

**THE EFFECTIVENESS OF ONE TAMBON ONE PRODUCT (OTOP)
NEWS AND INFORMATION THROUGH
THAI DAILY NEWSPAPERS**

DUANGRUTAI MANKHONG

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE
(ENVIRONMENTAL PLANNING FOR COMMUNITY
AND RURAL DEVELOPMENT)
FACULTY OF GRADUATE STUDIES
MAHIDOL UNIVERSITY**

2005

ISBN 974-04-6743-1

COPYRIGHT OF MAHIDOL UNIVERSITY

ความสัมฤทธิ์ผลของการเสนอข่าวสารผลิตภัณฑ์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ่าน
หนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย (THE EFFECTIVENESS OF ONE TAMBON ONE
PRODUCT (OTOP) NEWS AND INFORMATION THROUGH THAI DAILY
NEWSPAPERS)

ดวงฤทัย มั่นคง 4536604 ENRD /M

วท.ม. (การวางแผนสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาชุมชนและชนบท)

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ : สมพงษ์ ชงไชย ค.อ.ค.(ครุศาสตร์อุตสาหกรรม)

เกษม กุลประดิษฐ์ วท.ม. (เทคโนโลยีการบริหารสิ่งแวดล้อม) พิชัยณัฏ์ หิณชิระนันท์ วท.ม.
(เทคโนโลยีการบริหารสิ่งแวดล้อม) ไชยยันต์ ถาวรวรรณ ค.อ.ค.(ครุศาสตร์อุตสาหกรรม)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษา สํารวจ วิเคราะห์ประเภทเนื้อหา ปริมาณความถี่เนื้อหาข่าวสาร OTOP และประเมินมูลค่าการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร OTOPI ในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย และเพื่อประเมินความสัมฤทธิ์ผลของการเสนอข่าวสาร ผลิตภัณฑ์ของโครงการ OTOPI ผ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย โดยศึกษาจากหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย จำนวน 10 ชื่อฉบับ ได้แก่ มติชน กรุงเทพธุรกิจ แนวหน้า ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด คมชัดลึก ผู้จัดการ บ้านเมือง ไทยโพสต์ ระหว่างเดือนธันวาคม 2546 ถึง เดือน เมษายน 2547 จากการศึกษาได้แบ่งผลิตภัณฑ์ OTOPI เป็น 6 ประเภท ได้แก่ (1) อาหาร (2) เครื่องดื่ม (3) ผ้าและเครื่องแต่งกาย (4) ศิลปะประติมากรรม และของที่ระลึก (5) เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง (6) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา

ผลการศึกษ พบว่า หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ นำเสนอข่าวสาร OTOPI มากที่สุด จำนวน 115 ข่าว รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ จำนวน 103 ข่าว และหนังสือพิมพ์แนวหน้านำเสนอข่าว OTOPI น้อยที่สุด จำนวน 4 ข่าว (2) หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีเนื้อที่และราคาค่าโฆษณามากที่สุดคือ 1,544.65 คอลัมน์นิ้ว คิดเป็นเงิน 1,529,203.50 บาท รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์คมชัดลึก 1,138.12 คอลัมน์นิ้ว คิดเป็นเงิน 1,707,180 บาท และหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ มีเนื้อที่และราคาค่าโฆษณาน้อยที่สุดคือ 138.42 คอลัมน์นิ้ว คิดเป็นเงิน 137,035.80 บาท การประเมินความสัมฤทธิ์ผลของการเสนอข่าวสารผลิตภัณฑ์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย พบว่า สามารถสร้างรายได้ สร้างงานให้กับกลุ่มผู้ประกอบการผลิต

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยคือ (1) รัฐควรสนับสนุนส่งเสริมทักษะทั้งในด้านการผลิต การตลาด และการจำหน่าย (2) รัฐบาลควรแนะแนวทางให้กับท้องถิ่นในการจัดการระบบการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น (3) รัฐควรสนับสนุนงบประมาณให้กับท้องถิ่นในการจัดทำเอกสารเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ OTOPI ให้เป็นที่รู้จัก (4) ผู้ประกอบการควรประสานงานกับทางสำนักพิมพ์ในการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์และติดตามผลอย่างต่อเนื่อง (5) ผู้ประกอบการ OTOPI ควรทำแผ่นพับแทรกเอาไว้กับหนังสือพิมพ์เพื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ของตนเองได้อย่างเต็มที่

THE EFFECTIVENESS OF ONE TAMBON ONE PRODUCT (OTOP) NEWS AND INFORMATION THROUGH THAI DAILY NEWSPAPERS

DUANGRUTAI MANKHONG 4536604 ENRD/M

M.Sc. (ENVIRONMENTAL PLANNING FOR COMMUNITY AND RURAL DEVELOPMENT)

THESIS ADVISORS: SOMPONG THONGCHAI, D.Tech.Ed., KASEM KULPRADIT, M.Sc., PIJAK HINJIRANAN, M.Sc., CHAIYAN THAWARAWORN, D.Tech.Ed.,

ABSTRACT

The objectives of this research were (1) to study, survey and analyse details of substance, frequency of OTOP news and information in Thai daily newspapers; and evaluate the effectiveness of OTOP news and information through in Thai daily newspapers. 10 Thai daily newspapers were studied, namely: Matichon, Bangkok Business, Naew Na, Thai Rath, Daily News, Kow Sod, Kom Chad Luk, Manager, Ban Muang and Thai Post between December 1, 2003 to April 30, 2004. This study focused on 6 types of OTOP product namely: (1) Foods (2) Beverages (3) Clothes and garments (4) Created arts and souvenirs (5) Utensils and decorative ornaments (6) Herbs, not medicines or foods.

The results showed that the Thai Post newspaper presented most news and articles 115 items. Bangkok Business presented 103 items, and Naew Na presented 4 items, the least number. Bangkok Business used 1,544.65 column inches at 1,529,203.50 baht. Kom Chad Luk used 1,138.12 column inches at 1,707,180 baht, and Manager used the least, 138.42 column inches at 137,035.80 baht. Evaluating the effectiveness of OTOP news and information in the Thai daily newspapers, it was found that income, work increase OTOP for entrepreneurs as a rebuild of publication.

These results suggest that (1) The state should support and promote skill in production, marketing, and sales. (2) The state should advise the trend to the local area in managing the advertising system and public relations of the products in the local area (3) The state should support budget to the local area to make the documents for disseminating the products. (4) The OTOP entrepreneurs should coordinate with the publisher to disseminate the products and follow the results continuously. (5) The OTOP entrepreneurs should make the supplementaries to insert at the middle of the newspapers to publicize the products absolutely.

KEY WORDS: EFFECTIVENESS/ NEWSPAPER/ OTOP/ ONE TAMBON ONE PRODUCT

159 P. ISBN 974-04-6743-1