

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการบูรณาการการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนของการวิจัยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และได้ผลการวิจัยที่กำหนดไว้ตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังต่อไปนี้

#### 4.1 ผลการวิจัยระยะที่ 1

สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ในการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ ในระยะนี้ผู้วิจัยต้องการทราบถึงความต้องการจำเป็นในเรื่องของเนื้อหาสื่อ และช่องทางสื่อเพื่อที่จะนำข้อมูลไปเป็นประเด็นเตรียมความพร้อมในการพัฒนานวัตกรรม ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ได้ผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	113	37.0
หญิง	192	63.0
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 15 ปี	8	2.6
อายุ 20-29 ปี	56	18.4
อายุ 30-39	139	45.6
อายุ 40-49	71	23.3
อายุ 50-59	31	10.2
<b>ศาสนา</b>		
พุทธ	68	22.3
อิสลาม	237	77.7
คริสต์	0	0.00

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>จังหวัดที่อยู่</b>		
ยะลา	61	20.0
ปัตตานี	125	41.0
นราธิวาส	119	39.0
<b>ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่</b>		
3 เดือน-1ปี	12	3.9
2-5 ปี	19	6.2
มากกว่า 5 ปี	274	89.8
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	76	24.9
สมรส	214	70.2
หม้าย/หย่าร้าง	15	4.9
<b>อาชีพ</b>		
เกษตรกรกรรม	142	46.6
ประมง	1	0.3
ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท	80	26.2
ค้าขาย/อาชีพอิสระ	42	13.8
นักเรียน/นักศึกษา	15	4.9
ผู้นำศาสนา	5	1.6
ผู้นำท้องที่/ผู้นำท้องถิ่น	20	6.6
<b>การศึกษาสูงสุด</b>		
ไม่ได้เรียน	1	0.3
ต่ำกว่าประถมศึกษา	4	1.3
ประถมศึกษา	32	10.5
มัธยมศึกษาตอนต้น	70	23.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย	70	23.0
อนุปริญญา	3	1.0
ปริญญาตรี	123	40.3
สูงกว่าปริญญาตรี	2	0.6

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท/เดือน)		
ไม่มีรายได้	12	3.9
1-5000	41	13.4
5001-10000	211	69.2
10001-15000	33	10.8
15001-20000	8	2.6
<b>รวม</b>	<b>305</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 และเป็นเพศชายมีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอายุ 30-39 ปี มีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 45.6 และกลุ่มอายุ 40-49 ปี มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม มีจำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 77.7 และศาสนาพุทธ มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดปัตตานี มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมาคือจังหวัดนราธิวาส มีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในพื้นที่ มากกว่า 5 ปี มีจำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 89.8 รองลงมาอาศัยอยู่ในพื้นที่ 2-5 ปี มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 รองลงมาได้แก่ สถานภาพโสด มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 24.9

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม มีจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6 รองลงมาได้แก่อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาได้แก่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ เทียบเท่า มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มีจำนวน 211 คนคิดเป็นร้อยละ 69.2 รองลงมาได้แก่ 1-5,000 บาท มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4

ตอนที่ 2 บทบาทด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ/กิจกรรม ของ ศอ.บต. พร้อม  
 ช่องทางการรับรู้การประชาสัมพันธ์ด้านเทคโนโลยี สารสนเทศและนวัตกรรมด้านการสื่อสาร  
 ของประชาชนในพื้นที่

ตอนที่ 2.1 บทบาทด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ/กิจกรรม ของ ศอ.บต.

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการแสดงบทบาท  
 หน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ/กิจกรรม ของ ศอ.บต.

การรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการแสดงบทบาทด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ/กิจกรรม ของ ศอ.บต.	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แก่ประชาชนทั่วไปให้เข้าถึงได้หลายช่องทาง	4.17	.69
อาทิ โทรศัพท์ วิทยุ สื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) , ยูทูบ (Youtube), ตี๊กต็อก (TikTok), ไลน์ (Line)		
มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการ/กิจกรรม อย่างต่อเนื่อง	4.16	.72
มีการจัดเตรียมช่องทางการให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนอย่างทั่วถึง	4.21	.64
มีเนื้อหาและรายละเอียดถูกต้อง ชัดเจน และทันต่อสถานการณ์	4.22	.69
นำเสนอเนื้อหาข่าวสารรวดเร็ว น่าเชื่อถือและเที่ยงตรง	4.31	.69
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ ศอ.บต. ทันสมัย เข้าถึงง่าย	4.16	.72
เนื้อหาที่นำเสนอตรงกับความสนใจของประชาชน	4.27	.70
การประชาสัมพันธ์ช่วยให้พื้นที่นั้น ๆ เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น	4.19	.70
การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยมของหน่วยงานได้ดีขึ้น	4.24	.66
การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความร่วมมือร่วมใจได้ดีขึ้นระหว่างประชาชนและ หน่วยงานของภาครัฐ	4.29	.62

จากตารางที่ 8 พบว่าประชาชนมีการรับรู้ต่อการแสดงบทบาทหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์  
 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ/กิจกรรม ของ ศอ.บต. ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยระหว่าง  
 3.50-4.49)

ตอนที่ 2.2 ช่องทางการรับรู้การประชาสัมพันธ์ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมการสื่อสารสู่ประชาชนในพื้นที่

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของสื่อที่ประชาชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม

ประเภทของสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
<b>สิ่งพิมพ์</b>		
ไม่เลือก	279	91.5
เลือก	26	8.5
<b>วิทยุ</b>		
ไม่เลือก	261	85.6
เลือก	44	14.4
<b>โทรทัศน์</b>		
ไม่เลือก	160	52.5
เลือก	145	47.5
<b>ป้ายโฆษณาและโปสเตอร์</b>		
ไม่เลือก	64	21.0
เลือก	241	79.0
<b>เว็บไซต์ (Website)</b>		
ไม่เลือก	208	68.2
เลือก	97	31.8
<b>เฟซบุ๊ก (Facebook)</b>		
ไม่เลือก	305	100.0
เลือก	0	0.00
<b>ยูทูบ (Youtube)</b>		
ไม่เลือก	228	74.8
เลือก	77	25.2
<b>ไลน์ (Line)</b>		
ไม่เลือก	90	29.5
เลือก	215	70.5

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของสื่อที่ประชาชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากการ  
ประชาสัมพันธ์เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม (ต่อ)

ประเภทของสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
<b>บัณฑิตอาสา</b>		
ไม่เลือก	53	17.4
เลือก	252	82.6
<b>ผู้นำศาสนา/ผู้นำชุมชน</b>		
ไม่เลือก	217	71.1
เลือก	88	28.9
<b>สื่อมวลชน</b>		
ไม่เลือก	298	97.7
เลือก	7	2.3
<b>อื่นๆ โปรดระบุ</b>		
ไม่เลือก	305	100
เลือก	0	0.00
รวม	305	100

จากตารางที่ 9 พบว่าช่องทางการรับรู้การประชาสัมพันธ์ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศและ  
นวัตกรรมการสื่อสารสู่ประชาชนในพื้นที่ ส่วนใหญ่ใช้ช่องทางบัณฑิตอาสา (จำนวน 252 คน คิดเป็น  
ร้อยละ 82.6) รองลงมา ได้แก่ ป้ายโฆษณาและโปสเตอร์ (จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 79)  
และไลน์ (line) (จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5)

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ประชาชนอ่านข่าวประชาสัมพันธ์หรือบทความ  
ของ ศอ.บต.

สื่อสิ่งพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
<b>หนังสือข่าวสารมุสลิม</b>		
ไม่เลือก	270	88.5
เลือก	35	11.5
<b>นิตยสารดิอะลามี่</b>		
ไม่เลือก	299	98.0
เลือก	6	2.0
<b>หนังสือพิมพ์พับบลิคโพสต์</b>		
ไม่เลือก	292	95.7
เลือก	13	4.3
<b>หนังสือพิมพ์เอเชียทูเดย์</b>		
ไม่เลือก	258	84.6
เลือก	47	15.4
<b>หนังสือพิมพ์ภาคใต้โพสต์</b>		
ไม่เลือก	270	88.5
เลือก	35	11.5
<b>หนังสือพิมพ์ไทยนิวส์</b>		
ไม่เลือก	305	100
เลือก	0	0.00
<b>หนังสือพิมพ์มติไทย</b>		
ไม่เลือก	283	92.8
เลือก	22	7.2
<b>หนังสือพิมพ์เดลินิวส์</b>		
ไม่เลือก	272	89.2
เลือก	33	10.8
<b>หนังสือผลงาน 10 ปี ศอ.บต.</b>		
ไม่เลือก	239	78.4
เลือก	66	21.6



ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ประชาชนอ่านข่าวประชาสัมพันธ์หรือบทความ  
ของ ศอ.บต. (ต่อ)

สื่อสิ่งพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
<b>วารสารการพัฒนาชายแดนภาคใต้</b>		
ไม่เลือก	144	47.2
เลือก	161	52.8
<b>ไม่เคยอ่าน</b>		
ไม่เลือก	254	83.3
เลือก	51	16.7
<b>รวม</b>	<b>305</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 10 พบว่าสื่อสิ่งพิมพ์ที่ประชาชนอ่านข่าวประชาสัมพันธ์หรือบทความ ของ  
ศอ.บต. มากที่สุดได้แก่ วารสารพัฒนาชายแดนใต้ (จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8) รองลงมา  
ได้แก่ หนังสือผลงาน 10 ปี ศอ.บต. (จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6) และหนังสือพิมพ์เอเชียทุ  
เดย์ (จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4)

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อวิทยุกระจายเสียงที่ประชาชนฟังข่าวประชาสัมพันธ์  
ของ ศอ.บต.

สื่อวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
<b>คลื่นวิทยุกระจายเสียง ศอ.บต.</b>		
ไม่เลือก	123	40.3
เลือก	182	59.7
<b>คลื่นวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์</b>		
ไม่เลือก	221	72.5
เลือก	84	27.5
<b>คลื่นวิทยุกระจายเสียง อสมท.</b>		
ไม่เลือก	197	64.6
เลือก	108	35.4
<b>คลื่นวิทยุชุมชน</b>		
ไม่เลือก	230	75.4
เลือก	75	24.6
<b>หน้าเว็บไซต์ : <a href="https://www.sbpac.go.th/">https://www.sbpac.go.th/</a></b>		
ไม่เลือก	215	70.5
เลือก	90	29.5
<b>เฟซบุ๊กแฟนเพจ :</b>		
<b>SUARAKITA</b>		
ไม่เลือก	305	100
เลือก	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>305</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 11 พบว่าสื่อวิทยุกระจายเสียงที่ประชาชนฟังข่าว ประชาสัมพันธ์ ของ ศอ.บต. มากที่สุดได้แก่ คลื่นวิทยุกระจายเสียง ศอ.บต. (จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7) รองลงมาได้แก่ คลื่นวิทยุกระจายเสียง อสมท. (จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4) และหน้าเว็บไซต์ : <https://www.sbpac.go.th/> (จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของรายการโทรทัศน์ที่ประชาชนติดตามข่าวประชาสัมพันธ์ ของ ศอ.บต.

รายการโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
รายการ “สร้างภาพลักษณ์การพัฒนา จชต.” สถานีโทรทัศน์ อสมท. MCOT		
ไม่เลือก	166	54.4
เลือก	139	45.6
รายการ “สื่อบข่าวดการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อสร้างความเข้มแข็งในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ผ่านสื่อโทรทัศน์ที่ทำให้เกิด Impact สูง” สถานีโทรทัศน์ PPTV		
ไม่เลือก	197	64.6
เลือก	108	35.4
รายการ พิธาบข่าวด “สารคดีโทรทัศน์สร้างความเข้าใจการพัฒนา และยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชนตามโครงการพระราชดำริในพื้นที่ จชต. ทาง สทท.11		
ไม่เลือก	191	62.6
เลือก	114	37.4
รายการ “สื่อบข่าวดและเผยแพร่สื่อบข่าวดสร้างการรับรู้การพัฒนาในพื้นที่ จชต.” ทาง สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 (ททบ. 5)		
ไม่เลือก	181	59.3
เลือก	124	40.7
ไม่เคยรับชม		
ไม่เลือก	296	97.0
เลือก	9	3.0
ไม่แน่ใจ เนื่องจากอาจจะเคยรับชมแต่ไม่แน่ใจว่าเป็นรายการอะไร		
ไม่เลือก	305	100
เลือก	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>305</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 12 พบว่ารายการโทรทัศน์ที่ประชาชนติดตามข่าว ประชาสัมพันธ์ ของ ศอ.บต. มากที่สุด ได้แก่ รายการ “สร้างภาพลักษณ์การพัฒนา จชต.” สถานีโทรทัศน์ อสมท. MCOT (จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 45.6) รองลงมาได้แก่ รายการ “สื่อบข่าวดและเผยแพร่สื่อบข่าวดสร้างการรับรู้การพัฒนาในพื้นที่ จชต.” ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 (ททบ. 5) (จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7) และรายการ พิธาบข่าวด “สารคดีโทรทัศน์สร้างความเข้าใจการพัฒนา และ

ยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชนตามโครงการพระราชดำรินในพื้นที่ จชต. ทาง สทท.11 (จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4)

**ตารางที่ 13** แสดงจำนวนและร้อยละของป้ายประชาสัมพันธ์ที่ประชาชนได้เห็นข่าวประชาสัมพันธ์ของ ศอ.บต.

ป้ายประชาสัมพันธ์	จำนวน	ร้อยละ
<b>แยกมลายูบางกอก อ.เมือง จ.ยะลา</b>		
ไม่เลือก	220	72.1
เลือก	85	27.9
<b>แยกปลักปลา อ.เมือง จ.นราธิวาส</b>		
ไม่เลือก	219	71.8
เลือก	86	28.2
<b>แยกควนมัต อ.จะนะ จ.สงขลา</b>		
ไม่เลือก	278	91.1
เลือก	27	8.9
<b>หน้าไชรูมฮอนด้ายะลา อ.เมือง จ.ยะลา</b>		
ไม่เลือก	212	69.5
เลือก	93	30.5
<b>หน้า สวท.ยะลา อ.เมือง จ.ยะลา</b>		
ไม่เลือก	257	84.3
เลือก	48	15.7
<b>สี่แยกดอนยาง จ.ปัตตานี</b>		
ไม่เลือก	305	100
เลือก	0	0.00
<b>หน้ามัสยิดกลางประจำจังหวัดยะลา/ปัตตานี/นราธิวาส</b>		
ไม่เลือก	209	68.5
เลือก	96	31.5

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของป้ายประชาสัมพันธุ์ที่ประชาชนได้เห็นข่าวประชาสัมพันธุ์  
ของ ศอ.บต. (ต่อ)

ป้ายประชาสัมพันธุ์	จำนวน	ร้อยละ
<b>วัดประจำจังหวัดยะลา/ปัตตานี/นราธิวาส</b>		
ไม่เลือก	293	96.1
เลือก	12	3.9
<b>ศาลเจ้าที่สำคัญในชุมชนชาวไทยเชื้อสายจีนในพื้นที่จังหวัดยะลา/ปัตตานี/นราธิวาส</b>		
ไม่เลือก	293	96.1
เลือก	12	3.9
<b>ไม่เคยเห็น</b>		
ไม่เลือก	290	95.1
เลือก	15	4.9
<b>ไม่แน่ใจว่าเป็นป้ายของหน่วยงานใด</b>		
ไม่เลือก	278	91.1
เลือก	27	8.9
<b>รวม</b>	<b>305</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 13 พบว่าป้ายประชาสัมพันธุ์ที่ประชาชนได้เห็นข่าว ประชาสัมพันธุ์ ของ  
ศอ.บต. มากที่สุดได้แก่ หน้ามัสยิดกลางประจำจังหวัดยะลา/ปัตตานี/นราธิวาส (จำนวน 96 คน คิด  
เป็นร้อยละ 31.5) หน้าโซว์รูมฮอนด้ายะลา อ.เมือง จ.ยะลา (จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5)  
และแยกปลักปลา อ.เมือง จ.นราธิวาส (จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2)

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อออนไลน์ที่ประชาชนติดตามข่าวประชาสัมพันธ์ ของ ศอ.บต.

สื่อออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
<b>เว็บไซต์ website</b>		
ไม่เลือก	234	76.7
เลือก	71	23.3
<b>ยูทูป youtube</b>		
ไม่เลือก	216	70.8
เลือก	89	29.2
<b>ไลน์ line</b>		
ไม่เลือก	96	31.5
เลือก	209	68.5
<b>ติ๊กตอก tiktok</b>		
ไม่เลือก	265	86.9
เลือก	40	13.1
<b>เฟซบุ๊ก facebook</b>		
ไม่เลือก	56	18.4
เลือก	249	81.6
<b>ไม่เคยรับชม</b>		
ไม่เลือก	305	100
เลือก	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>305</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 14 พบว่าสื่อออนไลน์ที่ประชาชนติดตามข่าว ประชาสัมพันธ์ ของ ศอ.บต. มากที่สุดได้แก่ เฟซบุ๊ก (facebook) (จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 81.6) รองลงมาได้แก่ ไลน์ (line) (จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5) และยูทูป (youtube) (จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2)

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อออนไลน์ที่ประชาชนติดตามข่าว ประชาสัมพันธ์ ของ  
ศอ.บต. (ต่อ)

สื่อออนไลน์ที่	จำนวน	ร้อยละ
<b>ข่าวประชาสัมพันธ์</b>		
ไม่เลือก	64	21.0
เลือก	241	79.0
<b>อินโฟกราฟิก (Infographic)</b>		
ไม่เลือก	285	93.4
เลือก	20	6.6
<b>อีเมล (E-mail)</b>		
ไม่เลือก	287	94.1
เลือก	18	5.9
<b>มิวสิควิดีโอเพลง (Music Video)</b>		
ไม่เลือก	178	58.4
เลือก	127	41.6
<b>เฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live)</b>		
ไม่เลือก	169	55.4
เลือก	136	44.6
<b>สกู๊ปข่าว</b>		
ไม่เลือก	304	99.7
เลือก	1	.3
<b>คลิปวิดีโอสั้น (Clip Video)</b>		
ไม่เลือก	240	78.7
เลือก	65	21.3
<b>สารคดี</b>		
ไม่เลือก	279	91.5
เลือก	26	8.5
<b>การ์ตูนแอนิเมชัน (Animation)</b>		
ไม่เลือก	304	99.7
เลือก	1	.3

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อออนไลน์ที่ประชาชนติดตามข่าว ประชาสัมพันธ์ ของ  
ศอ.บต.(ต่อ)

สื่อออนไลน์ที่	จำนวน	ร้อยละ
<b>ไม่เคยรับชม</b>		
ไม่เลือก	302	99.0
เลือก	3	1.0
<b>ไม่แน่ใจ เนื่องจากอาจจะเคยรับชมแต่ไม่แน่ใจว่าเป็นสื่อของ ศอ.บต.</b>		
ไม่เลือก	293	96.1
เลือก	12	3.9
<b>รวม</b>	<b>305</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 14 พบว่าสื่อออนไลน์ที่ประชาชนติดตามข่าวประชาสัมพันธ์ ของ ศอ.บต. มากที่สุด ได้แก่ ข่าวประชาสัมพันธ์ (จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 79.0) รองลงมาได้แก่ เฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) (จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 44.6) และมิวสิควิดีโอเพลง (Music Video) (จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6)



ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อบุคคลที่เป็นตัวกลางให้ประชาชนรับรู้ข่าว ประชาสัมพันธ์ ของ ศอ.บต.

