของหน่วยงานซึ่งทางหนึ่งอาจเป็นการส่งข่าวผ่านสื่อมวลชน หรือสื่อที่หน่วยงานควบคุมได้เพื่อเผยแพร่ไปยังประชาชน แต่อีกการจัดกิจกรรมนอกจากจะสามารถดึงดูดความสนใจจากประชาชนแล้ว วัตถุประสงค์อีกอย่างหนึ่งคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การสร้างความสำเร็จแก่บรรดาสื่อมวลชนจะได้นำไปเป็นข่าวเผยแพร่ต่อไปให้อีกระดับหนึ่ง ซึ่งสามารถที่จะสร้างความเข้าใจให้กับกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

2.3.7.2 สื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทสารและสิ่งพิมพ์

เอกสารและสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานเป็นผู้ผลิต และเผยแพร่ไปยังกลุ่มประชาชนเป้าหมายเอง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบาย โครงสร้างและการบริการ การให้บริการ เป็นต้น

เอกสารและสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ สามารถจำแนกได้เป็น 6 ประเภทคือ

1. หนังสือพิมพ์ ปกติหนังสือพิมพ์ที่หน่วยงานผลิตขึ้นมาจะจะมีขนาดเล็ก ประมาณกึ่งหนึ่งของหนังสือพิมพ์ทั่วไป ส่วนใหญ่พิมพ์ด้วยกระดาษปอนด์อย่างดี หนังสือพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นจะมีรายละเอียดของข่าวต่างๆ ที่เกี่ยวกับหน่วยงานนั้นและธุรกิจการงานด้านต่างๆ โดยทั่วไปแล้วจะรายงานความก้าวหน้า ความสำเร็จของหน่วยงาน เป็นต้น

2. หนังสือ หนังสือเป็นสิ่งพิมพ์ที่หน่วยงานผลิตขึ้นมาจะมีขนาดแตกต่างกันไป ปกติจะมีขนาด 8 หน้ายก และ 16 หน้ายก ปกติจะทำด้วยกระดาษอย่างดี จุดมุ่งหมายเพื่อการให้สาระความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะหนังสือเหล่านี้อาจออกมาในรูปของรายงานประจำปี รายงานวิจัย คู่มือที่เป็นประโยชน์ต่างๆ เป็นต้น

3. วารสาร เป็นสิ่งพิมพ์ที่เป็นที่นิยมทำกันเพื่อประชาสัมพันธ์มากในปัจจุบัน ปกติแล้วจะมีขนาดประมาณ 8 หน้ายก ทำด้วยกระดาษปอนด์ มีระยะเวลาในการเผยแพร่แน่นอน

4. จดหมาย จดหมายในที่นี้รวมความทั้งจดหมายเวียนหรือแผ่นปลิวเพื่อแจ้งเรื่องราวต่างๆ ให้ทราบ และชักชวนในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จดหมายที่ส่งถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายโดยตรง ประกาศบันทึก ไพรศณีย์ เช่น แจ้งว่าบัดนี้สินค้าที่ต้องการมาแล้ว เป็นต้น จุดมุ่งหมายของการใช้จดหมายเป็นสื่อการประชาสัมพันธ์นั้นปกติจะมีความเฉพาะเจาะจงในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง คือแจ้งให้ทราบเกี่ยวกับข้อเท็จจริงอย่างสั้นๆ หนึ่งหากข่าวสาร สาระที่แจ้งนั้นจะส่งถึงคำถาม ข้อข้องใจ หรือข้อสงสัยแล้ว ควรหลีกเลี่ยงการใช้เครื่องมือประเภทนี้

5. แผ่นพับและเอกสารเย็บเล่ม หรือจุลสารมีจุดมุ่งหมายเพื่อแบ่งกระดาษใน 1 หน้ากระดาษออกเป็นหลายหน้าโดยการพับ อาจมี 3- 5พับ เป็นต้น โดยในแต่ละหน้าจะบรรจุด้วยเนื้อหาสาระที่สั้นกะทัดรัด อ่านจับใจความได้ง่ายและรวดเร็ว ปกติแผ่นพับนี้จะจัดทำขึ้นเพื่อแนะนำหน่วยงาน หรือบริการของหน่วยงานแต่ที่สำคัญต้องมีสถานที่อยู่และหมายเลขโทรศัพท์ของหน่วยงาน เพื่อที่จะให้ผู้อ่านสนใจสามารถติดต่อกลับมายังบริษัทได้ส่วนเอกสารเย็บเล่มนั้นจะมีรูปร่างคล้ายกับแผ่นพับเพียงแต่มีลักษณะเป็นแบบหนังสือ คือประกอบด้วยกระดาษหลายแผ่นมีปก ปกติจะเย็บขนาดครึ่งหนึ่งของกระดาษแผ่นหนึ่งจะได้ 4 หน้า จุดมุ่งหมายเพื่อเป็นการแนะนำหน่วยงาน หรืออาจเป็นคู่มือแนะนำเรื่องที่เป็นประโยชน์ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. แผ่นประกาศหรือโปสเตอร์ เป็นแผ่นกระดาษใหญ่แผ่นเดียวมีขนาดแตกต่างกันไป ปรกติจะเป็นกระดาษแข็งพิมพ์ข้อความหรือภาพเพียงด้านเดียว เพื่อให้ติดกับบอร์ดหรือฝาผนัง จุดมุ่งหมายเพื่อแจ้งเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างย่อๆ หรือเป็นการชักชวนรณรงค์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ภาษาที่ใช้จะเป็นภาษาที่สั้นๆ ง่ายๆ แต่ได้ใจความกะทัดรัดเขียนไว้ตัวโตพอที่จะอ่านจากระยะไกลได้ แต่บางครั้งไม่ได้ที่การติดตามเอาแผ่นประกาศนี้ออกเมื่อหมดอายุ เช่น ประกาศการจัดสัมมนา หรือประกาศการจัดแข่งขันกีฬาเป็นการกำหนดเวลาสถานที่ไว้ จึงทำให้เกิดความไม่เรียบร้อยหรือสร้างความสกปรกได้

2.3.7.3 สื่อในการประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อโสตทัศน

สื่อโสตทัศนเป็นสื่อการประชาสัมพันธ์ที่สามารถให้ทั้งเสียงและภาพ เพื่อเป็นการนำข่าวสารจากหน่วยงานไปสู่ประชาชน สื่อโสตทัศนนี้เรียกว่าเป็นสื่อเบื้องต้นที่นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ความเข้าใจถึงคุณลักษณะ และรู้ถึงเทคนิคหรือวิธีการผลิตสื่อเหล่านี้ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการหยิบมาเลือกใช้อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างผสมผสานกัน ให้เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผลสื่อโสตทัศนสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. อุปกรณ์หรือเครื่องมือ

อุปกรณ์หรือเครื่องมือเป็นเครื่องจักรกล เครื่องยนต์ เครื่องไฟฟ้าหรืออิเล็กทรอนิกส์ที่จะต้องอาศัยวัสดุเป็นตัวนำข่าวสารมาใช้ประกอบด้วยจึงสามารถถ่ายทอดไปยังประชาชนได้ ซึ่งแก่ เครื่องฉายภาพยนตร์ เครื่องเทปบันทึกเสียง เครื่องเล่นแผ่นเสียง เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ เครื่องฉายสไลด์ เครื่องฉายภาพทึบแสง เครื่องรับวิทยุ เครื่องรับโทรทัศน์ เป็นต้น

2. วัสดุ

วัสดุเป็นสื่อที่อาจใช้ได้ด้วยตัวของมันเองและต้องใช้ร่วมกับอุปกรณ์หรือเครื่องมือ จึงจะใช้ได้ สื่อประเภทนี้ได้แก่ ภาพต่างๆ สไลด์ แผ่นโปร่งใส หุ่นหรือรูปจำลองของจริง เทปบันทึกเสียง เทปบันทึกภาพ फिल्मภาพยนตร์ เป็นต้น

3. วิธีการ

วิธีการ หมายถึง การนำสื่อโสตทัศนทั้งสองประเภทมานำเสนอ การนำเสนออาจเลือกเพียงสื่อหรือนำเสนอผสมผสานหลายๆ สื่อก็ได้ วิธีการนำเสนอเหล่านี้ได้แก่ การแสดงละคร การสาธิต ภาพยนตร์ การจัดนิทรรศการ ซึ่งวิธีการนี้สามารถที่จะดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น และสามารถให้ข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าให้กับผู้บริโภคได้เข้าใจง่ายยิ่งขึ้นด้วย

2.3.7.4 สื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์

การใช้การโฆษณาเพื่อผลทางการประชาสัมพันธ์นั้น เรียกว่า การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ หรือการโฆษณาสถาบัน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ประชาชนได้รู้จัก และเกิดความนิยมเลื่อมใสศรัทธา หรือมีภาพพจน์ที่ดีแก่หน่วยงาน เกิดความรู้สึกว่าหน่วยงานมิได้เอาเปรียบเพื่อขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินค้าหรือบริการเท่านั้น แต่ยังให้ข่าวสารความรู้อีกด้วยด้วยการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่สามารถจำแนกได้ดังนี้คือ

1. การสนับสนุนสื่อมวลชน การประชาสัมพันธ์จะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากน้อยเพียงไรนั้น เครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งคือ การอาศัยสื่อมวลชนในการช่วยสนับสนุนเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ให้ ดังนั้นหน่วยงานก็ควรที่จะให้การสนับสนุนสื่อมวลชนด้วยการสนับสนุนสามารถทำได้โดยการเป็นผู้อุปถัมภ์หรือการโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร หรือโฆษณาสนับสนุน รายงานข่าวสารคดี และรายการบันเทิงต่างๆ ของสถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีวิทยุโทรทัศน์ และโรงภาพยนตร์ การโฆษณาจะไม่เป็นการเน้นตัวสินค้าหรือบริการแต่จะเป็นการสร้างสรรคสังคมให้ความรู้เรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมของชาติ แต่นัยหนึ่งเป็นการสะท้อนการโฆษณาหน่วยงานผู้ผลิตสินค้านั้น เป็นต้น

2. การบริการสังคมและสาธารณประโยชน์ เป็นการส่งเสริมสนับสนุนสังคมและสาธารณประโยชน์ในแง่มุมต่างๆ เช่น ป้ายที่มีคำขวัญหรือคำเชิญชวนให้ช่วยกันรักษาความสะอาด การชักชวนให้ไปใช้สิทธิ์เลือกตั้ง หรือการชักชวนให้ปฏิบัติตามกฎจราจร โดยทำป้ายหรือส่วนหนึ่งของป้ายนี้จะมีชื่อของผู้สร้างชื่อป้ายหรือ ระบุว่า “สนับสนุนโดยบริษัท...” เป็นการระบุชื่อผู้ให้การสนับสนุนเพื่อผลในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัทในที่สุด

3. วัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือของหน่วยงาน การประชาสัมพันธ์ประเภทนี้เป็นการแนะนำให้ผู้พบเห็นหรือผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆ ได้รู้จักโดยมีชื่อสถานที่ทำงาน หมายเลขโทรศัพท์ หรือสินค้าบริการ หรือตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานในรูปของกระดาษจดหมาย แผ่นปลิว จุลสาร วารสาร ป้ายทำยรถของหน่วยงาน หรืออาจเป็นรูปของเครื่องแบบ เช่น เครื่องแบบพนักงานของบางหน่วยงาน เป็นต้น

4. การอุปถัมภ์กิจกรรมต่างๆ ขององค์การสมาคมและหน่วยงานอื่นๆ ปัจจุบันมีหลายหน่วยงานที่ได้จัดกิจกรรมต่างๆ แล้ว แต่ไม่มีงบประมาณเพียงพอในการจัดทำ หรือไม่เพียงพอที่จะทำของที่ระลึกหรือของชำร่วยต่างๆ ในการจัดทำ หรือไม่เพียงพอที่จะทำของที่ระลึก หรือของชำร่วยต่าง ในกรณีนี้อาจขอความช่วยเหลือเมื่ออุปถัมภ์จากหน่วยงานที่พอจะช่วยให้ ซึ่งการสนับสนุนการจัดสัมมนาทางวิชาการแก่สถาบันการศึกษา ก็อาจพบเห็นที่เขียนว่า “สัมมนาวิชาการเรื่อง...” ได้รับการสนับสนุนจากบริษัท ก. หรือร่วมกับ บริษัท ก.” หรืออาจออกมาในรูปการสนับสนุนการแข่งขันกีฬาโดยการให้งบประมาณช่วยเหลือ หรือให้เสื้อยืดที่มีตราหรือสัญลักษณ์ของหน่วยงาน หรือการจัดพิมพ์หนังสือตำรา หรือรายงานวิจัยของนักวิชาการต่างๆ โดนมีการระบุว่า “สนับสนุนการจัดพิมพ์โดยบริษัท ก.” หรือ ป้ายโฆษณากิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ เป็นต้น

5. การจัดทำของที่ระลึกเนื่องในโอกาสต่างๆ ได้แก่ การจัดทำปฏิทินในโอกาสขึ้นปีใหม่ การจัดทำที่เชิญบุหรี พวงกุญแจ ปากกา กระเป๋าตังค์ กระเป๋าเดินทาง แฟ้มเอกสาร เนื่องในวันสำคัญๆ หรือโอกาสต่างๆ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. การเผยแพร่ข่าวสาร (Publicity) เป็นการสื่อสารเกี่ยวกับองค์การ ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ประกอบด้วย การเผยแพร่ข่าว (News Release) การเผยแพร่ภาพ (Photo Release) การประชุมนักข่าว การให้สัมภาษณ์ การเขียนบทความ การจัดทำโครงร่างบริษัท การทำสารคดี วีดีโอ เป็นต้น

7. สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Press Relations) เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนถือว่าเป็นรากฐานของการประชาสัมพันธ์ บริษัทต้องพยายามสร้างความสัมพันธ์ที่ดี แต่การประชาสัมพันธ์ไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ ถ้าสื่อมวลชนไม่ให้ความสนใจในกิจกรรมของบริษัท หรือไม่ให้ความครอบคลุมด้านสื่อ (Media Coverage) กับบริษัท

8. ชุมชนสัมพันธ์ (Community Relations) เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีในชุมชนที่ธุรกิจนั้นมีกิจกรรมอยู่ หลักการสร้างชุมชนสัมพันธ์มีการพัฒนาจากชุมชนที่ไม่มีปฏิกิริยา (Passive Community) เป็นชุมชนที่มีปฏิกิริยา (Active Community) การที่บริษัทจะไปสร้างกิจกรรมอะไรในชุมชนใด จะต้องให้ความสนใจกับชุมชนนั้น เนื่องจากชุมชนนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการนำมาเพื่อการตัดสินใจต้องพิจารณาความต้องการของชุมชนเป็นหลัก และควรยึดหลักว่าคุณต้องเป็นเพื่อนบ้านที่แสนดี เพื่อให้การต้อนรับจากชุมชน

9. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development (HRD)) พัฒนาการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพพจน์อาจจะทำทุกอย่างตามที่ได้กล่าวมา แต่ถ้าพนักงานเป็นการวางแผนการใช้ความพยายามที่ต่อเนื่องของฝ่ายจัดการที่จะปรับปรุงระดับความสามารถของพนักงานและการทำงานขององค์กร โดยอาศัยโปรแกรมการฝึกอบรมการศึกษาและการของบริษัท ปราศจากมนุษย์สัมพันธ์และการให้บริการ (Service Mind) ที่ดีเนื่องจากไม่มีการพัฒนาพนักงาน (Employee) ของบริษัทแล้ว ย่อมทำให้บริษัทเสี่ยงชื่อเสียง และภาพพจน์ที่ไม่ดี

10. การบริหารข่าวเชิงกลยุทธ์ (Issue management) เป็นกระบวนการกำหนดจำนวนปัญหาด้านสังคมในส่วนที่เกี่ยวกับองค์การวิเคราะห์ผลกระทบด้านศักยภาพและการจัดเตรียมการตอบสนองที่มีประสิทธิผล ไม่ควรให้เรื่องราวของบริษัทเกิดขึ้นตามความพอใจของสื่อมวลชนควรเกิดขึ้นด้วยการบริหารของบริษัทว่าในเรื่องใดควรลงข่าวเรื่องใดไม่ควรลง เรื่องใดควรออกข่าวเวลาใด เรื่องใดควรออกข่าวด้วยความถี่สูง ถ้าบริษัทไม่ให้ความสนใจเรื่องราวของบริษัทจะไม่ได้รับการควบคุม ถ้าบริษัทรู้จักการควบคุมถือว่าเป็นการบริหารข่าวเชิงกลยุทธ์ที่ดี

จะเห็นได้ว่าสื่อการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญ และจำเป็นสำหรับงานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากสื่อการประชาสัมพันธ์ หมายถึง สิ่งที่ได้สร้างขึ้นหรือได้เลือกมาใช้งานประชาสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะนำข่าวสารจากสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริษัทไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย หรือลูกค้า สื่อการประชาสัมพันธ์สามารถจำแนกได้ 7 ประเภทคือ สื่อบุคคล สื่อมวลชน กิจกรรมทางการตลาด เอกสารและสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ และสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สื่อการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญคือ ถ่ายทอดข่าวสารประชาสัมพันธ์ให้ประชาชน ได้ทราบทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง เสริมสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีแก่หน่วยงานและ ให้ความบันเทิงแก่ประชาชน (ที่มา : <http://www.onespa.or.th/Esjmate/vocational.2549>)

กล่าวสรุปได้ว่า สื่อนั้นเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์ให้เกิดรูปแบบที่ หลากหลายเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเพื่อกระตุ้นความเชื่อถือ สร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นตลอดจนส่งเสริม ความร่วมมือให้ดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

2.4.1 การใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์นั้นมีความมุ่งหมายให้วัตถุประสงค์ของการ ประชาสัมพันธ์บรรลุผล (วิจิตร อวาทกุล . 2534 : 111-112)

2.4.1.1 ใช้สื่อเพื่อเป็นเครื่องช่วยในการเผยแพร่ (Publicity) แจ้งความ ความจริง เสนอข่าว (News) ประกาศ (Declaration) ให้การศึกษา (To Educate) เพื่อแจ้งข่าวคราว (To Inform) ให้ความรู้ (Knowledge) ให้ความเข้าใจ (Understanding) ที่ดี ที่ถูกต้องแก่ประชาชน เพื่อจูงใจและให้เกิดความร่วมมือสนับสนุนการดำเนินงานของสถาบัน

2.4.1.2 ใช้สื่อต่างๆ เพื่อให้เกิดสานสัมพันธ์ สร้างเสริมความรู้ความเข้าใจ อันดีและ ความสามัคคีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในหน่วยงานในชาติ

2.4.1.3 ใช้สื่อเพื่อเป็นการสื่อสาร การฟังหรือหาข่าวสะท้อนกลับ (Feed Back) ของประชาชนในรูปของประชามติ เกี่ยวกับการดำเนินงานของสถาบัน และในเรื่องอื่นๆ เพื่อปรับปรุง แก้ไขการดำเนินการ

2.4.1.4 ใช้การพูดการเขียน ก็เพื่อกระตุ้นให้เกิดความเชื่อถือ และมุ่งหวังที่จะให้มี หรือเกิดกระทำ เป็นต้น

2.4.2 การใช้สื่อต่างๆ ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ก็เพื่อได้รับประโยชน์

2.4.2.1 เพื่อก่อหรือสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับประชาชน หรือลูกค้า

2.4.2.2 เป็นการดำเนินการเผยแพร่หน่วยงาน กิจการ ในรูปต่างๆ เพื่อให้ประชาชน ได้คุ้นเคยรับความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง

2.4.2.3 เพื่อเชิญชวนให้เกิดความสนใจเพื่อแนะนำให้รู้จักผลิตภัณฑ์บริการแบบ ต่างๆ เพื่อให้ประชาชนทดลองใช้หรือรับบริการ

2.4.2.4 เพื่อกระตุ้นความต้องการของประชาชนที่จะใช้หรือบริการและเสนอ แนะนำบริการในรูปต่างๆ แก่ผู้ที่ยังลังเลใจ

2.4.2.5 เพื่อต้องการรักษาและกระตุ้นให้ประชาชนระลึกถึงชื่อเสียงเอกลักษณ์ คำ ขวัญ คุณงามความดี ของหน่วยงานอยู่เสมอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.2.6 เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ผลิตภัณฑ์ ผลงาน กิจกรรม ที่เหมาะสมแก่ประชาชน ตามโอกาสอันควร

2.4.2.7 เพื่อเป็นการเผยแพร่โฆษณา แข่งขันในด้านบริการให้เร็วและรวดเร็วกว่าผู้อื่น

2.4.2.8 เพื่อเป็นการศึกษาปฏิบัติการ ท้าที ความรู้สึกของประชาชนที่สะท้อนกลับ จากการดำเนินงานของหน่วยงาน

2.4.3 การใช้สื่อให้ได้ผลในด้านประชาสัมพันธ์ วิจิตร อาวะกุล (2539 : 84-85) กล่าวว่า การใช้สื่อให้ได้ผลในด้านการประชาสัมพันธ์ควรให้สื่อมีลักษณะ ดังนี้

2.4.3.1 สิ่งพิมพ์หรือสื่ออื่นจะต้องสนองความต้องการ วัตถุประสงค์ นโยบายทั้ง องค์การพนักงานและเจ้าหน้าที่

2.4.3.2 ต้องให้สิ่งที่เป็นประโยชน์ มีประโยชน์ มีข่าวสารที่ดี มิใช่เต็มไปด้วยเรื่อง เหลวไหลไร้สาระ

2.4.3.3 การแจกจ่ายจะต้องให้ตรงตามลักษณะชนิดของสิ่งพิมพ์ว่าพิมพ์ใดสำหรับ เจ้าหน้าที่พนักงาน หัวหน้าหน่วยงาน เอเยนต์ หรือประชาชนทั่วไป เพราะแต่สิ่งพิมพ์จัดทำเหมาะสม สำหรับคนแต่ละกลุ่มจะไม่ได้ผล

2.4.4 สิ่งพิมพ์ที่ดีในด้านการประชาสัมพันธ์ ควรมีลักษณะดังนี้

2.4.4.1 สิ่งพิมพ์ต้องจัดทำให้มีลักษณะที่เมื่อคนเห็นแล้วเกิดอารมณ์ปรารถนา อยากจะหยิบ อยากจะอ่าน ติดตามตั้งแต่หน้าแรกจนหน้าสุดท้าย โดยใช้เทคนิค ความคิด การ ออกแบบให้สี มีรสนิยมดีมีสาระให้ความรู้สติปัญญา และเป็นอาหารสมอง

2.4.4.2 สิ่งพิมพ์ต้องต่อเนื่อง ออกเป็นประจำ อย่าให้ขาดๆ หายๆ สะดุดหยุดชะงัก ักการขาดหายไปนานๆ แล้วมาเริ่มออกใหม่ เป็นการยากที่จะดึงดูดประชาชนให้กลับมาสนใจอีกครั้ง

2.4.4.3 เรื่องราวควรจะเริ่มจากกว้างๆ แล้วจึงค่อยๆ แคบเข้า จนเข้าจุด

เฉพาะเจาะจง

2.4.4.4 การทำสิ่งพิมพ์ราคาถูก เพื่อการประหยัด หรือเผยแพร่อย่างเสียไม่ได้ หรือ ทำไปเพราะเป็นหน้าที่ จะยิ่งสิ้นเปลืองและมีราคาแพง ไร้คุณค่าโดยสิ้นเชิง คุณภาพของสิ่งพิมพ์ในการ ประชาสัมพันธ์แม้จะแพงขึ้นบ้างแต่จะให้ผลดีและคุ้มค่ามากกว่าการทำเพื่อประหยัดแต่ด้วยคุณค่า สิ่งพิมพ์จะสวยและประหยัดด้วยการใช้ความคิดและศิลปะเข้าช่วย

2.4.4.5 สิ่งพิมพ์ที่ดีต้องสร้างสัมพันธ์ภาพไม่ใช่กลับทำลายสัมพันธ์ภาพมิตรของ หน่วยงานกับประชาชน สิ่งพิมพ์ที่ให้ผลดีสร้างความแข็งแกร่งและราบรื่นแก่การดำเนินการ ประชาสัมพันธ์ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 หลักการจัดองค์ประกอบของทางศิลปะ

ในการจัดองค์ประกอบทางศิลปะของ การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุกชนิดมี หลักการสำคัญที่เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาร่วมกัน 6 ประการได้แก่

2.5.1 สัดส่วน (Proportion)

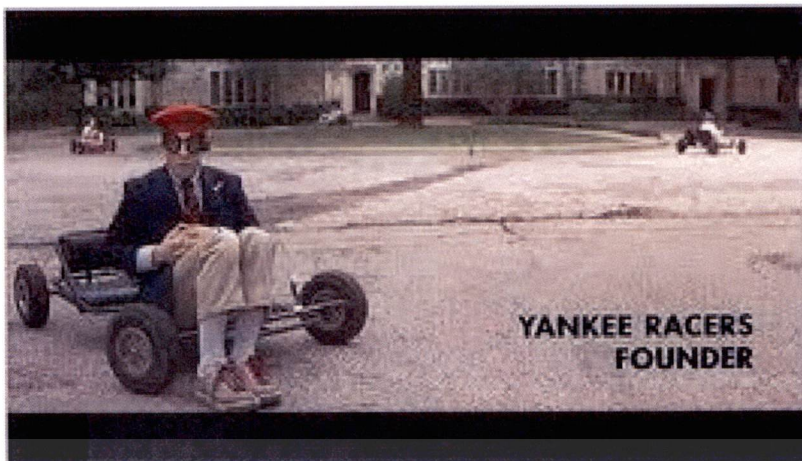
งานชิ้นแรกในการออกแบบสิ่งพิมพ์ก็คือ การกำหนดขนาดและสัดส่วนของงานที่จะผลิตเพื่อ เป็นแนวทางในการจัดวางองค์ประกอบย่อยอื่นๆ เช่น ข้อความ สัญลักษณ์หรือภาพประกอบ เพื่อให้มี ขนาดสัดส่วนที่พอเหมาะ กับองค์ประกอบโดยรวม การกำหนดกรอบขอบเขตหรือขนาดสิ่งพิมพ์ โดยให้มีส่วนสูงและความกว้างที่สัมพันธ์กันดีก็ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์นั้นดูน่าสนใจสัดส่วนของขนาด องค์ประกอบย่อยๆ ในสิ่งพิมพ์ด้วยเช่นกัน

วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2540 : 105) กล่าวว่า สิ่งตลใจในการกำหนดสัดส่วนต่างๆ ที่ปรากฏ ขึ้นบนภาพหรือชิ้นงานได้แก่จากสิ่งที่อยู่รอบตัว จากธรรมชาติ จากวัสดุสิ่งของมาเป็นแนวคิดการสร้าง สัดส่วนที่แปลกตาออกไปย่อมจะมีผลสะท้อนให้เกิดความน่าสนใจและชวนมองยิ่งขึ้น



ภาพที่ 2.6 สัดส่วนของพื้นที่ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2540 : 106)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.7 สัตส่วนของเรื่อง (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2540 : 106)

2.5.2 ความสมดุล (Balance)

ความสมดุลจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อ องค์ประกอบย่อยๆ ที่อยู่ในสิ่งพิมพ์ถูกจัดวางให้มีน้ำหนักเท่ากันทำให้เกิดความรู้สึกที่สมดุลแก่ผู้ที่ยอมรับ น้ำหนักดังกล่าวเกิดขึ้นจากขนาด รูปร่าง สี และความเข้มจาง เป็นต้นว่าองค์ประกอบที่มีขนาดใหญ่จะดูมีน้ำหนักมากกว่ารูปสี่เหลี่ยม และรูปทรงที่มีลักษณะแปลกๆ จะดูมีน้ำหนักมากกว่ารูปทรงกลมทรงเหลี่ยม องค์ประกอบที่มีเข้มจะมีน้ำหนักมากกว่าองค์ประกอบที่มี สีจาง ดังนั้น เราจึงพบว่า องค์ประกอบที่มีขนาดเล็กแต่สีเข้ม จะดูมีน้ำหนักมากกว่าองค์ประกอบที่มีขนาดใหญ่แต่สีจางองค์ประกอบของภาพของเราสมดุลหรือไม่นั้น ถ้าเป็นการพิจารณาในทางกายภาพ ก็เหมือนกันกับที่เรานึกถึงการเล่นกระดานหกของเด็กผอมนั่นเอง การที่จะให้เด็กทั้งสองอยู่ในภาวะสมดุลได้ ก็จะต้องให้เด็กอ้วนนั่งใกล้จุดหมุนมากกว่าเด็กผอม หลักการดังกล่าวสามารถประยุกต์ใช้ได้กับการจัดองค์ประกอบในงานการจัดสิ่งพิมพ์ เช่นกัน แต่จุดสมดุลของภาพ หรือที่เรียกว่าจุดตัดกลางสายตา (Optical Center) จะอยู่เหนือจุดกึ่งกลางของภาพ ซึ่งเป็นจุดกึ่งกลางของเส้นทแยงมุม

องค์ประกอบของสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะสมดุล ซ้าย-ขวา เหมือนกันจะให้ความรู้สึกทางอนุรักษนิยม (ความเป็นเอกลักษณ์) ความมั่นคง ส่วนการจัดองค์ประกอบของสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะสมดุล ซ้าย-ขวา ไม่เหมือนกันจะให้ความรู้สึกตื่นเต้นมากกว่า เนื่องจากมีองค์ประกอบที่มีลักษณะต่างๆ กันทั้งความเข้มและน้ำหนัก เช่น ในการทำสิ่งพิมพ์สำหรับธนาคาร บริษัทประกันภัย หรือสิ่งพิมพ์ที่ต้องการแสดงออกซึ่งความมีเกียรติเป็นที่เชื่อถือได้ จึงมักใช้หลักการจัดวาง ในลักษณะสมดุลแบบ ซ้าย-ขวา เหมือนกัน ถึงแม้ว่าแบบสมดุล ซ้าย-ขวา ไม่เหมือนกันจะดูน่าสนใจกว่าก็ขวา ไม่เหมือนกันจะดูน่าสนใจกว่าก็ตามการพิจารณาเลือกใช้จึงต้องพิจารณาเนื้อหาสาระของสารที่ต้องสื่อความหมายประกอบไปด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.3 ความแตกต่าง (Contrast)

ในการสื่อความหมาย โดยทั่วไปย่อมต้องมีบางสิ่งที่ต้องการเน้นมากกว่าส่วนอื่นๆ ซึ่งนอกจากจะเป็นการแสดงความสำคัญแล้วยังทำให้น่าสนใจมากขึ้นอีกด้วย การเน้นด้วยการสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นในสิ่งพิมพ์สามารถทำได้หลายวิธี กล่าวคือ การเน้นด้วยขนาด รูปร่าง ความแตกต่างของสี และทิศทาง

สีแบ่งได้เป็น 2 วรรณะ คือ วรรณะสีร้อน เช่น สีแดง สีเหลือง สีส้ม และวรรณะสีเย็น เช่น สีเขียว สีน้ำเงิน สีฟ้า ความแตกต่างในวรรณะของสีช่วยเพิ่มความน่าสนใจและมีอิทธิพลต่อความรู้สึกและประสาทตาอย่างมาก นอกจากนั้นสียังนำมาใช้ในการตกแต่งให้ดูน่าสนใจเน้นความเด่นชัดให้กับสิ่งพิมพ์ได้มากขึ้น

การจัดวางองค์ประกอบของภาพให้มีความแตกต่างของทิศทาง สามารถนำมาใช้ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อให้ผู้อ่านติดตามข้อความที่ต้องการสื่อความหมายด้วยการสร้างจุดปลายทางขึ้นในภาพ

2.5.4 ลีลา (Rhythm)

ลีลา หมายถึง การเคลื่อนไหวที่มีความซ้ำและต่อเนื่องเป็นระยะๆ และจากการเคลื่อนไหวซ้ำๆ กันจะทำให้เกิดรูปร่าง ขนาด รูปลักษณะต่างๆ กันออกไป ในการจัดองค์ประกอบของสื่อสิ่งพิมพ์ให้เกิดลีลา

ทำโดยการจัดวางองค์ประกอบให้เกิดรูปแบบที่ซ้ำกันและต่อเนื่อง อาจเป็นการซ้ำกันทางด้านรูปร่าง ความเข้มจางหรือสี เพื่อให้ผู้มองเห็นความคล้ายกันขององค์ประกอบได้ทันทีและทำให้สายตาของผู้มองเคลื่อนไปตามตำแหน่งขององค์ประกอบที่ซ้ำๆ กันของภาพนั้น

2.5.5 ความมีเอกภาพ (Unity)

การนำเอาองค์ประกอบซึ่งมีลักษณะต่างๆ กันเข้ามาจัดวางเพื่อให้สื่อสิ่งพิมพ์สื่อความหมายตามความต้องการนั้นจะต้องพิจารณาให้องค์ประกอบต่างๆ เหล่านั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีเอกภาพอีกด้วยความมีเอกภาพในการจัดองค์ประกอบ สามารถทำได้โดยการแบ่งกลุ่มองค์ประกอบ เช่น การจัดกรอบการวางภาพให้เคลื่อนกัน เป็นต้น



ภาพที่ 2.8 การจัดองค์ประกอบของภาพ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2540 : 109)

2.5.6 ความกลมกลืน (Harmony)

ความกลมกลืน หมายถึง ความพอดีพอเหมาะของส่วนประกอบต่างๆ ที่ประกอบกันขึ้นเป็น สิ่งพิมพ์ซึ่งเมื่อส่วนประกอบต่างๆ มีลักษณะพอเหมาะพอดีแล้ว ก็จะทำให้เกิดความงาม มีความสัมพันธ์กัน และมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ความผสมกลมกลืนจะพบได้จากลักษณะของ องค์ประกอบในทาง สี รูปร่างและลักษณะของตัวอักษร เช่น ในหนังสือ 1 หน้า จะมีการใช้อักษรใน สกulptเดียวกันตลอดทั้งหน้า แต่มีขนาดต่างกัน หรือเส้นหนา หนักเบาต่างกัน หรือตัวเอนตัวตรง เพื่อให้ เกิดความกลมกลืนในหน้าหนึ่ง แต่ถ้าใช้ตัวอักษรแตกต่างกันหลายแบบ หลายสกulptใน 1 หน้า ปะปนกัน มากไป ก็จะทำให้เกิดลักษณะแตกต่างกันไปเป็นจุดๆ ไม่มีความสัมพันธ์และผสมกลมกลืนกัน

จากหลักการทั้ง 6 ประการ ในการพิจารณาเพื่อการออกแบบและจัดวางองค์ประกอบทาง ศิลปะในงานผลิตสื่อสิ่งพิมพ์นี้ เป็นหลักการพื้นฐานที่นักศึกษาจำเป็นต้องทำความเข้าใจและยึดเป็น หลักการสำคัญในงานออกแบบเพื่อผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็น โปสเตอร์ แผ่นพับ แผ่นปลิวเอกสารเย็บเล่ม เพื่อให้เกิดสิ่งพิมพ์ที่ผลิตมีความสวยงามและสื่อ ความหมายได้ตรงตามความต้องการที่จะถ่ายทอดต่อไป

2.5.7 แผ่นพับ (Folder)

เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดไดเร็กแมล์ (Direct Mail) ที่จะส่งตรงถึงผู้บริโภคทั้งวิธีการไปรษณีย์และ การแจกตามสถานที่ต่างๆ ลักษณะเด่นของแผ่นพับก็มี คือมีขนาดเล็ก หยิบถือได้สะดวกสามารถให้ ข้อมูลรายละเอียดได้มาก (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2540: 35)

แผ่นพับ คือ แผ่นกระดาษที่พิมพ์ภาพข้อความและองค์ประกอบอื่นเพื่อใช้ในการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารในการโฆษณา การประชาสัมพันธ์แผ่นพับจัดได้ว่าเป็นสิ่งพิมพ์ที่บริษัทผู้ผลิตสินค้าจะส่ง ตรงถึงผู้บริโภคทั้งวิธีการทางไปรษณีย์และการแจกตามสถานที่ต่างๆ ลักษณะเด่นของแผ่นพับคือมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนาดเล็กหยิบถือได้สะดวกสามารถให้ข้อมูลรายละเอียดได้มากผู้ดูสามารถเลือกเวลาใดก็ได้ในการหยิบขึ้นมาอ่านมีเทคนิคในการออกแบบได้อย่างอิสระหลากหลายและสวยงาม ค่าใช้จ่ายในการผลิตต่ำ แผ่นพับสามารถพับได้หลายแบบ การพับสามารถพับได้ตั้งแต่ 2 หน้า ไม่นิยมใส่เลขหน้าแผ่นพับเป็นงานพิมพ์บนกระดาษแผ่นเดียวแต่นำมานับเป็น 2-4 ส่วน หรือมากกว่าแต่เมื่อนำมากางจะได้เป็นแผ่นเดียว โดยไม่ต้องนำมาเข้าเล่ม นิยมวางโฆษณาและจัดส่งเผยแพร่ทางไปรษณีย์

องค์ประกอบของแผ่นพับ ประกอบด้วยส่วนสำคัญ ดังนี้ (ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. 2540 : 16-17)

1. ชื่อเรื่องหรือหัวเรื่อง หมายถึง ข้อความสำคัญที่มุ่งหวังให้ผู้อ่านรับรู้อันดับแรก เป็นคำเชิญชวน คำที่ดึงดูดใจ
2. หัวเรื่องรอง หมายถึง ข้อมูลขยายชื่อเรื่องหรือหัวเรื่องให้ชัดเจนยิ่งขึ้นการระบุหัวเรื่องรองอาจมีหลายหัวเรื่อง เพื่อเป็นการแบ่งเนื้อหาออกเป็นตอนๆ
3. ข้อความ หมายถึง ข้อมูลรายละเอียดสินค้า บริการ หรือการประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจนครบถ้วนเพื่อโน้มน้าวให้ผู้อ่านเชื่อถือในสินค้าหรือบริการนั้นๆ
4. ภาพประกอบ การใช้ภาพมาประกอบกับเนื้อหาทำให้มีความชัดเจนสมบูรณ์สวยงาม ดึงดูดใจ มักใช้ภาพประกอบมากกว่าแผ่นภาพ เนื่องจากแผ่นพับมีเนื้อหามากกว่า
5. ผู้พิมพ์และผู้โฆษณา การให้ข้อมูลเจ้าของสินค้า บริการ หรือผู้พิมพ์แผ่นพับนั้น เป็นการแสดงความรับผิดชอบในสิ่งพิมพ์ของตน และเพื่อให้ผู้อ่านสามารถติดต่อขอรายละเอียดภายหลังได้
6. ตราสัญลักษณ์ เป็นตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานที่พิมพ์ประชาสัมพันธ์

ได้กล่าวไว้ว่า แผ่นพับเป็นเอกสารเผยแพร่ขนาดเล็กอีกชนิดหนึ่งที่นิยมใช้กันมาในปัจจุบัน ไม่มีขนาดตายตัวแน่นอน แต่ยึดถือหลักของการพกพาสะดวกขนาดไม่ใหญ่จนเกินไป ผู้อ่านสามารถมองเห็นทั้งหน้าได้พร้อมกัน อาจพิมพ์สีเดียว หลายสี มีภาพประกอบ หรือไม่มีภาพประกอบก็ได้

แผ่นพับ (Folder) เป็นกระดาษแผ่นเดียวพับกลับไปกลับมาตามต้องการได้ไม่มีขนาดตายตัวแน่นอน เมื่อพับอยู่อาจมีขนาดประมาณ 4 x 9 นิ้ว ซึ่งเหมาะแก่การพกพา ปรกติมักจะใช้กระดาษขนาด A4 แต่ถ้าไม่ใช่ขนาด A4 มาพับแล้วควรคำนึงถึงการกำหนดขนาดแผ่นพับว่าจะต้องตัดกระดาษไม่ให้เหลือเศษเพื่อความประหยัดการพับนี้เพื่อแบ่งกระดาษให้เป็นหลายหน้า อาจเป็น 6,8 หรือ 16 หน้า เนื่องจากเอกสารแผ่นพับมีเนื้อที่ค่อนข้างจำกัด จึงควรเตรียมเนื้อหาเฉพาะประเด็นสำคัญเกี่ยวกับเรื่องที่ต้องการนำเสนอ โดยไม่เสนอรายละเอียดปลีกย่อยในแต่ละหน้าจะบรรจุด้วยเนื้อหาสาระที่สั้น กระชับ อ่านจับใจความได้ง่ายและรวดเร็ว การนำเสนอเนื้อหาจึงเป็นลักษณะการเขียนแบบบรรยายมากกว่าเป็นการพรรณนาความรู้สึก ประเด็นสำคัญที่นำเสนอจะต้องน่าสนใจและมีความพิเศษต่างจากหน้าอื่น โดยให้สัมพันธ์กับเรื่องราวภายในอาจใช้ภาพเหมือนจริงหรือภาพนามธรรมก็ได้ ส่วนภาพประกอบด้านในอาจมีหรือไม่มีก็ได้ ส่วนมากแผ่นพับจะผลิตขึ้นโดยมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์เพื่อบอกข่าวชักจูงใจ แนะนำและเตือนความจำ ใช้เพื่อเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือบริการ (ปราณี คุ่มค่า. 2544 : 23)

วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2540 : 35) กล่าวไว้ แผ่นพับ (Folder) จัดว่าเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ชนิด Direct Mail ที่สามารถส่งตรงถึงผู้บริโภคได้ทั้งทางไปรษณีย์และแจกตามสถานที่ต่างๆ ลักษณะเด่นของแผ่นพับคือมีขนาดเล็ก หยิบถือได้สะดวกสามารถให้ข้อมูลรายละเอียดได้มาก ผู้ดูสามารถเลือกดูเวลาใดก็ได้ในการหยิบมาอ่าน มีเทคนิคในการออกแบบได้อย่างอิสระหลากหลายและสวยงาม ค่าใช้จ่ายต่ำกว่าสื่อสิ่งพิมพ์อีกหลายชนิด จุดเด่นอีกประการหนึ่งคือสามารถเลือกแจกได้ถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะทำให้สื่อที่ผลิตขึ้นถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง

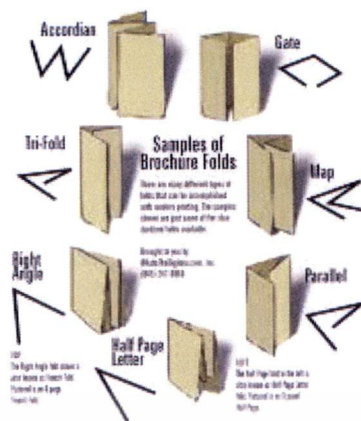
เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 292) กล่าวว่า ในกรณีที่เราต้องการให้รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้ามากกว่าการโฆษณา และมีการเผยแพร่อย่างกว้างขวางในกลุ่มคนเป็นจำนวนมากนั้น เราควรใช้แผ่นพับ (Folder) แทนที่จะใช้เอกสารเผยแพร่รายละเอียดสินค้า (Brochure) ที่มีต้นทุนในการผลิตสูงกว่า การประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีนี้มีหลักการ ดังนี้

- ข้อมูลที่ต้องการจะเผยแพร่มีมากกว่าที่จะใช้เพียงข้อความโฆษณาเท่านั้น
- กลุ่มเป้าหมายมีอยู่มาก หากใช้เอกสารเผยแพร่รายละเอียดสินค้า (Brochure) จะเป็นการสิ้นเปลืองมากเกินไป
- ใช้เพื่อเป็นการกรอกรวมเป้าหมายที่สนใจจริงๆ โดยแจกเป็นแผ่นพับ (Folders) ไปก่อน หากเขาสนใจอยากข้อมูลเพิ่มเติมสามารถที่จะขอเอกสารเผยแพร่รายละเอียดสินค้า (Brochure) ที่ที่รายละเอียดเพิ่มเติมได้เป็นการลดค่าใช้จ่ายในการจะแจกเอกสารเผยแพร่รายละเอียดสินค้า (Brochure) ให้กับบุคคลที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการรู้เรื่องราวของสินค้าเป็นการเผยแพร่ในลักษณะของการเจาะตรงที่แคบกว่าการใช้สื่อมวลชน ดังนั้นการใช้แผ่นพับ (Folder) นั้นควรใช้เมื่อเราพอจะรู้บ้างว่า กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร อยู่ที่ไหน เข้าถึงได้อย่างไร

- ในการใช้ (Folders) นั้นเรามักจะมีส่วนของการตอบรับ หรือการขอข้อมูลเพิ่มเติม หรือ สิทธิพิเศษในการลด แลก แจก แถม เอาไว้ด้วยจึงจะทำให้การใช้แผ่นพับ (Folders) นั้นได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับไปเผยแพร่ข่าวสารโดยการจัดทำแผ่นพับแจกออกไปนั้น ต้องมีการออกแบบที่ดี ให้น่าสนใจ เพื่อให้ผู้ที่ได้รับนั้นเปิดอ่านไม่ไขว่ไขว่ไปนอกจากนั้นภาพและคำพูดที่ใช้ต้องสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้อ่านได้โดยเร็วตั้งแต่ช่วงต้นๆ เพราะหากขาดความน่าเชื่อถือตั้งแต่ต้นแล้วที่ได้รับอาจจะไม่ยอมอ่านต่อไป

ดังนั้น แผ่นพับ (Folders) ส่วนใหญ่จึงมักจะเริ่มต้นด้วยเรื่องราวของบริษัท หรือยี่ห้อสินค้าที่เป็นผู้ส่งแผ่นพับออกไป เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือก่อนสิ่งอื่นใด การจะใช้แผ่นพับเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้น ต้องดูแลเรื่องการออกแบบข้อความ และกระดาษที่ใช้ในการผลิตแผ่นพับให้ดี เพราะหากไม่ยอมลงทุนตรงนี้ ผู้ที่ได้รับแจกแผ่นพับมีความรู้สึกที่ไม่ดีกับแผ่นพับตั้งแต่แรกแล้วอาจทำให้การใช้เครื่องมือดังกล่าวนี้ล้มเหลวตั้งแต่ต้น เพราะไม่สามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีให้ผู้ที่ได้รับแผ่นพับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.9 แสดงรูปการพับแผ่นพับแบบต่างๆ

2.5.8 แผ่นภาพ (Poster)

สื่ออย่างหนึ่งที่บอกกล่าวถึงรายละเอียดให้ผู้คนที่เห็นได้ทราบ โดยมีจุดเด่นและเข้าใจได้ในระยะเวลาสั้นๆ ความงามของโปสเตอร์นั้นจะเข้าถึงแก่นของจิตใจผู้พบเห็นได้อย่างฉับไว รวดเร็ว และจะต้องเป็นตัวกระทำให้ผู้พบเห็นระลึกได้เข้าใจถึงความสำคัญของความคิดเพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่ง เช่น การเอาใจใส่ การช่วยเหลือสังคม กระตุ้นเตือนภัยหรือการให้ความกระจ่างชัดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (ประชิด ทิณบุตร.2537 : 128)

วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2540 : 28) กล่าวว่า แผ่นภาพหรือแผ่นโปสเตอร์ เป็นสื่อที่มีบทบาทต่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะสื่อประเภทนี้สามารถเผยแพร่ได้สะดวกและกว้างขวาง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ สื่อสารได้กับผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา มีความยืดหยุ่นในตัวของสื่อได้เป็นอย่างดี ในด้านการออกแบบ สามารถสร้างสรรค์รูปแบบภาพประกอบ ตลอดจนแนวทางออกแบบกราฟิก ได้อย่างอิสระและสวยงามเข้าใจหรือการโน้มน้าวความรู้สึกได้อย่างเต็มที่ ลักษณะเฉพาะของโปสเตอร์จะสามารถนำเสนอข้อมูลรายละเอียดได้มากพอสมควร ผลิตง่าย ใช้สะดวก ในการโฆษณาสินค้าหรือการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสารสิ่งพิมพ์จึงเป็นที่นิยมตลอดมา

พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์ (2544 : 58) แผ่นภาพ หรือ โปสเตอร์ (Poster) เป็นสื่อที่มีบทบาทอย่างมาก ในการประชาสัมพันธ์ เพราะสื่อประเภทนี้สามารถเผยแพร่ได้สะดวกและกว้างขวางสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ สื่อสารกับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย ทุกระดับการศึกษา มีความยืดหยุ่นในตัวของสื่อได้เป็นอย่างดี

Wittch and Schller (อ้างใน ประชิด ทิณบุตร .2530: 136) การออกแบบโปสเตอร์ที่ดีจึงเปรียบเสมือนการที่เราได้พบเห็นงานออกแบบที่สมบูรณ์ ซึ่งประกอบด้วยความชัดเจนของรูปแบบ สี ถ้อยคำ และความคิดที่สำคัญซึ่งจะถูกบันทึกไว้ในจิตใจของผู้พบเห็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โปสเตอร์โดยทั่วไป ไม่ว่าจะจะเป็นขนาดเล็กหรือใหญ่ หรือเป็นประเภทใดก็ตาม จะมีองค์ประกอบ 6 ส่วน ดังนี้ (ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. 2543 : 15-16)

2.5.8.1 หัวเรื่อง (Heading) หมายถึงข้อความที่ต้องการให้ผู้พบเห็นทราบเป็นอันดับแรกเป็นข้อความกระชับรัดกุม ให้ความกระจ่างชัดและเรียกร้องความสนใจได้ดี

2.5.8.2 หัวเรื่องรอง (Subheading) หมายถึงข้อความขยายหัวเรื่องเพื่อให้ทราบรายละเอียดมากขึ้น ให้ความกระจ่างมากขึ้น

2.5.8.3 ข้อความประชาสัมพันธ์ (Copy) หมายถึงข้อความบอกรายละเอียดของสินค้าหรืองานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้พบเห็นสามารถเข้าใจข้อมูลได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.5.8.4 ภาพประกอบ (Illustration) หมายถึง ภาพที่นำมาใช้ประกอบเรื่องราวเนื้อหา เพื่อสร้างความสนใจ ดึงดูด และจดจำได้ง่าย

2.5.8.5 ผู้พิมพ์หรือผู้โฆษณา (Publisher) หมายถึงข้อมูลและรายละเอียดต่างๆ ของผู้ที่เป็นเจ้าของสินค้าหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ

2.5.8.6 ตราสัญลักษณ์ (Logo) หมายถึง เครื่องหมายตราเฉพาะของบริษัทหรือหน่วยงานนั้นๆ เพื่อผลทางด้าน การจดจำ ละยังส่งผลด้านภาพพจน์ของหน่วยงานด้วย

หัวใจสำคัญของวิธีการที่จับความสนใจผู้ดูโปสเตอร์นั้นก็คือ ความง่าย (Simplicity) และความตรงไปตรงมา (Directness) ในการสื่อสาร ความง่ายในที่นี้หมายถึง ความง่ายที่เข้าใจในองค์ประกอบของโปสเตอร์ โดยเฉพาะองค์ประกอบสำคัญก็คือ ส่วนที่เป็นภาพ และส่วนที่เป็นถ้อยคำ ตัวอักษร ที่ประกอบกันแล้วต้องสอดคล้องกันเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจและประทับใจ วิธีที่จะทำให้โปสเตอร์ดูเข้าใจง่าย มีดังนี้ (ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2540 : 600)

- องค์ประกอบส่วนที่เป็นภาพ ควรเป็นภาพจำลองของจริง ซึ่งมองเห็นแล้วก็สามารถเข้าใจได้ทันที ไม่ควรเป็นภาพที่แสดงที่แสดงระดับงานศิลป์ที่สูงส่ง ซึ่งจะต้องอาศัยความรู้ทางด้านศิลปะเป็นพื้นฐานลึกซึ้งเพียงพอที่จะเข้าใจได้ และไม่ควรเป็นภาพ Abstract ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ดูแปลความหมายของภาพไปได้นานาประการ

- เป็นภาพจำลองของจริงซึ่งมองเห็นได้ชัดเจนในลักษณะขยายใหญ่ (Close-up) เฉพาะในส่วนที่เป็นหัวใจของเรื่องที่ต้องการเสนอ ผู้ดูจะรู้สึกเหมือนได้เห็นภาพห่างไม่กี่ฟุต ที่ที่โดยจริงแล้วอาจยืนดูภาพอยู่เป็นระยะไกลหลายช่วงตึกก็ได้

- ในส่วนที่เป็นตัวอักษร ควรคำนึงถึงเรื่องหลักของการอ่านได้ง่ายเป็นสำคัญ เช่น การใช้สีตัดกันของตัวอักษรกับพื้นภาพ ตามหลักควรให้ตัวอักษรเป็นสีเข้ม ส่วนพื้นภาพเป็นสีอ่อน ดีกว่าจะใช้ตัวอักษรสีอ่อนบนพื้นภาพสีเข้ม สีที่ดีที่สุดของตัวอักษรสำหรับโปสเตอร์ที่จะทำให้เห็นได้ชัดและอ่านได้ง่าย โดยเฉพาะโปสเตอร์ขนาดใหญ่ที่ต้องมองดูในระยะไกล คือตัวอักษรสีดำบนพื้นสีเหลือง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ในการเลือกแบบตัวอักษร ไม่ควรเลือกแบบตัวอักษรที่มีลักษณะผอมสูงและไม่ควรให้ช่องไฟเบียดติดกัน สำหรับขนาดตัวอักษรก็ควรใช้ขนาดตัวอักษรใหญ่ๆ ได้สัดส่วนกับพื้นที่และองค์ประกอบอื่น

- หากจำเป็นจะต้องวางตัวอักษรทับไปบนส่วนที่เป็นภาพ ไม่ควรให้พื้นภาพบริเวณที่ตัว อักษรจะทาบลงไปนั้นเป็นลวดลาย เพราะจะทำให้เป็นตัวอักษรไม่ชัดเจน ไม่สะดวกกับการอ่าน

วัฒนธรรม จุฑะภาด (2541 : 101) กล่าวไว้ว่า ใบปิด หรือ ที่แต่เดิมเรียกทับศัพท์ภาษาอังกฤษว่า “ โปสเตอร์ ” นั้นเป็นงานออกแบบกราฟิกบนพื้นผิวสองมิติประเภทหนึ่ง มีจุดมุ่งหมายการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร หรือโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การออกแบบใบปิด มีหลักเกณฑ์ที่เป็นแม่บทเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของงานออกแบบใบปิด หรือกล่าวอีกหนึ่งว่า ส่วนประกอบที่ใบปิดที่ดีจะต้องมีเพื่อให้การประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างได้ผล คือ

- ความสะดุดตา ที่สามารถดึงดูดให้คนที่ผ่านไปมาสนใจ หยุดดู
- ต้องให้คนที่สนใจและหยุดดูเพียงชั่วขณะหนึ่งนั้น สามารถรับรู้ความหมายบนใบปิด และเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเรื่องนี้คือเรื่องของการเลือกได้ใจความครบถ้วนชัดเจน

- ความสวยงาม หรือ ลักษณะพิเศษอย่างอื่น ที่จะก่อให้เกิดความ “ จับตาต้องใจ ” ซึ่งบางครั้งผู้คนประทับใจมากถึงขนาดต้องการได้ไปเป็นสมบัติส่วนตัวก็มี จากสาเหตุผลที่โปสเตอร์สามารถสนองประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ต่างๆ ได้มากมายนี้เอง โปสเตอร์จึงเป็นสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่นิยมใช้กันทั้งในวงการธุรกิจการค้า การโฆษณาสินค้า หรือบริการ ตลอดจนไปจนถึงหน่วยงานราชการ องค์กรสาธารณกุศล และองค์กรทางการเมือง

องค์ประกอบของโปสเตอร์ให้มีลักษณะประสานสัมพันธ์กันได้อย่างเหมาะสม นอกจากนั้นความน่าสนใจและคุณสมบัติที่จะดึงดูดใจผู้ผ่านไปมาจึงขึ้นอยู่กับกำหนดขนาด สี สัน รูปแบบ การจัดพื้นที่ฉากหลัง ของภาพและข้อความในโปสเตอร์อีกด้วย ขั้นตอนการผลิตโปสเตอร์ เป็นขั้นตอนสร้างสรรค์ ออกแบบองค์ประกอบทั้งสี่องค์ประกอบ คือ ส่วนที่เป็นพาดหัวข้อความ ส่วนที่เป็นภาพ และส่วนที่เป็นชื่อหรือสัญลักษณ์ของผู้ผลิตโดยคำนึงถึงหลักการจัดองค์ประกอบทางศิลปะที่สำคัญ

นอกจากหลักการจัดองค์ประกอบทางศิลปะเพื่อความสวยงามแล้ว หลักเกณฑ์เฉพาะที่สำคัญของการออกแบบโปสเตอร์ก็คือ โปสเตอร์จะต้องคำนึงถึงความง่าย (Simplicity) เป็นส่วนสำคัญ กล่าวคือความง่ายจะเข้าใจและประทับใจในองค์ประกอบของโปสเตอร์ และองค์ประกอบที่ช่วยให้เกิดความง่ายนั้นจะต้องประกอบไปด้วยวิธีการปฏิบัติดังต่อไปนี้ คือ

ก. ในส่วนที่เป็นพาดหัว เลือกใช้ถ้อยคำง่ายๆ สั้นๆ กะทัดรัดได้ใจความ โดยโปสเตอร์แผ่นหนึ่งๆ นั้นจะต้องเสนอแนวคิดเพียงแนวคิดเดียว จุดเด่นที่สำคัญที่สุดของข้อความในโปสเตอร์ คือ พาดหัว ดังนั้น การออกแบบคิดคำพาดหัวจึงอาจใช้วิธีการนำเสนอได้หลายแบบ เช่น

- พาดหัวแบบการให้ข่าว(News Headline) เช่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

“ GOLD เปียร์ใหม่จากสิงห์ ” “ กีฬาแห่งชาติ ครั้งที่ 11 จันทบุรี ”

- พาดหัวแบบบอกวิธีการ (How to headline) เช่น

“ ใส่ห่วง ลูกห่วง ” “ เบิกบานในชีวิต ใกล้ชิดอย่างมั่นใจ ทำหมันหญิง ”

- พาดหัวแบบตั้งคำถาม (Question Headline) เช่น

“ สีสันเดินมาหลังคามุงกระเบื้องอะไรเอ๋ย! ”

“ คุณทำประกันภัยแล้วหรือยัง ”

- พาดหัวแบบการออกคำสั่ง (Command Headline) เช่น

“ มาช่วยกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ดีเพื่อชีวิต ”

ข. ในส่วนที่เป็นข้อความควรสนับสนุนเนื้อหาประกอบกันไปอย่างรวบรัดไม่เยิ่นเย้อ เมื่อได้กำหนดข้อความทั้งหมดแล้วจะต้องเลือกแบบตัวอักษร โดยคำนึงถึงหลักการอ่านง่าย (Legibility) ของตัวพิมพ์เป็นสำคัญ เช่น ไม่ใช้ตัวอักษรพอมสูงที่ไม่ได้สัดส่วนกับพื้นที่ หรือใช้ตัวอักษรสีอ่อนบนพื้นสีขาว เพราะตัวอักษรจะมองเห็นมาชัดเจน ควรใช้ตัวอักษรที่มีขนาดที่มองเห็นได้ในระยะไกล ความสูงของตัวอักษรและระยะห่างจากผู้ดูควรมีความสูงของตัวเองอักษรดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.2 ตารางเปรียบเทียบ ระยะห่างจากผู้ดูถึงโปสเตอร์ และความสูงของตัวอักษรที่เหมาะสม

ระยะห่างจากผู้ดูถึงโปสเตอร์ (ฟุต)	ความสูงของตัวอักษร (นิ้ว)
64	2
32	1
16	1/2
8	1/4

นอกจากความสูงของตัวอักษรแล้วยังต้องคำนึงถึง คือ ระยะห่างระหว่างตัวอักษร ระยะห่างระหว่างประโยค และระยะห่างระหว่างบรรทัดด้วย กล่าวคือ

- ระยะห่างระหว่างตัวอักษรหรือช่องไฟไม่ควรให้ถี่หรือห่างเกินไป ระยะห่างระหว่างตัวอักษรที่ใช้กันอยู่ประมาณ 1 ใน 3 หรือ 2 ใน 3 ของส่วนกว้างของตัวอักษร

- ระยะระหว่างประโยคควรจะมีระยะห่างระหว่าง 1 ถึง 2 เท่า ของส่วนกว้างของตัวอักษร

ค. ในส่วนที่เป็นการใช้ภาพ ควรใช้ภาพที่เป็นภาพที่เป็นภาพจำลองของจริง ซึ่งมองเห็นแล้วเข้าใจได้ทันที เน้นจุดสนใจในภาพเพียงจุดเดียวและมองเห็นได้ชัดเจนในระยะไกล ภาพที่เป็นภาพถ่ายจะได้เปรียบภาพชนิดอื่นๆตรงที่

- ภาพถ่ายมีลักษณะเหมือนของจริง (Realism) จึงดึงดูดความสนใจได้มาก ภาพถ่ายเด็กสมบูรณ์อานามัยแข็งแรง ภาพถ่ายเด็กขาดอาหารสภาพอานามัย ย่อมสะดุดตาผู้เห็นได้มากกว่าภาพถ่ายเส้นที่พยายามจำลองจากสภาพจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ภาพถ่ายให้ความรู้สึกกว่าสิ่งที่เห็นในภาพกำลังเคลื่อนไหว กำลังเกิดขึ้นและสร้างความรู้สึกร่วมในเหตุการณ์ได้

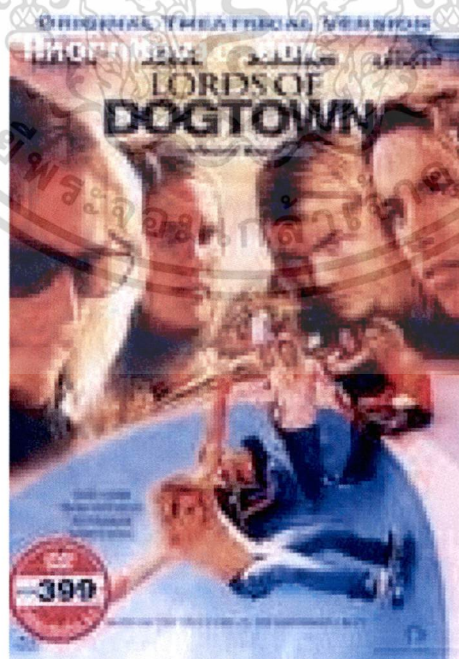
- ความสวยงามของภาพถ่ายในด้านการจัดแสงเงา องค์ประกอบของภาพที่สมบูรณ์ช่วยให้ผู้ดูเกิดสุนทรียภาพทางอารมณ์ สร้างความประทับใจและจดจำได้มาก นอกจากนี้ภาพถ่ายยังสะดวกต่อการผลิตในแง่ของความรวดเร็วและประหยัดอีกด้วย

ง. ในส่วนที่เป็นชื่อหรือสัญลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กรของผู้เผยแพร่ เป็นส่วนที่จะทำหน้าที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นเจ้าของเผยแพร่โปสเตอร์นั้นๆ ผู้สาธารณชน โดยอาจใช้เป็นชื่อหน่วยงาน หรือสัญลักษณ์ของหน่วยงานก็ได้ โดยทั่วไปไม่มีหลักเกณฑ์ว่าอยู่ส่วนใดของภาพ ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับการจัดองค์ประกอบของภาพให้ดูสวยงาม

จ. ในส่วนที่เป็นเรื่องของการใช้สีในโปสเตอร์ ผู้ผลิตอาจใช้ได้ 2 ลักษณะ คือ

- ใช้สีที่มีความกลมกลืนกัน คือใช้สีที่มีวรรณะเดียวกัน
- ใช้สีที่ตรงกันข้ามหรือสีที่ตัดกัน เพื่อเรียกร้องความสนใจ

การตัดสินใจเลือกใช้สีใดนั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงสาระของเนื้อหาและอิทธิพลของสีเพื่อเลือกสีที่สอดคล้องกับเนื้อหาและอารมณ์ต้องการจะให้เกิดขึ้น ยกตัวอย่าง เช่น โปสเตอร์ที่ทำขึ้นเพื่อจูงใจให้ประชาชนเห็นคุณค่าของป่าไม้ ร่วมกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ป่าไม้ อาจใช้สีในวรรณะเย็นที่มีลักษณะกลมกลืน เช่น สีเขียว สีฟ้า สีม่วงคราม จะเหมาะสมกว่าใช้สีวรรณะร้อน เช่น สีแดง สีส้ม เป็นต้น แต่ถ้าโปสเตอร์ทำขึ้นเพื่อมุ่งหยุดผู้ชมให้หยุด และให้ความสนใจมองเห็นโปสเตอร์ได้แต่ไกล เช่น โปสเตอร์เตือนให้ระมัดระวังการขับขึ้นท้องถนน



ภาพที่ 2.10 องค์ประกอบของโปสเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 องค์ประกอบของงานออกแบบกราฟิก

ในการออกแบบกราฟิกประเภทสองมิติส่วนใหญ่จะเริ่มต้นการทำงานบนพื้นที่สี่เหลี่ยมนักออกแบบกราฟิกจะต้องพิจารณาถึงปัจจัยพื้นฐาน 5 อย่างที่จะเป็นส่วนสำคัญในการสร้างงานออกแบบเลย์เอาต์ (Layout) ให้เหมาะสมกับพื้นที่ที่มีอยู่ดังนี้

1. ข้อความ (Textual Material) ข้อความที่ใช้ในการออกแบบส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการบอกเรื่องราวในการออกแบบสามารถแบ่งการจัดข้อความได้หลายอย่าง หากมีการจัดวาง Layout ด้วย Computer ก็ยังสามารถสร้างสรรค์ได้ตามต้องการ

2. ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Component) คือส่วนที่เป็นภาพหรือสัญลักษณ์ที่ใช้แทนคำพูดส่วนใหญ่ใช้ดึงดูดความสนใจและมีความหมายสอดคล้องหรือสนับสนุนข้อความในการจัดวาง

3. ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories) คือองค์ประกอบที่ใช้สำหรับตกแต่งงานให้ดูดีขึ้น แต่หากใช้มากเกินไปจะทำให้ดูรก และในงานออกแบบสมัยใหม่นั้นไม่ค่อยใช้มากนักส่วนใหญ่แล้วจะใช้ในการดึงองค์ประกอบให้สามารถอยู่ร่วมกันได้

4. พื้นที่สีขาว (White space) คือพื้นที่ๆ ผู้ออกแบบควรพิจารณาในการจัดวางองค์ประกอบการเว้นให้มีพื้นที่สีขาวใน Layout จะทำให้งานออกแบบมีพลัง ทำให้สายตาได้พักและเป็นตัวสร้างความรู้สึกในองค์ประกอบได้ดี การใช้พื้นที่สีขาวในงานออกแบบนั้นมีความสำคัญต่อการออกแบบมาก เนื่องจากการใช้พื้นที่สีขาวจะเป็นตัวที่สร้างเสริมความสวยงามหรือทำให้งานออกแบบดูไม่เท่าที่ควร นักออกแบบจะต้องคิดเสมอว่าพื้นที่สีขาวนั้นมีใช้เพียงเป็นแต่พื้นที่ๆ โลงเพื่อให้นักออกแบบจัดวางงานกราฟิกไปเท่านั้นแต่สามารถใช้เป็นพื้นที่กราฟิกในตัวของมันเองได้ด้วย

5. โครงสี (Color) สีมียุทธศาสตร์อย่างมากที่ทำให้ผลงานสร้างสรรค์ดูสะดุดตาและช่วยทำให้ภาพมีความสวยงาม การกำหนดสีในงานออกแบบจะต้องขึ้นอยู่กับลักษณะและประเภทของงานนั้นๆ ซึ่งนักออกแบบจะต้องใช้หลักการทางทฤษฎีสีผสมผสานกับหลักจิตวิทยาการใช้สีเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายตอบสนองต่อผลงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด (ศุภกรณ์ ดิษณ์พันธุ์, 2548: 40)

2.6.1 แนวคิดทางจิตวิทยาที่สำคัญ

2.6.1.1 แนวคิดของจิตวิทยาสามารถนำไปอธิบายพฤติกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลได้กระทำ หรือรู้สึกนึกคิด หรือจะไม่สามารถสังเกตเห็นได้ชัดเจนก็ตาม โดยมีแนวคิดหลายแนวคิดที่สามารถนำไปใช้อธิบายสิ่งดังกล่าวในแง่มุมที่ต่างกัน แต่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้โดยเด็ดขาด ทั้งนี้การใช้แนวคิดจิตวิทยาเพียงแนวคิดเดียวอาจเท่ากับการใช้มุมมองเพียงมุมมองเดียว ในการทำความเข้าใจหรืออธิบายพฤติกรรมใด ๆ ของบุคคลซึ่งอาจผิดพลาดได้ง่าย ด้วยเหตุนี้ นักจิตวิทยาในปัจจุบันจึงพยายามอธิบายพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์จากแนวคิดหรือมุมมองหลายด้าน (Elective approaches) คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.1.2 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Human Need) ทฤษฎีดังกล่าวนี้ เกี่ยวข้องกับความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ (Basic Need of Human) ซึ่งมาสโลว์ ได้ศึกษาแนวคิดที่สำคัญหลายแนวคิด แต่แนวคิดที่เป็นที่รู้จักและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในศาสตร์ต่าง ๆ ได้คือ แนวคิดทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย 5 ลำดับขั้น คือ

- ขั้นที่ 1 ความต้องการพื้นฐาน (Basic Physiological Need) เช่น ความกระหาย ความหิว ความต้องการทางเพศ ความว่างเหงาหาวนอน เป็นต้น

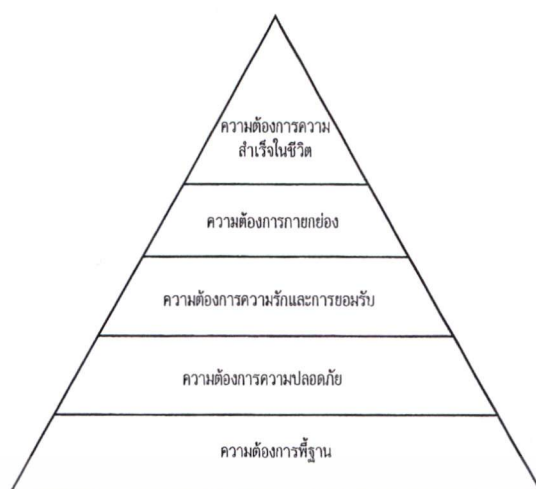
- ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เช่น ความปลอดภัยจากการถูกทำร้าย ความปลอดภัยจากโรคภัยไข้เจ็บ ความปลอดภัยที่เกิดจากการมีที่อยู่อาศัย เป็นต้น

- ขั้นที่ 3 ความต้องการความรักและการยอมรับ (Love and Belongingness Needs) เช่น ความรักและการยอมรับจากครอบครัว จากเพื่อน จากคนรอบข้าง จากสังคม เป็นต้น

- ขั้นที่ 4 ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) ซึ่งรวมทั้งความภาคภูมิใจ ความยอมรับนับถือ ความมั่นใจ เป็นต้น

- ขั้นที่ 5 ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (Self-Realization) ไม่ว่าจะประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน หรือการบรรลุสิ่งที่มุ่งหวังสูงสุดของชีวิต เช่น การค้นพบสาเหตุของการป่วยเรื้อรัง คือสิ่งที่สับสนวุ่นวายในโลกทำให้ตนเองเป็นทุกข์จนสุขภาพย่ำแย่ลง และสามารถหาทางออกได้เช่น การนั่งสมาธิ หรือการศึกษาธรรมะ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามความต้องการ 4 ขั้นแรก เป็นความต้องการพื้นฐานอันเกิดจากความรู้สึกที่ไม่มีสิ่งเร้าหรือขาดแคลน เรียกว่า “Deficiency Needs” ซึ่งความต้องการขั้นแรกนั้นต้องได้รับการตอบสนองตามขั้นตอนเสียก่อน มนุษย์จึงจะสามารถพัฒนาความต้องการไปสู่ความต้องการลำดับขั้นที่ 5 ซึ่งเป็นขั้นสูงสุด เรียกว่า “Meta-Needs” หรือความต้องการเพื่อการก้าวหน้า (Growth Needs) เป็นความต้องการที่บรรลุถึงยาก ซึ่งหมายถึง ความต้องการที่จะใช้ศักยภาพและประสบการณ์ที่ตนมีอยู่ให้เกิดผลดีต่อตนเอง ผู้อื่น และขยายผลต่อสังคม แต่ทั้งนี้ ทฤษฎีของมาสโลว์ ยังมีการโต้แย้งจากนักจิตวิทยาบางกลุ่มด้วยเหตุผลที่ว่า มนุษย์ไม่จำเป็นที่จะต้องรับการตอบสนองความต้องการเป็นตามลำดับขั้นก่อน แล้วจึงสามารถพัฒนาการในขั้นต่อไปได้ ทั้งนี้เนื่องจาก ความเป็นจริง มนุษย์ไม่สามารถแบ่งลำดับขั้นตอนของความต้องการออกจากกันได้อย่างชัดเจน รวมทั้ง “ความรู้สึกเพียงพอ” ของมนุษย์แต่ละคนที่เกิดจากการได้รับการตอบสนองความต้องการทั้ง 5 นั้นแตกต่างกัน



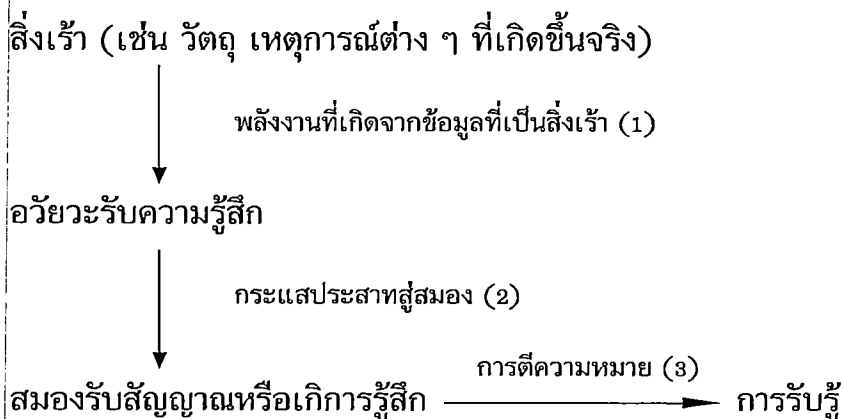
ภาพที่ 2.11 แผนภูมิความต้องการลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ตามแนวคิดของมาสโลว์

2.6.1.3 จิตวิทยาการรับรู้ คือ สิ่งต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็น คน พืช สัตว์ วัตถุ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัวเรา การที่มนุษย์จะสามารถรับรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้นั้น ต้องอาศัย อวัยวะรับรู้ความรู้สึก ซึ่งทำหน้าที่รับข้อมูลจากสิ่งรอบตัวเรา และสิ่งรอบตัวเราที่ว่าเป็นสิ่งเร้า มีผลต่ออวัยวะรับรู้ความรู้สึก โดยจะแปลเป็นกระแสประสาทเดินทางขึ้นสู่สมอง สาระสำคัญเกี่ยวกับการรับรู้ มีดังนี้

- การรู้สึกและการรับรู้ (Sensation and Perception) การรู้สึกและการรับรู้จะเกิดขึ้นได้นั้น เริ่มจากมีสิ่งเร้าที่อาจเป็นเหตุการณ์หรือวัตถุต่าง ๆ ที่อยู่รอบ ๆ ตัวมนุษย์ ซึ่งจะเป็น “พลังงานเร้า” ให้อวัยวะรับรู้ความรู้สึกรับข้อมูลจากเหตุการณ์หรือวัตถุนั้น ส่งผ่านไปเป็นกระแสประสาทขึ้นสู่สมอง ทั้งนี้ พลังงานเร้าอาจเป็น แสง เสียง ความร้อน เป็นต้น และอวัยวะรับรู้ความรู้สึกแต่ละประเภทจะรับพลังงานได้เฉพาะด้าน เช่น หูรับเฉพาะเสียง ผิวหนังรับเฉพาะอุณหภูมิสัมผัส ตาจับเฉพาะแสง ฯลฯ ทั้งนี้ หากไม่มีอวัยวะรับรู้ความรู้สึกก็จะไม่เกิดการรับรู้ใด ๆ อย่างเป็นไปตาม หากมีอวัยวะรับรู้ความรู้สึก แต่ไม่มีการตีความหมายของข้อมูลที่เข้าสู่สมองก็จะไม่เกิดการรับรู้เช่นกัน

ปัจจัยที่เกี่ยวกับการรับรู้ คือ จากประสบการณ์ เช่น การที่มนุษย์สามารถบอกได้ว่าสิ่งที่เห็นนั้น คือ ดอกไม้ หรือบอกได้ว่าเสียงที่ได้ยิน เป็นเสียงนกร้อง หรืออื่น ๆ นั้น จะต้องมีประสบการณ์หรือรู้จักสิ่งเหล่านั้นก่อน ดังนั้น การตีความในสิ่งที่มนุษย์รู้สึกจึงต้องอาศัยประสบการณ์ในแต่ลักษณะ เป็นอีกปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ เช่น ในขณะที่มีอารมณ์โกรธจะไม่กลัวอะไร และสามารถกระทำการต่าง ๆ โดยปราศจากการยั้งคิดหรือเหตุผล ทั้งนี้เนื่องจากการรับรู้ในขณะนั้นตกอยู่ใต้อิทธิพลของความโกรธ ซึ่งทำให้เกิดการรับรู้บิดเบือนไปจากความเป็นจริง ปัจจัยอื่น ๆ เช่น แรงจูงใจ การเรียนรู้ ทศนคติ ซึ่งล้วนแต่เป็นปัจจัยทางจิตวิทยาที่เข้ามาเกี่ยวข้อง กระบวนการรับรู้ทั้งสิ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.12 แสดงแผนภูมิแสดงกระบวนการรับรู้ของมนุษย์

2.6.1.4 จิตฟิสิกส์ (Psychophysics) คือ การศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างพลังงานเร้ากับการรับรู้ในเชิงปริมาณ โดยนักวิชาการท่านแรกที่ศึกษาเรื่องนี้คือ กุสทาบ เฟคเนอร์ (Gustav Fechner) ชาวเยอรมัน ซึ่งนักวิชาการท่านนี้ ศึกษาเรื่องหาความสัมพันธ์ระหว่างจิตกับโลกวัตถุด้วยการใช้สูตรคณิตศาสตร์ ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ประสาทรับความรู้สึกของมนุษย์ไม่สามารถรับรู้พลังงานหรือข้อมูลได้ทั้งหมด แต่จะสามารถรับรู้ได้เพียงช่วงเวลาเดียวเท่านั้น และพลังงานที่เหลือจะสามารถเร้าให้เกิดความรู้สึกได้

เทอร์ชโฮลด์สมบูรณ์ (Absolute Threshold) คำว่าเทอร์ชโฮลด์ เป็นภาษาเยอรมันที่แปลว่า ประตู่ หรือ จุดเริ่มต้น และสำหรับในส่วนที่เกี่ยวกับการรับรู้ นั้น หมายถึง พลังงานที่น้อยที่สุดที่ทำให้มนุษย์เริ่มรับรู้ได้ปรากฏในแผนภูมิต่อไปนี้

ตารางที่ 2.3 แผนภูมิแสดงเทอร์ชโฮลด์ของอวัยวะรับความรู้สึกต่างๆ

ชนิดของการรับรู้	ปริมาณของสิ่งเร้า
การมองเห็น	แสงเทียนที่เห็นในระยะ 50 ก.ม. ในคืนมืดสนิท
การได้ยิน	เสียงเดิมของนาฬิกาที่ห่างออกไป 6 เมตร ไม่เงียบสนิท
การรับรู้อรส	เกลือ 1 กรัม ละลายใน 500 ลิตร
การได้กลิ่น	น้ำหอม 1 หยด ที่กระจายฟุ้งในห้องชุด ขนาด 3 ห้องนอน
การสัมผัสสัมผัส	ปีกผีเสื้อหล่นลงบนแก้มในระยะ 1 ซม.

จากข้อมูลแสดงให้เห็นปริมาณของตัวกระตุ้นที่จะเริ่มทำให้เกิดการรับรู้ของอวัยวะความรู้สึกดังกล่าวข้างต้นนั้น จะมีความเชื่อมโยงกับองค์ความรู้เกี่ยวกับประสาทสัมผัสของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็น การได้ยิน การมองเห็น การได้กลิ่น การรับรส การรับความรู้สึกได้ผิวหนัง ความรู้สึกทางกาย การรับรู้พิเศษ การรับรู้สี และการรับรู้ทางตา

2.6.1.5 จิตวิทยาการมองเห็น คือ อวัยวะรับความรู้สึกที่สำคัญของการมองเห็นคือ “ตา” โดยอวัยวะที่วางนี้สามารถรับรู้สิ่งต่าง ๆ ที่มีรูปร่าง รูปทรง ลักษณะ ขนาด พื้นผิว สี เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รวมทั้งสิ่งที่อยู่ในระยะใกล้ไกล ความเคลื่อนไหว หรืออื่น ๆ ได้เป็นอย่างดีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมองเห็นที่สำคัญ เช่น แสง และ โครงสร้างนัยน์ตา ในส่วนของแสงที่เป็นสิ่งเร้าในตานั้น เป็นรังสีของแม่เหล็กไฟฟ้าที่ประกอบด้วยอนุภาคเล็ก ๆ เรียกว่า โฟตอน (Photon) โดยโฟตอนจะเคลื่อนที่เป็นเส้นตรงในรูปของคลื่นที่มีอัตราความเร็วที่ขึ้นอยู่กับตัวกลางที่โฟตอนผ่าน ทั้งนี้รังสีแม่เหล็กไฟฟ้าจะมีคลื่นความยาวต่างกัน ซึ่งส่วนที่ตามนุษย์สามารถมองเห็นได้นั้น คือ ช่วงแคบ ๆ ช่วงเดียวของรังสี ซึ่งได้แก่ แสงอาทิตย์ ที่แยกออกเป็นสีต่าง ๆ ด้วยแท่งแก้วสามเหลี่ยม

2.6.1.6 การรับรู้สี (Color perception) สิ่งต่าง ๆ ในโลกที่มนุษย์อาศัยอยู่นี้เต็มไปด้วยสีสันมากมายแต่ถ้ามนุษย์ไม่สามารถรับรู้สีได้ ก็จะดูเหมือนว่ามนุษย์มีเพียงสีขาวและดำเท่านั้น ทั้งนี้ “สี” จึงเป็นสิ่งสำคัญไม่เพียงแต่ทำให้มนุษย์รับข้อมูลที่ชัดเจนมากขึ้นเท่านั้น แต่ “สี” ทำให้มนุษย์เกิดความรู้สึกต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น อารมณ์เพลิดเพลินสดชื่น อารมณ์เศร้าหมอง หรือแม้แต่ทำให้รู้สึกร้อน รู้สึกเย็น รู้สึกตึงเครียด รู้สึกผ่อนคลาย เช่น สีของกล่องเครื่องสำอางที่เน้นสีเขียวอ่อนและสีขาว ซึ่งสามารถทำให้ลูกค้ารู้สึกคล้อยตามว่า ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจริง ๆ ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ที่เน้นการใช้สีสันบนใบหน้า ในทางจิตวิทยาสี จะแบ่งตามความยาวคลื่นออกเป็นสีร้อนและสีเย็น โดยสีที่มีช่วงคลื่นสั้น เช่น น้ำเงินจะเป็นสีเย็น และสีที่มีช่วงคลื่นยาว เช่น สีแดง จะเป็นสีร้อน การแบ่งสีลักษณะนี้เป็นการเชื่อมโยงสีกับอุณหภูมิ กล่าวคือ เปรียบเทียบความเย็นในเวลากลางวันหรือความมืดเป็นสีน้ำเงิน ซึ่งจะถูกละลายด้วยแสงอาทิตย์ตอนเช้าซึ่งเป็นสีแดง และตอนเที่ยงวันจะเป็นสีเหลืองจึงเป็นสีร้อน การเชื่อมโยงสีกับอุณหภูมินี้ เป็นความรู้สึกของมนุษย์ที่สืบทอดกันมานาน ดังนั้นในประเทศหนาวจะมีการปรับอุณหภูมิในห้องสีน้ำเงินให้สูงกว่าในอุณหภูมิในห้องสีเหลือง การรับรู้เหล่านี้เป็นการรับรู้เชิงจิต ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์ไม่น้อย

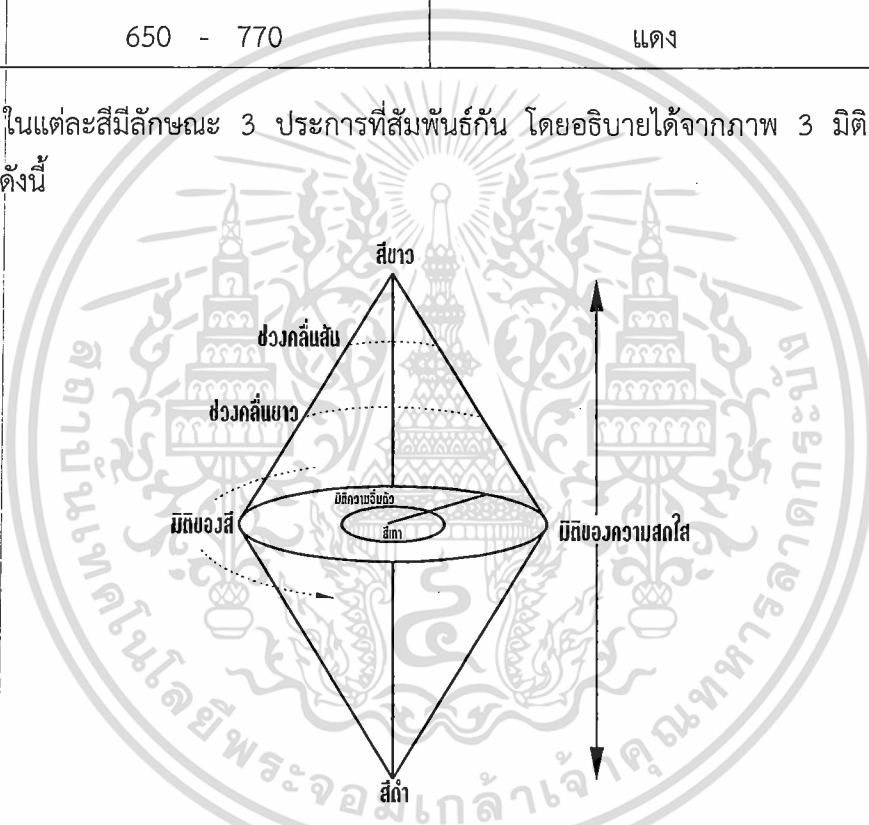
ดังนั้นการรับรู้สี หมายถึงความสามารถในการแยกสีต่าง ๆ ตามความยาวคลื่น ซึ่งตัวกำหนดการรับรู้สีมีมาก เช่น ประสบการณ์ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ แรงจูงใจ อารมณ์ ฯลฯ หากมนุษย์ไม่สามารถรับรู้สีได้ ก็จะมองเห็นสิ่งรอบ ๆ ตัว เป็นเพียงสีขาวและดำ การรับรู้สีนั้นมีผลต่ออารมณ์ ไม่ว่าจะเป็นอารมณ์ตื่นเต้นเมื่อเห็นสีแดง หรืออารมณ์เศร้าหมองเมื่อเห็นสีดำ เป็นต้น

- ธรรมชาติของสี ในศตวรรษที่ 17 ไอแซค นิวตัน ได้พบว่า หากให้แสงอาทิตย์เท่าปลายเข็มผ่านแท่งแก้วสามเหลี่ยมแสงนั้นจะหักเหและกระจายแสงออกมาเป็นสีต่าง ๆ ด้วยขนาดคลื่นที่ต่างกัน และเป็นแสงที่นัยน์ตาเราสามารถมองเห็นได้ ซึ่งเรียกว่า สีสเปกตรัม (Spectrum) โดยแต่ละสีจะมีความยาวคลื่นที่ต่างกัน ดังตารางข้างล่าง

ตารางที่ 2.4 แสดงช่วงความยาวของคลื่นสีต่าง ๆ

ขนาดความยาวคลื่น nm	สี
380 - 470	น้ำเงินแกมแดง
470 - 475	น้ำเงิน
480 - 485	เขียวแกมน้ำเงิน
495 - 535	เขียว
555 - 565	เหลืองแกมสีเขียว
576 - 580	เหลือง
585 - 595	แดงแกมเหลือง
650 - 770	แดง

นอกจากนี้ ในแต่ละสีมีลักษณะ 3 ประการที่สัมพันธ์กัน โดยอธิบายได้จากภาพ 3 มิติ ที่เรียกว่า กระจกสวีสี่ ดังนี้



ภาพที่ 2.13 แสดงแผนภูมิข้างต้น ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ

- มิติของสี คือ ส่วนรอบกระจกสวีสี่ซึ่งเป็นสีระดับความสว่างของสีจากสีขาวไปเรื่อย ๆ จนอยู่ในระดับที่มีความสว่างน้อยลงจนไปถึงระดับของสีดำ และสีดำบริเวณขั้วกลางสุดของกระจกสวีสี่ โดยสีแต่ละระดับจะเรียงกันตามลำดับจากช่วงคลื่นสั้น ไปยังช่วงคลื่นยาว

- มิติของความสดใส คือ แกนตั้งของกระจกสวีสี่ ซึ่งสีที่มีอยู่ค่อนข้างไปทางด้านบน แสดงว่ามีสีขาามาก ความสดใสจะมาก และสีที่มีอยู่ค่อนข้างมาทางด้านล่างแสดงว่ามีสีดำมาก ดังนั้น แม้ว่าเป็นสีเดียวกันซึ่งมีขนาดคลื่นเท่ากันก็อาจมีความสดใสไม่เท่ากันถ้ามีสีขาและสีดำปนที่มีระดับต่างกัน

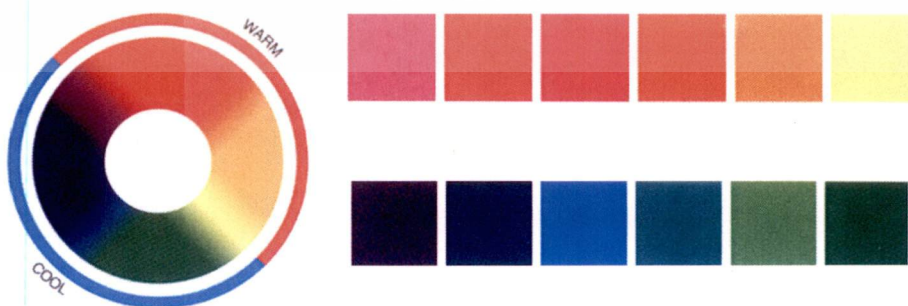
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มิติของความอึดตัว คือ ส่วนของรัศมี ซึ่งเป็นความบริสุทธิ์ของสีต่าง ๆ ที่ไม่มีสีเทาปน โดยจะเป็นรัศมีตั้งแต่ขอบนอกสู่ขอบใน ซึ่งสีที่อยู่ที่ขอบนอกสุดจะเป็นสีที่มีความอึดตัวมาก จนกระทั่งสีที่อยู่ขอบในจนถึงจุดศูนย์กลางจะเป็นสีเทา ดังนั้นสีที่ไม่บริสุทธิ์หรือสีที่อึดตัวน้อยจะมีสีเทาปนมากทั้งนี้ ความอึดตัวจะขึ้นอยู่กับความสดใสด้วย สีอ่อนไปทางด้านบนจะมีสีขาวปนหรือดูสดใสมากจะมีความอึดตัวมาก ส่วนสีค่อนข้างมาทางด้านล่างหรือปนสีดำก็จะมีสีอึดตัวน้อยลงเช่นกัน

- การผสมสีจากภาพกระสวยสีข้างต้น จะมีสีซึ่งเรียงอยู่รอบกระสวยและเรียงกับตามลำดับความยาวคลื่น โดยสีที่อยู่ในมุมตรงข้ามจะเรียกสีเสริมซึ่งกันและกัน (Complementary Color) ได้แก่ สีเหลืองตรงข้ามกับสีน้ำเงิน ทั้งนี้ สีเสริมซึ่งกันและกันเมื่อผสมกันจะไม่เกิดสีใหม่ และจะเป็นสีเทาหรือสีผสมของทั้งสองสี นั่นคือสีน้ำเงินผสมกับสีเหลือง จะได้สีเหลืองปนสีน้ำเงิน หรือน้ำเงินปนเหลือง การผสมสีที่ว่านี้เป็นเป็นการผสมแสงสี ที่ต่างจากการผสมสีเพื่อใช้ระบายรูปภาพ หากต้องการสีส้มก็จะใช้สีแดงผสมกับสีเหลืองที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากการผสมสีเกิดจากการดูดสีและการสะท้อนสีบางสีออกมา เช่น สีน้ำเงินเกิดจากการดูดสีอื่นในสเปกตรัมทั้งหมดสะท้อนออกมาแต่สีน้ำเงินและสีที่ติดกับสีน้ำเงินทั้งสองด้านคือน้ำเงินแกมเขียว และน้ำเงินแกมแดง เป็นต้น

2.6.2 จิตวิทยาของสี (Color Psychology)

ในธรรมชาติเหล่านักเพศผู้มีสีสันทนสวยงามมักใช้สีสดใสสะดุดตา กระตุ้นความสนใจจากเพศตรงข้าม หลายคนอาจสงสัยว่าเพียงแค่อะไรก็เร้าใจได้หรือ สีมียุทธิพลต่อ อารมณ์ความรู้สึกของมนุษย์ด้วยกัน มนุษย์ผูกพันกับสีโดยธรรมชาติ ในทุกห้วงความคิดและความทรงจำของมนุษย์ล้วนมีสีเกี่ยวข้อง เพราะสีแต่ละสีจะสื่อสารและเชื่อมโยงไปถึงสิ่งอื่นเสมอ นอกจากนี้ สียังช่วยให้มนุษย์แยกแยะและจดจำได้ดียิ่งขึ้น ในกระบวนการสร้างแบรนด์สีได้นำมาใช้สร้างความจดจำและสร้างความเชื่อมโยง เช่น สีแดง ต้องเป็น Coca cola เป็นต้น สีจึงเป็นภาษาพิเศษมีพลังและมิติในการสื่อสารมากกว่าภาษาที่เป็นตัวอักษร

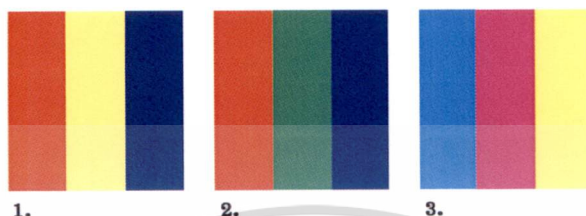


ภาพที่ 2.14 แสดงโทนสี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.2.1 หลักการใช้สีในการออกแบบ(Color Basics)แม่สี มีรูปแบบแตกต่างกัน ตามรูปแบบการใช้งานแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ

- แม่สีที่ใช้ในงานศิลปะและการออกแบบ คือ แดง เหลือง น้ำเงิน
- แม่สีของแสง คือ แดง เขียว น้ำเงิน
- แม่สีที่ใช้งานพิมพ์ ได้แก่ บานเย็น เหลือง ฟ้ำ



ภาพที่ 2.15 แม่สีที่ใช้ในงานต่าง ๆ

2.6.2.2 แม่สีที่ใช้ในงานต่างๆไม่มีสีที่เรียกว่า “ดี” หรือ “เลว” เราสามารถเลือกใช้สีต่างๆในการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งจะมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ทุกวันนี้ไม่ใช่ว่ามีจุดขายเป็นเอกลักษณ์ก็จบหากแต่หน้าตาต้องดูดี และดึงดูดใจเมื่ออยู่บนชั้นขาย การเลือกสีอย่างระมัดระวังจะช่วยดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และส่งสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นออกไป การเลือกใช้สีแม้ไม่ใช่เรื่องง่าย แต่ก็ไม่ยากเกินไป หากมีความเข้าใจในพื้นฐานของสีและการใช้งาน เช่น เราต้องทำความเข้าใจก่อนว่าในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น แม่สีซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของสีอื่นต่างๆที่เราใช้คือ แม่สีที่ใช้ในงานศิลปะ อันได้แก่ สีแดง เหลือง และน้ำเงิน เมื่อจะเลือกใช้สีจำเป็นต้องรู้จักวงจรสี (Color Wheel) ซึ่งเป็นพื้นฐานของสีและการใช้งาน เช่น



ภาพที่ 2.16 วงจรสี (Color Wheel)

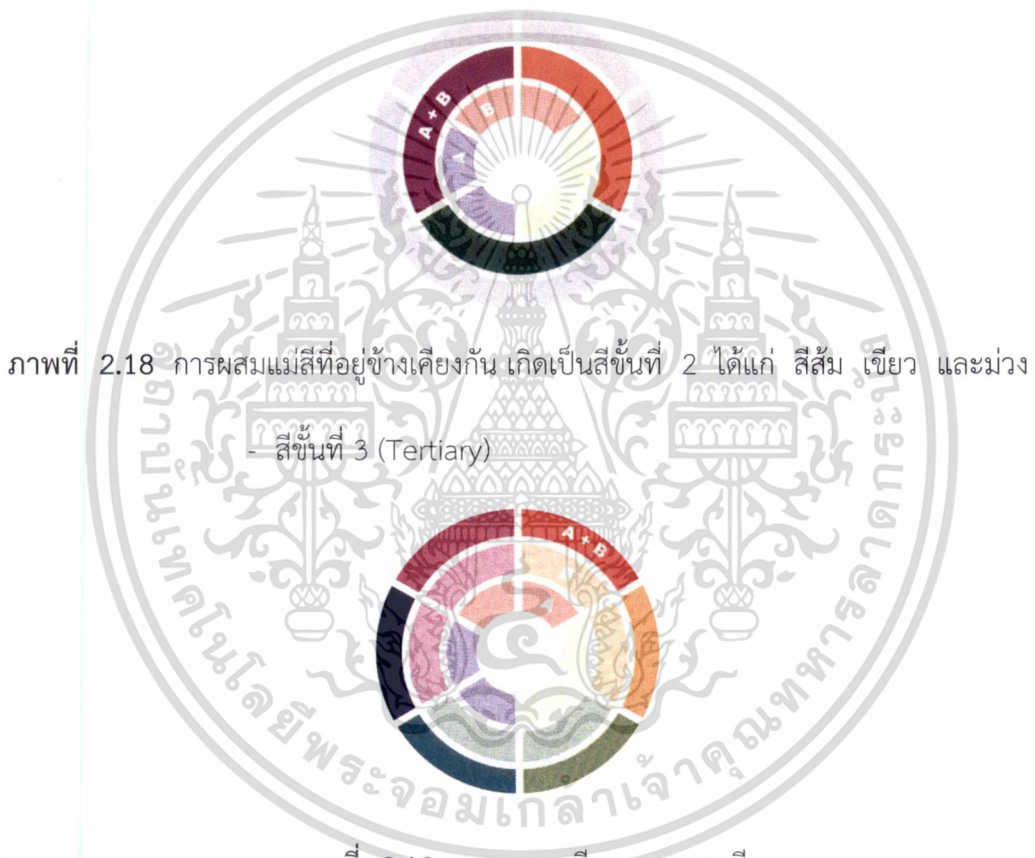
- สีขั้นที่ 1 (Primary)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.17 คือแม่สีทั้งสาม แดง น้ำเงิน เหลือง

- สีชั้นที่ 2 (Secondary)



ภาพที่ 2.18 การผสมแม่สีที่อยู่ข้างเคียงกัน เกิดเป็นสีชั้นที่ 2 ได้แก่ สีส้ม เขียว และม่วง

- สีชั้นที่ 3 (Tertiary)

ภาพที่ 2.19 แสดงวงจรสีและการผสมสี

- สีที่ได้จากการผสมสีชั้นที่ 1 กับสีชั้นที่ 2 ของวงจรสี ทำให้ได้สีเพิ่มอีก 6 สี เป็นสีชั้นที่ 3 แถบสีบนวงจรสีมีสีพื้นฐานเพียง 12 สี แต่หากต้องการสีที่แตกต่างไปจากสีนี้อีกก็สามารถทำได้โดยการเพิ่มความสว่าง (Tints) หรือความเข้ม (Shades) ให้กับสีทั้ง 12 สีนี้ได้

- วิธีการเลือกใช้สี (How to Use Colors)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.20 หลักการใช้สีในการออกแบบ

จากวงจรสีด้านบนหลักการใช้สีในการออกแบบ อาศัยหลักความสัมพันธ์ของบรรดาสีบนวงจรสี ซึ่งเมื่อนำมาใช้ประกอบรูปแบบต่าง ๆ ก็จะมีผลให้เกิดความรู้สึกที่แตกต่างกัน เช่น สีขาวดำ (Achromatic)

- การใช้เพียงสีขาว ดำ และเทา เท่านั้น ไม่ใช้สีอื่น ให้ความรู้สึกจริงจังหนักแน่น



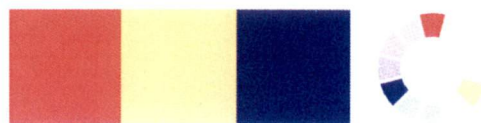
ภาพที่ 2.21 การใช้เพียงสีขาว ดำ

- สีเอกรงค์ (Monochromatic) เป็นการใช้สีบนวงจรสีเพียงสีเดียว แต่เพิ่มระดับความเข้มอ่อนทำให้ได้โครงสร้างที่เรียบง่าย เบาลาย ดุคลาสสิก ไม่เปื้อนง่าย



ภาพที่ 2.22 เป็นการใช้สีบนวงจรสีเพียงสีเดียว

- สีขั้นที่หนึ่ง (Primary) หรือ แม่สี คือ การใช้เฉพาะแม่สีทั้งสาม คือ แดง เหลือง น้ำเงิน แม่สีเป็นสีเริ่มต้นไม่สามารถใช้สีอื่น ๆ ผสมให้เกิดสีนี้ได้ การใช้แม่สีทำให้งานที่ชัดเจนหนักแน่น จริงจัง เป็นทางการ



ภาพที่ 2.23 การใช้เฉพาะแม่สีทั้งสาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สีขั้นที่สอง (Secondary)คือ การใช้เฉพาะสีผสมขั้นที่สอง ทั้งสามสี คือ ม่วง ส้ม เขียว ทำให้ได้งานที่ดูดิบสะดูจตา มีพลังการเคลื่อนไหว



ภาพที่ 2.24 การใช้เฉพาะสีผสมขั้นที่สอง

- สีขั้นที่สาม (Tertiary)คือ การเลือกใช้สีจากสีผสมขั้นที่สามที่มีอยู่หกสี ทำให้ได้งานที่มีความรู้สึกหลากหลาย ประณีประนอม สมดุล แม้จะดูไม่แรง แต่ก็ไม่น่าเบื่อ



ภาพที่ 2.25 การเลือกใช้สีจากสีผสมขั้นที่สามที่มีอยู่หกสี

- สีใกล้เคียง (Analogous) คือ สีที่อยู่ขนานข้างของสีที่ใช้บนวงจรสี การใช้สีลักษณะนี้จะได้ผลงานที่มีความรู้สึกกลมกลืนกัน



