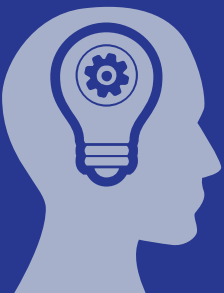




คู่มือ การสื่อสาร เพื่อขยายผล งานวิจัย

กลเม็ด เคล็ดลับไม่ลับความสำเร็จการสื่อสารงานวิจัย



คู่มือ การสื่อสาร เพื่อขยายผล งานวิจัย

กลเม็ด เคล็ดลับสู่ความสำเร็จการสื่อสารงานวิจัย

สารบัญ

4

ถ้อยแถลง
ดร.กิตติ สัจจาวัฒนา
ผู้อำนวยการ บพข.

6

บทนำ



12

บทที่ 1
วัตถุประสงค์



14

บทที่ 2
ลักษณะโครงการวิจัย
ที่นำมาถอดบทเรียน



22

บทที่ 3
บันได 9 ขั้น กระบวนการ
ออกแบบเพื่อสื่อสารงานวิจัย

บทที่ 4
องค์ประกอบสำคัญ
ของการสื่อสาร 8 ประการ

26



บทที่ 5
ปัจจัยความสำเร็จ
ของการสื่อสาร
งานวิจัย 7 ประการ

28



บทที่ 6
ข้อบ่งชี้ความสำเร็จ
ของการสื่อสารงานวิจัย

30



บทที่ 7
คุณค่า/ประโยชน์ของ
การสื่อสารงานวิจัย

32



ภาคผนวก

34

บรรณานุกรม

42



ถ้อยแถลง

ดร.กิตติ สัจจาวัฒนา ผู้อำนวยการ บพท.

พลวัตกรรมการแก้ปัญหาความยากจน ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม และพัฒนาระดับคุณภาพชีวิตตามบริบทพื้นที่ ด้วยองค์ความรู้จากงานวิจัยของคณาจารย์ นักวิจัย และการมีส่วนร่วมจากภาคีในพื้นที่ โดยการสนับสนุนทุนวิจัย จากหน่วยบริหารจัดการทุนด้านการพัฒนาพื้นที่ (บพท.) สำนักงานเร่งรัดการวิจัยและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันและการพัฒนาพื้นที่ (รพท.) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) มีความจำเป็นต้องได้รับการเสริมพลังจากกลไก และกระบวนการสื่อสารที่ถูกออกแบบและขับเคลื่อนอย่างเหมาะสม เพื่อแพร่กระจายองค์ความรู้จากงานวิจัยที่เป็นประโยชน์ ไปสู่การรับรู้อย่างกว้างขวาง เหนียวินให้เกิดการนำความรู้จากงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์

ข้อค้นพบหนึ่งซึ่งมีความสำคัญมากสำหรับการสื่อสารในอนาคต คือข้อมูลความรู้ที่เกิดจากงานวิจัย เป็นข้อมูลที่จะได้รับความน่าเชื่อถือมากที่สุด ด้วยเหตุที่เป็นข้อมูลความรู้จากการทดลอง จากการพิสูจน์ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง มีทฤษฎีรองรับ มีงานวิจัยรองรับ กระทั่งเกิดความเชื่อมั่นในความถูกต้อง

ลักษณะเช่นนี้สะท้อนชัดว่า เมื่อใดก็ตามที่เรามีข้อมูลความรู้จากงานวิจัย แล้วไปเชื่อมโยงกับการสื่อสาร จะทำให้มีพลังมากกว่าการสื่อสารเนื้อหาด้านอื่นที่ไม่มียานวิจัยรองรับการสื่อสารข้อมูลความรู้ต่อสาธารณะให้เกิดความตระหนักรู้ และยินยอมพร้อมใจที่จะนำข้อมูลความรู้ไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ จะมีด้วยกัน 2 แบบ คือ การสื่อสารการเปลี่ยนแปลงที่สื่อสารข้อมูลความรู้ที่ผ่านการพิสูจน์ ตรวจสอบ ผลลัพธ์จนเป็นที่ยอมรับ กับการสื่อสารข้อมูลความรู้ที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเกิดจากการกำหนดใจทวิวิจัยร่วมกัน ออกแบบการตอบใจทวิวิจัยร่วมกัน และลงมือแสวงหาความรู้แก้ใจทวิวิจัยร่วมกันระหว่างนักวิจัยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จนกระทั่งเห็นผลการเปลี่ยนแปลง

คณาจารย์ นักวิจัย และนวัตกรรมในฐานะผู้สื่อสารข้อมูลความรู้จากงานวิจัย ซึ่งมีชุดข้อมูลงานวิจัยที่ทรงคุณค่าอยู่ในความครอบครอง ต้องจัดระเบียบชุดข้อมูลความรู้จากงานวิจัยที่มีอยู่ให้พร้อมสำหรับใช้สื่อสารให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยตระหนักถึงปัจจัยสำคัญ

เมื่อใดก็ตาม
ที่เรามีข้อมูลความรู้
จากงานวิจัย
แล้วไปเชื่อมโยง
กับการสื่อสาร
จะทำให้มีพลังมากกว่า
การสื่อสารเนื้อหาด้านอื่น
ที่ไม่มีงานวิจัยรองรับ

ของความสำเร็จในการสื่อสารข้อมูลความรู้จากงานวิจัย 2 ประการคือ 1). ข้อมูลความรู้ที่สื่อสาร ต้องเชื่อถือได้ ซึ่งจะช่วยให้การสื่อสารทรงพลังมาก จะทำให้เราเป็น Influencer ที่แตกต่างจากสื่อทั่วไป 2). การแปลงข้อมูลความรู้ สำหรับการสื่อสารให้สาธารณชน รับรู้ง่าย และเข้าใจง่าย

จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องการสื่อสารสาธารณะ ด้วย ข้อมูลความรู้เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ผ่านมา จึงเกิด คู่มือการสื่อสารเพื่อขยายผลงานวิจัยนี้ขึ้น เพื่อเป็นคู่มือ นำทาง และสร้างความคิดไปสู่การเป็นนักสร้างการ เปลี่ยนแปลงที่ใช้ข้อมูลความรู้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะมี ประโยชน์กับผู้สนใจ

บทนำ

การสื่อสาร อุปมาเหมือนสะพานหรือพาหนะที่มีคุณภาพสูงในการพาองค์ความรู้จากโครงการวิจัย ซึ่งคณะผู้วิจัยทุ่มเทสืบค้น สอบทาน และแสวงหาคำตอบที่ดีที่สุดเหมาะสมที่สุดสำหรับแต่ละเหตุการณ์ ภายใต้บริบทที่หลากหลาย ถ่ายทอดไปสู่กลุ่มเป้าหมายทุกระดับ ทั้งระดับชุมชนในพื้นที่ ระดับปฏิบัติการในท้องที่ท้องถิ่น กระทั่งถึงระดับนโยบาย ตลอดจนสาธารณชนทั่วไป เพื่อสร้างการรับรู้และต่อยอดยกระดับไปสู่การใช้ประโยชน์ในการพัฒนา สร้างการเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดีขึ้น ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งรายได้ อาชีพ คุณภาพชีวิต คุณภาพสังคม รวมไปถึงคุณภาพสิ่งแวดล้อม

กระบวนการสื่อสาร เพื่อพาองค์ความรู้จากโครงการวิจัยที่ดี มีประโยชน์ ซึ่งหน่วยบริหารจัดการทุนเพื่อการพัฒนา

พื้นที่ (บพท.) สำนักงานเร่งรัดการวิจัยและนวัตกรรม เพื่อ
เพิ่มความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนาพื้นที่ (รพพ.)
กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
(อว.) ให้การส่งเสริม สนับสนุน ไปสู่การรับ-ปรับใช้ให้เกิด
ประโยชน์อย่างกว้างขวาง มีองค์ประกอบที่เข้ามาเกี่ยวข้อง
หลายประการด้วยกัน ตั้งแต่นักวิจัย ที่ต้องมีความตระหนัก
ในคุณค่าการสื่อสาร และเข้าใจในกระบวนการของการ
สื่อสาร ควบคู่ไปกับการศึกษาวิเคราะห์ทำความเข้าใจกับ
ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อกำหนดประเด็นของการ
สื่อสาร รูปแบบการสื่อสาร การลำดับสาระการสื่อสาร เนื้อหา
การสื่อสาร ภาษาในการสื่อสาร และช่องทางการสื่อสารให้
สอดคล้องกับค่านิยมของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้เพื่อ
ให้เกิดผลลัพธ์ และผลสัมฤทธิ์ที่ดีที่สุดของการสื่อสาร

คู่มือการสื่อสารเพื่อขยายผลงานวิจัยเล่มนี้ ก่อร่างขึ้นจาก
การสังเคราะห์ข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อการแพร่กระจาย
องค์ความรู้จากงานวิจัยที่มีคุณค่า มีประโยชน์ ไปสู่การใช้
ประโยชน์อย่างแพร่หลาย จากวงประชุมเชิงปฏิบัติการของ
นักวิจัย นวัตกรรม ตลอดจนประชาชนกลุ่มเป้าหมายในโครงการ
วิจัย และเครือข่ายสื่อในพื้นที่ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียง
เหนือ ภาคใต้ และภาคกลาง บูรณาการเข้ากับข้อมูล
จากรายงานฉบับสมบูรณ์ ซึ่งได้รับสนับสนุนทุนวิจัยจาก
บพท.จำนวน 3 ฉบับ ประกอบด้วย 1).โครงการการพัฒนา
ระบบสื่อสารเชิงกลยุทธ์ สำหรับส่งเสริมการวิจัยเพื่อการ



การสื่อสาร อุปมาเหมือน
สะพาน หรือพาหนะ
ที่มีอานุภาพสูงในการ
พองค์ความรู้จากโครงการวิจัย
ซึ่งคณะผู้วิจัยทุ่มเทสัปดาห์
สอบทาน และแสวงหาคำตอบ
ที่ดีที่สุด เหมาะสมที่สุด
สำหรับแต่ละเหตุการณ์
ภายใต้บริบทที่หลากหลาย
ถ่ายทอดไปสู่กลุ่มเป้าหมาย
ทุกระดับ



บริหารจัดการเชิงพื้นที่ (16 สิงหาคม 2564-15 สิงหาคม 2565) 2).โครงการการพัฒนาระบบการสื่อสารเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของงานวิจัย เพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ (15 ธันวาคม 2565-14 ธันวาคม 2566) 3).โครงการการพัฒนาระบบกลไกกระบวนการสื่อสาร สำหรับงานวิจัยและนวัตกรรม เพื่อการพัฒนาระดับพื้นที่เชิงยุทธศาสตร์ (25 มิถุนายน 2567-24 มิถุนายน 2568)

วัตถุประสงค์สำคัญของการจัดทำคู่มือการสื่อสารเพื่อขยายผลงานวิจัยฉบับนี้ มุ่งหวังให้นักวิจัย นวัตกรรม ตลอดจนภาคีเครือข่าย นำไปใช้ประโยชน์ในการขับเคลื่อนการสื่อสารงานวิจัยให้เป็นที่รับรู้อย่างกว้างขวาง และเหนี่ยวนำให้เกิดการนำองค์ความรู้จากงานวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการสร้างงาน สร้างรายได้ และยกระดับคุณภาพชีวิต คุณภาพสังคม ตลอดจนคุณภาพสิ่งแวดล้อมตามเจตนารมณ์ของคณะวิจัย และ บพท.

