

บทคัดย่อ

สัญญาเลขที่: RUG6290001

ชื่อโครงการ: โครงการการจัดการความรู้ : บริหารจัดการน้ำของประเทศไทย ปี 2562
Knowledge Management : Water Management of Thailand

ชื่อผู้รับทุน: นางวิมลพร ใบสนธิ

อีเมล: iandihome@gmail.com

ระยะเวลาโครงการ: 1 ธันวาคม พ.ศ.2561 – 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562

การวิจัยเรื่อง โครงการการจัดการความรู้ : บริหารจัดการน้ำของประเทศไทย Knowledge Management : Water Management of Thailand เป็นการวิจัยเกี่ยวกับการทำการสื่อสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการน้ำของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ในรูปแบบที่เหมาะสมกับการสื่อสาร ในปัจจุบันเป็นปีที่ 2 โดยการนำงานวิจัยมาเลือกประเด็นสำคัญ และเรียบเรื่องเนื้อหางานวิจัยให้กลายเป็นข้อมูลที่กระชับ เข้าใจง่าย มีความถูกต้อง แล้วนำไปผลิตเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งข่าว บทความ ภาพประกอบ อินโฟกราฟิก วิดีโอดีเจน ฯลฯ ก่อนนำเสนอในช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมทั้งช่องทางสื่อสารมวลชนหลัก (Mass media) และช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) โดยเฉพาะช่องทางเพชบุ๊กวิวิทยา – Waree witthaya ที่จัดทำขึ้นสำหรับใช้สื่อสารความรู้ ด้านน้ำ และใช้เป็นช่องทางนำเสนองานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านน้ำของ สกสว.ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้ช่องทางดังกล่าวในการดำเนินการสื่อสารงานวิจัยของ สกสว.ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 รวมถึงผู้วิจัยได้การคัดเลือกประเด็นงานวิจัยที่น่าสนใจ และมีผลกระทบต่อสังคมมาข่ายผลต่อในกิจกรรมต่างๆ เช่น การแกลงข่าว สื่อมวลชนสัญจร และนิทรรศการ โดยกิจกรรมทั้งหมดสร้างขึ้นเพื่อให้ตอบโจทย์วัตถุประสงค์การวิจัย 3 ข้อ คือ 1) สื่อสารองค์ความรู้งานวิจัยด้านการจัดการน้ำของ สกสว.เพื่อสร้างการรับรู้ ตระหนักรู้ การเปลี่ยนแปลงและนำไปใช้ประโยชน์ 2) แปลงข้อมูลความรู้จากงานวิจัยด้านการจัดการน้ำของ สกสว.นำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ทันสมัย ทันเหตุการณ์ เช่น นิทรรศการ อินโฟกราฟิก วิดีโอ ข่าว บทความ 3) นำเสนองานวิจัยด้านการจัดการน้ำของ สกสว.ในช่องทางที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางสื่อสารสาธารณะ (Mass media) และช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

การดำเนินงานครอบคลุมระยะเวลา 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ 2561 ถึง 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 ผลจากการดำเนินงานโครงการพบว่า มีการนำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำการน้ำของ สกสว.มานำเสนอทั้งสิ้น 36 งานวิจัย ผลิตเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ 285 ชิ้น โดยได้รับการประชาสัมพันธ์รวมทุกช่องทาง รวมทั้งสิ้น 728 ชิ้น แบ่งเป็นช่องทางสื่อสารมวลชน (Mass media) 413 ชิ้น ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) 315 ชิ้น โดยมีการคัดเลือกประเด็นงานวิจัยของ สกสว. ขึ้นมาจัดแกลงข่าว 2 ครั้ง ได้แก่

