

การวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วม ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี*

PLANNING PUBLIC RELATIONS MEDIA FOR PARTICIPATORY LOCAL DEVELOPMENT PROJECTS OF PHETCHABURI RAJABHAT UNIVERSITY

เมธาวิณ สาระยาน

Matawin Sarayan

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ประเทศไทย

Faculty of Management Science, Phetchaburi Rajabhat University, Phetchaburi Province, Thailand

Corresponding author E-mail: ansor.ppru@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาแนวทางในการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์ 2) สร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์ 3) จัดทำแผนสื่อประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่นมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี การวิจัยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้เครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มโดยเลือกแบบเจาะจงผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ บุคลากรจากกลุ่มงานสื่อสารองค์กรของมหาวิทยาลัย จำนวน 4 คน ตัวแทนบุคลากรที่ดำเนินโครงการพัฒนาท้องถิ่น จำนวน 8 คน และเครือข่ายชุมชนที่ร่วมโครงการครอบคลุมพื้นที่ 2 จังหวัด คือ จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เลือกศึกษาจำนวน 16 พื้นที่ เลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญพื้นที่ละ 5 คน รวมจำนวน 80 คน นำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาและสรุปภาพรวม พบว่า 1) แนวทางการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์เน้นสื่อที่อยู่ในพื้นที่ ได้แก่ หอกระจายข่าว สื่อสังคมออนไลน์ รายการวิทยุกระจายเสียง ตามลำดับ สื่อดังกล่าวมีลักษณะใกล้ชิดกับคนในชุมชน เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว มีข้อเสนอแนะให้มีการใช้สื่อที่หลากหลาย มีความถี่ที่เหมาะสม มีการออกแบบเนื้อหาให้น่าสนใจ 2) เครือข่ายการวางแผนประชาสัมพันธ์ มีการตั้งกลุ่มสมาชิกแบบไม่เป็นทางการ และสื่อสารผ่านผู้นำชุมชน มีกลไกของชุมชน และระบบราชการเข้ามาประกอบ มีส่วนร่วมด้วยการเข้าร่วมประชุม แสดงความคิดเห็น และปฏิบัติตามข้อสรุป มีการส่งเสริมความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น การออกแบบเนื้อหา เทคนิคการถ่ายภาพ/วิดีโอ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ 3) การจัดทำแผนสื่อประชาสัมพันธ์เน้นแผนที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ ไม่ตายตัว สื่อที่มีความเหมาะสมที่นำมาใช้ในพื้นที่ได้แก่ รายการเสียงตามสายผ่านหอกระจายข่าว สื่อสังคมออนไลน์ รายการวิทยุกระจายเสียง และต้องมีการจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอในการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์

คำสำคัญ: สื่อประชาสัมพันธ์ การวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์ โครงการพัฒนาท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วม

Abstract

This research has the objectives of 1) studying guidelines for planning public relations media 2) creating a network to participate in planning public relations media 3) creating a public relations media plan for the local development project of Phetchaburi Rajabhat University. Qualitative research methods Use the tools of in-depth interviews and focus group discussions.

Key informants include personnel from the university's corporate communications group Total of 4 people, representatives of personnel who carry out local development projects, totaling 8 people, and community networks participating in the project covering areas of 2 provinces: Phetchaburi Province and Prachuap Khiri Khan Province Select 16 areas to study, selecting 5 key informants from each area, totaling 80 people, to analyze the content data and summarize the overall picture. Found that 1) guidelines for planning public relations media Emphasis on media in the area, including news towers, social media. Radio programs are broadcast respectively. Such media is close to people in the community. It is a medium that can be accessed quickly. There are suggestions to use a variety of media. Have the right frequency The content is designed to be interesting. 2) Public relations planning network An informal membership group has been established. and communicate through community leaders There is a community mechanism. and bureaucracy involved Participate by attending the meeting. Leave a comment and follow the conclusions Public relations knowledge is promoted, such as content design. Photography/video techniques Social media use 3)Preparation of public relations media plan Emphasis on plans that can be adjusted according to the situation, not fixed. Appropriate media used in the area include: Audio programs via the news tower social media radio broadcasting program And there must be sufficient budget allocated to support public relations.

