

โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากุลยั้งกู่ทะเล
ของประเทศไทย



นางสาวพลอยปลั่ง วิริยะธาดาศักดิ์

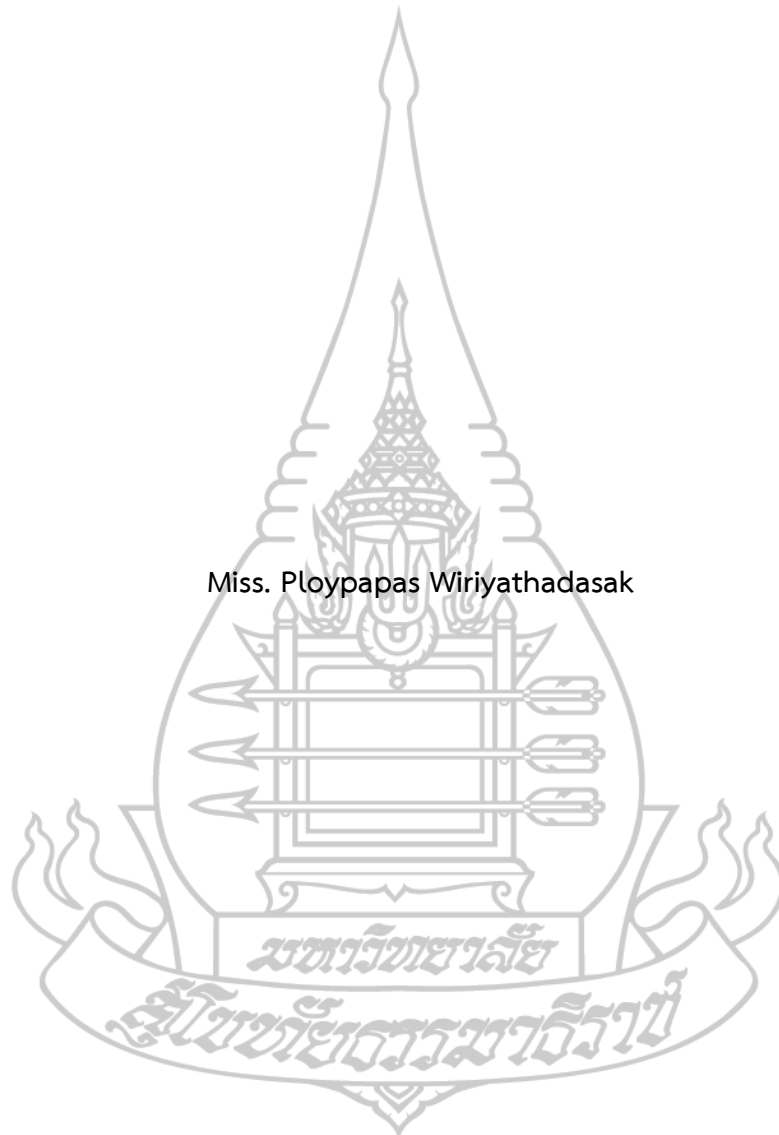
ดุษฎีนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต ส่งเสริมและพัฒนากุลยั้งกู่ทะเล

เกษตร

สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ. 2566

Model of New Media Using for Extension and Development of Shrimp
Culture in Thailand



Miss. Ploypapas Wiriyathadasak

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Doctor of Philosophy Agricultural Extension and Development

School of Agriculture and Cooperatives
Sukhothai Thammathirat Open University

2023

หัวข้อคุณิพนธ์ โหมดลการใช้สื่อใหม่เพือการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกึ่งทะเล
ของประเทศไทย

ชื่อและนามสกุล นางสาวพลอยปภัส วิริยะธาตาศักดิ์

แขนงวิชา / วิชาเอก ส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

สาขาวิชา เกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์ ดร.สินุช คุรุทเมือง แสนเสริม

2. รองศาสตราจารย์บำเพ็ญ เขียวหวาน

3. รองศาสตราจารย์ ดร.นิติ ชูเชิด

คุณิพนธ์นี้ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาเอก เมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567

คณะกรรมการสอบคุณิพนธ์

ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ สมพงษ์)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สินุช คุรุทเมือง แสนเสริม)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์บำเพ็ญ เขียวหวาน)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.นิติ ชูเชิด)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุรพล เศรษฐบุต)

ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.นราธิป ศรีราม)

ชื่อคุณูปนิพนธ์ โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเล
ของประเทศไทย

ผู้วิจัย นางสาวพลอยปภัส วิริยะธาดาศักดิ์ รหัสนักศึกษา 4609000072

ปริญญา: ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (การจัดการการผลิตพืชและการพัฒนา)

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ ดร.สินีนุช คุรุทเมือง แสนเสริม (2) รองศาสตราจารย์

บำเพ็ญ เขียวหวาน (3) รองศาสตราจารย์ ดร.นิตติ ชูเชิด ปีการศึกษา 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบท สภาพปัญหาและความต้องการการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่ 2) ศึกษาสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ 3) ศึกษาความรู้ ทักษะ การปฏิบัติ และปัจจัยที่สัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่ 4) วิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่ และ 5) พัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาแบบผสมวิธี ประชากรที่ศึกษา คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย 40,983 ราย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเนะ ที่ค่าความคลาดเคลื่อน 0.06 ได้ 276 ราย สุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนเกษตรกรในแต่ละภาค เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ การพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดล กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้เชี่ยวชาญ 12 ราย และเกษตรกร 40 ราย วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) เกษตรกรมีการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง ระบบการจัดการฐานข้อมูล การใช้โซเชียลมีเดีย และแอปพลิเคชันในการเลี้ยงกุ้งทะเล แต่ยังมีปัญหาในการใช้สื่อใหม่ในด้านผู้ส่งสาร เนื้อหา ช่องทาง และผู้รับสาร 2) เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 47.17 ปี จบการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งทะเลเฉลี่ย 12.02 ปี ส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่ม/สถาบันเกษตรกร ได้รับข่าวสารจากเพื่อนเกษตรกร การอบรมสัมมนา กิจกรรมต่างๆ และสื่อโซเชียลมีเดีย 3) เกษตรกรมีความรู้และทัศนคติในการใช้สื่อใหม่อยู่ในระดับมาก มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา การเป็นสมาชิกกลุ่มและสถาบัน การใช้สื่อโซเชียลมีเดีย การใช้สื่อยูทูป การใช้สื่อเว็บไซต์ 4) องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง และผู้รับสาร ที่เหมาะสมช่วยให้การสื่อสารเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเลมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของเกษตรกรเป้าหมาย 5) โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย มีองค์ประกอบได้แก่ ผู้ส่งสาร ข้อมูลข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร และการประเมินโมเดลในด้านความเหมาะสมความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ พบว่า ด้านปัจจัยนำเข้า และกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านผลผลิต/ผลลัพธ์อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ โมเดลเพื่อการส่งเสริมและพัฒนา การใช้สื่อใหม่ เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล

Dissertation title: “Model of New Media Using for Extension and Development of Shrimp Culture in Thailand”

Researcher: “Miss. Ploypapas Wiriyathadasak”; ID: “4609000072”;

Degree: Doctor of Philosophy (Crop Production Management and Development);

Dissertation advisors: (1) Dr. Sineenuch Khрутmuang Sanserm, Associate Professor

(2) Bumpen Keowan, Associate Professor (3) Dr. Niti Chuchird, Associate Professor

, Academic year: 2023

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the context, problem conditions, and extension needs for new media using. 2) study the basic personal, economic and social conditions, the use of media and new media and opinions about factors related to new media using. 3) study knowledge, attitudes, practices and factors related to knowledge, attitudes, and practices in new media using. 4) analyze and synthesize the components of the model of new media using and 5) develop and evaluate the model of new media using.

This research is a mixed methods research. The population studied was 40,983 marine shrimp farmers in Thailand. The sample size was determined by using Taro Yamane's formula with an error of 0.06, resulting in 276 farmers. The sample was sampled according to the proportion of farmers in each region. Data were collected using an interview form. Model development and model evaluation, the sample group consisted of 12 experts and 40 farmers. Qualitative data were analyzed using content analysis. Quantitative data were analyzed by using descriptive statistics and multiple regression analysis.

The results of the research revealed that 1) farmers were using technology, including Internet of Things technology, Database management system, Social media use and Applications for raising marine shrimp. But there were still problems in new media using in terms of sender, message, channel, and receivers. 2) Most of farmers were male, with an average age of 47.17 years, graduating with less than a bachelor's degree. They had an average of 12.02 years of experience in raising marine shrimp. Most of them were not members of farmer groups/institutions. They received news from farmer friends, training seminars, various activities, and Facebook media pages. 3) Farmers had a high level of knowledge and attitude. It was practiced at the highest level. The relevant factors including gender, age, educational level, membership in groups and institutions, using Facebook page media, using YouTube media, and using website media. 4) Components related to the use of new media, including appropriate sender, messages, channels, and receivers, help to make communication about shrimp culture farming effectiveness and consistent with the needs and interests of target farmers. 5) A model of new media using for extension and development of shrimp culture in Thailand, its components including sender, message, channels and receiver. An evaluation of the model in terms of suitability and feasibility and usefulness, it was found that the input factors and processes were at the highest level and productivity/results were at a high level.