สื่อบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>เจ้าหน้าที่ของ ศอ.บต.</b>		
ไม่เลือก	251	82.3
เลือก	54	17.7
<b>บัณฑิตอาสา</b>		
ไม่เลือก	9	3.0
เลือก	296	97.0
<b>ผู้นำศาสนา</b>		
ไม่เลือก	242	79.3
เลือก	63	20.7
<b>กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน</b>		
ไม่เลือก	157	51.5
เลือก	148	48.5
<b>เพื่อน</b>		
ไม่เลือก	251	82.3
เลือก	54	17.7
<b>ครอบครัว</b>		
ไม่เลือก	305	100
เลือก	0	0.00
<b>ไม่เคยทราบจากใครมาก่อน</b>		
ไม่เลือก	302	99.0
เลือก	3	1.0
<b>รวม</b>	<b>305</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 15 พบว่าสื่อบุคคลที่เป็นตัวกลางให้ประชาชนรับรู้ข่าว ประชาสัมพันธ์ ของ ศอ.บต. มากที่สุดได้แก่ บัณฑิตอาสา (จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 97.0) รองลงมาได้แก่ กำนันผู้ใหญ่บ้าน (จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5) และ ผู้นำศาสนา (จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7)

ตอนที่ 3 ความต้องการรับรู้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมการสื่อสารของประชาชนในพื้นที่  
 ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบสื่อออนไลน์ที่ประชาชนต้องการรับรู้การ  
 ประชาสัมพันธ์ของ ศอ.บต.

รูปแบบสื่อออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
<b>สื่อสิ่งพิมพ์</b>		
ไม่เลือก	236	77.4
เลือก	69	22.6
<b>ข่าววิทยุ</b>		
ไม่เลือก	182	59.7
เลือก	123	40.3
<b>รายการโทรทัศน์</b>		
ไม่เลือก	140	45.9
เลือก	165	54.1
<b>ป้ายโฆษณาและโปสเตอร์</b>		
ไม่เลือก	69	22.6
เลือก	236	77.4
<b>ใบปลิว</b>		
ไม่เลือก	207	67.9
เลือก	98	32.1
<b>บัณฑิตอาสา</b>		
ไม่เลือก	278	91.1
เลือก	27	8.9
<b>ผู้นำศาสนา/ผู้นำชุมชน</b>		
ไม่เลือก	239	78.4
เลือก	66	21.6
<b>รวม</b>	<b>305</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 16 พบว่ารูปแบบสื่อออนไลน์ที่ประชาชนต้องการรับรู้การประชาสัมพันธ์ของ ศอ.บต. มากที่สุดได้แก่ ป้ายโฆษณาและโปสเตอร์ (จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 77.4) รองลงมา ได้แก่ รายการโทรทัศน์ (จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 54.1) และ ข่าววิทยุ (จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบสื่อออนไลน์ที่ประชาชนต้องการรับรู้การ  
ประชาสัมพันธ์ของ ศอ.บต.

รูปแบบสื่อออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
<b>เว็บไซต์ website</b>		
ไม่เลือก	205	67.2
เลือก	100	32.8
<b>ยูทูป youtube</b>		
ไม่เลือก	185	60.7
เลือก	120	39.3
<b>ไลน์ line</b>		
ไม่เลือก	86	28.2
เลือก	219	71.8
<b>ติ๊กตอก tiktok</b>		
ไม่เลือก	241	79.0
เลือก	64	21.0
<b>เฟซบุ๊ก facebook</b>		
ไม่เลือก	68	22.3
เลือก	237	77.7
<b>ทวิตเตอร์ twitter</b>		
ไม่เลือก		
เลือก		
<b>รวม</b>	<b>305</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 17 พบว่ารูปแบบสื่อออนไลน์ที่ประชาชนต้องการรับรู้การประชาสัมพันธ์ของ ศอ.บต. มากที่สุดได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) (จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 77.7) รองลงมาได้แก่ ไลน์ (Line) (จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 71.8) และยูทูป (Youtube) (จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3)

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของอุปกรณ์ที่ประชาชนใช้ในการติดตามข่าว ประชาสัมพันธ์  
ของ ศอ.บต.

อุปกรณ์	จำนวน	ร้อยละ
<b>คอมพิวเตอร์ (Computer)</b>		
ไม่เลือก	258	84.6
เลือก	47	15.4
<b>โน้ตบุ๊ก (Notebook)</b>		
ไม่เลือก	234	76.7
เลือก	71	23.3
<b>แท็บเล็ต (Tablet)/ไอแพด (iPad)</b>		
ไม่เลือก	286	93.8
เลือก	19	6.2
<b>โทรศัพท์/สมาร์ทโฟน</b>		
ไม่เลือก	40	13.1
เลือก	265	86.9
<b>โทรทัศน์</b>		
ไม่เลือก	136	44.6
เลือก	169	55.4
<b>วิทยุ</b>		
ไม่เลือก	293	96.1
เลือก	12	3.9
<b>รวม</b>	<b>305</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 18 พบว่าอุปกรณ์ที่ประชาชนใช้ในการติดตามข่าวประชาสัมพันธ์ ของ ศอ.บต. มากที่สุดได้แก่ โทรศัพท์/สมาร์ทโฟน (จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 86.9) รองลงมาได้แก่ โทรทัศน์ (จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 55.4) และโน้ตบุ๊ก (Notebook) (จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของประชาชน

พฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
<b>ความถี่ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์</b>		
1 ครั้ง/สัปดาห์	10	3.3
2 - 3 ครั้ง/สัปดาห์	33	10.8
4 - 5 ครั้ง/สัปดาห์	35	11.5
เป็นประจำทุกวัน	227	74.4
<b>ระยะเวลาในการใช้งานอินเทอร์เน็ต</b>		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	56	18.4
1 ชั่วโมง/ครั้ง	67	22.0
2 - 3 ชั่วโมง/ครั้ง	81	26.6
3 - 4 ชั่วโมง/ครั้ง	31	10.2
มากกว่า 4 ชั่วโมงขึ้นไป	70	23.0
<b>ช่วงเวลาที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต</b>		
06.00 - 09.00 น.	6	2.0
09.01 - 12.00 น.	22	7.2
12.01 - 15.00 น.	19	6.2
15.01 - 18.00 น.	26	8.5
18.01 - 21.00 น.	53	17.4
21.01 - 24.00 น.	8	2.6
00.01 เป็นต้นไป	0	0.00
ไม่ระบุเวลา	171	56.1
<b>รวม</b>	<b>305</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 19 พบว่าพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของประชาชน สามารถอธิบายได้ ดังนี้ คือประชาชนส่วนใหญ่ใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นประจำทุกวัน (จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 74.4) โดยมีระยะเวลาที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต 2 - 3 ชั่วโมง/ครั้ง (จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 26.6) และช่วงเวลาที่เล่นส่วนใหญ่ ไม่ระบุเวลาแน่ชัด เมื่อมีเวลาว่างจะหยิบมาเล่น (จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 56.1)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทโซเชียลมีเดีย (Social Medea) ที่ประชาชนใช้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ประเภทโซเชียลมีเดีย	จำนวน	ร้อยละ
<b>เว็บไซต์ website</b>		
ไม่เลือก	221	72.5
เลือก	84	27.5
<b>ยูทูป youtube</b>		
ไม่เลือก	146	47.9
เลือก	159	52.1
<b>ไลน์ line</b>		
ไม่เลือก	67	22.0
เลือก	238	78.0
<b>ติ๊กตอก tiktok</b>		
ไม่เลือก	235	77.0
เลือก	70	23.0
<b>เฟซบุ๊ก facebook</b>		
ไม่เลือก	54	17.7
เลือก	251	82.3
<b>ทวิตเตอร์ twitter</b>		
ไม่เลือก	302	99.0
เลือก	3	1.0
<b>อื่นๆ</b>		
ไม่เลือก		
เลือก		
<b>รวม</b>	<b>305</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 20 พบว่าประเภทโซเชียลมีเดีย (Social Medea) ที่ประชาชนใช้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มากที่สุด ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) (จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 82.3) รองลงมาได้แก่ ไลน์ (Line) (จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 78.0) และยูทูป (Youtube) (จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 52.1)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่ประชาชนใช้งานอินเทอร์เน็ต

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
<b>บ้าน/ที่พักอาศัย</b>		
ไม่เลือก	12	3.9
เลือก	293	96.1
<b>สถานที่ทำงาน</b>		
ไม่เลือก	199	65.2
เลือก	106	34.8
<b>สถานศึกษา</b>		
ไม่เลือก	290	95.1
เลือก	15	4.9
<b>บ้านเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก</b>		
ไม่เลือก	252	82.6
เลือก	53	17.4
<b>สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตของชุมชน</b>		
ไม่เลือก	281	92.1
เลือก	24	7.9
<b>ร้านกาแฟ/คาเฟ่</b>		
ไม่เลือก	35	100
เลือก	0	0.00
<b>ห้างสรรพสินค้า</b>		
ไม่เลือก	298	97.7
เลือก	7	2.3
<b>ร้านอาหาร</b>		
ไม่เลือก	292	95.7
เลือก	13	4.3
<b>ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต</b>		
ไม่เลือก	305	100
เลือก	0	0.00
<b>อื่นๆ</b>		
ไม่เลือก	299	98.0
เลือก	6	2.0
<b>รวม</b>	<b>305</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 21 พบว่าสถานที่ที่ประชาชนใช้งานอินเทอร์เน็ต มากที่สุด ได้แก่ บ้าน/ที่พักอาศัย (จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 96.1) รองลงมาได้แก่ บ้านเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก (จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8) และสถานที่ทำงาน (จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4)

Prince of Songkla University  
Pattani Campus



ตอนที่ 4 สภาพและความต้องการเกี่ยวกับการรับรู้การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมด้านการสื่อสารของประชาชนในพื้นที่

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายชื่อตามองค์ประกอบของการรับรู้การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ของ คอ.บต. ตามสภาพที่เป็นจริง/สภาพปัจจุบันและสภาพที่ต้องการ/สภาพที่ควรจะเป็น

รายการประเมิน	สภาพที่เป็นจริง		สภาพที่ต้องการ		ความต้องการจำเป็น		
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	I-D	PNI <sub>modified</sub> ((I-D)/D)	ลำดับ
คอ.บต. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในหมู่บ้านของท่านได้อย่างทั่วถึง	2.48	.500	4.44	.497	-1.90	-0.44	5
คอ.บต. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชนอย่างสม่ำเสมอ	2.53	.507	4.48	.500	1.95	-0.43	4
ในหมู่บ้านของท่านมีบัณฑิตอาสาทำหน้าที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของ คอ.บต.	2.50	.501	4.48	.500	-1.98	-0.44	1
คอ.บต. มีการประชาสัมพันธ์ เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม	2.51	.507	4.49	.501	-1.98	-0.44	2
คอ.บต. เป็นหน่วยงานภาครัฐที่ประชาชนในพื้นที่รู้จัก และเป็นหน่วยงานแรกที่ประชาชนคิดถึงเมื่อต้องการความช่วยเหลือ	2.51	.507	4.47	.500	-1.96	-0.43	3
<b>ภาพรวม</b>	<b>2.50</b>	<b>0.35</b>	<b>4.45</b>	<b>0.33</b>	<b>-1.95</b>	<b>-0.43</b>	<b>5</b>

จากตารางที่ 22 พบว่ารายการประเมินประเด็นในหมู่บ้านของท่านมีบัณฑิตอาสาทำหน้าที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของ คอ.บต. มีค่า PNI เป็นลำดับที่ 1 ประเด็น คอ.บต. มีการประชาสัมพันธ์ เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม เป็นลำดับที่ 2 และ คอ.บต. เป็นหน่วยงานภาครัฐที่ประชาชนในพื้นที่รู้จัก และเป็นหน่วยงานแรกที่ประชาชนคิดถึงเมื่อต้องการความช่วยเหลือ เป็นลำดับที่ 3

**ตารางที่ 23** แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายข้อตามองค์ประกอบของเนื้อหา/รูปแบบของการประชาสัมพันธ์ของ ศอ.บต.ตามสภาพที่เป็นจริง/สภาพปัจจุบันและสภาพที่ต้องการ/สภาพที่ควรจะเป็น

รายการประเมิน	สภาพที่เป็นจริง		สภาพที่ต้องการ		ความต้องการจำเป็น		
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	I-D	PNI <sub>modified</sub> (I-D)/D	ลำดับ
เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของ ศอ.บต. มีความเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน	2.49	.501	4.49	.501	-2.00	-0.44	1
เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของ ศอ.บต. มีความน่าสนใจ และเป็นທີ່จดจำ	2.54	.519	4.47	.500	-1.93	-0.43	5
เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารของ ศอ.บต. มีการนำเสนอข่าวสารผ่านช่องทางโทรทัศน์สามารถพบเห็นได้บ่อยครั้ง และอยู่ในรายการที่ได้รับความนิยมทั่วประเทศ	2.49	.507	4.47	.500	-1.98	-0.44	3
เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารของ ศอ.บต. มีการออกแบบอินโฟกราฟิก (Infographic) น่าสนใจ ตรงประเด็น และเนื้อหาสาระครบถ้วน	2.52	.500	4.50	.501	-1.98	-0.44	4
เนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีหลากหลายช่องทาง และมีข้อมูลเป็นปัจจุบัน	2.49	.501	4.48	.500	-1.99	-0.44	2
<b>ภาพรวม</b>	<b>2.49</b>	<b>0.36</b>	<b>4.48</b>	<b>0.35</b>	<b>-1.99</b>	<b>-0.44</b>	<b>1</b>

จากตารางที่ 23 พบว่ารายการประเมินประเด็นเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ของ ศอ.บต. มีความเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน มีค่า PNI เป็นลำดับที่ 1 ประเด็น เนื้อหา ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีหลากหลายช่องทาง และมีข้อมูลเป็นปัจจุบัน เป็น ลำดับที่ 2 และ เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารของ ศอ.บต. มีการนำเสนอข่าวสารผ่านช่องทางโทรทัศน์ สามารถพบเห็นได้บ่อยครั้ง และอยู่ในรายการที่ได้รับความนิยมทั่วประเทศ เป็นลำดับที่ 3

**ตารางที่ 24** แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายข้อตามองค์ประกอบของช่องทางการรับรู้ การประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานของ ศอ.บต. ที่มีผลต่อการรับรู้ของประชาชนตาม สภาพที่เป็นจริง/สภาพปัจจุบันและสภาพที่ต้องการ/สภาพที่ควรจะเป็น

รายการประเมิน	สภาพที่เป็นจริง		สภาพที่ต้องการ		ความต้องการจำเป็น		
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	I-D	PNI <sub>modified</sub> ((I-D)/D)	ลำดับ
ศอ.บต. มีช่องทางการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ผ่านเว็บไซต์ <a href="https://www.sbpac.go.th/">https://www.sbpac.go.th/</a>	2.53	.500	4.49	.501	-1.96	-0.43	4
ศอ.บต. มีช่องทางการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage) “ข่าว ศอ.บต.”	2.47	.500	4.51	.501	-2.04	-0.45	1
ศอ.บต. มีช่องทางการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ / โปสเตอร์ / แผ่นพับ / คู่มือ / วารสาร และอินโฟกราฟิก(Infographic)	2.53	.500	4.46	.499	-1.93	-0.43	6
ศอ.บต. มีช่องทางการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านสื่อ วิทยุและโทรทัศน์	2.49	.501	4.49	.501	-2.00	-0.44	2

**ตารางที่ 24** แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายข้อตามองค์ประกอบของช่องทางการรับรู้ การประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานของ ศอ.บต. ที่มีผลต่อการรับรู้ของประชาชนตาม สภาพที่เป็นจริง/สภาพปัจจุบันและสภาพที่ต้องการ/สภาพที่ควรจะเป็น (ต่อ)

รายการประเมิน	สภาพที่เป็นจริง		สภาพที่ต้องการ		ความต้องการจำเป็น		
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	I-D	$((I-D)/D)$	ลำดับ
ศอ.บต. มีช่องทางการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ผ่านอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคม ออนไลน์อื่นๆ ได้แก่ ยูทูบ (Youtube) /ไลน์ (Line)/ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) /นสพ. ออนไลน์ และบทความออนไลน์	2.52	.500	4.46	.499	-1.94	-0.43	5
ศอ.บต. มีช่องทางการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อบุคคล เช่น บุคลากร ของ ศอ.บต., บัณฑิตอาสาฯ, ผู้นำศาสนา และผู้นำท้องถิ่น	2.52	.500	4.49	.501	-1.97	-0.43	3
<b>ภาพรวม</b>	<b>2.53</b>	<b>0.37</b>	<b>4.49</b>	<b>0.36</b>	<b>-1.96</b>	<b>-0.43</b>	<b>4</b>

จากตารางที่ 24 พบว่ารายการประเมินประเด็นศอ.บต. มีช่องทางการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage) “ข่าว ศอ.บต.” มีค่า PNI เป็นลำดับที่ 1 ประเด็น ศอ.บต. มีช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านสื่อวิทยุและ โทรทัศน์ เป็นลำดับที่ 2 และ ศอ.บต. มีช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ บุคคล เช่น บุคลากรของ ศอ.บต., บัณฑิตอาสาฯ, ผู้นำศาสนา และผู้นำท้องถิ่น เป็นลำดับที่ 3

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายข้อตามองค์ประกอบของลักษณะการทำงานและทักษะการประชาสัมพันธ์ของบัณฑิตอาสาตามสภาพที่เป็นจริง/สภาพปัจจุบันและสภาพที่ต้องการ/สภาพที่ควรจะเป็น (ต่อ)

รายการประเมิน	สภาพที่เป็นจริง		สภาพที่ต้องการ		ความต้องการจำเป็น		
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	I-D	$((I-D)/D)$	ลำดับ
บัณฑิตอาสาฯ ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการกระจายข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ	2.53	.506	4.50	.501	-1.97	0.43	4
บัณฑิตอาสาฯ มีทักษะการใช้สื่อออนไลน์ในการกระจายข้อมูลข่าวสารได้หลากหลายช่องทาง เช่น ไลน์ (Line) ,เฟซบุ๊ก (Facebook) , กระดานข่าว ออนไลน์ (Web board) ,กระทู้ออนไลน์ (Topic)	2.46	.499	4.48	.500	-2.02	-0.45	1
บัณฑิตอาสาฯ มีการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล องค์ความรู้ และพัฒนาทักษะใหม่ๆ อยู่เสมอ	2.50	.501	4.50	.501	-2.00	-0.44	3

