ISSN: 2985-1025 (Print)
ISSN: 2985-119X (Online)

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2566 Vol. 1 No.1 January - June 2023

ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วารสารสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

JOURNAL OF INFORMATION SCIENCE CMU

บทบรรณาธิการ

เรียนสมาชิกและนักวิจัยทุกท่าน วารสารฉบับนี้เป็นฉบับแรก ของภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ. 2566 วารสารวิชาการ "วารสารสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่" (Journal of Information Science CMU) เป็นวารสารที่ตีพิมพ์เผยแพร่บทความวิจัย บทความวิชาการและโครงงานวิจัย์เป็นความร่วมมือของหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์ในระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เผยแพร่เพื่อสนับสนุนคณาจารย์ บรรณารักษ์ ผู้ใช้ข้อมูลและสารสนเทศ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา และนักวิชาการทั่วไป ให้มีโอกาสเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและแลกเปลี่ยนในสาขาสารสนเทศศาสตร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอบทความทางวิชาการ บทความวิจัยและโครงงานวิจัยที่มีคุณภาพ แสดงถึงประโยชน์ทั้งเชิงทฤษฎี (Theoretical Contributions) ที่นักวิจัยหรือผู้สนใจนำไปประยุกใช้ให้เกิดประโยชน์หรือต่อยอดการวิจัยที่ครอบคลุมเนื้อหาทางด้านบรรณารักษศษสตร์และสารสนเทศศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดการเทศโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนสาขาวิชาอื่น ๆ ที่เกี่ยวสัมพันธ์กัน และเพื่อให้บริการวิชาการแก่สังคมในการเป็นศูนย์กลางเผยแพร่ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์ การทำวิจัยและการพัฒนาผลงานวิชาการของนักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ นักศึกษา และประชาชนผู้สนใจ

วารสารวิชาการ "วารสารสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่" (Journal of Information Science CMU) เริ่มเผยแพร่ ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 กำหนดเผยแพร่ เดือนมกราคม ถึง เดือนมิถุนายน 2566 มีบทความรวมจำนวน 5 เรื่อง ผลงานที่ด้รับการพิจารณาลงตีพิมพ์โนวารสาร ได้ผ่านการพิจารณากสั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง (Peer Review) อย่างน้อย 3 คน และได้รับความห็นชอบจากกองบรรณาธิการ

ขอขอบพระคุณ กองบรรณาธิการบริหาร บรรณธิการกลั่นกรองบทความภายในและภายนอกและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ที่ให้เกียรติร่วมพิจารณากลั่นกรองบทความในครั้งนี้ขอขอบคุณผู้วิจัย เจ้าของวารสาร เอกสาร บทความวิจัย ทั้งที่กล่าวถึงและไม่ได้กล่าวถึง รวมทั้งหน่วยงานและองค์กร ที่สนับสนุนการจัดทำวารสารวิชาการ "วารสารสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่" สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์มา ณ โอกาสนี้

บรรณาธิการ

วารสารสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

(Journal of Information Science CMU)

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2566 Vol. 1 No.1 January - June 2023

สารบัญ

เรื่อง **หน้า**

บทความวิจัย

พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เกี่ยวกับเรื่องการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา บนสื่อสังคมออนไลน์
ผุสดี นนทคำจันทร์ และอภัณตรี สุหฤทยา
Information seeking behavior of Chiang Mai University undergraduate students about COVID-19 pandemic on social media
Pussadee Nonthacumjane and Aphantree Suharuetaya 1

การวิเคราะห์เนื้อหางานวิจัยทางด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนาที่เผยแพร่ในช่วงปี พ.ศ. 2520 - 2561 ในฐานข้อมูลคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
พรชนิตว์ ลีนาราช
Analysis of research content on Lanna language and culture published during 1977 - 2018 in the database of the Faculty of Humanities, Chiang Mai University
Bhornchanit Leenaraj 19

รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ ชุมชนบ้านถิ่น จังหวัดแพร่
สุประวีณ์ อ่อนจันทร์

Knowledge Management Models for Local Wisdom of Tai Lue Banthin Communities, Phrae Province
Suprave Oonjan 39

ห้องสมุดสมัยใหม่ในมหาวิทยาลัยชั้นนำตามแนวโน้ม STEEPED ของสมาคมห้องสมุดอเมริกัน
ธนพรรณ กุลจันทร์ และจุฬารัตน์ ชัยเนตร
Modern Libraries in Leading Universities Pursuant to American Library Association's STEEPED Trends
Thanapun Kulachan and Jularat Chainet 52

การวิเคราะห์ความรู้สึกของผู้บริโภคและใช้บริการร้านอาหารและร้านค้าในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Sentiment Analysis of Restaurants and Shops Service in Chiang Mai University
Phichete Julrode and Dinsor Boonma 73

พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา บนสื่อสังคมออนไลน์

Information seeking behavior of undergraduate students of Chiang Mai University about Coronavirus disease (COVID-19) pandemic on social media

ผุสดี นนทคำจันทร์* และอภัณตรี สุหฤทยา
ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
239 ถนนห้วยแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200 E-mail: pussadee.n@cmu.ac.th*

Pussadee Nonthacumjane* and Aphantree Suharuetaya

Department of Library and Information Science Faculty of Humanities, Chiang Mai University, Mueang Chiang Mai, Chiang Mai, 50200, E-mail: pussadee.n@cmu.ac.th*

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาการแสวงหาสารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาบนสื่อสังคมออนไลน์ ด้านเหตุผลในการแสวงหาสารสนเทศบนสื่อสังคมออนไลน์ ความถี่ ระยะเวลา ช่วงเวลา ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ เนื้อหาของสารสนเทศ รูปแบบของสารสนเทศ ความน่าเชื่อถือของสารสนเทศบนสื่อสังคมออนไลน์ ความทันสมัย หลักการประเมินสารสนเทศ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคที่ประสบในการแสวงหาสารสนเทศ

ผลการวิจัย พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา นักศึกษาจำนวนมากที่สุดใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา วันละ 1 ครั้ง และใช้เวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน ช่วงเวลาที่นักศึกษาจำนวนมากที่สุดใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ 18.01-24.00 น. สื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาจำนวนมากที่สุดใช้ คือ เฟซบุ๊ก เนื้อหาของสารสนเทศบนสื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาจำนวนมากที่สุดแสวงหา คือ สถานการณ์การแพร่กระจายของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาในประเทศไทยรวมทั้งสถิติของผู้ติดเชื้อโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาในประเทศไทย

รูปแบบเนื้อหาที่นักศึกษาจำนวนมากที่สุดแสวงหาบนสื่อสังคมออนไลน์ คือ ข้อความ และนักศึกษาส่วนมากมีความคิดเห็นต่อความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของสารสนเทศบนสื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง นักศึกษาจำนวนมากที่สุดมีความคิดเห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่นำเสนอสารสนเทศได้ทันสมัย คือ ทวิตเตอร์ หลักการประเมินสารสนเทศที่

นักศึกษาส่วนมากใช้ในการพิจารณาคัดเลือกสารสนเทศเกี่ยวกับเรื่องการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โคโรนา คือ สารสนเทศมีความน่าเชื่อถือ สารสนเทศมีความทันสมัย และสารสนเทศมีการอ้างอิงเนื้อหาที่สมบูรณ์และทันสมัย ปัญหาและอุปสรรคที่นักศึกษาจำนวนมากที่สุดประสบในการแสวงหาสารสนเทศ คือ การแพร่กระจายของข่าวปลอมเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา

คำสำคัญ: พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา สื่อสังคมออนไลน์

Abstract

This research aims to investigate information seeking behavior of undergraduate students of Chiang Mai University about Coronavirus disease (COVID-19) pandemic on social media in terms of reason to use social media, frequency of use, period of use, social media types, content, format of information, reliability of social media, currency of social media, information evaluation, problems and obstacles in information seeking.

The research findings indicated that most students sought information about Coronavirus disease (COVID-19) pandemic on social media. Their main reason of seeking was to follow the up-to-date about Coronavirus disease (COVID-19) pandemic. Most students accessed social media to seek for information once a day, and they spent less than an hour during 6.01 PM to 00.00 AM. Facebook was used by most students. Coronavirus disease (COVID-19) pandemic in Thailand and statistics of the Thai Coronavirus disease (COVID-19) patients were the main subjects which were mostly sought. Most students viewed that information on social media was partly reliable. Twitter was viewed as the most currency. Most students pointed out that reliability of information, currency of information and referred information were their evaluation criteria. Problems and obstacles encountered by most students were that the fake news in Coronavirus disease (COVID-19) pandemic.

Keywords: Information seeking behavior, Undergraduate students of Chiang Mai University, Coronavirus disease (COVID-19) pandemic, Social media

ความสำคัญและความเป็นมาของงานวิจัย

สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เป็นเครื่องมือทางสังคม (Social Tool) ที่ใช้เพื่อสื่อสารระหว่างกันในเครือข่ายผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการดำเนินชีวิตในแต่ละวันและมีแนวโน้มการมีและการใช้งานเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆโดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 15 - 24 ปี (รักเกียรติ พันธุ์ชาติ, 2560) ในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับทางด้านการแพทย์ สาธารณสุข และโดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19 pandemic) ที่ระบาดและแพร่กระจายไปทั่วโลกในตอนนี้ ประชาชนส่วนใหญ่พึ่งพาสื่อสังคมออนไลน์ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเหล่านั้น World Health Organization Thailand (2022) รายงานว่า ในประเทศไทยยังพบผู้ติดเชื้อติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19 pandemic) ที่มีการเผยแพร่บนแพลตฟอร์มต่างๆ บางส่วนเป็นข้อมูลที่ผิดซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ของผู้คน (Neely, Eldredge & Sanders, 2021) นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับการรู้สารสนเทศ (Information literacy) ของแต่ละคนว่าจะสามารถประเมิน วิเคราะห์ สังเคราะห์ และใช้สารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างไร จากการศึกษาในเรื่องประเด็นนี้พบว่า บุคคลโดยทั่วไปจำนวนมาก โดยเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Twitter และ Yahoo! Answers เพื่อค้นหาข้อมูลในชีวิตประจำวัน สิ่งนี้ทำให้เกิดความแปลกใจในกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านห้องสมุดและข้อมูล เนื่องจากพบว่า นักศึกษาจำนวนมากขาดทักษะหรือแรงจูงใจในการแสวงหาและประเมินข้อมูลอย่างถูกต้อง (Head & Eisenberg, 2011; Kim, Sin & Yoo-Lee, 2014) ในประเทศไทยกลุ่มประชากรที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ คือ กลุ่มเยาวชนที่มีอายุ 15 – 24 ปี (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559) และจากข้อมูลของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทย พบว่า คนไทยใช้เวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี พ. ศ. 2563 มีการรายงานผลว่า คนไทยมีการใช้งานอินเทอร์เน็ต จำนวน 10 ชั่วโมง 22 นาทีต่อวัน กิจกรรมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1 ได้แก่ การใช้สังคมออนไลน์ ซึ่งมีจำนวนมากถึงร้อยละ 91.2 (Kemp, 2021)

ทั้งนี้ จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในประเทศไทยและต่างประเทศ พบว่า มีนักวิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาในเรื่องนี้เพิ่มจำนวนมากขึ้นในแต่ละปี ในการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ในประเทศไทย พบว่า ปี พ.ศ. 2563 มีนักวิจัย จำนวน 2 ท่าน ได้ทำการศึกษาในประเด็นเรื่องนี้ ศราวุฒิ ด้วงเบา (2563) ได้ทำวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น ในช่วงสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ผลการวิจัย พบว่า 1) พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนักศึกษาเกี่ยวข้องกับการค้นหาข้อมูลประกอบการทำรายงานในรายวิชาต่างๆ ที่มีเนื้อหาทางด้านครุศาสตร์ ในเรื่องของ การวิจัย การจัดการเรียนการสอน ความเป็นครู มากที่สุด นักศึกษาประเมินความน่าเชื่อถือของสารสนเทศ โดยการพิจารณาจากการอ้างอิงของวารสารวิชาการ นักศึกษาแสวงหาสารสนเทศที่เป็นสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์และได้จากแหล่งสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ตในระดับมาก เนื้อหาที่ได้เป็นภาษาไทย ในระดับมากเช่นเดียวกัน 2) นักศึกษาส่วนมากมีปัญหาและอุปสรรคของการแสวงหาสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า นักศึกษามีปัญหา ด้านทรัพยากรสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ที่จำกัดการเข้าถึงมากที่สุด ด้านแหล่งสารสนเทศ ในช่วงสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ปิดให้บริการ และด้านการอำนวยความสะดวกจากมหาวิทยาลัยที่ไม่มีการสอนเกี่ยวกับการสืบค้นสารสนเทศ ตามลำดับ จุฑาทิพย์ จันทร์ลุน (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมสารสนเทศในยุคโควิด-19 ผลจากการศึกษา พบว่า ความต้องการสารสนเทศของประชาชนทั่วโลกส่วนใหญ่ต้องการสารสนเทศในด้านการดูแลป้องกันตนเองและอาการป่วยของโรค ด้านการแสวงหาสารสนเทศ พบว่า คำค้นที่ใช้คือ “Coronavirus” “COVID-19” “Coronavirus symptoms” “Coronavirus test” “COVID-19 symptoms” ช่องทางที่รับสารสนเทศคือ โทรทัศน์ของภาครัฐและสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการใช้สารสนเทศ คือ คนใช้สารสนเทศเพื่อการป้องกันตนเองจากโรคและการติดตามอาการป่วยที่เกิดขึ้นเพื่อเฝ้าระวังรักษาสุขภาพตนเองและคนรอบข้าง ในส่วนของปัญหาที่พบในการค้นหาสารสนเทศและการรับข่าวสารคือ การมีข่าวลือ ข่าวปลอม และข่าวสารเกี่ยวกับโรคที่มากเกินไป ต่อมาใน พ.ศ. 2564 ปทุมมา ลิ้มศรีงาม (2564) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร ผลจากการศึกษาพบว่า ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ในส่วนของเฟซบุ๊ก อยู่ในระดับมาก โดยใช้ระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนมากใช้เวลาเปิดรับรายได้ครั้งละ 15 นาที กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับการนำเสนอข่าวผ่านสมาสตร์โฟนมากที่สุด มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเชื้อไวรัสโคโรนาผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้หากกลับจากการเดินทาง

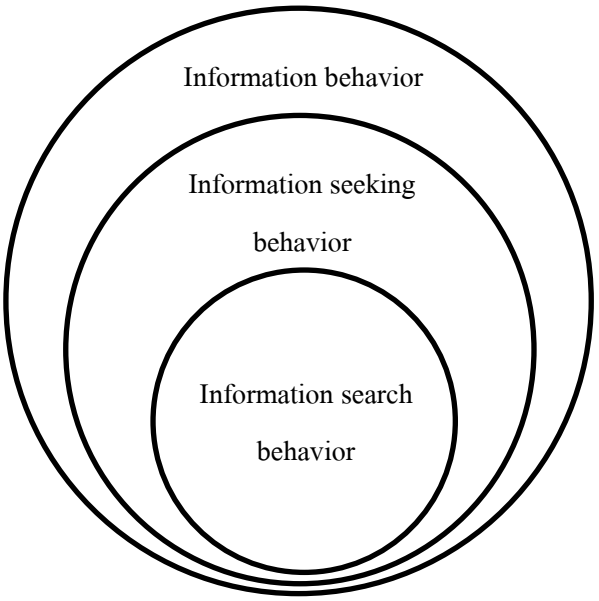
ในพื้นที่ระบาด จะต้องกักตัว 14 วัน อยู่ในระดับมาก ทัศนคติต่อข้อมูลข่าวสารเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการเว้นระยะห่างทางสังคมมีผลต่อการเดินทางโดยขนส่งสาธารณะอยู่ในระดับมาก ส่วนพฤติกรรมการป้องกันโรคเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างมีการสวมใส่หน้ากากอนามัยอย่างถูกต้องอยู่ในระดับมาก ผลการวิจัยยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับการนำเสนอรูปแบบเนื้อหาเป็น Infographic มากที่สุด จากสื่อสังคมออนไลน์ทั้งเฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ และพบการใช้ Facebook Live ซึ่งถือเป็นการนำเสนอในรูปแบบใหม่อีกด้วย นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดประเด็นเนื้อหาสถานการณ์การแพร่ระบาดและการติดต่อ/การป้องกันมากที่สุดจากสื่อสังคมออนไลน์ทั้งเฟซบุ๊กและทวิตเตอร์

สำหรับงานวิจัยในต่างประเทศในเรื่องนี้ พบว่า นักวิจัยได้ให้ความสนใจและมีการศึกษาในเรื่องนี้ ยกตัวอย่างเช่น Dadaczynski, et al. (2021) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการความรอบรู้ด้านสุขภาพด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital health literacy information : DHLI) และการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรค COVID-19 ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลและเว็บ (Web-Based) ของนักศึกษาที่อายุมากกว่า 18 ปี จาก 130 มหาวิทยาลัย ในประเทศเยอรมัน ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการเข้าถึงสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรค COVID-19 คือ ความน่าเชื่อถือของสารสนเทศและการที่ต้องประเมินว่า สารสนเทศนั้นเป็นโฆษณาหรือเชิงพาณิชย์หรือไม่ นอกจากนี้ยังพบว่า นักศึกษาผู้หญิงมีการบริหารจัดการความรอบรู้ด้านสุขภาพด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล โดยการค้นคืนสารสนเทศและการประเมินสารสนเทศอยู่ในระดับต่ำ มีการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับ COVID-19 ผ่านการใช้โปรแกรมค้นหา เว็บข่าว และเว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐ บ่อยที่สุด ในส่วนของนักศึกษาชาย พบว่า มีการใช้ Wikipedia เว็บไซต์สารานุกรม และ YouTube นอกจากนี้พบว่ามีความสามารถในการประเมินสารสนเทศในสื่อสังคมออนไลน์ในระดับต่ำ ซึ่งตรงข้ามกับการใช้เว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐ ในภาพรวมแม้นักศึกษามีการบริหารจัดการความรอบรู้ด้านสุขภาพด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล อยู่ในระดับดี แต่ยังคงมีปัญหาในเรื่องการประเมินสารสนเทศทางด้านนี้ การปรับปรุงให้สารสนเทศทางด้านนี้ให้มีคุณภาพจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ Huang, Hao, Guo, Dans & Li (2021) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการแสวงหาและใช้สารสนเทศเกี่ยวกับ COVID-19 ของนักศึกษาชาวจีน ผลการวิจัยพบว่า ให้ความสนใจเกี่ยวกับ COVID-19 อย่างมาก โดยมีพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับ COVID-19 ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์และสื่อสารมวลชน ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการป้องกันโรค COVID-19 การได้รับสารสนเทศที่ทันสมัย มีแสวงหาสารสนเทศดังกล่าวเพื่อครอบครัวและเพื่อนและเพื่อหาแรงสนับสนุนทางอารมณ์หรือที่พึ่งทางใจ ปัญหาที่พบจากการเข้าถึงสารสนเทศดังกล่าว คือ สารสนเทศมีมากเกินไป และมีการซ้ำซ้อนกันมากเกินไปทำให้เกิดอุปสรรคในการแยกแยะข้อมูลที่เป็นจริงและเป็นเท็จเมื่อต้องการสารสนเทศในเรื่องนี้ อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจค่อนข้างสูง ในการเข้าถึงสารสนเทศเกี่ยวกับ COVID-19 ผ่านช่องทางต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่เชื่อว่า ห้องสมุดควรมีการให้บริการสารสนเทศเกี่ยวกับสุขภาพ การฝึกอบรมความรู้ทางด้านสุขภาพแก่ประชาชน เช่นเดียวกันกับสื่อสังคมออนไลน์และสื่อสารมวลชนควรให้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์และให้บริการทันเวลา ในช่วงเวลาที่มีการระบาดใหญ่ Skarpa & Garoufallou (2021) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ COVID-19 ของวัยรุ่น วัยกลางคน และผู้สูงอายุในประเทศกรีซ ผลการวิจัยพบว่า จากกลุ่มตัวอย่าง 776 บุคคล ใช้ระยะเวลา 2 ชั่วโมงต่อวัน ในการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับ COVID-19 ผ่านทางโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ และเว็บไซต์ข่าว ซึ่งเชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือมากกว่าสารสนเทศบนสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจกับแหล่งสารสนเทศทางการ อย่างเช่น กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานคุ้มครองพลเรือนเป็นต้น และจากครอบครัวและเพื่อน ในขณะที่แพทย์ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และเภสัชกร ดูเหมือนว่าจะเป็นแหล่งสารสนเทศที่ไม่เป็นที่ต้องการมากที่สุด ในส่วนของปัญหาและอุปสรรคในการแสวงหาสารสนเทศดิจิทัล คือ สารสนเทศไม่น่าเชื่อถือ ข่าวปลอม

และสารสนเทศมีมากเกินไป เป็นปัญหาที่พบบ่อยที่สุดในการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับ COVID-19 นอกจากนี้ยังพบว่าความคิดเห็นของนักศึกษามีความแตกต่างกันมากโดยผู้ที่มีอายุเยอะขึ้นจะเข้าถึงสารสนเทศผ่านทางโทรทัศน์มากขึ้นและเข้าถึงผ่านอินเทอร์เน็ตน้อยลง และพบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงเข้าใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าเพศชาย อย่างไรก็ตามทุกคนมีความกังวลเรื่องเดียวกันคือเรื่องข่าวปลอมที่กำลังแพร่กระจายบนสื่อโดยเฉพาะสื่อสังคมออ นไลน์ Stephen, Eldredge & Sanders (2021) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศบนสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงโรคระบาด COVID-19 ของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ชาวอเมริกา ผลงานวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงที่มีโรคระบาด COVID-19 แต่ใช้เพียงเล็กน้อย โดยมีการใช้อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง ส่วนใหญ่ไม่ได้ประเมินความถูกต้องของสารสนเทศบนสื่อสังคมออนไลน์กับผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ อย่างไรก็ตามส่วนใหญ่ไม่เชื่อในความถูกต้องแม่นยำของสารสนเทศเกี่ยวกับ COVID-19 บนสื่อสังคมออนไลน์ และพบว่ามีโอกาสมากขึ้นที่ผู้คนที่ติดตามสารสนเทศทางวิทยาศาสตร์ในช่วงการระบาดใหญ่จะเข้ารับการฉีดวัคซีน นอกจากนี้ผลงานวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสุขภาพควรมีกลยุทธ์เชิงรุกกับผู้เข้าถึงสารสนเทศเกี่ยวกับสุขภาพบนสื่อสังคมออนไลน์ โดยผู้ใช้หวังว่าจะไม่ได้รับสารสนเทศที่เป็นเท็จ บิดเบือนความเป็นจริง และช่วยให้ผู้ใช้เข้าถึงสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ มีการปรับรูปแบบของสารสนเทศให้มีความสอดคล้องกับการแสวงหาสารสนเทศทางด้านสุขภาพของผู้ใช้ Superio, et al. (2021) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ ระดับความรู้ ข้อควรระวัง และความกลัวของนักศึกษาในเมืองอีโลอีโล ประเทศฟิลิปปินส์ ในช่วง COVID-19 ผลการวิจัยพบว่า ความกลัวของผู้คนเพิ่มขึ้นเมื่อมีการเข้าถึงสารสนเทศที่เป็นเท็จ ซึ่งแพร่กระจายไปทั่วสื่อทุกประเภทโดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ นักศึกษาชาวฟิลิปปินส์เป็นหนึ่งในผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอันดับต้นๆรวมถึงมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นพวกเขาจึงมีแนวโน้มที่จะได้รับสารสนเทศที่เป็นเท็จ นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เป็นอย่างดีเกี่ยวกับผลกระทบร้ายแรงของ COVID-19 ซึ่งเป็นโรคติดต่อร้ายแรง อย่างไรก็ตามระดับความกลัวของพวกเขาได้รับอิทธิพลมาจากสารสนเทศอันเป็นเท็จจากสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะ Facebook ในขณะที่ YouTube และ Vlog มีส่วนช่วยอย่างมากในการให้ความรู้และช่วยลดความกลัว ยิ่งไปกว่านั้นการสอนในเรื่องการรู้สารสนเทศก็เป็นสิ่งสำคัญ ที่จะช่วยให้สามารถแยกแยะข้อเท็จจริงได้

กรอบทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในครั้งนี้ คือ พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ (Information-seeking behavior) คือ การแสวงหา สารสนเทศอย่างมีวัตถุประสงค์ โดยเป็นผลมาจากความต้องการ ในระหว่างแสวงหาสารสนเทศ บุคคลผู้นั้นจึงต้องปฏิสัมพันธ์กับระบบสารสนเทศ ซึ่งอาจเป็นระบบสารสนเทศโดยมนุษย์ เช่น ห้องสมุด หนังสือพิมพ์ หรือระบบสารสนเทศบนคอมพิวเตอร์ เช่น www เป็นต้น (Wilson, 2000, p.50) แนวคิดของ Thomas D. Wilson นักวิจัยผู้บุกเบิกการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ในการแสวงหาสารสนเทศ โดยเน้นการวิจัยเชิงคุณภาพที่มีผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง โดยมีการนำกระบวนการการแสวงหาสารสนเทศและการใช้สารสนเทศในด้านต่างๆมาใช้เพื่อการศึกษา แนวทางการศึกษาผู้ใช้ของ Wilson ได้นำแนวคิดทฤษฎีในสาขาอื่นๆมาบูรณาการประกอบในการวิจัยด้วย เช่น จิตวิทยาสังคมวิทยา หรือนิเทศศาสตร์ เป็นต้น วิลสันนำเสนอตัวแบบแสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมสารสนเทศ ดังเสนอในภาพที่ 1

พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศและพฤติกรรมการค้นหาสารสนเทศโดยถือว่าพฤติกรรมสารสนเทศกว้างและครอบคลุมทั้งพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศและพฤติกรรมการค้นหาสารสนเทศขณะที่พฤติกรรมการแสวงหาก็กว้างกว่าและครอบคลุมพฤติกรรมสารสนเทศอีกทอดหนึ่ง ดังนั้นการศึกษาและทำความเข้าใจเรื่องพฤติกรรมสารสนเทศของผู้ใช้ได้อย่างดีนั้นจำเป็นที่จะต้องเข้าใจประเด็นหรือแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศและพฤติกรรมการค้นหาสารสนเทศโดยลำดับการที่มุ่งศึกษาเฉพาะขั้นตอนหรือกระบวนการค้นหาสารสนเทศแต่เพียงอย่างเดียวทำให้ได้ข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ และยังอาจทำให้เกิดการสรุปที่ไม่ถูกต้อง (มาลี ล้ำสกุล, 2555)



ภาพที่ 1 ภาพตัวแบบแสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมสารสนเทศ (Information behavior) และพฤติกรรมสารสนเทศแสวงหาสารสนเทศ (Information seeking behavior) ตลอดจนพฤติกรรมสารสนเทศการสืบค้นสารสนเทศ (Information searching) (Wilson, 1999, p.283)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษา:

1. การแสวงหาสารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาบนสื่อสังคมออนไลน์
2. ปัญหาที่นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ประสบในการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาบนสื่อสังคมออนไลน์

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้มีขอบเขตของการวิจัยที่มุ่งเน้นศึกษาภาพรวมเรื่องการแสวงหาสารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาบนสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสามารถจำแนกเป็น 2 ประเด็นหลัก คือ เรื่องการแสวงหาสารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาบนสื่อสังคมออนไลน์โดยทั่วไป และเรื่องปัญหาที่นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ประสบในการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาบนสื่อสังคมออนไลน์

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล และการแปลผลข้อมูล

1. ประชากรและกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ประชากรในการทำการวิจัยคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ลงทะเบียนเรียนกระบวนวิชาการรู้สารสนเทศและการนำเสนอสารสนเทศ (009103) ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา พ.ศ. 2564 จำนวน 660 คน และภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา พ.ศ. 2564 รวมจำนวน 1,073 คน และกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดในการวิจัยในครั้งนี้คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่ลงทะเบียนเรียนกระบวนวิชาการรู้สารสนเทศและการนำเสนอสารสนเทศ (009103) จำนวน 6 ตอน ดังนี้คือ ภาคการศึกษาที่ 1 / 2564 จำนวน 3 ตอน ได้แก่ ตอน 005 ตอน 006 และ ตอน 009 และภาคการศึกษาที่ 2 / 2564 จำนวน 3 ตอน ได้แก่ ตอน 002 ตอน 003 และตอน 004 รวมจำนวน 200 คน โดยมีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่เฉพาะเจาะจง

2. การสร้างเครื่องมือในงานวิจัย

ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือในงานวิจัยโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง Google form เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้แบบสอบถามฯได้ผ่านการพิจารณาตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ แบบสอบถามฯประกอบด้วย คำถามแบบเลือกตอบคำตอบเดียว คำถามแบบเลือกตอบหลายคำตอบ และคำถามแบบเลือกตอบแบบปลายเปิด

แบบสอบถามออนไลน์ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักศึกษา จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดโรคติดต่อเชื่อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการใช้สังคมออนไลน์จำแนกตามชื่อ เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic)จำนวน 8 ข้อ

การแปลความหมายข้อมูล ตอนที่ 2 และ 3ใช้หลักเกณฑ์การพิจารณาคะแนนเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2556, น. 121) ดังนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง ถูกต้องและน่าเชื่อถือมากที่สุด / ใช้มากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง ถูกต้องและน่าเชื่อถือมาก / ใช้มาก

2.51 – 3.50 หมายถึง ถูกต้องและน่าเชื่อถือปานกลาง / ใช้ปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง ถูกต้องและน่าเชื่อถือเพียงบางส่วน / ใช้น้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง ไม่ถูกต้องและไม่น่าเชื่อถือ / ไม่เคยใช้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลทางระบบ Google form

การเก็บรวบรวมข้อมูลทางระบบ Google form ใช้เวลาประมาณ 2 เดือน จำแนกเป็น 2 ช่วงเวลา คือ ครั้งที่ 1 (ภาคการศึกษาที่ 1 / 2564) ระหว่างวันที่ 28 กันยายน – 28 ตุลาคม 2564 และครั้งที่ 2 (ภาคการศึกษาที่ 2 / 2564) ระหว่างวันที่ 8 พฤศจิกายน – 8 ธันวาคม 2564

4. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามออนไลน์

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามออนไลน์โดยประมวลหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาโดยจะนำเสนอเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของนักศึกษา ประกอบด้วย เพศ ชั้นปีที่ศึกษา อายุ ประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้และการไม่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระ บาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic)

ส่วนที่ 3 การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic)

ส่วนที่ 4 การใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามชื่อเพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic)

1. ข้อมูลพื้นฐานของนักศึกษา ประกอบด้วย เพศ ชั้นปีที่ศึกษา อายุ ประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์

ผลจากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักศึกษาประกอบด้วย เพศ ชั้นปีที่ศึกษา อายุ ประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่านักศึกษาจำนวนมากที่สุด จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 เป็นเพศหญิง เมื่อจำแนกตามช่วงอายุ พบว่า นักศึกษาจำนวนมากที่สุด จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 84.5 อยู่ในช่วงอายุ 16 – 20 ปี และนักศึกษาจำนวนมากที่สุด จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1

เมื่อจำแนกตามประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์พบว่า นักศึกษาจำนวนมากที่สุดจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 92 มีประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 4 ปี เมื่อจำแนกตามประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า นักศึกษาจำนวนมากที่สุด จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 39 มีจำนวนเพื่อนรวมของทุกสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 400 คนขึ้นไป ในการจำแนกตามสถานที่ที่นักศึกษาเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์พบว่า นักศึกษาจำนวนมากที่สุด จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่บ้าน และที่นักศึกษาจำนวนมากที่สุด จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 96.5 ใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

2. รูปแบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic)

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละจำนวนนักศึกษาที่ใช้และไม่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic)

การใช้และไม่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic)	รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช้	192	96
ไม่ใช้	8	4
รวม	200	100

จากการศึกษาการใช้และไม่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic)พบว่า นักศึกษาจำนวนมากที่สุด จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 96 มีประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโร

นา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) อย่างไรก็ตาม พบว่านักศึกษาจำนวนน้อย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ไม่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) เนื่องจากไม่แน่ใจว่าสื่อสังคมออนไลน์มีการเสนอสารสนเทศได้ครบถ้วนหรือไม่ และค้นจากแหล่งข้อมูลอื่นๆ จะได้รับสารสนเทศที่ตรงต่อความต้องการและได้รับสารสนเทศมีความถูกต้องและครบถ้วนมากกว่าการค้นสารสนเทศบนสื่อสังคมออนไลน์

3. การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic)

ตารางที่ 2 การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic)

ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic)	รวม (N=192)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ต่อวัน	151	78.6
1 ชั่วโมงต่อวัน	23	12
2 ชั่วโมงต่อวัน	7	3.6
3 ชั่วโมงต่อวัน	4	2.1
4 ชั่วโมงต่อวัน	1	0.5
มากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน	6	3.1
รวม	192	100

จากการศึกษาพบว่าเหตุผลหลักที่นักศึกษาจำนวนมากที่สุด จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 96.4 ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อติดตามข่าวเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) และนักศึกษาจำนวนมาก จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 46.9 ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) วันละ 1 ครั้ง และพบว่านักศึกษาจำนวนมาก จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 78. 6 ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน (ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 2)

รวมทั้งพบว่า ช่วงเวลาที่นักศึกษามากที่สุด จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) มากที่สุด คือ ช่วงเวลา 18.01-24.00 น. (ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 3)

4. การใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามชื่อเพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic)

4.1 การใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามชื่อ

ผลจากการศึกษาพบว่านักศึกษาจำนวนมากที่สุด จำนวน 192 คน ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมากในชื่อประเภท Twitter โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.6 และ Facebook โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.53 เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับ

การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) ในส่วนการใช้ระดับที่ปานกลาง คือ Instagram โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.25 และ YouTube โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.05 และมีการใช้ในระดับน้อย คือ Line โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.39 และ Pantip โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.72 ตลอดจนWikis โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.53 นอกจากนี้พบว่านักศึกษาไม่เคยใช้ WhatsApp, Pinterest, Blogs, Second life, Idea Storm, Podcast และ Yahoo! Answer เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) (ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 4)

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละ ช่วงเวลาที่นักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic)

ช่วงเวลาที่นักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา Coronavirus disease (COVID-19) pandemic	รวม (N=192)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
06.00-12.00 น.	32	16.7
12.01-18.00 น.	65	33.9
18.01-24.00 น.	95	49.5
00.01-05.59 น.	0	0
รวม	192	100

ตารางที่ 4 การใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามชื่อเพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic)

สื่อสังคมออนไลน์	**การใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามชื่อเพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) N=192**		
	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	**ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D**	**แปลผล**
Facebook	3.53	1.12	ใช้มาก
Line	2.39	1.17	ใช้น้อย
Twitter	3.6	1.38	ใช้มาก
Instagram	3.25	1.32	ใช้ปานกลาง
YouTube	3.05	1.35	ใช้ปานกลาง
WhatsApp	1.06	0.31	ไม่เคยใช้
Pinterest	1.38	0.77	ไม่เคยใช้
Blogs	1.27	0.72	ไม่เคยใช้
Wikis	1.53	0.89	ใช้น้อย
Second life	1.03	0.25	ไม่เคยใช้
Idea Storm	1.02	0.23	ไม่เคยใช้
Podcast	1.45	0.85	ไม่เคยใช้
Pantip	1.72	0.92	ใช้น้อย

สื่อสังคมออนไลน์	การใช้สื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามชื่อเพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) N=192		
	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D	แปลผล
Yahoo! Answer	1.16	0.52	ไม่เคยใช้

4.2 เนื้อหาสารสนเทศ

เนื้อหาสารสนเทศที่นักศึกษาจำนวนมากที่สุด จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 94.3 แสวงหาบนสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) คือ สถานการณ์การแพร่กระจายของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาในประเทศไทย รวมทั้งสถิติของผู้ติดเชื้อโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาในประเทศไทย (ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของเนื้อหาสารสนเทศที่แสวงหาบนสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic)

เนื้อหาสารสนเทศที่แสวงหาบนสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic)	รวม (N=192)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) เช่น ประวัติความเป็นมา ความหมาย เป็นต้น	116	60.4
สถานการณ์การแพร่กระจายของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) ในประเทศไทย รวมทั้งสถิติของผู้ติดเชื้อโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) ในประเทศไทย	181	94.3
สถานการณ์การแพร่กระจายของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) ทั่วโลก รวมทั้งสถิติของผู้ติดเชื้อโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID19) ทั่วโลก	119	62
แนวทางการป้องกันการเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19)	139	72.4
วัคซีนป้องกันการเกิดโรคการติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19))	166	86.5
การรักษาโรคการติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19))	87	45.3

4.3 รูปแบบเนื้อหา

จากการศึกษาพบว่า รูปแบบเนื้อหาเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) ที่นักศึกษาจำนวนมากที่สุด จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 91.7 แสวงหาบนสื่อสังคมออนไลน์ คือ ข้อความ (ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 6)

4.4 ความคิดเห็นต่อความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของสารสนเทศ

ในการศึกษาประเด็นเรื่องความคิดเห็นต่อความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของสารสนเทศฯ พบว่า นักศึกษาจำนวนมากที่สุดมีความคิดเห็นว่า Twitter โดยมีค่าเฉลี่ย 3.25 รองลงมา YouTube โดยมีค่าเฉลี่ย 3.18 และ Facebook โดยมีค่าเฉลี่ย 3.06 ตลอดจน Instagram โดยมีค่าเฉลี่ย 2.88 มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือปานกลาง ในขณะที่นักศึกษามี

ความคิดเห็นว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทอื่นๆ ได้แก่ Line, Wikis, Podcast, Pantip, Blogs, Yahoo! Answer, Idea Storm, Second life, Pinterest และ WhatsApp มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือเพียงบางส่วน ตามลำดับของค่าเฉลี่ย (ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 7)

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของรูปแบบเนื้อหาเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) ที่แสวงหาบนสื่อสังคมออนไลน์

รูปแบบเนื้อหาเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) ที่แสวงหาบนสื่อสังคมออนไลน์	**รวม (N=192)**	
	จำนวน (คน)	**ร้อยละ**
ข้อความ	176	91.7
ภาพถ่าย	85	44.3
อินโฟกราฟิก	144	75
โปสเตอร์	82	42.7
วิดีโอ	94	49
เสียง	41	21.4
สื่อประสม	81	42.2

ตารางที่ 7 ความคิดเห็นต่อความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) บนสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์	ความคิดเห็นต่อความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) บนสื่อสังคมออนไลน์ N=192		
	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	**ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D**	**แปลผล**
Facebook	3.06	0.89	ถูกต้องและน่าเชื่อถือปานกลาง
Line	2.42	0.90	ถูกต้องและน่าเชื่อถือเพียงบางส่วน
Twitter	3.25	0.89	ถูกต้องและน่าเชื่อถือปานกลาง
Instagram	2.88	0.88	ถูกต้องและน่าเชื่อถือปานกลาง
YouTube	3.18	0.95	ถูกต้องและน่าเชื่อถือปานกลาง
WhatsApp	1.93	0.91	ถูกต้องและน่าเชื่อถือเพียงบางส่วน
Pinterest	1.94	0.90	ถูกต้องและน่าเชื่อถือเพียงบางส่วน
Blogs	2.14	1.00	ถูกต้องและน่าเชื่อถือเพียงบางส่วน
Wikis	2.42	1.09	ถูกต้องและน่าเชื่อถือเพียงบางส่วน
Second life	1.96	0.93	ถูกต้องและน่าเชื่อถือเพียงบางส่วน
Idea Storm	1.96	0.95	ถูกต้องและน่าเชื่อถือเพียงบางส่วน
Podcast	2.39	1.10	ถูกต้องและน่าเชื่อถือเพียงบางส่วน
Pantip	2.25	0.85	ถูกต้องและน่าเชื่อถือเพียงบางส่วน
Yahoo! Answer	2.11	1.00	ถูกต้องและน่าเชื่อถือเพียงบางส่วน

4.5 สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการนำเสนอสารสนเทศที่ทันต่อเหตุการณ์

จากการศึกษา พบว่า นักศึกษาจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 มีความคิดเห็นว่า Twitter คือ สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการนำเสนอสารสนเทศที่ทันต่อเหตุการณ์เกี่ยวกับเรื่องการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) (ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการนำเสนอสารสนเทศที่ทันต่อเหตุการณ์เกี่ยวกับเรื่องการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic)

สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการนำเสนอสารสนเทศที่ทันต่อเหตุการณ์ เกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic)	**รวม**	
	จำนวน (คน)	**ร้อยละ**
Facebook	67	34.9
Line	2	1
Twitter	104	54.2
Instagram	5	2.6
YouTube	9	4.7
WhatsApp	0	0
Pinterest	0	0
Blogs	0	0
Wikis	3	1.6
Second life	1	0.5
Idea storm	0	0
Podcast	1	0.5
รวม	**192**	**100**

4.6 หลักการพิจารณาประเมินสารสนเทศ

จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาจำนวนมากที่สุดมีหลักการพิจารณาประเมินสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) คือ สารสนเทศมีความน่าเชื่อถือ สารสนเทศมีความทันสมัย และสารสนเทศมีการอ้างอิงเนื้อหาที่สมบูรณ์และทันสมัย (ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 9)

4.7 ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการค้นหาสารสนเทศ

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาและอุปสรรค ที่นักศึกษาจำนวนมากที่สุด จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 71.9 ประสบในการค้นหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) บนสื่อสังคมออนไลน์ คือ การแพร่กระจายของข่าวปลอม เกี่ยวกับเรื่องการระบาด ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) (ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 10)

ตารางที่ 9 หลักการพิจารณาคัดเลือกสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) บนสื่อสังคมออนไลน์

หลักการพิจารณาคัดเลือกสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา(Coronavirus disease (COVID-19) pandemic)	**หลักการพิจารณาคัดเลือกสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) บนสื่อสังคมออนไลน์ (N=192)**		
	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	**ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D**	**แปลผล**
สารสนเทศสามารถอ่านและเข้าใจได้ง่าย	3.83	0.88	ใช้มาก
สารสนเทศมีความน่าเชื่อถือ	4.12	0.91	ใช้มาก
สารสนเทศมีความทันสมัย	4.04	0.87	ใช้มาก
สารสนเทศมีจำนวนเพียงพอกับการนำไปใช้งาน	3.64	0.93	ใช้มาก
สารสนเทศมีการอ้างอิงเนื้อหาที่สมบูรณ์	3.76	0.99	ใช้มาก
สารสนเทศสามารถอ่านและเข้าใจได้ง่าย	2.09	1.38	ใช้น้อย

ตารางที่ 10 ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการค้นหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) บนสื่อสังคมออนไลน์

ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการค้นหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) บนสื่อสังคมออนไลน์	**รวม (N=192)**	
	จำนวน (คน)	**ร้อยละ**
มีสารสนเทศเกี่ยวกับเรื่องนี้มากเกินไป	36	18.8
มีสารสนเทศที่ไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้จำนวนมาก	45	23.4
การแพร่กระจายของข่าวปลอมเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic)	138	71.9
ขาดความเข้าใจเรื่องคำศัพท์ทางการแพทย์	47	24.5
ใช้เวลาในการแสวงหาสารสนเทศมากเกินไป	9	4.7
ไม่พบเจอปัญหาอุปสรรคใดๆ	19	9.9
อื่นๆ (โปรดระบุ) _____	-	-

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

จากการวิจัยพบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ลงทะเบียนเรียนวิชาการรู้สารสนเทศและการนำเสนอสารสนเทศ (009103) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุในช่วง 16-20 ปี กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1 มีพฤติกรรมใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่บ้านและที่หอพัก และมีประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 4 ปี ผลการวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของอพัชชา ช้างขวัญยืน (2561) ที่พบว่า นิสิตปริญญาตรีมหาวิทยาลัยนเรศวรใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่บ้านและที่หอพัก และมีประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 4 ปี และจากการวิจัยนี้พบว่า เหตุผลหลักที่นักศึกษาจำนวนมากที่สุดใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ เพื่อติดตามข่าวเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease

(COVID-19) pandemic) เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) ในประเทศไทยและทั่วโลกค่อนข้างมีความรุนแรง และมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้น นักศึกษาจึงมีความจำเป็นที่จะต้องแสวงหาสารสนเทศเรื่องนี้เพื่อที่จะได้รับรู้สารสนเทศและมีการวางแผนเตรียมการรับมือกับสถานการณ์ฯดังกล่าว ซึ่งผลจากการงานวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ จุฑาทิพย์ จันทร์ลุน (2563) ที่พบว่า คนใช้สารสนเทศ เพื่อการป้องกันตนเองจากโรคและการติดตามอาการป่วยที่เกิดขึ้นเพื่อเฝ้าระวังรักษาสุขภาพตนเองและคนรอบข้าง

นอกจากนี้การวิจัยนี้ พบว่านักศึกษาจำนวนมากที่สุดใช้โดยเวลาเฉลี่ยน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ต่อวัน ในการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) บนสื่อสังคมออนไลน์ เหตุผลเนื่องจากนักศึกษาใช้เวลาในการแสวงหาฯจากแหล่งอื่นๆ เช่น เว็บไซต์ และสื่อมวลชน ทั้งนี้ผลการวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Skarpa & Garoufallou (2021) ที่พบว่าวัยรุ่น วัยกลางคนและผู้สูงอายุในประเทศกรีซ แสวงหาสารสนเทศ COVID-19 โดยใช้ระยะเวลา 2 ชั่วโมงต่อวัน

รูปแบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic)

ผลการวิจัยนี้พบว่าเนื้อหาสารสนเทศที่นักศึกษาจำนวนมากที่สุดแสวงหาสารสนเทศบนสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) คือ สถานการณ์การแพร่กระจายของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) ในประเทศไทย รวมทั้งสถิติของผู้ติดเชื้อโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ในประเทศไทย ทั้งนี้เนื่องจากสถานการณ์การแพร่กระจายของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemicในประเทศไทย ค่อนข้างมีความรุนแรง รวมทั้งสถิติของผู้ติดเชื้อโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) ในประเทศไทยมีการเพิ่มจำนวนมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ส่งผลทำให้นักศึกษาส่วนมากแสวงหาบนสื่อสังคมออนไลน์เน้นเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวนี้ ซึ่งผลการวิจัยนี้ไม่มีความสอดคล้องกับงานศึกษาของ Huang, Hao & Guo (2021) ที่รายงานผลการศึกษาว่า นักศึกษาชาวจีนแสวงหาและใช้สารสนเทศเกี่ยวกับ COVID-19 โดยมีวัตถุประสงค์แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการป้องกันโรค COVID-19

ในส่วนของรูปแบบเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) ที่นักศึกษาจำนวนมากที่สุดแสวงหาบนสื่อสังคมออนไลน์ คือ ข้อความ เนื่องจากนักศึกษาต้องการได้รับสารสนเทศที่มีการอธิบายรายละเอียดที่ชัดเจนในประเด็นเรื่องนี้ ทั้งนี้ผลการศึกษานี้ไม่สอดคล้องกับงานศึกษา เรื่องการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในกรุงเทพมหานครของปทุมมา ลิ้มศรีงาม (2564) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับการนำเสนอรูปแบบเนื้อหาเป็นอินโฟการฟิกมากที่สุด

ปัญหาและอุปสรรคในการค้นหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) บนสื่อสังคมออนไลน์

ปัญหาและอุปสรรคที่นักศึกษาจำนวนมากที่สุดพบในการค้นหาสารสนเทศเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) บนสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ การแพร่กระจายของข่าวปลอม เกี่ยวกับเรื่องการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) ผลการศึกษานี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของนักวิจัยทั้งไทยและต่างประเทศ ที่ระบุว่า ปัญหาและอุปสรรคของการแสวงหาสารสนเทศบนสื่อสังคมออนไลน์ คือ เรื่องข่าวปลอมเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus disease (COVID-19) pandemic) (จุฑาทิพย์ จันทร์ลุน, 2563; Skarpa, & Garoufallou, 2021)

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จำแนกเป็น 2 ประเด็นคือ ข้อเสนอแนะในการนำเสนอผลการวิจัยนำไปใช้ และข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อเสนอแนะในการนำเสนอผลการวิจัยนำไปใช้

จากผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะในการนำเสนอผลการวิจัยนำไปใช้สำหรับหน่วยงาน หรือ องค์กรทางด้านสาธารณสุข หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาการให้สารสนเทศบนสื่อสังคมออนไลน์มีเนื้อหาที่ถูกต้อง รวมทั้งมีหลากหลายรูปแบบ และมีความทันต่อเหตุการณ์ตลอดจนควรมีการจัดบริการสารสนเทศในรูปแบบต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพและตอบรับกับความต้องการและการใช้งานของผู้ใช้

2. ข้อเสนอแนะในการนำเสนอผลการวิจัยนำไปใช้

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการการวิจัยเชิงพรรณนาและศึกษาโดยภาพรวมของเรื่องนี้ตามที่ได้ระบุในขอบเขตของการวิจัย และที่สำคัญการศึกษานี้ไม่ได้เน้นประเด็นเกี่ยวกับการศึกษาเปรียบเทียบโดยการตั้งสมมติฐาน อย่างไรก็ตามเพื่อให้ไห้ผลการศึกษาที่เจาะลึกและละเอียดมากยิ่งขึ้นในเรื่องพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศตามที่ท่านกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิได้กรุณาได้ให้ข้อคิดเห็นและเสนอแนะ สืบเรื่องจากประเด็นนี้ งานวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ในอนาคตควรที่จะมีการตั้งสมมติฐานเพื่อวัดระดับนัยสำคัญ และควรมีการนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบของการสรุปข้อมูล แสดงผลการวิจัยในรูปเป็นภาพเพื่อที่จะช่วยสื่อสารและอธิบายเนื้อหาและจะช่วยเอื้อประโยชน์ให้ผู้อ่านสามารถที่จะเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายและชัดเจนยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมควบคุมโรค. (2022). สถานการณ์ผู้ติดเชื้อ COVID-19 อัพเดทรายวัน. ค้นจาก https://ddc.moph.go.th/covid19-dashboard/

จุฑาทิพย์ จันทร์ลุน. (2563). พฤติกรรมสารสนเทศในยุคโควิด-19. *วารสารห้องสมุด, 64*(2), 36-49. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/tla_bulletin/article/view/244124/167551

น้ำทิพย์ วิภาวิน. (2558). เครือข่ายสังคมในสังคมเครือข่าย = Social network in a networked society. *วารสารวิจัยสมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ*, *8*(2), 119-127.

ปทุมมา ลิ้มศรีงาม, ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว, และ วราพรรณ อภิศุภะโชค. (2564). การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์กับทัศนคติและพฤติกรรมการป้องกันโรค ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์*, *8*(9), 18-33. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/view/254986/170475

มาลี ล้ำสกุล. (2555). *ผู้ใช้และการบริการสารสนเทศ.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.

ระพีพรรณ ทิวสระแก้ว. (2554). *ความต้องการสารสนเทศและบริการสารสนเทศของผู้ใช้ห้องสมุดสถาบันพระปกเกล้า.* (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วราพร ดำจับ. (2562). สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 7*(2), 147-148.https://so03.tci-thaijo.org/index.php/liberalartsjournal/article/ download/232338/158697

ศราวุฒิ ด้วงเบ้า. (2564). พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น ในช่วงสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 10*(1), 109-120. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JLPRU/ article/ view/244520/171470

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *การจัดการและพฤติกรรมองค์การ.* กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลก ธุรกิจ.

สมยศ นาวีการ. (2540). *การบริหารและพฤติกรรมองค์การ.* กรุงเทพฯ: ผู้จัดการ.

สมรักษ์ สหพงศ์. (2549). *บทบาทละความรู้ความสามารถของนักสารสนเทศทางการแพทย์ในกระบวนการเวชปฏิบัติเชิงประจักษ์: Roles and Competencies of Medical Information Professionals in Evidence-Based Medicine.* (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). ขอนแก่น:มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อนิชวัง แก้วจำนงค์. (2552). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์.* สงขลา: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยทักษิณ.

อพัชชา ช้างขวัญยืน. (2561). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตปริญญาตรีมหาวิทยาลัยนเรศวร. *วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากร, 16*(1), 188-197. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/suedujournal/article/view/170740/122714

อารี พลดี. (2556). สื่อสังคม. ค้นจาก http://legacy.orst.go.th/?knowledges=สื่อสังคม-๔-ตุลาคม-๒๕๕๖

Ankamah, S., Amegashie, P., Yeboah, F., & Amofah-Serwaa, N. (2021). Health Information Seeking Behaviour among Users in the College of Health Sciences Library, the University of Ghana amid the COVID-19 pandemic. *Library Philosophy and Practice*, 1-20.

Bento, A. I., Nguyenb, T., Wingb, C., Lozano-Rojasb, F., Ahnc, Y., & Kosali Simon (2020). Evidence from internet search data shows information-seeking responses to news of local COVID-19 cases. *PNAS, 117*(21), 11220-11222. https://doi:10.1073/pnas.2005335117

Dadaczynski, K., Okan, O., Messer, M., Leung, A., Rosário, R., Darlington, E., & Rathmann, K. (2021). Digital Health Literacy and Web-Based Information-Seeking Behaviors of University Students in Germany during the COVID-19 Pandemic: Cross-sectional Survey Study. *Journal of medical Internet research, 23*(1), e24097. https://doi.org/10.2196/24097

Huang, K., Hao, X., Guo, M., Deng, J. and Li, L. (2021). A study of Chinese college students' COVID-19-related information needs and seeking behavior. *Aslib Journal of Information Management, 73*(5), 679-698. https://doi.org/10.1108/AJIM-10-2020-0307

Kemp, S. (2021). Digital 2021: Thailand. Retrieved from https://datareportal.com/reports/digital-2021-thailand

Neely, S., Eldredge, C., & Sanders, R. (2021). Health Information Seeking Behaviors on Social Media during the COVID-19 pandemicamong American Social Networking Site Users: Survey Study. *Journal of medical Internet research*, *23*(6), 29802. https://doi.org/10.2196/29802

Skarpa, P. E., & Garoufallou, E. (2021). Information seeking behavior and COVID-19 pandemic: A snapshot of young, middle aged and senior individuals in Greece. *International journal of medical informatics*, 150, 104465. https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2021.104465

Superio, D. L., Anderson, K. L., Oducado, R., Luceño, M. T., Palcullo, V., & Bendalian, M. (2021). The information-seeking behavior and levels of knowledge, precaution, and fear of college students in Iloilo, Philippines amidst the COVID-19 pandemic. *International journal of disaster risk reduction*: *IJDRR*, 62, 102414. https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2021.102414

Wilson, T. D. (1999). Models in information behaviour research. *Journal of Documentation*, 55, 249-270.

Wilson, T. D. (2000). Human information behaviour. *Informing Science, 3*(2), 49-55.

World Health Organization. (2021) . Coronavirus disease (COVID- 19) . Retrieved from https: / / www. who. int/ emergencies/ diseases/ novel- coronavirus- 2019/ question- and- answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-COVID-19

World Health Organization Thailand. (2022). สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด19). Retrieved from https: // cdn. who. int/ media/ docs/ default- source/ searo/ thailand/ 2022_01_19_tha- sitrep-219-COVID-19_th_r02.pdf?sfvrsn=390cc017_3

การวิเคราะห์เนื้อหางานวิจัยทางด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนาที่เผยแพร่ในช่วงปี พ.ศ. 2520 - 2561 ในฐานข้อมูลคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Analysis of published research on Lanna language and culture During the year 1977 - 2018 in the database of the Faculty of Humanities, Chiang Mai University

พรชนิตว์ ลีนาราช*

ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

239 ถนนห้วยแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200 E-mail: bhornchanit.l@cmu.ac.th*

Bhornchanit Leenaraj*

Department of Library and Information Science Faculty of Humanities, Chiang Mai University, Mueang Chiang Mai, Chiang Mai, 50200, E-mail: bhornchanit.l@cmu.ac.th*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) รวบรวมงานวิจัยทางด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนาตั้งแต่ปี พ.ศ.2520-2561 จากแหล่งข้อมูล 5 ฐานข้อมูล คือ ฐานข้อมูลCMUL OPAC ฐานข้อมูล e- Research ฐานข้อมูล CMU – Theses ฐานข้อมูล ThaiLIS และ ฐานข้อมูล Chiang Mai Rajabhat University Intellectual Repository – CMRU และรวบรวม จัดเก็บไว้ในฐานข้อมูลภาษาล้านนาและล้านนาศึกษาของคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และ 2) วิเคราะห์เนื้อหางานวิจัยและจัดกลุ่มเนื้อหางานวิจัยทางด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนาตั้งแต่ปี พ.ศ.2520-2561 ขั้นตอนการศึกษาเริ่มจากการศึกษาเอกสารเกี่ยวกับประเพณีและวัฒนธรรมล้านนา เพื่อให้ทราบขอบเขตภาพรวมทั้งหมด ซึ่งพบว่ามี 14 หมวดใหญ่ คือ 1) ภาษาล้านนา 2) วรรณกรรมล้านนา 3) หมวดมารยาท 4) หมวดขนบธรรมเนียมประเพณี 5) หมวดอาหารและโภชนาการ 6) หมวดการแพทย์พื้นบ้าน 7) หมวดการแต่งกาย การสักบนผิวหนังและเครื่องประดับ 8) หมวดสถานโบราณ ที่อยู่อาศัย ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 9) หมวดงานช่างฝีมือดั้งเดิม(ศิลปกรรม) อาชีพและเครื่องมือเครื่องใช้ 10) หมวดศิลปะการแสดง การละเล่น ศิลปะการต่อสู้และกีฬาพื้นบ้าน 11) หมวดกลุ่มชาติพันธุ์ 12) หมวดการปกครองและสังคมล้านนา 13) หมวดมาตราชั่ง ตวง วัด และการนับเวลา 14) หมวดบุคคลสำคัญ จากนั้นรวบรวมงานวิจัยด้านล้านนาจาก 5 ฐานข้อมูลข้างต้น โดยบันทึกข้อมูลทางบรรณานุกรมจัดเก็บในฐานข้อมูล ได้แก่ ชื่อผู้แต่ง ชื่องานวิจัย ระดับการศึกษา แหล่งข้อมูล (ฐานข้อมูลที่พบงานวิจัย) ชื่อปริญญา สาขาวิชา มหาวิทยาลัยที่เป็นเจ้าของงานวิจัย และบทคัดย่อหรือเอกสารฉบับเต็ม รวบรวมข้อมูลได้จำนวน 369 รายการ (ร้อยละ 100.00) พบว่าสามารถแบ่งเนื้อหางานวิจัย

ได้ 19 หมวดใหญ่คือ 1) ภาษาล้านนา 2) วรรณกรรมล้านนา 3) ความเชื่อและประเพณี 4) อาหารล้านนา 5) สุขภาพอนามัย 6) การแต่งกายและเครื่องประดับ 7) งานช่างฝีมือดั่งเดิม 8) สถานที่สำคัญ 9) สถาปัตยกรรมล้านนา 10) ศิลปกรรมล้านนา11) อาชีพ 12) ศิลปะการแสดงล้านนา 13) การละเล่นและกีฬา 14) กลุ่มชาติพันธุ์ 15) การปกครองและสังคม 16) ประวัติศาสตร์ล้านนา 17) บุคคลสำคัญ 18) มาตราชั่ง ตวง วัดและการวัดเวลา 19) อื่น ๆ (หมายถึงเนื้อหาอื่นๆ ที่ไม่สามารถจัดเข้า 19 กลุ่มข้างต้นได้) หมวดที่มีข้อมูลงานวิจัยมากที่สุดคือ หมวดวรรณกรรม มีงานวิจัยจำนวน 95 รายการ (ร้อยละ 25.75) รองลงมาคือ หมวดความเชื่อและประเพณี มีงานวิจัยจำนวน 40 รายการ (ร้อยละ 10.84) และรองลงมาอันดับสามคือ หมวดภาษา มีงานวิจัยจำนวน 35 รายการ (ร้อยละ 9.49) หมวดที่มีงานวิจัยน้อยที่สุดมีเท่ากัน 3 หมวด คือ หมวดการละเล่นและกีฬา หมวดมาตราชั่ง ตวง วัดและการวัดเวลา และ หมวดอื่น ๆ มีงานวิจัยจำนวน 2 รายการ (ร้อยละ 0.54)

Abstract

This research is a qualitative research aiming to 1) Collecting research on Lanna language and culture between A.D. 1977-2018 from 5 databases, which are CMUL OPAC Database, e- Research Database, CMU–Theses Database, ThaiLIS Database, and Chiang Mai Rajabhat University Intellectual Repository–CMRU Database, and collected and stored in the Lanna Language and Lanna Studies database of the Faculty of Humanities, Chiang Mai University. 2) Analyze research content and group research content in Lanna language and culture since the A.D. 1977-2018. The research started with a documented study on Lanna traditions and culture. In order to know the overall scope, which was found that there were 14 major categories; 1) Lanna Language 2) Lanna Literature 3) Etiquette 4) Traditions 5) Food and Nutrition 6) Folk medicine 7) Dressing, Tattooing on the skin and jewelry 8) Ancient sites, habitats, nature and environment 9) Traditional craftsmanship (arts), occupation and tools 10) Performing Arts, Plays, Martial Arts and Folk Sports 11) Ethnic Groups 12) Lanna Government and Society 13) Weights, Measures and Time Counts 14) Important Persons. Then collected Lanna researchs from the above 5 databases and stored bibliographic information in the database, namely the fields such as; Author, Research title, Educational level, Source information (database name), Degree, Field of study, Affiliation, and Abstract or the Full-text, amount of data collected 369 items (100.00%) It was found that the research content can be divided into 19 major categories: 1) Lanna Language 2) Lanna Literature 3) Beliefs and Traditions 4) Lanna Food 5) Health and Hygiene 6) Dress and Accessories 7) Traditional Craftsmanship 8) Landmarks 9) Lanna Architecture 10) Lanna Arts 11) Occupation 12) Lanna Performing Arts 13) Plays and Sports 14) Ethnic Groups 15) Government and Society 16) Lanna History 17) Important Persons 18) Weights, Measures and Time Measures 19) Others (meaning other content that cannot be classified into the above 19 catagories)

The category with the most research data was Lanna Literature found 95 research items (25.75%), the next number is Beliefs and Traditions found 40 research items (10.84 %), and the third is Lanna Language found 35 research items (9.49%). Three categories with the least research items are equal; Games and Sport, \Weights, Measures and Time Measurements and Other have 2 researches (0.54**).**

ความสำคัญและความเป็นมาของงานวิจัย

การวิจัยเป็นวิธีหรือเครื่องมือที่ดีที่สุดในปัจจุบันในการแสวงหาความรู้ การวิจัยทำให้มนุษย์มีความรู้ความเข้าใจธรรมชาติของโลก มนุษย์และแม้กระทั่งจักรวาล รวมทั้งทำให้มนุษยชาติมีความเจริญก้าวหน้า มีการพัฒนา มีความเจริญรุ่งเรืองอยู่ตลอดเวลา ไม่มีที่สิ้นสุด ดังจะเห็นได้จากประเทศพัฒนาแล้วต่างๆ ล้วนให้ความสำคัญกับการวิจัยโดยมีการทุ่มเททรัพยากรต่างๆ ให้กับการวิจัยอย่างต่อเนื่องและไม่หยุดยั้ง เนื่องจากการวิจัยเป็นกิจกรรมพัฒนาปัญญาเพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่มนุษย์เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาวิถีการดำรงชีวิตทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและวัฒนธรรมให้ดีขึ้น ผลการวิจัยที่ผ่านมาช่วยทำให้ประเทศไทยสามารถพึ่งพาตนเองในทางปัญญาตนเองไปได้อีกขั้นหนึ่ง และยังเป็นการสร้างรากฐานของการพัฒนาประชากรชาวไทยให้สามารถเข้าใจปัญหาของประเทศและร่วมมือกันเพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่างๆที่สำคัญ (Sophon, 1998). การที่จะประสบความสำเร็จในการทำวิจัยนั้น แหล่งข้อมูลเฉพาะเรื่องเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินการวิจัยเนื่องจากเป็นแหล่งที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยที่เคยทำมาแล้วทั้งเนื้อหา ปริมาณและผลการค้นพบที่เกี่ยวข้อง ยิ่งไปกว่านั้นการวิเคราะห์งานวิจัยยังทำให้เห็นถึงช่องว่างในการวิจัยซึ่งจะนำไปสู่การสร้างสรรค์งานวิจัยหรือนวัตกรรม

แหล่งสารสนเทศ คือ ที่แหล่งที่มา ผลิต รวบรวม เผยแพร่และให้บริการสารสนเทศ ในยุคดิจิทัลปัจจุบันแหล่งสารสนเทศงานวิจัยที่นักวิจัยสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกรวดเร็วก็คือฐานข้อมูล จากการศึกษาฐานข้อมูลที่สามารถสนับสนุนให้นักวิจัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่สามารถบรรลุตามแผนพัฒนาการศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ยุทธศาสตร์ที่3 เชิงรุก: ล้านนาสร้างสรรค์ และยุทธศาสตร์ที่ 5 ตามพันธกิจ: วิจัยเพื่อความเป็นเลิศและนวัตกรรม (Sribanditmongkol, 2017) ได้อย่างมีประสิทธิผล จากการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีแหล่งข้อมูลที่เป็นฐานข้อมูลทางวิชาการสำคัญที่รวบรวมงานวิจัยด้านล้านนา 5 ฐานข้อมูล คือ 1) ฐานข้อมูลCMUL OPAC เป็นฐานข้อมูลทรัพยากรสารสนเทศของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2) ฐานข้อมูลe- Research เป็นฐานข้อมูลงานวิจัยของอาจารย์และบุคลากรมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 3) ฐานข้อมูล CMU–Theses เป็นฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 4) ฐานข้อมูล ThaiLIS Digital Collection of 96 Universities หรือ TDC เป็นฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ วิจัยและบทความวารสารฉบับเต็มในรูปอิเล็กทรอนิกส์ ของมหาวิทยาลัย/สถาบันต่างๆ ของประเทศไทย 96 แห่ง และ 5) ฐานข้อมูลคลังปัญญาของหอสมุดหลาง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ (Chiang Mai Rajabhat University Intellectual Repository – CMRUIR) เป็นฐานข้อมูลรวบรวมและวิเคราะห์เนื้อหางานวิจัยทางด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนา เมื่อศึกษาในรายฐานข้อมูลพบว่าแต่ละฐานข้อมูลมีระบบการจัดเก็บและควบคุมบรรณานุกรมที่แตกต่างกัน จากความแตกต่างและหลากหลายของฐานข้อมูลดังกล่าวทำให้นักวิจัยมีความยากลำบากในการสืบค้นสารสนเทศซึ่งจำเป็นต้องสืบค้นข้อมูลจากหลากหลายแห่ง นอกจากนี้แต่ละฐานข้อมูลยังมีมาตรฐานการใช้คำศัพท์ควบคุมที่แตกต่างกันออกไป หากนักวิจัยต้องการเนื้อหาที่ครอบคลุมก็จำเป็นต้องใช้เวลาสืบค้นที่มากในการสืบค้นข้อมูลจากหลากหลายแห่งและต้องจดจำคำศัพท์ควบคุมที่หลากหลาย

การศึกษาการจัดกลุ่มสารสนเทศด้านล้านนาขององค์กรต่างๆ ได้แก่ Office of the National Culture Commission (1987) สารานุกรมวัฒนธรรมไทยภาคเหนือของ Thai Cultural Encyclopedia Foundation Siam Commercial Bank (1999, pp. 9-89) Thailand Creative & Design Center (2002). Department of Cultural Promotion (2016, pp. 14-19) พบว่าการจัดกลุ่มของสารานุกรมวัฒนธรรมไทยภาคเหนือของมูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ (Thai Cultural Encyclopedia Foundation Siam Commercial Bank) และของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม (Department of Cultural Promotion) มีการจัดกลุ่มสารสนเทศด้านล้านนาที่ละเอียดครอบคลุมมากที่สุดจึงใช้เป็นฐานแนวคิด จากนั้นผู้วิจัยได้วิเคราะห์เพื่อจำแนกเป็นหมวด สามารถแบ่งออกเป็น 14 หมวด

ใหญ่ ***1) หมวดภาษาล้านนา และภาษากลุ่มชาติพันธ์ที่อาศัยในล้านนา 2) หมวดวรรณกรรมล้านนา*** แบ่งเป็นกลุ่มวรรณกรรม เช่น วรรณกรรมคำสอน วรรณกรรมนิราศฯ กลุ่มวรรณกรรมศาสนา เช่น ปัญญาสชาดก สุธนชาดก ฯ และกลุ่มเรื่องสั้นหรือนวนิยายที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตชาวล้านนานิทานพื้นเมือง ***3) หมวดมารยาท*** หมายถึง การประพฤติปฏิบัติที่ดีงามต่อผู้อื่น เช่น การปฏิบัติต่อพระสงฆ์ ผู้สูงวัยกว่า การปฏิบัติระหว่างชายหญิง เป็นต้น ***4) หมวดขนบธรรมเนียมประเพณี*** หมายถึง การประพฤติปฏิบัติและการทำกิจกรรมที่สืบทอด ต่อกันมาในวิถีชีวิตและสังคมของชุมชนล้านนา (สุรพล ดำริห์กุล, 2542, น.279-290) แบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ 4.1) ประเพณีเกี่ยวกับศาสนา 4.2) ประเพณีเกี่ยวกับเทศกาล 4.3) ประเพณีเกี่ยวกับวงจรชีวิตตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย 4.4) ประเพณีเกี่ยวกับการทำมาหากิน ***5) หมวดอาหารและโภชนาการ*** ประกอบด้วยอาหาร 7 ประเภท คือ 5.1) หมู่อาหารคาว 5.2) หมู่อาหารหวาน 5.3) หมู่เครื่องปรุงรส เช่น น้ำปู๋ ถั่วเน่า เป็นต้น 5.4) หมู่อาหารในพิธีกรรม 5.5) หมู่วิธีปรุงอาหารและวิธีถนอมอาหาร 5.6) หมู่เครื่องดื่ม 5.7) หมู่เครื่องเสพ เช่น เมี่ยง บุหรี่ขี้โย เป็นต้น ***6) หมวดการแพทย์พื้นบ้าน*** แนวคิดเรื่องสุขภาพของชาวล้านนาเป็นองค์รวมจึงไม่ใช่เรื่องเฉพาะของหมอและยาแต่เพียงอย่างเดียวแต่เป็นเรื่องการดำเนินวิถีชีวิตให้เป็นสุข มี 4 ด้านคือ 6.1) การซักประวัติ 6.2) การหาสาเหตุ 6.3) การรักษามี 2 แบบคือ รักษาโดยใช้สมุนไพร และรักษาโดยใช้ความเชื่อและพิธีกรรม 6.4) การดูแลตนแบบดั่งเดิม การฟื้นฟูสุขภาพและการป้องกันโรค ***7) หมวดการแต่งกาย การสักบนผิวหนังและเครื่องประดับ*** แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ 7.1) การแต่งกายของผู้ชายล้านนา เช่น การสัก นุ่งผ้าต้อยแบบโจงกระเบนสั้นหรือยาว การนุ่งโสร่ง ผ้าห่มคลุมหรือพาดบ่าในพิธีสำคัญ เตี่ยวสะดอและเสื้อหม้อฮ่อม เป็นต้น และ 7.2) การแต่งกายของผู้หญิงล้านนาประกอบด้วย 3 ลักษณะคือ 7.2.1) ซิ่น 7.2.2) เสื้อ และ 7.2.3) การตกแต่งผม ***8) หมวดสถานโบราณ ที่อยู่อาศัยธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม*** แบ่งเป็น 3 ด้าน คือ 8.1) โบราณสถาน เช่น ชุมชนโบราณ แหล่งโบราณคดี เป็นต้น 8.2) ความรู้และความเชื่อในการตั้งถิ่นฐาน แบ่งเป็น 2 ด้าน คือ 8.2.1) คติการเลือกที่ตั้งถิ่นฐาน และ 8.2.2) ภูมิปัญญาการเลือกที่ตั้งถิ่นฐานสะท้อนออกมาในรูปความเชื่อ 8.3) การจัดการทรัพยากรธรรมชาติประกอบด้วย 8.3.1) การประกอบอาชีพที่สอดคล้องกับระบบนิเวศวิทยาของชุมชน 8.3.2) การใช้ประโยชน์จากป่าเขา 8.3.3) การจำแนกจำแนกป่าเพื่อการดำรงชีพและเป็นหนึ่งเดียวกับธรรมชาติ 8.3.4) การให้สัมปทานป่าไม้ สัมปทานบัตรขุดเหมืองแร่เหนือผืนป่าที่อุดมสมบูรณ์ สัมปทานน้ำยางสน และอื่นๆ 8.3.5) การจัดการทรัพยากรธรรมชาติผ่านพิธีกรรมสำคัญ เช่น การบวชป่า พิธีสืบชะตาแม่น้ำ เป็นต้น ***9) หมวดงานช่างฝีมือดั้งเดิม(ศิลปกรรม) อาชีพและเครื่องมือเครื่องใช้*** แบ่งเป็น 5 ด้านคือ 9.1) หัตถกรรมล้านนา 9.2) ศิลปกรรมล้านนา 9.3) สกุลช่าง 9.4) อาชีพของชาวล้านนา 9.5) เครื่องมือเครื่องใช้ ***10) หมวดศิลปะการแสดง การละเล่น ศิลปะการต่อสู้และกีฬาพื้นบ้าน*** แบ่งเป็น 5 ด้านคือ 10.1) ศิลปะการแสดงล้านนา แบ่งเป็นการฟ้อนและการแสดงซอ 10.2) ดนตรีล้านนา 10.3) การละเล่นล้านนา แบ่งเป็น 10.3.1) การละเล่นกับเพื่อนโดยไม่มีกติกาบังคับ และ 10.3.2) การเละเล่นกับเพื่อนที่มีกติกากำกับ 10.4) ศิลปะการต่อสู้ 10.5) หมู่กีฬาพื้นบ้าน **11) หมวดกลุ่มชาติพันธุ์** แบ่งได้ 3 กลุ่มคือ 11.1) กลุ่มชาติพันธุ์ที่ใช้ภาษาไท 11.2) กลุ่มชาติพันธุ์ที่ไม่ใช้ภาษาไท และ 11.3) กลุ่มชาติพันธุ์ที่บนพื้นที่ราบสูง ***12) หมวดการปกครองและสังคมล้านนา 13) หมวดมาตราชั่ง ตวง วัด และการนับเวลา*** แบ่งได้ 2 ด้านคือ 13.1) มาตราชั่ง ตวง วัด และ 13.2)โหราศาสตร์และดาราศาสตร์ ***14) หมวดบุคคลสำคัญ*** แบ่งได้ 4 กลุ่มคือ 14.1) นักบวช 14.2) ผู้นำ บุคคลสำคัญในท้องถิ่น 14.3) นักเขียน นักประพันธ์ และ 14.4) ศิลปิน นักดนตรี นักแสดง

การศึกษาสารสนเทศจำนวนมากและมีเนื้อหาที่หลากหลายจำเป็นต้องใช้วิธีการวิจัย การวิเคราะห์เนื้อหาโดยมีกระบวนการดำเนินงานดังนี้คือ การหาข้อสรุปจากเนื้อหาทรัพยากรสารสนเทศประเมินเนื้อหาตามเกณฑ์ที่กำหนดขึ้น จากนั้นแยกเนื้อหาออกเป็นกลุ่ม ซึ่งการจัดกลุ่มหรือวิเคราะห์เนื้อหาจะช่วยให้สามารถจัดกลุ่มงานวิจัยออกเป็นหมวดใหญ่และหมวดย่อย (Suebson, 1987; Na Takua Thung, 2000; Suthinirunkul, 2002; Reitz, 2004) ผลการศึกษาทำให้

ผู้วิจัยสามารถเห็นทั้งภาพรวม หมวดหมู่ใหญ่และหมวดหมู่เนื้อหาย่อยๆ เป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ทั้งในด้านการศึกษาหาขอบเขตความรู้ที่รวบรวมมา และใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการจัดเก็บและสืบค้นสารสนเทศให้ครอบคลุมและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลมากขึ้น

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยประสงค์จะรวบรวมงานวิจัยด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนาตั้งแต่ ปีพ.ศ. 2520 ถึงปีพ.ศ. 2561 จากฐานข้อมูลทางวิชาการสำคัญ 5 ฐานข้อมูล คือ 1) ฐานข้อมูลCMUL OPAC 2) ฐานข้อมูล e- Research 3) ฐานข้อมูล CMU–Theses 4) ฐานข้อมูล ThaiLIS Digital Collection of 96 Universities หรือ TDC และ 5) ฐานข้อมูลคลังปัญญาของหอสมุดหลาง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ โดยจัดเก็บไว้ในฐานข้อมูลภาษาล้านนาและล้านนาศึกษาของคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ การวิเคราะห์เนื้อหางานวิจัยใช้แนวคิดแบ่งหมวด 14 หมวดข้างต้นเป็นหลัก โดยจัดเป็นหมวดใหญ่ 14 หมวด การรวบรวมและวิเคราะห์งานวิจัยครั้งนี้ นอกจากจะทำให้ได้ฐานข้อมูลหรือแหล่งสารสนเทศเฉพาะด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนาที่มีรวบรวมงานวิจัยจากทั่วประเทศแล้ว นอกจากนี้ผลการวิจัยยังทำให้ได้หมวดใหญ่และหมวดย่อยของงานวิจัยทางด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนาที่รวบรวมทั้งหมด 42 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2520-2561) ทำให้ทราบถึงแนวโน้มงานวิจัยนับแต่อดีตจนกระทั่งปัจจุบัน การจัดหมวดหมู่เนื้องานวิจัยด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนาทำให้ผู้ใช้ได้เห็นโครงสร้างเนื้อหางานวิจัยทั้งหมด และสามารถเข้าถึงสารสนเทศที่แบ่งเป็นหมวดได้อย่างรวดเร็ว ผลการวิเคราะห์เนื้อหาดังกล่าวยังทำให้เห็นถึงช่องว่างของงานวิจัยทางด้านภาษาและวัฒนธรรมที่นักวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนางานวิจัยได้ นอกจากนั้นผู้วิจัยคาดว่าฐานข้อมูลล้านนาศึกษา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำวิจัยด้านล้านนา เนื่องจากสามารถศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้อย่างรวดเร็วโดยไม่จำเป็นต้องสืบค้นจากฐานข้อมูลที่มีอย่างหลากหลาย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อ

1) รวบรวมงานวิจัยทางด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนาตั้งแต่ปี พ.ศ.2520-2561 จากแหล่งข้อมูล 5 ฐานข้อมูล คือ ฐานข้อมูลCMUL OPAC ฐานข้อมูล e- Research ฐานข้อมูล CMU – Theses ฐานข้อมูล ThaiLIS และ ฐานข้อมูล Chiang Mai Rajabhat University Intellectual Repository – CMRU และรวบรวม จัดเก็บไว้ในฐานข้อมูลภาษาล้านนาและล้านนาศึกษาของคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

2) วิเคราะห์เนื้อหางานวิจัยและจัดกลุ่มเนื้อหางานวิจัยทางด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนาตั้งแต่ปี พ.ศ.2520-2561

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวกับภาษาและวัฒนธรรมล้านนา รวบรวมจากจากแหล่งข้อมูล 4 จากแหล่งข้อมูล 4 ฐานข้อมูลคือ ฐานข้อมูล CMUL OPAC ฐานข้อมูล e- Research ฐานข้อมูล CMU – Theses และฐานข้อมูล ThaiLIS และ ฐานข้อมูล Chiang Mai Rajabhat University Intellectual Repository – CMRU และจัดเก็บในฐานข้อมูลวิจัยคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยรวบรวมงานวิจัยที่เผยแพร่ตั้งแต่พ.ศ.2520ถึงพ.ศ.2561 ในฐานข้อมูลภาษาล้านนาและล้านนาศึกษาของคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รวบรวมได้จำนวนทั้งหมด **จำนวน 369 รายการ** (ร้อยละ 100)

1.1. การบันทึกข้อมูลในฐานข้อมูลภาษาล้านนาและล้านนาศึกษา แบ่งเป็น 3 ส่วนใหญ่ ๆ คือ

ส่วนที่ 1 เป็นการระบุหมวดใหญ่ ในส่วนนี้มี 3 เขตข้อมูล ได้แก่

1) เขตข้อมูลในฐานข้อมูล (Database) เป็นส่วนที่ใช้จัดกลุ่มหมวดใหญ่ ๆ เมื่อพิจารณาเนื้อหางานวิจัยตั้งแต่ปีพ.ศ. 2520 – 2561 ได้ทั้งหมด

