บทที่ 2
การรวบรวมวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นดนตรีจีนของชุมชนบางหลวง เทศบาลตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับชุมชนแล้วนำผลที่ได้มาสร้าง 1) มัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่มีความสามารถในการสื่อสารเชิงวัฒนธรรมดนตรีจีนบางหลวง และ 2) เรขศิลป์ที่สามารถสื่อสารเชิงวัฒนธรรมดนตรีจีนบางหลวง คณะผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. การสื่อสารและการสื่อสารเชิงวัฒนธรรม
2. หลักสูตรฝึกอบรม
3. การประเมินตามสภาพจริง
4. มัคคุเทศก์
5. การออกแบบเรขศิลป์
6. ภาพลักษณ์และเอกลักษณ์
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การสื่อสารและการสื่อสารเชิงวัฒนธรรม

1. ความหมายของการสื่อสารและการสื่อสารเชิงวัฒนธรรม

คำว่า “การสื่อสาร” ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Communication” และมีผู้ให้นิยามความหมายไว้ต่าง ๆ ดังนี้

วอเรน ดับเบิลยู วีเวอร์ (1949) กล่าวว่า “การสื่อสาร” ในที่นี้มีความหมายกว้างและครอบคลุมที่จิตใจของคน กล่าวคือการสื่อสารของคน ๆ หนึ่งอาจมีผลต่อจิตใจของคนอีกคนหนึ่ง การสื่อสารจึงไม่หมายความแต่เพียงการเขียน และการพูดเท่านั้น หากแต่ยังรวมไปถึง ดนตรี ภาพ การแสดง และพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์

อลิสโตเติล (Aristotle) ได้ให้คำจำกัดความของการศึกษาวิชาวาทศิลป์ (rhetoric) หรือการสื่อสาร (communication) ว่าคือการแสวงหา วิธีการชักจูงใจที่พึงมีอยู่ทุกรูปแบบ

จากคำนิยามดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงพอสรุปได้ว่า การสื่อสารคือกระบวนการของการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสารไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้รับสาร โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ สิ่งของ ดนตรี ภาพ และการแสดง เป็นต้น

สรุปความหมายของการสื่อสารเชิงวัฒนธรรม คือ การใช้การสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ ให้เป็นประโยชน์ต่อวัฒนธรรม และผู้ที่ทำหน้าที่สื่อสารเรื่องวัฒนธรรมของชุมชนได้ดีที่สุดคือคนภายในชุมชนเอง เพราะเป็นเจ้าของวัฒนธรรม ซึ่งการสื่อสารเชิงวัฒนธรรมนั้นสามารถนำมาใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวของชุมชนได้ ซึ่งในงานวิจัยนี้ถือว่าผู้ที่จะทำหน้าที่สื่อสารและถ่ายทอดเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของตนให้แก่นักท่องเที่ยวได้ดีที่สุดคือ คือ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นทูตทางวัฒนธรรม

2. ความสำคัญของการสื่อสารเชิงวัฒนธรรม

การสื่อสารเชิงวัฒนธรรมมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นการสื่อสารในลักษณะผสมผสานทั้งด้านการใช้ภาษา การใช้ท่าทาง การใช้น้ำเสียงที่แสดงออกมาควบคู่กับลักษณะทางวัฒนธรรม คือ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิถีชีวิต และคุณค่าต่าง ๆ ในชีวิตของคู่สื่อสาร ซึ่งจะเป็นทั้งส่วนที่ส่งเสริม หรืออุปสรรคของการสื่อสาร จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจเพื่อให้เกิดการสื่อสารที่ดีระหว่างกัน ซึ่งหากสามารถสร้างให้เกิดการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่มีคุณภาพได้ก็จะส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวไทย

3. ประเภทของสื่อเพื่อการพัฒนา

ในการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นจำเป็นต้องใช้สื่อเป็นเครื่องมือเพราะสื่อจะต้องทำหน้าที่เชื่อมโยงผู้ส่งสารกับผู้รับสารเข้าด้วยกัน สื่อจะเป็นตัวนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่รับสาร โดยปกติสื่อในการสื่อสารแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) สื่อบุคคล (personal media) หมายถึง ตัวคนที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารกับผู้รับสารในลักษณะเผชิญหน้า การใช้สื่อบุคคลในการสื่อสารอาจกระทำได้ทั้งในลักษณะสนทนาผู้รับสารเพียงคนเดียว หรือในรูปของการประชุมกลุ่มผู้รับสาร สื่อบุคคลในการพัฒนา ได้แก่ นักพัฒนาชุมชน เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร เป็นต้น (สื่อบุคคลในการวิจัยนี้ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ป่าไม้อำเภอ นายอำเภอ ครูกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน พระสงฆ์ ชาวบ้าน เป็นต้น 2) สื่อเฉพาะกิจ (special temporary) หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะ และจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม ตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ หนังสือคู่มือ วารสาร โปสเตอร์ สไลด์ นิทรรศการ วีดิทัศน์ ละครหุ่น วิทยุกระจายเสียงตามสายหรือหอกระจ่ายข่าว เป็นต้น 3) สื่อมวลชน (mass media) หมายถึง สื่อที่สามารถนำข่าวสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารซึ่งประกอบไปด้วยคนจำนวนมากได้อย่างรวดภายในเวลาเดียวกัน หรือในเวลาใกล้เคียงกัน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร และภาพยนตร์

จากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องการสื่อสารและการสื่อสารเชิงวัฒนธรรม ทำให้ผู้วิจัยเห็นความสำคัญของการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารของคนในชุมชนบางหลวงเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมภูมิปัญญาดนตรีจีนของตนเอง อันส่งผลต่อการท่องเที่ยวในชุมชนบางหลวง โดยผ่านมัคคุเทศก์ท้องถิ่นทำหน้าที่เป็นผู้สื่อสารในฐานะเจ้าบ้าน ซึ่งจำเป็นต้องมีความสามารถและทักษะในการสื่อสารวัฒนธรรมดนตรีจีนไปยังผู้มาเยือนได้อย่างชัดเจน

หลักสูตรฝึกอบรม

1. ความหมายของการฝึกอบรม

อรุณ รักธรรม (2537) อธิบายความหมายของการฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมการเรียนรู้ที่ก่อให้เกิดหรือเพิ่มพูน ปรับปรุงความรู้ (knowledge) ความเข้าใจ (understanding) ทักษะความชำนาญ (skill) และเจตคติ (attitude) อันจะมีผลไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการปฏิบัติการให้ดียิ่งขึ้น

ประทีป อภิสิทธิ์ (2538) กล่าวว่า การฝึกอบรม คือ การทำให้คนเหมาะสมกับงาน ตำแหน่งหน้าที่ อาชีพ (to make people fit for the job)

สมคิด บางโม (2538, หน้า 14) การฝึกอมรม หมายถึง กระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบุคคล โดยมุ่งเพิ่มความรู้ (knowledge) ทักษะ (skill) และทัศนคติ (attitude) อันนำไปสู่การยกมาตรฐานการกระทำให้สูงขึ้น

สมพงศ์ เกษมสิน (2538) ให้ความหมายของการฝึกอบรมว่า การฝึกอบรม หมายถึง กรรมวิธีต่าง ๆ ที่จะเพิ่มพูนความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์เพื่อให้คนในหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง สามารถปฏิบัติหน้าที่อยู่ในความรับผิดชอบได้ดียิ่งขึ้น

สมชาติ กิจยรรยง และอรจรีย์ ณ ตะกั่วทุ่ง (2539, หน้า 13) ได้ให้ความหมายของการฝึกอบรม คือ กระบวนการในการเรียนการสอนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ เสริมสร้างทักษะและแลกเปลี่ยนทัศนคติตามความมุ่งหวังที่กำหนดไว้ อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

ณัฐิเทพ พิทักษารุรัตน์ (2542, หน้า 2) การฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการใช้เทคนิควิธีการที่จะเพิ่มพูนสมรรถภาพการทำงานของบุคลากร ที่จะปฏิบัติในองค์กรต่าง ๆ ในด้านความรู้ทักษะ เจตคติและนิสัยในการปฏิบัติงาน ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น บรรลุสู่เป้าหมายโดยเน้นการนำไปใช้ในทันทีทันใดให้เกิดผลสำเร็จตามที่วางไว้

วิจิตร อาวะกุล (2542, หน้า 2) การฝึกอบรม หมายถึง การพัฒนาหรือฝึกฝนอบรมให้บุคคลให้เหมาะหรือเข้ากับงานหรือการทำงาน

ดังที่กล่าวมาข้างต้น จึงสรุปได้ว่า การฝึกอบรมมีความหมายโดยนัยด้วยกัน 4 ข้อ คือ 1) การอบรมเป็นวิธีการที่จะทำให้คนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม 2) พฤติกรรมก่อนได้รับการอบรมกับหลังได้รับการอบรม จะต้องเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมตามสมควร 3) ถ้าก่อนกับหลังการอบรมไม่มีการเปลี่ยนแปลงเลย แสดงว่ากระบวนการอบรมยังไม่เกิดผล และ 4) ถ้าต้องการเพิ่มเติมความสามารถหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนอาจทำได้โดยการฝึกอบรมที่ถูกหลักวิธี

ดังนั้น การฝึกอบรมจึงกล่าวได้ว่า หมายถึง กระบวนการที่จัดทำขึ้น เพื่อให้บุคคลหรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้เกิดการเรียนรู้ มีทักษะความชำนาญในการปฏิบัติงาน และมีทัศนคติที่ดีต่องาน เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ จนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้เป็นไปตามที่ต้องการ โดยจัดขึ้นในช่วงระยะเวลาและทรัพยากรที่จำกัด อันจะทำให้มาตรฐานการทำงานสูงขึ้น หรือมีประสิทธิภาพมากขึ้นจนทำให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้

2. วัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม

มีนักวิชาการหลายท่าน ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมไว้ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ (ทวีป อภิสิทธิ์, 2536, หน้า 24-26; สมคิด บางโม, 2539, หน้า 5; นิรันดร์ จุลทรัพย์, 2542, หน้า 6-7)

2.1 เพื่อเพิ่มพูนความรู้ (knowledge) ซึ่งความรู้เป็นพื้นฐานในการนำไปสู่ความเข้าใจเพื่อให้มีความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะได้ดี

2.2 เพื่อเพิ่มพูนทักษะหรือความชำนาญ (skill) ทักษะหรือความชำนาญในการทำงานหมายถึง ความคล่องแคล่วในการปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งได้ถูกต้อง

2.3 เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (attitude) ซึ่งเป็นพื้นฐานทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคล

3. ความสำคัญของการฝึกอบรม

สมคิด บางโม (2539, หน้า 15-16) ได้กล่าวถึงความจำเป็นที่องค์กรต่าง ๆ ต้องจัดให้มีการฝึกอบรมเพราะสาเหตุต่าง ๆ คือ 1) เพื่อความอยู่รอดขององค์การ เพราะปัจจุบันมีสภาพการแข่งขันระหว่างองค์การรุนแรงมาก การฝึกอบรมจะช่วยให้องค์การเข้มแข็ง และช่วยให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงานยิ่งขึ้น 2) เพื่อให้องค์การเจริญเติบโตมีการขยายการผลิต การขาย และการขยายงานด้านต่าง ๆ ออกไป ในการนี้จำเป็นต้องสร้างบุคคลที่มีความสามารถเพื่อจะรองรับงานเหล่านั้น 3) เมื่อรับพนักงานใหม่จำเป็นต้องให้รู้จักองค์การเป็นอย่างดีในทุก ๆ ด้าน และต้องฝึกอบรมให้รู้วิธีการทำงานขององค์การแม้จะมีประสบการณ์มาจากที่อื่นแล้วก็ตามเพราะสภาพการทำงานในแต่ละองค์การย่อมแตกต่างกัน 4) ปัจจุบันเทคโนโลยีเจริญก้าวหน้าไปรวดเร็วมาก จึงจำเป็นต้องฝึกอบรม

