

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การจัดการขยะเหลือใช้เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต

ชุมชนคลองโยง จังหวัดนครปฐม

สุภัทรา ลูกรักษ์¹, จิตราวดี รุ่งอินทร์ กันกา², ปรีชญา ครูเกษตร³

^{1,2,3}สาขาวิชาการออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Email: supatra.lo@ssru.ac.th¹

Received: August 1, 2021

Revised: November 22, 2021

Accepted: December 20, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การจัดการขยะเหลือใช้ภายใต้โครงการบริการวิชาการของชุมชนคลองโยง จังหวัดนครปฐม ซึ่งปัจจุบันมีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่มีรูปแบบหลากหลาย ผู้วิจัยจึงได้เลือกนำเสนอแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่แตกต่างไปจาก สื่อเดิม โดยคำนึงถึงการใช้งานที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ ให้ได้มากที่สุด ผ่านช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์

ผลการวิจัยพบว่าการทำงานแบบมีส่วนร่วมกับชุมชนสามารถออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ได้ตรงตามความต้องการมากที่สุด โดยผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีและหลักการออกแบบใช้ในการถ่ายทอดรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อนำไปให้ชุมชนได้คัดเลือกจาก 4 รูปแบบในแต่ละประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่จะนำไปใช้ในโครงการด้วยการตอบแบบสอบถามหลังจากเห็นภาพผลงานออกแบบทั้งหมด ผลงานที่ได้รับ เลือกเป็นส่วนใหญ่แสดงถึงความชื่นชอบภาพประกอบที่สวยงาม เข้าใจง่าย การให้ข้อมูลอย่างครบถ้วน ตัวอักษรที่ชัดเจน อธิบายรายละเอียดโครงการได้น่าสนใจ ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้มาทำให้สามารถเลือกรูปแบบ ที่จะนำไปใช้จริงได้ตรงความต้องการมากที่สุด

คำสำคัญ : สื่อประชาสัมพันธ์, กราฟิกและมัลติมีเดีย, ออนไลน์, ออฟไลน์

Design of Public Relations Media for Waste Management to improve The Quality of Life in Khlong Yong Community, Nakhon Pathom Province

Supatra Lookraks¹, Jitravadee Roongin Kunka², Preechaya Krukaset³

^{1,2,3}Graphic and Multimedia Design, Faculty of Industrial Technology

SuanSunandha Rajabhat University

Email: supatra.lo@ssru.ac.th,

Received: August 1, 2021

Revised: November 22, 2021

Accepted: December 20, 2021

Abstract

The objective of this research was to design media for public relations on waste management in the project. Academic Service of Khlong Yong Community Nakhon Pathom Province Currently, there are many forms of public relations. The pattern used Therefore, the researcher has chosen to present a different approach to the design of public relations media. From the original media, taking into account the usage that must reach new target groups as much as possible, both online and offline channels.

The results showed that working with community involvement will be able to design PR materials that are most relevant to their needs. The researcher has used the theory and design principles for transferring the model. Public relations media to bring to the community to choose from 4 formats in each type of public relations media, to be used in the project by answering the questionnaire after visualizing the selected design which the result has been able to form a model that will be used more clearly. It can be concluded that most of the selected the questionnaire represent passion for beautiful of illustrations, easy to understand, complete information clear, font explain in detail interesting project. The results obtained make it possible to choose a model that will be used in practice that meets the needs more.

