

การพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง

“อสมท รักษ์น้ำ สืบสานพระราชดำริ”

บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ. อสมท

The Development of Content Set for Public Relations

Communication Titled in MCOT Conservation

of Royal Initiative on Social Media of MCOT Plc.

กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์,*พรปภัสสรปริญญากุล,*
ศุภาวดี เสือโกชน,**และสุนทรียา จิตรถาวรณิ**

บทคัดย่อ

งานวิจัยและพัฒนานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและหาคุณภาพของชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษ์น้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของบมจ. อสมท เพื่อประเมินการรับรู้และความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วย (1) ชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษ์น้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของบมจ. อสมท (2) แบบประเมินคุณภาพของชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษ์น้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของบมจ.อสมท (3) แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง (4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยบุคคลที่ติดตาม Facebook Fanpage: PR MCOT และยินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามดำเนินการสุ่มตัวอย่าง โดยวิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 30 คนซึ่งผลจากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.44) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่ออยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.42) ผลการประเมินด้านการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.60) และผลการประเมินด้านความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.55) ดังนั้นการพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษ์น้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ. อสมท ที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ได้จริง

คำสำคัญ: การพัฒนาชุดเนื้อหา / สื่อสารประชาสัมพันธ์ / สื่อสังคมออนไลน์

*รองศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

**นักศึกษาหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชนคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

Abstract

This research and development proposed to develop and find the quality of content sets for public relations titled in MCOT Conservation of Royal Initiative on social media of MCOT Plc. This research evaluated the perception and the satisfaction of the sample. Tools used were 1) content set for public relations titled in MCOT Conservation of Royal Initiative on social media of MCOT Plc. 2) quality evaluation form of content set 3) quality evaluation form of samples perception 4) quality evaluation of samples satisfaction. Data were collected from people who followed MCOT Plc's Facebook Fanpage: PR MCOT and be willing to corporate in evaluation by 30 persons. The results of the expert evaluation showed that the quality of content evaluation was at a very good level ($\bar{X}$ = 4.55, S.D. = 0.44). The results of media quality evaluation was at a good level ($\bar{X}$ = 4.17, S.D. = 0.42). The perception score was at the highest level ($\bar{X}$ = 4.56, S.D. = 0.60). And the satisfaction of the samples was at the highest level ($\bar{X}$ = 4.59, S.D. = 0.55). Therefore, the development of content set for public relations titled in MCOT Conservation of Royal Initiative on social media of MCOT Plc. can be applied

Keywords: Content Set Development / Public Relations / Social Media

บทนำ

ในปัจจุบันปัญหาในเรื่องของการขาดแคลนน้ำในชุมชนยังคงเป็นปัญหาอยู่เพราะน้ำไม่เพียงพอต่อการอุปโภคบริโภค และทำการเกษตร อ่างเก็บน้ำชลประทานก็อาจจะได้ไม่มากพอที่จะผลักดันน้ำไหลผ่านหมู่บ้าน ไม่มีแหล่งน้ำ ไม่มีคลองส่งน้ำใช้ ผลกระทบที่ตามมาคือ ผลผลิตทางการเกษตรและไร่นาเสียหายขาดทุน วนเวียนอยู่กับการเป็นหนี้สิน ทำนาไม่ได้ข้าว ทำไร่ไม่ได้กิน ชาวบ้านต้องกู้เงินเป็นหนี้สินเพิ่มขึ้น เพราะผลผลิตได้ไม่เต็มเม็ดเต็มหน่วย สังคมเป็นปัญหาเรื่องร้องของชุมชน ถึงจะมีที่ดินแต่กลับแก้ไขปัญหาไม่ได้ เพราะมีน้ำที่ไม่เพียงพอ

