

บทความวิจัย

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมชุมชนเมือง: กรณีศึกษาชุมชนเรวดีโซน 2 จังหวัดนนทบุรี

ชยานิชฐ์ วงษ์ทองดี¹, สนิกรณ วัฒนจินดา², มนต์ชัย น้อยคำสิน³

Received 24 June 2025

Revised 2 December 2025

Accepted 8 December 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนเมือง 2) เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนเมืองสำหรับผู้รับสารภายนอกชุมชน และ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้น วิธีศึกษาใช้การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในชุมชน การสนทนากลุ่มกับสมาชิกของชุมชนเรวดีโซน 2 จังหวัดนนทบุรี จากนั้น นำข้อมูลมาพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ โดยมีผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้น และทำการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างจากผู้มาศึกษาดูงานและเยี่ยมชมในชุมชนฯ โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง และวิเคราะห์ค่าสถิติความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบน-มาตรฐาน พบว่าชุมชนเรวดีโซน 2 เป็นชุมชนต้นแบบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมเมือง ชุมชนฯ มีปัญหาไม่สามารถสื่อสารข้อมูล ความรู้ แนวคิด ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน เนื่องจากไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์ และต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ที่จะช่วยสื่อสารกับผู้มาเยี่ยมชมและบุคคลทั่วไปให้สามารถรับรู้ได้ดีตรงตามความต้องการสื่อที่พัฒนาขึ้น

1, 2, 3 สาขาวิชาเทคโนโลยีการถ่ายภาพและภาพยนตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ,
Email: Chayanis.w@gmail.rmutk.ac.th



ประกอบด้วย 1) สื่อวีดิทัศน์ มีเนื้อหาความเป็นมาและแนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 2) สื่อแผนภาพในแหล่งเรียนรู้ของชุมชน แสดงภาพรวมของแหล่งเรียนรู้และความรู้ในฐานเรียนรู้ และ 3) สื่อสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊กเพจ) เพื่อเผยแพร่ความรู้ และกิจกรรมของชุมชน ผลการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจสูงสุดคือสื่อสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊กเพจ)

คำสำคัญ: สื่อประชาสัมพันธ์, สื่อชุมชน, สื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, ชุมชนเมือง



THE DEVELOPMENT OF PUBLIC RELATION MEDIA TO PROMOTE ENVIRONMENTAL CONSERVATION OF URBAN COMMUNITY: A CASE STUDY OF RAEWADEE ZONE 2 COMMUNITY, NONTABURI PROVINCE

Chayanis Wongthongdee¹, Sineephorn Wattanachinda² and
Monchai Noikumsin³

Abstract

The research aims as follows: 1) to study the problems and needs of using public relations media to promote environmental conservation in urban community; 2) to develop public relations media to promote environmental conservation in urban community for communities for receivers outside the community; and 3) to assess the satisfaction of receivers towards the developed public relations media. The study method used community participant observation and focus group discussions with members of the Rewadee Zone 2 community in Nonthaburi Province. The data was then used to develop public relations media. Experts assessed the quality of the developed public relations media and assessed the satisfaction of the sample group who came to study and visit the community by having the sample group answer questionnaires themselves and analyzed the satisfaction statistics of the sample group by finding the mean and standard deviation. It was found that the Raewadee Zone 2 community is a model community in urban environmental management. The community has a problem of not being able to clearly communicate information, knowledge, and ideas on

^{1, 2, 3} Department of Photography and Film Technology, Rajamangala University of Technology Krungthep, Email: Chayanis.w@mail.rmutk.ac.th



environmental conservation because there is no public relations media. It needs public relations media that will help communicate with visitors and the general public so that they can be well-informed and meet their needs. The developed media consisted of 1) video media with content on the background and concept of environmental conservation; 2) diagrammatic media in the community's learning resources, showing an overview of the learning resources and knowledge in the learning base; and 3) social media (Facebook page) to disseminate knowledge and community activities. The results of the study on satisfaction of the sample group with public relations media showed an overall average of the highest level, The media that the sample group was most satisfied with was the social media (Facebook page).

