



**การรับรู้และประสิทธิผลการอบรมเชิงปฏิบัติการค่ายพัฒนานวัตกรรม
การสื่อสารสำหรับคนรุ่นใหม่ภายใต้โครงการขยายเครือข่ายภาคี 10 สถาบัน
การศึกษารู้เท่าทันสิทธิของผู้บริโภค สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค**

Perception and Effectiveness of Practical Training in the Communication Innovation Development Camp for the New Generation under the Expansion Project of the 10th Consumer Rights Awareness Institutes Network by the Thailand Consumers Council

อรรถญา พิกุลพารุ่งโรจน์. วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

Adtaya Pigunparungrod. College of Communication Arts. Rangsit University.

Email: adtaya.p@rsu.ac.th

Received: 25 October 2023 ; Revised: November 2023 ; Accepted: 20 November 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้เท่าทันสิทธิผู้บริโภคของสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภคและประสิทธิผลการอบรมเชิงปฏิบัติการค่ายพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารสำหรับคนรุ่นใหม่ ภายใต้โครงการขยายเครือข่ายภาคี 10 สถาบันการศึกษารู้เท่าทันสิทธิของผู้บริโภค สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค โดยเป็นการศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ จากการใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากผู้เข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการ จำนวน 400 คน ผลการวิจัย พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตมากที่สุด รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม และมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ตามลำดับการรับรู้การเท่าทันสิทธิผู้บริโภค สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภคของผู้เข้าร่วมการอบรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่เคยรู้จักสภาองค์กรของผู้บริโภค เหตุผลในการเข้าร่วมการอบรม เพราะมีความสนใจในเรื่องสิทธิของผู้บริโภค ก่อนการเข้าร่วมการอบรมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิทธิผู้บริโภคที่ผู้เข้าร่วมให้ความสนใจ คือ ด้านการขนส่งและยานพาหนะมากที่สุด หลังการเข้าร่วมโครงการประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิทธิผู้บริโภคที่ผู้เข้าร่วมให้ความสนใจและผลิตสื่อ คือ ด้านการขนส่งและยานพาหนะ มากที่สุด หลังจากการอบรมผู้เข้าร่วมทุกคนรู้เท่าทันสิทธิของผู้บริโภค รู้จักสำนักงานสภาองค์กรผู้บริโภคและมีความรู้และทักษะเพื่อใช้ในการผลิตสื่อสำหรับการขับเคลื่อนสิทธิผู้บริโภคทุกคน

ประสิทธิผลการอบรมเชิงปฏิบัติการค่ายพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารสำหรับคนรุ่นใหม่ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านผลผลิต มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านบริบท ด้านกระบวนการ และด้านปัจจัยนำเข้า ตามลำดับ

ด้านผลผลิต พบว่าผู้เข้าร่วมอบรมฯ ตระหนักถึงสิทธิของผู้บริโภคมากขึ้นมากที่สุดที่รองลงมา คือ สามารถนำความรู้และทักษะไปใช้ประโยชน์ในการใช้ชีวิตได้ในอนาคต และสามารถสื่อสารในประเด็นสิทธิผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องไปยังสาธารณะ ตามลำดับ

ด้านบริบท พบว่า เป้าหมายของการฝึกอบรมฯ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมโครงการมากที่สุด รองลงมา คือ การฝึกอบรมฯ ครั้งนี้มีความจำเป็นและความสำคัญต่อผู้เข้าร่วมโครงการและวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมฯ มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้เข้าร่วมโครงการ ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ พบว่า วิทยากรมีความรอบรู้ในหัวข้อการฝึกอบรมฯและความสามารถในการถ่ายทอดความรู้เป็นอย่างดี มากที่สุด รองลงมา วิทยากรให้ความเป็นกันเองกับผู้เข้าร่วมอบรมฯ และวิทยากรตอบคำถามตรงประเด็นและเข้าใจได้ง่าย ตามลำดับ

ด้านปัจจัยนำเข้า พบว่า ความพร้อมของทีมีวิทยากร มากที่สุด รองลงมา คือ ความเหมาะสมของหัวข้อในการฝึกอบรม เช่น การบรรยายเรื่อง วัสดุของผู้บริโภค, การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการและกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เรื่อง “เพื่อ(น)ผู้บริโภค”, ระดมสมอง แชร่ความคิด...ผลิตไอเดีย, การสร้างสรรค์คอนเทนต์ด้วย Storytelling Canvas และความพร้อมของคณะกรรมการดำเนินงาน ตามลำดับ

คำสำคัญ: การรับรู้ ประสิทธิภาพ การอบรมเชิงปฏิบัติการ รู้เท่าทันสิทธิของผู้บริโภค สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค

Abstract

This research aimed to study the awareness of consumer rights by the Thailand Consumers Council and the effectiveness of a practical training camp for communication innovation development for the new generation, under the expansion project of the 10th Consumer Rights Knowledge Institutions Network. This was a quantitative research using questionnaires to collect data from 400 participants.

The results indicated: Most respondents were female and primarily from Rangsit University, followed by Mahasarakham University, and Walailak University.

In an investigation into the awareness and understanding of consumer rights among participants of a training session, it was discerned that a majority of the survey respondents were unfamiliar with the Thailand Consumers Council. The primary motivation for their participation in the training was an interest in the rights of consumers. Prior to participation in the training related to consumer rights, the primary areas of interest among attendees were, in descending order, transportation and vehicles, followed by general goods and services. After attending the training program, while transportation and vehicles remained the top concern. Following the training session, all participants exhibited an informed understanding of consumer rights, gained familiarity with the Consumer Organization Council, and acquired the knowledge and skills necessary for media production aimed at advocating for the rights of all consumers.

