



การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ชุมชนคลองเตย

Production of Public Relations Media
of Khlong Toei Community

ณัฐภณ สุเมธอริคม¹ อารักษ์ ใจรัก² ธนกร เย็นสายสุข³ นิโลบล รังษิธรรมปัญญา⁴
Nattapon Sumathathikom¹ Arak Jairak² Thanagon Yensaisook³ and Nilobon Rangsrithampanya⁴
^{1,2,3,4}สาขาวิชาเทคโนโลยีมีัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
E-mail: nattapon.s@mutp.ac.th
Received: 2020-05-05 Revised: 2020-08-20 Accepted: 2020-09-20

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนคลองเตย และศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนคลองเตย กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคคลทั่วไปที่มีอายุตั้งแต่ 15-26 ปี ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง 20-28 กุมภาพันธ์ 2563 จำนวน 408 คน ที่ได้รับชมสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือ ผลการศึกษพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนคลองเตยอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: สื่อประชาสัมพันธ์ โฆษณากราฟิก ชุมชนคลองเตย

Abstract

The objectives were to produce the public relations of Khlong Toei Community and study satisfaction toward public relations of Khlong Toei Community. The data correction between February 20-28, 2020 from 408 audiences that has watched this the public relation media by using questionnaire online. Data was analyzed by percentage, average, and standard deviation. The study found that the audiences had satisfaction to the public relations of Khlong Toei Community and study satisfaction was at high level.

Keywords: Public Relations Media, Motion Graphic, Khlong Toei Community

1. บทนำ

ชุมชนคลองเตยเป็นชุมชนที่ตั้งอยู่บนที่ดินของการท่าเรือแห่งประเทศไทย (กทท.) ติดแม่น้ำเจ้าพระยามานานกว่า 50 ปี เป็นชุมชนที่เกิดขึ้นเมื่อประเทศไทยกำลังเริ่มใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เป็นช่วงที่ภาครัฐพยายามผลักดันอุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้า ทำให้รัฐบาลต้องสั่งสินค้าเครื่องจักรและวัตถุดิบจากต่างชาติเข้ามา ท่าเรือคลองเตยซึ่งเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งทางน้ำ จึงมีความจำเป็นต้องใช้แรงงานคนจำนวนมากในการขนถ่ายสินค้า แรงงานเหล่านี้จึงเป็นคนกลุ่มแรกที่ทำให้เกิดชุมชนคลองเตย และชุมชนคลองเตยกลายเป็นชุมชนที่แออัดบนพื้นที่การท่าเรือแห่งประเทศไทย หรือเรียกว่าสลัมคลองเตย จนถูกมองว่าเป็นพื้นที่ที่เต็มไปด้วยอันตราย เป็นแหล่งอาชญากรรมและยาเสพติด และมักเป็นชุมชนที่ถูกมองข้ามทำให้เสียโอกาสในหลาย ๆ ด้าน การพัฒนาชุมชนคลองเตยให้เป็นบ้านที่น่าอยู่สำหรับทุกคน จึงเป็นแนวทางที่ดีสำหรับการผลักดันและพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น ดังนั้น จึงมีการจัดตั้งกลุ่มจิตอาสาเพื่อช่วยเหลือชุมชนกลุ่มคลองเตยใจดีสร้างทั้งกิจกรรมและการเรียนรู้ต่าง ๆ ที่เน้นทางด้านวิชาชีพให้กับเด็กและเยาวชนในชุมชนแบบฟรี ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ช่วยพัฒนาศักยภาพให้ตัวเด็กเยาวชนในชุมชน โดยมีการสอนดนตรี และกำลังจะมีการเพิ่มการเรียนการสอนด้านวิชาการให้กับเด็กและเยาวชน ที่ยังขาดทักษะการอ่าน การเขียน และความรู้เบื้องต้นต่าง ๆ อีกมาก จึงมีความต้องการทั้งอุปกรณ์และสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่จำเป็น และยังมีบางกิจกรรมการเรียนรู้ที่ต้องการอุปกรณ์และยังขาดแคลนเพื่อต่อยอดให้กับเด็กและเยาวชนในชุมชนเกิดการเรียนรู้ เช่น เครื่องดนตรี หนังสือเรียน และอุปกรณ์เครื่องใช้อื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์เพื่อการส่งเสริมการเรียนรู้ ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยลดปัญหาของเด็กและเยาวชนได้เป็นอย่างดี