มูลนิธิอุทกพัฒน์ในพระบรมราชูปถัมภ์ Utokapat Foundation under Royal Patronage of H.M. the King (2560) ด้วยพระวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชฯ ในเรื่องการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ พระองค์จึงได้ทรงพระราชทานพระราชดำริในเรื่องดังกล่าวแก่ Massachusetts Institute of Technology (สถาบัน MIT) เพื่อการวางแผนพัฒนาแหล่งน้ำร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการพิเศษ เพื่อประสานงานโครงการ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ในการพัฒนาเทคโนโลยี รวบรวมข้อมูลและประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดการกับปัญหาด้านทรัพยากรน้ำตั้งแต่ปี 2539

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร ทรงให้ความสำคัญกับเรื่องน้ำมากมีพระราชดำรัสว่า “น้ำคือชีวิต” จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้ก่อตั้งมูลนิธิขึ้นเมื่อปี 2555 เพื่อสนองพระราชดำริเกี่ยวกับการพัฒนาเรื่องน้ำ พระราชทานชื่อมูลนิธิว่า “อุทกพัฒน์” มาจากคำว่า อุทก ซึ่งหมายถึง “น้ำ” และ พัฒน์ มาจากคำว่า “พัฒนา” เมื่อนำมารวมกันจึงมีความหมายว่า “มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเรื่องน้ำ” ซึ่งบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาน้ำดังพระ

ราชดำรัส และสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณ ที่พระองค์ท่านทรงปฏิบัติพระราชกรณียกิจมากมายนานับการตลอดระยะเวลาที่ทรงครองราชย์ เพื่อแก้ไขปัญหาระบาดน้ำ ทั้งน้ำท่วม น้ำแล้ง น้ำหลาก น้ำเสียให้ประเทศไทยและประชาชนทั่วทุกพื้นที่ ได้พระราชทานแนวพระราชดำริทั้งวิธีการแก้ไขและการดำเนินการ เพื่อให้มีการบริหารจัดการน้ำอย่างถูกต้อง ประเทศไทยและประชาชนจะได้มีน้ำใช้อย่างเพียงพอและยั่งยืนสืบไป (Mcot.net,2018)ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าและมีผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์จึงเริ่มเข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลต่อประชากรในสังคมโลกได้อย่างรวดเร็วเพราะมาจากการใช้งานที่ง่าย มีการแสดงความคิดเห็นไปมาทำให้เกิดการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ และการประชาสัมพันธ์ก็ยังเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ทุกคนเกิดความรู้ความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน ทำให้เกิดผลดีตามมาด้วย ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันยิ่งขึ้น

สื่อประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรเป็นอย่างมากเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดข่าวสารเรื่องราวต่างๆเกี่ยวกับนโยบายวัตถุประสงค์กิจกรรมความเคลื่อนไหวและการดำเนินงานขององค์กรตลอดจนความรู้ที่เป็นประโยชน์และเกี่ยวข้องกับองค์กรให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้เข้าใจเพื่อสร้างความนิยมศรัทธาและได้รับความไว้วางใจจากประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายทั้งนี้เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพราะเป็นส่วนหนึ่งในองค์ประกอบของกระบวนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ดังนั้นองค์กรต้องทำความเข้าใจแบบจำลองการสื่อสารทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อประชาสัมพันธ์หน้าที่ของสื่อเพื่อให้ทราบหลักการของสื่อประชาสัมพันธ์องค์กรจะได้เข้าใจและใช้สื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ฝ่ายสื่อสารองค์กรของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) มีหน้าที่รับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆทั้งในองค์กรและภายนอกองค์กรให้กับบุคลากรในองค์กรทราบทั้งยังเป็นหน่วยสนับสนุนกิจกรรมต่างๆที่จัดขึ้นภายในองค์กรซึ่งช่องทางการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร คือ โปสเตอร์ หรือขึ้นดิจิทัลไชนะ ซึ่งสามารถแสดงข้อมูลข่าวสารที่เป็นภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวได้ สามารถประหยัดต้นทุนและเวลา ดังนั้นจึงเล็งเห็นความสำคัญของการใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร

ดังนั้นคณะผู้วิจัยและพัฒนาจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสาร ในรูปแบบอินโฟกราฟิกเพื่อให้บุคลากรในองค์กรได้ทราบถึงข้อมูลต่างๆและที่มาของโครงการ “อสมท รักษา น้ำ สืบสานพระราชดำริ” ที่บมจ. อสมท ร่วมสนับสนุนมูลนิธิอุทกพัฒน์ลงบนสื่อออนไลน์ เผยแพร่สาระต่างๆได้อย่างรวดเร็ว ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความเข้าใจและสามารถเพิ่มพูนความรู้ได้

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อพัฒนาและหาคุณภาพชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษา น้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท
2. เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษา น้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษา น้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท

ขอบเขตของงานวิจัย

1. ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษ์น้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท ได้แก่บุคคลที่กดติดตาม Facebook Fanpage: PR MCOT จำนวน 2,682 คน

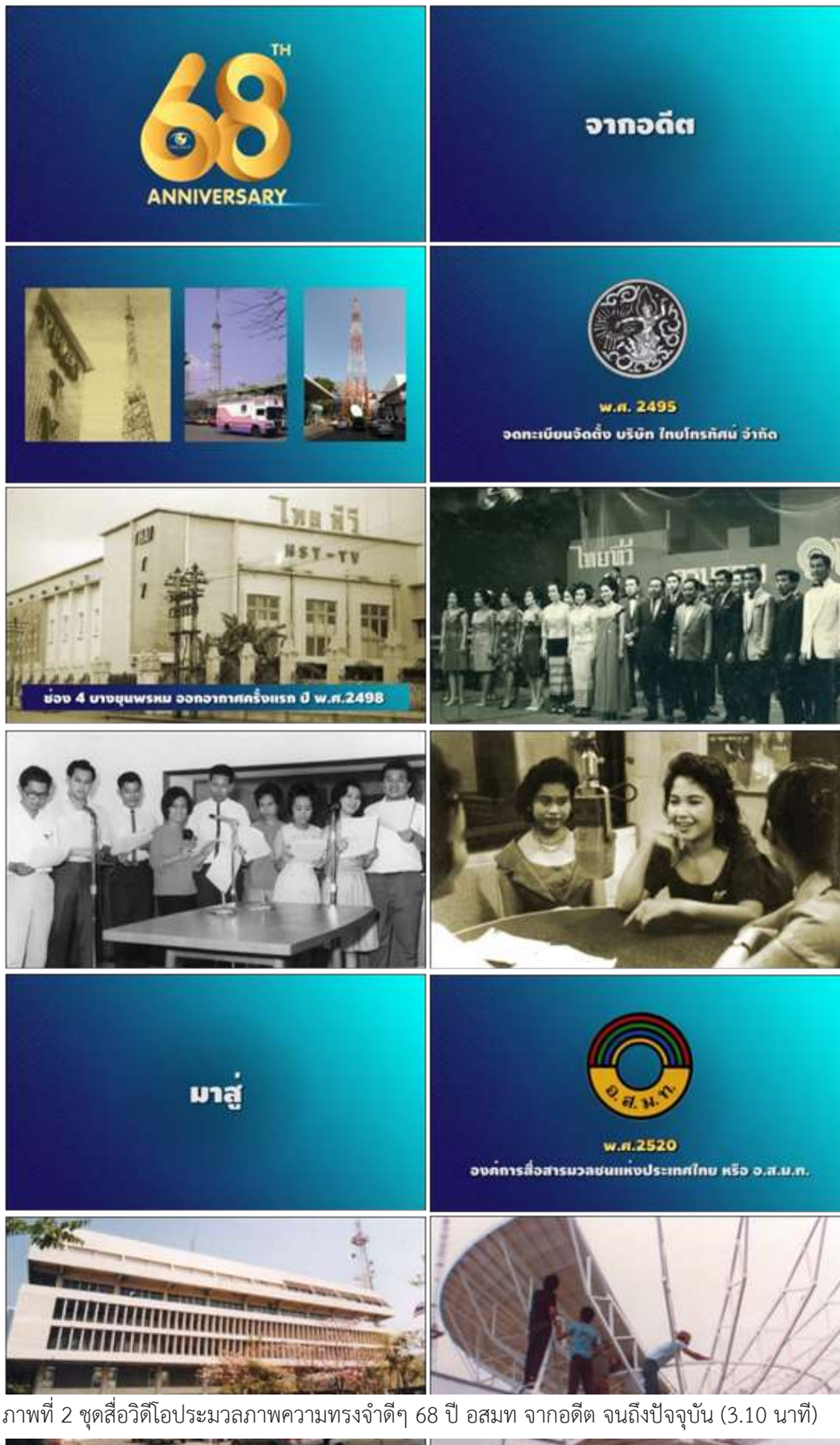
2. กลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเพื่อวิจัยและพัฒนาครั้งนี้ได้แก่บุคคลที่กดติดตาม Facebook Fanpage: PR MCOT และยินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามดำเนินการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 30 คน

3. ผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอจำนวน 3 ท่าน ได้จากวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี หรือเป็นผู้ที่มีความรู้ความชำนาญประสบการณ์ในการทำงาน 5 ปีขึ้นไป

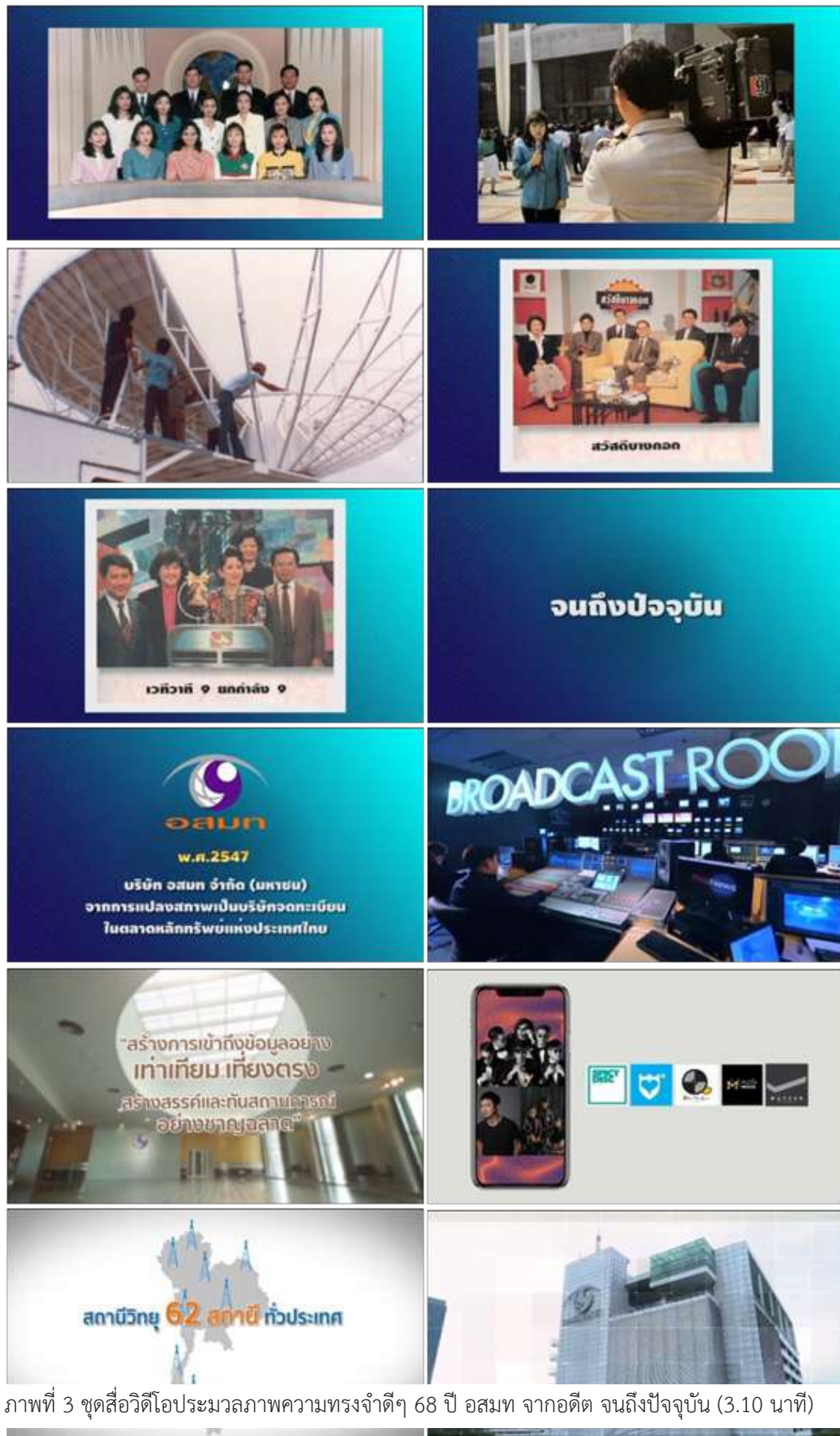
ผลการศึกษา

1. ผลการพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษ์น้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท (ภาพที่ 1 ชุดสื่อประชาสัมพันธ์โครงการ “อสมท รักษ์น้ำ สืบสานพระราชดำริ” ขนาด 1:1)





ภาพที่ 2 ชุดสื่อวิดีโอประมวลภาพความทรงจำดีๆ 68 ปี อสมท จากอดีต จนถึงปัจจุบัน (3.10 นาที)



ภาพที่ 3 ชุดสื่อวิดีโอประมวลภาพความทรงจำดีๆ 68 ปี อสมท จากอดีต จนถึงปัจจุบัน (3.10 นาที)

2. ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอของชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษ์น้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ได้จากการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ

ผลการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับคุณภาพ
ด้านเนื้อหา	4.55	0.44	ดีมาก
ด้านสื่อการนำเสนอ	4.17	0.42	ดี

จาก ตารางที่ 1 ผลประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและผลประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอ พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านเมื่อเทียบกับเกณฑ์คะแนนแล้วผลประเมินด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=4.55$, S.D. = 0.44) และผลการประเมินคุณภาพด้านสื่ออยู่ในระดับดี ($\bar{X}=4.17$, S.D. = 0.42) เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

3. ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษ์น้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ได้จากการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับคุณภาพ
การรับรู้	4.566	0.60	มากที่สุด

จาก ตารางที่ 2 ผลประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษ์น้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท ที่พัฒนาขึ้น พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านเมื่อเทียบกับเกณฑ์แล้วอยู่ในเกณฑ์รับรู้มากที่สุด ($\bar{X}=4.56$, S.D. = 0.60) เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

4. ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษ์น้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ได้จากการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. เนื้อหาเพื่อการประชาสัมพันธ์	4.59	0.54	ระดับมากที่สุด
2. การใช้สี	4.53	0.58	ระดับมากที่สุด
3. ตัวหนังสือและการจัดรูปแบบข้อความ	4.59	0.60	ระดับมากที่สุด
4. กราฟิก	4.57	0.56	ระดับมากที่สุด
5.ด้านการนำเสนอ	4.59	0.48	ระดับมากที่สุด
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม	4.59	0.55	ระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 3 ผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักชน้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท ที่พัฒนาขึ้น พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านเมื่อเทียบกับเกณฑ์แล้วอยู่ในเกณฑ์ความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.55) เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

อภิปรายผลการศึกษา

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาเรื่อง การพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักชน้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท โดยในส่วนของด้านเนื้อหา ผลการประเมินออกมาอยู่ในเกณฑ์ดีมาก ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.44) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประภัศร อินทเดช ฌภัทร ดีเย็น และธัญชนก พิมมหา (2561) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์สาระบบแท็บเล็ตบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เรื่องเปิดห้องปฏิบัติการคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่ามีการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.43) ดังนั้นการพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักชน้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ สิ่งสำคัญที่สุดคือเนื้อหาต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และน่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้งานได้จริง

ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอเรื่องการพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักชน้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท โดยในส่วนของด้านสื่อผลการประเมินออกมาอยู่ในเกณฑ์ดี ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.42) เนื่องจากมีความต้องการที่จะประชาสัมพันธ์วิถีโอบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณิรณัฐ ปี่แก้ว และภัทริยา รอดสว่าง (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์รายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิงบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด ซึ่งพบว่าผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.47) สรุปได้ว่าคุณภาพของสื่อการนำเสนอสามารถนำไปใช้ได้จริง

ผลประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักชน้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.60) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธัญธรณ์ ชวบุญชุม วัฒนิตา วิมลเก็จ และสิริญาพร ชนะกุล (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เรื่อง กีฬาเยาวชนแห่งชาติครั้งที่ 35 ของฝ่ายข่าวกีฬา สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

(Thai PBS)พบว่าผลการประเมินด้านการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดเนื้อหาเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50, S.D. = 0.64$) ดังนั้นการพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษ์น้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ที่สร้างขึ้นสามารถนำไปใช้ได้

ผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษ์น้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท โดยรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59, S.D. = 0.55$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประภัศร์ อินทเดชณภัทร ดีเย็นและธัญชนก พิมมทา(2561)ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์สารบบแท็บเล็ตบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของบริษัท อสมทจำกัด (มหาชน)

ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72, S.D. = 0.45$) เช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. สามารถนำชุดเนื้อหาเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษ์น้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท ไปเป็นต้นแบบและแนวทางในการผลิตชุดสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมฯ ในครั้งต่อไป

2. ชุดเนื้อหาเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษ์น้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของ บมจ.อสมท สามารถนำไปประยุกต์กับสื่อสิ่งพิมพ์ได้หรือเผยแพร่ในช่องทางอื่น ๆ เช่น ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรทางจอภาพดิจิทัล เป็นการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกขององค์กร

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ ทศนคติ และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อชุดเนื้อหาเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษ์น้ำ สืบสานพระราชดำริ” บนสื่อสังคมออนไลน์ของบมจ.อสมท

2. การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้และกิจกรรมเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่อง “อสมท รักษ์น้ำ สืบสานพระราชดำริ” ของบมจ. อสมท

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

ณิรุษ ปิแก้ว และภัทริยา รอดสว่าง.(2560). การพัฒนาสื่อวีรลวิดีโอเพื่อประชาสัมพันธ์รายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิงบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ บริษัท โมโน บรอดคาซท์ จำกัด.ปริญญาเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

ธันยธรณ์ ขวัญบุญชุม,วิณณิดา วิมลเก็จ และสิริญาพร ชนะกุล.(2561).การพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เรื่อง กีฬาเยาวชนแห่งชาติครั้งที่ 35 ของฝ่ายข่าวกีฬา สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS). ปริญญาเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

ประภัสสร อินทเดช, ฅณภัทร ดีเย็นและธัญชนก พิมมหา. (2561). การพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อ
สื่อสารประชาสัมพันธ์สาระบบเท็งบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของบริษัท อสมท
จำกัด (มหาชน).ปริญญาเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาและ
สื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

_____. (2561).การพัฒนาชุดเนื้อหาเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์สาระบบเท็งบนเครือข่าย
สังคมออนไลน์เรื่อง เปิดห้องปฏิบัติการคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ
เทคโนโลยี.ปริญญาเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสาร
มวลชนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

ระบบออนไลน์

มูลนิธิอุทกพัฒน์ในพระบรมราชูปถัมภ์.(2560). *ความเป็นมามูลนิธิ*.เข้าถึงได้จาก [https://
www.utokaPat.org/เกี่ยวกับมูลนิธิ/](https://www.utokaPat.org/เกี่ยวกับมูลนิธิ/)

Mcot.net.Digital. (2018). *MCOT donated money to support the 66th anniversary
of the Utokapat Foundation*.Retrieved from [https://www.mcot.net/
view/5b6c6b3de3f8e40ad2f4bf47?TNA&TOPNEWS](https://www.mcot.net/view/5b6c6b3de3f8e40ad2f4bf47?TNA&TOPNEWS)