

การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้ เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ The Development of a Digital Content Set to Promote Awareness of Important Festivals and Environmental Issues on the MCOT Nationwide Facebook Page

สุดารัตน์ จงประสาทสมบัติ¹ กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์² พรปภัสสร ปริญาญกุล³
Sudarat Jongpasatsombat¹ Kuntida Thamwipat² Pornpapatsorn Princhanol³

¹ นักศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

Student, Faculty of Industrial education and Technology,

King Mongkut's University of Technology Thonburi

E-mail: sudarat.jong@kmutt.ac.th

^{2,3} อาจารย์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

Lecture, Faculty of Industrial education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi

E-mail: kuntida.tha@kmutt.ac.th, E-mail: pornpapatsorn.pri@kmutt.ac.th



Received: 2025-07-18 Revised: 2026-01-14 Accepted: 2026-03-11

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ 2) เพื่อประเมินคุณภาพของชุดดิจิทัลคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น 3) เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น และ 4) เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย 1) ชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ 2) แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ 3) แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และ 4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นสมาชิกที่ติดตามเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ และให้ความร่วมมือในการทำแบบสอบถามจำนวน 50 คน จากวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า 1) ได้พัฒนาสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก จำนวน 8 ชุด และได้นำสื่อไปประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ 2) ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.62$, S.D. = 0.22) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.59$, S.D. = 0.29) 3) ผลประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.55$, S.D. = 0.19)

และ 4) ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.06) สรุปได้ว่า ชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ ที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้เผยแพร่ได้จริง

คำสำคัญ : ชุดดิจิทัลคอนเทนต์ เทศกาลสำคัญ สิ่งแวดล้อม เพจเฟซบุ๊ก

Abstract

This research aimed to 1) develop a digital content set to promote awareness of important festivals and environmental issues on the MCOT Nationwide Facebook page, 2) evaluate the quality of the developed digital content, 3) assess the level of awareness among the sample group, and, 4) assess the satisfaction of the sample group. The research instruments included 1) the developed digital content set, 2) an evaluation form for content and media quality, 3) an awareness assessment form, and, 4) a satisfaction questionnaire. Data were collected from a sample of 50 followers of the MCOT Nationwide facebook page, selected through accidental sampling using a lottery method. The data were analyzed using mean and standard deviation. The results showed that 1) Eight infographic poster sets were developed as digital media, 2) The quality assessment by experts indicated that content quality was rated at a very good level ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.22), and media presentation quality was also rated at a very good level ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.29). 3) The awareness level of the target group was at the highest level ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.19). 4) The satisfaction level of the target group was at the highest level ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.06). In conclusion, the developed digital content set can be practically applied to promote awareness of important festivals and environmental issues through the MCOT Nationwide facebook page.

Keywords : Digital Content Set, Important Festivals, Environment, Facebook Page

1. บทนำ

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงไปตามการพัฒนาของบ้านเมืองและเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็ว จึงส่งผลให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มีผลทำให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพอันดับต้น ๆ มนุษย์ทุกคนมีความปรารถนาจะอยู่ในสภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี มีอากาศบริสุทธิ์ อาหารและน้ำสะอาด มีบ้านอยู่อาศัยที่ถูกต้องลักษณะรวมถึงบริเวณบ้านที่สะอาด และทำงานในสถานที่ที่ปลอดภัย มีการควบคุมป้องกันมลพิษ และพิชภัยอันตรายจากโรคต่าง ๆ หากมิได้มีการวางแผนการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างถ่วงรัดกุมอย่างเหมาะสมต่อการเปลี่ยนแปลง อาจกลายเป็นปัญหาส่งผลกระทบต่อระยะยาวเกินกว่าจะแก้ไขได้ [1] ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ซึ่งมีทั้งสิ้น 17 เป้าหมาย โดยเฉพาะ SDG 3 ที่มุ่งเน้นให้ทุกคนมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี หากไม่มีการวางแผนจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสม อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสุขภาพของประชากรในระยะยาว ภาวะโลกร้อนปัญหาสิ่งแวดล้อมอันดับหนึ่งของโลกยังคงทวีความรุนแรง จนหลายประเทศต้องเผชิญกับภัยพิบัติต่าง ๆ ที่ร้ายแรง ทั้งคลื่นความร้อน ภัยแล้ง ไฟป่า พายุ ด้านของธรรมชาติสิ่งแวดล้อมตกอยู่ในสถานการณ์เสื่อมทรุดลงอย่างหนักจนนำไปสู่ปัญหาต่าง ๆ มาสู่มวลมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นสภาพอากาศที่รุนแรง การเกิดภัยพิบัติที่ร้ายแรง การละลายตัวอย่างรวดเร็วของน้ำแข็งขั้วโลก การสูญเสียพื้นที่ชายฝั่งทะเล ความเหือดแห้งของแม่น้ำสายต่าง ๆ ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการบรรลุ SDG 13 ที่เน้นการดำเนินการเร่งด่วนเพื่อลดผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ [2] นอกจากนี้ ผลกระทบจากภาวะโลกร้อนยังเกี่ยวข้องโดยตรงกับ SDG 14 และ SDG 15 เนื่องจากระบบนิเวศทางทะเลและบนบกต้องเผชิญกับการเสื่อมโทรมอย่างหนัก ความหลากหลายทางชีวภาพลดน้อยลง เมื่อสมดุลทางธรรมชาติของระบบนิเวศถูกทำลายลง จึงทำให้พืชและสัตว์นานาชนิด ที่ไม่สามารถปรับตัวได้ลดจำนวนลงและสูญพันธุ์ไปแล้วหลายสกุล [3] นอกจากการปรับตัวแล้วยังมีปัญหการใช้ประโยชน์จากสัตว์ป่า การคุกคามสัตว์ป่าดังกล่าว ได้พัฒนารูปแบบเป็นกระบวนการค้าสัตว์ป่า ซึ่งการค้าสัตว์ป่าดังกล่าวนี้มีทั้งสัตว์ป่าที่มีชีวิตและซากสัตว์เพื่อใช้เป็นอาหาร เป็นสมุนไพร เป็นเครื่องประดับตามความเชื่อและค่านิยม และเลี้ยงไว้ดูเล่น โดยอ้างว่าเป็นการพักผ่อนหย่อนใจหรือเสริมบารมี [4]

