

การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

The Development of Printing Media to Promote Suan Sunandha Rajabhat University Public

Relation

ผู้วิจัย นายวรัชชัย คู่เพื่อน  
สาขาวิชาการจัดการทั่วไป

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ 1. รองศาสตราจารย์ ดร.ธนสุวิทย์ ทับหิรัญรักษ์

2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บัณฑิต ผังนิรันดร์
4. รองศาสตราจารย์อรุณรุ่ง วงศ์กิ่งวาน
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปราณี ตริทศกุล

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาการรับรู้กลุ่มเป้าหมาย โดยพิจารณาจากการรับรู้ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านรูปเล่ม ด้านเนื้อหา ด้านสีต้น และด้านความงาม ในการนำมาพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายปีที่ 6 และผู้ปกครอง โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีตามความสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 398 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ผู้มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 17,500-19,999 บาท สถานภาพโสด

ปัจจัยด้านการรับรู้สื่อสิ่งพิมพ์โดยรวม พบว่า มีการรับรู้สื่อสิ่งพิมพ์ อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีการรับรู้สื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านสีต้น ด้านความงาม ด้านเนื้อหา และด้านรูปเล่ม ตามลำดับ

การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์โดยรวม พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ภาพประกอบมีความสอดคล้องกับเนื้อหาข้อความ ข้อมูลและรายละเอียดมีความครบถ้วน การจัดวางเนื้อหาข้อความอย่างเหมาะสมของแผ่นพับมหาวิทยาลัยฯ ขนาดตัวอักษร อ่านได้ง่าย และมีความชัดเจน และสีต้นของแผ่นพับมีความโดดเด่นสะดุดตา ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะในวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ มหาวิทยาลัยควรพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับ โดยในสื่อสิ่งพิมพ์ควรมีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นเอกลักษณ์ ของมหาวิทยาลัยที่เกิดจากการเป็นวังหรือความมีศิลปวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการจดจำความเป็นเอกลักษณ์ที่มีความโดดเด่นของมหาวิทยาลัยมากขึ้นต่อไป

**คำสำคัญ :** การพัฒนาสื่อ, สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

#### **Abstract**

This individual study aimed to explore the target group's perception on 4 aspects of printing media, namely; the design, content, coloration, and attractiveness which are aspects used to develop the printing of brochures to support Suan Sunandha Rajabhat University public relation. Participants in this study were the 12<sup>th</sup> grade high school students and their parents. The participants were drawn using convenience sampling method. Questionnaires were used as a data collection tool in this study. The statistics employed in this study were percentages, average, standard deviation, t-test, and one-way analysis of variance (ANOVA).