2) เขตข้อมูลรูปภาพ ใช้บันทึกรูปภาพที่เป็นตัวแทนเนื้อหาในหมวดนั้น ๆ

3) เขตข้อมูลแหล่งที่มาใช้บันทึกแหล่งที่มาของข้อมูลคือ ชื่อฐานข้อมูล ต่าง ๆ ดังนี้

ฐานข้อมูลงานวิจัยอิเล็กทรอนิกส์ (CMU e-Research) ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (CMU e-Thesis) ฐานข้อมูลของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (CMUL OPAC) ฐานข้อมูล ThaiLIS Digital Collection of 96 Universities หรือ TDC และ ฐานข้อมูล Chiang Mai Rajabhat University Intellectual Repository – CMRU

ส่วนที่ 2 เป็นส่วนที่ให้รายละเอียดทางบรรณานุกรม บันทึก 10 เขตข้อมูล ได้แก่

1) เขตข้อมูลชื่อเรื่อง ใส่ข้อมูลชื่องานวิจัยภาษาไทย

2) เขตข้อมูลชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ ใส่ข้อมูลชื่องานวิจัยภาษาอังกฤษ

3) เขตข้อมูลผู้แต่งหรือผู้วิจัยและสามารถเพิ่มจำนวนได้ตามต้องการ โดยคลิ๊กที่เครื่องหมาย +

4) เขตข้อมูลหัวเรื่อง และสามารถเพิ่มจำนวนได้ตามต้องการ โดยคลิ๊กที่เครื่องหมาย +

5) เขตข้อมูลปีที่เผยแพร่งานวิจัย (Year)

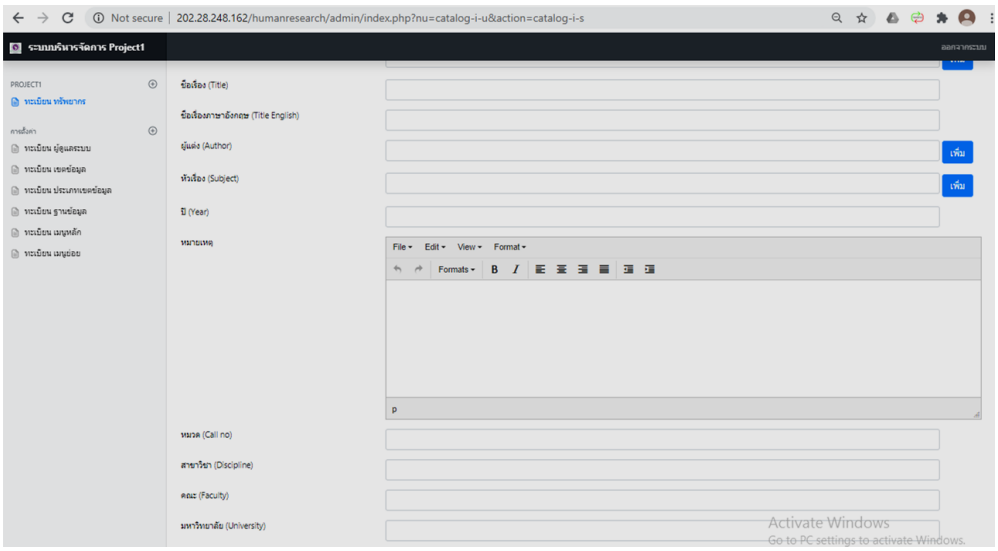
6) เขตข้อมูลหมายเหตุ ใช้บันทึกข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับผู้ใช้ที่เป็นไฟล์ word สามารถแก้ไข จัดการตัวอักษร และจัดหน้าได้

7) เขตข้อมูลเลขเรียกหนังสือ เป็นส่วนที่ให้อักษรย่อประเภทของงานวิจัย โดยใช้คำย่อดังนี้ Res สำหรับงานวิจัย Thesis สำหรับวิทยานิพนธ์ และ Dissert. สำหรับดุษฎีนิพนธ์

8) เขตข้อมูลสาขาวิชา กรณีที่เป็นวิทยานิพนธ์และดุษฎีนิพนธ์ให้ใส่ปริญญาที่จบและสาขาวิชา และงานวิจัยให้ใส่สาขาวิชา

9) เขตข้อมูลคณะ ให้ใส่คณะที่เป็นเจ้าของงานวิจัย/หรือที่ผู้ทำวิจัยสังกัดอยู่

10) เขตข้อมูลมหาวิทยาลัย ใส่มหาวิทยาลัยที่เป็นเจ้าของงานวิจัย/หรือที่ผู้ทำวิจัยสังกัดอยู่ ดังภาพ ที่ 1

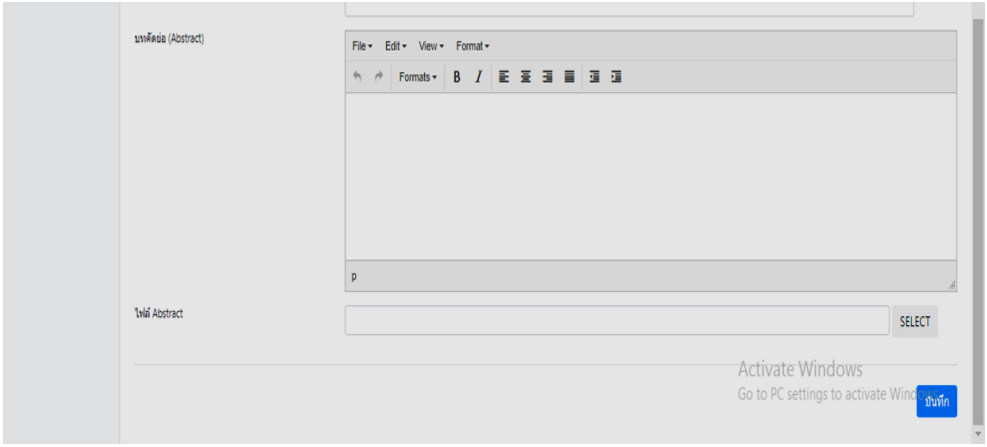


ภาพที่ 1 ตัวอย่าง Work sheet กรอกรายการทางบรรณานุกรม

ส่วนที่ 3 เป็นส่วนที่ให้บทคัดย่อ หรือ งานวิจัยฉบับเต็ม (ถ้ามี) โดยปกติแล้วจะเน้นให้ทุกรายการอย่างน้อยต้องมีบทคัดย่อเพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้ บันทึก 2 เขตข้อมูล คือ

1) เขตข้อมูลบทคัดย่อใช้บันทึกบทคัดย่อที่เป็นไฟล์ word สามารถแก้ไขจัดการตัวอักษรและจัดหน้าได้

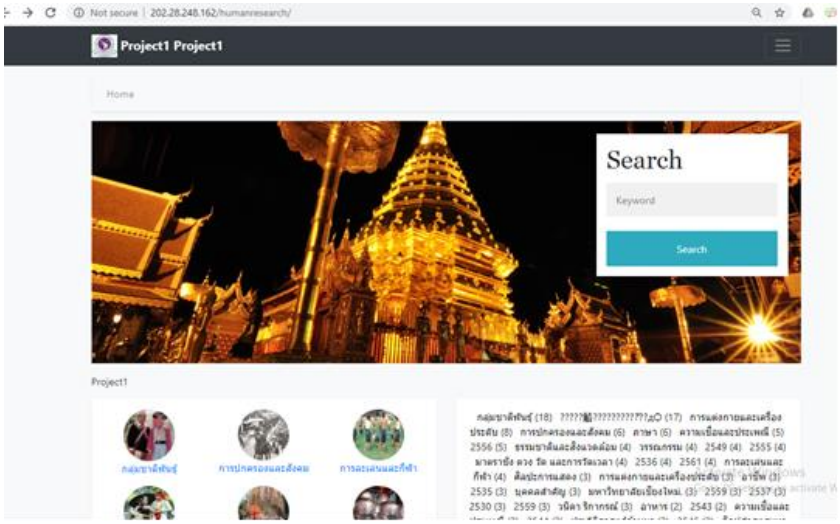
2) เขตข้อมูลไฟล์บทคัดย่อใช้บันทึกบทคัดย่อที่เป็น URL ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 2 ตัวอย่าง Work sheet ส่วนบันทึกบทคัดย่อ และ URL เอกสารฉบับเต็ม

1.2 การวิเคราะห์เนื้อหางานวิจัยทางด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนา ดำเนินการดังนี้

1.2.1 เมื่อจัดหมวดใหญ่แล้วนำมาวิเคราะห์เนื้อหางานวิจัย ตามข้อ 3.1 เป็นกรอบในการวิเคราะห์เนื้อหา จากนั้นให้หัวเรื่องในหมวดใหญ่และหมวดย่อย โดยบันทึกลงฐานข้อมูลโดยตรง



ภาพที่ 3 ภาพหน้าจอสืบค้นฐานข้อมูลภาษาล้านนาและล้านนาศึกษา

1.2.2 เมื่อรวบรวม จัดเก็บและวิเคราะห์เนื้อหาแล้ว นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์เชิงปริมาณอีกครั้ง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าความถี่ และร้อยละ เพื่อให้เห็นภาพรวมเชิงปริมาณของหมวดหมู่เนื้อหางานวิจัยด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนาในหมวดต่าง ๆ

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการศึกษา แบ่งเป็น 2 ตอน ดังต่อไปน

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์งานวิจัยที่รวบรวมจัดเก็บ ในฐานข้อมูลภาษาล้านนาและล้านนาศึกษาของคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ผลการรวบรวมและวิเคราะห์เนื้อหางานวิจัยด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2520 – 2561 พบว่ามีจำนวน 369 รายการ (ร้อยละ 100) และสามารถจัดตามหมวดใหญ่ได้ **19 หมวด** นำมาจัดเรียงตามลำดับอักษรเพื่ออำนวยความสะดวกในการค้นหา ดังนี้ 1) หมวดกลุ่มชาติพันธุ์ 2) หมวดการปกครองและสังคม 3) หมวดการแต่งกายและเครื่องประดับ 4) หมวดการละเล่นและกีฬา 5) หมวดความเชื่อและประเพณี 6) หมวดงานช่างฝีมือดั่งเดิม 7) หมวดบุคคลสำคัญ 8) หมวดประวัติศาสตร์ล้านนา 9) หมวดภาษาล้านนา 10) หมวดมาตราชั่ง ตวง วัดและการวัดเวลา 11) หมวดวรรณกรรมล้านนา 12) หมวดศิลปกรรม 13) หมวดศิลปะการแสดง 14) หมวดสถานที่ 15) หมวดสถาปัตยกรรม 16) หมวดสุขภาพอนามัย 17) หมวดอาชีพ 18) หมวดอาหารล้านนา และ 19) หมวดอื่น ๆ (หมายถึงเนื้อหาอื่น ๆ ที่ไม่สามารถจัดเข้า 18 กลุ่มข้างต้นได้)

ภาพที่ 4 ตัวอย่างหน้าจอแสดงหมวดใหญ่

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งที่เผยแพร่งานวิจัยด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนา ที่เผยแพร่ตั้งแต่ปี 2520 – 2561 จำแนกตามหมวดใหญ่

หมวดใหญ่ด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนา	แหล่งที่เผยแพร่ (ฐานข้อมูล) ตั้งแต่ปี 2520 – 2561 (N = 369)							
	CMU e-Research		CMU e-Theses		ThaiLIS		CRUIR	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1) วรรณกรรมล้านนา	3	0.81	8	2.17	84	22.76	-	-
2) ความเชื่อและประเพณี	3	0.81	6	1.63	31	8.40	-	-
3) ภาษาล้านนา	4	1.08	11	2.98	19	5.15	-	-
4) ศิลปะการแสดงล้านนา	1	0.27	1	0.27	28	-	-	-
5) งานช่างฝีมือดั้งเดิม	3	0.81	2	0.54	22	-	-	-
6) กลุ่มชาติพันธุ์	8	2.17	15	4.07	1	0.27	4	1.08
7) ศิลปกรรมล้านนา	3	0.81	1	0.27	21	5.69	-	-
8) สถาปัตยกรรมล้านนา	2	0.54	-	-	22	5.96	-	-
9) การปกครองและสังคม	1	0.27	5	1.36	11	2.98	-	-
10) สุขภาพอนามัย	1	0.27	2	0.54	9	2.44	-	-
11) อาหารล้านนา	-	-	1	0.27	6	1.63	-	-
12) สถานที่	-	-	-	-	6	1.63	-	-
13) การแต่งกายและเครื่องประดับ	-	-	2	0.54	3	0.81	-	-
14) บุคคลสำคัญ	-		1	0.27	3	0.81	-	-
15) ประวัติศาสตร์ล้านนา	2	0.54	-	-	2	0.54	-	-
16) อาชีพ	-	-	-	-	4	1.08	-	-
17) อื่น ๆ	-	-	-	-	3	0.81	-	-
18) การละเล่นและกีฬา	-	-	1	0.27	1	0.27	-	-
19) มาตราชั่ง ตวง วัด และการวัดเวลา	-	-	-	-	2	0.54	-	-
รวม	**31**	**8.40**	**56**	**15.18**	**289**	**78.32**	**4**	**1.08**

จากตารางที่ 1 พบว่าเผยแพร่ในฐานข้อมูล ThaiLIS มากที่สุดจำนวน 289 รายการ (ร้อยละ 78.32) รองลงมาคือ ฐานข้อมูล CMU e-Theses จำนวน 56 รายการ (ร้อยละ 15.18) รองลงมาอันดับสามคือ ฐานข้อมูล CMU e-Research จำนวน 31 รายการ (ร้อยละ 8.40) และพบว่ามีที่ฐานข้อมูล CRUIR (ฐานข้อมูลวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่) เป็นงานวิจัยในหมวดกลุ่มชาติพันธ์ทั้งหมดจำนวน 4 รายการ (ร้อยละ 1.08) นอกจากนี้ยังพบว่าฐานข้อมูล ThaiLIS มีงานวิจัยในหมวดสถาปัตยกรรมล้านนามากที่สุดจำนวน 22 รายการ (ร้อยละ 5.96) รองลงมาคือ หมวดศิลปกรรมล้านนา 21 รายการ (ร้อยละ 5.69) ฐานข้อมูล CMU e-Theses มีงานวิจัยในหมวดกลุ่มชาติพันธ์มากที่สุดจำนวน 15 รายการ

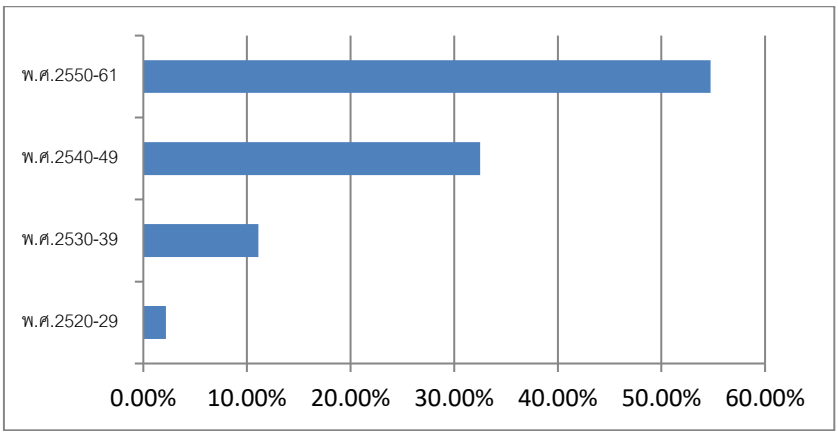
(ร้อยละ 4.07) รองลงมาคือ การปกครองและสังคมล้านนาจำนวน 5 รายการ (ร้อยละ 1.36) และฐานข้อมูล CMU e-Research มีงานวิจัยในหมวดกลุ่มชาติพันธุ์มากที่สุดจำนวน 8 รายการ (ร้อยละ 2.17) รองลงมาคือหมวดศิลปกรรมล้านนาจำนวน 3 รายการ (ร้อยละ 0.81) และอันดับสามจำนวนใกล้เคียงกันคือหมวดสถาปัตยกรรมล้านนาจำนวน 2 รายการ (ร้อยละ 0.54)

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละประเภทงานวิจัยตามหมวดใหญ่

หมวดด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนา	ประเภทของงานวิจัยด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนา N = 369								จำนวน	ร้อยละ
	ดุษฎีนิพนธ์		วิจัย		วิทยานิพนธ์		บทความ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1) วรรณกรรมล้านนา	-	-	4	1.08	**90**	**24.39**	1	0.27	**95**	**25.75**
2) ความเชื่อและประเพณี	1	0.27	5	1.36	**34**	**9.21**	-	-	**40**	**10.84**
3) ภาษาล้านนา	1	0.27	4	1.08	**30**	**8.13**	-	-	**35**	**9.49**
4) สถาปัตยกรรม	1	0.27	9	2.44	**15**	**4.07**	-	-	**35**	**9.49**
5) ศิลปะการแสดง	2	0.54	3	0.81	**25**	**6.78**	-	-	**30**	**7.32**
6) กลุ่มชาติพันธุ์	1	0.27	13	3.52	**13**	**3.52**	-	-	**27**	**7.32**
7) งานช่างฝีมือดั่งเดิม	1	0.27	6	1.63	**20**	**5.42**	-	-	**27**	**7.32**
8) ศิลปกรรมล้านา	-		5	1.36	**15**	**4.07**	4	1.08	**24**	**6.50**
9) การปกครองและสังคม	1	0.27	1	0.27	**14**	**3.79**	1	0.27	**17**	**4.61**
10) สุขภาพอนามัย	2	0.54	1	0.27	**9**	**2.44**	-	-	**12**	**3.25**
11) อาหารล้านนา	1	0.27	2	0.54	**4**	**1.08**	-	-	**8**	**2.17**
12) การแต่งกายและเครื่องประดับ	1	0.27	1	0.27	**3**	**0.81**	-		**5**	1.36
13) สถานที่	-	-	-	-	**5**	**1.36**	-	-	**5**	1.36
14) บุคคลสำคัญ	-	-	-	-	**4**	**1.08**	-	-	4	1.08
15) ประวัติศาสตร์ล้านนา	-	-	3	0.81	**1**	**0.27**	-	-	4	1.08
16) อาชีพ	-	-	-	-	**4**	**1.08**	-	-	4	1.08
17) อื่น ๆ	-	-	-	-	**3**	**0.81**	-	-	3	0.81
18) การละเล่นและกีฬา	-	-	-	-	**2**	**0.54**	-	-	2	0.54
19) มาตราชั่ง ตวง วัด และการวัดเวลา	-	-	1	0.27	**1**	**0.27**	-	-	2	0.54
รวม	**12**	**3.25**	**59**	**15.99**	**292**	**79.13**	**6**	**1.63**	**369**	**100.00**

จากตารางที่ 2 พบว่าประเภทงานวิจัยด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนาที่เผยแพร่ตั้งแต่ปี 2520 – 2561 จำนวนสูงสุดคือ วิทยานิพนธ์จำนวน 292 รายการ (ร้อยละ 79.13) รองลงมาคือ งานวิจัย จำนวน 59

รายการ (ร้อยละ 15.99) และรองลงมาอันดับสามคือ ดุษฎีนิพนธ์ จำนวน 12 รายการ (ร้อยละ 3.25) และจำนวนน้อยที่สุดคือบทความ จำนวน 6 รายการ (ร้อยละ 1.63)



แผนภูมิที่ 1 แสดงภาพรวมจำนวนและร้อยละของงานวิจัยด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนาที่รวบรวมได้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 – 2561 จำแนกตามหมวดใหญ่

จากแผนภูมิที่ 1 เมื่อพิจารณาตามปีที่เผยแพร่พบว่าช่วงปี พ.ศ. 2550 – 2561 มีการเผยแพร่งานวิจัยมากที่สุดคือ จำนวน 202 รายการ (ร้อยละ 54.74) รองลงมาคือ ช่วงปี พ.ศ. 2540 – 2549 มีจำนวน 120 รายการ (ร้อยละ 32.52) รองลงมาอันดับสองคือ ช่วงปี พ.ศ. 2530 -2539 มีจำนวน 41 รายการ (ร้อยละ 11.11) และอันดับสุดท้าย ช่วงปี พ.ศ. 2520 – 2529 มีจำนวน 8 รายการ (ร้อยละ 2.17)

เมื่อพิจารณาภาพรวมพบว่า หมวดที่มีข้อมูลงานวิจัยมากที่สุดคือ หมวดวรรณกรรมล้านนา มีงานวิจัยจำนวน 95 รายการ (ร้อยละ 25.75) รองลงมาคือ หมวดความเชื่อและประเพณี มีงานวิจัยจำนวน40 รายการ (ร้อยละ 10.84) และรองลงมาอันดับสามคือ หมวดภาษาล้านนา มีงานวิจัยจำนวน 35 รายการ (ร้อยละ 9.49) เมื่อพิจารณาผลการศึกษาแต่ละช่วงปีพบว่า หมวดวรรณกรรมล้านนา มีการศึกษาจำนวนสูงสุดในทุกช่วงปีคือช่วงปี 2520 ถึงปี พ.ศ. 2529 มีข้อมูลวิจัย จำนวน 6 รายการ (ร้อยละ 75.00) ช่วงปี 2530 ถึงปี พ.ศ. 2539 มีข้อมูลวิจัย จำนวน 16 รายการ (ร้อยละ 39.02) ช่วงปี 2540 ถึงปี พ.ศ. 2549 มีข้อมูลวิจัย จำนวน 37 รายการ (ร้อยละ 30.83) ช่วงปี 2550 ถึงปี พ.ศ. 2561 มีข้อมูลวิจัย จำนวน 36 รายการ (ร้อยละ 18.00)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เนื้อหางานวิจัยที่รวบรวมจัดเก็บ ในฐานข้อมูลวิจัยของคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่โดยการจัดกลุ่มตามหมวดใหญ่และหมวดย่อย

2.1 การนำเสนอผลการศึกษาตามลำดับจำนวนงานวิจัยในหมวดใหญ่จากมากไปน้อย ดังข้อมูลในตารางที่ 3 พบว่าหมวดที่มีจำนวนงานวิจัยมากที่สุดคือ หมวดวรรณกรรมล้านนา จำนวน 95 รายการ (ร้อยละ 25.75) รองลงมาคือ หมวดความเชื่อและประเพณี จำนวน 40 รายการ (ร้อยละ 10.84) รองลงมาอันดับสาม คือ หมวดภาษาล้านนา จำนวน 35 รายการ (ร้อยละ 9.49) หมวดที่มีจำนวนน้อยที่สุดเท่ากัน 3 หมวด คือ หมวดการละเล่นและกีฬา หมวดมาตราชั่ง ตวง วัดและการวัดเวลา และ หมวดอื่น ๆ จำนวน 2 รายการ (ร้อยละ 0.54)

ตารางที่ 3 แสดงภาพรวมจำนวนและร้อยละงานวิจัยจำแนกตามหมวดใหญ่

หมวดใหญ่ด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนา	จำนวนงานวิจัย (รายการ)	ร้อยละ	หมวดใหญ่ด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนา	จำนวนงานวิจัย (รายการ)	ร้อยละ
1) วรรณกรรมล้านนา	**95**	**25.75**	11) อาหารการกิน	6	1.63
2) ความเชื่อและ ประเพณี	**40**	**10.84**	12) สถานที่	6	1.63
3) ภาษาล้านนา	**35**	**9.49**	13) การแต่งกายและเครื่องประดับ	5	1.36
4) ศิลปะการแสดงล้านนา	30	8.13	14) บุคคลสำคัญ	4	1.08
5) งานฝีมือดั้งเดิม	28	7.59	15) ประวัติศาสตร์ล้านนา	4	1.08
6) กลุ่มชาติพันธุ์	27	7.32	16) อาชีพ	4	1.08
7) ศิลปกรรมล้านนา	25	6.78	17) อื่น ๆ	2	0.54
8) สถาปัตยกรรมล้านนา	24	6.50	18) การละเล่นและกีฬา	2	0.54
9) การปกครองและสังคม	17	4.61	19) มาตราชั่ง ตวง วัดและการวัดเวลา	2	0.54
10) สุขภาพอนามัย	13	3.52			
			รวม (รายการ)	**369**	**100.00**

2.2 การนำเสนอผลการศึกษาหมวดย่อยโดยเรียงตามลำดับจำนวนของงานวิจัยในหมวดใหญ่

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละงานวิจัยในหมวดย่อยของ**หมวดวรรณกรรมล้านนา**

หมวดย่อย	จำนวนงานวิจัย (รายการ)	ร้อยละ	หมวดย่อย	จำนวนงานวิจัย (รายการ)	ร้อยละ
1) วรรณกรรมพุทธศาสนา	29	30.53	6) จารึกล้านนา	5	5.27
2) วรรณกรรมพื้นบ้านล้านนา	26	27.37	7) นิทานสันสกฤต	2	2.11
3) ตำนานล้านนา	13	13.68	8) กฎหมายมังรายศาสตร์	1	1.05
4) นิทานล้านนา	13	13.68	9) นักเขียนล้านนา	1	1.05
5) คัมภีร์ใบลาน	5	5.27			
			รวม (รายการ)	95	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าในงานวิจัยหมวดวรรณกรรมล้านนามีจำนวน 95 รายการ (ร้อยละ 100.00) หัวเรื่องในหมวดย่อยมีทั้งหมด 9 หมวดและหมวดย่อยที่มีจำนวนงานวิจัยมากที่สุดคือ หมวดวรรณกรรมพุทธศาสนา จำนวน 29 รายการ (ร้อยละ 30.53) รองลงมาคือ หมวดวรรณกรรมพื้นบ้านล้านนา มีงานวิจัยจำนวน 26 รายการ (ร้อยละ 27.37) รองลงมาอันดับสามเท่ากัน 2 หมวด คือ หมวดตำนานล้านนา และนิทานล้านนา มีงานวิจัยจำนวน 13 รายการ (ร้อยละ 13.68)

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละงานวิจัย ในหมวดย่อยของหมวดความเชื่อและประเพณี

หมวดย่อย	จำนวนงานวิจัย(รายการ)	ร้อยละ
1) ความเชื่อ ประเพณีในวิถีชีวิตและการทำหากิน	29	72.50
2) ประเพณีทางศาสนาและพิธีกรรมล้านนา	10	25.00
3) ความเชื่อและประเพณี	1	2.50
รวม (รายการ)	**40**	**100.00**

จากตารางที่ 5 พบว่างานวิจัยหมวดความเชื่อและประเพณีมีจำนวน 40 รายการ (ร้อยละ 100.00) มี 3 หมวดย่อย และหมวดย่อยที่มีหัวเรื่องมากที่สุดคือ หมวดความเชื่อประเพณีในวิถีชีวิต และการทำมาหากิน มีงานวิจัยจำนวน 29 รายการ (ร้อยละ 72.50) รองลงมาคือ หมวดประเพณีทางศาสนาและพิธีกรรมล้านนา มีงานวิจัยจำนวน 10 รายการ (ร้อยละ 25.00) รองลงมาอันดับสามคือ หมวดความเชื่อและประเพณี มีงานวิจัยจำนวน 1 รายการ (ร้อยละ 2.50)

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละงานวิจัยในหมวดย่อยของ**หมวดภาษาล้านนา**

หมวดย่อย	จำนวนงานวิจัย (รายการ)	ร้อยละ	หมวดย่อย	จำนวนงานวิจัย (รายการ)	ร้อยละ
1) การจัดเก็บและค้นคืน (โปรแกรคอมพิวเตอร์)	8	**22.86**	9) คำคล้องจอง	**2**	**5.71**
2) การอ่านการเขียน	**3**	**8.57**	10) ไวยากรณ์	**1**	**2.86**
3) คำศัพท์	**3**	**8.57**	11) คำกริยา	**1**	**2.86**
4) สุภาษิตคำพังเพย	**3**	**8.57**	12) คำนาม	**1**	**2.86**
5) ภาษาล้านนาในแง่มุมต่าง ๆ	**2**	**5.71**	13) คำอุทาน	**1**	**2.86**
6) สำนวนโวหาร	**3**	**8.57**	14) ปริศนาคำทาย	**1**	**2.86**
7) ตัวอักษร	**2**	**5.71**	15) พจนานุกรม (อิเล็กทรอนิกส์)	**1**	**2.86**
8) การแปล	2	**5.71**	16) อรรถศาสตร์	**1**	**2.86**
			รวม (รายการ)	**35**	**100.00**

จากตารางที่ 6 พบว่างานวิจัยในหมวดภาษาล้านนามีจำนวน 35 รายการ (ร้อยละ 100.00) พบหัวเรื่องที่เป็นหมวดย่อย จำนวน 16 หัวเรื่อง เมื่อพิจารณาหมวดย่อยทั้งหมดพบว่าหมวดย่อยที่มีงานวิจัยมากที่สุดคือ หมวด การจัดเก็บและค้นคืน (โปรแกรมคอมพิวเตอร์) จำนวน 8 รายการ (ร้อยละ 22.86) รองลงมา จำนวนเท่ากัน 4 หมวดคือ หมวดการอ่านการเขียน หมวดคำศัพท์ หมวดสุภาษิตคำพังเพย และหมวดสำนวนโวหาร มีงานวิจัยจำนวน 3 รายการ (ร้อยละ 8.57) รองลงมาอันดับสาม เท่ากันจำนวน 3 หมวดคือ หมวดตัวอักษร หมวดการแปล และหมวดคำคล้องจอง มีงานวิจัยจำนวน 2 รายการ (ร้อยละ 5.71)

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละงานวิจัย ในหมวดย่อยของหมวดศิลปะการแสดงล้านนา

หมวดย่อย	จำนวนงานวิจัย(รายการ)	ร้อยละ
1) เครื่องดนตรีล้านนา	13	43.33
2) การแสดงล้านนา	17	56.67
รวม (รายการ)	30	**100.00**

จากตารางที่ 7 พบว่างานวิจัย หมวดศิลปะการแสดงล้านนา จำนวน 30 รายการ (ร้อยละ 100.00) หมวดเครื่องดนตรีล้านนา มีงานวิจัยจำนวน 13 รายการ (ร้อยละ 43.33) หมวดการแสดงล้านนา มีงานวิจัยจำนวน 17 รายการ (ร้อยละ 56.67)

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละงานวิจัย ในหมวดย่อยของหมวดงานฝีมือดั่งเดิม

หมวดย่อย	จำนวนงานวิจัย (รายการ)	ร้อยละ	หมวดย่อย	จำนวนงานวิจัย (รายการ)	ร้อยละ
1) การประดิษฐ์	9	32.14	6) การทอผ้า	2	7.14
2) ประติมากรรม	5	17.86	7) เครื่องปั้นดินเผา	1	3.57
3) เครื่องสักการะล้านนา	5	17.86	8) โลหะแผ่น	1	3.57
4) การแกะสลักไม้	2	7.14	9) เครื่องเขิน	1	3.57
5) สื่อดิจิทัลกับหัตถศิลป์ล้านนา	2	7.14			
			รวม (รายการ)	**28**	**100.00**

จากตารางที่ 8 พบว่างานวิจัยในหมวดงานฝีมือดั่งเดิม (ศิลปหัตถกรรมล้านนา) มีจำนวน 28 รายการ (ร้อยละ 100.00) หมวดการประดิษฐ์ มีงานวิจัยมากที่สุดจำนวน 9 รายการ (ร้อยละ 32.1) รองลงมาจำนวนเท่ากันมีงานวิจัยจำนวน 5 รายการ (ร้อยละ 17.86) ใน 2 หมวดคือหมวดประติมากรรม (ปูนปั้น การปั้น หล่อ) และหมวดเครื่องสักการะล้านนา และรองลงมาอันดับสามมีจำนวนงานวิจัยจำนวน 2 รายการ (ร้อยละ 7.14) เท่ากัน 3 หมวด คือ หมวดการแกะสลักไม้ หมวดสื่อดิจิทัลกับหัตถศิลป์ล้านนา และหมวดการทอผ้า มีงานวิจัย

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละงานวิจัย ในหมวดย่อยของหมวดกลุ่มชาติพันธุ์

หมวดย่อย	จำนวนงานวิจัย(รายการ)	ร้อยละ
1) กลุ่มชาติพันธุ์ที่บนพื้นที่สูง	14	51.85
2) กลุ่มชาติพันธุ์ที่ใช้ภาษาไท	9	33.33
3) กลุ่มชาติพันธุ์ล้านนา	4	14.82
รวม (รายการ)	**27**	**100.00**

จากตารางที่ 9 พบว่างานวิจัยหมวดกลุ่มชาติพันธุ์ มีจำนวน 27 รายการ (ร้อยละ 100.00) หมวดกลุ่มชาติพันธุ์ที่บนพื้นที่ราบสูง มีงานวิจัยมากที่สุดจำนวน 14 รายการ (ร้อยละ 42.11) รองลงมาคือ หมวดกลุ่มชาติพันธุ์ที่ใช้ภาษาไท มีงานวิจัยจำนวน 9 รายการ (ร้อยละ 51.85) รองลงมาอันดับสามคือ กลุ่มชาติพันธุ์ล้านนา มีงานวิจัยจำนวน 4 รายการ (ร้อยละ 14.82)

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละงานวิจัย ในหมวดย่อยของหมวดศิลปกรรมล้านนาและหมวดสถาปัตยกรรมล้านนา

หมวดย่อย ในหมวดศิลปกรรม ล้านนา	จำนวนงานวิจัย (รายการ)	ร้อยละ	หมวดย่อย ในหมวดสถาปัตยกรรม	จำนวนงานวิจัย (รายการ)	ร้อยละ
1) ศิลปกรรม ล้านนา (ทั่วไป)	7	29.17	1) สถาปัตยกรรม พระพุทธศาสนา	16	**66.67**
2) พุทธศิลป์	6	25.00	2) เรือนล้านนา	4	16.67
3) จิตรกรรม	6	25.00	3) สถาปัตยกรรมล้านนา แง่มุมต่างๆ	4	16.67
4) ภาพพิมพ์ล้านนา	5	20.83			
รวม (รายการ)	**24**	**100.00**	**รวม (รายการ)**	**24**	**100.00**

จากตารางที่ 10 พบว่างานวิจัยในหมวดหมวดศิลปกรรมล้านนาและหมวดสถาปัตยกรรมล้านนามีจำนวนเท่ากันคือ 24 รายการ (ร้อยละ 100.00) เมื่อพิจารณาหมวดศิลปกรรมล้านนาพบว่าหมวดศิลปกรรมล้านนา (ทั่วไป) มีงานวิจัยมากที่สุด 7 รายการ (ร้อยละ 29.17) รองลงมาเท่ากัน 2 หมวดคือ หมวดพุทธศิลป์และหมวดจิตรกรรม มีงานวิจัย 6 รายการ (ร้อยละ 25.00) รองลงมาอันดับสามคือ หมวดภาพพิมพ์ล้านนา มีงานวิจัย 5 รายการ (ร้อยละ 20.83) นอกจากนี้ยังพบว่างานวิจัยในหมวดสถาปัตยกรรมล้านนา หมวดย่อยที่มีงานวิจัยมากที่สุดจำนวน 16 รายการ (ร้อยละ 66.67) คือหมวดสถาปัตยกรรมพระพุทธศาสนา รองลงมามีงานวิจัยเท่ากัน 2 หมวดจำนวน 4 รายการ (ร้อยละ 16.67) คือ หมวดเรือนล้านนา และหมวดสถาปัตยกรรมล้านนาแง่มุมต่างๆ มีงานวิจัย

ตารางที่ 11 แสดงหมวดย่อยใน หมวดการปกครองและสังคมและหมวดสุขภาพอนามัยและจำนวนและร้อยละเนื้อหา

หมวดย่อย ในหมวดการ ปกครองและสังคม	จำนวน งานวิจัย (รายการ)	ร้อยละ	หมวดย่อย ในหมวดสุขภาพอนามัย	จำนวน งานวิจัย (รายการ)	ร้อยละ
1) สังคมล้านนา	6	35.29	1) การแพทย์พื้นบ้าน	7	53.85
2) การเมือง การ ปกครองล้านนา	5	29.41	2) สมุนไพรล้านนา	3	23.08
3) กฎหมายล้านนา	3	17.65	3) การดูแลสุขภาพ	2	15.39
4) เศรษฐกิจล้านนา	3	17.65	4) แพทย์พื้นบ้าน	1	7.69
รวม (รายการ)	**17**	**100.00**	**รวม (รายการ)**	**13**	**100.00**

จากตารางที่ 11 พบว่างานวิจัยในหมวดการปกครองและสังคม จำนวน 17 รายการ (ร้อยละ 100.00) มีหมวดย่อยจำนวน 4 หมวด พบว่าหมวดย่อยที่มีงานวิจัยมากที่สุดคือ สังคมล้านนา มีงานวิจัยจำนวน 6 รายการ (ร้อยละ

35.29) รองลงมาคือ หมวดการเมือง การปกครองล้านนา มีงานวิจัยจำนวน 5 รายการ (ร้อยละ 29.41) หมวดที่มีจำนวนหัวเรื่องที่มีรองลงมาอันดับสามเท่ากัน 2 หมวดมีงานวิจัยจำนวน 3 รายการ (ร้อยละ 17.65) คือ กฎหมายล้านนาและเศรษฐกิจล้านนา นอกจากนี้ยังพบว่างานวิจัยในหมวดสุขภาพอนามัยมีทั้งหมด จำนวน 13 รายการ (ร้อยละ 100.00) เมื่อพิจารณาหมวดย่อยทั้ง 4 หมวดพบว่าหมวดที่มีงานวิจัยมากที่สุดคือ หมวดการแพทย์พื้นบ้าน จำนวน 7 รายการ (ร้อยละ 53.85) รองลงมาคือ สมุนไพรล้านนา มีงานวิจัยจำนวน 3 รายการ (ร้อยละ 23.08) รองลงมาอันดับสาม คือ หมวดการดูแลสุขภาพมีงานวิจัย 2 รายการ (ร้อยละ 15.39) และแพทย์พื้นบ้านมีงานวิจัย 1 รายการ (ร้อยละ 7.69)

ตารางที่ 12 แสดงหมวดย่อยใน หมวดอาหารล้านนาและหมวดสถานที่ จำนวนและร้อยละเนื้อหา

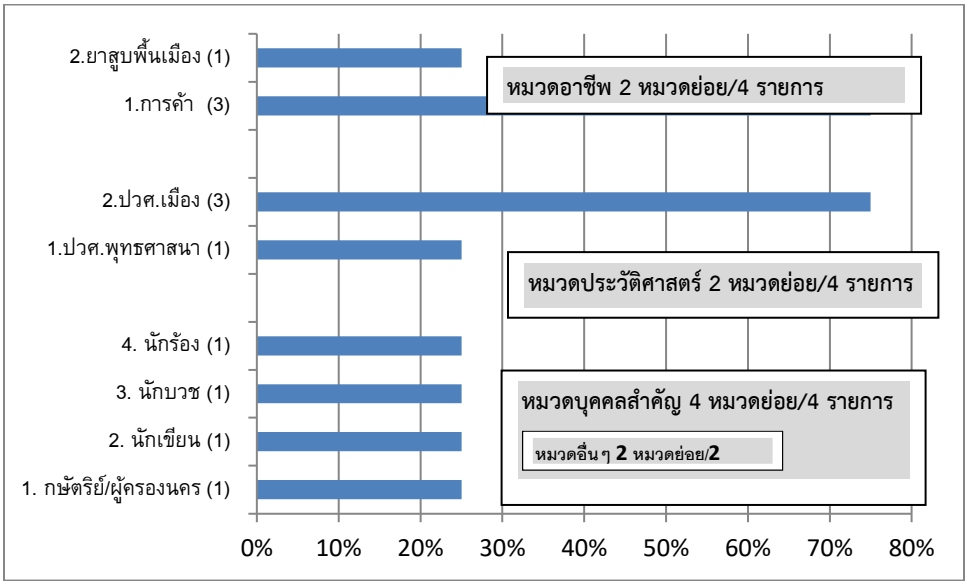
หมวดย่อยใน หมวดอาหารการกิน ล้านนา	จำนวน งานวิจัย (รายการ)	ร้อยละ	หมวดย่อยในหมวดสถานที่	จำนวน งานวิจัย (รายการ)	ร้อยละ
1) การปรุงอาหารล้านนา	3	50.00	1) โบราณสถาน	4	**66.67**
2) อาหารล้านนาในแง่มุมต่างๆ	3	50.00	2) เส้นทางท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา	1	**16.67**
			3) สถานที่สำคัญ	1	**16.67**
รวม (รายการ)	6	**100.00**	**รวม (รายการ)**	**6**	**100.00**

