

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการ

สร้างสรรค์สื่อเพื่อการใช้ประโยชน์และเผยแพร่งานวิจัย สกว.
ของนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น

Media Creation Project for the Purpose of Utilizing and Disseminating
Research Works of the TRF of Local Research Communicators
สัญญาเลขที่ RUG6290012

จัดทำโดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภณิษ จันทร์สอง
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ภายใต้ชุดโครงการ

การถอดบทเรียนการเผยแพร่งานวิจัยผ่านนวัตกรรมการพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น

สนับสนุนโดย

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลงด้วยดีจากความอนุเคราะห์และความร่วมมืออย่างดียิ่งจากนักวิจัยเจ้าของงานวิจัย สกว. คณาจารย์ผู้สอนรายวิชาเกี่ยวกับการผลิตสื่อ ในพื้นที่ภาคเหนือ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย และมหาวิทยาลัยพายัพ รวมถึงภาคท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องที่ได้สละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณที่ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ทุกท่านที่ชี้แนะและให้ข้อแนะนำอันเป็นประโยชน์ ขอขอบคุณหัวหน้าโครงการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตติกาล เจนจิต และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ให้โอกาสและให้ความกรุณาในการให้ข้อเสนอต่าง ๆ แนะนำที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยฉบับนี้ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ผู้ประสานงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ที่คอยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานวิจัยอย่างดียิ่ง

ท้ายที่สุดขอขอบคุณสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.) ที่ให้การสนับสนุนงบประมาณการวิจัยในครั้งนี้

ผู้วิจัย

ชื่อเรื่อง	สร้างสรรค์สื่อเพื่อการใช้ประโยชน์และเผยแพร่งานวิจัย สกว. ของ นักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น
ผู้วิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภณิษ จันทรสอง
หน่วยงาน/คณะ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ทุนอุดหนุนการวิจัย	สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.)
ปีที่พิมพ์	2563

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในลักษณะของการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ซึ่งใช้รูปแบบของการสังเกตการณ์และใช้กิจกรรมเป็นเครื่องมือในการดำเนินการวิจัย มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น และเพื่อเผยแพร่งานวิจัยผ่านนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น

ผลการวิจัยพบว่า ในส่วนของกระบวนการทำงานเพื่อสร้างนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นนั้น ผู้วิจัยดำเนินการโดยการคัดเลือกโหนดผู้สอนทางด้านนิเทศศาสตร์ ในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและสร้างสรรค์สื่อ จากสถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่ภาคเหนือ ทำการประชุมร่วมกันเพื่อทำความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้วิจัยและโหนดผู้สอน หลังจากนั้น ผู้วิจัยและโหนดผู้สอนได้ทำการคัดเลือกผลงานวิจัยร่วมกันเพื่อคัดเลือกผลงานวิจัยและประสานไปยังนักวิจัยเจ้าของผลงาน แล้วจึงมอบหมายงานให้กับนักศึกษาในรายวิชาที่รับผิดชอบ หลังจากนั้นผู้วิจัยทำการนัดหมายเพื่อให้นักวิจัยเจ้าของผลงาน โหนดผู้สอน และนักศึกษา ได้ทำการถอดบทเรียนร่วมกันเพื่อทำการเตรียมเนื้อหา สรุปเนื้อหาขอบเขตของผลงานวิจัย ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย ก่อนเริ่มดำเนินการผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง เนื่องจากผลงานวิจัยของ สกว. นั้นเข้าใจค่อนข้างยาก ทำให้นักศึกษาซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารและเป็นนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นจำต้องตัดสินใจเลือกประเด็นที่กระชับและง่ายต่อการผลิตชิ้นงานเพื่อผลิตให้ทันเวลาตามที่ได้รับมอบหมาย เนื่องจากมีระยะเวลาในการดำเนินงานเพียงแค่นี้ไม่เกิน 4 เดือน หรือ 1 ภาคการศึกษา

นอกจากนี้ ในส่วนของการเผยแพร่งานวิจัยผ่านนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นนั้น ได้ข้อสรุปร่วมกันคือ ผู้วิจัยและโหนดผู้สอนทำการคัดเลือกผลงานจากชิ้นงานในรายวิชาของตนเองซึ่งเห็นว่าเป็นผลงานของนักศึกษากลุ่มที่ฝีมือดีและมีแวว สามารถนำไปพัฒนา ปรับแก้ และสามารถต่อยอดแก้ไข เพื่อเข้าร่วมโครงการพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือ (workshop) รวม 4 ทีม โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิร่วมพัฒนาและเสริมสร้างความรู้และทักษะต่างๆ ให้กับนักศึกษาทั้ง 4 ทีม เพื่อนำผลงานที่มีคุณภาพดังกล่าวไปเผยแพร่สู่ท้องถิ่นต่อไป

Research Title: Media Creation Project to Utilize and Disseminate Research Works of the TRF of Local Research Communicators
Researcher: Suphanit Chansong
Faculty/Department: Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University
Research Fund Source: Thailand Science Research and Innovation (TSRI)
Published Year: 2020

Abstract

This is qualitative research in the form of action research, which uses forms of observation and uses activities as tools for conducting research. It aims to create local research communicators and to disseminate research through local research communicators.

The result of the research shows that in the process of working to create local research communicators, the researcher proceeded by selecting the instructional nodes in communication arts who taught in subjects related to media production and creation, from University in the Northern region. The researcher and the nodes convened a meeting to discuss and jointly understand together. After that, the researcher and the nodes selected the research to coordinate with the researchers who own the research reports. Then, the nodes assigned the assignments to the students in the classes. After that, the researcher made an appointment for the researchers, the owner of the work, the nodes, and students to do an after-action review together. This process is to prepare the content, summarize the content, and the scope of the research to meet the objectives of the target audience before starting the production of creative media so that it can be used for real. Nevertheless, because the TRF's research reports are quite difficult to understand, as a result, students, as messengers and local research communicators, have to decide on a concise and easy-to-produce issue for the assignment due to the time it takes, which is just not more than 4 months or 1 semester.

Besides, the dissemination of research through local research communicators, it could conclude together that the researcher and the nodes select the creative works from the works in their course, which are considered the work of a group of talented skilled students, able to developed, adjusted, and able to extend the solution to participate in the project of researcher communicators in the northern region (workshop), a total of 4 teams. In this activity, the workshop was supported by the experts who jointly developed and strengthened the knowledge and skills for the four teams to bring the quality works to be distributed to the local area.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อ	ข
Abstract	ค
สารบัญ	จ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของการวิจัย	1
ปัญหาคำถามการวิจัย	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร	13
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมพิเศษ	21
แนวคิดเกี่ยวกับสื่อการศึกษาสร้างสรรค์	24
แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับลักษณะประชากรและคนรุ่นใหม่	31
กรอบแนวคิดในการวิจัย	38
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	39
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	42
ระเบียบวิธีวิจัย	42
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	42
กระบวนการดำเนินการวิจัย	43
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	44
การนำเสนอข้อมูล	45
การวิเคราะห์ข้อมูล	45
การนำเสนอรายงานวิจัย	45
ระยะเวลาและแผนการดำเนินงานวิจัย	45
วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	46

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	47
Pre-production ขั้นตอนการเตรียมงาน	48
- การคัดเลือกโหนด (อาจารย์)	48
- การร่วมประชุมกับโหนดในกลุ่มอาจารย์ผู้สอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้อง	49
Production ขั้นตอนการดำเนินงาน	50
- การคัดเลือกงานวิจัย สกว. และการประสานงานนักวิจัยเจ้าของผลงาน	50
- การพบนักวิจัยเพื่อถอดบทเรียน	51
- การคัดเลือกผลงานจากกลุ่มนักศึกษาที่มีฝีมือหรือมีแวว เพื่อเข้าร่วมโครงการพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือ (workshop)	66
- การจัดโครงการพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือ (workshop)	66
Post-production ขั้นตอนสุดท้าย	70
- สรุปรายละเอียดผลการดำเนินงานของโครงการ	71
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	72
การสร้างนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น	72
การเผยแพร่งานวิจัยผ่านนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น	75
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	77
บรรณานุกรม	79
ภาคผนวก	83
ผลงานนักศึกษา รางวัลชนะเลิศ	84
ผลงานนักศึกษา รางวัลรองชนะเลิศ อันดับ 1	85
ผลงานนักศึกษา รางวัลรองชนะเลิศ อันดับ 2	86
ผลงานนักศึกษา รางวัลชมเชย	87

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของการวิจัย

การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นกับมนุษย์ทุกยุคทุกสมัยนับแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จนอาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งของสังคม มนุษย์มีความจำเป็นที่จะต้องมีการสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน ความจำเป็นประการหนึ่ง คือ เพื่อถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ค่านิยม ความเชื่อ ทศนคติ และแนวคิดจากบุคคลรุ่นหนึ่ง ไปสู่บุคคลรุ่นต่อไป ซึ่งปัจจุบันนี้ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้เจริญขึ้นอย่างรวดเร็ว ข้อมูลข่าวสารต่างๆ แพร่ขยายไปทั่วทุกมุมโลกด้วยระยะเวลาเพียงสั้นๆ จนมีผู้นิยามว่าเป็นยุคแห่งสังคมข่าวสาร ด้วยเหตุดังกล่าวจึงก่อให้เกิดแนวคิดใหม่ที่จะนำการสื่อสารเข้ามาใช้ผสมผสานในแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ แต่แนวทางในการสื่อสารเพื่อพัฒนานี้ ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมตามกาลเทศะ ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวิถีชีวิตของชาวไทยมากกว่า มุ่งเน้นให้ตรงตามเป้าหมายเพียงอย่างเดียว (กุลิสรา กฤตวรกาญจน์, 2552)

ความสำคัญของการสื่อสารในสังคมดังเช่นที่ได้กล่าวมานี้ปรากฏในสังคมไทยเช่นกัน จะเห็นได้ว่าประเทศไทยนั้น นับว่าเป็นสังคมที่ยึดติดกับขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมอยู่พอสมควร ประกอบกับแนวความคิดในการพัฒนาประเทศในปัจจุบันนี้ค่อยๆ มีบทบาทมากขึ้นทุกขณะจนเกิดปัญหาว่าการพัฒนาประเทศนั้นจะอย่างไรเพื่อให้บรรลุตามแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด พร้อมกันนั้นยังก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างผู้พัฒนากับประชาชนด้วย การที่จะตัดสินใจว่าจะใช้สื่อชนิดใดเป็นสื่อในการพัฒนานั้น ต้องพิจารณาปัจจัยพื้นฐานทางสังคมบางประการ เช่น บทบาท เนื้อหาสาระ แนวความคิด และชนบประเพณี ทั้งนี้เนื่องจากสื่อมีอิทธิพลต่อการกำหนดแนวทางชีวิตของคนไทยว่า มีบทบาท และหน้าที่เพียงใด การที่จะกล่าวเพียงลอยๆ หรือมิได้คำนึงถึงความเป็นจริงในการวิเคราะห์บทบาทและหน้าที่ของสื่ออาจก่อให้เกิดความผิดพลาดในการดำเนินงานจนก่อให้เกิดความเสื่อมในระบบสังคมได้

การถ่ายทอดเทคโนโลยีเป็นกระบวนการที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศมาช้านาน กระบวนการถ่ายทอดที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้ผู้ประกอบการทั้งภาคการผลิตและบริการ ได้นำเอาเทคโนโลยีที่ได้คิดค้นพัฒนาขึ้นมาใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า เช่น ผลงานวิจัยและแนวทางที่มีการพัฒนาคิดค้นไว้ ถ้ามีการเผยแพร่หรือถ่ายทอดไปสู่ผู้ที่เกี่ยวข้องในภาคต่างๆ ก็ย่อมเกิดประโยชน์ต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ การถ่ายทอดเทคโนโลยีเป็นกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Process of Communication) ของความคิด และทักษะระหว่างบุคคล และในกลุ่มประชาชน รวมถึงการถ่ายทอดข่าวสารทางวิชาการจากแหล่งของความรู้ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย แต่การถ่ายทอดความรู้ดังกล่าวจะไม่มีประโยชน์ถ้ากลุ่มเป้าหมายไม่ยอมรับหรือไม่เป็นที่ต้องการ หรือไม่ได้มีการนำไปใช้ (วิรัช คุงคะจันทร์, 2520, หน้า 80, อ้างถึงใน ไพฑูรย์ ลีวัชรเวชกิจ, 2541, หน้า 10) ดังนั้น การนำเทคโนโลยีไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดจะต้องมีการปรับใช้ให้เหมาะสมตั้งแต่องานวิจัย ผู้นำเทคโนโลยีไปถ่ายทอด กลุ่มเป้าหมาย และช่วงเวลา ทั้งนี้ต้องมีการ

ประเมินผลอย่างเป็นระบบ และเนื่องจากการถ่ายทอดเทคโนโลยีมีความหลากหลายในแต่ละสาขา แนวทางและรูปแบบในการถ่ายทอดอาจแตกต่างกันในแต่ละสถานการณ์

การถ่ายทอดเทคโนโลยีนั้นจัดได้ว่าเป็นลักษณะหนึ่งของการสื่อสาร หรืออาจเรียกได้ว่า การถ่ายทอดเทคโนโลยีใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือทำงานที่สำคัญ ในกระบวนการของการถ่ายทอดเทคโนโลยี ต้องอาศัยกระบวนการในการสื่อสารเข้ามาช่วยอธิบายด้วย กล่าวคือ ผู้ถ่ายทอดนวัตกรรม เปรียบเสมือนเป็นผู้ส่งสาร (Sender) เทคโนโลยี หรือนวัตกรรมเปรียบเสมือนเป็น สาร (Message) วิธีการถ่ายทอด/ส่งเสริม เปรียบเสมือนเป็นช่องสาร หรือช่องทางในการส่งสาร (Channel) ผู้รับ นวัตกรรม เปรียบเสมือนเป็นผู้รับสาร (Receiver) โดยทั่วไป ผลการวิจัย หรือ Research results คือ องค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับจากการทำการวิจัยจนได้ผลลัพธ์ออกมา ในทางตรงข้าม หากกล่าวถึง เทคโนโลยีมักมีความหมายที่เกี่ยวข้องหรือผูกติดอยู่กับ เครื่องมือ เครื่องใช้ อุปกรณ์ หรือ เครื่องช่วย เครื่องอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันและการทำงานของมนุษย์ ดังนั้น สารสำคัญของเทคโนโลยีจึงมักเน้นที่ คุณค่า หรือประโยชน์ทางปฏิบัติในการใช้งานมากกว่าเป็นเพียงการสร้าง ความเข้าใจในบางเรื่อง บางสิ่งเหมือนความรู้ทั่วไป อย่างไรก็ตามคำว่าเทคโนโลยีนั้นไม่ได้หมายถึงเพียงวัตถุ เช่นเครื่องมือ เครื่องใช้ อุปกรณ์เท่านั้น แต่มีบ่อยครั้งที่เทคโนโลยีหมายถึง คุณค่าของการใช้งานทางปฏิบัติที่แฝงอยู่ในรูปของสูตรสำเร็จ ซอฟต์แวร์ แนวคิด แนวปฏิบัติ ข้อปฏิบัติ ชุดคำแนะนำ เป็นต้น ดังนั้นหากมีความต้องการสื่อถึงเนื้อหาสาระของผลการวิจัย ความรู้ และ เทคโนโลยีก็จำเป็นต้องเข้าสู่กระบวนการของการสื่อสารลักษณะใดลักษณะหนึ่ง นอกจากนี้หาก ความรู้ใดมีคุณค่า และประโยชน์ของการใช้งานในทางปฏิบัติแล้ว ความรู้นั้นก็จัดเป็นเทคโนโลยีได้ด้วย

นักวิชาการหลายท่านได้มีการนำงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ที่ได้ดำเนินการแล้วไปใช้ ประโยชน์ในรูปแบบการเผยแพร่ ต่อยอดองค์ความรู้ สามารถนำไปสู่การแก้ปัญหาได้อย่างเป็น รูปธรรม ประยุกต์ใช้กับกลุ่มเป้าหมายจนก่อให้เกิดประโยชน์ได้จริงอย่างชัดเจน ทั้งนี้ประโยชน์ด้าน วิชาการนั้น จะเห็นได้ว่าเป็นการนำองค์ความรู้จากผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น ผลงาน ตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติ ระดับชาติ หนังสือ ตำรา บทเรียน ไปเป็นประโยชน์ด้านวิชาการ การเรียนรู้ การเรียนการสอน ในวงวิชาการและผู้สนใจด้านวิชาการ รวมถึงการนำผลงานวิจัยไป วิจัยต่อยอด หรือการนำไปสู่ ผลิตภัณฑ์ และ กระบวนการ ไปใช้ในการเสริมสร้างนวัตกรรม และ เทคโนโลยี (สถาบันวิจัยและพัฒนา, 2542) หากแต่ยังคงต้องอาศัยกลยุทธ์ เทคโนโลยี รวมถึง นวัตกรรมเข้ามาช่วยในการเผยแพร่ผลงานวิจัย เนื่องจากผลงานวิจัยแต่ละเรื่องนั้นเป็นเรื่องยากใน การเข้าใจและเข้าถึงบุคคลแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ทั้งนี้ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ได้จัดทำโครงการวิจัยเชิงปฏิบัติ (Action Research) โดยใช้กิจกรรมเป็นเครื่องมือในการดำเนินการวิจัยเพื่อค้นหาความรู้เกี่ยวกับกระบวนการ สร้างสรรค์สื่อเพื่อเผยแพร่งานวิจัยและการพัฒนานักสื่อสารงานวิจัย ในลักษณะของการจัดกิจกรรม การประกวดเป็นช่องทางในการเผยแพร่งานวิจัย สกว. ผู้คนรุ่นใหม่ นอกจากนี้สำนักงาน คณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สทว.) ยังมีแนวทางสนับสนุนทุนวิจัยภายใต้ แนวคิดการสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยในชุมชน/พื้นที่ผ่านเครือข่ายหรือกลไก สถาบันการศึกษาในพื้นที่ ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการใช้ประโยชน์จากการวิจัยด้าน ชุมชนพื้นที่ โดยเฉพาะสาขาวิชาทางด้านการสื่อสาร/นิเทศศาสตร์/วารสารศาสตร์ ซึ่งถือเป็นศาสตร์

สำคัญในการเชื่อมต่อระหว่างชุมชนกับท้องถิ่นกับข้อมูลความรู้จากการวิจัยเพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ต่อยอดต่อไป ซึ่งที่ผ่านมา โครงการ “การเผยแพร่ผลงานวิจัยผ่านนวัตกรรมการพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น” (ปี 2561) นั้น กลุ่มคนรุ่นใหม่ซึ่งได้แก่นิสิต/นักศึกษา ในระดับปริญญาตรีนั้น ได้มีโอกาสร่วมกิจกรรมในการคิดสร้างสรรค์และออกแบบสื่อที่เป็นช่องทางในการเผยแพร่ผลงานวิจัยได้เองบนความต้องการและความชอบของตน โดยมีนักศึกษาจาก 3 สถาบันใหญ่ของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้แก่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยพายัพ ให้ความสนใจเข้าร่วมโครงการ โดยในกิจกรรมดังกล่าวนั้นจะเห็นได้ว่านักศึกษาสามารถถอดบทเรียนผลงานวิจัยที่ไม่ซับซ้อนผ่านนวัตกรรมที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจให้แก่ท้องถิ่นได้อย่างน่าสนใจ และที่สำคัญที่สังเกตได้คือ คนรุ่นใหม่เป็นกลุ่มผู้รับสารที่นิยมเลือกเปิดรับสื่อใหม่หรือสื่อออนไลน์ในรูปแบบของเทคโนโลยีที่สามารถกระตุ้นให้เกิดความสนใจได้ ซึ่งผลงานการผลิตสื่อใหม่หรือสื่อออนไลน์เหล่านั้นสามารถสร้างประโยชน์และเผยแพร่ไปสู่ท้องถิ่นและชุมชนได้

จากโครงการดังกล่าวข้างต้นนี้ ข้อค้นพบที่ได้ยังทำให้เห็นปัญหานี้ก็คือ สื่อใหม่หรือสื่อออนไลน์ที่ผ่านการสร้างสรรค์มานั้น ยังไม่สามารถเอื้อประโยชน์หรือตอบโจทย์การนำไปใช้ให้ตรงกับกลุ่มผู้รับสารที่จะมีโอกาสงานสร้างสรรค์เหล่านี้ไปใช้ประโยชน์จริง อีกทั้งผลงานวิจัยบางส่วนของสกว. นั้นมีอยู่ค่อนข้างมาก แต่เนื่องด้วยข้อจำกัดทั้งเรื่องของเวลา การจัดการเรียนการสอน การนำไปใช้ประโยชน์ เราไปถึงการนำมาใช้เพื่อการผลิตสื่อผ่านการสร้างสรรค์ผลงานของนักวิจัยท้องถิ่นยังมีน้อยและมีความเป็นไปได้ยาก จึงทำให้ผลงานซึ่งเป็นประโยชน์ต่อท้องถิ่นอย่างมากเหล่านั้นยังไม่ถูกหยิบยกรนำมาใช้หรือเผยแพร่ออกไปเพื่อการใช้ประโยชน์ได้จริง จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นนี้จึงสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นมาและความสำคัญของการสร้างสรรค์สื่อเพื่อการใช้ประโยชน์และเผยแพร่ผลงานวิจัย สกว. ของนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นในภาคเหนือ ซึ่งจะเป็นมิติใหม่ในการออกแบบสร้างสรรค์และผลิตสื่อเพื่อสื่อสารงานวิจัยออกไปให้ได้ปริมาณมากที่สุด ขณะเดียวกันก็เป็นงานวิจัยที่ก่อให้เกิดกระบวนการพัฒนาคนให้เป็นนักสื่อสารงานวิจัยไปพร้อมกันด้วย

ปัญหานำการวิจัย

การสร้างสรรค์สื่อเพื่อการใช้ประโยชน์และเผยแพร่ผลงานวิจัย สกว. ของนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นมีวิธีการอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง “การสร้างสรรค์สื่อเพื่อการใช้ประโยชน์และเผยแพร่ผลงานวิจัย สกว. ของนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพในลักษณะเชิงปฏิบัติการ ที่เน้นใช้ “สื่อกิจกรรม” ในการวิจัยเพื่อให้เกิดผลผลิต ผลลัพธ์ ที่เป็นรูปธรรมในแง่ของการเผยแพร่ผลงานวิจัย สกว. ขณะเดียวกันทางโครงการฯ ก็มุ่งหวังต่อยอดงานวิจัยเพื่อพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยให้มีความรู้และทักษะในการสื่อสารงานวิจัยออกไปสู่สาธารณชนกลุ่มต่างๆ ในวงกว้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยคณะผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ของงานวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อสร้างนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น
2. เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยผ่านนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น

ขอบเขตของการวิจัย

1. **ขอบเขตเชิงเนื้อหา** เอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย สกว. ได้แก่ รายงานผลงานวิจัย สกว. ทั้งฉบับย่อที่ปรากฏบนเว็บไซต์ และรายงานฉบับสมบูรณ์ ซึ่งจะทำการคัดเลือกร่วมกับ สกว. เพื่อให้ได้งานวิจัยที่มีความเหมาะสมทั้งในแง่เนื้อหาวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีผลกระทบเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่างๆ ในพื้นที่ภาคเหนือ
2. **ขอบเขตด้านระยะเวลา** ดำเนินการตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2562 – เมษายน 2563
3. **ขอบเขตด้านประชากร** คือ โหนด (Node) 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอาจารย์ผู้สอนรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและสร้างสรรค์สื่อ จากสถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่ภาคเหนือ และกลุ่มนักศึกษาที่มีฝีมือด้านการผลิตและสร้างสรรค์สื่อในรายวิชาของกลุ่มอาจารย์ผู้สอนจากสถาบันในพื้นที่ภาคเหนือ
4. **ขอบเขตด้านพื้นที่** คือ สถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่ภาคเหนือ ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย และมหาวิทยาลัยพายัพ

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

1. **นักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น** หมายถึง นักวิจัยท้องถิ่นในพื้นที่ภาคเหนือ รวมไปถึงเครือข่ายทางการศึกษา ที่มีการจัดการเรียนการสอนรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์และผลิตสื่อ ในรูปแบบการประสานงาน โดยที่มีการสื่อสารเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น และเพื่อเผยแพร่งานวิจัยผ่านนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น
2. **การสร้างสรรค์สื่อ** หมายถึง การกิจหรือหน้าที่ รวมถึงประโยชน์และคุณค่าที่นักวิจัยท้องถิ่นในพื้นที่ภาคเหนือร่วมกันสร้างสรรค์ขึ้นมา เพื่อการตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย และสามารถสร้างนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นโดยรวมได้
3. **การดำรงรักษา** หมายถึง การดำรงอยู่ หรือพัฒนาให้เจริญเติบโตขึ้นของเครือข่ายนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นเพื่อสามารถทำหน้าที่ตอบสนองเผยแพร่งานวิจัยผ่านนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นเพื่อให้กลุ่มผู้รับสารเป้าหมายนำไปใช้ ก่อให้เกิดประโยชน์จากผลงานที่ผลิตโดยนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นได้จริง
4. **การขยายผลการทำงาน** หมายถึง ความสามารถของเครือข่ายทางการศึกษาของนักวิจัยท้องถิ่นในพื้นที่ภาคเหนือ เพื่อเพิ่มจำนวนนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นในการเพิ่มผลงานในการเผยแพร่งานวิจัยท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ท้องถิ่นผ่านนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น และกลุ่มอื่นๆ ที่ยังไม่เข้าถึง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือ
2. ได้เผยแพร่งานวิจัยของ สกว. ผ่านการสร้างสรรค์และผลิตสื่อโดยนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น

3. ได้พัฒนาอาจารย์ผู้สอนรายวิชาด้านการสร้างสรรค์และผลิตสื่อ ตลอดจนนักศึกษาหรือคนรุ่นใหม่ให้เป็นนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น ที่มีศักยภาพเพื่อเป็นเครือข่ายในการเผยแพร่งานวิจัยของ สกว. ผ่านโครงการของ สกสว. ต่อไปในอนาคต

4. ได้ขอค้นพบที่ใช้เป็นแนวทางในการเผยแพร่งานวิจัยหลากหลายวิธีมากขึ้นด้วยกลยุทธ์การใช้สารและสื่อจากนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคที่ผ่านการพัฒนาให้มีคุณภาพแล้ว

5. เป็นการประชาสัมพันธ์องค์กร สกสว. ที่มีส่วนในการพัฒนาคนให้เป็นนักสื่อสารงานวิจัย ซึ่งองค์ประกอบสำคัญในการขับเคลื่อนงานวิจัยเหล่านั้นออกเผยแพร่สู่สาธารณชน ผ่านการประชาสัมพันธ์โครงการวิจัยที่ดำเนินกิจกรรมในระดับภาคเหนือ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการวิจัยเรื่อง "สร้างสรรค์สื่อเพื่อการใช้ประโยชน์และเผยแพร่งานวิจัย สกว. ของนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น" ใช้แนวคิดที่สำคัญเป็นกรอบในการวิจัย 5 แนวคิด ดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร
3. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมพิเศษ
4. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อการศึกษาสร้างสรรค์
5. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับลักษณะประชากรและคนรุ่นใหม่
6. กรอบแนวคิดในการวิจัย
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม

การแพร่กระจายหรือการเผยแพร่นวัตกรรม เป็นกระบวนการในการถ่ายทอดความคิด การปฏิบัติ ข่าวดสาร หรือพฤติกรรมไปสู่ที่ต่างๆ จากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลไปสู่กลุ่มบุคคลอื่น โดยกว้างขวางจนเป็นผลให้เกิดการยอมรับความคิดและการปฏิบัติเหล่านั้น อันมีผลต่อโครงสร้างและวัฒนธรรมและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในที่สุด พบว่ามีสิ่งที่มีอิทธิพลในการดำเนินการของกระบวนการเผยแพร่ อยู่ 5 ประการ คือ ตัวนวัตกรรมเอง สารสนเทศหรือข้อมูลที่น่าไปใช้ในการสื่อสารของนวัตกรรมนั้น เงื่อนไขด้านเวลา ธรรมชาติของระบบสังคมหรือชุมชนที่นวัตกรรมจะนำไปเผยแพร่ และการยอมรับ (ชนาธิป แก้วบ้านดอน, 2557)

1.1 ความหมายของนวัตกรรม

นวัตกรรม (Innovation) คือ การกระทำใหม่ๆ หรือการพัฒนาปรับปรุงหรือดัดแปลง จากสิ่งใดๆ แล้วทำให้สิ่งนั้นมีประสิทธิภาพการใช้งานที่ดีขึ้น ดังนั้น นวัตกรรม จึงหมายถึง ความคิด การปฏิบัติ หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อน หรือเป็นการพัฒนาดัดแปลงมาจากของเดิมที่มีอยู่แล้ว ให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น เมื่อนำ นวัตกรรมมาใช้จะช่วยให้การทำงานนั้นได้ผลดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิม ทั้งยังช่วย ประหยัดเวลาและแรงงานได้ด้วย

นวัตกรรมมีรากศัพท์มาจาก innovare ในภาษาละติน แปลว่า ทำสิ่งใหม่ขึ้นมา ความหมายของนวัตกรรมในเชิงเศรษฐศาสตร์คือ การนำแนวความคิดใหม่หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้ว มาใช้ในรูปแบบใหม่ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หรือก็คือ การทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่างๆ (Change) ที่เกิดขึ้นรอบตัวเราให้กลายมาเป็นโอกาส (Opportunity) และถ่ายทอดไปสู่แนวความคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม

แนวความคิดนี้ได้ถูกพัฒนาขึ้นมาในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 โดยจะเห็นได้จากแนวคิดของนักเศรษฐศาสตร์คนสำคัญ เช่น ผลงานของ Joseph Schumpeter ใน The Theory of Economic Development โดยจะเน้นไปที่การสร้างสรรค การวิจัยและพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อันจะนำไปสู่การได้มาซึ่ง นวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological Innovation) เพื่อประโยชน์ใน

เชิงพาณิชย์เป็นหลัก นวัตกรรมยังหมายถึงความสามารถในการเรียนรู้และนำไปปฏิบัติให้เกิดผลได้จริง อีกด้วย (พันธุ์อาจ ชัยรัตน์, 2547)

คำว่า “นวัตกรรม” เป็นคำที่ค่อนข้างจะใหม่ในวงการการศึกษาของไทย คำนี้ เป็นศัพท์บัญญัติของคณะกรรมการพิจารณาศัพท์วิชาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ มาจากภาษาอังกฤษว่า Innovation มาจากคำกริยาว่า innovate แปลว่า ทำใหม่ เปลี่ยนแปลงให้เกิดสิ่งใหม่ ในภาษาไทยเดิมใช้คำว่า “นวกรรม” ต่อมาพบว่าคำนี้มีความหมายคลาดเคลื่อน จึงเปลี่ยนมาใช้คำว่า นวัตกรรม (อ่านว่า นะ วัด ตะ กา) หมายถึงการนำสิ่งใหม่ๆ เข้ามาเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมจากวิธีการที่ทำอยู่เดิมเพื่อให้ได้ผลดียิ่งขึ้น ดังนั้นไม่ว่าวงการหรือกิจการใดๆ ก็ตาม เมื่อมีการนำเอาความเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ เข้ามาใช้เพื่อปรับปรุงงานให้ดีขึ้นกว่าเดิมก็เรียกได้ว่าเป็นนวัตกรรม ของวงการนั้นๆ เช่นในวงการศึกษานำเอามาใช้ ก็เรียกว่า “นวัตกรรมการศึกษา” (Educational Innovation) สำหรับผู้ที่กระทำ หรือนำความเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ มาใช้นี้ เรียกว่าเป็น “นวัตกร” (Innovator) (Innovation in Technology, 2556)

ไชยยศ เรืองสุวรรณ (2521, หน้า 14) ได้ให้ความหมาย “นวัตกรรม” ไว้ว่าหมายถึง วิธีการปฏิบัติใหม่ๆ ที่แปลกไปจากเดิมโดยอาจจะได้มาจากการคิดค้นพบวิธีการใหม่ๆ ขึ้นมาหรือมีการปรับปรุงของเก่าให้เหมาะสมและสิ่งทั้งหลายเหล่านี้ได้รับการทดลอง พัฒนาจนเป็นที่เชื่อถือได้แล้วว่าได้ผลดีในทางปฏิบัติ ทำให้ระบบก้าวไปสู่จุดหมายปลายทางได้อย่างมีประสิทธิภาพขึ้น

จรรยา วงศ์สายัณห์ (2520, หน้า 37) ได้กล่าวถึงความหมายของ “นวัตกรรม” ไว้ว่า “แม้ในภาษาอังกฤษเอง ความหมายก็ต่างกันเป็น 2 ระดับ โดยทั่วไป นวัตกรรม หมายถึง ความพยายามใดๆ จะเป็นผลสำเร็จหรือไม่ มากน้อยเพียงใดก็ตามที่เป็นไปเพื่อจะนำสิ่งใหม่ๆ เข้ามาเปลี่ยนแปลงวิธีการที่ทำอยู่เดิมแล้ว กับอีกระดับหนึ่งซึ่งวงการวิทยาศาสตร์แห่งพฤติกรรม ได้พยายามศึกษาถึงที่มา ลักษณะ กรรมวิธี และผลกระทบที่มีอยู่ต่อกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง คำว่า นวัตกรรม มักจะหมายถึง สิ่งที่ได้นำความเปลี่ยนแปลงใหม่เข้ามาใช้ได้ผลสำเร็จและแผ่กว้างออกไป จนกลายเป็นการปฏิบัติอย่างธรรมดาสามัญ (บุญเกื้อ ควรหาเวช, 2543)

1.1.1 หลักในการพิจารณาการเป็นนวัตกรรม

- 1) จะต้องเลือกสิ่งที่มีจุดเด่นและสามารถทำงานนั้นๆ ได้ดีกว่าสิ่งเดิม
- 2) จะต้องมีการคัดเลือกกว่าสิ่งที่จะนำไปใช้เป็นนวัตกรรมนั้นมีความเหมาะสมกับระบบการใช้งานหรือไม่
- 3) จะต้องพิสูจน์จากงานวิจัยว่า นวัตกรรมนั้นสามารถที่จะใช้ได้ผลจริง และได้ผลดีกว่าของเดิม
- 4) สิ่งที่จะนำมาทำนวัตกรรมนั้นต้องมีความต้องการของผู้ใช้ระบบหรือไม่

1.1.2 ประเภทของนวัตกรรม มี 2 ประเภท คือ

- 1) นวัตกรรมที่เป็นสิ่งใหม่ คือ นวัตกรรมที่คิดขึ้นใหม่
- 2) นวัตกรรมที่เป็นสิ่งใหม่บางส่วน คือ นวัตกรรมเก่าที่มีการคิดปรับปรุงขึ้นมาใหม่

1.1.3 นวัตกรรม แบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ

- 1) มีการประดิษฐ์คิดค้น (Innovation) หรือเป็นการปรุงแต่งของเก่าให้เหมาะสมกับกาลสมัย
- 2) มีพัฒนาการ (Development) มีการทดลองในแหล่งทดลองจัดทำอยู่ในลักษณะของโครงการทดลองปฏิบัติก่อน (Pilot Project)
- 3) มีการนำเอาไปปฏิบัติในสถานการณ์ทั่วไป ซึ่งจัดว่าเป็นนวัตกรรมขั้นสมบูรณ์

1.2 ความสำคัญของการเผยแพร่นวัตกรรมทางการศึกษา

ปัจจุบันเรากำลังอยู่ที่จุดของการเปลี่ยนแปลง ยุคของการเกิดสิ่งใหม่ๆ ความคิดใหม่ๆ ซึ่งในตัวของมันเองก็เป็นสิ่งที่แปลกไปจากความเคยชินของคนโดยทั่วไปในสังคมอยู่แล้ว และสิ่งใหม่ๆ ความคิดใหม่ๆ เหล่านี้ ยิ่งก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงอันเป็นผลกระทบต่อสังคมหลังจากที่คนในสังคมยอมรับเอาสิ่งใหม่ๆ เหล่านี้มาปฏิบัติใช้อีกด้วย

อย่างไรก็ตามไม่ว่าสิ่งใหม่ๆ หรือความคิดใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นทุกอย่างจะเป็นที่ยอมรับใช้ในสังคมหรือมีอิทธิพลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมได้เสมอไป ในสิ่งใหม่ๆ สิบอย่างอาจมีอย่างเดียวที่ประสบผลสำเร็จในการที่เป็นที่ยอมรับ อีกเก้าอย่างอาจจะถูกมองข้ามไปอย่างน่าเสียดาย และสิ่งใหม่ๆ อย่างเดียวที่ประสบผลสำเร็จนั้น ก็อาจเป็นที่ยอมรับในสังคมเพียงช่วงเดียวเท่านั้น ปัญหาจึงอยู่ที่ว่า ทำอย่างไรจึงจะสามารถทำให้สมาชิกในสังคมตระหนักถึงความจำเป็นของการยอมรับสิ่งใหม่ๆ เหล่านี้และที่ไม่ควรลืมก็คือ ทำอย่างไรจึงจะสามารถให้สมาชิกในสังคมรู้จักการตัดสินใจยอมรับสิ่งใหม่ๆ อย่างมีเหตุผลและสามารถใคร่ครวญถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น จากการยอมรับสิ่งใหม่ๆ ประการสุดท้ายก็คือ เมื่อเกิดการยอมรับขึ้นในสังคมแล้วจะทำอย่างไรจึงจะทำให้สิ่งใหม่ๆ นั้นผสมผสานกลมกลืนกับชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคม ช่วยให้การดำเนินชีวิตของเขาเหล่านั้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสมบูรณ์พูนสุขขึ้น

ปัจจุบันการศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมทางการศึกษาและการเผยแพร่นวัตกรรมทางการศึกษาได้รับความสนใจอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะเรื่องการพัฒนาและการสร้างนวัตกรรมทางการศึกษาซึ่งปรากฏว่ามีนวัตกรรมทางการศึกษาจำนวนมาก ได้รับการนำเสนอเข้ามาใช้ในระบบการศึกษาของเรา ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมทางการสอน (เช่น การสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ การสอนแบบบูรณาการ การสอนแบบเน้นชุมชนเป็นห้องเรียนและการสอนแบบเพลิน เป็นต้น) นวัตกรรมหลักสูตร (เช่น หลักสูตรท้องถิ่น หลักสูตรสถานศึกษา หลักสูตรแบบโมดูลและหลักสูตรแบบ E-Learning เป็นต้น)

นอกจากนี้ ยังมีนวัตกรรมด้านบริหาร ด้านการวัดและประเมินผล ด้านสื่อการเรียนการสอน ตลอดจนนวัตกรรมด้านแนวความคิดและปรัชญาทางการศึกษาอีกเป็นจำนวนมาก แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าการศึกษาค้นคว้าและการวิจัยเรื่องการเผยแพร่นวัตกรรมทางการศึกษานั้น ยังมีผู้ให้ความสนใจน้อยมาก แม้ว่าที่จริงแล้วการจะนำนวัตกรรมทางการศึกษาที่สร้างขึ้นไปใช้ให้ได้ผลอย่างจริงจังและอย่างเต็มรูปแบบมากน้อยเพียงไร ขึ้นอยู่กับการออกแบบหรือเลือกใช้กระบวนการการเผยแพร่ที่เหมาะสมกับบริบทและความพร้อมของสถานศึกษาพอๆ กับลักษณะและคุณสมบัติเฉพาะตัวของนวัตกรรมนั้นๆ ด้วย

การวิจัยทางการเผยแพร่นวัตกรรมจะเป็นการศึกษาปัจจัย 5 ประการนี้ว่า มีผลอย่างไร และมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างไร ในการส่งเสริมให้มีการยอมรับและใช้ผลผลิตของเทคโนโลยีการศึกษา (ชนาธิป แก้วบ้านดอน, 2557)

1) Innovation หมายถึง ความคิดใหม่เทคนิควิธีการใหม่หรือสิ่งใหม่ที่สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ นวัตกรรมนั้นเป็นสิ่งที่สร้างความรู้เป็นของใหม่สำหรับกลุ่มผู้มีความรู้ในการยอมรับนวัตกรรม (กฤษมันต์ วัฒนารงค์, 2536, หน้า 104)

2) Communication channels หมายถึง ช่องทางในการสื่อสาร ที่ใช้มากคือ การใช้สื่อสารมวลชน แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบปากต่อปากยังเป็นที่ยอมรับและใช้ได้ดียิ่ง ปัญหาคือการประเมินผลการใช้ช่องหรือสื่อเพื่อการเผยแพร่นั้น ยังไม่มีการศึกษาผลของการใช้อย่างมีระบบมากนัก ส่วนมากยังใช้การสำรวจความคิดเห็นจากผู้ใช้อยู่

