

คราวด์ซอร์สซิงในบริบทงานวิจัยด้านการสื่อสารไทย Crowdsourcing in the Context of Thai Communication Research

กุลธิดา สายพรหม (Kultida Sayprom) Email: kultida.s@rmutp.ac.th^{1*}

¹ สาขาวิชาครีเอทีฟมีเดียเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
(Department of Creative media technology, Faculty of Mass Communication Technology,
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon)

*Corresponding Author. E-mail : kultida.s@rmutp.ac.th

**งานวิจัยเรื่องนี้ ได้รับทุนสนับสนุนวิจัยจาก “งบประมาณกองทุนเพื่อการวิจัย โครงการวิจัยเงินรายได้
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร”

(Received: 14 March 2025; Revised: 16 May 2025; Accepted: 30 May 2025)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและรวบรวมประเด็นศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และระเบียบวิธีวิจัยที่ปรากฏในงานวิจัยด้านการสื่อสารที่ศึกษาเกี่ยวกับคราวด์ซอร์สซิงของไทย รวมถึงการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อค้นพบที่ปรากฏในงานวิจัยด้านการสื่อสารที่ศึกษาเกี่ยวกับคราวด์ซอร์สซิงของไทย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์เอกสารจากบทความวิจัย และวิทยานิพนธ์ด้านนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชนที่เผยแพร่ระหว่าง พ.ศ. 2549-2566 โดยกำหนดขอบเขตเฉพาะบทความวิจัยที่มีพิชญพิจารณา (Peer-review) ส่วนวิทยานิพนธ์มีฉบับเต็มในฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ของไทย และฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ของสถาบันอุดมศึกษาที่เปิดหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา ทั้งปริญญาโทและปริญญาเอก ด้านนิเทศศาสตร์หรือสื่อสารมวลชน จำนวนทั้งหมด 10 เรื่อง

ผลการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ พบว่า การศึกษาตามองค์ประกอบของคราวด์ซอร์สซิง ด้านเนื้อหาของงานมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านแพลตฟอร์มและผู้ใช้สื่อ ทั้งนี้เห็นว่าประเด็นการศึกษาแต่ละเรื่องนั้น มิได้ศึกษาเพียงองค์ประกอบเดียว แต่เป็นการศึกษาหลายองค์ประกอบร่วมกัน นอกจากนี้การกระจายตัวของแนวคิดทฤษฎี พบว่ามีแนวคิดเกี่ยวกับคราวด์ซอร์สซิงมากที่สุด รองลงมาคือ แนวคิดพื้นที่สาธารณะ และแนวคิดวารสารศาสตร์ภาคพลเมือง ด้านการกระจายตัวของระเบียบวิธีวิจัย มีงานวิจัยที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพมากที่สุด รองลงมาคือ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ และแบบผสมผสาน ผลการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า ประเภทคราวด์ซอร์สซิงในบริบทงานวิจัยไทย พบ 2 ประเภท ได้แก่ งานขนาดเล็ก และการระดมทุนจากมวลชน ส่วนข้อค้นพบที่สำคัญได้แก่ แพลตฟอร์มคราวด์ซอร์สซิงในบริบทงานวิจัยด้านการสื่อสารไทยยังไม่เป็นพื้นที่สาธารณะโดยสมบูรณ์ งานมีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ ภาพลักษณ์ของผู้ระดมทุนมีผลต่อความตั้งใจให้เงินทุน และปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์มคราวด์ซอร์สซิงด้านการสื่อสารไทย

คำสำคัญ: คราวด์ซอร์สซิง; คราวด์ฟนดิง; พื้นที่สาธารณะ

Abstract

This research aimed to explore and compile the issues, concepts, theories, and research methodologies that appear in Thai communication research on crowdsourcing, as well as to analyze and synthesize the findings that emerge in Thai communication research on crowdsourcing. The study employed qualitative research methodology through document analysis of research articles and theses in communication arts, journalism, and mass communication published from 2006 to 2023. The scope is limited to ten peer-reviewed research articles, which are available in full text in Thai online electronic databases and thesis databases of higher education institutions offering graduate programs (both master's and doctoral degrees) in communication arts or mass communication.

The quantitative data analysis results revealed that studies focusing on crowdsourcing components primarily examined content aspects, followed by platform and media user aspects. It is notable that the majority of the studies examined multiple components together. Furthermore, the distribution of theoretical concepts shows that crowdsourcing concepts were most prevalent, followed by public sphere concepts and citizen journalism concepts. Regarding the distribution of research methodologies, qualitative research methodology was most frequently used, followed by quantitative methodology and mixed methods.

The qualitative data analysis results identified two types of crowdsourcing in the Thai research context: microtasks and crowdfunding. Key findings include: crowdsourcing platforms in Thai communication research contexts are not yet complete public spheres; tasks affect user participation; fundraiser image influences funding intentions; factors affecting participation on Thai communication crowdsourcing platforms.

Keywords : Crowdsourcing; Crowdfunding; Public Sphere

บทนำ

ท่ามกลางการเจริญเติบโตของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ตลอดจนการพลิกโฉมแบบฉับพลันที่ด้วยดิจิทัล ผู้รับสารยุคใหม่จึงมิใช่เป็นเพียงคนอ่านหรือชมเท่านั้น แต่ยังสามารถเลือกรับ และสร้างสรรค์เนื้อหาหรือผลิตสารต่าง ๆ ได้ (User-Generate content) ทั้งยังก้าวไปสู่การเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารด้วยตนเอง การเคลื่อนตัวของผู้รับสารมาสู่ผู้ส่งสารในลักษณะของการส่งและเผยแพร่เนื้อหาในยุคใหม่นี้ ทำให้ผู้รับสารได้เพิ่มขีดความสามารถขึ้นเป็นหน่วยผลิตที่เต็มไปด้วยประสิทธิภาพ ส่งผลให้เกิดการสร้างสรรคข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นผลผลิตอันทรงคุณค่าในยุคสังคมสารสนเทศ (The Information Society) และเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดคราวด์ซอร์สซิง (Crowdsourcing) ปรากฏการณ์ของเครือข่ายที่ผู้รับสารที่กระตือรือร้น (Active Audience) และหลากหลายได้ก้าวมารวมความรู้ลงบนพื้นที่ออนไลน์ เพื่อร่วมตรวจสอบ แก้ไขปัญหา ออกแบบสินค้า หาแนวคิดหรือมุมมองใหม่ ๆ ตลอดจนร่วมสร้างความเจริญ และรวมตัวกันเป็นสังคมที่เข้มแข็ง (ฮาวิ, 2554)

แนวคิดนี้กลายเป็นแนวคิดที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก ด้วยกระบวนการกระจายปัญหาไปยังกลุ่มมวลชนบนพื้นที่ออนไลน์ เพื่อค้นหาคำตอบและวิธีการในการแก้ไขปัญหา การรวมตัวกันขึ้นเป็นเครือข่ายออนไลน์รูปแบบใหม่ และมีส่วนร่วมภายใต้หลักการเช่นนี้ ตัวอย่างที่เด่นชัด คือ วิกีพีเดีย (Wikipedia) สารานุกรมเสรี

ออนไลน์ โดยความร่วมมือของอาสาสมัครที่เข้ามาสร้าง เพิ่มข้อมูลใหม่ และแก้ไขหรือลบข้อมูลที่ปรากฏอยู่ โดยในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 มีรายงานว่า วิกิพีเดียมีภาษาที่ใช้กันอยู่ถึง 310 ภาษา มีบทความทั้งหมด 55 ล้านบทความ และพัฒนาแก้ไขในอัตราสองครั้งต่อวินาที โดยบทความที่มีผลกระทบต่อสังคมในวงกว้างมักจะมีการแก้ไขโดยผู้ใช้งานมากขึ้น เช่น การแพทย์ การการเมือง และความมั่นคงของประเทศ ดังนั้นจึงไม่น่าแปลกใจที่วิกิพีเดียเป็นเว็บไซต์ที่มีความนิยมสูงเป็นอันดับ 13 ของโลก (S.Kawintip, 2565; Supamangmee, 2564; และ Oberst, et al., 2019 อ้างถึงในเด่นพงษ์ แสนคำ และพุทธิรักษ์ ปรานนอก, 2563)

คราวด์ซอร์สซึ่งในบริบทด้านการสื่อสารถูกนำมาใช้เพิ่มมากขึ้น ทั้งปีซีซี แคนเนตต์ และรอยเตอร์ ก็เริ่มถ่ายโอนงานบางส่วนออกไปให้มวลชน เช่น การสืบสาวพฤติกรรมไม่ชอบมาพากลของหน่วยงานรัฐบาลหรือให้รายงานข่าวภูมิภาค ซึ่งเคยเป็นงานของผู้สื่อข่าวที่ผ่านการอบรมมาเป็นอย่างดีมาโดยตลอด (ฮาวิ, 2554) ด้าน Alan Rusbridger บรรณาธิการข่าวของหนังสือพิมพ์เดอะการ์เดียน อธิบายว่า การทำให้คนอ่านมีส่วนร่วมในกระบวนการทำงานของกองบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์เดอะการ์เดียน ไม่ใช่แค่การมอนิเตอร์หรือดึงข้อมูลจากสื่อออนไลน์จากคนอ่านมาใช้เท่านั้น หลักการสำคัญคือ ต้องมีรูปแบบของการกระตุ้นการมีส่วนร่วม มีการปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกัน เปิดให้มีการโต้เถียง ปรีกษา หรือ และผู้อ่านแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือหัวข้อข่าวที่เดอะการ์เดียนกำลังพัฒนาและผลิตเนื้อหาข่าวอยู่ โดยเปิดพื้นที่บนเว็บไซต์ข่าวให้คนติดตามการตัดสินใจในประเด็นข่าวของกองบรรณาธิการ ซึ่งการบอกสิ่งที่กองบรรณาธิการเลือกที่จะรายงานข่าว และให้คนแสดงความคิดเห็นนั้นจะช่วยกระตุ้นให้คนอ่านมีการเสนอแนะต่อการทำงานของกองบรรณาธิการ (Feedback) มีการให้ข้อมูลที่หลากหลายมุมมองต่อประเด็นข่าว ทำให้กองบรรณาธิการและนักข่าวที่ตามประเด็นนั้นได้ทราบทิศทางของเรื่อง และเลือกต่อยอดการทำประเด็นที่ตรงกับความต้องการของคนอ่านได้ (สกุลศรี ศรีสารคาม และคณะ, 2559)

