

การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามหลัก 5ส. ให้แก่ผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์

PRODUCTION OF SPECIFIC PRINTED MEDIA FOR PROMOTING THE IMPLEMENTATION OF 5S PRINCIPLE IN RESIDENTS OF C.H. HOUSE DORMITORY

อัยนา ออมแก้ว¹ กำพล ดวงพรประเสริฐ^{1*} และดลฤดี ศรีมันตะ¹
Ina Oramkeaw¹ Kampol Duangpornprasert^{1*} and Dollruedee Srimanta¹

Received : 7 November 2022

Revised : 22 February 2023

Accepted : 2 March 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามหลัก 5ส. ให้แก่ผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ 2) ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจของผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ และ 3) ศึกษาความแตกต่างทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย คือ การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียวสำหรับการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม เมื่อพบความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัยพบว่า 1) โปสเตอร์มีขนาด A3 แนวตั้ง มีเนื้อหาและภาพประกอบเกี่ยวกับหลัก 5ส. ส่วนแผ่นพับมีขนาด A4 แนวตั้ง มีเนื้อหาและภาพประกอบเกี่ยวกับหลัก 5ส. คืออะไร ทำไมต้องทำ 5ส. และหลัก 5ส. มีอะไรบ้าง 2) ผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์มีความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 และ 3) ผู้พักอาศัย

¹สาขาวิชาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่จักรพงษ์วนารถ

¹Department of Advertising and Public Relations Technology, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-Ok:
ChakrabongseBhuvanarth Area

*ผู้นิพนธ์ประสานงาน E-mail: Kampolduang@gmail.com

หอพัก C.H.เฮาส์ ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจมากกว่าผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ที่มีการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ การปฏิบัติตามหลัก 5ส. ผู้พักอาศัยหอพัก

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to produce specific printed media for promoting the implementation of 5S principle in residents of C.H. House dormitory; 2) to study on the satisfaction that the residents of C.H. House dormitory had towards the specific printed media; and 3) to study on the correlations between the differences in terms of demographic status and the satisfaction that the residents of C.H. House dormitory had towards the specific printed media.

The research was quantitative research method was applied by using online questionnaire to collect data from residents of C.H. House dormitory. The statistics used in the research hypothesis test were the Independence t-test and One - way ANOVA technique for checking the differences in more than 2 groups. When difference was identified, each pair will be compared with LSD (Least Square) method with the significance level of .05.

The findings from the research were as follows. 1) The poster was in the size of vertical A3 paper with the content and complementary images concerning 5S Principle. Meanwhile, the brochure was in the size of vertical A4 paper with the content and complementary images concerning 5S Principle such as what 5S Principle was, why 5S Principle was significant, why one had to follow 5S Principles and what were components of 5S Principle. 2) The residents of C.H. House Dormitory had the overall averaged satisfaction to specific printed media in the very high level with the mean of 4.55. 3) Most residents of C.H. House Dormitory with education higher than bachelor's degree had more satisfaction to specific printed media than residents of C.H. House Dormitory with education of bachelor's degree or equivalent or inferior to bachelor's degree, with the statistical significance level of .05.

Keywords: Specific Printed Media, Implementation of 5S Principle, Residents in the Dormitory

บทนำ

ในปัจจุบันกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางด้านความเจริญของประเทศ จึงเป็นเหตุให้ประชาชนเดินทางเข้าสู่กรุงเทพมหานครและมีความต้องการห้องพักเพื่อพักอาศัยมากยิ่งขึ้น โดยข้อมูลจากกองนโยบายและแผนงาน สำนักการวางผังและพัฒนาเมือง กรุงเทพมหานคร (2562) พบว่า ในปี 2561 หอพักในกรุงเทพมหานครมีการจดทะเบียนจำนวน 676 แห่ง มีจำนวนห้องพัก 24,754 ห้อง มีจำนวนผู้พัก 13,905 คน หอพักมีการกระจายตัวไปตามสถานที่สำคัญและชุมชนต่าง ๆ เช่น พื้นที่อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและส่งเสริมการท่องเที่ยว พื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจและพาณิชยกรรม พื้นที่อยู่อาศัย พื้นที่อยู่อาศัยชานเมืองและเกษตรกรรมฝั่งตะวันออก พื้นที่อยู่อาศัยชานเมืองและเกษตรกรรมฝั่งตะวันตกตอนบน และพื้นที่อยู่อาศัยชานเมืองและเกษตรกรรมฝั่งตะวันตกตอนล่าง เป็นต้น

