การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับสำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี

Print Media Design for Sing buri We Love the King Club Public Relations

อรวรรณ แท่งทอง[1*]

Orawan Tangtong [1*]

สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี[1*]

Business Computer Faculty of Management Science Thepsatri Rajabhat University[1*]

E-Mail: orawan_rattanaumpa@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี และ 2) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี ที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี เมื่อจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา ตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมจากแหล่งข้อมูลใด บุคคลที่เข้าร่วมกิจกรรม พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง จำนวนครั้งที่มาเข้าร่วมกิจกรรม และค่าใช้จ่ายในการมาร่วมกิจกรรมครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 400 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยผ่านการทดสอบจากผู้เชี่ยวชาญ ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.842 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที โดยการทดสอบเอฟ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว เมื่อพบนัยสำคัญทางสถิติ จะใช้การทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของฟิชเชอร์

ผลการวิจัยพบว่า 1) การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี สามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรีสามารถประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี และนำเสนอข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรีให้ผู้ที่สนใจเข้ามามีส่วนร่วมได้รับทราบข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน ทันสมัย และ 2) การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี จำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทางมาร่วมกิจกรรม พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรม และจำนวนครั้งที่มาเข้าร่วมกิจกรรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และเมื่อจำแนกตามภูมิลำเนา และตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมจากแหล่งข้อมูลใด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ส่วนจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และค่าใช้จ่ายในการมาเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: สื่อสิ่งพิมพ์, ชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี, การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจ

Abstract

The purposes of the research were 1) to study the design of print media for Sing buri We Love the King Club public relations and 2) to compare the level of participants' satisfaction in the activities organized by Sing buri We Love the King Club toward print media for the club public relations. Participants were classified by gender, age, occupation, monthly income, domicile, source of information on the event, companions, vehicles, number of times attended, and the

cost to attend the event. Samples used in this research were randomly selected from 400 people who joined Sing buri We Love the King Club event. The research instrument was a questionnaire developed by researcher, and professional approved with reliability of 0.842. Statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, T-test, F-test and one-way ANOVA. When statistical significance was found, Double test would be applied with Fisher's approach.

The research found that 1) Print Media Design for Sing buri We Love the King club's public relation supported the promotion of the club and provided up-to-date information for those who were interested to join. And 2) Comparison of satisfaction level of participants in Singburi We Love the King Club Lovers Club event classified by companions, vehicles and number of times attended differed significantly at level 0.05 and when classified by domicile and source of information on the event, significant difference level is at 0.01. Gender, age, occupation, and monthly income did not make significantly differences.

Keywords: Print Media, Sing buri We Love the King Club, information and understanding dissemination

บทนำ

สื่อประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรเป็นอย่างมาก เป็นตัวกลางในการถ่ายทอดข่าวสาร เรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรมความเคลื่อนไหวและการดำเนินงานขององค์กร ตลอดจนความรู้ที่เป็นประโยชน์และเกี่ยวข้องกับองค์กร ให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้เข้าใจ เพื่อสร้างความนิยมศรัทธา และได้รับความไว้วางใจจากประชาชน กลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพราะเป็นส่วนหนึ่งในองค์ประกอบของกระบวนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นองค์กรต้องทำความเข้าใจแบบจำลองการสื่อสาร ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อประชาสัมพันธ์ หน้าที่ของสื่อ เพื่อให้ทราบหลักการของสื่อประชาสัมพันธ์ องค์กรจะได้เข้าใจและใช้สื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด [1] สื่อประชาสัมพันธ์มีหลายประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อทางด้านสิ่งพิมพ์ ปัจจุบันในวงการธุรกิจนิยมใช้สื่อประเภทนี้กันอย่างแพร่หลาย เพื่อช่วยส่งเสริมการขาย ซึ่งวิธีในการสร้างสรรค์สิ่งพิมพ์หลายวิธี มีการพัฒนาตัวเองให้ทันสมัยเข้ากับเทคโนโลยีใหม่ ๆ สื่อสิ่งพิมพ์ที่นิยมใช้อย่างแพร่หลาย ได้แก่ แผ่นพับ และแผ่นปลิว