Keywords: Public Relations Media, Public Relations Media Planning, Participatory Local Development Project

บทนำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี มีวิสัยทัศน์ว่า “ภายในปี พ.ศ. 2570 จะเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำด้านอาหาร การท่องเที่ยว และวิทยาการสุขภาพ ภายใต้ความเป็นมหาวิทยาลัยดิจิทัลด้วยการบูรณาการศาสตร์ เพื่อพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน” โดยมีพันธกิจ คือ 1) ผลิตบัณฑิต ตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยที่มีคุณภาพตามสมรรถนะในศตวรรษที่ 21 มีทัศนคติที่ดี มีคุณธรรมนำความรู้ เป็นพลเมืองดีในสังคม เน้นองค์ความรู้สู่ท้องถิ่น และ ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต 2) เสริมสร้างความเข้มแข็งของวิชาชีพครู ผลิตและพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา ให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เหมาะสม 3) วิจัยสร้างองค์ความรู้ นวัตกรรม และงานสร้างสรรค์ มุ่งเน้นการบูรณาการ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาท้องถิ่น และประเทศอย่างแท้จริงเป็นรูปธรรมแก้ปัญหาเชิงพื้นที่ให้เกิดการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ 4) น้อมนำแนวพระราชดำริ เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรมเพื่อพัฒนาท้องถิ่นและให้บริการวิชาการ โดยร่วมมือกับทุกภาคส่วนเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน สังคม ประเทศชาติและเผยแพร่สู่สากล และ 5) เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ตามหลักธรรมาภิบาล (มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี, 2561) จากพันธกิจดังกล่าว มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ได้ดำเนินงานต่าง ๆ มากมาย โดยเฉพาะการดำเนินการบริการวิชาการในลักษณะโครงการพัฒนาท้องถิ่น การบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีใช้โมเดลหรือรูปแบบการบริการวิชาการที่เรียกว่า 1 คณะ 1 อำเภอ เนื่องมาจากแบ่งตามจำนวนคณะในมหาวิทยาลัยและจำนวนอำเภอในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี ในปี พ.ศ. 2560 มหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 38 แห่งทั่วประเทศ ได้น้อมนำพระบรมราโชบายด้านการศึกษา มาจัดทำเป็นแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) ที่สอดคล้องกับภารกิจในการจัดตั้งมหาวิทยาลัย และได้ทบทวนแผนฉบับดังกล่าว เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2561 ให้ชัดเจนยิ่งขึ้นทั้งเป้าหมายกลยุทธ์และตัวชี้วัดที่มุ่งผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพและพร้อมด้วยคุณลักษณะทั้ง 4 ประการ เพื่อยกระดับคุณภาพ

การศึกษาตามพระบรมราโชบาย มุ่งผลิตครูคุณภาพและพัฒนาท้องถิ่นทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และการศึกษา ตามสภาพปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของชุมชน โดยน้อมนำพระราชดำริสู่การปฏิบัติเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน (ดาร์พงษ์ รัตนสุวรรณ, 2561) จากการดำเนินงานตามโครงการพัฒนาท้องถิ่นภายใต้แผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี พบว่า ผลการดำเนินงานมีความคืบหน้าและประสบความสำเร็จเป็นที่น่าพอใจ เกิดปัญหาและอุปสรรคบ้างแต่สามารถแก้ไขปัญหไปได้ อีกทั้งยังได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน ตลอดจนผู้นำชุมชนเป็นอย่างดี แต่หลายครั้งที่เกิดปัญหาเรื่องการเข้าใจผิดของหน่วยงาน หรือชาวบ้านในชุมชนเกี่ยวกับการกิจของมหาวิทยาลัยในการดำเนินโครงการพัฒนาท้องถิ่นเนื่องจากยังมีการรับรู้ของบุคคลเฉพาะกลุ่ม ขาดการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง ดังนั้นมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีจึงให้ความสำคัญในเรื่องการประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้และสร้างความร่วมมือในการทำงานกับทุกภาคส่วน เกิดการยอมรับในผลการดำเนินงานตามโครงการพัฒนาท้องถิ่น ตลอดจนสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีได้

การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นการติดต่อสื่อสารจากองค์กรไปสู่สาธารณชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงรับฟังความคิดเห็นและประชมติจากสาธารณชนที่มีต่อองค์การโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อถือ ภาพลักษณ์ ความรู้ และแก้ไขข้อผิดพลาดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (ประภาศรี สวัสดิ์อำไพรักษ์, 2562)