ภาวะโลกร้อนมีจุดเริ่มต้นจากการเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งนำไปสู่ความต้องการใช้พลาสติกที่เพิ่มขึ้น ทั้งจากผู้ผลิตและผู้บริโภค เช่น ถุงพลาสติก ขวดน้ำ กล่องโฟม และบรรจุภัณฑ์อาหารต่าง ๆ การบริโภคที่เพิ่มขึ้น ย่อมก่อให้เกิดขยะในรูปแบบต่าง ๆ บางประเภทสามารถย่อยสลาย

ได้ในระยะสั้น ขณะที่บางประเภทใช้เวลานานหรือก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการย่อยสลาย ขยะจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและส่งผลกระทบต่อสุขภาพทั้งกายและใจ แนวโน้มปริมาณขยะยังคงเพิ่มขึ้นตามจำนวนประชากร การขยายตัวของเมือง และการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อความสะดวกสบาย โดยเฉพาะขยะจากการบริโภค เช่น พลาสติก กระดาษ กระจก โฟม เศษอาหาร และสารเคมีต่าง ๆ ซึ่งหากไม่มีการจัดการอย่างเหมาะสม อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพ คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อมของชุมชนได้ [5] สิ่งเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อ SDG 12 ที่เน้นการผลิตและบริโภคอย่างยั่งยืน เนื่องจากขยะพลาสติกเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดมลพิษทางสิ่งแวดล้อม คนบางส่วนดำเนินชีวิตด้วยความเคยชินทำให้คนจำนวนมากเคยชินกับการทิ้งขยะโดยไม่คิดถึงผลกระทบ เนื่องจากความเร่งรีบทำให้คนเลือกวิธีที่สะดวกที่สุด โดยไม่สนใจว่าขยะชนิดนั้นย่อยสลายยากหรือไม่ รวมถึงขาดความเข้าใจในเรื่องสิ่งแวดล้อมและไม่ได้รับชมสื่อที่นำเสนอถึงความร้ายแรงหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งแวดล้อมขาดความสมดุลมากพอ การส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีจิตสำนึกในการลดใช้พลาสติกและจัดการขยะอย่างถูกวิธี จึงเป็นแนวทางสำคัญที่จะช่วยลดปัญหานี้ได้

มนุษย์ใช้การมองเห็นในการรับรู้สื่อต่าง ๆ มากที่สุด ในชีวิตประจำวัน การเดินทางสัญจรด้วยการคมนาคมสาธารณะหรือรถส่วนตัว ย่อมได้รับสื่ออยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นป้ายโฆษณาภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว นอกจากนี้ ยังมีการขยายการสร้างในหลากหลายมิติ แพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ เช่น ภาพถ่าย วิดีทัศน์ ภาพยนตร์ และอื่น ๆ ซึ่งเรียกรวมศิลปะประเภทนี้ว่าศิลปะผสม หรือศิลปะผสมผสาน นับเป็นการเปิดและรองรับศิลปะแนวใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม เพื่อปรับเปลี่ยนให้ผู้คนสมัยใหม่เข้าถึงได้ง่ายมากยิ่งขึ้น [6] โดยการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ คือ บริการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบนโลกอินเทอร์เน็ต ซึ่งเปรียบเสมือนตัวกลางสำหรับใช้ติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลหรือบริษัท ตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป เช่น ตลาดออนไลน์ (Online Platform) เสิร์ชเอ็นจิน (Search Engines) โซเชียลมีเดีย (Social Media) รวมถึงเป็นแหล่งรวมคอนเทนต์ แอปพลิเคชันและระบบการทำธุรกรรมทางการเงิน [7] แพลตฟอร์มออนไลน์กลายเป็นแรงผลักดันที่อยู่เบื้องหลังการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมต่าง ๆ การใช้ชีวิต การทำงาน และการเชื่อมต่อระหว่างกัน ทำให้แพลตฟอร์มมีความสามารถในการเพิ่มคุณค่าของตนแบบทวีคูณเมื่อมีผู้เข้าร่วมมากขึ้น ซึ่งศักยภาพของแพลตฟอร์มดังกล่าวกระตุ้นให้เกิดการเติบโตของธุรกิจและการขยายตัวของเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก จากการศึกษางานวิจัยของ Kaewsomnues et al. [8] พบว่า ประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่สถาบันอุดมศึกษาตลอดจนหน่วยงานต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญและส่งเสริมการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายว่าที่ผ่านมาหน่วยงานหรือสถาบันได้ดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมผ่านการประชาสัมพันธ์

เผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ด้วย โดย Kaewsomnues et al. [8] ได้ใช้สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก และคลิปวิดีโอแบบสั้นอัปโหลดบนนิทรรศการออนไลน์รูปแบบเทคโนโลยีเมตาเวิร์สร่วมกับกิจกรรมประเภทเกมเพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมแก่นักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยได้ผลประเมินการรับรู้และความพึงพอใจในระดับมากที่สุด จึงเป็นที่มาให้คณะผู้วิจัยเกิดความสนใจในการพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ของหน่วยงานเพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นประเด็นที่ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญในลำดับต้น

บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) หรือ บมจ. อสมท เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจหลักด้านสื่อสารมวลชน สถานะเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี และเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มบริการ หมวดสื่อและสิ่งพิมพ์ ปัจจุบัน บมจ. อสมท ได้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จำนวน 1 ช่องรายการ คือ ช่อง 9 MCOT HD หมายเลขช่อง 30 หมวดหมู่ช่องรายการทั่วไป แบบความคมชัดสูง (HD) ซึ่งเป็นธุรกิจหลักที่สำคัญสำหรับการดำเนินงานด้านการผลิตรายการออกอากาศและควบคุมการออกอากาศ โดยดำเนินการแพร่ภาพออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินประเภทใช้คลื่นความถี่ระดับชาติจำนวน 39 สถานีหลัก และสถานีเสริมอีกไม่น้อยกว่า 129 สถานี ครอบคลุมพื้นที่ประเทศไทยทั่วประเทศ บมจ. อสมท ยังคงมุ่งเน้นนำเสนอรายการของช่อง 9 MCOT HD โดยดำเนินการตามกลยุทธ์ในการจัดวางรายการ ให้ออกอากาศตามความเหมาะสมของผู้ชมในแต่ละช่วงเวลา มีการวางแผนรายการให้เหมาะสมสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ของผู้ชมที่มีแนวโน้มเปลี่ยนไปชมคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของเนื้อหารายการ ผ่านการนำเสนอในรายการประเภทข่าวสารและสาระที่มีประโยชน์ต่อผู้รับชม [9] โดยจากการสำรวจข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ วีรณา ไชยอนมัสตร์ ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารกิจการวิทยุ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) พบว่าทางฝ่ายบริหารกิจการวิทยุ มีความต้องการที่จะผลิตชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ภายใต้หัวข้อ MCOT Radio Go Green โดยมีเนื้อหาเป็นวันสำคัญของไทยและสากลโลกให้สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมเพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องวันสำคัญกับสิ่งแวดล้อม และต้องการเผยแพร่แก่ผู้ติดตามในเพจ MCOT ทั่วประเทศ ซึ่งเพจ MCOT ทั่วประเทศ เป็นเพจที่ประชาสัมพันธ์เรื่องการท่องเที่ยว อาหาร ร้านค้า วันสำคัญ และนิทรรศการต่าง ๆ ทั่วประเทศ [10]