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายข้อตามองค์ประกอบของลักษณะการทำงานและทักษะการประชาสัมพันธ์ของบัณฑิตอาสาฯ ตามสภาพที่เป็นจริง/สภาพปัจจุบันและสภาพที่ต้องการ/สภาพที่ควรจะเป็น (ต่อ)

รายการประเมิน	สภาพที่เป็นจริง		สภาพที่ต้องการ		ความต้องการจำเป็น		
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	I-D	$PNI_{\text{modified}}$ ((I-D)/D)	ลำดับ
บัณฑิตอาสาฯมีการเก็บข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับบริบทของพื้นที่ที่รับผิดชอบนำมาวิเคราะห์และสรุปผลการดำเนินงานเป็นประจำทุกเดือน	2.49	.501	4.49	.501	-2.00	-0.44	2
บัณฑิตอาสาฯ มีส่วนร่วมในกิจกรรมของหมู่บ้านชุมชนในเขตที่ตนรับผิดชอบและเป็นบุคคลที่ประชาชนสามารถขอความช่วยเหลือหรือ สอบถามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับศอ.บต.หรือหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานเอกชนอื่นๆได้	2.52	.500	4.48	.500	-1.96	-0.43	5
<b>ภาพรวม</b>	<b>2.53</b>	<b>0.34</b>	<b>4.49</b>	<b>0.36</b>	<b>-1.96</b>	<b>-0.43</b>	<b>3</b>

จากตารางที่ 25 พบว่ารายการประเมินประเด็นบัณฑิตอาสาฯ มีทักษะการใช้สื่อออนไลน์ในการกระจายข้อมูลข่าวสารได้ หลากหลายช่องทาง เช่น ไลน์ (Line), เฟซบุ๊ก (Facebook), กระดานข่าว ออนไลน์ (Web board), กระทู้ออนไลน์ (Topic) มีค่า PNI เป็นลำดับที่ 1 ประเด็น บัณฑิตอาสาฯมีการเก็บข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับบริบทของพื้นที่ที่รับผิดชอบนำมาวิเคราะห์และสรุปผลการดำเนินงานเป็นประจำทุกเดือน เป็นลำดับที่ 2 และ บัณฑิตอาสาฯ มีการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล องค์ความรู้ และพัฒนาทักษะใหม่ๆ อยู่เสมอ เป็นลำดับที่ 3

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายข้อตามองค์ประกอบของการแพร่กระจายนวัตกรรมและเทคโนโลยีการประชาสัมพันธ์ตามสภาพที่เป็นจริง/สภาพปัจจุบันและสภาพที่ต้องการ/สภาพที่ควรจะเป็น

รายการประเมิน	สภาพที่เป็นจริง		สภาพที่ต้องการ		ความต้องการจำเป็น		
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	I-D	$\text{PNI}_{\text{modified}} \text{ ((I-D)/D)}$	ลำดับ
ศอ.บต. มีจดหมายข่าว แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ เพื่อสร้างความ ตระหนักรู้ และความเข้าใจใน การแก้ไขปัญหาและพัฒนา จังหวัดชายแดนภาคใต้	2.47	.500	4.47	.500	-2.00	-0.44	3
ศอ.บต. มีการจัดกิจกรรม เช่น วิทยุสัญจร และมีตัวแทนลงพื้นที่ พูดคุยกับชุมชนในประเด็น การ พัฒนาด้านต่าง ๆ เพื่อสร้างความ ตระหนักรู้และความเข้าใจในการ แก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัด ชายแดนภาคใต้	2.55	.512	4.52	.500	-1.97	-0.43	9
ศอ.บต. มีการติดต่อประสานกับ หน่วยงานภายนอก ภาครัฐ เครือข่าย เพื่อสร้างการรับรู้และ ความเข้าใจในพื้นที่แก่ประชาชน ร่วมกัน	2.52	.500	4.45	.499	-1.93	-0.43	13
ศอ.บต. มีวารสารการพัฒนา ชายแดนภาคใต้ เพื่อสร้างความ ตระหนักรู้และความเข้าใจ ใน การแก้ไขปัญหาและพัฒนา จังหวัดชายแดนภาคใต้	2.50	.501	4.49	.501	-1.99	-.044	6

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายข้อตามองค์ประกอบของการแพร่กระจายนวัตกรรมและเทคโนโลยีการประชาสัมพันธ์ตามสภาพที่เป็นจริง/สภาพปัจจุบันและสภาพที่ต้องการ/สภาพที่ควรจะเป็น (ต่อ)

รายการประเมิน	สภาพที่เป็นจริง		สภาพที่ต้องการ		ความต้องการจำเป็น		
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	PNI <sub>modified</sub>		
					I-D	((I-D)/D)	ลำดับ
ศอ.บต. มีคลิปวิดีโอเผยแพร่ เพื่อสร้างความตระหนักรู้และ ความเข้าใจในการแก้ไข ปัญหาและพัฒนาจังหวัด ชายแดนภาคใต้	2.48	.500	4.48	.500	-2.00	-0.44	4
ศอ.บต. มีกิจกรรมสร้าง เครือข่าย เพื่อสร้างความ ตระหนักรู้และความเข้าใจใน การแก้ไขปัญหาและพัฒนา จังหวัดชายแดนภาคใต้	2.48	.500	4.50	.501	-2.02	-0.44	2
ศอ.บต. มีเว็บไซต์ <a href="https://www.sbpac.go.th/">https://www.sbpac.go.th/</a> ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร เพื่อ สร้างความตระหนักรู้และ ความเข้าใจในการแก้ไข ปัญหาและพัฒนาจังหวัด ชายแดนภาคใต้	2.53	.500	4.49	.501	-1.96	-0.43	11



ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายข้อตามองค์ประกอบของการแพร่กระจายนวัตกรรมและเทคโนโลยีการประชาสัมพันธ์ตามสภาพที่เป็นจริง/สภาพปัจจุบันและสภาพที่ต้องการ/สภาพที่ควรจะเป็น (ต่อ)

รายการประเมิน	สภาพที่เป็นจริง		สภาพที่ต้องการ		ความต้องการจำเป็น		
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	I-D	$\text{PNI}_{\text{modified}}$ $((I-D)/D)$	ลำดับ
ศอ.บต. มีการส่งเสริมการใช้นวัตกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้	2.49	.501	4.48	.500	-1.99	-0.44	7
ศอ.บต. มีการส่งเสริมการอบรมพัฒนาสื่อ นวัตกรรม การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้	2.50	.501	4.48	.500	-1.98	-0.44	8
ศอ.บต. มีสื่อ นวัตกรรม การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่หลากหลาย สามารถเข้าถึงได้อย่างง่ายดาย	2.49	.501	4.44	.497	-1.95	-0.43	12

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายข้อตามองค์ประกอบของการแพร่กระจายนวัตกรรมและเทคโนโลยีการประชาสัมพันธ์ตามสภาพที่เป็นจริง/สภาพปัจจุบันและสภาพที่ต้องการ/สภาพที่ควรจะเป็น (ต่อ)

รายการประเมิน	สภาพที่เป็นจริง		สภาพที่ต้องการ		ความต้องการจำเป็น		
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	I-D	$\text{PNI}_{\text{modified}}$ ((I-D)/D)	ลำดับ
ศอ.บต. มีรูปแบบของสื่อ นวัตกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อ สร้างความตระหนักรู้ และความ เข้าใจในการแก้ไขปัญหาและ พัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่ ไม่ ซับซ้อนและเข้าใจได้ง่าย	2.52	.500	4.48	.500	-1.96	-0.43	10
ศอ.บต. มีการนำเสนอนวัตกรรม การประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ๆ ในยุคดิจิทัลคอนเทนต์ เช่น ดี กติก (Tiktok), ยูทูบ (Youtube), โซเชียลมีเดีย (Social Media) เพื่อสร้างความตระหนักรู้และ ความเข้าใจในการแก้ไขปัญหา และพัฒนาจังหวัดชายแดน ภาคใต้	2.48	.500	4.54	.499	-2.06	-0.45	1
ศอ.บต. มีนวัตกรรมการ ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความ ตระหนักรู้และความเข้าใจในการ แก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัด ชายแดนภาคใต้ ที่เหมาะสมและ ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย และมีความสอดคล้องกับสังคม พหุวัฒนธรรมในท้องถิ่น	2.49	.501	4.45	.499	-1.96	-0.44	11
ภาพรวม	2.48	0.35	4.46	0.36	-1.98	-.044	2

จากตารางที่ 26 พบว่ารายการประเมินประเด็นศอ.บต. มีการนำเสนอนวัตกรรม การประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ๆในยุคดิจิทัลคอนเทนต์ เช่น ตี๊กต็อก (Tiktok), ยูทูบ (Youtube), โซเชียลมีเดีย (Social Media) เพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ มีค่า PNI เป็นลำดับที่ 1 ประเด็น ศอ.บต. มีกิจกรรมสร้างเครือข่าย เพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นลำดับที่ 2 และ ศอ.บต. มีจดหมายข่าว แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นลำดับที่ 3

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านเนื้อหา/รูปแบบของการประชาสัมพันธ์ของ ศอ.บต.มีค่า PNI เป็นลำดับที่ 1 ด้านการแพร่กระจายนวัตกรรมและเทคโนโลยีการประชาสัมพันธ์ เป็นลำดับที่ 2 และ ด้านลักษณะการทำงานและทักษะการประชาสัมพันธ์ของบัณฑิตอาสาฯ เป็นลำดับที่ 3

Prince of Songkla University  
Pattani Campus

## ตอนที่ 5 การปฏิบัติหน้าที่ของบัณฑิตอาสาในการพัฒนาและแก้ปัญหาในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ผ่านมา

เป็นที่ตระหนักกันดีว่าการพัฒนาและแก้ไขปัญหาพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้อย่างยั่งยืนให้เกิดขึ้นได้นั้น ประเด็นสำคัญที่ต้องพิจารณาก่อนคือ เรื่องของการพัฒนา เรื่องของคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ทั้งในด้านสุขภาพ ด้านการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจและด้านสังคม ให้มีความเข้มแข็ง ซึ่งในการดำเนินดังกล่าวนี้ ภาครัฐได้ใช้แนวทางในการดำเนินการส่งเสริมให้บัณฑิตที่มีภูมิลำเนาเป็นคนในพื้นที่และว่างงานอยู่ได้กลับมาทำหน้าที่ในการพัฒนาบ้านเกิดของตนเอง ภายใต้ชื่อโครงการ “บัณฑิตอาสาพัฒนามาตุภูมิ” โดยโครงการนี้มุ่งหวังให้การดำเนินการเป็นการแก้ไขปัญหาการว่างงานของบัณฑิตในพื้นที่ที่สำเร็จการศึกษาได้มีงานทำ และเป็นการลดอัตราการออกไปทำงานนอกพื้นที่ของบัณฑิตได้อีกด้วย ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวนี้เน้นเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนหมู่บ้าน เพราะจะมีคนที่มีความรู้ความสามารถทำหน้าที่ในการพัฒนาชุมชน หมู่บ้าน และจะส่งผลต่อการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนได้ ซึ่งโครงการบัณฑิตอาสานี้จะดำเนินการอยู่ภายใต้การดูแลของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) โดยมีการเริ่มต้นดำเนินการโครงการในปี พ.ศ. 2552 และได้กำหนดเป้าหมายในการดำเนินการเพื่อที่จะพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนและเพื่อแก้ปัญหการว่างงานของบัณฑิตในสาขาต่างๆ ในพื้นที่ โดยดำเนินการจ้างบัณฑิตที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีสาขาต่างๆ ไม่กำหนดสาขา และยังว่างงานหลังสำเร็จการศึกษา ซึ่งต้องมีคุณสมบัติสำคัญคือการเป็นคนในพื้นที่หมู่บ้านนั้นๆ ในพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่มีพื้นที่ครอบคลุมทั้งหมด 2,249 หมู่บ้าน ได้แก่ จังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี จังหวัดนราธิวาส จังหวัดสตูล และ 4 อำเภอ (จนะ เทพานาหวี สะบ้าย้อย) ของจังหวัดสงขลา ด้วยหลักการสำคัญคือการให้คนในหมู่บ้านทำงานเพื่อหมู่บ้านของตนเอง โดยบัณฑิตอาสาจะได้ทำงานเพื่อหมู่บ้านในการเป็นผู้ช่วยคณะกรรมการหมู่บ้าน การเป็นเลขาให้กับกำนันผู้ใหญ่บ้าน ทั้งในเชิงวิชาการ และธุรการ ซึ่งจะช่วยให้การทำงานพัฒนาหรือแก้ปัญหาชุมชน หมู่บ้านมีความคล่องตัวมากขึ้น เช่น ในเรื่องการเขียนโครงการ เรื่องการเสนอขอของบประมาณ เรื่องการขับเคลื่อนงานในระดับหมู่บ้าน ซึ่งการที่บัณฑิตอาสาได้ทำงานในพื้นที่บ้านตัวเองจะเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการเข้าถึงงานพัฒนา ทั้งนี้การดำเนินการคัดเลือกบัณฑิตอาสาจะเป็นหน้าที่ของจังหวัด อำเภอและหมู่บ้านนั้น ๆ ดำเนินการคัดเลือกบัณฑิตอาสาตามหลักเกณฑ์และแนวทางที่กำหนด ได้แก่ ต้องจบการศึกษาระดับปริญญาตรีและมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านของหมู่บ้านที่สมัคร และมีการประเมินการทำงานเพื่อทำสัญญาจ้างปีต่อปีให้กับบัณฑิตอาสาต่อเนื่องทุกปี ซึ่งผู้ทำการประเมินคือผู้นำชุมชน ส่วนงานที่รับผิดชอบในอำเภอและหน่วยงานจาก ศอ.บต. โดยทำการวัดผลการการทำงานที่ได้รับมอบหมายและงานเกี่ยวเนื่องอื่น ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อเป็นการกระตุ้นให้บัณฑิตเกิดความตื่นตัวและเกิดมีแรงบันดาลใจในการทำงานเพื่อชุมชนของตนเอง ในการดำเนินการที่ผ่านมาบัณฑิตอาสา

พัฒนาภาคภูมิจังหวัดชายแดนภาคใต้ มีการดำเนินการกิจกรรมโครงการต่างๆ เพื่อทำหน้าที่ของตนเองอย่างเต็มความสามารถ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการเก็บข้อมูล เรื่องของการปฏิบัติงานในหมู่บ้านตามภารกิจที่ได้รับมอบหมาย และเรื่องของการบูรณาการการทำงานกับส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายอาสาสมัครภาคประชาชนต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนงานยุทธศาสตร์ตามแผนงานโครงการต่าง ๆ ในพื้นที่ นอกจากนี้บัณฑิตอาสาฯยังทำหน้าที่เป็นผู้แทนของหน่วยงานราชการในการประสานงานแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน โดยผลจากการที่บัณฑิตอาสาฯเป็นคนในพื้นที่เองจึงส่งผลให้เกิดความร่วมมือและเข้าถึงข้อมูลพื้นฐาน อุตลักษณ์และปัญหาในชุมชนของตนเองได้เป็นอย่างดี ซึ่งการลงพื้นที่ของบัณฑิตอาสาฯแต่ละครั้งจะเป็นการดำเนินการเก็บข้อมูล ดำเนินการรวบรวมรับรู้ปัญหาและความต้องการของชาวบ้าน ดำเนินการให้ความช่วยเหลือเบื้องต้นในเรื่องปัญหาหรือความต้องการต่างๆ และดำเนินการนำข้อมูลดังกล่าวส่งต่อไปให้กับภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะสามารถแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการได้ตรงจุด อีกทั้งยังเป็นสื่อกลางที่ช่วยประสานงานระหว่างภาคประชาชน ชุมชน หมู่บ้านกับส่วนราชการได้เป็นอย่างดี หากแต่ในการปฏิบัติหน้าที่จริงในสถานการณ์เฉพาะหน้าบัณฑิตอาสาฯจะต้องพบกับเงื่อนไขที่แตกต่างกันออกไปซึ่งจากการศึกษาในประเด็นการทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ สิ่งที่มีความจำเป็นในการดำเนินการมีดังต่อไปนี้

1) สถานที่เครื่องมือ อุปกรณ์ใดเพื่อเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำเนินการ บัณฑิตอาสาต้องการเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงาน โดยที่ผ่านมาบัณฑิตอาสาฯได้ใช้อุปกรณ์ส่วนตัวในการทำงาน ได้แก่ โน้ตบุ๊ก คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ ซึ่งในบางครั้งก็ไม่สะดวกเท่าที่ควร สำหรับบัณฑิตอาสาฯบางคนที่ไม่มียุทธศาสตร์ส่วนตัวเพียงพอในการจัดซื้ออุปกรณ์ดังกล่าวจึงส่งผลให้เกิดการทำงานที่ล่าช้า หรือ ไม่มีประสิทธิภาพ ดังความคิดเห็นที่ว่า

“จริง ๆ นะพี่ บางทีก็เหนื่อยใจเหมือนเราทำงานตามมีตามเกิด ไม่ได้รับการสนับสนุนอะไรเลย ใช้คอมเก่าๆ ที่บ้านแบ่งกับลูก มันไม่สะดวก ถ้ามีเครื่องมือที่ดีพร้อมเราก็ทำงานได้ดีกว่านี้นะ” (น้อย นามสมมติ บัณฑิตอาสาจังหวัดปัตตานี) สอดคล้องกับวิชัย นามสมมติ บัณฑิตอาสาจังหวัดยะลา ที่ให้ความคิดเห็นที่ว่า “คือ ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์ต่าง ๆ หรือกระทั่งที่นั่งทำงานเราก็ไม่มีนะมีอยู่ก็ได้ยืมที่บางที่เค้ามีที่นั่งทำงานในอำเภอ แบบนั้นยังถือเป็นการทำงานมันแยกเวลาได้ แต่พอไม่มีที่นั่งที่เจาะจง เค้าว่าเราทำงานในพื้นที่ พื้นที่คืออะไรละ ก็กลายเป็นสวนยาง กลายเป็นร้านค้า กลายเป็นอะไรที่ไม่ได้ทำหน้าที่ตรงนี้อย่างเต็มที่ คือมันแยกไม่ออกนะว่าตอนนี้ต้องทำอะไร บางทีขับรถไปผ่านสวนก็เลยแวะ งานนั้นก็ไปส่งเอกสารอย่างเดียวก็กลับ ไม่ได้เต็มที่อะไร แต่ถ้ามีสิ่งอำนวยความสะดวกก็จะทำให้เรามีตัวตน ทำงานได้เป็นชิ้นเป็นอันขึ้น”

จากความคิดเห็นดังกล่าว จะเห็นได้ว่าหากต้องการให้การทำงานของบัณฑิตอาสาในเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพได้นั้น ในขั้นต้นต้องดำเนินการเรื่องของการดูแล อำนวยความสะดวกในเรื่องของสถานที่ทำงานในลักษณะสำนักงานที่เฉพาะเจาะจง และสนับสนุนอุปกรณ์ที่จำเป็น เช่น โน้ตบุ๊ก หรือ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ เพื่อให้บัณฑิตอาสาได้ทำงานได้อย่างสะดวก และมีความหมายในเชิงบทบาทมากขึ้น

**2) การใช้สื่อในการทำงาน** การทำงานของบัณฑิตอาสาที่ผ่านมาได้มีการใช้สื่อออนไลน์ในช่องทางต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่และการสื่อสารระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือระหว่างบัณฑิตอาสาด้วยกัน ดังความคิดเห็นของ ไหม นามสมมติ บัณฑิตอาสาจังหวัดนราธิวาสว่า “ได้สร้างเพจประจำตำบลและมีการประชาสัมพันธ์เพจให้กับชาวบ้าน ประชาสัมพันธ์ผ่านทางกลุ่ม Line และ Face book เป็นของตัวเองและของตำบล”

แต่ในภาพที่พื้นที่ส่วนใหญ่ใช้สื่อเหล่านี้ได้กลับมีบางพื้นที่ที่ไม่สามารถดำเนินการได้ ดังความคิดเห็นของนาย นามสมมติ บัณฑิตอาสาจังหวัดยะลา ที่ว่า “ในส่วนของงานประชาสัมพันธ์ Face book เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ มองว่าเป็นการเข้าถึงที่น้อยอยู่ของคนในตำบล น่าจะยังเข้าไม่ถึงชาวบ้าน เสียงตามสายจะเป็นการเข้าถึงที่ดีกว่า” เช่นเดียวกับความคิดเห็นที่ว่า “ในเรื่องของของยะลาก็จะคล้ายคลึงของปัตตานี และนราธิวาส ก็จะมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านกลุ่มไลน์ เพจเฟซบุ๊ก ผ่านตามเสียงตามสาย แต่สิ่งหนึ่งจากการลงพื้นที่ได้สัมผัสถึงผู้สูงอายุจะฟังวิทยุเป็นส่วนใหญ่ อยากจะเน้นในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ทางศาสตร์วิทยุบ้าง ให้เน้นเป็นภาษาและมีภาษามลายูร่วมด้วย เพราะว่าบางพื้นที่ฟังได้อย่างเดียว อ่านไม่ออกทั้งสองภาษา คือ ภาษาไทยและภาษามลายู จะฟังเข้าใจอย่างเดียว เลยอยากให้เห็นในเรื่องของการใช้เสียงมากกว่า บางหมู่บ้านก็มีเสียงตามสาย หอกระจายข่าว หมู่บ้านที่เป็นมุสลิมส่วนใหญ่จะใช้มัสยิดเป็นส่วนหลักในการประชาสัมพันธ์แต่บางมัสยิดก็จะมีปัญหาตรงเครื่องเสียง เสียงจะไปไม่ถึงในบางจุด โดยจะใช้อิหม่ามช่วยประชาสัมพันธ์ ชาวบ้านส่วนใหญ่จะฟังข่าวจากมัสยิด อย่างที่ทำบัตรสวัสดิการ ก็จะมีประธานผ่านมัสยิด อิหม่าม ผู้ใหญ่บ้าน สามารถที่จะรับรู้ได้” (ดา นามสมมติ บัณฑิตอาสาจังหวัดยะลา)

แม้ภาพของความพร้อมที่ต่างพื้นที่ที่มีความแตกต่างกันจะขัดแย้งกันในการดำเนินการแต่ความคิดเห็นโดยส่วนใหญ่มองว่าการใช้สื่อในการดำเนินงานปฏิบัติหน้าที่ของบัณฑิตอาสาที่มีความจำเป็นมีความสำคัญ และจะเป็นตัวช่วยที่ดีในการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาในจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้ ดังความคิดเห็นของอาจารย์เอ นามสมมติ ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อและเทคโนโลยี ที่ให้ความคิดเห็นว่า

“สิ่งที่ทำให้เข้าถึงประชาชนมากที่สุดจะเป็นบัณฑิตอาสาที่จะทำให้เกิดความเข้าใจ รับรู้ได้ดีที่สุด เนื่องจากบัณฑิตอาสาเป็นสื่อบุคคลที่สามารถสื่อสาร 2 ทางได้ สามารถที่จะเข้าใจปัญหาต่าง ๆ สามารถที่จะตอบคำถามชาวบ้านได้ ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ต้องใช้ทั้ง 2 สื่อ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ อยากให้เพิ่มสื่อออนไลน์ในรูปแบบอินโฟกราฟิกที่จะยื่นข้อมูลต่างๆ ข้อความต่างๆ มาใช้เป็นภาพ เพื่อที่จะให้ชาวบ้านเข้าใจมากขึ้น ตรงนี้ก็เป็น การแปลงข้อมูลต่างๆ ที่อยู่ในภาพกราฟิก มีข้อความที่ไม่เยอะ เป็นอินโฟกราฟิกที่มี 2 ภาษา เพราะว่าประชาชนก็มีหลายกลุ่ม หลายวัย ก็ต้องทำให้หลากหลาย เพื่อที่จะเข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยจะเผยแพร่ผ่านทุกช่องทาง ไม่ว่าจะเป็น Line Facebook และ Youtube แต่ในช่องทาง Line น่าจะเป็นช่องทางที่เข้าถึงได้ดีที่สุด เพราะว่า Youtube ไม่ได้เข้าถึงทุกวัน และ Facebook จะเข้าไปแต่ในแต่ละวันบางที่เราอาจมองไม่เห็นในส่วนของตรงนั้น”

นอกจากความต้องการมีสื่อในการทำงานที่ชัดเจนเป็นรูปธรรมแล้ว บัณฑิตอาสาเองมองว่าควรมีการพัฒนาตัวของบัณฑิตอาสาในเรื่องของการทำหน้าที่สื่อให้สมบูรณ์ เพราะแต่ละคนที่เข้ามาทำหน้าที่บัณฑิตอาสาบางคนไม่มีความรู้เรื่องสื่อเลย ดังความคิดเห็นที่ว่า

“เป็นปัญหาอย่างเดียวกัน ซึ่งเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นมาตั้งแต่มีบัณฑิตอาสา ก็จะเจอปัญหาแบบนี้ทุกปี คือ ปัญหาการสื่อสาร ซึ่งต้องยอมรับว่าบัณฑิตอาสาจบปริญญาตรีก็จริง แต่จบมาคนละสาขา หลากๆ สาขา มีความหลากหลาย เมื่อขาดทักษะในการสื่อสารที่ดีก็เป็นปัญหาในการทำงาน อย่างที่เมื่อสักครู่นี้ได้กล่าวก็คือ ศาสตร์ของการพูดคุย เป็นการประสานที่อีกฝ่ายเข้าใจว่าเป็นการสั่งการเขา ก็อยากให้เห็นความสำคัญของตรงนี้ด้วยทักษะการสื่อสารมีความสำคัญอย่างมากต่อบัณฑิตอาสา” นาย นามสมมติ บัณฑิตอาสาจังหวัดยะลา

จากความคิดเห็นทั้งหมดที่กล่าวมาเกี่ยวกับเรื่องความสำคัญของสื่อในการดำเนินการแก้ปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้สะท้อนให้เห็นว่าที่ผ่านมามีการดำเนินการในเรื่องดังกล่าว ยังไม่สามารถตอบโจทย์ในเรื่องที่หน่วยงานอย่าง ศอ.บต. ต้องการสื่อไปยังพื้นที่ได้ ดังความคิดเห็นที่ว่า “เพจ ศอ.บต.เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร โครงการ ที่เป็นกิจกรรมผลงานต่าง ๆ ทำให้ชาวบ้านรู้สึกไม่เกี่ยวข้องกับเขา แล้วจะอย่างไรดีให้ชาวบ้านสนใจ หรือเราจะนำเสนออย่างไรให้ชาวบ้านรู้สึกเป็นกลุ่มของเขาเอง ทำให้เขารู้สึกว่าเป็นกลุ่มของเขาเอง อาจจะมีเรื่องสำคัญตามไปด้วยสามารถติดตามได้” (วิเชียร นามสมมติ บัณฑิตอาสาจังหวัดยะลา)

สอดคล้องกับคนทำงานสื่ออย่าง เชียด ตัวแทนสื่อจากกรมประชาสัมพันธ์ได้ให้ความคิดเห็นในประเด็นนี้ว่า “ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ จะเน้นในเรื่องของสื่อเป็นหลัก ศาสนา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของผู้นำอิหม่าม หรือว่าเป็นผู้นำท้องถิ่น จะเป็นบัณฑิตอาสา ก็เป็นสื่อบุคคลเหมือนกัน ถ้าเกิดในบริบทของพื้นที่ทั่วไปที่ไม่ใช่ 3 จังหวัด ก็จะมีสื่อออนไลน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างมากกับการรับสารของแต่ละคน แต่ว่าพอมาโฟกัสในพื้นที่ 3 จังหวัด ก็จะมีช่องว่างของเหลื่อมล้ำในการใช้เทคโนโลยี การเข้าใจในส่วนของภาษาไทย บัณฑิตอาสาควรพัฒนาในเรื่องของทักษะการสื่อสารเบื้องต้นเลย ใน



ฐานะสื่อบุคคลควรจะพัฒนาในทักษะการสื่อสารแต่ไม่ใช่เฉพาะบัณฑิตอาสา มองว่าผู้นำห้องที่เอง กำนันเอง ก็ควรจะมีการพัฒนาในเรื่องนี้ด้วย อาจจะต้องนำบางสิ่งบางอย่าง เช่น เรื่องของการใช้เทคโนโลยีเข้ามาให้กับพี่ๆ ด้วย”

จากความเป็นจริงที่เกิดขึ้นที่สะท้อนผ่านความคิดเห็นของบุคคลที่เกี่ยวข้องในเรื่องของการจัดการการสื่อสาร การพัฒนารูปแบบสื่อ และการพัฒนาทักษะการสื่อสารของคนที่เกี่ยวข้อง จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าการทบทวนเรื่องแนวทางการจัดการในเรื่องเหล่านี้เป็นประเด็นเร่งด่วนที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือบัณฑิตอาสาเองต้องให้ความสำคัญกับการกำหนดแนวทางในการจัดการ “สื่อ” เพื่อให้เป็นเครื่องมือในการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาในจังหวัดชายแดนภาคใต้ในลำดับต่อไป

**3) การมีคณะทำงานที่เป็นรูปแบบที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม** จากข้อมูลพบว่าการดำเนินการที่ผ่านมาของบัณฑิตอาสาเป็นการทำงานในลักษณะการฝากงานโดยหน่วยงานต่างๆ ให้กับบัณฑิตอาสา ซึ่งอยู่ภายใต้สังกัดของ ศอ.บต. แต่ไม่ได้มีการเชื่อมร้อยในลักษณะของการทำงานที่เป็นระบบ ส่งผลให้บัณฑิตอาสา มองว่าเป็นความไม่ชัดเจนในการทำงาน เช่น ขาดระบบการส่งต่องาน การส่งต่อข้อมูล ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง ดังความคิดเห็นที่ว่า

“ใครมีข่าวอะไรก็ส่งให้เราไปประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ เหมือนไปรษณีย์ แต่เราตอบคำถามอะไรที่เกี่ยวข้องมากกว่านั้นไม่ได้ เราไม่รู้ บางเรื่องที่เราไม่รู้ก็ตอบไป บางเรื่องก็แค่คนส่งเอกสารอะ” (สว นามสมมติ บัณฑิตอาสาจังหวัดปัตตานี)

ซึ่งคณะทำงานที่เป็นรูปธรรมมีผังโครงสร้างที่ชัดเจนจะช่วยทำให้การทำงานในฐานะผู้เชื่อมประสานของบัณฑิตอาสาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพราะการทำหนดโครงสร้างที่ชัดเจน จะทำให้ผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่สามารถส่งต่อภารกิจการทำงานระหว่างกันได้อย่างเป็นระบบ ซึ่งลดปัญหา ความ “ไม่รู้” ความ “ไม่เข้าใจ” ลงไปได้ ความไม่รู้ความไม่เข้าใจที่เกิดขึ้นเกิดจากการให้สถานะและบทบาทที่ไม่ชัดเจนของบัณฑิตอาสา บางหน่วยงานมอบหมายงานให้รายละเอียดที่ชัดเจน ในขณะที่บางหน่วยงานไม่เปิดเผยข้อมูลใด ๆ แก่บัณฑิตอาสา ทำให้ปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างยากลำบาก ไม่สามารถส่งต่อข้อมูลให้กับประชาชนในท้องถิ่นได้ ดังความคิดเห็นที่ว่า

“เค้าไม่ได้มองเราเป็นเพื่อนร่วมงาน บางทีก็มองเราแบบเหมือนเด็ก บางทีเราก็ออยากให้มีบทบาทที่ชัดเจน มีโครงสร้างที่ชัดเจน เราอยากมีพื้นที่ของเรา” หลิง นามสมมติ บัณฑิตอาสาจังหวัดนราธิวาส จากความคิดเห็นดังกล่าวสะท้อนภาพของความไม่ชัดเจนในการทำงานและส่งผลให้เกิดความคับข้องในตัวของบัณฑิตอาสาซึ่งอาจมีผลกระทบต่อการปฏิบัติหน้าที่ได้ ดังความคิดเห็นของทอง นามสมมติ เจ้าหน้าที่ ศอ.บต. ที่ทำหน้าที่ดูแลการทำงานของบัณฑิตอาสาที่ว่า “ทาง ศอ.บต. มอบหมายงานได้ลงไปปฏิบัติในพื้นที่ บางครั้งบางหน่วยงานจะมีหนังสือถึงหน่วยงานในเรื่องของข้อมูล ในเรื่องของการร่วมมือ โดยจะมีหนังสือไปให้ยังบัณฑิตๆ ก็จะตอบมาว่าเขาไม่ให้ข้อมูล หรือ



บางหน่วยงานจะไม่ให้ข้อมูลเพราะไม่แน่ชัด” ซึ่งการทำงานที่ผ่านมาบัณฑิตอาสาต้องประสบกับปัญหาการขาดความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและพื้นที่ ดังที่มานี นามสมมติ บัณฑิตอาสาจังหวัดยะลาได้เล่าให้ฟังว่า “ปัญหาจริง ๆ ก็ยังแก้ไม่ได้ บางพื้นที่จะมีกิจกรรม บางพื้นที่ก็จะมีเลย ซึ่งก็เป็นปัญหาหนึ่ง แต่บางพื้นที่เขาไม่ได้ให้ความสำคัญอย่างมากกับบัณฑิต บางที่เขาไม่ยอมให้ร่วมก็มี”

จากข้อมูลดังกล่าว จะเห็นว่าเรื่องของการกำหนดโครงสร้างหน้าที่ที่ชัดเจนจะส่งผลที่ดีในการปฏิบัติหน้าที่ของบัณฑิตอาสาให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งโครงสร้างการทำงานที่ชัดเจนจะช่วยสนับสนุนให้บัณฑิต อาสาสมัครขอบเขตหน้าที่ของตนเองชัดเจน หน่วยงานหรือชุมชนรับรู้โดยทั่วไป ซึ่งนอกจากจะเกิดความร่วมมือในการทำงานแล้ว ยังเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้บัณฑิตอาสาได้เกิดความภาคภูมิใจในตนเองและมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานเพิ่มขึ้น

4) การสนับสนุนการทำงานของบัณฑิตอาสาของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) จากความเป็นมาที่กล่าวไปแล้วข้างต้นว่าบัณฑิตอาสาเกิดขึ้นและอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ ศอ.บต. หากแต่ในความเป็นจริงที่เกิดขึ้น บัณฑิตอาสาส่วนใหญ่รู้สึกว่าการทำหน้าที่ที่ผ่านมามีไม่ได้รับการดูแลเท่าที่ควรจะเป็น บางส่วนมองว่าบัณฑิตอาสาที่มีความสามารถชัดเจนเป็นทุนเดิมก่อนเข้ามาทำหน้าที่บัณฑิตอาสา จะเป็นกลุ่มที่ได้รับการดูแลและได้รับการสนับสนุนจาก ศอ.บต.เอง หรือหน่วยงานราชการ องค์กรอิสระต่าง ๆ สามารถเข้าถึงแหล่งทุน สามารถเข้าถึงโครงการที่จะนำไปพัฒนาในพื้นที่ของตนเองได้ ในขณะที่บัณฑิตอาสาจำนวนมากไม่ได้มีความสามารถเช่นนั้น ด้วยภูมิหลังที่แตกต่างกันนี้บัณฑิตอาสา มองว่า ศอ.บต. ควรให้การสนับสนุน ควรพัฒนาศักยภาพของบัณฑิตอาสาให้มีความสามารถใกล้เคียงกัน หรือ จัดให้มีการจัดการความรู้ มีการแลกเปลี่ยนรูปแบบการทำงานระหว่างพื้นที่ที่เข้มแข็งกับพื้นที่ที่ยังไม่สามารถดำเนินการได้ในลักษณะของการสนับสนุนระหว่างกัน ดังความคิดเห็นที่ว่า

“บางพื้นที่นะเก่งมากเขียนโครงการขอทุน พัฒนาพื้นที่ของตัวเองได้เยอะมากเกือบทุกพื้นที่ ส่วนพื้นที่อื่น ๆ ก็ได้แต่มองตัวเองไม่เป็น เนี่ยคนเราถนัดไม่เหมือนกัน บางคนถนัดเขียนบางคนถนัดพูด ถ้ามาช่วยกัน มาแชร์กันก็จะเกิดการพัฒนาไปได้เหมือนกัน” (วี นามสมมติ บัณฑิตอาสาจังหวัดปัตตานี) สอดคล้องกับความคิดเห็นที่ว่า “ก็ ศอ.บต. ต้องช่วยสนับสนุนเรานะในการทำงาน เพราะว่าเป็นพี่เลี้ยงเรา ต้องให้เรา มีบทบาทและมีพัฒนาศักยภาพที่จำเป็นให้กับเรา หน่วยงานข้างบนก็ทำงานง่ายขึ้น เบาทรงลง งบก็ไม่เยอะ แต่งบบต้องมาให้เราบ้างนะ ที่ผ่านมามีแต่งงานไม่มีเงิน หน่วยงานลงพื้นที่ได้เบี้ยเลี้ยงได้ค่ารถ เราไม่มีมีแต่เงินเดือนก็ใช้เรื่องเดินทางก็ไม่พอ” (ใจ นามสมมติ บัณฑิตอาสาจังหวัดยะลา)