จากตารางที่ 12 พบว่าหัวเรื่องในหมวดอาหารการกินและหมวดสถานที่มีงานวิจัยเท่ากัน จำนวน 6 รายการ (ร้อยละ 100.00) หมวดอาหารการกินมีหมวดย่อยทั้งหมดจำนวน 2 หมวด ได้แก่ หมวดการปรุงอาหารล้านนา และหมวดอาหารล้านนาในแง่มุมต่าง ๆ และทั้ง 2 หมวดดังกล่าวมีจำนวนงานวิจัยเท่ากันคือหมวดละ 3 รายการ (ร้อยละ 50.00) และพบว่างานวิจัยในหมวดสถานที่มีหมวดย่อยทั้งหมดจำนวน 3 หมวด หมวดที่มีงานวิจัยมากที่สุดคือ หมวดโบราณสถาน จำนวน 4 รายการ (ร้อยละ 66.67) รองลงมาเท่ากัน 2 หมวดคือ หมวดเส้นทางท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาและหมวดสถานที่สำคัญ มีงานวิจัยจำนวน 1 รายการ (ร้อยละ 16.67)

ตารางที่ 13 แสดงหมวดย่อยในหมวดการต่างกายและเครื่องประดับ และจำนวนและร้อยละงานวิจัย

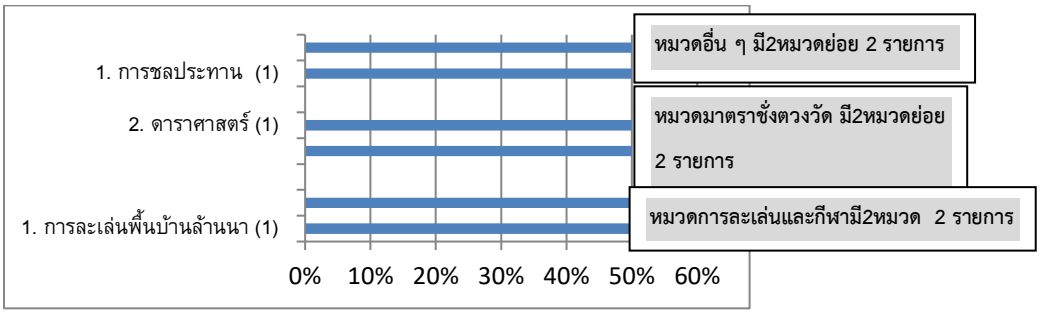
หมวดย่อย	จำนวนงานวิจัย(รายการ)	ร้อยละ
1) หมวดผ้าทอล้านนา	3	60.00
2) หมวดเครื่องประดับล้านนา	1	20.00
3) หมวดเครื่องแต่งกายล้านนา	1	20.00
รวม (รายการ)	**5**	**100.00**

จากตารางที่ 13 พบว่าหัวเรื่องในหมวดการต่างกายและเครื่องประดับ มีงานวิจัยจำนวน 5 รายการ (ร้อยละ 100.00) หมวดที่มีงานวิจัยมากที่สุดจำนวน 3 รายการ (ร้อยละ 60.00) คือ หมวดผ้าทอล้านนา รองลงมาเท่ากัน 2 หมวดมีงานวิจัย 1 รายการ (ร้อยละ 20.00) คือ หมวดหมวดเครื่องประดับล้านนา และหมวดเครื่องแต่งกายล้านนา



แผนภูมิที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละงานวิจัยในหมวดย่อยของหมวดบุคคลสำคัญ หมวดประวัติศาสตร์ล้านนาและหมวดอาชีพ

จากแผนภมิที่ 2 พบว่าจำนวนงานวิจัยเท่ากันใน 3 หมวดจำนวน 4 รายการ (ร้อยละ 100) คือ หมวดบุคคลสำคัญ หมวดประวัติศาสตร์ล้านนา และหมวดอาชีพ เมื่อพิจารณาหมวดบุคคลสำคัญพบว่า มีหมวดย่อยทั้ง 4 หมวดมีจำนวนงานวิจัยเท่ากัน 1 รายการ (ร้อยละ 25.00) หมวดประวัติศาสตร์มีหมวดย่อย 2 หมวดและพบว่าหมวดประวัติศาสตร์เมืองมีจำนวนสูงสุด 3 รายการ (ร้อยละ 75.00) รองลงมาคือหมวดประวัติศาสตร์พุทธศาสนา 1 รายการ (ร้อยละ 25.00) และหมวดอาชีพมีหมวดย่อย 2 หมวดและพบว่าหมวดการค้ามีจำนวนสูงสุด 3 รายการ (ร้อยละ 75.00) รองลงมาคือหมวดยาสูบพื้นเมือง 1 รายการ (ร้อยละ 25.00)



แผนภูมิที่ 3 แสดงหมวดย่อยในหมวดการละเล่นและกีฬา หมวดมาตราชั่งตวงวัด และหมวดอื่น ๆ และจำนวนและร้อยละงานวิจัย

จากแผนภูมิที่ 3 พบว่าจำนวนงานวิจัยเท่ากันใน 3 หมวดจำนวน 2 รายการ (ร้อยละ 100) คือ หมวดการละเล่นและกีฬา หมวดชั่งตวงวัด และหมวดอื่นๆ เมื่อพิจารณาหมวดการละเล่นและกีฬาพบว่า มีหมวดย่อยทั้ง 2 หมวด จำนวนงานวิจัยเท่ากัน 1 รายการ (ร้อยละ 50.00) คือ หมวดการละเล่นพื้นบ้านล้านนาและหมวดศิลปะการ

ป้องกันตัวล้านนา หมวดมาตราชั่งตวงวัด มีหมวดย่อย 2 หมวด จำนวนงานวิจัยเท่ากัน 1 รายการ (ร้อยละ 50.00) คือ หมวดโหราศาสตร์ และหมวดดาราศาสตร์ และหมวดอื่น ๆ มีหมวดย่อย 2 หมวด จำนวนงานวิจัยเท่ากัน 1 รายการ (ร้อยละ 50.00) คือ หมวดชลประทานและหมวดห้องสมุด

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่ามีการเผยแพร่ในฐานข้อมูล ThaiLIS มากที่สุด รองลงมาคือ ฐานข้อมูล CMU e-Theses รองลงมาอันดับสามคือ ฐานข้อมูล CMU e-Research ทั้งนี้เนื่องจากฐานข้อมูล ThaiLIS เป็นฐานข้อมูลที่รวบรวมงานวิจัยจากสถาบันการศึกษาและสถาบันอื่นๆทั่วประเทศจึงทำให้พบงานวิจัยด้านล้านนามากกว่าฐานข้อมูลอื่นๆ และเมื่อพิจารณาตามตามประเภทของงานวิจัยพบว่าจำนวนสูงสุดคือ วิทยานิพนธ์ ทั้งนี้เนื่องจากฐานข้อมูล ThaiLIS เป็นฐานข้อมูลที่รวบรวมวิทยานิพนธ์ งานวิจัยและบทความวารสารฉบับเต็มในรูปอิเล็กทรอนิกส์ ของมหาวิทยาลัย/สถาบัน 96 แห่ง จึงทำให้เป็นแหล่งรวมงานวิจัยที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ ดังนั้นงานวิจัยเกี่ยวกับล้านนาที่จัดทำขึ้นในสถาบันต่าง ๆ ทั่วประเทศจึงมารวมในกันในฐานข้อมูลนี้

หมวดใหญ่ที่มีจำนวนงานวิจัยมากที่สุดคือ **หมวดวรรณกรรมล้านนา** รองลงมาคือ **หมวดความเชื่อและประเพณี** และรองลงมาอันดับสองคือ **หมวดภาษาล้านนา** และผลการศึกษาช่วงปีที่เผยแพร่พบว่าช่วงปี พ.ศ. 2550 – 2561 มีการเผยแพร่งานวิจัยมากที่สุดคือ รองลงมาคือ ช่วงปี พ.ศ. 2540 – 2549 รองลงมาอันดับสองคือ ช่วงปี พ.ศ. 2530 -2539 เมื่อพิจารณาเนื้อหาที่เผยแพร่ในแต่ละช่วงปีพบว่า หมวดวรรณกรรมล้านนา มีจำนวนการเผยแพร่สูงสุดในทุกช่วงปีซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า งานวิจัยหมวดวรรณกรรมล้านนามีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ หมวดความเชื่อและประเพณี รองลงมาอันดับสาม คือ หมวดภาษา แต่เมื่อพิจารณาเนื้อหาในหมวดย่อยของทุกหมวดใหญ่พบว่าวรรณกรรมล้านนามีจำนวนหมวดย่อยเป็นอันดับ 2 เท่ากับหมวดงานฝีมือ (จำนวน 9 หมวด) รองจากหมวดภาษาล้านนา (จำนวน 16 หมวด) เมื่อศึกษาลงไปในหมวดย่อยพบว่ามีการศึกษาในหมวดย่อยวรรณกรรมพุทธศาสนา (จำนวน 29 รายการ) รองลงมาคือหมวดย่อยวรรณกรรมพื้นบ้านล้านนา (จำนวน 26 รายการ) และรองลงมาอันดับสองหัวเรื่องย่อยตำนานล้านนา (จำนวน 13 รายการ) จะเห็นได้ว่าหมวดวรรณกรรมล้านนามีเนื้อหาที่กว้างขวางสามารถศึกษาได้ในสาขาวิชาปรัชญาและศาสนา สาขาวิชาล้านนาศึกษา และสาขาวิชาภาษาไทยจึงทำให้จำนวนงานวิจัยหมวดวรรณกรรมล้านนามีจำนวนสูงสุดดังกล่าว

ผลการรวบรวมและจัดเก็บงานวิจัยด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนารวบรวมได้ทั้งหมด 369 รายการ ผู้วิจัยศึกษาโดยวิเคราะห์เนื้อหาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องสามารถจัดหมวดหมู่ได้ 12 หมวด และเมื่อนำงานวิจัยทั้งหมดมาวิเคราะห์เนื้อหาพบว่ามีหมวดใหญ่เพิ่มขึ้นมา 7 หมวด รวมทั้งหมด 19 หมวด ทั้งนี้เนื่องจาก 1) มีการแบ่งเนื้อหาเพิ่มขึ้น ได้แก่ 1.1) หมวดเดิมคือ หมวดศิลปะการแสดง การละเล่น ศิลปะการต่อสู้และกีฬาพื้นบ้าน มีการแบ่งเป็น 2 หมวด คือ หมวดศิลปะการแสดง และหมวดการละเล่นและกีฬา 1.2) หมวดเดิมหมวดงานช่างฝีมือดั้งเดิม(ศิลปกรรม) อาชีพและเครื่องมือเครื่องใช้ มีการแบ่งเป็น 2 หมวด คือ หมวดงานช่างฝีมือดั่งเดิม และหมวดศิลปกรรม 1.3) หมวดเดิมคือ หมวดสถานโบราณ ที่อยู่อาศัย ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการแบ่งเป็น 2 หมวด คือหมวดสถานที่ และหมวดสถาปัตยกรรม 2) มีการกำหนดเนื้อหาเพิ่มขึ้น 3 หมวดคือ หมวดประวัติศาสตร์ล้านนา หมวดอาชีพ และหมวดอื่น ๆ (หมายถึงเนื้อหาอื่น ๆ ที่ไม่สามารถจัดเข้าหมวดข้างต้นได้)

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ผลการวิจัยพบว่างานวิจัยจำนวนมากที่สุดคือ หมวดวรรณกรรมล้านนา รองลงมาคือหมวดความเชื่อและประเพณี และอันดับสามคือ หมวดภาษาล้านนา แต่เมื่อศึกษาลงไปในหมู่ใหญ่และหมู่ย่อยก็จะพบว่ายังเหลือประเด็นที่สามารถทำวิจัยได้จำนวนมาก ได้แก่ จิตวิทยาในนิทานล้านนา ความเชื่อเรื่องผี หรือความเชื่อในพิธีกรรมของชาวล้านนากลุ่มต่าง ๆ เป็นต้น

2. ผลการศึกษาครั้งนี้ทำให้เห็นถึงช่องว่างการวิจัยที่นักวิจัยสามารถใช้เป็นพื้นที่ในการทำวิจัยต่อไปได้ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่ามี 8 หมวดใหญ่ยังมีงานวิจัยน้อยมาก ได้แก่ หมวดการละเล่นและกีฬา (2 รายการ) หมวดชั่ง ตวง วัด และเวลา (2 รายการ) หมวดอาชีพ (4 รายการ) หมวดประวัติศาสตร์ล้านนา (4 รายการ) หมวดบุคคลสำคัญ (4 รายการ) หมวดการแต่งกายและเครื่องประดับ (4 รายการ) หมวดสถานที่ (6 รายการ) หมวดอาหารล้านนา (6 รายการ)

3. นักวิจัยสามารถศึกษาผลการศึกษาในแต่ละหมวดใหญ่ หมวดย่อย รวมถึงหมู่ใหญ่ หมู่ย่อยเพื่อศึกษาถึงช่องว่างหรือพื้นที่ที่ยังไม่มีผู้ศึกษาเพื่อสร้างสรรค์งานวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมต่อไป เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าไม่มีข้อมูลงานวิจัยในหมวดธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นนักวิจัยจึงควรให้ความสำคัญโดยรวบรวมความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นล้านนาในหมวดธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำผลการศึกษาไปพัฒนาต่อยอดและฟื้นฟูธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมปัจจุบันต่อไป

4. ควรมีการรวบรวมงานวิจัยจากฐานข้อมูลงานวิจัยอื่น ๆ ได้แก่ ฐานข้อมูลของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยแห่งชาติ ฐานข้อมูลงานวิจัยทางการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ รวมถึงการรวบรวมจากฐานข้อมูลในภาษาต่างประเทศ เป็นต้น เพื่อให้ฐานข้อมูลภาษาล้านนาและล้านนาศึกษาของคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีงานวิจัยที่ครอบคลุมเนื้อหาที่มีการเผยแพร่มากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การนำงานเทคโนโลยีออนโทโลยีมาจัดการองค์ความรู้ของล้านนาด้านต่าง ๆ

2. เพื่อให้ผู้ใช้ได้รับสารสนเทศจากฐานข้อมูลที่สมบูรณ์มากขึ้น ควรพัฒนาฐานข้อมูลให้สามารถนำเสนอ (Display) ผลการสืบค้นที่มีแง่มุมต่าง ๆ หลากหลายขึ้น

เอกสารอ้างอิง

Department of Cultural Promotion. (2016). *Culture: Way of life and wisdom*. Retrieved from http://www.culture.go.th/culture_th/article_attach/publication.pdf

Na Takua Thung, O. (2000*). Content analysis for the production of teaching materials*. Retrieved from, http://elearning.psru.ac.th/courses/163//การวิเคราะห์เนื้อหาบทเรียน pdf.

Office of the National Culture Commission. (1987). *Thai culture thesaurus. Bangkok*: Author.

Reitz, J. M. (2004*). Dictionary for library and information science*. Westport, Conn.: Libraries Unlimited.

Sophon, B. (1998). *Supporting researchers in the public sector with incentives***.** Bangkok: Office of the National Research Council.

Sribanditmongkol, P. (2017). Meeting to clarify the preparation of the work performance certification of the department B. E. 2017- 2021. Retrieved from http: / / planning. oop. cmu. ac. th/ wp-

content/uploads/ 2017/10/2017-10-16_06-25-55_60-64-1660-2.pdf

Suebson, P. (1987). *Research in Library Science*. Bangkok: Department of Library Science, Faculty of Arts, Chulalongkorn University.

Suthinirunkul, C. (2002). Content analysis in information science. Unit 6. In *Research in Information Science*. (pp.337-338). Nonthaburi: Liberal Arts, Sukhothai Thammathirat Open University.

Thai Cultural Encyclopedia Foundation Siam Commercial Bank. (1999). *Northern Thai Cultural Encyclopedia*. Bangkok: Author.

Thailand Creative & Design Center. (2002). How to privatize “local culture” to make millions. Retrieved from http://www.tcdc.or.th/articles/business-industrial/16302/#แปรรูป-วัฒนธรรมท้องถิ่น-อย่างไร...ให้ได้เงินล้าน

รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ ชุมชนบ้านถิ่น จังหวัดแพร่

Knowledge Management Models for Local Wisdom of Tai Lue Banthin Communities, Phrae Province

สุประวีณ์ อ่อนจันทร์*
สาขาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
27 ถ.อินใจมี ต.ท่าอิฐ อ.เมือง จ.อุตรดิตถ์ 53000 E-mail: suprave.onc@uru.ac.th*

Suprave Oonjan*
Library and Information Science of the Faculty of Humanities and Social Sciences, Uttaradit Rajabhat University, Muang Uttaradit, 53000, E-mail: suprave.onc@uru.ac.th*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ ชุมชนบ้านถิ่น จังหวัดแพร่ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ 2) เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ ชุมชนบ้านถิ่น จังหวัดแพร่ พื้นที่ในการศึกษา คือ แหล่งภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ ชุมชนบ้านถิ่น จังหวัดแพร่ ผู้ที่ให้ข้อมูลหลักในการศึกษา คือ หัวหน้าส่วนราชการในเขตพื้นที่ นักวิชาการในเขตพื้นที่ ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้านหรือผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญา เจ้าหน้าที่ภาครัฐและภาคเอกชน รวมทั้งสิ้นจำนวน 50 คน ใช้การเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้โดยการทดลองใช้รูปแบบใน 2 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนไตลื้อ บ้านกล้วย จังหวัดลำปาง และชุมชนไตลื้อ ดอยเสก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือน มกราคม - มิถุนายน 2565 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การหาความถี่ ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ บ้านถิ่น จังหวัดแพร่ มีการจัดการความรู้ภูมิปัญญาที่สอดคล้องกับสภาพท้องถิ่น ภูมิปัญญาที่บรรพบุรุษได้สั่งสมและสืบทอดกันมาจนกลายเป็นความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เนื่องจากชุมชนบ้านถิ่นไตลื้อมีการอพยพมาตั้งหลักปักฐานในจังหวัดแพร่เป็นเวลายาวนานกว่า 235 ปี และเป็นชุมชนแห่งการท่องเที่ยว และมีผู้นำที่มีความรู้ความสามารถ ส่วนด้านการแสวงหาความรู้ ด้านการจัดเก็บความรู้อย่างเป็นขั้นตอน การสืบทอด การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ยังประสบปัญหาค่อนข้างมาก 2) รูปแบบการจัดการ

ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นกลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพในการทดลองการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นกลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ การใช้กระบวนการจัดการความรู้ โดยใช้กระบวนการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Design) มี 6 ขั้นตอน ดังนี้ (1) การกำหนดความรู้ (2) การรวบรวมความรู้ (3) การแสวงหาความรู้และได้มาซึ่งความรู้ (4) การจัดเก็บความรู้ (5) การแบ่งปันความรู้ (6) การนำความรู้ไปใช้

คำสำคัญ : การจัดการความรู้, ภูมิปัญญาท้องถิ่น, กลุ่มชาติพันธ์ไตลื้อ

Abstract

This research was aimed to find a Knowledge Management Models for local of Tai Lue Banthin communities, Phrae Province. The research and development approach was applied to 1) Study of the current state of management of Tai Lue Banthin community information system. 2) Develop a model for managing wisdom information of the Tai Lue ethnic group. Ban Tin Community, Phrae Province; 50 key informants in the study were purposely selected from the heads of government agencies in the area, the local academics, the community leaders, folk wisdom or local wisdom and culture experts, and government officials and employees in the private sector. The tools included a questionnaire, an in-depth interview guideline, group discussion and learning exchange organizing. The developed model was implemented Tai Lue People in Ban Kluai communities, Lampang Province and Dai Saket communities, Chiang Mai Province. The data were collected during January through June 2022; then, they were analyzed for frequency, per cent, mean, standard deviation, and content analysis

The findings revealed 1) the situations and history of the local wisdom management of Tai Lue Banthin communities, Phrae Province, have been in consistent with the local conditions, wisdom, and culture, accumulated and inherited by the ancestors, and then passed as the wisdom of local knowledge for more than 235 years. Tai Lue People has been considered a tourist attraction with knowledgeable and competent leaders; however, the knowledge acquisition, storage process, inheritance, and the conservation of the local wisdom and culture here have still faced many problems. 2) The developed model for the local wisdom management of Tai Lue Banthin communities, Phrae Province, Using a qualitative research methodology to test the knowledge management of local wisdom of Tai Lue, ethnic group using knowledge management processes using a participatory process (Participatory Design) has 6 steps as follows: (1) knowledge determination (2) knowledge gathering (3) knowledge acquisition and knowledge acquisition (4) knowledge storage (5) sharing of knowledge know (6) Applying knowledge

Keyword: Model, Knowledge Management, Local Wisdom

บทนำ

ภูมิปัญญาท้องถิ่น จัดเป็นมรดกทางความรู้ ความคิด ความเชื่อ และความสามารถของชุมชนทางสังคมที่ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันรวมถึงการนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาชีวิต และคงอยู่ในสังคมไทยตั้งอดีตจนถึงในปัจจุบันและวิถีการดำเนินชีวิตที่เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์สืบต่อกันมา โดยภูมิปัญญาเหล่านี้ ได้แสดงถึงเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของคนแต่ละชุมชน ยังเป็นเครื่องชี้วัดความเจริญและพัฒนาการของคน เพราะ ภูมิปัญญานั้นถือว่าองค์ความรู้สร้างสรรค์และสั่งสมประสบการณ์ที่ผ่านกระบวนการเรียนรู้ เลือกสรร พัฒนาและถ่ายทอดสืบต่อกันมาจนเป็นภูมิปัญญาเฉพาะตนขึ้นมาได้ (จักรพันธ์ โสมะเกษตริน, 2551 : 1; ปราณี ตันตยานุบุตรม 2551: 4) ในบางพื้นที่ได้มีการสร้างภูมิปัญญาของชุมชนตนขึ้นที่เรียกว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) หรือภูมิปัญญาชาวบ้าน (Popular Wisdom) เป็นเรื่องราวขององค์ความรู้ ขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อทางศาสนา ภาษาและวรรณกรรม ศิลปะโบราณ การละเล่นรวมถึงวิทยาการต่าง ๆ ซึ่งความรู้และสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ล้วนเกิดจากภูมิปัญญาและประสบการณ์ของคนในชุมชนหรือท้องถิ่นทั้งสิ้น ทั้งนี้เพื่อให้ตอบสนองการดำรงชีวิตในด้านต่าง ๆ ของชุมชน นอกจากนี้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีการจัดการความรู้เพื่อให้เกิดการนำไปใช้และพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาให้เกิดการสร้างมูลค่า คุณค่าแก่ชุมชนจากอดีตถึงปัจจุบัน

การจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) เป็นกระบวนการที่ถือว่าเป็นเรื่องสำคัญในการจัดการองค์ความรู้ที่มีอยู่ให้มีระเบียบแบบแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีแนวทางการจัดการความรู้โดยการได้มาซึ่งความรู้ที่ถูกต้องและเหมาะสมเพื่อบุคคลที่เหมาะสม ในเวลาที่ถูกต้องและมีการถ่ายทอด ส่งต่อ แลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกันในการปฏิบัติงาน โดยมุ่งมั่นที่ปรับปรุงการดำเนินการขององค์การ (Davenport and Prusak, 1998) การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น จัดเป็นกระบวนการเรียนรู้ การปรับตัวที่ต่อเนื่องและการเรียนรู้ ที่ขึ้นอยู่กับการปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ ที่มีกระบวนการต่อเนื่องและการปรับตัวนี้เรียกว่า Situated Knowledge การศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นการนำกระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านต่าง ๆ เชื่อมโยงกับวิถีวัฒนธรรมในการดำรงชีพของคนในแต่ละชุมชน มีการถ่ายโอนความรู้กันและกัน ถึงแม้ว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นในแต่ละชุมชนยังขาดการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นระบบและไม่สามารถนำข้อมูลองค์ความรู้ดังกล่าว ออกมาเผยแพร่ให้เป็นที่รับรู้ของคนทั่วไป และจากสภาวการณ์ในปัจจุบัน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนส่วนใหญ่ตระหนักและเห็นความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นหลายชุมชนมีการนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาเป็นทุนทางวัฒนธรรมสังคม เพื่อพัฒนาและต่อยอดผลิตผลของชุมชน โดยอาศัยภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของท้องถิ่นมาพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจให้เกิดความยั่งยืนที่สามารถพึ่งตนเองได้ โดยการคำนึงถึงการอนุรักษ์การสืบ ทอดภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นชุมชนชาติพันธุ์ไตลื้อ ต.บ้านถิ่น อ.เมือง จ.แพร่ พบว่า ชาวบ้านในพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นชาวไตลื้อ ถือได้ว่าเป็นชาติพันธุ์ที่ได้อพยพเข้ามาอยู่อาศัยในประเทศไทย ซึ่งได้เล่ากันว่าแต่เดิมนั้นย้ายถิ่นฐานมาจากแคว้นสิบสองปันนาจากประเทศจีน “อพยพมาในช่วงสงครามเก้าทัพ พ.ศ. 2328 สะโดศิริมหาอุจนา เจ้าเมืองตองอู (พื้นเมืองเชียงแสนเรียก โป่พะครานมินคี) ยกทัพจำนวน 30,000 คน จากเมืองเชียงแสนเข้าล้อมเมืองนครลำปาง และทำการโจมตีเมืองตาก เมืองแพร่ เมืองเถิน เมืองน่าน และหัวเมืองฝ่ายเหนือ กองทัพพม่าสามารถจับตัวพระยาเชียงเงิน พระยาเถินเฒ่า พระยามงคลยศประเทศราช (เจ้าขนานจันทปโชติ) และพระยาสุริวงศ์ (พระเมืองไชย) ได้ราชวงษปกรณ์

พงศาวดารเมืองน่านระบุต่างไปว่า พระยามงคลยศประเทศราช (เจ้าขนานจันทปโชติ) และพระยาศรีสุริวงศ์ (พระเมืองไชย) ได้ทำการยอมสวามิภักดิ์กับพม่าโดยไม่ได้สู้รบ กองทัพพม่ากวาดต้อนชาวเมืองตาก เถิน แพร่ น่านมาไว้ยังเมืองเชียงแสน ส่วนตัวพระยาศรีสุริวงศ์ (พระเมืองไชย) ถูกนำตัวไปเมืองอังวะ ขณะที่พระเมืองไชยถูกนำตัวไปเมืองอังวะนั้น คงปฏิบัติตัวให้พม่าไว้เนื้อเชื่อใจ จนสามารถกราบทูลขอและได้รับพระบรมราชานุญาตจากพระเจ้าปดุง ให้นำครอบครัวไพร่พลมาตั้งอยู่หัวป่ง เมื่อ พ.ศ. 2329 ภายหลังไปอยู่เมืองยอง ในปี พ.ศ. 2330 ครั้นยุคสงครามเก้าทัพตีล้านนา ได้ชักชวนให้เจ้าฟ้ากอง เจ้าฟ้าเมืองยองร่วมกันต่อต้านพม่า (ในยุคสงครามเก้าทัพ) และนำกองทัพเข้าตีเมืองเชียงแสน ธาปะระกามะนี (Abaya-Kamani หลักฐานไทยเรียก อาประกามะนี พื้นเมืองเชียงแสนเรียก พะแพหวุ่น) เมียวหวุ่นเมืองเชียงแสน หนีไปหาเจ้าฟ้าเพชรเม็ง (เจ้าน้อยจิตตะ) เจ้าฟ้าเชียงราย แต่ถูกเจ้าฟ้าเชียงรายจับตัวส่งไปให้พระยาวชิรปราการ เจ้านครเชียงใหม่ส่งตัวพระเมืองไชย เจ้าฟ้ากอง พระยาเถินเฒ่า และจำธาปะระกามะนี ลงไปถวายยังกรุงเทพฯ เมื่อ พ.ศ. 2330 (อ้างอิงจากราชวงษปกรณ์ พงศาวดารเมืองน่านระบุต่างไปว่า พระเมืองไชยถูกจำขื่อคาขณะลงมา) ดังนั้น การอพยพกลุ่มไตลื้อบ้านถิ่น สันนิษฐานว่าได้ว่าในช่วงยุค สงครามอะแซหวุ่นกี้ ในปี พ.ศ. 2323 หรือเป็นไปได้ว่ามาในยุคสงครามเก้าทัพล้านนา พ.ศ. 2330” (สวัสวดี อ๋องสกุล,2546; กรมพระยาดำรงราชานุภาพ, 2461) สอดคล้องกับประวัติวัดทั่วประเทศบันทึกไว้ว่า วัดถิ่นในตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2332 จากเดิมที่มีกันไม่กี่ครอบครัวก็เริ่มขยายออกเป็นจำนวนครัวเรือนที่มากขึ้นตามลำดับ กลายเป็นหมู่บ้านหลายหมู่บ้านขึ้นมา พร้อมทั้งเรียกตัวเองว่าเป็นคนบ้านถิ่นแคว้นสิบสองปันนา และจากประวัติวัดทั่วประเทศ ได้บันทึกว่าวัดถิ่นในนั้นก่อตั้งแต่เมื่อปี พ.ศ. 2332 หลังจากที่ชาวไตลื้อได้อพยพหนีสงครามมาทางเมืองโกศัย หรือจังหวัดแพร่ในปัจจุบัน ก็มาพบสถานที่อันอุดมสมบูรณ์ จึงได้ลงหลักปักฐานประกอบอาชีพทำมาหากินอยู่อย่างสงบ จนทำให้มีประชากรเพิ่มขึ้นตามลำดับถึงปัจจุบัน

ในชุมชนชาติพันธุ์ไตลื้อ ชาวบ้านที่นี่เรียกตัวเองว่าเป็นคนบ้านถิ่นตามสถานที่ที่เคยอยู่ที่เมืองเชียงรุ้งแคว้นสิบสองปันนา มีวิถีแต่งกายผ้าซิ่นเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านถิ่นตั้งแต่สมัยก่อน คนโบราณจะทอผ้าซิ่นใช้เอง ต่อมาชาวบ้านจึงนำมาทำเป็นอาชีพเสริมเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้านในชุมชน และเป็นการเพิ่มผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนที่ทำจากผ้าซิ่นนอกเหนือจากผ้าถุง ในด้านอาหารพื้นถิ่นมีหน่อไม้เป็นเมนูที่นิยมทำทานกันในครัวเรือนเป็นประจำทุกครัวเรือนของบ้านถิ่น ไว้ทานเล่นหรือทานยามว่างก็ได้ ซึ่งทำจากหน่อไม้สดมาต้มให้สุกแล้วแช่น้ำไว้ 1-2 คืนทำให้ได้หน่อไม้ที่มีความกรอบอร่อย อมเปรี้ยวนิด ๆ นำมากินกับน้ำพริกแห้งพื้นบ้าน หรือจะนำไปปรุงเป็นเมนูอื่นก็ได้ มีทั้งนำไปผัดไปแกง ราคาจำหน่ายถุงละ 20 บาท มีจำหน่ายเป็นประจำที่ตลาดสดบ้านถิ่น ชุมชนบ้านถิ่นมีการนำถั่วแผ่นหมักสมุนไพร หรือ ถั่วเน่าแผ่นและข้าวแคบที่เป็นอาหารพื้นบ้านของชุนบ้านถิ่น ซึ่งสมัยก่อนชาวบ้านทำกินเองกันภายในหมู่บ้าน ต่อมาทางชุมชนต้องการสร้างอาชีพเสริมเพื่อเป็นการสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ชุมชนจึงนำถั่วเน่าแผ่นมาเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายจนถึงปัจจุบัน และชุมชนยังสร้างอาชีพจากงานหัตถกรรม งานจักสาน เช่น เข่ง ก๋วยสลาก ซ้าหวด ไซ้ ไว้เพื่อจำหน่าย โดยยังเน้นลวดลายการจักสานแบบดั้งเดิมและแข็งแรงทนทานเหมาะสำหรับนำไปใช้สอยในครัวเรือนได้เป็นอย่างดี

จากความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นชาติพันธุ์ไตลื้อ อันก่อให้เกิดคุณค่าในการอนุรักษ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ การพัฒนาอาชีพ สร้างรายได้ของชุมชน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะศึกษาหารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ ชุมชนบ้านถิ่น จังหวัดแพร่ เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

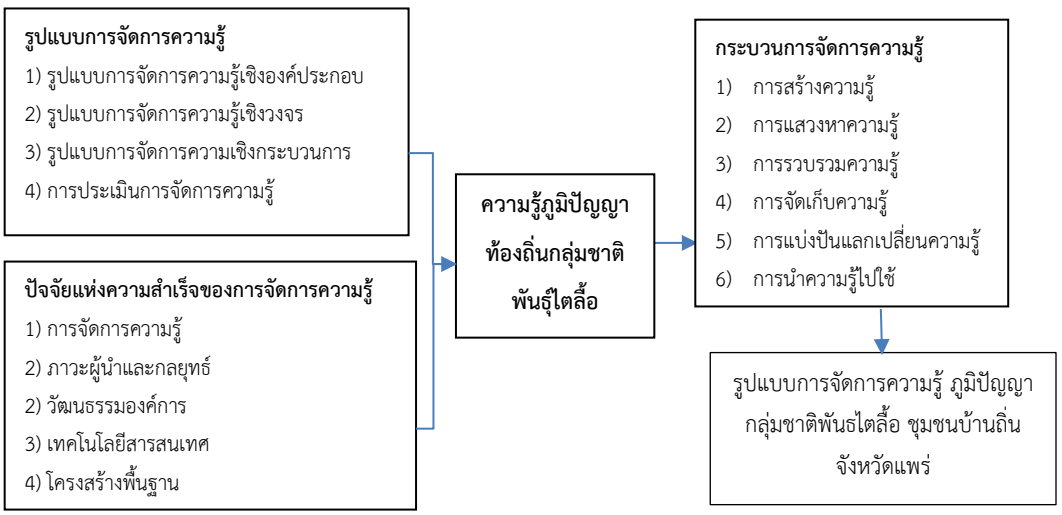
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นชุมชนชาติพันธุ์ไตลื้อ ชุมชนบ้านถิ่น จังหวัดแพร่
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ ชุมชนบ้านถิ่น จังหวัดแพร่

คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1. ภูมิปัญญา (wisdom) คือ ความรู้ ความคิด ความเชื่อ ความสามารถ ความจัดเจนที่กลุ่มชุมชนได้จากประสบการณ์ที่สั่งสมไว้ในการปรับตัวและดำรงชีพในระบบนิเวศหรือสภาพแวดล้อมธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางสังคมวัฒนธรรมที่มีพัฒนาการสืบสานกันมา เป็นความรู้ความคิดความเชื่อ ความสามารถ ความชัดเจน ที่เป็นผลของการใช้สติปัญญาปรับตัวกับสภาวะต่างๆ ในพื้นที่ที่ชุมชนนั้นตั้งถิ่นฐานอยู่ (เอกวิทย์ ณ ถลาง, 2540, 11)
2. ภูมิปัญญาท้องถิ่น (local wisdom) หมายถึง ส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่เป็นความรู้ความคิด ความสามารถ ความเห็น ความเชื่อ ความนิยม ความฉลาดรอบคอบในสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับที่อยู่อาศัย การทำมาหากิน วิถีชีวิต การป้องกันรักษาโรคภัยไข้เจ็บและการใช้ภาษาที่เกิดขึ้น สั่งสมพัฒนาและใช้ประโยชน์สืบต่อจนเป็นมรดกตกทอดของพื้นบ้านมาแต่โบราณ (เอี่ยม ทองดี และคณะ, 2542)
3. การอนุรักษ์เป็นการบำรุงรักษาสิ่งที่ดีงามไว้เช่น ประเพณีต่างๆ หัตถกรรม และคุณค่าหรือการ ปฏิบัติตนเพื่อความสัมพันธ์อันดีที่เป็นการสร้างมิตรภาพระหว่างคนและสิ่งแวดล้อม
4. การประยุกต์ความรู้ภูมิปัญญา หรือการผสมผสานภูมิปัญญาที่เป็นความรู้เก่าเพื่อให้สามารถเข้ากับความรู้ใหม่ เช่น การผสมผสานวิธีการแต่งกายตามยุคสมัยโดยใช้วัตถุดิบสมัยใหม่ ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับหลักวิชาการเทคโนโลยี และเครื่องมือสมัยใหม่ที่จะช่วยในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลชาติพันธุ์ไตลื้อ

กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development : R & D) เนื่องจากแบบการวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษา ค้นคว้าเพื่อให้ได้สิ่งใหม่หรือนวัตกรรมใหม่ ๆ (วรรณวีร์ บุญคุ้ม, 2556: 187) การวิจัยในครั้งนี้ใช้ระเบียบวิจัยแบบผสม แบ่งเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานเพื่อสร้างต้นแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ วิเคราะห์ความต้องการความรู้ของประชาชนในชุมชน และออกแบบความรู้ชุมชนโดยใช้กระบวนการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Design) ดำเนินการศึกษาข้อมูลพื้นฐานเพื่อสร้างต้นแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาชาติพันธุ์ไตลื้อ เพื่อกำหนดองค์ประกอบของรูปแบบใน 3 ด้าน คือ ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ดำเนินการโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ปราชญ์ชุมชนในแต่ละด้าน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวกับความเหมาะสม และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น กระบวนการจัดการความรู้ และการประเมินการจัดการความรู้เพื่อสร้างต้นแบบรูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ

ระยะที่ 2 สร้างต้นแบบรูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ ในระยะนี้เป็นการใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพในการทดลองการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ คือ ขั้นตอนที่ 1 ขั้นเตรียมการเป็นโครงการอบรมการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ และเตรียมทีมจัดการความรู้ ขั้นตอนที่ 2 การใช้กระบวนการจัดการความรู้ ประกอบด้วย 6 กระบวนการ ได้แก่ (1) การรวบรวมความรู้ (2) การแสวงหาความรู้ (3) การจัดเก็บความรู้ (4) การแบ่งปันความรู้ (5) การนำความรู้ไปใช้

ระยะที่ 3 การประเมินและปรับปรุงรูปแบบการจัดการภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ เป็นการประเมินการจัดการความรู้ใน 3 ด้าน คือ (1) การประเมินความพึงพอใจต่อผลผลิตความรู้ภูมิปัญญา (2) การประเมินความพึงพอใจต่อการดำเนินการจัดการความรู้ภูมิปัญญา (3) การประเมินความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญา แล้วจึงปรับปรุงตามข้อเสนอแนะที่ประเมิน

พื้นที่ในการศึกษา คือ ชุมชนชาติพันธุ์ไตลื้อ ชุมชนบ้านถิ่น จังหวัดแพร่ ภาพรวมของชุมชนประกอบด้วย 11 หมู่บ้าน และผู้ที่ให้ข้อมูลหลักในการศึกษา คือ หัวหน้าส่วนราชการในเขตพื้นที่ นักวิชาการในเขตพื้นที่ ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้านหรือผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญา เจ้าหน้าที่ภาครัฐและภาคเอกชน รวมทั้งสิ้นจำนวน 50 คน ใช้การเลือกแบบเจาะจง มีเกณฑ์การเลือกจาก เจ้าอาวาสวัดถิ่นใน 1 รูป นายกเทศมนตรี 1 คน กำนัน 1 คน ผู้ใหญ่บ้าน 11 คน ตัวแทนปราชญ์ชุมชนด้านภาษา ด้านอาหาร ด้านการแต่งกาย ด้านสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นและของใช้ ด้านศิลปวัฒนธรรมและความเชื่อท้องถิ่น ด้านประวัติศาสตร์พื้นถิ่น ผู้ประกอบการด้านหัตถกรรมชาติพันธุ์ไตลื้อ ด้านละ 3 คน ซึ่งอาศัยอยู่ในชุมชนมากกว่า 5 ปี ขึ้นไป เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสอบถาม แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม โดยใช้วิธีการ Snowball Technique ยุติการให้ข้อมูล การจากตอบคำถามของผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาและการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำการทดลองใช้รูปแบบใน 2 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนไตลื้อ บ้านกล้วย จังหวัดลำปาง และชุมชนไตลื้อ ดอยเสก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม - มิถุนายน 2565 การวิเคราะห์ข้อมูลในการหาความถี่ ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหาแล้วสรุปผลเพื่อนำเสนอการวิจัย

ผลการวิจัย

1. การศึกษาสภาพการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อในปัจจุบัน การจัดการความรู้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นมีความเหมาะสมเพราะมีสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ การ

ส่งเสริมต่อการจัดการความรู้มี ผู้นำชุมชนรับผิดชอบต่อการจัดการความรู้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชน มีแรงจูงใจ มีวัตถุดิบจาก เกษตร ผลไม้ท้องถิ่นจำนวนมาก ส่งผลให้มีการพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ที่ได้รับการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ในภาพรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก ประกอบกับชาวชุมชนมีการสืบทอดวิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีมานาน กว่า 235 ปี โดยมีการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นชาติพันธุ์ไตลื้อ ปรากฏ 7 ด้าน ดังนี้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านด้านเกษตรกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอุตสาหกรรมและหัตกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการแต่งกาย ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านภาษา ภูมิปัญญาด้านศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรม ภูมิปัญญาด้านอาหารท้องถิ่น ซึ่งเป็นองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ ที่สร้างความภาคภูมิใจในรากเหง้าของคนบ้านถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชนจะเป็นสัญลักษณ์ความรู้สึกผูกพันทำให้รู้สึกเป็นกลุ่มเดียวกัน เป็นกลไกหลักในการหลอมรวมผู้คน และเป็นพลังสำคัญในการแข่งขันกับเป็นพลวัตรทางสังคม

2. รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นกลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ พบว่า รูปแบบการจัดการความรู้โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นฯ ครอบคลุม 2 ส่วนหลัก ได้แก่ (1) องค์ประกอบ มี 6 องค์ประกอบ ได้แก่สมาชิกของชุมชน กิจกรรมของชุมชน ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น เทคโนโลยีสนับสนุน ปัจจัยการสร้างความรู้และการวัดและประเมินผล และ (2) ขั้นตอนการจัดการความรู้มี 6 ขั้นตอน ได้แก่การเตรียมการ จัดตั้งชุมชนการเรียนรู้เสมือนจริง การจัดตั้งชุมชนการเรียนรู้เสมือนจริง การสร้างความรู้และจัดเก็บความรู้การสร้างต้นแบบการปฏิบัติที่ดี และรับรองความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น การนำต้นแบบการปฏิบัติที่ดีไปปฏิบัติในสถานศึกษา และการสรุปและประเมินผลการจัดการความรู้ซึ่งผลการประเมินรูปแบบที่พัฒนาขึ้นโดยผู้ทรงคุณวุฒิอยู่ในระดับเหมาะสมมาก

ระยะที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานเพื่อสร้างต้นแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาชาติพันธุ์ไตลื้อ ชุมชนบ้านถิ่น จังหวัดแพร่ มีวิถีวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน จากการศึกษา พบว่า มีข้อมูลที่เกี่ยวข้องในหลากหลายลักษณะทั้งที่เป็นการบันทึกจากเอกสารโบราณ (ใบลาน พับสา) และจากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้สูงอายุ ผู้เชี่ยวชาญปราชญ์ชาวบ้านหรือผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญา หัวหน้าส่วนราชการในเขตพื้นที่ นักวิชาการในเขตพื้นที่ เจ้าหน้าที่ภาครัฐและภาคเอกชน ยืนยันว่า บรรพบุรุษของตนนั้น “อพยพกลุ่มไตลื้อบ้านถิ่นในช่วงยุค สงครามอะแซหวุ่นกี้ ในปี พ.ศ. 2323 หรือเป็นไปได้ว่ามาในยุคสงครามเก้าทัพล้านนา พ.ศ. 2330” สอดคล้องกับประวัติวัดทั่วประเทศ บันทึกไว้ว่า วัดถิ่นในตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2332 จากเดิมที่มีกันไม่กี่ครอบครัวก็เริ่มขยายออกเป็นจำนวนครัวเรือนที่มากขึ้นตามลำดับ กลายเป็นหมู่บ้าน หลายหมู่บ้านขึ้นมา พร้อมทั้งเรียกตัวเองว่าเป็นคนบ้านถิ่น แคว้นสิบสองปันนา

ทั้งนี้มีการศึกษางานด้านกลุ่มชาติพันธุ์ มีการศึกษาในด้านสังคมแบบองค์รวมและการศึกษาแนวชาติพันธุ์นิเวช ซึ่งเป็นการศึกษาแนวคิด โลกทัศน์ การรับรู้ของกลุ่มชนต่าง ๆ ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมและระบบเชิงพันธุ์นิเวช ในฐานะที่เป็นเจ้าของผู้เผยแพร่ “วัฒนธรรม” และในฐานะที่สร้างผลผลิตหรือการสร้างสรรค์ต่าง ๆ ทางวัฒนธรรมจากอดีตมาจนถึงปัจจุบันของกลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อจะปรากฏสะท้อนให้เห็นรูปแบบวิถีชีวิตหรือการดำรงชีวิตของผู้คนที่เชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมของผู้คนและสภาพแวดล้อมได้อย่างเป็นรูปธรรมตามความเหมาะสม เพราะมีสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ การส่งเสริมต่อการจัดการความรู้มี ผู้นำชุมชนรับผิดชอบต่อการจัดการความรู้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชน มีแรงจูงใจ มีวัตถุดิบจาก เกษตร ผลไม้ท้องถิ่นจำนวนมาก ส่งผลให้มีการพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ที่ได้รับการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นในภาพรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก ประกอบกับชาวชุมชนมีการสืบทอดวิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีมานาน กว่า 235 ปี สอดคล้องกับแนวคิดในเรื่อง การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หมวกกุ้ยโล้ย ซึ่งได้ระบุว่าภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง ความรู้ความสามารถในการดำรงชีวิตในพื้นที่นั้น ๆ โดยใช้ สติปัญญาสะสมความรู้อย่างหลากหลายผสมผสานกลมกลืนกับศาสนา สภาพภูมิอากาศ สภาพแวดล้อม การ ประกอบอาชีพ และกระบวนการเหล่านี้มาจนหลายชั่วคนเป็นวิถีแห่งการดำรงชีวิตของมนุษย์ที่เกิด

จากการเรียนรู้เป็นระยะเวลาอันยาวนาน โดยอาศัยภูมิปัญญาที่มีอยู่มาตั้งถิ่นฐาน การประกอบอาชีพ และการแก้ไขปัญหาในการดำรงชีวิต (จริยา ชูรอด, 2552 : 16) ความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ มี 2 ลักษณะ คือ 1) ภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สอดคล้องกับวิถีการดำรงชีวิตและการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอันเป็นต้นทุนภูมิปัญญาทางสังคมผสมผสานทุนทางทรัพยากรธรรมชาติโดยเกิดจากการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ 2) ความรู้ใหม่ที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและศูนย์วิทยบริการจังหวัดแพร่ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ พัฒนาและยกระดับความรู้ภูมิปัญญาดั้งเดิมกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างมูลค่า และสร้างรายได้ให้กับชุมชน ทั้งนี้ความรู้ภูมิปัญญาที่เกิดขึ้นทั้ง 2 ลักษณะ คือ กระบวนการเรียนรู้และถ่ายทอดที่สำคัญ โดยภูมิปัญญาดั้งเดิมมีการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษด้วยกระบวนการบอกเล่าด้วยวาจา การอบรมสอนสั่ง การฝึกให้ปฏิบัติตนเข้าใจและชำนาญ ส่วนความรู้ใหม่ที่เกิดจากการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษามีกระบวนการเรียนรู้ ถ่ายทอดโดยการศึกษาดูงาน การสร้างการเรียนรู้จากสื่อต่าง ๆ การอบรมเชิงปฏิบัติการ การสาธิตให้ดู บันทึกให้เป็นเอกสารทางวิชาการที่เน้นเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อไปสู่การยกระดับความรู้ภูมิปัญญาและการยกระดับคุณภาพชีวิตและสร้างมูลค่า สร้างรายได้ให้กับชุมชน สอดคล้องกับผลการศึกษาในเรื่องการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นภาคอีสานตอนบน (รัตนา แสงสว่าง, 2549 : 21) พบว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นหมายถึง ผลผลิตทางปัญญาของผู้คนในชุมชนและท้องถิ่นที่ เกิดจากการสะสมประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมประกอบกับแนวคิดวิเคราะห์ในการแก้ไขปัญญาต่าง ๆ ของตนเอง จนเกิดเป็นการหลอมรวมเป็นแนวคิดที่เป็นลักษณะของตนเอง สามารถพัฒนาความรู้ดังกล่าวมา ประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับกาลสมัยในการดำเนินชีวิตในท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม ภูมิปัญญาชาวบ้านจึงถือได้ว่าเป็นกระบวนการที่เกิดจากการสืบทอดถ่ายทอดองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมในชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ แล้วพัฒนาเลือกสรร ปรับปรุงองค์ความรู้เหล่านั้นจนเกิดทักษะและความชำนาญสามารถแก้ไขและพัฒนาชีวิตได้อย่างเหมาะสมกับยุคสมัยแล้วเกิดภูมิปัญญาองค์ความรู้ใหม่ที่เหมาะสม และสืบทอดพัฒนาต่อไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด

ผลการศึกษายังพบปัญหาอุปสรรคของการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ ชุมชนบ้านถิ่น จังหวัดแพร่ ด้านการสืบทอด พบว่า ผู้สืบทอด ผู้รู้หรือปราชญ์ชาวบ้านมีอยู่ไม่มาก และเป็นผู้สูงอายุ 75-87 ปีและเยาวชนรุ่นหลังควรได้รับการสืบทอดภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น และแหล่งการเรียนรู้ลดน้อยลง การสนับสนุนจากภาครัฐที่ไม่ต่อเนื่อง และจากผลการศึกษายังพบปัญหาสำหรับการจัดการความรู้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งผลที่ได้จากการค้นพบนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธงชัย พาบุ (2552) ศึกษาเรื่องการจัดการความรู้ธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบปัญหาการปลูกฝัง การถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษร่วมด้วยการศึกษา อบรม การสังเกต สาธิต และการปฏิบัติจริง จนกลายเป็นความรู้และทักษะเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของ (กนกพร ฉิมพลี, 2555 : 313) จากการศึกษาเรื่องการพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญา ท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสาน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ได้สรุปแนวทางในการแก้ปัญหาการจัดการความรู้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับสภาพการณ์ของความรู้ ความสามารถที่บรรพบุรุษได้สะสมและถ่ายทอดอย่างสร้างสรรค์จนกลายเป็นความรู้ประจำท้องถิ่นแก่ลูกหลานเพื่อปฏิบัติสืบทอดต่อกันมาและพัฒนา ต่อยอดความรู้ ประยุกต์ความรู้ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัวมีคุณภาพชีวิต ที่ดีขึ้นได้อย่างยั่งยืน

จากการศึกษา พบว่า การจัดความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อบ้านถิ่น โดยใช้กระบวนการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Design) มี 5 ขั้นตอน ดังนี้

1) ด้านการกำหนดความรู้ โดยชาวบ้านจะเป็นผู้กำหนดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น 7 ด้าน ประกอบ ด้วย ด้านประวัติศาสตร์ ด้านศิลปวัฒนธรรม ความเชื่อ ด้านภาษา ด้านการแต่งกาย ด้านอาหารท้องถิ่น ด้านสถาปัตยกรรมและของใช้ การก่อสร้าง และ ด้านการท่องเที่ยว

2) ด้านการแสวงหาและได้มาซึ่งความรู้ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การแสวงหาความรู้ภายในชุมชน ซึ่งเกิดจากการถ่ายทอด สืบทอดความรู้โดยกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันของชาวบ้าน เช่น วิธีสอบถามจากผู้รู้ การฝึกให้ทำจนชำนาญและเข้าใจ ส่วนการแสวงหาความรู้จากภายนอกชุมชน เป็นการศึกษาดูงานจากกลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อในประเทศไทย และแคว้นสิบสองปันนา และการอบรม สัมมนาที่จัดขึ้นโดยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวของ เช่น ศูนย์วิทยบริการจังหวัดแพร่ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ วัฒนธรรมจังหวัดแพร่ เป็นต้น

3) ด้านการแลกเปลี่ยนความรู้ ส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปไม่เป็นทางการของคนในชุมชน โดยสร้างกระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้ตามความถนัดของแต่ละคนแล้วนำมาแลกเปลี่ยนผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชน เช่น การทำงานบุญ งานเลี้ยงผีบรรพบุรุษ งานเสาใจ่บ้าน หรือกิจกรรมในชีวิตประจำวัน ส่วนการแลกเปลี่ยนอย่างเป็นทางการพบได้น้อยมาก ที่จะเกิดขึ้นจากการนำไปศึกษาดูงาน อบรมหรือสัมมนา

4) ด้านการจัดเก็บความรู้ ชุมชนชาติพันธุ์ไตลื้อมุ่งเน้นที่จัดเก็บความรู้ไว้กับบุคคลที่มีความรู้ความสามารถและมีทักษะจนเป็นที่ยอมรับยกย่องให้เป็นผู้รู้ ปราชญ์ชาวบ้านของคนในชุมชน ส่วนการจัดเก็บเป็นลายลักษณ์อักษรพบเฉพาะความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ไตลื้อโดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานเทศบาลตำบลบ้านถิ่น

5) ด้านการถ่ายทอดความรู้ เป็นรูปแบบการถ่ายทอดระหว่างบุคคลเป็นหลักโดยเฉพาะการถ่ายทอดภายในครอบครัว ส่งผ่านจากลูกหลานในลักษณะของการถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ ปฏิบัติให้ดู ส่วนการถ่ายทอดความรู้ที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ จะมีลักษณะการไปศึกษาดูงาน และเชิญผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ ปราชญ์ชาวบ้านมาบรรยายและสาธิตให้ปฏิบัติตาม

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ พบว่า ชุมชนมีการแลกเปลี่ยนความรู้และถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาชาติพันธุ์ไตลื้ออย่างต่อเนื่อง ส่วนวัฒนธรรมชุมชน พบว่า สมาชิกในชุมชนมีความเป็นมิตร สามัคคี และเอื้ออาทรต่อกันสร้างความสัมพันธ์และช่วยเหลือเกื้อกูลกัน มีความจริงใจและความเป็นมิตรกันระหว่างชุมชนทำให้เกิดการยอมรับและมีอิสระในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีส่วนร่วมและพลังทางบวกในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมในการสืบทอด ถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงภาวะผู้นำ พบว่า มีการทุ่มเท เสียสละ และสร้างแรงบันดาลใจให้กับคนในชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อันก่อให้เกิดการสร้างรายได้ให้กับชุมชน ด้านสถานที่ พบว่า มีแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย มีการรวมกลุ่มชุมชนด้านต่างๆ ตลอดถึงกลุ่มอาชีพในท้องถิ่น สอดคล้องกับ (Rien Saowapak, Akharabawon & Kaewpichit, 2005) ทั้งในด้านภาวะผู้นำและกลยุทธ์ที่ต้องได้รับความสำคัญจากผู้บริหารองค์การหรือผู้นำชุมชนที่ตระหนักถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดการความรู้เพื่อผลักดันให้เกิดความรู้ในชุมชน และนำเอาไปกำหนดเป้าหมายของแผนงานและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์และพัฒนาต่อยอดความรู้ ประยุกต์ความรู้ภูมิปัญญาชาติพันธุ์ไตลื้อ

ระยะที่ 2 รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพในการทดลองการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธ์ไตลื้อ ใน 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 เตรียมการเป็นโครงการอบรมการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธ์ไตลื้อ และเตรียมทีมจัดการความรู้ ขั้นตอนที่ 2 การใช้กระบวนการจัดการความรู้โดยใช้กระบวนการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Design) มี 6 กระบวนการ ดังนี้ (1) การกำหนดความรู้ (2) การรวบรวมความรู้ (3) การแสวงหาความรู้และได้มาซึ่งความรู้ (4) การจัดเก็บความรู้ (5) การแบ่งปันความรู้ (6) การนำความรู้ไปใช้ พบว่า การใช้กระบวนการจัดการความรู้ โดยกระบวนการมีส่วนร่วม ดังนี้

1) การกำหนดความรู้ ค้นหาความรู้ภูมิปัญญาที่จำเป็นสำหรับชุมชนต้องมี คือ ความรู้ภูมิปัญญาด้านประวัติศาสตร์ ด้านศิลปวัฒนธรรม ความเชื่อ ด้านภาษา ด้านการแต่งกาย ด้านอาหารท้องถิ่น ด้านสถาปัตยกรรมและของใช้ การก่อสร้าง และ ด้านการท่องเที่ยว จัดทำแผนที่ความรู้ (Knowledge Mapping) เพื่อหาว่าความรู้ที่ความสำคัญนำมาวางแผนขอบเขตความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมกับหน่วยงาน บุคคลที่เกี่ยวข้อง ที่จะถอดองค์ความรู้ออกมาเป็น Explicit Knowledge เพื่อรวบรวมไว้ศึกษา พัฒนาต่อยอดต่อไป

2) การจัดหาและการรวบรวมความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อในรูปแบบสื่อตีพิมพ์สื่อไม่ตีพิมพ์ และสื่อดิจิทัล ได้จากวิธีการจัดซื้อ การรับบริจาคจากหน่วยงานต่าง ๆ และบุคคลทั่วไป การผลิตเอง และการทำสำเนาโดยการถ่ายเอกสาร และการทำสำเนาในรูปแบบดิจิทัล รวมถึงการบันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลต่าง ๆ เพื่อนำมารวมรวมจัดทำเป็นองค์ความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อที่มีขอบเขตเนื้อหาเกี่ยวข้องกับภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อและมีความสำคัญต่อการศึกษาค้นคว้า การเรียน การสอน และการวิจัยเป็นหลัก

3) การแสวงหาความรู้และได้มาซึ่งความรู้ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์และจัดความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ โดยการจัดหมวดหมู่ตามประเภทของทรัพยากร โดยกำหนดเป็น 7 กลุ่มเนื้อหาหลักประกอบด้วย ด้านประวัติศาสตร์ ด้านศิลปวัฒนธรรม ความเชื่อ ด้านภาษา ด้านการแต่งกาย ด้านอาหารท้องถิ่น ด้านสถาปัตยกรรมและของใช้ การก่อสร้าง และ ด้านการท่องเที่ยว มีการให้หัวเรื่องและสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงขอบเขตเนื้อหาความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ การลงเลขทะเบียนทรัพยากรเอง รวมถึงมีการกำหนดแนวปฏิบัติในการวิเคราะห์และจัดความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อแก่บุคลากรผู้ปฏิบัติงาน

4) การจัดเก็บความรู้และการเข้าถึงความรู้ภูมิปัญญากลุ่มกลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ โดยจัดเก็บในบ้านไตลื้อและบริเวณวัดถิ่นใน และตามแหล่งสารสนเทศสถานที่จริงที่จัดเก็บความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ จัดเก็บในรูปแบบของชุดความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อโดยบันทึกลงสื่อตีพิมพ์ สื่อไม่ตีพิมพ์ และสื่อดิจิทัล โดยสามารถเข้าถึงได้จากการเข้าศึกษาของจริง และจากสื่อเผยแพร่ออนไลน์

5) การแบ่งปันความรู้ โดยการให้บริการและการเผยแพร่ความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ มีการดำเนินการให้บริการแก่กลุ่มผู้เข้าใช้บริการทุกประเภท ใช้วิธีการแนะนำและแลกเปลี่ยนความรู้ให้แก่ผู้ใช้ ในด้านการเผยแพร่และแบ่งบันความรู้ ทุกหน่วยงานมีการนำเสนอความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การเผยแพร่ความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ การเผยแพร่ในรูปแบบของเว็ปไซต์ของหน่วยงาน เพจภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดแพร่ การเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ และการเผยแพร่ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นฯ ในรูปแบบการจัดนิทรรศการ พิพิธภัณฑ์บ้านถิ่นไตลื้อ การเสวนาแลกเปลี่ยนความรู้ และการจัดเวทีขั่วกำกึดทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ไตลื้อ หรือกิจกรรมลานวัฒนธรรมภูมิปัญญาชาติพันธุ์ไตลื้อ

6) การนำความรู้ภูมิปัญญาไปประยุกต์ใช้ พัฒนาและส่งเสริมบุคคลในทุกระดับของท้องถิ่นด้วยการอบรม การประชุมแลกเปลี่ยนความรู้ ให้เกิดเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้และการแสวงหาความรู้ การพัฒนากลุ่มอาชีพสู่การพึ่งพาตนเอง เห็นคุณค่าในการอนุรักษ์มรดกทางด้านภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ ตลอดถึงการฝึกฝนทักษะจากการปฏิบัติงาน จัดตั้งกลุ่มรับผิดชอบประชาสัมพันธ์และสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐ เพื่อส่งเสริมการจัดกิจกรรมที่สอดแทรกการพัฒนาอาชีพภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์สอดคล้องกับการอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อให้คงอยู่

ระยะที่ 3 ผลประเมินและปรับปรุงรูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ เป็นการประเมินการจัดการความรู้ใน 3 ด้าน คือ (1) การประเมินความพึงพอใจต่อผลผลิตความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น (2) การประเมินความพึงพอใจต่อการดำเนินการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น (3) การประเมินความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญา มีผลการประเมินโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ผลการประเมินอาจเนื่องมากจากการจัดการความรู้ครั้งนี้ได้ทำอย่างเป็นระบบมีขั้นตอน มีความร่วมมือในแต่ละกระบวนการอย่างชัดเจนสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลักษณา ยุราพันธ์ (2561) พบว่า ผลการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากการส่งเสริมให้บุคลากรทุกระดับได้รับการพัฒนาความรู้ โดยการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้เป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้และแสวงหาความรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่หลากหลาย การประยุกต์ใช้ความรู้และทรัพยากรในท้องถิ่นมาเป็นทุนทางวัฒนธรรมสังคม เพื่อพัฒนาและต่อยอดผลิตผลของชุมชน โดยอาศัยภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของท้องถิ่นมาพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจให้เกิดความยั่งยืนที่สามารถพึ่งตนเองได้ โดยการคำนึงถึงการอนุรักษ์การสืบ ทอดภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะ

รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ ชุมชนบ้านถิ่น จังหวัดแพร่ ที่ได้เหมาะสมและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง เพื่อเป็นการอนุรักษ์และสืบทอดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะทางนโยบายและใช้ประโยชน์จากงานวิจัย

1.1 จากผลการวิจัยที่ได้การใช้การจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ โดยใช้กระบวนการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Design) มี 6 กระบวนการ ดังนี้ (1) การกำหนดความรู้ (2) การรวบรวมความรู้ (3) การแสวงหาความรู้และได้มาซึ่งความรู้ (4) การจัดเก็บความรู้ (5) การแบ่งปันความรู้ (6) การนำความรู้ไปใช้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบาย แผนงานของวัฒนธรรมจังหวัดหรือสถาบันการศึกษา ควรมีการส่งเสริมการจัดทำหลักสูตรความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นกลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ การจัดกิจกรรมการจัดการความรู้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นกลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้ออย่างต่อเนื่อง

1.2 จากผลการวิจัยที่ได้รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ ดังนั้นภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใน จังหวัดแพร่ ควรนำไปจัดแผนกลยุทธ์ (Strategic Plan) และแผนปฏิบัติการ (Action Plan) เพื่อส่งเสริมการจัดการความรู้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นชาติพันธุ์ไตลื้อ เพื่อสนับสนุนคุณภาพชีวิตและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยให้แผนงานของวัฒนธรรมจังหวัดหรือสถานบันการศึกษา รวมถึง การขับเคลื่อนการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อให้เกิดขึ้นในจังหวัดแพร่ ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นในเชิงบูรณาการให้กับเยาวชน ประชาชนสู่ชุมชนได้อย่างยั่งยืน

1.3 จากผลการวิจัยพบว่า การจัดกิจกรรมรูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ ยังขาดการสนับสนุนจากภาครัฐและท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง จึงควรมีนโยบายและงบประมาณใน การสนับสนุนเรื่องนี้ ควรสนับสนุนให้ประชาชนหรือชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม เพิ่มการสร้างความรู้ ส่งเสริมด้าน ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการความรู้ และไม่ควรมีการดำเนินงานที่ซ้ำซ้อนกัน ทั้งนี้เพื่อการดำเนินงานพัฒนาด้านการจัดการ ความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงให้มีประสิทธิภาพและขับเคลื่อนไปได้อย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะครั้งต่อไปในสิ่งที่ผู้วิจัยได้ศึกษาดังนี้

2.1 ควรมีการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการจัดการความรู้ภูมิปัญญาลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ ให้หลากหลาย เช่น การจัดการความรู้ด้านการศึกษา การจัดการความรู้ด้านประเพณี การจัดการความรู้ การเกษตร ฯลฯ

2.2 ควรมีการศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ การพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์ของดีจังหวัดแพร่ เสื้อผ้ากลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ อาหารท้องถิ่นไตลื้อ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไตลื้อ

เอกสารอ้างอิง

กนกพร ฉิมพลี. (2555). *รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสาน : กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา.* วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม และการจัดการสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ดำรงราชานุภาพ, กรมพระยา. (2461). *ประชุมพงษาวดารภาคที่ 10 เรื่องราชวงษ์ปกรณ์ พงษาวดารเมืองน่าน ฉบับ พระเจ้าสุรยพงษ์ผริตเดช พระเจ้านครน่านให้แต่งไว้สำหรับย้ายเมือง.* กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์โสภณพิพรรฒธนากร.

จักรพันธ์ โสมะเกษตริน. (2551). *การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นศรีษะเกษ เพื่อการแข่งขันอย่างยั่งยืน.* รายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานวิจัยแห่งชาติ.

จริยา ชูรอด. (2552). *การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หมวกกุ้ยโล้ย จังหวัดนครปฐมเพื่อการตลาดของชุมชน.* วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ธงชัย พาบุ. (2552). *การจัดการความรู้ธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.* วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ปราณี ตันตยานุบุตร. (2551). *ภูมิปัญญาไทย.* กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

รัตนา แสงสว่าง. (2549). *ชุดโครงการวิจัยพัฒนาห้องสมุดมีชีวิต : การจัดการความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภาคอีสานตอนบน.* คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

ลักษณา ยุราพันธ์. (พฤษภาคม – สิงหาคม 2561). รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น กรณีศึกษา : อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก, *วารสารวิจัยและพัฒนาวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์* ปีที่ 13 (2) ; หน้า 75 – 85.

วรรณวีร์ บุญคุ้ม. (2556). *การวิจัยทางสังคมศาสตร์.* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : Saroj Digital Print & Coop Center.

เอกวิทย์ ณ ถลาง. (2540). *ภูมิปัญญาช่าวบ้านสี่ภูมิภาค : วิถีชีวิตและกระบวนการเรียนรู้ของชาวบ้านไทย.* นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เอี่ยม ทองดี และคณะ. (2542). *พลังประวัติศาสตร์ท้องถิ่นต่อการพัฒนาชุมชน : กรณีศึกษาชุมชน อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม.* นครปฐม : มหาวิทยาลัยมหิดล.

Arthur, A., Productivity, A., & Center, Q. (1996). *The Knowledge Management Assessment Tool: External Benchmarking Version*. https://sais.aisnet.org/BartczakEtAl.php.

Dalkir, K. (2005). *Knowledge Management in Theory and Practice*. Burlington, MA: Elsevier ButterworthHeinemann.

Davenport, Thomas H. & Lawrence, Prusak, (1998). *Working knowledge: How Organization Manage What They Know*. Cambridge, MA: Harard Bussiness School Press.

Rien Saowapak, S., Akharabawon, J., & Kaewpichit, J. (2005) *Knowledge Management*. Bangkok: Administrative System Development Group, Office of the Public Sector Development Commission.

ห้องสมุดสมัยใหม่ในมหาวิทยาลัยชั้นนำตามแนวโน้ม STEEPED ของสมาคมห้องสมุดอเมริกัน

Modern Libraries in Leading Universities Pursuant to American Library Association's STEEPED Trends

ธนพรรณ กุลจันทร์* และจุฬารัตน์ ชัยเนตร
ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
239 ถนนห้วยแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200 E-mail: thanapun.ku@cmu.ac.th *

Thanapun Kulachan* and Julara Chainet
Department of Library and Information Science Faculty of Humanities, Chiang Mai University, Mueang Chiang Mai, Chiang Mai, 50200, E-mail: thanapun.ku@cmu.ac.th *

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง "ความเป็นห้องสมุดสมัยใหม่ของมหาวิทยาลัยในโลกโดยใช้ STEEPED ของสมาคมห้องสมุดอเมริกัน" มีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อศึกษาความเป็นห้องสมุดสมัยใหม่ของมหาวิทยาลัยในโลกโดยใช้แนวคิด STEEPE 2. เพื่อศึกษาการนำแนวโน้มห้องสมุดด้านต่าง ๆ ไปประยุกต์ใช้ในห้องสมุดมหาวิทยาลัยโลก ซึ่งเป็นการศึกษาโดยใช้วิธีการ วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และแบบตรวจรายการ (Check List) ผู้ศึกษาได้จำแนกแนวโน้มความเป็นห้องสมุดสมัยใหม่ตามแนวคิด STEEPED ของสมาคมห้องสมุดอเมริกัน 7 ด้าน ได้แก่ ด้านสังคม (Society) ด้านเทคโนโลยี (Technology) ด้านการศึกษา (Education) ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ด้านการเมืองและการปกครอง (Politics & Government) ด้านเศรษฐกิจ (Economy) และ ด้านประชากรศาสตร์ (Demography) ทั้งนี้ได้ ทำการศึกษาห้องสมุดมหาวิทยาลัยจำนวน 20 แห่ง โดยเลือกจากการจัดอันดับทางวิชาการของมหาวิทยาลัย โลก 20 อันดับแรก ของ Shanghai Ranking ประจำปี 2020 พบว่าแนวโน้มด้านสังคม (Society) ถูกนำไปประยุกต์ในห้องสมุดมหาวิทยาลัยมากที่สุด โดยหัวข้อการเคลื่อนไหวของผู้ผลิต (Maker Movement) ถูกนำไปใช้มากที่สุด และ มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด เป็นมหาวิทยาลัยที่มีการนำแนวคิด STEEPED ไป ประยุกต์ใช้ในมหาวิทยาลัยมากที่สุด

คำสำคัญ: ห้องสมุดสมัยใหม่, แนวโน้มห้องสมุด, STEEPED

Abstract

Research on “Being the modern library of universities in the world using the American Library Association's STEEPED.” aims to study the modern library of universities in the world using the STEEPE concept and to study the application of library trends in various categories to the university libraries. This project applied content analysis and check list. This research applied the American Library Association's STEEPED concept for study of the modern library of universities in the world Which is divided into seven categories: Social, Technology, Education, Environment, Politics & Government, Economics and Demographics. The top 20 university libraries of academic ranking in world universities Shanghai Ranking of the year 2020 are population. It was found that the social trends (Society) were the most applied in university libraries especially topic of the Maker Movement, and Harvard University has applied the STEEPED concept to the university the most.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โลกในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงในทุก ๆ ด้าน ทั้งด้านประชากร ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสภาพแวดล้อม ด้านเทคโนโลยี รวมถึงด้านการศึกษา ทุกด้านล้วนมีการเชื่อมโยงกัน และทุก ๆ ด้านล้วนมีความสำคัญกับอนาคตของโลกและของมนุษย์ ดังนั้นจึงต้องมีการเตรียมพร้อมเพื่อรับมือ และหาทางปรับเปลี่ยนให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลก ทั้งรัฐบาล หน่วยงานกรือองค์กร สถาบัน รวมถึงประชาชนทุกคน

การเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรโดยมีการคาดเดาว่าจำนวนประชากรโลกในอนาคตจะมีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติที่อาจมีจำนวนลดน้อยลง ทำให้พลังงานทดแทนมีความสำคัญมากขึ้น ส่วนทรัพยากรมนุษย์จะมีการขยายตัวของแรงงานที่มากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันในการเข้าทำงานมีมากขึ้น ทำให้ต้องต้องมีการวางนโยบายให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรยังส่งผลถึงการเปลี่ยนโครงสร้างทางสังคม โดยในอนาคตจะเป็นการเปลี่ยนแปลงไปเป็นสังคมแห่งผู้สูงอายุ จึงทำให้ต้องมีการเตรียมความพร้อมทั้งด้านทรัพยากรทุน ระบบการดูสุขภาพ ความปลอดภัยในที่อยู่อาศัย อาหารและการเดินทาง รวมถึงการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ทั้งภาครัฐเอกชนและประชาชนต่างต้องมีการเตรียมความพร้อมในการรับมือ (Kriengsak Chareonwongsak, 2014)

นอกจากนี้ยังมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา โดยเทคโนโลยีได้เข้ามาเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ได้เป็นอย่างดี และยังมีแนวโน้มที่จะพัฒนาให้เทคโนโลยีมีความสามารถให้เหมือนหรือใกล้เคียงกับมนุษย์มากขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวก และเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของมนุษย์ให้ดีขึ้น เช่น 3D Video (3 Dimension Video), AR (Augmented Reality) และ ความเป็นจริงเสมือน (Virtual Reality: VR) (Sophon Supamangmee, 2017) สำหรับการเปลี่ยนแปลงด้านการศึกษา อาจมีการเปลี่ยนแปลงที่เป็นไปได้ใน 5 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบแรก Education as Usual คือ การที่สถาบันการศึกษาจะยังคงเป็นแหล่งหลักในการเรียนรู้เหมือนเดิม รูปแบบที่สอง Regional Rising คือ การร่วมมือกันในระดับภูมิภาคและมีการแก้ปัญหาร่วมกัน มีการร่วมมือกันในการปรับหลักสูตร มีการแบ่งปันข้อมูลกัน รูปแบบที่สาม Global Giants คือ มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการเรียน การสอน และใช้ในการเชื่อมต่อโลกเข้าด้วยกัน มีการแสดงข้อมูลการเรียนแบบ real-time รูปแบบที่สี่ Peer to Peer คือ การเรียนรู้ซึ่งกันและกันแบบหนึ่งต่อหนึ่ง และรูปแบบที่ห้า Robo Revolution คือ การที่ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI) เข้ามามีบทบาทในการศึกษา โดยเป็นการเรียนผ่านระบบ ทุกคนสามารถเข้าถึงการเรียนรู้ที่มีคุณภาพได้เท่าเทียมกัน (Naranpat Thitipattakul, 2020)

การที่โลกเกิดการเปลี่ยนแปลงทำให้ทุกคนบนโลกได้รับผลกระทบ ทุกคนจึงต้องมีการเปลี่ยนแปลงและเตรียมพร้อมรับมือ ห้องสมุดเองก็เช่นกัน ห้องสมุดจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงและมีการวางแผนเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่ห้องสมุดเป็นเพียงสถานที่ที่รวบรวมสะสมหนังสือ ให้ผู้ใช้เข้าไปใช้และศึกษาค้นคว้า เป็นฝ่ายรอให้ผู้ใช้เข้ามาใช้บริการ ซึ่งเป็นการให้บริการแบบตั้งรับ (นัทธี จิตสว่าง, ม.ป.ป.) เปลี่ยนเป็นห้องสมุดที่มีความหลากหลายทั้งในรูปแบบและบริการ นำเอาความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมาทำให้บทบาทและรูปแบบห้องสมุดเกิดการเปลี่ยนแปลง เป็นการให้บริการเชิงรุกที่พยายามเข้าหาผู้ใช้ โดยมีการจัดการข้อมูลวิจัย ทำให้ห้องสมุดมีศูนย์กลางอยู่ที่ผู้ใช้มากขึ้น ทำให้ผู้ใช้ห้องสมุดเป็นผู้สร้างสรรค์ข้อมูลด้วยตนเอง มีการคิดถึงพื้นที่ห้องสมุด มีความร่วมมือข้ามสถาบัน เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้มากขึ้น (Tomorn Sookprecha, 2019) แนวคิดดังกล่าวได้ถูกสื่อสารออกมาในหลายช่องทาง โดยเฉพาะจากสมาคมห้องสมุดอเมริกัน หรือ American Library Association หรือที่ใช้ตัวย่อว่า ALA ได้จัดตั้งศูนย์เพื่ออนาคตของห้องสมุด ที่ทำหน้าที่เพื่อระบุแนวโน้มที่เกี่ยวข้องกับห้องสมุดและบรรณารักษ์ เพื่อช่วยให้ห้องสมุดและบรรณารักษ์เข้าใจว่าแนวโน้มกำลังพัฒนาไปในทิศทางใดและเหตุใดจึงมีความสำคัญ ได้มีการจัดระเบียบหรือจำแนกเทรนด์ เพื่อช่วยปรับความเข้าใจเกี่ยวกับแนวโน้มทั้งหมด โดยจำแนกเป็นประเภทต่าง ๆ โดยให้ชื่อว่า STEEPED ที่ย่อมาจาก: สังคม (Society) เทคโนโลยี (Technology) การศึกษา (Education) สิ่งแวดล้อม (Environment) การเมืองและการปกครอง (Politics & Government) เศรษฐกิจ (Economy) และ ประชากรศาสตร์ (Demography) ซึ่งในแต่ละด้านจะมีหัวข้อย่อยที่แตกต่างกันออกไป (American Library Association, 2022)

จากแนวคิดที่ระบุใน STEEPED ของ ALA จึงเห็นควรทำการวิจัยเรื่อง “ความเป็นห้องสมุดสมัยใหม่ของมหาวิทยาลัยในโลก โดยใช้ STEEPED ของสมาคมห้องสมุดอเมริกัน” เพื่อให้เห็นว่าห้องสมุดทั่วโลกควรมีการเปลี่ยนแปลงให้ทันกับการเปลี่ยนของโลกเพียงใดในปัจจุบัน โดยจะทำการศึกษาแนวโน้มในแต่ละด้าน เพื่อแสดงให้เห็นว่าห้องสมุดมหาวิทยาลัยอันดับต้น ๆ ของโลกแต่ละแห่งมีการรับมือกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงแต่ละด้านแล้วหรือไม่อย่างไร และเพื่อเป็นแนวทางให้ห้องสมุดอื่น ๆ ได้นำไปใช้ในการพัฒนาห้องสมุดต่อไป

แนวคิด STEEPED ของ ALA

แนวคิด STEEPED เป็นตัวย่อมาจากคำว่า 1) Society (มี 12 หัวข้อย่อย) 2) Technology (มี 13 หัวข้อย่อย) 3) Education (มี 5 หัวข้อย่อย) 4) Environment (มี 1 หัวข้อย่อย) 5) Politics & Government (มี 3 หัวข้อย่อย) 6) Economics (มี 3 หัวข้อย่อย) 7) Demographics (มี 5 หัวข้อย่อย) มีรายละเอียดดังนี้ (American Library Association, 2022)

1. แนวโน้มทางสังคม (Society) ประกอบไปด้วย

1.1 การเคลื่อนไหวของผู้ผลิต (Maker Movement) การสร้างชุมชมผู้ผลิตที่เกิดจากกลุ่มคนที่ต้องการสร้างสรรค์และสร้างสิ่งที่ต้องการเพื่อตนเองและชุมชน โดยใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ จากผู้ผลิตที่สนับสนุน และอาจกลายเป็นผู้ประกอบการได้ในอนาคต ซึ่งห้องสมุดอาจจัดหาพื้นที่ให้ และเก็บผลงานเหล่านี้เป็นคอเล็กชันหนึ่งในห้องสมุด

1.2 พื้นที่ทำงานร่วมกัน/อยู่ร่วมกัน (Co-Working/Co-Living) คือพื้นที่ที่ทำงานร่วมกันระหว่างบุคคลทั่วไปกับทีมงานของบริษัท หรือผู้ประกอบการอิสระ เพื่อให้กลุ่มคนเหล่านี้สามารถแบ่งปันความคิดเห็นและความรู้ในการทำงาน และสร้างความรู้สึกความเป็นชุมชนร่วมกัน

สำหรับ Co-living Space คือการนำบุคคลมารวมตัวในพื้นที่ใช้สอยที่ใช้ร่วมกัน เช่น ห้องครัวและห้องรับประทานอาหาร โรงยิม โรงละคร และสปา แต่ห้องนอน ห้องน้ำ และห้องครัวอาจยังคงเป็นพื้นที่ส่วนตัวระดับหนึ่ง ซึ่งทำให้ผู้อยู่อาศัยมีความรู้สึกของการเป็นชุมชน แม้ในห้องสมุดจะมีการจัดทำสิ่งนี้มานานแล้ว แต่อาจมีบทเรียนบางส่วนที่

จำเป็นต้องเรียนรู้จากการใช้พื้นที่ทำงานร่วมกัน และการกำหนดบุคลากรที่เป็นตัวกลางในการสนทนาหรือ สร้างกิจกรรมที่จะนำพาทุกคนให้มาร่วมกันก็เป็นสิ่งสำคัญ

1.3 การไม่เปิดเผยตัวตน (Anonymity) เมื่อผู้คนเบื่อหน่ายกับการถูกติดตามมากขึ้น จึงต้องการปกปิดตัวตนในโซเชียลมีเดีย แต่อาจทำให้เกิดการแสดงออกในเรื่องการเหยียดผิว เหยียดเพศ ความก้าวร้าวรุนแรงได้ ห้องสมุดและบรรณารักษ์อาจเติมเต็มความต้องการนี้ โดยการเปิดวงสนทนาที่เปิดกว้างเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่างๆ และให้ข้อมูลสำคัญที่น่าเชื่อถือเพื่อให้เห็นมุมมองที่รอบด้าน

1.4 การเปิดร้านประเภท Fast Casual ร้านอาหารที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างร้านอาหารจานด่วน (Fast food) กับ ร้านอาหารระดับปานกลาง (Casual dining) ที่จะเสิร์ฟอาหารจานด่วนที่มีคุณภาพสูงกว่าร้านทั่วไป และมีบรรยากาศที่ผ่อนคลายมากกว่าทำให้เกิดบรรยากาศที่ผ่อนคลาย ไปพร้อมๆ กับการรักษาสุขภาพ เพื่อให้ผู้ใช้ได้หยุดพักจากการเคร่งเครียดในการเรียน การทำงาน ซึ่งสามารถนำจัดเป็นส่วนหนึ่งในห้องสมุด

1.5 ผลกระทบแบบองค์รวม (Collective Impact) ปัญหาของสังคมที่มีขนาดใหญ่ขึ้นทำให้ขาดแคลนทรัพยากรมากขึ้น จึงทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความหิวโหย ความยากจน ความรุนแรง การศึกษา สุขภาพ ความปลอดภัยสาธารณะ และสิ่งแวดล้อม ทุกองค์กรจึงต้องมีวาระร่วมกัน เพื่อร่วมกันต่อสู้ ห้องสมุดและบรรณารักษ์มักถูกมองว่าเป็นส่วนสำคัญในโครงการที่ใช้แบบจำลองผลกระทบโดยรวม (collective impact model) โดยห้องสมุดและบรรณารักษ์อาจพยายามปรับกรอบปัญหาห้องสมุดและจัดลำดับความสำคัญใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับปัญหาที่สังคมต้องเผชิญ

1.6 การจัดวางอย่างสร้างสรรค์ (Creative Placemaking) คือการนำพันธมิตรจากภาครัฐ เอกชน องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และชุมชนมาทำงานร่วมกัน เพื่อกำหนดลักษณะทางกายภาพ และลักษณะทางสังคม ของพื้นที่สาธารณะ ผ่านกิจกรรมทางศิลปะ และกิจกรรมทางวัฒนธรรม

1.7 ร้านค้าปลีกที่มอบประสบการณ์แปลกใหม่ให้ผู้ใช้ (Experiential Retail) เช่น การฝึกอบรมภาคปฏิบัติการรวมเทคโนโลยีออกแบบมาอย่างดีและใช้ง่าย การให้ความบันเทิง หรือสร้างโอกาสในการพบปะสังสรรค์ ซึ่งจะเป็นการสร้างความภักดีต่อแบรนด์ และเพิ่มผลกำไร ซึ่งผู้ใช้จึงคาดหวังความสะดวกสบายและความสุขแบบเดียวกันในการใช้ห้องสมุด

1.8 แฟนด้อม/กลุ่มแฟนคลับ (Fandom) กลุ่มแฟนคลับแต่ละคนที่มีความคิดเหมือนกัน แบ่งปันความสนใจที่คล้ายคลึงกัน และได้รับการสนับสนุนทางอารมณ์และคุณค่าจากกลุ่ม แฟนด้อมอาจช่วยส่งเสริมการรู้หนังสือ และเข้ามามีส่วนร่วมกับการสร้างวัฒนธรรม และสื่อ

1.9 ไมโครโมบิลิตี้ (Micro-Mobility) รูปแบบการขนส่งที่ใช้พลังงานไฟฟ้า ความเร็วต่ำ (เมื่อเปรียบเทียบกับจักรยาน) ขนาดเล็ก น้ำหนักเบาและมักใช้สำหรับการเดินทางระยะสั้น เช่น จักรยานไฟฟ้าและสกู๊ตเตอร์ไฟฟ้า รวมถึงอุปกรณ์ไฟฟ้าขนาดเล็กอื่น ๆ ที่ใช้งานร่วมกัน และสามารถซื้อเป็นของส่วนบุคคลได้ ห้องสมุดอาจนำมาใช้ในการขนส่งระหว่างอาคารหรือสถานที่ต่างๆ ได้

1.10 การเปลี่ยนแปลงความเป็นส่วนตัว (Privacy Shifting) บุคคลต้องตระหนักในเรื่องความเป็นส่วนตัวมากขึ้น เมื่อเทคโนโลยีที่สามารถจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลมีมากขึ้น ทำได้มากขึ้น เร็วขึ้น ด้วยราคาที่ถูกลง บุคคลจะต้องสร้างสมดุลระหว่างคุณค่าความเป็นส่วนตัวกับประโยชน์ของเทคโนโลยีใหม่ให้เหมาะสม

1.11 การอ่านแบบสั้น ๆ (Short Reading) การส่งเสริมการอ่านในกลุ่มคนที่มีเวลาน้อย ไม่เต็มใจอ่าน หรือฟุ้นซ่านไปกับเทคโนโลยี ห้องสมุดอาจนำแนวคิดนี้มาช่วยพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ในการอ่านแก่ผู้ใช้

1.12 กล่องสมัครสมาชิก (Subscription Boxes) เป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจการสมัครสมาชิกที่กำลังเติบโตที่จะใช้มอบความสะดวกสบาย ความเป็นส่วนบุคคล และประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจแก่ผู้บริโภค โดยห้องสมุดสามารถนำมาใช้ในการมอบโปรโมชั่นดีๆ หรือความรู้สึกดีๆ ให้แก่ผู้ใช้เมื่อมีการสมัครสมาชิก รวมไปถึงการใช้ข้อมูลสำหรับการประชาสัมพันธ์ด้านต่างๆ ของห้องสมุด

2. แนวโน้มด้านเทคโนโลยี (Technology) ประกอบไปด้วย

2.1 ความเป็นจริงเสมือน (Virtual Reality) การจำลองภาพที่สร้างด้วยคอมพิวเตอร์หรือสภาพแวดล้อมทั้งหมดที่สามารถสัมผัสได้โดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์พิเศษ ได้พัฒนาขึ้นมาหลายแบบ ทั้งที่อยู่ในรูปแบบเดิมคือ สร้างสภาพแวดล้อมทำให้ผู้คนสามารถ "มีตัวตน" ในสภาพแวดล้อมที่จินตนาการขึ้นมาได้ หรือแบบที่สองคือแบบความเป็นจริงเสริม ที่แสดงภาพจากโลกแห่งความเป็นจริงที่มีการซ้อนทับด้วยวัตถุเสมือนจริงหรือข้อมูล แบบที่สามคือการแสดงวิดีโอ 360 องศาที่ บันทึกภาพทั้งหมด ทำให้ผู้ใช้สามารถดูได้ภาพได้ทั้งที่อยู่ด้านบน หรือด้านล่าง รวมถึงภาพวิวรอบๆ ห้องสมุดสามารถทำหน้าที่เป็นส่วนสำคัญในการเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เหล่านี้

2.2 ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) การทำให้คอมพิวเตอร์ทำงานและตอบสนองเหมือนมนุษย์มากขึ้น โดยอาศัยการเรียนรู้เชิงลึกทำให้สามารถช่วยงานมนุษย์ได้มากหมายหลากหลาย ห้องสมุดสามารถนำปัญญาประดิษฐ์เหล่านี้มาช่วยพัฒนาบริการ หรือแนะนำผู้ใช้เพื่อทำงานต่างๆ ให้เร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่นการติดกำหนดคำสำคัญอัตโนมัติ หรือการค้นหาที่ชาญฉลาดมากยิ่งขึ้น

2.3 หุ่นยนต์ (Robots) หุ่นยนต์จะย้ายจากการใช้งานในแวดวงอุตสาหกรรมและโรงงาน ไปสู่การทำงานในชีวิตประจำวัน การศึกษา การวิจัย และพื้นที่อยู่อาศัยมากขึ้น และทำงานร่วมกับมนุษย์มากขึ้น ห้องสมุดหลายแห่งได้นำเสนอเทคโนโลยีหุ่นยนต์ให้ชุมชนได้เรียนรู้ และมีบทบาทในการพัฒนาทักษะใหม่สำหรับกลุ่มคนที่อาจโดนแทนที่โดยหุ่นยนต์ เพื่อให้สามารถก้าวไปสู่ความรับผิดชอบใหม่ ๆ ในสภาพแวดล้อมที่หุ่นยนต์เป็นส่วนสำคัญของการทำงาน

2.4 โดรน (Drones) โดรนหรือ ยานพาหนะไร้คนขับ (Unmanned Aerial Vehicles: UAV) จะกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ถูกใช้ในการวิจัย ใช้ในการขนส่งและการส่งสินค้า การผลิตงานศิลปะ การนำเสนอและการรายงานข่าว การบังคับใช้กฎหมายและการเฝ้าระวัง รวมถึงใช้ในการให้ความบันเทิง ผู้ใช้เริ่มคาดหวังให้ โดรนเป็นทรัพยากรหนึ่งที่จะให้บริการในห้องสมุด รวมถึงให้บริการข้อมูลที่ถูกบันทึกโดยโดรน

2.5 การจดจำใบหน้า (Facial Recognition) การจดจำใบหน้าเป็นเทคโนโลยีไบโอเมตริกซ์ (Biometric technology) ประเภทหนึ่งที่ใช้การวัดคุณสมบัติทางสถิติของผู้คนเพื่อระบุตัวตนทางดิจิทัล การจดจำใบหน้าสามารถแทนที่บัตรห้องสมุดแบบเดิม ซึ่งบรรณารักษ์จะรู้ทันทีที่คนเดินเข้าไปในห้องสมุดว่าเป็นใคร อาศัยอยู่ที่ไหน ยืมหนังสือเล่มใด และยืมหนังสือเกินกำหนดหรือไม่

2.6 การเชื่อมโยงอุปกรณ์อัจฉริยะผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet of Things) ซึ่งทำให้การควบคุมและการเชื่อมต่อระหว่างวัตถุมีมากขึ้น ซึ่งห้องสมุดสามารถช่วยให้ข้อมูลความรู้ ที่ช่วยสร้างทักษะในการปรับใช้และจัดการอุปกรณ์เหล่านี้ได้

2.7 เทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) ฐานข้อมูลที่เก็บข้อมูลแบบกระจายโดยเก็บข้อมูลแบบเดียวกันไว้หลายๆ แห่ง ข้อมูลมูลที่จัดเก็บจะมีลักษณะของบล็อกที่ผ่านการเข้ารหัส มีการบันทึกเวลาการสร้าง และเชื่อมโยงไปกับบล็อกข้อมูลที่เคยมีอยู่ โดยผู้ที่จะแก้ไขบล็อกข้อมูลได้ ต้องเป็นผู้ที่มีรหัสเท่านั้น จึงทำให้ข้อมูลที่เก็บมีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือว่าไม่ถูกดัดแปลงโดยผู้ไม่ประสงค์ดี ดังนั้นห้องสมุดสามารถนำความสามารถนี้มาจัดเก็บข้อมูลสารสนเทศทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการได้ เช่นทรัพย์ทางปัญญาต่างๆ และโปรแกรมในกลุ่มเทคโนโลยีนี้ก็มีความสามารถในการควบคุมจำนวนครั้งที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึง แชร์ หรือคัดลอกข้อมูลได้อีกด้วย

2.8 ของเล่นเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตไร้สาย (Connected Toys) ของเล่นที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย ที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์ควบคุมเพื่อทำการสื่อสารกับเด็ก ซึ่งจะสามารถให้ความรู้ และสร้างพัฒนาการให้แก่เด็กได้เด็กจะพัฒนาความเข้าใจที่ซับซ้อนและเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงไปของโลก นอกจากนั้นจะช่วยให้พ่อแม่และครอบครัวสามารถติดตามและมีส่วนร่วมในการพัฒนาเด็กได้อย่างใกล้ชิดยิ่งขึ้น โดยส่งข้อมูลที่จะช่วยให้ผู้ปกครองเข้าใจกิจกรรมที่บุตรหลานกำลังทำได้ดียิ่งขึ้น และสร้างความสัมพันธ์จากการเล่นไปจนถึงการสนทนาระหว่างพ่อแม่และลูกได้

2.9 การใช้เทคโนโลยีในการติดตามข้อมูลตลอดเวลาเพื่อนำมาวิเคราะห์ (Data Everywhere) ห้องสมุดสามารถนำมาใช้ในการปรับปรุงบริการ แต่ควรพึงระวังเรื่องความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้

2.10 เทคโนโลยีการตอบสนองเชิงสัมผัส (Haptic Technology / haptic feedback / haptics) เป็นเทคโนโลยีที่รวมเอาประสบการณ์สัมผัส หรือการตอบรับเข้าเป็นส่วนหนึ่งของอินเทอร์เฟซผู้ใช้ สร้างความรู้สึกของการสัมผัสผ่านการสั่นสะเทือน การเคลื่อนไหว หรือส่งแรงในรูปแบบอื่นๆ ห้องสมุดสามารถนำเทคโนโลยีมาช่วยเหลือผู้ใช้ที่มีความบกพร่องทางการมองเห็นหรือทางเสียงได้

2.11 รถยนต์ไร้คนขับ (Self-driving Cars) ที่ควบคุมผ่าน กล้อง ระบบตรวจจับแสงและวัดระยะ เรดาร์ เซ็นเซอร์ GPS ขั้นสูง และข้อมูลการขับรถหลายล้านไมล์ เพื่อใช้ในการขนส่งผู้คนและสินค้า อย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ ห้องสมุดอาจนำเทคโนโลยีที่ขับเคลื่อนด้วยตัวเองมาปรับปรุงการขนส่งทรัพยากรสารสนเทศระหว่างห้องสมุดสาขา หรือไปยังผู้ใช้ เพื่อเป็นการขยายงานบริการต่างๆ ในห้องสมุด

2.12 การส่งเสริมการงดใช้อินเทอร์เน็ต (Unplugged) ในโลกที่ข้อมูลและเทคโนโลยีมีอยู่ทุกที่และทุกเวลา โอกาสในการถอดปลั๊กหรือหยุดใช้สิ่งเหล่านี้อาจมีความจำเป็นมากขึ้น ห้องสมุดอาจใช้ประโยชน์จากการรับรู้ของผู้ใช้ห้องสมุดว่าเป็นพื้นที่ที่เงียบสงบ แล้วทำการตลาดเพื่อให้ทราบว่าอย่างน้อยบางพื้นที่ในอาคารของตนก็เป็นสถานที่ถอดปลั๊ก และสามารถสร้างสมาธิได้

2.13 การควบคุมอุปกรณ์ด้วยเสียง (Voice Control) ความก้าวหน้าในการเรียนรู้ของเครื่องคอมพิวเตอร์ การรู้จำคำพูด และความเข้าใจในภาษาธรรมชาติจะขับเคลื่อนการพัฒนาผู้ช่วยเสมือนและหุ่นยนต์ที่ทำหน้าที่เหมือนผู้คนมากขึ้นเรื่อยๆ จะถูกควบคุมและตอบสนองด้วยเสียงของมนุษย์ และเพิ่มความสามารถในการสืบค้น ทำหน้าที่แทนคน ทำงานให้สำเร็จ และสามารถย้อนถามคนกลับได้

3. แนวโน้มด้านการศึกษา (Education) ประกอบด้วย

3.1 การเรียนรู้ที่เชื่อมต่อกัน (Connected Learning) โซเชียลมีเดียและสื่อดิจิทัลเชื่อมโยงคนรุ่นใหม่ๆ เข้าด้วยกัน โดยมอบโอกาสที่ไร้ขีดจำกัดในการแสวงหาและรับความรู้ รวมไปจนถึงทักษะใหม่ๆ การเรียนรู้ที่เชื่อมต่อกันมีความเป็นสังคมสูง ขับเคลื่อนด้วยความสนใจ และมุ่งสู่โอกาสทางการศึกษา เศรษฐกิจ และบ้านเมือง ซึ่งผู้เรียนจะบรรลุผลได้ดีที่สุดเมื่อการเรียนรู้ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนในสภาพแวดล้อมที่หลากหลาย ทำให้ห้องสมุดได้มีส่วนร่วมกับสถาบันอื่น ๆ ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่เชื่อมต่อกัน เนื่องจากมีการให้บริการทรัพยากรสารสนเทศ เทคโนโลยีใหม่ และอินเทอร์เน็ต

3.2 การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เป็นวิธีการแก้ปัญหาที่ใช้ระบบความคิดและหลักการที่ใช้ความเข้าอกเข้าใจอย่างลึกซึ้งเพื่อกำหนดปัญหา คิดร่วมกันกับทุกฝ่าย เพื่อพัฒนาคำตอบ และสร้างต้นแบบสำหรับแก้ปัญหา ทำให้ห้องสมุดสามารถนำไปปรับปรุงบริการต่างๆ ของห้องสมุดได้

3.3 การติดป้ายกำกับ (Badging) ป้ายตราสัญลักษณ์และป้ายดิจิทัล ใช้ในการทำให้ผู้อื่นรับรู้ถึงความสำเร็จที่ผู้เรียนได้รับ และแสดงให้เห็นถึงทักษะที่ได้พัฒนา ป้ายดิจิทัลจะช่วยให้แนบข้อมูลเมทาดาทาในป้ายแต่ละใบ เช่น เกณฑ์

ในการรับป้าย สถาบันหรือผู้สอน วันที่ได้รับ คำอธิบาย หรือเครื่องมือประเมิน เป็นต้น ห้องสมุดทุกประเภทอาจสนับสนุนการพัฒนาป้ายสำหรับผู้เรียน โดยเฉพาะผู้เรียนในระบบเปิดเช่น MOOCs เพื่อพัฒนากลุ่มการเรียนรู้แบบไม่เป็นทางการ

3.4 การเรียนรู้แบบกลับด้าน (Flipped Learning) หรือห้องเรียนที่พลิกกลับ (Flipped classrooms, backward classrooms, inverted classrooms, reverse teaching) เป็นการใช้แบบจำลองที่นักเรียนทบทวนเนื้อหาทางออนไลน์ผ่านวิดีโอบรรยายและ การทำแบบฝึกหัดจะเสร็จสิ้นในระหว่างเวลาเรียนในชั้นเรียน โดยให้นักเรียนและครูทำงานและแก้ปัญหาร่วมกัน บรรณารักษ์และผู้เชี่ยวชาญด้านสารสนเทศอาจให้การสนับสนุนในเชิงรุก แก่อาจารย์โดยการจัดหาทรัพยากรสำหรับการสอน ช่วยเหลือในการอัปโหลด และการจัดการในการบรรยาย

3.5 เกมมิฟิเคชั่น/การเรียนรู้ผ่านกลศาสตร์ของเกม (Gamification) การใช้องค์ประกอบของเกมและเทคนิคการออกแบบเกมดิจิทัลกับเนื้อหาทางวิชาการ การเรียนรู้จากเกม หรือการเล่นเกมที่กำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ เป็นที่ยอมรับมากขึ้นแวดวงทางการศึกษา และวิชาชีพ ห้องสมุดและบรรณารักษ์อาจสนับสนุนทักษะในการเรียนและการทำงานโดยการส่งเสริมการเรียนรู้จากเกมเหล่านี้

4. แนวโน้มด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ได้แก่ ความยืดหยุ่น (Resilience) การเตรียมการและการฟื้นตัวอย่างรวดเร็วจากการหยุดชะงักทางกายภาพ สังคม และเศรษฐกิจ รวมถึงภัยพิบัติทางสิ่งแวดล้อม การโจมตีของผู้ก่อการร้าย หรือการล่มสลายทางเศรษฐกิจ ห้องสมุดอาจจำเป็นต้องจัดสิ่งอำนวยความสะดวก บริการ และโปรแกรมต่างๆ เพื่อแสดงให้เห็นถึงกลยุทธ์ที่ทำให้เกิดความยืดหยุ่น

5. แนวโน้มด้านการเมืองและการปกครอง (Politics & Government) ประกอบด้วย

5.1 เมืองอัจฉริยะ (Smart Cities) เมืองอัจฉริยะใช้อุปกรณ์อัจฉริยะที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ (Internet of Things) เพื่อสื่อสารระหว่างกันและเชื่อมต่อไปยังสาธารณูปโภค โครงสร้างพื้นฐาน ร่วมไปถึงบริการสาธารณะต่างๆ เพื่อสร้างข้อมูลแบบเรียลไทม์ ที่สามารถนำไปใช้บริหารจัดการบ้านเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างผลกระทบในทันที

5.2 อิทธิพลขององค์กร (Corporate Influence) ในบรรยากาศทางการเมืองที่มีการแบ่งขั้ว บริษัทต่าง ๆ กำลังเคลื่อนไหวเพื่อโน้มน้าวนโยบายระดับท้องถิ่น ระดับรัฐ และระดับชาติ อิทธิพลที่เพิ่มขึ้นของบริษัทเหล่านี้ทำให้เกิดคำถามเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค เป้าหมายทางการเมืองที่อยู่เบื้องหลังการทำธุรกิจ และอำนาจทางการเมืองที่บริษัทใหญ่ๆ มีในปัจจุบัน

ห้องสมุดอาจสนใจบริษัทต่างๆ เป็นองค์กรที่จะมาช่วยเหลือสนับสนุน หรือเป็นพันธมิตร อย่างไรก็ตาม เนื่องจากห้องสมุดเป็นพื้นที่ที่ให้บริการชุมชนที่หลากหลายและมุ่งสร้างสังคมที่ดีขึ้น ห้องสมุดจึงควรพิจารณาประโยชน์ที่บริษัทจะได้ในแง่การเมืองและสาธารณะด้วยความระมัดระวัง

5.3 การเคลื่อนไหวของคนงาน (Worker Activism) พนักงานทางด้านเทคโนโลยีมีจำนวนเพิ่มขึ้นในบริษัทต่างๆ สิ่งที่ต้องสนใจ ไม่ใช่แค่การดูแลคนกลุ่มนี้ แต่รวมถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจาก สินค้าและบริการที่คนกลุ่มนี้ผลิตที่มีผลต่อสังคม การเมือง และจริยธรรม ทั้งเรื่องอคติ การกดขี่ สิทธิมนุษยชน และการเปลี่ยนแปลงทางด้านสภาพอากาศ สำหรับห้องสมุดความรู้สึกเหล่านี้ต้องถูกวางแนวทางไว้ผ่านการสนทนาอย่างมืออาชีพอย่างเป็นกลาง

6. แนวโน้มด้านเศรษฐกิจ (Economy) ประกอบไปด้วย

6.1 รายได้ขั้นพื้นฐาน (Basic Income) หมายถึงการที่รัฐบาลจ่ายเงินให้กับทุกคนในสังคม เพื่อรับประกันความต้องการขั้นพื้นฐาน เช่น อาหารและที่พักอาศัย ตลอดจนช่วยให้ทุกคนสามารถพัฒนาตนเอง และช่วยเหลือสังคมได้ ดังนั้นห้องสมุดจึงมีบทบาทในฐานะเป็นพื้นที่ฟรีสำหรับทุกคนในการเรียนรู้และการพัฒนาฝึกฝน เพื่อการเติมโตในหน้าที่

การงาน รวมไปถึงเป็นพื้นที่สำหรับทำกิจกรรมยามว่างที่มีประโยชน์ เช่น ศิลปะ งานอดิเรก งานฝีมือ การอ่าน การเขียน เป็นต้น

6.2 เศรษฐกิจแห่งการแบ่งปัน (Sharing Economy) การใช้เทคโนโลยีทางสังคม ในแบ่งปันหรือเช่าทรัพยากร สินค้า บริการ หรือแม้แต่ทักษะระหว่างกันและกัน ห้องสมุดในฐานะผู้แบ่งปันอาจต้องพิจารณาว่าจะทำการปรับตัวในเรื่องนี้อย่างไรได้บ้าง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่สนใจจะแบ่งปัน

6.3 ความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ (Income Inequality) คือการกระจายรายได้ในลักษณะที่ไม่สม่ำเสมอในหมู่ประชากร ทำให้ผลการสอบมาตรฐานของนักเรียนที่ผู้ปกครองรายได้แตกต่างกันมีช่วงกว้างมากขึ้น ทำให้มีความพยายามยกระดับทักษะอย่างก้าวกระโดดให้แก่นักเรียน ซึ่งห้องสมุดสามารถสร้างบริการเพื่อสนับสนุนการพัฒนาทักษะเหล่านี้โดยเฉพาะทักษะกลุ่ม STEM (Science, technology, engineering, and mathematics)

7. แนวโน้มด้านประชากรศาสตร์ (Demography) ประกอบไปด้วย

7.1 การเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุ (Aging Advances) ส่งผลกระทบต่อการออกแบบสถานที่ที่ให้บริการต่างๆ งบประมาณรัฐที่จะต้องจัดสรรให้เป็นพิเศษ รวมไปถึงนโยบายต่างๆ ที่ต้องปรับให้เหมาะสมสำหรับคนกลุ่มนี้ในอนาคต

7.2 ชาวดิจิทัลโดยกำเนิด (Digital Natives) เยาวชนและคนหนุ่มสาวที่เกิดและเติบโตในโลกดิจิทัล (หลังปี 1980) อาจทำงาน ศึกษา และมีปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบที่แตกต่างจาก ผู้อพยพเข้าสู่ดิจิทัล (digital immigrants) หรือบุคคลที่เกิดมาก่อนหน้านี้ ห้องสมุดและบรรณารักษ์จึงต้องปรับบริการและโปรแกรมให้เข้ากับความต้องการและความคาดหวังใหม่ของคนกลุ่มนี้

7.3 วัยเข้าสู่การเป็นผู้ใหญ่ (Emerging Adulthood) หมายถึงช่วงเวลาตั้งแต่วัยรุ่นตอนปลายจนถึงวัย 20 เป็นเวลาที่มีลักษณะทางจิตวิทยาและพฤติกรรมที่ชัดเจน โดยในประเทศที่พัฒนาแล้วคนกลุ่มนี้ใช้เวลานานขึ้นในการย้ายออกจากบ้านพ่อแม่ เริ่มทำงาน แต่งงาน และมีลูก ห้องสมุดอาจเริ่มคิดเกี่ยวกับโปรแกรมและบริการที่ใช้ประโยชน์จากข้อมูลประชากรกลุ่มนี้

7.4 การคิดใหม่กับชนบท (Rethinking Rural) โดยชนบทในที่นี้คือพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของประชากรน้อยกว่าพื้นที่ในเมือง แม้จะมีประชากรน้อย แต่ก็เป็นพื้นที่ส่วนใหญ่ของประเทศที่ควรให้ความสำคัญ ห้องสมุดหลายแห่งในชุมชนขนาดเล็กและชนบทก็เน้นการรวบรวมและเข้าถึงข้อมูลในท้องถิ่น และมีความสำคัญมากขึ้นในฐานะพื้นที่สำหรับการเรียนรู้ตัวต่อตัวแบบออนไลน์ต่างๆ

7.5 ความเป็นเมือง (Urbanization) เมื่อผู้คนจำนวนมากอพยพไปยังเขตเมือง ส่งผลให้เกิดการเติบโตของเมืองที่มีอยู่ การขยายตัวของเมืองในเขตชานเมือง และ/หรือการรวมพื้นที่ชานเมืองเข้ากับพื้นที่เมืองใหญ่จนมีขนาดที่ใหญ่ขึ้น ห้องสมุดในเมืองใหญ่อาจมีบทบาทมากขึ้นในการพัฒนาเศรษฐกิจและทักษะ แม้ว่าต้องแข่งขันกันเพื่อแย่งทรัพยากรในระบบเศรษฐกิจที่ตึงเครียดแบบนี้ โดยปรับบริการให้เข้ากับรูปแบบการใช้งานรูปแบบใหม่ของชาวเมือง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเป็นห้องสมุดสมัยใหม่ของมหาวิทยาลัยในโลกโดยใช้แนวคิด STEEPED
2. เพื่อศึกษาการนำแนวโน้มห้องสมุดด้านต่าง ๆ ไปประยุกต์ใช้ในห้องสมุดมหาวิทยาลัยโลก

วิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีแนวทางในการดำเนินการในการวิจัย ดังนี้

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้โดยการศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการและข้อมูลจากสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ และทำแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

2. วิธีดำเนินการวิจัย

1) วางแผนการดำเนินการ

2) ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี กรณีศึกษา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3) กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้กำหนดประชากร คือ มหาวิทยาลัย 20 แห่ง จากการจัดอันดับทางวิชาการของมหาวิทยาลัยโลก 20 อันดับแรก จาก 1,000 อันดับ ที่ถูกจัดอันดับโดย Shanghai Ranking ของมหาวิทยาลัยเชี่ยงไฮเจี่ยงตง ประจำปี 2020 ได้แก่ Harvard University, Stanford University, University of Cambridge, Massachusetts Institute of Technology, University of California, Berkeley, Princeton University, Columbia University, California Institute of Technology, University of Oxford, University of Chicago, Yale University, Cornell University, University of California, Los Angeles, Paris-Saclay University, Johns Hopkins University, University College London, University of Washington, University of California, San Diego, University of Pennsylvania และ ETH Zurich (Shanghai Ranking Consultancy, 2020)

4) จัดทำแบบบันทึกที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

5) กำหนดคำค้นของแต่ละรายการ โดยมีหลักการกำหนดคำค้นจากหัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อ และคำที่เกี่ยวข้องหรือคำที่มีความหมายเหมือนกัน เช่น ในการค้นหาด้านสังคม ในหัวข้อย่อยการเคลื่อนไหวของผู้ผลิต (Maker Movement) ได้กำหนดคำค้นเป็น Maker Movement และ Makerspaces และในการค้นหาจะใช้ตรรกบูลีน (Boolean logic) ได้แก่ AND มาเชื่อมระหว่างคำค้นของมหาวิทยาลัยและคำค้นแต่ละรายการของ STEEPED โดยคำค้นของมหาวิทยาลัยจะมีการเติมคำว่า Library หรือ Libraries ตามหลังชื่อมหาวิทยาลัย

6) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการและข้อมูลจากสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ

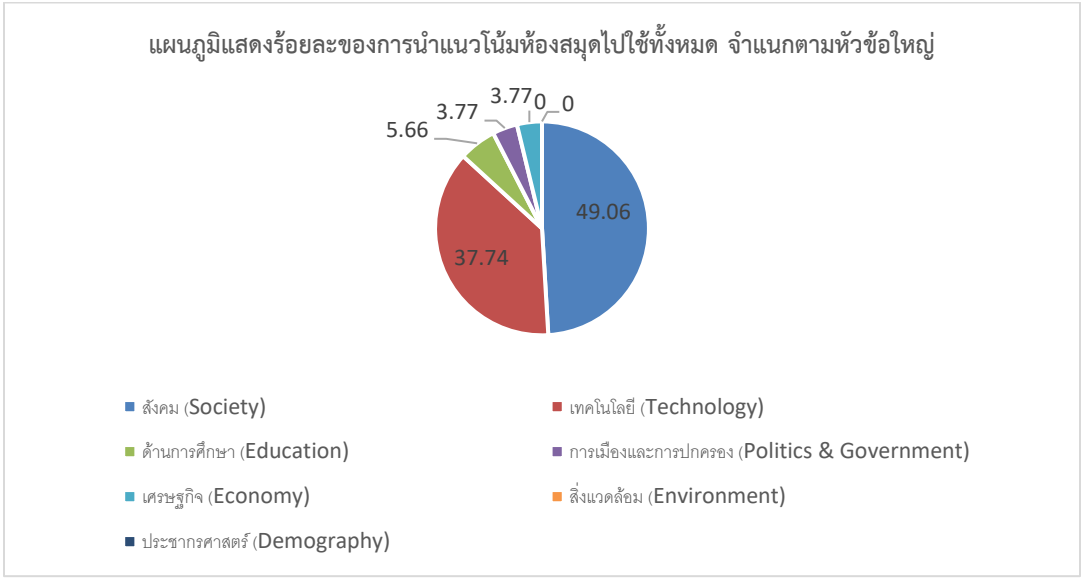
7) วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) แล้วนำมาตรวจสอบรายการ (Check list) จากหัวข้อย่อยทั้งหมดของแนวโน้มแต่ละด้าน

8) นำข้อมูลที่ได้จากการตรวจสอบรายการ (Check list) มาคิดเป็นร้อยละหรือเปอร์เซ็น แล้วนำมาเรียงลำดับความทันสมัยของห้องสมุด สรุปผล และอภิปราย

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลการนำแนวโน้มแต่ละด้านไปใช้ในห้องสมุด

ผลการศึกษาจากการสรุปข้อมูลด้านต่างๆ แสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงแผนภูมิจำนวนที่ค้นพบข้อมูลการนำแนวโน้มห้องสมุดไปใช้ทั้งหมด จำแนกตามหัวข้อใหญ่

จากภาพที่ 1 เมื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

1.1 แนวโน้มด้านสังคม (Society) พบว่าหัวข้อย่อยที่ถูกนำไปใช้มากที่สุด คือการเคลื่อนไหวของผู้ผลิต (Maker Movement) ถูกนำไปประยุกต์ในห้องสมุดมหาวิทยาลัยมากที่สุด เป็นจำนวน 17 มหาวิทยาลัย จาก 20 มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 85 มหาวิทยาลัยที่พบข้อมูลการทำในด้านนี้คือ 1) Harvard University 2) Stanford University 3) Massachusetts Institute of Technology (MIT) 4) University of California 5) Berkeley 6) Princeton University 7) Columbia University 8) California Institute of Technology 9) University of Chicago 10) Yale University 11) Cornell University 12) University of California, Los Angeles 13) Johns Hopkins University 14) University College London 15) University of Washington 16) University of California, San Diego 17) University of Pennsylvania ETH Zurich

จากการสำรวจพบว่าเป็นสถานที่ที่มหาวิทยาลัยและห้องสมุดสร้างไว้เพื่อเป็นแหล่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงเครื่องมือและอุปกรณ์อื่น ๆ เช่น เครื่องมือการพิมพ์การถ่ายภาพ การสแกน สามมิติ การแกะสลักและตัดด้วยเลเซอร์เป็นต้น โดยเน้นการใช้งานสำหรับการเรียนรู้และการสร้างสรรค์ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ส่งเสริมการคิดไปข้างหน้าและเป็นพื้นที่สำหรับทำงานแบ่งปันความคิดและทำงานร่วมกัน ("Harvard i-lab", n.d.; Tarlor, 2019 ; Fay, 2017 ; Engineering Student Council, n.d.; Office of Library Communications and Library Research Services, 2021; "The Makerspace at Columbia", n.d.; Caltech Library, n.d.; UChicago Arts, n.d.; Yale CEID, n.d.; Cornell University Library, n.d.; UCLA Library, n.d.; Johns Hopkins Technology Ventures, n.d.; Create Education, n.d.; University of Washington, n.d.; UCSanDiego, n.d.; PennLibraries, n.d.; ETH Zurich, n.d.)

หัวข้อย่อยรองลงมาคือ พื้นที่การทำงานร่วมกัน (Co Working) จำนวน 5 มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 25 พบที่ 1) Harvard University 2) Stanford University 3) University of Cambridge 4) Princeton University และ 5) University of Washington โดยพื้นที่เหล่านี้เป็นสถานที่ที่มหาวิทยาลัยและห้องสมุดสร้างไว้เพื่อเป็น ห้องปฏิบัติการ และ

พื้นที่ในการทำงานร่วมกัน เช่น CoMotion Labs ใน Fluke Hall ของ University of Washington ซึ่งมีห้องปฏิบัติการในมหาวิทยาลัยและพื้นที่ทำงานร่วมกันสำหรับสตาร์ทอัพที่เน้นด้านวิทยาศาสตร์ชีวภาพ เทคโนโลยีชีวภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ (University of Washington, 2021)

ด้านย่อยอันดับสามได้แก่ การไม่เปิดเผยตัวตน (Anonymity) จำนวน 3 มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 15 พบที่ 1) University of Cambridge 2) Massachusetts Institute of Technology (MIT) และ 3) Cornell University โดยที่ห้องสมุดนำแนวคิดนี้ไปสร้างเป็นบริการความเป็นส่วนตัว (Privacy Service) เพื่อปกป้องการไม่เปิดเผยตัวตนของผู้ใช้เพื่อให้แน่ใจว่าจะไม่สามารถระบุตัวบุคคลได้โดยบุคคลภายนอก เพื่อรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ทุกคน

หัวข้อย่อยสุดท้ายที่ค้นพบว่ามีการนำไปใช้ในห้องสมุดคือ การเปิดร้านประเภท Fast Casual ที่เป็นร้านอาหารที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างร้านอาหารจานด่วน (Fast food) กับ ร้านอาหารระดับปานกลาง (Casual dining) ที่จะเสิร์ฟอาหารจานด่วนที่มีคุณภาพสูงกว่าร้านทั่วไป และมีบรรยากาศที่ผ่อนคลายมากกว่า จำนวน 1 มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 5 ซึ่งพบที่ University of California, San Diego โดยพบว่าห้องสมุด UC San Diego ได้จัดให้มี Audrey's Café ที่เป็นพื้นที่สำหรับรับประทานอาหารโดยตกแต่งให้มีสีสันสดใสภายในของห้องสมุดสำหรับนักศึกษาและคณาจารย์ได้ใช้บริการ โดยมีการนำเสนออาหารที่สดใหม่ดีต่อสุขภาพ ทำให้เกิดบรรยากาศที่ผ่อนคลาย ไปพร้อมๆ กับการรักษาสุขภาพ เพื่อให้ผู้ใช้ได้หยุดพักจากความเคร่งเครียดในการเรียน (Davies, 2016)

สำหรับหัวข้อย่อยอื่นๆ ได้แก่ ผลกระทบแบบองค์รวม (Collective Impact) การจัดวางอย่างสร้างสรรค์ (Creative Placemaking) ร้านค้าปลีกที่มอบประสบการณ์แปลกใหม่ให้ผู้ใช้ (Experiential Retail) แฟนด้อม/กลุ่มแฟนคลับ (Fandom) ไมโครโมบิลิตี้ (Micro-Mobility) การเปลี่ยนแปลงความเป็นส่วนตัว (Privacy Shifting) การอ่านแบบสั้น ๆ (Short Reading) และ กล่องสมัครสมาชิก (Subscription Boxes) ยังไม่พบการนำไปประยุกต์ในห้องสมุดโดยวิธีการสืบค้นผ่านการค้นด้วย Google ใน 20 อันดับแรก

1.2 แนวโน้มด้านเทคโนโลยี (Technology) พบว่า ความเป็นจริงเสมือน (Virtual Reality) ถูกนำไปประยุกต์ในห้องสมุดมหาวิทยาลัยมากที่สุด จำนวน 10 มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 50 พบที่มหาวิทยาลัยต่อไปนี้ 1) Harvard University 2) University of Cambridge 3) Massachusetts Institute of Technology (MIT) 4) University of California 5) Berkeley 6) Princeton University 7) California Institute of Technology และ 8) University of Chicago โดยมหาวิทยาลัยและห้องสมุดมีห้องที่อนุญาตให้ใช้อุปกรณ์ในการทดลองและใช้งานความเป็นจริงเสมือนได้ ซึ่งให้บริการ VR ในการถ่ายภาพของห้องสมุด หรือ ในการถ่ายภาพวัตถุ 3 มิตินอกจากนั้นยังมีการอบรมเกี่ยวกับ VR และ AR (Augmented Reality) รวมไปจนถึงการแสดงภาพรวมของฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์เสมือนจริง และเรียนรู้วิธีต่าง ๆ ในการเริ่มต้นใช้งานเทคโนโลยีนี้ รวมถึงการนำเทคโนโลยีเหล่านี้ไปใช้จริงด้วยทั้งสำหรับการดูและการสร้างเนื้อหาที่เกี่ยวข้องอีกด้วย (Harvard University Graduate School of Design, n.d.; University of Cambridge, n.d.; Madeline, 2018; Berkeley Library, n.d.; Princeton University Library, n.d.; Caltech Library, n.d.; University of Chicago, n.d.; Cornell University Library, n.d.; UW Health Sciences Library, n.d.; Margaret, 2018)

หัวข้อย่อยรองลงมาคือ ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) พบนำไปใช้จำนวน 4 มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 20 พบในมหาวิทยาลัย 1) Stanford University 2) Massachusetts Institute of Technology (MIT) 3) Yale University และ 4) University of California, San Diego โดยพบว่าห้องสมุดนำแนวโน้มนี้ไปใช้เพื่อให้สามารถค้นหาคอลเล็กชันที่หลากหลาย สามารถเข้าถึงและวิเคราะห์ข้อมูลได้ง่ายขึ้น โดยมีการเพิ่ม ChatBot ลงในเว็บไซต์ห้องสมุด เช่น Yale University เพื่อช่วยให้นักศึกษาสามารถเข้าถึงคำตอบของคำถามที่อาจมีได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกวันแม้ในวันเวลาที่ห้องสมุดปิดและไม่มีเจ้าหน้าที่คอยให้ความช่วยเหลือ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ (Gazzillo, 2017)

หัวข้อย่อยอันดับสามคือ หุ่นยนต์ (Robots) พบใน 3 มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 15 คือ 1) University of Chicago 2) Yale University และ 3) ETH Zurich โดยพบว่าอาจยังไม่ได้มีการนำมาใช้อย่างจริงจัง แต่ก็มีความพยายามในการเตรียมความพร้อมที่จะนำมาใช้ในอนาคต เช่น ห้องสมุดมีการจัดการอบรมให้ความรู้ในเรื่องของหุ่นยนต์เพื่อการศึกษาและการใช้หุ่นยนต์ในห้องสมุด (ETH Library, 2020) จนถึงระดับการนำใช้งานในระดับขั้นสูง เช่นในห้องสมุด Joe and Rika Mansueto ของมหาวิทยาลัยชิคาโก ซึ่งพบว่าได้มีการนำ Robots เข้ามาใช้ในห้องสมุด โดยการทำหน้าที่ดึงหนังสือในห้องสมุดไปไว้ในพื้นที่จัดเก็บใต้ดิน (Watercutter, 2011) และรวมไปจนถึงมีการนำ Robots มาใช้ในการอ่านนิตยสารและทำการจัดเก็บข้อมูลให้โดยอัตโนมัติแทนมนุษย์ (tordic, 2018)

อันดับสี่คือ โดรน (Drones) พบเพียงหนึ่งแห่งคือที่ Harvard University ซึ่งพบว่าได้มีการอนุญาตให้ใช้โดรนภายในเขตของมหาวิทยาลัย และได้กำหนดเงื่อนไขในการใช้งานที่ต้องปฏิบัติตาม แต่ยังไม่ทราบรายละเอียดว่าได้นำมาประยุกต์ในห้องสมุดอย่างไรบ้าง (The President and Fellows of Harvard College, 2022)

อันดับห้าคือ การจดจำใบหน้า (Facial Recognition) และ การเชื่อมโยงอุปกรณ์อัจฉริยะผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet of Things) พบการนำไปใช้จำนวน 1 มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 5 โดยพบที่ University of Pennsylvania ซึ่งพบผลงานของ Judaica D. H. จากห้องสมุดเพนน์ ที่ได้ทดลองใช้ ภาษาสคริปต์ Python และเทคนิคการจดจำใบหน้าเพื่อค้นหาใบหน้าของบุคคลที่อยู่ในเอกสารโบราณภายในคอลเล็กชันภาพดิจิทัลที่ชื่อว่า Holy Land จำนวนมากกว่า 5,000 ภาพ ทำให้บุคคลที่ได้หายไปในกาลเวลา เหมือนกลับมามีชีวิตอีกครั้งหนึ่ง (Judaica DH, 2016) สำหรับ Internet of Things พบที่ Princeton University โดยพบว่ามีการให้บริการในพื้นที่อิเล็กทรอนิกส์ของ PUL Makerspace ซึ่งในพื้นที่นี้จะประกอบด้วยเครื่องมือและเทคนิคใหม่ๆ ที่นักศึกษาสามารถเข้าไปทดสอบใช้งานได้ในช่วงพักเรียน เพื่อให้มีความรู้พื้นฐาน และเพิ่มความมั่นใจในการเรียนหลักสูตรที่เป็นทางการ (Office of Library Communications and Library Research Services, 2021)

สำหรับหัวข้อย่อยด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับ เทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) ของเล่นเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตไร้สาย (Connected Toys) การใช้เทคโนโลยีในการติดตามข้อมูลตลอดเวลาเพื่อนำมาวิเคราะห์ (Data Everywhere) เทคโนโลยีการตอบสนองเชิงสัมผัส (Haptic Technology) รถยนต์ไร้คนขับ (Self-driving Cars) การส่งเสริมการงดใช้อินเทอร์เน็ต (Unplugged) และ การควบคุมอุปกรณ์ด้วยเสียง (Voice Control) ยังหาข้อมูลไม่พบว่ามีการนำไปใช้ในห้องสมุดมหาวิทยาลัยใด

1.3 แนวโน้มด้านการศึกษา (Education) พบว่าหัวข้อย่อยการเรียนรู้ที่เชื่อมต่อกัน (Connected Learning) ถูกนำไปประยุกต์ในห้องสมุดมหาวิทยาลัยจำนวน 2 มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 10 พบที่มหาวิทยาลัย 1) University of California, Berkeley และ 2) University of Washington โดยห้องสมุดของ University of California มีการเตรียมพร้อมสำหรับขั้นตอนต่อไปของการเปลี่ยนแปลงห้องสมุด Moffitt ไปสู่ Center for Connected Learning ซึ่งเป็นศูนย์กลางสหสาขาวิชาชีพที่นักศึกษาสามารถค้นพบวิธีการคิดและการทำนวัตกรรมใหม่ ๆ (อ้างอิง) สำหรับ University of Washington ได้สร้าง ConnectedLib Toolkit ขึ้นมาเพื่อช่วยให้บรรณารักษ์รวบรวมสื่อดิจิทัลในงานที่ได้สร้างขึ้นให้แก่เยาวชนเพื่อส่งเสริมบริบทการเรียนรู้แบบเชื่อมโยง และสร้างเครือข่ายงานวิจัยการเรียนรู้แบบเชื่อมโยง (University of Washington, Information School, n.d.)