ครั้งที่ 1 แหล่งข่าว “ป่าชุมชน เก็บ(เห็ด)ของป่า ผิดกฎหมายจริงหรือ : กรณีป่าชุมชนบ้านก้างปลา อ.ด่านชัย จ.เลย” วันที่ 11 มีนาคม 2562 มีสื่อมวลชนเข้าร่วม 15 คน ได้รับการนำเสนอข่าวเผยแพร่ 16 ชิ้น คิดเป็นมูลค่า PR Value หรืองบในการซื้อเวลาและพื้นที่ของการเผยแพร่ในสื่อต่างๆ เป็นเงินทั้งสิ้น 6,571,717.50 บาท **ครั้งที่ 2** แหล่งข่าว “การจัดการน้ำแบบบูรณาการบนความหลากหลายทางนิเวศวัฒนธรรม” พื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม วันที่ 14 พฤศจิกายน 2562 มีสื่อมวลชนเข้าร่วม 21 คน ได้รับการนำเสนอข่าวเผยแพร่ 17 ชิ้น คิดเป็นมูลค่า PR Value หรืองบในการซื้อเวลาและพื้นที่ของการเผยแพร่ในสื่อต่างๆ เป็นเงินทั้งสิ้น 3,456,771 บาท (*ข้อมูลที่รวมมีเดือนธันวาคม 2562)

ในส่วนของกิจกรรมสื่อมวลชนสัญจร (Press tour) จำนวน 4 ครั้ง ดังนี้ **ครั้งที่ 1** “งานวิจัย สกว. กับการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์จังหวัดเลยอย่างยั่งยืน” อำเภอต่าชัย และอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย วันที่ 10 - 12 มีนาคม พ.ศ. 2562 มีสื่อมวลชนเข้าร่วม 15 คน ข่าวได้รับการเผยแพร่ 69 ครั้ง **ครั้งที่ 2** “สถานการณ์ทะเลไทย และผลประโยชน์แห่งชาติทางทะเล สู่ความมั่นคง มั่นคง ยั่งยืน” ณ เกาะทะลุ อำเภอบางสะพาน น้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ วันที่ 19 - 21 มิถุนายน 2562 มีสื่อมวลชนเข้าร่วม 21 คน ข่าวได้รับการเผยแพร่ 89 ครั้ง **ครั้งที่ 3** “การจัดการทรัพยากรของชุมชนเกษตรลิบง เพื่อนรักษาพะยูนฝูงสุดท้ายของไทย” ตำบลเกษตรลิบง อำเภอ กันตัง จังหวัดตราช วันที่ 27 - 29 กันยายน พ.ศ. 2562 มีสื่อมวลชนเข้าร่วม 19 คน ข่าวได้รับการเผยแพร่ 47 ครั้ง และ **ครั้งที่ 4** “การจัดการน้ำแบบบูรณาการบนความหลากหลายทางนิเวศวัฒนธรรม” พื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม วันที่ 14 -15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 มีสื่อมวลชนเข้าร่วม 21 คน ข่าวได้รับการเผยแพร่ 50 ครั้ง คิดเป็นมูลค่า PR Value หรืองบในการซื้อเวลาและพื้นที่ของการเผยแพร่ในสื่อต่างๆ เป็นเงินรวมกันทั้งสิ้น 79,190,684 บาท

นอกจากนี้ ยังมีการจัดนิทรรศการ จำนวน 1 ครั้ง เป็นการสื่อสารในรูปแบบหนึ่ง เป็นการจัดแสดงผลงาน หรือกิจกรรม เพื่อให้ผู้ชมได้รับความรู้ เกิดความประทับใจ ที่สำคัญสามารถสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ ให้แก่ผู้เข้าร่วมงานได้อย่างกว้างขวาง และสามารถดึงดูดผู้เข้าชมงานให้เกิดความสนใจนำไปสู่การต่อยอด กระบวนการเรียนรู้ภายหลัง โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดนิทรรศการขึ้นภายในงานแหล่งข่าวและสื่อมวลชน สัญจร “การจัดการน้ำแบบบูรณาการบนความหลากหลายทางนิเวศวัฒนธรรม” พื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม วันที่ 14 -15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562