Keywords : public relations media, graphics and multimedia, online, offline

บทนำ

“ขยะ” เป็นปัญหาในระดับชาติที่รัฐบาลให้ความสำคัญเนื่องจากปริมาณขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นทั่วทั้งประเทศมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปี 2551 มีปริมาณขยะมูลฝอยเกิดขึ้น 23.93 ล้านตัน มีอัตราการเกิดขยะ มูลฝอย 1.03 กิโลกรัม/คน/วัน ขณะที่ปี 2558 มีปริมาณขยะมูลฝอยเพิ่มมากขึ้นเป็น 26.85 ล้านตัน มีอัตราการเกิดขยะมูลฝอย 1.13 กิโลกรัม/คน/วัน หากพิจารณาถึงกระบวนการจัดการขยะมูลฝอยพบว่าอัตราขยะมูลฝอยที่ถูกนำไปกำจัดอย่างถูกต้องมีอัตราเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย กระบวนการในการคัดแยก การจัดเก็บ รวบรวม และเก็บขนยังไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดปัญหาขยะตกค้างจากประชากรที่เพิ่มมากขึ้น การขาดจิตสำนึกของประชาชน การพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม รวมถึงการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและแนวโน้มการบริโภคของประชากร ที่เพิ่มสูงขึ้น โดยวิกฤตปัญหาขยะมูลฝอยเกิดขึ้น จำเป็นที่จะต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน ดังนั้นแนวทาง ประชากรรัฐได้กำหนดเป้าหมายลดปริมาณขยะมูล ฝอยในภาพรวมของประเทศให้ได้ 5% จากการ เกิดขยะมูล ฝอยอัตราเฉลี่ยประมาณ 23 ล้านตันต่อปี ยึดหลักการ สำคัญ คือ การใช้หลัก “3R” (Reduce, Reuse, Recycle) แผนปฏิบัติการ ประเทศไทยไร้ ขยะนี้เป็นแผน ปฏิบัติการระยะสั้น มุ่งที่จะ ดำเนินการ 2 ระยะ คือ ระยะต้นทาง และ ระยะ กลางทางและเน้นรูปแบบของการวางแผน จัดการ ขยะมูลฝอย อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดที่ สามารถ ลดปริมาณขยะมูลฝอยที่จะต้องส่งเข้าไป ทำลาย ด้วยระบบต่าง ๆ ให้น้อยที่สุด ด้วยวิธีการ ดำเนินการ ตามแนวทาง อาทิเช่น การลดปริมาณ การผลิตมูล

ฝอยและการจัดระบบการรีไซเคิล หรือการรวบรวม เพื่อนำไปสู่การแปรรูปเพื่อใช้ใหม่ เป็นต้น ดังนั้น คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมสังกัด มหาวิทยาลัยราช ภัฏสวนสุนันทาได้จัดทำโครงการ บริการ วิชาการ เรื่อง “แนวทางการจัดการขยะ เหลือใช้ เพื่อ ยกระดับรายได้ของชุมชน (Waste Management Approaches to Raise Community Revenue)” ขึ้นในปี 2563 ในพื้นที่ ศึกษาคือ ชุมชนคลองโยง จังหวัดนครปฐม ที่เป็น เขตพื้นที่ของการให้บริการ ทางการที่เป็นเขตพื้นที่ของการให้บริการทาง การศึกษาและจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏ สวนสุนันทาวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างทักษะให้ทุก ครว์เรือน ที่ผ่านการบริการ ถ่ายทอดความรู้สามารถ ผลิตชิ้นงานจากขยะเหลือใช้ได้ อีกทั้งยังสามารถ แก้ปัญหาความยากจนด้วย รายได้ต่อครัวเรือน ที่ เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายของ สินค้าอื่น ๆ แต่ภายใน โครงการดังกล่าวยังขาดการ ประชาสัมพันธ์ โครงการ ให้เป็นที่รู้จักของบุคคล ภายนอกชุมชน งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นให้เกิดการประชาสัมพันธ์ ผ่านการออกแบบ ด้วยสื่อกราฟิกและมัลติมีเดีย สร้างความดึงดูดใจต่อผู้พบเห็นและสามารถถ่าย ทอดข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ปัจจุบันข้อมูล ข่าวสารมีบทบาทอย่างมากในสังคมและถูกนำมา ใช้ เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการตลาด รวมทั้ง การ ประชาสัมพันธ์ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้ง่ายมากขึ้นการออกแบบ สื่อประชาสัมพันธ์ จึงมีความสำคัญต่อหน่วยงาน ต่าง ๆ โดยเฉพาะองค์กรที่ให้ความสำคัญด้านการ สื่อสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายเพื่อให้คนสามารถเข้าถึง ได้ง่าย ลดข้อจำกัดในด้านระยะทางและเวลา แต่

สามารถสื่อสารข้อมูลข่าวสารที่ง่ายและทันสมัยให้ได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การจัดการขยะเหลือใช้ในโครงการบริการวิชาการของชุมชนคลองโยง จังหวัดนครปฐมที่สามารถให้ข้อมูลและดึงดูดใจให้ร่วมมือช่วยเหลือชุมชนมากขึ้น

ระเบียบวิธีวิจัย

ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องและทบทวนงานวิจัยเพื่อเชื่อมโยงกรอบแนวคิด ทฤษฎี ปัจจัยตัวแปรสำคัญ ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งประกอบด้วย 3 หัวข้อหลัก ดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎี หลักการออกแบบสื่อสำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ องค์ประกอบในการออกแบบสื่อ
2. รวบรวมข้อมูลประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่มีการรวมกลุ่มในชุมชนให้ข้อมูลต่อเนื่องได้
3. คัดเลือกรูปแบบผลงานและช่องทางในการประชาสัมพันธ์โครงการ ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ของชุมชนได้มากที่สุด

