



การประเมินความต้องการจำเป็นในการแพร่กระจายนวัตกรรม
การประชาสัมพันธ์สำหรับการสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจต่อปัญหา
และการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้

Need Assessment in Integrating Diffusion of Innovation with
Public Relations for Raising Awareness and Understanding of
the Problems and Development of Southern Most Provinces

ศศิพิชญ์ นิลไพรัช^{1*}, วิชัย นภาพงศ์², วสันต์ อติศัพท์³, และ ชิดชนก เจริญเชาว์⁴

Sasipit Ninpairat¹, Wichai Napapongs², Wasant Atisabda³, and
Chidchanok Churngchow⁴

¹นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาภาวะผู้นำและนวัตกรรมทางการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

²รองศาสตราจารย์ ประจำคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

³ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

⁴รองศาสตราจารย์ ดร.ประจำคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

¹PhD student Educational Leadership and Innovation,

Faculty of Education Prince of Songkhla University

Associate Professor Faculty of Education Prince of Songkhla University

Assistant professor Department of Education Walailak University

Associate Professor Dr. Faculty of Education Prince of Songkhla University

* Corresponding Author : sasix2@hotmail.com

(Received: 2023-03-27; Revised: 2023-04-07; Accepted: 2023-06-02)

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความต้องการจำเป็นในการแพร่กระจายนวัตกรรมการประชาสัมพันธ์สำหรับการสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจต่อปัญหาและการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บัณฑิตอาสา ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำท้องที่ ผู้นำศาสนาและประชาชนทั่วไปใน 3 จังหวัด ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส จำนวน 384 คน โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Robert V. Krejcie and Earyle W. Morgan (1970) และทำการคัดเลือกโดยการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือ

ที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.69 ถึง 0.94 และค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.97 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ Modified Priority Needs Index (PNI_{Modified}) ผลการวิจัย พบว่า ผลการประเมินความต้องการจำเป็นในการแพร่กระจายนวัตกรรมการประชาสัมพันธ์สำหรับการสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจต่อปัญหาและการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้โดยรวมสภาพความต้องการอยู่ในระดับมาก อันดับที่ 1 ด้านองค์ประกอบของเนื้อหา/รูปแบบของการประชาสัมพันธ์ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) โดยรวมสภาพความต้องการอยู่ในระดับมาก สภาพความเป็นจริงอยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 2 ด้านองค์ประกอบของการแพร่กระจายนวัตกรรมและเทคโนโลยีการประชาสัมพันธ์ โดยรวมสภาพความเป็นจริงอยู่ในระดับมาก สภาพความเป็นจริงอยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 3 ด้านการรับรู้การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) โดยรวมสภาพความต้องการอยู่ในระดับมาก สภาพความเป็นจริงอยู่ในระดับปานกลาง

คำสำคัญ: การประเมินความต้องการจำเป็น นวัตกรรมการประชาสัมพันธ์ การแพร่กระจายนวัตกรรม

Abstract

The purpose of this study was to assess the need of innovative propagation for public relations in order to raise the awareness and understanding of the problems and development of the southern most provinces. The sample groups used in this research were staff in the relevant departments, a total of 384 local leaders, local leaders, religious leaders and ordinary people in Pattani, Yala and Narathiwat. The sample size was determined by using tables of Robert V. Krejcie and Earyle W. Morgan and employing accidentally simple sampling as technique. The research tool was a 5- rating scale questionnaire with Index of Item Objective Congruency (IOC) between 0.69 and 0.94 and a confidence value of 0.97. The statistics used to analyze the data consisted of percentage, mean, standard deviation, and Modified Priority Needs Index (PNI_{Modified}) analysis. The results of the research were as follows: the assessment of the need for the spread of innovation for public relations in order to raise the awareness and understanding of the

problems and development of the southern most provinces as a whole was at a high level – (1) the content and pattern of the public relations from the Southern Border Provinces Administrative Center (SBPAC) was at a high level, whereas the reality was moderate, (2) the innovation diffusion and public relations technology was at a high level overall, whereas the reality was also at moderate, and (3) the perceptions of the Southern Border Provinces Administrative Center (SBPAC) affecting public perception overall was at a high level while the reality was still moderate.