การวางแผนการประชาสัมพันธ์โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation) เป็นแนวความคิดที่สอดคล้องกับหลักการระบอบประชาธิปไตยเป็นกระแสของความคิดที่ทำให้ผู้คนในสังคมตระหนักดีว่า การดำเนินกิจการใดๆ ก็ตาม ผู้ที่ได้รับผลกระทบและมีส่วนได้เสียควรเป็นผู้มีโอกาสได้แสดงความคิดเห็นและเสนอแนะ ซึ่งเป็นไปตามกระบวนการมีส่วนร่วม คือ การเปิดโอกาสให้ประชาชนหรือคนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการคิด ริเริ่ม การพิจารณาและตัดสินใจในการร่วมปฏิบัติงานหรือกิจกรรม ตลอดจนร่วมรับผิดชอบในสิ่งต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อตัวเองหรือชุมชน

สื่อ (Media) เป็นช่องทางการสื่อสารที่น่าเสนอเนื้อหาของสาร ไม่ว่าจะเป็นข่าว ข้อมูลบันเทิงหรือโฆษณา ไปสู่ผู้รับสาร การเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสื่อที่พัฒนาให้ดีขึ้น นับจากการมีสื่อบุคคลได้เปลี่ยนแปลงไปเป็นสื่อสิ่งพิมพ์และจากสื่อสิ่งพิมพ์พัฒนาเป็นรูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ซึ่งในปัจจุบันการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศได้พัฒนาขึ้นมาก เกิดการพัฒนาระบบอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดการสื่อสารและรูปแบบการพัฒนาสื่อที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น (พรจิต สมบัติพานิช, 2547) ดังนั้น สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสารเรื่องราว จากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ประชาชน (มณูเชษฐ์ มะโนธรรม, 2555)

สื่ออาจจำแนกได้หลายประเภทหลายหลักเกณฑ์ แต่การกำหนดประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์จะต้องคำนึงถึงลักษณะที่เป็นรูปธรรม ลักษณะการพัฒนาการได้มาซึ่งประโยชน์ในปัจจุบันและสุขภาพเพื่ออนาคต ประเภทของสื่อตามลักษณะของการเข้าถึงผู้รับสารเป็นเกณฑ์ แบ่งออกเป็น 4 ประเภทรวมตัวกันในลักษณะที่สามารถแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (ปรเม สตะเวทิน, 2546) ดังนี้

1. สื่อบุคคล (interpersonal communication) คือ การสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป มาทำการสื่อสารกันในลักษณะตัวต่อตัว (person-to-person) กล่าวคือ ทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (direct) ในขณะที่คนหนึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร คนอื่น ๆ จะทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร การสื่อสารระหว่างบุคคลอาจเกิดขึ้นได้ในกรณีของกลุ่มย่อย (small group) ซึ่งมีคนมากกว่าสองคนขึ้นไปมารวมตัวกันในลักษณะที่สามารถแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง



2. สื่อมวลชน (mass media) หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารที่ประกอบด้วยคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาที่ใกล้เคียงกันหรือในเวลาเดียวกันโดยทั่วไปแล้วสื่อที่เรียกว่าสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร และภาพยนตร์ โดยตรง

3. สื่อเฉพาะกิจ (specialized media) คือ สื่อที่สร้างขึ้น หรือซื้อ หรือเช่า โดยองค์การใด องค์การหนึ่งเพื่อใช้ในการสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์ขององค์การนั้น โดยเฉพาะสื่อเฉพาะกิจจัดว่าเป็นแขนงหนึ่งของสื่อมวลชน โดยได้พัฒนาเนื้อหามาใช้ประโยชน์เป็นเรื่อง ๆ ไป ฉะนั้นสื่อเฉพาะกิจโดยทั่วไปมีกลุ่มประชาชนที่เป็นเป้าหมายที่แน่นอน มีการส่งเนื้อหาต่าง ๆ อันจะเป็นประโยชน์เฉพาะกลุ่มประชาชนกลุ่มนั้นๆ การผลิตไม่ยุ่งยาก การนำเสนอเนื้อหาเป็นไปอย่างง่าย ๆ (อรรพรรณ ปิณฑน์โอวาท, 2552)