ภาพที่ 2.26 การใช้สีที่อยู่ขนานข้างของสีที่ใช้บนวงจรสี

- สีคู่ประกบ (Complementary) คือ คู่สีตรงกันข้ามบนวงจรสี หรือบางทีเรียกว่าสีตรงข้าม การใช้งานลักษณะนี้จะให้ผลงานที่โดดเด่น ดึงดูดสายตาได้ดี มักใช้ในงานประชาสัมพันธ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 2.27 การใช้คู่สีตรงกันข้ามบนวงจรสี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สีคู่ขนานของสีตรงข้าม (Split Complementary) คือ การสีใดสีหนึ่ง ควบคู่กับสีที่อยู่ขนานข้างทั้งซ้ายและขวาของสีตรงกันข้าม การใช้งานลักษณะนี้ให้ผลงานที่รู้สึกตื่นตื้น น่าสนใจ แต่ไม่เด็ดขาดสุดขีด



ภาพที่ 2.28 การสีใดสีหนึ่งควบคู่กับสีที่อยู่ขนานข้างทั้งซ้ายและขวาของสีตรงกันข้าม

- สีกลาง (Neutral) คือ การใช้สีใดสีหนึ่งควบคู่กับสีของตัวเองที่ถูกนำไป ผสมกับสีตรงข้าม หรือสีดำ ให้ความรู้สึกนิ่ง สงบ สบาย



ภาพที่ 2.29 การใช้สีใดสีหนึ่งควบคู่กับสีของตัวเองที่ถูกนำไปผสมกับสีตรงข้าม

- สีใกล้เคียงของสีตรงข้าม (Cashing/Incongruous) คือ การใช้สีใดสีหนึ่ง ควบคู่กับสีที่อยู่ถัดจากสีคู่ขนานของสีตรงข้าม (Split Complementary) การใช้งานในลักษณะนี้ช่วย ให้งานดูสมดุลซึ่งถือความเป็นกลาง ไม่นิยมเอียง หลักการใช้สีทั้ง 10 ประการนี้มีได้เป็นกฎตายตัว เพียงแต่ช่วยให้เราสามารถเลือกใช้สีให้ง่ายขึ้นและตรงตามวัตถุประสงค์ได้ดียิ่งขึ้น



ภาพที่ 2.30 สีใกล้เคียงของสีตรงข้าม

2.7 ระบบกริดในการออกแบบกราฟิก

วิธุน ตั้งเจริญ (อ้างใน ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์. 2540 :182) ได้ให้ความหมายของระบบกริด ไว้ ดังนี้ ตารางพื้นที่ทำงาน (Network) ของแนวนอนและแนวตั้งสัมพันธ์กับบริเวณว่างที่แสดงแบบ แผน สำหรับกำหนดพื้นภาพที่ผสมสัมพันธ์กัน แนวที่กำหนด เป็นแบบแผนเลย์เอาท์หรือแผนผัง สำหรับการออกแบบ

Garland (อ้างใน ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์. 2540 : 182) เน้นให้เห็นถึงความสำคัญของระบบ เสรีกริดที่ใช้ประโยชน์ในการออกแบบทางการพิมพ์โดยตรงว่าหมายถึง กระดาษออกแบบสำหรับ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

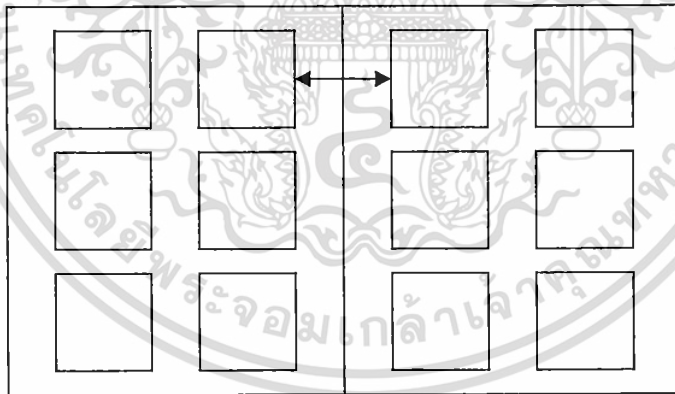
จัดทำต้นฉบับ แสดงเส้นตั้งและเส้นนอนของบรรทัดรวมทั้งจำนวนคอลัมน์ ตามประสงค์ของนักออกแบบ ซึ่งเป็นผู้มีหน้าที่จัดวางส่วนประกอบพื้นฐานทางการพิมพ์ (Layout)

ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์ (2540 : 182) ความหมายของระบบกริดหมายถึงระบบเส้นตารางแม่แบบที่ใช้ประโยชน์ในการจัดหน้าสิ่งพิมพ์ที่เอื้อประโยชน์ต่อการออกแบบและการผลิตทางการพิมพ์ อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือในการผสมผสานความเป็นเอกภาพระหว่างตัวอักษร ถ้อยคำ และรูปภาพที่ปรากฏในงานกราฟฟิกหรืองานพิมพ์นั้นๆ อีกด้วย (ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์. 2540 : 182)

ส่วนประกอบของระบบกริดที่ใช้ประโยชน์ทางการพิมพ์ประกอบด้วยส่วนสำคัญต่างๆ 7 ส่วนดังต่อไปนี้ (ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์. 2540 : 188)

2.7.1 กรอบ (Margin) หมายถึง กรอบพื้นที่ หรือ บริเวณว่างที่ต่อเนื่องกับขอบเขตของส่วนที่ใช้ในการจัดวางเนื้อหา การกำหนดขอบเขตและพื้นที่ของกรอบที่กล่าวถึงนี้ ขึ้นอยู่กับประโยชน์ใช้ - สอยของการจัดหน้าสิ่งพิมพ์ หน้าที่ของมาร์จิ้นช่วยทำให้เนื้อหา อักษร และภาพที่จัดวางไว้ในแต่ละหน้ามีขอบเขตที่แน่นอนเกิดความมีระเบียบและมองเห็นเด่นชัดยิ่งขึ้น

2.7.2 ช่องกลาง (Gutter) หมายถึง พื้นที่บริเวณที่เป็นส่วนต่อเนื่องของหน้าหนังสือหรือสิ่งพิมพ์หน้าคู่ (ซ้าย - ขวา) กัดเตอร์ที่กล่าวนี้ คือส่วนของด้านในที่เป็นบริเวณว่างของขอบในแต่ละด้าน หน้าที่กัดเตอร์ทำหน้าที่เป็นบริเวณว่างหรือช่องโหว่ในการแยกส่วนระหว่างรอยต่อของหน้าซ้ายขวาออกจากกัน

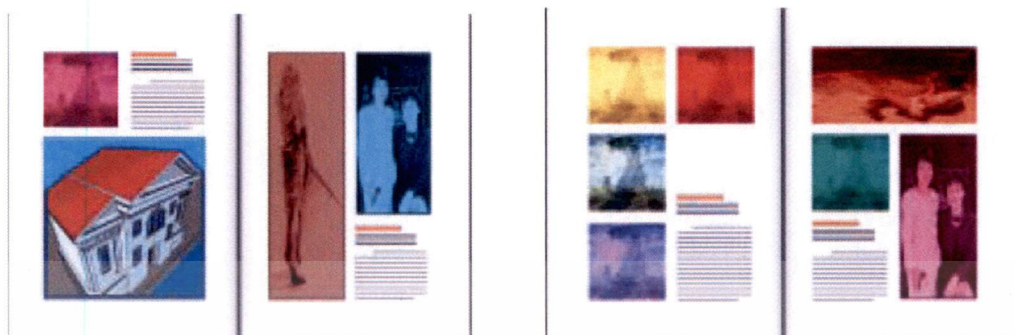


ภาพที่ 2.31 ส่วนกัดเตอร์ของระบบกริด (ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์. 2540 :189)

2.7.3 ช่องไฟตาราง (Alley) หมายถึง พื้นที่ว่างที่เกิดขึ้นตามเส้นตารางในแนวตั้ง และแนวนอนของหน่วยตารางทำหน้าที่เป็นช่องไฟเพื่อแบ่งแยกให้เกิดช่องว่างระหว่างบรรทัดอักษรที่ประกอบเป็นเนื้อหา ภาพถ่ายหรือ ภาพประกอบ หัวเรื่อง และคำบรรยายใต้ภาพ ฯลฯ

2.7.4 หน่วยตาราง (Grid units) หมายถึง กลุ่มตารางที่จัดไว้เป็นชุด หรือแบบเดียวกัน จัดวางไว้อย่างมีจังหวะ เป็นกลุ่มก้อนหรือแยกออกจากกันก็ได้หน่วยตารางที่จัดไว้เป็นกลุ่ม ก็เพื่อเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กำหนดให้เส้นตารางที่สร้างขึ้น มีหน้าที่ในการกำหนดขนาดและสัดส่วนของคอลัมน์ ภาพรวมทั้งหน้าตา ภาพรวมทั้งหมดของสิ่งพิมพ์ชนิดหน้าเดี่ยวและชนิดหน้าคู่



ภาพที่ 2.32 เปรียบเทียบการจัดวางลักษณะงานออกแบบการฟิกกระบบ 2 หน่วย กับระบบ 6 หน่วย



ภาพที่ 2.33 ความสูงของหน่วยตารางไม่ควรเป็นตัวกำหนดความกว้างของช่องไฟระหว่างบรรทัดของตัวอักษรหัวเรื่อง (วิรุณ ตั้งเจริญ.2531 :109)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7.5 มุมตาราง (Grid intersection) เป็นตำแหน่งที่เส้นตรงและเส้นนอนของตารางพบกัันมุมตารางจะมีหน้าที่ในการควบคุมการจัดวางตำแหน่งของตัวอักษรและภาพให้ปรากฏอยู่ในขอบเขตที่ต้องการ

2.7.6 ข้อมูลหน้า (Folio) หมายถึง เส้นผ่าศูนย์กลางของหน้ากระดาษที่ปรากฏในงานออกแบบกรรฟิกลี่งพิมพ์เป็นเครื่องมือสำคัญอีกส่วนหนึ่งในการออกแบบเพราะเลขหน้าที่จัดวางขึ้นตามจำนวนหน้าที่ปรากฏจะทำหน้าที่ย้ำเตือนผู้อ่านเกี่ยวกับเนื้อหาและปริมาณของหน้าสิ่งพิมพ์ที่ผ่านไป และช่วยให้ผู้อ่านตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วในการเลือกเรื่องราวก่อน - หลังในการอ่าน

2.7.7 เส้นพับ (Fold) หมายถึง เส้นผ่าศูนย์กลางของหน้ากระดาษที่ปรากฏในงานออกแบบกรรฟิกลี่งพิมพ์ที่ต้องการจะเข้าเล่มเป็นกึ่งกลางของกัตเตอร์และเป็นเส้นกึ่งกลางของหน้าคู่ซ้าย - ขวา หน้าที่ของเส้นพับที่มีไว้เพื่อกำหนดพื้นที่หรือขอบเขตในหน้าสิ่งพิมพ์ที่มีจำนวน ตั้งแต่สองหน้าขึ้นไปและยังเป็นเครื่องหมายเตือนใจให้ตระหนักในการจัดวางภาพประกอบและตัวอักษรในการจัดวางหน้าคู่ ไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดขึ้นได้สำหรับอ่านและการจัดวาง

2.8 การพิมพ์บนภาชนะบรรจุและระบบการพิมพ์

การพิมพ์ หรือการตกแต่งบนภาชนะบรรจุนั้นมีมากชนิด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาวะแวดล้อมของการตลาด และจุดประสงค์ของสินค้าแต่ละ Brand

การพิมพ์ หรือการตกแต่งบนภาชนะบรรจุ อาจแยกประเภทออกตามลักษณะงาน และความต้องการของสินค้า

การพิมพ์	วิธีการตกแต่ง
Gravure	Embossing
Flexographic	Spraying
Letter press	Im mould laluling
Litro graphic	Metalizing
Silk sesem	Transparent lakel
Pad printing	Heat Transfer
	Shrinkable label
	Hot stamping fail

การที่จะเลือกการพิมพ์ของแต่ละชนิด ต้องขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ของผู้ผลิตสินค้า และการที่จะตั้งมาตรฐานของการพิมพ์นั้นก็ขึ้นอยู่กับ:-

- คุณภาพของกระดาษ หรือวัสดุที่จะนำมาพิมพ์
- การออกแบบ และสร้างสรรค์ (Creative ability)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Art - Work
- คุณภาพของภาพ slide หรือ transparency
- การเลือกวิธีการตกแต่งที่ถูกต้อง
- Technology ของหมึกพิมพ์และความชำนาญของผู้ประกอบการพิมพ์

2.8.1 คุณสมบัติของกระดาษ หรือ พื้นผิวของวัสดุที่จะนำมาพิมพ์

มันจะไม่เป็นผลดีที่จะพิมพ์ภาพที่มีคุณภาพสูงบนกระดาษ หรือพื้นผิวของวัสดุที่หยาบไม่เรียบหรือขุยเนื่องด้วยใยเยื่อกระดาษ ฉะนั้นสิ่งแรกที่จะต้องคำนึงถึงของการพิมพ์ที่มีคุณภาพดีนั้น ต้องอาศัยสิ่งประกอบต่อไปนี้

2.8.1.1 ความเรียบ การเคลือบผิวที่ดี เช่น การเคลือบแป้งของกระดาษที่จะพิมพ์ ความโค้งงอของพื้นผิวขวดพลาสติก หรือแผ่นโลหะ

2.8.1.2 ความหนา ของวัสดุพิมพ์ความหนาของกระดาษที่จะพิมพ์ ความโค้งงอของพื้นผิวขวดพลาสติก หรือแผ่นโลหะ

2.8.1.3 ความชื้น ความชื้นของเนื้อกระดาษ และบนผิวของแผ่นพลาสติก

2.8.1.4 การหลุดหรือเศษวัสดุ ใยเยื่อกระดาษ ผุ่นที่ติดตามผิวกระดาษ หรือแผ่นพลาสติก

2.8.1.5 ความสม่ำเสมอของแผ่นพิมพ์ พื้นสีของกระดาษ หรือ พื้นสีของภาชนะพลาสติก

โดยทั่วไปส่วนพื้นผิววัสดุสังเคราะห์ดูเหมือนจะง่ายกว่า แต่ต้องอาศัยกรรมวิธีทางเทคนิคมาก ซึ่งบางครั้งก็ทำให้เกิดความเสียหายได้ง่าย หลังจากการพิมพ์ครั้งแรกด้วยคุณภาพที่ดี เพราะทั้งนี้อาจเกิดขึ้นจากความไม่สม่ำเสมอของวัสดุสังเคราะห์ หรือการ Treat ผิวของแผ่นวัสดุสังเคราะห์

2.8.2 ความสามารถในการออกแบบสร้างสรรค์ (Creative ability)

มันเป็นเรื่องธรรมดาทั่วไปมักจะสรรหาภาพใน Art - Work ที่ได้เตรียมไว้โดยไม่ได้คาดพิงถึง ชนิดของวัสดุ และชนิดของการพิมพ์ที่จะนำมาใช้ การผสมผสานของสีของภาพถ่ายหรือแผ่น Transparency ซึ่งมักจะทำให้เกิดปัญหาในการพิมพ์ที่มีคุณภาพสูง ในบางครั้งก็จะเป็นความผิดพลาดได้ง่าย บางครั้งก็จะเป็นได้เฉพาะผู้มีความชำนาญในด้านการพิมพ์ที่สามารถบอกถึงความเสียหายนั้น ทั้งนี้ก็อาจจะแก้ไขโดยช่างผู้มีความชำนาญมาก แต่ก็ต้องเสียเวลา และค่าใช้จ่ายมาก เฉพาะการสร้างสรรค์ Graphic design นั้น ควรจะคำนึงถึงระบบการพิมพ์ก่อนทำ Art - Work หรือการถ่ายภาพ Transparency ก็จะได้งานพิมพ์ที่มีคุณภาพดีตามที่ต้องการ

2.8.3 การเตรียมการสำหรับทำ Art - Work

การเตรียมแผ่น Art - Work ที่ไม่ดี มักจะทำให้เกิดปัญหาของการพิมพ์โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

เรื่องเกี่ยวกับการถ่ายภาพ การให้แสง Background ของแผ่น Transparency การเตรียม Art - เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Work จะต้องคำนึงถึงเม็ด Screen ที่จะใช้พิมพ์ เช่น Half tone และจำภาพของ Shade สีจำนวนสีที่จะพิมพ์และจำนวนครั้งที่พิมพ์ ซึ่งทั้งนี้หมายถึงค่าใช้จ่ายของงานชิ้นนั้นๆ

2.8.4 แนวทางที่ต้องของการเลือกระบบการพิมพ์

การพิจารณาระบบการพิมพ์ต่อภาชนะบรรจุนั้น จะต้องพิจารณาถึงวัสดุที่จะนำมาพิมพ์เช่น

- กระดาษ - ชนิดของกระดาษ
 - ความเงาของกระดาษ
 - การดูดซึมของกระดาษ
 - การเคลือบผิวของกระดาษ
 - การป้อนกระดาษเป็นแผ่นแข็ง หรือกระดาษอ่อนเป็นม้วน
 - Screen พิมพ์ที่ต้องการ

- พลาสติก - ชนิดของพลาสติก
 - ชนิดของหมึกพิมพ์
 - สีที่พิมพ์ เป็นชนิดลายเส้น หรือเป็นเม็ด (Screen half tone)
 - การ Treat ผิว

ตัวอย่างเช่น การพิมพ์ระบบ Flexo บนกระดาษด้วยภาพที่มี Half tone สีซ้อนกันมากก็จะได้คุณภาพการพิมพ์ที่ไม่ดี ฉะนั้นก็ควรเลือกเป็นระบบการพิมพ์ Liter graphic หรือ Roto letterpress ซึ่งจะได้คุณภาพการพิมพ์ที่ดีกว่ามาก

2.8.5 หมึกพิมพ์

หมึกพิมพ์เป็นส่วนสำคัญมากส่วนหนึ่งของทุกระบบพิมพ์ ถ้าการพิมพ์นั้นมี Transparency ที่ดี Plate หรือ Cylinder (ลูกกลิ้งหมึก) ที่ดี ถ้าหมึกพิมพ์ไม่ดี การผสมหมึกและความชื้นเหลวของหมึกไม่ดีก็จะทำให้การพิมพ์นั้นไม่สมบูรณ์แบบ ฉะนั้นด้วยความชำนาญของช่างพิมพ์บวกกับ Technology ของเครื่องพิมพ์ หมึกและสีย่อมมีความสำคัญมากพอกับการเตรียมสิ่งอื่นๆ ที่ได้กล่าวมาแล้ว

การใช้ Computer Aids System System ปัจจุบัน Computer มีบทบาทในการพิมพ์มากพอๆ กับกิจกรรมแขนงอื่นๆ เช่น Computer ช่วยในการอ่านสี เม็ด Screen, และการตกแต่งแผ่น Transparency ให้ได้มาตรฐานที่ต้องการ การเรียงพิมพ์และการจัดฉากบน plate และ cylinder ให้ได้ความแม่นยำ และรวดเร็วกว่า

2.8.6 ระบบการพิมพ์ (The Printing Process)

ระบบการพิมพ์ที่ใช้ในการสร้างสรรค์ ตกแต่ง ลักษณะ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ในวงการอุตสาหกรรมทุกวันนี้ ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับหลักการพิมพ์ 4 กระบวนการใหญ่ๆ ตามลักษณะของการสร้างแม่พิมพ์ คือ

2.8.6.1 กระบวนการพิมพ์ผิวฉนวน (Relief Printing Process) ได้แก่ การพิมพ์ระบบ Letter Press และการพิมพ์ระบบ Flexo

2.8.6.2 กระบวนการพิมพ์ร่องลึก (Intaglio Printing Process) เช่น การพิมพ์ระบบกราเวียร์ (Gravure)

2.8.6.3 กระบวนการพิมพ์พื้นราบ (Planographic Printing Process) ได้แก่ การพิมพ์ในระบบออฟเซต

2.8.6.3 กระบวนการพิมพ์ผ่านฉากรพิมพ์ (Serigraphin Printing Process) ได้แก่ การพิมพ์ระบบซิลค์สกรีน (Silk Screen) การพิมพ์ฉลุ

2.8.7 การพิมพ์ระบบเลตเตอร์เพรส

การพิมพ์ระบบเลตเตอร์เพรส เป็นระบบการพิมพ์ที่เก่าแก่ที่สุดมีอายุกว่า 500 ปีแล้ว โดยนักประดิษฐ์ชาวเยอรมัน ชื่อ กู เทนเบิร์ก (Gutenbrug) เป็นผู้คิดการเรียงพิมพ์โดยใช้ตัวอักษรแต่ละตัวมาผสมกันเป็นคำขึ้นได้เป็นคนแรก ทำให้การพิมพ์หนังสือเป็นที่แพร่หลายตั้งแต่นั้นมา

การเกิดภาพในการพิมพ์ของระบบนี้ เกิดขึ้นโดยวิธีที่กระดาษถูกกดลงบนแม่พิมพ์ ที่ได้รับการคลึงหมึกแล้วโดยตรง การกดทับลงไปทำให้หมึกถ่ายทอดลงไปบนกระดาษเกิดเป็นภาพพิมพ์ขึ้น แม่พิมพ์ของระบบเลตเตอร์เพรสมีลักษณะนูนสูงขึ้นมาจากพื้นคือ ส่วนที่เป็นภาพจะสูงขึ้นมาสูงกว่าบริเวณที่ไม่ใช่ภาพ หมึกจะติดจับเฉพาะบริเวณที่เป็นภาพสูงขึ้นมาเท่านั้น แม่พิมพ์อาจเป็นตัวเรียงโลหะผสมของตะกั่วและดีบุกเป็นส่วนใหญ่ มีความสูงจากฐานจนถึงผิวตัวอักษร 0.918 นิ้ว ตัวอักษรที่ใช้มีขนาดต่างๆ กัน ทั้งความสูงและความหนาตามที่เห็นในหนังสือทั่วไป ตัวเรียงโลหะนี้จะใช้เรียงได้เฉพาะข้อความที่เป็นตัวอักษรเท่านั้น ส่วนพวกแผนภูมิ กราฟ ตาราง หรือภาพ จะต้องใช้แม่พิมพ์ที่เป็นบล็อกแทน

การพิมพ์ในระบบนี้ เหมาะสำหรับใช้พิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่ทำมาจากวัสดุจำพวกกระดาษเป็นส่วนใหญ่ เช่น พิมพ์บนกล่องกระดาษแข็งแบบพับ ถุงกระดาษ หรือพิมพ์เป็นแผ่นตราฉลากสำหรับปิดผนึกบนบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น แต่ข้อเสียของคุณภาพการพิมพ์ก็มีอยู่ เช่น ทำให้เกิดรอยดุนนูนขึ้นด้านหลังของกระดาษ ขอบภาพและตัวอักษรไม่เรียบร้อย เนื่องจากกระดาษและแม่พิมพ์โลหะถูกกดอัดให้สัมผัสและดึงกระดาษออกมาโดยตรง อีกทั้งแม่พิมพ์ทำด้วยโลหะแข็ง อาจทำให้กระดาษเกิดการทะลุฉีกขาดจากการอัดพิมพ์ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8.8 การพิมพ์ระบบเฟล็กโซ

หลักการพิมพ์ระบบ Flexo นั้น แม่พิมพ์ทำด้วยยาง บริเวณที่เกิดภาพนูนจะสูงขึ้นมาจากพื้น เช่นเดียวกับแม่พิมพ์ในระบบ Letterpress การทำแม่พิมพ์ต้องทำแม่พิมพ์บนสังกะสีก่อน แล้วจึงเอา Bakelite ไปทาบบนแผ่นสังกะสีที่กัดกรดเป็นแม่พิมพ์ เมื่อถ่ายแบบมาแล้วนำแผ่นยางไปอัดบน Bakelite จึงจะได้แม่พิมพ์ยางออกมา กรรมวิธีก็คล้ายกับการทำตรายางที่ใช้ปั๊มในสำนักงานทั่วไป แม่พิมพ์ยางที่ได้เรียกว่า Polyer Plate ซึ่งเป็นยางสังเคราะห์ที่มีความเหมาะสมในการใช้งาน เพราะทนทานและรับหมึกได้ดี

ระบบการพิมพ์จะมีลูกกลิ้งยางจุ่มอยู่ในอ่างหมึก ลูกกลิ้งจะพาหมึกมาติดลูกกลิ้งเหล็ก ลูกกลิ้งเหล็กนี้จะถ่ายทอหมึก (Transfer) ไปให้ลูกกลิ้งอีกลูก ที่จะถ่ายทอหมึกให้แม่พิมพ์ยางแล้ว ถ่ายทอกลงบนผิววัสดุ โดยมีลูกกลิ้งเหล็ก (Impression Cylinder) อีกอันหนึ่งอัดอยู่

บรรจุภัณฑ์ที่พิมพ์ด้วยระบบเฟล็กโซก็ได้แก่กล่องกระดาษ ลูกฟูก ถุงกระดาษ ถุงปูนซีเมนต์ ถุงใส่ปุ๋ย ถุงพลาสติกใหญ่ๆ กล่องนม UHT เป็นต้น

ข้อดีของระบบ Flexographic คือ

- เริ่มต้นด้วยราคาถูก
- การเปลี่ยนแปลงได้ง่าย
- หมึกแห้งเร็วมาก
- ไม่ค่อยมีกลิ่น
- ความเร็วสูง
- สามารถปรับปรุงคุณภาพได้เร็วกว่า
- ใช้เวลาการเตรียมน้อย

มีอีกระบบการพิมพ์ซึ่งคล้ายกับ Flexographic ซึ่งบางครั้งก็เรียกว่า Dry offset แต่ทางต่างประเทศ เขาเรียก Roto letterpress การทำงานคล้ายคลึงกับ flexographic ควบคู่กับการพิมพ์ Lithographic และหมึกที่ใช้ส่วนมากจะเป็นหมึก UV และมีคุณภาพดีเทียบเท่ากับ Litho - graphic หรือ gravure บนพื้นผิวการพิมพ์ที่เป็นสีขาว

2.8.9 การพิมพ์ระบบกราเวียร์

กราเวียร์เป็นกรรมวิธีการพิมพ์แบบแม่พิมพ์ร่องลึก (Intaglio) ซึ่งส่วนที่เป็นภาพหรือลายเส้นที่จะพิมพ์ถูกกัดเจาะเป็นบ่อเล็กๆ จำนวนนับล้านบ่อ เรียก เซลล์ (Cell) ซึ่งขังหมึกสำหรับที่จะพิมพ์ลงบนวัสดุอะไรก็ตาม ส่วนบริเวณที่ไม่ใช่ภาพจะเป็นผิวเรียบและอยู่สูงกว่าบ่อหมึก บ่อหมึกแต่ละบ่อแยกออกจากกันโดยผนังซึ่งเรียกว่า Cell Wall หรือ LAND บ่อเล็กๆนี้จะขังหมึกไว้ด้วยปริมาณไม่เท่ากันแล้วแต่ขนาดของบ่อ ปริมาณถ้าหมึกมากก็จะทำให้สีเข้มมากกว่าบ่อที่มีหมึกน้อยกว่า ทำให้สามารถพิมพ์ภาพที่มีโทนต่อเนื่องได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาพิมพ์หมึกกราเวียร์นี้ส่วนใหญ่ทำมาจากเหล็กรูปทรงกระบอก ซึ่งมีผิวชุบด้วยทองแดง และบ่อหมึกเล็กๆ ก็จะถูกกักตลงในชั้นของทองแดงนี้ หรือแม่พิมพ์อาจทำมาเป็นแผ่น แล้วนำมาหุ้มรอบลูกกลิ้งเหล็กอีกชั้นหนึ่งก็ได้

หลักการพิมพ์กราเวียร์ แม่พิมพ์ที่ถูกกัดเป็นภาพแล้ว จะหมนอยู่ในอ่างหมึกเหลวเหมือนกับการพิมพ์แบบเพลกโซ หมึกจะเกาะอยู่ในบ่อหมึกที่กัดไว้และจะมีมีดปาดหมึก (Doctor Blade) เป็นเหล็กสปริงยาวๆ กดแนบสนิทอยู่กับผิวของแม่พิมพ์ ทำหน้าที่ปาดหมึกออกจากผิวหมึกก็จะติดอยู่เฉพาะในบ่อหมึก เมื่อผ่านวัสดุแผ่นเรียบเข้าไปจะมีลูกกลิ้งเหล็กทำหน้าที่กด (Impression) วัสดุติดกับแม่พิมพ์ หมึกเหลวเมื่อรับแรงอัดก็จะถ่ายทอดหมึก (Transfer) จากแม่พิมพ์ลงบนผิวของวัสดุเป็นภาพ หรือลายเส้นทางกราฟิกออกมา

การพิมพ์ระบบกราเวียร์เป็นระบบการพิมพ์ที่สามารถผลิตภาพลายเส้น (Line Work) และภาพฮาล์ฟโทน (Half - Tone) ได้อย่างมีคุณภาพและรวดเร็ว อีกทั้งยังพิมพ์ลงบนผิววัสดุต่างๆ ได้อีกหลายประเภท โดยเฉพาะอย่างบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุจำพวกพลาสติก และอลูมิเนียมพอยล์ระบบการพิมพ์ในระบบนี้จึงเป็นที่นิยมใช้พิมพ์บรรจุภัณฑ์กันมาก เพราะมีคุณภาพการพิมพ์ที่ทัดเทียมกับระบบออฟเซต (Offset) ได้เช่นกัน บรรจุภัณฑ์ที่ใช้การพิมพ์ในระบบกราเวียร์นี้ก็ได้ ได้แก่

- กล่องกระดาษพับ
 - ห่อของที่ยืดหยุ่นได้ (Polyethylene, Polypropylene, Cellophane, Nylon, Polyester, Viny, Foil etc.)
 - กระดาษห่อของขวัญ
 - กระดาษห่อของ
 - ฉลาก ตรา ทั้งแผ่นและม้วน
- ประเภทสิ่งพิมพ์พิเศษอื่นๆ
- สิ่งพิมพ์พิเศษ กันกรองบุหรี ครอบงโหลหะ เป็นต้น

2.8.10 การพิมพ์ระบบ Gravure มีส่วนดีดังนี้

2.8.10.1 หมึกพิมพ์ Gravure เป็นลักษณะหมึกเหลวเหมือนน้ำ ซึ่งทำให้ระเหยง่ายและเหมาะสำหรับวัสดุ ที่ไม่มีรูพรุนบนพื้นผิว (non porous) และแห้งเร็ว

2.8.10.2 หมึกพิมพ์ Gravure ไม่มีกลิ่นเพราะฉะนั้นการตัดแบ่งม้วนสามารถทำได้ทันทีไม่ต้องรอให้หมึกแห้งก่อน เฉพาะหมึกแห้งเร็วพร้อมกับผ่านอุโมงค์ลมร้อน

ระบบการพิมพ์ Gravure ให้อัตรา Tone สีที่แน่นอน และคุณภาพการพิมพ์ดีพอกับ Lithographic โดยเฉพาะอย่างยิ่งบนกระดาษที่มีคุณภาพต่ำ

ระบบการพิมพ์ Gravure ยังสามารถที่จะเพิ่มเติมสิ่งอื่น เช่น การเคลือบไข การพิมพ์แบบ Reverse การเคลือบและวานิช และสิ่งที่ระบบ gravure ได้เปรียบมาก คือ การพิมพ์สีมุกได้เงามากและลอยตัวของมุกดีมาก เมื่อเทียบกับระบบการพิมพ์อื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะ การพิมพ์ของระบบ gravure คือแม่พิมพ์ในลักษณะเป็นลูกกลิ้ง จะถูกกัดเป็นหลุมในส่วนต้องการพิมพ์ภาพแล้วจึง Transfer หมึกนี้ลงบนแผ่นพลาสติก หรือกระดาษ ส่วนสำคัญของการพิมพ์ระบบนี้ คือ

- ลูกกลิ้งแม่พิมพ์ ความแข็งของผิวลูกกลิ้ง
- ความสม่ำเสมอของรูอุ้มหมึกและความคม
- การกวาดพื้นลูกกลิ้งของแผ่น Doctor + medium

2.8.11 การพิมพ์ระบบออฟเซต

การพิมพ์ด้วยระบบออฟเซต เป็นที่แพร่หลายนิยมใช้กันทั่วโลก จะสังเกตได้ว่าในปัจจุบันระบบนี้มีส่วนผูกพันกับชีวิตประจำวันอย่างแยกไม่ออก ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ หนังสือตำรา นวนิยาย วารสารรายสัปดาห์ รายเดือน โปสเตอร์ โฆษณา แผ่นพับหรือโบรชัวร์ ทุกรายการนี้พิมพ์ด้วยระบบออฟเซตแทบทั้งสิ้นหรืออาจจะกล่าวได้ว่า การพิมพ์ด้วยระบบออฟเซตมีบทบาทเข้ามาแทนที่ระบบเลตเตอร์เพรสซึ่งล้าหลังไป งานออฟเซตสามารถให้คุณค่าของงานพิมพ์ได้สูง เนื่องจากมีการผสมผสานของเม็ดสกรีนได้อย่างละเอียด

หลักการพิมพ์ในระบบนี้ มีความแตกต่างจากการพิมพ์ระบบเลตเตอร์เพรสโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ

2.8.11.1 แม่พิมพ์เป็นแบบผิวระนาบที่จะเป็นตัวนูน

2.8.11.2 แม่พิมพ์จะรับหมึก แล้วค่อยถ่ายทอดภาพไปยังตัวกลาง คือ ฝ้ายางแบบลงเกตแล้วจึงลงไปบนกระดาษ ไม่ใช่การสัมผัสโดยตรงเหมือนระบบเลตเตอร์เพรส

2.8.11.3 การที่แม่พิมพ์เป็นแบบผิวระนาบ ทำให้ส่วนที่เป็นภาพ (ที่ต้องรับหมึก) และส่วนที่ไม่ใช่ภาพ (ที่จะรับหมึกไม่ได้) อยู่ในระดับเดียวกัน จึงต้องหาวิธีที่จะทำให้ส่วนที่เป็นภาพเท่านั้นรับหมึก และถ่ายทอดไปยังแบบลงเกต ซึ่งทำได้โดยการใช้น้ำมันมาเคลือบผิวส่วนที่ไม่ใช่ภาพไว้ แล้วปล่อยให้ส่วนที่เป็นภาพ (ซึ่งไม่รับน้ำ) รับหมึก ดังนั้นระบบออฟเซตจึงมีน้ำเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