พนักงานให้มีความรู้ทันสมัยเสมอ ถ้าพนักงานมีความคิดล้าหลังองค์การก็จะล้าหลังตามไปด้วย 5) เมื่อพนักงานทำงานมาเป็นเวลานานจำทำให้เฉื่อยชา เบื่อหน่าย ไม่กระตือรือร้น การฝึกอบรมจะช่วยกระตุ้นให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น และ 6) เพื่อเตรียมพนักงานสำหรับตำแหน่งใหม่ที่สูงขึ้น โดยย้ายงานหรือแทนคนที่ออกไป

จากความหมายและความสำคัญของการฝึกอบรมได้เน้นและสนับสนุนให้ผู้ที่เข้ารับการฝึกอบรมเกิดกระบวนการเรียนรู้ เพิ่มความรู้ในส่วนที่จำเป็นเพื่อเป็นพื้นฐานในการพัฒนาในเรื่องที่ต้องการฝึกอบรม เพิ่มพูนทักษะหรือความชำนาญเฉพาะเรื่อง รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้เข้ารับการอบรม

4. ขั้นตอนการฝึกอบรม

การฝึกอบรมประกอบด้วย 5 ขั้นตอนดังนี้ อ้อม ประนอม (2540, หน้า 8)

4.1 การหาความจำเป็นในการฝึกอบรม ซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่

4.1.1 การหาและรวบรวมข้อเท็จจริง โดยการสังเกต การสัมภาษณ์ การใช้แบบสอบถาม การสำรวจ การทดสอบ การศึกษาจากเอกสาร ฯลฯ

4.1.2 การวิเคราะห์ข้อเท็จจริงที่หามาได้ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่ง อาจจะอยู่ในรูปของตัวเลขทางสถิติ หรือข้อความก็ได้

4.1.3 การพิจารณาคัดเลือกปัญหาที่สามารถแก้ไขได้ด้วยการฝึกอบรม ซึ่งอาจแยกแยะออกเป็นวิชา แต่ละวิชาที่จะฝึกอบรมควรมีเนื้อหาอย่างไรบ้าง และนำหลาย ๆ วิชานั้นมารวมกันเป็นหลักสูตร

4.2 การกำหนดหลักสูตรฝึกอบรมและโครงการฝึกอบรม ประกอบด้วย

4.2.1 การกำหนดวัตถุประสงค์การฝึกอบรม ซึ่งวิจิตร อาวะกุล (2540, หน้า 111-112) ได้เสนอลักษณะของวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมที่ดีไว้คือ ต้องระบุพฤติกรรมที่คาดหวังจะให้เกิดขึ้นในตัวผู้เข้ารับการอบรมหลังจากได้สอนวิชานั้น ๆ จบแล้ว ต้องมุ่งไปที่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นหลัก ใช้คำที่บ่งบอกพฤติกรรมที่ชัดเจนไม่กำกวม จะต้องช่วยให้วิทยากรมองเห็นวิธีการจัดประสบการณ์ในการเรียนรู้ จะต้องช่วยให้วิทยากรมองเห็นพฤติกรรมของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่จะต้องแสดงออก อันจะนำไปสู่การปรับปรุงและการประเมินผล จะต้องระบุเกณฑ์ขั้นต่ำของพฤติกรรมที่คาดหวัง

4.2.2 การกำหนดหลักสูตรฝึกอบรม ลักษณะของหลักสูตรฝึกอบรมที่ดีนั้น อ้อม ประนอม (2540, หน้า 9) ได้กล่าวไว้ว่า หลักสูตรนั้นเกิดจากการวิเคราะห์หาความจำเป็นในการฝึกอบรมว่าตรงกับความต้องการของผู้เข้ารับการอบรมเพียงใด หลักสูตรการอบรมบอกได้ว่า

หลังจากการฝึกอบรมแล้ว ผู้เข้ารับการอบรมจะเกิดความรู้ ทัศนคติ และสามารถนำความรู้ไปปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นหลักสูตรฝึกอบรมที่เน้นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ซึ่งกันและกัน เป็นหลักสูตรฝึกอบรมที่จัดหลากหลาย มีเทคนิคการถ่ายทอดความรู้หลายแบบ เป็นหลักสูตรที่เน้นการประเมินผล และติดตามผลการอบรมว่าทำอย่างไร ผู้เข้ารับการอบรมได้นำความรู้ไปพัฒนางานมากน้อยเพียงใด

4.2.3 การเลือกเนื้อหาสำหรับการฝึกอบรม โดยการเลือกเนื้อหาวิชาสำหรับการฝึกอบรมที่ดีนั้น ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และนโยบายในการฝึกอบรมว่า มีความต้องการให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ในเรื่องอะไร กมล อดุลพันธุ์ (2536, หน้า 149) กล่าวว่า ในการกำหนดหลักสูตรและหัวข้อวิชา หัวหน้าโครงการฝึกอบรมควรจะประสานงานและรับฟังความคิดเห็นจากวิทยากรที่เกี่ยวข้องร่วมกันพิจารณากำหนด ในการกำหนดหลักสูตรนอกจากจะมีวิชาหลักแล้ว ก็ควรมีวิชาประกอบที่ควรทราบเป็นการเสริมวิชาหลัก

4.2.4 การกำหนดโครงการฝึกอบรม ความหมายของโครงการฝึกอบรมนั้น สมชาย กิจยรรยง และอรจรีย์ ณ ตะกั่วทุ่ง (2539, หน้า 92) ได้ให้ความหมายไว้ว่า โครงการฝึกอบรม หมายถึง การกำหนดหลักสูตร ขั้นตอน วิธีการ ตลอดจนแนวปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม โครงการฝึกอบรม มีองค์ประกอบดังนี้ 1) ชื่อโครงการฝึกอบรม 2) หลักการและเหตุผล 3) วัตถุประสงค์และเป้าหมาย 4) หลักสูตรในการฝึกอบรม 5) คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกบรม 6) จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม 7) วัน เวลา และสถานที่ฝึกอบรม 8) แนวทางในการดำเนินการฝึกอบรม 9) วุฒิบัตร/ประกาศนียบัตร 10) ผู้รับผิดชอบโครงการฝึกอบรม 11) งบประมาณการฝึกอบรม 12) รายชื่อวิทยากร 13) รายชื่อผู้เข้ารับการฝึกอบรม 14) การประเมินผลโครงการ และ 15) ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

4.3 การดำเนินการฝึกอบรม เป็นขั้นตอนในการปฏิบัติงานตามโครงการที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งผู้มีหน้าที่รับผิดชอบโครงการฝึกอบรมจะต้องควบคุมดูแลให้ผู้มีหน้าที่ต่าง ๆ ในการฝึกอบรมได้ปฏิบัติงานตามแนวทางที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้านั้นแล้ว ในกรณีที่เกิดเหตุขัดข้องที่เป็นอุปสรรคต่อการฝึกอบรมโดยไม่ได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้าจะได้แก้ไขได้ทันท่วงที

4.4 การประเมินการฝึกอบรม เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในกระบวนการฝึกอบรมทำให้ทราบว่าการฝึกอบรมนั้นมีผลเป็นอย่างไร บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้หรือไม่ คุ้มค่ากับงบประมาณที่ใช้จ่ายไปหรือไม่ ประโยชน์ที่ได้รับเป็นอย่างไร ตลอดจนเก็บข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการปรับปรุงแก้ไขในการฝึกอบรมครั้งต่อไป วิธีการและรูปแบบการประเมินผลการฝึกอบรมมีหลายรูปแบบ การเลือกใช้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการประเมินของผู้ประเมิน

4.5 การติดตามผลการฝึกอบรม เป็นการติดตามดูว่า ผู้ที่ผ่านการฝึกอบรม มีความคงทนของผลการฝึกอบรมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผู้รับผิดชอบโครงการฝึกอบรมจะต้องดำเนินการติดตามผล

การฝึกอบรมภายหลังจากการฝึกอบรมในช่วงระยะเวลาที่เหมาะสม และเปรียบเทียบผลที่ได้กับวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในการฝึกอบรม ซึ่งถ้าหากเกิดความเปลี่ยนแปลง เบี่ยงเบนไปจากเป้าหมายมากก็อาจมีความจำเป็นที่จะต้องจัดการฝึกอบรมซ้ำอีก

5. เทคนิคการฝึกอบรม

สมคิด บางโม (2539, หน้า 81-91) ได้กล่าวว่า เทคนิคการฝึกอบรม หมายถึง วิธีการถ่ายทอดความรู้ ทักษะ และทัศนคติเพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้เรียนรู้มากที่สุดในเวลาที่จำกัด ซึ่งเทคนิคการฝึกอบรมสมารถแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

5.1 การใช้วิทยากรเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ ได้แก่ การบรรยาย (lecture) การอภิปรายเป็นคณะ (panal discussion) การประชุมปาฐกถาหรือการประชุมวิชาการ (symposium) การสาธิต (demonstration) การสอนงาน (coaching)

5.2 การให้ผู้เข้ารับการอบรมเป็นศูนย์ของการเรียนรู้ ได้แก่ การระดมสมอง (brain storming) การประชุมกลุ่มย่อย (buzz session) กรณีศึกษา (case study) การประชุมแบบฟอร์ม (forum) เกมการบริหาร (management games) การแสดงบทบาทสมมติ (role playing) การสัมมนา (seminar) ทัศนศึกษา (field trip) การประชุมปฏิบัติการ (work shop) การฝึกประสาทสัมผัส (sensitivity training) การอภิปรายกลุ่มย่อย (group discussion) การใช้กิจกรรมนันทนาการ (recreational activity)

6. การประเมินผลการฝึกอบรม

สมชาย กิจยรรยง และอรจรีย์ ณ ตะกั่วทุ่ง (2539, หน้า 217) ได้ให้ความหมายการประเมินผลในความหมายของการฝึกอบรมว่า หมายถึง การวัดและการค้นหาคุณค่าที่ได้จากการฝึกอบรม ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เข้ารับการฝึกอบรมเพื่อเป็นข้อมูลย้อนกลับ (feedback) ให้แก่ผู้บริหารและผู้จัดการฝึกอบรม เพื่อเป็นการควบคุม ปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพของการฝึกอบรมและเพื่อประโยชน์สูงสุดแก่องค์การ

วิจิตร อาวะกุล (2540, หน้า 246) ได้กำหนดสิ่งที่ควรประเมินในระหว่างการฝึกอบรม คือ 1) สถานภาพการฝึกอบรมในระหว่างการอบรม ได้แก่ บรรยากาศในห้องอบรม ความพร้อมเพรียงของอุปกรณ์ เจ้าหน้าที่ ฯลฯ 2) วิทยากรผู้อบรม ได้แก่ ความรู้ความสามารถในการสอนมากน้อยเพียงใด วิธีการสอนตรง เหมาะสมกับหัวข้อวิชาหรือไม่ ฯลฯ 3) ผู้เข้ารับการฝึกอบรม ได้แก่ ความสนใจในการรับการอบรม พฤติกรรมที่แสดงออกขณะอบรม ความรู้ ทัศนคติ ทักษะเพิ่มขึ้น ฯลฯ 4) หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรตรงตามวัตถุประสงค์หรือไม่ ความมากหรือน้อยของเนื้อหาวิชา เอกสาร

ประกอบการอบรมเหมาะสมหรือไม่ ฯลฯ และ 5) สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ในการฝึกอบรม ได้แก่ ความพร้อม ความเหมาะสมอื่น ๆ อาหาร ที่พัก ฯลฯ

กล่าวโดยสรุป การฝึกอบรมเป็นกระบวนการที่องค์การจัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะที่ต้องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เข้ารับการฝึกอบรมให้เป็นไปตามที่ต้องการ ประกอบด้วยขั้นตอนการฝึกอบรม เทคนิคการฝึกอบรม และการประเมินผลการฝึกอบรม

7. องค์ประกอบของหลักสูตรฝึกอบรม

ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงองค์ประกอบของหลักสูตรฝึกอบรมสรุปได้ว่า (วิจิตร อาวะกุล, 2540, ณัติเทพ พิทักษานุรัตน์, 2542) องค์ประกอบที่นับว่าเป็นส่วนสำคัญของการฝึกอบรมควรประกอบด้วย

7.1 ผู้เข้ารับการอบรม ควรพิจารณาจากผู้มีความต้องการและสนใจ ผู้มีความจำเป็นต้องเข้ารับการฝึกอบรม ความพร้อมของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ความสามารถในการเรียนรู้ภูมิหลัง ฯลฯ

7.2 หลักสูตรเหมาะสม พิจารณาจากหลักสูตรที่สามารถแก้ปัญหาองค์การ วัตถุประสงค์ เนื้อหาสาระของแต่ละวิชา ระยะเวลาที่แน่นอนเหมาะสม ฯลฯ

7.3 วิทยากรฝึกอบรมที่มีความสามารถ พิจารณาจากมีความรู้ ความสามารถในการถ่ายทอด มีความรู้ความสามารถในวิชาการ ทัศนคติต่อการอบรม ฯลฯ

7.4 ความเหมาะสมของสถานที่ฝึกอบรม พิจารณาจากสภาพแวดล้อมที่สะดวกสบาย มีความสะอาด จูงใจให้เกิดความต้องใจรับการฝึกอบรม ฯลฯ

กล่าวโดยสรุปองค์ประกอบของหลักสูตรฝึกอบรมควรประกอบด้วยวัตถุประสงค์ เนื้อหาและกิจกรรมฝึกอบรม วิธีการฝึกอบรม การประเมินการอบรม ตลอดจนปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ วิทยากร ผู้เข้ารับการฝึกอบรม สถานที่ เป็นต้น

8. กระบวนการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม

สุมิตร คุณากร (อ้างใน ณัติเทพ พิทักษานุรัตน์, 2542, หน้า 56) ได้ให้แนวทางหรือกระบวนการพัฒนาหลักสูตรไว้ 5 ขั้นตอนคือ 1) การกำหนดวัตถุประสงค์ของหลักสูตร 2) การเลือกการจัดเนื้อหาวิชาและเทคนิคการฝึกอบรม 3) การนำหลักสูตรไปใช้ 4) การปรับปรุงหลักสูตร และ 5) การประเมินผล

สรุปได้ว่า กระบวนการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม ประกอบด้วย การกำหนดวัตถุประสงค์ การจัดเนื้อหาสาระ และวิธีการฝึกอบรม การนำหลักสูตรไปใช้ การปรับปรุงหลักสูตร และการประเมินผลหลักสูตรเป็นขั้นตอนสุดท้าย

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ห้องสมุดงานวิจัย

การประเมินตามสภาพจริง

การประเมินตามสภาพจริง (authentic assessment) นั้น สมศักดิ์ สินธุระเวชญ์ (2545, หน้า 27-30) ได้กล่าวว่า การประเมินตามสภาพจริง หมายถึง การประเมินผลที่ผู้ประเมินพยายามจะสะท้อนให้เห็นถึงการปฏิบัติ (performance) ของผู้ถูกประเมินโดยตรง เน้นการประเมินทักษะการคิดระดับสูงในการทำงาน ความร่วมมือในการแก้ปัญหาและการประเมินตนเอง เป็นการสะท้อนให้เห็นการสังเกตสภาพการทำงานของบุคคลและสิ่งที่บุคคลได้ปฏิบัติจริง ซึ่งในการปฏิบัติงานจริงจะต้องใช้การสังเกต 2 ประการ คือ 1) ความสามารถและทักษะเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน โดยมีจุดมุ่งหมาย 2 ส่วนคือ วิธีการ (procedure) และผลงาน (products) และ 2) การวัดทางด้านพฤติกรรม โดยวัดจากความตั้งใจในการทำงาน ความรับผิดชอบ การให้ความร่วมมือ ความสนใจ ความมีวินัยในตนเอง เป็นต้น

การประเมินผลการปฏิบัติงานจริงจะใช้การสังเกต เพราะการสังเกตทำให้สามารถเรียนรู้เรื่องราวของผู้เรียนแต่ละคนได้ ซึ่งวิธีการสังเกตอาจใช้วิธีการดังนี้

1. การสังเกตโดยตรง (direct observation) ผู้สอนจะได้ข้อมูลที่ดีจากผู้เรียนว่า ผู้เรียนมีความรอบรู้ตามผลการเรียนหรือไม่ ซึ่งสามารถสังเกตตามกรอบที่กำหนดไว้หรือไม่ต้องมีกรอบก็ได้ ซึ่งการสังเกตไม่มีกรอบ ควรจะมีลักษณะคือ ไม่ต้องระบุกำหนดผลการเรียนรู้ที่ต้องการวัด ใช้เครื่องมือเพื่อบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ในกระดาษเปล่า อาจจะสังเกตผู้เรียนคนใดก็ได้ ขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะสังเกต การสังเกตอาจมีหรือไม่มีกำหนดการก็ได้ ผู้เรียนที่ถูกสังเกตอาจจะตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ได้

2. การสัมภาษณ์ (interview) เป็นวิธีการที่ดีที่สุดทำให้รู้ว่า เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในตอนที่ผู้สอนไม่ได้สังเกตด้วยตนเองนั้นเป็นอย่างไร การสัมภาษณ์มีวิธีการดำเนินการ คือ 1) เตรียมคำถามหลาย ๆ แบบ 2) เตรียมการบันทึกการสัมภาษณ์ 3) กำหนดเวลาสัมภาษณ์ให้เหมาะสม 4) ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย 5) ใช้คำถามที่เตรียมไว้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ 6) ต้องตั้งใจฟังผู้ให้สัมภาษณ์ และติดตามไปด้วย 7) รู้จักป้อนคำถาม 8) อย่าเอาอารมณ์ไปเกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์ และ 9) จดใจความสำคัญให้ถูกต้องตามความเป็นจริง

3. การเขียนรายงาน (self-report) เป็นการให้ผู้เรียนเขียนรายงานเกี่ยวกับพฤติกรรมของตนเอง

4. ผู้เรียนสังเกตกันและกัน (peer review) เป็นการให้ผู้เรียนสังเกตซึ่งกันและกัน แล้วรายงานผลการสังเกต

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
ห้องสมุดงานวิจัย
วันที่ 13 พ.ย. 2555
เลขทะเบียน 249789
เลขเรียกหนังสือ

นอกจากนี้ สมศักดิ์ สินธุระเวชญ์ (2545, หน้า 78-79) ได้กล่าวถึงการวัดด้านทักษะกระบวนการไว้ว่า มาตรฐานการเรียนรู้ด้านทักษะกระบวนการ เป็นมาตรฐานที่ผู้เรียนเมื่อผ่านกระบวนการเรียนรู้แล้วควรจะทำได้ มาตรฐานนี้จึงเป็นเรื่องของการปฏิบัติ

ทักษะ (skill) หมายถึง ระดับความคล่องแคล่วในการประกอบกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งให้ดำเนินไปอย่างต่อเนื่องตามลำดับ ลักษณะของทักษะจะต้องมีการตอบสนองที่ต่อเนื่องเป็นลูกโซ่ มีการเคลื่อนไหวที่ผสมผสานกันและรูปแบบของการตอบสนองมีลักษณะเฉพาะ หลักเกณฑ์ในการพิจารณาพฤติกรรมการตอบสนองของบุคคลว่าถึงขั้นเป็นทักษะหรือไม่นั้นจะพิจารณาจากองค์ประกอบดังนี้ 1) ความถูกต้องและความรวดเร็วในการกระทำ (accuracy and speed) และ 2) การประสานสัมพันธ์กันอย่างดี (coordination)

ทักษะแบ่งเป็นหลายระดับ ได้แก่ ทักษะง่าย ๆ เช่น การพิมพ์ดีด ฯลฯ ทักษะประยุกต์ผสม เช่น เทนนิส กอล์ฟ ฯลฯ และทักษะประยุกต์ที่ซับซ้อน เช่น ยิมนาสติก ฯลฯ

กระบวนการ หมายถึง กรรมวิธีหรือลำดับการกระทำซึ่งดำเนินการต่อเนื่องไปจนสำเร็จลงณ ระดับหนึ่ง เช่น กระบวนการแก้ปัญหา กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ กระบวนการตัดสินใจ กระบวนการออกแบบ กระบวนการทางภาษา เป็นต้น

มัคคุเทศก์

มัคคุเทศก์นั้นมีความหมายที่สำคัญ ซึ่งรวบรวมได้ดังนี้

ราชบัณฑิตยสถาน (2542, หน้า 849) ได้ให้ความหมายของคำว่า มัคคุเทศก์ หมายถึง ผู้นำทาง ผู้ชี้ทาง ผู้บอกทาง

ความหมายในมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 หมายถึง ผู้นำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ และให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เกี่ยวกับสถานที่หรือบุคคลโดยได้รับค่าตอบแทน

มัคคุเทศก์ แห่งพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ 1) นำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ 2) ให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่และบุคคล และ 3) ได้รับค่าตอบแทน

มัคคุเทศก์ยังมีความหมายใกล้เคียงกับคำว่า courier (person who is paid to conduct parties of tourists) ซึ่งหมายถึง ผู้ได้รับค่าตอบแทนเพื่อที่จะชี้นำหรือนำทางให้กลุ่มนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ มัคคุเทศก์ หรือ guide อาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า tour guide, tourist guide หรือ tour leader ก็ได้เช่นกัน แต่โดยปกติแล้วคำว่า guide หรือ tourist guide ใช้หมายถึงมัคคุเทศก์ที่ทำหน้าที่ชมสถานที่ต่าง ๆ ส่วน courier และ tour leader ใช้กับมัคคุเทศก์ที่คอยอำนวยความสะดวก

แก่นักท่องเที่ยวในด้านการนำเที่ยว การพักแรม และการเดินทาง ซึ่งในปัจจุบันคำทั้ง 4 ใช้แทนกันได้ เนื่องจากมัคคุเทศก์ในปัจจุบันทำหน้าที่เป็นทั้งผู้นำเที่ยว เป็นทั้งผู้อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ด้านการพักแรม ด้านการรับประทานอาหาร ด้านการเดินทางและด้านอื่น ๆ คำที่นิยมใช้กันมากคือ guide กับ tour

ดังนั้น มัคคุเทศก์ (tourist guide) หรือที่เรียกย่อ ๆ ว่า ไกด์ (guide) จึงหมายถึง ผู้นำทาง ผู้ชี้ทางแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นคนต่างถิ่นให้ได้ทราบเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว

การออกแบบเรขศิลป์

1. ความหมายของการออกแบบเรขศิลป์

คำว่าเรขศิลป์ (graphic) นิยมใช้กันแพร่หลายในวงการออกแบบ เช่น การออกแบบเรขศิลป์การออกแบบกราฟิก (graphic design) คำว่า เรขศิลป์ หรือ กราฟิก ได้มีผู้นิยามหรือให้ความหมายไว้ด้วยกันหลายความหมาย ปัจจัยสำคัญคือความเจริญก้าวหน้าของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ความเจริญก้าวหน้าด้านศิลปวิทยาการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อระบบของการสื่อสาร เกิดรูปแบบของการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารที่หลากหลายทำให้เกิดการพัฒนาและสร้างสรรค์สื่อเรขศิลป์ที่มีความหลากหลายตามมาด้วย สื่อเรขศิลป์จึงเป็นสื่อกระแสหลักที่นักออกแบบใช้เป็นเครื่องมือในการส่งสารหรือข้อมูลในเชิงให้ความรู้และในเชิงพาณิชย์ โดยมีนิยามหรือความหมายดังนี้

วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2538, หน้า 14) ได้ให้ความหมายของการออกแบบเรขศิลป์ไว้ว่า คือ การใช้ความคิดและสามัญสำนึกในการทำงานที่ได้วางแผนไว้ให้ได้ตามความคาดหมายอย่างสมบูรณ์ การถ่ายทอดความคิดออกมาเป็นโครงสร้างระเบียบแบบแผนต่าง ๆ ทางทัศนสัญลักษณ์

วิรุณ ตั้งเจริญ (2545, หน้า 9) ได้กล่าวว่า การออกแบบเรขศิลป์ คือ การออกแบบที่เกี่ยวข้องกับการอ่านและดู ที่สัมพันธ์กับการยอมรับของประชากรให้ตอบสนองต่อสื่อที่มองเห็นด้วยทัศนะที่ดี เช่น การออกแบบหนังสือ นิตยสาร โฆษณา หีบห่อ ป้ายภาพยนตร์ โทรทัศน์ แผ่นพับ นิทรรศการ

พอล แรนด์ (Paul Rand) นักออกแบบเรขศิลป์ผู้มีชื่อเสียงในระดับโลก ได้กล่าวถึงการออกแบบเรขศิลป์ไว้ว่า คือ วิธีการดึงดูดรูปแบบและเนื้อหาออกมารวมกันการออกแบบสามารถเป็นได้ทั้งศิลปะและสุนทรียศาสตร์ ที่ควรเข้าใจง่าย (ปาพจน์ หนุนภักดี, 2553, หน้า 6)

การออกแบบเรขศิลป์ที่บันทึกโดยสถาบัน AIGA (1914 American Institute of Graphic Arts) โดย Jessica Helfand ได้นิยามเอาไว้ว่า งานเรขศิลป์คือการรวมกันของคำหลายคำ ภาพหลายภาพ โดยอาจเป็นภาพชนิดต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ตัวเลข แผนผัง ภาพถ่าย หรือภาพประกอบ

สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะเกิดเป็นผลสำเร็จหรือผลงานออกแบบที่ดีได้ด้วยความชัดเจนมีเอกลักษณ์หรือมีความเฉพาะตัวของนักออกแบบ ซึ่งเหมือนทำหน้าที่ประพันธ์ดนตรีขึ้นมาโดยใช้องค์ประกอบต่าง ๆ ทางศิลปะเป็นส่วนผสม ผู้ที่ทำหน้าที่ออกแบบจะมีหน้าที่นำสิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวมาจัดรวมกันไว้ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อให้ผลลัพธ์ออกมาเป็นงานที่ดูสนุกสนาน ดูน่าแปลกใจ หรือสร้างความจดจำให้ผู้พบเห็น (ปาพจน์ หนุนภักดี, 2553, หน้า 7)

Massimo Vignelli นักออกแบบหลายสาขาของชาวอิตาลี่ได้ให้ความเห็นว่า การออกแบบเรขศิลป์เปรียบเหมือนกับการจัดการข้อมูลอย่างเป็นระบบ โดยประกอบไปด้วยเรื่องต่าง ๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงความหมายให้ถูกต้อง การจัดการกับส่วนที่มีความซับซ้อนยุ่งยากต่อการทำความเข้าใจได้อย่างง่ายดาย (ปาพจน์ หนุนภักดี, 2553, หน้า 8)

สรุปได้ว่า การออกแบบเรขศิลป์เป็นการจัดองค์ประกอบและนำเสนอข้อมูลด้วยภาพประกอบ ข้อความ ตัวอักษร อย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดคุณค่าทางความงามภายใต้ทัศนะสื่อสารเพื่อเกิดการรับรู้และยอมรับจากกลุ่มเป้าหมาย

2. หน้าที่และความสำคัญของสื่อเรขศิลป์

อัลเลน เฮอร์บัท (Allen Herlbunt) สมาชิกของ The Art Directors Club ได้จำแนกหน้าที่หลักของนักออกแบบเรขศิลป์ไว้ในหนังสือ The Design Concept เป็น 3 ลักษณะดังนี้ (ปาพจน์ หนุนภักดี, 2553, หน้า 9)

1. เพื่อบอกเล่าหรือเรื่องราวรายละเอียดของสิ่งต่าง ๆ (to inform) เช่น สัญลักษณ์ในโรงพยาบาลที่ต้องการเข้าถึงแผนกต่าง ๆ อย่างรวดเร็วและชัดเจน โดยจะเป็นตัวช่วยลดความสับสนต่อตำแหน่งของแผนกต่าง ๆ

2. เพื่อแสดงลักษณะบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (to indentity) การออกแบบเรขศิลป์เกี่ยวข้องกับการสื่อสารบุคลิกของสิ่งนั้น ๆ ออกมาอย่างมีเอกลักษณ์ เช่น โปสเตอร์ต่อต้านสงครามอาจมีลักษณะที่ให้อารมณ์ที่จริงจังสะเทือนใจ

3. เพื่อการโน้มน้าวหรือชักจูง (to persuade) การออกแบบเรขศิลป์มีหน้าที่ในการขับเน้นข้อดีของสิ่งที่ต้องการสื่อสาร เช่น การออกแบบโลโก้ของธนาคารแห่งหนึ่ง ก็ควรใช้องค์ประกอบทางศิลป์ที่สื่อถึงความมั่นคง ซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ

วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2538) ได้ให้ความสำคัญของการออกแบบเรขศิลป์ไว้ว่า การออกแบบเรขศิลป์เป็นส่วนสำคัญที่มีบทบาทอย่างยิ่งต่อการออกแบบและกระบวนการผลิตสื่อที่ต้องการการสัมผัสรับรู้ด้วยตา (visual communication design) ได้แก่ หนังสือ นิตยสาร วารสาร แผ่นป้ายโฆษณา บรรจุภัณฑ์ แผ่นพับ แผ่นปลิว โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ฯลฯ นักออกแบบจะใช้วิธีการทางศิลปะและหลักการทางการออกแบบร่วมกันสร้างสรรค์รูปแบบสื่อเพื่อให้เกิดศักยภาพสูงสุด

ในการที่จะเป็นตัวกลางของกระบวนการสื่อความหมายระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร นักออกแบบเรขศิลป์จะต้องค้นหา รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ขบคิดแนวทางและวางรูปแบบที่ดีที่สุดในอันที่จะทำให้สื่อนั้นสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย (target group) ให้เกิดการรับรู้ยอมรับ และมีทัศนคติที่ดีต่อการตอบสนองสื่อที่มองเห็น (visual message) ใช้สำหรับกระบวนการสื่อสาร การเรียนรู้ การตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ เน้นวัตถุประสงค์ในแง่ของการสร้างสรรค์สื่อเพื่อการสื่อความหมาย รวมเรียกว่า เป็นงานออกแบบทัศนสื่อสาร (visual communication design) โดยสรุปความสำคัญของการออกแบบเรขศิลป์ได้ดังนี้

1) ช่วยจัดระเบียบของสาระข้อมูลให้มีความกระชับและชัดเจน

2) ช่วยให้ระบบการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารมีความฉับไวและรัดกุม

3) ช่วยสร้างสรรค์สัญลักษณ์ทางสังคมเพื่อการสื่อความหมายร่วมกัน

4) ช่วยพัฒนาระบบการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5) ทำให้ผู้ที่รับสารข้อมูลเกิดแนวคิดสร้างสรรค์จินตภาพได้ดี และมีแนวคิดสิ่งใหม่อยู่เสมอ

6) สนับสนุนและส่งเสริมการสร้างค่านิยมทางความงาม

7) ส่งเสริมความก้าวหน้าทางธุรกิจและการพัฒนาทางอุตสาหกรรม

3. องค์ประกอบในงานออกแบบเรขศิลป์

เนื่องจากรูปแบบเรขศิลป์เกิดขึ้นจากองค์ประกอบทางศิลปะหลายชนิดรวมกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องจำแนกองค์ประกอบของเรขศิลป์ที่แสดงออกในเชิง 2 มิติ โดยสรุปจากแนวคิดจากนักวิชาการได้ดังนี้ (วิรุณ ตั้งเจริญ, 2545; อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, 2541; วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์, 2538; ปาพจน์ หนุนภักดี, 2553)

3.1 ตราสัญลักษณ์ ซึ่งตราสัญลักษณ์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการออกแบบเรขศิลป์และการออกแบบเอกลักษณ์ขององค์กรหรือของสินค้าที่ต้องจดจำ และสร้างทัศนคติที่ดีต่อผู้บริโภค ตราสัญลักษณ์แต่ละแบบก็มีความเหมาะสมในการใช้งานในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ดังนั้นก่อนการออกแบบจึงควรมีการกำหนดเสียก่อนว่ามีตราสัญลักษณ์ประเภทใดบ้างที่มีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ให้เหมาะกับสินค้า รสนิยมผู้บริโภค หรือองค์กรนั้น ๆ ซึ่งก็จะเป็นส่วนช่วยให้เห็นทิศทางในการออกแบบ อีกทั้งช่วยให้ไม่ต้องเสียเวลาในการทดลองออกแบบตราสัญลักษณ์หลาย ๆ ประเภท สำหรับประเภทของตราสัญลักษณ์นั้นมีการแบ่งเป็นหลายทฤษฎี หลายแนวคิดโดยในที่นี้จะแบ่งประเภทของตราสัญลักษณ์ดังนี้

3.1.1 logo (เครื่องหมายอักษร) ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้ จะมีการใช้องค์ประกอบที่เป็นตัวอักษรเพียงอย่างเดียวโดยไม่มีการใช้องค์ประกอบที่เป็นภาพหรือองค์ประกอบทางการออกแบบอื่น เช่น จุด เส้น ฯลฯ ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้แบ่งให้ละเอียดได้ดังนี้

1) name-only mark ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้มีการใช้องค์ประกอบเป็นตัวอักษรทุกตัวของชื่อผู้ก่อตั้งองค์กรหรือชื่อที่ผู้บริหารองค์กรเลือกใช้ นับตราสัญลักษณ์ประเภทแรก ๆ ของยุคที่เริ่มมีการผลิตสินค้าออกมาเป็นตราสินค้า ซึ่งที่ผู้ผลิตจะใส่ลายมือชื่อ (ลายเซ็น) ของตนลงบนสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของสินค้า เพื่อให้ทราบถึงแหล่งผลิต ต่อมาเมื่อมีการผลิตในระบบอุตสาหกรรมทำให้สามารถผลิตสินค้าได้จำนวนมาก ๆ ในเวลาอันรวดเร็ว การลงลายมือชื่อจึงถูกแทนที่ด้วยการพิมพ์ลายมือชื่อนั้นและเมื่อเวลาผ่านไปหลาย ๆ ปีเข้า ลายมือนั้นก็ค่อย ๆ ได้รับการพัฒนาให้มีเอกลักษณ์มากขึ้น

2) initial letter mark ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้มีการใช้องค์ประกอบเป็นตัวอักษรที่เป็นตัวย่อของชื่อผู้ก่อตั้งองค์กรหรือชื่อที่ผู้บริหารองค์กรเลือกใช้ การใช้ตัวอย่างของชื่อนั้นอยู่ในวัฒนธรรมของชาวตะวันตกมานานแล้ว เมื่อมีการนำชื่อมาใช้เป็นตราสัญลักษณ์ก็ได้นำเอาวัฒนธรรมนั้นมาด้วย เมื่อมองดูเผิน ๆ ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้ดูเหมือนจะเป็นทางออกที่ดีของชื่อองค์กรที่ยาวหรืออ่านยาก

3.1.2 symbol (เครื่องหมายสัญลักษณ์) ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้จะมีการใช้องค์ประกอบที่เป็นภาพหรือองค์ประกอบทางการออกแบบอื่น เช่น จุด เส้น ฯลฯ โดยไม่มีการใช้องค์ประกอบที่เป็นตัวอักษรมาผสมกับภาพจนเป็นรูปร่างร่วมกัน แบ่งให้ละเอียดได้ดังนี้

1) allusive mark ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้มีการใช้องค์ประกอบเป็นภาพของสิ่งที่มีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กับประวัติ ประเภท หรือลักษณะพิเศษอื่นขององค์กรแล้วนำมานำเสนอในรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ขึ้น ส่วนใหญ่แล้วตราสัญลักษณ์ประเภทนี้จะเป็นมุขที่ “ดูออก” หรือเข้าใจง่ายสำหรับผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์กรอยู่แล้ว แต่สำหรับผู้ที่ไม่เคยรู้จักองค์กรมาก่อนอาจจะไม่สามารถเข้าใจความหมายของตราสัญลักษณ์นั้น จนกว่าจะได้รับทราบข้อมูลที่บอกถึงที่มา

2) abstract mark ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้มีการใช้องค์ประกอบเป็นภาพหรือองค์ประกอบทางการออกแบบอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ตัวอักษรที่สะท้อนประวัติ ปรัชญา หรือลักษณะพิเศษอื่นขององค์กร แล้วนำมาพัฒนาจนเกิดเป็นรูปร่างนามธรรม คือไม่สามารถดูออกว่าเป็นภาพของอะไร ส่วนใหญ่แล้วตราสัญลักษณ์ประเภทนี้จะเหมาะกับองค์กรขนาดใหญ่ที่มีกิจการหลายประเภท และแม้ว่าตราสัญลักษณ์ประเภทนี้จะมีลักษณะที่มีเอกลักษณ์แต่ก็ยากที่จะทำให้ผู้ดูเข้าใจและคุ้นเคย

3.1.3 combination mark (เครื่องหมายผสม) ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้จะมีการใช้องค์ประกอบทั้งที่เป็นภาพหรือองค์ประกอบทางการออกแบบอื่น ๆ ร่วมกับองค์ประกอบที่เป็นตัวอักษรมาผสมกันจนเป็นรูปร่างร่วมกัน ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้แบ่งได้ดังนี้

1) name symbol mark ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้มีการใช้องค์ประกอบคือตัวอักษรที่เป็นชื่อองค์กร แล้วนำมาบรรจุไว้ในเส้นรอบรูปที่เป็นรูปร่างง่าย ๆ เช่น วงรี วงกลม หรือสี่เหลี่ยม เป็นต้น

2) pictorial name mark ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้มีการใช้องค์ประกอบคือตัวอักษรที่เป็นชื่อองค์กรร่วมกับภาพหรือองค์ประกอบทางการออกแบบอื่น ๆ ที่มีรูปร่างโดดเด่น มีเอกลักษณ์ มีองค์ประกอบในส่วนที่เป็นภาพที่ค่อนข้างพิเศษจนแม้ว่าจะเอาตัวอักษรที่เป็นชื่อขององค์กรออกไป ก็ยังจดจำได้ว่าเป็นตราสัญลักษณ์ขององค์กรไหน

3) associative mark ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้มีการใช้องค์ประกอบคือตัวอักษรที่เป็นชื่อองค์กรร่วมกับองค์ประกอบที่เป็นภาพอย่างเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยจะแยกองค์ประกอบทั้ง 2 ประเภทออกจากกันไม่ได้ และภาพที่นำมาใช้เป็นองค์ประกอบนั้นมักจะเน้นการสะท้อนให้เห็นถึงประเภทขององค์กร ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้หลายอันเป็นตราสัญลักษณ์ที่ได้รับการพัฒนามาจาก trade character

3.2 ภาพประกอบ (image) เป็นองค์ประกอบศิลป์ที่มีความสำคัญในการออกแบบเรขศิลป์และมักถูกจัดวางให้มีขนาดใหญ่กว่าองค์ประกอบศิลป์อื่น ๆ เนื่องจากภาพสามารถสื่อสารความหมายต่าง ๆ ในปริมาณมากให้เข้าใจได้อย่างรวดเร็วภายในภาพเดียว ให้คุณค่าทางความงามและทำหน้าที่ในการถ่ายทอดจินตนาการออกมาเป็นรูปแบบ เพื่อวางแนวทางในการนำเสนอแนวคิดให้เป็นรูปธรรมตามความคิด พร้อมกับการออกแบบจัดงานเพื่อต้องการให้เกิดประสิทธิผลในการสื่อสาร

วัตถุประสงค์ของการออกแบบและการนำเอาภาพมาใช้สร้างสรรค์ในการออกแบบเรขศิลป์

1. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างบุคลิกของสื่อเรขศิลป์ ทำให้ผู้ดูหรือผู้อ่านได้รับรู้และยอมรับในรูปแบบ ลักษณะเด่นเฉพาะและส่วนประกอบต่าง ๆ ในงานพิมพ์

2. เพื่อสร้างความงามทางศิลปะและสิ่งพิมพ์ ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบและนำเสนอภาพมุ่งที่จะใช้ภาพเพื่อการเสนอเนื้อหา และเน้นการสร้างคุณภาพทางความสวยงามและเป็นการพัฒนาความคิด ความรู้สึก ตลอดจนการก่อให้เกิดความงอกงามทางจิตใจ

3. เพื่อดึงดูดความสนใจแก่ผู้พบเห็นและกลุ่มเป้าหมายโดยตรงไม่ว่าจะเป็นรูปแบบภาพ การจัดวาง เนื้อหาภายในภาพตลอดจนสีสันที่ปรากฏจะเป็นส่วนกระตุ้นให้เกิดความสนใจในสื่อนั้น

4. เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลเกิดความง่ายในการจำ รูปภาพและแนวทางการออกแบบนั้นจะทำให้เกิดความชัดเจนของเนื้อหาสาระมากยิ่งขึ้น ภาพจะทำให้ผู้อ่านเข้าใจสาระง่ายยิ่งขึ้น บุคลิกของการออกแบบจะช่วยความทรงจำได้ดียิ่งขึ้น

5. เพื่อปิดบังความด้อยในคุณภาพของวัสดุพิมพ์ อาจจะเป็นเหตุผลของความจำกัดในด้านงบประมาณ หรือความจำกัดอันเนื่องมาจากขีดจำกัดของวัสดุที่มีอยู่ จะเป็นเหตุผลประกอบที่จะทำให้สิ่งพิมพ์นั้นด้อยความน่าสนใจลงไปบ้าง รูปภาพและการออกแบบที่ดีจะช่วยดึงความสนใจและลดความสนใจเกี่ยวกับจุดด้อยลงไปได้บ้าง

6. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อความหมาย การออกแบบและการใช้ภาพที่เหมาะสมจะช่วยให้การสื่อความหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์และเข้าใจได้ง่าย ใช้เวลาน้อย และเพิ่มความชัดเจนของสาระได้มากยิ่งขึ้น

แม้ว่าภาพประกอบจะทำหน้าที่หลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการสนองต่อแนวทางการคิดสร้างสรรค์ของผู้ออกแบบ หรือการสร้างสรรค์ทางด้านความสวยงาม หรือการทำหน้าที่ในด้านประโยชน์ใช้สอย นักออกแบบจะต้องพึงระลึกไว้เสมอว่างานออกแบบที่ดีควรนำภาพมาใช้ให้เหมาะกับโอกาสและหน้าที่อย่างเหมาะสมดังนี้

1) เมื่อต้องการดึงดูดความสนใจ (to attract attention)

2) เมื่อต้องการใช้ประกอบการอธิบายความรู้ (to explain instructions)

3) เมื่อต้องการอธิบายความคิดรวบยอด (to explain concepts)

4) เมื่อต้องการอ้างอิงสิ่งที่ปรากฏจริง (to inform of the appearance)

5) เมื่อต้องการใช้ประกอบข้อมูลทางสถิติ (to illustrate statistical information)

การออกแบบภาพประกอบเป็นสิ่งที่สำคัญ คือ การใช้ภาพประกอบในการสื่อความหมายในงานเรขศิลป์นับเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง จะเห็นได้ว่าภาพสามารถทำหน้าที่ได้หลายทาง ได้แก่ อธิบายเนื้อหา ขยายความ สร้างความน่าสนใจในเนื้อหา ช่วยย่นระยะเวลาในการสื่อความให้น้อยลง และช่วยตกแต่งให้งานออกแบบดูสวยงามมากยิ่งขึ้น การนำเอาภาพมาใช้ในการออกแบบเรขศิลป์จึงต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบและวัตถุประสงค์ของงานนั้น ๆ ด้วย ลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันของภาพแต่ละประเภทย่อมจะกระทำหน้าที่ได้เฉพาะทาง ในการทำงานเรขศิลป์ควรได้ทราบถึงประเภทของภาพประกอบที่จะนำมาใช้ซึ่งแยกตามลักษณะของรูปแบบภาพด้วย

ลักษณะของภาพที่นำมาใช้ย่อมมีวิธีการถ่ายทอดหลายรูปแบบ แต่ละแบบอาจเหมาะกับงานหนึ่งงานใดโดยเฉพาะ การจะกำหนดตายตัวลงไปย่อมเป็นการลำบากที่จะกำหนดว่างานลักษณะนี้เหมาะแก่งานอย่างไร ประสบการณ์ของนักออกแบบจะแยกแยะงานตามลักษณะการถ่ายทอด ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ชนิดด้วยกันคือ

1. ภาพจริงหรือภาพเหมือนจริง (realistic) เป็นภาพที่ดูแล้วเหมือนวัตถุจริงในธรรมชาติ มีการเน้นลักษณะ รูปร่าง รูปทรง แสง และเงา การใช้สีให้เหมือนจริงมากที่สุดในการนำเสนอประกอบข้อมูลสาระ การเลือกใช้ภาพเหมือนจริงเพื่อต้องการเน้นเนื้อหาให้เกิดความชัดเจนมากขึ้น ผู้อ่านสามารถเข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ภาพลักษณะนี้อาจแสดงด้วยวิธีการวาดเขียน ระบายสี หรือการใช้ภาพถ่ายก็ได้