Key words: Assessment of needs, Public relations innovation, Diffusion of Innovation

บทนำ

สถานการณ์ความรุนแรงในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมา ในภาพรวมทั่วไปจะดูเสมือนสถานการณ์ยังคงความรุนแรงอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เกิดจากผู้ก่อเหตุรุนแรงยังคงความพยายามที่จะทำร้ายประชาชนผู้บริสุทธิ์ และตอบโต้เจ้าหน้าที่รัฐในทุกโอกาส ประกอบกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้สื่อ ประเภทต่างๆ สามารถนำเสนอข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว แต่ขาดการวิเคราะห์ ข้อเท็จจริงทำให้สังคมส่วนใหญ่รับรู้เฉพาะเหตุความรุนแรงในพื้นที่ (ศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ, 2562) ปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (จชต.) เป็นปัญหาความขัดแย้ง ทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับหลากหลายมิติ ซึ่งต้องได้รับการแก้ไขด้วยสันติวิธี ซึ่งถือเป็นโจทย์ที่ท้าทาย จำเป็นต้องใช้สติและเหตุผลโดยปราศจากอคติในการวิเคราะห์สถานการณ์อย่างรอบคอบและรอบด้าน เพื่อที่จะเข้าใจปัญหาได้ถูกต้องตรงตามความเป็นจริง ในอันที่จะเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการกำหนดยุทธศาสตร์ เป้าหมาย และแนวทางแก้ไขเชิงนโยบายที่นำไปปฏิบัติแล้วเกิดประสิทธิผล ทำให้ความรุนแรงลดระดับลงจนสถานการณ์กลับคืนสู่สภาวะปกติได้ในที่สุด ทั้งนี้ปัญหาความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ถือเป็นปัญหาความมั่นคงของชาติที่สำคัญยิ่งปัญหาหนึ่ง ที่มีการกำหนดให้เป็นนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลหลายชุดที่ผ่านมา แต่เนื่องจากเป็นปัญหาที่ละเอียดอ่อน มีความสลับซับซ้อน อีกทั้งเป็นปัญหาเรื้อรังที่ยังคงมีความรุนแรงอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ทำให้การแก้ไขปัญหานั้นไปด้วยความยากลำบาก และยังมีท่าทีว่าจะยุติลงได้โดยง่าย ซึ่งส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของชาติทำให้เกิดความสูญเสียชีวิตและทรัพย์สินเป็นจำนวนมาก (ศูนย์ศึกษา

ยุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ, 2562) แนวโน้มสถานการณ์ในระยะต่อไป จากสถานการณ์และปัญหาความรุนแรงในพื้นที่ที่ได้รับการแก้ไขไปในทิศทางที่ดีขึ้น แต่ปัญหาที่ยืดเยื้อมานานส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงแรงจูงใจของการใช้ความรุนแรงด้วยการปลุกฝังอุดมการณ์การต่อสู้แก่เยาวชนและปัญญาชนอย่างต่อเนื่อง โดยการนำประเด็นประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ และหลักศาสนาที่บิดเบือนจากหลักคำสอนที่ถูกต้อง สร้างเป็นวาทกรรมขยายแนวร่วมในพื้นที่ นอกจากนี้ได้มีความพยายามกระตุ้นให้เกิดการแบ่งแยกทางสังคม ทำให้ไม่สามารถเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างสังคมที่มีความแตกต่างทางศาสนาและวัฒนธรรมได้ นำไปสู่วิถีชีวิตสังคมเชิงเดี่ยว

ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) ในฐานะส่วนราชการรูปแบบเฉพาะที่ไม่สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี มีหน้าที่จัดทำยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดนราธิวาส จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา จังหวัดสตูล และจังหวัดสงขลา เป็นพื้นที่ที่มีลักษณะพิเศษในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และเชื่อมโยงสัมพันธ์กับต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย และกลุ่มประเทศในโลกลมุสลิม เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ในพื้นที่นับถือศาสนาอิสลาม ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้จึงจำเป็นต้องสร้างการรับรู้และความเข้าใจแก่ประชาชนในพื้นที่ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาล เพื่อป้องกันการถูกชักจูงให้เกิดความแตกแยกจากข้อมูลที่ถูกบิดเบือนโดยกลุ่มผู้ไม่หวังดี หรือข้อมูลเชิงลบที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ และประการสำคัญ คือ การทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารส่งถึงกลุ่มเป้าหมายได้สะดวก รวดเร็ว มีความทันสมัยครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ (พ.ร.บ.การบริหารราชการจังหวัดชายแดนภาคใต้ พ.ศ. 2553)