สื่อประชาสัมพันธ์ คือหนทางหรือวิถีทางในการนำข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งไปสู่ผู้รับ ในปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์มีมากมายและหลากหลาย อันเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีของโลก โดยยกตัวอย่างการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้สำหรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์หรือเชิญชวน [1] ทั้งนี้การ

ใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์หลากหลายรูปแบบเพื่อให้สื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด เช่น สื่อวีดิทัศน์ คือ สื่อที่นำเสนอทั้งภาพและเสียง โดยถ่ายทอดผ่านทางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถสร้างความบันเทิงให้ความรู้ให้ข่าวสารรวมถึงการให้ผลทางด้านความรู้สึก อารมณ์ ความเชื่อ ค่านิยม ทศนคติ โดยจุดประสงค์ในการใช้ต่างกันออกไป และนำไปใช้ประกอบการเรียนการสอนด้วย [2,3] นอกจากนี้ยังมีสื่อสมัยใหม่ที่เป็นที่นิยม คือ สื่อ Motion Graphic ซึ่งหมายถึงภาพกราฟิกแบบเคลื่อนไหวนั่นเอง โดยโมชันกราฟิกจะเป็นการนำกราฟิกต่าง ๆ มาขยับและเคลื่อนไหวให้เกิดความน่าสนใจซึ่งจะช่วยสร้างความสนุกสนานให้กับงานกราฟิกที่เป็นภาพนิ่งและบอกเล่าเรื่องราวข้อมูลต่าง ๆ ได้ดี มีชีวิตชีวายิ่งขึ้น ซึ่งส่งผลให้การสื่อสารเรื่องราวต่าง ๆ นั้นมีประสิทธิภาพดีมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม ซึ่งปัจจุบันก็มีสื่ออื่น ๆ มากมายที่นำมาเอาโมชันกราฟิกไปใช้ประกอบ อย่างเช่น งานโฆษณา รายการโทรทัศน์ หรือ Music Video เป็นต้น [4]

ดังนั้น การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ต้องเลือกสื่อที่เหมาะสมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย จึงทำให้คณะผู้ศึกษาสนใจผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนคลองเตย เพื่อเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรมของชุมชน และใช้ในการเผยแพร่กิจกรรมผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ของชุมชน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนคลองเตย
- 2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนคลองเตย

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนคลองเตย เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยการพัฒนาเครื่องมือสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนคลองเตย มีรูปแบบการนำเสนอ 2 รูปแบบ เป็นการนำเสนอในรูปแบบวีดิทัศน์และรูปแบบโมชันกราฟิก และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตารางประกอบความเรียง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มบุคคลทั่วไป ที่มีอายุตั้งแต่ 15-26 ปี ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง 20-28 กุมภาพันธ์ 2563

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ กลุ่มบุคคลทั่วไป ที่มีอายุตั้งแต่ 15-26 ปี โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจง ที่ให้ข้อมูลด้วยความสมัครใจ จำนวน 408 คน ในช่วงของการเก็บข้อมูลระหว่าง 20-28 กุมภาพันธ์ 2563

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

(1) สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนคลองเตย มีรูปแบบการนำเสนอ 2 รูปแบบ เป็นการนำเสนอในรูปแบบวีดิทัศน์และรูปแบบโมชันกราฟิก มีขั้นตอนการผลิต 3 ขั้นตอน ดังนี้

การผลิตสื่อวีดิทัศน์กิจกรรมคลองเตยดีจัง

1) ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-Production)

ก) ลงพื้นที่ชุมชนกับหน่วยงานจิตอาสา เพื่อให้ทราบถึงบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานและปัญหา

ข้อมูลและกิจกรรมของหน่วยงานเพื่อนำมาพัฒนาตัวผลงานโครงงานพิเศษ

ข) หลังจากที่ได้ข้อมูลและรู้ถึงปัญหา จึงนำมาคิดหัวเรื่องของวิดีโอและพัฒนาบทพูดและรูปแบบของสื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์

ค) ให้หน่วยงานจิตอาสา ตรวจสอบรูปแบบของวิดีโอ เพื่อที่ปรับแก้ไขให้มีความเหมาะสมที่จะใช้พัฒนาตัวผลงาน

ง) หลังจากที่ได้ตรวจสอบเรียบร้อยแล้ว จึงกำหนดวันถ่ายทำและเข้าสู่ขั้นตอนการผลิตตัวชิ้นงาน

2) ขั้นตอนการผลิต (Production)