3) Time หมายถึง เวลาหรือเงื่อนไขของเวลา ในแต่ละขั้นตอนของการเผยแพร่และยอมรับอาจมีช่วงของเวลาในแต่ละขั้นแตกต่างกัน จำเป็นต้องมีการศึกษาและคาดการณ์ไว้สำหรับงานการเผยแพร่วัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษา

4) Social System หมายถึง เป็นระบบสังคมที่มีธรรมชาติ วัฒนธรรมของคนในสังคมที่จะนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีไปใช้ ฐานะทางเศรษฐกิจของคนในสังคมโดยรวม และกลุ่มคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสังคมที่แตกต่างกัน สามารถยอมรับนวัตกรรมได้แตกต่างกัน การเมือง การปกครอง มีอำนาจต่อการยอมรับนวัตกรรมเป็นอย่างมาก การศึกษาถึงอิทธิพลของระบบสังคมจะช่วยให้เข้าใจและหาวิธีการที่เหมาะสมในการเผยแพร่วัตกรรมได้

5) Adaption หมายถึง เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ในการยอมรับ (หรือปฏิเสธ) นวัตกรรมและเทคโนโลยี โดยมีพื้นฐานทางด้านจิตวิทยาและสังคมวิทยา เป็นองค์ความรู้สำคัญในการอธิบายกระบวนการในการยอมรับ (หรือไม่ยอมรับ)

1.3 ทฤษฎีการเผยแพร่วัตกรรม (Innovation Diffusion Theories)

ทฤษฎีการเผยแพร่นั้น เกิดจากการผสมผสานทฤษฎี หลักการและความรู้ ความจริงจากหลายสาขาวิชาที่มีศาสตร์เกี่ยวกับการเผยแพร่ แต่ละศาสตร์จะมีส่วนประกอบเฉพาะในส่วนที่เป็นนวัตกรรมของศาสตร์นั้นๆ ผลจากการรวบรวมกระบวนการ วิธีการ ทฤษฎีและการเผยแพร่ของศาสตร์ต่างๆ นำไปสู่การสร้างทฤษฎีการเผยแพร่ขึ้นและเป็นทฤษฎีที่ไม่แบ่งชี้เฉพาะว่า ใช้สำหรับการเผยแพร่นวัตกรรมของสาขาวิชาหรือศาสตร์ใดศาสตร์หนึ่งโดยเฉพาะ เหตุผลที่ว่าทำไมทฤษฎีการเผยแพร่ถึงไม่มีความเฉพาะ เนื่องจากการเผยแพร่นวัตกรรมนั้นมีในทุกสาขาวิชาและทุกศาสตร์ Rogers (1995, อ้างถึงในชนาธิป แก้วบ้านดอน, 2557) ได้อ้างผลการศึกษาในปี ค.ศ. 1943 โดย Ryan และ Gross ที่มหาวิทยาลัย Iowa State (Iowa State University) ที่ได้ให้ต้นกำเนิดของการวิจัยด้านการเผยแพร่แนวใหม่ Ryan และ Gross (1943) ได้ทำการศึกษาจากสาขาวิชาด้านสังคมชนบท โดยการใช้การสัมภาษณ์ผู้ยอมรับและการใช้นวัตกรรมและทำการตรวจสอบกับปัจจัยที่ทำให้เกิดการยอมรับและใช้นวัตกรรมศึกษา กระบวนการสัมภาษณ์ที่ Ryan และ Gross ใช้ในการศึกษา จึงเป็นแบบแผนที่ใช้เป็นแบบอย่างของการศึกษาวิจัยเรื่องการเผยแพร่วัตกรรมตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา (Rogers, 1995, อ้างถึงในชนาธิป แก้วบ้านดอน, 2557) นักวิจัยอื่นๆ ก็ใช้วิธีการนี้ในการศึกษา และสร้างเป็นทฤษฎีการเผยแพร่วัตกรรมกันต่อมา

นักวิจัยที่ทำการศึกษาและสังเคราะห์ผลการวิจัยต่างๆ แล้วนำมาสร้างเป็นทฤษฎีการเผยแพร่ นวัตกรรมจนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับคือ ในหนังสือของเขาชื่อ Diffusion of Innovations ตีพิมพ์ครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ.1960 และในเดือนสิงหาคม ค.ศ.2003 ได้มีการพิมพ์เป็นครั้งที่ 5 การพิมพ์ครั้งนี้ได้จัดพิมพ์เล่มและอยู่ในรูปของ Digital ที่เป็น E-Book แล้ว สามารถสั่งซื้อจาก Website โดยการ Download มาได้เลยเมื่อจ่ายค่าหนังสือแล้ว หนังสือของ Rogers ได้เสนอทฤษฎีที่เริ่มมีความชัดเจนขึ้นสำหรับงานการเผยแพร่ นวัตกรรมมากที่สุด และเป็นรากฐานของการพัฒนาทฤษฎีการเผยแพร่ นวัตกรรม ดังต่อไปนี้

1.3.1 ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจรับนวัตกรรม (The Innovation Decision Process Theory) ทฤษฎีนี้ Rogers (1995, อ้างถึงในชนาธิป แก้วบ้านดอน, 2557) ได้ให้คำอธิบายว่า การเผยแพร่เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในช่วงของเวลาหนึ่งที่มีขั้นตอนของการเกิด 5 ขั้นตอน ได้แก่

- ขั้นของความรู้ (Knowledge)
- ขั้นของการถูกชักนำ (Persuasion)
- ขั้นของการตัดสินใจ (Decision)
- ขั้นของการนำไปสู่การปฏิบัติ (Implementation)
- ขั้นของการยืนยันการยอมรับ (Confirmation)

ทฤษฎีนี้เริ่มจากผู้ที่มีศักยภาพที่จะรับนวัตกรรมได้เรียนรู้กับนวัตกรรมนั้น จนมีความรู้ความเข้าใจในนวัตกรรมอย่างดี และถูกชักนำโน้มน้าวให้เชื่อถือจากคุณงามความดีของตัว นวัตกรรมนั้น หลังจากนั้นมีการตัดสินใจว่าจะรับเอานวัตกรรมนี้มาใช้ เมื่อตัดสินใจถึงมือปฏิบัติ นำเอานวัตกรรมสู่การปฏิบัติและขั้นสุดท้ายคือ การยืนยัน (หรืออาจปฏิเสธ) การตัดสินใจยอมรับและใช้นวัตกรรมนั้นต่อไป ทฤษฎีนี้ใช้อ้างในการศึกษากระบวนการเผยแพร่ นวัตกรรมนั้นอย่างแพร่หลาย ในกลุ่มของนักเทคโนโลยีการศึกษา ดังนี้

Sachs (1993, หน้า 1, อ้างถึงในชนาธิป แก้วบ้านดอน, 2557) ได้เขียนตั้งข้อสังเกตว่า หลังจากที่ได้ศึกษาวรรณคดีที่เกี่ยวข้องในสาขาวิชาของเราแล้ว จะพบความประทับใจอย่างหนึ่งว่า สิ่งหนึ่งที่สำคัญที่เราต้องรู้ไว้เกี่ยวกับการชวนให้ใช้นวัตกรรมหรือการที่จะเปลี่ยนแปลงอะไรสักอย่างให้ดีขึ้นนั้น จะมีขั้นตอนอยู่ 5 ขั้นตอน ที่เป็นกระบวนการของการยอมรับนวัตกรรม การที่ Sachs สรุปได้เช่นนั้น ทฤษฎีนี้ได้เป็นที่รู้จักการแพร่หลายมาก

1.3.2 ทฤษฎีความเป็นนวัตกรรมในเอกัตบุคคล (The individual innovativeness theory) Rogers (1995, อ้างถึงในชนาธิป แก้วบ้านดอน, 2557) ได้อธิบายว่า บุคคลที่ได้รับกล่อมเกลามาให้เป็นนักนวัตกรรมจะยอมรับนวัตกรรม จะยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่าผู้ที่ไม่ได้รับหรือรับการกล่อมเกลามากน้อย ตามทฤษฎีนี้แยกความเป็นนวัตกรรมในเอกัตบุคคลออกดังนี้

- กลุ่มไวต่อการรับนวัตกรรม (Innovators)
- กลุ่มแรกๆ ที่รับนวัตกรรม (Early adopters)
- กลุ่มใหญ่แรกที่รับนวัตกรรม (Early majority)
- กลุ่มใหญ่ที่หลังรับนวัตกรรม (Late majority)
- กลุ่มสุดท้ายที่รับนวัตกรรม (Laggards)

ทฤษฎีนี้แสดงให้เห็นการกระจายตัวของกลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรม โดยกลุ่ม Innovators จะเป็นกลุ่มที่รับนวัตกรรมทันที คนกลุ่มนี้มีลักษณะกล้าเสี่ยงและมีความเป็นนักนวัตกรรมสูงจึงมีความพร้อมที่จะยอมรับและมีศักยภาพที่จะรับได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งจะมีเพียง 2.5% ของคนทั้งหมดที่จะใช้นวัตกรรมนั้น ต่อมาเป็นกลุ่ม Early Adopters กลุ่มนี้ยังเป็นกลุ่มที่ยังมีความเชื่อช้าในการรับนวัตกรรมกว่าพวกแรก แต่เป็นกลุ่มที่ไวต่อการรับนวัตกรรมหลังจากทราบว่ามียุทธ Innovators ได้ยอมรับไปแล้ว กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มแรกๆ ตามมาที่ยอมรับนวัตกรรม ซึ่งจะมีประมาณ 13.5% ส่วนกลุ่ม Early majority และกลุ่ม Late majority มีกลุ่มละเท่าๆ กัน รวมเป็น 86% กลุ่มแรกจะรับนวัตกรรมก่อนกลุ่มหลัง แต่เมื่อรวมกันแล้วเป็นกลุ่มใหญ่ที่จะทำให้เห็นนวัตกรรมได้ถูกนำไปสู่การปฏิบัติในสังคม กลุ่มนี้จะดูที่ท่าและทิศทางก่อนเมื่อเห็นว่าการยอมรับนวัตกรรมเกิดจากประโยชน์จึงตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมและกลุ่มสุดท้าย Laggards มีจำนวน 16% เป็นกลุ่มที่ต่อต้านนวัตกรรม ถ้าจะยอมรับอย่างเสียมิได้หรือมีอาจจะไม่ยอมรับเลยตลอดไป

1.3.3 ทฤษฎีอัตราการยอมรับ (The theory of rate of adoption) Rogers (1995, อ้างถึงในชนาธิป แก้วบ้านดอน, 2557) ได้อธิบายทฤษฎีนี้ไว้ว่า เป็นการเผยแพร่ นวัตกรรมในช่วงเวลาอย่างเป็นแบบแผน เขียนกราฟเป็นรูปตัว S ทฤษฎีนี้แสดงให้เห็นว่านวัตกรรมจะได้รับการยอมรับผ่านช่วงของระยะเวลาอย่างช้าๆ แบบค่อยเป็นค่อยไป และจะค่อยๆ เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและจะชะลอตัวอีกครั้ง แสดงการยอมรับของนวัตกรรมเป็นรูปตัว S ทฤษฎีนี้ยังกล่าวอีกว่า หลังจากผ่านช่วงของการเติบโตอย่างรวดเร็ว จะมีการชะลอตัวลงและคงที่อยู่ที่หรือตกลงมาได้ อีกด้วย ทั้งนี้ เวลาช่วงเริ่มต้นของการเผยแพร่ นวัตกรรม จะมีการยอมรับนวัตกรรมน้อย เส้นกราฟจะอยู่ต่ำและค่อยๆ สูงขึ้น และเมื่อถึงช่วงเติบโตการยอมรับจะมีมากและเป็นไปอย่างรวดเร็วด้วย หลังจาก นั้นจะเริ่มช้าลงและมีแนวโน้มที่จะมีอัตราการยอมรับนวัตกรรมลดลงอีกด้วย และถึงคราวที่ต้องมี นวัตกรรมใหม่เกิดขึ้นอีกเป็นอย่างนี้ต่อไป และก็จะมีการเติบโตแบบตัว S เช่นเดียวกันซ้ำๆ ไปเรื่อย ๆ

1.3.4 ทฤษฎีการยอมรับด้วยคุณสมบัติ (The theory of percibutes) Rogers (1995, อ้างถึงในชนาธิป แก้วบ้านดอน, 2557) ได้ขยายความทฤษฎีนี้ไว้ว่า กลุ่มผู้มีความสามารถในการยอมรับ นวัตกรรม ตัดสินใจรับโดยใช้ฐานของการรับรู้ รับทราบถึงคุณสมบัติของนวัตกรรม ซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 5 ประการ ได้แก่

- นวัตกรรมนั้นสามารถทดลองใช้ได้ก่อนการจะยอมรับ (Triability)
- นวัตกรรมนั้นสามารถสังเกตผลที่เกิดขึ้นได้ชัดเจน (Observability)
- นวัตกรรมนั้นมีข้อดีกว่าหรือเห็นประโยชน์ได้ชัดเจนกว่าสิ่งอื่นๆ มีอยู่ในขณะนั้นหรือสิ่งที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน (Relative Advantage)
- ไม่มีความซับซ้อนง่ายต่อการนำไปใช้ (Complexity)
- สอดคล้องกับการปฏิบัติและค่านิยมที่เป็นอยู่ในขณะนั้น (Compatibility)

1.4 การเผยแพร่และการยอมรับนวัตกรรมในประเทศไทย

ชนาธิป แก้วบ้านดอน (2557) ได้อธิบายถึงการเผยแพร่และการยอมรับนวัตกรรมในประเทศไทย ออกเป็น 8 รูปแบบ ดังนี้

1.4.1 การเผยแพร่ระบบการจัดการศึกษาใหม่ ซึ่งเรียกว่า “การปฏิรูปการศึกษา” เป็นการเผยแพร่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและระบบ มีจุดมุ่งหมายให้เป็นการเปลี่ยนแปลงใน

ระดับของ Macro Level โดยใช้กระบวนการแบบ Top Down หรือสั่งการลงมาโดยใช้กฎหมาย รัฐธรรมนูญ และกฎหมายการศึกษาเป็นตัวนำ ผู้บริหารระดับสูงใช้วิธีการคิดแบบกลุ่ม Determinist และดำเนินการตามทฤษฎี Developer Based Theories และ Systemic Change Theories

1.4.2 การเผยแพร่วิธีการเรียนการสอนแบบ “ผู้เรียนเป็นสำคัญ” เป็นการเผยแพร่เพื่อหวังผลให้เกิดขึ้นกับครูผู้สอนในห้องเรียน ซึ่งต้องการให้เป็นการเปลี่ยนแปลงในระดับ Micro level ในระยะแรกใช้กระบวนการเผยแพร่หวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแบบ Bottom Up ตามแนวคิดของกลุ่ม Instrumentalist โดยใช้ทฤษฎี Adopter-based Theories และ Product Utilization Theories แต่ต่อมามีการอ้างบทบัญญัติของกฎหมายเป็นตัวนำในการเปลี่ยนแปลง และมีหลักแนวคิด เชื่อถือนวัตกรรมนี้เป็นสิ่งดีงามตามแบบของ Determinist และละทิ้งแนวคิดที่ยึดสภาพและความต้องการของบุคคลและสังคม คือ ครู นักเรียน โรงเรียน ทำให้แนวคิดของ Instrumentalist ไม่ได้รับการส่งเสริมและหันกลับไปดำเนินการตามทฤษฎี Developer-based Theories และ Systemic Change Theories และหวังให้มีการเปลี่ยนแปลงระบบการเรียนการสอนทั้งหมดซึ่งจะกลายเป็นระดับ มหภาค ซึ่งผิดธรรมชาติของการเรียนการสอนที่มีการวิจัยยืนยันซ้ำๆ แล้วว่า ไม่มีวิธีการสอนใดที่ดีที่สุดที่ใช้ได้ดีกับทุกเนื้อหา ทุกกลุ่มผู้เรียน และในทุกสถานการณ์ของการเรียนการสอน

1.4.3 การเผยแพร่นวัตกรรม “ห้องเรียนอัจฉริยะ” กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้ให้ทุนวิจัยการเผยแพร่นวัตกรรม โดยการให้ดำเนินการทดลองใช้ห้องเรียนอัจฉริยะที่มีระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่ายอินเทอร์เน็ตช่วยในการเรียนรู้ของนักเรียน โครงการนี้ได้ทดลองใช้ใน จังหวัดนครพนม เป็นการเผยแพร่โดยต้องการให้เกิดผลในระดับ Micro Level และสร้างแรงผลักดันให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมในระดับล่างขึ้นมาหรือเป็น แบบ Bottom Up และให้ความสำคัญกับแนวคิดของกลุ่ม Instrumentalist ที่มองเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือ การจะใช้หรือไม่ใช้เป็นการตัดสินใจอยู่บนความต้องการ และความพร้อมของบุคคล ไม่มีการบังคับและไม่ใช้อำนาจกฎหมายเข้ามาเป็นตัวนำให้เกิดการยอมรับ เป็นการดำเนินการตามแบบ Adopter-based Theories และ Product Utilization Theories

1.4.4 การเผยแพร่นวัตกรรม “ระบบทวิภาคี” กรมอาชีวศึกษา ได้เผยแพร่การจัดการเรียนการสอนอาชีวศึกษา โดยนำเอาระบบ Dual System ของประเทศสหพันธ์รัฐเยอรมนีเข้ามาทดลองใช้ การเผยแพร่ระบบทวิภาคีนี้ใช้แนวคิดแบบ Top Down สั่งการลงไปให้ปฏิบัติ ขณะเดียวกันพยายามสร้างความนิยมตามแบบของ Determinist ว่า ระบบนี้ดีงามและได้ผลมาแล้ว ในสังคมอื่นโดยต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิง ระบบและโครงสร้างของการบริหารจัดการการอาชีวศึกษาของประเทศให้เป็นตามแบบ ประเทศสหพันธ์รัฐเยอรมนี การดำเนินการเผยแพร่ใช้แนวคิดและวิธีการตามทฤษฎี Developer-based Theories และ Systemic Change Theories และใช้กระบวนการให้เกิดการยอมรับ 5 ขั้นตอนตาม The Theory of Perceived Attributes แต่อย่างไรก็ตามการยอมรับนั้นมีน้อยมาก และระบบสังคมหรือ Social System ของประเทศไทยและประเทศสหพันธ์รัฐเยอรมนีต่างกันจึงติดขัดในเรื่อง Compatibility

1.4.5 การเผยแพร่การใช้แป้นพิมพ์แบบ “ปัตตะโชติ” แป้นพิมพ์แบบนี้ได้รับการทดลองและยืนยันผลของการใช้พิมพ์ด้วยระบบสัมผัสจาก สภาวิจัยแห่งชาติว่า รวดเร็วกว่าแบบ เกษมณี 28.6% แต่อย่างไรก็ตามแป้นพิมพ์แบบ “เกษมณี” ซึ่งใช้อยู่เดิมนั้นก็สามารถทำงานได้ และ

คนก็เคยชินกับ “เกษมณี” แล้ว จึงยากต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่ใช้การสั่งการแบบ Top Down ให้เปิดสอนรายวิชาพิมพ์ดีดด้วยแป้นพิมพ์แบบ “ปัตตะโชติ” และใช้วิธีการสั่งซื้อเครื่องพิมพ์ที่มีแป้นพิมพ์แบบ “ปัตตะโชติ” ให้กับโรงเรียนที่สอนพิมพ์ดีด แต่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่อย่างไรก็ตามยังมีคนกลุ่มหนึ่งใช้แป้นพิมพ์แบบนี้อยู่ แต่เป็นกลุ่มน้อยในประเทศไทย จะเห็นได้ว่าปัญหาการยอมรับอยู่ที่ Compatibility และ Relative Advantage เป็นสาระสำคัญของการปฏิเสธรวัตรกรรมนี้ เป็นการล้มเหลวในการใช้แนวคิดของกลุ่ม Determinist ที่เชื่อว่าเทคโนโลยีที่ดีกว่าจะทำให้เกิดการยอมรับและไปทดแทนเทคโนโลยีที่ ด้อยกว่า และดำเนินการตามทฤษฎี Developer-based Theories และ Systemic Change Theories ที่ไม่เห็นว่าการที่คน คือปัจจัยสำคัญในการที่จะทำให้เกิดการยอมรับและเปลี่ยนแปลง

1.4.6 การเผยแพร่ “ระบบประกันคุณภาพ” การเผยแพร่มุ่งหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระบบและโครงสร้างของวิธีทำงานใน ระดับ Macro level โดยใช้แนวทางของการสร้างความยอมรับในเชิงวิชาการว่าดีงามก่อนตามแนวของกลุ่ม Determinist หลังจากพบว่า การสร้างความยอมรับให้เกิดขึ้นจาก Bottom Up ไม่ได้ผลจึงหันมาใช้วิธีการ Top Down สั่งการให้ดำเนินการจากผู้มีอำนาจ แล้วใช้กฎหมายเป็นตัวนำอีกเช่นเคย ส่วนนวัตกรรมอื่นๆ ที่มีลักษณะเดียวกันในด้านของคุณภาพ ได้แก่ ระบบ QCC ระบบ ISO และรวมทั้ง 5ส มีความพยายามให้เกิดผลในลักษณะ Bottom Up ในระดับ Micro level การยอมรับนวัตกรรมเหล่านี้มีลักษณะเป็นรูปตัว S ตามทฤษฎีอัตราการยอมรับ (The Theory of the rate of Adoption)

1.4.7 การเผยแพร่เทคโนโลยีการเรียนแบบ “E-Learning” การเผยแพร่ใช้แนวคิดของ Instrumentalist เป็นฐาน ตามทฤษฎี Adopter-based Theories และพยายามทำให้เกิดขึ้นในระดับ Micro Level ก่อน ตามความพร้อมของแต่ละสถานศึกษา ซึ่งเป็นแบบ Bottom Up การยอมรับเทคโนโลยีนี้มีการยอมรับตามทฤษฎีของความเป็นนวัตกรรมในเอกัตบุคคล (The Individual Innovativeness Theory) ซึ่งได้แยกกลุ่มผู้ยอมรับและผู้ใช้นวัตกรรมเป็น 5 กลุ่มตามทฤษฎีนี้ และใช้กระบวนการเผยแพร่ตามทฤษฎี Product Utilization Theories และใช้กระบวนการให้เกิดการยอมรับ 5 ขั้นตาม The Theory of Perceived Attributes

1.4.8 การเผยแพร่เทคโนโลยีในรูปของอุปกรณ์ เครื่องมือที่นำมาใช้ในการทำงานของนักเทคโนโลยี เช่น คอมพิวเตอร์แบบ Laptop, PDA, CD, DVD, โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone) และ Flash Memory เป็นต้น เทคโนโลยีเหล่านี้มีกลุ่ม Utopian ในแนวของ Determinist เป็นผู้ยอมรับเทคโนโลยีประเภทนี้มาก แต่ก็ยังมีกลุ่ม Dystopian อยู่บ้าง ถึงจะมีจำนวนไม่มากก็ตาม ซึ่งเป็นการดำเนินการเผยแพร่ตามทฤษฎี Developer-based Theories และ Product Utilization Theories

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสารถือกำเนิดมาตั้งแต่กลางยุค 50 จนถึงปัจจุบันการสื่อสารในโลกได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมข้อมูลแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารมาใช้และเชื่อมโยงเป็นการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร และคณะ (2551) ได้กล่าวถึงเดวิด เค เบอร์โล (David K. Berio) ได้จัดพิมพ์ตำราชื่อ “กระบวนการทางการสื่อสาร” หรือ The Process of Communication ขึ้นมาในปี ค.ศ. 1960 โดยได้พัฒนาแบบจำลอง S M C R ผู้ส่ง (Sender) สาร (Message) สื่อ (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ขึ้นมาเพื่ออธิบายให้เห็นถึงซับซ้อนของกระบวนการสื่อสาร ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกระบวนการสื่อสาร และปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดผลของการสื่อสาร

รัตนาวดี เกียรตินิยมศักดิ์ (2542) ยังได้อธิบายลักษณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางอินเทอร์เน็ตผ่านองค์ประกอบการสื่อสารคือผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทาง (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) มาเปรียบเทียบกันโดยมีเนื้อหาดังนี้

1. ผู้ส่งสาร (Sender) สำหรับการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ผู้ส่งสาร คือ ผู้ใช้งานที่สามารถเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารได้เพราะด้วยลักษณะเฉพาะของสื่อที่สามารถมีปฏิกริยาในการสื่อสารได้ทันที (Interactive) ผู้ส่งสารที่มีลักษณะไม่เป็นทางการ และ ไม่มีพิธีรีตองในการสื่อสารเนื่องจากการสื่อสาร จากที่ส่วนตัว (Private space) ไปยังที่สาธารณะ (Public Space) ผู้ส่งสารอาจจะเป็นผู้ที่มีอาชีพในการสื่อสารมวลชนหรือไม่ได้เป็นก็ได้ ผู้ส่งสารจะเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องที่นำเสนอหรือไม่ได้เป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้นก็ได้เพราะการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์มีลักษณะไม่ปรากฏอย่างเฉพาะเจาะจงว่าใครเป็นผู้ส่งสาร ถือเป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two-way Communication) ผู้ส่งสารยึดติดกับสิ่งที่นำเสนอ มีอคติ (Bias) ต่อเรื่องที่นำเสนอผู้ส่งสารและผู้รับสารจะมีอำนาจเท่าเทียมกันอันเป็นลักษณะของการสื่อสารแบบแนวนอน (Horizontal Communication) ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานมีส่วนร่วมในการสื่อสารได้อย่างเสรี

2. สาร (Message) เนื้อหาที่เกิดขึ้นในการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์มีลักษณะแยกย่อย (Demassified) ตามความสนใจของผู้ใช้งาน สารที่เกิดขึ้นไม่จำกัดแหล่งข้อมูล (Hyper Text) และมาจากหลายๆ ทางไม่จำเป็นต้องมาจากผู้มีอาชีพเป็นสื่อมวลชนอย่างเดียว เนื้อหาสารที่เกิดขึ้นไม่ได้เป็นสินค้าทางเศรษฐกิจแต่เป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน ผู้ใช้งานสามารถเลือกเปิดหรือปิดรับเนื้อหาที่ต้องการหรือไม่ต้องการก็ได้เนื้อหาที่เกิดขึ้นในเว็บบอร์ดจะเน้นความสนใจเฉพาะกลุ่ม และมีลักษณะที่ไม่เป็นทางการเป็นการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ใช้งาน สารที่เกิดขึ้นจึงตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มคนมากกว่า

3. ช่องทาง (Channel) การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์เป็นการมีปฏิสัมพันธ์กับเครื่องคอมพิวเตอร์ (Machine interactivity) โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องสถานที่และเวลา ผู้ใช้งานสามารถเลือกเปิดรับสารในเวลาและสถานที่ใดก็ได้ นอกจากนี้แล้วผู้ใช้งานมีกิจกรรมเคลื่อนไหวในการรับสารที่เกิดขึ้นตลอดเวลา เช่น การเข้าไปตั้งกระทู้หรือการเข้าไปแสดงความคิดเห็นผู้ใช้งานไม่เห็นหน้ากันและกันแต่สามารถติดต่อกันได้ผ่านสื่อคอมพิวเตอร์

4. ผู้รับสาร (Receiver) ผู้รับสารมีลักษณะเฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจร่วมกันผู้ใช้งานสามารถมารวมกลุ่มกันถึงแม้ว่าจะไม่เห็นหน้าซึ่งกันและกัน แต่ก็ทำความรู้จักกันได้ผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ มีเอกลักษณ์มีจุดประสงค์มีกิจกรรมประจำกลุ่มและเลือกที่จะกลับเข้ามาในกลุ่มหรือไม่กลับเข้ามาก็ได้ ผู้ใช้งานในการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ยังมีลักษณะกระตือรือร้น (Active) แสวงหาข่าวสารตามความสนใจ ทำให้คาดการณ์ปฏิกริยาโต้ตอบที่แน่นอนไม่ได้และเป็นปฏิกริยาตอบกลับที่เกิดขึ้นโดยทันที

ทั้งนี้ โดยทั่วไปการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์หรือการสื่อสารในรูปแบบใหม่ๆ ที่ใช้เทคโนโลยีจะเน้นและให้ความสำคัญต่อการโต้ตอบ (Interactive) หรือมีลักษณะของการสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) จนกลายเป็นคุณลักษณะสำคัญของสื่อ (New Media) ไปโดยปริยาย จะเห็นได้ว่าการโพสต์ข้อความในกระทู้ก็ถือเป็นลักษณะหนึ่งของการสื่อสารแบบสองทาง ซึ่งการสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) ก็คือกระบวนการสื่อสารที่ผู้รับสารสามารถหรือมีโอกาสส่งถ่ายทอดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับข่าวสารที่ได้รับจากผู้ส่งสาร อาทิ ความรู้สึก ความคิดเห็นที่มีต่อข่าวสาร การซักถามเพื่อความเข้าใจ ฯลฯ

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจะเห็นได้ว่าแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์หรือสื่อใหม่ เป็นการนำเอาแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารมาประยุกต์ปรับปรุงให้สอดคล้องกับความสำเร็จก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ซึ่งผู้วิจัยจึงนำเอาแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวมาบูรณาการใช้ในการวิจัยให้มีความร่วมสมัยมากขึ้น

2.1 แนวคิดการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต

สังคมสารสนเทศหรือสังคมข้อมูลข่าวสารมีจุดเริ่มต้นในช่วงปลายศตวรรษที่ 20 จนถึงปัจจุบันข้อมูลข่าวสารมีความสำคัญและเปรียบเสมือนเป็นปัจจัยที่ 5 ในการดำเนินชีวิตประจำวันของทุกคนโดยผู้ที่มีข้อมูลข่าวสารอยู่ในมือและสามารถควบคุมข่าวสารนั้นได้ก็จะได้ถือว่าเป็นผู้ที่ได้เปรียบในสังคม

ศักยภาพด้านการสื่อสารในปัจจุบันนั้นมีความรวดเร็ว สามารถจุข้อมูลข่าวสารได้ในปริมาณมาก สามารถโต้ตอบกลับได้อย่างปัจจุบันทันด่วน (Interactive) เชื่อมต่อโลกทั้งโลกให้เป็นหมู่บ้านโลก (Global village) ทำให้สามารถตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี รวมถึงประหยัดเวลาและต้นทุนการสื่อสารลงมาก

เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมีจุดเริ่มต้นมาจากโครงการวิจัยทางการทหารของกระทรวงกลาโหมของรัฐบาลสหรัฐอเมริกาในช่วงต้นทศวรรษที่ 1960 ซึ่งต้องการสร้างเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อการวิจัยที่สามารถหลีกเลี่ยงภัยจากระเบิดนิวเคลียร์ได้ และเป็นการเตรียมพร้อมสำหรับสงครามนิวเคลียร์โดยเป็นการเปิดโอกาสให้กับศูนย์บัญชาการกลางได้กระจายอำนาจเพื่อประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารแบบเครือข่าย ในเวลาต่อมารัฐบาลสหรัฐอเมริกาได้ผ่อนคลายกฎระเบียบการควบคุม จนส่งผลให้อินเทอร์เน็ตขยายตัวเข้าสู่วงการธุรกิจและมีบทบาทอย่างสูงเชิงพาณิชย์นับตั้งแต่ปี 1987 เป็นต้นมา

ในทศวรรษที่ 1990 โลกเกิดการปฏิวัติทางเทคโนโลยีครั้งใหญ่เรียกว่า การปฏิวัติดิจิทัล (Digital Revolution) การส่งข้อมูลในระบบอนาล็อก (Analog) ที่ใช้กันมาตั้งแต่อดีตได้ถูกเปลี่ยนเป็นดิจิทัล ซึ่งทำให้ข้อมูลทุกชนิดสามารถผลิต เก็บบันทึกและแลกเปลี่ยนสู่กันได้โดยใช้ภาษาร่วมกันคือภาษาคอมพิวเตอร์ซึ่งเทคโนโลยีดิจิทัลนี้เมื่อผสมผสานกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต จะทำหน้าที่เสมือนทางด่วนข้อมูล (Information Superhighway) ทำให้ทุกคนที่อยู่ในสถานที่ต่างๆ ในโลกสามารถเชื่อมต่อกันได้อย่างสะดวกรวดเร็วซึ่งเทคโนโลยีดังกล่าวนี้มีศักยภาพในการที่จะผลิตเนื้อหาในรูปแบบต่างๆ ได้อย่างมากมายออกไปในวงกว้าง

ผลของการผสมผสานเทคโนโลยีดิจิทัลกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตนี้ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของเทคโนโลยีการสื่อสารโดยสื่อส่วนตัว (Personnel Media) เช่น กล้อง

ถ่ายรูป เครื่องเล่นวิดีโอ สามารถนำมาต่อเข้ากับเครื่องคอมพิวเตอร์ซึ่งเชื่อมกับโครงข่ายโทรคมนาคมและสามารถส่งสัญญาณข้อมูลออกไปได้ในวงกว้าง ทำให้ปัจจุบันเส้นแบ่งระหว่างสื่อส่วนตัวและสื่อสารมวลชนได้รับการตีกรอบแบ่งกลุ่มใหม่เป็นสื่อเก่า (Conventional Media) และสื่อใหม่ (New Media)

สำหรับสื่อเก่าจะหมายถึงเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่ไม่มีศักยภาพในการเชื่อมโยงกับคอมพิวเตอร์หรือเครือข่ายโทรคมนาคม ส่วนสื่อใหม่ หมายถึงเทคโนโลยีการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นสื่อเสียง ตัวหนังสือ หรือตัวเลข ภาพกราฟฟิก วิดีทัศน์ ที่มีศักยภาพในการเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีเครือข่ายที่มีคอมพิวเตอร์หรือโทรคมนาคมเป็นองค์ประกอบหลัก

สุธี พลพงษ์ และคณะ (2550) กล่าวว่าปัจจุบันเทคโนโลยีได้พัฒนาขึ้นจนทำให้โลกยุคปัจจุบันเป็นยุคแห่งนวัตกรรม ทุกๆ วันมีการเคลื่อนไหวทางเทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลา และเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตของมนุษย์ควบคุมวิถีชีวิตของมนุษย์เรามากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และธุรกิจทั้งในระดับระหว่างประเทศ ภูมิภาค และภายในประเทศ

การสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์หรือ CMC (Computer-Mediated Communication) หมายถึง ระบบการสื่อสารข้อมูลทั้งที่เป็นข้อความ ภาพ สัญลักษณ์และเสียง ระหว่างเครื่องส่งสาร เครื่องหนึ่งไปสู่อีกเครื่องหนึ่งหรือหลายๆ เครื่องโดยใช้สื่อกลางคือระบบโทรคมนาคม (Telecommunication System) เช่น โทรศัพท์โทรสาร เคเบิลใยแก้ว หรือดาวเทียม เป็นต้น สำหรับการสื่อสารด้วยระบบคอมพิวเตอร์ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในปัจจุบันคือการสื่อสารในรูปแบบอินเทอร์เน็ต (Internet)

ยุคแรกของการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นยุคของตัวอักษร (Text Mode) ซึ่งเป็นการสื่อสารกันผ่านตัวหนังสือล้วนๆ เป็นรูปแบบการสื่อสารที่ค่อนข้างจริงจัง เนื้อหาของการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตในยุคนั้นเป็นแหล่งรวมของข้อมูลทางวิชาการและวิจัย แม้จะมีการครอบคลุมประเด็น แต่ขาดสีสัน ลวดลายที่ดึงดูดใจ เนื่องจากการสื่อสารในอินเทอร์เน็ตยุคแรกนี้เป็นการสื่อสารที่จำกัดอยู่ในวงเฉพาะกลุ่มคนที่มีการศึกษาดี

ยุคปัจจุบันการสื่อสารในอินเทอร์เน็ตเปลี่ยนสู่ยุคไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext Mode) หรือที่รู้จักกันในนามของเวิลด์ไวด์เว็บ (Worldwide Web) เป็นการสื่อสารผ่านรูปแบบของสื่อประสม (Multimedia) ผ่านรูปภาพ เสียง สีสัน ภาพเคลื่อนไหว และกราฟฟิกที่สวยงามดึงดูดตา และยังเอื้ออำนวยต่อการเชื่อมโยง (Link) ข้อมูลจากเว็บไซต์หนึ่งไปยังเว็บไซต์หนึ่งได้ด้วย ทำให้การสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันนอกจากจะเป็นการรวบรวมแหล่งข้อมูลทางวิชาการและวิจัยที่สำคัญแล้ว ยังแผ่ขยายไปถึงแทบทุกหัวข้อของความสนใจ หรือรูปแบบการสื่อสารกระดานข่าวให้ผู้สนใจส่งข้อความหรือสารใดๆ มาไว้บนกระดานให้ผู้สนใจอื่นได้อ่านและแสดงความคิดเห็น ซึ่งการสื่อสารผ่านกระดานข่าวนี้มีความหลากหลายของประเด็นในการสนทนา อาทิ ปัญหาสังคมหรือข่าวที่กำลังเป็นประเด็นที่สนใจ เรื่องวงการบันเทิง ละครต่างๆ หรือแม้แต่เรื่องของศาสนาเองก็ตาม

พิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล (2550) จำแนกองค์ประกอบของสื่อต่างๆ ได้เป็น 5 ชนิด ประกอบด้วย ข้อความหรือตัวอักษร (Text) ภาพนิ่ง (Still Image) ภาพเคลื่อนไหว (Animation) เสียง (Sound) และภาพวิดีโอ (Video) แล้วนำมาผสมผสานเข้าด้วยกันเพื่อใช้สำหรับการปฏิสัมพันธ์

หรือโต้ตอบ (Interaction) ระหว่างระบบคอมพิวเตอร์กับผู้ใช้ซึ่งถือได้ว่าเป็นกิจกรรมที่ผู้ใช้สามารถเลือกกระทำต่อมัลติมีเดียได้ตามต้องการ เช่น ผู้ใช้ได้ทำการเลือกรายการและตอบคำถามผ่านทางจอภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ จากนั้นระบบคอมพิวเตอร์ก็จะทำการประมวลผลและแสดงผลลัพธ์ย้อนกลับผ่านทางจอภาพให้ผู้ใช้เป็นอีกครั้ง เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบอื่นๆ อีกมากมายทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเครื่องมือและรูปแบบที่จะนำมาประยุกต์ใช้งาน ตัวอย่าง เช่น การสร้างปุ่มเมนูหรือข้อความที่มีสีแตกต่างจากข้อความปกติ เมื่อผู้ใช้มีปฏิสัมพันธ์กับส่วนนี้ ระบบก็จะเชื่อมโยงไปยังส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งอาจเป็นไปได้ทั้งข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงหรือวิดีโอ ตามที่ได้มีการออกแบบไว้ล่วงหน้าแล้ว ดังนั้นจึงนับได้ว่าการปฏิสัมพันธ์ในมัลติมีเดียเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าส่วนอื่นๆ

1. ข้อความตัวอักษร (Text) ข้อความหรือตัวอักษรถือว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของมัลติมีเดีย ระบบมัลติมีเดียที่นำเสนอผ่านจอภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์นอกจากจะมีรูปแบบและสีของตัวอักษรให้เลือกมากมายตามความต้องการแล้วยังสามารถกำหนดลักษณะของการปฏิสัมพันธ์โต้ตอบในระหว่างการนำเสนอได้อีกด้วย

2. ภาพนิ่ง (Still Image) ภาพนิ่งเป็นภาพที่ไม่มีการเคลื่อนไหว เช่น ภาพถ่าย ภาพวาด และภาพลายเส้น เป็นต้น ภาพนิ่งนับว่ามีบทบาทต่อระบบงานมัลติมีเดียมากกว่าข้อความหรือตัวอักษร ทั้งนี้เนื่องจากภาพจะให้ผลในเชิงการเรียนรู้หรือการรับรู้ด้วยการมองเห็นได้ดีกว่า นอกจากนี้ยังสามารถถ่ายทอดความหมายได้ลึกซึ้งมากกว่าข้อความหรือตัวอักษรนั่นเอง ซึ่งข้อความและตัวอักษรจะมีข้อจำกัดทางด้านความแตกต่างของแต่ละภาษา แต่ภาพนั้นสามารถสื่อความหมายได้กับทุกชนชาติ ภาพนิ่งมักจะแสดงอยู่บนสื่อชนิดต่างๆ เช่น โทรทัศน์หนังสือพิมพ์หรือวารสารวิชาการ เป็นต้น

