

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินการศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนารูปแบบการบูรณาการการแพร่กระจายนวัตกรรม และการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ปัญหา และการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้มีการกำหนดกรอบแนวทางในการศึกษาโดยพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ การพัฒนา และการแก้ปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ การทบทวนแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการแพร่กระจาย นวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัย ซึ่งจะนำเสนอ ดังต่อไปนี้

2.1 ยุทธศาสตร์และนโยบายที่เกี่ยวข้อง

1. ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2566 -2580)

วิสัยทัศน์ประเทศไทย ที่ว่า “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนา แล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ได้ถูกกำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี วิสัยทัศน์ หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นคติพจน์ประจำชาติที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” เพื่อที่จะสนองตอบ ต่อสิ่งที่จะเป็นผลพวงต่อประเทศชาติ ได้แก่ เรื่องของการมีเอกราช ความเป็นอธิปไตย ความยั่งยืน ของสถาบันหลักของชาติทั้ง 3 สถาบัน อันได้แก่ ชาติ ศาสนาและพระมหากษัตริย์ รวมถึงเรื่องของการ ปลอดภัยจากภัยคุกคามทุกรูปแบบของประชาชน ซึ่งเป็นความมุ่งหวังในการสร้างสังคมที่มีการอยู่ ร่วมกันในชาติอย่างสันติสุข เป็นอันหนึ่งอันเดียวภายใต้ความหลากหลายของความเป็นพหุสังคม โดย การให้เกียรติและเคารพในศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ที่บุคคลพึงมี ซึ่งจะก่อให้เกิดความเจริญรุ่งเรือง ก้าวหน้าของประเทศชาติอย่างเป็นธรรม ประชาชนในประเทศมีความเป็นอยู่ที่ดี มีความยั่งยืนของฐาน ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม มีความมั่นคงทางพลังงานและอาหาร และมีความสามารถที่จะทำการ รักษาประโยชน์สุขของประเทศชาติ ซึ่งอยู่ภายใต้บริบทของความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมระหว่าง ประเทศที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนี้ ซึ่งเกิดเป็นความสามารถ ในเรื่องของการที่จะอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความ สันติสุข โดยมีความประสานสอดคล้องระหว่างด้านความมั่นคงระหว่างประเทศสมาชิกประชาคม อาเซียน รวมถึงความเป็นสมาชิกของประชาคมโลก ด้วยความภาคภูมิใจในเกียรติและศักดิ์ศรีของความ เป็นไทย

โดยที่ **ความมั่นคง** หมายถึง การมีความมั่นคงปลอดภัยจากภัยในการดำรงอยู่ อีกทั้งสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศในทุกระดับ ทั้งระดับของประเทศ ระดับของสังคม ระดับของชุมชน ระดับของครัวเรือน และระดับของปัจเจกบุคคล รวมทั้งมีความมั่นคงในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นมิติทางการทหาร มิติทางเศรษฐกิจ มิติทางสังคม มิติทางสิ่งแวดล้อม และมิติทางการเมือง อาทิเช่น ประเทศมีความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตย ทำการปกครองในระบบประชาธิปไตยที่มีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข มีสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์มีความเข้มแข็งเป็นศูนย์กลางและเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของปวงประชาชน ตลอดจนมีระบบการเมืองที่มั่นคงเป็นกลไกที่นำไปสู่การบริหารประเทศที่ต่อเนื่องและโปร่งใสตามหลักธรรมาภิบาล ส่งผลให้สังคมมีความปรองดองและความสามัคคี สามารถร่วมกันผนึกกำลังเพื่อพัฒนาประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง ครอบครัวมีความอบอุ่น และประชาชนมีความมั่นคงในชีวิต สามารถทำงานและสร้างรายได้ที่มั่นคงพอเพียงกับการดำรงชีวิต ซึ่งส่งผลให้เกิดการออมเงินสำหรับวัยเกษียณ มีความมั่นคงของแหล่งทรัพยากรต่างๆ เช่น อาหาร พลังงาน และน้ำ รวมถึงมีที่อยู่อาศัยและความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน

ส่วน **ความมั่งคั่ง** หมายถึง การที่ประเทศไทยสามารถสร้างการขยายตัวทางเศรษฐกิจได้อย่างต่อเนื่อง จนเกิดเป็นความยั่งยืนและสามารถขยับเข้าสู่กลุ่มประเทศที่มีรายได้สูง มีการจัดการความเหลื่อมล้ำที่เกิดจากการพัฒนาให้ลดลง ประชากรของประเทศมีความอยู่ดีกินดีมีความเท่าเทียมในการเข้าถึงประโยชน์ที่เกิดจากการพัฒนาตามกิจกรรมโครงการต่างๆ ของภาครัฐมากกว่าเดิม ขยายการพัฒนาไปอย่างทั่วถึงในทุกพื้นที่ โดยดำเนินกิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ เป็นไปตามมาตรฐานสากลที่กำหนดโดยองค์การสหประชาชาติ เพื่อให้ประชาชนมีความอยู่ดีมีสุขไม่ต้องตกอยู่ในภาวะของความขาดแคลน สามารถสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และมีศักยภาพในการแข่งขันกับนานาประเทศทั้งในภูมิภาคและระดับโลก ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้จนเป็นระบบทางเศรษฐกิจและสังคมที่มั่นคงในอนาคตเพื่อที่จะเป็นฐานในการกำหนดบริบทการพัฒนาที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง จนประเทศไทยสามารถแสดงบทบาทสำคัญในเรื่องความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและการค้าในเวทีภูมิภาคและเวทีโลกได้อย่างแน่นแฟ้น นอกจากนี้ประเทศไทยยังต้องเป็นจุดศูนย์กลางในด้านการคมนาคม การขนส่ง การผลิต ด้านการค้า ด้านการลงทุนของภูมิภาค ซึ่งต้องมีความสมบูรณ์พร้อมของปัจจัยที่จำเป็นในการดำเนินการ อันได้แก่ บุคลากร องค์ความรู้ งบประมาณ เครื่องมือ เทคโนโลยี ทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ และสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวย

และ **ความยั่งยืน** หมายถึง การดำเนินการเพื่อให้เกิดการพัฒนาความเจริญก้าวหน้า นำมาซึ่งรายได้ประชาชาติและก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนในประเทศให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยที่ไม่ทำลายธรรมชาติและทรัพยากรจนเกินความพอดี ซึ่งนำหลักการฟื้นฟูควบคู่กับการใช้ทรัพยากรมาเป็นตัวกำหนด และไม่ก่อให้เกิดมลภาวะในระบบนิเวศจนเกินพอดี มีการกำหนดการ

ผลิตและกำหนดแนวทางการบริโภคให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนส่งผลให้ทรัพยากรธรรมชาติ มีความสมบูรณ์ สิ่งแวดล้อมดี ประชาชนคนไทยมีความรับผิดชอบต่ออาหารต่อผู้อื่นได้รับบทบาทให้มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมโครงการมากขึ้น ทุกฝ่ายมีการดำเนินกิจกรรมโครงการภายใต้แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในการสร้างสมดุลเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่มีเสถียรภาพและยั่งยืน (ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี, 2566:8-12)

จากรายละเอียดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่ว่ากรณีเอกราชอธิปไตย การดำรงอยู่อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนของสถาบันหลักของชาติ และการดำเนินการที่ทำให้ประชาชนมีความปลอดภัยจากภัยคุกคามภายนอกที่จะเข้ามาในรูปแบบต่างๆ ส่งผลให้ประชาชนสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างผาสุก ประเทศชาติมีความมั่นคงเป็นปึกแผ่น สามารถสร้างการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้มีความเท่าเทียมในสังคมพหุวัฒนธรรม ก่อเกิดความสงบสุขในการอยู่ร่วมกันของคนในสังคมที่สำคัญคือการสร้างสังคมแห่งสันติสุขในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ก่อเกิดคุณภาพชีวิตที่ดี มีความปลอดภัยในการดำรงชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งในที่สุดจะกลายเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมที่มีความเข้มแข็งจนเป็นกำแพงกันปัญหาและสถานการณ์ที่ประสกร้ายที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต การดำเนินการเพื่อให้เกิดความปลอดภัยและให้เกิดความสันติสุขในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นการดำเนินการเพื่อสร้างความมั่นคงโดยมุ่งหวังให้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้รับการแก้ไขและประชาชนที่มีความแตกต่างกันในเรื่องเชื้อชาติ ศาสนา และวัฒนธรรม สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสันติสุข และมีการพัฒนาในเรื่องคุณภาพชีวิตและความ เป็นอยู่ให้เท่าเทียมกับภูมิภาคอื่นๆ ในประเทศไทย โดยการเพิ่มระดับในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ที่จะส่งผลกระทบต่อความมั่นคง ซึ่งการดำเนินการจะครอบคลุมทุกพื้นที่ทุกกลุ่มบุคคล โดยการบูรณาการการทำงานให้เข้ากันกับยุทธศาสตร์และประเด็นการพัฒนาเชิงพื้นที่ ทั้งแผนการดำเนินงานและวิธีปฏิบัติ รวมไปถึงการติดตามและประเมินผลจากการปฏิบัติออกมาเป็นรายงานการติดตามผลในทุกระดับอย่างเชื่อมโยงต่อเนื่องกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดความยุติธรรมโปร่งใสในการดำเนินการแก้ไขปัญหาในพื้นที่ สามารถลดความรุนแรงและสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการแก้ปัญหาและการพัฒนาได้อย่างเหมาะสม มีความมุ่งมั่นในการดำเนินการเพื่อขจัดความขัดแย้ง เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมขึ้นในพื้นที่อย่างมั่นคงและถาวร นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมให้สังคมพหุวัฒนธรรมของจังหวัดชายแดนภาคใต้มีความเข้มแข็ง จนสามารถเป็นพลังสำคัญในการป้องกันปัญหา ตลอดจนร่วมแก้ปัญหาและร่วมพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ให้แข็งแกร่งสามารถเป็นกำแพงป้องกันกลุ่มบุคคลที่เข้ามาสร้างข้อเท็จจริงเพื่อบิดเบือนให้สถานการณ์เลวร้ายได้ ซึ่งจะนำไปสู่ความมั่นคงเชิงพื้นที่และกลายเป็นความมั่นคงของประเทศต่อไป

การดำเนินการเพื่อให้เกิดภาพดังกล่าวข้างต้น จึงได้กำหนดขึ้นและปรากฏยุทธศาสตร์ชาติที่ 4 ด้วยเรื่องของการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ในประเทศ โดยได้มีการกำหนดเป้าหมายของการพัฒนาที่สำคัญในการพัฒนาคนทุกมิติ และทุกกลุ่มอายุเพื่อให้เป็นคนที่มีคุณภาพให้มี

ความสุขทั้งกายและใจมีความพร้อมในทุกๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นร่างกาย จิตใจ และสติปัญญา นอกจากนี้ยังต้องเป็นผู้ที่มีจิตสาธารณะในการดำรงชีวิตโดยรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมรอบข้าง และมีทักษะที่จำเป็นในการดำรงชีวิตในยุคสมัยปัจจุบัน คือ ศตวรรษที่ 21 นี้ ได้แก่ เรื่องของทักษะภาษาอังกฤษหรือภาษาที่ 3 พร้อมทั้งการอนุรักษ์ภาษาถิ่นไปด้วยในตัว รวมถึงไม่หยุดนิ่งที่จะเรียนรู้และมีทักษะการคิดประดิษฐ์สิ่งต่างๆ ที่สามารถช่วยให้การทำงานหรือการดำรงชีวิตง่ายขึ้น ได้แก่ การเป็นนวัตกรรม เช่น การทำการเกษตรสมัยใหม่ เป็นต้น (ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี, 2566:55-64)

กล่าวโดยรวมเป้าหมายที่สำคัญในการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี คือ เรื่องของการสร้างความมั่นคงให้กับประเทศ การดำเนินการพัฒนาด้านต่างๆ เพื่อให้ประชาชนอยู่ดีมีสุขในทุกด้าน โดยมุ่งเน้นไปที่การบริหารจัดการด้านสภาพแวดล้อมระดับประเทศที่มีความมั่นคงปลอดภัย สามารถดำรงเอกราชอธิปไตยไว้ได้อย่างสงบสุขทุกระดับ เริ่มจากระดับชุมชนท้องถิ่น ภูมิภาคและประเทศ โดยการพัฒนาทั้งคุณภาพชีวิตของประชาชน การพัฒนาเครื่องมือเทคโนโลยี การจัดการระบบฐานข้อมูลสารสนเทศให้พร้อมสำหรับการเรียกใช้ในการดำเนินการพัฒนา แก้ปัญหา และการป้องกันประเทศ โดยบูรณาการการทำงานทั้งส่วนราชการภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และกลุ่มองค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังมีการประสานความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการจัดการกับปัญหาต่างๆ เพื่อสร้างความปลอดภัยในแนวชายแดนโดยเฉพาะการกำหนดแนวทางในการสร้างสันติสุขและการดำรงชีวิตที่ปลอดภัยของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่สามารถดำรงชีวิตร่วมกันในสังคมพหุวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างหลากหลายของเชื้อชาติ ศาสนา ให้มีความเป็นอยู่ที่เท่าเทียมกับภูมิภาคอื่นๆ ในประเทศ ก่อเกิดเป็นคุณภาพชีวิตที่ดีและมีความสุขโดยทั่วกัน

2. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดทำแผนเพื่อวางกรอบทิศทางการพัฒนาประเทศ โดยที่มาตรา 65 ในหมวดแผนนโยบายแห่งรัฐ ได้มีการกำหนดให้รัฐต้องจัดทำแผนยุทธศาสตร์ชาติเพื่อที่จะกำหนดเป็นเป้าหมายในการดำเนินการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนโดยยึดหลักการของระบบธรรมาภิบาล เพื่อให้เป็นกรอบแนวทางในการดำเนินการจัดทำแผนต่างๆ และนำไปสู่การกำหนดกรอบงบประมาณรายจ่ายประจำปีในส่วนงานต่างๆ ให้มีความสอดคล้องและมีการ บูรณาการกันเพื่อลดการใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น รวมทั้งเป็นการเสริมแรงในการร่วมสร้างความสำเร็จในการพัฒนาสู่เป้าหมายในการพัฒนาประเทศที่ได้กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ ซึ่งในการถ่ายทอดยุทธศาสตร์ชาติไปสู่แนวปฏิบัติเพื่อให้มีความเป็นระบบสอดคล้องกันนั้น ต้องกำหนดเป็นระดับๆ ไป โดยที่ยุทธศาสตร์ชาติเป็นแผนระดับแรกและเป็นกรอบใหญ่ในการกำหนดทิศทางในการที่จะพัฒนาประเทศ ซึ่งมีความครอบคลุมเรื่องของการสร้างความสมดุลในการพัฒนาประเทศในทุกด้าน ได้แก่ การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม การศึกษา และ

ด้านความมั่นคง โดยอาศัยการมีส่วนร่วมตั้งแต่ระดับกระทรวง กรม กอง เอกชน และการมีส่วนร่วมจากประชาชนในการดำเนินการ และมีแผนระดับที่ 2 เป็นกลไกต่อมาในการฟ้องถ่ายแนวทางในการพัฒนา ได้แก่ แผนแม่บทที่เกิดขึ้นภายใต้แผนยุทธศาสตร์ที่ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดเป้าหมายและประเด็นของยุทธศาสตร์ชาติไปยังแผนการดำเนินงานระดับต่างๆ โดยให้มีการร่วมหารือระหว่างประเด็นยุทธศาสตร์ต่างๆ เพื่อประสานเชื่อมโยงเป้าหมายของการดำเนินการแต่ละแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อให้มีความสอดคล้องในแนวทิศทางเดียวกัน ซึ่งแผนการปฏิรูปประเทศจะทำหน้าที่เป็นแผนที่กำหนดการเปลี่ยนแปลงแนวทางการแก้ปัญหาเชิงโครงสร้างอย่างเร่งด่วนด้วยกลไกและระเบียบปฏิบัติต่างๆ เพื่อที่จะสามารถสร้างรากฐานในการพัฒนาประเทศให้มีความเท่าเทียมกัน มีความเท่ากันกับบริบทของประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลง และมีความมุ่งหมายไปที่การพัฒนาอย่างเป็นระบบ โดยที่นโยบายและแผนระดับชาติทำหน้าที่เป็นเหมือนกรอบทิศทางในการดำเนินการพัฒนา แก้ปัญหา หรือยับยั้งภัยคุกคามรูปแบบต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นต่อประเทศ เพื่อให้เกิดความมั่นคงต่อชาติบ้านเมือง ซึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 นี้ เป็นฉบับที่มีการระบุทิศทางของการพัฒนาประเทศที่มีการคำนึงถึงพลวัตและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาประเทศที่กำลังเผชิญอยู่ในขณะนี้ เพื่อที่จะเป็นแนวทางให้หน่วยงานและทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้ปรับจุดเน้นการปฏิบัติในการเสริมสร้างความสามารถของประเทศในด้านต่างๆ ให้สอดคล้องกับเงื่อนไขพลวัตต่างๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งต้องมีการระบุทิศทางในการดำเนินการอย่างชัดเจน เพื่อให้เกิดผลในการพัฒนาประเทศในด้านโครงสร้างการดำเนินงาน นโยบายเพื่อการปฏิบัติ และกลยุทธ์ต่างๆ ในการขับเคลื่อนเพื่อให้เชื่อมโยงต่อเนื่องกันไปสู่การบรรลุเป้าหมายในการพัฒนาประเทศทุกระดับ (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13, 2565: 8-9)

ทั้งนี้ ผลที่เกิดจากการดำเนินการพัฒนาประเทศตามแนวทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ส่งผลให้ประเทศไทยมีความก้าวหน้าในการบริหารจัดการโดยภาครัฐ ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่าเป็นหน่วยงานที่เป็นทุนในการดำเนินการดังกล่าวนี้ได้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งมีการดำเนินการโดยตอบสนองต่อความต้องการของทุกภาคส่วนได้เป็นอย่างดี เช่น เรื่องของการปรับปรุงขั้นตอนวิธีการทำงานในการให้บริการสาธารณะเป็นรูปแบบดิจิทัล โดยการพัฒนาระบบฐานข้อมูลที่ใช้ในการทำงานของภาครัฐ และผลจากการดำเนินการนี้ ทำให้ประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในเรื่องของการเป็นรัฐบาลดิจิทัล ซึ่งนอกจากการบริการสาธารณะแล้วยังมีการดำเนินการเพื่อภาครัฐกิจอีกด้วย ในปี 2563 ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับให้เป็นรัฐบาลดิจิทัลจากการจัดอันดับขององค์การสหประชาชาติให้อยู่ที่ 57 จาก 193 ประเทศ ขยับจากที่ 77 ในปี 2559 แม้ว่าจะได้รับการจัดอันดับดังกล่าวแต่ประเทศไทยเองก็มีอุปสรรคในการดำเนินการพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินการของภาครัฐซึ่งสะท้อนจากความเชื่อมั่นของภาคเอกชนที่มีต่อการดำเนินการภาครัฐที่ไม่ดีเท่าที่ควร (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13, 2565:22)

สำหรับเรื่องกองทุนทางสังคมที่มีความเข้มแข็ง มั่นคงและมีเสถียรภาพในระดับประชาสังคมนั้น ประเทศไทยได้มีการดำเนินการพัฒนาเครือข่ายภาคประชาสังคมที่ต่อเนื่อง มีการดำเนินการในระดับกลุ่ม องค์กร มีทีมอาสาสมัครรูปแบบต่างๆ ในการดำเนินการช่วยเหลือ แบ่งปันส่งผลให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ที่ยากลำบาก หรือวิกฤติต่างๆ ได้เป็นอย่างดีซึ่งนับเป็นพลังบวกที่เป็นทุนทางสังคมที่เกิดจากคุณลักษณะเฉพาะของคนไทย หากแต่ที่ผ่านมามีการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของภาคประชาสังคมอาจยังไม่ได้รับการติดตาม และให้ความช่วยเหลือจากภาครัฐเท่าที่ควร ส่งผลให้ขาดความเชื่อมโยงในการดำเนินกิจกรรมร่วมกันอย่างเป็นระบบ ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเทคโนโลยี วิทยาการที่มีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ทำให้การแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารต่างๆ สามารถสร้างอิทธิพลในการดำรงชีวิตประจำวันซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมของประชาชนได้ (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13, 2565:26)

ซึ่งเรื่องของการพัฒนาคนให้มีความเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ได้ถูกกำหนดไว้ในหมวดหมู่ที่ 12 เรื่องของการพัฒนาคนให้เท่าทันกับโลกของการเปลี่ยนแปลงยุคใหม่ โดยการพัฒนาให้ประชาชนไทยมีทักษะและคุณลักษณะในด้านความรู้ พฤติกรรมและบรรทัดฐานที่ดีของสังคมให้เหมาะกับการเป็นยุคสมัยแห่งเทคโนโลยีในปัจจุบันและอนาคต (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13, 2565:127) ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวนี้ต้องมีปัจจัยในการดำเนินการเข้ามาสนับสนุนหลายประการ ได้แก่ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่จะถูกนำมาใช้เป็นฐานในการดำเนินการในการสร้างเสริมคุณลักษณะ เสริมสร้างการเรียนรู้ และพัฒนาสมรรถนะ โดยมีสถาบันการศึกษาและองค์กรต่างๆ ที่ได้ตั้งแพลตฟอร์มเพื่อการดำเนินการฝึกอบรมเป็นจำนวนมาก เพื่อที่จะสร้างความคุ้นเคยในการใช้เทคโนโลยีต่างๆ ให้กับประชาชนคนไทย หากแต่ในการดำเนินการที่ผ่านมายังขาดเรื่องของระบบสารสนเทศในการจัดการข้อมูลในด้านต่างๆ เช่น ความต้องการและการให้การสนับสนุน หรือข้อมูลสมรรถนะที่มีความต้องการของแต่ละอาชีพ เป็นต้น

3. นโยบายและแผนงานระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ (พ.ศ. 2565-2570)

ในระดับนี้เป็นการดำเนินการเพื่อให้ประเทศไทยมีเสถียรภาพเกิดขึ้น มีความมั่นคงและเป็นปึกแผ่น ส่งผลให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดี มีการพัฒนาในภาพรวมระดับประเทศ มีความปลอดภัยจากภัยคุกคามต่างๆ ที่เข้ามาทุกรูปแบบ มีความสามารถในการรับมือกับวิกฤติการณ์ต่างๆ อย่างสร้างสรรค์และมีการร่วมรับผิดชอบของสังคมในการดำเนินการต่างๆ จนเป็นที่ยอมรับของประชาคมอาเซียนและประชาคมโลก ทั้งนี้เพื่อการสร้างเสริมรักษาความมั่นคงและผลประโยชน์ของประเทศ โดยการกำหนดเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในการแก้ปัญหาของจังหวัดชายแดนภาคใต้เพื่อที่จะสร้าง

สังคมที่ปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สินให้กับประชาชนในพื้นที่เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข โดยมีการดำเนินการกำหนดกลยุทธ์เพื่อไปสู่เป้าหมายดังต่อไปนี้ คือ

กลยุทธ์ที่ 1 ว่าด้วยเรื่องของการดำเนินงานที่มีการบูรณาการอย่างเป็นระบบของภาครัฐ โดยมีการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการดำเนินการ โดยใช้แนวทางยุทธศาสตร์พระราชทานได้แก่ “การเข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” ตามหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9

กลยุทธ์ที่ 2 ว่าด้วยเรื่องของการเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้ประชาชนด้วยการดำเนินการระบบการสร้างความมั่นคงที่ให้ความสำคัญกับการตรวจสอบพื้นที่เสี่ยงในจุดต่างๆ มีการสร้างเสริมกิจกรรมเพื่อความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น

กลยุทธ์ที่ 3 ว่าด้วยเรื่องของการพัฒนาระบบการทำงานอำนวยความสะดวกในการพลิกฟื้นความไว้วางใจ และลดความไม่ไว้วางใจระหว่างประชาชนกับภาครัฐ โดยใช้หลักความเป็นธรรม และกระบวนการยุติธรรมที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ตามหลักนิติธรรม

กลยุทธ์ที่ 4 ว่าด้วยเรื่องของการส่งเสริมสภาวะแวดล้อมที่เอื้อต่อการอำนวยความสะดวก สันติสุข ตามแนวทางของสันติวิธี และการเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างภาคส่วนต่างๆ กับประชาชนเพื่อหาทางออกร่วมกันในการแก้ปัญหาจังหวัดชายแดนใต้

กลยุทธ์ที่ 5 ว่าด้วยเรื่องของการดำเนินการเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องของประชาชนในประเทศ และความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างประเทศ ถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในจังหวัดชายแดนภาคใต้

กลยุทธ์ที่ 6 ว่าด้วยเรื่องของการส่งเสริมความต่อเนื่องในเรื่องของการแสวงหาแนวทางในการยุติความขัดแย้งและสถานการณ์ความรุนแรงที่เกิดขึ้นในจังหวัดชายแดนภาคใต้

กลยุทธ์ที่ 7 ว่าด้วยเรื่องของการดำเนินการสนับสนุนให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ตามศักยภาพของพื้นที่ โดยจัดให้มีการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขึ้น

กลยุทธ์ที่ 8 ว่าด้วยเรื่องของการส่งเสริมด้านการค้าและการลงทุนให้มีประสิทธิภาพในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ และในพื้นที่ชายแดนระหว่างประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย ทั้งนี้ให้เกิดการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคม

กลยุทธ์ที่ 9 ว่าด้วยเรื่องของการพัฒนาการศึกษาให้กับเยาวชนและประชาชนทุกกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้มาตรฐานวิชาชีพสอดคล้องกับตลาดแรงงานทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดผลผลิตอันนำไปสู่การเสริมสร้างความมั่นคงของชาติได้

กลยุทธ์ที่ 10 ว่าด้วยเรื่องของการพัฒนาระบบกลไกในการให้ทุนการศึกษา โดยวิธีการส่งเสริมและสนับสนุนการให้ทุนการศึกษาในระดับอุดมศึกษาให้แก่เยาวชน และไปยังสถาบันการศึกษาและมหาวิทยาลัยในพื้นที่

กลยุทธ์ที่ 11 ว่าด้วยเรื่องของการสนับสนุนกิจกรรมหลักในการดำเนินกิจกรรมทางศาสนา และกิจกรรมในการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมที่จะเป็นการส่งเสริมสังคมพหุวัฒนธรรมในพื้นที่ที่มีความเข้มแข็ง และการดำเนินการในการให้ความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับหลักศาสนาไปยังประชาชนในพื้นที่

4. นโยบายว่าด้วยเรื่องการบริหารและการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ พ.ศ. 2564 – 2566

ในการเสริมสร้างความมั่นคงปลอดภัยและการเสริมสร้างความสันติสุขให้กับประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้อย่างยั่งยืน ได้กลายเป็นเป้าหมายที่สำคัญในภารกิจงานด้านความมั่นคง ซึ่งได้กำหนดไว้ใน “ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580)” และจากนั้นได้มีการกำหนดพระราชบัญญัติการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2560 ซึ่งกำหนดให้มีนโยบายและมีแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ (พ.ศ. 2562-2565) เกิดขึ้นภายใต้พระราชบัญญัติสภาความมั่นคงแห่งชาติ พ.ศ. 2559 เพื่อใช้เป็นกรอบกำหนดทิศทางในการรองรับภารกิจการดำเนินการด้านความมั่นคงของชาติในภาพรวม นอกจากนี้ ยังมีนโยบายเฉพาะพื้นที่ ได้แก่ “นโยบายการบริหารและการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้” ที่เกิดขึ้นมาจากบทบัญญัติมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติการบริหารราชการจังหวัดชายแดนภาคใต้ พ.ศ. 2553 โดยที่ได้กำหนดให้สำนักงานสภาความมั่นคงแห่งชาติ (สมช.) มีการจัดทำนโยบายการบริหารและการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งเป็นนโยบายเฉพาะเรื่องที่กำหนดให้มีการวางกรอบแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาพื้นที่ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ทั้งนี้เพื่อเสนอต่อสภาความมั่นคงแห่งชาติ และคณะรัฐมนตรีในการพิจารณาให้ความเห็นชอบ จากนั้นคณะรัฐมนตรีจะดำเนินการในการเสนอต่อรัฐสภาเพื่อทราบ และจัดให้มีการพิจารณาทบทวนและดำเนินการปรับปรุงนโยบายดังกล่าว ซึ่งจะดำเนินการทุกกรอบระยะเวลาสามปี หรือแผนสามปีหรือกรณีที่มีความจำเป็นเร่งด่วนให้มีการนำมาพิจารณาได้ เพื่อให้มีความสอดคล้องในการดำเนินการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาในสถานการณ์ปัจจุบันในพื้นที่ และแนวโน้มสถานการณ์ที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต

ซึ่งตั้งแต่มีการประกาศใช้นโยบายฯ ฉบับแรกในปี พ.ศ. 2555 จนถึงปี พ.ศ. 2562 สมช. ได้มีการดำเนินการทบทวนและปรับปรุงนโยบายฯ ตามรอบระยะเวลาที่กำหนดไว้ และประกาศใช้เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการบริหารจัดการภาครัฐอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ ตลอดจนมีการจัดทำยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาและมีการปรับยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคงให้มีรายละเอียดที่จะรองรับนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และมีการเพิ่มประสิทธิภาพในการนำนโยบายที่กำหนดไปสู่การปฏิบัติ โดยการปรับปรุงโครงสร้างในการบริหารจัดการ จากการนี้จึงมีการกำหนดให้มีคณะกรรมการขับเคลื่อนในการแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ (คปต.) ขึ้น เพื่อที่จะเป็นกลไกหลักในการบูรณาการการดำเนินการตามภารกิจงานของทุกกลไกที่กำหนดขึ้นเพื่อการแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งในการดำเนินการได้มีมีหน่วยงานเจ้าภาพเพื่อทำหน้าที่ในการรับผิดชอบมิตงานสำคัญ ได้แก่ กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร (กอ.รมน.) ทำหน้าที่รับผิดชอบงานด้านความมั่นคง

และศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) ทำหน้าที่รับผิดชอบงานด้านการพัฒนา เพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นหนึ่งเดียวกัน รวมทั้งมีการกำหนดให้ กอ.รมน.ภาค 4 ส่วนหน้า ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานเจ้าภาพหลักในการรับผิดชอบเรื่องของการประสานการปฏิบัติงานและการดำเนินการติดตามแผนงาน/โครงการ/กิจกรรมทุกมิติในการทำงานของทุกหน่วยงานที่มีในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งได้มีการกำหนดขอบเขตการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

(1) เรื่องการดำเนินงานด้านความปลอดภัยและการดำเนินการจัดการกับมูลเหตุปัจจัยที่ก่อให้เกิดสถานการณ์ความรุนแรง โดยที่ได้มีการดำเนินกิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การดำเนินการติดตั้งเครื่องมือเพื่อสนับสนุนกิจกรรมในการรักษาความปลอดภัยให้กับพื้นที่เป้าหมาย มีการดำเนินการพัฒนาศักยภาพของอาสาสมัครประชาชนประจำพื้นที่ เพื่อที่จะทำหน้าที่ในการช่วยเหลือและเป็นกำลังในการเฝ้าระวังในภารกิจการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่ โดยการพัฒนาและการบูรณาการฐานข้อมูลที่เป็นในด้านความมั่นคงปลอดภัยของจังหวัดชายแดนภาคใต้ และมีการสนับสนุนในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ท้องถิ่น รวมถึงสถาบันครอบครัว ในการดำเนินการป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรม มีการดำเนินการเพื่อที่จะเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการยุติธรรมมีการดำเนินการจัดตั้งศูนย์ยุติธรรมชุมชน เพื่อที่จะติดตามให้การช่วยเหลือเยียวยาผู้ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์รุนแรงรูปแบบต่างๆ ตลอดจนการดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้ในเรื่องสิทธิมนุษยชนและกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้กับประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง

(2) การดำเนินงานด้านการพัฒนาเพื่อการสนับสนุนให้มีการแก้ไขปัญหาความมั่นคงในพื้นที่ โดยได้มีการดำเนินกิจกรรม ที่สำคัญ ได้แก่ 1) การดำเนินการด้านการศึกษา ซึ่งเป็นการดำเนินการที่สร้างความต่อเนื่องในการขยายโอกาสทางการศึกษาไปยังกลุ่มเด็กและเยาวชนในพื้นที่ เพื่อที่จะสามารถเข้าถึงการจัดการศึกษาอย่างเท่าเทียมกันและมีคุณภาพ 2) การดำเนินการด้านศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม โดยการดำเนินการสนับสนุนให้มีการทำนุบำรุงและบูรณปฏิสังขรณ์ศาสนสถานต่างๆ ทุกศาสนา มีการดำเนินการส่งเสริมความโดดเด่นด้านอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมและภาษาท้องถิ่นในพื้นที่ มีการดำเนินกิจกรรมการส่งเสริมด้านศาสนาและกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต 3) การดำเนินกิจกรรมด้านการสาธารณสุข โดยการจัดให้มีบริการด้านสาธารณสุขและมีการดูแลสุขภาพเชิงรุก นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาระบบของการบริการสาธารณสุขขั้นพื้นฐานทุกระดับ และ 4) การดำเนินกิจกรรมในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการพัฒนาเศรษฐกิจ มีการก่อสร้างและปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคเพื่อที่จะรองรับการพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นที่ มีการส่งเสริมอาชีพครัวเรือนและวิสาหกิจชุมชน การดำเนินการส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจฮาลาลร่วมกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก การส่งเสริมการท่องเที่ยว การส่งเสริมการค้าชายแดน และกิจกรรมพัฒนา

ศักยภาพในรูปแบบที่หลากหลายให้กับชุมชน ท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการพัฒนาและสามารถปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตและการดำเนินกิจกรรมของชุมชนท้องถิ่นให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้

(3) มีการดำเนินกิจกรรมเพื่อการสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนในประเทศและความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศ โดยมีการดำเนินกิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การดำเนินการจัดพิมพ์นโยบายการบริหารและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ พ.ศ. 2560-2562 ฉบับ 5 ภาษา เพื่อเผยแพร่และสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนในประเทศและความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศ มีการดำเนินการในการผลิตรายการและสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนในประเทศและนานาชาติมีความเข้าใจสถานการณ์ในพื้นที่และแนวทางการแก้ไขปัญหาของภาครัฐ มีการดำเนินการสร้างความเข้าใจกับองค์กรต่างๆ อาทิเช่น ภาคประชาสังคมในพื้นที่และนอกพื้นที่ องค์กรระหว่างประเทศ และองค์กรพัฒนาเอกชนทั้งในประเทศ และต่างประเทศ อีกทั้งยังจัดให้มีคณะทำงานไปทำหน้าที่พบปะเยี่ยมเยียนนักศึกษาไทยมุสลิมที่กำลังศึกษาอยู่ในต่างประเทศ และมีการดำเนินการสนับสนุนให้สถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ไทยดูแลนักศึกษาไทยมุสลิมที่ไปศึกษาต่างประเทศ มีการเรียนเชิญคณะทูตจากประเทศต่างๆ ในไทยและผู้แทนสำนักงานเลขาธิการองค์การความร่วมมืออิสลาม (Organisation of Islamic Cooperation: OIC) ในการเดินทางไปยังพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์และการดำเนินการสร้างความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาของภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ได้มีการดำเนินการตลอดมา

(4) การดำเนินการเพื่อการสร้างสันติสุขจังหวัดชายแดนภาคใต้ นับเป็นวาระแห่งชาติในการสร้างทางเลือกให้กับกลุ่มที่เป็นแนวร่วมความรุนแรงหลายกลุ่มในพื้นที่ที่มีความเข้าใจ มีความมั่นใจที่จะให้ความร่วมมือกับภาครัฐในการปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินกิจกรรมด้านความรุนแรง ด้วยกิจกรรมการสร้างความไว้วางใจเพื่อที่จะโน้มน้าวและสร้างการมีส่วนร่วมในกระบวนการพูดคุยโดยสมัครใจจากกลุ่มแนวร่วม และการดำเนินกิจกรรมการสร้างมวลชนสัมพันธ์ผ่านเวทีรับฟังความคิดเห็นที่สามารถสะท้อนความต้องการและความรู้สึกนึกคิดของประชาชนได้อย่างแท้จริง และมีการถอดบทเรียนจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในต่างประเทศเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อสร้างความเข้าใจและสามารถลดแนวโน้มของการเกิดสถานการณ์ความรุนแรงให้ลดลงได้

5. นโยบายของรัฐบาล

นโยบายเร่งด่วนหนึ่งของรัฐบาล คือ นโยบายว่าด้วยการแก้ไขปัญหาของจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งเป็นนโยบายที่มุ่งแก้ไขในหลายประเด็น อาทิเช่น การแก้ไขปัญหาหายสาบสูญจากการดำเนินการเรื่องกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการสร้างสังคมแห่งสันติสุขให้เกิดขึ้นในพื้นที่ และมีการน้อมนำเอาปรัชญาในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 มาใช้เป็น

แนวทางในการดำเนินการ ได้แก่ “การเข้าใจ เข้าถึง และพัฒนา” ซึ่งเป็นหัวใจในการดำเนินที่สร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับประชาชนในพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม การศึกษา และสาธารณสุข ซึ่งมีความสอดคล้องกับความจำเป็นและความต้องการของประชาชนในพื้นที่ นอกจากนี้ภาครัฐยังมีการดำเนินการให้ความช่วยเหลือ เยียวยา ผู้ได้รับผลกระทบที่เกิดจากสถานการณ์ความไม่สงบ และการจัดการด้านสวัสดิการที่เหมาะสมให้แก่บุคลากรภาครัฐที่ทำหน้าที่ในการแก้ปัญหาและการพัฒนาในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้

6. แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

ภาครัฐมีการดำเนินการที่มุ่งเน้นการเตรียมความพร้อมให้บุคลากรทุกกลุ่มในการดำเนินชีวิตและการปฏิบัติหน้าที่ในยุคดิจิทัล โดยพัฒนาให้มีความรู้และทักษะที่เหมาะสม รวมถึงเรื่องของการปฏิรูปแนวคิดการปฏิบัติงานและแนวคิดในการให้บริการของภาครัฐด้วยการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลและการใช้ประโยชน์จากข้อมูลสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติราชการอย่างเหมาะสม ทั้งนี้เพื่อที่มุ่งหวังให้เกิดการปฏิบัติงานที่เป็นไปด้วยความโปร่งใส ด้วยความมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลในการบริหารจัดการ โดยได้กำหนดยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ว่าด้วยเรื่องของปรับเปลี่ยนการดำเนินการภาครัฐสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล โดยมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารจัดการของหน่วยงานภาครัฐให้เกิดบริการภาครัฐในรูปแบบที่ส่งผลให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงบริการได้โดยไม่มีข้อจำกัดทางกายภาพ ไม่มีข้อจำกัดเชิงพื้นที่ และข้อจำกัดด้านภาษา เช่น การจัดบริการอัจฉริยะใน การเชื่อมโยงข้อมูล และการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และการพัฒนาแพลตฟอร์มที่เกี่ยวกับบริการพื้นฐานของภาครัฐ

ยุทธศาสตร์ที่ 5 ว่าด้วยเรื่องของการพัฒนากำลังคนให้มีความพร้อมในการเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนากำลังคนวัยทำงานทุกสาขาอาชีพ โดยเฉพาะบุคลากรภาครัฐที่ต้องมีการพัฒนาความสามารถในเชิงสร้างสรรค์และความสามารถในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเรื่องของการพัฒนาความสามารถของผู้บริหารระดับต่างๆ ให้สามารถใช้เทคโนโลยีในการกำหนดแผนการทำงานต่างๆ ได้อย่างดีและมีประสิทธิภาพ

จากยุทธศาสตร์และนโยบายที่เกี่ยวข้อง จะเห็นได้ว่ามีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญ คือ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข” โดยมุ่งเน้นไปที่การบริหารจัดการสภาพแวดล้อมของประเทศเพื่อให้ความมั่นคงปลอดภัย เกิดความความสงบเรียบร้อยในทุกๆ ระดับ ตั้งแต่ระดับชุมชน สังคมและประเทศชาติ และมุ่งเน้นเรื่องของการพัฒนาคน การพัฒนาเครื่องมือ การนำเอาเทคโนโลยีและระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่มาประยุกต์ใช้ เพื่อให้มีความสามารถในการรับมือกับภัยคุกคามและภัยพิบัติได้ทุกรูปแบบที่จะเกิดขึ้น ซึ่งจะดำเนินการควบคู่ไปกับการป้องกัน การพัฒนา และการแก้ไข

ปัญหาด้านความมั่นคงที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต รวมถึงการพัฒนา ระบบงานด้านการข่าวที่มุ่งเน้นการบูรณาการข้อมูลข่าวสารด้านความมั่นคงอย่างเป็นระบบ รวมทั้ง การแก้ปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีลักษณะสังคมพหุวัฒนธรรมให้สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสันติ สุข โดยการใช้กลไกในการแก้ไขปัญหาด้วยรูปแบบการบูรณาการทุกภาคส่วน ได้แก่ ส่วนราชการ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และองค์กรที่ไม่ใช่รัฐ รวมถึงการดำเนินการร่วมกับประเทศ เพื่อนบ้านและมิตรประเทศ และการที่ประเทศไทยได้รับการยอมรับในเรื่องของการเป็นรัฐบาลดิจิทัล เป็นการจุดประกายแนวคิดเรื่องของการนำเอาระบบดิจิทัลมาใช้ในการแก้ปัญหาและพัฒนาจังหวัด ชายแดนภาคใต้ นอกจากนี้จะเห็นได้ว่านโยบายและแผนในการพัฒนาระดับต่างๆ ได้มีการกล่าวถึง การเป็นสังคมนวัตกรรมและการสร้างบุคลากรที่เป็นนวัตกรรม ซึ่งจุดนี้จะเป็นจุดเริ่มต้นในการ ดำเนินการพัฒนาที่ผนวกเอาระบบออนไลน์ หรือ ดิจิทัลรูปแบบต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการทำงานใน พื้นที่ของบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจร่วมกันได้ดียิ่งขึ้น

2.2 แนวคิดและทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation)

1. แนวคิดที่เกี่ยวกับนวัตกรรม

นวัตกรรมมีบทบาทมากในการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้คนและส่งผลมีบทบาทสำคัญต่อการ พัฒนาทั้งในระดับบุคคล กลุ่ม ชุมชน สังคม ประเทศชาติและระดับโลก ซึ่งนวัตกรรมเป็นกระบวนการ ที่มาจากความคิดที่ตกผลึกออกมาจนกลายเป็นสิ่งที่นำไปสู่การพัฒนา โดยความเข้าใจเกี่ยวกับการ สร้างนวัตกรรมที่เป็นกระบวนการทางความคิดเพื่อนำไปสู่การพัฒนาและนำมาซึ่งความสำเร็จของการ เปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นของบุคคล กลุ่มองค์กร ชุมชน สังคม ประเทศชาติและระดับโลกนี้ “นวัตกรรม” จึงเป็นที่สนใจศึกษาเพื่อทำความเข้าใจประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม เข้าใจเกี่ยวกับ บทบาทและความสำคัญของนวัตกรรมที่มีต่อการพัฒนาหรือการจัดการตัวบุคคล กลุ่มองค์กร ชุมชน สังคม ประเทศชาติและระดับโลก ผู้วิจัยจึงได้ทำการรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องไว้ดังนี้

ความหมายของนวัตกรรม

คำว่านวัตกรรมมีการพัฒนามาจากรากศัพท์คำว่า Innovare ที่มาจากภาษาลาตินซึ่งหมายถึง การทำสิ่งใหม่ขึ้นมา และคำว่า นวัตกรรม ที่มีรากศัพท์มาจากภาษาบาลีที่ว่า นว+ อดต + กรรม คือ ใหม่ + ตัวเอง + กรรม หมายความว่าโดยรวมเป็น การกระทำเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ด้วยตนเอง (ธัญยา พิทยาพิทักษ์ และ ธัญวิช วิเชียรพันธ์, 2555:108) และยังมีผู้ที่ได้ให้ความหมายของคำว่า นวัตกรรม ไว้ดังนี้

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรม หมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลหรือหน่วยงาน องค์กรต่างๆ ที่จะมีประโยชน์ต่อ เศรษฐกิจสังคม การศึกษา และสิ่งแวดล้อม (ศูนย์นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2556: ออนไลน์)

วีระศักดิ์ เครือเทพ (2548:8) ได้ให้ความหมายว่า นวัตกรรม คือ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ของ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ การริเริ่ม การคิดค้น การดำเนินการพัฒนา การดำเนินการแก้ไข หรือจัดการปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น ในพื้นที่รับผิดชอบซึ่งอาจเป็นชุมชนท้องถิ่นตามภารกิจหลักของ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งได้แก่ เรื่องการจัดบริการให้กับสาธารณะ เรื่องของการพัฒนา การเมืองชุมชน ท้องถิ่นและเรื่องของการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการภายในและ ภายนอกองค์กร ซึ่งในการดำเนินการต่าง ๆ เหล่านี้ มุ่งหวังเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนที่อาศัย อยู่ในชุมชนหรือเกิด ประโยชน์ต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นๆ อย่างเห็นได้ชัด นอกจากนี้ต้องมี การถ่ายทอดให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นๆ เพื่อที่จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการ ดำเนินการหรือมีการนำไปพัฒนาให้เกิดการเรียนรู้ ต่อยอดในการแก้ปัญหาและพัฒนาด้วยวิธีการ แก้ไขปัญหาใหม่ให้เกิดขึ้นได้ในวงกว้าง

ไชยยศ เรื่องสุวรรณ (2546 อ้างถึงใน กิริติ ยศยิ่งยง, 2552:7) ได้ให้ความหมายว่า นวัตกรรม คือวิธีการปฏิบัติใหม่ๆ ที่แตกต่างไปจากเดิมแนวปฏิบัติเดิม โดยอาจจะได้มาจากการ ค้นคว้า คิดค้น จนพบ วิธีการใหม่ๆ ในรูปแบบต่างๆ ขึ้นมาหรืออาจมาจากการปรับปรุงแนวปฏิบัติเดิม ให้เหมาะสมมากขึ้น และสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่นี้ได้รับการทดลองพัฒนาจนเป็นที่ยอมรับและเชื่อถือได้แล้ว ว่าสามารถใช้ได้ผลดีในทางปฏิบัติทำให้ระบบการทำงานสามารถก้าวไปสู่จุดหมายปลายทางได้อย่างมี ประสิทธิภาพ

โกวิท พวงงาม (2553:79) ได้มีการกล่าวถึง นวัตกรรมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นว่า นวัตกรรม หมายถึง การคิดค้นหาแนวทาง เพื่อนำไปสู่การปรับปรุง และการพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ ให้ เกิดขึ้นในการทำงานด้านต่างๆ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

พันธุ์อาจ ชัยรัตน์ (2547:3-4) ได้มีการกล่าวถึงความหมายของนวัตกรรมไว้ในเชิง เศรษฐศาสตร์ ที่ว่า นวัตกรรม หมายถึง เรื่องของการนำเอาแนวความคิดใหม่หรือการที่มีการใช้ ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วนำมาใช้ในรูปแบบใหม่เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ นอกจากนี้ นวัตกรรมยังได้ถูกตีความไว้ทั้งความหมายเชิงแคบและความหมายเชิงกว้าง ดังต่อไปนี้

นวัตกรรมในความหมายเชิงแคบ คือ ผลผลิตที่เกิดขึ้นจากความสำเร็จในการทดลอง ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีร่วมกับพลวัตที่เกิดจากกิจกรรมทางสังคม

นวัตกรรมในความหมายเชิงกว้าง คือ แนวความคิดการปฏิบัติ หรือสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นใหม่ และมีการส่งผลกระทบต่อตัวปัจเจก หรือหน่วยงานที่รับเอาสิ่งเหล่านั้นในการนำไปประยุกต์ใช้ โดยการรวม

เอากิจกรรมที่จะสามารถนำไปสู่การแสวงหาความสำเร็จเชิงพาณิชย์ มีการสร้างตลาดใหม่ เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่มีกระบวนการและเกิดการบริการใหม่ ซึ่งเป็นการทำในสิ่งที่แตกต่างไปจากเดิม โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสภาวะแวดล้อมให้กลายมาเป็นโอกาสและถ่ายทอดไปสู่แนวความคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคมได้

ซึ่งในที่นี้อาจมีความสับสนเกิดขึ้นได้จากการใช้ความหมายระหว่างคำสองคำ คือ นวัตกรรม และประดิษฐ์กรรม คือ หากเป็นนักวิจัยในห้องปฏิบัติการที่มีความเชี่ยวชาญ มีความสามารถในการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งต่างๆ ได้เป็นอย่างดี แต่ยังไม่สามารถนำเอาแนวคิดหรือสิ่งที่ประดิษฐ์ได้นั้นไปใช้หรือประยุกต์ใช้ ในโลกแห่งความเป็นจริงได้ สิ่งนั้นจะยังไม่ถูกเรียกว่าเป็นนวัตกรรม แต่หากมีการนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ทั้งทางสังคมและการแก้ปัญหาและพัฒนาในด้านต่างๆ แล้ว สิ่งเหล่านั้นจึงจะถูกเรียกว่า นวัตกรรม