Keywords : model for extension and development, new media using, shrimp culture farmers, shrimp culture

กิตติกรรมประกาศ

ดุขฉฎีนิพนธัฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจกัได้รับความกรุณาช่วยเหลือ แนะนำ แก่ไขข้อบกพร่องต่างๆ อย่างดียั้ง เพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากที่สุด จากคณะกรรมการควบคุม ดุขฉฎีนิพนธั ซึ่งประกอบด้วย รองศาสตราจารย์ ดร.สินินุช ครุฑเมือง แสนเสริม อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก รองศาสตราจารย์ บำเพ็ญ เตียวหวาน อาจารย์ที่ปรึกษาาร่วม และรองศาสตราจารย์ ดร.เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ ที่ได้ช่วยให้คำแนะนำในการทำดุขฉฎีนิพนธัในครั้งนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งยั้ง และขอขอบพระคุณท่าน อาจารย์ทั้งสามเป็นอย่างสูง และขอขอบพระคุณท่าน รองศาสตราจารย์ ดร.นิติ ชูเชิด อาจารย์ที่ปรึกษาาร่วม รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ สมพงษ์ และรองศาสตราจารย์ ดร.สุรพล เศรษฐบุตร เป็นอย่างสูง ที่ได้กรุณา เป็นประธานและกรรมการในการสอบวิทยานิพนธั รวมทั้งได้ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการ พัฒนาปรับปรุงวิทยานิพนธัให้ถูกต้องและเหมาะสมยั้งขึ้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบเครื่องมือ วิเคราะห์เอกสาร ให้การสัมภาษณ์ ให้ความคิดเห็น ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะในประเด็นต่างๆ อันเป็น ประโยชน์ต่อการวิจัย และขอขอบคุณเกษตรผู้เลี้ยงกุ้ง และผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมกุ้งทุกท่านที่ให้ สัมภาษณ์ ตอบแบบสอบถาม และแสดงความคิดเห็นต่อการวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบพระคุณพ.ท.คมกฤษ ตุ่มปี บิดา และนางรัตนา ตุ่มปี มารดา ที่สนับสนุนและคอย เป็นกำลังใจสำคัญให้มุ่งมั่นในการเรียนครั้งนี้ รวมถึง เพื่อนพ้อง น้อง พี่ ในอุตสาหกรรมกุ้งที่คอย ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้แก่ผู้วิจัยอย่างดียั้ง หากดุขฉฎีนิพนธัฉบับนี้มีประโยชน์ต่อนิสิต นักศึกษา นักวิชาการ ผู้บริหารกรมประมง ผู้บริหารบริษัทผู้ค้าบัจจย สื่อมวลชน และผู้ที่สนใจค้นคว้าหาความรู้ เพิ่มเติมเพื่อเจริญสติปัญญามากขึ้น ก็จะช่วยสร้างสรรค์และพัฒนาอุตสาหกรรมกุ้งให้ยั้งยืนสืบต่อไป

นางสาวพลอยปลัส วิริยะธาตาคักดี
กุมภาพันธ์ 2566

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย	1
คำถามการวิจัย	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
กรอบแนวคิดการวิจัย	5
สมมติฐานการวิจัย.....	11
ขอบเขตของการวิจัย.....	11
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	15
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	18
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	19
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนากษेत्र	19
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมและพัฒนากษेत्र	30
การใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากษेत्रเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย	61
บริบท สภาพปัญหาและความต้องการการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและ พัฒนากษेत्रเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย	71
ความรู้ ทักษะ ทักษะ การปฏิบัติ (KAP) ของเกษตรกรเกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่.....	74
แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการส่งเสริมและพัฒนากษेत्र.....	81
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	89
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	95
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	96
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	99
การเก็บรวบรวมข้อมูล	105

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล	109
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	124
ตอนที่ 1 ผลการศึกษาบริบท สภาพปัญหาและความต้องการการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่ เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ของประเทศไทย	125
ตอนที่ 2 ผลการศึกษาสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ของประเทศไทย	133
ตอนที่ 3 ผลการศึกษาความรู้ ทักษะ การปฏิบัติ และปัจจัยที่สัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ ของประเทศไทย	149
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่ เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ของประเทศไทย.....	178
ตอนที่ 5 ผลการพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและ พัฒนากลยุทธ์ของประเทศไทย	181
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	190
สรุปการวิจัย	190
อภิปรายผล	201
ข้อเสนอแนะ	207
บรรณานุกรม	209
ภาคผนวก	217
ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	218
ข แบบประเมินความสอดคล้องระหว่างแบบสัมภาษณ์กับวัตถุประสงค์ และ ผลการประเมินความสอดคล้องระหว่างแบบสัมภาษณ์กับวัตถุประสงค์.....	245
ประวัติผู้วิจัย	254

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 วิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่ เพื่อการส่งเสริมและ พัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย.....	60
ตารางที่ 2.2 การกำหนดกรอบการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ ศึกษาความรู้ ทักษะ การปฏิบัติ (KAP) และปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริม และพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย.....	80
ตารางที่ 2.3 การพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริม และพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย.....	88
ตารางที่ 3.1 แสดงประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	97
ตารางที่ 3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่สัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่ เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย.....	114
ตารางที่ 4.1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล	133
ตารางที่ 4.2 สภาพเศรษฐกิจ	135
ตารางที่ 4.3 สภาพสังคม.....	139
ตารางที่ 4.4 การใช้สื่อและสื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของ ประเทศไทย.....	140
ตารางที่ 4.5 ความเกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย	143
ตารางที่ 4.6 สรุปภาพรวมความเกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล.....	148
ตารางที่ 4.7 ความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ของประเทศไทย.....	149
ตารางที่ 4.8 ระดับความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล	152
ตารางที่ 4.9 ทักษะในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล	153
ตารางที่ 4.10 สรุปภาพรวมทักษะในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล	159
ตารางที่ 4.11 การปฏิบัติการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล	160
ตารางที่ 4.12 ระดับการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของ เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล	163
ตารางที่ 4.13 ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยง กุ้งทะเลของประเทศไทย	164
ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ค่าสถิติ	169

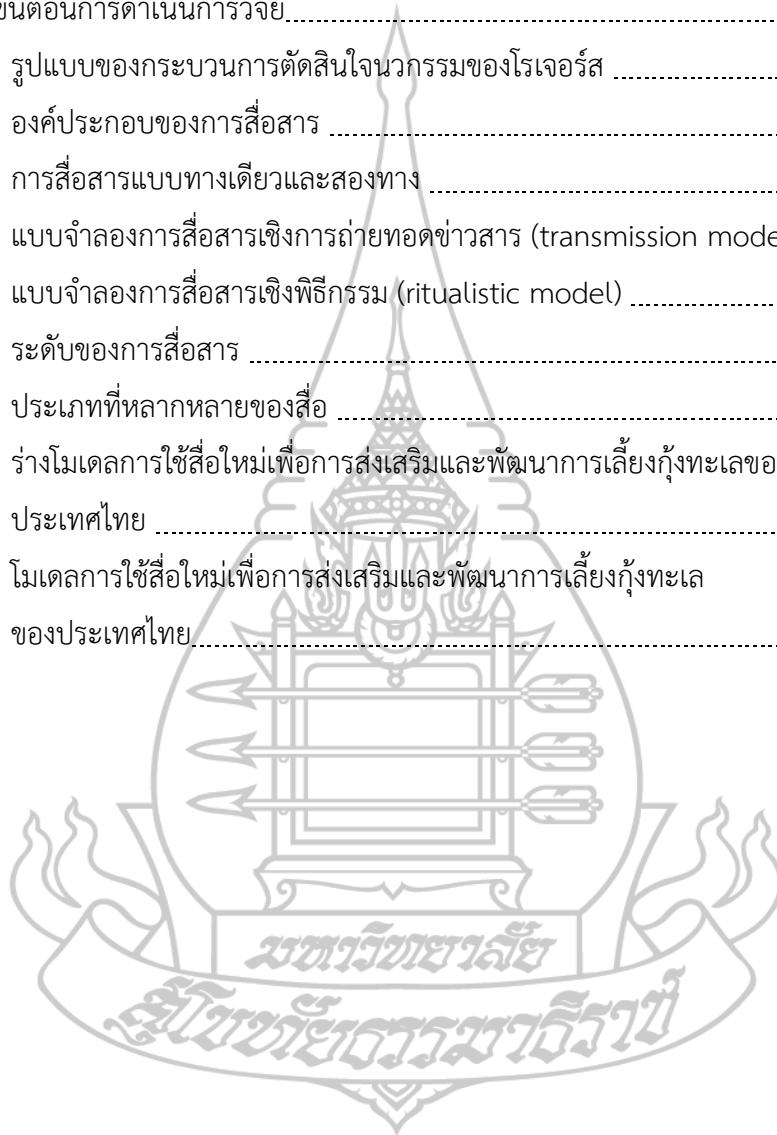
สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.15 ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบปกติแต่ละคู่ โดยแสดงในรูปเมตริกสัมพันธ์(correlation matrix)	171
ตารางที่ 4.16 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุความสัมพันธ์ของตัวแปรกับความรู้ในการใช้สื่อใหม่ (Y ₁).....	172
ตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุความสัมพันธ์ของตัวแปรกับทัศนคติในการใช้สื่อใหม่ (Y ₂).....	174
ตารางที่ 4.18 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุความสัมพันธ์ของตัวแปรกับการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่ (Y ₃).....	175
ตารางที่ 4.19 สรุปปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย	177
ตารางที่ 4.20 ประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย.....	187



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	9
ภาพที่ 2.1 รูปแบบของกระบวนการตัดสินใจนวัตกรรมของโรเจอร์ส	28
ภาพที่ 2.2 องค์ประกอบของการสื่อสาร	35
ภาพที่ 2.3 การสื่อสารแบบทางเดียวและสองทาง	37
ภาพที่ 2.4 แบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดข่าวสาร (transmission model)	38
ภาพที่ 2.5 แบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม (ritualistic model)	39
ภาพที่ 2.6 ระดับของการสื่อสาร	40
ภาพที่ 2.7 ประเภทที่หลากหลายของสื่อ	42
ภาพที่ 4.1 ร่างโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย	181
ภาพที่ 4.2 โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย.....	184



