



## รายงานโครงการพิเศษ

สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี

นางสาวหทัยชนก ยิ่งสุข  
นายภาณุพงศ์ แสนจันทร์

โครงการพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต  
สาขาวิชาเทคโนโลยีมีัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ปีการศึกษา 2561

ชื่อโครงการ	สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี
ชื่อ-สกุล	นางสาวหทัยชนก ยิ่งสุข นายภาณุพงศ์ แสนจันทร์
ชื่อปริญญา	เทคโนโลยีบัณฑิต
สาขาวิชา	เทคโนโลยีมีเดีย
คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ดลพร ศรีฟ้า
ปีการศึกษา	2561

### บทคัดย่อ

โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้แก่ อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง จังหวัดสุพรรณบุรี และประเมินความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่มีต่อหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว โดยการใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามออนไลน์เพื่อวัดความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่มีต่อหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว เผยแพร่และประชาสัมพันธ์แก่ อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน และทำการวิเคราะห์ด้วยความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน และร้อยละ ผลการศึกษาพบว่า สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.20$ , S.D. = 0.48)

คำสำคัญ: ประชาสัมพันธ์ หนังสือคู่มือการท่องเที่ยว อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง

<b>Special Project Title</b>	Public Relation Ecotourism at Suphanburi Province
<b>Authors</b>	Miss Hathaichanok Yangsuk Mister Panupong Sanjun
<b>Degree</b>	Bachelor of Technology
<b>Major Program</b>	Multimedia Technology
<b>Faculty/University</b>	Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon
<b>Project Advisor</b>	Miss Donlaporn Srifar
<b>Academic Year</b>	2018

### Abstract

The purposes of this special project were to produce the public relationship Ecotourism at Suphanburi Province and to evaluate the satisfaction by 200 people when they participated with travel manual by online questionnaire. The satisfaction to analyze by using frequency, deviation, average, and percentage. The result occurred that the satisfaction of the reader was in high level. ( $\bar{x} = 4.20$ , S.D.= 0.48)

**Keywords:** Public Relations, Guidebook, Hoop Khao Wong Reservoir

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำโครงการนี้ได้จัดทำและลุล่วงไปด้วยดีจากการให้คำแนะนำ กำกับการดูแลของอาจารย์ ดลพร ศรีฟ้า อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ ขอขอบคุณ อาจารย์ ดร.วิชชพร เทียบจัตุรัส อาจารย์ที่ปรึกษา รายวิชาบริหารจัดการการผลิตงานมัลติมีเดียที่ช่วยผลักดันให้เกิดโครงการพิเศษนี้ขึ้น ขอขอบคุณ อาจารย์ ดร.ฉันทนา ปาปัดถา ที่ปรึกษารายวิชาโครงการพิเศษ ที่ให้คำแนะนำการบริหารจัดการโครงการให้ ประสบความสำเร็จไปด้วยดี

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ใน อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง ทุกท่านที่ได้อนุเคราะห์ในด้านข้อมูลแก่ทางคณะ ผู้จัดทำเป็นอย่างดีเสมอมา

ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลที่เป็นบุคคลทั่วไป และกลุ่มบุคคลทั่วไปทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการ ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี

โครงการนี้ได้รับอุดหนุนงบประมาณจากโครงการส่งเสริมสิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรมเพื่อคนรุ่นใหม่ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

และขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนร่วมให้ความช่วยเหลือทั้งให้ข้อมูล คำแนะนำ ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินโครงการพิเศษครั้งนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คณะผู้จัดทำ





## ใบรับรองโครงการพิเศษ

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

เรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี

โดย นางสาวหทัยชนก ยังสุข และ นายภาณุพงศ์ แสนจันทร์

ได้รับอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีมีัลติมีเดีย

นาย ปาณะ เทศนิยม

(นายปาณะ เทศนิยม)

กรรมการภายนอก

ศาสตราจารย์ ดร. ศรีฟ้า

(อาจารย์ดลพร ศรีฟ้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา

นาย สุเมธ อธิคม

(อาจารย์อัญญาณ สุเมธอธิคม)

หัวหน้าสาขาวิชาเทคโนโลยีมีัลติมีเดีย

ศาสตราจารย์ ดร. กุสิยารังสี

(อาจารย์อภิญญาพัทธ์ กุสิยารังสี)

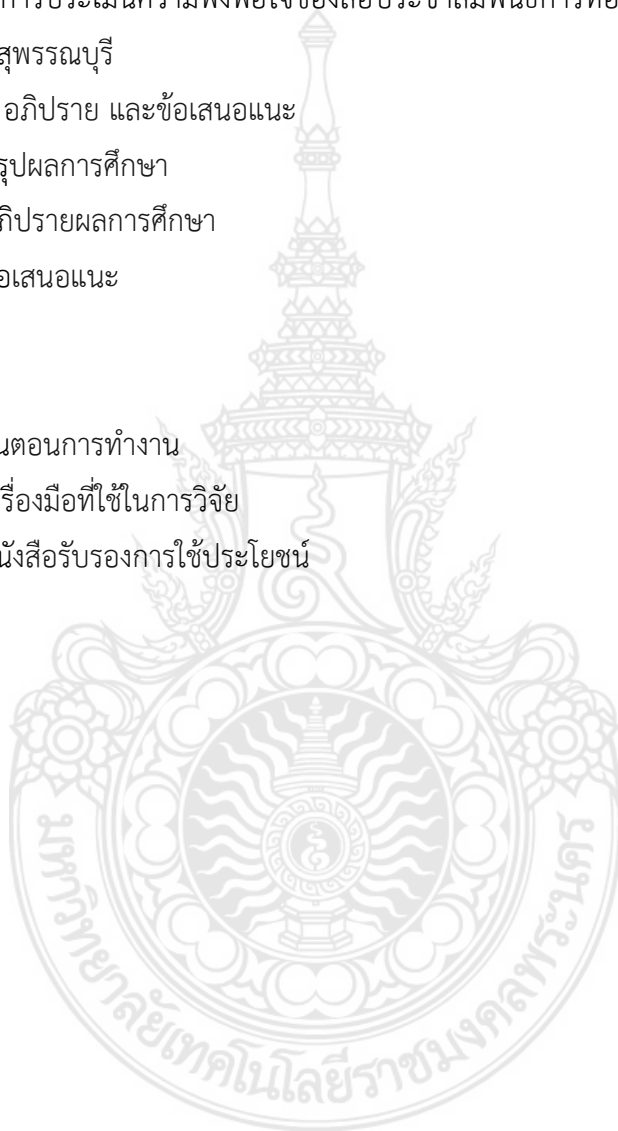
รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงการ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
1.3 ขอบเขตการศึกษาโครงการ	2
1.4 กรอบแนวคิดการศึกษา	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	6
2.2 การประชาสัมพันธ์	9
2.3 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์	12
2.4 ความพึงพอใจ	15
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
บทที่ 3 ขั้นตอนการดำเนินงาน	
3.1 ขั้นตอนการดำเนินโครงการ	20
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	21
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	21
3.4 การดำเนินการทดลองและการเก็บรวบรวมข้อมูล	21
3.5 สถิติที่ใช้และการวิเคราะห์ข้อมูล	22

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการดำเนินงาน	
4.1 ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี	23
4.2 ผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี	25
บทที่ 5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	29
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	30
5.3 ข้อเสนอแนะ	30
เอกสารอ้างอิง	31
ภาคผนวก	
ก ขั้นตอนการทำงาน	33
ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	36
ค หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์	40
ประวัติผู้จัดทำ	42



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	ตารางการแปลความหมายข้อมูลของแบบประเมินความพึงพอใจ	22
4.1	จำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ	25
4.2	จำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ	25
4.3	ตารางการแปลความหมายข้อมูลของแบบประเมินความพึงพอใจ	26
4.4	ผลประเมินความพึงพอใจด้านเนื้อหาของเล่มหนังสือไกด์บุ๊ก	27
4.5	ผลประเมินความพึงพอใจด้านการนำเสนอของเล่มหนังสือไกด์บุ๊ก	28





## สารบัญญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิด	3
4.1	การออกแบบหน้าปก อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง	23
4.2	การออกแบบเนื้อหาภายในเล่ม อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง	24
4.3	การออกแบบเนื้อหาภายในเล่ม อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง	24
4.4	การบอกรายละเอียดส่วนต่าง ๆ ภายในเล่ม อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง	25
4.5	การบอกรายละเอียดส่วนต่าง ๆ ภายในเล่ม อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง	25
4.6	การอธิบายถึงผ้าขึ้นตีนจกภายในเล่ม อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง	26
4.7	การอธิบายวิธีเดินทางภายในเล่ม อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง	26



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงการ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากการท่องเที่ยวที่มีมากขึ้นทำให้สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมลง แม้การท่องเที่ยวจะสร้างรายได้ให้กับชุมชนและประเทศชาติ แต่เมื่อมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นย่อมมีการใช้ทรัพยากรในการพัฒนาพื้นที่สถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น ก่อให้เกิดการสร้างปริมาณขยะมูลฝอยน้ำเสีย มลพิษต่างๆ นักท่องเที่ยวขาดจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการคำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชน ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวจึงเกิดขึ้น การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกร่วมกันต่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม คือ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนอยู่คู่กับสังคมมนุษย์และก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น และมุ่งให้เกิดการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แห่งหนึ่งของจังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง ตั้งอยู่ที่หมู่บ้านน้ำร้อน ตำบลน้ำร้อน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นอ่างเก็บน้ำที่มีภูเขาล้อมรอบที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยป่าไม้และพืชผัคนานาชนิด บรรยากาศดี เหมาะแก่การท่องเที่ยวพักผ่อน โดยมีชาวบ้านจาก 4 หมู่บ้าน มาช่วยกันดูแลและพัฒนาจนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวมาจนถึงทุกวันนี้

ก่อนที่จะมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม เมื่อก่อนอ่างเก็บน้ำมีสภาพเสื่อมโทรมภูเขากลายเป็นภูเขาหัวโล้นที่เกิดจากการลักลอบตัดไม้ทำลายป่า น้ำในอ่างเกิดการเน่าเสียส่งผลให้ปลาที่อาศัยอยู่ได้ตาย แต่ด้วยพลังจากชุมชนทั้ง 4 หมู่บ้าน ที่ช่วยกันดูแลรักษาจนภูเขาหัวโล้นกลายเป็นภูเขาที่เต็มไปด้วยต้นไม้เขียวขจี น้ำในอ่างก็ได้บำบัดจนดีขึ้นทำให้มีปลามากมายอาศัยอยู่ในน้ำ อ่างเก็บน้ำกลายเป็นสถานที่ที่สวยงามจึงได้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แห่งใหม่ของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยได้เปิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเมื่อปี พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมา

จากเหตุผลดังกล่าว ทางคณะผู้จัดทำจึงได้มีความสนใจที่จะผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับอ่างเก็บน้ำหุบเขาวง อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ในรูปแบบหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของอ่างเก็บน้ำหุบเขาวง อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี

## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี

1.2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี

## 1.3 ขอบเขตการศึกษาของโครงการ

โครงการพิเศษนี้มีขอบเขตการผลิตอยู่ที่เดือนกันยายน ถึง เดือนกุมภาพันธ์

### 1.3.1 ด้านเนื้อหา

ประกอบด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ ความเป็นมา กิจกรรมการอนุรักษ์ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กิจกรรมของสถานที่ และข้อมูลการเดินทางของ อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง

### 1.3.2 ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา

บุคคลทั่วไปอายุ 18 ถึง 30 ปีขึ้นไป จำนวน 200 คน

### 1.3.3 ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี

ตัวแปรตาม ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

จังหวัดสุพรรณบุรี

### 1.3.4 ด้านสถานที่

อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง

### 1.3.5 ด้านระยะเวลา

ระยะเวลาตั้งแต่ต้นเดือน ธันวาคม 2561 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2562

ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. กำหนดหัวข้อโปรเจค หาข้อมูลสถานที่ เสนออาจารย์ที่ปรึกษา