โดยปัญหาที่ตามมาจากการที่มีผู้พักอาศัยและใช้พื้นที่ส่วนรวมในหอพักกันมากขึ้นก็คือ ผู้พักอาศัยไม่ปฏิบัติตามหลัก 5ส. ได้แก่ การไม่คัดแยกสิ่งของ การไม่จัดวางสิ่งของให้เป็นระเบียบ การไม่ทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนตัว การไม่รักษามาตรฐานของตนเอง และการไม่มีจิตสำนึก ด้วยเหตุนี้จึงทำให้หอพักต่าง ๆ จึงตระหนักถึงความสำคัญของการให้ผู้พักอาศัยเกิดการปฏิบัติตามหลัก 5ส. อย่างจริงจัง ซึ่งได้แก่ 1) สะสาง 2) สะดวก 3) สะอาด 4) สร้างมาตรฐาน และ 5) สร้างวินัย โดยหลักดังกล่าวจะช่วยให้องค์กรมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด ปลอดภัย น่าอยู่ ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ปฏิบัติ หน่วยงาน และประเทศชาติโดยส่วนรวม (สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2552) เนื่องจากหลักดังกล่าวเป็นเทคนิคที่ผู้พักอาศัยทุกคนสามารถปฏิบัติตามได้ง่าย ก่อให้เกิดการทำงานเป็นทีม ส่งเสริมทักษะการเป็นผู้นำ เสริมสร้างลักษณะนิสัยและฝึกความเป็นระเบียบวินัยให้แก่ผู้พักอาศัยจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของกิจวัตรประจำวัน (คณะกรรมการ 5ส บริษัท มหาสารคามเบเวอเรจ จำกัด, 2562)

จากการลงพื้นที่เพื่อสำรวจหอพักในกรุงเทพมหานครและได้สอบถามคุณเก่ง (นามสมมุติ) ซึ่งเป็นเจ้าของหอพัก C.H.เฮาส์ พบว่า ผู้พักอาศัยในหอพัก C.H.เฮาส์ ไม่ปฏิบัติตามหลัก 5ส. ทำให้หอพักไม่มีความสะอาด ไม่มีระเบียบในการใช้พื้นที่ส่วนรวม มีสภาพแวดล้อมที่ไม่น่าอยู่ มีการทิ้งขยะไว้หน้าหอพักส่งกลิ่นเหม็น เป็นต้น เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวหอพักจึงต้องการสื่อสารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ได้แก่ โปสเตอร์และแผ่นพับเพื่อให้ผู้พักอาศัยปฏิบัติตามหลัก 5ส. อย่างจริงจัง เพื่อให้หอพักมีระเบียบและสะอาดมากขึ้น (คุณเก่ง, 2565)

ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ผู้วิจัยมีความต้องการที่จะผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ ได้แก่ โปสเตอร์และแผ่นพับ เพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามหลัก 5ส. ให้แก่ผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ เนื่องจากเป็นสื่อที่องค์กรมักนิยมนำมาใช้ในงานประชาสัมพันธ์ เป็นสื่อที่องค์กรเป็นผู้ผลิตและจัดทำขึ้นเอง เพื่อเผยแพร่ข่าวสารความรู้ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย (สุพิน ปัญญามาก และสมภพ โรจนพันธ์, 2539) นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการประเมินผลความพึงพอใจตลอดจนเปรียบเทียบความแตกต่างทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจของผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของเจ้าของหอพัก C.H.เฮาส์ ที่จะได้นำสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจไปใช้เป็น

สื่อประชาสัมพันธ์ภายในหอพักเพื่อให้ผู้พักอาศัยในหอพักเกิดการปฏิบัติตามหลัก 5ส. ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามหลัก 5ส. ให้แก่ผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจของผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งการดำเนินการวิจัยเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ได้แก่ การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามหลัก 5ส. ให้แก่ผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดขั้นตอนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2549) แนวคิดการออกแบบ (อารี สุทธิพันธุ์, 2521) แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของโปสเตอร์และแผ่นพับ (สมวรร ธนศรีพนิชชัย, 2557) แนวคิดเกี่ยวกับหลัก 5ส. (คณะกรรมการ 5ส บริษัท มหาสารคามเบเวอเรจ จำกัด, 2562) แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ (ประม าสตะเวทิน, 2546) ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการผลิตสื่อ และระยะที่ 2 ได้แก่ การศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจและการศึกษาความแตกต่างทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 98 คน (คุณเก่ง, 2565) เนื่องจากจำนวนประชากรมีจำนวนไม่มากนัก ผู้วิจัยจึงสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลกับประชากรได้ครบทุกคน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 1) คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำนวน 5 ข้อ 2) คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจของผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ จำนวน 14 ข้อ ซึ่งแบ่งการวัดออกเป็น 5 ระดับ และใช้เกณฑ์การแปลผลความหมายของพลวงค์ นกน้อย (2562) และ 3) คำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ โดยผู้วิจัยได้นำสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจและแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามด้วยวิธีการหาค่าดัชนี

ความสอดคล้องของเครื่องมือ IOC (Rovinelli & Hambleton, 1977) พบว่า ข้อคำถามในแต่ละข้อ มีค่าเกิน 0.50 นอกจากนั้นผู้ทรงคุณวุฒิได้ประเมินคุณภาพเนื้อหาสาระของสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจในด้านต่าง ๆ หลังจากนั้นผู้วิจัยปรับปรุงแก้ไขสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจและแบบสอบถามให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้นตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิก่อนนำไปใช้จริงกับผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ ต่อไป

3. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย คือ

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independence t-test) และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One – way ANOVA) สำหรับการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม เมื่อพบความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ LSD (Least Square Method) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามหลัก 5ส. ให้แก่ผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่

1. ขั้นตอนการวางแผนออกแบบและกำหนดแนวคิดในการจัดทำ (Pre-prepress) ผู้วิจัยออกแบบและการวางแผนการผลิต ได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์ การจัดหาเนื้อหา การเตรียมต้นฉบับ
2. ขั้นตอนการเตรียมต้นฉบับเพื่อการพิมพ์ (Prepress) ผู้วิจัยออกแบบอาร์ตเวิร์คโปสเตอร์มีขนาด A3 แนวตั้ง โดยด้านบนของกระดาษประกอบไปด้วยหัวเรื่องคำว่า หลัก 5ส. สะอาด น่าอยู่ แค่ง่าย ๆ และตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานผู้วิจัย ตรงกลางของกระดาษนำเสนอเนื้อหาแบ่งออกเป็น 5 หัวเรื่องย่อย ได้แก่ สะอาด สะดวก สะอาด สร้างมาตรฐาน และสร้างวินัยพร้อมภาพประกอบด้านล่างของกระดาษนำเสนอเกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ของหอพัก C.H.เฮาส์ เพื่อให้ผู้พักอาศัยเกิดการจดจำ ส่วนแผ่นพับมีขนาด A4 แนวตั้ง แบ่งพื้นที่กระดาษทั้ง 2 ด้านออกเป็น 3 ส่วน ด้านหน้าประกอบไปด้วยหัวเรื่องคำว่า หลัก 5ส. สะอาด น่าอยู่ แค่ง่าย ๆ และตราสัญลักษณ์ของหอพัก C.H.เฮาส์ รวมถึงนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับหลัก 5ส. พร้อมภาพประกอบและตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานผู้วิจัย ส่วนด้านหลังนำเสนอเนื้อหาหลักเกี่ยวกับ 1) หลัก 5ส. คืออะไร 2) ทำไมต้องทำ 5ส. และ 3) หลัก 5ส. มีอะไรบ้าง พร้อมภาพประกอบเพื่อให้ผู้พักอาศัยสามารถนำติดตัวไปปฏิบัติได้
3. ขั้นตอนการพิมพ์ (Press) ผู้วิจัยได้นำอาร์ตเวิร์คโปสเตอร์และแผ่นพับไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบและได้ปรับแก้ไขการจัดวางหน้า ตัวอักษร ภาพประกอบตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ
4. ขั้นตอนหลังการพิมพ์ (After press) ผู้วิจัยทำการพิมพ์โปสเตอร์ จำนวน 4 แผ่นเพื่อติดไว้ตามทางเดินของหอพักในแต่ละชั้น นอกจากนั้นผู้วิจัยพิมพ์แผ่นพับจำนวน 100 แผ่น เพื่อแจกจ่ายให้แก่ผู้พักอาศัย พร้อมเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์



