

แนวทางยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาข่าวปลอมของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดใน  
เขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

STRATEGIC GUIDELINES FOR SOLVING FAKE NEWS PROBLEMS OF THE  
PROVINCIAL PUBLIC RELATIONS OFFICE IN THE UPPER NORTHEASTERN  
REGION 1

ชาลิสา ชมภูราษฎร์<sup>1</sup> ศุภกฤต ปิติพัฒน์<sup>2</sup> บุษกร สุขแสน<sup>3</sup> และประภาพร สุปัญญา<sup>4</sup>  
Chalisa Chomphoorat<sup>1</sup>, Supagrit Pitiphat<sup>2</sup>, Bussagorn Suksan<sup>3</sup> and Prapaporn Supanya<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

<sup>1,2,3,4</sup> Doctor of Philosophy, Development Strategy Program, Faculty of Humanities and Social  
Sciences, UdonThani Rajabhat University  
E-mail: chalisa1979@gmail.com

Received: December 26, 2024  
Revised: May 18, 2025  
Accepted: May 19, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมของประชาชน  
ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 และ 2) นำเสนอแนวทางยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหา  
ข่าวปลอมของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 การวิจัย  
แบ่งเป็น 2 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากประชาชนที่อาศัย  
อยู่ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 จำนวน 20 ข้อ ข้อคำถามมี IOC อยู่ระหว่าง 0.80  
ถึง 1.00 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค ( $\alpha$ ) แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.859 กำหนดขนาด  
ตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่าง 400 คน โดยใช้  
วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม จำแนกตามพื้นที่ 5 จังหวัด เฉลี่ยตามสัดส่วนประชากร และวิเคราะห์  
ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอ้างอิง  
ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ สำหรับระยะ  
ที่ 2 สร้างยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาข่าวปลอม กำหนดกลุ่มเป้าหมายโดยวิธีแบบเจาะจง พิจารณา  
เน้นคุณสมบัติที่เป็นผู้เชี่ยวชาญและเป็นผู้มีประสบการณ์ด้านการสื่อสารเกี่ยวกับข่าวปลอมไม่น้อยกว่า  
5 ปี จำนวน 15 คน ใช้แบบบันทึกการประชุมเชิงปฏิบัติการ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการประชุม  
ระดมสมอง ระหว่างผู้ทรงคุณวุฒิ และแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลตามประเภทข้อมูลที่ได้จากแบบบันทึก  
การประชุมเชิงปฏิบัติการ ได้แก่ ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา  
วิเคราะห์ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ การวิเคราะห์ SWOT เพื่อสรุปเป็นร่างแนวทางยุทธศาสตร์การ

แก้ไขปัญหาลอปลอมของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
ตอนบน 1

ผลการวิจัยพบว่า 1) ประชาชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1  
มีการรู้เท่าทันข่าวปลอมอยู่ในระดับมาก ประชาชนที่มีจังหวัดที่อยู่อาศัย รุ่นอายุ และระดับการศึกษา  
ที่แตกต่างกัน มีระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ  
2) ผลการนำเสนอแนวทางยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาลอปลอม จำแนกออกเป็น 3 แนวทาง  
ยุทธศาสตร์ ได้แก่ การส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดกลไกกระบวนการตรวจสอบข่าวปลอม การสร้าง  
สังคมแห่งการรู้เท่าทันข่าวปลอมเพื่อสร้างภูมิคุ้มกัน และใช้สื่อได้อย่างปลอดภัย และการยกระดับ  
สำนักงานให้เป็นหน่วยงานด้านการแก้ไขปัญหาลอปลอมที่มีประสิทธิภาพสูง

### คำสำคัญ

ข่าวปลอม สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด ยุทธศาสตร์การพัฒนา การแก้ไขปัญหา

### ABSTRACT

This research aimed to 1) study the level of fake news literacy among people in Upper Northeastern Region 1, and 2) present strategic guidelines for solving the fake news problem for Provincial Public Relations Offices in Upper Northeastern Region 1. The research was conducted in 2 phases. Phase 1 involved collecting data via a questionnaire consisting of 20 items from people living in Upper Northeastern Region 1. The index of item-objective congruence (IOC) ranged from 0.80 to 1.00, and the Cronbach's alpha coefficient ( $\alpha$ ) for the entire questionnaire was 0.859. The sample size was determined using Yamane's formula at a 5% margin of error\*\*, yielding 400 respondents\*\*. Cluster sampling was used, stratified by 5 provinces and proportionate to the population. Data were analyzed using descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation) and inferential statistics (one-way ANOVA) using a statistical software package for social sciences. Phase 2 focused on developing strategies for solving the fake news problem. The target group of 15 experts was selected through purposive sampling, focusing on those with at least 5 years of experience in communication related to fake news. Workshop records were used to collect data from brainstorming sessions among experts. Data from the workshop, including opinions and suggestions, were categorized and analyzed using content analysis techniques, strategic positioning analysis, and SWOT analysis to develop draft strategic guidelines for solving the fake news problem for Provincial Public Relations Offices in Upper Northeastern Region 1.

The research findings revealed that 1) people in Upper Northeastern Region 1 had a high level of fake news literacy. People from different provinces, age groups,

and education levels showed statistically significant differences in fake news literacy levels at the 0.01 level\*\*, and\*\* 2) the proposed strategic guidelines for solving the fake news problem were classified into 3 strategies: promoting and developing mechanisms and processes for verifying fake news; creating a society with fake news literacy to build immunity and promote safe media use; and elevating the office to become a highly effective agency for solving fake news problems.

### Keywords

Fake News, Provincial Public Relations Office, Development Strategy, Problem Solving

### ความสำคัญของปัญหา

จากแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 - 2580) ได้กำหนดให้มีการส่งเสริมให้สื่อและสื่อสารมวลชนปฏิบัติงานบนเสรีภาพของสื่อ ควบคู่ไปกับจรรยาบรรณสื่ออย่างเคร่งครัดและมีความรับผิดชอบต่อสังคม พัฒนาเนื้อหาสาระที่เป็นข้อเท็จจริง และมีคุณภาพสูง รวมทั้งเสริมสร้างภูมิคุ้มกันความรู้ในการเลือกรับปรับใช้สื่อหรือการรู้เท่าทันสื่อและสื่อออนไลน์แก่เด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป ตลอดจนการเฝ้าระวังการบริโภคสื่อที่เหมาะสม (Office of the National Economic and Social Development Council, 2023) ปัจจุบันการใช้งานอินเทอร์เน็ตในสังคมไทยเพิ่มสูงขึ้น จากการศึกษาของ Chunratanakul, Kalyanamitra, Niyomyaht & Lakkanapichonchat (2021) พบว่า หน่วยงานภาครัฐต่างให้ความสำคัญกับการใช้สื่อออนไลน์เพื่อช่วยในการติดต่อสื่อสาร การประสานงานภายในหน่วยงาน และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่อประชาชน สอดคล้องกับภาคองค์กรธุรกิจ พิจารณาจากงานวิจัยของ Wongtha (2024) พบว่าองค์กรธุรกิจต่าง ๆ ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือทางการตลาด เพื่อใช้เป็นช่องทางสร้างการรับรู้และกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภค และเช่นเดียวกันในแวดวงสื่อมวลชน Rattanaphong (2020) ระบุว่า สื่อมวลชนได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอข่าวมาอยู่บนพื้นที่สื่อออนไลน์มากขึ้น คนที่นำเสนอข่าวไม่จำเป็นต้องเป็นสำนักข่าวที่มีชื่อเสียง และข่าวเหล่านี้ไม่จำเป็นต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบความถูกต้อง ทำให้สื่อออนไลน์กลายเป็นแหล่งข้อมูลจำนวนมากที่มีทั้งข้อมูลที่ถูกต้องและข้อมูลที่เป็นเท็จหรือที่เรียกกันว่า “ข่าวปลอม”