ระยะเวลา

ตุลาคม

2. ติดต่ออ่างเก็บน้ำหุบเขาวง สอบถามข้อมูลรายละเอียด

ตุลาคม

3. หาข้อมูลเทคนิคและ Reference

ธันวาคม

4. ศึกษาการออกแบบเค้าโครงของชิ้นงานเบื้องต้น

ธันวาคม

5. ออกแบบเค้าโครงของชิ้นงานเบื้องต้น

ธันวาคม

6. ลงพื้นที่สำรวจสถานที่จริง จ.สุพรรณบุรี

ธันวาคม

7. เริ่มทำงานในโปรแกรม Adobe

ธันวาคม

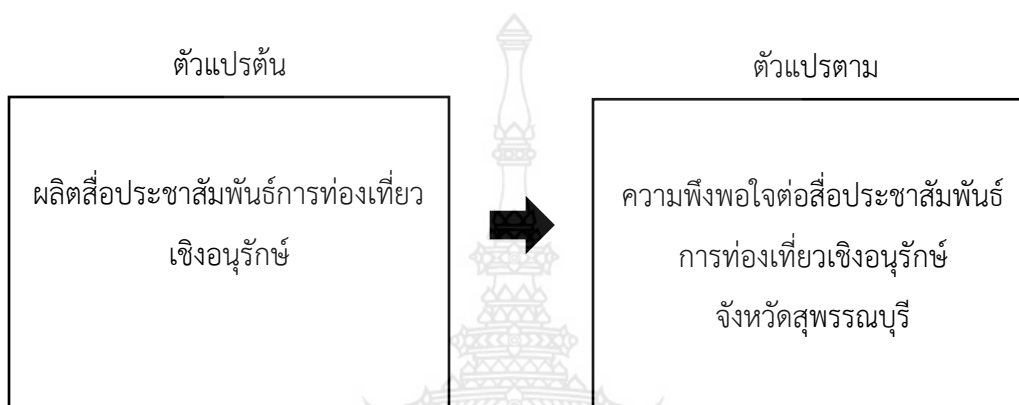
8. ทำสื่อประชาสัมพันธ์

ธันวาคม

9. สื่อประชาสัมพันธ์ได้รับการเผยแพร่
10. เก็บข้อมูลแบบสอบถามความพึงพอใจ

มกราคม  
กุมภาพันธ์

#### 1.4 กรอบแนวคิดการศึกษา



ภาพ 1.1 กรอบแนวคิด

#### 1.5 คำนิยามศัพท์

เพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการ ผู้จัดทำจึงขอกำหนดความหมายของศัพท์ต่าง ๆ ที่ใช้ในโครงการ ดังนี้

1.5.1 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ Ceballos Lascurain (1991) กล่าวว่า เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งเกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยไม่ให้เกิดการรบกวนหรือทำความเสียหายแก่ธรรมชาติ แต่มีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชมศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติเหล่านั้น

1.5.2 การประชาสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการสื่อสารที่องค์กรหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งได้ กระทำการสร้างความเข้าใจ ทัศนคติและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับประชาชน โดยมีการวางแผน และมีการกระทำอย่างต่อเนื่อง เป็นการส่งเสริมผลงานหรือบริการขององค์กร เพื่อให้ เกิดการยอมรับ เสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กร สถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง และความร่วมมือจากประชาชน อันจะส่งเสริมให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย

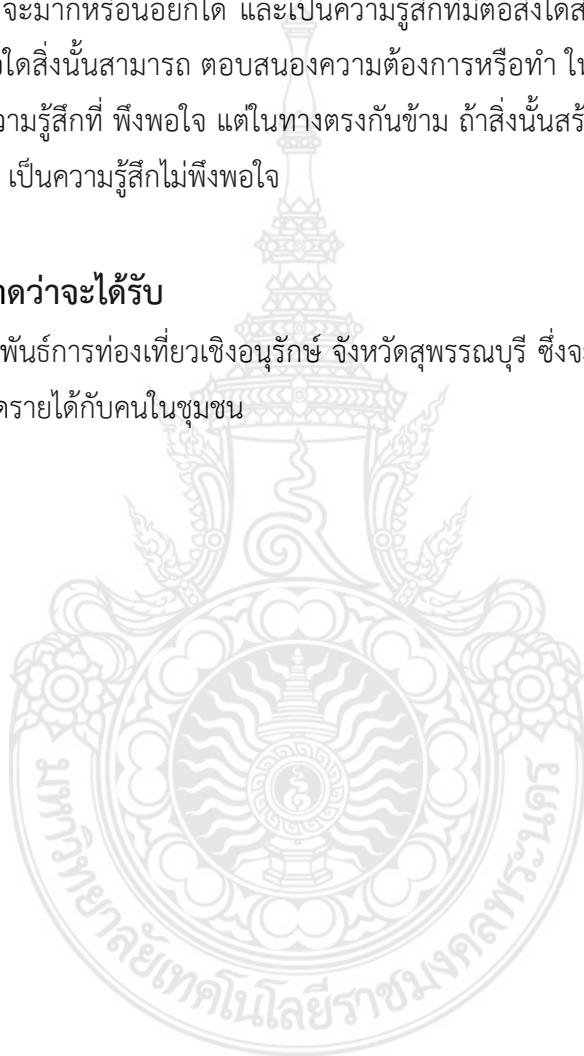
1.5.3 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง ลักษณะและรูปร่างที่แสดงออกโดยการเขียน พิมพ์หรือการสร้างรูปร่างและลักษณะโดยวิธีการอื่นๆ โดยที่สามารถผ่านการรับรู้ ทางการมองเห็นเท่านั้น สื่อที่

เสนอแนะจะเป็นงาน 2 มิติ และ 3 มิติ แต่การรับรู้ทางการมองเห็นภาพ เป็นลักษณะ 2 มิติ คือกว้างและสูงแต่มีความรู้สึกว่ามีความลึก

1.5.4 ความพึงพอใจ หมายถึง สิ่งที่เราควรจะเป็นไปตาม ความต้องการ ความพึงพอใจเป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติของบุคคลอีกรูปแบบหนึ่งซึ่ง เป็นความรู้สึกเอนเอียงของจิตใจที่มีประสบการณ์ที่มนุษย์เราได้รับอาจจะมากหรือน้อยก็ได้ และเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่ก็เมื่อใดสิ่งนั้นสามารถ ตอบสนองความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะเกิดความรู้สึกบวกเป็นความรู้สึกที่ พึงพอใจ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งนั้นสร้างความรู้สึกผิดหวัง ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบ เป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ได้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งจะส่งผลทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และทำให้เกิดรายได้กับคนในชุมชน



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการศึกษาเรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้จัดทำโครงการได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังต่อไปนี้

#### 2.1 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2.1.2 องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2.1.3 แนวคิดพื้นฐานและหลักการของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

#### 2.2 การประชาสัมพันธ์

2.2.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

2.2.2 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

2.2.3 หลักการประชาสัมพันธ์

#### 2.3 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

2.3.1 ความหมายของสื่อสิ่งพิมพ์

2.3.2 จุดประสงค์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

2.3.3 ขั้นตอนการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

#### 2.4 ความพึงพอใจ

2.4.1 ความหมายของความพึงพอใจ

2.4.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.4.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

#### 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 2.1 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

### 2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือ Eco-Tourism นั้นโดยความหมายก็คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องใช้ทุนธรรมชาติอย่างมีธรรมาภิบาลให้มีความมั่นคง ยั่งยืน และในท้ายที่สุดจะต้องคืนทุนต่อสังคม ซึ่งหมายถึงการให้ท้องถิ่นได้มีโอกาสตั้งแต่เริ่มรับรู้ตัวกระบวนการที่สมบูรณ์ในการพิจารณาทั้งในเรื่องทุนธรรมชาติและทุนทางสังคม ซึ่งส่งผลต่อทุนทางเศรษฐกิจที่ดำรงอยู่ได้

The Commonwealth Department of Tourism (1994) ให้ความหมายว่า เป็นการท่องเที่ยวธรรมชาติที่ครอบคลุมถึงสาระด้านการศึกษา การเข้าใจธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและการจัดการเพื่อรักษาระบบนิเวศให้ยั่งยืน ครอบคลุมถึงขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น การปันผลประโยชน์ต่าง ๆ กลับสู่ชุมชนท้องถิ่นและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

The Ecotourism Society (1991) กล่าวว่า การเดินทางไปเยือนแหล่งธรรมชาติโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศและในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเกิดประโยชน์ต่อประชาชนท้องถิ่น

Ceballos Lascurain (1991) กล่าวว่า เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งเกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยไม่ให้เกิดการรบกวนหรือทำลายสิ่งแวดล้อมแต่มีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติเหล่านั้น

Elizabeth Boo (1991) ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวแบบอิงธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีเงินทุนสำหรับการปกป้องดูแลรักษาพื้นที่ มีการสร้างงานให้กับชุมชนหรือท้องถิ่น พร้อมทั้งให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม

จากความหมายข้างต้น สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึงการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งเกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ และวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบ โดยไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือทำลายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่นเพื่อชื่นชม ศึกษา เรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ ลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาตินั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนและท้องถิ่นด้วยแนวคิดพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นแนวความคิดที่เกิดขึ้นโดยมีสาเหตุมาจากแนวโน้ม 2 ประการมาบรรจบกันคือ แนวโน้มเกี่ยวกับการอนุรักษ์และแนวโน้มเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงเรื่องอุตสาหกรรม

ท่องเที่ยว โดยมีสาระสำคัญเรื่องแนวโน้มเรื่องการอนุรักษ์ เกิดจากการที่ประชาชนเพิ่มขึ้น และภาวะทางเศรษฐกิจถดถอยในหลายประเทศ กิจกรรมการพัฒนาต่าง ๆ เช่น การตัดไม้ทำลายป่า การทำเหมืองแร่ และการเกษตรเกิดขึ้นภายในบริเวณทั่วไป ซึ่งส่วนใหญ่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ จนทำให้ธรรมชาติและทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรม และผลที่ตามมาคือความไม่ยั่งยืนของการพัฒนาเศรษฐกิจ ทำให้ประเทศต่าง ๆ ได้พยายามผสมผสานเรื่องของการอนุรักษ์เข้ากับการพัฒนาเศรษฐกิจ

ส่วนแนวโน้มเรื่องการท่องเที่ยวนั้น ปรากฏในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มนุษย์ได้เปลี่ยนแปลงวิธีการใช้เวลาว่างในการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีแนวโน้มว่าต้องการท่องเที่ยวแบบผจญภัยเข้าไปมีส่วนร่วมและสัมผัสกับธรรมชาติอย่างแท้จริง นอกจากนี้ยังอยากที่จะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับสถานที่ที่ไปเยือน ตั้งแต่ระบบนิเวศไปจนถึงชนิดพันธุ์พืช สัตว์ที่หายากหรือกำลังจะสูญพันธุ์ และประเด็นปัญหาด้านการอนุรักษ์ เช่น การสูญเสียทรัพยากรป่าไม้ การลักลอบล่าสัตว์ป่า เป็นต้น ฯลฯ จากแนวโน้มสองประการดังกล่าวมาบรรจบกัน ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศขึ้น ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จึงมีความหมายมากกว่าการท่องเที่ยวแบบธรรมดา แต่จะหมายรวมไปถึงการท่องเที่ยวที่จะต้องมีการอนุรักษ์

ควบคู่ไปด้วย

## 2.1.2 องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2.1.2.1 การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพราะธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมถือว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ หากธรรมชาติและระบบนิเวศได้รับผลกระทบจากการใช้ประโยชน์ในรูปแบบใดก็ตาม โอกาสที่ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจะเสื่อมโทรมลงหรือถูกทำลายลงก็มีอยู่สูง การให้ความรู้ความเข้าใจหรือการสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนจึงเป็นสิ่งสำคัญ

2.1.2.2 คือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบแรกโดยตรง เพราะนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มักเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความปรารถนาหรือสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติในลักษณะต่าง ๆ และสภาพภูมิทัศน์ตามธรรมชาติ ตลอดจนธรรมชาติที่แปลกำบากต่อการเดินทางและทำทนาย

2.1.2.3 การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เพราะการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่นในระยะยาวมากกว่ากิจกรรมอื่น ๆ การเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบต่าง ๆ จะช่วยให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม รูปแบบของการมีส่วนร่วมของชุมชน ได้แก่ การลงทุนเกี่ยวกับ



สิ่งอำนวยความสะดวกขนาดเล็กที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ การเป็นมัคคุเทศก์ การนำสินค้าที่เป็นศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านมาขายแก่นักท่องเที่ยว และการจ้างงานในส่วนบริการอื่น ๆ เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้นมีความแตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบเดิม กล่าวคือ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะมีข้อช่วยในการพิจารณาที่ลึกซึ้งและให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์เป็นหลักซึ่งสามารถระบุวัตถุประสงค์ได้ 4 ประการ ดังนี้

1. เพื่อพัฒนาจิตสำนึกและความเข้าใจของนักท่องเที่ยวในการทำคุณประโยชน์แก่สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ
2. เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ที่มีคุณภาพหรือคุณค่าสูงให้แก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยว
3. เพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตของชุมชนที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่
4. เพื่อดูแลรักษาและคงไว้ซึ่งคุณภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่น่าสนใจของชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิมด้วย

### 2.1.3 แนวคิดพื้นฐานและหลักการของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อมแห่งประเทศไทย (2539) ได้กล่าวถึงแนวคิดพื้นฐานและหลักการของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ไว้ดังนี้

2.1.3.1 เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และทรงคุณค่าในพื้นที่นั้น

2.1.3.2 เป็นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ มีการจัดการอย่างยั่งยืน ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมค่อนข้างต่ำและช่วยส่งเสริมการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืนตลอดไป

2.1.3.3 เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ และการให้การศึกษา เกี่ยวกับระบบนิเวศ และสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความประทับใจ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า เพื่อสร้างความตระหนักและจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่นตลอดจนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