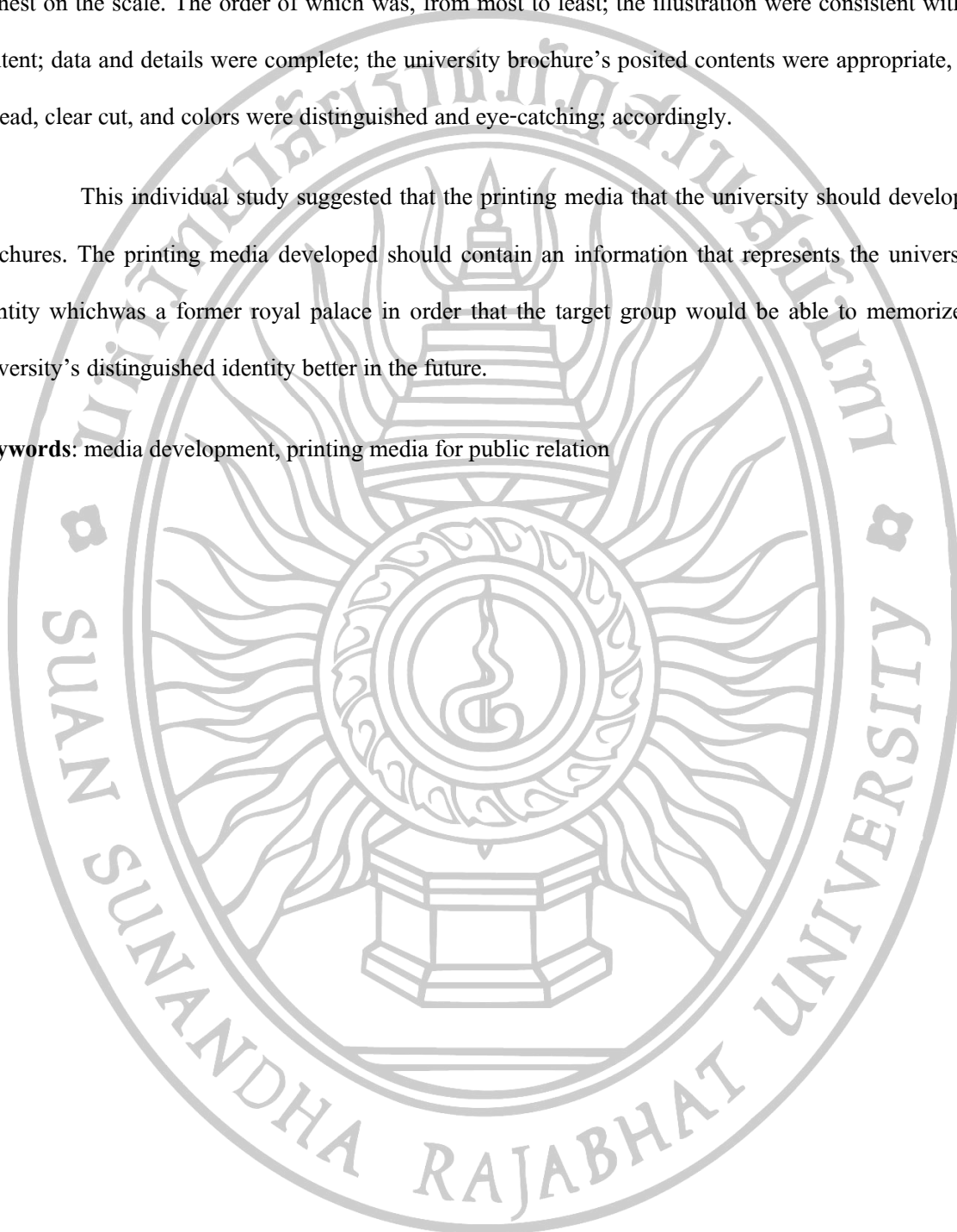
The result had shown that the majority of all 398 participants were single female, age under 25 years old which educational background was below undergraduate level. Their profession was student. The average monthly family income were between 17,500 – 19,999 Baht.

The analysis indicated that the overall perception of the printing media factor were rated highest. When considering each aspect, it was found that all aspects were rated highest in their perception. The order of which was; from most to least; the coloration, attractiveness, content, and design, accordingly.

As for the development of printing media to promote overall public relation purpose, the perception scores were rated highest. After considering each item, it was found that all items were rated highest on the scale. The order of which was, from most to least; the illustration were consistent with the content; data and details were complete; the university brochure's posited contents were appropriate, easy to read, clear cut, and colors were distinguished and eye-catching; accordingly.

This individual study suggested that the printing media that the university should develop are brochures. The printing media developed should contain an information that represents the university's identity which was a former royal palace in order that the target group would be able to memorize the university's distinguished identity better in the future.

**Keywords:** media development, printing media for public relation



### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีการพัฒนาด้านการศึกษาอย่างต่อเนื่องอาจจะเป็นเพราะมีปัจจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศทำให้สังคมมีการเปลี่ยนแปลง กล่าวคือ ปัจจัยภายในเกิดจากความต้องการพัฒนาสังคมให้มีความเจริญและทันสมัย ส่วนปัจจัยภายนอกเกิดจากกระแสความเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก ทั้งด้านเศรษฐกิจและการเมือง ตลอดจนการติดต่อสื่อสารกันทำให้ประเทศไทยต้องปรับตัวให้ทันสมัย เพื่อความอยู่รอด และประเทศได้เกิดการพัฒนามาให้ทัดเทียมกับนานาประเทศ ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาทำให้การจัดการศึกษาของไทยมีวิวัฒนาการเรื่อยมาซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมความเจริญก้าวหน้าทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจและการเมืองของชาติให้มั่นคงและเจริญก้าวหน้าต่อไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทยเป็นกลุ่มมหาวิทยาลัยที่พัฒนามาจากโรงเรียนฝึกหัดอาจารย์ที่ตั้งอยู่ในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคของประเทศ ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น วิทยาลัยครู หลังจากนั้น ได้รับพระราชทานนาม "ราชภัฏ" จากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ให้เป็นชื่อประจำสถาบัน พร้อมทั้งพระราชทานพระราชลัญจกรเป็นตราประจำมหาวิทยาลัย โดยในปัจจุบัน มหาวิทยาลัยราชภัฏ มีอยู่ทั้งสิ้น 39 แห่ง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาได้จัดตั้งเมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม 2480 ตั้งแต่นั้นจนถึงปัจจุบันสวนสุนันทาได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ได้เปลี่ยนแปลงชื่อวิทยาลัยครูเป็นสถาบันราชภัฏ ทรงลงพระปรมาภิไธยในวันที่ 19 มกราคม 2538 ในปัจจุบันสถาบันราชภัฏสวนสุนันทา เปิดสอนภาคปกติและภาค กศ.ป.ป. ในระดับอนุปริญญา และปริญญาตรี 3 สาขาวิชา ได้แก่ สาขาศึกษาศาสตร์ เปิดสอน 16 โปรแกรมสาขาวิชา สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เปิดสอน 11 โปรแกรมสาขาวิชา สาขาศิลปศาสตร์ เปิดสอน 14 โปรแกรมสาขาวิชา เป็นต้น จะเห็นได้ว่าปัจจุบันมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทามีหลักสูตรต่างๆ มากมายให้กับนักศึกษาได้เลือกเข้ามาศึกษาซึ่งบางหลักสูตรอาจมีความคล้ายคลึงกันกับมหาวิทยาลัยต่างๆ ประกอบกับมหาวิทยาลัยในประเทศไทยหลายแห่งต่างมีการนำสื่อสิ่งพิมพ์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรของตนเองเพื่อกระตุ้น และเป็นสร้างแรงจูงใจให้นักศึกษามาสมัครเรียนมหาวิทยาลัยของตนให้มากที่สุด

เมื่อพิจารณาถึงข้อดีของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทานั้น สื่อสิ่งพิมพ์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง เลือกกลุ่มเป้าหมายได้ รวดเร็ว ทันสมัย ทันเวลา ค่าใช้จ่ายถูก เป็นสื่อที่มีความน่าเชื่อถือสามารถส่งข่าวสารถึงกลุ่มเป้าหมาย หลายกลุ่มได้ในเวลาที่พร้อมกัน สามารถออกแบบรูปแบบสื่อได้เต็มที่ เพราะไม่มีขีดจำกัดด้านเนื้อที่ ขนาดสื่อมีอายุยาวนาน มีความคงทนถาวร มีความยืดหยุ่นสูงเพราะเปลี่ยนแปลงเนื้อหาได้ง่าย ประกอบกับสื่อสิ่งพิมพ์ควรมีความทันสมัย สีสันสวยงามอย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาวิจัย เรื่องการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เพื่อพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับในการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาให้ตรงกับการรับรู้ และความสนใจของกลุ่มเป้าหมายต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับใช้ในการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. กลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายชั้นปีที่ 6 จำนวน 41,363 คนและผู้ปกครองโดยใช้การเทียบจำนวนนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายปีที่ 6 จำนวน 1 คน จะมีผู้ปกครองดูแลข้อมูลในการช่วยตัดสินใจ จำนวน 1 คน จำนวน 41,363 คน ทั่วประเทศไทย
2. การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายชั้นปีที่ 6 และผู้ปกครอง จำนวน 398 คน
3. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability sampling) การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีตามสะดวก (Convenience Sampling)

#### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
  - 1.1 ศึกษาทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
  - 1.2 สร้างแบบสอบถาม
  - 1.3 นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษา
  - 1.4 ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

1.5 เสนอแบบสอบถามแก่ผู้เชี่ยวชาญภายนอก

1.6 นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ราย และวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของ Cronbach

2. รูปแบบของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การรับรู้สื่อสิ่งพิมพ์

ตอนที่ 3 การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 398 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ผู้มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 17,500-19,999 บาท สถานภาพโสด

2. การวิเคราะห์การรับรู้สื่อสิ่งพิมพ์

ด้านการรับรู้สื่อสิ่งพิมพ์โดยรวม พบว่า มีการรับรู้สื่อสิ่งพิมพ์ อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีการรับรู้สื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านสีสัน,ด้านความงาม,ด้านเนื้อหา และด้านรูปเล่ม ตามลำดับ

### 3. ด้านการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์

ด้านการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยรวม พบว่ามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ภาพประกอบมีความสอดคล้องกับเนื้อหาข้อความ, ข้อมูลและรายละเอียดมีความครบถ้วน, การจัดวางเนื้อหาข้อความอย่างเหมาะสมของแผ่นพับมหาวิทยาลัยฯ, ขนาดตัวอักษร อ่านได้ง่าย และมีความชัดเจน และสีสันของแผ่นพับมีความโดดเด่นสะดุดตา ตามลำดับ

#### ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุमानเพื่อทดสอบสมมติฐาน

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ต่างต่างกัน ความคิดเห็นด้านการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกัน
2. กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ต่างต่างกัน มีการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกัน
3. กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ต่างต่างกัน มีการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ ต่างต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ ต่างต่างกัน มีการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกัน
5. กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างต่างกัน มีการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ ต่างต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
6. กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพ ต่างต่างกัน มีการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกัน
7. การรับรู้สื่อสิ่งพิมพ์ ด้านความงาม มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการรับรู้สื่อสิ่งพิมพ์โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านรูปเล่ม ด้านเนื้อหา และด้านสีสัน ไม่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์

## อภิปรายผล

1. ด้านการรับรู้สื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทแผ่นพับในการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาของผู้ได้รับสื่อซึ่งส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำความเข้าใจ การเข้าถึงข้อมูลและมีความตั้งใจในการศึกษาข้อมูลในสื่อซึ่งมีปัจจัยทางด้านรูปเล่ม เนื้อหา สี สัน ความสวยงามจนทำให้สื่อที่นั้นประสบความสำเร็จในการเผยแพร่ ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้รับสื่อมีจุดสนใจในสื่อที่แตกต่างกันสอดคล้องกับ วรพงษ์ ราชดิศคุณพงศ์ (2540 :105) ได้กล่าวว่า สิ่งล่อใจในการกำหนดสัดส่วนต่างๆ ที่ปรากฏขึ้นบนภาพหรือชิ้นงานได้แก่จากสิ่งที่อยู่รอบตัว จากธรรมชาติ จากวัสดุสิ่งของมาเป็นแนวคิดการสร้างสัดส่วนที่แปลกตาออกไปย่อมจะมีผลสะท้อนให้เกิดความน่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับ วิจิตร อาวะกุล (2539 : 85) สิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ต้องจัดทำให้มีลักษณะ ที่เมื่อคนเห็นแล้วเกิดอารมณ์ปรารถนาอยากจะทำหรืออยากจะทำ คิดตามตั้งแต่หน้าแรกจนถึงหน้าสุดท้าย โดยให้เทคนิคความคิด การออกแบบให้สี ฯลฯ มีรสนิยมดี มีสาระให้ความรู้สติปัญญา นักท่องเที่ยวมีความเห็นในด้านรูปแบบตัวอักษรเหมาะสม ว่ามีความเหมาะสมน้อยกว่าด้านอื่น ๆ อาจเป็นเพราะขนาดของตัวอักษรมีขนาดเล็กเกินไปและรูปแบบของตัวอักษรมีความหลากหลายน้อยเกินไป จึงทำให้อ่านข้อความยาก และรูปแบบของตัวอักษรขาดความจูงใจในการอ่าน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชิฟแมน และ คานุก (Shiffman and Kanuk. 1994: 162) การรับรู้คือกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลเลือกสรรจัดระเบียบและตีความหมายสิ่งกระตุ้นออกเป็นภาพที่มีความหมายและเกิดภาพรวมขึ้นมาโดยที่บุคคล 2 คน ได้รับสิ่งกระตุ้นอย่างเดียวกันและอยู่ภายใต้เงื่อนไขอย่างเดียวกัน แต่จะมีอิทธิพลต่อการเลือก การรู้จัก การตีความหมายของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับความจำเป็น (Needs) ค่านิยม (Values) และความคาดหวัง (Expectation) โดยที่กระบวนการเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับการรับรู้ของบุคคล แต่อย่างไรก็ตามการเผยแพร่สื่อของมหาวิทยาลัยประเภทแผ่นพับเป็นการให้ข้อมูลแบบฝ่ายเดียวซึ่งผู้รับสื่อไม่สามารถโต้ตอบหรือซักถามได้ดังนั้นจึงส่งผลต่อการรับรู้ของข้อมูลในเชิงลึก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปณิศา ัญญานนท์ (2548 น. 295) การประชาสัมพันธ์ [Public Relations (PR)] เป็นการติดต่อสื่อสารขององค์กรกับกลุ่มต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นผู้ขายปัจจัยการผลิต ผู้ถือหุ้น นักท่องเที่ยว รัฐบาล และสื่อมวลชน ฯลฯ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างทัศนคติ ความเชื่อถือ และภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ ตลอดจนเป็นการให้ความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือแก้ไขข้อผิดพลาดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารสองทาง ในขณะที่การโฆษณานั้นเป็นการสื่อสารทางเดียว

2. ด้านรูปเล่ม ขนาดของรูปเล่มต้องมีขนาดที่เหมาะสมกับประเภทของการเผยแพร่ กระดาษที่จัดทำแผ่นพับมีความหนาที่พอเหมาะกับการสัมผัส รูปแบบแผ่นพับมีลักษณะการพับการเก็บเวลาเปิดอ่านต้องสามารถคลี่แผ่นพับในการเปิดอ่านได้ง่ายจำนวนหน้าของแผ่นพับมีจำนวนที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสอดคล้องกับ วิจิตร อวระกุล (2539 : 85) สิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ต้องจัดทำให้มีลักษณะ ที่เมื่อคนเห็นแล้วเกิดอารมณ์ปรารถนาอยากจะหยิบอยากจะอ่าน ติดตามตั้งแต่หน้าแรกจนถึงหน้าสุดท้าย โดยให้เทคนิคความคิด การออกแบบให้สี ฯลฯ มีรสนิยมดี มีสาระให้ความรู้สติปัญญา นักท่องเที่ยวที่มีความเห็นในด้านรูปแบบตัวอักษรเหมาะสม ว่ามีความเหมาะสมน้อยกว่าด้านอื่น ๆ อาจเป็นเพราะขนาดของตัวอักษรมีขนาดเล็กเกินไป และรูปแบบของตัวอักษรมีความหลากหลายน้อยเกินไป จึงทำให้อ่านข้อความยาก และรูปแบบของตัวอักษรขาดความสนใจในการอ่าน

