



A Needs for Mass Communication Development in Luang Prabang Province, Laos: A Case Study of the Department of Information, Culture, and Tourism

Chanthaphone SAIYVONGSAN

Department of Organizational Resource Management, Office of Research and Academic Services,
Souphanouvong University Lao PDR

Abstract

***Correspondence:** Chanthaphone

SAIYVONGSAN, Department of
Organizational Resource
Management, Office of Research
and Academic Services,

Souphanouvong University Lao PDR

Tel: 020 22999880, Email:

Chanthaphonexaiyvongsan@su.edu.la

[a](#)

Article Info:

Submitted: June 06, 2025

Revised: July 30, 2025

Accepted: August 13, 2025

This study aims to assess the needs for the development of media work within the Department of Information, Culture, and Tourism in Luang Prabang Province, Laos. A quantitative research method was employed, with the target group consisting of 29 employees from the department, including 10 females. Data were collected using a questionnaire, and analysis was conducted using SPSS to calculate the mean (μ) and standard deviation (σ). The findings revealed that the overall need for media development was high ($\mu = 4.42$, $\sigma = 0.63$). The highest areas of need identified were the development of quality media ($\mu = 4.72$, $\sigma = 0.45$), training to improve news content ($\mu = 4.55$, $\sigma = 0.63$), and training to promote the party's policy guidelines ($\mu = 4.52$, $\sigma = 0.63$). Other high-priority areas included the correction of media content ($\mu = 4.45$, $\sigma = 0.57$), development of radio, television, film, and print media ($\mu = 4.45$, $\sigma = 0.63$), use of production equipment ($\mu = 4.41$, $\sigma = 0.63$), development of coordination systems ($\mu = 4.28$, $\sigma = 0.65$), creation of media information infrastructure ($\mu = 4.24$, $\sigma = 0.96$), and the development of systems for receiving and distributing print media ($\mu = 4.17$, $\sigma = 0.66$).

Keywords: Mass communication development, culture, tourism

1. ພາກສະເໜີ

ການພັດທະນາວຽກງານສື່ມວນຊົນ ມີພາລະບົດບາດໜ້າທີ່ສໍາຄັນຫຼາຍ ເພາະເປັນກະບອກສຽງຮັບໃຊ້ສັງຄົມເຂົ້າໃນທຸກຂົງເຂດວຽກງານ ເຊັ່ນ ການເມືອງ, ເສດຖະກິດ, ວັດທະນະທຳ, ສັງຄົມ ເພື່ອໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບແນວທາງນະໂຍບາຍຂອງພັກ-ລັດ ວາງອອກ. Vilatsana) 2017(ໄດ້ເວົ້າວ່າ ການພັດທະນາສື່ສັງຄົມອອນລາຍ (Social Media) ໃນຍຸກປັດຈຸບັນ ເລີ່ມຕົ້ນດ້ວຍການພັດທະນາພາຫະນະສື່ມວນຊົນໃຫ້ມີຄຸນນະພາບ, ເປັນລະບົບ, ທັນສະໄໝ, ວ່ອງໄວ ແລະ ທັນເຫດການ; ສ້າງໃຫ້ສື່ມວນຊົນລາວ ເປັນກະບອກສຽງອັນແຫຼມຄົມຂອງພັກ-ລັດ; ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງ ແລະ ເງື່ອນໄຂໃນການພັດທະນາກິດຈະກຳ ຈາກສື່ມວນຊົນ; ຂະຫຍາຍຂອບເຂດການພົວພັນ, ເຊື່ອມໂຍງກັບເວທີສື່ມວນຊົນສາກົນໃຫ້ນັບມື້ນັບກວ້າງຂວາງ, ມີຄວາມໝັ້ນຄົງຍືນຍົງ, ຮັບປະກັນຄວາມປອດໄພ ແລະ ສະຖຽນລະພາບທາງດ້ານຂໍ້ມູນຂ່າວສານ;ພັດທະນາບຸກຄະລາກອນໃນຂະແໜງຕະຫຼາງຂ່າວໃຫ້ມີທັງປະລິມານ ແລະ ຄຸນນະພາບ; ສົ່ງເສີມການຮ່ວມມື ລະຫວ່າງ ພາກລັດແລະພາກເອກະຊົນ, ການຮ່ວມມືກັບຕ່າງ ປະເທດໃນການສົ່ງເສີມການລົງທຶນໃນວຽກງານຕະຫຼາງຂ່າວໃຫ້ກ້ວາງຂວາງ; ປັບປຸງ ແລະ ສ້າງບັນດານິຕິກຳ ທາງດ້ານກົດໝາຍ ໃນວຽກງານຕະຫຼາງຂ່າວ

ໃຫ້ຄົບຖ້ວນ ເຮັດໃຫ້ການຄຸ້ມຄອງຂະແໜງການມີຄວາມເຂັ້ມແຂງ ແລະ ຮັດກຸມ ເປັນຕົ້ນ. ນອກຈາກນີ້ VongkeoPhothong (2010(. ໄດ້ເວົ້າວ່າ ການພັດທະນາສື່ສັງຄົມອອນລາຍ (Social Networking) ຕ້ອງພັດທະນາເວັບໄຊທີ່ເຊື່ອມໂຍງ ຜູ້ຄົນໄວນຳກັນ ໂດຍເວັບໄຊເຫຼົ່ານີ້ຈະມີພື້ນທີ່ໃຫ້ຜູ້ຄົນເຂົ້າມາຮູ້ຈັກກັນມີການໃຫ້ຜື້ນທີ່ບໍລິການເຄື່ອງມືຕ່າງໆ ເພື່ອອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນການສ້າງເຄືອຂ່າຍສໍາລັບເປັນແຫຼ່ງເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວ, ບົດຄວາມ, ຜົນງານເປັນທີ່ພົບປະສະແດງຄວາມຄິດເຫັນ, ແລກປ່ຽນປະສົບການ ຫຼື ຄວາມສົນໃຈຮ່ວມກັນລວມໄປເຖິງເປັນແຫຼ່ງຂໍ້ມູນຂະໜາດໃຫຍ່ທີ່ຜູ້ໃຊ້ສາມາດຊ່ວຍກັນສ້າງເນື້ອຫາຂຶ້ນໄດ້ຕາມຄວາມສົນໃຈຂອງແຕ່ລະບຸກຄົນ ເຊັ່ນ ປະເພດແຫຼ່ງຂໍ້ມູນໃຫ້ຄວາມຮູ້, ເຄືອຂ່າຍທາງສັງຄົມ, ປະເພດສື່, ປະເພດຊື່ຂ່າຍເປັນຕົ້ນ. Walinthalasak (2008:11-12) ລັດຖະມົນຕີຊ່ວຍວ່າການກະຊວງຕະຫຼາງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ໄດ້ເວົ້າວ່າ ລັດໄດ້ສົ່ງເສີມ ແລະ ພັດທະນາວຽກງານສື່ມວນຊົນຂອງລັດໃຫ້ມີການຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງກວ້າງຂວາງ, ມີຄວາມເຂັ້ມແຂງ ແລະ ມີຄຸນນະພາບດ້ວຍການປະກອບບຸກຄະລາກອນ, ສະໜອງງົບປະມານ, ພາຫະນະ, ອຸປະກອນເຕັກນິກ, ເຕັກໂນໂລຊີ ທີ່ທັນສະໄໝ. Ministry of Information, Culture and Tourism (2016) ໄດ້ຂຽນໄວ້ວ່າ