ชมรมคนรักในหลวงก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2554 เพื่อเชิดชูและปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์ น้อมนำแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นธงนำในการดำเนินชีวิต ที่มาของชมรมคนรักในหลวง กำเนิดขึ้นประมาณต้นปี พ.ศ. 2554 เมื่อ พ.อ.อ.วีรพงษ์ สิทธิจันทร์เสน กับครอบครัว เกิดความเบื่อหน่ายจากการใช้ชีวิตที่ต้องดิ้นรนในการทำมาหากินอยู่ในกรุงเทพฯ จึงตัดสินใจเดินทางกลับไปบ้านเกิดที่ อ.โกสุมพิสัย จ.มหาสารคาม โดยได้เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตที่เคยเป็นทั้งลูกจ้างบริษัท และค้าขายอาหาร หันกลับมาใช้แนวทางการดำรงชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ร่วมกับการทำเกษตรทฤษฎีใหม่บนพื้นที่นาของตนเอง ซึ่งแม้จะขาดรายได้จากเดิมเดือนละประมาณ 2-3 หมื่นบาท แต่ก็สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุขกับธรรมชาติในชนบทที่บ้านของตนเอง ทำให้กลายเป็นต้นแบบการดำเนินชีวิตอย่างพอเพียง เป็นที่รับรู้ของญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ชาวบ้านใกล้เคียง ไปจนถึงส่วนราชการ เมื่อสามารถรวมกลุ่มประชาชนที่ให้ความสนใจกับแนวทางการดำเนินชีวิตอย่างพอเพียง จึงได้มีการเสนอให้ตั้งชื่อกลุ่มไว้ใช้สำหรับเรียกขานว่า “ชมรมคนรักในหลวง” ด้วยเหตุผลเนื่องจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงเป็นผู้พระราชทานหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อันเป็นศาสตร์ที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งชาวไทย และชาวโลกนั้นเอง ต่อมาได้มีผู้ร่วมอุดมการณ์ให้การสนับสนุนงบประมาณในการขยายเครือข่ายชมรมฯ ไปยังจังหวัดอื่น ๆ และเพื่อ

ความสะดวกในการบริหารงานจึงได้จัดตั้งองค์กรขึ้น ใช้ชื่อว่า “คณะบุคคลพอเพียง” ในเดือนพฤศจิกายน 2554 แต่เนื่องจาก ครม. ได้มีมติเรื่องอัตราภาษีของคณะบุคคล ซึ่งมีผลกระทบต่อการเสียภาษีเพิ่มจำนวนมาก จึงได้มีการจัดตั้ง “บริษัท บุคคลพอเพียง จำกัด” ในเดือนมกราคม 2556 ให้ทำหน้าที่แทน สุดท้ายเห็นว่าเนื่องจากการดำเนินงานมีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ต่อสังคม โดยไม่มีเรื่องธุรกิจใด ๆ การใช้ชื่อบริษัทดูไม่เหมาะสม จึงเห็นควรที่จัดตั้งเป็น “มูลนิธิบุคคลพอเพียง” แทนบริษัทฯ เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2556 [2]

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวงนั้นพบว่า ได้พบปัญหาเรื่องการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ในการประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี ดังนี้ 1) ปัญหาเรื่องของวัตถุประสงค์ของชมรมที่ยังไม่ได้มีการเผยแพร่ในทางที่ถูกต้อง 2) ปัญหาเรื่องหลักการของชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี 3) ขาดการประชาสัมพันธ์ เรื่องของกิจกรรมของชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี และ 4) ขาดการประชาสัมพันธ์ในเรื่องของศาสตร์ของพระราชาการดำรงชีวิตเพื่อให้ประสบความสำเร็จและมีความสุขอย่างยั่งยืน

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาวิจัยเรื่องการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี เพื่อเป็นแนวทางสำหรับหน่วยงาน และคนในชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุง และพัฒนาการประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

1. วัตถุประสงค์การวิจัย

1.1 เพื่อศึกษาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี

1.2 เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมของชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรุณรัตน์ ชินวรณ์ [1] กล่าวว่าสื่อประชาสัมพันธ์มีหลายประเภทโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อทางด้านสิ่งพิมพ์ปัจจุบันในวงการธุรกิจนิยมใช้สื่อประเภทนี้กันอย่างแพร่หลาย เพื่อช่วยส่งเสริมการขาย ซึ่งวิธีในการสร้างสรรค์สิ่งพิมพ์หลายวิธีมีการพัฒนาตัวเองให้ทันสมัยเข้ากับเทคโนโลยีใหม่ ๆ สื่อสิ่งพิมพ์ที่นิยมใช้อย่างแพร่หลาย ได้แก่ แผ่นพับ และแผ่นปลิว

พรทิพย์ ทวีพงษ์ และปลื้มใจ ไพจิตร [3] ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศรีวิชัยในการรองรับสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ เป็นสื่อประเภทหนึ่งที่องค์กรจัดทำขึ้น เพื่อประชาสัมพันธ์องค์กร และให้ข่าวสารแก่ประชาชนหรือผู้บริโภค สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจมีข้อดีคือ สามารถกำหนด ขนาด รูปเล่ม ควบคุม เนื้อหา ให้เป็นไปตามที่ต้องการได้ นอกจากนี้จากการศึกษาของสื่อสิ่งพิมพ์บางชนิด เช่น แผ่นพับสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ได้

ภัสวลี นิติเกษการสุนทร [4] ที่ได้กล่าวถึง หลักสำคัญของการสื่อสารเพื่อประสิทธิภาพของการสื่อสารจะต้องมีความชัดเจน เนื้อหาที่ส่งไปควรมีความชัดเจน มีความเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน และประเด็นเนื้อหาเข้าใจง่าย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (questionnaire) ประเภทคำถามปลายปิด (closed form) และลักษณะเป็นตัวเลขมาตราส่วนประมาณค่า (numerical rating scale) เป็นการวัดเพื่อแสดงระดับ มี 5 ระดับ คณะผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาประกอบในการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรเป็นผู้ที่มาร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งมีจำนวนไม่แน่นอน (infinite population)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน คณะผู้วิจัยจึงใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดค่าคลาดเคลื่อน 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 400 คน [5] และใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (accidental sampling)

3. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

3.1 ศึกษาค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในออกแบบและพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี

3.2 ออกแบบและสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี โดยใช้โปรแกรม Microsoft Publisher

3.3 สำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้แบบสอบถาม เรื่อง การใช้สื่อสิ่งพิมพ์สำหรับชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี เพื่อเก็บรวบรวมระดับความพึงพอใจในการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี

3.4 ผู้วิจัยตรวจความสมบูรณ์และความถูกต้อง เมื่อรับแบบสอบถามกลับคืนมา

3.5 ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลของแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้เข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี สรุปรวบรวมแบบสอบถามเพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และอภิปรายต่อไป

3.6 ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ย โดยใช้การทดสอบค่าที่ (t-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะ 2 กลุ่ม และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) โดยการทดสอบค่าเอฟ (f-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มขึ้นไป เมื่อมีนัยสำคัญทางสถิติใช้เปรียบเปรียบรายคู่ โดยใช้วิธีการของฟีชเชอร์ (Fisher's Least Significant Difference: LSD) [6]

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแจกแจงความถี่ และเปรียบเทียบค่าสถิติ (dependent t-test) โดยนำผลที่ได้เทียบกับเกณฑ์การประเมิน ดังนี้ [7]

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 – 5.00 หมายความว่า ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 – 4.50 หมายความว่า ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 – 3.50 หมายความว่า ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51 – 2.50 หมายความว่า ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.01 – 1.50 หมายความว่า ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

จากการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับสำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี เพื่อศึกษาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี โดยสร้างสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อนำไปประชาสัมพันธ์ให้กับชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี ผู้วิจัยได้สรุปสาระสำคัญเป็นผลการวิจัย ดังนี้

1. ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี

การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับสำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี สามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรีสามารถประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี และนำเสนอข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรีให้ผู้ที่สนใจเข้ามามีส่วนร่วมได้รับทราบข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน ทันสมัย ดังแสดงในภาพที่ 1

ภาพที่ 1 สื่อสิ่งพิมพ์สำหรับสำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี

2. ผลการการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวงที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี

2.1 ด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจ พบว่า ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวงที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี ด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้อมูลมีความครบถ้วนถูกต้อง ข้อมูลมีการจัดหมวดหมู่ และข้อมูลถูกเผยแพร่ไปยังบุคคลต่าง ๆ อย่างทั่วถึง ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความสวยงาม และเข้าใจง่าย