3. ด้านเนื้อหาที่ใช้ในสื่อตัวอักษรต้องมีขนาดใหญ่เหมาะสมกับการนำเสนอและตำแหน่งการวางชื่อมหาวิทยาลัยต้องมีความโดดเด่นเนื้อหาหลักสูตรในแต่ละหน้าจัดเรียงได้เหมาะสมพร้อมกับแจ้งเงื่อนไขและคุณสมบัติการสมัครคัดเลือกเข้าศึกษาต่อมีความเข้าใจง่ายมีแผนที่การเดินทางชัดเจนและมีความเข้าใจง่ายเพื่อใช้ในการตัดสินใจ สอดคล้องกับ สักดิ์ชัยเกียรติดิโนจันทร์ (2540 : 16) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของแผ่นพับประกอบด้วยข้อความ ข้อมูลรายละเอียดสินค้าบริการ หรือการประชาสัมพันธ์ อย่างชัดเจนครบถ้วน เพื่อโน้มน้าวให้ผู้อ่านเชื่อถือในสินค้าหรือบริการนั้นๆ นักท่องเที่ยวที่มีความเห็นในด้านรูปแบบของตัวอักษรเหมาะสมภาพกับตัวหนังสือสัมพันธ์กัน และขนาดสื่อเหมาะสม/ถนัดมือ ว่ามีความเหมาะสมน้อยกว่าด้านอื่นๆ อาจเป็นเพราะขนาดของตัวอักษรเล็กเกินไป ทำให้ขนาดของภาพกับตัวอักษรไม่สัมพันธ์กัน และขนาดของสื่อใหญ่เกินไป จึงทำให้อ่านข้อความยาก และสื่อไม่ถนัดมือสอดคล้องกับ สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2546 : 16) ได้กล่าวว่า แผ่นโฆษณาต่างๆ มีจุดมุ่งหมายที่สำคัญคือการให้ข่าวสาร ข้อมูล หรือชักจูงผู้อ่าน ผู้เห็น ให้เข้าใจหรือคล้อยตามข้อความในโฆษณานั้น ในเวลาอันรวดเร็วและภาพที่จะใช้นั้นต้องสั้น กระชับและให้ได้ใจความ ตลอดจนสื่อความหมายมากที่สุด

4. ด้านสีสันสีตัวอักษรมีความเข้มสามารถมองเห็นได้ชัดเจนและสีพื้นแผ่นพับมีความอ่อนที่เหมาะสมรวมถึงสีหน้าปกแผ่นพับมีความโดดเด่น ดึงดูดความสนใจสีกรอบที่จัดวางข้อความหลักสูตรแต่ละคณะมีความแตกต่างอย่างชัดเจนไม่ทำให้ผู้รับสื่อสับสนในข้อมูลรวมถึงสีที่จัดทำแผ่นพับมีความหลากหลายน่าสนใจ

สอดคล้องกับ วิจิตร อาวะกุล (2539 : 85) สิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ต้องจัดทำให้มีลักษณะ ที่เมื่อคนเห็นแล้วเกิดอารมณ์ปรารถนาอยากจะทำหรืออยากจะทำ อ่าน ติดตามตั้งแต่หน้าแรกจนถึงหน้าสุดท้าย โดยให้เทคนิคความคิด การออกแบบให้สี ฯลฯ มีรสนิยมดี มีสาระให้ความรู้สติปัญญา นักท่องเที่ยวมีความเห็นในด้านรูปแบบตัวอักษรเหมาะสม ว่ามีความเหมาะสมน้อยกว่าด้านอื่น ๆ อาจเป็นเพราะขนาดของตัวอักษรมีขนาดเล็กเกินไป และรูปแบบของตัวอักษรมีความหลากหลายน้อยเกินไป จึงทำให้อ่านข้อความยาก และรูปแบบของตัวอักษรขาดความสนใจในการอ่าน

5. ด้านความงามมีการจัดวางภาพประกอบมีความสมดุลกับแผ่นพับภาพที่ใช้ในสื่อในแผ่นพับสามารถสื่อเนื้อหาได้เข้าใจง่ายขึ้นและมีภาพประกอบมีสีสันสดสงผลให้ง่ายต่อการตัดสินใจต้องการเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยมากขึ้นการจัดช่องว่างระหว่างภาพ ข้อความ ในแผ่นพับมีความเหมาะสมสวยงามสอดคล้องกับ วรพงษ์ราชดิอุดมพงศ์ (2540 : 105) กล่าวว่า งานชิ้นแรกในการออกแบบสิ่งพิมพ์ก็คือ การกำหนดขนาดและสัดส่วนของงานที่จะผลิตเพื่อเป็นแนวทางในการจัดวางองค์ประกอบย่อยอื่น ๆ เช่น ข้อความ สัญลักษณ์หรือภาพประกอบเพื่อให้มีขนาด สัดส่วนที่พอเหมาะกะบองค์ประกอบ โดยส่วนรวม การกำหนดกรอบขอบเขตหรือขนาดของสิ่งพิมพ์โดยให้มีส่วนสูงและความกว้างที่สัมพันธ์กันดี ก็จะทำให้สื่อสิ่งพิมพ์นั้นดูน่าสนใจ สัดส่วนไม่เพียงแต่จะใช้ในการกำหนดขนาดความกว้างยาวของสิ่งพิมพ์เท่านั้นแต่สามารถในการใช้กำหนดสัดส่วนของขนาดองค์ประกอบย่อยๆ ในสิ่งพิมพ์ด้วยเช่นกัน สิ่งคล้อยในการกำหนดสัดส่วนต่างๆ ที่ปรากฏขึ้นบนภาพหรือชิ้นงานได้แก่จากสิ่งที่อยู่รอบตัว จากธรรมชาติ จากวัสดุสิ่งของมาเป็นแนวคิดการสร้างสัดส่วนที่แปลกตาออกไปย่อมจะมีผลสะท้อนให้เกิดความน่าสนใจ และชวนมองยิ่งขึ้น