ในประเทศไทย กรณีของเพจเฟซบุ๊ก CSI LA ได้จุดประเด็นและตั้งคำถามกรณีนาฬิกาหุของพลเอกประวิตร วงษ์สุวรรณ รองนายกรัฐมนตรี โดยหลังจากนำเสนอข้อมูลนาฬิกาเรือนที่ 1-17 แล้ว เพจได้เปิดแอปพลิเคชันให้ผู้ใช้ส่งข้อมูลเกี่ยวกับนาฬิกาที่พลเอกประวิตร วงษ์สุวรรณใส่ โดยทำเป็นแบบฟอร์มให้ใส่ภาพนาฬิกาพร้อมรายละเอียดของภาพ (วัน/ เดือน/ ปีของภาพที่พบเว็บลิงก์ของภาพ และชื่อของแหล่งที่เผยแพร่ภาพ) หลังจากเปิดการใช้งานเพียง 10 วัน ข้อมูลเกี่ยวกับนาฬิกาเรือนที่ 18-25 ก็ปรากฏ สิ่งที่น่าสนใจคือ ไม่เพียงแต่ได้รูปภาพของนาฬิกาเท่านั้น แต่ยังได้รายละเอียดของนาฬิกาทุกเรือนมาด้วย โดยการนำภาพและข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มาโพสต์ถามในเพจ ผู้เชี่ยวชาญเรื่องนาฬิกาหุและผู้สนใจจึงช่วยกันสืบข้อมูลและนำข้อมูลเบาะแส รวมถึงการคาดคะเนต่าง ๆ มาโพสต์ไว้ ข้อมูลจากมวลชนที่มีความสนใจร่วมกันนี้เอง ที่ทำให้สามารถระบุยี่ห้อ รุ่น และมูลค่าของนาฬิกา กระทั่งได้ข้อสรุปที่น่าเชื่อถือ จนได้รับความสนใจจากประชาชนจำนวนมาก อันนำไปสู่การเรียกร้องให้พลเอกประวิตร วงษ์สุวรรณ ต้องออกมาชี้แจง ส่วนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต้องแสดงความรับผิดชอบหรืออย่างน้อยก็แสดงว่ารับรู้ความคิดเห็นที่ประชาชนมีต่อกรณีดังกล่าว ตลอดระยะเวลาที่เฟซบุ๊ก CSI LA ดำเนินการระดมข้อมูลเรื่องนาฬิกาจากมวลชนนั้น สื่อกระแสหลักเองก็นำเสนอข่าวในประเด็นนาฬิกาหุนี้ควบคู่กัน โดยบทบาทสำคัญของสื่อกระแสหลัก คือ การมีส่วนร่วมช่วยขยายประเด็น ให้พื้นที่สื่อกับเพจเฟซบุ๊ก CSI LA ในการนำเสนอข้อมูลความคืบหน้าหรืออีกทางหนึ่งคือ อาศัยเพจเฟซบุ๊ก CSI LA เป็นแหล่งข่าวสำคัญ

จะเห็นได้ว่าคราวด์ซอร์สซึ่งเป็นเครื่องมือใหม่ของวงการสื่อข่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการทำข่าวเชิงสืบสวนสอบสวน (Investigative Journalism) ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อแสวงหาข้อมูลชั้นดีจากกลุ่มคน และใช้ประโยชน์จากปัญญารวมหมู่ (Collective Intelligence) โดยไม่ได้เป็นเพียงการรวบรวมเนื้อหาที่ผลิตโดยผู้ใช้สื่อเท่านั้น แต่ยังอาศัยเทคโนโลยีซึ่งเอื้อให้เกิดการมีส่วนร่วมของพลเมือง มีปฏิสัมพันธ์และทำงานร่วมกันระหว่างนักข่าวและพลเมือง เพื่อให้การรายงานข่าวมีมุมมองที่ครอบคลุม หลากหลาย และทำให้เสียงที่เคยถูกละเลยได้มีพื้นที่แสดงออก (พิรงรอง รามสูต และถนอม ทองนอก, 2563) เช่นเดียวกับแพลตฟอร์มซีไซด์ (C-Site) ที่อยู่ใน

ความดูแลของสำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) หรือไทยพีบีเอส ที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อรองรับกิจกรรมและการสื่อสารของภาคพลเมือง เน้นสร้างการรับรู้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นรอบตัว และแสดงพิกัดของสถานที่เกิดเหตุ โดยผู้ใช้ที่ลงทะเบียนสมัครสมาชิก สามารถปิกหมุดแผนที่เพื่อรายงานข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน รวมถึงพัฒนาให้เป็นพื้นที่ระดมปัญญา พร้อมเป็นเครื่องมือในการสำรวจ และรวบรวมข้อมูลแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้เสียงของประชาชนสามารถสะท้อนได้ตรงและมีพลังที่สุด

ทั้งนี้จากการรวบรวมข้อมูลรายงานการวิจัย บทความวิจัย และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาคราวด์ซอร์สซิงซ์ของไทยและจัดทำหรือเผยแพร่ในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2549 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2566 พบว่า มีจำนวนทั้งสิ้น 58 เรื่อง แบ่งเป็นกลุ่มสาขาวิชาการตามสภาวิจัยแห่งชาติได้ 12 สาขา ได้แก่ วิทยาศาสตร์กายภาพ และคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์การแพทย์ วิทยาศาสตร์เคมีและเภสัช เกษตรศาสตร์และชีววิทยา วิศวกรรมศาสตร์ และอุตสาหกรรมวิจัย ปรัชญา นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ สังคมวิทยา เทคโนโลยีสารสนเทศและนิเทศศาสตร์ และสาขาการศึกษา โดยงานวิจัยสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ ซึ่งเป็นกลุ่มวิชาเศรษฐศาสตร์ พาณิชยศาสตร์ บริหารธุรกิจ และการบัญชี มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 24 เรื่อง ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุน รูปแบบการระดมทุน การสร้างผลิตภัณฑ์ร่วมกับลูกค้า และการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในองค์กร

สำหรับการนำแนวคิดคราวด์ซอร์สซิงซ์มาประยุกต์ใช้ในด้านนิเทศศาสตร์ ยังมีค่อนข้างน้อย พบจำนวน 10 เรื่อง ทว่าคราวด์ซอร์สซิงซ์นับเป็นเรื่องท้าทายแนวปฏิบัติ และบรรทัดฐานของการสื่อสารมวลชนแบบดั้งเดิม กล่าวคือ คราวด์ซอร์สซิงซ์ได้กลายเป็นแนวปฏิบัติแบบเปิดกว้างในวงการสื่อมวลชน ก่อให้เกิดการค้นหาความรู้และค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ได้ชัดเจนขึ้น ช่วยให้ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับผู้ใช้แน่นแฟ้นขึ้น และช่วยให้สื่อมวลชนได้เจอกับหน้าตาที่จะนำไปสู่โลกของผู้ใช้ และความรู้ที่ซ่อนอยู่เกี่ยวกับความชื่นชอบของผู้ใช้ (Aitamurto, 2013) นอกจากนี้ยังทำให้เกิดกระแสการใช้ “เทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสารและความรู้” มาเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนกิจกรรมต่าง ๆ ในสังคม โดยมีความหวังร่วมกันว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารดังกล่าวนี้ จะสามารถช่วยให้สังคมพัฒนาอย่างเท่าเทียมกัน และสามารถส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในสังคมให้ดีขึ้นกว่าเดิม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้รับสารได้กลายเป็นผู้ที่มีอำนาจของตนเอง (Audience autonomy) (อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 2561)

ดังนั้นการศึกษาคราวด์ซอร์สซิงซ์ในบริบทงานวิจัยด้านการสื่อสารไทย จะทำให้ทราบถึงภาพรวมของสถานภาพองค์ความรู้ของคราวด์ซอร์สซิงซ์ในบริบทงานวิจัยด้านการสื่อสาร อันจะนำไปสู่การขยายประเด็นเพิ่มเติมในส่วนที่ยังขาดหายไป ซึ่งจำเป็นต่อการพัฒนางานวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ และสื่อสารมวลชน ตลอดจนสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้การวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อค้นพบที่ปรากฏจากงานวิจัยในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการพัฒนากระบวนการคราวด์ซอร์สซิงซ์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจและรวบรวมประเด็นศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และระเบียบวิธีวิจัยที่ปรากฏในงานวิจัยด้านการสื่อสารที่ศึกษาเกี่ยวกับคราวด์ซอร์สซิงซ์ของไทย ในช่วงปี 2549 ถึงปี 2566
2. เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อค้นพบที่ปรากฏในงานวิจัยด้านการสื่อสารที่ศึกษาเกี่ยวกับคราวด์ซอร์สซิงซ์ของไทย ในช่วงปี 2549 ถึงปี 2566