จากที่กล่าวมานั้น การดำเนินการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์ ถือเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะทำให้เกิดการเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างการรับรู้ เข้าใจ และก่อให้เกิดการยอมรับ ตลอดจนเกิดความภาคภูมิใจต่อหน่วยงานหรือองค์กรที่ทำการประชาสัมพันธ์อีกด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี โดยให้ความสนใจถึงแนวทางในการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์ การสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการวางแผน และการจัดทำแผนสื่อประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางในการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่น
2. เพื่อสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่น
3. เพื่อจัดทำแผนสื่อประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเลือกใช้ขั้นตอนวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้ 1) ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยผู้วิจัยใช้กลุ่มประชากรที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เลือกศึกษาจำนวน 16 พื้นที่ โดยเลือกแบบเจาะจงและเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญพื้นที่ละ 5 คน รวมจำนวน 80 คน และบุคลากรจากกลุ่มงานสื่อสารองค์กรของมหาวิทยาลัย จำนวน 4 คน ตัวแทนบุคลากรที่ดำเนินโครงการพัฒนาท้องถิ่น จำนวน 8 คน 2) การสร้างเครื่องมือวิจัย ซึ่งเครื่องมือในการวิจัยประกอบไปด้วยกิจกรรมที่ออกแบบให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมทำ และร่วมตัดสินใจ ดังนี้ กิจกรรมวิเคราะห์สื่อและประเภทของสื่อ กิจกรรมการวางแผนสำคัญไฉน กิจกรรมเล่าเรื่องจากเรื่องเล่าชุมชน และกิจกรรมการเขียนโครงการเพื่อสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วมของชุมชน หลังจากสร้างเครื่องมือในการวิจัยเสร็จแล้วผู้วิจัยได้นำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อวิพากษ์ให้ข้อเสนอแนะและปรับแก้ตามคำแนะนำก่อนนำไปใช้ในกระบวนการวิจัย 3) การเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับกิจกรรมในการดำเนินการวิจัยใช้การมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ เป็นสำคัญ (PAR) มีการใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนาเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และ 4) เมื่อได้ข้อมูลแล้วผู้วิจัยจะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาและสรุปภาพรวม

ผลการวิจัย

สำหรับผลการวิจัยเรื่องการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี พบว่า 1) แนวทางในการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่นของ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีจากบุคลากรกลุ่มงานสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ตัวแทนบุคลากรของมหาวิทยาลัยที่ลงพื้นที่ดำเนินการโครงการพัฒนาท้องถิ่น และตัวแทนเครือข่ายชุมชน จำนวน 16 พื้นที่ ครอบคลุมพื้นที่ 2 จังหวัด คือ จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ต้องการเน้นการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่อยู่ในพื้นที่ ได้แก่ หอกระจายข่าว สื่อสังคมออนไลน์ เช่น LINE Facebook รายการวิทยุกระจายเสียง ตามลำดับ ซึ่งสื่อดังกล่าวมีลักษณะที่ใกล้ชิดกับคนในชุมชน และเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว และมีข้อเสนอแนะให้มีการใช้สื่อที่หลากหลาย มีความถี่ที่เหมาะสม มีการออกแบบเนื้อหาที่น่าสนใจและสอดคล้องกับประเภทของสื่อ

2) การสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัยราชภัฏ



ภาพที่ 1 เข้าร่วมการประชุมกับหัวหน้าส่วนราชการระดับต่าง ๆ เพื่อชี้แจงโครงการพัฒนาท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

เพชรบุรี ต้องการให้มีการสร้างเครือข่ายโดยมีการจัดตั้งกลุ่มแบบไม่เป็นทางการ ไม่ตายตัว ยืดหยุ่นได้ ไม่จำเป็นต้องมีโครงสร้างหรือหน้าที่ที่ระบุชัดเจน แต่ให้เน้นการสื่อสารผ่านทางผู้นำชุมชน หรือผู้นำกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้ว มีกลไกของชุมชน ระบบราชการเข้ามาประกอบการจัดกลุ่มเครือข่าย มีลักษณะการมีส่วนร่วมด้วยการเข้าร่วมประชุม แสดงความคิดเห็น และปฏิบัติตามข้อสรุปของกลุ่ม เช่น กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น นอกจากนั้นในการสร้างเครือข่ายการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์ควรส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมหรือให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ เช่น การออกแบบเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ เทคนิคการถ่ายภาพ/วิดีโอ การติดต่อด้วยโทรศัพท์มือถือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนสามารถผลิตสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือผลการดำเนินงานโครงการพัฒนาท้องถิ่นได้ด้วยตนเองซึ่งจะนำไปสู่ความยั่งยืนของชุมชนต่อไป



ภาพที่ 2 รับฟังข้อเสนอแนวทางการสร้างเครือข่ายการวางแผนประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่น
ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