“ข่าวปลอม” เป็นปัญหาสำคัญที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน หมายถึงข่าวที่เป็นการเผยแพร่ข้อมูลผิด ข้อมูลเท็จ และข้อมูลบิดเบือนทั้งหมดหรือบางส่วน โดยเจตนาหรือไม่ก็ตาม ซึ่งสร้างความเสียหายต่อบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กร (Balakrishnan, Ng & Rahim, 2021) ข้อมูลข่าวสารอันเป็นเท็จเหล่านี้กำลังแพร่ระบาด (infodemic) อย่างหนัก สร้างความตระหนกและความสับสนให้กับประชาชนในประเทศ (Chongwilakasem, Anutarasothi & Muangsuk, 2021) เมื่อพิจารณาจากจำนวนข่าวปลอมที่เกิดขึ้นบนโลกออนไลน์ในประเทศไทยพบว่า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก 128 เรื่องในเดือนตุลาคม 2565 เพิ่มเป็น 201 เรื่องในเดือนมีนาคม 2566 โดยจำนวนข่าวปลอม เดือนตุลาคม 2565 จำนวน 128 เรื่อง เดือนพฤศจิกายน 2565 จำนวน 101 เรื่อง เดือนธันวาคม 2565 จำนวน

120 เรื่อง เดือนมกราคม 2566 จำนวน 132 เรื่อง เดือนกุมภาพันธ์ 2566 จำนวน 160 เรื่อง เดือน มีนาคม 2566 จำนวน 201 เรื่อง เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อเดือน (Ministry of Digital Economy and Society, 2023)

อย่างไรก็ตาม ผลกระทบจากข่าวปลอมแต่ละเรื่องนั้น มีการโพสต์และแชร์ส่งต่อกันในโลกออนไลน์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้คนในสังคมจำนวนมาก พิจารณาได้จากข้อมูลของ Anti-Fake News Center Thailand (2021) พบว่า ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน 2562 ถึง 23 ธันวาคม 2564 มีจำนวน ผู้โพสต์ข่าวปลอม 1,167,543 คน และจำนวนผู้แชร์ข่าวปลอม 23,785,145 คน โดยช่วงอายุ ของผู้โพสต์และแชร์มากที่สุด มีอายุระหว่าง 18-24 ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54.50 ขณะที่อายุ 55-64 ปี มีพฤติกรรมแพร่กระจายข่าวปลอมต่ำสุด คิดเป็นร้อยละ 0.10 สำหรับกลุ่มอาชีพที่สนใจ ประเด็นข่าวปลอมมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ กลุ่มผู้สื่อข่าว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 16.70 เนื่องจาก เป็นกลุ่มอาชีพที่ประชาชนให้ความสนใจ และเกิดความเชื่อถือในการเผยแพร่มากที่สุด รองลงมา คือ กลุ่มผู้จัดการ/ผู้บริหาร ร้อยละ 9.30 และผู้ประกอบการต่าง ๆ ร้อยละ 8.00 ขณะที่กลุ่มอาชีพ ของผู้แชร์ข่าวที่เข้าข่ายเป็นข่าวปลอมมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ กลุ่มอาชีพครู/อาจารย์ ร้อยละ 14.00 ตามมาด้วย กลุ่มนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มอาชีพช่างภาพ ร้อยละ 9.40 และกลุ่มอาชีพ วิศวกร ร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด เป็นหน่วยงานหลักด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐ สังกัด กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี โดยเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ประกอบด้วย สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด 5 แห่ง ได้แก่ อุดรธานี หนองคาย บึงกาฬ เลย และ หนองบัวลำภู (Office of Strategy Management Upper Northeast Provincial Cluster 1, 2022) ต่างประสบปัญหาข่าวปลอมที่มีแนวโน้มแพร่กระจายและเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว (Anutarasothi & Salathong 2019) จากการศึกษาที่ผ่านมา มีการระบุถึงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรู้เท่าทัน สื่อกับการเผยแพร่ข่าวปลอมในสื่อสังคมออนไลน์ กล่าวคือ หากบุคคลผู้รับข่าวสารขาดวิจารณญาณ หรือการรู้เท่าทันต่อข่าวปลอมหรือข้อมูลที่บิดเบือนที่เผยแพร่ในโลกอินเทอร์เน็ต อาจก่อให้เกิดความเสียหายทั้งต่อตนเองและสังคมโดยรวมได้ (Noosom & Sutthisrima, 2019) เมื่อพิจารณาจากผล การสำรวจสถานภาพระดับการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของประชาชนในปี พ.ศ. 2563 (Ministry of Digital Economy and Society, 2023) พบว่า ในภาพรวมประเทศไทยมีผลคะแนนเฉลี่ย คือ 68.60 แสดงให้เห็นว่าประชาชนไทย มีความรู้ ทักษะ ความเข้าใจ และสามารถประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินชีวิตประจำวันและการทำงานได้อย่างเหมาะสม หากพิจารณาเฉพาะ กลุ่มจังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 พบว่า เลย บึงกาฬ หนองคาย และอุดรธานี เป็น จังหวัดที่มีผลการประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ย 79.20, 70.30, 69.00 และ 68.00 ตามลำดับ แสดงว่าประชาชนโดยส่วนใหญ่ในเขตพื้นที่จังหวัดเหล่านี้สามารถค้นหาข้อมูล ใช้ข้อมูล และสื่อสารด้วยเครื่องมือทางดิจิทัลในชีวิตประจำวันและการทำงานได้อย่างเหมาะสม ยกเว้น หนองบัวลำภู มีผลการประเมินในระดับพื้นฐาน คะแนนเฉลี่ย 61.80 แสดงว่าประชาชนโดยส่วนใหญ่ ในจังหวัดดังกล่าว สามารถเข้าใจทฤษฎี หลักการ แนวทางปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูล การใช้ งานเครื่องมือดิจิทัล อินเทอร์เน็ต เพื่อสื่อสารในสังคมดิจิทัลได้ในระดับพอใช้ หากพิจารณาเป็นราย ด้าน โดยเฉพาะด้านกฎหมายดิจิทัล (Digital Law) พบว่า โดยส่วนใหญ่มีผลการประเมิน

ในระดับพื้นฐาน แสดงว่าประชาชนยังขาดความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น พ.ร.บ. ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 เป็นต้น จึงอาจทำให้ประชาชนเกิดความสับสนเกี่ยวกับการกระทำความผิดกฎหมายบนโลกออนไลน์ เช่น การผลิตและเผยแพร่ข่าวปลอมหรือการบิดเบือนข้อมูลข่าวสารโดยนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 100,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (Ministry of Digital Economy and Society, 2023) นอกจากนี้หากพิจารณาจากเป้าหมายตามแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2566–2580 ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม พบว่า สถานภาพการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของประชาชนในสังคมยังต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ภายในปี พ.ศ. 2570 (Office of the National Economic and Social Development Council, 2023)

จากที่กล่าวมาจึงเป็นเหตุเชื่อได้ว่า ประชาชนบางส่วนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ อาจทำให้หลงเชื่อข้อมูลเท็จและข้อมูลบิดเบือนจากการรับข่าวปลอม ซึ่งสร้างความเสียหายและส่งผลกระทบต่อบุคคลและสังคม จึงเป็นที่มาของการวิจัยในครั้งนี้ ที่ต้องการศึกษาถึงระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมและปัญหาที่เกิดขึ้น รวมทั้งสร้างยุทธศาสตร์สำหรับการแก้ไขปัญหา โดยผลการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่ หน่วยงานสื่อมวลชน และผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ สามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้เพื่อรับมือกับปัญหา และเป็นการเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อและข่าวสารจากสื่อออนไลน์ของประชาชน ซึ่งถือเป็นปรากฏการณ์สำคัญของการแก้ไขและป้องกันข่าวปลอมที่เกิดขึ้นในสังคมไทย

### โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

1. ระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมของประชาชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 อยู่ในระดับใด
2. แนวทางยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาข่าวปลอมของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ควรเป็นอย่างไร

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมของประชาชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1
2. เพื่อเสนอแนวทางยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาข่าวปลอมของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ระยะ ดังนี้

**ระยะที่ 1** ศึกษาระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมของประชาชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 จำนวน จำนวน 3,653,081 คน กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1976) ณ ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่าง 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) จำแนกตามพื้นที่ 5 จังหวัด เฉลี่ยตามสัดส่วนประชากร แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จังหวัด	ประชากร	สัดส่วนประชากร (%)	กลุ่มตัวอย่าง
อุดรธานี	1,566,510	43	172
เลย	638,732	17	70
หนองคาย	516,843	14	57
หนองบัวลำภู	509,001	14	56
บึงกาฬ	421,995	12	45
<b>รวม</b>	<b>3,653,081</b>	<b>100</b>	<b>400</b>

ที่มา: Office of Strategy Management Upper Northeast Provincial Cluster 1 (2023)

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 แบบสอบถามคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาอาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และจังหวัดที่อยู่อาศัย โดยข้อคำถามมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist Question) และตอบแบบเติมคำในช่องว่าง (Open-ended Question) ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอม โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ทักษะในการเข้าถึง 2) ทักษะการวิเคราะห์ 3) ทักษะการประเมินเนื้อหา และ 4) ทักษะการสร้างสรรค์ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ มีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ข้อคำถามมี IOC อยู่ระหว่าง 0.80 ถึง 1.00 ซึ่งมากกว่า 0.50 แสดงว่าแบบสอบถามมีความตรงเชิงเนื้อหา (Pasunon, 2015) และได้รับการประเมินความน่าเชื่อถือ โดยทดลองกับประชาชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดอุดรธานี จำนวน 30 คน ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค ( $\alpha$ ) แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.859 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 (Cronbach, 1990) แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเที่ยง (reliability) ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนในพื้นที่วิจัย 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดอุดรธานี เลย หนองคาย หนองบัวลำภู และจังหวัดบึงกาฬ ระหว่างเดือนสิงหาคม - ตุลาคม 2566 ด้วยแบบสอบถาม

### การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์

ระยะที่ 2 แนวทางยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาข่าวปลอมของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

### กลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มเป้าหมายโดยวิธีแบบเจาะจง (Purposive Sampling) พิจารณานับคุณสมบัติที่เป็นผู้เชี่ยวชาญและเป็นผู้มีประสบการณ์ด้านการสื่อสารเกี่ยวกับข่าวปลอมไม่น้อยกว่า 5 ปี ซึ่งลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Bodhisita, 2004) จำนวน 15 คน เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีความหลากหลาย ทำให้เกิดความอึดตัวและความพอเพียงของข้อมูลในการวิจัย (Sutheewasinnon & Pasunon, 2016)

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบบันทึกการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการประชุมระดมสมอง (Brainstorming) ระหว่างผู้ทรงคุณวุฒิ โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยระยะที่ 1 ต่อผู้เข้าร่วมประชุม เพื่อพิจารณาข้อค้นพบจากการวิจัยดังกล่าว ว่ามีประเด็นใดบ้างที่เป็น “อุปสรรค” ต่อการแก้ไขปัญหาข่าวปลอมที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เพื่อนำไปผนวกกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร (SWOT Analysis) นำไปสู่การกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัด และแนวทางยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาข่าวปลอมต่อไป

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเชิญให้ผู้เข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อเสนอแนวทางยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาข่าวปลอมของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลตามประเภทข้อมูลที่ได้จากแบบบันทึกการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ได้แก่ ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) วิเคราะห์ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ การวิเคราะห์ SWOT เพื่อสรุปเป็นร่างแนวทางยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาข่าวปลอมของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

### จริยธรรมการวิจัย

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการขอจริยธรรมจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ตามเลขที่รับรองโครงการ อว 0622.7/115 เลขที่ยื่นขอโครงการ จย.มน.067/2567 ลงวันที่ 19 มีนาคม 2567 โดยในขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลทุกระยะ ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับการปกป้องอาสาสมัคร ด้วยการชี้แจงว่าผู้วิจัยทำอะไร วิจัยเรื่องอะไร และจะนำข้อมูลไปใช้อย่างไร พร้อมให้คำมั่นว่าจะไม่เปิดเผยข้อมูลหรือทำให้เกิดความเสียหาย และในการเขียนรายงานวิจัยได้ใช้นามสมมติในการเขียน

### ผลการวิจัย

ระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมของประชาชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 แสดงรายละเอียดดังนี้

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เป็นเพศชายและเพศหญิงจำนวนเท่ากัน (จำนวน 183 คน, ร้อยละ 45.75) และมีเพียงส่วนน้อยที่เป็นเพศสภาพอื่น (จำนวน 34 คน, ร้อยละ 8.50) โดยส่วนใหญ่ในกลุ่มตัวอย่างอยู่ในกลุ่ม Gen Y กล่าวคือ มีอายุระหว่าง 29 – 43 ปี (จำนวน 173 คน, ร้อยละ 43.25) มีสถานภาพโสด (จำนวน 219 คน, ร้อยละ 54.75) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (จำนวน 186 คน, ร้อยละ 46.50) ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (จำนวน 138 คน, ร้อยละ 34.50) และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท (จำนวน 165 คน, ร้อยละ 41.25)

กลุ่มตัวอย่างมีการรู้เท่าทันข่าวปลอมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.01$ ,  $SD = 0.73$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการรู้เท่าทันข่าวปลอมอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ได้แก่ ทักษะการเข้าถึง ( $\bar{X} = 4.15$ ,  $SD = 0.72$ ) ทักษะการประเมิน ( $\bar{X} = 4.01$ ,  $SD = 0.75$ ) ทักษะการสร้างสรรค์ ( $\bar{X} = 3.95$ ,  $SD = 0.90$ ) และทักษะการวิเคราะห์ ( $\bar{X} = 3.94$ ,  $SD = 0.79$ ) ตามลำดับ

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมของประชาชนจำแนกรายจังหวัด พบว่า ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดแตกต่างกัน มีระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงรายละเอียดผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมของประชาชนจำแนกรายจังหวัด

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	4	54.013	13.503	33.980**	0.000
ภายในกลุ่ม	395	156.965	0.397		
รวม	399	210.977			

\*\*  $p < 0.01$



โดยประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอุดรธานี มีระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมต่ำกว่าจังหวัดหนองบัวลำภู เลย บึงกาฬ และหนองคาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้ยังพบว่า ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดหนองบัวลำภู มีระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมสูงกว่าจังหวัดเลย และอุดรธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสูงกว่าจังหวัดหนองคาย และบึงกาฬ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงรายละเอียดผลการเปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยดังตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** การเปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมของประชาชนจำแนกตามจังหวัด

จังหวัด	หนองบัวลำภู					
	$\bar{x}$	4.66	เลย	บึงกาฬ	หนองคาย	อุดรธานี
หนองบัวลำภู	4.66	-	0.56** (0.000)	0.40* (0.044)	0.43* (0.012)	1.03** (0.000)
เลย	4.10		-	0.16 (0.782)	0.13 (0.864)	0.47** (0.000)
บึงกาฬ	4.26			-	0.03 (0.999)	0.63** (0.000)
หนองคาย	4.23				-	0.60** (0.000)
อุดรธานี	3.63					-

\*\*  $p < 0.01$  \*  $p < 0.05$

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมของประชาชนจำแนกตามเพศ พบว่า ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมไม่แตกต่างกัน แสดงรายละเอียดผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมของประชาชนจำแนกตามเพศ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2	0.395	0.198	0.373	0.689
ภายในกลุ่ม	397	210.582	0.530		
รวม	399	210.977			

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมของประชาชนจำแนกตามเจนเนอเรชันพบว่า ประชาชนที่มีเจนเนอเรชันแตกต่างกัน มีระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงรายละเอียดผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนดังตารางที่ 5

**ตารางที่ 5** ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมของประชาชนจำแนกตามเจนเนอเรชัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2	27.278	13.639	29.476**	0.000
ภายในกลุ่ม	397	183.699	0.463		
รวม	399	210.977			

\*\*  $p < 0.01$

ประชาชนที่จัดอยู่ในกลุ่ม Gen X มีระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมต่ำกว่ากลุ่ม Gen Y และ Gen Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงรายละเอียดผลการเปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยดังตารางที่ 6

**ตารางที่ 6** การเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมของประชาชนจำแนกตามเจนเนอเรชัน

เจนเนอเรชัน	Gen Z      Gen Y      Gen X			
	$\bar{x}$			
Gen Z (เกิด พ.ศ. 2541 - 2565)	4.28	-	0.19 (0.064)	0.67** (0.000)
Gen Y (เกิด พ.ศ. 2523 - 2540)	4.09		-	0.48** (0.000)
Gen X (เกิด พ.ศ. 2508 - 2522)	3.61			-

\*\*  $p < 0.01$

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมของประชาชนจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงรายละเอียดผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนดังตารางที่ 7

**ตารางที่ 7** ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมของประชาชนจำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2	12.956	6.478	12.987**	0.000
ภายในกลุ่ม	397	198.021	0.499		
รวม	399	210.977			

\*\* p < 0.01

โดยประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมต่ำกว่ากลุ่มปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงรายละเอียดผลการเปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยดังตารางที่ 8

**ตารางที่ 8** การเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมของประชาชนจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่า ป.ตรี			สูงกว่า ป.ตรี
	$\bar{x}$			
ต่ำกว่า ป.ตรี	3.82	-	0.32** (0.000)	0.49** (0.001)
ป.ตรี	4.14		-	0.17 (0.421)
สูงกว่า ป.ตรี	4.31			-

\*\* p < 0.01

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมของประชาชนจำแนกตามอาชีพ พบว่าประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงรายละเอียดผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนดังตารางที่ 9

**ตารางที่ 9** ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมของประชาชนจำแนกตามอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	6	34.195	5.699	12.670**	0.000
ภายในกลุ่ม	393	176.782	0.450		
รวม	399	210.977			

\*\* p < 0.01

โดยประชาชนที่มีอาชีพเกษตรกร และรับจ้างทั่วไปรายวัน มีระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมต่ำกว่า 4 กลุ่มอาชีพ ได้แก่ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงรายละเอียดผลการเปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยดังตารางที่ 10

**ตารางที่ 10** การเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยระดับการรู้เท่าทันข่าวปลอมของประชาชนจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน/ ลูกจ้าง บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	เกษตรกร	นักเรียน/ นักศึกษา	รับจ้าง ทั่วไป รายวัน	อื่น ๆ	
$\bar{x}$	4.23	4.07	4.20	3.43	4.09	3.45	3.84	
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	4.23	-	0.16 (0.827)	0.03 (1.000)	0.80** (0.000)	0.14 (0.975)	0.78** (0.000)	0.39 (0.582)
พนักงาน/ ลูกจ้าง บริษัทเอกชน	4.07	4.07	-	0.13 (0.979)	0.64** (0.001)	0.02 (1.000)	0.62** (0.001)	0.23 (0.953)
ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	4.20	4.20	4.20	-	0.77** (0.000)	0.11 (0.996)	0.75** (0.000)	0.36 (0.753)
เกษตรกร	3.43	3.43	3.43	3.43	-	0.66** (0.001)	0.02 (1.000)	0.41 (0.644)
นักเรียน/ นักศึกษา	4.09	4.09	4.09	4.09	4.09	-	0.64** (0.008)	0.25 (0.961)
รับจ้างทั่วไป รายวัน	3.45	3.45	3.45	3.45	3.45	3.45	-	0.39 (0.674)
อื่น ๆ	3.84	3.84	3.84	3.84	3.84	3.84	3.84	-

\*\*  $p < 0.01$

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอุดรธานี เป็นกลุ่มอายุตั้งแต่วัยกลางคนขึ้นไป มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และมีอาชีพ “หาเช้ากินค่ำ” (เกษตรกร และรับจ้างทั่วไปรายวัน) ถือเป็นกลุ่มที่มีทักษะการรู้เท่าทันข่าวปลอมอยู่ในระดับต่ำกว่ากลุ่มอื่นที่ใช้ในการเปรียบเทียบ ซึ่งมีความเสี่ยงที่จะถูกหลอกลวงหรือตกเป็นเหยื่อจากข่าวปลอม

### แนวทางยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาข่าวปลอมของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร (SWOT Analysis) ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม พ.ศ. 2567 ณ ห้องประชุมศูนย์ปฏิบัติการจังหวัดอุดรธานี ชั้น 4 อาคาร 2 ศาลากลางจังหวัดอุดรธานี เพื่อร่วมกันวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร (SWOT Analysis) โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยระยะที่ 1 ต่อผู้เข้าร่วมประชุม เพื่อพิจารณาข้อค้นพบจากการวิจัยดังกล่าว โดยกำหนดให้เป็น “อุปสรรค” เพื่อนำไปผนวกกับผลการวิเคราะห์ SWOT ในส่วนอื่น นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้มีการปรับประเด็นข้อค้นพบจากการวิจัยระยะที่ 1 ให้เป็นข้อความที่สื่อความหมายได้อย่างถูกต้อง สอดคล้องกับความเป็นจริง และเข้าใจง่าย ดังปรากฏรายละเอียดตามตารางที่ 11

ตารางที่ 11 การปรับข้อความจากผลการวิจัยระยะที่ 1

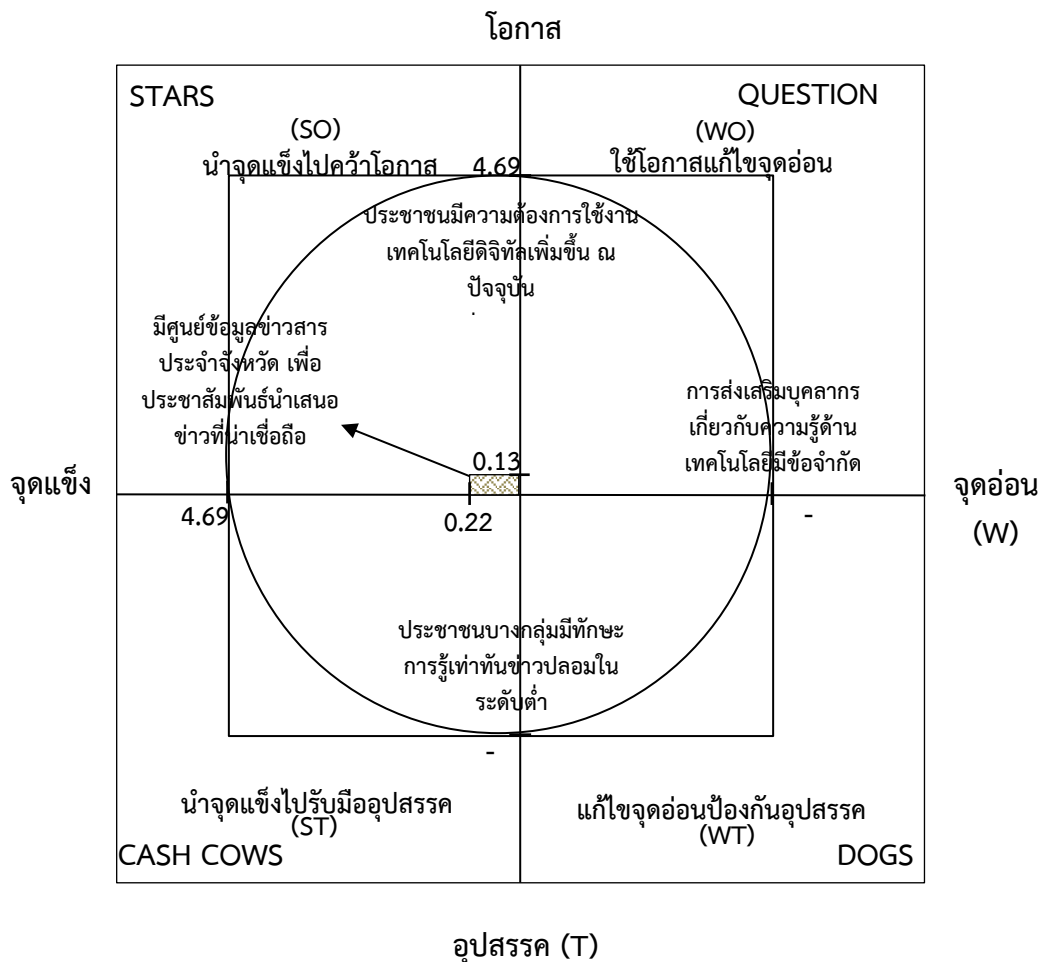
ข้อค้นพบการวิจัยระยะที่ 1	การกำหนด ประเด็นของ SWOT	ผลการปรับข้อความ
ประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอุดรธานี กลุ่มอายุ ตั้งแต่วัยกลางคนขึ้นไป มีการศึกษาต่ำกว่า ปริญญาตรี และมีอาชีพ “หาเช้ากินค่ำ” เป็นกลุ่ม ที่มีทักษะการรู้เท่าทันข่าวปลอมอยู่ในระดับต่ำกว่ากลุ่มอื่นที่ใช้ในการเปรียบเทียบ ซึ่งมีความเสี่ยงที่จะถูกหลอกหลวงหรือตกเป็นเหยื่อจากข่าวปลอม	“อุปสรรค”	ประชาชนบางกลุ่มมีทักษะการรู้เท่าทันข่าวปลอมในระดับต่ำ ได้แก่ กลุ่มวัยกลางคนและผู้สูงอายุ กลุ่มที่มีการศึกษาน้อย และกลุ่มอาชีพ “หาเช้ากินค่ำ”

ผลการวิเคราะห์ SWOT หลังจากนั้น ผู้เข้าร่วมประชุมได้ร่วมกันกำหนด “จุดอ่อน” “อุปสรรค” “จุดแข็ง” “โอกาส” ที่มีต่อการแก้ไขปัญหาข่าวปลอม (โดยผนวกข้อค้นพบจากการวิจัยระยะที่ 1 ให้เป็น “อุปสรรค: T2”) จากนั้นจึงหลอมรวมเป็นผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร ปรากฏผลดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 สรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ของสำนักงานประชาสัมพันธ์  
จังหวัดในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

สภาพแวดล้อมภายใน	
จุดแข็ง (STRENGTHS)	จุดอ่อน (WEAKNESSES)
<p>S1: ข่าวสารที่ผลิตได้รับความนิยมเชื่อถือจากประชาชน เนื่องจากเป็นหน่วยงานราชการ</p> <p>S2: แหล่งข่าวมีความน่าเชื่อถือ</p> <p>S3: มีเครือข่ายภายในหน่วยงานอยู่ทั่วประเทศ</p> <p>S4: มีศูนย์ข้อมูลข่าวสารประจำจังหวัด เพื่อการประชาสัมพันธ์นำเสนอข่าวที่น่าเชื่อถือ</p> <p>S5: มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย</p>	<p>W1: ขาดระบบและกลไกสำหรับแก้ไขปัญหาข่าวปลอมที่ชัดเจน</p> <p>W2: ไม่มีการกำหนดผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาข่าวปลอมที่ชัดเจน</p> <p>W3: ขาดการบูรณาการข้อมูลข่าวสารภายในหน่วยงานของกรมประชาสัมพันธ์</p> <p>W4: การส่งเสริมบุคลากรเกี่ยวกับความรู้ด้านเทคโนโลยีมีข้อจำกัด เช่น ขาดแคลนงบประมาณสำหรับพัฒนาบุคลากร</p>
สภาพแวดล้อมภายนอก	
โอกาส (OPPORTUNITIES)	อุปสรรค (Threats)
<p>O1: ข่าวปลอมที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ประชาชนต้องการเสพข่าวที่เชื่อถือได้</p> <p>O2: ภาครัฐให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนมากขึ้น</p> <p>O3: เทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานทำให้สามารถเข้าถึงคนทุกกลุ่มได้</p> <p>O4: ประชาชนมีความต้องการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มขึ้นจาก ณ ปัจจุบันสู่นาคต</p>	<p>T1: ประชาชนส่วนใหญ่มีทัศนคติและค่านิยมที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับข่าวปลอม</p> <p>T2: ประชาชนบางกลุ่มมีทักษะการรู้เท่าทันข่าวปลอมในระดับต่ำ ได้แก่ กลุ่มวัยกลางคนและผู้สูงอายุ กลุ่มที่มีการศึกษาน้อย และกลุ่มอาชีพ “หาเช้ากินค่ำ”</p> <p>T3: ระเบียบราชการ ไม่เอื้อเพื่อให้สรรหาอุปกรณ์ที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย</p> <p>T4: เทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้ผู้บริโภคมักเลือกในการรับชมสื่อได้หลากหลายช่องทาง</p>

การกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ ในเบื้องต้นผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมประชุมประเมินความสำคัญของประเด็นที่ระบุไว้ใน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร และค่าคะแนนที่ได้จากการวิเคราะห์ มาสร้างเป็นกราฟเพื่อระบุตำแหน่งยุทธศาสตร์ แสดงภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กราฟแสดงตำแหน่งยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาข่าวปลอมของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

จากภาพที่ 1 พบว่า จุดแข็งที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีศูนย์ข้อมูลข่าวสารประจำจังหวัดเพื่อการประชาสัมพันธ์นำเสนอข่าวที่น่าเชื่อถือ (4.69 คะแนน) จุดอ่อนที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดคือ การส่งเสริมบุคลากรเกี่ยวกับความรู้ด้านเทคโนโลยีมีข้อจำกัด เช่น ขาดแคลนงบประมาณสำหรับพัฒนาบุคลากร (4.61 คะแนน) โอกาสที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดคือ ประชาชนมีความต้องการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มขึ้นจาก ณ ปัจจุบันสู่อนาคต (4.69 คะแนน) อุปสรรคที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดคือ ประชาชนบางกลุ่มมีการรู้เท่าทันข่าวปลอมในระดับต่ำ (4.53 คะแนน) จากผลการประเมินสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าคะแนนสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 สรุปได้ว่า คะแนนสุทธิระหว่างจุดแข็งและจุดอ่อน (4.62 - 4.40) มีค่าเท่ากับ มี 0.35 คะแนน ส่วนคะแนนสุทธิระหว่างโอกาสและอุปสรรค (4.44 - 4.31) มีค่าเท่ากับ 0.13 คะแนน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า กลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับการแก้ไขปัญหาข่าวปลอมคือ กลยุทธ์ SO (SO strategies) การนำจุดแข็งไปคว้าโอกาส กล่าวคือ การใช้จุดแข็งและโอกาสที่มีของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดในเขตพื้นที่ภาค

ตะวันออก เฉียงเหนือตอนบน 1 มากำหนดเป็นกลยุทธ์เชิงรุก เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาชาวปละมในพื้นที่

การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัด และแนวทางยุทธศาสตร์ หลังจากที่ได้กำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์แล้ว ทางที่ประชุมได้ร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัด และแนวทางยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาชาวปละม ปรากฏรายละเอียดดังต่อไปนี้

### วิสัยทัศน์ (Vision)

“เป็นหน่วยงานที่ได้รับความเชื่อถือด้านข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง และร่วมขับเคลื่อนกลไกการแก้ไขปัญหาชาวปละมในพื้นที่ เพื่อป้องกันการหลอกลวงที่เกิดขึ้นกับประชาชน”

### พันธกิจ (Mission)

1. สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด มีบทบาทนำในการขับเคลื่อนกลไกการแก้ไขปัญหาชาวปละมในพื้นที่ เพื่อป้องกันการหลอกลวงที่เกิดขึ้นกับประชาชน
2. สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด เป็นหน่วยงานหลักในการบริหารจัดการข้อมูลและข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ
3. สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด เป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมและพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันชาวปละม เพื่อลดความรุนแรงของผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นในสังคม
4. สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด เป็นหน่วยงานหลักในการแก้ไขปัญหาและตอบโต้ชาวปละมอย่างรวดเร็ว

### เป้าประสงค์ (Goal)

1. เกิดกลไกกระบวนการตรวจสอบชาวปละมจากความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน องค์กรชุมชน และภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนเพื่อแก้ไขปัญหาชาวปละมในพื้นที่ได้มีประสิทธิภาพ
2. ประชาชนมีทักษะการรู้เท่าทันชาวปละม สามารถเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และสร้างสรรค์ข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้อง และไม่หลงเชื่อข้อมูลข่าวสารที่บิดเบือนหรือเป็นเท็จ
3. เป็นหน่วยงานที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน
4. มีระบบในการตรวจสอบชาวปละมได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

### ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์

#### 1. ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ

- 1.1 ประชาชนในพื้นที่มีสถานภาพการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
- 1.2 ประชาชนในพื้นที่ที่ถูกหลอกลวงจากชาวปละมลดลงไม่น้อยกว่า ร้อยละ 20

#### 2. ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ

- 2.1 ประชาชนในพื้นที่ได้รับการปลูกฝังทัศนคติและค่านิยมที่พึงประสงค์เกี่ยวกับการใช้สื่อ เพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องปลอดภัย
- 2.2 ประชาชนในพื้นที่มีภูมิคุ้มกันและใช้สื่อเพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างสร้างสรรค์

ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนา ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ แสดงรายละเอียด ดังตารางที่ 13



ตารางที่ 13 รายละเอียดประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนา

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	วิธีการ	ตัวชี้วัด
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดกลไกกระบวนการตรวจสอบข่าวปลอม	เกิดการบูรณาการกลไกความร่วมมือระดับพื้นที่เพื่อแก้ไขปัญหาข่าวปลอม	1) สนับสนุนและขับเคลื่อนให้เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน องค์กร ชุมชน และภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนเพื่อแก้ไขปัญหาข่าวปลอมในพื้นที่ 2) กำหนดแผนปฏิบัติการร่วมกันกับหน่วยงาน องค์กร ชุมชน และภาคีเครือข่าย เพื่อแก้ไขปัญหาข่าวปลอมในพื้นที่	<b>ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ</b> 1) กลไกความร่วมมือเพื่อแก้ไขปัญหาข่าวปลอม ไม่น้อยกว่า 1 กลไก/จังหวัด 2) ประชาชนในพื้นที่ที่ถูกหลอกลวงจากข่าวปลอมลดลงไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 <b>ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ</b> 1) ประชาชนมีความตระหนักและร่วมรับผิดชอบต่อการแก้ไขปัญหาวข่าวปลอม
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้เท่าทันข่าวปลอมเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันและใช้สื่อได้อย่างปลอดภัย	1) ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มวัยกลางคนและผู้สูงอายุ กลุ่มที่มีการศึกษาน้อย และกลุ่มอาชีพ “หาเช้ากินค่ำ” ได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และถูกต้อง 2) ประชาชนมีโอกาสเรียนรู้ พัฒนาตนเองและพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง 3) ประชาชนมีทัศนคติและค่านิยมที่ถูกต้อง ใช้สื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างปลอดภัย	1) สร้างเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐ เอกชน สื่อมวลชน และภาคประชาชน เพื่อร่วมกันทำงานด้านข้อมูลข่าวสารและนำไปสู่การพัฒนาระบบฐานข้อมูลกลาง สำหรับประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และถูกต้อง 2) อบรมให้ความรู้เพื่อยกระดับทักษะการรู้เท่าทันข่าวปลอม โดยเน้นไปที่กลุ่มเสี่ยงที่อาจตกเป็นเหยื่อจากข่าวปลอม เช่น ผู้สูงอายุ ผู้ที่มีการศึกษาน้อย คนหาเช้ากินค่ำ เป็นต้น 3) ผลิตสื่อสำหรับสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข่าวปลอม เพื่อให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นและเป็นการปรับทัศนคติและค่านิยมให้ไปในทิศทางที่ควรจะเป็น	<b>ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ</b> 1) สร้างเครือข่ายและระบบฐานข้อมูลกลาง จำนวน 1 ระบบ 2) ประชาชนในพื้นที่ที่มีสถานภาพการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 3) ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสำหรับสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข่าวปลอม ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 <b>ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ</b> 1) ทัศนคติ และค่านิยมที่พึงประสงค์ ทำให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ ปลอดภัย และสร้างสรรค์

## ตารางที่ 13 (ต่อ)

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	วิธีการ	ตัวชี้วัด
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การยกระดับสำนักงานให้เป็นหน่วยงานด้านการแก้ไขปัญหาวชาวมลที่มีประสิทธิภาพสูง	1) โครงสร้างหน่วยงานและระบบบริหารงานบุคคล มีความกระชับ ยืดหยุ่น คล่องตัว และโปร่งใส เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพในการทำงานและแก้ไขปัญหาชาวมล 2) บุคลากรของหน่วยงาน มีความสามารถและทักษะสูงในงานที่ทำ 3) บุคลากรได้รับการเพิ่มขีดความสามารถในด้านข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อปฏิบัติงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ และแก้ไขปัญหาชาวมลได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1) การปรับโครงสร้างหน่วยงานให้มีความพร้อมสนับสนุนการแก้ไขปัญหาชาวมล 2) ปรับแผนอัตรากำลังคนให้สอดคล้องกับการสนับสนุนการแก้ไขปัญหาชาวมล 3) กำหนดแผนยุทธศาสตร์การบริหารทรัพยากรบุคคลระยะ 5 ปี ให้สอดคล้องและสนับสนุนโครงสร้างหน่วยงานสำหรับแก้ไขปัญหาชาวมล 4) พัฒนาบุคลากรให้มีทักษะด้านดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการแก้ไขปัญหาชาวมล และปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 5) ทบทวนปรับปรุงและพัฒนากฎระเบียบภายในหน่วยงานที่เอื้อต่อการแก้ไขปัญหาชาวมล	<b>ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ</b> 1) แผนยุทธศาสตร์การบริหารทรัพยากรบุคคลที่สอดคล้องและสนับสนุนการแก้ไขปัญหาชาวมล จำนวน 1 แผน 2) บุคลากรที่ได้รับการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการแก้ไขปัญหาชาวมล ไม่น้อยกว่า 1 คน/หน่วยงาน 3) ประสิทธิภาพในการบริหารงานบุคคล ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 4) ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหาชาวมล ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 <b>ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ</b> 1) หน่วยงานสามารถแก้ไขปัญหาชาวมลในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) หน่วยงานมีการพัฒนาและปรับระบบวิธีปฏิบัติราชการให้ทันสมัย

## อภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการอภิปรายผลเพื่อให้เกิดความชัดเจนใน 2 ประเด็น ที่เป็นข้อค้นพบ ประกอบด้วย ประเด็นแรก ผลจากการศึกษาพบว่า ประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอุดรธานี กลุ่มอายุตั้งแต่วัยกลางคนขึ้นไป มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และมีอาชีพ “หาเช้ากินค่ำ” เป็นกลุ่มที่มีทักษะการรู้เท่าทันชาวมลอยู่ในระดับต่ำกว่ากลุ่มอื่นที่ใช้ในการเปรียบเทียบ ซึ่งมีความเสี่ยงที่จะถูกหลอกลวงหรือตกเป็นเหยื่อจากชาวมล สอดคล้องกับ ผลการสำรวจของ Office of the National Digital Economy and Society Commission (2023) พบว่าประชาชนในจังหวัดอุดรธานี มีสถานภาพการเข้าใจสื่อดิจิทัลในภาพรวมต่ำกว่าประชาชนในจังหวัดบึงกาฬ เลย และหนองคาย สอดคล้องกับงานของ Wuthirangsi (2021) พบว่า ประชาชนที่มีอายุมาก และมีการศึกษาต่ำไม่สูงมากนัก (ต่ำกว่าปริญญาตรี) มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวกับการทำความเข้าใจเนื้อหาการวิเคราะห์และประเมินผล อยู่ในระดับน้อย และสอดคล้องกับการศึกษาของ Nantakham (2016) พบว่า เกษตรกรประสบปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการใช้สื่อ เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่มีการศึกษา

ค่อนข้างต่ำ ไม่รู้จักวิธีเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและนวัตกรรมใหม่ ๆ สำหรับข้อค้นพบประเด็นที่ 2 ยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาวาฬพลอมของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ มีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่เข้าร่วมการประชุม แสดงให้เห็นว่า การสร้างยุทธศาสตร์ฯ โดยใช้วิจัยเป็นฐาน เป็นการศึกษาอย่างเป็นระบบ มีขั้นตอนที่ชัดเจน จึงทำให้การระบุปัญหา และการกำหนดยุทธศาสตร์ในการแก้ไขปัญหามีความถูกต้อง เหมาะสม และเป็นไปได้ สอดคล้องกับ Boocha & Seangduang (2021) ที่กล่าวว่า การวิจัยเป็นวิธีการดำเนินงานและกำหนดเกณฑ์ต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ สามารถยึดถือเป็นแนวทางในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ ยุทธศาสตร์ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ มีจุดเด่นอยู่ที่ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดกลไกกระบวนการตรวจสอบข่าวปลอม ที่มุ่งสนับสนุนและขับเคลื่อนให้เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานองค์กร ชุมชน และภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนเพื่อแก้ไขปัญหาวาฬพลอมในพื้นที่ สอดคล้องกับ Noumanong (2019) ที่กล่าวว่า การรวมตัวของกลุ่มเกิดเป็นเครือข่าย ซึ่งเป็นพัฒนาการของการรวมพลังคน ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ เพิ่มความสามารถในการบริหารจัดการ และเพิ่มพลังการต่อรองเพื่อแก้ไขปัญหาก็เผชิญอยู่หรือเพื่อพึ่งตนเองได้มากขึ้น

#### ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

##### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดแต่ละแห่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ควรนำยุทธศาสตร์ทั้ง 3 ประเด็น ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดกลไกกระบวนการตรวจสอบข่าวปลอม ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างสังคมแห่งการรู้เท่าทันข่าวปลอมเพื่อสร้างภูมิคุ้มกัน และใช้สื่อได้อย่างปลอดภัย และยุทธศาสตร์ที่ 3 การยกระดับสำนักงานให้เป็นหน่วยงานด้านการแก้ไขปัญหาวาฬพลอมที่มีประสิทธิภาพสูง มาปรับใช้ในองค์กร โดยขยายไปสู่ระดับปฏิบัติการ โดยประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับบริบทขององค์กร นั้น ๆ

##### ข้อเสนอแนะเชิงบริหาร

ควรจัดอบรมเสริมทักษะให้กับกลุ่มวัยกลางคนขึ้นไป กลุ่มที่มีการศึกษาน้อย และกลุ่มอาชีพ “หาเช้ากินค่ำ” ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงต่อการหลอกลวงจากข่าวปลอม เป็นอันดับแรก ลดผลกระทบเชิงลบและการเผยแพร่ข่าวปลอมให้อยู่ในวงจำกัด

##### ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

การนำยุทธศาสตร์ทั้ง 3 ประเด็น มาปรับใช้ จะเป็นการหนุนเสริมการแก้ไขปัญหาวาฬพลอมที่เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน และนำไปสู่เป้าหมายการพัฒนา กล่าวคือ 1) ประชาชนในพื้นที่มีสถานภาพการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 2) ประชาชนได้รับการปลูกฝังทัศนคติและค่านิยมที่พึงประสงค์เกี่ยวกับการใช้สื่อ เพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องปลอดภัย และ 3) ประชาชนในพื้นที่มีภูมิคุ้มกันและใช้สื่อเพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างสร้างสรรค์ ตามแผนแม่บทยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ต่อไป

## References

- Anti-Fake News center Thailand. (2021). *Dī ‘ī’ ē sō chō tuālek Khon Thai chæ khāo plōm mā̄k thung yīsipsām lā nakha na phop sūmŪanchon hai khwām sonchāi panhā khāo plōm phōēm khun* [“DES” shows the number of Thai people sharing fake news up to 23 million people, found that the media is paying more attention to the fake news problem]. Retrieved from <https://www.antifakenewscenter.com/news/>.
- Anutarasothi, P. & Salathong, S. (2019). *Khūmŭ phākpatibat nak truat sōp khōthetching* [Fact-check in Action]. Bangkok: Infoflow Media.
- Balakrishnan, V., Ng, K. S. & Rahim, H. A. (2021). To share or not to share – The underlying motives of sharing fake news amidst the COVID-19 pandemic in Malaysia. *Technology in Society*. 66(1), 1-11.
- Bodhisita, C. (2004). *Sāt læ sin hæng kānwichai chōeng khunnaphāp* [The science and art of qualitative research]. Bangkok: Amarin Printing and Publishing.
- Boocha, P. & Seangduang, N. (2021). *Kān wi chō læ phatthanā : krabūankān læ kān pra yuk chai* [Research and Development: Process and Application]. *Journal of Phrae Public Health for Development (JPPHD)*. 1(1), 77-89.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing*. 5<sup>th</sup> ed. New York: Harper Collins.
- Chunratanakul, I., Kalyanamitra, K., Niyomyaht, S. & Lakkanapichonchat, T. (2021). *Botbāt khōng nūaingan phāk rat tō ‘akānchai sū sangkhom ‘ō lon* [Role of government sectors for using of social media]. *Journal of Educational Review Faculty of Educational in MCU*. 8(1), 222-234.
- Ministry of Digital Economy and Society. (2023). *Sarup phon kānsamruāt khōmŭn sathānaphāp kān rūthao than sūsān sonthēt læ kān khaochai di chī than khōng prathēt Thai Phō.Sō. sōngphanhārōjhoksiphok* [Summary of the survey results on the status of information literacy and digital understanding in Thailand 2023]. Bangkok: Ministry of Digital Economy and Society.
- Nantakham, T. (2016). *Kānraprū khōmŭn khaosān dān kān kaset chāk sūmŪanchon khōng kasettrakōn nai ‘amphœ San Sāi chāngwat Chiāng Mai* [Perception on Agricultural Data through Mass Media of Farmers in Sansai District, Chiangmai Province]. Master of Science in Rural Resources Development. Maejo University.

- Noosom, N. & Suttisima, V. (2019). Laksana khōng khāo plōm nai prathēt Thai læ radap khwāmru thaothan khāo plōm bon fē sabuk khōng phū rap sǎn nai khēt Krung Thēp Mahā Nakhōn [The Analysis of Fake News and The Level of Media Literacy of Users in Bangkok]. *Journal of Communication Arts*. 37(1), 37-44.
- Noumanong, N. (2019). Khrūakhāi khwāmruāmmū thāng wichākān khōng bukkhalākōn sǎi wichākān phūā kān sanapsanun phāen yutthasāt khōng khana sangkhommasāt mahāwitthayalai Chīang Mai [Academic Networks of Academic Staff for Supporting the Strategic Plan of the Faculty of Social Sciences, Chiang Mai University]. *Political Science and Public Administration, Khon Kaen University [PSPAJ-KKU]*. 10(1), 33-50.
- Office of the National Digital Economy and Society Commission. (2023). *Phon kāndamnoēn ngān khōng sūn tōtān khāo plōm prathēt Thai* [Results of the operations of the Anti-Fake News Center of Thailand]. Retrieved from <https://www.mdes.go.th/ebook>.
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2023). *Phāen mǎebot phāitai yutthasāt chāt (Phō,So, sōngphanhārōjhoksiphok - sōngphanhārōjpāetsip) (chabap kǎekhai phōemtoēm)* [Master Plan under the National Strategy (2023 - 2037) (Revised Edition)]. Bangkok: Office of the Prime Minister.
- Office of Strategic Management of Upper Northeastern Province 1. (2022). *Phāen phatthanā klum chāngwat phāk tawan'ōk chīang nūā tōn bon nung raya hā pī Phō,So, sōngphanhārōjhoksiphok sōngphanhārōjchetsip chabap thopthūan rōp pī Phō,So, sōngphanhārōjhoksipchet* [Development Plan for the Upper Northeastern Provinces Group 1, 5-Year Period 2023 - 2027, Revised Edition 2024]. Udon Thani: Udon Thani Provincial Office.
- Office of Strategy Management Upper Northeast Provincial Cluster 1. (2023). *Phāen mǎebot phāitai yutthasāt chāt (Phō,So, sōngphanhārōjhoksiphok - sōngphanhārōjpāetsip) (chabap kǎekhai phōemtoēm)* [Master Plan under the National Strategy (2023 - 2037) (Revised Edition)]. Bangkok: The Prime Minister's Office.

- Pasunon, P. (2015). Khwām thiāngtrong khōng bæpsōpthām samrap ngānwichai thāng sangkhommasāt [Validity of Questionnaire for Social Science Research]. **Journal of Social Sciences Srinakharinwirot University**. 18(1), 375-396.
- Rattanaphong, S. (2020). Kānsuksā laksana khōng khāo plōm thī phōēiphraē phān sū ‘ō nalaī nai prathēt Thai læ nāothāng kān rapmū [Characteristics of fake news in Thailand and the approach to counter them]. Master of Arts Thesis. National Institute of Development Administration.
- Sutheewasinon, P. & Pasunon, P. (2016). Konlayut kānlūk tuāyāng samrap kānwichai chōng khunnaphāp [Sampling Strategies for Qualitative Research]. **Parichart Journal**. 29(2), 31-48.
- Wongtha, P. (2024). Kān wikhrō patchai khōng sū sangkhom ‘ō nalaī thī mī ‘itthi phon tō ‘akān tatsin chāi ‘ā hān sōem [An Analysis of Factors Influencing the Decision to Dietary Supplements through]. **Journal of Applied Information Technology**. 10(1), 186-204.
- Wuthirangsi, A. (2021). Kān rūthao than sū di chī than khōng phūsung ‘āyu [Digital Literacy of Elderly]. **Interdisciplinary Studies Journal**. 21(1), 90-106.
- Yamane, T. (1976). **Statistics: An introductory analysis**. 2<sup>th</sup> ed. New York: Harper and Row.