

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้โดยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ
แบบมีส่วนร่วม โครงการหนองคายโมเดล

THE DEVELOPMENT OF PUBLIC RELATIONS MEDIA TO RAISE AWARENESS
THROUGH A PARTICIPATORY ACTION RESEARCH PROCESS:
NONG KHAI MODEL PROJECT

ทรัพย์ อมรปิณโย

Sup Amornpinyo

คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Faculty of Interdisciplinary Studies, Khonkaen University

Received: May 30, 2022 / Revised: August 31, 2022 / Accepted: September 16, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้โดยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โครงการหนองคายโมเดล โดยแบ่งกระบวนการศึกษาออกเป็น 4 กระบวนการ ได้แก่ 1) การคัดเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อทราบถึงสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมที่สุด 2) การพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อออกแบบต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์ 3) การคัดเลือกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อดำเนินการผลิตต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์ และ 4) การติดตามและประเมินผล การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน แบ่งออกเป็น 2 ส่วน โดยส่วนที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม สนทนากลุ่มกับผู้รู้ และผู้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล ทั้งหมด 4 กลุ่มประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้วิจัย จำนวน 4 คน 2) กลุ่มผู้ผลิต จำนวน 6 คน 3) กลุ่มผู้บริโภค จำนวน 10 คน และ 4) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 10 คน รวมทั้งหมด 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก แบบสังเกตอย่างมีส่วนร่วม และแบบบันทึกภาคสนาม เลือกผู้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงตามเกณฑ์ที่ระบุไว้ตามประสบการณ์และบทบาทที่เกี่ยวข้อง ส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบแผ่นพับประชาสัมพันธ์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 100 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการเลือกแบบกำหนดโควตา แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า โครงการหนองคายโมเดลมีการประชาสัมพันธ์ 2 ช่องทาง ได้แก่ 1) ช่องทางออนไลน์ผ่านทางเพจเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ โปรแกรมโลกเสมือนจริง spatial 2) ช่องทางออฟไลน์ ใช้วิธีปากต่อปาก ไม่มีเอกสารประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยจึงพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ แผ่นพับ ซึ่งมีความโดดเด่นในด้าน 1) เป็นสมาร์ทโบรชัวร์ ในด้านรักษ์โลก 2) มีความสวยงาม สามารถดึงดูดความสนใจ 3) แปลกใหม่ มีความแตกต่าง และ 4) มีความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งบนแผ่นพับมีข้อมูลครบถ้วน ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับกลุ่มผู้ผลิต เป็นตัวกลางในการสื่อสารรายละเอียด ช่วยขยายตลาดให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ช่วยส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นและเพิ่มมูลค่าให้กับ

ผลิตภัณฑ์ในโครงการ และจากการประเมินผลพบว่า ได้รับการตอบสนองที่ดีจากผู้รับสาร เกิดการรับรู้เพิ่มมากขึ้น 160 เปอร์เซ็นต์ สามารถสร้างรายได้ และเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชนเป็นต้นแบบ ในการนำองค์ความรู้จากผลงานวิจัยไปสู่การใช้ประโยชน์ระดับพื้นที่ในวงกว้างและเป็นรูปธรรม

คำสำคัญ: การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม การประชาสัมพันธ์ สื่อประชาสัมพันธ์

Abstract

The purposes of this research were to develop public relations media to raise awareness through a participatory action research process for Nong Khai Model Project. The study process was divided into 4 procedures as follows: (1) selection of public relations media to find out the most suitable public relations media, (2) development of public relations media formats to design public relations media prototypes, (3) selection of public relations media designs to produce public relations media prototypes, and (4) monitoring and evaluation. This study was a mixed-method research divided into 2 parts. Part 1 was a qualitative research in the form of participatory action research. Research data was collected via focus group discussion involving four groups of key research informants: (1) the group of four researchers, (2) the group of six media producers, (3) the group of 10 consumers, and (4) the group of 10 experts. The employed research tools were an in-depth interview form, a participatory observation form, and field recording form for selection of specific key research informants based on the identified criteria concerning their experience and relevant roles. Part 2 was a quantitative research. The employed research tool was a questionnaire on the satisfaction with the design of publicity brochures. A total of 100 samples were used. Data were collected using the quota sampling method. Data were analyzed using descriptive statistics of percentage, mean, and standard deviation.

The research results revealed that the Nong Khai Model Project had two public relations channels, namely, (1) the online channel via Facebook, website, and spatial virtual world program and (2) the offline channel using mouth-to-mouth communication method, without any publicity document. Therefore, the researcher had developed public relations media, i.e. the leaflets, which had the following outstanding features: (1) being smart brochures in terms of conservation of the world, (2) being beautiful and able to attract attention, (3) being unique with being different, and (4) being creative. The leaflets contained complete information that helped create reliability for the producers as a medium for conveying details, expanding the market to be more well-known, helping the community to earn more income, and adding value to the products in the Project. From the evaluation, it was found that there were good responses from the audience, the increase of awareness by 160 percent, being able to generate income and strengthen the community's economy as a model for bringing knowledge from research results to contribute and put into concrete practice in wide area.

Keywords: Participatory Action Research, Public Relations, Public Relations Media

บทนำ

ตามที่คณะกรรมการวิชาการวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัยและนวัตกรรม สภาผู้แทนราษฎรร่วมกับจังหวัดหนองคาย และมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีนโยบายขับเคลื่อนโครงการยกระดับอาชีพเกษตรกรเพื่อเพิ่มรายได้ด้วยเทคโนโลยีเกษตรกรรม การสกัดสารและการแปรรูป จังหวัดหนองคาย (หนองคายโมเดล) ภายใต้แผนงานการสร้างแผนธุรกิจเพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากรองรับการเปลี่ยนแปลงและวิกฤตเศรษฐกิจและแก้ไขปัญหาความยากจน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและรายได้เกษตรกรกลุ่มเป้าหมาย ด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัยและนวัตกรรม

การดำเนินงานในโครงการหนองคายโมเดล มีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์เพื่อสร้างโอกาสให้เกษตรกรในชุมชนให้สามารถใช้ประโยชน์จากโอกาสใหม่ โดยการสร้างความได้เปรียบจากการใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัยและนวัตกรรม ในการพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์และสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยบรรจุภัณฑ์ให้มีจุดเด่นที่สามารถต่อยอดด้วยความคิดเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและก้าวทันต่อกระแสปัจจุบันและพึ่งพาตนเองได้ งานวิจัยของ Khatasombun (2020) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพของชุมชนเพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืนที่พบว่า การพัฒนาวิถีชีวิตของชุมชนต้องส่งเสริมให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ ซึ่งเป็นกระบวนการที่จะนำไปสู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนบนเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน ภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อก้าวไปสู่เศรษฐกิจครัวเรือนที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับโครงการเป็นกิจกรรมทางการตลาด รูปแบบหนึ่งที่ช่วยสร้างการรับรู้ ส่งข้อมูลข่าวสาร เชิญชวน และเตือนความจำของผู้บริโภค

สามารถดำเนินการได้ทั้งวิธีการทางตรงและทางอ้อมไปยังกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งยังช่วยเพิ่มมูลค่าความน่าเชื่อถือ ความเข้าใจให้แก่ผู้รับสารเกิดการตอบสนองตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมถึงสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคในระยะยาว ซึ่งงานวิจัย เรื่อง การสร้างการรับรู้ตราสินค้าใหม่เพื่อความภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภค (Numbang et al., 2021) แสดงให้เห็นว่า ประสบการณ์ทางอารมณ์ความรู้สึก (Affective Experience) เป็นอารมณ์ความรู้สึกที่ผ่านการรู้คิดนำไปสู่การให้เหตุผลช่วยในการประเมินเปรียบเทียบคุณภาพมีอิทธิพลอย่างมากจากการประชาสัมพันธ์จากงานวิจัยที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่า สื่อประชาสัมพันธ์ส่งผลต่อการรับรู้ ผู้วิจัยตระหนักและสนใจที่จะทำการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมให้โครงการให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรในชุมชนที่เข้าร่วมโครงการและที่สำคัญอาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่นยังได้บูรณาการด้านการเรียนการสอนกับการบริการวิชาการและงานวิจัยแก่ชุมชนด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้โดยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมโครงการหนองคายโมเดล
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
3. เพื่อศึกษาการรับรู้โครงการหนองคายโมเดลผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้จากการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participation Action Research) เป็นการวิจัยที่มาจากความต้องการของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ตั้งอยู่บนความ

ร่วมมือระหว่างนักวิจัยกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) โดยเฉพาะชุมชนและประชาชนในการร่วมสร้างการขบคิดของผู้มีประสบการณ์ ผ่านการวิเคราะห์ให้เห็นอัตลักษณ์ทางสังคมเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสิ่งที่ดีขึ้น (Nunjaiwong, 2020) เป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่ แล้วนำมาพัฒนาโดยการปฏิบัติจริงของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นการนำแนวคิดของการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (AR) คือ การวิจัยเชิงทดลอง มุ่งเน้นนำผลการวิจัยมาเพื่อแก้ไขปัญหา หรือพัฒนา (Davison et al., 2022) และการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (PR) คือ งานวิจัยที่บุคคลหลายกลุ่มที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมการวิจัย ได้ร่วมวางแผน ร่วมออกแบบ กิจกรรม ร่วมดำเนินกิจกรรม และร่วมประเมินผล (Tienngam, 2021) มาผสมผสานเข้าด้วยกัน ซึ่งเหมาะสมกับพื้นที่จังหวัดหนองคาย เนื่องจากผลที่ได้จากการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยจะได้เรียนรู้และมีประสบการณ์ทำงานร่วมกับชุมชนทุกขั้นตอนตั้งแต่ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมทำ โดยยึดชุมชนเป็นศูนย์กลาง แก้ปัญหาโดยใช้กระบวนการเรียนรู้ และผลงานวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ทันที

การประชาสัมพันธ์เป็นหนึ่งในช่องทางการสื่อสารที่สำคัญในการสร้างความเข้าใจที่ตรงระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารผ่านเครื่องมือสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องรู้จักเลือกประเด็นในการสื่อสารและเครื่องมือสื่อสารที่ถูกต้องเหมาะสม และสามารถประชาสัมพันธ์ได้อย่างแท้จริง (Nimitphan & Balakanich, 2016) จากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ให้เกิดการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ผ่านกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โครงการหนองคายโมเดลซึ่งสื่อประชาสัมพันธ์เป็นช่องทางในการนำข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งไปสู่อุปกรณ์ สามารถดึงดูดความสนใจเพื่อช่วยเพิ่มช่องทางการสื่อสาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Putwattana (2019) ศึกษา เรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ โครงการบัณฑิตศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ที่พบว่า กลยุทธ์หลักด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์การใช้สื่อหลายประเภทร่วมกัน 2) กลยุทธ์การกำหนดสื่อหลักและสื่อเสริม 3) กลยุทธ์การใช้สื่อโดยเจาะกลุ่มเป้าหมาย 4) กลยุทธ์เพิ่มช่องทางในการสื่อสาร 5) กลยุทธ์ในการใช้สื่อสมัยใหม่ และ 6) กลยุทธ์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดความสนใจ กล่าวได้ว่าการประชาสัมพันธ์ในแง่ของการสื่อสาร เป็นการดำเนินการส่งสารอย่างมีแบบแผน โดยผ่านเครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว ช่วยสร้างความเข้าใจในทางบวก ก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี และช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อผู้รับสาร จนนำมาซึ่งการถ่ายทอดบอกเล่าแก่ผู้อื่น เกิดการสนับสนุน การยอมรับ วางใจ ความน่าเชื่อถือ การให้ความร่วมมือ เกิดความนิยมจนบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

วิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) เป็นการผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวิธีการขั้นตอน ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกทั้งหมด 4 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้วิจัย ได้แก่ ผู้วิจัย ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ จำนวน 4 คน 2) กลุ่มผู้ผลิต ได้แก่ หัวหน้ากลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ผงโรยข้าวรสลาบ มะเขือเทศอบแห้ง ชาดาวเรือง สับปะรดอบแห้งแต่งกลิ่นปลาหมึก ยาต้มเมนทอลต้มยำ และปลาตะเพียนทอดกรอบ จำนวน 6 คน 3) กลุ่มผู้บริโภค ได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อไปใช้เอง ผู้บริโภคที่ซื้อไปเป็นของฝาก จำนวน 10 คน และ 4) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการตลาด จำนวน 10 คน รวมทั้งหมด 30 คน โดยมีวิธีเลือกผู้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลหลัก

แบบเจาะจงตามเกณฑ์ที่ระบุไว้ตามประสบการณ์และบทบาทที่เกี่ยวข้อง (Purposive Sample)

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษา โดยแจกแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดหนองคาย ทั้งหมด 9 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มสมาชิกชุมชน จำนวน 10 คน 2) กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น จำนวน 10 คน 3) กลุ่มผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก จำนวน 10 คน 4) กลุ่มผู้ประกอบการที่พัก จำนวน 10 คน 5) กลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อไปใช้เอง จำนวน 15 คน 6) กลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อไปเป็นของฝาก จำนวน 15 คน 7) กลุ่มหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 คน 8) กลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 15 คน และ 9) กลุ่มพัฒนาชุมชน จำนวน 5 คน รวมทั้งหมด 100 คน โดยวิธีการเลือกแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือวิจัย โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก แบบสังเกตอย่างมีส่วนร่วม และแบบบันทึกภาคสนาม เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation Technique) ได้แก่ ด้านข้อมูล (Data Triangulation) ด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) และด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) โดยแต่ละขั้นตอนศึกษาบนพื้นฐานแนวคิดการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน (People's Participation) เป็นเครื่องมือในการมีบทบาทสำคัญในการวิจัยผ่านกระบวนการ 4 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผน (Plan) การสังเกต (Observe) การปฏิบัติ (Action) และการสะท้อนผล (Reflect) พร้อมทั้งนำผลสำเร็จของงานวิจัยไปถ่ายทอดเพื่อให้เป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ โดยใช้ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) เพื่อสร้างคุณค่า (Value Creation) และมูลค่า (Value Added)

การวิจัยเชิงปริมาณ ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ผ่านการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ราย ได้ค่าระหว่าง 0.80-1.00 และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้ (Try Out) จำนวน 30 ชุด โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ที่ใช้วัดความเที่ยงตรงของเครื่องมือ ดังนี้ แบบวัดปัจจัยลักษณะทางกายภาพ 5 ข้อ ค่าความเที่ยงตรงเท่ากับ 0.88 และแบบวัดปัจจัยความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบแผ่นพับประชาสัมพันธ์ ค่าความเที่ยงตรงเท่ากับ 0.85 ข้อคำถามทั้งหมดใช้มาตรวัดแบบ 5-point Likert Scale (1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การคัดเลือกสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อทราบถึงสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมที่สุด โดยอาศัยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) จากผู้รู้ (Key Informant) และผู้มีส่วนร่วม (Participant) ในการให้ข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้วิจัย 2) กลุ่มผู้ผลิต 3) กลุ่มผู้บริโภค และ 4) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 30 คน เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการคัดเลือกสื่อประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อออกแบบต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โดยอาศัยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) จากผู้รู้ (Key Informant) และผู้มีส่วนร่วม (Participant) ในการให้ข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้วิจัย 2) กลุ่มผู้ผลิต 3) กลุ่มผู้บริโภค และ 4) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 30 คน เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการออกแบบต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนที่ 3 การคัดเลือกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อดำเนินการผลิตต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โดยการใช้แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ จากกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดหนองคาย โดยแบ่งออกเป็น 9 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มสมาชิกชุมชน 2) กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น 3) กลุ่มผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก 4) กลุ่มผู้ประกอบการที่พัก 5) กลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อไปใช้เอง 6) กลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อไปเป็นของฝาก 7) กลุ่มหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 8) กลุ่มนักท่องเที่ยว และ 9) กลุ่มพัฒนาชุมชน ในจังหวัดหนองคาย จำนวน 100 คน เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ผลทางสถิติจากแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 4 การติดตามและประเมินผล เพื่อประเมินผลการสร้างการรับรู้โครงการหนองคายโมเดล จากสื่อประชาสัมพันธ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ ข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) แบ่งเนื้อหาออกเป็นกลุ่มประเด็น (Domains) ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory Observation) จากผู้รู้ และผู้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์แบบแก่นสาระ (Thematic Analysis) จัดกลุ่มหัวข้อตามประเด็นเรื่อง (Themes) โดยเก็บเนื้อหาทั้งหมดเพื่อป้องกันการแปลงสารผ่านกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวางแผนแนวทาง 2) การจัดระบบและแยกประเภทข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่ 3) การกำหนดรหัสของข้อมูล 4) การตีความ และ 5) การพิสูจน์ความน่าเชื่อถือ แล้วนำข้อมูลมาสร้างข้อสรุปในด้านแบบแผน (Pattern) ความสัมพันธ์ (Relationship) ความเหมือน (Similarities) ความต่าง (Differences) เพื่อนำข้อมูลมาบูรณาการเพื่อสร้างสรรค์ความคิด

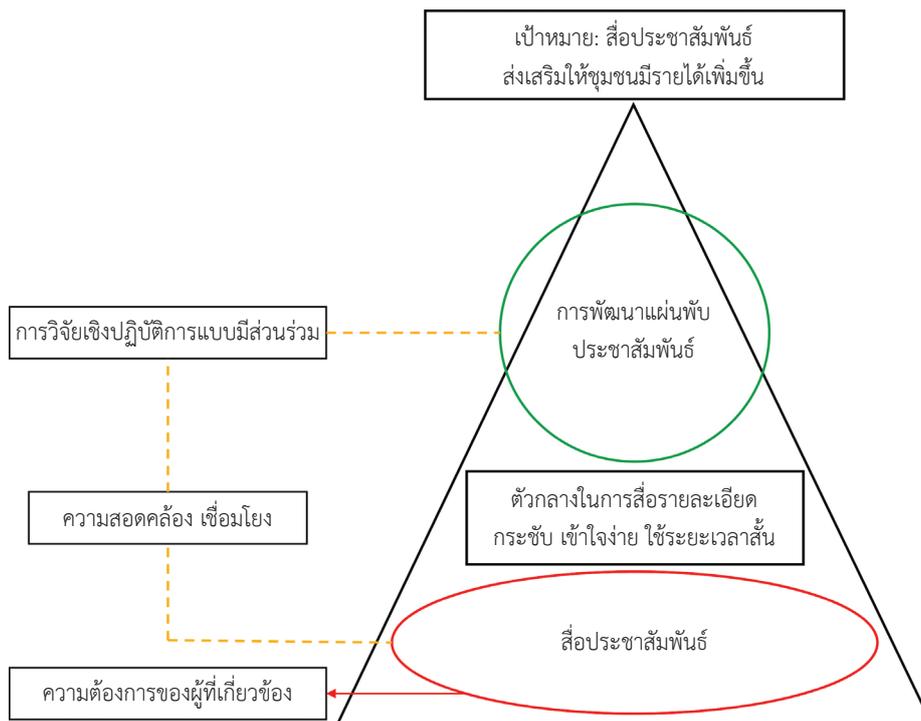
กลั่นกรอง ประเมินความคิดและนำมาสังเคราะห์ข้อมูล (Synthesis) แล้วทำการสำรวจข้อมูลแบบสามเหลี่ยม (Triangulation Technique) นำเสนอแบบพรรณนาความ (Descriptive) ให้เกิดประโยชน์สูงสุดเป็นการวิจัยเพื่อการพัฒนา (Research for Development) โดยที่ทุกคนมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาทุกขั้นตอนอย่างปราศจากอคติ

การวิจัยเชิงปริมาณ เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากแบบสอบถามแล้วนำข้อมูลทั้งหมดมาคัดเลือก จัดระบบ จัดกลุ่มข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการสรุปและบรรยายคุณลักษณะของสิ่งที่สนใจ โดยใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการผลิตต้นแบบแผนพับประชาสัมพันธ์ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยนำเสนอผลวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผลจากกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมพบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมที่สุดต้องมาจากความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเป็นตัวกลางในการสื่อสารรายละเอียดที่สามารถนำเสนอข้อความหรือรูปภาพ กระชับ เข้าใจง่าย ใช้ระยะเวลาสื่อสารสั้นแต่ได้ข้อมูลมากที่สุด เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่าย มีการสอดแทรกเรื่องราวที่น่าจดจำเพื่อสร้างภาพจำ และมีความน่าสนใจเพื่อการกล่าวถึงในวงกว้าง ช่วยส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นผ่านกระบวนการสร้างการรับรู้ ได้แก่ 1) แผ่นพับ 2) ใบปลิว 3) โปสเตอร์ 4) ป้ายโฆษณา และ 5) โปสการ์ด ตามลำดับ ผู้วิจัยจึงได้สรุปกระบวนการพัฒนาแผนพับประชาสัมพันธ์ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กระบวนการพัฒนาแผนพับประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบต้นแบบแผนพับประชาสัมพันธ์ การเลือกใช้โทนสี โทนอารมณ์สี ภาพประกอบ และการจัดองค์ประกอบ มีความสำคัญเป็นอย่างมาก จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูล ผู้วิจัยพบว่า แผนพับประชาสัมพันธ์มีวิธีการเลือกใช้โทนสี โทนอารมณ์สี ภาพประกอบ และการจัดองค์ประกอบ

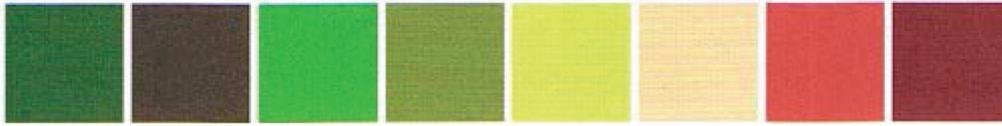
จากการสอบถามผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมกับการวิเคราะห์สรุปได้ว่า แผนพับควรมีข้อความรายละเอียดที่มาของโครงการ ช่องทางการติดต่อ สวยงาม โดดเด่น มีความแตกต่าง โดยมีวิธีการเลือกใช้โทนสี โทนอารมณ์สี ภาพประกอบ และการจัดองค์ประกอบ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการเลือกใช้โทนสี โทนอารมณ์สี การเลือกใช้ช่วงสี ภาพประกอบ และการจัดองค์ประกอบ

1. เลือกใช้โทนสี

โทนสี	วิธีการเลือกใช้สี
เขียว	เป็นธรรมชาติ สดชื่น มีชีวิตชีวา หย่อนอารมณ์ มีเสน่ห์ สุภาพ สะอาดตา โดดเด่น ดึงดูดใจ

2. เลือกใช้โทนอารมณ์สี



เป็นธรรมชาติ (Natural) สีโทนธรรมชาติ คือ กลุ่มสีเขียวโทนและสีเขียว เมื่อเห็นแล้วชวนให้นึกถึงธรรมชาติ ต้นไม้ใบหญ้า โดยเฉพาะสีเขียวที่มีหลายเฉดสี ให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไป เช่น เขียวสดนึกถึงการเริ่มต้นใหม่ ความสดชื่น สีเขียวมรกตสง่างาม เขียวใสมีเกียรติและมั่นคง

3. เลือกใช้ภาพประกอบ

ประเภทของภาพประกอบ	ประเภทที่เลือก
1) ภาพถ่าย (Photo)	✓
2) ภาพวาด (Illustration)	✓
3) ภาพจากเทคนิคการพิมพ์ (Printing Technique)	✓
4) ภาพสัญลักษณ์ (Symbolic)	✓

4. ส่วนประกอบของการจัดองค์ประกอบ (Lay Out)

ส่วนประกอบ	ประเภทที่เลือก
1) พาดหัว (Headline)	✓
2) โลโก้ หรือ ตราสัญลักษณ์ (Trade Mark)	✓
3) ภาพประกอบ (Picture)	✓
4) ข้อความบอกรายละเอียด (Body Text)	✓

จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการพัฒนาต้นแบบแผ่นพับประชาสัมพันธ์ (ครั้งที่ 1) ดังภาพที่ 2



ด้านหน้า



ด้านหลัง

ภาพที่ 2 ต้นแบบแผ่นพับประชาสัมพันธ์ (ครั้งที่ 1)

จากนั้นดำเนินการให้ความรู้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง เรื่อง แผ่นพับประชาสัมพันธ์ การพัฒนาแผ่นพับ การออกแบบ ให้มีความเข้าใจเพื่อให้มีแนวคิดในการตัดสินใจและมีส่วนร่วมในการออกแบบแผ่นพับประชาสัมพันธ์ จากการดำเนินการดังกล่าวผู้วิจัยได้ข้อเสนอแนะในด้านความเป็นสมาร์ตโบรชัวร์ (Smart

Brochure) ในด้านรักษ์โลก ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาต้นแบบแผ่นพับประชาสัมพันธ์ที่มาจากความร่วมมือของกลุ่มเป้าหมาย (ครั้งที่ 2) ดังภาพที่ 3 โดยแผ่นพับประชาสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยดำเนินการพัฒนาขึ้นมีความเป็นสมาร์ตโบรชัวร์ (Smart Brochure) ในด้านรักษ์โลก บนพื้นฐานแนวคิด 3Rs รักโลก ดังตารางที่ 2



ภาพที่ 3 ต้นแบบแผ่นพับประชาสัมพันธ์ (ครั้งที่ 2)

ตารางที่ 2 แสดงความเป็นสมาร์ตโบรชัวร์ (Smart Brochure) ในด้านรักษ์โลก

แนวคิด 3Rs	ความหมาย	สิ่งที่เกิดขึ้น
1. Reduce	ลดการใช้	ลดขนาดของแผ่นพับลงจากขนาดเดิม 20x80 ซม. เหลือ 15x60 ซม. ใส่ข้อความ ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการลดขยะโดยการรับข้อมูลข่าวสารการติดตามหนองคายโมเดลผ่านช่องทาง Social Media แทนการหยิบแผ่นพับนี้
2. Reuse	ใช้แล้วใช้ซ้ำ	แผ่นพับนี้สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำเป็นการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุด เช่น นำมาดัดแปลงเป็นโมบายไต้แมลงวันก่อนทิ้งได้ โดยเลือกใช้ช่วงสีเขียวที่มีช่วงความยาวของคลื่นแสง (Wavelength) 500-565 nm เนื่องจากเมื่อมีแสงมากระทบ จะส่งผลให้แมลงรู้สึกไม่สบายตา แมลงจะไม่ค่อยชอบและเลี้ยงที่จะอยู่ในพื้นที่นั้น ๆ
3. Recycle	นำกลับมาใช้ใหม่	มีเครื่องหมายรีไซเคิลแสดงบนแผ่นพับ เพื่อให้ทราบว่าแผ่นพับนี้ผลิตจากกระดาษที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่หมุนเวียนกลับเข้าสู่กระบวนการผลิตได้

ขั้นตอนที่ 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบแผนพับประชาสัมพันธ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 74 คน และเพศชาย จำนวน 26 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 49 คน รองลงมาคืออายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 23 คน อายุ 46-55 ปี จำนวน 17 คน อายุน้อยกว่า 25 ปี จำนวน 7 คน และน้อยที่สุดมีอายุมากกว่า 55 ปี จำนวน 4 คน ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรสมากที่สุด จำนวน 52 คน รองลงมาคือสถานภาพโสด จำนวน 31 คน และน้อยที่สุดมีสถานภาพอื่น ๆ จำนวน 17 คน ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ระหว่าง 3,001-5,000 บาท มากที่สุด จำนวน 37 คน รองลงมาคือ

รายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท จำนวน 14 คน รายได้ 9,001-11,000 บาท จำนวน 12 คน ช่วงรายได้ 5,001-7,000 บาท และช่วงรายได้ 7,001-9,000 บาท มีจำนวนเท่ากันคือ 11 คน รายได้ 13,001-15,000 บาท มีจำนวน 7 คน รายได้ 11,001-13,000 บาท มีจำนวน 5 คน และลำดับสุดท้ายรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 3 คน ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาประถมศึกษามากที่สุด จำนวน 32 คน รองลงมาคือระดับการศึกษามัธยมศึกษา จำนวน 26 คน ระดับการศึกษา ปวช./ปวส./อนุปริญญา จำนวน 25 คน ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 13 คน และน้อยที่สุดมีระดับการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 4 คน

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

รายการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อแผนพับ	n = 100		ระดับความเหมาะสม
	\bar{X}	S.D.	
1. ด้านการใช้งาน			
1.1 เนื้อหาและรายละเอียดครบถ้วน	4.73	0.52	มากที่สุด
1.2 ความเข้าใจในเนื้อหาที่น่าสนใจ	4.72	0.52	มากที่สุด
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหา	4.66	0.55	มากที่สุด
1.4 เปิดใช้งานได้สะดวก	4.54	0.63	มากที่สุด
ผลเฉลี่ยรวมด้านการใช้งาน	4.66	0.55	มากที่สุด
2. ด้านการตลาด			
2.1 ความคิดสร้างสรรค์ สร้างความทรงจำ น่าประทับใจ	4.78	0.68	มากที่สุด
2.2 มีเอกลักษณ์ โดดเด่น น่าสนใจ	4.75	0.63	มากที่สุด
2.3 สื่อความหมายได้รวดเร็ว เข้าใจง่าย	4.53	0.54	มากที่สุด
2.4 สร้างมูลค่าเพิ่ม และส่งเสริมการขาย	4.52	0.54	มากที่สุด
ผลเฉลี่ยรวมด้านการตลาด	4.64	0.59	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.65	0.57	มากที่สุด

จากตารางสรุปได้ว่า หลักสำคัญในการพัฒนาแผนพับประชาสัมพันธ์มีอยู่ 8 ประการ ได้แก่ 1) เนื้อหาและรายละเอียดครบถ้วน 2) ความเข้าใจในเนื้อหาที่น่าสนใจ 3) ประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหา 4) เปิดใช้งานได้สะดวก 5) ความคิดสร้างสรรค์ สร้างความทรงจำ น่าประทับใจ 6) มีเอกลักษณ์ โดดเด่น น่าสนใจ

7) สื่อความหมายได้รวดเร็ว เข้าใจง่าย 8) สร้างมูลค่าเพิ่ม และส่งเสริมการขาย จากนั้นผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการผลิตตัวอย่างแผนพับประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้ดำเนินการถ่ายทอดกระบวนการพัฒนาแผนพับประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการหนองคายโมเดล ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ตัวอย่างแผนพัฒนาชุมชน

จากที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการถ่ายทอดกระบวนการพัฒนาแผนพัฒนาชุมชนให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการหนองคายโมเดล และ

ทำการเปรียบเทียบกระบวนการพัฒนาแผนพัฒนาชุมชน โดยทำ Process Scale-up พื้นที่กลุ่มเป้าหมายกับที่ทำจากห้องปฏิบัติการ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบโดยทำ Process Scale-up พื้นที่กลุ่มเป้าหมายกับที่ทำจากห้องปฏิบัติการ

ห้องปฏิบัติการโดยผู้วิจัย (Lab Scale)	Process Scale-up โดยพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย
จำนวนผู้ผลิต 2 คน/ครั้ง ในการพัฒนา	จำนวนผู้ผลิต 10 คน/ครั้ง ในการผลิต
แผนพัฒนาจำนวน 10 แผน ในการพัฒนา	แผนพัฒนาจำนวน 250 แผน ในการผลิต
เวลาในการผลิต 1 ชม./ครั้ง ในการพัฒนา	เวลาในการผลิต 4 ชม./ครั้ง ในการผลิต
สถานที่ทำการผลิตในห้องปฏิบัติการผู้วิจัย สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น	สถานที่ทำการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการหนองคายโมเดล
จำนวนของอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต เช่น กรรไกร คัตเตอร์ แผ่นรองตัด ไม้บรรทัด มีจำนวนน้อย	จำนวนของอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต เช่น กรรไกร คัตเตอร์ แผ่นรองตัด ไม้บรรทัด มีจำนวนมาก
ระยะเวลาที่ใช้ในการเตรียมอุปกรณ์ ประมาณ 10 นาที/ครั้ง ในการพัฒนา	ระยะเวลาที่ใช้ในการเตรียมอุปกรณ์ ประมาณ 20 นาที/ครั้ง ในการผลิต
ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการ ประมาณ 30 นาที/ครั้ง ในการพัฒนา	ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการ ประมาณ 175 นาที/ครั้ง ในการผลิต
ระยะเวลาในการตรวจสอบคุณภาพการผลิต ประมาณ 20 นาที/ครั้ง ในการพัฒนา	ระยะเวลาในการตรวจสอบคุณภาพการผลิต ประมาณ 45 นาที/ครั้ง ในการผลิต
ต้นทุนในการผลิตสูง/ครั้ง ในการพัฒนา	ต้นทุนในการผลิตต่ำ/ครั้ง ในการผลิต

จากการเปรียบเทียบคะแนนจากกระบวนการผลิต Lab Scale สู่ Process Scale-up ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการหนองคายโมเดล พบว่า ลักษณะทางด้านคุณภาพการผลิตแผนพัฒนาชุมชนที่ได้จาก Lab Scale มีคะแนนจากผู้ทดสอบมากกว่าแผนพัฒนาชุมชนที่ได้จาก Process Scale-up อาจเนื่องมาจากการทำ Process Scale-up มีจำนวนผู้ผลิต และปริมาณแผนพัฒนาเพิ่มขึ้น

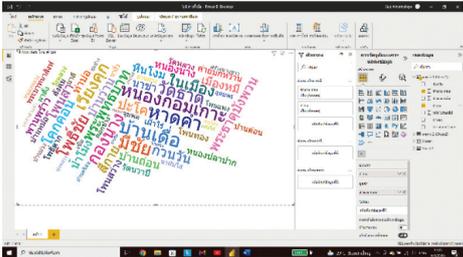
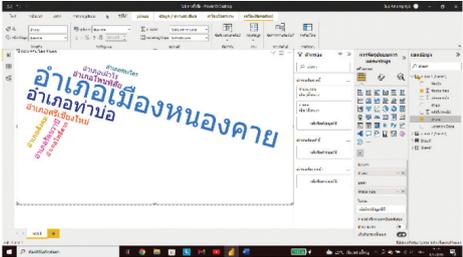
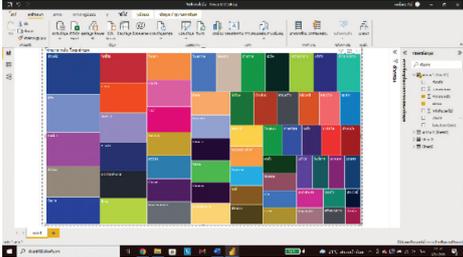
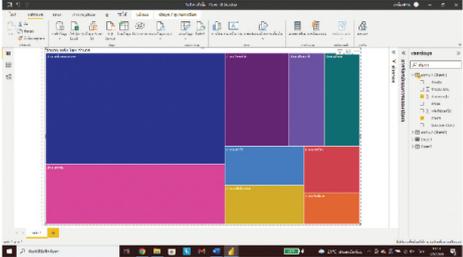
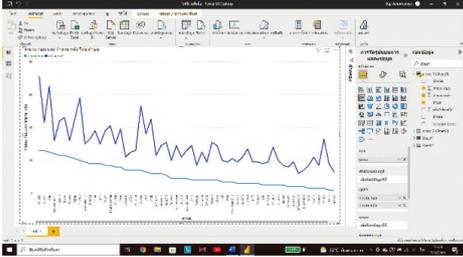
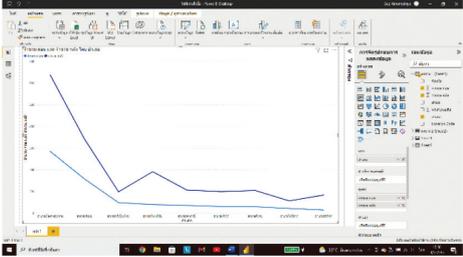
ส่งผลต่อคุณภาพในกระบวนการผลิตในด้านความไม่แน่นอน (Uncertainty) และการขาดเทคนิคหรือความเชี่ยวชาญในการพัฒนาแผนพัฒนาในด้านความไม่รู้ (Unknown) ทำให้เกิดความแตกต่างของแผนพัฒนาที่ได้จาก Lab Scale ซึ่งผู้วิจัยได้จัดอบรมเพื่อเพิ่มความเชี่ยวชาญ เทคนิค ทักษะ และพัฒนาคุณภาพการผลิตให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการหนองคายโมเดล บนพื้นฐานการเรียนรู้ 4 ประการ ได้แก่ 1) รู้จัก

2) รู้จำ 3) รู้จริง 4) รู้แจ้ง เพื่อช่วยส่งเสริมให้แผ่นพับมีคุณภาพและมาตรฐานมากยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 4 ผลจากการการสร้างการรับรู้โครงการหนองคายโมเดล จากแผ่นพับประชาสัมพันธ์ โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการประชาสัมพันธ์โครงการหนองคายโมเดลผ่านแผ่นพับประชาสัมพันธ์ในจังหวัดหนองคาย จำนวน 9 อำเภอ 62 ตำบล และนำข้อมูลที่ได้มาสรุปผล

เชิงสถิติ และวิเคราะห์เนื้อหาโดยใช้โปรแกรมทางด้าน Data Analytics ได้แก่ Power BI ของบริษัท Microsoft ซึ่งสามารถสร้างเป็น Interactive Dashboard แสดงกราฟในมิติต่าง ๆ พบว่า ก่อนการประชาสัมพันธ์รู้จักโครงการจำนวน 659 คน หลังประชาสัมพันธ์รู้จักโครงการจำนวน 1,718 คน เพิ่มขึ้น 160 เปอร์เซ็นต์ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 Dashboard แสดงข้อมูลผลการสำรวจโดยแสดงกราฟในมิติต่าง ๆ ด้วยโปรแกรม Power BI

ช่วงเวลา	จำนวน/ตำบล	จำนวน/อำเภอ
ก่อนประชาสัมพันธ์ (Word Cloud)		
หลังประชาสัมพันธ์ (แผนที่ต้นไม้)		
เปรียบเทียบ (แผนภูมิเส้น)		

อภิปรายผล

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ โดยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ครั้งนี้ แผ่นพับประชาสัมพันธ์ช่วยเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์โครงการให้มีความหลากหลายมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sittijan (2014) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการบริการทรัพยากรสารสนเทศร่วมกัน ในเครือข่ายห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา จังหวัดมหาสารคาม (Malinet) ที่พบว่า การประชาสัมพันธ์ควรมีช่องทางที่หลากหลาย เช่น เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ แผ่นพับ โปสเตอร์ เป็นต้น แผ่นพับประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ช่วยสร้างการรับรู้โครงการให้เป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น โดยมีรายละเอียด ภาพประกอบ และข้อมูลครบถ้วน (Chua, 2008) การออกแบบแผ่นพับควรคำนึงถึงส่วนประกอบต่าง ๆ ของแผ่นพับ โดยมีเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจนครบถ้วนเพื่อโน้มน้าวให้ผู้อ่านเชื่อถืออีกทั้งความเป็นสมาร์ทโบรชัวร์ในด้านรักษ์โลกบนพื้นฐานแนวคิด 3Rs ได้แก่ 1) การลดการใช้ (Reduce) 2) การใช้ซ้ำ (Reuse) และ 3) การนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ได้รับการสนใจจำนวนมาก เป็นต้นแบบช่วยสร้างแรงจูงใจในด้านลดโลกร้อนและใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่ามากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Krairit และ Phanritdum (2017) ศึกษาเรื่องการประยุกต์หลักการ 3Rs สำหรับอุตสาหกรรมถ่าน้ำมันเชื้อเพลิงพลาสติกที่พบว่า การจัดการของเสียตามหลัก 3Rs เป็นการจัดการของเสียให้เหลือน้อยที่สุด โดยมุ่งเน้นการใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากรการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ แต่เมื่อเกิดของเสียต้องพยายามหาแนวทางในการนำกลับมาใช้ซ้ำให้ได้มากที่สุด โดยพิจารณาถึงศักยภาพการใช้ประโยชน์เพื่อให้เหลือของเสียในปริมาณน้อยที่สุด จากงานวิจัยนี้เพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี สถานภาพสมรส มีรายได้ระหว่าง 3,001-5,000 บาท ระดับการศึกษาประถมศึกษา มีความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบแผ่นพับประชาสัมพันธ์ในระดับความ

เหมาะสมมากที่สุด ทั้งหมด 8 ประการ ดังนี้ 1) เนื้อหาและรายละเอียดครบถ้วน 2) ความเข้าใจในเนื้อหาที่น่าสนใจ 3) ประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหา 4) เปิดใช้งานได้สะดวก 5) ความคิดสร้างสรรค์ สร้างความทรงจำ น่าประทับใจ 6) มีเอกลักษณ์ โดดเด่น น่าสนใจ 7) สื่อความหมายได้รวดเร็ว เข้าใจง่าย 8) สร้างมูลค่าเพิ่ม และส่งเสริมการขาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nattaporn (2013) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้แบ่งหลักในการพัฒนาแผ่นพับ 14 ประการ ได้แก่ 1) ให้ความรู้ 2) ความน่าสนใจ 3) การจัดวางมีความสัมพันธ์ 4) สามารถเริ่มอ่านตรงไหนก็ได้ 5) ข้อมูลรายละเอียดครบถ้วน 6) ภาพประกอบ สอดคล้องกับเนื้อหา 7) ความชัดเจนของภาพ 8) จัดวางตำแหน่งภาพน่าสนใจ 9) มีความคิดสร้างสรรค์ 10) โดดเด่นมีเอกลักษณ์ 11) สื่อความหมายได้รวดเร็ว 12) มีผลต่อการตัดสินใจ 13) ใช้งานสะดวก 14) สร้างมูลค่าเพิ่ม ผลจากการประชาสัมพันธ์โครงการหนองคายโมเดลผ่านแผ่นพับประชาสัมพันธ์ในจังหวัดหนองคาย จำนวน 9 อำเภอ 62 ตำบล และนำข้อมูลที่ได้นำมาสรุปผลเชิงสถิติ และวิเคราะห์เนื้อหาโดยใช้โปรแกรมทางด้าน Data Analytics ได้แก่ Power BI ของบริษัท Microsoft ซึ่งสามารถสร้างเป็น Interactive Dashboard แสดงกราฟในมิติต่าง ๆ พบว่า ก่อนการประชาสัมพันธ์รู้จักโครงการจำนวน 659 คน หลังประชาสัมพันธ์รู้จักโครงการจำนวน 1,718 คน เพิ่มขึ้น 160 เปอร์เซ็นต์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Manlee และ Hazanee (2021) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในเมืองเก่าสงขลาด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมที่พบว่า คุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการรับรู้ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีบทบาทในการส่งเสริมการรับรู้ความเข้าใจ และการเข้าถึงข้อมูลที่สะดวก และง่ายต่อการใช้งาน

สรุปผล

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ โดยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมพบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม ได้แก่ แผ่นพับที่มีการเลือกใช้โทนสีเขียว มีโทนอารมณ์สีที่เป็นธรรมชาติ เลือกใช้ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพจากเทคนิคการพิมพ์ ภาพสัญลักษณ์เป็นภาพประกอบ และมีส่วนประกอบของพาดหัว โลโก้หรือตราสัญลักษณ์ ภาพประกอบ และข้อความบอกรายละเอียดในการจัดองค์ประกอบ ซึ่งแผ่นพับดังกล่าวมีความโดดเด่นในด้าน 1) การเป็นสมาร์ตโบรชัวร์ในด้านรักษ์โลก 2) ความสวยงาม สามารถดึงดูดความสนใจ 3) ความแปลกใหม่ มีความแตกต่าง และ 4) ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งบนแผ่นพับมีข้อมูลครบถ้วน ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับกลุ่มผู้ผลิต เป็นตัวกลางในการสื่อสารรายละเอียด ช่วยประชาสัมพันธ์ให้โครงการเป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น ช่วยส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ในโครงการ จากการทดลองใช้แผ่นพับประชาสัมพันธ์พบว่า ได้รับการตอบสนองที่ดีจากผู้รับสาร เกิดการรับรู้เพิ่มมากขึ้น 160 เปอร์เซ็นต์ สามารถสร้างรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชน

References

- Chua, P. (2008). *The best of brochure design 10*. Rockport Publishers.
- Davison, R. M., Martinsons, M. G., & Wong, L. H. (2022). The ethics of action research participation. *Information Systems Journal*, 32(3), 573-594.
- Khatasombun, H. (2020). Community potential development to create sustainable economic foundations: Case study of Noen Sala Subdistrict, Krok Phra District, Nakhon Sawan Province. *Journal of MCU Peace Studies*, 8(2), 474-488.
- Krairit, A., & Phanritdum, P. (2017). Application of 3Rs for plastic fuel tank industry. *The Journal of KMUTNB*, 27(1). 101-110.
- Manlee, N., & Hazanee, A. (2021). The development of printed media for public relations of tourism of Songkhla heritage using augmented reality. *Journal of Education Technology and Communications Faculty of Education Mahasarakham University*, 4(11), 7-19.

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ ควรพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบแอปพลิเคชัน เพื่อส่งเสริมช่องทางให้สื่อประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น เนื่องจากแอปพลิเคชันต่าง ๆ เป็นที่นิยมในปัจจุบัน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาด้านการตัดสินใจซื้อ (purchase decision) และนำผลที่ได้ไปพัฒนาต่อยอดโครงการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการยกระดับอาชีพเกษตรกรเพื่อเพิ่มรายได้ด้วยเทคโนโลยีเกษตรกรรม การสกัดสาร และการแปรรูป จังหวัดหนองคาย แผนงานที่ 5 ด้านการตลาด การติดตามผลทางเศรษฐกิจและสังคม ภายใต้แผนงานการสร้างแผนธุรกิจเพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากรองรับการเปลี่ยนแปลงและวิกฤตด้านเศรษฐกิจและแก้ไขปัญหาความยากจน สัญญาเลขที่ A17F640012

- Nattaporn, W. (2013). The development of the public relation printed media for the department of educational technology. *Journal of Education Research Faculty of Education, Srinakharinwirot University, 8(2)*, 48-58.
- Nimitphan, W., & Balakanich, S. (2016). Public relations strategy on social media. *EAU Heritage Journal Social Science and Humanities, 6(1)*, 21-31.
- Numbang, K., Ampavat, K., & Jadesadalug, V. (2021). The development of components of new brand perception for brand loyalty. *Journal of Management Science Chiangrai Rajabhat University, 16(2)*, 23-44.
- Nunjaiwong, J. (2020). Participatory action research on achieving empowerment among the groups of drug addicted individuals. *Journal of Social Sciences, Law and Politics, 4(2)*, 1-22.
- Putwattana, P. (2019). Public relations strategies of graduate study project. *Dhonburi Rajabhat University Journal, 13(2)*, 157-170.
- Sittijan, R. (2014). Development of the resource sharing services for Mahasarakham Library Network (MALINET). *Information, 21(1)*, 78-90.
- Tienggam, S. (2021). The development of early childhood nurturing according to executive functioning and participatory research knowledge of early childhood pre-service teachers with executive functioning-based activities through online social media. *Journal of Kanchanaburi Rajabhat University, 10(2)*, 204-213.



Name and Surname: Sup Amornpinyo

Highest Education: Doctor of Philosophy (Development Strategy),
Udon Thani Rajabhat University

Affiliation: Khonkaen University

Field of Expertise: Business Management