ทั้งนี้ฝ่ายบริหารกิจการวิทยุ สำนักวิทยุ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ยังไม่มีการจัดทำชุดสื่อเพื่อส่งเสริมการรับรู้และการประชาสัมพันธ์ชุดสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ภายใต้หัวข้อ MCOT Radio Go Green ขึ้น ในที่นี้ผู้จัดทำในฐานะที่ได้ฝึกงานในหน่วยงานดังกล่าว จึงได้เล็งเห็นถึง

ความสำคัญในการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจ MCOT ทั่วประเทศ ซึ่งจะประกอบไปด้วยชุดสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก ซึ่งมีคุณสมบัติเด่นที่ใช้การใช้ภาพกราฟิกนำเสนอเนื้อหาจำนวนมากเข้าใจง่ายในระยะเวลาอันสั้น และสอดแทรกเกร็ดความรู้ที่หลากหลายในเรื่องของสิ่งแวดล้อม เพื่อเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์บนเพจ MCOT ทั่วประเทศ ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม ตลอดจนเสริมสร้างความเข้าใจถึงความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมให้กับสมาชิกที่ติดตาม เพจ MCOT ทั่วประเทศ

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ
- 2.2 เพื่อประเมินคุณภาพของชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ
- 2.3 เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ
- 2.4 เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ

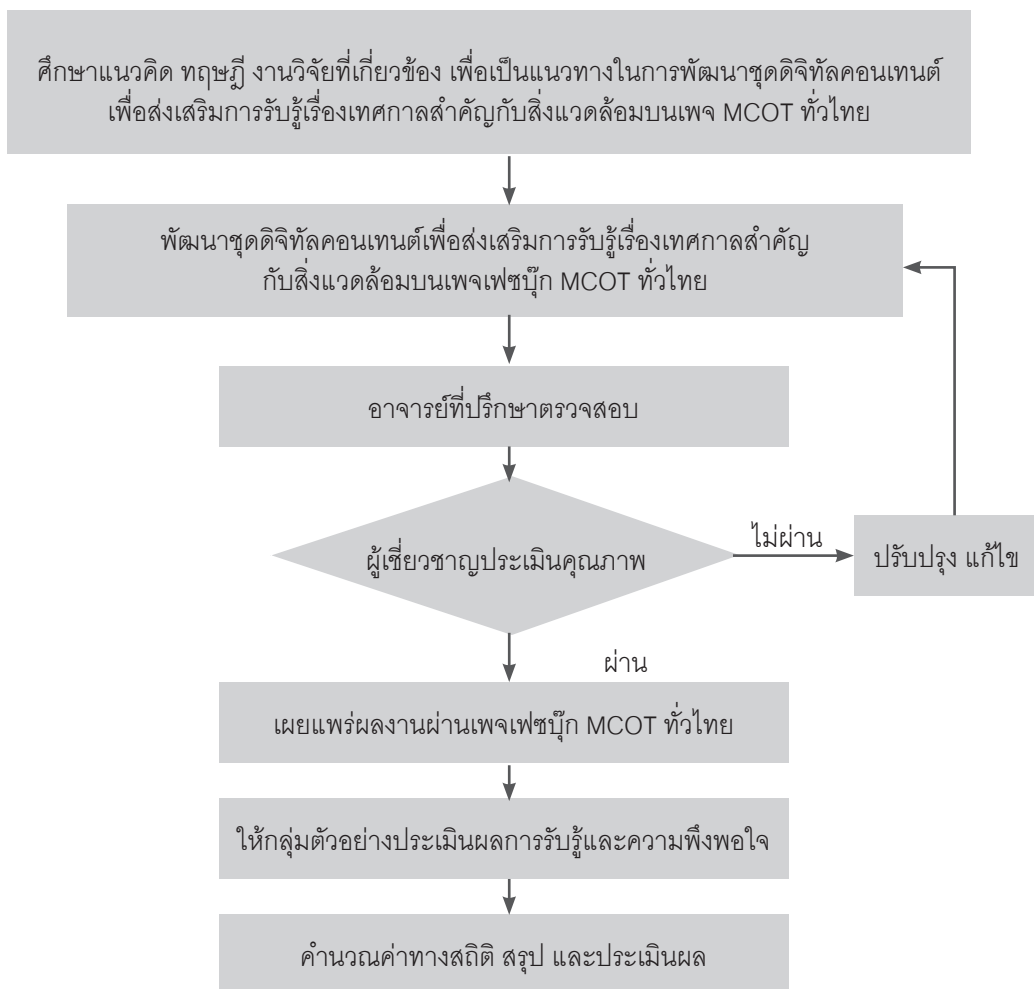
3. สมมติฐานการวิจัย

- 3.1 คุณภาพของชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ อยู่ในระดับดีขึ้นไป
- 3.2 ผลประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ อยู่ในระดับมากขึ้นไป
- 3.3 ผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ อยู่ในระดับมากขึ้นไป

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วไทย ผู้ศึกษาได้ดำเนินการ ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

4.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาต่อการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจ MCOT ทั่วประเทศ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ได้แก่ สมาชิกที่ติดตามเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ มีจำนวน 27,825 คน [10]

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ได้แก่ สมาชิกที่ติดตามเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ ดำเนินการโดยวิธีสุ่มแบบบังเอิญจากสมาชิกที่ติดตามเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ ที่เคยชมชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ จำนวน 50 คน โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2567