สำหรับการดำเนินงานสื่อสารประชาสัมพันธ์เผยแพร่องค์ความรู้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการน้ำของ สกว. ผ่านช่องทางสื่อมวลชน (Mass media) สามารถสร้างมูลค่าการประชาสัมพันธ์ (PR Value) รวมได้ 105,229,913.95 บาท ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ผ่านเฟซบุ๊กварีวิทยา - Waree withaya มีผู้กดถูกใจ 11,066 คน, การส่งต่อเนื้อหา (Content) 7,738 ครั้ง, ยอดการเข้าถึง(Reach) จากทุก เนื้อหาที่นำลงสื่อสังคมออนไลน์(post) 1,241,950 ครั้ง, ยอดผู้กดแสดงความคิดเห็น (Like) 35,230 ครั้ง

จากการวิจัยพบว่า กลยุทธ์สำคัญที่ทำให้การสื่อสารงานวิจัยมีประสิทธิภาพและได้รับความสนใจคือ 1) ประเด็นของงานวิจัยสอดคล้องกับสถานการณ์ที่กำลังอยู่ในความสนใจของคนทั่วไป มีการเชื่อมโยงสู่ ชีวิตประจำวัน 2) การเลือกประเด็นสำคัญและเรียบเรียงเนื้อหางานวิจัยให้เข้าใจง่าย ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ออกแบบในรูปแบบที่หลากหลาย และสื่อสารในช่องทางที่เหมาะสม 3) งานวิจัยสร้างผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้

ส่วนเสียในวงกว้าง 4) การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์มีการนำเสนอข้อมูลงานวิจัยที่รวดเร็ว กระชับ และทันต่อสถานการณ์ และ 5) เน้นสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการน้ำเพื่อสร้างความตระหนักรึงคุณค่าและประโยชน์ของน้ำต่อชีวิต

ข้อเสนอแนะ

การสื่อสารผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับด้านการจัดการน้ำ จะได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนและประชาชน จำเป็นต้องมีการดำเนินการในหลายรูปแบบและหลายช่องทางทั้งทางสื่อสารมวลชนหลัก (Mass media) และสื่อใหม่ (Social media) ไปด้วยกัน เพื่อให้งานวิจัยหรือองค์ความรู้ของ ศกสว.ได้รับการเผยแพร่และส่งต่อ ออกไปเป็นวงกว้าง เนื่องจากงานวิจัยบางเรื่องมีเนื้อหาเชิงวิชาการ บางงานวิจัยยังเป็นข้อศึกษาเพื่อนำเสนอใน เชิงนโยบายซึ่งคนส่วนใหญ่อาจจะเข้าใจยาก และบางเรื่องอาจเป็นเรื่องใกล้ตัว อาจไม่ได้รับความสนใจของคน ทั่วไป ซึ่งอาจเป็นความสนใจเฉพาะกลุ่มที่ต้องการข้อมูลหรือองค์ความรู้จากงานวิจัย เพื่อนำไปต่อยอดหรือใช้ อ้างอิง ส่วนงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นหรืองานวิจัยที่ชุมชนมีส่วนร่วม มักจะเป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจจาก สื่อมวลชนมากที่สุด เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคน ชุมชน และมีตัวอย่างผลสำเร็จที่เป็นรูปธรรมสามารถ สัมผัสได้

ดังนั้น การนำเสนองานวิจัยจึงต้องมีความหลากหลาย มีการคัดเลือกประเด็นงานวิจัยที่สังคมต้องการ ความรู้ และความเข้าใจถึงเหตุการณ์นั้นๆ หรือสามารถตอบโจทย์ปัญหาได้ ทั้งในประเด็นร้อน (Hot Issue) และประเด็นรอง ออกแบบ ผลิต และนำเสนอในช่องทางที่เหมาะสม ทั้งทางสื่อสารมวลชนหลัก (Mass media) เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ เว็บไซต์ และสื่อออนไลน์ (Social media) เช่น บทความ สั้นออนไลน์ อินโฟกราฟิก (Infographic) Photography Meme Quote (คอมคิด) คลิปวิดีโอสั้น (Short Clip VDO) คลิปวิดีโอ (Clip VDO) เฟซบุ๊ก ไลฟ์ (Facebook Live) แต่ทั้งนี้การจะนำเสนอในสื่อรูปแบบใดนั้นไม่ จำเป็นต้องนำเสนอทุกรูปแบบ สามารถเลือกนำเสนอที่เกิดความคุ้มค่าหรือได้รับผลกระทบมากที่สุดจากการ ดำเนินการเพียงหนึ่งครั้ง เช่น การจัดงานแสดงข่าว หรือทริปสื่อมวลชนสัญจร ขณะที่สื่อออนไลน์การนำเสนอ ผลงานวิจัยในรูปแบบของอินโฟฯ คลิปวิดีโอสั้น หรือวิเคราะห์ ช่วยในการส่งต่อข้อมูลได้รวดเร็ว และทันต่อ สถานการณ์มากกว่า ภายใต้เงื่อนไข “ข้อความที่สั้น กระชับ และเข้าใจง่าย”

ขณะเดียวกัน ควรมีการ “เชื่อมร้อยประเด็นวิจัยข้ามฝ่าย” เพื่อให้การนำเสนอผลงานวิจัยไปสู่การใช้ ประโยชน์อย่างแท้จริง และขยายวงได้มากยิ่งขึ้น ควรมีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย “ผู้ใช้ประโยชน์ในพื้นที่” เช่นภาคีเครือข่ายหรือหน่วยงานในพื้นที่ร่วมกิจกรรมด้วย เพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจว่า “งานวิจัยไม่ ใกล้ตัว” และ “ใช้ประโยชน์ได้จริง” และเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง ศกสว.กับองค์กร และหน่วยงาน ในท้องถิ่นเกิดเป็นภาคีเครือข่ายการทำงานวิจัยที่แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

คำหลัก

การจัดการความรู้ การบริหารจัดการน้ำ น้ำ สิ่งแวดล้อม น้ำจีด น้ำแล้ง น้ำท่วม น้ำเสีย น้ำเค็ม น้ำกร่อย การ นำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ วารีวิทยา-Wareewitthaya

Abstract

Project Code: RUG6290001
Project Title: Knowledge Management: Water Management of Thailand in 2019
Investigator: Mrs. Wimonphon Baison
E-mail address: iandihome@gmail.com
Project Duration: December 1, 2018 - November 30, 2019

This research titled “Knowledge Management: Water Management of Thailand” was aimed at communicating findings of water management research projects supported by the Thailand Science Research and Innovation (TSRI) to general public in the ways that are effective and suitable to the current situation for the second year by simplifying information with awareness of accuracy and producing various media of public relations, such as news releases, articles, illustrations, infographics, and short video clips, before presenting them through appropriate communication channels, including mass and social media especially the official Facebook Fanpage: Waree Witthaya created for communicating water knowledge and used as a channel for presenting relevant research projects to the general people. In addition, this project included selection process of interesting and socially impactful research topics for further activities, such as press conferences, press tours, and exhibitions. All activities under this project were designed to meet three research objectives: (1) to communicate knowledge and research projects about water management supported by TSRI in order to create awareness, change, and application, (2) to convert knowledge from these research projects to be presented in easy-to-understand, modern, and up-to-date formats, such as exhibitions, infographics, videos, news, and articles, and (3) to present relevant research projects in the channels that reach the target groups through mass and social media with public accessibility.

The project duration was one year from December 1, 2018 to November 30, 2019. According to the results of the project, thirty-six research projects related to water management supported by TSRI were presented. Of which, Produced as a public relations media 285 pieces ,728 pieces of public relations media were produced consisting of 413 pieces of mass media and 315 pieces of social media. Two subjects of these research projects were selected and presented in two press conferences. The first press conference was titled “Community forest: Is wild product (mushrooms) collection illegal? - The case

of Ban Kang Pla Community Forest, Dan Sai District, Loei Province" held on March 11, 2019. It was participated by fifteen mass media and sixteen pieces of news releases were presented, accounting for PR value or budget for media buying at 6,571,717.50 baht. The second press conference was titled "Integrated water management on culturally ecological diversity" in Samut Songkram Province held on November 14, 2019. It was participated by twenty-one mass media and seventeen pieces of news releases were presented, accounting for PR value or budget for media buying at 3,456,771 baht. (*Data were collected as of the end of December 2019).

