



การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปากระอุบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ
อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก

Development of Public relations media for Pakanyor woven cloth group, Ban Mo
Tha, Mae Usu sub-district, Tha Song Yang District, Tak Province

สุริยะกานท์ สุขแก้ว¹, อัญญาดา กัณทวงศ์² และ ทิพย์หทัย ทองธรรมชาติ³
Suriyakan Sukkaew¹, Anyada Guntawong² and Tiphathai Thongthammachart³

^{1,2}นักศึกษาปริญญาตรี โปรแกรมวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด
³อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปากระอุบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก 2) พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปากระอุบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก และ 3) ศึกษาความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปากระอุบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามความต้องการ และแบบสอบถามความพึงพอใจ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มผ้าทอปากระอุบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก มีความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อแนะนำสินค้าของกลุ่มผ้าทอปากระอุบ้านมอทะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 2) สื่อประชาสัมพันธ์ถูกพัฒนาขึ้นในรูปแบบวิดีโอ และ 3) ความพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์สื่ออยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.46
คำสำคัญ: การพัฒนา / สื่อประชาสัมพันธ์ / กลุ่มผ้าทอปากระอุ

Abstract

This research aims to 1) study the demand for public relations media for Pakayor woven cloth, Ban Mo Tha, Mae Usu Sub-district, Tha Song Yang District, Tak Province. 2) develop Public relations media for Pakayor woven cloth, Ban Mo Tha, Mae Usu Sub-district, Amphoe Thasongyang, Tak Province, and 3) studied the satisfaction of Public relations media of Pakayor woven cloth group, Ban Mo Tha, Mae Usu Sub-district, Tha Song Yang District, Tak Province. This research was research and development. The research instruments which were need questionnaires and satisfaction questionnaires were used in the study. The sample group of informants was 400 people. The data were analyzed by statistics which were mean (\bar{X}) and standard deviation (S.D.). The results of the research were as follows: 1) Pakayor Ban Mo Tha cloth group, Mae Usu sub-district, Tha Song Yang district, Tak province, desired to use public relations media to introduce products of Pakayor Ban Mo Tha cloth group. 2) The public relations media was developed in a video format. 3) The satisfaction of the public relations media was at a high level which has a mean of 4.25 and a standard deviation of 0.46.



Keywords: Development / Public relations media / Pakayor woven cloth group

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยให้ความสำคัญต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้นทุกวัน ผลการสำรวจการใช้อินเทอร์เน็ตพบว่ามีการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 78.80 เป็นร้อยละ 84.00 โดยประชากรส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ (Smart Phone) และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกวัน กิจกรรมส่วนใหญ่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการดาวน์โหลด (Download) รูปภาพ หนังสือนิตยสาร เพลง เกม เล่นเกม ดูหนัง ร้อยละ 92.30 รองลงมาเป็นการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ร้อยละ 87.80 และใช้ในการอัปโหลด (Upload) ข้อมูล รูปภาพ ภาพถ่าย วิดีโอ เพลง ซอฟต์แวร์ ฯลฯ เพื่อการแบ่งปัน (Share) บนเว็บไซต์ ร้อยละ 54.30 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562) แสดงให้เห็นถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทในกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวันชีวิตประจำวันมากขึ้น สื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญของสังคมผู้บริโภคเพื่อการขายสินค้าและบริการ โดยอาศัยช่องทางต่างๆ เพื่อกระจายข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไม่ว่าจะเป็นช่องทางอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ และอื่นๆ แม้ว่า การประชาสัมพันธ์จะสั้นเพียงไม่กี่นาที หากมีผู้เข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ได้มากเท่าไรจะทำให้ผู้รับชมรู้สึกเข้าถึงผลิตภัณฑ์ จนทำให้ผู้รับชมรู้จักผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้นโดยไม่รู้ตัว โดยทั่วไปสื่อประชาสัมพันธ์จะบอกข้อเท็จจริงบางด้านเกี่ยวกับข้อดีของผลิตภัณฑ์ โดยมักจะไม่บอกข้อจำกัดหรือข้อเสีย และสื่อประชาสัมพันธ์จะกระตุ้นความรู้สึกอยากซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ ของผู้รับชม

องค์กรจึงต้องให้ความสำคัญกับสื่อประชาสัมพันธ์ เพราะถ้าองค์กรไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์หรือเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายจะส่งผลให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรไม่ประสบความสำเร็จ (อรุณรัตน์ ชินวรรณ, 2553) การเลือกสื่อที่มีความเหมาะสมจะทำให้เนื้อหาข่าวสารถูกเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและอายุที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์จึงเป็นกระบวนการที่สำคัญ และด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันช่วยให้มีสื่อใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมายเป็นการอำนวยความสะดวก รวดเร็ว และทันสมัยให้แก่การสื่อสารประชาสัมพันธ์ (วรชัญ ครุจิต, 2555; อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี, 2555) กลุ่มผ้าทอปากะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่สุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก ผลิตผ้าทอที่มีลวดลายสวยงามและเป็นลายที่มีเอกลักษณ์เฉพาะซึ่งแสดงออกถึงวิถีชีวิตชาวปากะญอหรือกะเหรี่ยง ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ้าทอปากะญอบ้านมอทะมีหลายหลาย เช่น เสื้อ กุญแจ ผ้าถุงทอมือ กระเป๋า ปอกหมอน พวงกุญแจ ผ้าคลุมไหล่ เป็นต้น ภูมิปัญญาทอผ้าของชาวปากะญอสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น เริ่มต้นตั้งแต่การปลูกฝ้ายและคัดเลือกวัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่น เปลือกไม้ประดู่ ไม้สัก และไม้ขนุน มาย้อมสี จนกลายเป็นเอกลักษณ์ของชาวบ้าน ทางกลุ่มมีการออกบูธขายสินค้าในงานแสดงสินค้าต่างๆ ที่ทางหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนจัดขึ้น แต่ยังคงขาดการประชาสัมพันธ์และสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มเพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นของกลุ่มลูกค้าในวงกว้าง และมีความต้องการพัฒนาให้เกิดศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับการทอผ้าเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในอนาคต

จากปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเกิดแนวคิดและแรงบันดาลใจที่จะพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปากะญอ บ้านมอทะ ตำบลแม่สุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก เพื่อให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และเลือกใช้การแสดงผลในรูปแบบภาพ เสียง และวิดีโอ นำเสนอให้เกิดความน่าสนใจในรูปแบบการประชาสัมพันธ์แบบกระจายสื่อออกผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ้าทอปากะญอบ้านมอทะเป็นที่รู้จักแก่ประชาชนทั่วไปมากยิ่งขึ้น และเพื่อให้สื่อประชาสัมพันธ์นี้สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มอย่างแท้จริง



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก
2. เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยและพัฒนา (Research and Development) เพื่อศึกษาความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ และประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก มีขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นศึกษาความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

- 1.1 ออกแบบแบบสอบถามความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามความต้องการ

- 1.2 กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากวิธีการเลือกแบบเจาะจงจากสมาชิกกลุ่มผ้าทอปกะญอ จำนวน 30 คน

- 1.3 ทำการศึกษาความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้น ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่มและการสังเกต โดยใช้แบบสอบถามความต้องการใช้สื่อแบบมีโครงสร้าง กับกลุ่มตัวอย่าง

- 1.4 นำข้อมูลจากวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่มและการสังเกต มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติในการหาค่าร้อยละ

2. ขั้นพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

- 2.1 นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถามความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์จากความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน มาออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story Board) ของสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก

- 2.2 พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop CS6 และ โปรแกรม Sony Vegas Pro 15.0

- 2.3 นำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการใช้เฟสบุ๊ก (Facebook) และยูทูป (YouTube)

3. ขั้นประเมินความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

- 3.1 ออกแบบแบบสอบถามความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามความพึงพอใจ

- 3.2 ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ 5 ในกรณีที่ประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนของประชากรที่แน่นอน (กัลยา วานิชย์บัญชา และธิตา วานิชย์บัญชา, 2559) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 385 คน แต่เพื่อ



ป้องกันแบบสอบถามที่ผิดพลาดหรือไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงได้ทำการสำรวจจำนวนกลุ่มตัวอย่างไว้อีกจำนวน 15 คน จึงทำให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน จากกลุ่มลูกค้า และประชาชนทั่วไป

3.3 เก็บข้อมูลความพึงพอใจโดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่าง

3.4 นำข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติในการหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปากะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปากะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า

1.1 มีความต้องการนำเสนอสื่อทางด้านแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

1.2 มีความต้องการให้นำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางยูทูป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 เฟซบุ๊ก จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ผ่านเว็บไซต์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ผ่านอินสตาแกรม จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 ผ่านป้ายโฆษณาแบบดิจิตอลขนาดยักษ์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 ผ่านไลน์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 ผ่านสื่อมัลติมีเดีย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33

1.3 มีความต้องการให้นำเสนอวิดีโอจากสถานที่จริง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 76.66 สร้างสื่ออินโฟกราฟิก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 มีเสียงประกอบภาพ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67

1.4 มีความต้องการทางด้านกราฟิกมีมุมมองที่สวยงาม จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีกราฟิกเพิ่มความน่าสนใจ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 มีความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 สัญลักษณ์อินโฟกราฟิกที่สวยงาม จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

2. ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปากะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก พบว่า จากการเก็บข้อมูลความต้องการของกลุ่มตัวอย่างได้นำข้อมูลมาออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปากะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก ในรูปแบบวิดีโอ โดยมีข้อมูลที่สำคัญ คือ ประวัติความเป็นมาของผ้าทอปากะญอบ้านมอทะ แนวคิดในการทำผ้าทอปากะญอบ้านมอทะ วิธีการผลิตและขั้นตอนการทำผ้าทอปากะญอบ้านมอทะ จุดเด่นของผ้าทอปากะญอบ้านมอทะ ช่องทางการติดต่อกลุ่มผ้าทอบ้านมอทะ และนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก และยูทูปของกลุ่มผ้าทอปากะญอบ้านมอทะ ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปากะญอบ้านมอทะ แสดงดังภาพที่ 1-6



ภาพที่ 1 การแนะนำหมู่บ้าน



ภาพที่ 2 การทอผ้า



ภาพที่ 3 ประวัติความเป็นมาของลายผ้าทอ



ภาพที่ 4 การสัมภาษณ์เจ้าของผลิตภัณฑ์ผ้าทอและแนะนำสินค้า



ภาพที่ 5 การสอบถามเกี่ยวกับแนวคิดลวดลายของผ้าทอ



ภาพที่ 6 ช่องทางการติดต่อกลุ่มผ้าทอบ้านมอทะ



3. ผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอกำแพงเพชร จังหวัดตาก จากผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า ความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์โดยรวมทุกด้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.46 อยู่ในระดับมาก สามารถแยกรายด้านได้ดังนี้ ด้านส่วนนำของวิดีโอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.45 อยู่ในระดับมาก ด้านการออกแบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.46 อยู่ในระดับมาก ด้านการเข้ารับชมและติดตามสื่อโฆษณา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.47 อยู่ในระดับมาก ด้านองค์ประกอบด้านมิติมีเดีย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.46 อยู่ในระดับมาก ด้านองค์ประกอบการใช้ภาษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.47 อยู่ในระดับมาก ด้านเนื้อหาการดำเนินเรื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.47 อยู่ในระดับมาก

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอกำแพงเพชร จังหวัดตาก สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอกำแพงเพชร จังหวัดตาก จากการเก็บแบบสอบถามความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อแนะนำสินค้าของกลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมศักดิ์ คล้ายสังข์ (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยว แบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า เป็นการสร้างสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวและการตลาดมีลักษณะเป็นสื่อวีดิทัศน์ หรือเว็บไซต์ และ มีการนำสื่อประชาสัมพันธ์มาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก และยูทูบ

2. การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอกำแพงเพชร จังหวัดตาก ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ตลอดจนศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อประชาสัมพันธ์ จึงได้รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีการจัดองค์ประกอบกราฟิกในแบบเรียบง่าย สวยตา ใช้ลูกเล่นที่แปลกตาจะนำไปสู่การดึงความสนใจและจดจำ ตัวอักษรใช้ตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่อ่านง่าย มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีเอกลักษณ์ของกลุ่มผ้าทอปกะญอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐกิตติ์ ธาราเวชรักษ์, วัฒนะ จุฑะวิภาต และชัยพร พานิชรุทิววงศ์ (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาและการผลิตสื่อภาพยนตร์โฆษณาโดยใช้เทคนิคพิเศษเพื่อสะท้อนเอกลักษณ์ของผ้าไหมไทยสู่สากล ผลการวิจัยพบว่า ในสังคมยุคใหม่ผ้าไหมไทยอาจถูกมองว่าเชย ดูเก่า แนวคิดหนึ่งในวิธีการหาทางรอดของศิลปะผ้าไทย คือ การเลือกปรับใช้ให้กับคนรุ่นใหม่และทางผู้วิจัยได้เลือกที่จะถ่ายทอดความคิดนี้ผ่านวิดีโอที่สามารถเล่าเรื่องราวต่างๆ ได้อย่างดี เข้าถึง และเผยแพร่ได้ง่าย แม้วิดีโอแนวผ้าไทยอาจดูไม่ได้แปลกใหม่ แต่ด้วยการนำเทคนิคพิเศษทำให้วิดีโอมีความน่าสนใจและสวยงาม นอกจากการใช้เทคนิคพิเศษ (Visual Effect) ที่ทำให้มีวิดีโอมีความเหนือจริงแล้ว การออกแบบชุดและเลือกนักแสดงยังต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะสามารถสื่อให้เห็นถึงความร่วมสมัยโดดเด่นและแปลกตา ด้วยรูปลักษณ์ที่ดูสมัยใหม่แต่ในขณะเดียวกันความงดงามของศิลปะผ้าไหมไทยก็คงยังปรากฏอยู่

3. ความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอกำแพงเพชร จังหวัดตาก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.46 ทั้งนี้เป็นเพราะผู้วิจัยได้ศึกษาวิธีการออกแบบและแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จึงได้แนวคิดในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความน่าสนใจ มีลักษณะเรียบง่าย เข้าใจง่ายชัดเจน มีเอกลักษณ์สื่อถึงกลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัค ถาวรนิติกุล (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่องการศึกษา



แนวทางเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะเกษตร กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นและความพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยได้ศึกษาวิธีการออกแบบและแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จึงได้แนวคิดในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีลักษณะเรียบง่ายและเข้าใจง่าย สีสันสดใส สะดุดตา ชัดเจน มีความน่าสนใจ มีเอกลักษณ์สื่อถึงองค์กร และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างตรงประเด็น

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปากะญอบ้านมอหะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ควรมีการประเมินผลด้วยจดจำหน่วยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ้าทอปากะญอบ้านมอหะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก อย่างต่อเนื่อง
2. ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ของสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปากะญอบ้านมอหะ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ มากขึ้น เช่น Line, Twitter, Instagram เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มผ้าทอปากะญอบ้านมอหะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก
2. ควรมีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ้าทอปากะญอบ้านมอหะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น
3. ควรเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของหมู่บ้าน และวิถีชีวิตชาวปากะญอ

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา และฐิตา วานิชย์บัญชา. (2559). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สามลดา.
- ณัฐกิตติ์ ฮาราเวชรักษ์, วัฒนะ จุฑะวิภาต และชัยพร พานิชรุทติวงศ์. (2563). การศึกษาและการผลิตสื่อภาพยนตร์โฆษณาโดยใช้เทคนิคพิเศษเพื่อสะท้อนเอกลักษณ์ของผ้าไหมไทยสู่สากล. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2563 (น. 362-372). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- วรชัญญ์ ครุจิต. (2555). คู่มือการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลของสมาคมการจัดการแห่งสหรัฐอเมริกา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- สมศักดิ์ คล้ายสังข์. (2562). การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยว แบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 12(3), 285-296.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). สำนักงานสถิติฯ เผยการใช้ ICT ของเด็กและเยาวชน พ.ศ. 2561. [Online]. Available: <http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib14/News/2562/10-62/N03-10-62-1.pdf> [มกราคม 14, 2564].



เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สุภัค ฉาวรนิติกุล. (2557). การศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะเกษตร กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, 7(2), 1137-1148.
- อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี. (2555). พฤติกรรมและการสื่อสารในองค์กร. กรุงเทพฯ: วี.พริ้นท์ (1991).
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. (2553). สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.