In evaluating the outcomes of the practical training camp aimed at fostering innovation in communication for the new generation, results were predominantly favorable. When examined in detail, the highest achievement was in the domain of output, followed by context, process, and input factors, in that order.

In terms of output, participants became more aware of consumer rights. They were also able to utilize the knowledge and skills in their daily lives and could accurately communicate on consumer rights topics to the public.

In terms of context, the training's main benefits were most significant, followed by the necessity and importance of the training, and the alignment of training objectives with participants' needs.

In terms of the process, the trainers were knowledgeable about the training topics and excelled in knowledge transfer. The trainers were also friendly and answered questions precisely and understandably.

In terms of input factors, the readiness of the training team was the highest. This was followed by the relevance of training topics, such as lectures on consumer rights, practical training, and learning exchange activities like brainstorming, content creation using Storytelling Canvas, and the readiness of the organizing committee.

Keywords: Perception, Effectiveness, Practical Training, Consumer Rights Awareness, Thailand Consumers Council

บทนำ

ด้วยสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค เป็นหน่วยงานที่มีฐานะเป็นนิติบุคคลและมีการประกาศจัดตั้งในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2563 เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้บริโภคในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิ ของผู้บริโภคในทุกด้าน ตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 46 และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภา องค์กรของผู้บริโภค พ.ศ.2562 และที่ผ่านมามาตามประกาศนายทะเบียนกลาง

ปัจจุบันดำเนินการตามกรอบภารกิจหลักคือ ให้ความคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค รวมทั้งเสนอแนะนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครอง ผู้บริโภคต่อคณะรัฐมนตรีหรือหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนและดำเนินการ ตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ แจ้ง หรือโฆษณาข่าวสารหรือเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค หรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเกิดความเสื่อมเสียแก่ผู้บริโภค รายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันมีผลกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคไปยังหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานอื่นที่รับผิดชอบและเผยแพร่ให้ประชาชนทราบ ไปจนถึงสนับสนุนและช่วยเหลือองค์กรของผู้บริโภคในการรักษาประโยชน์ของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ และได้รับความเชื่อถือตลอดจนส่งเสริมการรวมตัวขององค์กรผู้บริโภคในระดับจังหวัด (สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค, 2565)

ดังนั้นเพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจ สร้างทัศนคติต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โครงการขยายเครือข่ายภาคี 10 สถาบันการศึกษา รู้เท่าทันสิทธิของผู้บริโภค การจัดทำแผนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ การผลิตและเผยแพร่เนื้อหา เพื่อการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ในการสร้างการรับรู้ถึงศักยภาพภารกิจและภาพลักษณ์สภาองค์กรฯ ตัวแทนให้กับผู้บริโภค ที่เข้ามามีบทบาทช่วยตรวจสอบ เตือนภัย เปิดเผยข้อมูล และซื้อสินค้าที่หลอกลวง ไม่ปลอดภัยกับผู้บริโภค ช่วยสนับสนุนผู้บริโภคให้สามารถแก้ปัญหา เคียงข้างผู้บริโภคในการเจรจาไกล่เกลี่ย ประนีประนอม ตั้งแต่ก่อนฟ้องจนถึงชั้นศาล ช่วยฟ้องคดี รวมถึงช่วยผู้บริโภคที่ใช้สิทธิแล้วถูกดำเนินคดี รวมถึงทำให้ผู้บริโภค รู้สิทธิ เข้าถึงสิทธิและใช้สิทธิได้อย่างเข้มแข็ง โดยร่วมกับองค์กรผู้บริโภคทั่วประเทศ เพื่อคุ้มครองสิทธิอันพึงมีพึงได้ของผู้บริโภค ตลอดจนการสื่อสารเพื่อขยายการรับรู้ให้กับ เยาวชน และประชาชนทั่วไป เพื่อสร้างความเข้าใจในประเด็นสิทธิผู้บริโภคอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเหตุการณ์ โดยการจัดหาผู้เชี่ยวชาญ ที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ มาดำเนินงานดังกล่าวให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

ด้วยสภาองค์กรของผู้บริโภค จัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้บริโภค เพื่อคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคในแต่ละด้าน กรอบแนวคิดและยุทธศาสตร์ ได้แก่ ด้านการเงินและการธนาคาร ด้านการขนส่งและยานพาหนะ ด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย ด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ด้านบริการสุขภาพ ด้านสินค้าและบริการ ด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านบริการสาธารณะ พลังงาน และสิ่งแวดล้อม และด้านการศึกษา

โครงการขยายเครือข่ายภาคี 10 สถาบันการศึกษา รู้เท่าทันสิทธิของผู้บริโภค เป็นหนึ่งโครงการที่จะออกแบบกิจกรรมในการสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย โดยมุ่งเน้นกิจกรรมให้สอดคล้องกับนโยบายของสภาองค์กรของผู้บริโภค เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค และยุทธศาสตร์การสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งผู้บริโภค และองค์กรผู้บริโภค โดยนำเสนอผ่านรูปแบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อผลักดันให้เกิดแนวทางเชิงนโยบายในอนาคต โดยมีการกำหนดกรอบแนวคิดและยุทธศาสตร์ เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อถือ ตลอดจนทัศนคติเชิงบวกต่อสภาองค์กรของผู้บริโภค ประกอบกับเกิดการสร้างการรับรู้ ความเท่าทันในสิทธิให้แก่ผู้บริโภคเครือข่ายภาคี

การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ค่ายพัฒนานวัตกรรมสื่อสารสำหรับคนรุ่นใหม่ จึงเป็นส่วนหนึ่งของโครงการขยายเครือข่ายภาคี 10 สถาบันการศึกษา ในการเล็งเห็นความสำคัญของผู้บริโภค รู้เท่าทันสิทธิของผู้บริโภค ที่จะสนับสนุนในการขยายเครือข่ายเพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อถือ ตลอดจนทัศนคติเชิงบวกต่อสภาองค์กรของผู้บริโภค รวมถึงเรื่องสิทธิต่าง ๆ ของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยจัดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนานักศึกษา ทั้ง 10 สถาบัน ที่พร้อมจะเป็นเครือข่ายในการสื่อสารข้อมูลที่มีประโยชน์ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคและได้รับรู้สิทธิของตนเอง และรู้จักสภาองค์กรของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

ภายใต้เครือข่ายภาคี 10 สถาบันการศึกษา ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ และมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อถือ ตลอดจนทัศนคติเชิงบวกต่อสภาองค์กรของผู้บริโภค เพื่อสื่อสาร สร้าง สนับสนุนและส่งเสริมในประเด็นสิทธิผู้บริโภค ให้กับเยาวชนและประชาชนทั่วไป เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และขยายผลตามภารกิจของสภาองค์กรของผู้บริโภคผ่านช่องทางสื่อประเภทต่าง ๆ ซึ่งกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นิสิต นักศึกษา และบุคลากรของมหาวิทยาลัย เข้าร่วมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ค่ายพัฒนานวัตกรรมสื่อสารสำหรับคนรุ่นใหม่ สร้างสรรค์ผลงานในประเด็นเนื้อหาสิทธิของผู้บริโภค โดยผ่านการสร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น คลิปวิดีโอ การเล่าเรื่องด้วยเสียง ภาพชุด อินโฟกราฟิก การแสดง แอนิเมชัน โมชันกราฟิก เป็นต้น และจัดแสดงผลงานสู่สาธารณะ โดยนำเสนอผ่านรูปแบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ใน 3 ประเด็นหลัก ๆ ได้แก่ ประเด็นด้านขนส่งและยานพาหนะ, ประเด็นอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ และประเด็นด้านบริการสุขภาพ เพื่อผลักดันให้เกิดแนวทางเชิงนโยบายในอนาคต โดยมีการกำหนดกรอบแนวคิดและยุทธศาสตร์ เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อถือ ตลอดจนทัศนคติเชิงบวกต่อสภาองค์กรของผู้บริโภค ประกอบกับเกิดการสร้างการรับรู้สิทธิให้แก่ผู้บริโภคเครือข่ายภาคี โดยการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ค่ายพัฒนานวัตกรรมสื่อสารสำหรับคนรุ่นใหม่ ต้องการส่งเสริม gen z รู้จักสภาองค์กรของผู้บริโภค อย่างแท้จริง เพราะเป็นจุดมุ่งหมายหลักของการสื่อสาร ต้องเริ่มจากการรับรู้เข้าใจ มีทัศนคติเชิงบวก และสร้างการมีส่วนร่วม ซึ่งปฏิเสธไม่ได้เลยว่ากลุ่ม gen z ยังไม่ได้รู้จักตัวองค์กร การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ จึงเริ่มต้นจากการถ่ายทอดเนื้อหาความสำคัญขององค์กร ความสำคัญของผู้บริโภค รู้สิทธิของผู้บริโภค ประเด็นปัญหาของแต่ละพื้นที่ หน่วยงานในการให้การสนับสนุนข้อมูลประเด็นเรื่องผู้บริโภค จากวิทยากรสภาองค์กรของผู้บริโภคโดยตรง เพื่อสื่อสารข้อมูลขององค์กรเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจในตัวองค์กรไปยังภาคีทั้งหมดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการและกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เรื่อง “เพื่อ(น)ผู้บริโภค” ผ่านการทำกิจกรรมและกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริง เป็นกระบวนการกระตุ้น active consumer เพื่อให้ตระหนักรู้และสร้างการมีส่วนร่วมกับสิทธิของตนเอง โดยเชื่อมโยงไปสู่การเข้าใจในประเด็นในการสื่อสาร และพัฒนาไปสู่การสร้างสรรค์ผลงานเพื่อนำเสนอสู่สาธารณะชน โดยการสื่อสารเรื่องประเด็นการสื่อสาร จะมีทางหน่วยงานเครือข่ายของสภาองค์กรของผู้บริโภค ในการให้ข้อมูล ตลอดจนจะมีอาจารย์พี่เลี้ยงให้คำปรึกษาและดูแลตลอดจนผลงานเสร็จสิ้น

การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ค่ายพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารสำหรับคนรุ่นใหม่ จึงเป็นส่วนหนึ่งของโครงการขยายภาคีเครือข่าย 10 สถาบันการศึกษา ในการเล็งเห็นความสำคัญของผู้บริโภค ภูมิทัศน์ของผู้บริโภคที่จะสนับสนุนในการขยายเครือข่ายเพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อถือ ตลอดจนทัศนคติเชิงบวกต่อสภาพองค์กรของผู้บริโภค รวมถึงเรื่องสิทธิต่าง ๆ ของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยจัดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนานักศึกษา ทั้ง 10 สถาบัน ที่พร้อมจะเป็นเครือข่ายในการสื่อสารข้อมูลที่มีประโยชน์ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคและได้รับรู้สิทธิของตนเอง และรู้จักสภาพองค์กรของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา “การรับรู้และประสิทธิผลการอบรมเชิงปฏิบัติการค่ายพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารสำหรับคนรุ่นใหม่ ภายใต้โครงการขยายเครือข่ายภาคี 10 สถาบันการศึกษารู้อู่เท่าทันสิทธิของผู้บริโภค สำนักงานสภาพองค์กรของผู้บริโภค” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้และประสิทธิผลการอบรมเชิงปฏิบัติการค่ายพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารสำหรับคนรุ่นใหม่ ภายใต้โครงการขยายเครือข่ายภาคี 10 สถาบันการศึกษารู้อู่เท่าทันสิทธิของผู้บริโภค สำนักงานสภาพองค์กรของผู้บริโภค ทั้งนี้ สามารถนำผลการศึกษาวิจัยที่ได้เป็นแนวทางในการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อถือ ตลอดจนทัศนคติเชิงบวกต่อสภาพองค์กรของผู้บริโภค การจัดกิจกรรมร่วมกับสถาบันเครือข่าย เพื่อขยายภาคีเพื่อให้ได้นวัตกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค และการสื่อสารที่ดีเรื่องกรู้อู่เท่าทันสิทธิผู้บริโภคในบทบาทสภาพองค์กรผู้บริโภคแก่เยาวชนและประชาชนทั่วไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการรับรู้การเท่าทันสิทธิผู้บริโภคสำนักงานสภาพองค์กรของผู้บริโภคของคนรุ่นใหม่ภายใต้โครงการขยายเครือข่ายภาคี 10 สถาบัน
2. เพื่อศึกษาประสิทธิผลการอบรมเชิงปฏิบัติการค่ายพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารสำหรับคนรุ่นใหม่ภายใต้โครงการขยายเครือข่ายภาคี 10 สถาบันการศึกษารู้อู่เท่าทันสิทธิของผู้บริโภค สำนักงานสภาพองค์กรของผู้บริโภค

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินโครงการ

รูปแบบการประเมินโครงการแบบชิปโมเดล (CIPP Model) จากที่นักการศึกษาและวิชาการหลายท่านได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการประเมินโครงการอย่างหลากหลายผู้ประเมินโครงการเห็นว่าควรใช้รูปแบบการประเมินโครงการแบบชิปโมเดล CIPP Model ซึ่งเป็นการประเมินที่เน้นการตัดสินใจตามแนวความคิดของสตัฟเฟิลบีม (Stufflebeam and Shinfield, 2007) เป็นรูปแบบการประเมินที่เป็นระบบและครอบคลุมทุกด้านทุกขั้นตอนเหมาะกับการตัดสินใจตัดสินใจตัดสินคุณค่าและมีประสิทธิภาพ

สรุปแนวคิดเกี่ยวกับการประเมินโครงการสามารถนำไปใช้กับงานวิจัยในเรื่องการประเมินการนำรูปแบบการประเมินโครงการแบบ CIPP เป็นการจำลองที่เน้นการประเมินเพื่อนำสารสนเทศมาใช้ในการตัดสินใจ การประเมินเป็นวงจรและกระบวนการที่มีความต่อเนื่องที่ต้องดำเนินการประเมินโครงการทั้งหมดอย่างเป็นระบบกระบวนการประเมินและขั้นตอนการวิเคราะห์การใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจทางเลือกต่าง ๆ ในกระบวนการประเมินโครงการ เพื่อแสดงถึงผลการพิจารณาคุณค่าของโครงการและมีวัตถุประสงค์หลัก ๆ การแสวงหาแนวทางตัดสินใจต่อการดำเนินงานโครงการว่าควรจะดำเนินการหรือไม่ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และศึกษาว่าระหว่างดำเนินการมีปัญหา อะไรที่ควรปรับปรุงแก้ไข หรือเมื่อสิ้นสุดโครงการแล้วผู้เกี่ยวข้องกับโครงการได้เรียนรู้ผลกระทบต่อผู้เกี่ยวข้อง หรือสิ่งแวดล้อมอย่างไรโดยคำนึงถึงความสำคัญของโครงการเพราะมีความเกี่ยวเนื่องและแนวคิดเกี่ยวกับการประเมินโครงการว่ามีความเหมาะสมเพียงใด การคิดการดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือไม่เพราะผลการประเมินจะเป็นตัวกระตุ้นให้การดำเนินงานมีข้อบกพร่องน้อยลง ขณะเดียวกันก็เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพให้มากขึ้นในการทำงานของโครงการ

2. แนวคิดเกี่ยวกับโครงการ

แนวคิดเกี่ยวกับโครงการ สามารถเลือกกรอบแนวคิด มีประโยชน์ และเกี่ยวข้องกับงานวิจัยทุกชั้นตอน โดยมีหลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์เป้าหมาย วิธีดำเนินการแผนการปฏิบัติงาน ระยะเวลาในการดำเนินโครงการ และการประเมินผลโครงการเพื่อให้โครงการ บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ให้ชัดเจน การรวบรวมข้อมูล รวมถึงการวิเคราะห์ และอภิปรายผลการประเมิน เพื่อปรับปรุงและพัฒนาโครงการในครั้งต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นิสิตนักศึกษาในเครือข่ายภาคี 10 สถาบันการศึกษา จำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมกับประชากรทั้งหมดแบบเฉพาะเจาะจง และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การรับรู้การเท่าทันสิทธิผู้บริโภคสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภคของคณรุ่นใหม่ภายใต้โครงการขยายเครือข่ายภาคี 10 สถาบัน

ตอนที่ 3 ประสิทธิภาพการอบรมเชิงปฏิบัติการค่ายพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารสำหรับคณรุ่นใหม่ ภายใต้โครงการขยายเครือข่ายภาคี 10 สถาบันการศึกษารู้เท่าทันสิทธิของผู้บริโภค สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค

ทำการทดสอบเครื่องมือในการวิจัย โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบพิจารณาเครื่องมือเพื่อหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เพื่อดูความเที่ยงตรงของเนื้อหาในข้อคำถาม และหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach (1990) ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.79 และนำแบบสอบถามไปทำการเก็บรวบรวมกับประชากร โดยการนำแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนิสิตนักศึกษาเครือข่ายภาคี 10 สถาบันการศึกษา จากการอบรมเชิงปฏิบัติการค่ายพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารสำหรับคณรุ่นใหม่ ภายใต้โครงการขยายเครือข่ายภาคี 10 สถาบันการศึกษารู้เท่าทันสิทธิของผู้บริโภค สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2565 – เดือนมีนาคม พ.ศ. 2566 จำนวนทั้งสิ้น 400 คน แบบเฉพาะเจาะจง

หลังจากเก็บข้อมูลครบถ้วนได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งจะประกอบด้วยการประเมินผลในเชิงสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้การบรรยายข้อมูล และนำเสนอในรูปแบบความเรียง

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การรับรู้และประสิทธิภาพการอบรมเชิงปฏิบัติการค่ายพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารสำหรับคณรุ่นใหม่ ภายใต้โครงการขยายเครือข่ายภาคี 10 สถาบันการศึกษารู้เท่าทันสิทธิของผู้บริโภคสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภคผลการวิจัย พบว่า

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมา คือ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 30.75 และ LGBTQ+ คิดเป็นร้อยละ 4.75 กลุ่มตัวอย่างศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยรังสิต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.75 รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม คิดเป็นร้อยละ 16.25 และมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ คิดเป็นร้อยละ 13.25 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การรับรู้การเท่าทันสิทธิของผู้บริโภคสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภคของคณกรุ่นใหม่ภายใต้โครงการขยายเครือข่ายภาคี 10 สถาบัน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยรับรู้เกี่ยวกับสำนักงาน สภาองค์กรของผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 98.75 และเคย คิดเป็นร้อยละ 1.25 ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลในการเข้าร่วมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการค่ายพัฒนานวัตกรรมสื่อสารสำหรับคนรุ่นใหม่ มากที่สุด รองลงมาคือ มีความสนใจในเรื่องสิทธิของผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 55.00 และได้รับการมอบหมาย คิดเป็นร้อยละ 45.00 ก่อนการเข้าร่วมโครงการผู้ตอบแบบสอบถามมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคที่ให้ความสนใจ ด้านการขนส่งและยานพาหนะมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.27 รองลงมา คือ ด้านสินค้าและบริการทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 16.37 และมีด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 13.30 หลังการเข้าร่วมโครงการผู้ตอบแบบสอบถาม มีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคที่ให้ความสนใจ ด้านการขนส่งและยานพาหนะมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.09 รองลงมา คือ ด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 15.76 และด้านสินค้าและบริการทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 14.29 ตามลำดับ หลังจากการอบรมผู้ตอบแบบสอบถามรู้เท่าทันสิทธิของผู้บริโภค ร้อยละ 100 รู้จักสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ร้อยละ 100 และมีความรู้และทักษะเพื่อใช้ในการผลิตสื่อสำหรับการขับเคลื่อนสิทธิผู้บริโภค ร้อยละ 100 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ประสิทธิภาพการอบรมเชิงปฏิบัติการค่ายพัฒนานวัตกรรมสื่อสารสำหรับคนรุ่นใหม่ ภายใต้โครงการขยายเครือข่ายภาคี 10 สถาบันการศึกษารู้เท่าทันสิทธิของผู้บริโภค สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค

การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ค่ายพัฒนานวัตกรรมสื่อสารสำหรับคนรุ่นใหม่” โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.69 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านผลผลิต มากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.74 รองลงมา คือ ด้านบริบท ที่ค่าเฉลี่ย 4.72 ด้านกระบวนการ ที่ค่าเฉลี่ย 4.66 และด้านปัจจัยนำเข้า ที่ค่าเฉลี่ย 4.62 ตามลำดับ

ด้านผลผลิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.74 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้เข้าร่วมอบรมฯ ตระหนักถึงสิทธิของผู้บริโภคมากขึ้น มากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.89 รองลงมา คือ ผู้เข้าร่วมอบรมฯ สามารถนำความรู้และทักษะไปใช้ประโยชน์ในการใช้ชีวิตได้ในอนาคต ที่ค่าเฉลี่ย 4.85 และผู้เข้าร่วมอบรมฯ สามารถสื่อสารในประเด็นสิทธิผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องไปยังสาธารณะ ได้ที่ค่าเฉลี่ย 4.83 ตามลำดับ

ด้านบริบท โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.72 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เป้าหมายของการฝึกอบรมฯ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมโครงการ มากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.87 รองลงมา คือ การฝึกอบรมฯ ครั้งนี้มีความจำเป็นและความสำคัญต่อผู้เข้าร่วมโครงการ ที่ค่าเฉลี่ย 4.79 และวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมฯ มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้เข้าร่วมโครงการ ได้ที่ค่าเฉลี่ย 4.61 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.66 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า วิทยากรมีความรอบรู้ในหัวข้อการฝึกอบรมฯ และความสามารถในการถ่ายทอดความรู้เป็น อย่างดี มากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.83 รองลงมา คือ วิทยากรให้ความเป็นกันเองกับผู้เข้าร่วมอบรมฯ ที่ค่าเฉลี่ย 4.75 และวิทยากรตอบคำถามตรงประเด็นและเข้าใจได้ง่าย ได้ที่ค่าเฉลี่ย 4.71 ตามลำดับ

