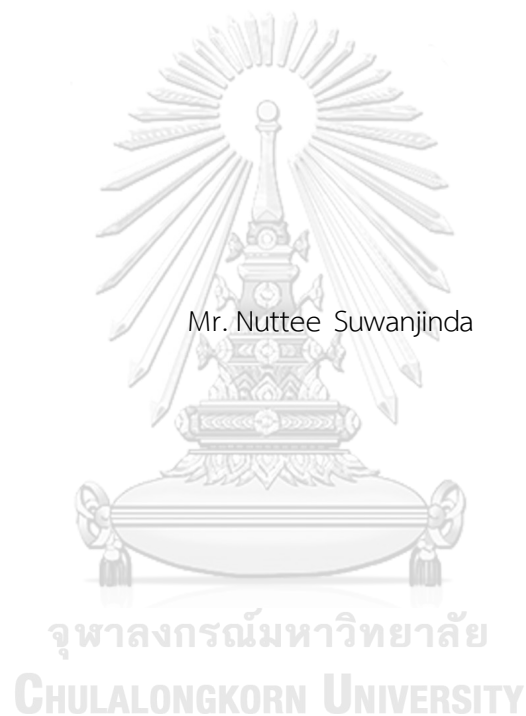


การใช้ทฤษฎีสะกิดในการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด 19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์และ
ทัศนคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ ไม่สังกัดภาควิชา/เทียบเท่า
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

USING NUDGE THEORY IN ANALYZING FORMS AND CONTENT OF COVID-19 IN CU NEX
APPLICATION AND ATTITUDES OF CHULALONGKORN UNIVERSITY'S STUDENTS



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Communication Arts) in Communication Arts

Common Course

FACULTY OF COMMUNICATION ARTS

Chulalongkorn University

Academic Year 2021

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อสารนิพนธ์	การใช้ทฤษฎีสะกิดในการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด 19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์และทัศนคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
โดย	นายณัฏฐิ สุวรรณจินดา
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วรวรรณ องค์กรรักษา)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมิทธิ บุญชุตินา)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

นัทธี สุวรรณจินดา : การใช้ทฤษฎีสะกดในการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด 19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์และทัศนคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (USING NUDGE THEORY IN ANALYZING FORMS AND CONTENT OF COVID-19 IN CU NEX APPLICATION AND ATTITUDES OF CHULALONGKORN UNIVERSITY'S STUDENTS) อ.ที่ปรึกษาหลัก : ศ. ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์

การวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1.) รูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารเกี่ยวกับวัคซีนโควิด 19 ของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ในกรอบของทฤษฎีสะกด 2.) ทัศนคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยต่อแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ในฐานะเครื่องมือสื่อสารในการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจฉีดวัคซีนโควิด 19 โดยเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก กับบุคคล 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้พัฒนาและออกแบบแอปพลิเคชัน และ กลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ซึ่งใช้งานแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์และเข้าถึงประกาศและข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

ผลการวิจัยพบว่า

1. รูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์แบ่งออกเป็น 2 ส่วนได้แก่ 1) รูปแบบในการสื่อสารที่ปรากฏประกอบด้วย 1.1) ข่าวสารและประชาสัมพันธ์ คือ Icon และ Banner ที่ภาพประกอบกับเนื้อหาข้อความ 1.2) การแจ้งเตือนผ่านแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ 2) เนื้อหา ประกอบด้วย 2.1) ข้อมูลที่เป็นเนื้อหาส่งโดยตรงจากส่วนกลางทั้งหมดจากกิจกรรมนิสิตแต่ละคณะ 2.2) เนื้อหาที่ส่งผ่าน CU NEX Club 2.3) เนื้อหาที่มีการย่อยทำให้เข้าใจง่ายและเป็นกันเองกับผู้ใช้งาน พบว่าการสะกดกระตุ้นให้นิสิตจุฬาลงกรณ์เข้ารับบริการฉีดวัคซีนผ่านแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์เป็นในทางที่คาดหวังได้โดยไม่มีกรบงคับ

2. ทัศนคติต่อแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ในฐานะเครื่องมือสื่อสารในการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจฉีดวัคซีนโควิด 19 พบว่า 1) ก่อนการเข้ารับบริการฉีดวัคซีนผ่านแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์มีความกังวลใจเกี่ยวกับข้อมูลของการฉีดวัคซีน และส่วนใหญ่ไม่กังวลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายวัคซีนที่จะเกิดขึ้น เนื่องจากมองว่าเป็นสิทธิ์พื้นฐานที่ควรได้รับ แต่จะมีความกังวลเกี่ยวกับปฏิกิริยาอาการหลังฉีดวัคซีนเข้าสู่ร่างกาย 2) ด้านทัศนคติต่อแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ 2.1) ทัศนคติเห็นเกี่ยวกับความง่ายและสะดวกต่อการจองวัคซีนในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ส่วนใหญ่พบว่า แอปพลิเคชันซียูเน็กซ์สามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีความสะดวก รวดเร็ว มีข่าวสารและรายละเอียดการลงทะเบียนและการรับวัคซีนครบถ้วน และง่ายต่อการใช้งาน 2.2) ทัศนคติเห็นเกี่ยวกับสถานที่จัดให้บริการรับวัคซีนจากการโดยเลือกในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ส่วนใหญ่เห็นว่า เป็นสถานที่ที่มีความสะดวก และคุ้นเคยกับตัวนิสิต ไม่ต้องเดินทางไปสถานที่อื่น 2.3) ทัศนคติเห็นเกี่ยวกับการให้บริการของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ส่วนใหญ่เห็นว่า เป็นบริการที่ดีที่สามารถเป็นตัวกลางระหว่างมหาวิทยาลัยกับนิสิต รวมไปถึงหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยมีความรวดเร็วในการสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่องราวต่างๆ ที่จำเป็น 2.4) ทัศนคติเห็นเกี่ยวกับการให้คำแนะนำในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ส่วนใหญ่เห็นว่า มีความน่าเชื่อถือและเป็นตัวกลางในการนำเสนอข้อมูล อย่างไรก็ตามควรมีการเพิ่มเติมข้อมูลในส่วนของ เพิ่มลิงก์ การเข้าถึงช่องทางต่างๆ คำถามที่พบบ่อยเกี่ยวกับการฉีดวัคซีน รวมถึงแจ้งเตือนถึงวันที่เริ่มฉีด-นับถอยหลังก่อนหมดเขตการฉีดวัคซีน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์
ปีการศึกษา 2564

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

6380031028 : MAJOR COMMUNICATION ARTS

KEYWORD:

Nuttee Suwanjinda : USING NUDGE THEORY IN ANALYZING FORMS AND CONTENT OF COVID-19 IN CU NEX APPLICATION AND ATTITUDES OF CHULALONGKORN UNIVERSITY'S STUDENTS. Advisor: Prof. Dr. PARICHART STHAPITANONDA

The objectives of this research were to study 1) the format and content for communication about the COVID-19 vaccine of the CU NEX Application in the framework of Nudge Theory, 2) Chulalongkorn University students' attitudes towards the CU NEX Application as a tool for communication to support decisions about vaccination against COVID-19. The instruments for this research were in-depth interviews with two groups of people, totaling 11 people including the application developer and designer group, and the CU NEX Application user group who have used this application and have seen announcements as well as press releases through the CU NEX Application.

The research results showed that:

1. The format and content for communication of the CU NEX Application is divided into two parts: 1) the appearing communication format consisted of 1.1) news and information, which are Icons and Banners that are illustrated with the message contents, 1.2) notifications via the CU NEX Application; 2) the content consisted of 2.1) the information sent directly from the center of the Student Affairs in each faculty, 2.2) the content delivered through the centralized CU NEX Club, 2.3) the digested and edited contents are easily understandable and user-friendly. It was found that the nudging approach stimulated Chulalongkorn students to receive vaccination services through CU NEX Application which is in a way that can be expected without forcing.

2) In terms of the attitudes towards the CU NEX Application as a tool for communication to support decisions about vaccination against COVID-19, it revealed that: 1) before receiving vaccination via CU NEX Application, most of the informants were worried about the information of vaccination, but they had no concerns about the vaccine cost as they viewed that it is a fundamental right that should be earned. However, they were worried about the reaction after vaccination. 2) In the aspect of the attitudes towards the CU NEX Application, 2.1) regarding the most of informants' opinions on the ease of booking or access to vaccines in the CUNEX Application, CUNEX Application is easily accessible and convenient, fast, informative with complete details of registration and vaccination and easy to use. 2.2) Regarding the comments on the place served by using CUNEX Application, most of the informants commented that they are familiar with the place which is convenient for them, and no need to go to other places. 2.3) Regarding the comments on the service of the CU NEX Application, most of the informants commented that it is a good service which can be an intermediary between the university and students including other related agencies with the speedy communication as well as giving essential information. 2.4) Regarding the opinions on recommendations in the CU NEX Application, most of the informants commented that they are reliable, and they are as an intermediary for presenting information. However, the information should be added in the Add Links, additional access to various channels, Frequently Asked Questions about vaccinations including notification of the start date - countdown before the deadline for vaccination.



Field of Study:

Communication Arts

Student's Signature

Academic Year:

2021

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง การใช้ทฤษฎีสะกิดในการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด 19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์และทัศนคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ฉบับนี้สามารถลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกล่าวขอบพระคุณดังนี้

ขอขอบพระคุณ ศ.ดร. ปาริชาติ สถาปิตานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ชี้แนะและให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิดและช่วยเป็นกำลังใจ ในการต่อยอดงานโครงการ CU NEX ที่ผู้วิจัยได้ทำโดยเชื่อมโยงกับเรื่อง ทฤษฎีการสะกิด ที่เป็นเรื่องที่ใกล้ตัว โดยที่มนุษย์เราเองนั้นก็คาดไม่ถึงให้เป็นเรื่องที่น่าสนุก และน่าสนใจ ชัดเกล้าวิจัยฉบับนี้จนสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ รศ. ดร. วรวรรณ องค์กรุทธิรักษา ที่มีคอยให้คำปรึกษา และดูเรื่องการเขียนการใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการให้เป็นภาษางานเขียน งานวิจัยมากขึ้น

ขอขอบพระคุณ รศ. ดร.สมิทธิ บุญชุตินา ที่ให้กำลังใจและช่วยชี้แนวทางระเบียบการวิจัยและตัวอย่างการทำวิจัยของอาจารย์เองเพื่อเป็นการทำงานวิจัยคุณภาพ ที่มีความลึกและคมมากขึ้น

ขอขอบคุณ โครงการ CU NEX และ CU NEX Club ที่ได้ให้ความรู้ ตลอด 4 ปีที่ได้ทำงานร่วมกัน รวมถึงข้อมูลที่เป็นต่องานวิจัย ให้การสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นไปตามมาตรฐานงานวิจัยโดยเป็นส่วนหนึ่งของผลงานที่ภาคภูมิใจฉบับนี้

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณตัวผู้วิจัยเองที่ไม่ยอมถอดใจแม้ในนาทีสุดท้าย และข้ามข้อจำกัดของตัวเองในเรื่องของเวลา และหัวใจที่ไม่ยอมแพ้งานวิจัยนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

นัทธี สุวรรณจินดา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฌ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหานำวิจัย.....	2
1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	2
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม.....	5
2.1 ทฤษฎีสะกด (Nudge Theory).....	5
2.2 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร.....	10
2.3 แนวคิดและทฤษฎี Health Risk Communication.....	17
2.4 แนวคิดในงานวิจัย.....	29
2.5 กรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	32
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	33
3.1 แบบการวิจัย.....	33

3.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก	33
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	34
3.4 การเก็บ และรวบรวมข้อมูล	35
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	36
บทที่ 4 ผลการวิจัย	37
4.1 ข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวกับแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์	37
4.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษารูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารเกี่ยวกับวัคซีนโควิด 19 ของ แอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ในกรอบของทฤษฎีสะกิด	45
4.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษานิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ในฐานะเครื่องมือสื่อสารในการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจฉีดวัคซีนโควิด 19	58
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	68
5.1 สรุปผล	68
5.2 อภิปรายผล	72
5.3 ข้อเสนอแนะ	74
บรรณานุกรม	77
ภาคผนวก	83
ประวัติผู้เขียน	90

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 4.1 สรุปประเด็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารเกี่ยวกับวัคซีนโควิด 19 ของแอปพลิเคชัน ชันชียูเน็กซ์ในกรอบของทฤษฎีสะกิด	53
ตารางที่ 4.2 สรุปประเด็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน ชันชียูเน็กซ์ ในฐานะเครื่องมือสื่อสารในการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจฉีดวัคซีนโควิด 19	66



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีสะกด (Nudge Theory) กับการออกแบบทางเลือก เพื่อให้กลุ่ม/บุคคลเป้าหมาย ตัดสินใจเลือกกระทำในทางที่ควรจะทำ	9
ภาพที่ 2.2 การไหลเวียนสารจากเบื้องบนสู่เบื้องล่างและจากเบื้องล่างสู่เบื้องบน	13
ภาพที่ 2.3 การไหลเวียนสารตามแนวนอน (Horizontal Communication)	14
ภาพที่ 2.4 การไหลเวียนสารตามแบบไขว้ (Cross channel Communication)	15
ภาพที่ 2.5 แบบจำลองความน่าจะเป็นในการคิดไตร่ตรอง (Elaboration Likelihood Model : ELM)	17
ภาพที่ 2.6 กรอบแนวคิดในงานวิจัย	32
ภาพที่ 4.1 โครงการ CU NEX ที่มา https://www.chula.ac.th/news/9792/	38
ภาพที่ 4.2 บัตรประจำตัวนิสิต บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์	38
ภาพที่ 4.3 บัตรประจำตัวนิสิต บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์	39
ภาพที่ 4.4 การชำระเงินค่าเล่าเรียน บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์	40
ภาพที่ 4.5 การชำระเงินค่าเล่าเรียน บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์	40
ภาพที่ 4.6 การใช้ QR Code Access บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์	41
ภาพที่ 4.7 ข่าวสาร และประชาสัมพันธ์ บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์	41
ภาพที่ 4.8 การแจ้งเตือน บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์	42
ภาพที่ 4.9 รายชื่อและเบอร์ติดต่อหน่วยงานต่าง ๆ บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์	42
ภาพที่ 4.10 สิทธิพิเศษ บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์	43
ภาพที่ 4.11 CU Links บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์	44
ภาพที่ 4.12 แผนภาพความสัมพันธ์ ของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ และ ซียูเน็กซ์เฟสบุ๊ก	45
ภาพที่ 4.13 แผนภาพแสดงทฤษฎีสะกด ที่อธิบายบนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ของนิสิตในการรับวัคซีนป้องกันโควิด 19	56
ภาพที่ 4.14 ตัวอย่างรูปแบบการสื่อสาร บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์	57
ภาพที่ 4.15 ตัวอย่างเนื้อหา บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์	58
ภาพที่ 4.16 Backoffice ในการส่งข้อความกำหนดผู้รับข้อความบน แอปพลิเคชันซียูเน็กซ์	58
ภาพที่ 5.1 อธิบายเส้นทางการจูงใจวัคซีนผ่านแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ จน กดยืนยัน	70

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันแนวคิดทฤษฎีสะกด (Nudge Theory) ถูกนำไปประยุกต์ใช้ในแพร่หลายในชีวิตประจำวัน และงานวิจัยต่าง ๆ หรือบทความซึ่งเราอาจจะไม่เคยรู้มาก่อน ตัวอย่างเช่น การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสะกดไปใช้ในด้านสุขภาพและเกษตรกรรม ให้ผู้ปวยร่วมมือกับการกินยา (วิวัฒน์ ถาวรวัฒนยงค์, 2563) อีกรงานวิจัย สะกดอย่างไร ให้คนกินอาหารที่มีประโยชน์และพอเหมาะ (รพีพัฒน์ อิงคสิทธิ์ 2563) หรือจะเป็นด้านการศึกษาที่ใช้ทฤษฎีสะกดกับผลลัพธ์ผู้เรียนตามมาตรฐานการศึกษาของชาติ (ปาริฉัตร เต็งสุวรรณ, 2564) หรือเรื่องของการสะกดให้เกิดการเร่งรัดในการเสียภาษีรถยนต์ ซึ่งการวิจัยนี้ได้ใช้แนวทางเชิงพฤติกรรมศาสตร์ในการติดตามภาษีรถยนต์ที่ค้างชำระ (วีระศักดิ์เครือเทพ, 2565) และบทความด้านการเงินอีกมากมาย ที่ใช้เทคนิคการสะกดนี้บังคับให้เราออมและลงทุนอย่างที่เราไม่รู้ตัว เป็นต้น ที่ผ่านมาสภาวิชาชีพเศรษฐศาสตร์เป็นหนึ่งในสาขาที่สนใจทฤษฎีสะกด (Nudge Theory) โดยการทำ ความเข้าใจกับพฤติกรรมของมนุษย์ภายใต้สมมติฐานที่เชื่อว่ามนุษย์นั้นขาดเหตุผล ในการตัดสินใจ (อดุลย์ สุภันท์, 2565) โดยไม่เป็นไปตามสมมติฐานของที่ได้ศึกษากันมาที่พบกันอย่างกว้างขวางอีกหลายงานวิจัย การเข้าใจพฤติกรรมของมนุษย์ที่แท้จริงในระดับย่อยจะทำให้การวิเคราะห์มีความแม่นยำมากขึ้น อีกทั้งทำให้เกิดผลในทางปฏิบัติจากการใช้นโยบายมากขึ้นกว่าที่เคยเป็นมา บุคคลที่มีชื่อเสียงเจ้าของแนวคิดและทฤษฎีสะกดนี้ได้รับความนิยมนำไปอ้างอิงและไปประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลาย ได้แก่ Thaler and Sunstein (2008) ได้อธิบายคำว่า Nudge แปลตรงตัวคือ การคุดหรือสะกดเบาๆ ซึ่งอาจเปรียบได้กับการสะกดให้มนุษย์ เปลี่ยนพฤติกรรมของตนเองโดยการสร้างแรงจูงใจอย่างนุ่มนวล และแนบเนียน โดยไม่จำเป็นต้องถูกบังคับและขู่เช็ดแต่อย่างใด ผ่านรูปแบบและเนื้อหาในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายให้ทำตามที่ได้ออกแบบไว้

ถึงแม้ว่า ทฤษฎีสะกด (Nudge Theory) จะได้รับการใช้งาน หรือถูกใช้ในวงการเศรษฐศาสตร์การเงิน และด้านสุขภาพอย่างกว้างขวาง ซึ่งผู้วิจัยเชื่อว่าทฤษฎีสะกดมีพลังที่จะใช้อธิบายปรากฏการณ์ทางนิเทศศาสตร์ โดยเฉพาะเรื่องการสื่อสารเพื่อที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์ อันเป็นเหตุสำคัญที่ทำให้ผู้วิจัยนำทฤษฎีสะกดมาประยุกต์ใช้กับบริบท สะท้อนให้เห็น Nudge กับเทคโนโลยีสมัยใหม่ อย่างแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ อันเป็นแอปพลิเคชันของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งได้รับการจัดอันดับเป็นมหาวิทยาลัยอันดับ 1 ของประเทศไทย อันดับ 43 ของเอเชีย จากการอันดับ

มหาวิทยาลัยชั้นนำในเอเชีย ประจำปี 2021 (อ้างอิงโดย QS Asia University Rankings 2022) ด้วยความเป็นผู้นำนี้ได้เห็นการใช้งานแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ (CU NEX) ที่พัฒนาเพื่อตอบสนองการใช้งานให้เป็นเครื่องมือสื่อสารและประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ ไปยังตัวผู้ใช้งานอย่างเช่น นิสิตจุฬาลงกรณ์ และไม่เพียงแต่ข้อมูลข่าวสารด้านการศึกษาเท่านั้น แต่ยังทำทลายไปถึง การสื่อสารเรื่องของคุณภาพในการรับวัคซีนป้องกันโควิด19 จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) นี้ ภาครัฐบาลจึงได้ร่วมกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ตระหนักถึงสุขลักษณะ และสุขภาพของประชาชน โดยให้มีมาตรการการป้องกันรวมไปถึงการแจกจ่ายวัคซีนป้องกันเชื้อไวรัส เข็มต่าง ๆ รวมถึงเปิดศูนย์บริการวัคซีนจุฬาลงกรณ์เพื่อมายับยั้งการแพร่ระบาดอีกด้วย

ทั้งนี้ขั้นตอนที่สำคัญของแนวคิด Nudge คือ ขั้นตอนการสะกิดซึ่งต้องอาศัยกระบวนการออกแบบทางเลือกเพื่อกระตุ้นหรือผลักดันให้ผู้รับสารเกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหรือเลือกกระทำในสิ่งที่ส่งผลดีต่อตนเองในระยะยาวและยังเป็นไปในทิศทางที่อยากให้เกิดขึ้น หากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีความเข้าใจในแนวความคิดนี้และสามารถประยุกต์ใช้เพื่อเป็นเครื่องมือในการตอบสนองต่อพฤติกรรม ความคิดและการตัดสินใจเลือก จะสามารถสะกิดให้นิสิตจุฬาลงกรณ์ จนนำไปสู่การปรับเปลี่ยนทัศนคติที่มีต่อวัคซีนและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในการเข้ารับการฉีดวัคซีนได้อีกด้วย

ด้วยความทำทลายนี้แอปพลิเคชันจึงต้องพัฒนาและสร้างรูปแบบและเนื้อหาใหม่ ๆ เพื่อเกิดแรงจูงใจ เพื่อผู้ใช้งานปฏิบัติตามโดยไม่รู้สึกว่าโดนมหาวิทยาลัยบังคับ ดังนั้นจึงต้องการศึกษาว่าการใช้ทฤษฎีสะกิดในการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ และทัศนคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

1.2 ปัญหาวิจัย

1.2.1 รูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสาร เกี่ยวกับวัคซีนโควิด 19ของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ในกรอบของทฤษฎีสะกิดเป็นอย่างไร

1.2.2 นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีทัศนคติอย่างไรต่อแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ในฐานะเครื่องมือสื่อสารในการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจฉีดวัคซีนโควิด 19

1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษารูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสาร เกี่ยวกับวัคซีนโควิด 19 ของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ในกรอบของทฤษฎีสะกิด

1.3.2 เพื่อศึกษานิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ในฐานะเครื่องมือสื่อสารในการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจฉีดวัคซีนโควิด 19

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การใช้ทฤษฎีสะกิดในการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์และทัศนคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อาศัยระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผ่านวิธีการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) และวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interviews) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้พัฒนาและออกแบบแอปพลิเคชัน และกลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

ทฤษฎีการสะกิด (Nudge Theory) คือ การออกแบบสถานการณ์หรือทางเลือกที่จะกระตุ้นสะกิดให้คนเราเลือกสิ่งที่ดีโดยอัตโนมัติ โดยคำว่า Nudge หมายถึง การสะกิด การจูงใจ การกระตุ้น เบาๆ เหมือนอย่างเวลาเดินให้เดินไปในทางที่ถูกต้อง และ Nudge Theory ก็คือการศึกษาเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์เชิงพฤติกรรมของมนุษย์กับสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้น ทางการเมือง และเศรษฐศาสตร์ จนเกิดการนำแนวคิดที่ว่านี้ไปออกแบบสถานการณ์หรือวิธีการเพื่อให้ผู้คนทำในสิ่งที่ต้องการหรือคาดหวังไว้ โดยในงานวิจัยครั้งนี้ จะใช้ประเภทของการสะกิดดังต่อไปนี้ การสะกิดแบบ 1 (Type 1 Nudge) คือ การออกแบบทางเลือกที่ส่งผลต่อระบบความคิดแบบอัตโนมัติ (Automatic Thinking) ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการคิดแบบไตร่ตรอง (Reflective Thinking) และการสะกิดแบบ 2 (Type 2 Nudge) คือ การออกแบบตัวเลือกมีผลต่อระบบความคิดแบบไตร่ตรอง ในการตัดสินใจลงมือกระทำหรือพฤติกรรมที่เกิดจากการใช้ความคิดแบบไตร่ตรองพร้อมกับเหตุผล อย่างไรก็ตาม การสะกิดแบบ 2 นี้ มักจะส่งผลต่อระบบทางการคิดแบบไตร่ตรอง และการคิดแบบอัตโนมัติก็มักจะเกิดคู่กันไปด้วยโดยที่เราไม่รู้ตัว

รูปแบบ (Format) คือ รูปแบบของการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่จะทำให้เกิดความเข้าใจตาม วัตถุประสงค์ เช่น บอกเล่า เพื่อแจ้งให้ทราบ หรือ ปฏิบัติตาม โดยจะปรากฏมี 2 รูปแบบในการสื่อสารประชาสัมพันธ์คือ

1. Feed ข่าวสารและประชาสัมพันธ์ คือ Icon และ Banner ที่ภาพประกอบด้วยเนื้อหาข้อความ

2. การแจ้งเตือนผ่าน Notification (สามารถระบุเฉพาะกลุ่มเป้าหมายได้ โดยจำกัดข้อความที่ไม่เกิน 200 ตัวอักษร)

เนื้อหา (Content) คือ ภาพ หรือ ข้อมูลข้อความที่เป็นอักษร ที่สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่จะทำให้เกิดความเข้าใจ ตาม วัตถุประสงค์ โดยเนื้อหา จัดทำโดย Admin 2 กลุ่มในการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชัน

1. เนื้อหาส่งโดยตรงจากส่วนกลางทั้งหมดจากกิจการนิสิตแต่ละคณะ (มีการระบุเพื่อให้ทราบแหล่งที่มาของข้อมูล)
2. เนื้อหาที่ส่งผ่าน CU NEX Club ที่เป็นส่วนกลาง
3. การส่งเนื้อหาแบบการย่อยข้อมูลและแก้ไขให้เข้าใจง่ายลดความเป็นทางการมีการส่งเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย

แอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ (CU NEX) คือ โครงการความร่วมมือระหว่าง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ ธนาคารกสิกรไทย มีจุดประสงค์ที่จะยกระดับการใช้ชีวิต ของนิสิต และ บุคลากรจุฬาฯ เพื่อก้าวสู่การใช้ชีวิตในรูปแบบ Digital Lifestyle University โดยพัฒนาแอปพลิเคชันนี้ ขึ้นมา เพื่อตอบโจทย์ด้านการเรียน การใช้ชีวิตในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตลอดจนการใช้ชีวิตด้าน Lifestyle ทุก ๆ ด้านของนิสิต ตลอดจนจบระยะการศึกษาเล่าเรียน

ทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน หมายถึง แนวโน้มการตอบสนองของผู้บริโภคที่มีต่อแอปพลิเคชัน โดยในการวิจัยครั้งนี้ใช้ศึกษาต่อทัศนคติต่อแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ซึ่งมีทิศทางเป็นได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.6.1. ทำให้ทราบถึงรูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ในกรอบของทฤษฎีสะกิด
- 1.6.2. ทำให้ทราบว่านิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีทัศนคติอย่างไรต่อแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ในฐานะเครื่องมือสื่อสารในการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจฉีดวัคซีนโควิด 19
- 1.6.3. สามารถข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปต่อยอดในการสร้างสรรค์ รูปแบบและเนื้อหาใหม่ ต่อแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ได้ในอนาคต

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง การใช้ทฤษฎีสะกิดในการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์และทัศนคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ได้แก่

1. เพื่อศึกษารูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ในกรอบของทฤษฎีสะกิด
2. เพื่อศึกษานิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ในฐานะเครื่องมือสื่อสารในการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจฉีดวัคซีนโควิด 19 เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

- 2.1 ทฤษฎีสะกิด Nudge Theory
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎี Health Risk Communication
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 ทฤษฎีสะกิด (Nudge Theory)

คำว่า Nudge Theory หรือทฤษฎีการสะกิดเป็นทฤษฎีที่นิยามขึ้นโดย Richard Thaler and Sunstein ใช้อธิบายเรื่องการเสริมแรงเพื่อจูงใจซึ่งนำไปให้มนุษย์เกิดการเลือกตัดสินใจในสิ่งที่พึงควรทำ โดยทั้งสองท่านนี้ได้ให้ความหมาย “Nudge (การสะกิด)” ว่า “การสะกิด หรือ กระตุก คือการกำหนดให้มนุษย์ได้ลองได้เปลี่ยนการทำอะไรบางอย่างจนเกิดกลายเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปตามผู้ที่กำหนดคาดหวังโดยตนเองผู้กระทำนั้นไม่รู้สึกรู้ว่ากำลังโดนบังคับอยู่” ตัวอย่างที่โรงอาหารการเลือกจัดเรียงให้ผักและผลไม้ให้อยู่ระดับการมองเห็นของนักเรียน เพื่อกระตุ้นให้เด็กนักเรียนได้เลือกรับประทานผักผลไม้ที่มีประโยชน์ต่ออาหารจานหลักขึ้น หลังจากการทดลองจัดเรียงนี้ก็มีนักเรียนจำนวนมากเลือกรับประทานอาหารประเภทผักผลไม้มากขึ้น หรืออีกตัวอย่างจากที่สนามบิน Schiphol ในอัมสเตอร์ดัม มีการวาดรูปแมลงติดไว้ที่โถปัสสาวะชาย โดยไม่มีป้ายเตือนใด ๆ หรือแจ้งให้ผู้ใช้โถปัสสาวะนี้ต้องรักษาความสะอาด จากการทดลองนี้ปรากฏว่า ปัญหาของการปัสสาวะไม่ตรงโถ รวมไปถึงการกระเด็นกระดอนของน้ำปัสสาวะลดน้อยลงอย่างเห็นได้ชัด และทำให้ห้องน้ำชายนั้นเกิดความสะอาดมากขึ้นอีกด้วย เพราะผู้ชายที่ได้ใช้โถปัสสาวะนั้นได้เล็งไปที่แมลงที่ติดไว้บนโถที่กำหนดไว้

ทฤษฎีเรื่องการสะกิดได้พัฒนามาจากแนวคิดพ่อปกครองลูกแบบเสรีนิยม (Libertarian Paternalism) เปรียบเทียบพ่อกับแม่ที่ตั้งใจให้ลูกนั้นให้อำนาจและอิสระในการเลือกตัดสินใจด้วยตนเอง (วีวัฒน์ ถาวรวัฒนยงค์, 2563) แม้ว่าตัวเลือกรุ่นนั้นจะมาจากพ่อกับแม่ตามที่ตั้งใจวางตัวเลือกให้ลูกไว้แล้ว โดยแนวคิดดั้งเดิมนี้อิงตั้งต้นจากแนวคิดทั้งสองแนวคิดคือ แนวคิดแรกแบบเสรีนิยม (Libertarian) หมายถึงมนุษย์ทุกคนจะมีสิทธิเสรีภาพที่สามารถทำในสิ่งที่ตนเองต้องการ หรือมีเสรีภาพในการเลือก และรวมไปถึงการปฏิเสธตัวเลือกที่ตนเองนั้นไม่ต้องการ และเมื่อนำมารวมกับแนวคิดที่สอง คือพ่อปกครองลูก (Paternalism) หมายถึงองค์กรหรือผู้ที่มีอำนาจในการปกครอง โน้มน้าวชักจูงให้ผู้ที่อยู่ใต้อำนาจ กระทำหรือตัดสินใจและเลือกด้วยตนเอง ดังนั้นเมื่อนำแนวคิดทั้งสองแนวคิดนี้มารวมกันจึงเกิดเป็นแนวคิดใหม่ คือ แนวคิดแบบพ่อปกครองลูกแบบเสรีนิยม (Libertarian Paternalism) แนวคิดที่เกิดขึ้นใหม่นี้ไม่ให้ความรู้สึกถูกบังคับเจาะจงจนรู้สึกแข็งกร้าวจนเกินไป หรือจ้องใจบังคับ แต่ให้สิทธิและเสรีภาพการตัดสินใจเลือกมากกว่าการบีบบังคับฝืนใจให้กระทำ หรือปฏิบัติตาม โดยใช้อำนาจ และไม่ได้บังคับความรู้สึกการตัดสินใจของมนุษย์ในการมีสิทธิเสรีภาพของทางเลือกอื่น ตัวอย่าง หากใครต้องการรับประทานขนมหวาน หรือต้องการที่จะดื่มสุรา โดยที่ไม่คำนึงถึงสุขภาพ ซึ่งแนวคิดใหม่นี้ จะไม่ไปกดดันหรือบังคับขึ้นใจผู้บริโภคให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมใดๆ จนผู้บริโภคนั้นต้องรู้สึกว่สิ่งที่ตัวเองนั้นตัดสินใจผิด หรือเป็นการกระทำที่ไม่ดี แต่จะเป็นแนวทางเพิ่มกลยุทธ์ช่องทางสู่การผลักดัน หรือสะกิดให้ผู้บริโภคขนมหวาน หรือ ผู้ที่ดื่มสุรานั้น มีแนวทางหรือทิศทางทางเลือกอื่นที่จะเลือกตัดสินใจให้ชีวิตของตนเองมีคุณภาพชีวิตได้ดีขึ้น ซึ่งหากตัวเองนั้นเกิดความรู้สึกขัดใจ หรือไม่เห็นด้วยกับวิธีการ ก็สามารถที่จะไม่ยอมรับหรือปฏิเสธกับความร่วมมือในสิ่งที่ได้นำเสนอมาได้ จะเห็นได้ว่าแนวคิดนี้ ได้นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ดีกว่าแบบเดิมได้อย่างเห็นได้ชัด โดยผู้คนนั้นก็ยังสามารถปฏิบัติตามได้อย่างไม่รู้สึกว่าถูกบังคับแถมยังมีเสรีภาพในการเลือกด้วย และหากเห็นข้อดีนั้นก็เพียงแค่อปฏิบัติตาม ซึ่งพบว่าในหลาย ๆ ประเทศนั้น เช่น อังกฤษ สวีเดน ฯลฯ ได้มีการนำทฤษฎีสะกิด (Nudge Theory) มาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมจนเกิดเป็นประโยชน์แก่สังคมได้ในระยะยาว โดยการพัฒนาแนวคิดการสะกิดนี้ก่อให้เกิดประสิทธิผลต่อด้านบริการด้านสุขภาพและสาธารณสุขและบริการอื่น ๆ เป็นอย่างมาก