2.1.3.4 เป็นการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การกระจายรายได้ ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศโดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในภาคบริการต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นมากกว่าการท่องเที่ยวที่เคยส่งเสริมกันมาตั้งแต่อดีต

## 2.2 การประชาสัมพันธ์

### 2.2.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

ความหมายของการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้

Cutlip, Center, and Broom (1985) ผู้ซึ่งมีอิทธิพลต่อวิชาการประชาสัมพันธ์ในช่วง 30 กว่าปีนี้ได้ให้ความหมายไว้ว่าการประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานระดับบริหารที่ทำหน้าที่ในการประเมินทัศนคติของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เข้าใจถึงนโยบายและท่าทีของบุคคลหรือ องค์กร ตลอดจนการดำเนินการวางแผนและลงมือปฏิบัติตามแผนนั้น ๆ เพื่อนำไปสู่การสร้าง ความเข้าใจอันดี และการยอมรับของกลุ่มประชาชน

Baskin, Aronoff, and Lattimore (1997, p. 5) ให้ความหมายไว้ว่า เป็นการจัดการของ องค์กรเพื่อสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้รับข่าวสารกลุ่มต่าง ๆ เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับ ความ คิดเห็น (Opinion) ทัศนคติ (Attitude) และค่านิยม (Value) หรือเป็นการติดต่อสื่อสารกับชุมชน ทั้ง ภายในและภายนอก เพื่อสร้างภาพพจน์ขององค์กรกับสาธารณชน

ปิณิดา พุ่มแย้ม (2544, หน้า 12) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อ เผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ขององค์กร สถาบันนั้น ๆ ด้วยสื่อหรือวิธีการที่เหมาะสมเพื่อให้กลุ่ม ประชาชน เป้าหมาย เกิดทัศนคติ ภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กร สถาบัน ยอมรับสนับสนุนและให้ความร่วมมือ เป็นผล ให้การดำเนินงานขององค์กร สถาบัน บรรลุวัตถุประสงค์

นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์ (2545, หน้า 18) การประชาสัมพันธ์ เป็นการดำเนินงาน อย่างมี ระเบียบแบบแผน และมีการกระทำอย่างต่อเนื่องกันไป เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่าง สาธารณชนกับ หน่วยงานขององค์กรด้วยวิธีที่ประชาชนยอมรับและมีการติดต่อไปมาทั้งสองฝ่าย การประชาสัมพันธ์จะ เป็นการกระทำ คำพูดหรือสถานการณ์ใด ๆ ที่มีอิทธิพลในการชักจูงให้ 25 ประชาชนเห็นด้วย ช่วยเหลือ สนับสนุน ยิ่งไปกว่านั้น การประชาสัมพันธ์ยังเป็นการสำรวจประชามติ ว่าประชาชนมีทัศนคติต่อสถาบัน องค์กรอย่างไร ถ้าเห็นด้วยก็จะทำให้ดียิ่ง ๆ ขึ้น แต่ถ้าไม่เห็นด้วย ก็จะต้องแก้ไขปรับปรุงต่อไป

ราชบัณฑิตยสถาน (2546, หน้า 657) ได้ให้ความหมายว่า ประชาสัมพันธ์คือ การติดต่อ สื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน”

พรพรหม ชมงาม (2546)การประชาสัมพันธ์ มาจากภาษาอังกฤษว่า Public Relations โดย Public หมายถึง สาธารณชนหรือประชาชน รวมถึงองค์กรที่ได้ผลประโยชน์ร่วมกัน ส่วน Relations หมายถึง ความสัมพันธ์ เมื่อนำคำทั้งสองนี้ มารวมกัน การประชาสัมพันธ์ จึงหมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร กับสาธารณชน

กองวิทยากร กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ (2552) กล่าวโดยสรุปว่าการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน

ความหมายของการประชาสัมพันธ์ได้มีการให้คำจำกัดความแตกต่างกันไปบ้าง แต่โดยสรุปการประชาสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการสื่อสารที่องค์กรหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งได้ กระทำการสร้างความเข้าใจ ทศนคติและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับประชาชน โดยมี การวางแผน และมีการกระทำอย่างต่อเนื่อง เป็นการส่งเสริมผลงานหรือบริการขององค์กร เพื่อให้ เกิดการยอมรับ เสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กร สถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง และความร่วมมือจากประชาชน อันจะส่งเสริมให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย

## 2.2.2 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานใด ๆ ก็ตาม การกำหนดวัตถุประสงค์ ถือว่าเป็น ขั้นตอนที่มีความสำคัญยิ่ง เป็นการแสดงถึงจุดมุ่งหมายของกิจกรรมที่มีความชัดเจน 26 วิจิตรอาวาทะกุล(2541ข, หน้า 47) ได้กล่าวถึง วัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์ ไว้ว่า เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร สร้างความนิยมชมชอบ สร้างความเลื่อมใสศรัทธาจาก ประชาชนพนักงาน ป้องกันการคลาดเคลื่อน โดยดำเนินการรักษาความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับ กลุ่มต่าง ๆ กระตุ้นเพิ่มพูนความสัมพันธ์เพิ่มขวัญกำลังใจในหมู่ประชาชน พนักงาน หุ่นส่วน ผู้เกี่ยวข้องทุกกลุ่มอยู่ตลอดเวลาและให้บริการด้านสาธารณประโยชน์ผลประโยชน์ที่เป็นธรรมแก่ สังคม โดยการสร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจเชื่อถือได้จากประชาชน ยืนยันความมั่นคงแก่ พนักงาน และประชาชน

วีรัช อภิรัตน์กุล (2542, หน้า151) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ หน่วยงานสถาบันต่างๆ ไว้ดังนี้ คือ

1. เพื่ออธิบายถึงนโยบายวัตถุประสงค์การดำเนินงาน และประเภทของการดำเนินงาน ธุรกิจของหน่วยงานนั้น ๆ ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบ
2. เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (Management) ได้ทราบถึงทัศนคติ ประชามติ หรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน
3. เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและค้นหาจุดบกพร่องต่าง ๆ เพื่อป้องกันปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ภายในหน่วยงาน
4. เพื่อให้ประชาชนยอมรับ ซึ่งถ้าเป็นหน่วยงานธุรกิจภาคเอกชน เช่น บริษัท ห้างร้าน เพื่อให้ยอมรับในบริษัทตน รวมทั้งยอมรับในผลิตภัณฑ์และบริการที่บริษัทจำหน่ายอยู่รวมทั้ง มีส่วนเพิ่มพูนปริมาณการขายทางอ้อมด้วย

5. เพื่อทำหน้าที่ขจัดปัญหายุ่งยากต่าง ๆ ภายในหน่วยงาน

6. เพื่อแนะนำฝ่ายบริหาร หรือฝ่ายจัดการให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องเพื่อสร้าง ความเจริญก้าวหน้าและชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน

จากแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่าวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่นโยบาย และการดำเนินงานรวมทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ให้ประชาชนรับรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเข้าใจอันดี ต่อกันและเพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการป้องกันและแก้ไข ความเข้าใจผิดเกี่ยวกับข่าวลือหรือสถานการณ์ในทางลบของหน่วยงาน

### 2.2.3 หลักการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการหรือกิจกรรมในการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายเพื่อให้เกิดความสัมพันธอันดี ซึ่งการดำเนินการประชาสัมพันธ์จะเป็นไป อย่างมีประสิทธิภาพได้นั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงหลัก 3 ประการ เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงาน อันได้แก่ การให้ข้อมูลหรือเผยแพร่ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง การติดต่อสื่อสารสองทาง การส่งเสริมความเข้าใจอันดี

วิทย์ ศิวะศรียานนท์ (2541, หน้า3) กล่าวถึงหลักสำคัญในการประชาสัมพันธ์ควรปฏิบัติ ดังต่อไปนี้ คือ ต้องมุ่งประโยชน์ส่วนรวมเป็นใหญ่เป็นเป้าหมายที่สำคัญที่สุดของประชาสัมพันธ์ต้อง รู้จิตใจของกลุ่มต่าง ๆ เนื่องจากงานประชาสัมพันธ์เป็นงานประสาน ดังนั้นในการที่จะรู้จิตใจของกลุ่มต่าง ๆ จะช่วยให้การประสานเป็นไปอย่างเรียบร้อยและราบรื่น ต้องรู้นโยบายของรัฐบาลหรือ องค์กรที่ตนเป็นเจ้าของหน้าที่ประชาสัมพันธ์อย่างซาบซึ้ง นับเป็นเรื่องที่สำคัญต้องรู้เทคนิคของ เครื่องมือสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อให้การใช้ได้ประโยชน์มากขึ้น ต้องยึดหลักความจริง ความซื่อสัตย์สุจริตเป็นหลัก ข้อนี้สำคัญมากถ้าเราประชาสัมพันธ์โดยไม่ใช้ความจริง หรือ ความซื่อสัตย์สุจริตแล้วผลสุดท้ายที่ได้รับก็คือความไม่เชื่อถือจากสาธารณชน ต้องปฏิบัติงาน โดยติดต่อกันสม่ำเสมอ ดังนั้นการทำงานจึงต้องมีแผน และเป็นกระบวนการที่ได้วางแผนไว้แล้ว อย่างดีจึงจะบรรลุเป้าหมาย ต้องเปิดเผยไม่มีเงื่อนงำ ต้องเปิดเผยข้อมูลสิ่งต่าง ๆ อย่างตรงไปตรงมา บุคคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ตลอดจนอุปกรณ์การประชาสัมพันธ์ต้องมีคุณภาพสูง การประชาสัมพันธ์ต้องมุ่งให้เข้าถึงผู้มีอิทธิพลในสังคมเป็นประการแรกผู้มีอิทธิพลคือผู้ที่มีความคิด อ่านหรือการกระทำที่เชื่อถือของคนหมู่มาก

วิรัช อภิรัตน์กุล (2542, หน้า145) ได้ให้หลักการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า เป็นการบอกกล่าวหรือชี้แจง เผยแพร่ให้ทราบเป็นการบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงานและผลงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนความเคลื่อนไหวขององค์กรเป็นการป้องกัน และแก้ไขความเข้าใจผิด ซึ่งมีความสำคัญมากเพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่ต้องมา ทำการแก้ไขใน

ภายหลังและการสำรวจประชาชาติเพราะองค์การสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องรู้ซึ่งถึงความรู้สึกรักนึกคิดของประชาชน

## 2.3 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

### 2.3.1 ความหมายของสื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์นับว่าเป็นสื่อหนึ่งที่น่ามาใช้ในการประชาสัมพันธ์องค์การ เนื่องจากเป็นสื่อที่มีหลักฐานอ้างอิงเป็นลายลักษณ์อักษร เชื่อถือได้ ให้รายละเอียดได้มาก และคงทนถาวร จึงเป็นที่นิยมนำมาใช้เพื่องานประชาสัมพันธ์องค์การได้เป็นอย่างดี

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542 (2546: 1,191) ได้ให้ความหมายของสิ่งพิมพ์ หมายถึง “สมุด แผ่นกระดาษ หรือวัตถุใด ๆ ที่พิมพ์ขึ้น รวมตลอดทั้งบทเพลง แผนที่ แผนที่ ภาพวาด ภาพระบายสี ใบประกาศ แผ่นเสียง หรืออื่นสิ่งใดอันมีลักษณะเช่นเดียวกัน”

นันทา วิทวุฒิศักดิ์ (2542: 197) ได้อธิบายความหมายของสิ่งพิมพ์คือ “วัสดุตีพิมพ์ ได้แก่ สิ่งพิมพ์ที่รวบรวมเป็นเล่มจากการตีพิมพ์จากเครื่องพิมพ์ เป็นวัสดุเพื่อการอ่าน การศึกษาค้นคว้า การวิจัย เป็นต้น”

จากคำจำกัดความดังกล่าวพอสรุปได้ว่า สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่มีการตีพิมพ์เป็นลายลักษณ์อักษร ทั้งนี้เพื่อใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ

### 2.3.2 จุดประสงค์การออกแบบสิ่งพิมพ์

จุดประสงค์การออกแบบสิ่งพิมพ์ประกอบด้วย 4 ส่วน (คะเนิง เพชรสมัย.2541: 3) คือ

2.3.2.1 เพื่อช่วยในการสื่อความ สิ่งพิมพ์ทุกชนิดผลิตขึ้นมาเพื่อสื่อความหมายตัวอักษร ภาพประกอบ ตลอดจนลวดลายต่าง ๆ ที่พิมพ์ลงไปนั้นล้วนแต่มีความหมายอยู่ในตัว สิ่งพิมพ์จึงเป็นสื่อที่จะนำสารไปยังผู้รับสารนี้จะถ่ายทอดไปยังผู้รับอย่างครบถ้วนถูกต้องเพียงใด ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับการออกแบบ ดังนั้นการออกแบบที่ดีจะต้องช่วยให้สิ่งพิมพ์สื่อความหมายกับผู้รับได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3.2.2 เพื่อดึงดูดความสนใจ ก่อนที่สิ่งพิมพ์จะสื่อสารกับผู้รับสารได้ จะต้องดึงดูดความสนใจจากผู้รับได้ก่อน เมื่อผู้อ่านเกิดความสนใจแล้วจึงจะติดตามเนื้อหาที่บรรจุอยู่ในสิ่งพิมพ์นั้น