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มเป้าหมายในชุมชนทำให้ได้ข้อมูลสำหรับการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อใช้งานจริงรูปแบบ 1 และ 2 มากที่สุด ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลที่นำมาเปรียบเทียบ และตัดสินใจ นำผลงานที่ได้รับเลือกมากที่สุดทั้ง 2 รูปแบบไปใช้จริงตามความพึงพอใจที่ได้จากชุมชน ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ชื่นชอบมากที่สุด จนทำให้ได้รับความสนใจและเข้าถึงโครงการได้มากขึ้นเพราะ โครงการต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ที่จะ

ให้ข้อมูล ข่าวสารแก่คนในชุมชนให้ได้มากที่สุด แนวทางที่ ใช้ในการออกแบบตามที่ชุมชนเลือกจึงเหมาะสมที่ จะนำไปใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ได้มากที่สุด อีกทั้ง สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับเลือกยังเป็นภาพที่มีองค์ประกอบและรายละเอียดที่สวยงาม สื่อสารได้ง่าย มีการเล่าเรื่องด้วยภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวที่มีการสื่อสารเรื่องราวในชุมชนได้เป็นอย่างดี รวมทั้ง ครอบคลุมเนื้อหาข้อมูลโครงการได้อย่างครบถ้วน



แบบที่ 1



แบบที่ 2



แบบที่ 3



แบบที่ 4

รูปที่ 1 รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ออฟไลน์ (โปสเตอร์)

ผลงานการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้มาจากแบบสอบถามของคนในชุมชน ทำให้สามารถออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งในรูปแบบภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวได้ตรงความต้องการ สื่อที่นำไปใช้บนช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ได้ร่วมกันบูรณาการการออกแบบกับนักศึกษาสาขาวิชาการ

ออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย จนได้แนวทางการออกแบบที่หลากหลายใช้เป็นตัวเลือกที่เหมาะสมในการนำไปใช้จริง โดยรูปแบบที่ถูกคัดเลือกมาใช้ประกอบแบบสอบถามตามลักษณะของสื่อที่เลือกใช้ในโครงการ (ดังรูปที่ 1-4) ซึ่งมีการให้ข้อมูลและจัดวางภาพและตัวอักษรตามหลักการออกแบบที่สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่ชุมชนต้องการให้ได้มากที่สุดจากการตัดสินใจอย่างมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่เลือกรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ชุมชนต้องการนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้โครงการมากที่สุด



แบบที่ 1



แบบที่ 2



แบบที่ 3



แบบที่ 4

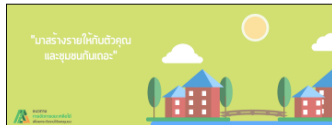
รูปที่ 3 ภาพเคลื่อนไหวเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Animation/ Motion)



แบบที่ 1



แบบที่ 2

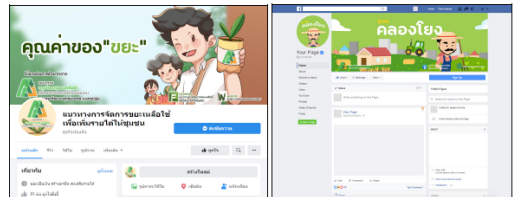


แบบที่ 3



แบบที่ 4

รูปที่ 2 รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (Banner)



