



การขยายผล

ในงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น



รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ



การขยายผล ในงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น



รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ

การขยายผล

ในงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น

ISBN	978-616-94480-0-6
ผู้เขียน	รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ
บรรณาธิการ	ทิพย์พฐ ฤกษ์สุนทร สุวรรณษา บัวพันธ์ ฤกษ์รัตน์ ปักกันต์ธร
ที่ปรึกษา	ศ.ดร.ปิยะวัติ บุญ-หลง ดร.สมคิด แก้วทิพย์
ผู้ประสานงาน	อัญมณี แสงแก้ว
พิมพ์ครั้งที่ 1	มีนาคม 2567 จำนวน 1,000 เล่ม
ผู้สนับสนุน	สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) 96 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ 0 2579 1370
ผู้จัดพิมพ์	โครงการการบริหารจัดการงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม ประจำปี 2566 สถาบันคลังสมองของชาติ อาคารอุดมศึกษา 2 ชั้น 19 เลขที่ 328 ถนนศรีอยุธยา แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 0 2126 7632-34 โทรสาร 0 2126 7635 Website: www.knit.or.th
ออกแบบ/พิมพ์ที่	หจก.วนิดาการพิมพ์ 14/2 หมู่ที่ 5 ตำบลสันผีเสื้อ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300 โทรศัพท์/โทรสาร 0 5311 0503-4

คำนำ

งานวิจัยเพื่อท้องถิ่น (Community-Based Research หรือ CBR) เริ่มมีบทบาทในการพัฒนาท้องถิ่น และหนุนเสริมศักยภาพนักวิจัยชาวบ้านอย่างต่อเนื่องมานับแต่ปี พ.ศ. 2541 จนปัจจุบันได้ก้าวเข้าสู่ทศวรรษที่ 3 ซึ่งการก้าวเดินของ CBR ในระยะเวลาที่ผ่านมาได้ส่งสมประสบการณ์ในการขับเคลื่อนงานที่สามารถถ่วงออกมาเป็นความรู้ในหลากหลายมิติ อาทิ กระบวนการในการดำเนินการ การมีส่วนร่วม การเสริมพลังท้องถิ่น ชุมเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล และมุมมองในการพัฒนาท้องถิ่น ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนางานเชิงพื้นที่ตั้งแต่ระดับของคน CBR เอง ภาครัฐที่เข้าร่วมขับเคลื่อน และสาธารณชนที่สนใจ ผ่านหนังสือเล่มเล็กที่ส่งผ่านสู่สังคม และผู้สนใจเป็นระยะเสมอมา

หนังสือ “การขยายผลในงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น” เป็นอีกหนึ่งคู่มือ และชุดความรู้ที่มีความน่าสนใจและมีคุณค่า อันเป็นผลจากการถอดจากประสบการณ์การขับเคลื่อนงานของ CBR ผ่านมุมมองของรองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ ที่ได้ร่วมขับเคลื่อนงาน และคลุกคลีใกล้ชิดกับ CBR มาอย่างต่อเนื่อง โดยหนังสือเล่มนี้จะชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการขยายผลในงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น มุมมองและมิติในการขยายผล รวมถึงแนวทาง/วิธีการในการขยายผล ตลอดจนรูปแบบ และตัวอย่างของการขยายผลในงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น ที่เป็น Guideline สำคัญสำหรับคน CBR และผู้สนใจในการขยายผลงาน หรือโครงการขนาดเล็ก ในระดับพื้นที่สู่การผลักดัน หรือชี้ให้เห็นความสำคัญของงานลักษณะดังกล่าว เพื่อเชื่อมต่อความสำคัญกับการพัฒนาในระดับที่สูงขึ้น

คณะผู้จัดทำหวังใจว่าสาระและความรู้ในหนังสือเล่มเล็กนี้จะหนุนเสริมให้ผู้อ่านเข้าใจตั้งแต่ต้นทางของการขยายผลในงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น และนำสู่การปรับหรือประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับงาน หรือพื้นที่ของทุกท่านจนสามารถ “ขยายผล” ได้อย่างเป็นรูปธรรม เกิดประโยชน์ต่อพื้นที่และประเทศต่อไป

สารบัญ

เริ่มเรื่องก่อนเริ่มต้น 1

ส่วนที่ 1	ทำไมต้องขยายผลในงานวิจัย CBR	6
1.1	ความสำคัญของการขยายผล	8
1.2	ประวัติแนวคิด “การขยายผล” ในวงวิชาการสากล	14
1.3	การขยายผล: จากความจำเป็นสู่ความเข้าใจ	35
1.4	ลักษณะเฉพาะของการขยายผลในงานวิจัย CBR	44

ส่วนที่ 2	การขยายผลใน CBR: ภาพถ่ายจากหลายกล้อง	52
------------------	---	-----------

ส่วนที่ 3	360 องศาของการขยายผลในงานวิจัย CBR	66
3.1	“ตัวคน” ในงานขยายผลของ CBR	68
3.2	ครอบครัว กลุ่ม เครือข่าย กับการขยายผล	83
3.3	พื้นที่กับการขยายผล	104
3.4	การขยายผลเชิงความรู้	115
3.5	การขยายผลเชิงประเด็น/กิจกรรม	129
3.6	การขยายผลแบบนอนและ การขยายผลแนวตั้ง	140
3.7	แรงจูงใจกับการขยายผล	158

ส่วนที่ 4	แนวคิดหนุนหลังเรื่องการขยายผลในงาน CBR	166
4.1	แนวคิดเรื่อง “จุดร่วม-จุดต่าง”	168
4.2	แนวคิดเรื่อง “การไหลของการสื่อสารแบบสอง/หลายจังหวะ”	178
4.3	การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการขยายผลงานวิจัย CBR	184

ส่วนที่ 5	ตัวอย่างรูปแบบของการขยายผลในงาน CBR	208
------------------	--	------------

เริ่มเรื่อง
ก่อนเริ่มต้น ✨

ผู้เขียนเริ่มสนใจประเด็น “การขยายผล” (Extension) ในงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น (Community-Based Research จากนั้นไปจะเรียกว่า CBR) ตั้งแต่เมื่อ 10 กว่าปีที่แล้ว เนื่องจากในปี พ.ศ. 2550 ผู้เขียน (ซึ่งมาจากดวงดาวอื่นในจักรวาลการวิจัย) ได้มีโอกาสเข้ามาช่วยงานสังเคราะห์ผลงาน CBR ของเขตภาคกลาง-ตะวันออก-ตะวันตก ที่ผ่านมาในช่วงสิบปีของฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จากประสบการณ์ทั้งการอ่านรายงานการวิจัยและได้พบกับตัวเป็น ๆ ของนักวิจัยชุมชนและโหนด-พี่เลี้ยงของ CBR ทำให้ผู้เขียนรู้สึกตื่นตาตื่นใจกับ “งานวิจัยที่ทำแล้วมีปลาตัวโต ๆ ว่ายมาถึงหน้าบ้าน มีหยอยนางรมตัวใหญ่ ๆ มาให้กินได้จริง ๆ” รวมทั้งรู้สึกทึ่งกับ “นักวิจัยชุมชน” ที่เรียนจบแค่ชั้นประถม มัธยม แต่ก็มีความสามารถทางการวิจัยในระดับใกล้เคียงกับนักศึกษาปริญญาโท-เอกที่ผู้เขียนสอนอยู่

จากการได้พิสูจน์ด้วยตัวเอง ผู้เขียนจึงมีความเห็นว่า ถ้าทำวิจัย CBR ได้ผลดีขนาดนี้ก็ น่าจะ “ขยายผลการวิจัย” ออกไปในหลาย ๆ แง่มุม ตามแบบสามัญสำนึกของคนทั่วไปที่ว่า “ถ้าใช้งานได้ดีก็ น่าจะบอกต่อ” ดังนั้นในรายงานผลการสังเคราะห์ชื่อ **“วิชาการยุคใหม่: งานวิจัยชาวบ้านในท้องถิ่นภาคกลาง ตะวันตก ตะวันออก”** (กาญจนา แก้วเทพ, 2553, สกว.) ผู้เขียนจึงได้นำเสนอเนื้อหาในส่วนสุดท้ายของรายงานเป็นเรื่องของ “การขยายผล” เอาไว้ประมาณ 10 หน้า (เมื่อย้อนกลับมาอ่านเนื้อหาว่าด้วยเรื่อง “การขยายผล” ในเอกสารชิ้นนี้อีกทีในปี พ.ศ. นี้ ก็บอกกับตัวเองว่า ในช่วงเวลานั้น ผู้เขียน “มีความรู้ความเข้าใจเรื่องการขยายผลเพียงน้อยนิด แต่มีความตั้งใจดีและเอาใจช่วยอย่างมหาศาล”)

ความสนใจในเรื่อง “การขยายผลในงานวิจัย CBR” ย้อนกลับมาหาผู้เขียนอีกครั้งหนึ่งในปี พ.ศ. 2564 เนื่องจากในปีนั้น โครงการวิจัย CBR ในภาคอีสาน จำนวน 14 โครงการ ที่ต่างมีประเด็นศึกษาที่แตกต่างกัน ตั้งแต่เรื่องพลังงานทางเลือก การประกอบอาชีพของคนพิการ การเพิ่มประสิทธิภาพของการเลี้ยงโคเนื้อ ไปจนถึงเรื่องการสร้างเครือข่ายของกลุ่มท่องเที่ยวเมืองรอง ฯลฯ

แต่ท่ามกลางความแตกต่างนี้ ทั้ง 14 โครงการ ได้ผู้กร้อยประเด็นทั้งหมด ให้เชื่อมโยงเป็นหนึ่งเดียวกัน คือ เน้นเรื่อง “การขยายผล” โดยใช้เครื่องมือใหม่ คือ **การจัดการความรู้ (KM)**

และสำหรับสถานะของผู้เขียนในปี พ.ศ. 2564 นี้ ผู้เขียนมิได้เป็นเพียง “แขกรับเชิญ” ของงานวิจัย CBR เหมือนเมื่อ 10 กว่าปีที่แล้ว หากแต่มีฐานะเป็น “ตัวแสดงตัวหนึ่ง” คือ เป็นฝ่ายวิชาการของชุดโครงการ CBR ที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) บทที่ได้เล่นนี้เรียกเล่น ๆ ว่า “เป็นครูประจำชั้น” ของโหนดพี่เลี้ยงและนักวิจัยชุมชน CBR รอบนี้ผู้เขียนจึงได้เผชิญหน้ากับชุดความรู้เรื่อง “การขยายผล” ในระยะเผาขน

ผู้เขียนเริ่มต้นการเผชิญหน้าด้วยการแสวงหาหลายทางชุมทรัพย์แห่งความรู้เรื่อง “การขยายผลในงานวิจัย CBR” ด้วยการใส่ keyword คำว่า “การขยายผล” ค้นหารายงานการวิจัยในฐานข้อมูลของ สกว. และพบว่า อย่างน้อยงานวิจัยที่มีชื่อเรื่อง “การขยายผล” นั้นมีไม่น้อยกว่า 50 เรื่อง ซึ่งนับว่าไม่น้อยเลยจากงานวิจัย CBR ที่มีหัวข้อศึกษาที่หลากหลายอย่างยิ่ง (ประมาณ 2,600 รายการ) อันอาจสะท้อนถึงความสนใจในประเด็นนี้ในแวดวงคนทำงานวิจัย CBR

จากตัวอย่างงานวิจัยที่มีชื่อเรื่องว่า “การขยายผล” ซึ่งหมายความว่า เรื่อง “การขยายผล” นั้นน่าจะเป็นโจทย์สำคัญของงานวิจัย และน่าจะเป็นวัตถุประสงค์ข้อหนึ่งของงานวิจัยดังกล่าว ผู้เขียนจึงแกะรอยต่อไปด้วยการเปิดอ่านบทที่ 2 ว่าด้วยแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาถึงจุดนี้ ผู้เขียนก็บังเกิดความประหลาดใจเล็ก ๆ เมื่อพบว่าไม่มีงานวิจัยชิ้นไหนที่ได้แสดงแนวคิดเรื่อง “การขยายผล” ให้เห็นออกมาอย่างชัดเจน (พูดง่าย ๆ ก็คือ ไม่มีแนวคิดเรื่อง “การขยายผล” ปรากฏอยู่ในบทที่ 2 เอ๊ะ หรือจะเป็นความลับขององค์กรหรือเปล่านะ!!) และความประหลาดใจเล็ก ๆ นี้ก็ยิ่งขยายตัวเป็นความ surprise ขนาดใหญ่ เมื่อนำไปเทียบเคียงกับงานวิจัยเรื่องการขยายผลในต่างประเทศที่มีการอภิปรายถกเถียงในเรื่องการขยายผลกันอย่างเป็นล่ำเป็นสัน

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าในงานวิจัย CBR ที่ผู้สำรวจมาจะไม่มีแนวคิดเรื่อง การขยายผลปรากฏให้เห็นอย่างจะตาในบทที่ 2 แต่ผู้เขียนก็มีความเชื่อว่าการวางแผนและออกแบบการดำเนินกิจกรรมการขยายผลนั้น ที่มวิจัย CBR คงต้องมี “ความรู้ติดตัวในเรื่องการขยายผลงาน” (tacit knowledge) ที่สั่งสมมาจากประสบการณ์ในชีวิต และได้นำมาใช้ในงานวิจัย CBR อยู่บ้างไม่มากก็น้อย

ดังนั้น ผู้เขียนจึงคิดว่า ในรายงานวิจัย CBR จำนวนนับพันชิ้นนั้นน่าจะเป็นแหล่งเพาะพันธุ์ที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยบทเรียนที่หลากหลายในเรื่องการขยายผลที่เกิดมาจากประสบการณ์ที่เป็นจริงบนเนื้อนาดินของสังคมไทยเอง ในเบื้องต้น ผู้เขียนจึงจะทำการสำรวจและเก็บรวบรวมตัวอย่างประสบการณ์ เรื่องการขยายผลจากงานวิจัย CBR ที่ศึกษาประเด็นนี้โดยตรง และในเบื้องต้นมา หากมีความเป็นไปได้ ผู้เขียนจะพยายามแกะรอยเพื่อถอดรหัสว่า ความรู้ที่ฝังอยู่ในเนื้อในของประสบการณ์เหล่านั้นมีแนวคิด มีหลักการ มีแนวทางปฏิบัติ มีกลยุทธ์ มีบทเรียน หรือมีข้อพึงสังวรกับดักอะไรบ้าง เพื่อเก็บสะสมชุดความรู้ดังกล่าวไว้เป็นเสบียงกรังสำหรับการเดินทางไกลในการศึกษาเรื่องการขยายผลต่อไปในอนาคต

สำหรับหัวข้อย่อยเรื่อง “การขยายผล” ในเอกสารชิ้นนี้จะมีประมาณนี้

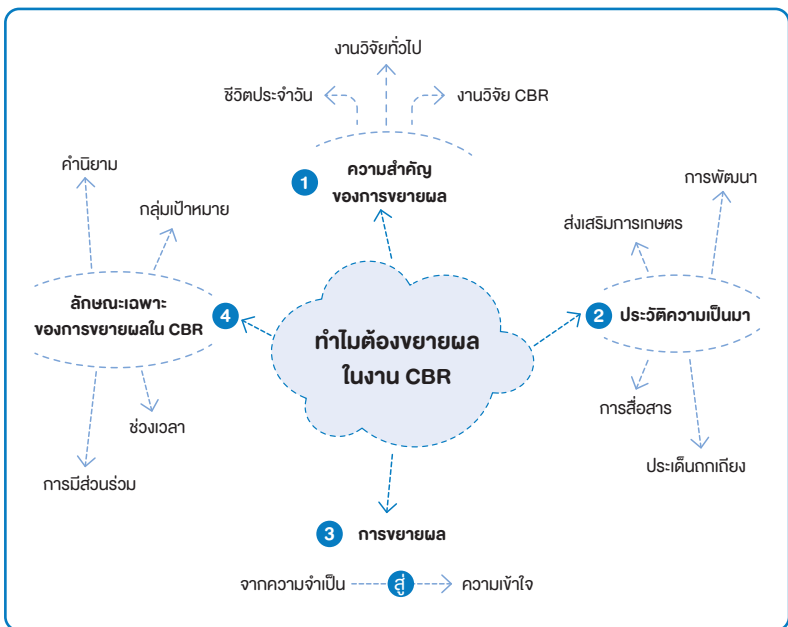


ในความเป็นจริง ไม่ว่าจะเป็้องค์ประกอบ รูปแบบ แนวคิดที่หนุนอยู่เบื้องหลัง (back-up concept) ที่ในงานเขียนชิ้นนี้ได้แยกแยะออกมานั้น แต่ความจริงแล้ว ในงานวิจัย 1 ชิ้น มักจะมีหลาย ๆ ้องค์ประกอบ หลาย ๆ รูปแบบ หลาย ๆ แนวคิดผสมรวมกันอยู่ ที่ผู้เขียนนำมาแยกแยะในที่นี้ก็เพื่อวิเคราะห์ดูรายละเอียดเท่านั้น

CBR

Community-Based Research

ในฉากรแรกของข้อเขียนชิ้นนี้ ผู้เขียนจะขอแนะนำ “ตำแหน่งที่” ของการนำแนวคิดเรื่องการขยายผลมาใช้ในงานวิจัย CBR โดยจะแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของเรื่องการขยายผลในงาน CBR ที่อาจจะเริ่มต้นมาจากความจำเป็น แล้วก็ยกระดับพัฒนาไปสู่ความเข้าใจ (ประมาณว่าเริ่มต้นจากการคลุ้มคลั่งแล้วมารักกันอย่างเข้าใจกันในภายหลัง) รวมทั้งจะแสดงให้เห็นเส้นทางเดินของแนวคิดเรื่องการขยายผลในระดับกว้าง ที่ยังคงทิ้งมรดกทางความคิดและการปฏิบัติในงานขยายผลของ CBR ในยุคปัจจุบัน



ตอนที่ 1.1

ความสำคัญของการขยายผล

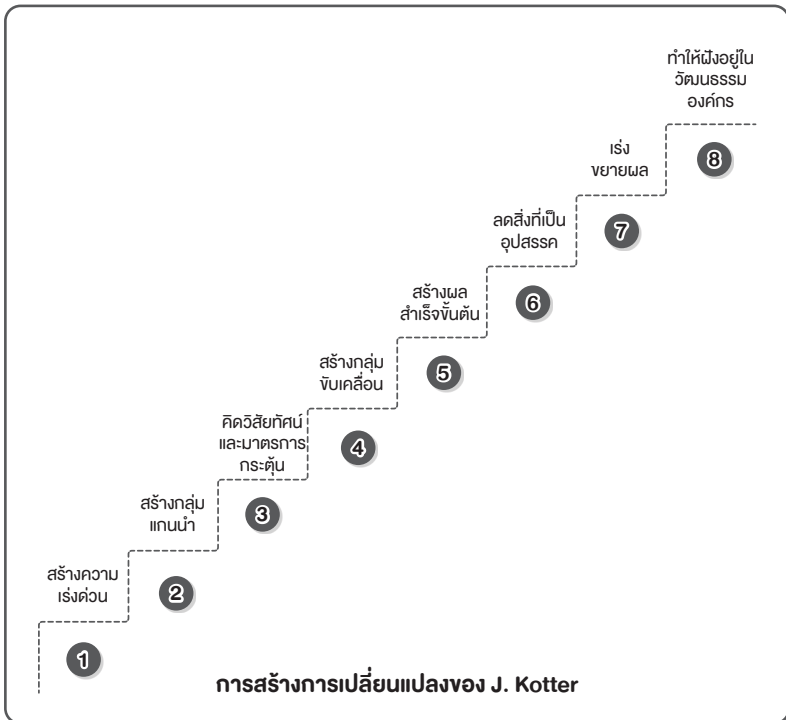
ตามหลักการของการบริหารความคุ้มค่าและความเสี่ยง เมื่อเราจะทุ่มทุนเวลาและสมองด้วยการอ่านค้นคว้า ลงมือเขียน หรือขบคิดต่อเรื่อง “การขยายผล” นั้น เราอาจจะต้องถอยมาตั้งหลักถามตัวเองเสียก่อนว่า เรื่องนี้มีความสลักสำคัญมากพอต่อการทุ่มเทพยายามต่าง ๆ หรือไม่ ในที่นี้ ผู้เขียนจะขอโน้มน้าวให้คนทำงาน CBR มองเห็นความสำคัญของเรื่อง “การขยายผล” ในงานวิจัย CBR จากหลาย ๆ แง่มุมว่าพอที่จะคุ้มค่ากับการทุ่มทุนสร้างดังนี้

(1) ความสำคัญของการขยายผลในชีวิตประจำวัน ในชีวิตประจำวันทั่วไป “การขยายผล” (เช่นในทางการค้า ซึ่งหมายถึง “การขยายกิจการ”) ถูกรับรู้ในฐานะตัวชี้วัดความสำเร็จก้าวหน้าอย่างหนึ่ง เช่น หากเรามีเพื่อนที่ทำธุรกิจร้านอาหาร จากเดิมที่มีสถานที่เป็นเพียงคูหาเล็ก ๆ 1 ห้อง เพื่อนเราได้ขยายกิจการมาเป็น 3 ห้อง มีประเภทเมนูอาหารเพิ่มมากขึ้น มีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ต้องเพิ่มปริมาณคนงานในร้านมากขึ้น ฯลฯ การขยายตัวในแง่มุมต่าง ๆ ที่กล่าวมานี้เป็นเครื่องหมายแสดงความก้าวหน้าเจริญรุ่งเรืองของกิจการของเพื่อนเราอย่างแน่นอน

(2) ตัดภาพมาที่ “งานวิจัยทั่วไป” จากการรับรู้ในชีวิตประจำวันที่ถือว่าการขยายผลนั้นเป็นตัวชี้วัดความก้าวหน้าของกิจการที่กำลังทำ ในแวดวงวิจัยก็เช่นกัน หลังจากทำงานวิจัยที่เกิดผลสำเร็จแล้วขึ้นหนึ่ง ก็มีความคาดหวังว่าน่าจะมีการนำผลการวิจัยนั้นไปขยายผลในคนกลุ่มอื่น ๆ พื้นที่อื่น ๆ ชุมชนอื่น ๆ หรือขยายผลไปสู่ประเด็นอื่น ๆ อีกต่อไป การขยายผลจึงถูกถือว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของ **“การใช้ประโยชน์จากงานวิจัย”** (Research Utilization)

สำหรับงานวิจัย CBR ซึ่งถือเป็นสายพันธุ์หนึ่งของการวิจัย ก็ย่อมมีแนวคิดข้างต้นร่วมกับงานวิจัยประเภทอื่น ๆ และที่พิเศษไปกว่านั้นก็คืองานวิจัย CBR นั้นมีตรรกะสัญลักษณ์ว่าเป็น **“งานวิจัยเพื่อการสร้างการเปลี่ยนแปลง”** (research for change) ซึ่งมีหลักการเบื้องต้นหลังตามแนวคิดเรื่อง “การบริหาร

การเปลี่ยนแปลง” (change management) ของ John Kotter (2012) ที่ระบุว่า มีขั้นตอนการบริหารการเปลี่ยนแปลงอยู่ 8 ขั้นตอน โดยเริ่มต้นจากขั้นแรก คือ “การสร้างความรู้สึกรู้สึกว่าการเปลี่ยนแปลงเป็นเรื่องที่จำเป็นเร่งด่วน” (create urgency) ไปจนถึงขั้นสุดท้ายคือขั้นที่ 8 ซึ่งการเปลี่ยนแปลงได้เกิดขึ้นมาแล้วในขั้นที่ 7 ในขั้นสุดท้ายนี้ก็ต้องผนึกฝังการเปลี่ยนแปลงนั้นให้ซึมลึกเข้าไปเป็นวัฒนธรรมขององค์กร (anchor the change in corporate culture) ซึ่งก็หมายความว่า จะต้องขยายผลของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในคนกลุ่มหนึ่งให้แพร่กระจายไปให้ทั่วทั้งองค์กร และทำให้กลายเป็นวิถีและวัฒนธรรมขององค์กรนั้น พุดง่าย ๆ ก็คือ ไม่ใช่การเปลี่ยนแปลงเพียงแค่ “หัวกระดิก” แต่ “กลางไม่กระตุก” และ “หางก็ไม่ส่าย” รวมทั้งไม่ใช่การเปลี่ยนแปลงเพียงชั่วครู่ชั่วคราวเท่านั้น



(3) CBR เป็นงานวิจัยตัวเล็ก (Small-Scale Research) ผู้เขียนได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนที่มากพอสมควรของงานวิจัย CBR ที่มีชื่อเรื่องว่าเกี่ยวกับ “การขยายผล” และหากเราตั้งคำถามต่อไปว่า เพราะเหตุใด/ทำไมงานวิจัย CBR จึงได้ให้ความสนใจศึกษาเกี่ยวกับประเด็นนี้ คำตอบหนึ่งที่เป็นสมมติฐานของผู้เขียนก็คือ น่าจะเนื่องมาจากลักษณะเฉพาะตัวของงานวิจัย CBR คือ เป็นงานวิจัยขนาดเล็ก ขอบเขตของงานวิจัย CBR นั้นศึกษาเพียงในระดับชุมชน/หมู่บ้านหรือกลุ่ม ๆ หนึ่ง โจทย์ที่วิจัยก็เป็นโจทย์เล็ก ๆ ดังนั้นจึงสร้างผลกระทบได้เพียงเล็กน้อยหากทำเพียง 1-2 โครงการ (ขนาดที่เล็กของงานวิจัย CBR นี้เป็นประเด็นที่มีการพูดถึงในแทบจะทุกเวทีการประชุมขนาดใหญ่ของ CBR) ดังนั้น คนทำงาน CBR ในทุกระดับจึงมักจะรับรู้ได้โดยสัญชาตญาณว่า “ต้องรวมกันให้ใหญ่ขึ้น เราจึงจะอยู่รอด หรือหากเราตัวเล็กมีแสงน้อยแบบหิ่งห้อยตัวเดียว ก็ต้องมารวมตัวกันให้มากขึ้นจึงจะเรืองแสง” ดังนั้น ก้าวที่สองของการทำงานวิจัยจึงมักจะออกมาเป็นเรื่องการขยายผล

อีกสมมติฐานหนึ่งที่น่าจะอยู่เบื้องหลังความสนใจที่จะขยายผลงานวิจัยของคน CBR ก็คือ เนื่องจากกลุ่มคนทำงาน CBR จำนวนหนึ่ง เช่น นักวิจัยชุมชนนั้น มักจะเป็น “ชาวบ้าน” เช่น เกษตรกร ชาวไร่ชาวนา กลุ่มแม่บ้าน อสม. ครูในโรงเรียนของชุมชน อบต. ฯลฯ กลุ่มคนเหล่านี้มีวิถีการดำเนินชีวิตที่มีเครือข่ายความสัมพันธ์แวดล้อมอยู่รอบตัว เช่น คนในครอบครัว คนอาชีพเดียวกัน เครือญาติ เพื่อนบ้าน ฯลฯ เครือข่ายความสัมพันธ์เหล่านี้ทำหน้าที่เหมือนบริษัทประกันชีวิตในด้านต่าง ๆ ของพวกเขา แต่ทว่าในการธำรงรักษาเครือข่ายดังกล่าว ชาวบ้านมิได้ใช้วิธีการจ่ายเบี้ยประกัน หากแต่ใช้ความสัมพันธ์แบบพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน แบบทั้งเป็นผู้ให้และผู้รับ แบบที่เขาที่เรา แบบน้ำพึ่งเรือเสือพึ่งป่า มีการแลกเปลี่ยนหรือแชร์ “ทรัพยากรทุก ๆ อย่าง” ตั้งแต่หยิบยืมเงินทอง ให้คำแนะนำ รวมทั้งทรัพยากรข้อมูลข่าวสาร ดังนั้นวิถีปฏิบัติอย่างหนึ่งที่ตกผลึกในกลุ่มผู้มีชีวิตท่ามกลางเครือข่ายทางสังคมนี้ ก็คือ “ถ้ารู้อะไรดี ๆ มา ถ้าได้เห็นได้พบอะไรที่ดี ๆ มา ก็จะมาบอกต่อ” (เครือข่าย “บอกเลขเด็ด” เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดของ

สำนึกแบบนี้) ดังนั้น เมื่อคนกลุ่มหนึ่งในชุมชนได้มีโอกาสเข้ามาร่วมงานวิจัย CBR และรู้สึกว่าการวิจัยประเภทนี้สามารถช่วยแก้ไขทางตันในชีวิตได้ “กระบวนการขยายผลตามธรรมชาติ” คือ การบอกต่อไปยังผู้อื่น ๑ ในเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมของพวกเขา ก็มักจะเกิดขึ้นอยู่เสมอ

(4) การขยายผลแบบธรรมชาติกับการขยายผลอย่างออกแบบ

จากตัวอย่างที่ยกมาข้างต้นนี้เป็นรูปแบบของ “การขยายผลแบบธรรมชาติ” (extension by nature) ซึ่งเป็นรูปแบบที่เกิดขึ้นอยู่เป็นประจำในแวดวงงานวิจัย CBR และก็เป็นสิ่งที่ดีงามด้วย อย่างไรก็ตาม การขยายผลในรูปแบบนี้ก็เป็นสิ่งที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของเรา จึงไม่อาจจะคาดหวังผลได้ล่วงหน้า ดังนั้นจึงมีรูปแบบการขยายผลอีกแบบหนึ่งที่เราอาจจะต้องเพิ่มความพยายามและเพิ่มทรัพยากรมากขึ้น แต่ก็สามารถจะคาดหวังผลได้มากขึ้นเช่นกัน คือ “การขยายผลอย่างมีการออกแบบ” (extension by design)

ตัวอย่างของการขยายผลแบบธรรมชาติที่มักจะเกิดขึ้นในแวดวง CBR ก็เช่น ในโครงการวิจัย CBR ที่มีผลผลิต (output) จากงานวิจัยเป็นพวกนวัตกรรมเชิงวัตถุ เช่น มีชุดไฟฟ้าโซลาร์เซลล์ที่ใช้งานได้เวลาบ้านถูกภัยพิบัติน้ำท่วม หรือที่เรียกว่า “ชุดนอนนา” (โครงการวิจัยชุดภัยพิบัติของพี่เลี้ยงจังหวัดอุบลราชธานี) หรือมีเครื่องมือการเกษตรที่ใช้พลังงานทางเลือกแผงโซลาร์เซลล์ (โครงการวิจัยชุดพลังงานทางเลือกของพี่เลี้ยงจังหวัดสุรินทร์) ในวาระโอกาสที่มีการเผยแพร่ผลการวิจัยดังกล่าวสู่สาธารณะ ทางโครงการฯ ก็มักจะเรียนเชิญผู้ว่าราชการฯ หรือนายอำเภอมาเป็นประธานเปิดงานประชุม และมักจะมอบอุปกรณ์ที่เป็นผลงานวิจัยให้เป็นของที่ระลึกแก่ท่านประธานของงาน หลังจากนั้นก็ได้ทราบข่าวต่อมาว่า ท่านผู้ว่าฯ หรือนายอำเภอได้นำเอาอุปกรณ์ดังกล่าวไปแนะนำและเผยแพร่ต่อในที่อื่น ๆ (เรียกว่าได้ท่านผู้ว่าฯ หรือนายอำเภอมาเป็นฝ่ายประชาสัมพันธ์หรือฝ่ายส่งเสริมการขายกิตติมศักดิ์ไปเลย) ในกรณีเช่นนี้ ถือได้ว่าเป็นรูปแบบการขยายผลแบบเป็นธรรมชาติ

แต่หากทางโครงการวิจัยจะยกระดับรูปแบบการขยายผลตามธรรมชาติดังกล่าวให้ขึ้นมาเป็น “การขยายผลอย่างมีการออกแบบ” ในกรณีนี้ก็ต้อง “เพิ่มแรงมูของการสื่อสารประเภทต่าง ๆ” เสริมเข้าไปในรูปแบบตามธรรมชาติ (แบบติดลูกไม้เพิ่มเข้าไปบนกางเกงยีน) เช่น นอกจากจะมีตัววัสดุคือชุดนอนมาแล้ว ก็ต้องปิดสติ๊กเกอร์ชื่ออุปกรณ์ เจ้าของผู้ผลิต หมายเลขโทรศัพท์ เพื่อติดต่อ ฯลฯ (เป็นแนวคิดเรื่องการสร้างแบรนด์) รวมทั้งอาจจะเพิ่มการสื่อสารระหว่างบุคคลด้วยการนำเรียนท่านผู้ว่าฯ หรือนายอำเภอว่า “รบกวนท่านทดลองใช้อุปกรณ์ชุดนอนนาคู และถ้าเห็นว่าได้ผลดี ช่วยกรุณาบอกต่อด้วยนะครับ” เป็นต้น

สำหรับในเอกสารชิ้นนี้ มิได้มีจุดยืนที่จะด้อยค่าการขยายผลแบบเป็นธรรมชาติแต่อย่างใด แต่ทว่าผู้เขียนจะมุ่งเน้นไปที่ “การขยายผลที่มีการออกแบบ” ทั้งนี้เพื่อเพิ่มคุณภาพประสิทธิผลและประสิทธิภาพของการขยายผลให้มากขึ้น ซึ่งหมายความว่า เราต้องเพิ่มแรงมูของการวางแผนการขยายผลก่อนเป็นอันดับแรกด้วยการตอบคำถามตามด้านต่าง ๆ ดังในภาพ



(5) ถึงเวลาที่น่าจะจริงจิงกับแนวคิดเรื่อง “การขยายผล” ผู้เขียนได้กล่าวถึงปรากฏการณ์ “Unseen แนวคิดการขยายผล” ในบทที่ 2 ของรายงานวิจัย CBR ทั้ง ๆ ที่มีชื่อเรื่อง “การขยายผล” ไปแล้ว ซึ่งผู้เขียนอ่านรหัสความหมายเบื้องหลังปรากฏการณ์นี้ว่า อาจะเกิดจากการที่แนวคิดการขยายผลนี้ “เป็นที่ยอมรับกันโดยปริยาย” (take it for granted) แบบยกกำลังหนึ่งหรือยกกำลังสอง แบบยกกำลังหนึ่งก็คือ การยอมรับกันโดยไม่ต้องตั้งคำถามว่า “เมื่อทำงานวิจัยจนได้ผลสำเร็จอย่างดี ก็ต้องขยายผลต่อไปสิ” (ไม่เห็นต้องตั้งคำถามเลยว่า ทำไมจะต้องขยายผล) และการยอมรับโดยปริยายแบบยกกำลังสองก็คือ เพียงแค่คิด “จะขยาย” มันก็ต้อง “ได้ผล” อยู่แล้ว (แต่ทว่าข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ที่เกิดขึ้นมักจะไม่ค่อยเป็นไปตามที่ยอมรับ) การยอมรับโดยปริยายแบบยกกำลังสองนี้ทำให้ดูเหมือนว่าไม่มี ความจำเป็นที่จะต้องศึกษาค้นคว้าเพื่อทำความเข้าใจเรื่อง “การขยายผล” กันให้ทะลุปรุโปร่งจนกระทั่งจางแก่ใจ หรือพูดแบบภาษาวิชาการก็คือ สถานะของแนวคิดเรื่อง “การขยายผล” นั้นยังไม่อยู่ในระดับที่จะต้องทำการศึกษากันให้เป็นเรื่องราวใหญ่โต กล่าวคือ ยังไม่ถูกสถาปนาให้เป็น “ประเด็นแห่งการศึกษา” (object of study)

สำหรับประเด็นนี้ ผู้เขียนมีความเห็นว่า ในสังคมไทยมีความใส่ใจ และทุ่มเทที่จะใช้กลยุทธ์การทำงานเพื่อการสร้างต้นแบบ/หรือโมเดลต่าง ๆ กันอย่างมาก แต่ทว่ากรรมมีต้นแบบหรือโมเดลนั้นก็เพียงฉากแรกของมหากาพย์เรื่องยาวเท่านั้น ส่วนในฉากต่อ ๆ มาก็คือ การขยายผลจากต้นแบบ/ต้นฉบับมาสู่ “ฉบับถ่ายสำเนาอื่น ๆ” ซึ่งหากเราต้องการจะหลีกเลี่ยงวิธีการทำงานแบบตามธรรมชาติ แบบสุ่มเสี่ยงหวังผลไม่ได้ หรือแบบตาดูได้ตำร้ายเสีย ผู้เขียนก็มีความเห็นว่า เราน่าจะเอาจริงเอาจังกับการสถาปนาสถานะของแนวคิดเรื่อง “การขยายผล” ให้ยกระดับขึ้นมาเป็น “ประเด็นที่ควรค่าแก่การศึกษากันอย่างจริงจัง”

ตอนที่ 1.2

ประวัติแนวคิด “การขยายผล” ในวงวิชาการสากล

ดังที่ได้เกริ่นมาข้างต้นแล้วว่า ในแวดวงวิชาการหลาย ๆ สาขา รวมทั้งสาขาการพัฒนาและการสื่อสาร ได้ให้ความสนใจศึกษาค้นคว้าเรื่อง “การขยายผล” กันอย่างเป็นล่ำเป็นสัน มีการใช้คำศัพท์ในภาษาอังกฤษที่มีความหมายอยู่ในเฉด (shade) เกี่ยวกับ “การขยายผล” นั้น มีอยู่หลายคำ เช่น extension, expansion, enhancement, magnify, multiple effect เป็นต้น

ในที่นี้ ผู้เขียนจะขอยกตัวอย่างประวัติและพัฒนาการของการศึกษาเรื่อง การขยายผลในแวดวงวิชาการตะวันตกมานำเสนออย่างย่อ ๆ พอให้ได้ไอเดีย สัก 3 สาขาวิชา คือ

- (ก) การส่งเสริมการเกษตร (Agricultural Extension)
- (ข) สาขาการพัฒนา • ทฤษฎีการทำสังคมให้ทันสมัย (Modernization)
- (ค) สาขาการสื่อสาร • การสื่อสารเพื่อการเผยแพร่นวัตกรรม (Innovation Diffusion)
- (ง) ประเด็นที่ยังถกเถียงกันอยู่

(ก) การขยายผลในสาขาส่งเสริมการเกษตร

ในปัจจุบันนี้ ดูเหมือนจะเป็นที่เข้าใจกันโดยทั่วไปว่า แนวคิดเรื่อง “การขยายผล” นั้นน่าจะบังเกิดมาในสาขาส่งเสริมการเกษตรแบบใหม่ภายใต้แนวคิดเรื่อง “การส่งเสริมการเกษตร” (แผนใหม่) ในช่วงกลางศตวรรษที่ 20 แต่ทว่า Royal D. Colle (อ้างใน J. Servaes, **Communication for Development and Social Change**, 2008) ผู้ศึกษาเรื่องการขยายผลในฐานะที่เป็น 1 ใน 7 สายเส้นทางการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Extension Threads) ได้ย้อนประวัติความเป็นมาของแนวคิดนี้ให้ยาวไกลไปกว่านั้น ดังนี้

(1) ยุคโบราณ R. Colle มีความเห็นว่า หากเราใช้คำนิยามของคำว่า “การขยายผล” ในลักษณะที่กว้างขวาง มิใช่จำกัดอยู่แค่ “การขยายผลจากงานวิจัย” เท่านั้น เขาก็เห็นว่าจากการสืบค้นแก่นสาระของแนวคิดเรื่องการขยายผลนั้น น่าจะมีมาตั้งแต่ยุคโบราณแล้ว ตัวอย่างเช่น ในยุคอียิปต์โบราณ มีไฮเออตัวอักษรภาพ (hieroglyphs) ที่แกะสลักคำแนะนำให้หลีกเลี่ยงการสูญเสียพืช สัตว์ และชีวิตมนุษย์ในยามที่แม่น้ำไนล์ไหลท่วมจนเป็นภัยพิบัติ ซึ่งอาจจะถือได้ว่าเสาดังกล่าวเป็น “สื่อขยายความรู้เรื่องการป้องกันภัยพิบัติจากน้ำท่วม” นั่นเอง

ในต้นศตวรรษ 1800 ในยุโรป หลายประเทศกำลังพัฒนาเข้าสู่ช่วงการเป็นสังคมการเกษตรแผนใหม่ ดังนั้นจึงมีการตั้งโรงเรียนเกษตรกรรม รวมทั้งมีกลุ่มนักวิชาการเกษตร (ในขณะนั้นเรียกว่า itinerant agriculturalists) ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้คำแนะนำแก่ชาวนา ทั้งในแง่ความรู้สมัยใหม่ ข้อมูลที่สำคัญ ๆ และคำแนะนำที่จำเป็น รวมทั้งส่งเสริมให้กำลังใจแก่ชาวนาที่ต้องการปรับเปลี่ยนมาสู่การทำเกษตรแผนใหม่ กลุ่มนักวิชาการเกษตรเหล่านี้ทำงานอยู่ในภาคธุรกิจเอกชนเป็นส่วนใหญ่ เช่น อยู่ในบริษัทขายวัสดุอุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์สำหรับการเกษตรแผนใหม่นั้นเอง

ในปี ค.ศ. 1845 (ช่วงรัชกาลที่ 4 ของไทย) บางประเทศในยุโรป เช่น อังกฤษ เกิดโรคพืชระบาดในมันฝรั่ง ทำให้เกิด “ระบบการส่งเสริมการเกษตร” ที่เป็นของราชการขึ้นมา มีบรรดากลุ่มเจ้านายในอังกฤษได้เขียนจดหมายถึงราชสมาคมส่งเสริมการเกษตรชั้นสูงให้แต่งตั้ง “ผู้ให้คำแนะนำด้านการเกษตร” (itinerant lecturer) แล้วให้เดินทางไปให้คำแนะนำแก่เกษตรกรที่ปลูกมันฝรั่งเป็นพืชอาหารหลักกว่าจะแก้ไขปรับปรุงโรคพืชในมันฝรั่งที่กำลังระบาดอยู่ได้อย่างไร หรือจะหาพืชเสริมที่ใช้เป็นอาหารได้ชนิดอื่น ๆ มาปลูกทดแทนได้หรือไม่ เป็นต้น

(2) **ยุคสมัยใหม่** ประวัติศาสตร์ยุคใหม่ของแนวคิด “การขยายผล”

เริ่มในประเทศสหรัฐอเมริกา และมีต้นกำเนิดมาจากมหาวิทยาลัยที่ชาวบ้านยกที่ดินให้สร้างมหาวิทยาลัย (Land-Grant University) ในปี ค.ศ. 1914 มีการออกกฎหมาย Smith-Lever Act ที่กำหนดให้รัฐบาลตั้งแต่ระดับชาติ ระดับรัฐ และระดับท้องถิ่น ร่วมมือกับวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยด้านการเกษตร จัดตั้ง “หน่วยส่งเสริมการขยายผล” (Cooperative Extension Service) ภารกิจหลักของหน่วยงานนี้ก็คือ การขยายผลโดยนำเอาคำแนะนำหรือข้อเสนอแนะที่ได้จากผลงานวิจัยวิชาการไปเผยแพร่ต่อเกษตรกร โดยมีเป้าหมายสูงสุดก็คือ จะให้เกษตรกรยอมรับแนวคิด แนวปฏิบัติ และเทคโนโลยีการเกษตรแผนใหม่ เช่น การคัดเลือกเมล็ดพันธุ์ การใช้เครื่องจักรกลการเกษตร การจัดการระบบฟาร์ม การใช้ปุ๋ยเคมีและสารกำจัดวัชพืช เป็นต้น

จากต้นกำเนิดดังกล่าว จึงเป็นที่มาของคำนิยามหนึ่งของคำว่า “การขยายผล” ซึ่งมักจะหมายถึง การถ่ายทอดความรู้จาก “ผู้เชี่ยวชาญ” ไปสู่ “ผู้ปฏิบัติงาน/เกษตรกร” และมักจะถูกขยายพ่วงไปกับแนวคิดเรื่อง “การถ่ายทอดเทคโนโลยีสมัยใหม่” ตัวอย่างแบบฉบับที่ชัดเจนที่สุด ก็เช่น เมื่อนักวิชาการด้านการเกษตรค้นพบข้าวโพดสายพันธุ์ใหม่ที่ให้ผลผลิตสูงกว่าพันธุ์เดิม บทบาทของหน่วยงานขยายผลก็ต้องส่งเสริมแนะนำโน้มน้าวให้เกษตรกรยอมรับข้าวโพดพันธุ์ใหม่ และตัดสินใจปรับเปลี่ยนจากการใช้ข้าวโพดพันธุ์เดิมมาเป็นพันธุ์ใหม่ หลังจากนั้นหน่วยงานนี้ก็จะทำการฝึกอบรมเทคนิคการเพาะปลูกข้าวโพดพันธุ์ใหม่นี้ และต่อ ๆ ไป รูปแบบของปฏิบัติการดังกล่าวนี้จึงเป็นที่มาของคำนิยามบาง version ของคำว่า “การขยายผล”

ดังนั้น คำนิยามหนึ่งของ “การขยายผล” จึงหมายถึงกระบวนการเชื่อมโยงนักวิจัย/นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญ/หรือบัณฑิตกร เข้ากับผู้ปฏิบัติงาน/เกษตรกร/ผู้รับนวัตกรรม/ผู้ใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัย (ผู้ดูมีแววดีและมีอนาคตว่าจะยอมรับเอาผลงานวิจัยไปใช้จริง) คำนิยามของ “การขยายผล” ใน version นี้ จึงมีความหมายใกล้เคียงกับ “การใช้ประโยชน์จากงานวิจัย” (Research Utilization: RU) เพียงแต่ในยุคแรกนั้น มักจะครอบคลุมอยู่

ในสาขาการส่งเสริมการเกษตรเป็นส่วนใหญ่ แต่ในลำดับต่อมาก็ได้ขยาย แดกหน่อกอใหม่ออกไปในทุกสาขาวิชา ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนา การวางแผน ครอบครัว โภชนาการ การบริหารธุรกิจ การปรับปรุงคุณภาพน้ำ ฯลฯ และ **กลุ่มเป้าหมาย**ก็ได้จำกัดอยู่แต่เฉพาะเกษตรกรในชนบทเท่านั้น หากแต่ ขยายออกไปครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย แม้แต่ในสาขาการเกษตรเองก็ยิ่ง แดกลูกแตกหลานออกไปถึงด้าน “วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร” (Food Science & Technology) ที่มีหน่วยส่งเสริมให้เกษตรกรมีวิธีการแปรรูป วัตถุดิบ วิธีเก็บรักษาอาหารด้วยการใช้เทคนิคและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เป็นต้น

(3) จาก “อเมริกา” สู่ “โลกที่สาม” ในช่วงครึ่งหลังของศตวรรษ ที่ 20 (ซึ่งเป็นยุคสมัยของทศวรรษแห่งการพัฒนาในช่วงปี 1960) ระบบ การขยายผลแบบอเมริกันสไตรล์ก็ได้ถูก “ส่งออก” (export) ไปยังประเทศ กำลังพัฒนา โดยมีผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการ เช่น ธนาคารโลก ดังนั้น แนวคิดและค่านิยมของการขยายผลตามแบบอเมริกันสแตนดาร์ดจึง แพร่กระจายออกไปทั่วโลก ตัวอย่างเช่นในประเทศกำลังพัฒนาขนาดใหญ่ เช่น อินเดีย มีนักส่งเสริมการเกษตรจำนวนถึง 90,000 คน ที่ทำงานอยู่ใน ภาคเกษตร และพัฒนาถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตรแผนใหม่ให้แก่ เกษตรกรอินเดีย (ผู้สืบทอดวิธีการเพาะปลูกที่มีอายุยาวนานนับพันปีมาแล้ว)

ตัวอย่างรูปธรรมที่ถือได้ว่าเป็น “พิมพ์นิยม” รูปแบบหนึ่ง ที่นักส่งเสริมการเกษตรทั่วโลกนิยมนำมาใช้ทำงานขยายผล คือ รูปแบบ ที่เรียกว่า “การฝึกอบรมและการตรวจเยี่ยม” (Training & Visit: T&V) R. Colle ระบุคุณลักษณะ 4 ประการ ที่ทำให้รูปแบบ T&V เป็นรูปแบบ ที่นิยมใช้ในการขยายผลโดยเฉพาะทางด้านการเกษตร คือ

(i) ระบบ T&V พยายามประสานระบบการขยายผลแบบดั้งเดิม ของชาวบ้าน เช่น การบอกกันปากต่อปาก การพูดคุยสนทนากัน การดูตัวอย่าง ของเพื่อนบ้าน ฯลฯ และผสมผสานเข้ากับระบบการขยายผลแบบสมัยใหม่ เช่น การมีเอกสารคู่มือ การสาธิตให้ดูอย่างเป็นระบบ เป็นต้น

(ii) การเน้นการเริ่มต้นก้าวแรกกับ “กลุ่มชวานากลุ่มเล็ก ๆ ที่เป็นตัวต่อ” (contact farmer) โดยทุ่มเททำงานกับกลุ่มเล็ก ๆ นี้ให้เห็นผลสำเร็จเสียก่อนเป็นเบื้องต้น แล้วจึงค่อยแผ่รังสีขยายตัวไปสู่คนอื่น ๆ เป็นก้าวต่อไป

(iii) ระบบ T&V นี้จะใช้งานได้อย่างเหมาะสมโดยเฉพาะประเด็นด้านการเกษตร เพราะสามารถจะทดลองและเห็นผลได้ภายในเวลาที่กำหนดไว้

(iv) ในการตรวจเยี่ยมแปลง ให้เน้นการลงมือปฏิบัติ (เพื่อการทดลอง) โดยโฟกัสเรื่องเล็ก ๆ ที่จะติดตามดูผลอย่างชัดเจนเพียง 2-3 เรื่อง

หลังจากมีการใช้รูปแบบการฝึกอบรมและการตรวจเยี่ยมมาอย่างแพร่หลายสักช่วงระยะหนึ่ง ในแวดวงวิชาการและการวิจัยที่ได้ติดตามผลการขยายผลในรูปแบบนี้ ก็ได้มีข้อวิจารณ์ถึงข้อจำกัดและจุดอ่อนบางประการของรูปแบบ T&V เช่น

(i) ในแง่ประเด็น รูปแบบนี้อาจจะเหมาะสำหรับการขยายผลด้านการเกษตรเท่านั้น แต่จะนำไปประยุกต์ใช้กับประเด็นอื่น ๆ ได้ยาก หรือใช้ไม่ได้เลย

(ii) ในระหว่างการตรวจเยี่ยมที่มีการกำหนดให้โฟกัสดูแลประเด็นเฉพาะ 2-3 เรื่องเท่านั้น ทำให้ผู้ตรวจมองไม่เห็นปัจจัยเงื่อนไขอื่น ๆ (ที่อยู่นอกกรอบโฟกัส) ซึ่งอาจจะเป็นตัวแปรสำคัญของการขยายผล

(iii) การเริ่มต้นทำงานกับ “กลุ่มแกนนำตัวต่อ” (contact farmer) แล้วก็คาดหวังว่ากลุ่มนี้จะไปขยายผลต่อไป แต่คำถามก็คือ จะใช้อะไรเป็นแรงจูงใจ (motive) ให้คนกลุ่มนี้ไปขยายผลต่อ คนกลุ่มนี้มีขีดความสามารถที่จะไปขยายผลได้แบบอัตโนมัติเลยหรือไม่ และอีกหลาย ๆ คำถามที่ยังค้างคาใจอยู่

จากข้อวิพากษ์วิจารณ์รูปแบบพินิจนิยมของการขยายผลที่ใช้กันอยู่ ทำให้ในปี ค.ศ. 2006 ธนาคารโลกผู้เป็นโต้โผใหญ่ในเรื่องนี้จึงได้ทำการศึกษาทบทวนระบบ T&V ที่ใช้ในการขยายผล ผลของการศึกษาให้ข้อสรุปสำคัญ ๆ ที่จะถูกนำมาพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขต่อมา เช่น

(i) การขยายผลด้วยรูปแบบ T&V นั้น ให้ผลลัพธ์เพียงชั่วคราวและไม่ยั่งยืน

(ii) ระบบ T&V ยังมีหน่วยของการทำงานที่เน้น “ระดับตัวบุคคล” โดยมีสมมติฐานอยู่เบื้องหลังว่า ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการขยายผลนั้นชี้ขาดอยู่ที่ “ตัวบุคคล” ทำให้มองข้าม “บรรดาปัจจัยแวดล้อมที่เป็นทั้งปัจจัยเอื้ออำนวยและข้อจำกัด” ของบุคคล เช่น การเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต เช่น ที่ดิน เครื่องจักร ภาระหนี้สิน การขาดแหล่งน้ำ ฯลฯ

(iii) การใช้แต่ตัวบุคคลเป็น “เครื่องมือทางการสื่อสาร” ทำให้เกิดข้อจำกัดต่าง ๆ ที่เป็นจุดอ่อนของสื่อบุคคล เช่น มีเวลาอันจำกัด ความรู้ที่มีอยู่ไม่เสถียร ฯลฯ สำหรับข้อค้นพบในประเด็นนี้ นักวิชาการด้านการสื่อสารได้พยายามพัฒนาแก้ไขโดยการบูรณาการสื่อหลาย ๆ ประเภทเข้าด้วยกันที่เรียกว่า “การใช้สื่อผสม” (Mixed media) (แต่ก็ต้องมีฝีมือในการผสมแบบบาร์เทนเดอร์มือดี) และชุดความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการขยายผลก็ได้รับการศึกษาค้นคว้ามาจนกระทั่งตกผลึกอยู่ในแนวคิดเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการเผยแพร่นวัตกรรม” (Communication for Innovation Diffusion) (สนใจโปรดอ่าน กุลทิษา หุ่นรำภู, การศึกษาสถานภาพขององค์ความรู้ด้านการเผยแพร่นวัตกรรมในวิทยานิพนธ์สาขาวิทยาศาสตร์พัฒนาการ 2524–2545, 2546)

(4) รูปแบบพิภพนิยมของการขยายผล T&V ในงานวิจัย CBR เนื่องจากงานวิจัย CBR จำนวนหนึ่งมีโจทย์วิจัยด้านการเกษตรเช่นเดียวกัน แม้ว่าจะเป็น “ระบบเกษตรอีกแบบหนึ่ง” ที่ไม่ใช่ระบบเกษตรแผนใหม่หรือเกษตรก้าวหน้า เช่น ระบบเกษตรอินทรีย์ ระบบเกษตรปลอดภัย ระบบเกษตรทางเลือก ฯลฯ ดังนั้น ในงานวิจัยด้านการขยายผลของ CBR ก็ยังคงพบว่ามีกรนำรูปแบบ “การฝึกอบรมและการตรวจเยี่ยมแปลง” มาใช้ หากทว่า ได้มีการเพิ่มเติม ลดทอน ดัดแปลง ปรับแต่งรูปแบบ T&V “การฝึกอบรมและการตรวจเยี่ยมแปลง” ต้นฉบับให้มีลักษณะที่เข้ากับคุณลักษณะของงานวิจัย CBR เช่น

- ยังอาจจะมีการใช้ผู้เชี่ยวชาญมาเป็นผู้ตรวจเยี่ยมแปลง ในกรณีที่ต้องการรักษามาตรฐานเกษตรอินทรีย์ แต่ผู้ตรวจเยี่ยมฟาร์มนั้นก็ไม่ต้องจำเป็นต่องานวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญเท่านั้น แต่สามารถเป็นเกษตรกรที่ได้รับการยอมรับก็ได้

- เช่นเดียวกับการตรวจเยี่ยมแปลงก็ไม่ต้องเป็นไปเพื่อเป้าหมายที่ผู้เชี่ยวชาญจะมาถ่ายทอดความรู้เพียงฝ่ายเดียว (**one-way communication**) แต่สามารถจะเป็นตัวเกษตรกรด้วยกันมาเยี่ยมเยียนดูแลแลกเปลี่ยนแบบถ่ายทอดแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน (**two-way communication**) ซึ่งภายหลังรูปแบบนี้ได้ปรับเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น “การศึกษาดูงาน” (ดูรายละเอียดต่อไปในหัวข้อ “รูปแบบ”)

- ส่วนรูปแบบการฝึกอบรมนั้นก็ยังคงมีใช้อย่างมากในงานวิจัย CBR แต่ทว่า CBR ก็ได้เพิ่มเติมคุณลักษณะของ “การมีส่วนร่วม” ซึ่งเป็นคาถาสำคัญของ CBR เข้าไปในการฝึกอบรมที่เรียกว่า “การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม” (ดูรายละเอียดต่อไปในหัวข้อ “รูปแบบ”)

- สำหรับวิธีการทำงานที่รูปแบบ T&V ได้เลือกทำงานกับ “**แกนนำเกษตรกร**” (contact farmer) 3-4 คน เป็นกลุ่มเล็ก ๆ นั้น CBR ก็ยังคงเก็บคุณลักษณะนี้เอาไว้ แต่ทว่าได้ยกระดับให้กลุ่มแกนนำที่มีขีดความสามารถขึ้นมาเป็น “**นักวิจัยชุมชน**” ที่มีกระบวนการทำงานแบบ “**เชิงวิจัย**” (มีการตั้งโจทย์ สร้างเครื่องมือวิจัย เก็บข้อมูล ออกแบบกิจกรรมทดลองเพื่อแก้ไขปัญหา และสรุปบทเรียน) โดยที่นักวิจัยชุมชน (ที่มีจำนวนมากพอสมควร) จะต้องเป็นคนลงมือดำเนินการเอง พร้อมทั้งระดมการมีส่วนร่วมจากกลุ่มคนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในชุมชนและกลุ่มภาคีให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

(v) สาขาการพัฒนา – ทฤษฎีการทำสังคมให้ทันสมัย

สำหรับเส้นทางสายพัฒนานี้ รูปแบบพิมพ์นิยมของการขยายผลที่ยังคงทิ้งเอาไว้เป็นมรดกมาจนถึงยุคปัจจุบัน ก็คือ “โมเดล/ต้นแบบ” ที่จะทำหน้าที่เป็นเหมือนต้นฉบับ ส่วนกระบวนการขยายผลก็อุปมาอุปไมยเทียบได้กับการถ่ายสำเนาจากต้นฉบับออกมาเป็นกลุ่มขยายผล หรือพื้นที่ใหม่ที่ประยุกต์วิธีการทำงานแบบเดียวกับโมเดล

(1) **ต้นกำเนิดของทฤษฎีการพัฒนาสังคม** รูปแบบการขยายผลของสาขาการพัฒนาสังคมนั้นมีที่มาจากสภาพความเป็นจริงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 (ค.ศ. 1945) ผลจากการทำสงครามขนาดใหญ่และยาวนานสร้างความสูญเสียให้แก่ประเทศที่เข้าร่วมสงคราม โดยเฉพาะประเทศที่พ่ายแพ้ เช่น ประเทศเยอรมนี ที่สภาพบ้านเมืองเสียหายยับเยินไม่มีชิ้นดี ดังนั้นประเทศที่ชนะสงคราม เช่น สหรัฐอเมริกา จึงได้ใช้แนวคิดเรื่อง “การฟื้นฟูปฏิสังขรณ์ประเทศ” (reconstruction) (ซึ่งเป็นบรรพบุรุษทางความคิดของทฤษฎีการพัฒนาสังคมให้ทันสมัย) มาตรการและเครื่องมือหลักที่สหรัฐใช้ในการปฏิสังขรณ์และฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจสังคมของเยอรมนี คือ **มาตรการการใช้เงินทุน** ในรูปแบบของเงินช่วยเหลือฉีดเข้าไปในระบบเพื่อกระตุ้นให้เกิดการฟื้นฟูระบบต่าง ๆ ของประเทศเยอรมนี ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเป็นที่น่าพอใจอย่างยิ่ง ดังนั้น มาตรการการใช้เงินทุนนี้จึงได้ถูกนำมาใช้ขยายผลในกรณีอื่น ๆ ต่อไป

(2) **จากโมเดล “ประเทศผู้แพ้สงคราม” มาสู่ “ประเทศด้อยพัฒนา”** นอกเหนือจากประเทศคู่สงครามแล้ว หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 จบลิ้นลง ได้มีประเทศใหม่ ๆ เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากเนื่องจากการปลดแอกจากการเคยตกเป็นอาณานิคมมาก่อน อย่างไรก็ตาม ผลพวงจากการตกเป็นอาณานิคมหรือเมืองขึ้น ก็ส่งผลให้บรรดาประเทศที่เกิดใหม่เหล่านี้มีสภาพความยากจน ล้าหลังทางการศึกษา ประชาชนมีรายได้ต่ำ เจ็บไข้ได้ป่วย ระบบการปกครองยังไม่เป็นประชาธิปไตย และความเสื่อมโทรมต่าง ๆ (มีบทสรุปสั้น ๆ ว่าเป็นประเทศที่ “โง่ จน เจ็บ”) ดังนั้น บรรดาประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา

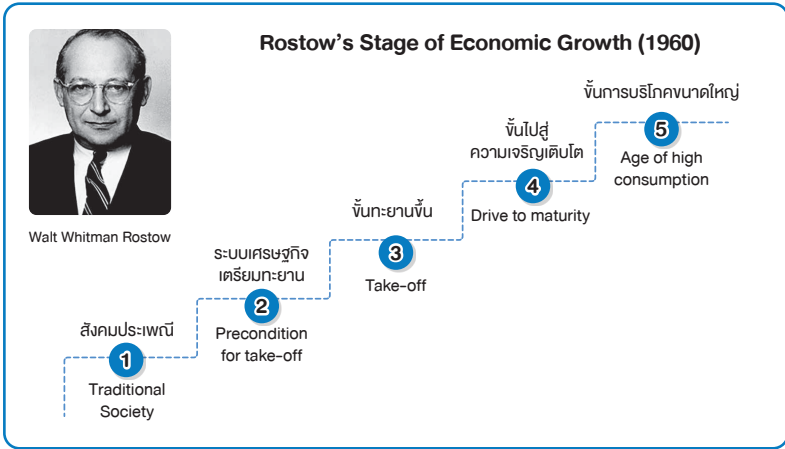
และองค์กรระดับโลก เช่น สหประชาชาติ ธนาคารโลก จึงมีแนวคิดที่น่าจะนำโมเดลต้นแบบที่เคยใช้ฟื้นฟูบูรณปฏิสังขรณ์ประเทศที่เสียหายจากสงครามมาประยุกต์ใช้กับประเทศที่ถูกปิดป้ายว่า “เป็นประเทศที่ล้าหลัง/ด้อย/กำลังพัฒนา” ให้พัฒนาไปสู่การเป็นประเทศที่เจริญก้าวหน้าและทันสมัย ในโมเดลใหม่นี้จึงมีชื่อเรียกว่า “ทฤษฎีการพัฒนาสังคมให้ทันสมัย” (Modernization Theory of Development 1960–1980) อันเป็นโมเดลที่นำเสนอให้มีการเปลี่ยนแปลงแบบพลิกตัว 360 องศา ดังนี้

ก่อนการพัฒนา

หลังการพัฒนาแล้ว

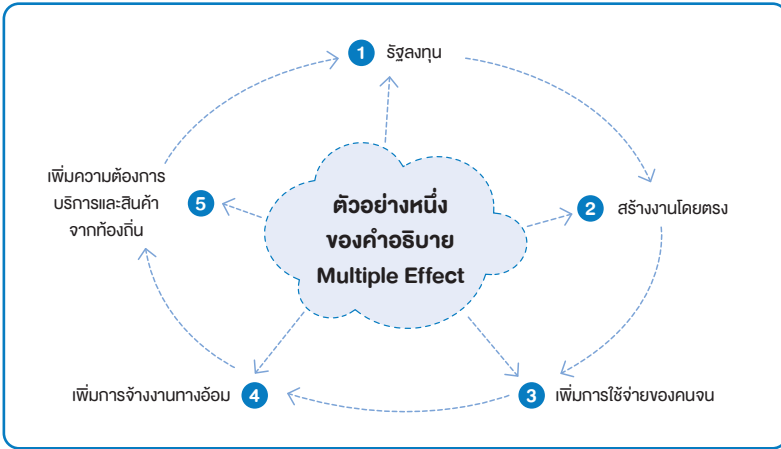
- ชนบท -----> เมือง (Urbanization)
- เกษตรกรรรม -----> อุตสาหกรรม/อุตสาหกรรมบริการเกษตร
- ผู้นำการเปลี่ยนแปลง คือ รัฐ
- กลยุทธ์การพัฒนา คือ การนำของใหม่ไปแทนที่ของเดิมที่มีอยู่ เพราะของเดิมที่มีอยู่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา (Substitution Strategy)
- ใช้ทุนเป็นเครื่องมือหลักในการพัฒนา (Capital Intensive)

เนื่องจากเส้นทางของการพัฒนา ซึ่งหมายถึง “การสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างมีการวางแผน” (planned change) ไม่ได้เป็นแบบม้วนเดียวจบ หากแต่เป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีลำดับขั้นตอนเป็นระยะ ๆ โมเดลที่ชัดเจนที่สุดที่แสดงการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นลำดับขั้นแบบขั้นบันได คือ โมเดลขั้นตอนความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของ W. W. Rostow (1960) ซึ่งมีจุดออกสตาร์ทที่สภาพปัจจุบันของประเทศด้อยพัฒนาทั้งหลาย และหลังจากใส่เงินทุนและเครื่องมือการพัฒนาทั้งหลายเข้าไปแล้ว บรรดาประเทศด้อยพัฒนา ก็จะค่อย ๆ ไต่บันไดแห่งความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจขึ้นไปตามลำดับขั้นสักประมาณ 5 ขั้น ดังในภาพ



ในภาคปฏิบัติการ โมเดลของทฤษฎีความทันสมัยก็มีแนวคิดคล้ายคลึงกับด้านส่งเสริมการเกษตรที่ได้กล่าวมาแล้ว คือ รัฐไม่สามารถจะเริ่มต้นกับทุก ๆ คน ทุก ๆ ภาคส่วนของสังคมได้แบบเรียงหน้ากระดานไปพร้อม ๆ กัน ดังนั้นในระยะเริ่มแรกจึงต้องเริ่มต้นกับ “ภาคส่วนที่ก้าวหน้ามากที่สุด พร้อมที่สุด มีแววมากที่สุด” เครื่องมือที่นำมาใช้ก็คือบรรดาโครงการพัฒนาเศรษฐกิจรูปแบบต่าง ๆ (ดังที่ผู้ใหญ่อสิยคุณมอบหมายให้ทำโครงการพัฒนา “ให้ชาวนาเลี้ยงเป็ดและสุกร” ในปี พ.ศ. 2504) และหลังจากกลุ่มแรกที่เป็นต้นแบบทำได้สำเร็จแล้ว ก็จะขยายผลออกไปยังกลุ่มอื่น ๆ ที่เรียกว่า “แนวคิด Multiple Effect” เหมือนการถ่ายสำเนาจากต้นฉบับไปสู่ฉบับขยายผล ส่วนตัวช่วยที่จะมาทำหน้าที่คล้าย ๆ เครื่องถ่ายสำเนา ก็คือระบบการสื่อสารประเภทต่าง ๆ เช่น ในยุคแรก ค.ศ. 1960 ก็จะเน้นไปที่สื่อสารมวลชนประเภทต่าง ๆ ให้เข้ามาเป็นตัวช่วยการขยายผล เป็นต้น

หรือการใช้กลยุทธ์ “เติมน้ำให้เต็มแก้วเสียก่อน แล้วน้ำก็จะไหลรินไปสู่ส่วนอื่น ๆ ที่เหลือนอกแก้ว” ที่เรียกว่า trickle-down effect เช่น การเลือกทำโครงการพัฒนาเศรษฐกิจกับกลุ่มคน/ภาคส่วนที่ก้าวหน้าก่อน (เปรียบเสมือนเป็นแก้วน้ำ) หลังจากที่ดินกลุ่มนี้มีความมั่งคั่งแล้ว หยดน้ำแห่งความมั่งคั่งก็จะไหลรินล้นแก้วออกไปสู่คนกลุ่มอื่น ๆ



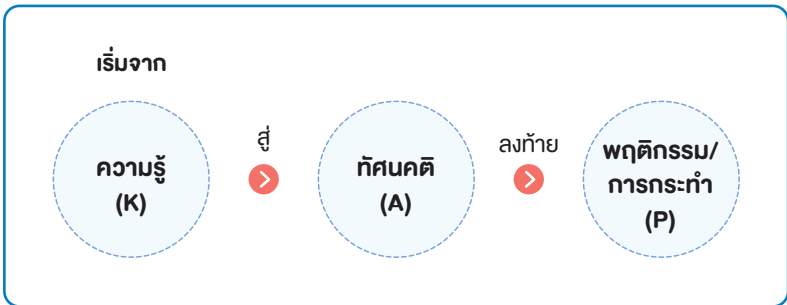
(3) ข้อวิจารณ์แนวคิดเรื่อง “การขยายผล” ของทฤษฎีความทันสมัย เนื่องจากมีช่วงเวลาที่มีการนำโมเดลทฤษฎีการพัฒนาสังคมให้ทันสมัยมาใช้ปฏิบัติการจริง ๆ ในประเทศต่าง ๆ เป็นเวลายาวนานประมาณถึง 2 ทศวรรษ ดังนั้นจึงมีผลลัพธ์ต่าง ๆ ที่เป็นจริงเกิดขึ้น และเป็นต้นตอของบรรดาคำวิพากษ์วิจารณ์ต่าง ๆ ผู้เขียนจะไม่ขอกล่าวถึงข้อวิจารณ์เนื้อหาแนวคิดของทฤษฎีการพัฒนาความทันสมัยในที่นี้ เนื่องจากผู้อ่านสามารถอ่านได้จากที่อื่น ๆ (คำวิจารณ์หลัก ๆ ที่พวกเราคุ้นเคยกัน ก็เช่น แนวทางการพัฒนาแบบจากบนลงล่างนั้นจะไม่ทำให้เกิดความสำเร็จอย่างแท้จริง หรือการพัฒนาความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจนั้นต้องแลกมาด้วยความสูญเสียด้านสังคมและความเสื่อมโทรมด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการได้ไม่คุ้มเสีย เป็นต้น) แต่ทว่าผู้เขียนจะขอเลือกนำเสนอข้อวิจารณ์เฉพาะบางประการที่เกี่ยวกับ “แนวคิดเรื่องการขยายผล” ที่ถูกผูกติดมากับทฤษฎีความทันสมัย ดังนี้

(i) งานส่งเสริมการขยายผล “ความทันสมัยและการพัฒนา”

ถูกรับรู้ว่า เป็นการออกแบบการขยายผลอย่างมีหลักการ มีตรรกะ เป็นระบบ ดังนั้นวิธีการขยายผลแบบนี้จะต้องมีประสิทธิภาพอย่างแน่นอน (แต่ผลลัพธ์ที่เป็นจริงในหลายกรณีมิได้เป็นเช่นนั้น)

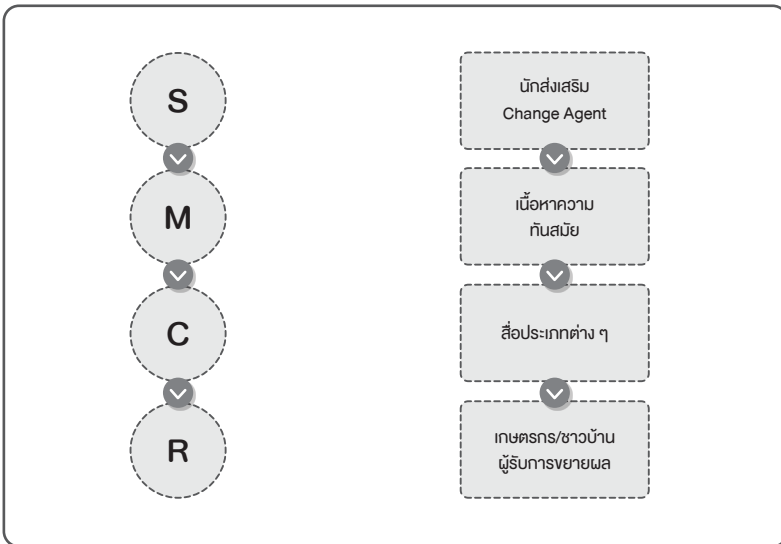
(ii) **เนื้อหาใหม่ ๆ/แนวคิดใหม่ ๆ ที่ถูกนำไปขยายผล** (ที่รู้จักกันในภายหลังว่า “เป็นนวัตกรรม”) ถูกรับรู้ว่าเป็น “ดีกว่าวิธีการ/แนวคิด/วิธีการปฏิบัติแบบเก่าที่มีอยู่” เรียกว่าเป็นแนวคิดที่ “ถือทางเข้าข้างของใหม่ นวัตกรรม” (pro-innovation) เช่น การใช้ปุ๋ยเคมีจะให้ผลดีกว่าปุ๋ยชีวภาพ การใช้เมล็ดพันธุ์พืชแบบใหม่จะให้ผลผลิตสูงกว่าเมล็ดพันธุ์พื้นบ้าน เป็นต้น ดังนั้นกลยุทธ์การขยายผลที่นำมาใช้จึงเป็นกลยุทธ์การเอาของใหม่เข้าไปแทนที่ของเดิม (substitution strategy)

(iii) **หน่วยของผู้รับขยายผลแนวคิดใหม่** จะเน้น “ปัจเจกบุคคล” ผู้เป็นเป้าหมายของการเปลี่ยนแปลง และทฤษฎีที่อยู่เบื้องหลังการเปลี่ยนแปลงปัจเจกบุคคลก็เป็นทฤษฎีด้านจิตวิทยาที่เน้นลำดับขั้นของการเปลี่ยนแปลงจาก Knowledge–Attitude–Performance (K–A–P)



จากแนวคิดเบื้องหลังดังกล่าว ในการขยายผลแนวคิดใหม่ ๆ เช่น เรื่องการคุมกำเนิด จึงเริ่มเปิดฉากด้วยกลยุทธ์ “การให้ความรู้ความเข้าใจ” ถึงประโยชน์หรือความจำเป็นของการคุมกำเนิด หลังจากกลุ่มเป้าหมายเข้าใจแล้ว ก็จะมี “ทัศนคติที่ดีต่อการคุมกำเนิด” และปิดฉากด้วยการที่กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจทำหมัน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ข้อเท็จจริงจำนวนมากก็แสดงให้เห็นว่า ลำดับขั้นตอนทั้ง 3 นี้ไม่สามารถใช้งานได้ผลเสมอไป

(iv) รูปแบบการสื่อสารของการขยายผล หากใช้แบบจำลองการสื่อสาร S-M-C-R (ผู้ส่ง-เนื้อหาสาร-ตัวสื่อ-ผู้รับสาร) มาวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารของโมเดลความทันสมัย ก็จะมีลักษณะเป็น “การสื่อสารแบบบนลงล่าง” (top-down approach) และเป็น “การสื่อสารแบบทางเดียว” (one-way communication)



(4) การยับยั้งของโมเดลทฤษฎีความทันสมัย โมเดลการขยายผลของทฤษฎีความทันสมัยที่กล่าวมา ถูกนำมาใช้อย่างเต็มที่ในช่วงทศวรรษ 1960 และหลังจากผ่านไป 10 ปี ผลลัพธ์อันเกิดจากแนวคิดของโมเดลนี้ก็ไม่เป็นไปดังที่คาดหวังเอาไว้ทั้งหมด ตัวอย่างเช่น กลยุทธ์ trickle-down effect ที่ได้กล่าวมาแล้วก็ไม่เกิดขึ้น เพราะแม้หยดน้ำแห่งความมั่งคั่งจะเต็มแก้วแล้วแต่น้ำก็ไม่ไหลรินไปสู่ส่วนอื่น ๆ ที่อยู่นอกแก้ว ทั้งนี้เพราะแก้วขยายตัวใหญ่ขึ้นทุกที (เหมือนเพลง “ถมเท่าไรไม่รู้จักเต็ม”) ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงจึงกลายเป็นช่องว่างแห่งความเหลื่อมล้ำทางด้านเศรษฐกิจระหว่างน้ำในแก้วกับนอกแก้วมากกว่า

จากผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น รวมทั้งการถูกวิพากษ์วิจารณ์จากแวดวงต่าง ๆ ในช่วงทศวรรษ 1970 จึงได้มีการปรับปรุงทั้งแนวคิดเรื่องการพัฒนาความทันสมัย และทั้งเรื่องรูปแบบการขยายผล

ในส่วนของแนวคิดเรื่องความทันสมัยที่เน้น “ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ” เป็นสรณะนั้น ก็ได้มีการเพิ่มเติมแนวคิดใหม่เรื่อง “คุณภาพชีวิตของผู้คน” (quality of life) เพื่อคานแนวคิดเดิมว่า “อย่าเอาแต่เติบโตเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว ต้องให้มีความคุณภาพด้วย”

สำหรับเรื่องรูปแบบการขยายผลนั้น ได้เริ่มมีการตรวจสอบทั้งข้อสมมติฐานต่าง ๆ รวมทั้งกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้ตั้งที่ได้กล่าวมาแล้ว เช่น สมมติฐานที่ว่า “ต้นทุนและทรัพยากรที่เคยมีอยู่ในสังคมกำลังพัฒนานั้น ล้วนด้อยค่าและควรจะถูกแทนที่ด้วยสิ่งใหม่ ๆ (นวัตกรรม) ทั้งหมดนั้น” จริงหรือไม่ โดยเฉพาะต้นทุนทางด้านสังคม วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อของประชาชนที่เคยถูกรับรู้ว่าเป็นอาการของความล้าหลัง” นอกจากนั้น ก็ได้มีข้อเสนอแนวคิดและวิธีการใหม่ ๆ ในการขยายผลการพัฒนา เช่น การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจากข้างล่าง (bottom-up & participatory approach) หรือการสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) เป็นต้น

สำหรับงานวิจัย CBR ซึ่งตกฟากในช่วงปี พ.ศ. 2541 (เกือบจะถึง ค.ศ. 2000 แล้ว) ดังนั้น CBR จึงได้สมานานแนวคิดใหม่ ๆ รุ่นล่าสุด ทั้งในเรื่อง “การพัฒนาแบบถือความสำคัญของคนเป็นศูนย์กลาง” (human-centered development) และทั้งเรื่องรูปแบบการขยายผลแบบเน้นการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง อย่างสูงสุด และอย่างครบวงจร

(ค) สาขาการสื่อสาร – การสื่อสารเพื่อการเผยแพร่นวัตกรรม

(1) การกบถวนตำแหน่งแห่งที่ของ “การสื่อสาร” ในเรื่องการพัฒนา นักวิชาการด้านการสื่อสารบางท่าน เช่น S. R. Melkote (1991) ได้ทบทวนไทม์ไลน์ (timeline) เพื่อค้นหาตำแหน่งแห่งที่ของตัวแปรเรื่อง “การสื่อสาร” ในประวัติศาสตร์ของการขยายผล และตั้งข้อสังเกตประการแรกเลยว่า ในยุคแรกนั้น การสื่อสารเป็นตัวแปรนอกสายตาเลยในเรื่องการขยายผล

Melkote แบ่งยุคประวัติศาสตร์ของการขยายผลด้านการเกษตร และการพัฒนาโดยใช้เขตงานเวลาตั้งแต่ช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 และเน้นวิธีการทำงานของหน่วยงานพัฒนาหลักของอเมริกา เช่น องค์กร USAID ผลจากการทบทวนเอกสารหลักฐาน Melkote พบข้อมูล ดังนี้

- **ในยุคแรก** วิธีการขยายผลนั้นจะใช้วิธีการให้ “วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ” สำหรับการพัฒนาด้านต่าง ๆ เช่น หากเป็นด้านการเกษตรก็แจกวัสดุ อุปกรณ์ทางการเกษตร หากเป็นเรื่องการวางแผนครอบครัวก็ทำหมันใส่ห่วงฟรี ถ้าเป็นเรื่องป้องกันโรคก็ฉีดวัคซีนฟรี เป็นต้น

- **ยุคที่สอง** เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการขยายผลจากการแจก วัสดุอุปกรณ์มาเป็น “การเน้นการให้การศึกษาและการฝึกอบรม” (Education & Training) เช่น เทคนิคและวิธีการใหม่ ๆ ในการปลูกพืชเศรษฐกิจตัวใหม่

จากทั้ง 2 ยุคที่ผ่านมา Melkote สรุปว่า การขยายผลส่วนใหญ่ มักจะได้ผลลัพธ์ที่ไม่น่าพอใจเท่าใดนัก (คือไม่ค่อยได้ผล) นอกจากนี้ Melkote ยังตั้งข้อสังเกตว่า หน่วย 2 หน่วยที่มีสถานะเป็น “ผู้ส่งสาร” (sender) ในแบบจำลองการสื่อสาร คือ หน่วยนักวิชาการ/นักวิจัยในสถาบันการศึกษา และ หน่วยงานขยายผล (เช่น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรของรัฐ) ยังแยกงานกันทำ ไม่ได้ประสานงานกัน แต่ที่เป็นจุดร่วมของทั้ง 2 หน่วย ก็คือ ทั้งสองหน่วย ไม่ค่อยจะมีความเข้าใจเรื่องการสื่อสาร (หรืออาจจะถึงระดับไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสารด้วยซ้ำไป) เริ่มตั้งแต่ปัญหาขั้นพื้นฐาน คือ พูดคนละภาษากับชาวบ้าน ไปจนกระทั่งถึงเรื่องทีลึกลับซับซ้อน เช่น การสื่อสารเพื่อสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้น (communication for trust building)

(2) มุมมองจากฝั่งของการสื่อสาร อันที่จริง ตั้งแต่เริ่มฉากรึก ของยุคสมัยแห่งการพัฒนาสังคม ก็มี “ระบบการสื่อสารบางประเภท” ที่ถูกคาดหวังหมายตาว่าจะเข้ามาช่วยงานการพัฒนาประเทศชาติ นั่นคือ **การสื่อสารมวลชน** (Mass Communication) และดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า การสื่อสารเพื่อการขยายผลนั้นนับเป็น 1 ใน 7 พื้นที่ของตระกูล

“การสื่อสารเพื่อการพัฒนา” ดังนั้นจึงมีการศึกษาวิจัยอย่างอุดมสมบูรณ์ในเรื่องที่ว่า ควรจะใช้สื่อประเภทใดในการโน้มน้าวให้เกษตรกรเปลี่ยนจากการใช้ข้าวพันธุ์ท้องถิ่นมาเป็นข้าวพันธุ์ใหม่ที่รัฐนำมาเสนอให้ หรือจะต้องรณรงค์ประชาสัมพันธ์อย่างไรให้ชาวบ้านยอมรับว่า “ลูกมากจะยากจน” (หรือในทางกลับกัน ให้ชาวบ้านเชื่อว่า “ที่พวกเขายากจนก็เพราะมีลูกมาก”) เป็นต้น

แนวทางการศึกษาวิจัยด้านการสื่อสารเพื่อการขยายผลในยุคแรก ๆ นี้ก็จะสนใจที่จะตอบคำถามหลัก ๆ อยู่ 2 คำถาม คำถามแรกก็คือ ควรจะต้องเลือกใช้ “สื่อประเภทไหน” จึงจะขยายผลได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด (ได้ผลรวดเร็ว ได้ผลอย่างง่าย ๆ ได้ผลคุ้มค่าลงทุนน้อย ฯลฯ) คำถามนี้อาจจะศึกษาตัวแปรสื่อแบบเดี่ยว ๆ แบบ stand alone ในขณะที่คำถามที่สองจะเป็นเรื่อง “วิธีการใช้สื่อ” คือเริ่มมีการจับคู่ระหว่าง “ประเภทของสื่อ” (channel/media) เข้าคู่กับตัวแปรอื่น ๆ อีก 3 ตัว ในแบบจำลองการสื่อสารคือ S (ผู้ส่งสาร) M (เนื้อหาสาระ) และ R (ผู้รับสาร) เช่น

$S \times C$ ควรจะให้ใครเป็นพิธีเซนต์เตอร์ (S) ในสปอตรณรงค์เรื่อง การเลือกตั้ง

$M \times C$ การให้ข้อมูลที่เป็นตัวเลขนั้นไปไม่ได้เลยกับสื่อวิทยุที่เป็น สื่อเสียง

$R \times C$ ถ้าจะเผยแพร่ข่าวสารเรื่องเบียร์ยังชีพให้ถึงกลุ่มผู้สูงอายุ ควรจะเลือกใช้สื่ออะไรดี

เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากแนวคิดเรื่องการสื่อสารในช่วงทศวรรษ 1960–1970 นั้นยังคงอยู่ภายใต้กรอบการสื่อสารแบบจากบนลงล่าง และการสื่อสารแบบทางเดียวดังที่ได้กล่าวมาแล้ว คุณลักษณะดังกล่าวจึงน่าจะเป็น ปัจจัยเหนี่ยวรั้งประสิทธิภาพของการสื่อสารเพื่อการขยายผลอยู่พอสมควร ทั้ง ๆ ที่อิทธิฤทธิ์ทางเทคโนโลยีของสื่อสมัยใหม่ตั้งแต่ยุคของวิทยุทรานซิสเตอร์ มาจนถึงโทรทัศน์นั้นมีอานุภาพอย่างมากมายมหาศาล

(3) โฟกัสไปที่ “การสื่อสารเพื่อการขยายผล” เป็นการเฉพาะ

เมื่อเส้นทาง 2 สาย คือ การส่งเสริมการเกษตรและการสื่อสารเพื่อการขยายผลเดินทางมาพบกัน Melkote ก็ได้สรุปไทม์ไลน์ของการสื่อสารเพื่อการขยายผลออกมาอย่างย่อ ๆ ดังนี้

- **ยุคแรก** จากฝ่ายส่งเสริมการเกษตร ดังที่ได้กล่าวมาแล้วตั้งแต่ประวัติศาสตร์ของการขยายผลตั้งแต่ยุคอดีตว่า จะมีการใช้ “สื่อบุคคล” ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญเป็นหลัก และใช้รูปแบบการสื่อสารเป็นกลุ่มเล็ก ๆ (small-group communication) กลุ่มผู้เข้าร่วมการสื่อสารเพื่อการขยายผล ก็คือบรรดาแกนนำตัวต่อตนเอง (contact farmer) การสื่อสารในรูปแบบนี้ค่อนข้างรับประกันได้ถึงประสิทธิภาพในการสื่อสาร เพียงแต่มีข้อจำกัดว่า มีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างช้า

- **ยุคสอง** เริ่มมีสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีคุณลักษณะที่เหมาะสมกับงานขยายผล คือ วิทยุทรานซิสเตอร์ ซึ่งเป็นสื่อเสียง (ธรรมชาติของเกษตรกรไม่ค่อยคุ้นเคยกับสื่อตัวอักษร เช่น คู่มือแนะนำต่าง ๆ) มีขนาดเล็ก พกพาไปทั่วไร่ปลายนาได้ง่าย และใช้ได้สะดวก มีราคาย่อมเยาพอที่เกษตรกรจะหาซื้อมาใช้ได้ ด้วยคุณสมบัติที่เหมาะสมเหล่านี้ ผู้ที่ทำงานส่งเสริมขยายผลด้านการเกษตรจึงนิยมนำเอาสื่อวิทยุมาใช้ควบคู่กับสื่อบุคคลแบบเดิม แต่แม้ว่า **ตัวสื่อ** จะมีการเปลี่ยนแปลงไป หากทว่า **รูปแบบวิธีการใช้สื่อ** ก็ยังคงเป็นแบบเดิม คือ เป็นการสื่อสารแบบบนลงล่างและเป็นทางเดียว

- **ยุคที่สาม** การสื่อสารเพื่อการเผยแพร่นวัตกรรมในราวช่วงทศวรรษ 1980 โจทย์ด้านการสื่อสารก็เข้าไปเชื่อมต่อกับโจทย์เรื่องการขยายผลด้านการส่งเสริมการเกษตรอย่างเป็นเนื้อเดียวกัน โดยอยู่ภายใต้แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่นวัตกรรม (Communication for Innovation Diffusion) เช่น กลุ่มนักวิชาการที่มีเอเวอเรต โรเจอร์ส (E. Rogers) เป็นผู้นำ

โรเจอร์สเริ่มตั้งแต่การนำเสนอแนวคิดใหม่ว่า เนื่องจากสิ่งที่จะนำไปขยายผลนั้น ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดใหม่ ๆ (คนเราสามารถควบคุมจำนวนบุตรได้) สิ่งของใหม่ ๆ (เช่น เครื่องเกี่ยวข้าว) หรือวิธีการปฏิบัติแบบใหม่ ๆ (เช่น วิธีการฉีดวัคซีนป้องกันโรค) สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็น “สิ่งใหม่” สำหรับการขยายผล ผู้ซึ่งเคยมี “สิ่งเก่า” อยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นความคุ้นเคย ประเพณี ความเชื่อ ฯลฯ ดังนั้นการจะใช้สื่อประเภทใดประเภทหนึ่งไปเปลี่ยนแปลงให้เกิดการละทิ้ง “ของเก่า” ให้มาใช้ “ของใหม่” แทน จึงมิใช่เรื่องง่าย ๆ ที่จะทำอย่างได้ผลทันทีและเป็นแบบม้วนเดียวจบ (คล้ายกับว่า เรามิได้หาคูปองให้คนโสด แต่หาคนใหม่ให้คนที่มิใช่เจ้าของแล้ว) นี่จึงเป็นหนังสือคนละม้วนจากเรื่องเดิม คือ “ไปเติมสิ่งที่ไม่เคยมี” มาเป็นหนังสือใหม่ คือ “ไปเปลี่ยนสิ่งเก่าให้มาเป็นสิ่งใหม่” ซึ่งหนังสือหลังนั้น “ยากกว่ากันเยอะเลย”

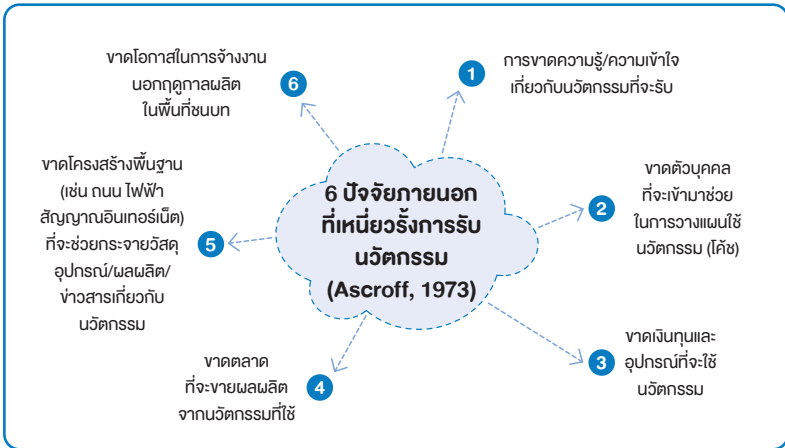
นอกจากนั้น ตัวสิ่งใหม่ที่จะนำไปขยายผลนั้นก็มักจะไม่ใช่วิธีแปรโตด ๆ หากแต่เป็น “กลุ่มของตัวแปร” ตัวอย่างเช่น เรื่องการเปลี่ยนเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดมาเป็นพันธุ์ใหม่ ก็มีใช้เปลี่ยนแต่ตัวเมล็ดพันธุ์เท่านั้น หากแต่ต้องมีการปรับเปลี่ยนวิธีการเตรียมดิน การจัดการน้ำ วิธีการเพาะปลูก การใช้ปุ๋ยบำรุง การจัดการกับโรคพืช ฯลฯ ดังนั้นในการออกแบบเรื่องการขยายผลนวัตกรรมก็จะมี “กลุ่มตัวแปรต่าง ๆ” เข้ามาเกี่ยวข้องให้ต้องพิจารณาเช่นเดียวกัน เริ่มตั้งแต่ตัวคุณลักษณะของนวัตกรรมเองว่าจะชวนให้รับได้ง่ายหรือยาก (เช่น การฉีดวัคซีนป้องกันโรคอาจจจะรับได้ง่ายกว่าการใส่ห่วงคุมกำเนิด) ต่อเนื่องไปถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้รับการขยายผลที่มีหลายขั้นตอน (จาก K กว่าที่จะถึง P) จนกระทั่งถึงประเภทของสื่อที่คงจะต้องมี “หลายประเภท” และออกมาโดดเด่นมีบทบาทในแต่ละฉากของขั้นตอนการตัดสินใจ จนจบท้ายด้วยอัตราเร็วซ้ำของผู้รับนวัตกรรมแต่ละกลุ่มที่มีไม่เท่ากัน โจทย์ของการขยายผลจึงไม่น่าจะง่ายตายอยู่เพียงในระดับว่า “จะใช้สื่อประเภทไหนดี” เท่านั้น และนี่คือเนื้อหาที่กลุ่มนักวิชาการเช่นโรเจอร์สได้นำเสนอไว้ในทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการแพร่กระจายนวัตกรรมของเขา

(จ) ประเด็นที่ยังก่อกวนกันอยู่ในเรื่องการขยายผล

อาจจะเนื่องมาจากข้อเท็จจริงที่ว่า ความสำเร็จของการขยายผลแนวคิดใหม่ ๆ และวิธีการปฏิบัติแบบใหม่ ๆ โดยเฉพาะในช่วงยุคแรกของการพัฒนา คือช่วงทศวรรษ 1960 นั้นยังพบความสำเร็จในระดับที่ไม่น่าพอใจนัก ดังนั้นจึงมีงานค้นคว้าวิจัยจำนวนหนึ่งที่ค้นหาคำตอบว่า อะไรเป็นปัญหาอุปสรรคของการเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ (ที่ดูดีมีคุณค่าเหนือกว่า) เหล่านี้ มีคำตอบอยู่ 2 คำตอบ ที่เปลี่ยนไปในแต่ละช่วงทศวรรษ กล่าวคือ ในช่วงทศวรรษ 1960 คำตอบแรกของการอุปสรรคในการขยายผลก็คือ **ปัจจัยภายใน** (internal constraint) ที่มากับตัวเกษตรกรชาวนาหรือชาวนบพผู้รับการขยายผล แต่ในช่วงทศวรรษ 1970 ก็เกิดคำตอบใหม่ที่ว่า อุปสรรคของการขยายผลนั้นมาจาก**ปัจจัยภายนอก** (external constraint) มากกว่า

ในช่วงทศวรรษ 1960 ความล้มเหลวของการขยายผลถูกอธิบายจากนักวิชาการกลุ่มหนึ่งว่ามาจากอุปสรรคที่เป็น**ปัจจัยภายใน** คือตัวผู้รับการขยายผลเอง โดยเฉพาะปัจจัยทางด้านจิตวิทยาของเกษตรกรและคนในชนบท เช่น หัวโบราณ อนุรักษ์นิยม ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง ไม่กล้าเสี่ยงลองของใหม่ เชื่อถือโชคกลาง เชื่อเรื่องเวรกรรม ความรู้น้อย (อ่านเขียนไม่ได้) ไม่ค่อยติดตามข่าวสารภายนอก เป็นต้น

แต่ในช่วงทศวรรษ 1970 ก็มีนักวิชาการอีกกลุ่มหนึ่งที่คัดค้านการอธิบายความล้มเหลวของการขยายผลที่ขึ้นไว้กล่าวโทษไปที่ตัวผู้รับการขยายผลซึ่งมีปัจจัยภายในเป็นตัวเหนี่ยวรั้ง นักวิชาการกลุ่มนี้เสนอใหม่ว่า อุปสรรคของการรับสิ่งใหม่จากการขยายผลนั้น มาจากปัจจัยภายนอกที่แวดล้อมและเหนี่ยวรั้งผู้รับการขยายผลมากกว่า ตัวอย่างเช่น Ascroft (1973 อ้างใน S. R. Melkote, 1991) ระบุปัจจัยภายนอก 6 ประการ ที่เป็นคอขวดปิดกั้นอาการไหลของการขยายผล ดังนี้



สำหรับข้อถกเถียงที่ว่า น่าจะเป็นปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยภายในที่ควรจะต้องเป็นจำเลยในเรื่องความล้มเหลวของการขยายผลนั้น มีตัวอย่างงานวิจัย CBR บางชิ้นที่ระบุให้กล่าวโทษจำเลยทั้ง 2 คน เช่น งานวิจัยเรื่อง “การขยายผลเกษตรอินทรีย์ผ่านฟาร์มต้นแบบในพื้นที่อำเภอขุนยวม จังหวัดแม่ฮ่องสอน” (วัลลภ สุวรรณอาภา, 2563) ได้ระบุอุปสรรคของการขยายผลเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ศึกษาซึ่งเป็นจุดเจ็บของงานวิจัยชิ้นนี้เอาไว้ถึง 17 ข้อ ซึ่งเป็นทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ดังนี้

**อุปสรรคของการขยายผลเกษตรอินทรีย์ อำเภอขุนยวม
วิเคราะห์ “อุปสรรค” การขยายผลเกษตรอินทรีย์ได้น้อย**

1. ปัจจัยการผลิตไม่มี ไม่เพียงพอ
2. ไม่มีการวางแผนจัดการผลิต ไม่มีระบบในการผลิต
3. ไม่มีตลาดขายที่แน่นอน
4. ระบบการขายสินค้าไม่มีความซื่อสัตย์ในการค้าขายของตนเอง
5. เกษตรกรไม่มีความชัดเจนในตัวเอง ในด้านแนวคิด ไม่มั่นคงในตนเอง

6. สภาวะภูมิสังคมที่เปลี่ยนแปลง สภาวะโลกร้อน
 7. นโยบายการสนับสนุน ไม่มีการนำไปใช้จริง มีแต่แผนงานเปล่า ๆ
- วิเคราะห์ “จุดอ่อน” ในการขยายผลเกษตรอินทรีย์**
1. ทิศคตของเกษตรกรไม่ชัดเจน
 2. ไม่มีแรงบันดาลใจ หรือสถานการณ์จูงใจให้ทำเกษตรอินทรีย์
 3. ภาวะหนี้สินของเกษตรกร ค่าใช้จ่ายในครัวเรือน
 4. ขาดแรงงานในครัวเรือน ครอบครัวยุไม่สนับสนุนให้กำลังใจ
 5. ขาดแผนปฏิบัติพัฒนาเกษตรอินทรีย์ในชุมชน และนโยบายหนุนเสริมที่จริงจัง
 6. เกษตรกรไม่มีความมั่นใจ หรือไม่มีใจทำจริง
 7. ขาดพื้นที่รูปธรรม ต้นแบบในการเรียนรู้
 8. ความรู้การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่น้อย ขาดการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม
 9. ขาดการสืบทอดในการทำเกษตรของคนรุ่นใหม่-ทายาทเกษตรกรครัวเรือน
 10. ขาดน้ำในการทำเกษตร

สำหรับในประเด็นข้อถกเถียงที่ว่า อุปสรรคของการขยายผลนั้น จะมาจากปัจจัยแบบไหนนั้น ผู้เขียนมีความเห็นส่วนตัวว่า เราคงไม่อาจจะฟันธงลงไปว่าจะจะเป็นปัจจัยประเภทใดในทุกกรณี แต่คงต้องวิเคราะห์เป็นรายกรณีไป และอาจเป็นไปได้ว่า ในบางกรณีอุปสรรคของการขยายผลนั้นก็อาจจะมาแบบครบทั้ง 2 ปัจจัย ทั้งภายนอกและภายใน ดังเช่นกรณีงานวิจัยเรื่องการขยายผลเกษตรอินทรีย์ที่อำเภอขุนยวมที่ได้กล่าวถึง หากทว่าสิ่งที่น่าจะทำต่อไปก็คือ การจัดลำดับความสำคัญหรือการให้น้ำหนัก (weight) กับแต่ละปัจจัยว่า อันไหนหนักหน่วง อันไหนเป็นอุปสรรคเพียงเล็กน้อย เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจในการออกแบบแก้ไขปัญหาลักษณะที่ควรต้องเริ่มต้นแก้ไขตามขีดความสามารถและทรัพยากรที่มีอยู่

ตอนที่ 1.3**การขยายผล: จากความจำเป็นสู่ความเข้าใจ**

(1) จาก “ความจำเป็น” มุ่งสู่ “ความเข้าใจ” ผู้เขียนได้กล่าวถึงเหตุผลที่งานวิจัย CBR มีความสนใจเรื่องการขยายผลว่า อาจจะเนื่องมาจากทั้งความจำเป็นที่ CBR เป็นงานวิจัยขนาดใหญ่จึงต้องหาเพื่อนให้มากขึ้น หรือมาจากธรรมชาติของกลุ่มคนที่ CBR ทำงานด้วยที่มีวัฒนธรรม “เจอของดี เลขเด็ด ต้องบอกต่อ” ซึ่งทั้ง 2 เหตุผลนี้ ก็ทำให้มีงานวิจัย CBR จำนวนหนึ่งที่ชูธงเรื่อง “การขยายผล” เอาไว้เป็นโจทย์การวิจัยเลย หรือมิฉะนั้น ก็มีส่วนตัวขยายของโครงการวิจัยเป็นเนื้อหาเรื่องการขยายผล อย่างไรก็ตาม 2-3 เหตุผลที่กล่าวมานี้ พูดยุติแบบภาษาการตลาดก็คือยังเป็น **สาเหตุแบบแรงผลักดัน** (pushing factor) คือต้องทำเพราะความจำเป็นดันหลังอยู่ การดำเนินการด้วยแรงผลักดันนั้นยังมีข้อจำกัดตามมาหลายประการ เช่น ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจะเป็นแบบ “ตาดีได้ ตาร้ายเสีย” หรือดำเนินการเพียงชั่วคราวคร่ำไม่ยั่งยืน (เพราะเบื่อความลุ่มหลง ทำแล้วไม่ได้ผล) ดังนั้นจึงควรมีการยกระดับการทำงานด้านการขยายผลจาก “แรงผลักดัน” ให้ขึ้นมาเป็น “แรงดึงดูด/แรงบันดาลใจ” (pulling factor) คือการเดินหน้าทำงานโดยมีความเข้าใจซึ่งนำไปสู่การปฏิบัติ

ในที่นี้ มีความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการขยายผลอยู่ 3-4 เรื่อง ที่ผู้เขียนอยากจะทบทวน คือ

(ก) ความเข้าใจว่า “การขยายผล” เป็นเรื่องที่ “น่าจะยอมรับกันได้โดยปริยาย” (take it for granted) ที่ได้กล่าวถึงไปแล้วว่า อย่าคิดว่า “เมื่อทำงานสำเร็จแล้ว ก็ต้องขยายผลเป็นเรื่องธรรมดา” แต่ขอให้ทบทวนเป้าหมายว่า เราจะขยายผลไปเพื่ออะไร ขยายกับใคร ใช้วิธีการอะไร ฯลฯ และอย่าคิดว่า “เมื่อคิดจะขยาย ก็น่าจะต้องได้ผล”

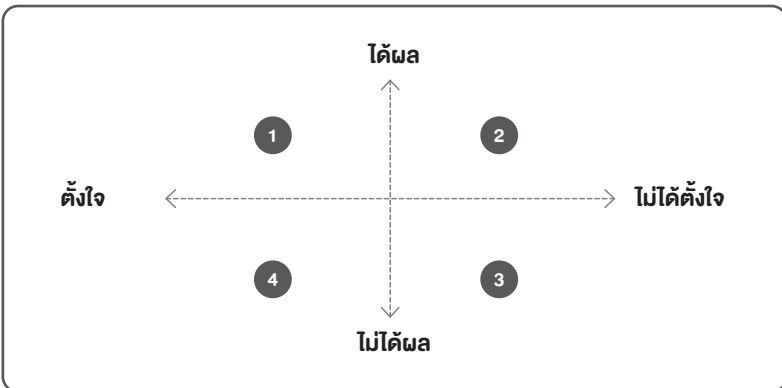
สำหรับการขยายผลในแวดวง CBR นั้น ก็มีเรื่องราวที่ชวนให้คนทำงาน CBR ตกหลุมการยอมรับโดยปริยายในเรื่องการขยายผลได้ง่าย ๆ เช่น เมื่อตอนที่มิชชันนารีเข้ามาเป็นนักวิจัยชุมชน หลังจากทำงานได้ผลสำเร็จ