โครงการบัณฑิตอาสาพัฒนามาตุภูมิ จึงเป็นพันธกิจที่ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้ดำเนินมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 จนถึงปัจจุบัน โดยการจ้างงานบัณฑิตซึ่งเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ เพื่อพัฒนาศักยภาพบัณฑิตให้เป็นผู้นำรุ่นใหม่และนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปเผยแพร่ให้ประชาชนในหมู่บ้าน โดยภารกิจหลักของบัณฑิตอาสา คือ การทำงานประสานกับองค์กรหน่วยงานราชการในพื้นที่ การเก็บข้อมูลในพื้นที่ และการปฏิบัติงานสนับสนุนกิจการโครงการของ ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งจำนวนบัณฑิตอาสาฯ ที่ปฏิบัติงานมีครอบคลุมทุกพื้นที่และเปรียบเสมือนเป็นผู้แทนของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างใกล้ชิด พร้อมมีศักยภาพในการประสานงานได้เป็นอย่างดีสามารถเป็นช่องทางในการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้าง

การรับรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ให้เกิดการรับรู้และความเข้าใจที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

มีงานวิจัยที่บ่งชี้ว่าประชาชนมีทัศนคติที่ดีต่อการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม /โครงการ ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ในระดับมาก ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า จากการศึกษาที่ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากกิจกรรม /โครงการ ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ ทั้งจากประสบการณ์ของตนเองและจากการเผยแพร่ของหน่วยงานอย่างต่อเนื่อง จึงมีทัศนคติที่ดีต่อการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม/โครงการของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้วยเช่นกัน ซึ่งเป็นไปตามหลักการเกิดทัศนคติที่ได้กล่าวว่า ทัศนคติของบุคคลส่วนหนึ่งเกิดจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ ความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติที่มีอยู่เดิม รวมทั้งจากสื่อมวลชน ดังนั้นประชาชนก็อาจจะมีทัศนคติที่ดีต่อการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม/โครงการ ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ จึงเป็นเสมือนการย้ำทัศนคติที่มีอยู่ให้เป็นไปในทิศทางเดิม คือ มีทัศนคติในทางที่ดี (วสันต์ อดิศักดิ์ และ โอภาส เกาไสยภรณ์, 2561) นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะทางยุทธศาสตร์ด้านนโยบายจากงานวิจัยที่กำหนดไว้ว่า การดำเนินการแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ประการแรก คือ การแก้ปัญหาต้องเน้นที่การใช้ไม้อ่อนมากกว่าใช้ไม้แข็ง ประการที่สอง เจ้าหน้าที่รัฐต้องพัฒนาระบบการข่าวกรองอย่างมีประสิทธิภาพ ประการที่สามการประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มเป้าหมาย ต้องยึดแนวพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เรื่อง เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา เพราะชาวมุสลิมมีความเชื่อไม่ถึงไม่ใช้ญาติก็พี่น้องกัน ประการที่สี่ เจ้าหน้าที่รัฐทุกหน่วยงานต้องทำงานไปในทิศทางเดียวกัน มีความเข้าใจซึ่งกันและกัน ใช้แนวทางสันติวิธีและมีความยุติธรรม โดยมีการประเมินผลของคนในพื้นที่ที่เข้ามามีส่วนร่วม เพื่อสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ควรกำหนดยุทธศาสตร์ด้านระบบการข่าวกรองให้ได้รับการแจ้งเตือน เพื่อการเตรียมความพร้อมและพัฒนา ขึ้นด้วยการปฏิบัติการข่าวสู่มวลชนอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์บนพื้นฐานความพอดีต่อประชาชนในพื้นที่ (บุญเอื้อ บุญฤทธิ์, 2556)

การบูรณาการแพร่กระจายนวัตกรรมการประชาสัมพันธ์ Zhao and de Pablos (2011) อธิบายว่า บุคคลเป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดผลลัพธ์ของการยอมรับเทคโนโลยีจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ตัวแปรนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจในการใช้บริการเทคโนโลยีใหม่ ๆ ของผู้ใช้บริการ (Mun et al., 2006) และยังพบว่านวัตกรรมไม่เพียงมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมของผู้ใช้ในการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ แต่ยังพบว่านวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงอย่างมากต่อความคาดหวังในการทำงานความคาดหวังในความพยายามและความเข้ากันได้อีกด้วย (Oliveira et al., 2016)