3) การจัดทำแผนสื่อประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี โดยใช้ขั้นตอนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ซึ่งเริ่มต้นจาก 1) ระยะเตรียมวิจัย (Pre-research) คือ ได้คัดเลือกชุมชนในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 16 ชุมชนและมีการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับรายละเอียดของชุมชนด้านต่างๆ รวมถึงกิจกรรมหรือโครงการที่ดำเนินการร่วมกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี 2) ระยะดำเนินการวิจัย (Research Phase) บุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ทั้งในส่วนของตัวแทนบุคลากรที่ลงพื้นที่ดำเนินโครงการพัฒนาท้องถิ่น และบุคลากรกลุ่มงานสื่อสารองค์กร ร่วมกับตัวแทนเครือข่ายชุมชน ร่วมกันจัดทำแผนสื่อประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมและนำเสนอต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี และ 3) ระยะการติดตามและประเมินผลโครงการ (Monitoring and Evaluation Phase) หลังจากที่ได้จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ร่วมกันและนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ตลอดจนการดำเนินการตามแผนประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีแล้ว ได้แต่งตั้งกรรมการเพื่อติดตามและประเมินผลเป็นระยะๆ และนำเสนอผลการดำเนินการต่อชุมชนในที่ประชุมเวทีประชาคม หรือผ่านช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ทั้งนี้ มีข้อเสนอแนะจากชุมชนว่า แผนสื่อประชาสัมพันธ์นั้นขอให้เป็นแผนที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์และตามความเหมาะสม ไม่ตายตัว และต้องมีการจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอในการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ด้วย



ภาพที่ 3 จัดรายการวิทยุประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
ผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์



ภาพที่ 4 ผลิตคลิปวิดีโอเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี เป็นการดำเนินการเพื่อสร้างแนวทางในการประชาสัมพันธ์ และสร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตลอดประชาสัมพันธ์การดำเนินงานโครงการพัฒนาท้องถิ่นตามแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) โดยจากการศึกษาพบว่า แนวทางการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์ควรเน้นที่สื่อที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น เสียงตามสาย/หอกระจายข่าว สื่อบุคคล หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมากกว่า สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์ให้เน้นที่กลุ่มเยาวชน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อาริรัตน์ พิมพ์นวนและวิทยา



พานิชล้อยเจริญ เรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ชุมชน กรณีศึกษา: โครงการยกระดับคุณภาพชีวิตของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พบว่า การดำเนินงานโครงการยกระดับคุณภาพชีวิตฯ ใช้การสื่อสารที่เป็นทางการ คือ การประชุมกลุ่มเพื่อวางแผนการดำเนินงาน ปรึกษาระดมความคิด การลงพื้นที่เพื่อสร้างความคุ้นเคยและรับรู้ถึงบริบท ความต้องการของคนในชุมชนเพื่อนำมาจัดทำแผนการดำเนินงาน การสื่อสารออนไลน์โดยติดต่อผ่านทางไลน์ เพชบุ๊คซึ่งเป็นสื่อสังคมที่เข้าถึงได้ง่าย สามารถตอบโต้ระหว่างกันได้อย่างทันทีทันใด และการใช้เสียงตามสายที่ใช้กับชุมชนที่มีขนาดใหญ่ และยังพบว่า การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม คือ มีการใช้สื่อบุคคลเข้ามาช่วยในการถ่ายทอดองค์ความรู้ โดยนำวิทยากรปราชญ์ชาวบ้านและผู้ทรงคุณวุฒิเข้ามาถ่ายทอดองค์ความรู้ซึ่งเป็นสื่อที่เข้าถึงคนในชุมชนมากที่สุด สื่อวิดีโอช่วยให้เห็นภาพที่ชัดเจนทำให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น และสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เพชบุ๊คสำหรับการแจ้งข่าวสารประชาสัมพันธ์โครงการฯ (อารีรัตน์ พิมพ์นวน และ วิทยาพานิชล้อยเจริญ, 2560) และสอดคล้องกับการศึกษาของ ภากรณ์ โพธิ์ ที่ศึกษาเรื่องการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร พบว่า การท่องเที่ยวระหว่างชุมชนในจังหวัดชุมพร สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบ ดังนี้ 1) กิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ 2) กิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม 3) กิจกรรมท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ และการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวชุมชน ออกแบบสื่อเป็น 2 ระบบคือ ระบบออฟไลน์ พัฒนาเป็นปฏิทินท่องเที่ยว โดยใช้ควบคู่กับระบบออนไลน์ที่เป็นสื่อ Even Calendar Facebook ประกอบด้วย 1) ภาพและข้อมูลกิจกรรมและเทศกาล 2) ข้อมูลแสดงช่วงเวลาที่มีเทศกาลและกิจกรรมในจังหวัดชุมพร 3) ข้อมูลแสดงถึงช่วงวัน - เวลาที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมชุมชน 4) ภาพและข้อมูลสินค้าประจำท้องถิ่น โดยจุดเด่นของสื่อออฟไลน์คือสามารถเห็นข้อมูลภายในปฏิทินได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องใช้อินเทอร์เน็ต มีความสมบูรณ์ในเนื้อหาและจุดเด่นของสื่อออนไลน์ คือ มีความยืดหยุ่นของข้อมูลสามารถปรับแก้ไขเนื้อหาให้ได้อย่างเป็นปัจจุบันตลอดเวลาสามารถเพิ่มเติมเนื้อหาส่วนขยายได้ตามต้องการ (ภากรณ์ โพธิ์, 2564) และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ทรัพย์ อมรภิญโญ ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้โดยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม โครงการหนองคายโมเดล พบว่า โครงการหนองคายโมเดลมีการประชาสัมพันธ์ 2 ช่องทาง ได้แก่ 1) ช่องทางออนไลน์ผ่านทางเพจเพชบุ๊ค เว็บไซต์ โปรแกรมโลกเสมือนจริง spatial 2) ช่องทางออฟไลน์ ใช้วิธีปากต่อปาก ไม่มีเอกสารประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยจึงพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ แผ่นพับ ซึ่งมีความโดดเด่นในด้าน 1) เป็นสารทโบรชัวร์ในด้านการรักโลก 2) มีความสวยงาม สามารถดึงดูดความสนใจ 3) แปลกใหม่ มีความแตกต่าง และ 4) มีความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งบนแผ่นพับมีข้อมูลครบถ้วน ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับกลุ่มผู้ผลิต เป็นตัวกลางในการให้รายละเอียด ช่วยขยายตลาดให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ช่วยส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ในโครงการ (ทรัพย์ อมรภิญโญ, 2565)