2.8.12 การพิมพ์ระบบซิลค์สกรีน

การพิมพ์ระบบซิลค์สกรีนก็คือ การใช้ผ้าไหม (Silk) ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อการพิมพ์นี้โดยเฉพาะ นำมาซึ่งให้ตั้งบนกรอบไม้หรือกรอบโลหะ แล้วสร้างภาพขึ้นบนผ้าไหมซึ่งมีสภาพเป็นฉากพิมพ์ (Screen) ปิดกั้นส่วนที่ต้องการให้เกิดเป็นภาพให้ทึบตัน และปล่อยให้ส่วนที่ต้องการให้เป็นภาพโปร่งไว้ การพิมพ์ปิดกั้นบนผ้าไหมนี้มีหลายวิธีการ เช่น ระบายด้วยสีน้ำมัน แคลลด์ फिल्म ตลอดจนถึงการใช้ยาไวแสงปิดกั้น และเมื่อนำแผ่นฟิล์มไปวางทาบลงบนสิ่งที่จะพิมพ์ทั้ง รูปทรง 3 มิติ หรือแผ่นเรียบที่มีพื้นผิวเรียบไม่ขรุขระมาก เช่น กระดาษ ผ้า แก้ว พลาสติก โลหะ ไม้ ฯลฯ แล้วหยอดสีลงบนแม่พิมพ์ ใช้อย่างปาด (Squeegee) ที่มีผิวหน้าตัดเรียบ ปาดดันสีให้ผ่านแม่พิมพ์ทะลุออกไปติดบนพื้นรองรับ ซึ่งก็จะได้ภาพพิมพ์ตามที่ต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพิมพ์ด้วยระบบซิลค์สกรีนนี้ มีบทบาทกับภาชนะบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะเป็นวิธีเดียวที่จะพิมพ์บนวัสดุหรือภาชนะผิวโค้ง เช่น ขวดแก้ว ขวดพลาสติก หรือกระป๋องโลหะ ที่ผ่านการขึ้นรูปสำเร็จมาแล้ว

จากระบบการพิมพ์ต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว จะเห็นว่ามีระบบและเทคนิคการพิมพ์ที่จะนำมาใช้พิมพ์บนบรรจุภัณฑ์มากมายหลายกรรมวิธี และมีใช้ว่าจะมีเพียงกรรมวิธีที่กล่าวมาแล้วเท่านั้นระบบการพิมพ์ในปัจจุบันนับว่ามีการพัฒนาที่ก้าวไปในกระบวนการพิมพ์หลัก 4 ประการ หรือการประสานกันในเทคนิคกรรมวิธีที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เช่นการพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ท (Ink Jet - Printing) เป็นการพิมพ์ด้วยการยิงหมึกออกมาเป็นจุดประกอบ เป็นตัวอักษรและข้อความต่อเนื่องบนบรรจุภัณฑ์ก็พัฒนาขึ้นมาแทน ก็เป็นการประสานหลักการระหว่างการพิมพ์ระบบออฟเซตซิลค์สกรีนและเฟล็กโซ เพื่อให้สามารถพิมพ์บนวัสดุที่มีพื้นผิวต่างระดับกันได้ เป็นต้น

2.8.13 หลักการเลือกของระบบการพิมพ์

ก่อนที่จะเลือกระบบการพิมพ์ ผู้เลือกจะต้องทราบว่า สิ่งตีพิมพ์นั้นมีลักษณะอย่างไรต้องการคุณภาพแบบใด จำนวนเท่าไร เป็นลายเส้น หรือ Half tone ดังต่อไปนี้

- คุณภาพของการพิมพ์ที่ต้องการ
- จำนวนสิ่งตีพิมพ์ที่ต้องการ
- ชนิดของวัสดุที่จะนำมาพิมพ์ และคุณลักษณะของตัววัสดุนั้นๆ
- ความต้องการของฝ่ายการตลาด
- คุณลักษณะ และรูปร่างของสิ่งตีพิมพ์นั้นๆ
- ค่าใช้จ่าย
- ระยะเวลาที่ต้องการ

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปราณี คุ่มคำ (2544) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของแผ่นพับที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคหลอดเลือดหัวใจตีบ ของศูนย์โรคหัวใจในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบของข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัว และข้อความเสนอรายละเอียดมีรูปแบบตัวอักษรแบบหัวกลม ข้อความพาดหัวมีขนาดตัวอักษร 36 พอยท์ ข้อความรองพาดหัวตัวอักษร 20 พอยท์ และข้อความที่เสนอรายละเอียดมีขนาดตัวอักษร 16 พอยท์ ข้อความพาดหัวมีสีของตัวอักษรเป็นสีวรรณะร้อน ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียดมีสีวรรณะเย็น ภาพประกอบส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นภาพวาดเหมือนจริง สีของภาพประกอบเป็นสีเหมือนสิ่งจริง มีการจัดหน้าให้มีปกหน้าและปกหลัง มีจำนวน 6 หน้า ส่วนจัดเนื้อหาให้จบลงในแต่ละหน้าของหัวข้อย่อย ลักษณะเนื้อหาเป็นการเขียนแบบจูงใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พรรณพร นาวมสำลี (2548) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การใช้บริการชำระทางไปรษณีย์ของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ผลการวิจัยสรุปว่า ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านกราฟิก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เหมาะสมอยู่ในระดับมาก ผู้ใช้บริการไปรษณีย์ที่ดูสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์บริการชำระเงินทางไปรษณีย์ ประเภทแนบภาพและแผ่นพับ มีความรู้สูงกว่าเกณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ผู้ใช้บริการไปรษณีย์มีความพึงพอใจสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์บริการชำระเงินทางไปรษณีย์ ประเภทแนบภาพและแผ่นพับ อยู่ในระดับมาก

दनัยเลิศ ดิยะรัตนาศัย (2549) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ออกแบบกราฟิกสื่อประชาสัมพันธ์บริษัท ดิจิตรีม จำกัด ผลการวิจัยในการออกแบบกราฟิกบนสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับบริษัท ดิจิตรีม จำกัด ประเภทแผ่นพับพบว่าผู้ทรงคุณวุฒิ มีความเห็นโดยภาพรวม ด้านภาพหรือสัญลักษณ์อยู่ใน ระดับมากที่สุดคือ หิ้งนี้อาจเป็นเพราะภาพที่ใช้เป็นภาพที่มีลักษณะเป็นภาพ 3 มิติ ที่สามารถสร้างสรรค์มาจากจินตนาการ โดยมีการใช้แสงเงา โครงสร้างที่จินตนาการขึ้นเองสอดคล้องกับ สุภากรณ์ ดิษฐพันธ์ (2548: 20) ซึ่งกล่าวว่าภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Component) คือส่วนที่เป็นภาพหรือสัญลักษณ์ที่ใช้แทนคำพูดส่วนใหญ่ใช้ดึงดูดความสนใจและมีความหมายสอดคล้อง หรือสนับสนุนข้อความในการจัดวาง

ผู้ทรงคุณวุฒิยังมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแผ่นพับด้านลวดลายตกแต่ง มีความเหมาะสมน้อยกว่าด้านอื่นๆ อาจเป็นเพราะภาพประกอบมีภาพจำนวนมากและมีความหลากหลายทำให้จะกัดพื้นที่ให้ภาพมีขนาดเล็ก

เพ็ญพร ต่อสกุลแก้ว (2541) ได้ทำวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพของสื่อคู่มือการดูแลตนเองก่อนและหลังผ่าตัดต่อระดับความรู้ ทักษะคติ โดยทำการประเมินผลของสื่อสิ่งพิมพ์ว่าสามารถให้ความรู้การดูแลตนเองก่อนและหลังผ่าตัดได้ดีขึ้นและผู้ป่วยมีความเชื่อทางด้านสุขภาพได้ถูกต้องขึ้นตลอดจนสามารถลดความวิตกกังวลของผู้ป่วยได้ ผลการวิจัยพบว่าผู้ป่วยมีการเปลี่ยนแปลงระดับทัศนคติต่อการผ่าตัดเหมาะสมมากขึ้นและมีการเปลี่ยนแปลงระดับความวิตกกังวล โดยผู้ป่วยส่วนใหญ่ชอบสื่อคู่มือ ได้รับความรู้และนำไปใช้ประโยชน์ได้มาก เนื้อหา ขนาดตัวอักษรและขนาดของรูปเล่มมีความสมมติ โดยเฉพาะรูปภาพที่บรรจุในเล่มทำให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาได้ดีขึ้น และยังมีสีสันสวยงาม ดึงดูดความสนใจได้ดี สะดวกต่อการนำไปใช้ สามารถหยิบอ่านได้ตลอดเวลาเมื่อต้องการ

ศักดา บุญย้อย (อ้างใน พรเทพ เลิศเทวศิริ. 2545 : 105) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านกราฟิกบนของบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความเข้าใจในรสชาติของเบหมิ่กึ่งสำเร็จรูป โดยศึกษาปัจจัยด้านกราฟิกต่างๆ

- ตัวอักษรและคำอธิบาย (Alphabet) ถ้อยคำสั้นๆ (Slogan)
- ภาพประกอบ (Illustration)
- การจัดวาง (Lay Out)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สีและพื้นหลัง (Color and Background)

โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่าง เป็นกลุ่มตัวอย่างชายและกลุ่มตัวอย่างหญิง จากผลการศึกษสามารถสรุปได้ว่าโดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มตัวอย่างชายและกลุ่มตัวอย่างหญิง จากผลการศึกษสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านภาพประกอบโดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพประกอบเป็นภาพที่ขยายหรือแสดงรายละเอียดของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องดื่มประกอบที่ชัดเจน จะส่งผลต่อความเข้าใจมากขึ้น ส่วนกลุ่มตัวอย่างหญิงพบว่าปัจจัยด้านพื้นหลังจะส่งผลต่อความเข้าใจในรสชาติของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมากที่สุดโดยเป็นพื้นหลังที่ใช้เทคนิค Gradient (การไล่ค่าน้ำหนักสี) ส่วนปัจจัยที่มีผลรองลงมาใกล้เคียงกัน คือ ปัจจัยด้านภาพประกอบ



บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

วิธีการดำเนินงานวิจัย ศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ วัฒนธรรมในชุมชน
กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาดังต่อไปนี้

3.1 ศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ที่อาศัยและผู้ให้ข้อมูลวัฒนธรรมในชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ จำนวน 3 ท่าน

3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย สัมภาษณ์ ชนิดโครงสร้าง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1.2.1 แบบสอบถามและสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือที่ใช้สัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล วัฒนธรรมในชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ ประกอบการเพื่อสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทเอกสารและ สิ่งพิมพ์ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ

3.1.2.2 กล้องถ่ายภาพ เพื่อบันทึกรูปในเรื่อง สังคม วิถีชีวิต และวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ

3.1.3 วิธีการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

3.1.3.1 ศึกษาทฤษฎี เอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1.3.2 กำหนดรูปแบบในการสัมภาษณ์เพื่อให้คำถามมีความชัดเจน ตอบง่าย มีความกระชับและรัดกุม โดยมีลักษณะคำถามนั้นตรงประเด็น และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์

3.1.3.3 ดำเนินการสร้างแบบสัมภาษณ์และแบบบันทึกการสังเกตตามที่ศึกษา จากนั้นนำแบบสัมภาษณ์และแบบบันทึกการสังเกตเสนออาจารย์ผู้ควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบ และขอคำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไข

3.1.4 การตรวจสอบเครื่องมือ

3.1.4.1 นำแบบสอบถามและสัมภาษณ์ ที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญ มีความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ สื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชาสัมพันธ์ หรือเป็นอาจารย์ประจำสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องของภาษา จำนวน 3 ท่านได้แก่

1. รองศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยโท พิชัย สดภิบาล อาจารย์ประจำสาขาวิชา ครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง
2. อาจารย์ ธาณี สุคนธนะชาติ อาจารย์ประจำคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โชติเวช
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธเนศ ภิรมย์การ อาจารย์ประจำสาขาวิชา ครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง

3.1.4.2 ทำการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามสัมภาษณ์ ตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำไปใช้เก็บข้อมูลในการวิจัยต่อไป

3.1.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

3.1.5.1 นำแบบสอบถามและสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวผู้วิจัยเอง จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลวัฒนธรรมในชุมชนมัธยมศึกษา จำนวน 3 ท่าน

3.1.5.2 ศึกษาข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล โดยการใช้แบบบันทึก ประกอบการสอบถามและสัมภาษณ์และการสังเกต แล้วทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์

3.1.5.3 นำข้อมูลจากแบบสอบถามและสัมภาษณ์ และแบบบันทึกทั้งหมดมาสรุปข้อมูลทางสถิติเพื่อทำการใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับ ชุมชนกรณีศึกษา มัธยมศึกษา

3.1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1.6.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงตรรกะวิทยา

3.2 ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชนกรณีศึกษา มัธยมศึกษา

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ผู้เชี่ยวชาญเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลชุมชนและวัฒนธรรม และผู้ทรงคุณวุฒิทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทเอกสารและสิ่งพิมพ์ ในชุมชนมัธยมศึกษา จำนวน 6 ท่าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.1.1 ผู้เชี่ยวชาญทางด้านให้ข้อมูลชุมชนและวัฒนธรรม ในชุมชนมัสยิดสุวรรณ

ภูมิ 3 ท่าน

1. นาง สมสุข สมทรง ประธารชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ
2. นาย อัจฉิมนตรี สวัสดิ์ (อิหม่าม) คณะกรรมการบริหารมัสยิดสุวรรณภูมิ
3. นาย พิทยา พงศ์สมภาร (ประชาสัมพันธ์) คณะกรรมการบริหารมัสยิด

สุวรรณภูมิ

3.2.1.2 ผู้ทรงคุณวุฒิทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทเอกสารและ

สิ่งพิมพ์ 3 ท่าน

1. รองศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยโท พิชัย สดภิบาล อาจารย์ประจำสาขาวิชา
ครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าคุณทหารลาดกระบัง

2. อาจารย์ ดารณี ธนวัฒน์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาครุศาสตร์
สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณ
ทหารลาดกระบัง

3. อาจารย์ ธานี สุคนธนะชาติ อาจารย์ประจำคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โชติเวช

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบประเมินเกี่ยวกับการหารูปแบบสื่อ
ประชาสัมพันธ์ประเภทเอกสารและสิ่งพิมพ์ ในชุมชน กรณีศึกษาชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ ซึ่งเป็น
มาตราประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน มีดังนี้

5	หมายถึง	เหมาะสมมากที่สุด
4	หมายถึง	เหมาะสมมาก
3	หมายถึง	เหมาะสมปานกลาง
2	หมายถึง	เหมาะสมน้อย
1	หมายถึง	เหมาะสมน้อยที่สุด

3.2.3 วิธีการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

3.2.3.1 ศึกษาทฤษฎี เอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของ
สื่อประชาสัมพันธ์ กำหนดรูปแบบประเมินเพื่อให้คำถามมีความชัดเจน ตอบง่าย มีความกระชับและ
รัดกุม โดยมีลักษณะคำถามที่ตรงประเด็นและสอดคล้องตามวัตถุประสงค์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.3.2 ดำเนินการสร้างแบบประเมินฉบับร่างเกี่ยวกับการหารูปแบบสื่อ
ประชาสัมพันธ์ประเภทเอกสารและสิ่งพิมพ์ ในชุมชน กรณีศึกษาชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ

3.2.3.3 นำแบบประเมินที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ผู้ควบคุมสาระนิพนธ์ เพื่อ
ตรวจสอบความถูกต้องและคำแนะนำในการปรับปรุง

3.2.3.4 นำแบบประเมินที่แก้ไขแล้ว ให้ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อทำการตรวจสอบ
ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องของภาษาที่ใช้ โดยผู้เชี่ยวชาญจะต้องเป็นผู้
มีความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์เกี่ยวข้องหรือเป็นอาจารย์ทางด้านการผลิตและประเมินผล

3.2.3.5 ปรับปรุงแบบประเมินตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิและเสนอต่ออาจารย์
ผู้ควบคุมสาระนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง

3.2.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

3.2.4.1 นำแบบประเมินรูปแบบฉบับสมบูรณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวผู้วิจัยเอง
จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ และผู้ทรงคุณวุฒิทางการ
ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

3.2.4.2 นำข้อมูลจากแบบประเมินทั้งหมดมาสรุปข้อมูลทางสถิติ เพื่อทำการใช้
เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทเอกสารและสิ่งพิมพ์

3.2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำผลการประเมิน มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าทางสถิติ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อสรุป โดย
ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

3.2.5.1 ตรวจสอบจำนวนและความสมบูรณ์แบบประเมินที่นำไปทำการเก็บรวบรวม
ข้อมูล

3.2.5.2 ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ วิเคราะห์ข้อมูลแต่ละรายการที่ทำการ
ศึกษาสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard
Deviation) เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย มีดังนี้

4.51 - 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
3.51 - 4.50	หมายถึง	ระดับมาก
2.51 - 3.50	หมายถึง	ระดับปานกลาง
1.51 - 2.50	หมายถึง	ระดับน้อย
1.00 - 1.50	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 ศึกษาในระดับความพึงพอใจที่มีต่อ สื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทเอกสารและสิ่งพิมพ์

3.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ที่อาศัยอยู่ใน ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิจำนวน 63 หลังคาเรือน โคนสุ่มจากผู้อาศัย จำนวน ครัวเรือนละ 1 คน ในระยะเวลา 1 สัปดาห์ ในวันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ เดือน กันยายน 2524 โดยผู้วิจัยทำการสุ่มแบบเจาะจง

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม(Questionnaire)เกี่ยวกับความพึงพอใจ ที่มีต่อ สื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทเอกสารและสิ่งพิมพ์ ในชุมชน กรณีศึกษาชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทเอกสารและสิ่งพิมพ์ ในชุมชน กรณีศึกษาชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ โดยศึกษาความพึงพอใจ และความเหมาะสมของรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นมาตราประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน มีดังนี้

5	หมายถึง	มีความเหมาะสมมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความเหมาะสมมาก
3	หมายถึง	มีความเหมาะสมปานกลาง
2	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อย
1	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

การแปลผลคะแนนแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทเอกสารและสิ่งพิมพ์ ในชุมชน กรณีศึกษาชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ ผู้วิจัยได้แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้สูตรหาความกว้างของอัตรากว้าง ดังนี้ (บุญเรียง.2539)

4.51 - 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
3.51 - 4.50	หมายถึง	ระดับมาก
2.51 - 3.50	หมายถึง	ระดับปานกลาง
1.51 - 2.50	หมายถึง	ระดับน้อย
1.00 - 1.50	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.3 วิธีการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

3.3.3.1 ศึกษาทฤษฎี เอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้ององค์ประกอบของ สื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทเอกสารและสิ่งพิมพ์ ในชุมชน กรณีศึกษาชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ กำหนด รูปแบบแบบสอบถามเพื่อให้คำถามมีความชัดเจน ตอบง่าย มี ความกระชับและรัดกุม โดยมีจำนวน คำถามไม่มากนักแต่ตรงประเด็นและตรงตามวัตถุประสงค์

3.3.3.2 ดำเนินการปรับปรุงและการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ

3.3.3.3 นำแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ ที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและคำแนะนำในการปรับปรุงแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ

3.3.3.4 นำแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่แก้ไขแล้ว ให้ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องของภาษาที่ใช้ โดยผู้เชี่ยวชาญจะต้องเป็นผู้มีความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์เกี่ยวข้องหรือเป็นอาจารย์ทางการวัดผลและประเมินผล

3.3.3.5 ปรับปรุงแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิและเสนอต่ออาจารย์ผู้ควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง

3.3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

3.3.4.1 นำแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ ไปดำเนินงานในภาคสนามที่กำหนดไว้เพื่อทำการเก็บข้อมูล

3.3.4.2 ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร คือ ผู้ที่เข้ามาชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลระยะเวลา 2 สัปดาห์

3.3.4.3 รวบรวมการเก็บข้อมูลที่ทำการศึกษาโดยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ค่าทางสถิติต่อไป

3.3.4.4 ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ โดยสร้างภาพจำลองประกอบ ที่ได้รับการออกแบบแล้ว โดยทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชากรที่มีต่อ สื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทเอกสารและสิ่งพิมพ์ ในชุมชน กรณีศึกษาชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ

3.3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลกับกลุ่มประชากร กรณีศึกษาชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ ดังนี้

3.3.5.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามความพึงพอใจแต่ละฉบับ

3.3.5.2 ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ วิเคราะห์ข้อมูลแต่ละรายการที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำการศึกษาสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย มีดังนี้

4.51 - 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
3.51 - 4.50	หมายถึง	ระดับมาก
2.51 - 3.50	หมายถึง	ระดับปานกลาง
1.51 - 2.50	หมายถึง	ระดับน้อย
1.00 - 1.50	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.1 แสดงแผนภูมิสรุปขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ วัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ

4.1 สรุปผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ

4.2 สรุปผลการประเมินรูปแบบการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์และประเภทแผ่นพับของผู้ทรงคุณวุฒิ

4.3 สรุปผลการศึกษาความพึงพอใจของชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ

4.1 สรุปผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ

4.1.1 ข้อมูลเบื้องต้น

ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ มีหลักเกณฑ์ในการพัฒนา 6 ด้าน ทำให้สำนักงานเขตคลองสานได้คัดเลือกชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิเป็นแหล่งโบราณสถานเชิงศิลปวัฒนธรรมของดีเขตคลองสานที่แนะนำให้ประชาชนในเขตคลองสานได้รู้จักในงานฉลองสมโภช 100 ปี เขตคลองสาน ผู้วิจัยจึงมีแนวทางในการในการปฏิบัติที่จะศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและเป็นข้อมูลเพื่อเผยแพร่ให้เกิดการรับรู้แก่คนในชุมชนที่ถูกต้องและเป็นฐานข้อมูลให้ผู้ที่สนใจได้เข้ามาสืบค้นข้อมูลสะดวกต่อโดยกำหนดแนวทางและหลักเกณฑ์การพัฒนาได้ 6 ด้าน จึงได้กำหนดประเด็นข้อมูลในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน 2 ด้าน คือ

1. ด้านสังคม ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือซึ่งกันและกันและกัน ร่วมคิดร่วมทำและร่วมรับประโยชน์ในการฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม เสริมสร้างการพัฒนาความเข้มแข็งของสถาบันครอบครัว

2. ด้านจิตใจ ส่งเสริมและพัฒนาให้ประชาชนในชุมชนมีสุขภาพจิตที่ดี การพัฒนาจิตใจ สติปัญญา การปฏิบัติตนอยู่ในศีลธรรมและหลักคำสอนของศาสนา

โดยผู้ที่อาศัยอยู่ใน ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิจำนวน 63 หลังคาเรือน โดยสุ่มจากผู้อาศัยจำนวน ครึ่งเรือนละ 1 คน ในระยะเวลา 1 สัปดาห์ ในวันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ เดือน กันยายน 2554

โดยผู้วิจัยทำการสุ่มแบบเจาะจง

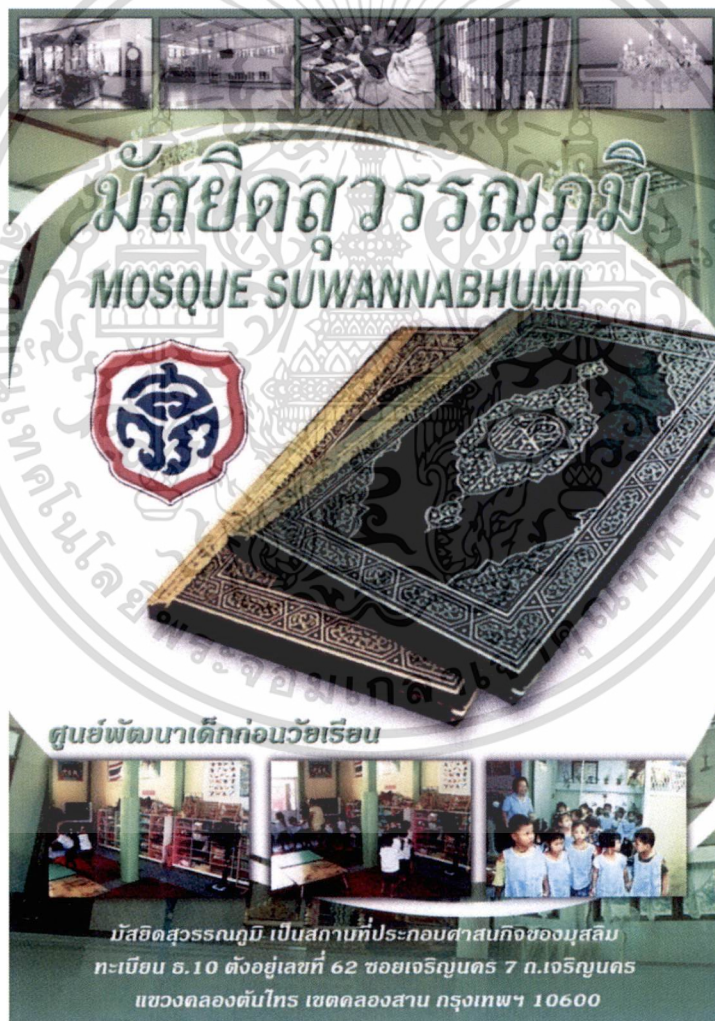
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 สรุปผลการประเมินรูปแบบการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์ และ แผ่นพับของผู้ทรงคุณวุฒิ

4.2.1 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์และประเภทแผ่นพับของผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 6 แบบ มี

- ประเภทโปสเตอร์ 3 แบบ
- ประเภทแผ่นพับ 3 แบบ

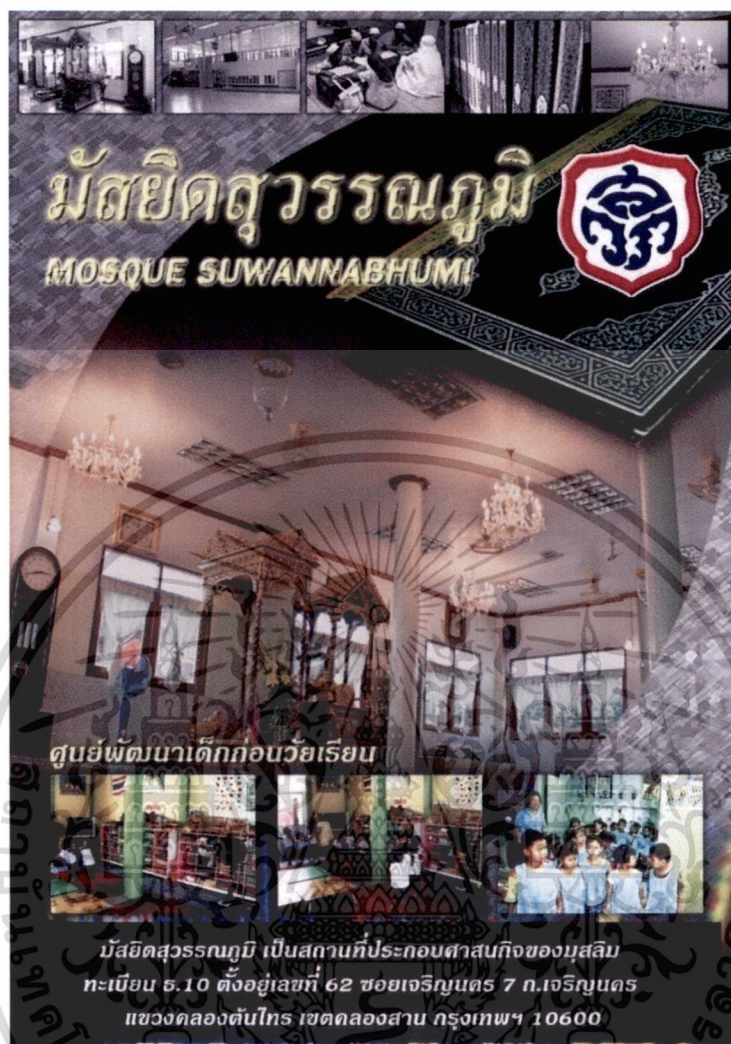
โปสเตอร์ แบบที่ 1.



ภาพที่ 4.2 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์ (ที่มา : กীরติ วิบูลย์ดล. ออกแบบโปสเตอร์ ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ. 2554.)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

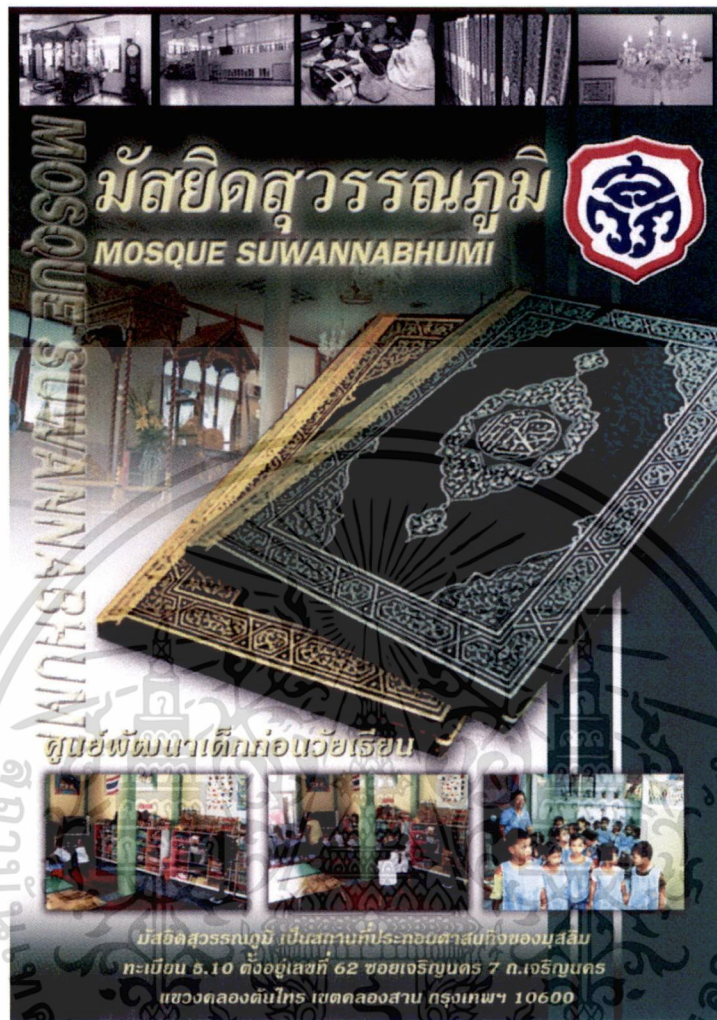
โปสเตอร์ แบบที่ 2.



ภาพที่ 4.3 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชนกรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์ (ที่มา : กิรติ วิบูลย์ดล. ออกแบบโปสเตอร์ ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ. 2554.)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โปสเตอร์ แบบที่ 3.



ภาพที่ 4.4 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน
กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์ (ที่มา : กิรติ วิบูลย์ดล. ออกแบบโปสเตอร์ ชุมชน
มัสยิดสุวรรณภูมิ. 2554.)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนผัง แบบที่ 1.



ภาพที่ 4.5 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทแผนผัง (ด้านหน้าและด้านหลัง) (ที่มา : กิรติ วิบูลย์ดล. ออกแบบแผนผัง ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ. 2544.)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผ่นพับ แบบที่ 2.



ภาพที่ 4.6 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ (ด้านหน้าและด้านหลัง) (ที่มา : กิรติ วิบูลย์ดล. ออกแบบแผ่นพับ ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ. 2554.)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.2 ผลการประเมินรูปแบบการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์และประเภทแผ่นพับของผู้ทรงคุณวุฒิ

ผลการประเมินรูปแบบการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์และประเภทแผ่นพับของผู้ทรงคุณวุฒิ ทางด้านการจัดองค์ประกอบของทางศิลปะ 6 ด้าน ผลประเมิน มีดังนี้

(1) ผลการประเมินรูปแบบที่ 1-3 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์ของผู้ทรงคุณวุฒิ 6 ด้าน ดังตาราง

ตารางที่ 4.1 ค่าเฉลี่ย \bar{X} ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความเหมาะสมของผลการประเมิน รูปแบบที่ 1 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์ ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบ	n = 3		ระดับความเหมาะสม
	\bar{X}	S.D.	
เนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน			
1. ด้านประวัติของชุมชน	4.17	0.98	มาก
2. ด้านประเพณีและวัฒนธรรม	4.17	0.98	มาก
3. ด้านสังคมในชุมชน	4.17	0.98	มาก
รวม	4.16	0.98	มาก
ข้อความ (Textural Material)			
1. การกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว	3.50	0.55	ปานกลาง
2. ขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน	3.33	0.52	ปานกลาง
3. การจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและข้อความรองมีความสมดุล	3.33	0.52	ปานกลาง
4. สัดส่วนของตัวอักษร	3.33	0.52	ปานกลาง
รวม	3.37	0.49	ปานกลาง
ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components)			
1. การจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความเชื่อต่อเนื้อหาไปอย่างมีจังหวะ	3.33	0.52	ปานกลาง
2. ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา	3.17	0.41	ปานกลาง
3. ภาพสร้างความดึงดูดใจให้กับผู้รับสื่อ	3.33	0.52	ปานกลาง
รวม	3.27	0.44	ปานกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories)				
1. การกำหนดให้มือจับประกอบที่มีรูปแบบกลมกลืนและต่อเนื่องกัน	3.33	0.52		ปานกลาง
2. การกำหนดลวดลายเหมาะสมกับพื้นที่	3.33	0.52		ปานกลาง
รวม	3.33	0.52		ปานกลาง
พื้นที่สีขาว (White v space)				
1. การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน	3.33	0.52		ปานกลาง
2. ขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน	3.33	0.52		ปานกลาง
รวม	3.33	0.52		ปานกลาง
โครงสี (Color)				
1. สีสร้างความสะอาดตา น่าสนใจ	3.33	0.52		ปานกลาง
2. กำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด	3.33	0.52		ปานกลาง
รวม	3.33	0.52		ปานกลาง
รวมทั้งหมด	3.48	0.54		ปานกลาง

ตารางที่ 4.1 พบว่าภาพรวมของรูปแบบที่ 1 ผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นเกี่ยวกับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโบสถ์ ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีดังนี้

1. เนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามียค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.17$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ข้อ คือ ด้านประวัติของชุมชน และ ด้านประเพณีและวัฒนธรรม และ ด้านสังคมในชุมชน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$)

2. ข้อความ (Textural Material) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามียค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 3.33 - \bar{X} = 3.50$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ การกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว ($\bar{X} = 3.50$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 3 ข้อ คือ ขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้ว มีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน, การจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและข้อความรองมีความสมดุล, สัดส่วนของตัวอักษร มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$)

3. ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามียค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 3.17 -$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$\bar{X} = 3.33$) ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ข้อ คือ การจัดวางองค์ประกอบของภาพ สร้างความเชื่อต่อเนื้อหาไปอย่างมีจังหวะ และภาพสร้างความดึงดูดใจให้กับผู้รับสื่อ ($\bar{X} = 3.33$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$)

4. ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 3.33$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ข้อ คือ การกำหนดให้มีองค์ประกอบที่มีรูปแบบกลมกลืนและต่อเนื่องกัน และ การกำหนดลวดลายเหมาะสมกับพื้นที่ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$)

5. พื้นที่สีขาว (White v space) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 3.33$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ข้อ คือ การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน และขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$)

6. โครงสี (Color) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 3.33$) ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ข้อ คือ สีสร้างความสะอาดตา น่าสนใจ และกำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$)

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย \bar{X} ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความเหมาะสมของผลการประเมิน รูปแบบที่ 2 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์ ตามความคิดเห็น ของผู้ทรงคุณวุฒิ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบ	n = 3		ระดับความเหมาะสม
	\bar{X}	S.D.	
เนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน			
1. ด้านประวัติของชุมชน	4.67	0.52	มากที่สุด
2. ด้านประเพณีและวัฒนธรรม	4.67	0.52	มากที่สุด
3. ด้านสังคมในชุมชน	4.67	0.52	มากที่สุด
รวม	4.66	0.52	มากที่สุด
ข้อความ (Textural Material)			
1. การกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว	4.67	0.52	มากที่สุด
2. ขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน	4.67	0.52	มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

3. การจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและข้อความรองมีความสมดุล	4.67	0.52	มากที่สุด
4. สัดส่วนของตัวอักษร	4.83	0.41	มากที่สุด
รวม	4.70	0.46	มากที่สุด
ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components)			
1. การจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความเชื่อต่อเนื่องหาไปอย่างมีจังหวะ	4.83	0.41	มากที่สุด
2. ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา	4.67	0.52	มากที่สุด
3. ภาพสร้างความดึงดูดใจให้กับผู้รับสื่อ	4.83	0.41	มากที่สุด
รวม	4.77	0.40	มากที่สุด
ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories)			
1. การกำหนดให้มีองค์ประกอบที่มีรูปแบบกลมกลืนและต่อเนื่องกัน	4.83	0.41	มากที่สุด
2. การกำหนดลวดลายเหมาะสมกับพื้นที่	4.67	0.52	มากที่สุด
รวม	4.75	0.42	มากที่สุด
พื้นที่สีขาว (White v space)			
1. การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน	4.83	0.41	มากที่สุด
2. ขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน	4.67	0.52	มากที่สุด
รวม	4.75	0.42	มากที่สุด
โครงสี (Color)			
1. สีสร้างความสะอาดตา น่าสนใจ	4.83	0.41	มากที่สุด
2. กำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด	4.83	0.41	มากที่สุด
รวม	4.83	0.41	มากที่สุด
รวมทั้งหมด	4.73	0.43	มากที่สุด

ตารางที่ 4.2 พบว่าภาพรวมของรูปแบบที่ 2 ผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นเกี่ยวกับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโบสถ์ ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีดังนี้

1. เนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.66 - \bar{X} = 4.67$)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ข้อ คือ ด้านประวัติของชุมชน และ ด้านประเพณีและวัฒนธรรม และด้านสังคมในชุมชน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$)

2. ข้อความ (Textural Material) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.67 - \bar{X} = 4.83$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ สัดส่วนของตัวอักษร ($\bar{X} = 4.83$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 3 ข้อ คือ ขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกัน และกัน, การจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและข้อความรองมีความสมดุล, การกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$)

3. ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.77$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.67 - \bar{X} = 4.83$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ข้อ คือ การจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความเชื่อ ต่อเนื้อหาไปอย่างมีจังหวะ และภาพสร้างความดึงดูดให้กลับผู้รับสื่อ ($\bar{X} = 4.83$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$)

4. ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.67$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ข้อ คือ การกำหนดให้มืองค์ประกอบที่มีรูปแบบกลมกลืนและต่อเนื่องกัน และการกำหนดลวดลายเหมาะสมกับพื้นที่ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$)

5. พื้นที่สีขาว (White v space) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.75$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.67 - \bar{X} = 4.83$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน ($\bar{X} = 4.83$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ ขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$)

6. โครงสี (Color) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.83$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.83$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ข้อ คือ สีสร้างความสะดุดตา น่าสนใจ และกำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.83$)

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย \bar{X} ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความเหมาะสมของผลการประเมิน รูปแบบที่ 3 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์ ตามความคิดเห็น ของผู้ทรงคุณวุฒิ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบ	n =3		ระดับความเหมาะสม
	\bar{X}	S.D.	
เนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน			
1. ด้านประวัติของชุมชน	4.17	0.98	มาก
2. ด้านประเพณีและวัฒนธรรม	4.17	0.98	มาก
3. ด้านสังคมในชุมชน	4.33	0.82	มาก
รวม	4.22	0.91	มาก
ข้อความ (Textural Material)			
1. การกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว	4.67	0.52	มากที่สุด
2. ขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน	3.17	0.41	ปานกลาง
3. การจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและข้อความรองมีความสมดุล	3.33	0.52	ปานกลาง
4. สัดส่วนของตัวอักษร	3.33	0.52	ปานกลาง
รวม	3.37	0.42	ปานกลาง
ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components)			
1. การจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความเชื่อต่อเนื่องไปอย่างมีจังหวะ	3.50	0.55	ปานกลาง
2. ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา	3.33	0.52	ปานกลาง
3. ภาพสร้างความดึงดูดใจให้กับผู้รับสื่อ	3.33	0.52	ปานกลาง
รวม	3.38	0.49	ปานกลาง
ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories)			
1. การกำหนดให้มืองค์ประกอบที่มีรูปแบบกลมกลืนและต่อเนื่องกัน	3.50	.55	ปานกลาง
2. การกำหนดลวดลายเหมาะสมกับพื้นที่	3.33	.52	ปานกลาง
รวม	3.50	.45	ปานกลาง
พื้นที่สีขาว (White v space)			
1. การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน	3.33	0.52	ปานกลาง
2. ขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน	3.83	0.41	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รวม	3.58	0.38	มาก
โครงสี (Color)			
1. สีสร้างความสะอาดตา น่าสนใจ	3.67	0.52	มาก
2. กำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด	3.67	0.52	มาก
รวม	3.66	0.52	มาก
รวมทั้งหมด	3.61	0.50	มาก

ตารางที่ 4.3 พบว่าภาพรวมของรูปแบบที่ 3 ผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นเกี่ยวกับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโบสถ์เตอร์ ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีดังนี้

1. เนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.17 - \bar{X} = 4.33$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือด้านสังคมในชุมชน ($\bar{X} = 4.33$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 2 ข้อ คือ ด้านประวัติของชุมชน และ ด้านประเพณีและวัฒนธรรม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$)

2. ข้อความ (Textural Material) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 3.17 - \bar{X} = 4.67$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ การกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว ($\bar{X} = 4.67$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 2 ข้อ คือ การจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและข้อความรองมีความสมดุลและสัดส่วนของตัวอักษร ($\bar{X} = 3.33$) และขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$)

3. ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 3.33 - \bar{X} = 3.50$) ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ การจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความเชื่อต่อเนื้อหาไปอย่างมีจังหวะ ($\bar{X} = 3.50$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 2 ข้อ คือ ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตาและภาพสร้างความดึงดูดใจกลับผู้รับสื่อ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$)

4. ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.50$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 3.33 - \bar{X} = 3.50$) ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ การกำหนดให้มีองค์ประกอบที่มีรูปแบบกลมกลืน

และต่อเนื่องกัน ($\bar{X} = 3.50$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ การกำหนดลวดลายเหมาะสมกับพื้นที่ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$)

5. พื้นที่สีขาว (White v space) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 3.33 - \bar{X} = 3.83$) ซึ่งอยู่ในระดับมากและปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน ($\bar{X} = 3.83$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ ขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$)

6. โครงสี (Color) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 3.67$) ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ข้อ คือ สีสร้างความสะอาด น่าสนใจ และกำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$)

สรุปผลการประเมินรูปแบบที่ 2 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์ มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุดอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.73$) จึงมีความเหมาะสมที่จะนำไปพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะเพิ่ม ผู้ทรงคุณวุฒิได้เสนอ ควรแก้ไขตัวอักษรและจัดองค์ประกอบให้สมมาตรกัน ดังนั้นขอให้ผู้วิจัยนำมาพิจารณาเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์

(2) ผลการประเมินรูปแบบที่ 1-3 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับของผู้ทรงคุณวุฒิ 6 ด้าน ดังตาราง

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย \bar{X} ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความเหมาะสมของการผลการ

ประเมิน รูปแบบที่ 1 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบ	n = 3		ระดับความเหมาะสม
	\bar{X}	S.D.	
เนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน			
1. ด้านประวัติของชุมชน	4.83	0.41	มากที่สุด
2. ด้านประเพณีและวัฒนธรรม	4.67	0.52	มากที่สุด
3. ด้านสังคมในชุมชน	4.67	0.52	มากที่สุด
รวม	4.72	0.44	มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ข้อความ (Textural Material)			
2. ขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน	4.50	0.55	มาก
3. การจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและข้อความรองมีความสมดุล	4.33	0.52	มาก
4. สัดส่วนของตัวอักษร	4.67	0.52	มากที่สุด
รวม	4.45	0.10	มาก
ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components)			
1. การจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความเชื่อมต่อเนื้อหาไปอย่างมีจังหวะ	4.50	0.55	มาก
2. ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา	4.67	0.52	มากที่สุด
3. ภาพสร้างความดึงดูดใจให้กับผู้รับสื่อ	4.67	0.52	มากที่สุด
รวม	4.61	0.50	มากที่สุด
ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories)			
1. การกำหนดให้มีองค์ประกอบที่มีรูปแบบกลมกลืนและต่อเนื่องกัน	4.67	0.52	มากที่สุด
2. การกำหนดลวดลายเหมาะสมกับพื้นที่	4.67	0.52	มากที่สุด
รวม	4.66	0.52	มากที่สุด
พื้นที่สีขาว (White v space)			
1. การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน	4.83	0.41	มากที่สุด
2. ขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน	4.67	0.52	มากที่สุด
รวม	4.75	0.42	มากที่สุด
โครงสี (Color)			
1. สีสร้างความสะดุดตา น่าสนใจ	4.83	0.41	มากที่สุด
2. กำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด	4.83	0.41	มากที่สุด
รวม	4.83	0.41	มากที่สุด
รวมทั้งหมด	4.64	0.42	มากที่สุด

ตารางที่ 4.4 พบว่าภาพรวมของรูปแบบที่ 1 ผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นเกี่ยวกับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุพรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. เนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.67 - \bar{X} = 4.83$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ ด้านประวัติของชุมชน ($\bar{X} = 4.83$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 2 ข้อ คือ ด้านประเพณีและวัฒนธรรม และด้านสังคมในชุมชน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$)

2. ข้อความ (Textural Material) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.45$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.33 - \bar{X} = 4.67$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ สัดส่วนของตัวอักษร ($\bar{X} = 4.67$) และอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ ขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกัน และกัน ($\bar{X} = 4.50$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 2 ข้อ คือ การจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและข้อความรองมีความสมดุล, การกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$)

3. ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.50 - \bar{X} = 4.67$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ข้อ คือ ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา และภาพสร้างความดึงดูดใจให้กับผู้รับสื่อ ($\bar{X} = 4.67$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ การจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความเชื่อต่อเนื้อหาไปอย่างมีจังหวะ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.50$)

4. ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.67$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ข้อ คือ การกำหนดให้มืองค์ประกอบที่มีรูปแบบกลมกลืนและต่อเนื่องกัน และการกำหนดลวดลายเหมาะสมกับพื้นที่ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$)

5. พื้นที่สีขาว (White v space) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.75$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.67 - \bar{X} = 4.83$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน ($\bar{X} = 4.83$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ ขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$)

6. โครงสี (Color) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.83$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.83$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ข้อ คือ สีสร้างความสะอาดตา น่าสนใจ และกำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.83$)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย \bar{X} ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความเหมาะสมของการผลการประเมิน รูปแบบที่ 2 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบ	n=3		ระดับความเหมาะสม
	\bar{X}	S.D.	
เนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน			
1. ด้านประวัติของชุมชน	4.17	0.99	มาก
2. ด้านประเพณีและวัฒนธรรม	4.17	0.99	มาก
3. ด้านสังคมในชุมชน	4.17	0.99	มาก
รวม	4.16	0.99	มาก
ข้อความ (Textural Material)			
1. การกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว	3.50	0.55	ปานกลาง
2. ขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน	3.50	0.55	ปานกลาง
3. การจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและข้อความรองมีความสมดุล	3.50	0.55	ปานกลาง
4. สัดส่วนของตัวอักษร	3.50	0.55	ปานกลาง
รวม	3.50	0.55	ปานกลาง
ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components)			
1. การจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความเชื่อต่อเนื้อหาไปอย่างมีจังหวะ	3.50	0.55	ปานกลาง
2. ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา	3.50	0.55	ปานกลาง
3. ภาพสร้างความดึงดูดใจให้กับผู้รับสื่อ	3.50	0.55	ปานกลาง
รวม	3.50	0.55	ปานกลาง
ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories)			
1. การกำหนดให้องค์ประกอบที่มีรูปแบบกลมกลืนและต่อเนื่องกัน	3.50	0.55	ปานกลาง
2. การกำหนดลวดลายเหมาะสมกับพื้นที่	3.33	0.52	ปานกลาง
รวม	3.41	0.50	ปานกลาง
พื้นที่สีขาว (White v space)			
1. การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน	3.50	.548	ปานกลาง
2. ขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน	3.50	0.55	ปานกลาง
รวม	3.50	0.55	ปานกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

โครงสี (Color)			
1. สีสร้างความสะอาดตา น่าสนใจ	3.67	0.52	มาก
2. กำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด	3.67	0.52	มาก
รวม	3.66	0.52	มาก
รวมทั้งหมด	3.63	0.60	มาก

ตารางที่ 4.5 พบว่าภาพรวมของรูปแบบที่ 2 ผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นเกี่ยวกับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีดังนี้

1. เนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.17$) ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ข้อ คือ ด้านประวัติของชุมชน และด้านประเพณีและวัฒนธรรม และด้านสังคมในชุมชน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$)

2. ข้อความ (Textural Material) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.50$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 3.50$) ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 4 ข้อ คือ สัดส่วนของตัวอักษร, ขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน, การจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและข้อความรองมีความสมดุล, การกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.50$)

3. ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.50$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 3.50$) ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ข้อ คือ ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา และภาพสร้างความดึงดูดใจกลับผู้รับสื่อ และการจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความเชื่อต่อเนื่องหาไปอย่างมีจังหวะ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.50$)

4. ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 3.33 - \bar{X} = 3.50$) ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ การกำหนดให้มืองค์ประกอบที่มีรูปแบบกลมกลืนและต่อเนื่องกัน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.50$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ การกำหนดลวดลายเหมาะสมกับพื้นที่ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$)

5. พื้นที่สีขาว (White v space) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.50$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 3.50$) ซึ่งอยู่ในระดับปาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลาง โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ข้อ คือ การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน และขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.50$)

6. โครงสี (Color) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 3.67$) ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ข้อ คือ สีสร้างความสะอาด น่าสนใจ และกำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย \bar{X} ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความเหมาะสมของการผลการประเมิน รูปแบบที่ 3 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุพรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบ	n = 3		ระดับความเหมาะสม
	\bar{X}	S.D.	
เนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน			
1. ด้านประวัติของชุมชน	4.17	0.98	มาก
2. ด้านประเพณีและวัฒนธรรม	4.17	0.98	มาก
3. ด้านสังคมในชุมชน	4.17	0.98	มาก
รวม	4.16	0.98	มาก
ข้อความ (Textural Material)			
1. การกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว	3.33	0.82	ปานกลาง
2. ขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน	3.33	0.82	ปานกลาง
3. การจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและข้อความรองมีความสมดุล	4.00	0.89	มาก
4. สัดส่วนของตัวอักษร	3.17	0.75	ปานกลาง
รวม	3.45	0.78	ปานกลาง
ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components)			
1. การจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความเชื่อต่อเนื้อหาไปอย่างมีจังหวะ	3.17	0.75	ปานกลาง
2. ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา	3.17	0.75	ปานกลาง
3. ภาพสร้างความดึงดูดให้กับผู้รับสื่อ	3.33	0.51	ปานกลาง
รวม	3.22	0.65	ปานกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories)			
1. การกำหนดให้มืองค์ประกอบที่มีรูปแบบกลมกลืนและต่อเนื่องกัน	3.33	0.52	ปานกลาง
2. การกำหนดลวดลายเหมาะสมกับพื้นที่	3.33	0.52	ปานกลาง
รวม	3.33	0.52	ปานกลาง
พื้นที่สีขาว (White v space)			
1. การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน	3.33	0.52	ปานกลาง
2. ขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน	3.33	0.52	ปานกลาง
รวม	3.33	0.52	ปานกลาง
โครงสี (Color)			
1. สีสร้างความสะอาดตา น่าสนใจ	3.17	0.75	ปานกลาง
2. กำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด	3.17	0.75	ปานกลาง
รวม	3.16	0.75	ปานกลาง
รวมทั้งหมด	3.47	0.69	ปานกลาง

ตารางที่ 4.6 พบว่าภาพรวมของรูปแบบที่ 3 ผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นเกี่ยวกับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีดังนี้

1. เนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.17$) ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ข้อ คือ ด้านประวัติของชุมชน และด้านประเพณีและวัฒนธรรม และด้านสังคมในชุมชน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$)

2. ข้อความ (Textural Material) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.45$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 3.17 - \bar{X} = 4.00$) ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ การจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและข้อความรองมีความสมดุล ($\bar{X} = 4.00$) และอยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ข้อ คือ ขนาดของตัวอักษร สีภาพเมื่อนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน, การกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว ($\bar{X} = 3.33$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ สัดส่วนของตัวอักษร มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.22$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 3.17 - \bar{X} = 3.33$) ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ ภาพสร้างความดึงดูดให้กลับผู้รับสื่อ ($\bar{X} = 3.33$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 2 ข้อ คือ การจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความเชื่อต่อเนื้อหาไปอย่างมีจังหวะ และภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$)

4. ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 3.33$) ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ข้อ คือ การกำหนดให้องค์ประกอบที่มีรูปแบบกลมกลืนและต่อเนื่องกัน และการกำหนดลวดลายเหมาะสมกับพื้นที่ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$)

5. พื้นที่สีขาว (White v space) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 3.33$) ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ข้อ คือ การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน และขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$)

6. โครงสี (Color) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.16$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 3.17$) ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ข้อ คือ สีสร้างความสะดุดตา น่าสนใจ และกำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$)

สรุปผลการประเมินรูปแบบที่ 1 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ มีความเฉลี่ยรวมมากที่สุดอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.64$) จึงมีความเหมาะสมที่จะนำไปพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ผู้ทรงคุณวุฒิได้เสนอ ควรแก้ไขตัวอักษรและส่วนด้านหลังควรนำรูปแบบที่ 2 ดังนั้นขอให้ผู้วิจัยนำมาพิจารณาเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์

4.3 สรุปผลการศึกษาความพึงพอใจของชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ ทางด้านเพศ อายุ และอาชีพ ที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 จำนวน และร้อยละของชุมชนมีสยิตสุวรรณภูมิ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	34	54.0
หญิง	29	46.0
รวม	63	100.0

ตารางที่ 4.7 พบว่า ชุมชนมีสยิตสุวรรณภูมิ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 และเป็นเพศหญิง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวน และร้อยละของชุมชนมีสยิตสุวรรณภูมิ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	7	11.1
21 - 30 ปี	19	30.2
31 - 40 ปี	14	22.2
40 ปีขึ้นไป	23	36.5
รวม	63	100.0

ตารางที่ 4.8 พบว่า ชุมชนมีสยิตสุวรรณภูมิ ส่วนใหญ่จะมีอายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 จำนวน และร้อยละของชุมชนมีสยิตสุวรรณภูมิ จำแนกตามอาชีพ

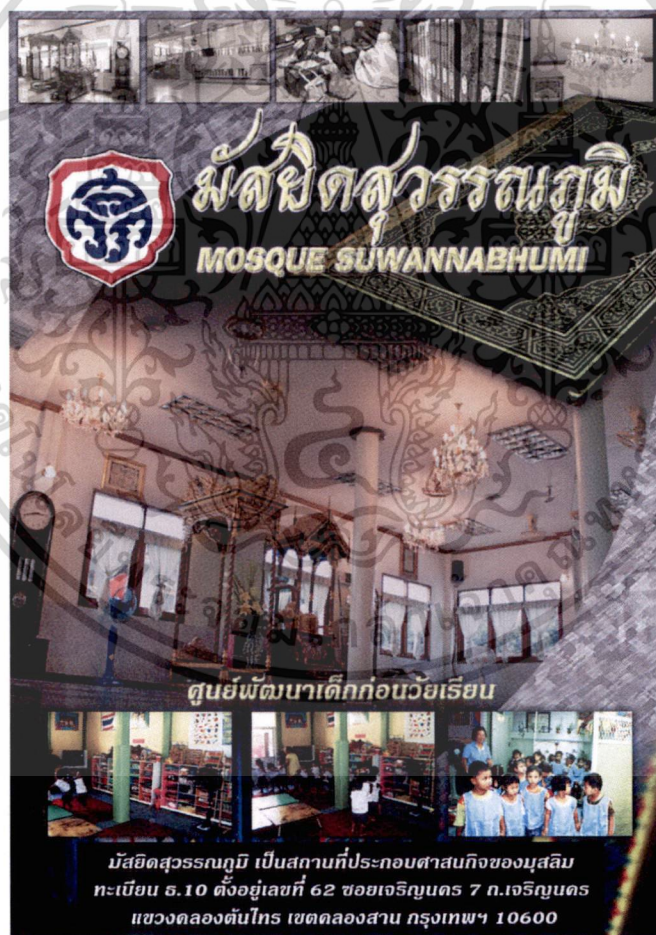
อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	15	23.8
พนักงานบริษัท, รัฐวิสาหกิจ	17	27.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	6	9.5
รับราชการ	7	11.1
รับจ้างทั่วไป	13	20.6
อื่นๆ	5	7.9
รวม	63	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 พบว่า ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ ส่วนใหญ่จะมีอาชีพพนักงานบริษัท, รัฐวิสาหกิจ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 รองลงมาอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 มีอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 อาชีพรับราชการ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 ตามลำดับ

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ ทางด้านเพศ อายุและอาชีพ จำนวน 63 หลังคาเรือน โดยสุ่มจากผู้อาศัย จำนวน ครั้วเรือนละ 1 คน โดยใช้แบบวัดความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์ และประเภทแผ่นพับ จำนวน 16 ข้อ ผลปรากฏดังนี้

4.3.1 ผลการวิเคราะห์แบบวัดความพึงพอใจของชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์



ภาพที่ 4.8 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์ (ที่มา : กิรติ วิบูลย์ดล. ออกแบบโปสเตอร์ ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ. 2554.)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 จากภาพที่ 43 มีค่าเฉลี่ย \bar{X} ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจของชุมชนมัธยมศึกษาตอนต้น ที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรม ในชุมชน กรณีศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น ประเภทโปสเตอร์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบ	n =60		ระดับความเหมาะสม
	\bar{X}	S.D.	
เนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน			
1. ด้านประวัติของชุมชน	4.94	0.25	มากที่สุด
2. ด้านประเพณีและวัฒนธรรม	4.83	0.42	มากที่สุด
3. ด้านสังคมในชุมชน	4.43	0.69	มาก
รวม	4.73	0.40	มากที่สุด
ข้อความ (Textural Material)			
1. การกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว	4.63	0.51	มากที่สุด
2. ขนาดของตัวอักษร สีสภาพ เมื่อนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน	4.71	0.45	มากที่สุด
3. การจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและข้อความรองมีความสมดุล	4.71	0.45	มากที่สุด
4. สัดส่วนของตัวอักษร	4.83	0.42	มากที่สุด
รวม	4.72	0.42	มากที่สุด
ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components)			
1. การจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความเชื่อมต่อเนื้อหาไปอย่างมีจังหวะ	4.76	0.46	มากที่สุด
2. ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา	4.87	0.34	มากที่สุด
3. ภาพสร้างความดึงดูดใจให้กับผู้รับสื่อ	4.87	.039	มากที่สุด
รวม	4.83	0.36	มากที่สุด
ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories)			
1. การกำหนดให้องค์ประกอบที่มีรูปแบบกลมกลืนและต่อเนื่องกัน	4.71	0.49	มากที่สุด
2. การกำหนดลวดลายเหมาะสมกับพื้นที่	4.71	0.49	มากที่สุด
รวม	4.71	0.49	มากที่สุด
พื้นที่สีขาว (White v space)			
1. การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน	4.79	0.41	มากที่สุด
2. ขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน	4.76	0.43	มากที่สุด
รวม	4.77	0.41	มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

โครงสี (Color)			
1. สีสร้างความสะอาดตา น่าสนใจ	4.95	0.21	มากที่สุด
2. กำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด	4.89	0.32	มากที่สุด
รวม	4.92	0.24	มากที่สุด
รวมทั้งหมด	4.77	0.37	มากที่สุด

ตารางที่ 4.10 พบว่า ชุมชนมัธยมศึกษาที่มีชื่อเสียงเพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัธยมศึกษา ปรเภทโปสเตอร์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.77$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีดังนี้

1. เนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.43 - \bar{X} = 4.94$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ ด้านประวัติของชุมชน ($\bar{X} = 4.94$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ ด้านประเพณีและวัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.83$) และอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ ด้านสังคมในชุมชน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$)

2. ข้อความ (Textural Material) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.63 - \bar{X} = 4.83$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ สัดส่วนของตัวอักษร ($\bar{X} = 4.83$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ ขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน และการจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและข้อความรองมีความสมดุล ($\bar{X} = 4.71$) การกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.63$)

3. ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.83$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.76 - \bar{X} = 4.83$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ข้อ คือ ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา และภาพสร้างความดึงดูดใจกลับผู้รับสื่อ ($\bar{X} = 4.87$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ การจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความเชื่อต่อเนื้อหาไปอย่างมีจังหวะ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.76$)

4. ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.71$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.71$) ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ข้อ คือ การกำหนดให้มีองค์ประกอบที่มีรูปแบบกลมกลืนและต่อเนื่องกัน และ การกำหนดลวดลายเหมาะสมกับพื้นที่ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.71$)

5. พื้นที่สีขาว (White v space) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.77$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.76 - \bar{X} = 4.79$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

($\bar{X} = 4.79$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ ขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.76$)

6. โครงสี (Color) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามียค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.89 - \bar{X} = 4.95$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ สีสร้างความสะอาดตา น่าสนใจ ($\bar{X} = 4.95$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ กำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.89$)

4.3.2 ผลการวิเคราะห์แบบวัดความพึงพอใจของชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ



ภาพที่ 4.9 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ (ด้านหน้าและด้านหลัง)

(ที่มา : กิรติ วิบูลย์ดล. ออกแบบแผ่นพับ ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ. 2554.)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 จากภาพที่ 44 มีค่าเฉลี่ย \bar{X} ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจ ของชุมชนมัธยมศึกษา สวรรณ ภูมิ ที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริม วัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัธยมศึกษา สวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบ	n =60		ระดับความเหมาะสม
	\bar{X}	S.D.	
เนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน			
1. ด้านประวัติของชุมชน	4.95	.215	มากที่สุด
2. ด้านประเพณีและวัฒนธรรม	4.86	.435	มากที่สุด
3. ด้านสังคมในชุมชน	4.59	.557	มากที่สุด
รวม	4.79	.35185	มากที่สุด
ข้อความ (Textural Material)			
1. การกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว	4.70	.496	มากที่สุด
2. ขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมาประกอบ เข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน	4.81	.396	มากที่สุด
3. การจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและ ข้อความรองมีความสมดุล	4.79	.408	มากที่สุด
4. สัดส่วนของตัวอักษร	4.87	.336	มากที่สุด
รวม	4.79	.37443	มากที่สุด
ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components)			
1. การจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้าง ความเชื่อต่อเนื้อหาไปอย่างมีจังหวะ	4.78	.419	มากที่สุด
2. ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา	4.87	.336	มากที่สุด
3. ภาพสร้างความดึงดูดใจกลับผู้รับสื่อ	4.86	.353	มากที่สุด
รวม	4.83	.34326	มากที่สุด
ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories)			
1. การกำหนดให้มีองค์ประกอบที่มีรูปแบบ กลมกลืนและต่อเนื่องกัน	4.83	.383	มากที่สุด
2. การกำหนดลวดลายเหมาะสมกับพื้นที่	4.81	.396	มากที่สุด
รวม	4.81	.38418	มากที่สุด
พื้นที่สีขาว (White v space)			
1. การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับ ขนาดของงาน	4.86	.353	มากที่สุด
2. ขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาด ของงาน	4.84	.368	มากที่สุด
รวม	4.84	.35509	มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

โครงสี (Color)			
1. สีสร้างความสะอาด น่าสนใจ	4.92	.272	มากที่สุด
2. กำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด	4.89	.317	มากที่สุด
รวม	4.90	.28195	มากที่สุด
รวมทั้งหมด	4.82	.33080	มากที่สุด

ตารางที่ 4.11 พบว่า ชุมชนมัธยมศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ ๓ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีดังนี้

1. เนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.79$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.59 - \bar{X} = 4.95$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ ด้านประวัติของชุมชน ($\bar{X} = 4.95$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 2 ข้อ คือ ด้านประเพณีและวัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.86$) และอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ ด้านสังคมในชุมชน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$)

2. ข้อความ (Textural Material) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.79$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.70 - \bar{X} = 4.87$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ สัดส่วนของตัวอักษร ($\bar{X} = 4.87$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 3 ข้อ คือ ขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกัน และกัน ($\bar{X} = 4.81$) การจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและข้อความรองมีความสมดุล ($\bar{X} = 4.79$) การกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$)

3. ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.83$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.78 - \bar{X} = 4.87$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา ($\bar{X} = 4.87$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 2 ข้อ คือ ภาพสร้างความดึงดูดใจให้กับผู้รับสื่อ ($\bar{X} = 4.87$) การจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความเชื่อต่อเนื้อหาไปอย่างมีจังหวะ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.78$)

4. วัสดุตกแต่ง (Graphic accessories) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.81 - \bar{X} = 4.83$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ การกำหนดให้มืองค์ประกอบที่มีรูปแบบกลมกลืนและต่อเนื่องกัน ($\bar{X} = 4.83$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ การกำหนดวัสดุที่เหมาะสมกับพื้นที่ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.81$)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. พื้นทึบสีขาว (White v space) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.84$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.84 - \bar{X} = 4.86$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน ($\bar{X} = 4.86$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ ขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.84$)

6. โคร่งสี (Color) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ($\bar{X} = 4.89 - \bar{X} = 4.92$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ สีสร้างความสะดุดตา น่าสนใจ ($\bar{X} = 4.92$) โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ กำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.89$)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาและวิจัยเรื่อง ศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ วัฒนธรรมในชุมชน
กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

5.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

5.1.3 วิธีการสร้างเครื่องมือ

5.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

5.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1.6 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

5.1.1.1 เพื่อออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรม
ในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ

5.1.1.2 เพื่อประเมินความพึงพอใจของสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และ
ส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ

5.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบประเมินเกี่ยวกับการหารูปแบบสื่อ
ประชาสัมพันธ์ประเภทเอกสารและสิ่งพิมพ์ ในชุมชน กรณีศึกษาชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ ซึ่งเป็น
มาตราประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน มีดังนี้

5	หมายถึง	เหมาะสมมากที่สุด
4	หมายถึง	เหมาะสมมาก
3	หมายถึง	เหมาะสมปานกลาง
2	หมายถึง	เหมาะสมน้อย
1	หมายถึง	เหมาะสมน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม(Questionnaire)เกี่ยวกับความพึงพอใจ ที่มีต่อ สื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทเอกสาร และสิ่งพิมพ์ ในชุมชน กรณีศึกษาชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทเอกสารและสิ่งพิมพ์ ในชุมชน กรณีศึกษาชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ โดยศึกษาความพึงพอใจ และความเหมาะสมของรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นมาตราประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน มีดังนี้

5	หมายถึง	มีความเหมาะสมมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความเหมาะสมมาก
3	หมายถึง	มีความเหมาะสมปานกลาง
2	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อย
1	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

การแปลผลคะแนนแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทเอกสารและสิ่งพิมพ์ ในชุมชน กรณีศึกษาชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ ผู้วิจัยได้แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้สูตรหาความกว้างของอัตราก้าวขึ้น ดังนี้ (บุญเรียง.2539)

4.51 - 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
3.51 - 4.50	หมายถึง	ระดับมาก
2.51 - 3.50	หมายถึง	ระดับปานกลาง
1.51 - 2.50	หมายถึง	ระดับน้อย
1.00 - 1.50	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

5.1.3 วิธีการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

5.1.3.1 ศึกษาทฤษฎี เอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้ององค์ประกอบของสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทเอกสารและสิ่งพิมพ์ ในชุมชน กรณีศึกษาชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ กำหนดรูปแบบแบบสอบถามเพื่อให้คำถามมีความชัดเจน ตอบง่าย มี ความกระชับและรัดกุม โดยมีจำนวนคำถามไม่มากนักแต่ตรงประเด็นและตรงตามวัตถุประสงค์

5.1.3.2 ดำเนินการปรับปรุงและการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ

5.1.3.3 นำแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ ที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและคำแนะนำในการปรับปรุงแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ

5.1.3.4 นำแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่แก้ไขแล้ว ให้ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องของภาษาที่ใช้ โดยเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้เชี่ยวชาญจะต้องเป็นผู้มีความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์เกี่ยวข้องหรือเป็นอาจารย์ทางด้าน การวัดผลและประเมินผล

5.1.3.5 ปรับปรุงแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจตามข้อเสนอแนะของ ผู้ทรงคุณวุฒิและเสนอต่ออาจารย์ผู้ควบคุมสาระนิพนธ์และอาจารย์ที่ควบคุมสาระนิพนธ์ร่วม เพื่อ ตรวจสอบความถูกต้อง

5.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

5.1.4.1 นำแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ ไปดำเนินงานในภาคสนามที่ กำหนดเพื่อทำการเก็บข้อมูล

5.1.4.2 ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร คือ กลุ่มตัวอย่างชุมชนมัธยมศึกษา สรรณภูมิ โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลระยะเวลา 2 สัปดาห์

5.1.4.3 รวบรวมการเก็บข้อมูลที่ทำการศึกษาโดยตรวจสอบความสมบูรณ์ของ แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ค่าทางสถิติต่อไป