ดังนั้น การประเมินความต้องการจำเป็นในการแพร่กระจายนวัตกรรมการประชาสัมพันธ์ สำหรับการสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจต่อปัญหาและการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ นั้น จะสามารถนำไปสู่การกำหนดทิศทางการดำเนินการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์ที่จะสามารถสร้างการรับรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนา จังหวัดชายแดนภาคใต้แก่ประชาชนในพื้นที่และต่อสาธารณะ ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ขององค์กร ช่วยลดช่องว่างระหว่างภาครัฐกับประชาชน ลดการแทรกแซงให้เกิดความเห็นต่าง จากกลุ่มผู้ก่อความไม่สงบในพื้นที่ ประชาชนสามารถเข้าใจถึงทิศทางนโยบายในการปฏิบัติงาน ของภาครัฐ ซึ่งจะนำไปสู่การแก้ปัญหาและพัฒนาพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีประสิทธิภาพ ได้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นในการแพร่กระจายนวัตกรรมการประชาสัมพันธ์สำหรับการ สร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจต่อปัญหาและการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ บุคลากรในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บัณฑิตอาสา ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำ ท้องที่ ผู้นำศาสนา และประชาชนทั่วไปใน 3 จังหวัด ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส และ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 305 คน ได้จากฐานประชากร 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่มีอายุระหว่าง 15-69 ปี โดยจังหวัดปัตตานี มีจำนวน 276,999 คน จังหวัดยะลา จำนวน 258,928 คน และ จังหวัดนราธิวาส 218,452 คน รวม จำนวน 754,379 คน (ฐานข้อมูลทะเบียนราษฎร สำนัก บริหารทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย พ.ศ.2563) จากนั้นทำการกำหนดขนาด ตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Robert V. Krejcie and Earyle W. Morgan. 1970 (อ้างถึง ใน ธีรรุฒิ เอกะกุล, 2543) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน และทำการคัดเลือกโดยการ สุ่มแบบบังเอิญ (accidentally simple sampling) ซึ่งจากการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ 305 ชุด

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามการประเมินความต้องการจำเป็นในการแพร่กระจายนวัตกรรมการประชาสัมพันธ์สำหรับการสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจต่อปัญหาและการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ Zhang, Z. (2010) มี 3 ตอน ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไป ความต้องการในการแพร่กระจายนวัตกรรมการประชาสัมพันธ์สำหรับการสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจต่อปัญหาและการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ และสภาพที่เป็นจริงในการกระจายนวัตกรรมการประชาสัมพันธ์สำหรับการสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจต่อปัญหาและการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งมีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่า 0.69 ถึง 0.94 และ ค่าความเชื่อมั่น (r_{tt}) ทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.97

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยร่วมกับตัวแทนบัณฑิตอาสาฯ ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง เดือนเมษายน พุทธศักราช 2563 ถึง เดือนตุลาคม พุทธศักราช 2563 จากบุคลากรในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับบัณฑิตอาสาฯ ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำท้องที่ ผู้นำศาสนา และประชาชนทั่วไปใน 3 จังหวัด ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส และกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 305 คน แล้วจึงนำ แบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ พร้อมนำแบบสอบถามมาทำการลงรหัส เพื่อนำไปประเมินผลของข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การประเมินความต้องการจำเป็นในการแพร่กระจายนวัตกรรมการประชาสัมพันธ์สำหรับการสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจต่อปัญหาและการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยใช้วิธี Priority needs index (PNI) ซึ่งเป็นสูตรที่ปรับปรุงจากสูตร PNI ดั้งเดิมโดย นางลักษณวีรัชชัย และ สุวิมล ว่องวานิช เป็นวิธีการหาค่าผลต่างของ (I-D) แล้วหารด้วยค่า D เพื่อควบคุมขนาดความต้องการจำเป็นให้อยู่ในพิสัยที่ไม่มีช่วงกว้างมากเกินไป และให้ความหมายเชิงเปรียบเทียบ เมื่อใช้ระดับของสภาพที่เป็นอยู่ เป็นฐานในการคำนวณค่าอัตราการพัฒนาเข้าสู่สภาพที่คาดหวังของกลุ่ม (สุวิมล ว่องวานิช, 2548)