4.3 ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญ คือ ผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีความชำนาญเพื่อประเมินคุณภาพการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ ได้จากวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิอย่างแท้จริงและยินดีที่จะมาเป็นผู้เชี่ยวชาญ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1) ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา คือ ผู้ที่มีคุณวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีหรือเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงาน ไม่ต่ำกว่า 5 ปีขึ้นไป เพื่อประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ จำนวน 3 ท่าน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2) ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอ คือผู้ที่มีคุณวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีหรือเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ในการทำงานไม่ต่ำกว่า 5 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับการผลิตสื่อ เพื่อประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอของชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจ เฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ จำนวน 3 ท่าน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผล คือ ผู้ที่มีคุณวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีหรือเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจ และประสบการณ์ในการทำงานไม่ต่ำกว่า 5 ปีขึ้นไป เพื่อประเมินคุณภาพด้านการวัดและประเมินผลของชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ จำนวน 3 ท่าน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

4.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

4.4.1 ตัวแปรต้น

ชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วไทย

4.4.2 ตัวแปรตาม

- 1) คุณภาพของชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วไทย
- 2) ผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วไทย
- 3) ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วไทย

4.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วไทย มีดังนี้

- 1) ชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วไทย
 - 2) แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ เป็นแบบประเมินแบบเช็คลิสต์ 5 ระดับ
 - 3) แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง เป็นแบบประเมินแบบเช็คลิสต์ 5 ระดับ
 - 4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เป็นแบบประเมินแบบเช็คลิสต์ 5 ระดับ
- ทั้งนี้เครื่องมือในการวิจัยทุกชิ้นได้ผ่านการหาค่า IOC ในระดับมากกว่า 0.5-1.00 เรียบร้อยแล้ว

4.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การหาค่าเฉลี่ย และ คำนวณหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีการแปลความหมายดังนี้ [11]

4.51 - 5.00	หมายถึง	ดีมาก / มากที่สุด
3.51 - 4.50	หมายถึง	ดี / มาก
2.51 - 3.50	หมายถึง	ปานกลาง
1.51 - 2.50	หมายถึง	น้อย
1.00 - 1.50	หมายถึง	น้อยที่สุด

5. ผลการดำเนินงาน

5.1 ผลการออกแบบและพัฒนาสื่อ

ผลการออกแบบและพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วไทย โดยผ่านการวิเคราะห์ประเด็นที่น่าสนใจร่วมกันระหว่างพนักงานของ MCOT และคณะผู้วิจัย การออกแบบสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกโดยเน้นความสดใส ทันสมัย การพัฒนาสื่อ คือ ชุดดิจิทัลคอนเทนต์ในครั้งนี้นำประกอบด้วย สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกชุด Go Green จำนวน 8 ชุด ได้แก่ ชุดที่ 1 วันมาฆบูชา ชุดที่ 2 วันรักนกเงือก ชุดที่ 3 วันวาเลนไทน์ ชุดที่ 4 วันช้างไทย ชุดที่ 5 วันรีไซเคิลโลก ชุดที่ 6 วันอนุรักษ์น้ำโลก ชุดที่ 7 วันสัตว์ป่าและพืชป่าโลก ชุดที่ 8 วันสงกรานต์ จำนวน อย่างละ 1 ชุด โดยเนื้อหาทั้งหมดผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านเป็นที่เรียบร้อย โดยเน้นการนำเสนอเนื้อหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เชื่อมโยงกับเทศกาลสำคัญของไทยเป็นหลัก การนำไปใช้เผยแพร่บนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วไทย ดังแสดงภาพตัวอย่างต่อไปนี้ หลังจากนั้นจึงเป็นการประเมินผลโดยวัดผลการรับรู้และความพึงพอใจในกลุ่มตัวอย่างต่อไป



ภาพที่ 2 ตัวอย่างสื่ออินโฟกราฟิกเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและคิวอาร์โค้ดเข้าชมชุดสื่อ

5.2 ผลการประเมินคุณภาพของชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วไทย

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านเนื้อหาการนำเสนอ (ความถูกต้อง กระชับ เข้าใจง่าย และน่าสนใจ ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย)	4.67	0.33	ดีมาก
2. ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหา (ภาษาที่ใช้ถูกต้องและมีความเหมาะสม ข้อความที่ใช้สื่อความหมายได้ชัดเจน ภาพประกอบกับเนื้อหา มีความสอดคล้องกัน ภาพประกอบมีความเหมาะสมและถูกต้อง)	4.58	0.00	ดีมาก
ผลการประเมินภาพรวม	4.62	0.22	ดีมาก

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วไทย เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พบว่า มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.22) เมื่อพิจารณาเป็นคุณภาพในแต่ละด้านพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ด้านเนื้อหาการนำเสนอ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.33) และค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหา อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอ

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านอักษรและการใช้สี (ขนาด สีและรูปแบบ การจัดวาง)	4.22	0.00	ดี
2. ด้านภาพ (ความเหมาะสม การสื่อความหมาย ความสอดคล้องกับเนื้อหา)	4.89	0.33	ดีมาก
3. ด้านการนำเสนอ (กระชับ เหมาะสม เทคนิคการเล่าเรื่องน่าสนใจ ความเหมาะสมต่อการส่งเสริมการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม)	4.67	0.33	ดีมาก
ผลการประเมินภาพรวม	4.59	0.29	ดีมาก

จากตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วไทย เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.29) เมื่อพิจารณาเป็นคุณภาพในแต่ละด้าน พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ด้านภาพ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.89$, S.D. = 0.33) ค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ ด้านการนำเสนอ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.33) ด้านตัวอักษรและการใช้สี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.00) ตามลำดับ

5.3 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วไทย

ตารางที่ 3 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

หัวข้อการประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
1. รับรู้ว่ามีปริมาณขยะในช่วงเทศกาลสำคัญของไทยมีความรุนแรง	4.71	0.54	มากที่สุด
2. รับรู้ว่ามีผลกระทบหลักของขยะทั้งหมดที่เกิดขึ้นในช่วงเทศกาลสำคัญส่งผลกระทบต่อสัตว์และสิ่งแวดล้อม	4.73	0.59	มากที่สุด
3. รับรู้ว่ามีสัตว์ป่าและพืชป่าโลก ตรงกับวันที่ 3 มีนาคมของทุกปี	4.43	0.82	มาก
4. รับรู้ว่ามีวันช้างไทย ตรงกับวันที่ 13 มีนาคมของทุกปี	4.47	0.82	มาก
5. รับรู้ว่ามีวันรีไซเคิลโลก ตรงกับวันที่ 18 มีนาคมของทุกปี	4.37	0.91	มาก
6. รับรู้ว่ามีวันอนุรักษ์น้ำโลก ตรงกับวันที่ 22 มีนาคมของทุกปี	4.37	0.88	มาก
7. รับรู้ว่ามีปริมาณน้ำจืดทั้งหมดเพียง 0.26% เท่านั้น	4.24	0.90	มาก
8. รับรู้ว่ามี REUSE คือ การนำสิ่งของกลับมาใช้ใหม่ โดยใช้การซ่อมแซม	4.69	0.55	มากที่สุด
9. รับรู้ว่ามี RECYCLE คือ การแปรรูปวัสดุที่ใช้แล้วเป็นผลิตภัณฑ์ชิ้นใหม่	4.76	0.48	มากที่สุด
10. รับรู้ว่ามี REDUCE คือ การลดการใช้ทรัพยากรและลดการสร้างขยะ	4.71	0.54	มากที่สุด
ผลการประเมินภาพรวม	4.55	0.19	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้ เรื่อง เทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วไทย เมื่อนำมา

เปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มีการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.19) เมื่อพิจารณาเป็นระดับการรับรู้ในแต่ละด้าน พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ รับรู้ว่า RECYCLE คือ การแปรรูปวัสดุที่ใช้แล้วเป็นผลิตภัณฑ์ชิ้นใหม่อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.76$, S.D. = 0.48) และค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ รับรู้ว่าผลกระทบหลักของขยะทั้งหมดที่เกิดขึ้นในช่วงเทศกาลสำคัญส่งผลกระทบต่อสัตว์และสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = 0.59) และรับรู้ว่าปริมาณขยะในช่วงเทศกาลสำคัญของไทยมีความรุนแรงและรับรู้ว่า REDUCE คือ การลดการใช้ทรัพยากรและลดการสร้างขยะ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.71$, S.D. = 0.54) ตามลำดับ

5.4 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์ เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่อง เทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ประเทศไทย

ตารางที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านเนื้อหา (ความถูกต้อง น่าสนใจ เข้าใจง่าย)	4.67	0.04	มากที่สุด
2. ด้านภาพ (ความสวยงาม ความชัดเจน การสื่อความหมาย ความสอดคล้องกับเนื้อหา)	4.70	0.02	มากที่สุด
3. ด้านการนำเสนอ (กระชับ เข้าใจง่าย เทคนิคการเล่าเรื่องน่าสนใจ)	4.65	0.10	มากที่สุด
ผลการประเมินภาพรวม	4.68	0.06	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์ เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ประเทศไทย เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.06) เมื่อพิจารณาเป็นระดับความพึงพอใจในแต่ละด้าน พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ด้านภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.02) ด้านเนื้อหา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.04) และด้านการนำเสนอ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.10) ตามลำดับ

6. สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

6.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก ผลการประเมินด้านการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้น สื่อที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.2 อภิปรายผล

การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ ประกอบด้วย สื่ออินโฟกราฟิก (Infographic) จำนวนทั้งสิ้น 8 ชุด ประกอบด้วย วันมาฆบูชา วันรักนกเงือก วันวาเลนไทน์ วันสัตว์ป่าและพืชป่าโลก วันช้างไทย วันรีไซเคิลโลก วันอนุรักษ์น้ำโลก และวันสงกรานต์ โดยคณะผู้จัดทำมีขั้นตอนการวางแผนและการศึกษาเนื้อหา ภาพรวมของชุดสื่อ รวมถึงการจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องเหมาะสม ชัดเจน และเข้าใจง่าย ซึ่งการออกแบบชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้ เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจ MCOT ทั่วประเทศนี้ อิงตามแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบของ ADDIE Model [12] มาประยุกต์ใช้ดังนี้ 1) ขั้นการวิเคราะห์ (Analysis) ศึกษาความต้องการขององค์กรและนำมาปรึกษากับสมาชิกและอาจารย์ที่ปรึกษา 2) ขั้นการออกแบบ (Design) กำหนดรูปแบบและวิธีการในการนำเสนอสื่อ 3) ขั้นตอนการพัฒนา (Development) นำรูปแบบของสื่อเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและทำการปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสม จากนั้นนำสื่อไปตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านสื่อ การนำเสนอ และนำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป 4) ขั้นตอนการนำไปใช้ (Implementation) นำสื่อ ไปเผยแพร่ผ่านเพจ MCOT ทั่วประเทศ ให้สมาชิกที่ติดตามเพจ MCOT ทั่วประเทศ ที่ได้ชมสื่อและมีความยินดีตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ จำนวน 50 คน 5) ขั้นตอนการประเมินผล (Evaluation) นำผลการประเมินที่ได้ไปวิเคราะห์คำนวณทางสถิติและสรุปผล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรฐพล ลิ้มตรีวรศักดิ์ [13] ที่ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้เทคนิคการนำเสนอแบบอินโฟกราฟิกร่วมกับเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) สำหรับชุมชนกระบวนการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ผลการวิจัยพบว่า ผลการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์ใช้ ADDIE Model โดยมี 5 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นการวิเคราะห์ 2) ขั้นการออกแบบ 3) ขั้นการพัฒนา 4) ขั้นการดำเนินการ 5) ขั้นการประเมินผล ทำให้ได้สื่อออกมา มีความ

น่าสนใจ ทันทัย และสื่อความหมายชัดเจน เช่นเดียวกันกับการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้ เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจ MCOT ทั่วไทย ที่ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบ ADDIE Model ทำให้สื่อออกมา มีความสมบูรณ์ทั้งในด้านของเนื้อหาที่เข้าใจง่าย ทันทัย และด้านการนำเสนอที่โดดเด่น

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้ เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วไทย พบว่า มีผลการประเมินคุณภาพ โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.62$, S.D. = 0.22) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากมีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบของชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้ เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจ MCOT ทั่วไทย บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ประกอบด้วยสื่ออินโฟกราฟิก (Infographic) จำนวนทั้งสิ้น 8 ชุด ประกอบด้วย วันมาฆบูชา วันรักษนกเงือก วันวาเลนไทน์ วันสัตว์ป่าและพืชป่าโลก วันช้างไทย วันรีไซเคิลโลก วันอนุรักษ์น้ำโลก และวันสงกรานต์ โดยออกแบบการจัดวางให้เนื้อหาเข้าใจง่าย มีภาพประกอบที่สอดคล้องกับเนื้อหา ทำให้ข้อมูลมีความถูกต้องครบถ้วน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพของ นิรภัย จันทรสวัสดิ์ [14] กล่าวว่า คุณภาพ หมายถึง การดำเนินงานเพื่อกิจกรรม กิจกรรมใด ๆ ที่มีประสิทธิภาพเป็นไปตามข้อกำหนดเฉพาะที่ต้องการ โดยได้ตัวสินค้าหรือบริการนั้น สร้างความพอใจให้กับลูกค้า โดยคุณภาพ ในเชิงการศึกษาวิจัย หมายถึง ความเหมาะสมในการใช้งาน เป็นไปตามความต้องการและสอดคล้องกับข้อกำหนด มีประโยชน์ในการใช้งานสูงสุดและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อสุขภาพคนไทย [1] แนวคิด Sustainable Development Goals เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน [2] และแนวคิดในการสร้างและพัฒนาสื่อเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของ สุวารี ศรีบุญะ, มรรษพร สีขาว และ รวีวรรณ สนั่นวรเกียรติ [15] กล่าวว่า ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งและนับว่าทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวและส่งผลให้การท่องเที่ยวเกิดการขยายตัวแต่ทรัพยากรการท่องเที่ยวก็เสื่อมโทรมได้หากไม่มีการดูแลรักษาที่ดีพอ จึงมีความสนใจในการศึกษาว่าควรมีการสร้างและพัฒนาสื่อการท่องเที่ยวประเภทเว็บไซต์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยเพื่อให้ได้สื่อการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพในการให้ความรู้เชิงประวัติศาสตร์ และในส่วนของชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจ MCOT ทั่วไทย มีการเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมาย คือ เพจ MCOT ทั่วไทย ช่วยให้การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมได้ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ และคณะ [16]

ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการ Paper-Cycle แยก แลก ใหม่ บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาและประเมินคุณภาพของชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการ Paper-Cycle แยก แลก ใหม่ บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท 2) ประเมินผลการรับรู้ และ 3) ประเมินความพึงใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการ Paper-Cycle แยก แลก ใหม่ บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท ผลการศึกษาพบว่า การประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่ามีการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.68$, S.D. = 0.06) โดยมีการเลือกใช้เนื้อหาที่เหมาะสม มีความถูกต้อง มีปริมาณเนื้อหาที่เหมาะสม นอกจากนี้เนื้อหายังมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และภาพประกอบ จึงสามารถนำไปใช้ในการศึกษาต่อได้จริง

ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอของการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้ เรื่อง เทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วไทย พบว่า มีผลการประเมินคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.59$, S.D. = 0.29) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจ MCOT ทั่วไทย บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ประกอบด้วยสื่ออินโฟกราฟิก (Infographic) จำนวนทั้งสิ้น 8 ชุด ประกอบด้วย วันมาฆบูชา วันรักนกเงือก วันวาเลนไทน์ วันสัตว์ป่าและพืชป่าโลก วันช้างไทย วันรีไซเคิลโลก วันอนุรักษ์น้ำโลก และวันสงกรานต์ โดยชุดสื่อมีการออกแบบที่น่าสนใจ เข้าใจง่าย มีความทันสมัย นำเสนอให้น่าสนใจ รูปภาพประกอบมีความสอดคล้องกับเนื้อหา และตัวอักษรและภาษาที่ใช้มีความเหมาะสม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนากิจกรรมศิลปะแบบบูรณาการระหว่างทัศนศิลป์ และศิลปะการแสดงแบบสตรีทเพื่อส่งเสริมการรับรู้ของ สมพงษ์ เลิศวิลเกษม [6] แนวคิดของ อัญรินทร์ อมรอิสริยาชัย [8] กล่าวว่าสื่อแต่ละช่องแต่ละแพลตฟอร์มมีลีลาการนำเสนอที่ต่างกัน แต่สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญคือ “ลีลาของเราเป็นกลางไหม?” หรือชักนำคุกรุ่นอารมณ์ นำไปสู่การสรุปความที่อาจไม่เป็นกลางหรือไม่ รวมถึงการให้ข้อมูลอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน สื่อมวลชนสามารถให้ความรู้แก่ประชาชนได้เพื่อขับเคลื่อนสังคม เช่น การนำเสนอเรื่องราวหรือแนวทางการปรับตัวต่าง ๆ ต่อความไม่แน่นอน และนำแนวคิดเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ในปัจจุบันของอรรถพล เชิดชูศิลป์ [17] กล่าวว่า คุณค่าของงานศิลปะทุกประเภทจะเห็นว่าเป็นงานสร้างสรรค์ผลงานศิลปะในรูปแบบดิจิทัลหรืองานศิลปะแบบดั้งเดิมนั้นมีคุณค่าในตัวเองอยู่แล้ว แตกต่างกันในวิธีการสร้างสรรค์ตามยุคสมัย จะสร้างสรรค์งานศิลปะตามเวลานั้นขึ้นอยู่กับยุคสมัยใด ในอนาคตเทคโนโลยีก็จะมีพัฒนามากยิ่งขึ้น แนวโน้มระหว่างศิลปะและดิจิทัล ก็จะต้องมีการพัฒนารูปแบบและวิธีการนำเสนอแบบใหม่ตามยุคสมัย ตามกระแสความเจริญของสังคม

และศิลปะที่ถือเป็นภาษาสากลทั่วโลก ศิลปะดิจิทัล คือ ช่องทางหนึ่งที่เป็นแนวทางของศิลปะร่วมสมัยในยุคนี้ และยุคต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรปภัสสร ปริญาญกุล และคณะ [18] ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์แพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง MELLOW POP อสมท บกยูเกิลไซต์ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์แพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง MELLOW POP อสมท บกยูเกิลไซต์ 2) เพื่อประเมินคุณภาพของสื่อที่พัฒนาขึ้น 3) เพื่อประเมินผลการรับรู้ของผู้ชมที่มีต่อสื่อที่พัฒนาขึ้น 4) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อสื่อที่พัฒนาขึ้น โดยมีการออกแบบสื่อที่สวยงามน่าสนใจ เนื้อหาและภาพประกอบมีความเหมาะสมและน่าสนใจ จึงทำให้ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอ มีผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.59$, S.D. = 0.29) เช่นเดียวกัน

ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วไทย พบว่ามีผลการประเมินคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.55$, S.D. = 0.19) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากมีการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจ MCOT ทั่วไทย บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ประกอบด้วยสื่ออินโฟกราฟิก จำนวนทั้งสิ้น 8 ชุด ประกอบด้วย วันมาฆบูชา วันรักนกเงือก วันวาเลนไทน์ วันสัตว์ป่าและพืชป่าโลก วันช้างไทย วันรีไซเคิลโลก วันอนุรักษ์น้ำโลก และวันสงกรานต์ โดยชุดสื่อมีการออกแบบที่น่าสนใจ เข้าใจง่าย มีความทันสมัย น่าเสนอให้น่าสนใจ รูปภาพประกอบมีความสอดคล้องกับเนื้อหา และตัวอักษรและภาษาที่ใช้มีความเหมาะสม โดยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ของ นิรมล ศิริหาล้า [19] กล่าวว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการประมวลและตีความข้อมูลต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเราที่ได้จากการรู้สึกซึ่งการรับรู้ของบุคคลจะเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางจิตวิทยาบางตัว ได้แก่ การเรียนรู้ ประสบการณ์ แรงจูงใจ อารมณ์ ฯลฯ โดยปัจจัยเหล่านี้ จะเข้ามามีบทบาทพร้อมกับการรับรู้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ และคณะ [20] ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษน้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ. อสมท โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาและหาคุณภาพชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษน้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท 2) เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษน้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษน้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์

ของ บมจ.อสมท โดยมีผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักขนน้ำ สืบสานพระราชดำริ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.55$, S.D. = 0.19) ดังนั้น การวิจัยนี้ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้และสามารถนำไปใช้สื่อสารประชาสัมพันธ์ได้จริง

ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้ เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจเฟซบุ๊ก MCOT ทั่วประเทศ พบว่า มีผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.68$, S.D. = 0.06) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องเทศกาลสำคัญกับสิ่งแวดล้อมบนเพจ MCOT ทั่วประเทศ บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ประกอบด้วยสื่อโปสเตอร์ อินโฟกราฟิก จำนวนทั้งสิ้น 8 ชุด ประกอบด้วย วันมาฆบูชา วันรณรงค์เลิก วันวาเลนไทน์ วันสัตว์ป่าและพืชป่าโลก วันช้างไทย วันรีไซเคิลโลก วันอนุรักษ์น้ำโลก และวันสงกรานต์ โดยออกแบบสื่อให้มีความทันสมัย นำเสนอให้เข้าใจง่าย สวยงาม เข้าถึงได้ง่ายยิ่งขึ้น ผ่านเพจ MCOT ทั่วประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับเพจเฟซบุ๊กที่ว่า เพจเฟซบุ๊ก (Facebook Page) คือ พื้นที่ที่บุคคลสามารถมีส่วนร่วมกับผู้สร้างเพจได้ ดูแลง่ายไม่มีค่าใช้จ่าย อีกทั้งยังสามารถใช้ได้กับคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือทุกชนิด เพจเฟซบุ๊กช่วยให้เจ้าของเพจและผู้ชมได้รับข่าวสารอยู่เสมอ จึงเป็นช่องทางที่สามารถเผยแพร่สื่อต่าง ๆ เพื่อสื่อสารเนื้อหาให้กับผู้ชมได้เรียนรู้ เข้าใจ และรับประสบการณ์จากสารได้เป็นอย่างดี โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ และคณะ [21] ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อการประชาสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) เรื่องการบริจาคโลหิต “ยิ่งให้ ยิ่งได้” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและหาคุณภาพของชุดเนื้อหาเพื่อการประชาสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) เรื่อง การบริจาคโลหิต “ยิ่งให้ ยิ่งได้” เพื่อประเมินผลการรับรู้และความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วย 1) ชุดเนื้อหาเพื่อการประชาสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) เรื่องการบริจาคโลหิต “ยิ่งให้ ยิ่งได้” 2) แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ 3) แบบประเมินผลการรับรู้ 4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคคลที่ติดตาม Nine Entertain Facebook Fanpage โดยมีผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อการประชาสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) เรื่องการบริจาคโลหิต “ยิ่งให้ ยิ่งได้” อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.61$, S.D. = 0.54) ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thamwipat et al. [22] ที่ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อและกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์สินค้าของวิสาหกิจชุมชน ผลการวิจัย ได้พัฒนาสื่อ

ออฟไลน์และสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าของวิสาหกิจชุมชนบางมด จำนวน 12 ประเภท พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้จากสื่อที่พัฒนาขึ้นในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.18) และมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดด้วย ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.79) ทั้งนี้ พบว่า นอกจากสื่อมัลติมีเดียที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กแล้ว ยังควรทำกิจกรรมบนแพลตฟอร์มออนไลน์และอนไซต์เพื่อเสริมสร้างการรับรู้แก่กลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้นด้วย

6.3 ข้อจำกัดในการวิจัย

6.3.1 ข้อจำกัดเรื่องเนื้อหาบางประการ ได้แก่ ความละเอียดอ่อนในเรื่องของสิ่งแวดล้อม ข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ ชีววิทยา และที่มาของข้อมูลในบางแหล่งมีความคลาดเคลื่อน ทำให้การค้นหาข้อมูลและศึกษาข้อมูลได้อย่างจำกัด

6.3.2 ข้อจำกัดด้านเวลาในการผลิตคอนเทนต์ให้ตรงช่วงเทศกาลต้องวางแผนล่วงหน้า หากเริ่มช้าหรือใช้เวลากับการออกแบบมากเกินไป อาจไม่ทันเผยแพร่ในช่วงเวลาที่ผู้คนให้ความสนใจ

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ควรวางกลยุทธ์เผยแพร่คอนเทนต์แบบข้ามแพลตฟอร์มไม่จำกัดแค่บน Facebook แต่ควรกระจายไปยัง TikTok, YouTube Shorts, Instagram Reels, และช่องทางของเครือข่าย MCOT ทั่วประเทศ (สถานีวิทยุ/โทรทัศน์/เว็บไซต์) สื่อแต่ละประเภทอาจเน้นเนื้อหาต่างกัน เช่น TikTok ใช้คลิปสั้นสร้างแรงบันดาลใจ Facebook ใช้บทความภาพกราฟิก สรุปความรู้ ขณะที่วิทยุท้องถิ่นช่วยเผยแพร่เสียงสัมภาษณ์หรือสปอตประชาสัมพันธ์

7.2 ควรเชื่อมโยงคอนเทนต์ที่ผลิตเข้ากับนโยบายภาครัฐหรือท้องถิ่นเพื่อสร้างความร่วมมือในการกระจายเนื้อหา เช่น ประชาสัมพันธ์ผ่านสถานีวิทยุชุมชน หรือหน่วยงานท้องถิ่น

7.3 ควรจัดทำซีรีส์คอนเทนต์แบบต่อเนื่องเพื่อเสริมสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายในระยะยาว เช่น ซีรีส์ “เทศกาลไทย หัวใจสีเขียว” เผยแพร่ทุกเดือน แต่ละตอนเล่าความสำคัญของเทศกาลนั้น ๆ พร้อมแนวความคิดการใช้ชีวิตที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การทำเป็นซีรีส์จะช่วยสร้างฐานผู้ติดตามที่รอชมเนื้อหาใหม่อย่างต่อเนื่อง และยังเพิ่มโอกาสในการจดจำแบรนด์ MCOT ว่าเป็นสื่อที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

เอกสารอ้างอิง

- [1] อีสตินนา มุหะมัด. (2558). การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อสุขภาพคนไทย. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้, วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ 8(2), 127-134.
- [2] ศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน. (2559, 25 กันยายน). ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ SDGs. SDG Move.<https://www.sdgmove.com/intro-to-sdgs/>
- [3] มนนาภา เทพสุด. (2561). ภาวะโลกร้อน: ปัญหาที่ทำลายในศตวรรษที่ 21. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาตินานาชาติ ครั้งที่ 13. มหาวิทยาลัยศรีปทุม จังหวัดกรุงเทพมหานคร.
- [4] นิคม พุทธา, และคณะ. (2551). สถานการณ์สัตว์ป่าไทย: การค้าขายสัตว์ป่า สวนสัตว์ และเขตอนุรักษ์: ปัญหา ทางออก และโจทย์วิจัย (รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์).
- [5] ณชพงศ จันจุฬา, ชนิษฐา ชูสุข, รัฐติกา มะประสิทธิ์, และ ชูไอนี เหมสลาหามาต. (2561). สถานการณ์และปัญหาการจัดการขยะในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยกระทิง อำเภอกองกั้ง จังหวัดยะลา. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 10. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จังหวัดนครปฐม.
- [6] สมพงษ์ เลิศวิมลเกษม. (2563). การพัฒนากิจกรรมศิลปะแบบบูรณาการระหว่างทัศนศิลป์และศิลปะการแสดงแบบสตรีทเพื่อส่งเสริมการรับรู้ทางสุนทรียภาพในกลุ่มคนวัยทำงาน. วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 25(2), 103-122.
- [7] วชิระ ทองสุข. (2565, 29 กรกฎาคม). แพลตฟอร์ม คืออะไรกันแน่? ทำไมพูดถึงกันบ่อยจัง ยุคนี้ใครไม่รู้ ต้องรู้แล้ว!. Talka Talka. <https://talkatalka.com/blog/what-is-a-platform/>
- [8] Kaewsomnues, A., Jirachai, P., & Thamwipat, K. (2023). Development of an e-exhibition in conjunction with a game-based learning communication activity. Science, Engineering and Health Studies, 17, 1-11.
- [9] MCOT Public Company Limited. (2568). ภาพรวมธุรกิจของบริษัท. MCOT. <https://investor.mcot.net/th/corporate-info/business-overview>
- [10] MCOT ทั่วไทย. (2568). ผู้ติดตาม. Facebook. https://www.facebook.com/allmcot/?locale=th_TH
- [11] ไพฑูรย์ โพธิสาร. (2547). มาตรฐานของลิเคอร์ท. สารานุกรมศึกษาศาสตร์ (น. 17-20). คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [12] Nichols Hess, A. K., & Greer, K. (2016). Designing for Engagement: Using the ADDIE Model to Integrate High Impact Practices into an Online Information Literacy Course. Communications in Information Literacy, 18(1), 264-282.

- [13] รัฐพล ลัมตริวรศักดิ์. (2560). การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้เทคนิคการนำเสนอแบบอินโฟกราฟิก ร่วมกับเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) สำหรับชุมชนกระบวนการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี [ปริญญาณพนธ์ ปริญญาครุศาสตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- [14] นิรภัย จันทรสวัสดิ์. (2565). คุณภาพ (Quality). <https://th.linkedin.com/pulse/คุณภาพ-quality-niraphai-jansawat>.
- [15] สุวารี ศรีปุณณะ, มรรษพร สีขาว, และ รวีวรรณ สนั่นรเกียรติ. (2558). การสร้างและพัฒนาสื่อการท่องเที่ยวประเภทเว็บไซต์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย. วารสารวิจัยสหวิทยาการไทย, 10(3), 31-37.
- [16] กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์, พรปภัสสร ปริญาญาณกุล, ชญานิน บัณฑิตศักดิ์, และ ภริดา บินรามัน. (2567). การพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการ Paper-Cycle แยก แลก ใหม่ บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท. วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร, 9(10), 39-56.
- [17] อรรคพล เชิดชูศิลป์. (2557). ศิลปวัฒนธรรมและการสร้างสรรค์ศิลปะดิจิทัล. คลังปัญญา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. <http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/handle/123456789/2087>
- [18] พรปภัสสร ปริญาญาณกุล, กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์, กษัติน์ กลิ่นหอมกรุ่น, ปณิตา จงคำเกิง และ ปวันรัตน์ สันโสภณ. (2567). การพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์แพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง MELLOW POP อสมท บนยูทิลไซต์. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, 4(2), 15-29.
- [19] นิรมล ศิริหาล้า. (2555, 12 กุมภาพันธ์). การรับรู้ (Perception). GotoKnow. <https://www.gotoknow.org/posts/360941>
- [20] กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์, พรปภัสสร ปริญาญาณกุล, ศุภาวดี เสือโชน, และ สุนทรียา จิตรถาวรณณี. (2564). การพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักน้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ. อสมท. วารสารนิเทศสยามปริทัศน์, 19(2), 116-125.
- [21] กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์, พรปภัสสร ปริญาญาณกุล, ขวัญดาว ขาวงาม, พรจิรา ไวยังรบ, และ เพ็ญพิชานาคแดง. (2564). การพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อการประชาสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) เรื่องการบริจาค โลหิต “ยิ่งให้ ยิ่งได้”. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, 1(2), 39-52.
- [22] Thamwipat, K., Pornpapatson, P., & Naphat, D. (2019). The Development of Multimedia and Activities to Promote Products Made by State Enterprise Communities in the Bangmod Project 4.0 through Community-Based Learning. International Education Studies, 12(4), 49-59.