ການພັດທະນາສື່ມວນຊົນແມ່ນເວທີຖະແຫຼງຂ່າວທີ່ປະກອບດ້ວຍສິ່ງຟິມ, ສື່ເອເລັກໂຕຣນິກ ແລະ ຜະລິດຕະພັນສື່ມວນຊົນ, ມີພາລະບົດບາດເປັນກະບອກສຽງຂອງອົງການຈັດຕັ້ງ ຝັກ, ລັດ ແລະ ສັງຄົມ. ພ້ອມນີ້ ຍັງລັດຊຸກຍູ້ໃຫ້ອົງການສື່ມວນຊົນທຸກຝາກສ່ວນເປັນເຈົ້າການສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງດ້ານວິຊາການ, ກຸ້ມຕົນເອງດ້ານການເງິນ ແລະ ອຳນວຍຄວາມສະດວກໃຫ້ແກ່ການຜະລິດ, ການກະຈາຍ ແລະ ການຈຳໜ່າຍຜະລິດຕະພັນສື່ມວນຊົນທີ່ຖືກຕ້ອງຕາມກົດໝາຍ. ນອກຈາກນີ້ ລັດຊຸກຍູ້ ແລະ ເປີດກວ້າງໃຫ້ ບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ ແລະ ການຈັດຕັ້ງທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດມີສ່ວນຮ່ວມ ແລະ ລົງທຶນ ເຂົ້າໃນການພັດທະນາວຽກງານສື່ມວນຊົນ ຕາມກົດໝາຍ ແລະ ລະບຽບການ, ຮັບປະກັນການເປັນກະບອກສຽງຂອງການຈັດຕັ້ງ ຝັກ, ລັດ ແລະ ສັງຄົມ. Media Law (2008) ໄດ້ຂຽນໄວ້ວ່າ ການພັດທະນາສື່ມວນຊົນ ແມ່ນເວທີຖະແຫຼງຂ່າວ ທີ່ປະກອບດ້ວຍ ສິ່ງຟິມ, ສື່ເອເລັກໂຕຣນິກ ແລະ ຜະລິດຕະພັນສື່ມວນຊົນ, ມີພາລະບົດບາດ ເປັນກະບອກສຽງຂອງອົງການຈັດຕັ້ງ ຂອງຝັກ, ລັດ ແລະ ສັງຄົມໃນການໂຄສະນາ, ສຶກສາອົບຮົມ ແນວທາງຂອງຝັກ, ລະບຽບກົດໝາຍຂອງລັດ, ປຸກລະດົມນ້ຳໃຈຮັກຊາດ, ສະໜອງຂໍ້ມູນ, ຂ່າວສານທາງດ້ານການເມືອງ, ເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ, ວິທະຍາສາດ, ເຕັກໂນໂລຊີ, ສາລະຄວາມຮູ້, ສາລະບັນເທີງໃຫ້ແກ່ສັງຄົມ, ປະກອບສ່ວນຕ້ານປາກົດການຫຍໍ້ຫໍ້ ໃນສັງຄົມ, ຖ່ອຍທຳນອງທີ່ບິດເບືອນຄວາມຈິງ, ເປັນເວທີເສີມຂະຫຍາຍປະຊາທິປະໄຕ ແລະ ສິດ ເປັນເຈົ້າປະເທດຊາດ ຂອງປະຊາຊົນບັນດາເຜົ່າ.

ການພັດທະນາວຽກພັດທະນາວຽກງານສື່ມວນຊົນແມ່ນອີງຕາມແຜນຍຸດທະສາດການພັດທະນາ 7 ແຜນງານຄື ເພື່ອບັນລຸຍຸດທະສາດໃນການພັດທະນາພາຫະນະສື່ມວນຊົນ ໃຫ້ມີຄຸນນະພາບ, ເປັນລະບົບ, ທັນສະໄໝ, ວ່ອງໄວ ແລະ ທັນເຫດການ, ເພື່ອບັນລຸຍຸດທະສາດໃນການສືບຕໍ່ສ້າງໃຫ້ສື່ມວນຊົນລາວ ເປັນກະບອກສຽງອັນແຫຼມຄົມຂອງຝັກ-ລັດ ທັງ ລວງເລິກ ແລະ ລວງກວ້າງ, ມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍທັງຄົບຖ້ວນ ດ້ານເນື້ອໃນ, ເປັນແຫຼ່ງສະໜອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ແລະ ໃຫ້ສາລະຄວາມຮູ້ຢ່າງຮອບດ້ານ, ເພື່ອບັນລຸຍຸດທະສາດສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງ ແລະ ເງື່ອນໄຂໃນການພັດທະນາກິດຈະກຳ ຈາກສື່ມວນຊົນໃຫ້ມີ ຄວາມຫຼາກຫຼາຍ, ຕອບສະໜອງໄດ້ຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງສັງຄົມ ພ້ອມທັງສ້າງລາຍ ໄດ້ຈາກລາຍຮັບວິຊາການ ແລະ ສາມາດກຸ້ມຕົນເອງ ທາງດ້ານການເງິນເທື່ອລະກ້າວ, ເພື່ອບັນລຸຍຸດທະສາດຂະຫຍາຍຂອບເຂດການພົວພັນ, ເຊື່ອມໂຍງກັບເວທີ ສື່ມວນຊົນສາກົນໃຫ້ນັບມື້ນັບ ກວ້າງຂວາງ, ມີຄວາມໝັ້ນຄົງຍືນຍົງ, ຮັບປະກັນຄວາມປອດໄພ ແລະ ສະຖຽນລະພາບທາງດ້ານ ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ, ເພື່ອບັນລຸຍຸດທະສາດພັດທະນາບຸກຄະລາກອນ ໃນຂະແໜງຖະແຫຼງຂ່າວ ໃຫ້ມີທັງປະລິມານ ແລະ ຄຸນນະພາບ, ໂດຍສະເພາະແມ່ນການສົ່ງເສີມບຸກຄະລາກອນໜຸ່ມ ທີ່ມີຄຸນທາດທາງດ້ານການເມືອງໜັກແໜ້ນ ແລະ ມີລະດັບເຕັກນິກ ວິຊາການສື່ ທີ່ສົມຄູກັບຍຸກສະໄໝ, ເພື່ອບັນລຸຍຸດທະສາດສົ່ງເສີມການຮ່ວມມື ລະຫວ່າງ ພາກລັດແລະພາກເອກະຊົນ, ການຮ່ວມມືກັບຕ່າງ ປະເທດໃນການສົ່ງເສີມການລົງທຶນໃນວຽກງານຖະແຫຼງຂ່າວໃຫ້ກວ້າງຂວາງ, ເພື່ອບັນລຸຍຸດທະສາດປັບປຸງ ແລະ ສ້າງບັນດານິຕິກຳທາງດ້ານກົດໝາຍໃນວຽກງານຖະແຫຼງຂ່າວໃຫ້ຄົບຖ້ວນ ເຮັດໃຫ້ການຄຸ້ມຄອງຂະແໜງການ ມີຄວາມເຂັ້ມແຂງ ແລະ ຮັດກຸ່ມ (Ministry of Information, Culture and Tourism ,2016).