2. ภาพตัดทอน (distortion) เป็นภาพที่ออกแบบขึ้นเพื่อแสดงสาระของภาพในลักษณะของภาพประดิษฐ์ เพื่อเน้นให้รูปแบบภาพดูน่าสนใจขึ้น ภาพที่ถ่ายทอดด้วยลักษณะการตัดทอนเป็นภาพที่พยายามดัดแปลงจากความเหมือนจริงโดยเสริมแต่งตัดทอนใหม่ ลดรายละเอียดบางอย่างภายในภาพออกไป และขณะเดียวกันก็ยังคงไว้ซึ่งเค้าเดิมให้ผู้ดูทราบว่าสิ่งเหล่านั้นเป็นอะไร เช่น ภาพถ่ายบิดเบือน ภาพการ์ตูน อาจมีหลายลักษณะ ได้แก่ การ์ตูนคล้ายของจริง การ์ตูนตลกขบขัน การ์ตูนล้อเลียน และการ์ตูนประดิษฐ์ ภาพการ์ตูนเป็นแบบภาพที่ได้รับความสนใจดีจากผู้ดูทุกเพศทุกวัย การเลือกโอกาสที่ดีในการนำมาใช้อย่างเหมาะสมจะทำให้งานการออกแบบเรขศิลป์ดูมีชีวิตชีวาและน่าสนใจ

3. ภาพนามธรรม (abstract) ภาพลักษณะนี้เป็นภาพที่ค่อนข้างแสดงสาระในตัวภาพในการสื่อความหมายได้ยาก แต่อาจจะเหมาะสมมากสำหรับการนำมาตกแต่งงานการออกแบบเรขศิลป์ได้เป็นอย่างดี หรือช่วยเน้นข้อความให้เด่นชัดยิ่งขึ้น บางครั้งช่วยแก้ปัญหาพื้นที่ว่างหรือช่วยสร้างดุลยภาพในการจัดหน้าได้ดี เป็นภาพที่ไม่พรรณนาเรื่องราวตามความเป็นจริง แต่มองลึกลงไปในความรู้สึกภายในวัตถุหรือเกิดจากอารมณ์ส่วนลึกที่ผู้สร้างได้ถ่ายทอดออกมาเป็นเพียงสัญลักษณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ภาพที่ดีจะสามารถถ่ายทอดความรู้สึกของผู้เขียนภาพได้อย่างตรงไปตรงมา

การออกแบบรูปภาพในสื่อใด ๆ ก็ตาม จะสร้างความน่าสนใจได้ดีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับรูปแบบของภาพ รายละเอียดของภาพตลอดจนเทคนิควิธีการในการสร้างภาพ ความสมบูรณ์ของภาพที่นำมาใช้จะต้องทำหน้าที่สื่อความหมาย บรรยายเนื้อหาและมีความสวยงาม องค์ประกอบที่จะสนับสนุนให้ภาพมีความโดดเด่น จะต้องประกอบด้วย

1) ลักษณะของภาพมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

2) รูปแบบภาพมีความสัมพันธ์กันกับรูปแบบของสื่อ และต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของงานนั้น ๆ

3) สีของภาพต้องชัดเจน

4) ขนาดของภาพสามารถทำได้หลายวิธี เช่น การกำหนดสัดส่วนในทางกว้างและความยาวของภาพ ควรเลือกใช้ขนาดภาพที่มีลักษณะแปลกตาหรืออาจเป็นภาพเล็ก ๆ หลายขนาดหลายรูปร่างมารวมกันเป็นรูปใหญ่

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ห้องสมุดงานวิจัย

3.3 ตัวอักษร (typography) เป็นส่วนประกอบเพื่อสื่อความหมายเป็นข้อความ ที่อาศัยการอ่านออกมาเป็นภาษาที่สื่อความหมายตรงตามข้อความที่เขียนไว้ เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจได้ในเวลาอันรวดเร็ว จึงใช้ตัวอักษรเพื่อแสดงชื่อของสินค้า ชื่อตราสินค้า และข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ที่ไม่สามารถสื่อสารด้วยองค์ประกอบศิลป์อื่น ๆ ได้

ตัวอักษรเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบที่มีบทบาทสำคัญโดยมีลักษณะและรูปแบบของตัวอักษรที่มีความหลากหลาย การเลือกใช้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและเงื่อนไขต่าง ๆ ปัจจุบันมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมีการผลิตการสร้างตัวอักษรสำเร็จรูปหลายรูปแบบ ได้แก่ อักษรตัวพิมพ์หรือตัวอักษรสำเร็จที่ได้รับการออกแบบและผลิตเป็นแม่แบบไว้สำหรับเลือกใช้ในงานพิมพ์ต่าง ๆ ซึ่งมีความสำคัญมากในการออกแบบเรขศิลป์ บางครั้งนำมาเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจสื่อนั้นด้วยการเลือกคำหรือข้อความ และรูปแบบตัวอักษรที่มีเอกลักษณ์แปลกตา น่าสนใจ และเกิดการจดจำรูปแบบของอักษรตัวพิมพ์แบ่งเป็นกลุ่มได้

1. ตัวอักษรแบบมีเชิง (serif) เป็นตัวอักษรที่มีเส้นยื่นของฐานและปลายตัวอักษร ในทางราบที่เรียกว่า serif ลักษณะของตัวอักษรจะมีเส้นตัวอักษรเป็นแบบหนาบางไม่เท่ากันเหมือนการเขียนประดิษฐ์ด้วยขนนกหรือปากกาปากแบน

2. ตัวอักษรแบบไม่มีเชิง (sans serif) เป็นลักษณะตัวอักษรที่มีรูปแบบเรียบง่าย ดูเป็นทางการ ต่างจากแบบแรกคือไม่มีเชิง หมายถึงไม่มีเส้นยื่นของฐานและปลายของตัวอักษรไป ในทางราบ sans เป็นภาษาฝรั่งเศส แปลว่า ปราศจาก รูปแบบของตัวอักษรประเภทนี้นิยมใช้กันอย่างกว้างขวางในวงการสิ่งพิมพ์ทั่วไปและงานโฆษณาประชาสัมพันธ์

3. ตัวอักษรแบบตัวเขียน (script) ตัวอักษรแบบนี้เป็นแบบที่แตกต่างจากสองแบบแรก การออกแบบจะเน้นให้รูปแบบตัวอักษรมีลักษณะเป็นตัวลายมือเขียน ซึ่งมีลักษณะหางโยงต่อเนื่องกันระหว่างตัวอักษรต่อตัวอักษรและมีตัวอักษรหนาบางต่างกัน ส่วนมากนิยมออกแบบเป็นลักษณะตัวเอียงเล็กน้อย

4. ตัวอักษรแบบตัวอาลักษณ์ (text letters) เป็นตัวอักษรโรมันแบบตัวเขียน มีลักษณะเป็นแบบประดิษฐ์ตัวอักษร มีเส้นตั้งดำหนา ภายในตัวอักษรมีเส้นหนาบางคล้ายกับการเขียนด้วยพู่กันแบนหรือปากกาปลายตัด นิยมใช้จารึกในเอกสารตำราในสมัยโบราณ

5. ตัวอักษรประดิษฐ์ (display type) เป็นตัวอักษรที่มีลักษณะเด่น คือ การออกแบบตกแต่งตัวอักษรให้วิจิตรสวยงามเพื่อดึงดูดสายตาของผู้ดู วิธีการประดิษฐ์อักษรประเภทนี้ต้องการเน้นให้มีรูปแบบที่แตกต่างไปจากแบบทั่วไป แต่ยังมีเค้าโครงตัวอักษรตามโครงสร้างเดิม การประดิษฐ์รูปแบบตัวอักษรจึงไม่มีกฎใด ๆ ที่แน่นอน บางครั้งใส่ลวดลายบนตัวอักษร ใส่เงาตัวอักษร การเน้นเส้นหนาบาง ฯลฯ การประดิษฐ์ช่วยให้เกิดความดึงดูดใจ น่าสนใจ และประทับใจ

6. ตัวอักษรแบบสมัยใหม่ (modern) เป็นตัวอักษรที่ประดิษฐ์คิดค้นขึ้นมาในระยะหลัง ๆ มีลักษณะของแบบตัวอักษรที่เรียบง่าย มีหลากหลายสไตล์ นิยมนำมาใช้ในงานโฆษณาประชาสัมพันธ์

4. การวิเคราะห์และประเมินผลงานออกแบบ

วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2538) ได้เสนอแนวคิดในการปฏิบัติงานออกแบบเรขศิลป์ในงานพาณิชย์หรือการประชาสัมพันธ์ทั่วไปเพื่อให้มีคุณภาพอันที่จะก่อให้เกิดประสิทธิผลต่อการใช้งานจึงควรมีการตรวจสอบข้อมูล และมีการวิเคราะห์ประเมินผลต่อการปฏิบัติงาน สภาวะตลอดจนปัจจัยอื่น ๆ ที่มีส่วนสัมพันธ์ต่อการทำงานด้วย ด้วยเหตุผลดังกล่าวจะพบว่านักออกแบบจำเป็นต้องมีความละเอียดอ่อนต่อการศึกษา วิเคราะห์ องค์ประกอบต่าง ๆ โดยกำหนดวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อให้ทิศทางของแนวความคิดทางการออกแบบไม่เบี่ยงเบนไปจากแนวทางที่ได้วางไว้แต่เบื้องต้นองค์ประกอบที่สำคัญมี 4 ส่วน ดังนี้

1) การศึกษาทิศทางของกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้บริโภค

2) การศึกษาแนวทางหรือทิศทางทางการสร้างสรรค์งานออกแบบ

3) การทดสอบเบื้องตันก่อนการเผยแพร่

4) การทดสอบหลังการเผยแพร่ หรือการวิเคราะห์ผลของตัวสื่อหลังการเผยแพร่

ทองเจือ เขียดทอง (2535) และปาพจน์ หนุนภักดี (2553) ได้เสนอแนวทางการประเมินผลงานออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับนำไปใช้ร่วมกับเรขศิลป์ที่มีความสอดคล้องกัน โดยพิจารณา ดังนี้

1. ความหมาย (mean) สัญลักษณ์ควรมีความหมาย หรือเนื้อหาและผู้บริโภคเข้าใจหรือรู้สึกที่ได้จากภาพที่ปรากฏ สามารถสื่อสารถึงวัตถุประสงค์หรือกิจกรรมของบริษัท หน่วยงาน หรือสินค้าได้

2. ความเหมาะสมกับสื่อ (suitability to media) หมายถึง ความงาม ความลงตัว ความเป็นไปได้ที่จะใช้กับสื่อนั้น ๆ เพราะสัญลักษณ์บางอย่าง อาจดูดีเมื่ออยู่บนกล่องสินค้า แต่ไม่เหมาะสมกับการทำป้ายนีออน ดังนั้น จึงต้องพิจารณาเครื่องหมายว่าใช้สื่อสำคัญที่สุดแบบไหนแล้วเลือกให้เหมาะสม ข้อสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ ความเหมาะสมเมื่อใช้ในขนาดย่อขยายต่างกัน สุดท้ายต้องพิจารณาถึงผลการนำไปใช้ และใช้กับสื่อรองได้หลายสื่อ

3. ความร่วมสมัย (contemporaneity) หมายความว่าสามารถเข้าถึงคนในสมัยนั้น ๆ ได้ คือมีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา สัญลักษณ์ที่ดีควรมีอายุการใช้งานยาวนานเช่น 5-10 ปี ก็ยังคงดูทันสมัยอยู่ อาจกล่าวได้ว่า เครื่องหมายเป็นผลงานศิลปะชิ้นหนึ่งที่สามารถสะท้อนรสนิยมของสังคม

4. ความน่าเชื่อถือ (reliability) รูปแบบของสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายควรให้คนมองแล้วเกิดความศรัทธา น่าเชื่อถือ เช่น เครื่องหมายการค้าของอาหารเมื่อดูแล้วจะต้องไม่ก่อให้เกิด