แล้วนักวิจัยชุมชนก็ไปขยายผลตามธรรมชาติ ซึ่งก็ดูเหมือนจะได้ผลดี (แม้ว่าจะ เป็นแบบค่อยเป็นค่อยไป) แต่ทว่าพอเปลี่ยน**ตัวคนขยายผล**มาเป็นโหนด/ พี่เลี้ยง CBR หรือเป็นนักวิจัยที่เป็นนักวิชาการเพื่อชุมชนที่จะมาเอาจริงเอาจัง กับ การขยายผล ก็กลับพบว่าไม่ง่ายอย่างที่เคยเห็น

อันที่จริง น่าจะมีคำอธิบายเบื้องหลังปรากฏการณ์นี้ว่า เวลาที่ดู นักวิจัยชาวบ้านไปขยายผลตามธรรมชาติ นั้น ที่จริงแล้วตัวผู้ขยายผลนั้น มีความรู้แบบสัญชาตญาณฝังอยู่ข้างในตัว เริ่มตั้งแต่มีต้นทุนทางสังคมเรื่อง ความไว้วางใจ (trust) ระหว่างผู้ขยายและผู้รับการขยาย มีการวิเคราะห์ หรือรู้จักผู้รับการขยายมาแล้วอย่างดี มีการชั่งน้ำหนักแล้วว่าต้องขยายผลถึง ระดับไหน ผู้รับจึงพอจะรองรับไหว ฯลฯ ดังนั้นการสื่อสารเพื่อการขยายผล จึงเป็นสไตล์แบบ “คนบ้านเดียวกัน แค่มองตากันก็เข้าใจอยู่” แต่ทว่า เมื่อเปลี่ยนแปลงฝ่ายผู้ขยายผล บรรดาเงื่อนไข/ปัจจัยต่าง ๆ ที่เคยมีอยู่ก็ขาด หายไป งาน การขยายผลจึงไม่ใช่เรื่องหมู ๆ อย่างที่คิด เป็นต้น

(V) ความเข้าใจเรื่องแบบแผนที่หลากหลายของการขยายผล

หากเรานำตัวแปร 2 ตัว ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการขยายผลมาวางบนแกน 2 แกน ที่ตัดกัน คือ ตัวแปรเรื่อง “ความตั้งใจ/ความไม่ตั้งใจ” และ “การได้ผล/ การไม่ได้ผล” เราก็จะได้แบบแผนการขยายผลออกมาเป็นอย่างน้อย 4 แบบแผน คือ



- **แบบแผนที่ 1:** เป็นแบบแผนที่ผู้ขยายผลมีความตั้งใจ มีการวางแผนออกแบอย่างดี และสามารถขยายอย่างได้ผลตามที่ตั้งใจไว้
- **แบบแผนที่ 2:** เป็นแบบแผนที่ผู้ขยายผลไม่ได้ตั้งใจ เป็นการขยายผลตามธรรมชาติ อาจจะทำแบบเชิงรับ (เช่น ฝากผลงานวิจัยไปกับนายอำเภอ แล้วนายอำเภอไปขยายต่อให้ได้ดี) แต่ทว่าผลลัพธ์ที่ออกมากลับเป็นความสำเร็จอย่างดี
- **แบบแผนที่ 3:** เป็นแบบแผนที่ผู้ขยายไม่ได้ตั้งใจ ขยายผลไปตามยถากรรม และก็ไม่เกิดผลลัพธ์อะไรตามมา
- **แบบแผนที่ 4:** (เป็นโศกนาฏกรรม) เป็นกรณีที่ผู้ขยายผลมีความตั้งใจ แต่ทว่าการขยายผลกลับล้มเหลว (มีกรณีเช่นนี้อยู่ด้วยในงานวิจัย CBR จนกระทั่งต้องมีการกลับมาทำวิจัยเรื่องการขยายผลแบบขอแก้มือหรือนัดล้างตากันอีกที)

สำหรับแบบแผนที่ 4 นี้ ยังมีตัวแปรตัวที่ 3 ที่ซ่อนเร้นอยู่ คือ ตัวแปรเรื่อง**ความเข้าใจเกี่ยวกับการขยายผล** ซึ่งหากมีตัวแปรนี้แทรกเสริมเข้าไป ก็จะทำให้โอกาสเสี่ยงที่จะล้มเหลวอาจจะมีน้อยลง และโอกาสที่จะประสบความสำเร็จก็อาจจะมากขึ้น

(ค) ความเข้าใจที่ว่า “การขยายผลนั้นเป็นภารกิจแห่งความเสี่ยง” (risky business) คำว่าการขยายผลเป็นภารกิจแห่งความเสี่ยงนั้น มีนัยตามมาหลายประการ นัยแรกก็คือความเข้าใจโดยทั่วไปเกี่ยวกับความเสี่ยง คือ มีทั้งได้และเสีย

นัยที่สองก็คือ เมื่อเป็นความเสี่ยง ดังนั้นโอกาสของผู้รับการขยายผลแต่ละคน แต่ละกลุ่ม จึงสามารถรองรับความเสี่ยงได้ไม่เท่ากัน ดังที่มีผลการวิจัยเรื่องการขยายผลได้ข้อค้นพบว่า คนที่มีระดับการศึกษาสูงเห็นโลกกว้างมามาก (cosmopolitan) จะตัดสินใจเสี่ยงรับนวัตกรรมได้มากกว่า คนมีการศึกษาน้อย เช่นเดียวกับการขยายนวัตกรรมเรื่องการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์ คนที่มีปัจจัยการผลิต เช่น มีที่ดินมาก สามารถที่จะเสี่ยงแบ่งที่ดินส่วนเล็ก ๆ บางแปลงมาทดลองทำเกษตรอินทรีย์ ในขณะที่เกษตรกรที่มีที่ดินน้อยจะไม่กล้าพอที่จะเสี่ยงรับนวัตกรรมได้ เป็นต้น

และนัยที่สามของคำว่า “ภารกิจแห่งความเสี่ยง” ก็คือ ในระหว่างเส้นทางไปสู่การบรรลุเป้าหมายนั้น เราจะต้องผ่านหุบเหวแห่งอันตรายและอุปสรรคต่าง ๆ มากมายที่จะต้องใช้ความพยายามฝ่าข้ามไป ให้พัน R. D. Colle (2008) ได้ประมวลกำแพงแห่งอุปสรรคของการขยายผลที่ได้เกิดขึ้นแล้วในยุคแรกเอาไว้ประมาณ 14 ประการ ดังนี้

- 1) ทิศทางของการไหลของข้อมูล/ข่าวสาร/ความรู้จะเป็นแบบทางเดียว ไม่ค่อยมีข้อมูลป้อนกลับ (feedback) จากผู้รับการขยายผล
- 2) ข้อมูล/ข่าวสาร/ความรู้ที่เผยแพร่ออกไปไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับการขยายผล พูด่าง ๆ คือไม่ตอบโจทย์
- 3) เนื้อหาสารเรื่องการขยายผลคับแคบเกินไป มุ่งแต่เฉพาะบางผลผลิตเท่านั้น ในขณะที่ชีวิตจริงของเกษตรกรมีระบบการผลิตที่หลากหลาย
- 4) มักจะมุ่งเน้นแต่ความรู้เชิงเทคนิคด้านการเกษตร ในขณะที่เกษตรกรยังมีชีวิตแ่งมุมอื่น ๆ เช่น ความสัมพันธ์กับเพื่อนบ้าน สุขภาพของตนเองและครอบครัว
- 5) มักจะเน้นแต่กลุ่มเป้าหมายที่เป็น “หัวหน้าครอบครัว” ที่เป็นผู้ชายที่มีที่ดิน แต่มักจะลืมนกลุ่มเป้าหมายคนอื่น ๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มผู้หญิง กลุ่มพ่อค้าแม่ค้ารายย่อย กลุ่มแรงงานรับจ้างที่ไม่มีที่ดิน เป็นต้น
- 6) ผู้ที่ควบคุมระบบการขยายผลมักจะเป็นนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญโดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับการขยายผลได้มีส่วนร่วม
- 7) วิธีการเข้าถึงตัวเกษตรกรมักจะใช้ระบบการสื่อสารแบบเห็นหน้าเห็นตากันอย่างเดียว โดยไม่ค่อยใช้ระบบสื่อสารแบบอื่น ๆ (ในยุคปัจจุบัน ก็เช่น โทรศัพท์มือถือ โลกออนไลน์ วิดีโอ ฯลฯ) มาช่วยเสริม
- 8) ค่าใช้จ่ายสำหรับรูปแบบหลักของการขยายผล เช่น การฝึกอบรมและการตรวจเยี่ยมที่ได้กล่าวไปแล้ว (T&V) มีค่าใช้จ่ายสูงมากกว่าทั้ง 2 ฝ่าย คือ ผู้ขยายผลและผู้รับการขยาย (ต้องใช้เวลาเดินทางและเวลาเข้าร่วมการอบรม) และเป็นระบบที่รวมศูนย์ตัวผู้ขยายผล

9) ถึงแม้จะมีความสำเร็จในการทำให้ผู้รับการขยายผลยอมรับนวัตกรรม แต่ก็มักไม่มีข้อมูลว่านวัตกรรมนั้นได้ช่วยเพิ่มรายได้หรือเพิ่มผลิตภาพในการผลิต (productivity) ของเกษตรกรในท้ายที่สุดหรือเปล่า

10) นักส่งเสริมขยายผลมักจะได้รับการฝึกอบรมให้มีความรู้เชิงเทคนิค แต่มักขาดความรู้ด้านการสื่อสารและการสร้างความสัมพันธ์กับผู้คนทั้ง ๆ ที่เป็นตัวแปรหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งยวดต่อการยอมรับนวัตกรรมคือเรื่อง**ความไว้วางใจ** (trustworthiness)

11) ค่าตอบแทนสำหรับบุคลากรที่ทำหน้าที่เป็น “นักส่งเสริมขยายผลในพื้นที่” (เช่น อาสาสมัครปศุสัตว์ อาสาสมัครสิ่งแวดล้อม) มักจะมีเพียงเล็กน้อย หรือไม่มีการสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์สำหรับการทำงาน

12) ไม่มีระบบการติดตาม การประเมินผล และการหนุนเสริม

13) งบประมาณสำหรับการขยายผลมีน้อยหรือไม่มีเลย

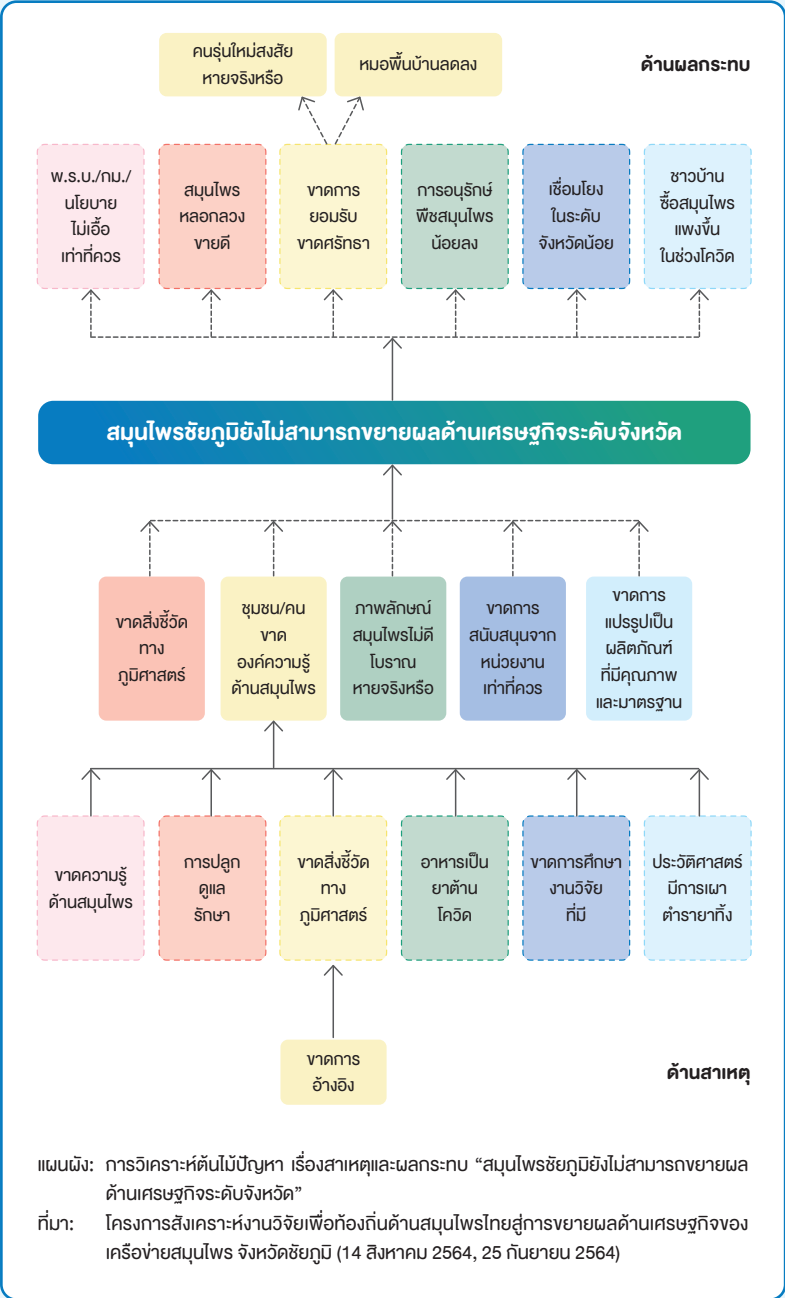
14) ยังมีงานศึกษาวิจัยเฉพาะเกี่ยวกับเรื่องประสิทธิภาพของการขยายผลไม่มากนัก ทั้งข้อ 13 และข้อ 14 นี้ อาจจะสืบเนื่องมาจากแนวคิดที่ถือว่า “การขยายผลเป็นเรื่องที่เป็นไปได้เองตามธรรมชาติ”

(2) ตัวอย่างกรณีศึกษาเรื่องปัญหาอุปสรรคของการขยายผลในงานวิจัย CBR ในที่นี้ ผู้เขียนจะขอยกตัวอย่างงานวิจัย CBR ที่ก็พบปัญหาอุปสรรคในเรื่องการขยายผลเช่นเดียวกับข้อค้นพบจากงานวิจัยในต่างประเทศที่ได้กล่าวมา การพบกับปัญหาอุปสรรคเหล่านี้ในด้านหนึ่งก็เป็นเรื่องเตือนใจคนทำงานให้ตระหนักถึงธรรมชาติของการขยายผลว่า เป็น “ภารกิจแห่งความเสี่ยง” และในอีกด้านหนึ่งก็เป็นบทเรียนที่มาจากประสบการณ์ของจริงซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับใครก็ได้ รวมทั้งเราจะได้เห็นวิธีการที่มาข้ามหุบเหวแห่งอุปสรรคของบรรดาผู้กล้าทั้งหลายอีกด้วย

(2.1) อุปสรรคมิได้มาจากสาเหตุเดียว (mono cause) ในงานวิจัยเรื่อง “การสังเคราะห์งานวิจัยเพื่อท้องถิ่นด้านสมุนไพรไทยสู่การขยายผลด้านเศรษฐกิจของเครือข่ายสมุนไพร จังหวัดชัยภูมิ” (สุนันทา โรจน์เรืองโร และคณะ, 2565) ทีมวิจัยนี้ได้เกาะติดประเด็นสุขภาพทางเลือกเพื่อการ

พึ่งตนเองด้วยการใช้สมุนไพร ทั้งเพื่อการส่งเสริม ป้องกัน และรักษาเยียวยา มาเป็นเวลานานนับสิบปีด้วยการทำงานในระดับพื้นที่ เนื่องจากในชุมชนที่ศึกษานั้น มีต้นทุนที่ครบถ้วนทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นทุนด้านทรัพยากรธรรมชาติ (มีสมุนไพรจำนวนมาก) ทุนด้านองค์ความรู้เรื่องสมุนไพร ทุนด้านตัวบุคคลผู้ใช้สมุนไพร (หมอพื้นบ้าน) หากทว่าการขับเคลื่อนการทำงานผ่านโครงการวิจัยจำนวน นับสิบโครงการ ทีมวิจัย (ซึ่งเป็นโหนดพี่เลี้ยง CBR จังหวัดชัยภูมิ) ยังพบจุดเจ็บ ว่าไม่สามารถจะขยายผลของงานวิจัยคือตัวสมุนไพรชัยภูมิให้เป็นที่รู้จัก แพร่หลายอย่างกว้างขวาง แม้ว่าหน่วยงานรัฐที่เข้ามาเป็นภาคีสำคัญ เช่น สาธารณสุขจังหวัด มีความพร้อมที่อยากจะขับเคลื่อน แต่ก็ไม่รู้ว่าจะหยิบจับ ประเด็นไหนมาทำ ไม่รู้ว่าจะเริ่มต้นอย่างไร

ก่อนที่จะเริ่มต้นโครงการวิจัยนี้ (ปี 2565) ทีมวิจัยสันนิษฐานว่าสาเหตุสำคัญที่ทำให้การขยายผลเรื่องสมุนไพรในชัยภูมิยังไม่เป็นที่แพร่หลาย น่าจะมาจากสาเหตุเดียว คือการขาดความรู้เรื่องสมุนไพร แต่ทว่าเมื่อเริ่มใช้ เครื่องมือ “ต้นไม้ปัญหา” (Problem Tree) มาวิเคราะห์ร่วมกันในทีมวิจัย ก็พบว่ามีความสับสนยุ่งยากหลายประการที่ทำให้เกิดคอขวดในการขยายผล งานวิจัย ดังนั้นในการออกแบบเพื่อแก้ไขจึงต้องมีกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อ คลี่คลายปมปัญหาที่มีหลายปม



(2.2) ลักษณะของปัญหาที่ส่งสมหมักหมมมาเป็นเวลานาน

จนกลายเป็นฟอสซิลขยายตัวไม่ออก ตัวอย่างโครงการวิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดการหนี้สินชุมชนบ้านดอนโพ จังหวัดราชบุรี” (อุดร รุจิเทศ และคณะ, 2555) เป็นตัวอย่างแบบฉบับของงานวิจัยที่เล่นกับประเด็นปัญหา “อภิอมตะนิรันดร์กาล” ของเกษตรกรไทย คือปัญหาหนี้สิน พื้นที่ที่ศึกษาเป็นหมู่บ้านที่ถูกจัดตั้งขึ้นตามนโยบายของรัฐเพื่อตอบสนองแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530–2534) ดังนั้นตลอดเวลาที่ผ่านมา 20 กว่าปีนี้จึงมีหน่วยงานรัฐนับสิบกว่าหน่วยงานเข้าไปให้ความช่วยเหลือผ่านโครงการต่าง ๆ แต่ทว่าที่มิวิชัยชุมชนได้วิเคราะห์ว่า ทุกโครงการที่หน่วยงานนำเข้ามา นั้นมักจะมีลักษณะที่หน่วยงานเป็นฝ่ายคิดแทน เป็นฝ่ายคิดให้ ขาดกระบวนการทำงานอย่างมีส่วนร่วม ไม่ได้วางแผนงานร่วมกัน ชาวบ้านผู้ร่วมโครงการจึงทำตามแบบไม่มีจิตวิญญาณ เป็นต้น

ตัวอย่างเช่น โครงการส่งเสริมการผลิตเพื่อส่งออกร่วมกับเอกชนของ ธ.ก.ส. ในรูปแบบของนิคมเกษตรกรรม มีระยะเวลาดำเนินโครงการ 15 ปี (พ.ศ. 2531–2546) จนถึงช่วงเวลาที่ทำวิจัย (พ.ศ. 2555) ผ่านไป 21 ปีแล้วสมาชิกของโครงการยังไม่สามารถใช้นี้รวม 92 ล้านบาท ที่กู้ยืมจาก ธ.ก.ส. มาได้เลย

แม้ว่าผลลัพธ์อื่น ๆ จากโครงการทั้งหลายอาจจะไม่ยั่งยืน แต่ทว่าผลลัพธ์ที่อยู่คงกระพันมากที่สุด ก็คือหนี้สินของคนในชุมชน ที่มิวิชัยที่ประกอบด้วยเกษตรกร จำนวน 14 ครัวเรือน ทุกครัวเรือนมีหนี้สินประมาณ 1–5 แสนบาท และจากการสำรวจ 74 ครัวเรือนในชุมชน ทุกครัวเรือนเป็นหนี้ ธ.ก.ส. อย่างน้อยคนละ 1–2 ล้านบาท

ที่มิวิชัยได้เก็บข้อมูลรูปแบบการจัดการหนี้สินที่ผ่านมาของชุมชน พบว่ามีอยู่ 4 รูปแบบ แต่ทุกรูปแบบก็มีวงจรเดียวกัน คือหมุนเวียนหนี้ กู้กลุ่มนี้ไปโปะกลุ่มนั้น เพียงแต่แหล่งเงินกู้อาจจะเปลี่ยนแปลงไป เช่น เป็นญาติพี่น้อง เป็น ธ.ก.ส. เป็นแหล่งเงินกู้นอกระบบ และผลลัพธ์ที่เกิดจากทั้ง 4 รูปแบบก็คล้ายคลึงกัน คือ สามารถแก้ไขได้แค่ปัญหาเฉพาะหน้า หนี้สินยังคงอยู่เช่นเดิม

หรือมากกว่าเดิม แม้ว่าหน่วยงานที่มาช่วยเหลือด้านการแก้ไขปัญหานี้สิน จะช่วยเสริมรายได้ อยากรให้ดำรงชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียงและยั่งยืน อยากรให้ ทำบัญชีครัวเรือน แต่ชาวบ้านไม่อยากรทำ หรือทำไปแล้วก็หยุดไม่ต่อเนื่อง

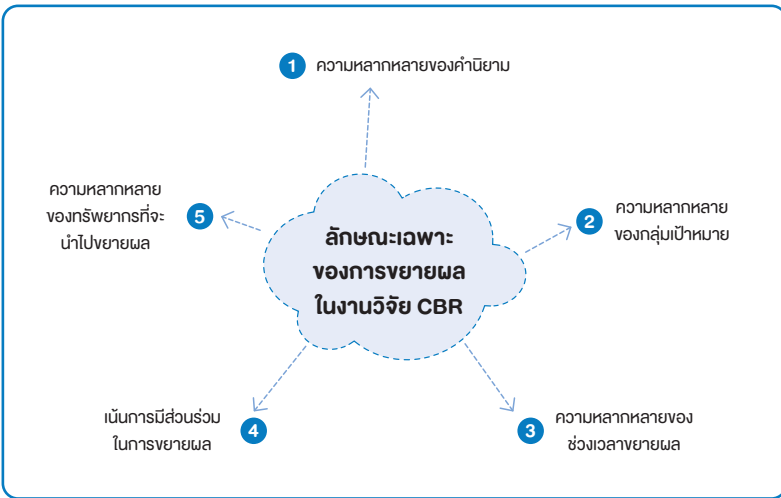
บริบททางประวัติศาสตร์ของหนี้สินอันยาวนานที่เรื้อรังของ ชุมชนจึงเป็นคำอธิบายว่า เมื่อที่มิวิจัยชุมชนซึ่งทดลองกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการ บรรเทาหนี้สินตามแบบวิถีวิจัย CBR และได้ขยับตัวบ้างต่อปัญหาหนี้ (แต่ช่วง ระยะเวลาแค่ 1 ปีของการทำวิจัย ก็คงไม่ทำให้เห็นหมูเห็นจ๋าได้ทันที) ในช่วงของ การขยายผลการวิจัยต่อชุมชน ที่มิวิจัยจึงได้ประมวลค่าแห่งสูง 7 ชั้น ที่ขวางกั้น การขยายผลการวิจัย เช่น

- ที่มิวิจัยได้ชักชวนชาวบ้านคนอื่น ๆ แล้ว แต่เขาก็ไม่มาร่วม เขาไม่เห็นความสำคัญ (ความตระหนัก)
- เวลาชวนมาเข้าเวทีการประชุมหรือไปดูงาน เขาจะบอกว่า “ไม่ว่าง” (อาจจะไม่ว่างจริง ๆ หรือ “ใจไม่ว่างพอ”)
- บางคนมาครั้งเดียว แล้วก็หยุดไม่ต่อเนื่อง สุดท้ายเหลือ ตัวจริงไม่กี่คน
- บางคนก็มาแบบเสียไม่ได้
- บางคนบอกว่า มาฟังประชุมแล้วก็ไม่เข้าใจ ก็เลยไม่อยากรมา
- เพื่อนบอกว่า ช่วยอะไรเขาไม่ได้หรอก คนที่ทำวิจัยแล้ว ก็ยังไม่เห็นว่าจะดีขึ้น
- ที่มิวิจัยวิเคราะห์ mindset ของคนในชุมชนว่า ไม่คิดว่าการแก้ปัญหานี้สินจะทำได้จริงหรือเป็นฝันที่เป็นไปได้จริงด้วยความพยายาม ของตนเอง และต้องรอคอยการช่วยเหลือเพื่อแก้ปัญหาจากภายนอก เช่น การพักชำระหนี้หรือการยกเลิกหนี้สินไปเลย รวมทั้งต้องการแก้ไขปัญหแบบ “ม้วนเดียวที่เดียวจบ”

ตอนที่ 1.4

ลักษณะเฉพาะของการขยายผลในงานวิจัย CBR

เนื่องจากแนวคิดเรื่อง “การขยายผล” นั้นถือกำเนิดมาก่อนการเกิดขึ้นของ CBR ดังนั้นจึงมีการให้คำนิยาม มีรูปแบบวิธีการบางอย่างอยู่แล้ว แต่ในอีกด้านหนึ่ง เนื่องจากงานวิจัย CBR ก็เป็นงานวิจัยสายพันธุ์ที่มี DNA เฉพาะตัวอยู่หลายอย่าง ดังนั้นเมื่อ CBR นำแนวคิดเรื่องการขยายผลมาใช้ จึงมีลักษณะพิเศษเฉพาะในเรื่องการขยายผล ในที่นี้ผู้เขียนขอสรุปว่า ความพิเศษเฉพาะตัวอย่างหนึ่งของการขยายผลในงานวิจัย CBR คือ มีความหลากหลาย (diversity) อย่างน้อยใน 5 คุณลักษณะ คือ



(1) ความหลากหลายของคำนิยาม ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างคำนิยามของคำว่า “การขยายผล” มาบ้างแล้วจากประวัติความเป็นมาของแนวคิดนี้ อย่างน้อย 2 คำนิยาม คือ การขยายผลในแวดวงของการส่งเสริมการเกษตร และการขยายผลในแวดวงของการวิจัย

อย่างไรก็ตาม สำหรับคำนิยามของ “การขยายผลในงานวิจัย CBR” นั้นก็มีความหมายที่กว้างขวางและหลากหลายกว่า 2 คำนิยามแรก ดูเหมือนว่า

คนแรก ๆ ที่สังเกตเห็นความหลากหลายของคำนิยามของการขยายผลในงานวิจัย CBR นั้น (ที่มีการบันทึกเอาไว้) น่าจะได้แก่ รศ.ดร.พฤษ์ ยิบมันตะศิริ (2545) ซึ่งมีภูมิหลังเป็นนักวิชาการด้านการเกษตร และได้เข้ามาร่วมงานวิจัย CBR ตั้งแต่ช่วงแรก ๆ จากภูมิหลังด้านการเกษตร อาจารย์พฤษ์ คงจะคุ้นเคยกับคำนิยามของการขยายผลในแวดวงสาขาการเกษตร แต่เมื่อได้เข้ามาทำงานวิจัย CBR อาจารย์พฤษ์ ก็ได้กล่าวในงานประชุม “ชุมชนท้องถิ่นกับการจัดการความรู้โดยอิสระ” (28-29 พฤศจิกายน 2545 ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น สกว.) ว่า

“...จากตัวชี้วัดของโครงการฯ ได้เน้น “การขยายผล” ของผู้ปฏิบัติเกษตรยั่งยืน เช่น ผู้ที่ทำไปแล้ว 1-2 ปี มีสมาชิกจำนวนเท่าไร แล้วปัจจุบัน 3 ปี ขยายผลไปเท่าไร (คำนิยามการขยายผลแบบเดิมในแวดวงเกษตร) แต่การขยายผลในงานวิจัย CBR อาจจะมีมากกว่าการขยายผลของจำนวนสมาชิก เช่น หมายถึงการขยายบทบาทของกลุ่ม รวมถึงการขยายความรับผิดชอบจากกลุ่ม และควบคู่ไปกับการพัฒนามนุษย์ (ขยายมิติเชิงคุณภาพของคน)...”

และในงานวิจัยเรื่อง “การขยายผลจากเกษตรกรอินทรีย์ผ่านฟาร์มต้นแบบในพื้นที่อำเภอขุนยวม จังหวัดแม่ฮ่องสอน” (วัลลภ สุวรรณอากาศ, 2563) ได้มีการสำรวจความหมายของคำว่า “การขยายผล” ตามที่เกษตรกรกลุ่มเป้าหมายในโครงการนี้เข้าใจ ก็ได้พบความหมายที่หลากหลายเช่นกัน ดังนี้

จากการระดมความคิดเห็นเกษตรกรผู้ร่วมแลกเปลี่ยนในเวที ได้ให้นิยามความหมายของการขยายผล มีดังต่อไปนี้

- การขยายผลของการทำฟาร์มเกษตร ไปทำให้เกิดการทำฟาร์มเพิ่มในพื้นที่อื่น ๆ
- การขยายความคิดของคน (ผู้รู้) ในการทำเกษตรอินทรีย์ หรือแนวคิดการอยู่แบบพอเพียงกับกลุ่มคนต่าง ๆ

- การขยายผลด้านองค์ความรู้ให้กลุ่มคนรุ่นใหม่ หรือคนรุ่นหลัง มาศึกษา สืบทอดความรู้เหล่านั้นเพื่อเกิดการปรับใช้ชีวิตประจำวัน
- การขยายผลโดยการทำกิจกรรมอบรมให้ความรู้ หรือการทำแบบ หลักสูตรการเรียน
- การขยายผลผลการทำงานเกษตรอินทรีย์ หรือกลุ่มเครือข่าย ไปสู่กลุ่มเครือข่ายอื่น ๆ นอกพื้นที่
- การขยายผลของพื้นที่ต้นแบบในการทำกาแฟอินทรีย์ และ ไร่มุขเวียนในการรักษาป่าอยู่กับป่า
- การขยายผลด้านข้อมูล ไปสู่การทำแผนการพัฒนาในชุมชน

(2) ความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากธรรมชาติของ งานวิจัย CBR จะมีกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย เริ่มตั้งแต่กลุ่มวงในสุด คือ กลุ่มที่วิจัยชุมชนเอง ขยายออกไปถึงคนอื่น ๆ ในชุมชน และนอกจากกลุ่ม เป้าหมายที่เป็นคนในพื้นที่แล้ว งานวิจัย CBR ก็ยังมีกลุ่มเป้าหมายที่เป็น “ภาคี” ที่ร่วมให้การสนับสนุนในหลาย ๆ ระดับ เช่น กลุ่มครูในโรงเรียนในพื้นที่ กลุ่มเจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐในระดับต่าง ๆ กลุ่มคนทำงานในวัด กลุ่ม อสม. กลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชน กลุ่มคนในสภาองค์กรชุมชน ฯลฯ ดังนั้นในการแบ่ง กลุ่มคนที่จะเป็นเป้าหมายของการขยายผลจึงมีเกณฑ์การแบ่งที่หลากหลาย อย่างมาก (ดูรายละเอียดในตอนต่อ ๆ ไป) เช่น

- การขยายกิจกรรมหรือขยายขีดความสามารถในคนกลุ่มเดิม/ กลุ่มต้นแบบ
- การขยายผลจากกลุ่มเดิมไปสู่กลุ่มใหม่
- การขยายผลจากกลุ่มริเริ่มไปสู่กลุ่มแถวสอง (การสืบทอด)
- การขยายผลในแนวตั้ง เป็นการทำงานกับคนในระดับนโยบาย เป็นต้น

(3) ความหลากหลายของช่วงเวลาของการขยายผล จากคำนิยามของการขยายผลในแวดวงงานวิจัยโดยทั่วไปจะค่อนข้างใช้ในความหมายที่เคร่งครัด (strict sense of definition) กล่าวคือ การขยายผลจะหมายความว่าเมื่อทำงานวิจัยชิ้นหนึ่งเสร็จแล้วในกลุ่มเป้าหมายหนึ่งหรือพื้นที่หนึ่ง จะมีการนำผลการวิจัยนั้นไปใช้ขยายผลในกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ/พื้นที่อื่น ๆ ดังนั้นโมเมนต์ (moment) ที่จะเกิดการขยายผลจึงจะเกิดขึ้นในช่วงเวลาสุดท้ายหลังจากงานวิจัยเสร็จสิ้นแล้ว การขยายผลจึงเป็นงานบริหารจัดการงานวิจัยที่ปลายน้ำ (Downstream Management)

แต่ทว่าในงานวิจัย CBR ซึ่งสามารถจะนำประโยชน์จากงานวิจัยไปใช้ได้ในทุกช่วงเวลาตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ดังนั้นการขยายผลจึงสามารถจะเกิดได้ในทุกโมเมนต์ ซึ่งช่วงเวลาของการขยายผลนี้ก็จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับ “ทรัพยากร” (resource) หรือ “สิ่งที่จะนำไปขยายผล” ด้วย

(4) การเน้นการมีส่วนร่วมในการขยายผล จากการทบทวนประวัติศาสตร์เส้นทางเดินของเรื่องการขยายผลที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่าตั้งแต่ยุคเริ่มแรก การขยายผลจะมีลักษณะการไหลของความรู้ ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ ฯลฯ เป็นแบบ “รถเดินทางเดียว” แม้ว่าในช่วงเวลาที่ผ่านมาจะมีการเปลี่ยนแปลงหลาย ๆ อย่างในแนวคิดนี้ เช่น เปลี่ยนประเภทสื่อที่ใช้ถ่ายทอด เปลี่ยนตัวผู้ขยายผล มีโมเดลใหม่ ๆ เกิดขึ้น ฯลฯ แต่ทว่าองค์ประกอบที่ยังไม่ค่อยได้สัมผัสกับการเปลี่ยนแปลง ก็คือรูปแบบ “รถเดินทางเดียว” นี้เอง

นักวิชาการที่ถูกถือว่าเป็นเจ้าสำนักท่านหนึ่งในเรื่องการมีส่วนร่วมคือ เปาโล แฟร์รี (Paulo Freire) อธิบายว่า การขยายผลแนวคิดใหม่ ๆ วิธีการปฏิบัติแบบใหม่ ๆ วัสดุอุปกรณ์แบบใหม่ ๆ ที่ผ่านมาในช่วงยุคสมัยของการพัฒนาในทุกวงการนั้น (ช่วง 1960 เป็นต้นมา) มักจะพบกับความล้มเหลวก็เนื่องมาจากคุณลักษณะ 4-5 อย่างของรูปแบบและวิธีการขยายผล คือ

- มีลักษณะการไหลของความรู้แบบทางเดียว
- มีลักษณะกลไกไม่ได้คำนึงถึงมิติความเป็นมนุษย์ของผู้ขยายและผู้รับการขยายผล
- มีลักษณะรุกราน (invasion) คือไม่ได้เกิดมาจากความต้องการของฝ่ายผู้รับการขยายผล
- มีแนวคิดที่ว่าผู้ขยายผลอยู่ในสถานะที่สูงกว่าผู้รับการขยาย
- มีลักษณะจากบนลงล่าง (top-down approach)

สำหรับในงานวิจัย CBR ซึ่งก็มีแนวคิดเรื่อง “การมีส่วนร่วม” เป็นคาถากำกับการทำงานอยู่นั้น ดังนั้นเมื่อมีการทำงานเพื่อขยายผล คนทำงาน CBR จึงเติมแนวคิดการมีส่วนร่วมเข้าไปในเรื่องการขยายผลด้วย รูปแบบต่าง ๆ ในการขยายผลของ CBR จึงเป็นแบบ “สองทิศทาง” (หรืออาจจะรอบทิศเลย) (ดูรายละเอียดในเรื่องรูปแบบการขยายผล CBR ในตอนต่อไป)

นอกจากนั้น โอลิเวอร์ เซอร์รัท (O. Serrat, 2017) ได้ตั้งข้อสังเกตว่าในงานศึกษาความรู้เรื่องการขยายผลนั้น ผู้ศึกษามักจะมีแนวโน้มที่จะสนใจศึกษาที่ “ต้นทาง” คือดูด้านตัวผู้ขยายผลว่าจะใช้วิธีการอะไร จะใช้กลยุทธ์อะไร จะเลือกใช้สื่อแบบไหน ฯลฯ แต่เซอร์รัทมีความเห็นว่า การทำความเข้าใจที่ “ปลายทาง” คือการทำความเข้าใจผู้ที่รับการขยายผลก็มีความสำคัญอย่างมากเช่นกัน นักวิจัยควรทำความเข้าใจว่า ผู้รับการขยายผลมีการรับรู้การขยายผลอย่างไร มีวิธีการเปิดรับสื่อแบบไหน มีการประเมินผู้ขยายผลอย่างไร (เช่น นำไว้วางใจใหม่ หรือมือถึงหรือเปล่า) เนื้อหาสารแบบไหนที่โดนใจผู้รับสาร มีการตีความหมายของเนื้อหาที่ส่งไปอย่างไร ความรู้ใหม่สอดคล้องหรือขัดแย้งกับความรู้เดิมที่มีอย่างไร เป็นต้น นั่นคือต้องให้ความสนใจกับทั้ง 2 ทาง คือ ผู้ขยายและผู้รับการขยาย

และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการขยายผลแบบมีส่วนร่วม “แบบสองทาง” นี้ ไม่เพียงแต่ผู้รับการขยายผลฝ่ายเดียวเท่านั้นที่จะได้รับความรู้ทักษะ และประสบการณ์ต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น แต่ทว่าในฝ่ายของผู้ขยายผลเอง

ก็จะได้เพิ่มพูนความรู้ บทเรียน และประสบการณ์มากขึ้นเช่นกัน อันเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ว่า “ยิ่งให้เขา เราก็จะมีมากขึ้น” เสมือนการต่อเทียนที่จะสว่างไสวมากขึ้น ทั้งเทียนต้นทางและเทียนปลายทาง

(5) ทรัพยากรที่จะนำไปขยายผล (resource) ดังที่ได้กล่าวถึงคำนิยามของ “การขยายผล” ที่ใช้อยู่ในแวดวงการศึกษา เราจะพบว่า “ทรัพยากร” ที่จะนำไปขยายผลต่อนั้นก็จะมีอยู่อย่างเดียว คือ “ผล/ข้อค้นพบจากงานวิจัย” แต่ทว่าในงานวิจัย CBR นั้น เมื่อผู้เขียนลองสำรวจทรัพยากรที่ได้ถูกนำไปขยายผล ก็พบว่าการนำผลการวิจัยไปขยายผลนั้นก็มีการดำเนินการอยู่ หากแต่่างานวิจัย CBR ก็ยังมี**ทรัพยากรอื่น ๆ** ที่สามารถนำไปขยายผลได้อีก ตัวอย่างเช่น

(5.1) การขยายผล**ผลการวิจัย**ที่เป็นความรู้ผ่านช่องทางการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป)

(5.2) การขยาย**พื้นที่รูปธรรม**แห่งความสำเร็จผ่านรูปแบบต่าง ๆ เช่น เป็นแปลงสาธิตให้มาดูงาน เป็นแหล่งเรียนรู้ให้มาเยี่ยมชม เป็นต้น

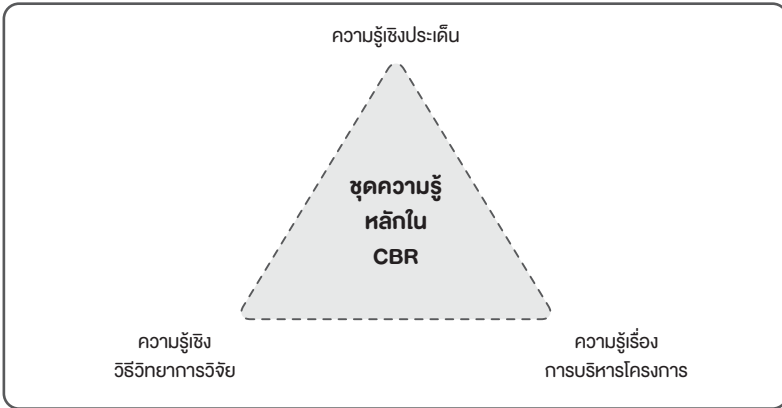
(5.3) ขยายผ่าน**สื่อวัตถุ** เช่น ในงานวิจัยเรื่องการขยายผลเมล็ดพันธุ์ข้าวพื้นบ้าน ก็จะมีการแจกเมล็ดพันธุ์ข้าวให้แก่ผู้ที่สนใจเป็นรูปแบบหนึ่งของการขยายผล

(5.4) สำหรับการขยายผลที่เป็น**ความรู้**นั้น เนื่องจากชุดความรู้หลักในงานวิจัย CBR นั้นจะมีองค์ 3 คือ

(i) ความรู้ในเนื้อหาประเด็น เช่น เรื่องพลังงานทางเลือก เกษตรยั่งยืน การเลี้ยงโคเนื้อ การบริหารจัดการน้ำ ฯลฯ

(ii) ความรู้ในเรื่องวิถีวิทยาการวิจัยแบบ CBR

(iii) ความรู้ในการบริหารจัดการโครงการ (project management) เนื่องจากงานวิจัย CBR จะดำเนินการในรูปแบบของโครงการประเภทหนึ่ง ผู้ที่เข้าร่วมงานจึงจะได้เรียนรู้วิธีการทำงานแบบโครงการไปด้วย (project-based)



ดังนั้น ความรู้ที่จะนำไปขยายผลนั้นจึงอาจจะเป็นชุดความรู้ใด
ความรู้หนึ่ง



CBRR
Community-Based Research

ส่วนที่

2

การขยายผล
ใน CBR: ภาพถ่าย
จากหลายกล้อง



CBR

Community-Based Research

สิ่งที่ได้เกริ่นมาข้างต้นแล้วว่า ลักษณะเฉพาะของการขยายผลเมื่อเข้ามาอยู่ในโหมดของ CBR ก็คือ **“ความหลากหลาย”** (ซึ่งข้อค้นพบจากงานวิจัยเรื่องความมั่นคงทางอาหาร หรือเรื่องการสร้างกันชนทางการเงิน ระบุว่า บรรดาวิธีการหรือมาตรการต่าง ๆ ที่นำมารับมือกับ “ความเสี่ยง” นั้น ต้องมีคุณสมบัติร่วมกันประการหนึ่ง คือ ต้องมี **“ความหลากหลาย”**) ซึ่งดูจะเป็น “คุณสมบัติที่เข้าท่า” ในการดำเนินงานเรื่องการขยายผลอันเป็นภารกิจแห่งความเสี่ยง ดังนั้นก่อนที่จะลงไปในรายละเอียดเรื่องรูปแบบต่าง ๆ ที่ CBR นำมาใช้ในการขยายผล ผู้เขียนจึงอยากจะถ่ายภาพของการขยายผลจากกล้อง CBR ให้เห็นหลาย ๆ แง่มุม (และในหัวข้อต่อไปก็จะขอถ่ายแบบพาโนรามาเลย)

หากถามว่า **“การขยายผลนั้นคืออะไร/หรือเป็นอะไร”** ในแวดวง CBR สามารถจะมีคำตอบว่า การขยายผลคืออะไรได้อย่างน้อย ๆ 9 คำตอบ ดังนี้



(1) การขยายผลในฐานะตัวชี้วัดความสำเร็จและความก้าวหน้า ผู้เขียนได้กล่าวถึงแง่มุมแรกนี้มาแล้วว่าเป็นความหมายของการขยายผลที่สืบเนื่องมาจากการรับรู้ในชีวิตประจำวัน เช่น หากมีการขยายกิจการร้านค้า ก็มีความหมายในตัวเองว่า ผลงานที่ผ่านมานั้นมีความสำเร็จ จึงสามารถขยายตัวได้ และในทางกลับกัน หากมีการหดตัวหรือขยายตัวไม่ออก ก็มีความล้มเหลวหรือเกิดความตึบตันในการดำเนินงาน

ดังนั้น ในแวดวงงานวิจัย CBR เพียงแค่ชื่อหัวข้อการวิจัยว่า “การขยายผล...” เรื่องอะไรก็ตาม ย่อมบ่งบอกความหมายไปในตัวว่า ผลงานวิจัยเดิมในอดีตนั้นประสบความสำเร็จอยู่แล้ว (คล้าย ๆ ละครโทรทัศน์ที่ภาคแรกประสบความสำเร็จ จึงต้องมีภาคสองเป็นส่วนขยายผล) หรือแม้แต่ในตัวอย่างงานวิจัย CBR แบบทั่ว ๆ ไป หากในระหว่างดำเนินงานวิจัยอยู่เกิดมีการขยายตัวบุคคล มีการขยายกิจกรรม มีการขยายประเด็น มีการขยายพื้นที่ ฯลฯ ไม่ว่าจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ จะนับคะแนนให้ว่า “เป็นความสำเร็จและถือเป็นความก้าวหน้า” ของโครงการทั้งสิ้น

สำหรับภาพรวมที่ถือเป็นความสำเร็จของงานวิจัยสายพันธุ์ CBR ก็คือการค้นพบกระบวนการที่สามารถจะขยาย “ชุดความรู้ชั้นสูง” เช่น งานวิจัยให้เข้าไปถึง “กลุ่มชาวบ้านธรรมดาทั่วไป” เพิ่มเติมจากวิธีการเดิมที่เคยใช้กับการฝึกฝนนักศึกษาในระดับปริญญาโท-เอกให้เป็นนักวิจัย ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นความก้าวหน้าของแวดวงวิชาการวิจัยของไทยที่สามารถทำให้ “คนทุกคนสามารถจะพัฒนาขีดความสามารถในการเป็นนักวิจัย (อีกประเภทหนึ่ง) ได้อย่างถ้วนหน้า”

(2) การขยายผลเป็นขั้นตอนหนึ่งของ “การบริหารการเปลี่ยนแปลง” และเป็นรูปแบบหนึ่งของ “การใช้ประโยชน์จากงานวิจัย” ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วถึงขั้นตอน 8 ขั้นตอนของการบริหารการเปลี่ยนแปลง (change management) ตามทัศนะของ J. Kotter (2012) การขยายผลนั้นถือเป็นขั้นตอนที่ 8 ซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้ายที่จะขยายผลจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นให้แพร่กระจายไปให้ทั่วทั้งองค์กร และตกผลึกกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม

องค์กร (คือปฏิบัติกันจนเป็นปกติในองค์กร) หากการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ที่เกิดขึ้น ได้พัฒนามาจนถึงขั้นสุดท้ายนี้ ก็จะเป็นหลักประกันความยั่งยืนของการเปลี่ยนแปลงนั้นว่าไม่ใช่เรื่องชั่วคราวชั่วคราว ตัวอย่างเช่น การเปลี่ยนแปลงเรื่องการคาดเดาขีดนิรภัยทุกครั้งที่นั่งตรงที่คนขับรถ เป็นต้น

ในอีกด้านหนึ่ง “การขยายผล” จะถูกกำหนดตำแหน่งให้เป็นรูปแบบหนึ่งของการใช้ประโยชน์ของงานวิจัย (Research Utilization: RU) จากตัวอย่างงานวิจัย CBR จะพบว่ามีการใช้การขยายผลเพื่อตอบโจทย์เรื่อง RU ได้ทั้งใน 5 มิติ เช่น

- **การใช้ประโยชน์เชิงพื้นที่** คือ การขยายผลจากพื้นที่เดิมที่ได้ทำวิจัยไปสู่พื้นที่ใหม่ที่อาจจะเป็นพื้นที่ใกล้เคียง หรือเป็นพื้นที่ที่มีเส้นสายความสัมพันธ์เดิม

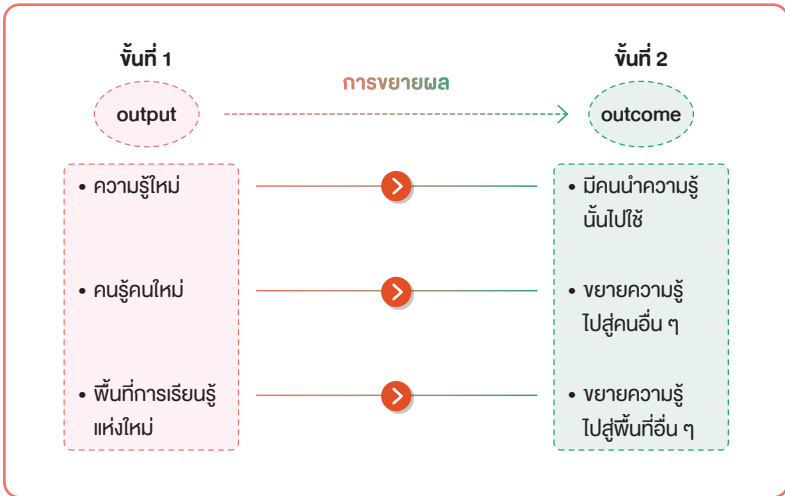
- **การใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการ** ซึ่งมีได้หลายรูปแบบ เช่น การขยายผลด้วยการนำนักศึกษาลงไปเรียนรู้ การสร้างหลักสูตรจากกรณีศึกษา รวมทั้งการขยายผลในแง่การยกระดับความรู้จากพื้นที่ให้ขึ้นมาเป็นความรู้เชิงวิชาการ ตัวอย่างเช่น การค้นพบหลักการถ่ายทอดการเรียนรู้เรื่อง “Business Model Canvas” ที่เคยใช้สอนนักศึกษาเป็นเวลาหลายสิบชั่วโมง เมื่อเปลี่ยนมาเป็นการติดตั้งความรู้ให้กลุ่มแม่บ้านที่ทอผ้าภายในเวลาวันสองวัน จะต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการเรียนรู้กับกลุ่มเป้าหมายใหม่ภายใต้เงื่อนไขใหม่นี้ อย่างไรก็ตาม (งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพการจัดการของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มร่มไทร และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพทอผ้าบ้านล่องมุด จังหวัดสงขลา ด้วยแผนผังโมเดลธุรกิจและแผนธุรกิจ”, อรศิริ สีสายทุทชัย และคณะ, 2564)

- **การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์** เช่น งานวิจัย CBR ในช่วงหลังยุคโควิด-19 จำเป็นต้องมุ่งเน้นในเรื่องการสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้รองรับกับวิกฤตการณ์จากโรคระบาด ต้องสร้างงานใหม่ ๆ ในชุมชนเพื่อรองรับแรงงานที่ตกงาน ดังนั้นงานวิจัย CBR ในช่วงปี พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา จึงมุ่งเน้นการแปรรูปที่เคยทำเพื่อกินเองใช้เอง มาเป็นการแปรรูปเชิงพาณิชย์ เน้นการแสวงหาตลาดแบบใหม่ ๆ เน้นการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต เป็นต้น

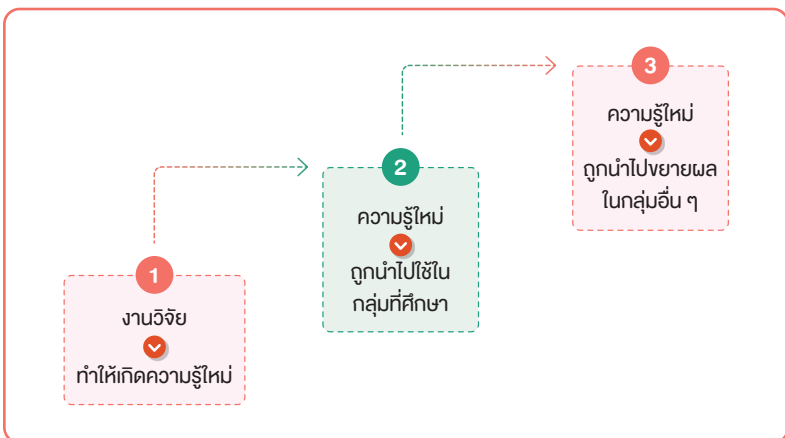
- **การใช้ประโยชน์เชิงสาธารณะ** เป็นตัวอย่างงานวิจัยที่มีเครือข่ายสื่อสารมวลชนทั้งในระดับจังหวัดและระดับประเทศ และได้เผยแพร่ผลงานวิจัยออกไปสู่สื่อสาธารณะเพื่อเผยแพร่ในวงกว้าง ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง “กระบวนการขยายผลห่วงโซ่การผลิตโคเนื้อคุณภาพดีที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาด อำเภอห้วยน้ำใหญ่ จังหวัดมุกดาหาร” (ช่อกัญญา ศรีธานี และคณะ, 2565) หลังจากทำวิจัยจนได้ชุดความรู้ว่าจะเลี้ยงวัวอย่างไรให้ “คนเลี้ยงฉลาด” แล้ว ทีมวิจัยก็ได้ร่วมมือกับสถานีโทรทัศน์ช่อง Thai PBS จัดทำสื่อเป็นคลิปแนะนำ 4.09 นาที 1 เรื่อง และคลิปสารคดีเรื่อง 25.29 นาที ที่มีเนื้อหาสรุปกระบวนการและผลการวิจัยทั้งหมดเพื่อเผยแพร่ในหลาย ๆ ช่องทาง ทั้งทางช่องโทรทัศน์ ทาง Facebook และทาง YouTube เป็นต้น

(3) การขยายผลเป็นกระบวนการหนึ่งใน “ห่วงโซ่ผลลัพธ์” (outcome mapping) ในงานวิจัย CBR ได้นำแนวคิดเรื่อง “ห่วงโซ่ผลลัพธ์” (outcome chain/outcome mapping) ซึ่งมีเนื้อหาหลักว่า การเกิดผลลัพธ์นั้นจะมีลำดับเป็นขั้น ๆ ซึ่งผลลัพธ์ที่คาดหวังมากที่สุดจะมี 2 ขั้น คือ ขั้นแรก ระดับผลผลิต (output) และขั้นต่อมา คือ ระดับผลลัพธ์ (outcome)

ในแบบฉบับโดยทั่วไปของงานวิจัย CBR ในแต่ละขั้น จะมีผลลัพธ์เกิดขึ้น ดังนี้



จากภาพจะเห็นได้ว่า ในขั้นตอนที่ 2 คือ outcome นี้ กระบวนการที่ทำให้เกิด outcome รูปแบบหนึ่งคือกระบวนการขยายผล และเนื่องจาก outcome นั้นจะถูกถือว่าเป็นขั้นตอนที่เกิดการเปลี่ยนแปลงจริง ๆ (การเกิดผลระดับ output นั้นจะยังไม่ได้คะแนน) ดังนั้นจึงมีคุณค่าสูงกว่า output (แต่แน่นอนว่าจำเป็นต้องเกิด output ก่อน) การขยายผลจึงเป็น “กระบวนการเพิ่มมูลค่าของ output ให้กลายเป็น outcome”



(4) การขยายผลเป็นเครื่องมือช่วยให้การทำงานนั้นครบเครื่อง/

ครบวงจร มีประเด็นงานวิจัยบางประเด็นที่มีลักษณะเป็นตาข่ายที่ประกอบด้วย ปมย่อย ๆ (ปมนี้อาจจะเป็นประเด็น เป็นกลุ่มคน หรือเป็นพื้นที่) หลาย ๆ ปม เมื่อแรกเริ่มที่ได้มีการทำงานวิจัย CBR ไปกับบางปมแล้ว แต่หากยังหลงเหลือ บางปมเอาไว้ให้เป็นช่องโหว่ ตาข่ายทั้งตาข่ายก็คงจะใช้งานไม่ได้เต็มที่ ในการนี้ หลังจากที่ได้มีการริเริ่มทำงานวิจัยกับบางกลุ่ม/บางพื้นที่/บางประเด็นแล้ว ในลำดับต่อมาจึงมักจะมีการทำวิจัยเพื่อการขยายผลให้ครบเครื่อง/ครบวงจร/ครบพื้นที่/ครบกลุ่มคน/ฯลฯ ตามมา

ประเด็นการวิจัยที่ต้องทำให้ครบเครื่องหรือครบครันนี้ อาจจะมี เหตุผลมาจาก “เขตการปกครอง” ของทางราชการ เช่น ต้องทำให้ครบ ทุกหมู่บ้านในหนึ่งตำบลเพื่อ อบต. จะได้บริหารจัดการได้ หรืออาจจะมีเหตุผล มาจากลักษณะทางกายภาพด้านนิเวศ เช่น การบริหารจัดการลำน้ำที่ไหลผ่าน หลาย ๆ ชุมชน และต้องขับเคลื่อนไปพร้อม ๆ กันทั้งลุ่มน้ำ หรือในกรณี ของป่าชุมชนที่แวดล้อมของหมู่บ้านหลาย ๆ หมู่บ้านก็เช่นเดียวกัน

ตัวอย่างงานวิจัยที่เป็นแบบฉบับของการใช้การขยายผลเป็นเครื่องมือ ช่วยการทำงานให้ครบเครื่อง ก็เช่น งานวิจัยเรื่อง “การจัดการความรู้และการขยายผลการบริหารจัดการน้ำจากระดับหมู่บ้านสู่ระดับตำบลของตำบล สำโรง อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดชลบุรี” (ปิ่น คงทน และคณะ, 2560) ที่มีวิจัยชุมชนในโครงการนี้ได้เคยทำการวิจัยเรื่องการจัดการน้ำมาแล้วใน 5 หมู่บ้านของตำบลสำโรง ซึ่งมีจำนวนหมู่บ้านทั้งหมด 11 หมู่ จึงยังเหลืออีก 6 หมู่บ้าน ที่ยังไม่ได้ทำวิจัย และเพื่อให้การขับเคลื่อนเรื่องการจัดการน้ำ เป็นไปพร้อม ๆ กันทั้งตำบล ในปี พ.ศ. 2560 ทีมวิจัยชุมชนจึงขยายบทเรียน การบริหารจัดการน้ำจาก 5 หมู่บ้านเดิม มาขยายผลในอีก 6 หมู่บ้านที่เหลือ ที่ทางโครงการเรียกว่า “พื้นที่ทดลอง”

(5) การขยายผลเป็นเครื่องมือสร้างความยั่งยืน ในหลายแง่มุม เช่น

(5.1) ความยั่งยืนในแง่**ตัวบุคคล** เนื่องจากมนุษย์แต่ละคนเป็นเรื่องชั่วคราว/ไม่ยั่งยืน ดังนั้นในแง่การรวมกลุ่ม หากมีการจัดโครงสร้างของกลุ่มให้ขึ้นอยู่กับผู้นำเพียงคนเดียว หากผู้นำหมดไป ชีวิตกลุ่มก็จะสูญสลาย หรือในกรณีที่มีกลุ่มผู้นำอยู่เพียงรุ่นเดียว ไม่มีการสืบทอดคนทำงานแถวสอง (second liner) หากผู้นำรุ่นนั้นหมดไป กิจกรรมของกลุ่มก็จะหมดสิ้นตามไปด้วย ดังนั้นหากต้องการบำรุงรักษาให้ชีวิตกลุ่มมีความยั่งยืน ก็จำเป็นต้องมีการขยายกลุ่มคน

(5.2) ลักษณะเฉพาะของ**กลุ่มเป้าหมาย**บางกลุ่ม มีงานวิจัย CBR บางชิ้นที่เลือกทำงานกับกลุ่มเยาวชน แต่ทว่า “เยาวชน” นั้นเป็นช่วงอายุเพียงชั่วคราวเท่านั้น ดังนั้นจึงมีความเสี่ยงสูงต่อการสิ้นสุดของงาน จึงจำเป็นต้องหากลยุทธ์พิเศษมาเสริม เช่น แสวงหากลุ่มเป้าหมายที่มีความคงตัวหรือมีความเสถียร เช่น กลุ่มครู หรือต้องมีกลยุทธ์ที่เน้นการสืบทอดรุ่นน้องก่อนที่จะหมด “ความเป็นเยาวชน” ไปก่อน (เรียกว่า “กลยุทธ์การถ่ายตะขาบให้ทายาทอสูร”)

(5.3) การขยายผลในแง่ของ**กิจกรรม**ให้มีความหลากหลาย ดังได้กล่าวมาแล้วว่า ใน**ช่วงเวลาปกติ** (normal period) การมีกิจกรรมเพียงอย่างเดียว การปลูกพืชเพียงอย่างเดียว การทำงานในชุมชนเดียว ฯลฯ อาจจะเพียงพอ แต่ทว่าใน**ภาวะวิกฤต**ที่มีความเสี่ยงเกิดขึ้น การมีกิจกรรมที่หลากหลาย การปลูกพืชหลายชนิด การมีคนหลาย ๆ แบบ หลาย ๆ รุ่นอยู่ในกลุ่ม จะช่วยบรรเทาหรือกระจายความเสียหายจากความเสี่ยงไปได้

(5.4) การขยายผลความรู้ใหม่ ๆ ที่เกิดจากการวิจัยไปยัง**กลุ่มเพื่อนบ้าน**หรือการสร้าง**เครือข่าย** หรือเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบช่วยเหลือกันแบบให้และรับ แบบที่เขาทิเรา ฯลฯ ก็จะเป็นเสมือนการสร้างกลไกเพื่อกระจายหรือบรรเทาความเสียหายจากความเสี่ยงเช่นกัน เพราะมีแหล่งความช่วยเหลือเป็นหลักรับประกันอยู่ หลักการเช่นนี้เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมในทุกสังคมอยู่แล้ว

(6) การขยายผลเป็นเครื่องมือในการทำงานให้ถึงระดับนโยบาย

งานวิจัย CBR ส่วนใหญ่จะมีจุดเริ่มต้นที่กลุ่มคนจำนวนไม่มากกลุ่มหนึ่ง ในพื้นที่หรือชุมชนที่มีขอบเขตไม่กว้างขวางนัก ในประเด็นเฉพาะ ๆ ซึ่งเปรียบเสมือนทีมฟุตบอลที่เริ่มต้นเล่นที่สนามเล่นฟุตบอลขนาดเล็กหน้าโรงเรียน เหตุผลที่อยู่เบื้องหลังก็คือ ให้ทุกอย่างพออยู่ในวิสัย/ขีดความสามารถที่ชุมชนพอจะจัดการได้

และต่อมาเมื่อผลของการวิจัย CBR เริ่มผลิดอกออกผลที่ดี ก็มักจะเกิดการขยายตัวตามธรรมชาติในแนวนอนตามวิถีของชีวิตชุมชน เช่น คนอื่น ๆ ที่อยู่นอกโครงการวิจัย หรืออยู่ในชุมชนที่เริ่มสนใจมาเรียนรู้ หรือชุมชนอื่น ๆ ที่เป็นเพื่อนบ้านใกล้เคียง การขยายผลตามธรรมชาติแบบแนวนอนเช่นนี้ ต้องใช้เวลายาวนานพอสมควร เพราะเป็นการขยายตัวแบบเลขคณิต คือ จาก 1 เป็น 2 เป็น 3

ดังนั้น บทเรียนต่อมาของ CBR ก็คือ หากต้องการให้มีการขยายผลอย่างรวดเร็ว ก็ควรจะมีการทำงานในระดับนโยบาย เช่น หน่วยงานรัฐระดับท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เพราะเป็นการขยายตัวแบบยกกำลัง และอีกเหตุผลหนึ่งที่น่าสนใจสนับสนุนการขยายผลในเชิงแนวตั้งก็คือ เพื่อธำรงรักษาความสำเร็จที่เกิดขึ้นในคนกลุ่มแรก ชุมชนแรก ๆ พื้นที่แรกเริ่ม ตามหลักการรับประกันความเสี่ยงที่ได้กล่าวมา

แต่ทว่าการที่จะขยายผลขึ้นสู่ระดับนโยบายได้นั้น ในบางกรณีหากมีการทำงานเพียงในคนกลุ่มเดียว ชุมชนเดียว พื้นที่เดียว ก็อาจจะไม่มีเหตุผลหรือหลักฐานที่หนักแน่นเพียงพอ เพราะหนึ่งกรณีนั้นอาจจะเป็นข้อยกเว้น ดังนั้นก่อนที่จะขยายผลไปสู่ระดับนโยบาย ก็อาจจะต้องมีการขยายผลในระดับแนวนอนให้มีปริมาณมากพอสมควรหรืออาจจะต้องให้ครบถ้วน ดังเช่นงานวิจัยเรื่องการบริหารจัดการน้ำในตำบลสำโรง จังหวัดอุบลราชธานี (ปิ่น คงทน และคณะ, 2560) ที่ได้กล่าวมาแล้ว

(7) การขยายผลเป็นเครื่องมือยกระดับกลยุทธ์ ในงานวิจัย CBR บางชิ้นพบว่าก่อนที่จะมีการดำเนินโครงการนั้น อาจจะมีการขยายผลเกิดขึ้นอยู่บ้างแล้ว “ตามแบบธรรมชาติ” (by nature) และเป็นกลยุทธ์เชิงตั้งรับ (receptive strategy) ดังนั้นในการออกแบบการวิจัยโดยเฉพาะในส่วนเสียของการขยายผล ทีมวิจัยจึงทำการยกระดับกลยุทธ์จาก “แบบธรรมชาติ” ให้ขึ้นมาเป็น “การออกแบบ” (by design) จากกลยุทธ์เชิงตั้งรับ ให้กลายเป็นกลยุทธ์เชิงรุก (proactive strategy)

ตัวอย่างเช่น ประเด็นโจทย์การวิจัยบางเรื่องที่มีความยากลำบากในระดับที่ “หินยังเรียกพี่” (คำกล่าวของทีมนักวิจัยชุมชนเอง) เช่น ประเด็นเรื่อง “เกษตรกรรมยั่งยืน/เกษตรอินทรีย์” ในตัวอย่างงานวิจัยที่ถือได้ว่าเป็นแบบฉบับเลยในประเด็นนี้ ก็เช่น งานวิจัยเรื่อง “การสร้างความเข้มแข็งของเกษตรกรต้นแบบเพื่อขยายผลระบบเกษตรกรรมยั่งยืน จังหวัดมหาสารคาม” (ทานตะวัน สิงห์แก้ว และคณะ, 2563) สถานะของการทำเกษตรอินทรีย์นั้น แม้จะประสบความสำเร็จในกลุ่มคนเล็ก ๆ กลุ่มหนึ่ง (ซึ่งในภาษาของโรเจอร์ส เรียกว่าเป็น “กลุ่มผู้รับเร็ว” (early adopters)) แต่ว่าการขยายผลออกมาให้กว้างขวางนั้นก็มักจะมีคอขวด (นักวิชาการที่ศึกษาเรื่องการขยายผลอธิบายว่ามี “หุบเหวแห่งความดับของนวัตกรรม” ขวางกั้นอยู่ระหว่างกลุ่มผู้รับเร็วกับกลุ่มอื่น ๆ)

ทีมวิจัยระบุว่า กำแพงขวางกั้นการขยายผลในเรื่องเกษตรกรรมยั่งยืน/เกษตรอินทรีย์นั้นมาจากทั้ง 2 ทาง ทางแรกก็มาจากตัวเกษตรกรผู้รับการขยายผลเองที่มีทัศนคติด้านลบต่อการทำเกษตรอินทรีย์ (เช่น ลำบากยุ่งยาก ได้ผลผลิตน้อย ใช้เวลา เปลืองแรงงาน ราคาขายผลผลิตก็เท่าเดิม ฯลฯ) ความไม่กล้าเสี่ยงที่จะเปลี่ยนแปลงการผลิต การไม่ใช้ข้อมูลในการวางแผนการผลิต การขาดความรู้และทักษะที่เพียงพอในเรื่องการผลิตเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น

ในอีกด้านหนึ่ง อุปสรรคของการขยายผลก็มาจาก “ตัวระบบการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์” เองที่มีความสลับซับซ้อน ต้องใช้ความประณีต

และความใส่ใจในการผลิต ต้องทุ่มเทเวลา ฯลฯ (ในภาษาของโรเจอร์ส คือ “คุณลักษณะของนวัตกรรม”)

จากอุปสรรคทั้ง 2 ด้านที่มาผสมผสานคลุกเคล้ากันจนกลายเป็น กำแพงขวางกั้นแบบยกกำลังสอง ทำให้ความสำเร็จในการขยายกลุ่มเกษตรกร ที่ทำเกษตรยั่งยืนไม่เป็นที่น่าพอใจ โดยเฉพาะเมื่อฝ่ายผู้ขยายผลใช้วิธีการ ขยายผลแบบรวม ๆ ทำเป็นกลุ่ม ๆ ทำเป็นแบบธรรมชาติ เป็นแบบเชิงรับ ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ทางทีมวิจัยก็ได้พบว่า มีเกษตรกรต้นแบบบางคนที่เปลี่ยนวิธีการ ขยายผลจากแบบ “เรียนรวมกันเป็นกลุ่มในชั้น” มาเป็น “การเรียนรู้แบบตัวต่อตัว” คือ การจับคู่กับผู้รับการขยายแล้วดูแลกันอย่างใกล้ชิดไปตลอดเส้นทาง ตั้งแต่ต้นจนถึงปลายทาง เพื่อป้องกันมิให้ผู้รับการขยายผล “แท้งระหว่างทาง/ หรือถอดใจก่อนจะไปถึงจุดหมาย”

จากประสบการณ์ของเกษตรกรต้นแบบบางท่านนี้ ทางโครงการวิจัย จึงได้นำเอากลยุทธ์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาตินี้มายกระดับออกแบบเป็นกลยุทธ์หลัก ของการขยายผลในแนวราบ ด้วยการจับคู่ระหว่างเกษตรกรต้นแบบ จำนวน 30 คน ให้ดูแลกลุ่มเกษตรกรขยายผลเพิ่มอีก 60 คน เป็นอัตราส่วน 1:2 คน (คล่องแขนซ้าย-ขวา) ที่เราอาจเรียกกลยุทธ์นี้ว่า “buddy and intensive coaching” และโจทย์ของการวิจัยก็คือ การทดสอบว่ากลยุทธ์นี้จะให้ผลลัพธ์ เรื่องการขยายผลได้ในระดับที่น่าพอใจหรือไม่

(8) การขยายผลเป็นเครื่องมือลดข้อจำกัดและเพิ่มประสิทธิภาพ ของการทำงาน เนื่องจากธรรมชาติของงานวิจัย CBR ที่โดยส่วนใหญ่แล้ว เป็นงานวิจัยขนาดจิ๋ว แต่ทว่าก็อาจจะมีโจทย์การวิจัยบางโจทย์ที่มีขนาดใหญ่ เช่น การบริหารจัดการกลุ่มน้ำคลองคุสน จังหวัดสตูล ที่มีความยาวถึงเกือบ 80 กิโลเมตร ไหลผ่านชุมชนถึง 3 อำเภอ 8 ตำบล 4 เทศบาล 49 หมู่บ้าน ดังนั้นหากทำโครงการวิจัยขนาดเล็กที่บริหารจัดการน้ำได้เพียงบางช่วง เช่น ช่วงต้นน้ำ กลางน้ำ หรือปลายน้ำ ก็จะไม่สามารถแก้ไขปัญหาเรื่องคลองคุสน ทั้งคลองให้หมดสิ้นไปได้

ในการออกแบบโครงการวิจัยเรื่อง “การสนับสนุนรูปแบบกลไกขับเคลื่อนการจัดการทรัพยากรน้ำภายใต้สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงลุ่มน้ำคลองคุสน จังหวัดสตูล” (อับดุลอาสิด หยีเหมม, 2564) จึงต้องออกแบบโครงการวิจัยให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยแบ่งเป็น 4 โครงการ 3 โครงการแรก ครอบคลุมแต่ละภูมิภาคของคลอง คือ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ซึ่งในแต่ละภูมินิเวศนั้น ชุมชนในแต่ละพื้นที่มีความต้องการและมีรูปแบบในการใช้น้ำที่แตกต่างกัน รวมทั้งปัญหาเรื่องน้ำท่วม น้ำแล้ง น้ำเสียของแต่ละภูมิภาคก็แตกต่างกัน และต้องมีอีก 1 โครงการ ที่ทำหน้าที่เป็นกลไกเชื่อมประสานการทำงานทั้งในระหว่างหน่วยงานรัฐกับหน่วยงานรัฐกันเอง หน่วยงานรัฐกับชุมชน และระหว่างชุมชนกับชุมชนเอง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเรื่องการบริหารจัดการน้ำที่มีขอบเขตครอบคลุมอย่างกว้างขวางและความหลากหลาย

ข้อค้นพบที่สำคัญในเรื่องการขยายผลการทำงาน ก็คือ การจัดทำแผนงานเพื่อจัดการลุ่มน้ำคลองคุสนนั้นต้องทำให้ครอบคลุมทั้ง 4 มิติ คือ (1) มิติด้านอุปทาน (supply side) ของน้ำที่มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มปริมาณและสร้างคุณภาพของน้ำ (2) มิติด้านนิเวศ (เช่น เขตป่าต้นน้ำ) มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาสมดุลนิเวศของแหล่งน้ำ (3) มิติด้านอุปสงค์ (demand side) คือ ด้านการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนและสร้างภูมิคุ้มกันแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง และ (4) มิติด้านการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม และร่วมประสานงานกันระหว่างหน่วยงานรัฐและชุมชนที่ได้กล่าวมาแล้ว

ในการใช้การขยายผลเป็นเครื่องมือในการลดข้อจำกัดต่าง ๆ และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานนี้ ได้รับการยืนยันจากงานศึกษาทบทวนของนักวิชาการบางท่าน เช่น J. Dwyer & K. Mareida (2021) ในงานเขียนชื่อ “Overview & Importance of Agriculture Extension” ที่ได้ทบทวนงานด้านการขยายผลในแวดวงการผลิตเสริมการเกษตร และให้บทสรุปว่าการขยายผลเป็นเครื่องมือที่ช่วยลดข้อจำกัดและภาวะคุกคามต่าง ๆ (threat) และยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม และเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหารอีกด้วย

(9) การสร้างชุดความรู้ว่าด้วย “การขยายผลจากต้นแบบ” ดังได้กล่าวมาแล้วในภาคประวัติความเป็นมาของแนวคิดเรื่องการขยายผลว่าการสร้าง “ต้นแบบ” นั้นนับว่าเป็นรูปแบบพินิจนิยมอีกรูปแบบหนึ่งของการขยายผลที่อยู่บนเส้นทางนี้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของสังคมไทย การสร้าง “ต้นแบบ” หรือโมเดลต่าง ๆ ก็เป็นรูปแบบยอดฮิตติดชาร์ตไม่เคยลงมาเลย

แน่นอนว่า ในการริเริ่มทำสิ่งใหม่ ๆ ด้วยวิธีการใหม่ ๆ กับคนกลุ่มใหม่ ๆ ประเด็นใหม่ ๆ ในการดำเนินการครั้งแรก เราก็มักจะเริ่มต้นด้วย “กลุ่มทดลอง/พื้นที่ทดลอง” ที่เรียกว่า “ต้นแบบ/แบบจำลอง” (ไม่ว่าจะตั้งใจหรือไม่ตั้งใจให้เป็นต้นแบบก็ตาม) และเมื่อทำสำเร็จแล้วในกลุ่ม/พื้นที่ต้นแบบจึงค่อยขยายผลออกไปสู่กลุ่มอื่น ๆ ต่อไป

อย่างไรก็ตาม ดังที่ได้เกริ่นมาแล้วว่าความสำเร็จจากต้นแบบนี้จะไม่ไหลไปสู่กลุ่มขยายผลได้โดยอัตโนมัติ เพราะผลที่เกิดจากการขยายนั้นมีความเสี่ยง (แบบการแทงลูกเต๋าหรือซื้อสลากลอตเตอรี่) คือ ตาดีได้ ตาร้ายเสีย บางทีก็ขยายได้ผล บางทีก็ขยายแล้วไร้ผล ดังนั้นปัญหาเฉพาะตัวของการขยายผลจึงมีอยู่ว่า “จะมีวิธีการขยายอย่างไรจึงจะได้ผล” ต้องมี “เงื่อนไข/ปัจจัยอะไรบ้างที่ต้องพิจารณา” เช่น หากต้นแบบเป็น “ชุมชนเข้มแข็ง” ซึ่งข้อเท็จจริงเกี่ยวกับชุมชนเข้มแข็งก็คือ ไม่ว่าจะใส่โครงการอะไรเข้าไปก็สำเร็จอยู่แล้วเพราะปัจจัยความเข้มแข็งของชุมชน วิธีการทำโครงการอาจจะไม่ใช่ตัวแปรที่เกี่ยวข้องเลย ถ้าจะขยายผลไปสู่ “ชุมชนแบบปานกลาง” หรือ “ชุมชนอ่อนแอ” จะต้องทำอย่างไร เป็นต้น

นอกจากนั้น ในงานวิจัย CBR บางชิ้นก็ยังพบว่า แม้แต่การมี “ต้นแบบ” แล้ว แต่ทว่าต้นแบบเพียงหนึ่งเดียวก็ใช้ว่าจะขยายผลได้กับทุกกรณีขยายผล (ไม่ใช่ once and for all) แม้แต่ในประเด็นเดียวกันก็ยังมีต้นแบบให้เลือกได้หลายแบบ นักขยายผลจึงต้องสร้างชุดความรู้ว่า “ต้นแบบสไตล์ไหน” เหมาะกับกรณีขยายผลแบบไหน ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง “การจัดการความรู้และขยายผลรูปแบบการจัดการภัยพิบัติน้ำท่วมฯ... จังหวัดอุบลราชธานี”

(ทัพไท ชูมนาเสียว และคณะ, 2564) ที่มิวิจัยพบว่า รูปแบบการจัดการภัยพิบัติ น้ำท่วมนั้นต้องมีต้นแบบอย่างน้อย 3 ต้นแบบ ที่จะนำไปขยายผล เนื่องจาก ความต้องการและวิถีชีวิตของผู้คนในแต่ละต้นแบบนั้นแตกต่างกัน คือ

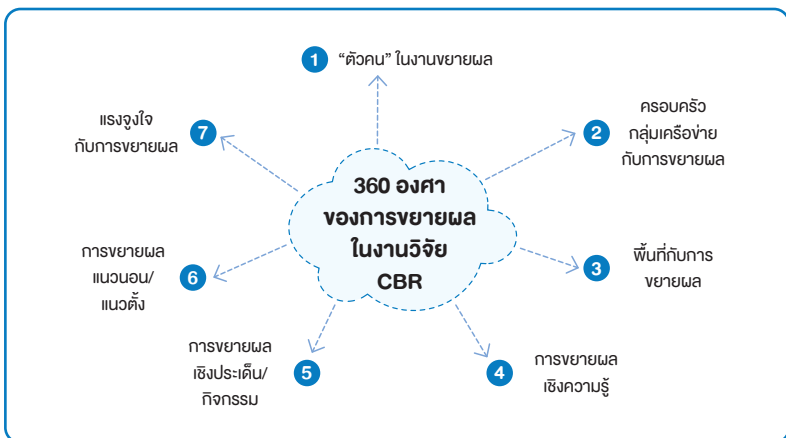
- ต้นแบบของพื้นที่เขตเมือง
- ต้นแบบของพื้นที่เขตกิ่งเมืองกิ่งชนบท
- ต้นแบบของพื้นที่เขตชนบท

เป็นต้น

CBR

Community-Based Research

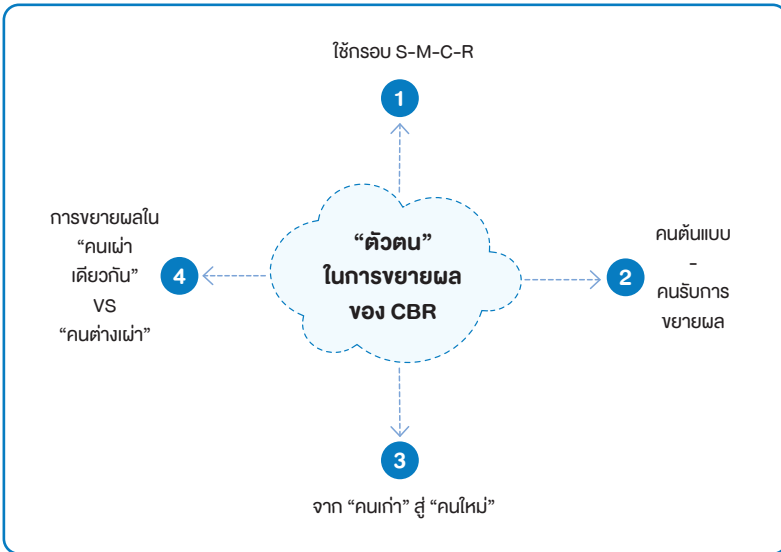
ตั้งที่ผู้เขียนได้กล่าวมาแล้วในเนื้อหาส่วนที่ 2 ว่า “การขยายผลในสายตาของ CBR นั้นเป็นอะไรได้มากกว่า...” เมื่อมอง “การขยายผล” จากภาพถ่ายหลาย ๆ มุมกล้อง เราก็ได้เห็นแง่มุมหลาย ๆ แง่มุมของการขยายผล และยิ่งไปกว่านั้นก็คือ ผู้เขียนได้เกริ่นถึง “ลักษณะพิเศษเฉพาะตัวบางอย่าง” ของการขยายผลเมื่อเข้ามาอยู่ในโหมดของงานวิจัย CBR ดังนั้นในส่วนที่ 3 นี้ ผู้เขียนจึงจะขยายภาพการขยายผลในงานวิจัย CBR ให้เห็นแบบ 360 องศา เพื่อเป็นตัวช่วย (เสมือนแว่นขยาย) เมื่อเวลาอ่านงานวิจัยด้านการขยายผลของ CBR สำหรับองค์ของการขยายผลในงานวิจัย CBR นั้นจะเกี่ยวข้องกับ “หน่วยของการขยายผล” (unit of extension) ทรัพยากรที่จะนำไปขยาย (resource) มิติของการขยายผล แกนของการขยายผล และแรงจูงใจของการขยายผล เป็นต้น



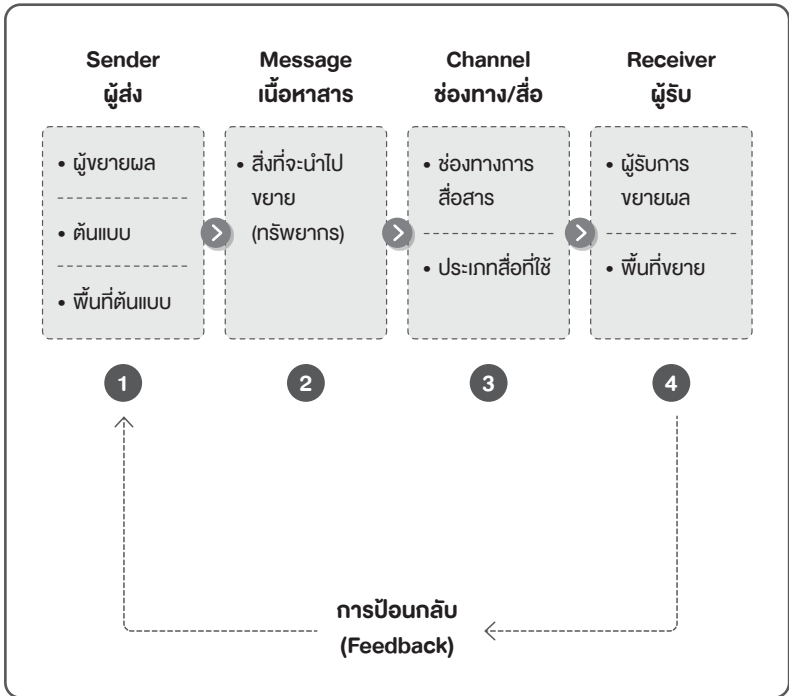
ตอนที่ 3.1

“ตัวคน” ในงานขยายผลของ CBR

เนื่องจากในเรื่องการขยายผล จะมี “ตัวคน” หลากหลายประเภทเข้ามาเกี่ยวข้อง และแต่ละคนก็เล่นบทบาทที่แตกต่างกัน (ละครเรื่องการขยายผลจึงมีลักษณะเป็นมหากาพย์ที่มีตัวละครมากมาย ไม่ใช่เรื่องแบบ “เรา 2-3 คน”) ในที่นี้ผู้เขียนจึงจะคลี่มิติต่าง ๆ ที่เป็นเรื่อง “ตัวคน” ที่อ่านพบจากรายงานวิจัยเรื่องการขยายผลของ CBR ดังนี้



(1) การใช้กรอบ “S-M-C-R” ของการสื่อสารมาพิจารณา หากเราประยุกต์เอาแบบจำลองการสื่อสารมาใช้ประยุกต์ใช้อธิบายเรื่องการขยายผล ก็จะเห็นส่วนประกอบต่าง ๆ ของการขยายผล ดังนี้



จากธาตุทั้ง 4 ที่มาชุมนุมกันในแบบจำลองการสื่อสารนี้ เราจะเห็นส่วนที่เป็น**ตัวคน**อยู่ในช่องต้นทาง (ช่องที่ 1) และช่องสุดท้าย (ช่อง 4) และดังที่ได้กล่าวอ้างถึงข้อสังเกตของนักวิชาการที่สนใจศึกษาเรื่องการขยายผลแล้วว่า เราจำเป็นต้องให้ความสนใจที่จะศึกษาตัวคนในทั้ง 2 ช่อง ให้สมมูลกัน ต้องดูให้ครบทั้งช่องคนที่จะเป็นผู้ขยายผลและคนที่เป็นผู้รับการขยายผล (ในช่วงเวลาก่อนยุคโรเจอร์ส (E. Rogers) การศึกษาเรื่องการขยายผลมักจะสนใจแต่ด้านผู้ขยายผล)

และเมื่อเราส่องกล้องจุลทรรศน์เข้าไปชมดูผู้ขยายผลและผู้รับการขยายผล เราก็จะพบว่าคำถามนำทางของคนทั้ง 2 ข้างนี้จะแตกต่างกัน เช่น

ตัวอย่างคำถามของฝ่ายผู้ขยายผล

- จะเลือกผู้รับการขยายผลแบบไหน
- จะมีวิธีการค้นหาตัวผู้รับการขยายผลอย่างไร
- จะเลือกเอาอะไรไปขยาย
- จะเลือกเอาเนื้อหาสาระอะไรไปใช้
- จะใช้สื่อประเภทใด ช่องทางไหนให้เข้าถึงผู้รับการขยายผล
- จะเลือกใช้กลยุทธ์อะไรดี

เป็นต้น

ตัวอย่างคำถามของฝ่ายผู้รับการขยายผล

- จะเลือกรับของใหม่ดีหรือไม่
- จะเลือกรับมากน้อยแค่ไหน
- สิ่งใหม่จะดีกว่าสิ่งเก่าแน่หรือ
- จะคุ้มค่าหรือไม่กับการเปลี่ยนไปทำสิ่งใหม่
- จะเสี่ยงมากน้อยแค่ไหน
- ผู้ขยายผลมีผลประโยชน์อะไรแอบแฝงหรือเปล่า

เป็นต้น

(2) คนต้นแบบ-คนรับการขยายผล: กระบวนการคัดเลือก “ตัวคน”

(Selection Process) เมื่อพิจารณาจากทั้ง 2 ฝ่าย คือ ผู้ขยายผลและผู้รับการขยายผล จากกรอบเรื่องการเป็นต้นแบบ-ผู้รับการขยายผล ด้านแรกที่ต้องฝ่าข้ามมาให้ได้ก็คือ การตอบคำถามว่าใครควรจะเป็นผู้ขยายผล ใครควรจะเป็นผู้รับการขยายผล วิธีการคัดเลือกคนทั้ง 2 กลุ่ม จะเป็นอย่างไร จะปล่อยให้ไปตามธรรมชาติหรือแล้วแต่ความสมัครใจ หรือควรจะต้องมีการตั้งเกณฑ์หรือมีการออกแบบกระบวนการคัดเลือกกลุ่มบุคคลทั้ง 2 ฝ่ายนั้น

นอกจากนั้น ยังอาจมีบางกรณี ที่ “เจ้าของความรู้ใหม่ที่ค้นพบ จากงานวิจัย” หรือ “ทีมวิจัยเดิม” กับ “ผู้ขยายผล” ไม่ใช่คนเดียวกัน ในกรณีนี้ ก็ยังต้องใส่เกียรติยศหลังไปตั้งหลักตั้งแต่ “การเลือกผู้ขยายผลควรจะเป็นใครดี ควรมีความสัมพันธ์อย่างไร จะต้องพัฒนาตัวผู้ขยายผลอย่างไรบ้าง” เป็นต้น

(2.1) ตัวอย่างงานศึกษาการคัดเลือกผู้ขยายผล โครงการวิจัยเรื่อง “การจัดการความรู้และขยายผลการทำเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร อำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน” (ศิริขวัญ อุทา และคณะ, 2565) เป็นงานวิจัยที่ทำต่อยอดจากโครงการวิจัยเดิมในปี พ.ศ. 2564 โดยเริ่มต้นศึกษาประเด็นเกษตรอินทรีย์ด้วยการผลิตและใช้ปุ๋ยหมักกับกลุ่มเกษตรกรใน 1 ชุมชน ส่วนในโครงการใหม่นี้ ทีมวิจัยจะขยายผลออกไปให้เป็น 3 ชุมชน (รวม 1 ชุมชนเดิม) กลยุทธ์ที่ทางทีมวิจัยนำมาใช้ก็คือ การสำรวจค้นหาเกษตรกรในทั้ง 3 ชุมชน ที่มีประสบการณ์การทำเกษตรอินทรีย์ในแง่มุมต่าง ๆ แล้วนำมาผ่านกระบวนการคัดเลือกหา “เกษตรกรต้นแบบ” อีกครั้งหนึ่งเพื่อยกระดับต้นแบบเหล่านี้ให้ขึ้นมาเป็น “แหล่งเรียนรู้” สำหรับการขยายผลกับเกษตรกรคนอื่น ๆ ในลำดับต่อไป

ผลการวิจัยในส่วนที่เกี่ยวกับการขยายผล พบว่าในขั้นแรก ทีมวิจัยได้กำหนดการสำรวจค้นหาเกษตรกรที่สามารถจะเป็นต้นแบบเอาไว้จำนวน 30 ครัวเรือน จากชุมชนทั้ง 3 แห่ง แห่งละ 10 ครัวเรือน ในลำดับต่อมา ทีมวิจัยได้ร่วมกับชุมชนคัดเลือกจาก 30 ครัวเรือน เพื่อยกระดับมาเป็น “เกษตรกรต้นแบบ” ได้จำนวน 11 ครัวเรือน เมื่อวิเคราะห์เกณฑ์ที่อยู่เบื้องหลังการคัดเลือกในรอบสุดท้าย ก็พบว่ามีอยู่ 4-5 เกณฑ์ คือ

- (i) เป็นเกษตรกรที่ลงมือทำเกษตรอินทรีย์จริง ๆ เกณฑ์นี้ดูเหมือนจะเป็นหลักการสำคัญของวิถีชุมชนที่ต้องการ “คนพูดจริง ทำจริง”
- (ii) มีการทำเกษตรแบบผสมผสาน ทั้งการปลูกผักทุกชนิด เลี้ยงปลา ทำปุ๋ยหมัก/ปุ๋ยไส้เดือน ทำสารชีวภัณฑ์ต่าง ๆ
- (iii) มีระยะเวลาของการลงมือปฏิบัติจริงที่ยาวนานพอสมควร แสดงถึงการเกาะติดและจริงจังกับเรื่องเกษตรผสมผสาน

(iv) ความเต็มใจและสมัครใจที่จะเผยแพร่ความรู้ที่ตนเองมีให้กับเกษตรกรคนอื่น ๆ ที่สนใจ

(v) เป็นคนที่ได้รับการยอมรับจากสมาชิกของกลุ่มและคนอื่น ๆ ในชุมชน ทั้งในด้านที่เป็นผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญ (credibility) ทั้งในด้านความน่าไว้วางใจในเจตนา (trustworthiness) และการมีคุณสมบัติส่วนบุคคลที่ดีงาม

(2.2) ตัวอย่างงานศึกษาการคัดเลือกผู้รับการขยายผล ในการคัดเลือกผู้รับการขยายผลนั้น จะมีตัวแปรหลายตัวเข้ามาเกี่ยวข้องตั้งแต่เริ่มเปิดฉากออกมาเลย เช่น รูปแบบแรกก็คือ ผู้ขยายผลจะเผยแพร่ชุดความรู้ใหม่โดย**ไม่ระบุตัวผู้รับสารเลย**แบบระบบนาหว่าน (non-focus/general audience) โดยส่วนใหญ่รูปแบบนี้มักจะเป็นการเผยแพร่ชุดความรู้ที่ค้นพบจากงานวิจัยผ่านการสื่อสารสาธารณะ เช่น นำคลิปวิดีโอเรื่องพลังงานทางเลือก จังหวัดสุรินทร์ ไปเผยแพร่ทางยูทูปหรือเฟซบุ๊ก หรือเผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์ เช่น ไทยพีบีเอส การเผยแพร่ในรูปแบบนี้มีการดำเนินการกันอย่างมากในงานวิจัย CBR

รูปแบบที่สอง คือ **การระบุกลุ่มผู้รับการขยายผลแบบพุ่งเป้าหวังผล** (captive audience/target) ซึ่งหมายความว่า ผู้ขยายผลมี “กลุ่มผู้รับการขยายผล” อยู่ในใจแล้วว่าจะเป็นคนกลุ่มไหน อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้รับสารแบบพุ่งเป้านี้ก็ยังมี**ขนาด** (size) ให้เลือกอีกหลายขนาด ตัวอย่างเช่น ในงานวิจัยเรื่องการบริหารจัดการน้ำในคลองดusun จังหวัดสตูล (อัปดุลอาสิด หยีเหม, 2564) ที่ได้กล่าวมาแล้ว กลุ่มคนที่ใช้น้ำนั้น หากแยกตาม “ความใกล้ไกลจากลำน้ำ” ก็จะพบว่าระดับจิตสำนึกต่อเรื่องน้ำอาจจะแตกต่างกัน **คนอยู่ใกล้ลำน้ำนั้น**จะมองเห็นความเปลี่ยนแปลงของน้ำได้ชัดเจน (น้ำแห้ง น้ำท่วม น้ำสกปรก) แต่ทว่า**กลุ่มคนใช้น้ำประปาที่อยู่ในเมือง (คนไกลคลองดusun)** จะเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของคลองดusunได้ยากกว่า ดังนั้นการคัดเลือกเนื้อหาการวิจัยที่เกี่ยวกับคลองดusunมาเผยแพร่ให้ “คนใกล้น้ำ” กับ “คนไกลน้ำ” ก็น่าจะมีความแตกต่างกัน

สำหรับกรณีที่จะกล่าวถึงนี้ เป็น “กลุ่มผู้รับการขยายผลแบบพุ่งเป้า” ระดับ “จับตัววางตาย” เลย คือ มีขนาดเล็กและผู้ขยายผลตั้งใจและรู้แน่นอนว่าเป็นใคร สำหรับในกรณีนี้ คำถามก็จะเขยิบขึ้นไปอีกระดับหนึ่งว่า จะมีวิธีการเข้าถึง/จะมีวิธีการคัดเลือก “กลุ่มที่หมายตาเอาไว้แล้วนี้” ได้อย่างไร เช่น ในงานวิจัยเรื่อง “กระบวนการขยายผลห่วงโซ่การผลิตโคเนื้อคุณภาพ... จังหวัดมุกดาหาร” (ช่อกัลยา ศรีขำนิ และคณะ, 2565) เป็นโครงการวิจัยที่ทำต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563–2564 โดยมีโจทย์การวิจัยหลักคือการค้นหาวิธีการเลี้ยงโคเนื้อ ซึ่งแต่เดิมเกษตรกรเคยใช้วิธีการเลี้ยงแบบพื้นบ้าน ให้ยกระดับมาเป็นการเลี้ยงที่มีประสิทธิภาพโดยผสมผสานชุดความรู้ทั้งจากภูมิปัญญาดั้งเดิมและเสริมด้วยความรู้สมัยใหม่ ผลการวิจัยได้ขอค้นพบเรื่องห่วงโซ่การผลิตที่มีประสิทธิภาพ จำนวน 9 ห่วง

จากงานวิจัยเดิมในปี พ.ศ. 2563 ที่ทีมวิจัยได้เลือกศึกษาทดลองในพื้นที่ 1 ตำบล และในงานวิจัยขยายผลในปี พ.ศ. 2564–2565 นี้ ทีมวิจัยจะขยายชุดความรู้ที่ค้นพบไปในพื้นที่ใหม่ของอีก 1 ตำบล แต่ปัญหาก็คือ จะเลือกวิธีการใดในการคัดเลือกผู้รับการขยายผลจึงจะเหมาะสมหรือถูกตัวถูกคน

ทีมวิจัยเลือกใช้กลยุทธ์ “การแต่งตั้งเจ้าของพื้นที่ (เจ้าที่)” เป็นผู้คัดเลือก โดยมอบหมายให้ผู้นำชุมชนทั้ง 5 หมู่บ้านในพื้นที่ใหม่เป็นผู้คัดเลือกเกษตรกรผู้เลี้ยงโคให้มาเข้าร่วมโครงการ โดยน่าจะมีเกณฑ์ (แบบในใจ) ว่าต้องเป็นเกษตรกรที่ประสบปัญหาเรื่องการเลี้ยงโคเนื้อเนื่องจากขาดความรู้เรื่องการเลี้ยงที่ถูกต้อง (ปัญหาทั้ง 9 ห่วงโซ่) รวมทั้งน่าจะต้องมีความสนใจที่จะเข้าร่วมโครงการและมีความตั้งใจจริง/เอาจริงเอาจังที่จะพัฒนาวิธีการเลี้ยงโคให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

(3) การขยายผลจาก “คนเก่า” สู่ “คนใหม่” ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ในประเด็นเรื่อง “การขยายผลนั้นสามารถทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสร้างความยั่งยืนให้กับกลุ่ม กับกิจกรรม กับโครงการ กับชุมชนได้” ในแง่นี้ เมื่อพิจารณาความยั่งยืนของกลุ่มในเชิงโครงสร้าง (structural analysis) การมีผู้นำแบบ

“ข่ามาคนเดียว” (one-man show) ย่อมมีความเสี่ยงสูงในแง่ความยั่งยืน และเมื่อพิจารณาความยั่งยืนของกลุ่มในแง่กาลเวลา (temporal/diachronic analysis) การขยายผลเพื่อการสืบทอด “คนทำงานแถวสอง” (second liner) จึงเป็นกระบวนการสำคัญของความยั่งยืน

ในงานวิจัย CBR จำนวนมากจึงมีการขยายผลเพื่อการสืบทอดจาก “คนรุ่นเก่า/คนเก่า” (คนเคยทำวิจัย CBR) ไปสู่ “คนรุ่นใหม่/คนใหม่” ทั้งในรูปแบบที่เปิดเผยใจแจ้งชัดเจนและเข้มข้น เช่น อยู่ในระดับตั้งเป็นชื่อเรื่อง และเป็นโจทย์ของการวิจัยเลย หรืออาจจะแฝงเร้นแบบบาง ๆ อยู่ภายในองค์ประกอบและกระบวนการของงานวิจัย

(i) การปรับประยุกต์ระบบ “ลูกมือ” (apprenticeship) รูปแบบดั้งเดิมที่สุดในการสืบทอดขยายผลต่อบุคคล ก็คือรูปแบบที่ “ช่างใหญ่สอนช่างใหม่ด้วยการให้เข้ามาเป็นลูกมือ” แล้วฝึกหัดเรียนรู้ทำไปพร้อม ๆ กันเลย (ทางภาคใต้เรียกแบบนี้ว่า “หัดเอาโนเถ” ส่วนทางภาคเหนือเรียกว่า “การเอาไผ่แก่ทาบไปกับไผ่อ่อน”) ระบบวิธีการสืบทอดแบบพื้นบ้านจะใช้รูปแบบนี้เป็นหลัก

สำหรับในงานวิจัย CBR จะมี “พื้นที่” หรือ “ส่วนประกอบย่อย” ที่จะเปิดโอกาสให้มีการขยายผลด้านการสืบทอดต่อบุคคลได้ คือ **การประกอบทีมวิจัย** ซึ่งเป็นส่วนประกอบที่สำคัญเปรียบเสมือนพวงมาลัยรถที่จะกำหนดทิศทางการขับเคลื่อนงานวิจัย มีงานวิจัย CBR จำนวนมากที่ได้แฝงการสืบทอดนักวิจัยรุ่นใหม่เอาไว้ในการออกแบบประกอบทีมวิจัย ซึ่งอาจจะถือว่าเป็น “การขยายผลด้านบุคคลแบบบาง ๆ” ส่วนบางโครงการก็ตั้งโจทย์การวิจัยเรื่องการขยายผลด้านบุคคลเอาไว้เป็นการเฉพาะเลย ซึ่งถือว่าเป็นอย่างแบบเข้มข้น

(ii) ตัวอย่างการสืบทอดต่อบุคคลแบบบาง ๆ และเนียน ๆ งานวิจัยเรื่อง “การเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากพหุวัฒนธรรม: อาหารถิ่นตำบลบ้านแยง อำเภอนครไทย จังหวัดพิษณุโลกสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์” (วาสิลา โปธิ์หิรัญ และคณะ, 2566) งานวิจัยชิ้นนี้เป็นส่วนต่อขยายมาจาก

งานวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน” ที่ดำเนินการมาในช่วง 2 ปีก่อน ดังนั้นทางโครงการฯ จึงได้มี “กลุ่มนักวิจัยชุมชน” กลุ่มหนึ่งเป็น รุ่นพี่ที่มีประสบการณ์วิจัย CBR มาแล้ว

และตั้งที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ชุดความรู้หลัก ๆ ในงานวิจัยนั้นมี 3 ชุด คือ ชุดแนวคิด & แนวปฏิบัติงานวิจัยแบบ CBR ชุดความรู้เชิงประเด็น และชุดความรู้เรื่องการบริหารจัดการโครงการ สำหรับชุดความรู้เชิงประเด็นนั้น อาจจะสืบทอดได้ด้วยการจัดให้มีการฝึกอบรม และทว่าสำหรับชุดความรู้ เรื่องงานวิจัย CBR และการบริหารโครงการนั้น จะเรียนรู้ให้ได้ดีที่สุดก็น่าจะเป็นการ “หัดเอาในใจ” มากกว่า (เรียนรู้ไปและลงมือทำไปพร้อม ๆ กัน)

อาจารย์วาลิกา โพธิ์ศิริณี หัวหน้าโครงการวิจัย จึงได้ออกแบบ ในการประกอบทีมวิจัย จำนวน 21 คน ให้ทีมวิจัยส่วนหนึ่งเป็น **ทีมวิจัยเดิม** ที่เคยทำงานร่วมกันมาในปี พ.ศ. 2563 และอีกส่วนหนึ่งเป็น **คนรุ่นใหม่** ที่เพิ่งเข้าร่วมงานวิจัยเป็นครั้งแรก ทางโครงการฯ ได้มีการแบ่งโครงสร้าง และบทบาทหน้าที่ของนักวิจัยทั้ง 21 คน อย่างชัดเจนว่าใครต้องรับผิดชอบ อะไรบ้าง และนอกจากจะมี “กระบวนการทำงาน” แล้ว อีกหนึ่งกระบวนการ ที่เกิดควบคู่ไปตลอดทางก็คือ “กระบวนการเรียนรู้”

ผู้เขียนได้พบรูปแบบแบบ “หัดเอาในใจ” นี้จำนวนไม่น้อย ในการประกอบทีมวิจัยของ CBR โดยมีลำดับขั้นตอนว่า ในปีแรก รุ่นพี่จะเป็น หัวหน้าโครงการ และให้รุ่นน้องเข้ามาเป็นนักวิจัยฝึกหัด และในปีต่อ ๆ ไป รุ่นพี่จะเล่นบทเจ็ดต้นให้รุ่นน้องขึ้นมาเป็นหัวหน้าโครงการเลย แล้วรุ่นพี่ถอย ลงไปเป็นทีมวิจัย ตัวอย่างเช่น ในชุดโครงการวิจัยของมหาวิทยาลัยเกริก และ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ จะพบแนวทางการปฏิบัติการขยายผล ด้านตัวบุคคลในลักษณะเช่นนี้ที่ชัดเจน และรูปแบบการสืบทอดเช่นนี้ได้ช่วย เพิ่มการเรียนรู้ให้ทั้งฝ่ายผู้รับการขยายผลและฝ่ายผู้ขยายผลเอง

(iii) ตัวอย่างการขยายผลด้านตัวบุคคลแบบเข้มงวด ได้แก่ งานวิจัย เรื่อง “การสืบทอดทายาทเกษตรยั่งยืนผ่านการจัดการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ อำเภอขุนยวม จังหวัดแม่ฮ่องสอน” (ณัฐกานต์ กรกมลวิลาส และคณะ, 2564)

เพียงแค่ว่าจากชื่องานวิจัยก็น่าจะพอเดาทางออกว่างานนี้ต้องมีการเปิดพื้นที่กรรม
มอบมรดกบางอย่างให้แก่ทายาทอย่างแน่นอน

ในพื้นที่ศึกษานั้นมีการริเริ่มการทำเกษตรอินทรีย์มาตั้งแต่คนรุ่น
พ่อแม่ (รุ่น baby boom หรือ Gen B รุ่นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2) ในช่วงปี
พ.ศ. 2543 หากว่าการดำเนินการก็ยังจำกัดอยู่ในคนกลุ่มเล็ก ๆ กลุ่มหนึ่ง
ที่เป็นฟาร์มต้นแบบ จนผ่านมาอีก 10 ปี (พ.ศ. 2552) ก็มีการทบทวนปัญหา
และอุปสรรคในการขยายผลเรื่องเกษตรอินทรีย์ ซึ่งก็พบว่ามาจากปัจจัยรอบด้าน
และก็เริ่มมีแนวทางว่าการจะออกจากปมปัญหาของตัวเอง ถ้าอาศัยแต่กำลัง
ความสามารถของพวก Gen B อาจจะไปไม่รอด และคงต้องชักชวนคน
Gen อื่น ๆ เช่น Gen X Gen Y เข้ามาร่วมด้วย

ในช่วงปี พ.ศ. 2563 พื้นที่ศึกษาได้รับผลกระทบจากโควิด-19
แต่ในท่ามกลางวิกฤตก็มีโอกาสเกิดขึ้น เนื่องจากมีลูกหลานคนรุ่นใหม่ที่ตักงาน
จากในเมืองได้กลับมาอยู่บ้าน จากการสำรวจเบื้องต้นพบว่ามีความท้าทายการเกษตร
อินทรีย์จากฟาร์มต้นแบบที่สืบทอดจากพ่อแม่ กลับมาอยู่ฟาร์ม 3 คน และยินดี
ที่จะสืบทอดการเกษตรอินทรีย์ และมีคนรุ่นใหม่อีก 3 คนที่สนใจ จากปรากฏการณ์
ที่เป็นไปตามธรรมชาตินี้ กลุ่มเกษตรอินทรีย์จึงได้พัฒนาขึ้นมาเป็น “โครงการ
วิจัยเพื่อการสืบทอด” ในปี 2564 นี้เลย

ในเนื้อหาที่ผ่านมา ผู้เขียนได้เล่าตัวอย่างวิธีการสืบทอดตัว
นักวิจัยชุมชนอย่างแบบเนียน ๆ แล้วด้วยการนำเอา “ไม่แก่มาประกบกับ
ไม่อ่อน” คือนำเอาคนรุ่นเดิม (ที่มีประสบการณ์การทำวิจัย CBR แล้ว) มาร่วมกัน
กับคนรุ่นใหม่เป็นทีมวิจัย แต่ทว่าในงานวิจัยเรื่อง “การสืบทอดทายาทฯ” นี้
ได้เพิ่มความเข้มข้นไปมากกว่านั้น ทั้งนี้เพราะทีมวิจัยทั้งหมด จำนวน 10 คน
ตั้งแต่หัวหน้าโครงการ ผู้ช่วยนักวิจัย และสมาชิกทีมวิจัยชุมชนล้วนแล้วแต่
เป็นคนรุ่นใหม่ยกทีม เรียกว่ามีความเข้มข้นระดับ “เชื่อมคนรุ่นใหม่ในงานวิจัย
CBR” ทั้งนี้เพราะชุดความรู้เรื่อง CBR นั้นจะเรียนรู้ถึงระดับซาบซึ้งได้ก็มิแต่
ต้องลงมือทำเอง และเป็นการมอบหมายให้คนรุ่นใหม่ได้มีอิสระในการดำเนิน
งานตามรสนิยมของคนรุ่นเขาอย่างเต็มที่

และที่สำคัญก็คือ กลยุทธ์ในการมอบมรดกเรื่องการขยายผล การทำเกษตรอินทรีย์โดยใช้งานวิจัย CBR เป็นเครื่องมือ นั้น ต้องใช้กลยุทธ์ “เอาผู้รับมรดกเป็นตัวตั้ง” ไม่ใช่ในทางกลับกัน ทั้งนี้เพื่อผ่าทางตันของการ มอบหมายยกมรดกทางวัฒนธรรม (เช่น ศิลปะการแสดงพื้นบ้าน พิธีกรรม ความเชื่อ ประเพณีต่าง ๆ) ที่มักจะเกิดปรากฏการณ์ว่า “คนให้ (มรดก) อยากจะให้ใจจะขาด แต่คนรับมรดกไม่เล่นด้วย” กลยุทธ์นี้สะท้อนออกมา ในการเลือกประเด็นที่นำมาพัฒนาเป็นโจทย์การวิจัย คือประเด็นปลายห่วงโซ่ อุปทาน คือเรื่องการตลาดเกษตรอินทรีย์ที่คนรุ่นใหม่มีความถนัดและมีความ สนใจ รวมทั้งรู้สึกท้าทายที่จะทำ ในขณะที่ประเด็นนี้ก็เป็นจุดอ่อนของคน รุ่นเก่าอยู่พอดี เรื่องของเรื่องจึงจบลงแบบกิ่งทองใบหยกได้เลย

ในภาคปฏิบัติการของการใช้กลยุทธ์ “เอาคนรุ่นใหม่เป็นตัวตั้ง” ก็ต้องเปิดฉากกิจกรรมแรกด้วยการ “รู้ใจ/ล้วงใจ” คนรุ่นใหม่ก่อนว่า เพราะเหตุใด คนรุ่นใหม่จึงไม่อยากจะรับมรดก ดังนั้นกิจกรรมแรกจึงเป็นการจัดเวทีของ ทีมวิจัยคนรุ่นใหม่เพื่อวิเคราะห์เหตุผลที่ทำให้คนรุ่นใหม่ไม่อยากจะกลับมา ทำอาชีพเกษตรอินทรีย์ เพื่อนำเอาข้อมูลดังกล่าวออกมาออกแบบกิจกรรม การวิจัย ในแง่นี้ เมื่อ “คนขยายผล” กับ “คนรับการขยายผล” เป็นคน รุ่นเดียวกัน สถานการณ์ของชีวิตคล้ายคลึงกัน มีความคิดคล้าย ๆ กัน ก็ย่อม “แถมมองตากันก็รู้ใจกัน” ได้ดีกว่าคนต่างรุ่น

(4) การขยายผลใน “คนเผ่าเดียวกัน” VS “คนต่างเผ่า” ในแวดวง CBR มีวิธีการในการแบ่งกลุ่มผู้รับการขยายผลโดยใช้เกณฑ์เรื่อง “ความเป็น คนเผ่าเดียวกัน” (ภาษาวิชาการเรียกว่า homophily) เช่น เป็นคนกลุ่มอาชีพ เดียวกัน เป็นคนชนบทเหมือนกัน เป็นกลุ่มแม่บ้านเหมือนกัน ฯลฯ กับ “เป็นคนต่างเผ่ากัน” เช่น เป็นชาวบ้าน-เป็นเจ้าหน้าที่รัฐ เป็นเกษตรกร- เป็นอาจารย์/นักศึกษา (ภาษาวิชาการเรียกว่า heterophily) การเป็นคน เผ่าเดียวกันหรือต่างเผ่าระหว่างผู้ขยายผลกับผู้รับการขยายผล จะเข้ามา เกี่ยวข้องกับเรื่อง “จุดร่วม-จุดต่าง” (Common and Difference: C&D)

ระหว่างคนทั้ง 2 กลุ่มนั้น และส่งผลต่อเนื่องไปถึงเรื่อง “การออกแบบกิจกรรม/ เนื้อหาสาร” ที่จะไปขยายผลว่าควรจะสักประมาณไหนหรือแบบไหนดี

CBR มีตัวอย่างงานวิจัยเพื่อการขยายผลระหว่างคนเฝ้าเดียวกัน และคนต่างเฝ้าที่น่าสนใจในแง่มุมต่าง ๆ ดังที่จะยกการนำเสนอครั้งนี้ (สำหรับ รายละเอียดการทำงานกับ “คนต่างเฝ้า” โปรดดู กาญจนา แก้วเทพ, **ซีมี่า เลียบค่าย: บทเรียนการทำงานกับภาคีของงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น**, 2564)

(4.1) การขยายผลในคนเฝ้าเดียวกัน ตัวอย่างได้แก่ งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาวัฒนธรรมชุมชนเพื่อสร้างกระบวนการขยายผลพันธูกรรมพื้นบ้าน บ้านโพนดอนและบ้านโพนละมั่ง ตำบลหินกอง อำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด” (ช่วย สาสุข และคณะ, 2553) ในโครงการนี้ ทีมวิจัยทั้ง 6 ท่าน เป็นเกษตรกรตัวจริงทั้งคู่ และเล่นบทเป็น “ผู้ขยายผล” ส่วนผู้รับการขยายผล ก็เป็นคนในชุมชนของทั้ง 2 พื้นที่ศึกษา จำนวนประมาณ 150 คน (1 ใน 4 ของทั้งชุมชน) ดังนั้นการออกแบบรูปแบบการขยายผลจึงมีกลิ่นอายแบบบ้าน ๆ ที่น่าสนใจ

จุดเจ็บของพื้นที่ศึกษาไม่แตกต่างจากชุมชนเกษตรในชนบททั่วไป ที่เปลี่ยนจากระบบเกษตรพึ่งตนเองมาสู่ระบบเกษตรเชิงพาณิชย์ ที่สร้างหายนะให้แก่ชีวิตเกษตรกรและสร้างความเสื่อมโทรมด้านสิ่งแวดล้อม แนวทางแก้ไขปัญหาของทีมวิจัยจึงอยากจะฟื้นฟูระบบเกษตรแบบพึ่งตนเองขึ้นมาใหม่ โดยประตูบานแรกที่จะใช้เปิดออก คือ การใช้เมล็ดพันธุ์พืชพื้นบ้าน

หลังจากที่ทีมวิจัยทั้ง 6 ท่าน ประสบความสำเร็จในการฟื้นฟูเมล็ดพันธุ์พืชพื้นบ้าน โดยเฉพาะพันธุ์ข้าวพื้นบ้านแล้ว ในช่วงของการขยายผล ทีมวิจัยได้ใช้วิธีการหลายรูปแบบมาผสมผสานกัน เช่น การให้กลุ่มขยายผลวิเคราะห์ตัวเองทั้งในระดับครัวเรือนและระดับชุมชน การศึกษาดูงานเพื่อกระตุ้นกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความฮึกเหิม การทำแปลงทดลองเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการวางแผนการผลิต การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น

และในบรรดารูปแบบการขยายผลที่กล่าวมานั้น รูปแบบที่โดดเด่นและตรงกับชื่อเรื่องของงานวิจัยก็คือ การนำเอารูปแบบของวัฒนธรรมชุมชนโดยเฉพาะรูปแบบประเพณีของชุมชน มาวิเคราะห์ว่ารูปแบบใดที่ “เข้าชุดกับประเด็นที่ศึกษา” และพบว่างานบุญประเพณีบุญผะเหวดเป็นประเพณีที่มีเนื้อหาเรื่องราวของพันธกรรมเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยเป็นจำนวนมาก ทีมวิจัยจึงเลือกที่จะจัดงานนิทรรศการ ทั้งนำเสนอผลงานวิจัย ทั้งให้ความรู้เพิ่มเติมเรื่องพันธกรรม ทั้งแจกพันธกรรมที่บ้าน และกิจกรรมอื่น ๆ ในงานบุญผะเหวด การเลือกรูปแบบการขยายผลดังกล่าวนี้เหมาะสมและชอบยิ่งนักกับคนร่วมวัฒนธรรมเดียวกัน ที่จะเข้าใจและซาบซึ้งในความหมายของประเพณีดังกล่าว

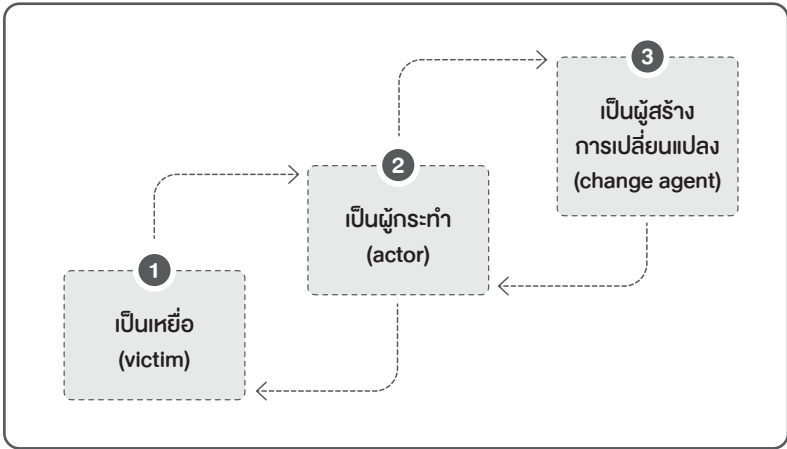
จากบทเรียนตัวอย่างงานวิจัยการขยายผลในระหว่างคนเผ่าเดียวกันที่กล่าวมานี้ ผู้เขียนได้พบว่า ได้มีการยกระดับรูปแบบการขยายผลที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติให้ขึ้นมาเป็น “กลยุทธ์การทำงาน” ดังเช่นในงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาระบบการผลิตพืชผักปลอดภัยสำหรับเกษตรกรที่กำลังเข้าสู่วัยสูงอายุ ตำบลด่านม่วงคำ อำเภอโคกศรีสุพรรณ จังหวัดสกลนคร” (พิจิกา ทิพสุกใส, 2566) พืชผักปลอดภัยที่ถูกคัดเลือกในโครงการนี้ คือ ผักกวยช่าย ซึ่งเป็นพืชผักที่ต้องการการดูแลในระบบการผลิตในระดับพรีเมียมในช่วงก่อนหน้าการทำโครงการนี้ นักวิจัยได้มีประสบการณ์ทำวิจัยในประเด็นเดียวกันกับกลุ่มเกษตรกรในอำเภอวานรนิวาส จังหวัดสกลนคร และประสบความสำเร็จ ดังนั้นในการขยายผลในโครงการใหม่นี้ อาจารย์พิจิกาจึงได้ใช้กลยุทธ์สั่งนำเข้า “โค้ชปลูกผักกวยช่าย” จากอำเภอวานรนิวาส ให้มาเป็นพี่เลี้ยงของกลุ่มเกษตรกรผู้รับการขยายผลในตำบลด่านม่วงคำ

(4.2) การขยายผลในกลุ่ม “คนเคยตกเป็นเหยื่อเหมือนกัน/คนหัวอกเดียวกัน” กลยุทธ์การขยายผลข้อนี้ดูเหมือนจะไปได้ดีกับเนื้อเพลงไทยสากลเพลงหนึ่งที่ว่า “ไม่เจ็บอย่างฉัน ใครจะเข้าใจ...” ดังนั้นถ้าให้คน (เคย) เจ็บมาขยายผลกับคนเจ็บด้วยกัน ให้นักเรียน (ที่เคยสอบตก) มาสอนนักเรียนอ่อนด้วยกัน น่าจะเป็นกลยุทธ์ที่ดีกลยุทธ์หนึ่งในการขยายผลที่เน้นตัวคน

มีตัวอย่างงานศึกษาวิจัยจำนวนมากในต่างประเทศที่สนใจค้นหา “วิธีการเสริมพลัง” (empowerment strategy) ให้กับกลุ่มคนเปราะบาง (ผู้สูงอายุ คนพิการ ฯลฯ) กลุ่มคนที่เคยมีบาดแผลเจ็บปวดจากประสบการณ์ในชีวิต (เช่น คนที่เคยถูกข่มขืน เด็กที่เคยถูกรอบครีวทำร้าย คนที่เคยประสบอุบัติเหตุร้ายแรง ฯลฯ) และพบว่าในท่ามกลางกลยุทธ์ต่าง ๆ นั้น กลยุทธ์หนึ่งที่ใช้การได้ดี คือ การให้ “คนกำลังเจ็บ” เหมือนกันมาเป็นผู้เสริมพลังให้แก่ “คนที่กำลังเจ็บอยู่” จะช่วยให้ทั้ง 2 ฝ่าย มีพลังเพิ่มขึ้น

ตัวอย่างเช่น การทดลองให้ผู้ป่วยหนักด้วยโรคต่าง ๆ และกำลังรักษาตัวอยู่ในช่วงฟื้นฟู มีการจัดการให้กลุ่มผู้ป่วยกลุ่มนี้เข้าไปช่วยผู้ป่วยคนอื่น ๆ ผลการทดลองที่น่าแปลกใจก็คือ “ผู้ป่วยที่ไปช่วยคนอื่นนั้น” กลับหายได้อย่างรวดเร็ว หรือในกรณีของงานด้านการศึกษาที่เช่นกัน การทดลองให้เด็กที่มีปัญหาเรื่องการอ่านไปเป็นครูช่วยสอนเด็กคนอื่นที่มีปัญหาเรื่องการอ่านเหมือนกัน ผลการทดลองก็พบว่า คนที่ไปช่วยคนอื่นสามารถพัฒนาการอ่านของตนได้อย่างดีและรวดเร็ว เป็นต้น

หากเราเขียนลำดับขั้นของงานวิจัยเชิงทดลองที่เล่ามานี้ จะเห็นลำดับขั้นของพัฒนาการดังนี้ คือ



ชุดโครงการวิจัย CBR ที่ใช้กลยุทธ์นี้ยื่นพื้นมาโดยตลอด คือ ชุดโครงการการสร้างพลังการประกอบอาชีพของคนพิการในหลายอำเภอ เพื่อการขยายผลคนพิการของโหนดพี่เลี้ยง จังหวัดนครราชสีมา (เช่น งานวิจัยของบุพผารัตน์ สืบสุนทร, บัณฑิต คมจ่อหอ และคณะ, 2563) เป้าหมายหลักของชุดโครงการนี้ คือ การส่งเสริมให้คนพิการที่ไม่ได้ประกอบอาชีพและต้องพึ่งพาผู้อื่นให้สามารถเลือกประกอบอาชีพและสามารถพึ่งตนเองได้

หากเราเปรียบเทียบโครงการนี้กับประวัติความเป็นมาเรื่อง “การขยายผล” ด้านการส่งเสริมการเกษตรที่ได้กล่าวมาข้างต้น ก็พบว่า **ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (change agent) หรือผู้ขยายผล** ในครั้งอดีตนั้น จะเป็น **ผู้ที่มีความรู้/ความเชี่ยวชาญมากกว่าหรือเหนือกว่าผู้รับการขยายผล** ทั้งสิ้น หรือพูดง่าย ๆ ว่า **ไม่ได้มีคุณสมบัติ/คุณลักษณะเดียวกันกับผู้รับการขยายผล**

แต่ทว่าในงานวิจัยเรื่องคนพิการนั้น ทีมวิจัยได้ออกแบบให้ **ผู้ที่มาขยายผล/ผู้นำการเปลี่ยนแปลง** นั้นมีคุณสมบัติร่วมกับผู้รับการขยายผล กล่าวคือ เป็นผู้พิการเหมือนกัน เป็นผู้ที (เคย) ไม่กล้าประกอบอาชีพมาเหมือนกัน หรือพูดได้ว่า **ผู้ขยายผลเหล่านี้เคยตกเป็นเหยื่อของความคิด/ความเชื่อที่ว่า “เกิดมาเป็นคนพิการ จะประกอบอาชีพอะไรก็ไม่ได้หรอก”**

กิจกรรมที่ทางโครงการวิจัยในระยะเริ่มแรกได้ทำก็คือ การปรับเปลี่ยนทั้งความคิดและการกระทำของผู้พิการกลุ่มแรกนี้ให้ข้ามพ้นความคิด/ความเชื่อดังกล่าว และได้ลงมือประกอบอาชีพได้อย่างดีและอย่างจริงจัง ดังนั้น จากสถานะที่เคยเป็น “เหยื่อของความเชื่อ” ผู้พิการต้นแบบนี้ได้แปรสภาพมาเป็น “เหยื่อที่บรรลุลความเข้าใจที่ถูกต้องแล้ว” (enlightened victim)

ความแตกต่างระหว่างผู้ขยายผลกับผู้รับการขยายผลในกรณีงานวิจัยเรื่องคนพิการนี้ จึงมิใช่ “ความเหนือกว่า” ตามแนวทฤษฎีคนแรกเรื่อง การขยายผล หากแต่ความแตกต่างนั้นก็มิเพียงว่า **คนพิการต้นแบบ** นั้นก็เป็นเพียง “ผู้ที่ได้เดินล่วงหน้ามาก่อนบนเส้นทางของการประกอบอาชีพ” เท่านั้น และคนพิการผู้รับการขยายผลคนอื่น ๆ ก็สามารถจะเดินตามมาบนเส้นทางสายนี้ และถึงจุดหมายปลายทางได้เช่นกัน (คล้ายกับโครงเรื่องนิทานเรื่อง “ลูกเปิดซีเหฺร์” ซึ่ง**สุดท้ายแล้ว** ก็จะกลายเป็น “หงส์ที่แสนสวย”)

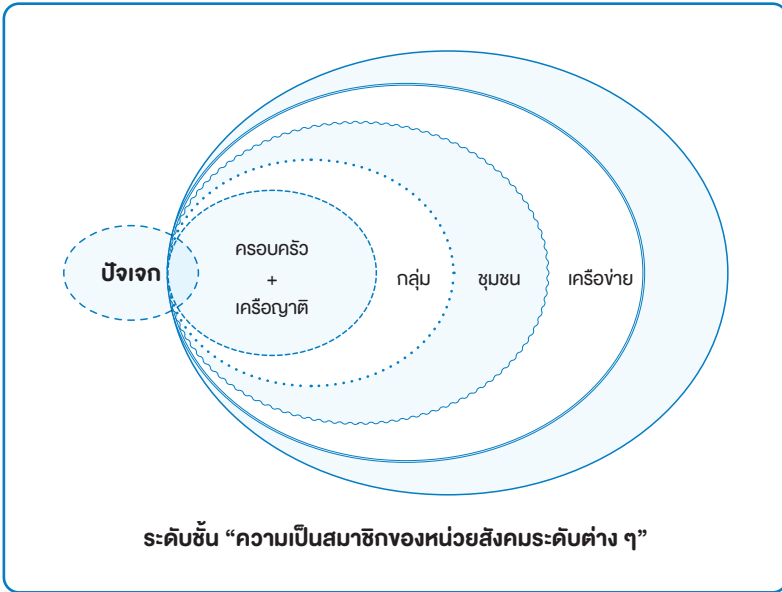
สำหรับเครื่องมือการขยายผลในกรณี “คนหัวอกเดียวกันนี้” ทางทีมวิจัยได้เลือกใช้เครื่องมือ “เรื่องเล่าเร้าพลัง” (story telling) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมสำหรับรูปแบบการขยายผลแบบ “คนสัมผัสคน” เพราะเรื่องเล่าเร้าพลังนั้นเป็นเครื่องมือที่สร้างผลกระทบต่ออวัยวะของร่างกายได้หลายส่วน ทั้งส่วนหัวสมองที่เป็นความเข้าใจ ทั้งส่วนของมือเท้าที่เป็นทักษะการลงมือทำ และที่สำคัญคือส่วนของหัวใจที่ทำให้กล้าหาญที่จะฝ่าข้ามอุปสรรคต่าง ๆ



ตอนที่ 3.2

ครอบครัว กลุ่ม เครือข่าย กับการขยายผล

ในตอนที 3.1 นั้น ผู้เขียนได้นำเสนอมุมมองของ “การขยายผล” ในฐานะที่เป็นกิจกรรม/การกระทำระหว่าง “คนสัมผัสคน” ในรูปแบบพิเศษแบบหนึ่งที่มีเป้าหมายเฉพาะตัว มีลักษณะเฉพาะตัว อย่างไรก็ตาม ภาพของ “ตัวคน” ในหัวข้อที่แล้วก็ยังคงเป็น “คนแบบตัวเดียว ๆ” ซึ่งในสถานการณ์ที่เป็นจริงแล้วมนุษย์เราเป็นสัตว์สังคม หมายความว่า เป็นสมาชิกของ “การรวมตัว” ในหน่วยต่าง ๆ ระดับต่าง ๆ ของสังคม ตั้งแต่หน่วยที่เล็กและใกล้ตัวที่สุด คือ ครอบครัว เครือญาติ ไหล่มาจนกระทั่งถึงกลุ่มเครือข่าย ชุมชน พรรคการเมือง สมาคม ประเทศชาติ ฯลฯ ในที่นี้ เราจะให้ความสนใจว่า “คุณลักษณะของความ เป็นสมาชิกของสังคม” ดังกล่าว ได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่อง “การขยายผล” ไม่ว่าจะ เป็นในฝั่งของผู้ขยายผล หรือฝั่งของผู้รับการขยายผล หรือความสัมพันธ์ระหว่างทั้ง 2 ฝ่ายอย่างไร



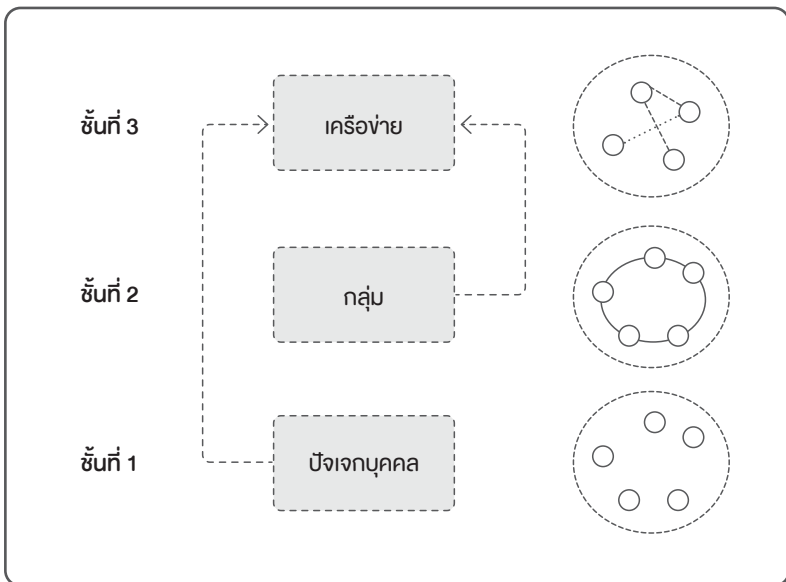
(1) ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยทางสังคมกับการขยายผล ในส่วนที่มองเห็นได้ง่ายที่สุดในที่นี้ น่าจะมีความสัมพันธ์ใน 2 ลักษณะระหว่างหน่วยทางสังคมกับการขยายผล คือ

(1.1) ขนาดของแต่ละหน่วย จากในภาพจะเห็นได้ว่าในแต่ละหน่วยสังคมนั้นจะมีขนาดแตกต่างกัน เริ่มตั้งแต่ขนาดเล็ก ๆ ในครอบครัวและเครือญาติ ที่อาจจะมีสมาชิกตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เมื่อเขิบขึ้นมาเป็น “กลุ่ม” ปริมาณสมาชิกก็จะเพิ่มมากขึ้นกว่า “ครอบครัว” และเมื่อขยายมาเป็น “ชุมชน” หรือ “เครือข่าย” จำนวนสมาชิกก็ยิ่งเพิ่มมากขึ้นอีก และจำนวนสมาชิกที่เพิ่มมากขึ้นนี้หากเป็นฝ่ายผู้รับการขยายผล เราก็คงจะมองเห็นความยุ่งยากและผลลัพธ์ที่อาจจะมีตามมาได้ทันที เช่น การเป็นผู้บรรยายให้นักศึกษาฟังในห้องใหญ่ จำนวน 100 คน การสอนในห้องเล็ก ๆ จำนวนคนเรียน 10–20 คน กับการเป็นครูตัวแบบตัวต่อตัว ผลลัพธ์ต่อผู้เรียนย่อมมีแตกต่างกัน และความยากลำบากในการเตรียมตัวของผู้สอนก็ย่อมแตกต่างกันเช่นกัน

(1.2) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขยายและผู้รับการขยาย โดยทั่วไป ระดับความแน่นแฟ้นของความสัมพันธ์ในหน่วยต่าง ๆ จะเริ่มจาก “เข้มข้นเหนียวแน่นมาก ๆ” แล้วค่อย ๆ เจือจางไปเป็นลำดับ กล่าวคือ ความสัมพันธ์ระดับคนในครอบครัวหรือเครือญาติก็จะมีความเหนียวแน่นมากที่สุด มีความใกล้ชิด ความไว้วางใจกัน มีความผูกพันลึกซึ้ง มีประสบการณ์ชีวิตร่วมกัน (ผ่านอะไรมาด้วยกันมากมาย) มากกว่าความสัมพันธ์ที่ค่อย ๆ ขยายใหญ่ขึ้น ส่วนในการขยายผลนั้น ตัวแปรเรื่อง “ความไว้วางใจกัน” (trustworthiness) ที่ก่อตัวมาจากระดับความเข้มข้นของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขยายและผู้รับการขยายผล ตัวแปรนี้ย่อมส่งผลอย่างแน่นอนถึงเรื่องการยอมรับสิ่งที่นำมาขยายผล (adoption)

(2) เคลียร์พื้นที่แห่งความเข้าใจระหว่าง “กลุ่ม” กับ “เครือข่าย”

เนื่องจากอาจจะมีความเข้าใจที่สับสนระหว่างการรวมตัวทางสังคมในระดับต่าง ๆ อยู่บ้าง เช่น ความแตกต่างระหว่าง “กลุ่ม” กับ “เครือข่าย” ในที่นี้ผู้เขียนจึงจะขอตกลงความหมายของคำทั้ง 2 ที่ใช้ในที่นี่ ดังนี้



จากภาพแวดวงความสัมพันธ์ 3 ระดับชั้น คือ ปัจเจกบุคคล กลุ่ม และเครือข่าย ในชั้นที่ 3 คือ เครือข่ายนั้นอาจจะเกิดจากการที่ “ปัจเจกบุคคล” (ชั้นที่ 1) หรือ “กลุ่ม” (ชั้นที่ 2) มารวมตัวกันเป็นเครือข่ายก็ได้ โดยลักษณะสำคัญของการรวมตัวกันแบบเครือข่ายก็คือ เป็นรูปแบบการรวมตัวในแนวนอน ไม่มีลำดับชั้น โดยแต่ละหน่วยย่อยที่มารวมตัวกันนั้น จะมีเป้าหมายร่วมกัน มีการทำกิจกรรมร่วมกัน มีการแชร์ทรัพยากรร่วมกัน แต่ทว่าแต่ละหน่วยย่อยก็ยังคงรักษาความเป็นอิสระ (ทั้งในแง่เป้าหมาย กิจกรรม การบริหารทรัพยากร) ของตนเองอยู่

ตารางต่อไปจะแสดงความแตกต่างระหว่าง “กลุ่ม” กับ “เครือข่าย” ใน 6 มิติ ดังนี้

การเปรียบเทียบกลุ่มกับเครือข่าย			
	ประเด็น	กลุ่ม/องค์กร	เครือข่าย
1	คิด/เชื่อ	เหมือนกัน	เหมือนกัน/ต่างกัน
2	ประสบการณ์	เหมือนกัน	เหมือนกัน/ต่างกัน
3	การกระทำ	เหมือนกัน	เหมือนกัน/ต่างกัน
4	พันธกิจ	เหมือนกัน	เหมือนกัน/ต่างกัน
5	เป้าหมาย	เหมือนกัน	มี “เป้าหมายใหญ่” ร่วมกัน แต่อาจ “เฉพาะกิจ”
6	ช่วงเวลา	สม่ำเสมอ	พบกันเมื่อมีการกิจ

จาก 6 ประเด็นที่ใช้เปรียบเทียบ คือ ความคิด/ความเชื่อ ประสบการณ์ การกระทำ พันธกิจ เป้าหมาย และช่วงเวลา เราจะเห็นได้ว่า ในขณะที่ “กลุ่ม-องค์กร” จะมีลักษณะที่ค่อนข้างเข้มงวดมากกว่า เรียกร้องสมาชิกมากกว่า (เช่น ต้องคิดเหมือนกัน ต้องมีเป้าหมายร่วมกัน) แต่ทว่า “เครือข่าย” จะมีลักษณะที่หลวมตัวมากกว่า ยืดหยุ่นมากกว่า เช่น สมาชิกที่เข้ามาเป็นภาคีเครือข่ายอาจจะทั้งคิดเหมือนกันในบางเรื่องหรือต่างกันในบางเรื่องก็ได้ หรือช่วงระยะเวลาที่มารวมตัวกันก็จะมาเฉพาะช่วงที่มีภารกิจร่วมเท่านั้น

ในช่วงเวลาอื่น ๆ ภาคิเครือข่ายก็จะดำเนินภารกิจของตนเองไป ดังนั้น ในขณะที่สมาชิกเข้ามารวมตัวเป็นภาคิเครือข่ายนั้น สมาชิกก็ยังสามารถรักษาความเป็นอิสระ/ความเป็นตัวของตัวเองเอาไว้ได้

(3) ครอบครัว/เครือญาติกับการขยายผล

ผู้เขียนมีข้อสังเกตว่า หากผู้สร้างการเปลี่ยนแปลง (change agent) ไม่ว่าจะ เป็นในโครงการวิจัยหรือโครงการพัฒนาเป็น “คนมาจากข้างนอกชุมชน” ผู้สร้างการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้มักจะเลือกทำงานในหน่วยที่เล็กที่สุดคือ “รายบุคคล” (เช่น ทำงานกับแกนนำชุมชน) แล้วก็กระโดดมาทำงานใน “ระดับกลุ่ม” เลย หน่วยทางสังคมที่มักจะถูกมองข้ามไป ก็คือ **หน่วยครอบครัวและเครือญาติ** (ข้อสังเกตนี้อาจจะยกเว้นนักวิชาการสาขามานุษยวิทยาที่มีความสนใจเรื่องระบบเครือญาติเป็นพิเศษ)

แต่ทว่า เมื่อผู้สร้างการเปลี่ยนแปลงเป็น “คนในชุมชนเอง” เป็นชาวบ้านเอง เราก็มักจะพบว่าเมื่อชาวบ้านเป็นรายบุคคลได้มีความรู้ความเข้าใจใหม่ ๆ (เช่น เรื่องงานวิจัย CBR) ดีแล้ว หน่วยทางสังคมระดับแรกที่ชาวบ้านจะขยายผลออกไป มักจะเป็น “คนในครอบครัว เครือญาติ หรือเพื่อนบ้านใกล้เคียง” ตามวิถีแห่งโครงสร้างความสัมพันธ์ของคนที่ยังอยู่ในสังคมชนบท

ในประสบการณ์งานวิจัยของ CBR จะพบว่า มีประเด็นวิจัยบางประเภท ที่ความสำคัญของ “หน่วยครอบครัวและเครือญาติ” จะเรื่องแสงโดดเด่นขึ้นมาเลย เช่น

- **ประเด็นระบบเศรษฐกิจในครัวเรือน** ตัวอย่างเช่น โจทย์วิจัยเรื่องการแก้ปัญหาหนี้สินด้วยการจัดทำบัญชีครัวเรือน คนในครอบครัวจะเข้ามาเป็นตัวแปรทั้งด้านสนับสนุนหรืออาจเป็นอุปสรรคตั้งแต่ต้นทาง (ควรจะเข้ามาร่วมโครงการวิจัยหรือไม่) และต่อเนื่องไปจนถึงปลายทาง เช่นเดียวกับเรื่องภาคต่อของการขยายผล หากทีมวิจัยประสบความสำเร็จในการจัดการปัญหาหนี้สิน คนกลุ่มแรกที่เข้ามาอยู่ในสายตาของขบวนการขยายผล ก็มักจะเป็นคนในครอบครัวหรือเครือญาติ

• **ประเด็นการเกษตรทางเลือก** ดังที่เห็นจากประวัติพัฒนาการของการส่งเสริมการเกษตรแล้วว่า จะมีการบริหารจัดการฟาร์มในระดับ **ครัวเรือน** เนื่องจากระบบการผลิตด้านเกษตรในชุมชนชนบทนั้น จะมีหน่วยการผลิตและใช้แรงงานของคนในครอบครัวเป็นหลัก ดังนั้นแนวคิดเรื่องการสร้างต้นแบบเกษตรทางเลือกหรือการขยายผล จึงยังคงสืบทอดแนวคิดเรื่อง “ครัวเรือนระดับฟาร์ม” มาเช่นกัน

• หากประเด็นที่จะทำการเปลี่ยนแปลงนั้นเป็น “ประเด็นใหม่/นวัตกรรมที่แตกต่างจากที่เคยทำอยู่” คุณสมบัติที่มาพร้อมกับนวัตกรรมก็คือความไม่แน่นอนและความเสี่ยง (uncertainty & risk) เช่น การเปลี่ยนวิธีการเลี้ยงวัวแบบพื้นบ้านไปเป็นการเลี้ยงวัวแบบสมัยใหม่ (ซึ่งต้องลงทุนสูง และหากล้มเหลวก็อาจจะถึงขั้นล้มละลาย) ในกรณีเช่นนี้ คนที่จะสนับสนุนหรือคนที่ต่อต้านคัดค้านจนทำให้การขยายผลต้องหยุดชะงักหรือไปต่อไม่ได้ก็คือคนในครอบครัวนั่นเอง

ในประวัติศาสตร์เรื่องของการขยายผลโดยเฉพาะจาก “เส้นทางสายการพัฒนา” ยุคแรกที่จะเปลี่ยนจากสังคมดั้งเดิมตามประเพณี ให้มาเป็นสังคมที่ทันสมัยนั้น “ลัทธิระบบครอบครัว/เครือญาติ” (familism) ในประเทศโลกที่ 3 จะถูกมองจากสายตาของนักขยายผล (ผู้ทันสมัย) ว่า “เป็นผู้ร้ายและเป็นอุปสรรคในการพัฒนาสังคมให้ทันสมัย” อย่างไรก็ตาม เมื่อทฤษฎีการพัฒนาสังคมได้ก้าวมาถึงยุคการพัฒนาแบบทางเลือก (alternative development) บทบาทของครอบครัวและเครือญาติก็ได้ถูกทบทวนใหม่ และมีข้อสรุปว่าระบบครอบครัวและเครือญาติสามารถเป็นได้ทั้ง “ปัจจัยสนับสนุน” และอาจเป็น “อุปสรรค” ต่อการขยายแนวคิดใหม่ ๆ หรือการปฏิบัติใหม่ ๆ

ในงานวิจัย CBR มีข้อค้นพบที่น่าสนใจเกี่ยวกับบทบาทของครอบครัวและเครือญาติที่มีต่อการขยายผลทั้งในด้านของผู้ขยายและด้านผู้รับการขยายผล ตัวอย่างที่ชัดเจนตัวอย่างหนึ่งก็เช่น งานวิจัยเรื่อง “การสร้างความเข้มแข็งของเกษตรกรต้นแบบเพื่อขยายผลระบบเกษตรยั่งยืน จังหวัดมหาสารคาม” (ทานตะวัน สิงห์แก้ว และคณะ, 2563) ที่ได้กล่าวถึงไปแล้วในเรื่อง buddy

coaching ในงานวิจัยชิ้นนี้ เมื่อทำการสำรวจแรงจูงใจและวิธีการคัดเลือกผู้มารับขยายผลของเกษตรกรต้นแบบ จำนวน 30 คน ก็พบเหตุผลว่าเกือบจะทั้งหมดจะมีเกณฑ์ 3-4 ในการคัดเลือกผู้รับการขยายผล เช่น สมัครใจ มีความต้องการอยากเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิต และเกณฑ์ที่ยื่นพื่นในแทบจะทุกคนก็คือ **“อยากเปลี่ยนเครือข่ายและชักชวนให้มาทำเกษตรอินทรีย์”**

หรือในงานวิจัย CBR อีกชิ้นหนึ่งที่มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ ก็คือเรื่อง “การสืบทอดทายาทเกษตรยั่งยืนผ่านการจัดการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์อำเภอขุนยวม จังหวัดแม่ฮ่องสอน” (ณัฐกานต์ กรกมลวิลาส และคณะ, 2564) ที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว ในพื้นที่ศึกษานี้ได้เริ่มมีการทำเกษตรอินทรีย์มาราว ๆ 20 ปีแล้ว (ช่วงปี พ.ศ. 2540) แต่ก็ยังพบว่าการขยายตัวของผู้ทำเกษตรอินทรีย์อยู่ในระดับที่ไม่น่าพอใจ และเมื่อมีการทบทวนปัจจัยที่เป็นปัญหาอุปสรรคก็พบว่าปัจจัยรอบด้านทั้งจากปัจจัยภายใน (ตัวเกษตรกร) และปัจจัยภายนอก (โอกาสทางการตลาด การสนับสนุนจากแหล่งทุน)

ในปี พ.ศ. 2563 หลังจากที่ชุมชนได้รับผลกระทบจากโรคระบาดโควิด-19 และมีทายาทเกษตรอินทรีย์จากฟาร์มต้นแบบ รวมทั้งคนรุ่นใหม่จากครอบครัวอื่น ๆ ในชุมชนที่ตักงานจากในเมือง และจำเป็นต้องกลับมาอยู่ที่บ้าน ในสภาพการณ์เช่นนี้ เครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือก อำเภอขุนยวม จึงได้ใช้กลยุทธ์ “เปลี่ยนวิกฤติให้เป็นโอกาส” และเปลี่ยนกลยุทธ์การขยายผลจากที่เคยพุ่งเป้าจาก “ครัวเรือนฟาร์มต้นแบบ” ไปยัง “ครัวเรือนอื่น ๆ” มาเป็น “การสืบทอดภายในครัวเรือนฟาร์มต้นแบบกันเอง: จากรุ่นสู่รุ่น” และผลจากการวิจัยชิ้นนี้ก็ทำให้บทเรียนใหม่ในเรื่อง “การขยายผลที่อยู่ภายในระดับครอบครัว”

(4) กลุ่มกับการขยายผล

(4.1) ตำแหน่งแห่งที่ของกลุ่ม การวัดพิภักดิ์ของ “หน่วยทางสังคม” หน่วยใดหน่วยหนึ่ง จะมองเห็นได้ชัดเจนหากมีการเทียบเคียงกับหน่วยอื่น ๆ ผู้เขียนก็จะขอใช้วิธีการเทียบเคียงนี้

เมื่อเทียบกับ “เป็นรายตัว/รายบุคคล” การขยายผลกับกลุ่มย่อมมีการทำงานกับ “คนจำนวนมากกว่า” (เพราะกลุ่มต้องประกอบด้วยคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มารวมตัวกัน) จากปริมาณที่มากขึ้นอาจจะเป็นทั้ง “ปัจจัยสนับสนุน” หรือเป็น “ปัจจัยสร้างความยากลำบาก” ให้มากขึ้นในการขยายผล เพราะคนเยอะขึ้น นอกจากเรื่องจะเยอะขึ้นแล้ว วิธีการขยายผลวิธีเดียวอาจจะใช้ไม่ได้ผลกับทุกคน (เสื้อ size เดียวกัน ใส่ไม่ได้กับทุกคน)

นอกจากนั้น **ลักษณะความเป็นกลุ่ม** (groupness) ยังอาจทำให้เกิด “พลวัตของกลุ่ม” (group process /group dynamic) ที่ให้ผลทั้งด้านบวกหรือด้านลบต่อการขยายผล เช่น ถ้าหัวใจของกลุ่มยอมรับนวัตกรรมได้ ก็จะส่งผลให้คนอื่น ๆ ในกลุ่มยอมรับตามไปด้วย และก็จริงในทางตรงกันข้ามด้วย (ภาษาไทยโบราณเรียกปรากฏการณ์นี้ว่า “ลูกขุนพลอยพยัก”)

และเมื่อเทียบกับการขยายตัวเชิงพื้นที่ (ที่จะได้กล่าวในหัวข้อต่อไป) การขยายผลเป็นกลุ่มจะมีลักษณะที่ “เห็นหน้าเห็นตา” มากกว่าเชิงพื้นที่ เพราะผู้ขยายผลจะรู้ว่าคนในกลุ่มต่าง ๆ นั้นเป็นใครบ้าง เช่น กลุ่มท่องเที่ยวชุมชน กลุ่มแปรรูป กลุ่มจัดการการตลาด กลุ่มแม่บ้าน ฯลฯ และยังหากเป็นกลุ่มเชิงเดี่ยว คือ เป็นกลุ่มที่มีธรรมชาติเนื่องงานแบบเดียวกัน การออกแบบเนื้อหาเพื่อการขยายผลก็จะยิ่งง่ายขึ้น

(4.2) แหล่งที่มาของกลุ่ม เนื่องจากชุดความรู้ที่ว่าด้วยการทำงานขยายผลในระดับกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้ขยายผลหรือกลุ่มผู้รับการขยายผล นั้นจะมีอยู่ 2 ชุด ที่มีความสัมพันธ์กัน และต้องมีอยู่อย่างคู่ขนานไปด้วยกัน เปรียบเสมือนน้ำผิวดินและน้ำใต้ดิน

ชุดที่ 1 – ชุดความรู้ที่เป็นเหมือนน้ำผิวดิน ได้แก่ ชุดความรู้เชิงเทคนิคต่าง ๆ ที่กลุ่มต้องการดำเนินการ เช่น ชุดความรู้เรื่องการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารทะเล หรือชุดความรู้เรื่องการคิดลายผ้าทอแบบใหม่ ๆ

ชุดที่ 2 – ชุดความรู้ที่เป็นเหมือนน้ำใต้ดิน ได้แก่ ชุดความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกลุ่ม เช่น การวางโครงสร้างของกลุ่ม การแบ่งบทบาทหน้าที่ กฎระเบียบกติกาภายในกลุ่ม ระบบการจัดทำบัญชี (หากเป็น

กลุ่มที่มีรายได้-รายจ่าย) ระบบการแบ่งปันผลประโยชน์ให้แก่สมาชิก ระบบการสืบทอดคนทำงานและสมาชิก เป็นต้น

ในการขยายผลจากกลุ่มต้นแบบไปยังกลุ่มขยายผลในเบื้องต้น ก็จำเป็นต้องสำรวจ “สภาพการณ์ของน้ำใต้ดินและน้ำผิวดิน” เสียก่อนว่าอยู่ในสถานการณ์อย่างไร เพื่อจะได้ออกแบบกิจกรรมการขยายผลว่าเราควรจะทำน้ำในระดับไหน

และหลังจากวิเคราะห์ “ทรัพยากร” (resource) คือ ชุดความรู้ที่จะนำไปขยายแล้ว ก็ถึงคิวของการวิเคราะห์ “กลุ่มผู้รับการขยายผล” เนื่องจากสถานะและที่มาของกลุ่มแต่ละกลุ่มต่างผ่านร้อนผ่านหนาวมาไม่เหมือนกัน ในที่นี้จะยกตัวอย่างการขยายผลกับกลุ่มหลายประเภทที่มีแหล่งที่มาแตกต่างกันพอให้ได้ไอเดีย ดังนี้

(4.2.1) การใช้กลุ่มเดิมที่มีสภาพดีพอสมควรในระดับใช้การได้ รองรับการขยายผลได้ทันที ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยทุนชุมชนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านล่องมุด จังหวัดสงขลา” (อรศิริ ลีลายุทธชัย, 2565) กลุ่มรับการขยายผลในงานวิจัยนี้ คือ กลุ่มวิสาหกิจทอผ้าบ้านล่องมุด ที่ตั้งมาเมื่อปี พ.ศ. 2560 จากการสนับสนุนความรู้เชิงเทคนิคด้านการผลิต (ช่วงต้นของห่วงโซ่อุปทาน) จากสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น กลุ่มมีสมาชิก 20 คน และดำเนินการที่ผ่านมาในช่วง 4-5 ปี ได้ดีสมควร

ในปี พ.ศ. 2563 ทีมวิจัยนักวิชาการได้ลงไปทำวิจัยเพื่อเสริมชุดความรู้ด้านธุรกิจให้ครบตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน

จากประสบการณ์การทำกิจการร่วมกันมา 4-5 ปี กลุ่มทอผ้าล่องมุดได้สั่งสมต้นทุนประเภทต่าง ๆ เอาไว้ในกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นทุนความรู้ (ทั้งด้านการผลิตและด้านธุรกิจ) ทุนวัฒนธรรม (ลายผ้าต่าง ๆ) ทุนทรัพยากรธรรมชาติ (เช่น พืชที่ใช้ย้อมสีผ้า) แต่ในเวลาเดียวกัน ทางกลุ่มก็ยังมองเห็น “ช่องโหว่” บางอย่าง เช่น สินค้าแปรรูปของกลุ่มยังมีจำนวนจำกัด และยังไม่ตอบโจทย์ของลูกค้า ดังนั้นเพื่อเป็นการพัฒนากลุ่มให้เดินหน้าไป

อีกก้าวหนึ่ง จึงเกิดงานวิจัยในปี 2564–2565 ที่ทีมวิจัยนักวิชาการและทีมวิจัยชุมชน (กลุ่มทอผ้า) จะขยายผลกิจการของกลุ่มโดยใช้ทุนประเภทต่าง ๆ ที่กลุ่มมีอยู่ เช่น การแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย การเชื่อมต่อกับพันธมิตรธุรกิจที่น่าสนใจ ฯลฯ เพื่อให้การขยายกิจการของกลุ่มวางอยู่บนรากฐานที่มั่นคง และเป็นจริงของกลุ่มเอง

(4.2.2) การฟื้นฟูกลุ่มเดิมให้เข้มแข็งมากขึ้นเพื่อรองรับการขยายผล ในขณะที่กรณีแรกที่ได้กล่าวถึงในหัวข้อ (4.2.1) นั้น เป็นกรณีของกลุ่มที่มีการบริหารจัดการกลุ่ม (น้ำใต้ดิน) อยู่ในระดับที่ใช้การได้ ดังนั้นในการขยายผลจึงมุ่งเน้นการเติมน้ำบาดินให้อุดมสมบูรณ์ แต่ในกรณีที่สองนี้ เริ่มต้นจากสภาพน้ำใต้ดิน คือ การบริหารจัดการกลุ่มยังติดขัด ดังนั้นในกระบวนการขยายผล ชุดความรู้ที่จะต้องนำมาใช้เยียวยาจึงต้องเป็นเรื่อง การพัฒนาระบบการบริหารจัดการกลุ่ม

ตัวอย่างงานวิจัยในกรณีที่สองนี้ก็เช่น งานวิจัยเรื่อง “การเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มแม่บ้านผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ช่องทางการตลาดของไข่เค็มเพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากและความเหลื่อมล้ำของชุมชนบ้านคลองสะแก ตำบลลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี” (ธนัชรัตน์ท์ จันทร์แย้ม และคณะ, 2565) กลุ่มที่ศึกษานั้นคือกลุ่มแม่บ้าน ซึ่งถูกก่อตั้งมาตามแบบฉบับทั่วไป คือในปี พ.ศ. 2557 มีหน่วยงานรัฐท้องถิ่นที่มีเจตนาดีอยากให้แม่บ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น จึงได้ส่งเสริมเศรษฐกิจตามแบบวิถีที่ได้กล่าวมาแล้วในประวัติศาสตร์ของการพัฒนา คือ การให้วัตถุ วัสดุอุปกรณ์ ซึ่งในกรณีนี้คือการให้ไก่ไปเลี้ยงเพื่อขายไข่ กิจการของกลุ่มแม่บ้านล้มลุกคลุกคลานมาตลอด เนื่องจากน้ำใต้ดินของกลุ่มไม่อุดมสมบูรณ์ รากฐานการบริหารของกลุ่มไม่เข้มแข็ง ดังนั้นจึงไม่สามารถรับมือกับปัญหาด้านธุรกิจจากภายนอกได้ ในงานวิจัยชิ้นนี้ ทีมวิจัยวิชาการที่ร่วมมือกับทีมวิจัยที่เป็นกลุ่มแม่บ้านได้ใช้กลยุทธ์ที่สร้างสรรค์และน่าสนใจมากในการเติมน้ำใต้ดินของกลุ่มให้เข้มแข็งเพื่อจะขยายกิจการของกลุ่มไปพร้อม ๆ กัน

(4.2.3) การสร้างกลุ่มใหม่เพื่อรองรับภารกิจใหม่ของการขยายผล เป็นตัวอย่างงานวิจัยเรื่อง “กระบวนการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างศักยภาพเด็กและเยาวชนในการสืบทอดการดูแลรักษาป่าชุมชน บ้านห้วยสะพาน อำเภอนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี” (สายยนต์ ศิริรัตน์ และคณะ, 2549) ทีมวิจัยในโครงการนี้เป็นคณะกรรมการป่าชุมชนห้วยสะพาน จำนวน 23 คน ที่ผ่านการต่อสู้เพื่อฟื้นฟูและรักษาป่าชุมชนที่ถูกทำลายมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 จนกระทั่งประสบความสำเร็จ และกลายเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีชื่อเสียง มีคนจากภายนอก คนบ้านไกลเข้ามาศึกษาดูงานอยู่ตลอดเวลา

กาลเวลาผ่านไปจนถึงปี พ.ศ. 2549 ที่ทำวิจัย คณะกรรมการฯ ได้ทบทวนกันว่า ที่ผ่านมากลุ่มคนดูแลป่ายังมีจำนวนน้อย และกิจกรรมการขยายผลส่วนใหญ่ก็มุ่ง “ออกไปข้างนอก” เป็นกลุ่มคนบ้านไกล แต่ยังมองข้าม “คนในบ้าน” โดยเฉพาะคนรุ่นต่อไป เนื่องจากคนรุ่นปัจจุบันนั้นก็อาวุโสกันหมดแล้ว หากหมดคนรุ่นนี้ไปแล้วอนาคตของป่าชุมชนฯ จะไปอยู่ในมือใคร นี่จึงเป็นที่มาของโครงการวิจัยชิ้นนี้

บทเรียนที่ทำทนายทีมวิจัยชุมชนในโครงการนี้ก็คือ ชุดความรู้เรื่องป่าชุมชนที่สั่งสมมานานนั้น เป็นเวอร์ชันฉบับผู้ใหญ่ หากจะนำมาถ่ายทอดขยายผลให้กับกลุ่มเด็ก ๆ ซึ่งแม้จะไม่ใช่คนต่างเผ่า แต่ก็เป็นคนต่างรุ่น ทีมวิจัยผู้ใหญ่จะต้องกินยาลดอายุอย่างไร

กลยุทธ์การขยายผลที่ทีมวิจัยชุมชนนำมาใช้มีหลากหลาย เช่น

- **การประกบตัวแบบ 1 ต่อ 2** ในฝ่ายผู้ขยายผล ประกอบด้วยทีมผู้ใหญ่ที่เป็นคณะกรรมการป่าชุมชน จำนวน 23 คน ส่วนผู้รับการขยายผลเป็นกลุ่มเด็ก 2 รุ่น จาก 4 หมู่บ้าน รุ่นเด็กอายุ 10-14 ปี จำนวน 20 คน และรุ่นเยาวชนอายุ 15-20 ปี จำนวน 20 คน รวมผู้รับการขยายผลจำนวน 40 คน

- กลยุทธ์ “การถือเอาเด็กเป็นตัวตั้ง” ดังนั้นกิจกรรมแรก ๆ ที่ดำเนินการจึงเป็นการสำรวจความสนใจ ความต้องการ และทุนความรู้ เรื่องป่าชุมชนของกลุ่มผู้รับการขยายผล เพื่อนำมาออกแบบกิจกรรมให้ปะเเวอร์กับกลุ่มเป้าหมาย

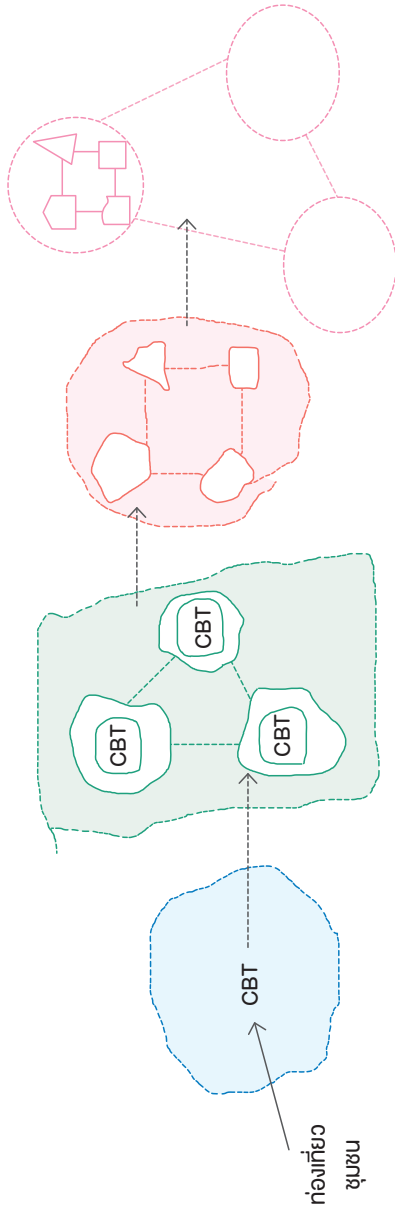
- กิจกรรมขยายผลที่ออกแบบจะต้องมีส่วนผสมของความสนุกสนานเจือปนอยู่ด้วยตามธรรมชาติของเด็กที่ “เรียนให้เพลิน” เป็นกิจกรรมที่กระตุ้นความกระหายใคร่รู้ (เช่น เล่นเกมตามฐานเรียนรู้ต่าง ๆ) และให้เด็กเป็นผู้ลงมือเรียนรู้ด้วยตัวเอง (active learning)

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการขยายผล คือ “การสร้างกลุ่มเด็กขึ้นมาใหม่” อีก 2 กลุ่ม คือ กลุ่มรุ่นเด็กและกลุ่มรุ่นเยาวชน เด็กทั้ง 2 กลุ่มนี้จะทำหน้าที่เป็น “ข้อต่อหรือผู้สร้างการเปลี่ยนแปลง” (change agent) เพื่อขยายผลออกไปสู่เด็กและเยาวชนคนอื่น ๆ ในชุมชนต่อไป

(4.3) นวัตกรรมของวิธีการขยายผลระดับกลุ่ม เนื่องจากงานวิจัย CBR จะใช้แนวทางการทำงานในระดับกลุ่มเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นจึงมีงานวิจัยการขยายผลในระดับกลุ่มเป็นจำนวนมาก และบางชิ้นงานก็มีการสร้างสรรค์นวัตกรรมของการขยายผลในรูปแบบใหม่ ๆ สดใสแปลก ๆ ดังที่จะยกตัวอย่างมาให้ดูสัก 2 กรณี

(4.3.1) ลีลาท่าม้วนตัวหลายตลบของการขยายผลระดับกลุ่ม-ชุมชน ในงานวิจัยเรื่อง “แนวทางการขับเคลื่อนนวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดสตูล” (สมพงษ์ หลีเคราะห์ และคณะ, 2561) หัวหน้าโครงการซึ่งเป็นโหนด/ที่เลี้ยง CBR จังหวัดสตูล ได้ทบทวนและประมวลภาพรวมการขยายงาน CBR ในจังหวัดสตูล ที่เริ่มมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 (รวมเวลา 20 ปี จนถึงปีที่วิจัย) จากจำนวน 71 โครงการ ที่ครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ โดยเปิดแพร่คลุมป้ายจากประเด็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนแล้วขยายไปสู่ประเด็นอื่น ๆ

เราอาจแบ่งยุคของเส้นทางงานการขยายผลของโครงการวิจัยในจังหวัดสตูลออกไปเป็น 4 ยุค ดังในภาพ



บ้านบ่อเจ็ดลูก

ยุค 1

1 ชุมชน 1 ประเด็น



หลายชุมชน

ยุค 2

1 ประเด็น หลายชุมชน



บ้านบ่อเจ็ดลูก

ยุค 3

1 ชุมชน หลายประเด็น



ยุค 4

ทุกชุมชน ทุกประเด็น

ยุคที่ 1 (ปี พ.ศ. 2544): 1 ประเด็น 1 ชุมชน

งานวิจัยเริ่มเปิดตัวด้วยประเด็นการท่องเที่ยวชุมชนที่บ้านบ่อเจ็ดลูก อำเภอละงู จังหวัดสตูล โดยเลือกทำ “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” มีการรวมกลุ่มจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ระบุเป้าหมายของการท่องเที่ยวเอาไว้ชัดเจน 5 ข้อ โดยมีเรื่องรายได้เป็นเป้าสุดท้ายของกลุ่ม

ยุคที่ 2 (ปี พ.ศ. 2549): 1 ประเด็น หลายชุมชน

จากผลสำเร็จในบ้านบ่อเจ็ดลูก ทำให้เกิดการขยายผล 1 ประเด็นการท่องเที่ยวโดยชุมชน ไปยังอีก 23 ชุมชน และในขั้นต่อมา ทั้ง 23 ชุมชน ก็ได้ก่อตั้งเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดสตูลขึ้นมา

ยุคที่ 3: 1 ชุมชน หลายประเด็น

จากบ้านบ่อเจ็ดลูก ที่ประสบความสำเร็จในประเด็นเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในระยะต่อมา ชุมชนนี้ก็ได้ขยายประเด็นจากเรื่องการท่องเที่ยวไปสู่ประเด็นอื่น ๆ ในชุมชน เช่น เรื่องการบริหารจัดการทรัพยากรชายฝั่ง การจัดการป่าชายเลน การจัดการทางทะเล ฯลฯ ซึ่งประเด็นอื่น ๆ เหล่านี้ล้วนเป็น “ต้นทาง/แหล่งที่มา/เป็นแหล่งทรัพยากร” ของการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

ยุคที่ 4: การขยายรูปแบบ 1 ชุมชน หลายประเด็น

ไปสู่ที่อื่น ๆ ในยุคสุดท้าย รูปแบบ 1 ชุมชนหลาย (ครบ) ประเด็นของบ้านบ่อเจ็ดลูกก็ได้ขยายผลไปสู่อีก 23 ชุมชน ที่เป็นสมาชิกอยู่ในเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนอันเป็นโครงสร้างพื้นฐานทางสังคมที่ได้ก่อตั้งมา

(4.3.2) การขยายผลให้ครบทั้ง “หัวขบวน” และ “ท้ายขบวน” มีงานวิจัย CBR บางชิ้นที่มีเงื่อนไขพิเศษทำให้กระบวนการขยายผลนั้นสามารถทำได้แบบ “กินหัว กินหาง กินกลางตลอดตัว” เช่น งานวิจัยเรื่อง “เครือข่ายความร่วมมือเพื่อผลิตระบบอาหารชุมชนที่ยั่งยืนบนฐานทุนทรัพยากรชุมชนพื้นที่ตำบลป่าสัก อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน” (อโนชา ปาระมีสัก, 2564) โครงการวิจัยนี้มีเงื่อนไขพิเศษหลายอย่างที่ทำให้สามารถขยายผลได้อย่างครบห่วงโซ่อุปทาน ตัวอย่างเงื่อนไขพิเศษอย่างน้อย

2 เดือนไซ ก็คือ องค์ประกอบของทีมวิจัย และเงื่อนไขพิเศษของพื้นที่ คือเป็น เขตนิคมอุตสาหกรรม

สำหรับเงื่อนไขพิเศษประการแรก คือ **ภูมิหลังของทีมวิจัย** นักวิจัยในโครงการนี้เป็นสมาชิกของเครือข่ายเกษตรกรรุ่นใหม่ ดังนั้นจึงเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีโลกกว้าง (cosmopolitan) มองเห็นระบบการเกษตรทั้งระบบห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำจรดปลายน้ำ รวมทั้งรู้จักรูปแบบตลาดรูปแบบใหม่ ๆ ที่หลากหลาย

เงื่อนไขพิเศษประการที่สอง คือ **ที่ตั้งของพื้นที่ที่ศึกษา** คือพื้นที่เขตนิคมอุตสาหกรรมที่มีลักษณะกึ่งเมืองกึ่งชนบท ดังนั้นแรงงานที่รวมตัวกันอยู่จำนวนมากในนิคมอุตสาหกรรมก็คือ “ตลาดผู้บริโภค” ขนาดใหญ่ที่ทางโครงการฯ จะพัฒนายกระดับขึ้นมาให้เป็น “ตลาดผู้บริโภคสีเขียว” (green consumer) ต่อไป

ส่วนจุดเจ็บของโครงการนั้นก็อยู่ในทั้ง 3 จุด คือ ทั้งหัว หาง และกลางลำตัว ในส่วนหัวคือกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ยังเป็นเพียงผู้ปลูกพืชผักเท่านั้น ยังไม่เข้าใจเรื่องการวางแผนการผลิตตามห่วงโซ่อุปทาน ในส่วนหางคือในช่วงก่อนทำโครงการวิจัย ผู้บริโภคก็ยังไม่ “สีเขียวในการบริโภค” และส่วนกลางลำตัวก็คือทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคยังหากันไม่เจอ

เมื่อมีจุดเจ็บทั้ง 3 จุด ทางโครงการฯ ก็ได้วางแผนทำกิจกรรมขยายผลเพื่อใส่ยาทั้ง 3 จุด

- **ในส่วนหัว** คือ ด้านเกษตรกรผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ ทีมวิจัยได้ออกแบบเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของฝ่ายผู้ผลิตในหลายกิจกรรมให้ครบห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การอบรมพัฒนาศักยภาพในการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ การแปรรูป การผลิตแบบใช้ “การตลาด (รู้จักความต้องการของผู้บริโภค) นำหน้าการผลิต” การเชื่อมต่อกับเครือข่ายภายนอกทั้งภาคหน่วยงานรัฐ (เช่น เทศบาลตำบลป่าสัก) และภาคผู้ประกอบการ-ธุรกิจเอกชน ที่มาช่วยเสริมทั้งด้านการจัดหาวัตถุดิบ (เช่น วัสดุทำปุ๋ยหมัก) และด้าน

การตลาด รวมทั้งการรับรองมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ทีมวิจัยก็ยังทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงคอยช่วยติดตามการทำงานตลอดทั้งกระบวนการ

• **ในส่วนหาง** คือ ฝ่ายผู้บริโภคที่เป็นคนทำงานในนิคมอุตสาหกรรม ทีมวิจัยได้ทาสีเขียวให้แก่กลุ่มผู้บริโภคผ่านกิจกรรมหลายรูปแบบ เริ่มตั้งแต่รูปแบบพื้นฐานคือการประชาสัมพันธ์ ไปจนถึงรูปแบบเข้มข้น เช่น การจัดกระบวนการเรียนรู้เรื่องเกษตรอินทรีย์ให้แก่ผู้บริโภคผ่านรูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กิจกรรมป่าสัก Organic Food Journey ที่พาผู้บริโภคไปเรียนรู้การทำเกษตรอินทรีย์เพื่อให้เข้าใจความหมายและรู้ที่มาของอาหารและนำมาสู่การปรุงเมนู อาหารพื้นบ้านตามฤดูกาล ตามแนวคิด “From Farm to Table” และอีกรูปแบบหลักที่สำคัญคือการจัดให้มี “ตลาด” นานาประเภทให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงจากหลายช่องทาง

• **ในส่วนกลางลำตัว** ก็คือ การสร้างพื้นที่กลางแบบจุดนัดพบ (meeting point) เพื่อให้ผู้ผลิตได้พบเจอกับผู้บริโภค ซึ่งก็คือ **รูปแบบตลาดทางเลือกที่หลากหลาย** อย่างไรก็ตาม แนวคิดเรื่อง “ตลาด” นั้นก็ต้องไม่ใช่เป็นเพียง “พื้นที่ของการซื้อ-ขายสิ่งของ/สินค้า” เท่านั้น หากทว่าต้องเป็น “พื้นที่แห่งการเรียนรู้ และเป็นพื้นที่แห่งการสร้าง ความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคไปพร้อม ๆ กันด้วย”

ภายในช่วงระยะเวลา 1 ปีของการทำโครงการวิจัย ทีมวิจัยได้สร้างสรรค์ตลาดรูปแบบใหม่ ๆ ขึ้นมาอย่างน้อย 3 รูปแบบ คือ

(i) **Farm Market** เป็นรูปแบบตลาดที่ผู้บริโภคจะสั่งของสินค้าล่วงหน้า (หรือออเดอร์) และมีการไปซื้อผลผลิตที่ฟาร์มของเกษตรกรโดยตรง ซึ่งรูปแบบนี้ดำเนินการได้ไม่ยากเนื่องจากผู้ผลิตและผู้บริโภคอาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน

(ii) **รูปแบบงานจัดเลี้ยงสีเขียว** เป็นรูปแบบที่ต่อยอดมาจากต้นทุนเดิมของชุมชน เนื่องจากลักษณะความเป็นกึ่งเมือง-กึ่งชนบท จึงมีกลุ่มแม่บ้านที่รับจ้างปรุงอาหารตามงานบุญต่าง ๆ ของชุมชน เช่น งานมงคล งานอวมงคล งานตามประเพณี แต่ที่ผ่านมากลุ่มแม่บ้านยังใช้วัตถุดิบ

จากภายนอกที่ไม่ใช่เกษตรกรอินทรีย์ ทางทีมวิจัยจึงได้เชื่อมโยงกลุ่มแม่บ้านผู้ปรุงอาหารกับกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ เพื่อจะเชื่อมโยงผลผลิตซึ่งกันและกันในรูปแบบของการปรุงอาหารที่บ้านตามฤดูกาลและใช้วัตถุดิบที่มีในพื้นที่

(iii) รูปแบบตลาดโรงเรียนและตลาดนัดสีเขียว

ทีมวิจัยได้ร่วมกับเทศบาลในการเปิดตลาด Farmshop ในรูปแบบตลาดนัดทุกวันศุกร์ รวมทั้งมีการจัดส่งวัตถุดิบที่เป็นเกษตรอินทรีย์ให้แก่ทางโรงเรียน (เชื่อมโยงต่อกับกิจกรรม Journey ที่พานักเรียนไปเยี่ยมฟาร์ม)

(5) เครือข่ายกับการขยายผล

จากเนื้อหาในหัวข้อที่ผ่านมาที่ได้กล่าวถึงระดับการรวมตัวของกลุ่มคนในระดับต่าง ๆ อย่างน้อย 3 ระดับ คือ ระดับปัจเจก (และครอบครัว) ระดับกลุ่ม และระดับเครือข่าย และในหัวข้อที่ 4 นั้น เราก็ได้เห็นตัวอย่างของการขยายผลที่ผ่านการรวมตัวในระดับกลุ่มมาแล้ว ส่วนในหัวข้อนี้ เราจะดูการขยายผลที่ผ่านการรวมตัวในระดับที่สูงกว่าหน่วยปัจเจก/ครอบครัว และกลุ่มคือระดับเครือข่ายซึ่งผู้เขียนได้แยกแยะให้เห็นจุดร่วมและจุดต่างระหว่าง “กลุ่ม” กับ “เครือข่าย” มาข้างหน้าแล้ว

สำหรับการขยายผลผ่านการรวมตัวระดับเครือข่ายนั้นก็ยังคงมีทิศทางที่คล้ายคลึงกับระดับกลุ่ม เช่น ในเรื่องแหล่งที่มาของเครือข่าย ซึ่งมีอยู่ 3 รูปแบบเช่นเดียวกัน

- (i) การขยายผลผ่านเครือข่ายที่มีอยู่แล้วและใช้งานได้เลย
- (ii) การขยายผลผ่านเครือข่ายที่สร้างขึ้นใหม่
- (iii) การขยายผลผ่านเครือข่ายที่ต้องทำการฟื้นฟูขึ้นมาใหม่

สำหรับการทำงานขยายผลผ่านการรวมตัวแบบเครือข่าวนั้น ตัวแปรหนึ่งที่จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ก็คือ ธรรมชาติติดตัวประการหนึ่งของเครือข่าย คือ เป็นรูปแบบการรวมตัวที่ “เกิดง่าย สลายเร็ว” ดังนั้นการจะนำเครือข่ายมาใช้ในการขยายผลนั้น จึงต้องใช้กลยุทธ์ “เดินเส้นด้ายคู่” (double-knitted approach) คือ ทั้งใช้-ทั้งทำนุบำรุงรักษา และพัฒนาเครือข่ายไปพร้อม ๆ กัน

(5.1) ตัวอย่างงานวิจัยการใช้เครื่องมืออยู่แล้วมาใช้ในการขยายผล เป็นงานวิจัยเรื่อง “แนวทางการขยายผลความรู้เพื่อพัฒนาเครือข่ายทางวิชาการประเด็นภาษาและวัฒนธรรมในภาวะวิกฤต” (มยุรี ถาวรพัฒน์, 2555) ที่มวิจัยในโครงการนี้คือโหนด/พี่เลี้ยงนักวิจัยประเด็นภาษาและวัฒนธรรมในภาวะวิกฤต ซึ่งเป็นกลุ่มนักวิชาการด้านภาษาและวัฒนธรรมในภาวะวิกฤต มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ได้เกาะติดประเด็น “การฟื้นฟูและการธำรงรักษาภาษาที่อยู่ในภาวะวิกฤตที่เสี่ยงต่อการสูญหาย” (ส่วนใหญ่เป็นภาษาของกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มเล็กกลุ่มน้อย) มาอย่างยาวนานนับหลายสิบปี (ตั้งแต่ก่อตั้งฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น สกว., 2541) นักวิชาการกลุ่มนี้จึงมีเครือข่ายเพื่อนนักวิชาการที่เล่นประเด็นเดียวกันนี้ทั้งในระดับสถาบัน ระดับชาติ และระดับนานาชาติที่กว้างขวาง

ชุดความรู้ใหม่ที่เกิดจากการเอา DNA ของงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นเข้าไปทำปฏิกิริยาผสมผสานกับวิธีวิทยาด้านการฟื้นฟูและธำรงรักษาภาษาในภาวะวิกฤต จนได้สูตรใหม่ออกมาเป็น “มหิดลโมเดล” ที่มวิจัยจึงคาดหวังที่จะขยายชุดความรู้สูตรใหม่นี้ให้แก่แวดวงวิชาการให้กว้างขวางออกไป ทั้งเพื่อให้ชุดความรู้นี้ได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง มีการใช้อย่างต่อเนื่อง และในเวลาเดียวกันก็จะได้พัฒนาปรับปรุงโมเดลเดิมต่อไปอีก

สำหรับรูปแบบที่ง่ายที่สุดของการขยายความรู้เชิงวิชาการและ เป็นรูปแบบที่มีลีลาเฉพาะตัวของการขยายผลในกลุ่มนักวิชาการ ก็คือรูปแบบการจัดประชุมสัมมนาเชิงวิชาการนั่นเอง อย่างไรก็ตาม หากทีมผู้จัดคาดหวังให้สูงขึ้นอีกนิด คือ ต้องการใช้เวลาที่ประชุมแบบนี้เพื่อการขยายผลด้วย (ดังเช่นวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยนี้) ก็อาจจะต้องพิถีพิถันกับการออกแบบกระบวนการจัดประชุม หรืออาจจะต้อง “add เพิ่ม” รูปแบบอื่น ๆ เสริมเข้าไปด้วย

ดังนั้น ในงานวิจัยชิ้นนี้จึงได้เริ่มพิถีพิถันตั้งแต่การคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายที่จะเล็งเอาไว้เพื่อการขยายผลเพื่อเชิญชวนมาเข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการเรื่องมหิดลโมเดล ซึ่งทางทีมวิจัยได้เลือกมา 2 กลุ่ม ที่สามารถจะสะท้อนให้เห็นเบื้องหลังวิธีคิดในการขยายผลของทีมวิจัยได้เป็นอย่างดี

(ก) กลุ่มแรกเป็นนักวิชาการที่อยู่ในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่อยู่ในพื้นที่ที่มีความสนใจในประเด็นนี้ กลุ่มนี้ก็คือเป็นกลุ่มปกติของงานวิจัยเชิงวิชาการ แต่ที่อาจจะมีเพิ่มเติมมาเป็นพิเศษก็คือ การเป็นนักวิชาการที่อยู่ในพื้นที่ (ซึ่งคล้ายคลึงกับเส้นทางของงานวิจัย CBR ที่เป็นการวิจัยเชิงพื้นที่ (area-focused))

(ข) กลุ่มที่สอง อาจจะเป็นกลุ่มเพิ่มเติมมาเป็นพิเศษที่อาจจะแปลกตาไปบ้าง คือ กลุ่มศึกษานิเทศก์จากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา เหตุผลในการคัดเลือกกลุ่มที่สองนี้ นอกจากจะมาจากความสนใจของผู้รับการขยายผลเองแล้ว ก็ยังมีเหตุผลเชิงระบบและโครงสร้างประกอบด้วย กล่าวคือ บุคลากรกลุ่มนี้มีภารกิจที่จะต้องไปติดตามผลในโรงเรียนที่มีการฟื้นฟูภาษา ในภาวะวิกฤตขึ้นมาแล้ว เนื่องจากการฟื้นฟูนั้นมิใช่การทำเพียงครั้งเดียว ก็จะอยู่รอดไปได้ตลอดกาล แต่อาจจะมีการพุดตลวงไปสู่วิกฤตได้อีก (กลุ่มที่สองนี้ ภาษาของ outcome mapping เรียกว่าเป็น boundary partner) นอกจากนั้น กลุ่มศึกษานิเทศก์นี้ก็ยังคงทำหน้าที่เป็น “ผู้ขยายผลแถวสอง” ในการขยายวิธีการทำงานไปสู่โรงเรียนอื่น ๆ ในพื้นที่ที่มีสภาพบริบทใกล้เคียงกันต่อไป

สำหรับวิธีการ/กิจกรรมการขยายผลนั้น ดังที่ได้เกริ่นมาแล้วว่า แม้ว่าจะใช้รูปแบบตามแบบฉบับของนักวิชาการ คือ เวทีการจัดประชุมเป็นตัวยืนพื้น แต่ที่มิวิจัยก็จำเป็นต้อง add เพิ่มวิธีการอื่น ๆ เสริมเข้าไป ซึ่งทางที่มิวิจัยได้เลือกเดินแนวทางเดียวกับการออกแบบกิจกรรมของ CBR คือ “หากอยากจะรู้จักรสชาติของลูกท้อว่าเป็นอย่างไร ก็มีแต่ต้องกัดกินเองเท่านั้น” ตัวอย่างกิจกรรมที่เสริมเพิ่มเติมขึ้นมาจึงเป็นดังนี้

- การพากลุ่มเป้าหมายลงพื้นที่สนามที่มีตัวอย่างรูปธรรมของการปฏิบัติงานจริง
- ให้กลุ่มเป้าหมายริเริ่มทำงานวิจัยเล็ก ๆ ด้วยตัวเอง โดยเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการพัฒนาโจทย์วิจัยด้วยตนเอง

- ต่อจากนั้น ทีมวิจัยก็จัดเต็มเพื่อเสริมความรู้ว่าด้วย บรรดาเครื่องมือการวิจัยแบบ CBR เช่น การจัดเวทีประชุมเชิงปฏิบัติการ แบบมีส่วนร่วม และอื่น ๆ

(5.2) ตัวอย่างการสร้างเครือข่ายใหม่เพื่อใช้ในงานขยายผล ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า “เครือข่าย” นั้นเป็นรูปแบบการรวมตัวแนวอนที่มีระดับสูงกว่า “กลุ่ม” และการรวมตัวในระดับเครือข่ายนี้ก็ได้หลายรูปแบบ ดังเช่น ในงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากจากผลผลิตทางการเกษตร ชุมชนบ้านวังหาด อำเภอบ้านด่านลานหอย จังหวัดสุโขทัย” (วาลิกา โพธิ์หิรัญ และคณะ, 2565) ที่ทางโครงการได้สร้าง “เครือข่ายใหม่” ขึ้นมาเพื่อใช้ในงานขยายผล

เริ่มต้นจากพื้นที่ของชุมชนที่ศึกษาซึ่งเป็นชุมชนที่ทำการเกษตรเป็นหลัก และแม้จะมีหน่วยงานต่าง ๆ เข้าไปให้การสนับสนุนเพื่อการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจอาชีพต่าง ๆ หลายกลุ่ม แต่ก็ยังไม่เข้มแข็งเท่าที่ควร ในแง่ฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนจึงอยู่ในระดับพอประทังชีวิตได้เท่านั้น จนกระทั่งเมื่อเกิดวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด-19 และมีคนในชุมชนที่ต้องตกงาน (คนกลุ่มนี้เคยเป็น “แหล่งรายได้นอกภาคเกษตร” แต่ตอนนี้ก็กลับมาเป็น “รายจ่ายของชุมชน”) เศรษฐกิจของชุมชนจึงเริ่มซบเซา ทีมวิจัยจึงคิดว่าจำเป็นต้องขยายฐานเศรษฐกิจในชุมชนเพื่อสร้างงานใหม่สำหรับรองรับกลุ่มคนตกงาน โดยผ่านต้นทุนที่ชุมชนมีอยู่ คือ บรรดากลุ่มวิสาหกิจ 6-7 กลุ่มที่มีอยู่

งานนี้จำเป็นต้องทำแบบ 2 จังหวะ จังหวะแรกก็คือ การพัฒนาความเข้มแข็งของแต่ละกลุ่มที่มีอยู่แล้วก่อน เช่น เพิ่มขีดความสามารถในการผลิต การแปรรูป และการตลาด (การวางแผนธุรกิจ) นอกจากนั้นก็ต้องสร้างกลุ่มใหม่ขึ้นมาเพื่อรองรับผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ เช่น กลุ่มปุ๋ยอินทรีย์ (เพื่อสร้างงานใหม่)

จังหวะที่สอง ทีมวิจัยได้สรุปว่า หากกลุ่มวิสาหกิจทั้งหลายในชุมชนยังคงต่างคนต่างอยู่แบบที่เคยเป็นมา ในอนาคต แต่ละกลุ่มก็อาจจะพากันล้มหายตายจากไปที่ละกลุ่มเพราะภาวะวิกฤต ตามหลักที่ว่า “รวมกัน

เราพออยู่ได้ แยกกันเราน่าจะตายหมด” ดังนั้น เส้นทางแห่งความอยู่รอดจึง น่าจะเป็นการรวมตัวกันเป็น “เครือข่ายภายใน” ของชุมชน และเสริมพลังด้วยการเชื่อมต่อกับภาคีภายนอก เช่น ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน (กศน.) ที่เคยเป็น “มิตรแท้ที่ไวใจได้มาตลอด”

สำหรับรูปแบบการสร้างเครือข่ายภายในที่เกิดจากการรวมตัวของกลุ่มวิสาหกิจต่าง ๆ ในชุมชนนี้มีความน่าสนใจที่มารวมตัวกันเป็น “องค์กรกลาง” ในการบริหารจัดการให้ระบบเศรษฐกิจของชุมชนดำเนินไปในทิศทางเดียวกันและหนุนช่วยกัน ในรูปแบบคล้าย ๆ “รัฐบาลพรรคผสม” (coalition government) โดยมีกำนันตำบลวังหาด เป็นประธาน (กำนันก็อยู่ในทีมวิจัยนี้ด้วย และน่าจะเป็นหลักประกันที่มั่นคงของเครือข่าย) ประธานชมรมท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นรองประธาน กศน.บ้านด่านลานหอย เป็นที่ปรึกษามีวิสาหกิจและกลุ่มปุ๋ย 5 กลุ่ม เป็นสมาชิก องค์กรกลางที่สร้างขึ้นมานี้จะเป็นเสมือน “เครือข่ายใหม่” ที่ทำหน้าที่ขยายผลทั้งในด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การขับเคลื่อนกิจกรรมของกลุ่มทั้งหมดให้พร้อมเพรียงกันต่อไปในอนาคต

ตอนที่ 3.3

พื้นที่กับการขยายผล

(1) สำหรับการขยายผลในเชิงพื้นที่นี้ เมื่อเปรียบเทียบกับมิติทั้ง 2 มิติที่ผ่านมา ไม่ว่าจะเป็นตัวบุคคลเป็นรายคน/ครอบครัว-เครือข่าย กลุ่มหรือเครือข่ายก็ตาม ความแตกต่างประการแรกก็คือ ทั้ง 2 มิติที่ผ่านมา นั้นจะเน้นไปที่ “ตัวคน” แต่ทว่ามิติการขยายผลเชิงพื้นที่จะเน้นไปที่ “ลักษณะทางกายภาพ” คือพื้นที่ ดังนั้นการขยายผลเชิงพื้นที่จึงมีลักษณะที่กว้างขวางกว่า ยืดหยุ่นกว่า ไม่ได้ล็อกเป้าตัวบุคคลเอาไว้อย่างแน่นอน

สำหรับเหตุผลเบื้องหลังของการขยายผลเชิงพื้นที่นั้น อาจะมาจากปัจจัยที่เป็นแรงผลักดัน (pushing factor) เช่น การทำเกษตรอินทรีย์ในแถบที่มีพื้นที่ใกล้กับเพื่อนบ้าน หากเราทำเกษตรอินทรีย์อยู่บ้านเดียวแต่พื้นที่เกษตรข้าง ๆ ยังคงทำเกษตรสารเคมี เราคงจะทำต่อไปไม่ได้ ทั้งนี้เพราะสายน้ำสารเคมีในอากาศ (เช่น เวลาพ่นยาฆ่าหญ้า) สารพิษเหล่านี้สามารถข้ามเขตพื้นที่ได้โดยไม่ต้องมีวีซ่า หรืออาจจะมาจากปัจจัยดึงดูด (pulling factor) เช่น อยากให้ครอบครัว เครือญาติ เพื่อนบ้านใกล้เรือนเคียงได้ปลูกผักอินทรีย์ เพื่อกินดีต่อสุขภาพไปด้วยกัน

ปัจจัยทั้ง 2 ด้านนี้ จะกลายเป็นเกณฑ์ในการใช้เลือกว่าจะขยายผลไปยังพื้นที่ใด ซึ่งอาจจะมิตั้งกรณีที่เราเลือกได้ เราเลือกไม่ได้ เราไม่ได้อยากเลือก แต่จำเป็นต้องทำ เป็นต้น

(2) เกณฑ์การเลือกพื้นที่เพื่อการขยายผล อาจจะมีหลายเกณฑ์ เช่น

(i) การมีพื้นที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งอาจจะเป็นทั้งปัจจัยดันหรือปัจจัยดึง ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว การเป็นปัจจัยดึงก็น่าจะมาจากสายสัมพันธ์ทางสังคม เช่น ความเป็นครอบครัว เครือญาติ เพื่อนบ้าน ฯลฯ ซึ่งเมื่อบุคคลต้นทางได้พบเจอประสบการณ์ดี ๆ มา ก็อยากจะมาแชร์หรือบอกต่อกับคนแวดล้อมใกล้ซิด

ส่วนการเป็นปัจจัยดันมักจะเป็นเหตุผลเพราะความจำเป็นบังคับ ดังเช่นตัวอย่างการทำเกษตรอินทรีย์ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

(ii) **เหตุผลด้านสิ่งแวดล้อม** เช่น หลาย ๆ หมู่บ้านที่ใช้ลุ่มน้ำลุ่มเดียวกัน (ภาษาเหนือเรียกว่า “หมูกินน้ำลุ่มเดียวกัน”) ในกรณีเช่นนี้ การบริหารจัดการน้ำจะทำเพียงพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งไม่ได้ แต่จะต้องจัดการให้ตลอดทั้งสายน้ำ

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมในการเสริมศักยภาพแหล่งกักเก็บน้ำทางการเกษตรในพื้นที่ทุ่งรับน้ำบางบาล อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” (เรณู กสิกุล และคณะ, 2564) พื้นที่นี้ถูกกำหนดชะตากรรมให้เป็นพื้นที่รับน้ำจากทางเหนือเพื่อรักษาพื้นที่เขตอุตสาหกรรมที่อยู่ในอีกด้านหนึ่ง และทำให้เกิดปัญหาแบบ 2 เด่งขึ้นมา คือ ในฤดูน้ำมาก ก็จะเป็นพื้นที่น้ำท่วม (รับน้ำทิ้ง) ส่วนในฤดูแล้งก็จะขาดน้ำ ในช่วงปี พ.ศ. 2555 เกษตรกรใน 4 ตำบล ที่แบกรับปัญหาาร่วมกันจึงได้มารวมกลุ่มกันเพื่อช่วยกันแก้ไขปัญหาในนามกลุ่ม “บางบาลรวมใจพัฒนา” มาโดยตลอด จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2564 กลุ่มบางบาลฯ ได้มาทำวิจัย CBR เพื่อหาทางแก้ปัญหาให้มีลักษณะถาวรมากขึ้น และหลังจากที่ดำเนินโครงการวิจัยไปได้สักระยะหนึ่ง ก็ได้เพิ่มพื้นที่ใหม่ในอีกตำบลหนึ่งเข้ามาร่วมด้วย เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่เชื่อมโยงกับระบบน้ำชลประทานของทั้ง 4 ตำบล

(iii) **เหตุผลด้านการปกครอง** เนื่องจากโครงสร้างการปกครองท้องถิ่นของไทยได้แบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็นระดับชั้น ๆ ตั้งแต่หน่วยที่เล็กที่สุดคือหมู่บ้าน เขิบขึ้นมาเป็นตำบล อำเภอ จังหวัด ฯลฯ ดังนั้นจะมีงาน CBR บางโครงการที่มักจะมีหัวหน้าโครงการเป็นเจ้าหน้าที่รัฐท้องถิ่น เช่น ผู้ใหญ่บ้าน หรือกำนัน ซึ่งเมื่อทำวิจัยต้นแบบได้ผลสำเร็จในพื้นที่เล็ก ๆ ก็มักจะขยายผลให้ครอบคลุมหน่วยการปกครองที่ใหญ่ขึ้น เพื่อให้สามารถบริหารจัดการได้ครอบคลุมมากขึ้น

(3) ตัวอย่างงานวิจัยการขยายผลพื้นที่ตามหน่วยการปกครอง
 ในงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบการขยายผลการจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมในเขตเทศบาลตำบลวังผาง อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดลำพูน” (ถวัลย์ พวงบุบผา และคณะ, 2560) งานวิจัยชิ้นนี้ ทีมวิจัยเป็น “ทีมของเทศบาล

มาทำเองเลย” ซึ่งมีผลอย่างมากต่อเรื่องความชอบธรรมในการขยายผล เพราะเรื่องการจัดการขยะเป็นบทบาทหน้าที่โดยตรงอยู่แล้วของเทศบาล และเทศบาลยังสามารถจะขอความร่วมมือจากกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน เช่น อสม. โรงเรียน ฯลฯ มาร่วมเป็นทีมอาสาสมัครในงานวิจัย (ซึ่งตรงกับหลักการเรื่อง การระดมการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนของ CBR อยู่แล้ว) และที่เป็นเงื่อนไขอันเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการขยายผลก็คือ เทศบาลมีทรัพยากรทุกอย่าง ทั้งด้านกำลังคน งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ สถานที่ ฯลฯ

ในงานนี้ ทีมวิจัยได้วางจังหวะการทำงานเอาไว้แบบ 2 จังหวะ อย่างชัดเจน โดยคัดเลือก 1 หมู่บ้าน ขึ้นมาเป็นพื้นที่ต้นแบบและเริ่มทำงาน กับต้นแบบในระยะแรก ส่วนอีก 9 หมู่บ้าน ได้กำหนดเอาไว้เป็นพื้นที่ขยายผล ซึ่งจะทำงานในระยะที่สอง

สำหรับพื้นที่ของการวิจัย คือ ตำบลวังผางนั้นมีลักษณะเป็นชุมชนเมืองค่อนข้างมาก ดังนั้นจึงมีผู้คนที่ประกอบอาชีพที่หลากหลายมาก ทั้งเกษตรกร แรงงานรับจ้าง พ่อค้าแม่ค้ารายย่อย ร้านค้า สถานศึกษา ฯลฯ แต่ที่จุดร่วมของคนทุกกลุ่มต่อเรื่องขยะก็คือ ทุกคนมีส่วนในการเป็นผู้สร้างขยะให้เกิดขึ้น ในชุมชนทั้งสิ้น และมี “วิธีคิด” (mindset) เหมือนกันว่า “หน้าที่การจัดการขยะ” เป็นหน้าที่ของเทศบาล (แต่เพียงผู้เดียว)

จากประสบการณ์ที่ผ่านมาของทีมทำงานของเทศบาลได้ให้บทเรียนว่า ไม่ว่าจะเทศบาลจะพัฒนาระบบการจัดเก็บและจัดการขยะให้ดีขึ้นมีประสิทธิภาพเพียงใด ก็ “เอาเรื่องขยะไม่อยู่” และนี่เป็นจุดเจ็บจุดแรกของทีมวิจัย ดังนั้นทีมวิจัยจึงวิเคราะห์ว่า สิ่งแรกที่จะต้องจัดการก่อนก็คือ “วิธีคิด” ที่ว่า “ขยะเป็นสิ่งที่หลายคนทิ้ง แต่หนึ่งคนเท่านั้น (เทศบาล) ที่จัดการ” อันเป็นขยะทางความคิด (mindset) ที่ต้องจัดการทิ้งเสียก่อน แล้วจึงจะก้าวไปถึงเรื่องความรู้ ทักษะ และเทคนิคต่าง ๆ ในการจัดการกับขยะ ความคิดใหม่ที่ต้องนำมาใส่แทนก็คือ “ขยะเป็นสิ่งที่หลายคนทิ้ง ก็ต้องหลายคนเก็บ/หลายคนจัดการ” และแนวทางที่ตำบลวังผางได้ใช้ (ดังที่ปรากฏในวัตถุประสงค์ของ

การวิจัยก็คือ) เรื่องการจัดการขยะนั้น “ชุมชนต้องจัดการด้วยตัวเองก่อนเป็นพื้นฐาน ระดับที่เหนือขึ้นมาจึงจะเป็นความรับผิดชอบของเทศบาล”

ทีมวิจัยเริ่มต้นงานระยะแรกกับ**หมู่บ้านทดลอง/ต้นแบบ 1 หมู่บ้าน** เพื่อแปลงแนวคิด/หลักการที่วางเอาไว้ให้ออกมาเป็นรูปธรรมการปฏิบัติที่เป็นจริง จนกระทั่งได้ชุดความรู้ที่ตกผลึกในเรื่องการบริหารจัดการขยะ โดยชุมชนร่วมกับเทศบาลออกมาอย่างชัดเจน 12 ข้อ ที่ครอบคลุมตั้งแต่การจัดการต้นทางไปจนถึงปลายทาง คือ การคัดแยกขยะ การมีสถานที่/จุดทิ้งขยะ วิธีการจัดเก็บ การรีไซเคิลขยะในรูปแบบต่าง ๆ (งานบุญออมขยะ การแปลงขยะเป็นปุ๋ย ฯลฯ) ส่วน**วิธีการดำเนินงาน**นั้น ก็มีทั้งการรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ การอบรมให้ความรู้เรื่องการค้าแยกขยะ ไปจนกระทั่งถึงการจัดประกวด

หลังจากดำเนินกิจกรรมทั้งหมดแล้ว ทีมวิจัยก็ได้มาสรุปบทเรียนเพื่อเคี้ยวความรู้ที่ทำกิจกรรมให้ตกผลึกจนได้เป็นขั้นตอน 6 ขั้นตอนของการดำเนินงาน

สำหรับงานในจังหวะที่ 2 คือ **การขยายผล**นั้น ทีมวิจัยเริ่มก้าวแรกตามหลักการของการขยายผล คือ “การวิเคราะห์หมู่บ้านขยายผล” ทั้ง 9 หมู่บ้านเพื่อดู “ข้อเหมือนและข้อต่าง” ระหว่างหมู่บ้านต้นแบบและหมู่บ้านขยายผล เพราะหากมีข้อเหมือนกันมาก ก็สามารถจะประยุกต์ชุดความรู้จากต้นแบบมาใช้ได้เลย หากข้อเหมือนและข้อต่างมีพอ ๆ กัน ก็อาจจะต้องปรับแต่งชุดความรู้จากต้นแบบบ้าง และหากมีข้อแตกต่างมากกว่าข้อเหมือนอย่างมาก ก็อาจจะต้องคิดทบทวนดูอีกครั้งว่าจะถ่ายโอนความรู้จากต้นแบบได้หรือเปล่า

ทีมวิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเรื่องลักษณะของข้อมูลขยะจาก 9 หมู่บ้าน และผลของข้อมูลจากแบบสอบถาม พบว่าลักษณะของข้อมูลขยะจากหมู่บ้านขยายผลทั้ง 9 หมู่ ไม่แตกต่างจากหมู่บ้านต้นแบบมากนัก ดังนั้นทีมวิจัยจึงนำเอา**แนวทางปฏิบัติแบบเดิม**ที่เคยใช้ในหมู่บ้านต้นแบบมาปรับลดกิจกรรมและหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ให้กระชับมากขึ้น ง่ายต่อการดำเนินการมากขึ้น ลดระยะเวลาของการดำเนินการในแต่ละกิจกรรม

ลงไปบ้าง แต่ยังคงได้ผลการดำเนินการเท่าเดิม แนวทาง/รูปแบบการบริหารจัดการขยะนั้นมี 12 ข้อที่ชัดเจน แล้วต่อจากนั้นก็ให้ทีมแกนนำของแต่ละหมู่บ้านขยายผลเดินเครื่องทำงานต่อไปเลย

ในขั้นตอนสุดท้าย ทีมวิจัยได้ติดตามผลการจัดการขยะใน 9 หมู่บ้านขยายผลตามแนวทาง 12 ข้อที่ได้วางเอาไว้ แน่นอนว่าการขยายผลในขนาดสเกลใหญ่ ๆ ทั้ง 9 หมู่บ้านเช่นนี้ คงจะคาดหวังแบบอุดมคติไม่ได้ว่าทั้ง 9 หมู่บ้านจะสอบผ่านข้อสอบทั้ง 12 ข้อได้

ตารางแสดงแนวทาง/รูปแบบการจัดการขยะของแต่ละหมู่บ้าน

แนวทาง	หมู่บ้าน									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. มีแผนปฏิบัติการหมู่บ้านโดยใช้ “บวร”	-	✓	✓	-	✓	✓	-	✓	-	-
2. สํารวจข้อมูลขยะในหมู่บ้าน	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓
3. จัดอบรมให้ความรู้การจัดการขยะในหมู่บ้าน	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	-	✓	-
4. จัดหาที่เก็บขยะอันตราย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5. ตั้งกลุ่มทำปุ๋ยหมัก	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6. เป็นหมู่บ้านต้นแบบการจัดการขยะ	-	-	✓	-	-	✓	-	✓	-	-
7. คัดแยก/รวบรวมเศษขยะพลาสติก	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
8. ส่งเสริมกิจกรรมออมบุญ ออมขยะในผู้สูงอายุ	-	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	✓
9. ควบคุมการใช้ถุงขยะในชุมชน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
10. ประชาสัมพันธ์เสียงตามสายสม่ำเสมอ	-	-	-	✓	✓	✓	-	-	✓	✓
11. รมร่งงานบุญ/งานชาวดําปลอดขยะ	-	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓
12. เก็บ/ขน/กำจัดขยะในชุมชนเอง	-	-	-	-	-	✓	-	-	-	-

ทีมวิจัยวิเคราะห์ผลของการดำเนินโครงการขยายผลว่า หลังจากผ่านกิจกรรมต่าง ๆ มาพร้อม ๆ กัน เหมือน ๆ กันทั้ง 9 หมู่บ้าน แต่ทว่าเนื่องจากความแตกต่างทางบริบทและความพร้อมของแต่ละชุมชนไม่เท่ากัน (ทั้งด้านคน งาน และเงินที่จะใช้ดำเนินการ) จึงเกิดผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน หมู่บ้านที่มีความพร้อมก็จะสอบผ่านทั้ง 12 ข้อ และบางหมู่บ้านก็ไม่สามารถทำได้ทุกกิจกรรม

อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลในตารางนี้ก็สามารถจะอ่านวิเคราะห์ได้ว่า กิจกรรมอะไรบ้างที่เป็นกิจกรรมพื้นฐานที่ทุกหมู่บ้านขยายผลสามารถทำได้ เช่น การควบคุมการใช้ถุงขยะในชุมชน การจัดหาที่เก็บขยะอันตราย กิจกรรมประเภทใดที่ต้องใช้กำลังภายในมากขึ้นจึงจะทำได้บ้าง เช่น การจัดงานบุญหรือการจัดอบรมความรู้ ส่วนกิจกรรมที่ทุกชุมชนไม่ทำเลย คือ การจัดตั้งกลุ่มทำปุ๋ย เนื่องจากคนในชุมชนเป็นชาวสวนทำปุ๋ยหมักใช้เองอยู่แล้ว

นอกจากนั้น จากข้อมูลในตารางนี้ยังสามารถช่วยให้คณะทำงานในชุมชนมองเห็น “ช่องโหว่” ที่น่าจะเป็น “กิจกรรมปะผุ” ในก้าวต่อไป และทางโครงการสามารถใช้ตารางนี้เก็บข้อมูลเปรียบเทียบกับช่วงก่อนและหลังทำโครงการ เพื่อดูการเปลี่ยนแปลงของหมู่บ้านขยายผลเป็นรายหมู่บ้านได้

(4) ตัวอย่างงานวิจัยการขยายผลเชิงพื้นที่: จากครัวเรือนสู่ทั้งชุมชน

(4.1) จุดจบของโครงการ เป็นตัวอย่างงานวิจัยเรื่อง “แนวทางการขยายผลการจัดการน้ำเพื่อการเกษตรที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ของชุมชนนาห้าง ตำบลสำโรง อำเภอบึงสามพัน จังหวัดอุบลราชธานี” (ปิ่น คงทน และคณะ, 2556) งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยต่อยอดเพื่อการขยายผลมาจากงานวิจัยเรื่องการบริหารจัดการน้ำเพื่อการเกษตรที่ทำในระดับ “ครัวเรือน” มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 โดยทีมวิจัยชุมชนได้ข้อค้นพบจากงานวิจัยครั้งก่อนว่า เนื่องจากบริบทของพื้นที่ศึกษานั้นมีลักษณะที่แตกต่างกันอย่างมากระหว่างพื้นที่สูงบางแห่งเป็นพื้นที่ลุ่มต่ำ ดังนั้นทั้งสาเหตุของปัญหา (ซึ่งมีอย่างน้อย 4 สาเหตุ และหนึ่งในนั้นคือด้านสภาพพื้นที่ของแต่ละครัวเรือน) และวิธีการแก้ไขปัญหา จึงต้องไม่ใช่ลักษณะแบบ “สูตรเดียวกัน” ใช้ได้กับทุกครัวเรือนในชุมชน

ในส่วนของรูปแบบการบริหารจัดการน้ำ ทีมวิจัยได้ข้อค้นพบว่า อย่างน้อยมี 3 รูปแบบให้เลือกใช้ คือ

- **รูปแบบที่ 1:** ทำการป้อนผายให้เป็นแก้มลิงเพื่อเพิ่มพื้นที่รับน้ำในพื้นที่สูง (จัดการด้าน supply) แล้วเจาะรูปล่อยน้ำลงในที่นาที่อยู่ด้านล่างในลักษณะแก้มลิงรั่ว

- **รูปแบบที่ 2:** เปลี่ยนระบบการผลิต (จัดการด้าน demand) โดยเปลี่ยนจากการทำนาอย่างเดี่ยวมาเป็นการปลูกพืชหลายชนิดตามลักษณะพื้นที่สูงต่ำ ลักษณะดิน และแหล่งน้ำ (เปลี่ยนวิธีคิดจาก “การปลูกพืชตามใจคนปลูก” มาเป็น “ปลูกพืชตามใจดินและน้ำ” แทน)

- **รูปแบบที่ 3:** เปลี่ยนชนิดของพืชที่ปลูกให้เหมาะสมกับลักษณะดิน เช่น เปลี่ยนจากการทำนาที่ใช้น้ำมากมาเป็นการปลูกพืชที่ใช้น้ำน้อยในพื้นที่ที่เป็นดินทรายและที่สูง

ผลการวิจัยในปี พ.ศ. 2551 นั้นปรากฏว่าได้ผลลัพธ์อย่างดีสำหรับ “ครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการวิจัย” อย่างไรก็ตาม ช่องโหว่ที่เกิดขึ้นก็คือ ข้อค้นพบเรื่องรูปแบบการจัดการน้ำจากงานวิจัยยังไม่สามารถขยายผลไปสู่ครัวเรือนอื่น ๆ ในชุมชน หรือหมู่บ้านอื่น ๆ ที่มีลักษณะพื้นที่คล้ายกัน นี่จึงเป็นจุดเจ็บของงานวิจัยภาคสองในปี พ.ศ. 2556 นี้ว่า จะขยายผลให้ครอบคลุมครัวเรือนอื่น ๆ ในชุมชนได้อย่างไร

(4.2) โจทย์ใหญ่เรื่อง “การยอมรับนวัตกรรม” (innovation adoption) เนื่องจากทีมวิจัยในเรื่องนี้เป็นคนในพื้นที่เองและได้เกาะติดประเด็นดังกล่าว โดยได้ทำวิจัยเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงมาเป็นเวลายาวนานนับ 10 ปี จึงมีผลงานเป็นที่ประจักษ์ชัดและเป็นที่ยอมรับทั้งในระดับพื้นที่และในระดับชาติ เกียรติประวัติดังกล่าวจึงเป็นเสมือน “ทุนเชิงสัญลักษณ์” (symbolic capital) ที่ทำให้ชุมชนมีทั้งความไว้วางใจในทีมวิจัย (trustworthiness) และทั้งในแง่ความรู้ความเชี่ยวชาญของทีม (credibility) ดังนั้นชุดความรู้ที่จะเจาะลึกลงไปในงานวิจัยชิ้นนี้ที่นอกเหนือจากการเห็นผลสำเร็จของงานวิจัยแล้ว ก็คือการที่สามารถตอบคำถามได้ว่า “ทำไมจึงทำได้สำเร็จ อะไรเป็นวิธีการ/เคล็ดลับ/

ปัจจัยเงื่อนไข ที่ทำให้ครัวเรือนขยายผลยอมรับวิธีคิด/วิธีปฏิบัติใหม่ ๆ ของการบริหารจัดการน้ำ” ดังนั้นการศึกษาเรื่องการยอมรับนวัตกรรมจึงถูกระบุเอาไว้เป็นวัตถุประสงค์หนึ่งที่เปิดเผยชัดเจนเลยของโครงการนี้

(4.3) เปิดฉากด้วยการยึดกุมหลักการ PAR & การมีข้อมูลแบบ

CBR เนื่องจากทีมวิจัยชุมชนมีประสบการณ์งานวิจัย CBR มาอย่างโชกโชนแล้ว ดังนั้นจึงยึดกุมหัวใจ 2 ห้องของ CBR เอาไว้อย่างมั่นคง หัวใจห้องแรกก็คือ **ต้องให้ชุมชนมีส่วนร่วม** ให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ดังนั้นกิจกรรมแรกของทีมจึงเป็นการเปิดรับ “ทีมอาสาสมัครวิจัย” จำนวน 20 คน มาร่วมงานในโครงการ

ส่วนหัวใจ ห้องที่สองก็คือ **ต้องทำงานบนฐานข้อมูล** ทีมวิจัยมีสมมติฐานว่า ทั้ง ๆ ที่มีทางเลือกในการบริหารจัดการน้ำให้แล้ว 3 รูปแบบจากงานวิจัยชิ้นปี พ.ศ. 2551 แต่การที่ครัวเรือนขยายผลนั้นยังติดขัดที่จะยอมรับ ก็เพราะครัวเรือนดังกล่าว “ยังเลือกไม่ถูกว่าจะกาเบอร์ไหนดี” ทั้งนี้การจะเลือกกาให้ถูกเบอร์นั้น ครัวเรือนเหล่านั้นต้องรู้จัก “สภาพของตัวเองเสียก่อน” ด้วยเหตุนี้ กระบวนการ “ตักน้ำใส่กะโหลกชะงอกดูตัวเองด้วยข้อมูล” จึงเป็นงานลำดับต่อมาที่ทีมอาสาสมัครวิจัยจะร่วมกันเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำและต้นทุนของการใช้น้ำ

(4.4) การยอมรับเริ่มต้นบันไดขั้นแรกด้วย “ความรู้ความเข้าใจ”

โดยที่ความรู้ความเข้าใจที่ต้องมีนั้น คือ “ทั้งรู้เรา และรู้เขา” ซึ่งในที่นี้ “การรู้เรา” ก็คือการรู้จักสภาพของตัวเองในเรื่องการใช้น้ำที่ได้กล่าวมาแล้ว ส่วน “การรู้เขา” ก็คือการรู้จักรูปแบบการบริหารจัดการน้ำทั้ง 3 รูปแบบที่เป็นข้อค้นพบจากงานวิจัยต้นแบบ ดังนั้นกิจกรรมที่ทีมวิจัยได้ดำเนินการก็คือ การติดตั้งความรู้ความเข้าใจอย่างละเอียดเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการน้ำทั้ง 3 รูปแบบแก่กลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งมีการประเมินผลระดับความเข้าใจด้วยเพื่อความชัวร์

(4.5) ใช้รูปแบบการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อสร้างการยอมรับ

นอกเหนือจากการใช้บรรดาสื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชน เช่น เสียงตามสาย หอกระจายข่าว ป้ายประกาศ ฯลฯ เพื่อการขยายผลแล้ว ทีมวิจัยได้ค้นคิดสื่อประเภทอื่น ๆ ขึ้นมาใช้ถ่ายทอดความรู้เพิ่มเติมขึ้นมาอีกด้วย รวมทั้งได้ประเมินประสิทธิผลของรูปแบบการสื่อสารประเภทต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น

- การจัดทำโมเดล 3 มิติ ที่แสดงพื้นที่ของบ้านนาห้างเพื่อให้ชุมชนได้เห็นระดับความสูงต่ำของพื้นที่ของหมู่บ้านได้ชัดเจน และนำไปปรับใช้กับพื้นที่บ้านของตัวเอง

- การใช้แผ่นพับเพิ่มเติม เนื่องจากในการจัดทำโมเดลกลุ่มเป้าหมายบางคนยังนึกภาพไม่ออก จึงมีการทำแผ่นพับเพิ่มเติม (แต่ก็พบข้อจำกัดของแผ่นพับว่ามีแต่ตัวหนังสือที่ชาวบ้านบางคนไม่ถนัด หรือไม่สะดวกในการอ่าน)

- การจัดเวที “ให้ความรู้เราเจอกับความรู้เขา” กลุ่มเป้าหมายของการขยายผลให้ข้อคิดเห็นว่า การจัดเวทีซึ่งเป็นประเภท “สื่อกิจกรรม” นั้น เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพอย่างมากในการสร้างการยอมรับปรับเปลี่ยนของกลุ่มเป้าหมาย ตัวอย่างเวทีที่จัดนั้นเป็นการประชุมที่มีผู้ช่วย/อาสาสมัครวิจัยนำเอา “ข้อมูลของเรา” (ข้อมูลการใช้ น้ำของแต่ละครัวเรือน) มานำเสนอแล้วหัวหน้าทีมวิจัยก็ทำการเปรียบเทียบต้นทุนก่อน-หลังการวิจัย หลังจากทีกลุ่มเป้าหมายได้ทดลองใช้ทางเลือกรูปแบบการจัดการน้ำแบบใดแบบหนึ่ง (ได้กับัตรเลือกแล้ว) อันเป็นส่วนของ “ความรู้เขา” เวทีการประสานทั้ง “ความรู้เรื่อง 3 รูปแบบการจัดการน้ำ” ประสานกับ “ข้อมูลของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย” ทำให้ครัวเรือนขยายผลมีความเข้าใจและมีความมั่นใจที่จะยอมรับวิธีการใหม่ ๆ ที่ทีมวิจัยได้นำเสนอมา (ตามหลักการของการยอมรับนวัตกรรมเป็นขั้นตอนการยืนยัน (confirmation))

(5) บทเรียนเรื่องการปรับแต่งชุดความรู้ให้เหมาะกับพื้นที่ใหม่ ดังที่ได้เกริ่นมาข้างต้นแล้วว่า ในเรื่องการขยายผลซึ่งประกอบด้วย 2 ฝ่าย (เหมือนมือซ้ายกับมือขวานั้น) ลักษณะของการขยายผลนั้นจะไม่เป็นไปในทางเดียวกัน กล่าวคือ มิใช่ฝ่ายผู้รับการขยายผลจะต้องปรับตัวให้เข้ากับชุดความรู้ต้นแบบ แต่เพียงฝ่ายเดียวเสมอไป ในบางกรณี ตัวชุดความรู้ต้นแบบเองก็จะต้องถูกปรับแต่งให้เข้ากับฝ่ายผู้รับการขยายผลเช่นกัน

ดังตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง “การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นชายแดน อำเภอศรีสะเกษ” (ปราณี ระวังภัย และคณะ, 2564) งานวิจัยชิ้นนี้มีทีมวิจัยที่ประกอบด้วยโหนด/พี่เลี้ยงศูนย์ประสานงานวิจัยท้องถิ่นจังหวัดศรีสะเกษ ร่วมกับทีมแกนนำและเจ้าหน้าที่ของฝ่ายพัฒนาชุมชน อบต. โดยที่ทางศูนย์ประสานฯ ได้จับงานการสร้างเศรษฐกิจชุมชนในเขตพื้นที่ชายแดนซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีลักษณะพิเศษ เนื่องจากมีปัจจัยเรื่องความไม่แน่นอนของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศเข้ามาเกี่ยวพันด้วย นับเป็นเวลา 10 ปีกว่า (เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552) ที่ศูนย์ฯ ได้สั่งสมชุดความรู้และประสบการณ์การทำงานกับชุมชนพิเศษต่าง ๆ มาอย่างต่อเนื่อง จนในปี พ.ศ. 2560 ศูนย์ฯ จึงได้เริ่มโฟกัสประเด็นเรื่องเศรษฐกิจชุมชนให้แคบเข้ามาที่ “การเสริมความเข้มแข็งให้แก่กลุ่มสัมมาชีพ” (ตามจังหวะเชิงนโยบายของหน่วยงานรัฐ) โดยดำเนินการตามแนวคิดและแนวทางของ CBR มาโดยตลอด

จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2563 ศูนย์ฯ ได้ร่วมกับทีมวิจัยชุมชนทำวิจัยสร้างเสริมเศรษฐกิจฐานรากโดยอาศัยทุนทางวัฒนธรรม ในโครงการวิจัยเรื่อง “กระบวนการสร้างเอกลักษณ์ลายผ้าไหมของกลุ่มชาติพันธุ์กวยเพื่อเพิ่มมูลค่าผ้าไหม ตำบลโพธิกระสังข์ อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ” (วินัย โพธิสาร และคณะ, 2564) ที่ดำเนินการใน 2 หมู่บ้าน คือ บ้านโพธิกระสังข์ หมู่ 2 และหมู่ 12 โดยทีมวิจัยได้พัฒนาระบบการผลิตผ้าไหมอย่างครบวงจรโซุ่ปทานตั้งแต่ช่วงต้นน้ำ (เช่น กิจกรรมการอบรมพัฒนาทักษะการสร้างลวดลายผ้าไหมให้มีเอกลักษณ์ของชุมชน) ช่วงกลางน้ำ (การเกิดร้านค้าชุมชนที่รองรับผลิตภัณฑ์

ที่เกิดจากผลงานวิจัย) จนกระทั่งถึงห่วงโซ่ปลายน้ำ (คือการสำรวจและรู้จักความต้องการของลูกค้า) ผลลัพธ์ (outcome) ที่ตามมาคือรายได้ที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มทอผ้า

จากผลความสำเร็จที่เกิดขึ้นในพื้นที่เริ่มต้น กลุ่มทอผ้าที่เป็นทีมวิจัย จึงได้ขยายผลออกไปในหลายทิศทาง ทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ในชุมชนเดิม การเปิดโอกาสให้กลุ่มอาชีพอื่น ๆ ได้เข้ามาพัฒนาทักษะ กระบวนการ และความรู้ความเข้าใจใหม่ ๆ นอกจากนั้นทีมวิจัยเดิมก็ยังสนใจที่จะขยายชุดความรู้ไปยังพื้นที่ใหม่โดยเลือกบ้านโคกพะยอม หมู่ 4 ในตำบลเดียวกันซึ่งเป็นหมู่บ้านใกล้เคียง

กระบวนการขยายผลเริ่มต้นจากการทำงานจากทั้ง 2 ฝ่าย ในฝั่ง **ผู้ขยายผล** ทางโครงการได้เลือกทีมวิจัยเดิมที่ได้ผ่านประสบการณ์งานวิจัย CBR และมีทักษะการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับชุมชนได้จากกลุ่มทอผ้าใหม่ ได้จำนวน 15 คน กิจกรรมแรกเริ่มของกลุ่มนี้ก็คือ การถอดชุดความรู้จากงานวิจัยเดิมเรื่องผ้าไหมในปี พ.ศ. 2563 เช่น เรื่องการย้อมสี การสร้างสรรค์ลวดลายใหม่ ๆ เป็นต้น

ในส่วนของผู้รับการขยายผล ก็เริ่มต้นจากการคัดเลือกกลุ่มผู้ที่สนใจอยากจะทำพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตน รวมทั้งกลุ่มผู้ที่ว่างงานหรือตกงาน จากวิกฤตการณ์โควิด จำนวน 30 คน และก่อนที่จะได้ตัวบุคคลที่สนใจนั้น ทางโครงการต้องทำการศึกษา “ต้นทุนของพื้นที่ขยาย” เสียก่อนว่ามีอะไร โดยใช้วิธีการศึกษาทั้งจากทางอ้อม (ศึกษาจากเอกสารของหน่วยงานราชการ) และศึกษาจากทางตรง คือการลงพื้นที่ศึกษาด้วยตัวเอง

ผลจากการศึกษาด้านทุนของพื้นที่ขยายผล พบว่าบ้านโคกพะยอม มิได้มีกิจการทอผ้า หากแต่มีทุนความรู้และประสบการณ์ในการรวมกลุ่มทอเสื้อกทที่ได้รับส่งเสริมจากฝ่ายพัฒนาชุมชน อบต. มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 แต่ทว่าทางกลุ่มก็ยังมีปัญหาอุปสรรค เริ่มตั้งแต่ไม่มีเวลาไปเข้าร่วมอบรมกับหน่วยงานรัฐที่จัดให้ (ต่อมากลุ่มจึงล้มไป เหลือเป็นชาวบ้านแต่ละบ้านทอเสื้อกทขายกันเอง) การขายมีแต่รูปแบบขายให้กับพ่อค้าคนกลาง จึงถูกตรราคา

และไม่มีอำนาจต่อรอง ไม่มีการพัฒนาลวดลายหรือรูปแบบใหม่ ๆ ของเสื้อ เป็นต้น

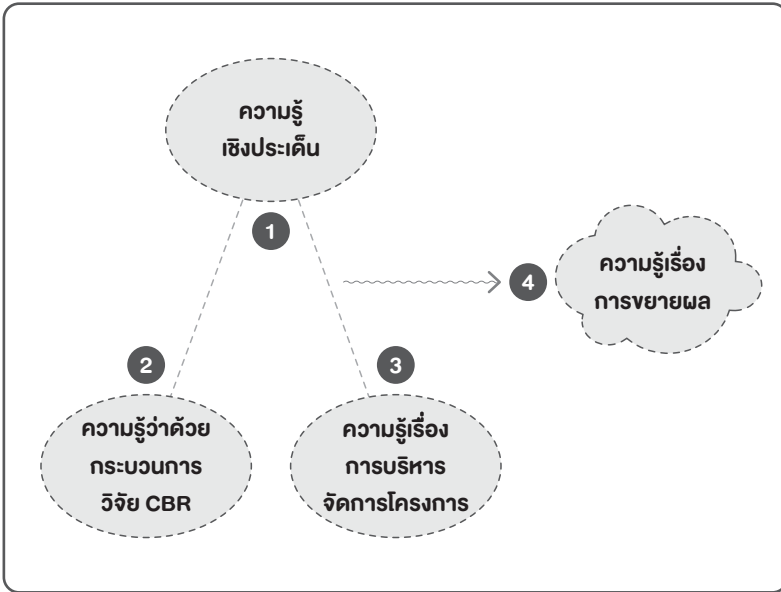
เนื่องจากชุดความรู้ต้นแบบเป็นเรื่องลายผ้าไหม การย้อมสีของผ้าไหม การวางแผนการตลาดของผ้าไหม ฯลฯ แต่ทว่าในบริบทของพื้นที่ ขยายนั้นเป็นการทอเสื่อก ดังนั้นในการขยายผลจึงมีชุดความรู้บางชุดที่อาจ จะถ่ายโอนมาใช้ได้เลย เช่น เรื่องการวางแผนธุรกิจ แต่ชุดความรู้จากต้นแบบ บางชุดต้องมีการปรับ เช่น จากการย้อมสีไหมมาเป็นการย้อมสีกก และบาง ชุดความรู้ก็ต้องสร้างสรรค์ขึ้นใหม่เลย เช่น การโยกย้ายลายผ้ามาใช้กับ ลายเสื่อก อย่างไรก็ตาม ผลลัพธ์สุดท้ายในเรื่องลายที่ออกมาก็เป็นที่น่าพอใจ เนื่องจากกลุ่มเสื่อกได้มีพื้นลายเดิม 2 ลาย และได้ประยุกต์นำลายผ้าไหม มาใช้กับผลิตภัณฑ์เสื่อกอีก 2 ลาย รวมทั้งได้สร้างลายใหม่ขึ้นมาเลยอีก 1 ลาย เป็นต้น

ตอนที่ 3.4

การขยายผลเชิงความรู้

สำหรับมิติที่ 4 ในมุมมองแบบ 360 องศา คือ เรื่องการขยายผลเชิง ความรู้นั้น เมื่อเปรียบเทียบกับ 3 มิติแรก ที่พูดถึงตัวคน กลุ่มคน และพื้นที่แล้ว จะพบว่าในขณะที่ 3 มิติแรกจะฉายภาพไปที่ “ผู้รับการขยายผล” (และอาจจะ ถ่ายติตรูปของผู้ขยายผลไปด้วย) แต่ในมิติที่ 4 นี้ เราจะเล็งกล้องไปที่ “สิ่งที่จะนำไปขยาย” หรือ “ทรัพยากรที่จะนำไปขยาย” (resource) และหากวัดพิกัดด้วยกรอบ S-M-C-R ของการสื่อสาร ในมิติที่ 4 นี้ก็คือ “ตัว Message – M” (เนื้อหาสาร)

เมื่อเราใช้ป้ายคำแบบกว้าง ๆ ว่า “ความรู้” (ที่จะนำไปขยายผลนั้น) ภายใต้อำนาจนี้จะแบ่งแยกย่อยออกเป็นข้อค้นพบใหม่จากงานวิจัยต้นแบบ บทเรียน ประสบการณ์ ข้อมูล กระบวนการทำงาน ฯลฯ และหากกล่าวในกรอบ ของงานวิจัย CBR ชุดความรู้ที่เป็นเสาหลักของ CBR นั้นจะมีอยู่ 3 เสา (และอาจจะเพิ่มเสาแห่งความรู้เรื่อง “การขยายผล” เป็นของแถม หากเป็น งานวิจัยเพื่อการขยายผล) ความรู้ 3 เสาหลัก มีดังนี้



ในลำดับต่อไป ผู้เขียนจะขอなたัวอย่างงานวิจัย CBR ที่มีการขยายผลเชิงความรู้ที่แบ่งตาม 3 เสาหลักของ CBR มานำเสนอพอให้เห็นภาพ

(1) การขยายผลความรู้เชิงประเด็น เนื่องจากงานวิจัย CBR เป็นงานประเภทที่ “ปล่อยปละ” ด้านโจทย์การวิจัย (topic/issue) ซึ่งให้เป็นไปตามปัญหาและความต้องการของชุมชน แต่มี “ทำบังคับ” อยู่ที่ “วิธีวิทยาทางวิจัย” (research methodology) ว่าต้องมีลีลาแบบ CBR ดังนั้นประเด็นในการวิจัยของ CBR จึงมีอย่างหลากหลายมาก (อย่างน้อย ๆ ไม่ต่ำกว่า 16 ประเด็น) และในแต่ละประเด็นก็จะมีชุดความรู้เฉพาะของตัวเอง เช่น ชุดความรู้เรื่องตลาดทางเลือก ก็จะมีรู้ชุดย่อยประกอบอยู่ข้างในอีกมากมาย เริ่มตั้งแต่ประเภทของตลาด การสร้างตลาด การบริหารจัดการตลาด การใช้แผนธุรกิจ การรักษาสสมดุลระหว่างอุปทานและอุปสงค์ ฯลฯ

ตัวอย่างงานวิจัย CBR ในเรื่องการขยายผลด้านความรู้เชิงประเด็น คืองานวิจัยเรื่อง “การศึกษาหาแนวทางในการขยายชุดความรู้กระบวนการและประสานการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการแก้ไขปัญหามอกควันในการเกษตรและไฟฟ้า โดยการมีส่วนร่วมของคนในตำบลบ้านขอ 13 หมู่บ้าน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง” (สมบุรณ์ เอกกาญจนา และคณะ, 2560) สำหรับชุดความรู้ในเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้นจะมี 2 ด้าน

- (i) ด้านที่เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ เช่น ใช้อย่างไรให้ยั่งยืน
- (ii) ด้านที่เกี่ยวกับการรับผลกระทบด้านลบ เช่น ภัยพิบัติน้ำท่วม ไฟป่า หมอกควัน ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นชุดความรู้ที่สังกัดอยู่ในประเภท 2 ที่มาของโครงการนี้ก็เนื่องมาจากจุดเจ็บของพื้นที่ทั้ง 13 หมู่บ้าน ในตำบลบ้านขอ ที่มีเขตติดต่อกับจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีไฟป่าเกิดขึ้นในฤดูแล้งอย่างเป็นประจำอย่างต่อเนื่องทุกปี แม้ว่าจะมีหน่วยงานภายนอกเข้ามาสนับสนุนหรือมีกิจกรรมบางอย่างที่ชุมชนได้ดำเนินการมาบ้างแล้ว (เช่น การทำแนวกันไฟ) แต่ก็ดูเหมือนเป็น “การสักแต่จะทำกิจกรรม” แต่ทว่าความเข้าใจของชุมชนในเรื่องสาเหตุและวิธีการป้องกันไฟป่าอย่างเห็นแจ้งแทบตลอดนั้นยังไม่เกิดขึ้น

ในอีกด้านหนึ่ง ผู้นำของชุมชนได้มีโอกาสดำเนินงานวิจัยในเรื่องการป้องกันไฟป่าของตำบลนายาง อำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง ในเวทีที่สมาคมเพื่อการเรียนรู้ป่าชุมชน จังหวัดลำปาง ได้จัดขึ้น และได้รับรู้ถึงชุดความรู้ 8 ชุด ในการจัดการปัญหาเรื่องไฟป่า (มาแบบเป็นแพ็คเกจเลย) เช่น พัฒนาการการเกิดไฟป่าตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน สาเหตุของการเกิดไฟป่า และหมอกควัน การแก้ไขปัญหาล้ำที่สำเร็จและล้มเหลว การฟื้นฟูสภาพพื้นที่ที่เสียหาย การสร้างกลไกการบริหารงาน ฯลฯ ดังนั้นผู้นำชุมชนจึงสนใจที่จะนำชุดความรู้ดังกล่าวมาขยายผลในพื้นที่ 13 หมู่บ้านของตำบลบ้านขอบ้าง โดยผ่านโครงการทำวิจัยแบบ CBR

สำหรับเครื่องมือที่นำมาใช้ในการวิจัยเพื่อการขยายผลนี้ก็จะเป็
เครื่องมือการวิจัยแบบ CBR โดยทั่ว ๆ ไป เช่น การจัดเวทีที่มีเป้าหมายต่าง ๆ
(เช่น เวทีชี้แจงเป้าหมายโครงการ เวทีนำเสนอข้อมูล ฯลฯ) การสร้างเครื่องมือ
การเก็บข้อมูลด้านสภาพของป่า ข้อมูลมูลค่าและการใช้ประโยชน์จากป่า ข้อมูล
ผลกระทบที่เกิดจากไฟป่าและหมอกควัน แต่ทว่าที่น่าสนใจก็คือ มีเครื่องมือ
การวิจัยที่น่าจะมาจากวิถีความเชื่อและวัฒนธรรมของทีมนักวิจัยชุมชน คือ
การใช้หลักพุทธธรรมที่นิยามว่า “ธรรมะคือธรรมชาติ” เป็นเครื่องมือในการ
ดำเนินงานด้วย

บทเรียนที่น่าสนใจจากการขยายผลเชิงความรู้จากงานวิจัยชิ้นนี้ก็คือ
ทั้ง “ตัวความรู้” และ “วิธีการถ่ายทอดความรู้” ในเรื่องไฟป่าและหมอกควันนี้
ที่จะนำมาขยายนั้นต้องมี “อานุภาพพิเศษ” กล่าวคือ มิใช่ “ความรู้
แบบธรรมดา” ที่ “รู้ก็เพื่อรู้” เท่านั้น หากแต่ต้องเป็น “ความรู้ที่สามารถ
เจาะล้วงทะลุทะลวงเข้าไปในระดับสำนึก” หรือเป็นความรู้ที่สร้างผลกระทบ
ได้ถึงระดับปรับเปลี่ยนวิธีคิด/ทัศนคติ/การกระทำต่อเรื่องไฟป่าและหมอกควัน
วิธีคิดดังกล่าวนี้ (ภาษาอังกฤษอาจจะเรียกว่า mindset) ถือว่าอยู่ในความลึก
ระดับ 4 (อยู่กันบึ้ง) ของ “การคิดเชิงระบบ” (system thinking) เลยทีเดียว

ด้วยเหตุนี้ ผู้เขียนจึงคาดเดาว่า ในเวทีเปิดมานของโครงการคือเวที
ชี้แจงรายละเอียดของโครงการนั้น ซึ่งตามปกติแล้วเวทีเปิดตัวโครงการนี้
มักจะทำกันแบบเบา ๆ (เหมือนฉากแรกของหนังจีนกำลังภายใน) แต่ทว่าใน
โครงการนี้เริ่มเวทีเปิดตัวอย่างเข้มข้นจริงจัง โดยทีมนักวิจัยตะลุยจัดเวทีชี้แจง
โครงการลงไปเป็นรายหมู่บ้านทั้ง 13 หมู่บ้าน หมู่บ้านละ 2 ครั้ง (เรียกว่า
บุกถึงตัวและยิงซ้ำ 2 นัด ไม่ให้พลาด) ในแต่ละหมู่บ้านมีกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วม
ประมาณบ้านละ 80 คน

และหลังจากเวทีเปิดตัวโครงการด้วยการชี้แจงเป็นรายหมู่บ้านแล้ว
ในเวทีต่อ ๆ มาไม่ว่าจะเป็นเวทีสร้างเครื่องมือ เวทีรวบรวมข้อมูล เวทีวิเคราะห์
ข้อมูล เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ฯลฯ ในทุกเวทีจะมีผู้เข้าร่วมจากทั้ง 13 หมู่บ้าน
รวม ๆ แล้วไม่ต่ำกว่าเวทีละ 70-80 คน ในแง่มุมมอง “การเปลี่ยนความรู้ให้

ถ้วนทั่ว” ข้อมูลทั้งปริมาณผู้เข้าร่วม หรือการเดินไปพร้อม ๆ กันทั้ง 13 หมู่บ้าน แบบแถวเรียงหน้ากระดานเช่นนี้ น่าจะทำให้ชุดความรู้ที่ต้องการขยายผล มีการแพร่กระจายอย่างถ้วนหน้าและทั่วถึง

ส่วนการออกแบบเนื้อหาความรู้ที่จะขยายผลนั้น (message design) ผู้เขียนค้นพบว่ามียุทธศาสตร์การออกแบบเนื้อหาสาระที่น่าสนใจ เช่น

- นอกจากจะใช้ “กลยุทธ์ทางบวก” ของความรู้ด้วยการระบุว่า “ถ้ามีความรู้เรื่องไฟฟ้า/หมอกควันแล้วจะดี มีประโยชน์อย่างไร” ก็ยังมีการสมทบอีกชั้นด้วย “กลยุทธ์ทางลบ” ของความรู้ คือต้องแสดงให้เห็นว่า “ถ้าขาดความรู้แล้ว จะทำให้เกิดโทษภัยหรืออันตรายอะไรได้บ้าง” กลยุทธ์ทางลบนี้ทางด้านการสื่อสารเรียกว่า “การกระตุ้นให้เกิดความกลัว” (fear arousal) (ซึ่งใช้อยู่เป็นประจำในงานโฆษณาสินค้า)

- ต้องแสดงให้เห็นว่า ความรู้ดังกล่าวนั้น “เพียงแต่ตัวเองรู้เท่านั้น ยังไม่พอ” แต่ต้องให้คนข้าง ๆ (เช่น คนในครอบครัว) ได้รู้ด้วย

- ต้องแสดงให้เห็นว่า “ถึงแม้หมู่บ้านตัวเองจะป้องกันไฟฟ้าได้” แต่หาก “หมู่บ้านอื่นยังขาดความรู้และเกิดไฟฟ้าขึ้น” ก็จะไม่สามารถป้องกันการลุกลามได้ ดังนั้นต้องช่วยให้คนอื่นมีความรู้ด้วย บ้านเราจึงจะปลอดภัย การออกแบบเนื้อหาสาระเช่นนี้เป็นการตอกย้ำให้คนในชุมชนเล่นบทบาทเป็น “อาสาสมัครผู้ขยายผลความรู้” ออกไปแบบแชร์ลูกโซ่นั้นเอง

(2) การขยายผลความรู้ว่าด้วยวิถีวิทยา CBR ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า อีกเสาหลักหนึ่งแห่งความรู้ของงานวิจัย CBR นั่นก็คือ “วิถีวิทยาแบบ CBR” นั่นเอง และโดยทั่วไปโครงการวิจัยทุกโครงการไม่ว่าจะศึกษาในประเด็นอะไร ก็จะได้รับ การติดตั้งชุดความรู้ว่าด้วยวิถีวิทยาแบบ CBR แบบฝังอยู่ในเนื้อในของกระบวนการ (เป็นของแถมไปให้) อยู่แล้ว แต่ตัวอย่างงานวิจัยที่จะยกมาพูดถึงนี้ วิถีวิทยาแบบ CBR จะมีใช้ชุดความรู้ระดับของแถมเท่านั้น หากแต่เป็นชุดความรู้แกนหลักในระดับเป็นวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเลย

งานวิจัยที่ว่านั่น คือ งานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการขยายเครือข่ายมือ การวิจัยเพื่อท้องถิ่นกับนักวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย” (ภาสกร บัวศรี และเอมมิกา ศรีกังวานใจ, 2557) ซึ่งมีเป้าหมายที่อยากจะได้ “ทั้งคน” “ทั้งของ” ในส่วนตัวคนนั้นก็คือ อยากจะสร้างนักวิชาการในสถาบันการศึกษา ท้องถิ่นในพื้นที่วิจัยให้มีความรู้ความเข้าใจในงานวิจัยอีกสายพันธุ์หนึ่ง คือ งานวิจัยแบบ CBR ส่วนในแง่ “ของ” นั่นก็คือ ชุดความรู้ที่ว่าด้วยกระบวนการ ปั้น “คนวิชาการ” ให้มาเป็น “นักวิจัยเพื่อท้องถิ่น” นั่นควรจะเป็นอย่างไร

บทเรียนที่น่าสนใจจากการขยายผลความรู้ว่าด้วยวิถีวิทยา CBR ในกลุ่มเป้าหมายมีประมาณนี้

(i) เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักวิชาการนั้น เป็น “คนมีสังกัด” (อยู่ในสถาบัน) ดังนั้นจึงมีโครงสร้างและกฎกติกามารยาทมากกว่าชาวบ้าน อิสระทั่วไป (เช่น จะทำอะไรต้องขออนุญาตเจ้าสังกัด) และในโครงสร้างของสถาบันก็จะมี “เจ้าที่เจ้าทาง” (เช่น หัวหน้า) รวมทั้งข้อเท็จจริงที่ว่า ความรู้ทางวิชาการแต่ละสาขานั้นก็ต้องมี “ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน” (expert) จาก 2 เหตุผลเรื่องธรรมชาติของตัวคนกลุ่มเป้าหมาย ทำให้กิจกรรมแรกของ โครงการต้องออกแบบให้มีการค้นหา “นักวิชาการภายในสถาบัน” เข้ามา เป็นทีมหรือเป็นคณะที่ปรึกษา ที่จะสนับสนุนทั้งทางด้านการบริหารงาน และการบริหารวิชาการให้ดำเนินต่อไปได้อย่างปลอดภัยตลอดเส้นทาง (ประมาณว่า ไหว้แจ้งเจ้าที่เจ้าทางและอัญเชิญมาประทับทรงในโครงการ)

(ii) ส่วนขั้นตอนการดำเนินงานก็มีส่วนที่เป็น “ข้อเหมือน/จุดร่วม” (common) และส่วนที่เป็น “ข้อแตกต่าง” (difference) จากการติดตั้งความรู้ เรื่องวิธีการวิจัยแบบ CBR ให้กับชาวบ้านที่เป็นทีมวิจัยชุมชน

ส่วนของข้อเหมือนก็คือ กระบวนการเรียนรู้วิถีวิทยา CBR ที่ดีที่สุดนั้นก็จะเป็นไปตามหลักการที่ว่า “อยากจะรู้วาระสชาติของลูกท้อเป็นยังไง ก็มีแต่ต้องลองกัดดูเท่านั้น” ดังนั้นหลังจากที่ได้ค้นหานักวิชาการสาขาต่าง ๆ ที่มีความสนใจงาน CBR แล้ว ทางโครงการก็ให้กลุ่มเป้าหมายเรียนรู้ด้วยการ ลงมือทำโครงการวิจัย CBR ด้วยตัวเองไปเลยตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายทาง

โดยในระหว่างทางนั้น ก็จะมีตัวช่วยที่เป็นคณะที่ปรึกษาและโหนด/พี่เลี้ยงของศูนย์ฯ (ที่มีสถานะเป็นนักวิชาการเหมือนกัน)

ส่วนข้อแตกต่างระหว่างกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักวิชาการกับเป็นชาวบ้านก็คือ ในเรื่องชุดความรู้ว่าด้วยงานวิจัยนั้น ในขณะที่ชาวบ้านจะยังว่างเปล่าในเรื่องนี้ แต่นักวิชาการจะเป็น “พวกคนมีของ” คือมีความรู้เรื่องการวิจัยสายพันธุ์อื่น ๆ เช่น งานวิจัยเชิงวิชาการอยู่แล้ว ดังนั้นการออกแบบเนื้อหาความรู้งานวิจัย CBR จึงต้องเทียบเคียงระหว่างงานวิจัยวิชาการกับงานวิจัยแบบ CBR อยู่เสมอ

(iii) และนอกจากการทำงานกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นตัวนักวิชาการแล้ว ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า นักวิชาการเป็นคนมีสังกัด มีโครงสร้าง มีสถาบัน (เป็นพวกมีชนกติดหลัง) ดังนั้นบทเรียนสำคัญอีกชุดหนึ่งก็คือ ต้องมีรูปแบบการทำงานกับโครงสร้างและสถาบันด้วย เช่น ต้องมีเวทีวิชาการร่วมกับสถาบัน (ทำงานกับนักวิชาการคนอื่น ๆ) ต้องมีการประชุมหารือหรือความร่วมมือกับผู้บริหาร ต้องมีการประชุมจัดทำรายละเอียดความร่วมมือกับสถาบันที่รับผิดชอบ ฯลฯ ทั้งนี้เนื่องจากโครงสร้างและสถาบันนั้นสามารถจะเป็นได้ทั้ง “ปัจจัยสนับสนุน” หรือ “ปัจจัยอุปสรรค” ก็ได้หากจัดการไม่ถูกต้องหรือเหมาะสม

(3) การขยายผลชุดความรู้ว่าด้วย “การบริหารโครงการ” สำหรับในงานวิจัย CBR ที่มีทีมวิจัยเป็นคนจากในชุมชน มักจะมีข้อสังเกตว่า เมื่อชาวบ้านได้เข้ามามีประสบการณ์เป็นนักวิจัย CBR หลังจากจบโครงการแล้ว คนที่ผ่านพิธีพุทธาภิเษก (ภาษาที่ชาวบ้านใช้) งาน CBR มักจะมีความรู้เรื่อง “วิธีการเขียนและบริหารโครงการ” ติดเนื้อติดตัวออกไป และสามารถนำเอาความรู้นี้ไปใช้งานในการเขียนและทำโครงการจากแหล่งสนับสนุนต่าง ๆ ได้ ดังนั้น “ความสามารถในการเขียนและบริหารโครงการ” จึงกลายมาเป็นตัวชี้วัดตัวหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับ “คนวิจัย CBR” และความสามารถนี้สามารถงอกเงยขึ้นมาได้ในตัวคนทำงาน ก็เนื่องมาจาก CBR นั้นมีลักษณะการทำงานแบบ “เป็นโครงการประเภทหนึ่ง” (project-based) มีใช้งานที่ทำไปแบบเป็นกิจวัตรประจำวัน (routine-based)

แม้ว่าชุดความรู้เรื่องการบริหารจัดการโครงการจะมีอยู่แบบแช่แข็งอยู่แล้วในทุกโครงการวิจัย CBR แต่ก็อาจจะอยู่ในแบบ “ฉากหลัง” แต่ทว่าตัวอย่างงานวิจัยที่จะยกมากล่าวถึงนี้ เป็นงานวิจัย CBR ที่พุ่งเป้าไปในเรื่องการพัฒนาขีดความสามารถด้านการบริหารโครงการอย่างชัดเจน

งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนานโยบายและแนวทางการขยายผลเพื่อรองรับสังคมสูงวัยอย่างมีส่วนร่วมของจังหวัดอุบลราชธานี” (กาญจนา ทองทั่ว และคณะ, 2564) ทำงานกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งได้รับการจัดตั้งและสนับสนุนจากสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มนี้มีชื่อว่า “ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมอาชีพผู้สูงอายุ” (ศพ.อส.) ที่มีทั้ง 25 อำเภอ ในจังหวัดอุบลราชธานี สมาชิกทั้งหมดเป็นผู้สูงวัย โดยมี อปท. เป็นเลขานุการ

จุดเจ็บของ ศพ.อส. ก็คือ มีการดำเนินกิจกรรมที่ไม่หลากหลาย ส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่เรารู้จักกันดี คือ โรงเรียนผู้สูงอายุที่ในรอบปีมีการจัดกิจกรรมเพียงหนึ่งหรือสองครั้ง สำหรับการค้นคิดกิจกรรม การดำเนินงาน การบริการจัดการงบประมาณยังต้องรอคอยหน่วยงานรัฐ และแม้จะมีงบประมาณกองทุนของรัฐในหลายหน่วยงานที่กลุ่มสามารถขอรับการสนับสนุนได้ แต่เนื่องจากกรรมกรของ ศพ.อส. ส่วนใหญ่เกิน 70% ไม่รู้จักวิธีการเขียนการทำ และการบริหารโครงการ จึงไม่สามารถจะเข้าถึงแหล่งทรัพยากรดังกล่าวได้

วัตถุประสงค์ของโครงการจึงเป็นการเสริมขีดความสามารถในการบริหารจัดการโครงการให้แก่คณะกรรมการและสมาชิกของ ศพ.อส. แต่ทว่าเงื่อนไขเบื้องต้นก็คือ ก่อนที่จะเข้ามาทำงานระดับในโครงสร้างเช่นนี้ โหนด/พี่เลี้ยงของศูนย์ประสานฯ CBR จังหวัดอุบลราชธานี จำเป็นต้องทำงานขยายผลระดับพื้นที่มาเสียก่อน เพื่อจะได้ส่งมอบทั้งต้นทุนชุดความรู้ในการทำงานประเด็นสังคมสูงวัย และทั้งมีต้นทุนตัวบุคคลที่สนใจและได้เคยมีประสบการณ์การทำงานวิจัย CBR มาแล้ว

การออกแบบการดำเนินงานที่สำคัญก็คือ การประกอบทีมวิจัย ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

- (i) ทีมโหนด/พี่เลี้ยงจากศูนย์ประสานฯ CBR
- (ii) ทีมนักวิชาการในสถาบันการศึกษาท้องถิ่นที่ผ่านงานวิจัย CBR มาแล้ว โดยเล่นบทบาทที่จะช่วยเป็นพี่เลี้ยงประกบอีกด้านหนึ่ง
- (iii) ทีมวิจัยในพื้นที่ ซึ่งประกอบด้วยทีมที่เป็นตัวแทนของชุมชน และทีมหน่วยงานรัฐในระดับพื้นที่

ทั้ง 3 ส่วน จะมีการแบ่งบทบาทหน้าที่กันอย่างชัดเจน แต่ก็มีทีมพี่เลี้ยงของศูนย์ฯ เป็นตัวประสานงานกลางอยู่ตลอดเวลา และการศึกษาเรียนรู้ชุดความรู้เรื่องการบริหารโครงการก็คือ การลงมือปฏิบัติการจริงภายใต้การดูแลและสนับสนุนของโค้ชพี่เลี้ยงนานาประเภทที่ได้กล่าวมานั่นเอง

(4) บทเรียนเล็ก ๆ ของการขยายผลเชิงความรู้ เนื่องจากภารกิจของงานวิจัยทุกประเภทรู้นั้นเป็นภารกิจที่วนเวียนอยู่กับเรื่องสืบค้นความรู้เก่า การสร้างความรู้ใหม่ การทดสอบความรู้ใหม่ การนำความรู้ใหม่ไปใช้ ฯลฯ ดังนั้นในการขยายผลเชิงความรู้รู้นั้นจึงมีบทเรียนต่าง ๆ ให้เก็บเกี่ยวมากมาย ในที่นี้ ขอยกเป็นหนึ่งตัวอย่างสัก 3-4 บทเรียน เช่น

(4.1) ความซับซ้อนของชุดความรู้บางเรื่อง ที่เข้ามาเป็นกำแพงกีดขวางการขยายผลเชิงความรู้ ตัวอย่างเช่น “ชุดความรู้ตัวจิ๊ดเรื่องการจัดทำบัญชีชุมชนประเภทต่าง ๆ” ที่ดูจะเป็นไม้เบื่อไม้เมากับกลุ่มอาชีพรายเล็กและรายย่อยทั้งหลาย ซึ่งไม่คุ้นเคยกับความรู้ประเภทนี้ ตัวอย่างงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพชุมชนในการจัดทำบัญชีตามรูปแบบของสหกรณ์เคหสถานเพื่อรองรับโครงการบ้านมั่นคง กรุงเทพมหานคร” (ณัฐถะปราน คล้ายประสิทธิ์ และคณะ, 2563) ให้ข้อมูลยืนยันข้อความที่กล่าวมา

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยชิ้นนี้ คือ ชุมชน 3 ชุมชน ที่มีกิจกรรมการออมทรัพย์เพื่อสร้างบ้านของตนเองที่อยู่ภายใต้การดูแลของสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (พอช.) กลุ่มเหล่านี้ได้รับการอบรมเรื่องการทำบัญชีมาก่อน จะมารวมกลุ่มทำกิจกรรม แต่ทว่าหลังจากอบรมมาแล้วก็มีอาการกำเริบจากโรคไม้เบื่อไม้เมารื่องบัญชี เริ่มตั้งแต่ตอนอบรมที่สถาบันฯ ก็พอทำได้บ้าง แต่พอกลับมาที่ชุมชนก็กลับทำไม่ได้ไปซะงั้น หรือทำ ๆ ไปได้สักพักก็เริ่ม

ลืมนั่นลืมนี่ หรือพอทำ ๆ ไปก็เริ่มทำแบบไม่ครบเครื่อง ฯลฯ ซึ่งบทสรุปจากปากคำของชาวบ้านมักอยู่ในประโยคที่ว่า “ความรู้ที่เรามียังไม่ละเอียดพอ” เนื่องจากความรู้เรื่องบัญชีมีลักษณะที่สลับซับซ้อน หลายแง่หลายมุมในสายตาของชาวบ้าน

ดังนั้น ทีมวิจัยที่เป็นนักวิชาการด้านบัญชีจึงต้องค้นหา “วิธีการขยายผล” สำหรับชุดความรู้ที่เป็นของแถม เช่น เรื่องบัญชีให้แก่ชุมชน บทเรียนที่ได้มีประมาณนี้

- **ช่วงต้นน้ำ** ทีมวิชาการต้องตรวจอาการของโรคแพทางบัญชีของกลุ่มเป้าหมายอย่างละเอียดว่ามีอะไรบ้าง โดยใช้เครื่องตรวจวัดทั้งหลักการบริหาร 4M (นักบัญชีชุมชน เงินงบประมาณ การบริหารจัดการ และทรัพยากร ที่มีและที่ขาด) รวมทั้งชุดความรู้เรื่ององค์ประกอบต่าง ๆ ของการทำบัญชีชุมชน

- **ช่วงกลางน้ำ** ทีมวิชาการใช้วิธีการติดตั้งความรู้ด้วย “การทยอยผ่อนส่งการบรรยายบวกการมีส่วนร่วมด้วยการลงมือปฏิบัติ” บวกผสมกับวิธีการอื่น ๆ อีกรวม 6 วิธีการ เช่น การศึกษาดูงาน การให้คำปรึกษา (coaching) เป็นต้น

- **ช่วงปลายน้ำ** หลังจากจบการฝึกอบรมที่ช่วยยกระดับความรู้ของ “นักบัญชีชุมชน” ให้สูงขึ้นกว่าเดิมแล้ว โดยให้มีนักบัญชีชุมชนอย่างน้อยชุมชนละ 4 คน (ป้องกันความเสี่ยง) จากระยะของการขยายผลเชิงความรู้เดิมที่ทีมวิชาการได้ทบทวนมา ทางโครงการจึงได้จัดทำให้มี “ที่ปรึกษาทางบัญชีในระดับพื้นที่” เนื่องจากความรู้ที่มีลักษณะเชิงเทคนิคที่ซับซ้อนและมักเกิดปัญหาอยู่เป็นประจำในทางปฏิบัตินั้น จำเป็นต้องมี “อาสาสมัครที่เป็นที่ปรึกษาที่ใกล้ชิดตัว” ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การผลิตโคเนื้อ... จังหวัดมุกดาหาร” (ช่อกลlya ศรีธานี และคณะ, 2565) ที่พบว่าจำเป็นต้องมีการสร้าง “อาสาสมัครระดับพื้นที่” ที่มีการกระจายตัวอย่างทั่วถึง เนื่องจากปัญหาจากการเลี้ยงโคนั้นสามารถเกิดขึ้นได้ตลอด 24 ชั่วโมง และไม่เลือกเวลา โดยอาสาสมัครเหล่านี้สามารถจัดการแก้ไขปัญหา

พวกพื้นฐานและปัจจุบันทันด่วนด้วยการมีชุดความรู้ขั้นปฐมภูมิ ซึ่งเป็นแนวคิดเกี่ยวกับการมี อสม. ในระบบสาธารณสุขพื้นฐานนั่นเอง

(4.2) การสำรวจปัญหาอุปสรรคของการขยายผลเชิงความรู้

ในด้านผู้รับการขยาย ประเด็นนี้เป็นหัวข้อที่งานศึกษาวิจัยเรื่องการขยายผลในต่างประเทศนิยมทำมากที่สุด เพื่อนำผลการวิจัยมาปรับปรุงแก้ไขการออกแบบการขยายผล ข้อค้นพบหลัก ๆ ที่มักจะพบเจอก็จะมีตลอดเส้นทางของการขยายผล เช่น

- ด้านแรกเลยก็คือ ผู้รับการขยายผลไม่ได้รับความรู้ที่จำเป็นหรือเข้าไม่ถึงความรู้ที่ต้องการ ความรู้ที่นำไปขยายผลนั้นมาจากความต้องการของผู้ขยายผลมากกว่าความต้องการของผู้รับการขยายผล ปัญหาด้านแรกนี้พบมากในกรณีการส่งเสริมอาชีพ (ตามใจของฝ่ายส่งเสริม) การส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ (ประเภทของสัตว์ที่ส่งเสริมไม่เหมาะสมกับบริบทพื้นที่) เป็นต้น
- ด้านต่อมาก็คือ การจับคู่ความรู้กับคนรู้ที่ผิดฝาผิดตัว เช่น ในโครงการจัดหาน้ำสะอาดขององค์การระดับโลกได้จัดการฝึกอบรมให้แก่พ่อบ้าน ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วหน้าที่การจัดหาน้ำเป็นหน้าที่ของแม่บ้านหรือโครงการพัฒนามักจะชอบฝึกอบรม “ผู้นำชุมชน” ที่มักจะมีภารกิจรัดตัวจนไม่มีเวลาไปขยายผลต่อ หรือไม่ใช้ “ตัวจริงเสียงจริง” ในประเด็นนั้น ๆ
- ด้านสุดท้ายก็คือ ตัวอย่างเรื่องการฝึกอบรมบัญชีที่ได้กล่าวถึงมาแล้วที่มีการสะดุดกลางคันเป็นระยะ ๆ ที่ทำให้การขยายความรู้ไปไม่ถึงฝั่งฝัน

ตัวอย่างงานวิจัย CBR เรื่อง “กระบวนการขยายผลห่วงโซ่การผลิตโคเนื้อคุณภาพฯ จังหวัดมุกดาหาร” (ช่อกัลยา ศรีธานี และคณะ, 2565) ก็ได้ระบุถึงปัญหาอุปสรรคในการขยายความรู้เรื่องการเลี้ยงโคแพนใหม่กับกลุ่มเกษตรกรผู้ที่เคยเลี้ยงวัวตามแบบประเพณีว่ามักจะมีปัญหาเหล่านี้ คือ



(4.3) เรียนไปอย่างเต็มสูตร แต่เลือกใชเฉพาะที่จำเป็น สำหรับ

ชาวพุทธอาจจะเคยได้ยินอุปมาอุปไมยคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้าที่เปรียบเทียบว่า “ความรู้ในโลกนั้นมีอยู่มากมาย เสมือนใบไม้ที่อยู่ในป่า” แต่เราก็ควรจะสนใจแสวงหาความรู้ที่เป็น “ใบไม้ที่อยู่ในกำมือ” อันหมายถึง “ความรู้ที่ใช้ดับทุกข์/ใช้แก้ปัญหาดได้” ดังนั้นนอกจากจะมีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ แล้ว เราก็ยังควรจะต้องมีความรู้ว่า “จะมีวิธีการเลือกใบไม้ใบไหนมาไว้ในกำมือได้อย่างไร” นี่ก็เป็นชุดความรู้ที่สำคัญอีกชุดหนึ่งของคนทำงาน CBR ที่กำลังทำงานกับ “กลุ่มคนที่ต้องการใช้ความรู้ไปดับทุกข์”

ดังเช่น ในงานวิจัยที่ได้กล่าวถึงมาบ้างแล้วเรื่อง “กระบวนการขยายผลห่วงโซ่การผลิตโคเนื้อ... จังหวัดมุกดาหาร” (ช่อกลยา ศรีขานี และคณะ, 2565) ซึ่งในปี พ.ศ. 2564 ทีมวิจัยได้รวบรวมชุดความรู้เรื่อง “ห่วงโซ่การผลิตโคเนื้อให้มีคุณภาพ” ได้แบบจัดเต็มมี 9-10 ห่วงโซ่ และถือเป็นชุดความรู้ต้นฉบับ/ครบเครื่อง ดังในภาพ



แต่ทว่าในการนำความรู้ชุดนี้ไปใช้ กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเกษตรกรเลี้ยงวัว จำนวน 10 กลุ่ม 130 คน ซึ่งแต่ละคนอาจจะมีปัญหาหนัก-เบาในแต่ละช่วงไม่เหมือนกัน ดังนั้นเกษตรกรแต่ละคนจึงต้องวิเคราะห์สภาพ “ความทุกข์” ของตนเองเสียก่อนว่าอยู่ตรงช่วงไหนบ้าง และเลือก “ความรู้ (ไปไม่ในกำมือ) ของแต่ละช่วงมาดับทุกข์” ของตนเองให้เหมาะสมถูกต้อง

(4.4) การ “สร้าง” ความรู้ต้องใช้เวลา การ “ใช้” ความรู้ก็เช่นกัน และจากงานวิจัยเรื่องการผลิตโคเนื้อ (ช่อกลิ่นยา ศรีชำนาญ และคณะ, 2565) ทีมวิจัยได้ค้นพบแง่มุมของการขยายผลที่มักเป็นกับดักอันใหญ่ กล่าวคือ เนื่องจากทีมวิจัยนี้ได้ทำวิจัยตั้งแต่ขั้นตอน “การสร้างความรู้ใหม่เรื่องกระบวนการผลิตโคเนื้อให้มีคุณภาพ” ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563-2564 เป็นต้นมา โดยการผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาการเลี้ยงโคแบบดั้งเดิมเข้ากับความรู้แบบใหม่ที่เป็นวิชาการจากภายนอก ในขั้นตอนการสร้างความรู้นี้ ทีมวิจัยค้นพบเคล็ดลับว่าต้องมีตัวช่วยที่เป็นปัจจัยเสริมสำคัญ 2-3 ตัว ในกระบวนการสร้างความรู้ใหม่

ตัวช่วยแรกก็คือ ต้องมีการทดลองปฏิบัติซ้ำแล้วซ้ำอีก (หลักการนี้ นักวิทยาศาสตร์ในห้องทดลองซาบซิงดี เช่น กว๋าที่จะแสวงหาและค้นพบวัสดุที่ทำให้เกิดแสงสว่างในหลอดไฟฟ้านั้น ต้องทดลองซ้ำ ๆ นับเป็นหลายพันครั้ง) ตัวช่วยที่สองก็คือ ต้องมีผู้เชี่ยวชาญคอยช่วยระดับประคองตลอดเส้นทาง (โดยเฉพาะในส่วนของความรู้ใหม่จากภายนอก) และปัจจัยที่สามก็คือ กระบวนการนี้ต้องใช้เวลาในการลองผิดลองถูก ต้องทำ PDCA หลายต่อหลายรอบ มีใช้กิจกรรมแบบม้วนเดียวจบ

แต่ในช่วงการขยายผลนั้น มักจะเกิดกับดักทางความคิดของกลุ่มผู้รับการขยายผลว่า “การนำเอาความรู้ไปใช้นั้น จะเป็นแบบม้วนเดียวจบ” ดังนั้น บางครั้งเมื่อทดลองนำความรู้ใหม่ไปทดลองใช้เพียงครั้ง สองครั้งแล้วไม่ได้ผล ก็จะถูกเลิกไปเลย (หากเป็นภาษาการแพร่พันธุ์กรรมของโรเจอร์สก็คือ ไปไม่ถึงขั้น “ยืนยันการใช้” (confirmation)) ยาแก้กับดักทางความคิดของการขยายผลดังกล่าวก็คือ ต้องฉีควัคซีนป้องกันด้วยวิธีการนำเสนอแบบแพ็คเกจ คือ ทั้งตัวชุดความรู้ใหม่ (product) และกระบวนการได้มาซึ่งความรู้ใหม่ (process) ซึ่งต้องใช้การปฏิบัติซ้ำไปซ้ำมาหลายครั้งและใช้เวลาพอสมควร (เรื่องเปิดปูปิดปิบในการขยายผลนั้นน่าจะเป็นนิทานหลอกผู้ใหญ่มากกว่า)

(4.5) ส่องการขยายผลด้วยเลนส์ KM ผู้เขียนได้กล่าวมาแล้วถึงความสัมพันธ์และการเล่นบทบาทระหว่าง “ผู้ขยายผล” กับ “ผู้รับการขยายผล” ว่ามิใช่ความสัมพันธ์แบบทางเดียว (คือ ความรู้ไหลจากผู้ขยายไปสู่ผู้รับการขยายทางเดียวเท่านั้น) และมีใช้การเล่นบทเดียวอย่างตายตัว (ใครเป็นผู้ขยายก็เล่นอยู่บทเดียว ผู้รับการขยายผลก็เช่นกัน) หากแต่ในแวดวง CBR การขยายผลนั้นมีลักษณะความรู้ไหลแบบสองทางกลับไปกลับมา และมีการสลับสับเปลี่ยนบทบาทการเล่นกันด้วย

นี่ก็หมายความว่า ในกลุ่มผู้รับการขยายผลนั้น หลังจากได้ความรู้จากผู้ขยายผลมาแล้วในรอบแรก ในลำดับต่อมา ผู้รับการขยายผลก็อาจจะมีการประยุกต์ดัดแปลง ต่อเติม ตัดทอนตัวความรู้ที่ได้มาให้มีหน้าตา

แปลกใหม่ออกไป ปรากฏการณ์เช่นนี้ นักวิชาการด้านนวัตกรรม เช่น E. Rogers ก็ได้ค้นพบเช่นกัน และตั้งชื่อกระบวนการในขั้นตอนนี้ว่า “re-innovation” (การประดิษฐ์ใหม่อีกครั้ง)

ดังนั้น หากนำเอาเลนส์ “การจัดการความรู้” (Knowledge Management: KM) มาส่องดูการขยายผลในงานวิจัย CBR ก็พบว่า **“ตัวคนที่จะรู้”** ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายผู้ขยายผลหรือผู้รับการขยายผล สามารถจะเล่นได้หลายบทบาทในเรื่อง “ความรู้” ตั้งแต่เป็นผู้สร้างความรู้ ผู้รับการถ่ายทอดความรู้ ผู้ดัดแปลงความรู้ ผู้นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ ผู้ทดสอบความถูกต้องของความรู้ ฯลฯ

และนี่ก็นำมาสู่รูปแบบพิเศษของกระบวนการขยายผลเชิงความรู้ของ CBR คือ นอกจากจะขยาย “ตัวความรู้” ไปยังกลุ่มผู้รับแล้ว ต้องแถม “อุปกรณ์เสริม” (accessory) คือ “กระบวนการสร้าง/เสริม/ดัดแปลง ฯลฯ จัดการกับความรู้” แนบไปด้วยพร้อมกัน

ตอนที่ 3.5

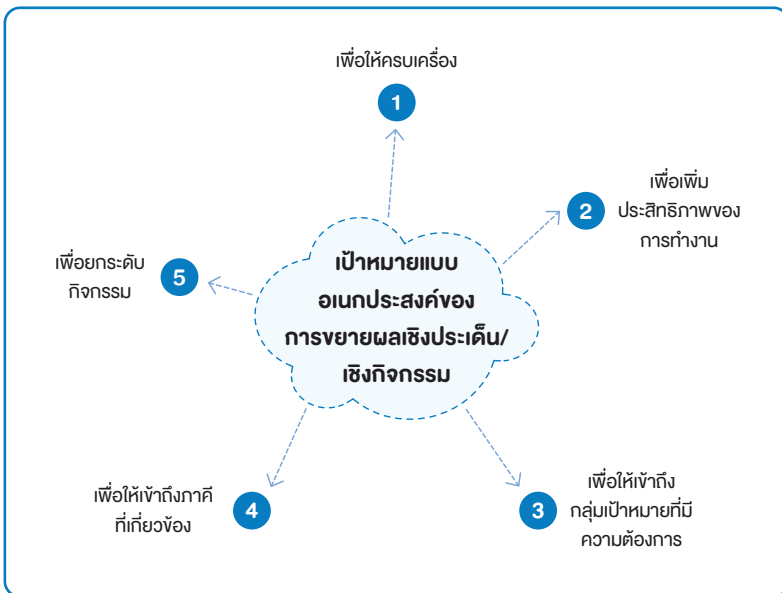
การขยายผลเชิงประเด็น/กิจกรรม

ในมิติของการขยายผลเชิงประเด็นหรือกิจกรรมนี้ (ทั้ง 2 ตัวแปร มักจะเกิดขึ้นควบคู่กัน เช่น หากมีการขยายประเด็นก็มักจะมีการเพิ่มกิจกรรม แต่ก็อาจมีกรณีที่มีการเพิ่มกิจกรรม แต่ยังคงอยู่ในประเด็นเดิมก็ได้) จะเป็นมิติการขยายผลที่ปลดลือกเรื่อง **“ตัวคน/กลุ่มคน”** (อาจจะขยายในคนกลุ่มเดิมหรือเปลี่ยนเป็นคนกลุ่มใหม่ก็ได้) ปลดลือกเรื่อง **“พื้นที่”** (จะเป็นการขยายประเด็น/กิจกรรมในพื้นที่เดิมหรือพื้นที่ใหม่ก็ได้)

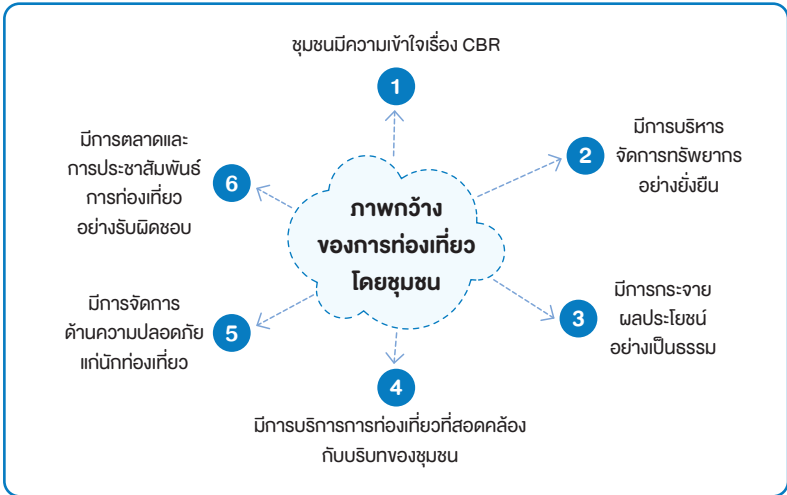
และจากบทเรียนของงานวิจัย CBR ในเรื่องการขยายผลเชิงประเด็น/กิจกรรมนี้ อาจจะมีเหตุผลที่มาจากทั้งทางลบหรือจากปัจจัยผลักดัน (pushing factor) เช่น ขยายผลเพื่อแก้ข้อจำกัดของวิธีการทำงานแบบเดิม แก้ไขวิธีการทำงานที่ไม่มีคุณภาพ หรืออาจจะมีที่มาจากเหตุผลทางบวกหรือจากปัจจัย

ดึงดูด (pulling factor) เช่น ต้องการขยายให้ถึงกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง ต้องการ
สร้างสรรค์โอกาสใหม่ ๆ ต้องการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม เป็นต้น

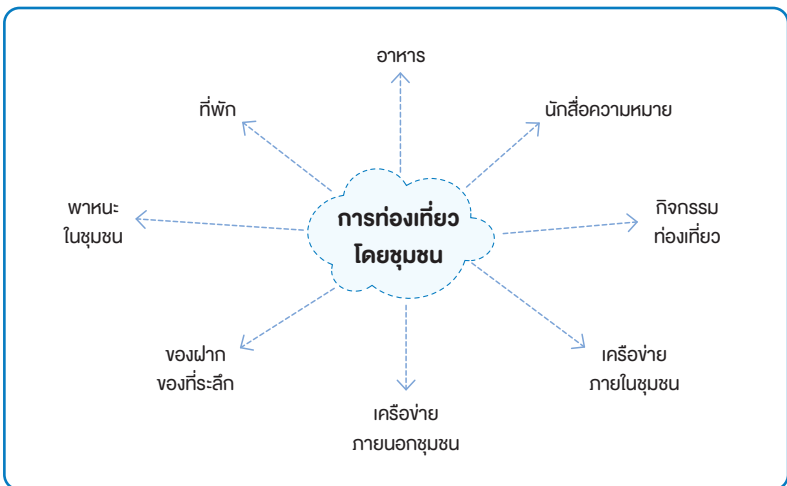
ดังนั้น เป้าหมายของการขยายผลเชิงประเด็น/กิจกรรมจึงมีลักษณะ
อเนกประสงค์ (multi-purpose) ในที่นี้จะยกตัวอย่างงานวิจัย CBR ที่มีการ
ขยายประเด็น/กิจกรรมเพื่อเป้าหมายต่าง ๆ สัก 4-5 กรณี ดังนี้



(1) การขยายประเด็น/กิจกรรมเพื่อให้ครบเครื่อง มีประเด็นการวิจัย
CBR บางประเด็นที่ต้องทำให้ครบเครื่องแบบผัดกะเพรา เช่น ประเด็นเรื่อง
การท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งนี้เนื่องจากเรื่อง “การท่องเที่ยว” แม้แต่แบบ
ธรรมดาก็มีลักษณะเป็น “กิจการร่วมของหลาย ๆ กิจการย่อย” (composite
business) อยู่แล้ว ยิ่งเป็น “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” (Community-Based
Tourism: CBT) (เน้นคำว่า “โดย” ไม่ใช่ “การท่องเที่ยวในชุมชน หรือการ
ท่องเที่ยวเพื่อชุมชนเฉย ๆ”) ก็ยิ่งต้องมี “องค์ประกอบที่ครบเครื่อง” เช่น
ในภาพกว้าง ๆ ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนก็ต้องมีองค์ประกอบย่อย ดังนี้



และหากขยายภาพสิ่งต่าง ๆ ที่กลุ่มผู้รับผิดชอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องบริหารจัดการ ซึ่งหากจะให้ “ครบเครื่อง” ก็ต้องมีอย่างน้อย 8 ด้าน ดังในภาพ ซึ่งหากขาดด้านใดด้านหนึ่งไป ก็จะไม่ “ถึงเครื่อง” หรืออาจจะไม่ใช่ “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” แต่กลายเป็น “การท่องเที่ยวในชุมชน” หรือ “การท่องเที่ยวเพื่อชุมชน” ไป



ตัวอย่างงานวิจัย CBR ที่มีการขยายผลด้านกิจกรรมเพื่อให้ครบเครื่อง ก็เช่น งานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยว ชุมชนเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ตำบลบึงเจริญ อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์” (อุทิศ ทาหอม และคณะ, 2564) ในพื้นที่ศึกษานั้น ในปี พ.ศ. 2563 ทีมวิจัยได้ดำเนินการวิจัยเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วยความร่วมมือกับภาคีภาคส่วนต่าง ๆ ที่เป็นหน่วยงานรัฐท้องถิ่น เช่น เทศบาลตำบล แต่เนื่องจากเป็นงานในระยะเริ่มต้น ในปีต่อมาคือปี พ.ศ. 2564 ชุมชนจึงได้จัดเวทีพูดคุยกันว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ดำเนินการนั้นยังไม่ครบเครื่อง (อย่างน้อยเมื่อดูตามเกณฑ์ 8 ด้าน ที่ได้กล่าวมา) ดังนั้นในงานวิจัยขยายผลในปี 2564 จึงเป็นการเติม “ส่วนประกอบย่อยต่าง ๆ” ที่ยังเป็นช่องโหว่อยู่ เช่น การพัฒนาสินค้าของฝาก/ของที่ระลึก การพัฒนาศักยภาพของนักสื่อความหมาย/มัคคุเทศก์ การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มในการจัดทำภาพยนตร์สั้นเพื่อการประชาสัมพันธ์ การพัฒนากิจกรรมประเพณีท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เป็นต้น

(2) การขยายกิจกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงาน ตัวอย่างงานวิจัยที่จะยกมากล่าวนี้จะมี 2 ตัวอย่าง ตัวอย่างแรกเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อเป้าหมายเชิงพาณิชย์ และตัวอย่างที่สองเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อเป้าหมายเชิงสังคม

(ก) งานวิจัยที่ขยายกิจกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน
โดยมีเป้าหมายเชิงพาณิชย์ ได้แก่ งานวิจัยเรื่อง “การขยายการปลูกข้าวเพื่อการผลิตข้าวหอมทองที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ตำบลนิคมพัฒนา อำเภอโนนสัง จังหวัดหนองบัวลำภู” (กฤตยา วรจิตร์ และจิระพงษ์ อัมไพษา, 2564) ทีมวิจัยและกลุ่มเป้าหมายเป็นสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจข้าวฮางหอมทองบ้านโคกสะอาดที่ตั้งขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 จากการสนับสนุนของหน่วยงานรัฐด้านการพัฒนาในท้องถิ่น ข้าวฮางหอมทองเป็นข้าวกล้องชนิดหนึ่งที่เกิดมาจากวัตถุดิบคือข้าวหอมทองมะลิ ผ่านกรรมวิธีนี้ก่อนจะนำไปสีเป็นข้าวสาร

ทำให้สามารถรักษาคุณค่าทางโภชนาการและคุณภาพของข้าวได้ดีกว่าขั้นตอนการสีข้าวทั่วไป

กิจกรรมของกลุ่มเจริญก้าวหน้ามาอย่างดีโดยไม่มีปัญหาด้านการตลาด (เนื่องจากมีตลาดลูกค้าสำคัญคือผู้ป่วยโรคเบาหวานในโรงพยาบาลระดับตำบล) แต่กลับเกิดมีปัญหาคือที่ห่วงโซ่อุปทานที่ต้นทางคือด้านการผลิต เนื่องจากไม่มีวัตถุดิบคือข้าวหอมทองมะลิที่มากพอต่อการผลิต

ดังนั้น กิจกรรมในโครงการวิจัยนี้จึงเป็นการขยายกิจกรรมการผลิตข้าวหอมทองมะลิทั้งในกลุ่มสมาชิกเดิมให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ให้ผลผลิตได้มากขึ้น และในอีกทางหนึ่งก็คือการขยายผู้สนใจปลูกข้าวหอมทองมะลิในหมู่บ้านอื่น ๆ ที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง ทีมวิจัยชุมชนดำเนินกิจกรรมวิจัยแบบพื้นบ้าน คือ ให้กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดเข้าร่วมทดลองปฏิบัติการไปพร้อม ๆ กัน โดยได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณและอุปกรณ์จาก อบต.นิคมพัฒนา ผลการวิจัยได้ผลผลิตทั้งที่เป็น “ของ” คือผลผลิตข้าวหอมมะลิเพิ่มปริมาณมากขึ้น และได้ทั้ง “คน” คือได้สมาชิกผู้ผลิตรายใหม่เพิ่มขึ้นอีกเท่าตัว

(v) งานวิจัยที่ขยายกิจกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อการจัดสวัสดิการชุมชนให้ดีขึ้น ได้แก่ ตัวอย่างงานวิจัยเรื่อง “การจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ตำบลบ้านกุ่ม อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” (นิพนธ์ คำสวด และคณะ, 2564) งานวิจัยชิ้นนี้มีความน่าสนใจตั้งแต่หัวข้อที่วิจัย ซึ่งเป็นประธานชมรมผู้สูงอายุ ตำบลบ้านกุ่ม (งานนี้อีหนูไม่ต้อง ยายทำเอง!!) ที่พาทีมวิจัยทั้ง 18 ชีวิต ซึ่งมาจากทั่วสารทิศของชุมชน ตั้งแต่กลุ่มพัฒนาต่าง ๆ (เช่น ประธานชมรมลูกหลานนายขนมต้ม) กลุ่มวิสาหกิจ หน่วยงานรัฐท้องถิ่น ครู อสม. ผู้อำนวยการ รพ.สต. เป็นต้น (ยายทำเอง แต่ก็ต้องมาช่วยยายด้วย!!!) ซึ่งองค์ประกอบของทีมวิจัยนั้นสะท้อนให้เห็นถึงวิธีการทำงานเรื่องสังคมสูงวัยว่า “เรา (คนแก่และคนไม่แก่) จะก้าวไปด้วยกัน”

จุดเจ็บของงานวิจัยเริ่มมาจากการที่มีกลุ่มและองค์กรต่าง ๆ ในชุมชน (ของคนที่ยังไม่แก่) ได้ดำเนินงานสนับสนุนชมรมผู้สูงอายุมาโดยตลอด เนื่องจากตำบลที่ศึกษามีจำนวนผู้สูงอายุถึง 852 คน แต่มีสมาชิกชมรมมาเพียง 350 คน (ไม่ถึงครึ่ง) และแม้จะมีความปรารถนาดีเพียงใด แต่วิธีการทำงานของกลุ่มคนไม่แก่นั้น ก็ยังมีจุดอ่อนอยู่ 3 จุด คือ

- ทำงานแบบ “คิดเอาเองว่า” คนแก่จะต้องการอะไร (ไม่ได้ใช้ข้อมูลสำรวจความต้องการ)
- ทำงานแบบ “ทำให้คนแก่”
- ทำงานแบบ “สูตรเดียวกับคนแก่ทุกกลุ่ม”

ผลจากการทำงานด้านผู้สูงอายุที่ยังมีจุดอ่อน 3 จุดดังกล่าว ทำให้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นไม่เป็นที่น่าพอใจ เริ่มตั้งแต่จำนวนผู้สูงอายุที่เข้ามาร่วมกิจกรรมมีน้อยมาก รวมทั้งกิจกรรมพวกฝึกอบรมอาชีพทั้งหลายก็ไม่ตอบโจทย์ของผู้สูงอายุ จากการวิเคราะห์จุดอ่อนของการทำงานที่ผ่านมา ทีมวิจัย (นำทีมโดย สว.) จึงเริ่มแก้มือด้วยการคลี่คลายจุดอ่อนทั้ง 3 จุด เริ่มต้นตั้งแต่จุดอ่อนที่ 2 ซึ่งรอบนี้ ผู้สูงอายุจะมาทำงานวิจัยเพื่อค้นหาคำตอบด้วยตัวเองโดยมีกลุ่มคนยังไม่แก่เล่นบทเป็นทีมสนับสนุนบนฐานความเชื่อที่มีต่อผู้สูงอายุที่ว่า “คนแก่นั้นมีทั้ง**ด้านที่ขาด** (เช่น กำลังกาย/สุขภาพ) และ**มีด้านที่มีศักยภาพ** (เช่น ประสบการณ์ชีวิต ทักษะและความรู้ความชำนาญ)”

ต่อจากนั้น ทีมวิจัยก็คลายจุดอ่อนเรื่อง “สูตรเดียวกันสำหรับคนแก่ทุกกลุ่ม” ด้วยการแยกแยะประเภทของผู้สูงอายุเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกเป็นกลุ่มที่ดูแลตัวเองได้และยังสามารถช่วยเหลือผู้อื่นได้ กลุ่มที่สองเป็นกลุ่มที่ช่วยเหลือตัวเองได้น้อย และกลุ่มที่ 3 เป็นกลุ่มที่ไม่สามารถดูแลตัวเองได้ ทีมวิจัยก็เริ่มต้นสร้างความเข้มแข็งให้แก่กลุ่ม สว. กลุ่มแรก เพื่อไปช่วยเหลือกลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 3 ต่อไป

ในส่วนการคลี่คลายจุดอ่อนจุดแรก คือ “วิธีการทำงานแบบคิดเอาเอง/คิดแทนผู้สูงอายุ” ทีมวิจัยก็ได้ใช้จุดแข็งของ “การเป็นโครงการวิจัย” คือ การทำงานบนฐานข้อมูล ทีมวิจัยจึงได้เก็บข้อมูลสำรวจความต้องการของ

กลุ่มเป้าหมาย และแม้จะได้ทราบผลว่ากลุ่มผู้สูงอายุมีความต้องการใน 3 ด้าน คือ การพัฒนาอาชีพ-เศรษฐกิจ ด้านสุขภาพ และด้านข้อมูลข่าวสาร หากทว่าจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำงานกับผู้สูงอายุ ที่มิวิจัยก็ได้เรียนรู้ว่า แม้แต่วิธีการทำงานด้านส่งเสริมอาชีพ ด้านการฝึกอบรม ฯลฯ สำหรับผู้สูงอายุ ก็จะมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างไปจากกลุ่มบุคคลทั่ว ๆ ไป

ผลการวิจัยจึงได้ค้นพบว่า รูปแบบกิจกรรมที่ทางทีมวิจัยคิดว่า ชมรมผู้สูงอายุพอจะดำเนินการได้จะขยายรูปแบบออกเป็น 4 รูปแบบ คือ

(i) **กิจกรรมที่ชมรมคิดเองทำใหม่** เช่น กิจกรรมเยี่ยมบ้าน ผู้สูงอายุที่ยากลำบาก กิจกรรมปลูกข้าวนาแปลงรวม กิจกรรมระดมทุนทอดผ้าป่า ชมรมผู้สูงอายุ เป็นต้น

(ii) **กิจกรรมที่มีอยู่แล้ว แต่เข้าไปต่อยอด** ทำให้ดีขึ้นหรือน่าสนใจมากขึ้น เช่น กิจกรรมสร่งน้ำพระธาตุ กิจกรรมการออกกำลังกาย เป็นต้น

(iii) **กิจกรรมที่มีอยู่แล้วแต่เข้าไปช่วยเสริม** เช่น กิจกรรมประเพณีรดน้ำดำหัว กิจกรรมจิตอาสาตัดผมผู้สูงอายุ เด็ก และคนพิการ เป็นต้น

(iv) **กิจกรรมที่เข้าไปมีส่วนร่วมในการเป็นปากเป็นเสียงให้** ผู้สูงอายุ เช่น การเข้าร่วมประชุมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

(3) การขยายกิจกรรมเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการ (target in need) ในช่วงเวลาที่เกิดวิกฤตการณ์โควิด-19 นับว่าเป็นช่วงเวลาที่ทำให้ทลายขีดความสามารถของบรรดาทีมวิจัยชุมชนของ CBR อย่างมากว่า จะสามารถตอบรับปรับตัวกับวิกฤตการณ์ครั้งใหม่ได้อย่างไร ตัวอย่างเช่น ทีมวิจัยสมาคมชาวประมงพื้นบ้าน จังหวัดปัตตานี ที่ได้สู้ศึกครั้งใหญ่ ๆ และยาวนานมาเป็นเวลากว่าสิบปีด้วยอาวุธหลักคืองานวิจัย CBR ตั้งแต่ปัญหาเรือประมงพาณิชย์จับปลาแบบผิดกฎหมายในช่วงทศวรรษ 2520 เรื่อยมา จนกระทั่งถึงยุคพัฒนาและเพิ่มพูนมูลค่าด้วยการแปรรูปผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ

จนกระทั่งเมื่อเกิดโรคระบาดโควิด-19 ทำให้คนหนุ่มสาวรุ่นลูกหลานที่เคยออกไปทำงานนอกชุมชน (เช่น ไปทำงานในร้านอาหารที่ประเทศมาเลเซีย) ต้องออกจากงานและกลับมาอยู่บ้าน ชุมชนจึงจำเป็นต้องสร้างงานใหม่เพื่อ

หารายได้เลี้ยงแก่คนหนุ่มสาวผู้เป็นลูกหลานเครือญาติ แต่เนื่องจากคนกลุ่มนี้ ออกจากบ้านไปนานแล้ว ดังนั้นจึงไม่มีต้นทุนในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ทุนความรู้ในการทำประมง ทุนด้านวัตถุ/เศรษฐกิจ (เช่น เรือหาปลา อุปกรณ์จับปลา) ดังนั้นโจทย์วิจัยของกลุ่มสมาคมประมงพื้นบ้าน จังหวัดปัตตานี ที่มีความเข้มแข็งมายาวนานจึงถูกท้าทายว่าจะสร้างอาชีพใหม่อะไรที่เรียกร่อง ทุนที่น้อยที่สุดสำหรับกลุ่มผู้มีความเดือดร้อนกลุ่มใหม่นี้ เช่น หากจะต่อยอด กิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากทะเล จะเลือกผลิตภัณฑ์ประเภทใดที่ยัง หลงเหลือตกค้างอยู่ (เพราะการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารทะเลมีการดำเนินการ มานานแล้ว) จะมีวิธีการแปรรูปอย่างไร เป็นต้น ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาการเพิ่มมูลค่ากุ้งหอยแดงเพื่อการสืบสานคุณค่าการทำประมง อย่างยั่งยืน” (อัสมาวีเย มะสะนิง และคณะ, 2565) ซึ่งทางโครงการได้เลือก แปรรูป “กุ้งหอยแดง” ที่เคยเป็น “กุ้งนอกสายตา” ของการแปรรูปมาเป็น วัตถุดิบของงานวิจัย

อีกตัวอย่างหนึ่งเป็นงานวิจัยที่แสดงให้เห็นการต่อมือแห่งสวัสดิการ ให้ยาวออกไปเพื่อให้ “คนที่มีอสังหาริมทรัพย์” สามารถเอื้อมถึง ได้แก่ งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนากระบวนการสร้างกันชนทางเศรษฐกิจของครัวเรือนกลุ่มผู้มีรายได้น้อย โดยกองทุนหมู่บ้านปากข้าวสาร หมู่ 1 ตำบลไผ่ลิง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” (วนิดา ด้านชัยสิทธิ์ และคณะ, 2565) โดยมีทีมวิจัยที่ประกอบด้วยโหนด/ ที่เลี้ยง CBR จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และคณะกรรมการของกองทุนหมู่บ้าน ปากข้าวสาร

สำหรับประวัติของกองทุนหมู่บ้านปากข้าวสารที่ก่อตั้งมาเมื่อปี พ.ศ. 2550 นับว่ามีโปรไฟล์ประวัติการทำงานที่ดีมาตลอดในช่วงระยะเวลา สิบกว่าปีที่ผ่านมา กองทุนมีสมาชิกราว 400 คน มีเงินหมุนเวียนประมาณ 2 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม ทางคณะกรรมการกองทุนฯ ก็ได้ทบทวนว่า ความช่วยเหลือในด้านการออมและการกู้ยืมของกองทุนฯ นั้นยังไม่สามารถ เปิดโอกาสให้คนที่ไม่มีรายได้น้อย และมีการดำเนินชีวิตที่ยากลำบากที่สุดเข้าถึงได้ อันเนื่องมาจากกำแพงหลาย ๆ ชั้นของตัวกองทุนเอง เช่น เงื่อนไขที่ว่า

ต้องเป็นคนที่ย่อมอย่างสม่ำเสมอได้จึงจะสมัครเป็นสมาชิกและมีสิทธิกู้เงินจากกองทุนได้ ดังนั้น คนที่ยากจนมากจนถึงระดับที่ไม่สามารถจะยอมอย่างสม่ำเสมอได้ “จึงเป็นผู้ไม่มีสิทธิที่จะเป็นสมาชิกของกองทุนฯ” และนี่คือโจทย์วิจัยของโครงการว่าจะเอื้อมมือแห่งความช่วยเหลือออกไปให้ยามากขึ้นได้อย่างไร จะขยายบทบาทของกองทุนฯ ในการช่วยเหลือผู้ที่เดือดร้อนอย่างแท้จริงได้อย่างไร

ทีมวิจัยใช้วิธีการแบบ CBR คือการเก็บข้อมูลและการทดลองปฏิบัติการเพื่อตอบโจทย์ที่ตั้งไว้ ข้อค้นพบสำคัญ ๆ เกี่ยวกับการขยายกิจกรรมในหลาย ๆ ด้านของกองทุน ก็เช่น

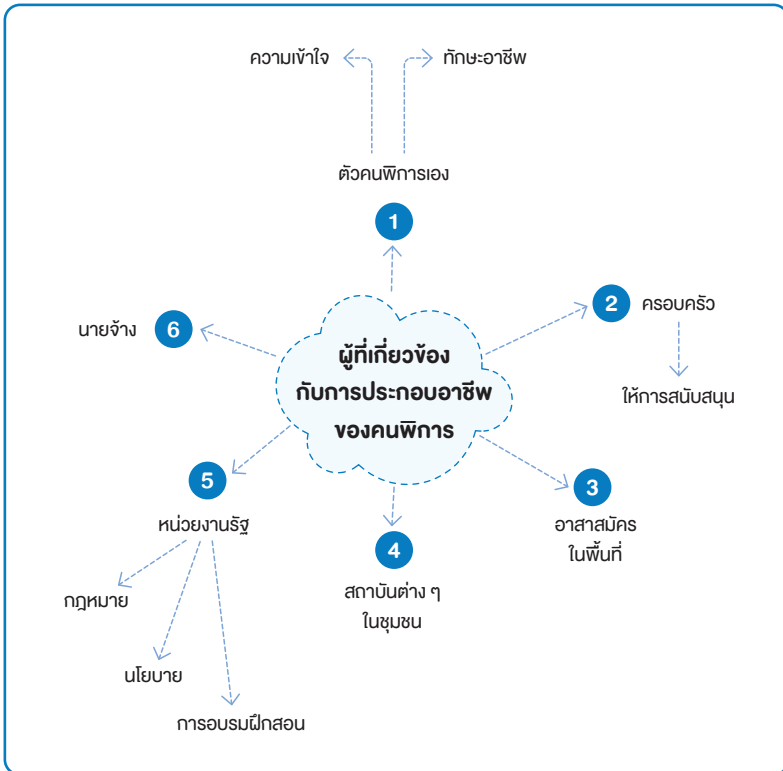
(ก) ต้องปรับวิถีคิด (mindset) ที่ส่งผลไปถึงรูปแบบการช่วยเหลือผู้ที่เดือดร้อนของคณะกรรมการกองทุนเสียก่อน จากเดิมที่เน้นการช่วยเหลือแบบสงเคราะห์เป็นครั้งคราว (เช่น แจกข้าวสาร อาหารแห้ง) ต้องปรับเปลี่ยนมาสร้างกระบวนการเรียนรู้ (ให้ปัญญาแทนให้สิ่งของ) ให้ผู้เดือดร้อนเรียนรู้การแก้ปัญหาด้วยตนเองด้วยการใช้ข้อมูลและออกแบบการแก้ปัญหาให้เหมาะสมกับตัวเอง

(ข) ต้องเพิ่มบทบาทของกองทุนจากเดิมที่ทำเพียงแค่รับฝากเงินแล้วก็ปล่อยเงินกู้ บทบาทใหม่ ๆ และกิจกรรมใหม่ ๆ ที่กองทุนต้องกระทำเพื่อให้เข้าถึงผู้ที่เดือดร้อนอย่างถึงที่สุด ก็เช่น ต้องสนับสนุนความรู้ในการประกอบอาชีพ ต้องแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ในการออมเงินสำหรับผู้ที่มียรายได้ไม่สม่ำเสมอ (ซึ่งผลจากการทดลองรูปแบบใหม่นี้ได้ผลอย่างยิ่ง) ต้องมีระบบติดตามประเมินผลการดำเนินงานของกลุ่มผู้มีรายได้น้อย และต้องสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชนและกลุ่มผู้มีรายได้น้อยเอง

(ค) นวัตกรรมที่เกิดขึ้นในโครงการ คือ รูปแบบการออมอย่างมีเป้าหมายของกลุ่มผู้มีรายได้น้อยไม่สม่ำเสมอ (เช่น ออมเพื่อไปซื้อรถซาเล้งของตัวเอง) มีความสามารถออมเท่าไรก็ฝากออมเท่านั้น และสามารถจะกู้จากเงินฝากของตนเองโดยไม่ต้องมีคนค้ำประกันการกู้ยืม เป็นต้น

และหลังจากจบโครงการ ทีมวิจัยได้นำผลการวิจัยไปเผยแพร่ต่อกองทุนอื่น ๆ ในชุมชนเพื่อขยายผลบทเรียนที่ได้ค้นพบต่อไป

(4) การขยายกิจกรรมเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มภาคีที่เกี่ยวข้อง ตัวอย่างงานวิจัยที่ชัดเจนในกรณีนี้ ได้แก่ งานวิจัยชุดการเสริมพลังคนพิการในการประกอบอาชีพของศูนย์ประสานงาน CBR (ที่เลี้ยง-โหนด) เพื่อพัฒนาคนพิการจังหวัดนครราชสีมา จากผลการทำงานที่เกาะติดอยู่ประเด็นดังกล่าวมาอย่างยาวนาน ทำให้ทีมวิจัยได้ข้อสรุปว่า ในการประกอบอาชีพของคนพิการนั้นต้องการเงื่อนไขพิเศษที่มากกว่าการประกอบอาชีพของคนทั่วไป กล่าวคือต้องอาศัยความเข้าใจและความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 6 กลุ่มด้วยกัน ดังนี้



จากเงื่อนไขด้านผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 6 ด้าน จุดเริ่มต้นก็ต้องเรียงไปตามลำดับหมายเลข ดังนั้นในระยะเริ่มแรก โหนด/พี่เลี้ยงของชุดโครงการนี้จึงเริ่มต้นทำงานกับตัวคนพิการและครอบครัวก่อน ตามหลักการ “ต้องเข้มแข็งจากภายใน” (strengthen from within) กล่าวคือ ต้องให้ตัวคนพิการและครอบครัวเชื่อมั่นในศักยภาพที่จะประกอบอาชีพของคนพิการก่อนเป็นอันดับแรก ต่อจากนั้นทางศูนย์ประสานฯ CBR ก็ได้ทำวิจัยขยายมาสู่ผู้ที่เกี่ยวข้องส่วนอื่น ๆ เช่น การสร้างอาสาสมัครในพื้นที่เพื่อหนุนช่วยคนพิการในการประกอบอาชีพ การสร้างความเข้าใจกับสถาบันต่าง ๆ ในชุมชน เช่น วัด กลุ่มอาชีพต่าง ๆ

และในช่วงท้าย ๆ ของชุดโครงการ ทางศูนย์ประสานฯ ก็ได้ทำวิจัยเพื่อขยายกิจกรรมออกมาสู่ภาคีข้างนอก เช่น โครงการขยายผลงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นสู่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับพื้นที่เขตอำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา (ถวิล ตรีวรปรัชญ์, 2556) ที่เน้นการนำเสนอผลงานวิจัยที่นำมาตั้งแต่อดีตให้กับหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์กรบริหารส่วนตำบล โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ฯลฯ เพื่อให้ภาคีที่เกี่ยวข้องเหล่านี้ได้มีพื้นฐานข้อมูลเกี่ยวกับคนพิการ และได้มีส่วนสนับสนุนให้คนพิการได้เข้าถึงสิทธิต่าง ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด เป็นต้น หรือหัวข้อข้อสุดท้ายคือกลุ่มนายจ้าง เช่น งานวิจัยเรื่อง “การสังเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพคนพิการมาตรา 33 และ 35 ของเครือข่ายมูลนิธิเพื่อพัฒนาคคนพิการและขยายผลสู่คนพิการกลุ่มการจ้างงาน จังหวัดนครราชสีมา” (ภิรณันต์ สาวิกัน, 2566) เป็นต้น

(5) การขยายกิจกรรมเพื่อยกระดับของกิจกรรม ได้แก่ ตัวอย่างงานวิจัยที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว คือเรื่อง “การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากจากผลผลิตทางการเกษตร ชุมชนวังหาด อำเภอบ้านด่านลานหอย จังหวัดสุโขทัย” (วาลิกา โพธิ์หิรัญ และคณะ, 2565) ซึ่งสภาพการณ์ก่อนทำโครงการวิจัยนั้น ในชุมชนมีกลุ่มอาชีพย่อย ๆ อยู่หลายกลุ่ม แต่ละกลุ่มต่างก็มีแนวทางการทำงานของตนเองแบบต่างคนต่างทำ แต่เมื่อเกิดวิกฤตการณ์ขึ้นมา แต่ละกลุ่มก็พบว่า “แยกกันพวกเราตายหมด รวมกันเราจึงจะรอด” ในโครงการวิจัยจึงได้มีการ

“ผนึกตัวรวมกัน” (synergy) กลุ่มย่อย ๆ เหล่านี้เข้ามาเป็นเครือข่ายกลุ่มอาชีพ และได้เพิ่มขยายกิจกรรมที่เคยทำในระดับกลุ่มให้มีกิจกรรมใหม่ในระดับ “เครือข่าย” กลยุทธ์ของทีมีวิจัยบ้านวังหาดนี้ดูเหมือนจะเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่บรรดากลุ่มอาชีพในงานวิจัย CBR ระยะเวลาหลัง ๆ ได้ใช้ “เครือข่าย” เป็นเสาหลัก ค้ำยันความมั่นคงของกลุ่มย่อย ๆ

ตอนที่ 3.6

การขยายผลแบบอนและการขยายผลแบบตั้ง

ลักษณะพิเศษประการหนึ่งของงานวิจัย CBR ก็คือ การมีจังหวัดง้าวของการทำงานแบบ 2 จังหวัด ในแต่ละจังหวัดจะมีกลุ่มเป้าหมายคนละกลุ่ม ทำให้ทิศทางการขยายผลทำงานของ CBR จะมี 2 แขนง จังหวัดแรกเป็นการขยายผลแบบอนกับกลุ่มประเภทเดียวกัน เช่น จากหมู่บ้านหนึ่งไปอีกหมู่บ้านหนึ่ง และหลังจากเกิดผลสำเร็จ เกิดบทเรียนชุดความรู้ใหม่ ๆ จังหวัดที่สองก็จะเป็นการขยายผลแบบตั้งกับกลุ่มที่แตกต่างออกไป อันได้แก่ภาคีประเภทต่าง ๆ เช่น เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐในท้องถิ่น สถาบันการศึกษา อสม. โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ เกษตรอำเภอ ฯลฯ ซึ่งทิศทางการทำงานตามแกนทั้ง 2 นี้ จะมีผลมาถึง “รูปแบบ วิธีการ กระบวนการของการขยายผล” เนื่องจาก การขยายผลในแต่ละแกนนั้นอาจจะมีกลยุทธ์บางอย่างที่เหมือนกัน แต่ก็มีกลยุทธ์บางอย่างที่แตกต่างกันอันเนื่องจากธรรมชาติที่ต่างกันของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละแกน

สำหรับรายละเอียดของกลยุทธ์และรูปแบบต่าง ๆ ของการทำงานในแต่ละแกนนั้น ผู้เขียนจะขอนำไปกล่าวต่อไปในหัวข้อ “รูปแบบของการขยายผล” ซึ่งจะมีตัวอย่างงานวิจัย CBR ของจริงมาประกอบให้เห็นอย่างชัดเจน

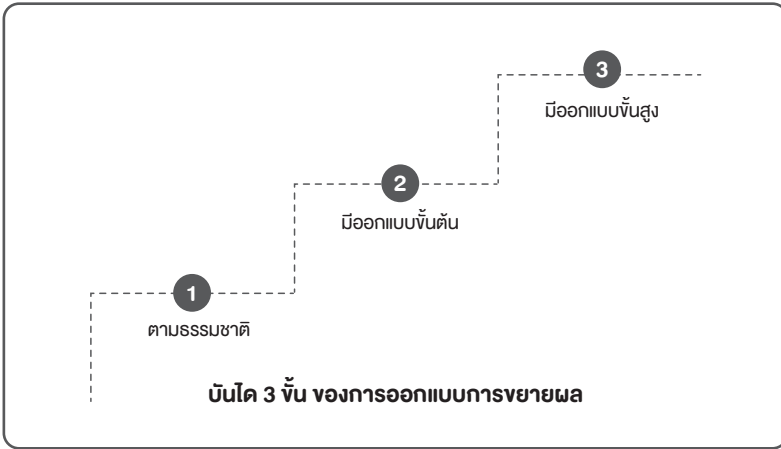
ส่วนการให้นำหนักความสำคัญในการขยายผลงานในแต่ละแกน/ทิศทางนั้น อาจสรุปได้อย่างคร่าว ๆ ว่า ในยุคเริ่มแรกของประวัติศาสตร์ของ CBR นั้น จะเน้นหนักการขยายผลงานในระดับแกนอนเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วว่าในยุคต่อมา (ราว ๆ กลางทศวรรษที่ 2 ของ CBR)

คนทำงาน CBR ก็เริ่มเผชิญกับข้อจำกัดของการขยายผลแต่เชิงแนวนอนอย่างเดียว เช่น การแก้ปัญหาของชุมชนอาจจะไม่สิ้นสุด แก้ปัญหาเก่าได้ ปัญหาใหม่ก็เกิดขึ้น หรือไม่สามารรถรักษาผลสำเร็จไว้ได้อย่างยั่งยืน หรือการขยายตัวตามแกนนอนนั้นเป็นการขยายตัวในอัตราที่ช้า ๆ จากข้อจำกัดทั้งหลายนี้ ทำให้ CBR เริ่มหันหน้าหันมาให้ความสำคัญกับการขยายงานแนวตั้งกับภาคีภาคส่วนต่าง ๆ (แม้ว่าจะยังไม่ถึงการทำงานระดับชุมชน/พื้นที่ตามสโลแกน “CBR มีชุมชนอยู่ในดวงใจ และมีภาคีอยู่ในดวงตา”) โดยเฉพาะในช่วงทศวรรษที่ 3 ที่ CBR เริ่ม “เล่นของใหญ่” คือเล่นโจทย์การวิจัยระดับชาติ เรื่องการลดความเหลื่อมล้ำ การทำงานกับภาคีก็ได้ยกระดับขึ้นมาเป็น “กลุ่มเป้าหมาย” อีกรุ่นหนึ่งด้วย ซึ่งมักจะทำงานได้ยากกว่าในระดับชุมชน แต่ก็มีผลจำเป็นต้องทำ

ผู้เขียนจึงจะถือโอกาสนำเสนอ “บทเรียนชุดล่าสุด” ในทำงานกับภาคีมาบันทึกเอาไว้เป็นพิเศษในที่นี้ด้วย

ส่วนที่ 1: การขยายผลในแนวนอน การขยายผลแนวนอนนี้หมายถึงการขยายบรรดาผลผลิต/ผลลัพธ์ต่าง ๆ จากงานวิจัย ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมสิ่งของ แนวความคิดใหม่ ๆ ชุดความรู้ใหม่ ๆ วิธีการ-กระบวนการแบบใหม่ ๆ จากทีมวิจัย CBR ต้นฉบับไปสู่กลุ่มอื่น ๆ/คนอื่น ๆ ในชุมชนหรือชุมชนใกล้เคียง โดยเป็นกลุ่มคนในระดับพื้นฐานเหมือนกันหรือมีลักษณะคล้ายกัน เช่น การขยายชุดความรู้เรื่องการทำแผนธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านที่เป็นทีมวิจัย CBR ไปสู่กลุ่มแม่บ้านกลุ่มอื่น ๆ

การขยายผลตามแนวนอนนี้ หากจัดแบ่งระดับตามเกณฑ์ “ความจริงใจจังกกับการออกแบบ” แล้ว อาจจัดได้เป็น 3 ระดับชั้น ดังนี้



(1) **กระบวนการขยายผลตามธรรมชาติ** เป็นรูปแบบที่พบเจอในชีวิตประจำวันของนักวิจัย CBR ที่เป็นชาวบ้าน อันเนื่องมาจากวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวบ้านเอง เช่น รูปแบบการบอกต่อ การบอกกันปากต่อปาก การแจกจ่ายผลผลิตจากงานวิจัย (เช่น พันธุ์ข้าวพื้นเมือง) การไปออกบูชในงานนิทรรศการของทางราชการ เป็นต้น

(2) **กระบวนการขยายผลด้วยการออกแบบขั้นต้น** มักจะปรากฏการขยายผลแน่นอนในระดับขั้นนี้ในหัวข้องานวิจัยที่เอาจริงเอาจังหรือเข้มข้น เรื่องการขยายผล ซึ่งการออกแบบการขยายผลจะเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมวิจัย เช่น การสร้างแหล่งเรียนรู้/ฐานเรียนรู้ (แบบเชิงรับ) การจัดเวทีเผยแพร่ผลงานวิจัย การไปออกบูชแบบมีการเตรียมการเผยแพร่ผลงานวิจัย (เช่น ทำโปสเตอร์ สรุปรงานวิจัยติดไปด้วยนอกเหนือจากการขายของ)

(3) **กระบวนการขยายผลด้วยการออกแบบขั้นสูง** เป็นกระบวนการที่ต่อยอดมาจากระดับที่ 2 แต่ทว่าเพิ่มความเข้มข้นของการออกแบบ และเพิ่มความเข้าใจเรื่องการขยายผลให้มากขึ้น เช่น มีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่จะขยายผล หรือมีการสร้างแหล่งเรียนรู้เชิงรุก (มีการรุกออกไปประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย) มีการจัดการความรู้ (KM) ผลงานวิจัยให้เรียบร้อยเป็นระบบก่อนจะนำไปคืนข้อมูลหรือไปขยายผล เป็นต้น

ส่วนที่ 2: การขยายผลในแบบดั้ง ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่าในช่วงทศวรรษที่ 3 ของ CBR (ตั้งแต่ประมาณปี พ.ศ. 2560) CBR ได้เก็บรวบรวมบทเรียนการทำงานกับภาคีอย่างเป็นขั้นเป็นอัน (สนใจประสบการณ์และบทเรียนทำงานกับภาคีของ CBR โปรดดู กาญจนา แก้วเทพ, **ขี้น้ำเสียค่าย: บทเรียนทำงานกับภาคีของงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น**, 2564) ดังตัวอย่างบทเรียนที่จะยกมากล่าวถึง ดังนี้

(1) **จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ภาคี** เป็นที่น่าสังเกตว่า เมื่อเวลาทำงานกับชุมชนนั้น คนทำงาน CBR มักจะเน้น “การวิเคราะห์ชุมชน” อย่างละเอียดรวมทั้งเป็นการวิเคราะห์ชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้วย แต่ทว่าเมื่อขยับมาทำงานด้านการขยายผลกับภาคี เรามักจะละเลย “การวิเคราะห์ภาคีอย่างมีส่วนร่วม” ไปหน่อย ดูเหมือนจะมีเครื่องมือเพียงอย่างเดียวในการวิเคราะห์ภาคีในยุคแรกคือ “การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย” (stakeholder analysis)

ในระยะต่อมา CBR จึงเริ่มเพิ่มเครื่องมือการวิเคราะห์ภาคีแบบใหม่ ๆ เช่น การวิเคราะห์ประเภทของภาคีตามแนวคิดของ “ห่วงโซ่แผนที่ผลลัพธ์” (outcome mapping) ที่แยกภาคีเป็น 2 ประเภท คือ strategic partner และ boundary partner หรือเครื่องมือชิ้นล่าสุดเมื่อ CBR มาจับประเด็นความเหลื่อมล้ำก็คือ การแยก “ผู้เล่น” (player) เป็น 3 ประเภท ในเรื่องการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำ อย่างไรก็ตาม วิธีการใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ภาคีเหล่านี้ก็ยังคงเป็น “คนนอก” (เช่น โหนด-พีเลียง) ที่เป็นคนวิเคราะห์ จึงเป็นมุมมองของคนข้างนอก (outside view)

ผู้เขียนมีความเห็นว่า เราน่าจะโยก “วิธีการใช้เครื่องมือแบบมีส่วนร่วม” ที่เคยใช้กับกลุ่มเป้าหมายในชุมชนมาใช้กับภาคีเช่นเดียวกัน เช่น ควรให้ภาคีได้ใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ตนเอง (เช่น เครื่องมือ timeline) เพื่อการรู้จักตนเอง (หากมีเงื่อนไขที่จะทำได้) และการวิเคราะห์ทั้ง “ข้างขึ้นและข้างแรม” (ข้อเด่น-ทรัพยากร/ข้อจำกัด-อุปสรรค) ของภาคี เช่นเดียวกับที่เคยทำกับชุมชน โดยที่ผู้เขียนมีความเชื่อว่า การรู้จักตนเองอย่างรอบด้าน (ไม่ว่าจะเป็นชุมชนหรือภาคีก็ตาม) จะเป็นบันไดก้าวแรกของการสร้างการเปลี่ยนแปลง

(2) จำเป็นต้องมีการเลือกภาคีที่จะทำงานด้วย ตัวอย่างงานวิจัยที่ให้บทเรียนที่ดีในหลักการเรื่อง “การเลือกภาคีที่จะทำงานด้วย” คืองานวิจัยเรื่อง “การพัฒนานโยบายและแนวทางการขยายผลเพื่อรองรับสังคมสูงวัยอย่างมีส่วนร่วมของจังหวัดอุบลราชธานี” (กาญจนา ทองทั่ว และคณะ, 2564) ซึ่งเพียงดูจากชื่อของโครงการก็เห็นแว่แล้ว ว่า น่าจะเป็นการขยายผลแนวตั้งหลังจากที่โหนด-พี่เลี้ยงได้พัฒนางานขยายผลระดับพื้นที่ตามแกนนอนมามาก และยาวนานพอสมควรแล้ว

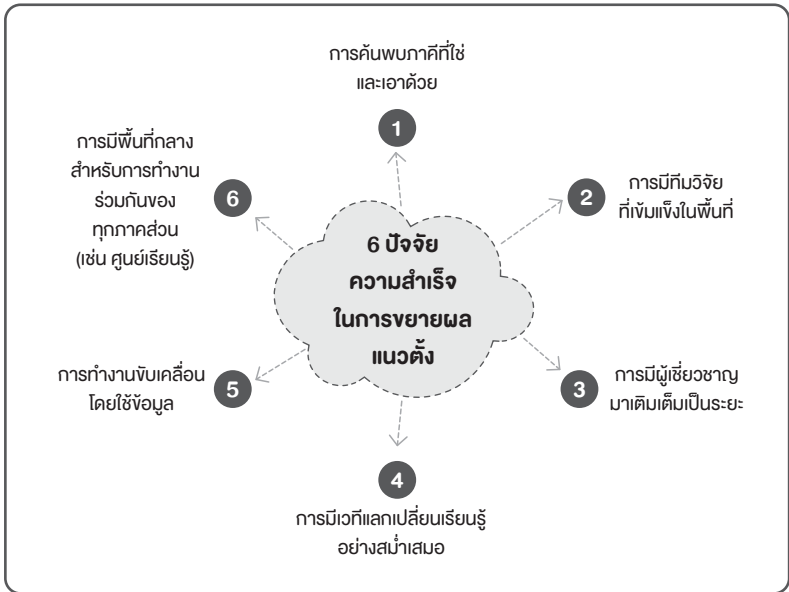
เนื่องจากภาคีในพื้นที่นั้นมีมากมายหลายหน่วยงาน หลายประเภท ดังนั้นคนทำงานวิจัย CBR จึงต้องมีการคัดเลือกภาคีที่จะทำงานด้วย และตามหลักการของ “แผนที่ผลลัพธ์” เราก็คงจะเลือก “ภาคีที่ใช่” (boundary partner) ในแต่ละช่วง ซึ่งหมายถึงภาคีที่มีภาระหน้าที่รับผิดชอบที่ตรงหรือเกี่ยวข้องกับประเด็นที่ทำวิจัย เนื่องจากภาคีจะได้ไม่ต้องเพิ่มภาระให้มากขึ้น และงานวิจัยก็จะช่วยเสริมคุณภาพหรือประสิทธิภาพการทำงานที่มีอยู่แล้วของภาคี

แต่จากประสบการณ์ของทีมวิจัยเรื่องนโยบายสังคมสูงวัยก็พบว่า “ภาคีที่ใช่แล้ว” ลงท้ายแล้วก็ “ยังไม่ใช่อยู่ดี” เพราะหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการโดยตรงอาจจะไม่มีเวลา มีงานอื่นแยะ หรือเหตุผลอื่น ๆ อีกร้อยแปดที่จะไม่ work ดังนั้นทางทีมวิจัยจึงต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ใหม่มาใช้ “ภาคีที่มีความสนใจในประเด็นสูงวัย” (ถ้าพูดภาษาละครโทรทัศน์ อาจแปลว่า เปลี่ยนกลยุทธ์จาก “คู่ที่เหมาะสม” มาเป็น “รักคนที่เขารักเรามากกว่า”)

และอีกบทเรียนหนึ่งที่เป็นความแตกต่างระหว่างการขยายผลตามแกนนอนกับแกนตั้งก็คือ เรื่อง “ลำดับชั้น” ในขณะที่กลุ่มขยายผลตามแกนนอนนั้น จะนอนราบในระนาบเดียวกัน ไม่มีลำดับชั้นสูงต่ำ แต่ทว่าการขยายผลกับภาคีหน่วยงานรัฐนั้นจะเป็นแนวตั้งเหมือนบ้านหลายชั้น (หรือคอนโดฯ) เช่น ระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด ภาค และระดับชาติ และตามหลักการทั่วไป ยิ่งป็นชั้นชั้นสูงก็ยิ่งยากลำบากเพราะมีเงื่อนไขเยอะ แต่หากสามารถป็นชั้นไปถึงก็อาจจะคุ้มค่า เพราะยิ่งสูงก็ยิ่งมีทรัพยากร

ที่จะสนับสนุนได้มาก มั่นคง และยาวนาน (ดูรายละเอียดต่อไปในหัวข้อ “รูปแบบการขยายผล” ที่มีตัวอย่างงานวิจัยของจริง)

และในงานวิจัยชิ้นนี้ได้วิเคราะห์ 6 ปัจจัย ที่ทำให้การขยายผลตามแนวตั้งไปถึงระดับนโยบายสำเร็จลุล่วงได้ มีดังนี้



อย่างไรก็ตาม ในการขยายผลแนวตั้งด้วยการทำงานกับภาคีนั้น คนทำงานก็ต้องเตรียมตัวทำใจเพื่อเหลือเผื่อขาดเอาไว้ในใจสัก 2 ห้อง ห้องแรกก็คือ “ก่อนแต่งงานก็ว่าใช่ แต่หลังแต่งงานไปแล้วทำไมเปลี่ยนไม่ได้” และห้องที่ 2 ก็คือ ไม่ใช่ “เราฝ่ายเดียว” ที่เลือกเขา “เขาเอง” ก็เลือกเราเหมือนกัน

(3) รักจะเป็น “นางรจนา” ก็ต้องหมั้น “เสียงพวงมาลัย” ต่อเนื่องมาจากประเด็นที่กล่าวเอาไว้ในข้อ (2) เรื่องการเลือกทำงานกับภาคีที่ใช่ ซึ่งในเรื่องนี้ บทเรียนจากวรรณกรรมพื้นบ้านเรื่อง “สังข์ทอง” ได้สอนให้เราเรียนรู้ว่า นางรจนาเป็นต้นแบบที่ดีในเรื่องการเสียงพวงมาลัยเลือกคู่ เธอเรียกร้องหลายรอบให้ท้าวสามลจัดหากลุ่มคนที่เธอจะต้องเสียงพวงมาลัยโดยไม่แคร์กับคำครหา

ว่า “เธอเป็นลูกอีช่างเลือก” ตั้งแต่รอบแรกที่เริ่มจากลูกชายกษัตริย์จาก
แคว้นแคว้นต่าง ๆ ไล่มาจนถึงลูกชายชาวบ้าน เธอก็ร้องจนถึงคนที่เธอคิดว่า “ใช่”
จึงเสียดังพวงมาลัยไป

ในงานวิจัย CBR เรื่อง “การพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้วยภูมิปัญญา
ท้องถิ่นโดยองค์กรชุมชนตำบลบ้านแหวน ตำบลหางดง จังหวัดเชียงใหม่”
(เยี่ยมลักษณ์ อุดการ และคณะ, 2547) หัวหน้าโครงการที่เป็นอาจารย์
ด้านการศึกษาในสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นก็ต้องเล่นบทเดียวกับนางรจนา
คือต้องหมั่นแสวงหาและเสียดังพวงมาลัยไปให้ลูกตัว

งานวิจัยชิ้นนี้ทำในช่วงปี พ.ศ. 2543 ที่เกิดการเปลี่ยนแปลงในบริบท
และภูมิทัศน์ด้านการจัดการศึกษา โดยจะมีการถ่ายโอนภารกิจในการจัดการ
ศึกษาในระดับปฐมวัย (ศูนย์เด็กเล็ก) ให้แก่องค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น
ตามนโยบายในการกระจายอำนาจให้กับท้องถิ่น ในฐานะนักวิชาการด้าน
การศึกษา อาจารย์เยี่ยมลักษณ์มีคำถามในการวิจัยว่า อปท. จะสามารถตอบรับ
ภารกิจนี้ได้หรือไม่ ได้ดีหรือไม่ดี และหากจะตอบรับได้ น่าจะต้องเป็น อปท.
แบบประมาณไหน

และหลังจากมีคำถามนำการวิจัยแล้ว ก็ต้องมีสมมติฐานที่มาจาก
การขยายฐานความรู้เดิมเป็นคำตอบเอาไว้ล่วงหน้าด้วยว่า “อปท. น่าจะมี
ขีดความสามารถในการดำเนินงานศูนย์เด็กเล็กได้” แต่ทว่าจะต้องทำแบบ
“สองแรงแข่งขัน” กล่าวคือ ต้องร่วมกันทั้ง อปท. และความร่วมมือจากชุมชน

คิดแล้ว อาจารย์เยี่ยมลักษณ์ก็เดินหน้าลงมือปฏิบัติการด้วยการค้นหา
พื้นที่ที่จะทดสอบสมมติฐานตามโจทย์การวิจัยที่ตั้งไว้ ในการแสวงหาพื้นที่
สำหรับการศึกษานี้ หัวหน้าโครงการต้องพบเจอกับมรสุม 2 ลูกใหญ่ ๆ ลูกแรก
มาจากฝ่ายชุมชน อีกลูกหนึ่งก็มาจากฝ่ายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

สำหรับมรสุมลูกแรกนั้น เนื่องจากงานวิจัยด้านศึกษานั้นมีการ
ดำเนินการอย่างมาก และเป็นเรื่องของ “การปลูกกล้วยไม้ที่ออกดอกช้า ฉันทิ”
ชาวบ้านจึงไม่ค่อยจะให้ความร่วมมือเพราะรู้สึกว่ “มหาวิทยาลัยมา อาจารย์มา

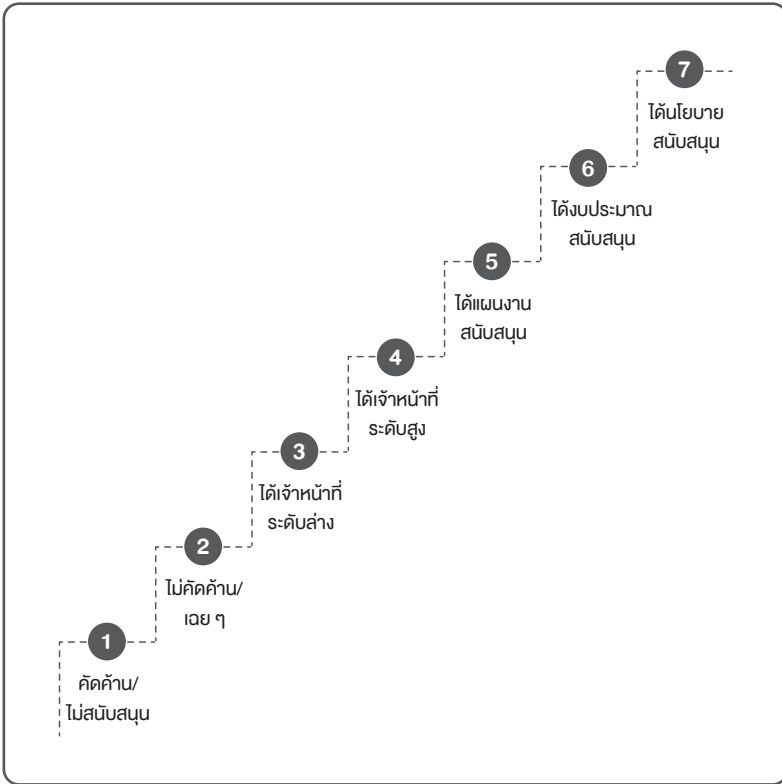
หน่วยงานต่าง ๆ มาเก็บข้อมูล มาทำวิจัย มาเอาข้อมูลจากชาวบ้านไปแล้ว
สุดท้ายแล้วชาวบ้านได้อะไรล่ะ อาจารย์????”

นอกจากนั้น ในฝ่ายของชุมชนนี้ การเสียงพวงมาลัยเลือกหาพื้นที่
ที่มีศักยภาพเพียงพอและชุมชนมีความต้องการอยากจะเอาธุระเรื่องการจัดการ
การเรียนรู้ให้ลูกหลานตัวเองในรูปแบบศูนย์เด็กเล็กด้วยตัวชุมชนเองนั้น
ทางโครงการค้นหาอยู่หลายเดือน เจ้าเงาะก็ยังไม่โผล่หน้ามาให้เห็นเลย

สำหรับบรมสุขุมลูกที่สองก็คือ ฝ่ายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
เมื่อเทียบกับการพูดคุยกับชาวบ้าน/ชุมชนว่ายากแล้ว การพูดคุยกับผู้นำ
ผู้บริหารท้องถิ่นในพื้นที่นั้นยิ่งยากกว่าหลายเท่าทวีคูณ (เพราะกับชุมชนนั้น
ยังมีลูกหลานของชาวบ้านเป็นตัวประกัน) ผู้บริหารท้องถิ่นส่วนมากยังคง
มีทัศนคติและความเข้าใจว่า งานของ อปท. เป็นงานสร้างถนน สร้างสะพาน
มากกว่างานสร้างมนุษย์ตัวเล็ก ๆ

แต่นางรจนาของเราก็มีเจตจำนงที่แน่วแน่อย่างยิ่ง อาจารย์เยี่ยมลักษณะ
ใช้เวลาหลายเดือนในการค้นหาพื้นที่ศึกษาที่เหมาะสมตามเกณฑ์ที่ตั้งเอาไว้
ในท้ายที่สุด อาจารย์ก็ได้เจอตัวเจ้าเงาะจนได้เสียงพวงมาลัยทำโครงการเมื่อ
ได้พบกับนายอ อดบ.บ้านแหวน อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีความสนใจ
ในเรื่องการจัดการศึกษาอยู่เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว โครงการวิจัยจึงได้เริ่มต้นขึ้น

(4) บันไดแห่งความคาดหวัง เนื่องจากภาคีที่เกี่ยวข้องนั้นมักจะเป็น
แหล่งที่อยู่ของทรัพยากรต่าง ๆ ทำให้คนทำงาน CBR มักจะมีความคาดหวัง
ในระดับที่ค่อนข้างสูงกับภาคี แต่ทว่าเหรียญอีกด้านหนึ่งของภาคีก็คือ
เป็นกลุ่มคนที่อยู่ในสถาบันหรือองค์กร ในด้านนี้จึงมักจะมีเงื่อนไขข้อจำกัด
เชิงโครงสร้างต่าง ๆ (structural constraint) เช่น กฎระเบียบ ขั้นตอนการทำงาน
การสื่อสารแบบเอกสาร/ลายลักษณ์อักษร ช่วงเวลาทำงาน ฯลฯ ดังนั้นจาก
บทเรียนของ CBR ในการขยายผลการทำงานกับภาคีโดยเฉพาะที่เป็น
หน่วยงานรัฐ จึงอาจต้องตั้งความคาดหวังเอาไว้เป็นลำดับขั้นเพื่อค่อย ๆ
ไต่ระดับไป ดังนี้



(5) โมเมนต์ที่เข้ามาร่วมงานขยายผล ในระยะแรกเริ่มนั้น คนทำงาน CBR มักจะมีสูตรการขยายผลว่าจะเริ่มทำงานกับชุมชนก่อนตั้งแต่ช่วงต้นน้ำ กลางน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำ เมื่อถึงช่วงปลายน้ำจึงค่อยขยายผลการวิจัยไปสู่ แกนตั้ง คือ ฝ่ายนโยบาย หน่วยงานรัฐ ทำแผนงานส่งเข้าสู่ อบต. ทำ policy brief เป็นต้น วิธีการในสูตรนี้มักจะต้องใช้เวลาอธิบายทำความเข้าใจกับภาคี พอสมควร เหมือนคนมาดูหนังตอนจบก็ต้องทำความเข้าใจตั้งแต่ต้นให้ฟัง

ในระยะต่อมา จะมีบางกรณีที่คนทำงาน CBR มีเงื่อนไขอันดี เช่น มีความรู้จักมักคุ้นกับภาคีหรือมีความสัมพันธ์อันดี ในกรณีเช่นนี้จึงมีงานวิจัย CBR บางโครงการที่พบว่า ถ้าชนภาคีให้มาลงเรือ CBR ร่วมกันเลยตั้งแต่ต้นน้ำ งานขยายผลก็จะเป็นไปได้อย่างสะดวกมากขึ้น

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง “การลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมด้วย กลไกการจัดสวัสดิการชุมชนบนฐานทรัพยากรท้องถิ่น โดยอาศัยความเป็น หุ้นส่วน (partnership) จากหน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาชน และภาคประชาสังคม ในพื้นที่ตำบลแพรกหนามแดง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” (สุทธิลักษณ์ โตกทอง, 2564) งานนี้ดูแค่ชื่อโครงการก็รู้แล้วว่าคงจะต้องมีการ “ชุมชนภาคี อย่างครบครัน” แน่นนอน และที่สำคัญก็คือ เป็นงานวิจัยที่ภาคีทุกส่วนเข้ามา ร่วมโครงการตั้งแต่ช่วงต้นน้ำคือขั้นการพัฒนาโจทย์กันเลย

(6) หลักการ “เลือกภาคีให้เหมาะกับประเภทของงาน” (put the right partner to the right job) เนื่องจากภาคีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย CBR นั้น จะมีหลายประเภท หลายขนาด หลายภารกิจ และอาจจะหลายรสนิยม ดังนั้น ในการออกแบบกิจกรรมหรือรูปแบบการขยายผลจึงต้องมีลักษณะที่ “เคมี เข้ากันได้” กับธรรมชาติของภาคี

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการขยายผลงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น เข้าสู่สถาบันอุดมศึกษา จังหวัดอุบลราชธานี” (กาญจนา ทองทั่ว และคณะ, 2558) ในงานวิจัยชิ้นนี้ กลุ่มเป้าหมายหลักคือบรรดาคณาจารย์ที่อยู่ในสถาบัน การศึกษา การออกแบบรูปแบบการขยายผลจึงต้องมีสี่สັນและกลืนอายุแบบ “อาจารย์และนักศึกษา” ซึ่งอาจจะมียุทธวิธีแบบขนาดย่อม เช่น การพานักศึกษา ลงไปดูงานชาวบ้าน ส่วนรูปแบบขนาดใหญ่และเป็นรูปแบบพิมพ์นิยมแบบ จัดเต็ม (หากมีเงื่อนไขที่จะทำได้) ก็คือการเข้ามาร่วมกันเป็นทีมวิจัยจาก 3 ฝ่าย คือ อาจารย์ ชาวบ้าน และหน่วยงานรัฐท้องถิ่น เป้าหมายของการขยายงาน ผ่านภาคีที่เป็นสถาบันการศึกษานี้ก็คือ การสืบทอดแนวคิด CBR ให้แก่บุคลากร ที่ทำงานด้านการศึกษา

แต่หากเป็นงานวิจัย CBR ที่เกี่ยวข้องกับมิติเศรษฐกิจ-การสร้างรายได้ (income-generating project) ภาคีภาคส่วนที่จำเป็นต้องขยายผลไปให้ถึง ก็คงต้องเป็นภาคีธุรกิจ ตัวอย่างเช่น ในโครงการวิจัยประเภทการท่องเที่ยว โดยชุมชน เช่น งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยว โดยชุมชนบ้านเหมืองลาบู่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” (วัชรระ ชัยเขต และคณะ,

2566) ทางที่มิวิจัยได้เชิญตัวแทนจากภาคธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น สมาคมไทยท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดยะลา ให้เข้ามาร่วมในโครงการตั้งแต่แถวช่วงต้น ๆ นี้ เช่น กิจกรรมการทดสอบเส้นทางท่องเที่ยว (route test) และก็จะเป็นส่วนต่อไปในช่วงกลางน้ำและโดยเฉพาะช่วงปลายน้ำ งานวิจัยนี้ให้ข้อคิดว่า ชาวบ้านที่ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นมักจะมีอาชีพหลักอย่างอื่นอยู่แล้ว (เช่น เป็นเกษตรกร เป็นชาวสวนผลไม้) และทำเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นอาชีพรอง จึงไม่น่าที่จะต้องดำเนินกิจการตลอดหวังโซ่อุปทานด้วยตัวเอง เพราะจะไม่สามารถจัดสรรทรัพยากรเวลาได้ รวมทั้งไม่มีข้อมูลปัจจุบันที่มากพอและดีพอสำหรับเรื่องการตลาดท่องเที่ยวด้วย ดังนั้นจึงน่าจะมีการแบ่งงานกันทำที่อยู่บนหลักการแบ่งสันผลประโยชน์อย่างยุติธรรม

(7) **คาถาข้อ 1 ของ CBR** เมื่อเวลา CBR ทำงานกับชุมชนนั้น คาถาข้อแรกที่ต้องท่องก็คือ งานวิจัยที่จะทำนั้นต้องตอบสนองความต้องการ/ปัญหา/จุดเจ็บของชุมชนเอง คาถาข้อนี้จึงจะทำให้ชุมชนมีแรงจูงใจมากพอที่จะเข้ามาร่วมเสี่ยงภัยทำภารกิจที่ไม่คุ้นเคยและไม่รู้จัก และเมื่อ CBR โยงภารกิจมาทำงานกับภาคีประเภทต่าง ๆ คาถาข้อ 1 ของ CBR นั้นก็ยังคงท่องให้ศักดิ์สิทธิ์ได้เช่นกัน กล่าวคือ ภาคีจะมีแรงจูงใจตอบรับการขยายงานของ CBR ก็ต่อเมื่องาน CBR นั้นได้คลี่คลายจุดเจ็บของภาคีเอง

(7.1) **กรณีภาคีภาคธุรกิจ** ตัวอย่างที่คลาสสิกที่สุดของ CBR ก็คือกรณีของภาคีภาคธุรกิจ บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) ที่เข้ามาร่วมมือกับโหนด-พีเลียจ CBR จังหวัดลำปาง ที่เริ่มต้นความสัมพันธ์อันยาวนานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 มาจนถึงปัจจุบัน จุดเริ่มต้นของความสัมพันธ์มาจากความเจ็บปวดของฝ่ายชุมชนสัมพันธ์ของบริษัทปูนลำปาง ที่มีเจตนาดีและก็เป็นภาระงานของฝ่ายงานตนเองด้วยที่จะต้องสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนรอบ ๆ โรงงาน ด้วยการให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ แก่ชุมชน (งาน CSR) เช่น การสร้างฝาย การสงเคราะห์ด้วยการแจกวัสดุอุปกรณ์และสิ่งของจำเป็นต่าง ๆ แต่เจตนาดีดังกล่าวก็กลับส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างชาวบ้านกับพนักงานกลายเป็น

เรื่องเงิน ๆ ทอง ๆ (แบบที่ว่าเห็นหน้าคนของปุนเป็นสีม่วง แบนก์ 500 บาท) และชุมชนไม่มีความคิดที่จะพึ่งตนเอง เช่น เวลาฝ่ายเสียหายก็โทรศัพท์แจ้งให้เจ้าหน้าที่ของบริษัทไปซ่อมให้ ด้วยจุดเจ็บดังกล่าว ฝ่ายชุมชนสัมพันธ์จึงต้องค้นหา “ความเข้าใจที่ถูกต้อง” มาบวกผสมเติมเข้าไปใน “เจตนาที่ดี” และก็ได้พบจากการเรียนรู้แก่นแท้และกระบวนการของงานวิจัย CBR ของพี่เลี้ยง CBR จังหวัดลำปาง ในทางกลับกัน พี่เลี้ยง CBR ก็ได้เรียนรู้วิธีทำงานขยายผลร่วมกับภาคีเช่นภาคธุรกิจว่า จะต้องเอา “เขา” (งาน CSR) เป็นตัวตั้ง แล้วเอา “เรา” (งาน CBR) ไปเป็นตัวเสริม (มิใช่ทำแบบกลับทางกัน)

(7.2) กรณีภาคีหน่วยงานรัฐ จุดเจ็บหลักที่เป็นโรคแบบเรื้อรังและถาวรของหน่วยงานภาครัฐมักจะมี 2 จุดเจ็บ จุดเจ็บแรกก็คือ แม้ว่าบางหน่วยงานจะมีนโยบายในประเด็นเฉพาะ ๆ แล้ว (ผ่านด่าน policy formulation มาได้แล้ว) แต่ก็จะมาติดคอขวดตรงขั้นตอนแปลงนโยบายลงไปเป็นภาคปฏิบัติจริง (ติดด่าน policy implementation) ส่วนจุดเจ็บเรื้อรังจุดที่ 2 ก็คือ มีหลายหน่วยงานรัฐที่รับผิดชอบในประเด็นเดียวกัน แต่ทว่าแต่ละหน่วยงานก็ต่างคนต่างทำ ต่างสร้างดาวกันคนละดวง เพราะโครงสร้างขององค์กรเป็นแบบท่อใครต่อมนั้น

ตัวอย่างแบบฉบับของ 2 จุดเจ็บของหน่วยงานรัฐ จะเห็นได้จากตัวอย่างงานวิจัยเรื่อง “ข้าวพันธุ์พื้นเมืองกับการขับเคลื่อนเชิงนโยบายเกษตรอินทรีย์ เครือข่ายเกษตรอินทรีย์ จังหวัดยโสธร” (นิคม เพชรมา และคณะ, 2558) งานวิจัยชิ้นนี้ มีคนของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) มาเป็นตัวตั้งตัวตี โดยเปิดฉากด้วยการระบุจุดเจ็บของหน่วยงานรัฐใน 2 จุดที่ได้กล่าวมาแล้ว

บทเรียนสำคัญ ๆ ที่ได้จากโครงการวิจัยเพื่อการขยายผลกับหน่วยงานรัฐ ก็เช่น

(i) สถานะของโครงการวิจัยนั้นจะเป็นเสมือนพื้นที่กลาง (คล้าย ๆ แปลงนารวม) ให้ทุกกลุ่ม (ของชุมชน) ทุกหน่วยงานรัฐและภาคอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็น “ข้าวพื้นเมือง” ได้มีโอกาสมาจับมือทำงานร่วมกัน

โดยมีการแบ่งบทบาทหน้าที่กันอย่างชัดเจน ในด้านของหน่วยงานรัฐนั้น ในระยะเริ่มต้นทางโครงการได้วางตัวเอาไว้ให้เป็น “พี่เลี้ยง” ของกลุ่มในชุมชน (ยังนั่งอยู่ข้างสนาม) แต่ในช่วงระยะกลาง ๆ ที่เริ่มมีการทดลองออกแบบ ปฏิบัติการ หน่วยงานรัฐก็จะเพิ่มบทบาทที่เข้มข้นขึ้นด้วยการใส่โค้ชทีมกลางสนาม เป็น “นักเตะ” เอง โดยมี ธ.ก.ส. เป็นแกนกลาง/เจ้าภาพ (midfield)

(ii) และในระหว่างที่มาลงสนามพื้นที่กลางเพื่อทำงานร่วมกันนั้น ก็จะเป็นช่วงเวลาที่จะกลั่นผลิด “กาวใจ” เชื่อมร้อยกลุ่มและหน่วยงานต่าง ๆ ตามระดับความเหนียวของกาวใจ เริ่มตั้งแต่ได้รู้จักกัน ได้เข้าใจกัน ได้ร่วมมือกัน ได้สร้างความไว้วางใจต่อกันและกัน ได้ยอมรับซึ่งกันและกัน เป็นต้น

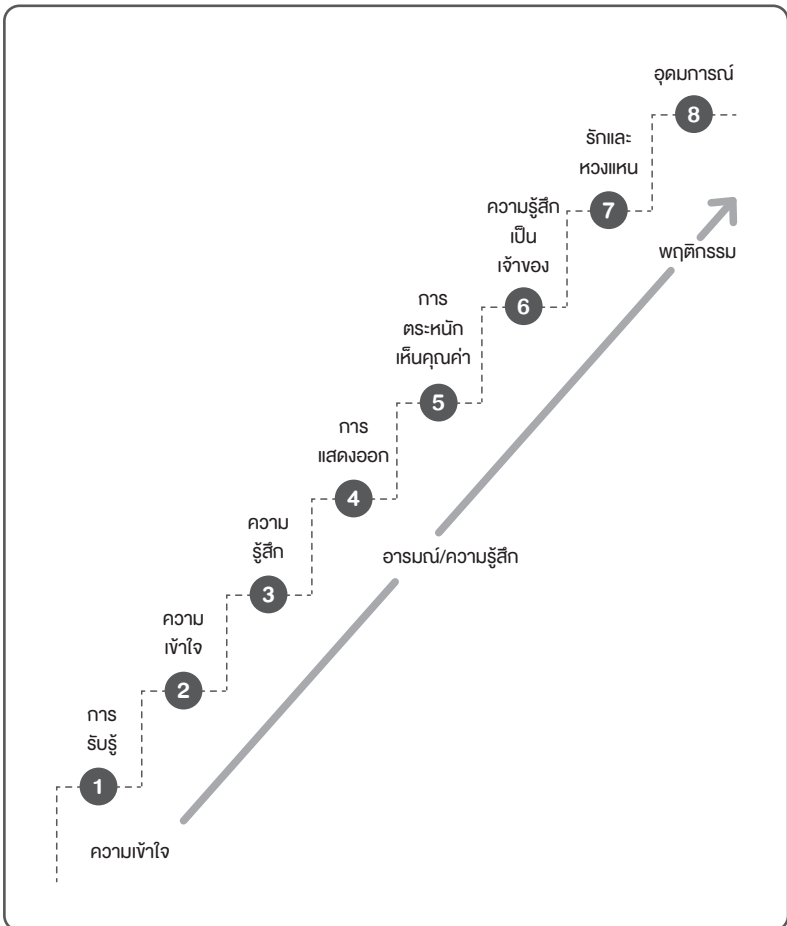
(iii) เนื่องจากโครงการที่ทำเป็น “งานวิจัย” ซึ่งเป็นการทำงาน บนการเก็บ-การวิเคราะห์-และการเห็นข้อมูลร่วมกัน และเป็นข้อมูล ชุดเดียวกันที่จะถูกใช้พื้นฐานของการออกแบบกิจกรรม (ปกติหน่วยงานรัฐ จะถือข้อมูลคนละชุดกันเนื่องจากต่างคนต่างเก็บ)

(iv) กิจกรรมการวิจัย CBR จะรวมเอาขั้นตอนของการทดลอง ปฏิบัติการกิจกรรมบางอย่างร่วมไว้ด้วย ซึ่งในช่วงเวลานี้ ตัวแทนจากหน่วยงานรัฐ จะได้มีบทบาทอย่างเต็มที่

(8) การวัดความเปลี่ยนแปลงของภาคี ในการขยายผลตามแนวตั้งนั้น ผู้เขียนคิดว่าเราได้ยกระดับภาคีที่เกี่ยวข้องจากที่เคยเป็น “ผู้ให้ความร่วมมือ/สนับสนุน” ขึ้นมาเป็น “อีกกลุ่มเป้าหมายหนึ่ง” ควบคู่ไปกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นชุมชน และเมื่อมีสถานะเป็นกลุ่มเป้าหมาย งานวิจัย CBR ก็ควรจะมียุทธศาสตร์ วัดความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับภาคีเช่นเดียวกับที่เคยวัดการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับชุมชน

ดังที่ผู้เขียนได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ในการพิจารณาดู “ภาคี” นั้น เราอาจจะแยกดูเป็น 2 ระดับ ระดับแรกคือ “ตัวบุคคล” และระดับที่สองคือ “การเป็นองค์กร” ดังนั้นการวัดความเปลี่ยนแปลงของภาคีก็อาจจะแยกออกเป็น 2 ระดับดังกล่าว ในประสบการณ์งานวิจัย CBR มีบทเรียนจำนวนมาก ที่เกี่ยวกับการวัดความเปลี่ยนแปลงของภาคี

(8.1) การวัดความเปลี่ยนแปลงของภาวคิระดับตัวบุคคล สาขาวิชา
 ที่ศึกษาเรื่องการเปลี่ยนแปลงระดับตัวบุคคลก็คือสาขาวิชาจิตวิทยาที่ได้มีการ
 นำเสนอขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงของตัวบุคคลต่อประเด็นใดประเด็นหนึ่ง
 (ในงานวิจัย CBR ก็เช่น ทักษะของเจ้าหน้าที่ต่อเรื่องศักยภาพของชาวบ้าน
 ต่อเรื่องงานวิจัย CBR ต่อเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชน) ดังตัวอย่างขั้นบันได
 ของการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล ดังนี้



สำหรับตัวอย่างรูปธรรมของการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลที่เป็นภาคีของ CBR เมื่อมองจากฝั่ง CBR (inside-out) จะดูได้จากหนังสือเล่มเล็กของ สกว. ชื่อ **อบต.แนวใหม่ ใช้วิจัยนำพัฒนา** (เกศสุตา สิทธิสันติกุล, บรรณาธิการ, 2549)

(8.2) การวัดความเปลี่ยนแปลงของภาคีในระดับหน่วยงาน/องค์กร ขนิษฐา กาญจนรังษิณนท์ (2544) ได้ทำวิจัยให้ สกว. เรื่อง “การวิจัยและพัฒนารูปแบบกระบวนการชุมชนและการเชื่อมต่อกับระบบการบริหารการพัฒนาของรัฐ” โดยเป็นการมองจากฝั่งของรัฐออกมา (outside-in) ว่าหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐจะเปิดให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารราชการได้อย่างไร และได้ให้เกณฑ์วัดความเปลี่ยนแปลงของหน่วยงานรัฐเอาไว้ 4 เกณฑ์ คือ

(i) การปรับโครงสร้างองค์กรการบริหารการพัฒนาระดับต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับการพัฒนาแบบองค์รวมที่มีชุมชนเป็นศูนย์กลาง

(ii) การปรับระบบแผนงานและระบบงบประมาณให้ยืดหยุ่น

(iii) การปรับระบบข้อมูล (และชุดความรู้ที่ใช้) ให้เอื้อต่อการตัดสินใจของชุมชนและเป็นกลไกประสานการทำงานในพื้นที่

(iv) การส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่มีบทบาทสนับสนุนกระบวนการพัฒนาตนเองของชุมชน/องค์กรท้องถิ่น

(8.3) การวัดความเปลี่ยนแปลงทั้งระดับตัวบุคคลและหน่วยงานสินธุ แก้วสินธุ (2555) รวบรวมการเปลี่ยนแปลงขององค์กรปกครองท้องถิ่น (อปท.) ซึ่งเปรียบเสมือน “รัฐบาลน้อย” ที่ได้เกิดขึ้นหลังจากที่ได้เข้ามามีประสบการณ์ร่วมทำงานกับ CBR (เป็นการมองแบบ inside-out) เป็นการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับตัวบุคคลและองค์กร 4 ด้านใหญ่ ๆ ดังนี้ (จดหมายข่าว CBR, ปีที่ 13: 2, 2555)

(i) การปรับเปลี่ยนการรับรู้และวิธีคิดต่อ “งานวิจัย”

จากแต่เดิมที่เคยคิดว่าเป็นงานของนักวิชาการและไม่ได้ก่อให้เกิดการแก้ปัญหาชุมชน มาเป็นการรับรู้ใหม่ว่างานวิจัยเพื่อท้องถิ่นสามารถช่วยแก้ปัญหาของชุมชนได้จริง

(ii) การปรับเปลี่ยนวิธีการทำงาน จากแต่เดิมที่เคยทำงานแบบเอา “อปท. เป็นตัวตั้ง” หรือ “อปท. คิดและทำอยู่ฝ่ายเดียว” มาเป็นวิธีการทำงานแบบ “เอาชุมชนเป็นตัวตั้งและมีส่วนร่วม”

(iii) การเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายของ อปท. จากแต่เดิมเคยใช้นโยบายแบบ “จากบนลงล่าง” ก็เปลี่ยนมาเป็นนโยบายที่มีที่มาจาก “แบบจากล่างขึ้นบน” ตัวอย่างเช่น การจัดการขยะ ซึ่งแต่ก่อนจะสนับสนุนงบประมาณเพื่อจัดซื้อถังขยะ รถขยะ ก็เปลี่ยนมาเป็นการสนับสนุน “การจัดการขยะโดยชุมชน”

(iv) การนำเอา “กระบวนการวิจัยแบบ CBR” ทั้งกระบวนการ (ตั้งแต่การพัฒนาโจทย์ไปจนถึงการออกแบบและดำเนินกิจกรรม) ไปใช้ในการดำเนินโครงการพัฒนาของพื้นที่ (พูดภาษาคอมพิวเตอร์ก็คือ ได้ดาวน์โหลด App CBR ไปใช้ทำงาน)

(8.4) โดยภาพรวมแล้ว เราอาจจะประมวลการวัดความเปลี่ยนแปลงของภาคีหน่วยงานรัฐ ได้หลาย ๆ มิติ ดังนี้

(i) เกิดการปรับเปลี่ยนสายตาต่อประเด็นบางประเด็น ในชุมชนนั้นอาจจะมีบางประเด็นที่เคยเป็น “ม้านอกสายตา” ของหน่วยงานรัฐท้องถิ่น หรือเป็นแค่ “ฉากหลัง” ที่ไม่เคยอยู่ในความสนใจหรือลำดับความสำคัญ แต่เมื่อมีการทำวิจัย CBR ขึ้นมา หน่วยงานรัฐก็ได้ขยายม่านตาที่มองดู “ม้านอกสายตา” ให้เข้ามาอยู่ในความสนใจและการรับรู้ของฝ่ายนโยบาย

(ii) ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนจุดยืน/เปลี่ยนมุมมองใหม่ ต่อปัญหาเดิมที่เคยเห็นอยู่ เช่น มุมมองเรื่องจะเพิ่มประสิทธิภาพการเก็บขยะของเทศบาล โดยปรับเปลี่ยนเป็นการให้ชุมชนเป็นต้นทางของการจัดการขยะ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

(iii) การปรับเปลี่ยนนโยบายที่เคยมี ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่ม การลด หรือการเปลี่ยนลำดับความสำคัญของนโยบายต่าง ๆ เช่น เปลี่ยนจาก นโยบายการสร้างถนนมาสร้างคนที่เป็นเยาวชน เป็นต้น

(iv) การปรับเปลี่ยนแหล่งที่มาหรือวิธีการทำนโยบาย เช่น การใช้ข้อมูลจากชาวบ้านมาวางนโยบาย หรือเปลี่ยนวิธีการทำนโยบายแบบ “จากบนลงล่าง” มาเป็น “จากล่างขึ้นบน”

(v) การปรับเปลี่ยนระบบการจัดสรรงบประมาณและ กระบวนการดำเนินงานของหน่วยงาน

(vi) การปรับเปลี่ยนตัวชี้วัดความสำเร็จของการทำงาน

(vii) การปรับเปลี่ยนวิธีการหรือกระบวนการทำงาน ส่วนผสม ที่สำคัญที่สุดคือการเปิดโอกาสและเปิดพื้นที่ให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วม มาเป็น เจ้าภาพร่วม รวมทั้งเน้นความสำคัญของกระบวนการติดตามและหนุนเสริม ชุมชน (เล่นบทเป็น “พี่เลี้ยงตัวคูณของ CBR”)

ในบางโครงการวิจัย CBR ได้พยายามทดลองสร้างแบบวัด การมีส่วนร่วมและการวัดความเปลี่ยนแปลงของภาคี ดังตัวอย่างในภาพ

แบบวัดการมีส่วนร่วมการเปลี่ยนแปลงของภาคี
ชื่อภาคี

การมีส่วนร่วม ของภาคี	ก่อนร่วมโครงการวิจัย			หลังร่วมโครงการวิจัย		
	ไม่เข้า ร่วม/ ไม่เคย	เป็น บางครั้ง	บ่อยครั้ง/ ทุกครั้ง ที่มีโอกาส	ไม่เข้า ร่วม/ ไม่เคย	เป็น บางครั้ง	บ่อยครั้ง/ ทุกครั้ง ที่มีโอกาส
1. เข้าร่วมประชุม กับคณะ/ทีมวิจัยชุมชน						
2. เข้าร่วมทำกิจกรรม กับคณะ/ทีมวิจัยชุมชน						
3. เข้ามาเป็นแกนนำ/ ผู้รับผิดชอบงาน						

การมีส่วนร่วมของภาคี	ก่อนร่วมโครงการวิจัย			หลังร่วมโครงการวิจัย		
	ไม่เข้าร่วม/ไม่เคย	เป็นบางครั้ง	บ่อยครั้ง/ทุกครั้งที่มีโอกาส	ไม่เข้าร่วม/ไม่เคย	เป็นบางครั้ง	บ่อยครั้ง/ทุกครั้งที่มีโอกาส
4. กล่าวถึงงานหรือโครงการวิจัยในที่สาธารณะ						
5. แบ่งปันบทเรียนจากการทำงานในเวทีต่าง ๆ						

การเปลี่ยนแปลงของภาคี	ก่อนร่วมโครงการวิจัย			หลังร่วมโครงการวิจัย		
	ยังไม่ได้ดำเนินการ	มีแนวคิดที่จะดำเนินการ	บรรจุอยู่ในแผน/กิจกรรม/นโยบาย	ยังไม่ได้ดำเนินการ	มีแนวคิดที่จะดำเนินการ	บรรจุอยู่ในแผน/กิจกรรม/นโยบาย
1. การนำเอาแนวทางการทำงานวิจัยท้องถิ่นไปปรับใช้ในองค์กร						
2. การปรับนโยบายแผนงานหรือการสร้างกิจกรรมในองค์กร						
3. มีการจัดสรรงบประมาณของหน่วยงานมาสนับสนุนกิจกรรม/การดำเนินงานเพื่อต่อยอดจากงานวิจัย						

ตอนที่ 3.7

แรงจูงใจกับการขยายผล

สำหรับมิติสุดท้ายของมุมมองแบบ 360 องศาของเรื่องการขยายผลนั้น เป็นมิติที่ยังถูกมองข้ามไปพอสมควร คือ มิติเรื่อง “แรงจูงใจ” (motivation/motive) ในที่นี้ ผู้เขียนจึงมีเป้าหมายที่อยากจะกระตุ้นให้เกิดความสนใจและเพ่งมองมิติเรื่องแรงจูงใจกับการขยายผลให้มากขึ้นกว่าเดิม

(1) ความสนใจที่ไม่สมดุลในเรื่องการขยายผล หากเราทบทวนผลงานการศึกษาเรื่องการขยายผลโดยเฉพาะที่อยู่ภายใต้ร่มทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation) เราก็จะพบว่า ระหว่าง 2 ปลายขั้วของผู้ที่เกี่ยวข้อง คือ กลุ่มผู้ขยายผล กับกลุ่มผู้รับการขยายนั้น งานศึกษาส่วนใหญ่จะหันหัวเรือการศึกษาไปสู่ “ฝ่ายผู้รับนวัตกรรม” มากกว่า เริ่มตั้งแต่สนใจบุคลิกภาพของผู้รับนวัตกรรม บริบทและภูมิหลังทางสังคม แบบแผนและอัตราเร็วช้าในการรับนวัตกรรม ฯลฯ แต่ที่ว่าความสนใจในการศึกษา “ตัวผู้ขยายผล” นั้นจะมีน้อยมาก โดยส่วนใหญ่จะสนใจวิธีการหรือรูปแบบการสื่อสารที่ผู้ขยายผลจะนำมาใช้เท่านั้น และแง่มุมที่อาจจะหลบมุมไปเลยในด้านผู้ขยายผลก็คือ เรื่อง**แรงจูงใจของผู้ขยายผล**หรือการตอบคำถามแบบตรง ๆ ว่า **ทำไมผู้ขยายผลจะต้องไปเผยแพร่ความรู้และประสบการณ์ของตนเองให้แก่คนอื่นด้วยเล่า** ทั้ง ๆ ที่เป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลา ต้องใช้แรงงานกายและสมอง ผู้เขียนคาดเดาว่า การที่ไม่มีคำถามนี้เกิดขึ้น อาจจะเนื่องมาจากการเปิดตัวของเรื่องการเผยแพร่วัตกรรมการนั้นเกิดมาจากกลุ่มนักวิชาการในสถาบันการศึกษาซึ่งก็มีเป้าหมายชัดเจนแล้วว่าต้องการใช้ความรู้เพื่อสาธารณประโยชน์ (เช่น อยากให้เกษตรกรมีเมล็ดข้าวโพดพันธุ์ใหม่ที่ให้ผลผลิตสูงกว่าพันธุ์เดิม) และเมื่อความสนใจเคลื่อนย้ายไปสู่แวดวงธุรกิจ (เช่น การขายคอมพิวเตอร์หรือมือถือรุ่นใหม่ ๆ) ก็ดูเหมือนว่าไม่น่าจะมีข้อสงสัยเรื่องแรงจูงใจในการเผยแพร่วัตกรรมการเพราะชัดเจนอยู่แล้ว “ทำไปเพื่อการเพิ่มยอดขาย”

อย่างไรก็ตาม เมื่อความรู้ใหม่ ๆ เช่นนวัตกรรมทางสังคม (social innovation) เคลื่อนย้ายมาถึงแวดวงประชาสังคม เช่น ในกรณีของงานวิจัย CBR ก็ชวนให้น่าสงสัยว่า บรรดาครอบครัวต้นแบบหรือพื้นที่ตัวอย่างที่เป็นเกษตรกรคนยากจน เมื่อพวกเขาสามารถใช้งานวิจัย CBR แก้ไขปัญหาเชิงผองออกจากตัวเองได้สำเร็จแล้ว เพราะเหตุใดเขาจึงต้องขยายผล “วิธีการเชิงผองออกจากตา” ให้แก่ผู้อื่นด้วย ในเมื่อเขาไม่ได้มีบทบาทหน้าที่ “ใช้วิชาการเพื่อสาธารณประโยชน์” หรือ “มิได้หวังค้าขายสินค้าอะไร” นี่เป็นปริศนาที่น่าจะค้นหาคำตอบแรงผลักดัน/แรงจูงใจที่อยู่เบื้องหลังของบรรดาต้นแบบทั้งหลาย

(2) คำอธิบายเรื่อง “แรงจูงใจ” จากสาขาวิชาการ สำหรับสาขาวิชาการที่จะเป็นโคมโไฟส่องทางให้เราศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการขยายผลนั้น อย่างน้อยน่าจะมี 2 สาขาวิชาที่เป็นตัวช่วย คือ สาขาวิชาจิตวิทยา และสาขาเศรษฐศาสตร์

(2.1) คำอธิบายจากสาขาจิตวิทยา จิตวิทยามีความสนใจแนวคิดเรื่อง “แรงจูงใจ” อย่างมาก เพราะถือว่าแรงจูงใจนั้นเป็นทั้ง “จุดระเบิด” ให้เกิดการกระทำพฤติกรรมและยังเป็น “เชื้อเพลิง” ที่จะประคับประคองให้การทำกิจกรรมนั้นต่อเนื่องต่อไป

จิตวิทยาให้ความรู้เรื่องหลักการของแรงจูงใจเอาไว้ 2-3 หลัก คือ

- (i) **แรงจูงใจเดียวกัน** > แสดงออกมาเป็นการกระทำที่ต่างกัน
 - (เช่น พ่อแม่ 2 ครอบครัว ที่รักลูกเหมือนกัน แต่อาจจะแสดงออกไม่เหมือนกัน)
- (ii) **การกระทำเดียวกัน** > อาจจะมาจากแรงจูงใจที่ต่างกัน
 - (เช่น เวลาเราเห็นคน 2 คน ทำบุญเหมือนกัน แต่อาจจะมาจากแรงจูงใจที่ต่างกัน)
- (iii) **แรงจูงใจนั้นมีพัฒนาการเปลี่ยนแปลงไปได้** เมื่อเวลาผ่านไป หรือเมื่อเกิดปฏิสัมพันธ์ต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น ในการเข้าร่วมงานวิจัย CBR ชาวบ้านบางคนอาจจะเริ่มต้นด้วยการหวังผลประโยชน์ทางวัตถุบางอย่าง

แต่เมื่อเข้ามาร่วมเรียนรู้จนเข้าใจหลักการของ CBR แรงจูงใจในการร่วมงานต่อไปได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

(2.2) คำอธิบายจากสาขาเศรษฐศาสตร์ ที่ใช้แนวคิดเรื่อง “cost & benefit” (ค่าใช้จ่ายและผลประโยชน์) และ “หลักการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน” (exchange principle) ในทางเศรษฐศาสตร์ผู้ที่จะออกไปขยายผลจากงานวิจัยนั้นต้องมี “การลงทุน/ค่าใช้จ่าย” (cost) ทรัพยากรต่าง ๆ เริ่มตั้งแต่ต้องใช้เวลา (ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีค่ามากของคนจน) ต้องใช้กำลังแรงงาน อาจต้องมีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง หรือต้องทำนุบำรุงสิ่งของในศูนย์เรียนรู้ ดังนั้นเมื่อจำเป็นต้องมี “การลงทุนหรือค่าใช้จ่าย” ผู้ขยายผลก็ต้องคาดหวังว่า “จะได้รับผลประโยชน์อะไรตอบแทนกลับคืนมาบ้าง” เป็นการแลกเปลี่ยน

อย่างไรก็ตาม ทั้งต้นทุน/ค่าใช้จ่ายที่ลงไป รวมทั้งผลประโยชน์ตอบแทนที่จะได้รับกลับมานั้น ก็ไม่จำเป็นต้องเป็น “ค่าใช้จ่ายและผลประโยชน์ด้านวัตถุ” เสมอไป ต้นทุนที่ลงไปอาจจะเป็น “ความปรารถนาดี กำลังใจ กำลังสมอง ฯลฯ” และผลประโยชน์ที่ได้รับกลับมาก็อาจจะเป็นผลประโยชน์ทางจิตใจ ผลประโยชน์ต่อส่วนรวม เป็นการสังคมนีออนานูญไว้สำหรับชาติหน้า เป็นต้น

(3) ตัวอย่างงาน “ศึกษาแรงจูงใจของผู้ขยายผล” มีงานศึกษาจากต่างประเทศ สรุปภาพรวมว่าได้พบแรงจูงใจ 5 ประการ สำหรับต้นแบบหรือผู้ที่ทำการขยายผลการวิจัยแก่ผู้อื่น ดังนี้



มีงานวิจัย CBR บางเรื่องที่ได้สำรวจแรงจูงใจของบรรดาครอบครัวต้นแบบ เช่น งานวิจัยเรื่อง “กระบวนการขยายผลการพึ่งตนเองด้านการผลิตอาหาร บ้านคุดมุง-ดงน้อย ตำบลเหล่าหลวง อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด” (ประจักษ์ อาษาธง, 2556) ที่มีวิจัยได้สัมภาษณ์แรงจูงใจของครอบครัวต้นแบบ 8 ราย ที่ไปขยายผลด้านการพึ่งตนเองด้านการผลิตอาหารในชุมชน และพบแรงจูงใจ 6-7 ประการ ดังนี้

ครอบครัวต้นแบบมีวัตถุประสงค์ในการขยายผลการพึ่งตนเองด้านอาหารในชุมชน

- อยากให้คนอื่นมีกินไม่ต้องซื้อ ไม่ต้องขอคนอื่นมารับประทาน
- อยากให้ครอบครัวอื่นลดรายจ่ายในอาหารที่ไม่จำเป็นที่ต้องซื้อ
- อยากให้ครอบครัวอื่นกินอาหาร-ผักที่ปลอดภัย
- มีกิน มีขาย สร้างรายได้
- ได้บุญ สบายใจ ที่ได้ช่วยคนอื่น
- ใช้ที่ดินว่างให้เกิดประโยชน์

(4) ภาพรวมแรงจูงใจในการบริการขยายผลของฝ่ายผู้รับ ได้มีงานศึกษาประมวลแรงจูงใจของฝ่ายผู้รับการขยายผลว่าเกิดมาจากแรงจูงใจประเภทใดบ้าง เช่น

(4.1) การคาดหวังว่าจะได้รับผลประโยชน์ ซึ่งเป็นจิตสำนึกขั้นพื้นฐานของมนุษย์ที่ทำกิจกรรมต่าง ๆ เพราะหวังผลประโยชน์ตอบแทน โดยที่ผลประโยชน์นั้นอาจมีหลายแง่มุม เช่น ผลประโยชน์ที่จับต้องได้หรือเป็นนามธรรม (เช่น ความสุขทางจิตใจ) เป็นผลประโยชน์โดยตรงหรือโดยทางอ้อม เป็นผลประโยชน์ต่อตัวเรา-ครอบครัว หรือสังคมวงกว้าง

(4.2) ความเคียดแค้น ในขณะที่แรงจูงใจด้านผลประโยชน์นั้นจะเป็นแรงดึงมาจากข้างหน้า (pulling factor) แต่ความเคียดแค้นจะมีทิศทางตรงกันข้าม คือ ผลักดันมาจากข้างหลัง (pushing factor) เช่น ชาวบ้านกลุ่มรับการขยายผลที่กำลังเคียดแค้นอยู่ และผลลัพธ์งานวิจัย CBR ได้ช่วยตอบโจทย์ได้พอดี

(4.3) ความสนใจ ก็เป็นลักษณะพิเศษของมนุษย์ (บางคน) เช่นกันที่จะพัฒนาความสนใจเฉพาะตัวขึ้นมา เช่น คนที่สนใจเรื่องธรรมชาติ ก็อาจจะรองรับผลการวิจัย CBR ในเรื่องการบำรุงรักษาป่าชุมชนหรือการเกษตรอินทรีย์ได้ง่าย

(4.4) ความศรัทธา เป็นความเชื่อมั่นที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แล้วขยายตัวต่อเนื่องออกไปยังเรื่องอื่น ๆ (แบบห่วงโซ่ (association)) สิ่งที่ศรัทธานั้น อาจจะเป็นรูปธรรม เช่น ศรัทธาต่อผู้อาวุโส พระ ผู้นำชุมชน ครู ฯลฯ หากบุคคลเหล่านี้มาทำหน้าที่เป็น “สื่อบุคคล” ขยายผลการวิจัย ก็จะส่งผลต่อเนื้องให้ชาวบ้านเชื่อถือไปด้วย (ในชีวิตประจำวัน เราก็พบเห็นการขยายผลแบบนี้ อยู่ทุกวันผ่านพรีเซนเตอร์ หรือ influencer)

หรือสิ่งที่ศรัทธานั้นอาจจะเป็นนามธรรม เช่น ศรัทธาต่อการแสวงหาสัจจะความจริง ศรัทธาต่อการเป็นจิตอาสาทำงานเพื่อสาธารณประโยชน์ เป็นต้น

สิ่งที่ศรัทธาที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมนี้ไม่จำเป็นต้องแยกขาดจากกัน ตัวอย่างเช่น เครือข่ายวนเกษตร ตำบลพวา จังหวัดจันทบุรี ที่เป็นทีมนิเวศวิทยในโครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพการจัดการห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อลดความเหลื่อมล้ำและสร้างเศรษฐกิจฐานรากของเครือข่ายวนเกษตร ตำบลพวา อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี” (จิรนนท์ เติมพันธ์ และคณะ, 2564) สมาชิกบางคนในเครือข่ายอาจจะได้เริ่มต้นด้วยความศรัทธาในตัวผู้ใหญ่วิบูลย์ เข็มเฉลิม ผู้นำแนวคิดเรื่องการทำเกษตรทางเลือกด้วยระบบวนเกษตร แต่ในขั้นต่อมา เมื่อได้ลงมือปฏิบัติการตามหลักวนเกษตรด้วยตนเองก็เริ่มศรัทธาในแนวคิดวนเกษตรไปด้วย ดังนั้นถึงแม้ผู้ใหญ่วิบูลย์จะเสียชีวิตไปแล้ว (พ.ศ. 2559) แต่ทว่าเครือข่ายวนเกษตรตำบลพวา ก็ยังคงรวมตัวกันอยู่ต่อมานับเป็นเวลา 20 กว่าปี (ก่อตั้งเครือข่ายเมื่อราว ๆ ปี พ.ศ. 2540)

(4.5) ความสัมพันธ์ทางสังคม ดังที่เราได้เห็นแรงจูงใจจาก “ฝ่ายขยายผล” แล้วว่ามีแรงจูงใจหลายอย่างที่เกิดจากความสัมพันธ์ทางสังคม เช่น อยากให้ครอบครัว เครือญาติ เพื่อนบ้าน ได้เรียนรู้เรื่องราวดี ๆ ในฝ่ายของ “ผู้รับการขยายผล” ก็เช่นกัน การเปิดรับความรู้และประสบการณ์จากงานวิจัย CBR ของฝ่ายผู้รับการขยายผลก็เกิดมาจากความไว้วางใจ (trustworthiness) ในความเป็นเครือญาติ เป็นเพื่อน เป็นคนในชุมชนเดียวกัน แม้แต่งานวิจัยเรื่องการยอมรับนวัตกรรมในสังคมตะวันตกก็ยังคงพบว่า แรงจูงใจที่ทำให้ผู้รับการขยายผลยอมรับนวัตกรรมต่าง ๆ นั้น มิได้เกิดมาจากการคาดหวังผลประโยชน์ด้านวัตถุ มิได้มาจากตัวของนวัตกรรมเอง หากแต่มาจากสายสัมพันธ์ทางสังคมที่แน่นแฟ้นระหว่างผู้ขยายผลและผู้รับการขยายผล นักวิชาการเรียกผู้ขยายผลแบบนี้ว่า “influential peer” (เชื่อเพื่อน)

(4.6) ความเกรงใจ มีนักวิชาการฝรั่งกล่าวว่า ความเกรงใจนี้เป็นคุณลักษณะเฉพาะของคนไทยเลยก็ว่าได้ที่ผลักดันให้เกิดการกระทำต่าง ๆ มากมาย ทั้งเกรงใจผู้ที่มีระดับเหนือกว่าตน ระดับเท่าตน และระดับต่ำกว่าตน (เรียกว่า “เกรงใจแบบรอบทิศทาง”) ดังนั้นจึงอาจมีผู้รับการขยายผลจำนวนไม่น้อยที่ทำตามต้นแบบเพราะความเกรงใจ

(4.7) อำนาจบังคับ เป็นแรงจูงใจที่เข้มกว่าความเกรงใจ คือมีความเกรงกลัวปนมาด้วย เป็นความเกรงกลัวที่อาจจะมาจากการบีบบังคับ (ด้านต่าง ๆ เช่น อาวุโส ฐานะการเงิน บารมี ฯลฯ) ของผู้ที่มีอำนาจเหนือกว่า



CBRR

Community-Based Research

ส่วนที่

4

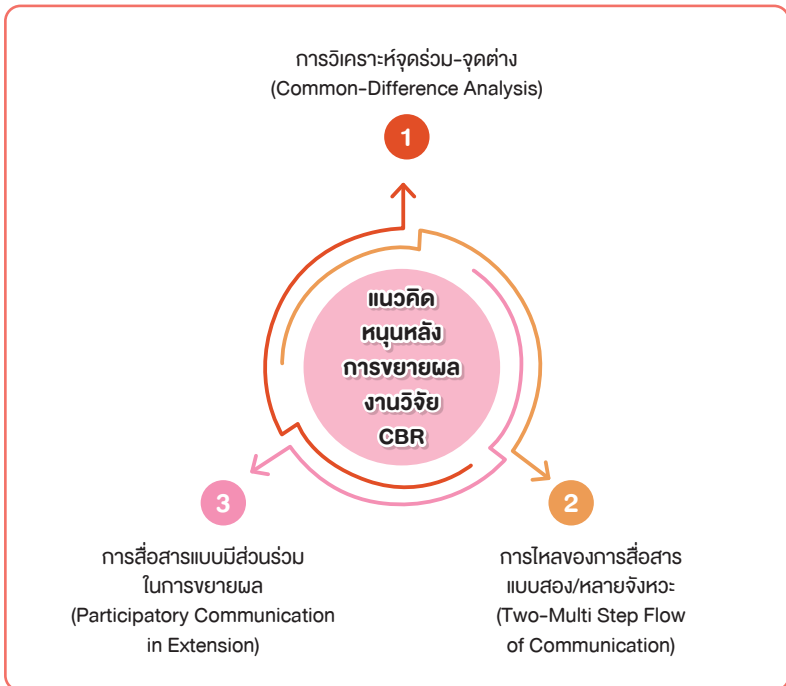
แนวคิดหมุนหลัง
เรื่องการขยายผล
ในงาน CBR



CBR

Community-Based Research

ในเนื้อหาเรื่องมุมมองแบบ 360 องศา เรื่องการขยายผลที่ได้กล่าวมา และเรื่องตัวอย่างของรูปแบบการขยายผลในงาน CBR ที่จะกล่าวถึงในตอนต่อไป เบื้องหลังเนื้อหาเหล่านี้มีแนวคิดสำคัญ ๆ บางอย่างหนุนหลังอยู่ (back-up concept) ในที่นี้จะยกตัวอย่างแนวคิดที่หนุนหลังเรื่องการทำงานเพื่อการขยายผลของ CBR สัก 3 แนวคิด ดังนี้



ตอนที่ 4.1

แนวคิดเรื่อง “จุดร่วม-จุดต่าง”
(Common-Difference)

(1) **ผลลัพธ์หลายรูปแบบของการขยายผล** เมื่อเวลาพูดเรื่อง “การขยายผล” หน่วยที่เรากำลังทำงานอยู่ด้วย (unit of working) อย่างน้อยจะต้องมีตั้งแต่ 2 หน่วยขึ้นไป หน่วยแรกจะต้องมีคนต้นแบบ ครอบครัวต้นแบบ กลุ่มต้นแบบ พื้นที่ต้นแบบ ฯลฯ ที่ได้ทำงานจนผ่านเข้าสู่เส้นชัยมาแล้ว อีกหน่วยหนึ่งเป็น “หน่วยรับการขยายผล” ที่กำลังจะออกวิ่งจากจุดเส้นสตาร์ท และส่วนประกอบที่ 3 ก็คือ ต้องมีความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยแรกกับหน่วยที่ 2 ซึ่งหากเปรียบเทียบเป็นการวิ่ง ก็ต้องเป็นการวิ่งผลัด 4×100 เมตร คือต้องมีการส่งไม้ต่อจากหน่วยแรกไปสู่หน่วยที่ 2 ก็คือมีการถ่ายทอดความรู้ ข้อมูล ประสบการณ์ และบทเรียนจากนักวิ่งคนแรกไปสู่คนที่สอง

อย่างไรก็ตาม ในโลกแห่งความเป็นจริง กระบวนการ “ส่งต่อไม้” (ขยายผล) นี้ก็อาจจะมิทั้งส่งต่อได้สำเร็จอย่างสวยงาม แต่ก็มีบางกรณีที่ล้มเหลว เช่น การที่กลุ่มขยายผลไปศึกษาดูงานจากพื้นที่ต้นแบบ แล้วกลับมาก็มาเลียนแบบทำตาม แต่ทว่าไม่ยกจะได้ผลเหมือนต้นแบบ เพราะเหตุใดจึงเกิดปรากฏการณ์แบบ “ตาดีได้ ตาร้ายเสีย” เช่นนี้

ผู้เขียนมีสมมติฐานว่า ตัวช่วยที่จะมาอธิบายปรากฏการณ์ตาดีได้ ตาร้ายเสียดังกล่าว น่าจะเป็นแนวคิดเรื่อง “การวิเคราะห์จุดร่วม-จุดต่าง” (common-difference analysis) ระหว่างต้นแบบกับกลุ่มรับการขยายผล

แนวคิดเรื่อง “การวิเคราะห์จุดร่วม-จุดต่าง” เป็นแนวคิดย่อย (subset) ที่มีหัวหน้าใหญ่ คือ การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ (comparison analysis) ผู้ที่สนใจแนวคิดนี้โปรดอ่านเพิ่มเติมจาก กาญจนา แก้วเทพ (2562) เครื่องมือขั้นสูงของการวิเคราะห์-สังเคราะห์ในงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น (เล่ม 3) ศูนย์ประสานวิจัยเพื่อท้องถิ่น จังหวัดสมุทรสงคราม

หากเราขยายผลลัพธ์ของการส่งไม้ต่อจากต้นแบบสู่กลุ่มรับการขยายผลให้ละเอียดมากขึ้น จากงานวิจัยเรื่องการขยายผลขนาดใหญ่ คือ การวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสารเพื่อปรับแปลงความหมายในพิธีกรรมงานศพ จังหวัดลำปาง” (บุษยากร ตีระพุดติกุลชัย, 2553) ที่เริ่มต้นประเด็นปัญหาของการจัดการพิธีกรรมงานศพที่มีอยู่ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูงมากเพราะเป็น “งานศพเลี้ยงเหล่า” ให้เปลี่ยนมาเป็น “งานศพงดเหล่า” ที่มิวิจัยเริ่มต้นจากหมู่บ้านต้นแบบ 1 หมู่บ้าน คือ บ้านดง ในจังหวัดลำปาง เมื่อปี พ.ศ. 2545 หลังจากนั้นก็ค่อย ๆ ไต่ระดับขยายผลออกไปตามระดับชั้น จากหมู่บ้านต้นแบบ 1 หมู่บ้าน ไปสู่หมู่บ้านขยายผลหลาย ๆ บ้าน จากหมู่บ้านขยายผลหลาย ๆ บ้าน ขึ้นสู่ระดับ 12 ตำบลนาร่อง จาก 12 ตำบลนาร่อง (ต้นแบบ) ขยายไปสู่ 12 อำเภอ แล้วเข้าเส้นชัยด้วยการประกาศเรื่อง “งานศพงดเหล่า” เป็นวาระของจังหวัดลำปาง ในปี พ.ศ. 2550 (ใช้เวลาขยายผล 6 ปีต่อเนื่อง)

จากกรณีทั้งต้นแบบและกลุ่มขยายผลที่มีอยู่หลากหลาย ซึ่งคงมีทั้ง “จุดร่วม” และ “จุดต่าง” ทำให้นักวิจัยได้สรุปแบบแผนของผลลัพธ์ของ “การส่งต่อไม้ผลัด” ว่ามีอย่างน้อย 4 แบบแผน คือ

- แบบแผนที่ 1: กลุ่มขยายผล > ทำได้เท่ากับ กลุ่มต้นแบบ
- แบบแผนที่ 2: กลุ่มขยายผล > ได้ผลสำเร็จมากกว่าต้นแบบ
- แบบแผนที่ 3: กลุ่มขยายผล > ได้ผลสำเร็จน้อยกว่าต้นแบบ
- แบบแผนที่ 4: กลุ่มขยายผล > ไม่ได้ผลแบบ ต้นแบบเลย

ในกรณีที่เกิดแบบแผนที่ 1 คือ กลุ่มขยายผลทำตามต้นแบบแล้ว ก็ได้ผลเท่ากับต้นแบบนั้น นักวิจัยได้วิเคราะห์พบว่า เงื่อนไข/ปัจจัยต่าง ๆ ของทั้ง 2 กลุ่ม มี “จุดร่วม” (เหมือนกัน) มากกว่า “จุดต่าง” เช่น เหมือนกันตรงที่กลุ่มที่ขับเคลื่อนเป็นกลุ่มผู้นำนอกระบบ/ไม่เป็นทางการเหมือนกัน

- **แบบแผนที่ 2** ซึ่งอุดมคติมาก คือ กลุ่มขยายผลทำงานได้ผลสำเร็จมากกว่าต้นแบบเสียอีก เนื่องจากกลุ่มขยายผลมีเงื่อนไข/ปัจจัยที่มีลักษณะสนับสนุน/เอื้ออำนวยอย่างมาก (facilitating factor) เช่น กรณีที่หมู่บ้านขยายผลมีผู้นำในระบบ/เป็นทางการ (เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน) เป็นตัวหอกขับเคลื่อน ทำให้กระบวนการทำงานเป็นไปอย่างรวดเร็วกว่าพื้นที่ต้นแบบ (บ้านดงเป็นผู้นำนอกระบบ) เพราะมีความชอบธรรมมากกว่า มีเครื่องมือเครื่องมือ เช่น การสื่อสารชุมชน หอกระจายข่าว เสี่ยงตามสาย เวทีประชาคม ฯลฯ เป็นต้น ในกรณีนี้ หากพูดในภาษาของ “จุดร่วม-จุดต่าง” ก็อาจพูดได้ว่า กลุ่มขยายผลมีจุดต่างจากต้นแบบ แต่ทว่า “จุดต่าง” นั้นกลับให้คุณมากกว่าให้โทษ

- **แบบแผนที่ 3** ซึ่งมักเป็นกรณีส่วนใหญ่ คือ กลุ่มขยายผลได้ผลสำเร็จน้อยกว่าต้นแบบ คล้ายกับเวลาเราถ่ายสำเนาที่ตัวสำเนาจะไม่คมชัดเท่าต้นฉบับ (ยกเว้นเครื่องถ่ายสำเนาที่มหัสจรรย์มากจนสามารถ “ถ่ายได้คมชัดกว่าต้นฉบับ”) ตัวอย่างเช่น ในหมู่บ้านขยายผลอาจจะมีการจัดพิธีกรรมงานศพงดเหล่าเหมือนกัน แต่กระบวนการทำความเข้าใจกับภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งเจ้าภาพ เข้ามาร่วมงาน เครือญาติ ฯลฯ อาจจะไม่เข้มข้นเท่าหมู่บ้านต้นแบบ

- **แบบแผนที่ 4** เป็นกรณีที่กลุ่มขยายผลทำงานไม่ได้ผลสำเร็จอย่างต้นแบบเลย ทั้งนี้เพราะมีปัจจัยที่เป็นปัญหา/อุปสรรค (obstacle) มากกว่าต้นแบบ หรือขาดปัจจัยเงื่อนไขที่เอื้ออำนวย หากพูดในภาษาของ “จุดร่วม/จุดต่าง” ก็คือ ระหว่างต้นแบบกับกลุ่มขยายผล มีจุดต่างมากกว่าจุดร่วมนั่นเอง และเป็นจุดต่างที่เป็นด้านลบต่อการขยายผล ซึ่งตรงกันข้ามกับแบบแผนที่ 2

(2) หลายนกเรียนจากกรณีศึกษา จากกรณีงานวิจัยเรื่องงานศพงดเหล่าที่กล่าวมานี้ เราอาจจะสรุปบทเรียนได้เบื้องต้นว่า

- **บทเรียนที่ 1** ในขั้นแรก ช่องว่างระหว่างต้นแบบกับกลุ่มขยายผลนั้น หากมี “จุดร่วม” มากกว่า “จุดต่าง” ในขั้นแรกอาจคาดการณ์ได้ว่า อย่างน้อยการขยายผลนั้นน่าจะได้ผลสำเร็จในกลุ่มขยายผล เช่น ในงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารเพื่อรับมือภัยพิบัติน้ำท่วมโดยการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชน จังหวัดอุบลราชธานี” (ทัพไท ชุ่มนาเสียว, 2563)

ซึ่งครอบคลุมพื้นที่การศึกษา 3 รูปแบบ คือ พื้นที่ในเมือง พื้นที่ชนบท และพื้นที่
กึ่งเมืองกึ่งชนบท เมื่อทีมวิจัยได้วิจัยเรื่องรูปแบบการสื่อสารเรื่องภัยพิบัติ
ในพื้นที่ต้นแบบซึ่งเป็นพื้นที่ชนบทมาแล้ว เมื่อนำมาขยายผลในพื้นที่ขยายอีก
2 ประเภท คือ พื้นที่เมือง และพื้นที่กึ่งเมืองกึ่งชนบท การที่รูปแบบการสื่อสาร
ในชนบทจะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้หรือไม่ในพื้นที่ใหม่ที่ขึ้นอยู่กับระดับ
และประเภทของการสื่อสารใน 3 พื้นที่นั้นมี “ข้อเหมือน” (เช่น ไม่ว่าพื้นที่ไหน
ก็มีสัญญาณโทรศัพท์มือถือใช้เหมือนกัน) หรือมี “ข้อต่าง” มากกว่ากัน

หรือตัวอย่างงานวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการพื้นที่ป่าสาธารณะ
ใกล้เมืองเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนจากฐานความรู้และนวัตกรรม
ด้วยงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น: กรณีป่าชุมชนโคกหนองม่วง อำเภอบ้านไผ่ จังหวัด
ขอนแก่น” (หิรัญ แสงแก้ว, 2565) ทีมวิจัยได้ทบทวนชุดความรู้เรื่องการบริหาร
จัดการ “ป่าชุมชน” ซึ่งกรณีศึกษาที่ศึกษามาส่วนใหญ่เป็น “ป่าชุมชนในชนบท”
ทั้งสิ้น ดังนั้นเมื่อนำชุดความรู้การจัดการป่าชุมชนในชนบทมา
ใช้กับ “ป่าสาธารณะใกล้เมือง” ทีมวิจัยจึงมีคำถามแรกเลยว่าจะสามารถนำ
ชุดความรู้เดิมมาประยุกต์ใช้ได้ไหม เพราะในเบื้องต้นก็มองเห็น “จุดต่างระหว่าง”
ป่าชุมชนในชนบทและป่าสาธารณะใกล้เมืองเลยว่า ในกรณีหลังนั้นความเสี่ยง
ต่อการจะถูกบุกรุกนำเอาป่าไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบอื่น ๆ มีสูงกว่าในเขต
ชนบทมาก เพราะป่าใกล้เมืองก็คืออยู่ใกล้อันตรายของความเจริญนั่นเอง

- **บทเรียนที่ 2** แต่หากเป็นกรณีที่ “จุดต่าง” มากกว่า “จุดร่วม”
ระหว่างต้นแบบกับกลุ่มขยายผล เราก็มียังมีทางสองแพร่งให้เลือกเดินต่อไป
กล่าวคือ ต้องวิเคราะห์ “จุดต่าง” ว่าเป็นจุดต่างที่เป็นคุณหรือโทษ ถ้าเป็น
จุดต่างที่เป็นคุณ (เป็นปัจจัยเอื้ออำนวย) อาจจะทำให้กลุ่มขยายผลทำงาน
ได้ผลดีกว่าต้นแบบก็เป็นได้ แต่หากเป็นจุดต่างที่เป็นโทษ (เป็นปัจจัยอุปสรรค)
ในกลุ่มขยายผลก็คงพบผลสำเร็จน้อยกว่าหรืออาจไม่พบความสำเร็จเลย

- **บทเรียนที่ 3** จาก 2 บทเรียนแรก ในขั้นตอนลงมือปฏิบัติ
นักขยายผลจึงต้องทำการวิเคราะห์ “ต้นแบบ” เป็นอันดับแรก และสิ่งที่ต้อง
ค้นหา/วิเคราะห์ให้พบก็คือ “ปัจจัย/เงื่อนไขจำเป็นสำหรับความสำเร็จ”

(necessary factor) ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง “การขยายและการพัฒนาเครือข่ายการจัดการห่วงโซ่อุปทานพริกสดปลอดภัย อำเภอเกษตรสมบูรณ์และอำเภोजตุรัส จังหวัดชัยภูมิ” (วีระ ภาคอุทัย และคณะ, 2552) ที่มวิจัยค้นพบว่า มี 2 ปัจจัยที่จำเป็นสำหรับครอบครัวดันแบบที่หากครอบครัวขยายผลต้องการจะทำตาม ก็คือ ต้องมีพื้นที่ดินอุดมสมบูรณ์และอยู่ใกล้แหล่งน้ำที่มีน้ำตลอดฤดูเสียก่อน ส่วนปัจจัยเสริมอื่น ๆ (sufficient factor) เช่น ความรู้เรื่องการปลูกพริกปลอดภัย การรวมกลุ่ม ฯลฯ อาจจะมาเพิ่มเติมทีหลังได้

• **บทเรียนที่ 4** ต่อเนื่องจากบทเรียนที่ 3 ก็คือ หลังจากวิเคราะห์ “องค์ประกอบต่าง ๆ ของต้นแบบ” โดยเฉพาะต้องขีดเส้นใต้เรื่องปัจจัยจำเป็นเบื้องต้นแล้ว ก็ย้ายมาวิเคราะห์ “องค์ประกอบของกลุ่มรับการขยายผล” บ้าง แล้วหลังจากนั้นก็เปรียบเทียบจุดร่วมและจุดต่างระหว่าง 2 ข้าง (ต้นแบบ-กลุ่มรับการขยายผล) หากเราเอาองค์ประกอบของ “ต้นแบบ” เป็นตัวตั้งแล้วเอา “กลุ่มรับการขยายผล” มาวางทับ ก็อาจจะได้ผลลัพธ์ที่เป็นแนวทางไปสู่การออกแบบกิจกรรมขั้นต่อไป เช่นตัวอย่าง

- (i) **กลุ่มรับการขยายผล** ยังขาดปัจจัยจำเป็นและปัจจัยอื่น ๆ
 - ในกรณีนี้ก็ต้องหามาเสริมเพิ่มเติม
- (ii) ถ้ากลุ่มรับการขยายผลมีปัจจัยอื่น ๆ มากเกินไป และเป็นปัจจัยอุปสรรค (เช่น ดินเปรี้ยวเกินไป) ➤ ก็ต้องลดทอน
- (iii) ถ้ากลุ่มรับการขยายผลมีปัจจัยอื่น ๆ ที่คล้ายคลึงแต่ไม่เหมือนทีเดียว ➤ ก็อาจจะต้องปรับเปลี่ยนการขยายผล

• บทเรียนที่ 5 “ขนาดนั้นมีความสำคัญ” (size does matter) มีกรณีที่มีเกิดขึ้นในการขยายผลอยู่บ่อยครั้ง คือ เมื่อตอนเป็น “ต้นแบบ” นั้น ดำเนินการอยู่ในสเกลขนาดเล็ก ๆ คนไม่เยอะ กิจกรรมมีไม่กี่ชนิด ใช้งบประมาณ และทรัพยากรอื่น ๆ จำนวนไม่มาก และพบว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี แต่เมื่อขยายผลให้ทุกอย่างมีขนาดใหญ่ขึ้น คนเยอะขึ้น กิจกรรมหลากหลาย ใช้ทรัพยากรมากขึ้น กลับพบว่าล้มเหลวอย่างไม่เป็นท่า กรณีเหล่านี้คือ เครื่องเตือนใจว่า ตัวแปรเรื่อง “ขนาด/สเกล” นั้นมีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการขยายผลถึงระดับที่พลิกขาว (ความสำเร็จ) ให้กลายเป็นดำ (ความล้มเหลว) ได้เลย

ในแวดวง CBR ก็เคยมีตัวอย่างที่แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรเรื่อง “ขนาด” นั้นมีความสำคัญระดับชี้เป็นชี้ตายต่อเรื่องการขยายผล เช่น งานวิจัยเรื่อง “การขยายผลโครงการวิจัยประวัติศาสตร์ท้องถิ่นภาคใต้” (เลิศชาย ศิริชัย, 2561) โครงการนี้เริ่มต้นระยะที่ 1 ในปี พ.ศ. 2552 เป็นโครงการที่มีเป้าหมายตามชื่อโครงการเลย คือต้องการสร้างเด็กนักเรียนระดับมัธยมศึกษาให้เป็น “นักวิจัยประวัติศาสตร์รุ่นเยาว์” โดยผ่านรูปแบบการใช้เครื่องมือวิจัยแบบ CBR ผลลัพธ์ที่มีต่อกลุ่มผู้วิจัยประวัติศาสตร์นั้น นอกจากต้องการจะให้เด็กและเยาวชนมีความรู้และทักษะในการวิจัยประวัติศาสตร์แล้ว ที่มากไปกว่านั้นก็คืออยากจะทำสำนึกให้เด็กเกิดความรักและมีสำนึกต่อบ้านเกิด เมื่อได้รู้เห็นจากการเก็บข้อมูลประวัติศาสตร์ชุมชนพร้อมทั้งเข้าไปเรียนรู้จากชุมชน ขอบเขตการทำงานในระยะแรกครอบคลุมโรงเรียนที่สนใจใน 6 จังหวัดภาคใต้

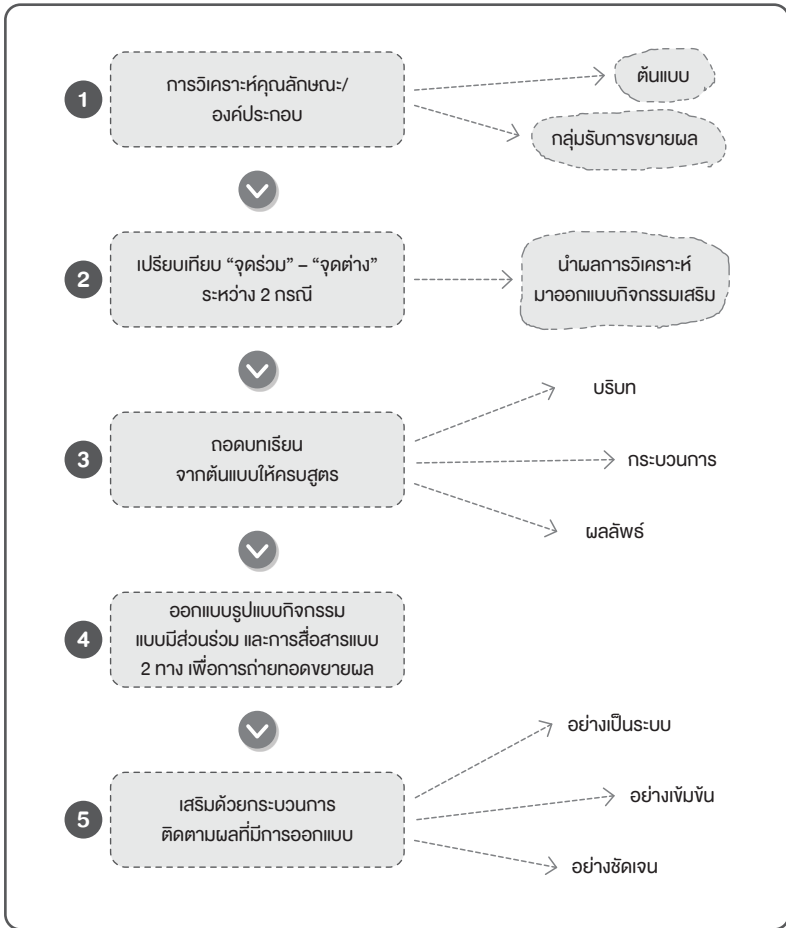
ผลงานในระยะแรกของโครงการเข้าเป้าอย่างสวยงาม ดังนั้นหน่วยงานสนับสนุน (สกว.) จึงต้องการขยายผลกระบวนการทำงานของระยะแรก ให้มีขนาดและขอบเขตที่ใหญ่โตและกว้างขวางขึ้น เป็นโครงการระยะที่ 2 (พ.ศ. 2553–2554) การขยายขนาดนั้นทำในทุกองค์ประกอบ เริ่มตั้งแต่ขยายขอบเขตครอบคลุมจาก 6 จังหวัด ให้เป็น 11 จังหวัด ให้ครบในภาคใต้ ขยายรูปแบบกิจกรรมจากเดิมที่มีแต่รูปแบบงานวิจัยเพียง 1 รูปแบบ ได้เพิ่มเป็น 3 รูปแบบ คือ รูปแบบงานวิจัย รูปแบบการสร้างหลักสูตร และรูปแบบการตั้ง

ชุมชนศึกษาประวัติศาสตร์ของนักเรียน ซึ่งในบางรูปแบบก็ไม่ใช้ความชำนาญของทีมผู้รับผิดชอบโครงการ และยังคงคาดหวังว่างานนี้น่าจะเป็นบทบาทความรับผิดชอบส่วนหนึ่งของหน่วยงานเจ้าของเรื่องด้านการศึกษาเอง

แต่ในขณะที่**มีข้อจำกัด**คือความคาดหวังของโครงการ ขอบเขตการทำงาน รูปแบบการทำงาน ขยายตัวใหญ่ขึ้น แต่ด้าน**มีข้อขาด**คือทรัพยากรในการสนับสนุนกลับหดตัวเล็กลง เช่น งบประมาณสนับสนุนการทำโครงการในโรงเรียนลดลง (เพราะคาดหวังว่าการสนับสนุนส่วนหนึ่งน่าจะมาจากหน่วยงานเจ้าของงาน) ทรัพยากรบุคคลไม่ได้เพิ่มขึ้นตามงาน นอกจากนั้นความคาดหวังที่จะฝังภารกิจนี้เข้าไปในโครงสร้างการบริหารงานด้านการศึกษาของไทยนั้นก็เป็ภารกิจที่ยากยิ่งกว่าการเซ็นครกขึ้นภูเขา

จากลักษณะการขยายผลในแง่ของการขยายขนาดของอุปสงค์ (demand) แต่ทว่ากลับหดตัวในแง่อุปทาน (supply) ทำให้ผลของการทำงานในระยะที่ 2 นี้ไม่ค่อยน่าประทับใจเท่ากับรุ่นต้นแบบรุ่นแรก เริ่มตั้งแต่ในเชิงปริมาณ จำนวนโรงเรียนที่มาร่วมโครงการก็ต่ำกว่าที่คาดหมายไว้ เป้าหมายของภารกิจบางอย่างที่คาดหวังเอาไว้ เช่น การสร้างหลักสูตรนั้นดูรางเลือน หรือกระบวนการบางอย่างในบางโครงการก็บิดเบี้ยวไปจากเป้าที่วางเอาไว้ เป็นต้น

• **บทเรียนที่ 6** **สรุปขั้นตอนและกระบวนการแบบทั่วไปของการขยายผล** จากงานวิจัยเรื่องงานศพดเหล่าของจังหวัดลำปาง (บุษยากร ตีระพลดีกุลชัย, 2553) ที่ได้กล่าวมาแล้ว นักวิจัยได้ถอดบทเรียนกระบวนการและขั้นตอนสำคัญ ๆ ของการขยายผลเอาไว้ ดังนี้



(3) ตัวอย่างงานวิจัย CBR เรื่องการขยายผลที่ครบเครื่อง ตัวอย่างงานวิจัย CBR ที่สาธิตให้เห็นขั้นตอนและกระบวนการทั้ง 5 ขั้นตอน ที่กล่าวมาในบทเรียนที่ 6 ได้อย่างชัดเจน คืองานวิจัยเรื่อง “การขยายผลการทำเกษตรผสมผสานในพื้นที่การจัดการน้ำอ่างเก็บน้ำห้วยหินกองเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน อำเภอปทุมราชวงศา จังหวัดอำนาจเจริญ” (ยุพารัตน์ พรหมลัง และคณะ, 2564) งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานต่อยอดขยายผลมาจากงานวิจัยเดิม 2 โครงการ โครงการแรกดำเนินการในปี 2562 คือ โครงการบริหารจัดการน้ำในอ่างเก็บน้ำ

ห้วยหินกอง (พรพรรณ ฉลาดล้ำ, 2562) และหลังจากได้ข้อค้นพบจากงานวิจัย และได้ลงมือนำมาปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการน้ำทั้งระบบ ไม่ว่าจะเป็นระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการจัดสรรน้ำ การจัดแบ่งโซนพื้นที่ การสร้างกตึก การตั้งคณะกรรมการ ฯลฯ และโครงการต่อยอดขั้นที่ 2 ก็คือ การจัดตั้งศูนย์เรียนรู้การจัดการน้ำสำหรับทำเกษตรผสมผสานจากอ่างเก็บน้ำ (สมพร ป้อมหิน, 2563) ผลจากการวิจัยทั้ง 2 ชิ้น ได้รับผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม สมาชิกศูนย์เรียนรู้อย่างน้อย 80 ครัวเรือน สามารถใช้น้ำจากอ่างเก็บน้ำ มาทำเกษตรผสมผสานอย่างน้อย 3 รูปแบบ คือ เลี้ยงกุ้งก้ามกราม เลี้ยงปลานิล ปลูกกล้วยและผักสวนครัว ส่งผลให้มีรายได้ของครัวเรือนเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม ยังมีชุมชนอีกประมาณ 70% ที่อยู่ในเขตพื้นที่จัดการอ่างน้ำที่เรียกว่าเป็น “กลุ่มผู้ใช้น้ำสายใหม่” กลุ่มนี้ยังขาดทั้งความมั่นใจที่จะใช้น้ำจากอ่างไปทำการเกษตรผสมผสาน รวมทั้งยังขาดความรู้ว่าเกษตรผสมผสานนั้นจะอย่างไร กลุ่มนี้จึงเป็น “กลุ่มเป้าหมายเพื่อการขยายผล” ในโครงการนี้ (ซึ่งทางโครงการก็มีกระบวนการและหลักเกณฑ์ในการแสวงหา กลุ่มเป้าหมาย)

หากอธิบายกระบวนการทำงานขยายผลในงานวิจัยเรื่องการทำเกษตรผสมผสานจากน้ำในอ่างห้วยหินกอง ก็จะได้ครบสูตร 5 ขั้นตอน ดังนี้

- **ขั้นตอนที่ 1** การวิเคราะห์คุณลักษณะของพื้นที่ต้นแบบและพื้นที่ขยายผล ทางโครงการได้กำหนดให้พื้นที่ต้นแบบ คือ **กลุ่มเกษตรกรต้นแบบ และสมาชิกศูนย์เรียนรู้** จำนวน 76 คน ซึ่งกิจกรรมแรกของโครงการก็คือ การวิเคราะห์คุณลักษณะของกลุ่มต้นแบบ เช่น ข้อมูลต้นทุนและรายได้ โดยใช้เครื่องมือการวิจัย เช่น สัมภาษณ์เชิงลึก สสำรวจพื้นที่ทำเกษตรผสมผสานแบบสอบถาม เป็นต้น

ส่วนกลุ่มรับการขยายผล ก็ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้น้ำสายใหม่ จำนวน 40 คน ในกิจกรรมที่ 2 ทางโครงการก็ได้เก็บข้อมูลต้นทุนและศักยภาพด้านการทำเกษตรผสมผสานของกลุ่มรับการขยายผล รวมทั้งปัญหาความไม่มั่นใจและการขาดความรู้ที่ได้กล่าวมา

- **ขั้นตอนที่ 2** ในกิจกรรมที่ 3 ทีมวิจัยและที่ปรึกษาได้นำข้อมูล ทั้ง 2 ชุด จากกลุ่มต้นแบบและกลุ่มรับการขยายผลมาเปรียบเทียบ “จุดร่วม/ข้อเหมือน” และ “ข้อแตกต่าง”

- **ขั้นตอนที่ 3** ทีมวิจัยได้ทำการถอดบทเรียนอย่างละเอียดจากต้นแบบ (ขั้นตอนนี้ทำร่วมในกิจกรรมที่ 1 เพื่อประหยัดเวลา) ทั้งเรื่องบริบทกระบวนการ/กิจกรรม และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น โดยใช้การมีส่วนร่วมทั้งกลุ่มต้นแบบและกลุ่มรับการขยายผล ให้เรียนรู้ข้อมูลของการถอดบทเรียนไปพร้อม ๆ กัน

- **ขั้นตอนที่ 4** การออกแบบรูปแบบกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมและใช้การสื่อสารแบบ 2 ทาง เพื่อการถ่ายทอดขยายผล หลังจากวิเคราะห์จุดร่วม/จุดต่าง ต้นทุนและข้อจำกัดของกลุ่มรับการขยายผลแล้ว ทางโครงการก็ได้วิธีการดำเนินการเป็น 3 แนวทาง ที่มีความเป็นไปได้ในการทำงานกับกลุ่มขยายผล คือ

- ◆ **แนวทางที่ 1:** เรียนรู้และฝึกปฏิบัติการจัดทำอาหารปลา กุ้ง หอย
- ◆ **แนวทางที่ 2:** เลี้ยงกุ้งในนาข้าวเพิ่ม จำนวน 20,000 ตัว
- ◆ **แนวทางที่ 3:** พัฒนาช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรผสมผสาน

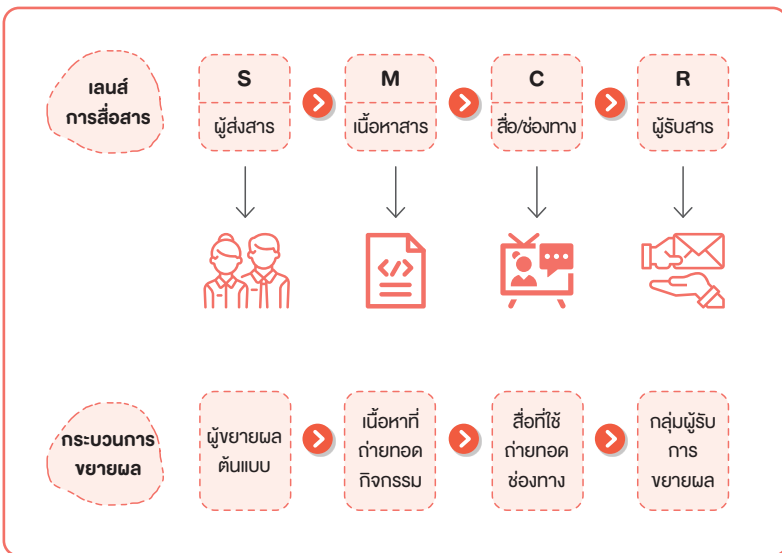
ของชุมชน

และจากทั้ง 3 แนวทาง ทางโครงการก็ได้ปรึกษาหารือกับกลุ่มรับการขยายผลเพื่อแตกรายละเอียดของแต่ละแนวทางออกมาเป็นกิจกรรมย่อย ๆ เช่น กิจกรรมเรียนรู้การทำอาหารปลา กุ้ง หอย (เพื่อการพึ่งตนเองด้านการผลิต) การทดลองเลี้ยงกุ้งก้ามกรามในนาข้าวและในหนองน้ำ เรียนรู้และฝึกปฏิบัติการเพาะพันธุ์กุ้ง เรียนรู้และฝึกปฏิบัติเรื่องการตลาดสินค้าเกษตรผสมผสานในชุมชน

• **ขั้นตอนที่ 5** ขึ้นติดตามผลที่มีการออกแบบ ซึ่งเป็นจุดเด่นอย่างยิ่งของโครงการนี้ที่มีการออกแบบการติดตามผลอย่างเข้มข้น อย่างชัดเจน และเป็นระบบ โดยออกแบบเป็น 3 ชุดกิจกรรมติดตาม ชุดแรกเป็นการติดตามผลการเลี้ยงกุ้งเดือนละ 1 ครั้ง ทั้งหมด 3 ครั้ง ชุดกิจกรรมที่ 2 คือ การถอดบทเรียนการทดลองเลี้ยงกุ้งก้ามกรามในนาข้าวและในหนองน้ำ และชุดกิจกรรมที่ 3 เป็นการสรุปผลการทำงานตลอดทั้งโครงการ

ตอนที่ 4.2 แนวคิดเรื่อง “การไหลของการสื่อสารแบบสอง/หลายจังหวะ”

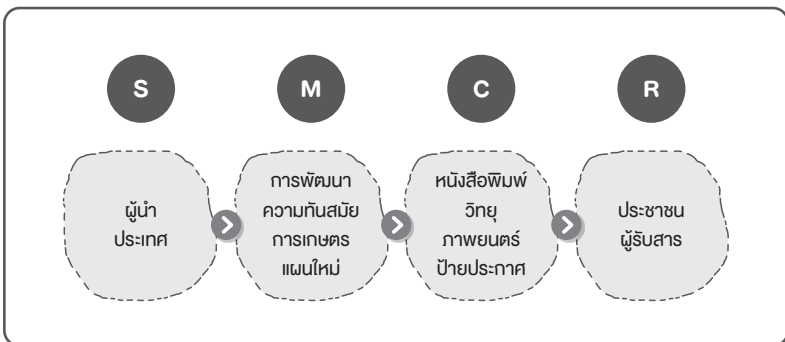
ในเนื้อหาที่ได้กล่าวมาข้างหน้า ผู้เขียนได้เคยให้ตัวอย่างไว้แล้วว่า หากเราส่งกระบวนการขยายผลด้วยเลนส์/แว่นของการสื่อสาร ก็อาจจะเทียบเคียงได้ดังนี้ คือ



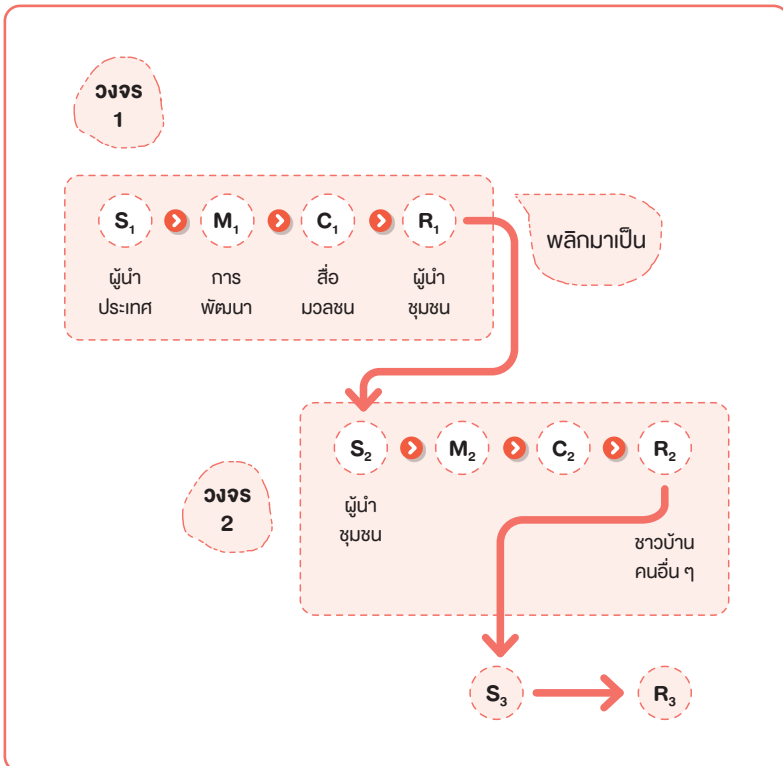
และเมื่อเราสามารถใช้เลนส์ของการสื่อสารมาใช้ส่องกระบวนการขยายผลได้ ในเรื่องการสื่อสารก็จะมีชุดแนวคิดย่อย ๆ อื่นรวมอยู่อีกมากมาย และท่ามกลางแนวคิดที่หลากหลายนั้น มีแนวคิดหนึ่งที่สามารถนำมาช่วยงานเรื่องการขยายผลได้อย่างดี คือ แนวคิดเรื่อง **“การสื่อสารแบบสอง/หรือหลายจังหวะ”** (two-multi step flow of communication) ที่มีเนื้อหาส่วนที่น่าสนใจ ดังนี้

(1) พัฒนาการของแนวคิด “การสื่อสารหลายจังหวะ” ดังที่ได้กล่าวมาข้างแล้วในเนื้อหาเรื่องประวัติความเป็นมาของแนวคิดเรื่องการขยายผลยุคใหม่ที่เริ่มต้นในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยมีเส้นทาง 2-3 เส้นทาง คือ เส้นทางของการส่งเสริมการเกษตรแผนใหม่ เส้นทางแนวคิดการพัฒนาประเทศให้ทันสมัย และเส้นทางการพัฒนาด้วยสื่อมวลชนสมัยใหม่

ยุคที่ 1: การใช้สื่อมวลชนเพื่อขยายผลเรื่องการพัฒนาและการส่งเสริมการเกษตรแผนใหม่ ในยุคที่ 1 นี้ ผลจากการใช้สื่อมวลชนสมัยใหม่ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ ภาพยนตร์ (โดยเฉพาะความสำเร็จในการโน้มน้าวใจประชาชนของฮิตเลอร์ในเยอรมนี) อย่างเป็นผลในช่วงสงคราม (critical period) ทำให้มีความเชื่อมั่นในพลังอำนาจในการโน้มน้าวใจอย่างมหาศาลของสื่อมวลชน (เรียกว่าเป็นยุค powerful media) ดังนั้นสื่อมวลชนสมัยใหม่จึงถูกเลือกมาเป็นเครื่องมือในการขยายผลทั้งความรู้ ทัศนคติ และการกระทำแบบ “สายตรงยิ่งตรง/ชั้นเดียว” เลย ดังในภาพ



ยุคที่ 2: การสื่อสารแบบสองจังหวะ แต่หลังจากได้ใช้สื่อมวลชนสมัยใหม่ประเภทต่าง ๆ มาไม่นานนักผู้คน (โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา) ในช่วงเวลาปกติ (normal period) ไม่ใช่ช่วงวิกฤตแบบมีสงคราม ก็พบว่าสื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจอย่างมหาศาลเช่นในช่วงเวลาสงคราม ซึ่งอาจจะเนื่องมาจากหลายปัจจัย เช่น ผู้รับสารมีเวลาคิดไตร่ตรอง ผู้รับสารมีแหล่งข่าวสารอื่น ๆ ให้เช็กตรวจสอบ ยังมีโครงสร้างการสื่อสารแบบอื่น ๆ เป็นคู่แข่ง ผู้รับสารยังไม่รู้จักคุ้นเคยกับสื่อมวลชนมากพอที่จะทำให้ไวใจได้เต็มที่ ฯลฯ และจากผลงานวิจัยด้านการสื่อสารที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ที่เป็นจริง นักวิชาการด้านการสื่อสารก็ได้ค้นพบโมเดลใหม่เป็น “การไหลของการสื่อสารเป็นแบบ 2 จังหวะ” ดังในภาพ



ในแบบจำลองนี้จะแตกต่างจากแบบจำลองในยุคแรก ประการแรกเลยก็คือ วงจรการสื่อสารจะไม่ได้มีเพียงวงจรเดียว หากแต่จะมี 2 วงจรขึ้นไป

ในวงจรที่ 1 ก็คือ รูปแบบการสื่อสารแบบเดิมที่จะมีการใช้สื่อมวลชนสมัยใหม่ หากทว่าสิ่งที่เปลี่ยนแปลงไป คือ “กลุ่มผู้รับสาร” (R_1) จะโฟกัสไปที่ “กลุ่มเฉพาะคือกลุ่มผู้นำในชุมชน” ซึ่งในขั้นต่อมาคือวงจรที่ 2 กลุ่มผู้รับสาร (R_1) กลุ่มนี้จะพลิกบทบาทไปเป็น ผู้ส่งสารที่ 2 (S_2) ในวงจรที่ 2 และทำการ “สื่อสารต่อ/บอกต่อ” ไปยังกลุ่มผู้รับสารคนอื่น ๆ (R_2) ในวงจรที่ 2 ต่อไป กลุ่มคนที่เคยเป็น R_1 (ผู้รับสาร) แล้วพลิกกลับมาเป็น S_2 (ผู้ส่งสาร 2) ในวงจรที่ 2 นี้ วิชาการด้านการสื่อสารเรียกว่า “ผู้นำทางความคิด” (opinion leader) (ซึ่งใกล้เคียงกับ “influencer” ในยุคปัจจุบัน)

และต่อจากนั้น ก็เกิดการพลิกตัวของ “ผู้รับสาร” ในวงจรเดิมมาเป็น “ผู้ส่งสาร” ในวงจรใหม่ต่อไปเรื่อย ๆ ที่เรียกว่า “การไหลของการสื่อสารแบบหลายจังหวะ”

ยุคที่ 3: ยุคเปิดเสรีไม่จำกัดสื่อ ในยุคต่อ ๆ มา ก็เริ่มมีการคลี่คลายว่า ตั้งแต่วงจรแรกและวงจรอื่น ๆ ก็ไม่จำเป็นที่จะต้องจำกัดว่าตัวผู้ส่งสารหรือตัวสื่อ/ช่องทางจะต้องเป็นตัวบุคคลหรือเป็นสื่อประเภทใดแล้ว แต่ทว่าองค์ประกอบ S-M-C-R ทั้ง 4 ตัว สามารถพลิกแพลงปรับเปลี่ยนได้อย่างสร้างสรรค์และยืดหยุ่น

แต่ทว่าหัวใจสำคัญของปัญหาก็คืออยู่ที่ว่า **จะอย่างไรจึงจะให้ผู้รับสาร 1 (R_1) พลิกตัวกลับมาเป็นผู้ส่งสาร 2 (S_2) ได้** หรือพูดภาษาชาวบ้านก็คือ จะอย่างไรให้ผู้รับรู้เรื่องราวแล้วไป “บอกต่อ” คนอื่น ๆ อะไรจะเป็นแรงจูงใจผลักดันให้ “คนที่รู้เรื่องทีไปอบรมมาไปขยายผลต่อไป”

หรือปัญหาที่ว่า “คนที่จะไปบอกต่อ” นั้น (S_2) มีความสามารถทางการสื่อสารที่จะบอกต่อหรืออธิบายต่อได้หรือไม่

หรือปัญหาที่ว่า “เนื้อหาที่ไปบอกต่อนั้น” มีความถูกต้องตรงกับ ต้นตอ/ต้นฉบับหรือเปล่า เพราะจากประสบการณ์ที่พวกเราเคยเล่นเกม ผีอกบรม “การกระซิบข้อความต่อกันเป็นทอด ๆ” เราก็จะพบว่าข้อความ จากต้นทางกับปลายทางนั้นผิดเพี้ยนไม่เหมือนกัน (ปัญหาเรื่องการควบคุม เนื้อหาสาร)

ในยุคปัจจุบันนี้ ภายใต้อุคสมัยของสื่อออนไลน์ ความทันสมัย ของระบบดิจิทัลทำให้การ “บอกต่อ” นั้นง่ายขึ้นมาก เพราะเราสามารถ แชรเนื้อหา/ข้อมูล/รูปภาพ ทั้งแบบนิ่งและแบบเคลื่อนไหวจากต้นฉบับไปสู่ กลุ่มผู้รับการขยายผลได้อย่างง่ายดาย ในงานวิจัย CBR ได้มีการนำนวัตกรรม ด้านการสื่อสารดิจิทัลมาใช้ในงานขยายผลอย่างมากมาย เพื่อแก้ไขข้อจำกัด ของการสื่อสารแบบที่ต้องเห็นหน้าเห็นตากัน (face-to-face communication) เช่น แต่เดิมนักวิจัยชุมชนมักจะใช้ “เวทีการประชุมกลุ่ม/ประชุมประจำเดือน” เป็นรูปแบบหลัก ซึ่งบางครั้งสมาชิกกลุ่มบางคนไม่สามารถจะเข้าร่วมประชุมได้ ดังนั้นเลขาฯ ของที่ประชุมจึงจัดการทำสรุปรายงานการประชุมสั้น ๆ แล้ว ส่งเข้าไปในไลน์กลุ่ม ซึ่งทำให้สมาชิกทุกคน (แม้จะขาดการประชุม) ก็ยังสามารถ ติดตามเนื้อหาการประชุมได้ เป็นต้น

และหากนำเอาแนวคิดเรื่อง “การไหลแบบสอง/หลายจังหวะของ การสื่อสาร” มาอธิบายกระบวนการทำงานของ CBR เราก็อาจจะเทียบเคียง ได้ว่า โดยปกติ R_1 ในวงจรที่ 1 ก็มักจะเป็นพี่เลี้ยง/โหนดของ CBR ที่ได้ ไปร่วมประชุมระดับนโยบาย หรือได้ไปอบรมเพิ่มเติมความรู้ใหม่ ๆ แล้วต่อจากนั้น บรรดาพี่เลี้ยง/โหนดก็มาขยายผลความรู้/ข้อมูลโดยเล่นบทเป็น “ผู้ส่งสาร 2” (S_2) ในวงจรที่ 2 และมีกลุ่มนักวิจัยชุมชนเป็นผู้รับสาร 2 (R_2) ในวงจรนี้ และขยายตัวต่อ ๆ ไปในวงจรที่ 3, 4, 5, ...

(2) รอยเชื่อมต่อระหว่าง 2 วงจร จากภาพที่แสดงการไหลแบบ 2 จังหวะ 2 วงจร ของการสื่อสาร เราจะพบว่า “รอยต่อระหว่างวงจรที่ 1 กับวงจรที่ 2” ก็คือ การพลิกตัวจาก “ผู้รับสาร 1” (R_1) ในวงจรที่ 1 มาเป็น “ผู้ส่งสาร 2” (S_2) ในวงจรที่ 2

จากประสบการณ์ในชีวิตประจำวัน เราก็คงทราบดีว่า “ไม่ใช่คนที่ไปเข้ารับการอบรมทุกคนจะสามารถกลับมาเล่าต่อได้เสมอไป” (หรืออาจจะเล่าอย่างผิด ๆ ถูก ๆ เล่าแบบปะติดปะต่อไม่เป็นเรื่อง เล่าแบบวนไปวนมา) ดังนั้น ประศูด่านแรกจึงเป็นเรื่อง “การแสวงหาและคัดเลือก “ผู้รับสาร 1” (R_1) คนไหนเล่าในวงจร 1 เพื่อมาเป็น “ผู้ส่งสาร 2” (S_2) ในวงจรที่ 2” (ในกรณีที่ผู้ส่งสารนั้นเป็นสื่อบุคคล ดูรายละเอียดเรื่อง “สื่อบุคคล” ในหัวข้อต่อไป)

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ตัวเนื้อหาความรู้ (message) ในงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นที่จะนำมาขยายผลนั้นน่าจะเป็น “ความรู้อย่างน้อย 3-4 เล้า” คือ

- (i) ความรู้เชิงประเต็น เช่น ความรู้เรื่องการทำเกษตรอินทรีย์ การสร้างฝายมีชีวิต
- (ii) ความรู้ว่าด้วยวิถีวิทยาแบบ CBR
- (iii) ความรู้ว่าด้วยการบริหารโครงการ
- (iv) ความรู้ว่าด้วยเรื่องการสื่อสารเพื่อการขยายผลแบบ CBR (กล่าวคือ ต้องเป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม)

เราอาจใช้ความรู้ 3-4 เล้านี้ เป็นเกณฑ์ไปแสวงหาและคัดเลือกว่า “ใครควรจะไปต่อในวงจรที่ 2” ซึ่งในการค้นหา “นักขยายผล” ที่จะไปต่อในวงจรที่ 2 นี้ อาจจะมีข้อค้นพบว่ามีตัวบุคคลอยู่ 2 แบบ คือ

- **แบบที่ 1** มีความรู้ทั้ง 3-4 เล้า ครบถ้วนอยู่แล้ว คนกลุ่มนี้ได้แก่ ทีมวิจัยชุมชนที่มีทั้งความรู้เชิงประเต็น (มาก่อนที่จะทำวิจัย CBR ด้วยซ้ำไป) อย่างเต็มเปี่ยม มีความรู้ว่าด้วยวิทยา CBR ที่เกิดขึ้นจากการได้เข้าร่วมโครงการวิจัย และมีความสามารถทางการสื่อสารทั้งการบอกเล่าต่อ การอธิบายขยายความ การตอบข้อซักถามข้อข้องใจ ฯลฯ ได้อย่างมีพรสวรรค์ติดตัวมาแล้ว (by born) (บางท่านอาจจะเคยเป็นหมอลำหรือปราชญ์ชาวบ้านเล่านิทานให้เด็กฟังมาก่อน)

- **แบบที่ 2** อาจจะมีต้นทุนความรู้มาสัก 1 เล้า หรือ 2 เล้า ในช่วงก่อนทำวิจัย เช่น จากการเป็นคณะกรรมการป่าชุมชน ก็ทำให้มีความรู้เชิงประเด็นเรื่องป่าชุมชนมาพอสมควร และเมื่อมาร่วมในงานวิจัย CBR ก็ได้เติมความรู้ด้วยวิธีวิทยาแบบ CBR แต่ทว่าไม่มีพรสวรรค์ในเรื่องการสื่อสารเพื่อการถ่ายทอดติดตัวมา (เช่น พูดน้อย พูดไม่ค่อยเป็น ใช้มือถือไม้ค่อง ใช้คอมพิวเตอร์ไม่ได้ ฯลฯ) หากจะมอบหมายบทบาท “นักขยายผล” ให้กับคนในแบบที่ 2 นี้ ก็ต้องให้อาหารเสริมความรู้ในด้านที่เขายังขาดอยู่

ตอนที่ 4.3

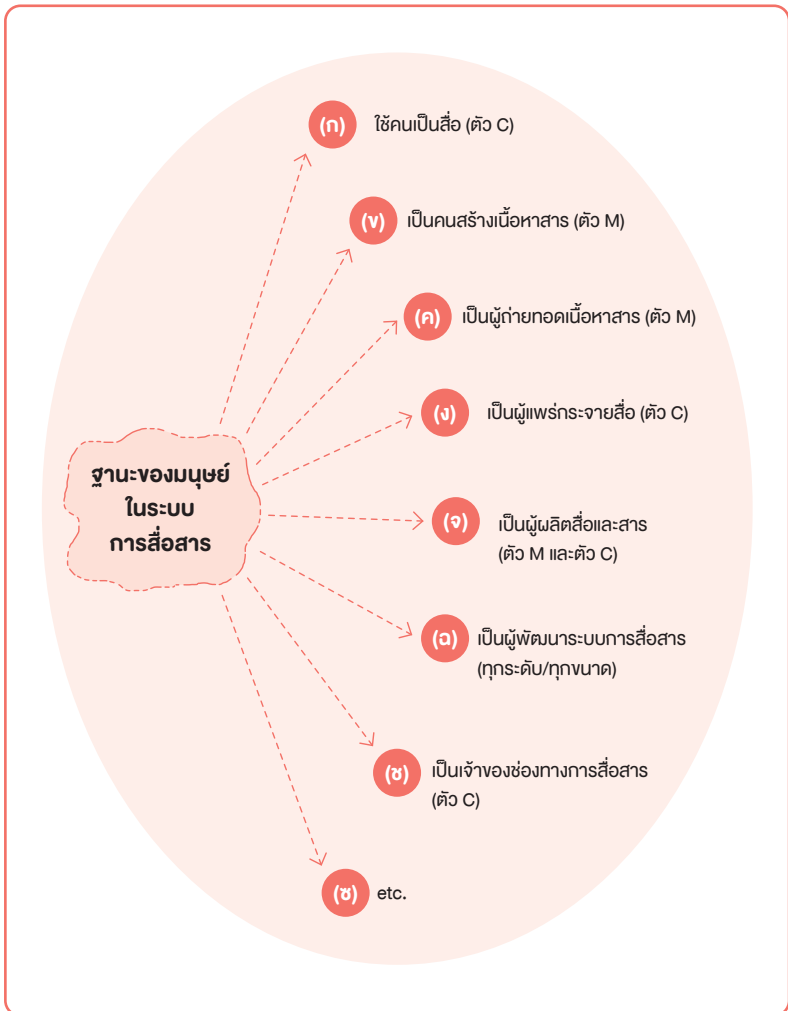
การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการขยายผลงานวิจัย CBR

เนื่องจากคาถาข้อ 2 ของ CBR นั้นจะเน้นเรื่อง “การมีส่วนร่วม” ดังนั้นเมื่อเรานำเอารูปแบบการสื่อสารซึ่งมีให้เลือกใช้หลายประเภทและหลายขนาด เราจึงต้องเลือกรูปแบบการสื่อสารที่เข้าชุดกับ CBR แม้แต่ในขั้นตอนของ “การขยายผล” ก็เช่นกัน ดังนั้นในเนื้อหาต่อไปนี้ ผู้เขียนจะขอแนะนำเนื้อหาพื้นฐานบางส่วนเกี่ยวกับการตอบคำถามว่า มนุษย์เราเข้าไปเกี่ยวข้องกับ “ธาตุทั้งสี่ของการสื่อสาร” (S-M-C-R) ได้ในฐานะอะไรบ้าง และจะยกตัวอย่างงานวิจัย CBR ที่ได้ใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในรูปแบบที่หลากหลายเพื่อภารกิจการขยายผลให้เห็นเป็นตัวอย่าง

(1) ฐานะของผู้คนที่มีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อการขยายผล

เนื่องจากทำบังคับของงานวิจัย CBR คือเรื่องการมีส่วนร่วม ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นแนวคิดอะไรที่เข้ามาในวงโคจรของงานวิจัย CBR ก็จะต้องมีส่วนผสมของการมีส่วนร่วมเข้าไปเจือปนอยู่ด้วยเสมอ เรื่องการสื่อสารประเภทที่จะถูกเลือกนำมาใช้ใน CBR จึงต้องเป็นรูปแบบการสื่อสารชนิดพิเศษที่เรียกว่า “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” (participatory communication) เราจึงอาจจะหยดส่วนผสม “การมีส่วนร่วม” ลงไปในองค์ประกอบ/ธาตุทั้ง 4 (S-M-C-R) ของการสื่อสาร

เพื่อให้มองตัวอย่างรูปธรรมให้เห็นได้ง่ายขึ้น ผู้เขียนจะขอวาดภาพคร่าว ๆ ว่า “มนุษย์เรา” จะเข้าไปเกี่ยวข้องกับ การสื่อสาร S-M-C-R ที่นอกเหนือจากการเข้าไปเป็น “ผู้ส่งสาร” หรือ “ผู้รับสาร” แล้ว มนุษย์เรายังจะเป็นอะไรได้อีก ทั้งนี้เพื่อปูทางไปสู่การออกแบบเรื่อง การมีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อการขยายผลในลำดับต่อไป



(ก) มนุษย์เราเป็นคนใช้สื่อ (ตัว C) เช่น เรา รู้จักอ่านหนังสือพิมพ์ เราเปิดโทรทัศน์เป็น/เลือกช่องกดปุ่มรีโมทคอนโทรลเป็น รู้จักใช้มือถือได้ในหลาย ๆ ฟังก์ชัน เป็นต้น ในบทบาทนี้ หากเราจะพัฒนายกระดับนักวิจัยชุมชน CBR จากเดิมที่รู้จักใช้สื่อเป็นแล้ว เมื่อจะมาเล่นบทเป็น “ผู้ขยายผล” เรา ก็อาจจะพัฒนาให้รู้จักเป็น “ผู้ใช้สื่อแบบมีบูรณาการ” คือใช้หลาย ๆ สื่อได้ในเวลาเดียวกัน (mixed media) ตัวอย่างเช่น ในงานวิจัยเรื่อง “การจัดการความรู้ และการขยายผลองค์ความรู้การทำนาข้าวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการผลิด การเพิ่มมูลค่าและการตลาดของชาวนา จังหวัดปัตตานี” (สุกัญญา สุขสุพันธ์, 2565) ในงานวิจัยชิ้นนี้เป็นโครงการวิจัยที่ต่อยอดมาจากโครงการวิจัย 4 โครงการ ที่ศึกษาเรื่องการทำนาข้าวปลอดภัย/ข้าวอินทรีย์ ณ จุดต่าง ๆ ของห่วงโซ่ อุปทาน เช่น บางโครงการศึกษาเรื่องการบริหารจัดการน้ำ (ห่วงโซ่แรกการผลิต) บางโครงการวิจัยช่วงกลางคือการแปรรูป และบางโครงการก็ศึกษาช่วงปลายน้ำ ห่วงคือการตลาด หลังจากได้ผลสำเร็จแล้ว นักวิจัยชุมชนทั้ง 4 โครงการ ก็ได้เริ่มขยายผลไปสู่กลุ่มอื่น ๆ ประเภทสื่อที่ใช้มักจะใช้ “ตัวนักวิจัยชุมชนเอง” (สื่อบุคคล) ไปบอกเล่า/บอกต่อตามวิถีแบบชาวบ้าน

แต่ทว่าในโครงการนี้จะยกระดับตั้งแต่ตัว M (เนื้อหาสาร) คือ มีการจัดการความรู้ในงานวิจัยที่ผ่านมาที่ยังกระจุกกระจายให้เป็นระบบ ครบถ้วน มีลำดับขั้นตอน และในส่วนตัวมา “ผู้ขยายผล” (ทีมวิจัยชุมชน) ก็ได้มีการสร้าง/ผลิต “สื่อประเภทอื่น ๆ” เพิ่มเติมเพื่อเสริมความสมบูรณ์ให้แก่สื่อบุคคล และ ทำให้กระบวนการขยายผลบรรลุถึงเป้าหมายปลายทาง คือผู้รับการขยายผล สามารถลงมือทำตามได้จริง ๆ ตัวอย่างเช่น มีการจัดทำเอกสารคู่มือเนื้อหา ที่เกี่ยวข้อง (เช่น การทำปุ๋ยใช้เอง การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว ฯลฯ)

หลังจากนั้นก็มีการฝึกอบรมนักขยายผลด้วยการลงมือปฏิบัติจริงในการบูรณาการการใช้สื่อหลาย ๆ ประเภทเข้าด้วยกัน เช่น สื่อบุคคล ร่วมกับสื่อคู่มือเอกสาร ร่วมกับการสาธิต ร่วมกับการลงสนามดูพื้นที่จริง หรือร่วมกับการใช้ E-book เป็นต้น ซึ่งการที่จะบูรณาการให้เป็นผู้ใช้สื่อได้หลาย ๆ ประเภทนี้ (คิดถึงภาพนักมายากลที่เล่นลูกบอลทีละหลาย ๆ ลูก)

จำเป็นต้องมีการฝึกอบรมและลงมือปฏิบัติจริง และมีใช้ความสามารถที่ทุกคนจะมีติดตัวมาแต่กำเนิด (แม้แต่การให้นักวิจัยชุมชนพูดบรรยายไปพร้อม ๆ กับฉาย PowerPoint ก็ไม่ใช่ชาวบ้านทุกคนจะทำได้ทันทีโดยอัตโนมัติ)

(v) **มนุษย์เราเป็นคนสร้างเนื้อหาสาร** (ตัว M) ตัวอย่างรูปธรรมก็ได้แก่ คนเขียนหนังสือ นักถ่ายภาพ คนเขียนรูป mind-map เวลาที่มีประชุม คนเขียนแผนที่ชุมชน นักเขียนบทละครโทรทัศน์ นักแต่งเพลง นักแต่งกลอน หมอลำ คนออกแบบสติ๊กเกอร์ คนออกแบบรูปและถ้อยคำในป้ายโปสเตอร์ คนคิดสโลแกนหาเสียง คนเขียนข่าว ฯลฯ

(ค) **มนุษย์เราเป็นผู้ถ่ายทอดเนื้อหาสาร** (ตัว M) ในขณะที่ข้อ (ข) นั้น มนุษย์เป็นคนสร้างเนื้อหา แต่ในข้อ (ค) นี้จะขยับมาอีกจังหวะหนึ่งของการสื่อสาร คือหลังจากสร้างเนื้อหาแล้ว ก็นำมาถ่ายทอด ดังนั้นในขณะที่ข้อ (ข) เป็นช่วงของนักแต่งเพลง ในข้อ (ค) นี้จะเป็นช่วงของนักร้อง ช่วงของดีเจวิทยุ ช่วงของคนอ่านข่าว นักแสดงละคร ช่วงของคนพากย์การแข่งขันเรือพิธีกรงานวัด ฯลฯ ในบางกรณี มนุษย์ในข้อ (ข) และข้อ (ค) อาจจะเป็นคนเดียวกัน (แต่งเพลงเอง ร้องเองด้วย) หรืออาจจะเป็นคนละคนก็ได้

(ง) **มนุษย์เป็นผู้แพร่กระจายสื่อ** (ตัว C) ตัวอย่างที่ชัดเจน คือ บรรดาธุรกิจขายมือถือทั้งหลาย รวมทั้งบรรดาเซลล์แมนที่แนะนำสื่อใหม่ ๆ เข้าไปในชนบท บรรดาสายหนังในต่างจังหวัด รวมทั้งโรงหนัง เป็นต้น

(จ) **มนุษย์ในฐานะผู้ผลิตสื่อ (และสาร)** มีตัวอย่างง่าย ๆ ในงานวิจัย CBR ที่มักจะใช้รูปแบบการขยายผลด้านความรู้ คือ “การไปดูงาน” ซึ่งมีข้อดีมากมายหลายประการ (ดูรายละเอียดในหัวข้อ “รูปแบบ” ต่อไป) แต่การไปดูงานนั้นต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมาก ดังนั้นจึงต้องจำกัดจำนวนคนไปดูงานแล้วคำถามเรื่องการขยายผลก็เกิดขึ้นว่า แล้วสมาชิกคนอื่น ๆ ของกลุ่มที่ไม่ได้ไปดูงานจะ “เข้าถึง” ความรู้ ข้อมูล ประสบการณ์ และบทเรียนของกลุ่มต้นแบบได้อย่างไร

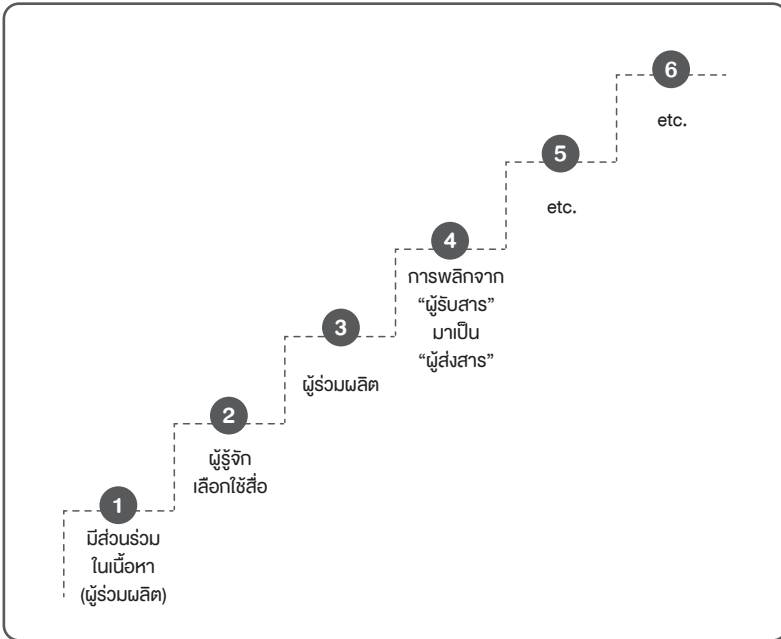
การตอบคำถามข้างต้นนั้นทำได้หลายรูปแบบ รูปแบบแรก ที่เป็นการขยายผลแบบเป็นธรรมชาติที่สุดก็คือ การเล่าสู่กันฟังอย่างไม่เป็นระบบ ใครอยากฟังเรื่องอะไรก็ไปถามคนที่ไป คนอยากเล่า (คนที่ไป) ก็มาเล่าให้ บางคนที่สนิทสนมกันฟัง เป็นต้น รูปแบบการขยายผลที่สูงขึ้นมาอีกนิดมีการ จัดระบบอีกหน่อยก็คือ ให้คนที่ไปดูงานมาเล่าในเวทีการประชุมประจำเดือน เป็นการเล่าแบบ “ใครใคร่เล่าตรงไหนก็เล่าไปตามธรรมชาติ” สูงขึ้นมาอีก ก็มีการแบ่งเนื้อหาที่จะเล่ากันภายในกลุ่มที่ไปดูงาน (ซึ่งหากออกแบบตั้งแต่ก่อน ไปดู ก็จะมียิ่งประณีตเป็นระบบมากยิ่งขึ้น)

และรูปแบบที่สูงที่สุดก็คือ การมอบหมายบทบาทให้คนที่ไปดูงาน เป็นผู้ผลิตสื่อและสาร ซึ่งสามารถทำได้ในยุคสมัยนี้ซึ่งที่ไหน ๆ ก็มีมือถือ ใช้กันแล้ว โดยแบ่งกันว่าใครจะถ่ายภาพนิ่งหรือถ่ายวิดีโอตอนไหนเอาไว้บ้าง (อาจมีการอบรมหัวข้อ “การถ่ายภาพเพื่อการสื่อสารขยายผล” กันสัก 3 ชั่วโมง ก่อนจะไป) และหลังจากกลับมาแล้ว ก็อาจจะแบ่งกันเล่าประกอบภาพถ่าย/ วิดีโอ (อันนี้เป็นแบบซีรียส์) หรืออาจจะเอารูปภาพหรือวิดีโอมาตัดต่อ (edit) ให้เป็นหนังเรื่องเดียวกันก็ได้

(ด) มนุษย์ในฐานะผู้พัฒนาระบบการสื่อสาร ซึ่งมีตั้งแต่สเกล ขนาดใหญ่ เช่น กลุ่มผู้วางระบบโครงสร้างพื้นฐานของการสื่อสาร เช่น วางสาย โทรศัพท์ วางสายเคเบิล ฯลฯ ไปถึงสเกลขนาดเล็ก ๆ เช่น การสร้าง “วิทยากร กระบวนการ” ในเวทีการจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อเป็นกลไกสำคัญสำหรับ รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นต้น ซึ่งการฝึกอบรมให้นักวิจัยชุมชน มีทักษะความสามารถเป็นวิทยากรกระบวนการนี้ (facilitators) มักจะเป็น กิจกรรมหนึ่งในการตั้งเสาคความรู้ด้านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (จากชุดความรู้ 3-4 เส้า ที่ได้กล่าวมา) ที่มีในโครงการวิจัย CBR ส่วนใหญ่ ซึ่งนอกจากจะได้ ใช้งานขีดความสามารถนี้ในการเก็บข้อมูลระหว่างทำวิจัยแล้ว ก็ยังสามารถ ใช้ขีดความสามารถนี้ในช่วงตอนของการขยายผลได้อีกด้วย

(ข) มนุษย์ในฐานะเป็นเจ้าของช่องทางการสื่อสาร หากเราวิเคราะห์ธาตุทั้ง 4 ของการสื่อสาร คือ S-M-C-R เราก็จะเห็นว่า “ที่ตั้งพิกัดของตัว C” นั้นมีความสำคัญอย่างมาก เพราะแม้จะมีผู้ส่งสารที่ได้สร้างเนื้อหามาแล้ว แต่หากไม่มีช่องทางการสื่อสาร (channel) หรือถูกปิดช่องทาง ตัวเนื้อหาจะไม่มีโอกาสไหลไปถึงผู้รับสารได้เลย ในแวดวงสื่อสารมวลชนในอดีตจึงมีภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ เพลง ข่าวสาร ฯลฯ ที่เป็นเนื้อหาจำนวนมาก ที่ได้ถูกสร้างขึ้นมาแล้วแต่ไม่มีโรงหนังให้ฉาย ไม่มีช่องโทรทัศน์ให้เผยแพร่ ไม่มีสถานีวิทยุจะเปิดเพลงที่เราแต่งมาแล้ว ดังนั้นผู้ที่เป็นเจ้าของช่องทางการสื่อสารจึงเป็นผู้ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งยวด แต่ปัจจุบันนี้เมื่อระบบการสื่อสารเปลี่ยนมาเป็นระบบดิจิทัลที่กระจายช่องทางการสื่อสารอย่างมากมาย จึงทำให้ปัญหาการรวมศูนย์หรือผูกขาดช่องทางการสื่อสารคลี่คลายไปได้มากพอสมควร

(2) ตัวอย่างของรูปแบบการมีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อการขยายผล หลังจากที่เราได้เปิดตัวอย่างทวารทั้ง 7 ที่มนุษย์เราจะได้เข้ามามีที่ทางในสูตรลับทางการสื่อสาร (S-M-C-R) ที่นอกเหนือจากการเป็นผู้ส่งสาร-ผู้รับสารแล้ว ดังนั้นในการเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อการขยายผลเราก็สามารถจะเข้าไปร่วมได้ตามช่องทวารต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมา ในที่นี้จะยกตัวอย่างงานวิจัย CBR ที่ได้นำแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมรูปแบบต่าง ๆ ไปใช้ในการสื่อสารเพื่อการขยายผลสัก 3-4 ตัวอย่าง ดังนี้



(2.1) การเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะ “ผู้ส่งสารร่วมและเป็นเนื้อหา
ของสื่อขยายผล” (และกระบวนการผลิตตลอดกระบวนการ) มีตัวอย่างงาน
วิจัยการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อการขยายผลเรื่อง “รูปแบบการพัฒนา
ขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม
ตำบลบึงเจริญ อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์” (อุทิศ ทาหอม และคณะ, 2564)
งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยที่ต่อยอดจากวิจัย CBR ในปีก่อนหน้านั้น คือปี
พ.ศ. 2563 ที่ทีมวิจัยนักวิชาการได้ร่วมกับทีมวิจัยชุมชนทำการสำรวจทรัพยากร
การท่องเที่ยวที่น่าสนใจของพื้นที่ 2 ชุมชน ในตำบลบึงเจริญ และพบ
ผลการวิจัยว่าทั้ง 2 ชุมชน มีจุดดึงดูดใจที่สามารถพัฒนาขึ้นมาเป็นทรัพยากร
การท่องเที่ยวได้หลายอย่าง เช่น มีต้นไม้ใหญ่ที่มีผึ้งหลวงมาทำรังอยู่
4-500 รัง มีแหล่งวัตถุโบราณอายุประมาณ 3,000 ปี และผลจากการวิจัย
ครั้งนี้ทำให้ทางจังหวัดบุรีรัมย์ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณมาพัฒนา
ปรับปรุงด้านโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชน

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) นั้นจะต้องทำโดยคนในชุมชนเอง ดังนั้นเมื่อมีการจัดเวทีเพื่อสำรวจช่องโหว่ที่ชุมชนยังมีอยู่ ก็พบว่าชุมชนยังต้องการการพัฒนาศักยภาพในการทำงานท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างน้อยใน 4 ด้าน คือ ด้านการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับวิธีการนำเสนอข้อมูลและการให้บริการในฐานะเจ้าบ้านแก่นักท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาสินค้าชุมชนให้เป็นสินค้าของฝาก ด้านการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของชุมชนเข้ากับโครงข่ายการท่องเที่ยวกระแสหลัก และด้านสุดท้ายที่สำคัญมากก็คือด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งในปัจจุบันแม้ว่าชุมชนจะมีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อท้องถิ่นและผ่านช่องทางออนไลน์บ้าง แต่ก็ยังไม่สามารถสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวได้ในวงกว้าง และยังขาดการส่งเสริมให้คนในชุมชนเป็นนักประชาสัมพันธ์ตนเองเพื่อสร้างความตระหนักและความเป็นเจ้าของชุมชน

ดังนั้น ทางโครงการจึงได้ออกแบบกิจกรรมเพื่อเติมเต็มทั้ง 4 ด้าน ที่ยังขาดอยู่ของชุมชน โดยเฉพาะในด้านที่ 4 คือ ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เนื่องจากในทีมวิจัยที่เป็นนักวิชาการมีอาจารย์ที่ทำงานด้านการสอนสื่อภาพยนตร์อยู่ จึงนับเป็นต้นทุนหน้าตักของโครงการที่จะทดลองใช้การผลิตหนังสั้นโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อเป็นการสร้างการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์การลงมือผลิตสื่อภาพยนตร์กันจริง ๆ เลย

งานวิจัยชิ้นนี้มีความโดดเด่นในเรื่องของการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมในทั้ง 2 ด้าน คือ การมีส่วนร่วมทั้งจากด้านของชุมชนและจากด้านของภาคี ในส่วนของด้านชุมชนนั้น มีกลุ่มคนในชุมชนจากหลายกลุ่ม เช่น แกนนำอาสาสมัครนักวิจัยเชิงพื้นที่ พระสงฆ์นักพัฒนา ผู้นำชุมชนทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ผู้อาวุโสที่เป็นปราชญ์ทางวัฒนธรรม ปราชญ์ชาวบ้าน จำนวน 235 คน ที่ได้มาเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของงานวิจัย

ในส่วนด้านของภาคีนั้น ก็มีภาคีที่เป็นตัวแทนจากกลุ่มต่าง ๆ ถึง 9 กลุ่ม ที่ได้เข้ามาให้ความร่วมมือในโครงการ เช่น ตัวแทนจากหน่วยงานรัฐทั้งระดับจังหวัดและระดับตำบล เช่น ประชาสัมพันธ์จังหวัด ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด วัฒนธรรมจังหวัด ฯลฯ ตัวแทนจากภาคเอกชน เช่น ชมรมร้านอาหารจังหวัด ชมรมมัคคุเทศก์จังหวัด สมาคมท่องเที่ยวจังหวัด ฯลฯ รวมจำนวนถึง 54 คน

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกิจกรรมการผลิตหนังสือเรื่อง “อัครรรย 3,000 ปี ที่ขิงน้อย” และ “ฮักนะ บิงเจริญ” ที่มีเนื้อหาว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ของชุมชนนั้น เมื่อเราดูจากแบบจำลองการสื่อสาร S-M-C-R ในตัว S คือผู้ส่งสารนั้น นอกจากจะมีทีมผู้ผลิตที่เป็นการทำงานร่วมกันระหว่างอาจารย์-นักศึกษาด้านภาพยนตร์กับตัวแทนชุมชนแล้ว ในกลุ่มตัว S นี้ก็ยังมี “บทบาทการมีส่วนร่วมของบรรดาภาคีจากภาคส่วนต่าง ๆ” ที่แต่ละฝ่ายได้นำเอาทรัพยากร (resource) ที่ตนเองมีอยู่เข้ามาร่วมด้วย ทั้งนี้เนื่องจากการเลือกผลิตสื่อแบบภาพยนตร์นั้น จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรสูงมาก เริ่มตั้งแต่เงินทุน เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่ กำลังคน เครื่องแต่งกาย ฉาก ฯลฯ ดังนั้น หากทีมผู้ผลิตขาดผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการแล้ว ก็คงไม่สามารถจะเลือกใช้สื่อประเภทนี้มาขยายผลได้

ทีมวิจัยได้ประมวลตารางหุ้นส่วนทางสังคม 9 กลุ่ม ที่เข้ามามีส่วนร่วมและระบุรูปแบบความร่วมมือของแต่ละภาคส่วนตามต้นทุนที่มีไว้ อย่างชัดเจน ในการสร้างหนังสือเรื่อง “ฮักนะ บิงเจริญ” ดังนี้

ที่	หน่วยงาน/องค์กร	ความร่วมมือ
1	คณะผู้วิจัย	เขียนบทภาพยนตร์ ค้นหานักแสดง ถ่ายทำหนังสือ พร้อมทั้งค่าใช้จ่ายในการดูแลกองถ่าย จำนวน 80,000 บาท
2	เทศบาลตำบลบึงเจริญ	ร่วมออกค่าใช้จ่ายให้กับนักแสดง พระเอก นางเอก จำนวน 30,000 บาท พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกด้านสถานที่ และบุคลากรในการดำเนินการถ่ายทำทุกขั้นตอน

ที่	หน่วยงาน/องค์กร	ความร่วมมือ
3	เลขาธิการนายก องค์การบริหาร ส่วนจังหวัด	นำข้อมูลที่ได้จากเวทีชี้แจงโครงการวิจัย เลขาฯ ได้นำเสนอ เข้าสู่แผนองค์การบริหารส่วนจังหวัดร่วมกับประชาสัมพันธ การท่องเที่ยวชุมชนตำบลบึงเจ็ญ
4	สภาวัฒนธรรม อำเภอบ้านกรวด	ร่วมเขียนบทละครภาพยนตร์สั้น พร้อมทั้งร่วมแต่งเพลง ประกอบฉากภาพยนตร์ “ฮักนะ บึงเจ็ญ”
5	บริษัทไทยฮั้วย่างพารา	ร่วมสนับสนุนงบประมาณในการทำหนังสือ จำนวน 5,000 บาท
6	ดิฉนวนรีสอร์ท	อำนวยความสะดวกสถานที่ในการถ่ายทำ และนำลูกสาวมาเป็น นักแสดงในหนังสือ “ฮักนะ บึงเจ็ญ”
7	ไอดีนรีสอร์ท	ร่วมมือในการเป็นสถานที่พักค้างแรมสำหรับนักแสดง และกองถ่าย โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายตลอดการถ่ายทำ
8	คนในชุมชน สายตรีพัฒนา 3	ร่วมอำนวยความสะดวกด้านสถานที่และจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ ในการถ่ายทำทุกขั้นตอน พร้อมทั้งทำอาหารเครื่องดื่ม เลี้ยงนักแสดง กองถ่ายในการถ่ายทำหนังสือ “ฮักนะ บึงเจ็ญ”
9	คนในชุมชนสายตรี 7	ร่วมอำนวยความสะดวกด้านสถานที่และจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ ในการถ่ายทำทุกขั้นตอน พร้อมทั้งทำอาหารเครื่องดื่ม เลี้ยงนักแสดง กองถ่ายในการถ่ายทำหนังสือ “ฮักนะ บึงเจ็ญ”

สำหรับรูปแบบการมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตนั้น ชุมชน
ก็ได้มีส่วนร่วมตั้งแต่หัวจรดท้าย ตัวอย่างเช่น ในการผลิตหนังสือเรื่อง “อัครจรย
3,000 ปี ที่บึงน้อย” ชุมชนได้เข้าร่วมตั้งแต่ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล
ประวัติศาสตร์ การขุดค้นพบวัตถุโบราณอายุราว 3,000 ปี กับโครงกระดูก
2 ศพ ซึ่งเป็นที่มาให้ชุมชนรื้อฟื้นการทำบุญกระดูก 3,000 ปี ให้เป็นกิจกรรม
ของชุมชน (เป็นการขยายผลด้านกิจกรรม) รวมทั้งเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยว
ได้รับทราบ ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนกระบวนการคัดเลือกนักแสดง
(เลือกตัวแทนกลุ่มคน 3 วัย วัยเด็ก ผู้ใหญ่ และวัยสูงอายุ เพื่อสานสัมพันธ์ 3 รุ่น)
เข้าร่วมแสดงด้วย ร่วมคัดเลือกสถานที่ ฯลฯ จึงนับว่าครบถ้วนกระบวนการความ
เป็นอย่างยิ่ง

ผลลัพธ์จากการใช้สื่อหนังสือเพื่อขยายผลข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชน โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนตลอดทั้ง S-M-C-R ดังที่กล่าวมา ให้ผลลัพธ์มากกว่าแค่ได้ “ของ” คือตัวหนังสือ แต่ทว่ายัง “ได้คนในชุมชน” ด้วย ดังเช่น การให้ข้อมูลของผู้นำชุมชนว่า “การทำหนังสือเป็นสิ่งที่ทำให้ชุมชนสนใจ เพราะจะได้แสดงหนัง จะได้เข้าฉากถ่ายทำ (จากที่เคยดูแต่ดารา) คนทั่วไปอาจจะไม่รู้สึกรู้สึกัน แต่สำหรับชาวบ้านคนธรรมดาเป็นเรื่องใหม่ ๆ ที่เข้ามาในชุมชน และที่สำคัญการทำหนังสือนั้นยังได้ถ่ายทำพื้นที่ นำเรื่องราวทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมของชุมชนมานำเสนอ (เป็นตัว M) ก็ยิ่งทำให้เป็นสิ่งที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้นสำหรับคนในชุมชน”

(2.2) การเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะ: “ผู้เลือกใช้สื่อที่มีปัญญา” (smart users) ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสื่อในรูปแบบแรกที่ยายเป็นพื้นฐานและเรียกร่องมนุษย์น้อยที่สุด คือการเป็น “ผู้ใช้สื่อ” (user) (พวกเราสามารถใช้คอมพิวเตอร์หรือมือถือได้โดยอาจจะติดตั้งไม่เป็นหรือซ่อมไม่ได้) อย่างไรก็ตาม ในฐานะผู้ใช้สื่อก็ยังมีระดับความเข้มข้นว่าเราจะเป็น “ผู้ใช้สื่อที่ยอมให้สื่อจูงจูง ใช้สื่อแบบไม่รู้เท่าทัน หรือใช้สื่ออย่างมีปัญญา”

ในงานวิจัยที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้เป็นตัวอย่างของกลุ่มคนที่เข้ามาใช้สื่อเพื่อการขยายผล หากทว่าเป็นการเลือกใช้สื่ออย่างมีปัญญา กล่าวคือ **ใช้สื่อแบบรู้ทันตนเอง** (รู้ว่าตัวเองมีทุนอะไร/อยู่เท่าไร) และ**รู้แก่่งใช้สื่อ** (ควรจะเลือกใช้สื่ออะไรบ้างจึงจะตอบโจทย์ของตัวเอง)

ในงานวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์ของงานวิจัยในการสื่อสารเพื่อสร้างเสริมตลาดทางเลือกของเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่” (ศิริธรรม โจรจนสุพจน์ และคณะ, 2560) ทีมวิจัยประกอบด้วยนักวิชาการที่สอนด้านการสื่อสารในสถาบันอุดมศึกษาในท้องถิ่น ส่วนกลุ่มด้านชุมชนที่มาร่วมกันทำงานวิจัยคือ “เครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ จังหวัดเชียงใหม่” ที่ก่อตั้งกลุ่มมาแล้วกว่า 20 ปี มีสมาชิกเป็นเกษตรกรรายย่อยจาก 10 อำเภอ จำนวน 200 ครอบครัว ที่ต่อสู้ผ่านร้อนผ่านหนาวในการผลิตอาหารอินทรีย์

มาอย่างโชกโชน และมีเพื่อนร่วมทางคือสถาบันชุมชนเกษตรยั่งยืน (เป็นองค์กรพัฒนาเอกชน) เป็นแกนกลางที่หนุนช่วยในทุกด้าน

สำหรับจุดแข็งของเครือข่ายฯ ในช่วงเวลาที่ศึกษา (ปี พ.ศ. 2560) ก็เรียกว่ามีทั้ง “ศึกภายนอก” และ “ศึกภายใน” แต่ในอีกด้านหนึ่ง เครือข่ายก็มีการสั่งสมทุนในด้านต่าง ๆ มาเป็นหน้าตาอยู่มาพอสมควร

เรื่องศึกภายนอกของเครือข่ายนั้นก็คือ ศึกใหญ่ปลายห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ทุกกลุ่ม คือเรื่องการตลาดในช่วงเวลาที่ผ่านมา เครือข่ายได้พัฒนาตลาดนัดน้อยใหญ่ขึ้นถึง 17 แห่ง กระจายตัวอยู่ในตัวเมืองเชียงใหม่ ทั้งใช้สถานที่ในโรงเรียน โรงพยาบาล เข้าพื้นที่เอกชน หรือได้รับความอนุเคราะห์จากองค์กรต่าง ๆ บ้าง แต่ก็ยังเผชิญกับปัญหาจิปาถะ และบางแห่งก็ต้องยกเลิกไป ในช่วงปี พ.ศ. 2555 (5 ปีก่อนทำวิจัย) กลุ่มเครือข่ายฯ จึงได้จัดตั้งตลาดของตนเองเพื่อให้สามารถกำหนดหรือบริหารจัดการได้มากขึ้น เรียกว่า “ช่วงเกษตรอินทรีย์เชียงใหม่”

อย่างไรก็ตาม เนื่องจาก “ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์” นั้นมีใช่เป็นเพียง “ตลาดขายของ” เท่านั้น หากแต่เป็น “ตลาดที่ขายอะไรต่อมิอะไรอีกหลายอย่าง” เช่น ขายความเข้าใจเรื่องเกษตรอินทรีย์ ขายความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ ขายความสำนึกเรื่องรักษโลกรักษาสิ่งแวดล้อม ฯลฯ ดังนั้นการบริหารจัดการตลาดแบบนี้จึงต้องการกลไกและการสื่อสารหลาย ๆ แบบทั้งกลไกด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรม เป็นต้น

ส่วนศึกภายในของเครือข่ายก็คือ เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างรุ่นวัยของสมาชิก เนื่องจากอายุที่ยาวนานของเครือข่ายที่ผ่านมากว่า 20 ปี ทำให้เกิดสมาชิก 2 รุ่น คือ รุ่นเก่า/รุ่นบุกเบิก และรุ่นใหม่ที่มีหมายถึงเกษตรกรที่ใหม่ในทางความคิด อาจมีช่วงอายุตั้งแต่ 20 กว่าปีถึง 50 ปี อาจเพิ่งมาทำเกษตรอินทรีย์หรือทำมานานพอสมควร แต่กลุ่มหลังนี้พร้อมที่จะปรับตัวสู่รูปแบบใหม่ ๆ และต้องการทำในสิ่งที่ท้าทายมากกว่าทำแบบเดิม ๆ อย่างที่เคยเป็นมา

ตัวอย่างความแตกต่างจนถึงขั้นขัดกันทางความคิดระหว่างเกษตรกร 2 รุ่น ก็เช่นเรื่องสถานที่/ตลาดที่จะขยายไป เพราะเมื่อเครือข่ายเริ่มออกไปร่วมงานกับธุรกิจเอกชนตามห้างสรรพสินค้าหรืองานแฟร์ต่าง ๆ ก็มักจะมีการชักชวนให้นำเอาสินค้าเกษตรอินทรีย์ไปจำหน่ายตามห้างเกษตรกรรุ่นเดิมจะค่อนข้างผูกพันกับสถานที่และเห็นว่า “ห้างไม่ใช่ของเรา” แต่เกษตรกรรุ่นใหม่เห็นว่า “อินทรีย์อยู่ที่ไหนก็เป็นอินทรีย์” เป็นต้น แต่ทว่าความขัดกันดังกล่าวจะหลบในเพราะไม่มี “พื้นที่สาธารณะ/พื้นที่กลาง” (ตามทัศนะเรื่องพื้นที่สาธารณะของ J. Habermas) ที่จะพูดคุยอภิปรายถกเถียงกันให้ได้ข้อสรุป

ทีมวิจัยวิชาการได้ใช้หลักการเรื่อง “การสำรวจและการใช้ทุนที่มี” มาเป็นวัตถุดิบปรุงยาแก้ไขอาการจุดเจ็บต่าง ๆ เริ่มตั้งแต่ทุนความรู้ที่ทีมนักวิชาการได้อ่านทบทวนงานวิจัยของ สกว. เรื่องตลาดทางเลือกของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา หลังจากนั้นก็นำทุนความรู้ดังกล่าวมาขยายผลถ่ายทอดให้แก่สมาชิกเครือข่าย

ด้วยกระบวนการค้นหา “ทุนทั้ง 5 ด้าน” ของเครือข่ายฯ คือ ทุนทางสังคม ทุนวัฒนธรรม ทุนเศรษฐกิจ ทุนความรู้ และทุนสัญลักษณ์ ทีมวิจัยวิชาการและเครือข่ายฯ ก็ได้เลือกว่าควรจะใช้สื่อประเภทใดมาส่งเสริมทั้งภายนอกและภายในของเครือข่ายฯ และได้คำตอบสุดท้ายออกมาเป็นสื่อ 4 ประเภท คือ

(i) **สื่อการประชุม** เพื่อใช้เป็นพื้นที่กลางในการให้สมาชิกจากทุกรุ่น ทุกกลุ่มได้มาร่วมแสดงความคิดเห็นว่าจะมีเส้นทางเดินต่อไปแบบไหนในอนาคต และจะหาข้อสรุปร่วมกันอย่างไร สื่อประเภนี้ช่วยส่งเสริมภายในด้วยการเจรจากันอย่างสันติได้อย่างมาก เพราะต่างได้รับฟังข้อมูลและเหตุผลของแต่ละกลุ่มย่อย

(ii) **สื่อตราสัญลักษณ์** อันที่จริงเคยมีกลุ่มย่อยในเครือข่ายฯ ได้สร้างตราสัญลักษณ์มาแล้วตามคำแนะนำของหน่วยงานราชการ แต่ทว่าเจ้าของตราก็ไม่ได้เข้าใจความหมาย ความสำคัญ หรือกระบวนการสร้างตราสัญลักษณ์ ในครั้งนี้จึงมีกระบวนการสร้างตราสัญลักษณ์อย่างมีส่วนร่วม เพื่อให้ตราสัญลักษณ์นั้นเป็นเครื่องหมายสื่อแสดงถึงอัตลักษณ์ของกลุ่ม

(iii) **สื่อวิถีทัศน์** สื่อประเภทนี้เกิดมาจากความคิดที่ว่า ในเชียงใหม่มีกลุ่มนักศึกษาจำนวนมาก ส่วนใหญ่เป็นคนชั้นกลางที่โตมากับเมือง ความทันสมัย ห้างสรรพสินค้าและการบริโภค อยู่ห่างไกลจากวิถีการผลิตเชิงเกษตร ไม่เห็นต้นทางหรือที่มาของอาหาร รวมทั้งไม่เข้าใจวิถีชีวิตของเกษตรกร จึงควรเลือกใช้สื่อที่เข้าถึงและดึงดูดใจนักศึกษาก็คือสื่อวิถีทัศน์ เพื่อลดช่องว่างระหว่างกลุ่มเกษตรกรกับกลุ่มนักศึกษา

(iv) **สื่อกิจกรรม** หรือที่เรียกว่าสื่ออีเวนต์ (event) ซึ่งเป็นสื่อที่สำคัญเพราะได้รวมกิจกรรมการสื่อสารหลายรูปแบบเอาไว้ด้วยกัน เป็นการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้ “มนุษย์ได้สัมผัสมนุษย์” ดังนั้นจึงมีการเลือกใช้สื่อกิจกรรมที่มีการออกแบบตระเตรียมอย่างประณีต

(2.3) การเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะผู้ร่วมผลิต

(i) **เปรียบเทียบกับงานวิจัยชิ้นอื่น** เป็นตัวอย่างงานวิจัยเรื่อง “แนวทางการผลิตสื่อวิถีทัศน์เพื่อขยายผลองค์ความรู้เรื่องการจัดการงานศพบ้านไหล่หิน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง” (บุรินทร์ รุจจนพันธุ์ และคณะ, 2553) อันที่จริงแนวทางการวิจัยชิ้นนี้มีความคล้ายคลึงกับงานวิจัยเรื่องการสร้างหนังสือเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (อุทิศ ทาหอม และคณะ, 2564) ที่ได้กล่าวมาแล้วในหลายประการ เช่น เป็นการผลิตร่วมกันระหว่างนักวิจัยที่เป็นนักวิชาการด้านสื่อสารร่วมกับกลุ่มชาวบ้านในชุมชน มีเป้าหมายเพื่อขยายผลจากการวิจัยเช่นเดียวกัน แต่ทว่าระหว่างงานวิจัยทั้ง 2 ชิ้นก็มีความแตกต่างกันในหลายแง่มุม

ความแตกต่างประการแรกคือ “ประเภทสื่อที่เลือกผลิต” (ตัว C ในสูตรการสื่อสาร) ในงานของอุทิศ (2564) นั้นเลือกใช้ “สื่อภาพยนตร์” ในขณะที่ภาพยนตร์นั้นเป็นสื่อขนาดใหญ่ ต้องใช้ทุนสร้างอย่างมากพอสมควร แต่ทว่าในงานวิจัยของบุรินทร์ (2553) นี้เลือกใช้ “สื่อวีดิทัศน์” ซึ่งเป็นสื่อขนาดกลาง ในแวดวงการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจะถือว่าสื่อวีดิทัศน์นั้นเป็นสื่อที่มีขนาดเหมาะสมที่สุดที่จะนำมาใช้ในการพัฒนา เพราะเป็นทั้งสื่อภาพที่เคลื่อนไหว บวกกับมีเสียงประกอบ มีตัวละคร มีการเล่าเรื่อง มีฉาก/สถานที่ ฯลฯ จึงทำให้น่าสนใจกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือ คู่มือ หรือแม้แต่ภาพถ่ายที่เป็นสื่อภาพ แต่ทว่าไม่มีการเคลื่อนไหวและไม่มีเสียงประกอบ แต่ก็ไม่ต้องลงทุนอย่างมากเช่นสื่อภาพยนตร์ ในแง่มุมของการสื่อสาร การที่จะเลือกใช้สื่อ (ตัว C – channel/media selection) จะมีความสำคัญและต้องขึ้นอยู่กับต้นทุนทรัพยากรที่มี รวมทั้งเป้าหมายและกลุ่มเป้าหมายด้วย

ส่วนเป้าหมายและกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัยทั้ง 2 ชิ้นนั้นก็มีความแตกต่างกัน สื่อหนังสือของกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนนั้นมีเป้าหมายเพื่อจะดึงดูดความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่ในงานวิจัยงานศพบ้านไหล่หินนี้ เป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายเป็นการหาทางออกจากทางตันของการขยายผลการวิจัยเรื่องการจัดการงานศพให้แก่กลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง คือกลุ่มคนในชุมชนอื่น ๆ ที่ใกล้เคียงเท่านั้นซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายแรก

(ii) รายละเอียดของโครงการ

(ก) ที่มาและจุดเจ็บ งานวิจัยเรื่องการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อขยายผลนั้นมีที่มาและต่อยอดมาจากงานวิจัยที่ทำมาก่อนหน้านั้น 2 ปี คืองานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการจัดการงานศพโดยยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียงบ้านไหล่หิน ตำบลไหล่หิน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง” (บุรินทร์ รุจจนพันธุ์, 2551) โดยงานวิจัยชิ้นแรกนี้เกิดมาจากกลุ่มผู้นำในชุมชนหลายหมู่บ้านเริ่มวิตกกังวลในเรื่องปัญหาค่าใช้จ่ายในงานศพที่สูงขึ้นมากทุกที และอาจเนื่องมาจากในจังหวัดลำปางมีบางชุมชนที่ได้รับเริ่มทำวิจัย CBR ในประเด็น

“งานศพงดเหล้า” ชุมชนบ้านไหลหินจึงได้ริเริ่มทำงานวิจัยโดยนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้เป็นแนวทางจัดการงานศพ ผลงานวิจัยชิ้นแรกนี้ได้รับผลสำเร็จอย่างดีในพื้นที่ศึกษา รวมทั้งยังได้รับรางวัลโครงการวิจัยดีเด่นของ สกว. ในปี พ.ศ. 2551 แต่ทว่าในระดับพื้นที่ทั้งในชุมชนเองและพื้นที่ใกล้เคียง รูปแบบการขยายผลงานวิจัยแบบที่กลุ่มวิจัยชุมชน CBR ใช้กันอยู่ เช่น การเล่าบอกต่อ ยังไม่มีประสิทธิภาพดีพอที่จะช่วยให้ผู้รับการขยายผลเข้าใจได้ ยังขาดการนำเสนอที่เป็นรูปธรรมและเข้าใจได้ง่าย ๆ ทางที่มิวิจัยจึงได้รับคำแนะนำจากที่ปรึกษาโครงการว่าควรจัดทำสื่อเพื่อการขยายผลที่สามารถแสดงให้เห็นกระบวนการในภาพรวมที่สามารถใช้เป็นบทเรียนขยายผลไปสู่ชุมชนอื่น ๆ และสถาบันอื่น ๆ ในชุมชน

(ข) **หมายเลขสื่อที่ออก (media selection)** ทีมวิจัยชุมชนได้ปรึกษากับหัวหน้าโครงการวิจัยที่เป็นอาจารย์ที่สอนด้านการสื่อสารในประเด็นว่า ควรจะเลือกใช้สื่อประเภทใดมาผ่าทางตันเรื่องการขยายผลในระดับพื้นที่ และหมายเลขสื่อที่ถูกเลือกก็คือ**สื่อวีดิทัศน์** เนื่องจากคุณสมบัติที่พอเหมาะพอดีกับศักยภาพของทีมิวิจัยชุมชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วม ทั้งการเป็นสื่อภาพเคลื่อนไหวบวกก็มีเสียงทำให้น่าสนใจ ผลิตได้ไม่ยากนัก ค่าใช้จ่ายไม่สูง เผยแพร่ได้หลายช่อง ทำสำเนาได้ไม่ยาก (เรียกว่าสารพัดจะดิงาม) ฯลฯ นอกจากนี้ หากหวังผลระยะไกล สื่อตัวนี้ก็ยิ่งช่วยให้ชุมชนสามารถผลิตซ้ำใหม่ (re-production) ได้ด้วยตัวเองในอนาคต

ในแง่กลุ่มเป้าหมายของการขยายผลครั้งนี้ ทางโครงการได้ปักหมุดเอาไว้อย่างชัดเจนว่าเป็นคนที่ร่วมอยู่ในวัฒนธรรมเดียวกัน (เป็นคนเหนือเหมือนกัน มีพิธีกรรมจัดการงานศพในแบบเดียวกัน) และเป็นเด็ก-เยาวชนในโรงเรียน การปักหมุดกลุ่มเป้าหมายที่แน่ชัดนั้นมีผลต่ออย่างมากต่อการเลือกสรรและออกแบบเนื้อหา (message selection & design) ในลำดับต่อไป

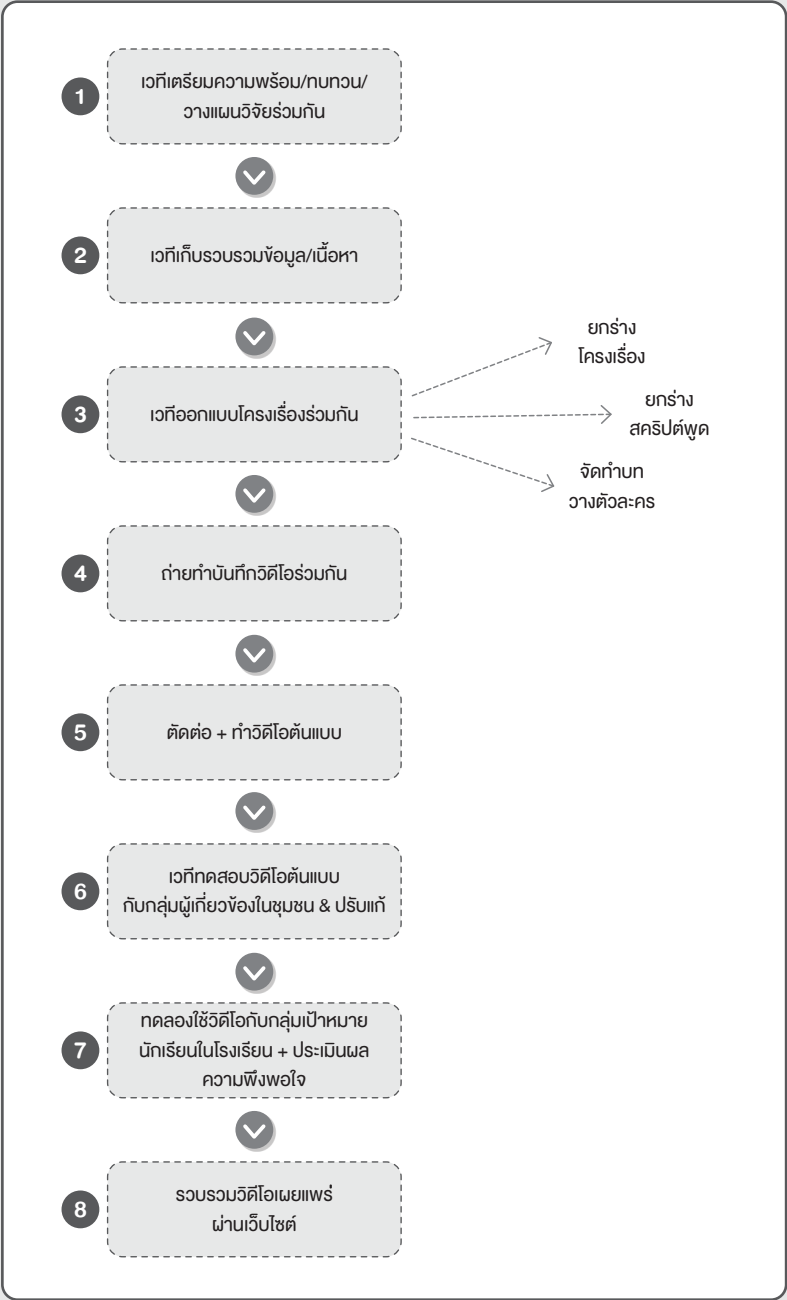
สำหรับกระบวนการจัดทำสื่อที่ได้อัตลักษณ์ที่สำคัญคือ “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” ระหว่างทีมนักวิจัยนักวิชาการด้านสื่อสารจากภายนอกกับกลุ่มทีมนักวิจัยชุมชนที่ร่วมมือกันตลอดทั้งสายน้ำตั้งแต่ต้นจนจบ และทีมนักวิจัยนักวิชาการได้ใช้กระบวนการท่า 3 จังหวะ ในการจัดทำสื่อแบบ “จัดเต็มเลย” คือ **ขั้นก่อน-ขั้นดำเนินการ-ขั้นหลัง** (pre-production/production/post-production) เช่น ในขั้นก่อนการผลิตนั้น ทีมนักวิชาการซึ่งเป็นคนนอกชุมชนได้ทำการร่วมศึกษาบริบทของชุมชนอย่างละเอียด เพื่อทำความเข้าใจเนื้อหา (ตามแบบอย่างการผลิตสารคดีขั้นต้น) หรือในขั้นหลังจากผลิตร่างสื่อวีดิทัศน์รอบแรกแล้ว ก็ได้มี “การทดสอบสื่อ” (media test) กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อปรับแก้ให้เหมาะสม

ผลลัพธ์สุดท้ายที่ได้มาจากการกระบวนการสร้างสื่อแบบร่วมมือกันเพื่อการขยายผลนี้ออกมาเป็นสื่อวีดิทัศน์ 2 ชุด เพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งานของแต่ละกลุ่ม คือเรื่อง “รูปแบบการจัดการงานศพโดยยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง” เป็นการนำเสนอในประเด็นของปัญหาที่เกิดขึ้น การแก้ไข และผลที่ได้รับ เรื่องแรกนี้เหมาะสำหรับเผยแพร่สู่โรงเรียนเนื่องจากเป็นเนื้อหาที่ไม่ซับซ้อน เข้าใจง่าย

เรื่องที่ 2 “กระบวนการวิจัยรูปแบบการจัดการงานศพโดยยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง” เป็นการนำเสนอขั้นตอนการทำงานวิจัยของโครงการ CBR มีเนื้อหาเชิงวิชาการ เหมาะสำหรับผู้รับสารที่เป็นกลุ่มผู้นำชุมชน อบต. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาชุมชนของตน

ส่วนผลของการคัดเลือกและออกแบบเนื้อหาของการจัดการงานศพที่ได้มาจากการทำงานร่วมกันของทีมนักวิจัยจะครอบคลุม 18 ประเด็น เช่น การควบคุมไม่ให้อาหารรั่วไหล การลดน้ำอัดลมเป็นน้ำเปล่า การงดจ้างวงดนตรี การใช้โครงปราสาทดาว เป็นต้น

(ค) รายละเอียดขั้นตอนการทำงานร่วมกันระหว่างทีมนักวิชาการกับทีมนักวิจัยชุมชน มีดังนี้



(2.4) กลยุทธ์การพลิก “ผู้รับสาร” มาเป็น “ผู้ส่งสาร”

(i) ดังที่ผู้เขียนได้พูดมาบ้างแล้วในแนวคิดเรื่อง “การไหลของการสื่อสารแบบ 2 จังหวะ” ซึ่งในแนวคิดดังกล่าว ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในวงจรที่ 2, 3, 4, ... ก็คือ เราจะได้ “ผู้ส่งสารหน้าใหม่” (ที่พลิกตัวมาจากการเคยเป็นผู้รับสารในวงจรการสื่อสารวงก่อน)

แนวคิดเรื่อง “การสร้างผู้ส่งสารหน้าใหม่” เพื่อจะไปใช้ในงานขยายผลนั้นมีการดำเนินการอย่างเป็นปกติอยู่แล้วในงานวิจัย CBR ตัวอย่างที่พบบ่อยมากที่สุด คือ การฝึกอบรมเด็กและเยาวชนให้เป็นมัคคุเทศก์น้อยในงานวิจัยประเด็นการท่องเที่ยวโดยชุมชน อย่างไรก็ตาม วิธีการสื่อสารที่ใช้ในการอบรมนั้นก็ต้องเป็นแบบ 2 จังหวะ คือ จังหวะแรก/วงจรแรก เด็กและเยาวชนต้องเป็น “ผู้รับสาร” ก่อน (เป็นผู้เข้ารับการฝึกอบรม) จนกระทั่งมาในจังหวะวงจรที่ 2 จึงจะพลิกกลับมาเป็น “ผู้ส่งสารหน้าใหม่”

แต่ทว่างานวิจัยที่จะนำมายกตัวอย่างในหัวข้อนี้จะเขิบขึ้นไปอีกก้าวหนึ่ง คือ การให้เด็ก-เยาวชนเล่นบทบาทเป็นทั้ง “ผู้รับสาร” และ “ผู้ร่วมส่งสาร” ไปในเวลาเดียวกัน คือ เป็นไปโพลาร์ทางการสื่อสาร โดยสวมหมวก 2 ใบ ในเวลาเดียวกัน หรือที่เรียกว่าเป็นกลยุทธ์ “พลิกผู้รับสารมาเป็นผู้ส่งสารร่วม” ซึ่งเหมาะสำหรับโจทย์วิจัยที่ “ประเด็นที่ศึกษา” มีความแปลกหน้าหมองมึนกับ “กลุ่มเป้าหมาย” การพลิก “ผู้รับสาร” ให้กลายเป็น “ผู้ส่งสารร่วม” นี้ถือเป็นรูปแบบสูงสุดของการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร

(ii) ตัวอย่างงานวิจัยที่เป็นแบบฉบับของการใช้กลยุทธ์ประเภทนี้ ก็เช่น งานวิจัยเรื่อง “การศึกษากลุ่มเยาวชนกับการฟื้นฟูและอนุรักษ์ประเพณีชาติพันธุ์กวย (ส่วย): กรณีศึกษาชุมชนวัดไตรราษฎร์สามัคคี ตำบลโพธิ์กระสังข์ อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ” (ขวัญจิต โพธิ์กระสังข์ และคณะ, 2552) ที่มาและจุดเจ็บในโครงการวิจัยนี้ก็เหมือน “หนังเรื่องเก่าเล่าซ้ำเลย” กล่าวคือ ในพื้นที่ศึกษา 2 ชุมชนชาวกวย แม้ว่าชุมชนจะยังคงรักษาวัฒนธรรมประเพณีของชาวกวยเอาไว้ได้ หากแต่ก็คงอยู่ในกลุ่มคนรุ่นเก่าเท่านั้น เพราะเด็กและเยาวชนที่ไปเข้าโรงเรียนก็จะขาดโอกาสที่จะเรียนรู้

คุณค่าของประเพณีและวัฒนธรรมของชาวกวย ดังนั้น ในโครงการนี้กลุ่มเด็กและเยาวชนจึงเป็นกลุ่มเป้าหมายของการขยายผล

ทีมวิจัยวิเคราะห์คุณลักษณะทั้ง 2 ด้านของกลุ่มเด็กและเยาวชนว่า ในด้านหนึ่งพวกเขาเป็น “พวกกลุ่มเสี่ยงทางวัฒนธรรม” เนื่องจากวิถีชีวิตของพวกเขาทำให้แม้จะยังไม่ห่างหายไปเลยจากวัฒนธรรมประเพณี แต่ก็อาจจะรู้สึกห่างเหิน (เช่น ถ้าการจัดงานไหว้ผีบรรพบุรุษไม่ตรงกับวันหยุดของโรงเรียน เด็ก-เยาวชนก็หมดโอกาสที่จะได้เข้าร่วมงาน) แต่ในอีกด้านหนึ่ง พวกเขาก็เป็น “ข้อต่อทางวัฒนธรรม” กล่าวคือ เป็นผู้ที่จะสืบทอดวัฒนธรรมชาวกวยต่อไปในอนาคต

อันที่จริง วิธีการสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีให้แก่กลุ่มเด็ก-เยาวชนนั้นก็อาจจะใช้รูปแบบการไหล 2 จังหวะ แบบการสร้างมัคคุเทศก์น้อยก็ได้ แต่ทว่าครั้งนี้ทีมวิจัยได้ขยับกลยุทธ์การทำงานให้สูงขึ้นจากการไหล 2 จังหวะ มาเป็น “การพลิกให้ผู้รับสารมาเป็นผู้ส่งสารร่วม” ซึ่งอาจจะเนื่องจากในพื้นที่ศึกษานั้นมีต้นทุนทุกอย่างมากพอที่จะใช้กลยุทธ์ระดับสูงขั้นนี้ได้

ทั้งนี้เนื่องจากในพื้นที่ศึกษาที่ก่อนจะมีการทำโครงการนี้นั้น ชุมชนได้มีกระบวนการทำงานกับเด็กและเยาวชนมาแล้วอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งได้ผลลัพธ์ที่จับต้องได้ คือ ได้ “ทุนบุคคล” คือมีกลุ่มเยาวชนในทั้ง 2 ชุมชน ที่มีกิจกรรมร่วมกับชาวบ้านหลายอย่าง ทั้งเป็นผู้ร่วมออกความคิดเห็น ผู้ร่วมลงมือช่วยกระทำ ตัวอย่างเช่น ในพิธีกรรมร้านางอ้อ (รำรักษาผู้เจ็บไข้ได้ป่วย) เยาวชนก็ได้เข้าร่วมแสดงเป็นนางรำด้วย หรืออีกกิจกรรมหนึ่งที่เยาวชนได้กระทำมาตลอดเป็นวาระ วาระละสามปี คือร่วมเป็นนักแสดงในการแสดงจำลองสมมติเป็นพระเวสสันดรในงานบุญพระเวสสันดร ส่วนเยาวชนคนอื่น ๆ ก็จะมีส่วนร่วมในการจัดเตรียมสถานที่ กางเต็นท์ ยกเครื่องเสียง ช่วยตกแต่งสถานที่ เสิร์ฟน้ำและอาหาร ล้างจาน ฯลฯ ในงานบุญผ้าป่า เยาวชนก็จะเก็บเงินทำผ้าป่าของกลุ่ม เป็นต้น

ต้นทุนประสบการณ์เหล่านี้ทำให้ทีมวิจัยได้พบบทเรียนว่า การดึงเยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมวัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ นั้น ควรให้เยาวชนมีบทบาทเป็น “ผู้ลงมือกระทำ” (cultural producer) ซึ่งในสูตรของการสื่อสารคือเป็นผู้ส่งสาร เพราะจะทำให้เด็กมีความรู้สึก “เป็นเจ้าของข่าวเจ้าของ” วัฒนธรรมประเพณีนั้น (sense of belonging) มากกว่าการมาเป็น “ผู้เสพ/ผู้บริโภค/ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเฉย ๆ” (cultural consumer) บทเรียนนี้จึงถูกนำมาออกแบบในการคัดเลือกกลยุทธ์เชิงรุกในการทำงานกับเด็ก-เยาวชน

อย่างไรก็ตาม มีข้อน่าสังเกตว่ารูปแบบกิจกรรมที่เยาวชนได้เคยเข้าร่วมนั้น ยังมีลักษณะเป็น “สื่อกิจกรรม” เป็นส่วนใหญ่ และเป็น “กิจกรรมที่มีเนื้อหาและรูปแบบดั้งเดิม” (งานบุญต่าง ๆ) ซึ่งอาจจะมีความห่างทางวัฒนธรรม (cultural gap) จากเยาวชนพอสมควร ดังนั้นความแปลกใหม่ในงานวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการ “เขยิบ” ทั้งเนื้อหาและรูปแบบเดิมของการสื่อสารทั้งกระบวนการ คือ ทั้ง S-M-C-R ให้เข้ามาใกล้กับตัวเยาวชนให้มากขึ้น เริ่มตั้งแต่องค์ประกอบตัวแรกคือ ตัวสื่อ ในงานวิจัยครั้งนี้ได้เลือก “หนังสือ เรื่องกอนกวย ส่วยไม่ลิมชาติ” (media selection) ซึ่งภาพยนตร์เป็นสื่อสมัยใหม่ที่เยาวชนมีความคุ้นเคยมากขึ้น

การออกแบบการสื่อสารเพื่อการขยายผลในงานวิจัยครั้งนี้จึงสร้าง “การมีส่วนร่วม” ของกลุ่มเยาวชนให้มีทั้งตัว S - ตัว M - ตัว C - และตัว R โดยยึดหลักการที่ว่า “ให้เป็นสื่อเพื่อเยาวชน โดยเยาวชน และของเยาวชน” อย่างแท้จริง

เริ่มตั้งแต่ตัว S (ผู้ส่งสาร) คณะทำงานในการถ่ายทำภาพยนตร์ อันประกอบด้วยคน 5 กลุ่ม คือ ทีมวิจัยชุมชน (ซึ่งมีตัวแทนกลุ่มเยาวชนอยู่ด้วย) ทีมที่ปรึกษาด้านภาพยนตร์ (ที่มาจากนักสร้างหนังมืออาชีพ) ทีมงานจากกลุ่มสื่อสร้างสรรค์ จังหวัดอุบลราชธานี (เป็นองค์กร NGO ด้านสื่อ) บริษัท นิวเวฟ เคเบิลทีวี จำกัด ศรีสะเกษ (สื่อธุรกิจในท้องถิ่น) และทีมนักแสดงจากชุมชน

ในด้านตัวเนื้อหาสาร (message selection & design) เริ่มตั้งแต่โครงเรื่องของหนังก็เป็นเรื่องของนักเรียนสาวสาวกวยผู้หลงใหลในวัฒนธรรมของตนเอง และได้มากลับใจในภายหลัง ซึ่งโครงเรื่องดังกล่าวนี้เป็น “เนื้อหาใหม่” ที่มีตัวละครเอกเป็นเยาวชนซึ่งจะทำให้กลุ่มผู้ชมที่เป็นเยาวชนด้วยกันสามารถอ้างอิงได้ง่าย (identify) ส่วนเนื้อหาเดิมที่เป็นวัฒนธรรมประเพณี ทีมวิจัยชุมชนได้เลือกประเพณีตักบาตรเทโว เนื่องจากทีมผู้ผลิตต้องการให้ผู้ชมที่เป็นเด็ก-เยาวชนได้เห็นการแต่งกายที่เหมาะสมกับงานบุญประเพณี ประเพณีเช่นงูะที่เด็ก-เยาวชนไม่ค่อยได้เข้าไปมีส่วนร่วม และประเพณีสงกรานต์ที่เป็นประเพณีที่สนุกสนานครึกครื้น (เอาใจเด็ก ๆ บ้าง) และเป็นช่วงเวลาที่มาชิกในครอบครัวได้กลับมาอยู่พร้อมหน้าพร้อมตากัน

นอกจากนั้นการมีส่วนร่วมในเนื้อหา ก็คือ การที่เด็ก-เยาวชนได้เข้ามาเป็นส่วนร่วมเป็นผู้แสดงในภาพยนตร์สั้นเรื่องนี้ด้วย

ในส่วนของตัว C (channel) และตัว R (ผู้รับสาร) นั้น การที่ได้เลือกตัวสื่อเป็น “ภาพยนตร์สั้น” นั้นเป็นสื่อที่เด็ก-เยาวชนมีความคุ้นเคยอยู่แล้ว และสื่อภาพยนตร์ประเภทเรื่องแต่ง (fiction) ก็สามารถจะสร้างสรรค์เนื้อหาแบบใหม่ ๆ โดยบวกผสมกับเนื้อหาเดิม (ประเพณี/วัฒนธรรม) ได้ด้วย และที่เป็นข้อเด่นที่สุดของสื่อภาพยนตร์ก็คือ สื่อภาพยนตร์สามารถนำเสนอได้หลายช่องทาง หลายวาระโอกาส กับผู้ชมหลายกลุ่ม (เมื่อเทียบกับสื่อกิจกรรมแบบประเพณีซึ่งทำได้อย่างจำกัดเวลาและสถานที่) ดังเช่นหนังสั้นเรื่องนี้ได้ออกฉายในหลาย ๆ วาระโอกาส เริ่มตั้งแต่ฉายให้คนในชุมชน ผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมได้ชมเอง เริ่มขยายขอบเขตผู้รับชมไปในระดับท้องถิ่น โดยฉายรอบสื่อมวลชนที่โรงหนัง MVP 2 บีคซี จังหวัดศรีสะเกษ และท้ายที่สุดก็ขยายไปสู่ผู้ชมระดับชาติผ่านสื่อโทรทัศน์ เช่น ผ่านรายการ “พระอาทิตย์บ้านฉัน พระจันทร์บ้านเธอ” สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เป็นต้น

สำหรับประสิทธิผลของการใช้สื่อเพื่อการขยายผลการวิจัย (ข้อมูลวัฒนธรรมประเพณีของชาวกาย) ไปสู่กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ โดยเฉพาะ กลุ่มเป้าหมายหลักคือเด็ก-เยาวชน ผ่านการใช้กลยุทธ์ “พลิกผู้รับสาร ให้มาเป็นผู้ส่งสารร่วม” นั้น ในขั้นตอนหลังการผลิต (post-production) ทีมวิจัยก็ได้ทำการประเมินผลความคิดเห็นของผู้ชมกลุ่มต่าง ๆ ทั้งเด็ก-เยาวชน กลุ่มคนในชุมชน กลุ่มคนนอกวัฒนธรรมที่มีต่อภาพยนตร์เรื่องนี้ และพบว่า ได้ผลตามที่ตั้งเป้าหมายเอาไว้เป็นส่วนใหญ่

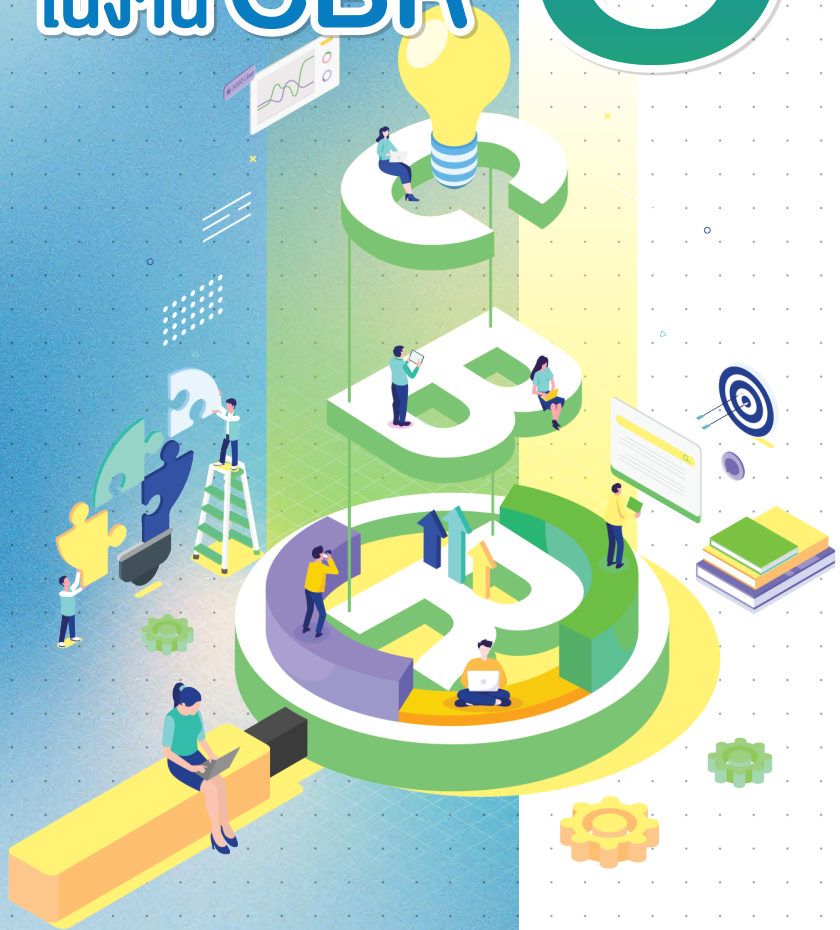


CBRR
Community-Based Research

ส่วนที่

5

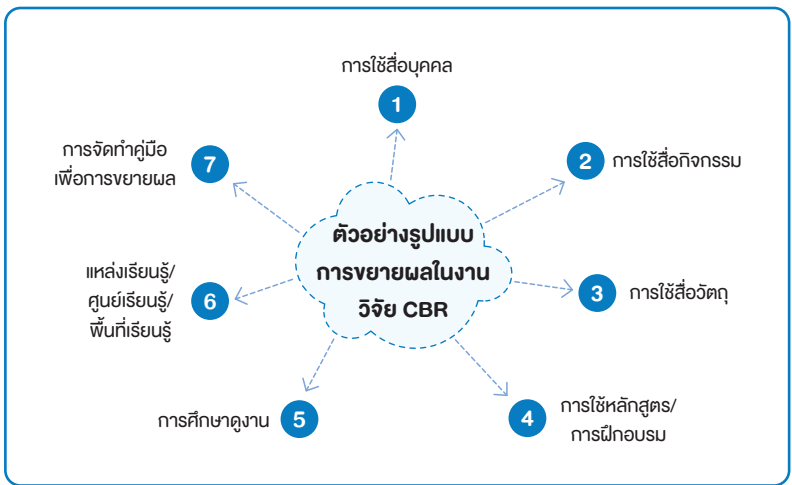
ตัวอย่างรูปแบบ
ของการขยายผล
ในงาน CBR



CBR

Community-Based Research

ในเนื้อหาส่วนสุดท้ายนี้ ผู้เขียนจะยกตัวอย่างรูปแบบการขยายผลที่ได้พบในงานวิจัย CBR (เพิ่มเติมจากบางรูปแบบที่ได้กล่าวถึงไปบ้างแล้ว เช่น การใช้ต้นแบบ) มานำเสนอพอเป็นตัวอย่างให้เห็นว่า ในภาคปฏิบัติของการขยายผลนั้น มีการดำเนินการอย่างไรบ้าง อันที่จริงรูปแบบต่าง ๆ ที่จะยกมานำเสนอนี้ ก็เป็นรูปแบบวิธีการทำงานโดยพื้นฐานของ CBR อยู่แล้ว เพียงแต่ว่าเมื่อนำรูปแบบพื้นฐานดังกล่าวมาใช้ในโหมดของการขยายผล ก็จะมีการแต่งเติม สีสันหรือเติมกลืนอายุให้เข้ากับหลักการของการขยายผลที่ได้กล่าวมาในข้างหน้า และบรรดาเครื่องมือการทำงาน CBR ทุกประเภท เช่น การถอดบทเรียน การคืนข้อมูล การสร้างเครือข่าย การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย การทำแผนชุมชน ในทุกระดับ ฯลฯ ก็ล้วนแล้วแต่นำมาใช้เพื่อการขยายผลได้ทั้งสิ้น



รูปแบบที่ 1: การใช้สื่อบุคคล (Personal Media)

ในงานวิจัย CBR นั้น จะมีการใช้ “ตัวบุคคลประเภทต่าง ๆ” มาเป็นสื่อเพื่อการขยายผลอย่างมากที่สุด และมีการใช้สื่อบุคคลเพื่อการขยายผลในหลากหลายรูปแบบ ทั้งรูปแบบที่เป็นไปตามธรรมชาติ รูปแบบที่มีการออกแบบบ้างเล็กน้อย และรูปแบบที่มีการออกแบบอย่างประณีต ในที่นี้ เราจะพิจารณาแง่มุมของการใช้ตัวบุคคลเป็นสื่อเพื่อการขยายผล ดังนี้

(1) ใครเป็นสื่อบุคคลในการขยายผลได้บ้าง อันที่จริง คนทุกประเภทที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับงานวิจัย CBR ก็สามารถจะเป็นผู้ขยายผลงานวิจัยได้ทั้งนั้น ไม่ว่าจะเป็น “คนวงในแบบใกล้ชิด” เช่น โหนด-พี่เลี้ยง ทีมวิจัยชุมชน หรือแม้แต่ “คนวงนอก” ดังตัวอย่างล้อเลียนที่ได้กล่าวมาข้างหน้าในเรื่องสื่อวัตถุแล้วว่า แม้แต่ผู้ว่าฯ หรือนายอำเภอที่มาเป็นประธานทำพิธีเปิดการประชุมก็ยังสามารถเป็น “ผู้ขยายผลแบบกิตติมศักดิ์” ให้งานวิจัย CBR ได้



จากภาพข้างบนนี้ ตัวอย่างของสื่อบุคคลประเภทที่ 8 มีในงานวิจัย เรื่อง “รูปแบบการขยายผลการใช้พืชสมุนไพรเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจที่เหมาะสมกับชุมชน ตำบลน้ำไคร้ อำเภอป่าปาด จังหวัดอุตรดิตถ์” (ประเสริฐ ทองชมภู และคณะ, 2548) โดยที่ทีมวิจัยได้ทำหน้าที่เป็น “แม่สื่อแม่ชัก” (mediator) โดยเริ่มต้นจากการศึกษาบริบทของชุมชนในเรื่องการเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจ หลังจากนั้นก็ประสานผู้นำชุมชนให้ประสานกลุ่มเป้าหมายและลูกบ้านที่มีความสนใจจะเลี้ยงสัตว์โดยใช้พืชสมุนไพรมาเข้าร่วมกิจกรรม ปีนี้เป็นฝ่าย**ผู้รับการขยายผล** เมื่อปักหมุดด้านผู้รับการขยายผลได้แล้ว ทีมวิจัยก็ไปประสานอีกปลายข้างหนึ่ง คือ **ฝ่ายผู้ขยายผลความรู้** ซึ่งเป็นองค์กรหรือผู้นำองค์กรทั้งในชุมชน และนอกพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประเด็น หลังจากนั้นก็จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ติดตามประเมินผล และปิดท้ายด้วยการประสานเชื่อมโยงให้เกิดเครือข่ายผู้ใช้สมุนไพรเพื่อการเลี้ยงสัตว์

อันที่จริง สำหรับเรื่องการใช้ตัวบุคคลเป็นสื่อการขยายผลนั้น เมื่อสำรวจดูจากประวัติศาสตร์ของการขยายผลในเนื้อหาที่ได้กล่าวมาข้างหน้านับตั้งแต่ยุคอดีตที่เป็นประวัติศาสตร์หน้าแรกเลย เราก็จะพบว่าเป็นตัวบุคคลนี่แหละที่เป็นสื่อการขยายผลประเภทแรกเลยทีเดียว อย่างไรก็ตาม เมื่อการสื่อสารได้พัฒนามาถึงยุคสื่อสารมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สื่อมวลชนเหล่านี้ก็ได้เข้ามาทำงานด้านการส่งเสริมขยายผลประเด็นต่าง ๆ ในสังคมแทนที่สื่อบุคคลอยู่สักช่วงระยะหนึ่ง จนกระทั่งล่วงเข้าสู่ประวัติศาสตร์หน้าที่ 3 ที่มีการค้นพบข้อจำกัดบางอย่างของทั้งสื่อมวลชนและสื่อบุคคล จึงได้เริ่มมีแนวคิดเรื่องการบูรณาการผสมผสานให้หลังตัวระหว่างสื่อทั้ง 2 ประเภท ความสำคัญของสื่อบุคคลจึงหวนกลับมาอีกครั้งหนึ่ง (เป็นยุค “สื่อบุคคล come back”)

แนวทางการศึกษาเรื่องสื่อบุคคลในงานขยายผลนั้น จะพยายามค้นคว้าหาคำตอบให้แก่คำถาม 2-3 คำถาม เช่น

- คุณสมบัติของสื่อที่เป็นตัวบุคคลที่เหมาะสมสำหรับการขยายผลนั้นควรจะเป็นอย่างไร เช่น ควรจะมีความรู้ความเชี่ยวชาญในประเด็นที่จะเผยแพร่ (credibility) หรือควรจะมีความน่าเชื่อถือเป็นที่ไว้วางใจมากกว่า (trustworthiness)

- ควรจะเป็นคนในชุมชนเอง หรือควรจะเป็นผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก
- จะมีการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในด้านไหนบ้างของผู้ขยายผล และมีวิธีการเสริมพลังผู้ขยายผลด้วยรูปแบบใดบ้าง เป็นต้น

ก่อนจะก้าวไปสู่การตอบคำถามเหล่านี้ ผู้เขียนคิดว่าเราน่าจะมาทำความรู้จักกับลักษณะเฉพาะตัวของ “สื่อบุคคล” ที่แตกต่างจากสื่อประเภทอื่น ๆ และเป็นที่มาของข้อเด่นและข้อจำกัดของสื่อประเภทนี้กันเสียก่อน

(2) ลักษณะเฉพาะของสื่อบุคคล: ข้อเด่น และข้อจำกัด กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2549) ได้ประมวลลักษณะเฉพาะตัวของสื่อบุคคลเอาไว้ ดังนี้



(ก) คุณลักษณะที่เป็นข้อเด่นของสื่อบุคคล

(i) สื่อบุคคลมีลักษณะยึดหยุ่นสูง เนื่องจากสื่อบุคคลเป็นมนุษย์ ซึ่งเป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ดังนั้นจึงมีความสามารถที่จะปรับกลยุทธ์การสื่อสารให้เหมาะสมกับผู้รับสารให้ “ถูกคน ถูกที่ ถูกเวลา ถูกประเด็น” อย่างชนิดที่ไม่มีสื่อแบบไหนจะสามารถทำได้

(ii) มีโอกาสใช้ในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมได้สูงกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ เนื่องจากการใช้สื่อบุคคลนั้นเป็นการสื่อสารแบบ “คนสัมผัสคน” ดังนั้นจึงสามารถใช้ในการสื่อสารแบบสองทาง การสื่อสารแบบเวทีแลกเปลี่ยน การพูดคุยสนทนา ฯลฯ ซึ่งสื่อประเภทอื่น ๆ อาจจะทำไม่ได้ (เช่น การอ่าน แผ่นพับ ถ้าไม่เข้าใจก็ซักถามแผ่นพับไม่ได้)

(iii) เป็นสื่อที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาขีดความสามารถต่อไปได้อย่างไม่สิ้นสุด ถ้าเราใช้มือถือเครื่องเดิมมาเป็นเวลา 5-6 ปี ขีดความสามารถของมือถือก็จะเท่าเดิม ในขณะที่ถ้าเราใช้สื่อบุคคลไปเผยแพร่ขยายผลการวิจัยภายในช่วงเวลา 5-6 ปี ขีดความสามารถของผู้ขยายผลจะเพิ่มพูนความชำนาญมากขึ้น เพราะมนุษย์สามารถสั่งสมความชำนาญได้

(iv) สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีเจตนา/มีแรงจูงใจ ด้วยคุณสมบัติที่เป็น “มนุษย์” คนหนึ่งทำให้สื่อบุคคลแตกต่างไปจากกลิ้งถ่ายรูปเครื่องหนึ่ง กล่าวคือ ในการสื่อสารนั้น สื่อบุคคลจะไม่ทำหน้าที่เป็นเพียง “สะพานเชื่อมที่ไร้เจตจำนง” เท่านั้น หากแต่จะมีเจตนาในการสื่อสาร และบ่อยครั้งที่ “เจตนาดี” ที่ผู้รับสามารถรับรู้ได้จะมีผลต่อการยอมรับ

(v) สื่อบุคคลที่เป็นทีมวิจัย CBR และได้เข้าไปเล่นบทบาท “ผู้ขยายผล” นั้น สามารถจะแสดงบทบาทได้อย่างหลากหลาย (ถ้าเป็นนักแสดงก็แปลว่าเล่นได้ดีทั้งบทบาทพระเอก ผู้ช่วยพระเอก ผู้ร้าย ตัวประกอบ คนรับใช้ ตำรวจ ฯลฯ) ในงานวิจัยเรื่อง “การจัดการห่วงโซ่อุปทานพริกปลอดภัย อำเภอเกษตรสมบูรณ์ อำเภोजัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ” (วีระ ภาคอุทัย และคณะ, 2552) ทีมวิจัยพบว่าในระหว่างและหลังงานวิจัยแล้ว ทีมวิจัยชุมชนและกลุ่มเป้าหมายสามารถจะออกไปขยายผล

งานวิจัยผ่านบทบาทต่าง ๆ ถึง 5-6 บทบาท เช่น ไปเป็นวิทยากรหลัก เป็นวิทยากรร่วม เป็นผู้จัด/ร่วมจัดกิจกรรมนิทรรศการ เป็นผู้จัดการฝึกอบรม เป็นผู้สาธิตกระบวนการและผลงานวิจัย ไปเป็นนักวิจัยในโครงการอื่น ๆ ต่อไป เป็นต้น

(v) **คุณลักษณะที่เป็นข้อจำกัดของสื่อบุคคล** ข้อจำกัดของ “สื่อบุคคล” ก็คือข้อจำกัดที่เกิดจากความเป็นมนุษย์นั่นเอง นั่นคือมนุษย์มีข้อจำกัดเรื่อง “เวลาและสถานที่” (กาละ-เทศะ) เช่น เรามีเวลาเพียงวันละ 24 ชั่วโมง ซึ่งต้องใช้ในการทำภารกิจหลาย ๆ อย่าง มนุษย์ไม่สามารถแยกตัวเองให้อยู่หลาย ๆ ที่ได้ในเวลาเดียวกัน หรือมนุษย์เราไม่อาจทำสำเนาได้หลาย ๆ ชุดแบบสื่ออื่น ๆ นอกจากนั้น จำนวนคนที่จะมีขีดความสามารถเป็นผู้ขยายผลได้เองเลยตามธรรมชาติ (โดยไม่ต้องมีการฝึกอบรม) ก็ยังมีจำนวนไม่มากนัก

(3) **ประเด็นแบบไหนที่สมควรใช้สื่อบุคคลเป็นผู้ขยายผล** ถึงแม้ว่าสื่อบุคคลจะเป็นสื่อประเภทที่สามารถใช้ขยายผลได้ในงานวิจัย CBR ได้เกือบทุกประเด็น แต่ทว่าก็มีประเด็นบางประเด็นที่สื่อบุคคลสามารถจะทำงานขยายผลได้มีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายได้ดีกว่าสื่อประเภทอื่น ตัวอย่างประเด็นพิเศษเหล่านี้ ก็เช่น

(ก) ประเด็นที่จะขยายผลมีความละเอียดประณีต ซับซ้อนหลายขั้นตอน ดังเช่นตัวอย่างงานวิจัยที่ได้กล่าวถึงไปบ้างแล้ว คืองานวิจัยเรื่อง “การสร้างความเข้มแข็งของเกษตรกรต้นแบบเพื่อขยายผลระบบเกษตรกรรมยั่งยืน จังหวัดมหาสารคาม” (ทานตะวัน สิงห์แก้ว และคณะ, 2563) เนื่องจากการปรับเปลี่ยนการทำเกษตรจากระบบเกษตรเชิงเดี่ยวมาเป็นระบบเกษตรยั่งยืนนั้น มีหลายสิ่งหลายอย่างต้องเปลี่ยนแปลงทั้งระบบ เริ่มตั้งแต่ประเภทของพืชที่ปลูกต้องให้ความหลากหลาย ต้องทำเกษตรหลาย ๆ อย่างทั้งปลูกพืชประมง และปศุสัตว์ เพื่อให้เกิดความหลากหลายทางชีวภาพและแต่ละระบบย่อยได้เกื้อกูลกัน ต้องปรับเปลี่ยนระบบการบำรุงรักษาดิน ระบบการบริหารจัดการน้ำ การใช้เมล็ดพันธุ์ การใช้ปุ๋ย ฯลฯ ประเด็นที่มีความละเอียด ประณีต

ซับซ้อน และหลายขั้นตอนนี้จะมีโอกาสสูงมากที่ผู้รับการขยายผลที่แม้จะเริ่มต้นออกเดินทางแล้ว หรือไปได้ถึงกลางทางแล้ว แต่ก็ยังอาจจะไปได้ไม่ถึงฝั่งฝัน ต้องยกเลิกกลางทาง ดังนั้นในงานวิจัยชิ้นนี้จึงต้องใช้ “เกษตรกรต้นแบบ” เป็นสื่อบุคคล และเป็นการออกแบบการขยายผลแบบ “ประกบตัวต่อ 2 ตัว 1:2” ที่เรียกว่า buddy coaching เพื่อป้องกันมิให้เกิดอาการแท้งระหว่างทาง

(ข) ประเด็นที่ผู้รับการขยายผลยากที่จะฝ่าข้ามกำแพงขวางกั้น ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ดังเช่น งานวิจัยที่ได้กล่าวถึงไปข้างแล้วที่แสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจน คืองานวิจัยเรื่อง “การสร้างพลังการประกอบอาชีพคนพิการในพื้นที่ อำเภอบัวใหญ่ อำเภอบัวลาย และอำเภอสีดา เพื่อขยายผลกับคนพิการในจังหวัดนครราชสีมา” (บุบผารัตน์ สืบสุนทร และบัวผิน คมจจอหอ, 2563) ซึ่งงานวิจัยมีเป้าหมายที่จะปลูกพลังให้คนพิการก้าวข้ามกำแพงอุปสรรคในการประกอบอาชีพทั้งที่เป็นกำแพงที่เห็นได้ “คือร่างกายที่พิการ” และ “กำแพงที่มองไม่เห็น” คือจิตใจที่ยอมแพ้หรือความเข้าใจว่า “คนพิการทำอะไรไม่ได้” ประเด็นแบบนี้จำเป็นต้องให้ผู้ขยายผลที่เป็นสื่อบุคคลที่ออกแบบคัดเลือกมาอย่างพิเศษ เช่น น่าจะต้องเป็นคนพิการเหมือนกัน และต้องเป็นคนพิการที่ฝ่าข้ามด่านกำแพงต่าง ๆ มาได้แล้ว (ถึงจะพูดได้อย่างเต็มปากเต็มคำ) ต้องใช้เทคนิค “การเล่าเรื่องอย่างเร้าพลัง” (ต้องไม่เล่าแบบให้เวทนาสงสาร) ต้องแสดงให้เห็นความพยายามที่จะช่วยตัวเองก่อน แล้วคนอื่นจึงจะตามมาช่วยเราทีหลัง เป็นต้น

(ค) ประเด็นที่กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มเปราะบางหรือกลุ่มที่ถูกทำลายความเป็นมนุษย์ไปแล้ว (dehumanized) และผู้ขยายผลจะไม่เพียงแต่เล่าเรื่อง “ผลงานวิจัย” เท่านั้น หากแต่ต้องทำให้พลังแห่งการเล่าเรื่องนั้นมีอานุภาพถึงระดับ “กอบกู้ความเป็นมนุษย์” กลับคืนมา ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตและเข้าถึงสิทธิขั้นพื้นฐานของกลุ่มคนไร้บ้านในเขตเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี” (วิชาญ อุ่นอก และคณะ, 2565) กลุ่มเป้าหมายของโครงการคือ “กลุ่มคนไร้บ้าน” ซึ่งพอไม่มีบ้านอยู่อาศัย ก็ถูกตีตราารากับ “ไม่ใช่มนุษย์” เริ่มตั้งแต่ไม่มีสิทธิทำบัตรประชาชน

แล้วก็ถ่วงเลยไปถึงสิทธิอื่น ๆ ในชีวิต และเมื่อไม่มีสิทธิเสียแล้ว เรื่องคุณภาพชีวิตก็ไม่ต้องไปพูดถึง งานวิจัยแบบนี้ต้องใช้การขยายผลแบบ “คนสัมผัสคน” เท่านั้น และควรจะเป็น “คนหัวอกเดียวกัน” จึงน่าสังเกตว่าในงานวิจัยเรื่องคนพิการหรือคนไร้บ้านนั้น จะมีคนพิการและคนไร้บ้านเข้ามาเป็นนักวิจัยชุมชนร่วมอยู่ในทีมวิจัยชุมชนด้วยเพื่อเล่นบท “ผู้ขยายผล” ในระหว่างหรือหลังจากจบโครงการแล้ว

(4) การเสริมพลังผู้ขยายผล

(4.1) สถานะของผู้ขยายผลเมื่อเริ่มต้น ในสภาพความเป็นจริง ณ จุดออกสตาร์ทของผู้ขยายผลในงานวิจัย CBR (ซึ่งมักจะได้แก่ชาวบ้านที่ได้ผ่านประสบการณ์การร่วมงานวิจัย CBR มาแล้ว) จะไม่ได้อยู่ ณ จุดเดียวกัน เราอาจแบ่งจุดออกสตาร์ทของกลุ่มคนที่จะไปทำงานขยายผลได้เป็น 4 จุด คือ

- กลุ่มคนที่เป็นทั้งเจ้าของความรู้เชิงประจักษ์ และมีพรสวรรค์ (by born) ที่สามารถจะไปเผยแพร่ถ่ายทอดได้เลย กลุ่มนี้ปล่อยให้ไปต่อเป็นวิทยากรได้เลย

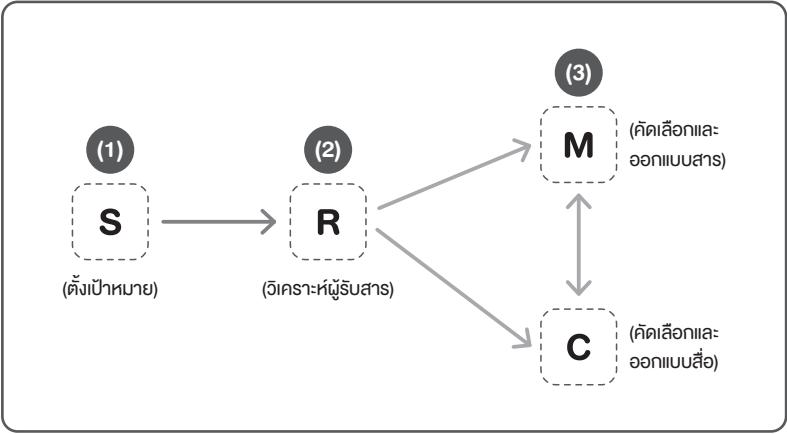
- กลุ่มคนที่เป็นเจ้าของความรู้เชิงประจักษ์ แต่ยังขาดทักษะการถ่ายทอด กลุ่มนี้จะมีค่อนข้างมาก การเสริมพลังสำหรับกลุ่มนี้ก็คงต้องให้ลงทะเบียนเรียนวิชาการฝึกสอนเพิ่มเติมอีกสักหน่อย

- กลุ่มคนที่ตัวความรู้เชิงประจักษ์ก็ยังไม่ค่อยแน่น ความรู้เรื่องการถ่ายทอดก็ยังไม่อยู่ตัว เช่น กลุ่มช่างชุมชนพลังงานทางเลือกในงานวิจัยเรื่อง “การศึกษารูปแบบการบริหารจัดการองค์กรผู้ประกอบการช่างพลังงานทางเลือกชุมชน อำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์” (ศุภกณัฐ บุรณะ และคณะ, 2563) กลุ่มนี้ต้องลงทะเบียนเรียนทั้ง 2 วิชา คือ เรียนเพิ่มเติมความรู้เชิงประจักษ์และฝึกอบรมเรื่องวิธีการถ่ายทอด

• กลุ่มที่ได้ผ่านความรู้เชิงประเด็นมาพอสมควรแต่ทว่ายังกระจัดกระจาย ส่วนทักษะเรื่องการถ่ายทอดนั้นพอไปวัดไปวาได้ กลุ่มนี้เป็นชุดโครงการวิจัย จำนวน 14 โครงการของภาคอีสาน ในปี พ.ศ. 2564 เครื่องมือที่จะนำมาใช้เพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้แก่ผู้ขยายผลก็คือ การจัดการความรู้ (KM)

(4.2) ความรู้เรื่องอะไรบ้างที่ผู้ขยายผลต้องเตรียมให้พร้อม ผู้เขียนได้กล่าวมาข้างต้นข้างแล้วว่า บ้านแห่งความรู้ CBR นั้นจะวางอยู่บน 3-4 เสาหลัก คือ ความรู้เชิงประเด็น ความรู้เรื่องวิธีวิทยา CBR ความรู้เรื่องการบริหารโครงการ และแกนความรู้เรื่องการขยายผลเพิ่มเติมเข้าไป

สำหรับเนื้อหาของความรู้เรื่องการขยายผลนั้นน่าจะมีอะไรบ้าง ในที่นี้ผู้เขียนขอประยุกต์สูตรลับของการสื่อสาร (S-M-C-R) มาดัดแปลงใช้สำหรับการขยายผล ดังนี้

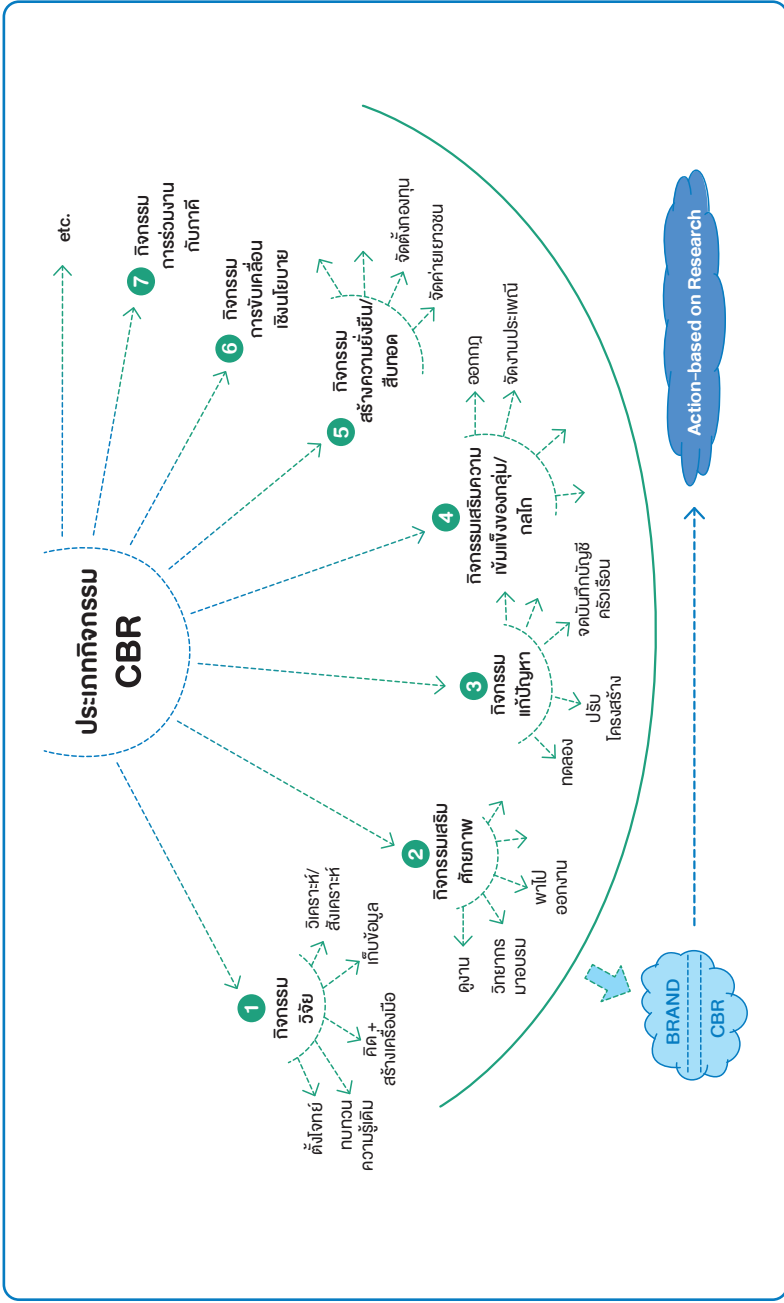


ตามภาพข้างบนนี้ เริ่มต้นจังหวะที่ 1 ผู้ขยายผล (S) จะต้องวิเคราะห์ตัวเองก่อนว่าการขยายผลครั้งนี้ **เราคาดหวังผลอะไร/ถึงระดับไหน** เช่น เอาแค่ให้มีความรู้ (Knowledge: K) เอาให้เปลี่ยนถึงทัศนคติ (Attitude: A) หรืออยากไปให้ถึงการลงมือกระทำเลย (Performance: P) หรือต้องการเพิ่มพูนทักษะ (skill up-level) เป็นต้น

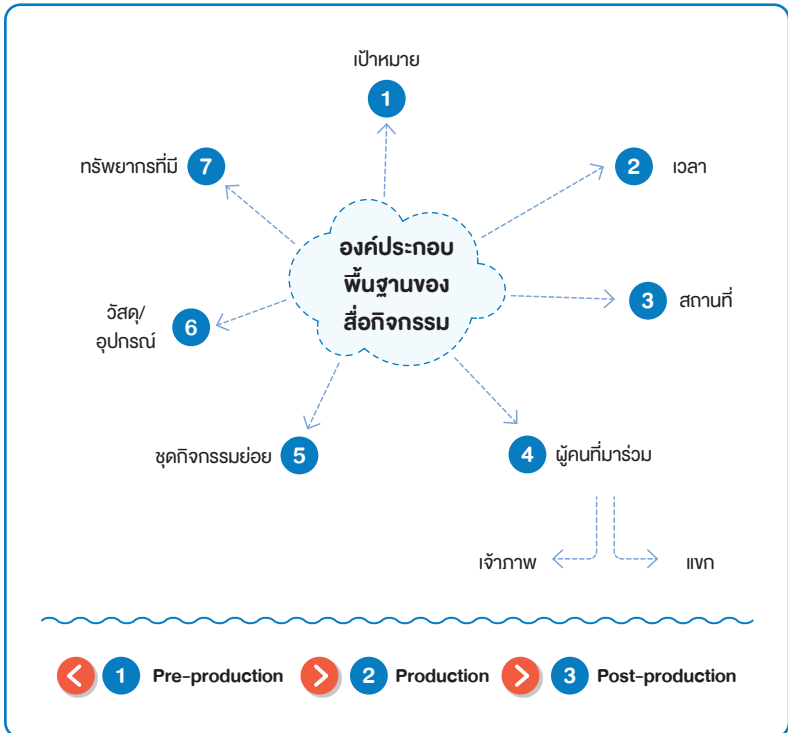
เมื่อ “รู้เรา” แล้ว จังหวะที่ 2 ก็คือ “รู้เขา” คือการวิเคราะห์ “ผู้รับการขยายผล” (receiver) ตามแนวคิดต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาข้างหน้า (ใช้ทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรมมาช่วยแยกแยะกลุ่มผู้รับการขยายผลก็ได้) ซึ่งผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ผู้รับการขยายผล จะเป็นตัวกำหนดองค์ประกอบ 2 ตัว ในจังหวะที่ 3 คือการคัดเลือกและออกแบบตัวเนื้อหาสาระและตัวสื่อ (message & media selection and design) ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง “การจัดการความรู้และการขยายผลองค์ความรู้การทำงานข้าวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการการผลิต การเพิ่มมูลค่า และการตลาดของชาวนา จังหวัดปัตตานี” (สุกัญญา สุขสุพันธ์, 2565) ในแง่การจัดการเนื้อหาสาระ ทีมวิจัยได้ใช้เครื่องมือการจัดการความรู้ (KM) เพื่อให้ผู้ขยายผลมีความรู้แบบครบเครื่องเรื่องการทำงานข้าวอย่างมีประสิทธิภาพแบบครบวงจร ส่วนในเรื่องการเลือกใช้สื่อ หลังจากทีมีวิจัยชัดเจนแล้วว่าหน้าตาของกลุ่มรับการขยายผลจะมี 2 กลุ่ม กลุ่มแรกเป็นเกษตรกรทั่วไปที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ไม่ถนัดในการใช้สื่อ social media เพจ หรือ Facebook ทีมวิจัยจึงจัดทำเป็นชุดคู่มือที่เป็นเอกสารแบบเข้าใจง่าย เน้นภาพและขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน ส่วนอีกกลุ่มที่เป็นเกษตรกรที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ กลุ่มที่สองนี้ มีความถนัดในการใช้ social media และสื่อสมัยใหม่ สำหรับกลุ่มนี้ทีมวิจัยใช้สื่อชุดคู่มือแบบ E-book และคลิปวิดีโอเป็นสื่อขยายผล

รูปแบบที่ 2: การใช้สื่อกิจกรรม (Activity Media)

(1) **สื่อกิจกรรมในงานวิจัย CBR** ในงานขยายผลของงานวิจัย CBR จะมีการใช้สื่อประเภท “สื่อกิจกรรม” อย่างมากเช่นเดียวกัน และอันที่จริง เนื่องจากธรรมชาติของงานวิจัย CBR ที่เป็น “งานวิจัยเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง” (research for change) อยู่แล้ว ดังนั้นนอกเหนือจาก “กิจกรรมย่อย ๆ ในชุดกิจกรรมวิจัย” เช่น การพัฒนาโจทย์ การสร้างเครื่องมือ การใช้เครื่องเก็บข้อมูล การวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูล การคืนข้อมูล ฯลฯ งานวิจัย CBR ก็จะมีชุดกิจกรรมอีกชุดหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับ “การออกแบบกิจกรรมเพื่อเปลี่ยนแปลงสภาพที่เป็นอยู่” (หรือเพื่อแก้ไขปัญหา) และยังคงอาจจะมี “ชุดกิจกรรมประเภทอื่น ๆ อีก” หรืออาจพูดได้สั้น ๆ ว่า กิจกรรมต่าง ๆ ในงานวิจัย CBR นั้นสะท้อนให้เห็นว่า “CBR นั้นเป็นอะไรที่มากกว่างานวิจัย” อย่างไม่จำกัด กิจกรรมทั้งหลายทั้งปวงเหล่านี้ก็ต้องมี “ลักษณะพื้นฐานร่วมกันประการหนึ่ง” คือ เป็นกิจกรรม “ที่ออกแบบมาจากข้อมูล” มิใช่กิจกรรมที่คิดเอาเองหรือกิจกรรมที่ใครขอมา และกิจกรรมทั้งหลายนี้สามารถจะนำมาหยิบใช้ในฟังก์ชันของการขยายผลได้ทุกกิจกรรม



(2) องค์ประกอบของสื่อกิจกรรม เพื่อสร้างความเข้าใจให้ตรงกัน ผู้เขียนขอแนะนำเสนอองค์ประกอบย่อย ๆ ที่จำเป็นของสื่อกิจกรรม ดังในภาพ



(i) เป้าหมายของการจัดกิจกรรม ซึ่งเป็นธงพื้นแรกที่จะกำหนดองค์ประกอบอื่น ๆ ที่จะตามมา เพราะเป้าหมายที่แตกต่างกัน ก็จะทำให้การออกแบบรูปร่างกิจกรรมออกมาต่างกัน (การจัดงานแต่งงานดูจะเป็นตัวอย่างที่ดีที่สุดที่แสดงให้เห็นเป้าหมายของเจ้าภาพว่าต้องการจะแสดงอะไร) สำหรับในโหมดของงานขยายผลนี้ สื่อกิจกรรมหนึ่ง ๆ อาจจะมีเป้าหมายอย่างอื่นร่วมอยู่ด้วย แต่ก็อาจจะมี “เป้าหมายของการขยายผล” เป็นหนึ่งในนั้น หรืออาจจะเป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมายเพื่อการขยายผลเป็นการเฉพาะเลย เช่น การจัดนิทรรศการแสดงผลงานวิจัย เป็นต้น

(ii) **เวลา** การทำกิจกรรมจำเป็นต้องมี “มิติของเวลา” (time-temporal) ซึ่งหมายความตั้งแต่จะจัดกิจกรรมเมื่อไร ไปจนกระทั่งถึงการบริหารจัดการเวลา เช่น การเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสม/สะดวก การใช้เวลาในแต่ละกิจกรรม การนัดหมายเวลากับกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

(iii) **สถานที่** (place) เป็นคู่แฝดของเวลาในเรื่องการจัดการกิจกรรม และมีหลักคิดเดียวกับเรื่องเวลา คือ มีการบริหารสถานที่/พื้นที่อย่างไร เริ่มตั้งแต่การเลือกสถานที่ การจัดเตรียมสถานที่สำหรับแต่ละกิจกรรม ตัวอย่างเช่น การขยายผลของนักวิจัยชุมชนในรูปแบบของแหล่งเรียนรู้ มักจะแบ่งสถานที่ให้กระจายตัวออกเป็นฐานการเรียนรู้ย่อย ๆ หลาย ๆ ฐาน เป็นต้น

(iv) **ผู้คนที่มาเข้าร่วมกิจกรรม** ซึ่งอาจจะแบ่งอย่างคร่าว ๆ ได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้จัดงาน/เจ้าภาพที่รับผิดชอบการจัดงาน (ซึ่งน่าจะหมายถึงทีมขยายผล) และกลุ่มผู้มาร่วมงาน (ซึ่งน่าจะหมายถึงกลุ่มผู้รับการขยายผล) ซึ่งก็ต้องการออกแบบและการบริหารจัดการเช่นเดียวกัน เช่น การแบ่งงาน รับผิดชอบในกลุ่มเจ้าภาพ การคาดหวังความร่วมมือจากฝ่ายผู้มาร่วมงาน เป็นต้น

(v) **ชุดกิจกรรมย่อยๆ** เนื่องจากในการจัดกิจกรรมครั้งหนึ่ง ๆ เช่น การจัดนิทรรศการแสดงผลงานวิจัย มักจะประกอบด้วยกิจกรรมย่อย ๆ ที่ระบุเอาไว้ในตารางเวลาหรือกำหนดการ เช่น ช่วงพิธีเปิดงาน ช่วงเจ้าภาพแถลงเป้าหมายของงาน ช่วงเดินชมนิทรรศการ ฯลฯ

(vi) **วัสดุ/อุปกรณ์** ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการจัดสื่อกิจกรรม เช่น การจัดค่ายเรียนรู้ด้วยการเดินป่า จะต้องมีการเตรียมวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้พร้อม การจัดเวทีการแสดงต้องมีอุปกรณ์เครื่องไฟฟ้า แม้แต่เรื่องพื้นฐาน เช่น การจัดเตรียมไมโครโฟนและเครื่องเสียง อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และจอฉายภาพ เป็นต้น

(vii) **ทรัพยากรที่บีบ** จากองค์ประกอบอื่น ๆ ที่ได้กล่าวมา เราจะพบว่า สื่อกิจกรรมเป็นสื่อที่ต้องมีทรัพยากรหลาย ๆ อย่างมาสนับสนุน หรือเป็นตัวกำหนดวงกรอบและขอบเขตของกิจกรรม เริ่มตั้งแต่ทรัพยากรที่เป็นตัวเงินคืองบประมาณ ตามมาด้วยกำลังคนที่จะใช้ในการจัดงาน หรือแม้แต่ระยะเวลาที่จะใช้ เป็นต้น

ในการออกแบบคัดเลือกและประกอบองค์ประกอบทั้ง 6-7 ประเภทนี้เข้าด้วยกัน จะมีหลักการบางอย่างกำกับการออกแบบ ดังนี้

(ก) 3 **จังหวะของการใช้สื่อกิจกรรม** คือ ขั้นตอนเตรียมการ (pre-production) ขั้นตอนดำเนินการ (production) และขั้นหลังดำเนินการ (post-production) เนื่องจากธรรมชาติของสื่อกิจกรรมนั้นเป็นการทำกิจกรรมย่อยหลาย ๆ กิจกรรม กับผู้คนจำนวนมาก แต่ทว่าดำเนินการในช่วงเวลาและสถานที่ที่จำกัด ดังนั้นจึงอาจเกิดข้อผิดพลาด การติดขัด การผัดคิว การเลยเวลา การออกนอกเส้นทาง ฯลฯ ได้ตลอดเวลา หากไม่มีการเตรียมการทุกอย่างให้ประณีต ละเอียด เก็บทุกจุด ฯลฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ขั้นตอนทีถือว่า เป็นขั้น “ชี้เป็นชี้ตาย” ก็คือ **ขั้นการเตรียมการ** ถ้าทำขั้นตอนแรกนี้ได้ดี เรียกว่าบรรลุเป้าหมายไปได้ครึ่งหนึ่ง

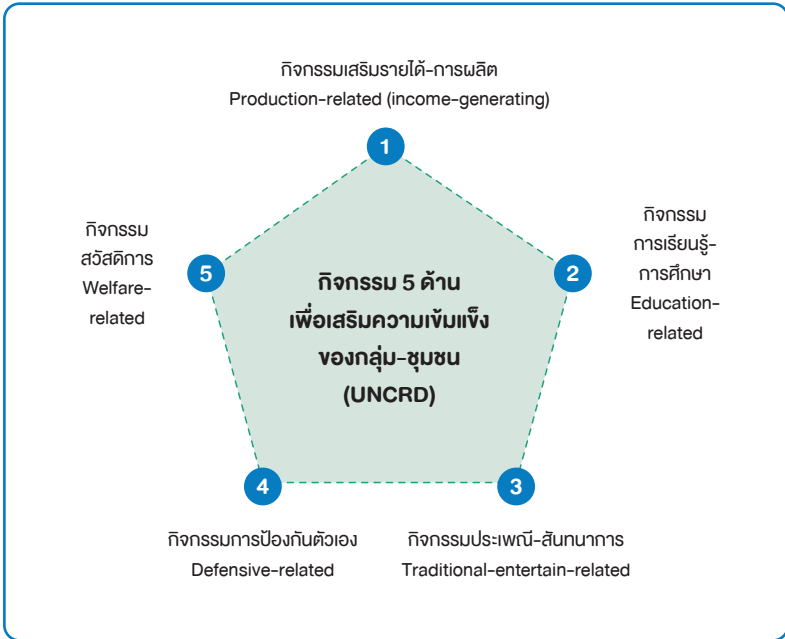
ในการเดิน 3 จังหวะก้าวนี้ หากเป็นรูปแบบกิจกรรมที่ชาวบ้าน **มีความคุ้นเคย** เช่น การจัดงานประเพณีทอดผ้าป่า ทำบุญบ้าน ฯลฯ กิจกรรมที่คุ้นเคยเหล่านี้ก็เหมือนเราเคยดูหนังเรื่องนี้มาแล้วหลายรอบ ย่อมทำให้มีภาพอยู่ในหัวว่า แต่ละฉากจะเป็นยังไง กินเวลามากน้อยแค่ไหน ใครต้องเข้าร่วมบ้าง แต่หากเป็น **กิจกรรมรูปแบบใหม่** ๆ ที่ชาวบ้านยังไม่คุ้นเคย ไม่มีประสบการณ์ ตัวแปรเรื่องความใหม่ของสื่อกิจกรรมก็จะนำไปสู่การขาดตกบกพร่องได้ง่ายกว่า

(ข) **การเลือกเป็นทีมเหย้าหรือทีมเยือน** จากองค์ประกอบเรื่องปริมาณทรัพยากรที่เรามีอยู่ในมือ ทำให้พบว่าคนทำงาน CBR จะมีวิธีการเลือกรูปแบบการใช้สื่อกิจกรรมที่ขยายผลได้ 2 รูปแบบ คือ หากเรามีกำลังและทรัพยากรมากพอ เราก็สามารถเป็น **เจ้าภาพ (เป็นทีมเหย้า)** จัดการขยายผล

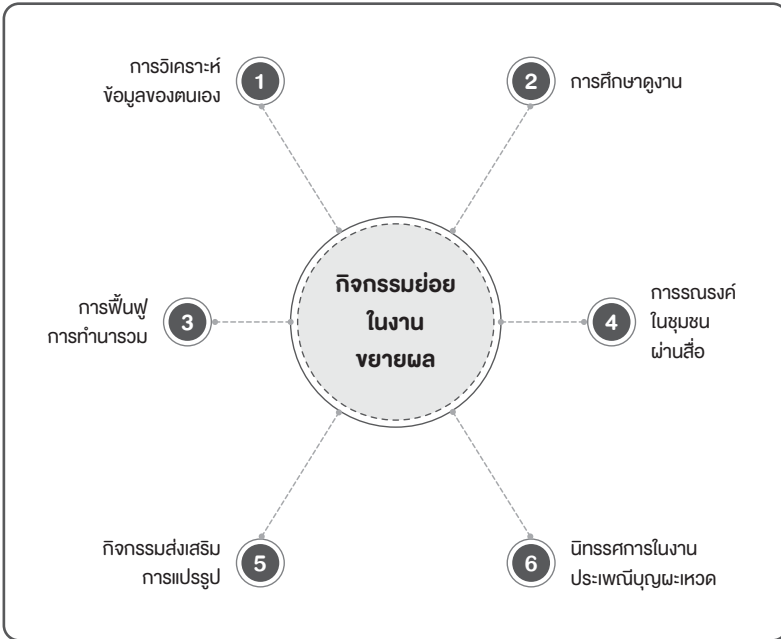
ผ่านรูปแบบสื่อกิจกรรมได้เอง แต่หากเรามีทรัพยากรที่จำกัด มีกำลังน้อย เราก็สามารถจะใช้สื่อกิจกรรมเพื่อการขยายผลได้โดยอาศัยไปร่วมเป็น **แขกรับเชิญหรือเป็นทีมเยือน**กับงานกิจกรรมที่คนอื่นจัดขึ้นมา ตัวอย่างเช่น ในงานวิจัยเรื่อง “การสังเคราะห์งานวิจัยเพื่อท้องถิ่นด้านสมุนไพรไทยสู่การขยายผลด้านเศรษฐกิจของเครือข่ายสมุนไพร จังหวัดชัยภูมิ” (สุนันทา โรจน์เรืองโร และคณะ, 2565) นอกจากการเล่นบทเป็นทีมเหย้าในการจัดกิจกรรมขยายผลในระดับพื้นที่ (แวนวนอน) ที่ใช้ทรัพยากรไม่มากนักแล้ว และในวาระโอกาสที่ทางจังหวัดชัยภูมิได้ประกาศให้เรื่องการส่งเสริมสมุนไพรเป็นวาระของจังหวัด จึงมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมสมุนไพรของหน่วยงานรัฐในระดับจังหวัดเป็นจำนวนมาก เช่น งานมหัศจรรย์สมุนไพรเมืองพญาแล ฯลฯ ทีมวิจัยจึงได้อาศัยวาระโอกาสดังกล่าวไปร่วมกิจกรรมดังกล่าวเพื่อขยายผลการวิจัยในบทบาทของทีมเยือน ซึ่งใช้ทรัพยากรน้อยกว่า

(ค) **หลักการออกแบบกิจกรรมเพื่อขยายผล** ในทางหลักการ คนทำงาน CBR ก็ยังคงยึดหลักการพื้นฐานของการออกแบบกิจกรรมทุกประเภทของ CBR คือ **การออกแบบกิจกรรมบนฐานข้อมูล** (activity design-on information) หากทว่าในทางปฏิบัติ เราก็ยังคงต้องคำนึงถึงปริมาณของทรัพยากรที่ต้องทุ่มทุนสร้างและเลือก option ที่เหมาะสมตามที่กล่าวมาในข้อ (ข)

(3) **ประเภทของกิจกรรมเพื่อการขยายผล** เราอาจจะยกตัวอย่างชื่อของสื่อกิจกรรมที่แควดวง CBR ได้นำมาใช้ในงานขยายผลได้มากมายหลายชนิด เช่น เวทีนำเสนอผลงานวิจัย มหกรรมวิชาการฯ นิทรรศการงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น ตลาดนัดภูมิปัญญา ถนนคนเดิน ฯลฯ ในท่ามกลางชื่อเรียกงานที่หลากหลายนี้ หากเรานำเอาวิธีการจัดแบ่งประเภทกลุ่มงานพัฒนาของ UNCRD มาใช้เป็นสติ๊กเกอร์ปิดชื่อกิจกรรมต่าง ๆ ของการขยายผล ก็จะช่วยให้เราเห็นเป้าหมายและฟังก์ชันของกิจกรรมแต่ละประเภทได้ชัดเจน ดังนี้



มีตัวอย่างงานวิจัย CBR ที่มีทีมวิจัยหลักเป็นชาวบ้านทั้งหมดอยู่ชิ้นหนึ่ง ที่แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของการออกแบบกิจกรรมการขยายผล ที่มีแหล่งที่มาของความรู้จากทุกทิศทุกทาง คืองานวิจัยเรื่อง “การศึกษาวัฒนธรรมชุมชนเพื่อสร้างกระบวนการขยายผลพันธูกรรมพื้นบ้านบ้านโพนดวน และบ้านโพนละมั่ง ตำบลหินกอง อำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด” (ช่วย สาสุข และคณะ, 2553) ภาพรวมของกิจกรรมขยายผลทั้งหมดมีประมาณ 6-7 ประเภท ดังนี้



- **กิจกรรมประเภทที่ 1: รู้จักตัวเจ้าของ** คือการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นที่ศึกษาทั้งระดับครอบครัวและชุมชน โดยใช้เวทีโสเหล่แบบพื้นบ้านอีสาน
- **กิจกรรมประเภทที่ 2:** การออกไปศึกษาดูงานฟื้นฟูกรรมพื้นบ้านที่มีเป้าหมายทั้งเพื่อการขยายขอบฟ้าแห่งความรู้และทั้งเพื่อสร้างความอึดเข็มให้กับทีมงานว่า “งานนี้เป็นไปได้และเป็นไปแล้ว” (เป็นกิจกรรม educated-related)
- **กิจกรรมประเภทที่ 3:** การทำแปลงทดลองโดยการฟื้นฟูรูปแบบกิจกรรมที่เคยมีในวัฒนธรรมเดิม คือการ**ทำนารวม** แต่นำมาจัดระบบให้เป็นระเบียบมากขึ้น เป็นกิจกรรมเสริมรายได้ (income-generating)

- **กิจกรรมประเภทที่ 4:** การรณรงค์ในระดับชุมชนโดยผ่านการสื่อสารประเภทต่าง ๆ ที่มีในชุมชน เช่น ประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย การบอกเล่าแบบปากต่อปาก และการนำเสนอในที่ประชุมหมู่บ้าน
- **กิจกรรมประเภท 5:** กิจกรรมส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากอ้อย (เป็นกิจกรรมเสริมรายได้)
- **กิจกรรมประเภทที่ 6:** กิจกรรมแสดงนิทรรศการพันธุ์ข้าวพื้นบ้านในงานประเพณีบุญผะเหวด เป็นการประยุกต์เอารูปแบบของวัฒนธรรมดั้งเดิมใส่เนื้อหาใหม่เข้าไป นอกจากนั้นยังมีกิจกรรมย่อย ๆ คือ การทดลองชิมข้าวพันธุ์ต่าง ๆ (rice testing) ซึ่งคล้ายกับรูปแบบ “การทดสอบชิมไวน์” (wine-testing) ซึ่งอาจสรุปได้ว่าในการออกแบบกิจกรรมเพื่อการขยายผลนั้น ทีมวิจัยได้ใช้หลักการว่า “ของเก่าก็ไม่ทิ้งไป ของใหม่ก็รับมาใช้เพิ่ม”

รูปแบบที่ 3: การใช้สื่อวัตถุในการขยายผล

เนื่องจากงานวิจัย CBR นั้นคาดหวังผลลัพธ์หลัก ๆ 2 ประเภท คือ ผลลัพธ์ที่เป็นตัวคน และผลลัพธ์ที่เป็นสิ่งของ/วัตถุ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งก่อสร้างถาวรวัตถุขนาดใหญ่ ๆ เช่น ฝายกั้นน้ำ หรือสิ่งของที่เป็นวัสดุอุปกรณ์ชิ้นเล็ก ๆ ตั้งแต่เครื่องปั้นลูกประคบสำหรับนวด เครื่องคว่ำและปั่นพริกแกง ปลาทุเลตากแห้ง ฯลฯ ดังนั้นผลลัพธ์ที่เป็นวัตถุสิ่งของเหล่านี้ ในบางครั้งจึงถูกนำมาใช้เป็น “สื่อเพื่อขยายผล” (ทั้งแบบที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว)

ในที่นี้ ผู้เขียนจึงจะขอแนะนำให้ผู้รู้จักคุณลักษณะบางประการของสื่อวัตถุเพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้ขยายผลพอสังเขป ดังนี้

(1) ธรรมชาติของสื่อวัตถุ สื่อวัตถุก็มีธรรมชาติเฉพาะตัวบางอย่าง (นอกเหนือจากที่มีลักษณะร่วมกับสื่อประเภทอื่น ๆ) ธรรมชาติดังกล่าวบางคุณลักษณะก็เป็นข้อเด่น และบางคุณลักษณะก็เป็นข้อจำกัดในการใช้ขยายผล

ธรรมชาติที่เป็นข้อเด่นของสื่อวีดิทัศน์ก็คือ เป็นสื่อที่จับต้องมองเห็นได้
ได้เห็นของจริง เปิดโอกาสให้เข้าถึงได้โดยง่าย สามารถนำมาใช้เชิงรุกเพราะ
สามารถโยกย้ายเคลื่อนที่ได้ และภายในสื่อวีดิทัศน์เป็นที่เก็บสะสมความรู้ต่าง ๆ
เอาไว้

แต่ในอีกด้านหนึ่ง ธรรมชาติที่เป็นข้อจำกัดอย่างยิ่งของสื่อวีดิทัศน์
ส่วนใหญ่ก็คือเป็น “สื่อเงียบ” (silent media) (ยกเว้นสื่อเทปเสียง) เมื่อเทียบกับ
สื่อบุคคลที่พูดได้ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ดังนั้นขั้นตอนแรกของการใช้สื่อวีดิทัศน์
ก็คือ ต้องทำให้สื่อวีดิทัศน์ส่งเสียงออกมาก่อน ตัวอย่างงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบ
การพัฒนาและจัดการเมล็ดข้าวพื้นบ้านคุณภาพเพื่อการขยายผลโดยการ
มีส่วนร่วม” (อุบล อยู่หว่า และคณะ, 2555) ในงานวิจัยชิ้นนี้ ทีมวิจัยต้องการ
ใช้ “เมล็ดพันธุ์ข้าวพื้นบ้าน” เป็นสื่อเพื่อการขยายผล แต่ทว่า “ตัวเมล็ดพันธุ์ข้าว”
พูดเองไม่ได้ว่า “เป็นข้าวมีคุณภาพ” ดังนั้นทีมวิจัยจึงต้องใช้ “วิธีการ
ให้เมล็ดข้าวส่งเสียง” เพื่อให้หน้าเชื่อถือผ่านหลาย ๆ วิธีการ เช่น

- การประชาสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมงานบุญเดือนสาม
- การจัดนิทรรศการพันธุ์ข้าว
- การให้ข้อมูลเรื่องพันธุ์ข้าวผ่านสื่อชุมชน
- การจัดชิมข้าวแต่ละพันธุ์
- การให้ข้อมูลทางโภชนาการของพันธุ์ข้าวพื้นบ้าน
- การประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุชุมชน
- การสร้างแปลงสาธิตในชุมชน

เป็นต้น

และอีกธรรมชาติหนึ่งที่เป็นข้อจำกัดของสื่อวัสดุก็คือ เป็นสื่อที่เคลื่อนที่ด้วยตัวเองไม่ได้ จึงต้องมีทั้งคนที่มาพาไป (คนขยายผล) และคนที่มารับ (คนรับการขยายผล) ดังนั้นการแก้ไขข้อจำกัดทั้งการเป็นสื่อเจียบและสื่อที่เดินไม่ได้ด้วยตัวเอง จึงจำเป็นต้องมี “ตัวคน” เข้ามาเป็นผู้ใช้สื่อวัสดุอีกทอดหนึ่ง ตัวคนจึงมีความสำคัญต่อการใช้สื่อวัสดุเพื่อการขยายผลทั้งในด้าน “ตัวคนขยาย” และ “ตัวคนรับการขยาย”ว่าจะทำให้การขยายนั้นได้ผลหรือไม่ ในงานวิจัย เมล็ดข้าวพื้นบ้าน (อุบล อยู่หัว, 2555) ที่ได้กล่าวถึงนั้น จึงได้ทำการศึกษา รูปแบบการขยายผลจากกลุ่มผู้ขยายผลหลาย ๆ ประเภทเพื่อค้นหาค้นหาบทบาท และรูปแบบวิธีการของแต่ละกลุ่มแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษา เช่น อบต. ศูนย์วิจัยข้าวระดับจังหวัด (หน่วยงานรัฐ) ศูนย์ส่งเสริมและผลิตพันธุ์ข้าวชุมชนระดับหมู่บ้าน (องค์กรประชาชนที่ตั้งโดยการสนับสนุนของหน่วยงานรัฐ) กลุ่มอนุรักษ์พันธุ์กรรมพื้นบ้านเครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือก จังหวัดยโสธร เป็นต้น

นอกเหนือจากข้อจำกัดในแง่ของการเป็นสื่อเจียบ (พูดไม่ได้) และเป็นสื่อที่เดินไม่ได้ด้วยตัวเองแล้ว จากประสบการณ์การใช้สื่อวัสดุเพื่อการขยายผลของ CBR ก็ยังพบบทเรียนที่อาจจะเป็นกับดักของการใช้สื่อวัสดุอีก 2-3 แ่งมุม คือ

แ่งมุมแรก เป็นกับดักเรื่อง “การแจกสื่อวัสดุ” ดังที่เราได้เรียนรู้มาแล้วจากประวัติของการส่งเสริมด้านการเกษตรยุคแรก ๆ ที่เน้นการแจกวัสดุ อุปกรณ์ด้านการเกษตรแผนใหม่ และก็ได้เห็นผลลัพธ์แล้วว่ามักจะไม่ได้ผลบนเงื่อนไขที่ว่า “มีแต่การแจกสิ่งของอย่างเดียว แต่ไม่ได้แถมการแก้ปัญหาประกอบไปด้วย” แต่ในอีกด้านหนึ่ง การแจกสื่อวัสดุก็เป็นกลยุทธ์ที่ใช้งานได้ หากว่าได้นำมาใช้เป็น “จุดเริ่มต้น” (ซึ่งหมายความว่าต้องมีจุดต่อ ๆ ไป เพื่อมิให้จุดเริ่มต้นกลายเป็นจุดจบ)

ในงานวิจัยเรื่องการขยายผลพันธุ์ข้าวพื้นบ้าน (อุบล อยู่หว่า, 2555) ที่ได้กล่าวถึงแล้วนั้น ทีมวิจัยพยายามหลีกเลี่ยง “การแจกฟรีพันธุ์ข้าวพื้นบ้าน” เพื่อไม่ให้ตกไปในกับดักของ “การแจก” แต่หันมาใช้กลยุทธ์อื่นในการให้สื่อวัตถุแทน เช่น

- การมีพันธุ์ข้าวที่ดีไว้ให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อ การกู้ยืม หรือการแลกเปลี่ยน
- การใช้เป็นเครื่องมือส่งเสริมการตลาดด้วยการให้เกษตรกรมาสมัครเป็นสมาชิกจะได้สิทธิยืมข้าวพันธุ์ดี

เป็นต้น

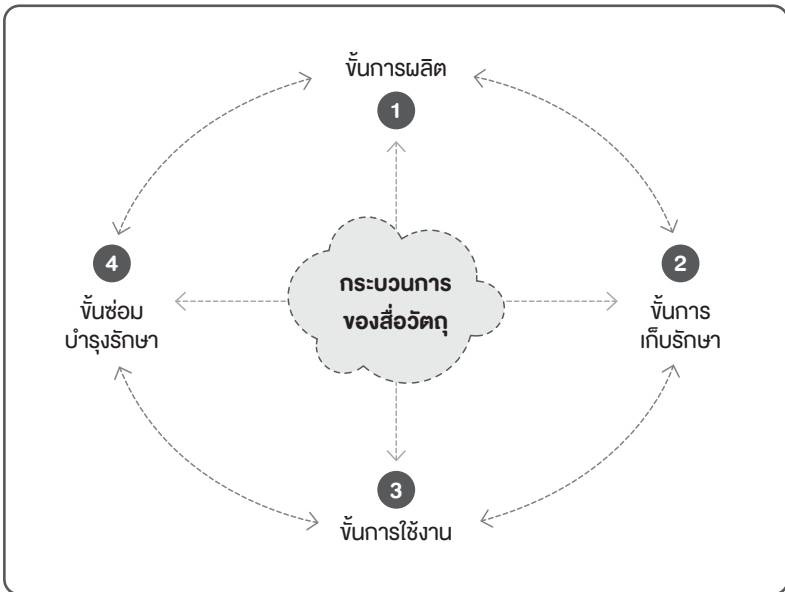
(กล่าวคือ “ไม่แจก” แต่อาจจะ “ลด แลก ไม่แจก แต่แถม”)

แง่มุมที่สอง เป็นกับดักที่เกิดมาจากคุณลักษณะของสื่อวัตถุซึ่งเป็นที่อยู่หรือที่สะสมความรู้ภายใน แต่ถ้าไม่มีวิธีการเปิดความรู้ออกมาใช้ก็จะใช้สื่อวัตถุไม่ได้ (เช่น นิทานพื้นบ้านเรื่อง “โสณน้อยเรื่อนงาม” ซึ่งถ้าไม่รู้ password ก็จะเข้าไปในเรื่อนงามไม่ได้) ปิยะศักดิ์ สุคนธพงษ์ และคณะ (2565) ที่ทำวิจัยเรื่องการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านพลังงานทางเลือกหลาย ๆ ประเภท ทั้งการใช้เตาเผาถ่านไปโออาร์ การผลิตเตาชีวมวล การใช้พลังงานโซลาร์เซลล์ กับอุปกรณ์การเกษตร ฯลฯ ได้ประมวลข้อจำกัดของการขยายผลด้านความรู้โดยใช้ตัวสื่อวัตถุเป็นสื่อว่ามีข้อจำกัดหลายประการ เช่น

- ประเด็นเนื้อหาความรู้ที่ถ่ายทอดขยายผลไม่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน
- ความต่อเนื่องในการเรียนรู้ของเกษตรกร (เพราะภารกิจงาน ปัญหาครอบครัว)
- การควบคุมการเรียนรู้ทำได้ค่อนข้างยาก
- การฝึกปฏิบัติบางอย่างทำได้เฉพาะคนบางกลุ่มเท่านั้น

เป็นต้น

(2) **4 กระบวนการของสื่อวัตถุ** หากเราพิจารณาสื่อวัตถุเพื่อการขยายผล ด้วยแนวโน้ม “กระบวนการ” ก็จะพบว่าสื่อวัตถุนั้นมีชีวิตอยู่ใน 4 กระบวนการ ซึ่งการขยายผลนั้นอาจจะเลือกทำในกระบวนการใดกระบวนการหนึ่ง หรือทำใน 2-3 กระบวนการ หรือทำครบตลอด 4 กระบวนการก็ได้



(2.1) ตัวอย่างงานวิจัยที่สนใจการขยายผลในขั้นตอนการผลิตสื่อวัตถุ ได้แก่ งานวิจัยที่ได้กล่าวถึงมาแล้วเรื่อง “รูปแบบการพัฒนาและจัดการเมล็ดพันธุ์ข้าวพื้นบ้านคุณภาพ” (อุบล อยู่หว่า และคณะ, 2555) ที่มาของการเลือกให้ความสำคัญในการวางตำแหน่ง (positioning) ของงานวิจัยในขั้นตอนการผลิต ก็เนื่องมาจากทีมวิจัยได้ทำการสำรวจสภาพการณ์เบื้องต้นในพื้นที่ศึกษาในประเด็นเรื่องเมล็ดพันธุ์ข้าวพื้นบ้าน และได้ข้อค้นพบว่า อันที่จริงความต้องการของเกษตรกรในพื้นที่ศึกษายังอยากจะปลูกข้าวด้วยเมล็ดพันธุ์ข้าวพื้นบ้าน หากแต่ยังทำไม่ได้เพราะ 2 ขาด ขาดแรกคือขาดความรู้เรื่องการหาและการปลูกเมล็ดข้าวพื้นบ้าน และขาดที่สองคือขาดแหล่งผลิต

พันธุ์ข้าวพื้นบ้านที่น่าเชื่อถือ (เนื่องจากการปลอมปนและการหลอกลวงเรื่องเมล็ดข้าวพันธุ์มีอยู่ทั่วไป) ด้วยเหตุนี้ นักวิจัยจึงปักหมุดที่จะแสวงหาชุดความรู้ในเรื่องการผลิตเมล็ดข้าวพันธุ์พื้นบ้านให้ได้มาตรฐานว่าจะต้องมีองค์ประกอบย่อยอะไรบ้าง (การเลือกพื้นที่ การปักดำ การจัดการน้ำ การเก็บเกี่ยว ฯลฯ) และมีกระบวนการอย่างไร

(2.2) ตัวอย่างงานวิจัยที่สนใจการขยายผลในขั้นตอนการใช้สื่อวัตถุ

เช่น งานวิจัยเรื่อง “การศึกษารูปแบบการจัดการน้ำที่มีอยู่อย่างจำกัดให้มีประสิทธิภาพสูงสุด กรณีบ้านผาชัน ตำบลสำโรง อำเภอพือไทร จังหวัดอุบลราชธานี” (กล พรมสำลี และคณะ, 2550) ในงานวิจัยนี้ต้องการแก้ไขปัญหาระบบการบริหารจัดการน้ำโดยศึกษาทั้งด้านอุปทาน (supply) และอุปสงค์ (demand) และหาวิธีการสร้างสมดุลระหว่างทั้ง 2 ด้าน ผลลัพธ์ในส่วนที่เป็น “ของ” จากผลการวิจัยมี 2 ประเภท คือ ระบบกัลกน้ำ (เป็นชุดความรู้เดิม) และนวัตกรรมแอร์แวง (เป็นชุดความรู้ใหม่) ในส่วนของการขยายผลเพื่อเลือกนำสื่อวัตถุทั้ง 2 ประเภทมาใช้งานนั้น ทีมวิจัยพบว่าต้องดูตัวแปร 2 ตัวที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ตัวแปรแรกคือบริบทของแต่ละชุมชนว่าเหมาะสมจะใช้ระบบแบบไหน และตัวแปรที่สองคือฤดูกาล เช่น ฤดูฝนหรือฤดูแล้ง เป็นต้น

(2.3) ตัวอย่างงานวิจัยที่สนใจการขยายผลในขั้นตอนการซ่อมบำรุง

รักษาสื่อวัตถุ สำหรับสื่อวัตถุบางประเภทที่มีลักษณะเป็นนวัตกรรม เป็นสื่อที่ชาวบ้านยังมีความรู้ในการใช้ไม่ครบวงจร คือ ไม่รู้ขั้นตอนการผลิต ไม่รู้ขั้นตอนการซ่อมบำรุง รู้จักแต่ขั้นตอนการใช้เท่านั้น (เป็นกรณีส่วนใหญ่ของคนใช้คอมพิวเตอร์หรือมือถือ) สื่อวัตถุประเภทนี้จะมีชะตากรรมร่วมกันคือ “ยามศึกก็ใช้ ยามเสียก็ต้องทิ้ง (เพราะไม่รู้วิธีซ่อม)” ซึ่งทำให้การขยายผลการใช้สื่อวัตถุไม่เกิดการใช้อย่างยั่งยืน และเป็นเหตุผลหลักที่ทีมพี่เลี้ยง-โหนดงานวิจัยเรื่องพลังงานทางเลือกต้องพบเจออยู่เป็นประจำ ดังนั้นในงานวิจัยที่ได้กล่าวถึงไปแล้วคือเรื่อง “การศึกษารูปแบบการบริหารจัดการองค์กรผู้ประกอบการช่างพลังงานชุมชน อำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์” (ศุภกัญฐ์ บุรณะ และคณะ, 2563) จึงได้เน้นการขยายผลในขั้นตอนของการ

สร้างช่างซ่อมพลังงานทางเลือก (เช่น โซลาร์เซลล์) ให้มีมากขึ้นและกระจายตัวอยู่ในทุกชุมชน เพื่อที่ว่าเวลาอุปกรณ์โซลาร์เซลล์เกิดชำรุดเสียหาย ถึงแม้เจ้าของอุปกรณ์จะไม่มีความรู้ซ่อมแซมตัวเอง แต่อย่างน้อยก็มีช่างซ่อมคอยให้บริการอยู่ในชุมชน

จากกรณีตัวอย่างทั้ง 3 กรณีที่ได้เล่ามา เราจะพบข้อเท็จจริงที่ว่า การที่ทีมวิจัยจะปัดหมุดการขยายผลว่าจะให้อยู่ในขั้นตอนไหนของ 4 กระบวนการนั้น น่าจะไม่ใช่การเลือกตามอำเภอใจของทีมวิจัย หากแต่น่าจะมีแหล่งที่มาจาก “สถานะของผู้รับการขยายผล” ว่าอยู่ในขั้นตอนใดมากกว่า เช่น

- (i) ยังไม่มีการใช้สื่อวัตุนั้นเลย ➤ น่าจะขยายผลขั้นตอนการผลิต
 - (ii) มีการใช้อยู่บ้างแล้ว ➤ แต่ยังไม่มีความรู้ (เรียกว่า “ปรากฏการณ์วัตุล้ำหน้าความรู้”)
 - (iii) มีวัตุดองเดิมใช้อยู่ ➤ การวิจัยมีการเอาของใหม่ไปทดแทนของเดิม
 - (iv) เอาวัตุนิวไปเสริมเพิ่มเติมของเดิม (เช่น กรณีสานวิจัยระบบกัลกน้ำและแอร์แวกที่ได้กล่าวมา)
 - (v) มีสื่อวัตุนิวใช้อยู่แล้ว แต่ไม่ยั่งยืน เพราะขาดความรู้ในการซ่อมแซม
- เป็นต้น

(2.4) สถานะหรือบทบาทของการใช้สื่อวัตถุ อันที่จริง สถานะการเลือกใช้สื่อประเภทใดก็ตามมาใช้เพื่อการขยายผลนั้น ก็จะมีได้หลายสถานะอยู่แล้ว เช่น ใช้เป็นตัวหลัก (พระเอก) หรือใช้เป็นตัวเสริม (ผู้ช่วยพระเอก) ใช้แบบเชิงรุก (ตั้งใจ/ออกแบบ) หรือใช้แบบเชิงรับ (แล้วแต่อาสาสมัคร) ใช้กับกลุ่มเดิมหรือใช้กับกลุ่มใหม่ ฯลฯ แต่ทว่าในกรณีของสื่อวัตถุนี้จะมองเห็นได้ง่ายและชัดเจน ในที่นี้จึงจะขอยกตัวอย่าง “สถานะและบทบาทของการใช้สื่อวัตถุเพื่อการขยายผล” มาดูสัก 2-3 กรณี พอให้ได้ไอเดีย

(ก) การใช้สื่อวัตถุเป็นพระเอกหรือเป็นตัวประกอบในการขยายผล ในงานวิจัยเรื่อง “การขยายผลเมล็ดข้าวพันธุ์พื้นบ้าน” (อุบล อยู่หว่า, 2555) ที่ได้กล่าวถึงไปแล้วนั้น จะเห็นได้ว่าตัวเมล็ดข้าวพันธุ์พื้นเมืองนั้นจะเล่นบทบาทเป็นพระเอกเลย หมายความว่า จะโผล่หน้าออกมาแทบจะทุกฉาก ในทุก ๆ กิจกรรมของงานวิจัยจึงหมุนอยู่รอบ ๆ เรื่องเมล็ดพันธุ์ข้าว ตั้งแต่การจัดนิทรรศการ การแจกตัวอย่างพันธุ์ข้าวให้ผู้สนใจ การนำไปปฏิบัติ การสาธิตการทดลองปลูก การทดสอบชิมข้าวพันธุ์ต่าง ๆ (rice testing) การจัดทำฐานข้อมูลพันธุ์ข้าว การพัฒนาปรับปรุงพันธุ์ข้าวพื้นบ้าน การเพิ่มฟังก์ชันให้ข้าวพื้นบ้าน เช่น การแปรรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เป็นต้น

ส่วนกรณีการใช้สื่อวัตถุในฐานะ “ตัวเสริม/ผู้ช่วยพระเอก” ในการขยายผลก็เช่น สื่อวัตถุที่เป็นสายวัดน้ำหนักโค ในงานวิจัยเรื่อง “กระบวนการขยายผลห่วงโซ่การผลิตโคเนื้อคุณภาพดีที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาด... อำเภอรุฉนารักษ์ จังหวัดมุกดาหาร” (ช่อกลิ่นยา ศรีขำนิ และคณะ, 2565) อันที่จริงในงานวิจัยชิ้นนี้มีสื่อวัตถุหลายชนิดที่เป็นดาราต่าง ๆ ของโครงการ ตั้งแต่เครื่องอัลตราซาวด์ตรวจการตั้งท้องของโคแม่ ฮอร์โมนกระตุ้นสัด ฮอร์โมนฝังหูกโคขุนระยะสั้น น้ำเชื้อแยกเพศแบรงกัส น้ำเชื้อโคลงเพศซาโรเลสส์และปีพาสเตอร์ ยาบำรุง-ยาถ่ายพยาธิ และท่ามกลางดาราต่าง ๆ เหล่านี้ ก็มีสื่อวัตถุประเภทหนึ่งที่เข้ามามีบทบาทเสริมในการขยายผลคือ สายวัดน้ำหนักโคที่ทางโครงการได้เริ่มอบรมให้เกษตรกรรู้จักวิธีการใช้มาตั้งแต่ปี 2563 เพื่อให้สามารถรู้น้ำหนักโคตัวเอง แล้วนำไปเทียบกับราคากลาง

ของท้องตลาด เพื่อให้ต่อรองราคาซื้อขายที่เป็นธรรมกับพ่อค้าได้ (ก่อนการวิจัยเกษตรกรไม่มีเหตุผลและหลักฐานที่จะประกอบการคำนวณน้ำหนักของโค)

มีบางกรณีเช่นกันที่สื่อวัตถุบางประเภทเปิดตัวมาแบบเป็น “สื่อเสริมในการขยายผล” แต่ในเวลาต่อมาก็กลับยกระดับขึ้นมาเป็น “สื่อหลักในการขยายผล” (อย่างหน้าตาเฉย) เช่น “ชุดนอนนา” ระบบโซลาร์เซลล์ที่ใช้แทนไฟฟ้าในช่วงน้ำท่วมในงานวิจัยเรื่อง “การจัดการภัยพิบัติ... จังหวัดอุบลราชธานี” (ทัพไท ชูมนาเสียว และคณะ, 2564) ซึ่งช่วงแรกนั้น “ชุดนอนนา” นั้นเปิดตัวมาแบบเป็นตัวประกอบของแถม แต่ในลำดับต่อมาก็มีการผลิต การแพร่กระจาย การใช้งานอย่างเป็นลำเป็นสันระดับน้อง ๆ ธุรกิจเพื่อสังคมได้เลย

(ข) การใช้สื่อวัตถุเพื่อการขยายผลกับต่างกลุ่มเป้าหมายและต่างเป้าหมาย ตัวอย่างงานวิจัย ได้แก่ งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านพลังงานและเพิ่มมูลค่าผลผลิตในระบบเกษตรอินทรีย์และพลังงาน ตำบลชุมแสง อำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์” (ปิยะศักดิ์ สุคนธ์พงษ์ และคณะ, 2565) งานวิจัยชิ้นนี้มีการออกแบบที่ชัดเจนว่าจะขยายผลการใช้พลังงานทางเลือกโดยใช้ “กลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจ” (economic strategy) เป็นหัวหอก (ลดค่าใช้จ่าย-เพิ่มมูลค่า) เพื่อแก้ปัญหาอคของขาดของการขยายผลที่ผ่านมา เช่น แม้ว่า อบต. จะมีการบรรจุแผนการขยายผลแล้ว แต่ก็ยังทำได้ในระดับ “ขยายความรู้และสร้างทัศนคติที่ดี” แต่ยังไม่ถึง “ระดับการลงมือปฏิบัติใช้งานจริง” ตัวสื่อวัตถุที่ใช้ขยายผลมีหลากหลายประเภทให้เลือกใช้ เช่น รถเข็นสูบน้ำพลังแสงอาทิตย์ เต้าเผาถ่านไร้ควัน การใช้ถ่านปรับปรุงดิน ตู้อบพลังงานแสงอาทิตย์ เป็นต้น ส่วนกลุ่มเป้าหมายที่ขยายผลนั้นแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ คนกลุ่มเดิมที่มีการใช้อยู่แล้ว และคนกลุ่มใหม่ที่ยังไม่เคยใช้นวัตกรรมพลังงานทางเลือกของโครงการเลย

สำหรับเกษตรกรกลุ่มเดิมที่ได้ใช้นวัตกรรมของพลังงานทางเลือกอยู่แล้วนั้น เป้าหมายในการขยายผลกับคนกลุ่มนี้ก็คือ เพื่อให้เกิดการใช้อย่างต่อเนื่อง (ขั้น confirmation ของ Rogers) และให้ขยายประเภท

ของสื่อวัสดุออกไปให้มากขึ้น วิธีการหลักที่ใช้ในการขยายผล คือ การติดตามผลการใช้เพื่อค้นหาปัญหาอุปสรรคที่จะทำให้เกิดภาวะชะงักงันในการใช้ เช่น ข้อค้นพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ยังไม่มีความรู้ในการดูแลและบำรุงรักษา เช่น หลายรายไม่เคยทำความสะอาดแผงโซลาร์เลย ผู้วิจัยเติมไปหมด เกษตรกรให้เหตุผลว่า กลัวไฟช็อต หรือไม่รู้ว่าจะต้องทำความสะอาดเพื่อให้แผงโซลาร์สามารถรับแสงได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

ส่วนในกรณีของกลุ่มใหม่ที่ยังไม่เคยใช้นั้น ก็มีการระดมวิธีการขยายผลที่เคยใช้มาแล้วนำมาใช้อย่างเต็มพิกัดในงานนี้ ตั้งแต่การอบรมเสริมความรู้ การสาธิต การทดลองปฏิบัติจริง การจัดมหกรรม ฯลฯ โดยได้ขีดเส้นใต้เนื้อหาด้านลดรายจ่ายและเพิ่มมูลค่าอันเป็นกลยุทธ์หลักของงานวิจัยชิ้นนี้ และที่เท่าเทียมกว่านั้นก็คือ ทีมวิจัยได้วิเคราะห์ข้อดีและข้อด้อยของแต่ละวิธีการเอาไว้ด้วยในตัวรายงานการวิจัย

(ค) การใช้สื่อวัสดุเป็นตัวล่อเพื่อการขยายกิจกรรม กลุ่มคนและอื่น ๆ เช่น งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบ้านปลาให้เป็นแหล่งเพาะพันธุ์และที่อยู่อาศัยของสัตว์น้ำเพื่อเป็นแหล่งทำการประมงอย่างยั่งยืนของชุมชนชายฝั่งท่าเรือแกลง-อ่าวสวนสน ตำบลแกลง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง” (มนตรี ภิริโย และคณะ, 2552) จุดเจ็บของงานในพื้นที่ศึกษา คือ บริเวณท่าเรือแกลง-อ่าวสวนสน อันเป็นพื้นที่ที่มีการทำประมงพื้นบ้านขนาดเล็ก และได้รับผลกระทบจากรอบด้านเหมือนกับทุกเขตการประมงที่มีความเจริญสมัยใหม่รุกรานเข้าไป เริ่มตั้งแต่ความสมบูรณ์ของป่าชายเลน (แหล่งอนุบาลสัตว์น้ำ) หมดไป ทะเลเสื่อมโทรม (น้ำเสียจากโรงงานอุตสาหกรรม) การทำประมงแบบบ้าเลือดของเรือประมงพาณิชย์ ฯลฯ ทั้งหมดนี้จบลงด้วยโคกนาฏกรรมของชาวประมงขนาดเล็กเนื่องจากปริมาณสัตว์น้ำลดลงอย่างรวดเร็วจนไม่พอทำมาหากินให้พอยังชีพอยู่ได้

ยกแรกของการแก้ปัญหาเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2544 เมื่อมีหน่วยงานภายนอกมาส่งเสริมให้ชุมชนใช้นวัตกรรมกรรมการประมงแบบใหม่ คือ การจัดทำ**บ้านปลา** (เป็นปะการังเทียมที่ทำขึ้นจากการเอายางรถยนต์มามัดรวมกันเป็นลูกเต๋าและถ่วงด้วยปูนซีเมนต์ แล้วไปผูกติดกันเป็นกลุ่มในทะเล เพื่อให้สัตว์น้ำเข้ามาอยู่อาศัย) แต่การจัดทำบ้านปลาครั้งแรกนี้ ชุมชนยังไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการมากนัก และไม่ค่อยได้ใช้ประโยชน์เพราะไม่รู้ว่าจะบ้านปลาอยู่ ณ จุดไหนบ้าง ประกอบกับประมงนั้นชาวประมงนิยมทำลอบหมึก ไม่นิยมตกปลา จึงไม่ค่อยมีใครเข้าไปใช้

ยกที่สอง ในยุคปัจจุบัน ปลาหมึกมีจำนวนน้อยลงและชาวประมงต้องออกไปหากินไกลขึ้น บ้านปลาจึงได้เข้ามาช่วยคลี่คลายปัญหาเรื่องการมีปริมาณปลามากขึ้น ชาวประมงจึงเริ่มให้ความสนใจการทำบ้านปลามากขึ้น แต่ทว่าการทำบ้านปลาต้องมี “ซั้ง” ซึ่งเป็นเครื่องมือประมงพื้นบ้านชนิดหนึ่ง ใช้ไม้ไผ่เป็นหลักและนำเอาทางมะพร้าวมามัดรวมแล้วนำไปผูกเป็นกลุ่มในทะเล เพื่อให้ปลาเข้ามาอยู่อาศัยและหาอาหารกิน ซั้งจะเป็นเครื่องล่อปลาให้เข้ามาอยู่อาศัยในบ้านปลามากขึ้น และเป็นการแสดงจุดของบ้านปลาให้ชัดเจนไปในตัว

การเพิ่มขึ้นของปริมาณสัตว์น้ำโดยเฉพาะปลาที่เห็นได้อย่างชัดเจนในบริเวณที่มีซั้งและบ้านปลา ทำให้เกิดการขยายผลตามธรรมชาติแบบวิถีชุมชน คือเกิดการบอกกันปากต่อปาก จึงมีการทดลองทำซั้งและบ้านปลาเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ อย่างไรก็ตาม ทีมวิจัยชุมชนก็ได้บทรเรียนว่า ลำพังแต่การเพิ่ม**กระบวนการผลิตสัตว์น้ำ**เพื่อการขยายผลเท่านั้นยังไม่เป็นการเพียงพอ จำเป็นต้องมีการเพิ่ม “**กระบวนการทางสังคม**” ควบคู่กันไปด้วย จึงจะทำให้การใช้ประโยชน์นั้นมีความยั่งยืน เช่น ต้องมีการวางกติกาที่ชัดเจน โดยการมีส่วนร่วมของชาวบ้าน (เช่น การวางระเบียบปลา การวางยาเบื่อ) ต้องมีมาตรการและกลไกในการป้องกันไม่ให้มีการทำประมงผิดประเภทเข้ามารบกวนในพื้นที่ เป็นต้น

ดังนั้นในโจทย์การวิจัยข้อ 3 ที่จะแสวงหาแนวทางใช้ประโยชน์จากบ้านปลาให้ยั่งยืน ทางโครงการจึงได้ขยายแนวคิดในการวางแผนแนวทางการทำกิจกรรมต่อไปในอนาคตหลาย ๆ กิจกรรม เช่น

(i) แนวทางการพัฒนารูปแบบซึ่งให้มีความคงทนและง่ายต่อการดูแลรักษาโดยการเปลี่ยนวัสดุอุปกรณ์ให้มีความแข็งแรงคงทนมากขึ้น และสามารถเพาะเลี้ยงหอยแมลงภูได้ในการนี้ ทีมวิจัยพบว่า บ้านปลาที่ทำจากหวงยางนั้นมีการสูญหายเหลืออยู่น้อยมากประมาณ 20% ทางกลุ่มจึงคิดจะเปลี่ยนไปใช้คอนกรีตซึ่งทนทานกว่า ไม่ขยับเคลื่อนตำแหน่งไปตามกระแสน้ำ และวัสดุคอนกรีตที่จะใช้นี้จะขอมาจากภาคีหน่วยงานรัฐ เช่น ขอซากเรือ รถยนต์ โบกี้รถไฟ หรือขอลูกเต่าบ้านปลาจากกรมประมง ขอท่อระบายน้ำเก่าที่แตกชำรุดจากกรมทางหลวง เป็นต้น

(ii) แนวทางการสร้างสหกรณ์โป๊ะเชิงอนุรักษ์โดยอาศัยภูมิปัญญาเดิมในการจับโป๊ะ ไม่ใช่การจับโดยใช้อวน แต่จะใช้การจับปลาโดยการตกเบ็ด

(iii) แนวทางกำหนดพื้นที่ว่าส่วนใดเป็นพื้นที่อนุรักษ์ ส่วนใดเป็นพื้นที่ใช้ประโยชน์ และมีผู้ดูแลอย่างชัดเจน

(iv) แนวทางการฟื้นฟูและบำรุงรักษาป่าชายเลนซึ่งเป็นต้นทางของความอุดมสมบูรณ์ของสัตว์น้ำ โดยเริ่มจากกลุ่มเยาวชนสายลม แสงแดดที่เข้ามาร่วมเป็นทีมวิจัย และได้เริ่มดำเนินการกิจกรรมไปหลายอย่างแล้ว

รูปแบบที่ 4: การใช้หลักสูตร/การฝึกอบรมในการขยายผล

ทั้งเครื่องมือการฝึกอบรม (training) และการจัดทำหลักสูตรต่าง ๆ (course) นั้นเป็นรูปแบบดั้งเดิมที่มีการใช้มาตั้งแต่หน้าประวัติศาสตร์หน้าแรก ๆ ของเรื่องการขยายผล เช่น เรื่องการส่งเสริมการเกษตรที่ได้กล่าวมาแล้ว และก็ยังคงเป็น “รูปแบบอมตะ” ที่ยังคงใช้ในการขยายผลในวงการต่าง ๆ มาจนถึงปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม จากอายุที่ยาวนานของเครื่องมือประเภทหนึ่ง ๆ ก็ย่อมหนีไม่พ้นที่เครื่องมือชิ้นนั้นนั้นอาจจะต้องมี “ข้อจำกัด” ในการใช้บ้าง หรืออาจจะเป็น “เครื่องมือที่ใช่ แต่ก็ไม่พอ” หรืออาจจะเป็นเครื่องมือที่ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติม ตัดทอน หรือมีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการและวิธีการฝึกอบรมแบบต่าง ๆ

ในแวดวง CBR เอง ก็มีการใช้เครื่องมือการฝึกอบรม/หลักสูตรเป็นรูปแบบหลักในงานการขยายผลเช่นเดียวกัน โดยอาจจะมีการดัดแปลง ปรับประยุกต์ ปรับแต่ง ฯลฯ เครื่องมือดังกล่าวให้เข้ากับกับแนวคิดและแนวปฏิบัติของ CBR ตัวอย่างเช่น มีการเพิ่มเติม “การมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมให้มากขึ้น” ในการฝึกอบรม มีการนำการเล่นเกมนเพื่อความสนุกสนานมาปรับใช้เป็นเกมเพื่อการเรียนรู้ ฯลฯ

สำหรับความเกี่ยวข้องระหว่าง “การฝึกอบรม” กับ “การใช้หลักสูตร” นั้นอาจจะมีหลายนัย นัยแรกก็คือ หลังจากที่ได้มีการทดลองฝึกอบรมมาหลายต่อหลายครั้งจนได้ชุดความรู้ที่ตกผลึกแล้วว่า “ควรจะสักประมาณไหน” ก็จะมีการจัดทำเป็นหลักสูตรให้เป็นเรื่องเป็นราว มีเนื้อหาที่ชัดเจน มีเป้าหมายและขอบเขตที่แน่ชัด มีการเรียงลำดับขั้นตอนที่แน่นอน เป็นต้น ในอีกความหมายหนึ่งก็คือ อาจจะมีการฝึกอบรมแบบครั้งคราวที่ไม่ได้มีหลักสูตรเป็นตัวกำหนด ผู้อบรมสามารถที่จะเลือกฝึกอบรมตามความต้องการของผู้เข้าอบรม กับการฝึกอบรมที่เป็นไปตามที่หลักสูตรกำหนด

(1) องค์ประกอบย่อยของการฝึกอบรม น่าจะมีประมาณ 7-8 องค์ประกอบ ดังนี้



(2) รูปแบบที่หลากหลายของหลักสูตรเพื่อการขยายผล น่าจะเนื่องมาจากการตระหนักถึงธรรมชาติของ “ความเป็นโครงการ” ของงานวิจัย CBR ซึ่งแปลว่ามีอายุขัยที่สั้น ๆ (ราว ๆ 1-3 ปี) มีกำหนดเวลาสิ้นสุดอย่างแน่ ๆ ดังนั้นหากต้องการสืบทอด “แก่นแกน” ของงานวิจัยที่ได้ทำเอาไว้ ก็ต้องใช้วิธีการเดียวกับที่คุณขยายรณาดได้สืบทอดทายาทอสูร คือต้องถ่ายทอด “ตะขบ” ให้แก่ผู้สืบทอด และดูเหมือนว่าตะขบที่เป็นที่นิยมที่สุดของงานวิจัย CBR ก็คือ “หลักสูตร” ซึ่งเป็นรูปแบบที่ใช้เก็บสะสม “ชุดความรู้” จากงานวิจัย ได้อย่างเหมาะสมลงตัวที่สุด

ด้วยเหตุนี้ ปริมาณงานวิจัย CBR ที่ระบุเป้าหมายเพื่อการสร้างหลักสูตร นานาประเภทจึงมีจำนวนไม่น้อย มีหลักสูตรหลายระยะ ทั้งหลักสูตรระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว และมีหลายขนาดให้เลือกใช้ เช่น

- **หลักสูตรขนาดจิ๋ว** ที่ครอบคลุมเนื้อหาเพียงเรื่องเล็ก ๆ เพียงเรื่องเดียว ใช้เวลาเรียนเพียงไม่กี่ชั่วโมงหรือไม่กี่วัน เช่น หลักสูตรทำขนมพื้นบ้านจากงานวิจัย “การทำขนมพื้นบ้านมุสลิมบ้านท่ามาลัย ตำบลปากน้ำ อำเภอลงจู จังหวัดสตูล” (บัตรสาระ องค์กรา และคณะ, 2545) หลังจากที่ทีมวิจัยได้ทำการฟื้นฟูขนมพื้นบ้านขึ้นมาสำเร็จแล้ว เพื่อเป็นหลักประกันว่าในอนาคตขนมพื้นบ้านจะไม่สูญหายไปจากชุมชนอีก ทางทีมวิจัยจึงได้ขยายผลด้วยการทำงานร่วมกับครูในโรงเรียนของชุมชนจัดทำหลักสูตรท้องถิ่นโดยสอดแทรกความรู้เรื่องขนมพื้นบ้านเข้าไปในวิชาต่าง ๆ ในชั้นเรียนระดับต่าง ๆ ของโรงเรียน

- **หลักสูตรขนาดเล็ก** เช่น หลักสูตรเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ทีมวิจัยโหนดจังหวัดสตูล ได้ดำเนินงานมาหลายโครงการ หลายชุมชน ได้ชุดความรู้หลายรูปแบบ จนความรู้ได้ตกผลึกพอสมควร ทางทีมวิจัยจึงได้จัดทำเป็นหลักสูตรขนาดเล็กเข้าไปอยู่ในวิทยาลัยชุมชน จังหวัดสตูล

- **หลักสูตรขนาดกลาง** ได้แก่ ตัวอย่างงานวิจัยที่ตั้งโจทย์เรื่อง “การสร้างหลักสูตรท้องถิ่น” เอาไว้เป็นธงนำทางเลย เช่น งานวิจัยเรื่อง “การสร้างและพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นด้านการอนุรักษ์ป่าธรรมชาติที่ยั่งยืนของชุมชน รูปแบบอุทยานการศึกษาโดยภูมิปัญญาชาวบ้าน” (ฉลอง คูเมือง และคณะ, 2546) ทีมวิจัยมีครูโรงเรียนในชุมชนเป็นหัวหน้าโครงการ และมีทีมวิจัยที่ประกอบด้วยครูในโรงเรียนที่ทำงานร่วมกับกลุ่มชาวบ้านที่เป็นกลุ่มอนุรักษ์ป่า ในพื้นที่ศึกษาบริเวณป่าดงม่วย ตำบลกู่กาสิงห์ อำเภอกษัตริย์ศึก จังหวัดร้อยเอ็ด โดยปัญหาคำถามวิจัยก็คือสภาพที่เสื่อมโทรมของป่าในตำบลที่ศึกษา ซึ่งทีมวิจัยระบุว่ายังคงมีโรงเรียนที่ทีมวิจัยทำงานอยู่เท่านั้นที่แวดล้อมด้วยป่าธรรมชาติที่สมบูรณ์เพียงโรงเรียนเดียวในเขตตำบลกู่กาสิงห์ และ

หากโรงเรียนไม่มีการสืบทอดความรู้เรื่องการอนุรักษ์ป่าให้แก่นักเรียน ก็ไม่แน่ว่าอนาคตป่ารอบ ๆ โรงเรียนจะมีชะตากรรมเหมือนป่าแห่งอื่น ๆ หรือเปล่า

- **หลักสูตรขนาดใหญ่** เช่น ชุดโครงการวิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้าน ที่ศึกษาประเด็น “วิถีการดูแลสุขภาพสภาพในระบบการแพทย์พื้นบ้านล้านนา” (ยิ่งยง เทาประเสริฐ, 2546) ด้วยงานวิจัยที่ทำอย่างต่อเนื่องมานับเป็นเวลาหลายปีจนสามารถจัดทำหลักสูตรในวิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้าน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ได้

(3) บทกลับของการฝึกอบรมและหลักสูตร เนื่องจากการขยายผลจากการวิจัยด้วยการใช้รูปแบบการฝึกอบรมและการจัดทำหลักสูตรมีมาอย่างยาวนาน มากมาย และต่อเนื่อง ดังนั้นจึงเป็นไปได้ว่าได้เกิดผลลัพธ์ที่หลากหลายแบบเช่นกัน ครอบคลุมทั้ง 2 ปลายขั้วของผลลัพธ์ คือ ตั้งแต่ได้ผลอย่างเต็มที่กับไม่ได้ผลเลย ที่เราอาจจะเรียกว่าเป็นบทกลับของการฝึกอบรมและการทำหลักสูตร จากประสบการณ์ของ CBR พบรูปแบบการอบรมที่ไม่ค่อยสัมฤทธิ์ผลอันเนื่องมาจากความผิดพลาดต่าง ๆ ดังนี้

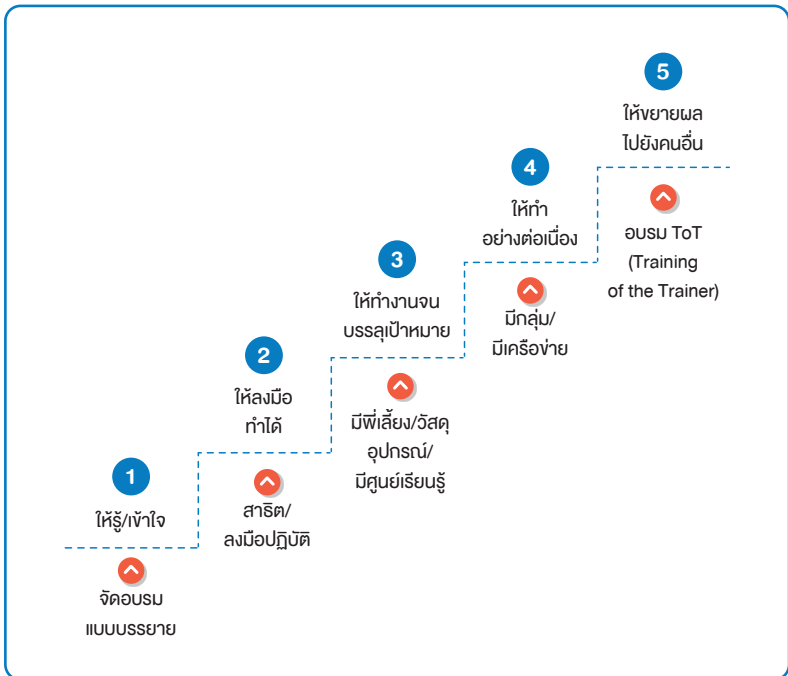
(3.1) ช่วงต้นน้ำ เริ่มตั้งแต่การกำหนดประเด็นและเนื้อหาที่จะอบรม จะเกิดมาจากการเอา “ความต้องการของผู้อบรมเป็นที่ตั้ง” (อยากจะอบรมเรื่องอะไร) ซึ่งหลายครั้งไม่ได้ตอบสนองความต้องการของผู้เรียน ดังนั้นเมื่ออบรมจบไปแล้วก็จบกัน ผู้เรียนไม่ได้เอาไปทำอะไรต่อ ความผิดพลาดเช่นนี้พบมากในการอบรมเรื่องอาชีพใหม่ๆ

(3.2) ช่วงกลางน้ำ กระบวนการที่ใช้ในการอบรมเป็นแบบการสื่อสารทางเดียว ผู้เรียนไม่ได้มีส่วนร่วมในกระบวนการ ทำให้ขาดโอกาสซักถามข้อข้องใจหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอันจะมีผลต่อไปในขั้นของการนำไปปฏิบัติหลังจากการฝึกอบรม

(3.3) ช่วงปลายน้ำ หลังจากการฝึกอบรมไปแล้ว แต่ผู้เรียนก็ยังนำไปทำจริงไม่ได้ เพราะขาดปัจจัยพื้นฐานสนับสนุน เช่น ขาดเงินทุน ขาดวัสดุอุปกรณ์ เช่น การอบรมเรื่องการเพาะเห็ด จำเป็นต้องมีการสร้างโรงเรือนเพาะเห็ด เป็นต้น

(3.4) ช่วงปลายน้ำ แม้จะผ่านด่านที่ 3 คือมีความรู้และมีปัจจัยพื้นฐานสนับสนุนจนสามารถลงมือปฏิบัติได้แล้ว แต่ข้อเท็จจริงในการลงมือปฏิบัติงานก็คือ จะมีทั้งจังหวะที่งานเดินไปได้ และจะมีทั้งจังหวะที่เกิด “ข้อขัดข้องทางเทคนิค/ข้อติดขัดของการทำงาน” ซึ่งหากในช่วงจังหวะติดขัดนี้ ไม่มีความช่วยเหลือมาช่วยทะลุทะลวง ก็เกิดอาการ “ท้อตันของการปฏิบัติ” ดังนั้น ในช่วงเวลานี้ผู้รับการฝึกอบรมจึงต้องการ “พี่เลี้ยง/โค้ช” มาช่วยให้คำแนะนำในการปฏิบัติการ

จากบทเรียนที่ได้พบกับอาการชะงักงันในระหว่างช่วงต้นน้ำ/กลางน้ำ/ปลายน้ำของการฝึกอบรม-การใช้หลักสูตร เพื่อหลีกเลี่ยงเส้นทางอันตรายดังกล่าว ในการฝึกอบรมหรือจัดทำหลักสูตรของ CBR จึงได้จัดลำดับขั้นของเป้าหมายของการฝึกอบรมเอาไว้เป็นขั้นบันไดเพื่อใช้ในการกำหนดพิกัดและเพื่อออกแบบกิจกรรมหนุนเสริมในแต่ละขั้น ตัวอย่างเช่น



(4) ตัวอย่างสร้างสรรคของการฝึกอบรมและจัดทำหลักสูตรของ CBR

จากบทกลับที่เป็นคอขวดในช่วงระยะต่าง ๆ ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ที่ทำให้ การฝึกอบรมและการจัดทำหลักสูตรยังไม่สามารถเดินจาก “การมีความรู้” (knowledge) ไปถึงฝั่งของ “การลงมือปฏิบัติได้จริง” (performance) ในประสบการณ์งานวิจัย CBR จำนวนมาก จึงพยายามแสวงหารูปแบบใหม่ ๆ วิธีการใหม่ ๆ ในการฝึกอบรมและการจัดทำหลักสูตรเพื่อแก้ส้นึกของคอขวด ในแต่ละช่วงที่จะยกตัวอย่างมาให้ดูพอเป็นไอดีย ดังนี้

(4.1) การเติมบมและน้ำตาลลงไปใบายบม ในงานวิจัยเรื่อง

“การพัฒนาไกลการอ่านระดับตำบลเพื่อส่งเสริมพัฒนาการเด็ก จังหวัดยโสธร” (นรรธฐิยา ผลขาว และคณะ, 2564) อย่างที่เราราบกันว่า เรื่องการอ่านหนังสือ นั้นเป็นยาขมหม้อใหญ่สำหรับคนไทย และเป็นประเด็น “ปราบเซียน” สำหรับคนทำงานที่จะทำเรื่องการส่งเสริมการอ่านให้มีในคนทุกกลุ่ม มีในทุกที่มีในทุกเวลา และในทุกช่วงจังหวะของชีวิต และโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับ กลุ่มเป้าหมายของโครงการนี้ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่อยู่ใต้เส้นความยากจน ใต้เส้น 40% ล่างของรายได้ โอกาสที่จะทำให้คนกลุ่มนี้เริ่มเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ตัวแรก ของ K-A-P คือ ตัว A (Attitude – ทศนคติดต่อเรื่องการอ่าน) จึงดูเป็นภารกิจ ที่ยากระดับที่ดขึ้นคอ

หลักการแรกที่ทีมวิจัยจะนำมาใช้ก็คือ คาถาข้อที่ 2 ของ CBR – การเน้นการมีส่วนร่วมอย่างสูงสุด อย่างมากที่สุด และอย่างครบวงจร เนื่องจากรูปแบบการฝึกอบรมนั้นเป็นรูปแบบการขยายผลที่มีความโน้มเอียง ไปในทาง “ไม่ได้ให้ผู้เข้าอบรมมีส่วนร่วม” มากนัก (อย่างมากก็แค่เปิดให้ซักถาม) ดังนั้นจึงต้องมีการออกแบบให้มีการเติม “การมีส่วนร่วม” อย่างตั้งใจตลอด ทุกช่วงของสายน้ำ (ต้น-กลาง-ปลาย) ทั้งในองค์ประกอบของเนื้อหาและ ในองค์ประกอบของกระบวนการ

ในส่วนการมีส่วนร่วมระดับเนื้อหา นั้น ทีมวิจัยใช้หลายกลยุทธ์ เช่น ต้องเลือกเนื้อหาให้ใกล้ตัวผู้เข้าร่วมให้มากที่สุด (ซึ่งแน่นอนว่าการจะเลือกได้นั้น วิทยากรก็ต้องทำการบ้านมาก่อน) และสำหรับเรื่อง “การอ่าน” ซึ่งเป็นเรื่องใกล้ตัวและเป็นยาขมสำหรับพ่อแม่ผู้ปกครองที่จะเข้ามาเป็นกลุ่มเป้าหมายในการฝึกอบรม ทีมวิจัยก็ได้เลือก “เนื้อหาที่ใกล้ตัวพ่อแม่” มากที่สุด คือ “เรื่องของเล่น” โดยออกสตาร์ทจาก “เนื้อหาเรื่องการทำของเล่น” แล้วจึงพาเข้าสู่เส้นชัยคือ “เนื้อหาเรื่องการอ่าน” (ที่ฝ่ายผู้จัดปทุมเอาไว้)

ในส่วนของการมีส่วนร่วมในระดับกระบวนการ ทีมวิจัยได้ออกแบบให้มีการ “เพิ่มการมีส่วนร่วม” เข้าไปเป็นระยะ ๆ ด้วยการเติม “action” ของผู้เข้าร่วมในหลาย ๆ จังหวะเท่าที่จะเป็นไปได้

ดังนั้น หน้าตาของขั้นตอนการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการทำของเล่นเพื่อส่งเสริมการอ่านจึงออกมาประมาณนี้



ผลจากการออกแบบกิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมดังกล่าว ทำให้ทีมวิจัยหลัก (จำนวน 20 คน) ที่ประกอบด้วยตัวแทนจากกลุ่มต่าง ๆ ทั้งผู้ประกอบการต้นแบบ อบต. เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ครู กศน. อสม. ฯลฯ สะท้อนความเห็นว่า การเรียนรู้ที่ได้ฟังบรรยายไป แล้วก็ได้เห็นการสาธิตลงท้ายด้วยการได้ลงมือฝึกทำด้วยตัวเอง ทำให้สนุกและจำได้ ทีมวิจัยที่มาจากรพ.สต. และกลุ่มครู (ซึ่งคุ้นเคยกับการถูกฝึกอบรมอยู่เป็นประจำ) เล่าว่าตนเองได้ปรับทัศนคติในการให้ความรู้ จากเดิมส่วนใหญ่การให้ความรู้จะมีแต่ “การพูด” แต่ครั้งนี้ได้เห็นหลาย ๆ รูปแบบ ตั้งแต่การสาธิตให้ดู การประยุกต์วัสดุ และสามารถนำไปบูรณาการในงานประจำอื่น ๆ ใน รพ.สต. ได้ด้วยความสนุกจากการได้ลงมือทำของเล่น (หวานอยู่แล้ว) เองนี้ น่าจะเป็นนมและน้ำตาลที่เติมลงไปในเรื่องหาของยาขมเรื่องการอ่าน

(4.2) การสวา “เนื้อหาที่อยู่ไกลแสนไกล” ให้เข้ามา “อยู่ใกล้ ๆ”

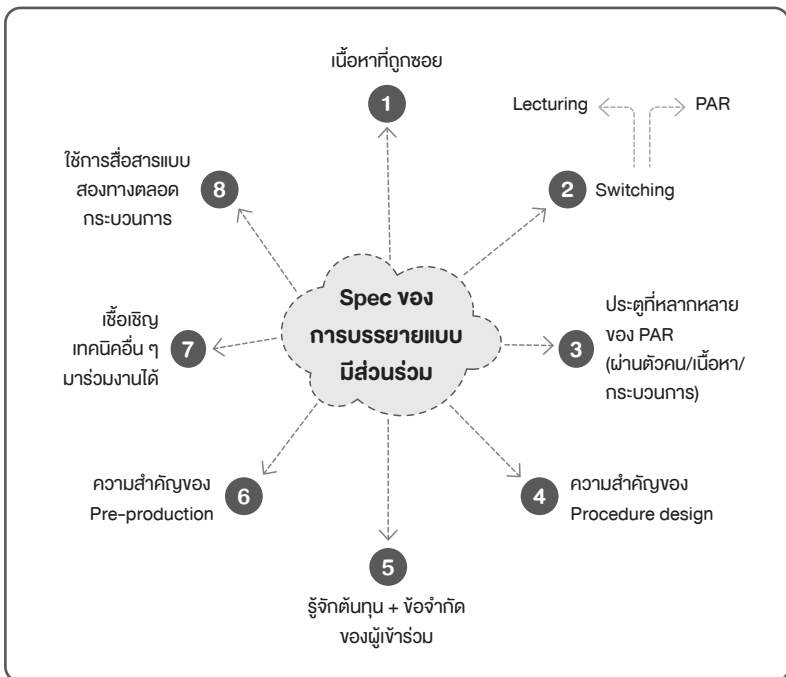
ตัวอย่างนี้เป็นประสบการณ์ตรงของผู้เขียนเองเมื่อไปรับทำงานวิจัย CBR ที่มีความยากระดับ “หินยังเรียกพิ” ในปี พ.ศ. 2562 ในงานวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการเสริมพลังชุมชนด้วยเครื่องมือการวิเคราะห์สังเคราะห์งานวิจัยเพื่อท้องถิ่น: กรณีศูนย์ประสานงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น จังหวัดสมุทรสงคราม” (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2562, สกว.) เป้าหมายหลักของโครงการก็เพื่อจะพิสูจน์ว่า ทีมวิจัยสามารถจะติดตั้งเครื่องมือการวิเคราะห์-สังเคราะห์ข้อมูล ตั้งแต่ระดับพื้นฐานไปถึงระดับสูงให้แก่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักวิจัยชุมชน ซึ่งมีภูมิหลังเป็นชาวบ้านธรรมดาที่จบการศึกษาระดับประถม-มัธยมเท่านั้น ได้หรือไม่ ถ้าได้จะต้องทำอย่างไร

คำตอบของงานวิจัยก็คือ การฝึกอบรมให้ชาวบ้านธรรมดา มีซอฟต์แวร์/โปรแกรมคิดแบบวิเคราะห์-สังเคราะห์ข้อมูลนั้นเป็นไปได้ แต่ทว่า จะต้องสร้างนวัตกรรมเครื่องมือการฝึกอบรมแบบใหม่ขึ้นมาอีกหลายชนิด ซึ่งในโครงการได้ค้นพบประมาณ 20 วิธีการ และหนึ่งใน 20 วิธีการนั้น ก็คือ “การบรรยายแบบมีส่วนร่วม” เครื่องมือชิ้นนี้เป็นพันธาลูกผสมระหว่าง “วิธีการบรรยาย” (ที่เป็นท่าประจำตัวของผู้เขียนที่เป็นอาจารย์ในมหาวิทยาลัย)

กับ “วิธีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม” (ที่เป็นต้นทุนของ ศูนย์ประสานงาน CBR จังหวัดสมุทรสงคราม)

ผู้เขียนเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณลักษณะของ วิธีการทั้ง 2 คือ การบรรยายและการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (ผู้ที่สนใจ รายละเอียด กรุณาติดตามได้ในตัวรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์) เช่น ทัศนคติต่อผู้สอน/ผู้เรียน บทบาทของแต่ละฝ่าย การจัดกระบวนการ ผลที่เกิดขึ้น ข้อเด่นและข้อจำกัดของแต่ละรูปแบบ เป็นต้น

ต่อจากนั้นผู้เขียนก็เริ่มเล่นบท “บาร์เทนเดอร์เชิงกระบวนการ” (bartender of procedure) ด้วยการนำทั้ง 2 วิธีการ มาผสมผสานกัน โดยยึดหลักของการผสมว่า “รักษาข้อเด่น ลดทอนข้อจำกัด” ของทั้ง 2 วิธีการ ไว้ให้มากที่สุด หน้าที่ตาของรูปแบบลูกผสม คือ การบรรยายแบบมีส่วนร่วม จะออกมาดังนี้



จากภาพจะเห็นได้ว่า ในข้อ 4 จะต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบกระบวนการอย่างมากถึงมากที่สุด (จะมาต้นสดเอาหน้างานไม่ได้) และต้องออกแบบอย่างละเอียด (แบบสคริปต์ถ่ายละครโทรทัศน์) ว่าฉากไหนจะใช้บรรยาย ฉากไหนจะเป็นการมีส่วนร่วม โดยจะมีการแบ่งซอยเนื้อหาทั้งหมดออกเป็นส่วนย่อย ๆ แล้วค่อย ๆ “ทยอยผ่อนส่งการบรรยาย” สลับกับ “การเรียนรู้มีส่วนร่วม” การเตรียมตัวในขั้นก่อนการฝึกอบรม (pre-production) เป็นหัวใจและเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของการฝึกอบรม โดยในขั้นเตรียมนั้น วิทยากรจะต้องรู้ “ต้นทุนหน้าตัก” ของผู้เข้าร่วมที่จะนำมาเป็นทรัพยากรในการเข้ามามีส่วนร่วมได้

ส่วนในขั้นลงมือทำจริงนั้น ก็จะเป็นไปตามหลัก “มีกรอบแต่ก็พร้อมยืดหยุ่น” (frame & flexibility) เนื่องจากการฝึกอบรมเป็นรูปแบบการสื่อสารแบบเปิด (open system) ดังนั้นจึงอาจมีตัวแปรที่ไม่คาดคิด โครจรเข้ามา ซึ่งทีมผู้จัดประชุมต้องพร้อมปรับตัวหรือพร้อมใช้โอกาสใหม่ ๆ ให้เป็นประโยชน์

(4.3) เดินทางตรงไม่ได้ ก็ต้องไปทางอ้อม โดยหลักการแล้ว การขยายผลด้วยรูปแบบการฝึกอบรมนั้นถือว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการเรียนรู้ที่มีการต่อสายตรงระหว่างผู้ขยายผลกับผู้รับการขยายผล เพราะผู้ขยายผลสามารถจะเลือกได้ว่า “จะเลือกใครมาเข้ารับการอบรม” (เมื่อเทียบกับการทำคลิพวิดีโอแล้วไปแขวนไว้ในเฟซบุ๊ก หรือการไปออกรายการโทรทัศน์เพื่อการขยายผลที่ผู้ขยายจะไม่รู้เลยว่าใครจะเป็นผู้รับสาร) อย่างไรก็ตาม ในโลกแห่งความเป็นจริง ผู้จัดการฝึกอบรมก็ไม่อาจเลือกผู้เข้าอบรมตามใจประสงค์ได้เสมอไป ถ้าต่อสายตรงไปถึงผู้รับการขยายผลที่เล็งเอาไว้ไม่ได้ แล้วเราจะทำอย่างไรต่อจึงจะบรรลุภารกิจการขยายผล คำตอบของคำถามนี้มีอยู่ในงานวิจัยเรื่อง “กระบวนการขยายผลเกษตรอินทรีย์ ผ่านรูปแบบการสร้างโรงเรียนชาวนาน้อย บ้านดอนแคน ตำบลช้องชัยพัฒนา อำเภอช้องชัย จังหวัดกาฬสินธุ์” (ประภาส แสงหัวช้าง และคณะ, 2556)

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานต่อยอดขยายผลจากงานวิจัยชิ้นแรกที่ทำในปี พ.ศ. 2554 ที่ทีมวิจัยพบว่าในพื้นที่ศึกษานั้นมีการใช้สารเคมีในการเกษตรอย่างเข้มข้น ทีมวิจัยที่มีทั้งครู กศน. และแกนนำชุมชน จึงได้เริ่มต้นทำงานด้านเกษตรไร้สารกับเกษตรกรกลุ่มเล็ก ๆ กลุ่มหนึ่ง และพบว่าได้ผลสำเร็จอย่างดี ทีมวิจัยจึงเริ่มขยายผลออกไปสู่เกษตรกรคนอื่น ๆ ในชุมชนด้วยวิธีการแบบวิถีชาวบ้าน คือ การบอกต่อกับเพื่อน ๆ ในชุมชนบ้าง จัดประชุมบ้าง ซึ่งผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นก็คือ ชาวบ้านก็รับฟังอยู่ แต่แล้วก็กลับไปทำเกษตรใช้สารเคมีอย่างเดิม ผลลัพธ์ที่ไม่ประสบความสำเร็จนี้ถึงกับทำให้ทีมวิจัยรำพึงรำพันว่า “การทำเกษตรอินทรีย์ก็ว่ายากแล้ว แต่การขยายผลเกษตรอินทรีย์นั้นยากยิ่งกว่า”

เมื่อเข้าหา “กลุ่มเป้าหมายตัวจริง” ด้วยเส้นทางตรงไม่ได้ และอาจจะเนื่องจากในทีมวิจัยมีสมาชิกที่เป็นกลุ่มครู กศน. อยู่ด้วย ในทีมจึงคิดเปลี่ยนกลยุทธ์มา “เข้าทางเด็ก” ดูก่อน แล้วค่อย “ใช้แรงงานเด็ก” ให้เป็นสะพานทอดเชื่อมไปหาผู้ใหญ่ในครอบครัว เมื่อคิดแล้ว ก่อนที่จะเริ่มโครงการวิจัยนี้ ทีมก็ได้ทดลองรอบแรกก่อนด้วยการทำหลักสูตรการสอนเพื่อปลูกฝังแนวคิดเกษตรอินทรีย์ให้กับเด็ก ๆ ให้เด็กได้เข้าใจ แล้วเลยไปถึงขั้นทำเป็น และให้นำไปบอกต่อกับผู้ปกครอง ทีมวิจัยเรียกโครงการทดลองนี้ว่า “โครงการต้นกล้าชาวนา” ผลปรากฏว่ากลยุทธ์การสอนใช้เด็กเป็นสะพานนั้นให้ผลสำเร็จดีกว่าการไปบอกกับผู้ใหญ่โดยตรง

จากความสำเร็จในการทดลองกับกลุ่มเล็ก ๆ ที่พอช่วยให้เห็นแสงสว่างที่ปลายอุโมงค์ด้วยกลยุทธ์เดินทางอ้อมผ่านเด็ก จึงเป็นที่มาของโครงการวิจัยต่อยอดขยายผลในปี พ.ศ. 2556 ที่ทีมวิจัยต้องการจะสร้างหลักสูตรการอบรมเกษตรอินทรีย์ให้กับกลุ่มเด็กที่มีรูปร่างหน้าตาชัดเจน ทั้งด้านเป้าหมาย เนื้อหา วิธีการเรียนการสอน การวัดและประเมินผล ซึ่งรวมถึงขั้นตอนการขยายผลจากเด็กไปสู่ผู้ใหญ่ที่เป็นผู้ปกครองด้วย ดังนั้นทีมวิจัยที่ประกอบด้วยกลุ่มผู้ใหญ่ 20 คน กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กอีก 20 คน จึงได้เริ่มดำเนินการวิจัยตามที่วางแผนไว้

ผลลัพธ์ที่ได้ชิ้นแรก คือ ตัวหลักสูตรที่มีการตั้งเป้าหมายเอาไว้อย่างชัดเจนว่าอยากให้เด็กเข้าใจเรื่องเกษตรอินทรีย์ใน 5-6 แง่มุม (เช่น เห็นคุณค่าและความสำคัญของชาวนา มั่นใจในอาชีพนี้ เห็นความสำคัญของความมั่นคงทางอาหาร รู้จักองค์ประกอบของเกษตรอินทรีย์ทั้งทางเทคนิคและจิตสำนึก) มีทั้งตัวชี้วัดที่ชัดเจน (เช่น เกิดกลุ่มต้นกล้าชาวนาคุณภาพ เด็กรู้จักทำหลุมพอเพียง (หลุมเดียวมีพืชหลายอย่าง) ที่บ้านคนละ 1 หลุม เด็กทำบัญชีครัวเรือนเป็นทั้ง 20 คน) จากตัวชี้วัดจะเห็นได้ว่าเป็นการเรียนรู้ด้วยการลงมือทำจริง ๆ ส่วนเนื้อหาที่เป็นตัวหลักสูตรเกษตรอินทรีย์ก็มีส่วนประกอบที่ลงตัวทั้งเรื่องขั้นตอนการทำ ปัญหาและข้อจำกัดในการทำ เจือปนไขปจจัยในการทำ และที่สำคัญคือประโยชน์ของการทำเกษตรอินทรีย์

เมื่อได้องค์ประกอบของหลักสูตรเกษตรอินทรีย์อย่างครบเครื่องแล้ว ทีมวิจัยก็เดินทางต่อไปขั้นตอนของการให้เด็กที่ผ่านการฝึกอบรมตามหลักสูตรแล้วไปขยายผลต่อกับพ่อแม่ผู้ปกครองด้วยหลาย ๆ วิธีการ เช่น เด็กนำเอาความรู้ที่ได้ไปเล่าต่อให้ครอบครัวฟัง เด็กจัดทำแปลงผักสวนครัวที่บ้าน เด็กชวนผู้ปกครองมาสังเกตหรือมาร่วมกิจกรรม และเพื่อให้หลักสูตรมีชีวิตที่ยืนยาวต่อไป ทีมวิจัยก็ได้ตอกหมุดตัวสุดท้ายด้วยการตั้งโรงเรียนชาวนาน้อยที่มีสถานที่ตั้งเป็นหลักเป็นแหล่ง มีคณะทำงาน มีพิธีเปิด-ปิด และมอบใบประกาศนียบัตร พร้อมกับมีกิจกรรมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม เช่น การลงแขกดำนา การลงแขกเกี่ยวข้าว เป็นต้น

ผลที่เกิดขึ้นจากการวิจัยในแง่ผลของการขยายผลก็คือ เด็กที่เข้าอบรมทั้ง 20 คน มีการนำความรู้ไปขยายผลทุกคน และมีการทำหลุมพอเพียงที่บ้านทุกคน มีผู้ปกครองเด็ก 15 ราย ที่เปลี่ยนมาปลูกผักอินทรีย์ และมีผู้ปกครองเด็ก 8 ราย ที่เปลี่ยนมาทำนาอินทรีย์ นอกจากนั้นในโรงเรียนเองก็ส่งเสริมให้เด็กปลูกผักทั้งกินใช้เองและนำไปขายเพิ่มรายได้ให้แก่ตัวเองด้วย

รูปแบบที่ 5: การศึกษาดูงาน

(1) **รอยต่อที่แยกสาย** การศึกษาดูงานนั้น นับตั้งแต่ครั้งอดีตมาก็เป็น คู่แฝดของรูปแบบการฝึกอบรมดั้งที่ได้กล่าวมาแล้ว อย่างไรก็ตาม แนวคิดเรื่อง “การตรวจเยี่ยมสนาม/เยี่ยมพื้นที่” (field visit) ในอดีต กับ “การดูงาน” ในปัจจุบันนั้น ก็มีการเปลี่ยนแปลงในระดับ DNA อยู่หลายประการ เช่น

เกณฑ์	Field Visit (ในอดีต)	การดูงาน (ปัจจุบัน)
1) ใครไปดู	ผู้เชี่ยวชาญไปดู	ผู้รับการขยายผล/เกษตรกรผู้ขาดความรู้ เป็นคนไปดู
2) เป้าหมาย	ไปถ่ายทอดความรู้	ไปเรียนรู้/ไปรับความรู้
3) การไหลของความรู้	เป็นแบบทางเดียว	เป็นแบบสองทาง

(2) **การศึกษาดูงาน: มุมมองจากการขยายผล** สำหรับการศึกษาดูงานนี้ หากมองจากมุมมองของ “ฝ่ายผู้ขยายผล” จะออกมาในรูปแบบการจัดแหล่งเรียนรู้ แหล่งดูงาน แปรลงสาธิต เพื่อนำเอาไปใช้สำหรับการขยายความรู้ และประสบการณ์

แต่หากมองจากมุมมองของฝ่ายผู้รับการขยายผล การออกไปศึกษาดูงานนั้นอาจถือได้ว่า เป็นการริเริ่มของฝ่ายผู้รับการขยายผลเอง เป็นการขยายผลเชิงรุกของฝ่ายผู้รับการขยายผล ซึ่งจะช่วยให้บรรดาคำถามที่เกี่ยวกับ “การขยายผล” จะกลับหัวกลับหางกัน (ดูต่อไป)

(3) **ทบทวนที่มาของ “การศึกษาดูงาน” จากประวัติศาสตร์กันอีกที** จากยุคประวัติศาสตร์สมัยใหม่ของแนวคิดเรื่องการขยายผล ผู้เขียนคิดว่า มีเส้นทางเก่า 2 สาย ที่มาบรรจบกันเป็นรูปแบบ “การศึกษาดูงาน”

เส้นทางสายเก่าเส้นแรกที่ใช้ในการขยายผลซึ่งมักเป็นที่นิยมขององค์กรระดับโลก เช่น ธนาคารโลก ก็คือรูปแบบ “ฝึกอบรม + ตรวจเยี่ยม” (Training + Visit: T&V) อย่างไรก็ตาม ในขั้นต่อมา องค์กรธนาคารโลกก็ได้พบข้อจำกัดอย่างมากของรูปแบบการขยายผลแบบนี้ ตั้งแต่ช่องทางทางความรู้

ระหว่างฝ่ายขยายกับฝ่ายรับที่มีมากขึ้นไป ช่องว่างทางภาษาที่พูดกันคนละภาษา ความแตกต่างด้านวัฒนธรรม-วิถีคิดระหว่างผู้เชี่ยวชาญกับเกษตรกร ดังนั้นจึงเริ่มมีข้อวิพากษ์วิจารณ์ “การขยายผลในแนวตั้ง” นี้อย่างมาก

ข้อเสนอใหม่เพื่อแก้ไขรูปแบบการขยายผลตามแนวตั้งจึงเป็น “การศึกษาดูงาน” ที่นับว่าเป็นนวัตกรรมที่เปลี่ยนมาเป็น “การขยายผลในแกนนอน” เพราะการศึกษาดูงาน (โดยเฉพาะในแวดวงของ CBR) เป็นการดูงานของคนใน “ชนเผ่าเดียวกัน” ซึ่งมีได้มีฐานะเหนือกว่า (แบบผู้เชี่ยวชาญ) หากแต่เป็น “ผู้ที่เดินทางล่วงหน้ามาก่อน” (อาจมีบางกรณีอยู่เหมือนกันที่ฝ่ายที่ไปศึกษาดูงานได้ลงมือทำกิจกรรมไปบ้างแล้ว และเมื่อไปดูแล้วก็พบว่าของตัวเองยังทำได้ดีกว่าซะอีก!!!)

เส้นทางสายเก่าเส้นที่สองที่เคยถูกใช้ในงานขยายผลก็คือ “แปลงสาธิต” แต่ทว่าความแตกต่างระหว่าง “แปลงสาธิต” กับ “การดูงานของ CBR” อาจจะอยู่ที่ว่า ในกรณีของ “แปลงสาธิต” นั้นมักจะเป็น “พื้นที่พิเศษ” ที่มีเงื่อนไข/ปัจจัยต่าง ๆ พิเศษพร้อมไปหมดทุกอย่าง เช่น แปลงสาธิตก็เป็นแปลงที่มีการบำรุงดินแบบพิเศษ มีระบบการจัดการน้ำแบบพิเศษ ใช้พันธุ์พืชที่เลือกสรรมาเป็นพิเศษ มีการทำนุบำรุงดูแล ใส่ปุ๋ยพรวนดินตัดแต่งกิ่งเป็นพิเศษ มีการป้องกันโรคและแมลงต่าง ๆ เป็นพิเศษ และอีกหลาย ๆ พิเศษ ความพิเศษทั้งหลายเหล่านี้ทำให้เกิด “ช่องว่างที่ห่างมาก” กับสภาพความเป็นจริงของฝ่ายที่มาดูงาน ส่งผลต่อเนื้อให้ “ดูเขาแล้ว ก็ทำตามอย่างเขาไม่ได้” (เห็นช้างขี้ แล้วขี่ตามช้างไม่ได้ เพราะเราไม่ใช่ช้าง)

สำหรับการศึกษาดูงานนั้น แม้ว่า “พื้นที่/สถานที่ที่ถูกเลือกไปดูงาน” นั้นอาจจะมีคุณสมบัติอยู่บ้าง กล่าวคือ อย่างน้อยก็เป็นพื้นที่ที่ได้ดำเนินการจนเห็นหมู่เห็นจ่าแล้วว่าประสบความสำเร็จ แต่ทว่าสถานที่/พื้นที่ดังกล่าวก็ไม่ได้ถือกำเนิดตกพามาเพื่อจะเป็น “พื้นที่สาธิตพิเศษ” ดังนั้นจึงมีสภาพที่ไม่ห่างไกลมากนักจากสภาพปัจจุบันของกลุ่มที่ไปดูงาน

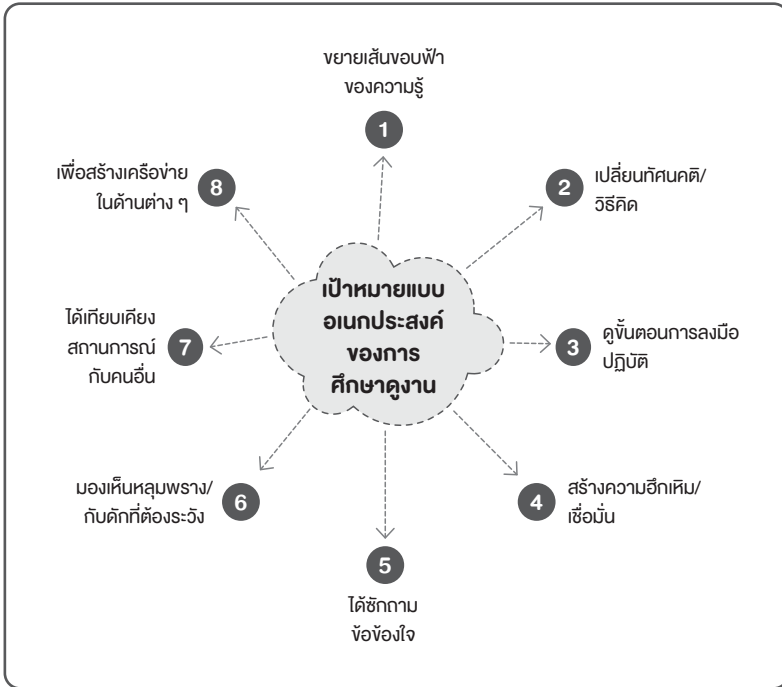
(4) สถานภาพปัจจุบันของการขยายผลด้วยรูปแบบการศึกษาดูงาน
 สำหรับในแวดวง CBR แล้ว อาจกล่าวได้ว่าการศึกษาดูงานเกือบจะเป็น “ทำบังคับ” ในฐานะ 1 ในบรรดากิจกรรมทั้งหลายของงานวิจัย CBR ส่วนใหญ่ ความแตกต่างก็อาจจะอยู่เพียงว่า ไปดูเพื่อเป้าหมาย/วัตถุประสงค์อะไร ไปดูในช่วงเวลาไหนของการทำวิจัย ไปดูมากน้อยแค่ไหน มีการออกแบบ การไปดูอย่างจริงจังหรือเปล่า เป็นต้น

เหตุผลของ CBR ที่มีการใช้รูปแบบการศึกษาดูงานเป็นไฟต์บังคับ ในการขยายผล อาจจะเนื่องมาจากรูปแบบนี้เหมาะสำหรับ “ชุดความรู้” ที่ยังไม่ตกผลึกลงตัวจนกลายเป็นหลักสูตรฝึกอบรมแบบหัวข้อที่กล่าวมา หรืออาจจะถูกใช้เป็น “ช่วงทดสอบ” ก่อนจะไปทุ่มทุนสร้างเพื่อไปเข้าคอร์ส ฝึกอบรมอย่างเต็มตัว (เช่น งานวิจัยประเด็นการทำปุ๋ยอินทรีย์ใช้เอง การเพาะเห็ด เป็นต้น)

และอีกเหตุผลหนึ่งที่น่าจะสำคัญสำหรับความนิยมในการใช้รูปแบบ การศึกษาดูงานก็คือ **ชุดความรู้** ที่มีในแหล่งดูงานนั้นมีลักษณะเป็นความรู้แบบ “การจัดการความรู้” (knowledge management) คือเป็นความรู้ที่สั่งสม มาจากการลงมือทำจริง (มีที่มาจากปฏิบัติการ) และจะเป็นความรู้ที่เรียนแล้ว สามารถเอาไปใช้ทำต่อได้จริง (มีที่ไปเพื่อการปฏิบัติการ)

และเหตุผลสุดท้ายก็น่าจะเนื่องมาจากลักษณะอเนกประสงค์ (multi-purpose) ของการศึกษาดูงานที่ใช้ได้เพื่อเป้าหมายหลาย ๆ อย่าง

(5) เป้าหมาย/ฟังก์ชันของการดูงาน จากเหตุผลหนึ่งที่น่าจะทำให้ รูปแบบการศึกษาดูงานเป็นที่นิยมมากในการขยายผลในด้านต่าง ๆ ของ CBR ก็อาจจะเนื่องมาจากการที่รูปแบบการดูงานนั้นสามารถใช้งานได้อย่าง อเนกประสงค์ (multi-purpose) ใช้ได้ในหลายเป้าหมาย หรือทำได้ หลายฟังก์ชัน ซึ่งการมีเป้าหมายแต่ละอย่าง ก็จะมาเป็นตัวกำหนดการออกแบบ รูปลักษณะของการดูงานในแต่ละครั้ง ตัวอย่างการใช้รูปแบบการดูงานเพื่อ เป้าหมายต่าง ๆ ของงานวิจัย CBR มีประมาณนี้



(5.1) เพื่อขยายเส้นขอบฟ้าของความรู้ หากเราใช้สูตรเรื่อง 3 ด้านของผลลัพธ์จากการออกแบบ คือ K-A-P (Knowledge-Attitude-Performance) มาเป็นกรอบ เป้าหมายแรกของการไปศึกษาดูงานก็จะเกี่ยวข้องกับ “ด้านความรู้” เพราะการไปดูสิ่งที่คนอื่นทำ การเปิดหูเปิดตาไปเห็นตัวอย่างในพื้นที่อื่น ๆ ย่อมขยายเส้นขอบฟ้าของความรู้ของผู้ไปดูงานให้กว้างขวางขึ้น เช่น ความรู้เดิมของเราคือการกำจัดแมลงนั้นต้องใช้สารเคมีฉีดพ่นอย่างเดียว แต่เมื่อไปดูงานเกษตรกรอินทรีย์ในพื้นที่อื่น ๆ เราก็จะรู้ว่า “เราสามารถจะใช้แมลงตามธรรมชาติจัดการควบคุมแมลงที่เป็นอันตรายต่อพืชได้” นี่เป็น “ความรู้ใหม่ ความเข้าใจใหม่สำหรับเรา”

(5.2) เพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติ/วิธีคิด (attitude/mindset) เป็นมิติที่สองของ K-A-P ซึ่งนักวิชาการในสาขาจิตวิทยาถือว่า มิติที่ 2 นี้มีความสำคัญระดับชี้ขาดว่า “เราจะเดินหน้าเข้าหา หรือเราจะหันหลังให้กับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง” เพราะทัศนคติเป็นด้านที่เกี่ยวกับอารมณ์/ความรู้สึก (ชอบ-ไม่ชอบ รัก-ไม่รัก ชื่นชม-รังเกียจ ฯลฯ) ที่จะเป็แรงผลักดันหรือแรงดึงให้เข้ามาหาหรือออกจากสิ่งที่เรามีทัศนคตินั้น เช่น ทัศนคติในทางบวกหรือทางลบต่อเกษตรกรอินทรีย์

สำหรับทัศนคติที่ตกตะกอนจนฝังลึกในตัวบุคคล เราอาจจะเรียกว่า “วิธีคิด” (mindset) ที่รวมเอาทั้งระบบความเข้าใจ ทัศนคติ และความพร้อมที่จะกระทำของเราไว้ด้วยกัน และวิธีคิดแบบหนึ่งที่สำคัญที่สุดก็คือ การประเมิน “ความเป็นไปได้” หรือ “ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเองว่าจะสามารถทำเรื่องนี้ได้สำเร็จลุล่วงหรือไม่” เช่น ความเชื่อว่าเราจะสามารถปลดหนี้สินได้หรือไม่ เรื่องการจัดการขยะในชุมชนไม่มีทางทำได้ เป็นต้น ในกรณีนี้ กลยุทธ์การได้ไปดูตัวอย่างของคนที่ทำ “สิ่งที่เป็นไปไม่ได้” ให้กลายเป็น “เรื่องที่เป็นไปได้” แล้ว จะช่วยให้ผู้ไปดูงานมีโอกากระโดดข้ามพ้น “กำแพงทางความคิด/ทัศนคติ” ที่เคยกักขังศักยภาพของเรามาโดยตลอด ดังนั้น การไปดูงานจึงเหมาะสำหรับกรณีของคน/กลุ่มที่เคยล้มเหลวซ้ำซากจนกระทั่งคิดว่า “ความสำเร็จไม่ได้ยื่นอยู่ข้างเราเสียแล้ว”

(5.3) ได้เห็นขั้นตอนและรายละเอียดของการลงมือปฏิบัติ นี้ก็เป็นคุณวิเศษอีกประการหนึ่งของการไปดูงาน เพราะเราจะได้ดู “คนที่ลงมือทำจริง” (ซึ่งต่างจากการฟังคำบรรยาย ซึ่งคนพูดอาจจะไม่ได้เป็นคนทำมาเองกับมือ แต่มาเล่าเรื่องของคนอื่นที่ทำให้ฟัง) และเป็นการลงไปในพื้นที่จริง มีกิจกรรมจริง รวมทั้งการดูงานนั้นมีช่วงเวลาที่ยาวนานพอที่จะ “สาธิต” ซึ่งหมายความว่าเจ้าของพื้นที่สามารถจะแสดงรายละเอียดของแต่ละขั้นตอนด้วยการทำงานกับของจริงให้ดู และยังสามารถเปิดโอกาสให้คนไปดูงานได้ “ทดลองเข้ามามีส่วนร่วมด้วย” คุณลักษณะของข้อนี้มีผลอย่างมากต่อ “การเรียนรู้ที่หลังจากเข้าใจแล้ว ยังสามารถกลับไปทำตามได้เอง” อีกด้วย

(5.4) เพื่อสร้างความอึดให้แก่มุม มีบางกรณีที่มีทีมวิจัยชุมชน มีความชัดเจนพอสมควรแล้วว่า จะทำกิจกรรมอะไรต่อไป (next step) รวมทั้ง รู้วิธีการ/ขั้นตอนการดำเนินการบ้างแล้ว แต่ในโมเมนต์ก่อนที่จะวางศิลาฤกษ์ การทำกิจกรรม ทีมวิจัยก็อาจจะจัดกิจกรรมไปศึกษาดูงานโดยมีเป้าหมาย ชัดเจนว่า “เพื่อสร้างความอึดให้กับทีมวิจัย” (นึกถึงภาพชาวอินเดียนแดง เต็มร่ารอบกองไฟก่อนจะออกไปรบยังไยยังงั้น) การไปศึกษาดูงานจึงดูเสมือน เป็นยาโต้ปบ่ารุงกำลังใจให้การลงมือทำกิจกรรมมีความกระชุ่มกระชวยมากขึ้น รวมทั้งมีความอบอุ่นใจว่าเราได้เดินอยู่ตามลำพังบนเส้นทางสายนี้ การไปดูงาน จึงจัดเป็น “กิจกรรมเสริมพลัง” ได้อย่างหนึ่ง

(5.5) ได้มีโอกาสชักถามน้องใจ เป็นเรื่องปกติธรรมดาว่าเมื่อเริ่มต้น ทำสิ่งใหม่ (และเมื่อคิดว่าเรียนรู้แล้ว จะไปลงมือทำจริง ๆ) ผู้เรียนย่อมจะมี ข้อข้องใจโดยเฉพาะในขั้นตอนของการลงมือปฏิบัติอยู่อย่างมาก เช่น หากวัตถุประสงค์ ที่จะใช้ทำปุยหมักในพื้นที่ศึกษาไม่เหมือนในพื้นที่ดูงาน จะได้ผลเหมือนกัน หรือไม่ เนื่องจากการศึกษาดูงานนั้นเป็นรูปแบบการสื่อสารภายในกลุ่มเล็ก ๆ จึงเอื้ออำนวยให้เกิดการสื่อสารสองทางได้โดยง่าย และเป็นการสื่อสารภายในกลุ่ม เราเองก็จะได้เรียนรู้จากคำถามของเพื่อน ๆ

(5.6) เป็นโอกาสที่จะได้เห็นกับดัก/หลุมร่องที่ต้องระวัง เนื่องจาก พื้นที่หรือกลุ่มต้นแบบจำนวนมากมักจะต้องผ่านประสบการณ์ลองผิดลองถูก อาจจะผิดพลาดล้มเหลวมาก่อน และในการเล่าเรื่องสู่กันฟัง พื้นที่ต้นแบบก็มักจะ เปิดเผยที่มาเหล่านี้ด้วย (ประมาณว่า “วิรุบุรุษไม่ได้สร้างได้ในวันเดียว”) ดังนั้น นอกจากจะได้เรียนรู้เรื่อง “ความสำเร็จแล้ว” คนไปดูงานก็ยังคงจะได้เรียนรู้เรื่อง “กว่าจะมาถึงสำเร็จได้” ซึ่งเท่ากับได้เห็นล่วงหน้าถึงความผิดพลาดบกพร่อง โดยไม่ต้องพบเจอกับตัวเอง

(5.7) ได้เปรียบเทียบสภาพการณ์ของตัวเองกับผู้อื่น เป็นคล้าย ๆ แนวคิดเรื่อง benchmark การไปดูงานนั้นมิใช่ “การไปดูเพื่อจะเอามาทำตาม” เสมอไป หากแต่เป็นโอกาสที่เราจะได้เปรียบเทียบว่า ควรจะ “เดินตามหลัง

ผู้ใหญ่ หมาไม่กัด” หรือควรจะ “เห็นช้างขี้ อย่าขี่ตามช้าง” ซึ่งการจะตัดสินใจเลือกเส้นทางไหน เราก็ต้อง “ตักน้ำใส่กะโหลกชะโงกดูเงาตัวเอง” ก่อน

(5.8) เพื่อการสร้างเครือข่ายด้านต่างๆ ผลสืบเนื่องที่มักจะตามมาหลังจากการดูงานก็คือ มีการแลกเปลี่ยนเบอร์มือถือไลน์ ที่อยู่ของกันและกัน ซึ่งหมายความว่าความสัมพันธ์ระหว่างทั้ง 2 ฝ่าย คือ พื้นที่ต้นแบบกับกลุ่มผู้มาดูงานนั้น มิใช่ความสัมพันธ์แบบชั่วคราวชั่วคราว (แบบ one night stand คืนเดียวก็เลิกกัน) หากแต่จะเป็นความสัมพันธ์แบบเครือข่ายประเภทต่าง ๆ เช่น เครือข่ายการเรียนรู้ (ในกรณีที่เป็นประเด็นเดียวกัน) เครือข่ายธุรกิจ เครือข่ายการเคลื่อนไหว และอื่น ๆ ต่อไปในอนาคต

(6) ทรัพยากรและการลงทุนเพื่อการศึกษาดูงาน ถึงแม้การไปศึกษาดูงานจะดูดีมีประโยชน์หลายประการตามลักษณะข้อเด่นที่แสดงอยู่ในเป้าหมายทั้ง 8 ข้อที่ได้กล่าวมา แต่ทว่าการดูงานก็เหมือนทุกอย่างในโลก คือ เมื่อมีเป้าหมายก็ต้องมีการลงทุน (ตามหลัก “ไม่มีของฟรีในโลก” – no free lunch) เงื่อนไขข้อแรกของรูปแบบการศึกษาดูงานก็คือ ต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมากไม่ว่าจะเป็นค่าเดินทาง ค่าเสียเวลา การเตรียมตัว การประสานงาน ฯลฯ และต้องใช้ทรัพยากรของทั้ง 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายต้นแบบและฝ่ายคนไปดูงาน ซึ่งหากการทุ่มเททรัพยากรไม่เต็มเม็ดเต็มหน่วยแล้ว เช่น ไม่มีการเตรียมตัวที่ดี อาจจะทำให้ “ดูแล้ว แต่ไม่ได้งาน” หรือ “ได้ (ผลลัพธ์) ไม่คุ้มเสีย (ทรัพยากรที่ลงไป)” ดังนั้น สำหรับกลุ่มที่เบ้ยน้อยหย่อน้อย ไม่สามารถจะเดินทางไปศึกษาดูงานได้ ก็อาจจะใช้วิธี “พางานมาให้ดู” เช่น ศึกษาจากวิดีโอ ซึ่งปัจจุบัน CBR ได้เลือกใช้วิธีการแบบนี้อย่างมาก

ดังนั้น ก่อนจะไปดูงาน ฝ่ายที่ไปดูจะต้องทำข้อสอบตอบคำถามเหล่านี้เสียก่อน เช่น

- จะมีใครบ้างที่ไปดู มีกี่คน คัดเลือกมาด้วยเหตุผลอะไร
- จะเลือกไปดูที่ไหน มีกระบวนการแสวงหาและคัดเลือกพื้นที่ไปดูอย่างไร

- จะไปดูช่วงไหนของการทำงาน ซึ่งการเลือกแต่ละช่วงเวลาจะสะท้อนทั้งเป้าหมายและรูปแบบการจัดการ เช่น หากเลือกกิจกรรมไปดูงานตั้งแต่ระยะแรกเลยของการทำโครงการ ก็สะท้อนว่าคนทำงานวิจัยต้องการที่จะเปิดโลกกว้างของการเรียนรู้ ดังนั้นก็ควรเลือกดูหลาย ๆ สถานที่ โดยดูอย่างละชนิดละหน่อย แต่ถ้าเลือกช่วงเวลาที่เหมาะทีมวิจัยได้กำหนดรูปแบบการทำกิจกรรมแน่นอนแล้ว การเลือกดูงานก็ควรที่จะเลือกเพียง 1-2 ที่ แต่ต้องเลือกกรณีที่สำคัญคล้ายคลึงกับงานของเราให้มากที่สุด และใช้เวลาดูแต่ละที่อย่างละเอียดตั้งแต่ละขั้นตอนของการปฏิบัติ เป็นต้น

- จะไปดูอย่างไร เป็นเรื่องเกี่ยวกับกำหนดการ ตารางเวลา จำนวนวัน วิธีการเดินทาง การบันทึกข้อมูล ฯลฯ

- การเตรียมตัวก่อนไปดู-ระหว่างไปดู-หลังจากกลับมา เช่น การแบ่งบทบาทหน้าที่กันภายในทีม เป็นต้น

- หลังจากไปดูงานแล้ว จะกลับมาทำอะไรต่อไป จะใช้ประโยชน์จากการดูงานอย่างไร จะมีวิธีการถ่ายทอดประสบการณ์ให้สมาชิกคนอื่น ๆ ได้อย่างไร เป็นต้น

(7) ผลลัพธ์หลายรูปแบบจากการไปดูงาน ในขณะที่รูปแบบการไปดูงานนั้นเป็นการขยายผลในด้านความรู้ ประสบการณ์ และบทเรียนของคนทำงานและตามปกติ เรามักจะคิดว่าผลลัพธ์จากการไปดูงานน่าจะเป็นไปในทางบวก สำหรับการขยายผล หรืออย่างมาก หากไม่ได้ผลก็คงเป็นแค่เสมอตัว คือไปดูแล้วก็ไม่ได้งาน/ไม่ได้ความรู้เพิ่มพูนขึ้นมา แต่อันที่จริงแล้ว นอกจากผลลัพธ์ด้านบวกหรือเป็นศูนย์แล้ว การดูงานก็ยังอาจให้ผลลัพธ์ที่ติดลบที่เป็นกับดักอันน่าพิงระวังว่า นอกจาก “จะไม่ขยายผล” แล้ว “ยิ่งอาจจะหดตัวอีกด้วย” เช่น

(i) ไปดูงานมาแล้ว มาเลียนแบบทำตาม โดยไม่มีการดัดแปลงหรือปรับประยุกต์ ทำให้ไม่เข้ากับสภาพการณ์ของตนเอง แล้วลงท้ายด้วยการไม่ได้ผล

(ii) ไปดูงานมาแล้ว ทำให้เกิดความท้อแท้ใจว่า “ทำอย่างเขาไม่ได้”

(iii) การไปดูงานถูกใช้เป็นสูตรสำเร็จว่า ทุกโครงการต้องมีการไปดูงานคนอื่น ทั้ง ๆ ที่บางโครงการ กลยุทธ์ที่ต้องการคือ “การดูแลตัวเองให้ถ่องแท้อวด้าน” (ไม่ต้องไปดูคนอื่น)

(iv) กิจกรรมการดูงานถูกใช้เสมือนเป็นเครื่องรับประกันความสำเร็จของโครงการ

(8) ตัวอย่างงานวิจัย มีตัวอย่างงานวิจัยที่สาธิตการใช้รูปแบบการศึกษาดูงานที่น่าสนใจ คืองานวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์จากงานวิจัยเกษตรไร้สารเคมีเพื่อการขยายผลผ่านกระบวนการสื่อสาร: กรณีศึกษาการขยายผลกับกลุ่มเกษตรกรผู้สนใจการเกษตรไร้สารเคมีบ้านหินฮาว อำเภอลำหมั่ง จังหวัดเพชรบูรณ์” (บุษยากร ตีระพฤติกุลชัย, สัญชัย เรืองโรจน์ และพนมเทียนทองสิทธิ, 2560) งานนี้เริ่มต้นจากหัวหน้าโครงการที่เป็นอาจารย์สอนด้านการสื่อสารในสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น คือจังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งเห็นการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ในเรื่องการทำเกษตรแบบใช้สารเคมีอย่างมาจนสร้างผลกระทบต่อด้านลบตามมามากมาย จึงอยากจะทำวิจัยเพื่อเพิ่มขยายผลการทำเกษตรไร้สารเคมี

ก้าวแรกของการทำงานของนักวิชาการ คือ การแสวงหา “ต้นทุน” จาก 2 แหล่ง คือ ต้นทุนตัวบุคคลในพื้นที่ และต้นทุนความรู้จากโลกวิชาการ

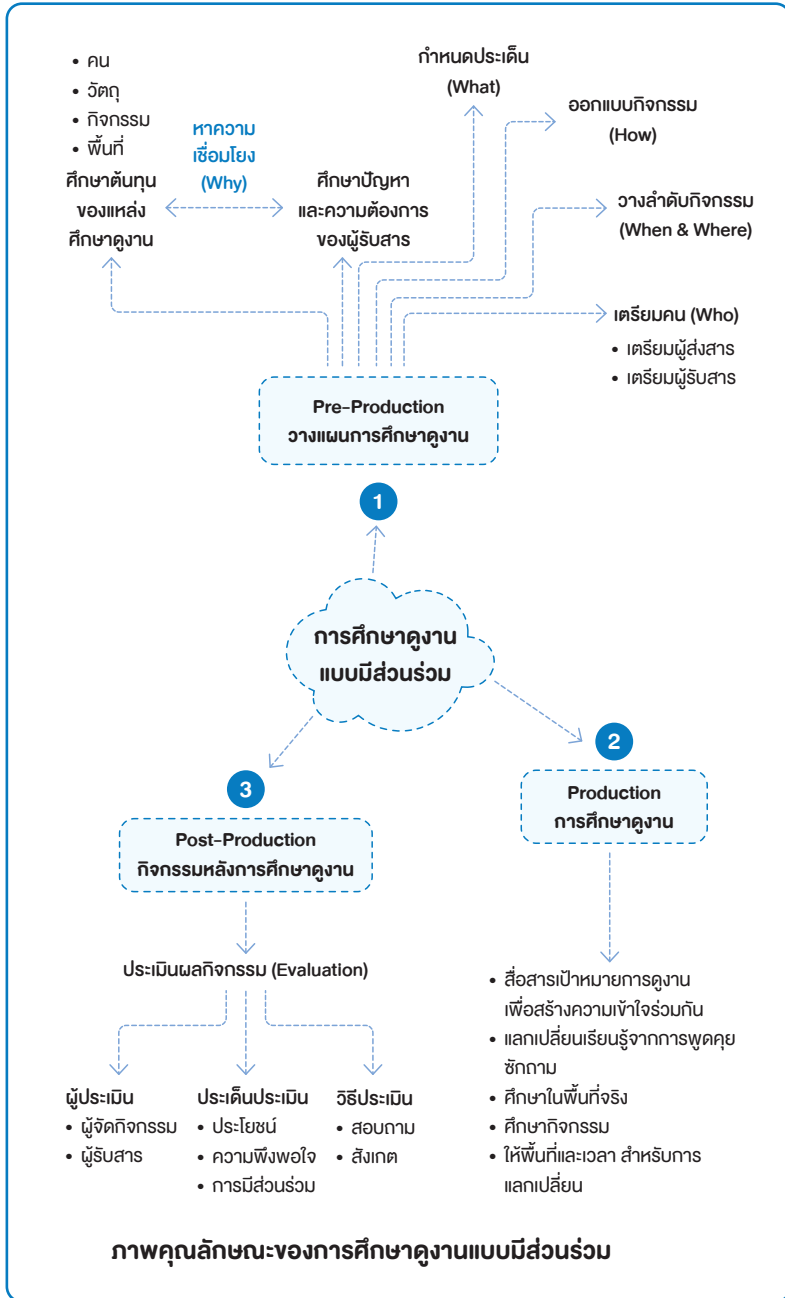
ในส่วนต้นทุนจากพื้นที่ อาจารย์บุษยากรได้ค้นหา “ทุนบุคคล” (เป็นขั้นตอนคัดเลือกผู้ขยายผล) ในพื้นที่ และได้พบกับคุณพนมเทียนที่เป็นเกษตรกรรุ่นใหม่ที่ได้ทดลองทำเกษตรไร้สารเคมีมาเป็นเวลา 4-5 ปีแล้ว อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนร่วมกัน ทั้ง 2 ท่านก็ได้ข้อสรุปว่า ประสบการณ์ด้านเกษตรไร้สารของคุณพนมเทียนอาจจะยังไม่มากพอที่จะสร้างความมั่นใจให้แก่เกษตรกรคนอื่น ๆ ได้ จึงได้มีการเพิ่มทุนบุคคลด้วยการเชิญชวนอาจารย์สัญชัย ซึ่งเป็นครูสอนด้านการเกษตร และได้ทำการเกษตรไร้สารจนได้รับการคัดเลือกให้เห็น Smart Farmer ของจังหวัดเพชรบูรณ์ (มีความน่าเชื่อถือด้านความรู้ความเชี่ยวชาญ (credibility)) มาร่วมทีมวิจัย

ในส่วนต้นทุนความรู้ในโลกวิชาการ ทีมวิจัยได้ค้นคว้างานวิจัยเรื่อง การทำเกษตรไร้สารเคมีจากฐานข้อมูลของ สกว. และพบงานวิจัยที่โดนใจอยู่ 2 เรื่อง คือ “กระบวนการสื่อสารเพื่อขยายผลของการทำเกษตรโดยไม่ใช้สารเคมี จังหวัดพิจิตร” (จรัส เสือดี, 2547) และ “การจัดกระบวนการเรียนรู้สู่ระบบเกษตรชีวภาพที่เหมาะสมกับเกษตรกรกลุ่มรวมพลังเกษตรชีวภาพ ตำบลนาคู อำเภอดงเจริญ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” (เยาวลักษณ์ สุขสีเหลือง และคณะ, 2555) บทเรียนจากการอ่านงานวิจัยทั้ง 2 ชิ้น ทำให้ทีมวิจัยได้ข้อสรุปว่า กำแพงด่านแรกที่ต้องฝ่าข้ามไปให้ได้ก็คือ ต้องเน้นหนักการสร้าง **วิถีคิดและทัศนคติ**ที่สอดคล้องกับวิถีเกษตรไร้สารก่อนในเบื้องต้น (ต้องเน้นการเปลี่ยนแปลงวิถีคิดของคนก่อน) และรูปแบบการสร้างวิถีคิดและทัศนคติที่ดูจะใช้การได้ดีที่สุด ก็น่าจะเป็นรูปแบบการศึกษาดูงาน ดังนั้นในการออกแบบกิจกรรม 8 กิจกรรมของโครงการ จึงมีกิจกรรมการศึกษาดูงานเป็น 1 ใน 8 และเป็นกิจกรรมที่อยู่ในลำดับต้น ๆ

เมื่อมีตัวเลือกพื้นที่ 2 พื้นที่ คือ พิจิตรกับพระนครศรีอยุธยา ก็ต้องทำข้อสอบชุดแรกคือจะเลือกไปดูงานที่ไหนดี ทีมวิจัยจะได้ลงสำรวจ “ความก้าวหน้าในการทำงานของพื้นที่” เนื่องจากงานวิจัยทั้ง 2 ชิ้น ทำผ่านมาหลายปีแล้ว และพบว่าคณะทำวิจัยในจังหวัดพิจิตร ได้มีผลวัดของการขับเคลื่อนงานหลังจากที่ทำวิจัยจบแล้วไปอย่างไม่หยุดยั้ง เช่น มีการรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อสร้างตลาดสินค้าเกษตรไร้สารเคมี กลุ่มคนเหล่านี้ได้พิสูจน์ให้เห็นว่า ยั่งยืนหยัดอยู่ได้และบอบช้ำจากนโยบายจำนำข้าวน้อยมาก เป็นหลักฐานยืนยันชัดเจนในเรื่องการปรับเปลี่ยนจากการใช้สารเคมีมาสู่การไม่ใช้สารเคมีว่าทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นได้ ทั้ง ๆ ที่จังหวัดพิจิตรติดอันดับแรก ๆ ของการทำนาใช้สารเคมีมากที่สุดของประเทศไทย นอกจากนั้น สภาพการณ์ทำนาของจังหวัดพิจิตรก็ใกล้เคียงกับพื้นที่ศึกษาของโครงการวิจัยนี้ ดังนั้นหมายเลขที่ออกจึงเป็นการไปดูงานที่จังหวัดพิจิตร

ในการออกแบบกิจกรรมทั้ง 8 กิจกรรม หลังจากผ่านกิจกรรมแรกคือเวทีแนะนำโครงการและแนะนำตัวให้รู้จักกันและกันแล้ว ในกิจกรรมที่ 2 คือการประสานทำความเข้าใจกับพื้นที่ดูงาน และกิจกรรมที่ 3 ก็เริ่มเข้าสู่โหมดของ “การศึกษาดูงาน” จุดที่น่าสนใจในกิจกรรมที่ 3 ก็คือ ทีมวิจัยได้อบรมการผลิตสารชีวภัณฑ์ทั้ง “ช่วงก่อน” และ “ช่วงหลัง” จากไปดูงานมาแล้ว โดยถือว่าการอบรมการผลิตสารชีวภัณฑ์ใน “ช่วงก่อน” ไปดูงานนั้นเป็นการเตรียมตัว (การซ้อมก่อนลงสนามจริง) ของผู้ไปดูงาน โดยต้องมีการลงมือปฏิบัติด้วยตัวเอง ได้มีประสบการณ์ตรงด้วยตัวเอง ประสบการณ์นี้มีผลอย่างมากในช่วงระหว่างการดูงาน เพราะเป็นการดู “ของคนเคยทำมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง” การซักถาม การเรียนรู้ การเก็บประสบการณ์จะเป็นไปอย่างมีเป้าหมายชัดเจนมาก

ในท้ายที่สุด ทางโครงการได้สร้างแบบจำลองการดูงานโดยเทียบเคียงว่า “รูปแบบการดูงานนั้นถือเป็น subset หนึ่งของสี่กิจกรรม” ที่จะประกอบด้วย 3 โมเมนต์ (ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว) คือ ขั้นตอนเตรียมการ (pre-production) ขั้นตอนดำเนินการ (production) และขั้นหลังการดำเนินการ (post-production) โดยขีดเส้นใต้ของ “ขั้นก่อนดำเนินการ” ว่ามีความสำคัญอย่างสูงสุด เพราะเป็นประจวบแรกที่จะไปกำหนดส่วนอื่น ๆ ที่จะตามมา



รูปแบบที่ 6:

แหล่งเรียนรู้/ศูนย์เรียนรู้/พื้นที่เรียนรู้

(1) **ตำแหน่งแห่งที่ของแหล่งเรียนรู้** เมื่อนำไปเทียบเคียงกับรูปแบบการศึกษาทำงานที่ได้กล่าวมาในหัวข้อที่แล้ว แหล่งเรียนรู้ก็อาจถือได้ว่าเป็นปลายอีกข้างหนึ่งของการศึกษาทำงาน เพราะในขณะที่การศึกษาทำงานนั้นเป็นการขยายผลจาก “ฝ่ายรับการขยายผล” ที่รุกออกไป แต่แหล่งเรียนรู้เป็นรูปแบบการขยายผลจาก “ฝ่ายขยายผล” ที่มีลักษณะตั้งรับอยู่กับที่

และหากนำมาเทียบเคียงกับ “การฝึกอบรม” หรือ “การจัดทำหลักสูตร” ที่นำมาใช้ในการขยายผล เราอาจจะสรุปได้คร่าว ๆ ว่าแหล่งเรียนรู้ นั้นเป็นรูปแบบการขยายผลที่มี “ลักษณะเปิด” (open system) มากกว่า การฝึกอบรมและหลักสูตร เนื่องจากเนื้อหาในการฝึกอบรมและหลักสูตรนั้น ฝ่ายผู้ขยายผลจะกำหนดเอาไว้อย่างค่อนข้างชัดเจนว่ามีอะไรบ้าง แต่ทว่า สำหรับแหล่งเรียนรู้นั้น มักจะขึ้นกับฝ่ายผู้มารับการขยายผลว่าจะเลือกดูแลมุมไหนเป็นพิเศษ จะผ่านเลยตรงช่วงไหนไปบ้าง จะขีดเส้นใต้และให้ความสำคัญกับฐานการเรียนรู้ฐานไหน เป็นต้น

สำหรับคำที่เรียกใช้ “แหล่งเรียนรู้” อาจจะมีหลายคำ เช่น คำว่า แหล่งเรียนรู้ ศูนย์เรียนรู้ พื้นที่เรียนรู้ ฯลฯ ซึ่งในที่นี้ขออนุโลมว่าเป็นรูปแบบเดียวกัน คือ เป็นพื้นที่/อาคารสถานที่ที่เก็บชุดความรู้ที่ผ่านการทดลองปฏิบัติมาแล้วจนได้ผลสำเร็จ (มีใช้ที่เก็บชุดความรู้ในรูปแบบของหนังสือ เช่น ห้องสมุด และก็มีใช้สถานที่เก็บสิ่งของวัตถุแบบพิพิธภัณฑ์)

ธรรมชาติที่เป็นข้อเด่นของศูนย์/แหล่งเรียนรู้ก็คือ มีความเสถียร เนื่องจากมีสถานที่ตั้งอยู่อย่างแน่นอน และอยู่กับที่ไม่ว่าเคลื่อนย้ายไปมา ผู้เรียนได้มาเห็น “ของจริง” และสามารถจัดรูปแบบได้หลายรูปแบบ ตั้งแต่เป็นแปลงนา ฐานการเรียนรู้แบบค่ายลูกเสือ แหล่งท่องเที่ยว อุทยานการเรียนรู้ ล้ำคลองที่มีการอนุรักษ์ เป็นป่าชุมชน/ป่าชายเลน ฯลฯ แต่ข้อจำกัดที่เห็นได้ง่ายที่สุดก็มาจากจุดเด่นนั่นเอง นั่นคือ เป็นสื่อเชิงตั้งรับ คนเรียนต้องเป็นฝ่ายเข้ามาหา เป็นต้น

ในงานวิจัย CBR มีการใช้รูปแบบแหล่งเรียนรู้เป็นเครื่องมือการขยายผลอย่างมากมาย และมีหน้าต่างที่หลากหลายอย่างมาก รวมทั้งยังมีสถานภาพการใช้ที่หนักเบาต่างกัน งานวิจัยส่วนใหญ่มักจะได้ “แหล่งเรียนรู้” เป็น “ผลผลิตติดปลายนม” (outcome) กล่าวคือ เมื่อได้ชุดความรู้ใหม่ ๆ ในการแก้ไขปัญหาของชุมชนแล้ว ก็นำเอาความรู้ไปเก็บสะสมไว้ในศูนย์เรียนรู้เพื่อขยายผลต่อไป แต่บางโครงการก็อาจจะเอาจริงเอาจังกับเรื่องแหล่งเรียนรู้โดยใช้เป็น “โจทย์ของการวิจัย” เลย เช่น งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาภาคใต้ การขับเคลื่อนแหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์วิถีชุมชน ตำบลกุดผึ้ง อำเภอสุวรรณคูหา จังหวัดหนองบัวลำภู” (แคล้ว มนตรีศรี, 2565) เป็นต้น

(2) **ที่มาของความนิยมรูปแบบ “แหล่งเรียนรู้”** ความนิยมในการสร้างแหล่งเรียนรู้หรือศูนย์เรียนรู้นั้นมิได้เป็นปรากฏการณ์แต่เฉพาะในแวดวงของงานวิจัย CBR เท่านั้น หากทว่าเป็นความนิยมที่แพร่หลายทั่วไปทั้งในประเทศไทยและทั่วโลก ผู้เขียนคาดเดาว่า ความนิยมดังกล่าวนี้อาจจะมีที่มาจากหลาย ๆ เหตุผล เช่น

(i) พัฒนาการของโลกยุคปัจจุบันก้าวเข้าสู่ “**การเป็นสังคมที่มีฐานเป็นความรู้**” (knowledge-based society) ซึ่งในสังคมแบบนี้ “ความรู้” จะเป็นองค์ประกอบที่ขึ้นชี้ตาย เป็นตัวกำหนดความล้มเหลวและความสำเร็จของแต่ละสังคม ดังนั้นการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้/แหล่งเรียนรู้จึงเป็นการแสวงหาสถานที่ลงหลักปักรากให้ความรู้นานาชาติได้ถูกจัดเก็บเอาไว้ในรูปแบบต่าง ๆ

(ii) **การเพิ่มขยายสถานที่แห่งใหม่ในการจัดเก็บความรู้** ในอดีตเราเคยมีความเข้าใจกันว่าในสถานศึกษา โดยเฉพาะสถาบันระดับอุดมศึกษาจะเป็นสถานที่สร้าง ผลิต พัฒนา ทดลอง และใช้ความรู้ อย่างไรก็ตาม นับตั้งแต่ช่วงหลังของศตวรรษที่ 20 ก็เริ่มมีการสร้างความเข้าใจใหม่ว่า ปัญหาต่าง ๆ ในโลกสมัยใหม่มีความสลับซับซ้อนจนกระทั่งความรู้ที่ผลิตมาจากมหาวิทยาลัยนั้นไม่เพียงพอเสียแล้ว ดังนั้น ในปัจจุบันจึงเกิดปรากฏการณ์การแตกของแหล่งสร้าง ผลิต พัฒนา ทดลองใช้ และจัดเก็บความรู้ที่นอกเหนือไปจากการวิจัย

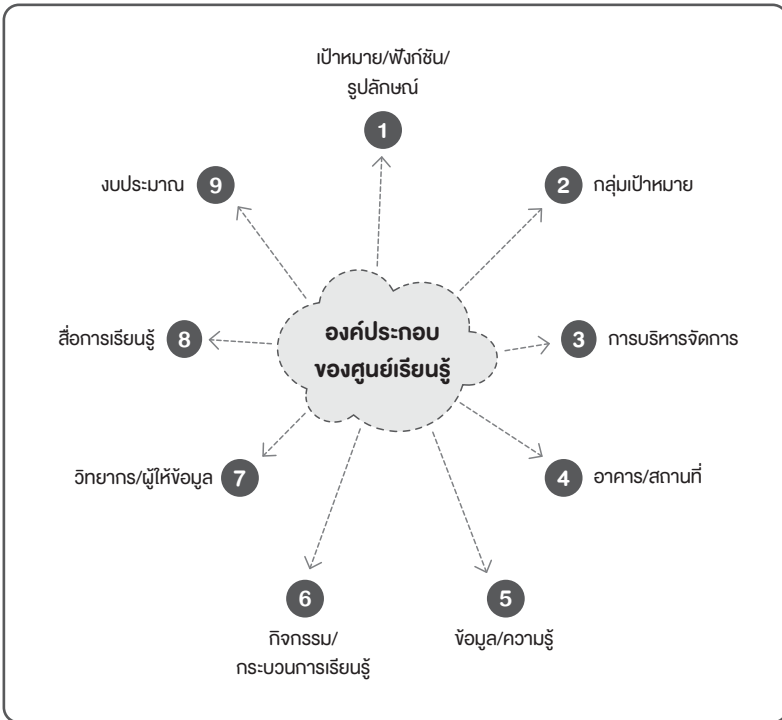
และห้องสมุดในมหาวิทยาลัย เช่น ในโรงงาน ในองค์กรธุรกิจ ในชุมชน ในโรงพยาบาล ฯลฯ ศูนย์เรียนรู้/แหล่งเรียนรู้ ก็อยู่ในกลุ่มสถานที่ใหม่ ๆ ในการสร้าง พัฒนา และใช้ความรู้เช่นกัน

(iii) การแตกตัวของประเภทความรู้ นับตั้งแต่ทศวรรษ 1970 ได้เกิดศาสตร์สาขาใหม่ คือ ศาสตร์แห่งการจัดการความรู้ (Science of Knowledge Management) ผลพวงของการเกิดศาสตร์แบบนี้ใหม่นี้ก็คือ การจัดแบ่งประเภทความรู้ออกเป็น 2 แบบ คือ ความรู้ที่เป็นลายลักษณ์อักษร (explicit knowledge) ที่ถูกบันทึกเอาไว้ในหนังสือและสื่อสมัยใหม่ประเภทต่าง ๆ กับความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวบุคคล เป็นประสบการณ์ชีวิตของบุคคล เป็นความเชี่ยวชาญที่ฝึกฝนมาตลอดชีวิต (tacit knowledge) ความรู้ประเภทหลังนี้ยังไม่ค่อยมีที่จัดเก็บในสถานศึกษา เช่น ห้องสมุด หรือพิพิธภัณฑ์ และเป็นแหล่งเรียนรู้/ศูนย์เรียนรู้ที่ตนเองจะจัดเก็บความรู้ประเภทหลังนี้เอาไว้

(iv) อีกเหตุผลหนึ่งน่าจะเนื่องมาจาก “ลักษณะความเป็นงานวิจัย” ประเภทหนึ่งของ CBR เอง เนื่องจากงานวิจัยทุกประเภทมักจะปักธงสัญญาณเอาไว้ที่ปลายทางว่า การวิจัยน่าจะต้องสร้าง “ความรู้ใหม่ ๆ” ให้เกิดขึ้น (new knowledge) แม้แต่งานวิจัย CBR ก็น่าจะมีไข้อยกเว้น แต่ทว่าความรู้นั้นเป็นนามธรรมจับต้องไม่ได้ (เหมือนวิญญานหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์) จึงต้องมี “ที่ทางให้สิ่งสถิต” ซึ่งก็คือศูนย์ความรู้/แหล่งเรียนรู้ที่ตนเอง

(v) เหตุผลสุดท้ายเป็นเรื่องความนิยมและการได้รับการยอมรับจากบรรดาหน่วยราชการของไทยเอง ไม่ว่าจะเป็นกรมพัฒนาชุมชน กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น ฯลฯ ดังนั้นจึงง่ายต่อการที่จะได้รับงบประมาณสนับสนุนในการจัดตั้ง

(3) องค์ประกอบของศูนย์เรียนรู้ แต่ถึงแม้จะมีการสนับสนุนให้เกิดการก่อตั้งศูนย์เรียนรู้/แหล่งเรียนรู้/พื้นที่แห่งการเรียนรู้อย่างแพร่หลายก็ตาม แต่เราก็ไม่อาจจะแน่ใจได้ว่าเมื่อเกิดมี “ศูนย์” แล้ว จะ “มีการเรียนรู้” เกิดขึ้นตามมาเสมอไปหรือเปล่า เพราะอาจมีศูนย์เรียนรู้หลายแห่งที่มีสภาพเป็น “ศูนย์ฝัก” (คือเน้นอยู่เฉย ๆ) (dead learning center) ไม่ใช่ “ศูนย์ที่มีชีวิตชีวา” (living learning center) ซึ่งอัตราความกระชุ่มกระชวยของแต่ละศูนย์เรียนรู้ นั้น น่าจะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 9-10 ประการของศูนย์เรียนรู้ดังต่อไปนี้



(3.1) เป้าหมายหรือฟังก์ชันของศูนย์เรียนรู้คืออะไร ศูนย์เรียนรู้/แหล่งเรียนรู้ที่มีฟังก์ชันได้มากมาย ดังที่จะยกตัวอย่างต่อไปนี้ โดยที่บางฟังก์ชันก็อาจจะเป็นเรื่องของ การขยายผลโดยตรง และฟังก์ชันเหล่านี้ก็ยังเป็นปลายเปิดที่สามารถจะสร้างสรรค์ไปได้เรื่อย ๆ เช่น

(i) ใช้เป็นแหล่งค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมทั้งที่มีในตำราเรียน และที่ไม่มีตำราเรียน

(ii) ใช้เป็นสถานที่ในการจัดการเรียนการสอน การฝึกอบรม

(iii) ใช้เป็นสถานที่พบปะแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ ความคิดเห็น

(iv) ใช้เป็นแหล่งสถานที่ศึกษาดูงาน ฝึกฝนอาชีพ

(v) ใช้เป็นสื่อเรียนรู้ สื่อประกอบการเรียนการสอนที่มีชีวิต เช่น จิตรกรรมบนฝาผนังวัด ต้นไม้ และสัตว์ประเภทต่าง ๆ ที่มีในพื้นที่ ฯลฯ

(vi) ใช้เป็นสถานที่ถ่ายทอดความรู้ ข้อมูล ข่าวสารทั่ว ๆ ไป

(vii) เป็นสถานที่ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ แจ้างข้อมูลที่ต้องการสื่อไปถึงคนในชุมชน

(viii) เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ ฯลฯ ไม่ให้ลบลือนสำหรับสืบต่อไปยังชนรุ่นหลัง

(ix) ใช้เป็นศูนย์กลางในการดำเนินกิจกรรมอื่น ๆ อาทิ เป็นศูนย์จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นจุดรวบรวมผลผลิต เป็นพื้นที่รวมกลุ่มทำกิจกรรมของกลุ่มแม่บ้าน กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเยาวชน ฯลฯ

(x) ใช้เพื่อเป็นที่สร้างเสริมชุดความรู้ใหม่ ๆ เช่น วิธีการทำน้ำหมักชีวภาพแบบใหม่

(xi) ใช้เพื่อเป็นที่ขยายผลกิจกรรมแบบใหม่ ๆ (ขยายด้านกิจกรรม)

(xii) ใช้เพื่อการขยายผลด้านตัวคนใหม่ ๆ (ขยายผลด้านตัวบุคคล)

(xiii) ใช้เพื่อเป็นพื้นที่สร้างการเรียนรู้ส่วนระหว่างกลุ่มของชุมชนกับภาคีหน่วยงานรัฐ ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศูนย์เรียนรู้เพื่อรองรับสังคมสูงวัย อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี” (จิราพร ทิพย์พิลา และคณะ, 2563) ที่วิจัยได้เริ่มต้นทำงานสร้างความเข้มแข็งในระดับพื้นที่ 5 พื้นที่มาก่อน และเพื่อรักษาผลสำเร็จที่เกิดขึ้นให้ยั่งยืน ทีมวิจัยจึงวางแผนที่จะขยายผลแนวตั้งกับภาคีหน่วยงานรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับมิติการพัฒนาทั้ง 4 ด้านของสังคมสูงวัย แต่ทว่าการที่จะปรับเปลี่ยนวิธีคิดและสร้างวิธีการทำงานแบบใหม่ให้กับเจ้าหน้าที่รัฐนั้น ชุมชนก็ต้องการ “พื้นที่กลาง” เพื่อการทำงานร่วมกัน และสร้างความเข้าใจร่วมกันไปพร้อม ๆ กัน ในการนี้ ทีมวิจัยได้ใช้ “ศูนย์เรียนรู้” ที่สร้างขึ้นใน 5 พื้นที่ศึกษา (ซึ่งแต่ละพื้นที่ต่างก็มีรูปลักษณะเฉพาะตัว) เป็นพื้นที่ที่กลางเพื่อทำงานให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

ในขณะที่เป้าหมายของแหล่งเรียนรู้มีได้มากมายหลายเป้า ดังที่กล่าวมา ผู้ที่รับผิดชอบด้านงานขยายผลก็ต้องกดปุ่มเลือกก่อนว่า ในขั้นตอนของการก่อตั้ง หรือในระหว่างขั้นตอนการทํากิจกรรมแต่ละครั้งนั้น เราจะเลือกกดปุ่มเป้าหมายไหน เพราะปุ่มเป้าหมายที่เรากดเลือกนี้จะไปกำหนดองค์ประกอบอื่น ๆ ที่ตามมาของแหล่งเรียนรู้

(3.2) กลุ่มเป้าหมาย จากการที่แหล่งเรียนรู้สามารถแปลงโฉมได้หลายรูปแบบและมีลักษณะอันกประสงค์ ทำให้ศูนย์เรียนรู้พลอยมีกลุ่มเป้าหมายได้อย่างหลากหลายตามมาด้วย อย่างไรก็ตาม ด้วยหลักการเดียวกันกับเรื่องการเลือกเป้าหมาย (เมื่อแรกเริ่มก่อตั้งหรือในการออกแบบกิจกรรมใหม่แต่ละครั้ง) หลังจากกดปุ่มแรกคือ “เป้าหมาย” แล้ว ผลพวงที่จะตามมาคู่กันก็คือ “แล้วกลุ่มเป้าหมายจะเป็นใครบ้าง”

ผู้เขียนมีความเห็นส่วนตัวว่า เนื่องจากศูนย์เรียนรู้มีข้อจำกัดทั้งในแง่อาคาร/สถานที่ งบประมาณ ตัวบุคคลรับผิดชอบ ฯลฯ ดังนั้น หากศูนย์เรียนรู้เล็งกลุ่มเป้าหมายเอาไว้แบบตาโตว่า “เอาหมดทุกกลุ่มเป้าหมาย” หรือ “ประชาชนทั่วไป” ก็อาจเป็นไปได้ว่าศูนย์เรียนรู้นั้นก็อาจจะไม่ได้คนกลุ่มไหนเลย

ดังนั้น ศุนย์เรียนรู้จึงควรโฟกัสว่าจะเล็งเป้าที่ “กลุ่มเป้าหมายใด” หรือหากหวังจะมีกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่มเอาไว้ในใจ (เป็นพจนานियมคบซ้อน) ก็ควรจะต้องลำดับที่/ลำดับความสำคัญของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย เช่น อย่างน้อย ๆ ศุนย์ฯ ควรจะต้องชัดเจนว่าจะเป็นศุนย์เรียนรู้เพื่อกลุ่มลูกหลานในชุมชน กลุ่มนักเรียนของโรงเรียนในท้องถิ่น หรือจะเป็นศุนย์เรียนรู้เพื่อเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ให้คนภายนอกมาดูงาน เป็นต้น

การ set เป้าหมายและกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนจะมีผลต่อเรื่อง มาถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่จะตามมา เช่น การคัดเลือกเนื้อหาที่จะเก็บรวบรวม การจัดแบ่งการใช้พื้นที่ส่วนต่าง ๆ การสร้างสื่อการเรียนรู้ การออกแบบกิจกรรม การสร้างวิทยากร เป็นต้น

(3.3) การบริหารจัดการ คำว่า “การบริหารจัดการ” ในที่นี้มีความหมายครอบคลุมถึง 3-4 ส่วน ส่วนแรกคือการวางโครงสร้างตำแหน่งต่าง ๆ ของศุนย์เรียนรู้ เริ่มตั้งแต่ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการ ซึ่งควรกำหนดบทบาทหน้าที่ และมีระเบียบข้อบังคับ

องค์ประกอบการบริหารจัดการนี้เองจะเป็นเสมือน “ลมหายใจ” ที่ทำให้ศุนย์ที่ก่อตั้งขึ้นมาแล้วไม่แน่เนิ่งกลายเป็นศุนย์ผกผันที่กล่าวมาแล้ว และจากบทเรียนจำนวนมากจากงานวิจัย CBR อาจจะได้ข้อสรุปว่า ขั้นตอนการก่อตั้งศุนย์ฯ นั้นอาจจะไม่ยากมากนัก แต่การจะทำให้ศุนย์ฯ ดำเนินงานอย่างบรรลุเป้าหมาย หากขาดส่วนที่เป็น “ลมหายใจ” นี้ ก็ยากที่จะบรรลุเป้า

และตามหลักการพื้นฐานของ CBR การจัดวางระบบบริหารจัดการของศุนย์เรียนรู้ ซึ่งเป็นศุนย์ของชุมชนนั้นก็ควรจะต้องท่องคาถาข้อ 2 ของ CBR ให้เสียงดัง ๆ คือยึดหลักการมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางและทั่วถึง เริ่มตั้งแต่การคัดเลือกคณะกรรมการศุนย์ฯ ซึ่งควรจะเป็นตัวแทนที่มาจากคนทุกกลุ่มในชุมชน มาจากการคัดเลือกของชาวบ้านเอง และชาวบ้านให้การยอมรับ

มีตัวอย่างงานวิจัย CBR ที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการบริหารจัดการศูนย์เรียนรู้ ซึ่งเป็นงานวิจัยที่ได้กล่าวถึงไปแล้วคือเรื่อง “การพัฒนากลไกขับเคลื่อนแหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์วิถีชุมชน ตำบลกุดผึ้ง อำเภอสวรรคคณา จังหวัดหนองบัวลำภู” (แคล้ว มนตรีศรี, 2565) ในพื้นที่ศึกษานั้น ได้มีการก่อตั้งศูนย์เรียนรู้เพื่อการขยายผลเรื่องเกษตรอินทรีย์ (สำหรับพืชไร่ เช่น อ้อย ที่ต้องการชุดความรู้ใหม่ที่แตกต่างจากพืชอื่น ๆ เช่น ข้าว/หรือผัก) มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563 แล้ว และในปี พ.ศ. 2564 ทีมวิจัยก็ยังคงต้องทำวิจัยก้าวต่อมาในเรื่องของการบริหารและส่วนประกอบอื่น ๆ เช่น

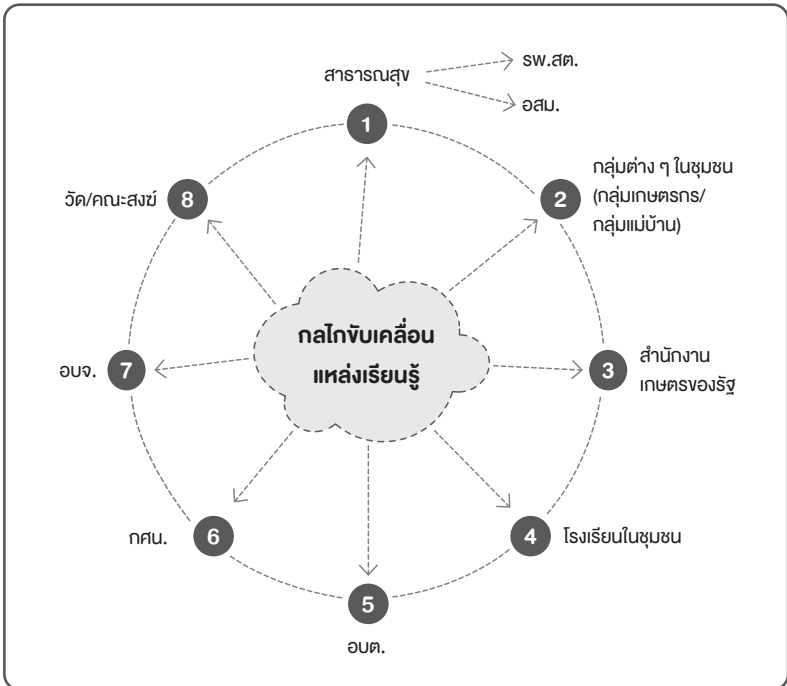
- ต้องกำหนดตัวเจ้าภาพหลักที่จะรับผิดชอบว่าเป็นใคร
- ต้องมีการจัดหาสถานที่ตั้งให้ชัดเจน
- ต้องมีการวางโครงสร้างคณะกรรมการของศูนย์ฯ
- ต้องมีการฝึกหัดนักวิจัยชุมชนให้สามารถเป็นวิทยากร

ถ่ายทอดความรู้ได้

- ต้องส่งเสริมเรื่องการตลาด
- ต้องประชาสัมพันธ์ให้กลไกส่วนต่าง ๆ ทั้งภายในและ

ภายนอกชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม

จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2565 ทีมวิจัยเดิมก็ยังคงได้พบจุดเจ็บเรื่องการดำเนินงานของแหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ที่ก่อตั้งมาแล้ว 2-3 ปี ว่าหากไม่มีการขับเคลื่อนให้พร้อมกันด้วยระบบ 8 ล้อ คือการมีส่วนร่วมและการประสานงานกันจากภาคส่วนต่าง ๆ โอกาสที่แหล่งเรียนรู้จะกลายเป็น “ศูนย์แน่นิ่งราวกับผัก” ก็เกิดขึ้น ดังนั้น โจทย์ของงานวิจัยเรื่องแหล่งเรียนรู้เดิมในปี พ.ศ. 2565 จึงค้นหาคำตอบเรื่องการประสานร่วมมือกันระหว่างกลไกสถาบันต่าง ๆ ของชุมชนในการขับเคลื่อนการทำงานของแหล่งเรียนรู้



จากตัวอย่างงานวิจัยเรื่องแหล่งเรียนรู้ของศูนย์ประสานงาน CBR จังหวัดหนองบัวลำภู ที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องมาถึง 4-5 ปีนี้ ตอกย้ำ คำกล่าวที่ผู้เขียนได้อ้างอิงไว้ข้างต้นว่า “การตั้งแหล่งเรียนรู้ นั้นอาจจะไม่ยากมากนัก แต่การจะทำให้แหล่งเรียนรู้ทำงานได้อย่างจริงจังและเต็มศักยภาพนั้น ไม่ใช่เรื่องง่ายเลย” และตัวแปรที่มีความสำคัญอย่างยิ่งวด (แต่มักจะถูกมองข้ามไป) ก็คือเรื่องการบริหารจัดการนี้เอง

(3.4) อาคาร/สถานที่ เป็นส่วนที่เป็นรูปธรรมที่มองเห็นจับต้องได้ และมักจะเป็นองค์ประกอบย่อยที่มักได้รับความสำคัญเป็นอันดับแรก ๆ เมื่อใดมีการก่อสร้างอาคารศูนย์เรียนรู้ มีพิธีเปิดแพรคลุมป้ายชื่อหรืออาคาร แปลว่า “ได้เกิดศูนย์เรียนรู้ขึ้นมาแล้ว” อย่างไรก็ตาม แนวคิดเรื่อง “อาคาร/สถานที่ของศูนย์เรียนรู้” ก็มีความหลากหลายมากกว่าในความคิดที่คิดทั่ว ๆ ไป

เพราะ “สถานที่” ของศูนย์เรียนรู้ว่าจะใช้สถานที่จริงหรือ
 แหล่งที่มาของความรู้เป็นสถานที่จัดการเรียนรู้โดยไม่จำเป็นต้องสร้างอาคาร
 ใหม่ขึ้นมาเป็นการเฉพาะก็ได้ (แต่จะเอาป้ายชื่อศูนย์ไปปักไว้ก็ไม่ว่ากัน)
 เพราะจะสามารถเรียนรู้ได้จากสถานที่จริงไม่ว่าจะเป็นที่บ้านของผู้รู้ แปลงเกษตร
 ฟาร์ม ไร่ ป่า คูคลอง จุดจัดการขยะ ฯลฯ โดยมีการปรับสภาพแวดล้อมของ
 แหล่งเรียนรู้ให้เป็นห้องเรียน โดยไม่จำเป็นต้องเรียนในห้องที่เป็นแบบทางการ
 ฉะนั้น ทุกสถานที่ที่มีความสะดวกต่อการเรียนรู้ไม่ว่าจะเป็น
 บ้านของปราชญ์ชาวบ้าน ศาลาวัด ใต้ต้นไม้ ศาลากลางบ้าน ฯลฯ ที่สะดวก
 ต่อการพบปะ ประชุม ทำงานกันได้ตลอดเวลา ก็สามารถจะเป็น “แหล่งเรียนรู้”
 ที่เป็นสัญลักษณ์ของการรวมตัวกันเพื่อการเรียนรู้ได้

(3.5) ข้อมูล ข่าวสาร เรื่องราว ชุดความรู้ ทั้ง 4 สิ่งที่กำลังกล่าวถึงมานี้
 คือส่วนที่เป็น “ตัวเนื้อหา” ของศูนย์เรียนรู้ที่จะต้องมีการบริหารจัดการ ตั้งแต่
 ขั้นตอนแรกเป็น **ขั้นขาเข้า** คือ การจัดเก็บรวบรวม จัดหมวดหมู่ ตรวจสอบ
 และ **ขั้นขาออก** เช่น การออกแบบเพื่อนำเสนอ เผยแพร่ แลกเปลี่ยน นำไป
 ใช้ประโยชน์

และดังที่ได้กล่าวถึงมาบ้างแล้วว่า สำหรับประเภทความรู้
 ที่จะมาฝังลึกอยู่ในแหล่งเรียนรู้หรือศูนย์เรียนรู้นั้น มักจะเป็น “ความรู้
 อีกประเภทหนึ่ง” ที่ไม่ได้ถูกบรรจุเอาไว้ในสถาบันการศึกษาของสังคม เช่น
 โรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย ความรู้ อีกประเภทหนึ่งนี้มักจะมีลักษณะพิเศษ เช่น
 เป็นความรู้หายาก เป็นความรู้ที่กำลังจะสูญหายไป เป็นความรู้ที่ไม่ได้สืบทอด
 ในระบบการศึกษาที่เป็นทางการ หรือเป็นความรู้เฉพาะถิ่น/เป็นความรู้ของ
 ท้องถิ่น เป็นความรู้แบบฝังลึกอยู่ในตัวบุคคลที่ผ่านประสบการณ์และการปฏิบัติ
 มาอย่างยาวนาน ที่ในภาษา KM เรียกว่า “ความรู้ฝังในตัวคน” (tacit knowledge)

มีตัวอย่างวิจัย CBR ที่ได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องจนครบวงจร
 ในประเด็นชุดความรู้ที่หาได้ยาก เช่น งานวิจัยเรื่อง “แหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์
 วิถีชุมชน ตำบลกุดผึ้ง อำเภอสุวรรณคูหา จังหวัดหนองบัวลำภู” (แคล้ว
 มนตรีศรี, 2561-2564) ที่ได้กล่าวถึงไปบ้างแล้ว เนื่องจากในพื้นที่ศึกษานั้น

ติดอันดับเรื่องการใช้สารเคมีในปริมาณที่สูงจนเป็นอันตรายทั้งต่อพื้นดินและต่อตัวเกษตรกรผู้เพาะปลูกเอง (เป็นโรคเนื้อเน่า) ทีมวิจัยจึงมีเป้าหมายที่จะปรับเปลี่ยนวิธีการเกษตรจากการใช้สารเคมีมาเป็นเกษตรอินทรีย์ แต่ทว่าเนื่องจากพืชที่เกษตรกรปลูกเป็นไร่อ้อย จุดเริ่มต้นจึงต้องเป็นการศึกษาหาความรู้เรื่องสารอินทรีย์ทดแทนที่จะได้มาจากภูมิปัญญาเดิมมาใช้แทนสารเคมีในไร่อ้อย

งานวิจัยชุดนี้จึงมีการดำเนินการด้านข้อมูลและชุดความรู้มาเป็นลำดับ คือ

- ปี 2561 ค้นหาองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาทดแทนสารเคมีในไร่อ้อย
- ปี 2562 ศึกษาวิธีการเผยแพร่องค์ความรู้ที่ค้นพบไปยังกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่าง ๆ ผ่านช่องทางต่าง ๆ
- ปี 2563 วิจัยเพื่อจัดตั้งแหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์วิถีชุมชนตำบลกุดผึ้ง เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง เป็นระบบ และแสวงหาชุดความรู้เกษตรอินทรีย์อื่น ๆ มาเพิ่มเติม
- ปี 2564 เพื่อสร้างเส้นทางให้ชุดความรู้ที่มีได้เข้าถึงกลุ่มผู้ต้องการใช้ให้มากขึ้น จำเป็นต้องมีกลไกการขับเคลื่อนแหล่งเรียนรู้ (เน้นมิติการบริหารจัดการ) ในหลาย ๆ ระดับกลไก (ระดับชุมชน ระดับศูนย์เรียนรู้) รวมทั้งการเชื่อมประสานระหว่างกลไกระดับต่าง ๆ ให้ทำงานร่วมกัน

(3.6) กิจกรรมและกระบวนการเรียนรู้ หมายถึงกิจกรรมและกระบวนการที่จะทำให้เกิดการเรียนรู้ เช่น กิจกรรมที่เน้นการเรียนรู้ด้วยการสังเกตและฟังคำอธิบายประกอบ (การสาธิต) การลงมือทำ การเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริง เป็นต้น

และดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า รูปแบบกิจกรรมและการเรียนรู้ของศูนย์เรียนรู้นั้น มักจะแตกต่างจากการเรียนรู้ในระบบโรงเรียน คือเน้นการเรียนรู้นอกห้อง/กลางแจ้ง (outdoor learning) ดังนั้นในงานวิจัย CBR หลายชิ้นจึงค้นคว้าว่าควรจะมีกิจกรรมกลางแจ้งอะไรบ้าง เช่น งานวิจัย

เรื่อง “การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ร้านอาหารท้องถิ่นเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร บ้านศรีเจริญ ตำบลเลยวังไสย์ อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย” (แสง ดาปะ และ คณะ, 2557) ทีมวิจัยได้ค้นพบว่า ในเรื่องความมั่นคงทางอาหารในท้องถิ่น ของตน ควรจะมีชุดความรู้สำคัญ ๆ อยู่ 9 ชุด เช่น การอนุรักษ์สายพันธุ์ข้าว พันธุ์บ้าน ผักพื้นบ้าน วิธีการปรุงอาหารแบบหลาม ฯลฯ ทางทีมวิจัยจึงได้ ประยุกต์เอาวิธีการเรียนรู้รู้กลางแจ้งแบบลูกเสือมาใช้ในการสร้างเป็นฐาน ชุดความรู้ในรูปแบบนิทรรศการประกอบผู้บรรยาย 9 ฐาน และจัดกิจกรรม ให้ผู้เรียนเวียนไปเรียนที่ละฐาน เป็นต้น

(3.7) วิทยาการ/ผู้ให้ข้อมูล/ผู้ถ่ายทอด หมายถึงบุคคลที่สามารถ บอกเล่าหรือถ่ายทอดข้อมูล-ชุดความรู้ นั้น ๆ ให้แก่ผู้เรียนได้เกิดการเรียนรู้ เกิดความเข้าใจ และสร้างประสบการณ์ได้ ผู้ให้ความรู้นี้อาจจะต้องมีความรู้ 2 ด้าน คือ ความรู้ในเนื้อหาที่จะถ่ายทอด และความรู้ในเรื่องวิธีการถ่ายทอด ซึ่งความรู้ประเภทแรกนี้จะต้องมีติดตัวมาก่อน ส่วนความรู้เรื่องวิธีการถ่ายทอดนั้น ถ้ามีพรสวรรค์ติดตัวมาด้วยก็เล่นบทวิทยากรได้เลย แต่หากยังไม่มีก็สามารถ จะจัดการฝึกอบรมเพิ่มเติมให้เป็นพรแสวงได้

วิทยากรนี้ถือว่าเป็นตัวแปรที่สำคัญระดับหัวใจอีกห้องหนึ่งเลย ของแหล่งเรียนรู้ CBR (อาจจะสำคัญมากกว่าอาคารสถานที่เสียอีก) เพราะ วิทยากรมีสถานะเป็น “สื่อบุคคล” (personal media) ในการขยายผลดังที่ได้ กล่าวมาแล้ว ดังนั้นในงานวิจัย CBR จำนวนมากจึงถือเอา “การพัฒนาขีด ความสามารถของวิทยากร” ให้เป็นทั้ง “เป้าหมาย” ของการทำงาน (คือการ มีกิจกรรมการพัฒนาวิทยากร) และเป็นทั้ง “ตัวชี้วัดความสำเร็จตัวหนึ่ง” ของการทำงาน

ตัวอย่างเช่น ในงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ร้านอาหาร ท้องถิ่นเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร จังหวัดเลย” (แสง ดาปะ และคณะ, 2557) ที่ได้กล่าวมาแล้ว ผลลัพธ์จากการทำงานวิจัยนั้น นอกจากจะได้ “บรรดา องค์ประกอบต่าง ๆ” เช่น สถานที่ฐานเรียนรู้ สูตรเมนูอาหารท้องถิ่น ชุดความรู้

9 ชุด ที่เป็นพื้นฐานเรื่องอาหารท้องถิ่น ผลลัพธ์ที่สำคัญอีกประเภทหนึ่งก็คือ ได้ “คน” เช่น บรรดาผู้รู้ที่สามารถทำอาหารท้องถิ่นได้จำนวน 9 คน ซึ่งในช่วงก่อนทำวิจัย ผู้รู้เหล่านี้อาจจะเป็น “เซฟ” ที่ทำเมนูอาหารท้องถิ่นได้ แต่หลังจากผ่านงานวิจัยไปแล้ว บรรดาเซฟเหล่านี้ต้องสามารถเป็น “วิทยากร” ที่จะอธิบายเรื่องอาหารท้องถิ่นได้ด้วย กล่าวคือ ยกระดับจากที่ “เคยแค่ทำได้” มาเป็น “อธิบายเป็นด้วย”

ในขณะที่งานวิจัยเรื่องอาหารท้องถิ่นที่ได้กล่าวมานี้ ขีดความสามารถของวิทยากรอาจจะมิสเกลอยู่ในระดับชุมชนเท่านั้น แต่ในงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการองค์กรทางการเงินชุมชนเพื่อสวัสดิการชุมชน บ้านร่งระ ตำบลตุม อำเภอบางคนที จังหวัดศรีสะเกษ” (จำรูญ นาคนวล และคณะ, 2554) จะมีสเกลที่กว้างขวางกว่าระดับชุมชน ในชุมชนพื้นที่ศึกษานี้ คับคั่งไปด้วยกลุ่มองค์กรทางการเงินชุมชนจำนวนถึง 10 กลุ่ม และมีความหลากหลายในแง่ที่มา เนื่องจากบางกลุ่มก็เกิดมาจากการจัดตั้งของหน่วยงานภายนอกตามนโยบายรัฐ บางกลุ่มก็เกิดมาจากความต้องการของชุมชนเอง และเนื่องจากความหลากหลายของกลุ่ม จึงเป็นธรรมดาที่จะมีบางกลุ่มดำเนินงานได้อย่างดี บางกลุ่มได้พอประมาณ บางกลุ่มก็ติดขัด ดังนั้นโครงการวิจัยนี้ จึงได้จัดให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างทั้ง 10 กลุ่ม ทั้งเพื่อหนุนช่วยกลุ่มที่มีปัญหา และทั้งเพื่อพัฒนากลุ่มที่เข้มแข็งอยู่แล้วให้จัดสวัสดิการให้ครอบคลุมตลอดช่วงวิถีชีวิตของคน ประเด็นที่น่าสนใจ คือ เรื่องการจัดสวัสดิการชุมชนนั้น เป็นเรื่องของการเอื้อเพื่อเกื้อกูลกัน ทางโครงการจึงได้นำเอาทุนทางวัฒนธรรม คือการช่วยเหลือกันในระบบเครือญาติมาเป็นต้นทุนต่อยอดมาสู่รูปแบบใหม่ คือสวัสดิการชุมชน

หลังจากทำวิจัยได้ผลสำเร็จอย่างดี ทีมนักวิจัยชุมชน จำนวน 23 คน ได้พัฒนาตนเองสู่การเป็นวิทยากรชุมชนของศูนย์เรียนรู้ชุมชนต้นแบบที่สนับสนุนโดย ธ.ก.ส. และได้เข้าไปช่วยงานของโครงการอบรมฟื้นฟูและพัฒนาอาชีพเกษตรกรรายย่อยที่เป็นหนี้ในระบบในอำเภอบางคนที ของ ธ.ก.ส.

ที่มหาวิทยาลัยชุมชนได้อบรมกลุ่มเป้าหมายถึง 11 รุ่น จำนวน 1,425 คน ในหลักสูตร 3 วัน 2 คืน ซึ่งนับว่าเป็นสเกลของการเป็นวิทยากรระดับอำเภอเลยทีเดียว

(3.8) **สื่อการเรียนรู้** หมายถึงรูปแบบต่าง ๆ ที่ช่วยให้การเรียนรู้มีประสิทธิผลมากกว่าการได้ฟังคำบรรยายเพียงอย่างเดียว เช่น อุปกรณ์สาธิต สื่อของจริง ป้ายข้อมูล โมเดลจำลอง (เช่น โมเดลป่าชุมชนจำลอง) วิดิทัศน์ เทคโนโลยีเสมือนจริง สื่ออินเทอร์เน็ต อีแมเนชัน เกมมัลติมีเดีย เป็นต้น

มีงานวิจัยบางชิ้นที่ศึกษาเรื่องการพัฒนาปรับปรุงสื่อการเรียนรู้ของศูนย์เรียนรู้ เช่น งานวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์จากงานวิจัยโดยการพัฒนากระบวนการสื่อสารของศูนย์เรียนรู้เกษตรชีวภาพ ตำบลตะพง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง” (สุชาติ พงศ์กิตติวิบูลย์ และปาจารย์ ปุรินทรวรกุล, 2560) ที่มีการได้ศึกษาระบบการสื่อสารของศูนย์เรียนรู้เกษตรชีวภาพที่ตำบลตะพง ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากงานวิจัย CBR เรื่องการทำเกษตรอินทรีย์ในสวนผลไม้แบบชีวภาพ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากศูนย์เรียนรู้ที่ตั้งขึ้นจากฐานความรู้ของคนในชุมชน สื่อที่นำมาใช้เพื่อสร้างการเรียนรู้จึงมีเพียง 2-3 อย่าง สื่ออย่างแรกคือ **สื่อบุคคล** (เป็นผู้นำศูนย์ฯ ที่เป็นผู้บรรยาย อธิบาย ตอบข้อซักถาม) สื่อประเภทที่ 2 คือ **สื่อกิจกรรม** เช่น การพาไปดูฐานความรู้ต่าง ๆ สื่อประเภทที่ 3 คือ **ป้ายข้อความ** ที่ไม่ทันสมัยและมีติดอยู่เฉพาะส่วนต้อนรับ ในงานวิจัยครั้งใหม่นี้จึงได้ทำการปรับปรุงระบบการสื่อสารทั้งระบบแบบยกเครื่องใหม่เลย เช่น แก้ไขข้อจำกัดของสื่อบุคคล (หากเจ้าตัวไม่อยู่ก็จะไม่มีคนอธิบายให้แขกที่มายเยี่ยมชม) ทีมวิจัยได้จัดทำป้ายไวเนลที่ช่วยแปลเนื้อหาสาระจากสื่อบุคคลในสู่อสื่อที่เป็นตัวอักษรเพื่อให้ใช้ทดแทนกันได้ เป็นต้น

(3.9) **งบประมาณ** ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่วิธีการต่าง ๆ ที่จะจัดหา งบประมาณมาดำเนินการ ไปจนกระทั่งถึงวิธีการใช้และจัดสรรงบประมาณ เนื่องจากงบประมาณเป็นเสมือนน้ำมันหล่อลื่นให้เครื่องจักรขับเคลื่อนต่อไปได้

ในส่วนขององค์ประกอบย่อยทั้ง 9 ของศูนย์เรียนรู้นี้ มักจะได้ ความรู้มาดำเนินการจากกระบวนการวิจัย นอกจากนั้นก็ยังมีชุดความรู้ที่ น่าสนใจเพิ่มเติมว่า การที่ศูนย์เรียนรู้ที่ใดจะมีรูปลักษณะหน้าตาแบบไหนนั้น จะถูกกำหนดมาจาก 2 ปัจจัยหลัก คือ **ทุนของชุมชน**นั้น ๆ และ**ความต้องการ ในการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้** ดังนั้นจึงไม่มีศูนย์เรียนรู้แบบสำเร็จรูปหรือศูนย์ระบบ knock-down ที่ถอดเอาไปประกอบได้เลย ดังเช่น งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนา ศูนย์เรียนรู้เพื่อรองรับสังคมสูงวัย อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี” (จิราพร ทิพย์พิลา, 2564) ซึ่งศึกษาการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้ใน 5 พื้นที่ โดยยึด หลักการ 2 ปัจจัยหลักที่กล่าวมา และพบว่าในแต่ละพื้นที่ต่างก็สร้างศูนย์เรียนรู้ ตามแบบของตนเอง บางแห่งเน้นการพัฒนาอาชีพ บางแห่งสนใจชุดความรู้ เรื่องการออม บางแห่งสนใจประเด็นสุขภาพ บางแห่งก็สนใจเรื่องการปรับสภาพ ที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

รูปแบบที่ 7: การจัดทำคู่มือเพื่อการขยายผล

(1) **สถานะของ “สื่อคู่มือ”** ในงานวิจัย CBR โดยทั่วไป หลังจากทีมีวิจัย CBR ได้ดำเนินการวิจัยจนได้ค้นพบทางแก้ปัญหาทางออกใหม่ ๆ กระบวนการทำงานแบบใหม่ ๆ หรือเคล็ดลับวิชาต่าง ๆ แล้ว เนื่องจากความตระหนักว่างานวิจัยนั้นเป็นเรื่องชั่วคราว เมื่อจะจบสิ้นจากไปก็ควรจะมีสิ่งบางอย่างเอาไว้เป็นมรดกให้แก่คนรุ่นหลัง มรดกความรู้ประเภทแรกก็คือ ชุดความรู้ที่ฝังลึกอยู่ในตัวคน เช่น ทีมนักวิจัยชุมชน และมรดกอีกประเภทหนึ่งที่ทีมวิจัยจะทิ้งไว้ให้ก็คือ การทำคู่มือชุดความรู้ต่าง ๆ (ซึ่งน่าจะมีโอกาสได้ใช้งาน เพราะมักจะมีคนมาอ่านมากกว่าตัวรายงานการวิจัย)

ดังนั้น โดยธรรมชาติพื้นฐานของสื่อที่เป็น “คู่มือ” ซึ่งอาจจะอยู่ในหลาย ๆ รูปแบบ ตั้งแต่เอกสารแผ่นพับ หนังสือเล่มเล็ก สมุดภาพ คลิปวิดีโอ PowerPoint คลิปเสียง E-book ฯลฯ ก็มีเป้าหมายเพื่อการขยายผลอยู่แล้วในตัว ตัวอย่างงานวิจัยที่เป็นแบบฉบับของการทำสื่อคู่มือเพื่อใช้ขยายผลก็เช่นงานวิจัยเรื่อง “การจัดการความรู้และขยายผลงานวิจัยท้องถิ่น พื้นที่เทศบาลตำบลตลาดแค เพื่อลดความเหลื่อมล้ำด้านเศรษฐกิจ จังหวัดนครราชสีมา” (ภาสกร บัวศรี และคณะ, 2564) เป้าหมายหลักของงานวิจัยคือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนนานาประเภท ตั้งแต่แหนมเห็ด พริกแกง หน่อไม้ดอง ก๋วยเตี๋ยวข้าวหลาม ฯลฯ ให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนั้นหลังจากค้นคว้าทดลองจนได้คำตอบแล้ว ทางโครงการก็ได้จัดการความรู้เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยการใช้เครื่องมือถอดบทเรียนกับกลุ่มที่ลงมือปฏิบัติการจริงแล้วจัดทำเป็นเอกสารชุดความรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ออกมา 4 เล่ม โดยจัดทำเป็น E-book ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายจากสื่อออนไลน์ในปัจจุบัน

สำหรับสถานะของ “สื่อคู่มือ” ในตัวอย่างงานวิจัยที่ยกมาเป็นแบบฉบับนี้ การทำสื่อคู่มือเพื่อขยายผลจะมีสถานะคล้ายเป็น “ผลผลิต/ผลลัพธ์” ประเภทหนึ่ง แต่ทว่าม้งงานวิจัยบางชิ้น (เช่น งานของสิรินทร พิบูลภาณุวัฒน์ และคณะ, 2558 ที่จะยกตัวอย่างต่อไป) สื่อคู่มือจะยกระดับขึ้นมาเป็นโจทย์ของการวิจัยเลย (จากเดิมที่สื่อคู่มือคล้ายเล่นเป็นผู้ช่วยนางเอก ก็จะยกระดับขึ้นมาเป็นนางเอกของเรื่องเลย) ในงานวิจัยดังกล่าวจึงมีรายละเอียดของขั้นตอนต่าง ๆ ในการทำสื่อคู่มือแบบว่า “ให้เห็นเบื้องหลังการถ่ายทำ” ด้วย

(2) ว่าแต่ว่า “คู่มือ” คืออะไร ก่อนที่จะพาไปพบกับงานวิจัยที่มี “สื่อคู่มือ” เล่นเป็นนางเอกนั้น ผู้เขียนขอทำความเข้าใจเร็ว ๆ กับผู้อ่านเพื่อให้เข้าใจตรงกันก่อนว่า ที่เรียกว่า “คู่มือ” (manual) นั้น เราหมายความว่าอะไร “คู่มือ” จัดเป็นสื่อเฉพาะกิจประเภทหนึ่ง (specific media) ดังนั้นจึงมี “ความเฉพาะ” ในหลายด้าน เช่น

- มีเป้าหมายเฉพาะว่า ไม่ใช่อ่าน/ฟัง/ดูเนื้อหาเพียงเพื่อจะรู้และเข้าใจเท่านั้น หากแต่มุ่งหวังต่อไปถึงขั้นให้ผู้รับสารนำไปลงมือทำตาม
- มีเนื้อหาเฉพาะว่า ไม่ใช่เรื่องกว้าง ๆ แบบทั่วไป แต่มีเนื้อหาเฉพาะเรื่องเท่านั้น เช่น ตัวอย่างคู่มือพัฒนาผลิตภัณฑ์ในงานวิจัยเรื่องตลาดแคที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว (ภาสกร บัวศรี และคณะ, 2564) ในคู่มือแต่ละเล่มก็จะมีเนื้อหาเฉพาะที่ว่าด้วยเมนูปลาร้า ผลิตภัณฑ์เสื่อจากต้นไทร ผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม ผลิตภัณฑ์จากข้าว เป็นต้น
- มีวิธีการนำเสนอแบบเฉพาะ เนื่องจากมีเป้าหมายให้คนรับสารนำเอาความรู้จากคู่มือไปลงมือปฏิบัติจริงต่อไป ดังนั้นรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา (mode of presentation) จึงต้องมีลักษณะเป็นแบบหนังสือ how to ที่ต้องบอกขั้นตอนแต่ละขั้นตอนอย่างละเอียด ต้องเน้นว่า “จะต้องทำอะไรในแต่ละขั้น” (เช่น ต้องรอเวลาสักกี่นาที ต้องใส่อะไรก่อน-หลัง) หรืออาจจะต้องเพิ่มเติมว่า “ทำอะไรจึงจะถูกต้อง/ทำอะไรจะผิด” เป็นต้น

จากคุณลักษณะของสื่อคู่มือดังกล่าว ทำให้เกิดทั้งจุดเด่นและข้อจำกัดของสื่อคู่มือเองในแง่มุมของการขยายผล เช่น

• **จุดเด่นของคู่มือ**

(i) เป็นหลักประกันความยั่งยืนของความรู้ใหม่ ๆ ที่ได้ค้นพบ เพราะเมื่อทีมวิจัยที่เป็นนักวิชาการจากภายนอกออกจากชุมชนไปแล้ว นักวิจัยและชาวบ้านคนอื่นในชุมชนสามารถจะใช้ความรู้ที่อยู่ในคู่มือทำงานเดินต่อไปเองได้

(ii) เป็นคู่มือกำกับทิศทางการใช้ความรู้ให้อยู่กับร่องกับรอย แน่นนอนว่าเมื่อเราเรียนรู้อะไรใหม่ ๆ มา ย่อมมีบางครั้งที่หลงลืมหรือไขว้เขว การมีคู่มือจะช่วยให้เราสามารถตรวจสอบและทบทวนได้

(iii) คู่มือเป็นสื่อที่สามารถเอาไปผลิตซ้ำได้ง่าย เช่น การถ่ายสำเนา ดังนั้นจึงสามารถขยายตัวได้อย่างไม่มีข้อจำกัด (เมื่อเทียบกับตัวบุคคล)

• **ข้ออ่อนของคู่มือ**

(i) โดยทั่วไปคนมักจะรับรู้ว่าคุณ่มือเป็นเอกสารที่ไม่น่าสนใจ (เป็นแค่แผ่นพับ) ไม่น่าอ่าน (มีแต่ตัวหนังสือ) เมื่อเริ่มต้นไม่ผ่านตั้งแต่ด่านแรกคือการเปิดอ่านแล้ว ด่านต่อไปก็ไม่ต้องพูดถึง ในงานวิจัยของสิรินทร และคณะ (2558) ที่จะกล่าวถึงต่อไป จึงต้องแก๊สนึกแรกในเรื่องรูปแบบของคู่มือ โดยโปรยสโลแกนนำทางว่า “ต้องนำหยิบ นำจับ นำอ่าน และใช้การได้”

(ii) **กลุ่มผู้ผลิต** (ฝ่ายผู้ส่ง) เป็นคนกลุ่มเล็ก ๆ ที่มักจะ “มีความเข้าใจและรู้วิธีการดีอยู่แล้ว” (จึงมีโอกาสนสูงที่จะมองว่า “เป็นเรื่องที่ทำได้ง่าย ๆ” และมองข้าม “ปัญหา/ความยากที่อาจจะเกิดขึ้น”) ในขณะที่**ผู้อ่านคู่มือ** (ผู้รับสาร) เป็นคนกลุ่มใหญ่ มีความหลากหลาย ไม่มี (หรือมีน้อย) ในเรื่องความเข้าใจเรื่องขั้นตอน/วิธีการปฏิบัติ จึงเกิดช่องว่างระหว่างฝ่ายผู้ผลิตกับฝ่ายผู้อ่าน/ผู้ใช้ ยิ่งถ้าช่องว่างห่างกันมาก โอกาสที่ผู้อ่าน/ผู้ใช้จะไม่เข้าใจคู่มือก็มีมากขึ้น เหมือน “ครูที่เก่งวิชาเลข” ไปสอน “นักเรียนที่อ่อนเลข” ครูก็มักจะ “ไม่เข้าใจว่า “เรื่องง่าย ๆ แค่นี้ ทำไมจึงไม่เข้าใจ”

(iii) เนื่องจากเป้าหมายของคู่มือนั้นมี 2 จังหวะ จังหวะแรกคือ อ่านให้รู้เรื่องและเข้าใจก่อน จังหวะที่ 2 เมื่อเข้าใจแล้วจึงจะเอาไปทำตามได้ แต่ทว่าปัญหาที่มักจะเกิดขึ้นในจังหวะที่ 2 ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์จากทีมวิจัยชุมชนเรื่อง “กระบวนการและรูปแบบการขยายผลการทำเกษตรอินทรีย์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นในตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่” (บาลเย็น สุรินทร์ และคณะ, 2552) ทีมวิจัยชุมชนเป็นกลุ่มที่เคยได้เข้ารับการอบรมเรื่องเกษตรอินทรีย์จากหลาย ๆ หน่วยงานมาแล้ว และเมื่อไปอบรมมาก็มีการแจกเอกสารคู่มือให้อ่าน แต่ทีมวิจัยชุมชนก็ยอมรับว่าไม่มีความสามารถที่จะศึกษาเอกสารต่าง ๆ ได้ด้วยตัวเอง ซึ่งเป็นความแตกต่างจากงานวิจัย CBR ที่กำลังทำอยู่ เพราะมี “หัวหน้าโครงการ” ที่มีประสบการณ์ทำจริง มีความเข้าใจถ่องแท้ และสามารถอธิบายชี้แจงได้อย่างแจ่มแจ้ง ทำให้ทีมวิจัยสามารถไปลงมือทำเองได้ มีที่ปรึกษาและแลกเปลี่ยนได้ตลอดเวลา ทั้งเรื่องปัญหาและความรู้ใหม่ที่ได้อ่าน คำสัมภาษณ์นี้ก็แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องมีการบูรณาการสื่อทั้งสื่อคู่มือและสื่อบุคคลเข้าด้วยกัน และสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นก็สะท้อนให้เห็นจุดอ่อนจากทั้ง 2 ด้าน คือ ทั้งฝ่ายผลิตคู่มือ (ที่ยังมีไม่ถึง) และฝ่ายผู้อ่าน/ผู้ใช้คู่มือ (ที่ยังตามไม่ถึงที่จะอ่านให้แตกฉานได้)

(iv) ตัวอย่างงานวิจัยที่มี “ประเด็นการสร้างและใช้คู่มือ” เป็นโจทย์วิจัย ได้แก่ งานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์ในงานวิจัย: กรณีการจัดทำแผนน้ำแบบมีส่วนร่วมในท้องถิ่น จังหวัดสมุทรสงคราม” (สิรินทร พิบูลภาณุวัฒน์ และคณะ, 2558) ภูมิหลังของทีมวิจัยนั้นเป็นคณาจารย์ในสาขาวิชาการสื่อสาร จึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “การใช้การสื่อสารเพื่อช่วยในงานขยายผลการวิจัย CBR” และสื่อที่เลือกศึกษาในครั้งนี้ก็คือ **คู่มือ**

ทีมวิจัยใช้งานวิจัย CBR ต้นทางเป็นเรื่อง “การบริหารจัดการน้ำแบบมีส่วนร่วมในระดับตำบล” ที่ดำเนินการโดยศูนย์ประสานงานวิจัย CBR จังหวัดสมุทรสงคราม ร่วมกับทีมวิจัยชุมชน เป็นชุดงานวิจัยที่ทำอย่างต่อเนื่องในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2552–2558 จำนวน 3 โครงการ ภายในเวลา 6 ปี แบ่งเป็น 3 ระยะ

- ระยะแรก ศึกษาประเด็นการบริหารจัดการน้ำ โดยมีชุมชนนำร่อง 6 ตำบล

- ระยะที่ 2 มีชุมชนขยายผล 4 ตำบล

- ระยะที่ 3 มีชุมชนขยายผล 10 ตำบล

รวม 3 ระยะ ครอบคลุมพื้นที่ 20 ตำบล จากจำนวนทั้งหมด 36 ตำบลในทั้งจังหวัด ดังนั้นทีมวิจัยจึงมีบทเรียนเรื่องแนวคิดและวิธีการขยายผลด้วยรูปแบบต่าง ๆ มาจากงานวิจัยทั้ง 3 ระยะ และทีมวิจัยตั้งสมมติฐานว่า หากมีการนำรูปแบบการสร้างและใช้คู่มือการบริหารจัดการน้ำในระดับตำบลแบบมีส่วนร่วมมาช่วยเสริม จะช่วยเร่งกระบวนการขยายผลให้ได้เร็วขึ้น โดยพยายามใช้ชุดความรู้ด้านการสื่อสารที่เกี่ยวกับการสร้าง การผลิต และ การใช้คู่มือให้มีประสิทธิภาพให้มากที่สุด รักษาข้อเด่นและลดทอนจุดอ่อนของคู่มือที่เคยมีมา และนำเอาคาถาหัวใจของ CBR เข้าไปเป็นส่วนผสม คือ การสร้างคู่มืออย่างมีส่วนร่วม

ทีมวิจัยแบ่งขั้นตอนการดำเนินงานออกเป็น 3 ช่วงใหญ่ ๆ

ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1
ถอดความรู้จาก
ต้นแบบงานวิจัย



เก็บข้อมูลจาก
ทีมวิจัยต้นฉบับ

- (1.1) อ่านต้นฉบับรายงานวิจัย 3,000 หน้า + เอกสารรายงานประกอบ
- (1.2) วิเคราะห์และประมวลกิจกรรมที่ใช้ มี 145 กิจกรรม
- (1.3) จัดกลุ่มกิจกรรมออกเป็น 7 ประเภท
- (1.4) วิเคราะห์กิจกรรมด้วยสูตร S-M-C-R

ขั้นตอนที่ 2

ผลิตคู่มือ

- (2.1) จัดทำร่างเนื้อหาโดยอยู่บนข้อมูล 7 ประเภท กิจกรรม ที่วิเคราะห์ตามหลัก S-M-C-R
- (2.2) เอร่างต้นฉบับคู่มือไปทดสอบกับกลุ่มผู้ใช้ (ถึงความเหมาะสมของเนื้อหาและรูปแบบ) นำเอาข้อเสนอแนะมาปรับปรุง
- (2.3) ออกแบบรูปเล่มคู่มือตามหลัก “นำหยิบ นำจับ นำอ่าน และใช้ได้”
- (2.4) ผลิตและเผยแพร่จำนวน 1,500 เล่ม จัดส่งไปตามเทศบาลเมือง เทศบาลตำบล และ อบต. ที่ครอบคลุม 36 ตำบล

ขั้นตอนที่ 3
ทดลองขยายผลเอง
ใน 3 ตำบล
ขยายผลด้วย
4 กระบวนการ

- (3.1) ทำความรู้จักกันและกัน: ชุมชน-โครงการ
- (3.2) สร้างความเข้าใจกระบวนการทำแผนน้ำระดับตำบลอย่างมีส่วนร่วม (คู่มือ)
- (3.3) ชุมชนนำความรู้มาจัดทำแผนจัดการน้ำของตัวเอง
- (3.4) ชุมชนสร้างสรรค์ด้วยการผลิตและเผยแพร่สื่อในชุมชนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผนการจัดการน้ำ

บทเรียนเกี่ยวกับการสื่อสารของทีมวิจัย โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ “สื่อคู่มือ” ที่ทีมวิจัยได้ชักธงสโลแกนเอาไว้ มีดังนี้

(i) เมื่อพูดถึงคำว่า “คู่มือ” ในความคิดของผู้คนมักจะนึกถึงเอกสารที่เต็มไปด้วยเนื้อหาบรรยายรายละเอียด ส่วนประกอบ ขั้นตอนต่าง ๆ มีตัวหนังสืออัดแน่น เล่มหนา หรือนึกถึงการพิมพ์ตัวหนังสือที่เล็กมากจนต้องใช้แว่นขยาย อุปสรรคเหล่านี้เป็นเหตุให้คู่มือต่าง ๆ ไม่ถูกหยิบมาใช้ สำหรับคู่มือการทำแผนจัดการน้ำแบบมีส่วนร่วมระดับตำบลนี้ ให้ความสำคัญกับการนำไปใช้ประโยชน์เป็นหลัก โดยวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายผู้ใช้คู่มือแล้วได้ข้อสรุปว่าคู่มือการทำแผนจัดการน้ำแบบมีส่วนร่วมระดับตำบลต้องมีคุณสมบัติที่น่าหยิบ น่าจับ และน่าอ่าน

(ii) **น่าหยิบ** เป็นคุณสมบัติแรกที่ต้องทำให้เกิดขึ้นกับคู่มือการทำแผนจัดการน้ำแบบมีส่วนร่วมในระดับตำบล การดึงดูดความสนใจให้กลุ่มเป้าหมายหยิบคู่มือขึ้นมาดูคือความแปลกใหม่ สะดุดตา ไม่เชย ไม่เหมือนคู่มือที่คนจะนึกถึงโดยทั่วไป โดยแนวคิดดังกล่าวทีมวิจัยจึงกำหนดให้คู่มือนี้สื่อความหมายด้วยข้อความที่สั้นกระชับ และมีภาพประกอบช่วยให้เข้าใจง่าย ในลักษณะของการ์ตูนอินโฟกราฟิก ซึ่งปรากฏให้เห็นได้ชัดตั้งแต่หน้าปก

(iii) **ขนาดของคู่มือ** เป็นคุณสมบัติอีกอย่างที่ทำให้คู่มือนี้ “น่าหยิบ” คือ ขนาด A4 (21 x 29.78 เซนติเมตร) เป็นขนาดที่ผิดไปจากความคาดหวังของการเป็น “คู่มือ” ทั้งนี้ทีมวิจัยได้ข้อสรุปจากกลุ่มเป้าหมายว่า “เล่มเล็กตัวหนังสือเยอะ จะไม่หยิบมาอ่าน” ดังนั้นขนาดของคู่มือจึงเป็นไปตามความต้องการของกลุ่มผู้ใช้ประโยชน์อย่างแท้จริง



(iv) **น่าจับ** เมื่อหน้าปกและขนาดของคู่มือสามารถดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมายให้หยิบคู่มือขึ้นมาแล้ว เราจะต้องทำให้เขาไม่โยกวาง นั่นคือการสร้างคุณสมบัติ “น่าจับ” ให้กับคู่มือ การพิมพ์คู่มือด้วยกระดาษที่มีคุณภาพดี มีรูปภาพและตัวหนังสือชัดเจน สีเส้นสวยงามสบายตา ที่สำคัญคือมีเพียง 16 หน้า ไม่ทำให้รู้สึกเป็นภาระเหมือนคู่มืออื่น ๆ จะทำให้ผู้ที่หยิบคู่มือขึ้นมาแล้วอยากเปิดดูด้านในต่อไป

(v) **น่าอ่าน** คู่มือนี้มีคุณสมบัติของความ “น่าอ่าน” จากการเลือกใช้และจัดวางรูปภาพประกอบ การออกแบบเนื้อหาที่สั้นกระชับ การใช้เทคนิคตั้งคำถามและให้คำตอบ และขนาดตัวหนังสือที่ช่วยให้อ่านง่าย เลือกโทนสีฟ้าให้เข้ากับเรื่องน้ำ ทำให้ดูสบายตา การใช้ภาษาสื่อสารกับผู้อ่านอย่างเป็นกันเอง ไม่เป็นวิชาการที่เข้าใจยาก

การเลือกสีและภาพประกอบ

สี น้ำเงิน ฟ้า เขียว ขาว เป็นโทนสีเย็น เป็นตัวแทนของน้ำ ซึ่งเป็นเนื้อหาสำคัญของคู่มือ



ลายเส้น ใช้ลายเส้นลักษณะลูกคลื่น และสัญลักษณ์หยดน้ำ โดยใช้ประกอบในการตัดแบ่งช่วงของเนื้อหา และประกอบในหน้าเพื่อความสอดคล้องกับความหมายของน้ำ



การรื้อฟื้น คน ต้นไม้ เรือ นาเกลือ กุ้ง หอย ปู ปลาทุ หิ้งห้อย
เป็นการแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศ



กราฟิก สื่อถึงการวางแผน การจัดการ ทั้งรูปแผนที่และแผนภูมิ





CBRR

Community-Based Research

เอกสาร
อ้างอิง ✨

สำหรับงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นที่นำมาอ้างอิงในเอกสารชิ้นนี้ งานวิจัยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541–2562 สามารถค้นหาได้จากฐานข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

ส่วนรายงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นตั้งแต่ปี พ.ศ.2563–2565 สามารถค้นหาได้จากฐานข้อมูลจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

ภาษาไทย

1. กาญจนา แก้วเทพ (2549)

**ใต้พากฟ้าแห่งการศึกษาสี่บุคคลและเครือข่ายการสื่อสาร:
ภาพรวมจากงานวิจัย, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)**

2. กาญจนา แก้วเทพ (2562)

“นวัตกรรมการเสริมพลังชุมชนด้วยเครื่องมือการวิเคราะห์-สังเคราะห์งานวิจัยเพื่อท้องถิ่น: กรณีศูนย์ประสานงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น จังหวัดสมุทรสงคราม” รายงานการวิจัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

3. กาญจนา แก้วเทพ (2564)

**ชี้นำเลียบค่าย: บทเรียนการทำงานกับภาคีของงานวิจัยเพื่อ
ท้องถิ่น, มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อท้องถิ่น และสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)**

4. กุลทิศา หุ่นรำภู (2546)

“การศึกษาสถานภาพองค์ความรู้ด้านการเผยแพร่นวัตกรรมใน
วิทยานิพนธ์สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ (2524–2545)” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5. บุษยากร ตีระพฤติกุลชัย (2553)

“กระบวนการสื่อสารเพื่อปรับแปลงความหมายในพิธีกรรมงานศพ
จังหวัดลำปาง” วิทยานิพนธ์ปริญญาเอก คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย

ภาษาอังกฤษ

1. Dwyer, J. & Maredia, K. (2021)
 “Overview & Importance of Agricultural Extension” in
Innovation in Agricultural Extension, Michigan State University.
2. Kotter, J. (2022)
 “Leading Change”, Haward Business Review Press.
3. Melkote, S. R. (1991)
**Communication for Development in the Third World:
 Theory & Practice**, Sage Publications.
4. Serrat, O. (2017)
**Knowledge Solutions, Tool, Methods, and Approaches
 to Drive Organizational Performance**, Springer.
5. Servaes, J. (edited) (2008)
Communication for Development and Social Change,
 Sage Publications.



สนับสนุนการสร้างความรู้โดย
สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
สถาบันคลังสมองของชาติ