$$PNI_{\text{Modified}} = (I - D) / D$$

PNI_{Modified} หมายถึง ดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น

I หมายถึง ค่าเฉลี่ย (Mean) ของความคาดหวัง

D หมายถึง ค่าเฉลี่ย (Mean) ของสภาพที่เป็นจริง

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 62.95 เป็นเพศชาย จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 37.04 มีช่วงอายุระหว่าง 30-39 จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 45.57 รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 40-49 จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 23.27 และ ช่วงอายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 18.36 ตามลำดับ เป็นผู้นับถือศาสนาอิสลาม จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 77.70 และนับถือศาสนาพุทธ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดปัตตานี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 40.98 รองลงมาคือ จังหวัดนราธิวาส จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 39.02 และ จังหวัดยะลา จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ มีช่วงระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่มากกว่า 5 ปี จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 89.84 มีสถานภาพสมรส จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 70.16 โสด จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 24.92 ประกอบอาชีพ เกษตรกรรม จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 46.56 รองลงมาคือ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 26.23 และ ค้าขาย/อาชีพอิสระ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 13.77 ตามลำดับ มีระดับการศึกษาช่วงชั้นปริญญาตรี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 40.33 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 22.95 และ ประถมศึกษา จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 10.49 ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 69.18 รองลงมาคือ 1-5,000 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.44 และ 10,001-15,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 10.82 ตามลำดับ

2. ผลการประเมินความต้องการจำเป็นในการแพร่กระจายนวัตกรรมการประชาสัมพันธ์สำหรับการสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจต่อปัญหาและการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 การรับรู้การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.)

ด้านที่ 2 องค์ประกอบของเนื้อหา/รูปแบบของการประชาสัมพันธ์ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.)

ด้านที่ 3 องค์ประกอบของช่องทางการรับรู้การประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.)

ด้านที่ 4 องค์ประกอบของลักษณะการทำงานและทักษะการประชาสัมพันธ์ของบัณฑิตอาสาฯ ที่มีผลต่อการรับรู้ของประชาชน

ด้านที่ 5 องค์ประกอบของการแพร่กระจายนวัตกรรมและเทคโนโลยีการประชาสัมพันธ์ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการประเมินความต้องการจำเป็นในการแพร่กระจายนวัตกรรม
การประชาสัมพันธ์สำหรับการสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจต่อปัญหาและ
การพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้

รายการ ประเมิน	สภาพที่เป็นจริง		สภาพที่ต้องการ		ความต้องการจำเป็น		
	M	SD	M	SD	I-D	PNI _{modified} ((I-D)/D)	ลำดับ
ด้านที่ 1	2.50	0.35	4.45	0.33	1.95	0.78	3
ด้านที่ 2	2.49	0.36	4.48	0.35	1.99	0.80	1
ด้านที่ 3	2.53	0.37	4.49	0.36	1.96	0.77	4
ด้านที่ 4	2.53	0.34	4.49	0.36	1.96	0.77	5
ด้านที่ 5	2.48	0.35	4.46	0.36	1.98	0.80	2

2.1 ด้านการรับรู้การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) โดยรวมสภาพความต้องการอยู่ในระดับมาก ($M = 4.45$, $SD = 0.33$) สภาพความเป็นจริงอยู่ในระดับปานกลาง ($M = 2.50$, $SD = 0.35$) มีความต้องการจำเป็นอยู่ในลำดับที่ 5 ($I-D = 1.95$, $PNI_{modified} = 0.78$)

2.2 ด้านองค์ประกอบของเนื้อหา/รูปแบบของการประชาสัมพันธ์ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) โดยรวมสภาพความต้องการอยู่ในระดับมาก ($M = 4.48$, $SD = 0.35$) สภาพความเป็นจริงอยู่ในระดับปานกลาง ($M = 2.49$, $SD = 0.36$) มีความต้องการจำเป็นอยู่ในลำดับที่ 1 ($I-D = 1.99$, $PNI_{modified} = 0.80$)

2.3 ด้านองค์ประกอบของช่องทางการรับรู้การประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) ที่มีผลต่อการรับรู้ของประชาชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.49$, $SD = 0.36$) สภาพความเป็นจริงอยู่ในระดับปานกลาง ($M = 2.53$, $SD = 0.37$) มีความต้องการจำเป็นอยู่ในลำดับที่ 4 ($I-D = 1.96$, $PNI_{modified} = 0.77$)

2.4 ด้านองค์ประกอบของลักษณะการทำงานและทักษะการประชาสัมพันธ์ของบัณฑิตอาสาฯ ที่มีผลต่อการรับรู้ของประชาชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.49$, $SD = 0.36$) สภาพความเป็นจริงอยู่ในระดับปานกลาง ($M = 2.53$, $SD = 0.34$) มีความต้องการจำเป็นอยู่ในลำดับที่ 3 ($I-D = 1.96$, $PNI_{modified} = 0.77$)

2.5 ด้านองค์ประกอบของการแพร่กระจายนวัตกรรมและเทคโนโลยีการประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.46, SD = 0.36$) สภาพความเป็นจริงอยู่ในระดับปานกลาง ($X = 2.48, SD = 0.35$) มีความต้องการจำเป็นอยู่ในลำดับที่ 2 ($I-D = 1.98, PNI_{\text{modified}} = 0.80$)

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านเนื้อหา/รูปแบบของการประชาสัมพันธ์ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) มีค่า PNI_{modified} เป็นลำดับที่ 1 ด้านการแพร่กระจายนวัตกรรมและเทคโนโลยีการประชาสัมพันธ์ เป็นลำดับที่ 2 และด้าน ด้านการรับรู้การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) เป็นลำดับที่ 3

การอภิปรายผล

จากผลการประเมินความต้องการจำเป็นในการแพร่กระจายนวัตกรรมการประชาสัมพันธ์ สำหรับการสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจต่อปัญหาและการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่าประชาชนมีความต้องการให้ดำเนินการสูงกว่าสภาพการดำเนินการในปัจจุบันในทุกประเด็น แสดงให้เห็นว่าประชาชนมีความสนใจในเรื่องของการสื่อสารเพื่อสร้างสันติสุขในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกฤษมา ภูใหญ่ และคณะ (2565) ที่ได้ทำการศึกษาในประเด็น การสร้างการมีส่วนร่วมด้วยกิจกรรมที่หลากหลายและใกล้ชิดกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมกลุ่มย่อยหรือชุมชน เพื่อขยายเครือข่ายความร่วมมือและเป้าหมายการขับเคลื่อนมุมมองสันติภาพในจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยผลการวิจัย พบว่า การสร้างการมีส่วนร่วมในกิจกรรมสร้างสันติภาพจำเป็นต้องมีเครื่องมือที่เชื่อมประสานคนเข้าด้วยกันได้แก่ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การรณรงค์สื่อสารเชิงบวกเพื่อลดความเกลียดชังในสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการออกแบบกราฟฟิกเป็นสื่อกลางในการสะท้อนตัวตนของคนในชุมชน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับอาชารินทร์ เป้นสุข (2562) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง อนาคตภาพการสื่อสารในกระบวนทัศน์ใหม่ ว่าด้วยคุณค่าของความรักขับเคลื่อนการแก้ไขปัญหา จังหวัดชายแดนใต้ของผู้แทนพิเศษของรัฐบาล ซึ่งผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารในกระบวนทัศน์ใหม่ว่าด้วยคุณค่าของความรักขับเคลื่อนการแก้ไขปัญหา จังหวัดชายแดนใต้ ที่มีบัณฑิตอาสา เครือข่ายผู้นำชุมชน และเครือข่ายเยาวชน เป็นตัวเดินเรื่องในการดำเนินการ สามารถสร้างความรักความเข้าใจให้กับชุมชนผ่านกระบวนการสื่อสารที่กำหนดได้ ซึ่งเป็นไปตามผลการศึกษาที่พบว่าทั้งรูปแบบสื่อออนไลน์และสื่อออฟไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook), ไลน์ (Line), และยูทูบ (Youtube) จะเป็นเครื่องมือที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจในการปฏิบัติหน้าที่ในการพัฒนาและแก้ปัญหาในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของหน่วยงานภาครัฐ