ก) เมื่อถึงสถานที่ถ่ายทำในชุมชนที่ทางหน่วยงานจัดไว้ให้ ติดตั้งกล้องและอุปกรณ์การถ่ายทำไว้ในจุดที่ใช้ถ่ายโดยเลือกสถานที่ที่เด็ก ๆ ใช้เล่นและทำกิจกรรม

ข) เลือกตัวแทนน้อง ๆ 3-4 คน พูดความรู้สึที่ได้เข้าร่วมถึงกิจกรรมของทางหน่วยงานและเชิญชวนบุคคลภายนอกเข้าร่วมสนุกกับกิจกรรมใหญ่ “คลองเตยดีจัง” ที่จะจัดขึ้นช่วงต้นเดือนเมษายนของทุกปี

ค) หลังจากการถ่ายทำในส่วนของการสัมภาษณ์ ได้ทำการถ่ายทำในส่วนของกิจกรรมเพื่อใช้เป็น Inserts ในตัวชิ้นงานเพิ่มเติม

ง) ขั้นตอนการผลิตโดยใช้คอมพิวเตอร์ ใช้โปรแกรม Adobe premiere pro, Final Cut Pro ในการตัดต่อวิดีโอตัวชิ้นงานนี้

จ) หลังจากการตัดต่อชิ้นงานเสร็จ ได้ให้ทางหน่วยงานให้คำแนะนำเพื่อปรับการแก้ไขชิ้นงานให้สมบูรณ์

3) ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)

หลังจากปรับแก้ไขชิ้นงานเสร็จสมบูรณ์แล้ว ได้ส่งต่อให้ทางหน่วยงานเผยแพร่ผ่านช่องทางของทางหน่วยงานจิตอาสา

การผลิตสื่อโมชันกราฟิกคลองเตยสลัมในเมืองหลวง

1) ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-Production)

ก) ค้นหาข้อมูล ของหน่วยงานจิตอาสาและการทำงานที่เกี่ยวข้องกับชุมชนคลองเตยทั้งเรื่องกิจกรรมและการบริจาค

ข) สรุปข้อมูลที่ได้มาเป็นบทพูดที่ฟังแล้วกระชับเข้าใจง่ายมีความน่าสนใจของเนื้อหาและไม่ยืดเยื้อจนเกินไป

ค) ส่งโครงเรื่องและบทพูดให้ทางหน่วยงานตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและปรับแก้ไขให้มีความถูกต้องและเหมาะสม

ง) จัดทำ Story Board ของตัวชิ้นงานและนำเสนอให้ทางหน่วยงานได้รู้ถึงรูปแบบของชิ้นงานก่อนที่จะเข้าสู่ขั้นตอนการผลิต

2) ขั้นตอนการผลิต (Production)

ก) ทำการพากย์เสียงตามบทพูดเพื่อนำไปใส่ในชิ้นงาน

ข) ใช้โปรแกรม Adobe Illustrator ออกแบบ Vector Graphic ตาม Story Board ที่ได้



ออกแบบไว้

ค) นำ Vector ทั้งหมดที่ทำเสร็จแล้วใส่ในโปรแกรม Adobe After Effect เพื่อทำเป็นภาพเคลื่อนไหว ให้สัมพันธ์กับบทพูด จากนั้นนำชิ้นงานที่ได้ใส่เสียงดนตรีและเสียง Effect ในโปรแกรมตัดต่อวิดีโอ

ง) ส่งตัวชิ้นงานให้ทางหน่วยงานและอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมเพื่อแก้ไขตัวชิ้นงาน

3) ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)

ก) นำเสนอผลงานให้อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบและปรับแก้

ข) หลังจากปรับแก้ไขชิ้นงานเสร็จสมบูรณ์แล้ว ได้ส่งต่อให้ทางหน่วยงานเผยแพร่ผ่านช่องทางของหน่วยงานจิตอาสา

(2) แบบสอบถามออนไลน์สำหรับวัดความพึงพอใจ สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนคลองเตย ทั้งสองรูปแบบ โดยแบบสอบถามความพึงพอใจแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่

5 หมายถึง ความพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง ความพอใจมาก

3 หมายถึง ความพอใจปานกลาง

2 หมายถึง ความพอใจน้อย

1 หมายถึง ความพอใจน้อยสุด

1) การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสอบถามผู้ที่รับชมสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งสองแบบ โดยอาศัยตามหลักสถิติจำนวน เพื่อเก็บข้อมูล ดังนี้

1.1) กำหนดกลุ่มเป้าหมายบุคคลทั่วไปที่มีอายุตั้งแต่ 15-26 ปี จำนวน 408 คน

1.2) ให้กลุ่มเป้าหมายรับชมสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งสื่อวีดิทัศน์และโมชันกราฟิก

1.3) หลังรับชมให้กลุ่มเป้าหมายทำแบบสอบถาม

1.4) เก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเพื่อประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน

คลองเตย

2) การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนคลองเตย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.51-5.00	มากที่สุด
3.51-4.50	มาก
2.51-3.50	ปานกลาง
1.51-2.50	น้อย
1.00-1.51	น้อยที่สุด

4. ผลการวิจัย

การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนคลองเตย มีรูปแบบการนำเสนอ 2 รูปแบบ เป็นการนำเสนอในรูปแบบวีดิทัศน์และรูปแบบโมชันกราฟิก สามารถนำเสนอผลการดำเนินงานได้ดังนี้

4.1 สื่อวีดิทัศน์กิจกรรมคลองเตยดีจัง เป็นสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบวีดิทัศน์ ความยาว 3 นาที 9 วินาที โดยเนื้อหาในวีดิทัศน์จะเป็นการประชาสัมพันธ์พร้อมเชิญชวนให้เข้าร่วมงาน คลองเตยดีจัดงานกิจกรรมประจำปีที่รวมผลงานของเด็ก ๆ ในชุมชนทั้งด้านศิลปะและดนตรี ผ่านนื่อง ๆ ในชุมชน 3-4 คน



ภาพที่ 1 สื่อวีดิทัศน์กิจกรรมคลองเตยดีจัง

4.2 สื่อโชนักรรฟฟก คลองเตยสลัมในเมื่องหลวง เป็นสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบโชนักรรฟฟก ความยาว 1 นาที 37 วินาที โดยเนื้อหาในโชนักรรฟฟกจะเป็นการพุดถึงชุมชนคลองเตยและหน่วยงาน Music Sharing หน่วยงานจิตอาสาที่เข้ามาช่วยเหลือ จัดกิจกรรมทางด้านศิลปะและดนตรีให้เด็ก ๆ ในชุมชนพร้อมทั้งเชิญชวนให้บริจาอุปกรณ์การเรียนรู้อย่างต่าง ๆ ให้กับเด็ก ๆ ผ่านโชนักรรฟฟก



ภาพที่ 3 สื่อโชนักรรฟฟกคลองเตยสลัมในเมื่องหลวง

4.3 ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนคลองเตย แบ่งการประเมินออกเป็น 2 ส่วนตามสื่อที่ผลิตขึ้น ได้แก่ ความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์ กิจกรรมคลองเตยดีจัง และสื่อโมชันกราฟิก คลองเตยสลัมในเมืองหลวง ดังตารางที่ 1 และ 2

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนคลองเตย สื่อวีดิทัศน์กิจกรรมคลองเตยดีจัง

รายการ	การแปลความหมาย		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ความน่าสนใจของวีดิทัศน์	4.02	0.61	มาก
2. ความเหมาะสมของเนื้อหา	4.03	0.58	มาก
3. ระยะเวลาที่ใช้ในนำเสนอ	4.06	0.55	มาก
4. วีดิทัศน์นำเสนอเข้าใจง่าย	4.10	0.54	มาก
5. ภาพและเสียงในวีดิทัศน์	4.08	0.57	มาก
ภาพรวม	4.06	0.57	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์กิจกรรมคลองเตยดีจัง พบว่า ผู้ชมสื่อมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบวีดิทัศน์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ อยู่ในระดับมากทุกข้อ

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนคลองเตย สื่อโมชันกราฟิก คลองเตยสลัมในเมืองหลวง

รายการ	การแปลความหมาย		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ความน่าสนใจของสื่อ	4.04	0.59	มาก
2. ระยะเวลาที่ใช้ในนำเสนอ	4.03	0.56	มาก
3. ชวาร์ดเสียงเพลงประกอบ	4.04	0.57	มาก
4. ขนาดสี ตัวอักษรและความสวยงาม	4.06	0.56	มาก
5. ความสวยงามของ Motion Graphic	4.06	0.57	มาก
6. เนื้อหาของสื่อ	4.07	0.57	มาก
7. ความเข้าใจง่ายของสื่อ	4.09	0.57	มาก
ภาพรวม	4.06	0.57	มาก

จากตารางที่ 2 ความพึงพอใจต่อสื่อโมชันกราฟิก คลองเตยสลัมในเมืองหลวง พบว่า ผู้ชมสื่อมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อโมชันกราฟิกในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ อยู่ในระดับมากทุกข้อ



5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป อภิปรายผล

จากการศึกษาผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนคลองเตย ทั้งรูปแบบวีดิทัศน์และโมชันกราฟิก ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมต่อสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งสองรูปแบบ พบว่า ผู้ชมมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องมาจากลักษณะของสื่อที่พัฒนาเป็นสื่อประชาสัมพันธ์สองรูปแบบ เพื่อประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรมและการเปลี่ยนแปลงภายในชุมชนคลองเตยทำให้บุคคลภายนอกรับรู้ถึงกิจกรรมและหน้าที่ของหน่วยงานจิตอาสาภายในชุมชน สอดคล้องกับการศึกษาของปัทมาพร สัมไทย [5] ที่พบว่า บุคลากรคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีความพึงพอใจที่ได้รับข่าวสารจากการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของ กษมา เทียมเพ็ชร [6] ที่พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ด้านการจัดเก็บภาษีของเทศบาลเมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้วในระดับมาก

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ช่วยเหลือชุมชนคลองเตย และศึกษาความพึงพอใจของผู้ชม พบว่า ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อสื่ออยู่ในระดับมาก ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะเพื่อการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ช่วยเหลือชุมชนคลองเตยที่ผลิตขึ้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์และมีการศึกษาแต่ยอดเพิ่มเติม ดังนี้

1) ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและนำไปใช้ประโยชน์ จากการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ช่วยเหลือชุมชนคลองเตย ผู้ศึกษาเห็นว่า สื่อทั้งสองรูปแบบยังมีข้อบกพร่องในส่วนต่าง ๆ ที่มีข้อพึงระวัง ดังนี้

1.1) ข้อเสนอแนะในสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบวีดิโอ

ก) ข้อบกพร่องของเสียงในสื่อวีดิโอที่จะมีเสียงรบกวนเข้ามาบางจังหวะ เป็นผลจากการที่อุปกรณ์มีความไม่เสถียรทำให้เป็นอุปสรรคในการฟังบางจังหวะ

ข) โทนสีของภาพมีการโดดเด่นน้อยเป็นผลมาจากการตั้งค่ากล้องที่มีความแตกต่างกัน ทำให้โทนสีของภาพไม่เนียนตา

1.2) ข้อเสนอแนะในสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบโมชันกราฟิก

ก) เสียงพากย์มีความนิ่งของระดับเสียง ควรเพิ่มความหนักเบาของน้ำเสียงจะช่วยให้วิดีโอน่าดึงดูดเพิ่มขึ้น

ข) บางฉากของโมชันกราฟิกนำเสนอออกมาได้กว้างเกินไปยังไม่เน้นรายละเอียดตามบทพากย์เท่าที่ควร

2) ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

จากการศึกษาและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ช่วยเหลือชุมชนคลองเตย ในครั้งนี้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ให้แก่หน่วยงานจิตอาสา Music Sharing ทั้งนี้ยังสามารถนำไปพัฒนาหรือออกแบบสื่อในรูปแบบของแอนิเมชันอินโฟกราฟิกหรือวิดีโอต่อไป ทำให้สื่อมีความน่าสนใจยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2562). [ออนไลน์]. คู่มือการทำสื่อประชาสัมพันธ์. สืบค้นจาก <https://www.stou.ac.th/offices/Oce/kmoce1/เอกสารค้นคว้าเพิ่มเติม.pdf>
- [2] ชูชาติ มงคลเมฆ. (2553). การเปรียบเทียบทักษะปฏิบัติดนตรีสากลและความรับผิดชอบต่อน้ำหนักของนักเรียน ช่วงชั้นที่ 3 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้สื่อวีดิทัศน์มีครูแนะนำกิจกรรมการศึกษา วิดิทัศน์ด้วยตนเอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต วิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- [3] รัชนก ธีระแก้ว. (2555). รูปแบบรายการวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมความรับผิดชอบของนักเรียนประถมศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- [4] Mrmeestudio. (2560). [ออนไลน์]. สิ่งที่เราควรรู้ก่อนจ้างทีมงานที่รับผลิตสื่อ โฆษณากราฟิกกับแอนิเมชันต่างกันอย่างไร. สืบค้นจาก <https://mrmeestudio.com/สิ่งที่ควรรู้ก่อนจ้างทำ/>
- [5] ปัทมาพร สัมไทย. (2558). การเปิดรับสื่อ ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. การค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [6] กษมา เทียมเพ็ชร. (2556). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการประชาสัมพันธ์ด้านการจัดเก็บภาษี ของเทศบาลเมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว. ปัญหาพิเศษหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.