2.1.1 ทฤษฎีสะกิด (Nudge Theory) กับเศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรมและจิตวิทยา

ทฤษฎีสะกิดกับเศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรมจิตวิทยา มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการทางความคิดของมนุษย์ รวมไปถึงพฤติกรรม และการตัดสินใจของมนุษย์โดยในเชิงเศรษฐศาสตร์ได้มีการอธิบายถึงพฤติกรรมและจิตวิทยาว่าเป็นการทำงานของระบบกลไกทางความคิด ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ระบบ ดังนี้ ระบบที่ 1 หรือเรียกว่า ระบบกระบวนการทางความคิดแบบอัตโนมัติ (System 1 หรือ Automatic Thinking) หมายถึง ระบบการตัดสินใจแบบอัตโนมัติของมนุษย์ที่

เกิดขึ้นตามสัญชาตญาณแบบรวดเร็ว ซึ่งกระทำออกมาแบบธรรมชาติ โดยไม่ต้องใช้พลังงานใด ๆ ในกระบวนการทางความคิดหรือไตร่ตรองใด ๆ ตัวอย่างเช่น การยิ้มออกมาทันทีเมื่อเห็นสิ่งที่ตนเองหลงชอบ โดยครอบคลุมไปถึงการกระทำบางอย่างที่เป็นสิ่งคุ้นเคย หรือเกิดจากความชำนาญเคยชินมาก่อนแล้ว ตัวอย่างเช่น การขับรถยนต์บนเส้นทางที่คุ้นเคยอยู่เป็นประจำอยู่แล้ว และระบบที่ 2 หรือเรียกว่า ระบบกระบวนการคิดแบบไตร่ตรอง (System 2 หรือเรียกว่า Reflective Thinking) หมายถึง ระบบการตัดสินใจที่เกิดจากการใช้ความคิดแบบไตร่ตรองซึ่งมาพร้อมกับเหตุผลเสมอ โดยเป็นกระบวนการที่ช้ากว่าและใช้พลังงานในการคิดสูงจึงไม่สามารถตัดสินใจได้ทันที หรือบางสถานการณ์ที่ต้องการตัดสินใจด้วยความรวดเร็ว จึงเหมาะสำหรับสถานการณ์ที่ยากและซับซ้อน เพราะจะต้องใช้เวลาและเหตุผลในการประมวลผลเพื่อให้ได้คำตอบ หรือเพื่อเกิดการตัดสินใจที่ถูกต้องได้ เพราะจะมีผลบางอย่างตามมา ตัวอย่างเช่น การที่ต้องการตัดสินใจไปงานที่สำคัญแห่งหนึ่ง โดยต้องเลือกระหว่างที่จะขับรถยนต์ส่วนตัว หรือ เดินทางด้วยรถไฟฟ้าย่านที่เอสสาธารณะซึ่งทั้ง 2 ระบบของการคิดนี้จะมักจะทำงานควบคู่กันเสมอ โดยมีจะความสัมพันธ์ของทั้งสองระบบความคิดที่สอดคล้องกันอยู่ตลอดเวลา โดยจะแสดงผลให้ตนเองนั้นเลือกที่จะตัดสินใจหรือแสดงออกต่อสถานการณ์หนึ่งด้วยพฤติกรรมเป็นเช่นไร

จากข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ทฤษฎีสะกิดกับเศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรมและจิตวิทยาความเกี่ยวข้องกับกระบวนการทางความคิดของมนุษย์ รวมไปถึงพฤติกรรม และการตัดสินใจของมนุษย์สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระบบ ดังนี้ ระบบที่ 1 หรือเรียกว่า ระบบกระบวนการทางความคิดแบบอัตโนมัติ (System 1 หรือ Automatic Thinking) และระบบที่ 2 หรือเรียกว่า ระบบกระบวนการคิดแบบไตร่ตรอง (System 2 หรือเรียกว่า Reflective Thinking)

2.1.2 การจำแนกประเภทของทฤษฎีสะกิด (Nudge Theory)

จากทฤษฎีสะกิด (Nudge Theory) จึงถูกใช้เป็นเครื่องมือสร้างเป็นตัวเลือก (Choice Architecture) ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ดังต่อไปนี้ การสะกิดแบบ 1 (Type 1 Nudge) คือ การออกแบบทางเลือกที่ส่งผลต่อระบบความคิดแบบอัตโนมัติ (Automatic Thinking) ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการคิดแบบไตร่ตรอง (Reflective Thinking) และการสะกิดแบบ 2 (Type 2 Nudge) คือ การออกแบบตัวเลือกที่มีผลต่อระบบความคิดแบบไตร่ตรอง ในการตัดสินใจลงมือกระทำหรือพฤติกรรมที่เกิดจากการใช้ความคิดแบบไตร่ตรองพร้อมกับเหตุผล อย่างไรก็ตาม การสะกิดแบบ 2 นี้มักจะส่งผลต่อระบบทางการคิดแบบไตร่ตรอง และการคิดแบบอัตโนมัติก็มักจะเกิดคู่กันไปด้วย โดยที่เราไม่รู้ตัว

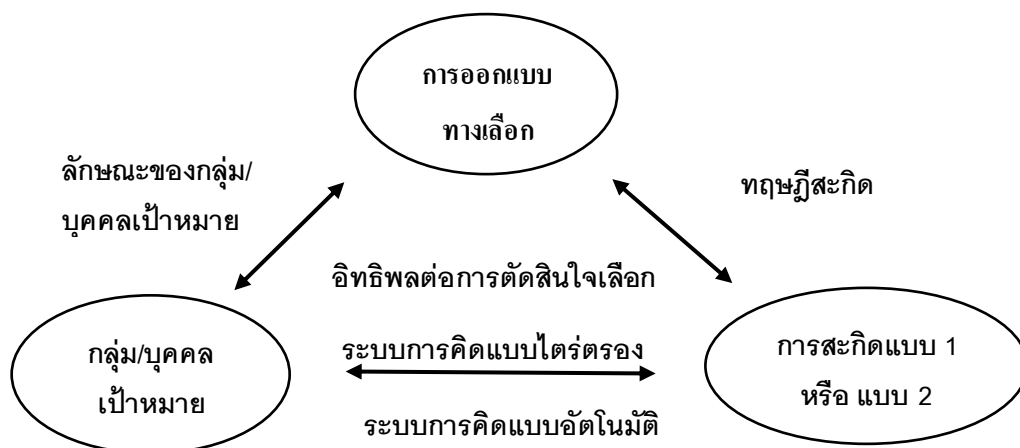
และเนื่องจากทฤษฎีสะกิดนี้ยังมีข้อเสียอยู่บ้าง กล่าวคือ การได้เปิดโอกาสให้ผู้อื่นเข้ามาละเมิดสิทธิและจัดการเกี่ยวกับการตัดสินใจทางเลือกได้เสมอ เพราะผู้เลือกตัดสินใจมักจะถูกสะกิด

ทำให้เกิดการตัดสินใจโดยที่เลือกไปเองแบบไม่รู้ตัว ดังนั้น ประเภทของทฤษฎีสะกิดทั้งการสะกิดแบบ 1 (Type 1 Nudge) และการสะกิดแบบ 2 (Type 2 Nudge) ยังสามารถแบ่งย่อยเป็นได้ทั้งแบบ โปร่งใส (Transparent) หรือแบบไม่โปร่งใส (Non-Transparent) ได้ โดยแบบโปร่งใส หมายถึงการที่ให้ผู้ตัดสินใจนั้นสามารถเลือกรับรู้ในสิ่งที่ออกแบบมาให้เลือกได้อย่างชัดเจนและสามารถคาดเดาเห็นผลลัพธ์ได้ ตัวอย่าง การสร้างลายฟุตบาทบนถนนเพื่อนำทิศทางการเดิน (Pelle Hansen & Andreas Jespersen as cited in The Economist, 2013) หรือการเขียนข้อความลงบนพื้นถนนโดยเขียนว่า “มองขวา” เพื่อเป็นการแจ้งเตือนก่อนจะข้ามถนน และแบบไม่โปร่งใส ก็คือ ผู้ตัดสินใจนั้นได้เลือก โดยถูกสะกิดแบบไม่รู้ตัวหรือไม่สามารถเดา หรือคาดคะเนผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น ตัวอย่างเช่น การวาดเส้นทึบสีขาวบนถนน โดยจะวาดเส้นทึบช่วงตอนต้นนั้น โดยเว้นระยะห่างด้วยระยะที่เท่ากัน ซึ่งช่วงใกล้โค้งนั้น จะวาดระยะห่างให้สั้นลงเรื่อย ๆ ผลที่ตามมาคือผู้ขับขี่จะชะลอความเร็วรถลงเพราะเข้าใจว่าตัวเองขับเร็ว

จากข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการจำแนกประเภทของทฤษฎีสะกิด (Nudge Theory) สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การสะกิดแบบ 1 (Type 1 Nudge) และการสะกิดแบบ 2 (Type 2 Nudge) นอกจากนี้ยังสามารถแบ่งย่อยเป็นได้ทั้งแบบโปร่งใส (Transparent) หรือแบบไม่โปร่งใส (Non-Transparent) ได้อีกด้วย

2.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีสะกิด (Nudge Theory) กับการออกแบบทางเลือก (Choice Architect) อันนำไปสู่การตัดสินใจเลือกลงมือกระทำตามทางที่ควรกระทำของกลุ่ม/บุคคลเป้าหมาย

เริ่มจากการระบุลักษณะกลุ่มเป้าหมายที่ออกแบบทางเลือกเพื่อให้เกิดการตัดสินใจลงมือทำ กลายเป็นพฤติกรรมแล้วนำทฤษฎีสะกิด หรือรู้จักในนาม Nudge Theory ซึ่งอาศัยแนวคิดพ่อปกครองลูกในรูปแบบเสรีนิยม หรือ Libertarian Paternalism มาเป็นพื้นฐานของการออกแบบทางเลือกให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในการออกแบบทางเลือกอาจใช้แบบการสะกิดรูปแบบ 1 หรือการสะกิดแบบ 2 โดยทั้ง 2 รูปแบบสามารถสร้างอิทธิพลต่อระบบการคิดแบบอัตโนมัติหรือระบบการคิดแบบไตร่ตรองของแต่ละกลุ่มเป้าหมายนำไปสู่การสะกิดกลุ่มเป้าหมายที่ตัดสินใจเลือกทำในสิ่งที่ควรทำ โดยความสัมพันธ์ของทฤษฎีสะกิดและการออกแบบทางเลือกสามารถนำไปสู่การตัดสินใจเลือกลงมือทำของกลุ่มเป้าหมาย สามารถสรุปความสัมพันธ์ดังนี้ (รูปที่ 2.1)



ภาพที่ 2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีสะกิด (Nudge Theory) กับการออกแบบทางเลือก เพื่อให้กลุ่ม/บุคคลเป้าหมาย ตัดสินใจเลือกกระทำในทางที่ควรจะทำ ดัดแปลงมาจาก Thaler RH, 20184

จากข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ทฤษฎีสะกิด สามารถนำมาใช้ในการออกแบบทางเลือก (Choice Architect) ทางเลือกให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยสามารถสร้างอิทธิพลต่อระบบการคิดแบบอัตโนมัติหรือระบบการคิดแบบไตร่ตรองของแต่ละกลุ่มเป้าหมายนำไปสู่การสะกิดกลุ่มเป้าหมายที่ตัดสินใจเลือกทำในสิ่งที่ควรทำ

2.1.4 อุปสรรค ปัญหาในการใช้ ทฤษฎีสะกิด

ทฤษฎีสะกิดถูกวิจารณ์ในประเด็นเรื่องความรับผิดชอบและความโปร่งใสของการสะกิด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อนำแนวคิดพ่อปกครองลูกแบบเสรีนิยมแต่กลับละเมิดสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคล ภายใต้การสร้างทางเลือกที่กำหนดไว้ทำให้ผู้คนไม่สามารถเลือกทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้ เพราะตัวเลือกเหล่านั้น ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อผลักดันให้ผู้คนเลือกในสิ่งที่ถูกเลือกไว้ให้ตั้งแต่แรกแล้ว และทางเลือกที่สร้างขึ้นมานั้น อาจทำให้ผู้คนได้รับความเสียหายจากการเลือกไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง การออกแบบทางเลือกนั้นอาจจะไม่ได้ผลดีมากนัก หากผู้คนถูกจำกัดสิทธิในการเลือกจากบุคคลที่มีอำนาจทางสังคม โดยแนวความคิดของทฤษฎีสะกิดเป็นสิ่งที่ทุกคนสามารถเข้าใจได้ง่าย แต่การที่จะนำแนวคิดนี้ไปประยุกต์ใช้ยังเป็นที่ยังเป็นที่สับสนกับคนหมู่มาก ยกตัวอย่าง Thaler และ Sunstein ได้เสนอวิธีสะกิดบนเว็บไซต์ Sticck.com เพื่อต้องการช่วยเหลือผู้คนที่ให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมีวิธีการในการตั้งเงื่อนไขแบบใช้เงิน ซึ่งผู้เข้าร่วมต้องวางเงินเดิมพันจำนวนหนึ่งและตกลงว่าจะทำให้ได้ตามเป้าหมายภายในวันที่กำหนด เช่น การเลิกบุหรี่ หรือการเลิกดื่มเหล้าหรือแม้แต่การกระตุ้นให้ตัวเองออกกำลังกาย หากทำสำเร็จก็จะได้รับเงินคืน แต่ถ้าไม่สำเร็จเงินก็จะถูกนำไปบริจาค ซึ่งดูเหมือนว่า

การใช้แรงจูงใจที่มีตัวเงินเข้ามาเกี่ยวข้องจะทำให้ผู้คนเกิดการตัดสินใจเลือกกระทำได้อย่างมีเหตุผลมากขึ้น แต่โดยปกติแล้วมนุษย์มักจะมีอคติกับตัวเองตลอดเวลา ในการเลือกที่จะทำหรือเลือกที่จะไม่ทำ ในกรณีที่มิปัจจัยทางด้านเงินเข้ามาร่วมด้วย ทำให้มนุษย์ต้องการที่จะรักษาเงินนั้นไว้ให้ได้ ซึ่งก็จะเกิดทางเลือกเดียวเท่านั้น คือต้องทำ ดังนั้น การใช้เงินเป็นแรงจูงใจอาจไม่ได้เป็นแนวความคิดของการสะกดเนื่องจากไม่มีตัวเลือกใด ๆ เกิดขึ้น ทั้งนี้ การมีทางเลือกที่มากเกินไป บางครั้งก็อาจส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจได้ไม่ดีเท่าที่ควรและอาจนำไปสู่ความสับสนจนเลือกไม่ได้ บางทีการจำกัดการเลือก อาจจะเป็นตัวเลือกที่ดีกว่าเพราะจะช่วยลดความซับซ้อนจากการตัดสินใจเลือก แต่ว่าอะไรคือจุดที่เหมาะสมอย่างแท้จริง ว่าเราควรจะต้องส่งเสริม สนับสนุนปัจจัยหรือลด กำจัดปัจจัยบางอย่างเพื่อให้ได้ทางเลือกที่เหมาะสม ทั้งหมดนี้ยังคงเป็นประเด็นที่โต้แย้งกันอยู่ ว่าการที่ให้ทางเลือกที่จำนวนหลายทางเลือกหรือการจำกัดทางเลือก สิ่งไหนเป็นสิ่งที่ดีกว่ากัน และยังไม่สามารถหาข้อสรุปได้

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่า ทฤษฎีสะกด ภายใต้การสร้างทางเลือกที่กำหนดไว้ทำให้ผู้คนไม่สามารถเลือกทำในสิ่งที่ตนเองต้องการได้ และทางเลือกที่สร้างขึ้นมานั้น อาจทำให้ผู้คนได้รับความเสียหายจากการเลือกไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง การออกแบบทางเลือกนั้นอาจจะได้ผลดีมานัก หากผู้คนถูกจำกัดสิทธิในการเลือกจากบุคคลที่มีอำนาจทางสังคมรวมไปถึงการมีทางเลือกที่มากเกินไปบางครั้งก็อาจส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจได้ไม่ดีเท่าที่ควรและอาจนำไปสู่ความสับสนจนเลือกไม่ได้

2.2 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร

2.2.1 ความหมายของการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นกระบวนการในการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีสาระสำคัญที่ผู้สื่อสารทำหน้าที่เป็นทั้งผู้รับและผู้ส่งสาร แต่ไม่อาจจะบอกว่าได้ว่าการสื่อสารเริ่มต้นและสิ้นสุดที่จุดใด เพราะถือว่าการสื่อสารมีลักษณะเป็นวงกลมและไม่มีที่สิ้นสุด และได้มีผู้ให้ความหมายเรื่องนี้ไว้อีกหลายความหมาย เช่น โรเจอร์ (Rogers, 1976) ให้ความหมายไว้ว่า การติดต่อสื่อสารเป็นการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ความรู้สึกความคิด หรือการกระทำต่าง ๆ โดยมีเจตนาที่จะเปลี่ยนความรู้ ความเข้าใจ พฤติกรรมและทัศนคติที่แสดงออกโดยเปิดเผย นอกจากนั้น

แบลโลว์กิลสัน และโอดิออร์น (Ballow, Gilson and Odiorne, 1962) ได้กล่าวว่า การสื่อสารในองค์การ หมายถึง การแลกเปลี่ยนคำพูด สัญลักษณ์ ตัวอักษรเพื่อเป็นการส่งผ่านข่าวสารที่ต้องการให้ทราบถึงนโยบายและคำสั่ง เพื่อนำไปปฏิบัติพร้อมกับรับฟังข้อเสนอแนะและความคิดเห็นต่าง ๆ กลับมา เพื่อให้เข้าใจความหมายและสื่อสารกันได้

ชแรมม์ (Schramm, 1973) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นซ้ำกันไปเรื่อย ๆ หรือที่เรียกว่าเป็นวงจรในการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างบุคคล โดยจะเริ่มตั้งแต่การแปลความหมายไปจนถึงการส่งต่อข้อมูลซึ่งกันและกัน จนกว่าทั้งสองฝ่ายจะเข้าใจซึ่งกัน และกะนั้น อาจ

สรุปได้ว่า คำจำกัดความของการสื่อสารอย่างใดอย่างหนึ่งอาจนำไปใช้ไม่ได้กับพฤติกรรม การสื่อสารทุกรูปแบบเพราะบางในบางครั้งความหมายของการสื่อสารยังกว้างมากโดยแต่ละคำจำกัดความมักจะมีวัตถุประสงค์ในการใช้ที่แตกต่างกันจึงทำให้เมื่อนำไปใช้ต้องพิจารณาและเลือกใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์และลักษณะการสื่อสารเป็นเรื่อง ๆ ไป ดังนั้น การสื่อสารจึงมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการอันได้แก่ ผู้ส่งสาร (Sender) ผู้รับสาร (Receiver) และตัวสาร (Message) เมื่อนำมารวมกันจึงเรียกว่าเป็นการสื่อสารอย่างไรก็ตาม องค์การไม่ว่าจะขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ ประสิทธิภาพในการสื่อสารจะช่วยให้การปฏิบัติงานและการดำเนินงานไปตามแผนและบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้โดยไม่มีอุปสรรค ด้วยขอบเขตของการสื่อสารในองค์การจะต่างกับการสื่อสารในแบบอื่น ๆ ที่เคยทราบกันมาคือ จะต่างกับคำว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งมีความหมายจำกัดเฉพาะการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลที่จะมุ่งเน้นหนักไปในทางส่วนตัวเสียมากกว่า นอกจากนี้ การสื่อสารขององค์การยังต่างจากคำว่า การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) ที่เกี่ยวกับการสื่อสารในวงกว้างของสังคมหรือที่มุ่งเน้นเข้าสู่มวลชนเป็นสำคัญอีกด้วย

จากข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสาร หมายถึง การติดต่อสื่อสารเป็นการถ่ายทอด แลกเปลี่ยนข้อเท็จจริงความรู้สึกความคิด หรือการกระทำต่าง ๆ โดยมีเจตนาที่จะเปลี่ยนความรู้ ความเข้าใจ พฤติกรรมและทัศนคติที่แสดงออกโดยเปิดเผย โดยผ่านคำพูด สัญลักษณ์ ตัวอักษร เพื่อให้เข้าใจความหมายและสื่อสารกันได้

2.2.2 ลักษณะของการสื่อสารในองค์การ

ลักษณะการสื่อสาร หมายถึงการสื่อข้อความระหว่างบุคคลทั้งในและนอกหน่วยงานเพื่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างองค์การและบุคคลภายนอกและให้ได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อองค์การ (สมยศ นาวิการ 2544) เพราะจะทำให้ช่วยตัดสินใจในการดำเนินการเรื่องต่าง ๆ และยังทำให้ทราบถึงที่มาและจุดมุ่งหมายของข้อมูลรวมถึงลักษณะการไหลเวียนของข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งว่าจะเกิดผลอย่างไรและการให้ความสำคัญของข้อมูลข่าวสารแต่ละประเภทขององค์การเป็นอย่างไรโดยแบ่งลักษณะการสื่อสารในองค์การเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

- 1) การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารโดยมีผู้ส่งสารและผู้รับสารตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยมีผู้ส่งสารและผู้รับสารจะสลับบทบาทกัน โดยการสื่อสารประเภทนี้อาจใช้ในสถานการณ์เมื่อมนุษย์ต้องอยู่ร่วมกันเป็นสังคมทั่วไป เช่น การทักทายหรือพูดคุยกับคนที่พบบนรถประจำทางและคุยเรื่องดินฟ้าอากาศ เรื่องที่นำมาสื่อสารกันก็อาจเป็นเรื่องส่วนตัวหรือเรื่องงาน โดยการสื่อสารประเภทนี้มักจะเป็นการสนทนาทั้งแบบเห็นหน้าและไม่เห็นหน้า เช่น การพูดคุยทางโทรศัพท์ การโต้ตอบผ่านคอมพิวเตอร์หรือการส่งจดหมาย

2) การสื่อสารกลุ่ม เป็นการสื่อสารที่มีผู้สื่อสารหลายคนหรือมากกว่า 2 คน เช่น ในฝ่ายต่างประเทศขององค์การนี้มีการประชุมพนักงานทุกเดือนเพื่อปรึกษาเรื่องการทำงาน เมื่อมีงานประชุมระหว่างประเทศฝ่ายนี้ต้องประชุมกันบ่อยขึ้นเพื่อเตรียมการจัดการประชุม ซึ่งจะทำให้ทุกคนสามารถเสนอแนวคิดและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเรื่องการทำงานที่แต่ละคนได้รับผิดชอบ การพูดคุยในที่ประชุมจึงเป็นการสื่อสารกลุ่มที่มีลักษณะที่เป็นทางการอย่างไรก็ตาม บางครั้งเราอาจใช้การสื่อสารกลุ่มพูดคุยเรื่องที่ไม่เป็นทางการได้ด้วย

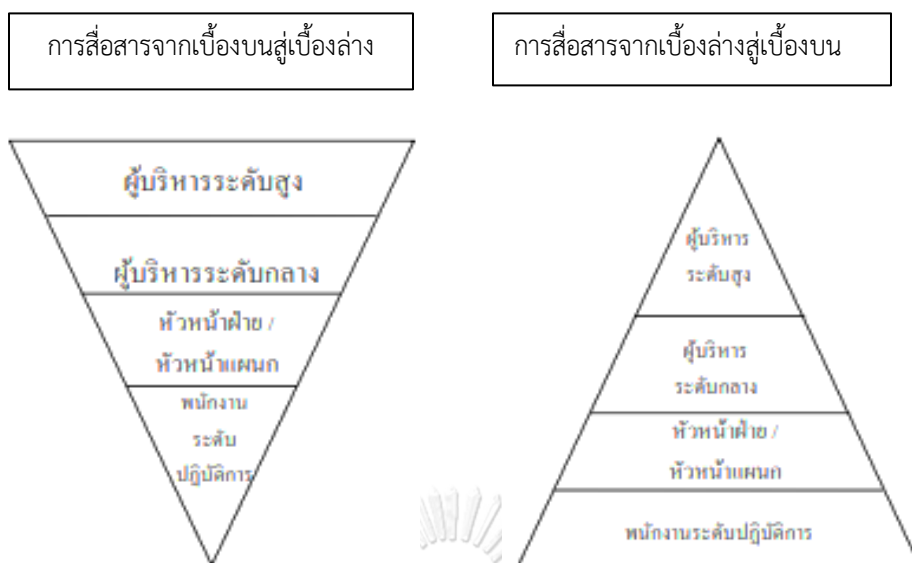
3) การสื่อสารสาธารณะ หมายถึง การสื่อสารระหว่างองค์การกับหน่วยงานภายนอก เช่น องค์การได้ร่วมงานกับสื่อมวลชน หรือองค์การได้ติดต่อประสานงานกับบุคคลภายนอก เช่น ผู้บริหารขององค์การสื่อสารกับประชาชนภายนอกเรื่องการให้บริการด้านคุณภาพการสื่อสารที่ดี ดังนั้น การสื่อสารระหว่างบุคคลการสื่อสารกลุ่ม หรือการสื่อสารสาธารณะ จึงมีความสำคัญต่อองค์การเพราะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การไหลเวียนของข่าวสารเกิดขึ้นเมื่อมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารขึ้น

จากข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ลักษณะการสื่อสาร หมายถึง การสื่อข้อความระหว่างบุคคลทั้งในและนอกหน่วยงานเพื่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างองค์การและบุคคลภายนอกและให้ได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อองค์การ แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) การสื่อสารระหว่างบุคคล 2) การสื่อสารกลุ่ม และ 3) การสื่อสารสาธารณะ

2.2.3 ลักษณะการไหลเวียนของข่าวสารในองค์การ

หลายแนวคิดได้กล่าวถึงทิศทางการไหลเวียนของข่าวสารในองค์การว่ามีอยู่ 4 ลักษณะได้แก่ การสื่อสารแนวตั้งการสื่อสารแนวตั้งการสื่อสารแนวนอน และการสื่อสารแนวไขว้ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงลักษณะการสื่อสารในองค์การโดยแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือการสื่อสารแนวตั้งการสื่อสารแนวนอน และการสื่อสารแนวไขว้ดังรายละเอียด ดังนี้

1) การสื่อสารแนวตั้ง (Vertical Communication) หมายถึง การสื่อสารที่ไหลเวียนจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยการไหลมีระดับและลำดับเพื่อไม่ให้ไหลไปตามแนวนอนแบบเสมอกัน การไหลลักษณะนี้แบ่งออกเป็น 2 อย่าง คือ การไหลจากเบื้องบนสู่เบื้องล่าง และการไหลจากเบื้องล่างขึ้นสู่เบื้องบน (จันทิมาแก้วเขียว 2543) ดังภาพต่อไปนี้



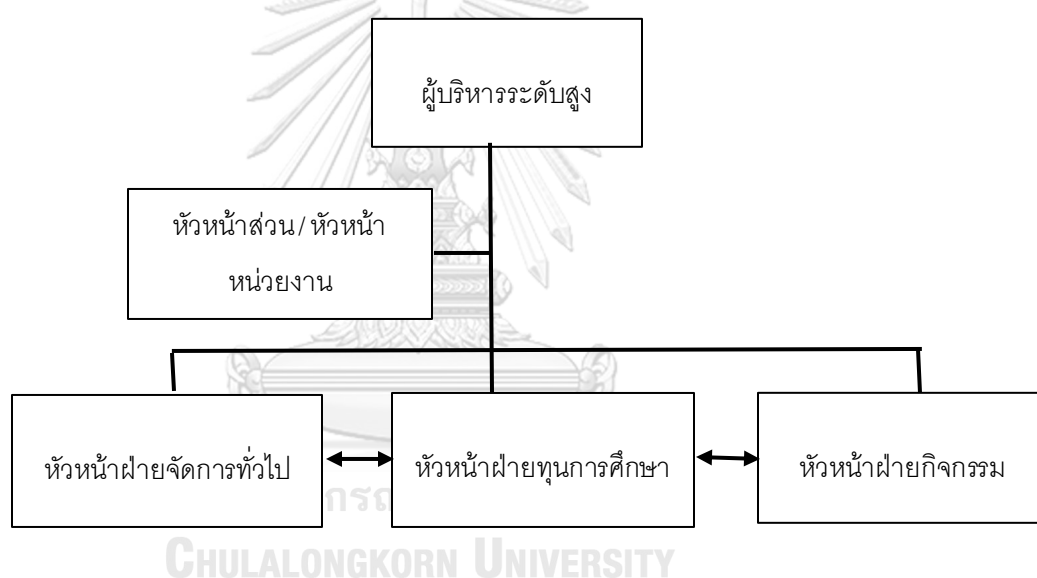
ภาพที่ 2.2 การไหลเวียนสารจากเบื้องบนสู่เบื้องล่างและจากเบื้องล่างสู่เบื้องบน
ที่มา : (จันทิมา แก้วเขียว, 2543)

1.1) การสื่อสารเพื่อให้ข่าวสารไหลจากเบื้องบนลงสู่เบื้องล่าง (Downward Communication) หมายถึง ข่าวสารที่ส่งมาจากผู้บังคับบัญชาสู่ผู้ใต้บังคับบัญชา เช่น ผู้บริหารส่งข่าวสารมาสู่บุคลากรหรือพนักงานในระดับรองลงไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการทำงานอย่างเป็นระบบ เช่น ผู้ปฏิบัติงานจะทราบว่าตนจะรับคำสั่งจากใครและต้องปฏิบัติงานอย่างไรและงานที่ตนปฏิบัติเกี่ยวข้องกับแผนกอื่นใดในองค์กรบ้าง ซึ่งองค์กรส่วนใหญ่ใช้วิธีการสื่อสารผ่านไปยังพนักงานระดับต่ำกว่า และมักปรากฏในรูปแบบของการประชุม การสั่งการผ่านเอกสาร รวมทั้งการหารือแบบส่วนตัว เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การไหลเวียนของข่าวสารจากบนลงสู่ด้านล่างนี้ก็ไม่ได้เกิดผลดีในบางโอกาส เช่น ในกรณีที่มีการขัดแย้งขึ้นภายในองค์กร ด้วยเหตุนี้องค์กรจึงพยายามให้การไหลเวียนของข่าวสารเป็นแบบระนาบเดียวกัน วิธีการทำให้เกิดสิ่งนี้ คือ การใช้พนักงานที่ไว้ใจได้ที่อยู่ในระดับรองลงไปจากผู้บริหารแต่ไม่ห่างจากพนักงานทั่วไปเป็นตัวแทนพูดคุย หรือไกล่เกลี่ยความขัดแย้ง

1.2) การสื่อสารเพื่อให้ข่าวสารไหลจากเบื้องล่างสู่เบื้องบน (Upward Communication) หมายถึง เป็นการสื่อสารจากระดับต่ำไปยังระดับสูง พนักงานสื่อสารไปยังพนักงานที่อยู่ตำแหน่งสูงกว่าผู้ใต้บังคับบัญชาจะเป็นคนส่งข้อมูลไปยังผู้บังคับบัญชา การสื่อสารประเภทนี้จึงไม่เหมือนกับการสื่อสารประเภทแรกที่กำลังกล่าวมา โดยวัตถุประสงค์ของการสื่อสารในลักษณะนี้ คือ พนักงานระดับปฏิบัติการอาจจะต้องการข้อมูลบางอย่าง เช่น แนวทางการทำงานที่ถูกต้อง หรือพนักงานในระดับต่ำกว่าอาจมีความคิดที่ดีหรือข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร และเห็นว่าสมควรสื่อสารไปยังผู้บริหารขององค์กรในระดับ สูงขึ้น ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้มัก

ปรากฏในรูปแบบของรายงานการปฏิบัติงาน การแจ้งอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน การให้ข้อเสนอแนะ การปรึกษาหารือ และยิ่งรวมถึงการร้องทุกข์ด้วย ดังนั้น จะเห็นการสื่อสารนี้ในลักษณะที่เป็นรูปแบบของการประชุมร่วมกันซึ่งอาจเป็นการบ่นมากกว่าความตั้งใจในการแก้ปัญหาจากการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ องค์การควรตระหนักว่าบางครั้งผู้ใต้บังคับบัญชาอาจไม่กล้าเปิดเผยข้อมูลทุกอย่างเพราะเกรงว่าจะมีผลต่อการขึ้นเงินเดือนหรือเลื่อนตำแหน่ง ดังนั้น ผู้ใต้บังคับบัญชาอาจเลือกที่จะปกปิดปัญหาต่าง ๆ ไว้เป็นความลับนั่นเอง