ຈາກການສຶກສາສະພາບບັນຫາ ຂ້າງເທິງນັ້ນ ແລະ ອີງໃສ່ການສຳຫຼວດເບື້ອງຕົ້ນ ຈາກພະນັກງານ ພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ໃນຄັ້ງວັນທີ 26 ທັນວາ 2024

ໃຫ້ຮູ້ວ່າ ມີຄວາມຕ້ອງການທີ່ຈະພັດທະນາຫຼາຍດ້ານ ເຊັ່ນການຍົກລະດັບວິຊາສະເພາະ, ພັດທະນາພາຫະນະສື່ມວນຊົນໃຫ້ມີຄຸນນະພາບ, ປັບປຸງເນື້ອໃນຂ່າວ ແລະ ຂະຫຍາຍຊ່ອງໂທລະພາບ, ວິທະຍຸ, ໜັງສືຟິມໃຫ້ມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍ, ວ່ອງໄວ ແລະ ທັນເຫດການເປັນຕົ້ນ. ເຫດຜົນ ຄວາມຕ້ອງການພັດທະນາສື່ມວນຊົນໃນລະດັບພາກພື້ນຂອງແຂວງຫຼວງພະບາງ ເພື່ອໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບແຜນພັດທະນາ ຂອງກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ. ເຫດຜົນຂອງການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ ແມ່ນເປັນແນວທາງໃໝ່ໃນການປັບປຸງການນຳໃຊ້ສື່ອອນລາຍໃຫ້ມີຄວາມກ້າວໜ້າທັນສະໄໝຍິ່ງຂຶ້ນ, ເປັນການສຶກສາຮຽນຮູ້ບັນຫາຫຼັກການນຳໃຊ້ສື່ອອນລາຍຫຼາຍຂຶ້ນ, ເຫັນໄດ້ຈຸດດີທີ່ຄວນສົ່ງເສີມ ແລະ ຈຸດຂໍ້ຄົງຄ້າງຈະປັບປຸງແກ້ໄຂໃນອະນາຄົດ. ເປັນການສຶກສາແຜນຍຸດທະສາດການພັດທະນາວຽກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ຮອດປີ 2025 ຂອງກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ-ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, ສະບັບລົງວັນທີ 1 ມິຖຸນາ 2016 ໄດ້ວາງແນວທາງການພັດທະນາວຽກງານສື່ມວນຊົນໄວ້ 7 ແຜນງານໃຫຍ່. ການສຶກສາຄັ້ງນີ້ ເປັນການພັດທະນາວຽກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງຕາມແຜນຍຸດທະສາດ ຮອດປີ 2025 ຂອງກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ-ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວວາງອອກ. ການສຶກສາຄັ້ງນີ້ ການພັດທະນາວຽກງານສື່ສານມວນຊົນ ໂດຍສະເພາະສາຂາສື່ສານມວນຊົນພາກວິຊາພາສາລາວ-ວັນນະຄະດີ ຄະນະພາສາສາດ ມະຫາວິທະຍາໄລ ສຸພານຸວົງ.

ໃນໄລຍະຜ່ານມາມີນັກຄົ້ນຄວ້າຫຼາຍທ່ານໃຫ້ຄວາມສົນໃຈສຶກສາກ່ຽວແນວທາງພັດທະນາວຽກງານສື່ສານມວນຊົນໃນຫຼາຍແງ່ມຸມທີ່ແຕກຕ່າງກັນ ເຊັ່ນ SatunuWat (2019) ໄດ້ສຶກສາພະລັງສື່ມວນຊົນໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ໂດຍມີຈຸດປະສົງເພື່ອສຶກສາການສ້າງຕົວຕົນຂອງສື່ມວນຊົນໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ. Khaikhampitou (2020) ໄດ້ໃຫ້ທັດສະນະວ່າ ວຽກງານສື່ສານມວນຊົນສິ່ງທີ່ຈະຕ້ອງເອົາໃຈໃສ່ຕໍ່ສື່ມວນຊົນໃນຕໍ່ໜ້າຕ້ອງປັບປຸງສ້ອມແປງຜື້ນຖານໂຄງລ່າງ, ວັດຖຸເຕັກນິກທີ່ມີຢູ່ແລ້ວໃຫ້ສາມາດໃຊ້ການໄດ້ປຶກກະຕິ. Gatotoho (2016) ໄດ້ໃຫ້ທັດສະນະວ່າ ສື່ມວນຊົນລາວທີ່ເປັນປາກກະບອກສຽງຂອງ ຝັກ ແລະ ລັດຖະບານ ຕ້ອງສືບຕໍ່ປັບປຸງດ້ານເນື້ອໃນ ໃຫ້ດີຂຶ້ນກວ່າເກົ່າ ເພື່ອສາມາດແຂ່ງຂັນກັບສື່ອອນລາຍທີ່ໄດ້ຮັບນິຍົມສູງຈາກສັງຄົມ. Media Law (2008) ໄດ້ຂຽນໄວ້ວ່າ ໜ້າທີ່ ແລະ ສິດຂອງນັກຂ່າວມີຄື ຊອກຮູ້, ເກັບກຳຂໍ້ມູນ, ຂ່າວສານເພື່ອຂຽນເປັນ ຂ່າວ, ບົດ ແລະ ລາຍການໂຄສະນາ ເຜີຍແຜ່ ຜ່ານສື່ມວນຊົນ; ຂຽນຂ່າວ, ບົດ ຢ່າງຖືກຕ້ອງ, ຊັດເຈນ ກ່ຽວກັບສະພາບການພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ. Thippaphone et al. (2019) ໄດ້ສຶກສາການພັດທະນາການຮຽນ-ການສອນ ວິຊາຄອມພິວເຕີຜື້ນຖານ ໂດຍໃຊ້ນຳໃຊ້ວິດີໂອຊ່ວຍສອນສຳລັບນັກສຶກສາຄະນະສຶກສາສາດ ມະຫາວິທະຍາໄລ ສຸພານຸວົງ ໂດຍມີຈຸດປະສົງເພື່ອສ້າງຊຸດການສອນວິຊາຄອມພິວເຕີຜື້ນຖານ ໂດຍນຳໃຊ້ວິດີໂອ ຊ່ວຍສອນ. Phengpanya et al. (2023) ໄດ້ສຶກສາການພົວພັນລະນາຕົວລະຄອນຜູ້ນຳອຸດົມຄະຕິໃນວັນນະຄະດີລາວ ໂດຍມີຈຸດປະສົງສຶກສາລັກສະນະອະລິຍະບົດຂອງຜູ້ນຳອຸດົມຄະຕິໃນວັນນະຄະດີລາວ. Xaiyvongsan et al. (2025). ສຶກສາຄວາມຕ້ອງການພັດທະນາຫຼັກການການນຳໃຊ້ສື່ອອນລາຍເຂົ້າໃນການພັດທະນາວຽກງານສື່ສານມວນຊົນ (ວິທະຍຸ, ໂທລະພາບ, ໜັງສືຟິມ) ຂອງພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ໂດຍມີຈຸດປະສົງສຶກສາຄວາມຕ້ອງການພັດທະນາຫຼັກການນຳໃຊ້ສື່ອອນລາຍເຂົ້າໃນການພັດທະນາວຽກງານສື່ສານມວນຊົນ ແຂວງຫຼວງພະບາງ.

ສະນັ້ນ ຜູ້ຄົນຄວ້າຈິງມີຄວາມສົນໃຈທີ່ຈະສຶກສາໃນຫົວຂໍ້ “ການພັດທະນາວຽກສື່ສານມວນຊົນ ຂອງພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ໂດຍມີຈຸດປະສົງ ເພື່ອສຶກສາຄວາມຕ້ອງການສໍາລັບການພັດທະນາວຽກງານສື່ມວນຊົນຂອງພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ.

2. ອຸປະກອນ ແລະ ວິທີການ

2.1 ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ

ກຸ່ມເປົ້າໝາຍແມ່ນໄດ້ມາຈາກການສຳຫຼວດພະນັກງານ ຂອງພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ມີທັງໝົດ 29 ທ່ານ. ຜູ້ຄົນຄວ້າ ໃຊ້ການສຳຫຼວດປະຊາກອນ ເນື່ອງຈາກວ່າ ປະຊາກອນຂອງພະແນກມີໜ້ອຍ ມີພຽງ ທັງໝົດ 29 ຄົນ ຍິງ 10 ຄົນ ເທົ່ານັ້ນ. ໃນນັ້ນ ຂະແໜງວິທະຍຸ 10 ຄົນ, ຍິງ 5 ຄົນ, ໂທລະພາບ 9 ຄົນ ແລະ ໜັງສືພິມ 10 ຄົນ, ຍິງ 5 ຄົນ.

2.2 ເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ໃນການສຶກສາ

2.2.1 ເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ໃນການເກັບກຳຂໍ້ມູນ

ການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ ຜູ້ຄົນຄວ້າໄດ້ນຳໃຊ້ເຄື່ອງມືແບບສອບຖາມເທົ່ານັ້ນ ເຊິ່ງແບບສອບຖາມນີ້ ແບ່ງອອກເປັນ 1 ພາກສ່ວນຄື ພາກສ່ວນຄວາມຕ້ອງການພັດທະນາວຽກງານສື່ມວນຊົນ ເຊິ່ງປະກອບມີ 9 ແຜນພັດທະນາ. ສ່ວນວິທີດຳເນີນສ້າງເຄື່ອງມືແມ່ນນຳໃຊ້ແນວຄິດທົດສະດີການພັດທະນາສື່ອອນລາຍໃນຍຸດທະສາດການພັດທະນາວຽກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ຮອດປີ 2025 ຂອງ Ministry of Information, Culture and Tourism (2016:3) ລວມເຖິງບົດຄົ້ນຄວ້າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

- ຄົ້ນຄວ້າຫຼັກການສ້າງແບບສອບຖາມ ແລະ ກຳນົດຂອບເຂດແນວຄິດໃນການສຶກສາ.

- ສຶກສາຂໍ້ມູນຈາກໜັງສືພິມ, ວາລະສານ, ບົດຄວາມວິຊາການ, ບົດຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ບົດວິທະຍານິພົນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງລວມທັງປຶກສາບົດ, ຜູ້ຊ່ວຍທີ່ປຶກສາ, ຜູ້ຊົງຄຸນວຸດທິ ແລະ ຜູ້ມີປະສົບການການເຮັດວຽກກ່ຽວພັນກຖະແຫຼງຂ່າວ-ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອເປັນແນວທາງໃນການສ້າງຄຳຖາມຂອງແບບສອບຖາມ.

- ກຳນົດປະເດັນ ແລະ ຂອບເຂດຂອງຄຳຖາມໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບຈຸດປະສົງ ແລະ ປະໂຫຍດຂອງການວິໄຈ.

- ດຳເນີນການສ້າງແບບສອບຖາມ ແລ້ວນຳໄປຫາອາຈານທີ່ປຶກສາບົດວິທະຍານິພົນ ແລະ ປັບປຸງຕາມການແນະນຳຂອງການທີ່ປຶກສາ ເຊິ່ງເຄື່ອງມືແມ່ນຄວາມຕ້ອງການພັດທະນາວຽກງານສື່ມວນຊົນ.

2.2.2 ການສ້າງເຄື່ອງມື

ການສ້າງເຄື່ອງມື ໄດ້ນຳໃຊ້ແບບສອບຖາມກ່ຽວກັບ ຄວາມຕ້ອງການພັດທະນາວຽກງານສື່ມວນຊົນ ປະກອບມີ 9 ການພັດທະນາ ຄື ຄວາມຕ້ອງການສຳລັບການພັດທະນາວຽກງານສື່ມວນຊົນ, ຄວາມຕ້ອງການຈັດຝຶກອົບຮົມປັບປຸງເນື້ອໃນຂ່າວ ແລະ ຂະຫຍາຍຊ່ອງໂທລະພາບ, ວິທະຍຸ, ໜັງສືພິມ, ຄວາມຕ້ອງການພັດທະນາເລື່ອງແນວທາງນະໂຍບາຍຂອງພັກ, ກົດໝາຍຂອງລັດ, ຄວາມຕ້ອງການຈັດຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບທາງວິທະຍຸ, ໂທລະພາບ, ໜັງສືພິມໃຫ້ມີຄວາມທັນສະໄໝ, ວ່ອງໄວທັນໃຈ, ທັນຍຸກທັນສະໄໝຍິ່ງຂຶ້ນ, ຄວາມຕ້ອງການປັບປຸງເນື້ອໃນສື່ສານມວນຊົນ, ຄວາມຕ້ອງການຍົກລະດັບຜູ້ຖານວັດຖຸອຸປະກອນເຕັກນິກຮັບໃຊ້ການຜະລິດຂ່າວທາງໂທລະພາບ, ວິທະຍຸ, ໜັງສືພິມ ແບບໃໝ່ໃຫ້ເປັນລະບົບຄົບຊຸດ, ພັດທະນາລະບົບປະສານງານ, ຄວາມຕ້ອງການສ້າງຜູ້ຖານໂຄງລ່າງທາງດ້ານຖະແຫຼງ

ຂ່າວສື່ມວນຊົນ ແລະ ຄວາມຕ້ອງການພັດທະນາລະບົບຮັບ-ສົ່ງຂໍ້ມູນສື່ສັງພິມ.

2.2.3 ການຫາຄຸນນະພາບຂອງເຄື່ອງມື

ການທົດສອບຄວາມຖືກຕ້ອງທາງດ້ານເນື້ອໃນຂອງແບບສອບຖາມ ຜູ້ວິໄຈໄດ້ສ້າງແບບສອບຖາມທີ່ສ້າງຂຶ້ນໃຫ້ຜູ້ຊ່ຽວຊານ 3 ທ່ານ ເພື່ອພິຈາລະນາ ແລະ ກວດສອບຄວາມຖືກຕ້ອງຂອງມັນ. ຄວາມຖືກຕ້ອງຂອງເນື້ອລວມທັງຄວາມເໝາະສົມຂອງພາສາ ຂອງແຕ່ລະຄຳຖາມ ທີ່ໃຊ້ໃນແບບສອບຖາມ ເພື່ອພິຈາລະນາຄວາມສອດຄ່ອງລະຫວ່າງຄຳຖາມ ແລະ ຈຸດປະສົງນີ້ແມ່ນເຮັດໄດ້ໂດຍໃຊ້ດັດຊະນີຄວາມສອດຄ່ອງ ລະຫວ່າງຄຳຖາມ ແລະ ຈຸດປະສົງ (Index of Item Objective Congruence: IOC). ສຳລັບເງື່ອນໄຂໃນການພິຈາລະນາມູນຄ່າ IOC, ມີດັ່ງນີ້:

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC ໝາຍເຖິງດັດຊະນີຄວາມສອດຄ່ອງລະຫວ່າງຄຳຖາມ ແລະ ຈຸດປະສົງ

$\sum R$ ໝາຍເຖິງຄະແນນຂອງຜູ້ຊ່ຽວຊານ.

$\sum R$ ໝາຍເຖິງຜົນລວມຂອງຄະແນນຈາກຜູ້ຊ່ຽວຊານທັງຫມົດ.

N ໝາຍເຖິງຈຳນວນຜູ້ຊ່ຽວຊານ

ກຳນົດມາດຕະການໃຫ້ຄະແນນດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

- ໃຫ້ຄະແນນ +1 ເມື່ອທ່ານແນໃຈວ່າຄຳຖາມແມ່ນສອດຄ່ອງກັບຕົວແປ ແລະ ຈຸດປະສົງ ທີ່ຕ້ອງການສຶກສາ.

- ໃຫ້ຄະແນນ 0 ໃນເວລາທີ່ທ່ານບໍ່ແນໃຈວ່າຄຳຖາມແມ່ນສອດຄ່ອງກັບຕົວແປ ແລະ ຈຸດປະສົງ ທີ່ຕ້ອງການສຶກສາ.

- ໃຫ້ຄະແນນ -1 ເມື່ອທ່ານແນໃຈວ່າຄຳຖາມບໍ່ສອດຄ່ອງກັບຕົວແປ ແລະ ຈຸດປະສົງ ທີ່ຕ້ອງການສຶກສາ.

ຈາກນັ້ນ, ຈຶ່ງໄດ້ສະຫຼຸບຜົນຄະແນນທີ່ໄດ້ຈາກການພິຈາລະນາຂອງຜູ້ຊ່ຽວຊານທັງ 3 ທ່ານ ມາລວບລວມຫາຄ່າດັດສະນີຄວາມສອດຄ່ອງລະຫວ່າງຄຳຖາມ ແລະ ຈຸດປະສົງ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ມີດັ່ງນີ້:

- ຄ່າ IOC ຕັ້ງແຕ່ 0.50 - 1.00 ຈະຖືວ່າຖືກຕ້ອງ ສາມາດນຳໄປໃຊ້ໄດ້

- ຄ່າ IOC ຕ່ຳກວ່າ 0.50 ຈະຮຽກຮ້ອງໃຫ້ຜູ້ວິໄຈທົບທວນເນື້ອໃນ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບຈຸດປະສົງຂອງການເກັບກຳຂໍ້ມູນພາກສະໜາມ

ຈາກການຫາຄຸນນະພາບຂອງເຄື່ອງມື ຜູ້ວິໄຈນຳເອົາແບບສອບຖາມທີ່ສ້າງຂຶ້ນໃຫ້ຜູ້ຊ່ຽວຊານ 3 ທ່ານ ເພື່ອພິຈາລະນາ ແລະ ກວດສອບຄວາມຖືກຕ້ອງຂອງມັນ ສາມາດສະຫຼຸບຜົນໄດ້ດັ່ງນີ້:

- ຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວ ກ່ຽວກັບພະນັກງານ ພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ພົບວ່າ ມີ ຄ່າ IOC ເທົ່າກັບ 1.00 ພົບວ່າ ແບບສອບຖາມທີ່ນຳໃຊ້ການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ ຖືກຕ້ອງ ສາມາດນຳໄປໃຊ້ໄດ້;

- ຄວາມຕ້ອງການພັດທະນາຫຼັກການນຳໃຊ້ສື່ອອນລາຍເຂົ້າໃນການພັດທະນາວຽກງານສື່ສານມວນຊົນ ພົບວ່າ ມີ ຄ່າ IOC ເທົ່າກັບ 1.00 ພົບວ່າ ແບບສອບຖາມທີ່ນຳໃຊ້ການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ ຖືກຕ້ອງ ສາມາດນຳໄປໃຊ້ໄດ້;

- ຄວາມຕ້ອງການພັດທະນາວຽກງານສື່ສານມວນຊົນ ພົບວ່າ ມີ ຄ່າ IOC ເທົ່າກັບ 1.00 ພົບວ່າ ແບບສອບຖາມທີ່ນຳໃຊ້ການຄົ້ນຄວ້າຄັ້ງນີ້ ຖືກຕ້ອງ ສາມາດນຳໄປໃຊ້ໄດ້.

2.3 ການວິເຄາະຂໍ້ມູນ ແລະ ສະຖິຕິທີ່ໃຊ້

ເປັນການສະແດງລາຍລະອຽດກ່ຽວກັບການວິເຄາະຂໍ້ມູນ ແມ່ນ ໃຊ້ໂປຣແກຣມ SPSS (RUEANGRAT, 2022) ເພື່ອຊອກຫາຄ່າສະເລ່ຍ (μ) ແລະ ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຕະຖານ (σ) ທີ່ມີການກຳນົດລະດັບຄະແນນຂອງ Patton (1990).

ການໄຈ້ແຍກແບບສອບຖາມໄດ້ນຳໃຊ້ທິດສະດີຂອງ Lawrence A. Wenner (1982: 171) ມາເປັນແນວທາງໃນການວິເຄາະຂໍ້ມູນ. ວິເຄາະຄວາມຕ້ອງການສຳລັບການພັດທະນາວຽກງານສື່ມວນຊົນຂອງພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫຼວງພະບາງ ທັງໝົດ 9 ແຜນພັດທະນາ ຄື 1) ຄວາມຕ້ອງການສຳລັບການພັດທະນາວຽກງານສື່ມວນຊົນ, 2) ຄວາມຕ້ອງການຈັດຝຶກອົບຮົມປັບປຸງເນື້ອໃນຂ່າວ ແລະ ຂະຫຍາຍຊ່ອງໂທລະພາບ, ວິທະຍຸ, ໜັງສືພິມ, 3) ຄວາມຕ້ອງການພັດທະນາເລື່ອງແນວທາງນະໂຍບາຍຂອງພັກ, ກົດໝາຍຂອງລັດ, 4) ຄວາມຕ້ອງການຈັດຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບທາງວິທະຍຸ, ໂທລະພາບ, ໜັງສືພິມໃຫ້ມີຄວາມທັນສະໄໝ, ວ່ອງໄວທັນໃຈ, ທັນຍຸກທັນສະໄໝຍິ່ງຂຶ້ນ, 5) ຄວາມຕ້ອງການປັບປຸງເນື້ອໃນສື່ສານມວນຊົນ, 6) ຄວາມຕ້ອງການຍົກລະດັບຜູ້ຖານວັດຖຸອຸປະກອນເຕັກນິກຮັບໃຊ້ການຜະລິດຂ່າວທາງໂທລະພາບ, ວິທະຍຸ, ໜັງສືພິມ ແບບໃໝ່ໃຫ້ເປັນລະບົບຄົບຊຸດ, 7) ພັດທະນາລະບົບປະສານງານ, 8) ຄວາມຕ້ອງການສ້າງຜູ້ຖານໂຄງລ່າງທາງດ້ານຖະແຫຼງຂ່າວສື່ມວນຊົນ ແລະ 9) ຄວາມຕ້ອງການພັດທະນາລະບົບຮັບ-ສົ່ງຂໍ້ມູນສື່ສັງພິມ.

ພາຍຫຼັງເກັບຂໍ້ມູນສຳເລັດແລ້ວ ຜູ້ສຶກສາໄດ້ກວດສອບຄວາມຖືກຕ້ອງ ຂອງແບບສອບຖາມແຕ່ລະຊຸດ. ຈາກນັ້ນ, ເອົາຂໍ້ມູນທັງໝົດໄປວິເຄາະໂດຍນຳໃຊ້ Program SPSS (2022) ຂອງ Rattanaphon RUEANGRAT ເພື່ອຊອກຫາຄ່າສະເລ່ຍ (μ) ແລະ ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຕະຖານ (σ). ເຊິ່ງ ວິເຄາະຜົນໄປຕາມ 5 ລະດັບ ຕາມເກນຂອງ Patton (1990) ຄື:

- ຄະແນນ 5 ແລະ ຄະແນນສະເລ່ຍລະຫວ່າງ 4.50-5.00 ໝາຍເຖິງ ລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດ
- ຄະແນນ 4 ແລະ ຄະແນນສະເລ່ຍລະຫວ່າງ 3.50-4.49 ໝາຍເຖິງ ລະດັບຫຼາຍ
- ຄະແນນ 3 ແລະ ຄະແນນສະເລ່ຍລະຫວ່າງ 2.50-3.49 ໝາຍເຖິງ ລະດັບປານກາງ
- ຄະແນນ 2 ແລະ ຄະແນນສະເລ່ຍລະຫວ່າງ 1.50-2.49 ໝາຍເຖິງ ລະດັບໜ້ອຍ
- ຄະແນນ 1 ແລະ ຄະແນນສະເລ່ຍລະຫວ່າງ 1.00-1.49 ໝາຍເຖິງ ລະດັບໜ້ອຍທີ່ສຸດ

3. ຜົນໄດ້ຮັບ

ຈາກຕາຕະລາງທີ 1 ພົບວ່າ ລະດັບຄວາມຕ້ອງການ ສຳລັບການພັດທະນາວຽກງານສື່ມວນຊົນຂອງພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ໂດຍລວມຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ($\mu=4.42$ ແລະ $\sigma=0.63$). ເມື່ອພິຈາລະນາແລ້ວເຫັນວ່າ ມີດ້ານທີ່ມີຄວາມຕ້ອງການຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍທີ່ສຸດ 3 ດ້ານ ຄື: ທີ່ຕ້ອງການພັດທະນາ ຄື ຄວາມຕ້ອງການສຳລັບການພັດທະນາວຽກງານສື່ມວນຊົນ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ($\mu=4.72$ ແລະ $\sigma=0.45$), ໃນການຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບທາງວິທະຍຸ, ໂທລະພາບ, ໜັງສືພິມໃຫ້ມີຄວາມທັນສະໄໝ, ວ່ອງໄວທັນໃຈ, ທັນຍຸກທັນສະໄໝຍິ່ງຂຶ້ນ, ຕ້ອງການຈັດຝຶກອົບຮົມປັບປຸງເນື້ອໃນຂ່າວ ແລະ ຂະຫຍາຍຊ່ອງໂທລະພາບ, ວິທະຍຸ, ໜັງສືພິມ ໃຫ້ມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍ, ວ່ອງໄວ ແລະ ທັນເຫດການ ຂອງ

ພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ($\mu=4.55$ ແລະ $\sigma=0.63$), ຖັດລົງມາແມ່ນແນວທາງນະໂຍບາຍຂອງພັກ, ກົດໝາຍຂອງລັດ ($\mu=4.52$ ແລະ $\sigma=0.63$), ໃນຈັດຝຶກອົບຮົມນຳເອົາຍຸດທະສາດນະໂຍບາຍຂອງພັກ, ກົດໝາຍຂອງລັດ, ສາລະໜ້າຮູ້ ແລະ ການບັນເທີງຜ່ານພາຫະນະສື່ມວນຊົນ ລົງສຸ່ປະຊາຊົນຢ່າງທົ່ວເຖິງ. ແລະ ມີດ້ານທີ່ມີຄວາມຕ້ອງການຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ 6 ດ້ານ ຄື: ຖັດຈາກນັ້ນມາແມ່ນຄວາມຕ້ອງການຈັດຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບທາງວິທະຍຸ, ໂທລະພາບ, ໜັງສືພິມໃຫ້ມີຄວາມທັນສະໄໝ, ວ່ອງໄວທັນໃຈ, ທັນຍຸກທັນສະໄໝຍິ່ງຂຶ້ນ ($\mu=4.52$ ແລະ $\sigma=0.63$) ໝາຍເຖິງຄວາມຕ້ອງລະດັບຫຼາຍ. ຖັດລົງມາປັບປຸງເນື້ອໃນສື່ສານມວນຊົນ ($\mu=4.45$ ແລະ $\sigma=0.57$), ຝຶກອົບຮົມກວດແກ້ເນື້ອໃນສື່ສານມວນຊົນຂອງ ໂທລະພາບ, ວິທະຍຸ, ໜັງສືພິມແບບໃໝ່ໃຫ້ມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍ. ຕ້ອງການຍົກລະດັບຜູ້ຖານວັດຖຸອຸປະກອນເຕັກນິກຮັບໃຊ້ການຜະລິດຂ່າວທາງໂທລະພາບ, ວິທະຍຸ, ໜັງສືພິມ ແບບໃໝ່ໃຫ້ເປັນລະບົບຄົບຊຸດ ($\mu=4.41$ ແລະ $\sigma=0.63$), ໝາຍເຖິງຄວາມຕ້ອງການລະດັບຫຼາຍ. ຈາກນັ້ນ ພັດທະນາລະບົບປະສານງານ ($\mu=4.28$ ແລະ $\sigma=0.65$), ໝາຍເຖິງລະດັບຄວາມຕ້ອງການຫຼາຍ ດ້ານການເຜີຍແຜ່ລະບົບປະສານງານໃນການຮັບສົ່ງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ລະຫວ່າງສູນກາງ ແລະ ທ້ອງຖິ່ນ ໃຫ້ມີຄວາມຄ່ອງຕົວ ແລະ ປອດໄພ. ຖັດມາສ້າງຜູ້ຖານໂຄງລ່າງທາງດ້ານຖະແຫຼງຂ່າວສື່ມວນຊົນ ($\mu=4.24$ ແລະ $\sigma=0.96$), ໝາຍເຖິງລະດັບຄວາມຕ້ອງການຫຼາຍ ຈັດຝຶກອົບຮົມໃນການພັດທະນາສ້າງຜູ້ຖານໂຄງລ່າງນັບແຕ່ສູນກາງລົງສູ່ທ້ອງຖິ່ນ, ເຂດຜູ້ຖານຫ່າງໄກສອກຫຼີກໃຫ້ຮັບສັນຍານດາວທຽມໄດ້ທົ່ວປະເທດ ເພື່ອສ້າງ ແລະ ຂະຫຍາຍເຄືອຄ່າຍ ຮັບ-ສົ່ງສັນຍານວິທະຍຸ-ໂທລະພາບ. ສຸດທ້າຍແມ່ນພັດທະນາລະບົບຮັບ-ສົ່ງຂໍ້ມູນສື່ສັງພິມ ($\mu=4.17$ ແລະ $\sigma=0.66$). ໝາຍເຖິງລະດັບຄວາມຕ້ອງການຫຼາຍ ເພື່ອຈັດຝຶກອົບຮົມການຮັບສົ່ງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ລະຫວ່າງສູນກາງ ແລະ ທ້ອງຖິ່ນ ໃຫ້ມີຄວາມຄ່ອງຕົວ ແລະ ປອດໄພ.

4. ວິພາກຜົນ

ຈາກການສຶກສາຄວາມຕ້ອງການພັດທະນາວຽກງານສື່ສານມວນຊົນ (ວິທະຍຸ, ໂທລະພາບ, ໜັງສືພິມ) ຂອງພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ພົບວ່າ ການພັດທະນາພາຫະນະສື່ມວນຊົນໃຫ້ມີຄຸນນະພາບ ມີຄ່າສະເລ່ຍ $Mean = 4.72$ ແລະ ຄ່າຜັນປ່ຽນມາດຕະຖານ $SD = 0.45$ ໝາຍເຖິງລະດັບຄວາມຕ້ອງການຫຼາຍທີ່ສຸດ ໃນການຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບວິທະຍຸ, ໂທລະພາບ, ໜັງສືພິມໃຫ້ມີຄວາມທັນສະໄໝ, ວ່ອງໄວທັນໃຈ, ທັນຍຸກທັນສະໄໝຍິ່ງຂຶ້ນ. ຍ້ອນວ່າ ພາຫະນະສື່ມວນຊົນມີຄວາມສຳຄັນຫຼາຍ ແລະ ຈຳເປັນທີ່ສຸດ ເພາະວ່າ ເປັນເຄື່ອງມືຂອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ, ຖ້າຫາກ ພາຫະນະສື່ມວນຊົນບໍ່ດີ ການຮັບຂໍ້ມູນຂ່າວສານກ່ຽວກັບວຽກຂອງຂອງພັກ-ລັດ ຈະຊັກຊ້າ ແລະ ບໍ່ທັນການ. ສະນັ້ນ ຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້ຝຶກອົບຮົມດ້ານພາຫະນະສື່ມວນຊົນໃຫ້ວ່ອງໄວທັນໃຈກັບຍຸກດິຈິຕອນໃນປັດຈຸບັນ.

ການສຶກສາຄວາມຕ້ອງການພັດທະນາວຽກງານສື່ສານມວນຊົນ (ວິທະຍຸ, ໂທລະພາບ, ໜັງສືພິມ) ຂອງພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ເມື່ອອີງໃສ່ ຜົນໄດ້ຮັບເຫັນວ່າ ຍັງມີຫຼາຍດ້ານທີ່ຈະຕ້ອງໄດ້ພັດທະນາວຽກງານສື່ໃຫ້ກວ້າງໄກ, ທັນສະໄໝວ່ອງໄວທັນໃຈ ເຊິ່ງຍັງສອດຄ່ອງກັບແນວຄິດແຜນຍຸດທະສາດການພັດທະນາວຽກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວຮອດປີ 2025 ຂອງ Ministry of Information, Culture and Tourism, (2016) ໄດ້ວາງແນວທາງການພັດທະນາວຽກງານສື່ມວນ

ຊົນ ຄື ເພື່ອບັນລຸຍຸດທະສາດໃນການພັດທະນາພາຫະນະສື່ມວນຊົນໃຫ້ມີຄຸນນະພາບ, ເປັນລະບົບ, ທັນສະໄໝ, ວ່ອງໄວ ແລະ ທັນເຫດການ, ເພື່ອບັນລຸຍຸດທະສາດໃນການສືບຕໍ່ສ້າງໃຫ້ສື່ມວນຊົນລາວ ເປັນກະບອກສຽງອັນແຫຼມຄົມຂອງພັກ-ລັດ ທັງ ລວງເລິກ ແລະ ລວງກ້ວາງ, ມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍທັງຄົບຖ້ວນ ດ້ານເນື້ອໃນ, ເປັນແຫຼ່ງສະໜອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ແລະ ໃຫ້ສາລະຄວາມຮູ້ຢ່າງຮອບດ້ານ. ພ້ອມນີ້ ການສຶກສາການປະຕິບັດແນວທາງພັດທະນາວຽກງານສື່ສານມວນຊົນ (ວິທະຍຸ, ໂທລະພາບ, ໜັງສືພິມ) ຂອງພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ເຫັນວ່າ ສອດຄ່ອງກັບບົດຄົ້ນຄວ້າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ຂອງ Gatototho (2016) ໄດ້ໃຫ້ທັດສະນະວ່າ ສື່ມວນຊົນລາວທີ່ເປັນປາກກະບອກສຽງຂອງ ພັກ ແລະ ລັດຖະບານ ຕ້ອງສືບຕໍ່ປັບປຸງດ້ານເນື້ອໃນ ໃຫ້ດີຂຶ້ນກວ່າເກົ່າ ເພື່ອສາມາດແຂ່ງຂັນກັບສື່ອອນລາຍທີ່ໄດ້ຮັບນິຍົມສູງຈາກສັງຄົມ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ການໂຄສະນາແນວທາງນະໂຍບາຍຂອງພັກ ແລະ ແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມຂອງລັດຖະບານ ກໍ່ຄືການກະຈາຍຂໍ້ມູນຂ່າວສານຕ່າງໆ ໃຫ້ເຂົ້າເຖິງປະຊາຊົນລາວບັນດາເຜົ່າຢ່າງທົ່ວເຖິງກວ່າເກົ່າ. ເມື່ອທຽບໃສ່ບົດຄົ້ນຄວ້າທີ່ສຶກສາ ມີຈຸດທີ່ຄືກັນແມ່ນພັດທະນາພາຫະນະສື່ມວນຊົນໃຫ້ມີຄຸນນະພາບ, ເປັນລະບົບ, ທັນສະໄໝ, ວ່ອງໄວ ແລະ ທັນເຫດການ; ສ້າງໃຫ້ສື່ມວນຊົນລາວ ເປັນກະບອກສຽງອັນແຫຼມຄົມຂອງພັກ-ລັດ; ຈຸດທີ່ແຕກຕ່າງກັນຄື ແນວທາງພັດທະນາວຽກງານສື່ສານມວນຊົນຂອງພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງໃນຄັ້ງນີ້ ຍັງຕ້ອງໄດ້ພັດທະນາໃຫ້ເປັນຮູບທຳ ຄື ພັດທະນາພາຫະນະສື່ມວນຊົນໃຫ້ມີຄຸນນະພາບ, ເປັນລະບົບ, ທັນສະໄໝ, ວ່ອງໄວ ແລະ ທັນເຫດການ; ສ້າງໃຫ້ສື່ມວນຊົນລາວ ເປັນກະບອກສຽງອັນແຫຼມຄົມຂອງພັກ-ລັດ.

5. ສະຫຼຸບ

ຄວາມຕ້ອງການສໍາລັບການພັດທະນາວຽກງານສື່ມວນຊົນແຂວງຫຼວງພະບາງ ມີວ່າ ການພັດທະນາພາຫະນະສື່ມວນຊົນໃຫ້ມີຄຸນນະພາບ ລະດັບຄວາມຕ້ອງການຫຼາຍ ໃນການຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບທາງວິທະຍຸ, ໂທລະພາບ, ໜັງສືພິມໃຫ້ມີຄວາມທັນສະໄໝ, ວ່ອງໄວທັນໃຈ, ທັນຍຸກທັນສະໄໝຍິ່ງຂຶ້ນ. ການຈັດຝຶກອົບຮົມປັບປຸງເນື້ອໃນຂ່າວ ແລະ ຂະຫຍາຍຊ່ອງໂທລະພາບ, ວິທະຍຸ, ໜັງສືພິມ ໃຫ້ມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍ, ວ່ອງໄວ ແລະ ທັນເຫດການ ຂອງພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ. ຄວາມຕ້ອງການຫຼາຍ ໃນຈັດຝຶກອົບຮົມສະນານໍາເອົາຍຸດທະສາດນະໂຍບາຍຂອງພັກ, ກົດໝາຍຂອງລັດ, ສາລະໜ້າຮູ້ ແລະ ການບັນເທີງຜ່ານພາຫະນະສື່ມວນຊົນ ລົງສູ່ປະຊາຊົນຢ່າງທົ່ວເຖິງ. ຄວາມຕ້ອງການຈັດຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບທາງວິທະຍຸ, ໂທລະພາບ, ໜັງສືພິມໃຫ້ມີຄວາມທັນສະໄໝ, ວ່ອງໄວທັນໃຈ, ທັນຍຸກທັນສະໄໝຍິ່ງຂຶ້ນ. ຈາກຄວາມຕ້ອງການດັ່ງກ່າວ ສາມາດສະຫຼຸບໄດ້ວ່າ ການພັດທະນາວຽກງານສື່ມວນຊົນ ມີພາລະບົດບາດໜ້າທີ່ສໍາຄັນຫຼາຍ ເພາະເປັນກະບອກສຽງຮັບໃຊ້ສັງຄົມເຂົ້າໃນທຸກຂົງເຂດວຽກງານເຊັ່ນ ການເມືອງ, ເສດຖະກິດ, ວັດທະນະທຳ, ສັງຄົມ ເພື່ອໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບແນວທາງນະໂຍບາຍຂອງພັກ-ລັດ ວາງອອກ.

ດັ່ງນັ້ນ, ໃນການສຶກສາຄວາມຕ້ອງການສໍາລັບການພັດທະນາວຽກງານສື່ມວນຊົນ ຂອງພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ປະກອບມີຄື ຝຶກອົບຮົມພາຫະນະສື່ມວນຊົນໃຫ້ມີຄຸນນະພາບ, ການປັບປຸງເນື້ອໃນຂ່າວ, ການໂຄສະນາແນວທາງນະໂຍບາຍຂອງພັກ, ກວດແກ້ເນື້ອໃນສື່ສານມວນຊົນ, ພັດທະນາກ່ຽວກັບທາງວິທະຍຸ, ໂທລະພາບ, ໜັງສືພິມ. ການນໍາໃຊ້ວັດຖຸປະກອນການຜະລິດ, ພັດທະນາລະບົບປະສານງານ, ສ້າງ

ພື້ນຖານໂຄງລ່າງທາງດ້ານຖະແຫຼງຂ່າວສື່ມວນຊົນ, ພັດທະນາລະບົບຮັບ-ສົ່ງຂໍ້ມູນສື່ສັງຄົມ.

ສະນັ້ນ, ໃນການສຶກສາຄວາມຕ້ອງການສໍາລັບການພັດທະນາວຽກງານສື່ມວນຊົນ ຂອງພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ເຫັນວ່າ ທາງພະແນກມີຄວາມຕ້ອງການຈັດຝຶກອົບຮົມ, ໂຄສະນາປະຊາສໍາພັນຕ່າງໆ ເພື່ອໃຫ້ວຽກງານສື່ມວນຊົນພັດທະນາໃຫ້ທັນຍຸກສະໄໝ ຈຶ່ງຂໍສະເໜີໃຫ້ພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງເຊັ່ນ ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, ພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ, ສາຂາສື່ສານມວນຊົນ ພາກວິຊາພາສາລາວ-ວັນນະຄະດີ ຈຶ່ງຊ່ວຍກັນຊອກຫາທາງອອກ ເພື່ອພັດທະນາຄວາມຕ້ອງການດັ່ງກ່າວໃຫ້ດີຂຶ້ນເທື່ອເລື້ອຍໆ.

6. ຂໍ້ຂັດແຍ່ງ

ຂ້າພະເຈົ້າໃນນາມຜູ້ຄົນຄວ້າວິທະຍາສາດ ຂໍປະຕິບາດຕົນວ່າ ຂໍ້ມູນທັງໝົດທີ່ມີໃນບົດຄວາມວິຊາການດັ່ງກ່າວນີ້ ແມ່ນບໍ່ມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງທາງຜົນປະໂຫຍດກັບພາກສ່ວນໃດ ແລະ ບໍ່ໄດ້ເອື້ອປະໂຫຍດໃຫ້ກັບພາກສ່ວນໃດພາກສ່ວນໜຶ່ງ, ກໍລະນີມີການລະເມີດ ໃນຮູບການໃດໜຶ່ງ ຂ້າພະເຈົ້າມີຄວາມຍິນດີ ທີ່ຈະຮັບຜິດຊອບແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວ.

7. ເອກະສານອ້າງອີງ

Chramm, W. (1973). *Study the power of media in online social media*. Mahasarakham University, Thailand.

Gatototho, P (2016). *Lao Media Law*. Master's thesis, Faculty of Law. Faculty of Sociology. National University of Laos. Vientiane Capital.

Khaykhamphithoune, K. (2020). *Report to the 5th General Conference of the Party Committee of the Ministry of Education*.

Khaikhamphitou, S. (2020). *Media development*. Lam Kham Laeng University, 1st edition, Phralak Thai Publishing Co., Ltd.

LuangLat, P. (2016). *Research Skills*. Printed in Hanoi, Vietnam.

Ministry of Information, Culture and Tourism. (2016). *Strategy for the Development of Information, Culture and Tourism until 2025*.

Ministry of Information, Culture and Tourism. (2016). *Media Law*. Vientiane Capital. dated 8 December 2016. No. 204/PPT.

Ministry of Information, Culture and Tourism. (2008). *Media Law*. Vientiane Capital.

SatunuWat, P. (2019). *Study the power of media in online social media*. Mahasarakham

Saiyvongsan, C., Mekthanvanh, V., Pheuaphom, S., Phengphanya, P., & Duangchanh, B. (2025). *Study the Need to Develop Principles for Using online Media in the Development of Mass Communication Work (Radio, Television, Print media) of the Department of Press, Culture and Tourism in Luang Prabang Province*.

- Souphanouvong University Journal Multidisciplinary Research and Development*, 10(Special Issue), 72–76. <https://doi.org/10.69692/SUJMRD10special72>
- Somchai, V. (2017). *The influence of social media tourism information perception on Thai tourists' decision to travel in Nakhon Si Thammarat Province*.
- Walinthasak, C. (2008). Online media usage reports. Assistant Minister of the Ministry of News, culture and tourism.
- Yathotou, P. (2016). *Report to the 5th General Conference of the Party Committee of the Ministry of Education*. University, Thailand.
- Thippaphone, K., Silivanh, S., Panfongphet, S., & Phathoumvanh, P. (2021). Development of Basic Computer Subjects in Teaching and Learning by Using Video for Students at Faculty of Education, Souphanouvong University. *Souphanouvong University Journal Multidisciplinary Research and Development*, 7(2), 209–2016. Retrieved from <https://www.su-journal.com/index.php/su/article/view/136>
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods* (2nd ed.).
- Phengphanya, P., Boupaphanya, S., Sathamma, P., & Bountavong, S. (2023). Habits' Description of the Ideal Characters in Lao-Literature: <https://doi.org/10.69692/SUJMRD0901220>. *Souphanouvong University Journal Multidisciplinary Research and Development*, 9(1), 227–236. Retrieved from <https://www.su-journal.com/index.php/su/article/view/335>
- Rueangrat, R. (2022) Basic SPSS User Manual For project evaluation processing.
- Vongkeo Phothong, W. (2010). *Using online social networks Social Networking*.
- Vilatsana, T. (2017). *Social Media Development*. Faculty of Mass Communication. Chiang Mai University. Volume 21, Issue 2 (July – December 2019)

ຕາຕະລາງ 1: ຄວາມຕ້ອງການ ສໍາລັບການພັດທະນາວຽກງານສົມວນຊົນ ຂອງພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ

ລຳດັບ	ເນື້ອໃນ	μ	σ	ລະດັບຄວາມຄິດເຫັນ
1	ພັດທະນາວຽກງານສົມວນຊົນ	4.72	0.45	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
2	ພັດທະນາເນື້ອໃນຂ່າວ ແລະ ຂະຫຍາຍຊ່ອງໂທລະພາບ, ວິທະຍຸ, ໜັງສືພິມ ໃຫ້ມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍ, ວ່ອງໄວ ແລະ ຫັນເຫດການ	4.55	0.51	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
3	ພັດທະນາດ້ານນະໂຍບາຍຂອງພັກ, ກົດໝາຍຂອງລັດ, ສາລະໜ້າຮູ້ ແລະ ການບັນເທີງຜ່ານພາຫະນະສົມວນຊົນ	4.52	0.63	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
4	ພັດທະນາດ້ານທາງວິທະຍຸ, ໂທລະພາບ, ໜັງສືພິມ	4.45	0.63	ຫຼາຍ
5	ພັດທະນາດ້ານເນື້ອໃນວິທະຍຸ, ໂທລະພາບ, ໜັງສືພິມ	4.45	0.57	ຫຼາຍ
6	ພັດທະນາດ້ານຍົກລະດັບຜູ້ຖືກຕ້ອງຮຽນ ກ່ອນເຕັກນິກຮັບໃຊ້ການຜະລິດຂ່າວ	4.41	0.63	ຫຼາຍ
7	ພັດທະນາລະບົບປະສານງານ	4.28	0.65	ຫຼາຍ
8	ພັດທະນາສ້າງຜູ້ຖືກຕ້ອງຮຽນ ໂຄງລ່າງທາງດ້ານຖະ ແຫຼງຂ່າວສົມວນຊົນ	4.24	0.96	ຫຼາຍ
9	ພັດທະນາພັດທະນາລະບົບຮັບ-ສົ່ງຂໍ້ມູນສື່ສັງເກດ	4.17	0.66	ຫຼາຍ
ລວມ		4.42	0.63	ຫຼາຍ