3. ภาพเคลื่อนไหว (Animation) ภาพเคลื่อนไหว หมายถึง ภาพกราฟฟิกที่มีการเคลื่อนไหวเพื่อแสดงขั้นตอนหรือปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การเคลื่อนที่ของอะตอมในโมเลกุล หรือการเคลื่อนที่ของลูกสูบในเครื่องยนต์ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อสร้างสรรค์จินตนาการให้เกิดแรงจูงใจจากผู้ชมการผลิตภาพเคลื่อนไหวจะต้องใช้โปรแกรมที่มีคุณสมบัติเฉพาะทางซึ่งอาจมีปัญหาเกิดขึ้นอยู่บ้างเกี่ยวกับขนาดของไฟล์ที่ต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บมากกว่าภาพนิ่งหลายเท่านั่นเอง

4. เสียง (Sound) เสียงเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญของมัลติมีเดีย โดยจะถูกจัดเก็บในรูปแบบของสัญญาณดิจิทัลซึ่งสามารถเล่นซ้ำกลับไปกลับมาได้โดยใช้โปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะสำหรับทำงานด้านเสียง หากในงานมัลติมีเดียมีการใช้งานเสียงที่เร้าใจและสอดคล้องกับเนื้อหาในการนำเสนอจะช่วยให้ระบบมัลติมีเดียนั้นเกิดความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยสร้างความน่าสนใจน่าติดตามในเรื่องราวต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องจากเสียงมีอิทธิพลต่อผู้ใช้มากกว่าข้อความหรือภาพนิ่งนั่นเอง ดังนั้นเสียงจึงเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับมัลติมีเดียซึ่งสามารถนำเข้าเสียงผ่านไมโครโฟน แผ่นซีดี ดีวีดี เทป และวิทยุ เป็นต้น

5. วิดีโอ (Video) วิดีโอเป็นองค์ประกอบของมัลติมีเดียที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากวิดีโอในระบบดิจิทัลสามารถนำเสนอข้อความหรือรูปภาพ (ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว) ประกอบกับเสียงได้สมบูรณ์มากกว่าองค์ประกอบชนิดอื่นๆ อย่างไรก็ตามปัญหาหลักของการใช้วิดีโอในระบบมัลติมีเดียก็คือการสิ้นเปลืองทรัพยากรของพื้นที่บนหน่วยความจำเป็นจำนวนมาก เนื่องจากการนำเสนอวิดีโอด้วยเวลาที่เกิดขึ้นจริง (Real Time) จะต้องประกอบด้วยจำนวนภาพไม่ต่ำกว่า 30

ภาพต่อวินาที (Frame Per Second) ถ้าหากการประมวลผลภาพดังกล่าวไม่ได้ผ่านกระบวนการบีบอัดขนาดของสัญญาณมาก่อน การนำเสนอภาพเพียง 1 นาทีอาจต้องใช้หน่วยความจำมากกว่า 100 MB ซึ่งจะทำให้ไฟล์มีขนาดใหญ่เกิดขนาดและมีประสิทธิภาพการทำงานที่ด้อยลง ซึ่งเมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีที่สามารถบีบอัดขนาดของภาพอย่างต่อเนื่องจนทำให้ภาพวิดีโอสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและกลายเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบมัลติมีเดีย (Multimedia System)

อินเทอร์เน็ตจึงนับได้ว่าเป็นสื่อใหม่ที่ทรงอิทธิพลอย่างสูงต่อผู้รับสารในปัจจุบัน โดยเหตุนี้งานวิจัยนี้จึงได้เลือกเอาแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อให้ข้อมูลการวิจัยมีความรอบด้านมากยิ่งขึ้น

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์

ในปัจจุบันสังคมมีความเปลี่ยนแปลงไปมากนับตั้งแต่สื่อออนไลน์มีความเจริญรุดหน้าไปอย่างรวดเร็ว สังคมในปัจจุบันไม่จำเป็นต้องเผชิญหน้า แต่สามารถสื่อสารได้ง่ายขึ้น ทุกที่ ทุกเวลา โดยใช้สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือหลัก

พิชิต วิจิตรบุญรักษ์ (2554) ได้กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์มีเนื้อหาที่มนุษย์เป็นสังคมที่ต้องมีการสื่อสารข้อมูลถึงกันและกัน ซึ่งในสมัยโบราณมนุษย์สื่อสารข้อมูลด้วยวิธีการที่ไม่ซับซ้อนนัก เช่น ปากเปล่า ม้าเร็ว และนกพิราบสื่อสาร ต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนการสื่อสารข้อมูลเป็นจดหมาย โทรเลข โทรศัพท์ วิทยุ จากนั้นเมื่อเข้าสู่ยุคที่มีเครือข่ายคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้อง การสื่อสารข้อมูลของมนุษย์มีการปรับเปลี่ยนเป็นสื่อที่เกี่ยวข้องกับอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่น บริการ IRC (Internet Relay Chat) โปรแกรมพูดคุย (Chat programs) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronicmail หรือ Email) และเว็บบอร์ด (Webboard) จวบจนถึงปัจจุบันมนุษย์เริ่มมีการสื่อสารข้อมูลในชีวิตประจำวันถึงกันและกันด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ คือ สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสาร ซึ่งอยู่ในรูปแบบต่างๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยตนเอง ซึ่งสามารถแบ่งสื่อสังคมออนไลน์ออกเป็นประเภทต่างๆ ที่ใช้กันบ่อยๆ คือ บล็อก (Blogging) ทวิตเตอร์ และไมโครบล็อก (Twitter and Microblogging) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) และการแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing)

2.2.1 บล็อก (Blogging) บล็อกมาจาก Web+Log แล้วย่อเหลือ Blog คือ ประเภทของระบบการจัดการเนื้อหา ที่อำนวยความสะดวกให้ผู้เขียนบล็อกเผยแพร่และแบ่งปันบทความของตนเอง โดยบทความที่โพสลงบล็อก เป็นการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนบล็อก ซึ่งจุดเด่นของบล็อก คือ การสื่อสารถึงกันอย่างเป็นกันเองระหว่างผู้เขียนและผู้อ่านบล็อกผ่านการแสดงความคิดเห็น (Comment) ซึ่ง Blogger (<http://www.blogger.com>) และ WordPress (<http://wordpress.com>) เป็นสองเว็บไซต์ที่ผู้คนนิยมเข้าไปสร้างบล็อกของตนเอง ข้อมูลจาก <http://annnantararat.blogspot.com/> ได้ระบุข้อดีและข้อเสียของบล็อกไว้ดังนี้

ข้อดีของการทำบล็อก

1. สร้างง่ายไม่เสียเงิน ไม่จำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับภาษาคอมพิวเตอร์ต่างๆ ที่ใช้ในการสร้างเว็บไซต์ไม่ต้องซื้อหนังสือเกี่ยวกับการสร้างเว็บไซต์เล่มใดซึ่งช่วยลดเวลาที่ใช้ในการสร้างเว็บไซต์ส่วนตัวของเราได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังไม่มีค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่บนอินเทอร์เน็ตอีกด้วย
2. เป็นสื่อที่ใช้ในการแสดงความคิดเห็น ความรู้สึกของผู้เขียนเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ เพื่อเสนอให้สาธารณชนได้รับรู้
3. เป็นเครื่องมือช่วยในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหวขององค์กร เป็นต้น
4. เป็นแหล่งความรู้ใหม่ๆ ที่ถูกต้องและชัดเจน เนื่องจากผู้เขียนบล็อกมักจะเขียนถึงเรื่องที่ตัวเองถนัด ชอบ และมีความรู้เฉพาะด้าน ความรู้สึกในเรื่องนั้นๆ การค้นหาข้อมูลเฉพาะด้านในบล็อกต่างๆ จึงทำให้เราค้นพบความรู้และผู้มีความรู้ ความชำนาญในด้านต่างๆ ได้รวดเร็ว
5. ทันทต่อการเหตุการณ์ในโลกปัจจุบัน เพราะข่าวสารความรู้ มาจากผู้คนมากมายทั่วโลกและมักจะเปลี่ยนแปลงได้ทันกับเหตุการณ์ปัจจุบันเสมอ
6. เจ้าของบล็อกมีอิสระที่จะเสนออะไรก็ได้ที่ไม่ไปก้าวล่วงบุคคลอื่นที่ไม่ผิดกติกาของผู้ให้บริการบล็อกที่เราทำอยู่ ที่ไม่ผิดกฎหมายและศีลธรรม ประเพณีที่ดีงาม
7. เปิดโอกาสให้บล็อกเกอร์ได้รับฟัง แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้โดยอิสระ จะรับไว้ จะไม่อ่านจะตอบ จะลบก็ขึ้นอยู่กับวิจารณญาณของเจ้าของบล็อก
8. ผู้ที่สร้างบล็อกสามารถ ปรับแต่งบล็อกให้เป็นรูปแบบที่ตนต้องการได้โดยไม่ต้องมีความรู้ในเรื่องภาษาคำสั่งของโปรแกรมมากมาย
9. พอเจอเพื่อนใหม่ สามารถสร้างเครือข่าย ชุมชนสัมพันธ์ระหว่างบล็อกเกอร์ที่มีความคิดความสนใจ ความรู้สึก ร่วมกันได้
10. เป็นเหมือนบันทึกประจำวันเป็นที่เก็บข้อมูลขององค์กร

ข้อเสียของการทำบล็อก

1. เจ้าของบล็อกมีอิสระในการนำเสนอบทความ โดยไม่ต้องมีการตรวจสอบจากใครก่อน อาจโพสต์เรื่องที่ไม่เหมาะสมได้ซึ่งเจ้าของบล็อกต้องมิกติกาให้ตัวเองหรือใช้จริยธรรมของแต่ละบุคคล ความมีเหตุผล ความระมัดระวัง รอบคอบในการโพสต์ข้อความต่างๆ
2. เนื้อหาที่อยู่ในบล็อก หากไม่ใช่ผลงานวิจัย หรือวิทยานิพนธ์ ที่ทำตามหลักวิชาการหรือตัวบทกฎหมายก็อาจมีความน่าเชื่อถือน้อย หากเกิดความผิดพลาดใดๆ ผู้ที่นำข้อมูลไปใช้อ้างอิงอาจประสบปัญหาได้
3. เปิดโอกาสให้พวกที่ไม่หวังดีเข้ามาเปิดบล็อก ก่อกวน หรือผู้ที่มีความคิดเห็นแตกต่างกันมาอยู่ร่วมในชุมชนเดียวกัน เพิ่มโอกาสให้มีการแสดงออกถึงการขัดแย้งอย่างไม่มีเหตุผลสร้างความไม่สามัคคีทะเลาะกันได้

2.2.2 ทวิตเตอร์และไมโครบล็อก (Twitter and Microblogging)

ไมโครบล็อก คือ รูปแบบหนึ่งของบล็อกที่มีการจำกัดขนาดของการโพสต์ในแต่ละครั้งซึ่งทวิตเตอร์เป็นไมโครบล็อกที่จำกัดการโพสต์ แต่แต่ละครั้งพิมพ์ได้ไม่เกิน 140 ตัวอักษร ในปัจจุบันทวิตเตอร์เป็นที่นิยมใช้งานของผู้คนเพราะใช้งานง่าย และใช้เวลาไม่มากนัก รวมทั้งเป็นที่นิยมของ

องค์กรต่างๆ ที่ใช้ทวิตเตอร์ในการแจ้งกิจกรรมต่างๆ และความเคลื่อนไหวของธุรกิจ เพื่อไม่ให้ขาดการติดต่อกับสังคม ซึ่งหากต้องการมีเลขที่บัญชี (Account) สำหรับทวิตเตอร์สามารถเข้าไปสมัครได้ที่เว็บไซต์ของ Twitter (<http://twitter.com>) ส่วน ข้อเด่น ข้อด้อย และข้อจำกัดของทวิตเตอร์และไมโครบล็อกที่ระบุไว้ใน <http://lhcny.blogspot.com/2013/12/l.html> ดังนี้

ข้อดีของทวิตเตอร์และไมโครบล็อก

1. ทวิตเตอร์สามารถแชร์ข้อมูลข่าวสาร รูปภาพได้รวดเร็ว เพียงแค่ทวิตข้อความ Follower ของคุณก็จะทราบทันที

2. ผู้ใช้สามารถอัปเดตเหตุการณ์ที่กำลังเป็นประเด็นที่ชาวทวิตเตอร์กำลังพูดถึงได้ โดยดูจาก Trending เช่น การติดแท็กไว้อาลัยให้เนลสัน แมนเดลา โดยใช้แท็ก #RIPNelson Mandela และยังมีอีกแท็กศิลปินเกาหลีสุดฮอต คือ #SuperJumorTheLastManStanding

3. สามารถแบ่งปันทวีตที่เราชอบและข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ได้โดยการรีทวีต

4. ทวิตเตอร์เป็นพื้นที่ที่แสดงความเป็นตัวเอง โดยจะทวิตบนหรือแชร์เรื่องราวอะไรก็ได้

5. การอ่านข่าวในทวิตเตอร์จะสามารถแสดงความคิดเห็นได้ไม่ว่าจะเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย และยังได้รับรู้ความคิดเห็นของผู้ที่ใช้ทวิตเตอร์คนอื่นๆ

ด้านข้อเสียของทวิตเตอร์และไมโครบล็อก

1. เนื่องจากข่าวสารในทวิตเตอร์นั้นแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วมากเพียงแค่อ่านทวีต ดังนั้นหากทวิตแล้วข้อมูลตกหล่นหรือผิดพลาด จะไม่สามารถแก้ไขได้

2. ทวิตเตอร์สามารถทวิตข้อความได้ไม่เกิน 140 ตัวอักษรจึงต้องทวิตให้สั้น แต่บางครั้งการทวิตสั้นๆ อาจจะสื่อความหมายได้ไม่ดีพอทำให้เกิดการเข้าใจผิดและรับสารได้ไม่ตรงกับที่ผู้ส่งสารต้องการจะสื่อ

3. การรีทวีตข่าวสารที่ไม่มีที่มาหรือไม่ได้ตรวจสอบว่าเป็นเรื่องจริงหรือไม่ ส่งผลให้เกิดความเข้าใจผิดขึ้นได้

4. หากทวิตข้อความหรือรีทวีตมากเกินไป อาจทำให้ฟอลโลเวอร์รำคาญได้

2.2.3 การแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing)

เว็บไซต์ที่เกี่ยวกับการแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ เป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถทำการอัปโหลด (Upload) ไฟล์สื่อผสม (Multimedia) ขึ้นสู่เว็บไซต์เพื่อแบ่งปันข้อมูลแก่ผู้ใช้ทั่วไป ซึ่งในปัจจุบันได้รับความนิยมมากเพราะด้วยความสะดวกที่ไม่จำเป็นต้องเป็น รูป สไลด์ หรือวิดีโอ รวมทั้งการใช้งานง่ายขึ้นของกล้องดิจิทัล และกล้องวิดีโอ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่นำมาสู่การได้ไฟล์สื่อผสมแบบต่างๆ ออกมา เว็บไซต์ประเภทนี้ที่ได้รับความนิยม คือ YouTube (<http://www.youtube.com> – สำหรับแบ่งปันไฟล์วิดีโอ) flickr (<http://www.flickr.com> – สำหรับแบ่งปันไฟล์รูป) และ slideshare (<http://www.slideshare.net> – สำหรับแบ่งปันไฟล์พรีเซนเตชัน)

พุฒิรัตน์ กมลชัยกุล (2550) ได้สร้างกรอบแนวคิดเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารและถ่ายทอดธรรมะผ่านเว็บไซต์ ดังนี้ ก. ความรู้เกี่ยวกับพุทธศาสนา และพุทธประวัติ ข. การสอนหลักธรรม ค. ธรรมะปฏิบัติเช่นขั้นตอนการนั่งสมาธิ วิปัสสนาเดินจงกรม ง. วันสำคัญและ

ศาสนาพิธีต่างๆ ในพุทธศาสนา จ.บพสวดและคาถาต่าง ๆ ฉ.ข่าวสารเกี่ยวกับศาสนาพุทธ

กรอบแนวคิดเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในการสื่อสารและถ่ายทอดธรรมะผ่านเว็บไซต์ โดยแบ่งเป็นประเภทความเป็นทางการของการใช้ภาษา ได้แก่การใช้ภาษาที่เป็นทางการ (Formal Language) และการใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการ (Informal Language)

ด้วยเหตุนี้แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์จึงจำเป็นต้องมาใช้ในการสร้างกรอบการวิจัย เพราะมีเป็นสังคมที่คนรุ่น Gen Y และ Gen Z ดำรงชีวิตอยู่จริงในปัจจุบัน ซึ่งรูปแบบการสื่อสารยุคปัจจุบันในประเทศไทยนี้จึงหลีกเลี่ยงที่ต้องพิจารณาถึงสังคมออนไลน์ในฐานะบริบทใหม่ที่กำลังเติบโตอย่างก้าวกระโดด

3. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมพิเศษ

ในประเทศไทย แนวคิดเกี่ยวกับคำว่ากิจกรรม (Event) หรือกิจกรรมพิเศษ (Special Event) มักใช้ทับศัพท์กันว่า “อีเวนท์” หรือ “อีเวนต” จนเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปในแวดวงวิชาการ นักการตลาด นักการสื่อสารการตลาด หรือแม้แต่สื่อมวลชน หมายถึง เหตุการณ์สำคัญ การแข่งขัน กีฬา หรือผลลัพธ์ (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2552) ซึ่งนักวิชาการฝั่งตะวันตกมากมายที่พยายามจะให้ความหมายของคำว่าอีเวนท์ ว่าหมายถึง กิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อหวังผลเฉพาะอย่าง ทั้งทางด้านเศรษฐกิจวัฒนธรรม สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งกิจกรรมที่จัดขึ้นนั้นต้องผ่านการคิดและวางแผนมาอย่างดี จัดขึ้นเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป แต่มีสิ่งหนึ่งที่ร่วมกันของกิจกรรมเหล่านี้คือ ความต้องการสร้างหรือมีอิทธิพลต่อประสบการณ์ของแต่ละบุคคลหรือประสบการณ์ร่วมของกลุ่มผู้ชมหรือผู้ร่วมงาน ซึ่งการสร้างประสบการณ์ให้กับผู้เข้าร่วมงานเป็นประเด็นที่สำคัญเพราะองค์กรต้องการจะสร้างภาพลักษณ์ จะเห็นได้ว่า คำว่า อีเวนท์ ยังไม่มีคำจำกัดความภาษาไทยที่ชัดเจน เมื่อเอ่ยถึงการจัดอีเวนท์ผู้ฟังก็จะคิดไปถึงกิจกรรมของหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ที่จัดขึ้นเป็นพิเศษเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง คำว่าอีเวนท์นี้ถูกใช้อย่างกว้างขวางจนทำให้คนส่วนใหญ่เข้าใจความหมายของคำนี้แล้ว จนกระทั่งทำให้เกิดการใช้คำนี้กันอย่างสับสน โดยการทบทวนวรรณกรรมต่างๆ สามารถให้คำจำกัดความของคำว่า อีเวนท์ ได้ (เกรียงไกร กาญจนะโกคิน, 2555; ชีรพันธ์ โล่ทองคำ, 2546) ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2540) กล่าวว่า การจัดกิจกรรมพิเศษ คือ การกำหนดวาระพิเศษขึ้นมาเพื่อช่วยส่งเสริมสินค้าและชื่อเสียงของบริษัทให้เป็นที่ยอมรับ อีกทั้งยังเป็นการสร้างความเคลื่อนไหวและการรับรู้ข่าวสารในกลุ่มผู้บริโภคด้วยการนำเสนอเหตุการณ์ต่างๆ ให้มีความสอดคล้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความคิดสร้างสรรค์ และการหยิบยกเอาสถานการณ์ขึ้นมาประยุกต์ใช้ให้เป็นประโยชน์ เหมาะสมกับฐานการตลาดของสินค้า โดยรูปแบบของกิจกรรมพิเศษนั้นไม่มีกำหนดตายตัว แต่คำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

ลักขณา สตะเวทิน (2542) ให้ความหมายว่า การจัดกิจกรรมพิเศษเป็นเครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทหนึ่งที่สามารถใช้สร้างความสัมพันธ์กับชุมชนหรือประชาชนเป้าหมายได้เป็นอย่างดี การจัดกิจกรรมพิเศษสามารถทำได้หลายรูปแบบขึ้นอยู่กับความสามารถและลักษณะของแต่ละกิจกรรม นโยบาย วัตถุประสงค์ ตลอดจนงบประมาณที่หน่วยงานจะให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมพิเศษนั้น

เนื่องในปัจจุบันการจัดกิจกรรมพิเศษถือเป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่หลายองค์กรธุรกิจ นิยมนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย เนื่องจากมีข้อได้เปรียบหลายประการในการสร้างการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย จึงทำให้กิจกรรมพิเศษทวีความสำคัญมากขึ้นในแวดวงการตลาดจนเกิดแนวคิดใหม่ที่ว่าตลาดเชิงกิจกรรมขึ้น ซึ่ง เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้ให้ความหมายว่า การตลาดเชิงกิจกรรม หมายถึง การที่องค์กรหรือบริษัทได้มีการจัดกิจกรรมพิเศษอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นมาเพื่อให้ทุกคนได้มีส่วนร่วม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจ ตลอดจนต่อยอดขายของสินค้า เรียกว่า การทำตลาดเชิงวิถีชีวิต ซึ่งหมายถึง การนำตลาดเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่เราไม่รู้ตัว

จากคำจำกัดความต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าการจัดกิจกรรมพิเศษ คือ รูปแบบหนึ่งของเครื่องมือที่ใช้เพื่อการสื่อสารเชิงการตลาด ในลักษณะของการจัดเป็นเหตุการณ์หรือวาระพิเศษขึ้นมาเอง ให้มีความสอดคล้องเหมาะสมกับลักษณะของสินค้า บริการ เหตุการณ์ กิจกรรม หรือองค์กร และมีรูปแบบในการนำเสนอที่สร้างสรรค์ เพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือองค์กร แก่กลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรหรือสินค้าได้ นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมการตลาด เป็นการเผยแพร่ให้ข่าวสารข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับสินค้าโดยมุ่งเน้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความเข้าใจ ความสนใจ การเรียนรู้ และรับรู้ข่าวสารอย่างรวดเร็วเพื่อนำไปเผยแพร่ต่อ เช่น การจัดแถลงข่าวต่อสื่อมวลชนในงานเปิดตัวสินค้าใหม่ เป็นต้น โดยจุดประสงค์ของกลุ่มเป้าหมายเพื่อการจัดกิจกรรมพิเศษประกอบไปด้วย 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. กลุ่มสื่อมวลชน ส่วนมากจะเป็นงานแถลงข่าว เพื่อให้สื่อมวลชนได้รับรู้ข้อมูลที่ถูกต้อง
2. กลุ่มผู้แทนจำหน่าย เพื่อมุ่งสร้างความมั่นใจในตัวสินค้าและธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสินค้าใหม่
3. กลุ่มผู้บริโภค เพื่อมุ่งสร้างความประทับใจและบอกกล่าวคุณประโยชน์ของสินค้าที่เหนือกว่าคู่แข่ง

นอกจากนี้ เราสามารถสรุปประโยชน์และความสำคัญของการจัดกิจกรรมพิเศษ (เกรียงไกร กาญจนะภักดี, 2555; ชีรพันธ์ โล่ทองคำ, 2546) ดังนี้

1. ช่วยลดความสับสนจากการโฆษณา เนื่องจากในวันหนึ่งๆ กลุ่มเป้าหมายมีการเปิดรับข่าวสารของสินค้าต่างๆ หลากหลายรูปแบบจำนวนมาก จนทำให้สับสนความแตกต่างระหว่างตราสินค้า
2. สามารถสร้างความแตกต่างของสินค้าหรือองค์กรจากคู่แข่ง
3. เป็นการเปิดรับกลุ่มเป้าหมายใหม่โดยตรง
4. การจัดกิจกรรมพิเศษถือเป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งที่มีความสำคัญในการสื่อสารการตลาด เพราะสินค้าบางชนิดสามารถสร้างความประทับใจให้ผู้บริโภคด้วยการสาธิต เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับสินค้า
5. เป็นการสร้างโอกาสทางการตลาด โดยเฉพาะการตลาดระดับท้องถิ่น
6. สามารถใช้เป็นพยานของจุดขาย เช่น การฉลองครบรอบ 30 ปี เพื่อเป็นการสื่อสารความหมายว่าสินค้านี้มีคุณภาพที่ดีเพียงใด

7. สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด เพราะเป็นการส่งข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

8. เป็นการสนับสนุนการโฆษณาทางอ้อม เนื่องจากการจัดกิจกรรมพิเศษมักจะเชื่อมโยงกับสินค้าและเชื่อมโยงกับโฆษณา

9. การจัดกิจกรรมพิเศษช่วยให้ช่องว่างระหว่างตัวสินค้ากับผู้บริโภคลดลง เนื่องจากการสื่อสารสองทาง (Two-way communication)

10. สามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมได้ง่าย

11. เสียค่าใช้จ่ายต่ำเมื่อเทียบกับการโฆษณาโดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันสื่อโฆษณามีราคาสูงขึ้น

12. กิจกรรมพิเศษสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสังคมส่วนรวมได้ ซึ่งเป็นประโยชน์กับองค์กรและสินค้า

13. เอกสารที่แจกในกิจกรรมพิเศษจะแสดงเครื่องหมายการค้าของบริษัทเจ้าของสินค้า ทำให้ผู้บริโภคเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้า

14. กิจกรรมพิเศษสามารถสร้างข่าวสารเป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวสารได้ โดยเฉพาะกิจกรรมที่น่าสนใจ

15. สามารถต่อยอดตราสินค้า เพราะการจัดกิจกรรมพิเศษในบางครั้งไม่ได้ใช้เป็นแผนหลักในการสื่อสารการตลาดอย่างโฆษณา

16. สามารถเพิ่มสัมพันธภาพที่ดีกับร้านค้าในชุมชน โอกาส และความเป็นไปได้ในการจัดกิจกรรมพิเศษ

ในการจัดกิจกรรมพิเศษจะพิจารณาปัจจัยพื้นฐานสำคัญ โดยควรใช้กิจกรรมพิเศษเมื่อต้องการสื่อถึงตัวผู้บริโภคหรือผู้รับสารโดยตรง เพราะสินค้าเหล่านี้มักเป็นสินค้าประเภทเทคโนโลยี สินค้าบริการ หรือหลักสูตรการศึกษาต่างๆ ซึ่งเป็นสินค้าที่มีความซับซ้อน ต้องอาศัยข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้าเพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจ นอกจากนี้ควรใช้กิจกรรมพิเศษในกรณีที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ สร้างความสัมพันธ์กับสังคมซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในปัจจุบัน การใช้กิจกรรมพิเศษรูปแบบนี้จะทำให้ผู้รับสารเห็นว่า องค์กรมีความรับผิดชอบและมีความห่วงใยต่อสังคมอย่างไร

โดยข้อดีและข้อเสียของการจัดกิจกรรมพิเศษ สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. เสียค่าใช้จ่ายที่ต่ำเมื่อเทียบกับการโฆษณา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันสื่อโฆษณามีราคาสูงมากขึ้น

2. หากกิจกรรมพิเศษสามารถจัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเกิดการจดจำได้ดียิ่งขึ้น

3. กิจกรรมพิเศษสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสังคมส่วนรวมได้ ซึ่งเป็นประโยชน์องค์กรและสินค้า

4. กิจกรรมพิเศษนั้นจะได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคได้ง่ายกว่าการส่งเสริมการขายประเภทอื่นๆ

5. กิจกรรมพิเศษสามารถสร้างข่าวสาร และเป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวสารได้ ซึ่งกิจกรรมพิเศษให้ประโยชน์ 2 ประการ คือ สร้างการเผยแพร่ข่าวสาร และทำให้ผู้บริโภคสามารถเปิดรับข่าวสาร

6. ไม่สามารถรองรับได้ว่ากลุ่มคนที่ร่วมกิจกรรมพิเศษเป็นกลุ่มเป้าหมายของสินค้าที่แท้จริงหรือไม่

7. การจัดกิจกรรมพิเศษอาจเกิดข้อผิดพลาดและข้อบกพร่องเล็กๆ น้อยๆ ในการดำเนินงาน จากปัจจัยหลายประการที่กล่าวมาข้างต้นนี้ สามารถสรุปได้ว่า การจัดกิจกรรมพิเศษมักจะนำไปใช้ในกรณีที่ต้องการสร้างความตระหนักในตัวผลิตภัณฑ์ องค์กร กิจกรรม หรือสินค้า โดยต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสิ่งนั้นๆ เป็นส่วนใหญ่นั่นเอง

4. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อการศึกษาสร้างสรรค์

สื่อการศึกษาเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ การพัฒนาสื่อที่ทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้เป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากปัจจุบันข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ การใช้เทคโนโลยีและการสื่อสารทำให้ผู้สอนจำเป็นต้องพัฒนาสื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ผู้สอนจำเป็นต้องมีการรับรู้เรื่องราวใหม่ๆ ด้วยตนเองและพัฒนาศักยภาพทางการเรียนรู้ของผู้เรียน ดังนั้น สื่อการศึกษาจึงเป็นสิ่งที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนรู้จักการเรียนรู้โดยผู้สอนเป็นผู้ใช้สื่อที่เป็นสิ่งใหม่ แตกต่างและน่าสนใจกว่าสื่อเดิมๆ เพื่อกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นของผู้เรียน โดยผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์

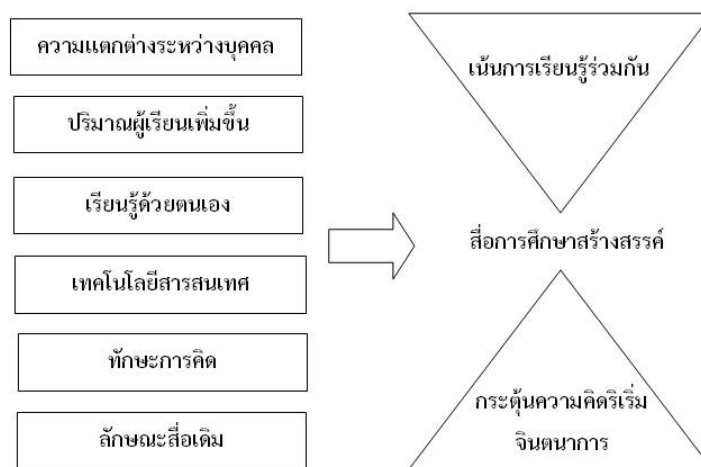
สื่อสร้างสรรค์เป็นการนำเทคนิค วิธีการและเครื่องมือใหม่ๆ ที่เกิดจากความคิดนอกกรอบจากสื่อเดิมๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการคิดแปลกใหม่ แตกต่างไปจากที่เคยเรียน ส่งผลให้การตอบสนองต่อการเรียนรู้มากขึ้น (David, 2009, อ้างถึงใน เขมณัฏฐ์ มิ่งศิริธรรม, 2558) โดยอาศัยเทคนิคการสอน การมีส่วนร่วมของผู้เรียน ที่ช่วยกันอภิปราย ร่วมกันคิดร่วมกันทำ ประสพการณ์ตรงของแต่ละบุคคล การสื่อสารกันเป็นกระบวนการสำคัญที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ (Julian, 2007, อ้างถึงใน เขมณัฏฐ์ มิ่งศิริธรรม, 2558)

เขมณัฏฐ์ มิ่งศิริธรรม (2559) กล่าวว่า ในการนำสื่อการศึกษามาเป็นเครื่องมือที่ช่วยพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนนั้น ผู้สอนจะต้องมีการมาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับเนื้อหาเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็วและเข้าใจง่ายขึ้น สื่อการศึกษาสร้างสรรค์ ควรใช้ควบคู่ไปกับเนื้อหาสาระที่เน้นให้ผู้เรียน เน้นการผลิตสื่อที่แตกต่างไปจากสื่อเดิมๆ เพื่อการกระตุ้นความสนใจ ทำให้สื่อการศึกษานั้นๆ แตกต่างจากที่ผู้เรียนเคยเห็นมา จะทำให้การตอบสนองการเรียนรู้ของผู้เรียนให้มากขึ้นด้วยระยะเวลาที่สั้นลงด้วยความแปลกใหม่และแตกต่างจากที่ผู้เรียนเคยเห็นมา

แนวความคิดพื้นฐานที่ทำให้เกิดสื่อการศึกษาสร้างสรรค์ (เขมณัฏฐ์ มิ่งศิริธรรม, 2559) ได้แก่

1. ความแตกต่างระหว่างบุคคล จากที่เราได้เคยศึกษาทางด้านจิตวิทยาเกี่ยวกับมนุษย์นั้น พบว่า มีความแตกต่างกัน ทั้งด้านร่างกายและด้านสติปัญญา ความคิด และความรู้สึก การรับรู้ และการเรียนรู้สิ่งต่างๆ ดังนั้นในการจัดการเรียนการสอนจึงควรจัดให้สอดคล้องกับผู้เรียน เช่น ความถนัด ความสนใจ ความสามารถของแต่ละคน อัตราการเรียนรู้เร็วช้าของแต่ละคน เช่น ผู้เรียนที่เรียนรู้ได้เร็วจะได้ศึกษาค้นคว้าต่อไป โดยไม่ต้องเสียเวลา ส่วนผู้เรียนช้าก็สามารถเรียนได้ตามอัตราการเรียนรู้ของตนโดยไม่เกิดปมด้อย นอกจากนี้ยังสามารถตอบสนองทั้งด้านรูปแบบของแต่ละคน ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างบุคคลนี้ เป็นผลให้เกิดสื่อการศึกษาที่ให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ตามความสนใจด้วยตนเอง

2. การเพิ่มปริมาณของผู้เรียนเป็นไปอย่างรวดเร็วทั้งในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา ทำให้ผู้สอนต้องหาสื่อการศึกษาใหม่ๆ มาใช้เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้มากขึ้นในเวลาจำกัด
3. การเรียนรู้ของผู้เรียนมีแนวโน้มในการเรียนรู้ด้วยตนเองมากขึ้น ตามแนวคิดสมัยใหม่ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ สื่อการศึกษาต้องสามารถตอบสนองการเรียนรู้ตามอัตราภาพ ตามความสามารถ และตามความสนใจของผู้เรียนแต่ละคน
4. การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและการสื่อสารอย่างรวดเร็ว จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ทุกคน ทุกเพศ ทุกวัย ต่างก็มีการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทั้งผ่านคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต ต่างให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นผลก่อให้เกิดสื่อการศึกษาสร้างสรรค์ที่ทำให้ผู้เรียนสนใจ และเกิดการเรียนรู้
5. การพัฒนาการคิดของผู้เรียน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้เรียนเกิดการพัฒนาศักยภาพของตนเอง ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาประเทศการพัฒนาประเทศให้มีความก้าวหน้าทันต่อการแข่งขันของนานาชาติ
6. สื่อการศึกษาแบบเดิมๆ ไม่สามารถตอบสนองและกระตุ้นความสนใจของผู้เรียน ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของสื่อ คุณภาพ ความน่าสนใจ เป็นต้น



ภาพที่ 2.1 แนวคิดพื้นฐานสื่อการศึกษาสร้างสรรค์
ที่มา: เขมณัฏฐ์ มิ่งศิริธรรม (2559, หน้า 6)

จากแนวคิดพื้นฐานดังกล่าวข้างต้น จึงนำไปสู่การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่หลากหลาย โดยประยุกต์ใช้สื่อเหล่านั้นเพื่อให้ตอบสนองกับความต้องการของผู้เรียน โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภท (เขมณัฏฐ์ มิ่งศิริธรรม, 2559) คือ

1. สื่อสร้างสรรค์ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) เป็นสื่อการเรียนรู้ที่จัดทำขึ้นเพื่อสนองการเรียนรู้ตามหลักสูตร หรือสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วไป ได้แก่ หนังสืออ่านเพิ่มเติม หนังสือการ์ตูน แบบฝึกทักษะ เป็นต้น

2. สื่อสร้างสรรค์ประเภทสื่อกิจกรรม (Activities Media) เป็นสื่อประเภทวิธีการที่ใช้ในการฝึกทักษะ ฝึกปฏิบัติ ซึ่งต้องใช้กระบวนการคิด การปฏิบัติ และการประยุกต์ความรู้ของผู้เรียน ได้แก่ เกม ชุดฝึกอบรม ชุดเสริมความรู้ ชุดเรียนรู้ด้วยตนเอง ชุดสื่อผสม เป็นต้น

3. สื่อสร้างสรรค์ประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) เป็นสื่อที่ผลิตหรือพัฒนาขึ้นเพื่อใช้ควบคู่กับเครื่องมืออุปกรณ์ทางเทคโนโลยี ได้แก่ บทเรียนมัลติมีเดีย บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน (CAI), e-learning, e-book, เป็นต้น

4. สื่อสร้างสรรค์ประเภทสื่อใหม่ (New Media) เป็นการสื่อสารในรูปแบบใหม่ที่มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประกอบการสื่อสาร ทำให้สามารถรับรู้ข่าวสารและโต้ตอบกันได้อย่างรวดเร็ว ได้แก่ Social Media, Social Networking, Virtual Education, m-learning เป็นต้น

สื่อการศึกษาเป็นเครื่องมือของการเรียนรู้ ทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึก เพิ่มพูนทักษะและประสบการณ์ สร้างสถานการณ์การเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียน กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาศักยภาพ การเรียนรู้ ตลอดจนเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรมและค่านิยมให้แก่ผู้เรียน สื่อการเรียนรู้ในยุคปัจจุบันมีอิทธิพลสูงต่อการกระตุ้นให้ผู้เรียนเป็นผู้แสวงหาความรู้ด้วยตนเอง และให้คุณประโยชน์ (กรมวิชาการ, 2545, อ้างถึงใน เขมณัฏฐ์ มิ่งศิริธรรม, 2559) ดังนี้

1. ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจ เกิดความคิดรวบยอดในสิ่งที่เรียนได้ง่ายและเร็วขึ้น
2. ช่วยให้ผู้เรียนมองเห็นสิ่งที่กำลังเรียนเป็นรูปธรรม เชื่อมโยงสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวผู้เรียนสู่การเรียนรู้ เป็นกระบวนการ เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และสามารถบูรณาการสาระการเรียนรู้ต่างๆ ให้เชื่อมโยงกัน
3. ส่งเสริมการมีกิจกรรมร่วมกันระหว่างผู้เรียน สร้างสภาพแวดล้อมและประสบการณ์การเรียนรู้ที่แปลกใหม่ กระตุ้นให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าเพิ่มขึ้น
4. ช่วยให้ผู้เรียนได้รับการเรียนรู้ในหลายมิติจากสื่อที่หลากหลาย รู้วิธีการใช้สื่อและแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อการค้นคว้าเพิ่มเติม และเชื่อมโยงโลกที่อยู่ใกล้ตัวผู้เรียนให้เข้ามาสู่การเรียนรู้ของผู้เรียน

นอกจากนี้ เขมณัฏฐ์ มิ่งศิริธรรม (2559) อธิบายว่า สื่อการศึกษาสร้างสรรค์ เป็นสื่อที่ผู้สอนสร้างขึ้นอย่างมีจุดมุ่งหมายสอดคล้องกับเนื้อหาของรายวิชา วิธีการจัดการเรียนรู้และการวัดประเมินผล โดยการศึกษาหลักการแนวคิด ขั้นตอนการจัดทำการใช้ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความคิดสร้างสรรค์และองค์ความรู้ ด้วยการมีส่วนร่วมในการใช้สื่ออย่างเป็นอิสระ เห็นความสำคัญและมีเจตคติที่ดี โดยผู้สอนเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียน องค์ประกอบที่จะพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนขึ้นอยู่กับเทคนิคและวิธีการสอนของผู้สอนที่จะช่วยกระตุ้น ส่งเสริมและพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนให้ก้าวหน้าขึ้น ผู้สอนควรจัดกิจกรรมให้สอดคล้องและเหมาะสมกับความต้องการของผู้เรียน โดยหาเทคนิค วิธีการสอนและสื่อแปลกใหม่ๆ มุ่งให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง คอยติดตามและให้กำลังใจ พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีอิสระในการแสดงออกด้วยการพูด การกระทำตามจินตนาการและความพึงพอใจของผู้เรียน ซึ่งจะช่วยพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี แต่ทั้งนี้ ผู้สอนจะต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์เนื้อหาวิชาในหลักสูตรเพื่อนำเนื้อหาเหล่านั้นมาแผ่ขยายประเด็นต่างๆ ให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจได้ง่ายขึ้น

ในการออกแบบและพัฒนาสื่อให้ผู้เรียนเกิดความคิดสร้างสรรค์ได้นั้น จะต้องรู้จักสื่อแต่ละประเภทอย่างถ่องแท้ก่อนว่าจะสามารถพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียนแต่ละระดับชั้นได้อย่างไร และจะต้องเลือกให้เหมาะสมกับวัยของผู้เรียนจึงจะทำให้การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ

ในการพัฒนาการศึกษา ผู้สอนจะมีวิธีการอย่างไรที่จะสร้างสรรค์สื่อการศึกษาให้ผู้เรียนสนใจ เพราะปัจจุบันมีการปฏิรูปที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เกิดการเรียนรู้ตามสภาพจริง เรียนรู้จากประสบการณ์ทำให้เกิดการเรียนรู้อย่างเต็มศักยภาพ ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่มีความหมาย มีความกระตือรือร้นและเกิดความอยากรู้อยากเห็น สิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนั้นผู้สอนจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับการสร้างสรรค์สื่อการศึกษา สามารถนำมาออกแบบและประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนเพื่อให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างเต็มที่และเต็มความสามารถ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการนำสื่อสร้างสรรค์ไปสู่การเรียนรู้ที่พัฒนาการศึกษาให้มีความเจริญก้าวหน้าต่อไป

นอกจากนี้ ความคิดสร้างสรรค์กับการเรียนรู้ เป็นกระบวนการสำคัญทางความคิดของสมองซึ่งมีความสามารถในการคิดที่หลากหลายและแปลกใหม่จากเดิม โดยสามารถนำนาทฤษฎีหรือหลักการไปประยุกต์ใช้จนนำไปสู่การคิดค้นและสร้างสิ่งประดิษฐ์ที่แปลกใหม่ในมิติที่กว้างขึ้น เช่น การมีความคิดสร้างสรรค์ในการสอน ทำให้ได้เทคนิคการสอนที่แปลกใหม่ ดึงดูดความสนใจของผู้เรียน การมีความคิดสร้างสรรค์ในการเรียน ทำให้จดจำและเรียนรู้ได้เร็วขึ้น จำได้นานขึ้น เป็นต้น

ลักษณะของผู้เรียนที่มีความคิดสร้างสรรค์ มักจะเริ่มจากไม่ชอบความจำเจ ซ้ำซาก แต่ชอบการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงให้งานมีชีวิตชีวามากขึ้น มีความแปลกใหม่กว่าเดิม ชอบทำงานที่ค่อนข้างยากและซับซ้อนโดยอาศัยความสามารถสูงให้สำเร็จได้ เป็นการทำงานจากแรงจูงใจภายในหรือความศรัทธาและพอใจที่จะทำสิ่งนั้นๆ ดังนั้นจะเป็นบุคคลที่มีความคิดริเริ่ม คิดนอกกรอบ กล้าแสดงออก กล้าทดลอง กล้าเสี่ยง มีความเชื่อมั่นในตนเอง (เชมณัฏฐ์ มิ่งศิริธรรม, 2559)

กิลฟอร์ด (Guilford, 1991, อ้างถึงใน เชมณัฏฐ์ มิ่งศิริธรรม, 2559) ได้กำหนดองค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ ไว้ดังนี้

1. ความคิดริเริ่ม (Originality) หมายถึง ลักษณะความคิดแปลกใหม่ แตกต่างจากความคิดธรรมดาหรือความคิดง่าย ๆ ที่เป็นความคิดที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองและสังคม
2. ความคิดคล่อง (Fluency) หมายถึง เป็นความคิดในเรื่องเดียวกันที่ไม่ซ้ำกันในองค์ประกอบนี้ ความคิดจะไหลลื่นออกมามากมาย
3. ความคิดยืดหยุ่น หรือความยืดหยุ่นในการคิด (Flexibility) หมายถึง ประเภทหรือแบบของความคิดที่พยายามคิดได้หลายอย่างต่าง ๆ กัน เช่น ประโยชน์ของก้อนหินคืออะไร หรือความยืดหยุ่นด้านการดัดแปลงสิ่งต่างๆ มาใช้ให้เกิดประโยชน์
4. ความคิดละเอียดลออ (Elaborative) เป็นความคิดที่ต้องทำด้วยความระมัดระวังและมีรายละเอียดที่สามารถทำให้ความคิดสร้างสรรค์นั้นสมบูรณ์ขึ้นได้

ทั้งนี้ อารี พันธุ์มณี (2543) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นความสามารถทางสมองที่คิดได้กว้างไกลหลายทิศทาง หรือเรียกว่าลักษณะการคิดแบบอบเนกนัยหรือการคิดแบบกระจาย (Divergent thinking) ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ ดังนี้

1. ความคิดริเริ่ม (Originality) หมายถึง ลักษณะความคิดแปลกใหม่แตกต่างจากความคิดธรรมดาหรือที่เรียกว่า wild idea เป็นความคิดที่เป็นประโยชน์ทั้งต่อตนเองและสังคม ความคิดริเริ่มอาจเกิดจากการนำเอาความรู้เดิมมาคิดดัดแปลง และประยุกต์ให้เกิดเป็นสิ่งใหม่

2. ความคิดคล่องแคล่ว (Fluency) หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการคิดหาคำตอบได้อย่างคล่องแคล่ว รวดเร็ว และมีปริมาณที่มากในเวลาจำกัด แบ่งออกเป็น

2.1 ความคิดคล่องแคล่วทางด้านถ้อยคำ (Word fluency) เป็นความสามารถในการใช้ถ้อยคำอย่างคล่องแคล่วนั่นเอง

2.2 ความคิดคล่องแคล่วทางการโยงสัมพันธ์ (Associational fluency) เป็นความสามารถที่หาถ้อยคำที่เหมือนกันหรือคล้ายกันได้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ภายในเวลาที่กำหนด

2.3 ความคล่องแคล่วทางการแสดงออก (Expressional fluency) เป็นความสามารถในการใช้ลีลาหรือประโยค กล่าวคือ สามารถที่จะนำคำมาเรียงกันอย่างรวดเร็วเพื่อให้ได้ประโยคที่ต้องการ

2.4 ความคล่องแคล่วในการคิด (Ideational fluency) เป็นความสามารถที่จะคิดสิ่งที่ต้องการภายในเวลาที่กำหนด ความคล่องในการคิดมีความสำคัญต่อการแก้ปัญหาเพราะในการแก้ปัญหาจะต้องแสวงหาคำตอบหรือวิธีแก้ไขหลายวิธี และต้องนำวิธีการเหล่านั้นมาทดลองจนกว่าจะพบวิธีการที่ถูกต้องตามที่ต้องการ

3. ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการคิดหาคำตอบได้หลายประเภทและหลายทิศทางซึ่งแบ่งออกเป็น

3.1 ความคิดยืดหยุ่นที่เกิดขึ้นทันที (Spontaneous flexibility) เป็นความสามารถที่จะคิดได้หลากหลายอย่างอิสระ

3.2 ความคิดยืดหยุ่นด้านการดัดแปลง (Adaptive flexibility) ซึ่งเป็นความสามารถที่จะคิดได้หลากหลายและสามารถคิดดัดแปลงจากสิ่งหนึ่งไปเป็นหลายสิ่งได้

3.3 ความคิดละเอียดลออ (Elaboration) หมายถึง ความคิดในรายละเอียดเพื่อตกแต่งหรือขยายความคิดหลักให้ได้ความหมายสมบูรณ์ยิ่งขึ้น จากองค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ที่กล่าวมาในเบื้องต้น สรุปได้ว่าพฤติกรรมที่เป็นความคิดสร้างสรรค์นี้เป็นความสามารถทางการคิดหลายทิศทาง (Divergent thinking) ที่ควรประกอบด้วยความคิดคล่องแคล่ว ความคิดยืดหยุ่น และความคิดริเริ่ม

นอกจากนี้ เพญนิดา ไชยสายัณห์ (2556) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์เกิดขึ้นได้ 2 ทาง คือ

1. เริ่มจากจินตนาการแล้วย้อนสู่ความจริง เกิดจากการที่เรานำความฝันและจินตนาการซึ่งเป็นเพียงความคิดความฝันที่ยังไม่เป็นจริงแต่เกิดความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะทำให้ความฝันนั้นเป็นจริง

2. เริ่มจากความรู้ที่มีแล้วคิดต่อยอดสู่สิ่งใหม่ที่เรียกว่า นวัตกรรม (Innovation) เกิดจากการนำข้อมูลหรือความรู้ที่มีอยู่มาคิดต่อยอด หรือคิดเพิ่มฐานข้อมูลที่มีอยู่ จะเป็นเหมือนตัวเชื่อมความคิดให้เราคิดในเรื่องใหม่ ๆ

หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2545) ได้กำหนดมาตรฐานตัวชี้วัดด้านความคิดสร้างสรรค์ไว้หลายประการ ซึ่งความคิดสร้างสรรค์ ควรจะประกอบไปด้วย 3 ประการ คือ

1. สิ่งใหม่ (new, original) เป็นการคิดที่แหวกวงล้อมความคิดที่มีอยู่เดิม ที่ไม่เคยมีใครคิดได้มาก่อน ไม่ได้ลอกเลียนแบบใคร แม้กระทั่งความคิดเดิมๆ ของตนเอง
2. ใช้การได้จริง (workable) เป็นความคิดที่เกิดจากการสร้างสรรค์ที่ลึกซึ้ง และสูงเกินกว่าการใช้เพียง “จินตนาการเพื่อฝัน” คือ สามารถนำมาพัฒนาให้เป็นจริงและใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม และสามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ ของการคิดได้เป็นอย่างดี
3. มีความเหมาะสมกับบริบท เป็นความคิดที่สะท้อนความมีเหตุผลที่เหมาะสม และมีคุณค่า ภายใต้มาตรฐานที่ยอมรับกันโดยทั่วไป

ทั้งนี้ การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์นั้นอาจทำได้ทั้งทางตรงโดยการสอนและฝึกอบรม และทางอ้อมก็สามารถทำได้ด้วยการจัดบรรยากาศสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมความเป็นอิสระในการเรียนรู้ (เชมณัฐ มิ่งศิริธรรม, 2559) เช่น

- การส่งเสริมให้ใช้จินตนาการของตนเอง
- การส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง
- การยอมรับความสามารถและคุณค่าของตนเองอย่างไม่มีเงื่อนไข
- การแสดงให้เห็นว่าความคิดของทุกคนมีคุณค่า และนำไปใช้ประโยชน์ได้
- การทำความเข้าใจ เห็นใจและเห็นความรู้สึกของผู้อื่น
- อย่าพยายามกำหนดให้ทุกคนต้องคิดเหมือนกัน ทำเหมือนกัน
- ควรสนับสนุนผู้คิดค้นผลงานแปลกใหม่ได้มีโอกาสนำเสนอ
- ควรเอาใจใส่ความคิดแปลกใหม่ของผู้อื่นด้วยใจเป็นกลาง
- ระลึกเสมอว่าการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ต้องพัฒนาอย่างค่อยเป็นค่อยไปและต้องใช้

ระยะเวลา

เพ็ญนิดา ไชยสายัณห์ (2556) กล่าวว่า วิธีการฝึกเพื่อพัฒนาศักยภาพการคิดสร้างสรรค์ มีวิธีการดังนี้

1. ฝึกคิดเชิงบวก (Positive Thinking) ไม่ว่าจะเกิดอะไรขึ้นเราต้องฝึกคิดว่ามีอะไรที่เป็นประโยชน์กับเราบ้าง เช่น ถ้าเราตงงานเราก็คิดว่าเป็นโอกาสที่ดีที่เราจะได้มีเวลาพัฒนาตัวเองแบบเต็มเวลา ถ้าเราอกหักก็คิดเสียว่าเป็นโอกาสดีที่จะได้เปิดโอกาสให้กับคนดีๆ อีกหลายคนเข้ามาในชีวิตของเรา ถ้าเครียดมากๆ ก็ให้คิดเสียว่าเป็นการทดสอบความแข็งแกร่งของจิตใจว่าจะสามารถรับมือกับสภาพความเครียดได้มากน้อยเพียงใด เพราะในอนาคตเราอาจจะมีเรื่องที่เครียดมากกว่านี้ก็ได้

การฝึกคิดเชิงบวก นอกจากจะช่วยให้เราฝึกการแสวงหาโอกาสแล้วยังช่วยให้เราเกิดการเรียนรู้ที่เหนือกว่าคนอื่น เพราะถ้าเหตุการณ์หนึ่งเกิดขึ้น เราสามารถเรียนรู้ทั้งสิ่งที่คนทั่วไปเขารู้กันแล้ว เรายังเรียนรู้ในสิ่งที่คนอื่น ๆ เขามองข้ามไป เมื่อเราฝึกแบบนี้ไปนานๆ หลายๆ ครั้งเข้า จำนวนเท่าของความรู้ของเราจะเหนือกว่าคนทั่วไปอย่างน้อยสองสามเท่าตัว

2. ฝึกคิดย้อนศร (Backward Thinking) เมื่อไหร่ก็ตามเราคิดสวนทางกับคนอื่น อาจจะทำให้เราเกิดความคิดสร้างสรรค์ที่ดีๆ ขึ้นมาก็ได้ ตัวอย่างการทำธุรกิจที่ตรงกันข้ามจากคนอื่น เช่น ปกติ

รถเสียต้องพารถไปหาซ่อม แต่เมื่อคิดใหม่คือเอาซ่อมไปหารถ จึงทำให้เกิดธุรกิจบริการซ่อมรถ ถูกเชิญขึ้นมามากมาย หรือเมื่อก่อนถ้าเราจะกินพิซซ่าเราจะต้องไปที่ร้าน แต่เมื่อมีคนคิดย้อนศรคือส่งพิซซ่าไปหาลูกค้า จึงเกิดธุรกิจ Home Delivery ขึ้นมามากมาย จนกระทั่ง ปัจจุบันนี้เกิดธุรกิจอีกมากมาย เช่น การส่งดอกไม้ ร้านหนังสือ ร้านวิดีโอ เป็นต้น

3. ฝึกคิดในสิ่งที่เป็นไปไม่ได้ (Impossible Thinking) บางสิ่งบางอย่างที่เราเคยคิดว่ามันเป็นไปไม่ได้ในอดีต แต่ในปัจจุบันมันเป็นไปได้และเป็นไปแล้ว สิ่งที่เราคิดว่าเป็นไปไม่ได้ในวันนี้ มันอาจจะเป็นไปได้ในอนาคต ดังนั้น อะไรก็ตามที่เราคิดว่าเป็นไปไม่ได้ อย่าเพิ่งด่วนตัดทิ้งไป เพราะนั่นเท่ากับเป็นการดับอนาคตแห่งความคิดสร้างสรรค์ของเราเอง ตัวอย่างความคิดสร้างสรรค์แบบนี้ เห็นได้จากภาพยนตร์ การ์ตูน บางประเภทที่เราคิดว่าเป็นไปไม่ได้ ความคิดของนักวิทยาศาสตร์นำไปค้นคว้าวิจัยเพื่อนำไปสู่ความเป็นไปได้ต่อไป เช่น ในอดีตใครเคยคิดบ้างว่าเรื่องการโคลนนิ่งสัตว์หรือมนุษย์จะเป็นไปได้ ใครเคยคิดบ้างว่ามนุษย์จะมีธุรกิจการท่องเที่ยวในอวกาศ ใครจะคิดบ้างว่าคนที่อยู่กับคนละโลกสามารถพูดคุยกันแบบเห็นหน้าตาได้เหมือนสมัยนี้ ในชีวิตการทำงาน เรามักจะตกหลุมพรางทางความคิดแบบนี้บ่อยๆ พอคิดจะทำโน่นทำนี่ เราก็มักจะถูกขัดขวางด้วยความคิดที่ว่า มันทำไม่ได้หรอก หัวหน้าเขาคงไม่มีงบประมาณ ผู้บริหารคงไม่สนับสนุน ฯลฯ ความคิดในลักษณะนี้เกิดขึ้นมากมายกับคนทำงาน สาเหตุที่สำคัญคือ เรามักจะนำเอาสภาพแวดล้อมภายนอกมาทำลายต้นกล้าแห่งความคิดสร้างสรรค์ของเราเสียเอง ตั้งแต่ยังไม่ลงมือทำอะไรเลย ทำให้เราไม่มีโอกาสได้คิดไปถึงที่สุดว่าที่เราคิดว่ามันเป็นไปไม่ได้นั้น จริงๆ แล้วมันเป็นเช่นนั้นจริงหรือ

4. ฝึกคิดบนหลักของความเป็นจริง (Thinking Based Principle) การฝึกคิดแบบนี้คือการคิด วิเคราะห์สิ่งต่างๆ โดยย้อนกลับไปหาหลักความเป็นจริงของสิ่งนั้นๆ ว่าคืออะไร เช่น คนที่สามารถผลิตเครื่องบินได้นั้นจะต้องเข้าใจถึงหลักความเป็นจริงในเรื่องแรงโน้มถ่วงของโลกก่อน จึงจะสามารถออกแบบเครื่องบินได้ ต้องเข้าใจว่าการบินได้นั้นจะต้องมีพลังขับเคลื่อนเท่าไร มีความเร็วเท่าไร จึงจะสามารถหนีออกจากแรงโน้มถ่วงของโลกได้

5. ฝึกคิดข้ามกล่องความรู้ (Lateral Thinking) การคิดข้ามกล่องความรู้คือการนำเอาความรู้ที่มีอยู่ในหัว ในเรื่องต่างๆ มาคิดไขว้กัน ยิ่งเรามีกล่องความรู้หลากหลาย โอกาสที่เราจะคิดข้ามกล่องเพื่อให้เกิดความคิดใหม่ๆ ก็มีมากยิ่งขึ้น เช่น ก๋วยเตี๋ยวต้มยำ มาจากกล่องความรู้เกี่ยวกับก๋วยเตี๋ยวผสมกับกล่องความรู้ในการทำต้มยำ หรือแอร์มั่ง มาจากกล่องความรู้ด้านแอร์กับกล่องความรู้ด้านมั่ง เป็นต้น

จากที่กล่าวมา สรุปได้ว่าการจัดการเรียนการสอนโดยใช้วิธีการที่เหมาะสมจะทำให้ผู้เรียนพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ได้นั้น สามารถทำได้ดังนี้

1. สอนให้ผู้เรียนฝึกการใช้ความคิดในสิ่งที่แตกต่างไปจากรูปแบบเดิมๆ โดยให้ผู้เรียนรวบรวมข้อคิดเห็น แสดงความคิดเห็นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายแล้วนำมาอภิปรายร่วมกัน
2. สอนให้ผู้เรียนรู้จักพิจารณาลักษณะต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในลักษณะที่แปลกแตกต่างไปกว่าที่เคยคิด แต่อยู่บนพื้นฐานของความเป็นไปได้
3. สอนให้ผู้เรียนรู้จักการเชื่อมโยงสิ่งที่เห็นกับสิ่งอื่นๆ รอบตัวที่คล้ายคลึงกัน แตกต่างกัน หรือตรงกันข้ามกัน

4. สอนโดยการตั้งคำถามแบบปลายเปิด ใช้เหตุการณ์หรือคำถามให้ผู้เรียนชวนคิดค้นคว้าหาคำตอบในสิ่งที่เกิดขึ้น

5. สอนโดยฝึกให้ผู้เรียนรู้จักสิ่งใหม่ กฎเกณฑ์ใหม่ ความคิดใหม่ โดยอาศัยโครงสร้างเดิมหรือกฎเกณฑ์เดิมที่เคยมี แต่พยายามคิดพลิกแพลงให้แตกต่างไปจากเดิม

6. สอนให้ผู้เรียนรู้จักการแก้ปัญหา โดยการประเมินสถานการณ์เพื่อค้นหาคำตอบที่เหมาะสมและเป็นไปได้ ลักษณะของเด็กที่มีความคิดสร้างสรรค์ดังกล่าว สามารถสังเกตพฤติกรรมได้ด้วยการแสดงออก ดังนั้น เป็นหน้าที่ของผู้สอนที่จะช่วยสร้างและปลูกฝังผู้เรียนให้มีพฤติกรรมดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นการขอเสนอแนะหา ค้นคว้า ช่างสงสัย ช่างสังเกต มีเจตคติที่ดีต่อสิ่งแปลกใหม่ ด้วยการนำสื่อการศึกษาที่เหมาะสมกับเนื้อหาสาระและผู้เรียนเพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์

5. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับลักษณะประชากรและคนรุ่นใหม่

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรนี้ ใช้หลักการแห่งความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกกระตุ้น (Exogenous Factor) และพฤติกรรม โดยส่วนใหญ่ของมนุษย์จะดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วางไว้ และสังคมทุกๆ ไป มักจะกำหนดให้บุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย อัจฉิมา เศรษฐบุตร และสายสวรรค์ วัฒนพานิช (อ้างถึงใน ศันสนีย์ สุวภิญญธาส, 2549, หน้า 15) ได้กล่าวไว้ว่า ประชากร (Demography) หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับลักษณะสำคัญของประชากรในโลก อันได้แก่ จำนวนประชากร ความหนาแน่นต่อพื้นที่ การกระจายของอายุ ผิวกาย อัตรากการเกิด อัตรากการตาย การแต่งงาน อัตรากการเปลี่ยนแปลงของประชากรมีความสำคัญต่อธุรกิจ เพราะมีความสำคัญโดยตรงกับความต้องการที่แตกต่างกันของมนุษย์ อันเป็นสาเหตุที่ทำให้ตลาดขยายตัวได้ ถ้าตลาดนั้นมีผู้บริโภคที่มีอำนาจซื้อเพียงพอ และผลิตภัณฑ์นั้นมีอัตราประโยชน์ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค

ตัวแปรทางด้านลักษณะประชากรที่สำคัญที่นิยมนำมาศึกษาหาความสัมพันธ์กับทัศนคติของบุคคลและพฤติกรรมการเลือกใช้สินค้าหรือบริการ มีดังต่อไปนี้ (ศันสนีย์ สุวภิญญธาส, 2549, หน้า 15-16)

1) เพศ (Sex) จากการวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่อง แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องของความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะสังคมและวัฒนธรรมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนแต่ละเพศไว้แตกต่างกัน จึงส่งผลให้ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อสินค้าและบริการอย่างหนึ่งมีความแตกต่างกันระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย

2) อายุ (Age) โดยทั่วไป บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อนวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ๆ ต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อนวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ๆ เปลี่ยนไปเมื่ออายุมากขึ้น เนื่องจากในแต่ละช่วงชีวิต คนเราจะเปลี่ยนสถานที่ที่ใช้เวลาอยู่เป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ลักษณะของกิจกรรมที่ทำและกลุ่มบุคคลที่แวดล้อมเปลี่ยนไป ก็มีผลต่อพฤติกรรมและแนวคิดที่เปลี่ยนไปตามอายุ

3) การศึกษา (Education) การศึกษาเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญค่อนข้างสูงกับแนวคิดและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการ ระดับการศึกษาของบุคคลทำให้ทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสินค้าและบริการประเภทต่างๆ มีความแตกต่างกันออกไปเนื่องจากผู้บริโภคความรู้กว้างขวาง มีความเข้าใจและมีการรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการประกอบ การตัดสินใจเลือกใช้สินค้าและบริการได้แตกต่างตามระดับการศึกษา

4) สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-economic Status) โดยดูจาก รายได้ อาชีพ เชื้อชาติ ภูมิหลังครอบครัว เป็นต้น คนมีฐานะดีอาศัยอยู่ในเมืองก็จะมีโอกาสในการได้เลือกใช้สินค้าและบริการได้หลากหลายประเภทกว่า ทำให้ทัศนคติและแนวความคิดต่อสินค้าและบริการมีความแตกต่างจากบุคคลที่มีฐานะทางสังคมต่ำกว่า ตัวแปรรายได้จัดเป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของบุคคล ดังนั้น การศึกษาวิจัยที่ใช้แขนงทฤษฎีประชากรจึงมักมีตัวแปรรายได้ของบุคคลรวมอยู่ด้วยเสมอ เพื่อช่วยให้มองเห็นความสำคัญของฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม และพฤติกรรมของบุคคลชัดเจนยิ่งขึ้น

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2541, หน้า 118) กล่าวเพิ่มเติมว่า อาชีพมักจะมีอิทธิพลต่อแบบแผนการบริโภคของผู้บริโภค เช่น พนักงานฝ่ายช่างต้องซื้อเสื้อผ้าสำหรับทำงานและรองเท้าทำงาน ผู้จัดการบริษัทมักซื้อชุดสากลราคาแพง เป็นต้น

การศึกษาทำความเข้าใจในเรื่องของ Generation นั้น เป็นเรื่องที่มีผู้ให้ความสนใจและทำการศึกษากันเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในทางสังคมศาสตร์ เช่น สาขาที่เกี่ยวข้องกับสังคมวิทยา ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและนิเทศศาสตร์ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นต้น โดยมุมมองและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ Generation นั้น ยุคสมัยที่จัดแบ่งกลุ่มตามช่วงอายุทางวิชาประชากรศาสตร์ที่อเมริกันชนใช้และได้เผยแพร่ไปทั่วโลก ทั้งนี้ ฌ็อง-ฌัก คีรีเจรีญ (2548, หน้า 191-192) ได้อธิบายไว้ว่า

1) Gen-B

Generation Boomer หรือ Baby Boomer Generation มีอายุปัจจุบันในช่วง 40-63 ปี ปัจจุบันนักการตลาดในหลายๆ ประเทศเน้นทำการตลาดกับกลุ่มนี้เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ มีกำลังซื้อ มีศักยภาพในการบริโภคสินค้า มีทัศนคติที่ดีต่อการซื้อจับจ่ายใช้สอยสินค้าเพื่อตัวเองและบุคคลใกล้ชิด

2) Gen-X

Generation X มีอายุปัจจุบันในช่วง 34-39 ปี บางตำราอาจกำหนดอายุของผู้บริโภคกลุ่มนี้ไว้ต่ำถึงคนที่อายุ 26 ปี ในประเทศไทยเคยแบ่งกลุ่มนี้เป็นกลุ่มย่อยเรียกว่า “Yuppies” เป็นกลุ่มคนหนุ่มสาวที่กล้าใช้จ่ายฟุ่มเฟือย ทำงานในลักษณะใช้ความคิด สมาชิกหลักในครอบครัวทำงานทั้งสองคน ใช้ชีวิตแบบทันสมัย

3) Gen-Y

Generation Y หรือ Y Generation หรือ Gen-Y หรือ Why Generation เป็นผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ.2523-2537 (ค.ศ.1980-1994) เป็นกลุ่มคนที่เกิดขึ้นมาท่ามกลางความแตกต่างระหว่าง Baby Boomers กับ Gen-X โดยที่ Baby Boomers อาจจะเป็นปู่ตายาย หรือญาติผู้ใหญ่ในครอบครัว และมี Gen-X ทำตัวอยู่ในกรอบ แต่ Gen-X กลับอยากให้ Gen-Y เป็นตัวของตัวเอง และ

ท้าทายสิ่งที่เป็นอยู่เดิม Gen-Y จึงมักจะสับสน แต่ก็มีความต้องการที่จะสำเร็จในทุกอย่างที่น่าสนใจอย่างรวดเร็วกว่า Baby Boomers และ Gen-X นอกจากนี้ Gen-Y ยังเป็นคนที่มีความใจร้อน ต้องการเห็นผลสำเร็จทุกอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเชื่อในศักยภาพของตนเอง และเชื่อว่าจะมีความพร้อมด้านฐานะทางการเงินที่มักจะได้รับการสนับสนุนจาก Gen-X ซึ่งมีรายได้ดี โดยคนที่เป็น Gen-Y มีความเชื่อว่าการประสบความสำเร็จในชีวิตจะเกิดขึ้นต้องทำงานหนัก ทำให้มีการแต่งงานช้าลง มักจะแต่งงานเมื่ออายุ 30 ขึ้นไป ถ้ามีแฟนแล้วแฟนมีอุปสรรคกับงานก็เลิกกับแฟน เลือกรงาน คนกลุ่มนี้มักเปลี่ยนงานบ่อย มีการบริหารเงินจากเครื่องมือต่างๆ คนกลุ่มนี้จึงมีเครดิตการ์ดมากกว่า 1 ใบ มีการใช้บริการประเภท Personal Credit มากขึ้น นอกจากนี้ยังมีคนให้คำนิยามลักษณะของ Gen-Y ไว้ดังนี้

- มีความมั่นใจในตัวเองสูง
- กล้าแสดงออก ไม่หวั่นกับคำวิจารณ์
- ชอบทางลัด สะดวก รวดเร็ว และไฮเทคโนโลยีเป็นที่สุด
- ทุกคำถามมีคำตอบในโลกอินเทอร์เน็ต
- สมัครงานผ่านอินเทอร์เน็ต
- คุยกันทางอินเทอร์เน็ต ออนไลน์ (แทนการคุยทางโทรศัพท์)
- เป็นสาวกไอพอด ไอโฟน มีเสียงเพลงเป็นเพื่อน
- หนทางที่ถูกใจทำโดยต้องใช้ชีวิตสบายไปพร้อมๆ กับคำตอบแทนสูง ไม่ต้องเข้าออฟฟิศทำงานให้ปวดหัว

- ชูดทำงานขอใส่ตามใจฉัน ขอให้วัดกันที่ผลงานเป็นพอ
- ไม่ต้องการเวลาทำงานที่แน่นอน งานหนักต้องมาพร้อมกับผลตอบแทนที่ตนพอใจ

ดังนั้น Gen-Y คือประชากรกลุ่มที่เกิดหลัง Extraordinary Generation หรือ Generation X พวกเขาเกิดในช่วงเวลาที่บ้านเมืองสงบสุข และเติบโตมาในยุคของการเปลี่ยนแปลงอย่างมากของสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง รวมทั้งเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า เป็นวัยที่เพิ่งเริ่มเข้าสู่วัยทำงาน มีลักษณะนิสัยชอบแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ชอบอยู่ในกรอบและไม่ชอบเงื่อนไข Gen-Y เป็นคนทันสมัยไม่ตกยุค และมักเปื่อง่าย พวกเขาเป็นกลุ่มคนที่ทันโลก ทันเทคโนโลยีสามารถใช้อุปกรณ์และเครื่องมือทันสมัย อาทิ ไอโฟน โน้ตบุ๊ก และกล้องดิจิทัล ได้คล่องแคล่ว คนกลุ่มนี้จึงมีบุคลิกลักษณะด้านหนึ่งที่ค่อนข้างหือหาว ตามสมัยนิยม พ่วงติดมากับความเก่งกล้า ในการแสดงออกและกล้าที่จะคิด นับเป็นผู้บริโภคที่มีเอกลักษณ์และโดดเด่น มีความเป็นตัวของตัวเอง (ชีซวาล ต้นสินนท์, 2553) Gen-Y มักหมกมุ่นอยู่กับตัวเอง ติดเพื่อน ชอบทำหลายๆ อย่างพร้อมกัน เสียงดัง มองโลกในแง่ดี เป็นกลุ่มประชากรที่นักการตลาดทั่วโลกคาดว่าจะมีอิทธิพลสูงในโลกปัจจุบัน

ผู้เชี่ยวชาญการวิจัยลักษณะของคนแต่ละรุ่นชี้ว่า Gen-Y ซึ่งกำลังเข้าสู่วัยทำงาน นับเป็นคนวัยทำงานที่ได้รับการเลี้ยงดูจากพ่อแม่อย่างดีที่สุดในประวัติศาสตร์ของโลก (เสาวนีย์ พิสิฐานุสรณ์, 2550) คนวัยรุ่นนี้มีศักยภาพสูงมากในการเรียนรู้ มากกว่าคนรุ่นใดๆ ที่ผ่านมา Gen-Y มีพลังในตัวเองมาก และมักคิดนอกกรอบ พวกเรายังมีความคิดที่แปลกแหวกแนวและมีความมั่นใจในตัวเองค่อนข้างสูง ความสามารถของ Gen-Y ไม่ว่าจะเป็นในนวัตกรรมใหม่ๆ ด้านต่างๆ ทั้งเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ ล้วนเป็นความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการทำงานในโลกยุคไร้พรมแดน

เช่นในปัจจุบัน ชาว Gen-Y ส่วนใหญ่มักมีความสามารถในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่หลากหลาย สามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็ว และพร้อมพัฒนาตนเองอยู่เสมอ

ด้านการศึกษาของ Gen-Y ที่ผ่านมาจะพบว่าพวกเขาได้รับการศึกษาที่ค่อนข้างสูง และอยู่ในสถานศึกษาที่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นของตนเองมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับแนวทางการเรียนรู้ของ Gen-X พวกเราจะกล้าแสดงออก ในขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น Gen-Y สามารถเรียนรู้ได้ดีกับคนกลุ่ม Baby Boomers โดยเฉพาะถ้าความสัมพันธ์ไม่ได้เป็นแบบทางการมากนัก หากคน Gen-B ให้โอกาสปรึกษาหรือพูดคุยและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ก็อาจทำให้การเรียนรู้ของคน Gen-Y มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้ (อภิวิฐิ พิมลแสงสุริยา, 2553)

ในด้านการทำงาน คน Gen-Y ต้องการความชัดเจนในการทำงานว่าสิ่งที่ทำมีผลต่อตนเอง และต่อหน่วยงานอย่างไร เป็นกลุ่มคนที่ต้องการเรียนรู้ในประสบการณ์ที่หลากหลาย ต้องการประสบการณ์และการเรียนรู้ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา (พสุ เตชะรินทร์, 2551) พวกเขามีความสามารถในการทำงานหลายด้านที่เกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ๆ คอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และสื่ออีกหลายประเภท อีกทั้งยังมีความสามารถในการทำงานหลายๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง สามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลง ต้องการงานที่มีความก้าวหน้า สามารถแสดงความคิดเห็นและบริหารจัดการด้วยตนเอง ทั้งในเรื่องเวลาและสถานที่ ที่สำคัญต่อสัมพันธภาพที่ดีในการทำงาน (ทิพวัลย์ สนิธิธาวรร, 2553) กลุ่ม Gen-Y เป็นกลุ่มที่นำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดความสะดวกสบายให้กับตนเองด้วยเทคโนโลยี เขาจึงมองว่าเขาสามารถทำงานที่ไหน หรือตอนไหนก็ได้ โดยเมื่อถึงกำหนดเขาก็จะสามารถส่งงานได้ตามเวลา ดังนั้น องค์กรที่ต้องการดึงดูดคน Gen-Y มาทำงานด้วย หากสามารถเข้าถึงอุปนิสัยของพวกเขาจะสามารถดึงดูดศักยภาพต่างๆ เหล่านี้มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ กลุ่มคน Gen-Y เชื่อว่าการประสบความสำเร็จในชีวิตจะเกิดขึ้นต้องทำงานหนัก ทำให้มีการแต่งงานช้าลง จะสังเกตได้ว่าคน Gen-Y น้อยมากที่แต่งงานก่อนอายุ 30 ปี และหากมีแฟนแล้วแฟนเป็นอุปสรรคกับงาน พวกเขาจะเลิกกับแฟนและเลือกงานแทน

อย่างไรก็ดี อีกด้านหนึ่งของคน Gen-Y คือ ความเชื่อมั่นในตนเองค่อนข้างสูง และการแสดงความคิดเห็นของตนเองอย่างอิสระ บางทีก็ทำให้ผู้ร่วมงานรู้สึกอึดอัดได้ง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับบุคคลที่มีบุคลิกภาพและค่านิยมที่ต่างกันในแต่ละรุ่นอย่างสังคมไทย Gen-Y มักอึดอัดเมื่อความคิดเห็นของพวกเขาไม่ได้รับการยอมรับจากหัวหน้างาน Gen-Y จะพอใจอย่างมากถ้าสามารถเลือกเวลาทำงานตามความสะดวกของตนเอง หรือทำงานจากสถานที่อื่นได้ เช่น ที่บ้าน หรือนอกสถานที่ทำงาน โดยยึดผลงานตามกำหนดเวลา สิ่งที่พวกเขาไม่ชอบอย่างมาก คือ ระเบียบวินัยที่มากเกินไป เช่น ห้ามใช้โทรศัพท์มือถือระหว่างทำงาน ห้ามใช้คอมพิวเตอร์ในเรื่องส่วนตัว ฯลฯ Gen-Y บางคนสามารถลาออกจากงานทันทีโดยไม่คำนึงถึงปัญหาเรื่องการตกงาน และมีกำลังด้านการเงินในการบริโภคสินค้าอย่างเต็มที่ จากการศึกษารื่อง “ความคาดหวังต่อการทำงาน” (รัชฎา อสีสนธิสกุล, 2549) พบว่าคน Gen-Y ต้องการลักษณะงานที่สร้างสรรค์และท้าทาย เหมาะสมกับความสามารถ มีโอกาสก้าวหน้าในการทำงาน และมีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อนร่วมงานและเจ้านาย พวกเขายึดหลักความสบายใจในการทำงานสำคัญกว่ารายได้หรือตำแหน่งงาน นอกจากนี้ Gen-Y ยังต้องการงานที่พวกเขาได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ มีค่าจ้างและสวัสดิการที่เหมาะสม และมีความยืดหยุ่นในการทำงานทั้งในเรื่องเวลาและสถานที่ทำงาน หากถามหาถึงความ

จงรักภักดีต่อองค์กร ความภักดีต่อบริษัทของ Gen-Y จะอยู่ในอันดับท้ายสุด พวกเขาให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ครอบครัว รองลงมาคือ กลุ่มเพื่อน เพื่อนร่วมงาน และตัวของพวกเขาเอง Gen-Y ยอมรับว่าพวกเขาไม่จงรักภักดีกับองค์กรแต่จงรักภักดีกับวิชาชีพ ไพรัชวอเตอร์เฮาส์ คูเปอร์ส (วรัญญา ศรีเสวก, 2553) สสำรวจคนกลุ่ม Gen-Y ในเอเชีย พบว่า คนรุ่นนี้ต้องการทำงานกับองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งพวกเขายังพร้อมที่จะตัดสินใจลาออกจากการหากพบว่าบริษัทไม่ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ

Gen-Y มีรสนิยมชอบดูแลตนเองสูง ชอบแต่งตัว ต้องการทำงานในแวดวงแฟชั่น ในองค์กรที่ต้องแต่งตัวไปงานต่างๆ หรือนอนดึกตื่นสาย ต้องการองค์กรที่ยืดหยุ่นในเรื่องเวลา และต้องการให้คนมองว่าเขาเป็นผู้ใหญ่ บางครั้งองค์กรปฏิบัติกับคนกลุ่มนี้เป็นเด็กอยู่ตลอดเวลา พวกเขาจึงต้องการโอกาสในการพิสูจน์ความสามารถตนเอง และต้องการความสำเร็จในชีวิตอย่างรวดเร็ว ปัจจัยจูงใจที่สำคัญของคนใน Gen-Y อีกประการหนึ่งคือ การทำงานเป็นทีม คนเหล่านี้ไม่ชอบที่จะนั่งทำงานอยู่คนเดียวง่ายๆ โดยไม่ส่งสิ่งกับใคร พวกเขาต้องการที่จะทำงานที่มีโอกาสพูดคุย สัมผัสกับผู้อื่น และต้องการสถานที่ทำงานที่มีลักษณะเปิดโล่งที่เปิดโอกาสให้สร้างปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน คนวัย Gen-Y นั้น อยากจะทำงานในสถานที่ที่สามารถเข้าถึงหรือติดต่อเพื่อนร่วมงานและเจ้านายได้สะดวกตลอดเวลา (พสุ เตชะรินทร์, 2551)

สำหรับการวางแผนการตลาดในยุคปัจจุบัน Gen-Y ไม่ใช่เพียงกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นธรรมดาเท่านั้น หากแต่พวกเขาเป็นกลุ่มวันที่กำลังเติบโตเต็มที่ และกำลังก้าวเข้าสู่วัยทำงานที่จะมีกำลังทรัพย์และก้าวหน้าทางบทบาทหน้าที่ด้านการงานและมีกำลังด้านการเงินในการบริโภคสินค้าอย่างเต็มตัว พวกเขา กำลังจะก้าวเข้าสู่ Great Generation ในช่วงเวลาปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคของ Gen-Y ค่อนข้างแตกต่างอย่างชัดเจนจากคน Gen-B และ Gen-X กลุ่ม Gen-Y เป็นผู้บริโภครุ่นที่ใจร้อน ต้องการเห็นผลสำเร็จทุกอย่างอย่างรวดเร็วเนื่องจากเชื่อในศักยภาพของตนเอง เหตุผลในการซื้อสินค้าของ Gen-Y ส่วนใหญ่ใช้เหตุผลถูกผสมเป็นส่วนใหญ่ เช่น เลือกเพราะมีความชอบทันสมัย มีสไตล์ ฉะนั้นจะใช้เหตุผลทางอารมณ์ผสมกับเหตุผลเชิงตรรกะที่ตั้งอยู่บนฐานข้อมูล ซึ่งเขาเชื่อถือหลายแหล่ง พวกเขาจะหาข้อมูลอย่างถี่ถ้วนก่อนจะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการแต่ละชิ้น อินเทอร์เน็ตจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการค้นคว้าและช่วยในการตัดสินใจเลือกบริโภคของคนกลุ่มนี้ พฤติกรรมเด่นของ Gen-Y มีดังนี้คือ (อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์, 2551)