5.1.4.4 ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ โดย สร้างภาพจำลองประกอบ ที่ได้รับการออกแบบแล้ว โดยทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของ ประชากรที่มีต่อ สื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทเอกสารและสิ่งพิมพ์ ในชุมชน กรณีศึกษาชุมชนมัธยมศึกษา สรรณภูมิ

5.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลกับกลุ่มประชากร กรณีศึกษาชุมชนมัธยมศึกษา สรรณภูมิ ดังนี้

- ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามความพึงพอใจแต่ละฉบับ
- ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ วิเคราะห์ข้อมูลแต่ละรายการที่ทำการศึกษาสถิติที่

ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เกณฑ์ ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย มีดังนี้

4.51 - 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
3.51 - 4.50	หมายถึง	ระดับมาก
2.51 - 3.50	หมายถึง	ระดับปานกลาง
1.51 - 2.50	หมายถึง	ระดับน้อย
1.00 - 1.50	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.6 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยเป็น 2 ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ

เพื่อออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์และประเภทแผ่นพับตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิได้เลือกประเภทโปสเตอร์รูปแบบ 2 และประเภทแผ่นพับรูปแบบภาพที่ 1 ด้านองค์ประกอบในการศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรม 6 ด้าน มีดังนี้

ผลการศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรม ประเภทโปสเตอร์รูปแบบ 2 โดยพบว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ดังนี้คือ ด้านโครงสร้าง รองลงมาด้านภาพหรือสัญลักษณ์ ด้านพื้นที่สีขาว และด้านข้อความ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านเนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน และด้านลวดลายตกแต่ง

ด้านเนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน 3 ข้อ คือ ด้านประวัติของชุมชน และ ด้านประเพณีและวัฒนธรรม และด้านสังคมในชุมชน

ด้านข้อความ (Textural Material) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ สัดส่วนของตัวอักษร โดยค่าเฉลี่ยรองลงมาเท่ากัน 3 ข้อ คือ ขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน, การจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและข้อความรองมีความสมดุล, การกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว

ด้านภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน 2 ข้อ คือ การจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความเชื่อต่อเนื้อหาไปอย่างมีจังหวะ และภาพสร้างความดึงดูดให้กลับผู้รับสื่อ โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา

ด้านลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2 ข้อ คือ การกำหนดให้มีองค์ประกอบที่มีรูปแบบกลมกลืนและต่อเนื่องกัน และ การกำหนดลวดลายเหมาะสมกับพื้นที่

ด้านพื้นที่สีขาว (White v space) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ ขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน

ด้านโครงสร้าง (Color) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2 ข้อ คือ สีสร้างความสะดุดตา น่าสนใจ และกำหนดช่วยเน้นให้เห็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความลึกความซัด

ผลการศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรม ประเภทแผ่นพับรูปแบบที่ 1 โดยพบว่า มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ดังนี้คือ ด้าน โครงสี รองลงมาด้านพื้นที่สีขาว ด้านเนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน ด้านภาพหรือ สัญลักษณ์ และด้านข้อความ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านลวดลายตกแต่ง

ด้านเนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ ด้านประวัติของชุมชน โดยค่าเฉลี่ยรองลงมาเท่ากัน 2 ข้อ คือ ด้านประเพณีและวัฒนธรรม และด้านสังคมในชุมชน

ด้านข้อความ (Textural Material) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ สัดส่วนของตัวอักษร โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 3 ข้อ คือ ขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกัน และกัน และอีก 2 ข้อมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ การจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและข้อความรองมีความสมดุล, การกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว

ด้านภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 2 ข้อ คือ การจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความเชื่อถือ เนื้อหาไปอย่างมีจังหวะ และภาพสร้างความดึงดูดใจกลับผู้รับสื่อ

ด้านลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2 ข้อ คือ การกำหนดให้มีองค์ประกอบที่มีรูปแบบกลมกลืนและต่อเนื่องกัน และ การกำหนดลวดลายเหมาะสมกับพื้นที่

ด้านพื้นที่สีขาว (White v space) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ ขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน

ด้านโครงสี (Color) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า โดยค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2 ข้อ คือ สีสร้างความสะดุดตา น่าสนใจ และกำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความซัด

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของชุมชนมัชยิตสุวรรณภูมิ ที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัชยิตสุวรรณภูมิ พบว่า

2.1 ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างชุมชนมัชยิตสุวรรณภูมิ ทางด้านเพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 และเป็นเพศหญิง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 โดยจะมีอายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาอายุ 21 - 30 ปี จำนวน

19 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 และส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพพนักงานบริษัท, รัฐวิสาหกิจ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 รองลงมาอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8

2.2 ความพึงพอใจของชุมชนมัธยมศึกษาที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัธยมศึกษาสุวรรณภูมิ ประเภทโปรเตอร์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ดังนี้คือ ด้านโครงสร้าง รองลงมาด้านภาพหรือสัญลักษณ์ ด้านพื้นที่สีขาว ด้านเนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้าน ข้อมูลและประวัติชุมชน และด้านข้อความ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านลวดลายตกแต่ง

ด้านเนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ ด้านประวัติของชุมชน โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 2 ข้อ คือ ด้านประเพณีและวัฒนธรรม และด้านสังคมในชุมชน

ด้านข้อความ (Textural Material) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ สัดส่วนของตัวอักษร โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 3 ข้อ คือ ขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกัน และกัน และการจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและข้อความรองมีความสมดุล และการกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว

ด้านภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา และภาพสร้างความดึงดูดใจให้กับผู้รับสื่อ โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ การจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความเชื่อต่อเนื่องไปอย่างมีจังหวะ

ด้านลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2 ข้อ คือ การกำหนดให้มีองค์ประกอบที่มีรูปแบบกลมกลืนและต่อเนื่องกัน และ การกำหนดลวดลายเหมาะสมกับพื้นที่

ด้านพื้นที่สีขาว (White v space) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ ขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน

ด้านโครงสร้าง (Color) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ สีสร้างความสะอาดตา น่าสนใจ โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ กำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด

2.3 ความพึงพอใจของชุมชนมัธยมศึกษาที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัธยมศึกษาสุวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เรียงลำดับ ดังนี้คือ ด้านโครงสร้าง รองลงมาด้านพื้นที่สีขาว ด้านลวดลายตกแต่ง และด้านภาพหรือสัญลักษณ์ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านเนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน และด้านข้อความ

ด้านเนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ ด้านประวัติของชุมชน โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 2 ข้อ คือ ด้านประเพณีและวัฒนธรรม และด้านสังคมในชุมชน

ด้านข้อความ (Textual Material) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ สัดส่วนของตัวอักษร โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 3 ข้อ คือ ขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกัน และกัน และการจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและข้อความรองมีความสมดุล และการกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว

ด้านภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 2 ข้อ คือ ภาพสร้างความดึงดูดใจให้กับผู้รับสื่อ และการจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความเชื่อต่อเนื้อหาไปอย่างมีจังหวะ

ด้านลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ การกำหนดให้มีองค์ประกอบที่มีรูปแบบกลมกลืนและต่อเนื่องกัน โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ การกำหนดลวดลายเหมาะสมกับพื้นที่

ด้านพื้นที่สีขาว (White v space) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ ขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน

ด้านโครงสร้าง (Color) ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 ข้อ คือ สีสร้างความสะอาดตา น่าสนใจ โดยค่าเฉลี่ยรองลงมา 1 ข้อ คือ กำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด

5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผล โดยแบ่งออกเป็น 2 ข้อ ดังนี้

1. ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์ และประเภทแผ่นพับ

ผลการประเมินออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์และประเภทแผ่นพับ พบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิมีความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คิดเห็นโดยภาพรวม ด้านโครงสร้างอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีสีสร้างความ สะดุดตา น่าสนใจ และเน้นให้เห็นความลึกความซึ้ง สอดคล้องกับ เพ็ญพร ต่อกุลแก้ว (2541) ซึ่ง กล่าวว่า รูปภาพที่บรรจุในเล่มทำให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาได้ดีขึ้น และยังมีสีสันสวยงาม ดึงดูด ความสนใจได้ดี สะดวกต่อการนำไปใช้ สามารถหยิบอ่านได้ตลอดเวลาเมื่อต้องการ

ผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกับโปสเตอร์และแผ่นพับด้านลวดลายตกแต่ง มีความ เหมาะสมน้อยกว่าด้านอื่นๆ อาจเป็นเพราะภาพประกอบมีจำนวนมากและมีหลากหลาย ทำให้จำกัด พื้นที่ทำให้ภาพมีขนาดเล็ก

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของชุมชนมัธยมศึกษาที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อ ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัธยมศึกษา มัธยมศึกษา

2.1 ผลการศึกษาความพึงพอใจของชุมชนมัธยมศึกษาที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อ ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัธยมศึกษา มัธยมศึกษา ประเภทโปสเตอร์และ ประเภทแผ่นพับ จำแนกตามเพศ อายุ และอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 40 ปีขึ้นไป และมีอาชีพพนักงานบริษัท, รัฐวิสาหกิจ สอดคล้องกับ พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์ (2544) ซึ่งกล่าวว่า โดยผล การศึกษาจะสำรวจด้านทางเพศชายและเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยยังพบว่า ชุมชนมัธยมศึกษา ที่ได้เลือกประเภทโปสเตอร์และประเภทแผ่นพับ จำแนกตามเพศ อายุ และอาชีพ พบว่า แผ่นภาพหรือแผ่นโปสเตอร์ เป็นสื่อที่มีบทบาทต่อการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะสื่อประเภทนี้สามารถเผยแพร่ได้สะดวกและ กว้างขวาง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ สื่อสารได้กับผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับ การศึกษา มีความยืดหยุ่นในตัวของสื่อได้เป็นอย่างดี ในด้านการออกแบบ สามารถสร้างสรรค์รูปแบบ ภาพประกอบ ตลอดจนแนวทางการออกแบบกราฟิก ได้อย่างอิสระและสวยงามเข้าใจหรือการโน้มน้าว ความรู้สึกได้อย่างเต็มที่ ลักษณะเฉพาะของโปสเตอร์จะสามารถนำเสนอข้อมูลรายละเอียดได้มาก พอสมควร ผลิตง่าย ใช้สะดวก ในการโฆษณาสินค้าหรือการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสิ่งพิมพ์จึงเป็นที่ นิยมตลอดมา

2.2 ผลการศึกษาความพึงพอใจของชุมชนมัธยมศึกษาที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อ ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัธยมศึกษา มัธยมศึกษา ประเภทโปสเตอร์ พบว่า ชุมชนมัธยมศึกษา มีความพึงพอใจ ประเภทโปสเตอร์ อยู่ในระดับมากที่สุดเกือบทุกด้าน ยกเว้น ด้านลวดลายตกแต่งอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นด้านโครงสร้าง คือ สีสันที่ดึงดูดอย่าง มากที่ทำให้ผลงานสร้างสรรค์ดูสะดุดตาและช่วยทำให้ภาพมีความสวยงาม การกำหนดสีในงาน ออกแบบจะต้องขึ้นอยู่กับลักษณะและประเภทของงานนั้นๆ ซึ่งนักออกแบบจะต้องใช้หลักการทาง ทฤษฎีสีผสมผสานกับหลักจิตวิทยาการใช้สีเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายตอบสนองต่อผลงานอย่างมี ประสิทธิภาพสูงสุด สอดคล้องกับ ปราณี คุ่มคำ (2544) ซึ่งกล่าวว่า ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นภาพวาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหมือนจริง สีของภาพประกอบเป็นสีเหมือนสีจริง มีการจัดหน้าให้มีปกหน้าและปกหลัง มีจำนวน 6 หน้า ส่วนจัดเนื้อหาให้จบลงในแต่ละหน้าของหัวข้อย่อย ลักษณะเนื้อหาเป็นการเขียนแบบจูงใจ

ผู้วิจัยยังพบว่า ชุมชนมัธยมศึกษาที่มีความพึงพอใจ ประเภทโปสเตอร์ พบว่า ชุมชนมัธยมศึกษาที่มีความพึงพอใจด้านลวดลายตกแต่ง อยู่ในระดับน้อยกว่าด้านอื่นๆ ทั้งนี้ องค์ประกอบที่ใช้สำหรับตกแต่งงานให้ดูดีขึ้นแต่หากใช้มากเกินไปจะทำให้ดูรก และในงานออกแบบสมัยใหม่นั้นไม่ค่อยใช้มากนักส่วนใหญ่แล้วจะใช้ในการดึงองค์ประกอบให้สามารถอยู่ร่วมกันได้

2.3 ผลการศึกษาความพึงพอใจของชุมชนมัธยมศึกษาที่มีความพึงพอใจเพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัธยมศึกษา ประเภทแผ่นพับ พบว่า ชุมชนมัธยมศึกษา มีความพึงพอใจ ประเภทแผ่นพับ อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นด้านโครงสี คือ สีมีบทบาทอย่างมากที่ทำให้ผลงานสร้างสรรค์ดูสะอาดและช่วยให้ภาพมีความสวยงาม การกำหนดสีในงานออกแบบจะต้องขึ้นอยู่กับลักษณะและประเภทของงานนั้นๆ ซึ่งนักออกแบบจะต้องใช้หลักการทางทฤษฎีสีผสมผสานกับหลักจิตวิทยาการใช้สีเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายตอบสนองต่อผลงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด สอดคล้องกับ ดนัยเลิศ ติยรัตน์ชัย (2549) ซึ่งกล่าวว่า ภาพที่ใช้เป็นภาพที่มีลักษณะเป็นภาพ 3 มิติ ที่สามารถสร้างสรรค์มาจากจินตนาการ โดยมีการใช้แสงเงา โครงสีที่จินตนาการขึ้นเอง

ผู้วิจัยยังพบว่า ชุมชนมัธยมศึกษาที่มีความพึงพอใจ ประเภทแผ่นพับ พบว่า ชุมชนมัธยมศึกษาที่มีความพึงพอใจด้านข้อความ ตกแต่ง อยู่ในระดับน้อยกว่าด้านอื่นๆ ทั้งนี้ ข้อความที่ใช้ในการออกแบบส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการบอกเรื่องราวในการออกแบบสามารถแบ่งการจัดข้อความได้หลายอย่าง หากมีการจัดวาง Layout ด้วย Computer ก็สามารถสร้างสรรค์ได้ตามต้องการ

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัธยมศึกษา ประกอบไปด้วย โปสเตอร์ แผ่นพับ ควรพิจารณาถึงความพึงพอใจของชุมชนมัธยมศึกษาที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน ของการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ในชุมชนมี 2 ด้าน คือ ด้านสังคมและด้านจิตใจ เพื่อการสร้างจุดสนใจให้ชุมชนมัธยมศึกษาเกิดความสนใจที่จะเปิดรับสื่ออื่นๆ

2. สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นๆ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัธยมศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาระยะการมองเห็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลในการวิจัยต่อไป

2. ควรมีการศึกษาแหล่งชุมชนให้กว้างขวาง และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

3. ควรคำนึงถึงหลักการจัดองค์ประกอบและเอกลักษณ์หรือรูปแบบลักษณะของชุมชน เพื่อนำมาพัฒนาในด้านลวดลายตกแต่งของประเภทโปสเตอร์ และควรคำนึงถึงหลักการจัดองค์ประกอบ ในด้านข้อความ ประเภทแผ่นพับ ควรปรับปรุงให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยยังพบว่า สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทโปสเตอร์ และแผ่นพับ ควรคำนึงถึงขนาด รูปแบบ ความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ ส่วนวัสดุที่นำมาใช้ในการทำสื่อประชาสัมพันธ์นั้น ควรเลือกใช้วัสดุในการพิมพ์ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่จะนำไปใช้ และเลือกระบบการพิมพ์ให้เหมาะสม เช่น ระบบอิงค์เจ็ท ระบบออฟเซ็ท และ ระบบพิมพ์ไวเนล เป็นต้น ในกรณีที่ผู้ทำสื่อประชาสัมพันธ์มีความต้องการทำสื่อประเภทโปสเตอร์ และแผ่นพับ เป็นจำนวนมากให้คำนึงถึงต้นทุนในการผลิตด้วย เนื่องจากการสั่งผลิตจำนวนน้อยทำให้ต้นทุนการผลิตมีราคาสูง แต่ในขณะเดียวกันการสั่งผลิตจำนวนมากทำให้ต้นทุนการผลิตมีราคาถูก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

กานต์ชนก ดาษสมเด็จ. 2543. “การดำเนินงานและปัญหาการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาด้านเทคโนโลยี การศึกษา บัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ชลันทิพย์ ประดับพงษ์. 2543. “กระบวนการประชาสัมพันธ์โครงการทำอากาศยานสุวรรณภูมิ.” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการ ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดนัยเลิศ ตียะรัตนาชัย. 2549 “ออกแบบกราฟิกบนสื่อประชาสัมพันธ์บริษัท ดิจิตรีม จำกัด.” สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ทวีศาสตร์ ตั้งปฐมวงศ์. 2544. “รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมของโครงการรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยบูรพา ณ กรุงเทพมหานคร.” ปัญหาพิเศษทางการบริหารรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.

นราพร คำเที่ยง. 2547. “การรับรู้สื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรและการรับสมัครนิสิต หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริการทั่วไป มหาวิทยาลัยบูรพา ณ กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริการทั่วไป วิทยาลัยบริหารรัฐกิจบัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.

นิคม มุสิกคามะ. 2545. บทบาทใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์. กรุงเทพฯ : กรมศิลปากร.

ประชิด ทิณบุตร. 2530. การออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

ประสาร พรหมณา. 2546. “ปัญหาการดำเนินงานความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชนในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาอำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว.” วิทยานิพนธ์การศึกษา บัณฑิต สาขาวิชาการบริหารศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ปราณี คูนคำ. 2544. “การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของแผ่นพับที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่อง หลอดเลือดหัวใจตีบ ของศูนย์โลกหัวใจในเขตกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์. 2540. การออกแบบนิเทศศิลป์. โครงการตำราคณะศิลปกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.

พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์. 2544. เทคนิคการออกแบบงานกราฟิก. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- พรทิพา ศรีขจรวุฒิศักดิ์. 2545. “การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในต่างประเทศ.” วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. 2545. การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : ประกายพริก.
- พรรณพร น่วมสำลี. 2548. “การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์การใช้บริการชำระทางไปรษณีย์ ของบริษัท ไปรษณีย์ไทยจำกัด.” วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- พัฒนนต์ รุทธกุล. “การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชนนอกระบบ ประเภท อาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2547.
- รุ่งนภา งามจบ. 2548. “การพัฒนาระบบประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา สุรินทร์ เขต 2.” วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2540. ออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ : โสภณการพิมพ์.
- วชิราภรณ์ ชิตอรุณ. 2545. “ประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์โครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจิตร อวระกุล. 2534. เทคนิคการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้งเฮาส์.
- วัฒน์ จุฑะวิภาต. 2541. ศิลปะการจัดนิทรรศการ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. 2531. ออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ : วิณ อาร์ต.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. 2545. ออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ : อีแอนด์ไอคิว.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. 2544. นิเทศศาสตร์กับการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- วิรัชลัดดา ยิ่งสมสุข. 2546. “การประชาสัมพันธ์โรงเรียนของโรงเรียนคาทอลิก สังกัดอัครสังฆมณฑล กรุงเทพฯ เขต 3.” ภาคนิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา โครงการบัณฑิตศึกษา, สถาบันราภัฏธนบุรี.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- วัชรียา สุวรรณเมธา. 2545. “ความคิดเห็นของข้าราชการกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่มี
ต่อนโยบายการประชาสัมพันธ์ด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน.”
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. 2543. การออกแบบทางการพิมพ์. เอกสารชุดวิชาสาขาวิชาวิทยาศาสตร์
และเทคโนโลยี. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์. 2548. กราฟิกร่วมสมัย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมสุข สมทรง. 2533. ประวัติของชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ. กรุงเทพฯ : มัสยิดสุวรรณภูมิ.
- สาวิตรี หมวดเมือง. 2546. “การศึกษาความต้องการและการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์
ของศาลปกครอง ศึกษากรณีข้าราชการมหาวิทยาลัยของรัฐ.” วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์
มหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุคิด พันธุ์พรหม. 2542. “การศึกษาปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานการ
ประถมศึกษาจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.” รายงานศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม.
มหาสารคาม, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุปรีดา ลิวเฉลิมวงศ์. 2540. การประชาสัมพันธ์ของรัฐ และธุรกิจ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ศูนย์
ส่งเสริมวิชาการ.
- สุพรรณ จิตเลขา. 2545. “แนวทางการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของทหารกับการ
ตัดสินใจสมัครใจเป็นทหารกองประจำการของชายไทย.” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์
มหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานความร่วมมือเพื่อเผยแพร่และสอนอิสลาม. วันสำคัญทางศาสนาอิสลาม. [Online].
<http://www.geocities.com/r462304063047/oisarm.html>. 2549
- อุษมาน อิศริส. สำนักงานความร่วมมือเพื่อเผยแพร่และสอนอิสลาม. อิสลามกับวันอีด. :
<http://www.islamhouse.com>. 2549.
- อัชราฟี บลอดเปลี่ยว. 2543. การประชาสัมพันธ์โรงเรียน. พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
รามคำแหง.
- อัสรา ลิมเงิน. 2544. “การศึกษาและวิเคราะห์การประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน
ในภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ.” วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสาร
มวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย, มหาลัทธิธรรมศาสตร์.
- ไพฑูรย์ เจริญพันธุ์วงศ์. 2539. การบริหารการศึกษา. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรินติ้งเฮาส์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลขที่การคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. ความเคลื่อนไหวอาชีววะ. [Online].

<http://www.veerasak.net>. 2549.

เสรี วงษ์มณฑา. 2540. การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้งติ้งเฮ้าส์.

เสรี วงษ์มณฑา. 2542. การประชาสัมพันธ์ : ทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : Diamond In Business World.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบสอบถามและแบบประเมิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

แบบสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่น

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลของแบบสอบถามนี้ไปทำการสรุป ผู้วิจัยจึงขอความกรุณาจากท่านช่วยตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงเพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษาชุมชนมัธยมสุวรรณภูมิ

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการทำวิจัยเท่านั้น การวิเคราะห์และการนำเสนอจะจัดทำในภาพรวม ดังนั้น คำตอบจากแบบสอบถามจึงไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อตัวท่านและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัวท่านแต่อย่างใด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชนกรณีศึกษาชุมชนมัธยมสุวรรณภูมิ มา ณ โอกาสนี้ด้วย

นาย กิรติ วิบูลย์ดล

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

แบบประเมินความพึงพอใจรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมใน
ชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภท โปสเตอร์

การหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของการประเมินเพื่อหา
ความพึงพอใจในการศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมใน
ชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ ได้จากการให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพิจารณาความ
สอดคล้องของข้อคำถามกับนิยามศัพท์ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- +1 คะแนน สำหรับข้อคำถามที่สอดคล้องกับนิยามศัพท์
- 0 คะแนน สำหรับข้อคำถามที่สอดคล้องกับนิยามศัพท์
- 1 คะแนน สำหรับข้อคำถามที่สอดคล้องกับนิยามศัพท์

นิยามศัพท์

ประเมินความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความพึงพอใจ ในด้านสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และ
ส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ แบ่งเป็นด้านต่างๆดังนี้

1. ข้อความ (Textural Material)
2. ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components)
3. ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories)
4. พื้นที่สีขาว (White v space)
5. โครงสี (Color)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการประเมินความพึงพอใจ	การให้คะแนน			
	+1	0	-1	หมายเหตุ
1. เนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน				
1.1 ด้านประวัติของชุมชน
1.2 ด้านประเพณีและวัฒนธรรม
1.3 ด้านสังคมในชุมชน
2. ข้อความ (Textural Material)				
2.1 การกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว
2.2 ขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน
2.3 การจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและข้อความรองมีความสมดุล
2.4 สัดส่วนของตัวอักษร
3. ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components)				
3.1 การจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความเชื่อต่อเนื้อหาไปอย่างมีจังหวะ
3.2 ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา
3.3 ภาพสร้างความดึงดูดใจให้กับผู้รับสื่อ
4. ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories)				
4.1 การกำหนดให้มีองค์ประกอบที่มีรูปแบบกลมกลืนและต่อเนื่องกัน
4.2 การกำหนดลวดลายเหมาะสมกับพื้นที่
5. พื้นที่สีขาว (White v space)				
5.1 การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน
5.2 ขนาดช่องพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน
6. โครงสี (Color)				
6.1 สีสร้างความสะอาดตา น่าสนใจ
6.2 กำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิเป็นอย่างสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

แบบประเมินความพึงพอใจรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมใน
ชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภท แผ่นพับ

การหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของการประเมินเพื่อหา
ความพึงพอใจในการศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมใน
ชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ ได้จากการให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพิจารณาความ
สอดคล้องของข้อความกับนิยามศัพท์ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- | | |
|----------|--|
| +1 คะแนน | สำหรับข้อความที่สอดคล้องกับนิยามศัพท์ |
| 0 คะแนน | สำหรับข้อความที่สอดคล้องกับนิยามศัพท์ |
| -1 คะแนน | สำหรับข้อความที่ไม่สอดคล้องกับนิยามศัพท์ |

นิยามศัพท์

ประเมินความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความพึงพอใจ ในด้านสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และ
ส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ แบ่งเป็นด้านต่างๆดังนี้

1. ข้อความ (Textural Material)
2. ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components)
3. ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories)
4. พื้นที่สีขาว (White v space)
5. โครงสี (Color)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการประเมินความพึงพอใจ	การให้คะแนน			
	+1	0	-1	หมายเหตุ
1. เนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน				
1.1 ด้านประวัติของชุมชน
1.2 ด้านประเพณีและวัฒนธรรม
1.3 ด้านสังคมในชุมชน
2. ข้อความ (Textural Material)				
2.1 การกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว
2.2 ขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน
2.3 การจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและข้อความรองมีความสมดุล
2.4 สัดส่วนของตัวอักษร
3. ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components)				
3.1 การจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความเชื่อต่อเนื้อหาไปอย่างมีจังหวะ
3.2 ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา
3.3 ภาพสร้างความดึงดูดใจให้กับผู้รับสื่อ
4. ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories)				
4.1 การกำหนดให้มีองค์ประกอบที่มีรูปแบบกลมกลืนและต่อเนื่องกัน
4.2 การกำหนดลวดลายเหมาะสมกับพื้นที่
5. พื้นที่สีขาว (White v space)				
5.1 การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน
5.2 ขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน
6. โครงสี (Color)				
6.1 สีสร้างความสะดุดตา น่าสนใจ
6.2 กำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิเป็นอย่างสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

แบบประเมินจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ
ประเภท โปสเตอร์

คำชี้แจง

แบบประเมินชุดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลของแบบ
ประเมินนี้ไปทำการสรุป ผู้วิจัยจึงขอความกรุณาจากท่านช่วยตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง
เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริม
วัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ

แบบประเมิน ชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพของผู้ประเมิน

ตอนที่ 2 แบบประเมินความเหมาะสม ข้อมูลในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อ
ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

แบบประเมินชุดนี้จัดทำขึ้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการทำวิจัยเท่านั้น การวิเคราะห์และการ
นำเสนอจะจัดทำในภาพรวม ดังนั้น คำตอบจากแบบประเมินจึงไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อตัวท่านและ
บุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัวท่านแต่อย่างใด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านผู้เชี่ยวชาญที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบประเมิน เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรม
ในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ มา ณ โอกาสนี้ด้วย

นาย กิรติ วิบูลย์ดล

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพของผู้ประเมิน

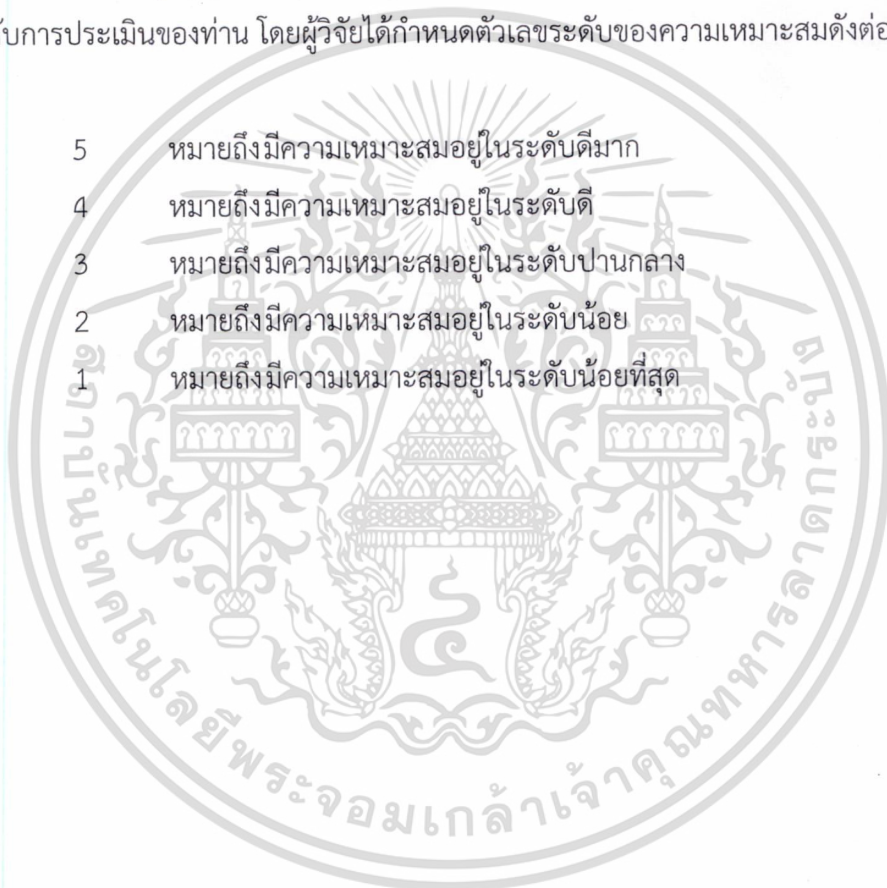
1. ผู้ประเมินเป็นผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิทางด้าน

- () ด้านการออกแบบ
() ด้านผู้ให้ข้อมูลชุมชนและวัฒนธรรม

ตอนที่ 2 แบบประเมินความเหมาะสม ข้อมูลในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ

คำชี้แจง โปรดพิจารณารูปแบบผลิตภัณฑ์จากภาพจำลองแล้วทำเครื่องหมาย (✓) ลงในตัวเลขที่ตรงกับระดับการประเมินของท่าน โดยผู้วิจัยได้กำหนดตัวเลขระดับของความเหมาะสมดังต่อไปนี้

- 5 หมายถึงมีความเหมาะสมอยู่ในระดับดีมาก
4 หมายถึงมีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี
3 หมายถึงมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง
2 หมายถึงมีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย
1 หมายถึงมีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด



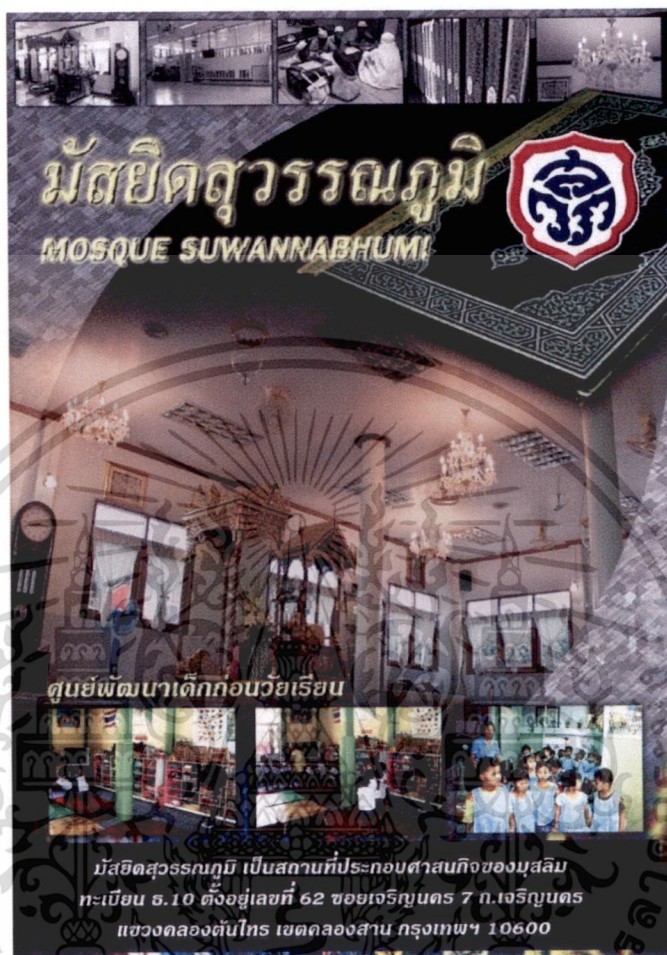
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 1 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์



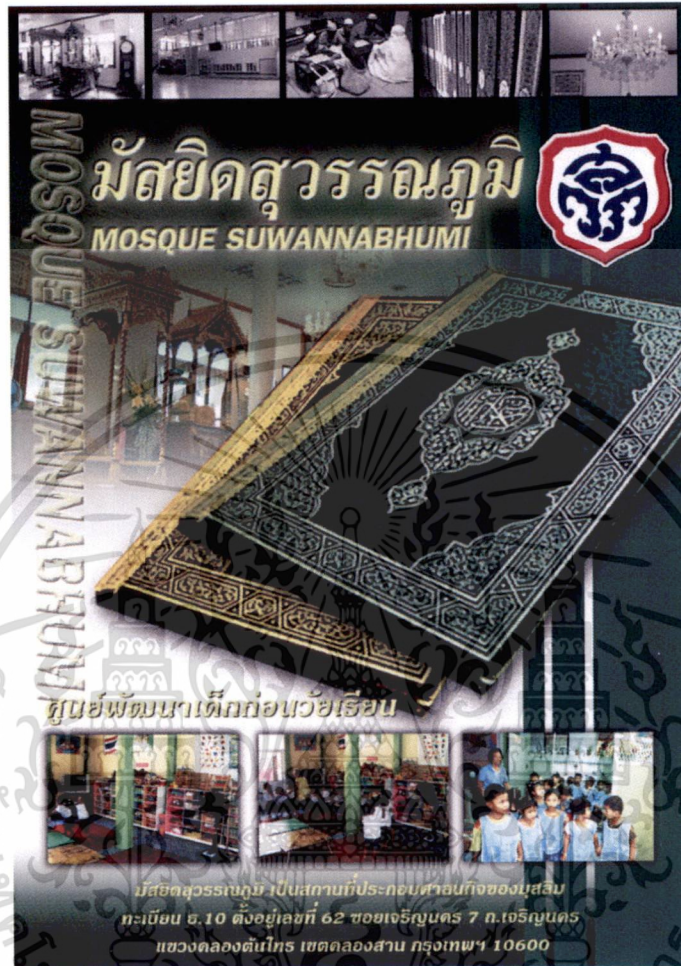
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ ที่	ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบ	ระดับความเหมาะสม														
		รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1	เนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติ ชุมชน															
1.1	ด้านประวัติของชุมชน
1.2	ด้านประเพณีและวัฒนธรรม
1.3	ด้านสังคมในชุมชน
2	ข้อความ (Textural Material)															
2.1	การกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว
2.2	ขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมา ประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมี ความสัมพันธ์ต่อกันและกัน
2.3	การจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและ ข้อความรองมีความสมดุล
2.4	สัดส่วนของตัวอักษร
3	ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components)															
3.1	การจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความ เชื่อต่อเนื้อหาไปอย่างมีจังหวะ
3.2	ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา
3.3	ภาพสร้างความดึงดูดใจให้กับผู้รับสื่อ
4	ลวดลายตกแต่ง (Graphic accessories)															
4.1	การกำหนดให้มีองค์ประกอบที่มีรูปแบบ กลมกลืนและต่อเนื่องกัน
4.2	การกำหนดลวดลายเหมาะสมกับพื้นที่
5	พื้นที่สีขาว (White v space)															
5.1	การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับ ขนาดของงาน
5.2	ขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาด ของงาน
6	โครงสี (Color)															
6.1	สีสร้างความสะอาดตา น่าสนใจ
6.2	กำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่ม

คำชี้แจง โปรดแสดงความคิดเห็นอื่น ๆ หรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของท่าน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

แบบประเมินจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ

ประเภท แผ่นพับ

คำชี้แจง

แบบประเมินชุดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลของแบบ
ประเมินนี้ไปทำการสรุป ผู้วิจัยจึงขอความกรุณาจากท่านช่วยตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง
เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริม
วัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัธยมสุวรรณภูมิ

แบบประเมิน ชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพของผู้ประเมิน

ตอนที่ 2 แบบประเมินความเหมาะสม ข้อมูลในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อ
ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัธยมสุวรรณภูมิ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

แบบประเมินชุดนี้จัดทำขึ้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการทำวิจัยเท่านั้น การวิเคราะห์และการ
นำเสนอจะจัดทำในภาพรวม ดังนั้น คำตอบจากแบบประเมินจึงไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อตัวท่านและ
บุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัวท่านแต่อย่างใด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านผู้เชี่ยวชาญที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบประเมิน เพื่อ
นำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรม
ในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัธยมสุวรรณภูมิ มา ณ โอกาสนี้ด้วย

นาย กิรติ วิบูลย์ตล

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพของผู้ประเมิน

1. ผู้ประเมินเป็นผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิทางด้าน
- () ด้านการออกแบบ
- () ด้านผู้ให้ข้อมูลชุมชนและวัฒนธรรม

ตอนที่ 2 แบบประเมินความเหมาะสม ข้อมูลในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ

คำชี้แจง โปรดพิจารณารูปแบบผลิตภัณฑ์จากภาพจำลองแล้วทำเครื่องหมาย (✓) ลงในตัวเลขที่ตรงกับระดับการประเมินของท่าน โดยผู้วิจัยได้กำหนดตัวเลขระดับของความเหมาะสมดังต่อไปนี้

- 5 หมายถึงมีความเหมาะสมอยู่ในระดับดีมาก
- 4 หมายถึงมีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี
- 3 หมายถึงมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึงมีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึงมีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 1 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ



มัสยิดสุวรรณภูมิ
"มัสยิดสุวรรณภูมิ" เป็นศาสนสถานของ ชาวมุสลิมไทยเชื้อสายจีน โดยรวมชุมชนของชาวมุสลิมที่อพยพเข้ามา มีประวัติของกิจการศึกษาและวัฒนธรรมการก่อชุมชน และภาคีวันออกโลกธรรมาจารย์

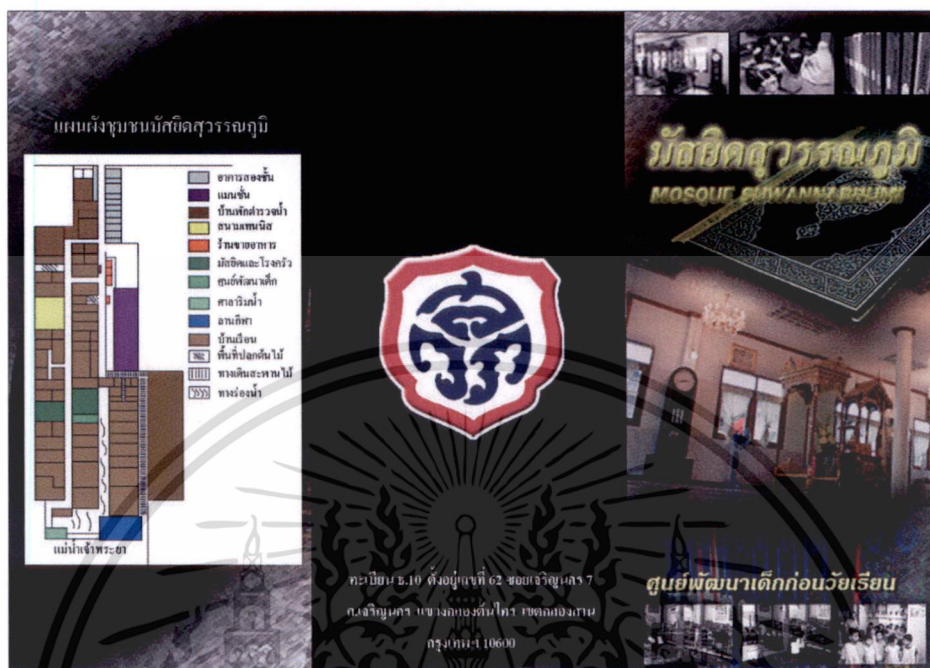
ประวัติความเป็นมา
ตามคำบอกเล่าของผู้อาวุโสของชุมชนว่าบรรพบุรุษต้นตัมนี้ มาจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยครอบครัวของนายช้อยและลูกชายหนึ่ง ได้อพยพมาตั้งรกรากที่วัดราชบพิธ โดยมาพักอาศัยอยู่ที่หอพระอิศร ฟู ป่อ และ ได้มาตั้งถิ่นฐานและสร้างครอบครัวอยู่ร่วมกัน ได้เกิดมีเชื้อชาติพันธุ์ที่นี้เอง จนรวมกันเป็นปึกแผ่นในหมู่ชุมชนแห่งนี้ (เชื้อสายจีนระบุว่าบ้านเขตรวัดสุวรรณภูมิปัจจุบันนี้รวมแล้วประมาณ 130 ปีเศษ)

ต้นชุมชนมุสลิมไทย (นายช้อยและ ฟูประวิทย์)
อาณาจักรอิสลามแห่งแรกเริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. ๒๓๘๘ อยู่ใต้ที่หอพระอิศร ฟู ป่อ และ ล้อมรอบด้วยกำแพงอิฐดินเผาสูงลิ้น ได้บูรณะโบราณสถานเป็นปูชนียและชาวมุสลิมในเวลานี้เข้าร่วมก่อตั้งสร้างอาคารมัสยิดหลังปัจจุบัน เป็นอาคารก่ออิฐปูนแบบใหม่ ภายในห้องมีห้องละหมาดซึ่งมี มินบาร์ (ที่สำหรับสวดรับเศาะละวาม) และมီးฮ์หรือบน (ซุนนัตที่สำหรับขานนัจมาละหมาด) ทั้งสองสิ่งนี้เป็นงานไม้และสลักฝีมือประณีตบรรจงมาก

ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน
ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ เริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2535 และ ก่อตั้งเปิดในวันที่ 12 สิงหาคม 2535 โดยพระครูสุมนต์มัสยิดสุวรรณภูมิ ในขณะนั้น คือ ร.อ. สุพจน์ ชมเชย ได้ตั้งมูลนิธิคณะกรรมการมัสยิดสุวรรณภูมิ ซึ่งมี สังกัดกักตักที่นำมัสยิดเป็นถิ่นมั่น ในขณะนั้นอยู่ที่ดินว่างในทิศตะวันตกของมัสยิด เนื้อที่ประมาณ 26 ไร่ ๖ วา สร้างศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนชุมชนนี้ขึ้นมา หัวหน้าศูนย์ ขณะแรกคือ นาง สมถวิล สุริตนา ปัจจุบันศูนย์เด็กก่อนวัยเรียนชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิมี น.ส. สมทรง สมทรง เป็นผู้ดูแล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3 ผลการออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่ม

คำชี้แจง โปรดแสดงความคิดเห็นอื่น ๆ หรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของท่าน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่าน ที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบประเมิน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

แบบประเมินความพึงพอใจ
ประเภท โปสเตอร์

คำชี้แจง

แบบประเมินชุดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลของแบบประเมินนี้ไปทำการสรุป ผู้วิจัยจึงขอความกรุณาจากท่านช่วยตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรม ในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ

แบบประเมิน ชุดนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจ ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ

แบบประเมินชุดนี้จัดทำขึ้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการทำวิจัยเท่านั้น การวิเคราะห์และการนำเสนอจะจัดทำในภาพรวม ดังนั้น คำตอบจากแบบประเมินจึงไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อตัวท่านและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัวท่านแต่อย่างใด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบประเมิน เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ มา ณ โอกาสนี้ด้วย

นาย กীরติ วิบูลย์ตล

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหน้าข้อความซึ่งตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่า 20 ปี

() 21 – 30 ปี

() 31-40 ปี

() 40 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

() นักเรียน / นักศึกษา

() รับราชการ

() พนักงานบริษัท , รัฐวิสาหกิจ

() รับจ้างทั่วไป

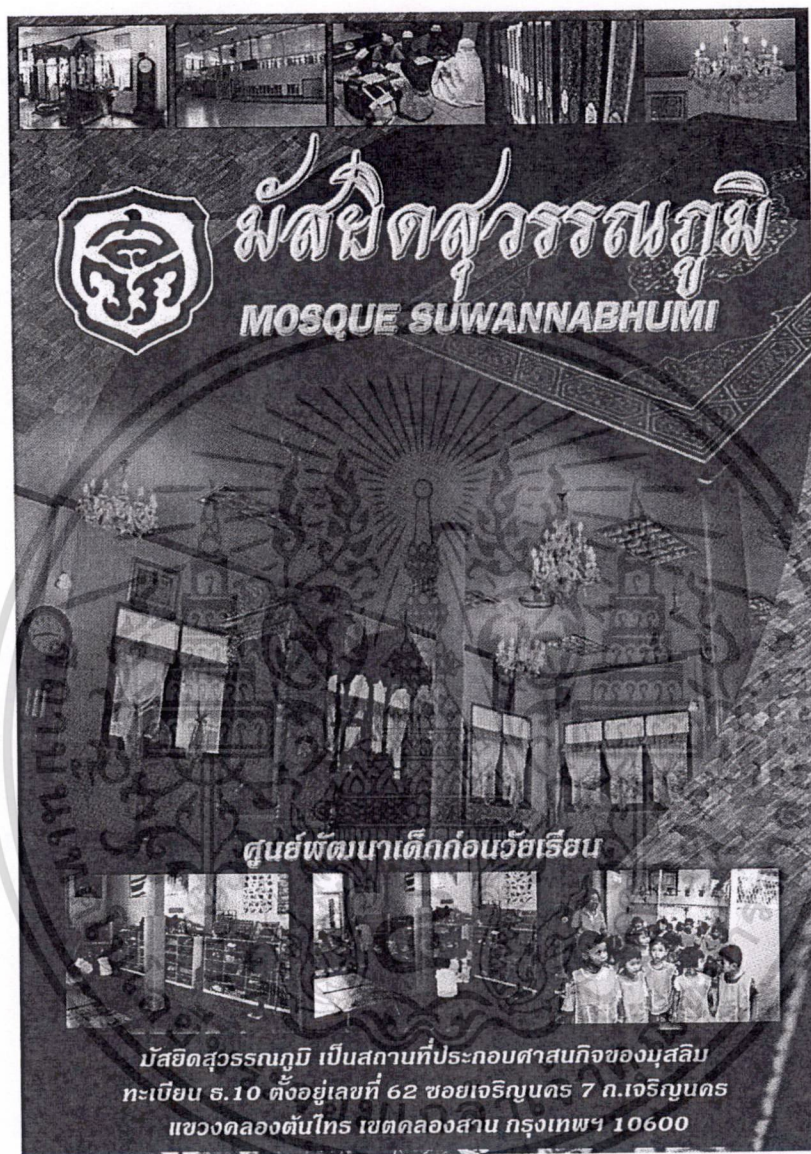
() ประกอบธุรกิจส่วนตัว

() อื่นๆ โปรดระบุ.....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 1 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน
กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทโปสเตอร์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 แบบประเมินความเหมาะสม ใน การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริม
วัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ

คำชี้แจง โปรดพิจารณารูปแบบผลิตภัณฑ์จากภาพจำลองแล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับ
การประเมินของท่าน

รายการประเมินความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. เนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน					
1.1 ด้านประวัติของชุมชน
1.2 ด้านประเพณีและวัฒนธรรม
1.3 ด้านสังคมในชุมชน
2. ข้อความ (Textural Material)					
2.1 การกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว
2.2 ขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมาประกอบ เข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน
2.3 การจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและ ข้อความรองมีความสมดุล
2.4 สัดส่วนของตัวอักษร
3. ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components)					
3.1 การจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความเชื่อ ต่อเนื้อหาไปอย่างมีจังหวะ
3.2 ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา
3.3 ภาพสร้างความดึงดูดใจให้กับผู้รับสื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. พื้นที่สีขาว (White v space)					
5.1 การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน
5.2 ขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน
6. โครงสี (Color)					
6.1 สีสร้างความสะดุดตา น่าสนใจ
6.2 กำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่าน ที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบประเมิน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

แบบประเมินความพึงพอใจ

ประเภท แผ่นพับ

คำชี้แจง

แบบประเมินชุดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลของแบบ
ประเมินนี้ไปทำการสรุป ผู้วิจัยจึงขอความกรุณาจากท่านช่วยตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง
เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรม
ในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมีสยิตสุวรรณภูมิ

แบบประเมิน ชุดนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจ ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และ
ส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมีสยิตสุวรรณภูมิ

แบบประเมินชุดนี้จัดทำขึ้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการทำวิจัยเท่านั้น การวิเคราะห์และการ
นำเสนอจะจัดทำในภาพรวม ดังนั้น คำตอบจากแบบประเมินจึงไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อตัวท่านและ
บุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัวท่านแต่อย่างใด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบประเมิน เพื่อนำไปใช้เป็น
แนวทางในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา
ชุมชนมีสยิตสุวรรณภูมิ มา ณ โอกาสนี้ด้วย

นาย กิรติ วิบูลย์ดล

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหน้าข้อความซึ่งตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่า 20 ปี

() 21 – 30 ปี

() 31-40 ปี

() 40 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

() นักเรียน / นักศึกษา

() รับราชการ

() พนักงานบริษัท , รัฐวิสาหกิจ

() รับจ้างทั่วไป

() ประกอบธุรกิจส่วนตัว

() อื่นๆ โปรดระบุ.....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.4 ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา มัสยิดสุวรรณภูมิ ประเภทแผ่นพับ



ประวัติความเป็นมา

ท่านอามเตงเต่าของผู้อาวุโสของชุมชนชาวจีนฮกเกี้ยน แต่เดิมท่านมาจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยทางพ่อของท่านมีธุรกิจค้าสินค้า โดยทางเรือ และอีกกลุ่มหนึ่งได้ตั้งเรือมาจอดรับสินค้า โดยมีการค้าขายมากจนปี ค.ศ. ๒๒ ปลาย และได้ตั้งถิ่นฐาน และสร้างलयมถารวัดร้างขึ้น ได้เกิดตั้งอาศรมขึ้นด้วยดีของอนวมถกตั้งเป็นชุมชนในกมูยราชธานี (จึงตั้งชุมชนว่าบ้านเขตวัดสุวรรณ)

มัสยิดสุวรรณภูมิ

• มัสยิดสุวรรณภูมิ เป็นศาสนสถานของชาวมุสลิมในชุมชนนี้ ก่อสร้างโดยบรรพบุรุษของชาวมุสลิม ที่อพยพเข้ามาประกอบกิจการค้าขายจากพร. นราธิวาส สุมาตรา และภาคตะวันออกเฉียงใต้ของบ้านชุมชนกุฎกาโกร (นมและกัต โตประที)

จากการมีตั้งแหล่งตั้งทำมัสยิดครั้งแรกในปี พ.ศ. ๒๕๔๕ อยู่ใกล้ที่ตั้งถนนแม่น้ำพระยา ต่อมาสร้างอาคารทำมัสยิดครั้งแรกได้มูลค่า ๒๐๐,๐๐๐ บาท และชาวชุมชนในย่านนี้จึงร่วมกันก่อสร้างอาคารมัสยิด

ในปัจจุบัน เป็นอาคารที่จัดตั้งชุมชนใน กมูยราชธานีของอามเตงเต่า มีชื่อ (ที่สำหรับสามวันแสดงธรรม) และเขียนเรื่อง (ชุมนี้ศ — ที่สำหรับอิมมาน่าล : หมาย) ทั้งสองครั้งเป็นงานได้และสลักฝีมือประณีตบรรจงมาก

ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน

ศูนย์ที่จัดก่อนวัยเรียนชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ เริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. ๒๕๕๕ และทำพิธีเปิดในวันที่ ๒๒ สิงหาคม ๒๕๕๕ โดยประธานชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ ในขณะนั้น คือ ร.อ. สุชน ชมพร ได้อนุญาต คณะกรรมการมัสยิดสุวรรณภูมิ จึงมีมติจัดตั้ง นำมาตั้ง เป็นอีกผ่าน ในขณะนั้นขอที่ดินว่างจากที่ดินของมัสยิด

เมื่อปีประมาณ ๒๕๖๖ สร้างศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนชุมชนนี้ขึ้นมา ทำหน้าที่ศูนย์ก่อนแรก คือ นางสมเนตร สุริยนา และ ปัจจุบันศูนย์นี้จัดก่อนวัยเรียนชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ มี น.ศ. สมสุข สมทรง เป็นผู้ดูแล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 แบบประเมินความเหมาะสม ใน การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ

คำชี้แจง โปรดพิจารณารูปแบบผลิตภัณฑ์จากภาพจำลองแล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับการประเมินของท่าน

รายการประเมินความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. เนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข้อมูลและประวัติชุมชน					
1.1 ด้านประวัติของชุมชน
1.2 ด้านประเพณีและวัฒนธรรม
1.3 ด้านสังคมในชุมชน
2. ข้อความ (Textural Material)					
2.1 การกำหนดรูปแบบตัวอักษรเป็นแบบเดียว
2.2 ขนาดของตัวอักษร สีภาพ เมื่อนำมาประกอบเข้ากันเป็นภาพรวมแล้วมีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน
2.3 การจัดวางตัวอักษรของข้อความหลักและข้อความรองมีความสมดุล
2.4 สัดส่วนของตัวอักษร
3. ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components)					
3.1 การจัดวางองค์ประกอบของภาพสร้างความเชื่อต่อเนื้อหาไปอย่างมีจังหวะ
3.2 ภาพมีลักษณะสวยงาม มองดูสบายตา
3.3 ภาพสร้างความดึงดูดใจให้กับผู้รับสื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>5. พื้นที่สีขาว (White v space)</p> <p>5.1 การเว้นจังหวะพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน</p> <p>5.2 ขนาดของพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกับขนาดของงาน</p>
<p>6. โครงสี (Color)</p> <p>6.1 สีสร้างความสะดุดตา น่าสนใจ</p> <p>6.2 กำหนดช่วยเน้นให้เห็นความลึกความชัด</p>

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่าน ที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบประเมิน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/3642

คณะกรรมการอำนวยการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520

๙ กันยายน 2554

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้กับนักศึกษา

เรียน นางสาวสมสุข สมทรง (ประธานชมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ)

ด้วย นายกิติ วิบูลย์ดล นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความประสงค์ขอสัมภาษณ์ นางสาวสมสุข สมทรง (ประธานชมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ) เรื่องประวัติชุมชน และวัฒนธรรมของมัสยิดสุวรรณภูมิ, ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนและวัฒนธรรมของมัสยิดสุวรรณภูมิ และขอถ่ายภาพชุมชนและสภาพแวดล้อมภายในชุมชน เพื่อประกอบการจัดเตรียมสารนิพนธ์ เรื่อง "การศึกษา และออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา : ชมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ"

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ให้กับนักศึกษาดังกล่าว และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ข้าพเจ้า ผ.ศ. สมพงษ์ สมทรง ประธานชมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ ขอแสดงความนับถือ
ในโอกาสที่ชมชนมัสยิดสุวรรณภูมิได้ให้การต้อนรับและอำนวยความสะดวกแก่คุณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปิยะ ศุภวาราสวัฒน์ รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านแผนงาน และประกันคุณภาพการศึกษา
รักษาการแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป (นางสาวสมสุข สมทรง)
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02- 329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 080-506-0204

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ 0524.04/ 3642



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520

๒๕ กันยายน 2554


เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้กับนักศึกษา

เรียน นายอภัยมนตรี สวัสดิ์ (อิหม่าม) (คณะกรรมการบริหารมัสยิดสุวรรณภูมิ)


ด้วย นายกิติ วิบูลย์ดล นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ นายอภัยมนตรี สวัสดิ์ (อิหม่าม) (คณะกรรมการบริหารมัสยิดสุวรรณภูมิ) เรื่องประวัติชุมชนและวัฒนธรรมของมัสยิดสุวรรณภูมิ, ขอข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนและวัฒนธรรมของมัสยิดสุวรรณภูมิ และขอถ่ายภาพชุมชนและสภาพแวดล้อมภายในชุมชน เพื่อประกอบการจัดเตรียมสารนิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา : ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ"

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ให้กับนักศึกษาดังกล่าว และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปิยะ ศุภาราสวัสดิ์)
รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านแผนงาน
และประกันคุณภาพการศึกษา
รักษาการแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02- 329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 080-506-0204


อ.อภัยมนตรี สวัสดิ์

(อิหม่าม มัสยิด มัสยิดสุวรรณภูมิ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 3642

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520

/ ๔ กันยายน 2554


เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้กับนักศึกษา

เรียน นายพิทยา พงศ์สัมพันธ์ (ประชาสัมพันธ์) (คณะกรรมการบริหารมัสยิดสุวรรณภูมิ)

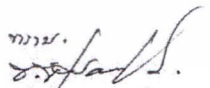
ด้วย นายกิติ วิบูลย์ดล นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ นายพิทยา พงศ์สัมพันธ์ (ประชาสัมพันธ์) (คณะกรรมการบริหารมัสยิดสุวรรณภูมิ) เรื่องประวัติชุมชนและวัฒนธรรมของมัสยิดสุวรรณภูมิ, ขอข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนและวัฒนธรรมของมัสยิดสุวรรณภูมิ และขอถ่ายภาพชุมชนและสภาพแวดล้อมภายในชุมชน เพื่อประกอบการจัดเตรียมสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชนกรณีศึกษา : ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ”

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ให้กับนักศึกษาดังกล่าว และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปิยะ สุกวาราสวัฒน์)
รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านแผนงาน
และประกันคุณภาพการศึกษา
รักษาการแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02- 329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 080-506-0204

ทนาย.

(ทนาย นวศ (วิมลนาถ))

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692
ที่ ศธ 0524.04 / 3660 วันที่ 1๙ กันยายน 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิก

เรียน รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล

ด้วย นายกริต วิบูลย์ดล นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรม ในชุมชน กรณีศึกษา : ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ"

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าว เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิก ของนายกริต วิบูลย์ดล

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์ที่ระวุฒิ สุวรรณจันทร์)
คณบดี

อ.ระวุฒิ สุวรรณจันทร์
คณบดี
๑๙ กันยายน ๕๔

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 3737

วันที่ 23 กันยายน 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินเพื่อการวิจัย

เรียน ผศ.ธนศ ภิรมย์การ

ด้วย นายกীরติ วิบูลย์คัล นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง "ศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชนกรณีศึกษา ชุมชนมีสยัดสุวรรณภูมิ" คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบประเมินดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของนายกীরติ วิบูลย์คัล มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบแบบประเมิน แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)
คณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 3737

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520

Z3 กันยายน 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินเพื่อการวิจัย

เรียน อาจารย์ธานี สุกนระชาติ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม แบบประเมิน และแบบสัมภาษณ์

ด้วย นายกীরติ วิบูลย์ดล นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชนกรณีศึกษา ชุมชนมีสียัดสุวรรณภูมิ”

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมิน แบบสอบถาม แบบประเมิน และแบบสัมภาษณ์ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นายกীরติ วิบูลย์ดล มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)
คณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02- 329-8436
ติดต่อนักศึกษาโทร. 080-306-0204

ยินดีเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ และประเมินเพื่อกรณีวิจัย

นายธานี สุกนระชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692
ที่ ศธ 0524.04 / 3660 วันที่ 19 กันยายน 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิก

เรียน รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล

ด้วย นายกรีติ วิบูลย์ดล นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรม ในชุมชน กรณีศึกษา : ชุมชนมีสยิดสุวรรณภูมิ”

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าว เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิก ของนายกรีติ วิบูลย์ดล

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์พิระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คณบดี

อ.พิระวุฒิ สุวรรณจันทร์
11/9/54

19/9/54

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692
ที่ ศธ 0524.04 / 3660 วันที่ /๙ กันยายน 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิก

เรียน อาจารย์ดารามิ ธนวัฒน์

ด้วย นายกริติ วิบูลย์ดล นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรม ในชุมชน กรณีศึกษา : ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ"

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าว เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิก ของนายกริติ วิบูลย์ดล

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์พระวุฒิ สุวรรณจันทร์)
คณบดี

ยื่นต่ออธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อ.ดร.ณัฐ วัฒนวัฒน์
(อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ 0524.04/ 3660



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520

19 กันยายน 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิก

เรียน อาจารย์ธานี สุคนธนะชาติ

ด้วย นายกริติ วิบูลย์ศล นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรม ในชุมชน กรณีศึกษา : ชุมชนมีสียัดสุวรรณภูมิ”

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าว เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิก ของนายกริติ วิบูลย์ศล

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร.080-306-0209

ศาสตราจารย์พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์

ธานี สุคนธนะชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ 0524.04/ 3660



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520

19 กันยายน 2554

เรื่อง ขออนุญาตเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านข้อมูลชุมชนและวัฒนธรรม

เรียน นางสาวสมสุข สมทรง

ด้วย นายกริติ วิบูลย์ดล นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา : ชุมชนมีสอยด์สุวรรณภูมิ"

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขออนุญาตเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านข้อมูลชุมชนและวัฒนธรรม ของนายกริติ วิบูลย์ดล

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์พัชระวุฒิ สุวรรณจันทร์)
คณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02- 329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร.080-306-0209

รับทราบ

(ส.ส. ศ.ส. ศ.ส. ศ.ส.)
(ส.ส. ศ.ส. ศ.ส. ศ.ส.)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ 0524.04/ 3660



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520

19 กันยายน 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านข้อมูลชุมชนและวัฒนธรรม

เรียน นายอภัยมณี สวัสดิ์

ด้วย นายกริติ วิบูลย์ดล นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรม ในชุมชน กรณีศึกษา : ชุมชนมีสื่อดสูรณภูมิ"

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าว เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านข้อมูลชุมชนและวัฒนธรรม ของนายกริติ วิบูลย์ดล

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)
คณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร.080-306-0209

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศธ 0524.04/ 3660



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520

/๙ กันยายน 2554

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านข้อมูลชุมชนและวัฒนธรรม

เรียน นายพิทยา พงศ์สมภาร (ประชาสัมพันธ์) (คณะกรรมการบริหารมีสยัดสุวรรณภูมิ)

ด้วย นายกริติ วิบูลย์ดล นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา : ชุมชนมีสยัดสุวรรณภูมิ"

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านข้อมูลชุมชนและวัฒนธรรม ของนายกริติ วิบูลย์ดล

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์พระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร.080-306-0209

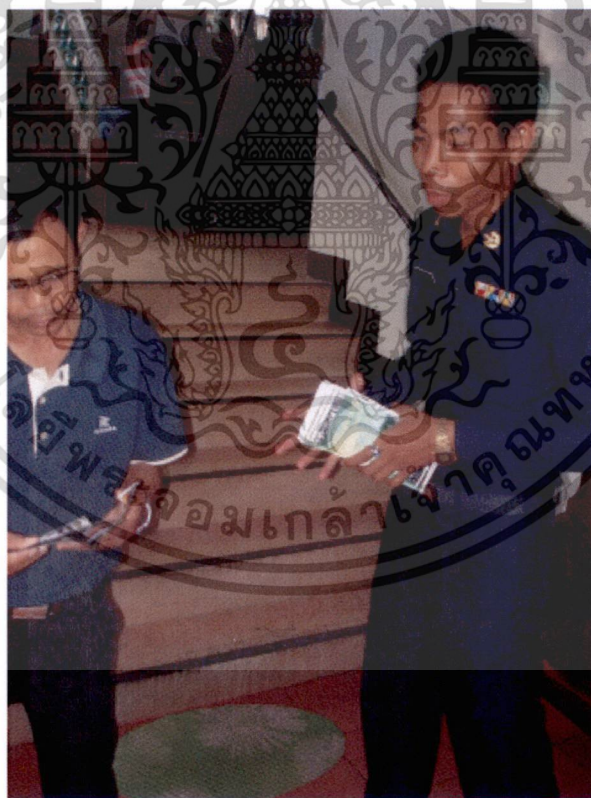
จึงทวงถาม.
[Signature]

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประชาสัมพันธ์ให้กลับผู้ที่เข้ามาทำพิธีละหมาด ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ประกอบการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

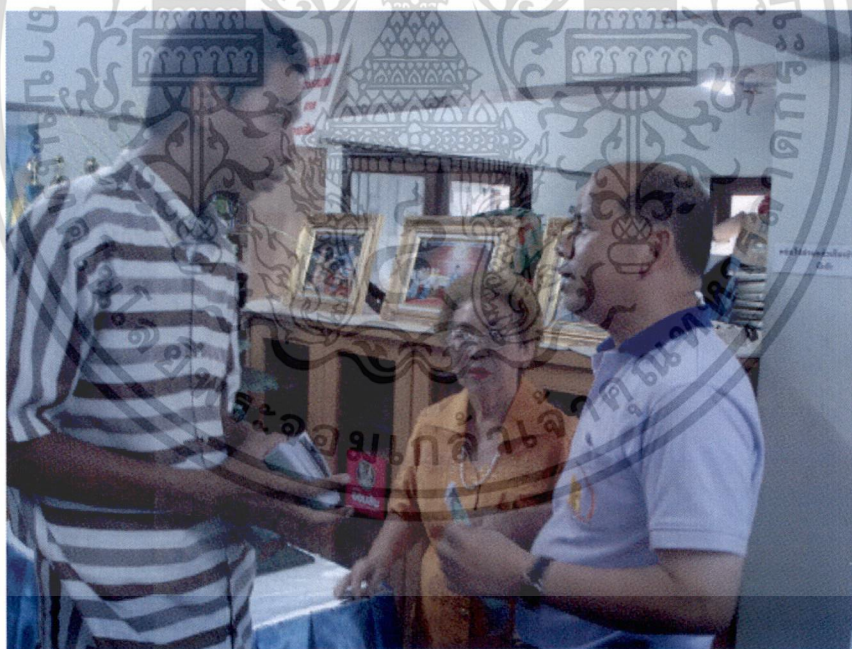
การประชาสัมพันธ์ให้กับศูนย์เรียนรู้คู่ชุมชน ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การนำเสนอประชาสัมพันธ์ให้กับ นาย ฤภาคย์ บุญเงิน นักพัฒนาสังคมชำนาญการ ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสังคม สำนักงานเขตคลองสาน ในชุมชนมีสยิดสุวรรณภูมิ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความคิดเห็นของประธานชุมชน

จากการที่นายกีรติ วิบูลย์ดล บัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้ทำหัวข้อและเค้าโครงสารนิพนธ์ เรื่องศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ นั้น

โดยได้นำสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรม 2 ประเภท คือ ประเภทโปสเตอร์ และประเภทแผ่นพับ มาใช้ประโยชน์ในชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิได้อย่างแท้จริง และจากการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทำให้มัสยิดสุวรรณภูมิซึ่งเป็นมัสยิดที่เก่าแก่แห่งหนึ่งในสำนักงานเขตคลองสานเป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้นทั้งในชุมชน และทั่วทั้งเขตคลองสาน ตลอดจนเขตต่างๆ และสำนักงาน สถานที่ราชการที่มาติดต่อกับชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ ให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสามารถนำสื่อมาใช้ประโยชน์ได้ ดังนี้

1. เยาวชนในชุมชนรู้จักสถานที่เกิดของตนดีขึ้น และเกิดความภาคภูมิใจในบ้านเกิดของตน
2. เกิดความรัก ความสามัคคี ในชุมชน เพราะทุกคนได้ทราบประวัติความเป็นมาของตระกูลในชุมชน ซึ่งเป็นญาติพี่น้องกัน
3. ทำให้สำนักงานเขตคลองสาน รู้คุณค่าของมัสยิดสุวรรณภูมิ ว่าเป็นแหล่งโบราณสถาน ที่ควรอนุรักษ์ และช่วยทำนุบำรุงรักษา ให้ยั่งยืนต่อไป

(นางสาวสมสุข สมทรง)

ประธานชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นายกิริติ วิบูลย์ดล
วัน เดือน ปีเกิด	28 เมษายน 2529 ที่กรุงเทพมหานคร
ที่อยู่	161 ถ.เจริญนคร เจริญนคร55 แขวงบางลำภูล่าง เขตคลองสาน กรุงเทพฯ 10600 โทร.0-2862-5954
ประวัติการศึกษา	2551 สถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ สาขาออกแบบบรรจุภัณฑ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร วิทยาเขตโขติเวช



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้