2. การสื่อสารตามแนวนอน (Horizontal Communication) หรือ การไหลเวียนในระนาบเดียวกัน เป็นการสื่อสารข้ามสายงาน การสื่อสารลักษณะนี้มักเกิดขึ้นระหว่างพนักงานในระดับเดียวกัน สื่อสารจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง ดังภาพต่อไปนี้



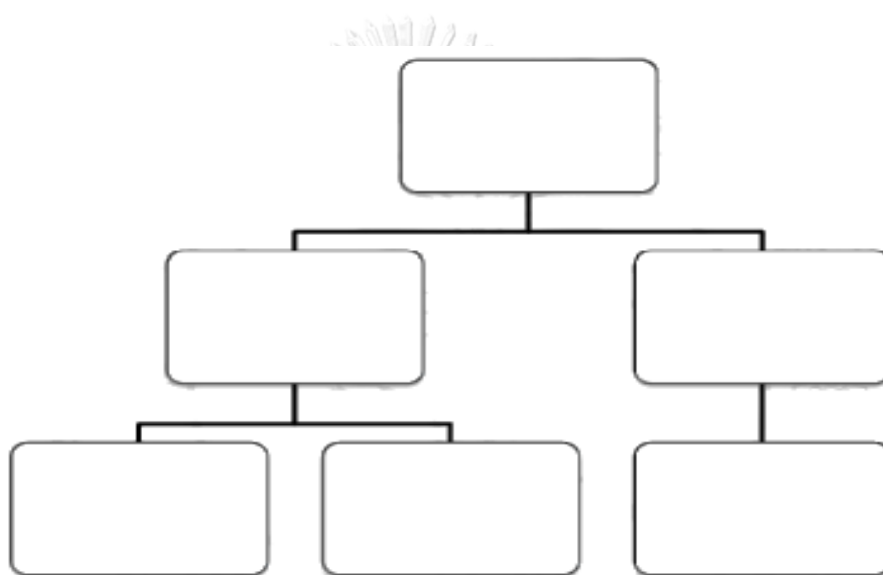
ภาพที่ 2.3 การไหลเวียนสารตามแนวนอน (Horizontal Communication)

ที่มา : (จันทิมา แก้วเขียว, 2543)

การสื่อสารลักษณะนี้มีวัตถุประสงค์ คือ เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน การให้ความคิดเห็นระหว่างพนักงานด้วยกัน การสื่อสารลักษณะนี้จะไม่เป็นไปตามสายงานการบังคับบัญชา เช่น การให้ข้อมูลจากหัวหน้าฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง หรือการร่วมกันหาแนวทางในการพัฒนาการทำงานระหว่างฝ่ายต่าง ๆ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและการทำงานด้วยกันของฝ่ายต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ โดยวิธีการสื่อสารตามแนวนอนนี้มักใช้การประชุมกลุ่มร่วมกัน การเขียนและส่งหนังสือเวียนและการส่งบันทึกโต้ตอบ การสื่อสารตามแนวนอนซึ่งจัดว่าธรรมดาและ

มักจะเกิดขึ้นง่าย เช่น การสื่อสารระหว่างบุคคล(Interpersonal Communication) เพราะการสื่อสารนี้อาจเกิดขึ้นแบบไม่เป็นทางการ เช่น การพูดคุยในระหว่างเวลาพักรับประทานอาหารร่วมกัน หรือการพูดคุยเมื่อบังเอิญพบปะกัน ณ จุดใดจุดหนึ่งในองค์กร แต่การสื่อสารในลักษณะนี้ก็มีข้อพึงระวังคือ อาจสร้างความไม่ไว้วางใจในกลุ่มพนักงานระดับเดียวกัน เพราะเกรงว่าจะกระทบต่อประโยชน์ที่เขาจะได้รับ เช่น การขึ้นเงินเดือน หรือการเลื่อนตำแหน่ง เขาจึงปกปิดข้อมูลบางอย่างไว้

3.การสื่อสารแบบไขว้ (Cross channel Communication) หมายถึง การสื่อสารระหว่างต่างสายงาน เช่น พนักงานของแผนกหนึ่งติดต่อเรื่องงานกับพนักงานอีกแผนกหนึ่งหรือหัวหน้างานของแผนกหนึ่ง ได้ติดต่อเรื่องงานกับพนักงานระดับปฏิบัติการของอีกแผนกหนึ่ง ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.4 การไหลเวียนสารตามแบบไขว้ (Cross channel Communication)

ที่มา : (จันทิมา แก้วเขียว, 2543)

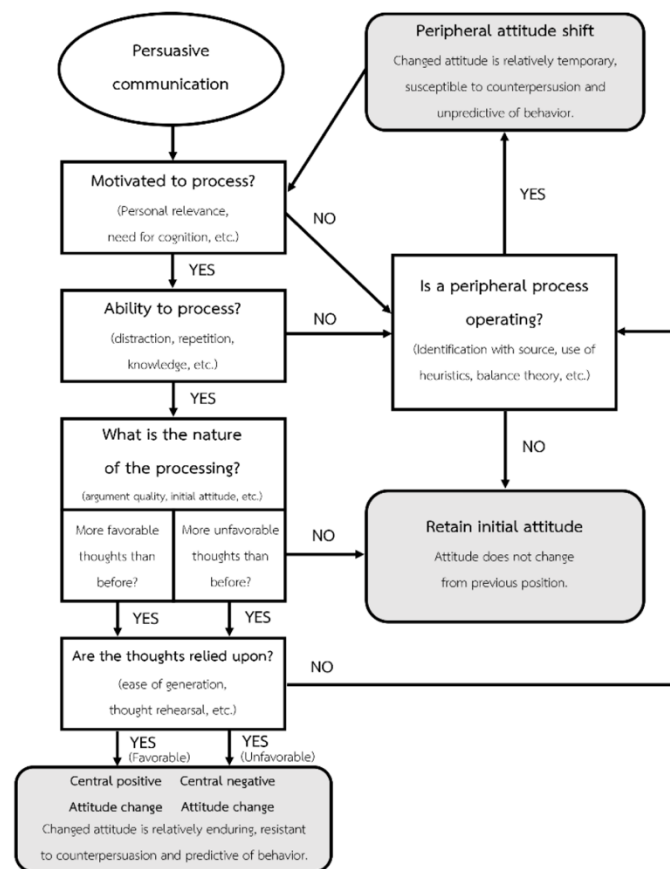
การสื่อสารลักษณะนี้เกิดขึ้นเพราะพนักงานในส่วนต่าง ๆ จะต้องติดต่อประสานงานและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ในการทำงาน เช่น เมื่อองค์กรมีนโยบายให้พนักงานทุกคนทราบถึงเรื่องการรักษาผลประโยชน์และสวัสดิการต่าง ๆ ของพนักงาน ผู้บริหารจึงมอบหมายให้แผนกทรัพยากรบุคคลจัดประชุมขึ้น ดังนั้น พนักงานของฝ่ายทรัพยากรบุคคลจะต้องประสานงานกับหัวหน้าแผนกต่าง ๆ เพื่อให้ทราบรายละเอียดและข้อมูลในการประชุม เป็นต้น บางครั้งการสื่อสารแนวไขว้จึงไม่เป็นทางการเพราะมักจะอาศัยความสัมพันธ์ที่รู้จักคุ้นเคยกันมากกว่า ซึ่งสมาชิกจะติดต่อกันด้วยวาจา เช่น การแจ้งวันประชุม การส่งบันทึกแจ้งวัน เวลาและสถานที่ของการประชุม จะเห็นได้ว่า ส่วน

ใหญ่จะเป็นเรื่องแจ้งเพื่อทราบซึ่งต้องใช้การระดมสมองการตัดสินใจร่วมกันอย่างไรก็ตาม ยังมีข้อพึงระวัง คือ ต้องรายงานให้ผู้บริหารและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทราบด้วย

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่า ช่องทางการสื่อสารจะเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างผู้บริหารกับพนักงานในการปฏิบัติงาน เพราะถ้าหากช่องทางการสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพจะทให้เกิดอุปสรรคและส่งผลให้การสื่อสารนั้นด้อยประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้บริหารจะต้องเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสมและต้องคำนึงถึงเรื่องคุณลักษณะขั้นพื้นฐานและความสามารถในการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคลด้วย นอกจากนี้ควรจะนำช่องทางการสื่อสารมาใช้ร่วมกันหลาย ๆ ประเภทเพื่อให้ได้ผลมากที่สุด โดยเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารตามลักษณะและจุดมุ่งหมายของเรื่องที่ต้องการจะสื่อไปยังอย่างรอบคอบ

การสื่อสารเปลี่ยนทัศนคติ

ด้านทัศนคติผู้บริโภค (Petty, 1983) ได้กล่าวถึง แบบจำลองความน่าจะเป็นในการคิดไตร่ตรอง (Elaboration Likelihood Model : ELM) ว่า การคิดแบบไตร่ตรอง หมายถึง การใช้ระดับความคิดของบุคคลที่มีต่อข้อมูลเนื้อหาที่ได้รับ ต้องการโน้มน้าวให้บุคคลมีการเปลี่ยนทัศนคติ โดยทำให้บุคคลนั้นได้เกิดการคิดไตร่ตรองเกี่ยวกับข้อมูล โดยปกติเมื่อบุคคลได้รับข้อมูลข่าวสารจะมีการประมวลผลข้อมูลที่ได้รับมาผ่านเส้นทาง 2 เส้นทาง คือ เส้นทางสายหลัก (Central route) และเส้นทางสายรอง (Peripheral route) การประมวลผลข้อมูลผ่านเส้นทางสายหลักนี้ จะเกิดขึ้นได้เมื่อบุคคลนั้นมีแรงจูงใจ (Motivation) และความสามารถ (Ability) ในการประมวลผลข้อมูล โดยบุคคลจะมีแรงจูงใจในการประมวลผลข้อมูล เนื่องจากข้อมูลนั้นมีความเกี่ยวข้องกับตนเองสูง และหากบุคคลนั้นไม่มีแรงจูงใจ และความสามารถที่จะประมวลผลข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับ บุคคลนั้นก็จะประมวลผลข้อมูลผ่านเส้นทางสายรองแทน ซึ่งการประมวลผลข้อมูลผ่านเส้นทางสายรองนั้นบุคคลจะมีการประมวลผลข้อมูลด้วยความรวดเร็ว อาจกล่าวได้ว่าไม่เกิดการคิดไตร่ตรอง แต่จะอาศัยสิ่งชี้แนะ บริบท (Cues) อื่น ๆ เป็นเครื่องมือในการตอบสนองต่อข้อมูลนั้น เช่น สิ่งชี้แนะที่มาจากสถานการณ์แวดล้อม เป็นต้น



ภาพที่ 2.5 แบบจำลองความน่าจะเป็นในการคิดไตร่ตรอง (Elaboration Likelihood Model : ELM)

(ที่มา: https://sk.sagepub.com/reference/hdbk_socialpsychtheories1/n12.xml)

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่า การคิดแบบไตร่ตรอง หมายถึง การใช้ระดับความคิดของบุคคลที่มีต่อข้อมูลเนื้อหาที่ได้รับ ต้องการโน้มน้าวให้บุคคลมีการเปลี่ยนทัศนคติ โดยทำให้บุคคลนั้นได้เกิดการคิดไตร่ตรองเกี่ยวกับข้อมูล โดยปกติเมื่อบุคคลได้รับข้อมูลข่าวสารจะมีการประมวลผลข้อมูลที่ได้รับมาผ่านเส้นทาง 2 เส้นทาง คือ เส้นทางสายหลัก และเส้นทางสายรอง

2.3 แนวคิดและทฤษฎี Health Risk Communication

โรธร์มานน์ (Rohrmann, 1999) ได้เสนอกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารความเสี่ยง โดยได้อธิบายว่า แนวคิดนี้เป็นกระบวนการด้านจิตสังคม (Socio - Psychological Process) กระบวนการนี้ประกอบด้วย การรับรู้ความเสี่ยง (Risk Perception) เจตคติต่อความเสี่ยง (Risk Attitudes) การสื่อสารความเสี่ยง (Risk Communication) และการจัดการความเสี่ยง (Risk Management) โดยได้อธิบายว่าการสื่อสารความเสี่ยงเป็นกระบวนการทางสังคม (Social Process) ที่ประชาชนจะได้รับ

ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งคุกคามต่างๆ อันจะส่งผลกระทบต่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการเข้ามามีส่วนร่วมตัดสินใจกับประเด็นความเสี่ยงนั้น และได้เสนอว่าการสื่อสารความเสี่ยงที่มีประสิทธิผลจะต้องเกิดจากความเข้าใจที่ถูกต้อง เกี่ยวกับความรู้และเจตคติต่อความเสี่ยงนั้น โรธส์มานน์ ได้ระบุปัจจัยที่เฉพาะเจาะจงในการบ่งบอกถึงความสำเร็จของการสื่อสารความเสี่ยง ได้แก่ ผู้ส่งสาร (Conveying Authority) ผู้รับสาร (Receiving Audience) และข้อความ (Context or Message) ซึ่งโดยปกติองค์ประกอบทั้งสามนี้มีความสัมพันธ์และสอดคล้องกันในการอธิบายว่าประชาชนเผชิญหน้ากับสิ่งคุกคามอย่างไร ประชาชนมีการสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเสี่ยงอย่างไร ประชาชนมีการประเมินข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงอย่างไรการยอมรับในข้อมูลใดที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงแล้วมีผลต่อการรับรู้ความเสี่ยง การประเมินผลและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพของประชาชน

2.3.1 กระบวนการสื่อสารความเสี่ยง (Process of risk communication)

การสื่อสารความเสี่ยงเป็นกระบวนการที่ขับเคลื่อนด้วยวิทยาศาสตร์ สังคมและศิลปะในการส่งสารออกไปสู่สาธารณชน ดังนั้น การทำงานจึงเกี่ยวข้องกับข้อมูลจำนวนมากเพื่ออธิบายถึงลักษณะของสิ่งคุกคามความเสี่ยงและปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ความสนใจของผู้รับสารความเชื่อของท้องถิ่น ศาสนา ประสบการณ์ในอดีต เพื่อสามารถเข้าใจได้ถึงระดับความกังวล ความคิดเห็นหรือพฤติกรรมของผู้ที่มีความเสี่ยงต่อการได้รับผลกระทบ จากสิ่งคุกคาม นอกจากนี้ ยังรวมความถึงกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยง นับได้ว่าเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ประชาชนเข้าใจในความเสี่ยงที่ตนกำลังเผชิญดีขึ้นและมีความเป็นไปได้ที่จะสามารถตัดสินใจเลือกมาตรการในการบรรเทาปัญหาที่เหมาะสมที่สุด การนำแนวคิดการสื่อสารความเสี่ยงมาเป็นตัวเชื่อมหรือลดช่องว่างของความไม่เข้าใจในระดับต่าง ๆ ทำให้มีการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้เพิ่มขึ้น เพื่อค้นหาคำตอบสำหรับสิ่งที่ต้องการรู้และเกิดโครงการต่าง ๆ จากการประยุกต์ใช้ข้อมูลที่มีอยู่เพื่อแก้ไขปัญหา อีกทั้งเกิดการบูรณาการความรู้และความร่วมมือจากบุคคลต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง อาทิ นักวิเคราะห์ความเสี่ยง นักวิทยาศาสตร์ นักสังคมศาสตร์ นักเศรษฐศาสตร์หรือแม้กระทั่งนักปรัชญา สิ่งคุกคามที่ทราบหรือที่สงสัยว่าอาจจะมีผลอันไม่พึงประสงค์ต่อสุขภาพสิ่งคุกคาม (Hazard) คือ เหตุการณ์หรือสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติหรือจากการกระทำของมนุษย์ซึ่งมีศักยภาพในการก่อให้เกิดการสูญเสีย บาดเจ็บเจ็บป่วยหรืออันตรายถึงขั้นเสียชีวิต การรับรู้ว่ามีสิ่งคุกคามและอาจมีการได้รับสัมผัสการรับรู้ถึงความเสี่ยงมีการประเมินความเสี่ยง การประเมินความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยงด้านสุขภาพ จึงถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างแนวทางเลือกในการตัดสินใจ ในการจัดการปัญหาด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมหรือสิ่งคุกคามสุขภาพของประชากร (Health hazards) เนื่องจากการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ เหล่านี้จำเป็นต้องมีความเข้าใจลักษณะและธรรมชาติขององค์ประกอบความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม ความรู้เกี่ยวกับ “สิ่งคุกคาม” และ “ความเสี่ยง” ในประชากรต่างกลุ่มนั้น ยังไม่เท่ากัน

อันเป็นที่มาของข้อขัดแย้งที่มักเกิดขึ้นเสมอ เนื่องจากความแตกต่างในแนวคิดของการดำเนินการซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) แนวคิดตามหลักวิชาการหรือวิทยาศาสตร์ (Technical rationality) และ 2) แนวคิดตามหลักทางสังคมศาสตร์ (Cultural rationality) ความเข้าใจที่ไม่ตรงกันในเรื่องของการประเมินความเสี่ยง ระหว่างผู้เชี่ยวชาญและประชาชนทั่วไปทำให้เกิดช่องว่างอันเป็นสาเหตุที่ทำให้ทั้งสองฝ่ายมีความขัดแย้งและยากต่อการทำความเข้าใจ ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอยู่บ่อยครั้งแสดงให้เห็นที่มาของความขัดแย้งระหว่างผู้ประเมินความเสี่ยงและประชาชนทั่วไป การสื่อสารความเสี่ยงจึงเป็น ที่สนใจและถูกคาดหวังว่าจะมาทำหน้าที่ประสานทั้งสองฝ่าย ให้สามารถเดินไปด้วยกันได้ดีในระดับหนึ่งไม่เกิดความขัดแย้งในระยะยาว ความแตกต่างระหว่างการสื่อสารความเสี่ยงและการสื่อสารทั่วไป (นันทิกา สุนทรไชยกุล, 2552; Rohrman, 2008)

นันทิกา สุนทรไชยกุล (2552) เสนอว่า การสื่อสารความเสี่ยง สามารถอธิบาย ด้วย 3 ภารกิจหลัก ดังนี้

1. การสื่อสารความเสี่ยงทำหน้าที่ให้ข้อมูล (Informing) เพื่อให้ประชาชนมีความตระหนักเกี่ยวกับอันตรายของสิ่งคุกคามและเกิดความรู้ความเข้าใจในข้อมูลชัดเจนยิ่งขึ้น ในขณะเดียวกันสำหรับประชาชนที่ตื่นตระหนกเกินกว่าความเป็นจริง การสื่อสารความเสี่ยงจะช่วยให้กลุ่มนี้เข้าใจได้อย่างถูกต้องตามความเป็นจริงและนำไปสู่การสร้างแนวปฏิบัติที่ถูกต้องได้ต่อไป

2. การสื่อสารความเสี่ยงทำหน้าที่สร้างแรงจูงใจและโน้มน้าว (Persuading) เพื่อสามารถเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของประชาชน ที่ไม่ตระหนักหรือไม่รู้ถึงอันตรายของสิ่งคุกคาม ให้มีความเข้าใจและสามารถปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนดได้อย่างเหมาะสม

3. การสื่อสารความเสี่ยงทำหน้าที่ให้คำปรึกษา (Consulting) เพื่อให้เกิดการปรึกษาหารือหรือการมีส่วนร่วม

จากข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารความเสี่ยงเป็นกระบวนการที่ขับเคลื่อนด้วยวิทยาศาสตร์ สังคมและศิลปะในการส่งสารออกไปสู่สาธารณะชนประกอบด้วย 3 ภารกิจหลัก ได้แก่

1. การสื่อสารความเสี่ยงทำหน้าที่ให้ข้อมูล 2. การสื่อสารความเสี่ยงทำหน้าที่สร้างแรงจูงใจและโน้มน้าว 3. การสื่อสารความเสี่ยงทำหน้าที่ให้คำปรึกษา

2.3.2 เป้าประสงค์ของการสื่อสารความเสี่ยง

เป้าหมายของการสื่อสารความเสี่ยง คือ การส่งข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรงด้วยข้อมูลที่มีความหมายใกล้เคียงความเป็นจริงและถูกต้องมากที่สุด แม้ว่าการสื่อสารความเสี่ยงไม่อาจจะแก้ปัญหาได้ในเรื่องของความแตกต่างระหว่างกลุ่มชน แต่ก็สามารถทำให้เข้าใจความแตกต่างได้ดีขึ้น และสามารถขยายผลไปในวงกว้างได้ ซึ่งเป็นผลดีต่อการบริหารความเสี่ยง การสื่อสารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ ต้องดำเนินการตามวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินการที่กำหนดไว้เพื่อให้บรรลุถึง

เป้าหมายที่กำหนดไว้ และคงไว้ซึ่งความเชื่อมั่นและไว้วางใจ (Trust and confidence) ทั้งนี้ ด้วยหลักการนี้ต้องให้ทุกส่วนที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการทำให้ได้มาซึ่งมติที่เป็นเอกฉันท์ ง่ายต่อการตัดสินใจในการเลือกวิธีหรือมาตรการการป้องกันและลดความเสี่ยง (Risk mitigation options) (นันทิกา สุนทรไชยกุล, 2552)

วัตถุประสงค์ของการสื่อสารความเสี่ยง มีดังนี้ การส่งเสริมให้มีความตระหนัก และเข้าใจระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดในประเด็นที่กำลังพิจารณา ตลอดช่วงที่มีการประเมินและการบริหารความเสี่ยง ทำด้วยความสม่ำเสมอและโปร่งใส เมื่อมีการตัดสินใจไม่ว่าระดับนโยบาย หรือโครงการเกิดความเข้าใจอย่างสมเหตุสมผล ปรับปรุงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการประเมินและการบริหารความเสี่ยงนำไปสู่การพัฒนาและสร้างฐานข้อมูล รวมถึงโปรแกรมศึกษา ที่มีประสิทธิภาพ ส่งเสริมให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีความเข้มแข็งและเป็นไปในเชิงบวก เกิดการไหลของความรู้ทัศนคติค่านิยมแนวปฏิบัติและการรับรู้ในระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดต่อสิ่งคุกคามและความเสี่ยง (Infanti et al., 2013)

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่า วัตถุประสงค์ของการสื่อสารความเสี่ยง คือการสร้าง ความตระหนัก และเข้าใจระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด ส่งเสริมให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีความเข้มแข็งและเป็นไปในเชิงบวก เกิดการไหลของความรู้ทัศนคติค่านิยมแนวปฏิบัติและการรับรู้ในระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดต่อสิ่งคุกคามและความเสี่ยง แม้ว่าการสื่อสารความเสี่ยงไม่อาจจะแก้ปัญหาได้ในเรื่องของความแตกต่างระหว่างกลุ่มชน แต่ก็สามารถทำให้เข้าใจความแตกต่างได้ดีขึ้น และสามารถขยายผลไปในวงกว้างได้

2.3.3 องค์ประกอบของการดำเนินการการสื่อสารความเสี่ยง

นันทิกา สุนทรไชยกุล (2552) โซโคล (Sokol, 2003) และโรห์ร์มานน์ (Rohrmann, 2008) ได้เสนอองค์ประกอบของการดำเนินงานสื่อสารความเสี่ยง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสารไว้ดังนี้

1. กำหนดวัตถุประสงค์เบื้องต้น เพื่อระบุประเด็นที่ยากต่อการดำเนินการ ในปัจจัยที่ยังไม่รู้หรือความขัดแย้งในเรื่องที่เกี่ยวกับความเสี่ยง รวมถึงปัญหาของการดำเนินการในภาพรวม เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือความก้าวหน้าของความรู้ ทัศนคติต่อสิ่งคุกคามและมาตรการ การจัดการความเสี่ยง (Risk - taking) ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่สัมพันธ์กับความเสี่ยงของประชาชนต่อการได้รับสัมผัสสิ่งคุกคาม ส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรการในการป้องกัน กระจายแนวทางปฏิบัติที่ทำให้เกิดความร่วมมือและลดภาวะขัดแย้ง อันเนื่องจากการรับรู้ ความเสี่ยงที่ต่างกันเพื่อพัฒนาระบบการจัดการที่เหมาะสมกับการเกิดภาวะวิกฤติต่าง ๆ

2. ระบุสถานการณ์ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ

3. กำหนดข้อความและช่องทางของการสื่อสาร เช่น เอกสาร (รูปแบบต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ) อุปกรณ์สำหรับสอน แสดงวีดิทัศน์ วีดีสาร บริการข้อมูลข่าวสารสาธารณะ เช่น โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์วารสาร อินเทอร์เน็ต การประชุม หรือสัมมนา

4. เลือกเวทีที่จะสามารถดำเนินการสื่อสารความเสี่ยง อาทิ การเผยแพร่ข่าวสารของหน่วยงานของรัฐหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง กฎระเบียบ ข้อกำหนด หรือกฎหมาย การประชุม การทำประชาพิจารณ์ หนังสือเผยแพร่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การให้คำปรึกษาของหน่วยงานทางสาธารณสุขส่วนบุคคล เช่น ครอบครัว

5. ระบุกลุ่มเป้าหมายหรือผู้มีส่วนร่วม เช่น กลุ่มเสี่ยงโดยตรง (Population at risk) โรงงานอุตสาหกรรม บริษัทสถาบันทางการศึกษาหรือทางวิทยาศาสตร์ ประชาชนทั่วไปสื่อสารมวลชน หน่วยงานที่ทำหน้าที่กำกับและดูแล

6. ระดับของข้อมูลการสื่อสารและกระบวนการสื่อสาร การสื่อสารความเสี่ยงนั้น มีอยู่หลายระดับ ตั้งแต่ระดับรายบุคคลถึงชนหมู่มาก ซึ่งจะสัมพันธ์กับลักษณะของความเสี่ยง และโอกาสที่จะเกิดของความเสี่ยงนั้น ๆ การเลือกใช้เครื่องมือในการสื่อสาร ต้องเหมาะกับงานในแต่ละเรื่อง ซึ่งรูปแบบและวิธีปฏิบัติต้องสามารถเข้าใจได้ โปร่งใสและถูกตามหลักตรรกศาสตร์ การดำเนินการต้องคำนึงถึงเวลา ทรัพยากรและงบประมาณที่มีอยู่ การสื่อสารสำหรับกลุ่มชน (Mass communication) จะใช้เวลามากอีกทั้งยังต้องการความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน เช่น ข้อความที่จะนำเสนอต่อสาธารณชนซึ่งจะแตกต่างจากการสื่อสารรายบุคคล ความหลากหลายในการสื่อสาร ทำให้มีการเสนอ เพื่ออธิบายเส้นทางของการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วยหลายขั้นตอน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือที่เป็นทั้งฮาร์ดแวร์ (Hardware เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์) และซอฟต์แวร์ (Software) เช่น โปรแกรมสำเร็จรูป

7. การใช้แบบจำลองของกระบวนการการสื่อสารความเสี่ยง (Risk communication model) การสื่อสารความเสี่ยงมีความสลับซับซ้อนและแตกต่างกันในแต่ละระดับของการสื่อสาร ความสำเร็จของการดำเนินการย่อมจะต้องมาจากแผนงานที่ดีมาก ด้วยประสบการณ์ และวิธีปฏิบัติ ซึ่งเป็นสิ่งที่ยาก เนื่องจากผู้มีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องมักจะมีมุมมองที่แตกต่างกันในการมองปัญหา (เหตุผลทางวิชาการ/เหตุผลตามความเชื่อหรือวัฒนธรรม) อย่างไรก็ตาม เรื่องนี้เป็นสิ่งที่ท้าทาย จึงมีหลายการศึกษาที่พยายามสร้างกรอบแนวคิดและแบบจำลองทางจิตสังคมสำหรับอธิบายโครงสร้างของกระบวนการการสื่อสารความเสี่ยง การสร้างแบบจำลอง (Model) ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ชี้บ่งปัจจัยและตัวแปรที่เกี่ยวข้องทั้งหมด และ 2) สร้างความเชื่อมโยงของปัจจัยและตัวแปรที่เกี่ยวข้องในที่นี้นำเสนอเฉพาะแบบจำลองที่มีการใช้บ่อยในปัจจุบัน

8. สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการสื่อสารความเสี่ยง (Covello & Sandman, 2001)

8.1 ต้องทราบว่าผู้ฟัง คือ ใคร มีแรงจูงใจหรือความคิดเห็นในเรื่องนี้อย่างไร เพื่อที่จะเข้าใจถึงความรู้สึก ข้อวิตกกังวลและสามารถทำงานดำเนินไปถึงเป้าประสงค์ได้ (Know the audience)

8.2 อาศัยความรู้ ความสามารถของผู้เชี่ยวชาญในการอธิบายและแปลผลจากการประเมินความเสี่ยงรวมถึงหลักวิชาการอื่น ๆ (Involve scientific experts)

8.3 ความสำเร็จของการสื่อสารความเสี่ยงขึ้นกับความเชี่ยวชาญในการเผยแพร่ หรือกระจายข้อมูลที่เข้าใจง่ายและสามารถถูกนำไปใช้ได้ ดังนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่บุคคลซึ่งทำหน้าที่ในการสื่อสารความเสี่ยงต้องมีความเข้าใจในเรื่องนั้น ๆ เป็นอย่างดี (Establish expertise in communication)

8.4 ความน่าเชื่อถือของข้อมูล จะทำให้สาธารณชนรับรู้ไปในแนวทางบอก การสื่อสารที่ดีต้องให้ความสำคัญกับประเด็นหรือปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม อย่างน่า ความรู้สึกส่วนตัวมาทำให้ข้อมูลนั้นเกินความเป็นจริงหรือถูกบิดเบือน (Be a credible source of information)

8.5 ความหลากหลายของผู้มีส่วนร่วม ทำให้ต้องมีการกำหนดและกระจาย บทบาทหน้าที่ไปในทุกส่วนของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานของรัฐดูแลในส่วนของข้อกำหนด หรือกฎหมายสื่อมวลชนดูแลในส่วนของรูปแบบการสื่อสาร (Share responsibility)

8.6 ต้องแยกแยะให้ชัดเจนระหว่างความเห็นทางวิทยาศาสตร์ (Facts) และการตัดสินจากความเชื่อและค่านิยม (Values) ที่มีอยู่ (Differentiate between scientific and value judgment)

8.7 ความไว้วางใจและเชื่อมั่นของสาธารณชนนั้น เกิดจากความโปร่งใสของการดำเนินการตั้งแต่ต้น ความโปร่งใสของการดำเนินการ ประกอบด้วย การเปิดเผยของข้อมูลและสามารถตรวจสอบกลับได้จากทุก ๆ ฝ่าย (Assure transparency)

8.8 ปัจจัยที่น่าเข้ามพิจารณาทั้งหมด มีความสัมพันธ์กันอย่างไรในปัจจุบัน เหล่านี้ รวมถึง เทคโนโลยีและวิธีการได้มาซึ่งความหมายของความเสี่ยง (Risk) นอกจากนี้ ควร เปรียบเทียบกับการดำเนินการอื่น ๆ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกันจึงจะสามารถกำหนดเป้าหมายในอนาคตได้ (Put the risk to perspective)

9. กลยุทธ์ของการดำเนินการสื่อสารความเสี่ยง ฮัทชีสัน (Hutcheson, 1999) และ นันทิกา สุนทรไชยกุล (2552) ได้เสนอว่า การสื่อสารความเสี่ยงจะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้น ขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ที่ใช้ว่าเหมาะสมกับลักษณะของประเด็นปัญหาและข้อวิตกกังวลของผู้มีส่วน เกี่ยวข้องหรือไม่ ดังนั้น กลยุทธ์ในการดำเนินการสื่อสารความเสี่ยงควรคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ คือ รวบรวมข้อมูลพื้นฐานทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับคนหรือพื้นที่ที่คาดว่าจะได้รับผล กระทบสิ่งคุกคาม

และความเสี่ยง รวมถึงการรับรู้ความเสี่ยง (Risk perception) สิ่งสำคัญในการเผยแพร่ คือ สิ่งใดและผลการวิเคราะห์ที่ได้มาด้วยวิธีการใดกลุ่มเป้าหมาย คือใคร วิธีการสื่อสารใดที่ทำให้เกิดความโปร่งใสและเข้าใจง่าย ประยุกต์วิธีการต่าง ๆ ที่มีอยู่ในการทำงานกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholder engagement) เพื่อที่สามารถทำความเข้าใจและระบุ ข้อวิตกกังวลของสาธารณชนได้ รวมถึงสามารถตอบสนองให้ตรงประเด็นที่เป็นที่ต้องการมีการติดตามและประเมินผลของผลลัพธ์จากการดำเนินการสื่อสารความเสี่ยงว่ามีประสิทธิผลเพียงใด สิ่งใดควรดำเนินต่อสิ่งใดควรได้รับการปรับเปลี่ยนหรือยุติ

10. อุปสรรคในการสื่อสารความเสี่ยง

อุปสรรคที่สำคัญ คือ ขาดความเชื่อมั่นและไว้วางใจ (Trust and confidence) ความเชื่อมั่นและไว้วางใจเป็นสิ่งสำคัญมาก ในงานของการสื่อสารความเสี่ยง ความไว้วางใจ (Trust) เป็นสิ่งสำคัญซึ่งทำหน้าที่รักษาคุณภาพระหว่างการรับรู้ตามเหตุทางวิทยาศาสตร์ (Facts) กับความกลัว (Fear) อันเนื่องจากขาดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องนั้น ๆ หรือปัจจัยอื่น ๆ ดังที่กล่าวมาแล้ว (Covello & Sandman, 2001) ถ้าบุคคลมีประสบการณ์ที่ดีกับการได้รับความเสี่ยงบุคคลนั้นจะเปลี่ยนความกลัวเป็นความท้าทายที่น่าตื่นเต้นและพร้อมที่จะเผชิญหน้ากับความเสี่ยงนั้น ๆ ในทางกลับกันหากไม่เป็นดังคำกล่าวข้างต้น ความกลัวจะเพิ่มขึ้นแล้วนำไปสู่การปฏิเสธที่จะให้มีเรื่องนั้น ๆ เกิดขึ้นมีหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้องการสร้างควมไว้วางใจ เช่น ความประทับใจในการได้รับข้อมูลหรือแหล่งของข่าวสาร ความเชื่อส่วนบุคคลหรือรับรู้ความเสี่ยงโครงการต่าง ๆ จะดำเนินไปได้ด้วยดีต้องไม่กระทบหรือกระทบน้อยที่สุดต่อวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชน (Automotive behavior routines) ในภาวะวิกฤติวิถีชีวิตที่เคยเป็นอยู่มักถูกรบกวนกระทบและสั่นคลอน (เช่น ต้องอยู่ร่วมกันคนอื่นที่ไม่ใช่บุคคลในครอบครัว) ถ้ามีความเชื่อมั่นและไว้วางใจต่อระบบในสังคม (เช่น ระบบความปลอดภัยในศูนย์อพยพ) หรือมาตรการต่าง ๆ ที่นำเข้ามาใช้ย่อมช่วยให้ชุมชนสามารถปรับตัวให้ผ่านพ้นวิกฤตได้ อีกทั้งยังช่วยให้เกิดความเข้มแข็ง ในชุมชนและสามารถร่วมกันทำงานได้ ความสำเร็จของข้อความที่จะใช้สื่อสาร (Risk messages) มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับความไว้วางใจและเชื่อมั่นของผู้รับต่อแหล่งของข้อมูล ดังนั้น การสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจจะต้องทำให้ เกิดตั้งแต่เริ่มต้นของการดำเนินการ การสร้างความเชื่อมั่น ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ดังนี้ คือ เปิดเผย โปร่งใสและตรวจสอบกลับได้ มีความรับผิดชอบ ยอมรับ เมื่อเกิดข้อผิดพลาดและแก้ไขเพื่อแก้ไขมีความเต็มใจที่จะเรียนรู้ปรับปรุง และแก้ไข มีความคิดเชิงบวกต่อการเข้ามามีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ระบุบทบาทของผู้เชี่ยวชาญไว้อย่างชัดเจน ยอมรับว่าการเปลี่ยนแปลงอาจเกิดได้ทุกเมื่อ โดยเฉพาะเรื่องผลประโยชน์แลกเปลี่ยน (Tradeoffs) ยอมรับว่าจะมีบางคนหรือบางกลุ่มที่เข้ามาเพียงเพื่อที่จะรักษาผลประโยชน์ของตน มีความเป็นอิสระ ไม่ถูกรอบด้วยอิทธิพลทางการเมืองหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งและที่สำคัญให้คุณค่าต่อทุกความเห็น พยายามปรับให้สู่ความสมดุล

จากข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบของการดำเนินงานสื่อสารความเสี่ยง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสารประกอบด้วย 1. กำหนดวัตถุประสงค์เบื้องต้น 2. ระบุสถานการณ์ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ 3. กำหนดข้อความและช่องทางของการสื่อสาร 4. เลือกเวทีที่จะสามารถดำเนินการสื่อสารความเสี่ยง 5. ระบุกลุ่มเป้าหมายหรือผู้มีส่วนร่วม 6. ระดับของข้อมูลการสื่อสารและกระบวนการสื่อสาร 7. การใช้แบบจำลองของกระบวนการการสื่อสารความเสี่ยง 8. สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการสื่อสารความเสี่ยง 9. กลยุทธ์ของการดำเนินการสื่อสารความเสี่ยง 10. อุปสรรคในการสื่อสารความเสี่ยง

2.3.4 บทบาทของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholder)

หน้าที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholder) แต่ละกลุ่มจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับความเกี่ยวข้องในงาน อาทิ ช่วยในการกำหนดขอบเขตของปัญหา ช่วยกำหนดผู้ที่มีส่วนร่วมกลุ่มอื่นช่วยในการสร้างเครื่องมือ เช่น แบบสอบถาม ช่วยในการพิจารณาแผนงานก่อนลงมือปฏิบัติ ช่วยในการประสานงานกับชุมชน ชาวบ้าน หรือหน่วยงานท้องถิ่น เนื่องจากมีบุคคลจำนวนมากและหลากหลายที่สามารถเป็นผู้มีส่วนร่วมในโครงการต่าง ๆ ดังนั้น มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องกำหนดเกณฑ์ในการเลือกเฉพาะบุคคลหรือกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญต่องานนั้น ๆ อาทิ บุคคล/กลุ่ม ที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบโดยตรง บุคคล/กลุ่มคนที่รู้หรือมีข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่พิจารณาอยู่หรือผู้เชี่ยวชาญ/กลุ่มที่เคยได้รับผลกระทบคล้าย ๆ กัน บุคคล/กลุ่มที่เคยมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ ที่คล้าย ๆ กัน หรือบุคคล/กลุ่มที่อาจมีปฏิกิริยาต่อต้านถ้าไม่ได้ให้เข้าร่วม

การจะบรรลุตามจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการมีส่วนร่วมนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ได้แก่ การระบุว่าใครควรเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการนี้ การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการบทบาทและหน้าที่ตามขอบเขตของลำดับความสำคัญ โดยมีการระบุ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholder Identification) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอาจเป็นได้ตั้งแต่ระดับบุคคลจนถึงกลุ่มคนอาจเป็นผู้ได้ รับผลกระทบโดยตรง โดยอ้อมหรือไม่ได้รับผลกระทบแต่มีความต้องการที่จะเข้าร่วมหรือเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่า บทบาทของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง แต่ละกลุ่มจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับความเกี่ยวข้องในงาน เนื่องจากมีบุคคลจำนวนมากและหลากหลายที่สามารถเป็นผู้มีส่วนร่วมในโครงการต่าง ๆ ดังนั้น มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องกำหนดเกณฑ์ในการเลือกเฉพาะบุคคลหรือกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญต่องานนั้น โดยมีการระบุ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเป็นได้ตั้งแต่ระดับบุคคลจนถึงกลุ่มคนอาจเป็นผู้ได้ รับผลกระทบโดยตรง โดยอ้อมหรือไม่ได้รับผลกระทบแต่มีความต้องการที่จะเข้าร่วมหรือเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ

2.3.5 การเลือกวิธีการมีส่วนร่วม

การเลือกวิธีการมีส่วนร่วม ต้องคำนึงถึงปัจจัยที่มีความสอดคล้องกับการจำแนก จัดลำดับความสำคัญของกลุ่มและเป้าหมาย ช่วงเวลาของการมีส่วนร่วม (Engagement) เป็นสิ่งหนึ่งที่ต้องคำนึงถึง เพื่อประสิทธิภาพของการดำเนินงานบางกลุ่ม อาจเข้ามามีส่วนร่วมเฉพาะในระยะเริ่มต้นของงาน ในขณะที่บางกลุ่มจะเข้ามาเกี่ยวข้องในระยะสุดท้ายของงานมีหลายวิธีในการดำเนินการ การมีส่วนร่วม (Stakeholder Engagement) โดยทั่วไปมักจะไม่ทำเป็นกลุ่มใหญ่เกินไป โดยเฉพาะการสื่อสารแบบสองทาง (Two - Way Communication) ในปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ได้มีการพัฒนาวิธีการใหม่ ๆ ที่ทำให้การดำเนินการลุล่วงไปด้วยดี (Stevenson, 2004)

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่า การเลือกวิธีการมีส่วนร่วม ต้องคำนึงถึงปัจจัยที่มีความสอดคล้องกับการจำแนก จัดลำดับความสำคัญของกลุ่มและเป้าหมาย ช่วงเวลาของการมีส่วนร่วม เพื่อประสิทธิภาพของการดำเนินงานบางกลุ่ม

2.3.6 แนวทางปฏิบัติที่ดี (Good Practice) สำหรับการสื่อสารความเสี่ยง

ยุทธวิธีการสร้างแนวทางปฏิบัติที่ดี (Good Practice) เกี่ยวกับการสื่อสารความเสี่ยง การสร้างแนวปฏิบัติที่ดีในการสื่อสารความเสี่ยง ประกอบด้วยขั้นตอนที่มีความสัมพันธ์กับทั้งสิ่งนำเข้า (Input) และผลที่ตามมา (Output) และระบบการจัดการของการดำเนินงาน ดังนี้ บูรณาการการสื่อสารความเสี่ยงเข้ากับนโยบาย พันธกิจหรือกฎระเบียบเดิมให้ความสำคัญกับข้อคิดเห็นต่าง ที่มาจากผู้มีส่วนร่วม (Stakeholders) กระจายหรือส่งสารออกสู่ผู้ฟัง โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายหลักต้องให้ระบบการบริหารจัดการของการสื่อสารความเสี่ยงมีเอกภาพและโปร่งใส รวมทั้งแสดงให้เห็นว่ามีแผนการดำเนินงานและระบบติดตามการประเมินผลที่ดี พร้อมดำเนินการได้ตลอดเวลา มีความกระตือรือร้นในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ และพร้อมที่จะบูรณาการกับสิ่งที่มีอยู่การสร้าง ความเชื่อมั่นและไว้วางใจ ได้แก่ ยอมรับการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนทุกระดับ ให้ความสำคัญกับข้อกังวลของสาธารณชนและต้องมีความไวต่อการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนความรู้สึกของผู้ฟัง รวมทั้งต้องไม่สร้างเรื่องเกินจริงเพื่อเพิ่มระดับความน่ากลัวของความเสี่ยง (นันทิกา สุนทรไชยกุล, 2552)

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่า แนวทางปฏิบัติที่ดี (Good Practice) สำหรับการสื่อสารความเสี่ยง ขั้นตอนที่มีความสัมพันธ์กับทั้งสิ่งนำเข้า (Input) และผลที่ตามมา (Output) และระบบการจัดการของการดำเนินงาน รวมทั้งแสดงให้เห็นว่ามีแผนการดำเนินงานและระบบติดตามการประเมินผลที่ดี พร้อมดำเนินการได้ตลอดเวลา มีความกระตือรือร้นในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ และพร้อมที่จะบูรณาการกับสิ่งที่มีอยู่การสร้าง ความเชื่อมั่นและไว้วางใจ

2.3.7 การสื่อสารสุขภาพ (Health Communication)

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงของสถานะสุขภาพของมนุษย์มีความซับซ้อนมากขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและสังคม เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีผลกระทบสูงต่อการเปลี่ยนแปลงสถานะสุขภาพ ดังนั้น กระบวนทัศน์ในการป้องกันผลกระทบเชิงลบจากสิ่งคุกคามสุขภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง การประเมินความเสี่ยงทางสุขภาพจึงได้พัฒนาและประยุกต์มาเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการคาดการณ์ความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้นตามกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ เพื่อเป็นข้อมูลช่วยให้ฝ่ายบริหารสามารถที่จะตัดสินใจในการกำหนดนโยบาย แผนงานและกลยุทธ์ในการป้องกันผลกระทบเชิงลบจากสิ่งคุกคามสุขภาพ การประเมินความเสี่ยงเป็นกระบวนการที่ใช้วิธีทางวิทยาศาสตร์และสถิติ ในการระบุสิ่งคุกคามสุขภาพ (Health Hazards) และการคาดการณ์ผลอันไม่พึงประสงค์ในความปลอดภัยของมนุษย์ ภายใต้บริบทของสถานการณ์ ปัจจุบันนี้หลายหน่วยงานให้ความสนใจเรื่องสุขภาพมากขึ้นอันจะเห็นได้จากการกำหนดสุขภาพที่ดีเป็นวาระแห่งชาติ รวมถึงการสร้างประเด็น กระแสข่าว รวมถึงการจัดกิจกรรมรณรงค์เกี่ยวกับสุขภาพจากหน่วยงาน ภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาคมสังคมอย่างกว้างขวาง เช่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ อันเป็นที่สร้างกระแสปลูกเร้า ให้ประชาชนใส่ใจการสร้างเสริมสุขภาพให้แข็งแรงก่อนการเจ็บป่วยจนต้องซ่อมแซมสุขภาพโดยให้กำหนดคำขวัญ “สร้างนำซ่อม” ดังนั้น การรับรู้ข้อมูลข่าวสารสุขภาพที่ถูกต้องจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นเตือนความตระหนักต่อค่านิยมและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ โดยเฉพาะการได้รับข้อมูลสุขภาพจากแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมสุขภาพที่ดี ของประชาชน จะเห็นได้ว่าการส่งเสริมสุขภาพดังกล่าว จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้องการสื่อสารจึงเป็น “เครื่องมือ” สำคัญของการสร้างสังคมใหม่ โดยเฉพาะการสื่อสารเพื่อสุขภาพแนวใหม่ จากความเห็นของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้าน “การสื่อสารเพื่อสุขภาพ” พบว่า จุดเริ่มต้นที่ทำให้ประชาชนสนใจสุขภาพ มีหลายเหตุผล กล่าวคือ การสื่อสารสุขภาพเป็นเรื่องใกล้ตัว เช่น ความสนใจส่วนตัว ประสบปัญหาจากคนใกล้ชิดหรืออาจเป็นปัญหาของตนเอง ที่กำลังเผชิญ (นันทิกา สุนทรไชยกุล, 2552)

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization, 1994) ได้ให้ความหมายของการสื่อสาร (Communication) ไว้ว่า การสื่อสารเป็นความสามารถของบุคคลในการใช้คำพูดและภาษา ทำทางเพื่อแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิดของตนได้อย่างถูกต้องเหมาะสมต่อขนบธรรมเนียมประเพณีและสถานการณ์ต่าง ๆ โดยสามารถที่จะแสดงความคิดเห็นความต้องการ การร้องขอ การตักเตือน การช่วยเหลือและการปฏิเสธ การสื่อสารสุขภาพเป็นการดำเนินงานเพื่อการสื่อสารสองทาง ระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพได้ง่ายและทั่วถึง มีการจัดองค์ความรู้แบบมีส่วนร่วมและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน พร้อมทั้งจะรับความคิดเห็นของ

ผู้อื่น ยินดีแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ของตนเองร่วมกับผู้อื่นได้ การสื่อสารสุขภาพที่มีประสิทธิภาพเกิดขึ้นจากทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารมีทักษะการสื่อสาร (Communication Skill) ที่ดี

พงษ์พิสุทธิ์ จงอุดมสุข (2555) ได้กล่าวว่า ข้อมูลวิชาการที่สื่อสารต้องตรงกับความเป็นจริง ต้องทำให้เกิดความตระหนักรู้ในอันตรายที่อาจเกิดจากความเสี่ยงนั้น แต่ก็ต้องไม่ทำให้เกิดความตื่นตระหนกจนเกินไปและต้องทำให้ผู้ที่ได้รับความเสี่ยงนั้นมีความรู้สามารถดูแลตัวเองเพื่อลดและจัดการกับความเสี่ยงนั้นได้ ทั้งนี้ รับมือกับความเสี่ยงนั้นและได้เสนอความสำคัญของการสื่อสารทางสุขภาพว่ามี 5 ประการ ดังนี้

1. การสื่อสารสุขภาพสามารถช่วยชีวิต การพัฒนาระบบการสื่อสารสุขภาพที่ดีจะช่วยให้ประชาชนรู้จักวิธีการรักษาสุขภาพของตนเองและของบุคคลใกล้ชิด ในหลายกรณีสามารถช่วยชีวิตคนได้ เช่น ช่วยให้คนไข้เลือกวิธีการรักษาที่เหมาะสม ปฏิบัติตัวตามคำแนะนำของแพทย์ได้ถูกต้องและช่วยลดความเสี่ยงจากการปฏิบัติไม่ถูกต้องหรือช่วยให้ประชาชนพ้นจากการใช้ชีวิตที่เสี่ยงภัยโดยไม่รู้ตัว

2. การสื่อสารสุขภาพช่วยป้องกันการระบาดของโรคร้ายใหม่ ๆ ได้ การมีความรู้และทักษะในการสื่อสารจะมีความสำคัญไม่แพ้การมีช่องทางการสื่อสารที่ดี การสื่อสารสุขภาพ สามารถช่วยกระจายข่าวสารความรู้ให้แก่ประชาชนช่วยทำให้ประชาชนรู้วิธีหลีกเลี่ยงป้องกัน ลดความตื่นตระหนกของประชาชน เมื่อประชาชนมีความรู้ในการหลีกเลี่ยง ป้องกัน มีการร่วมมือที่ดี การระบาดของโรคก็อาจจะลดลงหรือถึงขั้นยุติลงได้

3. ช่วยให้เกิดการปรับปรุงระบบการให้บริการด้านสุขภาพ การมีบุคลากรที่เป็นนักสื่อสารสุขภาพ เช่น เจ้าหน้าที่สื่อสารของตนเองที่พร้อมจะรับฟังหรือมีความเข้าใจในความต้องการของคนไข้ จะช่วยให้หน่วยงานสามารถปรับปรุงแบบการให้บริการ หรือแก้ไขปัญหาข้อบกพร่องของการให้บริการได้ดีและในระดับรัฐบาลช่วยให้เกิดการปรับปรุงนโยบาย สาธารณะด้านสุขภาพได้

4. เปิดโอกาสให้สังคมมีส่วนร่วมในระบบสุขภาพ การเปิดโอกาสให้ประชาชนหรือสาธารณสุขนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างและพัฒนาระบบสุขภาพของสังคม เป็นแหล่งที่มาของความริเริ่มสร้างสรรค์ในเรื่องการให้บริการและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางด้านสุขภาพ และที่สุดสังคมจะสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและตรวจสอบการให้บริการ จนนำไปสู่มาตรฐานการบริการที่สูงขึ้นมีประสิทธิภาพขึ้น

5. ลดต้นทุนของการบริการด้านสุขภาพ การให้ความรู้และให้วิธีการแก่ประชาชนในการป้องกันรักษาสุขภาพของตนเอง ในทางงบประมาณการป้องกันหรือการหลีกเลี่ยงภาวะเสี่ยงภัยทางสุขภาพ มีต้นทุนถูกกว่าการรักษาเยียวยาและสามารถลดผลกระทบจากความยากจนของประชาชน

อินฟานติ และคณะ (Infanti et al., 2013) กล่าวว่า การถ่ายทอดข้อมูลความเสี่ยงต่อสุขภาพสู่ประชาชนเป็นขั้นตอนที่สำคัญมาก เนื่องจากการจัดส่งข้อมูลเกี่ยวกับความเสี่ยงอันตรายต่อสุขภาพที่มีความเที่ยงตรง สามารถเข้าใจได้เท่าทันและเหมาะสมแก่สถานการณ์สู่ภาคประชาชน กลุ่มผู้

ประกอบวิชาชีพทางสาธารณสุข กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจกลุ่มพิทักษ์ประโยชน์ของผู้บริโภคและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั้นมีผลอย่างมากต่อความสำเร็จของวงจรการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค โดยการถ่ายทอดข้อมูลความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สาธารณชนมีความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะของความเสี่ยงอันตรายต่อ สุขภาพ และสามารถเปรียบเทียบระหว่างความเสี่ยงกับประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพจะส่งผลดีต่อการจัดการเพื่อลดปัญหาความเสี่ยง โดยมีประชาชนเป็นแนวร่วมและสามารถสร้างความเชื่อมั่นของประชาชนต่อการดำเนินงานของภาครัฐเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค แต่ในทางตรงกันข้ามหากการถ่ายทอดข้อมูลความเสี่ยงเป็นไปอย่างไม่เหมาะสม อาจทำให้สาธารณชนเกิดความตื่นตระหนกและการตอบสนองที่เกินสมควรต่อข้อมูลความเสี่ยง นำไปสู่ความยุ่งยากในการจัดการของภาครัฐ ความเสียหายของภาคเศรษฐกิจ รวมทั้งการทำลายความเชื่อถือไว้วางใจในประสิทธิภาพของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารสุขภาพ (Health Communication) เป็นความสามารถของบุคคลในการใช้คำพูดและภาษา ท่าทาง เพื่อแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิดของตนได้อย่างถูกต้องเหมาะสมต่อขนบธรรมเนียมประเพณีและสถานการณ์ต่าง ๆ โดยสามารถที่จะแสดงความคิดเห็นเห็นความต้องการ การร้องขอ การตักเตือน การช่วยเหลือและการปฏิเสธ การสื่อสารสุขภาพเป็นการดำเนินงานเพื่อการสื่อสารสองทาง ระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร ทำให้สาธารณชนมีความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะของความเสี่ยงอันตรายต่อ สุขภาพ และสามารถเปรียบเทียบระหว่างความเสี่ยงกับประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพจะส่งผลดีต่อการจัดการเพื่อลดปัญหาความเสี่ยง โดยมีประชาชนเป็นแนวร่วมและสามารถสร้างความเชื่อมั่นของประชาชนต่อการดำเนินงานของภาครัฐเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค

2.3.8 การสื่อสารความเสี่ยงทางสุขภาพ (Health Risk Communication)

นันทิกา สุนทรไชยกุล (2552) รอทแมน และคิวิไนมิ (Rothman & Kiviniemi, 1999) ได้กล่าวว่า การสื่อสารความเสี่ยงทางสุขภาพเป็นขั้นตอนที่สำคัญมาก เนื่องจากการจัดการส่งข้อมูลเกี่ยวกับความเสงที่มีอันตรายต่อสุขภาพต้องมีความเที่ยงตรง สามารถเข้าใจได้ง่าย และเหมาะสมกับสถานการณ์สู่ประชาชน ผู้ประกอบวิชาชีพทางสาธารณสุข มีผลอย่างมากต่อความสำเร็จของวงจรการดำเนินงานสื่อสารความเสี่ยงโดยการถ่ายทอดข้อมูลความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สาธารณชนมีความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะของความเสี่ยงที่มีอันตรายต่อสุขภาพ ประชาชนสามารถเปรียบเทียบระหว่างความเสี่ยงกับประโยชน์ที่เกิดขึ้นได้ส่งผลดีต่อการจัดการเพื่อลดปัญหาความเสี่ยง โดยมีประชาชนร่วมแก้ไขและสามารถสร้างความเชื่อมั่นของประชาชนต่อการดำเนินงานของภาครัฐเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค แต่ในทางตรงกันข้ามหากการถ่ายทอดข้อมูลความเสี่ยงเป็นไปอย่างไม่เหมาะสม อาจทำให้สาธารณชนเกิดความตื่นตระหนกและเกิดการตอบสนองที่เกินสมควรต่อข้อมูลความเสี่ยง

นั้น นำไปสู่ความยุ่งยากในการแก้ปัญหาเกิดความเสียหายต่าง ๆ ตามมา รวมทั้งการทำลายความเชื่อถือไว้วางใจในประสิทธิภาพของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่า การสื่อสารความเสี่ยงทางสุขภาพเป็นขั้นตอนที่สำคัญมาก เนื่องจากการจัดการส่งข้อมูลเกี่ยวกับความเสี่ยงที่มีอันตรายต่อสุขภาพต้องมีความเที่ยงตรง สามารถเข้าใจได้ง่าย และเหมาะสมกับสถานการณ์สู่ประชาชน ผ ทำให้สาธารณชนมีความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะของความเสี่ยงที่มีอันตรายต่อสุขภาพ แต่ในทางตรงกันข้ามหากการถ่ายทอดข้อมูลความเสี่ยงเป็นไปอย่างไม่เหมาะสม อาจทำให้สาธารณชนเกิดความตื่นตระหนกและเกิดการตอบสนองที่เกินสมควรต่อข้อมูลความเสี่ยงนั้น นำไปสู่ความยุ่งยากในการแก้ปัญหาเกิดความเสียหายต่าง ๆ ตามมา

2.4 แนวคิดในงานวิจัย

พิรวัฒน์ ตระกูลทวีสุข (2564) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับวัคซีนโควิด 19 และข้อกังวลในบุคลากรทางการแพทย์ โรงพยาบาลพระพุทธบาท เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับวัคซีนโควิด 19 และข้อกังวลในบุคลากรทางการแพทย์เพื่อเป็นต้นแบบสำหรับการให้บริการภาคประชาชน กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรทางการแพทย์ โดยผลการศึกษาพบว่า มีกลุ่มตัวอย่างที่สมัครใจเข้ารับวัคซีนโควิด 19 มากถึงร้อยละ 63.1 และมีปัจจัยการรับรู้ทางสังคมเชิงบวกเกี่ยวกับวัคซีนโควิด 19 ในขณะเดียวกันบุคลากรทางการแพทย์ก็ มีความกังวลเกี่ยวกับผลข้างเคียงเป็นส่วนใหญ่

ชนิษฐา ชื่นใจ (2564) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจฉีดวัคซีนป้องกันโคโรนาไวรัส (Covid-19) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจฉีดวัคซีนป้องกันโคโรนาไวรัส (Covid-19) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคที่มีผลต่อการตัดสินใจฉีดวัคซีนป้องกันโคโรนาไวรัส (Covid-19) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 30 - 39 ปี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชากรในกรุงเทพมหานคร ที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจฉีดวัคซีนป้องกันโคโรนาไวรัส (Covid-19) โดยภาพรวมต่างกันและประชากรในกรุงเทพมหานครที่มี เพศต่างกันทำให้การตัดสินใจฉีดวัคซีนป้องกันโคโรนาไวรัส (Covid-19) ไม่ต่างกัน นอกจากนี้ ปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคด้านการรับรู้ความรุนแรงของโรค และด้านความคาดหวังในประสิทธิผล ส่งผลต่อการตัดสินใจฉีดวัคซีนป้องกันโคโรนาไวรัส (Covid-19)

ยศ ตีระวัฒนานนท์ และคณะ (2564) ทำการศึกษาเรื่อง การประเมินผลกระทบและความคุ้มค่าของวัคซีนโควิดที่พึงประสงค์เพื่อใช้ในการพัฒนาและคัดเลือกวัคซีนสำหรับใช้ในประเทศไทย

นับแต่มีการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เมื่อต้นปี พ.ศ. 2563 ทำให้มีผู้ติดเชื้อไปแล้วกว่า 100 ล้านคนและเสียชีวิตมากกว่า 2 ล้านคนทั่วโลก ถึงแม้ประเทศไทยจะประสบความสำเร็จในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างกว้างขวาง ดังนั้นทางออกที่ยั่งยืนของวิกฤตครั้งนี้ คือ การให้วัคซีนป้องกันการติดเชื้อ COVID-19 กับคนส่วนใหญ่ของประเทศ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเตรียมตอบคำถามสำคัญเชิงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาและใช้วัคซีนในประเทศไทย ได้แก่ 1. คุณลักษณะสำคัญของวัคซีนทั้งด้านประสิทธิภาพ ระยะเวลาในการป้องกัน ราคา ที่ทำให้วัคซีนมีความคุ้มค่า 2. กลุ่มเป้าหมายที่ควรได้รับวัคซีนก่อนหลังในกรณีที่มีจำกัด เพื่อทำให้เกิดผลดีที่สุดต่อการควบคุมการระบาดของโรค และต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ 3. หากเริ่มให้วัคซีนในประชากรกลุ่มเป้าหมายแล้ว มาตรการปิดประเทศสามารถผ่อนปรนได้หรือไม่ นักวิจัยปรับปรุงแบบจำลองจาก CoMo Consortium ซึ่งพัฒนาโดยทีมนักวิจัยจากมหาวิทยาลัย อ็อกฟอร์ด สหราชอาณาจักรร่วมกับนักวิจัยทั่วโลก รวมทั้งนักวิจัยในโครงการวิจัยนี้ด้วย โดยใช้ตัวแปรสำคัญด้านพฤติกรรมของคนไทยและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการระบาดของเชื้อโคโรนา 2019 ในช่วงต้นปี 2563 ในประเทศไทย สำหรับวัคซีนโควิดที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นวัคซีนสมมุติที่มีคุณสมบัติตรงกับที่องค์การอนามัยโลกกำหนดไว้ กล่าวคือ มีคุณสมบัติอย่างใดอย่างหนึ่งในการป้องกันการติดเชื้อ หรือลดโอกาสถ่ายทอดเชื้อไปสู่ผู้อื่น หรือลดความรุนแรงของโรคในกลุ่มผู้ติดเชื้อ วัคซีนโควิด-19 ที่มีประสิทธิภาพในการป้องกันการติดเชื้อสามารถลดความรุนแรงในการแพร่ระบาดของโรคและลดจำนวนผู้เสียชีวิตได้มากกว่าวัคซีนที่มีประสิทธิภาพด้านอื่นๆ นอกจากนี้ระยะเวลาในการป้องกันโรคที่นานเป็นคุณสมบัติที่สำคัญเช่นเดียวกับกับประสิทธิภาพของวัคซีนสำหรับการจัดลำดับความสำคัญของประชากรกลุ่มเป้าหมายเพื่อจัดสรรวัคซีนนั้น ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติด้านประสิทธิภาพของวัคซีนและรูปแบบการแพร่ระบาด โดยพบว่า วัคซีนที่มีประสิทธิภาพในการป้องกันการติดเชื้อ เหมาะในการให้ในกลุ่มประชากรกลุ่มอายุ 20-39 ปี และวัคซีนที่มีประสิทธิภาพในการลดความรุนแรงของโรคเหมาะในการให้ในกลุ่มผู้สูงอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป เพื่อหวังผลในการลดความรุนแรงในการแพร่ระบาดของโรคและลดจำนวนผู้เสียชีวิตให้มากที่สุด สำหรับมาตรการปิดประเทศ พบว่าอาจจะสามารถผ่อนปรนได้มากขึ้น หากมีวัคซีนควบคู่ไปกับการปฏิบัติตามมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม การสวมใส่หน้ากากอนามัย และการหมั่นล้างมือ (social vaccine) อย่างเคร่งครัด ซึ่งมาตรการ social vaccine ถือว่าเป็นกุญแจสำคัญในการควบคุมการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ผลการศึกษานี้ นอกจากจะเป็นประโยชน์แก่ผู้กำหนดนโยบายในการเลือกวัคซีนโควิดและกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เพื่อลดผลกระทบทางเศรษฐกิจและการประเมินผลสำเร็จของนโยบายวัคซีนในการควบคุมโรค

บวรลักษณ์ ขจรฤทธิ์ (2564) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจฉีดวัคซีนป้องกันโควิด-19 ของประชากรในจังหวัดสมุทรปราการ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการตัดสินใจฉีดวัคซีนป้องกันโควิด-19 ของประชากรในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยส่วน

บุคคล ได้แก่ ด้านเพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, และอาชีพ(2) เพื่อศึกษาทัศนคติต่อโรคโควิด-19 และทัศนคติต่อวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19 ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพและด้านความปลอดภัย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจฉีดวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19 ของประชากรในจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลทั้งด้านเพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, และอาชีพที่ต่างกันไม่ได้มีผลทำให้การตัดสินใจฉีดวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19 ของประชากรในจังหวัดสมุทรปราการต่างกัน ขณะที่ปัจจัยด้านทัศนคติต่อโรคโควิด-19, ทัศนคติต่อประสิทธิภาพของวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19, และทัศนคติต่อความปลอดภัยของวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19 พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจฉีดวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19 ของประชากรในจังหวัดสมุทรปราการ

นาริมาห์ แวปูเตะ (2564) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการป้องกันโรคจากไวรัสโคโรนา 2019 ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา การวิจัยเชิงความสัมพันธ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้เกี่ยวกับโรค การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโรค การรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเกิดโรค การรับรู้ประโยชน์ของการปฏิบัติตัวในการป้องกันโรค ทัศนคติที่มีต่อการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อพฤติกรรมการป้องกันโรคจากไวรัสโคโรนา 2019 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา จำนวน 370 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามความรู้ การรับรู้โอกาสเสี่ยง การรับรู้ประโยชน์ในการปฏิบัติตัว และทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 ผลการวิจัยพบว่า 1. นักศึกษามากกว่าร้อยละ 80 มีความรู้เกี่ยวกับโรคไวรัสโคโรนา 2019 ในระดับที่ดี ร้อยละ 61.62 มีการรับรู้โอกาสเสี่ยงอยู่ในระดับสูง มีการรับรู้ประโยชน์ของการปฏิบัติอยู่ในระดับสูง มีทัศนคติอยู่ในระดับสูง และมีพฤติกรรมการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 อยู่ในระดับสูง 2. ความรู้เกี่ยวกับโรคไวรัสโคโรนา 2019 การรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเกิดโรคไวรัสโคโรนา 2019 ทัศนคติในการป้องกันตัวเองจากโรคไวรัสโคโรนา 2019 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาในระดับที่ต่ำเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญ

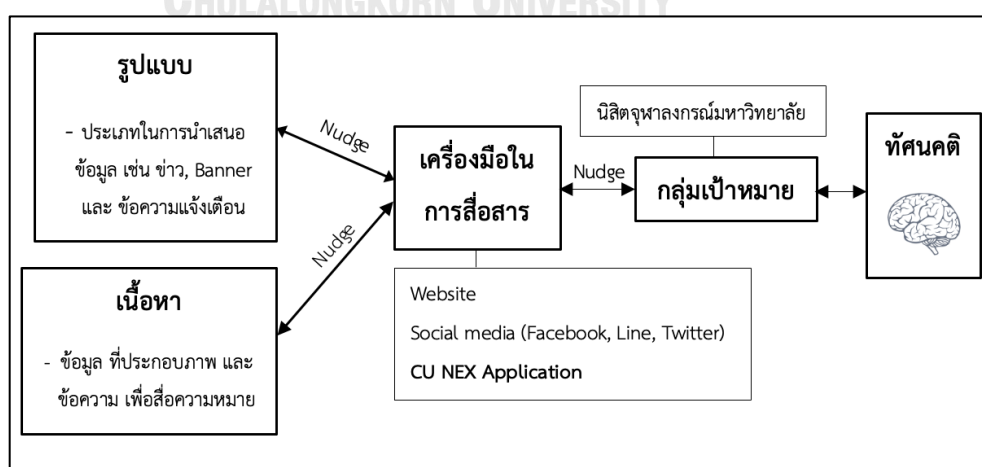
สุภาภรณ์ วงธิ (2564) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จังหวัดสุโขทัย การวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จังหวัดสุโขทัย โดยมีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 394 คน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อยู่ในระดับสูง นอกจากนี้ในส่วนของการรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และการรับรู้ประโยชน์ของการปฏิบัติเพื่อป้องกันการเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พบว่า สามารถนำมาเป็นแนวทางในการ

ส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการป้องกันโรคที่ถูกต้องให้แก่อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน และให้เป็นแบบอย่างให้กับชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

อภิชาติ อินทเจริญ (2564) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองคองหงส์ จังหวัดสงขลา การวิจัยเชิงทำนายนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองคองหงส์ จังหวัดสงขลา จำนวน 381 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ประกอบด้วย แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล แบบสอบถามความรู้เกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งชักจูง ๗ และแบบสอบถามพฤติกรรมกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผ่านการตรวจสอบเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อยู่ในระดับดี คิดเป็นร้อยละ 88.45 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพและรายได้ต่อเดือน ความรู้เกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 การรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเกิดโรค การรับรู้ความรุนแรงของโรค การรับรู้ประโยชน์ของการปฏิบัติเพื่อป้องกันโรค การรับรู้อุปสรรคของการปฏิบัติเพื่อป้องกันโรค การได้รับอิทธิพลระหว่างบุคคล และการได้รับข้อมูลข่าวสาร สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองคองหงส์ จังหวัดสงขลา

2.5 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

การใช้ทฤษฎีสะกิดในการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์และทัศนคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 2.6 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง การใช้ทฤษฎีสะกดในการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์และทัศนคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นการอาศัยระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ได้แก่ 1. เพื่อศึกษารูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ในกรอบของทฤษฎีสะกด 2. เพื่อศึกษานิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ในฐานะเครื่องมือสื่อสารในการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจฉีดวัคซีนโควิด 19 เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยได้ทำการดำเนินการตามระเบียบวิจัยดังต่อไปนี้

- 3.1 แบบการวิจัย
- 3.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บและรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 แบบการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การใช้ทฤษฎีสะกดในการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์และทัศนคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อาศัยระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ผ่านวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interviews) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้พัฒนาและออกแบบแอปพลิเคชัน และ กลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ โดยมีประเด็นสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเตรียมสัมภาษณ์ที่ได้เตรียมไว้

3.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยเลือกที่ศึกษาผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้พัฒนาและออกแบบแอปพลิเคชัน 1 คน และ 2) กลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ จำนวน 10 คน โดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือก โดยจะต้องใช้งานแอปพลิเคชันยูเน็กซ์และเคยเห็นประกาศและข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชัน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือ โดยแบบสัมภาษณ์มีหัวข้อในการสัมภาษณ์ได้แก่ 1) ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย ชื่อ-นามสกุล อายุ ชั้นปี และสถานภาพ

2) รูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด 19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ โดยคำถามส่วนนี้ใช้เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษารูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ในกรอบของทฤษฎีสะกิด ข้อคำถามประกอบด้วย (ที่มา: นันทิกา สุนทรไชยกุล (2552), โซโคล (Sokol, 2003) และโรธร์มานน์ (Rohrman, 2008))

2.1) รูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด 19

2.1.1) แหล่งข้อมูลที่เห็นข่าวสารเกี่ยวกับการรับวัคซีน COVID-19

2.1.2) การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเป็นอย่างไร

2.1.3) การสื่อความจากคณะ เป็นอย่างไร

2.1.4) รูปแบบเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โควิด19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ เป็นอย่างไร

2.1.5) เนื้อหาเกี่ยวกับโควิด19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ เป็นอย่างไร

2.2) การกระตุ้นให้ไปรับวัคซีน

2.2.1) ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อความแจ้งเตือนจาก CU NEX อย่างไร

2.2.2) ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับอีเมลยืนยันเฉพาะ

3) ทักษะคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยต่อแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ในฐานะเครื่องมือสื่อสารในการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจฉีดวัคซีนโควิด 19 โดยคำถามส่วนนี้ใช้เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อศึกษานิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ในฐานะเครื่องมือสื่อสารในการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจฉีดวัคซีนโควิด 19 ประกอบด้วย (ที่มา : พีรวัฒน์ ตระกูลทวิสุข (2564), ขนิษฐา ชื่นใจ (2564), บวรลักษณ์ ขจรฤทธิ์ (2564), นาริมาห์ แวปูเตะ (2564), สุภาภรณ์ วงธิ (2564), อภิวดี อินทเจริญ (2564))

3.1) ความกังวล ความเชื่อมั่น เกี่ยวกับวัคซีนที่ฉีด

3.1.1) ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายวัคซีนที่ฉีด (ฟรีหรือเสียเงิน)

3.1.2) ท่านมีความกังวลมากหากท่านไม่ทราบก่อนว่าท่านจะได้รับวัคซีนยี่ห้ออะไร ทราบมาก่อนไหมว่าจะได้ฉีดอะไร

3.1.3) ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับอาการหลังจากการฉีด หรือไม่ อย่างไร

3.1.4) หากท่านยังมีความกังวลในการฉีดวัคซีนท่านจะมีการเลื่อนการฉีดหรือไม่ อย่างไร

3.2) ทศนคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.2.1) ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความง่ายของการจอง หรือการเข้าถึง วัคซีนในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

3.2.2) ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ สถานที่ที่ได้รับบริการจากการใช้งานในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

3.2.3) ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ การให้บริการของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

3.2.4) ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการให้คำแนะนำในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

จากนั้นจึงทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ ผู้วิจัยนำแนวคำถาม (Question guideline) ที่กำหนดไว้ล่วงหน้าก่อนการสัมภาษณ์เชิงลึกเข้าตรวจสอบกับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อปรับแก้ไขหรือ ปรับเปลี่ยนตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาตามที่เห็นควรเพื่อให้ถูกต้องและสมบูรณ์ ทั้งนี้ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพด้านความตรง (Validity) ของแนวคำถามที่ใช้สัมภาษณ์เชิงลึก โดยตรวจสอบว่าแนวคำถามที่ใช้สัมภาษณ์เชิงลึกนั้นสอดคล้องกับปัญหาคำถามวิจัย และสอดคล้องกับแนวคิดต่าง ๆ

3.4 การเก็บ และรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลที่กำหนดไว้เพื่อให้สามารถได้ข้อมูลครบถ้วนตามประเด็นคำถามและวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยจึงกำหนดวิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แหล่งข้อมูลในการศึกษา 2 ประเภท ประกอบด้วยข้อมูลทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาจากเอกสาร (Documentary Study) ได้แก่ ระเบียบกฎหมาย ข้อบังคับ นโยบาย แนวทางปฏิบัติ และรายงานการประชุมที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด 19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

2) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการศึกษาภาคสนาม (Field Research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลที่กำหนดไว้โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ที่กำหนดไว้ตามเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด 19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ และทัศนคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In - depth Interview) ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (semi - structure interview) ทั้งในรูปแบบการสัมภาษณ์ที่เป็นทางการ (Formal Interview) และไม่เป็น

ทางการ (Informal Interview) จากบุคลากรและนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 11 คน คัดเลือกแบบจำเพาะเจาะจง โดยมีการกำหนดโครงสร้างของประเด็นคำถามที่ต้องการจะศึกษาไว้ล่วงหน้า เป็นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open - ended Questions) เพื่อใช้ในการตั้งคำถามที่อยู่ในขอบเขตอยู่ในประเด็นที่ต้องการ และสามารถซักถามเพิ่มเติมในประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ในระหว่างการพูดคุยสนทนา เพื่อให้ได้ข้อมูลในรายละเอียดมากขึ้น และสามารถนำมาใช้วิเคราะห์ได้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาจัดกลุ่ม ด้วยวิธีวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive research) โดยนำเสนอข้อมูลเพื่อตอบปัญหาคำถามวิจัยแต่ละข้อ แบ่งเนื้อหาที่นำเสนอเป็น 2 ส่วน ได้แก่ รูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์เป็นอย่างไร และทัศนคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยต่อแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ และการรับวัคซันเป็นอย่างไร เพื่อสรุปให้เห็นภาพรวมของการศึกษาการวิจัยครั้งนี้

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการนำเสนอวิจัยเรื่อง การใช้ทฤษฎีสะกิดในการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด 19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์และทัศนคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ฉบับนี้ผู้วิจัยใคร่ขอ นำเสนอ ผลการวิจัยในประเด็นต่างๆ ดังนี้

4.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

4.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษารูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารเกี่ยวกับวัคซีนโควิด 19 ของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ในกรอบของทฤษฎีสะกิด

4.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษานิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ในฐานะเครื่องมือสื่อสารในการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจฉีดวัคซีนโควิด 19

4.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

แอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ (CU NEX) เป็นแอปพลิเคชันที่เกิดขึ้นมาเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ระหว่างจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ ประชาคมชาวจุฬาลงกรณ์ ที่ประกอบไปด้วย นิสิต จุฬาลงกรณ์และบุคลากรจุฬาลงกรณ์ ซึ่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเป็นมหาวิทยาลัยที่เป็นผู้นำด้าน การศึกษาของประเทศไทยที่เล็งเห็นถึงประโยชน์และศักยภาพของเทคโนโลยีเพื่อให้บริการ จึงได้ ร่วมกับธนาคารกสิกรไทยหรือ KBank พัฒนาแพลตฟอร์ม CU NEX ตั้งแต่ปี 2561 เป็นต้นมา จาก การที่ CU NEX สามารถปรับตัวและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนเกิดการใช้งานอย่างแพร่หลายเป็นส่วน หนึ่งในการสร้าง Digital Transformation ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นความสำเร็จและ ความท้าทายที่น่าสนใจ โดย CU NEX เป็นแอปพลิเคชันให้บริการด้านข้อมูลและการเข้าถึงต่างๆ ภายในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีวัตถุประสงค์ให้ “นิสิตมีชีวิตที่ดี” ภายในรั้วมหาวิทยาลัย ตัว แอปพลิเคชันจะเชื่อมกับฐานข้อมูลส่วนกลางของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทำให้ส่งมอบข้อมูลได้ อย่างแม่นยำและทำงานได้หลากหลาย เพื่อชาวจุฬาลงกรณ์วิทยาลัย เพื่อให้อาจารย์ บุคลากร และ นักศึกษาก้าวสู่ชีวิตดิจิทัลไปพร้อมกันกับโครงการ CU NEX ที่จะเชื่อมโยงทุกมิติการใช้ชีวิตให้เป็นหนึ่ง เดียว สู่การเป็น Digital Lifestyle University ผ่านแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันบนมือถือ



ภาพที่ 4.1 โครงการ CU NEX ที่มา <https://www.chula.ac.th/news/9792/>

โดยแอปพลิเคชันมีฟีเจอร์ที่สามารถให้นิสิตสามารถใช้งานด้วยกันดังนี้

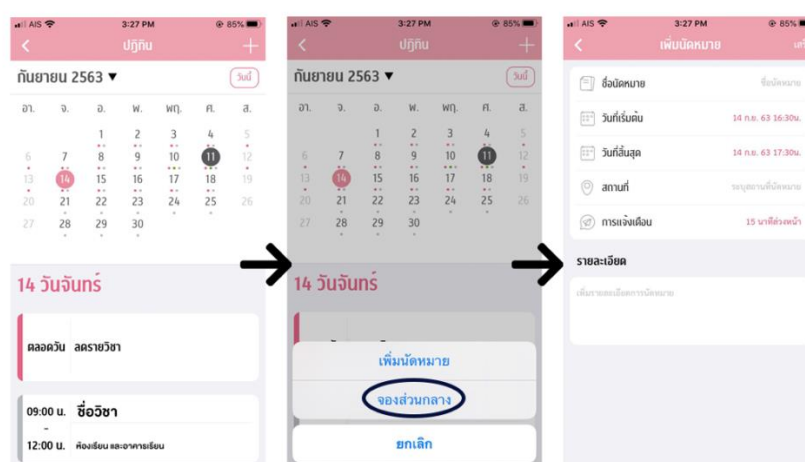
บัตรประจำตัว นิสิตเสมือนจริง (Virtual ID Student Card) สามารถใช้แทนบัตร นิสิต
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้ ในการยืนยันตัวตน นิสิต ในการติดต่อสถานที่ต่างๆ และช่วยอำนวยความสะดวกใน
การพกพา เพราะอยู่บนโทรศัพท์มือถือของนิสิตเอง ไม่ต้องกังวลหาย ทั้งนี้การเข้าพื้นที่ส่วนกลางต่างๆ
ของมหาวิทยาลัย เช่น หอกลาง (ห้องสมุด) ก็สามารถใช้ QR Code ในการเข้าพื้นที่ได้ และยืมหนังสือ
ผ่านบาร์โค้ดได้อีกด้วย



ภาพที่ 4.2 บัตรประจำตัว นิสิต บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

ที่มา : เพิ่มภาพส่วนบุคคล CU NEX Club

ปฏิทิน และ ตารางเรียน เป็นฟังก์ชันเพื่อให้นิสิตสามารถ ดูวันสำคัญของตัวนิสิตเอง โดยดึงกำหนดการต่าง ๆ ผ่านข้อมูลจากระบบส่วนกลางของมหาวิทยาลัย เช่น วันลงทะเบียนเรียน ตารางเรียน วันสอบกลางภาค/ ปลายภาค เป็นต้น นอกจากนี้ฟังก์ชันนี้ ยังอำนวยความสะดวกแก่นิสิตในการจองสถานที่ส่วนกลางของมหาวิทยาลัยอย่างเช่น PLEARN Space (Co-Learning Space ที่ KBank มอบให้เป็นส่วนหนึ่งของ MOU) ซึ่งนิสิตสามารถชวนเพื่อนนิสิตร่วมกิจกรรมได้ เช่น ใช้ห้องการประชุม ไร่ทำงานกลุ่มกันได้อีกด้วย



ภาพที่ 4.3 บัตรประจำตัวนิสิต บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

ที่มา : แฟ้มภาพส่วนบุคคล CU NEX Club

การชำระเงินค่าเล่าเรียน อำนวยความสะดวกสบายโดยเพิ่มช่องทางในการชำระค่าเล่าเรียน เบ็ดเสร็จในแอปพลิเคชันเดียว โดยการเชื่อมต่อ K PLUS (แอปพลิเคชันสำหรับธุรกรรมทางการเงิน) สามารถโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารกสิกรไทย ทั้งตั้งระบบอัตโนมัติ หรือชำระทันที โดยแค่เปิดบัญชีออมทรัพย์ของธนาคารกสิกรไทย และเชื่อมต่อกับแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ เพื่อใช้งานการเชื่อมต่อแอปในการทำธุรกรรมทางการเงิน และจ่ายค่าเทอมได้ง่ายสะดวก โดยไม่ต้องปรีนเอกสารยืนยันการลงทะเบียนเรียนแล้ว นำกระดาษไปชำระเงินที่สาขาธนาคารที่นิสิตสะดวก เพียงแค่กดชำระผ่านแอปเท่านั้น ซึ่งรองรับการชำระเงินทั้งระบบ เดบิตและเครดิต ด้วย



ภาพที่ 4.4 การชำระเงินค่าเล่าเรียน บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

ที่มา : เพิ่มภาพส่วนบุคคล CU NEX Club

การขอทุนการศึกษา เพื่อยกระดับความปัญญาจากเอกสารการขอทุนตกหล่น หรือ นิสิตหลายคนไม่ทราบว่ามหาวิทยาลัยประกาศมอบทุนอะไรบ้าง ดังนั้นเพื่อเป็นทางผู้พัฒนาแอปจึงได้สร้างฟีเจอร์นี้เพื่อเป็นการรวบรวมแหล่งทุนการศึกษาต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชัน และลดปัญหาการกรอกเอกสารมากมาย โดย สามารถเลือกบันทึก (Save Draft) ไว้ แล้ว สมัครทุนอื่น ๆ ได้โดยไม่ต้องเสียเวลากรอกเอกสารใหม่ ไม่ต้องแกะลายมือของนิสิตที่อ่านยาก แถมยังกด Location ผ่าน Google Map ไม่ต้องวาดแผนที่บ้านของนิสิตให้ง้ออีกด้วย



ภาพที่ 4.5 การชำระเงินค่าเล่าเรียน บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

ที่มา : เพิ่มภาพส่วนบุคคล CU NEX Club

QR Code Access เป็นการ ใช้ Dynamic QR โดยเปลี่ยนรูป QR Code ทุก 3 นาที เพื่อรักษาความปลอดภัยไม่ให้บุคคลอื่นที่ไม่ใช่ นิสิตจุฬาลงกรณ์แบบอ้าง หรือส่งต่อ เพื่อเข้าไปยังสถานที่ต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัยดังนั้นจึงได้รับความปลอดภัย

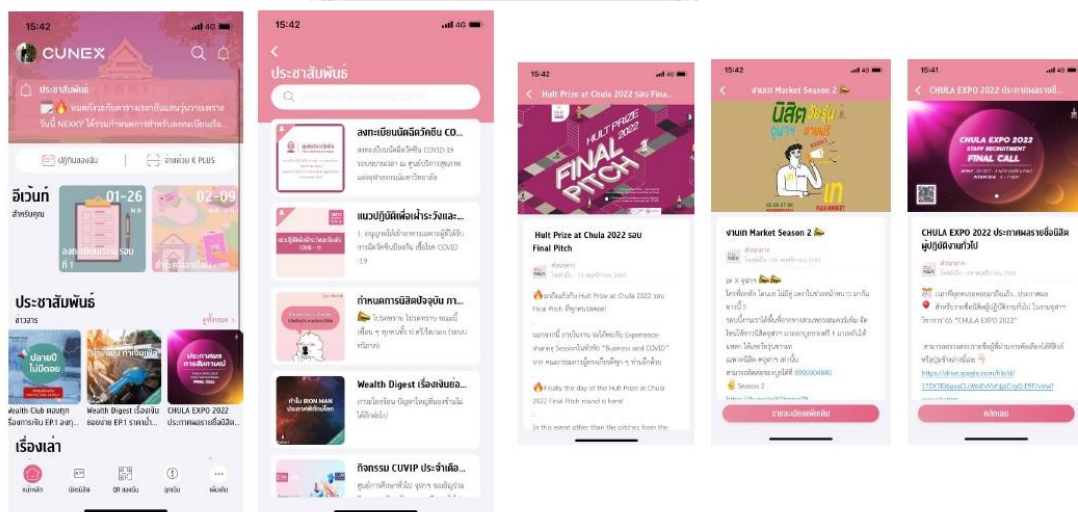


ภาพที่ 4.6 การใช้ QR Code Access บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

ที่มา : CU NEX The Series เรื่องของเราต้องเอาให้สุด

<https://www.youtube.com/watch?v=oVwVDCMpjl>

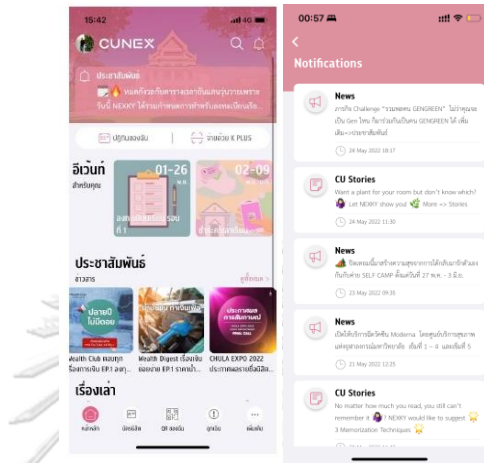
ข่าวสาร และประชาสัมพันธ์ เป็นรูปแบบหนึ่งในการสื่อสาร ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ ต่าง ๆ จากมหาวิทยาลัย และ คณะของนิสิตที่กำลังศึกษา โดยประกอบไปด้วย ตัวไอคอน แบนเนอร์ และ เนื้อหาต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดการรับรู้ แจ่มเพื่อทราบ และเพื่อปฏิบัติตาม นอกจากนี้ ยังมีข่าวสารการรับสมัคร ค่ายกิจกรรมชมรม โดยสามารถแนบลิงก์การสมัครและลงทะเบียนได้



ภาพที่ 4.7 ข่าวสาร และประชาสัมพันธ์ บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

ที่มา : แพ้รูปภาพส่วนบุคคล

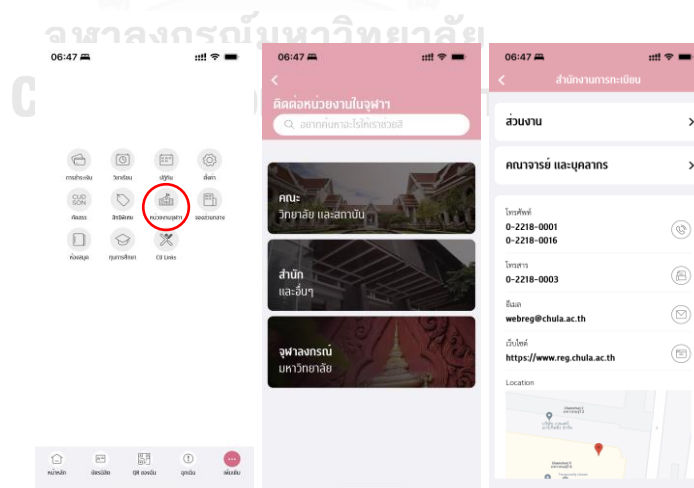
การแจ้งเตือน คือการประชาสัมพันธ์ รูปแบบหนึ่ง เพื่อแจ้งเตือน นิสิตไม่ให้พลาดข่าวสาร การนัดหมาย หรือเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้น และต้องทราบ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยแจ้งเตือนนี้ สามารถดูย้อนหลังได้ หากมีข้อความแจ้งเตือนใหม่เข้ามาและไม่แสดงข้อความแจ้งเตือนก่อนหน้านี้



ภาพที่ 4.8 การแจ้งเตือน บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

ที่มา : เพิ่มภาพส่วนบุคคล

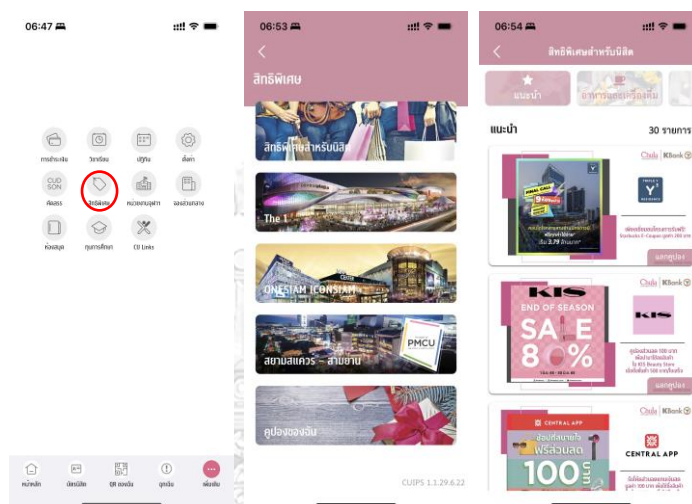
รายชื่อและเบอร์ติดต่อ เพื่อให้ นิสิต ค้นหาเบอร์โทรศัพท์ และเบอร์ติดต่อหน่วยงานต่าง ๆ ในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้ โดยใช้เรียกปุ่มในเมนูบนแอปพลิเคชันว่า “หน่วยงานจุฬาฯ”



ภาพที่ 4.9 รายชื่อและเบอร์ติดต่อหน่วยงานต่าง ๆ บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

ที่มา : เพิ่มภาพส่วนบุคคล

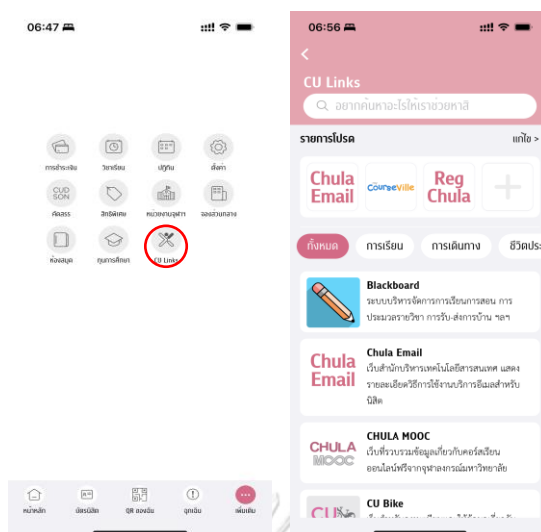
สิทธิพิเศษ เพื่อให้บัณฑิตจุฬาลงกรณ์ได้ใช้สิทธิประโยชน์จาก Partner ธนาคารกสิกรไทย รวมไปถึงร้านค้าจากสำนักทรัพย์สินจจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (PMCU) ร้านค้ารอบรั้วจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในการให้ สิทธิประโยชน์ ส่วนลดจากร้านค้ามากมาย โดยแสดงแบ่งประเภทเป็นหมวดหมู่ได้



ภาพที่ 4.10 สิทธิพิเศษ บนแอปพลิเคชันชียูเน็กซ์

ที่มา : เพิ่มภาพส่วนบุคคล

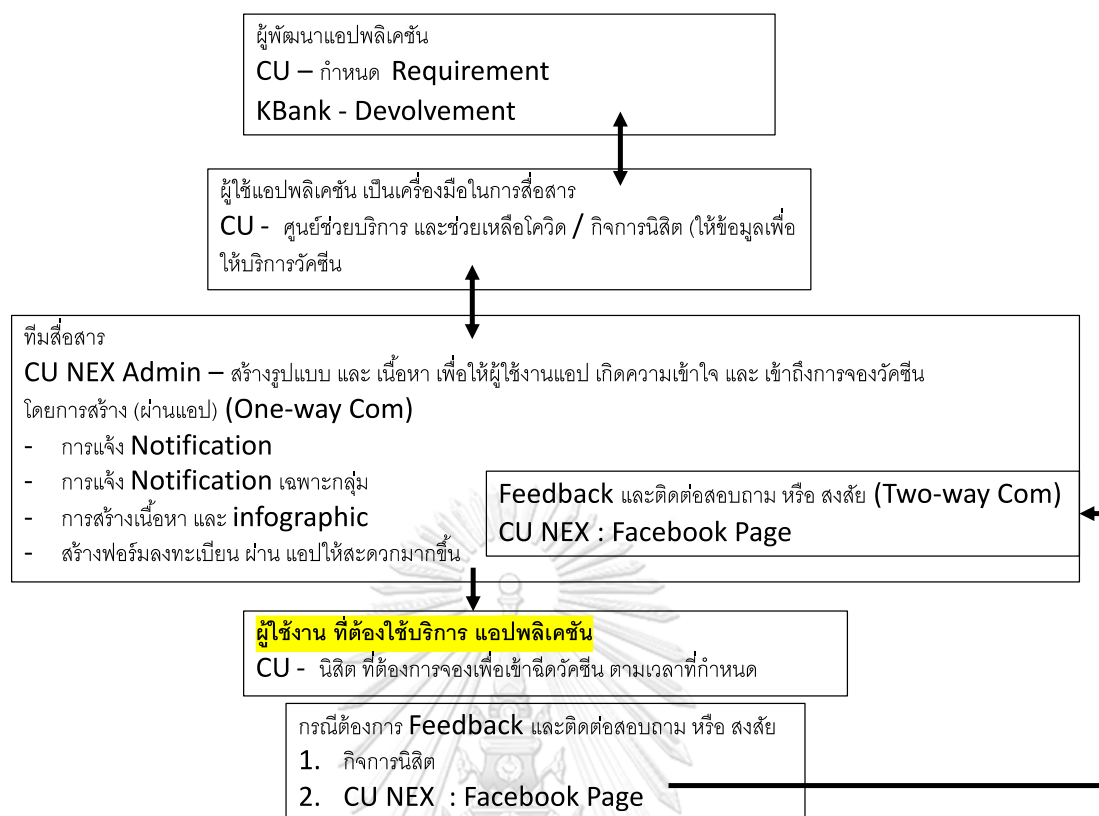
Link ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้เครื่องมือสารอย่างโทรศัพท์มือถือถือในการเชื่อมต่อเว็บไซต์ในการค้นหาข้อมูลที่เป็นต้องใช้ ของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยรวบรวมมาไว้บนแอปพลิเคชัน เช่น เว็บไซต์ของสำนักทะเบียน หรือ อีเมลของนิสิตเองที่ต้องเข้าผ่านเว็บไอทีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยใช้เรียกปุ่มในเมนูบนแอปพลิเคชันว่า “CU Links”



ภาพที่ 4.11 CU Links บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

ที่มา : เพิ่มภาพส่วนบุคคล

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะแสดงฟังก์ชัน พีเจอร์ต่างๆ บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ให้ความต้องการของมหาวิทยาลัยที่ต้องการให้ ผู้ใช้งาน หรือ นิสิตมีชีวิตที่ดี ทั้งในและนอกรั้วมหาวิทยาลัยโดยนำเอาเทคโนโลยี มาอำนวยความสะดวกสบาย แต่เนื่องจากการสร้างแอปพลิเคชันนั้นยังเป็นเพียงแค่การสื่อสารเพียงทางเดียวเท่านั้น (One-way Communication) กล่าวคือ เป็นการสื่อสารเพียงแต่ต้องการแจ้งให้ทราบ บอกข้อมูลโดยไม่สนใจว่าผู้รับสารนั้นจะมีการโต้ตอบกลับมา หรือ แสดงความคิดเห็นอย่างไร ผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน ในฝ่ายสื่อสารและความสัมพันธ์กับผู้ใช้งานจึงเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารและให้ข้อมูล ผ่าน Facebook Page โดยใช้ชื่อว่า CU NEX เหมือนกับแอปพลิเคชัน โดยใช้แอดมินในการตอบข้อข้องใจ หรือบริการปัญหาการใช้งานแอปพลิเคชัน ซึ่งมีแอดมินเพจดูแล เป็นกลุ่มนิสิตและผู้นำข้อมูลข่าวสาร เนื้อหาประชาสัมพันธ์ ที่มีข้อมูลอยู่แล้ว หรือเข้าใจเนื้อหาจากหน่วยงานต่าง ๆ เป็นผู้ให้คำตอบ กรณีที่ผู้ใช้งานต้องการถามตอบ หรือ ต้องการทราบหรือขอความช่วยเหลือแบบสามารถสนทนาด้วยวิธีการแชท ซึ่งจากข้อมูลทั้งหมดจะเป็นภาพ เป็นระบบนิเวศน์ (Ecosystem) ของการสื่อสารของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 4.12 แผนภาพความสัมพันธ์ ของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ และ ซียูเน็กซ์เฟสบุ๊ค

4.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษารูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารเกี่ยวกับวัคซีนโควิด 19 ของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ในกรอบของทฤษฎีสะกิด

1) การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย

จากการศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยมีการประชาสัมพันธ์ที่มีรูปแบบชัดเจน ครอบคลุมและเข้าถึงง่าย รวมทั้งในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับยี่ห้อของวัคซีน สถานที่ฉีด การเตรียมตัว ได้รับข่าวการรับวัคซีนจากตัวแทนชั้นปีของคณะที่รับข่าวประชาสัมพันธ์มาจากกิจการนิสิตของคณะ แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากมีหน่วยงานที่รับผิดชอบจำนวนมาก จึงทำให้เกิดความสับสนในการรับข่าวสาร สับสนในส่วนของบทบาทหน้าที่ของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ การติดต่อโดยตรงในลักษณะการโทรสอบถามไม่สามารถติดต่อได้ สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ประชาสัมพันธ์ได้ดี เข้าถึงนิสิตได้ แต่มีความสับสน เนื่องจากเราเองมีความสับสนในหน่วยงานของจุฬา ว่าหน่วยงานไหนทำอะไร เลยไม่แน่ใจว่าเราต้องรับข่าวสารหรือติดตามจากเพจ

ไหนดเป็นหลักประกอบกับการที่ข้อมูลเรื่องการฉีดวัคซีนค่อนข้างมีรายละเอียดเยอะ ในเรื่องของยี่ห้อ สถานที่ฉีด สิ่งที่ต้องเตรียมไป วัน-เวลาทำให้รู้สึกงงในข้อมูลที่เยอะเกิน (ซึ่งในตอนหลังทางมหาลัยทำ Content Q&A ออกมา ทำให้เข้าใจได้มากขึ้น)” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 1 มิถุนายน 2565)

“การประชาสัมพันธ์มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วน แต่เมื่อต้องการที่จะโทรติดต่อกลับไม่มีผู้รับสาย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4, 1 มิถุนายน 2565)

“ส่วนใหญ่จะทราบข่าวการรับวัคซีนจากตัวแทนชั้นปีของคณะที่รับข่าวประชาสัมพันธ์มาจากกิจกรรมนิสิตของคณะอีกทีก่อน จะเห็นการประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook ของมหาวิทยาลัยภายหลัง” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 26 พฤษภาคม 2565)

“ค่อนข้างครอบคลุมทุกช่องทาง เข้าใจง่าย และประชาสัมพันธ์ได้ชัดเจน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 (Admin CU NEX), 2 มิถุนายน 2565)

“ค่อนข้างเห็นบ่อย (เห็นจาก Facebook) และก็เป็นทำให้ข้อมูลที่ค่อนข้างเป็นประโยชน์ ถ้ามีการติดตามเพจหลักๆ ที่คอยแสดงข่าวสาร ทั้งการป้องกัน หรือการเข้ารับวัคซีน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10, 3 มิถุนายน 2565)

“ประกาศดี ข้อมูลชัดเจน มีแจ้งเตือนหรือประกาศหลายแหล่งไม่ว่าจะเป็น Line, Facebook โดยเฉพาะ Application” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9, 3 มิถุนายน 2565)

“การประชาสัมพันธ์ผ่านทางแอป CU NEX ทำให้ง่ายต่อการหาข้อมูลมากๆ และเนื่องจากโพสต์อยู่ในหน้าแรก ทำให้เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายกว่า การอ่านตามเพจเนื่องจากเพจ เวลาไม่ได้ดูในช่วงเวลาที่ลงโพสต์ ข้อความโพสต์อื่นก็จะกลบข้อความฉีดวัคซีน และชอบการที่มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางกลุ่มไลน์คณะอีกช่องทาง ยิ่งทำให้นิสิตเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4, 1 มิถุนายน 2565)

2) การสื่อความจากคณะ

จากการศึกษาพบว่า การสื่อความจากคณะเป็นไปในลักษณะของการส่งผ่านทางช่องทาง Line และ Facebook Page ของคณะ โดยมีข้อความเป็นส่วนหนึ่งของข้อมูลและมีการทำ Info graphic ประกอบ เพื่อให้เห็นภาพและสร้างความเข้าใจมากขึ้น สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“เน้นเป็นตัวแทนรุ่นส่งเข้าในไลน์กลุ่ม (ช่วงเดือน May-June 2021) ซึ่งเป็นช่วงที่ตัวเองฝึกงานแล้วมีการจัดท้าวัดขึ้นให้แก่นิสิตที่มีความจำเป็นต้องฝึกงาน รู้สึกว่าเป็นการสื่อสารที่ดี เพราะตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เข้ามาในไลน์ซึ่งโดยปกติเป็นคนเช็คไลน์บ่อย ทำให้สามารถได้รับวัคซีนได้ทันเวลา” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 26 พฤษภาคม 2565)

“มีการกระจายข่าวสารผ่านช่องทาง Line และ Facebook Page ของคณะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4, 1 มิถุนายน 2565)

“เข้าใจง่าย เพราะส่วนใหญ่จะเป็นข้อความยาว ๆ 1 Chat ที่ประกอบด้วยรายละเอียดครบถ้วน, Q&A ที่สำคัญ แล้วตามด้วย Info graphic ประกอบ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10, 3 มิถุนายน 2565)

“ประชาสัมพันธ์วัคซีนของคณะจะส่งผ่านช่องทาง Open Chat ใน LINE ซึ่งโดยปกติหากมีประชาสัมพันธ์อะไรก็จะส่งเข้าช่องทางนี้ ซึ่งถ้าหากนิสิตไม่เปิดเข้าไปอ่านอาจจะไม่ทราบได้ว่ามีประชาสัมพันธ์วัคซีน อีกทั้งใน Facebook Page ของคณะไม่ได้มีความเคลื่อนไหวมากนัก ถ้าหากไม่ได้ตามประกาศจากทางเพจ CU NEX หรือกิจการนิสิตก็อาจจะไม่ทราบเกี่ยวกับวัคซีนได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9, 3 มิถุนายน 2565)

“ดี คณะก็มีการช่วยส่งเสริมประกาศของมหาลัยผ่านการแชร์ข้อมูลลงไปที่เพจ หรือช่องทางต่างๆ ของคณะซึ่งก็มีความสอดคล้องกับประกาศของมหาลัย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 1 มิถุนายน 2565)

“ทางคณะนิติศาสตร์มีการนำข้อความประชาสัมพันธ์จากส่วนกลาง มาประชาสัมพันธ์ผ่านกลุ่มไลน์คณะอยู่ตลอด ทำให้เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น และมีบอกช่องทางว่าหาพบ ต้องการฉีดให้ลงทะเบียนผ่านแอป CU NEX ซึ่งง่ายต่อการจองวัคซีนมาก” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4, 1 มิถุนายน 2565)

3) รูปแบบเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โควิด19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

จากการศึกษา ในส่วนของรูปแบบเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โควิด19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ พบว่า CU NEX เป็นแอปพลิเคชันที่นิสิตทุกคนนั้นจำเป็นต้องใช้งาน ดังนั้นจึงก่อให้เกิดความคุ้นเคยในการใช้งาน รวมไปถึงเป็นแอปพลิเคชันที่ทางมหาวิทยาลัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ร่วมมือกันในการพัฒนาขึ้นมา ดังนั้น ข้อมูลที่น่าเสนอเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในส่วนของโควิด-19 ย่อมมีความน่าเชื่อถือและครอบคลุมรายละเอียดในด้านต่างๆ โดยมีรูปแบบการประชาสัมพันธ์คือ เป็นข้อความและรูปภาพ โดยเป็นการแจ้งเตือน Notification และการปิดกั้นประชาสัมพันธ์ไว้อย่างชัดเจนที่หน้าแรกเพื่อให้สังเกตได้ง่าย นอกจากนี้ ยังมีการส่งข้อความแจ้งเตือนและข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อลงทะเบียนการฉีดวัคซีน รวมถึงตอบคำถามที่ถามบ่อย สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“รู้สึกว่ โนติ Effective มาก เพราะเป็นแอปพลิเคชันที่นิสิตทุกคนมีในมือถือและคุ้นเคยกับการใช้อยู่แล้ว ไปหน้าแรกก็เจอเลย เป็นข้อความและรูปประกอบที่รู้สึกว่ น่าเชื่อถือ (อาจจะเพราะอยู่ในแอปด้วย) พอดีไปฉีดเข็ม 4 ที่อื่นมา เลยทุกวันนี่ยังรอโนติเข็ม 5 จาก CU NEX อยู่” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9, 3 มิถุนายน 2565)

“เป็นการแจ้ง Notification และมีการปิดกั้นไว้ที่หน้าแรกเพื่อให้สังเกตได้ง่าย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 (Admin CU NEX), 2 มิถุนายน 2565)

“เป็นการส่งข้อความแจ้งเตือนและข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อลงทะเบียนการฉีดวัคซีน รวมถึง ตอบคำถามที่ถามบ่อย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 1 มิถุนายน 2565)

“ส่วนใหญ่จะได้ข้อมูลมาว่าให้ติดตามรายละเอียดผ่านแอปพลิเคชัน แต่ข้อความแจ้งเตือนในแอปพลิเคชันจะเตือนความจำได้ดี” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 1 มิถุนายน 2565)

“มีการป้กหมุดประชาสัมพันธ์ไว้อย่างชัดเจนดี ทำให้มองเห็นได้ง่าย และมีข้อมูลที่ต้องทราบก่อนการรับวัคซีน สถานที่ฉีดวัคซีน การจองวันเพื่อรับวัคซีนภายในแอปพลิเคชันเดียว ไม่ต้องทำเรื่องให้ยุ่งยาก ถือว่าพอใจค่ะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5, 1 มิถุนายน 2565)

“อ่านง่าย และเข้าใจง่ายมาก และมีการนำข้อความไว้ในหน้าแรก โพสต์แรกๆ ทำให้เห็นโพสต์ได้ง่ายขึ้นมาก แค่เข้าไปในหน้าแรกก็เจอแล้ว และนอกจากนี้ยังมีแจ้งเตือนเชิญชวนให้นิสิตมาฉีดวัคซีน ทำให้เห็นข้อมูลผ่านแอปได้เพิ่มขึ้น” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10, 3 มิถุนายน 2565)

4) เนื้อหาเกี่ยวกับโควิด 19 ในแอปพลิเคชันซิยูเน็กซ์

จากการศึกษาพบว่า เนื้อหาเกี่ยวกับโควิด 19 ในแอปพลิเคชันมีความถูกต้องครบถ้วน ได้แก่ข้อมูลเบื้องต้นในการดูแลรักษาตัวเองหากติดเชื้อ วิธีการจองเข้ารับวัคซีน การยกเลิกในกรณีที่ไม่สะดวก การยืนยันได้รับข้อความทางอีเมล ตลอดจน การเตรียมตัวก่อนเข้ารับวัคซีน และหลังการรับวัคซีน ซึ่งเป็นเนื้อหาที่เข้าใจได้ง่าย กระชับ มีข้อมูลครบในการติดต่อและตอบคำถามข้อสงสัย และมีหลักฐานการลงทะเบียนชัดเจนและมีความเป็นส่วนตัวมากกว่าการลงทะเบียนผ่านช่องทางอื่น ๆ เนื้อหาครบถ้วน ทำให้เข้าใจถึงเงื่อนไข และข้อกำหนดต่างๆ ในการฉีดวัคซีน และสามารถจองวัคซีนได้ง่าย จองผ่านแอป เมื่อจองแล้วจะมีข้อปฏิบัติให้นิสิต และมีการแจ้งเตือนในเมลว่าเราจองได้เรียบร้อย นอกจากนี้ยังสามารถยกเลิกก่อนวันฉีดผ่านในแอปได้อย่างสะดวก อย่างไรก็ตาม อยากให้มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการช่วยเหลือนักศึกษาที่ติดโควิด สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“มีการปรับปรุงวิธีการลงทะเบียนในแอปให้ง่าย ไม่ต้องเป็น Google form (ครั้งแรก) จึงมาพัฒนาในแอปเพื่อรองรับการจองวัคซีน ในครั้งต่อมาโดยไม่ต้องสลับแอป” (อาจารย์โกโคย ศิริรัตน์ภาส ผู้ช่วยอธิการบดี งานกิจการพิเศษ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารความเสี่ยง, ผู้พัฒนาแอปให้สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2565)

“เข้าใจง่าย มีความน่าเชื่อถือ ถ้าจำไม่ได้คือใช้ Artwork ตัวเดียวกับที่จุฬาใช้ในเพจ ทำให้รู้สึกว่ โอเค เรากดถูกอันแล้ว อันนี้คือเนื้อหาที่เราอยากอ่าน/อยากทราบ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 26 พฤษภาคม 2565)

“มีเนื้อหาที่ครบถ้วน สามารถนำไปใช้ได้จริง” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 1 มิถุนายน 2565)

“เนื้อหาสั้น กระชับ เข้าใจง่าย มีข้อมูลครบในการติดต่อและตอบคำถามข้อสงสัย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 (Admin CU NEX), 2 มิถุนายน 2565)

“เข้าใจง่าย ใช้คำกระชับ ลงทะเบียนง่าย มีการแจ้งเตือนวันเวลา ทำให้เตือนความจำได้ดี และมีหลักฐานการลงทะเบียนชัดเจนและมีความเป็นส่วนตัวมากกว่าการลงทะเบียนผ่านช่องทางอื่น ๆ (ในบางช่องทางหรือหน่วยงานอื่น ๆ ไม่สามารถเข้าไปตรวจสอบได้ว่าลงทะเบียนสำเร็จหรือไม่ หรือบางครั้งนำข้อมูลส่วนตัวของผู้ลงทะเบียนมาแสดงในที่สาธารณะ)” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6, 2 มิถุนายน 2565)

“ในกรณีของการจองวันและประชาสัมพันธ์ในการรับวัคซีน ถือว่ามีความชัดเจนดีค่ะ แต่จะมีในกรณีที่ฉีดติดโควิด แล้วไม่ทราบว่าในแอปฯ CU NEX มีการช่วยเหลือกรณีที่ติดโควิดด้วย ทำให้ต้องประสานงานกับหน่วยงานภายนอกเอง ตรงนี้อยากให้ประชาสัมพันธ์เพิ่มอีกนิดค่ะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7, 2 มิถุนายน 2565)

“ก็มีการแจ้งเตือนข่าวสารเสมอ พุดถึงสถานการณ์ COVID-19, แนวทางในการป้องกันตัวเองจากโรค, แนวทางของมหาลัย รวมไปถึงแจ้งเตือนข่าวสารเรื่องการฉีดวัคซีน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4, 1 มิถุนายน 2565)

“เนื้อหาครบถ้วน ทำให้เข้าใจถึงเงื่อนไข และข้อกำหนดต่างๆ ในการฉีดวัคซีน และสามารถจองวัคซีนได้ง่าย จองผ่านแอป เมื่อจองแล้วจะมีข้อปฏิบัติให้ฉีด และมีการแจ้งเตือนในเมล

ว่าเราคงได้เรียบร้อย นอกจากนี้ยังสามารถยกเลิกก่อนวันฉีดผ่านในแอปได้อย่างสะดวก” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10, 3 มิถุนายน 2565)

5) การกระตุ้นให้ไปรับวัคซีน

5.1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อความแจ้งเตือนจาก CU NEX

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่า ข้อความแจ้งเตือนจาก CU NEX มีรายละเอียดครบถ้วน เป็นการแจ้งเตือนที่ช่วยให้นิสิตนักศึกษามีการเตรียมความพร้อมสำหรับการฉีดวัคซีนได้เป็นอย่างดี โดยข้อความแจ้งเตือนเหมาะสมกับนิสิตที่ไม่ได้เข้าช่องทางสื่อสารต่าง ๆ ของจุฬาฯ บ่อย ๆ สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ฟังเสียง Feedback จากผู้ใช้งานเพื่อมาปรับ UXUI ของแอปให้มีความน่าสนใจ และ พยายามพัฒนาให้เป็นมากกว่า แอปด้านการศึกษา แต่ต้องตอบโจทย์ Lifestyle ของนิสิต” (อาจารย์โกโคย ศิริรัตน์ภาส ผู้ช่วยอธิการบดี งานกิจการพิเศษ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารความเสี่ยง, ผู้พัฒนาแอปให้สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2565)

“รู้สึกว่ามีประโยชน์ แต่โน้ตจะค่อยไม่ถาวร บางครั้งอาจจะเผลอพลาดเผลอไปลบโน้ต เพราะทุกวันโน้ตเยอะมาก แต่มักจะกดเข้าไปดูอันที่รู้สึกว่าจะเกี่ยวข้องกับเรื่อง Welfare ต่าง ๆ เช่น วัคซีน ลงทะเบียนเรียน กำหนดการสำคัญต่าง ๆ ส่งชื่อ รหัสนิสิต ไปทางตัวแทนรุ่น > แอปยังมาให้กรอกฟอร์ม > ได้เมลยืนยัน > ไปฉีดตามวันเวลาสถานที่ที่กำหนด เข้มแรก อยากรู้เพื่อนไป อุ่นใจ เราชวนเพื่อนไปด้วยกัน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 26 พฤษภาคม 2565)

“เป็นการแจ้งเตือนที่ดี อยากรู้ให้มีการใส่ Link ต่างๆ ที่สามารถทำให้เข้าถึงได้มากขึ้น เช่น Google Maps, การกดเบอร์โทรในการแจ้งเตือนนั้นได้เลย, เอกสารที่ต้องเตรียม และการเตรียมตัวต่างๆ ก่อนฉีดและหลังฉีด เป็นต้น” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 1 มิถุนายน 2565)

“ดี มีการบอกให้ลงทะเบียนซึ่งทำให้รู้ว่ามีการฉีควัคซีนและกระตุ้นให้เข้าไปให้บริการมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ข้อความแจ้งเตือนกดไม่ได้ ค้างในบางครั้ง” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 1 มิถุนายน 2565)

“ข้อความแจ้งเตือนเหมาะสมกับนิสิตที่ไม่ได้เข้าช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ของจุฬาฯ บ่อย ๆ ในบางครั้งข้อความแจ้งเตือนมาในช่วงที่นิสิตยังไม่ถึงรอบฉีดเข็มกระตุ้น เมื่อถึงเวลาอาจจะลืมลงทะเบียน แม้จะมีข้อความแจ้งเตือนเรื่อย ๆ แต่หากสามารถตั้งการแจ้งเตือนเฉพาะกลุ่มไปยังนิสิตที่ครบรอบฉีดเข็มกระตุ้นได้ จะทำให้นิสิตสามารถลงทะเบียนได้ในขณะนั้นทันที” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 (Admin CU NEX), 2 มิถุนายน 2565)

“โดยส่วนตัวปิดแจ้งเตือนจาก CU NEX ค่ะ เพราะจะมีแจ้งเตือนจากการประชาสัมพันธ์จากชมรม หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ไม่ได้สนใจเป็นพิเศษค่ะ แต่จะอาศัยการเช็คหน้าไทม์ไลน์ หรือแอปฯ CU NEX บ่อย ๆ ค่ะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6, 2 มิถุนายน 2565)

“ค่อนข้างโอเคที่มีการแจ้งเตือนและกระตุ้นอยู่บ่อย ๆ แต่ส่วนตัวบ้านอยู่แถวจังหวัดนนทบุรี ซึ่งก็มีศูนย์บริการใกล้ๆ ทำให้เลือกที่จะฉีดแถวบ้านมากกว่า” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9, 3 มิถุนายน 2565)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

5.2) ความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับอีเมลยืนยันเฉพาะคุณ

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่า อีเมลยืนยันเฉพาะคุณ มีความเป็นส่วนตัวค่อนข้างสูง และมีรายละเอียดที่สำคัญและจำเป็น สามารถนำไปใช้เป็นหลักฐานในกรณีที่เกิดปัญหาในการเข้ารับการฉีควัคซีนได้ และการส่งอีเมลยืนยันเป็นการยืนยันสิทธิ์และเตือนกระตุ้นให้ไปฉีดตามที่นัดหมายที่กำหนดสอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“รู้สึกมีความ Formal ทางการ ยืนยันว่าเราได้ไปฉีดแล้ว เป็นชื่อเราจริง ๆ รู้สึกว่าสามารถเป็นหลักฐานยืนยันได้กรณีที่หน่วยงานเกิดขัดข้องอะไรขึ้น เมลจุฬา ใช้ยาก ส่งไปถึงมั้ยไม่รู้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 1 มิถุนายน 2565)

“รู้สึกมีความเป็นส่วนตัวและใส่ใจในรายละเอียด” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4, 1 มิถุนายน 2565)

“คิดว่าดีมากเพราะการส่งอีเมลยืนยันเป็นการยืนยันสิทธิ์และเตือนกระตุ้นให้ไปฉีดตามที่นัดหมายที่กำหนด” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 (Admin CU NEX), 2 มิถุนายน 2565)

“เป็นประโยชน์อย่างมาก ทำให้มีหลักฐานยืนยันการลงทะเบียนและข้อมูลส่วนตัวไม่ถูกเปิดเผยต่อสาธารณะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9, 3 มิถุนายน 2565)

“ดีค่ะ ทำให้มีความมั่นใจว่าระบบยืนยันการจองวัคซีนแล้ว” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6, 2 มิถุนายน 2565)

ตารางที่ 4.1 สรุปประเด็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารเกี่ยวกับวัคซีนโควิด 19 ของแอปพลิเคชัน ชันชียูเน็กซ์ในกรอบของทฤษฎีสะกด

ประเด็น	สรุปผลการสัมภาษณ์
1) มหาวิทยาลัย	การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยมีการประชาสัมพันธ์ที่มีรูปแบบชัดเจน ครอบคลุมและเข้าถึงง่าย รวมทั้งในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับยี่ห้อของวัคซีน สถานที่ฉีด การเตรียมตัว ได้รับข่าวการรับวัคซีนจากตัวแทนชั้นปีของคณะที่รับข่าวประชาสัมพันธ์มาจากกิจการนิสิตของคณะ แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากมีหน่วยงานที่รับผิดชอบจำนวนมาก จึงทำให้เกิดความสับสนในการรับข่าวสาร สับสนในส่วนของบทบาทหน้าที่ของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ การติดต่อโดยตรงในลักษณะการโทรสอบถามไม่สามารถติดต่อได้
2) การสื่อความจากคณะ	การสื่อความจากคณะเป็นไปในลักษณะของการส่งผ่านทางช่องทาง Line และ Facebook Page ของคณะ โดยมีข้อความในส่วนข้อมูลและมีการทำ Info Graphic ประกอบ เพื่อให้เห็นภาพและสร้างความเข้าใจมากขึ้น

ประเด็น	สรุปผลการสัมภาษณ์
3) รูปแบบเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โควิด19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์	<p>ในส่วนของรูปแบบเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โควิด19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ พบว่า CU NEX เป็นแอปพลิเคชันที่นิสิตทุกคนนั้นจำเป็นต้องใช้งาน ดังนั้นจึงก่อให้เกิดความคุ้นเคยในการใช้งาน รวมไปถึงเป็นแอปพลิเคชันที่ทางมหาวิทยาลัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ร่วมมือกันในการพัฒนาขึ้นมา ดังนั้น ข้อมูลที่นำเสนอเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในส่วนของโควิด 19 ย่อมมีความน่าเชื่อถือและครอบคลุมรายละเอียดในด้านต่างๆ โดยมีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ คือ เป็นข้อความและรูปภาพ โดยเป็นการแจ้งเตือน Notification และการปักหมุดประชาสัมพันธ์ไว้อย่างชัดเจนที่หน้าแรกเพื่อให้สังเกตเห็นได้ง่าย นอกจากนี้ ยังมีการส่งข้อความแจ้งเตือนและข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อลงทะเบียนการฉีดวัคซีน รวมถึงตอบคำถามที่ถามบ่อย</p>
4) เนื้อหาเกี่ยวกับโควิด 19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์	<p>เนื้อหาเกี่ยวกับโควิด 19 ในแอปพลิเคชันมีความถูกต้อง ครบถ้วน เป็นเนื้อหาที่เข้าใจได้ง่าย กระชับ มีข้อมูลครบในการติดต่อและตอบคำถามข้อสงสัย และมีหลักฐานการลงทะเบียนชัดเจนและมีความเป็นส่วนตัวมากกว่าการลงทะเบียนผ่านช่องทางอื่น ๆ เนื้อหาครบถ้วนทำให้เข้าใจถึงเงื่อนไข และข้อกำหนดต่าง ๆ ในการฉีดวัคซีน และสามารถจองวัคซีนได้ง่าย จองผ่านแอป เมื่อจองแล้วจะมีข้อปฏิบัติให้ นิสิต และมีการแจ้งเตือนในเมลว่าเราจองได้เรียบร้อยแล้ว นอกจากนี้ยังสามารถยกเลิกก่อนวันฉีดผ่านในแอปได้อย่างสะดวก อย่างไรก็ตาม อยากให้มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการช่วยเหลือนักศึกษาที่ติดโควิด</p>
การกระตุ้นให้ไปรับวัคซีน	
1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อความแจ้งเตือนจาก CU NEX	<p>ส่วนใหญ่เห็นว่า ข้อความแจ้งเตือนจาก CU NEX มีรายละเอียดครบถ้วน เป็นการแจ้งเตือนที่ช่วยให้ นิสิต นักศึกษามีการเตรียมความพร้อมสำหรับการฉีดวัคซีนได้เป็นอย่างดี โดยข้อความแจ้งเตือนเหมาะสมกับนิสิตที่ไม่ได้เข้าช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ของจุฬาฯ บ่อย ๆ</p>

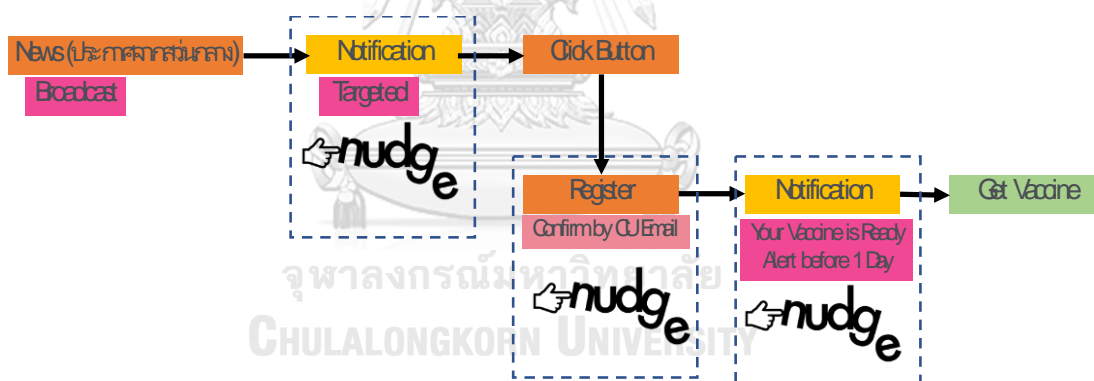
ประเด็น	สรุปผลการสัมภาษณ์
2) ความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับอีเมลยืนยันเฉพาะคุณ	ส่วนใหญ่เห็นว่า อีเมลยืนยันเฉพาะคุณ มีความเป็นส่วนตัวค่อนข้างสูง และมีรายละเอียดที่สำคัญและจำเป็น สามารถนำไปใช้เป็นหลักฐานในกรณีที่เกิดปัญหาในการเข้ารับบริการฉีดวัคซีนได้ และการส่งอีเมลยืนยันเป็นการยืนยันสิทธิ์และเตือนกระตุ้นให้ไปฉีดตามที่นัดหมายที่กำหนด

จากการศึกษาจะเห็นได้ว่า รูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ในกรอบของทฤษฎีสะกิดมีผลต่อการกระตุ้นให้ตัดสินใจ นักศึกษาเข้ารับบริการฉีดวัคซีน โดยเป็นไปตามกรอบทฤษฎี nudge (การสะกิด) คือ “การสะกิดหรือกระตุ้นให้มนุษย์เกิดการปรับเปลี่ยนการกระทำหรือเกิดพฤติกรรมในทางที่คาดหวังได้โดยไม่มีการบังคับ” โดยความคิด พฤติกรรมและการเลือกของมนุษย์ตามเศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรมและจิตวิทยาได้ซึ่งมีการทำงานของระบบความคิด 2 ระบบ คือ ระบบการคิดแบบอัตโนมัติ (automatic thinking หรือ system 1) ระบบการตัดสินใจแบบอัตโนมัตินี้เกิดขึ้นจากสัญชาตญาณอย่างรวดเร็ว กระทำไปตามธรรมชาติและไม่ต้องใช้พลังในการคิดใด ๆ และระบบการคิดแบบไตร่ตรอง (reflective thinking หรือ system 2) ระบบการตัดสินใจโดยใช้ความคิดไตร่ตรองพร้อมด้วยเหตุผล ซึ่งเป็นกระบวนการที่ช้าและต้องใช้พลังในการคิดสูง ทำให้ไม่สามารถทำงานตัดสินใจในสถานการณ์ที่ต้องการความรวดเร็ว แต่เหมาะสำหรับสถานการณ์ที่มีความยากซับซ้อนหลายอย่างที่เกิดขึ้นและมีเวลาสำหรับการประมวลผลเพื่อให้เกิดการตัดสินใจที่ถูกต้องได้ เช่น การตัดสินใจฉีดวัคซีน เป็นต้น โดยทั้งสองระบบที่ว่าจะทำงานร่วมกัน มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันของทั้งสองระบบความคิดตลอดเวลา และประมวลผลออกมาเป็นการกำหนดว่าคนคนนั้นควร จะตัดสินใจหรือเกิดการกระทำพฤติกรรมต่อสถานการณ์หนึ่ง ๆ อย่างไร เช่น หากเจอสถานการณ์ที่คุ้นเคย เคยชิน มีประสบการณ์ต่อเหตุการณ์นั้น ๆ มาก่อนแล้ว ระบบการคิดแบบอัตโนมัติ (automatic thinking) จะทำงานและประมวลผลให้เกิดการกระทำแต่หากเจอสถานการณ์บางอย่างที่มีความซับซ้อนหรือสถานการณ์ที่ผิดไปจากเดิม ระบบการคิดแบบอัตโนมัติ (automatic thinking) จะสลับไปยังระบบการคิดแบบไตร่ตรอง (reflective thinking) ให้ประมวลผลแทนจนเกิดการตัดสินใจลงมือการกระทำ พฤติกรรมที่เหมาะสมต่อสถานการณ์ที่วุ่น ๆ

รูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์นั้นมีการออกแบบโดยมีการระบุลักษณะกลุ่มบุคคลเป้าหมายที่ต้องการออกแบบทางเลือกเพื่อให้เกิดการตัดสินใจกระทำหรือเกิดพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสม แล้วนำทฤษฎีสะกิดมาเป็นพื้นฐานของการออกแบบทางเลือก ให้

เหมาะสมกับกลุ่มบุคคลนั้น ๆ การออกแบบทางเลือกอาจใช้แบบการสะกิดแบบ 1 หรือการสะกิดแบบ 2 ก็ได้โดยทั้ง 2 แบบสร้างอิทธิพลต่อระบบการคิดแบบอัตโนมัติ หรือระบบการคิดแบบไตร่ตรอง ของแต่ละกลุ่มบุคคลเป้าหมาย อันนำไปสู่การสะกิดให้กลุ่มบุคคลเป้าหมายตัดสินใจเลือกทำในสิ่งที่ตนควรกระทำ อันนำไปสู่การตัดสินใจเลือกลงมือกระทำของกลุ่มบุคคลเป้าหมายโดยผ่านการสื่อสารของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

หลักการออกแบบทางเลือกที่กล่าวมาข้างต้น เป็นหลักการพื้นฐานบนแนวความคิด พฤติกรรมและการตัดสินใจ ที่จะช่วยสะกิดให้ขามมนุษย์หรือผู้ป่วยตัดสินใจได้อย่างมีเหตุและผลมากขึ้น จะเห็นได้ว่าเราสามารถนำแนวทางของทฤษฎีสะกิดและการออกแบบทางเลือกมาปรับใช้ได้ใน การสื่อสารของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์เกี่ยวกับโควิด 19 ไม่ว่าจะเป็นในแง่ของการปรับพฤติกรรมในการดูแลสุขภาพ การร่วมมือในการเข้าร่วมมือในการเข้ารับการฉีดวัคซีน ที่สามารถนำทฤษฎีนี้เข้ามา มีบทบาทสำคัญในการออกแบบทางเลือกพร้อมกับการสะกิดเบา ๆ เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจง่ายในสิ่งที่ ต้องการนำเสนอและพยายามให้นักศึกษาเลือกทางเลือกที่ส่งผลดีต่อตนเองในการป้องกันโควิด-19 และเข้ารับการฉีดวัคซีน

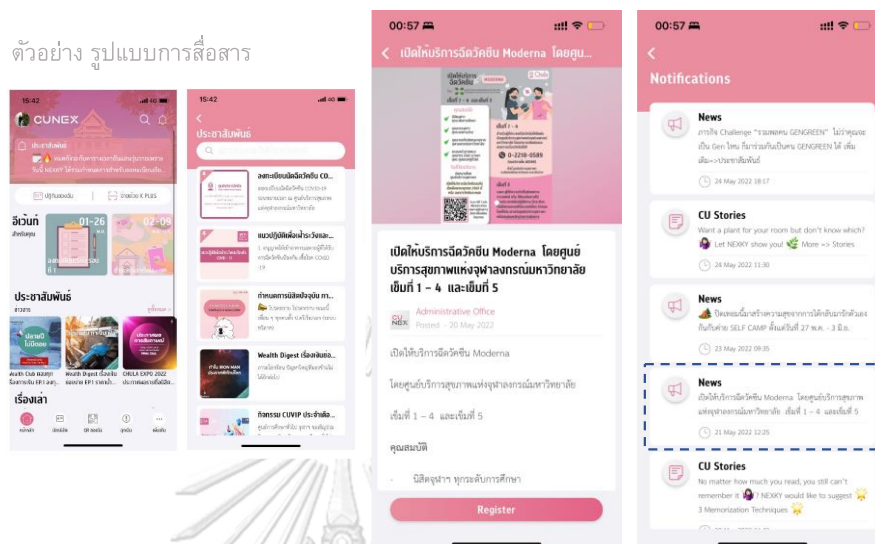


ภาพที่ 4.13 แผนภาพแสดงทฤษฎีสะกิด ที่อธิบายบนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ของนิสิตในการรับวัคซีน ป้องกันโควิด 19

รูปแบบในการสื่อสารที่ปรากฏ หมายถึง รูปแบบของการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่จะทำให้ เกิดความเข้าใจ ตาม วัตถุประสงค์ เช่น บอกเล่า เพื่อแจ้งให้ทราบ หรือ ปฏิบัติตาม โดยจะปรากฏมี 2 รูปแบบในการสื่อสารประชาสัมพันธ์คือ

1. Feed ข่าวสารและประชาสัมพันธ์ คือ Icon และ Banner ที่ภาพประกอบด้วย เนื้อหาข้อความ

2. การแจ้งเตือนผ่าน Notification (สามารถระบุเฉพาะกลุ่มเป้าหมายได้ โดยจำกัดข้อความที่ไม่เกิน 200 ตัวอักษร)



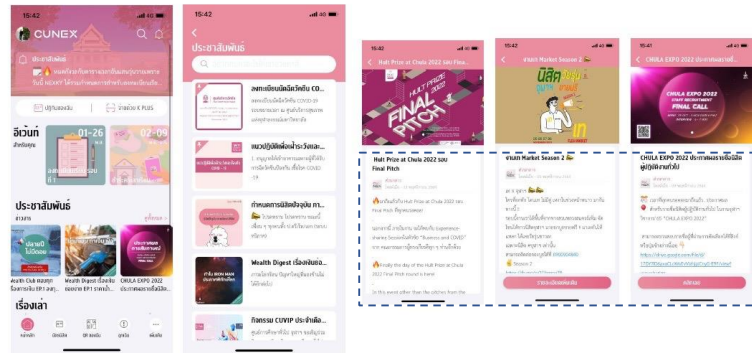
ภาพที่ 4.14 ตัวอย่างรูปแบบการสื่อสาร บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

ที่มา : เพิ่มภาพส่วนบุคคล

เนื้อหา คือ ภาพ หรือ ข้อความที่เป็นอักษร Text ที่สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่จะทำให้เกิดความเข้าใจ ตาม วัตถุประสงค์ โดยเนื้อหา จัดทำโดย Admin 2 กลุ่มในการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชัน

1. เนื้อหาที่ส่งโดยตรงทั้งหมดจาก กิจกรรมนิสิตแต่ละคณะ (เพื่อให้ทราบแหล่งที่มาของข้อมูล)
2. เนื้อหาที่ส่งผ่าน CU NEX Club ที่เป็นส่วนกลาง
3. การส่งเนื้อหาแบบ Customize แบบ targeted

ตัวอย่าง เนื้อหาการสื่อสาร (Photo & Text)



ภาพที่ 4.15 ตัวอย่างเนื้อหา บนแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

ที่มา : เพิ่มภาพส่วนบุคคล



ภาพที่ 4.16 Backoffice ในการส่งข้อความกำหนดผู้รับข้อความบน แอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

ที่มา : เพิ่มภาพส่วนบุคคล

4.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษานิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ในฐานะเครื่องมือสื่อสารในการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจฉีดวัคซีนโควิด 19

4.3.1 ความกังวล ความเชื่อมั่น เกี่ยวกับวัคซีนที่ฉีด

1) ความกังวลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายวัคซีนที่ฉีด (ฟรีหรือเสียเงิน)

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีความกังวลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายวัคซีนที่ฉีด เนื่องจากมองว่าเป็นสิทธิพื้นฐานที่ควรได้รับ สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ข้อมูลข่าวสารที่มีมากมาย แต่เราในฐานะ จุฬาฯ ต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้องและตรงกัน และ เป็นแอปจริงที่ใช้เป็นเครื่องมือ ที่สื่อสารของจุฬาฯและเฉพาะมากๆ จึงไม่ทำให้นิสิตต้องเกิด

ความกังวลใด ๆ” (อาจารย์โกลโคย ศรีรัตโนภาส ผู้ช่วยอธิการบดี งานกิจการพิเศษ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารความเสี่ยง, ผู้พัฒนาแอปให้สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2565)

“ณ ตอนนั้น (เข็มที่ 1 ฉีดช่วง May 2021) ซึ่งเป็นช่วงที่ต้องออกไปฝึกงาน รู้สึกว่ามีวัคซีนก็ดีกว่าออกไปโดยไม่มีอะไรเลย เล่นไม่ได้มีความกังวลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายวัคซีนที่ฉีด ปัจจุบันก็ไม่มี ความกังวล แต่ก็อยากก็อยากได้ฟรี เพราะรู้สึกว่าควรเป็นสิทธิที่ทุกคนเข้าถึงได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 26 พฤษภาคม 2565)

“คิดว่าไม่มีความกังวล เนื่องจากการฉีดวัคซีนผ่านจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ควรเป็นสวัสดิการของนิสิตที่ควรได้รับ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10, 3 มิถุนายน 2565)

“ไม่มีความกังวล หากเป็นชนิดวัคซีนที่ต้องการ แต่หากเป็นวัคซีนที่ต้องการและไม่เสียค่าใช้จ่าย จะเลือกเป็นอันดับแรก” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8, 3 มิถุนายน 2565)

“ไม่มีความกังวลค่ะ เพราะได้รับวัคซีนจากจุฬาฯ หรือหน่วยงานที่พ่อแม่ทำงานอยู่ แต่ถึงไม่ได้วัคซีนฟรีก็มีกำลังที่จะชำระค่าวัคซีน ถึงแม้วัคซีนควรจะเข้าถึงได้ทุกคน แบบไม่ต้องเสียตังก็ตาม” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 (Admin CU NEX), 2 มิถุนายน 2565)

“ความกังวลในระดับปานกลางเพราะปัจจุบันค่อนข้างมีการสนับสนุนการฉีดฟรีจากหลายๆ ภาคส่วนทำให้ไม่ต้องเสียเงินในการฉีด มีบ้างที่ไม่มั่นใจในวัคซีนที่เป็นข่าวว่าไม่ดี หรือต้องการบูสเตอร์ด่วนๆ ก็ต้องออกเงินซื้อเองก่อน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4, 1 มิถุนายน 2565)

2) ความกังวลมากหากไม่ทราบก่อนว่าจะได้รับวัคซีนยี่ห้ออะไร

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีความกังวลหากไม่ทราบยี่ห้อของวัคซีนที่จะได้รับ เนื่องจากวัคซีนแต่ละยี่ห้อนั้นมีคุณสมบัติ และผลข้างข้างเคียงที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“กังวลมาก เนื่องจาก ข่าวต่าง ๆ มีอยู่ใน social media เช่น มีคนฉีดกันนี้แล้วเป็นแบบนี้ ยี่ห้อนี้อเมริกาเค้าไม่ฉีดกัน และ อื่น ๆ ทำให้เรารู้สึกว่าเราควรมีสิทธิทราบก่อน และเลือกฉีดยี่ห้อที่เรามั่นใจ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 26 พฤษภาคม 2565)

“ทราบมาก่อนเนื่องจากทุกครั้งที่มีการประชาสัมพันธ์จะมีการแจ้งยี่ห้อ Vaccine เสมอ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 (Admin CU NEX), 2 มิถุนายน 2565)

“กังวลมาก หากไม่ทราบเพราะกลัวว่าจะผสมหลายยี่ห้อจนเกิดผลกระทบต่อร่างกาย แต่อย่างไรก็ตาม ส่วนตัวทราบมาก่อน จุฬาฯ จะมีการแจ้งเสมอว่าจะใช้วัคซีนยี่ห้ออะไร และเข็มที่เท่าไร” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6, 2 มิถุนายน 2565)

“จุฬาฯ มีการแจ้งชัดเจนว่าวัคซีนเป็นยี่ห้ออะไร แต่ในช่วงนั้นจำเป็นต้องฝึกงาน และหน่วยงานบังคับให้ฉีดวัคซีนเพื่อปฏิบัติงาน จึงจำเป็นต้องฉีด แม้ไม่มั่นใจในผลข้างเคียงหรือคุณภาพวัคซีน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 1 มิถุนายน 2565)

“มีความกังวลว่าจะได้รับวัคซีนอะไร เพราะฉะนั้นก่อนจะรับการฉีดวัคซีนจะต้องทราบก่อนว่าฉีดอะไร โดยจะฉีดวัคซีนที่ไม่ใช่วัคซีนเชื้อตายค่ะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7, 2 มิถุนายน 2565)

“ความกังวลเพราะ ไม่ทราบได้เลยว่าวัคซีนที่จะได้รับ จะเป็นวัคซีนที่เรามั่นใจในคุณภาพได้หรือไม่ และเป็นเป็นวัคซีนถูกประเภทกับที่เราเคยฉีดมาก่อนหรือไม่” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7, 2 มิถุนายน 2565)

“ใช่ การจะจองฉีดวัคซีนควรจะรู้ก่อนว่าวัคซีนที่ฉีดคืออะไร ไม่งั้นจะเป็นกังวลจนไม่กล้าฉีด แต่ด้วยประกาศของมหาลัยก็ทำให้รู้มาตลอดว่าวัคซีนที่ตัวเองจะฉีดคือชนิดไหน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10, 3 มิถุนายน 2565)

3) ความกังวลเกี่ยวกับอาการหลังจากการฉีด

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีความกังวลเกี่ยวกับอาการหลังฉีดวัคซีน เนื่องจากมีรายงานข่าวเกี่ยวกับผลข้างเคียงของวัคซีนมาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“เข็มแรกกังวลมากเช่นกัน เนื่องจากข่าวต่าง ๆ มีอยู่ใน social media (Sinovac) เข็ม 2, 3, 4 ไม่เน้นฉีดให้จบ ๆ ไป ป้องกันตนเองและคนอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม เรา รู้สึกว่าเป็นความรับผิดชอบของเราในการป้องกันตนเองความกังวลเล็กน้อย แต่เมื่อมีการให้เฝ้าดูอาการหลังฉีด ทำให้คลายความกังวลไปได้ เนื่องจากมีแพทย์และพยาบาลที่คอยดูแลประจำจุด” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 1 มิถุนายน 2565)

“ไม่มี เพราะทราบว่าจะฉีดวัคซีนแล้ว และได้เตรียมตัวเลือกเวลาที่เหมาะสมในการรักษาตัว” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 1 มิถุนายน 2565)

“มีความกังวล จากการรับข่าวสารผลข้างเคียง และในช่วงที่ฉีด (เม.ย. 2564) ยังไม่มีแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือที่เพียงพอ ประกอบกับยี่ห้อวัคซีนที่ได้รับค่อนข้างได้รับการวิจารณ์จำนวนมาก” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6, 2 มิถุนายน 2565)

“ส่วนตัวตอนนั้นได้ฉีด Astra Zeneca ค่ะ ค่อนข้างมีความกังวลเพราะได้อ่านจากบทความหลาย ๆ แห่งว่าไม่เหมาะกับผู้ที่อายุน้อย มีความเสี่ยงล้มเลือดอุดตันค่ะ และมีอาการจากผลข้างเคียงของวัคซีนค่อนข้างแรง แต่จำเป็นต้องฉีดเพราะมีตัวเลือกวัคซีนน้อยค่ะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7, 2 มิถุนายน 2565)

4) หากยังมีความกังวลในการฉีดวัคซีนท่านจะมีการเลื่อนการฉีด

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีการเลื่อนการฉีดวัคซีนที่มาจากความกังวล เนื่องจากมองว่าการฉีดวัคซีนเป็นเรื่องที่ต้องปฏิบัติตาม และด้วยสถานการณ์ที่ค่อนข้างรุนแรงรวมไปถึงประชาชนส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือในการฉีดวัคซีน แต่อย่างไรก็ตามอาจจะมีความกังวลเกี่ยวกับวันเวลาที่เข้ารับ

การฉีดวัคซีนว่าตนเองมีความพร้อมหรือไม่ เช่น ติดเรียน ติดภารกิจ เป็นต้น สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ส่วนตัวมองว่าเน้นตามความสำคัญ/ความจำเป็น ต่อให้เกิดความกังวลแต่ อิงจากไลฟ์สไตล์ ชีวิตของเรา หากเราต้องออกไปข้างนอกพบปะผู้คนเยอะมากมาย ก็ไม่ควรเลื่อนฉีด” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 26 พฤษภาคม 2565)

“ไม่เลื่อน เนื่องจาก มองว่าเป็นผลข้างเคียงที่อาจเกิดขึ้นได้ อยู่ที่ว่า จะมีความหนักหรือเบาเพียงใด” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 1 มิถุนายน 2565)

“มี เพราะกลัวไม่มีวันว่างอีก จำนวนคิวที่ให้เลือกไม่ค่อยเยอะ ส่วนมากจะเป็นวันเต็ม เช่น อังคาร ศุกร์ ของทุกอาทิตย์ ถ้ามีเรียน อาจจะไม่สามารถไปได้หรืออาจต้องลาเรียนมาเพื่อฉีด อยากให้มีวันให้เลือกที่หลากหลายกว่านี้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4, 1 มิถุนายน 2565)

“หากไม่จำเป็นต้องฉีด จะเลื่อนฉีด เพื่อให้ได้วัคซีนชนิดที่ไว้วางใจ แต่ด้วยความจำเป็น ทำให้ไม่สามารถเลื่อนฉีดได้ จึงต้องปฏิบัติตามข้อแนะนำก่อนการฉีดและหลังการฉีดอย่างเคร่งครัด” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10, 3 มิถุนายน 2565)

“ในตอนนั้น Astra Zeneca เป็นทางเลือกที่ดีที่สุดค่ะ เพราะฉะนั้นถึงจะมีความกังวล แต่ไม่ได้มีการเลื่อนการฉีดออกไปค่ะ ขอแค่มีภูมิคุ้มกันก่อนก็พอค่ะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7, 2 มิถุนายน 2565)

4.3.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความง่ายของการจอง หรือการเข้าถึงวัคซีนในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่า แอปพลิเคชันซียูเน็กซ์สามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีความสะดวก รวดเร็ว มีข่าวสารและรายละเอียดการลงทะเบียนและการรับวัคซีนครบถ้วน และ

ง่ายต่อการใช้งาน เนื่องจากเป็นแอปพลิเคชันที่นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคุ้นเคยและมีความมั่นใจในข้อมูลที่ได้รับ สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“รู้สึกว่าจะดีมาก เพราะเป็นแอปที่คุ้นเคย ใช้งาน กดไม่กี่ปุ่ม กรอกข้อมูลส่วนตัว ไม่ซับซ้อน ประกอบกับเพราะเป็นแอปพลิเคชัน CU NEX ที่เรามั่นใจว่าเป็นทางการของมหาลัย ข้อมูลนี้จะไปถึงจุดไหน ๆ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 1 มิถุนายน 2565)

“เป็นระบบที่ดีในการจอง ใช้งานง่าย แต่อยากให้เพิ่มในส่วนของ สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 (Admin CU NEX), 2 มิถุนายน 2565)

“ง่ายมาก สามารถเข้าได้ด้วยการล็อกอินและจองได้เลยแต่ข่าวไม่ค่อยถูกปิดกั้น หาค่าตัวเอง” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8, 3 มิถุนายน 2565)

“การลงทะเบียนง่ายกว่าช่องทางและหน่วยงานอื่น ๆ เป็นอย่างมาก ทั้งนี้อาจด้วยการลงทะเบียนเฉพาะนิสิตและบุคลากร ทำให้ไม่ต้องแย่งกันกดจอง มีข่าวสารและรายละเอียด การลงทะเบียนและการรับวัคซีนครบถ้วน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9, 3 มิถุนายน 2565)

“คิดว่าการเข้าถึงค่อนข้างโอเคเพราะมีการแจ้งเตือนตลอดเวลาถ้าเมื่อมีการเปิดรอบให้ฉีดวัคซีน หรือ มีการระบาดรุนแรงก็จะมีแจ้งเตือนและบอกวิธีเข้ารับการรักษาอย่างละเอียด” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10, 3 มิถุนายน 2565)

4.3.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ที่ได้รับบริการจากการใช้งานในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่า สถานที่ที่ได้รับบริการจากการใช้งานในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ เป็นสถานที่ที่มีความสะดวกเนื่องจากเป็นสถานที่ที่ได้รับคัดเลือกมาแล้วในส่วนของ การเชื่อมต่อการเข้าถึงและการใช้บริการ สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ส่วนตัวไม่ได้โฟกัสที่สถานที่ที่ได้รับบริการ เพราะรู้สึกว่าทางส่วนกลางน่าจะมีระบบจัดสรรของเค้าที่โอเค เลือก Default ที่เป็นจาม 9 ไม่ได้คิดไรเยอะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 26 พฤษภาคม 2565)

“เป็นสถานที่ดี เดินทางสะดวก (จามจุรี 9) สามารถเดินทางผ่าน MRT สามย่านและเดินมาบริเวณจุดที่ฉีดวัคซีนได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 1 มิถุนายน 2565)

“สถานที่มีความน่าเชื่อถือ และรองรับคนได้มาก สามารถแบ่งสัดส่วนในการขั้นตอนการดำเนินการได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4, 1 มิถุนายน 2565)

“จามจุรี 9 มีบุคลากรทางการแพทย์และเครื่องมือแพทย์ที่ทำให้ไว้วางใจ และมีการจัดพื้นที่เหมาะสมกับการฉีดวัคซีน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7, 2 มิถุนายน 2565)

“เดินทางสะดวก เป็นระเบียบ เมื่อไปถึงที่ฉีดคือเป็นระบบใช้เวลาไม่นาน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10, 3 มิถุนายน 2565)

4.3.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่า การให้บริการของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์เป็นบริการที่ดีที่สามารถเป็นตัวกลางระหว่างมหาวิทยาลัยกับนิสิต รวมไปถึงหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยมีความรวดเร็วในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์เรื่องราวต่างๆ ที่จำเป็น สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ชอบที่ตัวแอปเป็นตัวกลางระหว่างนิสิตและหน่วยงานอื่น ๆ ของจุฬาได้ดี เพราะอย่างที่กล่าวไปว่า จุฬามีหน่วยงานเยอะมาก และชื่อแต่ละอันยาวมาก ทำให้เรางงว่า สมมติเราจะอยากรู้เรื่องนี้ เรามีปัญหาเรื่องนี้ เราต้องทัก/ติดต่อใครไป?” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 1 มิถุนายน 2565)

“มีการบริการที่ดี แจ้งข่าวสารอย่างรวดเร็ว” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6, 2 มิถุนายน 2565)

“ให้บริการดี สะดวก ทำให้นิสิตสามารถใช้งานโดยรวมในแอปพลิเคชันเดียว” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8, 3 มิถุนายน 2565)

“การจัดวางข้อมูลและฟังก์ชันต่าง ๆ ทำให้ใช้งานได้ง่าย นิสิตหลาย ๆ คนอาจปิดการแจ้งเตือน เนื่องจากเห็นว่าหลาย ๆ เรื่องไม่เกี่ยวข้องกับตนเอง และเข้าใช้แอปพลิเคชันเฉพาะเรื่องเท่านั้น” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 (Admin CU NEX), 2 มิถุนายน 2565)

“ดีค่ะ ชำระค่าเทอม ประชาสัมพันธ์กิจกรรม ข่าวจุฬาฯ วัคซีนทุกอย่างให้นิสิตทั้งหมด” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9, 3 มิถุนายน 2565)

“รูปแบบของตัวแอป ใช้ง่าย ไม่ยากต่อการค้นหา เห็นข้อมูลข่าวสารครบถ้วน สะดวกต่อการจองวัคซีนมากๆ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10, 3 มิถุนายน 2565)

4.3.5 ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้คำแนะนำในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่า การให้คำแนะนำในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์มีความน่าเชื่อถือ และเป็นตัวกลางในการนำเสนอข้อมูล อย่างไรก็ตามควรมีการเพิ่มเติมข้อมูลในส่วนของการเพิ่ม Link การเข้าถึงช่องทางต่างๆ Q&A เกี่ยวกับการฉีดวัคซีน รวมถึงแจ้งเตือนถึงวันที่เริ่มฉีด-นับถอยหลังก่อนหมดเขตการฉีดวัคซีน สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“CU NEX เป็นแอปพลิเคชันที่มีความน่าเชื่อถืออยู่แล้ว แต่อย่างไรส่วนตัวมองว่า CU NEX ก็ยังเป็นแค่ตัวกลางที่มีความ ข้อมูลก็ต้องมาจากคนอื่นอยู่ดี User-Friendly มากกว่าหน่วยงานโดยตรง” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 1 มิถุนายน 2565)

“เพิ่ม Link การเข้าถึงช่องทางต่างๆ ทำเป็น Q&A เกี่ยวกับการฉีดวัคซีน รวมถึงแจ้งเตือนถึงวันที่เริ่มฉีด-นับถอยหลังก่อนหมดเขตการฉีดวัคซีน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 1 มิถุนายน 2565)

“อยากให้ปิดหมดข่าวการลงทะเบียนวัคซีนทุกเดือนและข่าวกรณีติดเชื้อโควิด-19 ถ้าเป็นไปได้ ขึ้นวันที่จองวัคซีนบนปฏิทินแอปฯ และ ลิงก์แอปกับหมอพร้อม นอกจากนี้ อยากให้แ

ปขึ้นว่าเคยฉีดวัคซีนครบ 16 สัปดาห์หรือยัง เพราะเคยจองแล้ว เขาไม่ให้ฉีดเพราะไม่ครบวัน แต่จองได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5, 2 มิถุนายน 2565)

“เห็นการพัฒนาแอปพลิเคชันให้สอดคล้องกับนิสิตและบุคลากรสม่ำเสมอ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 (Admin CU NEX), 2 มิถุนายน 2565)

ตารางที่ 4.2 สรุปประเด็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับทัศนคติต่อแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ในฐานะเครื่องมือสื่อสารในการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจฉีดวัคซีนโควิด 19

ประเด็น	สรุปผลการสัมภาษณ์
ความกังวล ความเชื่อมั่น เกี่ยวกับวัคซีนที่ฉีด	
1) ความกังวลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายวัคซีนที่ฉีด (ฟรีหรือเสียเงิน)	ส่วนใหญ่ไม่มีความกังวลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายวัคซีนที่ฉีด เนื่องจากมองว่าเป็นสิทธิพื้นฐานที่ควรได้รับ
2) ความกังวลหากไม่ทราบก่อนว่าจะได้รับวัคซีนยี่ห้ออะไร	ส่วนใหญ่มีความกังวลหากไม่ทราบยี่ห้อของวัคซีนที่จะได้รับ เนื่องจากวัคซีนแต่ละยี่ห้อนั้นมีคุณสมบัติ และผลข้างข้างเคียงที่แตกต่างกัน
3) ความกังวลเกี่ยวกับอาการหลังจากการฉีด	ส่วนใหญ่มีความกังวลเกี่ยวกับอาการหลังฉีดวัคซีน เนื่องจากมีรายงานข่าวเกี่ยวกับผลข้างข้างเคียงของวัคซีนมาอย่างต่อเนื่อง
4) หากยังมีความกังวลในการฉีดวัคซีนท่านจะมีการเลื่อนการฉีด	ส่วนใหญ่ไม่มีการเลื่อนการฉีดวัคซีนที่มาจากความกังวล เนื่องจากมองว่าการฉีดวัคซีนเป็นเรื่องที่ต้องปฏิบัติตาม และด้วยสถานการณ์ที่ค่อนข้างรุนแรงรวมไปถึงประชาชนส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือในการฉีดวัคซีน แต่อย่างไรก็ตามอาจจะมีความกังวลเกี่ยวกับวันเวลาที่เข้ารับการฉีดวัคซีนว่าตนเองมีความพร้อมหรือไม่ เช่น ติดเรียน ติดภารกิจ เป็นต้น
1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความง่ายของการจอง หรือการเข้าถึงวัคซีนในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์	ส่วนใหญ่เห็นว่า แอปพลิเคชันซียูเน็กซ์สามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีความสะดวก รวดเร็ว มีข่าวสารและรายละเอียดการลงทะเบียนและการรับวัคซีนครบถ้วน และง่ายต่อการใช้งาน เนื่องจากเป็นแอปพลิเคชันที่นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคุ้นเคย และมีความมั่นใจในข้อมูลที่ได้รับ

ประเด็น	สรุปผลการสัมภาษณ์
2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ที่ได้รับบริการจากการใช้งานในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์	ส่วนใหญ่เห็นว่า สถานที่ที่ได้รับบริการจากการใช้งานในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ เป็นสถานที่ที่มีความสะดวกเนื่องจากเป็นสถานที่ที่ได้รับคัดเลือกมาแล้วในส่วนของกรอื่อต่อการเข้าถึงและการใช้บริการ
3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์	ส่วนใหญ่เห็นว่า การให้บริการของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์เป็นบริการที่ดีที่สามารถเป็นตัวกลางระหว่างมหาวิทยาลัยกับนิสิต รวมถึงหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยมีความรวดเร็วในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์เรื่องราวต่างๆ ที่จำเป็น
4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้คำแนะนำในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์	ส่วนใหญ่เห็นว่า การให้คำแนะนำในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์มีความน่าเชื่อถือ และเป็นตัวกลางในการนำเสนอข้อมูล อย่างไรก็ตามควรมีการเพิ่มเติมข้อมูลในส่วนของการเพิ่ม Link การเข้าถึงช่องทางต่างๆ Q&A เกี่ยวกับการฉีดวัคซีน รวมถึงแจ้งเตือนถึงวันที่เริ่มฉีด-นับถอยหลังก่อนหมดเขตการฉีดวัคซีน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การใช้ทฤษฎีสะกิดในการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์และทัศนคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ได้แก่

1. เพื่อศึกษารูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ในกรอบของทฤษฎีสะกิด
2. เพื่อศึกษานิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ในฐานะเครื่องมือสื่อสารในการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจฉีดวัคซีนโควิด 19

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน แอดมินแอปพลิเคชัน และผู้ใช้งานแอป จำนวน 10 ท่าน โดยสามารถสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ได้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผล

5.1.1 รูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ในกรอบของ ทฤษฎีสะกิด

รูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์แบ่งออกเป็น 2 ส่วนได้แก่

- 1) รูปแบบในการสื่อสารที่ปรากฏ หมายถึง รูปแบบของการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่จะทำให้เกิดความเข้าใจ ตาม วัตถุประสงค์ เช่น บอกเล่า เพื่อแจ้งให้ทราบ หรือ ปฏิบัติตาม โดยจะปรากฏมี 2 รูปแบบในการสื่อสารประชาสัมพันธ์คือ

1.1) ข่าวสารและประชาสัมพันธ์ คือ Icon และ Banner ที่ภาพประกอบด้วยเนื้อหาข้อความ

1.2) การแจ้งเตือนผ่าน Notification (สามารถระบุเฉพาะกลุ่มเป้าหมายได้ โดยจำกัดข้อความที่ไม่เกิน 200 ตัวอักษร)

2) เนื้อหา คือ ภาพ หรือ ข้อความเป็นที่เป็นอักษร Text ที่สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่จะทำให้เกิดความเข้าใจ ตาม วัตถุประสงค์ โดยเนื้อหา จัดทำโดย Admin 2 กลุ่มในการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชัน

2.1) เนื้อหาที่ส่งโดยตรงทั้งหมดจาก กิจกรรมนิสิตแต่ละคณะ (เพื่อให้ทราบแหล่งที่มาของข้อมูล)

2.2) เนื้อหาที่ส่งผ่าน CU NEX Club ที่เป็นส่วนกลาง

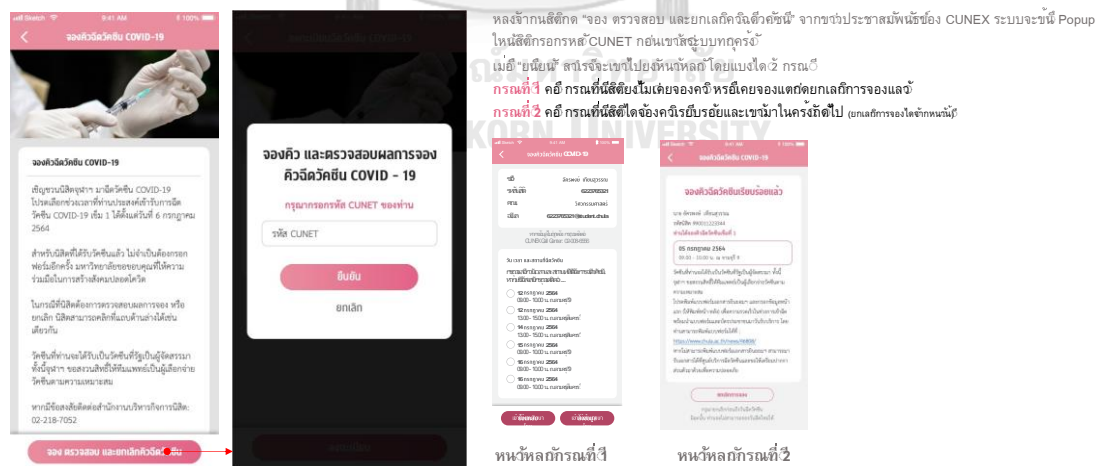
2.3) การส่งเนื้อหาแบบการย่อยข้อมูลและแก้ไขให้เข้าใจง่ายลดความเป็นทางการมีการส่งเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย

3) รูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ในกรอบของทฤษฎีสะกิดจากการศึกษาจะเห็นได้ว่า รูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ในกรอบของทฤษฎีสะกิดมีผลต่อการกระตุ้นให้ นิสิต นักศึกษาเข้ารับบริการฉีดวัคซีน โดยเป็นไปตามกรอบทฤษฎี nudge (การสะกิด) คือ “การสะกิดหรือกระตุ้นให้มนุษย์เกิดการปรับเปลี่ยนการกระทำหรือเกิดพฤติกรรมในทางที่คาดหวังได้โดยไม่มีการบังคับ” โดยความคิด พฤติกรรมและการเลือกของมนุษย์ตามเศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรมและจิตวิทยาได้ซึ่งมีการทำงานของระบบความคิด 2 ระบบ คือ ระบบการคิดแบบอัตโนมัติ (automatic thinking หรือ system 1) ระบบการตัดสินใจแบบอัตโนมัตินี้เกิดขึ้นจากสัญชาตญาณอย่างรวดเร็ว กระทำไปตามธรรมชาติและไม่ต้องใช้พลังในการคิดใด ๆ และระบบการคิดแบบไตร่ตรอง (reflective thinking หรือ system 2) ระบบการตัดสินใจโดยใช้ความคิดไตร่ตรองพร้อมด้วยเหตุผล ซึ่งเป็นกระบวนการที่ช้าและต้องใช้พลังในการคิดสูง ทำให้ไม่สามารถทำงานตัดสินใจในสถานการณ์ที่ต้องการความรวดเร็ว แต่เหมาะสมสำหรับสถานการณ์ที่มีความยากซับซ้อนหลายอย่างที่เกิดขึ้นและมีเวลาสำหรับการประมวลผลเพื่อให้เกิดการตัดสินใจที่ถูกต้องได้

รูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์นั้นมีการออกแบบโดยมีการระบุลักษณะกลุ่มบุคคลเป้าหมายที่ต้องการออกแบบทางเลือกเพื่อให้เกิดการตัดสินใจกระทำหรือเกิดพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสม แล้วนำทฤษฎีสะกิดมาเป็นพื้นฐานของการออกแบบทางเลือก ให้เหมาะสมกับกลุ่มบุคคลนั้น ๆ การออกแบบทางเลือกอาจใช้แบบการสะกิดแบบ 1 หรือการสะกิดแบบ 2 ก็ได้โดยทั้ง 2 แบบสร้างอิทธิพลต่อระบบการคิดแบบอัตโนมัติ หรือระบบการคิดแบบไตร่ตรอง ของแต่ละกลุ่มบุคคลเป้าหมาย อันนำไปสู่การสะกิดให้กลุ่มบุคคลเป้าหมายตัดสินใจเลือกทำในสิ่งที่ตนควรกระทำ อันนำไปสู่การตัดสินใจเลือกลงมือกระทำของกลุ่มบุคคลเป้าหมายโดยผ่านการสื่อสารของแอป

พลิกทัศน์ชียูเน็กซ์ โดยการสื่อสารของแอปพลิเคชันชียูเน็กซ์ จะเป็นกระบวนการออกแบบทางเลือก ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกของนิสิตตามความสมัครใจโดยไม่มี การปิดกั้นทางเลือกใดๆ ซึ่งขั้นตอนที่สำคัญ คือ ขั้นตอนการสะกิดซึ่งต้องอาศัยกระบวนการออกแบบทางเลือกผ่านการสื่อสารทั้งในรูปแบบ และเนื้อหาของแอปพลิเคชันชียูเน็กซ์ เพื่อกระตุ้นหรือผลักดันให้นิสิตเกิดปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหรือเลือกกระทำในสิ่งที่ส่งผลดีต่อตนเอง ถือเป็นเครื่องมือในการตอบสนองต่อพฤติกรรม ความคิดและการตัดสินใจเลือก จะสามารถสะกิดให้นิสิตนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและยังทำให้การทำงานด้านการกระตุ้นการฉีดวัคซีนเกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