ด้านปัจจัยนำเข้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.62 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความพร้อมของทีมวิทยากร มากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.79 รองลงมา คือ ความเหมาะสมของหัวข้อในการฝึกอบรม เช่น การบรรยายเรื่อง สิทธิของผู้บริโภค, การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการและกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เรื่อง “เพื่อ(น)ผู้บริโภค”, ระดมสมอง แชรส์ความคิด...ผลิตไอเดีย, การสร้างสรรค์คอนเทนต์ ด้วย Storytelling Canvas ที่ค่าเฉลี่ย 4.74 และความพร้อมของคณะกรรมการดำเนินงาน ได้ที่ค่าเฉลี่ย 4.65 ตามลำดับ

การอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การรับรู้และประสิทธิผลการอบรมเชิงปฏิบัติการค่ายพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารสำหรับคนรุ่นใหม่ ภายใต้โครงการขยายเครือข่ายภาคี 10 สถาบัน การศึกษาผู้เท่าทันสิทธิของผู้บริโภค สำนักงานสภาพัฒนาการของผู้บริโภค จากผลการวิจัยพบว่า

การรับรู้การเท่าทันสิทธิผู้บริโภคสำนักงานสภาพัฒนาการของผู้บริโภคของคนรุ่นใหม่ภายใต้โครงการขยายเครือข่ายภาคี 10 สถาบัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ก่อนการอบรมไม่เคยรับรู้เกี่ยวกับสำนักงาน สภาพัฒนาการของผู้บริโภค และหลังจากการอบรมรู้จักสำนักงานสภาพัฒนาการของผู้บริโภคทุกคนรวมถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคที่ให้ความสนใจ ด้านการขนส่งและยานพาหนะมากที่สุดรองลงมา คือ ด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ และด้านสินค้าและบริการทั่วไป จะเห็นได้ว่า เรื่องที่มีความจำเป็นในชีวิตประจำวันยังเป็นเรื่อง que ผู้เข้าร่วมต้องการเรียนรู้ในการนำไปใช้อย่างมาก และประโยชน์ที่ได้รับจากการรับรู้และมีส่วนร่วมจากกิจกรรมเพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Samuel L.Becker (1972) กล่าวว่า การแสวงหาความรู้ บุคคลที่จะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเรื่องทั่ว ๆ ไปบุคคลจะเปิดรับในสิ่งที่ตนสนใจอยากรู้ เพื่อเปิดประสบการณ์ของตนเอง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักนายกรัฐมนตรี (2561) ศึกษาเรื่อง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคตามที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า การรับรู้ผ่านสื่อของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประชาชนมีระดับการรับรู้ผ่านสื่อของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การรับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าและบริการ การรับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิที่จะมีอิสระในการเลือก สินค้าและบริการ และการรับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา

การรับรู้การเท่าทันสิทธิผู้บริโภคสำนักงานสภาพัฒนาการของผู้บริโภคของคนรุ่นใหม่ภายใต้โครงการขยายเครือข่ายภาคี 10 สถาบัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลในการเข้าร่วมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพราะความสนใจในเรื่องสิทธิของผู้บริโภค เห็นได้ว่า ผู้เข้าร่วมโครงการมีความสนใจในการเข้าร่วมการอบรมเพื่อนำไปสู่การเพิ่มพูนความรู้ทักษะ และมุมมองของการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของนรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2542) กล่าวว่า การรณรงค์/วิธีการที่ใช้สื่อหรือกิจกรรมหลายชนิด อย่างต่อเนื่อง โดยมีแผนอย่างรัดกุม เพื่อมุ่งเปลี่ยนพฤติกรรมหรือวิถีชีวิตของบุคคลเป้าหมายและสอดคล้องกับงานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักนายกรัฐมนตรี (2561) ศึกษาเรื่อง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคตามที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า ประเด็นการมีส่วนร่วมที่ถูกระบุว่ามีความพร้อมจะมีส่วนร่วมสูงสุด 3 ลำดับ ได้แก่ การสนใจเกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค การยินดีให้ความร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและความพร้อมที่จะเป็นผู้แจ้งเบาะแสของการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคให้กับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ค่ายพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารสำหรับคนรุ่นใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าด้านผลผลิตมากที่สุดรองลงมา คือ ด้านบริบทที่ด้านกระบวนการและด้านปัจจัยนำเข้า ตามลำดับ

ด้านผลผลิต พบว่า ผู้เข้าร่วมอบรมฯ ตระหนักรู้ถึงสิทธิของผู้บริโภคมากขึ้น มากที่สุด จะเห็นได้ว่า ผลจากการเข้าอบรมทำให้ผู้เข้ารับการอบรมได้ตระหนักรู้ถึงสิทธิของผู้บริโภค ตลอดจนสามารถนำความรู้ และทักษะไปใช้ประโยชน์ในการใช้ชีวิตได้ในอนาคต ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับของโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการครั้งนี้ สอดคล้องกับแนวทางการประเมินของพิชิต ฤทธิ์จรูญ (2557) กล่าวว่า การประเมินผลรวมสรุป (Summative Evaluation) เป็นการประเมินหลังจากเสร็จสิ้นโครงการ เป็นการประเมินผลสัมฤทธิ์ของโครงการเพื่อมุ่งตรวจสอบว่า โครงการประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายตามที่กำหนดไว้หรือไม่เพียงใด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยอรรถญา พิกุลพารุ่งโรจน์ (2561) ศึกษาการประเมินโครงการ “การจัดกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับภาครัฐโดยการจัดอบรมการผลิตสื่อสร้างสรรค์ด้วยการบรรยายและฝึกปฏิบัติตามโครงการส่งเสริมและสนับสนุนการรวมกลุ่มเครือข่ายผู้บริโภค กลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ด้านผลผลิตพบว่า โครงการนี้ก่อให้เกิดความสัมพันธที่ดีระหว่างคนในกลุ่มชาติพันธุ์/ชนเผ่าและกสทช. รองลงมา คือ โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างความตระหนักและตื่นตัวในการเป็นส่วนหนึ่งในการเข้าถึง เข้าใจ ปกป้องสิทธิของตนเอง และใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ และโครงการก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมของกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่า และผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านความคิด ทักษะและประสบการณ์ใหม่ ๆ จากวิทยากรและเพื่อนผู้เข้าร่วมทุกคน

ด้านบริบท พบว่า เป้าหมายของการฝึกอบรมฯ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมโครงการมากที่สุด รองลงมา คือ การฝึกอบรมฯ ครั้งนี้มีความจำเป็นและความสำคัญต่อผู้เข้าร่วมโครงการ และวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมฯ มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้เข้าร่วมโครงการเห็นได้ว่าโครงการสอดคล้องกับทั้งสภาพสังคมปัจจุบัน ก่อให้เกิดประโยชน์และมีความจำเป็นต่อผู้เข้าร่วมอบรม สอดคล้องกับแนวคิดของสุวีร์รัตน์ วิชัย (2555) ที่ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของโครงการต้องกำหนดวัตถุประสงค์ให้มีความสอดคล้องสัมพันธ์กัน เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม มีเป้าหมายการดำเนินการและระยะเวลาดำเนินงานที่ชัดเจน ยืดหยุ่น และประเมินผลได้โดยกำหนดขึ้นจากข้อมูลที่เป็นจริงได้รับการสนับสนุนอย่างแท้จริงสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างมีคุณภาพและเกิดประโยชน์คุ้มค่ามากที่สุด

ด้านกระบวนการ พบว่า วิทยากรมีความรอบรู้ในหัวข้อการฝึกอบรมฯและความสามารถในการถ่ายทอดความรู้เป็นอย่างดี มากที่สุด เห็นได้ว่า การดำเนินโครงการโดยใช้ทีมวิทยากรจะทำให้สามารถเข้าถึงผู้เข้ารับการอบรมแต่ละบุคคลได้และส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการอบรมเป็นไปเป้าประสงค์ของโครงการที่กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดคุณลักษณะวิทยากรของสมชาติ กิจยรรยง (2554) กล่าวถึง ลักษณะของวิทยากรที่ประสบความสำเร็จควรมีลักษณะที่สำคัญได้แก่ มีบุคลิกที่ดีหรือรสน สนใจให้ความร่วมมือกับผู้รับการอบรม และมีความสามารถในการถ่ายทอด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยอรรถญา พิกุลพารุ่งโรจน์ (2561) ศึกษาการประเมินโครงการ “การจัดกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับภาครัฐโดยการจัดอบรมการผลิตสื่อสร้างสรรค์ด้วยการบรรยายและฝึกปฏิบัติตามโครงการส่งเสริมและสนับสนุนการรวมกลุ่มเครือข่ายผู้บริโภคกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ด้านกระบวนการ พบว่า วิทยากรมีความรอบรู้ในหัวข้อการฝึกอบรมและความสามารถในการถ่ายทอดความรู้เป็นอย่างดี และวิทยากรเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีส่วนร่วม

ด้านปัจจัยนำเข้า พบว่า ความพร้อมของทีมวิทยากร มากที่สุด และความพร้อมของคณะกรรมการดำเนินงาน และสอดคล้องกับแนวคิดวิทยากรที่ดีและมีประสิทธิภาพของผ่องพรรณ จรัสจินดารัตน์ (2556) กล่าวว่า คุณสมบัติของวิทยากรที่พึงมีได้แก่ มีความสามารถในการถ่ายทอด มีความเป็นกัลยาณมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเองคอยช่วยเหลือด้วยความมีน้ำใจยอมรับในความแตกต่างระหว่างบุคคล มีความยืดหยุ่นรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น และยังสอดคล้องกับแนวคิดของสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2550) กล่าวว่า

การบริหารโครงการฝึกอบรม เพราะการดำเนินการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการได้นั้น นอกจากมาจากวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถ ยังจำเป็นต้องอาศัยเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบจัดการฝึกอบรม ที่สามารถวางแผนและดำเนินงานได้ทั้งหมดในโครงการฝึกอบรม เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาที่ผู้จัดโครงการฝึกอบรมควรทราบทั้งหมด

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย การรับรู้และประสิทธิผลการอบรมเชิงปฏิบัติการค่ายพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารสำหรับคนรุ่นใหม่ ภายใต้โครงการขยายเครือข่ายภาคี 10 สถาบันการศึกษาสู่เท่าทันสิทธิของผู้บริโภค สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค

1. จากผลการวิจัย พบว่า การรับรู้ และด้านกระบวนการอบรมเชิงปฏิบัติการเป็นการค้นพบประเด็นปัญหาที่ผู้เข้าร่วมอบรมเผชิญอยู่ ซึ่งบางประเด็นปัญหาพบว่าอยู่ในระดับที่มีความเข้มข้น และยังไม่มีทางออกของปัญหา การค้นพบดังกล่าวทำให้สภาองค์กรของผู้บริโภค เกิดการรับรู้และจดจำได้ในทันทีในฐานะผู้ช่วยชี้ทางออกในการแก้ปัญหา จึงควรใช้โอกาสที่ผู้บริโภครู้สึกมีความต้องการอย่างเข้มข้นดังกล่าว ผลักดันให้เกิดปฏิบัติการแก้ปัญหาอย่างเป็นรูปธรรมในพื้นที่และเวลานั้น จะเป็นการต่อยอดภารกิจและพันธกิจของสภาองค์กรของผู้บริโภค ให้เป็นที่ประจักษ์ รวมทั้งยังเป็นการสร้างการรับรู้ถึงการทำงานเชิงรุกของสภาองค์กรของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

2. จากผลการวิจัย การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการครั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ Gen Z ในการสร้างการรับรู้และจดจำ โดยผลจากการประเมินพบว่า ประสบความสำเร็จในระดับดีมากทำให้มั่นใจได้ว่ากลุ่ม Gen Z ที่เข้าร่วมอบรมในฐานะที่เป็น Active Consumer จะสามารถส่งต่อการรับรู้ดังกล่าว เพื่อขยายฐานความรู้ความเข้าใจถึงสิทธิของผู้บริโภคได้อย่างแน่นอน ทั้งนี้ มีความจำเป็นในการขยายภาคีเครือข่ายเพื่อเสริมความแข็งแกร่งในการกระจายการเป็นนักสื่อสารที่ดี และการเป็น Active Consumer เข้าร่วมการอบรมเพิ่มจำนวนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ครอบคลุมไปในพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศ รวมทั้งเปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่ในฐานะ Active Citizen ที่มีความสนใจ ได้เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการครั้งใหม่ โดยออกแบบการอบรมเพื่อสร้างตระหนักรู้ในสิทธิของผู้บริโภคให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่มีพฤติกรรมรับรู้ที่แตกต่างกัน เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีคุณภาพ

3. จากผลการวิจัย พบว่า การรับรู้การเท่าทันสิทธิของผู้บริโภคและประสิทธิผลของโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ มีผลการวิจัย อยู่ในระดับที่ดีมาก ซึ่งทำให้ทราบถึงการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อถือ ตลอดจนทัศนคติเชิงบวกต่อสภาองค์กรของผู้บริโภคและการสื่อสาร สร้าง สนับสนุนและส่งเสริมในประเด็นสิทธิผู้บริโภคให้กับเยาวชนและประชาชนทั่วไป รวมถึงการเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และขยายผลตามภารกิจของสภาองค์กรของผู้บริโภคผ่านช่องทางสื่อประเภทต่าง ๆ เป็นไปในทิศทางที่ดีและควรขยายเครือข่ายภาคีเพิ่มขึ้น

4. จากผลการวิจัย พบว่า การอบรมเชิงปฏิบัติการค่ายนวัตกรรมการสื่อสารสำหรับคนรุ่นใหม่ นำไปสู่การรับรู้และทำให้เยาวชนรับรู้ถึงสิทธิผู้บริโภค และสามารถนำไปสู่การสร้างสรรค์สื่อเพื่อสื่อสารไปยังสังคม และส่งต่อกระบวนการคิดและการแบ่งปันผ่านการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรมีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้เข้าร่วมครั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในเรื่อง การรู้เท่าทันสิทธิของผู้บริโภคเพื่อนำประเด็นดังกล่าวเหล่านั้นไปปรับใช้กับการสื่อสารไปยังสาธารณะ
2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษากับกลุ่มผู้เข้าร่วมคนรุ่นใหม่ ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปสามารถขยายการศึกษาไปสู่ประชาชนทั่วไปในเรื่อง การรู้เท่าทันสิทธิของผู้บริโภค เพื่อขยายการรับรู้และเป็นประโยชน์ต่อองค์กรที่รับผิดชอบ

บรรณานุกรม

- นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. (2542). *การสื่อสารมวลชนเชิงยุทธศาสตร์เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมมนุษย์เน้นการเจาะจงกลุ่ม*. เชียงใหม่ : สำนักพิมพ์เขียว.
- พิชิต ฤทธิ์จัญญ (2557). *เทคนิคการประเมินโครงการ*. (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ : แฮ้าส์อ็อปเคอร์มีส์.
- ผ่องพรรณ จรัสจินดารัตน์.(2556). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมรูปแบบของระบบการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา สำนักงานคณะกรรมการอำนวยการอาชีวศึกษา*. [วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ].
- สภาองค์กรของผู้บริโภค.(2565). *รายงานประจำปี 2565 สภาองค์กรของผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : สภาองค์กรของผู้บริโภค.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2554). *เทคนิคการเป็นวิทยากรที่ประสบความสำเร็จ*. กรุงเทพฯ : บริษัท พิมพ์ดี จำกัด.
- สุรรัตน์ วิชัย (2555). *การประเมินผลโครงการการพัฒนาศักยภาพชมรมสายใยรักแห่งครอบครัวองค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี*. [วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยบูรพา].
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานนายกรัฐมนตรี. (2561) .*รายงานการวิจัย ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคตามที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2550). *การประเมินผลการฝึกอบรม. เอกสารประกอบการฝึกอบรมเรื่องการฝึกอบรม*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน.
- อรรถญา พิกุลพารุงโรจน์. (2561). ประเมินโครงการ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับภาครัฐโดยการจัดอบรมการผลิตสื่อสร้างสรรค์ด้วยการบรรยายและฝึกปฏิบัติตามโครงการส่งเสริมและสนับสนุนการรวมกลุ่มเครือข่ายผู้บริโภคกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์. *การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2560 (หน้า 736-747)*. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยรังสิต.
- Samuel L.Becker. (1972). *Discovering Mass Communication*. Illinois : Scott Foresman and Company Glenview.
- Stufflebeam and Shinkfield. (2007). *Evaluation Theory, Models and Applications*. San Francisco : John Wiley and Son, Inc.