ความรู้สึกว่าเมื่อรับประทานอาหารแล้วอาจเป็นอันตราย เครื่องหมาย ธนาคาร หมู่บ้าน บริษัทขนส่ง ฯลฯ จะต้องสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า เช่น ตราธนาคารมักมีลักษณะความมั่นคง จึงใช้ฐานสามเหลี่ยมเป็นต้น

5. ความเป็นเอกลักษณ์ (distinctiveness) นักออกแบบจะต้องสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ไม่ซ้ำแบบใคร คือ มีความแตกต่างไปจากเครื่องหมายของหน่วยงาน/สินค้าอื่นในธุรกิจประเภทเดียวกัน การมีเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะตัว จะทำให้ฉงนสนใจได้ดีกว่า และมีความชัดเจนในการที่จะสื่อสารถึงวัตถุประสงค์ หรือถึงกิจการของบริษัทที่จะบอกกล่าว

6. สี (color) มีการใช้สื่อที่เหมาะสมกับธุรกิจ/สินค้า เช่น สินค้าประเภทอาหารมักจะใช้สีที่สดใสน่ารับประทาน การกำหนดสีควรเป็นเอกลักษณ์และแตกต่างกันออกไปจากธุรกิจประเภทเดียวกัน เช่น ธุรกิจฟิล์ม สีเขียวคือฟูจิ สีเหลืองคือโกดัก สีแดงคือมิตซูบิชิ สีส้มคือซากุระ สีฟ้าคือคอนิก้า เป็นต้น เป็นการกำหนดสีสีเดียว ถ้าซ้ำกันก็จะกำหนดเป็นคู่สี เช่น ขาว-แดง คือโค้ก แดง-น้ำเงิน คือเป๊ปซี่ ดังนั้น การกำหนดสีที่ดีจะประหยัดการโฆษณาไป นอกจากนั้นยังต้องคำนึงความสวยงามของคู่สีและความเด่นชัดสะดุดความสนใจ

7. ความเรียบง่าย (simplification) หมายถึงการออกแบบตัดทอนให้เหลือน้อยเรียบร้อย ไม่รกรุงรัง จะสามารถสร้างความประทับใจ (impression) และสร้างความทรงจำ (memorability) ได้ดีในการออกแบบที่จะทำให้เรียบง่ายเป็นระเบียบ

8. ความเป็นสากล หมายถึง ความสามารถในการออกแบบให้เครื่องหมายสื่อสาร ได้กับคนทั่วโลก เพราะธุรกิจการค้าในปัจจุบันมักเป็นธุรกิจข้ามชาติ ดังนั้น เครื่องหมายหนึ่งแบบจะสามารถใช้ได้ทุกประเทศแม้จะแตกต่างทางด้านภาษา วัฒนธรรม ศาสนา ก็ตาม หรือแม้แต่ในประเทศเดียวกันคนละภาคก็สามารถสื่อสารกันเข้าใจ และที่สำคัญคือเครื่องหมายในที่สาธารณะจะต้องมีความเป็นสากลมากกว่าเครื่องหมายอื่น ๆ

9. การนำไปใช้ประโยชน์ง่าย (utility) คือสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายทาง เช่น เป็นตราประทับหัวจดหมาย ซองจดหมาย นามบัตร ติดบนสินค้า เสื้อผ้าพนักงาน ฯลฯ หรือเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ สะดวกต่อการจัดวางคือเวลานำไปใช้ต้องสังเกตได้ง่ายว่าด้านใดคือด้านบน ด้านล่าง ด้านซ้าย ด้านขวา องศาที่เอียงมีแนวในการตรวจสอบ

10. เอกภาพ (unity) หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ก่อให้เกิดความงามแก่เครื่องหมาย การจะเกิดเอกภาพได้ต้องอาศัยองค์ประกอบของการออกแบบและหลักของการออกแบบ เช่น เครื่องหมายการค้าบริษัทข้างล่างนี้ เอกภาพเกิดจากรูปร่าง เส้น นำมาจัดให้เกิดความกลมกลืนและสมดุลก่อให้เกิดเอกภาพที่สมบูรณ์

11. ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและองค์กร ต้องออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายทางธุรกิจ ทั้งแบบอย่าง (style) ระดับการสื่อสารความหมายเข้าใจง่ายกับกลุ่มสูง กลุ่มต่ำ และต้องคำนึงถึงสถานภาพของบริษัทด้วย

ภาพลักษณ์และเอกลักษณ์

1. ความหมายของภาพลักษณ์และเอกลักษณ์

คำว่า ภาพลักษณ์ (image) และเอกลักษณ์ (identity) เป็นคำที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์กร หน่วยงาน หรือกลุ่มคน ภาพลักษณ์และเอกลักษณ์จึงมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน เป็นมุมมองและความต้องการ และการรับรู้จากผู้ส่งสารและผู้รับสาร อันจะส่งผลกระทบต่อการออกแบบเรขศิลป์และระบบของการสื่อสารที่สำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับองค์ หน่วยงาน กลุ่มบุคคล สินค้าและบริการ โดยมีนิยามหรือความหมาย ดังนี้

นิสาชล รัตนสาชล (2541) ภาพลักษณ์ หมายถึง ความประทับใจของบุคคลหนึ่งที่มีต่อสถาบัน บุคคล หรือกลุ่มบุคคล โดยความประทับใจนั้นมีรากฐานมาจากผลกระทบระหว่างบุคคลกับสิ่ง ๆ นั้น

อารยะ ศรีกัลยาณบุตร (2541) ภาพลักษณ์ หมายถึง คุณลักษณ์ขององค์กรซึ่งผู้บริโภคได้รับรู้และรู้สึกว่าเป็นลักษณ์ประจำขององค์กรนี้ ซึ่งมีทั้งภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ โดยอาจจะเป็นการรับรู้ข้อมูลจากสิ่งที่มองเห็นได้ เอกลักษณ์ หมายถึงลักษณะเฉพาะของตัวองค์กรที่สามารถสร้างขึ้นมาโดยคาดการณ์ล่วงหน้าไดว่าผู้พบเห็นจะเกิดความประทับใจอย่างไร

ชาลิน ยมาภัย (2554) เอกลักษณ์ หมายถึง ตัวตน สิ่งที่เราเป็น หรืออยากให้คนอื่นคิดว่าเราเป็น ส่วนภาพลักษณ์ หมายถึง สิ่งที่คนอื่นที่ว่าเราเป็น ซึ่งอาจตรงหรือไม่ตรงกับที่เราอยากให้เขาคิด

Kotler (2000) ภาพลักษณ์ หมายถึง องค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใด ๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้นจะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ

เอกลักษณ์ (identity) หมายถึง สิ่งเฉพาะหรือจุดเด่นที่สะท้อนให้เห็นเป็นลักษณะอันโดดเด่นของสิ่งต่าง ๆ ที่ทำให้จดจำได้ หรือนำถึงสิ่งที่มีอยู่แล้วทำให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เพื่อบ่งบอกถึงความเป็นลักษณะเด่นเฉพาะได้

เอกลักษณ์ หมายถึง สิ่งที่มีความเป็นเฉพาะตัวของแต่ละองค์กร ที่แสดงความเป็นแก่นแท้และเป็นผลจากการวางแผนของการสื่อสารขององค์กร

สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ หมายถึง สิ่งเฉพาะหรือจุดเด่นที่สะท้อนให้เห็นเป็นลักษณะอันโดดเด่นของสิ่งต่าง ๆ ที่ทำให้จดจำได้ หรือนำถึงสิ่งที่มีอยู่แล้วทำให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เพื่อบ่งบอกถึงความเป็นลักษณะเด่นเฉพาะได้ ที่ส่งผลให้เกิดความประทับใจของบุคคลที่มีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์กร หรือสิ่งต่าง ๆ โดยการสร้างภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (wish image) ให้เกิดขึ้นในจิตใจ สร้างถึงความสัมพันธ์ที่ดี ให้มีความเข้าใจ เกิดการยอมรับ เกิดความน่าเชื่อถือ

2. ประเภทของภาพลักษณ์

เมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ที่สามารถนำมาเป็นองค์ประกอบทางการออกแบบเรขศิลป์สำหรับดนตรีจีนบางหลวง โดยกำหนดขอบเขตประเภทของภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเรขศิลป์เพื่อการสื่อสารทางวัฒนธรรมดนตรีจีนรวมมิตรบางหลวงสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวทางการตลาด โดยอ้างถึงการแบ่งจากภาพลักษณ์องค์กร (รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ, 2545, หน้า 36) คือ

2.1 ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (product or service image) คือภาพที่เกิดขึ้นประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียวไม่รวมถึงองค์กรหรือตัวธุรกิจ

2.2 ภาพลักษณ์ตรายี่ห้อ (brand image) คือ ภาพที่เกิดในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งหรือตรา (brand) ใดตราหนึ่ง หรือเครื่องหมายการค้า (trademark) ใดเครื่องหมายการค้าหนึ่ง มักอาศัยวิธีการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย เพื่อบอกบุคลิกลักษณะของสินค้า โดยการเน้นถึงคุณลักษณะเฉพาะหรือจุดขาย ภาพลักษณ์ของตรายี่ห้อถือเป็นสิ่งเฉพาะตัว โดยขึ้นอยู่กับการกำหนดตำแหน่งครองใจ (positioning) ของสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง ที่บริษัทต้องการให้มีความแตกต่าง (differentiation) จากยี่ห้ออื่น

2.3 ภาพลักษณ์ของสถาบัน (institutional image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสถาบัน ซึ่งเน้นเฉพาะภาพของตัวสถาบันเพียงส่วนเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย ดังนั้น ภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพลักษณ์ที่สะท้อนถึงประสิทธิภาพและสัมฤทธิผลของการบริหารและการดำเนินงานของสถาบันทั้งในแง่ระบบบริหารจัดการ และบุคลากร ความรับผิดชอบต่อสังคม และการทำประโยชน์แก่สาธารณะ

3. การสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ขององค์กร

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่มีการสร้างสรรค์ได้ ด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพแม้จะอาศัยระยะเวลาที่ยาวนาน และต่อเนื่อง แต่ให้ผลคุ้มค่า ภาพลักษณ์นั้นจะปล่อยให้เกิดตามธรรมชาติไม่ได้ เพราะจะไม่เป็นตามที่ต้องการ หรืออาจจะผิดพลาดจากความเป็นจริง ฉะนั้นเราต้องสร้างขึ้นมาเองโดยกลวิธีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี คือ การประชาสัมพันธ์สร้างสรรค์ที่ตั้ง

อยู่บนพื้นฐานที่มีสาระความเป็นจริงและพัฒนาอยู่เสมอ ภาพลักษณ์ที่สร้างสรรค์ประกอบด้วย การสร้าง การส่งเสริม การป้องกัน การรักษา และการแก้ไข ดังนี้

3.1 การสร้างภาพลักษณ์ โดยวางแผนกำหนดขอบเขตของการสร้างภาพลักษณ์ที่จะสร้างนั้นและสำรวจภาพลักษณ์เดิมว่ามีหรือไม่อย่างไรจากกลุ่มเป้าหมาย ค้นหาจุดเด่นของสถาบันเพื่อกำหนดขอบเขต แบ่งแยกกลุ่มเป้าหมาย เพื่อกำหนดกิจกรรมการสร้างภาพลักษณ์ตามความต้องการของแต่ละกลุ่ม กำหนดเป้าหมายในการสร้างภาพลักษณ์ แล้วใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ผสมผสานกับวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพราะทั้งการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์นั้นถ้านำมาทำงานร่วมกันต่างก็จะมีส่วนสนับสนุนซึ่งกันและกัน ทำให้งานสำเร็จตามเป้าหมาย

3.2 การส่งเสริม ป้องกัน และการรักษาภาพลักษณ์ให้คงทนถาวร เป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะภาพลักษณ์นั้นเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามสภาพของเหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม ฉะนั้นการส่งเสริมป้องกันและรักษาภาพลักษณ์เป็นสิ่งจำเป็นซึ่งจะดำเนินการได้โดยการประชาสัมพันธ์เชิงรุกหรือการประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกัน

3.3 การแก้ไขภาพลักษณ์ หมายถึง การแก้ไขภาพลักษณ์เชิงลบในกรณีวิกฤตการณ์ซึ่งอาจเกิดขึ้นจากความผิดพลาด การนัดหยุดงาน ข่าวลือ อุบัติเหตุ หรือการบ่อนทำลาย ซึ่งจะต้องดำเนินการแก้ไขด้วยการบริหารและการประชาสัมพันธ์ยามวิกฤติ โดยต้องวางแผนป้องกันและเตรียมพร้อมเสมอ การแก้ไขปัญหาองค์กรในกรณีวิกฤติควรดำเนินการโดยเร่งด่วน ฉับพลัน ระดมทรัพยากรให้มากที่สุด ทั้งทรัพยากรบุคลากรภายใน ภายนอก และการใช้สื่อต่าง ๆ แนวทางในการดำเนินงานคือ

3.3.1 การศึกษาและวิเคราะห์สาเหตุและลักษณะของปัญหา แนวโน้ม ผลกระทบและแนวทางการแก้ไขอย่างรวดเร็ว วางแผนให้สอดคล้องและรองรับกันเป็นทอด ๆ โดยระดมผู้ที่เกี่ยวข้องมาร่วมกันวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้น วางแผนใช้กลยุทธ์และกำหนดเวลาการแก้ไข เครือข่ายโดยรีบด่วนให้ทันต่อเวลา แบ่งความรับผิดชอบและประสานงานโดยใช้เครือข่ายกระจายในทุกจุดที่มีส่วนช่วยในการแก้ไขให้เร็วที่สุด

3.3.2 ประชาชนภายใน โดยใช้สื่อสารภายในทุกรูปแบบให้บุคลากรทราบข้อเท็จจริงอย่างต่อเนื่อง และสามารถใช้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแก่บุคคลภายนอก โดยใช้บุคลากรภายในเป็นกระบอกเสียงขององค์กร

3.3.3 กลุ่มบุคคลเป้าหมาย คู่กรณี หรือสาเหตุที่แท้จริงของปัญหาต้องได้รับการคลี่คลายและแก้ไขโดยการเข้าถึงและชี้แจงข้อเท็จจริงให้เข้าใจ

3.3.4 การใช้สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวสาร โดยการแถลงข่าว ให้สัมภาษณ์ให้ข้อมูลข่าวสารที่สื่อมวลชนต้องการทราบ รวมทั้งชี้ให้เห็นถึงสาเหตุและความเป็นมาของปัญหา และข้อมูลที่ผิดพลาดไม่ถูกต้อง

3.3.5 การใช้สื่อทุกรูปแบบที่เหมาะสม เช่น ป้ายประกาศ สิ่งพิมพ์ และอื่น ๆ ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ และความรู้สึกนึกคิดของประชาชน

3.3.6 บุคคลภายนอก หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน บุคคลที่เป็นผู้นำทางความคิดเห็น ผู้นำทางสังคม หรือผู้บริหารระดับสูงของประเทศควรมีส่วนร่วมในการชี้แจงให้ข้อเท็จจริงแสดงความคิดเห็นร่วมแก้ปัญหาของสถาบันด้วย ซึ่งจะได้รับความเชื่อถือจากประชาชนทั่วไปมากกว่าบุคคลภายในสถาบัน

การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ควรเป็นหน้าที่รับผิดชอบร่วมกันของบุคคลภายในองค์กร เพราะพื้นฐานของภาพลักษณ์ขึ้นอยู่กับกับการทำดีของสถาบัน และการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ สามารถช่วยคลี่คลายแก้ไขสถานการณ์สถาบันในกรณีวิกฤติการณ์ให้กลับคืนมาสู่สภาพปกติได้อย่างรวดเร็วซึ่งขึ้นอยู่กับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างเข้มแข็งต่อเนื่องตลอดมาด้วย

การออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อสารวัฒนธรรมดนตรีจีนรวมมิตรบางหลวง นักออกแบบจะต้องทราบถึงข้อมูลเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของวงดนตรีจีนบางหลวง ซึ่งเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่สำคัญ ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบเรขศิลป์ ในการเป็นตัวแทนในการสื่อความหมายของวงดนตรีจีนรวมมิตรบางหลวงให้กับนักท่องเที่ยวเกิดการจดจำและสร้างความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ สามารถดึงดูดความสนใจและสร้างความประทับใจให้กับกลุ่มเป้าหมายได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมัคคุเทศก์ มีดังนี้

เกษทิพย์ ศิริชัยศิลป์ (2549) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมมัคคุเทศก์น้อย เรื่อง วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ผลการวิจัย พบว่า หลักสูตรฝึกอบรมมัคคุเทศก์น้อย เรื่อง วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 มีค่าดัชนีความสอดคล้องที่ระดับ 0.60-1.00 ผลการทดลองใช้หลักสูตร นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังได้รับการฝึกอบรมสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เจตคติที่มีต่อการเรียนรู้ประวัติศาสตร์และประวัติศาสตร์ศิลปะในวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหารหลังได้รับการฝึกอบรมสูงกว่าก่อนฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทักษะการปฏิบัติงานมัคคุเทศก์ของนักเรียนที่เข้ารับการฝึกอบรมมัคคุเทศก์น้อยอยู่ในระดับดีมาดถึงมากที่สุด และความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการฝึกอบรมตามหลักสูตรมัคคุเทศก์น้อย เรื่อง วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

จิราพร ไกรพล และคณะ (2549) ได้ทำการศึกษาค้นคว้า เรื่อง การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น อาณาจักรหริภุญไชย พบว่า ผลการสร้างหลักสูตรฝึกอบรม ทำให้ได้เอกสารหลักสูตรและเอกสารประกอบหลักสูตรที่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ผลการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรม ผู้เข้ารับการอบรมผ่านเกณฑ์การประเมินการปฏิบัติการเป็นมัคคุเทศก์ในระดับดีมากร้อยละ 33 และระดับดีร้อยละ 67 ผลการประเมินหลักสูตรฝึกอบรม พบว่า มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

ระย้า คงขาว และคณะ (2549) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมยุวมัคคุเทศก์จากข้อมูลชุมชนด้วยเทคนิคการสนทนากลุ่มย่อย เรื่อง มนต์เสน่ห์แห่งสุโขทัย สำหรับนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสุโขทัยเขต 1 ผลการวิจัยพบว่า การสร้างและหาคุณภาพหลักสูตร ได้ข้อมูลพื้นฐานที่นำมาเป็นเนื้อหาสาระได้จากการสนทนากลุ่มย่อย ผลการประเมินความเหมาะสมสอดคล้องของหลักสูตร องค์ประกอบของหลักสูตรมีความเหมาะสมมากที่สุด ประสิทธิภาพของหลักสูตรเท่ากับ 82.33/81.85 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ การทดลองใช้หลักสูตร คะแนนนักเรียนหลังการฝึกอบรมสูงกว่าก่อนฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คะแนนของนักเรียนหลังการฝึกอบรมสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 การประเมินความคิดเห็นของนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 ในด้านเนื้อหา กระบวนการ สื่อ ระยะเวลา สถานที่และวิทยากรอยู่ในระดับดีมาก

ฉวีวรรณ แย้มเสมอ และคณะ (2551) ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมมัคคุเทศก์อาสา “ถ้ำแก้วโกมล” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสร้างและหาคุณภาพหลักสูตรฝึกอบรมมัคคุเทศก์อาสา “ถ้ำแก้วโกมล” 2) เพื่อทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมมัคคุเทศก์อาสา “ถ้ำแก้วโกมล” และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อหลักสูตรฝึกอบรมมัคคุเทศก์อาสา “ถ้ำแก้วโกมล” ผลการทดลองใช้หลักสูตร พบว่า ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีผลการปะเมินทักษะการปฏิบัติงานมัคคุเทศก์อยู่ในระดับคุณภาพดีมาก และผลการสร้างและหาคุณภาพหลักสูตรฝึกอบรมมัคคุเทศก์อาสา “ถ้ำแก้วโกมล” พบว่า หลักสูตรฝึกอบรมมีองค์ประกอบ ได้แก่ หลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ของหลักสูตร โครงสร้างของหลักสูตร แนวการจัดกิจกรรมฝึกอบรม สื่อการฝึกอบรมและแหล่งเรียนรู้ การวัดและประเมินผล เกณฑ์การผ่านหลักสูตร โดยมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก และคู่มือการให้การฝึกอบรม มีองค์ปะกอบได้แก่ คำชี้แจง วัตถุประสงค์ แผนการฝึกอบรม 7 แผน แต่ละแผนประกอบด้วย สาระสำคัญ จุดประสงค์เนื้อหาสาระ กิจกรรมการฝึกอบรม สื่อการฝึกอบรมและแหล่งเรียนรู้ วิธีการวัดและประเมินผล โดยมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

W. Smit (2006) ได้จัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณภาพของการฝึกงาน พบว่า การศึกษานี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการอบรมกับคุณภาพของการอบรมการฝึกงาน ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการอบรมและแรงจูงใจในการอบรมได้จากการสัมภาษณ์ผู้ที่ฝึกงาน

มาแล้ว การศึกษานี้ประเมินผลบนพื้นฐานคุณภาพการฝึกอบรม พบว่า บริษัทที่ฝึกอบรม ผู้ฝึกงานเพื่อให้มีคุณภาพโดยใช้วิธีการฝึกอบรมอย่างมีคุณภาพดีกว่าบริษัทที่ไม่มีการจัดฝึกอบรม

จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คณะผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการสร้างสื่อเพื่อการสื่อสารเชิงวัฒนธรรมดนตรีจีนรวมมิตรบางหลวง ในรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นดนตรีจีนบางหลวงและการออกแบบเรขศิลป์ เพื่อทดลองใช้และประเมินความพึงพอใจที่มีต่อหลักสูตรฝึกอบรมมัคคุเทศก์ และการออกแบบเรขศิลป์ตลอดจนประเมินคุณลักษณะ “ด้านการสื่อสารองค์ความรู้เรื่องดนตรีจีนบางหลวง” ของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ในรูปแบบการประเมินตามสภาพจริง โดยใช้แบบ Rubrics เพื่อให้สามารถประเมินการปฏิบัติของผู้เรียนได้อย่างแท้จริง นอกจากนี้การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้คณะผู้วิจัย พบว่า กระบวนการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมประกอบด้วยขั้นตอน 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 การสร้างหลักสูตรฝึกอบรม ขั้นตอนที่ 2 การทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรม และขั้นตอนที่ 3 การประเมินหลักสูตรฝึกอบรม และกระบวนการออกแบบเรขศิลป์ ประกอบด้วยขั้นตอน 6 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดปัญหาและจุดมุ่งหมาย ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาข้อมูล วิเคราะห์และวางแผน ขั้นตอนที่ 3 กำหนดเนื้อหาและแนวความคิด ขั้นตอนที่ 4 การออกแบบและพัฒนาแบบ ขั้นตอนที่ 5 ประเมินผลแก้ไขปรับปรุง ขั้นตอนที่ 6 การนำผลนำไปใช้