- 1) รักการจับจ่าย แต่ปฏิเสธการ Shopping แบบเดิมๆ แต่แสวงหาการจับจ่ายแบบที่หลากหลายช่องทาง
- 2) รักความบันเทิง
- 3) ชื่นชอบสีสันสดใส
- 4) รักบรรยากาศสนุกสนาน มีชีวิตชีวา
- 5) มีพฤติกรรมแบบการทำงาน หรือทำกิจกรรมต่างๆ ภายในเวลาเดียวกัน (Multi-tasking)
- 6) ดูทีวีและฟังวิทยุน้อยลง แต่ไปเพิ่มที่การสื่อสารแบบไร้สาย และการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต
- 7) มีความจงรักภักดีต่อตราสินค้า (Brand Royalty) ต่ำกว่าทุก Generation

8) ไม่กลัวการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี แต่กลับรู้สึกท้าทายและมองการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวในแง่บวก

4) Gen-Z

Generation Z หรือ Gen Z คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2537-ปัจจุบัน อายุ 1-18 ปี (ปี พ.ศ.2555) ในปี พ.ศ.2553 คาดว่ามีประชากรไทยอยู่ในกลุ่มอายุ Gen-Z ประมาณ 16.5 ล้านคน คิดเป็นประมาณ 25% ของประชากรทั้งหมด

Gen-Z เป็นประชากรกลุ่มอายุน้อยที่สุดในปัจจุบัน ในเจนเนอเรชันนี้จะเป็นช่วงที่มีประชากรเกิดใหม่น้อยลง เนื่องจากอัตราเจริญพันธุ์ (Fertility Rate) หรือจำนวนทารกแรกเกิดโดยเฉลี่ยต่อหญิงหนึ่งคนตลอดชีวิตลดลงจากอดีต ซึ่งปัจจุบันสภาวะการดังกล่าวเกิดขึ้นในหลายประเทศทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย โดยเกิดจากหลากหลายสาเหตุ ดังนี้ 1) ผู้หญิงมีการศึกษาดีขึ้นทำให้เกิดโอกาสในการทำงานมากขึ้น และมีความเป็นอิสระทางการเงินสูง ทำให้ชะลอการแต่งงานและลดจำนวนการตั้งครรภ์ 2) การมีข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนคุณภาพสาธารณสุขที่ดีขึ้นและอุปกรณ์ในการป้องกันการตั้งครรภ์เพิ่มมากขึ้น 3) การเป็นเมืองเพิ่มขึ้นทำให้มีภาระด้านการดำเนินชีวิต การทำงาน ที่อยู่อาศัย ค่าใช้จ่าย และอื่นๆ ทำให้ต้นทุนของการมีลูกสูงขึ้น ยากต่อการมีลูกมากกว่า 1-2 คน ปรากฏการณ์ดังกล่าวที่เกิดขึ้นส่งผลให้ประชากรที่เกิดใหม่ในหมู่วัยรุ่นดังกล่าวเติบโตขึ้นท่ามกลางการเลี้ยงดูที่มีคุณภาพมากขึ้น และมีค่าใช้จ่ายสูงมากยิ่งขึ้นเช่นกัน (มหาวิทยาลัยมหิดล, 2553)

Gen-Z เป็นกลุ่มประชากรเจนเนอเรชันใหม่ที่กำลังถูกจับตามองจากนักการตลาด ซึ่งได้ถูกกำหนดว่าเป็นกลุ่มลูกค้าที่อายุน้อยที่สุดในปัจจุบัน โดยจะเป็นกลุ่มที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ.2549 เป็นต้นไป ซึ่งหากพิจารณาถึงปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าอายุที่แก่ที่สุดของคนกลุ่มนี้จะมีอายุประมาณ 18 ปี ส่วนอายุน้อยที่สุด คือ ทารกแรกเกิด และยังคงรวมถึงผู้ที่ยังอยู่ในครรภ์มารดา และที่กำลังจะเกิดในอนาคตด้วย

ผู้บริโภคกลุ่ม Gen-Z แม้ว่าจะมีปริมาณประชากรลดน้อยลง แต่ก็นับเป็นกลุ่มที่มีอำนาจซื้อสูง และการใช้จ่ายต่อคนก็จะสูงขึ้นด้วยเช่นกัน ดังนั้น การสามารถเข้าใจและสร้างพฤติกรรมผู้บริโภคจากลูกค้ากลุ่มวัยนี้ได้จะสามารถสร้างยอดขายได้มากกว่ากลุ่มลูกค้า Generation อื่นๆ ได้ค่อนข้างสูง นักการตลาดคาดว่าคนกลุ่มวัย Gen-Z จะมีความเป็นปัจเจกบุคคลมากกว่ากลุ่มคน Gen-Y ผู้บริโภควัย Gen-Z ต้องการสินค้าเฉพาะเจาะจงที่แสดงความเป็นตัวของตัวเองและใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย Gen-Z มีทัศนคติเป็นผู้ที่ชื่นชอบการใช้จ่าย เพื่อสร้างความสุขความพอใจกับตนเอง มีความละเอียดลออ รวมถึงช่องทางเสมือนจริงในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ จะเข้ามามีบทบาทกับการดำเนินชีวิต (Live Style) ของคนกลุ่มนี้มากขึ้นด้วย ผู้บริโภควัย Gen-Z รู้ตัวว่าเขาต้องการอะไรและเขาเองก็มีเงินพอจะจ่ายด้วย การตลาดแบบโฆษณาชวนเชื่อมักจะแผ่แมกกับอินเทอร์เน็ตและนิตยสารตลอดเวลา ดังนั้นนักการตลาดควรจะมีความคิดสร้างสรรค์ไม่เหมือนใครเพื่อให้ผู้บริโภค Gen-Z เห็นความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และเลือกใช้สินค้าด้วยความเต็มใจ

Gen-Z ในกลุ่มเด็กวัยทีนที่คาบเกี่ยววัยเด็กและวัยรุ่นมีอยู่เป็นจำนวนมาก และกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญทางการตลาด พวกเขามีกิจกรรมเชิงสังคม และพฤติกรรมการสมาคมผ่านระบบเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า ญกรณิกกลุ่ม Gen-Z วัยเด็กในสหรัฐอเมริกาใช้เวลามากกว่า 6 ชั่วโมงต่อวันในการใช้สื่อที่แตกต่างกันออกไป ในขณะที่กว่าร้อยละ 50 ของเด็กยุโรปใช้อินเทอร์เน็ตตั้งแต่อายุ 8 ขวบ นั้นหมายความว่า สถานที่เล่นของเด็กและวัยรุ่น เปลี่ยนจากการวิ่งเล่นกลางแจ้งมาอยู่หน้าจอตั้งแต่วัย

เล็ก ซึ่งบางครั้งพวกเขาได้รับข้อมูลข่าวสารจล้น ข้อมูลต่างๆ มีทั้งเรื่องจริงและข้อมูลแบบโคมลอย นักโฆษณาจึงต้องพยายามอย่างหนักเพื่อชิงความสนใจจากพวกเขาให้ได้โดยให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อวัย Gen-Z กลุ่มนี้ ในขณะที่เดียวกันก็สร้างความสนใจและก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการบริโภคให้เกิดขึ้นให้ได้ ดังนั้น 1) ทางเลือก 2) การควบคุม และ 3) ความสะดวก คือหัวใจสำคัญสำหรับประชากรวัยดิจิทัลกลุ่มนี้ ในขณะที่ตราสินค้าบางอย่าง Absolute, Nike และ GAP สามารถดึงดูดวัยรุ่นจากหน้าจอเว็บไซต์ได้ ข้อความ SMS บนจอทีวีก็เป็นตัวสร้างความสนใจให้เกาะติดจอมากขึ้นและสามารถสร้างผลกำไรที่สูงขึ้น John Gordon ซีอีโอของ Extreme Information ออกมากล่าวว่า “อำนาจซื้อของวัยรุ่นพุ่งทะลุเพดานไปแล้ว ต้องยอมรับว่าเด็กรุ่นนี้มีบทบาททางสังคมมากขึ้นกว่าแต่ก่อน ด้วยเม็ดเงินปริมาณมหาศาลที่วนอยู่ในตลาดที่หมุนเวียนเปลี่ยนมือเร็วเช่นนี้ จึงทำให้แบรนด์ชั้นนำจับทางได้และไม่ยอมพลาดที่จะรีบฉวยโอกาสกระโดดเข้าร่วมวง” (Positioning Magazine, 2548)

นอกจากนี้ยังมีกลุ่ม Gen-Z วัยเด็กซึ่งเป็น Generation Z อีกกลุ่มหนึ่งที่เป็นที่จับตาของนักการตลาด โดยการสำรวจวิจัยจากทางฝั่งยุโรป ได้ทำการศึกษากการส่งเสริมการตลาดของลูกค้าในกลุ่มนี้จากงานวิจัยชิ้นหนึ่งของบริษัทในสวีตเซอร์แลนด์ เปิดเผยว่า หากสตรีที่กำลังมีครรภ์ได้สัมผัสกับแคมเปญการตลาดต่างๆ อาทิเช่น เพลงจิงเกิ้ลของโฆษณา โทน ทำนองเพลง และข้อความต่างๆ ที่ตั้งใจออกแบบเฉพาะให้รื่นรมย์ และสื่อสารกับเด็กทารก พบว่าประมาณร้อยละ 77 ของเด็กที่เกิดใหม่ทั้งหมดนั้น สามารถจดจำและคุ้นเคยกับตราสินค้าดังกล่าวได้ ทั้งยังทำให้พวกเขามีแนวโน้มที่จะพอใจตราสินค้าดังกล่าวเมื่อเติบโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่ต่อไปด้วย ดังนั้น จึงได้เริ่มมีกลยุทธ์การทำตลาดกับ Gen-Z โดยมีการพัฒนาแคมเปญการส่งเสริมการตลาดต่อกลุ่มนี้ โดยแบ่งเป็นแคมเปญที่จะสื่อสารกับเด็กที่อยู่ในครรภ์กับเด็กทารกที่เพิ่งเกิดมาอายุไม่เกิน 2-3 ปี

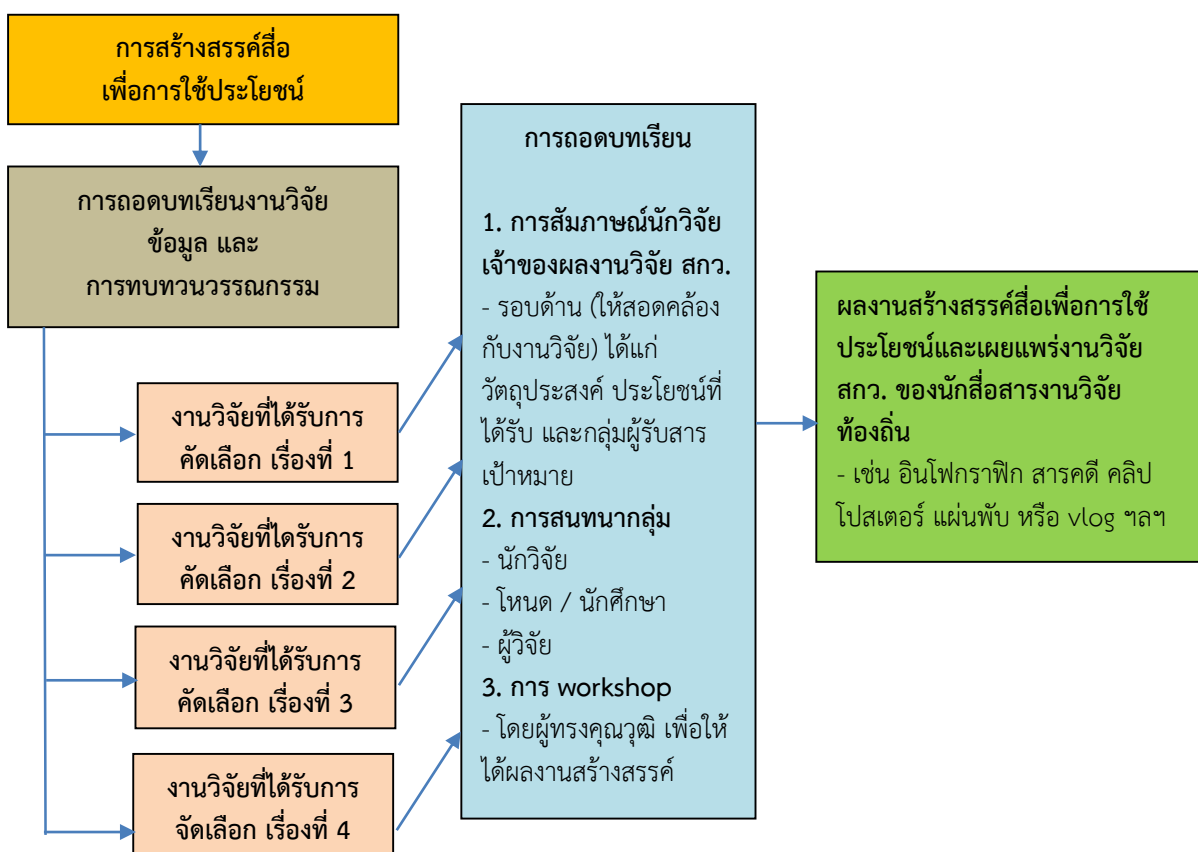
แคมเปญอีกลักษณะหนึ่ง คือ การมุ่งไปยังเด็กทารกที่มีอายุไม่เกิน 2-3 ปี จากการวิจัยปรากฏว่าเด็กในช่วงนี้จะสามารถซึมซับจดจำทุกสิ่งทุกอย่างรอบตัวได้ง่าย สมองของเด็กยังว่างและมีอำนาจในการเรียนรู้สูง พร้อมจะดูดซึมทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาในประสาทสัมผัส ดังนั้น แคมเปญที่พัฒนาจะใช้ประสาทสัมผัสทุกประการ (Sensory Marketing) ทั้งรูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส ที่จะสื่อสารครบทุกช่องทางกับเด็กๆ เริ่มจากรูปภาพ การออกแบบ ดีไซน์ที่สวยงาม เตละตา สีสนที่ชวนให้เกิดความสนใจและตื้นตันต่อเด็กๆ รสชาติและกลิ่นที่เหมาะสมสอดคล้องกับวัย เสียงเพลง ทำนอง โพนการพูด และข้อความการสื่อสารที่น่าประทับใจต่อเด็กวัยดังกล่าว รวมถึงการให้ใช้การสัมผัสกับสิ่งของชิ้นส่วนต่างๆ ที่ตราสินค้านั้นสร้างขึ้น ซึ่งน่าจะนำไปสู่ความพึงพอใจ ความคุ้นเคย และความเชื่อมั่นต่อตราสินค้าของคนกลุ่มนี้เมื่อเติบโตขึ้นในอนาคต นอกจากนี้ มีหลายกิจการในยุโรปที่เริ่มพัฒนาห้องทดลองหรือโชว์รูมที่จำลองสถานการณ์ต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของแต่ละแบรนด์เพื่อให้บริการกับเด็กวัยเตาะแตะ และสื่อสารสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้เด็กเหล่านั้นเพื่อที่วันหน้าจะได้เป็นการสร้างความภักดีให้กับคนกลุ่มนี้เมื่อเติบโตใหญ่ต่อไปในอนาคต

ดังนั้นการทำตลาดสำหรับกลุ่ม Gen-Z จึงไม่เพียงเจาะไปที่ตัวผู้บริโภควัย Gen-Z เท่านั้น แต่ยังคงคำนึงถึงผู้ปกครองหรือพ่อแม่ของกลุ่ม Gen-Z เหล่านี้ด้วย เช่น อายุของพ่อแม่ โดยนักการตลาดเชื่อว่าหากกลุ่มลูกค้าของตนมีพ่อแม่อายุน้อย การจำหน่ายสินค้าอาจจะหวังที่จะสร้างกลุ่มลูกค้าทั้งครอบครัว เพราะพ่อแม่ก็อยากเล่นสิ่งที่เป็นความต้องการในวัยเด็กแต่ขาดโอกาสเพราะมีลูกเร็วเกินไป จึงซื้อสินค้าเพื่อตนเองพอๆ กับเพื่อลูกหลานของตน เช่น ในการซื้อชุดนอนที่เป็นลายเฮล

โลคิตต์ หรือการเที่ยวสวนสนุก ในกรณีของพ่อแม่ที่ทำงานหนักมีเวลาวางให้กับลูกไม่มาก จะใช้การซื้ออาหารและของเล่นเพื่อเพิ่มความสุขให้กับลูกๆ ของตนทดแทนกับความรักที่มีให้กับลูก ในบางครั้งนักการตลาดพบว่าการอ้างเหตุผลให้กับพ่อแม่ที่มีความขัดแย้งในการซื้อหาความสุขให้กับลูกหลาน หรือมีไฉ่เดียวไม่ชัดเจนว่าจะหาซื้อสินค้าใดให้กับลูกหลานของตน ผู้ปกครองพวกนี้จะมีพฤติกรรมการไปร้านอาหาร ไปสถานที่ที่ซ้ำๆ กัน เพราะไม่รู้ว่าจะไปไหนดี พ่อแม่เหล่านี้จะเป็นกลุ่มที่คอยอาศัยการโฆษณาเป็นเครื่องนำทางและช่วยในการตัดสินใจ

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่าสำหรับในยุคปัจจุบันนี้ สื่อที่มีบทบาทและมีอิทธิพลสูงสุดคงหนีไม่พ้น “สื่อสังคมออนไลน์” จะเห็นได้ว่าสื่อออนไลน์หรือเทคโนโลยีมีบทบาทอย่างสูงและทวีความสำคัญมากขึ้นเป็นลำดับ โดยเฉพาะในคนรุ่นใหม่อย่างกลุ่มคนรุ่น Gen-Y และ Gen-Z ที่ให้ความสำคัญกับสื่อชนิดนี้จนเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ดังนั้นการศึกษาโดยเน้นไปที่กลุ่มคนรุ่นใหม่จึงเป็นการศึกษาที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนถ่ายทีวีแอนะล็อกไปสู่ทีวีดิจิทัลของคนรุ่นใหม่เป็นอย่างยิ่ง

6. กรอบแนวคิดในการวิจัย



7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เชมณัญญ์ มิ่งศิริธรรม (2559) ทำการศึกษาการพัฒนาบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์เรื่องการออกแบบสื่อการศึกษาสร้างสรรค์สำหรับครูระดับประถมศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์เรื่องการออกแบบสื่อการศึกษาสร้างสรรค์สำหรับครูระดับประถมศึกษา เพื่อพัฒนาบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์เรื่องการออกแบบสื่อการศึกษาสร้างสรรค์สำหรับครูระดับประถมศึกษา และเพื่อทดลองบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์เรื่องการออกแบบสื่อการศึกษาสร้างสรรค์สำหรับครูระดับประถมศึกษา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ด้านการออกแบบสื่อการศึกษาในระดับปานกลาง และมีความรู้ด้านการออกแบบสื่อการศึกษาประเภทสื่อใหม่ ได้แก่ social media, virtual education, m-learning อยู่ในระดับน้อยที่สุด และต้องการพัฒนาการออกแบบสื่อการศึกษาประเภทสื่อใหม่มากที่สุดเพื่อใช้ในการจัดการเรียนการสอน เพื่อให้เกิดประโยชน์ทางการศึกษาต่อผู้เรียน เพราะมีความคิดเห็นว่าการนำเสนอเนื้อหาในบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์ช่วยกระตุ้นความสนใจให้กับผู้เรียนได้ดี

พุฒิรัตน์ กมลชัยกุล (2550) ศึกษาเรื่องรูปแบบการสื่อสารธรรมะเพื่อเยาวชนผ่านเว็บไซต์ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบ เนื้อหา และภาษาที่ใช้ในการถ่ายทอดธรรมะผ่านเว็บไซต์ธรรมะเพื่อเยาวชน และคุณลักษณะของสื่อเว็บไซต์เพื่อการถ่ายทอดธรรมะที่สอดคล้องกับความต้องการของเยาวชน โดยใช้วิธีศึกษา 2 วิธี ได้แก่ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในเว็บไซต์ธรรมะเพื่อเยาวชน จำนวน 3 เว็บไซต์ ได้แก่ www.jaisabai.com, www.tamdee.net และ www.budpage.com และวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนอายุ 18-25 ปี จำนวน 3 กลุ่ม กลุ่มละ 8 คน ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะเว็บไซต์ธรรมะที่เยาวชนต้องการในเรื่องของรูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อใหม่เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ ได้แก่ การตกแต่งหน้าเว็บเพจให้มีความความเคลื่อนไหวโดยใช้คอมพิวเตอร์กราฟิก สีสันที่สดใส การจัดหมวดหมู่ของเนื้อหาให้เป็นระเบียบ รวมทั้งการนำเสนอข้อความร่วมกับภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหวที่สอดคล้องกับเนื้อหา โดยเว็บไซต์ธรรมะเพื่อเยาวชนทั้ง 3 เว็บไซต์ ส่วนใหญ่เป็นการใช้ภาษาแบบไม่เป็นทางการ (Informal Language) และบางส่วนใช้ภาษาแบบเป็นทางการ (Formal Language)

รัตนาวดี เกียรตินิยมศักดิ์ (2542) ศึกษาเรื่อง มณฑลของสาธารณะของการสื่อสารตัวกลางของคอมพิวเตอร์ กรณีศึกษา www.pantip.com และ www.sanook.com เพื่อศึกษาถึงลักษณะหน้าที่ และประโยชน์ที่เกิดขึ้นในมณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะในมณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์นั้นเป็นเวทีเสวนาทางวัฒนธรรม (Cultural forum) ที่มีประเด็นตามความสนใจของผู้ใช้งาน และยังมีลักษณะเป็นชุมชนเสมือน (Virtual community) ที่เกิดขึ้นขนานไปกับโลกแห่งความเป็นจริง ลักษณะการมีส่วนร่วมเป็นการปฏิสัมพันธ์กับเครื่องคอมพิวเตอร์ (Machine interactivity) หน้าที่ในมณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ คือ เป็นช่องทางให้ผู้ใช้งานมีส่วนร่วมในหน้าที่ดังต่อไปนี้ คือ การให้ข้อมูลสาธารณะ การสอดส่องดูแลสภาพแวดล้อมการกระตุ้นเร้าและผลักดันเพื่อพัฒนาผลประโยชน์แห่งชาติ การสร้างสายสัมพันธ์ การให้ความบันเทิง และช่องทางการสื่อสารต้องห้าม นอกจากนี้แล้ว ผู้ใช้งานยังใช้มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของตนเองดังนี้ คือ การใช้มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลาง

คอมพิวเตอร์เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนตัว เป็นแหล่งข้อมูลเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากคนอื่น ๆ เพื่อนำไปเป็นประโยชน์ต่อตัวเอง และใช้เพื่อเป็นตัวกลางในการสร้างสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ

ปวีรพรต สมนึก (2558) ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาวัตกรรมการเรียนการสอนโดยใช้สื่อวีดิทัศน์เพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์รายละเอียดของวิธีการสอนเรื่องผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้วยวิธีการสอนแบบปกติกับวิธีการสอนโดยใช้สื่อวีดิทัศน์เป็นหลัก เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมโดยวิธีการสอนแบบปกติกับวิธีการสอนโดยใช้สื่อวีดิทัศน์เป็นหลัก และเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษาในกลุ่มทดลองที่มีต่อวิธีการสอนโดยใช้สื่อวีดิทัศน์เป็นหลัก ผลการวิจัยพบว่า การสอนโดยการใช้อินเทอร์เน็ตมีข้อดีคือ ช่วยให้คุณภาพการเรียนรู้ของผู้เรียนดีขึ้น สามารถจดจำได้มากและนานขึ้น ช่วยให้ผู้เรียนเรียนรู้เนื้อหาในปริมาณมากขึ้นในเวลาที่กำหนดไว้ และช่วยให้ผู้เรียนมีความสนใจและมีส่วนร่วมกับการเรียนรู้ เนื่องจากการสอนโดยวิธีการสอนแบบปกติโดยการบรรยายหน้าห้องนั้นทำให้ผู้เรียนขาดความสนใจในการบรรยาย ซึ่งระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการสอนโดยการใช้สื่อวีดิทัศน์เป็นหลักอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 ซึ่งผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนโดยการใช้สื่อวีดิทัศน์สูงกว่าวิธีการสอนปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .0001

จุฑารัตน์ ศรารณะวงศ์ และคณะ (2560) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ การประยุกต์ใช้ ทักษะคิดและความคิดเห็นต่อผลกระทบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับการประยุกต์ใช้และทัศนคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ต และความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความคิดเห็นต่อผลกระทบของการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า นิสิตส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 7 ปีขึ้นไป โดยใช้ Line, Youtube, และ Facebook มากที่สุด นิสิตส่วนใหญ่ให้ความสนใจและใช้อินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟน โดยใช้งานทั้งวันและใช้มากที่สุดช่วงเวลา 6 โมงเย็นถึง 3 ทุ่ม โดยมีวัตถุประสงค์ในการใช้เพื่อการเรียนรู้สิ่งใหม่มากกว่าเพื่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ได้แก่ การทำงาน กลุ่ม การติดต่อสื่อสารกับเพื่อน/อาจารย์ การดาวน์โหลดสื่อการสอน และการส่งการบ้าน ซึ่งมีทัศนคติและความคิดเห็นต่อผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์เป็นเชิงบวกโดยเฉพาะด้านการสื่อสาร

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยค้นพบว่า สื่อใหม่หรือสื่อสังคมออนไลน์ มีผลต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ทำงาน หาความรู้ใหม่ และพร้อมที่จะเปิดรับหรือเรียนรู้สิ่งที่ไม่รู้หรือสิ่งใหม่ผ่านสื่อใหม่ เนื่องจากมีความสะดวกและรวดเร็ว นอกจากนี้ ส่วนใหญ่เปิดรับการสื่อสารผ่านสื่อใหม่หรือสื่อสังคมออนไลน์เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนตัว เป็นแหล่งข้อมูลเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากคนอื่น ๆ เพื่อนำไปเป็นประโยชน์ต่อตัวเอง และใช้เพื่อเป็นตัวกลางในการสร้างสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ข้อค้นพบเหล่านี้ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการใช้ประโยชน์จากสื่อใหม่และสื่อสังคมออนไลน์ในการช่วยกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความสนใจอยากเรียนรู้สิ่งใหม่ และจากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น จึงสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นมาและความสำคัญของการสร้างสรรค์สื่อใหม่เพื่อการใช้ประโยชน์และเผยแพร่งานวิจัย สกว. ของนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นในภาคเหนือ ซึ่งจะเป็นมิติใหม่ในการออกแบบสร้างสรรค์และผลิตสื่อเพื่อสื่อสาร

งานวิจัยออกไปแก่ผู้รับสารให้เกิดการเรียนรู้ในวงกว้าง ขณะเดียวกันก็เป็นงานวิจัยที่ก่อให้เกิดกระบวนการพัฒนาคนให้เป็นนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นไปพร้อมกันด้วย

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “สร้างสรรค์สื่อเพื่อการใช้ประโยชน์และเผยแพร่งานวิจัย สกว. ของนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น” มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อสร้างนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น และเพื่อเผยแพร่งานวิจัยผ่านนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น ทั้งนี้ผู้วิจัยขอเสนอประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เน้นการทำกิจกรรมเพื่อสร้างสรรค์และผลิตสื่อที่หลากหลายเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้งาน เพื่อเผยแพร่งานวิจัยของ สกว. และเพื่อออกแบบและทำกิจกรรมเพื่อพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือ โดยผู้วิจัยออกแบบการวิจัยให้เป็นรูปแบบการลงมือปฏิบัติงาน รวมถึงการวิเคราะห์และประเมินผลการปฏิบัติงานร่วมกันระหว่างนักวิจัย ร่วมกับโหนดในกลุ่มอาจารย์ผู้สอนรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและสร้างสรรค์สื่อจาก 4 รายวิชา จากสถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่ภาคเหนือและผู้เรียน

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

1. แหล่งข้อมูลที่เป็นตัวบุคคลหรือกลุ่มคน (แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ) ได้แก่ เครือข่ายนักวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือ (เจ้าของผลงานวิจัย สกว.) เครือข่ายกลุ่มผู้ประสานงานระดับท้องถิ่นภาคเหนือ (บุคลากรผู้ให้การประสานงานในท้องถิ่น ทั้งภาครัฐและเอกชน) และโหนดอาจารย์ผู้สอนรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและสร้างสรรค์สื่อ จาก 4 รายวิชา จากสถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่ภาคเหนือ

2. แหล่งข้อมูลที่เป็นเอกสาร (แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ) มาจากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1) เอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย สกว. ได้แก่ รายงานผลงานวิจัย สกว. ฉบับสมบูรณ์ที่ปรากฏบนเว็บไซต์ ซึ่งทำการคัดเลือกร่วมกับเจ้าหน้าที่ผู้ประสานงานของ สกว. เพื่อให้ได้งานวิจัยที่มีความเหมาะสมทั้งในแง่เนื้อหาวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีผลกระทบเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่างๆ ในพื้นที่ภาคเหนือ โดยผู้วิจัยทำการคัดเลือกผลงานวิจัยของ สกว. โดยใช้เกณฑ์เลือกจากงานวิจัย และนักวิจัยที่มีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ภาคเหนือ เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาและผลิตสื่อสร้างสรรค์ในงานวิจัย จำนวน 8 เรื่อง (โดยทำการเลือกงานวิจัยรายวิชาละ 2 เรื่อง)

2) งานวิจัย บทความ หนังสือ และเอกสารวิชาการอื่นๆ

กระบวนการดำเนินการวิจัย

1. **การพัฒนาโจทย์การวิจัย** โดยเริ่มจากการทบทวนงานวิจัยของ สกว. ที่ได้ทำเสร็จสิ้นไปแล้วในเขตพื้นที่ภาคเหนือที่มีเนื้อหาวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีผลกระทบเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่างๆ ที่น่าสนใจในพื้นที่ภาคเหนือ ซึ่งพบว่าม้งงานวิจัยที่หลากหลาย รวมถึงการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การศึกษาข้อมูลวิจัยก่อนเป็นการทำงานบนฐานองค์ความรู้ ช่วยลดขั้นตอนในการทำงานที่ต้องค้นคว้าหาข้อมูลใหม่ เพื่อนำองค์ความรู้ที่มีอยู่มาใช้ต่อยอด ประกอบกับการได้รับคำปรึกษาจากทีมประสานงาน (ทีมกลาง) ทำให้การเขียนโครงร่างงานวิจัยคมชัดมากขึ้น

2. **ศึกษาพื้นที่วิจัยเพื่อวิเคราะห์บริบทชุมชนในเบื้องต้น** นักวิจัยประเมินความเป็นไปได้ในการทำวิจัยและนำข้อมูลมาเขียนโครงร่างงานวิจัย (เนื่องจากในการดำเนินการวิจัยเพื่อการผลิตสื่อที่เหมาะสมกับเนื้อหารายวิชาและเหมาะสมกับผู้รับสาร (กลุ่มเป้าหมาย) และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สกว. ซึ่งดำเนินการโดยผู้สอนและผู้เรียนประสานงานกับนักวิจัยเจ้าของผลงาน รวมถึงการลงพื้นที่จริงเพื่อการเก็บข้อมูล) จึงจำเป็นต้องเลือกพื้นที่วิจัยและงานวิจัยที่เหมาะสมและสะดวกต่อการติดต่อสื่อสารและการเดินทาง รวมทั้งการลงพื้นที่จริงเพื่อเก็บข้อมูล และเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดหลักของโครงการวิจัยที่มีแนวทางในการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยด้วยเครื่องมือสื่อสาร ซึ่งเป็นการทำงานร่วมกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง การทำงานเชิงเครือข่ายและการฝึกนักศึกษาให้เป็นนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น ผ่านการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และ/หรือคนในชุมชนได้รับประโยชน์อย่างแท้จริงจากผลงานสร้างสรรค์ภายใต้ข้อมูลหรือชุดความรู้ที่มาจากผลงานวิจัยของ สกว.

3. **กำหนดประเด็นในการศึกษา** จากการทบทวนงานวิจัยของ สกว. การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และการลงพื้นที่ศึกษาชุมชน นำมาซึ่งประเด็นหรือโจทย์การวิจัยคือ การทำงานเชิงเครือข่าย โดยศึกษาบทบาทหน้าที่ การสร้างนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น และการเผยแพร่งานวิจัยผ่านนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นซึ่งต่อยอดมาจากงานวิจัยของ สกว. เพื่อการสร้างสรรค์สื่อเพื่อการใช้ประโยชน์และเผยแพร่งานวิจัย สกว. ของนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือ จำนวน 8 เรื่อง ผ่านการมอบหมายงานให้กับนักศึกษา รายวิชาละ 2 เรื่อง

4. **จัดสนทนากลุ่มเพื่อพูดคุยสร้างความเข้าใจ** ร่วมกันกับนักวิจัยเจ้าของผลงาน ผู้สอน และนักศึกษา รวมถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องถึงความเป็นมาของโครงการวิจัย วัตถุประสงค์ของการวิจัย และชี้แจงให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้ทราบถึงข้อค้นพบจากการดำเนินงานวิจัยในลักษณะของการสร้างสรรค์สื่อเพื่อการใช้ประโยชน์และเผยแพร่งานวิจัย สกว. ของนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น ในปี 2561 ที่ผ่านมาเพื่อให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อการใช้ประโยชน์ผ่านสื่อ ในปี 2562 นี้ ได้มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

5. **การสัมภาษณ์เชิงลึกตัวแทนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง** เพื่อดูทัศนคติและบทบาทหน้าที่ของแต่ละกลุ่มตามวัตถุประสงค์ผลงานวิจัยของ สกว. อันได้แก่ นักวิจัยเจ้าของผลงานวิจัย สกว. ทีมสนับสนุนนักวิจัยเจ้าของผลงาน รวมถึงชาวบ้านหรือชุมชนที่ได้รับประโยชน์โดยตรงจากการสร้างสรรค์สื่อในครั้งนี้

6. จัดกิจกรรมตามวัตถุประสงค์หรือตามข้อตกลงในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลงานวิจัยเพื่อสำรวจหรือสอบถามความคิดเห็นนักวิจัยเจ้าของผลงานวิจัย ชุมชน รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้เห็นกระบวนการทำงานระหว่างเครือข่ายนักวิจัยท้องถิ่น และเครือข่ายชุมชน

7. จัดเวทีประชุมเพื่อประเมินศักยภาพและถอดบทเรียนเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ การสร้างนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น การเผยแพร่ผลงานวิจัยผ่านนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น และการขยายผลการทำงานของเครือข่ายงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือไปสู่กลุ่มอื่นๆ ซึ่งประเด็นที่นำมาต่อยอดมาจากงานวิจัยของ สกว. เพื่อการสร้างสรรค์สื่อเพื่อการใช้ประโยชน์และเผยแพร่ผลงานวิจัย สกว. ของนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือ ร่วมกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่ม โดยตัวชี้วัด ได้แก่ ความถี่ของการติดต่อสัมพันธ์กัน ความเข้มข้นของการติดต่อสัมพันธ์กัน และการลงพื้นที่ทำกิจกรรมร่วมกัน ความผูกพันของสมาชิกต่อเครือข่าย เสถียรภาพของเครือข่าย สมาชิกในเครือข่าย ได้ผลประโยชน์อะไรจากเครือข่าย และจุดแข็ง/จุดอ่อนของเครือข่าย เป็นต้น ว่ามีประสิทธิภาพเพียงใด ถ้ามีประสิทธิภาพดีก็ร่วมกันหาแนวทางในการส่งเสริมสื่อเพื่อการใช้ประโยชน์และเผยแพร่ผลงานวิจัย สกว. ของนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น แต่ถ้าไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอก็ต้องช่วยกันหาแนวทางเข้ามาช่วยพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. กลุ่มประชากรเป้าหมายหลัก คือ เครือข่ายนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือ อันได้แก่

1.1 โหนดอาจารย์ผู้สอนรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อจาก 4 รายวิชา

1.2 นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาทั้ง 4 รายวิชา

1.3 เครือข่ายนักวิจัยท้องถิ่น อันได้แก่ นักวิจัยท้องถิ่นเจ้าของผลงานวิจัยของ สกว. และเครือข่ายกลุ่มผู้สนับสนุน (อันได้แก่ บุคลากรในท้องถิ่น ทั้งองค์กรรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย) ในการศึกษา ทั้งนี้ นักวิจัย โหนด และเจ้าหน้าที่ประสานงานของ สกว. ได้ทำการเลือกงานวิจัย เพื่อใช้เป็นโจทย์ในการมอบหมายงานให้กับนักศึกษาในรายวิชาดังกล่าว จำนวน 8 เรื่อง

2. ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง โดยใช้เกณฑ์ในการเลือก คือ นักวิจัยและโหนดผู้สอนมีความสนใจในการนำผลงานวิจัยของ สกว. มาถอดบทเรียนเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยผ่านนวัตกรรมและการร่วมพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น และยินดีเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการวิจัยอย่างต่อเนื่องตลอดโครงการด้วยความสมัครใจ

3. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย อาจารย์และนักศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตพื้นที่ภาคเหนือ จำนวน 4 สถาบัน คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มหาวิทยาลัยพายัพ และมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ โดยเป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อและนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาดังกล่าว ซึ่งเป็นตัวแทนจากสถาบันการศึกษาทั้ง 3 สถาบัน รวม 4 รายวิชา

วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (เครื่องมือ – แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง)
2. การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (เครื่องมือ – แบบสังเกต / กล้องบันทึกภาพนิ่ง / กล้องบันทึกภาพเคลื่อนไหว)
3. การทดลองทำกิจกรรม (เครื่องมือ – แบบบันทึกข้อมูล / กล้องบันทึกภาพนิ่ง / กล้องบันทึกภาพเคลื่อนไหว)
4. การสนทนากลุ่ม (เครื่องมือ – แบบคำถาม)
5. การจัด workshop และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (เครื่องมือ – แบบคำถาม / กล้องบันทึกภาพนิ่ง / กล้องบันทึกภาพเคลื่อนไหว)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง “สร้างสรรค์สื่อเพื่อการใช้ประโยชน์และเผยแพร่งานวิจัย สกว. ของนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น” งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participation Action Research) โดยมีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ 1) เพื่อสร้างนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น และ 2) เพื่อเผยแพร่งานวิจัยผ่านนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น จากวัตถุประสงค์ดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินงานของโครงการสามารถสรุปผลการวิจัย และข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. Pre-production ขั้นตอนการเตรียมงาน
2. Production ขั้นตอนการดำเนินงาน
3. Post-production ขั้นตอนสุดท้าย

1. Pre-production ขั้นตอนการเตรียมงาน

1.1 การคัดเลือกโหนด (อาจารย์)

ผู้วิจัยได้ทำการสอบถาม ทาบทาม กลุ่มอาจารย์ผู้สอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและสร้างสรรค์สื่อ จากสถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่ภาคเหนือ ถึงความเป็นไปได้ในการเชิญเข้าร่วมโครงการ โดยแจ้งให้ทราบถึงการดำเนินงานเบื้องต้น ซึ่งกำหนดให้มีการสร้างสรรค์และผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่ งานวิจัยของ สกว. โดยต้องบรรจุใน มคอ.3 รายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและสร้างสรรค์สื่อที่รับผิดชอบ รวมไปถึงความรับผิดชอบของอาจารย์ผู้สอนหากตอบรับเข้าร่วมโครงการวิจัยในครั้งนี้ โดยจากการ ทาบทามอาจารย์ทั้งสิ้น 7 ท่าน ได้รับการตอบรับ 4 ท่าน ผลการคัดเลือกโหนด ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.1 การคัดเลือกโหนดอาจารย์ผู้สอน

ลำดับ	อาจารย์ผู้สอน	สถาบัน	การตอบรับ เข้าร่วมโครงการ	หมายเหตุ
1	อาจารย์กิริติ ไพบูลย์	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ	ตอบรับเข้าร่วมโครงการ	
2	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราพร ขุนศรี	โปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ (การสื่อสารสื่อใหม่) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	ไม่สามารถเข้าร่วม โครงการ	ติดงานวิจัยอีกโครงการ ในช่วงระยะเวลา เดียวกัน
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์	โปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ (การสื่อสารสื่อใหม่) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	ตอบรับเข้าร่วมโครงการ	
4	อาจารย์มณีกาญจน์ ไชยพันธ์	คณะศิลปกรรมและ สถาปัตยกรรมศาสตร์ (การ ออกแบบ) มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลล้านนา	ไม่สามารถเข้าร่วม โครงการ	ช่วงเวลาในการเข้าร่วม โครงการไม่เอื้อกับการ จัดการเรียนการสอน และหากรอนจนถึงภาค เรียนที่ 2 คงไม่ทัน ตามเวลาที่ระบุเอาไว้ใน แผนการดำเนิน โครงการวิจัย
5	อาจารย์ ดร.อุไร ไชยเสน	ภาควิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	ตอบรับเข้าร่วมโครงการ	
6	อาจารย์มณฑนา ภาคสุวรรณ	คณะกรรมการสื่อสารดิจิทัล มหาวิทยาลัยแม่โจ้	ไม่สามารถเข้าร่วม โครงการ	ในช่วงเวลาในการเข้า ร่วมโครงการไม่มี รายวิชาสอนที่เกี่ยวข้อง กับการผลิตสื่อ/ สร้างสรรค์สื่อ
7	อาจารย์ระรินทร์ โรจนวัฒนาวุฒิ	ภาควิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	ตอบรับเข้าร่วมโครงการ	

ข้อสังเกต โหนดทั้ง 4 ท่าน (ผู้สอนทั้ง 4 รายวิชา) ที่ตอบรับเข้าร่วมโครงการนั้น เป็นอาจารย์ ทางด้านนิเทศศาสตร์ทั้งหมด ดังนั้น การประสานงานในแง่ของการขอความร่วมมือ การทำความเข้าใจ ขั้นตอนในการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเพื่อนำไปใช้ในรายวิชา และร่วมกัน สร้างนักรสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น (นักศึกษา) จึงเป็นไปได้ง่าย เนื่องจากผู้วิจัยและโหนดทำงานอยู่ใน

ศาสตร์เดียวกัน มีความสัมพันธ์ในแง่ของงานวิชาการที่ติดต่อกัน ติดต่อดูสารถึงกันบ่อยครั้งเนื่องจากมีการแลกเปลี่ยนทางวิชาการระหว่างกันและระหว่างมหาวิทยาลัยเป็นประจำอยู่แล้ว และในแง่ของการผลิตสื่อสร้างสรรค์ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าไม่มีปัญหาเพราะโหนดเป็นผู้สอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อทั้ง 4 รายวิชา

1.2 การร่วมประชุมกับโหนดในกลุ่มอาจารย์ผู้สอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้อง

หลังจากได้รับการตอบรับจากโหนด (อาจารย์ผู้สอนทั้ง 4 ท่าน) ผู้วิจัยจึงได้นัดหมายจัดประชุมทีมคณะกรรมการดำเนินโครงการวิจัย เมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2562 เพื่อทำการชี้แจง วางแผนการดำเนินงาน ทำความเข้าใจเกี่ยวกับการบรรจุเนื้อหาใน มคอ.3 และมอบหมายงานการผลิตสื่อและผลิตสื่อให้นักศึกษาในรายวิชา รวมทั้งร่วมกันวิเคราะห์ศักยภาพอาจารย์ผู้สอนทั้ง 4 ท่าน ในแต่ละรายวิชา โดยมีผู้ร่วมเข้าประชุม ดังนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตติกาล เจนจัด (ทีมกลาง)
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ (ทีมกลาง)
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภณิษ จันทร์สอง (ผู้วิจัย)
ภาควิชาวิทยาศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์ (โหนด)
โปรแกรมวิชาวิทยาศาสตร์ (การสื่อสารสื่อใหม่) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
5. อาจารย์กิริติ ไพบูลย์ (โหนด)
คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ
6. อาจารย์ ดร.อุไร ไชยเสน (โหนด)
ภาควิชาวิทยาศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
7. อาจารย์ระรินทร์ ไรจนวัฒนาวุฒิ (โหนด)
ภาควิชาวิทยาศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่



ภาพที่ 4.1 กิจกรรมประชุมทีมคณะกรรมการดำเนินโครงการวิจัย

2. Production ขั้นตอนการดำเนินงาน

2.1 การคัดเลือกงานวิจัย สกว. และการประสานงานนักวิจัยเจ้าของผลงาน

เนื่องจากงานวิจัยของ สกว. ใน e-Library มีค่อนข้างเยอะ ในกระบวนการคัดเลือกงานวิจัยของ สกว. นั้น ผู้วิจัยจึงร่วมตัดสินใจหารือ และทำการคัดเลือกงานวิจัยร่วมกับโหนด (อาจารย์ผู้สอนทั้ง 4 ท่าน) ซึ่งหลังจากการประชุมหารือร่วมกันในการจัดประชุมชี้แจงกับอาจารย์เจ้าของวิชา ผู้วิจัย และโหนดทั้ง 4 ท่าน เห็นพ้องต้องกันในการร่วมกันคัดเลือกงานวิจัย จากรายงานผลงานวิจัย สกว. ฉบับสมบูรณ์ที่ปรากฏบนเว็บไซต์ งานห้องสมุด e-Library ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย โดยมีขั้นตอนในการคัดเลือกงานวิจัย ดังนี้

- 1) ร่วมกันทบทวนวรรณกรรมผลงานวิจัยที่น่าสนใจเฉพาะงานวิจัยในภาคเหนือเท่านั้น ซึ่งคัดเลือกได้ประมาณ 20 เรื่อง จากห้องสมุด e-Library
- 2) หลังจากนั้น โหนดทำการคัดเลือกงานวิจัยที่คาดคะเนเองว่าเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน และง่ายต่อการเดินทาง (เนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องของการเดินทางนำนักศึกษาลงพื้นที่จริง)
- 3) โหนดคัดเลือกงานวิจัยตามหัวข้อที่สนใจและมีความน่าจะเป็นไปได้เพื่อระบุลงใน มคอ.3 ในรายวิชาที่รับผิดชอบ และมอบหมายงานให้สอดคล้องกับเนื้อหาในรายวิชาที่รับผิดชอบ
- 4) โหนดทำการคัดเลือกงานวิจัยของ สกว. และผู้วิจัยได้ประสานไปยังเจ้าหน้าที่ของ สกสว. ในการช่วยประสานงานและติดต่อกับนักวิจัยเจ้าของผลงาน ซึ่งหลังจากได้รับการตอบรับจากนักวิจัยเจ้าของผลงานเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผลการคัดเลือกงานวิชาของ สกว. ได้รายวิชาละ 2 ชิ้น ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.2 การคัดเลือกงานวิจัยของ สกว.