In addition, there were four press tours. The first press tour was titled "Research projects of TSRI with sustainable strategies of Loei Province" in Dan Sai District and Chiang Khan District, Loei Province, held on March 10 - 12, 2019. It was participated by fifteen mass media and sixty-nine pieces of news releases were presented. The second press tour was titled "The situation of the Thai sea and the national interests of the sea into stability, prosperity, and sustainability" on Talu Island, Bang Saphan Noi District, Prachuap Khiri Khan Province, held on June 19 - 21, 2019. It was participated by twenty-one mass media and eighty-nine pieces of news releases were presented. The third press tour was titled "Resource management of Ko Libong community to conserve the last herd of dugongs, Ko Libong Sub-district, Kantang District, Trang Province, held on September 27 - 29, 2019. It was participated by nineteen mass media and forty-seven pieces of news releases were presented. Finally, the fourth press tour was titled "Integrated water management on culturally ecological diversity" in Samut Songkram Province held on November 14, 2019. It was participated by twenty-one mass media and fifty pieces of news releases were presented. It accounted for PR value or budget for media buying at 79,190,684 baht.

Moreover, there was one exhibition where works or activities were presented for the audience to gain knowledge, impression, and, more importantly, learning experience extensively as well as to attract visitors to be interested in further learning processes. The researcher conducted this exhibition after the press conference and mass media tour titled "Integrated water management on culturally ecological diversity" in Samut Songkram Province held on November 14 - 15, 2019.

Communications, public relations, and dissemination of knowledge of research projects related to water management supported by TSRI through mass media could

create a total PR value of 105,229,913.95 baht. For social media via the official Facebook Fanpage: Waree Witthaya, there were 11,066 likes, 7,738 content shares, 1,241,950 reaches, and 35,230 comment likes.

From the research, it was found that the important strategies for effective and interesting research communications were (1) research topics correspond to the situation that is currently in the public interest and links to daily life, (2) simplification of research content makes it easy to understand in various and appropriate channels and forms of public relations media, (3) research projects have an impact on a broader audience, (4) dissemination of public relations media of research information is fast, concise, and timely, and (5) it focuses on creating knowledge and understanding of water management to raise awareness of the value and benefits of water to life.

Recommendations

Communications of research results related to water management that will receive the attention of the media and the public must be presented in many forms and channels, both mass and social media so that research and knowledge of TSRI are widely disseminated and passed on. As some research projects have academic content and some are presented in a policy perspective, most people may find it difficult to understand. In addition, some research projects are irrelevant and may not get the attention of general people; rather, only some groups of people need information or knowledge from these research projects to expand their research results or to use as reference. Local or community research projects tend to be the subject that gets the most attention from the media because they are relevant to the people and communities with tangible examples of achievements.

Therefore, the research presentations must be diverse, including selection of research issues that the society needs knowledge and understanding of that event or that they can answer the problems, both in hot and secondary issues. They must have design, production, and presentation in appropriate channels both through mass media, such as newspapers, magazines, televisions, radios, and websites, and social media, such as online articles, infographics, photographs, memes, quotes, short video clips, video clips, and Facebook Live. However, it is not necessary to present in all types of media; rather, only media should be chosen to have most value or effect by just one presentation, such as

press conferences or media tours. Social media can present the research results in the form of infographics, short video clips or golden paragraphs that help in forwarding or sharing information faster and more timely under the condition "concise and easy-to-understand messages."

At the same time, there should be a "cross-link of research issues" in order to present the research results for actual utilization and more expansion. It should also analyze the target group of "local users" and invite network partners or agencies in the area to participate in the activity in order to create awareness and understanding that "research is not far away" and "can be practically used" as well as to create relationship between TSRI and local organizations and agencies as partners for a stronger research network.

Keywords:

Knowledge management, Water management, Water, Environment