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับคราฟต์ซอร์สซิง

Howe (2006) ผู้บัญญัติศัพท์ “Crowdsourcing” โดยมาจากคำว่า Crowd หรือมวลชน และ Outsourcing หรือการจัดจ้างบุคคลภายนอกเพื่อดำเนินงานบางโครงการแทนบุคคลภายในองค์กร จากการศึกษาความหมายของ Estellés-Arolas and González-Ladrón-De-Guevara (2012) รังสรรค์ เกียรติ ภาวนนท์ (2558) ญัฐนิชา วีระมงคลเลิศ และอานนท์ คำวรรณ (2558) คือ คราฟต์ซอร์สซิงเป็นกิจกรรมออนไลน์แบบมีส่วนร่วม ประเภทหนึ่งที่บุคคล สถาบัน องค์กรไม่แสวงหาผลกำไรหรือบริษัทได้เสนอต่อกลุ่มคนที่มีความรู้ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ เชื้อชาติ เพศ อายุ และวุฒิที่แตกต่างกัน ให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือภารกิจบางอย่าง โดยมวลชนผู้เข้าร่วมจะได้รับความพึงพอใจที่ได้เข้าร่วมหรือสามารถตอบสนองต่อความต้องการ ไม่ว่าจะในด้าน เศรษฐกิจ การได้รับการยอมรับจากสังคม ความนับถือตนเองหรือการพัฒนาทักษะส่วนบุคคล ขณะที่ ผู้เสนอกิจกรรมจะได้รับคำตอบหรือผลลัพธ์จากกิจกรรม และสามารถนำคำตอบหรือผลลัพธ์ไปใช้ได้ Brabham (2013) และ Grier (2013) กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญของคราฟต์ซอร์สซิง ไว้ดังนี้ 1) มวลชนที่เข้ามามีส่วนร่วม ปฏิบัติงานด้วยความสมัครใจ 2) องค์กร หน่วยงานหรือสถานประกอบการที่ต้องการเสนองานให้กับมวลชน 3) ตลาดกลุ่มคน (Crowdmarket) หรือพื้นที่ที่มีกลุ่มคนออนไลน์ ส่วนใหญ่มักเรียกว่าเป็นแพลตฟอร์ม (Platform) หรือคราฟต์ไซด์ (Crowdsite) ใช้ในการจัดการการมีส่วนร่วมของมวลชน และทำให้การทำงานนั้นเกิดขึ้น 4) ผู้จัดการกระบวนการ (Crowdsourcer) มีหน้าที่ในกระบวนการคราฟต์ซอร์สซิง ตั้งแต่การออกแบบการมีส่วนร่วมของมวลชน และสร้างแรงจูงใจที่เหมาะสม รวมถึงต้องสร้างความผูกพันกับมวลชนให้เกิดขึ้น เพื่อช่วยให้เกิดความไว้วางใจและกระตุ้นให้เกิดความร่วมมืออย่างต่อเนื่อง 5) ผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างผู้เสนองานกับมวลชน และ 6) ระบบอินเทอร์เน็ตที่จะช่วยในการติดต่อสื่อสารกับมวลชน

คราฟต์ซอร์สซิงได้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านรูปแบบ และวิธีการทำงาน การจัดแบ่งประเภทของ คราฟต์ซอร์สซิงจึงยิ่งหลากหลายมากขึ้น เพื่อให้การจัดแบ่งประเภทครอบคลุมตามลักษณะของงานด้านการสื่อสาร ผู้วิจัยจึงได้จัดแบ่งประเภทของคราฟต์ซอร์สซิงตามเกณฑ์ลักษณะของงาน (Grier, 2013; Sayprom, 2022) ดังนี้ 1) งานในลักษณะการแข่งขัน (Crowd-contests) เป็นการมอบงานให้กับมวลชน เพื่อค้นหาคนที่เหมาะสมที่สุด เท่าที่จะเป็นไปได้ในการทำงานนั้น โดยให้มวลชนส่งผลงานที่ดีที่สุดเพื่อเข้าร่วมการประกวดและให้รางวัลแก่บุคคลที่ชนะการประกวด 2) งานขนาดใหญ่ (Macro-task) เป็นการแบ่งงานออกเป็นส่วนใหญ่ให้กับมวลชน ซึ่งต้องอาศัย ทักษะความเชี่ยวชาญเฉพาะรายบุคคล โดยผู้เสนองานต้องจัดการกระบวนการและจ่ายเงินให้กับมวลชนเหล่านั้น 3) งานขนาดเล็ก (Micro-task) เป็นการแบ่งงานออกเป็นงานชิ้นย่อย ๆ เท่าที่จะทำได้ โดยรูปแบบของ Micro-task จะไม่มีความซับซ้อน ผู้เสนองานสามารถอธิบายสิ่งที่ต้องการด้วยการโพสต์งานบนแพลตฟอร์มและรอให้มวลชน ตอบกลับ 4) งานที่ให้มวลชนตัดสินใจแบ่งงานกันเอง (Self-organized Crowds) เป็นรูปแบบที่ปล่อยให้มวลชน ตัดสินใจแบ่งงานกันเอง ซึ่งเมื่อผู้เสนองานโพสต์งานบนแพลตฟอร์มแล้วจะมีการเสนอรางวัลสำหรับบุคคลหรือกลุ่ม บุคคลที่ทำงานได้ดีที่สุด และมีกำหนดเวลาส่งงานที่ชัดเจน และ 5) การระดมทุนจากมวลชน (Crowdfunding) เป็นการระดมเงินทุนจากมวลชน โดยเปลี่ยนจากการให้งานมวลชนเป็นการระดมเงินจากมวลชน ซึ่งมีสองลักษณะ คือ การระดมเงินบริจาคเพื่อการกุศล และการระดมเงินทุนทางธุรกิจ โดยมวลชนผู้ให้เงินทุนเป็นผู้ถือหุ้นร่วม

พื้นที่สาธารณะ (Public sphere)

ตามทัศนะของฮาเบอร์มานั้น “พื้นที่สาธารณะ” เป็นปริภูมิที่เกี่ยวเนื่องกับการสื่อสาร การสร้างความรู้สึกเป็นส่วนรวมและผลประโยชน์ของส่วนรวม” (พิรงรอง รามสูต, 2551 อ้างถึงในพิรงรอง รามสูต และ ถมทอง ทองนอก, 2563) พื้นที่เช่นนี้มีความสำคัญมากสำหรับสังคมประชาธิปไตย เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่บุคคลที่เข้าไปในปริภูมินั้นจะมีสถานะเป็น “ผู้กระทำการ” (Actor) ที่มีส่วนร่วมอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกันในการตัดสินใจ โดยผ่านกระบวนการสื่อสารแบบอภิปรายโต้แย้งกันด้วยการใช้เหตุผลเชิงการสื่อสาร เพื่อตัดสินใจหาคำตอบที่ดี

ที่สุดร่วมกัน มิใช่การตัดสินใจบนฐานอำนาจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือตัดสินใจตามแบบประเพณีที่เคยทำกันมา โดยพื้นที่สาธารณะมีคุณลักษณะสำคัญ 5 ประการ (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2553) ดังนี้

- 1) เป็นพื้นที่ที่มีการรวมตัวของปัจเจกชน เพื่อพูดคุยถึงประเด็นของส่วนรวม ผลประโยชน์ของสาธารณะ
- 2) เป็นพื้นที่ที่เป็นอิสระจากอำนาจต่าง ๆ ในสังคม เช่น อำนาจรัฐ อำนาจเศรษฐกิจ
- 3) ต้องมีการไหลเวียนของการใช้เหตุผลอย่างเป็นอิสระ
- 4) สถาบันสื่อมวลชนเป็นปัจจัยสำคัญ เพราะเนื้อหาในสื่อมวลชนเป็นประเด็นสาธารณะอยู่แล้ว และเป็นข้อมูลข่าวสารสำหรับการโต้เถียงอย่างใช้เหตุผล
- 5) ผลจากการพูดคุยนั้นต้องก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบางอย่างตามมา มีการลงมือกระทำการบางอย่างต่อเนื่องตามมา

ในโลกยุคปัจจุบัน ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่สามารถเชื่อมร้อยผู้คนที่ห่างไกลกันทั้งในแง่ระยะทาง (Space) และสามารถสื่อสารกันได้ภายในเวลาเดียวกัน (Time) ดังนั้นแนวคิดเรื่อง “พื้นที่สาธารณะ” แบบที่ต้องมีลักษณะทางกายภาพ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่จะมาพบปะกันในโลกจริงนั้น อาจขยายคลี่คลายออกไป เป็นการโต้แย้งอภิปรายกันใน “พื้นที่สาธารณะในโลกเสมือน” ดังเช่นในหน้าเว็บแอปพลิเคชันที่มีห้องสนทนาเรื่องราวประเด็นสาธารณะต่าง ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นรูปแบบการทำงานของพื้นที่สาธารณะในโลกเสมือนที่มีคุณลักษณะเกือบจะทุกประการที่เหมือนกับแนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะต้นแบบ เพียงแต่ไม่จำเป็นต้องมาพบปะเห็นหน้าเห็นตากันเท่านั้น (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2553)

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาประเด็นการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี ระเบียบวิธีวิจัย และข้อค้นพบที่ปรากฏในงานวิจัยด้านการสื่อสารที่ศึกษาเกี่ยวกับคราฟต์ซอร์สซิงของไทย ในช่วงปี 2549 ถึงปี 2566 โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการวิเคราะห์เอกสาร (Document Research) จากรายงานการวิจัย บทความวิจัย และวิทยานิพนธ์ทางด้านนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน ที่มีคุณสมบัติ 1) จัดทำหรือเผยแพร่ระหว่าง พ.ศ. 2549-2566 เนื่องจากคำว่า “คราฟต์ซอร์สซิง” ถูกบัญญัติขึ้นเป็นครั้งแรก โดย เจฟฟ์ ฮาวิ เมื่อ พ.ศ. 2549 และ 2) รายงานการวิจัย บทความวิจัย และวิทยานิพนธ์ที่ปรากฏอยู่ในฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ของไทย ได้แก่ Thai Journals Online (ThaiJO) Thai Digital Collection (ThaiLIS) สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.) และฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ฉบับเต็มของของสถาบันอุดมศึกษา สังกัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรมที่เปิดหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา ทั้งปริญญาโทและปริญญาเอก ด้านนิเทศศาสตร์หรือสื่อสารมวลชน จำนวน 15 สถาบันอุดมศึกษา ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกริก มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

รายงานการวิจัย บทความวิจัย และวิทยานิพนธ์ที่ปรากฏอยู่ในฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ของไทย ได้แก่ Thai Journals Online (ThaiJO) Thai Digital Collection (ThaiLIS) สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.) และฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ฉบับเต็มของของสถาบันอุดมศึกษา สังกัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม ที่เปิดหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา ทั้งปริญญาโท และปริญญาเอก ด้านนิเทศศาสตร์หรือสื่อสารมวลชน จำนวน 15 สถาบันอุดมศึกษา

โดยกำหนดคำสำคัญที่ใช้ในการค้นหาทั้งภาษาไทย เช่น คราวด์ซอร์สซิง ปัญหาของมวลชน การทำงานร่วมกันแบบเปิด วารสารศาสตร์แบบเปิด การสร้างสรรค์ร่วม เนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างขึ้น และภาษาอังกฤษ เช่น Crowdsourcing, Crowd wisdom, Open collaboration, Co-creation, Open journalism, User-generated content และ Crowdfunding และใช้คำสำคัญร่วมกันตามรูปแบบการค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต โดยพบรายงานการวิจัย บทความวิจัย และวิทยานิพนธ์ที่เผยแพร่ระหว่าง พ.ศ. 2549-2566 จำนวนทั้งสิ้น 58 เรื่อง และเมื่อตรวจสอบคุณสมบัติเข้าเกณฑ์การคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยบทความวิจัยต้องมี Peer-review ส่วนรายงานการวิจัยหรือวิทยานิพนธ์ต้องมีฉบับเต็ม (Full-text) เพื่อสามารถวิเคราะห์รายละเอียดได้ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา และต้องเป็นงานวิจัยหรือวิทยานิพนธ์ด้านการสื่อสาร

ทั้งนี้จากการตรวจสอบค้นพบว่ามีวิทยานิพนธ์และงานวิจัยจำนวนทั้งสิ้น 10 เรื่อง ได้แก่

- 1) โอคเนชั่นบล็อกในฐานะวารสารศาสตร์ภาคพลเมือง (2551)
- 2) เว็บไซต์เลดี้อินเตอร์ดอทคอม (LADYINTER.COM) กับการเป็นชุมชนออนไลน์สำหรับหญิงไทยซึ่งสมรสหรือมีความรักข้ามวัฒนธรรม (2555)
- 3) การสื่อสารประเด็นสาธารณะของสังคมไทยผ่านนวัตกรรมการสื่อสาร เพื่อการรณรงค์เว็บไซต์ Change.org (2558)
- 4) การออกแบบดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการให้ทุนสนับสนุนโครงการภาพยนตร์แอนิเมชัน (2557)
- 5) การจัดการชิ้นงานที่มาจากพลเมืองในข่าวของสื่อมวลชน (2562)
- 6) การสื่อสารทางการตลาด ทักษะคิด และรูปแบบการระดมทุน ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจให้เงินทุนในธุรกิจสตาร์ทอัพผ่านช่องทาง Crowdfunding ของผู้มีเงินทุนในเขตกรุงเทพมหานคร (2563)
- 7) Understanding celebrity influence on donors participation and campaign performance in social crowd funding: the mediating role of media coverage and online social networks (2563)
- 8) ตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ ในยุคไทยแลนด์ 4.0 (2564)
- 9) The Effects of Persuasive Communication Strategies and Campaign Images Used in Donation-Based Crowdfunding Project towards the Donating Intention Behavior (2564)
- 10) The Process and Users' Participation in News Reporting on Thai Crowdsourcing Platforms (2565)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบบันทึกข้อมูล (Coding sheet) สำหรับจำแนก และแจกแจงนับข้อมูลเชิงปริมาณตามปีที่ศึกษา ประเภทของคราวด์ซอร์สซิง องค์ประกอบของคราวด์ซอร์สซิง การจัดกลุ่มประเด็นการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และระเบียบวิธีวิจัย และ 2) แนวคิด ทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ สื่อสารมวลชน และสังคมศาสตร์ สำหรับวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย เช่น คราวด์ซอร์สซิง พื้นที่สาธารณะ วารสารศาสตร์ภาคพลเมือง และการใช้และความพึงพอใจของผู้รับสาร

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

- 1) จัดกลุ่มข้อมูลประเด็นการศึกษา แนวคิดและทฤษฎี และระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้
 - 1.1) จัดกลุ่มข้อมูลประเด็นการศึกษาด้วยการใช้ 1) ประเภทของคราวด์ซอร์สซิง โดยแบ่งออกเป็นงานในลักษณะการแข่งขัน (Crowd-contests) งานขนาดใหญ่ (Macro-task) งานขนาดเล็ก (Micro-task) งานที่ให้มวลชนตัดสินใจแบ่งงานกันเอง (Self-organized Crowds) การระดมทุนจากมวลชน (Crowdfunding)

และ 2) องค์ประกอบของคราวด์ซอร์สซิง โดยแบ่งออกเป็น ผู้จัดการกระบวนการ (Crowdsourcer) งาน (Task) ที่เสนอให้กับมวลชน แพลตฟอร์ม (Platform) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีกลุ่มคนออนไลน์ และผู้ใช้ (User)

1.2) จัดกลุ่มข้อมูลการทบทวนวรรณกรรมตามแนวคิดและทฤษฎี

1.3) จัดกลุ่มข้อมูลระเบียบวิธีวิจัย โดยแบ่งออกเป็น ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ และระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน

2) การวิเคราะห์เปรียบเทียบจุดเหมือน และจุดต่างของประเด็นการศึกษา แนวคิดและทฤษฎี และระเบียบวิธีวิจัย

3) สังเคราะห์ข้อค้นพบที่สำคัญของคราวด์ซอร์สซิงที่ปรากฏในงานวิจัยด้านการสื่อสารไทย ในช่วงปี 2549-2566

ผลการวิจัย

1. การกระจายตัวของประเด็นการศึกษา

1) ประเด็นการศึกษา แบ่งตามองค์ประกอบของคราวด์ซอร์สซิง พบว่า องค์ประกอบด้านเนื้อหาของงาน (Task) มากที่สุด จำนวน 8 เรื่อง รองลงมาคือ ด้านแพลตฟอร์ม (Platform) จำนวน 6 เรื่อง และด้านผู้ใช้ (User) จำนวน 6 เรื่อง ส่วนด้านผู้จัดการกระบวนการ (Crowdsourcer) น้อยที่สุด จำนวน 4 เรื่อง นอกจากนี้จากการศึกษายังพบว่า ประเด็นการศึกษาแต่ละเรื่องนั้น มิได้ศึกษาเพียงองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่ง เพียงองค์ประกอบเดียว แต่เป็นการศึกษาองค์ประกอบของคราวด์ซอร์สซิงในหลายองค์ประกอบร่วมกัน

2) ประเด็นการศึกษา แบ่งตามประเภทคราวด์ซอร์สซิง พบว่า การศึกษาไม่ครอบคลุมทั้ง 5 ประเภทของคราวด์ซอร์สซิง โดยพบเพียง 2 ประเภท ได้แก่ 1) การศึกษาประเภทงานขนาดเล็ก (Micro-task) และ 2) การศึกษาประเภทระดมทุนจากมวลชน (Crowdfunding) พบในสองลักษณะ ได้แก่ การระดมเงินบริจาคเพื่อการกุศล และการระดมเงินทุนทางธุรกิจ

2. การกระจายตัวของแนวคิดทฤษฎี พบว่า มีแนวคิดเกี่ยวกับคราวด์ซอร์สซิง (นิยาม/ประเภท/องค์ประกอบ/ ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วม) มากที่สุด จำนวน 7 เรื่อง รองลงมาคือ แนวคิดเกี่ยวกับพื้นที่สาธารณะ จำนวน 4 เรื่อง และแนวคิดเกี่ยวกับวารสารศาสตร์ภาคพลเมืองหรือสื่อพลเมือง จำนวน 3 เรื่อง

3. การกระจายตัวของระเบียบวิธีวิจัย พบว่า มีงานวิจัยที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ มากที่สุด จำนวน 4 เรื่อง ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม รองลงมาคือ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 3 เรื่อง ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา การสำรวจ และการวิจัยเชิงทดลอง และระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน จำนวน 3 เรื่อง ทั้งนี้เมื่อพิจารณาร่วมกับประเด็นการศึกษาตามองค์ประกอบของคราวด์ซอร์สซิง พบว่า งานวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาในประเด็นด้านแพลตฟอร์ม และด้านเนื้อหาของงานมากที่สุด ส่วนการสัมภาษณ์เชิงลึกจะใช้ศึกษาประเด็นด้านผู้ใช้ ผู้เสนองาน และผู้จัดการกระบวนการ นอกจากนี้ประเด็นด้านผู้ใช้ งานวิจัยส่วนใหญ่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการสำรวจ และหากศึกษาทั้งประเด็นด้านเนื้อหา แพลตฟอร์มและผู้ใช้ จะพบว่า ส่วนใหญ่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน

4. ข้อค้นพบในงานวิจัยที่สำคัญ มีดังนี้

1) แพลตฟอร์มคราวด์ซอร์สซิงด้านการสื่อสารในบริบทงานวิจัยไทยยังไม่เป็นพื้นที่สาธารณะโดยสมบูรณ์ กล่าวคือ พื้นที่สาธารณะจะต้องมีคุณลักษณะในการเป็นพื้นที่ที่มีการรวมตัวของปัจเจกชน เพื่อพูดคุยถึงประเด็นของส่วนรวมหรือผลประโยชน์ของสาธารณะ ทั้งยังต้องเป็นพื้นที่ที่เป็นอิสระจากอำนาจต่าง ๆ ในสังคม มีการไหลเวียนของการใช้เหตุผลอย่างเป็นอิสระ และผลจากการพูดคุยนั้นต้องก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบางอย่างตามมาหรือมีการลงมือกระทำการบางอย่างต่อเนื่องตามมา โดยงานวิจัยของวนิดา หมอชาติ (2551) พบว่า แม้พื้นที่บล็อกจะให้อำนาจในการสื่อสาร สามารถแสดงความคิดเห็นอย่างเป็นอิสระ และเปิดกว้างในการเข้าถึงแก่

ประชาชน ซึ่งเอื้อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในประเด็นสาธารณะได้อย่างเสรี ก่อให้เกิดการโต้แย้งและอภิปรายผลไปสู่ความเป็นเหตุเป็นผล แสดงให้เห็นถึงความคาดหวังว่าบล็อกจะเป็นพื้นที่สาธารณะแห่งใหม่บนไซเบอร์สเปซที่จะนำไปสู่มติมหาชนได้ แต่เนื้อหาส่วนใหญ่ในช่วงที่ทำการศึกษา ยังคงเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องทั่วไปซึ่งขึ้นอยู่กับความสนใจและทัศนคติของบล็อกเกอร์เป็นหลัก

ขณะที่ผลการศึกษาด้านรูปแบบ และลักษณะในการนำเสนอเนื้อหาแสดงให้เห็นว่า เนื้อหาส่วนใหญ่มีความเป็นอัตวิสัยจากการสอดแทรกความเห็นของบล็อกเกอร์ และลักษณะการเขียนเรื่องในมุมมองด้านเดียว (One-sided) ส่วนการแสดงความคิดเห็น กลับทำหน้าที่เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ของคนในชุมชน มากกว่าการเป็นพื้นที่แสดงความคิดเห็น และอภิปรายอย่างมีเหตุผล จึงไม่สามารถนำไปสู่ข้อสรุปร่วม เพื่อเคลื่อนไหวในประเด็นสาธารณะได้ สะท้อนให้เห็นว่า แพลตฟอร์มโอเคเนชั่นยังไม่สามารถทำหน้าที่พื้นที่สาธารณะในรูปแบบที่ฮาเบอร์มาสกล่าวถึง ในการเป็นต้นแบบของการสื่อสารแบบประชาธิปไตยซึ่งต้องมีการวิพากษ์วิจารณ์อย่างมีเหตุและผล โดยแพลตฟอร์มโอเคเนชั่นยังคงมีสถานะก้ำกึ่งอยู่ระหว่างการเป็นพื้นที่ส่วนตัวกับพื้นที่สาธารณะ เนื่องจากบล็อกเกอร์ส่วนใหญ่ได้ใช้แพลตฟอร์มนี้เป็นพื้นที่ในการแสดงออกถึงความสนใจส่วนตัว ประสบการณ์เฉพาะทาง และสะท้อนความเห็นต่อประเด็นที่ถูกกำหนดวาระจากสื่อกระแสหลักในฐานะปัจเจกชน มากกว่าการแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมทางสังคมในฐานะพลเมืองที่ต้องมีความสนใจในผลประโยชน์ของสาธารณะมากกว่าคำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนตัว

เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Sayprom (2022) พบว่า แพลตฟอร์ม C-Site และแพลตฟอร์ม Hatyai City Climate ยังไม่เป็นพื้นที่สาธารณะโดยสมบูรณ์ เนื่องจากเงื่อนไขขององค์กรในการบริหารจัดการกระบวนการรายงานข่าวบนแพลตฟอร์มคราฟต์ซอร์สซึ่ง ซึ่งผู้จัดการกระบวนการยังคงมีบทบาทสำคัญในการจัดการมวลชนและควบคุมการไหลของข่าวสาร โดยเป็นผู้ตัดสินใจว่าข่าวใดควรเผยแพร่หรือไม่ควรเผยแพร่สู่สาธารณชน ทั้งในลักษณะการจัดลำดับความสำคัญของข้อมูล การคัดเลือกประเด็น การตัดทอนเนื้อหาบางส่วน และการดึงเนื้อหาบางเรื่องที่ต้องการจากสื่อสังคมออนไลน์

ผลการศึกษาส่วนหนึ่งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอัจฉริยา รอบกิจ (2555) พบว่า แพลตฟอร์มเลดี้อินเตอร์ดอทคอม ได้สร้างพื้นที่เสมือนซึ่งมีลักษณะเป็นพื้นที่สาธารณะของคนพลัดถิ่น โดยภายใต้พื้นที่แห่งนี้สมาชิกมีความเท่าเทียมกัน มีความเปิดเผยและสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นด้วยเหตุผล และก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการระดมความคิด หาแนวทางการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อประโยชน์ของผู้หญิงในกระแสแต่งงานข้ามวัฒนธรรมด้วยกัน ทว่าเมื่อพิจารณาในแง่มุมมองประเด็นสาธารณะจะพบว่า แพลตฟอร์มเลดี้อินเตอร์ดอทคอมไม่ได้มุ่งเน้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระดับนโยบาย กลับเป็นพื้นที่ที่รวมตัวกันเพื่อรวมพลังความรู้ ประสบการณ์ แรงสนับสนุน และพัฒนาสมาชิกด้วยกันให้มีความเข้มแข็ง ยึดหยัดได้ในสังคมอย่างภาคภูมิใจ และหัวหน้าสมาชิก (หัวหน้าห้อง และประชาสัมพันธ์ห้อง) มีการใช้อำนาจในการกำกับดูแล ทั้งการตักเตือนและการไกล่เกลี่ยระหว่างสมาชิกที่ขัดแย้งกัน

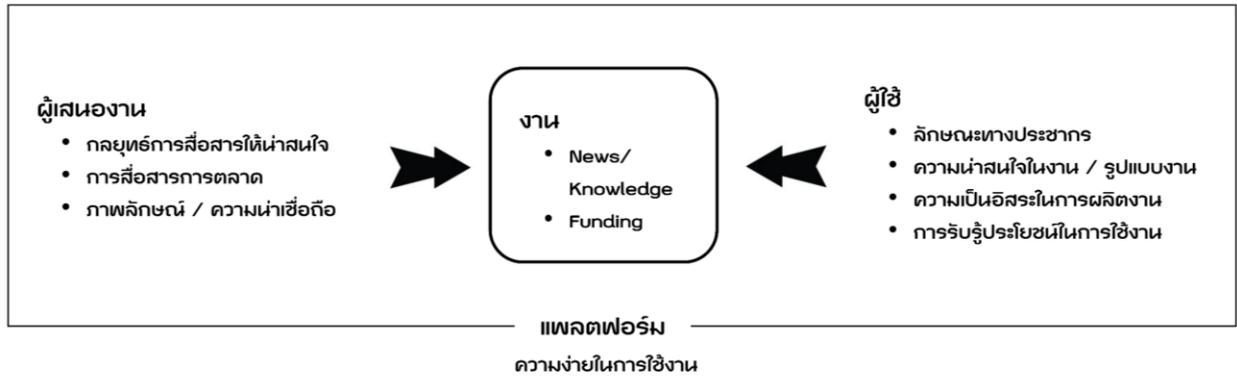
จากผลการศึกษาของงานวิจัยข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า แม้แพลตฟอร์มคราฟต์ซอร์สจะเป็นพื้นที่ที่มีการรวมตัวของปัจเจกชน แต่ผู้ใช้ไม่ได้ใช้พื้นที่นี้พูดคุยประเด็นของส่วนรวม ตลอดจนความไม่สมดุลของอำนาจ (Power Imbalance) เนื่องจากเจ้าของแพลตฟอร์มหรือผู้จัดการกระบวนการมีอำนาจในการกำหนดกฎกติกา และควบคุมเนื้อหา ทั้งยังพบความเหลื่อมล้ำของอำนาจ เชื่อถือ โดยแหล่งข้อมูลบางแหล่งได้รับการยอมรับมากกว่า ซึ่งไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของเนื้อหา และบางเสียงถูกทำให้ไม่มีความสำคัญ จึงไม่เป็นไปตามหลักการพื้นที่สาธารณะ ในแง่ของความรู้สึกเป็นส่วนรวม ผลประโยชน์ของส่วนรวม และยิ่งปล่อยให้ผลประโยชน์ส่วนตัวของคนบางคนหรือบางกลุ่มเข้ามาครอบงำได้

2) งานมีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ กล่าวคือ งานทั้งในลักษณะการรายงานข่าว การแบ่งปันและให้ข้อมูล การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การสร้างและสนับสนุนเรื่องรณรงค์ ตลอดจนการสนับสนุนเงินทุนใน

โครงการต่าง ๆ นั้น ล้วนเกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงานหรือโครงการที่ผู้ใช้สนใจ โดยประเด็นเนื้อหาที่มีความใกล้ชิดส่งผลกระทบต่อ และสอดคล้องกับประสบการณ์ของผู้ใช้ งานวิจัยที่นำมาศึกษาจึงมีการศึกษาลักษณะเนื้อหาที่สามารถเรียกร้องความสนใจหรือสามารถโน้มน้าวใจผู้ใช้ให้เข้ามามีส่วนร่วมได้ ดังเช่นการศึกษาของวนิดา หมอยาคี (2551) ที่พบว่า ประเด็นเนื้อหาที่น่าสนใจ ผู้ผลิตเนื้อหาที่น่าสนใจประเด็นที่ตนสนใจ เป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นรอบตัวผู้ส่งสารหรือเป็นเรื่องที่สนใจ การติดตามกระแสสังคมในขณะนั้นหรือความชำนาญเฉพาะทางที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน ด้านการศึกษาของอัจฉริยา รอบกิจ (2555) ก็เช่นเดียวกัน งานดังกล่าวได้ศึกษาประเด็นความเป็นผู้หญิงคนอพยพ และคนชายขอบ ซึ่งได้กลายเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้หญิงไทยกลุ่มนี้เกิดการรวมกลุ่มกันบนพื้นฐานความคล้ายคลึงกัน ความเข้าอกเข้าใจในสถานการณ์ และประสบการณ์ของเพื่อนร่วมชุมชน ทำให้แพลตฟอร์มเดลิเวอรี่ต่อทคอมแตกต่างจากเว็บบอร์ดสาธารณะขนาดใหญ่ที่ผู้คนมารวมกันด้วยความสนใจเพียงอย่างเดียว แต่อาจไม่ได้มีพื้นฐานหรือความเข้าอกเข้าใจร่วมกัน ส่วนการศึกษาของปฎิภาณ ชัยช่วย (2558) พบว่าแพลตฟอร์ม Change.org เป็นพื้นที่สาธารณะที่ผู้คนเข้ามามีส่วนร่วมโดยการสร้างเรื่องรณรงค์ของตัวเองหรือร่วมรณรงค์สนับสนุนในประเด็นที่ตัวเองสนใจ

3) ภาพลักษณ์ของผู้ระดมทุนมีผลต่อความตั้งใจให้เงินทุนบนแพลตฟอร์มคราวด์ฟันดิง โดยการศึกษาของคมภิญญา เข้มกำเนิด (2557) เรื่อง การออกแบบดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการให้ทุนสนับสนุนโครงการภาพยนตร์แอนิเมชัน พบว่า โครงการที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่ใช้ลักษณะพิเศษเฉพาะด้านของโครงการ ซึ่งเป็นได้ทั้งแนวความคิดหรือบุคลิกที่โดดเด่นของเจ้าของโครงการ โดยบางโครงการที่อยู่ในช่วงเริ่มต้นหรือยังเป็นแนวความคิดก็จะใช้ลักษณะพิเศษของเจ้าของโครงการนั้น ๆ เป็นจุดสร้างแรงจูงใจ เช่น ถ้าเจ้าของโครงการมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในหมู่แฟน ๆ ก็จะใช้ชื่อเสียงเป็นสิ่งสร้างแรงจูงใจหรือหากเจ้าของโครงการยังไม่มีชื่อเสียงแต่มีความพิเศษโดดเด่นในบุคลิกภาพ ก็จะใช้ความโดดเด่นนั้น ๆ สร้างแรงจูงใจว่าโครงการที่น่าเสนอจะมีความพิเศษโดดเด่นเช่นเดียวกับบุคลิกของผู้นำเสนอโครงการ เช่นเดียวกับการศึกษาของสามมิติ สุขบรรจง (2564) พบว่า การขอทุนจากการระดมทุนสาธารณะ (Crowdfunding) เป็นแนวทางหนึ่งเพื่อให้เกิดผลงานภาพยนตร์ ซึ่งเป็นวิธีที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อน แต่การจะได้รับการสนับสนุน ผู้กำกับภาพยนตร์ และโปรดิวเซอร์ต้องมีความน่าเชื่อถือและมีภาพลักษณ์ที่ดีกับมวลชน นอกจากนี้จากการศึกษาของ Maulana (2020) เรื่อง Understanding celebrity influence on donors participation and campaign performance in social crowd funding: the mediating role of media coverage and online social networks พบว่า คนดังหรือผู้มีอิทธิพลที่มีคุณสมบัติในด้านความเชี่ยวชาญ ความน่าชื่นชม ความน่าดึงดูดใจ ความสัมพันธ์บุคลิกภาพ และทัศนคติ จะมีผลต่อความตั้งใจของผู้บริจาคที่มีศักยภาพ

4) ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์มคราวด์ซอร์ซซึ่งด้านการสื่อสารไทย จากการศึกษาพบว่า ลักษณะงานที่ปรากฏ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ การรายงานข่าวหรือการให้ข้อมูลความรู้ (News/ Knowledge) และการระดมเงินทุน (Funding) โดยผู้ใช้จะมีส่วนร่วมในงาน (Task) เหล่านี้ เนื่องจากปัจจัยด้าน 1) ผู้เสนองานพบว่า จะต้องมีการสื่อสารให้น่าสนใจ ใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างแรงจูงใจในการมีส่วนร่วม ตลอดจนมีภาพลักษณ์ที่ดี และมีความน่าเชื่อถือ 2) ด้านผู้ใช้พบว่า ความแตกต่างของลักษณะทางประชากร ความสนใจในงานหรือรูปแบบงาน ความเป็นอิสระในการผลิตงาน การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน และความตั้งใจในการใช้งาน ล้วนมีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ และ 3) ด้านแพลตฟอร์ม โดยแพลตฟอร์มต้องมีรูปแบบที่สามารถใช้งานได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และมีความสะดวกในการใช้งาน ดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์มคราว์ด์ซอร์สซึ่งด้านการสื่อสารไทย

อภิปรายผล

1. แพลตฟอร์มคราว์ด์ซอร์สซึ่งด้านการสื่อสารในบริบทงานวิจัยไทยยังไม่เป็นพื้นที่สาธารณะโดยสมบูรณ์

จากข้อค้นพบในงานวิจัยแสดงให้เห็นว่า แพลตฟอร์มคราว์ด์ซอร์สซึ่งด้านการสื่อสารในบริบทงานวิจัยไทยยังไม่เป็นพื้นที่สาธารณะโดยสมบูรณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของพรภัทรา ภาณุพันธ์ (2561) ที่พบว่า สื่อสังคมออนไลน์สามารถทำหน้าที่เป็นพื้นที่สาธารณะได้แต่ยังไม่สมบูรณ์ เนื่องจากสื่อในฐานะพื้นที่สาธารณะล้วนตกอยู่ภายใต้เงื่อนไขโครงสร้างต่าง ๆ เช่น ระบบเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม และสถาบันของแต่ละประเทศ ทำให้การทำหน้าที่เป็นพื้นที่สาธารณะนั้นมีข้อจำกัดเสมอ โดยแต่ละพื้นที่ล้วนมีปัจจัยที่ส่งผลแตกต่างกันออกไป และไม่สอดคล้องทั้งหมด ทั้งนี้ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคคือ พฤติกรรมผู้ใช้งาน และกลไกการทำงานของตัวสื่อ รวมถึงกระบวนการทำงานของสื่อมวลชนด้วย โดยเฉพาะสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับการรายงานและผลิตข่าว จำเป็นต้องยึดปรัชญาแห่งข่าว (Journalistic philosophy) ทั้ง 1) หลักความถูกต้อง และเที่ยงตรงของข่าว 2) หลักความเที่ยงธรรมของข่าว 3) หลักความสมดุลของข่าว และ 4) หลักความเป็นภววิสัยหรือความเป็นกลางของข่าว ตลอดจนหลักการวารสารศาสตร์อันหมายถึง อุดมการณ์งานข่าว อันเป็นแก่นทางวิชาชีพวารสารศาสตร์สำหรับนักวารสารศาสตร์ที่ต้องยึดถือในการปฏิบัติงานข่าว เพื่อบรรลุอุดมการณ์ อันเป็นเป้าหมายของการปฏิบัติหน้าที่ และบทบาทในการนำเสนอความจริงต่อสาธารณชน โดยกายัญญา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2553) เสนอว่าจำเป็นต้องมีมาตรการหลาย ๆ อย่างประกอบกัน ประการแรกจำเป็นต้องสร้างกลไกป้องกันสื่อมวลชนจากระบบตลาด ได้แก่ มาตรการสนับสนุนด้านการเงินจากรัฐในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ค่าธรรมเนียม ทั้งนี้เพื่อให้สื่อมวลชนไม่ต้องพึ่งพาหรือรับใช้ระบบอุปถัมภ์จากภาคธุรกิจมากเกินไป ประการที่สอง ต้องมีการติดตั้งกลไกเพื่อตรวจสอบการทำงานของสื่ออยู่ตลอดเวลา ว่าได้ทำหน้าที่เป็นพื้นที่สาธารณะหรือไม่ กลไกดังกล่าวนี้อาจเป็นกลุ่ม ชมรม องค์กรที่มีภารกิจในการตรวจสอบโดยเฉพาะ และประการที่สาม การทำหน้าที่พื้นที่สาธารณะของสื่อมวลชนต้องมาจากความเข้มแข็งภายในของสื่อมวลชนเอง ที่จะต้องตั้งต้วและตั้งอบรมบ่มเพาะบุคลากรของตน เช่นเดียวกับการเสริมสร้างความเป็นพันธมิตรต่อกันเพื่อเป็นพลังที่แข็งแกร่ง

2. งาน (Task) บนแพลตฟอร์มคราว์ด์ซอร์สซึ่งมีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ใช้

จากข้อค้นพบในงานวิจัยแสดงให้เห็นว่า งานบนแพลตฟอร์มคราว์ด์ซอร์สซึ่งมีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ โดยงานเหล่านั้นล้วนเกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่ผู้ใช้สนใจ ทั้งในด้านความใกล้ชิด ส่งผลกระทบต่อประสบการณ์ของผู้ใช้ งานวิจัยที่นำมาศึกษา มีเนื้อหาที่สามารถเรียกกร้องความสนใจหรือสามารถโน้มน้าวใจผู้ใช้ให้เข้ามามีส่วนร่วมได้ เป็นไปตามแนวคิดการใช้และความพึงพอใจของผู้รับสาร โดยส่วนใหญ่ในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้นคนเรามีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนดังกล่าวแล้ว การเข้าไปใช้สื่อจึงมิใช่กิจกรรมที่กระทำไปอย่างไร้เป้าหมาย หากแต่เป็นกิจกรรมที่มี

เป้าประสงค์ที่แน่นอน การที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทนั้น จะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้น เป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวจะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาการใช้ สื่อประเภทต่าง ๆ (กาญจนา แก้วเทพ, 2552) สอดคล้องกับการศึกษาของ Alam & Campbell (2012) พบว่า แรงกระตุ้นที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ในการแก้ไขข้อความบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ของออสเตรเลียภายใต้ แนวคิด GLAM (Galleries, Libraries, Archives, and Museums) แบบไม่แสวงหาผลกำไร ในประเด็นแรงจูงใจ ภายใน ประกอบด้วย 1) แรงจูงใจส่วนบุคคล ได้แก่ ความสนใจส่วนตัวหรือเป้าหมายของอาสาสมัคร ความไวเนื้อ เชื้อใจ และหัวข้อน่าสนใจ 2) แรงกระตุ้นจากชุมชน และแรงจูงใจตามงาน ได้แก่ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน งานง่ายไม่ซับซ้อน ความเป็นอิสระในการทำงาน และการทำเป็นงานอดิเรก

เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Na'in et al. (2021) ที่พบว่า แรงจูงใจภายในที่กระตุ้นให้กลุ่มผู้มีรายได้ น้อยทำงานอย่างต่อเนื่องบนแพลตฟอร์มคราฟต์ซอร์สซิงในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โควิด 2019 (COVID 19) ของประเทศมาเลเซีย ประกอบด้วย 1) การได้พัฒนาตัวเอง 2) งานอดิเรก 3) ความสนุกสนาน 4) ความชอบหรือใจรัก 5) ลักษณะงาน ซึ่งพิจารณาจากความซับซ้อนของงาน โดยผู้ใช้มุ่ง ความสนใจไปที่การแยกงานออกเป็นงานง่าย ๆ เนื่องจากสามารถจัดการงานได้ง่าย และประมาณเวลาที่ต้องใช้ในการ ทำงานให้เสร็จได้ 6) ความหยิ่งหย่อนในสถานที่ทำงาน การมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์มคราฟต์ซอร์สซิงทำให้ สามารถจัดการเวลาทำงานของตนเอง และสร้างรายได้โดยไม่ต้องออกจากบ้านในช่วงการระบาด 7) การเห็นแก่ผู้อื่น ผู้ใช้งานจำนวนมากต้องการส่งต่อหรือแบ่งปันความรู้ไปยังกลุ่มผู้ใช้อื่น ๆ หรือผู้ที่มีแนวโน้มจะเป็นผู้ใช้ใหม่ในอนาคต และ 8) ความสำเร็จของเพื่อนร่วมงาน เมื่อเห็นความสำเร็จของเพื่อนร่วมงาน (ผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มสาขาเดียวกัน) จะทำให้ผู้ใช้ได้รับแรงบันดาลใจในการทำงานบนแพลตฟอร์มคราฟต์ซอร์สซิงต่อไป

ด้านวิภาดา พรสกุลวานิช (2562) ได้ระบุไว้ว่า การใช้สารที่สามารถดึงดูดความสนใจถือเป็นขั้นแรก ที่จะดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมายให้อยู่กับสารนั้น โดยการเลือกใช้แต่ละรูปแบบต้องเลือกให้เหมาะสมกับ ความต้องการในการโน้มน้าวหรือดึงดูดใจที่ต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของชนิกภรณ์ ปันธิดา (2566) ที่พบว่า การที่เรื่องราวการนำเสนอมีความน่าสนใจจะช่วยให้เกิดการระดมทุนสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ถูกรวม โดยการนำ การเล่าเรื่อง (Storytelling) เข้ามาช่วยถ่ายทอดคุณค่าผลิตภัณฑ์และชุมชน ทำให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด เช่นเดียวกับงานวิจัยของนันทพล นาคสะอึ้ง (2560) พบว่า การสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วม (Build Engagement) ผ่านการเรียบเรียงเรื่องราวที่มีต่อโครงการ เป็นสิ่งที่ช่วยดึงดูดความสนใจและก่อให้เกิดอารมณ์ ความรู้สึกร่วมกับโครงการระดมทุน ผ่านการใช้สื่อที่เหมาะสม รวมถึงความรู้สึกใกล้ชิดระหว่างเจ้าของโครงการ ระดมทุน (Project Owner) และผู้สนับสนุน (Backers) ผ่านการสื่อสารให้ข้อมูลเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของ โครงการ พร้อมให้ผู้คนสามารถแสดงความคิดเห็นที่มีต่อโครงการระดมทุนผ่านแพลตฟอร์ม เพื่อนำไปปรับปรุง และพัฒนา สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้เกิดความรู้สึกต่ออารมณ์อันจะนำไปสู่การเข้ามามีส่วนร่วมกับโครงการระดมทุน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของ Start-up ในระบบนิเวศธุรกิจของประเทศไทย

3. ภาพลักษณ์ของผู้ระดมทุนบนแพลตฟอร์มคราฟต์ซอร์สซิง

ข้อค้นพบจากงานวิจัยแสดงให้เห็นว่า ภาพลักษณ์ของผู้ระดมทุนมีผลต่อความตั้งใจให้เงินทุนบน แพลตฟอร์มคราฟต์ซอร์สซิง โดยผู้ระดมทุนในฐานะผู้ส่งสาร ซึ่งเป็นบุคคลผู้เริ่มต้นกระบวนการสื่อสาร ทำหน้าที่ส่ง สารผ่านช่องทางการสื่อสาร ควบคุมรหัส และกำหนดทิศทางของการสื่อสารนั้น ควรมีภาพลักษณ์ที่มีความ น่าเชื่อถือจนเป็นที่ไว้วางใจของคนในสังคม โดยภาพลักษณ์จะเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยดึงดูดใจกลุ่มผู้ให้เงิน สนับสนุนให้เข้ามาร่วมระดมเงินทุนอย่างมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของสมบุรณ์ ประสบพิบูลย์ (2563) ที่พบว่า องค์ประกอบด้านผู้ประกอบการ (Entrepreneurial aspect) ที่ต้องการระดมทุน เป็น องค์ประกอบที่มีผลต่อความสำเร็จในการระดมทุนมวลชนแบบให้รางวัลตอบแทนในระดับปานกลางถึงมาก โดยการเปิดเผยข้อมูลให้ทราบถึงตัวผู้ประกอบการ จะช่วยให้ผู้ให้เงินสนับสนุนโครงการได้ทราบถึงตัวตนของ

ผู้ประกอบการที่ดำเนินการโครงการระดมทุน เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาให้เงินสนับสนุนโครงการ ซึ่งข้อมูลที่มีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับชื่อและนามสกุลจริงของผู้ประกอบการ ข้อมูลประสบการณ์การทำงานในอดีตของผู้ประกอบการ และข้อมูลจำนวนผู้ร่วมประกอบการทั้งหมด

นอกจากนี้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับตัวผู้ประกอบการที่ควรเปิดเผยในลำดับถัดมา คือ ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติการศึกษา ที่อยู่ อีเมล เบอร์โทรศัพท์ และรูปหน้าของผู้ประกอบการ นอกจากนี้การเปิดเผยข้อมูลของผู้ประกอบการที่เชื่อมโยงกับสื่อสังคมออนไลน์ เช่น จำนวนเพื่อนในเฟซบุ๊ก (Facebook) ของผู้ประกอบการ และการเชื่อมโยงไปที่อินสตาแกรม (Instagram) หรือเอ็กซ์ (X) นั้น ต่างมีความสำคัญระดับปานกลางถึงมาก ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ยังพบว่า ประสบการณ์ในโครงการระดมทุนมวลชนในอดีตของผู้ประกอบการก็มีความสำคัญ โดยผู้ประกอบการที่เคยมีประสบการณ์การระดมทุนมวลชนแบบให้รางวัลตอบแทน ย่อมจะทำให้ผู้ให้เงินสนับสนุนมีความมั่นใจในตัวผู้ประกอบการที่เคยมีประสบการณ์ในการระดมทุนมากขึ้น และช่วยทำให้ผู้ประกอบการมีโอกาสที่จะดำเนินการตามโครงการให้บรรลุผลได้มากกว่าในกรณีที่เป็นโครงการระดมทุนของผู้ประกอบการรายใหม่ที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อน และหากโครงการระดมทุนมวลชนแบบให้รางวัลตอบแทนในอดีตของผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในโครงการระดมทุนมาก่อน ผู้ประกอบการสามารถส่งมอบรางวัลตอบแทนหรือผลิตภัณฑ์ของโครงการได้ตามที่นำเสนอโครงการไว้ก็ย่อมจะทำให้ตัวผู้ประกอบการที่ต้องการระดมทุนนั้นมีความน่าเชื่อถือมาก อย่างไรก็ตามกลับไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพรทิพย์ บุญสุพ (2563) ที่พบว่าความมีชื่อเสียงของผู้จัดตั้งโครงการ ทั้งในด้านการเป็นที่รู้จัก และการมีชื่อเสียงที่ดี ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะบริจาคเงินผ่านคราวด์ฟันดิงแพลตฟอร์มในประเทศไทย ทั้งนี้ความไม่สอดคล้องในประเด็นด้านความมีชื่อเสียงของผู้จัดตั้งโครงการนี้อาจเนื่องมาจากลักษณะการระดมทุนบนแพลตฟอร์มคราวด์ฟันดิงแตกต่างกัน โดยงานวิจัยของพรทิพย์ บุญสุพ (2563) ศึกษาการระดมเงินบริจาคเพื่อการกุศล ส่วนงานวิจัยของสมบุญรณ์ ประสบพิบูลย์ (2563) ศึกษาการระดมทุนเงินทุนทางธุรกิจ ซึ่งเป็นแบบให้รางวัลตอบแทน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. การนำแนวคิดคราวด์ซอร์ซซึ่งมาใช้ในงานด้านนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน เป็นปรากฏการณ์สำคัญของการส่งและเผยแพร่เนื้อหาในยุคใหม่นี้ ซึ่งเป็นระบบที่ผู้ใช้สื่อที่มีความหลากหลายได้กลายมาเป็นผู้มีอำนาจของตนเอง (Audience autonomy) แม้การสร้างพื้นที่ของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์มคราวด์ซอร์ซซึ่งด้านการสื่อสารในบริบทงานวิจัยไทยยังไม่เป็นพื้นที่สาธารณะโดยสมบูรณ์ แต่จะเป็นประการสำคัญที่จะเอื้อให้เกิดพื้นที่สาธารณะซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการรวมตัวของปัจเจกชน เพื่อพูดคุยถึงประเด็นของส่วนรวม ผลประโยชน์ของสาธารณะ มีอิสระจากอำนาจต่าง ๆ ในสังคม เกิดการไหลเวียนของการใช้เหตุผลอย่างเป็นอิสระ สุดท้ายผลจากการสื่อสารนั้นจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบางหรือมีการลงมือกระทำการบางอย่างต่อเนื่องตามมา

2. การระดมทุนมวลชนผ่านแพลตฟอร์มคราวด์ฟันดิง ทำให้เกิดโอกาสในการผลิตงานด้านนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชนมีความแตกต่างจากที่มีอยู่เดิม เนื่องจากไม่จำกัดอยู่กับวิสัยทัศน์ของผู้ลงทุนเพียงฝ่ายเดียวอีกต่อไป แต่การจะทำให้ผู้สนใจเกิดการลงทุนนั้น จะต้องอาศัยหลากหลายปัจจัย ทั้งในด้านเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องงาน ภาพลักษณ์ของผู้ระดมทุน แพลตฟอร์มออนไลน์ที่นำมาใช้ ตลอดจนการตอบสนองต่อความต้องการ และความชอบในแนวคิดของผู้ให้ทุน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. สิ่งที่น่าสนใจคือ ภาพลักษณ์ของผู้ระดมทุนบนแพลตฟอร์มคราวด์ฟันดิง ทั้งในลักษณะการระดมเงินบริจาคเพื่อการกุศล และการระดมเงินทุนทางธุรกิจ มีผลต่อการให้เงินสนับสนุนของมวลชนหรือไม่ อย่างไร

โดยการศึกษาภาพลักษณ์นี้จะนำไปสู่การศึกษาเพื่อพัฒนาความสามารถในการสื่อสารเพื่อพัฒนาภาพลักษณ์ของผู้ระดมทุนบนแพลตฟอร์มคราวด์ฟินดิงต่อไป

2. หากพิจารณาตามกระบวนการคราวด์ซอร์สซิง จะพบว่า มีงานวิจัยที่ศึกษาผู้จัดการกระบวนการน้อย เมื่อเทียบกับการศึกษาลักษณะงาน แพลตฟอร์ม และผู้ใช้สื่อ ทั้งนี้ผู้จัดการกระบวนการ มีหน้าที่สำคัญในการออกแบบกระบวนการมีส่วนร่วม สร้างแรงจูงใจที่เหมาะสม ตลอดจนสร้างความผูกพันกับมวลชนให้เกิดขึ้น เพื่อช่วยให้เกิดความไว้วางใจ และกระตุ้นให้เกิดความร่วมมืออย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงน่าสนใจศึกษาประเด็น “ผู้จัดการกระบวนการ” ที่ส่งผลต่อการเข้ามามีส่วนร่วมของมวลชนบนพื้นที่ออนไลน์ เช่น บทบาท หน้าที่ ความรู้ คุณลักษณะ อัตลักษณ์หรือตัวตนของบุคคล เป็นต้น

3. งานวิจัยที่ศึกษามุ่งเน้นไปที่แรงจูงใจในการมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์มคราวด์ซอร์สซิงครั้งแรก มากกว่าศึกษาแรงจูงใจในการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงน่าสนใจว่าแรงจูงใจที่แท้จริง ซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนหลัก สำหรับผู้ใช้ในการมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์มคราวด์ซอร์สซิงประเภทต่าง ๆ มีอะไรบ้าง เพื่อทำความเข้าใจและสำรวจแรงจูงใจเชิงลึกสำหรับการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนของมวลชนบนแพลตฟอร์มคราวด์ซอร์สซิงต่อไป

4. ด้วยการศึกษาของผู้วิจัยมีข้อจำกัดในด้านจำนวนชิ้นงานวิจัยที่นำมาศึกษาไม่มากพอที่จะสร้างข้อสรุปเชิงแนวโน้มตามช่วงเวลา ทำให้ไม่สามารถสะท้อนภาพในมิติของความเปลี่ยนแปลงได้อย่างชัดเจน ทั้งในด้านขององค์ประกอบ (เพิ่ม ลด หาย คงที่) ความสัมพันธ์ของผู้ใช้สื่อ ผู้เสนองาน และผู้จัดการกระบวนการ ตลอดจนลักษณะของพื้นที่หรือแพลตฟอร์ม ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจที่จะวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงและเปรียบเทียบในประเด็นต่าง ๆ ตามช่วงเวลาของแพลตฟอร์มคราวด์ซอร์สซิงด้านการสื่อสารไทย

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2553). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). ภาพพิมพ์.
- กำพล พินิจกิตติยางกูร. (2563). *การสื่อสารทางการตลาด ทักษะคิด และรูปแบบการระดมทุน ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจให้เงินทุนในธุรกิจสตาร์ทอัพ ผ่านช่องทาง Crowdsourcing ของผู้มีเงินทุนในเขตกรุงเทพมหานคร*. [สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. DSpace at Silpakorn University. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/804/1/gs601130321.pdf>
- คมภิญญา เข้มกำเนิด. (2557). *การออกแบบดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการให้ทุนสนับสนุนโครงการภาพยนตร์แอนิเมชัน*. [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. คลังปัญญา มหาวิทยาลัยศิลปากร. <https://sure.su.ac.th/xmlui/handle/123456789/3975?attempt=2&>
- ชนิกาภรณ์ ปินธิดา. (2566). *การศึกษาการเพิ่มโอกาสการเข้าถึงลูกค้าด้วยแพลตฟอร์มการระดมทุนสำหรับผลิตภัณฑ์หัตถกรรม*. [วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่]. CMU Intellectual Repository. <http://ns-old.cmu.ac.th/handle/6653943832/79407>
- ณัฐธิดา วีระมงคลเลิศ และอานนท์ คำวรรณ. (2558). *คราวด์ซอร์สซิงในประเทศไทย. ประชุมวิชาการทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการจัดการระดับชาติและนานาชาติ ประจำปี 2558 มหาวิทยาลัยขอนแก่น*. 1123-1129.
- เด่นพงษ์ แสนคำ และพุทธรักษ์ ปรานนอก. (2563). *ประชาธิปไตยแบบร่วมได้รณรงค์: ว่าด้วยปัญญาของกลุ่มคนในวิกิพีเดีย*. *วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 5(2). 257-295.

- นันทพล นาคสะอิ่ง. (2560). การศึกษาปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จในการระดมทุน (Crowdfunding) ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของ Start-Up ในระบบนิเวศธุรกิจของประเทศไทย. [สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล]. CMMU Digital Archive. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/2410>
- ปฎิภาณ ชัยช่วย. (2558). การสื่อสารประเด็นสาธารณะของสังคมไทยผ่านนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการรณรงค์เว็บไซต์ Change.org. วารสาร Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 9(2), 1526-1536.
- พรทิพย์ บุญสุพ. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะบริจาคเงินผ่านคราวด์ฟันดิงแพลตฟอร์มในประเทศไทย. [การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:186042
- พรภัทรา ภาณุนันท์. (2561). สื่อสังคมออนไลน์กับการเป็นพื้นที่สาธารณะในสังคมไทย. [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chula Digital Collections. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/2761/>
- พิรงรอง รามสูต และถมทอง ทองนอก. (2563). ฐานันดรที่ 5 จากภาคประชาสังคมผู้ตรวจสอบสื่อสู่พลเมืองออนไลน์. มุลินธิเพื่อการศึกษาประชาธิปไตยและการพัฒนา (โครงการจัดพิมพ์คบไฟ).
- ภัทรา บุรารักษ์ และสมัชชา นิลปัทม์. (2562). การจัดการชิ้นงานที่มาจากพลเมืองในข่าวของสื่อมวลชน. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 27(53). 109-131.
- รังสรรค์ เกียรติภานนท์. (2558). นวัตกรรมกระบวนการจัดการข้อมูลจากการรายงานของมวลชนในช่วงเวลาเผชิญภัยพิบัติ. [วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ. <https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail/10.14457%2FCU.the.2015.929>
- วนิดา หมอยาคี. (2551). โอเคเนชั่นบล็อกในฐานะวารสารศาสตร์ภาคพลเมือง. [วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. คลังปัญญาจุฬาฯ. <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/13/simple-search?filterquery>
- วิกานดา พรสกุลวานิช. (2562). สื่อใหม่และการจัดการการสื่อสาร. (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สกุลศรี ศรีสารคาม สุดารัตน์ ดิษยวรรณนะ จันทราวินานกุล และบุญยศิษย์ บุญโพธิ์. (2559). รายงานผลการศึกษาวิจัยฉบับสมบูรณ์โครงการวิจัยการส่งเสริมแนวทางการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในกระบวนการรายงานข่าวในยุคเทคโนโลยีหลอมรวม. คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- สมบุญ ประสบพิบูลย์. (2563). นวัตกรรมตัวแบบในการตัดสินใจในการระดมทุนมวลชนแบบให้รางวัลตอบแทนสำหรับธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้น. [วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. คลังปัญญาจุฬาฯ. <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/76528>
- สามมิติ สุขบรรจง. (2565). ตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ ในยุคไทยแลนด์ 4.0. วารสารนิเทศศาสตร์, 40(1). 131-157.
- อัจฉริยา รอบกิจ. (2555). เว็บไซต์เลดี้อินเตอร์ดอทคอม (LADYINTER.COM) กับการเป็นชุมชนออนไลน์สำหรับหญิงไทยซึ่งสมรสหรือมีความรักข้ามวัฒนธรรม. [วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. คลังปัญญาจุฬาฯ. <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/44060?>
- อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2561). สื่อศาสตร์ Mediumology หลักการ แนวคิด นวัตกรรม. นาคร.
- ฮาวิ, เจฟฟ์. (2554). คราวด์ซอร์สซิ่ง ล้านคลิก พลิกโลก (สินวล ฤกษ์สิรินุกูล ผู้แปล). มติชน.
- Maulana, A. (2020). Understanding celebrity influence on donors participation and campaign performance in social crowd funding: the mediating role of media coverage and online

- social networks*. [Master's thesis, Master of Arts, Thammasat University]. Thammasat University Library. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:189460
- Aitamurto, T. (2013). Balancing between open and closed: Co-creation in magazine journalism. *Digital Journalism*, 1(2), 229-251. <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.750150>
- Alam, S. L., & Campbell, J. (2012). *Crowdsourcing motivations in a not-for-profit GLAM context: The Australian newspapers digitisation program*. The Australian Newspapers Digitisation Program" (2012). ACIS 2012 Proceedings. <https://aisel.aisnet.org/acis2012/50>
- Brabham, D. C. (2013). *Crowdsourcing*. MIT Press.
- Chonnikarn Thienthaworn. (2021). The Effects of Persuasive Communication Strategies and Campaign Images Used in Donation-Based Crowdfunding Project towards the Donating Intention Behavior. *Journal of Public Relations and Advertising*, 17(2). 132-160.
- Estellés-Arolas, E., & González-Ladrón-De-Guevara, F. (2012). Towards an integrated crowdsourcing definition. *Journal of Information Science*, 38(2), 189-200. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0165551512437638>
- Grier, D. A. (2013). *Crowdsourcing for dummies*. John Wiley & Sons.
- Howe, J. (2006). *Crowdsourcing: How the power of the crowd is driving the future of business*. Random House.
- Kultida Sayprom. (2022). *The Process and Users's Participation in News Reporting on Thai Crowdsourcing Platforms*. [Doctor of Philosophy, The Graduate School of Communication Arts and Management Innovation]. National Institute of Development Administration.
- Na'In, N., Husin, M. H., & Baharudin, A. S. (2021). Online crowdsourcing platform continuous participation during Covid-19: A low-income group perspective in malaysia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(10), 317-326. <http://dx.doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no10.0317>
- S.Kawintip. (22 ตุลาคม 2565). วิกีพีเดีย แหล่งความรู้ไม่แสวงผลกำไร แต่ทำรายได้หลักร้อยล้านบาท “จากเงินบริจาค”. BrandAge Online. <https://www.brandage.com/article/33038>.
- Supamangmee, S. (21 กรกฎาคม 2564). เราเชื่อ Wikipedia ได้แค่ไหน? การมาถึงของยุคสมัยที่คนอ่านคือผู้คัดสรรข้อมูล. The Matter. <https://thematter.co/thinkers/wikipedia-reliability-and-reader-duty/149253>.