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและทำการพิจารณาเกี่ยวกับการให้ความหมายของนวัตกรรมจากนักวิชาการต่างประเทศ ที่ให้ความหมายของคำว่า นวัตกรรม โดยสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความหมายของนวัตกรรมตามคำนิยามของนักวิชาการต่างประเทศ

(สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ,2553:53)

นักวิชาการ	ความหมายของนวัตกรรม
Rogers (1995)	นวัตกรรม คือ แนวความคิด แนวทางการปฏิบัติ หรือสิ่งของที่เป็นสิ่งใหม่สำหรับให้บุคคลหรือหน่วยงานต่างๆ ได้นำไปใช้
Smits (2002)	นวัตกรรม เกิดจากความสำเร็จในการผสมผสานเชื่อมโยงในเรื่องของวัสดุอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานและความคิดในการทำงานให้เป็นประโยชน์ในทั้งเชิงสังคมและเชิงเศรษฐกิจ
Herkema (2003)	นวัตกรรม เป็นเรื่องของการนำความคิด หรือพฤติกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ที่เกิดขึ้นในองค์กร และนวัตกรรมนั้นสามารถเป็นได้ทั้งผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นรูปแบบการบริการใหม่ หรือเป็นเทคโนโลยีใหม่ ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นมาจากการเปลี่ยนแปลงในลักษณะเฉียบพลันในสังคมหรือมีการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป
DTI (2004)	นวัตกรรม เป็น เรื่องราวความสำเร็จที่เกิดจากการใช้ประโยชน์จากความคิดใหม่ด้านต่างๆ
Schilling (2008)	นวัตกรรม หมายถึง การนำความคิดใหม่ไปใช้ในเชิงปฏิบัติ เพื่อที่จะทำให้เกิดสิ่งใหม่ หรือเกิดกระบวนการใหม่

จากความหมายของนวัตกรรม โดยสรุปมีความแตกต่างหลากหลายขึ้นอยู่กับมุมมองของสาขาเชี่ยวชาญของนักวิชาการแต่ละท่าน สามารถสรุปแบ่งเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ ความใหม่ ความมีประโยชน์ทางเศรษฐศาสตร์ ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ ดังที่สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ (2553:54) ได้กล่าวไว้ต่อไปนี้เป็น

(1) ความใหม่ (Newness) คือ เรื่องของการได้รับการยอมรับถึงความใหม่ของสิ่งที่ถูกพัฒนาขึ้นมา ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ สินค้า รูปแบบการทำงาน การบริการ โดยมีการพัฒนาปรับปรุงให้แตกต่างไปจากเดิม และได้รับการยอมรับในการนำไปใช้ต่อ

(2) ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic benefits) คือ เรื่องของการก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านเศรษฐศาสตร์ของสิ่งใหม่ เช่น การสร้างความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ การสร้างขีดความสามารถในการเพิ่มมูลค่าจากการพัฒนาสิ่งใหม่ขึ้นมาใช้ในการทำงาน ซึ่งอาจสามารถวัดได้ทั้งเป็นตัวเงินหรือไม่เป็นตัวเงิน

3) การใช้ความรู้และความคิดอย่างสร้างสรรค์ (Knowledge and creativity idea) คือ เรื่องของการยอมรับว่านวัตกรรมนั้นได้เกิดมาจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์และองค์ความรู้เป็นหลักการในการพัฒนาให้เกิดสิ่งใหม่ขึ้น ไม่ใช่เป็นการลอกเลียน หรือ การทำซ้ำจากสิ่งที่มีอยู่เดิม

จากการทบทวนเอกสารข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า นวัตกรรม คือ ข้อค้นพบใหม่ซึ่งอาจเป็นกระบวนการ สิ่งประดิษฐ์ หรืออาจเป็นแค่ถ้อยคำที่เป็นองค์ความรู้ใหม่ในเรื่องต่างๆ ที่เกิดจากการคิดค้น ปรับปรุง พัฒนา เพื่อที่จะนำมาใช้ในการจัดการปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น จัดการกับโจทย์การพัฒนาต่างๆ ที่ได้รับ ซึ่งอาจเป็นทั้งมิติทางสังคม เศรษฐศาสตร์ วิทยาศาสตร์ แล้วแต่บริบทของผู้คิดค้นนวัตกรรมนั้นๆ ซึ่งนวัตกรรมต้องสร้างสรรค์ มีประโยชน์ สามารถนำมาใช้ได้จริง เพราะหากนวัตกรรมไม่ได้ถูกนำมาใช้โดย ผู้คิดค้น หรือ ผู้อื่น นวัตกรรมนั้นก็ไม่สามารถนับเป็นนวัตกรรมได้

2. ประเภทของนวัตกรรม

จากการทบทวนเอกสารพบว่า ได้มีนักวิชาการทำการแบ่งประเภทของนวัตกรรมไว้หลายประเภท โดยในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ทำการแบ่งประเภทของนวัตกรรมที่จำแนกตามเป้าหมายของนวัตกรรม ซึ่งพอสรุปโดยสังเขปได้ดังนี้

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ,2547:6 (อ้างถึงใน วุฒิพงษ์ ภักดีเหล่า,2554:13-14) ได้มีการแบ่งประเภทนวัตกรรมตามวัตถุประสงค์การใช้งาน ดังนี้

(1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product innovation) เป็นสิ่งที่ถูกผลิตขึ้นเพื่อการใช้งานในเชิงพาณิชย์ โดยได้รับการพัฒนาปรับปรุงให้เป็นสิ่งใหม่ในสังคมและในตลาดซื้อขาย ในการดำเนินการสร้างนวัตกรรมต่างๆ มีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการคิดค้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่าง

ต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการนำเสนอคุณค่าของผลิตภัณฑ์เหล่านั้นให้แก่ลูกค้า ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบที่สำคัญได้แก่ การพัฒนาคุณสมบัติเฉพาะและลักษณะพิเศษของผลิตภัณฑ์ใหม่ ในการที่จะออกแบบสิ่งเหล่านี้ต้องมีการคำนึงถึงประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ ในที่นี้นวัตกรรมจะมี 2 แบบ คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible product) หรือหมายถึง สินค้าทั่วไป (Goods) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible product) หรือหมายถึง รูปแบบการบริการ (Service) ต่างๆ

(2) นวัตกรรมกระบวนการ (Process innovation) คือ เรื่องของการเปลี่ยนแนวทางหรือวิธีการ ในการผลิตสินค้า หรือการเปลี่ยนแนวทางในการให้บริการในรูปแบบที่แตกต่างออกไปจากเดิม โดยอาศัยการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ การดำเนินการให้กระบวนการต่างๆ เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินการได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยความรู้ทางเทคโนโลยีตลอดจนความรู้ ในด้านกระบวนการและความรู้ในด้านเทคนิคต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงเรื่องของการประยุกต์ใช้แนวคิดวิธีการ หรือกระบวนการที่เกิดขึ้นใหม่ ซึ่งจะส่งผลให้กระบวนการการผลิตและการทำงานในภาพรวมมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิภาพสูงสุดได้

(3) นวัตกรรมจัดการ (Management innovation) หมายถึง การดำเนินการให้มีนวัตกรรมโดยใช้ความรู้ทางด้านการบริหารจัดการเพื่อนำมาปรับปรุงระบบโครงสร้างเดิมขององค์กร ซึ่งจะเปลี่ยนรูปแบบการบริหารในรูปแบบของการมีส่วนร่วมของพนักงาน ซึ่งสามารถรวบรวมความคิดเห็นที่เกิดขึ้นใหม่ สามารถรวบรวมความคิดสร้างสรรค์ มีการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสามารถสร้าง รายได้ จนนำไปสู่ผลกำไรให้กับบริษัทได้

(4) นวัตกรรมบริการ (Service innovation) เป็นนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการนำเสนอรูปแบบการบริการใหม่ ที่เกิดขึ้นจากการสร้างขึ้นใหม่ หรือได้มาจากการปรับปรุงสิ่งเดิม

(5) นวัตกรรมรูปแบบธุรกิจ (Business innovation) จะเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงแนวทางการดำเนินทำธุรกิจที่สามารถสร้างมูลค่าให้เกิดขึ้น

(6) นวัตกรรมการตลาด (Marketing innovation) ได้แก่ การพัฒนารูปแบบการตลาดแบบใหม่ โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือบรรจุภัณฑ์ หรือ การบริการ หรือ การทำโปรโมชั่นหรือราคา เพื่อเพิ่มมูลค่าในการซื้อขายผลิตภัณฑ์

(7) นวัตกรรมองค์กร (Organization innovation) ได้แก่ การดำเนินการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างในการดำเนินการไม่ว่าจะเป็นธุรกิจ หรือการบริการภาครัฐ เพื่อให้เกิดโครงสร้างการบริหารจัดการ เกิดแนวปฏิบัติใหม่ เกิดรูปแบบและกระบวนการในการบริหารจัดการ อันเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินการ และสามารถปรับปรุงการทำงานและการบริการต่างๆ ได้

กล่าวโดยสรุป นวัตกรรมมีทั้งหมด 7 ประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ การจัดการ บริการ รูปแบบธุรกิจ การตลาด และองค์กร ซึ่งจะเห็นได้ว่าการแยกย่อยทั้งที่เป็นสิ่งจับต้องได้ และไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่งอาจเป็นกระบวนการ สิ่งประดิษฐ์ หรืออาจเป็นแนวคิด ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำนวัตกรรมประเภทกระบวนการมาใช้ในการดำเนินการวิจัย

3. การถ่ายทอดนวัตกรรม

กระบวนการดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรม หรืออาจเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า การเผยแพร่วัตกรรม มาจากภาษาอังกฤษคำว่า Diffusion of innovation ซึ่ง Rogers (2003: 35) ได้ให้ความหมายว่า การถ่ายทอดนวัตกรรม หมายถึง รูปแบบกระบวนการในการนำเอาสิ่งใหม่ อันได้แก่ แนวคิด กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ หรือเทคโนโลยี นำมาทดลองและปรับใช้ในการบริหารจัดการ ในการแก้ปัญหา หรือการ พัฒนาชุมชน สังคม และการจัดการองค์กร ซึ่งกระบวนการการถ่ายทอดนวัตกรรมเพื่อให้เกิดการประยุกต์ใช้นวัตกรรมได้นั้น มีความจำเป็นต้องมีขั้นตอนหรือกระบวนการในการเตรียมความพร้อมให้กับพื้นที่ ชุมชน ท้องถิ่น สังคม และองค์กร หรือกระทั่งตัวบุคคลเกิดการยอมรับและใช้นวัตกรรม ซึ่งในกระบวนการนี้จะเรียกว่า กระบวนการเร่งรัดความเปลี่ยนแปลง (Change acceleration process) ไปสู่กระบวนการบริหารความเปลี่ยนแปลง (Change management process) และเข้าสู่กระบวนการในการถ่ายทอดนวัตกรรม (Diffusion of innovation process) เพื่อความเข้าใจในกระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรม นำไปสู่การกำหนดรูปแบบการถ่ายทอดนวัตกรรมที่เหมาะสม และรวมทั้งการวางแผนกระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรมที่เหมาะสมกับพื้นที่ ชุมชน ท้องถิ่น สังคม และองค์กร หรือกระทั่งตัวบุคคลที่จะใช้นวัตกรรม

มณูญ มุกข์ประดิษฐ์ (2551: ออนไลน์) ได้กล่าวถึง การถ่ายทอดนวัตกรรมเพื่อนำไปสู่การยอมรับนวัตกรรมว่า จำเป็นต้องมีการวางแผนที่เหมาะสมกับภูมิสังคมของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งต้องคำนึงถึงสภาพความเป็นจริงของภูมิประเทศทั้งด้านพื้นที่ และด้านสังคมวิทยาหรือด้านลักษณะนิสัยประจำถิ่น เช่น นิสัย ใจคอ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ความเชื่อ การนับถือศาสนา ในแต่ละพื้นที่ ชุมชน ท้องถิ่น สังคม และองค์กร หรือกระทั่งตัวบุคคล เพื่อที่จะให้เกิดการโน้มน้าวให้ผู้รับนวัตกรรมเข้าใจและเกิดกระบวนการยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นสืบเนื่องมาจากการใช้นวัตกรรมใหม่ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์และคุ้มค่าต่อการสูญเสียความสะดวกสบายหรือส่งผลต่อความเคยชินกับความเป็นอยู่แบบเดิม นอกจากนี้ในกระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรมที่สอดคล้องกับภูมิสังคมของพื้นที่ ชุมชน ท้องถิ่น สังคม และองค์กร หรือกระทั่งตัวบุคคล จะทำให้ผู้รับนวัตกรรมให้ความร่วมมือในการดำเนินการและให้การสนับสนุนต่อความเปลี่ยนแปลง ส่งผลต่อความยั่งยืนหรือยอมรับนวัตกรรมให้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของตนได้ (Internalization) จากนั้นจะเป็นการนำนวัตกรรมนั้นมาใช้ในเพื่อให้เกิดการเอื้ออำนวยให้ต่อการสร้างประโยชน์ต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง หากแต่ในทางกลับกันหากไม่ได้มีการวางแผนการถ่ายทอดนวัตกรรมอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับภูมิสังคม นวัตกรรมเหล่านั้นอาจจะไม่เป็นที่ยอมรับจากพื้นที่ ชุมชน ท้องถิ่น สังคม และองค์กร หรือกระทั่งตัวบุคคล หรือหากมีการยอมรับก็เป็นการใช้นวัตกรรมในระยะเวลาสั้นเท่านั้น ซึ่งเกิดจากความไม่มั่นใจที่จะใช้นวัตกรรมและไม่คาดหวังที่จะใช้ประโยชน์จากนวัตกรรม

กล่าวโดยสรุปการถ่ายทอดนวัตกรรม คือ การส่งต่อนวัตกรรมจากผู้คิดค้นไปสู่การนำไปใช้งานจริงตามวัตถุประสงค์ที่ได้คิดค้นขึ้น ซึ่งการส่งต่อนั้นต้องผ่านกระบวนการเร่งเร้า การจัดการและการถ่ายทอด และผ่านการวางแผนที่ดี ซึ่งต้องคำนึงถึงภูมิสังคม หรือ ความเป็นอยู่เดิมของผู้รับนวัตกรรม เพราะจะส่งผลต่อการรับนวัตกรรมภายหลังจากการถ่ายทอด

4. กระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรม

จากความเข้าใจที่ว่า การถ่ายทอดนวัตกรรมที่ต้องดำเนินการส่งต่อนวัตกรรมที่เกิดจากผู้คิดค้นนวัตกรรมไปสู่การนำไปใช้งานจริงตามวัตถุประสงค์ที่ผู้คิดค้นได้กำหนดไว้ ซึ่งผลจากกระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรมต่างๆ ต้องเกิดเป็นกระบวนการยอมรับนวัตกรรมและกระบวนการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากการใช้นวัตกรรม ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับ 3 กระบวนการ ดังนี้

1) กระบวนการในการเร่งเร้าความเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นกระบวนการขั้นเริ่มต้นของการถ่ายทอดนวัตกรรม เป็นกิจกรรมที่ต้องดำเนินการเพื่อที่จะเตรียมความพร้อมของผู้ที่จะรับนวัตกรรม ซึ่งเป็นกระบวนการเร่งเร้าให้สมาชิกมีความต้องการการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่องค์กรต้องการ และมีความสนใจเกิดขึ้น ซึ่งมี 3 ระยะ คือ (Winter, 2012: Online)

ระยะที่ 1 ได้แก่ ระยะการปรับโครงสร้างและวัฒนธรรมองค์กรเพื่อให้ความยืดหยุ่นเพียงพอที่จะพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

ระยะที่ 2 ได้แก่ ระยะการปฏิบัติวัฒนธรรมองค์กรจากวัฒนธรรมแบบเดิมที่เป็นผู้รับฟังคำสั่งและมีการปฏิบัติตาม ให้มีการเปลี่ยนแปลงเป็นผู้ที่สามารถเสนอความคิดเห็นและแสดงการมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้

ระยะที่ 3 ได้แก่ ระยะของความสำเร็จที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร โดยดำเนินการให้เกิดการยอมรับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งมี 4 ระดับ ได้แก่

ระดับที่ 1 ระดับที่บุคลากรรู้จักที่จะวิเคราะห์ปัญหา มีการพัฒนางานที่ปฏิบัติและเกิดความเชื่อมั่นในการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับงานที่รับผิดชอบ

ระดับที่ 2 ระดับที่บุคลากรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และมีการทำงานแบบเป็นทีม

ระดับที่ 3 ระดับที่บุคลากรสามารถสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดีมีความยืดหยุ่นเหมาะสมต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

ระดับที่ 4 ระดับที่วัฒนธรรมองค์กรอยู่ในสภาวะที่ยอมรับความเปลี่ยนแปลง และสามารถนำไปสู่การผลักดันให้องค์กรเกิดพัฒนาจากการใช้นวัตกรรมได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด

หลังจากที่มีการเตรียมองค์กรให้พร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงด้วยกระบวนการเร่งรัดความสำเร็จแล้ว จากนั้นจะต้องมีการดำเนินการจัดการอย่างมีคุณภาพ ทั้งคุณภาพบุคลากร คุณภาพการบริหารจัดการ และสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ซึ่งสามารถวัดผลการเปลี่ยนแปลงได้ดังนี้

$$Q \times A = E$$

Q = Quality หมายถึง คุณภาพของการเปลี่ยนแปลง

A = Acceptances หมายถึง การยอมรับการเปลี่ยนแปลง

E = Effective change หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่มีประสิทธิภาพ

แผนภาพที่ 1 สมการแนวทางการวัดผลสำเร็จในกระบวนการเร่งรัดให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

(ที่มา: General Electric Company. (2012: Online))

2) กระบวนการบริหารความเปลี่ยนแปลง เกิดขึ้นหลังจากที่สมาชิกในองค์กรยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นแล้วจากนั้นกระบวนการต่อไป คือ เรื่องของการบริหารความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ซึ่งถือเป็นกลไกการบริหารจัดการที่สำคัญที่จะต้องเกิดขึ้นในการดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรม เพื่อให้จะทำให้การดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้หากการดำเนินการบริหารความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นไม่ประสบความสำเร็จจะส่งผลให้การถ่ายทอดนวัตกรรมนั้นไม่ประสบผลสำเร็จ หรืออาจใช้เวลาและงบประมาณจำนวนมาก รวมถึงใช้เวลาในการถ่ายทอดนวัตกรรมมากกว่าที่ควรจะเป็น ซึ่งรูปแบบในการดำเนินการเพื่อการบริหารการเปลี่ยนแปลงมี 2 รูปแบบ ดังนี้ (Horn: & Anne, 1999: 497-506)

2.1) รูปแบบที่ดำเนินการโดยมุ่งเน้นเป้าหมายและมีการกำหนดระยะเวลาในการดำเนินการเปลี่ยนแปลง ซึ่งการสามารถแบ่งระยะเวลาในการบริหารความเปลี่ยนแปลงไว้เป็น 3 ระยะ ได้แก่ (Fullan, 1991: 48: NHS Foundation Trust. 2009: Online)

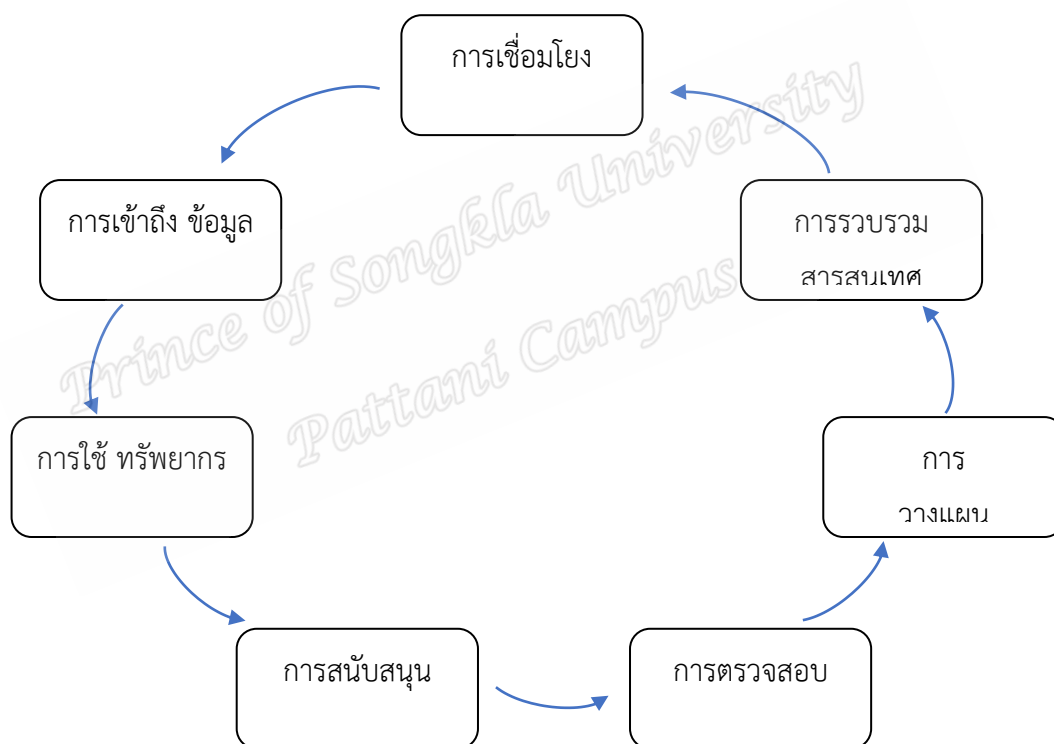
ระยะเริ่มแรก (Initiation) เป็นระยะของการยอมรับความเปลี่ยนแปลง ซึ่งในขั้นนี้เป็นระยะในการตัดสินใจยอมรับและนำไปสู่การดำเนินการ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นภายในองค์กร

ระยะที่ 2 ระยะของการส่งเสริมการนำไปใช้ (Implementation) โดยในระยะนี้ จะมีการส่งเสริมให้มีการนำเอาแนวความคิด วิธีปฏิบัติ หรือรูปแบบการดำเนินการใหม่ไปใช้ โดยที่ผู้บริหารความเปลี่ยนแปลงจำต้องพยายามทำให้บุคคลในองค์กรได้มีประสบการณ์เริ่มต้นในการ

ทดลอง ใช้แนวความคิด วิธีการปฏิบัติ หรือรูปแบบการดำเนินการใหม่ หรืออาจสร้างให้เกิดแนวความคิด การปฏิรูประบบภายในองค์กรเพื่อที่จะทำให้เกิดการปฏิบัติรูปแบบใหม่ขึ้นมาในชุมชน ท้องถิ่น หรือ องค์กร

ระยะที่ 3 เป็นระยะของการดำเนินการต่อเนื่อง (Continuation) ซึ่งขั้นตอนนี้จะเป็นระยะในการสร้างหรือขอความร่วมมือเพื่อที่จะให้บุคคลในองค์กร ได้ใช้แนวความคิด วิธีการปฏิบัติ หรือรูปแบบการดำเนินการใหม่อย่างจริงจัง จนเกิดเป็นกิจวัตรในการปฏิบัติงานและกลายเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ท้องถิ่น หรือ องค์กร

2.2) รูปแบบการดำเนินการที่มุ่งเน้นกระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากการใช้นวัตกรรม ประกอบด้วยกระบวนการย่อย ที่ต้องมีการส่งเสริมอย่างต่อเนื่องเป็นวงจร 7 กระบวนการย่อย ดังภาพประกอบ



แผนภาพที่ 2 วงจรของกระบวนการย่อยที่เกิดจากกระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (ที่มา: Horn, V. & Anne, W.,1999:497)

กระบวนการย่อยที่ 1 เป็นขั้นตอนของการรวบรวมสารสนเทศ (Information amassment) และเป็นการสร้างดัชนีที่จะค้นหาเพื่อที่จะเข้าถึงข้อมูลที่สนับสนุนการเปลี่ยนแปลงจากการใช้นวัตกรรมที่ต้องการให้เกิดขึ้นได้

กระบวนการย่อยที่ 2 เป็นขั้นตอนของการเชื่อมโยง (Linkage) การเปลี่ยนแปลงที่ต้องการให้เกิดขึ้น โดยต้องตรวจสอบให้มีความสอดคล้องกับเป้าหมายวัตถุประสงค์ และจะต้องเป็นสื่อที่เป็นแหล่งทรัพยากรที่มีภายในองค์กร