ภาพที่ 1 แสดงรายละเอียดของโปสเตอร์และแผ่นพับ

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ พบว่า ผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 54 คน (ร้อยละ 55.10) มีอายุ 21-30 ปี มีจำนวน 33 คน (ร้อยละ 33.67) มีการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีจำนวน 48 คน (ร้อยละ 48.98) มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีจำนวน 31 คน (ร้อยละ 31.63) และมีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มีจำนวน 46 คน (ร้อยละ 46.94) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์

ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	44	44.90
หญิง	54	55.10
2. อายุ		
น้อยกว่า 15 ปี	11	11.22
16-20 ปี	14	14.29
21-30 ปี	33	33.67
31-40 ปี	16	16.33
มากกว่าหรือเท่ากับ 41 ปีขึ้นไป	24	24.49

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์	จำนวน	ร้อยละ
3. การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	45	45.92
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	48	48.98
สูงกว่าปริญญาตรี	5	5.10
4. อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	31	31.63
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	16	16.33
พนักงานบริษัทเอกชน	20	20.41
รับจ้าง	25	25.51
อื่น ๆ	6	6.12
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	46	46.94
5,000 - 10,000 บาท	14	14.29
10,001 - 15,000 บาท	21	21.43
15,001 - 20,000 บาท	13	13.27
มากกว่าหรือเท่ากับ 20,001 บาทขึ้นไป	4	4.08

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจของผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ พบว่า ผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ มีความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 โดยผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ มีความพึงพอใจโปสเตอร์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 โดยพึงพอใจว่าโปสเตอร์ที่ผลิตขึ้นมีหัวเรื่อง สะดุดตา ดึงดูดให้น่าอ่านมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 นอกจากนั้นผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ มีความพึงพอใจแผ่นพับโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 โดยพึงพอใจว่าแผ่นพับที่ผลิตขึ้นมีหัวเรื่อง สะดุดตา ดึงดูดให้น่าอ่านมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจของผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์

ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ ของผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์	ค่าเฉลี่ย (μ)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (σ)	ระดับ ความพึงพอใจ
1. โปสเตอร์	4.57	0.338	มากที่สุด
1.1 หัวเรื่อง สะดุดตา ดึงดูดให้น่าอ่าน	4.83	0.398	มากที่สุด
1.2 หัวเรื่องรอง สวยงาม	4.70	0.501	มากที่สุด
1.3 ข้อความโฆษณา เนื้อหาอ่านเข้าใจได้ง่าย	4.58	0.572	มากที่สุด
1.4 ภาพประกอบที่ใช้เหมาะกับเนื้อหา สีสวย	4.45	0.521	มากที่สุด
1.5 ผู้พิมพ์โฆษณา อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม	4.33	0.672	มากที่สุด
1.6 ตราสัญลักษณ์ การจัดวางเหมาะสม	4.36	0.648	มากที่สุด
1.7 กระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติตามหลัก 5ส. ได้อย่างดี	4.75	0.498	มากที่สุด
2. แผ่นพับ	4.52	0.383	มากที่สุด
2.1 หัวเรื่อง สะดุดตา ดึงดูดให้น่าอ่าน	4.83	0.371	มากที่สุด
2.2 หัวเรื่องรอง สวยงาม	4.77	0.465	มากที่สุด
2.3 ข้อความโฆษณา เนื้อหาอ่านเข้าใจได้ง่าย	4.60	0.604	มากที่สุด
2.4 ภาพประกอบที่ใช้เหมาะกับเนื้อหา สีสวย	4.31	0.697	มากที่สุด
2.5 ผู้พิมพ์โฆษณา อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม	4.23	0.715	มากที่สุด
2.6 ตราสัญลักษณ์ การจัดวางเหมาะสม	4.32	0.638	มากที่สุด
2.7 กระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติตามหลัก 5ส. ได้อย่างดี	4.59	0.606	มากที่สุด
รวมทั้งหมด	4.55	0.343	มากที่สุด

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ ที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจมากกว่าผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ที่มีการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ ที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 3 - 5

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจของผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์จำแนกตามเพศ

เพศ	ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ		สถิติทดสอบ (t)	ค่า sig (2-tailed)	ผลการทดสอบ
	ค่าเฉลี่ย (μ)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ)			
ชาย	4.58	0.265	0.976	0.331	ไม่แตกต่างกัน
หญิง	4.52	0.395			
รวม	4.55	0.330			

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจของผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์จำแนกตามอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	ค่าสถิติทดสอบ (F)	ค่า Sig.	ผลการทดสอบ
1. อายุ	ระหว่างกลุ่ม	0.681	4	0.170	1.471	0.217	ไม่แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	10.766	93	0.116			
	รวม	11.447	97				
2. การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	1.098	2	0.549	5.041	0.008*	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	10.349	95	0.109			
	รวม	11.447	97				
3. อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	0.535	4	0.134	1.140	0.343	ไม่แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	10.912	93	0.117			
	รวม	11.447	97				
4. รายได้	ระหว่างกลุ่ม	0.461	4	0.115	0.977	0.424	ไม่แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	10.985	93	0.118			
	รวม	11.447	97				

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ค่า Sig. \leq .05)

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจของผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ที่มีการศึกษาต่าง ๆ กันเป็นรายคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ LSD

การศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย (μ)	4.50	4.54	5.00
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.50	-	-0.04	-0.49*
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	4.54	0.04	-	-0.45*
สูงกว่าปริญญาตรี	5.00	0.49*	0.45*	-

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ค่า Sig. \leq .05)

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลวิจัยพบว่า ผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ มีความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่ผลิตขึ้นโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจว่าทั้งโปสเตอร์และแผ่นพับมีหัวเรื่อง สดุดตา ดึงดูดให้น่าอ่านมากที่สุด เนื่องจากหัวเรื่องมีตัวอักษรขนาดใหญ่ และอีกทั้งมีการออกแบบสีของตัวอักษรให้อ่านง่ายเพื่อเรียกร้องความสนใจ ดึงดูดให้ผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์เกิดการปฏิบัติตามหลัก 5ส. ได้อย่างรวดเร็ว สะท้อนให้เห็นว่าโปสเตอร์และแผ่นพับมีเป้าหมายเฉพาะเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้ผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์เพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามหลัก 5ส. เนื่องจากหัวเรื่องของแผ่นพับและโปสเตอร์นั้นต้องออกแบบให้กระชับ รัดกุม และเรียกร้องความสนใจได้ดี ซึ่งจะช่วยให้ผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ เกิดความสนใจในโปสเตอร์และแผ่นพับ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของโปสเตอร์และแผ่นพับของ สมวรร ธนศรีพนิชชัย (2557) ที่กล่าวว่า หัวเรื่องเป็นข้อความที่ต้องการให้ผู้พบเห็นทราบเป็นอันดับแรก เป็นข้อความที่มีความกระชับรัดกุมให้ความกระจ่างชัดเจนและเรียกร้องความสนใจได้ดี นอกจากนี้หัวเรื่องยังเป็นข้อความสำคัญที่มุ่งหวังให้ผู้อ่านรับรู้เป็นอันดับแรก ซึ่งอาจเป็นคำเชิญชวน คำที่ดึงดูดใจจึงต้องมีการออกแบบเป็นอย่างดี จึงทำให้ทั้งโปสเตอร์และแผ่นพับมีจุดเด่นที่หัวเรื่อง สดุดตา ดึงดูดให้น่าอ่าน ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับ ณีตพร วรคุณพิเศษ และนฤมล ศิระวงษ์ (2556) ที่พบว่า นักเรียนมีความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในระดับมาก

2. ผลวิจัยพบว่า สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่ผลิตขึ้นสามารถกระตุ้นให้ผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์เกิดการปฏิบัติตามหลัก 5ส. ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากโปสเตอร์มีการแบ่งแยกเนื้อหาของ 5ส. ได้แก่ สะสาง สะดวก สะอาด สร้างมาตรฐาน และสร้างวินัย ออกเป็นหัวข้อย่อย ๆ เพื่อให้เหมาะับลักษณะการอ่าน พร้อมรูปภาพประกอบเกี่ยวกับการทำความสะอาด จึงทำให้ผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์เกิดการปฏิบัติตามหลัก 5 ส. ได้ทันที ส่วนแผ่นพับมีการแบ่งแยกเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ หลัก 5ส. คืออะไร ทำไมต้องทำ 5ส. และหลัก 5ส. มีอะไรบ้าง ควบคู่ไปกับการใส่ภาพประกอบเพื่อดึงดูดให้ผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ เกิดการปฏิบัติตามหลัก 5ส. ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าสื่อดังกล่าวมีการออกแบบที่สามารถนำไปใช้ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบของ

อารี สุทธิพันธุ์ (2521) ที่ระบุว่า การออกแบบที่ดีต้องมีลักษณะเหมาะสมตรงกับความมุ่งหมายตามประโยชน์ใช้สอย สามารถใช้งานสะดวกและผลิตได้ตรงตามความต้องการ จึงทำให้ผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ มีพฤติกรรมที่ปฏิบัติตามหลัก 5ส. ดังนี้ 1) สะสาง ได้แก่ การคัดแยกของที่ไม่ใช้แล้วทิ้ง ส่วนของที่จำเป็นก็จัดเก็บให้เป็นระเบียบมากยิ่งขึ้น 2) สะดวก ได้แก่ การจัดของให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย หยิบใช้สอยง่ายขึ้น 3) สะอาด ได้แก่ ไม่ทิ้งขยะ และสิ่งของตามทางเดินทำความสะอาดพื้นที่ส่วนรวมร่วมกัน เช่น บริเวณทางเดิน พื้นที่จอดรถ เป็นต้น 4) สร้างมาตรฐาน ได้แก่ มีการจัดเวรการทิ้งขยะ การแยกขยะตามมาตรฐานของสิ่งแวดล้อม 5) การสร้างวินัย ได้แก่ การปฏิบัติตามหลัก 5ส. อย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงจุดเด่นของการนำหลัก 5ส. มาใช้ในหอพัก C.H.เฮาส์ เนื่องจากเป็นเทคนิคที่ทุกคนสามารถปฏิบัติได้ง่าย อุปกรณ์ที่ใช้มีเพียงเครื่องมือทำความสะอาดซึ่งใช้งบประมาณต่ำ เน้นการทำงานเป็นทีมโดยให้สมาชิกในพื้นที่ได้ร่วมกันวางแผนและลงมือปรับปรุงพื้นที่จนนำไปสู่การปฏิบัติที่ถูกต้อง (คณะกรรมการ 5ส บริษัท มหาสารคาม เบเวอเรจ จำกัด, 2562) ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับ กิตติพงษ์ กันหา (2564) พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนที่มาใช้บริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ตำบลบางหญ้าแพรก อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการเกี่ยวกับแผ่นพับโดยรวมอยู่ในระดับมากและโปสเตอร์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยเห็นว่าทั้งโปสเตอร์และแผ่นพับสามารถให้แนวทางการดูแลผู้สูงอายุในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ได้เป็นอย่างดี

3. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ ที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจแตกต่างกัน โดยผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจมากกว่าผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ ที่มีการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และต่ำกว่าปริญญาตรี ทั้งนี้ น่าจะมีสาเหตุมาจากผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมักจะเป็นผู้ที่เปิดรับข่าวสารมากกว่า จึงทำให้เกิดความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจมากกว่าผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ ที่มีการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและต่ำกว่าปริญญาตรีซึ่งส่วนใหญ่จะเปิดรับข่าวสารผ่านทางสื่ออื่น ๆ สอดคล้องกับ ประมะ สตะเวทิน (2546) ที่ได้ระบุว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูง มักจะเป็นผู้รับสารที่ดี และมีโอกาสในการได้รับข้อมูลข่าวสารมากทำให้มีความรู้กว้างขวาง และมีความเข้าใจสารมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ นอกจากนี้ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับการศึกษาของ รณิดา อัจกลับ (2562) และพลพงศ์ นกน้อย (2562) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจสื่อแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. เจ้าของหอพัก C.H.เฮาส์ สามารถนำสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่ผลิตขึ้นไปใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ เกิดการปฏิบัติตามหลัก 5ส. ได้ โดยเฉพาะผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีให้เกิดการปฏิบัติตามหลัก 5ส. ได้เป็นอย่างดี รวมถึงยังสามารถนำสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจไปปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้พักอาศัย

หอพัก C.H.เฮาส์ ที่มีการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และต่ำกว่าปริญญาตรีเพื่อให้เกิดความพึงพอใจที่สูงขึ้น

2. ผลการวิจัยสามารถใช้ในการบูรณาการการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนทางด้านนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน เพื่อให้นักศึกษาได้ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ การวางแผนกลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ การวิจัยทางการสื่อสาร การศึกษาปัญหาพิเศษ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรผลิตสื่อวิดีโอสั้นเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาและเลี้ยงดูแมวหรือให้ความรู้เกี่ยวกับการนำขยะรีไซเคิลมาสร้างรายได้ให้แก่ผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ เนื่องจากผู้พักอาศัยหอพัก C.H.เฮาส์ ขาดความรู้เรื่องการเลี้ยงดูแมวอย่างถูกวิธีและทิ้งขยะรีไซเคิลจำนวนมากแต่ยังไม่สามารถนำมาสร้างรายได้ให้แก่ตนเองได้

2. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรทำการศึกษากับประชากรกลุ่มอื่น ๆ เช่น ผู้พักอาศัยในหอพักในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อขยายผลการศึกษาค้นคว้าให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กองนโยบายและแผนงาน สำนักงานวางผังและพัฒนาเมือง กรุงเทพมหานคร. (2562).

หอพักในเขตกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2561. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก:

<https://webportal.bangkok.go.th/upload/user/00000354/plan/report/02.pdf>.
(2566, 17 กุมภาพันธ์)

กิตติพงษ์ กันหา. (2564). การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเพื่อให้แนวทางการดูแลผู้สูงอายุ ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (covid-19) ให้กับประชาชนที่มาใช้บริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ตำบลบางหญ้าแพรก อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. ปริญญาเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจรัลพงษานุรักษ์.

คณะกรรมการ5ส บริษัท มหาสารคามเบเวอเรจ จำกัด. (2562). **คู่มือ 5ส สำหรับพนักงาน สะสาง สะดวก สะอาด อยุ่ขาดมาตรฐาน 5ส ยั่งยืนนาน ด้วยMSB มีวินัย**. มหาสารคาม: คณะกรรมการ5ส บริษัท มหาสารคามเบเวอเรจ จำกัด.

คุณเก่ง. (นามสมมุติ). (2565). เจ้าของหอพัก C.H.เฮาส์. **สัมภาษณ์**, 28 กรกฎาคม 2565.

ณัฏพร วรคุณพิเศษ และณฤมล ศิริวงษ์. (2556). การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วารสารวิจัยทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

8(2): 48-58.

ประมะ สตะเวทิน. (2546). **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

- พลพงษ์ นกน้อย. (2562). พฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TiKToK) ของผู้ใช้กลุ่ม Generation Y ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รณิดา อัจฉลภ. (2562). ความพึงพอใจและพฤติกรรมการมีส่วนร่วม Challenge ในแอปพลิเคชัน TiKToK ของผู้ใช้ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สมวรร ธนศรีพนิชชัย. (2557). เอกสารประกอบการสอน วิชาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ทางธุรกิจ ด้วยคอมพิวเตอร์ Business Printing Media Design by Computer. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก:
<https://academic.udru.ac.th/~samawan/BC10104.php?fbclid=IwAR1TJps3da9Bz6TcAPm5ZK1t0RLKks4B7V1V7zCipUYj1SsSN8VXw1cC21U>. (2565, 31 สิงหาคม)
- สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2552). คู่มือ 5ส. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- สุพิน ปัญญามาก และสมภพ โรจนพันธ์. (2539). เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตงาน ประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 6. (พิมพ์ครั้งที่ 6). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุรสิทธิ์ วิทยาธิรัฐ. (2549). การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์=Printed media. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- อารี สุทธิพันธ์. (2521). การออกแบบ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- Rovinelli, R. J. & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*. 2(1): 49-60.
-