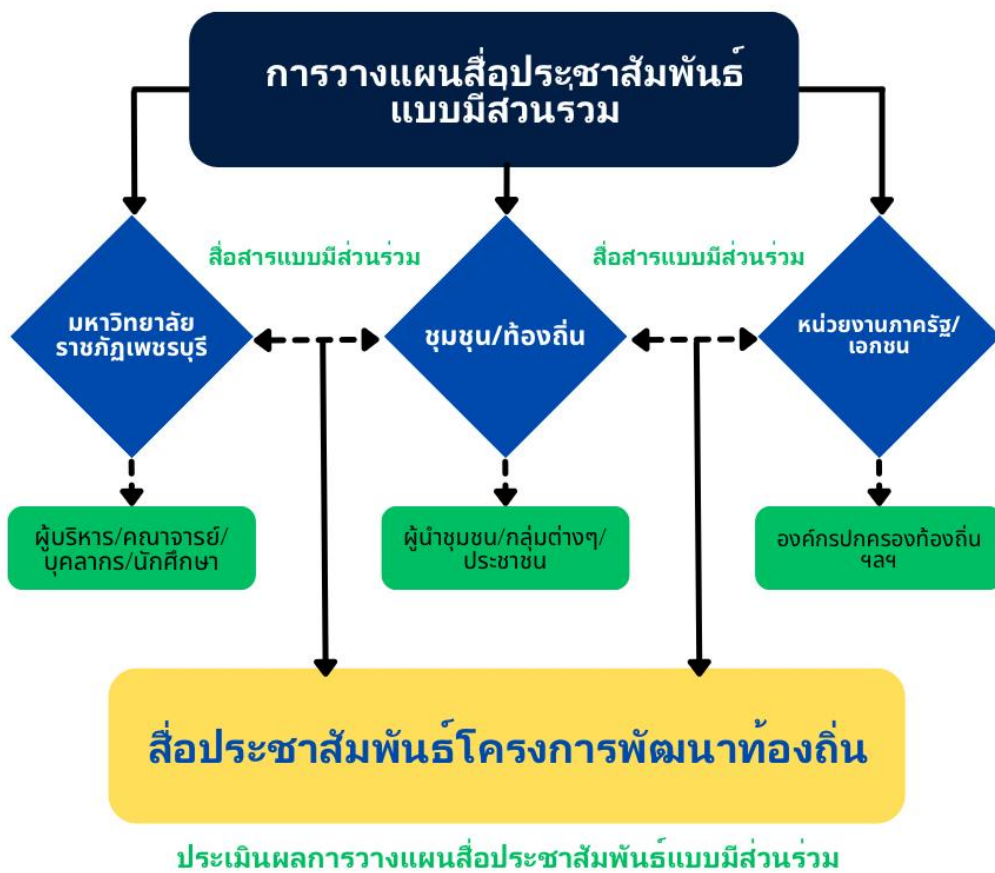
สำหรับการสร้างเครือข่ายการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์และการจัดทำแผนสื่อประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี เน้นความคล่องตัวในการทำงาน มีการสื่อสารผ่านผู้นำชุมชน มีระบบกลไกในการขับเคลื่อน และมีการต่อยอดองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ นอกจากนั้นในการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีแหล่งที่มาของการสนับสนุนงบประมาณที่เพียงพออีกด้วย สอดคล้องกับการศึกษาของ สายฝน แสนใจ ได้ศึกษาเรื่อง การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาสื่อการจัดการเรียนรู้โดยบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตในชุมชน พบว่า (1) ผู้มีส่วนร่วมในการสร้างสื่อการจัดการเรียนรู้ประกอบด้วย 3 ฝ่าย คือ ฝ่ายชุมชน ฝ่ายสถานศึกษา และฝ่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ การมีส่วนร่วมของฝ่ายชุมชน ได้แก่ การร่วมระดมความคิดเห็น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น การร่วมสร้างสื่อการจัดการเรียนรู้ และการวิพากษ์สื่อการจัดการเรียนรู้ ฝ่ายสถานศึกษามีส่วนร่วมในการจัดสร้างและนำเสนอสื่อการจัดการเรียนรู้ไปทดลองใช้ ส่วนฝ่ายมหาวิทยาลัยมีส่วนในการจัดสร้าง กำกับติดตามการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย (2) โรงเรียนและชุมชนได้สื่อการจัดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับบริบทและวิถีชีวิตของชุมชน จำนวน 2 ชุด



คือ การทำนาโบราณบ้านร้องขี้เหล็ก และวิถีไทลื้อ (3) ชนรุ่นหลังในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาของตนเอง และภูมิปัญญาของชุมชนได้รับการอนุรักษ์และสืบสานต่อจากการนำเสนอไปใช้ในการจัดการเรียนรู้ (สายฝน แสนใจพรม, 2559) และสอดคล้องกับการศึกษาของ ต่วนเปาซี กูจิ ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารงานภาครัฐในรูปแบบเครือข่าย: กรณีศึกษาสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชนสำนักงานปฏิบัติการภาคใต้ พบว่า กระบวนการการบริหารงานภาครัฐในรูปแบบเครือข่ายของสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน สำนักงานปฏิบัติการภาคใต้ แบ่งออกเป็น 5 กระบวนการ คือ (1) เครือข่ายองค์กรชุมชน ส่วนใหญ่มักเกิดจากการที่ประชาชนเป็นแกนนำจัดตั้งโดยเกิดจากการริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่มประชาชนเอง และเครือข่ายที่เกิดจากนโยบายของทางราชการเข้าไปกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความตระหนักในปัญหา สร้างความตื่นตัวให้เกิดความสนใจในการรวมตัว (2) การจัดระบบบริหารเครือข่าย เป็นระบบที่สมาชิกได้มีโอกาสร่วมในการจัดการมากที่สุด มีความสอดคล้องกับวิถีของชุมชนหรือท้องถิ่น (3) ประโยชน์ของเครือข่าย ได้แก่ เป็นเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นเวทีกลางประสานงาน เป็นเวทีแลกเปลี่ยนและระดมทรัพยากร เป็นเวทีสร้างสรรค์และพัฒนาความรู้ใหม่ ๆ และเป็นเวทีสร้างกระแสผลักดันประเด็นทางสังคมใหม่ ๆ (4) การธำรงรักษาเครือข่าย ต้องจัดให้มีการกำกับดูแลและตรวจสอบกิจการ เพื่อรักษาความสำเร็จของเครือข่าย และการธำรงรักษาเครือข่ายให้มีการดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง (5) ปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานของเครือข่าย มีดังนี้ ปัญหาด้านการบริหารจัดการด้านแผนงาน ด้านงบประมาณ ด้านวัสดุอุปกรณ์ ปัญหาเกี่ยวกับจำนวนบุคลากรในการปฏิบัติงานไม่เพียงพอต่อจำนวนงานที่ต้องปฏิบัติ ปัญหาด้านทัศนคติของสังคมที่มีต่อเครือข่าย ภาครัฐและภาคเอกชนควรให้การสนับสนุนเครือข่ายทั้งในด้านการเอื้ออำนาจ การสนับสนุนด้านเงินทุน การสนับสนุนทรัพยากร ความรู้ด้านวิชาการ การประชาสัมพันธ์ การประสานงานเชื่อมโยงให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ภายในเครือข่ายและระหว่างเครือข่าย และการเข้าร่วมในกระบวนการพัฒนาเครือข่าย (ต่วนเปาซี กูจิ, 2554)

องค์ความรู้ใหม่

การวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี มีการทำงานร่วมกันจาก 3 ภาคส่วนสำคัญ คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ชุมชน/ท้องถิ่น และองค์กรทางภาครัฐและเอกชน โดยใช้กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม กำหนดประเด็น แลกเปลี่ยน/พูดคุย รับฟัง สรุปประเด็นวางแผนดำเนินการ ดำเนินการตามแผนและติดตามประเมินผล



ภาพที่ 5 โมเดล การวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีส่วนร่วมโครงการพัฒนาท้องถิ่น
ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่องการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีได้ข้อสรุปว่า แนวทางในการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่นต้องการเน้นการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่อยู่ในพื้นที่ การใช้สื่อบุคคลที่ได้รับความนิยมหรือนับถือและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ควบคู่ในกลุ่มเยาวชน สำหรับการสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์มีการสร้างเครือข่ายและการสื่อสารผ่านผู้นำชุมชนโดยมีการจัดตั้งกลุ่มแบบไม่เป็นทางการ ไม่ตายตัว ยืดหยุ่นได้ มีกลไกในการขับเคลื่อนสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายและสุดท้ายการจัดทำแผนสื่อประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่นดำเนินการโดยเน้นการสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน และต้องเป็นแผนที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์และตามความเหมาะสม มีงบประมาณสนับสนุนอย่างเพียงพอ ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ คือ มหาวิทยาลัยควรขับเคลื่อนแผนประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาท้องถิ่นอย่างจริงจัง และต้องศึกษาบริบทชุมชนนั้น ๆ ก่อนเพื่อเกิดประโยชน์สูงสุดในการทำงาน นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยต้องสร้างคู่มือความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ และร่วมกันดำเนินกิจกรรมเพื่อผลประโยชน์ของชุมชน และนำเสนอผลที่เกิดขึ้นจริง หากเกิดปัญหาให้นำเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาด้วยเพื่อป้องกันการสื่อสารที่ผิดพลาด สำหรับข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ควรมีการศึกษาการเปิดรับและประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการพัฒนาท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

เอกสารอ้างอิง

- ดาร์พงษ์ รัตนสุวรรณ. (2561). ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560 – 2579). (ฉบับปรับปรุง 11 ตุลาคม 2561). (คู่มือ). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏ.
- ถ้วนเปาชี กุจิ. (2554). การบริหารงานภาครัฐในรูปแบบเครือข่าย : กรณีศึกษาสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน สำนักงานปฏิบัติการภาคใต้. ใน วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารรัฐกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทรัพย์ อมรภิญโญ. (2565). การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้โดยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โครงการหนองคายโมเดล. วารสารปัญญาวิวัฒน์, 14 (3), 323-337.
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ภาพการพิมพ์.
- ประกาศรี สวัสดิ์อำไพรักษ์. (2562). ความหมายและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์. เรียกใช้เมื่อ 11 เมษายน 2566 จาก <https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit8/SUBM1/U811-1.htm>
- พรจิต สมบัติพานิช. (2547). โฆษณาในทศวรรษที่ 2000-2010 : การศึกษาถึงปัจจัยด้านสื่อที่มีต่อรูปแบบโฆษณา. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภากรณ์ โพธิ์. (2564). การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร. ใน วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการออกแบบเพื่อธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มณูเชษฐ์ มะโนธรรม. (2555). การใช้สื่อมวลชนในงานสาธารณสุข. เรียกใช้เมื่อ 12 เมษายน 2566 จาก <https://www.gotoknow.org/posts/513886>
- มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. (2561). พันธกิจมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. เรียกใช้เมื่อ 11 เมษายน 2566 จาก <https://www.pbru.ac.th/pbru/resolution>
- สายฝน แสงใจพรหม. (2559). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาสื่อการจัดการเรียนรู้โดยบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตในชุมชน. วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่, 17 (2), 101-109.
- อรรธรณ ปิรันธน์โอวาท. (2552). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อารีรัตน์ พิมพ์นวน และ วิทยา พานิชล้อยเจริญ. (2560). การมีส่วนร่วมเพื่อการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน กรณีศึกษา: โครงการยกระดับคุณภาพชีวิตของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา. ใน รวบรวมบทความวิจัยการสื่อสารศึกษา ปี พ.ศ. 2560. คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.