คณะผู้จัดทำหวังว่า คู่มือสื่อสารเพื่อขยายผลงานวิจัยเล่มนี้ ซึ่งยึดโยงอยู่กับทฤษฎีการสื่อสารที่สำคัญประกอบด้วย ทฤษฎีว่าด้วยการสื่อสาร SMCR ทฤษฎีการกำหนดวาระ ทฤษฎีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น และทฤษฎีการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม จะเป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่งานวิจัยของคณะวิจัย นวัตกรรม ตลอดจนภาคีวิจัยได้อย่างมีคุณภาพ และประสิทธิภาพ ■

บทที่ 1

วัตถุประสงค์

การสื่อสารโครงการวิจัย

ประกอบด้วยวัตถุประสงค์หลัก 4 ประการ



1.

กระตุ้นให้เกิด
ความสนใจ
ในโครงการวิจัย



2.

เหนี่ยวนำ
ให้เกิดการมี
ส่วนร่วม



3.

กระตุ้นให้เกิด
การนำไปใช้
ประโยชน์



4.

จุดใจให้เกิด
การเผยแพร่
สร้างการรับรู้
ในวงกว้าง

บทที่ 2

ลักษณะโครงการวิจัยที่นำมาถอดบทเรียน



โครงการวิจัยภายใต้การสนับสนุนทุนวิจัยจากหน่วยบริหารจัดการทุนด้านการพัฒนาพื้นที่ (บพท.) สำนักงานเร่งรัดสำนักงานเร่งรัดการวิจัยและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนาพื้นที่ (รพพ.)-องค์การมหาชน กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) ซึ่งถูกคัดสรรมา เป็นต้นแบบ เพื่อการถอดบทเรียนการสื่อสารโครงการวิจัย และพัฒนาไปสู่ “คู่มือการสื่อสารเพื่อขยายผลงานวิจัย” มีข้อพิจารณาจากคุณลักษณะสำคัญอย่างใดอย่างหนึ่งในจำนวนคุณลักษณะสำคัญ 6 ประการ ประกอบด้วย



1.สร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย และ
ภาคีที่เกี่ยวข้องในการดำเนินโครงการวิจัยได้อย่างเป็น
รูปธรรม

2.เห็นยวนำให้กลุ่มเป้าหมายสมัครใจเข้าร่วม
โครงการวิจัย

3.บูรณาการกลไก กระบวนการขับเคลื่อน
โครงการวิจัยครอบคลุมทั้ง 4 มิติ คือ คน-งบประมาณ-
วัสดุอุปกรณ์-การบริหารจัดการ

4.เป็นโครงการวิจัยที่มีสิ่งบ่งชี้ถึงความยั่งยืน

5.เป็นโครงการวิจัยที่มีการสื่อสารเพื่อสร้าง
การรับรู้ หรือเพื่อการขยายผล

6.เป็นโครงการวิจัยที่มีข้อมูลเชิงประจักษ์
ในการยกระดับสถานะทางสังคมของกลุ่มเป้าหมาย
(Social Mobility Movement)





ทฤษฎีบันได ๙ ขึ้นสู่ความพอเพียง
พอเพียง มั่งคั่ง ยั่งยืน

บันได	ขั้นที่ ๑	ขั้นที่ ๒	ขั้นที่ ๓	ขั้นที่ ๔	ขั้นที่ ๕	ขั้นที่ ๖	ขั้นที่ ๗	ขั้นที่ ๘	ขั้นที่ ๙
	พอมีกิน	พอมีใช้	พอมีอยู่	พอมีเย็น	พอมีสุข	พอมีดี	พอมีปัญญา	พอมีคุณธรรม	พอมีปัญญา
	พอมีกิน	พอมีใช้	พอมีอยู่	พอมีเย็น	พอมีสุข	พอมีดี	พอมีปัญญา	พอมีคุณธรรม	พอมีปัญญา

เศรษฐกิจพอเพียง ขึ้นก้าวหน้า
คุณธรรม + ความรู้

"การพัฒนาทำก่อนทำพื้นฐานให้มั่นคงก่อน ให้ถึงประเทศไม่ตก
แล้วจึงพัฒนาก้าวหน้าขึ้นในเรื่องๆ เป็นขั้นเป็นตอน ชีวจะแน่นอน"









โครงการวิจัยฯ ที่มีคุณลักษณะสอดคล้องกับ
คุณลักษณะสำคัญดังกล่าวข้างต้น อาจมีอยู่เป็นจำนวน
มาก แต่ถูกคัดสรรมาเป็นโครงการตัวอย่าง สำหรับการถอด
บทเรียนการสื่อสารโครงการวิจัย จำนวน 6 โครงการได้แก่

1). โครงการคนกาฬสินธุ์ ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง
(Kalasin Happiness Model-KHM) สานพลังภาคี แก้ไข
ปัญหาความยากจนแบบเบ็ดเสร็จแม่นยำ โดยมหาวิทยาลัย
กาฬสินธุ์

2).โครงการวิจัยการบริหารจัดการเพื่อแก้ไขปัญหา
ความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำพื้นที่จังหวัดสุรินทร์
ด้วยวิทยาศาสตร์วิจัย และนวัตกรรม กรณีศึกษาโครงการ
ปลูกผักอินทรีย์ผักแก่จน ชุมชนยะวิ๊ก อ.ชุมพลบุรี จ.สุรินทร์
โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์



3).โครงการวิจัยการพัฒนาสมรรถนะของเกษตรกร
กลไกความร่วมมือและขยายโอกาสทางการตลาดโคเนื้อ
อย่างยั่งยืนในจังหวัดน่าน โดยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4).โครงการวิจัยพัฒนาตัวแบบเชิงรุกและการ
ยกระดับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทุเรียนแบบครบวงจร
โดยมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

5).โครงการยกระดับการผลิตและการสร้างมูลค่า
ทุเรียนจังหวัดยะลา (ล้งทุเรียน อ.ธารโต จ.ยะลา)โดยสภา
เกษตรกรจังหวัดยะลา

6).โครงการแก้จน คนตานี โดยมหาวิทยาลัยสงขล
านครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี



บทที่ 3

9

บันได ขั้น
กระบวนการออกแบบ
เพื่อสื่อสารงานวิจัย



กำหนด
ประเด็น
การสื่อสาร
ให้ชัดเจน
(Clear Topic)



กำหนด
กลุ่มเป้าหมายหลัก
-กลุ่มเป้าหมายรอง
ในการรับสาร
(ClearTarget
Reciever)



กำหนด
รูปแบบ
การสื่อสาร
(Clear Format)



กำหนด
ช่องทาง
การสื่อสาร
(Clear Channel)

กระบวนการสื่อสารงานวิจัย เป็นกระบวนการ
แปลงความซับซ้อนของข้อมูลความรู้ทางวิชาการ
จากงานวิจัย ไปสู่การรับรู้ของสาธารณชน
ทั่วไป ด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย โดยต้องรักษา
ความถูกต้อง แม่นยำของข้อมูลเอาไว้โดยไม่คลาดเคลื่อน
เพื่อกระตุ้นและชักจูงให้สาธารณชนทั่วไปสนใจอ่าน-ฟัง-ดู
แล้วเกิดการนำไปใช้ประโยชน์



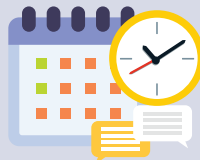
กำหนด
โครงเรื่อง
ในการ
สื่อสาร
(Clear
Storyline)



กำหนด
สาระสำคัญ
ในการสื่อสาร
(Clear Key
Messages)



ภาษาสื่อสาร
ต้องเข้าใจง่าย
(Simple
and Easy to
Understand)



กำหนด
จังหวะเวลา
การสื่อสาร (Most
Appropriate
time to
communicate)



กำหนด
วิธีการ
ประเมินผล
การสื่อสาร
(Evaluation
of Communi-
cation
Method)

กระบวนการสื่อสารงานวิจัย พอจะจำแนกออกได้
เป็น 9 ขั้นตอน ประกอบด้วย

1. กำหนดประเด็นการสื่อสารให้ชัดเจน (Clear Topic)

ต้องแปลงโจทย์หรือหัวข้อวิจัย ให้เป็นประเด็นการสื่อสารที่มีความคมชัด เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร

2. กำหนดกลุ่มเป้าหมายหลัก-กลุ่มเป้าหมายรองในการรับสาร (Clear Target Reciever)

ต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายรอง ที่ต้องการสื่อสารให้ชัดเจน และวิเคราะห์ทัศนคติ-รสนิยม-ประสบการณ์-พื้นฐานความรู้ของกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อประโยชน์ในการกำหนดรูปแบบการสื่อสาร ช่องทางการสื่อสาร โครงเรื่องในการสื่อสาร และสาระสำคัญในการสื่อสารให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

3. กำหนดรูปแบบการสื่อสาร (Clear Format)

ต้องดำเนินการสื่อสาร ในรูปแบบที่สอดคล้องกับค่านิยมในการรับสารของกลุ่มเป้าหมาย เช่น ภาพนิ่ง-วิดีโอ-คลิป-อินโฟกราฟิก-บทความ-พอดแคสต์ ฯลฯ

4. กำหนดช่องทางการสื่อสาร (Clear Channel)

ต้องเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารให้สอดคล้องกับค่านิยม หรือพฤติกรรมในการรับสารของกลุ่มเป้าหมาย ภายใต้บริบทที่หลากหลายในโครงสร้างพื้นฐานของสื่อ (Media Infrastructure) และ ภูมิทัศน์สื่อ (Media Landscape)

5. กำหนดโครงเรื่องในการสื่อสาร (Clear Storyline)

ต้องจัดวางลำดับการเล่าเรื่องที่ดึงดูดความสนใจ

ของผู้รับสาร และโน้มน้าวให้ผู้รับสารติดตามอ่าน-ฟัง-ดู
เรื่องราวตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ

6. กำหนดสาระสำคัญในการสื่อสาร (Clear Key Messages)

ต้องกำหนดสาระสำคัญที่เป็นเนื้อหาหลักของการ
สื่อสาร ให้ตอบสนองต่อความอยากรู้ หรือ ความสนใจ หรือ
ค่านิยมของผู้รับสาร

7. ภาษาสื่อสารต้องเข้าใจง่าย (Simple and Easy to Understand)

ต้องแปลงภาษาวิชาการ ให้เป็นภาษาสื่อสารที่
ไม่ซับซ้อน และรักษาความถูกต้องแม่นยำของข้อมูลโดย
ปราศจากความคลาดเคลื่อน เพื่อให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจ
ได้โดยง่าย และเข้าใจอย่างถูกต้อง

8. กำหนดจังหวะเวลาการสื่อสาร (Most Appropriate time to communicate)

ต้องเลือกสื่อสารข้อมูลให้สอดคล้องกับปฏิริยา
ความสนใจของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายในแต่ละช่วงเวลา
เหตุการณ์ หรือสถานการณ์

9. กำหนดวิธีการประเมินผลการสื่อสาร (Evaluation of Communication Method)

ต้องมีการออกแบบการติดตามและประเมินผล
ที่สอดคล้องกับรูปแบบการสื่อสาร เพื่อแก้ไขข้อบกพร่อง
และหนุนเสริมความสำเร็จของการสื่อสาร ทำให้การสื่อสาร
ถูกดำเนินการอย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ ■

บทที่ 4

องค์ประกอบสำคัญของการสื่อสาร 8 ประการ

1.



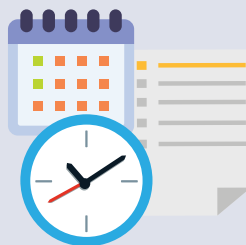
ความน่าเชื่อถือ
ของผู้ส่งสาร
(Reliability)

2.



ความถูกต้อง
ของข้อมูล
ที่สื่อสาร
(Accuracy)

3.



ความทันสมัย
ของข้อมูล
ที่สื่อสาร
(Timeliness)

4.



ความน่าสนใจ
ของข้อมูลที่
สื่อสาร
(Attractive)

5.



รูปแบบการ
สื่อสารที่
เหมาะสม
(Proper
Format)

6.



ภาษาสื่อสาร
เข้าใจง่าย
(Perspicuous)

7.



ช่องทาง
การสื่อสาร
ที่เหมาะสม
(Proper
Channel)

8.

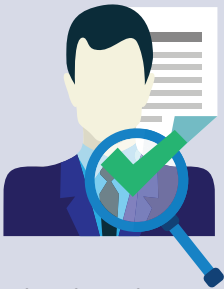


ผู้รับสาร
กลุ่มเป้าหมาย
(Target
Receiver)

บทที่ 5

ปัจจัยความสำเร็จของการสื่อสารงานวิจัย 7 ประการ

1



นักวิจัย/นวัตกร
มีความน่าเชื่อถือ
ตระหนักและยอมรับ
ในคุณค่า
ความสำคัญ
ของการสื่อสาร

2



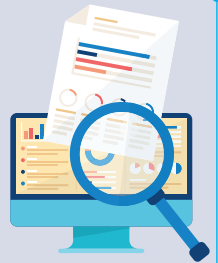
นักวิจัย/นวัตกร
เข้าใจใน
กระบวนการสื่อสาร
และมีทักษะ
ในการสื่อสาร
เข้าใจผู้รับสาร
กลุ่มเป้าหมาย

3



คุณภาพข้อมูล
งานวิจัย
ถูกต้อง
ครบถ้วน
ชัดเจน
ทันสมัย
สมเหตุสมผล

4



กลั่นกรอง
ข้อมูลงานวิจัย
เพื่อกำหนด
เป็นประเด็น
การสื่อสารได้
กระชับ
ชัดเจน
น่าสนใจ
สอดคล้อง
กับค่านิยม
ผู้รับสาร
กลุ่มเป้าหมาย

5



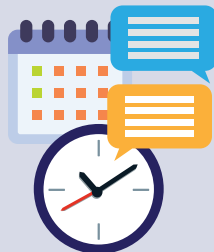
ภาษาสื่อสาร
เข้าใจง่าย
ชวนติดตาม

6



เลือกใช้ช่องทาง
การสื่อสาร
หลากหลาย
(Omni Channel)
ครอบคลุมทุกมิติ
ทั้ง Onsite
Online
Onair
Onscreen

7



สื่อสาร
ต่อเนื่อง
สม่ำเสมอ

บทที่ 6

ข้อบ่งชี้ความสำเร็จของการสื่อสารงานวิจัย

การติดตามประเมินผลความสำเร็จของการสื่อสารงานวิจัย
มีข้อบ่งชี้สำคัญดังต่อไปนี้

1



ความรู้
จากงานวิจัย
ถูกรับรู้
อย่างแพร่หลาย

2



ความรู้จาก
งานวิจัย
ถูกนำไปปรับใช้
ให้เกิดประโยชน์
และต่อยอด
ขยายผล

3



ความรู้จาก
งานวิจัย
ถูกเผยแพร่
ให้เกิดการรับรู้
หรือนำไปใช้
ประโยชน์
กว้างขวาง
ยิ่งขึ้น

4



ความรู้จาก
งานวิจัย
ถูกนำไปใช้กำหนด
เป็นแผนงาน
หรือมาตรการ
หรือนโยบาย
เพื่อประโยชน์สาธารณะ

5



ความรู้จาก
งานวิจัย
ถึงจุดให้
คนในพื้นที่
อยากมี
ส่วนร่วม

บทที่ 7

คุณค่า/ประโยชน์ของการสื่อสารงานวิจัย



1.

ทำให้งานวิจัย
ได้รับการรับรู้-เข้าใจ
ใช้ประโยชน์-ต่อยอด
ขยายผลอย่างแพร่หลาย



2.

ทำให้นักวิจัย/นวัตกรรม
เกิดความภาคภูมิใจ
ในงานวิจัย



3.

ทำให้นักวิจัย
มีแรงจูงใจ
ในการทำงานวิจัย
ที่มีคุณค่า
อย่างต่อเนื่อง



4.

ทำให้นักวิจัย
และมหาวิทยาลัย
ที่นักวิจัยสังกัด
มีชื่อเสียง
เป็นที่ยอมรับนับถือ



5.

งานวิจัยถูกนำไปใช้ประโยชน์
ในการวางนโยบาย
และมาตรการแก้ไขปัญหา
แบบพุ่งเป้า ได้อย่างแม่นยำ

6.

ก่อให้เกิดแรงกระเพื่อม
ให้เกิดการนำความรู้
จากงานวิจัย ไปใช้ประโยชน์
ในการสร้างการเปลี่ยนแปลง
ที่ดีขึ้นในการพัฒนาพื้นที่
พัฒนาคุณภาพชีวิต
และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม



ภาคผนวก

บพท

หน่วยบริหารจัดการทุน ด้านการพัฒนาพื้นที่ (บพท.)

ภายใต้สำนักงานเร่งรัดการวิจัย
และนวัตกรรมเพื่อเพิ่มความสามารถการแข่งขัน
และการพัฒนาพื้นที่ (รวพ.)

ท หน่วยบริหารจัดการทุนด้านการพัฒนาพื้นที่ หรือ บพท. เริ่มดำเนินการเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2562 โดยมีบทบาทเพื่อจัดสรรและบริหารทุนวิจัยและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ ชุมชน และท้องถิ่น มุ่งยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชนและเสริมขีดความสามารถของผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจเพื่อสังคม ด้วยการบริหารแผนงานวิจัยจากกองทุน ววน. สกสว. และแหล่งทุนอื่นอย่างมีประสิทธิภาพให้สอดคล้องกับ OKRs นโยบาย และแผน ววน. พ.ศ. 2566-2570

ปัจจุบัน บพท. ภายใต้ชื่อ “หน่วยบริหารจัดการทุนด้านการพัฒนาพื้นที่” ได้มีการปรับเปลี่ยนสถานะมาสังกัดสำนักงานเร่งรัดการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มความสามารถแข่งขันและการพัฒนาพื้นที่ (องค์การมหาชน) หรือ รวพ. ภายใต้กระทรวง อว. ซึ่งถูกออกแบบให้มีรูปแบบการบริหารและจัดการแบบใหม่รองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมในอนาคต และเปิดช่องว่างการดำเนินงานในระบบ ววน. เพื่อสร้างศักยภาพให้แก่ภาคเอกชนและภาคประชาสังคม โดยมีหน้าที่และบทบาทในการบริหารจัดการและให้ทุนวิจัยและนวัตกรรม ขับเคลื่อนและเร่งรัดการพัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์โดยการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ประโยชน์และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เป็นรูปธรรม มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ การสร้างรากฐานไปสู่อุตสาหกรรมและกิจการแห่งอนาคต การพัฒนาพื้นที่ และการยกระดับคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจฐานราก โดยเน้นการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสม (Appropriate technology) ไปเผยแพร่และถ่ายทอดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการลงทุนวิจัยและนวัตกรรมร่วม

กับภาคเอกชน รวมถึงการระดมทุนจากบุคคลทั่วไปหรือหน่วยงานอื่นเพื่อการวิจัยและนวัตกรรมและการนำผลงานดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ เชิงพาณิชย์หรือเชิงสังคม

วิสัยทัศน์

ทุกพื้นที่นำความรู้ กระบวนการเรียนรู้จากงานวิจัยและนวัตกรรมไปปรับใช้เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ลดความเหลื่อมล้ำ และแก้ไขปัญหาสำคัญที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่และการเปลี่ยนแปลง

พันธกิจ

การจัดสรรทุนวิจัยและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ การพัฒนาชุมชน หรือท้องถิ่น ที่มีวัตถุประสงค์ให้ประชาชนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นมีคุณภาพชีวิตที่ดีและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการรายใหม่ ธุรกิจขนาดจิ๋ว วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจสังคมในระดับพื้นที่

นโยบายและยุทธศาสตร์การขับเคลื่อน

หน่วย บพท. ดำเนินงานโดยมุ่งหวังการสร้างการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่และเป็น Catalyst for changes ของสังคม ด้วยการสนับสนุนทุนวิจัยและนวัตกรรม โดยใช้ “ข้อมูลกลไก กระบวนการ” ซึ่งเป็นหัวใจหลักของการทำงานวิจัยเพื่อพัฒนาพื้นที่ (Area-Based Collaborative Research) หน่วย บพท. จึงได้วางยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนงาน

Area-Based Strategic Programs

นโยบายและกลยุทธ์การขับเคลื่อน



วิจัยเพื่อการพัฒนาในระดับพื้นที่ ด้วยการนำแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 ซึ่งเป็นแผนการพัฒนาประเทศที่กำหนดกรอบและแนวทางการพัฒนาให้หน่วยงานของรัฐเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ประเทศไทยที่ว่า “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” รวมถึงแผนแม่บทภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติ มาวางกลยุทธ์การขับเคลื่อนงานวิจัยให้ครอบคลุมทุกมิติการพัฒนา ดังนี้

(1) มิติการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก มีกลุ่มเป้าหมายการพัฒนา 3 กลุ่มหลัก คือ (1) กลุ่มคนจนและครัวเรือนยากจน เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนและส่งเสริมความช่วยเหลือ (2) กลุ่มอาชีพ เพื่อสร้างเศรษฐกิจในชุมชนและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการรายใหม่ ธุรกิจขนาดจิ๋ว วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคมบนฐานทุน

วัฒนธรรมและทรัพยากรพื้นถิ่นถิ่น และ (3) กลุ่มชุมชน มุ่งเน้นให้ชุมชนเกิดการยอมรับปรับใช้นวัตกรรมเพื่อรองรับ การเปลี่ยนแปลงในสภาวะปัจจุบัน

(2) มิติการกระจายศูนย์กลางความเจริญ มีกลุ่ม เป้าหมายการพัฒนา คือ เมือง ท้องถิ่น จังหวัดและภูมิภาค ซึ่งเป็นการพัฒนาเชิงโครงสร้างและการจัดการ “ระดับเมือง” เพื่อดึงความเจริญทางเศรษฐกิจภายในจังหวัด สร้างกลไก พัฒนาพื้นที่ให้กับหน่วยงานระดับท้องถิ่น (Local Government) ผ่านผู้ว่าราชการจังหวัด เพื่อสร้างความเข้มแข็ง ให้กับหน่วยงานระดับตำบลและเทศบาล รวมถึงการจัดการ เรื่องเฉพาะกิจในพื้นที่เฉพาะ เช่น พื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ พื้นที่ พรอมแดนและพื้นที่ชายแดนใต้

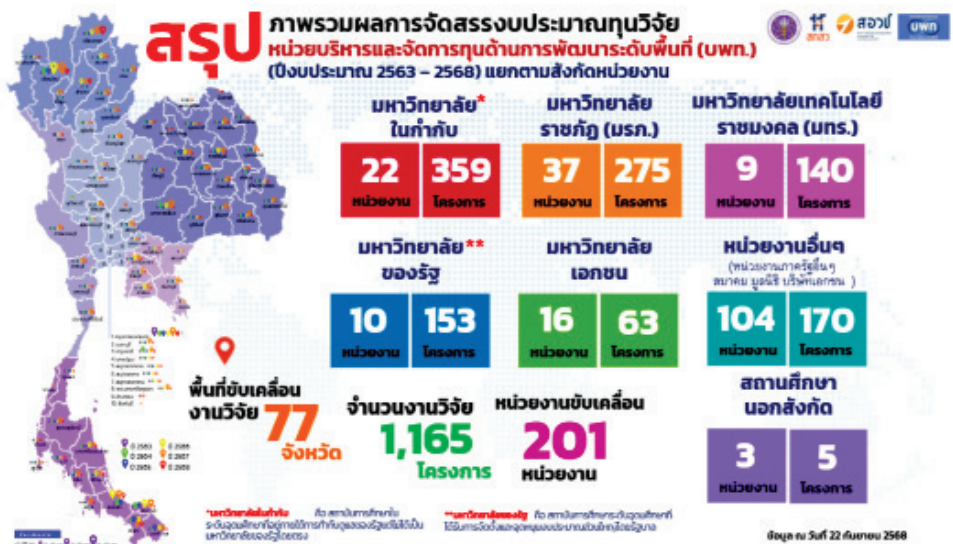
โดยการขับเคลื่อนงานวิจัยและนวัตกรรมเชิงพื้นที่ของ หน่วย บพท. มีเป้าหมายหลักในการพัฒนาเชิงระบบผ่าน กรอบยุทธศาสตร์ที่ครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการบริหารจัดการภาครัฐ ซึ่งภายใต้มิติการพัฒนา เศรษฐกิจฐานราก มีการสังเคราะห์ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อน งานวิจัยเพื่อพัฒนาพื้นที่และลดความเหลื่อมล้ำ ประกอบด้วย 2 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 “งานวิจัยและ นวัตกรรมเพื่อขจัดความยากจนแบบเบ็ดเสร็จและแม่นยำ” และยุทธศาสตร์ที่ 2 “การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากด้วย การพัฒนาคน และกลไกจากฐานทุนทรัพยากรพื้นถิ่นและทุน ทางวัฒนธรรม”

ภายใต้มาตรการกระจายศูนย์กลางความเจริญ มีการส่งเสริมให้
ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนงานวิจัยเพื่อพัฒนาพื้นที่และ
ลดความเหลื่อมล้ำ ประกอบด้วย 2 ยุทธศาสตร์ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 “การพัฒนาเมืองน่าอยู่และเมืองแห่ง
การเรียนรู้” และยุทธศาสตร์ที่ 2 “เสริมสร้างความ
เข้มแข็งและยกระดับขีดความสามารถในการจัดการ
ภาครัฐ และท้องถิ่น”

ผลการดำเนินงานหน่วย บพท. ปังบประมาณ พ.ศ. 2563 – 2568

ผลการดำเนินการของ หน่วย บพท. ตั้งแต่ปีงบประมาณ
พ.ศ. 2563 จนถึงปัจจุบัน ได้จัดสรรงบประมาณทุนวิจัย



และนวัตกรรมกระจายไปยังสถาบันอุดมศึกษา ทั้งภาครัฐ
และภาคเอกชน และหน่วยงานอื่นรวม 201 แห่ง จำนวน
1,165 โครงการ ครอบคลุมพื้นที่ดำเนินงานทั้ง 77 จังหวัด

สรุป

ผลการขับเคลื่อนงานวิจัยเชิงพื้นที่ตามยุทธศาสตร์ หน่วย บพท.

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 - 2568 โดยใช้ฐานทุนในการแก้ปัญหาในพื้นที่
ด้วยแพลตฟอร์มจากงานวิจัยและนวัตกรรม



77 จังหวัด ขับเคลื่อนงานวิจัย	201 หน่วยงาน ขับเคลื่อนงานวิจัย	23,753 นวัตกรรมชุมชน ที่ได้รับการยกระดับ	1,739 เทคโนโลยีที่เหมาะสม และนวัตกรรมพร้อมใช้	จุดีทางเศรษฐกิจ ชุมชนนวัตกรรม เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 NET PRESENT VALUE (M) 164,680,630 บาท	2,647 ชุมชนนวัตกรรม
ยกระดับผู้ประกอบการธุรกิจ ชุมชนในพื้นที่ 3,650 ราย	รายได้ธุรกิจชุมชน ในพื้นที่รวมกว่า 200 ล้านบาท 224.2 ล้านบาท	เพิ่มรายได้ ครัวเรือน ในพื้นที่ 1,377 ล้านบาท 10,315 ล้านบาท	กระจายรายได้ให้กับชุมชน 11,701,018 บาท	สร้างรายได้กลับสู่ท้องถิ่น 212,461,490 บาท	2,028 ผู้ประกอบการทาง วัฒนธรรมทั่วประเทศ
ผ่านระบบสื่อ สร้างสรรค์ 316 ราย	กิจกรรมกลาง ทางวัฒนธรรม 3,561 ครั้ง	1,645,624 คน ต่อปี	148,733 คน ต่อปี	อำเภอเสริม ท้องถิ่น 103 ราย	รายได้จากการใช้ โมเดลเสริม 830 ลว.
ผลิตภัณฑ์ และบริการ 1,190 ราย	สร้างรายได้ 500 ล้านบาท	288,837 คน ต่อปี	คนรุ่นใหม่ ในพื้นที่ 35,203 คน	โมเดล เสริม 299 ราย	
20 เมืองแห่งการเรียนรู้ (ใช้วิธีการขับเคลื่อนตามแผน)	500 ราย	53 ราย	ผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม 62 ราย	ยกระดับ อปท. ในพื้นที่ 400 ราย	87 นวัตกรรมเชิงนโยบาย (Policy Sandbox)

ทั้งนี้ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 - 2570 หน่วย บพท. ยังได้
ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การดำเนินงานผ่านการยกระดับการ
ดำเนินงานในแต่ละกรอบการวิจัย และมุ่งเน้นการพัฒนา
พื้นที่เชิงยุทธศาสตร์ด้วยงานวิจัยและนวัตกรรม (Strate-
gic Research Area; SRA) ด้วยการสร้างระบบและกลไก
การบูรณาการงานพัฒนาพื้นที่ด้วยข้อมูลและความรู้จากการ
บูรณาการงานวิจัยและนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้าง
รูปธรรมความสำเร็จ

จากการขับเคลื่อนงานวิจัยและนวัตกรรมของหน่วย บพท.
ไม่เพียงแต่เป็นการขับเคลื่อนให้เกิดความสำเร็จเชิงรูปธรรม

ในพื้นที่เท่านั้น หากแต่เป็นการขับเคลื่อนเพื่อผลักดันสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งจะเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อน “งานวิจัยเชิงพื้นที่” หรือ “Area Based Research” อีกทั้งงานวิจัยของหน่วย บพท. จะกลายเป็นฐานทุนสำคัญที่นำไปสู่การพัฒนาและต่อยอดเพื่อที่จะพลิกโฉมประเทศไทยตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) สำหรับ**หมวดหมู่ที่ 7** ที่มุ่งเน้นให้ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูงและสามารถแข่งขันได้ **หมวดหมู่ที่ 8** ที่มุ่งเน้นให้ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เติบโตได้อย่างยั่งยืน และ**หมวดหมู่ที่ 9** ที่มุ่งเน้นให้ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลง และคนไทยทุกคนมีความคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอ เหมาะสม ซึ่งทั้ง 3 หมวดหาดังกล่าวนี้นับว่ามีมิติของการพัฒนาเพื่อเพิ่มโอกาสและความเสมอภาคทางเศรษฐกิจและสังคม



บรรณานุกรม

1.มูลนิธิปัญญาภูมิ, รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการการพัฒนา
ระบบสื่อสารเชิงกลยุทธ์ สำหรับส่งเสริมการวิจัยเพื่อ
การบริหารจัดการเชิงพื้นที่ (16 สิงหาคม 2564-15 สิงหาคม
2565), หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับ
พื้นที่ (บพท.) , 2565

2.มูลนิธิปัญญาภูมิ, รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการการ
พัฒนาระบบการสื่อสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของงานวิจัย
เพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ (15 ธันวาคม 2565-14 ธันวาคม
2566),หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับ
พื้นที่ (บพท.), 2566

3.มูลนิธิปัญญาภูมิ, รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการการ
พัฒนาระบบ กลไก กระบวนการสื่อสาร สำหรับงานวิจัย
และนวัตกรรม เพื่อการพัฒนาระดับพื้นที่เชิงยุทธศาสตร์
(25 มิถุนายน 2567-24 มิถุนายน 2568), 2568

4.มูลนิธิปัญญาภูมิ, รายงานสรุปการประชุมเชิงปฏิบัติ
การ กระบวนการสร้างการสื่อสารงานวิจัยเพื่อการพัฒนา
ระดับพื้นที่, โรงแรมรามาร์กิ้น กรุงเทพฯ ระหว่างวันที่
6-8 พฤศจิกายน 2568

5.มูลนิธิปัญญาวุฒิ, รายงานสรุปการประชุมเชิงปฏิบัติการ กระบวนการสร้างการสื่อสารงานวิจัยเพื่อการพัฒนา
ระดับพื้นที่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, โรงแรมแม่โขง
เฮอริเทจ จังหวัด นครพนม ระหว่างวันที่ 29-30 มกราคม 2569

6.มูลนิธิปัญญาวุฒิ , รายงานสรุปการประชุมเชิงปฏิบัติการ
กระบวนการสร้างการสื่อสารงานวิจัยเพื่อการพัฒนาในระดับ
พื้นที่ภาคเหนือ, โรงแรมสืบทิศ จังหวัดลำปาง ระหว่างวันที่
10-11 กุมภาพันธ์ 2569

7.มูลนิธิปัญญาวุฒิ, รายงานสรุปการประชุมเชิงปฏิบัติการ
กระบวนการสร้างการสื่อสารงานวิจัยเพื่อการพัฒนาในระดับ
พื้นที่ภาคใต้, โรงแรมซีเอสปัตตานี จังหวัดปัตตานี ระหว่าง
วันที่ 14-15 กุมภาพันธ์ 2569

8.มูลนิธิปัญญาวุฒิ, รายงานการศึกษาเงื่อนไขและปัจจัย
ความสำเร็จการสื่อสารงานวิจัยใน 4 พื้นที่ 3 ภูมิภาค,
พฤษภาคม 2569





หน่วยบริหารจัดการทุน ด้านการพัฒนาพื้นที่ (บพท.)

สำนักงานเร่งรัดการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มความสามารถ
การแข่งขันและการพัฒนาพื้นที่ (องค์การมหาชน)

319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 14 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน
เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330



02-109-5432 ต่อ บพท.



<https://www.nxpo.or.th/A/>

<https://www.facebook.com/PMUA.THAI/>

เจ้าของ: หน่วยบริหารจัดการทุนด้านการพัฒนาพื้นที่ (บพท.)
สำนักงานเร่งรัดการวิจัยและนวัตกรรม
เพื่อเพิ่มความสามารถการแข่งขันและการพัฒนาพื้นที่ (รพว.)
กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.)

บรรณาธิการ: นายศักดิ์ชัย พฤตนิภัค



เมื่อใดก็ตาม
ที่เรามีข้อมูลความรู้
จากงานวิจัย
แล้วไปเชื่อมโยง
กับการสื่อสาร
จะทำให้มีพลังมากกว่า
การสื่อสาร
เนื้อหาด้านอื่น
ที่ไม่มีงานวิจัย
รองรับ



ดร.กิตติ สัจจาวัฒนา

ผู้อำนวยการหน่วยบริหารจัดการทุน
ด้านการพัฒนาพื้นที่ (บพท.)