6. ด้านการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ผลการวิเคราะห์ด้านการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์โดยรวม พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ภาพประกอบมีความสอดคล้องกับเนื้อหาข้อความ, ข้อมูลและรายละเอียดมีความครบถ้วน,การจัดวางเนื้อหาข้อความอย่างเหมาะสมของแผ่นพับมหาวิทยาลัยฯ , ขนาดตัวอักษร อ่านได้ง่าย และมีความชัดเจน และสีสรรของแผ่นพับมีความโดดเด่นสะดุดตาตามลำดับสอดคล้องกับ วรพงษ์ราชดิอุดมพงศ์ (2540 : 105) กล่าวว่า งานชิ้นแรกในการออกแบบสิ่งพิมพ์ก็คือ การ

กำหนดขนาดและสัดส่วนของงานที่จะผลิตเพื่อเป็นแนวทางในการจัดวางองค์ประกอบย่อยอื่น ๆ เช่น ข้อความ สัญลักษณ์หรือภาพประกอบเพื่อให้มีขนาด สัดส่วนที่พอเหมาะกับองค์ประกอบ โดยส่วนรวม การกำหนดกรอบ สมใจ สัดส่วน ไม่เพียงแต่จะใช้ในการกำหนดขนาดความกว้างยาวของสิ่งพิมพ์เท่านั้นแต่สามารถในการใช้กำหนดสัดส่วนของขนาดองค์ประกอบย่อยๆ ในสิ่งพิมพ์ด้วยเช่นกัน สิ่งคล้อยใจในการกำหนดสัดส่วนต่างๆ ที่ปรากฏขึ้นบนภาพหรือชิ้นงานได้แก่จากสิ่งที่อยู่รอบตัว จากธรรมชาติ จากวัสดุสิ่งของมาเป็นแนวคิดการสร้าง สัดส่วนที่แปลกตาออกไปย่อมจะมีผลสะท้อนให้เกิดความน่าสนใจ และชวนมองยิ่งขึ้น

#### เอกสารอ้างอิง

จเรวัฒน์ เทวรัตน์. (2556). พฤติกรรมและความต้องการของผู้สมัครในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์ วิทยาศาสตร์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช นครศรีธรรมราช.

ฉัตพร วรคุณพิเศษ. (2556). การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษาคณะ ศึกษาศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

บุญชม ศรีสะอาด. (2542). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:

สุวีริยสาส์น.

ปณิศา ลัญชานนท์. (2548). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ:

บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

วิจิตร อวระกุล. (2539). เทคนิคการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ:

ไทยวัฒนาพานิช.

วิรัช ลภีรัตนกุล. (2553). การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ:

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรวงศ์ วิชาดีอุดมพงศ์. (2540). ออกแบบกราฟิค. กรุงเทพฯ:

ศิลปาบรรณาคาร.

อภิวัฒน์ ปันทะธง. (2555). การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยววัฒนธรรมของชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย.

Gronroos.C. (1992).Strategic Management and Marketing in the Public Sector.

Finland: Swedish School of Economics and Business Management.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L.L. (1989) “SERVQUAL: A Multi-item

Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality.”Journal of Retailing 64 (1): 12-40

Sehiffman,LeonG.andKanuk,Lazar.(1987). Consumer Behabvior. 4<sup>th</sup> ed. Englewood cliffs, New Jersey :

Prenticed Hall, Inc. A Division of simon & Sehuster.

