

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วมของชุมชน

The Development of Public Relations Media Involving Community Participation

ณัฐนันท์ วิริยะวิทย์¹

wnathanan@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research--PAR) เรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนปาริชาติ เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การอภิปรายกลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกต โดยมีขั้นตอนในการพัฒนาวิจัยคือ 1) การศึกษาความต้องการของวิสาหกิจชุมชนปาริชาติ 2) การวิเคราะห์ปัญหาสื่อประชาสัมพันธ์ของวิสาหกิจชุมชนปาริชาติ 3) การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของวิสาหกิจชุมชนปาริชาติ 4) การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้น

ผลการวิจัย พบว่า วิสาหกิจชุมชนปาริชาติ ไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและองค์กร การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายด้วยการสื่อสารจากสื่อบุคคลเพียงอย่างเดียว ส่งผลให้การสื่อสารการตลาดเป็นไปได้ช้าและไม่แพร่หลาย ซึ่งส่งผลกระทบต่อยอดขาย การรู้จักสินค้าและตราสินค้า ดังนั้น จึงได้มีการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ขึ้น เพื่อให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการและงบประมาณของชุมชน ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชน 3 ระดับ ดังนี้ 1) การมีส่วนร่วมโดยบุคคล 2) การมีส่วนร่วมโดยเนื้อหา 3) การมีส่วนร่วมในกระบวนการ ผลการศึกษาความพึงพอใจพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นในระดับมาก

คำสำคัญ: การพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม สื่อประชาสัมพันธ์ วิสาหกิจชุมชน

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

Abstract

This participatory action research (PAR) aimed to study the participation of Parichart community enterprise at Minburi district, Bangkok in developing public relations media. The research tools used in the study were a focus group discussion, in-depth interview, and observation. The research procedures were divided into 4 steps as follows: 1) studying needs of Parichart community enterprise, 2) analyzing problems about public relations media of Parichart community enterprise, 3) developing public relations media for Parichart community enterprise, and 4) evaluating the developed media.

The findings of this research revealed that Parichart community enterprise did not have any public relations media to publicize the enterprise and to promote the product. They communicated with the target group through personal contact. This resulted in a slow and limited communication that affected the sales volume, product familiarity, and brand recognition. Thus, the printed media that emphasized community participation, and based on needs and budget of the community was developed. In developing the media, the community took part in 3 levels of participation: 1) participation by person 2) participation by content 3) participation by process. Result of a satisfaction survey indicated that the samples were satisfied with the developed media at the high level.

Keywords: Participatory Development, Public Relation Media, Community Enterprise

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิสาหกิจชุมชนปาริชาติ เป็นวิสาหกิจชุมชนที่ประกอบธุรกิจผลิตสินค้าที่แปรรูปจากสมุนไพรเพื่อสุขภาพและความงาม เกิดขึ้นได้เนื่องจากคุณตาของนางสุวรรณ กลิ่นเอี่ยม (ประธานวิสาหกิจชุมชนปาริชาติ) เป็นผู้มีภูมิปัญญาพื้นบ้านและความรู้ด้านสมุนไพรในการผลิตน้ำมันว่านทิพย์ โดยขณะนั้นผลิตขายแบบชาวบ้าน ใสขวด ยานต์ต์ โดยขายพร้อมกับการนวดแก้อาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ และใช้วัตถุดิบจากสมุนไพรในท้องถิ่นที่มีเพื่อนำมาเป็นส่วนประกอบ โดยนางสุวรรณ กลิ่นเอี่ยม ประธานวิสาหกิจชุมชนปาริชาติ มีความตั้งใจที่จะสืบทอดความรู้และภูมิปัญญาด้านสมุนไพร โดยในขณะนั้นเป็นโอกาสเหมาะ เนื่องจากสมุนไพรกำลังได้รับความนิยม ผู้บริโภคหันมาสนใจสุขภาพกันมากขึ้น ทำให้เกิดแรงกระตุ้นในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรเพื่อสุขภาพและความงาม ขณะเดียวกันก็มีหน่วยงานราชการของกรมส่งเสริมการเกษตรกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เข้ามาแนะนำชี้แจงในเรื่องวิสาหกิจชุมชน โดยมีเจ้าหน้าที่ของสำนักงานเกษตรเขตมีนบุรี เป็นผู้ดำเนินการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน จึงเกิดการรวมตัวของสมาชิกเพื่อจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปาริชาติ ตั้งแต่ปี 2548 เป็นต้นมา (วิสาหกิจชุมชนปาริชาติ, 2557, น. 1)