อีกทั้งการสื่อสารจะสามารถสร้างการพัฒนาและแก้ปัญหาในชุมชน และสังคมได้ ซึ่งพัทธนันท์ เด็ดแก้ว (2550) ศึกษาการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาชุมชน พบว่า 1) การสื่อสารมีความสัมพันธ์กับการพัฒนา เนื่องจากการสื่อสารเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์มาโดยตลอด เพื่อสื่อความหมาย แลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน นั่นคือการสื่อสารชุมชน ทำให้ข่าวสารมีทิศทางที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้การสื่อสารยังมีบทบาทสร้างจิตสำนึกในการเปลี่ยนแปลงไปในทางใหม่ๆ เพื่อให้ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นนั้นทำให้ชุมชนดังกล่าวเกิดการพัฒนาได้ 2) การใช้กลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนา จากการศึกษาการประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญในการติดต่อสื่อสารกับประชาชนเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง และมีทัศนคติที่ดี ดังนั้นจึงสามารถนำแนวคิดการสื่อสารมาใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อจัดทำโครงการพัฒนาชุมชน ได้แก่ ยุทธวิธีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ยุทธวิธีการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม และยุทธวิธีการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ทางการสื่อสาร และ 3) การวางแผนการประชาสัมพันธ์ในโครงการพัฒนาชุมชนให้เกิดประสิทธิภาพสามารถนำหลักการ ของกระบวนการประชาสัมพันธ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ ร่วมกับการใช้ยุทธวิธีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาทั้ง 3 ยุทธวิธี นำมาประยุกต์ใช้ในโครงการพัฒนาชุมชน และอภิชาต พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ ศาสตร์ระจิว (2556) อธิบายเพิ่มเติมว่าในยุคปัจจุบันสังคมออนไลน์เป็นรูปแบบการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกระดับในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในงานประชาสัมพันธ์และมีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีแนวโน้มว่าจะได้รับความนิยมสูงขึ้นในอนาคต องค์กรใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์องค์กร สินค้าและการบริการเพื่อช่วยเสริมสื่อประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิมให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์ควรให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งประเด็นเนื้อหาที่น่าสนใจ ตลอดจนรูปแบบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อนำมาซึ่งชื่อเสียง ภาพลักษณ์และการสนับสนุนองค์กร เช่นเดียวกับ ธิติ รักชาติ (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร:กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครการศึกษาลงการวิจัยพบว่า (1) สภาพการดำเนินงานการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครสอดคล้องกับโครงสร้างของกระบวนการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรทุกด้าน (2) กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยในระดับปานกลางและมีความคิดเห็นต่อแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ในระดับมาก และ (3) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดเห็นด้วยกับรูปแบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครที่เหมาะสมคือ AMCI

จะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นการสื่อสารข้อมูล ข้อเท็จจริง สามารถสร้างการรับรู้และความเข้าใจในสถานการณ์ต่างๆ ได้ ซึ่งในปัจจุบันมีการสื่อสารได้หลากหลายรูปแบบ และหลากหลายช่องทาง ดังแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของ วิจิตร อวาทกุล (2554) ที่อธิบายว่า การบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนให้บรรลุเป้าหมายนั้น การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่ต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง ตลอดเวลาและตลอดไป เพื่อรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์กับประชาชน และเสถียรภาพความมั่นคงของสถาบัน เช่นเดียวกับ กรกมล กองแก้ว (2554) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์งาน เป็นกลไกสำคัญยิ่งอย่างหนึ่งของการบริหาร เพื่อสร้างภาพลักษณ์ ความนิยม ความเข้าใจที่ดีต่อหน่วยงานและการสนับสนุนจากประชาชน การบริหารที่ดีควรใช้การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการหนึ่งในการทำงานให้มีความสามัคคี และตื่นตัวที่จะทำงานให้องค์กรมีขวัญกำลังใจในการทำงาน จุดประสงค์เพื่อให้ทุกคนในองค์กรมีความรู้ความเข้าใจในภารกิจองค์กร มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นให้ข้อเสนอแนะ เช่นเดียวกันกับพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ต้องการดำเนินการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ อันนำไปสู่ความตระหนักรู้ในการอยู่ร่วม และเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 องค์กรประกอบและเนื้อหาในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร มีค่า PNI เป็นลำดับที่ 1 ดังนั้นควรมีการจัดการเนื้อหาข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนให้เข้าใจง่าย สอดคล้องกับความต้องการ

1.2 องค์กรประกอบของการแพร่กระจายนวัตกรรมและเทคโนโลยีการประชาสัมพันธ์ มีค่า PNI เป็นลำดับที่ 2 ดังนั้นจึงควรสร้างเครือข่ายการทำงานที่ชัดเจนระหว่างบัณฑิตอาสา หน่วยงาน และประชาชนในพื้นที่ และพัฒนาทักษะการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารผ่านช่องทางที่หลากหลายให้กับบัณฑิตอาสา โดย ศอ.บต. ในฐานะหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ในการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้