จากความคิดเห็นดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการทำงานของบัณฑิตอาสา ศอ.บต. ต้องมีการจัดการที่เป็นระบบ โดยให้การสนับสนุนในเรื่องของการพัฒนาศักยภาพด้านต่างๆ ที่จำเป็น ซึ่งศักยภาพที่ต้องพัฒนาเร่งด่วน คือ เรื่องของความสามารถในการสื่อสาร และการสนับสนุนในเรื่องของการบริหารจัดการ ได้แก่ คน งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการ หรือการกำหนดบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนให้กับบัณฑิตอาสาในการทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

## ตอนที่ 6 ความพร้อมในการปฏิบัติหน้าที่ของบัณฑิตอาสาในบูรณาการการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาในการแก้ปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ตามแนวทางของโรเจอร์

เช่นเดียวกันกับการทำหน้าที่บัณฑิตอาสาที่ถูกกำหนดโดยหน่วยงานที่หลัก คือ ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภารกิจในการทำหน้าที่ในการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้จึงเป็นส่วนหนึ่งของงานของบัณฑิตอาสาด้วย หากแต่ที่ผ่านมาระยะการเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ ยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ทั้งในเรื่องของปริมาณและคุณภาพ ดังความคิดเห็นที่ว่า

“คือเรื่องของนวัตกรรม ต้องทำความเข้าใจก่อนว่านวัตกรรมที่ให้เราไปเผยแพร่เนี่ยเรื่องอะไร และขั้นตอนเป็นอย่างไร ที่ผ่านมาระยะที่เราไม่รู้หรืออันไหนนวัตกรรม อันไหนเป็นแค่ข่าว” สาวนามสมมติบัณฑิตอาสาจังหวัดยะลา ซึ่งมีความคิดเห็นเพิ่มเติมไปในทิศทางเดียวกันจากบัว บัณฑิตอาสาจังหวัดนราธิวาส ว่า “ใช่ค่ะเห็นด้วย นวัตกรรมอย่างที่เรารู้ๆ คือ สิ่งใหม่ แนวคิดใหม่ หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ที่เราลงพื้นที่ส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยได้ทำเรื่องพวกนี้เท่าไหร่นะ”

จากความคิดเห็นดังกล่าวจะสะท้อนให้เห็นว่าเรื่องของการเผยแพร่ข่าวสารนวัตกรรมกับการทำงานของบัณฑิตอาสาที่ผ่านมายังไปชัดเจนเป็นรูปธรรม ทั้งนี้อาจเกิดจากว่าที่ผ่านมายังไม่มีนวัตกรรมในรูปแบบใดถูกถ่ายทอดลงไปสู่พื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ผ่านบัณฑิตอาสา เมื่อชวนคิดถึงแนวทางในการเผยแพร่ข่าวสารโดยผู้วิจัยได้อธิบายกระบวนการของการดำเนินการ สิ่งที่บัณฑิตอาสาต้องการในกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรม ยังคงเป็นเรื่องของสื่อ อุปกรณ์ คณะทำงาน และการสนับสนุนจาก ศอ.บต. ตามขั้นตอนของการเผยแพร่ข่าวสารตามแนวทางของโรเจอร์ ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 บัณฑิตอาสาต้องทำหน้าที่ในการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรม ซึ่งเป็นขั้นพื้นฐานที่ผู้ถ่ายทอดนวัตกรรมต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมให้กับประชาชนผู้รับการถ่ายทอดนวัตกรรม เช่น ประโยชน์ที่เกิดขึ้น หรือผลจากการใช้หรือรับนวัตกรรม เป็นต้น ในขั้นตอนนี้เป็นการดำเนินการที่ทำให้ผู้รับนวัตกรรมเกิดความสนใจ สนใจยอมรับข้อมูลที่ผู้เผยแพร่ข่าวสารได้ถ่ายทอด ซึ่งหากสามารถดำเนินการกับผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิดในชุมชน เช่น

ผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนาเกิดความสนใจและเปิดการยอมรับจะทำให้ง่ายที่จะสามารถทำความเข้าใจกับบุคคลอื่นในพื้นที่ได้ต่อไป ในการเผยแพร่นวัตกรรมในขั้นตอนนี้จึงจำเป็นต้องอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการนำเสนอ กล่าวคือต้องมี “ศาสตร์” คือความรู้ และต้องมี “ศิลป์” คือ ทักษะความสามารถในการถ่ายทอด ซึ่งจากข้อมูลพบว่าบัณฑิตอาสาส่วนใหญ่สามารถนำเสนอข้อมูลในลักษณะดังกล่าวได้ในระดับหนึ่ง แต่ยังมีส่วนสำคัญที่ต้องการพัฒนา ได้แก่ ทักษะในการสื่อสารซึ่งได้แก่ **ทักษะการพูดในที่ชุมชน** เพราะมองว่าเป็นทักษะสำคัญในการที่จะถ่ายทอดข้อมูลที่จะนำไปสู่การสร้างความรู้ ความเข้าใจในประโยชน์ หรือ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมที่ต้องการเผยแพร่ได้ ดังความคิดเห็นจาก สาย นามสมมติ บัณฑิตอาสาจังหวัดนครราชสีมา ที่ว่า

“เรื่องการทำความเข้าใจในสิ่งใหม่ที่จะเกิดขึ้นในชุมชนไม่น่าจะยาก แต่สิ่งที่ยากคือเริ่มพูดยังไง บางทีคนเยอะๆ ก็กลัวไม่กล้าพูด พูดก็วนไปมาไม่ตรงประเด็น” ซึ่งสอดคล้องกับนามสมมติบัณฑิตอาสา จังหวัดปัตตานีที่ได้กล่าวต่อว่า “ถ้าเราเป็นคนถ่ายทอดนวัตกรรม เราต้องเข้าใจนวัตกรรมก่อน ทีนี้เข้าใจแล้วเอาไปเล่าต่ออย่างไรต้องฝึกนะ บางคนก็มีมุมของตัวเองไม่อยากออกไปจะออกไปเฉพาะที่ตัวเองรู้สึกปลอดภัย คือ ต้องมั่นใจว่าทำได้ดี แต่ถ้ายังไม่ดีก็ไม่กล้า ตรงนี้คิดว่าเรื่องการพูดสื่อสารสำคัญมาก บางทีเราเข้าใจแต่ไม่รู้ว่าจะไปต่ออย่างไร จะบอกเล่าอย่างไรให้คนอื่นคิดเห็นเหมือนเรา”

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าในขั้นตอนการสร้างความรู้ความเข้าใจในตัวนวัตกรรม เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจในขั้นที่ 1 นี้ ผู้ถ่ายทอดนวัตกรรมจะต้องมีทักษะสำคัญ คือ การสื่อสาร เพื่อให้การถ่ายทอดมีประสิทธิภาพก่อให้เกิดความเข้าใจ และจงใจให้เกิดความสนใจในการยอมรับนวัตกรรมได้ แต่ในการดำเนินการที่ผ่านมาตัวบัณฑิตอาสาส่วนใหญ่ขาดความพร้อมในการดำเนินการ เพราะขาดทักษะการสื่อสาร

ขั้นที่ 2 ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนของการสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้รับนวัตกรรมซึ่งผู้ดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรมต้องทำการพิจารณาถึงความสอดคล้องของตัวนวัตกรรมในเรื่องของความต้องการของสังคมกับลักษณะเฉพาะของนวัตกรรมว่าสอดคล้องกันหรือไม่ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวนี้ผู้รับนวัตกรรมจำเป็นต้องได้รับข้อมูล เพื่อใช้ในการพิจารณาเปรียบเทียบในการตัดสินใจเลือก หรือยอมรับนวัตกรรม เช่น ข้อมูลค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดจากการใช้หรือไม่ใช้นวัตกรรม ความสะดวกสบาย ความเป็นไปได้ในการเข้าถึงนวัตกรรม ความเป็นไปได้ในการใช้นวัตกรรมในชีวิตประจำวัน หรือสังคม และผลที่จะเกิดจากการใช้ หรือไม่ใช้นวัตกรรม เป็นต้น ซึ่งในประเด็นนี้เรื่องของสื่อจะเข้ามามีบทบาทสำคัญเพราะเป็นเรื่องของข้อมูลที่มีจำนวนมาก หากใช้การพูดสื่อสารโดยวาจาเพื่อสร้างความเข้าใจเพียงวิธีการเดียวอาจไม่ครอบคลุมข้อมูลทั้งหมด และไม่น่าสนใจจากการรับข้อมูลที่ยืดเยื้อซึ่งหากใช้วิธีการสื่อสารด้วยวาจาเพียงอย่างเดียวอาจเกิดการปฏิเสธนวัตกรรมในขั้นตอนนี้ได้ ดังนั้น

ในขั้นตอนนี้บัณฑิตอาสาสมัครต้องพัฒนาทักษะในการผลิตและสร้างสรรค์สื่อที่ทันสมัย สามารถสร้างคอนเทนต์ที่เข้าใจง่าย ใช้เวลาไม่นานในการถ่ายถอดข้อมูล ดังความคิดเห็นที่ว่า

“เรื่องการสร้างคอนเทนต์นี้ช่วยได้นะ บางที่ต้องการสื่ออะไรสักอย่างที่เข้าใจง่าย น่าสนใจ ใช้เวลาไม่นาน อย่างตอนนี้ในแอปต่าง ๆ เช่น tiktok shot clip ในยูทูป หรือเฟสบุ๊ก เป็นที่น่าสนใจมาก บางคลิปเป็นไวรัลมีการแชร์ต่ออย่างรวดเร็ว เราน่าจะใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์เหล่านี้ได้” หญิง นามสมมติ บัณฑิตอาสาจังหวัดยะลา ซึ่งประเด็นนี้ส่วนใหญ่จะคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังความคิดเห็นของสุไบตะห์ นามสมมติ บัณฑิตอาสาจังหวัดยะลา ที่ได้ให้ความคิดเห็นในประเด็นนี้ว่า “อยากพัฒนาทักษะเกี่ยวกับการทำคอนเทนต์นี้แหละเหมือนที่เพื่อน ๆ พูด คือ เราใช้ช่องทางพวกนี้มันง่ายในการเข้าถึง คนเฒ่าคนแก่ก็มีลูกหลานที่อาจจะได้เปิดให้ดู เราก็ลูกหลานคนในพื้นที่ บางทีไปนั่งพูดครึ่งวันเค้าไม่สนใจเท่าเปิดคลิปที่มีความหมายแค่มินิวิดิโอ ถ้าได้ก็ดีนะลองพัฒนาพวกเราดู” หญิง นามสมมติ บัณฑิตอาสาจังหวัดปัตตานี เช่นเดียวกับเอก นามสมมติ บัณฑิตอาสาจังหวัดยะลา ที่กล่าวในประเด็นนี้ว่า “เคยเห็นบางที่เวทียูทูป ชาวบ้านไปนั่งฟัง หลับบ้าง คอยเรื่องอื่นกันบ้าง ได้เอกสารก็พับไว้ไม่มีใครได้อ่าน ที่ผ่านมามันว่าเรื่องอะไรจึงไม่ได้ผล”

นอกจากนี้ผู้ดูแลบัณฑิตอาสาจาก คอ.บต. เองยังได้กล่าวถึงแนวทางในการดูแลบัณฑิตอาสาในเรื่องของการพัฒนาทักษะเหล่านี้ โดยระบุว่าหน่วยงานไม่ได้มีงานในการดูแลบัณฑิตอาสาให้มีการทำงานที่สะดวก หากแต่ในการดูแลคนจำนวนมากย่อมไม่ทั่วถึง ซึ่งในการพัฒนาทักษะการผลิตสื่ออย่างง่ายเป็นประเด็นที่เห็นด้วยในการที่จะช่วยทำให้การเผยแพร่ข่าวสารของหน่วยงานหรือหน่วยราชการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทำได้ง่ายและเกิดผลลัพธ์ที่ดีในการดำเนินการ

กล่าวโดยสรุปการดำเนินการเผยแพร่ข่าวสารในขั้นที่ 2 ผู้เผยแพร่ข่าวสารหรือบัณฑิตอาสาจะต้องมีทักษะที่สำคัญเป็นตัวช่วยในการดำเนินการ คือ ทักษะในการผลิตคอนเทนต์เพื่อเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ต่าง ๆ นอกเหนือจากการใช้สื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ทางเดียว หรือการตอบโต้สองทางเป็นการนำเสนอเป็นคอนเทนต์เพื่อดึงดูดความสนใจในตัวนวัตกรรมในภาพกว้างในเวลาอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีข้อดี คือ ไม่เยิ่นเย้อ มีความน่าสนใจติดตามได้มากกว่าการสื่อสารด้วยเอกสารด้วยวาจา การทำเวทียูทูป เหมือนที่ผ่านมา

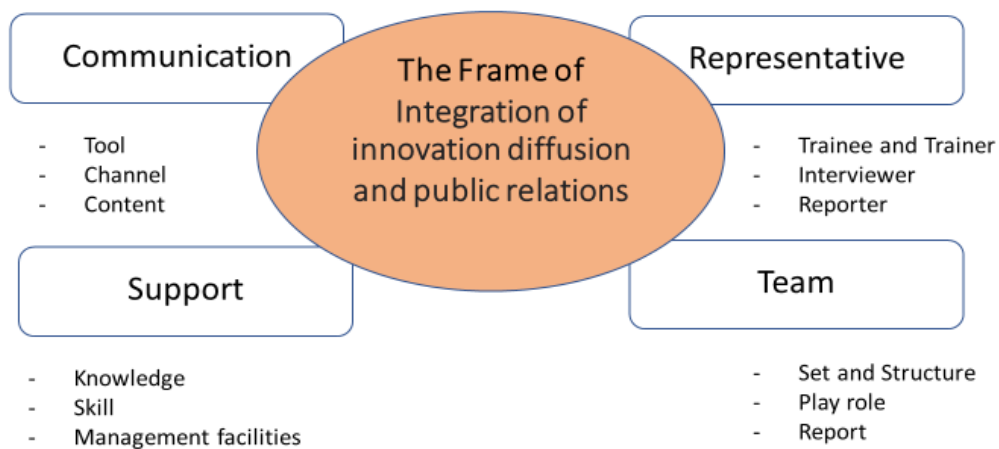
สำหรับขั้นตอนที่ 3 ขั้นการตัดสินใจซึ่งเป็นขั้นตอนที่เกิดการยอมรับนวัตกรรมโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งแล้ว ชุมชนต้องมีการติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มชาวบ้านที่ตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมกับกลุ่มที่ต้องใช้นวัตกรรม และนำไปสู่ขั้นที่ 4 คือ การยอมรับ โดยในขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนต่อเนื่องจากการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม โดยผู้ที่ถ่ายทอดนวัตกรรมจะทำการถ่ายทอดนวัตกรรมให้กับบุคคล กลุ่มบุคคล องค์กร ชุมชน หรือสังคม ที่แจ้งว่าตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมจะได้รับการถ่ายทอดนวัตกรรมจากแหล่งต้นตอของนวัตกรรม หรือ Source โดยจะดำเนินการถ่ายทอดข้อมูล หรือ Message ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม และ

รายละเอียดขั้นตอนต่างๆ ของนวัตกรรม ผ่านไปยังผู้รับทางสื่อกลางในการส่งต่อข้อมูล หรือ Channels ด้วยวิธีการที่เลือกใช้ ไปสู่ผู้ใช้นวัตกรรมซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย หรือ Receiver ไปสู่ขั้นตอนที่ 5 ขึ้นนำไปใช้ โดยกลุ่มชาวบ้านผู้ใช้นวัตกรรมจะต้องดำเนินการใช้นวัตกรรมเป็นระยะเวลาหนึ่งก่อน เพื่อเข้าสู่ขั้นตอนที่ 6 คือ ขั้นการยืนยัน กลุ่มชาวบ้านผู้ใช้นวัตกรรมทำการประเมินวิเคราะห์ผล จากการทดลองใช้นวัตกรรม ซึ่งในขั้นตอนที่ 3-6 นี้ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มองว่าการดำเนินการเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับขั้นที่ 1 และ 2 คือ ต้องใช้สื่อในการทำความเข้าใจ ต้องใช้ทักษะในการพูดคุยเพื่ออธิบายและให้ข้อคิดเห็นในการดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรม ดังนั้นผู้ทำหน้าที่ถ่ายทอดนวัตกรรมได้แก่ บัณฑิตอาสาจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาทักษะ 2 ด้านอย่างเร่งด่วน คือ ทักษะการพูดในที่ชุมชน และทักษะในการผลิตคอนเทนต์ผ่านสื่ออย่างง่าย ดังความคิดเห็นที่ว่า “ผมว่าควรมีการพัฒนาทักษะการผลิตสื่อ ในฐานะสื่อบุคคลควรจะพัฒนาในทักษะการสื่อสาร แต่ไม่ใช่เฉพาะบัณฑิตอาสา มองว่าผู้นำท้องถิ่นเอง กำนันเอง ก็จะได้รับการพัฒนาในเรื่องนี้ด้วย อาจจะต้องนำบางสิ่งบางอย่างเรื่องของการใช้เทคโนโลยีเข้ามาให้กับพี่ๆ ด้วย” เขียด ตัวแทนกรมประชาสัมพันธ์ ให้ข้อเสนอแนะ ซึ่งสอดคล้องกับบัณฑิตอาสาที่ว่า “หนูคิดว่าไม่ว่าจะเป็นเรื่องการประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่แค่นี้รับรู้ หรือเรื่องการถ่ายทอดนวัตกรรมที่ต้องการให้ชาวบ้านรับรู้เข้าใจยอมรับ และได้นำไปปฏิบัติ สิ่งสำคัญ คือ เรื่องทักษะที่เราคุยๆ กันมาหลายรอบว่าต้องมีการพัฒนาพวกเราที่เป็นคนกลางให้ได้ก่อน ทั้งเรื่องพูดคุยสื่อสาร ทั้งเรื่องการทำคอนเทนต์ต่างๆ”

กล่าวโดยสรุปคือ เรื่องของการทำหน้าที่ในการเผยแพร่นวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์ของบัณฑิตอาสาตามแนวทางของโรเจอร์ ซึ่งกำหนดว่าต้องมีผู้นำการเปลี่ยนแปลง (change agent) ซึ่งก็คือบัณฑิตอาสา จะต้องมีการเตรียมความพร้อมทั้งในเรื่องของปัจจัยอำนวยความสะดวก ได้แก่ เรื่องของการมีช่องทางการสื่อสาร การสนับสนุน การมีทีมงานที่ดี และตัวบัณฑิตอาสาเองที่ต้องมีความพร้อมในการปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งต้องมีการพัฒนาทักษะเฉพาะที่สำคัญของตัวบุคคล ได้แก่ ทักษะการพูดในที่ชุมชน และทักษะการผลิตสื่อ คอนเทนต์เพื่อนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์รูปแบบต่างๆ บัณฑิตอาสาจึงจะทำหน้าที่ได้สมบูรณ์

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการทำงานบูรณาการการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ ดังแผนภาพต่อไปนี้





ภาพประกอบที่ 7 องค์ประกอบสำคัญสำหรับการทำงานการบูรณาการการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้

TCSR คือ กระบวนการที่เกิดจากความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการร่วมกัน (T-Team) มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ (C-Communication) และได้รับการสนับสนุนจาก หน่วยงานราชการ และ คอ.บต. (S-Support) โดยมีบุคคลที่ทำหน้าที่หลักในการประสานความร่วมมือได้แก่ บัณฑิตอาสา (R-Representative) ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นบุคคลในพื้นที่และได้รับการยอมรับ ส่งผลให้เกิดความร่วมมือในการดำเนินการที่ดี และการดำเนินการควรเริ่มต้นจากการฝึกอบรมทักษะที่จำเป็น บางประการให้แก่บัณฑิตอาสา ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ทักษะที่จำเป็น ได้แก่ ทักษะการสื่อสารในที่สาธารณะ และทักษะการออกแบบและผลิตสื่อ โดยหลังจากผ่านการฝึกอบรมบัณฑิตอาสาที่มีทักษะเพิ่มขึ้นสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ดี ส่งผลให้นวัตกรรมกระบวนการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา เพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ สามารถดำเนินการได้เป็นอย่างดี ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

Team คือ การทำงานร่วมกันระหว่างบัณฑิตอาสาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยต้องดำเนินการ เป็นขั้นตอน คือ เริ่มที่การ Set and Structure คือ การกำหนดโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ระหว่างกันในการดำเนินงานอย่างชัดเจน จากนั้นจึงไปสู่ขั้นของการทำตามบทบาทหน้าที่ที่กำหนด คือ Play role ที่ผ่านมาในกระบวนการทดลองเผยแพร่นวัตกรรมบัณฑิตอาสาได้ทำงานร่วมกับผู้นำชุมชนและผู้วิจัยซึ่งนับเป็นตัวแทนจาก คอ.บต. จากนั้นนำไปสู่การสรุปและรายงานผล (Report)

Communication คือ เรื่องของการสื่อสารซึ่งถือเป็นเครื่องมือ (Tool) ที่หัวใจหลักที่สำคัญ อีกประการหนึ่งของการถ่ายทอดนวัตกรรม โดยคณะทำงานจะต้องกำหนดช่องทาง (Channel) ในการสื่อสารที่จะใช้งาน และผลการใช้งานแต่ละช่องทาง ซึ่งต้องมีการกำหนดเนื้อหาที่เป็นคอนเทนต์ (Content) ที่สื่อสารเข้าใจง่ายในเวลาที่สุดเร็วและมีประสิทธิภาพ

Support คือ การที่ คอ.บต. ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลบัณฑิตอาสา จะต้องจัดให้มีการพัฒนาเสริมสร้างทักษะและความพร้อมให้กับบัณฑิตอาสา ทั้งในเรื่องความรู้ (Knowledge) เรื่องทักษะที่จำเป็น (Skill) และเมื่อบัณฑิตอาสาที่มีความพร้อมที่จะหน้าที่หน่วยงาน ต้องสนับสนุนบัณฑิตอาสาในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริหารจัดการไม่ว่าจะเป็น วัสดุ อุปกรณ์ สิ่งของจำเป็น งบประมาณ หรือกระทั่งสำนักงาน

Representative คือ บัณฑิตอาสาที่จะต้องทำหน้าที่ในการถ่ายทอดนวัตกรรม ซึ่งต้อง เริ่มต้นที่การฝึกอบรม จากนั้นนำผลการฝึกอบรมไปขยายต่อในฐานะของผู้ฝึกได้ (Trainee and Trainer) เมื่อผ่านกระบวนการฝึกอบรมที่เป็นการเตรียมความพร้อมแล้ว บัณฑิตอาสาต้องทำหน้าที่ในการเป็นผู้รวบรวมข้อมูลเชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับสภาพจริงดังนั้นบัณฑิตอาสาต้องทำหน้าที่ในการเป็น (Interviewer) กล่าวคือต้องมีทักษะที่สำคัญ คือ การสื่อสารที่ดี เมื่อได้ข้อมูลจากขั้นตอนของการถ่ายทอดนวัตกรรมบัณฑิตอาสาต้องทำหน้าที่ในการรายงาน (Reporter) ผลการดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรมแก่คณะทำงานและหน่วยงานเจ้าของนวัตกรรมได้รับทราบ

หากศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้สามารถจัดการให้มีองค์ประกอบสำคัญในการทำหน้าที่บูรณาการการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้ครบถ้วน ดังองค์ประกอบที่กล่าวมา จะทำให้การดำเนินการดังกล่าวเกิดตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

#### **4.2 การพัฒนารูปแบบการบูรณาการการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับ บัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้**

จากการศึกษาในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ทำให้ทราบถึงสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ในการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่เป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) ที่ผ่านมามีประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารจากการทำงานของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้อย่างสม่ำเสมอ โดยนอกจากป้ายประชาสัมพันธ์ตามจุดต่างๆ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งจัดเป็นการสื่อสารทางเดียว ยังมีช่องทางที่น่าสนใจ คือ การรับรู้ผ่านทางบัณฑิต

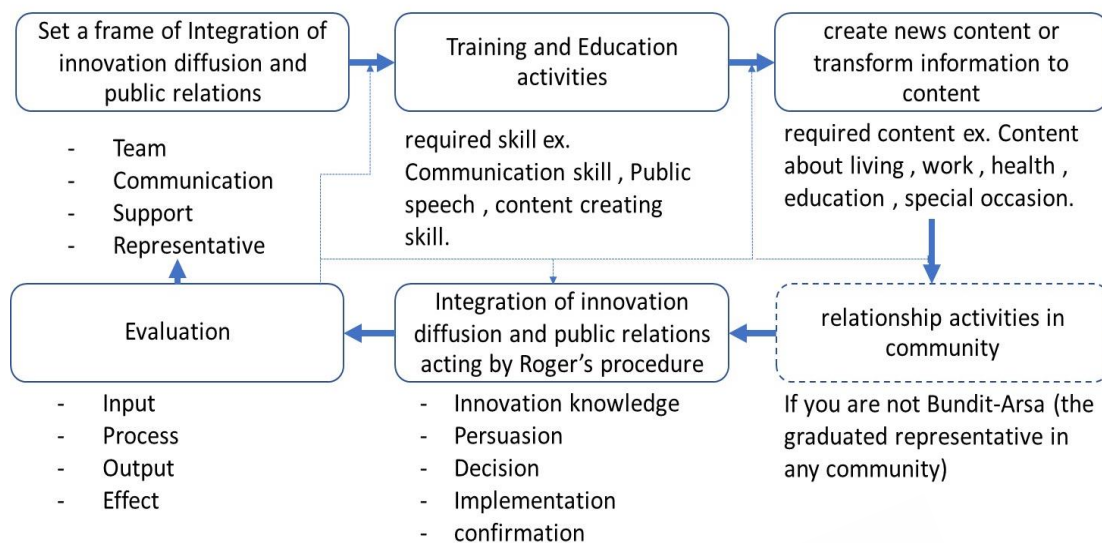
อาสา และทางสื่อออนไลน์ต่างๆ ซึ่งเป็นการสื่อสารสองทางสามารถโต้ตอบกลับได้ ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการติดตามข้อมูลข่าวสารของประชาชนที่ส่วนใหญ่ใช้สมาร์ตโฟนเป็นหลัก ใช้วันละ 2-3 ชั่วโมง โดยเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก ไลน์ และยูทูป

2) ความต้องการจำเป็นเกี่ยวกับการรับรู้การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมด้านการสื่อสารของประชาชนในพื้นที่ พบว่า ในเรื่องของช่องทางการเผยแพร่ผ่านตัวบุคคลประชาชนให้ความสำคัญกับการทำงานของบัณฑิตอาสาที่ทำหน้าที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของ ศอ.บต. มีค่า PNI เป็นลำดับที่ 1 ส่วนเรื่องของเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของ ศอ.บต. ต้องมีความเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน มีค่า PNI เป็นลำดับที่ 1 ในเรื่องของช่องทางการเผยแพร่ประชาชนให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage) “ข่าว ศอ.บต.” มีค่า PNI เป็นลำดับที่ 1 ในเรื่องของหน้าที่ของบัณฑิตอาสาประชาชนให้ความสำคัญกับทักษะการในการใช้สื่อออนไลน์ในการกระจายข้อมูลข่าวสารได้ หลากหลายช่องทาง เช่น ไลน์ (Line), เฟซบุ๊ก (Facebook), กระดานข่าว ออนไลน์ (Web board), กระทั่งออนไลน์ (Topic) มีค่า PNI เป็นลำดับที่ 1 ส่วนเรื่องของ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาชนให้ความสำคัญกับการนำเสนอนวัตกรรมการประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ๆ ในยุคดิจิทัลคอนเทนต์ เช่น ตี๊กต็อก (Tiktok), ยูทูป (Youtube), โซเชียลมีเดีย (Social Media) เพื่อที่จะสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ มีค่า PNI เป็นลำดับที่ 1

และการทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์ของบัณฑิตอาสาต้องมีการเตรียมความพร้อมทั้งในเรื่องของปัจจัยอำนวยความสะดวก ได้แก่ เรื่องของการมีช่องทางการสื่อสาร การสนับสนุน การมีทีมงานที่ดี และตัวบัณฑิตอาสาโดยต้องมีการพัฒนาการพูดในที่ชุมชน และทักษะการผลิตสื่อคอนเทนต์เพื่อนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์รูปแบบต่างๆ

จากข้อมูลสำคัญดังกล่าวจึงนำไปสู่การกำหนดแนวทางพัฒนารูปแบบการบูรณาการการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ ดังแผนภาพ ต่อไปนี้





ภาพประกอบที่ 8 รูปแบบการบูรณาการการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้

จากโมเดลข้างต้นจะเห็นได้ว่ามีขั้นตอนสำคัญในการดำเนินการบูรณาการการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ ทั้งหมด 5+1 ขั้นตอน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 Set a frame of Integration of innovation diffusion and public relations ขั้นนี้เป็นขั้นตอนของการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินการบูรณาการการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา ได้แก่

1) การมีทีม (Team) โดยในการดำเนินการควรจัดให้มีโครงสร้างการทำงานที่ชัดเจน มีกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการ และกำหนดบทบาทหน้าที่ให้ชัดเจนว่าแต่ละบุคคลมีหน้าที่อย่างไร ดำเนินการอย่างไร มีการเชื่อมต่อกับบัณฑิตอาสาอย่างไร

2) การมีช่องทางสื่อสาร (Communication) โดยในการดำเนินการต้องมีการกำหนดช่องทางการสื่อสารที่ชัดเจนว่าจะใช้เครื่องมือใดในการสื่อสาร ด้วยวิธีการอย่างไร

3) การสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริหารจัดการ (Support) ในการดำเนินการต้องมีการเตรียมและให้การสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติหน้าที่ของบัณฑิตอาสา เช่น การมีสำนักงานที่ตั้งที่ชัดเจนให้สามารถเข้าไปใช้อุปกรณ์สำนักงานต่างๆ ได้ หรือ การสนับสนุนอุปกรณ์สื่อสาร อุปกรณ์สำนักงานที่จำเป็น เช่น โต้ะทำงาน คอมพิวเตอร์ ปริ้นท์เตอร์ เป็นต้น

4) ตัวแทนในการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (R) ได้แก่ บัณฑิตอาสา ซึ่งต้องมีการค้นหาจุดที่ต้องการพัฒนา เพื่อให้พร้อมสำหรับการปฏิบัติหน้าที่ เช่น ทักษะการพูดสื่อสารในที่สาธารณะ ทักษะการผลิตสื่อ คอนเทนต์ออนไลน์ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2 Training and Education activities เป็นการฝึกอบรมและพัฒนาตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ในการดำเนินการในทักษะที่จำเป็นที่ได้จากขั้นตอนการค้นหาในขั้นการเตรียมความพร้อม เช่น ทักษะในการสื่อสาร การพูดในที่ชุมชน การผลิตสื่อ การผลิตคอนเทนต์ต่างๆ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 create news content or transform information to content การผลิตสื่อคอนเทนต์ หรือ การเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่มีในรูปแบบเอกสารเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์รูปแบบต่างๆ ที่น่าสนใจ ซึ่งต้องเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตประจำวัน สุขภาพ การศึกษา การทำงาน รวมถึงโอกาสพิเศษต่างๆ

ขั้นตอนที่ 4 relationship activities in community เป็นการสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนในกรณีที่ผู้ดำเนินการไม่ใช่บัณฑิตอาสา เพราะตามแนวทางของโรเจอร์บุคคลที่จะทำหน้าที่ในการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (change agent) ต้องมีคุณสมบัติเฉพาะคือการได้รับความไว้วางใจและเชื่อมั่นจากชุมชน ซึ่งบัณฑิตอาสาเป็นคนในพื้นที่จึงมีความสัมพันธ์ที่ดีที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจเป็นการเฉพาะ ดังนั้นหากผู้ทำหน้าที่ไม่ใช่บัณฑิตอาสา หรือ คนในพื้นที่ที่โดยตรงต้องดำเนินการในขั้นตอนสร้างความสัมพันธ์ในชุมชน

ขั้นตอนที่ 5 Integration of innovation diffusion and public relations acting by Roger's procedure เป็นขั้นการดำเนินการแพร่กระจายนวัตกรรมตามแนวทางของโรเจอร์ ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่

1) Innovation knowledge เป็นขั้นตอนของการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่จะทำการถ่ายทอด ซึ่งบัณฑิตอาสาและผู้เกี่ยวข้องต้องดำเนินการให้ประชาชนรู้และเข้าใจว่านวัตกรรมที่จะได้รับการถ่ายทอดคืออะไร

2) Persuasion เมื่อประชาชนรู้จักตัวนวัตกรรมแล้วในขั้นนี้เป็นขั้นตอนของการชักจูงให้ผู้รับการถ่ายทอดนวัตกรรมอันได้แก่ประชาชนในพื้นที่เกิดความสนใจในตัวนวัตกรรมที่ตนเองต้องนำมาใช้ต่อ

3) Decision เมื่อประชาชนรู้จักและเกิดความสนใจจะนำมาสู่ขั้นตอนในการตัดสินใจ ซึ่งการให้ข้อมูลเสริม การเปรียบเทียบแตกต่างระหว่างใช้และไม่ใช้นวัตกรรมจะมีผลในการตัดสินใจ ดังนั้นทักษะการพูดของบัณฑิตอาสาจึงมีความจำเป็นมากในขั้นตอนนี้ในการพูดโน้มน้าวประชาชนให้เกิดการตัดสินใจรับนวัตกรรม

4) Implementation ขั้นการนำไปใช้ ในขั้นตอนนี้ประชาชนได้ตัดสินใจนำนวัตกรรมไปใช้ หน้าที่ของบัณฑิตอาสา คือ การติดตามคอยดูแลให้คำแนะนำแก่ประชาชนผู้ใช้นวัตกรรม

5) Confirmation เมื่อผ่านการทดลองใช้นวัตกรรมแล้วประชาชนจะทำการประเมินนวัตกรรมและตัดสินใจว่าจะใช้นวัตกรรมต่อหรือไม่ หากมีข้อสงสัยหรือติดขัด บัณฑิตอาสาต้องทำหน้าที่ในการจัดการกับปัญหาหรือข้อสงสัยต่างๆ ให้หมดไป เพื่อให้เกิดการ Confirm หรือ ยอมรับนวัตกรรมในที่สุด

ขั้นตอนที่ 6 Evaluation เป็นการประเมิน ระหว่างดำเนินการแต่ละขั้นเพื่อที่จะแก้ไขข้อบกพร่องในการดำเนินการ และการประเมินหลังเสร็จสิ้นการดำเนินการ เพื่อสรุปผลการแพร่กระจายนวัตกรรม

#### 4.3 การดำเนินการการบูรณาการการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้

ขั้นตอนที่ 1 การเตรียมความพร้อมในเรื่ององค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินการการบูรณาการการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา ได้แก่ การมีทีม (T) การมีช่องทางสื่อสาร (C) การสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริหารจัดการ (S) และตัวแทนในการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (R) ได้แก่ บัณฑิตอาสา โดยการกำหนดให้บัณฑิตอาสาจาก 3 จังหวัดทำงานร่วมกับผู้นำชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารเป็นกลุ่มไลน์และเฟซบุ๊กที่บัณฑิตอาสาใช้งานอยู่

ขั้นตอนที่ 2 การฝึกอบรมและพัฒนาตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ในการดำเนินการในทักษะที่จำเป็น เช่น ทักษะในการสื่อสาร การพูดในที่ชุมชน การผลิตสื่อ การผลิตคอนเทนต์ต่างๆ เป็นต้น โดยวางแผนในการเตรียมความพร้อมผู้ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดนวัตกรรม ซึ่งได้แก่บัณฑิตอาสาทั้ง 3 จังหวัด ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส โดยได้คัดเลือกตัวแทนบัณฑิตอาสาจากทุกอำเภอละ 2 คน ประธานบัณฑิตอาสาจังหวัดละ 1 คน ผู้นำชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เข้าร่วมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ 2 โครงการดังต่อไปนี้

1) พัฒนาทักษะการพูดในที่ชุมชน ซึ่งเป็นการอบรมเชิงปฏิบัติการ มีการฝึกปฏิบัติจริงหลังการเรียนรู้ทฤษฎี จำนวน 18 ชั่วโมง โดยวิทยากร ได้แก่ นายอาร์ปิติน วงศ์กาแข็ง นักจัดการงานทั่วไปชำนาญการ สังกัดศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (รายละเอียดในภาคผนวก)

2) พัฒนาทักษะการผลิตคลิปสั้นเพื่อเผยแพร่ในสื่อออนไลน์อย่างง่าย ซึ่งเป็นการอบรมเชิงปฏิบัติการ มีการฝึกปฏิบัติจริงหลังการเรียนรู้ทฤษฎี จำนวน 18 ชั่วโมง โดยวิทยากร ได้แก่ ดร.พิชญ์สินี ไสยสิทธิ์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาอังกฤษและเทคโนโลยีการศึกษา คณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา (รายละเอียดในภาคผนวก) และมอบหมายให้ฝึกปฏิบัติโดยการผลิตคลิปที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตประจำวัน สุขภาพ การศึกษา การทำงาน รวมถึงโอกาสพิเศษต่างๆ ทั้งหมด 8 คลิป ได้แก่

- 1) การสำรวจคนไร้สัญชาติ/ไม่มีเลข 13 หลัก (รายละเอียดในภาคผนวก)
- 2) สิทธิประโยชน์จากการมีเลข 13 หลัก (รายละเอียดในภาคผนวก)
- 3) สายด่วนอุ่นใจ 1880 (รายละเอียดในภาคผนวก)
- 4) ช่องทางประชาสัมพันธ์ของ ศอ.บต. (รายละเอียดในภาคผนวก)
- 5) แนะนำภารกิจบัณฑิตอาสา (รายละเอียดในภาคผนวก)
- 6) การเตรียมตัวเดือนรอมฎอน (รายละเอียดในภาคผนวก)
- 7) นวัตกรรมการจัดการลูกน้ำยุงลาย (รายละเอียดในภาคผนวก)
- 8) นวัตกรรมเพื่อนข้างบ้าน (รายละเอียดในภาคผนวก)

จะเห็นได้ว่าคลิปที่ 1-6 เป็นคลิปการเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ เพื่อฝึกให้บัณฑิตอาสาคุ้นเคยกับการทำคลิปอย่างง่าย จากนั้นจึงมอบหมายให้ทำคลิปที่เป็นนวัตกรรม เป็นคลิปที่ 7-8 ได้แก่ นวัตกรรมการจัดการลูกน้ำยุงลาย ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่ต้องการถ่ายทอดให้ชุมชนได้จัดการนำเอาสมุนไพรที่หาได้ในชุมชนมาจัดการกับยุงลายที่เป็นพาหะนำโรค และนวัตกรรมเพื่อนข้างบ้าน (รายละเอียดในภาคผนวก) ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่ต้องการถ่ายทอดให้ชุมชนได้ร่วมกันดูแลเพื่อนบ้านในชุมชน ซึ่งผู้วิจัยได้มอบหมายข้อมูลนวัตกรรมให้บัณฑิตอาสาจัดทำคลิป และดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรมผ่านขั้นตอนทั้ง 6 ของการถ่ายทอดนวัตกรรมตามแนวทางของโรเจอร์

ความสำคัญของการที่มอบหมายให้บัณฑิตอาสาไปดำเนินการทั้ง 8 นวัตกรรม แม้ว่ารายละเอียดของการดำเนินการจะเป็นเรื่องทั่วไป แต่โดยนัยแล้วการดำเนินการดังกล่าวเป็นการสร้างความไว้วางใจที่เชื่อใจที่จะก่อตัวขึ้นจากกิจกรรมทุกกิจกรรมที่บัณฑิตอาสาลงพื้นที่ไปปฏิบัติ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้คนในชุมชนทั้งสิ้น ซึ่งสิ่งสะท้อนที่เป็นแนวทางนี้ได้แก่ ความคิดเห็นของประชาชนที่ว่าการติดตามข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการเป็นอยู่โดยตรงจะเป็นการสร้างความสนใจได้มากกว่าข้อมูลข่าวสารที่เป็นโครงการพัฒนา หรือแก้ปัญหาภาครัฐที่จับต้องได้ยาก

#### 4.4 ผลของรูปแบบการบูรณาการการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้

ผลจากการดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรมปรากฏเป็น 4 ส่วน คือ ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินกิจกรรม การประเมินผลการรับรู้ ความตระหนักรู้ และความพึงพอใจของประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ที่จัดกิจกรรมถ่ายทอดนวัตกรรม ซึ่งเป็นผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ดังต่อไปนี้

## ตอนที่ 1 ความคิดเห็นของกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินกิจกรรม

จากความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมกระบวนการนำไปสู่การสรุปรูปแบบการบูรณาการการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่ส่งผลต่อกลุ่มเป้าหมายในการรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายของภาครัฐ เมื่อได้รูปแบบแล้ว ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดลองรูปแบบการบูรณาการการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยการให้บัณฑิตอาสาได้ทำตามกระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรม โดยใช้นวัตกรรมยูทูปที่ได้ทำคลิปไว้ไปดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรมในพื้นที่ของตนเองผ่านขั้นตอนทั้ง 6 ของการถ่ายทอดนวัตกรรม ทั้งนี้ด้วยเวลาที่เป็นข้อจำกัดในการดำเนินการ และเป็นการวิจัยเพื่อให้ได้แนวทางในการดำเนินการต่อไปของ ศอ.บต. ผู้วิจัยจึงเลือกการฝึกด้วยการถ่ายทอดนวัตกรรมง่ายๆ เพื่อเป็นแนวทางในการให้บัณฑิตอาสาที่ทำหน้าที่ในการดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรมได้ทำความเข้าใจขั้นตอนในการถ่ายทอดนวัตกรรม ได้เกิดทักษะและความคุ้นชินในการดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรม ผลที่เกิดจากการดำเนินการเป็นที่พึงพอใจของบัณฑิตอาสาที่เข้าร่วมกระบวนการ โดยส่วนใหญ่มองว่าทำให้การทำงานพื้นที่ในด้านต่างๆ ง่ายและมีทิศทางที่ชัดเจน เมื่อได้รับมอบหมายงาน หรือ ถ่ายทอดนวัตกรรมที่จำเป็นต้องให้ชุมชนและคนในพื้นที่เกิดความเข้าใจ ยอมรับ นำไปใช้จนเกิดเป็นพฤติกรรมจากนวัตกรรมเหล่านั้น บัณฑิตอาสาสามารถใช้แนวทางที่ได้รับการถ่ายทอดผ่านการฝึกอบรมในครั้งนี้ได้ในทุกสถานการณ์ ดังความคิดเห็นที่ว่า

“ดีมากเลยคะ พอได้ทำความเข้าใจเรื่องการถ่ายทอดนวัตกรรมแล้วพอได้อบรมเรื่องต่าง ๆ ที่ผ่านมานี้ ทำให้เรามั่นใจในการทำงานมากขึ้น รู้สึกมีเครื่องมือ มีทิศทาง และถ้าเป็นไปได้ตามที่พูดคุยว่าจะมีคณะทำงาน มีการสนับสนุนอุปกรณ์บ้างจะทำให้การทำงานเรามีประสิทธิภาพมากขึ้นเยอะเลย ดีใจคะที่ ศอ.บต. หันมาสนใจพัฒนาเราบ้าง” มีนา นามสมมติ บัณฑิตอาสาจังหวัดปัตตานีกล่าว สอดคล้องกับนาย บัณฑิตอาสาจังหวัดยะลาที่กล่าวว่า “แต่ก่อนเราก็รู้นะว่าเราสังกัด ศอ.บต. แต่ไม่ได้รู้สึกเท่าไร นี่ออกมัยี้ มันเหมือนเรามีแต่งงาน แต่ไม่ได้รับการดูแล ไม่มีใครมาถามไถ่ว่าการทำงานของเราเป็นยังไง แล้วถ้าอยู่ ๆ โครม โยนงานมาให้เรา ถ่ายทอดนวัตกรรมคืออะไรอะ เมื่อก่อนเราอาจเคยทำแต่เราไม่รู้ตัว พอได้มาร่วมโครงการนี้เหมือนตบแต่งความรู้ความคิดให้กับเราได้ดีมาก”

จะเห็นได้ว่าผลการวิจัยได้ตอบโจทย์ความต้องการในการทำงานของบัณฑิตอาสา ซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการทำหน้าที่สร้างความเข้าใจเรื่องต่าง ๆ ระหว่างชุมชนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและแก้ปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้เกิดความเข้าใจเล็ก ๆ ของชาวบ้านในชุมชนดังกล่าว ความคิดเห็นที่ว่า “แต่ก่อนเห็นนะบัณฑิตอาสา คำก็ดีดีมากช่วยหลายอย่าง ช่วยทำเอกสาร วันก่อนช่วยเรื่องสมัครบัตรประชาชน ถ้าไม่มีเค้าเราก็ไม่ได้สมัคร หลายคนเลยเป็นสิบลูๆ คินันช่วยกัน” นางใจ นามสมมติ ชาวบ้านในพื้นที่จังหวัดปัตตานี สอดคล้องกับนายรัตน์ นามสมมติ ที่ได้กล่าวถึงการถ่ายทอดนวัตกรรมยูงลายว่า “บัณฑิตอาสาเค้าเอามาอธิบายแรกๆ ก็ไม่ยากฟัง แต่พอเค้าเปิดคลิปสั้นๆ ให้แล เรากะเคยเห็นแหละคลิปอื่น แต่ไม่ได้สนใจ พอเค้าเข้ามาหลายรอบ ๆ เรากะทำเหมือนไอ้ยูงลายนั่นดี ถ้าแต่ก่อนได้แต่ทราญไม่ใช่ตายยูง แต่อันนี้ดีเค้ามาทำกับเราเลยพาทำ ถึงที่ว่าให้เราแลบ้านเพื่อน 3 หลัง หน้า ซ้าย ขวา ที่แรกเรารู้ยากนะ แต่ว่าพอทำกะง่าย หนุกแล้วได้เพลงกันทุกวัน บางทีไม่รู้เพลงเรื่องไหน พอว่ามีโครงการกะดีได้หักท่าย เข้า เย็น เป็นโครงการที่ตึนะ ทำต่อแล”

สำหรับตัวบัณฑิตอาสาที่ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดนวัตกรรมได้ให้ความคิดเห็นว่า “มันเป็นหลักการที่ตึนะ เหมือนเรามีวิชาเพิ่ม แต่ก่อนเวลาทำอะไรเราก็ทำแค่ครั้งสองครั้ง ไม่มีขั้นตอนอะไร มันเลยไม่สำเร็จ พอมาจับเป็นแนวทางแบบนี้มันชัด เรามีแรงทำ แล้วยังมีความหวังถ้าหากว่ารูปแบบที่คุยกันว่าเราจะมีที่ทำงานแน่นอน มีอุปกรณ์เล็กน้อยพอทำได้ มึงบม้งไม่ต้องควักเนื้อตัวเอง นั่นแหละถ้าได้ก็ดีกว่าเดิมแน่ นี่แค่นวัตกรรมง่าย ๆ ถ้าเป็นนวัตกรรมแบบไหนก็ไม่น่าจะยากอะไร”



ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (n=352)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	79	22.5
หญิง	273	77.5
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 30 ปี	59	16.7
31-60 ปี	284	80.8
60 ปีขึ้นไป	9	2.5
<b>ศาสนา</b>		
พุทธ	36	10.2
อิสลาม	316	89.8
คริสต์	0	0.0
อื่น ๆ ระบุ	0	0.0
<b>จังหวัดที่อยู่อาศัย</b>		
ยะลา	90	25.7
ปัตตานี	120	34.2
นราธิวาส	142	39.6
สงขลา	0	0.0
สตูล	0	0.0
<b>ระยะเวลา</b>		
ต่ำกว่า 5 ปี	2	0.5
5-20 ปี	41	11.5
21-30 ปี	273	77.5
30 ปีขึ้นไป	36	10.2
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	92	26.2
สมรส	260	67.9
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	0	0.0

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (n=352) (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>อาชีพ</b>		
ข้าราชการ,พนักงานราชการ	62	17.5
บัณฑิตอาสา	45	12.7
เกษตรกรรวม	11	3.0
ประมง	0	0.0
รับจ้างทั่วไป	56	16.0
ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท	145	41.1
ค้าขาย/อาชีพอิสระ	11	3.2
นักเรียน/นักศึกษา	9	2.5
ผู้นำศาสนา	7	2.0
ผู้นำท้องที่/ผู้นำท้องถิ่น	6	1.7
อื่นๆ โปรตระบุ.....	0	0.0
<b>ระยะเวลาทำหน้าที่บัณฑิต</b>		
<b>อาสา</b>		
ต่ำกว่า 5 ปี	3	5.8
5-10 ปี	33	72.5
10 ปีขึ้นไป	9	21.3
<b>วุฒิการศึกษา</b>		
มัธยมศึกษาตอนต้น	5	1.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ เทียบเท่า	43	12.3
อนุปริญญา/เทียบเท่า	106	30.2
ปริญญาตรี	230	65.5
สูงกว่าปริญญาตรี	2	0.5
<b>รายได้</b>		
2. 1- 5,000 บาท	35	9.9
5,001- 10,000 บาท	282	80.2
10,001 - 15,000 บาท	21	6.0
15,001- 20,000 บาท	11	3.1
20,001 บาทขึ้นไป	3	0.8



จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 273 คนคิดเป็นร้อยละ 77.5 และเป็นเพศชาย จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31-60 ปี มีจำนวน 284 คนคิดเป็นร้อยละ 80.8 และช่วงอายุ ต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ส่วนช่วงอายุ 60 ปี ขึ้นไปมี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม มีจำนวน 316 คนคิดเป็นร้อยละ 89.8 และนับถือศาสนาพุทธ มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในจังหวัดนราธิวาส มีจำนวน 142 คนคิด เป็นร้อยละ 39.6 อยู่ในจังหวัดปัตตานี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 และจังหวัดยะลา จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในพื้นที่ปัจจุบันมา 21-30 ปี มีจำนวน 273 คนคิดเป็นร้อยละ 77.5 อาศัยอยู่ 5-20 ปี จำนวน 41คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และ 30 ปีขึ้นไป มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในสถานภาพสมรส มีจำนวน 260 คนคิดเป็นร้อยละ 67.9 และสถานภาพโสด จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31-60 ปี เป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัท มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมาเป็นผู้รับจ้างทั่วไป จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และเป็นพนักงานราชการ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นบัณฑิตอาสาส่วนใหญ่ทำหน้าที่มา 5-10 ปี มีจำนวน 33 คนคิดเป็นร้อยละ 72.5 ทำหน้าที่ 10 ปี ขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และทำหน้าที่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 230 คนคิดเป็นร้อยละ 65.5 ระดับอนุปริญญา/เทียบเท่า จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31-60 ปี มีรายได้เฉลี่ย 5,000-10,000 บาท มีจำนวน 282 คนคิดเป็นร้อยละ 80.2 รายได้ 1-5,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 และรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตอนที่ 3 การรับรู้การดำเนินการเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ของ คอ.บต.

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของ คอ.บต.ที่ท่านรับรู้ในหมู่บ้านของท่านมีความทั่วถึง	4.09	.88
การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของ คอ.บต.ไปสู่ประชาชนที่ท่านรับรู้มีความสม่ำเสมอ	4.10	.85
บัณฑิตอาสาทำหน้าที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของ คอ.บต.ตามที่ท่านรับรู้อย่างสม่ำเสมอ	4.22	.88
คอ.บต. มีการประชาสัมพันธ์ เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วม ในการทำกิจกรรมที่ท่านรับรู้อย่างสม่ำเสมอ	4.14	.87
คอ.บต. เป็นหน่วยงานภาครัฐที่ประชาชนในพื้นที่รู้จัก และเป็นหน่วยงานแรกที่ประชาชนคิดถึงเมื่อต้องการความช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง	4.14	.95

จากตารางพบว่าการรับรู้การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ของ คอ.บต.ในประเด็นขณะนี้ในหมู่บ้านของท่านมีบัณฑิตอาสาทำหน้าที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของ คอ.บต.ตามที่ท่านรับรู้อย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.22, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน.88) คอ.บต. มีการประชาสัมพันธ์ เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วม ในการทำกิจกรรมที่ท่านรับรู้อย่างสม่ำเสมอ และ คอ.บต. เป็นหน่วยงานภาครัฐที่ประชาชนในพื้นที่รู้จัก และเป็นหน่วยงานแรกที่ประชาชนคิดถึงเมื่อต้องการความช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยรองลงมา (ค่าเฉลี่ย 4.14, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน.87และ.95)

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้เนื้อหา/รูปแบบของการประชาสัมพันธ์ของ ศอ.บต.

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของ ศอ.บต. ที่ท่านรับรู้มีความ เข้าใจง่าย	4.05	.92
เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของ ศอ.บต. ที่ท่านรับรู้มีความ น่าสนใจและเป็นที่ยึดจำ	4.00	.94
เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารของ ศอ.บต. มีการนำเสนอข่าวสารผ่านช่องทางโทรทัศน์สามารถพบเห็นได้บ่อยครั้ง และอยู่ในรายการที่ได้รับ ความนิยมทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง	4.09	.88
เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารของ ศอ.บต. ที่มีการออกแบบอินโฟกราฟิก (Infographic) ที่ท่านรับรู้เป็นที่น่าสนใจ ตรงประเด็น และเนื้อหาสาระครบถ้วนทุกข่าว	4.10	.87
เนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ท่านรับรู้มี หลากหลายช่องทาง และมีข้อมูลเป็นปัจจุบัน	4.16	.89

จากตารางพบว่า การรับรู้เนื้อหา/รูปแบบของการประชาสัมพันธ์ของ ศอ.บต. ประเด็นเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ท่านรับรู้มีหลากหลายช่องทาง และมีข้อมูลเป็นปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.16, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน.89) และรองลงมาได้แก่ เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารของ ศอ.บต. ที่มีการออกแบบอินโฟกราฟิก (Infographic) ที่ท่านรับรู้เป็นที่น่าสนใจ ตรงประเด็น และเนื้อหาสาระครบถ้วนทุกข่าว (ค่าเฉลี่ย 4.10, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน.87)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับช่องทางการรับรู้การ  
ประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานของ คอ.บต.

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
คอ.บต. มีช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านเว็บไซต์ <a href="https://www.sbpac.go.th/">https://www.sbpac.go.th/</a>	4.01	.82
คอ.บต. มีช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fanpage) “ข่าว คอ.บต.”	4.17	.85
คอ.บต. มีช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ สิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ / ไปสเตอร์ / แผ่นพับ / คู่มือ / วารสาร และ อินโฟกราฟิก (Infographic)	4.05	.88
คอ.บต. มีช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านสื่อวิทยุและ โทรทัศน์	4.02	.86
คอ.บต. มีช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่าน อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ได้แก่ ยูทูบ (Youtube) /ไลน์ (Line)/ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) /นสพ.ออนไลน์ และ บทความออนไลน์	4.12	.91

จากตารางพบว่า ช่องทางการรับรู้การประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานของ คอ.บต.  
ประเด็นคอ.บต. มีช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook  
Fanpage) “ข่าว คอ.บต.” (ค่าเฉลี่ย 4.17,ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน.85) รองลงมาได้แก่ คอ.บต. มี  
ช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ได้แก่ ยู  
ทูบ (Youtube) /ไลน์ (Line)/ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) /นสพ.ออนไลน์ และ  
บทความออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.12,ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน.91)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการทำงานและทักษะการ  
ประชาสัมพันธ์ของบัณฑิตอาสาฯ

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
บัณฑิตอาสาฯ ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการกระจายข้อมูลข่าวสารไปยัง ประชาชนได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ	4.30	.92
บัณฑิตอาสาฯ มีทักษะการใช้สื่อออนไลน์ในการกระจายข้อมูลข่าวสารได้ หลากหลายช่องทาง เช่น ไลน์ (Line) ,เฟซบุ๊ก (Facebook) , กระดาน ข่าว ออนไลน์ (Web board) ,กระทู้ออนไลน์ (Topic)	4.32	.96
บัณฑิตอาสาฯ มีการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อ แลกเปลี่ยนข้อมูล องค์ความรู้ และพัฒนาทักษะใหม่ๆ อยู่เสมอ	4.24	.89
บัณฑิตอาสาฯ มีการเก็บข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับบริบทของพื้นที่ที่ รับผิดชอบ นำมาวิเคราะห์และสรุปผลการดำเนินงานเป็นประจำทุกเดือน สม่ำเสมอ	4.25	.96
บัณฑิตอาสาฯ มีส่วนร่วมในกิจกรรมของหมู่บ้าน ชุมชนในเขตที่ตน รับผิดชอบและเป็นบุคคลที่ประชาชนสามารถขอความช่วยเหลือหรือ สอบถามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ศอ.บต. หรือหน่วยงานภาครัฐ และ หน่วยงานเอกชนอื่นๆ ได้	4.36	.92

จากตารางพบว่า การทำงานและทักษะการประชาสัมพันธ์ของบัณฑิตอาสาฯ ประเด็น  
บัณฑิตอาสาฯ มีส่วนร่วมในกิจกรรมของหมู่บ้าน ชุมชนในเขตที่ตนรับผิดชอบและเป็นบุคคลที่  
ประชาชนสามารถขอความช่วยเหลือหรือ สอบถามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ศอ.บต. หรือหน่วยงาน  
ภาครัฐ และหน่วยงานเอกชนอื่น ๆ ได้ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.36, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน.92)  
รองมาได้แก่ บัณฑิตอาสาฯ ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการกระจายข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนได้  
อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.30, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน.92)

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการแพร่กระจายนวัตกรรมและเทคโนโลยีการประชาสัมพันธ์

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ศอ.บต. มีการสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้ด้วยจดหมายข่าว แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์	4.17	.84
ศอ.บต. สามารถสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้ด้วยการจัดกิจกรรม	4.15	.78
ศอ.บต. สามารถสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้วยการติดต่อประสานกับหน่วยงานภายนอกภาคีเครือข่าย	4.23	.76
ศอ.บต. สามารถสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้วยวารสารการพัฒนาชายแดนภาคใต้	4.01	.97
ศอ.บต. สามารถสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้วยคลิปวิดีโอเผยแพร่	4.31	.68
ศอ.บต. สามารถสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้วยกิจกรรมสร้างเครือข่าย	4.03	.83
ศอ.บต. สามารถสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้วยเว็บไซต์ <a href="https://www.sbpac.go.th/">https://www.sbpac.go.th/</a>	4.05	.70
ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร		
ศอ.บต. สามารถสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้วยการส่งเสริมการใช้นวัตกรรมการประชาสัมพันธ์	4.01	.82
ศอ.บต. สามารถสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้วยการส่งเสริมการอบรมพัฒนาสื่อ นวัตกรรม การประชาสัมพันธ์	4.04	.85
ท่านคิดว่าขณะนี้ ศอ.บต. มีสื่อ นวัตกรรม การประชาสัมพันธ์สามารถสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่หลากหลาย สามารถเข้าถึงได้อย่างง่ายดายได้	4.03	.68

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการแพร่กระจายนวัตกรรมและเทคโนโลยีการประชาสัมพันธ์ (ต่อ)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ศอ.บต. สามารถสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้วยรูปแบบของสื่อ นวัตกรรม การประชาสัมพันธ์	4.03	.68
ศอ.บต. สามารถสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้วยการนำเสนอ นวัตกรรม การประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ๆในยุคดิจิทัลคอนเทนต์ เช่น ตี๊กต็อก (Tiktok), ยูทูป (Youtube), โซเชียลมีเดีย (Social Media)	4.29	.76
ศอ.บต. สามารถสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้วย นวัตกรรม การประชาสัมพันธ์ ที่เหมาะสมและครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย และมีความสอดคล้องกับสังคมพหุวัฒนธรรมในท้องถิ่น	4.06	.68

จากตารางพบว่า การแพร่กระจายนวัตกรรมและเทคโนโลยีการประชาสัมพันธ์ ประเด็น ศอ.บต. สามารถสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้วยคลิปวิดีโอเผยแพร่ (ค่าเฉลี่ย 4.31, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .68) รองลงมาได้แก่ ศอ.บต. สามารถสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้วยการนำเสนอ นวัตกรรม การประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ๆในยุคดิจิทัลคอนเทนต์ เช่น ตี๊กต็อก (Tiktok), ยูทูป (Youtube), โซเชียลมีเดีย (Social Media) (ค่าเฉลี่ย 4.29, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .76)

ตอนที่ 4 ความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้  
ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความตระหนักรู้และความ  
เข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
การแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ต้องอาศัยระยะเวลา ในการดำเนินการ	4.11	.84
การแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้มีความซับซ้อน	3.93	.80
การแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้จำเป็นต้องอาศัย ข้อมูลที่ถูกต้อง	4.30	.83
การแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้จำเป็นต้องอาศัยการ สื่อสารหลากหลายช่องทาง	4.25	.86
ความสามารถในการจัดการและใช้สื่อหลากหลายช่องทางสามารถ แก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้	4.27	.85

จากตารางพบว่า ความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัด  
ชายแดนภาคใต้ ประเด็นการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลที่  
ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.30, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .83) รองลงมาได้แก่ ความสามารถในการจัดการ  
และใช้สื่อหลากหลายช่องทางสามารถแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ค่าเฉลี่ย 4.27,  
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .85)



ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความตระหนักรู้ในประเด็นผู้มีหน้าที่ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
การแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้หน้าที่ของ ศอ.บต.	4.01	.91
การแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ	4.13	.89
การแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากประชาชนในท้องถิ่น	4.20	.81
ถ้าทุกฝ่ายร่วมมือกันจะสามารถแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้	4.23	.87
ประชาชนในท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้จะเกิดการพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถของประชาชนในท้องถิ่น	4.24	.88

จากตารางพบว่า ความตระหนักรู้ในประเด็นผู้มีหน้าที่ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ประเด็น ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้สามารถพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถของประชาชนในท้องถิ่นได้ (ค่าเฉลี่ย 4.24, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .88) รองลงมาได้แก่ หากทุกฝ่ายร่วมมือกันจะสามารถแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.23, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .87)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความตระหนักรู้ในประเด็น  
หน้าที่ของบัณฑิตอาสาในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
บัณฑิตอาสาสามารถดำเนินการในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้เป็นอย่างดี	4.17	.86
การแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้จำเป็นต้องอาศัยการทำหน้าที่ประสานความร่วมมือของบัณฑิตอาสา กับหน่วยงานราชการอื่นๆ	4.26	.86
การแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือของบัณฑิตอาสา กับประชาชนในพื้นที่	4.30	.85
บัณฑิตอาสาสามารถสร้างความเข้าใจในปัญหาและหาแนวทางร่วมกันกับพื้นที่ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้	4.28	.82
บัณฑิตอาสาควรมีบทบาทที่ชัดเจนในการดำเนินการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้	4.27	.83

จากตารางพบว่า ความตระหนักรู้ในประเด็นหน้าที่ของบัณฑิตอาสาในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ประเด็นบัณฑิตอาสาสามารถสร้างความเข้าใจในปัญหาและหาแนวทางร่วมกันกับพื้นที่ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.28, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .82) รองลงมาได้แก่ บัณฑิตอาสาควรมีบทบาทที่ชัดเจนในการดำเนินการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ค่าเฉลี่ย 4.27, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .83)

ตอนที่ 5 ความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมนวัตกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมการและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมการและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้านกระบวนการขั้นตอนการจัดกิจกรรม

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ขั้นตอนการจัดกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมการและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้	4.05	.85
กระบวนการจัดกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมการและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาฯ สามารถนำไปสู่การสร้าง ความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้	4.09	.93
มีการอำนวยความสะดวกและเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้ที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรมในจัดกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมการและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาฯ	4.12	.88
ขั้นตอนการจัดกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมการและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาฯ มีความยืดหยุ่น สามารถปรับให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้	4.25	.85
ประโยชน์จากกระบวนการจัดกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมการและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาฯ ทุกขั้นตอน	4.13	.91

จากตารางพบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมประเด็นความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมการและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้านกระบวนการ ประเด็นขั้นตอนการจัดกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมการและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาฯ มีความยืดหยุ่น สามารถปรับให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.25, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .85) รองลงมาได้แก่ ประโยชน์จากกระบวนการจัดกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมการและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาฯ ทุกขั้นตอน (ค่าเฉลี่ย 4.13, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .91)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ประเด็นด้านบัณฑิตอาสา

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
บัณฑิตอาสาที่ดำเนินกิจกรรมมีบุคลิกภาพเหมาะสมในการดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา	4.30	.72
บัณฑิตอาสาความสุภาพ ในการดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาด้วยไม่ตรีจิต	4.32	.88
บัณฑิตอาสาที่ดำเนินกิจกรรมมีการดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาด้วยตั้งใจ	4.20	.89
บัณฑิตอาสาที่ดำเนินกิจกรรมมีความกระตือรือร้น รวดเร็ว ฉับไว ในการดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา	4.25	.86
บัณฑิตอาสาที่มีความรู้ความสามารถในการบริการ เช่น การตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัย แนะนำ ในการดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา	4.31	.78
บัณฑิตอาสาที่มีการดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา ด้วยความเสมอภาค เป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ	4.36	.91

ความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้านบัณฑิตอาสา ประเด็นบัณฑิตอาสาที่มีการดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา ด้วยความเสมอภาค เป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.36, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .91) รองลงมาได้แก่ บัณฑิตอาสาที่มีความรู้ความสามารถในการบริการเช่น การตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัย แนะนำ ในการดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา (ค่าเฉลี่ย 4.31, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .78)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้านสิ่งแวดล้อม

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
สถานที่สำหรับการดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา มีความเหมาะสม	3.98	.84
ครุภัณฑ์ วัสดุ อุปกรณ์ เช่นโต๊ะ เก้าอี้ ระบบภาพและเสียง อื่นๆ ที่ใช้สำหรับการดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา มีความเหมาะสม	3.85	.82
สื่อที่ใช้สำหรับการดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา มีความทันสมัย	4.07	.86
สื่อที่ใช้สำหรับการดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา มีความเหมาะสม	4.05	.73
การดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา มีการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า และอย่างทั่วถึง	4.15	.85
การดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา มีป้าย/สัญลักษณ์ ที่แสดงจุดจัดกิจกรรมหรือให้บริการ อย่างชัดเจน	4.17	.72

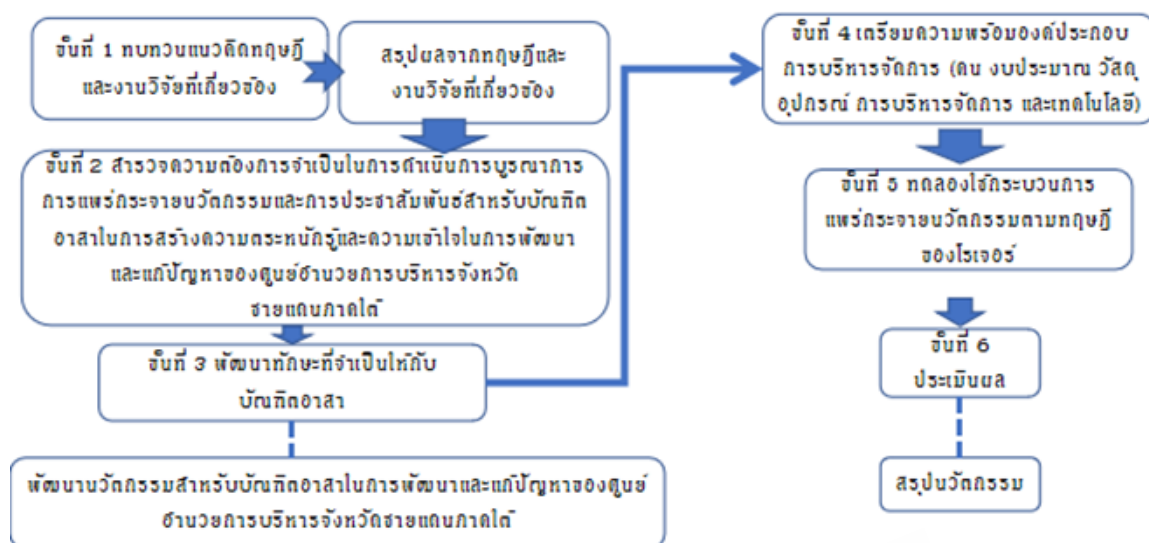
จากตารางพบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้านสิ่งแวดล้อมประเด็นการดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา มีป้าย/สัญลักษณ์ ที่แสดงจุดจัดกิจกรรมหรือให้บริการ อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.17, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .72) และเป็นที่น่าสังเกตว่า ประเด็นครุภัณฑ์ วัสดุ อุปกรณ์ เช่นโต๊ะ เก้าอี้ ระบบภาพและเสียง อื่นๆ ที่ใช้สำหรับการดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (ค่าเฉลี่ย 3.85, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .82)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้านคุณภาพและการนำไปใช้

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ความรู้ แนวคิด ทักษะและประสบการณ์ใหม่ ๆ จากกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา	4.20	.84
สามารถนำสิ่งที่ได้รับจากกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา ไปใช้ในการดำรงชีวิตได้	4.45	.72
ความประทับใจในกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา	4.39	.75
สามารถนำความรู้จากการเข้าร่วมกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา ไปบอกต่อ หรือถ่ายทอดให้กับผู้อื่นได้	4.68	.81
กิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา ตรงตามความต้องการและสามารถนำไปสู่การแก้ปัญหาหรือพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้	4.45	.82

จากตารางพบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้านคุณภาพและการนำไปใช้ประเด็นสามารถนำความรู้จากการเข้าร่วมกิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา ไปบอกต่อ หรือถ่ายทอดให้กับผู้อื่นได้ (ค่าเฉลี่ย 4.68, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .81) รองลงมาได้แก่ กิจกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสา ตรงตามความต้องการและสามารถนำไปสู่การแก้ปัญหาหรือพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ค่าเฉลี่ย 4.45, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .82)

จากการดำเนินการวิจัยทุกขั้นตอนในการพัฒนานวัตกรรมการบูรณาการการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ สามารถพัฒนาเป็นโมเดลได้ตามขั้นตอนต่อไปนี้



ภาพประกอบที่ 9 แนวทางนวัตกรรมการดำเนินการบูรณาการการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้

ขั้นตอนที่ 1 การทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า แนวทางในการแพร่กระจายนวัตกรรมของโรเจอร์เป็นแนวทางที่สามารถนำมาใช้ในการดำเนินการร่วมกับการประชาสัมพันธ์ได้ เพราะมีลักษณะการดำเนินการใกล้เคียงกัน คือ การเริ่มต้นจากการทำความเข้าใจโดยการให้ความรู้ ดำเนินการเผยแพร่ มีการกระตุ้น และสรุป ประเมินผล แนวคิดนี้จึงถูกนำมาเป็นหลักในการดำเนินการ ในส่วนของการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่างานวิจัยได้กล่าวถึงการนำแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรมของโรเจอร์มาใช้ในการถ่ายทอดนวัตกรรม อีกทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหาในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้กล่าวถึงการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในการแก้ปัญหาและสร้างสันติสุข แต่พบปัญหาในการดำเนินการ คือ เรื่องของการสื่อสารที่ไม่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเป็นรูปแบบชัดเจน ซึ่งจากการศึกษาพบว่าหากได้ดำเนินการด้วยแนวทางการแพร่กระจายนวัตกรรมของโรเจอร์จะเป็นผลดีในการสื่อสาร ดังนั้นการดำเนินการวิจัยเพื่อพัฒนานวัตกรรมบูรณาการการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ จึงต้องดำเนินการโดยใช้แนวทางการแพร่กระจายนวัตกรรมของโรเจอร์เป็นแนวทาง



ขั้นตอนที่ 2 การสำรวจความต้องการจำเป็นโดยการหาค่า PNI ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่จะบอกว่าสภาพความต้องการในการพัฒนานวัตกรรมในพื้นที่ในกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องเป็นไปในทิศทางใด ซึ่งผลที่ได้คือ ประชาชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้ประเมินออกมาว่าบัณฑิตอาสาสมัครที่มีหลักในการดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในการแก้ปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ สิ่งที่ต้องดำเนินการพัฒนาคือทักษะของบัณฑิตอาสาสมัครในการปฏิบัติหน้าที่ในพื้นที่ และสื่อที่จะเข้าถึงประชาชนได้ดีที่สุด คือ สื่อออนไลน์รูปแบบต่างๆ และรูปแบบเนื้อหาต้องมีความกระชับ ชัดเจน และเข้าใจง่าย จึงสรุปออกมาเป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะการสื่อสารได้แก่ การพัฒนาทักษะการพูดในที่สาธารณะ และทักษะการผลิตสื่อออนไลน์ คอนเทนต์สร้างสรรค์ให้แก่บัณฑิตอาสา

ขั้นตอนที่ 3 การดำเนินการพัฒนาทักษะให้กับบัณฑิตอาสา ได้แก่ ทักษะในการสื่อสารการพูดในที่ชุมชน การผลิตสื่อ การผลิตคอนเทนต์ต่างๆ และให้บัณฑิตอาสาที่เข้าร่วมกิจกรรมได้ทดลองปฏิบัติจริง ซึ่งผลที่ได้คือคอนเทนต์ทั้งหมด 8 คอนเทนต์ จำนวน 148 คลิป

ขั้นตอนที่ 4 การเตรียมความพร้อมองค์ประกอบในการดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรมตามแนวทาง TCSR ที่ประกอบด้วยการจัดตั้งทีมงาน (T-Team) การกำหนดช่องทางการสื่อสาร (C-Communication) การสนับสนุนวัสดุ อุปกรณ์ที่จำเป็น (S-Support) และการเตรียมความพร้อมให้กับบัณฑิตอาสา (R-Representative)

ขั้นตอนที่ 5 การดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรมโดยการมอบหมายให้บัณฑิตอาสา นำคอนเทนต์ที่ผลิต 2 คอนเทนต์ได้แก่ นวัตกรรมการกำจัดยุงลาย และนวัตกรรมเพื่อนข้างบ้านไปดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรมตามแนวทางของโรเจอร์ 5 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 6 การประเมินผลการดำเนินการและการสรุปนวัตกรรมโดยการประเมินความตระหนักรู้และความเข้าใจของประชาชนในการแก้ปัญหาและการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่เกิดจากการดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรมเพื่อนข้างบ้าน และสำรวจความพึงพอใจที่เกิดจากการดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรม ซึ่งผลที่ได้พบว่าประชาชนเกิดความตระหนักรู้และความเข้าใจของประชาชนในการแก้ปัญหาและการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ในระดับมาก และมีความพึงพอใจที่เกิดจากการดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรมในระดับมากเช่นกัน

ดังนั้น การดำเนินการตามรูปแบบ STCRIE เป็นการดำเนินการที่สามารถบูรณาการการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์ในการสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้เป็นอย่างดี