จุดประสงค์แรกเริ่มของวิสาหกิจชุมชนปาริชาติ คือเพื่อช่วยกันผลิตสินค้าสมุนไพรแปรรูปที่มีคุณภาพขึ้นมาทดลองใช้เองก่อน จึงค่อยแบ่งให้คนอื่นใช้ เมื่อใช้ได้ผลดีก็จะมีบอกต่อกันไป ซึ่งเท่ากับเป็นการช่วยเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว แก้ปัญหาการว่างงานในชุมชน และทำให้ชุมชนเข้มแข็ง จนปัจจุบันสามารถจำหน่ายได้ทั้ง

ภายในประเทศและต่างประเทศ และได้พัฒนาได้ต่อยอดด้วยการปรับปรุงผลิตภัณฑ์รวมทั้งบรรจุภัณฑ์ให้ดีขึ้นจนได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากหลายหน่วยงาน

จุดอ่อนประการหนึ่งของวิสาหกิจชุมชนแห่งนี้คือ ตราสินค้ายังไม่โดดเด่นและสินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ทำให้ยอดขายจำหน่ายน้อย การรับรู้ และการสื่อสารยังไม่ทั่วถึง ซึ่งเป็นเรื่องของการสื่อสารเพื่อเพิ่มศักยภาพการตลาดให้กับวิสาหกิจชุมชนปรีชาต ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นว่า การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนเป็นเรื่องสำคัญ เพื่อให้การพัฒนาสามารถนำไปใช้ประโยชน์และตรงกับความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนปรีชาต เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ

นิยามศัพท์

การมีส่วนร่วม หมายถึง การมีส่วนร่วมในเนื้อหา กระบวนการ การออกแบบ และตัดสินใจเลือก โดยประธานและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนปรีชาต

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง สื่อที่ใช้ในการเผยแพร่วิสาหกิจชุมชนปรีชาต และผลิตภัณฑ์ของชุมชน ซึ่งในงานวิจัยเรื่องนี้ มุ่งเน้นที่สื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นแผ่นพับเพียงสื่อเดียว

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กลุ่มที่เป็นวิสาหกิจชุมชนปรีชาต ตั้งอยู่ที่ 451/155 หมู่บ้านปัญญา ถนนสุวินทวงศ์ ซอย 11 แขวงแสนแสบ เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร 10510 ซึ่งต่อไปในงานวิจัยจะกล่าวถึงประธานและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนปรีชาตว่า “วิสาหกิจชุมชน”

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย มี 2 ประการ ดังนี้

1. วิสาหกิจชุมชนปรีชาตสามารถนำสื่อประชาสัมพันธ์ไปใช้ได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของวิสาหกิจชุมชนปรีชาต
2. ผลการวิจัยทำให้เกิดองค์ความรู้เพื่อนำไปพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีส่วนร่วมของชุมชนต่อไป

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research--PAR) ซึ่งมีการแบ่งทีมวิจัยเป็น 2 ทีม คือทีมวิจัยวิชาการ ได้แก่ 1) อาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร และ 2) ทีมวิจัยชุมชน ได้แก่ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนปรีชาต เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ โดยผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ นางสาวรณมา กลิ่นเอี่ยม ประธานวิสาหกิจชุมชนปรีชาต และสมาชิกคนอื่น ๆ วิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การประชุม

กลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต การวิจัยครั้งนี้มุ่งพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ด้วยการเน้นสื่อ“แผ่นพับ” เพียงสื่อเดียว ขณะเดียวกันก็คำนึงถึงบทบาทของประธานและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน โดยถือว่าเป็น “วิสาหกิจชุมชน”

หลังจากการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ มีการประเมินผลความพึงพอใจประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 500 คน การสุ่มตัวอย่างด้วยการแบ่งเขตกรุงเทพมหานคร 6 เขต ได้แก่ กลุ่มกรุงเทพกลาง กลุ่มกรุงเทพใต้ กลุ่มกรุงเทพเหนือ กลุ่มกรุงเทพตะวันออก กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ และกลุ่มกรุงเทพมหานครใต้ และสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เขตละ 83 คน 4 เขต และ 84 คน 2 เขต เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์และปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ค่า IOC เท่ากับ .96 ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .844

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การศึกษาความต้องการของวิสาหกิจชุมชน

การศึกษาค้นคว้าความต้องการของชุมชนเป็นการประชุมกลุ่ม เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ โดยพบว่า ชุมชนต้องใช้วิธีพูดคุยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตลอดเวลาเมื่อออกบูธในงานแสดงสินค้า ดังนั้น จึงมีความต้องการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ ที่มีต้นทุนการผลิตที่ราคาไม่แพง และสามารถใช้ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และสามารถนำติดตัวกลับได้ จึงมีข้อสรุปที่จะต้องผลิตสื่อแผ่นพับเพื่อนำมาใช้ในงาน



รูปที่ 1 การพื้นที่เพื่อสำรวจปัญหาของวิสาหกิจชุมชน

2. การวิเคราะห์ปัญหาของสื่อประชาสัมพันธ์ของวิสาหกิจชุมชน

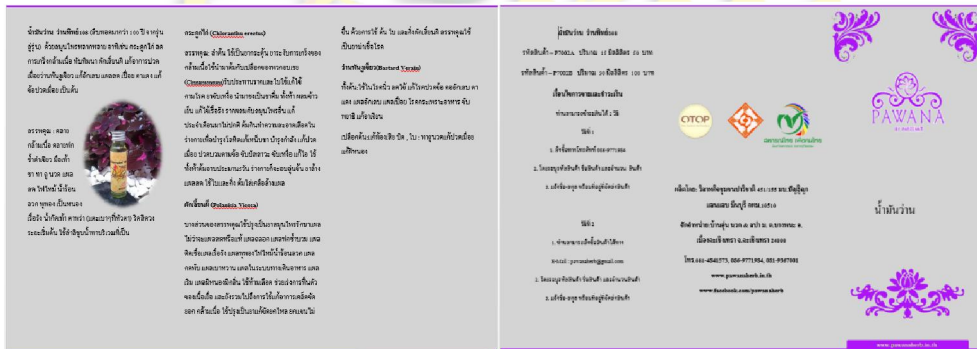
จากการลงพื้นที่เพื่อประชุมกับวิสาหกิจชุมชน พบว่า ที่ผ่านมามีสื่อประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอในการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ ทำให้การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายนั้น อาศัยเพียงสื่อบุคคลอย่างเดียว การสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนจึงเป็นไปอย่างเชื่องช้า ซึ่งส่งผลกระทบต่อยอดขาย การรู้จักสินค้าและตราสินค้า



รูปที่ 2 การประชุมกลุ่มเพื่อนำข้อมูลที่รับมาพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์

3. การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของวิสาหกิจชุมชนปาริชาติ

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ จึงมุ่งเน้นการผลิตแผ่นพับ โดยออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับแล้ว เช่น น้ำมันงาและสบู่สูตรต่าง ๆ เช่น สบูนุ่มแพะ สบูนุ่มแพะผสมมะหาด สบูนุ่มแพะผสมเกสรผึ้ง สบู่ถ่านไม้ไผ่ ซึ่งจะขอนำเสนอแบบของแผ่นพับของน้ำมันงา เพียงผลิตภัณฑ์เดียว โดยออกแบบ 3 แบบด้วยกัน



รูปที่ 3 แบบแผ่นพับ แบบที่ 1



รูปที่ 4 แบบแผ่นพับ แบบที่ 2



รูปที่ 5 แบบแผ่นพับ แบบที่ 3

4. การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ของวิสาหกิจชุมชน โดยเลือกแบบที่ต้องการ



รูปที่ 6 แบบแผ่นพับที่ชุมชนได้เลือก

การเพิ่มแบบให้สามารถนำไปถ่ายสำเนาเอกสารเป็นสีขาวดำได้ เพื่อลดต้นทุนการผลิตให้กับวิสาหกิจ

ชุมชน



รูปที่ 7 แบบแผ่นพับที่ปรับแก้ไขเพิ่มเติม

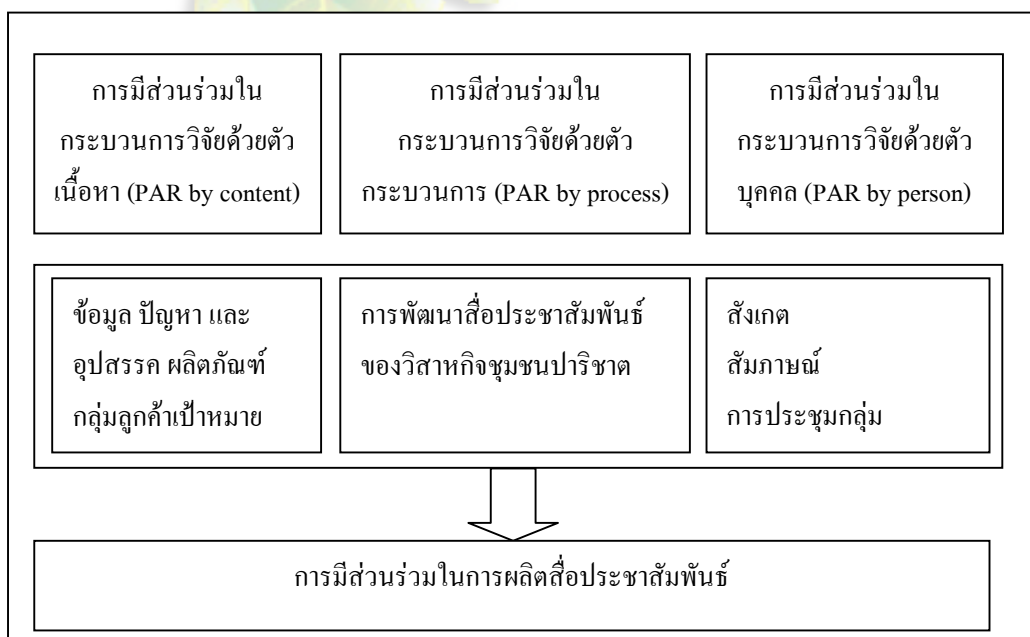
5. การนำแผนพับที่ผลิตขึ้นไปสำรวจความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมาก

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนประกอบด้วย 3 ลักษณะด้วยกัน ได้แก่ การมีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยด้วยตัวบุคคล การมีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยด้วยตัวเนื้อหา และการมีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยด้วยตัวกระบวนการ (กาญจนา แก้วเทพ, 2558; นิษฐา หรุ่นเกษม และคณะ, 2558, น. 79) ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยด้วยตัวบุคคล (Participation by Person) เป็นการมีส่วนร่วมที่เกิดจากประธานและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนปาริชาติ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นทีมวิจัย ที่เรียกว่า ทีมวิจัยชุมชน
2. การมีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยด้วยตัวเนื้อหา (Participation by Content) เป็นการมีส่วนร่วมที่เกิดจากประธานและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนปาริชาติมีส่วนร่วมในการนำข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นปัญหาและอุปสรรค อันเกี่ยวเนื่องกับผลิตภัณฑ์ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และการสื่อสารการตลาดเพื่อนำมาจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทแผ่นพับ
3. การมีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยด้วยตัวกระบวนการ (Participation by Process) เป็นการมีส่วนร่วมที่เกิดจากประธานและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนปาริชาติ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ การออกแบบ การตัดสินใจเลือกแบบแผ่นพับที่จะจัดทำขึ้นเพื่อใช้งาน



จากการสำรวจความพึงพอใจของสื่อแผ่นพับ พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$) โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ตัวอักษรสำหรับปกหน้า (Head) มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.85$) รองลงมา คือ ตัวอักษรภาษาไทย (ส่งเสริมผลิตภัณฑ์) ($\bar{X} = 3.82$) และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การใช้ตัวอักษรโดยรวมมีความน่าสนใจเหมาะสม ($\bar{X} = 3.62$)