หลักการออกแบบทางเลือกที่กล่าวมาข้างต้น เป็นหลักการพื้นฐานบนแนวความคิด พฤติกรรมและการตัดสินใจ ที่จะช่วยสะกิดให้ชาวมุขหรือผู้ป่วยตัดสินใจได้อย่างมีเหตุและผลมากขึ้น จะเห็นได้ว่าเราสามารถนำแนวทางของทฤษฎีสะกิดและการออกแบบทางเลือกมาปรับใช้ได้ใน การสื่อสารของแอปพลิเคชันชียูเน็กซ์เกี่ยวกับโควิด 19 ไม่ว่าจะเป็นในแง่ของการปรับพฤติกรรมในการดูแลสุขภาพ การร่วมมือในการเข้าร่วมมือในการเข้ารับการฉีดวัคซีน ที่สามารถนำทฤษฎีนี้เข้ามา มีบทบาทสำคัญในการออกแบบทางเลือกพร้อมกับการสะกิดเบา ๆ เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจง่ายในสิ่งที่ ต้องการนำเสนอและพยายามให้นักศึกษาเลือกทางเลือกที่ส่งผลดีต่อตนเองในการป้องกันโควิด -19 และเข้ารับการฉีดวัคซีน



ภาพที่ 5.1 อธิบายเส้นทางการจองวัคซีนผ่านแอปพลิเคชันชียูเน็กซ์ จน กดยืนยัน

5.1.2 ทศนคติต่อแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ในฐานะเครื่องมือสื่อสารในการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจฉีดวัคซีนโควิด 19

1) ด้านความกังวลใจเกี่ยวกับการฉีดวัคซีน

1.1) ความกังวลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายวัคซีนที่ฉีด (ฟรีหรือเสียเงิน) ส่วนใหญ่ไม่มีความกังวลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายวัคซีนที่ฉีด เนื่องจากมองว่าเป็นสิทธิ์พื้นฐานที่ควรได้รับ

1.2) ความกังวลมากหากไม่ทราบก่อนว่าจะได้รับวัคซีนยี่ห้ออะไร ส่วนใหญ่มีความกังวลหากไม่ทราบยี่ห้อของวัคซีนที่จะได้รับ เนื่องจากวัคซีนแต่ละยี่ห้อนั้นมีคุณสมบัติ และผลข้างเคียงที่แตกต่างกัน

1.3) ความกังวลเกี่ยวกับอาการหลังจากการฉีด ส่วนใหญ่มีความกังวลเกี่ยวกับอาการหลังฉีดวัคซีน เนื่องจากมีรายงานข่าวเกี่ยวกับผลข้างเคียงของวัคซีนมาอย่างต่อเนื่อง

1.4) หากยังมีความกังวลในการฉีดวัคซีนท่านจะมีการเลื่อนการฉีด ส่วนใหญ่ไม่มีการเลื่อนการฉีดวัคซีนที่มาจากความกังวล เนื่องจากมองว่าการฉีดวัคซีนเป็นเรื่องที่ต้องปฏิบัติตาม และด้วยสถานการณ์ที่ค่อนข้างรุนแรงรวมไปถึงประชาชนส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือในการฉีดวัคซีน แต่อย่างไรก็ตามอาจจะมีความกังวลเกี่ยวกับวันเวลาที่เข้ารับการฉีดวัคซีนว่าตนเองมีความพร้อมหรือไม่ เช่น ติดเรียน ติดภารกิจ เป็นต้น

2) ด้านทัศนคติต่อแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์

2.1) ทัศนคติเห็นเกี่ยวกับความง่ายของการจอง หรือการเข้าถึงวัคซีนในแอปพลิเคชัน ซียูเน็กซ์ส่วนใหญ่เห็นว่า แอปพลิเคชันซียูเน็กซ์สามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีความสะดวก รวดเร็ว มีข่าวสารและรายละเอียดการลงทะเบียนและการรับวัคซีนครบถ้วน และง่ายต่อการใช้งาน เนื่องจากเป็นแอปพลิเคชันที่นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคุ้นเคยและมีความมั่นใจในข้อมูลที่ได้รับ

2.2) ทัศนคติเห็นเกี่ยวกับสถานที่ที่ได้รับบริการจากการใช้งานในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ส่วนใหญ่เห็นว่า สถานที่ที่ได้รับบริการจากการใช้งานในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ เป็นสถานที่ที่มีความสะดวก เนื่องจากเป็นสถานที่ที่ได้รับคัดเลือกมาแล้วในส่วนของ การเชื่อมต่อเข้าถึงและการใช้บริการ

2.3) ทัศนคติเห็นเกี่ยวกับการให้บริการของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ส่วนใหญ่เห็นว่า การให้บริการของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์เป็นบริการที่ดีที่สามารถเป็นตัวกลางระหว่างมหาวิทยาลัยกับนิสิต รวมถึงไปถึงหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยมีความรวดเร็วในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์เรื่องราวต่างๆ ที่จำเป็น

2.4) ทัศนคติเห็นเกี่ยวกับการให้คำแนะนำในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ส่วนใหญ่เห็นว่า การให้คำแนะนำในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์มีความน่าเชื่อถือ และเป็นตัวกลางในการนำเสนอข้อมูล อย่างไรก็ตาม

หรือเกิดพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสม แล้วนำทฤษฎีสะกิดมาเป็นพื้นฐานของการออกแบบทางเลือก ให้เหมาะสมกับกลุ่มบุคคลนั้น ๆ การออกแบบทางเลือกอาจใช้แบบการสะกิดแบบ 1 หรือการสะกิดแบบ 2 ก็ได้โดยทั้ง 2 แบบสร้างอิทธิพลต่อระบบการคิดแบบอัตโนมัติ หรือระบบการคิดแบบไตร่ตรองของแต่ละกลุ่มบุคคลเป้าหมาย อันนำไปสู่การสะกิดให้กลุ่มบุคคลเป้าหมายตัดสินใจเลือกทำในสิ่งที่ตนควรกระทำ อันนำไปสู่การตัดสินใจเลือกลงมือกระทำของกลุ่มบุคคลเป้าหมายโดยผ่านการสื่อสารของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ หลักการออกแบบทางเลือกที่กล่าวมาข้างต้น เป็นหลักการพื้นฐานบนแนวความคิด พฤติกรรมและการตัดสินใจ ที่จะช่วยสะกิดให้ชาวมนุษย์หรือผู้ป่วยตัดสินใจได้อย่างมีเหตุและผลมากขึ้น จะเห็นได้ว่าเราสามารถนำแนวทางของทฤษฎีสะกิดและการออกแบบทางเลือกมาปรับใช้ได้ในการสื่อสารของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์เกี่ยวกับโควิด 19 ไม่ว่าจะเป็นในแง่ของการปรับพฤติกรรมในการดูแลสุขภาพ การร่วมมือในการเข้าร่วมมือในการเข้ารับการฉีดวัคซีน ที่สามารถนำทฤษฎีนี้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการออกแบบทางเลือกพร้อมกับการสะกิดเบา ๆ เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจง่ายในสิ่งที่ต้องการนำเสนอและพยายามให้นักศึกษาเลือกทางเลือกที่ส่งผลดีต่อตนเองในการป้องกันโควิด 19 และเข้ารับการฉีดวัคซีน สอดคล้องกับงานวิจัยของ บวรลักษณ์ ขจรฤทธิ์ (2564) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจฉีดวัคซีนป้องกันโควิด 19 ของประชากรในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติต่อโรคโควิด 19 ทัศนคติต่อประสิทธิภาพของวัคซีนป้องกันโรคโควิด 19 และทัศนคติต่อความปลอดภัยของวัคซีนป้องกันโรคโควิด 19 พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจฉีดวัคซีนป้องกันโควิด 19 ของประชากรในจังหวัดสมุทรปราการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของนาริมาห์ แวปูตะ (2564) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการป้องกันโรคจากไวรัสโคโรนา 2019 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา พบว่า ความรู้เกี่ยวกับโรคไวรัสโคโรนา 2019 การรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเกิดโรคไวรัสโคโรนา 2019 ทัศนคติในการป้องกันตัวเองจากโรคไวรัสโคโรนา 2019 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา โดยพฤติกรรมการป้องกันโรคจากไวรัสโคโรนา 2019 จะมีประสิทธิภาพได้นั้น จำเป็นต้องมีการชี้แจงเพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ รวมทั้งภาครัฐ เอกชน มหาวิทยาลัย เข้ามามีส่วนร่วมเป็นแกนนำในการขับเคลื่อน โดยการปฏิบัติอย่างจริงจังและต่อเนื่อง จึงจะสามารถขับเคลื่อน และขยายผลต่อไปได้อย่างยั่งยืน

2) ทัศนคติต่อแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ในฐานะเครื่องมือสื่อสารในการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจฉีดวัคซีนโควิด 19 พบว่า แอปพลิเคชันซียูเน็กซ์สามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีความสะดวก

รวดเร็ว มีข่าวสารและรายละเอียดการลงทะเบียนและการรับวัคซีนครบถ้วน สถานที่ที่ได้รับบริการจากการใช้งานในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ เป็นสถานที่ที่มีความสะดวกเนื่องจากเป็นสถานที่ที่ได้รับคัดเลือกมาแล้วในส่วนของการเอื้อต่อการเข้าถึงและการใช้บริการ การให้บริการของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์เป็นบริการที่ดีที่สุดที่สามารถเป็นตัวกลางระหว่างมหาวิทยาลัยกับนิสิต รวมไปถึงหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยมีความรวดเร็วในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์เรื่องราวต่างๆ ที่จำเป็นการให้คำแนะนำในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์มีความน่าเชื่อถือ และเป็นตัวกลางในการนำเสนอข้อมูล อย่างไรก็ตามควรมีการเพิ่มเติมข้อมูลในส่วนของ เพิ่ม Link การเข้าถึงช่องทางต่างๆ Q&A เกี่ยวกับการฉีดวัคซีน รวมถึงแจ้งเตือนถึงวันที่เริ่มฉีด-นับถอยหลังก่อนหมดเขตการฉีดวัคซีน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิวดี อินทเจริญ (2564) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองคอหงส์ จังหวัดสงขลา พบว่า ความรู้เกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 การรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเกิดโรค การรับรู้ความรุนแรงของโรค การรับรู้ประโยชน์ของการปฏิบัติเพื่อป้องกันโรค การรับรู้อุปสรรคของการปฏิบัติเพื่อป้องกันโรค การได้รับอิทธิพลระหว่างบุคคล และการได้รับข้อมูลข่าวสาร ส่งผลต่อพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองคอหงส์ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบ วางแผน และจัดกิจกรรมที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เช่น การจัดตั้งกลุ่มหรือเครือข่ายออนไลน์ สำหรับให้ข้อมูลเกี่ยวกับความรุนแรงของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อให้ประชาชนเกิดความตระหนักและนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) รูปแบบเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โควิด19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ เป็นแอปพลิเคชันที่มีความน่าเชื่อถือ และสร้างความมั่นใจอุ่นใจแก่นิสิต อีกทั้งทุกคนนั้นจำเป็นต้องใช้งาน ทำให้มีพฤติกรรมการป้องกันตนเองในช่วงโควิด 19 อย่างถูกต้อง และเพิ่มแรงจูงใจในการเข้ารับการฉีดวัคซีน และจะเป็นปัจจัยหนุนเสริมให้นักศึกษามีความมั่นใจในเกี่ยวกับการฉีดวัคซีนเพิ่มมากขึ้น แต่ทั้งนี้สิ่งที่จำเป็นต้องมีคือ ช่องทางในการติดต่อกลับ หรือ การพัฒนา Chat Bot บนแอปพลิเคชัน และเพิ่ม

Backoffice ผู้ตอบคำถามที่เป็น Admin เนื่องจากปัจจุบันการตอบคำถามยังใช้ Facebook Page CU NEX ในการตอบคำถาม ซึ่งจะดีมากหาก หากผู้ใช้งานไม่ต้องสลับแอปไปเฟสบุ๊ก แต่ใช้งานในแอปพลิเคชันเดียว และถามตอบและจองฉีดวัคซีน ลงปฏิทินนัดหมายได้ทันที

2) จากการศึกษาหากมีการนำไปปรับใช้ในงานวิจัยด้านวิชาการ ด้านการสื่อสารทางด้านอื่นๆ ทางอาจเป็นวิธีการหนึ่งที่จะส่งเสริมให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้ผู้รับสารได้รู้สึกตนเอง ได้มีส่วนร่วมในการเลือกทางที่จะปฏิบัติและนำไปสู่ความตั้งใจลงมือปฏิบัติ จนเกิดผลลัพธ์สุดท้ายเป็นผลดีกับผู้รับสารในระยะยาว

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

ผู้วิจัยพบว่า แอปพลิเคชันด้านการศึกษา นั้นยังไม่ถูกใช้อย่างแพร่หลาย และส่วนมากจะยึดติดกับเรื่องการด้านการเรียนการสอนเท่านั้น แต่ในมุมมองของการใช้ชีวิต Lifestyle ยังมีอยู่น้อยมาก และรวมไปถึงด้านสุขภาพและสาธารณสุขของนิสิต ดังนั้นของแบ่งเป็นกลุ่มของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน เป็น 3 กลุ่มด้วยกัน คือ

1. เป็นผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน ควรคาดการณ์ หรือ เทคโนโลยีในอนาคตได้ เพราะตอน ออกแบบดีไซน์นั้น และกว่าจะพัฒนาหรือ ทดสอบการใช้งาน อาจจะมีล้าสมัยไปเหมือน เว็บไซต์ 2.0 ที่ไม่ทันสมัย แต่ตอนนี้ความต้องการคือการ มีปฏิสัมพันธ์กัน แบบ 4.0 แล้ว ดังนั้นต้องศึกษาเทรน และการต่อต่อเชื่อม ระบบอื่นๆ รองรับไว้ เช่นกรณีศึกษาโควิด 19 อาจจะไปเชื่อมต่อกับ แอปหมอพร้อม ที่สามารถดึงข้อมูล เรื่องการใช้ Vaccine Passport หรือ การเตือนรับวัคซีนอื่น ๆ ในครั้งต่อไปได้ หรือการร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการเชื่อมต่อ ศูนย์สุขภาพ หรือ โรงพยาบาลที่ สามารถรองรับระบบ Tele Clinic ได้ หรือโลกเสมือนจริง (Metaverse) และ ทำให้กลายเป็น Super App

2. ผู้ให้โจทย์กำหนดความต้องการ ควรคำนึงเผื่อความต้องการในอนาคต เพราะ ณ วันนี้ ความต้องการและเทรน ของผู้บริโภค อาจจะไม่ได้อีกเป็นตัวกำหนด ดังนั้นจึงต้องทำแบบสอบถามในหลากหลายมุมมองว่าการต้องการใช้งาน เพราะบางทีผู้กำหนดโจทย์อาจจะนึกไม่ออกว่าผู้ใช้แอปพลิเคชันต้องการอะไร และบางฟังก์ชันอาจสร้างความรำคาญต่อผู้ใช้งาน ทั้งที่ควรใช้งาน และคิดว่าดี หรือฟังก์ชันจำเป็น รวมไปถึงระบบการใช้ไม่เสถียรเพราะติด Bugs หรือ การพัฒนาระบบปฏิบัติการเสมอ รวมถึงเครื่องมือของผู้ใช้งานอาจจะไม่รองรับ

ฟังก์ชัน หรือ คุณสมบัติของเครื่องมือสื่อสารไม่รองรับ เพราะหากจะต้องอัปเดตเวอร์ชัน ทำให้เป็นการตัดสิทธิ์ ของผู้ใช้งานไปอีกด้วย

3. ผู้ใช้งาน ควรให้คำแนะนำอย่างจริงจัง หรือการเลือกกลุ่มผู้วิจัยจากการใช้งานจริงลงพื้นที่ และทำการสอบถามกลุ่มผู้ใช้งานที่หลากหลาย และ จัดหมวดหมู่ประเภทพฤติกรรมของผู้ใช้งาน เพื่อให้เกิดการออกแบบการสื่อสารแบบสะกิด ผ่านเทคโนโลยีอื่น ๆ เพื่อให้ครอบคลุม แม้ว่าเครื่องมือสื่อสารอย่างโทรศัพท์มือถือ จะเป็นสิ่งจำเป็นและใช้อยู่ตลอดเวลา แต่ก็ยังมีอีกหลายกลุ่มคนที่ไม่ได้ใช้ และเข้าไม่ถึง ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมสำหรับกลุ่มผู้ใช้งานที่ไม่ได้สนใจเทคโนโลยี จึงเป็นอีกประเด็นที่น่าศึกษาวิจัยด้วยการใช้การสะกิด

โดยผลของงานวิจัยนี้จึงสามารถสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีมาใช้ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เนื่องจากการที่เปลี่ยนแอปพลิเคชันการศึกษา ให้เป็นแอปที่ต้องเปิดใช้งานทุกวัน เพื่อสร้างความเคยชิน และความคุ้นเคย ที่เห็นประโยชน์จากการใช้งานโดยไม่รู้ตัวอย่างเช่นการเลือกหรือคิดการสะกิดเล็ก ๆ เพื่อให้ใช้งานจนไปถึงขั้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้

บรรณานุกรม

- กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2563). แนวทางปฏิบัติด้านสาธารณสุขตามการผ่อนคลายการบังคับใช้ตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในระยะที่ 5 สำหรับสถานบริการ สถานประกอบการที่มีลักษณะคล้ายสถานบริการ ผับ บาร์คาราโอเกะ.
- กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. กรมควบคุมโรค. (2564). แนวทางเวชปฏิบัติการวินิจฉัย ดูแลรักษา และป้องกันการติดเชื้อในโรงพยาบาลกรณีโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). กลุ่มโรคติดต่อระหว่างประเทศ กองโรคติดต่อทั่วไป กรมควบคุมโรค.
- กรมควบคุมโรค. (2564). แนวทางการเฝ้าระวังและสอบสวนโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Coronavirus Disease 2019: COVID-19). กรมควบคุมโรค.
- กรมควบคุมโรค. (2563). สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มาตรการสาธารณสุข และปัญหาอุปสรรคการป้องกันควบคุมโรคในผู้เดินทาง. กลุ่มโรคติดต่อระหว่างประเทศ กองโรคติดต่อทั่วไป กรมควบคุมโรค.
- จันทิมา แก้วเขียว. (2543). การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหอสมุดกลางมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ณัชชา กมลพันธ์. (2562). อิทธิพลของการใช้บุคลิกภาพต้นแบบและรูปแบบการโฆษณา บนแอปพลิเคชันรายงานคุณภาพอากาศที่มีต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อ. วิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย สาขาวิชานิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธิดารัตน์ อภิญญา และนิตยา พันธุเวทย์. (2556). ประเด็นสารธรรมะวันอัมพาทโลก ปี 2556 (งบประมาณ 2557). เข้าถึงเมื่อ 16 มีนาคม 2565, จาก <http://thaincd.com/good-stories-view.php?id=8302>.
- นันทิกา สุนทรไชยกุล. (2552). การวิเคราะห์ความเสี่ยงทางสุขภาพ สำหรับเจ้าหน้าที่สาธารณสุข. เข้าถึงเมื่อ 16 มีนาคม 2565, 157.181.13/cdcyaso/Book/RiskAnalysis.pdf.
- เบญจวรรณ แจ่มจรรย์. (2557). ปัจจัยบรรยากาศในการสื่อสารภายในองค์กร กระบวนการในการสื่อสารและสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บุญสม ลิขยาคิตติกร. (2558). นวัตกรรมการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์สมุนไพร. วิทยานิพนธ์หลักสูตร วิทยาศาสตร์ มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยีวิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ประไพ กิตติบุญถวัลย์ และคณะ. (2556). การรับรู้สัญญาณเตือนโรคหลอดเลือดสมองในผู้ป่วยกลุ่มเสี่ยง. วารสารพยาบาลกระทรวงสาธารณสุข, 23(3), 132 - 141.
- พงษ์พิสุทธ์ จงอุดมสุข. (2555). มหาอุทกภัยปี 2554 บทเรียนจากประสบการณ์. นนทบุรี: สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.).
- รัตนภรณ์ ศุภษร. (2556). การรับรู้ อาการเตือนและการจัดการโรคหลอดเลือดสมองในผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูง. สืบค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2565, จาก [https://www.google.co.th/ url? sa=t&rct=j&q=&esrc](https://www.google.co.th/url?sa=t&rct=j&q=&esrc).
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2552). การจัดการนวัตกรรมในยุคเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยความรู้. สืบค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2565, จาก <http://www.nia.or.th/innolinks>
- สำนักโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2554). คู่มือประเมินตนเองเพื่อจัดการความเสี่ยงโรคหัวใจ และหลอดเลือด. โครงการนำร่องรักษาหัวใจในที่ทำงาน กลุ่มพัฒนาสื่อสารความเสี่ยง. สืบค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2565, จาก <http://www.thaincd.com/document/file/download/knowledge.pdf>.
- สำนักโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2556). แนวทางการประเมินโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรคหัวใจและหลอดเลือด (*Guidelines for Assessment of Cardiovascular Risk*). กรุงเทพมหานคร : องค์การทหารผ่านศึก.
- สมยศ นาวิการ. (2544). การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : สำนักงานพิมพ์บรรณกิจ.
- สร้อยตระกูล อรรถมานะ. (2541). พฤติกรรมองค์กร : ทฤษฎีและการประยุกต์ พิมพ์ลักษณ์, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
- Aggarwal, N. and Singla, S.K.. (2006). Antecedents to Market Orientation: A Study of Textile Companies in India. The Icfai Journal of Management Research, 4, 49-65.
- Amabile, T.M. (1998). How to kill creativity. Harvard Business Review, 76(9), 77-87.
- Audretsch, D.B. and Link, A.N. (2012). Entrepreneurship and innovation: public policy frameworks. Journal of Technology Transfer, 37(1), 1-17.
- Ballow, Gilson and Odiorne. (1962). *Executive Skills: Their Dynamics and Development*. Englewood Cliffs. NJ:Prentice Hall.
- Bryan, J.W. (2009). A theory of organizational readiness for change. Implementation Science, 4, 67.
- Cummings, T.G. and Worley, C. G. (1997). *Organisation Development and Change*. Ohio: South Western college Publishing.

- Damanpour, F. (1991). Organization: A meta –analysis of effects of determinants and Moderator. *Academy of Management Journal*, 34, 555-590.
- Dooley, L. and Sullivan, D.O. (2003). Developing a software infrastructure to support systematic innovation through effective management. *Technovation*, 23, 689-704.
- Eric, S., Alladi, V., Steven, C. and Erik, K. (2012). Dynamic use diffusion model in a crossnational context: A comparative study of the United States, Sweden and India. *Journal of Product Innovation Management*, 30(1), 4-16.
- Gurhan, G., Gunduz, U., Kemal, K. and Lutfihak, A. (2011). Effects of innovation types on firm performance, *Int. J. Production Economics*, 133 (2011), 662–676.
- Gurhan, G. (2011). Effects of innovation types on firm performance. *International Journal of Production Economics*. Elsevier, 133(2), 662-676.
- Hatch, M. J. (1997). *Organization Theory: Modern Symbolic and Postmodern Perspectives*. Oxford: Oxford University Press.
- Herkema, S. (2003). A complex adaptive perspective on learning within innovation projects. *The Learning Organization*, 10(6), 340-6.
- Hutcheson. (1999). *Effective use of risk communication strategies for health & safety educational materials*. Retrieved July 10, 2014, from <http://www.joe.org/joe/1999october/a1.php>.
- Infanti et al. (2013). *A literature review on effective risk communication for the prevention and control of communicable diseases in Europe*. Stockholm: ECDC
- Jay, W. & Leonard, C. (2001). An Empirical Investigation into Entrepreneurship and Organizational Innovation-based Competitive Strategy. *Journal of Research in Marketing & Entrepreneurship*, 3(1), 51-70.
- Kainto, A., Josune S. and Nekane A. (2017). Knowledge-based human resource management practices, intellectual capital and innovation. *Journal of Business Research*. Vol.81. pp.11-20.
- Kasmire, J. , Korhonen, J.M. & Nikolic, I. (2012). How Radical is a Radical Innovation? An Outline for a Computational Approach. *Energy Procedia*, 20, 346–353.
- Kathryn, C. and David, O.S. (2004). Groupware architecture for R&D managers. *International Journal of Networking and Virtual Organisations*, 2(4), 367-386.

- Kiviniemi. (1999). *Treating people with information: an analysis and review of approaches to communicating health risk information*. Monogr Natl Cancer Inst, 25(1), 44 - 51.
- Kristina, J. (2011). Predicators of Administrative and Technological Innovations in Nonprofit Organizations. *Public Administration Review*, 71(1), 77-86.
- Marina, D.P. (2007). The Role of Knowledge Management in Innovation. *Journal of Knowledge Management*, 11(4), 20-29.
- Marion, D. (2006). The Antecedent and Consequences of a Strategic Orientation that Leads to Organizational Structure, Performance, and Competitive advantage in Manufacturing. Management and Engineering of the University of Toledo
- Miller, D. and Shamsie, J. (1996). The Resource-based View of the Firm in Two Environments: The Hollywood Film Studios from 1936 to 1965. *Academy of Management Journal*, 39(3), 519-43.
- Nahapiet, J. and Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-66.
- Padmore, T. Schuetze, H. and Gibson, H. (1998). Modeling Systems of Innovation: An Enterprise - Centered view. *Research Policy*, 26(6), 605-24.
- Rohrmann. (1999). *Community-based fire preparedness programmes: An empirical evaluation*. The Australasian journal of disaster and trauma Studies. Retrieved July, 12,2014, from <http://www.massey.ac.nz/~trauma/issues/1999-1/rohrmann.htm>. Rothman &
- Rogers. (1976). *Where we are in understanding the diffusion of innovations*, in W. Schramm and D. Lerner (eds.) *Communication and Change in the Developing Countries: Ten Years After*. Honolulu: Univ. of Hawaii/East-West Center Press.
- Rohrmann. (2008). *Risk perception, Risk communication, Risk management; A conceptual. Appraisal. (Keynote): The International Emergency Management Society*, Global co - operation in emergency and disaster management. Retrieved July10,2014, from <http://www.rohrmannresearch.net/pdfs/rohrmann-rrr.pdf>.

- Rossignoli, F., Andrea L. (2018). Network impact on business models for sustainability: Case study in the energy sector. *Journal of Cleaner Production*. Vol. 182. pp. 694-704.
- Schramm. (1973). *Men, Messages, and Media: A Look at Human Communication*. New York: Harper & Row, Publishers.
- Sokol. (2003). *Health - risk communication*. Retrieved July, 12, 2014, from <http://www.cwru.edu/med/epid>.
- Spraggon, M. and Bodolica, V. (2008). Understanding Successful Innovation through Different Theoretical Lenses: The Case of Institutional, Resource-Based and Social Capital / Network Perspectives. *Sasin Journal of Management*, 14(1), 117-133.
- Spraggon, M. and Bodolica, V. (2008). Understanding Successful Innovation through Different Theoretical Lenses : The Case of Institutional, Resource-Based and Social Capital / Network Perspectives. *Sasin Journal of Management*, 14(1), 117-133.
- Stevenson. (2004). *A systematic review of the research on communication between patients and health care professionals about medicines: the consequences for concordance*. *Health Expectations*, 7(3), 235 - 245.
- Tang, H. K. (1999). An Integrative Model of Innovation in Organisations. *Technovation*, 19(1), 41-51.
- Tidd, J., Bessant, J. & Pavitt, K. (2005). *Managing Innovation: Integrating technological, market and organization change* (3rd ed.). Sussex, UK: John Wiley & Sons.
- Timm. (1995). *Validity of quality of well-being scale as an outcome measure in COPD*. *Journal of chronic Disease*, 37, 85-95.
- Wolfe, R.A. (1994). Organizational innovation: Review, Critique and Suggested Research Directions. *Journal of Management Studies*, 31(3), 405-431.
- Wong, S.Y. and Chin, K.S. (2007). Organizational innovation management an organization-wide perspective. *Industrial Management & Data Systems*, 107(9), 1.
- World Health Organization. (1994). *Composite International Diagnostic Interview (CIDI) researcher's manual* (Version 1.1, 1994).

Yuan., X., So Hyoun Shin, Xinmin He, Sang Yong Kim. (2015). Innovation capability, marketing capability and firm performance: A two-nation study of China and Korea. *Asian Business & Management*. Vol. 15 No. 1. pp. 32-56





ภาคผนวก

เอกสารยินยอมให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ ส่วนหนึ่งของการวิจัยโครงการวิชาชีพ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

หัวข้อ การใช้ทฤษฎีสะกิดในการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ และทัศนคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โดยจุดประสงค์ของงานวิจัยนี้คือ

- 1) เพื่อศึกษารูปแบบและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ในกรอบของทฤษฎี สะกิด
- 2) เพื่อศึกษานิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ ในฐานะ เครื่องมือสื่อสารในการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจฉีดวัคซีนโควิด 19

การสัมภาษณ์นี้จะนำไปโดยความสมัครใจของท่าน ท่านมีสิทธิที่จะปฏิเสธการให้สัมภาษณ์ หรือหยุดตอบคำถามระหว่างการสัมภาษณ์เมื่อใดก็ตามที่ท่านต้องการ

ผู้ทำวิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างมากที่คุณสละเวลาอันมีค่าเพื่อช่วยเหลือในการสัมภาษณ์ คำตอบของคุณจะเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หากท่านมีข้อสงสัยเพิ่มเติม คุณสามารถติดต่อผู้วิจัย นายนที สุวรรณจินดา ได้ทางเบอร์โทรศัพท์ 065-665-6636 หรือทางอีเมล jojoondemand@gmail.com

ข้าพเจ้า ยินยอมให้ข้อมูล แก่ นายนที สุวรรณจินดา นิสิตระดับชั้นปริญญาโทคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลครั้งนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ลงชื่อ.....

()

วันที่...../...../.....

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง การใช้ทฤษฎีสะกดในการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ และทัศนคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1. การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาการใช้ทฤษฎีสะกดในการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ และทัศนคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้มี 5 ตอน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ข่าวสารเกี่ยวกับการรับวัคซีน COVID-19

ส่วนที่ 3 ความกังวล ความเชื่อมั่น เกี่ยวกับวัคซีนที่ฉีด

ส่วนที่ 4 การกระตุ้นให้ไปรับวัคซีน

ส่วนที่ 5 ทัศนคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ขอความกรุณาตอบแบบสัมภาษณ์ทุกข้อตามความเป็นจริง ผู้วิจัยขอรับรองว่าคำตอบของท่านจะเก็บเป็นความลับและใช้สำหรับการวิจัยและนำเสนอในภาพรวมเท่านั้น ไม่มีผลต่อท่านแต่อย่างใด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง ที่กรุณาตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ-นามสกุล _____

อายุ _____ ปี

ชั้นปี _____

สถานภาพ _____

ส่วนที่ 2 ข่าวสารเกี่ยวกับการรับวัคซีน COVID-19

ข้อที่	ข้อมูลเกี่ยวกับข่าวสารเกี่ยวกับการรับวัคซีน COVID-19
1	แหล่งข้อมูลที่เห็นข่าวสารเกี่ยวกับการรับวัคซีน COVID-19 <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
2	การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเป็นอย่างไร <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
3	การสื่อความจากคณะ เป็นอย่างไร <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

ข้อที่	ข้อมูลเกี่ยวกับข่าวสารเกี่ยวกับการรับวัคซีน COVID-19
4	รูปแบบเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โควิด19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ เป็นอย่างไร <hr/> <hr/> <hr/>
5	เนื้อหาเกี่ยวกับโควิด19 ในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์ เป็นอย่างไร <hr/> <hr/> <hr/>

ส่วนที่ 3 ความกังวล ความเชื่อมั่น เกี่ยวกับวัคซีนที่ฉีด

ข้อที่	ข้อมูลเกี่ยวกับความกังวล ความเชื่อมั่น เกี่ยวกับวัคซีนที่ฉีด
1	ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายวัคซีนที่ฉีด (ฟรีหรือเสียเงิน) <hr/> <hr/> <hr/>
2	ท่านมีความกังวลมากหากท่านไม่ทราบก่อนว่าท่านจะได้รับวัคซีนยี่ห้ออะไร ทราบมาก่อนไหมว่าจะได้ฉีดอะไร <hr/> <hr/> <hr/>

ข้อที่	ข้อมูลเกี่ยวกับความกังวล ความเชื่อมั่น เกี่ยวกับวัคซีนที่ฉีด
3	ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับอาการหลังจากการฉีด หรือไม่ อย่างไร <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
4	หากท่านยังมีความกังวลในการฉีดวัคซีนท่านจะมีการเลื่อนการฉีด หรือไม่ อย่างไร <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

ส่วนที่ 4 การกระตุ้นให้ไปรับวัคซีน

ข้อที่	ข้อมูลเกี่ยวกับการกระตุ้นให้ไปรับวัคซีน
1	ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อความแจ้งเตือนจาก CU NEX อย่างไร <hr/> <hr/> <hr/>
2	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับอีเมลยืนยันเฉพาะคุณ <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

ส่วนที่ 5 ทศนคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อที่	ข้อมูลเกี่ยวกับทศนคติของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
1	<p>ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความง่ายของการจอง หรือการเข้าถึงวัคซีนในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
2	<p>ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ สถานที่ที่ได้รับบริการจากการใช้งานในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
3	<p>ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ การให้บริการของแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์</p> <hr/> <hr/> <hr/>
4	<p>ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการให้คำแนะนำในแอปพลิเคชันซียูเน็กซ์</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นายนิธิ สุวรรณจินดา

วัน เดือน ปี เกิด

26 กรกฎาคม 2531



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY