

Public Relations Media Creation of Ban Tro Bon Community, Sai Buri District, Pattani Province

การสร้างสรรคสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี

Kittiphong Sengloiluean^{1*}, Preeya Keawpimon², Rattikarn Ruangrit², and Sutinan Kamnoedraksa¹
กิตติพงษ์ เซ่งลอยเลียน¹, ปรีญา แก้วพิมล², รัตติกาล เรืองฤทธิ์², และ สุทินันท์ กำเนิดรักษา¹

¹Faculty of Humanities and Social Sciences, Prince of Songkla University

¹คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

²Faculty of Nursing, Prince of Songkla University

²คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

*Corresponding author: kittiphong.s@psu.ac.th

Received August 26, 2021 ■ Revised November 1, 2021 ■ Accepted February 21, 2022 ■ Published April 18, 2022

Abstract

The objectives of this research were to create community public relations media and to investigate the satisfaction toward the public relations media of Ban Tro Bon Community in Sai Buri District in Pattani Province. Research and development methods were applied. The sample group comprised 254 members of Ban Tro Bon Community, who had watched the community public relations media. The public relations media of Ban Tro Bon Community and questionnaire about the satisfaction toward the community public relations media were used as research tools. The mean and standard deviation (S.D.) were applied to analyze the collected data. The research results showed that the overall satisfaction of the sample group toward the public relations media of Ban Tro Bon Community was at the highest level ($\bar{X}=4.564$, S.D.=0.239). Therefore, the results of this research can be applied as a model of public relations media for other communities to publicize the community, tourism, and famous products to tourists.

Keywords: Media creation, Community public relations media, Satisfaction, Ban Tro Bon

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสรรคสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนและเพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี วิธีการศึกษาใช้วิธีวิจัยแบบการวิจัยและพัฒนา โดยกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในชุมชนบ้านตราะบอนจำนวน 254 คน ที่ได้รับชมสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านตราะบอน และแบบสอบถามความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านตราะบอน ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านตราะบอนอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.564$, S.D.=0.239) งานวิจัยนี้สามารถนำไปเป็นต้นแบบการสร้างสรรคสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนให้กับชุมชนอื่นๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน การท่องเที่ยว ของดีของเด่นของชุมชนให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ

คำสำคัญ: การสร้างสรรคสื่อ, สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน, ความพึงพอใจ, บ้านตราะบอน

■ บทนำ (Introduction)

ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี (Tro Bon Subdistrict Municipality, 2021) เป็นชุมชนที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมมีทั้งชุมชนไทยพุทธและมุสลิมอาศัยอยู่ร่วมกัน มีประวัติศาสตร์ของชุมชนที่เก่าแก่ยาวนานและน่าสนใจเป็นคำบอกเล่าจากรุ่นสู่รุ่นจนถึงปัจจุบัน มีของดีของเด่นของชุมชนที่น่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของชุมชน อาหารและขนมสูตรโบราณเป็นของดีของเด่นของชุมชน รวมถึงผลผลิตทางการเกษตร เช่น ยางพารา ข้าว ผัก และผลไม้ เป็นผลผลิตที่สร้างรายได้ให้กับชุมชน ในด้านความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของประชาชนในชุมชนส่วนใหญ่ทำอาชีพเกษตรกรรมเพราะมีความอุดมสมบูรณ์มีอ่างเก็บน้ำห้วยกะลาพอนขนาดใหญ่ใช้ทำการเกษตรได้ตลอดทั้งปี และมีศูนย์การเรียนรู้ฟาร์มตัวอย่างสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ บ้านเตราะบอน ซึ่งเป็นแหล่งอาหารของชุมชนและเป็นแหล่งให้ความรู้ในการประกอบอาชีพและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนบ้านเตราะบอน

ก่อนเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ชุมชนบ้านเตราะบอนประชาชนส่วนใหญ่อยู่กันอย่างมีความสุขตลอดมา แต่หลังจากพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้เกิดเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่และเป็นข่าวดังไปทั่วโลกในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมาทำให้ภาพความสวยงามและมนต์เสน่ห์ของจังหวัดชายแดนใต้รวมถึงชุมชนบ้านเตราะบอนถูกบดบังไปด้วยภาพของความรุนแรง การก่อความไม่สงบที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อมวลชนมีผลกระทบโดยตรงกับประชาชนและธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ชายแดนใต้เป็นอย่างมาก นักท่องเที่ยวไม่กล้ามาเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก ร้านอาหารหลายแห่งต้องปิดตัวลง แม้ว่าหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ ผู้นำชุมชน และประชาชนได้ทุ่มเททั้งแรงกาย แรงใจ และงบประมาณจำนวนมากเพื่อแก้ปัญหาความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้จนเหตุการณ์ความไม่สงบมีแนวโน้มที่ลดลง (Iyavarakul, 2019; Wattana et al., 2017) แต่จากสถานการณ์ความไม่สงบส่งผลให้ประชาชนเจ้าหน้าที่ของรัฐ และผู้ก่อความไม่สงบต้องสูญเสียชีวิตและทรัพย์สินเป็นจำนวนมากส่งผลกระทบต่อจิตใจของคนในครอบครัวเป็นอย่างมาก บางคนป่วยทางจิต บางคนเป็นโรคซึมเศร้าและบอบช้ำจากภายในจิตใจเป็นอย่างมาก การฟื้นฟูและเยียวยาจิตใจของคนในพื้นที่และผู้ได้รับผลกระทบให้กลับมาใช้ชีวิตได้อย่างปกติจึงเป็นเรื่องที่สำคัญอันดับต้นๆ ในการพัฒนาจังหวัดชายแดนใต้ให้กลับมาปกติสุขเหมือนเดิม (Lohna et al., 2018; Wangthong, 2020) และปัจจุบันปัญหาวิกฤต Covid-19 ที่ระบาดไปทั่วโลกมีผู้ติดเชื้อและเสียชีวิตจำนวนมาก รวมถึงชุมชนบ้านเตราะบอนก็ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการแพร่ระบาดของ Covid-19 อย่างมากเช่นกันส่งผลให้แหล่ง

ท่องเที่ยวชุมชน ร้านค้า ตลาดนัด โรงแรมที่พักได้รับผลกระทบเพิ่มไปอีก หลายธุรกิจที่อยู่รอดมาได้จากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่แต่กลับต้องมาปิดตัวลงกับวิกฤตการแพร่ระบาดของ Covid-19 จากสภาพจิตใจของผู้ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่และยังได้รับผลกระทบจากวิกฤตการแพร่ระบาดของ Covid-19 เพิ่มขึ้นอีกเป็นทวีคูณ (Chaiyo & Mahaprom, 2020; Manmana et al., 2020)

จากปัญหาดังกล่าวทำให้เกิดงานวิจัยเรื่องการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี เพื่อเป็นการฟื้นฟู ประชาสัมพันธ์และเยียวยาจิตใจคนในชุมชนให้กลับมาใช้ชีวิตได้ปกติอีกครั้ง การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สื่อของชุมชนเองในรูปแบบวิถีทัศน์ออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ยูทูบ (YouTube) ซึ่งเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันในการประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ สามารถประชาสัมพันธ์ชุมชนให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว ใช้ต้นทุนน้อยเข้าถึงได้ทุกเพศ ทุกวัย ได้ทั่วโลก (Sarayan, 2021; Wiriyawit, 2016) โดยทีมนักวิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อศึกษาปัญหา เก็บข้อมูล สัมภาษณ์ผู้ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบและความต้องการของชุมชน โดยชุมชนมีความต้องการให้ทางโครงการวิจัยช่วยในการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน ด้านประวัติศาสตร์ของชุมชน ด้านความเป็นอยู่วิถีชีวิตของชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์ของดีของเด่นของชุมชน ด้านความภาคภูมิใจในชุมชนบ้านเกิด และด้านเยาวชนและผู้สูงอายุเพื่อให้ชุมชนและผู้ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ความไม่สงบมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (Sumathathikom et al., 2020; Worapongpat & Phokanittanon, 2020) และทำการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอนเพื่อแสดงให้เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการของชุมชน

■ วัตถุประสงค์ (Objectives)

1. เพื่อสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี

■ การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

การวิจัยเรื่องการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี ได้มีการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน

การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนได้มีการบูรณาการแนวความคิดการมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนา

ชุมชนผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้มีหลายงานวิจัยได้อธิบายกระบวนการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน (Ketverapong, 2021; Sumathathikom et al., 2020) ซึ่งสรุปได้ 5 ขั้นตอนดังนี้

1.1 การศึกษาและรวบรวมข้อมูลอัตลักษณ์จุดเด่น จุดขายของชุมชนที่สำคัญ ปัญหาและความต้องการในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมมีการลงพื้นที่เก็บข้อมูล สัมภาษณ์มุมมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชน ได้แก่ ผู้นำชุมชน กรรมการชุมชน สมาชิกของชุมชน และผู้ประกอบการในชุมชนเพื่อรวบรวมปัญหาและความต้องการในการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน

1.2 การออกแบบร่างสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน โดยนำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 มาทำการวิเคราะห์เพื่อกำหนดประเภทสื่อ แนวคิดการออกแบบสื่อ เนื้อหาการจัดทำร่างสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ มีอัตลักษณ์ จุดเด่น จุดขายของชุมชน และตรงกับความต้องการของชุมชน

1.3 การปรับปรุงร่างสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน โดยการนำเสนอร่างสื่อประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบให้ทีมวิจัยและคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการเสนอแนะต่อการปรับปรุงแก้ไขสื่อเพื่อพัฒนาเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ต่อไป

1.4 การจัดทำและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน โดยนำข้อมูลและข้อเสนอแนะมาใช้ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ การนำเสนอสื่อ การให้ข้อคิดเห็นในการปรับปรุงสื่อให้มีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการมากขึ้น

1.5 การประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน เมื่อทำการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนเสร็จแล้ว ทำการประเมินความเหมาะสม คุณภาพของสื่อและความเป็นไปได้ในการนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ชุมชน โดยมีการประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน ทำการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ หลังจากนั้นนำสื่อไปเผยแพร่และทำการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนโดยกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ และสรุปอภิปรายผล

2. การประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจ

ความหมายของการประชาสัมพันธ์ (Public relations) จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้มีหลายงานวิจัยได้ให้ความหมายของคำว่า “การประชาสัมพันธ์” ไว้ดังนี้คือ

ราชบัณฑิตยสถาน (Office of the Royal Society, 2011) ได้ให้ความหมายของคำว่าประชาสัมพันธ์ คือ ติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน

หนังสือเรื่อง Effective public relations (Broom et al., 2009) เป็นหนังสือที่หลายงานวิจัยนิยมนำมาอ้างอิงเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสาร การเผยแพร่ข่าวสาร

ขององค์กร หรือหน่วยงานด้วยสื่อหรือวิธีการที่เหมาะสมเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ยอมรับ สนับสนุน และให้ความร่วมมือส่งผลให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

โดยสรุปความหมายของการประชาสัมพันธ์มีการให้ความหมายไว้แตกต่างกันบ้างแต่โดยสรุป การประชาสัมพันธ์หมายถึง กระบวนการสื่อสารที่องค์กรหรือหน่วยงานสร้างความเข้าใจ สร้างทัศนคติและความสัมพันธ์ที่ดีกับองค์กรให้กับกลุ่มเป้าหมายโดยการประชาสัมพันธ์องค์กรในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดการยอมรับ การเข้าใจและให้ความร่วมมือเพื่อส่งเสริมให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่วางไว้

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ (Broom et al., 2009) เพื่อสื่อสาร เผยแพร่นโยบาย การดำเนินงานรวมถึงกิจกรรมและบริการต่างๆ ขององค์กรให้ประชาชนรับรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อองค์กรและเพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียงขององค์กรให้มีความน่าเชื่อถือ

หลักการประชาสัมพันธ์ (Broom et al., 2009) เป็นวิธีการหรือกิจกรรมในการสื่อสารระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายหรือประชาชนเพื่อให้เกิดความเข้าใจ เกิดความสัมพันธ์ที่ดีกับองค์กร ซึ่งการประชาสัมพันธ์จะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพได้นั้นจำเป็นจะต้องคำนึงถึงหลักการประชาสัมพันธ์ 3 ประการ คือ การให้ข้อมูลหรือการเผยแพร่ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง การติดต่อสื่อสารสองทาง และการส่งเสริมความเข้าใจอันดี

ความพึงพอใจ (Satisfaction) (Insombat, 2014) หมายถึง สิ่งที่ทำให้เกิดแรงจูงใจซึ่งเป็นพฤติกรรมภายในที่ส่งผลให้เกิดความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังที่เกิดจากการประมาณค่าอันเป็นการเรียนรู้ประสบการณ์จากการกระทำกิจกรรมเพื่อให้เกิดการตอบสนองความต้องการตามเป้าหมายของแต่ละบุคคล

■ วิธีดำเนินการวิจัย (Methodology)

การวิจัยเรื่องการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี โดยแบ่งวิธีการดำเนินการวิจัยเป็น 5 ส่วนด้วยกัน คือ 1) การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน 2) การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 3) เครื่องมือในการวิจัย 4) การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย และ 5) การวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน

การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทวีดิทัศน์รูปแบบออนไลน์บนเว็บไซต์ยูทูป (YouTube) ซึ่งเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ มีความสะดวกในการประชาสัมพันธ์หรือแชร์ไปยังเครือข่าย

สังคมออนไลน์ (Social network) อื่นๆ การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนมีเนื้อหาสอดคล้องกับความต้องการของชุมชน เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอนในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านประวัติศาสตร์ของชุมชน ด้านความเป็นอยู่วิถีชีวิตของชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์ของดีของเด่นของชุมชน ด้านความภาคภูมิใจในชุมชนบ้านเกิด และด้านเยาวชนและผู้สูงอายุ เพื่อให้คนในชุมชนได้เข้าใจและรู้จักชุมชนของตนเองมากขึ้นและนักท่องเที่ยวได้รู้จักของดีของเด่นของชุมชนบ้านเตราะบอนผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนมากขึ้นด้วย

ขั้นตอนการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน

1) ศึกษาปัญหาและรวบรวมข้อมูลอัตลักษณ์ จุดเด่น จุดขายของชุมชนบ้านเตราะบอนที่สำคัญ โดยการลงพื้นที่เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกการสนทนากลุ่มกับผู้นำชุมชน และสมาชิกของชุมชนบ้านเตราะบอนถึงประเด็นปัญหาและความต้องการด้านสื่อประชาสัมพันธ์ของชุมชนและทำการศึกษาข้อมูลของชุมชนบ้านเตราะบอน การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2) การออกแบบร่างสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน โดยการนำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 มาทำการวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของชุมชนเพื่อกำหนดประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ แนวคิดการออกแบบสื่อเนื้อหาการจัดทำร่างสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอนให้เหมาะสมกับชุมชน มีอัตลักษณ์ จุดเด่น จุดขายของชุมชนและตรงกับความต้องการของชุมชน โดยสรุปความต้องการเนื้อหาในการพัฒนาสื่อแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ ด้านประวัติศาสตร์ของชุมชน ด้านความเป็นอยู่วิถีชีวิตของชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์ของดีของเด่นของชุมชน ด้านความภาคภูมิใจในชุมชนบ้านเกิด และด้านเยาวชนและผู้สูงอายุ

3) การปรับปรุงร่างสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน นำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 2 โดยการนำเสนอร่างสื่อประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบให้ทีมวิจัย ที่ปรึกษา และคนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการเสนอแนะปรับปรุงแก้ไขสื่อเพื่อพัฒนาเป็นสื่อประชาสัมพันธ์บ้านเตราะบอนที่มีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการของชุมชนต่อไป

4) การออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน โดยการนำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 3 มาใช้ในการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์มีการนำเสนอความก้าวหน้าในการพัฒนาสื่อเป็นระยะเพื่อรับฟังข้อเสนอแนะข้อคิดเห็นในการปรับปรุงสื่อให้มีประสิทธิภาพ สวยงาม ดึงดูดความสนใจ และตรงตามความต้องการของชุมชนมากขึ้น

5) การวัดและประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้าน

เตราะบอน โดยการนำสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้จากขั้นตอนที่ 4 มาทำการวัดและประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การประเมินคุณภาพของสื่อและความเป็นไปได้ในการนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน และนำผลการประเมินมาวิเคราะห์และปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งได้ผลการประเมินคุณภาพสื่ออยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.674$, S.D.=0.542)

ส่วนที่ 2 การประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน ประเมินโดยกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยจำนวน 254 คน หลังจากนั้นนำผลการประเมินมาวิเคราะห์และสรุปอภิปรายผล

2. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี จำนวน 697 คน (Tro Bon Subdistrict Municipality, 2021)

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี เป็นกลุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจงที่ให้ข้อมูลด้วยความสมัครใจ จำนวน 254 คน ได้มาโดยใช้สูตรการคำนวณของทอโรยามานะ (Yamane, 1973) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ 5% เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี

การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง โครงการวิจัยผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ คณะพยาบาลศาสตร์ วิทยาเขตปัตตานี หมายเลขเอกสาร NUR.PN0013/2020 ลงวันที่ 9 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 กลุ่มตัวอย่างได้รับการอธิบายรายละเอียดการวิจัยและลงลายมือยินยอมก่อนให้ข้อมูล

3. เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอนและเพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบเครื่องมือวิจัยเพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ คือ

แบบสอบถามความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยได้ทำการวัดดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of item objective Congruence: IOC)

โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.64-1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.91 โดยผู้วิจัยกำหนดค่าคะแนนความพึงพอใจ ดังนี้

5 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมาก

3 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อย

1 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

โดยประเด็นในการสอบถามความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี มี 8 ด้าน คือ 1) ด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน 2) ด้านภาพ ตัวอักษร เสียงของสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน 3) ด้านเทคนิคและเทคโนโลยีในการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน 4) ด้านประวัติศาสตร์ของชุมชน 5) ด้านความเป็นอยู่วิถีชีวิตของชุมชน 6) ด้านผลิตภัณฑ์ของดีของเด่นของชุมชน 7) ด้านความภาคภูมิใจในชุมชนบ้านเกิด 8) ด้านเยาวชนและผู้สูงอายุ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอนและเพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่วางไว้ คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยโดยใช้เครื่องมือวิจัยแบบสอบถามความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี

กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยโดยกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี เป็นกลุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจงที่ให้ข้อมูลด้วยความสมัครใจ จำนวน 254 คน โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย 4 ขั้นตอน คือ

1) ให้กลุ่มตัวอย่างดูสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานีแบบวีดิทัศน์ออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ยูทูป โดยเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนแยกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านประวัติศาสตร์ของชุมชน ด้านความเป็นอยู่วิถีชีวิตของชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์ของดีของเด่นของชุมชน ด้านความภาคภูมิใจในชุมชนบ้านเกิด และด้านเยาวชนและผู้สูงอายุ

2) ให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี หลังจากดูสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนเสร็จ

3) นำผลการทำแบบสอบถามความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน มาวิเคราะห์ผลทางสถิติเพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี วิเคราะห์ผลในแต่ละ

ด้านโดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4) นำเสนอผลการศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี มาสรุปอภิปรายผล

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี โดยใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์การแปลผลค่าคะแนนของบุญชม ศรีสะอาด (Srisa-ard, 2017) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51-5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51-4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51-3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51-2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

โดยสรุปและอภิปรายผลแยกเป็น 8 ด้าน ตามเครื่องมือวิจัยที่ได้ออกแบบไว้ คือ ด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน ด้านภาพตัวอักษรเสียงของสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน ด้านเทคนิคและเทคโนโลยีในการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน ด้านประวัติศาสตร์ของชุมชน ด้านความเป็นอยู่วิถีชีวิตของชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์ของดีของเด่นของชุมชน ด้านความภาคภูมิใจในชุมชนบ้านเกิด และด้านเยาวชนและผู้สูงอายุ

■ ผลการวิจัย (Results)

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอนและเพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี ผลการวิจัยจะแบ่งเป็น 2 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่วางไว้ คือ

1. เพื่อสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี

เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอนรูปแบบวีดิทัศน์แบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ยูทูป โดยเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์จะนำเสนออัตลักษณ์ จุดเด่น จุดขายของชุมชนบ้านเตราะบอน โดยเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์จะแบ่งเป็น 4 ด้าน ด้วยกันคือ

1.1 สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนด้านประวัติศาสตร์ของชุมชน เนื้อหาของสื่อจะเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของชุมชนที่มีมาอย่างยาวนานนับวันจะเลือนหายไปจากชุมชนสื่อชุดนี้ได้รวบรวมเนื้อหาที่น่าสนใจเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของชุมชนบ้านเตราะบอนไว้อย่างสมบูรณ์โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนใน

การพัฒนาสื่อเพื่อให้ประวัติศาสตร์ชุมชนบ้านเตราะบอนยังคงอยู่ให้ลูกหลานบ้านเตราะบอนและนักท่องเที่ยวได้ศึกษาและเรียนรู้ต่อไปบนโลกออนไลน์ ดูสื่อได้ที่ <https://youtu.be/B2769KKp7sM>



Figure 1 History of the Community
ประวัติศาสตร์ของชุมชน

1.2 สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนด้านความเป็นอยู่วิถีชีวิตของชุมชน เนื้อหาของสื่อจะเป็นการรวบรวมกิจกรรมหรือวิถีชีวิตของชุมชนบ้านเตราะบอนที่มีอัตลักษณ์ จุดเด่น จุดขายของ

ชุมชนที่น่าสนใจ และมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ดูสื่อได้ที่ <https://youtu.be/MhGMYgvnx6o>



Figure 2 Ways of Living of Villagers
ความเป็นอยู่วิถีชีวิตของชุมชน

1.3 สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ของดีของเด่นของชุมชน เนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้จะเป็นการรวบรวมผลิตภัณฑ์ของดีของเด่นของชุมชนโดยแบ่งการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เป็น 2 คลิป ด้วยกันคือ

1) ขนมโบราณของดีที่บ้านเตราะบอน ซึ่งเป็นการนำเสนอขนมสูตรโบราณที่เป็นจุดเด่นและมีชื่อเสียงของบ้านเตราะบอนมายาวนานรวมถึงนำเสนอส่วนผสมและวิธีการทำขนมเพื่อเป็นการอนุรักษ์ขนมโบราณไว้ซึ่งนับวันจะสูญหายไปจากชุมชนเพราะไม่มีคนรุ่นหลังมารับช่วงต่อ ดูสื่อได้ที่ <https://youtu.be/ssgZhq0rBhQ>



Figure 3 Traditional Desserts

ขนมโบราณของดีที่บ้านเตราะบอน

2) แหล่งท่องเที่ยวของดีที่บ้านเตราะบอน เป็นการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติชื่อดังของชุมชนให้นักท่องเที่ยวได้เห็นบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม

และมีความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านเตราะบอน ดูสื่อได้ที่ <https://youtu.be/T1We6KoYETQ>



Figure 4 Ban Tro Bon's Attractions

แหล่งท่องเที่ยวของดีที่บ้านเตราะบอน

1.4 สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนด้านความภาคภูมิใจในชุมชนบ้านเกิด เนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์คลิปนี้จะรวบรวมสิ่งที่คนในชุมชนมีความภาคภูมิใจ ได้แก่ 1) แหล่งโบราณสถานที่สร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2325 ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนจากกรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม 2) ความอุดมสมบูรณ์ของชุมชนมีอ่างเก็บน้ำห้วยกะลาพอให้ทำการเกษตรได้ตลอดทั้งปี 3) แหล่งเรียนรู้ฟาร์มตัวอย่างสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรม

ราชินีนาถ บ้านเตราะบอน ซึ่งเป็นทั้งแหล่งอาหารของชุมชนและแหล่งถ่ายทอดความรู้ให้กับชุมชน 4) กองทุนหมู่บ้าน คือ กองทุนประมูญร้อยดวงจิตอุทิศเพื่อเยาวชนที่เป็นแหล่งทุนให้กับคนในชุมชนโดยมีคณะกรรมการกองทุนที่เข้มแข็ง และ 5) การสืบสานประเพณีต่างๆ ของชุมชน ซึ่งสื่อชุดนี้จะเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ให้เกิดความรัก ความภาคภูมิใจในชุมชนบ้านเตราะบอน ดูสื่อได้ที่ <https://youtu.be/WhRMWWieK1Q>



Figure 5 Hometown Pride
ความภาคภูมิใจในชุมชนบ้านเกิด

1.5 สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนด้านเยาวชนและผู้สูงอายุ เนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้จะเกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการสร้างสุขให้กับผู้สูงอายุบ้านเตราะบอน และกิจกรรมจิตอาสาพัฒนาชุมชนบ้านเตราะบอนเพื่อสร้างสัมพันธ์ ความรัก

ความสามัคคีของเยาวชน และผู้สูงอายุในชุมชนบ้านเตราะบอน ดูคลิปได้ที่ https://youtu.be/Whp_UDTFu1g และ <https://youtu.be/k0ZgxGMwy1o>



Figure 6 Youths and Seniors
เยาวชนและผู้สูงอายุ

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี

การศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี โดยการนำสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน ซึ่งมีเนื้อหาของสื่อครอบคลุมทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านประวัติศาสตร์ของชุมชน ด้านความเป็นอยู่วิถีชีวิตของชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์ของดีของ

เด่นของชุมชน ด้านความภาคภูมิใจในชุมชนบ้านเกิด และด้านเยาวชนและผู้สูงอายุ โดยให้กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี โดยการสุ่มแบบไม่เจาะจงที่ยินดีให้ข้อมูลด้วยความสมัครใจทำการประเมิน ซึ่งผลการประเมินความพึงพอใจของชุมชนต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอนโดยภาพรวมและรายด้าน ดัง Table 1

Table 1 Overall and individual aspects satisfaction towards the community public relations media
สรุปความพึงพอใจของชุมชนต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอนโดยภาพรวมและรายด้าน

ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน	4.643	0.398	มากที่สุด
2. ด้านภาพ ตัวอักษร เสียงของสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน	4.624	0.462	มากที่สุด
3. ด้านเทคนิคและเทคโนโลยีในการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน	4.491	0.536	มาก
4. ด้านประวัติศาสตร์ของชุมชน	4.633	0.414	มากที่สุด
5. ด้านความเป็นอยู่วิถีชีวิตของชุมชน	4.608	0.403	มากที่สุด
6. ด้านผลิตภัณฑ์ของดีของเด่นของชุมชน	4.428	0.363	มาก
7. ด้านความภาคภูมิใจในชุมชนบ้านเกิด	4.642	0.386	มากที่สุด
8. ด้านเยาวชนและผู้สูงอายุ	4.423	0.473	มาก
รวม	4.564	0.239	มากที่สุด

จาก Table 1 ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.564$, S.D.=0.239) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจากผลการวิจัยพบว่า ด้านที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีทั้งหมด 5 ด้าน คือ ด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน ($\bar{X}=4.643$, S.D.=0.398) ด้านภาพตัวอักษรเสียงของสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน ($\bar{X}=4.624$, S.D.=0.462) ด้านประวัติศาสตร์ของชุมชน ($\bar{X}=4.633$, S.D.=0.414) ด้านความเป็นอยู่วิถีชีวิตของชุมชน ($\bar{X}=4.608$, S.D.=0.403) และด้านความภาคภูมิใจในชุมชนบ้านเกิด ($\bar{X}=4.642$, S.D.=0.386) และด้านที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีทั้งหมด 3 ด้าน คือ ด้านเทคนิคและเทคโนโลยีในการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน ($\bar{X}=4.491$, S.D.=0.536) ด้านผลิตภัณฑ์ของดีของเด่นของชุมชน ($\bar{X}=4.428$, S.D.=0.363) และด้านเยาวชนและผู้สูงอายุ ($\bar{X}=4.423$, S.D.=0.473) โดยด้านที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน ($\bar{X}=4.643$, S.D.=0.398) และด้านที่มีความพึงพอใจน้อยสุด คือ ด้านเยาวชนและผู้สูงอายุ ($\bar{X}=4.423$, S.D.=0.473) จากผลการวิจัยความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน

อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอนมีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการของชุมชน

อภิปรายผล (Discussions)

ความพึงพอใจของชุมชนต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.564$, S.D.=0.239) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าชุมชนมีระดับความพึงพอใจด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน ด้านภาพตัวอักษรเสียงของสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน ด้านประวัติศาสตร์ของชุมชน ด้านความเป็นอยู่วิถีชีวิตของชุมชน และด้านความภาคภูมิใจในชุมชนบ้านเกิด อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านเทคนิคและเทคโนโลยีในการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์ของดีของเด่นของชุมชน และด้านเยาวชนและผู้สูงอายุ อยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี มีประสิทธิภาพตรงกับความต้องการของชุมชน เพื่อช่วยให้คนในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจชุมชนของตนเองมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Sumathathikom et al. (2020)

ที่พบว่า การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนคลองเตยช่วยให้คนในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจชุมชนของตนเองในด้านต่างๆ มากขึ้นผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ และสอดคล้องกับการศึกษาของ Worapongpat and Phokanittanon (2020) ที่พบว่า การพัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์กิจกรรมของชุมชนกาดวิถีชุมชนคูบัว วัดโฆลงสุวรรณคีรี จังหวัดราชบุรีช่วยให้คนในชุมชนเข้าใจกิจกรรมของชุมชนมากขึ้นผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลที่มีข้อดี คือ สามารถดูสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านทางออนไลน์ โดยสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอนจะเป็นเครื่องมือหนึ่งในการพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวเมื่อชุมชนมีรายได้ส่งผลให้ความเป็นอยู่ของชุมชนดีขึ้น ช่วยให้เกิดการเยียวยาฟื้นฟูจิตใจของผู้ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ความไม่สงบและสถานการณ์ Covid-19 ให้สามารถกลับมาใช้ชีวิตได้อย่างปกติสุขอีกครั้ง สอดคล้องกับการวิจัยด้านสื่อสารบอกเล่าเรื่องราวชีวิตของผู้คนในชุมชนเป็นกระบวนการเยียวยาชุมชน ส่งเสริมสายใยการเชื่อมโยงจิตวิญญาณของผู้คน (Chioneso et al., 2020)

ข้อเสนอแนะ (Recommendations)

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านเตราะบอน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี เป็นข้อมูลที่ยืนยันได้ว่าสื่อประชาสัมพันธ์ของชุมชนมีคุณภาพ ตรงกับความต้องการของชุมชนเป็นสื่อสร้างสรรค์ที่ทุกคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อและชุมชนสามารถนำสื่อที่ได้จากโครงการวิจัยไปประชาสัมพันธ์ชุมชนต่อไปได้ และสามารถนำกระบวนการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนจากโครงการวิจัยนี้ไปพัฒนาต่อยอดการสร้างสื่อใหม่ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนด้านอื่นๆ และเพื่อเป็นแนวทางหรือต้นแบบของการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนให้กับชุมชนอื่นๆ ต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับทำวิจัยครั้งต่อไป

การทำวิจัยในอนาคตผู้วิจัยจะมุ่งเน้นเรื่องการตลาดออนไลน์ของชุมชนบ้านเตราะบอน ซึ่งเป็นอีกประเด็นที่สำคัญที่เป็นความต้องการของชุมชนโดยการนำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชนมาขายผ่านตลาดออนไลน์ เช่น Lazada.com, Shopee.com หรือ Facebook เพื่อเพิ่มยอดขายและสร้างรายได้ให้กับชุมชน การสร้างสื่อรีวิวสินค้า การโพสต์ขายสินค้าอย่างไรให้ขายดี เมื่อไม่มีนักท่องเที่ยวมาซื้อสินค้าช่องทางการตลาดออนไลน์จึงเป็นอีกช่องทางที่จะขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคได้ทั่วโลก

กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgements)

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง เครือข่ายชุมชนเยียวยาจิตใจด้วยการประยุกต์ศาสตร์แห่งสมองเพื่อส่งเสริมสุขภาวะบุคคลและความผาสุกชุมชนจากผลกระทบสถานการณ์ความไม่สงบชายแดนใต้ โดยได้รับทุนวิจัยและนวัตกรรมจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช)

เอกสารอ้างอิง (References)

- Broom, G. M., Cutlip, S. M., Center, A. H. (2009). *Effective public relations*. Prentice-Hall.
- Chaiyo, A., & Mahaprom, M. (2020). Crisis management of lodging businesses in Thailand under the COVID-19 crisis. *Dusit Thani College Journal*, 14(3), 685-700.
- Chioneso, N. A., Hunter, C. D., Gobin, R. L., Smith, S. M., Mendenhall, R., & Neville, H. A. (2020). Community healing and resistance through storytelling: A framework to address racial trauma in African communities. *Journal of Black Psychology*, 46(2-3), 95-121. <https://doi.org/10.1177/0095798420929468>
- Insombat, C. (2014). Expectations and satisfaction of employees to public relations media: Case study of Thai Summit Hardness Public Com. *Social Sciences Research and Academic Journal*, 9(26), 107-122. <https://doi.org/10.14456/JSSRA.2014.13>
- Iyavarakul, T. (2019). On the causal nexus between terrorism and tourism: Empirical evidence from the South Thailand insurgency. *Development Economic Review*, 13(1), 28-41.
- Ketverapong, R. (2021). Public relations media creation for Thai Lue Luang Tai Woven Fabric, Doi Sa Ket Sub District, Chiang Mai province by community participatory process. *College of Social Communication Innovation*, 9(1), 144-123.
- Lohna, N., Chunuan, S., Intanon, T., & Keawpimon, P. (2018). Stress and stress managements of women who had lost their husbands during pregnancy from the situation of unrest in Three Southern Border Provinces. *Princess of Naradhiwas University Journal*, 10(1), 99-111.
- Manmana, S., Iamsirithaworn, S., & Uttayamakul, S. (2020). Coronavirus disease-19 (COVID-19). *Journal of Bamrasnaradura Infectious Diseases Institute*, 14(2), 124-133.
- Office of the Royal Society. (2011). *Royal institute dictionary 2011*. Retrieved October 23, 2021, from <https://dictionary.orst.go.th/>
- Sarayan, M. (2021). Creation of video for promotion of tourism in Ban Nai Dong, Tha Yang District. *Journal of Communication Arts of STOU*, 11(1), 1-12.
- Srisa-ard, B. (2017). *Basic research*. Suweeriyasan.
- Sumathathikom, N., Jairak, A., Yensaisook, T., & Rangrithampanya, N. (2020). Production of public relations media of Khlong Toei Community. *Journal for Research and Innovation Institute of Vocational Education Bangkok*, 3(2), 142-151.
- Tro Bon Subdistrict Municipality. (2021). Tro Bon Subdistrict Municipality, Sai Buri District, Pattani Province. Tro Bon Subdistrict Municipality. <http://trobon.go.th/trobon/index.php>
- Wangthong, A. (2020). The development of holistic nursing model for mental health care of the affected individuals from the unrest situation in Nomg Chik District, Pattani Province. *Princess of Naradhiwas University Journal*, 12(3), 19-43.
- Wattana, N., Rakthai, T., & Eurissarawimol, K. (2017). The development of a website publicize the local food cultural tourist attraction in Narathiwat. *Journal of Energy and Environment Technology of Graduate School Siam Technology College*, 4(1), 35-50.
- Wiriyawit, A. (2016). The development of public relations media involving community participation. *Electronic Journal of Open and Distance Innovative Learning*, 6(2), 99-109.
- Worapongpat, N., & Phokanittanon, C. (2020). Development of digital Media, public relations activities of Kad Wayabu Community, Khu Bua Community Khong Suwan Kiri Temple, Ratchaburi. *Journal of Administrative and Management Innovation*, 8(2), 1-14.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. Harper and Row.