แบบที่ 1



แบบที่ 2

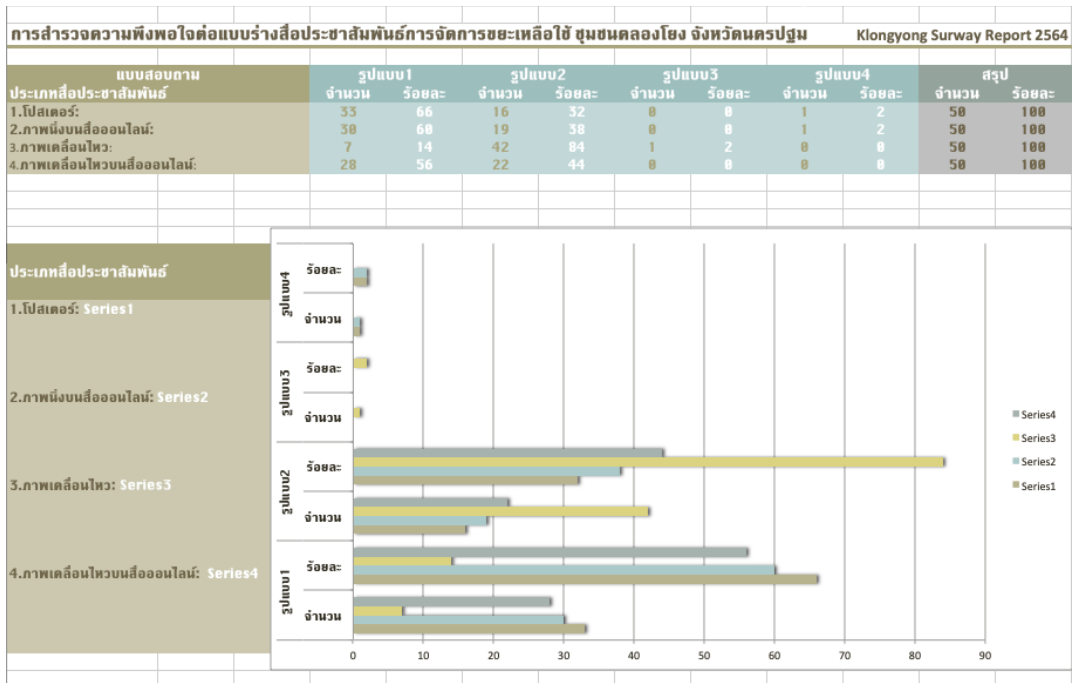


แบบที่ 3



แบบที่ 4

รูปที่ 4 รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (Facebook)



รูปที่ 5 ผลการสำรวจความพึงพอใจต่อแบบร่าง สื่อประชาสัมพันธ์การจัดการขยะเหลือใช้

สรุปและอภิปรายผล

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์จัดการขยะเหลือใช้เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตชุมชนคลองโยง จังหวัดนครปฐมเป็นโครงการการออกแบบสื่อเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจและเชิญชวนให้คนในชุมชนเข้าร่วมโครงการจัดการขยะเหลือใช้ให้เกิดรายได้ ในชุมชนมากขึ้นและช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นได้ด้วยการสื่อสารที่ง่ายทันสมัยให้ข้อมูลครบ

จากงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ 4 รูปแบบที่ใช้ในการสำรวจความพึงพอใจในแบบสอบถามที่ได้ออกแบบ ตามทฤษฎีและหลักการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ด้วยองค์ประกอบภาพที่ดีการเล่าเรื่องน่าสนใจ กลุ่มเป้าหมายสามารถเลือกรูปแบบผลงานการออกแบบได้ตามความพึงพอใจจากสื่อที่เลือกมีความเหมาะสมด้วยการจัดองค์ประกอบภาพ

ที่มีจุดเด่น ดึงดูดใจ ตัวอักษร ภาพประกอบ ดูง่าย เล่าได้ไม่ซับซ้อน ทำให้การนำผลงานในการออกแบบไปใช้จริงมีความชัดเจนตรงประเด็น ตามความต้องการมากยิ่งขึ้น เนื่องจากแบบที่ถูกเลือกได้มาจากการเก็บรวบรวมความพึงพอใจด้วยแบบสอบถาม จำนวน 50 ชุด จากกลุ่มในชุมชนที่ให้ข้อมูลได้อย่างต่อเนื่อง ชุมชนมีการรวมกลุ่มกันทุกสัปดาห์ ให้ข้อมูลตามความต้องการที่นำไปใช้จริง ในรูปแบบที่ 1 และ 2 ด้วยองค์ประกอบภาพที่สวยงาม สี สัน ข้อความ และรายละเอียดที่ชัดเจน

รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ที่เลือกจะถูกนำไปใช้ในหลากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นออนไลน์และออฟไลน์ ทั้งบนเว็บไซต์ สื่อโซเชียลมีเดียและการใช้สื่อสิ่งพิมพ์โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ช่องทางออฟไลน์เพื่อลดช่องว่าง เข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ ที่

หลากหลายรูปแบบ ให้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ ได้อย่างครบถ้วนและทั่วถึงกลุ่มเป้าหมาย

Acknowledgment

ขอบคุณโครงการบริการวิชาการคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา อาจารย์และนักศึกษา ปี4 สาขาวิชาการออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดียที่ได้ร่วมบูรณาการในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วม

References

Kraichock Nimonphan. (2013, December 16). Multimedia Planning and Design. www.kraichok.blogspot.com/2013/02/blogpost_5816.html

Boonyiam Yammuang. (1994). *Aesthetics in Visual Arts*. Bangkok. Odeon Store

Papoj Nunpakdee. (2010). *Principles and process of graphic design*. Nonthaburi. IDC Premier.

Sangkhet Nakpaijit. (1987). *Principles of design*. Mahasarakham. Preeda Printing

Sorachai Nuntawatwiboon. (2002). *Towards the path of graphic designers*. Bangkok. Print Dee Co., Ltd.