ลำดับ	อาจารย์ผู้สอน	สถาบัน	นักวิจัย/งานวิจัย (เรื่องที่ 1)	นักวิจัย/งานวิจัย (เรื่องที่ 2)
1	อาจารย์กิริติ ไพบูลย์	มหาวิทยาลัยพายัพ	อาจารย์ ดร.อาชว์บาร์มี มณีตระกูลทอง (RDG60T0053 การพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา)	นายทรงสุข บุญทาวงค์ (RDG58N0024 การจัดการท่องเที่ยวสีเขียวโดยชุมชนบ้านจอมแจ้ง ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่)
2	อาจารย์ ดร.อุไร ไชยเสน	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	อาจารย์เกษภาวัลย์ ดันเรียงค์ (RDG56N0012 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ไทลื้อ) โดยความร่วมมือร่วมของชุมชนบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่)	นางศรีเรือน ไทยย้อย (RDG57N0032 แนวทางการจัดการทรัพยากรของชุมชนบ้านป่าสักงาม เพื่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยความร่วมมือร่วมของเทศบาลตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่)
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศนภก ชุ่มประดิษฐ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา ลีตระกูลและคณะ (RDG59S0055 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา ลีตระกูลและคณะ (RDG59S0055V02 อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ ของจังหวัดเชียงราย)
4	อาจารย์ระรินทร์ โรจนวัฒนาวุฒิ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	นายกฤษณัย ขาติชนะกุล (RDG59N0028 พันวิถีส้มิด เครื่องดนตรีแคน ไม้จักสานพื้นบ้านอำเภอสู่การพัฒนาศักยภาพ อัตลักษณ์ที่เชื่อมโยงและเพิ่มเศรษฐกิจฐานรากของคนในชุมชนอำเภอสู่)	นักวิจัย นายอนุชาติ ลาพา (RDG56N0006 แนวทางการอนุรักษ์ประเพณีการรำมะหน่าว (MANAU) ของชนเผ่าคะฉิ่นในชุมชนบ้านใหม่สามัคคีคะฉิ่น หมู่ 14 ตำบลเมืองนะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่)

2.2 การพบนักวิจัยเพื่อถอดบทเรียน

หลังจากผู้วิจัยและโหนดได้ทำการเลือกงานวิจัยและติดต่อประสานงานกับนักวิจัย สกว. เจ้าของผลงาน และได้รับการตอบรับการเข้าร่วมโครงการจากนักวิจัยแล้ว โหนดจึงเตรียมความพร้อมให้นักศึกษาคัดเลือกงานวิจัยของ สกว. ที่กลุ่มตนเองสนใจ มอบหมายให้นักศึกษาอ่านงานและทำความเข้าใจทั้งเล่ม พร้อมคิดประเด็นและออกแบบสื่อพร้อมวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายให้เรียบร้อยก่อนร่วมกิจกรรมกับนักวิจัยเจ้าของงานวิจัย สกว.

ในขั้นตอนถัดไปจึงได้เริ่มเจรจาหรือถึงความเป็นได้ในการนัดหมายเพื่อจัดกิจกรรมการพบนักวิจัย ผู้วิจัย ผู้สอน ผู้เรียน รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง (ผู้ประสานงานโครงการและประชาชนในพื้นที่) เพื่อจะได้ร่วมกันหารือและถอดบทเรียนงานวิจัยก่อนที่จะเริ่มดำเนินการในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ก่อนเผยแพร่สู่สาธารณชนโดยมีรายละเอียดงานวิจัยของ สกว. ที่คัดเลือกทั้ง 8 ชิ้น ดังนี้

1) งานวิจัย การจัดการท่องเที่ยวสีเขียวโดยชุมชนบ้านจอมแจ้ง ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ (RDG58N0024) นักวิจัย นายทรงสุข บุญทางค์

ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์กิริติ ไพบูลย์
 สถานศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ
 รายวิชา การผลิตนิตยสาร (CA413)
 ภาคการศึกษา ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562

ผู้สอนและนักศึกษา ได้พบนักวิจัยเจ้าของผลงานเรียบร้อย โดยในเบื้องต้นทำการนัดหมายกันเพื่อถอดบทเรียนร่วมกันในเนื้อหา ทำความเข้าใจ ปรัชญาหรือร่วมกันในเบื้องต้นถึงข้อมูลจำเป็น สำคัญ ตามที่ผู้สอนและผู้เรียนเข้าใจ ก่อนที่จะแลกเปลี่ยนข้อมูลกับนักวิจัยเพื่อความเข้าใจถูกต้องตรงกัน และหลังจากการหารือร่วมกันในเนื้อหาเรียบร้อยจึงทำการลงพื้นที่เก็บข้อมูลร่วมกัน พร้อมทั้งเก็บข้อมูลและภาพในพื้นที่จริงเพื่อนำไปผลิตชิ้นงาน

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น คือ ในการประสานงานอาจจะติดขัดบ้าง เนื่องจากชุมชนต้องเตรียมพื้นที่และสถานที่เพราะงานวิจัยเป็นเรื่องของการจัดการการท่องเที่ยว และเพื่อให้ทีมนักศึกษาได้เข้าไปเก็บภาพบรรยากาศเหมือนจริงป้องกันการได้ข้อมูลไม่ครบถ้วนทั้งหมด แต่ทั้งนี้ในการนัดหมายเบื้องต้นนั้นชุมชนสามารถจัดกิจกรรมได้แต่ไม่ทั้งหมดเนื่องจากในบางพื้นที่ในกิจกรรมของชุมชนนั้นๆ ชาวบ้านผู้รับผิดชอบไม่อาจอำนวยความสะดวกให้กับนักศึกษาได้ตลอดเวลาเนื่องจากต้องออกไปทำงานในเมืองบ้างและมีภารกิจอื่น นอกจากนี้ พื้นที่ในการเข้าไปเก็บข้อมูลเป็นพื้นที่ท่องเที่ยว (ป่า) ในการจะเข้าไปเพื่อเก็บข้อมูลและเก็บภาพในแต่ละครั้ง ซึ่งจำเป็นที่จะต้องมีคนของชุมชนซึ่งรู้เส้นทางและเชี่ยวชาญในการเดินป่า นำพาไป แต่เนื่องจากในบางครั้งติดภารกิจและติดงานส่วนตัว ทำให้การนัดหมายเป็นไปได้ยากจึงทำให้ต้องเข้าไปในพื้นที่เพิ่มเติมอีกหลายรอบในการเก็บภาพ/เก็บข้อมูล ซึ่งระยะทางในการเดินทางค่อนข้างไกลจึงเป็นอุปสรรคอีกอย่างหนึ่งซึ่งผู้สอนและนักศึกษาจำเป็นต้องนัดหมายและเดินทางหลายรอบ

แนวทางแก้ไข ผู้วิจัยและผู้สอนคอยประสานงานร่วมกับนักวิจัยเรื่อยๆ เพื่อหาทางออกในการบริหารจัดการการนัดหมาย และเวลา ทั้งของชุมชน และของนักศึกษาให้ตรงกัน เพื่อให้การเดินทางของนักศึกษาในแต่ละรอบนั้นไม่เสียเวลาเปล่า

รูปแบบสื่อ นักศึกษาดำเนินการผลิตสื่อสร้างสรรค์ในรูปแบบ Info Graphic

2) งานวิจัย การพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา
(RDG60T0053) นักวิจัย อ.ดร.อาชว์บาร์มี มณีตระกูลทอง

ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์กิริติ ไพบุลย์
สถานศึกษา	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ
รายวิชา	การผลิตนิตยสาร (CA413)
ภาคการศึกษา	ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562

ผู้สอนและนักศึกษา ได้ทำการนัดพบนักวิจัยเจ้าของผลงานเรียบร้อยแล้ว แต่เป็นเพียงการนัดเพื่อถอดบทเรียนหารือ และทำความเข้าใจในประเด็นและเนื้อหาส่วนที่ตรงกันเท่านั้น โดยนักวิจัยไม่ได้ร่วมลงพื้นที่ด้วยเนื่องจากไม่สะดวกในการร่วมเดินทางและติดภารกิจอื่น และหลังจากเสร็จสิ้นการร่วมกันถอดบทเรียนแล้ว ผู้วิจัย ผู้สอน และนักศึกษาจึงร่วมกันลงพื้นที่เก็บข้อมูลและภาพเพื่อนำไปผลิตชิ้นงาน ทั้งนี้ในส่วนของเนื้อหาและรายละเอียดต่างๆ นักวิจัยได้ให้ข้อมูลติดต่อกับนักศึกษาไว้เพื่อสามารถติดต่อประสานงานกับนักวิจัยได้โดยตรงตลอดเวลา

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นนั้น เนื่องจากภาพรวมของงานวิจัยเป็นการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ในเบื้องต้นนักศึกษาตั้งใจที่จะหาผู้สูงอายุมาร่วมอยู่ในคลิปของการผลิต แต่ติดขัดเรื่องเวลา สภาพอากาศ และรายละเอียดอื่นซึ่งการดำเนินการจะเป็นไปได้ยาก นักศึกษาจึงตัดสินใจเป็นผู้แสดงเองทั้งหมด ทั้งนี้ ในการไปเก็บข้อมูลและเก็บภาพในแต่ละครั้งแล้วจึงทำการติดต่อหารือกับนักวิจัยถึงความถูกต้องครบถ้วนในเนื้อหาที่ไปรวบรวมมา จึงทำให้การดำเนินงานมีติดขัดบ้างในบางครั้งจากปัญหาและอุปสรรคในการติดต่อสื่อสารกันตลอดเวลาที่นักศึกษาได้ข้อมูลมา

แนวทางแก้ไข ผู้วิจัยและผู้สอนคอยช่วยเหลือและประสานงานกับนักวิจัยด้วย เพราะในบางครั้งนักวิจัยติดภารกิจและไม่สามารถตอบสนองการติดต่อของนักศึกษาได้ตลอดเวลาจึงเป็นการยากกว่าที่ผู้ใหญ่ที่จะสื่อสารกันแบบไม่เป็นทางการ ก่อนที่จะนำข้อมูลส่งต่อไปยังนักศึกษาเพื่อตรวจสอบอีกครั้งหนึ่ง

รูปแบบสื่อ นักศึกษาดำเนินการผลิตสื่อสร้างสรรค์ (สารคดี) ในรูปแบบคลิป Video

3) งานวิจัย แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ไทลื้อ) โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ (RDG56N0012) นักวิจัย เกษฏาวัลย์ ตันริยงค์

ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์ ดร.อุไร ไชยเสน
สถานศึกษา	ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
รายวิชา	การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ เบื้องต้น (CA3103)
ภาคการศึกษา	ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562

หลังจากที่ได้ติดต่อประสานกับนักวิจัย ผู้สอนและนักศึกษาไม่ได้พบนักวิจัยเจ้าของผลงานเนื่องจากวันเวลาที่นัดพูดคุยเพื่อถอดบทเรียนนั้น นักวิจัยติดปัญหาไม่สามารถเดินทางมาร่วมกิจกรรมได้ จึงได้ให้ผู้ประสานงานโครงการวิจัยเป็นผู้มาถอดบทเรียนร่วมกัน ทั้งนี้ได้มีการนัดพูดคุยเจรจาหารือร่วมกันถึงข้อมูลและรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยอย่างละเอียด ครบถ้วน (แต่หากเนื้อหาส่วนใดไม่แน่ใจหรือไม่มั่นใจ ผู้สอนสามารถติดต่อสอบถามและประสานกับนักวิจัยโดยตรงได้ตลอดเวลา) ซึ่งงานวิจัยนี้จะบันทึกภาพหรือเก็บข้อมูลได้นั้นจำเป็นที่จะต้องสร้างกิจกรรมขึ้นมา (set up) โดยใช้ความร่วมมือของคนในชุมชนบ้านลวงเหนือจัดกิจกรรม/อีเวนต์ ขึ้นเพื่อเป็นการต้อนรับทีมงาน ตั้งแต่เริ่มต้นเข้าพื้นที่ จนกระทั่งจบกิจกรรมทั้งหมด โดยในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลนั้นได้ดำเนินกิจกรรมร่วมกันกับผู้ประสานโครงการวิจัยพร้อมด้วยชาวบ้านชุมชนบ้านลวงเหนือ พร้อมทั้งเก็บข้อมูลและภาพเพื่อนำไปผลิตชิ้นงานเหมือนจริงร่วมกัน

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการประสานงานอาจจะติดขัดบ้าง เนื่องจากชุมชนจำเป็นต้องเตรียมพื้นที่และสถานที่ ซึ่งในการจัดกิจกรรมและเตรียมสถานที่ทุกครั้งนั้นต้องมีค่าดำเนินการให้กับชุมชนเพื่อให้ทีมงานนักศึกษาได้เข้าไปเก็บภาพบรรยากาศจริงได้ โดยค่าดำเนินการที่ทางทีมวิจัยและชุมชนแจ้งมาให้ทราบเบื้องต้นเพื่อ set up กิจกรรมให้นั้น อยู่ที่คนละ 430 บาท (คำนวณจากยอดรวมของผู้วิจัย ผู้สอนและนักศึกษา รวม 45 คน) ซึ่งจากเบื้องต้นที่ประสานกันนั้นไม่มีการพูดคุยถึงค่าใช้จ่ายเหล่านี้ แต่ก่อนถึงวันลงพื้นที่จริงเพื่อเก็บข้อมูลทางผู้ประสานงานจึงแจ้งให้ทราบรายละเอียดดังกล่าว ทำให้การลงพื้นที่หยุดชะงักไป เนื่องจากนักศึกษาส่วนใหญ่ไม่สะดวกในการจ่ายเงินถึง 430 บาท ส่งผลทำให้การลงพื้นที่ล่าช้าออกไปอีก เพราะจำเป็นต้องมีการต่อรองค่าใช้จ่ายกัน หลังจากนั้นผู้วิจัยและผู้สอนจึงได้ร่วมกันแก้ปัญหาใหม่ โดยใช้วิธีการเจรจาขอลดต้นทุนเนื่องจากกิจกรรมดังกล่าวเป็นนักศึกษาเข้าร่วม แต่ก็ได้รับคำตอบเดิมกลับมาเนื่องจากทีมผู้ประสานงานวิจัยแจ้งว่ามีความจำเป็นต้องมีการจ่ายเงินจำนวนดังกล่าวเพราะกิจกรรมที่จัดขึ้นมานั้นต้องมีค่าใช้จ่ายค่าดำเนินการ ในท้ายที่สุดผู้วิจัยและผู้สอนจึงใช้วิธีการหาเงินส่วนหนึ่ง และนักศึกษารวมกันเป็นเงินกลุ่มอีกส่วนหนึ่ง แล้วส่งเป็นตัวแทนเข้ามาในการบันทึกภาพ (ซึ่งหมายความว่านักศึกษาไม่ได้เข้าร่วมในกิจกรรมดังกล่าวเพื่อเก็บข้อมูลพื้นที่จริงทุกคนเพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่ายในส่วนนี้) ซึ่งการลงพื้นที่ดังกล่าวจำเป็นที่จะต้องทำครั้งเดียวจบ มิเช่นนั้นต้องร้องขอให้ชุมชนจัดกิจกรรมขึ้นมาใหม่ และการแก้ปัญหาดังกล่าวอีกวิธีหนึ่งคือ ผู้สอนอนุญาตให้นักศึกษาสามารถใช้ภาพร่วมกันได้ (เพื่อกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งขาดบางประเด็นไป)

รูปแบบสื่อ นักศึกษาดำเนินการผลิตสื่อสร้างสรรค์ (สารคดี) ในรูปแบบคลิป Video

4) งานวิจัย แนวทางการจัดการทรัพยากรของชุมชนบ้านป่าสักงาม เพื่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยความร่วมมือของเทศบาลตำบลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ (RDG57N0032) นักวิจัย นางศรีเรือน ไทยย้อย

ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์ ดร.อุไร ไชยเสน
สถานศึกษา	ภาควิชานิเทศศาสตร์
	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
รายวิชา	การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์
	เบื้องต้น (CA3103)
ภาคการศึกษา	ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562

ผู้วิจัย ผู้สอน และนักศึกษาได้พบนักวิจัยเจ้าของผลงานเรียบร้อยแล้ว โดยได้ทำการหารือและถอดบทเรียนร่วมกันถึงรายละเอียดต่างๆ จนเข้าใจในเบื้องต้นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว หลังจากนั้นจึงได้นัดแนะหาวันที่เหมาะสมพร้อมกันของทุกฝ่ายเพื่อลงพื้นที่เก็บข้อมูลจริงร่วมกับนักวิจัย พร้อมทั้งเก็บข้อมูลและภาพเพื่อนำไปผลิตชิ้นงาน

ทั้งนี้ มีปัญหาและอุปสรรคจากการประสานงานอาจจะติดขัดบ้าง เนื่องจากการติดต่อกับนักวิจัยเป็นไปได้ยาก อีกทั้งชุมชนป่าสักงามนั้นค่อนข้างไกล จำเป็นต้องอาศัยเวลาในการเดินทางในการเข้าไปเก็บข้อมูลในพื้นที่จริงของทีมนักศึกษาจึงค่อนข้างจะลำบากและล่าช้า อีกทั้งการเก็บข้อมูลเบื้องต้นนั้นยังไม่ครบถ้วนเนื่องจากนักศึกษาเข้าใจผิดในเนื้อหาบางส่วนจึงอาจทำให้ได้ข้อมูลไม่ครบถ้วนทั้งหมด จึงจำเป็นต้องเข้าไปในพื้นที่อีกหลายรอบในการเก็บภาพและเก็บข้อมูลเพิ่มเติม

รูปแบบสื่อ นักศึกษาดำเนินการผลิตสื่อสร้างสรรค์ (สารคดี) ในรูปแบบคลิป Video

5) งานวิจัย แนวทางการอนุรักษ์ประเพณีการรำมะหน่าว (MANAU) ของชนเผ่า
คะฉิ่นในชุมชนบ้านใหม่สามัคคีคะฉิ่น หมู่ 14 ตำบลเมืองนะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่
(RDG56N0006) นักวิจัย นายอนุชาติ ลาพา

ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์ระรินทร์ โรจนวัฒนาวุฒิ
สถานศึกษา	ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
รายวิชา	การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์และสิ่งพิมพ์ออนไลน์ (CA3303)
ภาคการศึกษา	ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562

ในการดำเนินงานของรายวิชานี้ ในเบื้องต้นได้เริ่มต้นตั้งแต่ภาคเรียนที่ 1/2562 แต่
ติดขัดในเรื่องของการติดต่อประสานงานกับนักวิจัย การดำเนินการจึงค่อนข้างล่าช้าเนื่องจากใน
งานวิจัยที่ผู้สอนสนใจที่จะมอบหมายงานให้นักศึกษาขึ้นนี้ค่อนข้างเหมาะสมกับการผลิตชิ้นงานในอีก
รายวิชาในภาคเรียนที่ 2/2562 นอกจากนี้ในเบื้องต้นเกิดความยากลำบากในการติดต่อประสานกับ
นักวิจัย อาจเนื่องจากการที่งานวิจัยดังกล่าวเสร็จสิ้นไปนานแล้วทำให้ติดต่อประสานนักวิจัยได้ยาก
หรือในบางครั้งประสานได้แล้ว แต่เนื่องจากต้องเดินทางไกลเพราะเป็นพื้นที่ที่ราบสูง (เผ่าคะฉิ่น) ทำให้
ต้องเลื่อนนัดออกไป ผู้สอนจึงได้ตัดสินใจนำงานวิจัยดังกล่าวไปใช้อีกรายวิชาหนึ่ง ในภาคเรียนที่
2/2562 แทน ทั้งนี้ผู้วิจัยและผู้สอนได้ทำการติดต่อประสานงานถึงความเป็นไปได้ในการจัดกิจกรรม
ถอดบทเรียนร่วมกันเพื่อให้ให้นักวิจัยได้พบผู้สอนและผู้เรียนอยู่หลายครั้ง จนกระทั่งผู้สอนและนักศึกษา
ได้พบกับผู้ประสานงานโครงการวิจัยแทนเพราะผู้ประสานงานโครงการนั้นทำงานอยู่ในเขตอำเภอ
เมืองเชียงใหม่ จึงง่ายต่อกันนัดจัดกิจกรรมถอดบทเรียนมากกว่าที่จะรอให้นักวิจัยเดินทางมาด้วย
ตนเอง จนอาจเกิดความล่าช้าของการดำเนินโครงการและการมอบหมายงานในรายวิชา

หลังจากเสร็จสิ้นการถอดบทเรียนร่วมกันแล้ว นักศึกษาใช้วิธีการส่งตัวแทนกลุ่มลง
พื้นที่จริงเพื่อเก็บภาพและข้อมูลจากสถานที่จริง แล้วจึงเริ่มนำข้อมูลเหล่านั้นมาผลิตสื่อ โดยทั้งนี้
นักศึกษาสามารถติดต่อหรือขอนัดเจอกับผู้ประสานได้ตลอดเวลาเพื่อหารือเกี่ยวกับการนำข้อมูลไปใช้
ในการผลิตสื่อเนื่องจากสะดวกในการเดินทางถึงกัน เนื่องจากอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

รูปแบบสื่อ นักศึกษาดำเนินการผลิตสื่อสร้างสรรค์ในรูปแบบ Info Graphic

6) งานวิจัย พื้นวิถีส้มิต เครื่องดนตรีแคน ไม้จักสานพื้นบ้านอำเภอสว่างวัฒนา
สร้างความรู้ อัตลักษณ์ที่เชื่อมโยงและเพิ่มเศรษฐกิจฐานรากของคนในชุมชนอำเภอสว่าง
(RDG59N0028) นักวิจัย กฤษณีย์ ขาดิชนะกุล

ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์ระรินทร์ โรจนวัฒนาวุฒิ
สถานศึกษา	ภาควิชาวิทยาศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
รายวิชา	การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์และสิ่งพิมพ์ออนไลน์ (CA3303)
ภาคการศึกษา	ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562

ในการดำเนินงานของรายวิชานี้ ในเบื้องต้นได้เริ่มต้นตั้งแต่ภาคเรียนที่ 1/2562 แต่ติดขัดในเรื่องของการติดต่อประสานงานกับนักวิจัย การดำเนินการจึงค่อนข้างล่าช้าเช่นกัน ทั้งนี้เนื้อหางานวิจัยชิ้นนี้ค่อนข้างเหมาะสมและใกล้เคียงกับการถอดบทเรียนแล้วนำเนื้อหาไปใช้เพื่อการผลิตสื่อสร้างสรรค์เป็นอย่างมาก เนื่องจากรายวิชานี้เน้นการจัดทำสื่อ Info Graphic ก่อน แล้วพัฒนาไปสู่การจัดทำ e-book และ Magazine online ผู้สอนจึงตัดสินใจต่อยอดติดต่อประสานกับนักวิจัยอยู่ตั้งแต่ภาคเรียนที่ 1 แล้วยังคงติดต่อประสานข้อมูลจากนักวิจัยอย่างต่อเนื่อง จนในภาคเรียนที่ 2 จึงสามารถประสานงานเพื่อจัดกิจกรรมนักวิจัยพบผู้วิจัย ผู้สอน และนักศึกษาได้ โดยในการจัดกิจกรรมถอดบทเรียนร่วมกันนี้นักวิจัยได้นำตัวอย่างของมีด เครื่องดนตรีแคน ไม้จักสานพื้นบ้าน มาให้นักศึกษาดูเป็นตัวอย่างก่อน เพื่อทำความเข้าใจร่วมกันให้ตรงกันในเนื้อหา ก่อนจะเริ่มผลิตสื่อสร้างสรรค์จริง

ปัญหาและอุปสรรคจากการประสานงานเกิดความติดขัดบ้างเนื่องจาก ในการพบนักวิจัยเพื่อร่วมกันถอดบทเรียนนั้นเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเรื่องของกระบวนการผลิต เป็นเพียงการรับทราบข้อมูลพื้นฐานที่เป็นประโยชน์ แต่ในบางครั้งนักศึกษาอาจจะไม่สามารถโน้มน้าวตามได้ อาจเพราะเป็นคนรุ่นใหม่ไม่ค่อยเคยกับการผลิตชิ้นงานเหล่านี้ซึ่งเป็นสิ่งที่สืบทอดต่อกันมาในชุมชน (โดยเฉพาะชุมชนในพื้นที่ห่างไกล) หลังจากนั้นจึงส่งตัวแทนเดินทางไปยังพื้นที่จริงเพื่อไปดูขั้นตอนและกระบวนการในการผลิต รวมถึงเก็บภาพผลิตภัณฑ์ที่เห็นจากพื้นที่จริง แล้วนำมาผลิตเป็นสื่อสร้างสรรค์ เหตุที่ส่งตัวแทนไปเนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวไกล นักศึกษาไม่สามารถร่วมเดินทางไปได้ทุกคน นักศึกษาจึงใช้วิธีการส่งตัวแทนลงพื้นที่ร่วมกับผู้สอนเพื่อความสะดวกทั้งค่าใช้จ่ายและการเดินทาง

รูปแบบสื่อ นักศึกษาดำเนินการผลิตสื่อสร้างสรรค์ในรูปแบบ Info Graphic

7) งานวิจัย แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน
เมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย (RDG5950055) นักวิจัย ผศ.ดร.ปวีณา ลีตระกูล และคณะ และ

8) งานวิจัย อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมือง
เชียงของ ของจังหวัดเชียงราย (RDG5950055V02) นักวิจัย ผศ.ดร.ปวีณา ลีตระกูล และคณะ

ผู้รับผิดชอบรายวิชา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์
สถานศึกษา	โปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ (การสื่อสารสื่อใหม่) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
รายวิชา	การสื่อข่าวออนไลน์ (NMC3307)
ภาคการศึกษา	ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562

ในงานวิจัยทั้ง 2 งานนี้ เป็นผลงานวิจัยที่ดำเนินการต่อเนื่องกันในพื้นที่เดียวกัน ต่อยอดกัน ทั้งนี้ผู้สอนตั้งใจและจงใจเลือกงานชิ้นดังกล่าวนี้ เพราะทีมนักวิจัยเป็นอาจารย์อยู่ในสถาบันเดียวกัน ซึ่งง่ายต่อการติดต่อประสานงานและการเดินทาง โดยหลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการประสานนักวิจัยเพื่อเจรจาถึงรายละเอียดและความเป็นไปได้ของการจัดกิจกรรมถอดบทเรียนแล้ว จึงได้ทำการแจ้งให้กับผู้สอนได้ประสานกับนักวิจัยเองโดยตรงเพื่อจัดกิจกรรมดังกล่าวขึ้นมา โดยนักวิจัยได้ร่วมกันถอดบทเรียนกับผู้วิจัย ผู้สอน และนักศึกษา ทั้งนี้งานวิจัยดังกล่าวเป็นเรื่องการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ เนื้อหาโดยรวมครอบคลุมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ค่อนข้างกว้าง จึงทำให้นักศึกษาต้องเดินทางไปยังเชียงของเองก่อนเพื่อให้มีข้อมูลและเห็นภาพรวมในเบื้องต้น โดยต้องรอช่วงเวลาที่เหมาะสมในแต่ละกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ภาพและข้อมูลที่ต้องการ ซึ่งในบางครั้งสถานที่ดังกล่าวอาจจะไม่สะดวกแก่การถ่ายทำ หรือชาวบ้านในพื้นที่เองก็ยังไม่พร้อมให้ข้อมูลเนื่องจากในการลงพื้นที่ในบางครั้งชาวบ้านจำเป็นต้องต้อนรับนักท่องเที่ยวก่อน หลังจากได้ข้อมูลจากการลงพื้นที่จริงแล้ว นักศึกษาจึงนำข้อมูลที่ได้ไปผลิตสื่อสร้างสรรค์ ปรัชญาหรือกับผู้สอนแล้วจึงไปขอคำแนะนำและข้อเสนอแนะจากนักวิจัย เพื่อความถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย แล้วนำคำแนะนำที่ได้ผลิตเป็นชิ้นงานส่งผู้สอนต่อไป

รูปแบบสื่อ นักศึกษาดำเนินการผลิตสื่อสร้างสรรค์ (สารคดี) ในรูปแบบคลิป Video

ทั้งนี้ ข้อค้นพบที่ได้จากการถอดบทเรียนงานวิจัยทั้ง 8 ชิ้นงานร่วมกันของนักวิจัย ผู้วิจัย โหนด และนักศึกษา ได้ข้อสรุป ดังนี้

ตารางที่ 4.3 ผลจากการพบนักวิจัยเพื่อร่วมกันถอดบทเรียน

ลำดับ	อาจารย์ผู้สอน	นักวิจัย/งานวิจัย	การนัดพบ และการลงพื้นที่	จุดแข็ง/จุดอ่อน
1	อาจารย์กิริติ ไพบูลย์ มหาวิทยาลัยพายัพ	1. อาจารย์ ดร.อาชวี บารมี มณีตระกูลทอง (RDG60T0053 การพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา)	-ผู้สอนเป็นผู้นัดพบ -นักวิจัยได้ถอดบทเรียนร่วมกับโหนดและนักศึกษา -แต่นักวิจัยไม่สะดวกลงพื้นที่ -ผู้วิจัย โหนด และนักศึกษาลงพื้นที่ร่วมกันครั้งที่ 1 -นักศึกษาลงพื้นที่เองในครั้งถัดไป เพื่อเก็บข้อมูลเพิ่มเติม -นักศึกษาสื่อสารขอข้อมูลเพิ่มเติมจากนักวิจัยเอง	จุดแข็ง: หลังจากที่นักศึกษาศึกษาและทำความเข้าใจรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ และได้พบกับนักวิจัยเพื่อร่วมกันถอดบทเรียน พบว่านักวิจัยสามารถช่วยเพิ่มศักยภาพในการเรียนรู้มากขึ้น อีกทั้งยังประหยัดเวลาในการดำเนินงาน เนื่องจากสามารถสื่อสารกันแบบ face-to-face communication ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารมี feedback ระหว่างกันได้ทันที จนมีความเข้าใจในงานวิจัยมากขึ้น จุดอ่อน: นักวิจัยไม่ได้ลงพื้นที่ร่วมด้วย ทำให้ในการลงมือปฏิบัติเก็บข้อมูลอาจมีความผิดพลาดไป อีกทั้งเมื่อนำสื่อสารสรสร้างสรค์ไปให้นักวิจัยซึ่งไม่ได้อยู่ในศาสตร์ทางด้านนิเทศศาสตร์โดยตรง การคอมเม้นงานในคลิปที่ผลิต จึงไม่ค่อยได้ผลที่ติดนัก ปัญหาและอุปสรรค: ระหว่างการดำเนินงานนั้นได้รับความสะดวกด้วยดี ทั้งด้านวิทยากรและการประสานงานต่าง ๆ จากนักวิจัยถึงแม้งานวิจัยชิ้นนี้นักวิจัยไม่ได้ลงพื้นที่ด้วย แต่นักศึกษาทีมที่รับผิดชอบการผลิตสื่อสารสรค์งานวิจัยเรื่องนี้ สามารถผลิตงานตรงตามระยะเวลา และแผนการผลิตสื่อ และเนื่องจากเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ นักศึกษาได้พยายามหานักแสดงเพื่อต้องการให้ใกล้เคียงและสมจริงกับการผลิตสื่อตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ การป้องกัน/แก้ไข: แต่เนื่องจากเวลาจำกัด จึงทำให้นักศึกษาเลือกที่จะแต่งหน้าและเป็นผู้แสดงเอง
		2. นายทรงสุข บุญทาวงค์ (RDG58N0024 การจัดการท่องเที่ยวสีเขียวโดยชุมชนบ้านจอมแจ้ง ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่)	-ผู้สอนเป็นผู้นัดพบ -นักวิจัยได้ถอดบทเรียนร่วมกับโหนดและนักศึกษา -นักวิจัย ผู้วิจัย โหนด และนักศึกษาลงพื้นที่ร่วมกันครั้งที่ 1 -นักศึกษาลงพื้นที่เองในครั้งถัดไป เพื่อเก็บข้อมูลเพิ่มเติม -นักศึกษาสื่อสารขอข้อมูลเพิ่มเติมจากนักวิจัยเอง	จุดแข็ง: หลังจากที่นักศึกษาศึกษาและทำความเข้าใจรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ และได้พบกับนักวิจัยเพื่อร่วมกันถอดบทเรียน พบว่านักวิจัยสามารถช่วยเพิ่มศักยภาพในการเรียนรู้มากขึ้น ประหยัดเวลาในการดำเนินงาน เนื่องจากสามารถสื่อสารกันแบบ face-to-face communication ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารมี feedback ระหว่างกันได้ทันที จนมีความเข้าใจในงานวิจัยมากขึ้น นอกจากนี้ นักวิจัยร่วมลงพื้นที่ไปกับนักศึกษา จึงทำให้ได้ภาพและข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการของนักวิจัย ซึ่งในบางกิจกรรม นักวิจัยเป็นผู้

ลำดับ	อาจารย์ผู้สอน	นักวิจัย/งานวิจัย	การนัดพบและการลงพื้นที่	จุดแข็ง/จุดอ่อน
				จัดเตรียมกิจกรรมดังกล่าวขึ้นให้สอดคล้องกับการเก็บข้อมูลและภาพ (หรือเป็นการ set up ภาพและกิจกรรมขึ้นมาเพื่อการถ่ายทำ) จุดอ่อน: นักวิจัยไม่ได้อยู่ในศาสตร์ทางด้านนิเทศศาสตร์โดยตรง การคอมเม้นงานในคลิปที่ผลิต จึงออกมาในลักษณะเห็นด้วยกับงานทั้งหมด เนื่องจากชุมชนได้นำคลิปไปใช้นักวิจัยก็มีความพอใจกับคลิปนั้น ปัญหาและอุปสรรค: ระหว่างการดำเนินงานนั้นได้รับความสะดวกด้วยดีทั้งด้านวิทยากรและการประสานงานต่าง ๆ จากหัวหน้าทีม นักวิจัย และชุมชน เป็นอย่างยิ่ง แต่ติดขัดที่ทีมนักศึกษาทีมที่รับผิดชอบงานบริหารจัดการการทำงานในทีมไม่ลงตัว ส่งผลให้รูปแบบงานที่ต้องผลิตไม่เป็นไปตามที่กลุ่มนำเสนอ การป้องกัน/แก้ไข: ผู้สอนได้ติดตามการทำงานของนักศึกษาอย่างสม่ำเสมอ พบว่านักศึกษามีปัญหาภายในกลุ่ม จึงให้แบ่งเป็นกลุ่มย่อยจำนวน 3 กลุ่ม เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ผลิตสื่อตามที่ตนสนใจอีกครั้ง ดังปรากฏว่ามีชิ้นงานเพิ่มจากที่แจ้งไว้ตอนต้น อันได้แก่ อินโฟกราฟิกเรื่องของป่า รายการสัมภาษณ์นักวิจัย และแผ่นพับแนะนำชุมชนสีเขียวบ้านจอมแจ้ง แต่กระนั้น นักศึกษาทั้ง 3 กลุ่มย่อยนี้ก็ไม่สามารถผลิตงานได้ตามมาตรฐาน ผู้สอนจึงพิจารณาผลการดำเนินงานและผลการเรียนตามจริง เนื่องจากเป็นความรับผิดชอบในฐานะผู้ผลิตสื่อ
2	อาจารย์ ดร. อุไร ไชยเสน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	1. อาจารย์เกษภาวัลย์ ตันริยงค์ (RDG56N0012 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ไทลื้อ) โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่)	-ผู้วิจัยเป็นผู้นัดพบ -นักวิจัยได้ถอดบทเรียนร่วมกับโหนดและนักศึกษา -นักวิจัย ผู้วิจัย โหนด และนักศึกษาลงพื้นที่ร่วมกันครั้งที่ 1 -นักศึกษาลงพื้นที่เองในครั้งถัดไป เพื่อเก็บข้อมูลเพิ่มเติม -นักศึกษาสื่อสารขอข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้ประสานงานในพื้นที่ชุมชนเอง -โหนดสื่อสารติดตามความคืบหน้าและรายละเอียดกับนักวิจัย และคอยตรวจสอบถูกต้องชิ้นงานที่ได้มอบหมายกับนักศึกษา *หมายเหตุ: งานวิจัยเป็น	จุดแข็ง: หลังจากที่นักศึกษาศึกษาและทำความเข้าใจรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ และได้พบกับนักวิจัยเพื่อร่วมกันถอดบทเรียนพบว่านักวิจัยสามารถช่วยเพิ่มศักยภาพในการเรียนรู้มากขึ้น ประหยัดเวลาในการดำเนินงาน เนื่องจากสามารถสื่อสารกันแบบ face-to-face communication ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารมี feedback ระหว่างกันได้ทันที จนมีความเข้าใจในงานวิจัยมากขึ้น นอกจากนี้ นักวิจัยร่วมลงพื้นที่ไปกับนักศึกษา จึงทำให้ได้ภาพและข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการของนักวิจัย ซึ่งในบางกิจกรรม นักวิจัยเป็นผู้จัดเตรียมกิจกรรมดังกล่าวขึ้นให้สอดคล้องกับการเก็บข้อมูลและภาพ (หรือเป็นการ set up ภาพและกิจกรรมขึ้นมาเพื่อการถ่ายทำ) จุดอ่อน: เนื่องจากงานวิจัยเป็นรูปแบบของการจัดการการท่องเที่ยว ดังนั้น จึงจำเป็นต้อง

ลำดับ	อาจารย์ผู้สอน	นักวิจัย/งานวิจัย	การนัดพบและการลงพื้นที่	จุดแข็ง/จุดอ่อน
			ลักษณะของการ set up กิจกรรมขึ้นมา นักศึกษาที่ลงพื้นที่เป็นเพียงตัวแทนกลุ่ม เนื่องจากการลงพื้นที่มีค่าใช้จ่ายซึ่งเกินออกไปจากที่ผู้วิจัยพยายามจัดหาให้ และเกินกว่าที่นักศึกษาจะสามารถจ่ายเพิ่มเองได้	มีการ set up กิจกรรมขึ้นมา ซึ่งมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ถึงแม้ว่าทางผู้ประสานจะทำการคิดคำนวณในราคานักศึกษาเพื่อให้นักศึกษาได้รับความรู้และประโยชน์สูงสุด แต่ก็ยังเกินกำลังการจ่าย ทำให้ไม่สามารถน่านักศึกษาลงพื้นที่ได้ทุกคน เป็นเพียงการส่งตัวแทนทีมแต่ละทีมไป แล้วใช้วิธีการแลกเปลี่ยนภาพกัน นอกจากนี้ นักวิจัยไม่ได้อยู่ในศาสตร์ทางด้านนิเทศศาสตร์โดยตรงและเป็นผู้อยู่ในสายวิชาชีพทางด้านการเกษตรเป็นหลัก จึงไม่สามารถคอมเม้นงานในคลิปที่ผลิต แต่เนื่องจากชุมชนได้นำคลิปไปใช้ นักวิจัยจึงมีความพอใจกับคลิปก้น ชิ้นงานที่ออกมาจึงขึ้นอยู่กับความคิดเห็นและเสนอแนะของผู้สอนเป็นส่วนใหญ่ และ/หรือตามความพอใจในชิ้นงานของผู้สอน ปัญหาและอุปสรรค: การประสานงานไม่มีปัญหา แต่การดำเนินงานมีปัญหา เนื่องจากหัวข้อที่เลือกเป็นประเด็นการท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยว นักศึกษาต้องลงพื้นที่ในฐานะนักท่องเที่ยวตามโปรแกรมทัวร์ชุมชน ทำให้ไม่คล่องตัวในการถ่ายทำวิดีโอเพื่อนำมาผลิตสื่อ เนื่องจากมีเวลาของแต่ละโปรแกรมทัวร์ชุมชนแต่ละฐานเป็นตัวกำกับ ทั้งนี้ หากเป็นการ set ถ่ายทำ จะต้องมียาใช้จ่าย และใช้เวลาหลายวันจึงจะครบแต่ละฐานการท่องเที่ยว และเวลาในการลงพื้นที่กระชั้นชิด เพราะความชัดเจนจากหัวข้อวิจัยยังไม่แน่นอน ในขณะที่จำนวนสัปดาห์ของการเรียนการสอนในเทอมที่ผลิตนั้นเหลืออีกไม่กี่สัปดาห์ ซึ่งผู้สอนจะต้องทำความเข้าใจอธิบายกับนักศึกษาให้เข้าใจไม่ให้สับสนกับระยะเวลาของการเรียนการสอน การป้องกัน/แก้ไข: ไม่สามารถป้องกันได้ แต่ใช้วิธีการแก้ไขปัญหาโดยใช้ Footage ร่วมกันในแต่ละกลุ่มและนัดส่งงาน post production เพิ่มขึ้นโดยมีการนัดส่งนัดพบระหว่างสัปดาห์ก่อนที่จะถึงวันเรียน
		2. นางศรีเรือน ไทยย้อย (RDG57N0032 แนวทางการจัดการทรัพยากรของชุมชนบ้านป่าสักงาม เพื่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการมี	- โหนดเป็นผู้นัดพบ - นักวิจัยได้ถอดบทเรียนร่วมกับโหนดและนักศึกษา - นักวิจัย ผู้วิจัย โหนด และนักศึกษาลงพื้นที่ร่วมกันครั้งที่ 1 - นักศึกษาลงพื้นที่เองในครั้งถัดไป เพื่อเก็บข้อมูลเพิ่มเติม	จุดแข็ง: หลังจากที่นักศึกษาศึกษาและทำความเข้าใจรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ และได้พบกับนักวิจัยเพื่อร่วมกันถอดบทเรียนพบว่านักวิจัยสามารถช่วยเพิ่มศักยภาพในการเรียนรู้มากขึ้น ประหยัดเวลาในการดำเนินงาน เนื่องจากสามารถสื่อสารกันแบบ face-to-face communication ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารมี feedback ระหว่างกันได้ทันที

ลำดับ	อาจารย์ผู้สอน	นักวิจัย/งานวิจัย	การนัดพบและการลงพื้นที่	จุดแข็ง/จุดอ่อน
		ส่วนร่วมของเทศบาลตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่)	-นักศึกษาสื่อสารขอข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้ประสานงานในพื้นที่ชุมชนเอง -โน้ตสื่อสารติดตามความคืบหน้าและรายละเอียดกับผู้ประสานงาน และคอยตรวจสอบความถูกต้องชิ้นงานที่ได้มอบหมายกับนักศึกษา	จนมีความเข้าใจในงานวิจัยมากขึ้น นอกจากนี้ผู้ประสานงานวิจัยร่วมลงพื้นที่ไปกับนักศึกษา จึงทำให้ได้ภาพและข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการของนักวิจัย จุดอ่อน: เนื่องจากงานวิจัยเป็นรูปแบบของการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ทางไกล ดังนั้น จึงทำให้นักศึกษาไม่สามารถลงพื้นที่ได้ครบทุกคน เป็นเพียงการส่งตัวแทนของทีมที่เห็นว่ามีความเข้าใจมากที่สุดลงพื้นที่ร่วมกับนักวิจัยในการเก็บข้อมูล นอกจากนี้ นักวิจัยไม่ได้อยู่ในศาสตร์ทางด้านนิเทศศาสตร์โดยตรงและเป็นผู้อยู่ในสายวิชาชีพทางด้านการเกษตรเป็นหลัก จึงไม่สามารถคอมเม้นงานในคลิปที่ผลิต แต่เนื่องจากชุมชนได้นำคลิปไปใช้ นักวิจัยจึงมีความพอใจกับคลิปนั้น ชิ้นงานที่ออกมาจึงขึ้นอยู่กับความคิดเห็นและเสนอแนะของผู้สอนเป็นส่วนใหญ่ และ/หรือตามความพอใจในชิ้นงานของผู้สอน ปัญหาและอุปสรรค: การประสานงานไม่มีปัญหา แต่การดำเนินงานมีปัญหา เนื่องจากหัวข้อที่เลือกเป็นประเด็นการท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยว นักศึกษาต้องลงพื้นที่ในฐานะนักท่องเที่ยวซึ่งระยะทางค่อนข้างไกล จึงต้องประสานหาวันเดินทางที่เหมาะสม นอกจากเวลาเรียนซึ่งเวลานัดหมายต้องสะดวกกับทางคนในพื้นที่ด้วย เพื่อจะได้สามารถเป็นไกด์นำเราไปยังจุดสำคัญ การป้องกัน/แก้ไข: ไม่สามารถป้องกันได้ แต่ใช้วิธีการแก้ไขปัญหาโดยใช้ Footage ร่วมกันในแต่ละกลุ่มและนัดส่งงาน post production เพิ่มขึ้นโดยมีการนัดส่งนัดพบระหว่างสัปดาห์ก่อนที่จะถึงวันเรียน
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา ลีตระกูล และคณะ (RDG5950055 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย)	-ผู้วิจัยเป็นผู้นัดพบให้เพื่อแจ้งให้กับนักวิจัย แล้วทางโน้ตประสานเองต่อ เนื่องจากทำงานอยู่ในคณะเดียวกัน -นักวิจัย ได้ถอดบทเรียนร่วมกับผู้วิจัย โหนดและนักศึกษา ในชั้นเรียน -นักศึกษาลงพื้นที่เอง เพื่อเก็บข้อมูลในแต่ละครั้ง	จุดแข็ง: หลังจากทีนักศึกษาศึกษาและทำความเข้าใจรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ และได้พบกับนักวิจัยเพื่อร่วมกันถอดบทเรียนพบว่านักวิจัยสามารถช่วยเพิ่มศักยภาพในการเรียนรู้มากขึ้น ประหยัดเวลาในการดำเนินงาน เนื่องจากสามารถสื่อสารกันแบบ face-to-face communication ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารมี feedback ระหว่างกันได้ดีขึ้น จนมีความเข้าใจในงานวิจัยมากขึ้น อีกทั้งนักวิจัยเป็นอาจารย์ในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ซึ่งเป็นคณะเดียวกัน จึงทำให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปได้ง่าย เพราะนักวิจัยสามารถให้คำปรึกษาแนะนำให้กับทีมได้ตลอดเวลา
		2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา ลีตระกูล และคณะ	-ซึ่งนักศึกษาสื่อสารขอข้อมูลและคำชี้แนะเพิ่มเติมจากนักวิจัยโดยตรง เนื่องจากสามารถนัดพบใน	

ลำดับ	อาจารย์ผู้สอน	นักวิจัย/งานวิจัย	การนัดพบและการลงพื้นที่	จุดแข็ง/จุดอ่อน
		(RDG5950055V02 อัตลักษณ์ของแหล่ง ท่องเที่ยวในเขต เศรษฐกิจพิเศษ ชายแดนเมืองเชียง ของ ของจังหวัด เชียงราย)	มหาวิทยาลัยได้ตลอดเวลา - โหนดเป็นเพียงผู้ให้ คำแนะนำปรับแก้ชิ้นงาน นักศึกษาตามที่ได้รับ มอบหมาย	จุดอ่อน: งานวิจัยนี้อยู่ในพื้นที่การท่องเที่ยว ในเขตเศรษฐกิจเมืองเชียงของ ซึ่งต้องอาศัย การเดินทางออกจากตัวเมืองไป มีเพียงแต่ นักศึกษาเท่านั้นที่หลังจากได้ตอบทรีเียน แล้ว ลงพื้นที่ไปกันเองตามความสะดวก จึงทำ ให้การผลลิตสื่อก่อนหน้านั้นเป็นไปในทิศทาง ความสนใจของนักศึกษาเองเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ นักวิจัยไม่ได้อยู่ในศาสตร์ทางด้าน นิเทศศาสตร์โดยตรง การคอมเม้นงานในคลิป ที่ผลิต จึงออกมาในลักษณะเห็นด้วยกับงาน ทั้งหมด เนื่องจากชุมชนได้นำคลิปไปใช้ นักวิจัยก็มีความพอใจกับคลิปนั้น และชิ้นงาน ที่ออกมาจึงขึ้นอยู่กับความคิดเห็นและ เสนอแนะของผู้สอนเป็นส่วนใหญ่ และ/หรือ ตามความพอใจในชิ้นงานของผู้สอน ปัญหาและอุปสรรค: ระยะทางของสถานที่ ถ่ายทำ (อ.เชียงของ) ค่อนข้างไกล จึงเป็น ปัญหาต่อการลงพื้นที่เพื่อถ่ายทำ ที่จะต้องใช้ เวลาในด้านการสำรวจพื้นที่ และการถ่ายทำ จึงไม่สะดวกต่อการทำงานของนักศึกษา หาก ต้องถ่ายทำหลายวัน และหลายครั้ง จึงมี อุปสรรคด้านระยะทางและที่พัก นอกจากนี้ สถานที่ท่องเที่ยวที่แนะนำในงานวิจัย บาง แห่งทางชุมชนมิได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ปัญหาด้านนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเฉพาะ เทศกาลท่องเที่ยว เมื่อไม่มีนักท่องเที่ยวจึงทำ ให้เกิดการรกร้าง ว่างเปล่า จึงยากที่จะ ดำเนินการถ่ายทำได้ การป้องกัน/แก้ไข: แนะนำให้นักศึกษาถ่ายทำ เฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีในขณะนั้น ซึ่งใน การลงพื้นที่ในแต่ละครั้งนั้น ผู้สอนกำชับให้ นักศึกษาเก็บข้อมูลให้มากที่สุด แล้วอาจนำ footage ของงานมาแลกเปลี่ยนกันก่อนด้าน เนินการผลิตงานสร้างสรรค์ส่งอาจารย์ เพื่อ ลดช่วงเวลาในการลงพื้นที่ที่ต้องบ่อยนัก เนื่องจากนักศึกษายังต้องเรียนวิชาอื่นๆ ด้วย
4	อาจารย์ระริ นทร์ โรจน วัฒนาวุฒิ มหาวิทยาลัย ราชภัฏ เชียงใหม่	1. นายกฤษณัย ขาติ ชนะกุล (RDG59N0028 พื้น วิถีสัตตม เครื่องดนตรี แคน ไม้จักสาน พื้นบ้านอำเภอสู่การ พัฒนาสร้างความรู้ อัตลักษณ์ที่เชื่อมโยง และเพิ่มเศรษฐกิจ ฐานรากของคนใน	-ผู้วิจัยเป็นผู้นัดพบให้เพื่อ แจ้งให้กับนักวิจัย แล้วทาง โหนดประสานเองต่อ -นักวิจัยได้ตอบทรีเียน ร่วมกับโหนดและนักศึกษา -นักวิจัย ผู้วิจัย โหนด และ นักศึกษาลงพื้นที่ร่วมกันครั้งที่ 1 -โหนดคอยประสานสื่อสาร ขอข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อ	จุดแข็ง: หลังจากทีนักศึกษาศึกษาและทำ ความเข้าใจรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ และได้พบกับนักวิจัยเพื่อร่วมกันถอดบทเรียน ไปพร้อมๆ กับการลงพื้นที่ พบว่านักวิจัย สามารถช่วยเพิ่มศักยภาพในการเรียนรู้มาก ขึ้นจากสถานที่จริง ประหยัดเวลาในการ ดำเนินงาน เนื่องจากสามารถสื่อสารกันแบบ face-to-face communication ซึ่งผู้ส่งสาร และผู้รับสารมี feedback ระหว่างกันได้ทันที จนมีความเข้าใจในงานวิจัยมากขึ้น อีกทั้งการ

ลำดับ	อาจารย์ผู้สอน	นักวิจัย/งานวิจัย	การนัดพบและการลงพื้นที่	จุดแข็ง/จุดอ่อน
		ชุมชนอำเภ...	นักศึกษาจะได้นำข้อมูลมาประกอบการผลิตสื่อ เนื่องจากไม่สะดวกลงพื้นที่อีกเพราะไกลเกินไปและการเดินทางค่อนข้างอันตราย	เรียนรู้และเก็บข้อมูลนั้นอยู่ในพื้นที่เดียวกัน และเห็นจากการลงมือปฏิบัติจริงของชุมชน จึงทำให้นักศึกษามีความเข้าใจอย่างเป็นรูปธรรม และถอดบทเรียนการผลิตสื่อสร้างสรรค์ออกมาได้ตรงตามสิ่งที่เห็น จุดอ่อน: พื้นที่ค่อนข้างไกล จึงทำให้สามารถลงพื้นที่ได้เพียงครั้งเดียว อีกทั้งนักวิจัยไม่ได้อยู่ในศาสตร์ทางด้านนิเทศศาสตร์โดยตรง การคอมเม้นงานในสื่อ info graphic ที่ผลิตจึงออกมาในลักษณะเห็นด้วยและพอใจกับงานทั้งหมด ปัญหาและอุปสรรค: ระยะทางและการเดินทางลำบากในการลงพื้นที่ การพบกับผู้วิจัย ด้านภาษา ภาษาประจำถิ่นที่มีการอ่านและออกเสียงได้ยาก จำเป็นที่จะต้องหานักศึกษาที่เข้าใจภาษาอาขาร่วมเดินทางไป ด้วย เพื่อช่วยในการสื่อสาร (ล่าม) นอกจากนี้ ข้อมูลมีปริมาณมาก ต้องเรียบเรียงและกระชับข้อมูลให้ได้ใจความมากที่สุด การป้องกัน/แก้ไข: จากปัญหาการเดินทางที่ค่อนข้างไกล ทำให้สามารถลงพื้นที่ได้เพียง 2 ครั้งเท่านั้น นอกเหนือจากนั้นจึงใช้วิธีการวิดีโอคอล เพื่อพูดคุยและทำความเข้าใจหรือถามปัญหาที่นักศึกษาติดขัดด้านเนื้อหากับผู้วิจัย ในส่วนด้านภาษา ผู้สอนและผู้วิจัยร่วมกัน แก้ปัญหาโดยการสอบถามจากนักวิจัยและนักศึกษาคาดิพันธุ์ช่วยออกเสียงอ่านที่ถูกต้องให้กับฝ่ายลงเสียง ด้านข้อมูล จัดเรียงลำดับและย่อความ เพื่อเขียนสคริปต์ให้มีความกระชับและเข้าใจง่าย
		2. นักวิจัย นายอนุชาติ ลาพา (RDG56N0006 แนวทางการอนุรักษ์ประเพณีการรำมะหนาว (MANAU) ของชนเผ่าคะฉิ่นในชุมชนบ้านใหม่สามัคคีคะฉิ่น หมู่ 14 ตำบลเมืองนะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่)	-ผู้วิจัยเป็นผู้นัดพบให้เพื่อแจ้งให้กับนักวิจัย แล้วทางไหนตประสานเองต่อ -นักวิจัยได้ถอดบทเรียนร่วมกับไหนตและนักศึกษา -นักวิจัย ผู้วิจัย ไหนต และนักศึกษาลงพื้นที่ร่วมกันครั้งที่ 1 -ไหนตคอยประสานสื่อสารขอข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้นักศึกษาจะได้นำข้อมูลมาประกอบการผลิตสื่อ เนื่องจากไม่สะดวกลงพื้นที่อีกเพราะไกลเกินไปและการเดินทางค่อนข้างอันตราย	จุดแข็ง: หลังจากที่นักศึกษาศึกษาและทำความเข้าใจรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ และได้พบกับผู้ประสานงานวิจัยเพื่อร่วมกันถอดบทเรียน พบว่าผู้ประสานงานวิจัยสามารถช่วยเพิ่มศักยภาพในการเรียนรู้มากขึ้น ประหยัดเวลาในการดำเนินงาน เนื่องจากสามารถสื่อสารกันแบบ face-to-face communication ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารมี feedback ระหว่างกันได้ทันที จนมีความเข้าใจในงานวิจัยมากขึ้น นอกจากนี้ทั้งนักวิจัยร่วมลงพื้นที่ไปกับนักศึกษา จึงทำให้ได้ภาพและข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการของนักวิจัย จุดอ่อน: พื้นที่ค่อนข้างไกล จึงทำให้สามารถลงพื้นที่ได้เพียงครั้งเดียว อีกทั้งนักวิจัยไม่ได้อยู่ในศาสตร์ทางด้านนิเทศศาสตร์โดยตรง

ลำดับ	อาจารย์ผู้สอน	นักวิจัย/งานวิจัย	การนัดพบ และการลงพื้นที่	จุดแข็ง/จุดอ่อน
				การคอมเม้นงานในสื่อ info graphic ที่ผลิต จึงออกมาในลักษณะเห็นด้วยและพอใจกับ งานทั้งหมด ปัญหาและอุปสรรค: ระยะทางและการ เดินทางลำบากในการลงพื้นที่ การพบกับ ผู้วิจัย ด้านภาษา ภาษาประจำถิ่นที่มีการอ่าน และออกเสียงได้ยาก นอกจากนี้ข้อมูลมี ปริมาณมาก ต้องเรียบเรียงและกระชับข้อมูล ให้ได้ใจความมากที่สุด การป้องกัน/แก้ไข: จากปัญหาการเดินทางที่ ค่อนข้างไกล ทำให้สามารถลงพื้นที่ได้เพียง ครั้งเดียวเท่านั้น นอกเหนือจากนั้นผู้สอนใช้ วิธีการวิดีโอคอลหานักวิจัยเข้าของผลงานเอง เพื่อพูดคุยและทำความเข้าใจหรือถามปัญหา ที่นักศึกษาติดขัดด้านเนื้อหากับผู้วิจัย ในส่วน ด้านภาษา ผู้สอนและผู้วิจัยร่วมกันแก้ปัญหา โดยการสอบถามจากนักวิจัยและนักศึกษา ชาติพันธุ์ช่วยออกเสียงอ่านที่ถูกต้องให้กับ ฝ่ายลงเสียง ด้านข้อมูล จัดเรียงลำดับ และย่อ ความ เพื่อเขียนสรุปตีพิมพ์มีความกระชับและ เข้าใจง่าย

2.3 การคัดเลือกผลงานจากกลุ่มนักศึกษาที่มีฝีมือหรือมีแวว เพื่อเข้าร่วมโครงการพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือ (workshop)

ในการคัดเลือกผลงานเพื่อเข้าร่วมโครงการ ทีมผู้วิจัยและผู้สอนได้ทำการหารือร่วมกัน จนได้ข้อสรุป คือ โหนด (ผู้สอน) เป็นผู้ทำการคัดเลือกผลงานจากชิ้นงานในรายวิชาของตนเอง ซึ่งเห็นว่าเป็นผลงานของนักศึกษาในกลุ่มที่มีฝีมือและมีแวว สามารถนำไปพัฒนา ปรับแก้ และสามารถต่อยอดแก้ไข เพื่อเข้าร่วมโครงการพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือ (workshop) รวม 4 ทีม

ตารางที่ 4.4 ผลงานผลิตสื่อสร้างสรรค์ของนักศึกษา 4 ทีม

ลำดับ	อาจารย์ผู้สอน	สถาบัน	ชื่อผลงาน/รูปแบบสื่อสร้างสรรค์	นักวิจัย/งานวิจัย
1	อาจารย์กิริติ ไพบูลย์	มหาวิทยาลัยพายัพ	สูงวัย Happy รูปแบบสื่อ คลิป Video กลุ่มเป้าหมาย ผู้สูงวัย	อาจารย์ ดร.อาชว์บาร์มี มณีตระกูลทอง (RDG60T0053 การพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา)
2	อาจารย์ ดร.อุไร ไชยเสน	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	กิมมิดี – พาทัวร์ไม่กลัวใคร รูปแบบสื่อ คลิป Video กลุ่มเป้าหมาย ประชาชนทั่วไป	อาจารย์เกษภาวัลย์ ตันริยงค์ (RDG56N0012 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ไทลื้อ) โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่)
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	พระอาทิตย์ขึ้นที่เชียงของ รูปแบบสื่อ คลิป Video กลุ่มเป้าหมาย ประชาชนทั่วไป	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา ลีตระกูล และคณะ (RDG59S0055 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย)
4	อาจารย์ระรินทร์ ไรจนวัฒนาวุฒิ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	AHKA สาน ตี วิถีอาข่า รูปแบบสื่อ Info Graphic กลุ่มเป้าหมาย ประชาชนทั่วไป	นายกฤษณัย ขาติชนะกุล (RDG59N0028 พื้นีวิถีมีด เครื่องดนตรีแคน ไม้จักสานพื้นบ้านอาข่าสู่การพัฒนาสร้างความรู้ อัตลักษณ์ที่เชื่อมโยงและเพิ่มเศรษฐกิจฐานรากของคนในชุมชนอาข่า)

2.4 การจัดโครงการพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือ (workshop)

หลังจากโหนดได้ทำการคัดเลือกผลงานของนักศึกษาได้ รวม 4 ผลงาน จาก 4 รายวิชา ซึ่งนักศึกษาทั้ง 4 ทีม ได้เข้าร่วมกิจกรรม workshop ในวันเสาร์ที่ 1 กุมภาพันธ์ 2563 ทั้งนี้ กิจกรรม workshop ที่จัดขึ้นนี้ เป็นโครงการพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือ ซึ่งได้รับความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิจากทีมกลาง 1 ท่าน และผู้ทรงคุณวุฒิในท้องถิ่น 1 ท่าน ร่วมพัฒนาและเสริมสร้างความรู้และทักษะต่างๆ ให้กับนักศึกษาทั้ง 4 ทีม เพื่อทำการสร้างสรรค์และผลิตสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยของ สกว. และเพื่อเผยแพร่งานวิจัยให้มีคุณภาพทั้งความถูกต้องของเนื้อหางานวิจัยและความน่าสนใจหรือการสร้างสรรค์

ทั้งนี้ การคัดเลือกวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อทำหน้าที่ในการเสริมสร้างศักยภาพและพัฒนาคุณภาพสื่อสร้างสรรค์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ให้กับนักศึกษาทั้ง 4 ทีม ผ่านการ workshop นี้ ผู้วิจัยทำการเลือกโดยแจ้งหารือกับหัวหน้าทีม (ทีมกลาง) เพื่อคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเหมาะสม รวม 2 ท่าน ดังนี้

1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนิวรรณ ตั้งภักดี อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งผู้วิจัยมองว่า เป็นผู้ที่เหมาะสมในการให้คำแนะนำในการจับและถอดประเด็น (content) ที่สำคัญในภาพรวมได้ และมีความคิดเห็นว่าอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิท่านนี้ไม่ใช่ผู้มีใกล้ชิดกับวัฒนธรรมภาคเหนือ จึงเล็งเห็นว่าจะสามารถให้คำแนะนำได้ดีในฐานะผู้ให้คำแนะนำการถอดบทเรียนนวัตกรรมจากภูมิภาคอื่นได้

2) อาจารย์ยิ่งพงศ์ มั่นทรัพย์ ผู้เชี่ยวชาญด้าน Creative Media บริษัท Pantta Creation Thailand โดยเน้นการผลิตงานเพื่อใช้งาน Social Media อาทิ Youtube และ Vlog ผู้วิจัยมองว่า เป็นผู้ที่มีความเหมาะสมในแง่ของการให้คำแนะนำการคิด content รวมถึงรูปแบบในการผลิต เนื่องจากเป็นเรื่องใกล้ตัวกับนักศึกษาโดยตรง อีกทั้งชิ้นงานส่วนใหญ่ที่ทั้ง 4 ทีมผลิตนั้น เน้นการใช้งาน Social Media นอกจากนี้ อาจารย์ยังเป็นอาจารย์พิเศษและวิทยากรให้กับสถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่ภาคเหนือบ่อยครั้ง จึงเล็งเห็นว่าจะสามารถให้คำแนะนำได้ดีในฐานะผู้ให้คำแนะนำการถอดบทเรียนนวัตกรรมในห้องเรียนหรือภูมิภาคภาคเหนือได้

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อถอดบทเรียนถึงกระบวนการพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น ภายหลังการจัดกิจกรรมโครงการพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือ (workshop) ในครั้งที่ 1 ผ่านไปนั้น ผู้ทรงคุณวุฒิได้ทำการพัฒนาและเสริมสร้างความรู้และทักษะต่างๆ ให้กับนักศึกษาทั้ง 4 ทีม พบว่า สื่อสร้างสรรค์ทั้ง 4 ชิ้นงานนั้นผลิตขึ้นมานั้นยังมีวัตถุประสงค์ที่กว้างเกินไป กล่าวคือ ผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมาย (user) มีหลายระดับเกินไป ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิได้ช่วยแนะนำให้ปรับแก้ไขชิ้นงานให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายให้มากยิ่งขึ้นไปอีก อีกทั้งยังมีการปรับเปลี่ยนเทคนิคการนำเสนอให้มีความเหมาะสม และแนะนำให้ให้นักศึกษาผลิตสื่อเป็นภาษาท้องถิ่น (ภาษาเหนือ) ประกอบคำบรรยาย (subtitle) ในคลิปด้วย



ภาพที่ 4.2 กิจกรรมโครงการพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือ (workshop) ครั้งที่ 1

ทั้งนี้ ผู้วิจัยออกแบบกิจกรรมในครั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือให้กับนักศึกษาทั้ง 4 ทีม โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วม (Participation) ระหว่างผู้วิจัย ผู้สอนรายวิชาการสร้างสรรค์และผลิตสื่อ ตลอดจนนักศึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิ โดยนำผลงานการผลิตสื่อทั้ง 4 ชิ้น ที่เสร็จสมบูรณ์แล้วมาแสดงโชว์เพื่อรับข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสร้างสรรค์สื่อและนักวิจัยเจ้าของผลงาน เพื่อให้แต่ละทีมปรับแก้เป็นรอบสุดท้ายก่อนเข้าสู่กระบวนการคัดเลือกผลงานอีกครั้งหนึ่ง และให้งบประมาณแก่นักศึกษาผลิตสื่อเพื่อปรับแก้งานและเผยแพร่งานวิจัยเรื่องละ 10,000 บาท โดยตลอดระยะเวลา 4 สัปดาห์ที่นักศึกษาทำการปรับแก้งานนั้น นักศึกษาสามารถติดต่อสื่อสารกับทางผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งให้ความอนุเคราะห์แนะนำได้ทุกช่องทางตามความสะดวกและเหมาะสมต่อไป

หลังจากนักศึกษาได้ทำการปรับแก้งานตามระยะเวลา 4 สัปดาห์ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงได้จัดกิจกรรมโครงการพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือ (workshop) ครั้งที่ 2 เพื่อคัดเลือกผลงานโดยคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิท่านเดิม 2 ท่าน ในวันที่ 11 มีนาคม 2563 ได้ผลการคัดเลือก ดังนี้

ตารางที่ 4.5 ลำดับผลการแข่งขันผลงานผลิตสื่อสร้างสรรค์ของนักศึกษา 4 ทีม

อันดับ	ชื่อผลงาน/รูปแบบสื่อสร้างสรรค์	อาจารย์ผู้สอน	สถาบัน	นักวิจัย/งานวิจัย
1	AHKA สาน ตี วิถีอาข่า รูปแบบสื่อ Info Graphic พัฒนาสื่อเป็น Motion Graphic กลุ่มเป้าหมาย ประชาชนทั่วไป	อาจารย์ระรินทร์ โรจนวัฒนาวุฒิ	มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงใหม่	นายกฤษฎณ์ ขาดิชนะกุล (RDG59N0028 พันวิไลต์มีด เครื่องดนตรีแคน ไม้จักสานพื้นบ้านอาข่าสู่การพัฒนาสร้างความรู้ อัตลักษณ์ที่เชื่อมโยงและเพิ่มเศรษฐกิจฐานรากของคนในชุมชนอาข่า)
2	พระอาทิตย์ขึ้นที่เชียงของ รูปแบบสื่อ คลิป Video กลุ่มเป้าหมาย ประชาชนทั่วไป	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศกนก ชุ่ม ประดิษฐ์	มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงราย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา ลีตระกูล และคณะ (RDG59S0055 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย)
3	กั๊มาดิ – พาทัวร์ไม่กลัวใคร รูปแบบสื่อ คลิป Video กลุ่มเป้าหมาย ประชาชนทั่วไป	อาจารย์ ดร.อุไร ไชยเสน	มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงใหม่	อาจารย์เกษภาวัลย์ ตันริยงค์ (RDG56N0012 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ไทลื้อ) โดยมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่)
4 (ชมเชย)	สูงวัย Happy รูปแบบสื่อ คลิป Video กลุ่มเป้าหมาย ผู้สูงวัย	อาจารย์กิริติ ไพบุลย์	มหาวิทยาลัย พายัพ	อาจารย์ ดร.อาชว์บาร์มี มณีตระกูลทอง (RDG60T0053 การพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา)

จากการจัดกิจกรรม workshop ทั้ง 2 ครั้ง ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์นักศึกษาและอาจารย์ผู้สอนจากทั้ง 4 ทีมแบบไม่เป็นทางการ ร่วมกันกับวิธีการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม พบว่า นักศึกษาสามารถทำความเข้าใจในประเด็นที่เหมาะสมเพื่อทำการสร้างสรรค์และผลิตสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยของ สกว. และเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยให้มีคุณภาพทั้งความถูกต้องของเนื้อหางานวิจัยและความน่าสนใจหรือการสร้างสรรค์ สอดคล้องกับผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายที่จะได้รับประโยชน์จากสื่อสร้างสรรค์อย่างชัดเจนในฐานนักรับสารงานวิจัยท้องถิ่น



ภาพที่ 4.2 กิจกรรมโครงการพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือ (workshop) ครั้งที่ 2

3. Post-production ขั้นตอนสุดท้าย

3.1 สรุปรายละเอียดผลการดำเนินงานของโครงการ

สำหรับผลการดำเนินงานของโครงการ และกิจกรรมที่วางแผนไว้ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6 ผลการดำเนินงานของโครงการและกิจกรรม

วัตถุประสงค์	กิจกรรม (ตามแผน)	กิจกรรมที่ทำได้จริง	ผลการดำเนินงาน
1. เพื่อสร้างนักร้องสารงานวิจัยท้องถิ่น	1. คัดเลือกนักวิจัยที่มีผลงานวิจัยจำนวนมากที่พร้อมให้ความร่วมมือกับคณะผู้วิจัยและยินดีเผยแพร่งานวิจัยสู่สาธารณชน	✓	1. ผู้วิจัยเข้าใจข้อมูลชัดเจนยิ่งขึ้น ก่อนจะนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้เป็นฐานความรู้ในการเขียนโครงร่างงานวิจัยและดำเนินโครงการวิจัย 2. สามารถเขียนโครงร่างงานวิจัยจนสำเร็จลุล่วง และมองเห็นภาพความเป็นไปได้ก่อนดำเนินการวิจัย
	2. ประสานงานกับนักวิจัยเจ้าของผลงานที่จะเผยแพร่สู่สาธารณชนเพื่อวางแผนการดำเนินกิจกรรม “นักวิจัยพบไหนด”	✓	3. สามารถพัฒนาโจทย์การวิจัยวัตถุประสงค์ของโครงร่างงานวิจัยได้ตามความเป็นจริงของผลงานวิจัย สกว. ที่เลือก รวมทั้งบริบทชุมชน 4. สามารถค้นหาผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างแท้จริงในผลงานวิจัย สกว. ที่เลือก
	3. วิเคราะห์ศักยภาพของเครือข่ายในแต่ละสถาบันและประสานอาจารย์ผู้สอนรายวิชาในแต่ละมหาวิทยาลัยในเขตภาคเหนือเป็นอย่างน้อย 1 ครั้งเพื่อคัดเลือกอาจารย์ให้เป็นไหนด มหาวิทยาลัยละ 1 คน ประมาณ 1-2 รายวิชา เพื่อบรรจุเนื้อหาใน มคอ. 3 และมอบหมายงานการสร้างสรรคและผลิตสื่อให้แก่นักศึกษาร่วมกับอาจารย์ที่เป็นไหนด คัดเลือกนักศึกษาที่มีฝีมือดีและมีแวว โดยคัดเลือกจากผลงานในรายวิชาเพื่อให้เข้าร่วมโครงการพัฒนานักสื่อสารงานวิจัย ในแต่ละสถาบัน	✓	5. ได้ทราบจำนวนงานวิจัยที่จะทำการเผยแพร่และทราบจำนวนนักวิจัยที่มีความพร้อมในการให้ความร่วมมือกับโครงการวิจัยในการดำเนินกิจกรรม 6. ได้ทราบจำนวนไหนดที่เป็นอาจารย์ผู้สอนรายวิชาด้านการสร้างสรรค์และผลิตสื่อจาก 3 สถาบัน (4 รายวิชา) ตลอดจนศักยภาพในการเข้าร่วมโครงการเพื่อทำการออกแบบสื่อที่หลากหลาย
	4. ทำการจัดกิจกรรม “นักวิจัยพบไหนด”	✓	7. ได้จำนวนนักศึกษาที่จะเข้าร่วมโครงการพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นจำนวน 3 มหาวิทยาลัย (4 รายวิชา กลุ่มละประมาณ 6-10 คน)

วัตถุประสงค์	กิจกรรม (ตามแผน)	กิจกรรมที่ ทำได้จริง	ผลการดำเนินงาน
	5. วิเคราะห์ต้นทุนและศักยภาพของอาจารย์และนักศึกษาที่ผ่านการคัดเลือกเข้าร่วมการอบรมเพื่อพัฒนานักสื่อสารงานวิจัย เพื่อออกแบบเนื้อหาในการพัฒนา	✓	8. ได้นักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือ จำนวน 4 กลุ่ม จาก 3 สถาบัน
2. เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยผ่านนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น	1. จัดกิจกรรม “การพัฒนา นักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น” ในแต่ละสถาบัน	✓	9. ได้นักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือ จำนวน 4 กลุ่ม จาก 3 สถาบัน
	2. ประเมินผลงานสร้างสรรค์สื่อผ่านนักสื่อสารงานวิจัยเพื่อนำมาใช้ในการเผยแพร่ผลงานวิจัยผ่านสื่อสังคมออนไลน์	✓	10. ได้ผลงานสร้างสรรค์ โดยนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือที่มีคุณภาพตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิให้ความรู้และคำแนะนำ พร้อมเผยแพร่ผลงานผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 4 ชิ้นงาน จาก 3 สถาบัน
	3. เผยแพร่งานสร้างสรรค์สื่อผ่านสื่อสังคมออนไลน์	✓	
	4. เผยแพร่งานวิจัยผ่านนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น	✓	

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลควบคู่ไปกับการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้เพื่อเป็นการตรวจสอบความน่าเชื่อถือและความครบถ้วนของข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ โดยกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น โดยจำแนกตามประเด็นในการศึกษา ได้แก่ การสร้างนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น และการเผยแพร่ผลงานวิจัย สกว. ผ่านนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น

2. การวิเคราะห์สรุปรวม เป็นการวิเคราะห์โดยองค์รวมของปรากฏการณ์ที่ทำการศึกษา เพื่อจะนำไปสู่การสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย ทั้งนี้การวิเคราะห์สรุปรวมที่ทำไปก็เพื่อตอบคำถามนำการวิจัยที่ได้กำหนดไว้

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

โครงการวิจัยเรื่อง “สร้างสรรค์สื่อเพื่อการใช้ประโยชน์และเผยแพร่งานวิจัย สกว. ของนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น” งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participation Action Research) โดยมีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ 1) เพื่อสร้างนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น และ 2) เพื่อเผยแพร่งานวิจัยผ่านนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลควบคู่ไปกับการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อเป็นการตรวจสอบความน่าเชื่อถือและความครบถ้วนของข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งสามารถสรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

การสร้างนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น

ในกระบวนการสร้างและพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยเพื่อสร้างนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น ภาคเหนือ ผู้วิจัยเริ่มจาก การวางแผน ประชุมเพื่อทำความเข้าใจระหว่างผู้วิจัยและโหนด นอกจากนี้ ทำการทบทวนงานวิจัยของ สกว. ที่ได้ดำเนินการเสร็จสิ้นไปแล้วและมีรายงานผลงานวิจัย สกว. ฉบับสมบูรณ์ที่ปรากฏบนเว็บไซต์ โดยคัดเลือกเฉพาะงานวิจัยที่มีเนื้อหาวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีผลกระทบเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่าง ๆ ที่น่าสนใจในพื้นที่ภาคเหนือเท่านั้น เนื่องจากงานวิจัยของ สกว. นั้น ส่วนใหญ่ค่อนข้างมีความซับซ้อนและตีความยาก ผู้วิจัยมองว่าเป็นการศึกษาหาความรู้งานวิจัยซึ่งมีเนื้อหาที่อยู่ในภูมิภาคภูมิลำเนาของผู้วิจัยเอง คือ พื้นที่ภาคเหนือ จะช่วยให้ผู้วิจัยทำความเข้าใจหรือคุ้นเคย ทั้งเรื่องพื้นที่ เนื้อหา ขนบ ประเพณี รวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ที่ปรากฏในรายงานผลงานดังกล่าวได้ง่าย ซึ่งพบว่าม้งงานวิจัยที่หลากหลาย รวมถึงการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การศึกษาข้อมูลวิจัยก่อนเป็นการทำงานบนฐานองค์ความรู้ ช่วยลดขั้นตอนในการทำงานที่ต้องค้นคว้าหาข้อมูลใหม่ เพื่อนำผลการวิจัยที่นักวิจัยท้องถิ่น สกว. ได้ดำเนินการเสร็จสิ้นพร้อมองค์ความรู้ที่มีอยู่แล้วมาใช้ต่อยอดเพื่อให้เกิดประโยชน์และนำไปใช้ได้จริงต่อไป

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลและคำแนะนำที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิและทีมกลาง ถึงความเป็นไปได้ในการดำเนินงานมาสู่การเขียนข้อเสนอโครงการวิจัยครั้งแรกเพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพัฒนาข้อเสนอโครงการวิจัย ซึ่งประเด็นดังกล่าวนี้ยังไม่ชัดเจนมากนัก โดยผู้วิจัยมุ่งประเด็นไปที่การพัฒนาสื่อที่มีประสิทธิภาพจากผลงานวิจัย สกว. ในการเผยแพร่งานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่ ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบในแง่ความน่าสนใจในการเผยแพร่งานวิจัยในกลุ่มคนรุ่นใหม่ ผ่านการถอดบทเรียนงานวิจัยผ่านสื่อใหม่โดยทำให้เนื้อหางานวิจัยที่ยากสามารถสื่อสารได้เข้าใจง่ายขึ้น และเน้นให้คนรุ่นใหม่ (ซึ่งได้แก่นักศึกษา) สามารถถ่ายทอดความรู้เหล่านั้นผ่านการผลิตสื่อด้วยเทคนิคที่หลากหลาย โดยสื่อการศึกษาสร้างสรรค์นั้น แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) สื่อสร้างสรรค์ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) 2) สื่อสร้างสรรค์ประเภทสื่อกิจกรรม (Activities Media) 3) สื่อสร้างสรรค์ประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) และ 4) สื่อสร้างสรรค์ประเภทสื่อใหม่ (New Media) ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นสื่อสร้างสรรค์ในรูปแบบใดก็ตาม การพัฒนารูปแบบสื่อสร้างสรรค์ที่

หลากหลายตามแนวคิดของ เขมณัฏฐ์ มั่งคิริธรรม (2559) จะช่วยตอบสนองกับความสนใจและความต้องการของผู้เรียนได้ ขึ้นอยู่กับความสนใจ ความเหมาะสม และการนำไปใช้นั่นเอง

แต่หลังจากได้รับคำแนะนำจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบกับการได้รับคำปรึกษาจากทีมประสานงาน (ทีมกลาง) ทำการปรับแก้วัตถุประสงค์การดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยจึงเน้นไปที่การสร้างนักร้องสารงานวิจัยท้องถิ่น และเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยผ่านนักร้องสารงานวิจัยท้องถิ่น โดยคนท้องถิ่น (ผู้ส่งสาร) เพื่อคนท้องถิ่น (ผู้รับสารและนำไปใช้ประโยชน์) โดยใช้ประเด็นกระบวนการสื่อสารมาเป็นเครื่องมือช่วยในการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ในยุคดิจิทัล การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์โดยการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านองค์ประกอบการสื่อสารคือผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง และผู้รับสาร เป็นกระบวนการที่สำคัญที่จะสามารถส่งสารไปยังผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและรวดเร็ว ทั้งนี้ ผู้ส่งสาร คือ ผู้ใช้งานที่สามารถเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารได้เพราะด้วยลักษณะเฉพาะของสื่อที่สามารถมีปฏิภพในการสื่อสารได้ทันที (Interactive) ผู้ส่งสารที่มีลักษณะไม่เป็นทางการ และไม่ต้องมีพิธีรีตองในการสื่อสารเนื่องจากการเป็นการสื่อสาร จากที่ส่วนตัวไปยังที่สาธารณะ ซึ่งผู้รับสารจะมีอำนาจเท่าเทียมกันอันเป็นลักษณะของการสื่อสารแบบแนวนอนที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานมีส่วนร่วมในการสื่อสารได้อย่างเสรี (รัตนาวดี เกียรตินิยมศักดิ์, 2542) ทั้งนี้สามารถประยุกต์กระบวนการสื่อสารออกเป็น 4 ประเด็นได้ คือ 1) การวิเคราะห์สื่อ การวิเคราะห์ผู้รับสาร เพื่อสามารถผลิตสื่อได้ตรงตามวัตถุประสงค์ 2) ทำการเตรียมเนื้อหา สรุปเนื้อหา ขอบเขตของผลงานวิจัย ก่อนที่จะเริ่มผลิตสื่อ 3) แลกเปลี่ยนความรู้กัน ระหว่าง นักวิจัยเจ้าของผลงาน โหนดผู้สอน และนักศึกษา เพื่อให้ได้มาซึ่งเนื้อหาที่จะผลิตสื่อตรงตามกลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง และ 4) โดยผ่านการแนะนำ และตรวจสอบคุณภาพ จากอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ

ที่ผ่านมา งานวิจัยของ ปิรวิรรต สมนึก (2558) ศึกษาเรื่องการพัฒนานวัตกรรมการเรียนการสอนโดยใช้สื่อวีดิทัศน์เพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์รายละเอียดของวิธีการสอนเรื่องผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้วยวิธีการสอนแบบปกติกับวิธีการสอนโดยใช้สื่อวีดิทัศน์เป็นหลัก ซึ่งผลการวิจัยพบว่าการสอนโดยการใช้สื่อวีดิทัศน์มีข้อดีคือช่วยให้คุณภาพการเรียนรู้ของผู้เรียนดีขึ้น สามารถจดจำได้มากและนานขึ้น ช่วยให้ผู้เรียนเรียนรู้เนื้อหาในปริมาณมากขึ้นในเวลาที่กำหนดไว้ และช่วยให้ผู้เรียนมีความสนใจและมีส่วนร่วมกับการเรียนรู้อย่างมากขึ้นนอกเหนือไปจากการสอนโดยวิธีการสอนแบบปกติโดยการบรรยายหน้าห้อง ทั้งนี้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า โหนดทั้ง 4 ท่าน (ผู้สอนทั้ง 4 รายวิชา) ที่ตอบรับเข้าร่วมโครงการนั้นเป็นอาจารย์ทางด้านนิเทศศาสตร์ทั้งหมด ดังนั้น การประสานงานในแง่ของการขอความร่วมมือ การทำความเข้าใจ ขั้นตอนในการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเพื่อนำไปใช้ในรายวิชา และร่วมกันสร้างนักร้องสารงานวิจัยท้องถิ่น (นักศึกษา) จึงเป็นไปได้ง่าย เนื่องจากผู้วิจัยและโหนดทำงานอยู่ในศาสตร์เดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในแง่ของงานวิชาการที่ดีต่อกัน และในแง่ของการผลิตสื่อผู้วิจัยเล็งเห็นว่าไม่มีปัญหาเพราะโหนดเป็นผู้สอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อทั้ง 4 รายวิชา และการนำนวัตกรรมการเรียนการสอนที่หลากหลายจะสามารถเพิ่มผลสัมฤทธิ์และความสนใจทางการเรียนให้กับนักศึกษาได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งโหนดสามารถประยุกต์ใช้กระบวนการจัดการเรียนการสอนดังกล่าวเพื่อสร้างและออกแบบกระบวนการสร้างและพัฒนานักร้องสารงานวิจัยเพื่อสร้างนักร้องสารงานวิจัยท้องถิ่นในรายวิชาที่รับผิดชอบได้

ทั้งนี้ จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจะเห็นได้ว่าแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารผ่านสื่อกลางหรือสื่อใหม่ เป็นการนำเอาแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารมาประยุกต์ปรับปรุงให้สอดคล้องกับความจริงก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ซึ่งผู้วิจัยจึงนำเอาแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวมาบูรณาการใช้ในงานวิจัยให้มีความร่วมสมัยมากขึ้น เพื่อที่จะได้นำผลงานสร้างสรรค์ที่ได้จากการผลิตสื่อไปใช้ก่อให้เกิดประโยชน์ได้จริง สอดคล้องกับแนวคิดของ David (2009, อ้างถึงใน เขมณัฏฐ์ มิ่งศิริธรรม, 2558) ซึ่งกล่าวว่า สื่อการศึกษาเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ การพัฒนาสื่อที่ทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้เป็นสิ่งสำคัญ สื่อการศึกษาเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ การพัฒนาสื่อที่ทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้เป็นสิ่งสำคัญ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Julian (2007, อ้างถึงใน เขมณัฏฐ์ มิ่งศิริธรรม, 2558) ซึ่งกล่าวว่า การใช้เทคนิคการสอน การมีส่วนร่วมของผู้เรียน ที่ช่วยกันอภิปราย ร่วมกันคิดร่วมกันทำ ประสบการณ์ตรงของแต่ละบุคคล การสื่อสารกันเป็นกระบวนการสำคัญที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

สำหรับคัดเลือกงานวิจัย สกว. และการประสานงานนักวิจัยเจ้าของผลงานนั้น เนื่องจากงานวิจัยของ สกว. ใน e-Library มีค่อนข้างเยอะ ผู้วิจัยจึงตัดสินใจร่วมหารือและทำการคัดเลือกงานวิจัยร่วมกับโหนด (อาจารย์ผู้สอนทั้ง 4 ท่าน) ในขั้นตอนนี้หลังจากการประชุมหารือร่วมกันในการจัดประชุมชี้แจงกับอาจารย์เจ้าของวิชา ผู้วิจัยและผู้สอนเห็นพ้องต้องกันในการร่วมกันคัดเลือกงานวิจัย จากรายงานผลงานวิจัย สกว. ฉบับสมบูรณ์ที่ปรากฏบนเว็บไซต์ งานห้องสมุด e-Library ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย โดยทำการทบทวนวรรณกรรมผลงานวิจัยที่น่าสนใจเฉพาะงานวิจัยภาคเหนือเท่านั้น ซึ่งในเบื้องต้นทำการคัดเลือกงานวิจัยที่ผู้วิจัยคาดคะเนเองว่าเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน และง่ายต่อการเดินทาง (เนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องของการเดินทางนำนักศึกษาลงพื้นที่จริง) ซึ่งผู้วิจัยและโหนดร่วมกันคัดเลือกรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ได้ประมาณ 20 เรื่อง โดยอาจารย์ผู้สอนทั้ง 4 ท่าน พิจารณาคัดเลือกในเบื้องต้นก่อนด้วยตามหัวข้อที่สนใจและมีความน่าจะเป็นไปได้เพื่อสำหรับเตรียมมอบหมายงานที่สอดคล้องกับเนื้อหาในรายวิชาที่รับผิดชอบ โดยทำการคัดเลือกงานวิจัยเบื้องต้น อย่างน้อยรายวิชาละ 2 งาน

หลังจากผู้วิจัยและอาจารย์ผู้สอนทั้ง 4 ท่าน ได้ทำการเลือกงานวิจัยและติดต่อประสานงานกับนักวิจัยเจ้าของผลงาน และได้รับการตอบรับการเข้าร่วมโครงการจากนักวิจัยแล้ว ในขั้นตอนถัดไปจึงได้เริ่มเจรจาหารือถึงความเป็นไปได้ในการนัดหมายเพื่อจัดกิจกรรมการพบนักวิจัย ผู้วิจัย ผู้สอน และนักศึกษา เพื่อร่วมกันถอดบทเรียนงานวิจัยก่อนที่จะเริ่มดำเนินการในการผลิตสื่อสร้างสรรค์

ทั้งนี้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยเพื่อสร้างนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือให้ประสบความสำเร็จได้นั้น พบว่า โหนดผู้สอน ทั้ง 4 รายวิชานั้น เป็นอาจารย์ทางด้านนิเทศศาสตร์ ซึ่งมีความรู้ความเข้าใจ และสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อทั้งหมด ทำให้กระบวนการในการสื่อสารประสานงานระหว่างนักวิจัยเจ้าของผลงาน และนักศึกษา ถึงการวิเคราะห์สื่อและเลือกผู้รับสารให้ตรงตามวัตถุประสงค์นั้นเป็นไปได้ง่าย แต่ทั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นกับโหนดผู้สอน คือ เมื่อโหนดไม่สามารถถอดบทเรียนหรือทำความเข้าใจเนื้อหาในผลงานวิจัยได้ทั้งหมด จะก่อให้เกิดปัญหาในการเตรียมและตรวจเนื้อหา ก่อนการผลิตสื่อของนักศึกษา จนทำให้ชิ้นงานที่ผลิตออกมานั้นไม่ตรงตามความต้องการของผู้รับสาร ในทางตรงกันข้าม โหนดผู้สอนที่มีลักษณะ active และใส่ใจในรายละเอียดและคอยประสานกับนักวิจัยเจ้าของผลงานตลอดเวลา

สามารถที่จะร่วมเตรียมและตรวจทานเนื้อหา ก่อนการผลิตสื่อของนักศึกษาให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของผลงานวิจัยได้เป็นอย่างดี และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยชิ้นนี้ ซึ่งเน้นสร้างนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น โดยคนท้องถิ่น เพื่อคนท้องถิ่น

นอกจากนี้ นักศึกษายังมองคํ่างานวิจัยเป็นเรื่องไกลตัวและยาก เมื่อให้โจทย์ในการถอดบทเรียนงานวิจัย จึงทำให้นักศึกษาให้ความสำคัญค่อนข้างน้อย และ/หรือ อีกทั้งนักศึกษาบางคนยังไม่มี ความเข้าใจในกระบวนการดำเนินงานวิจัยได้ดี ทำให้การอ่านรายงานฉบับสมบูรณ์เพื่อถอดบทเรียนนั้นจึงเป็นไปค่อนข้างยาก กระบวนการมีส่วนร่วมของนักวิจัยเจ้าของผลงาน ส่งผลโดยตรงต่อการเตรียมเนื้อหา ก่อนการผลิตสื่อ อีกทั้งระยะเวลาในการดำเนินงานของนักศึกษาแต่ละกลุ่มนั้นสามารถทำได้จำกัด คือกลุ่มละประมาณไม่เกิน 4 เดือน (1 ภาคการศึกษา) จึงทำให้ชิ้นงานที่ผลิตส่งมานั้นเป็นไปอย่างเร่งรีบเพื่อให้ทันกับการส่งงานให้กับผู้สอนในรายวิชาที่เรียน ส่งผลต่อคุณภาพของชิ้นงานที่ผลิตด้วย

การเผยแพร่งานวิจัยผ่านนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น

สื่อการศึกษาเป็นเครื่องมือของการเรียนรู้ ทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึก เพิ่มพูนทักษะและประสบการณ์ สร้างสถานการณ์การเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียน กระตุ้นให้เกิดการพัฒนา ศักยภาพ การเรียนรู้ ตลอดจนเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรมและค่านิยมให้แก่ผู้เรียน สื่อการเรียนรู้ในยุคปัจจุบันมีอิทธิพลสูงต่อการกระตุ้นให้ผู้เรียนเป็นผู้แสวงหาความรู้ด้วยตนเอง และให้คุณประโยชน์ (กรมวิชาการ, 2545, อ้างถึงใน เขมณัฏฐ์ มิ่งศิริธรรม, 2559) คือ 1) ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจ เกิดความคิดรวบยอดในสิ่งที่เรียนได้ง่ายและเร็วขึ้น 2) ช่วยให้ผู้เรียนมองเห็นสิ่งที่กำลังเรียนเป็นรูปธรรม เชื่อมโยงสิ่งที่อยู่ไกลตัวผู้เรียนสู่การเรียนรู้ เป็นกระบวนการ เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และสามารถบูรณาการสาระการเรียนรู้ต่าง ๆ ให้เชื่อมโยงกัน 3) ส่งเสริมการมีกิจกรรมร่วมกันระหว่างผู้เรียน สร้างสภาพแวดล้อมและประสบการณ์การเรียนรู้ที่แปลกใหม่ กระตุ้นให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าเพิ่มขึ้น และ 4) ช่วยให้ผู้เรียนได้รับการเรียนรู้ในหลายมิติจากสื่อที่หลากหลาย รู้วิธีการใช้สื่อและแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อการค้นคว้าเพิ่มเติม และเชื่อมโยงโลกที่อยู่ไกลตัวผู้เรียนให้เข้ามาสู่การเรียนรู้ของผู้เรียน

นอกจากนี้ เขมณัฏฐ์ มิ่งศิริธรรม (2559) อธิบายว่า สื่อการศึกษาสร้างสรรค์ เป็นสื่อที่ผู้สอนสร้างขึ้นอย่างมีจุดมุ่งหมายสอดคล้องกับเนื้อหาของรายวิชา วิธีการจัดการเรียนรู้และการวัดประเมินผล โดยการศึกษาหลักการแนวคิด ขั้นตอนการจัดทำ การใช้ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความคิดสร้างสรรค์และองค์ความรู้ ด้วยการมีส่วนร่วมในการใช้สื่ออย่างเป็นอิสระ เห็นความสำคัญและมีเจตคติที่ดี โดยผู้สอนเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียน องค์ประกอบที่จะพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนขึ้นอยู่กับเทคนิคและวิธีการสอนของผู้สอนที่จะช่วยกระตุ้น ส่งเสริมและพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนให้ก้าวหน้าขึ้น ผู้สอนควรจัดกิจกรรมให้สอดคล้องและเหมาะสมกับความต้องการของผู้เรียน โดยหาเทคนิค วิธีการสอนและสื่อแปลกใหม่ ๆ มุ่งให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง คอยติดตามและให้กำลังใจ พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีอิสระในการแสดงออกด้วยการพูด การกระทำตามจินตนาการและความพึงพอใจของผู้เรียน ซึ่งจะช่วยพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี แต่ทั้งนี้ ผู้สอนจะต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์เนื้อหาวิชาในหลักสูตรเพื่อนำเนื้อหา

เหล่านั้นมาเผยแพร่ประเด็นต่าง ๆ ให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจได้ง่ายขึ้น

โดยในส่วนของ การเผยแพร่งานวิจัยผ่านนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นนั้น จากข้อจำกัดของระยะเวลาในการดำเนินการผลิตใน 1 รายวิชา ซึ่งมีระยะเวลาไม่เกิน 4 เดือน (1 ภาคการศึกษา) ทำให้กระบวนการถอดบทเรียน การเตรียมเนื้อหา การออกแบบ รวมไปถึงการผลิตสื่อเพื่อให้ชิ้นงานออกมาได้นั้นอยู่บนข้อจำกัดของเวลา ตามที่แจ้งข้างต้นไปแล้วว่างานวิจัยของ สกว. นั้นเข้าใจค่อนข้างยาก ทำให้นักศึกษาซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารและเป็นผู้สื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นจำต้องตัดสินใจเลือกประเด็นที่กระชับและง่ายต่อการผลิตชิ้นงานที่สุด แต่ยังคงอยู่บนพื้นฐานความสอดคล้องให้ตรงกับความต้องการของผู้รับสารด้วย ดังนั้น การจัดกิจกรรม workshop เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและเพื่อให้ นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิมาปรับใช้เป็นแนวทางในการปรับแก้ชิ้นงานให้ดีขึ้นได้ นอกจากนี้กิจกรรม workshop ยังเป็นเวทีให้นักศึกษาได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างสถาบัน และทำให้นักศึกษาได้มีโอกาสปรับปรุง เพิ่มเติม แต่ง เพื่อให้งานพัฒนามากยิ่งขึ้นด้วย

เนื่องในปัจจุบันการจัดกิจกรรมพิเศษถือเป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่หลายองค์กรธุรกิจนิยมนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย เนื่องจากมีข้อได้เปรียบหลายประการในการสร้างการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย จึงทำให้กิจกรรมพิเศษทวีความสำคัญมากขึ้นในแวดวงการตลาดจนเกิดแนวคิดใหม่ที่ว่า การตลาดเชิงกิจกรรมขึ้น ซึ่ง เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้ให้ความหมายว่า การตลาดเชิงกิจกรรม หมายถึง การที่องค์กรหรือบริษัทได้มีการจัดกิจกรรมพิเศษอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นมาเพื่อให้ทุกคนได้มีส่วนร่วม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจ ตลอดจนต่อยอดขายของสินค้า เรียกว่า การทำตลาดเชิงวิถีชีวิต ซึ่งหมายถึง การนำตลาดเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่เขาไม่รู้ตัว ทั้งนี้ การจัดกิจกรรมประกวดชิ้นงาน นับเป็นอีกกระบวนการหนึ่ง ซึ่ง นักศึกษาจะได้ใช้เวทีดังกล่าวแสดงผลงานของตนเองออกสู่สาธารณะผ่านสื่อออนไลน์ สอดคล้องกับลักษณะ สตะเวทิน (2542) ให้ความหมายว่า การจัดกิจกรรมพิเศษเป็นเครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทหนึ่งที่สามารถใช้สร้างความสัมพันธ์กับชุมชนหรือประชาชนเป้าหมายได้เป็นอย่างดี การจัดกิจกรรมพิเศษสามารถทำได้หลายรูปแบบขึ้นอยู่กับความสามารถและลักษณะของแต่ละกิจกรรม นโยบาย วัตถุประสงค์ ตลอดจนงบประมาณที่หน่วยงานจะให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมพิเศษนั้น

โดยกระบวนการเผยแพร่งานวิจัยผ่านนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนือนี้ สามารถสรุปข้อดีและข้อเสีย ได้ดังนี้

ข้อดี ผู้วิจัยพบว่า นักศึกษาได้มีโอกาสแสดงศักยภาพที่แท้จริงในรายวิชาผลิตสื่อจากโจทย์ที่มีอยู่จริง ซึ่งเป็นเรื่องท้าทายความรู้ความสามารถของนักศึกษาเป็นอย่างมาก ก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ การคิด วิเคราะห์ เพื่อสามารถกำหนดประเด็นที่เหมาะสมเพื่อการผลิตสื่อได้ อีกทั้งนักศึกษาได้รับความรู้เพิ่มเติมจากการร่วมกิจกรรม workshop ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิให้ความรู้และคำแนะนำได้อย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการทำความเข้าใจเนื้อหา การคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การเลือกสื่อที่เหมาะสม รวมไปถึงเทคนิคที่เหมาะสมกับชิ้นงานนั้นๆ ถือเป็นกระบวนการพัฒนาศักยภาพนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นภาคเหนืออย่างแท้จริง นอกเหนือไปจากเนื้อหาทางวิชาการในห้องเรียนที่ได้จากผู้สอนเพียง

เท่านั้น ซึ่งทำให้นักศึกษาสามารถเปิดโลกทัศน์และมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลขึ้น เนื่องจากไม่ได้เห็นเพียงแค่ชิ้นงานของตนเองหรือเพื่อนในสถาบันเดียวกัน

ข้อเสีย ผู้วิจัยพบว่า ด้วยระยะเวลาที่จำกัด นักศึกษาเร่งส่งชิ้นงานทันตามระยะเวลาที่โหนดผู้สอนกำหนด ชิ้นงานบางชิ้นจึงขาดการวิเคราะห์และสังเคราะห์ส่งผลต่อคุณภาพของชิ้นงาน อีกทั้งกระบวนการในการเผยแพร่ชิ้นงานมีอยู่อย่างจำกัดและการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมไม่เพียงพอจึงทำให้เห็นชิ้นงานกันในวงแคบ อาทิ เฉพาะในสถาบันที่ร่วมกิจกรรมเท่านั้น นอกจากนี้รูปแบบของสื่อที่ผลิตนั้นถูกจำกัดอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ตามเนื้อหาของแต่ละรายวิชา จึงทำให้นักศึกษาไม่กล้าที่จะออกนอกกรอบเพื่อผลิตสื่อประเภทอื่นได้

นอกจากนี้ จากปัญหาการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ส่งผลทำให้การดำเนินกิจกรรมจำเป็นต้องเร่งรีบและกระชับ ทำให้ระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ผลงานสู่วงกว้างจึงถูกจำกัดเพิ่มขึ้นอีกในเรื่องของเวลา ซึ่งผู้วิจัยมองว่าผลงานวิจัยของ สกว. นั้นมีคุณค่ามากควรค่าแก่การนำมาถอดบทเรียนเพื่อที่จะก่อประโยชน์สูงสุดให้กับชุมชนและสังคมต่อไป ดังนั้น หากมีการจัดโครงการในลักษณะดังกล่าว อาจจะดำเนินการในลักษณะของการจัด workshop ในแต่ละภูมิภาคก่อน แล้วค้นหาชิ้นงานและทีมนักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่นที่มีคุณภาพ ร่วมกิจกรรมระดับประเทศต่อไป โดยอาจไม่ต้องผ่านในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอน แต่เป็นการเชิญชวนและรณรงค์ให้แต่ละสถาบันให้ความสนใจส่งนักศึกษาที่มีแววและมีทักษะเข้าร่วมกิจกรรมตามความเหมาะสม เพื่อที่จะได้กลุ่มตัวอย่างคนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจและเห็นความสำคัญของการผลิตสื่อ การเผยแพร่สื่อ เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยไปยังกลุ่มเป้าหมายผู้รับสารสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ในอนาคต

3. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การเริ่มต้นโครงการวิจัยควรสัมพันธ์กับการจัดการเรียนการสอนในแต่ละภาคการศึกษา เพราะในบางครั้งเมื่อไม่สัมพันธ์กัน ทำให้เกิดปัญหาคือ บางมหาวิทยาลัยซึ่งมีโอกาที่จะเข้าร่วมได้กลับไม่สามารถเข้าร่วมได้เพราะข้อจำกัดของภาคการศึกษาและรายวิชาที่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวได้ จึงทำให้นักศึกษาขาดโอกาสไป

2. ประเด็นของหัวข้อวิจัยที่จะได้รับการนำมาผลิตเป็นสื่อนักศึกษาและอาจารย์ควรทราบเร็วขึ้น โดยทาง สกว. หรือผู้ให้ทุนควรประสานกับผู้วิจัยรอไว้เรียบร้อยก่อน ไม่ควรที่จะให้ทางโหนดและผู้เรียนเป็นผู้ประสาน ซึ่งค่อนข้างช้า กระทบกับการวางแผนและเป็นไปตามแผนของการจัดการเรียนการสอน คือ ใน 1 ภาคการศึกษา หรือประมาณ 4 เดือน เพื่อการวางแผนการทำงานการผลิตเนื่องด้วย Production planning คือเนื้อหาของการเรียนการสอนที่เป็นกระบวนการที่ต้องกำกับการผลิต

3. ควรให้มีกิจกรรมสร้างกระบวนการผลิตสื่อในรูปแบบของการจับประเด็นเนื้อหา การสร้างเนื้อหาให้นักศึกษาจากผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญก่อนด้วย นอกจากนี้เพิ่มการทำกิจกรรมเพื่อสร้างความเข้าใจในกระบวนการและการสร้างการสื่อสารในการผลิตสื่อจากวิจัยให้มีคุณภาพมากที่สุด

4. เนื่องด้วยในปีนี้เผชิญกับสถานการณ์ COVID-19 จึงส่งผลกระทบต่อรูปแบบและวิธีการอบรมเชิงปฏิบัติการจากที่กำหนดไว้ตามแผนเดิมพอสมควร เนื่องด้วย นักศึกษาอยากฟังคำแนะนำอย่างใกล้ชิดจากผู้เชี่ยวชาญมากกว่านี้

5. ระยะเวลาดำเนินการควรกระชับกว่านี้ แต่ทั้งนี้ ทีมงานได้เผชิญกับสถานการณ์ COVID-19 จึงส่งผลกระทบทำให้ล่าช้ากว่าเดิมออกไปอีก

6. ด้านงบประมาณการผลิต เนื่องจากงานวิจัยบางงานอยู่ในพื้นที่ห่างไกล การเดินทางไม่สะดวก (เนื่องจากไม่มีรถประจำทาง) จึงกลายเป็นต้นทุนการผลิตงาน และนักศึกษาไม่มีความพร้อมด้านทุนทรัพย์ รวมถึงเวลาในการลงพื้นที่ ซึ่งจะเป็นปัญหาด้านการผลิต ฉะนั้นหากมีโครงการแบบนี้ในปีต่อไป ทางโครงการอาจต้องมียกงบประมาณสนับสนุนสำหรับการลงพื้นที่ เพื่อผู้สอนจะได้นำไปจัดสรรเป็นการนำนักศึกษาลงพื้นที่ในการดำเนินงานผลิตสื่อ เช่น จัดทำค่ายสำหรับการผลิตชิ้นงานในพื้นที่นั้น ๆ เป็นต้น

7. เปิดโอกาสให้กว้างขึ้น เพื่อรับผลงานที่หลากหลายยิ่งขึ้นในการสร้างสรรค์สื่อจากงานวิจัยประเภทต่าง ๆ และขยายวงกว้างแก่สถาบันการศึกษาในระดับเตรียมอุดมศึกษาด้วย เพราะศักยภาพการผลิต ความคิดสร้างสรรค์ และกระบวนการความคิดของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาชั้นนั้น ถูกเตรียมมาเพื่อยุคดิจิทัล ซึ่งเราน่าจะได้ไอเดีย/มุมมองที่แปลก แหวกแนวออกไป (AGE)

บรรณานุกรม

- กฤษมันต์ วัฒนาณรงค์. (2536). เทคโนโลยีเทคนิคศึกษา. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- กุลิสรา กฤตวรกาญจน์. (2552). การสื่อสารเพื่อการพัฒนากับการพัฒนาชนบทไทย. วารสารการสื่อสารมวลชน. ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือนมกราคม – มิถุนายน 2552.
- เกรียงไกร กาญจนะโกคิน. (2555). Event Marketing. กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพฯธุรกิจ.
- เชมณัฐ มิ่งศิริธรรม. (2559). การพัฒนาบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์เรื่องการออกแบบสื่อการศึกษาสร้างสรรค์สำหรับครูระดับประถมศึกษา. ทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณแผ่นดิน ประจำปี 2557, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- (2559). การออกแบบสื่อการศึกษาสร้างสรรค์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จรรยา วงศ์สายันท์. (2520). นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภา.
- จุฑารัตน์ ศราวุฒวงศ์ และคณะ. (2560). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. วารสารบรรณศาสตร์ มศว. 10(2), 16-31.
- ไชยยศ เรืองสุวรรณ. (2521). หลักการเทคโนโลยีและนวัตกรรมการศึกษา. มหาสารคาม: ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.
- ซัชวาล ต้นสินธุ์. (2553). ความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง เสียง ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โดยใช้รูปแบบการสอนตามแนวคิดวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และสังคม (STS). สารนิพนธ์ กศ.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- ชนาธิป แก้วบ้านดอน. (2557). ความหมาย หลักการ ทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม. <https://www.gotoknow.org/posts/560492>. สืบค้นเมื่อ 7 มกราคม 2563.
- ณัฐนันท์ ศิริเจริญ. (2548). หลักการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเพื่อการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ. กรุงเทพมหานคร. บายฮาร์ท มีเดีย.
- ทิพวัลย์ สิ้นนิธินาว. (2553). Generation X. <http://sites.google.com/site/490880tippawansinnititaworn/examination-x>. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2562.
- ธีรพันธ์ โล่ทองคำ. (2546). Event & Sponsorship. กรุงเทพมหานคร: นิตยสาร BrandAge.
- บุญเกื้อ ควรหาเวช. (2543). นวัตกรรมการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: เอสอาร์พรีนติ้ง.
- ปวีรรต สมนึก. (2558). การพัฒนานวัตกรรมการเรียนการสอนโดยใช้สื่อวีดิทัศน์เพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ. 11(1), 4-17.
- พสุ เตชะรินทร์. (2551). ช่องว่างในการทำงานระหว่าง Gen X กับ Gen Y. ผู้จัดการรายสัปดาห์. ตุลาคม 2551.

- พิชิต วิจิตรบุญรักษ์. (2554). สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต. วารสารนักบริหาร, 31(4), 99-103.
- พิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล. (2550). **มัลติมีเดียเพื่องานนิเทศศาสตร์**. เอกสารประกอบการสอน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พุดธิรัตน์ กมลชัยกุล. (2550). **รูปแบบการสื่อสารธรรมะเพื่อเยาวชนผ่านเว็บไซต์**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพ็ญนิดา ไชยสายัณห์. (2556). **การคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Thinking)**. ออนไลน์ <http://www.pattani.go.th/plan56/doc1.pdf>. เข้าถึงเมื่อ 12 มกราคม 2563.
- พันธุ์อาจ ชัยรัตน์. (2547). **การจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร**. กรุงเทพฯ: งานส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ.
- ไพฑูริย์ ลือวิฑูรเวชกิจ. (2541). **ทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีการปลูกถั่วเหลืองในอำเภอสนป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่**. บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร และคณะ. (2551). **ประมวลสาระวิชาชุด ปรัชญานิเทศศาสตร์ และทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 1-7 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช**. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มหาวิทยาลัยมหิดล. (2553). **Gen-B, Gen-X, Gen-Y, Gen-Z คืออะไร? เสี่ยงโรคอะไร?**. <http://wemahidol.mahidol.ac.th/comm/space.php?uid=79&do=blog&id=824>. สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2562.
- รัชฎา อสีสนธิสกุล. (2549). **เตรียมรับ Generation Y คลื่นลูกใหม่ขององค์กร**. http://202.183.190.2/FTPiWebAdmin/knw_pworld/image.../HR2.doc. สืบค้นเมื่อ 19 กันยายน 2562.
- รัตนาวดี เกียรตินิยมศักดิ์. (2542). **มณฑลของสาธารณะของการสื่อสารตัวกลางของคอมพิวเตอร์กรณีศึกษา www.pantip.com และ www.sanook.com**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลักขณา สตะเวทิน. (2542). **หลักการประชาสัมพันธ์**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: เพื่องฟ้าพรินต์.
- วรัญญา ศรีเสวก. (2553). **เหตุผลที่ไม่มีเหตุผลของคน Gen Y**. <http://www.wiseknow.com>. สืบค้นเมื่อ 19 กันยายน 2562.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2540). **การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: A.N. การพิมพ์.
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (2550). **แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทย พ.ศ.2550-2554**. กรุงเทพมหานคร: จิรัฏการพิมพ์.
- คันสนีย์ สุวภิณญาณาส. (2549). **ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภคของสินค้าแฮนด์แบรนด์ในเขตกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- สุธี พลพงษ์ และคณะ. (2550). **สื่อและเทคโนโลยี**. (บทความ) ในชุดความรู้วิทยาศาสตร์. โครงการตำรา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: กรุงเทพมหานคร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: ไทมอนด์ อินบิสซิเนส เวิร์ด.
- สถาบันวิจัยและพัฒนา. (2542). **การใช้ประโยชน์ด้านวิชาการ**. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. ออนไลน์ <https://goo.gl/wPw2rj>. สืบค้นเมื่อ 22 พฤศจิกายน 2562.
- เสาวนีย์ พิสิฐานุสรณ์. (2550). **Generation Y ตบเท้าเข้าสู่โลกธุรกิจ**. <http://www.positioningmag.com>. สืบค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2562.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2545). **การศึกษาเชิงสร้างสรรค์**. รายงานการประชุมทางวิชาการ เรื่องการศึกษาเชิงสร้างสรรค์. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2541). **หลักการตลาด**. กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์. (2551). **มัดใจ Gen Y ด้วยดีไซน์โดน ๆ**. โพชิซันนิ่ง. <http://www.positioningmag.com>. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2562.
- อภิวดี พิมลแสงสุริยา. (2553). **รับมือกับคน Gen Y**. <http://www.orchidslingshot.com/modx/index.php?id=1357>. สืบค้นเมื่อ 3 กันยายน 2562.
- อารี พันธมณี. (2543). **การคิดอย่างสร้างสรรค์**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: เลิฟ แอนด์ ลิฟเพรส.
- Innovation in Technology*. (2556). **นวัตกรรม**. <https://www.facebook.com/luffypages/posts/535214153198884>. สืบค้นเมื่อ 7 มกราคม 2563.
- Positioning Magazine*. (2548). **โจทย์การตลาดวัยรุ่นนับวันยิ่งยาก**. (ออนไลน์). <http://www.positioningmag.com/magazine/details.aspx?id=29883>. สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2562.

ภาคผนวก

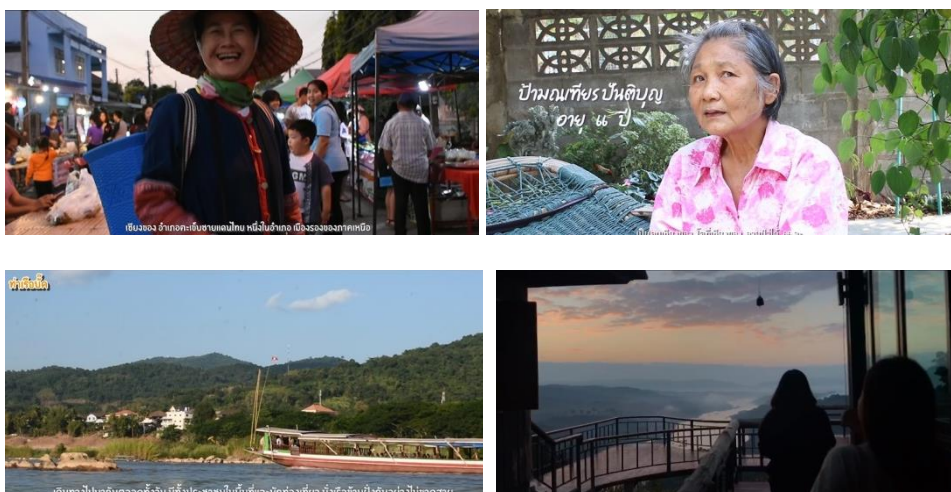
ผลงานนักศึกษา รางวัลชนะเลิศ

ผลงาน	AHKA สาน ตี วิถีอาข่า
รูปแบบสื่อ	Info Graphic
กลุ่มเป้าหมาย	ประชาชนทั่วไป
งานวิจัย	RDG59N0028 พันวิถีสืบตม เครื่องดนตรีแคน ฝั่จักสานพื้นบ้านอาข่าสู่การพัฒนา สร้างความรู้ อัตลักษณ์ที่เชื่อมโยงและเพิ่มเศรษฐกิจฐานรากของคนในชุมชนอาข่า
ผู้สอน	อาจารย์ระรินทร์ โรจนวัฒนาวุฒิ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่



ผลงานนักศึกษา รางวัลรองชนะเลิศ อันดับ 1

ทีม	พระอาทิตย์ขึ้นที่เชียงของ
รูปแบบสื่อ	คลิป Video
กลุ่มเป้าหมาย	ประชาชนทั่วไป
งานวิจัย	RDG5950055 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน เมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย
ผู้สอน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



ผลงานนักศึกษา รางวัลรองชนะเลิศ อันดับ 2

ทีม	กั๊มาดิ – พาทัวร์ไม่กลัวใคร
รูปแบบสื่อ	คลิป Video
กลุ่มเป้าหมาย	ประชาชนทั่วไป
งานวิจัย	RDG56N0012 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ไทลื้อ) โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านหลวงเหนือ ตำบลหลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่
ผู้สอน	อาจารย์ ดร.อุไร ไชยเสน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่



ผลงานนักศึกษา รางวัลชมเชย

ทีม	สูงวัย Happy
รูปแบบสื่อ	คลิป Video
กลุ่มเป้าหมาย	ประชาชนทั่วไป
งานวิจัย	RDG60T0053 การพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา
ผู้สอน	อาจารย์กิริติ ไพบูลย์ มหาวิทยาลัยพายัพ