Keywords: public relations media, community media,
environmental conservation media, urban community



บทนำ

จากนโยบายการพัฒนาประเทศที่ผ่านมา รวมถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลายมิติ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ไปสู่สังคมเมือง ที่แม้จะสร้างโอกาสและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ให้ดีขึ้น แต่ก็ก่อให้เกิดผลกระทบและปัญหามลภาวะและสิ่งแวดล้อมตามมา นำไปสู่การแก้ไขปัญหาด้วยแนวคิดการจัดการสิ่งแวดล้อมเมือง โดยยึดประชากรผู้อยู่อาศัยเป็นฐานการขับเคลื่อนการพัฒนา ร่วมกับภาคีส่วนต่าง ๆ บนฐานการบริหารจัดการที่ดี ดังเห็นได้จากชุมชนเรวดีโซน 2 ที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ซึ่งในอดีตเป็นชุมชนที่ประสบปัญหาสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมจากการขยายตัวเป็นชุมชนเมือง กล่าวคือขยะมีปริมาณมากและทิ้งไม่ถูกที่ สร้างความเดือดร้อนจากขยะล้นถังและเป็นแหล่งเพาะพันธุ์เชื้อโรค จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2549 ผู้นำชุมชนและสมาชิกร่วมกันแก้ปัญหาขยะด้วยตนเองจนประสบความสำเร็จ และพัฒนาไปสู่การดูแลสิ่งแวดล้อมในด้านอื่น ๆ เช่น การรักษาและเพิ่มพื้นที่สีเขียวของชุมชน การพัฒนาห้องเรียนเชิงนิเวศ การจัดตั้งศูนย์เรียนรู้ลูกโลกสีเขียว รวมทั้งการสร้างและเผยแพร่นวัตกรรมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ชุมชนเรวดีโซน 2 ได้รับการยกย่องว่าเป็นชุมชนต้นแบบการจัดการสิ่งแวดล้อมเมือง จากการได้รับรางวัลระดับประเทศ คือ รางวัล “ลูกโลกสีเขียว” ในปี พ.ศ. 2557 และรางวัล “สีปพนนท์ เกตุทัต รางวัลแห่งความยั่งยืน” ในปี พ.ศ. 2564 จัดโดยสถาบันลูกโลกสีเขียว บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) (Green Globe Award Committee, Central-Eastern Region and Academic, 2024) และได้รับรางวัลระดับภูมิภาคคือ รางวัลชนะเลิศ “การประกวดคลองสายน้ำใส” ปี พ.ศ. 2553 ถึง 2565 และ รางวัลชนะเลิศ การประกวดชุมชนต้นแบบดีเด่น ปี พ.ศ. 2567 จัดโดยเทศบาลนครนนทบุรี

จากผลการศึกษาและถอดบทเรียนของชุมชนเรวดีโซน 2 โดยคณะกรรมการลูกโลกสีเขียวพบว่าปัจจัยความสำเร็จของการจัดการสิ่งแวดล้อมมาจากการให้ความสำคัญกับพื้นที่สีเขียว การมีแหล่งเรียนรู้เชิงนิเวศของชุมชน การจัดการขยะ การดูแลแหล่งน้ำ การสร้างสรรค์และใช้นวัตกรรม (Green Globe Award Committee, Central-Eastern Region and Academic, 2024) ซึ่งความรู้และแนวคิดการจัดการ



สิ่งแวดล้อมนี้ หากได้ถ่ายทอดหรือเผยแพร่ไปสู่ชุมชนอื่นจะเป็นการขยายผลทำให้เกิดความสำเร็จของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนทั้งระดับชุมชนและประเทศ ซึ่งสื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญที่มีความจำเป็นในการทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ข่าวสาร กิจกรรม ให้กลุ่มเป้าหมายทราบและเข้าใจ รวมทั้งสร้างความสนใจและทัศนคติที่ดี (Chinwom, 2010) อย่างไรก็ตามชุมชนเรวดีโซน 2 ยังไม่มีการผลิตและใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อถ่ายทอดและเผยแพร่ความรู้ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (ประธานชุมชนเรวดีโซน 2, การสัมภาษณ์ส่วนบุคคล, 10 พฤศจิกายน 2564)

จากปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยเล็งเห็นว่า หากมีการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ที่สอดคล้องกับความต้องการและอัตลักษณ์ของชุมชนด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจะส่งผลให้ชุมชนสามารถถ่ายทอดความรู้ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนเมือง
2. เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนเมืองสำหรับผู้รับสารภายนอกชุมชน
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบปัญหาและความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนเมือง
2. มีการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนเมืองสำหรับผู้รับสารภายนอกชุมชน
3. ผู้รับสารมีความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้น



วรรณกรรม

แนวคิดและหลักการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง สิ่งที่สร้างขึ้นหรือเลือกมาใช้ในการงานประชาสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะนำข่าวสาร ความรู้จากองค์กรไปสู่ประชาชนเป้าหมาย (Chinworn, 2010) สื่อประชาสัมพันธ์มีความสำคัญดังนี้ (Pitpreecha, 2023)

1. เป็นตัวกลางสร้างการรับรู้ จดจำข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร ซึ่งมาจากการกำหนด “สาร” และเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมมีประสิทธิภาพ และตรงกับกลุ่มเป้าหมาย
2. สร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ซึ่งต้องใช้สื่อประชาสัมพันธ์ระดับที่ให้ข่าวสารความรู้ในรายละเอียด พัฒนาสู่ความเข้าใจ ความจำ กระตุ้นความสนใจ

3. ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือเผยแพร่การทำประโยชน์แก่สังคมขององค์กร

4. เป็นตัวกลางเผยแพร่งานประชาสัมพันธ์ในหลายรูปแบบทำให้การเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

สื่อประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้ (Chinworn, 2010)

1. สื่อบุคคล (Personal Media) หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นสื่อหรือช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

2. สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) หมายถึง สื่อที่ใช้การตีพิมพ์ และองค์การใช้เป็นสื่อหรือช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronics Media) หมายถึง สื่อที่ใช้ติดต่อสื่อสารด้วยภาพและเสียง โดยใช้กระบวนการทางเทคนิคผ่านสื่อที่อาศัยคลื่นไฟฟ้าเป็นตัวนำพาไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ในระยะไกล

4. สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) หมายถึง สื่อที่ผลิตขึ้นโดยมีเนื้อหาเฉพาะเจาะจง และเป้าหมายหลักเป็นผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม



5. สื่อใหม่ (New Media) เป็นสื่อที่พัฒนาจากสื่อเดิม โดยบูรณาการสื่อเก่าและสื่อใหม่ และอาศัยความคิดสร้างสรรค์รวมทั้งเทคโนโลยีสมัยใหม่ หลักพิจารณาเพื่อเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ มีดังนี้ (Pitpreecha, 2023)

1. กลุ่มเป้าหมาย ต้องกำหนดและทราบรายละเอียดของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการเปิดรับสื่อ เพื่อนำมาพิจารณาเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้

2. วัตถุประสงค์ เปรียบเหมือนเข็มทิศในการดำเนินงานของการประชาสัมพันธ์

3. ความน่าเชื่อถือ เป็นสิ่งที่ต้องตระหนักถึงเพราะส่งผลต่อการรับรู้ของเป้าหมายหรือผู้รับสาร เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กร

4. เนื้อหา ควรคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา เช่น ความสำคัญของเนื้อหา ผลกระทบต่อผู้รับสาร ความน่าสนใจ ความง่าย ความถี่ ความเร่งด่วน และระยะเวลาในการเผยแพร่

5. งบประมาณ การเลือกสื่อโดยอิงจากงบประมาณ ต้องเลือกสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด โดยใช้งบประมาณน้อยที่สุด

6. สถานการณ์แวดล้อม ต้องคำนึงถึงสถานการณ์แวดล้อมที่ส่งผลต่อการดำเนินการขององค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ลักษณะทางสังคม ความเชื่อ ประเพณี อาชีพ เศรษฐกิจ การเมือง

กระบวนการสร้างสรรค์และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ (Suthithorn, 2018)

1. การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เริ่มต้นจากการมีข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอ เกี่ยวกับ

1.1 องค์กร ได้แก่ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ปัญหาที่กำลังเผชิญ แนวทางการดำเนินการในอดีตที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหานั้น

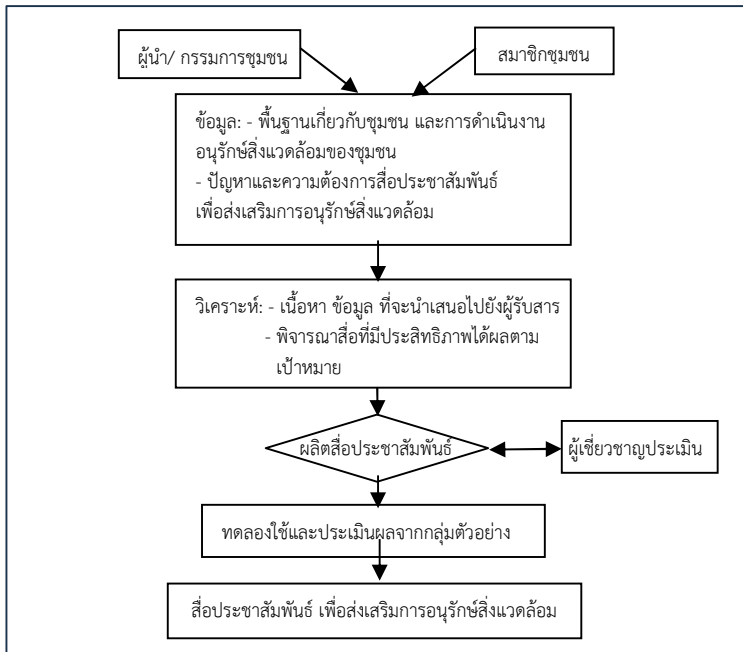


1.2 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ คุณลักษณะทางประชากร และสภาพทางจิตวิทยาที่เกี่ยวกับทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ ความต้องการที่มีต่อองค์การ หรือประเด็นปัญหาที่องค์การต้องการแก้ไข

1.3 บริบททางสังคม สภาพแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคมและวัฒนธรรม และกระแสสังคม

2. การกำหนดแนวคิดหลักในการประชาสัมพันธ์ นำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดแนวคิดหลักที่ต้องการสื่อความหมายไปยังผู้รับสาร

3. สร้างสรรค์ผลผลิตงานประชาสัมพันธ์ คือการนำแนวคิดหลักที่กำหนดไว้ ไปสร้างสรรค์เป็นผลงานประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมชุมชนเมือง: กรณีศึกษาชุมชนเรวดีโซน 2 เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ (Mixed Methods Research) รายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ศึกษาทฤษฎี งานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย

2. ผู้วิจัยสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participatory Observation) เพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของชุมชน โดยผู้วิจัยมีส่วนร่วมในกิจกรรมกับสมาชิกของชุมชน เพื่อหาประเด็นด้านพื้นที่ ด้านกิจกรรมของสมาชิก และด้านการประชาสัมพันธ์ แล้วนำข้อมูลมากำหนดแนวทางในการสนทนากลุ่ม

3. สนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ร่วมกับตัวแทนของชุมชนโดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากคณะกรรมการชุมชน จำนวน 10 คน และสมาชิกชุมชนจำนวน 30 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นแกนนำและผู้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนเป็นประจำ กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ประกอบด้วยกรรมการชุมชน จำนวน 10 คน และกลุ่มที่ 2, 3 และ 4 ประกอบด้วยสมาชิกชุมชน จัดกลุ่มโดยใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย กลุ่มละ 10 คน เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้เสนอความคิดเห็นอย่างอิสระตามบทบาทและความรับผิดชอบของตนเองทั้ง 4 กลุ่ม ใช้ข้อคำถามเดียวกัน โดยใช้เวลากลุ่มละ 3 ชั่วโมง เพื่อศึกษาเกี่ยวกับ ข้อมูลพื้นฐาน ความเป็นมา แนวคิด อัตลักษณ์ กิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ปัญหาและความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของชุมชน จากนั้นนำข้อมูลมาสรุปและวิเคราะห์ เพื่อใช้ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์

4. พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ที่สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม โดยสื่อที่พัฒนาขึ้นมี 3 ประเภท คือ 1) สื่อวีดิทัศน์ 2) สื่อแผนภาพในแหล่งเรียนรู้ของชุมชน และ 3) สื่อสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊กเพจ)



5. ประเมินคุณภาพสื่อ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวน 3 ท่าน โดยใช้แบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open Ended Question) จากนั้นนำผลการประเมินมาปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีความสมบูรณ์

6. ประเมินความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close Ended Question) และ แบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open Ended Question) ในส่วนข้อเสนอแนะ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลทั่วไป จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากผู้ที่มาศึกษาดูงานในชุมชน การเก็บข้อมูลใช้เวลา 3 เดือน ระหว่างเดือนพฤษภาคม ถึงสิงหาคม พ.ศ. 2566 โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Wanichbancha & Wanichbancha, 2016)

7. นำผลที่ได้จากแบบสอบถาม มาวิเคราะห์เพื่อหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) จากแบบสอบถามที่เป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยใช้เกณฑ์การแบ่งระดับคะแนนดังนี้ (Angsurat, 2013)

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	ระดับความพึงพอใจ
ระดับที่ 1 1.00-1.80	ระดับน้อยที่สุด
ระดับที่ 2 1.81-2.60	ระดับน้อย
ระดับที่ 3 2.61-3.40	ระดับปานกลาง
ระดับที่ 4 3.41-4.20	ระดับมาก
ระดับที่ 5 4.21-5.00	ระดับมากที่สุด

8. สรุป และอภิปรายผลการวิจัย



ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมชุมชนเมือง: กรณีศึกษาชุมชนเรวดีโซน 2 จังหวัดนนทบุรี สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการลงพื้นที่สังเกตการณ์ แบบมีส่วนร่วม ชุมชนเรวดีโซน 2 เป็นชุมชนเมืองในเขตเทศบาลนครนนทบุรี มีประชากรหนาแน่น มีแหล่งเรียนรู้ระบบนิเวศและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผู้อาศัยในชุมชนทำกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมร่วมกันในรูปแบบจิตอาสา เพื่อแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมในชุมชนด้วยตนเอง และใช้กีฬาเพื่อเชื่อมโยงสมาชิกเข้าด้วยกัน มีผู้มาเยี่ยมชมหรือศึกษาดูงานเป็นหมู่คณะซึ่งส่วนใหญ่เป็นสมาชิกจากชุมชนอื่นและเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่อื่น ที่ต้องการนำความรู้และแนวคิดการจัดการสิ่งแวดล้อมไปประยุกต์ใช้ และเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและวางแผนเพื่อบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของชุมชนของตนเอง มีผู้มาเยี่ยมชมหรือศึกษาดูงานโดยเฉลี่ย จำนวน 40 คนต่อครั้ง และจำนวน 32 ครั้งต่อปี เมื่อมีผู้มาเยี่ยมชมหรือศึกษาดูงานตัวแทนของชุมชนจะเป็นผู้บรรยายความเป็นมา แนวคิด และอธิบายข้อมูล ความรู้ในพื้นที่และแหล่งเรียนรู้ของชุมชน บริเวณฐานการเรียนรู้มีป้ายแสดงชื่อฐานการเรียนรู้ และมีภาพกิจกรรมของชุมชนติดที่ป้ายนิเทศ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสนทนากลุ่ม ชุมชนเรวดีโซน 2 มีข้อมูลพื้นฐานและกิจกรรมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ปัญหาและความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ คือ

1. ลักษณะทางกายภาพและข้อมูลพื้นฐาน มีพื้นที่ครอบคลุม 2 ฝั่งซอยเรวดี จำนวน 25 ซอย (ซอย 1-25) มีเนื้อที่ 0.423 ตารางกิโลเมตร (264.375 ไร่) ที่อยู่ 4,284 หลังคาเรือน ประชากรจำนวน 4,670 คน (ปี พ.ศ. 2566) ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุและเกษียณอายุราชการ ลูกหลานไปทำงานต่างพื้นที่ อาชีพส่วนใหญ่รับจ้างเล็ก ๆ น้อย ๆ



2. ในอดีตชุมชนประสบปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม คือ ขยะมีปริมาณมาก และทิ้งไม่ถูกที่ ในปี พ.ศ. 2549 จึงเกิดแนวความคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชน โดยแกนนำและสมาชิกในชุมชนร่วมมือกันแก้ปัญหาขยะด้วยตนเองได้ประสบความสำเร็จ และขยายผลการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง จนถึงปัจจุบัน ได้รับการยกย่องให้เป็นชุมชนต้นแบบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม เขตเมือง

3. ปัจจัยความสำเร็จในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมของชุมชนมาจาก แกนนำที่เป็นกรรมการประจำชุมชนและสมาชิกชุมชนการทำงานร่วมกันเป็นทีม แบ่งพื้นที่รับผิดชอบ ใช้การประชุมและรณรงค์เพื่อให้ความรู้และสร้างความร่วมมือในชุมชน อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนโดยใช้แนวความคิดดูแล ดิน น้ำ ป่า การสร้างแหล่งเรียนรู้เชิงนิเวศที่มีความหลากหลายของพืชและสัตว์ การอนุรักษ์พันธุ์พืช การเพิ่มพื้นที่สีเขียวในชุมชน การอนุรักษ์ต้นไม้ขนาดใหญ่ การคิดประดิษฐ์นวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมเพื่อใช้ในชุมชน เช่น กระถางปลูกต้นไม้แบบประหยัดน้ำ ถังย่อยขยะอินทรีย์เป็นปุ๋ย กังหันเติมออกซิเจนในน้ำใช้พลังงานแสงอาทิตย์ เป็นต้น ชุมชนเรวติโซน 2 ได้รับรางวัลชนะเลิศ จากโครงการประกวดคลองสวยน้ำใสของเทศบาลนครนทบุรี ติดต่อกันเป็นเวลา 11 ปี โดยในปี พ.ศ. 2557 ได้รับรางวัลลูกโลกสีเขียว และปี พ.ศ. 2566 ได้รับรางวัลลีปพนันท์ เกตุทัต จากสถาบันลูกโลกสีเขียว ซึ่งปัจจัยความสำเร็จมาจาก 1) การมีพื้นที่ทางกายภาพที่สมาชิกทุกคนเข้าถึงและใช้ประโยชน์ร่วมกันได้ เช่น เล่น กีฬา นันทนาการ พักผ่อนหย่อนใจ เป็นแหล่งเรียนรู้ 2) ผู้คนมีความเสียสละมีวิสัยทัศน์ แนวคิดและวิธีการจัดการพื้นที่เพื่อประโยชน์ส่วนรวม และ 3) แกนนำและสมาชิกชุมชนมีความสมัครใจ เต็มใจให้การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

4. ความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า เมื่อมีผู้มาเยี่ยมชมหรือศึกษาดูงาน ผู้แทนของชุมชนจะทำหน้าที่บรรยายหรือให้ข้อมูลของชุมชน ซึ่งผู้แทนที่ทำหน้าที่ได้มีจำนวนน้อย เมื่อมีผู้มาเยี่ยมชมต้องกำหนดผู้แทนไว้ล่วงหน้า นอกจากนี้ ข้อมูลหรือความรู้ในพื้นที่แหล่งเรียนรู้มีรายละเอียดและความซับซ้อน จึงต้องใช้เวลามากในการสื่อสารให้ผู้มาศึกษาดูงานเข้าใจ



รายละเอียด นอกจากนี้ การนำเสนอกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของชุมชน ซึ่งใช้การติดภาพถ่ายบนป้ายนิเทศต้องใช้เวลาและงบประมาณในการจัดทำ และขาดความรวดเร็วและทันสมัย ชุมชนไม่มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ และชุมชนต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ที่จะช่วยให้ชุมชนสื่อสารกับผู้มาเยี่ยมชมและบุคคลทั่วไปให้สามารถรับรู้ได้โดยตรงตามความต้องการ โดยต้องการสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อ 1) ให้ข้อมูลแนะนำชุมชน มีเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติ ข้อมูลพื้นฐาน กิจกรรม และแนวความคิดอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชน 2) ให้ข้อมูลความรู้ของแหล่งเรียนรู้ชุมชน แสดงภาพรวมของพื้นที่และความรู้ในแต่ละฐานการเรียนรู้ และ 3) เพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นความรู้ นวัตกรรม และกิจกรรมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนฯ ได้อย่างรวดเร็ว กว้างขวาง ทันสมัย และใช้งบประมาณน้อย

3. ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์

3.1 สื่อประชาสัมพันธ์ต้นแบบ ที่พัฒนาขึ้นเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับกลุ่มผู้รับสารภายนอกชุมชนและผู้สนใจ ประกอบด้วย 3 ประเภท ดังนี้

1) สื่อวีดิทัศน์ นำเสนอประวัติความเป็นมา ข้อมูลพื้นฐานของชุมชน แนวคิดและกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนในรูปแบบกิ่งสารคดี ผ่านการสนทนาของบุคคลต้นแบบซึ่งเป็นแกนนำของชุมชน จำนวน 10 คน แต่ละบุคคลให้ข้อมูลตามหน้าที่รับผิดชอบของตนเอง และภาพกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชน ความยาว 17.11 นาที

2) สื่อแผนภาพในแหล่งเรียนรู้ แสดงภาพรวมของพื้นที่ แหล่งเรียนรู้ และภาพแสดงข้อมูลความรู้ของแต่ละฐานการเรียนรู้ที่ตั้งอยู่ในแหล่งเรียนรู้ ในรูปแบบอินโฟกราฟิก (Infographics) จำนวน 15 ภาพ

3) สื่อสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊กเพจ) เสนอข้อมูลความรู้ ข่าวสารกิจกรรมและนวัตกรรมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยมีเนื้อหาและรูปแบบที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชนด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม



3.2 ผลจากการประเมินและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญที่นำมา
ปรับแก้ไข เพื่อพัฒนาความสมบูรณ์ของสื่อต้นแบบ มีดังนี้

1) สื่อวีดิทัศน์ ควรปรับการนำเสนอในช่วงแรกให้เห็นภาพรวม
และแนวคิดหลักของชุมชนที่ชัดเจน เพิ่มภาพที่แสดงผลจากการอนุรักษ์
สิ่งแวดล้อมและภาพบรรยากาศที่ดี เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ เพิ่มจำนวนภาพที่
ตัดสลับขณะสัมภาษณ์ เพื่อความชัดเจนและน่าสนใจ ปรับสีของตัวหนังสือที่เป็น
ชื่อ-นามสกุลของผู้ให้สัมภาษณ์ให้อ่านได้ชัดเจน

2) สื่อแผนภาพในแหล่งเรียนรู้ ควรเพิ่มสื่ออันเป็นพื้นรอบตัว
หนังสือและตราสัญลักษณ์ของชุมชนเพื่อความชัดเจน เพิ่มขนาดตัวอักษรของ
หัวข้อและรายละเอียดเพื่อความชัดเจน ปรับโทนสีของพื้นหลังให้อ่อนลงเพื่อให้
รายละเอียดกราฟิกมีความเด่นมากขึ้น

3) สื่อสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊กเพจ) ควรปรับปรุงให้มีอัตลักษณ์
ด้านสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจนมากขึ้น เช่น โทนีสี ตัวอักษร สโลแกน ภาพหน้าปกควร
ใช้ภาพธรรมชาติที่สวยงาม ควรเพิ่มเนื้อหาหรือกิจกรรมที่กระตุ้นให้ผู้รับสาร
แสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วม และควรมีประเด็นทันสมัยที่เชื่อมโยง
สิ่งแวดล้อมกับเหตุการณ์ปัจจุบันเพื่อสร้างความน่าสนใจ