ตาราง 1 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของสื่อแผ่นพับ

หัวข้อ	ระดับความพึงพอใจ					(\bar{X})	S.D.	แปลความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ตัวอักษร								
1. ตัวอักษรสำหรับปกหน้า มีความเหมาะสม	117 (23.4)	235 (47.0)	110 (22.0)	32 (6.4)	6 (1.2)	3.85	.89	มาก
2. ตัวอักษรภาษาไทย (ส่งเสริมผลิตภัณฑ์)	103 (20.6)	251 (50.2)	107 (21.4)	33 (6.6)	6 (1.2)	3.82	.87	มาก
3. การจัดวางตัวอักษรโดยรวมในส่วนของปกหน้า	85 (1.6)	218 (43.6)	149 (29.8)	40 (8.0)	8 (1.6)	3.66	.91	มาก
4. การจัดวางตัวอักษรโดยรวมในส่วนของด้านใน	86 (17.2)	230 (46.0)	143 (28.6)	34 (6.8)	7 (1.4)	3.71	.88	มาก
5. การจัดแบ่งคอลัมน์ง่ายต่อการอ่าน	103 (20.6)	204 (40.8)	147 (29.4)	36 (7.2)	10 (2.0)	3.71	.94	มาก
6. การใช้ตัวอักษร โดยรวมง่ายต่อการอ่าน	99 (19.8)	194 (38.8)	153 (30.6)	45 (9.0)	9 (1.8)	3.66	.95	มาก
7. ส่วนของเนื้อหาอ่านแล้วให้ความรู้ต่องานผลิตภัณฑ์ยิ่งขึ้น	93 (1.8)	212 (42.4)	147 (29.4)	39 (7.8)	9 (1.8)	3.68	.92	มาก
8. การใช้ตัวอักษรโดยรวมมีความน่าสนใจเหมาะสม	88 (17.6)	200 (40.0)	159 (31.8)	42 (8.4)	11 (2.2)	3.62	.94	มาก

ตาราง 1 (ต่อ)

หัวข้อ	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	แปล ความ หมาย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ภาพประกอบ								
9. การจัดวางภาพประกอบโดยรวม	107 (21.4)	215 (43.0)	138 (27.6)	33 (6.6)	7 (1.4)	3.76	.91	มาก
10. การจัดวางองค์ประกอบมีความ น่าสนใจ	84 (16.8)	228 (45.6)	146 (29.2)	32 (6.4)	10 (2.0)	3.69	.90	มาก
11. การจัดวางภาพประกอบสัมพันธ์ กับเนื้อหา	95 (19.0)	223 (44.6)	140 (28.0)	36 (7.2)	6 (1.2)	3.73	.89	มาก
12. ภาพประกอบบอกแหล่งผลิตภัณฑ์	93 (18.6)	211 (42.2)	152 (30.4)	32 (6.4)	12 (2.4)	3.68	.929	มาก
13. จำนวนภาพประกอบมีความ เหมาะสมกับเนื้อหา	100 (20.0)	211 (42.2)	147 (29.4)	33 (6.6)	9 (1.8)	3.72	.92	มาก
14. ตำแหน่งการจัดวางมีความ เหมาะสม	78 (15.6)	229 (45.8)	148 (29.6)	35 (7.0)	10 (2.0)	3.66	.89	มาก
15. การใช้สีภาพประกอบพื้นหลังมี ความเหมาะสม	105 (21.0)	193 (38.6)	145 (29.0)	44 (8.8)	13 (2.6)	3.67	.99	มาก
รวม						3.71	0.71	มาก

อภิปรายผล

จากลักษณะการมีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยของชุมชน ดังได้กล่าวมาในข้างต้น 3 ประการ สามารถแบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่

ระดับแรก: การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ใช้ประโยชน์จากงานวิจัย พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์แผ่นพับที่ออกแบบมานั้นตรงกับความต้องการของชุมชน

ระดับสอง: การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ให้ข้อมูล พบว่า การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของชุมชน มีเนื้อหาประชาสัมพันธ์เน้นตัวสินค้า และการมุ่งใช้โทนสี

ระดับสาม: การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ร่วมกำหนดประเด็น ได้แก่ การกำหนดสื่อประชาสัมพันธ์ จะให้ความสำคัญต่อการผลิตแผ่นพับ

โดยทั่วไป แผ่นพับมีลักษณะเป็นกระดาษแผ่นเดียวและไม่เย็บเล่มและไม่มีเลขหน้าชื่อเรื่อง นอกจากนี้ องค์ประกอบของแผ่นพับ ประกอบด้วย ชื่อเรื่องหรือหัวเรื่อง หัวเรื่องรอง ข้อความ ภาพประกอบ การใช้