2.3.2.3 เพื่ออำนวยความสะดวกในการอ่าน โดยการออกแบบให้อ่านง่าย สบายตา ค้นหาส่วนต่างๆ ได้ง่าย เพื่อให้ผู้อ่าน อ่านได้นานโดยไม่รู้สึกเมื่อยล้า เรื่องบางเรื่องแม้มีเนื้อหาน่าสนใจ แต่ถ้าออกแบบไม่ดี เช่นใช้อักษรตัวเล็กเกินไป ระยะบรรทัดถี่เกินไป ก็จะทำให้ผู้อ่าน อ่อนเพลีย อาจทำให้ผู้อ่าน ลืมเลิกความตั้งใจที่จะอ่านได้ เป็นต้น

2.3.2.4 สร้างบรรยากาศ การออกแบบที่ดีควรมีบรรยากาศให้สอดคล้องกับเนื้อหาเช่น เรื่องสำหรับเด็กก็ควรออกแบบให้มีสีสันสด ตัวอักษรไม่ควรเป็นทางการ ให้อารมณ์ที่สนุกสนาน เพลิดเพลิน จึงจะดึงดูดใจเด็กได้ง่าย

### 2.3.3 ขั้นตอนการออกแบบสิ่งพิมพ์

กระบวนการออกแบบสิ่งพิมพ์ (คะนิง เพชรสมัย.2541: 4) มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.3.3.1 การคิดสร้างสรรค์ เป็นการคิดเพื่อค้นหาแนวทางใหม่ ๆ เป็นการคิดอย่างมีระบบ มีการพัฒนาเป็นขั้นตอนไว้ดังนี้

2.3.3.1.1 ข้อกำหนด (Statement) เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ใช้เป็นจุดเริ่มต้นของการคิด

2.3.3.1.2 แยกแยะปัญหา (Isolation of Statement) นำข้อมูลมากแยกแยะ และวิเคราะห์เงื่อนไขต่าง ๆ

2.3.3.1.3 ข้อมูลเพิ่มเติม (Fact finding) เป็นข้อมูลเพิ่มเติมจากข้อกำหนด

2.3.3.1.4 รวบรวมความคิด (Idea finding) นำข้อมูลทีวิเคราะห์แล้วมาตั้งสมมติฐาน เพื่อคิดค้นแนวทางใหม่หลายๆ แนวทาง

2.3.3.1.5 ชั้นฟักตัว (Incubation) นำแนวคิดที่ได้มาพิจารณา

2.3.3.1.6 ชั้นนิกรู้ (Illumination) เป็นการพัฒนาแนวคิดเดิมให้ชัดเจนขึ้นการนิกรู้ อาจเกิดขึ้นได้ฉับพลันในระหว่างชั้นฟักตัวก็ได้

2.3.3.1.7 ชั้นประมวลความคิด (Combination) เป็นการรวบรวมความคิดในประเด็น ต่างๆ อย่างเป็นระบบ กลายเป็นแนวคิดใหม่

2.3.3.1.8 ชั้นหาคำตอบ (Solution Finding) เป็นขั้นของการประเมินความคิดใหม่ ที่สร้างขึ้นว่าตอบสนองข้อกำหนดหรือไม่อย่างไร

2.3.3.1.9 การตัดสินใจ (Decision Making) ตัดสินใจว่าจากคำตอบที่ได้ควรจะดำเนินการต่อไปอย่างไร การตัดสินใจมีทางเลือกอยู่ 3 ทางคือ

2.3.3.1.10 ยกเลิกความคิดนี้ เพราะแก้ปัญห 9 สมมติฐานไม่ได้

2.3.3.1.11 ลังเลเพราะไม่แน่ใจว่าคำตอบที่ได้จะแก้ปัญหได้ ต้องกลับไปรวบรวม ข้อเท็จจริงแล้วดำเนินการตามขั้นตอนใหม่ 1) ต้องตัดสินใจดำเนินการต่อไป เพราะมั่นใจว่าคำตอบที่ได้สามารถแก้ ปัญหาได้

2.3.3.1.12 นำไปปฏิบัติ (Implementation) นำคำตอบที่ได้ไปสร้างสรรค์เป็นชิ้นงานต่อไป

2.3.3.2 ขั้นตอนการออกแบบ เป็นขั้นตอนแตกต่างจากกระบวนการคิดสร้างสรรค์ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

2.3.3.2.1 พิจารณาข้อกำหนด ในการออกแบบสิ่งพิมพ์มีที่มาจาก 2 แหล่ง ถ้าเป็นงานรับจ้างออกแบบจะเป็นข้อกำหนดที่มาจากลูกค้าซึ่งเป็นเจ้าของงาน แต่ถ้าสิ่งพิมพ์นั้นเป็นของผู้ออกแบบเองข้อกำหนดที่เกิดขึ้นจะเป็นของผู้ออกแบบเอง กรณีหลังนี้นักออกแบบย่อมจะมีอิสระในการคิดสร้างสรรค์มากกว่าเพราะนักออกแบบเป็นผู้กำหนดเอง ข้อกำหนดดังกล่าวอาจแบ่งเป็นกลุ่มคือวัตถุประสงค์ เป็นกรอบสำหรับเริ่มต้นคิดสร้างสรรค์สิ่งพิมพ์ เนื้อหา เป็นเครื่องบ่งบอก บรรยากาศของงานชิ้นนั้นๆ กลุ่มเป้าหมายเป็นจุดศูนย์กลางในการคิดสร้างสรรค์สิ่งพิมพ์ และ งบประมาณและระยะเวลา คือข้อจำกัดของงานออกแบบ

2.3.3.2.2 เลือกกระบวนการผลิต กระบวนการผลิต ได้แก่ ระบบการพิมพ์ชนิดต่าง ๆ จำนวนสีที่พิมพ์ การพิมพ์แต่ละชนิดมีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกัน รวมทั้งมีค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกันด้วย ดังนั้นจึงต้องเลือกการผลิตให้เหมาะสมกับงาน

2.3.3.2.3 เลือกวัสดุ ต้องพิจารณาเป็นพิเศษคือลักษณะของกระดาษที่ต้องเหมาะสม สอดคล้องกับข้อกำหนด

2.3.3.2.4 กำหนดขนาดและรูปเล่ม เป็นการพิจารณาที่ตัวชิ้นงานโดยเฉพาะคำนึงถึง กลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์การพิมพ์ เช่น ถ้าเป็นหนังสือที่ต้องการให้พกพาสะดวก ก็ควรออกแบบให้มีขนาดเล็ก มีการเข้าเล่มและใช้ปกที่แข็งแรงทนทาน

2.3.3.2.5 จัดหน้า เพื่อกำหนดรายละเอียดในส่วนต่างๆ ของทุกหน้าว่าจะจัดวาง ส่วนประกอบต่าง ๆ อย่างไร ในทางปฏิบัติการจัดหน้ามี 3 ขั้นตอน คือ การสเกตซ์ขนาดเล็ก การจัดวางแบบหยาบ และการจัดวางแบบสมบูรณ์

2.3.3.2.6 จิตวิทยาในการออกแบบจากอิทธิพลของสี ซึ่งจะกล่าวโดยสรุปดังนี้

- สีน้ำเงิน ให้ความรู้สึกสะอาด สดชื่น นุ่มนวล
- สีแดง ให้ความรู้สึกมีพลังแสดงถึงความปรารถนาเป็นสิ่งที่เด็กชื่นชอบ (โดยเฉพาะเด็กเล็ก) ถ้าผสมสีขาวเข้าไปด้วยจะช่วยลดความร้อนแรงกลายเป็นสีชมพู ให้ความรู้สึกอ่อนหวาน

- สีเหลือง ให้ความรู้สึกสว่างเจิดจ้า แสดงถึงความเฉลียวฉลาด

- สีสน้ำตาล ให้ความรู้สึกเกี่ยวกับพื้นดิน มั่นคง อบอุ่น สีเขียว ให้ความรู้สึกสงบเย็น มีชีวิตชีวา
- สีม่วง ให้ความรู้สึก ลึกลับ เก๋แก่ ชล้ง
- สีดำ ให้ความรู้สึกกว้างเปล่า เป็นสัญลักษณ์ของความมืด ความตาย ในการออกแบบหากใช้สีดำเป็นพื้นจะช่วยให้ผู้อื่นเด่นขึ้น
- สีขาว ให้ความรู้สึกสะอาดบริสุทธิ์ เหมาะที่จะใช้เป็นพื้นสำหรับจัดวางสีอื่น ๆ ลงไป

## 2.4 ความพึงพอใจ

### 2.4.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายความหมาย ดังนี้

ราชบัณฑิตสถาน (2546) ได้ให้ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจ ดังนี้ คำว่า “พึง” เป็นคำกริยาอื่น หมายความว่ายอมตาม เช่น พึงใจและคำว่า “พอใจ” หมายถึง สมชอบ ชอบใจ

อุทัยพรรณ สุดใจ (2545) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก รักชอบ ยินดีเต็มใจ หรือมีเจตคติที่ดีของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพอใจจะเกิดเมื่อได้รับตอบสนองความต้องการ ทางด้าน วัตถุ และด้านจิตใจ ความพึงพอใจเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์ ความรู้สึก และทัศนคติของบุคคลอื่น เนื่องมาจากสิ่งเร้าและสิ่งจูงใจ โดยอาจเป็นไปในเชิงประเมินค่า ว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งเหล่านั้น เป็นไปในทางบวกหรือทางลบ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2549) ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกหลังการซื้อ หรือรับบริการของบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการหรือประสิทธิภาพของสินค้า กับการให้บริการที่เขาคาดหวัง โดยถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือต่ำกว่าที่คาดหวังของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ แต่ถ้าระดับของผลที่ได้รับจาก สินค้าหรือบริการตรงกันความคาดหวังของลูกค้าที่ตั้งไว้ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจซึ่งผู้ขายจะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่ง

กชกร เบ้าสุวรรณ (2550) ความพึงพอใจ หมายถึง สิ่งที่เราควรจะเป็นไปตาม ความต้องการ ความพึงพอใจเป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติของบุคคลอีกรูปแบบหนึ่งซึ่ง เป็นความรู้สึกเอนเอียงของจิตใจที่มีประสบการณ์ ที่มนุษย์เราได้รับอาจจะมากหรือน้อยก็ได้ และเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่เมื่อใดสิ่งนั้นสามารถ ตอบสนองความต้องการหรือทำให้



บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกบวกเป็นความรู้สึกที่ พึงพอใจ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งนั้นสร้างความรู้สึกผิดหวัง ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบ เป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

สรชัย พิศาลบุตร (2550) ความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการหมายถึง การที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้รับสิ่งที่ต้องการแต่ต้องอยู่ในขอบเขตที่ผู้ให้บริการสามารถ หาบริการให้ได้ โดยไม่ขัดต่อกฎหมายและศีลธรรมอันดีงาม

สรุปความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีที่มีต่อบุคคลากร ซึ่งมักเกิดจากการ ได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ ก็จะทำให้เกิดเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการของตนไม่ได้รับการตอบสนองจะทำให้เกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจขึ้น

#### 2.4.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

สมหมาย เปียถนอม (2551) อ้างถึงใน Michael Beer (1965) ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่าเป็นทัศนคติของคนที่ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง 1) V มาจากคำว่า Valance หมายถึง ความพึงพอใจ 2) I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึง สื่อเครื่องมือวิธีทางนำไปสู่ความพึงพอใจ และ 3) E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึงความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้น ๆ ซึ่งบุคคลมีความต้องการ และมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอยู่ ดังนั้น จึงต้องกระทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อตอบสนอง ความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วตามที่ ตั้งความหวังหรือ คาดหวังเอาไว้บุคคลนั้นก็ จะได้รับความพึงพอใจ และในขณะที่เดียวกันก็จะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปเรื่อย ๆ ซึ่งอาจจะแสดงในรูปสมการได้ดังนี้แรงจูงใจ = ผลของความพึงพอใจ + ความพึงพอใจ ซึ่งหมายถึง แรงจูงใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ต่อการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ต่อการประเมินผล งานขององค์กรที่เกี่ยวข้อง ชีวิตความเป็นอยู่ของตน หรือแรงจูงใจที่บุคคลจะเข้าไปมีส่วนร่วมใน กิจกรรมขององค์กรใดจะเป็นผลที่เกิดจากทัศนคติองค์กร หรือการทางานขององค์กรนั้นรวมกัน ความคาดหวังที่เขาคาดหวังไว้ถ้ามีทัศนคติต่อองค์กรต่อผลงานขององค์กร และได้รับการ ตอบสนองทั้งรูปธรรมและนามธรรมเป็นไปตามที่คาดหวังไว้แรงจูงใจที่จะมีความรู้สึกพึงพอใจก็ จะสูงแต่ในทางกลับกัน ถ้าทัศนคติในเชิงลบต่องาน และการตอบสนองไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง ไว้แรงจูงใจที่จะมีความรู้สึกพอใจก็จะต่ำไปด้วย