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	184	46.00
หญิง	216	54.00
2. อายุ		
13-18 ปี	12	3.0
19-23 ปี	44	11.00



ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
24-35 ปี	164	41.00
36-45 ปี	76	19.00
46-55 ปี	44	11.00
56-60 ปี	48	12.00
60 ปีขึ้นไป	12	3.00
3. ภูมิสำเนา		
นนทบุรี	121	30.25
กรุงเทพมหานคร	72	18.00
สมุทรปราการ	74	18.50
นครปฐม	50	12.50
สมุทรสาคร	30	7.50
ปทุมธานี	28	7.00
นครนายก	17	4.25
อื่น ๆ	8	2.00
4. การศึกษา		
ประถมศึกษา	32	8.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	16	4.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย	32	8.00
อนุปริญญา/ เทียบเท่า	68	17.00
ปริญญาตรี	176	44.00
สูงกว่าปริญญาตรี	76	19.00
5. อาชีพ		
นักเรียน/ นักศึกษา	72	18.00
ข้าราชการ	96	24.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	56	14.00
พนักงานบริษัท	19	4.75
รับจ้าง	9	2.25



ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	48	12.00
พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	36	9.00
อื่น ๆ (ผู้เกษียณอายุ)	64	16.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 ช่วงอายุ 24-35 ปี จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 ภูมิลำเนาจังหวัดนนทบุรี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 อาชีพข้าราชการ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของชุมชนเรวดีโซน 2 มีดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์	($\bar{X}$)	SD	แปลผล
1. สื่อวีดิทัศน์	4.41	0.59	มากที่สุด
2. สื่อแผนภาพในแหล่งเรียนรู้	4.50	0.67	มากที่สุด
3. สื่อสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊กเพจ)	4.57	0.56	มากที่สุด
รวม	4.50	0.61	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 โดยสื่อที่พัฒนาขึ้นทั้ง 3 ประเภท มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ระดับมากที่สุดทั้งหมด ดังนี้ สื่อสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊กเพจ) ค่าเฉลี่ย 4.57 สื่อแผนภาพในแหล่งเรียนรู้ ค่าเฉลี่ย 4.50 และสื่อวีดิทัศน์ ค่าเฉลี่ย 4.41

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ

1. เนื้อหาที่สนใจคือ สิ่งประดิษฐ์ที่ทำเองจากวัสดุเหลือใช้หรือ ราคาถูก
2. ควรเพิ่มเนื้อหาที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันหรือในครัวเรือนมากขึ้น



3. สื่อออนไลน์ (เฟซบุ๊กเพจ) ควรมีตัวแทนชุมชนมาพูดคุย และเสนอ
กิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชน เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและให้ความรู้

4. ในสื่อออนไลน์ (เฟซบุ๊กเพจ) การอธิบายความรู้ที่ซับซ้อน ควรมี
ภาพกราฟิกประกอบเป็นขั้นตอน เพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น



ภาพที่ 2 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อวีดิทัศน์



ภาพที่ 3 สื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทสื่อแผนภาพ



ภาพที่ 4 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทออนไลน์ (เฟซบุ๊กเพจ)

สรุปและอภิปรายผล

ชุมชนเรวดีโซน 2 เป็นชุมชนต้นแบบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมเมือง มีอัตลักษณ์การเป็นชุมชนเมืองที่สมาชิกร่วมมือกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีผู้สนใจมาศึกษาดูงาน ชุมชนต้องการสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ช่วยสร้างการรับรู้ได้ดี และตรงตามความต้องการของผู้ชม สอดคล้องกับ Pitpreecha (2023). ที่กล่าวถึงการทำหน้าที่ของสื่อประชาสัมพันธ์ในการเป็นสื่อกลางสำคัญที่สร้างการรับรู้ การจดจำข่าวสารเกี่ยวกับองค์การ นอกจากนี้ Chinworn (2010) กล่าวว่า การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ต้องมีความเหมาะสม สอดคล้องกับความรู้สึนึกคิดและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ชม โดยต้องเรียนรู้คุณลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาพิจารณาการให้ข่าวสารและเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

สื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้น มี 3 ประเภท คือ 1) สื่อวีดิทัศน์ให้ข้อมูลพื้นฐาน แนวคิด และกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของชุมชน นำเสนอใน

รูปแบบกิ่งสารคดี ผ่านบุคคลต้นแบบ ความยาว 17.11 นาที 2) สื่อแผนภาพใน
แหล่งเรียนรู้ แสดงพื้นที่และข้อมูลของฐานการเรียนรู้ ในรูปแบบอินโฟกราฟิก
(Infographics) 3) สื่อสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊กเพจ) นำเสนอข้อมูลข่าวสาร
ความรู้ กิจกรรมและนวัตกรรมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ที่รูปแบบสอดคล้อง
กับอัตลักษณ์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับแนวคิดของ Pitpreecha
(2023) ที่กล่าวว่า ในการประชาสัมพันธ์นิยมใช้สื่อมากกว่าหนึ่งประเภท เพราะ
สื่อแต่ละประเภทมีคุณสมบัติ ข้อดี ข้อจำกัดที่แตกต่างกัน จึงนิยมใช้สื่อหลาย
ประเภทเพื่อลดข้อจำกัดของแต่ละสื่อ เพื่อช่วยให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผล และ
Thiplt (2018). กล่าวว่า การบูรณาการสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์เป็นการนำสื่อแต่ละ
ชนิดมาผสมผสานกัน เพื่อใช้เป็นช่องทางการส่งข่าวสาร โดยการเลือกสื่อที่มี
คุณลักษณะที่สามารถตอบวัตถุประสงค์ในการสื่อสารได้ และแต่ละสื่อต้องเสริม
ประสิทธิภาพซึ่งกันและกัน

ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ใน
ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ 4.50 รายการประเมินที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด
คือ สื่อสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊กเพจ) ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ 4.57 รองลงมา คือ สื่อ
แผนภาพในแหล่งเรียนรู้ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ 4.50 และสื่อวีดิทัศน์ ค่าเฉลี่ยอยู่
ในระดับ 4.41 ซึ่งสอดคล้องกับ Pornsakunvanich (2022) ที่กล่าวถึง การนำ
สื่อใหม่ (New Media) เข้ามาใช้งานในปัจจุบัน จะทำให้เข้าถึงผู้รับสารได้มาก
ขึ้น โดยเปิดกว้างให้กับทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในการเข้าถึงข้อมูลในรูปแบบ
ต่าง ๆ ที่เป็นข้อจำกัดของสื่อแบบดั้งเดิม สื่อใหม่มีความทันสมัยมากขึ้นและ
สามารถโต้ตอบสื่อสารได้ในลักษณะ “Real Time” หรือเกิดขึ้นในเวลาจริง และ
Pornsakunvanich (2022) กล่าวว่า สื่อใหม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มี
ความสนใจร่วมกันในประเด็นใดประเด็นหนึ่งได้ดี สื่อใหม่เป็นที่ยอมรับเนื่องจากมี
ความสะดวกรวดเร็วในการรับและส่งข้อมูล ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถสื่อผ่านได้
โดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องเวลาและสถานที่



ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนให้สมาชิกของชุมชนเมือง สามารถผลิตและใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้ด้วยตนเอง ตามศักยภาพและบริบทที่แตกต่างของแต่ละชุมชน เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

2. การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต้องคำนึงถึงพฤติกรรมการบริโภคเนื้อหาและพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายด้วย

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

สมาชิกของชุมชนควรมีส่วนร่วมในการผลิตและใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของชุมชน โดยแบ่งหน้าที่ตามความสมัครใจและความสามารถ เพื่อให้สมาชิกชุมชนได้ใช้ศักยภาพของตนเองให้เกิดประโยชน์และเกิดความภาคภูมิใจ

กิตติกรรมประกาศ

วิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยงบประมาณเงินรายได้จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

เอกสารอ้างอิง

- Angsurat, A. (2013). *Integrated research in agricultural extension work*. Bangkok: Kasetsart University Press.
- Chinworn, A. (2010). *Public relations media*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Green Globe Award Committee, Central-Eastern Region. (2024). *Report on lessons learned from the Green Globe Award on urban environmental management, case study Rewadee*



Zone 2 Community, Nonthaburi Municipality, Nonthaburi Province. Bangkok: PTT Public Company Limited.

Pitpreecha, R. (2023). *Public relations and advertising media in the digital age*. Teaching Materials for the Principles of Public Relations and Advertising, Unit 12. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.

Pornsakunvanich, W. (2022). *Media and communication effects in a digital era* (2nd ed.). Bangkok: Thammasat University Printing House.

Suthithorn, B. (2018). Creative concepts and public relations production. *Teaching Documents for the Subject Creative and Public Relations Production unit 1*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat University.

Thiplert, A. (2018). Creative concepts and public relations production. In *Teaching Documents for the Subject Creative and Public Relations Production unit 1*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat University.

Thirasawatkit, D. (2024). Media and the environment. In *Teaching Materials Media Studies Course unit 11*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat University.

Wanichbancha, K., & Wanichbancha, T. (2016). *Using SPSS for windows in data analysis*. Bangkok: Samlada Printing House.