นอกจากนี้ยังมีหัวข้อการติดป้ายกำกับ (Badging) ถูกนำนำไปประยุกต์ในห้องสมุดมหาวิทยาลัยจำนวน 1 มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 5 โดยพบที่ University of Pennsylvania เป็นการจัดทำป้ายการรู้สารสนเทศที่ Penn State สำหรับการแจ้งและสนับสนุนการใช้ป้ายดิจิทัลของ Penn State เพื่อทักษะการรู้สารสนเทศ โดยชุดป้ายการรู้

ข้อมูลข่าวสารของ Penn State มีป้ายแสดงระดับ 10 ป้าย ครอบคลุม 3 หัวข้อที่แตกต่างกันและ 5 ป้ายระดับพื้นฐาน (Sites at Penn State, n.d.)

สำหรับหัวข้อย่อยของด้านการศึกษาเรื่อง การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) การเรียนรู้แบบกลับด้าน (Flipped Learning) และ เกมมิฟิเคชั่น/การเรียนรู้ผ่านกลศาสตร์ของเกม (Gamification) ยังหาข้อมูลไม่พบว่ามีการนำไปใช้ในห้องสมุดมหาวิทยาลัย

1.4 แนวโน้มด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) มีหัวข้อย่อยเพียงเรื่องเดียวคือ Resilience (ความยืดหยุ่น) ซึ่งยังหาข้อมูลไม่พบว่ามีการนำไปใช้ในห้องสมุดมหาวิทยาลัย

1.5 แนวโน้มด้านการเมืองและการปกครอง (Politics & Government) พบว่าหัวข้อย่อยเรื่อง เมืองอัจฉริยะ (Smart Cities) ถูกนำไปประยุกต์ในห้องสมุดมหาวิทยาลัยมากที่สุด จำนวน 2 มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 20 พบที่มหาวิทยาลัย 1) Harvard University และ 2) University of Washington โดยพบความร่วมมือของมหาวิทยาลัยและเมือง เพื่อหารือเกี่ยวกับแนวคิดใหม่ ๆ และความท้าทายด้านนวัตกรรมในชุมชนของตน โดยมีการพัฒนาแผนเพื่อทำให้ชุมชนกลายเป็นผู้นำสำหรับนวัตกรรมใหม่ ๆ ในอนาคต (Technology and Entrepreneurship Center at Harvard University, n.d.; Langston, 2015)

สำหรับหัวข้อย่อย อิทธิพลขององค์กร (Corporate Influence) และ การเคลื่อนไหวของคนงาน (Worker Activism) ยังหาข้อมูลไม่พบว่ามีการนำไปใช้ในห้องสมุดมหาวิทยาลัย

1.6 แนวโน้มด้านเศรษฐกิจ (Economy) พบหัวข้อย่อยด้าน รายได้ขั้นพื้นฐาน (Basic Income) และเศรษฐกิจแห่งการแบ่งปัน (Sharing Economy) ถูกนำมาพัฒนาบริการในห้องสมุดมหาวิทยาลัย ด้านละ 1 มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 5 พบที่มหาวิทยาลัย Stanford University โดยสแตนฟอร์ดได้มีการจัดทำ Basic Income Lab (BIL) หรือห้องปฏิบัติการรายได้ขั้นพื้นฐานของสแตนฟอร์ดขึ้น ซึ่งได้จัดตั้งขึ้นเพื่อมุ่งหวังที่จะเป็นแหล่งเรียนรู้ทางวิชาการสำหรับการศึกษารายได้พื้นฐานสากล (Ethics in Society, n.d.)

สำหรับเศรษฐกิจแห่งการแบ่งปัน (Sharing Economy) พบที่ Harvard University จากการจำกัดจำนวนหนังสือที่สามารถวางบนชั้นทางมหาวิทยาลัยจึงได้ร่วมมือกับ Research Collections and Preservation Consortium (ReCAP) และ Ivy Plus Libraries Confederation ซึ่งเป็นกลุ่มที่รวมห้องสมุดวิชาการชั้นนำ 13 แห่ง สร้างบริการแบ่งปันทรัพยากรระหว่างหน่วยงาน ทำให้สามารถบริการหนังสือได้ถึง 90 ล้านเล่มแก่ผู้ใช้ ซึ่งการร่วมมือกันในเชิงกลยุทธ์ โดยห้องสมุดจะต้องคิดหลายขั้นตอนล่วงหน้าเพื่อหาวิธีที่ดีที่สุดในการประเมิน บำรุงรักษา และสร้างคอลเล็กชันสำหรับอนาคต (Harvard Library Communications, 2019)

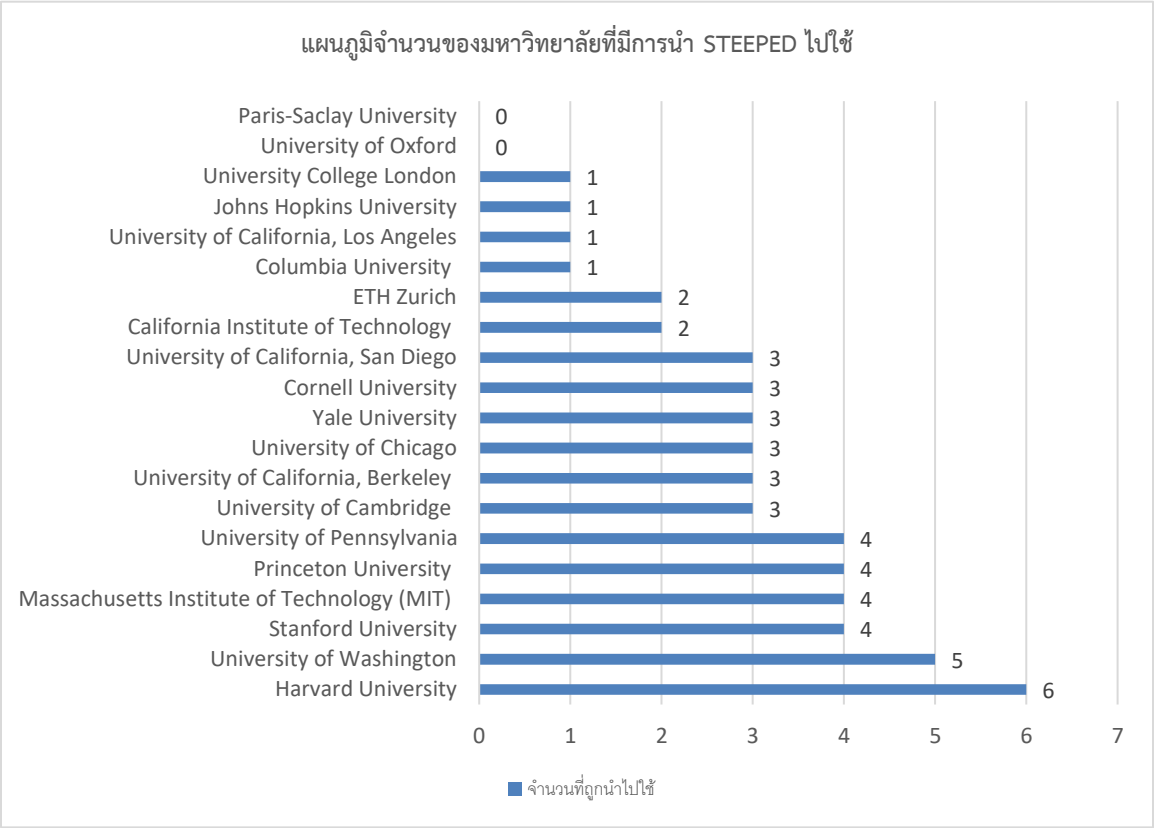
สำหรับหัวข้อย่อยความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ (Income Inequality) ยังหาข้อมูลไม่พบว่าได้มีการนำมาพัฒนาบริการใดๆ ในห้องสมุดมหาวิทยาลัย

1.7 แนวโน้มด้านประชากรศาสตร์ (Demography) หัวข้อย่อยในแนวโน้มนี้ ทั้งเรื่อง การเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุ (Aging Advances) ชาวดิจิทัลโดยกำเนิด (Digital Natives) วัยเข้าสู่การเป็นผู้ใหญ่ (Emerging Adulthood) การคิดใหม่กับชนบท (Rethinking Rural) และ ความเป็นเมือง (Urbanization) ยังหาข้อมูลไม่พบว่ามีการนำไปใช้ในห้องสมุดมหาวิทยาลัยโดยการสืบค้นผ่าน Google

2. ความเป็นห้องสมุดสมัยใหม่ของมหาวิทยาลัยในโลก

ผลการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่ามหาวิทยาลัยที่มีการนำแนวคิด STEEPED ของ ALA ไปใช้มากที่สุด ได้แก่ Harvard University ซึ่งพบจำนวน 6 รายการ จากจำนวนรายการนำแนวคิด STEEPED ไปใช้ในห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่

ค้นพบทั้งหมด 52 รายการ คิดเป็นร้อยละ 11.54 รองลงมาคือ University of Washington จำนวน 5 รายการ คิดเป็นร้อยละ 9.62 ดูรายละเอียดได้ในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงแผนภูมิจำนวนของมหาวิทยาลัยที่มีการนำ STEEPED ไปใช้

สำหรับการนำแนวโน้มด้านสังคม (Society) และด้านเทคโนโลยี (Technology) ไปประยุกต์มากที่สุด ได้แก่ Harvard University ซึ่งพบทั้งหมดด้านละ 2 รายการ จากทั้งหมด 6 รายการ คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือ ด้านการเมืองและการปกครอง (Politics & Government) และด้านเศรษฐกิจ (Economy) ซึ่งพบการนำไปใช้จำนวนด้านละ 1 รายการ คิดเป็นร้อยละ 16.67 มหาวิทยาลัยที่มีการนำแนวโน้มด้านต่าง ๆ ไปประยุกต์ใช้รองลงมาคือ Stanford University ที่มีการนำแนวโน้มด้านสังคม (Society) ไปใช้มากที่สุดจำนวน 2 รายการ คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ ด้านเทคโนโลยี (Technology) และด้านเศรษฐกิจ (Economy) จำนวนด้านละ 1 รายการ คิดเป็นร้อยละ 25 มหาวิทยาลัยต่อมาคือ University of Cambridge มีการนำแนวโน้มด้านสังคม (Society) ไปใช้มากที่สุดจำนวน 2 รายการ คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ ด้านเทคโนโลยี (Technology) จำนวน 1 รายการ คิดเป็นร้อยละ 33.33

อภิปรายผล

ผลการศึกษาการนำแนวโน้มห้องสมุดด้านต่าง ๆ ไปประยุกต์ใช้ในห้องสมุดมหาวิทยาลัยโลก จากการสืบค้นผ่านเว็บไซต์ที่น่าเชื่อถือ เช่น เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย เว็บไซต์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย และเว็บข่าวที่มีชื่อเสียง สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

มหาวิทยาลัย 20 อันดับแรกจากการจัดอันดับทางวิชาการของมหาวิทยาลัยโลกของ Shanghai Ranking ประจำปี 2020 มีการนำแนวโน้มห้องสมุดด้านสังคม (Society) ในหัวข้อ การเคลื่อนไหวของผู้ผลิต (Maker Movement) ไปประยุกต์ในห้องสมุดมากที่สุด ซึ่งผลที่พบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rebekah (2018) เรื่อง Learning through Making in Public Libraries: Theories, Practices, and Tensions ที่พบว่าห้องสมุดมีการพิจารณาใช้พื้นที่ว่างในห้องสมุด ในหลายๆ รูปแบบซึ่งอาจแค่อำนวยความสะดวกในการใช้งาน ไปจนถึงออกแบบพื้นที่การเรียนรู้และการเรียนการสอนของ makerspace ให้สอดคล้องกับโครงสร้าง รูปแบบและเนื้อหาวิชาที่หลากหลายได้ เช่นเดียวกับ พื้นที่ทำงานร่วมกัน/อยู่ร่วมกัน (Co-Working/Co-Living) ที่ห้องสมุดจะต้องมีการพิจารณาในการใช้พื้นที่ว่างในห้องสมุดรองรับในส่วนนี้

อีกทั้งยังพบว่า การเคลื่อนไหวของผู้ผลิต (Maker Movement) เป็นแนวโน้มที่ถูกนำไปประยุกต์ใช้ในห้องสมุดมากที่สุด จำนวน 17 มหาวิทยาลัยจากทั้งหมด 20 มหาวิทยาลัย อาจเป็นเพราะมหาวิทยาลัยควรมี Makerspace เตรียมไว้สำหรับคณะที่มีสาขาวิชาหรือหลักสูตรที่มีการใช้มีอุปกรณ์ วัสดุ เครื่องมือต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสาขาวิชาทางศิลปะ วิทยาศาสตร์ วิศวกรรม เป็นต้น

สำหรับแนวโน้มด้านเทคโนโลยี (Technology) นั้นพบว่ามีการนำ ความเป็นจริงเสมือน และ ปัญญาประดิษฐ์ ไปประยุกต์ในห้องสมุด เพื่อเป็นแนวทางที่จะเพิ่มบริการใหม่ๆ ให้แก่ห้องสมุด เปลี่ยนแปลงให้ห้องสมุดมีความทันสมัยและสามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้ให้ได้มากยิ่งขึ้น โดยเทคโนโลยีกลุ่มนี้สามารถตอบสนองการใช้งานได้หลากหลายจุดประสงค์ ไม่ว่าเป็นด้านความบันเทิง หรือการแพทย์ เป็นต้น (Office of the Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, Information and Communication Technology Center, 2020) ตัวอย่างการนำไปใช้ในห้องสมุด เช่น ห้องสมุดวิทยาศาสตร์สุขภาพของมหาวิทยาลัยวอชิงตันได้รับทุนจาก National Leadership Grant for Libraries ของ The Institute of Museum and Library Services (IMLS) เพื่อออกแบบและสร้างโปรแกรมความเป็นจริงเสมือน และ Augmented Reality (AR) และสตูดิโอสำหรับทีมดูแลการผ่าตัดเพื่อจำลองการผ่าตัดหัวใจในสภาพแวดล้อมห้องสมุด (UW Health Sciences Library, n.d.)

แนวโน้มด้านการศึกษา (Education) ได้มีการนำ การเรียนรู้ที่เชื่อมต่อกัน (Connected Learning) ไปประยุกต์ในห้องสมุดมากที่สุด โดยห้องสมุดมีการเตรียมพร้อมเพื่อเป็น Center for Connected Learning ซึ่งเป็นศูนย์กลางที่ใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดียจำนวนมากที่มีอยู่บนอินเทอร์เน็ตและความเชื่อมโยงของวัฒนธรรมในปัจจุบันให้นักศึกษาสามารถค้นพบวิธีการคิดและการทำสิ่งใหม่ ๆ รวมถึงการเรียนรู้มสิ่งใหม่ ๆ โดยต้องสอดคล้องกับหลักสูตรการเรียน และการสอนของมหาวิทยาลัย โดยมหาวิทยาลัยวอชิงตันและมหาวิทยาลัยแมรีแลนด์ร่วมมือกับห้องสมุดสาธารณะ

เพื่อสร้างแหล่งข้อมูลการพัฒนาวิชาชีพที่สนับสนุนบรรณารักษ์ในการพยายามใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสื่อใหม่ ๆ และส่งเสริมประสบการณ์การเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกันของเยาวชนในห้องสมุด ("About ConnectedLib", n.d.)

นอกจากนี้แนวโน้มด้านการเมืองและการปกครอง (Politics & Government) ได้มีการนำ เมืองอัจฉริยะไปประยุกต์ใช้ ซึ่งเป็นการให้ความร่วมมือกันระหว่างมหาวิทยาลัยและชุมชน โดยการนำเอาเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตของคนในชุมชนให้มีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น และทำให้ประชาชนมีความเท่าเทียมกันอย่างทั่วถึง นอกจากนี้ยังทำให้ชุมชนกลายเป็นผู้นำสำหรับนวัตกรรมใหม่ ๆ ในอนาคต เพื่อเป็นแบบอย่างสำหรับชุมชนอื่น ๆ (Langston, 2015)

อีกทั้งแนวโน้มด้านเศรษฐกิจ (Economy) ได้มีการนำ รายได้ขั้นพื้นฐาน (Basic Income) และ เศรษฐกิจแห่งการแบ่งปัน (Sharing Economy) ไปประยุกต์ใช้ โดยมหาวิทยาลัยได้มีการให้ความสนใจกับการสร้างรายได้ของนักศึกษา นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมค่านิยมการแบ่งปันและการบริโภคอย่างยั่งยืน ตัวอย่างการนำเศรษฐกิจแห่งการแบ่งปันไปใช้ เช่น ไลบรารี ออฟ ติงส์ในลอนดอน ที่มีการนำเสนอข้าวของเครื่องใช้ต่าง ๆ แบ่งเป็นหมวดหมู่ ได้แก่ การผจญภัย การทำความสะอาด การทำสวน ศิลปะทำมือ และ DIY โดยจะสามารถยืมได้ฟรีหรือเสียค่าเช่าเล็กน้อย ขึ้นอยู่กับระดับของการเป็นสมาชิก อีกที่คือ แชริ่ง ดีพอท (Sharing Depot) ในโทรอนโต ประเทศแคนาดา มีบริการให้ยืมสิ่งที่ไม่ได้ใช้บ่อย ๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น เครื่องทำป๊อปคอร์น เกมกระดาน หรืออุปกรณ์ตั้งแคมป์ เป็นต้น (ibusiness, 2020)

ในส่วนของแนวโน้มด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) แนวโน้มด้านประชากรศาสตร์ (Demography) และหัวข้อย่อยอื่น ๆ ของแต่ละด้านที่ไม่ได้กล่าวถึงนี้ ก็ยังสรุปไม่ได้ว่าไม่ได้มีการนำไปประยุกต์ใช้ภายในห้องสมุด เพราะคำที่ใช้สืบค้นอาจเป็นคำที่มีความหมายกว้างเกินไป เช่น Digital Natives หรือเป็นเพราะห้องสมุดใช้คำอื่นที่มีความหมายเหมือนหรือคล้ายกันในการกล่าวถึง หรืออาจไม่ได้เรื่องราวเหล่านี้ลงในเว็บไซต์ หรือไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์เรื่องเหล่านี้บนโซเชียลมีเดีย ทำให้ผู้ศึกษาไม่สามารถทราบได้ว่าห้องสมุดมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ได้มีการนำแนวโน้มเหล่านี้ไปประยุกต์ใช้จริงหรือไม่

จากผลการศึกษาในครั้งนี้จะเห็นได้ว่าบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ว่านั้นคือเพื่อศึกษาความเป็นห้องสมุดสมัยใหม่ของมหาวิทยาลัยในโลกโดยใช้แนวคิด STEEPED จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทำให้ทราบว่าห้องสมุดของ Harvard University มีความเป็นห้องสมุดสมัยใหม่มากที่สุด เนื่องจากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาพบว่า มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดมีการนำแนวคิด STEEPED ไปประยุกต์ใช้มากที่สุด ถึง 6 รายการ โดยด้านสังคม (Society) ได้แก่ พื้นที่ทำงานร่วมกัน/อยู่ร่วมกัน (Co-Working/Co-Living) และ การเคลื่อนไหวของผู้ผลิต (Maker Movement) ซึ่งเป็นสถานที่ที่สามารถทำงานร่วมกันได้และตอบสนองความต้องการด้านการออกแบบให้กับนักศึกษา ส่วนแนวโน้มต่อมาคือ ด้านเทคโนโลยี (Technology) ที่มีการอนุญาตให้ใช้ โดรน (Drones) ภายในเขตมหาวิทยาลัย แต่มีเงื่อนไขในการใช้งานที่ต้องปฏิบัติตาม และ ความเป็นจริงเสมือน ที่มีการอนุญาตให้นักศึกษายืมไปใช้ในการเรียนและการทำงานได้ อีกทั้งมีการนำแนวโน้มด้านการเมืองและการปกครอง (Politics & Government) ไปใช้ โดยมี City Innovators ที่เป็นความร่วมมือของผู้บริหารระดับสูงจากเมืองต่าง ๆ ทั่วโลกเพื่อหารือเกี่ยวกับแนวคิดใหม่ ๆ ของ เมืองอัจฉริยะ และแนวโน้มด้านเศรษฐกิจ (Economy) ที่มีการนำ เศรษฐกิจแห่งการแบ่งปัน (Sharing Economy) ไปใช้ในห้องสมุดด้วยการเข้าร่วมกับ ReCAP

และ Ivy Plus ช่วยให้สามารถเชื่อมโยงผู้ใช้กับสื่อที่ต้องการได้โดยไม่ต้องเป็นเจ้าของเองทั้งหมด ด้วยแนวโน้มเหล่านี้ทำให้ผู้ใช้หรือนักศึกษามีความสะดวกในการดำเนินชีวิตมากขึ้น

นอกจากนี้ผลการศึกษายังทำให้ทราบว่ามหาวิทยาลัยจากการจัดอันดับทางวิชาการของมหาวิทยาลัยโลก 20 อันดับแรก ของ Shanghai Ranking ประจำปี 2020 มีการนำแนวโน้มในด้านต่าง ๆ ไปประยุกต์ใช้ในห้องสมุดเพื่อพัฒนาห้องสมุดและอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้อย่างไรบ้าง ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาทำให้เห็นว่าห้องสมุดแต่ละแห่งมีการทำในแนวโน้มด้านต่าง ๆ ไปใช้ภายในห้องสมุดในรูปแบบใดบ้าง ทำให้ห้องสมุดอื่น ๆ สามารถศึกษาเป็นแนวทางเพื่อนำไปพัฒนาห้องสมุดของตนเองต่อไป และทำให้ทราบว่าห้องสมุดแต่ละแห่งมีการเตรียมความพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีอย่างไรบ้าง

สำหรับห้องสมุดมหาวิทยาลัยในประเทศไทยนั้น เห็นควรเริ่มมีการนำแนวคิดต่าง ๆ เหล่านี้ไปปรับใช้ภายในห้องสมุด เหมือนกับที่สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่นได้เป็นส่วนหนึ่งในทีมโครงการวิจัยและพัฒนา Khon Kaen Smart City ซึ่งเป็นการพัฒนานวัตกรรมเพื่อสนับสนุนให้จังหวัดขอนแก่นเป็นเมืองอัจฉริยะ (Smart City) ยอกจากนี้มหาวิทยาลัยขอนแก่นยังมีโครงการ KKU Maker space แหล่งเรียนรู้เพื่อความคิดสร้างสรรค์เพื่อเปิดพื้นที่สร้างสรรค์ให้นักศึกษาประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนานวัตกรรมต่าง ๆ ตามแนวคิดห้องสมุดสมัยใหม่มุ่งเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ของคนยุคใหม่ (ผู้จัดการออนไลน์, 2561) นอกจากนี้ยังมี การเรียนรู้ที่เชื่อมต่อกัน ที่สามารถใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดียจำนวนมากที่มีอยู่บนอินเทอร์เน็ตและความเชื่อมโยงของวัฒนธรรมในปัจจุบันให้นักศึกษาสามารถค้นพบวิธีการคิดและการทำสิ่งใหม่ ๆ โดยสอดคล้องกับหลักสูตรการเรียน การสอนของมหาวิทยาลัย เพื่อเป็นการส่งเสริมด้านการเรียนรู้อีกด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) ห้องสมุดมหาวิทยาลัยอื่น ๆ สามารถนำการประยุกต์ใช้แนวโน้มในห้องสมุดของแต่ละมหาวิทยาลัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาห้องสมุดและจัดเตรียมนโยบายเพื่อพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงของความต้องการของนักศึกษาหรือผู้ใช้

2) ห้องสมุดมหาวิทยาลัยต่าง ๆ สามารถนำแนวทางเหล่านี้ไปสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรภายนอกทั้งที่เป็นองค์กรทางด้านเทคโนโลยี หรือชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้ห้องสมุดมหาวิทยาลัยดำเนินงานเพื่อบริการสังคมอย่างแท้จริง

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1) อาจทำการวิจัยในรูปแบบอื่น เพื่อสามารถนำไปต่อยอดในอนาคตได้ เช่น การแจกแบบสำรวจไปยังห้องสมุดมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องแต่ละมหาวิทยาลัย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงการศึกษาแนวโน้มห้องสมุดเหล่านี้ กับห้องสมุดมหาวิทยาลัยในประเทศไทย

2) ควรมีการศึกษาแนวโน้มเทคโนโลยีของโลกและของห้องสมุดที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพื่อขยายขอบเขตการใช้งานเทคโนโลยีเข้าไปสู่ห้องสมุด และศูนย์สารสนเทศต่าง ๆ รวมไปถึงการศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นหลังการใช้งานอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

About ConnectedLib. (n.d.). Retrieved February 20, 2021, from https://connectedlib.github.io /about/

American Library Association. (2022). *Trends*. Retrieved January 6, 2022, from https://www.ala.org/tools/future/trends

Berkeley Library. (n.d.). *Moffitt Library renovation will bring tools, spaces to virtual reality club pushing bounds of belief*. Retrieved December 26, 2020, from https://news.lib.berkeley.edu/virtual-reality

Caltech Library. (n.d.). *Virtual Reality Workstation*. Retrieved December 27, 2020, from https://www.library.caltech.edu/VR

Caltech Library. (n.d.). *Welcome to the TechHub*. Retrieved December 27, 2021, from https://www.library.caltech.edu/techhub-welcome

Cornell University Library. (n.d.). *Making & Makerspaces at Cornell University Library: manufactory makerspace*. Retrieved December 27, 2021, from https://guides.library.cornell.edu/makerspaces

Cornell University Library. (n.d.). *Making & Makerspaces at Cornell University Library: Virtual Reality*. Retrieved December 27, 2021, from https://guides.library.cornell.edu/makerspaces/vr

CREATE Education. (n.d.). *The Institute of Making UCL*. Retrieved December 27, 2021, from http://https://www.createeducation.com/community-partner/the-institute-of-making-ucl/

Davies, D. (2016). *Audrey's Cafe celebrates grand opening in UC San Diego's Geisel Library.* Retrieved December 10, 2021, from https://www.universityofcalifornia.edu/news/audreys-cafe-celebrates-grand-opening-uc-san-diegos-geisel-library

Engineering Student Council. (n.d.). *Makerspaces*. Retrieved January 10, 2021, from https://esc.berkeley.edu/makerspaces.html

ETH Library. (2020). *Educational cyborgs and the use of robots in libraries*. Retrieved December 28, 2021, from https://library.ethz.ch/en/news/events/17-15-colloquium-by-the-eth-library/educational-cyborgs-and-the-use-of-robots-in-libraries.html

ETH Zurich. (n.d.). *Student Project House*. Retrieved February 18, 2021, from https://ethz.ch/en/the-eth-zurich/education/sph.html

Ethics in Society. (n.d.). *Basic Income Lab (BIL)*. Retrieved December 26, 2021, from https://ethicsinsociety.stanford.edu/research-outreach/basic-income-lab-bil

Fay, B. (2017). *MIT Libraries and MIT MakerWorkshop launch Equipment to Go*. Retrieved January 4, 2021, from https://news.mit.edu/2017/mit-libraries-and-mit-makerworkshop-launch-equipment-to-go-0309

Gazzillo, L. (2017). *Demo of an Ask Yale ChatBot*. Retrieved December 27, 2021, from https://campuspress.yale.edu/libraryitnews/2017/08/30/proof-of-concept-for-library-help-desk-chatbot/

Harvard i-lab. (n.d.). Retrieved December 27, 2020, from https://innovationlabs.harvard.edu/harvard-i-lab/

Harvard Library Communications. (2019). *Partnering means more at the library*. Retrieved December 13, 2021, from https://news.harvard.edu/gazette/story/2019/06/harvard-library-joins-forces-to-bring-90-million-books-to-users/

Harvard University Graduate School of Design. (n.d.). *Augmented & Virtual Reality (AR/VR)*. Retrieved December 27, 2021, from https://www.gsd.harvard.edu/computer-resources-group/augmented-virtual-reality-arvr/

ibusiness. (2020). *How to pun!! "Sharing library" Vithee por peng*. Retrieved February 15, 2021, from https://ibusiness.co/detail/9630000011923

IGI Global. (2021). *What is Fandom*. Retrieved from https://www.igi-global.com/dictionary/we-have-faith-in-apple/64062

Johns Hopkins Technology Ventures. (n.d.). *FASTFORWARD R. House*. Retrieved February 18, 2021, from https://ventures.jhu.edu/programs-services/fastforward/locations/fastforward-r-house/

Judaica, D. H. (2016). *Envisaging the Holy Land: Facial Recognition and Early Photography*. Retrieved December 28, 2021, from https://judaicadh.library.upenn.edu/work/envisaging-holy-land/

Kriengsak Chareonwongsak. (2014). *World trends 2050*. Retrieved November 5, 2020, from http://www.kriengsak.com/taxonomy/term/1044

Langston, J. (2015). *UW, city of Seattle join 'Smart Cities' network*. Retrieved December 26, 2021, from https://www.washington.edu/news/blog/uw-city-of-seattle-join-smart-cities-network/

Library Berkeley. (n.d.). *Center for Connected Learning*. Retrieved December 28, 2021, from https://give.lib.berkeley.edu/initiative/center-connected-learning

Madeline Wrable. (2018). *Introduction to Virtual Reality & GIS*. Retrieved December 27, 2021, from https://calendar.mit.edu/event/introduction_to_virtual_reality_1663#.YcWXaxpBzIU

Manager Online. (2018). *First time in Thailand, IT Library Innovative KKU Maker space at Khon Kaen University*. Retrieved March 25, 2021, from https://mgronline.com/smes/detail/9610000031613

Margaret, L. (2018). *Penn Libraries aims to bring virtual reality technologies to all 12 Penn schools*. Retrieved December 27, 2021, from https://www.thedp.com/article/2018/11/virtual-reality-augmented-penn-immersive-library-van-pelt-philadelphia-upenn-philly

Naranpat Thitipattakul. (2020). *Education 2030 - education future in the next ten years*. Retrieved November 5, 2020, from https://www.disruptignite.com/blog/education2030

Nathee Jitsawang. (n.d.). *Library in the future*. Retrieved November 6, 2020, from http://www.nathee-chitsawang.com/

Office of Library Communications and Library Research Services. (2021). *Make! Create! Innovate! PUL opens makerspace*. Retrieved December 27, 2021, from https://library.princeton.edu /news/general/2021-01-26/make-create-innovate-pul-opens-makerspace

Office of the Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, Information and Communication Technology Center. (2020). เทคโนโลยีโลกเสมือน VR/AR/MR. Retrieved December 26, 2021, from https://www.ops.go.th/main/index.php/knowledge-base/article-pr/675-interface-technology-vr-ar-mr

PennLibraries. (n.d.). *Education Commons*. Retrieved December 27, 2021, from https://www.library.upenn.edu/ec

Princeton University Library. (n.d.). *Virtual Reality at PUL*. Retrieved December 27, 2021, from https://libguides.princeton.edu/virtualreailty

Rebekah, W. (2018). Learning through Making in Public Libraries: Theories, Practices, and Tensions. *Learning, Media and Technology, 43*(3), Retrieved March 26, 2021, from https://doi.org/10.1080/17439884.2017.1369107

Sites at Penn State. (n.d.). PSU IL Badges. Retrieved January 7, 2022, from https://sites.psu.edu/informationliteracybadges/psu-il-badges/

Sophon Supamangmee. (2017). *5 technologies that changed the world for a decade*. Retrieved November 6, 2020, from https://www.gqthailand.com/toys/article/5-tech-trends-of-the-decade

Tarlor, K . (2019). *The many makerspaces of the Stanford campus*. Retrieved December 29, 2020, from https://news.stanford.edu/2019/12/09/makerspaces-at-stanford/

Technology and Entrepreneurship Center at Harvard University. (n.d.). *CITY INNOVATION*. Retrieved December 26, 2021, from http://tech.seas.harvard.edu/cities

The President and Fellows of Harvard College. (2022). *Unmanned Aircraft Systems / Drones*. Retrieved December 27, 2021, from https://rmas.fad.harvard.edu/unmanned-aircraft-systems-drones

Tomorn Sookprecha. (2019). *What will the future of libraries be like? 6 trends in libraries in educational institutions of the future*. Retrieved November 5, 2020, from https://www.the101.world/library-trends-of-the-future

tordic. (2018). *Robots Reading Vogue.* Retrieved December 27, 2021, from http://medhieval.com/classes/hh2018/uncategorized/robots-reading-vogue-3/

UChicago Arts. (n.d.). *Hack Arts Lab (HAL)*. Retrieved December 27, 2021, from https://arts.uchicago.edu/explore/initiatives/media-arts-data-and-design-center-madd-center/hack-arts-lab-hal

UCLA Library. (n.d.). *Lux Lab*. Retrieved December 27, 2021, from https://www.library.ucla.edu/clicc/lux-lab

UCSanDiego. (n.d.). *Qualcomm institute prototyping lab*. Retrieved December 27, 2021, from https://prototyping.ucsd.edu/

University of Cambridge. (n.d.). *Cambridge Open Days*. Retrieved December 27, 2021, from https://www.undergraduate.study.cam.ac.uk/events/cambridge-open-days

University of Chicago. (n.d.). *Madd about art*. Retrieved December 27, 2021, from https://collegeadmissions.uchicago.edu/uncommon-blog/madd-about-art

University of Washington. (2021). *CoMotion Labs*. Retrieved December 10, 2021, from https://comotion.uw.edu/startups-incubation/comotion-labs/

University of Washington. (n.d.). *Innovation spaces*. Retrieved December 13, 2021, from https://www.washington.edu/innovation/spaces/

University of Washington, Information School. (n.d.). *ConnectedLib helping librarians make learning connections with youth*. Retrieved December 13, 2021, from https://connectedlib.ischool.uw.edu/

UW Health Sciences Library. (n.d.). *Virtual Reality in Academic Health Sciences Library: A Primer.* Retrieved March 20, 2021, from https://hsl.uw.edu/vr-studio/

Watercutter, A. (2011). *Robots Retrieve Books in University of Chicago's New, Futuristic Library*. Retrieved December 13, 2021, from https://www.wired.com/2011/05/robot-powered-mansueto-library/

Yale CEID. (n.d.). *SPACE*. Retrieved February 20, 2021, from http://ceid.yale.edu/space

Yanocha, D. & Allan, M. (2019). *The Electric Assist: Leveraging E-bikes and E-scooters for More Livable Cities*. Retrieved December 10, 2021, from https://www.itdp.org/wp-content/uploads/2019/12/ITDP_The-Electric-Assist_-Leveraging-E-bikes-and-E-scooters-for-More-Livable-Cities.pdf

การวิเคราะห์ความรู้สึกของผู้บริโภคและใช้บริการร้านอาหารและร้านค้าในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Sentiment Analysis of Restaurants and Shops Service in Chiang Mai University

พิเชษฎ์ จุลรอด* และดินสอ บุญมา
ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
239 ถนนห้วยแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200 E-mail: phichete.j@cmu.ac.th*

Phichete Julrode* and Dinsor Boonma
Department of Library and Information Science Faculty of Humanities, Chiang Mai University, Mueang Chiang Mai, Chiang Mai, 50200, E-mail: phichete.j@cmu.ac.th

บทคัดย่อ

การตัดสินใจเพื่อใช้บริการต่าง ๆ ผู้ใช้บริการต้องการข้อมูลเพื่อให้สามารถตัดสินใจใช้บริการเหล่านั้น โดยจากการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ การอาศัยความคิดเห็นและคำวิจารณ์จากผู้ใช้บริการเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจเข้าใช้บริการเหล่านั้นหรือไม่ นอกจากนี้ข้อมูลความคิดเห็นและคำวิจารณ์ของร้านค้าแต่ละที่มีจำนวนมากและเพิ่มขึ้นตลอดเวลา จึงจำเป็นต้องมีกระบวนการการวิเคราะห์ความรู้สึกเกี่ยวกับการรีวิวสินค้าและบริการ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความรู้สึกด้วยอารมณ์ 3 ระดับ คือมีการแสดงความรู้สึกและข้อคิดเห็นเป็นกลาง เชิงบวกและเชิงลบ เพื่อนำข้อคิดเห็นและบทวิจารณ์ของผู้ใช้บริการที่มีต่อร้านค้าอาหารไปวิเคราะห์และแสดงให้เห็นในรูปแบบจินตคติ (Visualization) เพื่อนำมาพัฒนาการให้บริการต่อผู้ใช้บริการอย่างตรงเป้าหมายมากที่สุด เทคนิคที่ใช้ในการวิจัยนี้คือ Logistic Regression รวมถึง Word Tokenization ผู้วิจัยยังได้ทำการนำชุดข้อมูลที่มีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านอาหาร ร้านต่างๆทั่วจังหวัดเชียงใหม่จากเว็บไซต์ Wongnai.com สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเพจ และจากทวิตเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 890 รายการและได้นำข้อความจากเว็บไซต์ https://pythainlp.github.io จำนวน 26,750 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ได้รวบรวมชุดข้อมูลและนำความคิดเห็นที่จำแนกลาเบล (Label) ไว้แล้ว เพื่อนำไปทดสอบกับใช้กับข้อมูลที่ได้เก็บรวมรวมมาทำการจำแนกระดับความรู้สึกด้วยโปรแกรมภาษาไพธอน (Python) และทำการเพิ่มการเรียนรู้ชุดข้อมูลของระบบเพื่อให้ระบบการวิเคราะห์ความรู้สึกมีประสิทธิภาพและความแม่นยำมากยิ่งขึ้น แบบจำลองสามารถช่วยผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการและช่วยให้ผู้ประกอบการได้รับข้อมูล เพื่อพัฒนาการให้บริการในอนาคต วิธีการที่เสนอนี้สามารถจำแนกความคิดเห็นออกเป็น 3 ระดับ คือ ความคิดเห็นเชิงบวก เป็นกลาง และเชิงลบ นอกจากนี้ยังพบว่าสามารถนำมาใช้กับข้อความที่ได้แสดงความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ: การแสดงความเห็นของผู้ใช้บริการ, การวิเคราะห์ความรู้สึก, การให้บริการร้านอาหาร, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Abstract

Decisions to use services of customers need information to be able to make decisions about those services. Searching for information related to products and services relying on opinions and reviews from users as a guideline to decide into those services or not. In addition, information, opinions and reviews of each store are numerous and increasing all the time. Therefore, it is necessary to have a sentiment analysis process about product and service reviews. The purpose of this research was to analyze sentimental with three levels of emotion and namely, neutral, positive and negative to take opinions and reviews of service users towards food shops to analyze and show them in the form of visualization in order to develop services for service users in the most targeted manner. The technique used in this research is logistic regression including word tokenization by demonstrating a comparison of sentiment analysis methods. It is performed in five steps: 1) Data preparation, 2) Word tokenization, 3) Training and streaming, 4) Classification, and 5) Model evaluation. The researcher also used a dataset containing restaurant reviews. Shops across Chiang Mai from the Wongnai.com website, social media, Facebook page. and Twitter are related to the Chiang Mai University group, a total of 890 items and messages from the website https://pythainlp.github.io of 26,750 consumer reviews that have compiled the dataset and used the labeled comments to test against the collected data. Sentiment classification using Python programming language and added machine learning to make the sentiment analysis system more efficient and accurate. Models can help consumers make decisions about purchasing goods and services and help entrepreneurs gain information. to develop services in the future. The proposed method can classify of reviews into 3 levels: positive, neutral and negative. It has also been found to be appropriately applied to the expressed text.

Keywords: Service user reviews, Sentiment analysis, Shop service, Chiang Mai University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นสถานศึกษาในภาคอุดมศึกษาที่มีความสำคัญกับจังหวัดเชียงใหม่เนื่องจากเป็นมหาวิทยาลัยที่มีคณะและหลักสูตรที่เปิดการเรียนการสอนที่หลากหลายและมีจำนวนผู้ศึกษาและบุคลากรมากกว่าห้าหมื่นคน ในขณะเดียวกันมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติโดยสถานที่ยอดนิยม อาทิ อ่างแก้ว ลานควายยิ้มหรือหอนิทรรศการศิลปะวัฒนธรรม ส่งผลให้กิจการต่างๆภายในมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะกิจการร้านค้าภายในมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะกิจการร้านอาหาร สามารถรายได้และสร้างผลกำไรให้แก่เจ้าของกิจการ รวมทั้งสร้างเงินหมุนเวียนภายในมหาวิทยาลัยได้ปีละหลายล้านบาท และมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นในอีกหลายปีถัดไป ในอีกมุมมองหนึ่งร้านอาหารคือธุรกิจที่มีการแข่งขัน และผู้ดำเนินธุรกิจจะต้องเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงต้องดำเนินการธุรกิจให้ผู้บริโภคมีความพอใจมากที่สุด ความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นสิ่งที่สร้างจุดแข็งให้กับกิจการ และเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของกลยุทธ์ทางธุรกิจ ผู้ดำเนินกิจการจะต้องสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคโดยการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งปัจจุบันข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) มีความสำคัญและเป็นเป้าหมายหลักของการวิเคราะห์ธุรกิจ (Business Analysis) ชุดข้อมูลในปัจจุบันมีความซับซ้อนมากเป็นอย่างยิ่งทำให้การวิเคราะห์และประมวลผลชุดข้อมูลจำเป็นต้องใช้แบบจำลองทางคณิตศาสตร์จากปัจจัยต่างๆ ที่นำมาวิเคราะห์ข้อมูลและสามารถนำมาใช้หาความหมายแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในหลายด้าน (ปรีดาวรรณ เกษเมรีการุณ, พยุง มีสัจ และสุมิตรา นวลมีศรี, 2559) รวมทั้งใช้ประกอบในการการตัดสินใจวางแผนเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายที่จะเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยในกระแสการใช้สื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทต่อการเชื่อมต่อสื่อสารระหว่างบุคคลรวมไปถึงการรับรู้ข่าวสารที่รวดเร็ว จึงเกิดการวิเคราะห์ข้อมูลที่บ่งชี้สภาวะทางอารมณ์ของคนหรือที่เรียกว่า การวิเคราะห์ความรู้สึก (Sentiment Analysis) เข้ามาเกี่ยวข้องเป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกทางด้านความคิดความรู้สึกเพื่อทำการแยกค่าคะแนนที่เป็นเชิงบวก (Positive) เป็นกลาง (Neutral)

หรือเชิงลบ (Negative) ดังนั้นการประมวลผลทางภาษาหรือการตัดคำ (Word Tokenization) จึงทำให้เกิดการแบ่งคำแต่ละคำที่อยู่ในประโยคนั้นออกจากกันเพื่อการนำไปวิเคราะห์ประโยคต่างๆ หรือแบบสอบถามเกี่ยวกับคิดเห็นและความรู้สึก เช่น การแสดงความคิดเห็นและความรู้สึกที่มีต่อการให้บริการโรงแรม การแสดงความคิดเห็นและความรู้สึกหลังการใช้งานสินค้า การแสดงความคิดเห็นและความรู้สึกหลังการบริโภคและบริการ (Manhem, Dolah, Chunkaew, & Mak-on, 2020) การแสดงความคิดเห็นและความรู้สึกหลังการใช้งานสินค้า การแสดงความคิดเห็นและความรู้สึกหลังการบริโภคและบริการ ในการทำการวิเคราะห์ความรู้สึกของผู้บริโภคและใช้บริการร้านอาหารและร้านค้าในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อความที่ผู้บริโภคแสดงความคิดเห็นต่อร้านค้าและร้านอาหารในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และประเมิณข้อความดังกล่าวว่าเป็นข้อความดังกล่าวว่าเป็นความรู้สึกเชิงบวก เป็นกลางหรือเป็นความรู้สึกเชิงลบ

การวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ความรู้สึกของผู้บริโภคและใช้บริการร้านอาหารและร้านค้าในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากการแสดงความคิดเห็นผ่านข้อความและความรู้สึกจากสื่อสังคมออนไลน์ กิจกรรมในการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัยนั้นนอกจากการหาความรู้แล้วยังมีการใช้ชีวิต (Life Style) ไปพร้อมกันด้วย ซึ่งร้านค้าต่าง ๆ ที่ให้บริการในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่จำเป็นต้องเข้าใจถึงการบริการให้กับนักศึกษาที่อยู่ในช่วงวัยที่มีการตอบสนองและการรับรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ละเอียดอ่อนมาก การใช้สื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีส่วนร่วมในการค้นหาข้อมูลหรือวางแผนในการใช้บริการต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัยจึงมีผลต่อการเข้าใช้บริการต่าง ๆ เหล่านั้นอย่างมาก การแสดงความคิดเห็นออนไลน์เพื่อถูกใช้เป็นสื่อหลักในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือแบ่งปันประสบการณ์สถานที่เหล่านั้นและกลายเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจของนักศึกษาและบุคลากรรวมทั้งผู้ที่ใช้บริการที่จะเข้ามาภายในมหาวิทยาลัยได้อย่างมาก แต่ปัญหาของการแสดงความคิดเห็นออนไลน์นั้นคือ ข้อมูลจำนวนมาก ภาษาที่ผู้ใช้บริการแสดงอารมณ์หรือข้อคิดเห็น หรือสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการสื่อที่แท้จริง

ดังนั้นนักวิจัยจึงทำการสกัดความรู้จากการแสดงความคิดเห็นออนไลน์ของการใช้บริการจากเว็บไซต์ Wongnai.com สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเพจ และจากทวิตเตอร์จำนวนบทวิจารณ์ทั้งหมด 890 บทวิจารณ์ โดยดำเนินการวิเคราะห์ในหลายรูปแบบ เช่น และการทำเหมืองข้อมูล (Text mining) โดยใช้การวิเคราะห์ความถี่ของคำ (Text Frequency Analysis) ทั้งยังค้นหาประเภทของคำในประโยค (Part of Speech- POS) เพื่อสกัดหาสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการหรือกล่าวถึงมากที่สุดร่วมกับการใช้เทคนิค Term Frequency - Inverse Document Frequency (TF-IDF) ในการพิจารณาความสำคัญของคำประโยค ทั้งยังดำเนินการวิเคราะห์ความรู้สึกที่แท้จริงของผู้ใช้บริการ โดยท้ายสุดจะสรุปให้อยู่ในรูปแบบจินตคติ (Visualization) เพื่อหน่วยงานในมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้อง สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ จากการวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านี้ ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพื่อเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาการให้บริการของร้านอาหารที่ต้องมีความสามารถในการพึ่งพาระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการอย่างยั่งยืนมากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นและความพึงพอใจเกี่ยวกับกิจการร้านอาหารในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ของนักศึกษาและผู้ใช้บริการร้านอาหารในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. เพื่อหาตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในการให้บริการร้านอาหารในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงความพึงพอใจและความคิดเห็นของนักศึกษาและเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. สามารถคาดการณ์แนวโน้มความพึงพอใจและความรู้สึกของผู้บริโภคโดยการใช้งานเครื่องมือแสดงในลักษณะรูปภาพที่เข้าใจง่าย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีแนวทางในการดำเนินการในการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1976) ด้วยความเชื่อมั่น 95% ของสัดส่วนประชากรที่ไม่ทราบจำนวนนั้น ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์หลักคือ การระมาณค่าสัดส่วนของประชากรอยู่ในช่วงความเชื่อมั่น 95% และในการกำหนดขนาด

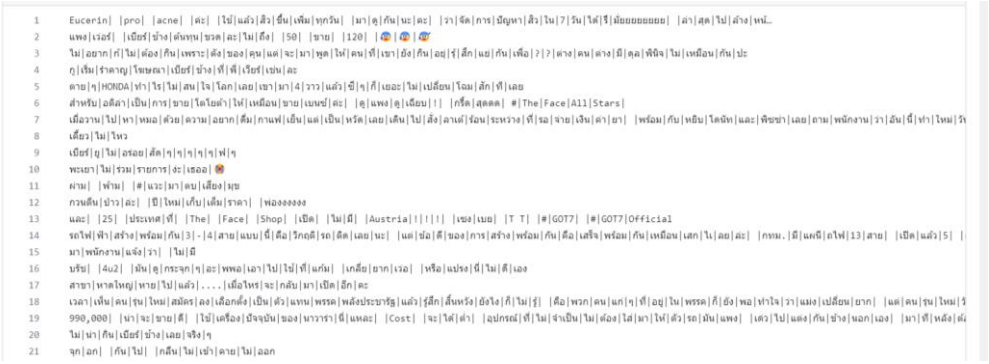
ตัวอย่างจากการศึกษางานวิจัยทำให้พบว่าประชากรมีจำนวนมาก จะได้ขนาดตัวอย่างจำนวนอย่างน้อย 400 คน ดังนั้นผู้วิจัยพิจารณาในการคัดเลือกตัวอย่างความคิดเห็นที่มีจำนวน 890 ความคิดเห็น

2. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้โดยการศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์และจำแนกข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบสถิติพรรณาและตารางตัวเลขที่สามารถเข้าใจได้ง่าย

ขั้นตอนการดำเนินการการวิจัย

1. การเตรียมข้อมูล (Data Preparation) เป็นการดาวน์โหลดข้อมูลจากชุดข้อมูลที่ให้บริการเข้าถึงสาธารณะจากเว็บไซต์ https://github.com/PyThaiNLP/wisesight-sentiment/ (Wisesight Sentiment Corpus) 26,750 ความคิดเห็นและเป็นข้อมูล 327,834 คำ ซึ่งเป็นข้อมูลการแสดงความคิดเห็นต่อสินค้าและบริการภาษาไทยที่มีการติดป้ายกำกับ (Label) และแบ่งความรู้สึก 3 ระดับ ได้แก่ ความรู้สึกเชิงบวก (Positive) จำนวน 4778 รายการ ความรู้สึกเป็นกลาง (Neutral) 15148 และความรู้สึกเชิงลบ (Negative) จำนวน 6824 โดยสามารถแสดงจำนวนข้อมูลแยกตามระดับความรู้สึกและพบว่าชุดข้อมูลจะมีการติดป้ายกำกับความคิดเห็น 3 ระดับเรียบร้อยแล้ว จากชุดข้อมูลที่รวบรวมมามีขนาดข้อมูลที่เป็นประเภทของการแสดงความคิดเห็นในแต่ละประเภทไม่เท่ากัน โดยจะมีความคิดเห็นเป็นกลางมากที่สุด ส่วนความคิดเห็นเชิงบวกและเชิงลบมีจำนวนน้อยกว่า ที่เกิดจากการจัดการตัดแบ่งคำในรูปแบบภาษาไทยและจัดการติดป้ายคำ (Labeled) แต่ละความรู้สึก ดังภาพที่ 1.และสามารถแสดงตัวอย่างข้อความแต่ละประเภทได้ในตารางที่ 1



ภาพที่ 1 การจัดการตัดแบ่งคำในรูปแบบภาษาไทย

ตารางที่ 1 แสดงตัวอย่างข้อมูลจำแนกตามความรู้สึกจากเว็บไซต์ https://github.com/PyThaiNLP/wisesight-sentiment/

การแสดงความคิดเห็น	ความรู้สึก
น่ากินมาก	เชิงบวก (Pos.)
รสชาติก็ไม่แย่นะ	เป็นกลาง (Neu.)
แพงเว่อร์	เชิงลบ (Neg.)

2. การตัดคำ (Word Tokenization) คือการแยกคำภาษาไทยที่เป็นประโยคยาว ๆ ให้เป็นคำ เนื่องจากภาษาไทยนั้นไม่มีการใช้ตัวอักษรวรรณยุกต์มารวมกันและมีสัญลักษณ์ที่นำมาใช้คั่นระหว่างคำและการเว้นวรรคในการศึกษาวิจัยนี้ใช้กระบวนการประมวลภาษาธรรมชาติ (Natural language processing: NLP) หรือโมดูล PyThaiNLP โดยใช้ NewMM Engine พัฒนาจากเทคนิคการแบ่งส่วนคำศัพท์ภาษาไทยด้วยพจนานุกรม (Dictionary-based) โดยใช้อัลกอริทึมการจัดกลุ่ม (Clustering) ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้แยกคำและตัดคำในภาษาไทยด้วยโปรแกรมภาษาไพธอน สำหรับการหาความสัมพันธ์ระหว่าง คำและประโยคหรือข้อความ ที่มีอยู่ในรูปแบบของเวกเตอร์ (Vector) เพื่อให้คอมพิวเตอร์สามารถแปลผลได้ เปลี่ยนข้อความให้มีช่องว่างระหว่างเพื่อให้ง่ายต่อการนำไปสร้าง Bag of Words (Bow) (Laowsungsuk, Jinda, & Sitthisarn, 2017) ตัวอย่างการตัดคำด้วย NewMM Engine แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงตัวอย่างข้อมูล

ข้อความต้นฉบับ	ข้อความที่ผ่านการตัดคำโดยใช้ NewMM Engine
คือตอนนี้ มันสะท้อนให้เห็นคุณภาพ ความมักง่ายของร้านแล้วนะคะ ที่ไหนเขาก็อิงกันได้คะพวกคุณภาพของแหล่งอาหาร แต่ตัวร้านเอ และการตรวจสอบอาหารก่อนถึงผู้รับสุดท้ายเองอะคะ ทำตัวเองเสีย	คือ|ตอน|นี้| |มัน|สะท้อน|ให้|เห็น|คุณภาพ| |ความ|มักง่าย|ของ|ร้าน|แล้ว|นะ|คะ| |ที่|ไหน|เขา|ก็|อิง|กัน|ได้|คะ|พวก|คุณ|ภาพ|ของ|แหล่ง|อาหาร| |แต่|ตัว|ร้าน|เอ| |และ|การ|ตรวจ|สอบ|อาหาร|ก่อน|ถึง|ผู้|รับ|สุดท้าย|เอง|อะ|คะ| |ทำ|ตัวเอง|เสีย

3. ขั้นตอนการแยกประเภท (Classification) คือกระบวนการสกัดความคิดเห็นจากการเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning) แบบมีผู้สอน (Supervise Learning) สร้างแบบจำลองโดยใช้ Logistic Regression เพื่อจำแนกความรู้สึกเชิกบวก เป็นกลาง หรือเชิงลบ ในการรสร้างแบบจำลอง Logistic Regression เพื่อจำแนก (Classify) โดยให้ข้อความที่ตัดคำไว้ด้วย Bag-of-Words (BoW) แล้วนำไปสร้างเป็นข้อความสำหรับการเรียนรู้ความรู้สึกของคำ ในการจำแนกระดับความรู้สึกของข้อความแสดงความคิดเห็น ผู้วิจัยได้เลือกใช้การจำแนกรูปแบบ การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression) เพื่อจำแนกความรู้สึก ด้วยภาษาไพธอน จาก Library LogisticRegression ด้วยคำสั่ง lr = LogisticRegression() และ คำสั่ง sklearn.linear_model เพื่อใช้ในการทดสอบความแม่นยำของแบบจำลอง โดยการวัดค่าของ Precision และ Recall (ศิวกร บรรลือทรัพย์ และวราพร จิระพันธุ์ทอง, 2565) ซึ่งได้สร้างโมเดลการเรียนรู้ของแบบจำลอง (Training) ทั้งหมดจำนวน 26,750 คำ ด้วยการแบ่งคำออกเป็นร้อยละ 70 เพื่อการเรียนรู้ ด้วยคำสั่ง lr.fit(ประโยคที่ใช้เรียนรู้, Label ความรู้สึกที่กำหนดไว้) และร้อยละ 30 เพื่อการทดสอบ ด้วยคำสั่ง lr.predict(ประโยคที่ใช้ทดสอบ) จากไฟล์ Wisesight-Sentiment-Master สามารถดาวน์โหลดที่เว็บไซต์ https://pythainlp.github.io ซึ่งเป็นคำที่แสดงความคิดเห็นต่อสินค้าและบริการภาษาไทยที่มีการติดป้ายกำกับ (Labeled) ไว้แล้ว และจำแนกค่าความถูกต้องด้วยคำสั่ง classification_report(ค่าที่ได้จากการทำนาย, Label ตัวทดสอบ) จากการทดสอบแบบจำลองพบว่ามีความแม่นยำที่ 0.85

หลังจากได้แบบจำลองที่มีความถูกต้องในระดับที่ยอมรับได้ (ร้อยละ 85) ผู้วิจัยจึงนำชุดข้อมูลที่มีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านอาหาร ร้านต่างๆทั่วจังหวัดเชียงใหม่จากเว็บไซต์ Wongnai.com สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเพจ และจากทวิตเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 890 รายการมาทำการทดสอบการจำแนกความรู้สึกด้วยคำสั่ง lr.predict(ข้อความจำนวน 890) โดยได้ค่าความถูกต้องอยู่ที่ร้อยละ 74.80

ผลการวิจัย

1. ผลลัพธ์ของเวิร์ดคลาวด์ (Word cloud)

การแสดงผลลัพธ์ของข้อความที่ถูกนับความถี่ของผลลัพธ์ให้อยู่ในรูปแบบของเวิร์ดคลาวด์ (Word cloud) ของร้านค้าและร้านอาหารสามารถแสดงผลได้ดังรูปภาพต่อไปนี้

1) ร้านประเภทอาหารตามสั่งและอาหารจานเดียว โดยมีการค้นพบคำที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด 5 ลำดับได้แก่คำว่า “อร่อย” “อาหาร” “ราคา” “ดี” และ“ร้าน”

ภาพที่ 2 แสดงผลลัพธ์ของคำที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุดในการแสดงความคิดเห็นของร้านประเภทอาหารตามสั่งและอาหารจานเดียว

2) ร้านประเภทของกินเล่นและของว่าง โดยมีการค้นพบคำที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด 5 ลำดับได้แก่คำว่า “อร่อย” “ร้าน” “ทอด” “เฉาก๊วย” และ“กิน”

ภาพที่ 3 แสดงผลลัพธ์ของคำที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุดในการแสดงความคิดเห็นของร้านประเภทของกินเล่นและของว่าง

3) ร้านประเภทเส้นโดยมีการค้นพบคำที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด 5 ลำดับได้แก่คำว่า “อร่อย” “ร้าน” “รสชาติ” “ก๋วยเตี๋ยว” และ “ราคา”

ภาพที่ 4 ประเภทเส้นโดยมีการค้นพบคำที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด

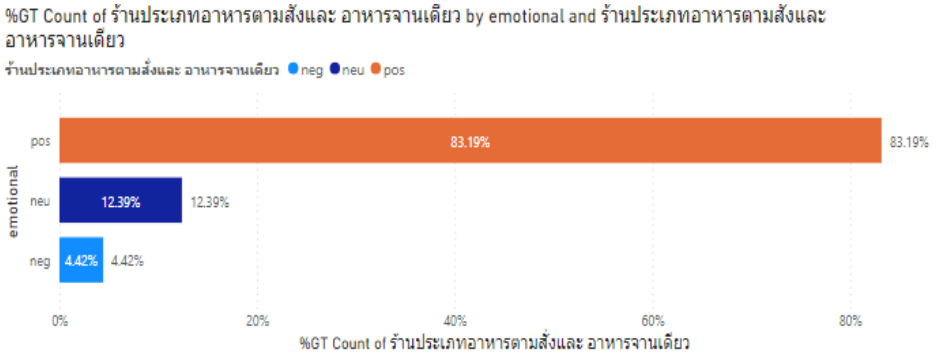
4) ร้านประเภทเครื่องดื่มโดยมีการค้นพบคำที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด 5 ลำดับได้แก่คำว่า “อร่อย” “นม” “ร้าน” “ราคา” และ “กาแฟ”

ภาพที่ 5 ร้านประเภทเครื่องดื่มโดยมีการค้นพบคำที่ถูกกล่าวถึงมาก

2. ผลลัพธ์ของร้านค้าและร้านอาหารแต่ละประเภทในรูปแบบแผนภูมิ Stacked Bar Chart

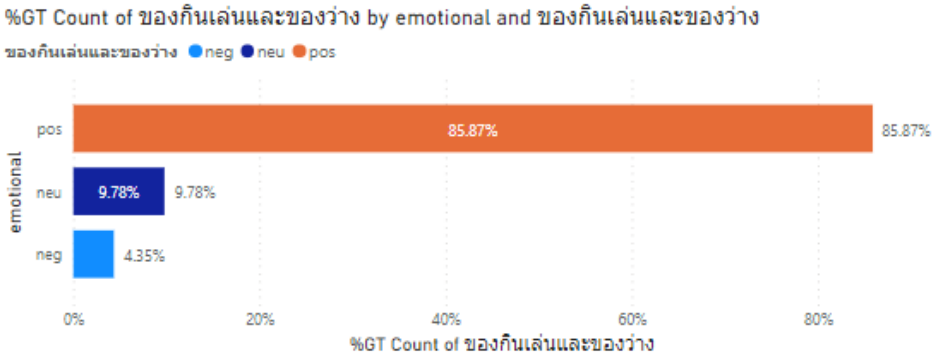
ผลลัพธ์ในรูปแบบแผนภูมิ Stracked Bar Chart ผลลัพธ์ของการจำแนกระดับความรู้สึกของข้อความแสดงความคิดเห็นที่มีต่อร้านค้าและร้านอาหาร ทั้ง 4 ประเภทสามารถแสดงผลได้ในรูปแบบแผนภูมิ Stracked Bar Chart ซึ่งแสดงผลเป็นร้อยละ ออกเป็น 4 แผนภูมิดังนี้

1. ร้านประเภทอาหารตามสั่งและอาหารจานเดียว



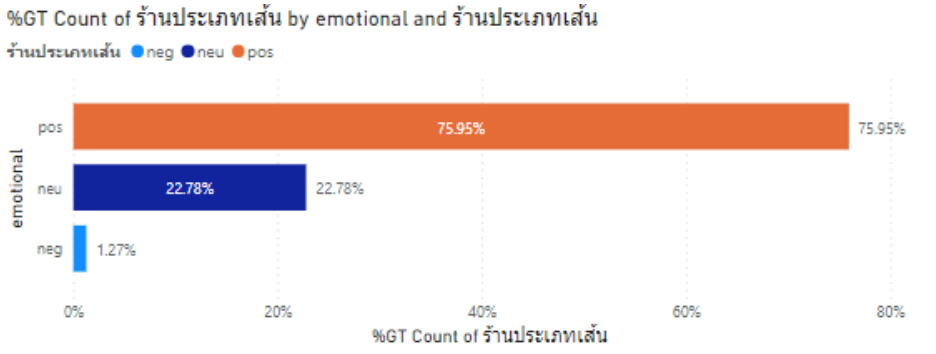
แผนภูมิที่ 1 แผนภูมิแสดงผลลัพธ์ร้านประเภทอาหารตามสั่งและอาหารจานเดียว

2. ร้านประเภทของกินเล่นและของว่าง



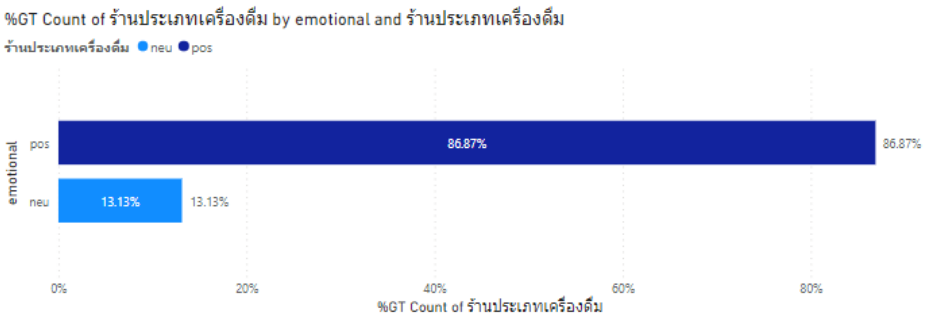
แผนภูมิที่ 2 แผนภูมิแสดงผลลัพธ์ร้านประเภทของกินเล่นและของว่าง

3. ร้านประเภทเส้น



แผนภูมิที่ 3 แผนภูมิแสดงผลลัพธ์ร้านประเภทแสดงผลลัพธ์ร้านประเภทเส้น

4. ร้านประเภทเครื่องดื่ม



แผนภูมิที่ 4 แผนภูมิแสดงผลลัพธ์ร้านประเภทเครื่องดื่ม

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ความรู้สึกของผู้บริโภคและใช้บริการร้านอาหารและร้านค้าในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็น และความรู้สึกของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารและร้านค้าภายในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทำให้ได้ทราบถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารประเภทต่างๆ โดยการค้นคว้าอิสระด้านวิทยาการข้อมูล (Data Science) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความรู้สึก (Sentiment Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อความแสดงความคิดเห็นที่ผู้วิจัยได้นำมาจากเว็บไซต์ www.wongnai.com สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเพจ และจากทวิตเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 890 รายการ โดยทางผู้วิจัยได้แบ่งประเภทร้านอาหารออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ร้านประเภทอาหารตามสั่ง/อาหารจานเดียว ร้านประเภทเส้น ร้านประเภทเครื่องดื่ม และร้านประเภทของว่าง/ของกินเล่น โดยสามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. อัตราร้อยละของความคิดเห็นที่เป็นกลาง(Neutral Message) จากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ ร้านประเภทประเภทเส้นอยู่ที่ร้อยละ 23 ร้านประเภทเครื่องดื่มอยู่ที่ร้อยละ 13 ร้านประเภทอาหารตามสั่ง/อาหารจานเดียวอยู่ที่ร้อยละ 12 และร้านประเภทของว่าง/ของกินเล่นอยู่ที่ร้อยละ 10 ตามลำดับ

2. อัตราร้อยละของความคิดเห็นที่เป็นลบ(Negative Message) จากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ ร้านประเภทอาหารตามสั่ง/อาหารจานเดียว และ ร้านประเภทของกินเล่น/ของว่างอยู่ที่ร้อยละ 4 ร้านประเภทเส้น อยู่ที่ร้อยละ 1 และร้านประเภทเครื่องดื่มที่ไม่มีข้อความแสดงความคิดเห็นเชิงลบ

จากการใช้คำสั่ง ไลบรารีเวิร์ดคลาวด์ (Word cloud) สามารถแสดงผลได้ดังนี้

1) ร้านประเภทอาหารตามสั่งและอาหารจานเดียว โดยมีการค้นพบคำที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด 5 ลำดับได้แก่คำว่า “อร่อย” “อาหาร” “ราคา” “ดี” และ“ร้าน”

2) ร้านประเภทของกินเล่นและของว่าง โดยมีการค้นพบคำที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด 5 ลำดับได้แก่คำว่า “อร่อย” “ร้าน” “ทอด” “เฉาก๊วย” และ“กิน”

3) ร้านประเภทเส้นโดยมีการค้นพบคำที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด 5 ลำดับได้แก่คำว่า “อร่อย” “ร้าน” “รสชาติ” “ก๋วยเตี๋ยว” และ “ราคา”

4) ร้านประเภทเครื่องดื่มโดยมีการค้นพบคำที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด 5 ลำดับได้แก่คำว่า“อร่อย” “นม” “ร้าน” “ราคา” และ “กาแฟ”

อภิปรายผลการวิจัย

การวิเคราะห์ความรู้สึกของผู้บริโภคและใช้บริการร้านอาหารและร้านค้าในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ได้คาดหวังไว้ เพราะทำให้ได้ทราบถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารประเภทต่างๆ ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และยังได้ตัวแบบที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ความรู้สึกด้านอื่นๆ โดยตัวแบบดังกล่าวผู้วิจัยได้พัฒนาตัวแบบโดยใช้ภาษาไพธอน (Python Computer Language) และแอพริเคชัน Jupyter Notebook ในการเขียนคำสั่ง (Pravatborisut, 2021) ได้แก่ การอ่านไฟล์ข้อความแสดงความคิดเห็น การตัดประโยคเป็นคำ การแปลงข้อความให้ตัวแบบสามารถอ่านข้อมูลที่เป็นข้อความภาษาไทยได้ การฝึกฝนการเรียนรู้ของตัวแบบ และการทดสอบโดยการใช้ข้อความแสดงความคิดเห็น ซึ่งตัวแบบดังกล่าวยังสามารถประยุกต์ใช้ได้กับการวิเคราะห์ความรู้สึกของชุดข้อความแสดงความคิดเห็นประเภทอื่นๆ โดยการปรับเปลี่ยนข้อมูลการเรียนรู้ (Train Valid) และข้อมูลการทดสอบ (Test Valid) ของชุดข้อมูลที่ต้องการ เครื่องมือที่เลือกใช้ในการพัฒนาตัวแบบการวิเคราะห์ความรู้สึกแอพลิเคชัน Jupyter Notebook ซึ่งเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ใช้สำหรับการเขียนโปรแกรมโดยใช้ภาษาไพธอน และเป็นเครื่องมือที่ผู้จัยมีความคิดเห็นว่า เป็นเครื่องมือที่ใช้งานได้ง่าย เนื่องจากภายในแอพลิเคชั่นมีคำสั่งต่างๆที่จำเป็นต่อการพัฒนาตัวแบบอย่างครบถ้วน ทำให้แอพลิเคชั่น Jupyter Notebook เหมาะสำหรับผู้ที่ศึกษาภาษาไพธอนในระดับเบื้องต้นจนไปถึงการพัฒนาระบบหรือตัวแบบที่ใช้คำสั่งที่ซับซ้อน

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยพบว่างานวิจัย เรื่องตัวแบบการวิเคราะห์ความรู้สึกทางอารมณ์สำหรับจำแนกประเภทบทความแนะนำสินค้าออนไลน์ของ พิศิษฐ์ บวรเลิศสุธี และวรภัทร ไพรีเกรง (2565) ใช้เป็นข้อมูลการแนะนำสินค้าออนไลน์ในการทดสอบตัวแบบ เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ และช่วยให้ผู้ประกอบการมีข้อมูลสำหรับการพัฒนาสินค้าและบริการต่อไปในอนาคต จากผลการทดลองสร้างตัวแบบ การวิเคราะห์ระดับความรู้สึกทางอารมณ์ 3 ระดับ คือ ความรู้สึกเชิงบวก (Positive) เป็นกลาง (Neutral) และเชิงลบ (Negative) โดยแต่ละตัวแบบให้ค่าความถูกต้องในการทำนายผล คือ LSTM ร้อยละ 81.27, Logistic Regression ร้อยละ 69, SGD ร้อยละ 66, และ Support Vector Machines ร้อยละ 65 การทำนายผลด้วยการเรียนรู้เชิงลึก จึงเหมาะสมแก่การนำไปใช้สร้างตัวแบบในการวิเคราะห์ระดับความรู้สึกกับข้อความที่ภาษาไทย หรือเรื่องการวิเคราะห์ความคิดเห็นจากทวิตเตอร์ของลูกค้าบริษัทช้อปปี้ประเทศไทยของ วนัสวรรณ มีประเสริฐ และเอกรัฐ รัฐกาญจน์. (2564) ผลของการวิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้าโดยแยกหัวข้อประเด็นสำคัญพบว่าวิธีที่เหมาะสมที่สุด คือ Random Forest ส่วนการแยกความรู้สึกแต่ละประเด็นสำคัญนั้นวิธีที่ให้ประสิทธิภาพสูงสุดในการวิเคราะห์ข้อความภาษาไทย คือ WangchanBERTa นอกจากนี้ภาพรวมของการวิเคราะห์ความรู้สึกแต่ละประเด็นสำคัญของลูกค้าบริษัทช้อปปี้ในเชิงลึก พบว่าบริษัทชอปปี้ควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ในเรื่องของขนส่งและระบบเป็นอันดับแรกเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า รวมทั้งเรื่องการวิเคราะห์ ทัศนคติการให้บริการของโรงแรมจากบทวิจารณ์ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ของ อัจฉรา ภู่ระล้า (2554) มีความคล้ายคลึงกับงานวิจัยในครั้งนี้ โดยงานวิจัยดังของ อัจฉรา ภู่ระล้า ได้ทำการวิเคราะห์ ทัศนคติการให้บริการของโรงแรมจากบทวิจารณ์ภาษาไทยและภาษาอังกฤษโดยการใช้ภาษาไพธอนในการเขียนคำสั่งต่างๆ แต่สิ่งที่แตกต่างก็คือ การใช้แอพลิเคชั่น PyCharm ในการปฏิบัติการต่างๆ และการใช้ Naïve Bayes ในการจัดหมวดหมู่โดยใช้หลักความน่าจะเป็นเข้ามาช่วยคำนวนตัวแบบและจากกระบวนการสร้างตัวแบบที่นำเสนอข้างต้นยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์รู้สึกในรูปแบบอื่น ๆ ได้อีกด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิเคราะห์ความรู้สึกของผู้บริโภคและใช้บริการร้านอาหารและร้านค้าในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ร้านค้าในหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สามารถนำผลการวิจัยเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ

2. การให้บริการอื่น ๆ ในหน่วยงานของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่สามารถประยุกต์ใช้แนวแนวทางการฟังข้อคิดเห็นจากสื่อสังคมไปเป็นแนวทางในการให้บริการและจัดเตรียมนโยบายเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงของความต้องการของนักศึกษาหรือผู้ใช้

3. การเพิ่มเทคนิคการวิจัยที่สามารถแก้ไขข้อจำกัดของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ที่ยังไม่สามารถวิเคราะห์คำประชดประชัน (Sarcasm) ได้เนื่องจากชุดข้อมูลที่นำมาใช้ยังไม่มีคำประเภทดังกล่าว ซึ่งต้องอาศัยตัวแบบในการเรียนรู้แยกต่างหากและอาศัยเหมืองข้อความ (Text mining) ใช้ในการแยกความรู้สึกดังกล่าว

4. ควรมีการศึกษาแนวโน้มเทคโนโลยีของโลกและของการวิเคราะห์ความรู้สึกของผู้ใช้บริการจากหลายแพลตฟอร์มของสื่อสังคมออนไลน์ที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพื่อขยายขอบเขตการใช้งานเทคโนโลยี รวมไปถึงการศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นหลังการใช้รูปแบบการวิเคราะห์และปรับปรุงแล้ว

เอกสารอ้างอิง

ปรีดาวรรณ เกษเมรีการุณ, พยุง มีสัจ และสุมิตรา นวลมีศรี. (2559). ระบบการวิเคราะห์ความรู้สึกจากวิดีโอบนโซเชียลมีเดียด้วยซัพพอร์ตเวกเตอร์แมชชีน. *วารสารวิชาการโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า, 14*(2559), 21-33.

พิศิษฐ์ บวรเลิศสุธี และวรภัทร ไพรีเกรง. (2565). ตัวแบบการวิเคราะห์ความรู้สึกทางอารมณ์สำหรับจำแนกประเภทบทความแนะนำสินค้าออนไลน์. *Journal of Engineering and Digital Technology (JEDT), 10*(1), 71-79.

วนัสวรรณ มีประเสริฐ และเอกรัฐ รัฐกาญจน์. (2564). การวิเคราะห์ความคิดเห็นจากทวิตเตอร์ของลูกค้าบริษัทช้อปปี้ประเทศไทย. *วารสารระบบสารสนเทศด้านธุรกิจ (JISB), 7*(3), 6-18.

ศิวกร บรรลือทรัพย์ และวราพร จิระพันธุ์ทอง. (2565).อัลกอริธึมการเรียนรู้ของเครื่องสำหรับการทำนายการคัดแยกผู้ป่วย COVID-19. *Journal of Information Science and Technology, 12*(1), 47-60.

อัจฉรา ภู่ระล้า. (2554). *การวิเคราะห์ทัศนคติสำหรับการบริการของโรงแรมจากบทวิจารณ์ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ.* วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

Laowsungsuk, P., Jinda, A., & Sitthisarn, S. (2017). Sentiment analysis of restaurant reviews on review web sites, (inThai). *Thaksin Univ. J, 20*(1), 39-47.

Manhem, M., Dolah, S., Chunkaew, S., & Mak-on, S. (2020). Model for the classification of feelings of reviews using techniques decision tree case studies hotel reservation web site (in Thai). *J. Sci. Technol Songkhla Rajabhat Univ., 1*(2), 69-79.

Pravatborisut, O. (2021). *Python for data science data visualization and machine learning*. Bangkok, Thailand: Provision (inThai).

Yamane, T. (1967). *Statistics, An Introductory Analysis*, 2nd. Ed., New York: Harper and Row.