#### 2.4.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Kotler and Armstrong (2002) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (motive) หรือแรงขับเคลื่อน (drive) เป็นความต้องการที่กดดัน จนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิด พฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่าง เป็นความต้องการทางชีววิทยา(biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตั้ง เครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ

(recognition) การยกย่อง (esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (belonging) ความต้องการส่วนใหญ่ อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำ ใน ช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการ กระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับค่านิยมมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎี ของอับราฮัม มาสโลว์ และ ทฤษฎีของซิกมันด์ ฟรอยด์

2.4.3.1 ทฤษฎีแรงจูงใจของอับราฮัม มาสโลว์ ค้นหาวิธีที่จะอธิบายว่า ทำไมคนจึงถูก ผลักดัน โดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลาหนึ่ง ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเองแต่อีกคนหนึ่งกลับทำ สิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ 21 ได้รับการยกย่องนับถือ จากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์คือ ความต้องการของมนุษย์จะ ถูกเรียงตามลำดับ จากสิ่งที่กดดัน มากที่สุด ไปถึงน้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ คือ

2.4.3.1.1 ความต้องการทางกาย (physiological needs) เป็นความต้องการ พื้นฐาน คืออาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค

2.4.3.1.2 ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) เป็นความต้องการที่ เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย

2.4.3.1.3 ความต้องการทางสังคม (social needs) เป็นการต้องการการ ยอมรับจากเพื่อน

2.4.3.1.4 ความต้องการการยกย่อง (esteem needs) เป็นความต้องการการ ยกย่องส่วนตัว ความนับถือ และสถานะทางสังคม

2.4.3.1.5 ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (self – actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคลความต้องการทำ ทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

บุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญ ที่สุดเป็นอันดับแรก ก่อน เมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจความต้องการนั้นก็จะหมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคล พยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่าง เช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต่องานศิลปะชิ้นล่าสุด (ความต้องการสูงสุด) หรือไม่ต้องการยกย่อง จากผู้อื่น หรือไม่ต้องการแม้แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความ พึงพอใจแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป

2.4.3.2 ทฤษฎีแรงจูงใจของฟรอยด์ ซิกมันด์ ฟรอยด์ตั้งสมมุติฐานว่า บุคคลมักไม่รู้ตัว มากนักว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม ฟรอยด์พบว่าบุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้า หลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พุดคา ที่ไม่ตั้งใจพุด มี อารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานเป็นเรื่องของความรู้สึกของบุคคลที่มีต่องานที่ตนได้ปฏิบัติอยู่ ซึ่งความพึงพอใจจะมีผลต่อขวัญ และกำลังใจในการปฏิบัติงาน อย่างไรก็ตามความพึงพอใจของแต่ละบุคคลไม่มีวัน สิ้นสุด สามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอ ตามกาลเวลาและสภาพแวดล้อม บุคคลจึงมีโอกาสที่จะไม่พึงพอใจในสิ่งที่เคยพึงพอใจมาแล้ว ฉะนั้นผู้บริหารจึงจำเป็นที่จะต้องสำรวจตรวจสอบความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคคลในองค์การให้สอดคล้องกับความต้องการตลอดไป ทั้งนี้เพื่อให้งานสำเร็จ ลุล่วงตามเป้าหมายขององค์การหรือหน่วยงานที่ตั้งไว้

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

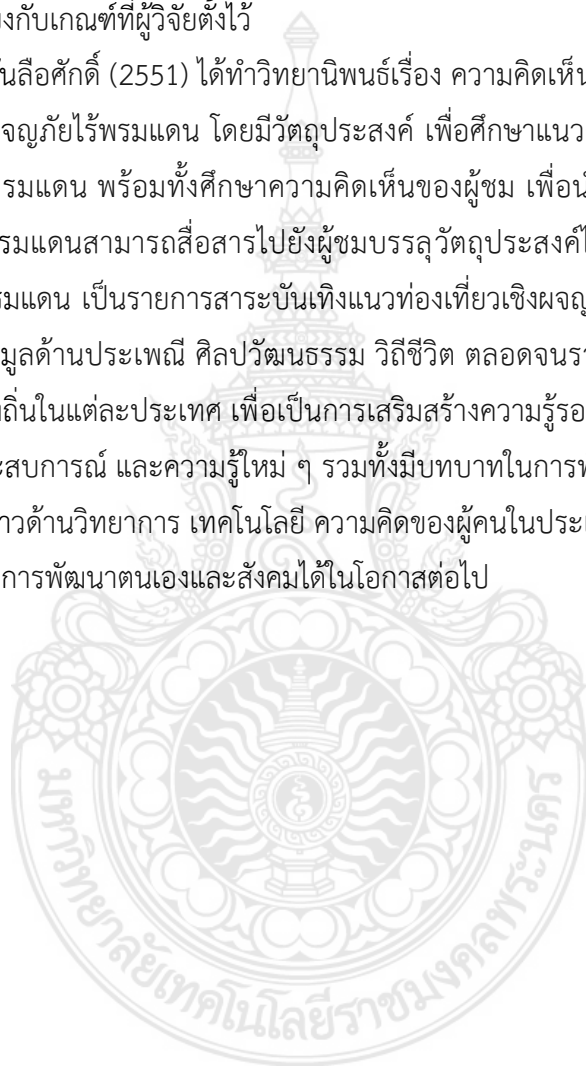
ณัฏพร วรคุณพิเศษ (2556) ได้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1). เพื่อพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทเอกสารแนะนำ เพื่อประชาสัมพันธ์ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 2). ศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผลวิจัยพบว่า 1). สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา 2). นักเรียนมีความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในระดับมาก

ปิติมนัส บรรลือ (2554) ได้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง โครงการวิจัยและพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ปลุกจิตสำนึก รักบ้านเกิดชุมชนตลาดเก่าศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อหาสิ่งสำคัญหรือเอกลักษณ์ของชุมชนตลาดเก่าศาลายาที่สามารถนำไปใช้ในการ ปลุกจิตสำนึกรักบ้านเกิดได้ วัตถุประสงค์ประการที่สอง คือ เพื่อผลิตสื่อวีดิทัศน์ที่มีประสิทธิภาพในการปลุกจิตสำนึกรักบ้านเกิดให้กับประชาชนในชุมชนตลาดเก่าศาลายา ผลการศึกษาพบว่า สิ่งสำคัญหรือเอกลักษณ์ของชุมชนอันเป็นที่ภาคภูมิใจของชาวบ้านชุมชนตลาดเก่าศาลายาและสามารถนำมาใช้ในการปลุกจิตสำนึกรักบ้านเกิดได้คือ ประวัติของคลองมหาสวัสดิ์และความเป็นมาของชุมชนตลาดเก่าศาลายา สื่อวีดิทัศน์ปลุกจิตสำนึกรักบ้านเกิด ชุมชนตลาดเก่าศาลายาที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพในการปลุกจิตสำนึกรักบ้านเกิดอยู่ในระดับดีมาก องค์ประกอบของภาพอยู่ในระดับดีมาก องค์ประกอบของเสียงบรรยายอยู่ในระดับดีมาก

ภูวิศ หล่อกำเนิด (2547) ได้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง ผลการทดลองใช้สื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์การรับรู้ทางด้านเนื้อหาของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จาก

สื่อวีดิทัศน์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ผลการวิจัยพบว่า วีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สร้างขึ้นมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด เปรียบเทียบผลการทดสอบก่อนชมวีดิทัศน์กับหลังชม ปรากฏว่ามีคะแนนเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ที่สร้างขึ้นนั้นอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งใกล้เคียงกับเกณฑ์ที่ผู้วิจัยตั้งไว้

รุ่งนภา รุ่งบันลือศักดิ์ (2551) ได้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง ความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อรายการสารคดีท่องเที่ยว: รายการผจญภัยไร้พรมแดน โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวความคิดและวัตถุประสงค์ของรายการผจญภัยไร้พรมแดน พร้อมทั้งศึกษาความคิดเห็นของผู้ชม เพื่อนำมาใช้อธิบายเปรียบเทียบว่ารายการผจญภัยไร้พรมแดนสามารถสื่อสารไปยังผู้ชมบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างไร ผลการศึกษาพบว่ารายการผจญภัยไร้พรมแดน เป็นรายการสารบันเทิงแนวท่องเที่ยวเชิงผจญภัย โดยผู้ผลิตรายการต้องการสอดแทรกเนื้อหาข้อมูลด้านประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต ตลอดจนรากเหง้าทางประวัติศาสตร์ของชาวเมืองและชนท้องถิ่นในแต่ละประเทศ เพื่อเป็นการเสริมสร้างความรู้รอบตัว และเป็นการเปิดโลกทัศน์ของผู้ชมให้ได้รับประสบการณ์ และความรู้ใหม่ ๆ รวมทั้งมีบทบาทในการพัฒนาสังคมได้อีกทางหนึ่ง โดยการสอดแทรกเรื่องราวด้านวิทยาการ เทคโนโลยี ความคิดของผู้คนในประเทศต่าง ๆ มานำเสนอสู่สายตาผู้ชมเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาตนเองและสังคมได้ในโอกาสต่อไป



## บทที่ 3

### ขั้นตอนและการดำเนินงาน

ในการศึกษาโครงการเรื่อง สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

- 3.1 ขั้นตอนการดำเนินโครงการ
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 การดำเนินการทดลองและการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้และการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ขั้นตอนและการดำเนินงาน

การดำเนินโครงการเรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการผลิตหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้แก่ อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

- 3.1 กำหนดหัวข้อโปรเจกต์โดยการหาสิ่งที่อยากทำ หาข้อมูลสถานที่จากอินเทอร์เน็ต และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา
- 3.2 ติดต่ออ่างเก็บน้ำหุบเขาวงโดยติดต่อผู้ดูแลสถานที่ สอบถามข้อมูลรายละเอียดต่างๆ
- 3.3 หาข้อมูลเทคนิคและ Reference ของการออกแบบงาน
- 3.4 ศึกษาการออกแบบการจัดวาง Layout ของงานสิ่งพิมพ์
- 3.5 เริ่มร่างต้นฉบับพร้อมทั้งออกแบบเค้าโครงของชิ้นงานเบื้องต้น
- 3.6 ลงพื้นที่ไปสำรวจสถานที่จริง เริ่มขั้นตอนการถ่ายภาพ และวิดีโอสั้น ๆ เพื่อแทรกลงในชิ้นงาน
- 3.7 เริ่มทำงานในโปรแกรม Photoshop, illustrator, Lightroom, InDesign เพื่อใช้เป็นการออกแบบชิ้นงาน และวางเค้าโครงงาน
- 3.8 ทำสื่อสิ่งพิมพ์ Guide Book โดยแทรกสื่อมัลติมีเดีย AR Code
- 3.9 ส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบชิ้นงาน
- 3.10 ผลงานที่ได้จัดทำได้รับการเผยแพร่

- 3.11 ประเมินความพึงพอใจของผู้พบเห็นด้วยการกรอกแบบสอบถาม
- 3.12 รวบรวมและเรียบเรียงชิ้นงานที่ทำมาทั้งหมด ส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบชิ้นงาน
- 3.13 ผลิตผลงานชิ้นสมบูรณ์
- 3.14 สอบปิดหัวข้อโครงการพิเศษ

## 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรได้แก่ บุคคลทั่วไป ที่มีอายุ 18 ถึง 30 ปีขึ้นไป โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์

## 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา ได้แก่ Adobe Photoshop, InDesign, Lightroom และ Premiere Pro

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว

## 3.4 การดำเนินการทดลองและการเก็บรวบรวมข้อมูล

### 3.4.1 การดำเนินการทดลอง

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้หลักการเก็บข้อมูลแบบประเมินความพึงพอใจจากบุคคลทั่วไปที่อายุ 18 ถึง 30 ปีขึ้นไป จำนวน 200 คน มีขั้นตอน ดังนี้

3.4.1.1 ให้กลุ่มเป้าหมายชมสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

3.4.1.2 หลังจากกลุ่มเป้าหมายได้ชมสื่อ ทางผู้ศึกษาทำการแจกแบบสอบถามความ

พึงพอใจ

3.4.1.3 นำแบบสอบถามความพึงพอใจมาสรุปผลโดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ

### 3.4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในรูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

3.4.2.1 แบบสอบถามความพึงพอใจ มีระดับการประเมิน 5 ระดับ คือ

5	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
3	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
2	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย
1	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

### 3.5 สถิติที่ใช้และการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ กำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความพึงพอใจ ดังนี้

ตารางที่ 3.1 ตารางการแปลความหมายข้อมูลของแบบประเมินความพึงพอใจ

ระดับค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.51 – 5.00	มากที่สุด
3.51 – 4.50	มาก
2.51 – 3.50	ปานกลาง
1.51 – 2.50	น้อย
1.00 – 1.50	น้อยที่สุด

## บทที่ 4

### ผลการดำเนินงาน

จากการศึกษาโครงการเรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของโครงการพิเศษ ดังนี้

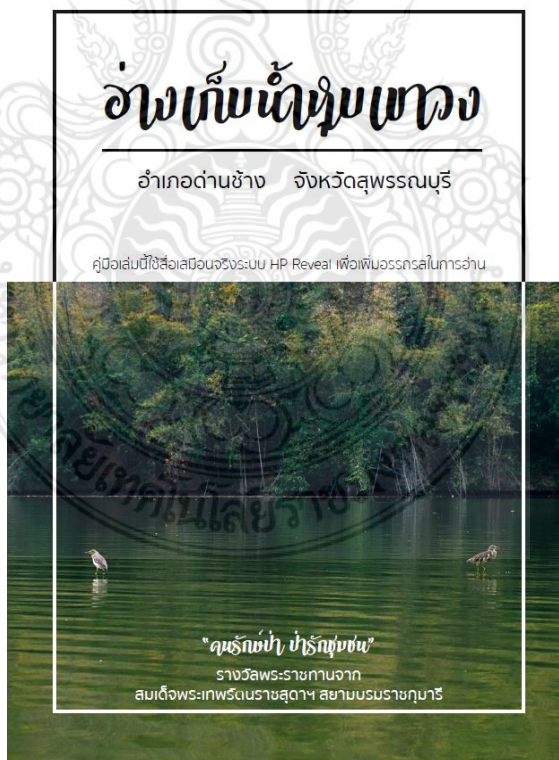
4.1 ผลการผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี

4.2 ผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี ในรูปแบบหนังสือไกด์บุ๊ก

#### 4.1 ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี

จากการดำเนินงานการผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถนำเสนอผลสำเร็จของการดำเนินงาน ดังนี้

คู่มือท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์



ภาพที่ 4.1 การออกแบบหน้าปก อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง





### “ชุมชนช่วยกันดูแล”

อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง เกิดขึ้นเป็นพื้นที่สัมปทานป่าไม้ เมื่อหมดสัมปทาน ป่าก็ถูกทำลายเป็นภูเขาหัวโล้น พระครูสิริธรรมคุณ เจ้าอาวาสวัดป่าไร่ร้อนเห็นปัญหาของป่าเสื่อมโทรมเป็นเวลานาน 30 ปี มีหลักแนวคิดพัฒนาโดยการเชิญชวนชาวบ้านจาก 4 ชุมชนมาช่วยกันปลูกต้นไม้ในบริเวณพื้นที่ป่าทั้งหมดจำนวนประมาณ 80 ไร่ ให้เป็นป่าสีเขียว คล้ายจากการฟื้นฟูชาวบ้านช่วยกันจัดรวมญาติบ้านเพื่อป้องกัน การลักลอบตัดต้นไม้ ต่อมาในปี พ.ศ. 2558 ได้มีการพัฒนาขึ้นมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เพื่อให้เกิดกระแสกระจายรายได้และยั่งยืน ผนวกชุมชนชุมชน ปัจจุบันภูเขาหัวโล้นกลายเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์สวยงาม เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ด้วยความร่วมมือช่วยกันอนุรักษ์ธรรมชาติของชุมชนป่าไร่ร้อน

นอกจากพื้นที่ป่าไร่ พระครูสิริธรรมคุณ ยังได้แนวคิดฟื้นฟูวัฒนธรรมของพื้นที่เมือง “ลาวกรุง” ซึ่งเป็นบรรพบุรุษของชาวชุมชนบ้านป่าไร่ร้อนที่ได้อพยพมาเป็นเวลานานกว่า 500 ปี โดยการฟื้นฟู “ช้างยืนตอก” ที่เป็นเอกลักษณ์ของ “ลาวกรุง” และได้มีการผูกพันบริบทโบราณในภูมิทัศน์ใหม่ ซึ่งกำลังลงอย่างจริงจังอยู่ ณ วัดป่าไร่ร้อน อีกด้วย

ภาพที่ 4.2 การอธิบายความเป็นมา อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง



### บ้านจักรยานน้ำ

เป็นกิจกรรมที่เหมือนไครโฮลท์ คือตัวจักรยานน้ำทำจากไม้ไผ่ ซึ่งเป็นไอเดี่ยของชาวบ้านที่ต้องการเพิ่มออกซิเจนในน้ำ

ภาพที่ 4.3 การออกแบบเนื้อหาภายในเล่ม อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง



ภาพที่ 4.4 การบอกรายละเอียดส่วนต่าง ๆ ภายในเล่ม อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง



ภาพที่ 4.5 การบอกรายละเอียดส่วนต่างๆ ภายในเล่ม อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง

### ผ้าชิ้นต้นนอก



**ผ้าชิ้นต้นนอก**

การสืบทอดการทอผ้าแบบลาวครั้งด้วยการนำลายที่นำพื้นนาพื้นฟูและก่อใหม่ขึ้นครั้ง ลายผ้ามีเอกลักษณ์โดยเฉพาะผ้าชิ้นต้นนอกสีแดงมีการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ของกลุ่มชาติพันธุ์ "ลาวครั่ง"

### สิบทอตัวตนธรรมจากลาวครั่ง



**ผ้าลายเซียงเกียน**

สื่อถึงความสว่างไสวอยู่ในร่างกาย ซึ่งมีลวดลายมากทิวทิวอยู่บนผืนผ้า หมายถึงความสามัคคีของชุมชน และมีลายขอลอดดาวลักษณะจะเป็นวงกลมสีขาวอยู่ด้านในสีแดงที่อยู่ด้านนอกที่เปรียบเสมือนเม็ดของดาวอยู่บนผ้า



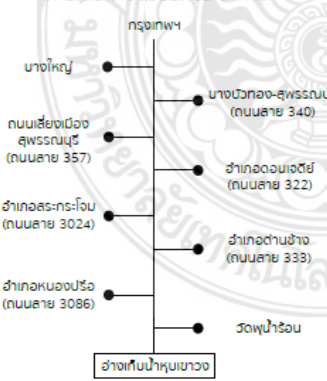
**ผ้า 9 หรือ 10 ลาย**

ผ้าผืนนี้ตลอดลายจะไม่มีซ้ำกันทั้ง 9 หรือ 10 ลาย ซึ่งมีความโดดเด่นกว่ากับมากทิวทิวที่เหมือนผ้าเซียงเกียน ส่วนลวดลายสีฟ้าเสมือนแม่น้ำที่สื่อถึงความอุดมสมบูรณ์ของชุมชนป่าฮ่อม

ภาพที่ 4.6 การอธิบายถึงผ้าชิ้นต้นนอกภายในเล่ม อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง

### การเดินทาง

**การเดินทางด้วยรถประจำทาง**



กรุงเทพฯ

- บางใหญ่
- ถนนเสียงเมือง สุพรรณบุรี (ถนนสาย 357)
- อำเภอสรรคบุรี (ถนนสาย 3024)
- อำเภอหนองปรือ (ถนนสาย 3086)
- วัดพุทไธสง
- อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง

บางบัวทอง-สุพรรณบุรี (ถนนสาย 340)

อำเภออู่ทอง (ถนนสาย 322)

อำเภอด่านช้าง (ถนนสาย 333)

**การเดินทางโดยรถตู้**

- ท่ากรุงเทพ (เข้านิตยาคารทุ่งหลวงท่าใกล้อินทรธนูเก่า) 05.00-19.00 นาฬิกา สอบถามเพิ่มเติม โทรศัพท 08 2024 8766
- ท่าด่านช้าง (สถานีขนส่งด่านช้าง) 04.00-19.00 นาฬิกา สอบถามเพิ่มเติม โทรศัพท 08 0652 3692
- ท่ากรุงเทพ (ใต้ทางด่วน อนุสาวรีย์ฯ) 05.00-19.00 นาฬิกา สอบถามเพิ่มเติม โทรศัพท 08 8543 7207
- ท่าด่านช้าง (สถานีขนส่งด่านช้าง) 04.00-19.00 นาฬิกา สอบถามเพิ่มเติม โทรศัพท 08 8543 7201

หมายเหตุ: จากบางบัวทอง (แยกเข้าถนนเส้น 340) ถึงอ่างเก็บน้ำหุบเขาวงรวม 16.2 กิโลเมตร เป็นถนนลาดยางถึงวัดพุทไธสง จากวัดพุทไธสงเข้าไปถึงตัวอ่างเก็บน้ำหุบเขาวง เป็นถนนลูกรังระยะทาง 9 กิโลเมตร รถทุกชนิดสามารถเข้าได้

จากสถานีขนส่งด่านช้างต่อรถบัสสองแถว ด่านช้าง - หนองปรือ 20 นาที (18 กิโลเมตร) ออกถนนเลี้ยววัดพุทไธสง (จากวัดพุทไธสง - อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง 9 กิโลเมตร) ติดต่อเจ้าหน้าที่อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง โทรศัพท 09 2493 3833

ภาพที่ 4.7 การอธิบายวิธีเดินทางภายในเล่ม อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง

## 4.2 ผลประเมินความพึงพอใจใจของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี

การประเมินผลโดยจัดทำแบบสอบถามความพึงพอใจจากบุคคลทั่วไป เรื่อง การผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 200 คน

### 4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ เพศ อายุ ทำการวิเคราะห์ ข้อมูลแจกแจงความถี่ และร้อยละ สามารถนำข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบความเรียง ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
1. ชาย	96	47.10	2
2. หญิง	100	51.50	1
3. อื่นๆ	4	1.50	3
รวม	200	100.00	

จากตาราง 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมาเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 47.00 และเพศทางเล็อก คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
1. 18-22 ปี	65	33.70	2
2. 23-30 ปี	99	39.30	1
3. 31 ปีขึ้นไป	36	27.00	3
รวม	200	100.00	

จากตาราง 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ พบว่าส่วนใหญ่เป็นช่วงอายุ 23-30 ปีขึ้นไป จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 39.30 รองลงมาเป็นช่วงอายุระหว่าง18-22 ปี

จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 33.70 และช่วงอายุระหว่าง 30 ปีขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00

#### 4.2.2 ความพึงพอใจ

การประเมินความพึงพอใจต่อการผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี ในรูปแบบหนังสือไกด์บุ๊ก ทำการวิเคราะห์ด้วยข้อมูลแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความพึงพอใจ ดังนี้

ตารางที่ 4.3 ตารางการแปลความหมายข้อมูลของแบบประเมินความพึงพอใจ

ระดับค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.51 – 5.00	มากที่สุด
3.51 – 4.50	มาก
2.51 – 3.50	ปานกลาง
1.51 – 2.50	น้อย
1.00 – 1.50	น้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี ในรูปแบบของหนังสือไกด์บุ๊กในแต่ละด้าน ดังตาราง

ตารางที่ 4.4 ผลประเมินความพึงพอใจด้านเนื้อหาของเล่มหนังสือไกด์บุ๊ก

รายการ	ระดับความพึงพอใจ					การแปลความหมาย		
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	$\bar{x}$	S.D	ความหมาย
1. ความถูกต้องครบถ้วนของเนื้อหา	80 (40)	120 (60)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	4.40	0.48	มาก
2. ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา	80 (40)	117 (58.5)	3 (1.5)	0 (0)	0 (0)	4.38	0.51	มาก
3. การเรียบเรียงเนื้อหาที่เข้าใจง่าย	62 (31)	133 (66.5)	5 (2.5)	0 (0)	0 (0)	4.28	0.46	มาก
4. เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ	56 (28)	142 (71)	2 (1)	0 (0)	0 (0)	4.27	0.45	มาก
5. เนื้อหามีสาระและประโยชน์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในชีวิตประจำวัน	49 (24.5)	149 (74.5)	2 (1)	0 (0)	0 (0)	4.23	0.44	มาก
<b>ภาพรวมด้านรูปแบบของเล่ม</b>						4.31	0.48	มาก

จากตาราง 4.4 ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พบว่า ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในด้านเนื้อหาของเล่มหนังสือไกด์บุ๊ก มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.31 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อ 1) ความถูกต้องครบถ้วนของเนื้อหา ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.40 รองลงมาคือข้อ 2) ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.38 และข้อ 3) การเรียบเรียงเนื้อหาที่เข้าใจง่าย ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.28 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ผลประเมินความพึงพอใจด้านการนำเสนอของเล่มหนังสือไกด์บุ๊ก

รายการ	ระดับความพึงพอใจ					การแปลความหมาย		
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	$\bar{x}$	S.D	ความหมาย
1. มีความชัดเจนของภาพและอักษร	69 (33.8)	127 (64.2)	4 (2)	0 (0)	0 (0)	4.32	0.5	มาก
2. การใช้ภาษาถูกต้องเหมาะสม	75 (36.9)	125 (62.6)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	4.37	0.48	มาก
3. ความน่าสนใจและเทคนิคที่ใช้ในชิ้นงาน	65 (34.00)	130 (64)	5 (2.5)	0 (0)	0 (0)	4.30	0.5	มาก
4. การดำเนินเรื่องอย่างต่อเนื่องเหมาะสมกับเวลา	45 (21.10)	149 (76.00)	6 (2)	0 (0)	0 (0)	4.19	0.46	มาก
5. การจัดวางองค์ประกอบเหมาะสม	31 (15.30)	168 (84.20)	1 (0.5)	0 (0)	0 (0)	4.25	0.44	มาก
<b>ภาพรวมด้านลักษณะจัดวาง</b>						4.20	0.48	มาก

จากตาราง 4.5 ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พบว่า ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในด้านการนำเสนอของเล่มหนังสือไกด์บุ๊ก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อ 2) การใช้ภาษาถูกต้องเหมาะสม ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.37 รองลงมาคือข้อ 1) มีความชัดเจนทั้งตัวภาพและอักษร ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.32 และข้อ 3) ความน่าสนใจและเทคนิคที่ใช้ในชิ้นงาน ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.30 ตามลำดับ

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

จากการดำเนินโครงการเรื่อง การผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถนำผลการวิจัยมาสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการศึกษา
- 5.2 อภิปรายผลการศึกษา
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

โครงการเรื่อง การผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถสรุปผลโครงการ ดังนี้

##### 5.1.1 วัตถุประสงค์โครงการ

5.1.1.1 เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี

5.1.1.2 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อหนังสือไกด์บุ๊ก

##### 5.1.2 ขอบเขตการศึกษาโครงการ

โครงการพิเศษนี้มีขอบเขตการผลิตอยู่ที่เดือนกันยายน ถึง กุมภาพันธ์ โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ บุคคลทั่วไปอายุ 18 ถึง 30 ปีขึ้นไป

##### 5.1.3 ด้านประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ บุคคลทั่วไปอายุ 18 ถึง 30 ปีขึ้นไป จำนวน 200 คน เพศชาย 96 คน เพศหญิง 100 คน และเพศทางเลือก 4 คน

##### 5.1.4 ด้านสถานที่

อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง

##### 5.1.5 ด้านตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น ได้แก่ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสุพรรณบุรีรูปแบบหนังสือไกด์บุ๊ก



### 5.1.6 ด้านเครื่องมือ

5.1.6.1 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา ได้แก่ Adobe Photoshop, InDesign, Lightroom และ Premiere Pro

5.1.6.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรีในรูปแบบไกด์บุ๊ก

## 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรูปแบบของหนังสือจัดทำออกมาได้น่าสนใจ ใช้งานง่าย และมีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายได้จริง และคู่มือการท่องเที่ยวที่จัดทำขึ้นได้ให้ความรู้ด้านประวัติความเป็นมา กิจกรรมการอนุรักษ์ กิจกรรมภายในสถานที่ที่พัก และการเดินทาง ทำให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่ายต่อเนื้อหา และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของ อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง จังหวัดสุพรรณบุรี สอดคล้องกับการศึกษาของ Elizabeth Boo (1991) ที่อธิบายถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หมายถึง การท่องเที่ยวแบบอิงธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีเงินทุนสำหรับการปกป้องดูแลรักษาพื้นที่ มีการสร้างงานให้กับชุมชนหรือท้องถิ่น พร้อมทั้งให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

### 5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า การติดต่อสถานที่หรือจะกระทำการใดๆ ภายในสถานที่ของ อ่างเก็บน้ำหุบเขาวงนั้น จะต้องติดต่อขออนุญาต จากทางคณะกรรมการของชุมชนพุน้ำร้อน เสียก่อน โดยใช้จดหมายที่เป็นทางการ เพื่อขอความอนุเคราะห์ และอนุญาตเข้าไปในพื้นที่ ดังนั้นควรเตรียมตัว เตรียมเอกสาร และเผื่อเวลาในการรอรับคำอนุมัติ

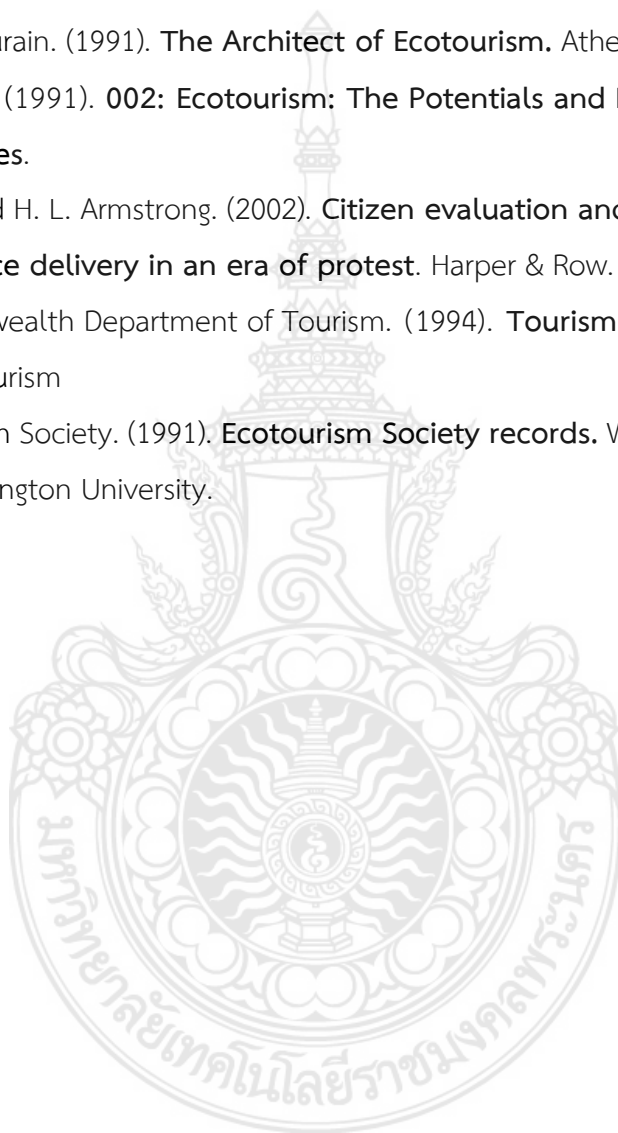
### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

จากการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี ในครั้งนี้สามารถนำไปพัฒนาหรือออกแบบสื่อในรูปแบบของ วิดีโอที่ผสมอินโฟกราฟิกต่อไป ทำให้สื่อมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ผู้ชมสื่อเกิดความเพลิดเพลินขณะที่รับชมวิดีโอ

## เอกสารอ้างอิง

- กชกร เป้าสุวรรณ. (2550). ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการมาศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ศูนย์สุโขทัย.
- คะเนิง เพชรสมัย. (2541). การออกแบบหนังสือพิมพ์และนิตยสาร. พิมพ์ครั้งที่ 1. เชียงใหม่: โรงงานช่างการพิมพ์.
- ฉัตรพร วรรณพิเศษ. (2556). การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สารนิพนธ์ศึกษาศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- นันทา วิฑูฒิศักดิ์. (2542). หนังสือและการพิมพ์. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- ปิติมนัส บรรลือ. (2553). โครงการวิจัยและพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ปลุกจิตสำนึกรักบ้านเกิด ชุมชนตลาดเก่า ศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ภูวิศ หล่อกำเหนิด. (2547). ผลการทดลองใช้สื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. วิทยานิพนธ์. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก.
- ราชบัณฑิตสถาน. 2546. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน พ.ศ.2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- รุ่งนภา รุ่งบันลือศักดิ์. (2551). ความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อรายการสารคดีท่องเที่ยว : รายการผจญภัยไร้พรมแดน. วิทยานิพนธ์. วารสารศาตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ว่าที่ ร.ต. หลิง วิภา บำรุงสวน. (2556). ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของ เทศบาลตำบลปากน้ำแหลมสิงห์ อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสารจำกัด.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อมแห่งประเทศไทย. (2539). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2561, จาก <http://std.kku.ac.th/4830801696/nor1/index2.htm>
- สรชัย พิศาลบุตร. (2550). การสร้างและประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถาม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- สมหมาย เปียถนอม. (2551). ความพึงพอใจของนักศึกษาในการได้รับบริการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

- อิทธิพล โกมลิล. (2553). **รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: กรณีศึกษา บ้านวังมอก จังหวัดหนองคาย**. กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม.
- อุทัยพรรณ สุดใจ. (2545). **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย จังหวัดชลบุรี**. วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาประยุกต์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Ceballos Lascurain. (1991). **The Architect of Ecotourism**. Athens: Ecoclub sa.
- Elizabeth Boo. (1991). **002: Ecotourism: The Potentials and Pitfalls : Country Case Studies**.
- Kotler, E.L. and H. L. Armstrong. (2002). **Citizen evaluation and urban management: Service delivery in an era of protest**. Harper & Row. New York
- The Commonwealth Department of Tourism. (1994). **Tourism**. Australia: Department of Tourism
- The Ecotourism Society. (1991). **Ecotourism Society records**. Washington: The George Washington University.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

ขั้นตอนการทำงาน

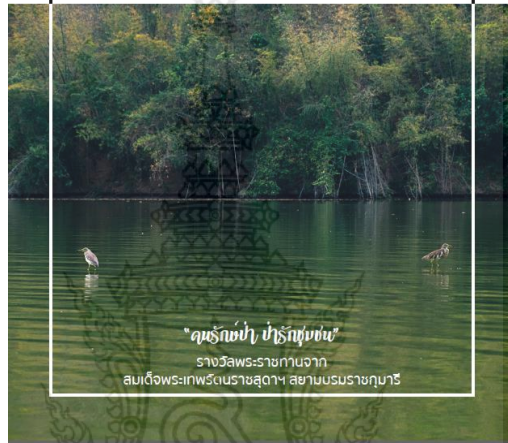


คู่มือท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

# อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง

อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี

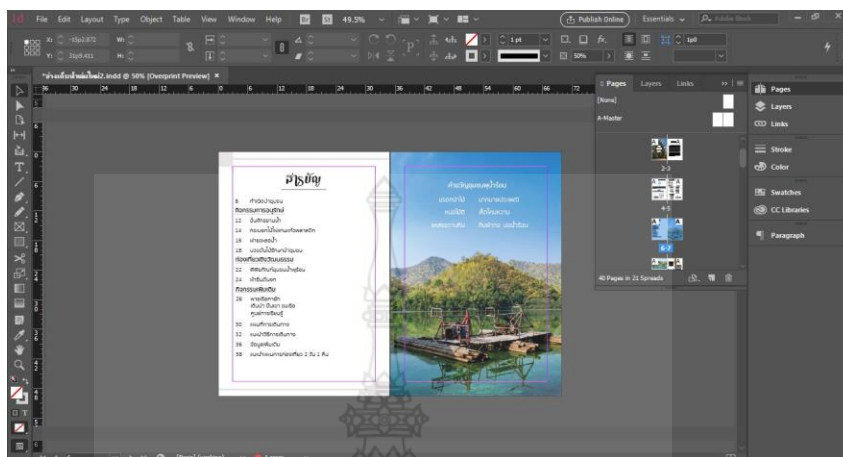
คู่มือเล่มนี้ใช้สื่อเสียงระบบ HP Reveal เพื่อเพิ่มรรถสในการอ่าน



ภาพที่ 1 หน้าปกหนังสืออ่างเก็บน้ำหุบเขาวง



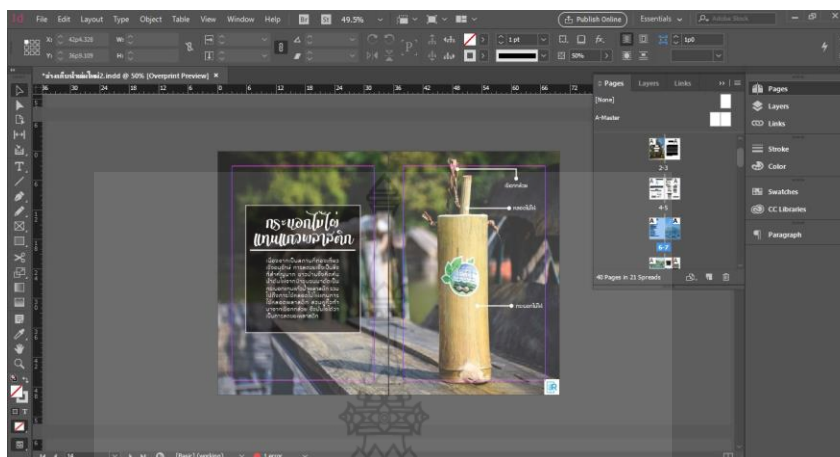
ภาพที่ 2 รูปแบบภายในหนังสืออ่างเก็บน้ำหุบเขาวง



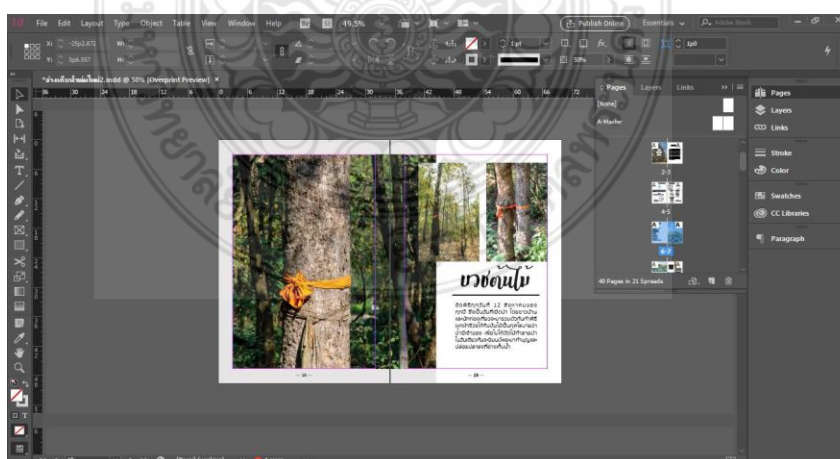
ภาพที่ 3 รูปแบบการจัดวาง Layout ภายในหนังสืออังกเก็บน้ำหุบเขาวง



ภาพที่ 4 รูปแบบการจัดวาง Layout ภายในหนังสืออังกเก็บน้ำหุบเขาวง



ภาพที่ 5 รูปแบบการจัดวาง Layout ภายในหนังสืออังกเก็บน้ำหุบเขาวง



ภาพที่ 6 รูปแบบการจัดวาง Layout ภายในหนังสืออังกเก็บน้ำหุบเขาวง



ภาคผนวก ข

เครื่องมือที่ใช้รวบรวม



**แบบสอบถามความพึงพอใจ สื่อ  
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์  
จังหวัดสุพรรณบุรี**

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพและข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

\*จำเป็น

**เพศ \***

ชาย

หญิง

ทางเลือก

**อายุ \***

ค่าตอบของคุณ

ถัดไป

ทำแบบสอบถามใน Google Forms

ภาพที่ 7 แบบประเมินความพึงพอใจออนไลน์

**ตอนที่ 2 การประเมินความพึงพอใจ**

ด้านเนื้อหา

1. ความถูกต้องครบถ้วนของเนื้อหา \*

มากที่สุด

มาก

ปานกลาง

น้อย

น้อยที่สุด

2. ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา \*

มากที่สุด

มาก

ปานกลาง

น้อย

น้อยที่สุด

ภาพที่ 8 แบบประเมินความพึงพอใจออนไลน์

3. การเรียบเรียงเนื้อหาที่เข้าใจง่าย \*

มากที่สุด

มาก

ปานกลาง

น้อย

น้อยที่สุด

4. เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ \*

มากที่สุด

มาก

ปานกลาง

น้อย

น้อยที่สุด

5. เนื้อหาสาระและประโยชน์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในชีวิตประจำวัน \*

มากที่สุด

มาก

ปานกลาง

น้อย

น้อยที่สุด

ภาพที่ 9 แบบประเมินความพึงพอใจออนไลน์

ตอนที่ 3 ด้านการนำเสนอ

1. มีความชัดเจนของภาพและอักษร

มากที่สุด

มาก

ปานกลาง

น้อย

น้อยที่สุด

2. การใช้ภาษาถูกต้องเหมาะสม

มากที่สุด

มาก

ปานกลาง

น้อย

น้อยที่สุด

3. ความน่าสนใจและเทคนิคที่ใช้ในงาน

มากที่สุด

มาก

ปานกลาง

น้อย

น้อยที่สุด

ภาพที่ 10 แบบประเมินความพึงพอใจออนไลน์

4. การดำเนินเรื่องอย่างต่อเนื่องเหมาะสมกับเวลา

มากที่สุด

มาก

ปานกลาง

น้อย

น้อยที่สุด

5. การจัดวางองค์ประกอบเหมาะสม

มากที่สุด

มาก

ปานกลาง

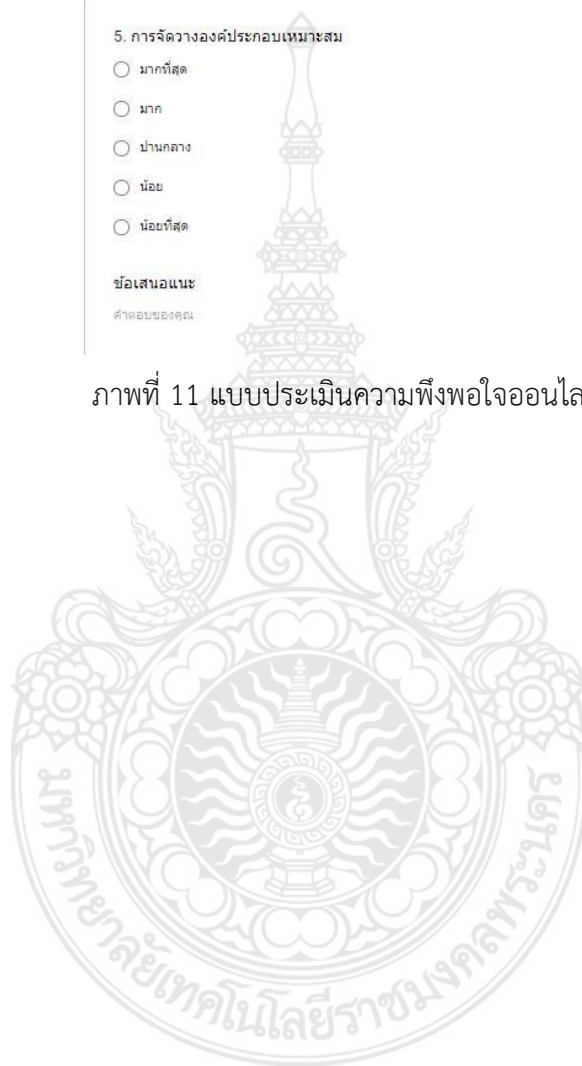
น้อย

น้อยที่สุด

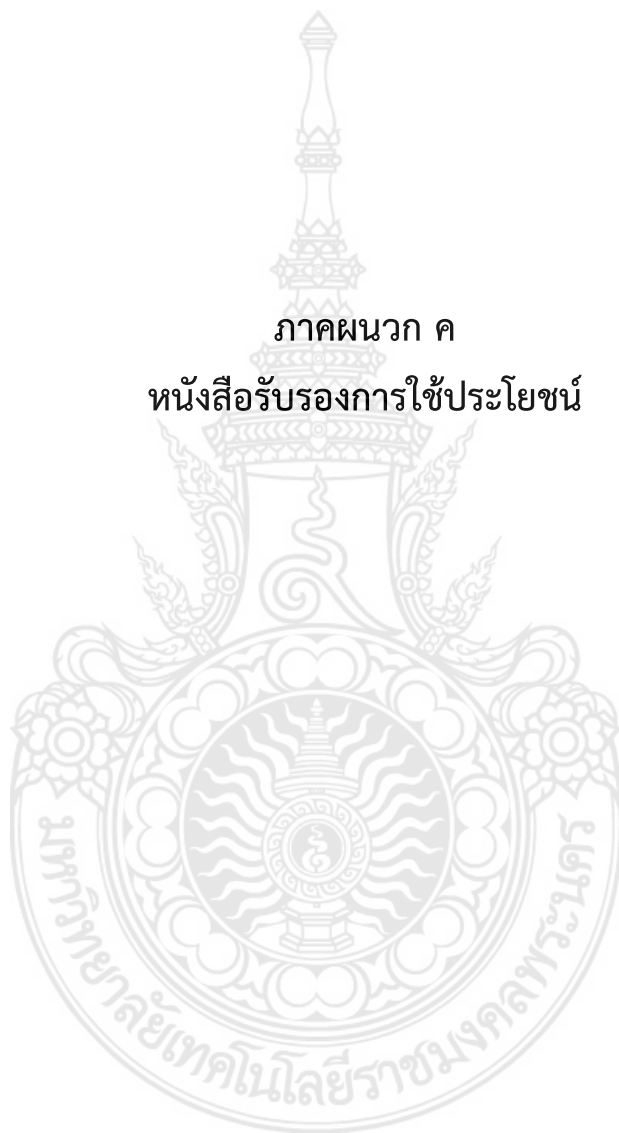
ข้อเสนอแนะ

คำตอบของคุณ

ภาพที่ 11 แบบประเมินความพึงพอใจออนไลน์



ภาคผนวก ค  
หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์



แบบ สวพ.-ป.



## หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์

ชื่อองค์กร/ชุมชน/ภาคธุรกิจ..... มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (มจท.) (อ.จ.ท.)  
 สถานที่ตั้ง..... 1๕๐๐ ถนนเพชรบุรี แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กทม.  
 1๐4๐๐ โทรศัพท. ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๐๐ mb ๒๔๗๒  
 ขอรับรองว่าได้นำผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ของ..... น.ส. นัยชนก ชัยสูง / นાયภานุมาศ แฉนจันทร์  
 สังกัดคณะ..... เทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
 เรื่อง..... สื่อประสมวีดิทัศน์การทอผ้าจากผ้าไหมมัดหมี่ จังหวัดสุพรรณบุรี  
 โดยนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

1. การใช้ประโยชน์เชิงสาธารณะ  2. การใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย  
 3. การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์  4. การใช้ประโยชน์ทางอ้อมในลักษณะอื่น

โดยการ..... เป็นสื่อเพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผ้าไหมมัดหมี่  
 และทำไฟล์วีดิทัศน์เพื่อใช้ในกิจกรรมต่างๆ มากมาย เกิดภาคีพันธมิตร  
 และทำการกระจายรายได้กลับสู่ท้องถิ่น

ผลที่ได้รับ..... ผู้จำหน่าย และทำใจพื้นที่อำเภอเมืองกาญจนบุรี  
 ในนามบริษัท ทำผ้าไหมมัดหมี่ธรรมชาติ วิสาหกิจชุมชน และเครือข่าย

พร้อมกันนี้ ได้แนบหลักฐานประกอบการนำไปใช้ประโยชน์ (เช่น ใบลงทะเบียน ภาพถ่ายกิจกรรมการ  
 จัดงาน การจัดประชุม เอกสารตรวจรับงานหรืออื่นๆ) มาด้วยแล้ว

ขอรับรองว่าข้อความข้างต้นเป็นจริงทุกประการ

ลงชื่อ (ผู้ใช้ประโยชน์).....

(นางสาวจิรพร ชัยสูง)

ตำแหน่ง.....

นักศึกษาระดับ ๕

วันที่ 14 มิถุนายน ๒๕๖๒

## หมายเหตุ :

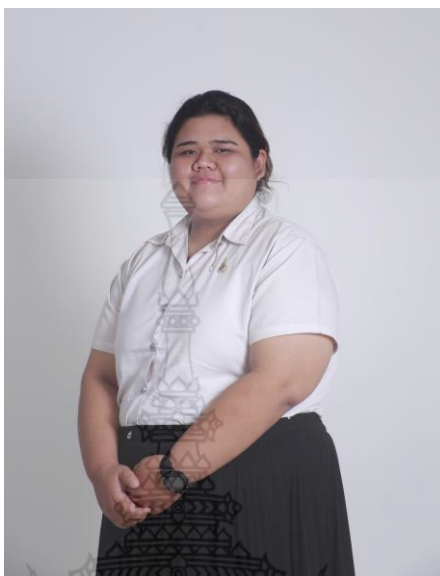
- กรณีไม่มีสัญลักษณ์หน่วยงานหรือตราประจำองค์กรให้ใช้วิธีการประทับตราของกลุ่ม/องค์กร ตรงลายมือ  
 ชื่อของผู้ใช้ประโยชน์
- ลงชื่อ (ผู้ใช้ประโยชน์) ต้องเป็นชื่อจากหน่วยงานภายนอก

## ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ	นายภานุพงศ์ แส่นจันทร์
รหัสนักศึกษา	035850805419-6
วัน เดือน ปีเกิด	วันศุกร์ที่ 1 เดือนพฤศจิกายน ปี 2539
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	73/98 ม.8 ซ.กรุงเทพ-นนท์ 9 ถ.กรุงเทพ-นนท์ ต.บางเขน อ.เมือง จ.นนทบุรี
E-mail	heroza_ae@hotmail.com
<b>ประวัติการศึกษา</b>	
พ.ศ. 2558 – ปัจจุบัน	ศึกษาในระดับปริญญาตรี สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดีย คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
พ.ศ. 2554 - พ.ศ. 2556	จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนรัตนวิเชียร
พ.ศ. 2551 - พ.ศ. 2553	จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนรัตนวิเชียร

## ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ	นางสาวหทัยชนก ยิ่งสุข
รหัสนักศึกษา	035850805439-4
วัน เดือน ปีเกิด	วันจันทร์ที่ 19 เดือนกุมภาพันธ์ ปี 2539
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	111/154 ม.5 ต.พันท้ายนรสิงห์ อ.เมืองสมุทรสาคร จ.สมุทรสาคร
E-mail	bonus_154@hotmail.com
<b>ประวัติการศึกษา</b>	
พ.ศ. 2558 – ปัจจุบัน	ศึกษาในระดับปริญญาตรี สาขาวิชาเทคโนโลยีมีลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
พ.ศ. 2554 - พ.ศ. 2556	จบการศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยเทคโนโลยีจรัสสินทวงศ์
พ.ศ. 2551 - พ.ศ. 2553	จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน