แบบรายงานผลการดำเนินงาน

โครงการสร้างเด็กและเยาวชนต้นแบบ รู้ รัก สามัคคี และสำนึกความเป็นไทย

๑. ชื่อทีม: We R New Gen จังหวัด: กรุงเทพมหานคร โครงการ: SO(S)-PSY-TY

๒. สถานที่ดำเนินการ: ผ่านทาง Social media (Facebook group และ Instagram)

๓. ผู้รับผิดชอบโครงการ (สมาชิกในทีม)

(๑) นางสาวพิชญ์สินี สมิทธิเนตย์

(๒) นายนัทธี โรจน์เจริญสุข

(๓) นางสาวโชติกา สีชัยนาท

๔. วัตถุประสงค์โครงการ

โครงการของเราตั้งใจจะสร้างพื้นที่ให้กลุ่มนักเรียน/นักศึกษาที่มีปัญหาสุขภาพจิตจากการเรียนออนไลน์ในช่วง Covid-๑๙ ได้มาเจอกัน เพื่อเรียนรู้วิธีการจัดการกับความเครียด และปรับตัวเข้ากับการเรียนออนไลน์ได้ โดยจัดขึ้นในรูปแบบของคอมมูนิตี้ผ่าน Facebook group และประชาสัมพันธ์ผ่าน Instagram: sospsyty.th โดยมีวัตถุประสงค์หลัก ดังนี้

(๑) เพื่อเพิ่มพื้นที่ให้ผู้เข้าร่วมได้มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน แสดงออก และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลที่เกี่ยวกับสุขภาพจิต หรือเรื่องราวในชีวิตประจำวัน

(๒) เพื่อส่งเสริมสุขภาพจิตที่ดีและลดภาวะความเครียดให้กับผู้เข้าร่วม

(๓) เพื่อส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาสุขภาพจิต และแนวทางในการปฏิบัติตัวในการรับมือกับความเครียดหรือภาวะอารมณ์อื่นๆ ได้

(๔) เพื่อส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมมีแนวทางในการเรียนออนไลน์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

๕. เป้าหมาย หรือผลลัพธ์ของโครงการที่กำหนดไว้

(๑) สร้างคอมมูนิตี้ผ่าน Facebook Group โดยมีเป้าหมาย ดังนี้

- มีออนไลน์คอมมูนิตี้เพื่อเป็นพื้นที่ให้นักเรียน/นักศึกษาที่ได้รับผลกระทบจากการเรียนออนไลน์ มาแลกเปลี่ยนและเรียนรู้ โดยมีจำนวน Engagement[๑] เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐ ต่อสัปดาห์
- มีผู้เข้าร่วมคอมมูนิตี้เพิ่มขึ้น ๒๐ คน/เดือน

(๒) ผู้เข้าร่วมมีคะแนนจากการประเมินภาวะความเครียดลดลงภายใน ๔ เดือน เมื่อเทียบกับก่อนเข้าร่วมคอมมูนิตี้ โดยวัดผลด้วย DASS-๒๑[๒]

(๓) ผู้เข้าร่วมทราบถึงวิธีการจัดการกับความเครียดและภาวะทางอารมณ์ของตนเองโดยวัดจากแบบประเมินหลังกิจกรรม ซึ่งจะต้องมีคะแนนความเข้าใจและความสามารถในการนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันใน “ระดับมาก” ขึ้นไป (๔ คะแนนขึ้นไป จากคะแนนเต็ม ๕) เป็นจำนวนร้อยละ ๗๕ ขึ้นไปจากผู้เข้าร่วมทั้งหมด

(๔) ผู้เข้าร่วมทราบถึงทักษะที่ช่วยให้เรียนออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยวัดจากแบบประเมินหลังกิจกรรม ซึ่งจะต้องมีความรู้และความเข้าใจถึงเทคนิคในการเรียนออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพใน “ระดับมาก” ขึ้นไป (๔ คะแนนขึ้นไป จากคะแนนเต็ม ๕) เป็นจำนวนร้อยละ ๗๕ ขึ้นไปจากผู้เข้าร่วมทั้งหมด

๖. ระยะเวลาดำเนินการ

ตั้งแต่วันที่ ๓ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๔ ถึง วันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๕

๗. ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

ก่อนเริ่มกิจกรรมภายในโครงการ ทีมใช้เวลาหนึ่งเดือนแรกในการวางแผนและทำการประชาสัมพันธ์เพื่อรับสมัครผู้เข้าร่วมคอมมูนิตี้ โดยได้ออกแบบฟอร์มสำหรับการเก็บข้อมูลเบื้องต้นเพื่อวัดระดับความเครียดและใช้สรุปผลเมื่อจบโครงการ

ส่วนการดำเนินการเพื่อจัดกิจกรรมในภาพรวม ทีมได้ประชุมเพื่อเลือกหัวข้อ Workshop ในแต่ละสัปดาห์ ออกแบบเนื้อหา เตรียมกิจกรรม และทำการประชาสัมพันธ์กิจกรรมทั้งในคอมมูนิตี้และบน Instagram ล่วงหน้าอย่างน้อย ๑ สัปดาห์ โดยหลังจบกิจกรรมได้ให้ผู้เข้าร่วมทำแบบประเมินเพื่อพัฒนากิจกรรมในครั้งต่อไป

---

[๑] Engagement คือ จำนวนโพสต์, การแสดงความคิดเห็น (Comment), และการกดแสดงความรู้สึกที่เกิดขึ้นทั้งหมด (Like/ Reaction)

[๒] DASS-๒๑ - เป็นแบบสอบถามประเมินระดับอารมณ์ด้านลบของตนเอง ด้าน คือ ความซึมเศร้า ความวิตกกังวล และความเครียด มีข้อคำถามจำนวน ๒๑ ข้อ

ในกรณีจัดกิจกรรมร่วมกับองค์กร หลังจากเลือกหัวข้อที่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์ขณะนั้น จะทำการติดต่อองค์กรที่เกี่ยวข้องเพื่อเชิญวิทยากรมาเป็นผู้ให้ความรู้ในหัวข้อนั้นๆ โดยมีรายละเอียดกิจกรรมดังต่อไปนี้

ลำดับที่	ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน	ระยะเวลา
๑	ประชาสัมพันธ์และเปิดรับสมัครนักเรียน/นักศึกษาเข้าร่วมคอมมู-นิตี้ Facebook โดยช่องทางในการประชาสัมพันธ์มีดังนี้ - Instagram(โพสต์เนื้อหาด้านสุขภาพจิตและโฆษณา) - เครือข่ายนักเรียน นักศึกษา (ผ่านคนรู้จัก)	๓ พ.ย. - ๑ ธ.ค. ๒๕๖๔ (๑ เดือน)
๒	กิจกรรมจากทีม จัดกิจกรรมทั้งหมด ๑๓ ครั้ง โดยแบ่งออกเป็น Play, Workshop, Share และ Giveaway - ๓ ธ.ค. **Play** Hello Sospsytian กิจกรรมพูดปะพบคุย ทำความรู้จักเพื่อนใหม่ผ่านเกมแนะนำตัว และแลกเปลี่ยนประสบการณ์การเรียนออนไลน์ - ๑๑ ธ.ค. **Workshop** Your Plan x BUJO กิจกรรมแนะนำการจัดตารางเวลาและวางแพลนงานต่างๆ โดยใช้ Bullet Journal - ๒๕ ธ.ค. **Play** ส่งความสุข กิจกรรมแลก ส.ค.ส. กับคู่บัดดี้ เนื่องในโอกาสเฉลิมฉลองวันคริสต์มาสและวันปีใหม่ - ๘ ม.ค. **Play** ใครไม่สา มุสา กิจกรรมจับโกหกจากเรื่องเล่าของสมาชิกและร่วมค้นหายอดนักสืบ - ๑๕ ม.ค. **Share** ฟังเหอะอยากเล่า กิจกรรมสำหรับพูดคุยแลกเปลี่ยนเรื่องราวต่างๆ พื้นที่ปลอดภัยสำหรับการบ่นหรือการระบาย - ๒๒ ม.ค. **Workshop** Stress Management กิจกรรมแนะนำวิธีการจัดการกับความเครียดและภาวะทางอารมณ์ของตนเอง - ๒๙ ม.ค. **Workshop** My Fav Listener ผู้ฟังคนโปรด กิจกรรมพัฒนาทักษะการฟังด้วยใจและไม่ตัดสิน หรือ Deep Listening (ร่วมจัดโดย Understand) - ๕ ก.พ. **Event** ฟังเหอะน้อง พี่อยากเล่า กิจกรรมพบปะ พูดคุยและถาม-ตอบระหว่างน้องๆ มัธยมที่สนใจเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับคณะต่างๆ จากรุ่นพี่จากทั้งหมด ๘ คณะ	๑ ธ.ค. ๒๕๖๔ - ๑๓ มี.ค. ๒๕๖๕ (๓ เดือน)

ลำดับที่	ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน	ระยะเวลา
	- ๘ ก.พ. **Giveaway** กิจกรรมแจกของสมาชิก ต้อนรับสมาชิกใหม่ - ๑๓ ก.พ. **Workshop** ๕ Language of Love ๕ ภาษารักและการแสดงออกของความรักในรูปแบบต่างๆ ให้เข้ากับเทศกาลวันวาเลนไทน์ - ๑๘ ธ.ค. **Workshop** Train your happy brain ความสุขสร้างได้ พัฒนาความเข้าใจเกี่ยวกับความสุขของสมองในรูปแบบต่างๆ และแนะนำวิธีสร้างนิสัยแห่งความสุข (ร่วมจัดโดย Understand) - ๑๙ ก.พ. **Share** ฟังเหอะอยากเล่า - ๑๓ มี.ค. **Play** ประชาธิปไตย เกมสนุกๆ เพื่อแลกเปลี่ยนมุมมอง ความคิดเห็นของสมาชิก	
๓	สรุปผลและประเมินโครงการ - Google Form หลังจบแต่ละกิจกรรมสำหรับพัฒนากิจกรรมต่อๆไป และหลังจบโครงการสำหรับข้อมูลเชิงกว้างเกี่ยวกับคอมมูนิตี้ - Focus Group Interview (สัมภาษณ์) สำหรับข้อมูลเชิงลึก - Facebook Insight เพื่อวัดการเติบโตของคอมมูนิตี้	๑ ธ.ค. ๒๕๖๔- ๑๘ มี.ค. ๒๕๖๕ (๔ เดือน)

๘. งบประมาณดำเนินการ จำนวน ๓๐,๐๐๐.- บาท

งบประมาณที่ได้รับของโครงการ/กิจกรรม จำนวน ๓๐,๐๐๐.- บาท

ใช้ไปจำนวน ๑๓,๒๐๐.- บาท

คงเหลือ จำนวน ๑๖,๘๐๐.- บาท

โดยมีรายการค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ดังนี้

ลำดับที่	รายการค่าใช้จ่าย (ระบุพอสังเขป)	จำนวนเงิน (บาท)
๑	ประชาสัมพันธ์โครงการโดยการโฆษณาผ่านช่องทาง Instagram	๑,๒๐๐
๒	ส่งเอกสารและของรางวัลให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน ๑๒ ครั้ง (กิจกรรมใน Facebook และ Instagram)	๓,๐๐๐
๓	ค่าวิทยากร กิจกรรม “Train Your Happy Brain ความสุขสร้างได้” และ “My fav listener ผู้ฟังคนโปรด”	๕,๐๐๐
๔	ค่าวิทยากร กิจกรรม “ฟังเหอะน้อง พี่อยากเล่า”	๓,๐๐๐
๕	บริการรายเดือน Canva pro ๖ เดือน เพื่อจัดทำสื่อของโครงการ	๑,๐๐๐
	รวมเป็นเงินทั้งสิ้น	๑๓,๒๐๐

๙. บุคคล หน่วยงาน หรือเครือข่ายที่ให้ความร่วมมือและมีส่วนร่วมในการดำเนินการ

<u>(๑) กลุ่ม Understand: ห้องนั่งเล่นของหัวใจ</u>

Understand เป็นกลุ่มที่จัดตั้งขึ้นเพื่อออกแบบกระบวนการเรียนรู้ในด้านสุขภาพจิต ในระยะเวลาโครงการ ทีมได้จัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพจิตที่ดีให้กับผู้เข้าร่วม ร่วมกับกลุ่ม Understand ทั้งสิ้น ๒ ครั้ง ในวันที่ ๑๘ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ และ ๒๙ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๕ ในหัวข้อ Train You Happy Brain และ My Fav Listener ผู้ฟังคนโปรด (Deep Listening) โดยได้รับความร่วมมือในการออกแบบกิจกรรม และแบ่งปันข้อมูลด้านสุขภาพจิตให้แก่โครงการ

<u>(๒) โครงการเด็กอวด(ทำ)ดี: สำนักปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี</u>

ทีมได้ใช้พื้นที่ของโครงการ “เด็กอวด(ทำ)ดี” ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรม เพื่อให้ข้อมูลส่งถึงกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นเด็กนักเรียนในโรงเรียนต่างๆ ทั่วประเทศ และได้คำแนะนำให้การปรึกษาจากพี่ๆ ในโครงการเรื่องแนวทางการประชาสัมพันธ์ แนวทางการออกแบบกิจกรรมให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และการแก้ปัญหาต่างๆ นอกจากนี้โครงการยังได้เชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้าน Content Creation มาให้คำแนะนำในการดำเนินโครงการอีกด้วย

(๓) เครือข่ายนักศึกษามหาวิทยาลัย

ทีมได้เชิญพี่ๆ นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยและคณะต่างๆ ทั้งสิ้น ๑๔ คน มาร่วมเป็นวิทยากรให้คำปรึกษาด้านการศึกษาต่อในกิจกรรม “ฟังเหอะน้อง พี่อยากเล่า” ซึ่งเป็นกิจกรรมแนะนำแนวทางการศึกษาต่อสำหรับนักเรียนชั้นมัธยม

(๔) หมอป้อ หรือ พญ. ดุษฎี จึงศิรกุลวิทย์: ผู้อำนวยการสถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์

ทีมได้รับคำแนะนำด้านการจัดการโครงการด้านสุขภาพจิตอย่างเหมาะสม เพื่อสุขภาวะจิตที่ดีของทั้งทีมผู้จัดกิจกรรมและผู้เข้าร่วม รวมถึงความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการด้านสุขภาพจิตเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับกลุ่มเป้าหมายและสังคม

(๕) กรมสุขภาพจิต: สังกัดกระทรวงสาธารณะสุข

เมื่อวันที่ ๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๔ ทีมได้รับการเชิญให้ร่วมการเสวนาที่จัดขึ้นโดยกรมสุขภาพจิต ในหัวข้อ “ห้องนั่งเล่นของหัวใจ” โดยพูดคุยด้านสุขภาพจิตของวัยรุ่นในสังคมออนไลน์ กับโปรเจกต์ส่งเสริมพื้นที่ปลอดภัยโดยเยาวชน ในงานสัปดาห์สุขภาพจิตแห่งชาติ ๒๕๖๔

๑๐. ผลสำเร็จและประโยชน์ของกลุ่มเป้าหมายที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ

๑๐.๑ ผลสำเร็จของโครงการ

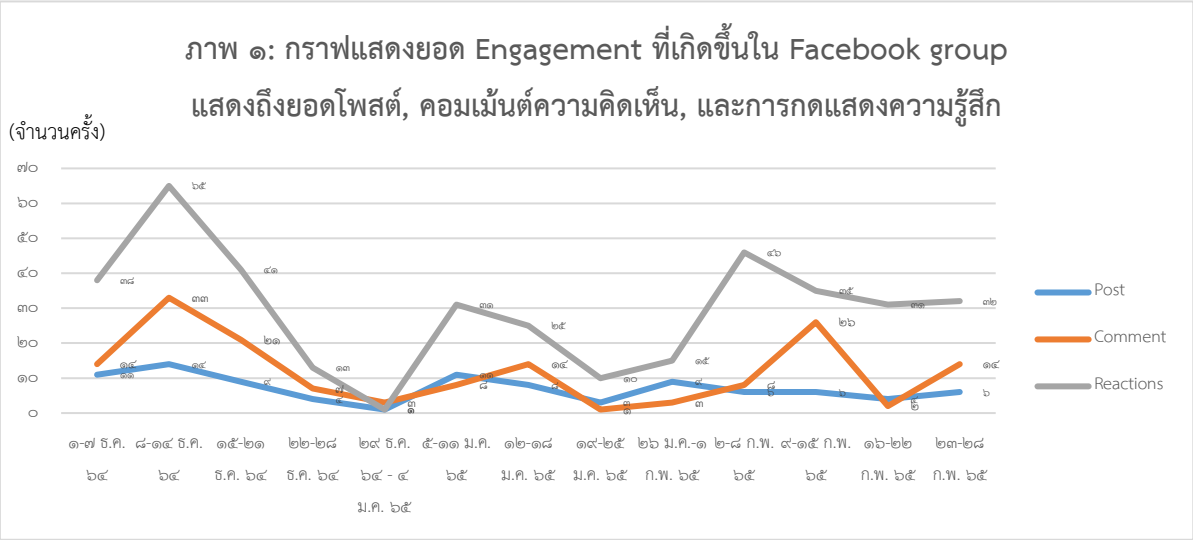
๑๐.๑.๑ ผลสำเร็จในการสร้างคอมมูนิตี้ Facebook Group แบ่งเป็น ๒ ด้านได้แก่

(๑) ผลสำเร็จทางด้านยอด Engagement ที่มีต่อคอมมูนิตี้ Facebook group (ภาพ ๑)

จากการเก็บข้อมูลตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการ พบว่าจำนวน Engagement ไม่ได้เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ (ร้อยละ ๑๐ ต่อสัปดาห์) และจากการวิเคราะห์เบื้องต้นพบว่า

- ยอด Engagement มีการแปรผันตรงกับจำนวนโพสต์ที่เกิดขึ้นภายในกลุ่ม ทั้งนี้โพสต์ที่มีลักษณะเชิญชวนให้สมาชิกภายในกลุ่มมีปฏิสัมพันธ์กัน (เช่น ชวนคุย, เล่นเกมกิจกรรม, กิจกรรมแลกของรางวัล/ของขวัญ) จะมีจำนวนยอดการแสดงความคิดเห็นที่สูงกว่าโพสต์รูปแบบอื่นๆ
- ยอด Engagement มีการแปรผันตรงกับจำนวนสมาชิกในกลุ่ม จากข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม ๒๕๖๕ - จนจบระยะเวลาโครงการ แสดงให้เห็นว่ายอดการแสดงความคิดเห็นและการกดแสดงความรู้สึกภายในกลุ่มมีการเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนสมาชิกที่เพิ่มขึ้น

ดังนั้นการที่ยอด Engagement ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ อาจมีสาเหตุมาจากจำนวนโพสต์ที่ลดลงในสัปดาห์นั้น รวมไปถึงจำนวนสมาชิกที่ไม่ได้มีการเพิ่มขึ้นตลอดทุกสัปดาห์อย่างต่อเนื่องด้วยเช่นกัน



หมายเหตุ: จำนวนโพสต์ที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มมากกว่าร้อยละ ๙๙ เป็นโพสต์ที่เกิดขึ้นโดยทีมงาน สำหรับประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางด้านสุขภาพจิตและกิจกรรม

(๒) <u>ผลสำเร็จด้านจำนวนผู้เข้าร่วมคอมมูนิตี้ Facebook group (ภาพ ๒)</u>

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการพบว่ายอดผู้เข้าร่วมคอมมูนิตี้มีการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยโดยเฉลี่ยถึง ๑๙ คน/เดือน โดยแบ่งจำนวนผู้เข้าร่วมเป็นรายเดือน ดังนี้

- พฤศจิกายน - ธันวาคม ยอดผู้เข้าร่วมทั้งหมดมีจำนวน ๑๗ คน
- ธันวาคม - มกราคม ยอดผู้เข้าร่วมเพิ่มขึ้นจำนวน ๓ คน
- มกราคม - กุมภาพันธ์ ยอดผู้เข้าร่วมเพิ่มขึ้นจำนวน ๓๒ คน
- กุมภาพันธ์ - สิ้นสุดโครงการในระยะแรก ยอดผู้เข้าร่วมเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน ๒๒ คน

จากการวิเคราะห์เบื้องต้นพบว่าตลอดช่วงเดือนมกราคม - สิ้นสุดโครงการมีผู้เข้าร่วมมากขึ้นจากการที่เราได้จัดกิจกรรม ๒ ครั้งที่ให้บุคคลภายนอกคอมมูนิตี้สามารถสมัครได้ ได้แก่ “My Fav Listener ผู้ฟังคนโปรด” (Deep listening workshop) และ “ฟังเหอะน้องพี่อยากเล่า” (กิจกรรมแนะแนวการศึกษาต่อ) โดยมียอดผู้สมัครเข้าร่วมกิจกรรมจำนวน ๓๒ และ ๘๓ คน ตามลำดับ ซึ่งพบว่าจำนวนผู้เข้าร่วมคอมมูนิตี้จะแปรผันตามความน่าสนใจในกิจกรรมและความถี่ในการประชาสัมพันธ์โดยหลังจบกิจกรรมดังกล่าวมีการประชาสัมพันธ์โครงการให้เข้าผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้เข้าถึงตัวโครงการอีกด้วย

๑๐.๑.๒ ผู้เข้าร่วมมีคะแนนจากการประเมินภาวะความเครียดลดลงภายใน ๔ เดือน เมื่อเทียบกับก่อนเข้าร่วมคอมมูนิตี้

เดิมที่ทีมของเรามีการวางแผนในการประเมินผลสำเร็จข้อนี้ โดยใช้คะแนน DASS-๒๑ และนำคะแนนในของผู้เข้าร่วมคอมมูนิตี้ในช่วงเริ่มต้นโครงการมาเปรียบเทียบกันกับคะแนนเมื่อสิ้นสุดโครงการ โดยใช้การวิเคราะห์ทางสถิติเข้ามาคำนวณ แต่ทีมงานพบข้อจำกัดในการเก็บและการวิเคราะห์ข้อมูล เนื่องจากผู้เข้าร่วมโครงการเข้าร่วมในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน และไม่สามารถเก็บข้อมูลครั้งที่ ๒ จากผู้เข้าร่วมบางคนได้ ทางทีมจึงประเมินว่าหากใช้ข้อมูลเหล่านี้ในการวิเคราะห์จะทำให้ผลลัพธ์ที่ได้มีความเที่ยงต่ำ และไม่สามารถใช้เป็นตัวแทนข้อมูลสำหรับการประเมินโครงการได้ จึงเลือกเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เพื่อใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นตัวชี้วัด อีกทั้งยังสามารถนำไปปรับปรุงต่อยอดโครงการต่อได้ภายในภาคหน้า

ตัวอย่างคำตอบจากการเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์

“ช่วยนะ เป็นคนที่อยู่กับเพื่อนตลอด คุยเรื่องเดิมๆผ่านจอ พอได้เจอคนคนอื่นๆได้คุยเรื่องใหม่ๆ ก็รู้สึกดี ช่วยหายเครียดได้”

“สถานการณ์ชีวิตโดยรวมดีขึ้นพอดี เลยเครียดน้อยลง แต่การที่มีคนรับฟังก็ทำให้สบายใจขึ้น ไม่เครียดน้อยลง แต่บรรเทาได้ มีเพื่อนคุย ไม่ต้องเก็บไว้คนเดียว”

“ฟังพูด ช่วยได้เยอะ รู้สึกดี เข้าใจตัวเองขึ้นเยอะ”

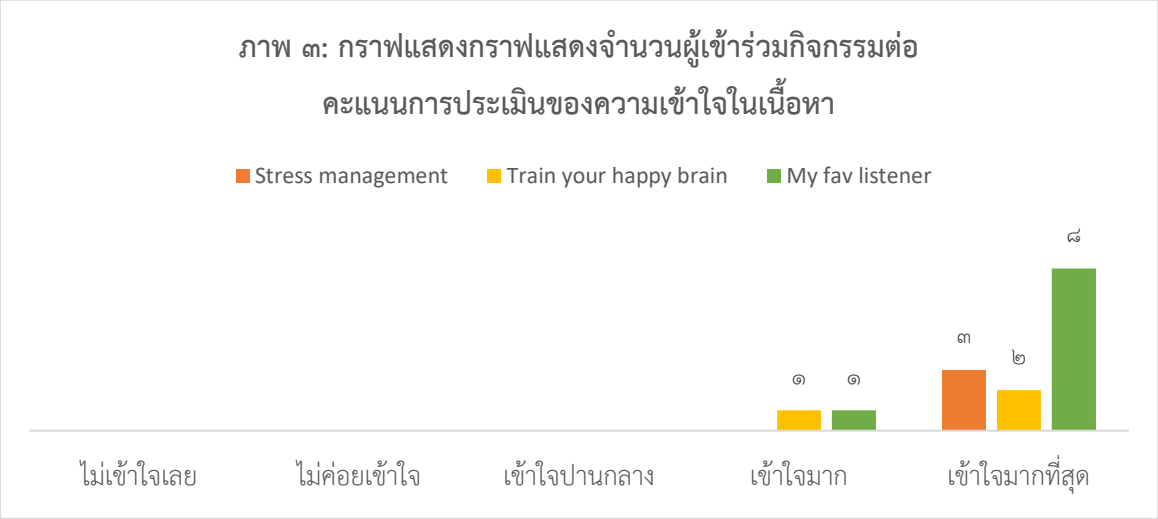
“ถ้ามีความกังวลมาก การเข้าร่วมกิจกรรมก็อาจจะไม่ได้ช่วยมาก แต่ช่วงขาลง ช่วยให้ห่างจากหนังสือ ไม่ต้องคิดเรื่องเครียดได้ระยะนึง โดยเฉพาะกิจกรรมแบบชิวๆ play&share”

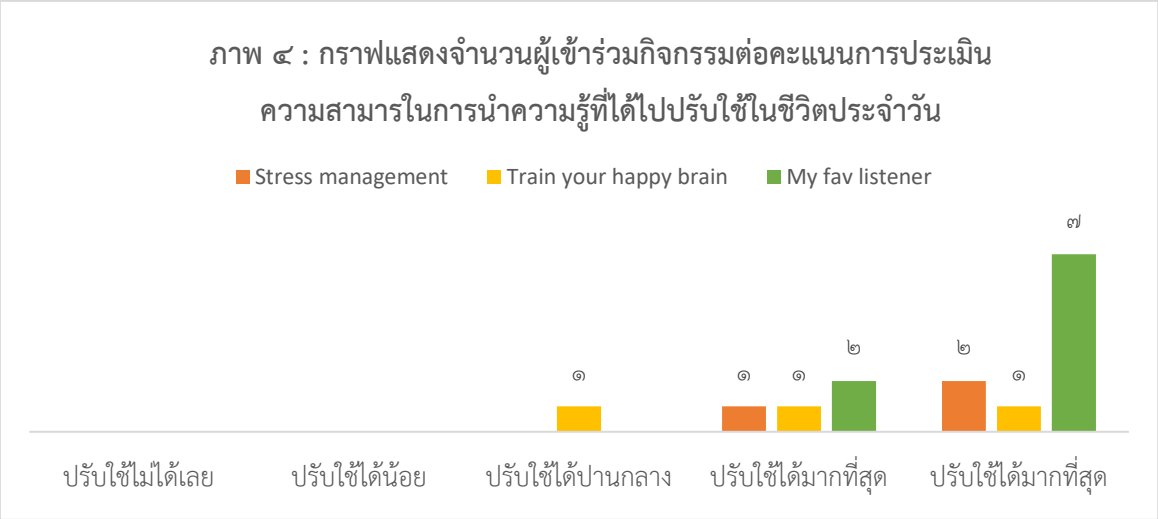
จากข้อมูลสามารถสรุปได้ว่า การดำเนินงานของโครงการไม่สามารถช่วยลดความเครียดของสมาชิกภายในกลุ่มอย่างเห็นได้ชัดโดยตรง เนื่องจากปัจจัยทางความเครียดของสมาชิกกลุ่มมีหลากหลาย

รูปแบบ ไม่จำกัดแค่เฉพาะบริบทการเรียนออนไลน์ที่บ้านเท่านั้น แต่ยังมีปัจจัยจากครอบครัว เพื่อน หรือ ความไม่แน่นอนในอนาคตของตนด้วย ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกินขอบเขตความสามารถในการแก้ไขของโครงการโดยทีมงาน

อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานของโครงการสามารถช่วยบรรเทาความเครียดของสมาชิกลงได้ เนื่องจากกิจกรรมต่าง ๆ ภายในคอมมูนิตี้ ช่วยส่งเสริมให้สมาชิกมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน ได้พูดคุยแลกเปลี่ยนแบ่งปันความรู้สึกต่อกัน เกิดเป็นความรู้สึกว่ามีคนกำลังรับฟังอยู่ หรือมี Social support ซึ่งช่วยบรรเทาความเครียดลงได้ในระยะเวลาหนึ่ง

๑๐.๑.๓ ผู้เข้าร่วมทราบถึงวิธีการจัดการกับความเครียดและภาวะทางอารมณ์ของตนเองโดยวัดจากแบบประเมินหลังกิจกรรม ซึ่งจะต้องมีคะแนนความเข้าใจและความสามารถในการนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันใน “ระดับมาก” ขึ้นไป (๔ คะแนนขึ้นไป จากคะแนนเต็ม ๕) เป็นจำนวนร้อยละ ๗๕ ขึ้นไปจากผู้เข้าร่วมทั้งหมด





จากการเก็บข้อมูลในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้ความรู้ถึงวิธีการจัดการกับความเครียดและสภาวะอารมณ์ของตัวเอง ได้แก่

- Workshop ทางด้านการจัดการความเครียด: Stress management
- Workshop ทางด้านการรับมือและการจัดการสภาวะทางอารมณ์: Train your happy brain และ Deep listening

พบว่าผู้เข้าร่วมมีความเข้าใจในเนื้อหาที่นำเสนอ“ระดับมาก” ขึ้นไป ถึงร้อยละ ๑๐๐ ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ภาพ ๓) แต่ความสามารถในการนำความรู้เหล่านี้ไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันพบว่าในกิจกรรม Train your happy brain มีผู้เข้าร่วมจำนวน ๑ คน ได้รับความรู้ที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตประในระดับปานกลาง (ภาพ ๔) ซึ่งเกิดจากความไม่เข้าใจเนื้อหาบางส่วนและด้วยเวลาที่จำกัด

๑๐.๑.๔ ผู้เข้าร่วมทราบถึงทักษะที่ช่วยให้เรียนออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยวัดจากแบบประเมินหลังกิจกรรม ซึ่งจะต้องมีความรู้และความเข้าใจถึงเทคนิคในการเรียนออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพใน “ระดับมาก” ขึ้นไป (๔ คะแนนขึ้นไป จากคะแนนเต็ม ๕) เป็นจำนวนร้อยละ ๗๕ ขึ้นไปจากผู้เข้าร่วมทั้งหมด