1.3 การรับรู้การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) มีค่า PNI เป็นลำดับที่ 3 ดังนั้นจึงควรจัดการเรื่องช่องทางในการเข้าถึงสื่อของประชาชนให้เป็นรูปธรรม

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการดำเนินการวิจัยเพื่อค้นหาแนวทางการบูรณาการการแพร่กระจายนวัตกรรมและการประชาสัมพันธ์สำหรับบัณฑิตอาสาเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้

เอกสารอ้างอิง

- กรกมล กองแก้ว. (2554). *กระบวนการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในสังกัดกรมสามัญศึกษาจังหวัดเชียงราย.วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.*
- กุสุมา ภูใหญ่และคณะ.(2565). *การวิจัยเรื่องการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์เพื่อการสร้างความเข้าใจในสังคมพหุวัฒนธรรมและสันติสุข. สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ*
- จิตติ รักชาติ (2555). *รูปแบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.งานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.*
- จีรภูมิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 1. อุลตราธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี*
- บุญเอื้อ บุญฤทธิ์. (2556). *การก่อความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้กับอัตลักษณ์ของคนในพื้นที่และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่รัฐ. วารสารเกษมบัณฑิต. 14(2), 46-58.*
- พระราชบัญญัติการบริหารราชการจังหวัดชายแดนภาคใต้ พ.ศ. 2553. (2553, 29 ธันวาคม). *ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 127 ตอนที่ 80. หน้า 1-16.*
- พัทธนันท์ เต็ดแก้ว. (2550). *การประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาชุมชน. วารสารวิทยาการจัดการ และสารสนเทศ. 2(1), 185-201.*
- วสันต์ อติศัพท์ และ โอภาส เกาไศยภรณ์. (2561). *การวิจัยเรื่องการสำรวจการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561.ยะลา : ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้.*
- วิจิตร อวาทะกุล. (2554). *การประชาสัมพันธ์: หลักและวิธีปฏิบัติ. กรุงเทพฯ:ไทยวัฒนาพานิช*
- ศูนย์ศึกษาพุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ. (2562). *เอกสารศึกษาเฉพาะกรณี (Case Study) เรื่องอนาคตทิศทางการแก้ปัญหา 3 จังหวัดชายแดนใต้. กรุงเทพฯ : สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ.*

- สำนักบริหารทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2563). *ฐานข้อมูลทะเบียนราษฎร์ (ออนไลน์)*. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2563, จาก : <https://www.bora.dopa.go.th>.
- สุวิมล ว่องวานิช. (2548). *การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิชาต พุกสวัสดิ์ และ กุลทิพย์ ศาสตรระจิก. (2556). การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*. 6(2), 24-38.
- อาชารินทร์ เป้นสุขและคณะ.(2562).อนาคตภาพการสื่อสารในกระบวนทัศน์ใหม่ที่ด้วยคุณค่าของความรักขับเคลื่อนการแก้ปัญหาจังหวัดชายแดนใต้ของคณะผู้แทนพิเศษของรัฐบาล กรณีศึกษา กิจกรรมประชุมปฏิบัติการการเสริมสร้างความเข้าใจและพัฒนาบทบาทเครือข่ายภาคประชาสังคมจังหวัดชายแดนภาคใต้.*วารสารการบริหารจัดการ*. 9 (1). (มกราคม-มิถุนายน). 121-135.
- Krejcie, R.V. and Morgan, D.W. (1970) Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Mun Y. Yi, Joyce D. Jackson, Jae S. Park, and Janice C. Probst,. (2006). Understanding information technology acceptance by individual professionals: Toward an integrative view, *Information & Management*, 43(3). 350-363.
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G. and Campos, F. (2016). Mobile payment: understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61, 404-414.
- Zhao, J. and de Pablos, P.O. (2011). Regional knowledge management: the perspective of management theory. *Behaviour & Information Technology*, 30(1), 39-49.
- Zongrang, Zhang. (2010). A Research on the Gain and Cost of Bilingual teaching of Non-English- Oriented Course. (Online). Shandong: Shandong Institute of Business and Technology.