ภาพประกอบเนื้อหา ชื่อผู้จัดพิมพ์แผ่นพับ ตราสัญลักษณ์ (ศิริเพ็ญ คล้ายถม, 2550, น. 14) โดยการออกแบบจะต้องคำนึงถึงรูปแบบอักษรและขนาด การกำหนดระยะห่างและพื้นที่ว่าง การกำหนดโครงสร้าง การจัดวางตำแหน่ง

การมีส่วนร่วมเป็นการทำงานที่เน้นการวิเคราะห์วิจารณ์ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อปรับปรุงงานให้เหมาะสม

การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ให้ข้อมูลของงานวิจัยเรื่องนี้ ทางอาจารย์จากมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ได้เข้ามามีส่วนในเรื่องการออกแบบแผ่นพับให้มีความเหมาะสม โดยให้คำแนะนำว่า “แผ่นพับต้องสามารถแยกแต่ละผลิตภัณฑ์ให้ออก นำจุดเด่นมานำเสนอบนปกแผ่นพับให้ได้ ก็สามารถสื่อข้อความและแสดงอัตลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ การจัดวางต้องเรียงลำดับการอ่านให้ดี การเลือกรูปแบบอักษรต้องอ่านง่าย และที่สำคัญเมื่อนำแผ่นพับมาพับแล้วต้องไม่ทับภาพหรือข้อความ” (ณัฐ จันทโรทัย, 2557)

เนื่องจากระยะเวลาที่จำกัดในการวิจัย ทำให้ในขั้นตอนของการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ชุมชนยังไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วม เพราะต้องอาศัยความรู้และความชำนาญเฉพาะทางในการใช้โปรแกรมการออกแบบอย่างไรก็ตามแม้จะไม่ได้มีส่วนร่วมในการผลิตแผ่นพับ แต่การเลือกเนื้อหา การให้แนวคิดหลัก การร่วมปรับปรุงแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ทำให้ผลลัพธ์ของการวิจัยเรื่องนี้สามารถนำไปใช้ได้จริง ซึ่งเป็นการยืนยันในเรื่อง การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วม หลังจากนั้น มีการประเมินผลความพึงพอใจ จากการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก

ส่วนขั้นตอนการยืนยันว่าจะทำให้สินค้าขายดีขึ้นหรือไม่ เป็นขั้นตอนที่ต้องใช้ระยะเวลา นอกจากนั้นสินค้าจะขายดีขึ้นหรือไม่ ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ได้แก่ คุณภาพและราคาของผลิตภัณฑ์ต้องมีมาตรฐาน บรรลุเกณฑ์ต้องมีความสวยงาม และกระบวนการสื่อสารการตลาดอื่น ๆ ร่วมกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การพัฒนากระบวนการผลิตประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วมเพื่อให้วิสาหกิจชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ ทำให้ประหยัดต้นทุนและสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ควรจัดการอบรมการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับวิสาหกิจชุมชน

2. การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ของวิสาหกิจชุมชน ควรมีการประเมินผลด้วยยอดขายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วม โดยมุ่งเน้นแผ่นพับเพียงสื่อเดียว ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วมประเภทอื่นๆ เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ให้กับธุรกิจชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชน

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2558). การวิเคราะห์/สังเคราะห์ผลงานวิชาการเพื่อสังคมและการเขียนบทความวิชาการเพื่อสังคม. เอกสารประกอบการอบรมเชิงปฏิบัติการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ณัฐ จันทโรทัย. (2558). คำแนะนำแผ่นพับ. สัมภาษณ์. 21 ธันวาคม 2557
- นิษฐา หุ่นเกษม และคณะ. (2558). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาโฮมสเตย์บ้านจำรุง จังหวัดระยอง. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- วิสาหกิจชุมชนปาริชาติ. (2557). ข้อมูลของวิสาหกิจชุมชนปาริชาติ. เอกสารถ่ายสำเนา.
- ศิริเพ็ญ คล้ายถม. (2550). การศึกษาทัศนคติต่อการออกแบบแผ่นพับของโรงพยาบาลราชวิถี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