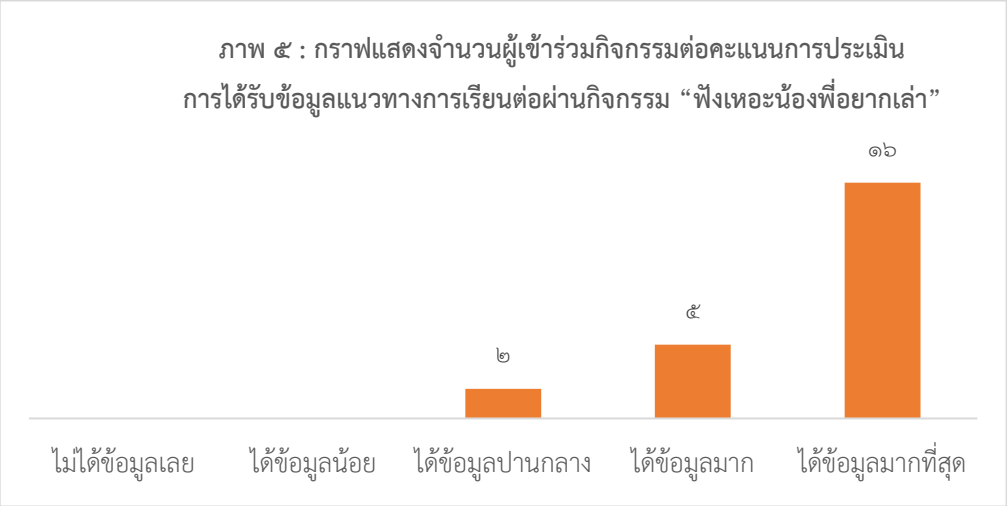
เนื่องจากปัญหาในการเก็บข้อมูลที่ไม่เพียงพอต่อการแปรผล ทีมงานจึงใช้การเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้ความรู้ในด้านเทคนิกการเรียนเพื่อส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมสามารถเรียนหนังสือผ่านทางช่องทางออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่

- Workshop: Your plan & Bujo

พบว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจโดยรวมต่อกิจกรรมในระดับที่ดี รวมไปถึงยังสามารถนำความรู้เรื่องการวางแผนจัดการตารางเวลา และสามารถออกแบบวิธีการเขียนอย่างเป็นระบบ (Bujo) เนื่องจากผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่เป็นผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยม - มหาวิทยาลัย การบริหารจัดการเวลา การวางแผนในการเรียน และการจดบันทึก จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง การได้เรียนรู้เทคนิคต่างๆ ช่วยให้ผู้เข้าร่วมสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

๑๐.๒ ประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมโครงการ

ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้ และความเข้าใจการดูแลสุขภาวะจิตของตัวเอง เช่นเดียวกับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเทคนิคการเรียนที่มีประสิทธิภาพ และสามารถนำความรู้เหล่านี้ไปปรับใช้ได้ โดยเฉพาะสำหรับผู้เข้าร่วมโครงการที่อยู่ในช่วงมัธยมปลาย ที่ได้รับความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการศึกษาของตนเองในอนาคตที่ชัดเจนขึ้นผ่านกิจกรรม “ฟังเหอะน้องพี่อยากเล่า”



จากการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมโครงหลังจบระยะเวลาการนำเดินงาน พบว่าส่วนใหญ่ได้มีโอกาสในการแลกเปลี่ยนมุมมองระหว่างผู้เข้าร่วมโครงการด้วยกันเอง ทั้งในเรื่องการเรียนหนังสือและเรื่องราวใชีวิตประจำวัน ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้เข้าร่วมโครงการเป็นส่วนมาก เพราะทำให้ได้รับมุมมองใหม่ต่อเรื่องราวต่างๆ รวมไปถึงมีความรู้สึกสบายใจที่มีผู้รับฟังเรื่องราวต่างๆ

๑๐.๓ ประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม

(๑) ชุมชนและสังคมได้รับข้อมูลด้านสุขภาพจิต ทั้งปัญหาที่เกิดขึ้นจากผลกระทบ Covid-๑๙ ที่เกิดกับนักเรียน/นักศึกษา และแนวทางการดูแลสุขภาพจิตของตนเองและคนรอบตัวผ่านข้อมูลที่ทีมได้ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ (Instagram)

(๒) สังคมและชุมนชน โดยเฉพาะกลุ่มผู้เข้าร่วมคอมมูนิตี้ ซึ่งได้รับความรู้และความเข้าใจด้านสุขภาพจิตเบื้องต้น สามารถนำโครงการนี้เป็นแบบอย่าง หรือ ต่อยอดเพื่อสร้างสรรค์พื้นที่ในการแลกเปลี่ยนข้อมูล และสร้างพื้นที่ปลอดภัยในชุมชนของตนเองได้

๑๑. ผลงานหรือผลผลิตที่สามารถนำไปต่อยอดหรือพัฒนาในระยะต่อไป

(๑) คอมมูนิตี้ Facebook group

ปัจจุบันคอมมูนิตี้ Facebook group: SO(S)-PSY-TY มีสมาชิกทั้งหมดจำนวน ๗๕ คน รวมสมาชิกทีมงานที่มีหน้าทีรับผิดชอบในการดูแลกลุ่ม (จำนวน ๕ คน) ผ่านการดำเนินกิจกรรมให้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการรวมถึงสิ้น ๑๓ กิจกรรม ตลอดระยะเวลา ๓ เดือน (ธันวาคม ๒๕๖๔ - กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕)

ในอนาคต ทีมงานยังคงมุ่งเน้นถึงวัตถุประสงค์เดิมของโครงการ ในการเพิ่มพื้นที่ปลอดภัยในการพูดคุย เพื่อสร้างสังคมแห่งการรับฟังโดยไม่ตัดสิน (Empathy Listening) รวมถึงส่งเสริมความรู้ทางด้านสุขภาพจิตให้แก่เยาวชนในสังคมไทย โดยมีแผนขยายคอมมูนิตี้ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เข้าถึงได้ง่ายขึ้น และพัฒนา

ผู้เข้าร่วมโครงการผ่านกิจกรรมภายในคอมมูนิตี้ให้มีความรู้และศักยภาพในการต่อยอดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพจิตในชุมชนของตนเอง

นอกจากนี้ยังมีเป้าหมายที่จะเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่เยาวชนไทยประสบพบเจอ โดยเฉพาะในบริบททางด้านของสุขภาพจิตและการศึกษา เพื่อเป็นกระบอกเสียงและสะท้อนปัญหาเหล่านี้ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเป็นตัวกลางในการผสานงานร่วมกับภาคี เพื่อช่วยเหลือกลุ่มเยาวชนที่มีความต้องการในด้านต่างๆ ต่อไป

(๒) Instagram ให้ความรู้สุขภาพจิต

ในการดำเนินโครงการ ทางทีมงานได้มีการจัดตั้ง Instagram: sospsyty.th เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ รวมถึงเปิดรับสมัครผู้เข้าร่วมโครงการ ต่อมาจึงได้พัฒนาช่องทางการสื่อสารนี้เป็นช่องทางในการให้ข้อมูลความรู้ที่ส่งเสริมทักษะด้านการเรียน และการดูแลสุขภาพจิตเบื้องต้น รวมถึงมีการจัดกิจกรรมที่ให้ผู้ติดตามได้เข้ามามีปฏิสัมพันธ์ เช่น กิจกรรมในการแชร์หนังสือที่ตัวเองชื่นชอบผ่าน IG story โดยมีผลตอบรับที่ดี โดยขณะนี้มีผู้ติดตามจำนวน ๒๐๕ คน

ในอนาคตทีมงานมีความตั้งใจที่จะใช้ช่องทางนี้ ในการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของบุคคลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาและสุขภาพจิตของเยาวชนเพื่อใช้เป็นกระบอกเสียงสำหรับเยาวชนในการประชาสัมพันธ์เพื่อสะท้อนถึงปัญหาและความต้องการที่สังคมอาจมองข้าม

๑๒. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ รวมถึงวิธีการที่ใช้ในการแก้ไขปัญหา

(๑) มีจำนวนผู้เข้าร่วมคอมมูนิตี้น้อย

ปัญหา: เนื่องจากโครงการ SO(S)-PSY-TY เป็นโครงการใหม่และยังไม่มีเครือข่ายในการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอ จึงทำให้มีคนรู้จักไม่มากและจึงอาจส่งผลให้มีความน่าเชื่อถือน้อยกว่าโครงการอื่นๆ

วิธีการแก้ไข: เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ ผ่านกลุ่ม เด็กอวด(ทำ)ดี และจัดทำ Instagram ซึ่งเป็น social media ที่ได้รับความนิยมในกลุ่มเป้าหมาย (นักเรียน นักศึกษา) พร้อมทั้งลงโฆษณาผ่านทาง platform ดังกล่าว และจัดกิจกรรม online workshop ฟรี ในหัวข้อที่กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจเพื่อเป็นอีกช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและประชาสัมพันธ์โครงการต่อไป

ผล: พบว่ามีผู้เห็นและมีคนสมัครเข้าร่วมโครงการเพิ่มขึ้น แต่ยังน้อยกว่าเป้าหมายที่ทีมตั้งไว้

(๒) ข้อจำกัดในการยิงโฆษณา

ปัญหา: แม้ทีมจะเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ และยิงโฆษณา ผ่าน platform online แล้ว แต่การลงโฆษณามีการจำกัดช่วงอายุของผู้เข้าถึงข้อมูล (> ๒๐ ปี) ซึ่งทำให้กลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการ (๑๒-๒๒ ปี) ไม่เห็นโครงการของเรามากเท่าที่ควร

วิธีการแก้ไข: ฝากประชาสัมพันธ์ผ่านเพจที่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกันให้ช่วยประชาสสัมพันธ์

ผล: มีการเข้าถึงข้อมูลของโครงการ (Accounts reached) เพิ่มขึ้น แต่จำนวนการสมัครเข้าร่วมคอมมูนิตี้ยังเพิ่มขึ้นน้อย อาจเนื่องมาจากสื่อหรือ infographic ยังไม่มีความน่าสนใจมากพอ, ความน่าสนใจของตัวคอมมูนิตี้ หรือจุดประสงค์ของโครงการยังไม่ตอบโจทย์ ซึ่งอาจมีการพัฒนาสื่อหรือรูปแบบการนำเสนอต่อไป

(๓) จำนวนสมาชิกในคอมมูนิตี้เข้าร่วมกิจกรรมน้อย

ปัญหา: จำนวนคนที่เข้าร่วมกิจกรรมที่จัดผ่าน Zoom น้อย (เฉลี่ย ๕-๗ คน) เมื่อเทียบกับจำนวนสมาชิกในกลุ่ม (๗๕ คน) นับเป็นเพียงร้อยละ ๑๐ เท่านั้น เพราะสมาชิกในกลุ่มบางคนไม่ว่างเข้าร่วมกิจกรรม หรือกิจกรรมไม่ตรงกับความสนใจ บางคนเข้าร่วมคอมมูนิตี้โดยไม่ได้มีจุดประสงค์หลักในการเข้าร่วมกิจกรรม Zoom หรืออาจไม่กล้าเข้าร่วมกิจกรรมเพราะไม่มีคนรู้จัก

วิธีการแก้ไข: พวกเราได้ประชาสัมพันธ์กิจกรรมเร็วขึ้น โดยมีการโพสต์ภาพรวมกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นทั้งหมดใน ๑ เดือนข้างหน้า นอกจากนี้พวกเราเลือกจัดกิจกรรมให้ตรงกับความสนใจของคนหมู่มาก เช่น แนะนำการเรียนต่อมหาวิทยาลัย กิจกรรมที่สอดคล้องกับเทศกาลต่างๆ และมีการแจกของให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม

ผล: บางกิจกรรมมีผลตอบรับที่ดีขึ้น แต่บางกิจกรรมก็ยังไม่ได้รับผลตอบรับที่ดีเท่าที่ควร ดังนั้นเพื่อเพิ่มจำนวนคนเข้ากิจกรรม ทางทีมควรเปิดรับสมัครสมาชิกคอมมูนิตี้เพิ่ม และสำรวจความต้องการของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างละเอียดมากขึ้น รวมทั้งจัดกิจกรรมที่มีความหลากหลายในประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจในสังคมเพิ่มเติม แต่ทางทีมยังมีข้อจำกัดของเนื้อหา workshop ต่างๆ ที่อาจมีแนวทางแก้ไขในอนาคตคือหาเครือข่ายที่สามารถจัด workshop ในเรื่องที่ต้องการ และหาความรู้เพิ่มเติมต่อไป

(๔) โพสต์ไม่ถี่ตามที่คาดหวัง

ปัญหา: ทางทีมไม่สามารถโพสต์เนื้อหาสุขภาพจิตหรือ โพสต์คุยเล่น ได้สม่ำเสมอตามที่คาดหวัง คืออย่างน้อย ๕ โพสต์ต่อสัปดาห์ เนื่องจากสมาชิกในทีมมีความรับผิดชอบในด้านอื่นๆ ได้แก่ การเรียนและการทำงานประจำ ทำให้มีเวลาไม่เพียงพอในการค้นคว้าหาข้อมูล สรุปและนำเสนอในรูปแบบที่อ่านและเข้าใจง่าย การสื่อสารที่ไม่ชัดเจนในการมอบหมายงานส่งผลให้ไม่มีผู้รับผิดชอบ

วิธีการแก้ไข: วางแผนและกระจายงานอย่างเป็นระบบมากขึ้น โดยจัดทำ excel sheet เพื่อ track progress ของแต่ละโพสต์ และมอบหน้าที่โดยคำนึงถึงตารางเวลาเรียน/งานของสมาชิก

ผล: ลงโพสต์ได้ถี่มากยิ่งขึ้น ทำให้คอมมูนิตี้และเพจ Instagram มีความเคลื่อนไหวอย่างสม่ำเสมอมากขึ้น แต่ในอนาคตอาจมีความจำเป็นต้องรับสมัครทีมงานเพิ่มในการเขียนและออกแบบโพสต์

๑๓. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาโครงการต่อไป

(๑) ข้อเสนอแนะที่ได้จากผู้เข้าร่วม (ผ่านการสัมภาษณ์)

<u>การจัดกิจกรรม</u>

เปิดโหวตหัวข้อกิจกรรมภายในคอมมูนิตี้ เพื่อเลือกหัวข้อกิจกรรมให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะช่วยดึงให้กลุ่มคนที่ใหม่ๆ เข้าร่วมกิจกรรม และส่งเสริมให้มีบรรยากาศของความเป็นคอมมูนิตี้มากขึ้น และเปิดมุมมองการพูดคุยแลกเปลี่ยนในประเด็นต่างๆ

เน้นกิจกรรมที่ผ่อนคลาย/สนุกสนาน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้พักผ่อนกายและใจ สำหรับกิจกรรม “ฟังเหอะอยากเล่า” ไม่ควรจัดถี่มากหากผู้เข้าร่วมเป็นคนกลุ่มเดิม เพราะผู้เข้าร่วมอาจไม่มีเรื่องเล่าทุกครั้ง หากต้องการดำเนินกิจกรรมควรจัดทุก ๒ เดือน และควรกำหนดเวลาให้ชัดเจนเพื่อให้ง่ายต่อการควบคุมเวลาจบกิจกรรม และเพิ่มกิจกรรม “SOS” ให้ผู้เข้าร่วมนำปัญหาของตนเองมาปรึกษาผู้มีประสบการณ์ในประเด็นนั้นๆ

<u>การประชาสัมพันธ์กิจกรรม</u>

เพิ่มการโพสต์แจ้งเตือนกิจกรรมในคอมมูนิตี้ และส่งอีเมลให้ผู้เข้าร่วมล่วงหน้า ๒ วัน ร่วมกับการใช้ช่องทาง Instagram ประชาสัมพันธ์คอมมูนิตี้ โดยแสดงให้เห็นว่าเป็นพื้นที่ผ่อนคลาย ผ่านการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ผู้ติดตามทราบถึงบรรยากาศในกลุ่ม

<u>ด้านความเป็นคอมมูนิตี้</u>

ทีมงานควรโพสต์ชวนคุยใน Facebook group บ่อยๆ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมรู้สึกมีส่วนร่วม และควรย้ำวัตถุประสงค์ของกลุ่มว่าไม่ได้มีไว้เพียงประกาศกิจกรรมเท่านั้น แต่เป็นพื้นที่ส่วนกลางของทุกคนที่สามารถแสดงความคิดเห็น เล่า บ่น ระบาย เรื่องราวในชีวิตประจำวันได้

นอกจากนี้ยังสามารถพัฒนาคอมมูนิตี้ให้เป็นกลุ่มเปิด หรือ ขยายช่องทาผ่านทาง LINE open chat เพื่อให้เหมาะกับการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ให้มีผู้เข้าร่วมมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การคัดกรองคนเพื่อสร้างความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวอาจทำได้ยากขึ้น

(๒) ข้อเสนอแนะจากทีม

<u>เพิ่มจำนวนสมาชิกในทีม</u>

ทีมพบว่าการแบ่งสัดส่วนงานและหน้าที่ให้ชัดเจนภายในทีมทำได้ยาก เนื่องจากความรับผิดชอบบางส่วนไม่สามารถทำได้เพียงคนเดียว เช่น การทำสื่อความรู้สุขภาพจิตที่ต้องใช้เวลาศึกษาความรู้ก่อนนำมาสรุปเป็นสื่อที่น่าอ่านและเข้าใจง่าย ซึ่งสมาชิกทีมต่างมีภาระหน้าที่ของตนเองนอกเหนือจากโครงการ จึงเห็นว่าควรเพิ่มจำนวนสมาชิกทีมในอนาคต เพื่อให้สามารถดำเนินโครงการต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

<u>ศึกษาและทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย</u>

การจัดเวิร์คชอปควรทำการศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม

<u>หาเครือข่ายในการจัดโครงการเพิ่มเติม</u>

การจัดกิจกรรมบางหัวข้อยังทำได้ยาก เนื่องจากทีมไม่มีความรู้เฉพาะทางในด้านนั้นๆ การหาเครือข่ายเพิ่มเติมที่มีความเชี่ยวชาญในหัวข้อจะช่วยให้สามารถจัดกิจกรรมที่มีความหลากหลายขึ้นได้

<u>เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์</u>

อุปสรรคที่ใหญ่ที่สุดสำหรับทีม คือ การประชาสัมพันธ์ การเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์โครงการผ่านองค์กรด้านสุกขภาพจิตและการศึกษา เครือข่ายนักเรียน โรงเรียน รวมถึงสื่อต่างๆ น่าจะช่วยให้โครงการสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

๑๔. จัดทำสื่อเพื่อนำเสนอผลการดำเนินงานในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Infographic หรือ วีดิทัศน์ความยาวไม่เกิน ๕ นาที (ถ้ามี)

(ลงชื่อ) ..... หัวหน้าทีม

(นางสาวพิชญ์สินี สมิทธิเนตย์)

วันที่ ๑๘ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

(ลงชื่อ) ..... สมาชิกในทีม

(นายนัทธี โรจน์เจริญสุข)

วันที่ ๑๘ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

(ลงชื่อ) ..... สมาชิกในทีม

(นางสาวโชติกา สีชัยนาท)

วันที่ ๑๘ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

(ลงชื่อ) ..... ผู้รับรอง

(พิมพัจฉรา โกมลารชุน)

ตำแหน่ง ที่ปรึกษาโครงการ

วันที่ ๑๘ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

หมายเหตุ กรุณาส่งข้อมูลภายในวันที่ ๑๘ มีนาคม ๒๕๖๕