กระบวนการย่อยที่ 3 เป็นขั้นตอนของการแสดงความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) เป็นการเข้าถึงแนวทางในการสร้างช่องทางการสื่อสาร ที่จะทำให้ผู้ต้องการการเปลี่ยนแปลงเองมีความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

กระบวนการย่อยที่ 4 เป็นขั้นตอนของการใช้ทรัพยากร (Imposition) ซึ่งเป็นเรื่องของการนำเอา ฐานข้อมูลและแหล่งเรียนรู้ที่มีให้เป็นการบริหารจัดการในการนำฐานข้อมูลและแหล่งเรียนรู้ที่มีอยู่แล้วทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อใช้ในการสนับสนุนการเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจเป็นฐานข้อมูล และแหล่งเรียนรู้โดยทั่ว ได้แก่ ห้องสมุด มหาวิทยาลัย พิพิธภัณฑ์ หรือจากองค์กรอื่น เป็นต้น

กระบวนการย่อยที่ 5 เป็นขั้นตอนของการสนับสนุน (Support) บุคลากรหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ ชุมชน ท้องถิ่น สังคม หรือองค์กร ให้มีการใช้แนวความคิด วิธีการปฏิบัติ หรือรูปแบบการดำเนินการใหม่ เพื่อที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ในอนาคต

กระบวนการย่อยที่ 6 เป็นขั้นตอนของการตรวจสอบ (Monitoring) ซึ่งในกระบวนการทั้งหมดที่กล่าวมาจำเป็นต้องจัดให้มีการตรวจสอบอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะพิจารณาว่าการดำเนินการนั้นๆ มีข้อบกพร่องหรือมีจุดที่ควรแก้ไขหรือไม่อย่างไร เพื่อดำเนินการปรับปรุงกระบวนการย่อยดังกล่าวให้มีความเหมาะสมกับพื้นที่ ชุมชน ท้องถิ่น สังคม หรือองค์กร

กระบวนการย่อยที่ 7 เป็นขั้นตอนของการวางแผน (Planning) ซึ่งสืบเนื่องมาจากการสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่จะต้องมีความรัดกุม ทั้งในเรื่องของแผนในการทบทวน ในเรื่องของการตรวจสอบเป้าหมาย หรือกระทั่งเรื่องของแผนงานทางด้านการเงิน ดังนั้นพื้นที่ ชุมชน ท้องถิ่น สังคม หรือองค์กรอาจมีความจำเป็นต้องพึ่งผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก ในการให้ความช่วยเหลือเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ดำเนินการอย่างราบรื่นและมีความยั่งยืน โดยที่การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจำเป็นต้องมาจากทุกระดับ โดยสมาชิกของพื้นที่ ชุมชน ท้องถิ่น สังคม หรือองค์กรแต่ละบุคคลต้องมีการสนับสนุนและมีการยอมรับเพื่อนำไปใช้ในหน้าที่ของตน

3) กระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรม กระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรมเกิดขึ้นหลังจากที่ชุมชน สังคม หรือองค์กร มีการเตรียมความพร้อมภายในจนมีวัฒนธรรมที่ยืดหยุ่นพร้อมต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น และมีกระบวนการสำหรับรองรับการบริหารความเปลี่ยนแปลงที่กำหนดแล้ว จึงจะนำไปสู่การถ่ายทอดนวัตกรรมและการดำเนินการดังกล่าวถึงจะมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จได้อย่างรวดเร็วและยั่งยืน ซึ่งในกระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรมนี้ มีทั้งหมด 6 ขั้นตอน ดังนี้ (Rogers, 2003: 171-194)

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นตอนนี้เป็นกระบวนการในการให้ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกที่สำคัญและเป็นพื้นฐานในการให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม อันได้แก่ เรื่องที่เกี่ยวข้องกับประโยชน์ของนวัตกรรม เรื่องของกระบวนการนวัตกรรม และเรื่องของประโยชน์ที่จะเกิดจากการใช้นวัตกรรม

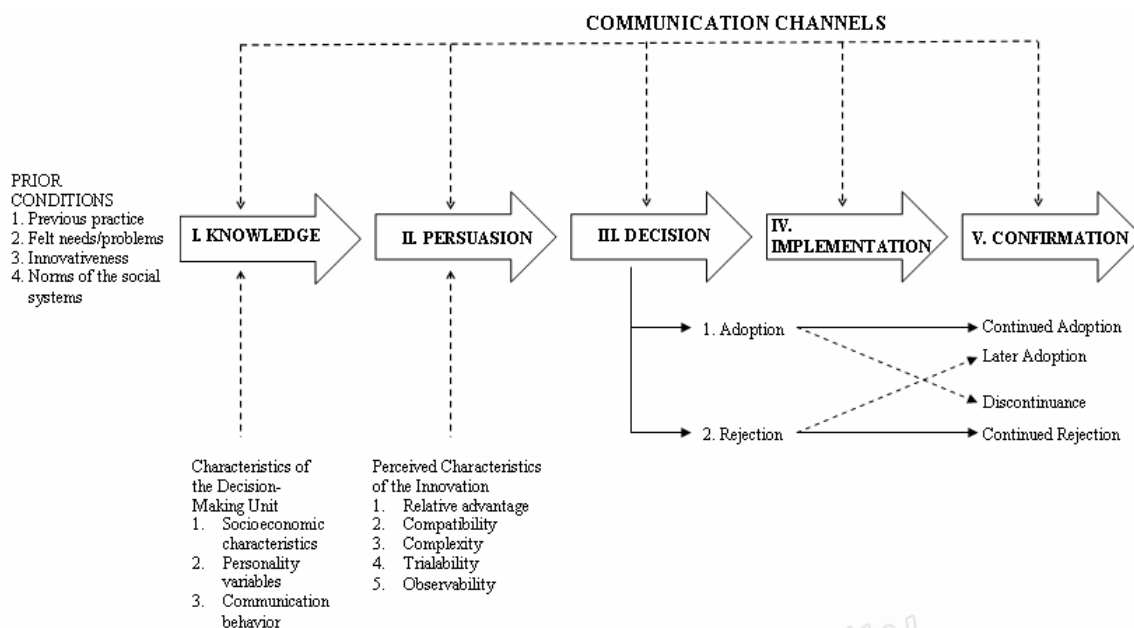
ขั้นที่ 2 ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนของการสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้รับนวัตกรรม ซึ่งผู้ดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรมต้องทำการพิจารณาถึงความสอดคล้องของตัวนวัตกรรมในเรื่องของความต้องการของสังคมกับลักษณะเฉพาะของนวัตกรรมว่าสอดคล้องกันหรือไม่ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวนี้ผู้รับนวัตกรรมจำเป็นต้องได้รับข้อมูลเพื่อใช้ในการพิจารณาเปรียบเทียบในการตัดสินใจเลือก หรือยอมรับนวัตกรรม เช่น ข้อมูลค่าใช้จ่าย ที่อาจเกิดจากการใช้หรือไม่ใช้นวัตกรรม ความสะดวกสบาย ความเป็นไปได้ในการเข้าถึงนวัตกรรม ความเป็นไปได้ในการใช้นวัตกรรมในชีวิตประจำวันหรือสังคม และผลที่จะเกิดจากการใช้หรือไม่ใช้นวัตกรรม เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นตอนของการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม ในขั้นตอนนี้เป็นเรื่องของการดำเนินการให้เกิดการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม โดยผู้ที่ทำหน้าที่ในการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมต้องเป็นผู้ดำเนินการประกาศให้ผู้ที่ต้องใช้นวัตกรรม ซึ่งอาจเป็นสมาชิกในชุมชน สมาชิกในองค์กร ครอบครัว ได้รับรู้ หรืออาจเป็นเรื่องของการยอมรับนวัตกรรมโดยตัวบุคคล ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมต้องสื่อสารให้ผู้ถ่ายทอดนวัตกรรมได้รับรู้ว่ามี การตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมนั้นๆ

ขั้นตอนที่ 4 ขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนต่อเนื่องจากการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม โดยผู้ที่ถ่ายทอดนวัตกรรมจะทำการถ่ายทอดนวัตกรรมให้กับบุคคล กลุ่มบุคคล องค์กร ชุมชน หรือสังคมที่แจ้งว่าตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมจะได้รับการถ่ายทอดนวัตกรรมจากแหล่งต้นตอของนวัตกรรม หรือ Source โดยจะดำเนินการถ่ายทอดข้อมูล หรือ Message ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม และรายละเอียดขั้นตอนต่างๆ ของนวัตกรรม ผ่านไปยังผู้รับทางสื่อกลางในการส่งต่อข้อมูล หรือ Channels ด้วยวิธีการที่เลือกใช้ ไปสู่ผู้ใช้นวัตกรรมซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย หรือ Receiver ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทศนคติ วิธีการของผู้ใช้นวัตกรรมนั้นๆ ซึ่งท้ายที่สุดจะนำไปสู่การตัดสินใจในการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม

ขั้นตอนที่ 5 ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการนำนวัตกรรมที่ได้รับการถ่ายทอดไปใช้ซึ่งจะดำเนินการโดยกลุ่มผู้รับนวัตกรรม เมื่อมีการใช้นวัตกรรมไประยะหนึ่งแล้วผู้ใช้นวัตกรรมจะทำการตัดสินใจโดยข้อมูลที่ตนเองวิเคราะห์ ประเมินผลจากการใช้ว่ามีความเป็นไปได้ที่จะทำการยืนยันนวัตกรรมหรือไม่

ขั้นตอนที่ 6 ขั้นตอนการสรุปยืนยันรับนวัตกรรม เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่ดำเนินการโดยผู้รับนวัตกรรมว่าจากการทดลองใช้นวัตกรรมมีข้อดี ข้อด้อย จุดเด่น จุดด้อย เกิดผลในทางบวกหรือลบอย่างไร ซึ่งหากมีผลดีมากกว่าผลเสียผู้ใช้นวัตกรรมจึงจะตัดสินใจยืนยันนวัตกรรม



แผนภาพที่ 3 กระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรม (Rogers, 2003:34)

กล่าวโดยรวมกระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรมจะต้องมีขั้นตอนของการเตรียมการ ได้แก่ กระบวนการเร่งรัดความเปลี่ยนแปลง (Change acceleration process) และกระบวนการบริหารความเปลี่ยนแปลง (Change management process) เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการใช้นวัตกรรม จากนั้นจึงนำไปสู่กระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรม (Diffusion of innovation process) ตามแนวทางของโรเจอร์ที่มีขั้นตอนที่ชัดเจนจากจุดเริ่มต้นของการสร้างความรู้ในตัวนวัตกรรมไปจนถึงการยอมรับและใช้นวัตกรรมนั้นๆ

5. องค์ประกอบของการแพร่กระจายนวัตกรรม

ในการดำเนินการแพร่กระจายนวัตกรรมตามขั้นตอนที่กล่าวมาข้างต้นจะเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องเป็นตัวประกอบ ตามที่ Rogers (2003:35-38) ได้ระบุไว้ ได้แก่

1) ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Extent of Chang Agents' Promotion Efforts) หมายถึง บุคคล คณะบุคคล หรือองค์กร ที่มีความมุ่งมั่นให้เกิดกระบวนการหรือสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงผ่านกิจกรรมรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เกิดการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมและใช้นวัตกรรมให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมาย โดยที่ผู้นำการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการนี้หมายถึง บุคคลภายนอกที่มีบทบาทในการทำหน้าที่เป็นผู้มีอิทธิพลในการสร้างแรงจูงใจในการทำให้ผู้อื่นตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม โดยการที่ผู้นำการเปลี่ยนแปลงต้องแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของนวัตกรรม และความสอดคล้อง

ของนวัตกรรมกับความต้องการของประชาชน หรือกลุ่มคนที่ต้องรับนวัตกรรม ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวต้องใช้ทักษะ ความอดทน และความมุ่งมั่นในการดำเนินการเป็นอย่างมาก ผู้นำการเปลี่ยนแปลงจึงต้องเป็นคนที่ได้รับความไว้วางใจและสามารถเข้ากับกลุ่มคนที่ต้องทำการถ่ายทอดนวัตกรรมได้เป็นอย่างดี ซึ่งการแสดงออกของผู้นำการเปลี่ยนแปลงอาจมีความโดดเด่นแตกต่างกันออกไปและสิ่งนี้จะส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมที่แตกต่างกันตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นของผู้นำการเปลี่ยนแปลงแต่ละคน บางครั้งผู้นำการเปลี่ยนแปลงอาจทำหน้าที่ซึ่งให้เห็นถึงความจำเป็นในการเปลี่ยนแปลง บางครั้งผู้นำการเปลี่ยนแปลงเพียงแค่อ้างอิงความไว้วางใจและความสนิทสนมเพื่อนโน้มน้าวให้เกิดการยอมรับการเปลี่ยนแปลง และส่งต่อให้ผู้รับนวัตกรรมทำหน้าที่ในการส่งต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงไปยังสมาชิกคนอื่น ๆ ในกลุ่ม หรือสังคม (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล, 2542) และ ในการเปลี่ยนแปลงของหน่วยงาน องค์กร หรือสถานการณ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเล็กหรือใหญ่ จำเป็นต้องมีผู้นำการเปลี่ยนแปลงอาจจะหนึ่งคนหรือมากกว่านั้น โดยผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะเป็นบุคคลที่มีทักษะมีพลังที่จะกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกและควบคุมการเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจเป็นพลังกำลังที่มีภายในตัวบุคคล หรืออาจจะต้องอาศัยพลังกำลังจากภายนอกร่วมด้วย ความสำเร็จของการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับคุณภาพและความสามารถในการทำงาน และความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผู้ที่ทำหน้าที่หลักในการตัดสินใจยอมรับการเปลี่ยนแปลงนั้น (Fred C. Lunenburg, 2010)

กล่าวโดยสรุป ผู้นำการเปลี่ยนแปลง คือ บุคคลที่ทำหน้าที่สำคัญในการกระตุ้นและนำการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม โดยที่ต้องมีคุณสมบัติเฉพาะในเรื่องของการเป็นคนที่ยอมรับนวัตกรรมได้เป็นอย่างดี เพื่อให้เกิดความไว้วางใจในการตัดสินใจรับนวัตกรรม ดังนั้นผู้นำการเปลี่ยนแปลงจึงเป็นบุคคลสำคัญที่จะทำให้เกิดการถ่ายทอดนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดให้บัณฑิตอาสาทำหน้าที่ในการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงในชุมชน เนื่องจากบัณฑิตอาสาเป็นคนที่ในพื้นที่ซึ่งส่งผลให้เกิดความไว้วางใจจากคนในชุมชนได้เป็นอย่างดี

2) ปัจเจกบุคคล คือ บุคคลที่ทำหน้าที่ในการเป็นผู้ตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม หากเป็นบุคคลที่มีภาวะความเป็นนวัตกรรมในตัวสูง (High innovativeness) มักจะเป็นผู้ที่รับนวัตกรรมเร็ว หรือที่เรียกว่า นวัตกรรม (Innovators) ในขณะเดียวกันบุคคลตรงข้ามหรือการเป็นผู้มีภาวะนวัตกรรมในตัวต่ำ (Low innovativeness) จะกลายเป็นผู้ที่รับนวัตกรรมได้ช้า ซึ่งจะส่งผลให้กลายเป็นผู้ล่าช้า (Laggards) หรือผู้ที่มีแนวโน้มจะปฏิเสธนวัตกรรม ซึ่งลักษณะของบุคคลที่จะมีการยอมรับนวัตกรรม สามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังที่ Rogers, 1995 (อ้างถึงใน ปรานธิ์ รั้งแก้ว, 2555:19-20) กำหนดไว้ดังนี้

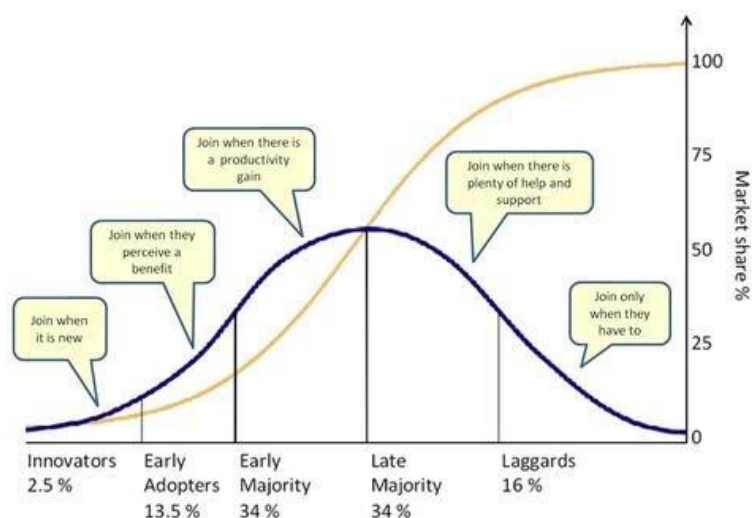
2.1 กลุ่มผู้แนะนำนวัตกรรม (Innovator) กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มของผู้ที่ชื่นชอบเทคโนโลยีหรือเป็นนักประดิษฐ์ หรืออาจเป็นผู้สร้างกระบวนการทางสังคมให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมที่ถ่ายทอดไป โดยกลุ่มผู้ริเริ่มนี้จะมีลักษณะกล้าเสี่ยง และมีการเดินทางไปมาหาสู่กับสังคมภายนอกได้บ่อยกว่าสมาชิกกลุ่มอื่นๆ เป็นกลุ่มที่มีการศึกษา มีสถานภาพทางสังคมสูง และคนกลุ่มนี้มักจะเป็นกลุ่มคนที่มีนิสัยนิยมการเปลี่ยนแปลง โดยเมื่อกลุ่มริเริ่มยอมรับนวัตกรรมใดเข้ามาแล้ว กลุ่มจะเกิดกระบวนการในการสื่อสารให้บุคคลกลุ่มถัดมาเพื่อให้ได้รับรู้ข้อมูลและเกิดการยอมรับนวัตกรรมด้วย

2.2 กลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมง่าย (Early Adopters) กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่สนใจชอบลองสิ่งใหม่ๆ โดยจะเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงคล้ายกับกลุ่มแรก ซึ่งมีการศึกษาและมีสถานะทางสังคมสูงแต่ไม่เท่ากับกลุ่มแรก เพราะเหตุที่กลุ่มนี้จะมีความรอบคอบในการตัดสินใจต่างๆ มากกว่ากลุ่มแรก กลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มที่มีการแนะนำนวัตกรรมให้ผู้อื่นได้เป็นอย่างดี

2.3 กลุ่มผู้ยอมรับเร็ว (Early Majority) กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีความเป็นอิสระในเรื่องของการตัดสินใจในการดำเนินการสิ่งต่างๆ สูง และมีนิสัยเฉพาะคือมีความสนใจในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มอื่นๆ โดยเฉพาะกลุ่ม 1 และกลุ่ม 2 ซึ่งความสนใจนี้นำมาสู่การคิดพิจารณาอย่างเป็นอิสระในการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะค่อนข้างใช้เวลาในการตัดสินใจมากกว่า 2 กลุ่มแรก

2.4 กลุ่มผู้ยอมรับช้า (Late Majority) กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีการตัดสินใจในการยอมรับนวัตกรรมช้า ซึ่งเป็นผลมาจากความจำเป็นด้านเศรษฐกิจที่อาจไม่สามารถเข้าถึงนวัตกรรมได้ หรือมาจากมุมมองของเครือข่ายและสมาชิกของสังคมที่ตนเองเป็นสมาชิกอยู่ที่ทำหน้าที่กีดกันให้เกิดการยอมรับช้า

2.5 กลุ่มล่าช้า (Laggard) กลุ่มนี้เป็นกลุ่มผู้คล้อยตามในการยอมรับนวัตกรรมได้ช้าที่สุด หรือเรียกได้ว่าก้าวไม่ทันกลุ่มอื่น เพราะผู้นำของกลุ่มนี้ไม่มีอำนาจมากพอในการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม ทำให้ไม่เข้าใจและนำไปสู่การไม่ยอมรับนวัตกรรมได้ ในการถ่ายทอดนวัตกรรมให้กับกลุ่มนี้จึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้เวลาในการอธิบาย ต้องใช้ความพยายามในการดำเนินการมากกว่ากลุ่มอื่น แต่หากบุคคลกลุ่มนี้เกิดการยอมรับนวัตกรรมแล้ว นวัตกรรมที่เข้ามาดังกล่าวจะกลายเป็นเรื่องปกติที่ได้รับการยอมรับและนำไปสู่การปฏิบัติจนเคยชินสำหรับคนทั่วไป ซึ่งขั้นตอนการยอมรับแสดงดังแผนภาพต่อไปนี้



กล่าวโดยสรุป คือ กลุ่มที่รับนวัตกรรมจะสามารถแบ่งเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่มีการรับการเปลี่ยนแปลงเร็วที่สุดจนกลายเป็นกลุ่มที่จะคอยแนะนำนวัตกรรมให้กับคนอื่นต่อ ที่เรียกว่า นวัตกรรม กลุ่มต่อมา คือ กลุ่มที่ยอมรับนวัตกรรมง่าย กลุ่มที่รับนวัตกรรมเร็ว และกลุ่มที่รับนวัตกรรมช้า และกลุ่มล่าช้า จากภาพจะเห็นได้ว่าคนส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มที่ยอมรับนวัตกรรมช้า รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่รับนวัตกรรมเร็ว และมีส่วนน้อยที่เป็นกลุ่มนวัตกรรม ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีการดำเนินการให้บัณฑิตอาสาทำหน้าที่สองหน้าที่ คือ ผู้ถ่ายทอดนวัตกรรม โดยเป็นนวัตกรรมที่รับเอานวัตกรรมจากหน่วยงานต่างๆ ที่ได้มอบหมายหรือถ่ายทอดนวัตกรรมต่างๆ ลงไปในพื้นที่

โดยทั่วไปบุคคลจะมีลักษณะการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (Type of Innovation-Decision) จะมีการตัดสินใจยอมรับได้เร็ว หรือ มีการยอมรับได้ช้าขึ้นอยู่กับ สิ่งที่เกี่ยวข้องต่อไปนี้

(1) การเลือกตัดสินใจนวัตกรรม (Optional Innovation-Decision) ซึ่งหมายถึง การทำหน้าที่ในการตัดสินใจของบุคคลตามสถานะของกลุ่ม เครือข่าย องค์กรที่เกี่ยวข้อง ในการที่จะรับผลในการเลือกที่จะยอมรับนวัตกรรมนั้นหรือเลือกที่จะปฏิเสธ

(2) ความร่วมมือในการตัดสินใจในนวัตกรรม (Collective Innovation-Decision) หมายถึง การเห็นพ้องกันระหว่างสมาชิกทั้งหมด มีผลต่อการตัดสินใจในนวัตกรรม

(3) อำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจในนวัตกรรม (Authority Innovation-Decision) หมายถึง บุคคลที่มีอำนาจ ตำแหน่ง หรือความรู้ความชำนาญจะมีผลต่อการตัดสินใจในนวัตกรรม ซึ่งรูปแบบของการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมต่างๆ อาจเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว เมื่อผู้ที่มีอำนาจมีการสั่งการให้สมาชิกยอมรับนวัตกรรมนั้นได้ก็จะทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมเร็ว เช่น กำหนดข้อบังคับ กฎหมาย เพื่อการบังคับการใช้นวัตกรรม (authority decision making) ซึ่งทำให้สมาชิกในสังคมต้องมีการยอมรับนวัตกรรม เพื่อลดทอนการปล่อยให้สมาชิกในสังคมมีโอกาสตัดสินใจด้วยตนเอง

(optional decision making) ซึ่งจะเกิดการยอมรับนวัตกรรมได้ยากกว่า เช่น การใช้กฎหมายควบคุมการจราจรต่างๆ เช่น การใส่หมวกกันน็อค เป็นต้น นอกจากนี้การตัดสินใจโดยกลุ่มที่บุคคลสังกัดอยู่ (collective decision making) จะมีส่วนช่วยผลักดันให้เกิดการเร่งการยอมรับนวัตกรรมของบุคคลให้เกิดขึ้นได้ แต่กระนั้นแม้ว่าการตัดสินใจสั่งการโดยผู้มีอำนาจจะเป็นแนวทางที่สะท้อนความรวดเร็วในการรับนวัตกรรม แต่แนวทางนี้มีมักถูกตั้งคำถามเกี่ยวกับความเหมาะสมของนวัตกรรมและสิทธิของสมาชิกในสังคมในการเลือกรับนวัตกรรมได้เช่นกัน (ปารีชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล, 2542)