2.2 ด้านการกระจายข่าวสาร พบว่า ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวงที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี ด้านการกระจายข่าวสาร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 อันดับแรก ได้แก่ สามารถถ่ายทอดให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมคนอื่น ๆ ได้ และสามารถสื่อสารให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รู้เกี่ยวกับชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรีมากขึ้น ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารกะทัดรัดได้ใจความ

2.3 ด้านการสร้างความสนใจและดึงดูดความสนใจ พบว่า ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวงที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี ด้านการสร้างความสนใจและดึงดูดความสนใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 อันดับแรก ได้แก่ สื่อมีความสวยงาม สะดุดตา น่าหยิบอ่าน และสื่อมีภาพหรือกราฟิกสอดคล้องกับเนื้อหาที่น่าสนใจ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สื่อมีการจัดเรียงลำดับการเสนออย่างเหมาะสม

2.4 ด้านการส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ของชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี พบว่า ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวงที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี ด้านการส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ของชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 อันดับแรก ได้แก่ ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรีให้เป็นที่รู้จัก และสื่อมีประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ช่วยให้ผู้ใช้สื่อเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการเข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี

2.5 ด้านภาพรวม พบว่า ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวงที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ของชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี ด้านการเผยแพร่ข้อมูล

ข่าวสารและความเข้าใจ และด้านการกระจายข่าวสาร ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการสร้างความสนใจและดึงดูดความสนใจ

3. การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวงที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี

จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา ตัดสินใจมาร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรีจากแหล่งข้อมูลใด บุคคลที่ร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวง จำนวนครั้งที่มาร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี และความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวงในครั้งนี้

3.1 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวงที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี จำแนกตามเพศ จำแนกตามอายุ และจำแนกตามอาชีพ ในภาพรวม และรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน

3.2 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจผู้เข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวงที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.3 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวงที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี จำแนกตามภูมิลำเนา ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจ และด้านการส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ชมรมคนรักในหลวง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการสร้างความสนใจและดึงดูดความสนใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

3.4 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจผู้เข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวงที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี เมื่อจำแนกตามตัดสินใจมาร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านการกระจายข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

3.5 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวงที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี เมื่อจำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทาง ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการกระจายข่าวสาร และด้านการสร้างความสนใจและดึงดูดความสนใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.6 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวงที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งที่มาร่วมกิจกรรม ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มาเข้าร่วมกิจกรรม 1 – 2 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์ ด้านภาพรวมต่ำกว่ากลุ่มมาเข้าร่วมกิจกรรม 3 – 4 ครั้ง และแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มไม่เคยมาเข้าร่วมกิจกรรม มีความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์ด้านภาพรวม สูงกว่ากลุ่มมาเข้าร่วมกิจกรรม 1 – 2 ครั้ง

ตารางที่ 1 ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี ภาพรวม

	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจ	4.41	0.52	มาก
2. ด้านการกระจายข่าวสาร	4.40	0.54	มาก
3. ด้านการสร้างความสนใจและดึงดูดความสนใจ	4.39	0.55	มาก
4. ด้านการส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ของชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี	4.49	0.50	มาก
ภาพรวม	**4.42**	**0.43**	**มาก**

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{\mathbf{X}}$ = 4.42, S.D. = 0.43) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี ($\overline{\mathbf{X}}$ = 4.49, S.D. = 0.50) ด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจ ($\overline{\mathbf{X}}$ = 4.41, S.D. = 0.52) และด้านการกระจายข่าวสาร ($\overline{\mathbf{X}}$ = 4.40, S.D. = 0.54) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการสร้างความสนใจและดึงดูดความสนใจ ($\overline{\mathbf{X}}$ = 4.39, S.D. = 0.55)

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียวของระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี ภาพรวม

การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
จำแนกตามอายุ	ระหว่างกลุ่ม	1.108	3	0.369	2.043	.107
	ภายในกลุ่ม	71.628	396	0.181		
	รวม	72.736	399			
จำแนกตามอาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	0.133	4	0.033	0.181	.948
	ภายในกลุ่ม	72.603	395	0.184		
	รวม	72.736	399			
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	ระหว่างกลุ่ม	0.937	3	0.312	1.723	.162
	ภายในกลุ่ม	71.799	396	0.181		
	รวม	72.736	399			
จำแนกตามการตัดสินใจมาร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรีจากแหล่งข้อมูลใด	ระหว่างกลุ่ม	1.715	2	0.858	4.794	.009**
	ภายในกลุ่ม	71.021	397	0.179		
	รวม	72.736	399			
จำแนกตามบุคคลที่ร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี	ระหว่างกลุ่ม	1.738	3	0.579	3.232	.022*
	ภายในกลุ่ม	70.998	396	0.179		
	รวม	72.736	399			
จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	2.028	3	0.676	3.786	.011*
	ภายในกลุ่ม	70.708	396	0.179		
	รวม	72.736	399			
จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาเข้าร่วมกิจกรรม	ระหว่างกลุ่ม	1.678	3	0.559	3.117	.026*
	ภายในกลุ่ม	71.058	396	0.179		
	รวม	72.736	399			
จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการมาร่วมกิจกรรมครั้งนี้	ระหว่างกลุ่ม	0.306	3	0.102	0.558	.643
	ภายในกลุ่ม	72.430	396	0.183		
	รวม	72.736	399			

จากตารางที่ 2 พบว่า การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี จำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และจำนวนครั้งที่มาเข้าร่วมกิจกรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และเมื่อจำแนกตามภูมิลำเนา และตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมจากแหล่งข้อมูลใดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ส่วนจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และค่าใช้จ่ายในการมาเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี ผู้วิจัยพบประเด็นสำคัญ ควรจะนำมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

1. การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับสำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี สามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี สามารถประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี และนำเสนอข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี ให้ผู้ที่สนใจเข้ามามีส่วนร่วมได้รับทราบข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน ทันสมัย สอดคล้องกับทฤษฎีที่ได้ศึกษา คือ การชักจูงใจ การโน้มน้าวใจ (Theory of Persuasion) ที่กล่าวไว้ว่า เป็นทฤษฎีหนึ่งที่อยู่ในกลุ่มทฤษฎีโครงสร้างในสมอง ทฤษฎีนี้มีความเชื่อว่าการที่จะชักจูงใจบุคคลใดบุคคลหนึ่งนั้นเหมือนกันการกระตุ้นบุคคลนั้น เพื่อให้เกิดการตอบสนองในสิ่งที่เราต้องการให้เป็น และในกระบวนการสื่อสารจะมีช่องว่างหรือตัวกลางระหว่างการกระตุ้นและการตอบสนอง ซึ่งถือว่าเป็นตัวกลางที่สำคัญมากในการสื่อสาร

2. การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับการวิจัยครั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านในแต่ละด้าน สามารถอภิปรายผลดังต่อไปนี้

2.1 ด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจ พบว่า ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ พรทิพย์ ทวีพงษ์ และปลื้มใจ ไพจิตร [3] พบว่า สื่อสิ่งพิมพ์บางชนิด เช่น แผ่นพับสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ได้

2.2 ด้านการกระจายข่าวสาร พบว่า ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ ภัสวลี นิติเกษการสุนทร [4] ที่ได้กล่าวถึง หลักสำคัญของการสื่อสารเพื่อประสิทธิภาพของการสื่อสารจะต้องมีความชัดเจน เนื้อหาที่ส่งไปควรมีความชัดเจน มีความเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน และประเด็นเนื้อหาเข้าใจง่าย

2.3 ด้านการสร้างความสนใจ และดึงดูดความสนใจ พบว่า ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ สมศักดิ์ พัฒนพิฑูรย์ [8] ที่กล่าวว่าการออกแบบ ข้อความข่าวสารกระชับ ง่ายต่อการเข้าใจ ภาพกับข้อความมีความสอดคล้องกัน

2.4 ด้านการส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพมานี บุบผาพัน ณรงค์ฤทธิ์ โสภา และศศิธร เชาวรัตน์ [9] ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน้ำตกคอนพระเพ็ง เมืองโขง แขวงจำปาสัก สปป. ลาว พบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน้ำตกคอนพะเพ็งโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พิจารณารายด้าน พบว่า 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) การพัฒนาการบริการของบุคลากร 2) กิจกรรมการท่องเที่ยวน้ำตกคอนพะเพ็งที่มีคุณภาพ และ 3) กิจกรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน้ำตกคอนพะเพ็ง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากผลการวิจัยเรื่อง การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัย ดังนี้

1.1 ด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความสวยงาม และเข้าใจง่าย ดังนั้น ผู้วิจัยควรจัดรูปแบบในการนำเสนอข้อมูลใหม่ โดยจัดให้รูปภาพและข้อความมีความสัมพันธ์กัน เพื่อที่ผู้อ่านจะได้เกิดความเข้าใจในข้อมูลที่ผู้วิจัยใส่ลงไปในเอกสารประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรี (แผ่นพับ)

1.2 ด้านการกระจายข่าวสาร พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารกะทัดรัดได้ใจความ ดังนั้นคณะผู้วิจัยควรใช้ภาษาที่ไม่กะทัดรัดจนเกิดไป ภาษาต้องมีความหมายที่ชัดเจน เมื่อผู้อ่านอ่านแล้วสามารถเข้าใจได้ทันที จากนั้นก็ทำการส่งให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านภาษาตรวจสอบความถูกต้องของภาษา

1.3 ด้านการสร้างความสนใจและดึงดูดความสนใจ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สื่อมีการจัดเรียงลำดับการเสนออย่างเหมาะสม ดังนั้นผู้วิจัยควรเรียงลำดับความสำคัญก่อนหลังให้สอดคล้องกัน ไม่เรียงสลับไปมา เพราะอาจทำให้ผู้อ่านเกิดความสับสนได้

1.4 ด้านการส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ของชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ช่วยให้ผู้ใช้สื่อเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการเข้าร่วมกิจกรรมชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี ดังนั้นผู้วิจัยควรต้องบอกถึงวัตถุประสงค์หรือความสำคัญของเอกสารประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง (แผ่นพับ) ว่ามีความสำคัญต่อผู้วิจัยหรือหน่วยงานอย่างไร ให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกว่าสื่อนั้นมีประโยชน์จริง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยเรื่อง การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

2.1 ควรสร้างแรงจูงใจในการตอบแบบสอบถามของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี ว่าการทำวิจัยในครั้งนี้มีความสำคัญต่อการชมรมคนรักในหลวงจังหวัดสิงห์บุรีอย่างไร และมีความสำคัญต่อผู้วิจัยเป็นอย่างยิ่ง

2.2 การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี เท่านั้น สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์อื่น ๆ เพื่อทำการเปรียบเทียบ (Benchmark) กัน

2.3 ควรนำสื่อสิ่งพิมพ์ของชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี อัพโหลดขึ้นเว็บไซต์เพื่อเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรีอีกช่องทางหนึ่ง ซึ่งจะทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ทราบข้อมูลจำนวนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

[1] อรุณรัตน์ ชินวรณ์. (2553). *สื่อประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

[2] มูลนิธิบุคคลพอเพียง. (2556). มูลนิธิบุคคลพอเพียง. สืบค้นจาก http://welovethaiking.com/

[3] พรทิพย์ ทวีพงษ์, และปลื้มใจ ไพจิตร. (2557). *การพัฒนาสื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศรีวิชัย ในการรองรับสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. (รายงานการวิจัย), สุราษฎร์ธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

[4] ภัสวลี นิติเกษการสุนทร. (2546). *หลักสำคัญของการสื่อสาร.* นนทบุรี: Imprint.

[5] ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์ พริ้นท์.

[6] ล้วน สายยศ, และอังคณา สายยศ. (2540). *สถิติวิทยาการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาสน์.

[7] Likert, R. (1979). *The Method of Constructing and Attitude Scale*. New York : Wiley & Son.

[8] สมศักดิ์ พัฒนพิฑูรย์. (2559). *ความสำคัญของการถ่ายภาพ.* สืบค้นจาก http://www.teacher.ssru.ac.th/somsak_kl /file.php/1/22557/2/w10_photography_for_art s.pdf

[9] ไพมานี บุบผาพัน, ณรงค์ฤทธิ์ โสภา, และศศิธร เชาวรัตน์ (2561). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน้ำตก คอนพระเพ็ง เมืองโขง แขวงจำปาสัก สปป. ลาว. *วารสารวิชาการการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม,* มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. 5(ฉบับพิเศษ), 221-228.