ในเรื่องของการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมทั้ง 3 ระดับ โดยเริ่มที่การเลือกตัดสินใจ การให้ความร่วมมือ และการใช้อำนาจในการตัดสินใจ เป็นเรื่องเฉพาะบุคคล กล่าวคือ หากเป็นระดับของการตัดสินใจรับนวัตกรรมแสดงว่านวัตกรรมนั้นเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับชีวิตประจำวัน เช่น นวัตกรรมสื่อสารในปัจจุบันอย่างมือถือ โซเชียลมีเดียต่างๆ ต่อมาเป็นระดับการให้ความร่วมมือ คือนวัตกรรมนั้นไม่ได้เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตโดยตรงแต่ส่งผลกระทบต่อชีวิตของตัวเอง เช่น การให้ความร่วมมือในนวัตกรรมสุขภาพชุมชน เช่น การจัดการขยะแนวใหม่ และระดับการตัดสินใจที่ต้องใช้อำนาจหน้าที่คือนวัตกรรมนั้นเกี่ยวข้องกับอำนาจหน้าที่แต่อาจไม่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตของผู้ตัดสินใจ เช่น นวัตกรรมสังคมชีวิตหญิงมาที่นายกองค์การบริหารส่วนตำบลต้องใช้อำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจรับนวัตกรรมเพื่อนำมาถ่ายทอดต่อในพื้นที่ ซึ่งในการทำหน้าที่ของบัณฑิตอาสาอาจเป็นได้ทั้ง 3 ระดับ

3) ระบบสังคม ซึ่งระบบสังคมที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม ได้แก่ สังคมสมัยใหม่และสังคมโบราณ หรือสังคมประเพณี โดยที่สังคมสมัยใหม่จะมีการรับนวัตกรรมได้อย่างรวดเร็ว และโดยส่วนใหญ่จะมีการรับนวัตกรรมได้ในปริมาณที่มากกว่าสังคมแบบประเพณี ซึ่งเป็นผลสืบเนื่อง มาจากการที่สังคมสมัยใหม่จะมีระบบค่านิยมและบรรทัดฐานสังคมในการที่จะสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาสังคมให้มีความเจริญก้าวหน้าได้ง่าย โดยเฉพาะค่านิยมทางวัตถุของสังคมที่จะเป็นแรงสนับสนุนให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมใหม่มาทดลองใช้ในสังคม ในขณะที่สังคมโบราณหรือสังคมประเพณีจะไม่มีระบบค่านิยมและบรรทัดฐานสังคมลักษณะนี้ จึงไม่ค่อยเกิดการสนับสนุนการยอมรับนวัตกรรม

สำหรับพื้นที่ในการวิจัยครั้งนี้เป็นพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่มีความเป็นสังคมประเพณีหรือสังคมโบราณที่อาจมีการส่งต่อค่านิยมให้เกิดการรับนวัตกรรมช้ากว่าสังคมสมัยใหม่ ในที่นี้จึงใช้บทบาทของบัณฑิตอาสาในการทำหน้าที่เป็น change agent เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิด ความเชื่อ โดยเริ่มต้นจากความไว้วางใจเชื่อใจจากการเป็นคนในพื้นที่ที่สร้างความไว้วางใจเชื่อใจให้เกิดขึ้นได้ง่าย

4) การสื่อสาร นับว่ามีความสำคัญต่อการรับนวัตกรรม เพราะการสื่อสาร คือ หัวใจของกระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรมจากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดสุดท้าย เพื่อสรุปว่ายอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม โดยการสื่อสารจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการนำเอาสาระจากการถ่ายทอดจากผู้ถ่ายทอดไปยังผู้รับ ซึ่งระดับในการยอมรับนวัตกรรมจะมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับปริมาณและความหลากหลายของช่องทางการสื่อสารในองค์กรหรือสังคมนั้น โดยหากองค์กรหรือสังคมที่ดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรมมีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายจะเป็นแรงหลักในการกระตุ้นให้บุคคลตระหนักถึงคุณค่าของนวัตกรรมได้ง่ายกว่าสังคมที่มีช่องทางการสื่อสารที่จำกัด ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารผ่านสื่อบุคคลเท่านั้น

การสื่อสารในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มีความแตกต่างกันตามบริบทของพื้นที่ ซึ่งมีทั้งการสื่อสารผ่านเครื่องมือต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นป้ายประกาศ หอกระจายข่าว หรือการสื่อสารผ่านกลุ่มบุคคลและกิจกรรม เช่น มัสยิด ร้านน้ำชา เป็นต้น

5) ลักษณะของนวัตกรรม ในประเด็นนี้จะมีความสำคัญที่ส่งผลต่อบุคคลในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม ซึ่งจะส่งผลต่อระยะเวลาในการยอมรับนวัตกรรมตามมาด้วย กล่าวคือ หากคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ถูกนำมาใช้ในการพิจารณายอมรับนวัตกรรมเป็นไปในทางที่มีความสอดคล้องกับผู้ใช้นวัตกรรมนั้นจะได้รับการยอมรับ ซึ่งลักษณะของนวัตกรรมตามแนวทางของ Rogers. 2003: 229 - 258: (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล, 2542: ออนไลน์) มี 5 ประการ ได้แก่

5.1 นวัตกรรมที่มีประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantages) หมายถึง การที่ผู้รับนวัตกรรมจะได้รับประโยชน์จากการใช้นวัตกรรม ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่มีอยู่เดิมแล้ว นวัตกรรมต้องมีประโยชน์มากกว่า และมีคุณสมบัติที่ดีกว่า เช่น มีความง่ายในการนำไปใช้หรือมีราคาถูกกว่า หากเป็นเช่นนี้จะมีโอกาสที่จะได้รับการยอมรับมาก

5.2 ความเข้ากันได้ของนวัตกรรม (Compatibility) หมายถึง ความเหมาะสม สอดคล้อง เชื่อมโยงของนวัตกรรมกับการดำรงชีวิต ทักษะ การทำงาน หรือประเพณีวัฒนธรรมต่างๆ ของผู้ใช้นวัตกรรมกับนวัตกรรมที่ได้รับการถ่ายทอด หากสอดคล้องเหมาะสมก็จะมีรับการยอมรับได้เร็วกว่า

5.3 ความไม่ซับซ้อนของนวัตกรรม (Non-complexity) หมายถึง หากนวัตกรรมไม่มีความซับซ้อนมากนักจะส่งผลให้ผู้รับนวัตกรรมไม่ต้องทุ่มเทเวลายาวนานในการทำความเข้าใจหรือเรียนรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นๆ ซึ่งจะส่งผลในการยอมรับนวัตกรรมได้เร็วกว่า

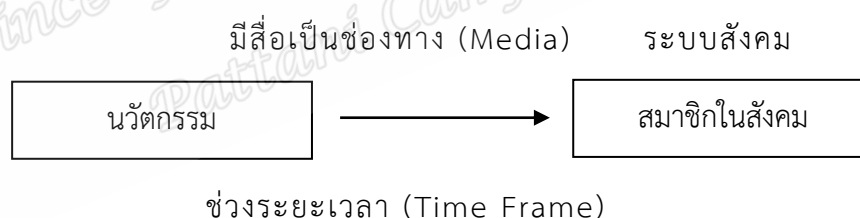
5.4 โอกาสในการทดลองใช้นวัตกรรม (Trial ability) หมายถึง หากผู้ใช้นวัตกรรมมีโอกาสในการได้ทดลองใช้นวัตกรรม โดยไม่มีเงื่อนไขผูกมัดที่จะต้องรับนวัตกรรมจะทำให้เกิดการยอมรับได้มากกว่า

5.5 โอกาสในการสังเกตเห็นได้ของนวัตกรรม (Observability) หมายถึง นวัตกรรมต้องสามารถบ่งบอกผลประโยชน์ในการนำมาใช้ได้อย่างชัดเจน ซึ่งผู้ใช้นวัตกรรมต้องสามารถเข้าถึงและสังเกต

ได้ ทั้งในเชิงรูปแบบการใช้และประโยชน์ที่ได้รับ รวมถึงผลกระทบต่างๆ ก่อนที่ตนจะตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมนั้นๆ

กล่าวโดยสรุป ลักษณะนวัตกรรมที่จะส่งผลในการตัดสินใจ คือ ต้องสามารถบอกประโยชน์เชิงเปรียบเทียบได้ มีความเข้ากันได้ในการนำมาประยุกต์ใช้ ไม่มีความซับซ้อน มีโอกาสในการทดลองใช้ และมีโอกาสในการสังเกตเห็นได้ ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่มีลักษณะเป็นนวัตกรรมทางบวกจะสามารถแพร่หลายได้ง่ายกว่านวัตกรรมที่มีลักษณะทางลบซึ่งมีลักษณะตรงกันข้าม และโดยส่วนใหญ่จะไม่ได้รับการยอมรับ เพราะผู้ใช้มองว่าไม่ได้ดีกว่าของเดิม ใช้เวลานาน และไม่เห็นประโยชน์ในการใช้ชัดเจน

6) เวลา หมายถึง องค์ประกอบของเวลาในการใช้นวัตกรรมและระยะเวลาในการเผยแพร่ นวัตกรรม ซึ่งล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมทั้งสิ้น โดยที่ระยะเวลาในการเผยแพร่ นวัตกรรมต้องมีความพอดี ไม่ใช่ใช้เวลามากเกินไปและน้อยเกินไปจนไม่สามารถเปรียบเทียบข้อมูล หรือจัดข้อสงสัยต่างๆ ได้ และไม่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ทำความเข้าใจในตัวนวัตกรรมมากเพียงพอ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจในการยอมรับหรือความต่อเนื่องในการใช้นวัตกรรม ในขณะที่เดียวกันหากมีการใช้เวลายาวนานเกินไปจะทำให้เกิดความล่าช้าของผู้รับนวัตกรรมได้ ซึ่งโรเจอร์ (Rogers,2003) ได้สรุปเป็นองค์ประกอบแพร่กระจายนวัตกรรม ได้ดังภาพ



แผนภาพที่ 4 องค์ประกอบการแพร่กระจายนวัตกรรม (Rogers,2003)

6. รูปแบบการถ่ายทอดนวัตกรรม

รูปแบบในการถ่ายทอดนวัตกรรมจะเป็นตัวกำหนดแนวทางในการถ่ายทอดนวัตกรรมให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชน ท้องถิ่น สังคม องค์กร ที่ต้องดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรม ซึ่งโดยทั่วไปมี 5 รูปแบบ จากการทบทวนเอกสารของ ทิศนา แคมมณี (2548: 420) ,Alange: Jacobsson; & Jarnehammar (1998:3-21), Wejnert (2001:261-292), Thanyawich Vicheanpant(2010: 89), Wiwat Ruenglertpanyakul; & Thanyawich Vicheanpant (2012: 130-131) สามารถสรุปได้ดังนี้

(1) การถ่ายทอดนวัตกรรมด้วยการสั่งการ (Authority innovation-decision model) รูปแบบนี้เป็นรูปแบบเฉพาะที่ผู้มีอำนาจในการสั่งการจะทำหน้าที่ในการเป็นผู้ตัดสินใจในการถ่ายทอดนวัตกรรม โดยผู้มีอำนาจจะทำหน้าที่ในการชักจูง สั่งการการใช้นวัตกรรมไปยังผู้ใช้นวัตกรรม โดยผู้ที่รับนวัตกรรมต้องทำหน้าที่ในการปฏิบัติตามคำสั่งการนั้น การถ่ายทอดนวัตกรรมลักษณะนี้จึงมีความเป็นทางการและเกิดขึ้นได้เสมอในสังคมทางการหรือองค์กรต่างๆ

ข้อดี: การดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรมจะทำได้ง่ายตายและมีความรวดเร็ว

ข้อเสีย: บางครั้งผู้ที่รับนวัตกรรมนำไปใช้ยังไม่มีความเข้าใจนวัตกรรมเป็นอย่างดี และบรรยากาศของการใช้นวัตกรรมมีความตึงเครียด นอกจากนี้การถ่ายทอดนวัตกรรมด้วยวิธีนี้จะทำให้ไม่เกิดการใช้นวัตกรรมที่ยั่งยืน เพราะหากมีการเปลี่ยนแปลงผู้นำที่มีอำนาจในการสั่งการ ผู้รับนวัตกรรมมักจะเลิกใช้นวัตกรรมเดิม

(2) การถ่ายทอดนวัตกรรมโดยใช้นุขสัมพันธ์ (Human interaction model) การถ่ายทอดนวัตกรรมรูปแบบนี้เป็นถ่ายทอดโดยการชักจูงบุคคล โดยผู้ที่มีกรยอมรับนวัตกรรมก่อนหน้าจะทำการถ่ายทอดนวัตกรรมให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำไปใช้ต่อ โดยอาศัยความรู้ ความเข้าใจ และอาจมีเรื่องของการให้ความช่วยเหลือในการใช้นวัตกรรมนั้นๆ เพื่อที่จะสร้างความเชื่อมั่นอันนำไปสู่การตัดสินใจรับนวัตกรรม ในการดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรมรูปแบบนี้จึงได้ให้ความสำคัญกับบุคคลในกลุ่มที่ต้องใช้นวัตกรรมมากขึ้น ซึ่งมีการทำความเข้าใจกับตัวแปรที่ทำให้เข้าใจผู้นำนวัตกรรมไปปฏิบัติ เช่น เรื่องของเศรษฐกิจสังคม ลักษณะส่วนตัวโดยทั่วไปของผู้ใช้นวัตกรรม การแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และเรื่องของความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้นวัตกรรม เพื่อที่จะทำให้ผู้ปฏิบัติเกิดการยอมรับนวัตกรรมได้เร็วขึ้น ทั้งนี้ผู้ที่ทำหน้าที่ในการเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดนวัตกรรม ต้องมีการออกแบบ มีการสร้างและมีการกำหนดการวัดผลนวัตกรรม เพื่อที่จะทำความเข้าใจถึงสภาพของกลุ่มบุคคลที่จะต้องใช้นวัตกรรมนั้น เพื่อให้นวัตกรรมที่สร้างมีความสอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของบุคคลที่จะต้องใช้นวัตกรรม นอกจากนี้การถ่ายทอดนวัตกรรมด้วยวิธีการนี้จะมุ่งความสนใจไปที่การติดตามปฏิกิริยาโต้ตอบระหว่างบุคคลกลุ่มต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรม และลักษณะการยอมรับนวัตกรรมของบุคคลในกลุ่มที่จะต้องใช้นวัตกรรม

ข้อดี: ไม่เกิดปัญหาเรื่องความขัดแย้งในระหว่างการถ่ายทอดนวัตกรรมด้วยเหตุของความสัมพันธ์ระหว่างกัน มีบรรยากาศในการดำเนินการที่ดี ไม่มีความตึงเครียดเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลง

ข้อเสีย: ผู้รับนวัตกรรมมักจะยึดติดกับผู้นำความเปลี่ยนแปลง เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงตัวผู้นำมักมีการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมตามไป หรือมีการเลิกใช้นวัตกรรมกลางคันส่งผลให้ไม่ยั่งยืน

(3) การถ่ายทอดนวัตกรรมโดยให้ผู้ใช้มีส่วนร่วม (User participation model) การถ่ายทอดรูปแบบนี้เป็นการดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรมที่ต้องการเผยแพร่ไปยังตัวผู้ใช้โดยตรง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการประเมินและตัดสินใจจากตัวผู้ใช้นวัตกรรมในการที่จะยอมรับหรือการปฏิเสธนวัตกรรมนั้น ซึ่งรูปแบบในการถ่ายทอดลักษณะนี้จะนำไปโดยแนวทางการกระจายอำนาจไปยังผู้ใช้นวัตกรรมให้มีส่วนร่วมในการที่จะคิดหรือตัดสินใจยอมรับหรือสามารถปฏิเสธนวัตกรรมได้ ซึ่งต่างไปจาก 2 รูปแบบที่ผ่านมาที่ต้องมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับอำนาจของผู้บริหารในการตัดสินใจรับนวัตกรรมและสั่งการมายังผู้ใช้นวัตกรรม รูปแบบนี้จะทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพเนื่องจากผู้ใช้นำเอาความรู้ความเข้าใจของตนเองมาสร้างความคุ้นเคย และทำการประเมินตัดสินใจในการใช้นวัตกรรมที่มีความสอดคล้องกับลักษณะงานและการดำรงชีวิตที่เหมาะสมได้ นอกจากนี้ผู้ใช้อาจยังสามารถทำหน้าที่ในการเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่นวัตกรรมในกลุ่มผู้ร่วมใช้นวัตกรรมได้อีกทางหนึ่งด้วย

ข้อดี: ไม่ต้องประสบปัญหาที่เกิดจากการต่อต้าน ช่วยลดความขัดแย้ง เพราะผู้ใช้มีส่วนร่วมในการดำเนินการ

ข้อเสีย: นวัตกรรมนี้อาจจะมีการถูกดัดแปลงเพื่อให้เข้ากับวิถีชีวิต และความต้องการของคนส่วนใหญ่ที่รู้สึกไม่อยากจะสูญเสียความเคยชินมากเกินไป ซึ่งจะทำให้นวัตกรรมนั้นไม่ได้ก่อให้เกิดประโยชน์ได้อย่างเต็มที่

(4) การถ่ายทอดนวัตกรรมแบบผสม (Eclectic process of change model) การดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรมรูปแบบนี้จะเป็นการถ่ายทอดนวัตกรรมโดยผ่านทางตัวกลาง ซึ่งผู้ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางจะต้องทำหน้าที่ในการประสานความร่วมมือระหว่างผู้ที่ต้องการถ่ายทอดนวัตกรรมกับผู้ที่รับนวัตกรรม โดยการถ่ายทอดรูปแบบนี้มีความจำเป็นที่ต้องใช้วิธีการในการถ่ายทอดจาก 3 รูปแบบ ที่กล่าวมาก่อนหน้านี้ คือ การสั่งการ การใช้มนุษยสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมในสัดส่วนที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับผู้ที่ทำหน้าที่ในการถ่ายทอด คนกลาง และผู้รับนวัตกรรมจะมีการตกลงกัน

ข้อดี: สามารถจัดการปัญหาและข้อจำกัดที่มักเกิดขึ้นได้จากการถ่ายทอดนวัตกรรมเพียงรูปแบบเดียวในรูปแบบที่ 1-3

ข้อเสีย: ต้องใช้เวลาในการดำเนินการค่อนข้างมาก

(5) การถ่ายทอดนวัตกรรมโดยอาศัยความศรัทธา เป็นการค้นหาแนวทางในการลดปัญหาและข้อขัดแย้งในการใช้นวัตกรรม ทำให้เกิดแนวทางใหม่ในการดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรม ซึ่งรูปแบบที่นำเอาความศรัทธามาใช้จะเป็นการย่นเวลาของการยอมรับนวัตกรรมที่จะเกิดจากความไว้วางใจได้ และแบบที่อาศัยความศรัทธานี้จะมีการนำมาใช้ในยุคหลังของการถ่ายทอดนวัตกรรม โดยการถ่ายทอดนวัตกรรมรูปแบบนี้สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

ลักษณะที่ 1 การสร้างแรงศรัทธาให้เกิดขึ้นในตัวผู้เผยแพร่ข่าวธรรม ซึ่งการดำเนินการถ่ายทอดข่าวธรรมลักษณะนี้ต้องใช้ความศรัทธาในตัวผู้ที่ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดข่าวธรรม ซึ่งอาจเป็นบุคคลหรือส่วนงานองค์กรที่ได้นำเสนอข่าวธรรม ซึ่งบุคคลที่ทำหน้าที่ดังกล่าวนี้เป็นผู้ที่ตัดสินใจรับข่าวธรรมมาก่อนและต้องมีความคุ้นเคยในตัวข่าวธรรมเป็นอย่างดี เมื่อมีความศรัทธาในตัวผู้เผยแพร่ข่าวธรรมจะทำให้มีการส่งต่อข่าวธรรมได้ง่าย ซึ่งความศรัทธาในตัวผู้ที่ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดข่าวธรรมส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นโดยธรรมชาติ ซึ่งจะมีในตัวของผู้รับและเป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับนับถืออยู่แล้ว เช่น คนที่เป็นผู้บังคับบัญชา คนที่เป็นหัวหน้า หรือบุคคลที่เป็นผู้นำกลุ่มต่างๆ

ข้อดี: การถ่ายทอดข่าวธรรมมีความยั่งยืน เนื่องจากไม่มีข้อขัดแย้ง

ข้อเสีย: คนที่จะทำการถ่ายทอดข่าวธรรมลักษณะนี้มีความเฉพาะตัวมากๆ จึงมีคนที่ทำหน้าที่นี้ได้จำนวนไม่มาก

ลักษณะที่ 2 ความศรัทธาในผลที่เกิดจากข่าวธรรม ข่าวธรรมที่ได้รับการถ่ายทอดต้องเป็นข่าวธรรมที่มีความน่าเชื่อถือ และได้รับการยอมรับอย่างเพียงพอจากคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งที่ได้มีการนำเอาข่าวธรรมมาทดลองใช้จนเป็นที่ประจักษ์ เกิดผลสัมฤทธิ์ในทางที่ดีแล้ว จึงเกิดการใช้นักธรรมนั้นด้วยความตั้งใจ อันนำไปสู่ความเชื่อมั่นศรัทธาต่อข่าวธรรมและแสดงให้คนอื่น ๆ หรือสาธารณชนได้คล้อยตามและเกิดการยอมรับในตัวข่าวธรรม จนเป็นการชักชวนขยายผลจากการใช้งานที่ต่อเนื่อง เมื่อมีการดำเนินการจนเกิดการยอมรับในข่าวธรรมในกลุ่มใหม่จะส่งผลให้มีกลุ่มใหม่เกิดขึ้นในกระบวนการยอมรับข่าวธรรมอย่างไม่มีสิ้นสุด

ข้อดี: การถ่ายทอดข่าวธรรมมีความยั่งยืน มีข้อขัดแย้งน้อย

ข้อเสีย: การดำเนินการในการถ่ายทอดข่าวธรรมต้องใช้เวลาานาน เนื่องจากต้องให้เห็นผลจากการใช้นักธรรมเพื่อให้เกิดการสร้างศรัทธาต่อตัวข่าวธรรม

ซึ่งการดำเนินการถ่ายทอดข่าวธรรมด้วยความศรัทธาทั้ง 2 ลักษณะนี้ จะเป็นการดำเนินการในรูปแบบผสมผสาน คือ เป็นการใช้รูปแบบในการสั่งการควบคู่ไปกับการสร้างมนุษยสัมพันธ์ ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินการถ่ายทอดข่าวธรรมมีความสมบูรณ์และไม่ต้องกระทบกับเป้าหมายหลักของข่าวธรรม โดยการถ่ายทอดลักษณะนี้จะเป็นการดำเนินการที่เริ่มต้นด้วยผู้ที่ทำหน้าที่ในการเป็นตัวกลางในการดำเนินการถ่ายทอดข่าวธรรมทำหน้าที่ในการเลือกข่าวธรรมที่ตนเองมีความศรัทธาเชื่อมั่น จากนั้นจะเข้าสู่กระบวนการในการถ่ายทอดข่าวธรรมนั้น โดยอาจมีวิธีการในการถ่ายทอดที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับกลุ่มที่จะเป็นผู้รับข่าวธรรม เช่น บางกลุ่มสามารถบอกแล้วให้ทำตามที่บอกได้ บางกลุ่มเป็นการเสนอแนวความคิดที่นำไปสู่ข่าวธรรม เป็นต้น

โดยสรุปรูปแบบการถ่ายทอดข่าวธรรมมี 5 รูปแบบ ซึ่งในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นรูปแบบที่ 4 คือ การถ่ายทอดแบบผสม ซึ่งต้องเริ่มต้นที่การสั่งการจากหน่วยงานเจ้าของกิจกรรมแบบอาศัยความสัมพันธ์ คือ การถ่ายทอดผ่านบัณฑิตอาสาที่เป็นคนในพื้นที่และมีความสัมพันธ์กับชุมชน และแบบมีส่วนร่วม คือ การอาศัยความร่วมมือกับคนในพื้นที่ในการดำเนินการถ่ายทอดข่าวธรรม

7. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรม

หลังจากที่ผู้ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดนวัตกรรมได้มีการศึกษากระบวนการที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรม ในเรื่องของจุดอ่อน จุดแข็ง ของรูปแบบในการถ่ายทอดนวัตกรรมแต่ ละรูปแบบแล้ว ยังมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการถ่ายทอดนวัตกรรมที่จะทำหน้าที่ในการเสริมสร้าง กระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรมไปสู่ความสำเร็จซึ่งประกอบด้วย 6 ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ดังที่ wawat Ruenglerponyakul: et al, (2012: 523-525) ได้กำหนดไว้ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ 1 ได้แก่ การดำเนินการกำหนดแผนการเชิงมหภาค หรือ การกำหนดแผนการใน ภาพกว้างแต่ในการดำเนินการจะดำเนินการไปที่ละจุดย่อย เพื่อเป็นการนำร่องทดลองกระบวนการ ถ่ายทอดนวัตกรรม ซึ่งในความเป็นจริงควรมีการเริ่มต้นการดำเนินการจากกลุ่มเล็กเพื่อเป็นกรณี ต้นแบบ อีกทั้งยังสามารถดำเนินการได้ง่ายและรวดเร็ว ซึ่งผลที่เกิดจากความสำเร็จในการถ่ายทอด นวัตกรรมจะเป็นตัวสร้างศรัทธาให้เกิดขึ้นกับกลุ่ม และมีการสื่อสารไปยังกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องที่จะต้อง รับการถ่ายทอดนวัตกรรมนำไปสู่ความสำเร็จในการถ่ายทอดนวัตกรรมในภาพกว้างได้ในที่สุด

ปัจจัยที่ 2 การดำเนินการสำรวจความคิดเห็นและการสังเกตเกี่ยวกับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมายที่มีต่อนวัตกรรมใหม่ ซึ่งจะใช้เป็นประโยชน์ในการดำเนินการกำหนดแนวทางในการ ถ่ายทอดนวัตกรรมให้ประสบผลสำเร็จได้มากกว่าการดำเนินการที่ไม่มีการนำข้อมูลดังกล่าวนี้มาใช้ พิจารณาในการกำหนดแนวทางการถ่ายทอดนวัตกรรม

ปัจจัยที่ 3 เนื่องจากการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรม ดังนั้นการดำเนินการสื่อสารอย่างต่อเนื่องและตรงกลุ่มเป้าหมายจะเป็นการสร้างความเข้าใจ และทำ ให้เกิดการ ผสมผสานระหว่างข้อมูลกับนวัตกรรมที่ต้องการสื่อสารนำไปสู่การสร้างการเปลี่ยนแปลง ในกลุ่มผู้รับการถ่ายทอดนวัตกรรม ทั้งนี้เพื่อที่จะให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมจากกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ ส่วนเสียและจากกลุ่มที่มีความคิดเห็นขัดแย้งกับแนวคิดการถ่ายทอดนวัตกรรม ซึ่งในการดำเนินการ ต้องให้ความสำคัญกับทุกกลุ่มเสมอ

ปัจจัยที่ 4 การดำเนินการในการสร้างฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมและจัดให้มีแหล่ง การเรียนรู้ที่เกี่ยวกับการใช้นวัตกรรม มีการดำเนินการเพื่อเตรียมแผนสนับสนุนให้มีการเปลี่ยนแปลง เพื่อที่จะนำไปสู่การใช้นวัตกรรม ซึ่งอาจเป็นรูปแบบของฐานข้อมูลกลางและแหล่งเรียนรู้ในการ บริการให้คำปรึกษาด้านการดำเนินการใช้นวัตกรรม ซึ่งจะเป็นกระบวนการที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยน ความรู้มีการปรึกษาหารือ เพื่อแก้ปัญหา มีการสอนงานและการปรับแผนงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้เกิด การสื่อสารเพื่อให้สามารถนำนวัตกรรมไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้ทำหน้าที่ดังกล่าวนี้ต้อง เป็นคนที่มีประสบการณ์มากในระดับหนึ่งซึ่งต้องสามารถวิเคราะห์วางแผนการดำเนินการในเรื่องนี้ ได้อย่างเป็นระบบ

ปัจจัยที่ 5 การดำเนินการประเมินสถานการณ์การถ่ายทอดนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ ซึ่งต้องมีการกำหนดเป็นระยะสำหรับการดำเนินการเพื่อการเตรียมแผนสำรอง มีการดำเนินการตรวจสอบ และมีการประเมินสถานการณ์ในการถ่ายทอดนวัตกรรมเป็นระยะ ซึ่งผลที่ได้คือผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการจะสามารถปรับเปลี่ยนการดำเนินการให้มีความถูกต้อง ตรงกับเป้าหมายและเกิดประสิทธิภาพในการดำเนินการ หากการดำเนินการต้องประสบกับสถานการณ์ที่ไม่ได้วางแผนไว้ล่วงหน้าจะสามารถรับมือกับสถานการณ์นั้นๆ ได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นการลดความเสี่ยงและความเสียหายที่จะเกิดขึ้นได้

ปัจจัยที่ 6 การดำเนินการจัดการประชุม ซึ่งการดำเนินการนี้จะเกิดขึ้นต่อเมื่อกระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรมนั้นๆ สิ้นสุดลง การดำเนินการนี้เพื่อเป็นการนำเสนอผลการถ่ายทอดนวัตกรรม และเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ใช้นวัตกรรมกลุ่มต่างๆ ที่ได้รับประสบการณ์หลังจากการใช้นวัตกรรม ซึ่งในการดำเนินการจะมีการพูดคุยถึงแนวทางที่ประสบความสำเร็จและนับเป็นวิธีปฏิบัติที่ดี รวมถึงแนวทางในการป้องกันความเสี่ยงต่างๆ และแนวทางในการสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นในกระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรมจากบทเรียนความสำเร็จที่เกิดขึ้น

โดยสรุป กระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรมมีจุดเริ่มต้นคือการเตรียมความพร้อมขององค์กร หน่วยงาน ชุมชน กลุ่มคน หรือบุคคล เพื่อให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมและการดำเนินการเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในทุกๆ ระดับอย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการถ่ายทอดนวัตกรรม ทั้ง 6 ปัจจัย เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้ไปกำหนดรูปแบบและวิธีการถ่ายทอดให้มีความหลากหลายและเหมาะสมกับองค์กร หน่วยงาน ชุมชน กลุ่มคน หรือบุคคล ซึ่งรูปแบบการถ่ายทอดนวัตกรรมแต่ละรูปแบบล้วนมีจุดเด่นจุดด้อยแตกต่างกันออกไป ในประเด็นนี้ผู้ที่ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดนวัตกรรมต้องมีความเข้าใจในความแตกต่างขององค์กร หน่วยงาน ชุมชน กลุ่มคน หรือบุคคล ทั้งเรื่องสภาพความเป็นอยู่ และวิถีชีวิต ซึ่งมีความเกี่ยวข้องโดยตรงในการเลือกรูปแบบในการถ่ายทอดและวิธีการสื่อสารที่เหมาะสมตามบริบทและสถานการณ์ขององค์กร หน่วยงาน ชุมชน กลุ่มคน หรือบุคคลนั้นๆ เพื่อให้การดำเนินการถ่ายทอดประสบความสำเร็จและมีการนำนวัตกรรมไปใช้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

2.3 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์

1. ความหมายและองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินการเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ความตระหนัก และเกิดการยอมรับเพื่อนำไปปรับใช้หรือเพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อกันซึ่งทำได้หลายวิธี เช่น การเผยแพร่ด้วยเครื่องมือต่างๆ การแจ้งให้ทราบ การอธิบาย เมื่อกลุ่มเป้าหมายได้รับการสื่อสารแล้วจึงเกิดความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งปัจจุบันมักเป็นการสื่อสาร 2 ทาง

คือ ผู้รับสารสามารถแสดงการโต้ตอบต่อสารที่ได้รับในรูปแบบต่างๆ ได้ ทั้งนี้ท้ายที่สุดแล้วการประชาสัมพันธ์ล้วนดำเนินการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจซึ่งนำไปสู่การพัฒนา การแก้ปัญหา และการรักษาชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของผู้ที่สื่อสาร ซึ่งผู้ที่จะทำหน้าที่ดังกล่าวและพิจารณาคัดเลือกข่าวสารตามคุณค่าของข่าวนั้น คือ สื่อมวลชน (Cutlip, Scott M., Center, Allen H. and Broom, Glen M., 1994)

องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ที่กำหนดโดยสมาคมประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา (PRSA) อ้างถึงใน Dennis L. Wilcox, Glen T. Cameron, Phillip H. Ault and Warren K. Agee:2003) ประกอบด้วย

- (1) การให้ข้อเสนอแนะ (counseling)
- (2) การวิจัย (research)
- (3) สื่อมวลชนสัมพันธ์ (media relations)
- (4) การเผยแพร่ (publicity) พนักงานสัมพันธ์
- (5) สมาชิกสัมพันธ์ (employee/member relations)
- (6) ชุมชนสัมพันธ์ (community relations)
- (7) ปัญหาของสาธารณชน (public affairs)
- (8) ปัญหาของรัฐบาล (government affairs)
- (9) การจัดการประเด็นปัญหา (issue managements)
- (10) ความสัมพันธ์ภาคการเงิน (financial relations) ความสัมพันธ์ภาคอุตสาหกรรม (industry relations)
- (11) การพัฒนาและเพิ่มเงินทุน (development/fund-raising)
- (12) ความสัมพันธ์หลากหลายวัฒนธรรม และสถานที่ทำงานที่หลากหลาย (multicultural relations/workplace diversity)
- (13) กิจกรรมพิเศษ (special events)
- (14) การสื่อสารการตลาด (marketing communications)

จากความหมายและองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ สามารถสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ กระบวนการในการสร้างความรู้ความเข้าใจระหว่างกัน จากผู้ที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์และผู้ที่เป็นฝ่ายรับข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นทั้งการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจ สร้างความสัมพันธ์ และมุ่งสร้างการพัฒนาให้เกิดขึ้นจากกระบวนการ

2. วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่างๆ มีดังนี้ (Cutlip, Scott M., Center, Allen H. and Broom, Glen M:1994)

(1) เพื่อให้เกิดความรู้และเกิดความเข้าใจอันดีไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้ทราบ ด้วยวิธีการต่างๆ ได้แก่ การแจ้ง การเผยแพร่ การอธิบายความรู้ การสร้างความเข้าใจต่างๆ ให้ถูกต้องตรงกัน ทั้งนี้เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายทราบความต้องการของผู้ที่ต้องการสื่อสาร เพื่อที่จะทราบความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนเป้าหมาย ด้วยการสื่อสารแบบ 2 ทาง (two-ways communication)

(2) เพื่อรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน เพื่อป้องกันและแก้ไขการเข้าใจผิดที่เกิดขึ้น ต้องแก้ไขปัญหาให้ตรงกับเหตุแห่งปัญหา เพื่อสร้างศรัทธาและความเชื่อมั่นต่อองค์กร

(3) เพื่อให้ข้อมูลข่าวแก่สื่อมวลชนอย่างชัดเจนและตรงไปตรงมา โดยให้สื่อมวลชนเป็นผู้ตัดสินใจเลือกข่าวนั้นๆ ตามคุณค่าของข่าวเอง

(4) เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานในองค์กรและกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องทราบถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ และพร้อมที่จะให้ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ทุกครั้ง

สรุปได้ว่าการประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ตรงระหว่างผู้ที่ต้องการสื่อและผู้รับสื่อ ทั้งนี้เพื่อเป็นการรักษาภาพลักษณ์ ชื่อเสียง และส่งผลต่อการบริหารจัดการในสถานการณ์ต่างๆ

3. ขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ของการดำเนินการอันได้แก่

(1) ขั้นตอนของการค้นคว้าวิจัย (research) ซึ่งนับเป็นขั้นตอนสำคัญในการรับฟังความคิดเห็น และการดำเนินการตอบสนองจากประชาชนเป้าหมายที่มีต่อนโยบายและการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งต้องอาศัยการโน้มน้าวจิตใจของกลุ่มเป้าหมายนั้น และโดยทั่วไปนักประชาสัมพันธ์เอง ต้องรู้ถึงความแตกต่างกันของทัศนคติ ค่านิยม และแนวโน้มความสนใจของคนภายในกลุ่มหรือองค์กรว่ามุ่งไปในทิศทางใด ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในระยะนี้จึงมักจะถูกนำไปใช้ในการกำหนดกรอบวางแผนการประชาสัมพันธ์ในระยะยาวต่อไป

(2) ขั้นตอนการวางแผนตัดสินใจ เพื่อกำหนดแผนการปฏิบัติงาน (planning-decision-making) ขั้นตอนนี้เกิดขึ้นหลังจากทราบข้อมูลจุดบกพร่องที่เกิดขึ้นในองค์กร จากนั้นจะมีการนำเอาข้อมูลชุดนั้นมาเป็นแนวทางเพื่อกำหนดนโยบาย กำหนดกิจกรรมโครงการ กำหนดวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมาย ในการปฏิบัติการ และกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารต่างๆ เพื่อที่จะให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่าย

(3) ขั้นการดำเนินการติดต่อสื่อสารปฏิบัติการ (communication-action) ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการปฏิบัติการสื่อสาร ซึ่งได้ทำตามแนวปฏิบัติที่กำหนดไว้ในขั้นที่ 2 ซึ่งต้องดำเนินการโดยมุ่งไปที่การเกิดประสิทธิผลตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ตั้งแต่ต้น อาทิเช่น เรื่องของการดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร นโยบาย ความรู้ และข้อเท็จจริงต่างๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง

(4) ขั้นการดำเนินการประเมินผลการปฏิบัติงาน (evaluation) ในขั้นตอนนี้จะเป็นขั้นตอนของการพิจารณาผลที่เกิดจากการดำเนินการกิจกรรม โครงการต่างๆ ที่อยู่ในรอบแผนงานที่ได้จัดทำขึ้น ซึ่งมีการประเมินประสิทธิผลตั้งแต่เรื่องของการเตรียมแผนงาน เรื่องของการสนับสนุนแผนงาน ซึ่งจะดำเนินการสำรวจความคิดเห็นและผลดังกล่าวจากกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นจะนำเอาข้อมูลที่ได้รับไปสู่การดำเนินการปรับปรุงแก้ไข เพื่อที่จะใช้เป็นแนวทางในงานประชาสัมพันธ์อื่นต่อไป (Cutlip, Scott M., Center, Allen H. and Broom, Glen M:1994)

กล่าวโดยสรุปการประชาสัมพันธ์ มี 4 ขั้นตอนได้แก่ การค้นหาแนวทาง การวางแผนการดำเนินการ การดำเนินการ และการประเมินผลการดำเนินการ ซึ่งเมื่อนำมาบูรณาการกับการแพร่กระจายนวัตกรรมจะมีความสอดคล้องกันอย่างชัดเจนในกระบวนการดำเนินการ ซึ่งจะสามารถนำไปสู่การถ่ายทอดนวัตกรรมในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. รูปแบบสื่อในการประชาสัมพันธ์

การดำเนินการในงานประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ มีความจำเป็นที่ต้องมีการใช้สื่อหลากหลายรูปแบบเพื่อเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร แนวคิด สารสำคัญ หรือกระตังนโยบายต่างๆ ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีความต้องการให้ประชาชนเหล่านั้นได้รับความรู้ความเข้าใจในผู้ที่ต้องการสื่อ อาทิเช่น เข้าใจในคุณภาพสินค้าและบริการ เข้าใจในแนวนโยบายในการแก้ปัญหาสถานการณ์ต่างๆ ดังนั้นการดำเนินการประชาสัมพันธ์ต้องมีการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการสื่อสารและเกิดภาพพจน์ที่ดีได้ ในที่นี้จะเป็นการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ ดังต่อไปนี้

(1) สื่อมวลชน (mass media) นับได้ว่าเป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการสื่อสารกับประชาชนที่อยู่ห่างไกลได้อย่างครอบคลุมและมีการเข้าถึงเป้าหมายได้มากกว่าสื่ออื่นๆ (Cutlip, Scott M., Center, Allen H. and Broom, Glen M:1994) ด้วยคุณสมบัติดังกล่าวนี้ทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมักจะยอมเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการให้กับสื่อมวลชน เพื่อที่จะใช้พื้นที่ในการดำเนินการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งนอกจากสื่อที่ต้องใช้เงินงบประมาณจำนวนมากในการดำเนินการแล้ว ยังมีกลุ่มสื่อที่ไม่ต้องเกิดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ เช่น การส่งข่าวประชาสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน เป็นต้น ในกลุ่มสื่อที่ต้องมีการเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การซื้อพื้นที่สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น สื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หน้าเว็บบอร์ดต่างๆ

เพื่อนำเสนอบทความความแฝงการโฆษณาไว้ ซึ่งเป็นการใช้แหล่งข่าวที่อาจมาจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ การสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กรใหญ่ๆ หรือการสัมภาษณ์ลูกค้า เป็นต้น ในการนำเสนอข่าวสารในแง่มุมที่มุ่งเน้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อภาพลักษณ์ขององค์กรโดยไม่มีการขายสินค้าหรือบริการต่างๆ ได้แก่ การดำเนินการซื้อพื้นที่สื่อวิทยุโทรทัศน์ในการดำเนินการเพื่อเผยแพร่ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสังคมธุรกิจ การดำเนินการเพื่อซื้อเวลาของสื่อกระจายเสียงในการนำเสนอข่าวสำคัญขององค์กร หรือเพื่อการโฆษณาบริษัท เป็นต้น (กรณีการ ัศวตรเดช : 2544)

(2) การดำเนินการในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อพื้นที่สื่อ ถูกนำมาใช้ในการส่งข่าวหรือการแจกข่าว (news release) โดยในการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ที่มาพร้อมกับภาพประกอบนั้น อาจจะเป็นภาพเดี่ยวหรือเป็นชุดภาพที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับข่าวสารหรือเกี่ยวข้องกับกิจกรรม ซึ่งในปัจจุบันวิธีการนี้ไม่ได้ถูกนำมาใช้มากนักเนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมีจำนวนมากและล้วนมีความน่าสนใจ ดังนั้นจึงมีกระบวนการคัดเลือกที่ละเอียดอ่อน เพื่อนำเสนอต่อประชาชนแล้วได้รับการประเมินในเชิงบวก ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นคอลัมน์ที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอข่าวเชิงสังคมที่แม้ยังไม่มีการระบุความถูกต้องแม่นยำอย่างแน่ชัด หรือข่าวซุบซิบต่างๆ (เสรี วงศ์มณฑา:2546)

(3) สื่อสิ่งพิมพ์พิเศษ (special publications) เป็นรูปแบบของการเผยแพร่ข่าวสารซึ่งดำเนินการผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผู้สื่อสารเป็นผู้ดำเนินการจัดทำในรูปแบบต่างๆ และมีการแจกจ่ายโดยตรงไปยังกลุ่มเป้าหมาย เช่น การทำใบปลิวลดราคาสินค้า การทำแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว การทำใบปลิวเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์สำคัญต่างๆ หรือการโฆษณารายละเอียดสินค้า (brochure) เพื่อให้นำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องสินค้า โดยมีรูปภาพที่มีขนาดพอเหมาะเพื่อที่จะประหยัดค่าจัดส่ง หากมีความจำเป็นต้องส่งตรงไปยังกลุ่มเป้าหมายทางไปรษณีย์ (direct mail) (Davis, Anthony:2003) นอกจากนี้ยังมีแผ่นปลิว มีการทำจดหมายข่าวซึ่งรายละเอียดประกอบด้วยข่าวสาร รวมถึงเรื่องราวที่เป็นประโยชน์และมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับสินค้าและบริการที่ต้องการสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้า สมาชิกในชุมชน หรือพนักงานขององค์กร เป็นต้น (เสรี วงศ์มณฑา:2546)

(4) การดำเนินการจัดกิจกรรมพิเศษ (special event) ซึ่งจะเป็นรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เข้าร่วมกิจกรรมได้จำนวนมาก และสามารถวัดผลการประชาสัมพันธ์ได้ทันที โดยลักษณะการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์รูปแบบนี้มีหลากหลายประเภทด้วยกัน เช่น การที่องค์กรหรือบริษัทใหญ่มีการเปิดโอกาสให้เข้าเยี่ยมชมบริษัท (company visit) การนำข้อมูล ข่าวสาร ข้อเท็จจริงมาจัดนิทรรศการ (exhibition) การเดินสายเพื่อแสดงผลงานด้วยสื่อหลากหลายรูปแบบ (road show) หรือเรื่องของการเดินสายเพื่อนำเสนอผลงานของบริษัทไปยังกลุ่มเป้าหมายขององค์กร ซึ่งนับเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล หรือสามารถนับเป็นการสื่อสารเป็นกลุ่ม เป็นต้น (กรณีการ ัศวตรเดช:2544)

(5) สื่อสารผ่านเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ (electronic media) ได้แก่ รูปแบบของการสื่อสารทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) หรือทางโซเซียลมีเดียรูปแบบต่างๆ โดยส่งผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งส่งผลให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารได้เป็นอย่างดี โดยในการดำเนินการผู้ส่งสารต้องคัดเลือกเนื้อหาที่สำคัญ และมีความน่าสนใจจัดส่งไปยังผู้รับเป้าหมาย และไม่ควรทำไฟล์หรือเนื้อหาที่จะสื่อมีขนาดใหญ่เกินไป เพราะนอกจากจะไม่น่าสนใจติดตามแล้วยังส่งผลให้เปลืองพื้นที่ในการรับข้อมูลและทำให้ผู้รับไม่สามารถรับสารนั้นได้อย่างครบถ้วน

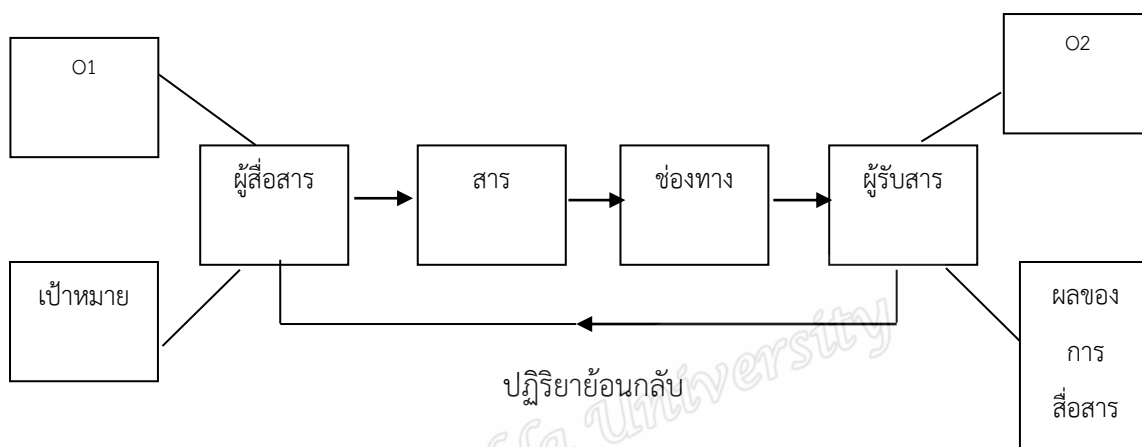
(6) การประชาสัมพันธ์โดยการจัดทำเว็บไซต์ขององค์กร (website) ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายแก่กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึงข้อมูลขององค์กร รวมถึงสื่อมวลชนเองที่ต้องการนำข้อมูลขององค์กรที่สนใจไปประกอบการรายงานข่าว ซึ่งนับเป็นการอำนวยความสะดวกและเป็นการดำเนินการที่สามารถเพิ่มกลุ่มเป้าหมายที่เข้าถึงข้อมูลข่าวสารขององค์กรได้จำนวนมาก แต่ในการดำเนินการต้องมีการออกแบบเว็บไซต์ให้มีความน่าสนใจ มีความทันสมัย มีความสวยงาม และเข้าถึงได้ง่าย มีความสะดวกในการใช้งานและประกอบด้วยข้อมูลหลักขององค์กรอย่างครบถ้วน โดยในการนำเสนอเนื้อหาองค์กรสามารถรวบรวมข่าวประชาสัมพันธ์ และนำเสนอภาพข่าวขององค์กรไว้ภายในเว็บไซต์ด้วยได้อีกทางหนึ่ง (Levine, Michael:2002)

(7) การดำเนินการผ่านสื่อประเภทกลุ่มสนทนาบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (discussion group) ซึ่งได้แก่ กลุ่มสนทนาที่ในเว็บไซต์ที่เรียกว่า ฟอรัม (forum) กลุ่มข่าวต่างๆ หรือ นิวส์กรุป (news group) หรือ กลุ่มbulletin บอร์ด (bulletin board) ซึ่งได้ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อเป็นเวทีในการแสดงความคิดเห็นหรือเป็นเวทีในการตอบข้อซักถามต่างๆ ขององค์กร ซึ่งจะปรากฏในเว็บไซต์หลักขององค์กร ดังนั้นในช่องทางนี้นักประชาสัมพันธ์จะสามารถแสดงความคิดเห็นและมีการโน้มน้าวใจในกลุ่มสนทนาเหล่านั้นเพื่อให้มีความคิดเห็นคล้อยตามได้ง่าย (Severin, Werner J. and Tankard, James W., Jr.:2001) ซึ่งในปัจจุบันมีการพัฒนาเป็นโซเซียลมีเดียรูปแบบต่างๆ

(8) สื่อบุคคลหรือสื่อคำพูด ได้แก่ สื่อบุคคลเพื่อต้อนรับแขก ที่ทำหน้าที่ต้อนรับผู้มาติดต่อกับองค์กร การให้บริการทางโทรศัพท์โดยการตอบข้อซักถามของผู้ติดต่อองค์กรทางโทรศัพท์ การปราศรัย การอภิปราย การประชุม เป็นต้น (เสรี วงศ์มณฑา:2546)

จากสื่อทั้ง 8 รูปแบบ จะเห็นได้ว่า การสื่อสารด้านการประชาสัมพันธ์มีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทางมุ่งเน้นการสื่อสารเพื่อให้เกิดการโน้มน้าวใจต่อผู้รับสาร ซึ่งเป็นการนำเสนอความจริงจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร และผลของการสื่อสารที่ผู้รับได้แสดงออกมาหลังจากการรับสาร ทั้งการสื่อสารเชิงวัจนะ เช่น การพูดหรือการเขียน และการสื่อสารกลับเชิงอวัจนะ ได้แก่ ท่าทาง น้ำเสียง สีหน้า แววตา เป็นต้น หากผู้รับสารเกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนผู้ส่งสารจำเป็นต้องหาแนวทางเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้รับสาร เพื่อให้ผู้รับสารได้เกิดความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง และสอดคล้องตรงกับที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อสารและนำมาซึ่งการตัดสินใจในที่สุด

ดังแสดงไว้ในแบบจำลองของ Karl-Erik Warneryd และ Kjell Nowak ซึ่งแบบจำลองนี้มีการพัฒนามาจากแบบจำลองที่ใช้ในการสื่อสารทางด้านการโฆษณาและใช้ในบริบทของการสื่อสารอื่นๆ โดยที่ทฤษฎีของ Karl-Erik Warneryd และ Kjell Nowak จะมีความคล้ายคลึงกันกับทฤษฎีการสื่อสารสองทางของ Everett M. Roger จึงได้มีการเพิ่มวัตถุประสงค์และเป้าหมายของผู้ส่งสาร รวมถึงวัตถุประสงค์และผลของการสื่อสารของผู้รับสาร ดังแบบจำลองต่อไปนี้



แผนภาพที่ 5 แบบจำลองการสื่อสารของ Karl-Erik Warneryd และ Kjell Nowak (1968,13)

แบบจำลองการสื่อสารของ Karl-Erik Warneryd และ Kjell Nowak ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการสื่อสารที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ผู้สื่อสาร (communicator) เป็นผู้ให้กำเนิด (originator) หรือผู้ส่งสาร (sender) ของกระบวนการสื่อสาร โดยผู้ส่งสารต้องมีเป้าหมาย (aim) ต่อสาร และมีวัตถุประสงค์ที่ผู้สื่อสารต้องการถ่ายทอดข่าวสารไปยังผู้รับสาร (O1) เนื้อหาของสาร (message) เป็นสัญลักษณ์ (signal) ที่แสดงในภาษา (linguistic) ภาพ (pictorial) หรือสัญลักษณ์อื่นๆ ผ่านช่องทางในการสื่อสาร (channel) หรือสื่อ (medium) ถ่ายทอดสัญลักษณ์ เช่น คำพูด การเขียน เป็นต้น หรือระบบสัญลักษณ์ซึ่งถูกใช้เพื่อผลิตสัญลักษณ์ เช่น ภาษา ไปยังผู้รับสาร (receiver) ผู้รับสารจะมีกรอบแห่งการอ้างอิงของผู้รับสาร (O2) ก่อให้เกิดการตีความสารที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดมา จากนั้นมีการสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งสาร (effect) เมื่อกระบวนการสื่อสารสิ้นสุดลงจะเกิดผลของการสื่อสารที่แสดงออกในลักษณะของการเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้รับสารย้อนกลับไปให้ผู้รับสารได้ทราบ (feedback) (Karl-Erik Warneryd and Kjell Nowak:1968)

ปฏิกิริยาย้อนกลับ (feedback) เป็นกลไกควบคุมพฤติกรรมสื่อสารของผู้ส่งสารปฏิกิริยาย้อนกลับมีทั้งเชิงลบหรือผลเสีย ทำให้ผู้ส่งสารทราบว่าผลของการสื่อสารผิดพลาด ล้มเหลว ทำให้ผู้ส่งสารต้องหาแนวทางในการปรับปรุงและแก้ไขให้ดีขึ้น (สุกัญญา บุรณเดชาชัย, มปป.)

ส่วนปฏิกริยาย้อนกลับที่ดีความเป็นเชิงบวกหรือผลดีจากเนื้อหาสาร สามารถพิจารณาเกี่ยวกับประสิทธิผลของการสื่อสาร หรือเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและโน้มน้าวใจ (Marsen, Sky:2006) เมื่อปฏิกริยาย้อนกลับเป็นเชิงบวกยอมทำให้ผู้ส่งสารเกิดความเชื่อมั่นในกระบวนการสื่อสารที่ตนได้สื่อสารกับผู้รับสารและรักษาวิธีการเหล่านั้นไว้ การสื่อสารแบบสองทางจึงเป็นการสื่อสารที่ผู้สื่อสารทั้งสองฝ่ายต่างเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน (สุกัญญา บุรณเดชาชัย, มปป.)

ซึ่งการประชาสัมพันธ์จะดีเลิศ ถ้าเป็นการสนทนาแบบสองทางระหว่างผู้ส่งเนื้อหาของสารเพื่อการประชาสัมพันธ์กับผู้รับสาร การแลกเปลี่ยนนี้จะเกิดการยอมรับระหว่างกันในอิทธิพลที่มากกว่าหรือน้อยกว่าอย่างเท่าเทียมกันของอีกฝ่ายที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และอาจนำไปสู่การเจรจาต่อรองและการประนีประนอม (Davis, Anthony:2003)

5. ผลของการประชาสัมพันธ์

ผลที่เกิดขึ้นจากการประชาสัมพันธ์สามารถเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ ดังต่อไปนี้

(1) การเปลี่ยนแปลงความรู้ (change knowledge) ผู้ส่งสารที่ต้องการให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงความรู้ที่มีอยู่เดิมใหม่ ผู้ส่งสารต้องเลือกสารให้เหมาะสมกับพื้นที่ภายในจิตใจของผู้รับสาร (McKeon, Dermot H.:1995) การเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น (change opinion) เกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร (image) ต้องกำหนดขอบเขตความต้องการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของประชาชนในเรื่องดังกล่าว และทัศนคติอะไรเกี่ยวกับองค์กรที่ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้และเปลี่ยนแปลง (McKeon, Dermot H.,1995)

(2) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (change behavior) การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจของกลุ่มเป้าหมายขององค์กรให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเป็นสิ่งที่ยากมาก นักประชาสัมพันธ์ต้องเขียนรูปแบบพฤติกรรมให้เป็นแบบอย่างที่ดีซึ่งต้องการกระตุ้นและวางเนื้อหาสารที่ต้องการสนับสนุนเหล่านั้น แล้วลงมือปฏิบัติการรณรงค์ (McKeon, Dermot H.:1995)

ซึ่งการดำเนินการวิจัยครั้งนี้มุ่งหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้ง 2 ประการ คือ การเปลี่ยนแปลงความรู้ ความเข้าใจ จนเกิดเป็นความตระหนักรู้ในการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้ประชาชนในพื้นที่หันมาให้ความร่วมมือกับภาครัฐ บุคคล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสร้างสังคมใหม่ที่ปราศจากปัญหาและดำเนินกิจกรรมการพัฒนาพื้นที่ไปด้วยกัน

6. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media)

จากความหมายที่ว่า สื่อ (Media) หมายถึง ช่องทางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีในรูปแบบต่างๆ เพื่อที่จะส่งไปยังกลุ่มของผู้รับสาร (Receiver) โดยอาศัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบันเป็นช่องทางในการสื่อสาร ซึ่งส่งผลให้สื่อเกิดการพัฒนารูปแบบของสื่อในรูปแบบต่างๆ เกิดขึ้นมาใหม่มากมายเป็นลำดับ ซึ่งหากนับย้อนไปตั้งแต่การดำเนินการสื่อสารที่พัฒนามาจากการใช้อวัยวะของร่างกายเป็นเครื่องมือสื่อสารโดยเป็นรหัสภาษา มีการพัฒนาต่อมามนุษย์เริ่มใช้เป็นภาษาพูดและภาษาเขียน จวบจนกระทั่งคริสต์ศตวรรษที่ 15 ที่ได้มีการประดิษฐ์แท่นพิมพ์ โดยนายโยฮันเนส กูเตนเบอร์ก ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ในโลกของการสื่อสาร ซึ่งในจุดนี้ทำให้สื่อบุคคลแต่เดิมได้ถูกแทนที่โดยสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ซึ่งวิวัฒนาการของเทคโนโลยีในที่เกิดขึ้นในแต่ละยุคสมัยได้นั้นก่อให้เกิดการพัฒนาของสื่อทุกระดับและทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นออนไลน์ออฟไลน์ อาทิเช่น ทั้งสื่อภาพยนตร์ โทรทัศน์ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีนี้ทำให้เราสามารถจำแนกประเภทของสื่อออกเป็น 2 ประเภท คือ

(1) สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) สื่อประเภทนี้จะทำหน้าที่สื่อสารทางเดียวไปยังผู้รับสาร ไม่สามารถติดต่อกลับไปยังผู้ส่งสารได้ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ โทรเลข วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์

(2) สื่อใหม่ (New Media) สื่อประเภทนี้มีจุดเด่นสามารถทำให้ผู้ส่งสารเป็นผู้รับสารและผู้รับสารสามารถเป็นผู้ส่งสารได้พร้อมกัน ถือเป็น การสื่อสารสองทาง (Two-way communication) นอกจากนี้ สื่อใหม่ยังสามารถส่งสารในรูปของข้อความ ภาพ และเสียงได้ในเวลาเดียวกัน

ซึ่ง Ronald E. Rice (1985, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2555:16) ได้กล่าวไว้ว่า สื่อใหม่จะเป็นสื่อที่มีลักษณะที่สำคัญ คือ มีการขยายการเข้าถึงของผู้ชมได้กว้างขวางและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ด้วยวิธีการที่แตกต่างออกไป ซึ่งคุณลักษณะที่สำคัญนี้ความสามารถในการสร้างการปฏิสัมพันธ์และความสามารถในการนำไปใช้ในพื้นที่ของสื่อเดิมได้ เช่น การใช้แทนสื่อบุคคล (e-Mail) การใช้แทนการสื่อสารในกลุ่ม (Video conference) กล่าวโดยสรุป คือ สื่อใหม่เหล่านี้จะเข้ามาแทนที่สื่อดั้งเดิมหรือทำงานร่วมกับสื่อดั้งเดิมได้ในทุกระดับ

สื่อใหม่ (New Media) ในทัศนะของ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2547:75) หมายถึง เทคโนโลยีการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นสื่อเสียง (Audio) ตัวหนังสือหรือตัวเลข (Text) ภาพกราฟิก (Graphics, Still Images) หรือวิดีโอ (Video, Animation) ที่มีศักยภาพในการเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีเครือข่าย อันมีคอมพิวเตอร์ และ/หรือโทรคมนาคมเป็นองค์ประกอบหลัก

สื่อใหม่ (New Media) ในทัศนะของ สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2555) เป็นเทคโนโลยีที่ได้รับการปรับปรุงและพัฒนาจากสื่อดั้งเดิม สื่อทั้งสองชนิดนี้จึงไม่ได้แยกออกจากกันโดยสิ้นเชิง แต่เป็นการพัฒนาปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นภายใต้การทำงานตามคุณลักษณะของสื่ออื่นๆ นอกจากนี้

สื่อใหม่เป็นการสื่อสารที่สามารถตอบสนองความต้องการทางด้านสารสนเทศให้แก่ผู้รับสารได้ตามความต้องการ เนื่องจากสื่อใหม่มีความสามารถในการเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสารจำนวนมากไว้อย่างเป็นระบบ และไม่มีข้อจำกัดในด้านเวลา (Time) และเนื้อที่ (Space) ในการเข้าถึงสื่อ ซึ่งถือเป็นข้อจำกัดของสื่อแบบดั้งเดิม ประกอบกับในยุคปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความรู้พื้นฐานด้านเทคโนโลยีและสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้อย่างเท่าเทียม ซึ่งเป็นการสร้างพื้นที่ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไปยังบุคคลต่างๆ ทั้งในระดับบุคคลและระดับมวลชนได้เป็นอย่างดี และอีกทั้งยังมีโปรแกรมที่เกิดจากการพัฒนาต่างๆ มากมายที่จะสามารถสร้างการมีส่วนร่วมให้กับผู้รับสารและผู้ส่งสารได้มีโอกาสดูโต้กัน กระบวนการสื่อสาร เช่น โปรแกรมแชท (Chat) เว็บไซต์ (Website) หรือบล็อก (Blog) ต่างๆ หรือในปัจจุบันที่มีการพัฒนาเป็นไลน์ เฟซบุ๊ก ติ๊กต็อกหรืออินสตาแกรม

Burnett & Marshall (2003:40-41 อ้างถึงใน สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2545) ได้กล่าวถึงสื่อใหม่ว่าเป็นสื่อที่สามารถเอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ทำหน้าที่ไปในกระบวนการโดยพร้อมกัน ซึ่งเป็นการสื่อสารสองทาง และส่งเสริมให้เกิดการตอบโต้ระหว่างกันได้ นอกจากนี้ยังสามารถทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน เช่น ภาพ เสียง และข้อความ ซึ่งเป็นการนำเอาเอาเทคโนโลยีของสื่อแบบดั้งเดิมผนวกรวมเข้ากับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน ส่งผลให้สื่อสามารถทำได้สองทางโดยผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งปัจจุบันสื่อใหม่ที่มีการพัฒนาขึ้นอย่างหลากหลายกลายเป็นที่รู้จักและนิยมใช้กันมากขึ้น

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2545) ได้ให้ความหมายว่า สื่อใหม่ (New Media) หมายถึง ระบบการสื่อสารที่เชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายระดับโลก ไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) บริการเวปไซด์เวิลด์ (World Wide Web: WWW) และบริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์ (Commercial on-line Service) เป็นต้น

ปิยะพร เขตบรรณพต (2553:9) ได้กล่าวถึง สื่อใหม่ไว้ว่าสื่อใหม่จะมีรูปแบบเนื้อหาแบบดิจิทัลที่พบเห็นได้ในยุคปัจจุบัน และมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคต ทั้งนี้สื่อใหม่แต่ละประเภทมีความโดดเด่นและแตกต่างกันตามประโยชน์และวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อประเภทสื่อใหม่ ซึ่งได้แก่ เว็บไซต์ (Web site) อินเทอร์เน็ต (Internet) อีเมลล์ (e-Mail) เทคโนโลยีสำหรับอุปกรณ์พกพาหรือแพลตฟอร์มเคลื่อนที่ (Mobile Platform) วิดีโอเกมและโลกเสมือนจริง ซีดีรอม มัลติมีเดีย ซอฟต์แวร์ บล็อกและวิกิ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) ผู้ให้บริการสารสนเทศ โทรทัศน์โต้ตอบ อุปกรณ์พกพาหรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ อาทิเช่น โทรศัพท์มือถือ พีดีเอ พอดแคสต์ นวนิยายแบบข้อความหลายมิติ (Hypertext fiction) เป็นต้น

จากความหมายข้างต้นจะเห็นได้ว่า สื่อใหม่ในความหมายปัจจุบันคือ การติดต่อสื่อสารระหว่างกัน โดยการใช้การเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นเครือข่ายที่สามารถโยงใยถึงกัน และมีการตอบสนองระหว่างกันได้ทันที ซึ่งสื่อใหม่นี้จะเป็นผลดีในการนำมาใช้สื่อสารกับคนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ในกระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรม เพราะเป็นเครื่องมือที่มีความฉับไวในการดำเนินการและสามารถสร้างการเข้าถึงและดึงดูดความสนใจได้มากขึ้น

ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media) ได้แก่ ประเภทของสื่อใหม่และประโยชน์ของสื่อใหม่ที่นำมาใช้ในการศึกษารูปแบบการบูรณาการการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ในครี

ตารางเปรียบเทียบระหว่าง การแพร่กระจาย และการประชาสัมพันธ์

	การแพร่กระจายนวัตกรรม	การประชาสัมพันธ์
ความหมาย	กระบวนการที่นำไปสู่การถ่ายทอดความคิด วิธีปฏิบัติ ข้อมูลข่าวสาร หรือเรื่องของพฤติกรรมที่เกิดขึ้นที่บุคคล หรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง ต้องการสื่อไปยังบุคคล หรือกลุ่มบุคคลอื่นในวงกว้าง เพื่อที่จะให้เกิดเรื่องของการยอมรับความคิด วิธีปฏิบัติ ข้อมูลข่าวสาร หรือเกิดการรับเอาพฤติกรรมที่ต้องการถ่ายทอดนั้น เพื่อให้เกิดผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ความคิด รูปแบบสังคมและวัฒนธรรมไปสู่การเป็นสังคมที่ดีได้ในที่สุด	การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินการเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ความตระหนัก และเกิดการรับเพื่อนำไปปรับใช้หรือเพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อกัน ซึ่งทำได้หลายวิธี เช่น การเผยแพร่ด้วยเครื่องมือต่างๆ การแจ้งให้ทราบ การอธิบาย เมื่อกลุ่มเป้าหมายได้รับการสื่อสารแล้วจึงเกิดความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งปัจจุบันมักเป็นการสื่อสาร 2 ทาง คือ ผู้รับสารสามารถแสดงการโต้ตอบต่อสารที่ได้รับในรูปแบบต่างๆ ได้ ทั้งนี้ท้ายที่สุดแล้วการประชาสัมพันธ์ล้วนดำเนินการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจซึ่งนำไปสู่การพัฒนา การแก้ปัญหา และการรักษาชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของผู้ที่สื่อสาร ซึ่งผู้ที่จะทำหน้าที่ดังกล่าวและพิจารณาคัดเลือกข่าวสารตามคุณค่าของข่าวนั้น คือ สื่อมวลชน
องค์ประกอบ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตัวนวัตกรรม 2. การสื่อสาร 3. ช่วงระยะเวลา 4. สมาชิกในระบบสังคม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. องค์กร สถาบันหรือหน่วยงาน 2. ข่าวสารประชาสัมพันธ์ 3. สื่อประชาสัมพันธ์ 4. กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการ ประชาสัมพันธ์
กระบวนการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. การประดิษฐ์คิดค้น 2. การแพร่หรือการสื่อสาร 3. ผลพวงของการรับนวัตกรรม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การสำรวจและกำหนดปัญหา 2. การวางแผนและกำหนดแผนงานการปฏิบัติ 3. การปฏิบัติการและการสื่อสาร 4. การประเมินผลการปฏิบัติงาน
ทฤษฎี	Everette M. Rogers	Cutlip, Scott M., Center, Allen H. and Broom, Glen M.

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยภายในประเทศเกี่ยวกับการรับข่าวสารและนวัตกรรม

สิงห์ สิงห์ขจร (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการรับรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนของประชาชน ทัศนศึกษา กรุงเทพมหานคร” โดยดำเนินการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและประเด็นในการรับรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนของประชาชน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนผ่านสื่อประเภทโทรทัศน์มากที่สุด และรองลงมา มีการรับสื่อผ่านทางหนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ สำหรับการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนมีการรับรู้ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย มากที่สุด

อมราพร แสนยศ (2558) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการประกันบ้านอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมสูงวัยของกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยทำการศึกษาในประเด็นการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการประกันบ้านอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมสูงวัยของกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศและอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับ “ประกันบ้านอายุ” จากสื่อบุคคลที่แตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “ประกันบ้านอายุ” มากกว่าเพศชาย และกลุ่มตัวอย่างอาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารที่มากกว่าผู้ที่ประกอบอาชีพค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว และพนักงานเอกชน/ องค์กร มหาชน/ องค์กรอิสระตามรัฐธรรมนูญ ส่วนประเด็นในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “ประกันบ้านอายุ” จากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติโดยรวมเกี่ยวกับ “ประกันบ้านอายุ” โดยมีค่าความสัมพันธ์เป็นบวก ด้านความรู้เกี่ยวกับ “ประกันบ้านอายุ” มีค่าความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับ “ประกันบ้านอายุ” มีความสัมพันธ์เป็นบวก อีกทั้งด้านทัศนคติเกี่ยวกับ “ประกัน บ้านอายุ” มีความสัมพันธ์แนวโน้มพฤติกรรมการทำประกันบ้านอายุมีความสัมพันธ์เป็นบวกเช่นกัน กล่าวคือความสัมพันธ์ของความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการทำ “ประกันบ้านอายุ” มีความสัมพันธ์สอดคล้องกันเป็นไปในทิศทางบวก

วัลย์ลิกา บุรณทอง และ พัชนี เขยจรรยา (2558) ได้ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมการประชาสัมพันธ์กับการรับรู้และตัดสินใจทำประกันวินาศภัย ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างได้รับรู้ข่าวสารเรื่องการประกันวินาศภัยมากที่สุด ได้แก่ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ รองลงมา ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า สื่อบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างได้รับรู้ข่าวสารเรื่องการประกันวินาศภัยมากที่สุด ได้แก่ ตัวแทนประกันวินาศภัย รองลงมา ได้แก่ เจ้าหน้าที่ธนาคาร เพื่อน นายหน้าประกันวินาศภัย และบิดา/มารดา สื่อสิ่งพิมพ์ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารเรื่องการ

ประกันวินาศภัยมากที่สุดคือ หนังสือพิมพ์ รองลงมาคือ แผ่นพับ/โบรชัวร์ นิตยสาร และวารสาร ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารเรื่องการประกันวินาศภัยมากที่สุดจากรายการโฆษณาในโทรทัศน์ และรายการโฆษณาในวิทยุ ตามลำดับ ส่วนสื่ออินเทอร์เน็ตที่กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารเรื่องการประกันวินาศภัยมากที่สุดได้แก่ เฟซบุ๊ก รองลงมาคือ เว็บไซต์ ไลน์ อินสตาแกรม และบล็อก

เกตุวดี สมบูรณ์ทวี, จินตจุกา อยู่ทอง และ ชวนศิริ ธรรมชาติ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพล การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการรับรู้ตราสินค้า Maybelline ของกลุ่มเพศหญิง Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยการรับรู้ตราสินค้า Maybelline ของการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในด้านต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในตราสินค้า Maybelline ของผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์ เพียง 4 ด้านประกอบไปด้วยได้แก่ การประชาสัมพันธ์สื่อออนไลน์ผ่าน Website, Facebook, Blog, Instagram จะทำให้ผู้บริโภคมีการรับรู้ในตราสินค้ามากขึ้นจากปัจจัย การสื่อสารการตลาดทั้ง 4 ด้าน ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ตราสินค้าของผู้บริโภค มองว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อาจจะช่วยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นตัวบ่งบอกภาพลักษณ์ของสินค้าและสร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภค อีกทั้งยังสามารถบอกไปถึงการรับรู้ข่าวสารและความต้องการของผู้บริโภคจึงเป็นส่วนช่วยให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในตราสินค้าได้ง่ายขึ้นและพึงพอใจกับสินค้าที่ซื้อ และไม่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นตราสินค้า 2 ด้าน คือ การประชาสัมพันธ์สื่อออนไลน์ผ่าน Line และการประชาสัมพันธ์สื่อออนไลน์ผ่าน Youtube การรับรู้ การประชาสัมพันธ์สื่อออนไลน์ผ่าน Line มีข้อดีสามารถสื่อสารโต้ตอบกลับได้ในทันที ใช้งานสะดวก มีความเป็นส่วนตัวสูง นิยมใช้กันในกลุ่มคนสนิท เช่น เพื่อน ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม Line ก็เป็นการใช้สื่อในการติดต่อสื่อสารที่จำกัดในกลุ่ม แคบๆ ไม่ได้เป็นสื่อที่จะเปิดรับข่าวสารได้อย่างกว้างขวางและครอบคลุมเหมือนสื่ออื่นๆ ดังนั้น การ ประชาสัมพันธ์สื่อออนไลน์ผ่าน Line จึงไม่มีผลต่อการรับรู้ตราสินค้า การประชาสัมพันธ์สื่อสังคมออนไลน์ผ่าน Youtube มีข้อดี สามารถรับรู้สื่อต่างๆ ได้เป็นภาพเคลื่อนไหว มีทั้งภาพ เสียง และสามารถกด Subscribe เพื่อติดตาม การอัปเดตรายการภายช่องรายการใน Youtube ที่เราสนใจได้อย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตามผู้คน ส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ชนิดนี้ จะเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีการรับรู้หรือมีความต้องการที่จะเข้าชม สื่ออยู่แล้วและการโฆษณาผ่าน Youtube ไม่ได้สร้างการรับรู้ในระดับที่มากพอสมควร ดังนั้น การ ประชาสัมพันธ์สื่อออนไลน์ผ่าน Youtube จึงไม่มีผลต่อการรับรู้ตราสินค้า

ณัฐวดี เปรมปราชญ์ และ ผศ.ดร.อัจฉรา ปันทรานวงศ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับ นวัตกรรมแอปพลิเคชันฟังเพลงแบบสตรีมมิ่ง KKBOX บนสมาร์ตโฟนของผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ใช้สมาร์ตโฟนที่ใช้ออปพลิเคชันต่อเนื่อง 1 ปี ขึ้นไป และใช้ออปพลิเคชันต่อเนื่องน้อยกว่า 1 ปี ส่วนใหญ่จะมีการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชันฟังเพลงแบบสตรีมมิ่ง KKBOX ครบทั้ง 5 ขั้นตอน โดยแต่ละขั้นตอนนี้จะเกิดขึ้นตามลำดับ และสอดคล้องกับกระบวนการการตัดสินใจยอมรับ

นวัตกรรมของบุคคล (Innovation-Decision Process) ของ Everett M. Rogers (2003) ซึ่งได้อธิบายไว้ว่าเป็นกระบวนการที่บุคคลใด (หรือกลุ่มบุคคลใด) ได้รับความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม จนกระทั่งส่งผลก่อให้เกิดทัศนคติต่อนวัตกรรม เพื่อที่จะตัดสินใจว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้น ถ้าหากเกิดการยอมรับก็จะนำนวัตกรรมนั้นไปลงมือปฏิบัติ ต่อด้วยการยืนยันการและตัดสินใจเป็นขั้นสุดท้าย โดยจะเกิดเป็นขั้นตอนทั้งหมด 5 ขั้นตอนอย่างต่อเนื่องกัน คือ ขั้นความรู้ ขั้นโน้มน้าวใจ ขั้นตัดสินใจ ขั้นการดำเนินการ และขั้นการยืนยัน

กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต (2561) ได้ศึกษาการวิจัย เรื่อง การวิเคราะห์การยอมรับการใช้บริการธนาคารดิจิทัลโดยใช้ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การยอมรับการใช้บริการธนาคารดิจิทัล (Digital Banking) ที่เหมาะสมในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า เรื่องของการแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินการเพื่อให้เกิดการยอมรับในการใช้บริการธนาคารดิจิทัลที่ทุกธนาคารมีการปรับตัวตามยุคสมัย และเพิ่มช่องทางการบริการผ่านทางออนไลน์ ซึ่งกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมตามแนวทางของโรเจอร์สามารถเพิ่มความไว้วางใจในการใช้บริการให้กับกลุ่มลูกค้าได้ ซึ่งส่งผลต่อไปยังการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการธนาคารดิจิทัล ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จากข้อสรุปของงานวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นตัวแบบสำคัญสำหรับผู้บริหารธนาคารในการกำหนดนโยบาย หรือแผนกลยุทธ์เพื่อการปฏิบัติรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของธนาคาร และการพัฒนาระบบธนาคารดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพจะเป็นการดำเนินการที่มีความสอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการในชีวิตประจำวันอย่างสะดวกสบาย

กิตติศักดิ์ อังคะนาวิน (2561) ได้ศึกษาการวิจัย เรื่อง นวัตกรรมเทคโนโลยีและคุณภาพระบบที่มีผลต่อประสิทธิผลในการทำการตลาดดิจิทัลไทยแลนด์ 4.0 ในกลุ่มผู้ประกอบการซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิผลในการทำการตลาดดิจิทัลไทยแลนด์ 4.0 สูงสุด คือ การแพร่กระจายนวัตกรรมเทคโนโลยีขององค์กร รองลงมา คือ กระบวนการสื่อสารนวัตกรรมเทคโนโลยี คุณลักษณะนวัตกรรมเทคโนโลยีองค์กร และกระบวนการตัดสินใจใช้นวัตกรรมเทคโนโลยี ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อประสิทธิผลในการทำการตลาดดิจิทัลไทยแลนด์ 4.0 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยผ่านจากการแพร่กระจายนวัตกรรม เทคโนโลยีสูงสุด คือ คุณลักษณะนวัตกรรมเทคโนโลยีองค์กร รองลงมา คือ คุณภาพระบบนวัตกรรม เทคโนโลยี และที่ผ่านจากกระบวนการตัดสินใจใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีสูงสุด คือ กระบวนการสื่อสารนวัตกรรมเทคโนโลยี รองลงมา คือ คุณภาพระบบนวัตกรรมเทคโนโลยี

ภพธร วุฒิหาร (2561) ได้ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมต่อโครงการบ้านประชารัฐของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” มุ่งศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมต่อโครงการบ้านประชารัฐของประชาชนในเขต

กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการบ้าน
 ประชากรจากสื่ออินเทอร์เน็ต โซเชียลเน็ตเวิร์ก เป็นอันดับที่ 1 และสื่อโทรทัศน์เป็นอันดับที่ 2 โดย
 เป็นการเปิดรับประเภทข่าวสารในเรื่องราคาที่อยู่อาศัยมากที่สุด และนอกจากนี้ยังพบว่า ลักษณะ
 ประชากรที่แตกต่างกันมีระดับความถี่ (ครั้ง/เดือน) ในการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโครงการบ้านประชากร
 จากสื่ออันดับที่ 1 (อินเทอร์เน็ต/โซเชียลเน็ตเวิร์ก) แตกต่างกัน

วสันต์ อติศัพท์ และ โอภาส เกาไศยาภรณ์ (2561) ได้ดำเนินการสำรวจการรับรู้ข้อมูล
 ข่าวสารของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ ของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดน
 ภาคใต้ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการสำรวจการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัด
 ชายแดนภาคใต้ ของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ในพื้นที่
 จังหวัดชายแดนภาคใต้เคยรู้จักหรือรับทราบข้อมูลข่าวสารของของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัด
 ชายแดนภาคใต้ ผ่านสื่อส่วนใหญ่คือ เว็บไซต์ รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อเพ
 ซบุ๊ก ตามลำดับ โดยผลการเปรียบเทียบทัศนคติการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารของศูนย์อำนวยการบริหาร
 จังหวัดชายแดนภาคใต้ จำแนกตาม เพศ อายุ ศาสนา การศึกษา อาชีพ และรายได้ พบว่า ส่วนใหญ่
 ไม่แตกต่างกัน แต่ระดับทัศนคติที่มีต่อการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม/โครงการ
 ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า
 แตกต่างกัน

2. งานวิจัยภายในประเทศเกี่ยวกับการสถานการณ์ การแก้ปัญหาและการพัฒนาจังหวัด ชายแดนภาคใต้

จารียา อรรถอนุชิต (2550) ดำเนินการศึกษาเรื่อง แบบแผนการสื่อสารการเปิดรับสื่อและ
 ความต้องการข่าวสารของประชาชนเกี่ยวกับสถานการณ์ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลการวิจัยพบว่า
 สื่อที่ประชาชนมีการเปิดรับมากที่สุด ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ รองลงมา ได้แก่ การสื่อสารระหว่างบุคคล ไม่
 ว่าจะเป็นบุคคลในครอบครัว เพื่อนบ้านและเพื่อนร่วมงาน และผ่านทางสื่อวิทยุ ตามลำดับ ในส่วน
 ของการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้
 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่จะรับรู้ข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ สื่อวิทยุ และสื่อ
 หนังสือพิมพ์ตามลำดับ อีกทั้งยังมีการเปิดรับข่าวสารจากผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนา และร้านน้ำชา

เนื้อหาข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าจะมีส่วนในการสร้างความสันติสุข
 ได้แก่ เรื่องของการจัดการศึกษาซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของ 3
 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ประเด็นรองลงมาคือ ประชาชนควรช่วยสอดส่องดูแลชุมชน/สังคม หากพบสิ่ง
 ผิดปกติควรแจ้งเบาะแสดแก่เจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานภาครัฐ และประเด็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และทำ
 กิจกรรมร่วมกันระหว่างภาครัฐและประชาชนในสังคมจะช่วยให้เกิดความสมานฉันท์ในสังคม และ

สมาชิกในชุมชนมีส่วนช่วยเสริมสร้างความมั่นคงและความสันติสุขได้ สำหรับเนื้อหาข่าวสารที่ประชาชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ต้องการ ได้แก่ ข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน รองลงมา ได้แก่ ทิศทางการพัฒนาการศึกษาแก่เยาวชน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้และเรื่องของการติดตามตัวผู้กระทำผิดมาลงโทษ

ผลจากการศึกษาพบว่า เครือข่ายการสื่อสารไม่เชื่อมั่นในข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชน เพราะมีสาเหตุสำคัญ คือ ภาพสะท้อนของเหตุการณ์ความรุนแรงในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีการนำเสนอผ่านสื่อต่างๆ โดยการให้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องหรือซึ่งบางครั้งเป็นการสร้างภาพข่าวให้มีความรุนแรงเกินจริง ดังนั้นกลุ่มเยาวชนและสตรีต้องการจะมีบทบาทในการเป็นผู้ส่งสารผ่านทั้งสื่อกระแสหลักและสื่อทางเลือกได้มากขึ้น ซึ่งต้องมีการนำเสนอเกี่ยวกับวิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม และสิ่งดีงามในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ นอกจากนี้ต้องมีการดำเนินการเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่กลุ่มองค์กรหรือหน่วยงาน ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เข้ามาทำงานในพื้นที่ให้มีความเข้าใจในวิถีมุสลิมและมีการแสดงพฤติกรรมที่ทำให้เกียรติและเคารพในสิทธิของชาวมุสลิมให้มากขึ้นกว่าเดิม

สุไรยา หนิเร่ และ สุรชัย ไวยวรรณจิตร (2558) ดำเนินการศึกษา เรื่อง มุมมองของประชาชนต่อนโยบายภาครัฐที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้: กรณีศึกษาทุ่งยางแดงโมเดล ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนได้ยินและรับรู้การดำเนินการโครงการพอสมควร โดยรับรู้ผ่านการทำเวทีทำความเข้าใจเกี่ยวกับการทำงานของเจ้าหน้าที่รัฐซึ่งมีความพยายามเพื่อให้เกิดความสงบสันติสุขในพื้นที่ และคิดว่าเป็นนโยบายที่ดีที่จะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ นอกจากนี้ยังมีการให้ความสำคัญในเรื่องของการสร้างความตระหนักให้กับประชาชนในการดำเนินการแก้ปัญหาและพัฒนา เพื่อให้ทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมในการดำเนินการและสามารถแก้ปัญหาได้จริง

อาชิติน หนิเร่ (2560) ดำเนินการศึกษาเรื่อง ทักษะคติของกลุ่มคนรุ่นใหม่ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีต่อปัญหาความไม่สงบในพื้นที่ ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของนักศึกษาเยาวชนกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่สำคัญอยู่ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้เห็นว่า ประเด็นสำคัญที่รัฐควรให้ความสำคัญกับประชาชนในพื้นที่ในการเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการพื้นที่ และภาครัฐควรจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องของการยอมรับอัตลักษณ์และความหลากหลาย โดยดำเนินการให้เกิดความราบรื่นสันติวิธีในการดำเนินการแก้ปัญหาและพัฒนา

อภิวัฒน์ สมานิและคณะ (2561) ดำเนินการศึกษาเรื่อง การแก้ปัญหาความมั่นคงในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ กรณีศึกษาโครงการกำปงตักวาและโครงการพาคนกลับบ้าน โดยทำการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะของข้าราชการและประชาชนที่มีต่อโครงการกำปงตักวาและโครงการพาคนกลับบ้านในแง่ของการแก้ปัญหาความมั่นคงในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และเสนอรูปแบบที่เหมาะสมในการแก้ปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลการวิจัยพบว่า ทักษะต่อโครงการอยู่ในระดับ

มาก แต่ความเชื่อมั่นต่อโครงการอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังพบประเด็นสำคัญที่ว่าประชาชนยังไม่สามารถเข้าถึงโครงการกำบังตึกของรัฐมากเท่าที่ควร ซึ่งรัฐต้องหาทางที่จะให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการและการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์

ธาราทิพย์ กัลยาณมิตร และคณะ (2562) ดำเนินการศึกษาเรื่อง อนาคต ทิศทางการแก้ปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัญหาและสถานการณ์ความไม่สงบตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน มีสาเหตุมาจากการเมืองที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การศึกษา และกระบวนการยุติธรรม ซึ่งสร้างความเดือดร้อน ความสูญเสียทั้งร่างกาย จิตใจ และทรัพย์สิน และส่งผลต่อการพัฒนาประเทศในทุกด้าน ซึ่งมีการเสนอทางออกในการแก้ปัญหาดังนี้ 1) ดำเนินการตามยุทธศาสตร์ เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา บูรณาการการขับเคลื่อนนโยบายทุกระดับ บูรณาการการทำงานของทุกส่วนงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีการบริหารเงินงบประมาณให้เข้าถึงกลุ่มคนทุกชุมชน ทูกออาซีฟ และให้ความสำคัญกับการใช้พลังกำลังของคนทำงานในพื้นที่

ติณณภพ เตียวเจริญกิจ (2563) ดำเนินการศึกษาเรื่อง สันติวิธีในนโยบายความมั่นคงของไทย ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยได้ดำเนินการศึกษาการเปลี่ยนแปลงของนโยบายความมั่นคงจังหวัดชายแดนภาคใต้ การให้ความหมาย การตีความ และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดสันติวิธีของตัวแสดงสำคัญ และเรื่องของอุปสรรคในการขับเคลื่อนแนวคิดสันติวิธี ผลการวิจัยพบว่า สันติวิธีส่งผลต่อการขับเคลื่อนนโยบายด้านความมั่นคงสำหรับการแก้ปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งมีสาเหตุมาจาก 1) พัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงนโยบายในการแก้ปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ขึ้นอยู่กับบริบททางการเมืองของแต่ละยุค 2) ระดับความรู้ความเข้าใจและทัศนคติต่อแนวคิดสันติวิธี และบริบทของปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของเจ้าหน้าที่รัฐและประชาชนที่ไม่ตรงกัน และ 3) ปัญหาที่เกิดจากนโยบายการแก้ปัญหาที่ขัดแย้งกับแนวคิดสันติวิธี

กฤษมา กุใหญ่และคณะ (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาความเข้าใจในสังคมพหุวัฒนธรรมและสันติสุขจังหวัดชายแดนภาคใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบและแนวทางการพัฒนาเนื้อหาสาระและการผลิตสื่อที่ส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชน การพัฒนาเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งบทบาทการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสื่อสาร ผลการวิจัยพบว่า การสร้างการมีส่วนร่วมด้วยกิจกรรมที่หลากหลายและใกล้ชิดกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมกลุ่มย่อยหรือชุมชน เพื่อขยายเครือข่ายความร่วมมือและเป้าหมายการขับเคลื่อนมุมมองสันติภาพในจังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นการดำเนินการที่สามารถสร้างสันติสุขให้เกิดในพื้นที่ได้ นอกจากนี้การสร้างสันติภาพจังหวัดชายแดนภาคใต้ยังต้องการมุมมองใหม่ วิธีการใหม่อย่างสร้างสรรค์จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเสริมความเข้มแข็งของผู้คนในระดับชุมชนให้เข้ามามีส่วนในสนามของการสร้างสันติภาพ ได้แสดงออกความคิดเห็นและหาทางออกร่วมกันโดยมีกระบวนการรองรับอย่างสร้างสรรค์ และควรมีการเปิดพื้นที่สาธารณะให้เป็นสนามของการปะทะสังสรรค์

แลกเปลี่ยนความคิดและเหตุผลจนสามารถปรับเปลี่ยนความรุนแรงที่มีอยู่รอบตัวให้เป็นผู้เปี่ยมด้วยความหวังด้วยแนวทางสันติวิธี โดยการการสร้างการมีส่วนร่วมในกิจกรรมสร้างสันติภาพจำเป็นต้องมีเครื่องมือที่เชื่อมประสานคนเข้าด้วยกันได้แก่ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การรณรงค์ส่งสารเชิงบวกเพื่อลดความเกลียดชังในสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการออกแบบกราฟฟิกเป็นสื่อกลางในการสะท้อนตัวตนของคนในชุมชน

3. งานวิจัยต่างประเทศ

Ann L. McCann (2007) ได้ศึกษาเรื่อง The Identification of Factors Influencing The Diffusion of an Assessment Innovation on a University campus. โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นสำรวจขอบเขตและเหตุผลในการนำนวัตกรรมมาใช้เป็นระบบการประเมินเพื่อปรับปรุงการสอนการเรียนรู้ของนักเรียนและความรับผิดชอบ โดยการสำรวจทาง อิเล็กทรอนิกส์ของคณะและการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์กับผู้ใช้งาน พบว่า จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง แบบแบ่งชั้นจากวิทยาลัยทั้งแปดแห่งส่วนใหญ่ ไม่ได้ช่วยแผนกของพวกเขาในการปรับปรุงการสอน หรือการเรียนรู้ ผู้ตอบแบบสอบถามยังรายงานว่ แบบประเมินดังกล่าวขาดคุณสมบัติที่รองรับ

Edward D. Conrad (2009) ได้ศึกษาเรื่อง Willingness to use IT Innovations : a Hybrid Approach Employing Diffusion of Innovation and Technology Acceptance Models โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการสำรวจปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญบางอย่างของแต่ละบุคคลเกี่ยวกับระดับการใช้งานของระบบ PWS (เว็บเซิร์ฟเวอร์ส่วนตัว) พบว่า ตัวกำหนดทัศนคติที่ประสบความสำเร็จการใช้เทคโนโลยีดังกล่าวในระดับบุคคลมีความสำคัญ ต่อประสิทธิภาพของบริษัท มีแนวคิดมากมายเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่แล้วและแง่มุมต่างๆ ของประสิทธิภาพขององค์กร แต่สิ่งที่ขาดไปคือการวิเคราะห์ว่านวัตกรรมไอทีมีการนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดในแต่ละบุคคลอย่างไร ระดับและวิธีการรับรู้ถึงปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญต่อการ ใช้สิ่งเหล่านี้เทคโนโลยีที่มีผลต่อทัศนคติต่อการที่จะนำไปใช้ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั่วโลกที่ เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและเต็มใจที่จะใช้นวัตกรรมไอทีและความเร็วที่นำไปใช้จะมีผลต่อการแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญความได้เปรียบ.

Kevin J. Holmes (2016) ได้ศึกษาเรื่อง Management Innovations: Their Adoption, Diffusion and High-Fidelity Adaptation ใช้กรณีศึกษาเพื่อพัฒนาและตรวจสอบ กรอบการทำงาน Intraorganisational Management Innovation จำนวน 7 ขั้นตอน ที่ใช้ในการ กำหนดลักษณะวงจรชีวิตของนวัตกรรมการจัดการและการจัดการเนื้อหาวัตกรรมการใช้ในการอธิบายลักษณะเนื้อหา พบว่า บทบาทและผลกระทบของความเป็นผู้นำระดับสูงและการสนับสนุนผู้จัดการสายงานสอดคล้องกับ Peeters และ คณะ (2014) การค้นพบของการส่งเสริมความถูกต้องตามกฎหมายของนวัตกรรมการจัดการและการกระทำของตัวแทนการเปลี่ยนแปลงภายในที่จะเป็น

เครื่องมือในการรักษาระดับสูงของความสอดคล้อง ความจงรักภักดีต่อนวัตกรรมการจัดการดั้งเดิมนั้น ได้รับการปรับปรุงโดยการมีส่วนร่วมของผู้รับในระบบการจัดการประสิทธิภาพทั่วโลก (De Waal, 2004) ด้วยส่วนผสมของกลยุทธ์บ้านเมทริกซ์ การปรับใช้นโยบาย และการทบทวนประสิทธิภาพประจำสัปดาห์หรือ Comms Cell การวิจัยครั้งนี้มีพื้นฐานมาจากกรณีศึกษาระยะยาวแบบละเอียดที่มุ่งเน้นไปที่ลำดับเหตุการณ์เป็นการบรรยายของนวัตกรรมการจัดการและใช้ข้อมูลเก็บถาวรเพื่อสำรวจไม่เพียง แต่การเปลี่ยนแปลงองค์กรกรณีศึกษาเพื่อนำมาใช้เป็นนวัตกรรมการจัดการคำถามการวิจัยที่เชื่อมโยงกับเนื้อหาวิธีการปรับใช้และประสิทธิภาพของนวัตกรรมการจัดการนั้น

Rivi Frei Landau (2022) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการเรียนการสอนในช่วงที่เกิดเหตุการณ์แพร่ระบาดของโควิด 19 ซึ่งมีข้อจำกัดในเฟ้าระวังป้องกันโรคทำให้ ไม่ได้มีการพบเจอกันระหว่างครูผู้สอนและนักเรียน ส่งผลให้การเรียนการสอนต้องหยุดชะงักลง ผู้เกี่ยวข้องจึงมีความจำเป็นที่จะต้องหาทางออกในประเด็นนี้ จึงได้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการใช้การเรียนการสอนขึ้น ซึ่งมีการกำหนดให้มีการจัดการเรียนการสอนผ่านมือถือ (Mobile Learning) ซึ่งครูผู้สอนเองมีความรู้และวิธีการเกี่ยวกับเรื่องนี้แล้ว หากแต่ยังขาดวิธีการปรับใช้และเรื่องของการจัดการกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้การเรียนการสอนผ่านมือถือ (Mobile Learning) จึงต้องมีการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับกระบวนการยอมรับการจัดการเรียนการสอนผ่านมือถือ (Mobile Learning) โดยใช้ของทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation) ของ Rogers ผลการศึกษาวินิจฉัยพบว่าเมื่อมีการดำเนินการตามทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมของโรเจอร์ส่งผลให้ผู้เรียนและครูผู้สอนมีการยอมรับวิธีการจัดการเรียนการสอนผ่านมือถือ ทั้งในสถานการณ์ปกติและสถานการณ์ที่มีเหตุการณ์ที่เป็นอุปสรรค เช่น โควิด 19

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์ที่ได้นำเสนอไว้ข้างต้น จะเห็นได้ว่า การพัฒนารูปแบบการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์ได้นั้น ต้องมีการศึกษาเพื่อสร้างความเข้าใจในความหมาย ความสำคัญ และคุณลักษณะที่เด่นชัดของรูปแบบการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์ และจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า การประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพก่อให้เกิดความรู้ ทักษะคติ พฤติกรรมในทางบวก ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการตัดสินใจ เชื่อมั่น และยอมรับ โดยช่องทางสื่อมีหลากหลายหากแต่ช่องทางสื่อออนไลน์จะมีอิทธิพลมากในปัจจุบัน ได้แก่ การสื่อสารทางเดียวอย่างเช่น ยูทูบ หรือ การสื่อสารที่มีการตอบโต้ระหว่างกันได้อย่างเช่น ไลน์ ซึ่งการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในรูปแบบต่างๆ มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม

สำหรับการแก้ปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ผ่านมาพบว่า ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอยากให้มีการสร้างการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาและพัฒนาของทุกภาคส่วน โดยเริ่มต้นจากการทำความเข้าใจบริบทการสร้างความตระหนักรู้และทัศนคติที่ดีในการแก้ปัญหาและพัฒนา และสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนต่อโครงการต่างๆ ของภาครัฐ

ส่วนแนวทางการแพร่กระจายนวัตกรรมโดยใช้ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมของโรเจอร์ เป็นแนวทางจะช่วยสร้างกรอบในการดำเนินการที่ชัดเจนในการดำเนินการแพร่กระจายนวัตกรรมให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย ให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมได้ง่ายขึ้น จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยดังต่อไปนี้

Prince of Songkla University
Pattani Campus

2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมของโรเจอร์เป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย ซึ่งในระยะเริ่มแรกได้ดำเนินการทำความเข้าใจกับสถานการณ์ของการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้เพื่อสร้างความเข้าใจในสภาพปัญหาที่ปรากฏ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์กับองค์ประกอบสำคัญในการแพร่กระจายนวัตกรรมของโรเจอร์ว่า มีประเด็นองค์ประกอบใดที่ต้องมีการเตรียมความพร้อมก่อนการดำเนินการหรือไม่อย่างไร ซึ่งเมื่อได้ข้อมูลดังกล่าวแล้วจะมีการนำข้อมูลนั้นมาประกอบในการจัดทำแผนการดำเนินการการแพร่กระจายนวัตกรรมตามแนวทางของโรเจอร์ต่อไป ดังภาพต่อไปนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย