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ประเทศไทยเคยเป็นผู้นำในการส่งออกกุ้งทะเลมายาวนานกว่า 30 ปี โดยการเลี้ยงกุ้งมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำของประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากรายได้เข้าประเทศปีละเกือบแสนล้านบาท (กรมประมง, 2562) จากเดิมมีการเลี้ยงกุ้งแบบครบวงจรมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 และก้าวขึ้นเป็นผู้นำในตลาดกุ้งโลกได้ตั้งแต่ปี พ.ศ.2534 จนถึงปี พ.ศ. 2535 (สมาคมผู้เลี้ยงกุ้งทะเลไทย, 2562) ซึ่งสามารถแบ่งสถานภาพกุ้งไทยได้เป็น 3 ช่วงเวลา คือ ช่วงที่ 1 ปี พ.ศ. 2534-2555 เป็นช่วงที่ประเทศไทยเป็นผู้นำในตลาดกุ้งโลก ซึ่งสามารถครองฐานะผู้ส่งออกกุ้งอันดับ 1 ของโลกติดต่อกันถึง 22 ปี (สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย, 2560) ช่วงที่ 2 ปี 2556-2559 เป็นช่วงปรับเปลี่ยนในวงการกุ้งโลก กุ้งไทยเริ่มสูญเสียผลผลิต สาเหตุจากเกิดจากภาวะโรค Shrimp Early Mortality Syndrome (EMS) ที่เริ่มในปี พ.ศ. 2554 และระบาดในวงกว้างตลอดปี พ.ศ. 2555 ทำให้ต้องประสบวิกฤติการผลิต จากที่ผลิตได้ระดับ 600,000 ตันในปี พ.ศ. 2554 และ 550,000 ตันในปี พ.ศ. 2555 เหลือ 325,000 ตัน ในปี พ.ศ. 2556 และมีปริมาณผลผลิตเพียง 255,000 ตัน ในปี พ.ศ. 2564 (กรมประมง, 2564) ในขณะที่ประเทศที่มีการเลี้ยงกุ้งทั่วโลก ขยายกิจการทั้งการผลิตและการตลาด ส่งผลให้ผู้ผลิตกุ้งอย่างประเทศอินเดีย เอกวาดอร์ อินโดนีเซีย และเวียดนาม เริ่มก้าวเป็นกลุ่มนำในตลาดกุ้งโลกแทนประเทศไทยอย่างถาวรได้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 เป็นต้นมา (สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย, 2564) ช่วงที่ 3 ปีพ.ศ. 2560 - ปัจจุบัน เป็นช่วงที่ประเทศไทยพยายามฟื้นฟูอุตสาหกรรมกุ้งให้ก้าวสู่ความมั่นคงยั่งยืน

กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นหน่วยงานหลักในการปฏิรูประบบการทำประมงให้เกิดความยั่งยืน โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานของกรมประมงเพื่อให้กิจกรรมและการดำเนินการโครงการต่างๆ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อลดช่องว่างในการสื่อสาร ซึ่งกรมประมงจำเป็นต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ ได้แก่ YouTube Facebook และ website เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอันจะเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่กลุ่มเป้าหมาย และร่วมมือกับภาครัฐและภาคเอกชนในการแก้ไขปัญหาการทำประมง (กรมประมง, 2557) นอกจากนี้ จากการประชุมกลุ่มนักวิชาการและเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลได้พบ

ประเด็นปัญหาอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในอุตสาหกรรมกุ้งไทย คือ (1) เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล มุ่งเน้นผลตอบแทนสูงสุด ให้ความสนใจกับวิธีการหรือสูตรสำเร็จจากช่องทางการสื่อสารรูปแบบต่างๆ มากกว่าข้อมูลพื้นฐานทางด้านวิชาการของการเลี้ยงกุ้งทะเล จึงทำให้เกิดกระแสเลียนแบบการเลี้ยงกุ้ง จากฟาร์มที่ประสบความสำเร็จ และมีเทคโนโลยีที่มากขึ้น โดยไม่พิจารณาเงื่อนไขและความพร้อมของ ฟาร์มตนเองว่ามีความแตกต่างกัน ทำให้เกิดความเสียหายขาดทุน หรือยุติการผลิตได้ง่าย (2) ในปัจจุบันมี ระบบสื่อสารหลากหลายรูปแบบ ทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลรับข้อมูลมากเกินไป และเมื่อนำข้อมูล ใหม่ไปใช้โดยไม่พิจารณากลับกรองแล้วเกิดการเสียหายหรือขาดทุนได้ง่าย และ (3) ปัญหาผลผลิตกุ้ง ทะเลลดลงมาก ซึ่งส่งผลให้ศักยภาพการแข่งขันของกุ้งทะเลของไทยลดลงตามไปด้วย และส่งผล กระทบถึงความมั่นคงยั่งยืนของฟาร์มเลี้ยงกุ้งทะเลในประเทศไทย (ชมรมผู้เลี้ยงกุ้ง สุราษฎร์ธานี, 2562) จะเห็นได้ว่าการสื่อสารเข้ามามีบทบาทในการให้ความรู้ ความเข้าใจในการแก้ปัญหา และเพิ่ม ศักยภาพการผลิตให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลประกอบกับการทำการเกษตรของประเทศไทยได้มีการ เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์เชิงนโยบายในแต่ละยุคสมัย เช่น นโยบายประเทศไทยเข้าสู่ยุคเกษตร 4.0 ที่ต้องการเปลี่ยนเศรษฐกิจจากเดิมไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อน ด้วยนวัตกรรม เกษตรกรจึงมีช่องทางในการรับรู้ข่าวสารเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับหน่วยงานต่างๆ ยังมีการ นำสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชน สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรในการ เลี้ยงกุ้งทะเล ซึ่งสื่อเหล่านี้มีข้อจำกัดคือ เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งได้รับสาร เพียงทางเดียวไม่สามารถโต้ตอบหรือแสดงความคิดเห็นในสื่อ นั้นได้ ผู้ส่งสารไม่สามารถทราบผลการ รับสื่อหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารในเวลานั้นๆ ได้ ซึ่งทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างล่าช้า และยังส่งผลทำให้การส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งในประเทศไทยเป็นไปอย่างล่าช้าอีกด้วย

จากการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ทำให้เกิดสื่อใหม่ซึ่งได้เข้ามามีบทบาท ในภาคการเกษตรของประเทศไทยมากขึ้น ในอุตสาหกรรมกุ้งไทยมีแนวคิดในการส่งเสริมและพัฒนา เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งโดยผ่านการใช้สื่อใหม่เพื่อเชื่อมโยงการรับรู้ข่าวสารไปยังเกษตรกร และผู้ที่อยู่ใน อุตสาหกรรมกุ้งทั้งหมด เพื่อให้ได้สินค้ากุ้งที่มีคุณภาพ สวย สด สะอาด รสชาติดี มีมาตรฐาน สามารถ ตรวจสอบได้ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และเป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศมากขึ้น เพื่อให้เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลสามารถพัฒนาเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพการผลิตกุ้งทะเล ดังนั้น การใช้สื่อใหม่เข้ามาช่วยสนองการป้องกันแก้ไขปัญหา และการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตแก่ภาคการ ผลิตได้ด้วย โดยสามารถเลี้ยงกุ้งทะเลได้ผลผลิตกุ้งคุณภาพตามแผนการตลาดทั้งคุณลักษณะตัวกุ้ง ขนาดตัวกุ้ง ปริมาณผลผลิต และช่วงเวลาผลผลิตออกตลาด (กาญจนา แก้วเทพ, 2555)

ประเทศไทยมีการนำสื่อใหม่มาใช้ในการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร อาทิจาก ในอุตสาหกรรมกุ้งไทย ผ่านทางอุปกรณ์สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ แอปพลิเคชัน โปรแกรม ต่างๆ อาทิ เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูป เว็บไซต์ อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ อีเมล เป็นต้น ซึ่งทำให้ผู้รับสารสามารถรับ

ข้อมูลข่าวสาร สืบค้นข้อมูลได้ด้วยตนเอง สามารถสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นประโยชน์ในด้านการพัฒนาการผลิต ทำให้ประสิทธิภาพในการสื่อสารของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลพัฒนาได้รวดเร็วมากขึ้น สอดคล้องกับคำอธิบายของ กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล (2555) ที่กล่าวว่า อิทธิพลของเทคโนโลยีสารสนเทศที่ขยายตัวอย่างรวดเร็วผ่านอุปกรณ์ และสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ทำให้สื่อใหม่เติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง เกิดจากการที่สื่อใหม่ที่ภาคเอกชนนำมาประยุกต์ทำธุรกิจได้มากมาย และยังเป็นโอกาสที่ภาครัฐสามารถนำไปใช้ประโยชน์ทดแทนการสื่อสารแบบเดิมได้ ทำให้การรับรู้ข่าวสาร และถ่ายโอนข้อมูลทำได้ง่ายและรวดเร็ว (สุธี พลพงษ์ ,บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์ และประภาส นวลเนตร, 2551)

อย่างไรก็ตามการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ยังเป็นเรื่องใหม่สำหรับเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล กลุ่มเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล เจ้าหน้าที่ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกุ้งไทย อาทิ ผู้ประกอบการค้าปัจจัยการผลิตสัตว์น้ำ และสถาบันการศึกษา เป็นต้น ในการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรมีการใช้สื่อทั้งรูปแบบเดิม ที่มีข้อจำกัดในการสื่อสาร แต่มีข้อดีคือเป็นสิ่งที่ทุกคนคุ้นเคยและยังคงใช้อยู่ และการใช้สื่อใหม่ ที่มีข้อดีโดยเฉพาะการสื่อสารสองทาง การสามารถค้นหาข้อมูลหรือถามตอบปัญหาต่างๆได้ ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น และอย่างไรก็ตามยังไม่มีพัฒนาให้เหมาะสมกับการส่งเสริมการเพาะเลี้ยงกุ้งทะเลของไทย ซึ่งมีบริบทเฉพาะของตัวเอง ดังนั้นหากสามารถพัฒนาโมเดล การใช้สื่อใหม่ เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลในประเทศไทย ในประเด็นเกี่ยวกับ สถานการณ์การส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเลโดยการใช้สื่อใหม่ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Attitude) และการปฏิบัติ (Practice) หรือเรียกว่า (KAP) ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ปัญหาและความต้องการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล และการพัฒนาและประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล เพื่อนำข้อค้นพบและโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลมาส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลให้เกิดความมั่นคงในอนาคตต่อไป นอกจากนี้ยังสามารถประยุกต์โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล นี้ในการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรสำหรับการผลิตสินค้าเกษตรอื่นๆ ที่เป็นสินค้าสำคัญ (product champion) เพื่อช่วยป้องกันแก้ไขปัญหา และการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตแก่ภาคการผลิตสินค้าเกษตรสำคัญอื่นๆ ให้ยั่งยืนต่อไป

2. คำถามการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดคำถามงานวิจัยเป็นหัวข้อต่างๆ ดังนี้

- 2.1 บริบท สภาพปัญหาและความต้องการการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเลโดยการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย เป็นอย่างไร
- 2.2 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย เป็นอย่างไร
- 2.3 ความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติ ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย เป็นอย่างไร
- 2.4 ปัจจัยเกี่ยวข้องกับความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติ ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย เป็นอย่างไร
- 2.5 โมเดลการใช้สื่อใหม่ที่เหมาะสมเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย เป็นอย่างไร

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

- 3.1 เพื่อศึกษาบริบท สภาพปัญหาและความต้องการการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย
- 3.2 เพื่อศึกษาสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย
- 3.3 เพื่อศึกษาความรู้ ทักษะ การปฏิบัติ และปัจจัยที่สัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย
- 3.4 เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย
- 3.5 เพื่อพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาหลักการแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัย ดังนี้

4.1 การศึกษาและวิเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่ที่เหมาะสมเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกึ่งทะเลของประเทศไทย ผู้วิจัยได้ใช้แนวความคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่ที่เหมาะสมเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกึ่งทะเลของประเทศไทย ดังนี้

4.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ ของกาญจนา แก้วเทพ (2557) ได้กล่าวว่า สื่อใหม่ (new media) ที่มีบทบาทสูงขณะนี้ คือคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายการสื่อสารในระบบดิจิทัลที่สามารถสื่อสารได้ทั้งในระดับบุคคล กลุ่ม และมวลชนเชื่อมโยงโลกมนุษย์เสมือนหนึ่งเป็นสิ่งเดียวกัน เว็บ (world wide web) ต่างๆ มีบทบาทในการนำเสนอข่าวสารหลากหลายและสร้างสรรค์โลกเสมือนจริง (virtual reality) ทำให้มนุษย์เข้าถึงโลกของความเป็นจริงและโลกของจินตนาการได้อย่างสะดวกและอิสระอย่างไม่เคยมีมาก่อน ซึ่งสื่อแต่ละประเภทมีคุณสมบัติเด่นเฉพาะตัวที่แตกต่างกัน ดังนั้นการเลือกนำสื่อมาใช้ในการพัฒนา การเกษตรจะต้องพิจารณาตั้งแต่เทคนิควิธีการส่งเสริมที่จะใช้ เนื้อหาที่จะถ่ายทอดที่ต้องมีความเหมาะสมกับตัวสื่อที่จะใช้เป็นช่องทางในการถ่ายทอดไปสู่เกษตรกร ตลอดจนผู้ส่งสารจะต้องมีวิธีการผลิตสื่อ หรือสามารถผลิตสื่อต่างๆ ที่นำมาใช้ให้เหมาะสมกับตัวเกษตรกรซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่จะดำเนินการให้ความรู้และพัฒนา โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร เป็นต้น

โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ดังนี้ ใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ด้านบริบทการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกึ่งทะเลโดยใช้สื่อใหม่ ได้แก่ รูปแบบ เนื้อหา การส่งเสริมสื่อใหม่ ประเภทของสื่อใหม่ที่เหมาะสม ช่องทางและเทคนิคการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกร

4.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อ ของวิภาดา พรสกุลวานิช (2561) กล่าวว่า สื่อ (media) เป็นเครื่องมือหรือช่องทางในการส่งผ่านข้อมูลและเก็บข้อมูล และกล่าวว่าสื่อใหม่ เป็นเทคโนโลยีใหม่ๆ สื่อออนไลน์ และสื่อสังคมได้เปลี่ยนมุมมองการสื่อสารจากแบบดั้งเดิม คือ สื่อเครือข่ายทางสังคมชนิดต่างๆ เช่น เฟซบุ๊ก (facebook page) อีบุ๊ก (e-book) ยูทูบ (youtube) ไลน์ (line) เว็บไซต์ (website) และแอปพลิเคชัน (application)

โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ดังนี้ คือนำมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ด้านสภาพปัญหา และความต้องการการใช้สื่อใหม่ ประกอบด้วย

ด้านเนื้อหา การใช้สื่อใหม่ และเทคนิคการใช้สื่อใหม่ของเพจเฟซบุ๊ก (facebook page) อีบุ๊ก (e-book) ยูทูบ (youtube) ไลน์ (line) เว็บไซต์ (website) และแอปพลิเคชัน (application)

4.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่ แนวคิดของชุตีสันต์ เกิดวิบูลย์เวช (2560)

กล่าวว่า โดยปกติสื่อที่นำมาใช้ในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาช่องทางใหม่ โดยตัวแบบกระบวนการสื่อสารแบบใหม่ ได้แก่ ผู้ส่งสาร ผู้ใช้สื่อ สื่อใหม่ ผู้รับสารและผู้ใช้สื่อ โดยสื่อสารผ่านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์ (smart phone) การปฏิสัมพันธ์เนื้อหาแบบใหม่การส่ง –รับ กลายเป็นการแลกเปลี่ยน (share) การผสม (mix) และการเขียนใหม่หรือสร้างใหม่จากเนื้อหาที่มีอยู่ (remix) เนื้อหาใหม่ที่เกิดจากการสร้างโดยชุมชน (ออนไลน์) หรือ Community – created และผู้สื่อสารเป็นคนสร้าง หรือ User created มีข้อสังเกตว่าใน Lifestyle Media จะไม่ใช่คำว่า receiver ซึ่งหมายถึงผู้รับสารที่สะท้อนการตั้งรับอย่างเดียวแต่เปลี่ยนเป็น user หรือผู้สื่อสารคือ สามารถบริหารจัดการ และส่งสารได้ด้วย โดยตามลักษณะของ S M C R Model นี้ มีปัจจัยหลักที่มีความสำคัญต่อขีดความสามารถของผู้ส่งและผู้รับ ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ทักษะการสื่อสาร และระบบสังคมวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับ สุจิตรา แก้วสีนวล (2556) ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงของการสื่อสารมวลชนมาสู่การผสมผสานเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล ได้แก่ ช่องทางใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์มือถือ และการหาข้อมูลใหม่แบบใหม่ที่เป็นลักษณะการค้นหา (search) การค้นพบ (discovery) และการแนะนำ (recommendations) นั้น เพราะผู้รับสารไม่ใช่เพียงผู้รับ แต่กลายเป็นผู้ค้นหาด้วยตนเองและสามารถ ส่งข้อมูลไปสู่คนอื่นๆ ได้

โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ดังนี้ นำมาใช้ในกรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ที่ 3 คือ ความรู้ ทักษะ การปฏิบัติ (KAP) และปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ 1) ความรู้การใช้สื่อใหม่ ได้แก่ ด้านเทคนิคการใช้สื่อใหม่ ด้านเนื้อหาของใช้สื่อใหม่ ด้านรูปแบบของสื่อใหม่ และด้านช่องทางการสื่อสาร 2) ทักษะต่อการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ ด้านเทคนิคการใช้สื่อใหม่ ด้านเนื้อหาของการใช้สื่อใหม่ ด้านรูปแบบของสื่อใหม่ และด้านช่องทางการสื่อสาร 3) การปฏิบัติการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ ด้านเทคนิคการใช้สื่อใหม่ ด้านเนื้อหาของการใช้สื่อใหม่ ด้านรูปแบบของสื่อใหม่ และด้านช่องทางการสื่อสาร และ 4) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ กระบวนการสื่อสารแบบให้ระหว่าง ผู้ส่งสาร ผู้ใช้สื่อ สื่อใหม่ ผู้รับสาร ในการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกึ่งทะเลของประเทศไทยในการใช้สื่อใหม่

4.2 การพัฒนาโมเดลการใช้สื่อใหม่ที่เหมาะสมเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกึ่งทะเลของประเทศไทย

จากแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับแบบจำลองการสื่อสาร ตามแนวคิดแบบจำลองการสื่อสารของ เดวิด เบอริโล (David Berlo, 1960) นำเสนอว่า กระบวนการสื่อสารมีองค์ประกอบอยู่ 4 ประการ ได้แก่ ผู้ส่งสาร (source) ข่าวสาร (message) ช่องทางการสื่อสาร(channel) และผู้รับสาร (receiver) โดยแต่ละองค์ประกอบต่างทำหน้าที่ได้แก่ ผู้ส่งสาร ต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถเข้ารหัสเนื้อหาข่าวสารได้มีความรู้ที่ดีในข้อมูลที่จะส่ง และสามารถปรับระดับของเนื้อหาข่าวสารให้เหมาะสม

และสอดคล้องกับผู้รับสาร ข่าวสาร คือเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่ง ช่องทางการสื่อสาร ในที่นี้หมายถึงช่องทางที่ผู้รับสามารถรับสารได้ด้วยประสาทสัมผัส ทั้ง 5 คือ ตา หู จมูก ลิ้น และการสัมผัส ผู้รับสารต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในการถอดรหัสสารที่รับมาได้อย่างถูกต้ององค์ประกอบการสร้าง โมเดลตามแนวคิดของ Chen (2004) ที่กล่าวว่าโมเดลคือ รูปแบบที่พัฒนาปรับปรุงขึ้นมาใหม่ โดยมีขั้นตอนกระบวนการในการศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคม การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และนำไปสู่การนำโมเดลไปสร้างหรือพัฒนา และทำการพิสูจน์ ตรวจสอบ ทดลองใช้โมเดล และประเมินโมเดลที่พัฒนาขึ้น โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ดังนี้ นำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ของประเทศไทย ในกรอบที่ 4 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 การวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ของประเทศไทยโดยการปรับปรุงรูปแบบการใช้สื่อใหม่เพื่อส่งผลให้การผลิตกิจกรรมเกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น และนำมาใช้ในการพัฒนาโมเดลการใช้สื่อใหม่

โดยวิจัยครั้งนี้มีกระบวนการวิจัยโมเดล 4 องค์ประกอบ คือ 1) ศึกษาบริบทสภาพปัญหาและความต้องการ (study the context of problems and needs) 2) สร้างพัฒนาโมเดล (build and develop a mode) 3) ประเมินการสร้างและพัฒนาโมเดล (evaluate the creation and development of the model) และ 4) ประเมินการทดลองใช้โมเดลในการใช้สื่อใหม่ (evaluate trials using new media models) ได้แก่ เฟซบุ๊ก (facebook page) อีบุ๊ก (e-book) ยูทูบ (youtube) ไลน์ (line) เว็บไซต์ (website) และแอปพลิเคชัน (application) รวมทั้งนำมาพัฒนาโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ ตามกรอบแนวคิดวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 คือ การพัฒนาสื่อใหม่ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (facebook page) อีบุ๊ก (e-book) ยูทูบ (youtube) ไลน์ (line) เว็บไซต์ (website) และแอปพลิเคชัน (application) ใน 4 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาเทคนิคการใช้สื่อใหม่ การพัฒนาเนื้อหาของการใช้สื่อใหม่ การพัฒนารูปแบบของสื่อใหม่ และการพัฒนาช่องทางการสื่อสารเพจ

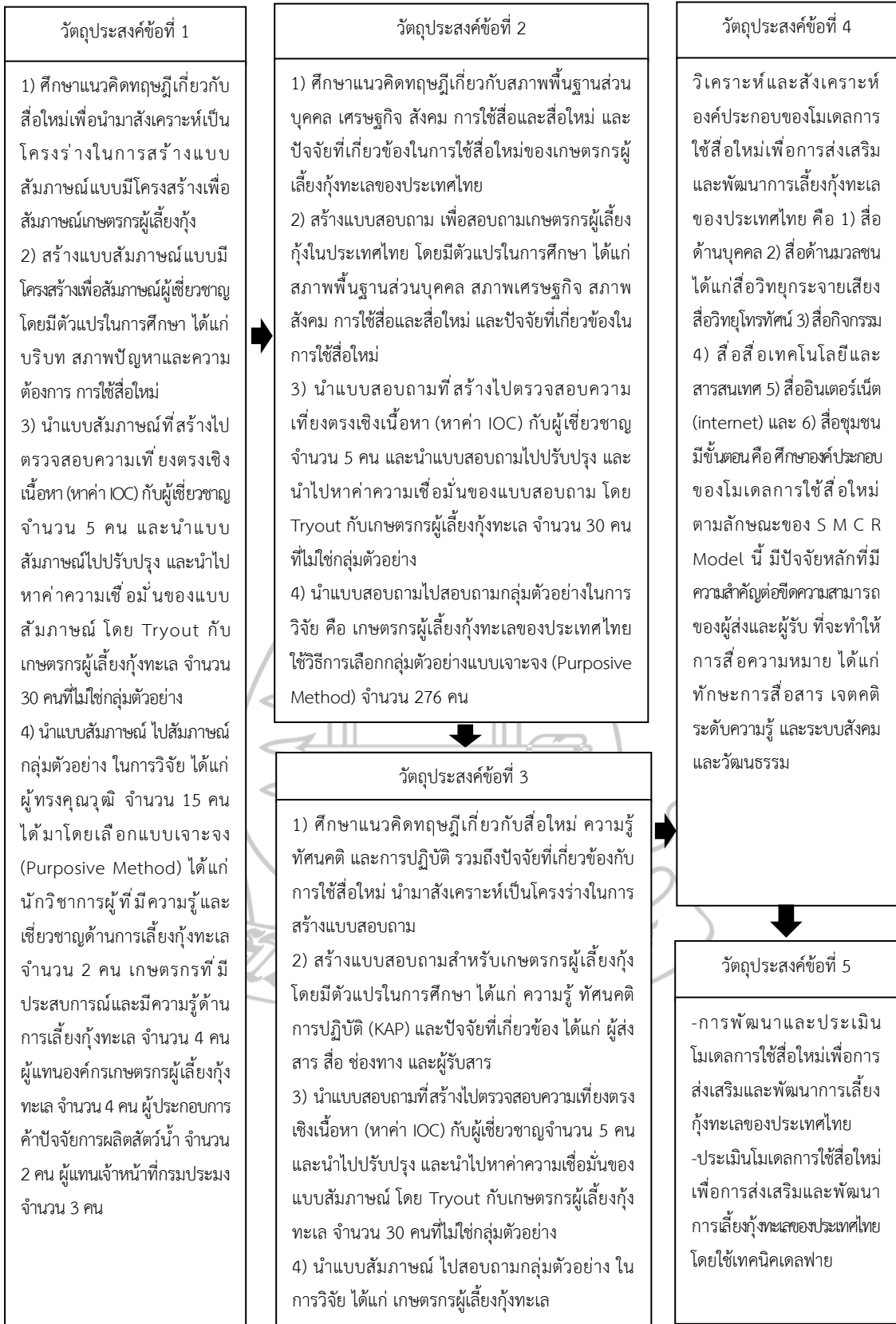
4.3 การประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่ที่เหมาะสมเพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ของประเทศไทย ผู้วิจัยใช้แนวความคิดของ อัลคิน (Alkin, 1969) และสตัฟเฟิลบีม (Stufflebeam, 1975) ที่กล่าวว่า การประเมินเกี่ยวกับระบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทั้งหมดตั้งแต่การกำหนดปัญหา การหาทางเลือกในการแก้ปัญหา การตัดสินใจเลือกทางเลือกในการแก้ปัญหา เพื่อนำมากำหนดเป็นจุดมุ่งหมาย กระบวนการดำเนินการตามโครงการและรูปแบบต่างๆ โดยมีการประเมินระบบ ตามความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความสอดคล้องในเชิงปฏิบัติ และความเป็นประโยชน์ของโครงการหรือรูปแบบที่มีการสร้างและพัฒนามา

โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ดังนี้ นำมากำหนดกรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 การประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้

ได้แก่ ด้านความเหมาะสม ด้านความเป็นไปได้ ด้านความสอดคล้องในเชิงปฏิบัติ และด้านความเป็นประโยชน์

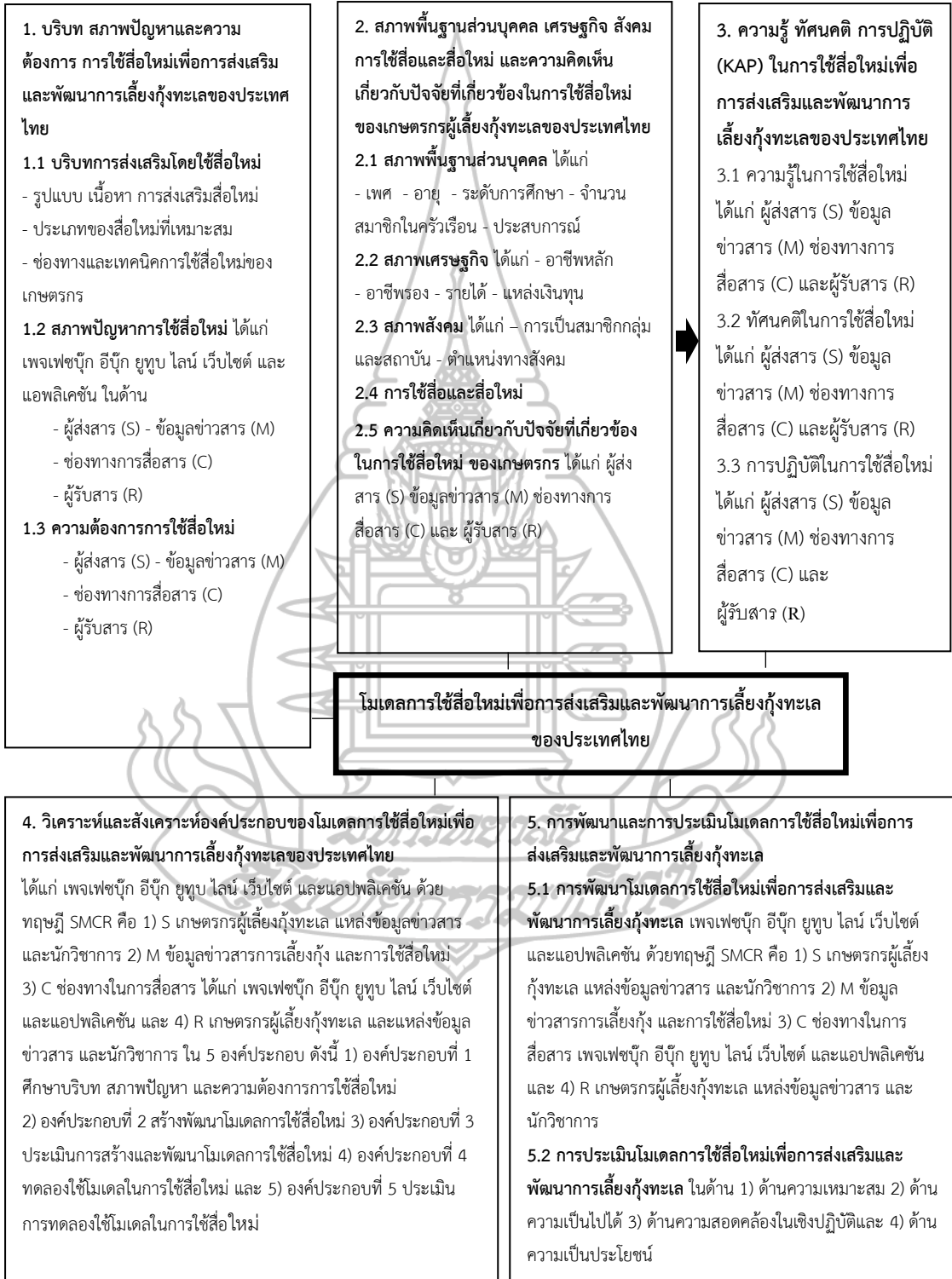
จากสาระสำคัญของแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังกล่าว ผู้ศึกษาสนใจแนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนาโมเดลการใช้สื่อใหม่ที่เหมาะสมเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกึ่งทะเลของประเทศไทย ในลักษณะของขั้นตอนการพัฒนาในรูปแบบดังภาพที่ 1.1 และจากหลักการแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง โมเดลการใช้สื่อใหม่ที่เหมาะสมเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกึ่งทะเลของประเทศไทย ดังภาพประกอบที่ 1.1 ตามลำดับ ดังนี้





ภาพที่ 1.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

จากหลักการแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้นำมาเป็นกรอบความคิดในการวิจัย โมเดลการใช้สื่อใหม่ที่เหมาะสมเพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์เลขของประเทศไทย ดังภาพประกอบที่ 1.2



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดการวิจัย

5. สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยมีดังต่อไปนี้

5.1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกร อย่างน้อย 1 ปัจจัยมีความสัมพันธ์ กับความรู้ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเล

5.2 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกร อย่างน้อย 1 ปัจจัยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเล

5.3 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกร อย่างน้อย 1 ปัจจัยมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเล

6. ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตในการศึกษาเรื่อง โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย มีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

6.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยเรื่องโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเนื้อหา ดังนี้

6.1.1 ศึกษาถึงบริบท สภาพปัญหาและความต้องการ การใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ประกอบด้วย (1) บริบทการส่งเสริมโดยใช้สื่อใหม่ ได้แก่ รูปแบบ เนื้อหา การส่งเสริมสื่อใหม่ ประเภทของสื่อใหม่ที่เหมาะสม และช่องทางและเทคนิคการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกร (2) สภาพปัญหาการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก อีบุ๊ก ยูทูป ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน ในด้าน ผู้ส่งสาร (S) ข้อมูลข่าวสาร (M) ช่องทางการสื่อสาร (C) และผู้รับสาร (R) และ (3) ความต้องการการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ ผู้ส่งสาร (S) ข้อมูลข่าวสาร (M) ช่องทางการสื่อสาร (C) และผู้รับสาร (R)

6.1.2 ศึกษาสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ประกอบด้วย (1) สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และประสบการณ์ (2) สภาพเศรษฐกิจ ได้แก่ อาชีพหลัก อาชีพรอง รายได้ และแหล่งเงินทุน (3) สภาพสังคม ได้แก่ การเป็นสมาชิกกลุ่มและสถาบัน และตำแหน่งทางสังคม (4) การใช้สื่อและสื่อใหม่ และ (5) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกร ได้แก่ ผู้ส่งสาร (S) ข้อมูลข่าวสาร (M) ช่องทางการสื่อสาร (C) และ ผู้รับสาร (R)

6.1.3 ศึกษาด้านความรู้ ทักษะ การปฏิบัติ (KAP) และปัจจัยที่สัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ประกอบด้วย เพจเฟซบุ๊ก อีบุ๊ก ยูทูป ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน ด้วยทฤษฎี SMCR คือ 1) S เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล แหล่งข้อมูลข่าวสาร และนักวิชาการ 2) M ข้อมูลข่าวสารการเลี้ยงกุ้งและการใช้สื่อใหม่ 3) C ช่องทางในการสื่อสาร ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก อีบุ๊ก ยูทูป ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน และ 4) R เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล

6.1.4 ศึกษาวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ประกอบด้วย เพจเฟซบุ๊ก อีบุ๊ก ยูทูป ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน ด้วยทฤษฎี SMCR คือ 1) S เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล แหล่งข้อมูลข่าวสาร และนักวิชาการ 2) M ข้อมูลข่าวสารการเลี้ยงกุ้ง และการใช้สื่อใหม่ 3) C ช่องทางในการสื่อสาร ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก อีบุ๊ก ยูทูป ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน และ 4) R เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล และแหล่งข้อมูลข่าวสาร และนักวิชาการ ใน 5 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) องค์ประกอบที่ 1 ศึกษาบริบทสภาพปัญหา และความต้องการการใช้สื่อใหม่ 2) องค์ประกอบที่ 2 สร้างพัฒนาโมเดลการใช้สื่อใหม่ 3) องค์ประกอบที่ 3 ประเมินการสร้างและพัฒนาโมเดลการใช้สื่อใหม่ และ 4) องค์ประกอบที่ 4 ประเมินการทดลองใช้โมเดลในการใช้สื่อใหม่

6.1.5 ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ประกอบด้วย (1) การพัฒนาโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก อีบุ๊ก ยูทูป ไลน์ เว็บไซต์ และ แอปพลิเคชัน ด้วยทฤษฎี SMCR คือ 1) S เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล แหล่งข้อมูลข่าวสาร และนักวิชาการ 2) M ข้อมูลข่าวสารการเลี้ยงกุ้ง และการใช้สื่อใหม่ 3) C ช่องทางในการสื่อสาร ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก อีบุ๊ก ยูทูป ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน และ 4) R เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล แหล่งข้อมูลข่าวสาร และนักวิชาการ (2) การประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ในด้าน 1) ด้านความเหมาะสม 2) ด้านความเป็นไปได้ 3) ด้านความสอดคล้องในเชิงปฏิบัติและ 4) ด้านความเป็นประโยชน์

6.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

งานวิจัยนี้มีขอบเขตการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ทั้ง 6 ภาค แบ่งตามเขตที่กรมประมงกำหนด ได้แก่ ภาคตะวันออก ภาคกลาง ภาคใต้ตอนบน ภาคใต้ตอนล่าง ภาคใต้ตอนล่างฝั่งอันดามัน ภาคใต้ตอนล่างฝั่งอ่าวไทย และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

6.3 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษารุ่นนี้ จะใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่างแต่ละขั้นตอนแตกต่างกันดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาบริบท สภาพปัญหาและความต้องการ การใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

1) ประชากร ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้ง

2) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 15 คน ได้มาโดยเลือกแบบเจาะจง (Purposive Method) ได้แก่

- (1) นักวิชาการผู้ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญด้านการเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 2 คน
- (2) เกษตรกรที่มีประสบการณ์และมีความรู้ด้านการเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 4 คน
- (3) ผู้แทนองค์กรเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 4 คน
- (4) ผู้ประกอบการค้าปัจจัยการผลิตสัตว์น้ำ จำนวน 2 คน
- (5) ผู้แทนเจ้าหน้าที่กรมประมง จำนวน 3 คน

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและ สื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

1) ประชากร ในการศึกษารุ่นนี้ ได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย จำนวน 40,983 คน

2) กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษารุ่นนี้ ได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย โดยใช้ในการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967 อ้างถึงใน ธาณินทร์ ศิลป์จารุ, 2549 น. 47) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยใช้ความคลาดเคลื่อนในการสุ่ม 6% และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Method) จำนวน 276 คน

ขั้นตอนที่ 3 การศึกษาถึงความรู้ ทักษะ การปฏิบัติและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

1) ประชากร ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย จำนวน 40,983 ราย

2) กลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัย ได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย โดยใช้ในการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967 อ้างถึงใน ธาณินทร์ ศิลป์จารุ, 2549 น. 47) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยใช้ความคลาดเคลื่อนในการสุ่ม 0.06 และใช้วิธีการเลือก

กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive method) ดังนั้นจึงใช้ขนาดตัวอย่างที่จะทำการศึกษาทั้งหมดรวม 276 คน

ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

4.1 การพัฒนาโมเดล

1) *ประชากร* คือ ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นผู้มีความรู้และเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล

2) *กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย* คือ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 12 คน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Method) ดังนี้

- (1) ผู้ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญด้านการเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 2 คน
- (2) ตัวแทนองค์กรเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 2 คน
- (3) ผู้ประกอบการค้าปัจจัยการผลิตสัตว์น้ำในพื้นที่ จำนวน 2 คน
- (4) เจ้าหน้าที่กรมประมงผู้ปฏิบัติตามนโยบายในพื้นที่ จำนวน 2 คน
- (5) ตัวแทนเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 2 คน
- (6) ผู้แทนสื่อ ผู้มีความรู้และประสบการณ์ในการทำสื่อเพื่อการเลี้ยงกุ้งทะเล

จำนวน 2 คน

4.2 การประเมินโมเดล

1) *ประชากรที่ใช้ในการวิจัย* คือ ผู้ทรงคุณวุฒิและหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการนำโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยไปใช้ ซึ่งได้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล และตัวแทนเกษตรกรผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการนำโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยไปใช้

2) *กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย* คือ ผู้ทรงคุณวุฒิและตัวแทนเกษตรกรผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการนำโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยไปใช้ จำนวน 52 คน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (purposive method) ดังนี้

- (1) ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นนักวิชาการผู้มีความรู้ด้านการเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 12 คน
- (2) ตัวแทนเกษตรกรผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการนำโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยไปใช้ จำนวน 40 คน (6 ภาคฯ ละ 6-7 คน)

6.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดเวลาในการรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ. 2566 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2566

7. นิยามศัพท์เฉพาะ

7.1 เกษตรกร หมายถึง ผู้ที่ประกอบอาชีพที่ทำงานเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเลในประเทศไทย

7.2 โมเดล (model) หรือรูปแบบ หมายถึง วิธีดำเนินงานที่เป็นต้นแบบอย่างใดอย่างหนึ่ง เป็นแบบอย่างของการใช้สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในที่นี้หมายถึงโมเดลการใช้สื่อเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างหรือทำซ้ำ ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล

7.3 สื่อใหม่ (new media) หมายถึง สื่อที่นำเสนอข่าวสารในอุตสาหกรรมกุ้ง ที่มีข้อมูลป้อนกลับที่โต้ตอบระหว่างผู้ใช้และผู้รับ สามารถเข้าถึงเนื้อหาตามความต้องการ ทุกที่ทุกเวลาและทุกอุปกรณ์ดิจิทัล ซึ่งรวมไปถึงข้อมูลป้อนกลับของผู้ใช้ที่โต้ตอบระหว่างกัน สื่อออนไลน์ที่สามารถติดต่อได้ถึงกัน ในการวิจัยครั้งนี้สื่อใหม่ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (facebook page) อีบุ๊ก (e-book) ยูทูบ (youtube) ไลน์ (line) เว็บไซต์ (website) และแอปพลิเคชัน (application)

7.4 การส่งเสริมและพัฒนา หมายถึง การดำเนินการเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการผลิตกุ้งทะเลให้สอดคล้องกับสถานการณ์และเวลาที่เปลี่ยนแปลง โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานการผลิตตามมาตรฐานที่กรมประมงกำหนด โดยมีเป้าหมายที่ความยั่งยืนทั้งเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

7.5 กุ้งทะเล หมายถึง กุ้งทะเลชนิดหนึ่ง มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า *Litopenaeus vannamei* มีลำตัวขาวใส ขามีสีขาวยาว หางสีแดง โดยเฉพาะบริเวณปลายหางจะมีสีแดงเข้ม กริจะมีแนวตรงปลายงุ้มลงเล็กน้อย ที่สังเกตเห็นเด่นชัดที่สุดคือลำไส้ของกุ้งชนิดนี้จะโตเห็นได้ชัดและตัวเมียจะใหญ่กว่าตัวผู้ เป็นกุ้งที่เลี้ยงได้ทั้งระบบธรรมชาติ และระบบหนาแน่น มีการนำกุ้งชนิดนี้มาเลี้ยงในประเทศไทย โดยผู้ประกอบการธุรกิจ เลี้ยงกุ้งเพื่อผลิตและจัดจำหน่าย โดยการวิจัยครั้งนี้คือ กุ้งกุลาดำและกุ้งขาวแวนนาไม

7.6 บริบท หมายถึง บริบทการส่งเสริมโดยใช้สื่อใหม่ ได้แก่ รูปแบบ เนื้อหา การส่งเสริมสื่อใหม่ ประเภทของสื่อใหม่ที่เหมาะสม ช่องทางและเทคนิคการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรที่ใช้สื่อใหม่ในการนำความรู้และวิธีการมาพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลปัจจุบัน โดยวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เฟซบุ๊ก อีบุ๊ก ยูทูบ ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน

7.7 สภาพปัญหา หมายถึง ปัญหาด้านเทคนิค เนื้อหา ช่องทาง และการผลิตสื่อ โดยปัญหาด้านเทคนิค ได้แก่ เทคนิคการใช้สื่อรูปแบบต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ปัญหา

ด้านเนื้อหา ได้แก่ ปัญหาด้านการสร้างเนื้อหาให้เหมาะสมกับเกษตรกร ความเสี่ยงของการหลอกลวง และความไม่โปร่งใสในเรื่องข้อมูล ปัญหาด้านช่องทาง ในที่นี้หมายถึงช่องทางออนไลน์ คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ การแบ่งปันภาพและข้อความ การแบ่งปันวิดีโอ ชุมชนทางสังคม และการสนทนา โดยเฉพาะในเพจเฟซบุ๊ก ไลน์ และยูทูป ปัญหาด้านการผลิตสื่อ ได้แก่ สื่อตัวอักษร สื่อภาพนิ่ง และสื่อวิดีโอ ซึ่งสภาพปัญหาในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรที่เกี่ยวกับการพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบการใช้สื่อใหม่ ด้านช่องทางการใช้สื่อใหม่ และเทคนิคการใช้สื่อใหม่ โดยวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก อีบุ๊ก ยูทูป ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน

7.8 ความต้องการ หมายถึง ความต้องการการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรที่เกี่ยวกับการพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล โดยวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ด้านเนื้อหาการใช้สื่อใหม่ ด้านรูปแบบการใช้สื่อใหม่ ด้านช่องทางการใช้สื่อใหม่ และด้านเทคนิคการใช้สื่อใหม่

7.9 การใช้สื่อและสื่อใหม่ หมายถึง การใช้สื่อและสื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ประกอบด้วย 1) จำนวนสื่อและสื่อใหม่ที่ใช้ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สมาร์ทโฟน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทีวี วิชยู และอื่นๆ 2) จำนวนช่องทางการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลจากสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อกลุ่ม สื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อกิจกรรม และสื่ออื่นๆ และ 3) จำนวนช่องทางการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก อีบุ๊ก ยูทูป ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน

7.10 ความรู้ หมายถึง ความรู้ที่สั่งสมมาจากการศึกษา ค้นคว้า รวมถึงประสบการณ์ที่เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเลของเกษตรกร ได้แก่ ด้านเทคนิคการใช้สื่อใหม่ ด้านเนื้อหาของใช้สื่อใหม่ ด้านรูปแบบของสื่อใหม่ และด้านช่องทางการสื่อสาร โดยวิจัยครั้งนี้ คือความรู้ในการเข้าใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก อีบุ๊ก ยูทูป ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน

7.11 ทศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่เกษตรกรมีต่อการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ได้แก่ ด้านเทคนิคการใช้สื่อใหม่ ด้านเนื้อหาของใช้สื่อใหม่ ด้านรูปแบบของสื่อใหม่ และด้านช่องทางการสื่อสาร โดยวิจัยครั้งนี้ คือทัศนคติต่อสื่อใหม่ ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก อีบุ๊ก ยูทูป ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน

7.12 การปฏิบัติ หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกถึงการเปลี่ยนแปลงหรือไม่เปลี่ยนแปลงของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล โดยมีพื้นฐานมาจากการสื่อสารด้วยสื่อใหม่ ได้แก่ ด้านเทคนิคการใช้สื่อใหม่ ด้านเนื้อหาของใช้สื่อใหม่ ด้านรูปแบบของสื่อใหม่ และด้านช่องทางการสื่อสาร โดยวิจัยครั้งนี้ คือการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก อีบุ๊ก ยูทูป ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน

7.13 ด้านเทคนิคการใช้สื่อใหม่ หมายถึง การใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก อีบุ๊ก ยูทูป ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน เพื่อการเข้าถึงข้อมูลและสืบค้นข้อมูล

7.14 ด้านเนื้อหาของการใช้สื่อใหม่ หมายถึง ประเด็นเนื้อหาที่จะนำไปส่งเสริมการใช้สื่อใหม่ในการเลี้ยงกุ้งทะเล ได้แก่ การผลิต การดูแล การตลาด แนวทางแก้ไขปัญหา และความรวดเร็วในการใช้สื่อใหม่เพื่อการเลี้ยงกุ้งทะเล

7.15 ด้านรูปแบบการใช้สื่อใหม่ หมายถึง ความต้องการใช้รูปแบบการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก อีบุ๊ก ยูทูป ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน ในการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเล

7.16 ด้านช่องทางการใช้สื่อใหม่ หมายถึง ช่องทางการติดต่อสื่อสารทางผ่านสื่อใหม่ ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก อีบุ๊ก ยูทูป ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน ในการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเล ในการเข้าถึงข้อมูล สืบค้นข้อมูล และติดต่อสื่อสาร ในการเลี้ยงกุ้งทะเล

7.17 การวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดล หมายถึง การปรับปรุงรูปแบบการใช้สื่อใหม่ เพื่อส่งผลให้การผลิตกุ้งทะเลเกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น โดยวิจัยครั้งนี้มีกระบวนการวิจัยโมเดล 5 องค์ประกอบ คือ การศึกษาบริบทสภาพและความต้องการ สร้างพัฒนาโมเดล ประเมินการสร้างและพัฒนาโมเดล ทดลองใช้โมเดล และประเมินการทดลองใช้โมเดลในการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก อีบุ๊ก ยูทูป ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน

7.18 โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล หมายถึง การส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ตามทฤษฎี SMCR เป็นการสื่อสารให้เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลรู้จักวิธีการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลด้านเทคนิคการใช้สื่อใหม่ ด้านเนื้อหาของใช้สื่อใหม่ ด้านรูปแบบของสื่อใหม่ และด้านช่องทางการสื่อสาร โดยใช้สื่อใหม่

7.19 ผู้ส่งสาร (Source: S) หมายถึง เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล แหล่งข้อมูลข่าวสาร และนักวิชาการ ซึ่งทำหน้าที่ในการให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล

7.20 ข้อมูลข่าวสาร (Message: M) หมายถึง เนื้อหาความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล ได้แก่ การผลิต การดูแล และการตลาด และการใช้สื่อใหม่ในการเลี้ยงกุ้งทะเล

7.21 ช่องทางในการส่ง (Channel: C) หมายถึง การส่งข้อมูลข่าวสารการเลี้ยงกุ้งทะเลไปยังเกษตรกรผ่านสื่อใหม่ ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก อีบุ๊ก ยูทูป ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน

7.22 ผู้รับ (Receiver: R) หมายถึง เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล แหล่งข้อมูลข่าวสาร และนักวิชาการ ในการเลี้ยงกุ้งทะเล

7.23 การประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย หมายถึง กระบวนการวัดผลโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยที่มีการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ ซึ่งมีการประเมิน 4 ด้าน คือ ด้านความเหมาะสม ด้านความเป็นไปได้ ด้านความสอดคล้องในเชิงปฏิบัติ และด้านความเป็นประโยชน์

8. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ คาดว่าจะได้รับประโยชน์ทั้งเชิงวิชาการและการนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

8.1 ได้โมเดลการใช้สื่อใหม่ที่เหมาะสมเพื่อใช้ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

8.2 เพื่อเป็นแนวทางให้กับเจ้าหน้าที่ภาครัฐ เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลและผู้ที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมและพัฒนาโดยการใช้สื่อใหม่ที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

8.3 โมเดลการใช้สื่อใหม่นี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานของเจ้าหน้าที่รัฐ เอกชน เกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำทั้ง กุ้ง, ปลา, ปู, สัตว์น้ำเศรษฐกิจ และด้านการเกษตรอื่นๆ ของประเทศไทยได้



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ของประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าวรรณกรรม ทั้งเอกสาร วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้สำหรับการวิจัยในทุกขั้นตอนการวิจัย ตั้งแต่การกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดกรอบแนวคิด การกำหนดตัวแปรของงานวิจัย กำหนดขอบเขตการศึกษา การกำหนดประเด็นคำถามในการสร้างเครื่องมือ รวมทั้งการรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ และอภิปรายผลการศึกษา เพื่อเป็นแนวทางการทำวิจัยครั้งนี้ โดยแยกเป็น 7 ประเด็น ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์
3. การใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ของประเทศไทย
4. บริบท สภาพปัญหาและความต้องการการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ของประเทศไทย
5. ความรู้ ทักษะ การปฏิบัติ (KAP) ของเกษตรกรเกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่
6. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร แบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่

- 1) แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร ประกอบด้วย ความหมาย ปรัชญาและหลักการส่งเสริมการเกษตร และแนวปฏิบัติในการส่งเสริมการเกษตร
- 2) ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตรที่สำคัญ ประกอบด้วย ทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้ ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ และทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม โดยมีสาระสำคัญดังนี้

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร

แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร ประกอบด้วย ความหมายของการส่งเสริมการเกษตร ปรัชญาและหลักการส่งเสริมการเกษตร แนวปฏิบัติในการส่งเสริมการเกษตร โดยมีสาระสำคัญดังนี้

1.1.1 ความหมายของการส่งเสริมการเกษตร

การส่งเสริม (extension) เป็นการขยายและถ่ายทอดความรู้ตามระบบวิทยาการแผนใหม่ (innovation system) ซึ่งก่อประโยชน์ทางการศึกษา (education advantages) และมีคุณค่าทางการปฏิบัติ (practical values) แก่บุคคลผู้พึงได้รับความช่วยเหลือในการเรียนรู้หรือผู้รับการส่งเสริม (people intended, clientele, audience) ให้สามารถพัฒนาตนเอง โดยการเรียนรู้ที่สามารถนำความรู้ไปปรับใช้ในการประกอบอาชีพเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (better living) เป็นสำคัญ (ดิเรก ฤกษ์หรัาย, 2552)

การส่งเสริม (extension) หมายถึง การวางแผนโครงการใดโครงการหนึ่ง ในการนำเอาความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและการวิจัยต่างๆ นำออกไปสู่ประชาชนในชนบท โดยความรู้ที่นำออกไปนั้น ประชาชนสามารถรับรู้และนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย โดยประยุกต์เข้ากับสภาพแวดล้อมและความเป็นอยู่ของประชาชนในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งการถ่ายทอดความรู้ ต้องคำนึงถึงการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม (appropriate technology) เพื่อให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและเป็นประโยชน์ต่อชุมชน อีกทั้งมีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและจริยธรรมควบคู่กันไป (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2553)

1.1.2 ปรัชญาและหลักการส่งเสริมการเกษตร

การส่งเสริมไม่ได้เป็นแค่เพียงการแจกจ่ายปัจจัยการผลิต เช่น เมล็ดพันธุ์พืช ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง เท่านั้น แต่มีเป้าหมายคือ “การพัฒนาคน” งานทางด้านส่งเสริมการเกษตร มีส่วนคล้ายคลึงกับการศึกษานอกระบบโรงเรียน เพราะเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (behavior) ของบุคคลเป้าหมาย ให้เขามีความเป็นอยู่และได้รับการพัฒนาที่ดีขึ้นจากเดิม โดยเน้นการให้ความรู้ในสิ่งที่ตรงตามความต้องการของเขา และให้เขาสามารถเรียนรู้ในเรื่องนั้นได้เพื่อใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ซึ่งเรียกว่า ช่วยให้ได้ช่วยเหลือตัวเอง (ดิเรก ฤกษ์หรัาย, 2552, น.6)

สามารถสรุปเป็นปรัชญาได้ว่าการส่งเสริมการเกษตร “เป็นการบริการของรัฐบาลที่จะบริการระบบการศึกษาแบบนอกโรงเรียน (out of school education) แก่ประชาชนที่อยู่ในชนบท เมื่อประชาชนได้รับการฝึกอบรมให้สามารถช่วยเหลือตัวเองได้แล้ว จึงจะเรียกได้ว่าประชาชนได้เปลี่ยนแปลง โดยกระบวนการศึกษาอย่างแท้จริง (changed educationally)”

หลักการของการส่งเสริมการเกษตร คือ การสนับสนุนงานส่งเสริมการเกษตร การให้บริการ หรือช่วยเหลือเกษตรกร โดยวิธีการให้การศึกษ เพื่อปรับปรุงวิธีการและเทคนิค

ทางการเกษตรเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและรายได้ รวมทั้งการปรับปรุงระดับความเป็นอยู่ และสังคมในพื้นที่ให้ดีขึ้น โดยให้คำปรึกษา แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตลอดจนแก้ไขปัญหาต่างๆ เพื่อให้เกษตรกรได้รับความรู้นำไปปฏิบัติด้วยตัวเอง จนสามารถช่วยเหลือตัวเองได้ โดยเน้นให้เกษตรกรช่วยเหลือตนเองบนพื้นฐานความต้องการอย่างแท้จริง ซึ่งเป้าหมายสุดท้ายของการส่งเสริม ก็คือ “การพัฒนาคน” อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการปกครองตนเองของเกษตรกร ซึ่งจะส่งผลให้เกิดภาวะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2553)

กรมส่งเสริมการเกษตร (2553) ได้กำหนดหลักการส่งเสริมการเกษตรที่สำคัญ มี 6 ประการ ดังต่อไปนี้

- 1) การส่งเสริมการเกษตรต้องทำร่วมกับเกษตรกร
- 2) การส่งเสริมการเกษตรต้องทำงานร่วมกับองค์กรพัฒนาอื่นๆ ในพื้นที่
- 3) การส่งเสริมการเกษตรเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารแบบยูกวลิตี้ (Two-Way)
- 4) การส่งเสริมการเกษตรทำงานกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน
- 5) เกษตรกรควรมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของงานส่งเสริม
- 6) การนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินงาน

1.1.3 แนวปฏิบัติในการส่งเสริมการเกษตร

ในการส่งเสริมการเกษตร นักส่งเสริมเป็นตัวจักรสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้นำความเปลี่ยนแปลง (change agent) ของบุคคลเป้าหมายให้เกิดการยอมรับนวัตกรรม (innovation) ใหม่ๆ และเป็นการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (behavior) ของบุคคลเป้าหมายในที่สุด แนวปฏิบัติในการส่งเสริมการเกษตร มี 10 ประการ ได้แก่ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2553)

1) ควรชี้แนะให้บุคคลเป้าหมายพยายามช่วยตัวเอง ในการสอนหรือให้คำแนะนำ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมควรตอกย้ำให้บุคคลเป้าหมาย พยายามอาศัยตนเองเป็นหลัก อ ย่ารอคอยให้คนอื่นมาช่วย การช่วยตัวเองได้นั้นจะทำให้มีอิสระในการตัดสินใจ และภูมิใจในผลงานของตนเอง

2) คอยชักจูงให้บุคคลเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ด้วยความสมัครใจ ซึ่งมีผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพสูง และทำให้เกิดความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของผลงานนั้นๆ หากผลงานนั้นๆ เป็นของชุมชนจะมีผลตามมาในด้านการประสานผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน และช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันด้วย

3) ควรให้มีการปฏิบัติด้วยตนเอง ในการส่งเสริม นักส่งเสริมควรให้โอกาสบุคคลเป้าหมายได้ปฏิบัติให้เกิดความชำนาญ จะได้มีความมั่นใจเมื่อเวลาจะนำไปปฏิบัติจริง

4) กิจกรรมที่ส่งเสริมให้ดำเนินการ ควรสอดคล้องกับความต้องการและเป็นประโยชน์แก่กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ หากงานส่งเสริมได้กระทำไปในระดับหมู่บ้านหรือตำบล งานส่งเสริมที่ลงไปในพื้นที่นั้น ก็ต้องสอดคล้องกับความต้องการของคนส่วนใหญ่ในชุมชนด้วย ช่วยให้การส่งเสริม

บรรลุเป้าหมายได้เร็ว เพราะตรงกับความต้องการและเกิดผลประโยชน์แก่ส่วนใหญ่ของกลุ่มเป้าหมาย อยู่แล้ว ซึ่งเมื่อบุคคลส่วนใหญ่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือยอมรับไปปฏิบัติแล้ว ก็มีผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้เร็ว

5) *ควรใช้ทรัพยากรที่มีอยู่หรือหาได้ในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ในงานส่งเสริมให้มากที่สุด* ทรัพยากรดังกล่าวนี้รวมทั้งทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรที่มนุษย์ผลิตและสร้างขึ้น เช่น แหล่งน้ำธรรมชาติ สิ่งสาธาณูปโภคที่เอื้ออำนวยแก่การส่งเสริม รวมทั้งสถาบันต่างๆ ที่มีอยู่ในท้องถิ่น หากทรัพยากรไม่สามารถหาได้ในท้องถิ่น จึงค่อนำจากภายนอก ทำให้เกิดประโยชน์แก่ท้องถิ่นเองในแง่การประหยัดทั้งเวลาและงบประมาณค่าใช้จ่าย เพราะหากจัดหาจากภายนอกย่อมเสียค่าใช้จ่ายสูงกว่าและน่าจะเสียเวลามากกว่า

6) *ควรสร้างทัศนคติของบุคคลเป้าหมายให้เกิดความรู้สึกรักอยากเปลี่ยนแปลง* และเมื่อเปลี่ยนแปลงและนำไปปฏิบัติแล้ว ก็ให้คงรักษาพฤติกรรมนั้นไว้ต่อเนื่องจนกว่ามีพฤติกรรมใหม่ที่ดีกว่ามาแทนที่ เพราะแม้ว่าบุคคลเป้าหมายจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและยอมรับไปปฏิบัติแล้วก็ตาม ผู้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนั้นอาจกลับไปใช้พฤติกรรมอย่างเก่าได้ หากนักส่งเสริมไม่คอยกระตุ้นให้รักษา

7) *ควรให้บุคคลเป้าหมายรวมเป็นกลุ่มหรือเป็นสถาบัน* เพราะเชื่อว่ากลุ่มมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงในด้านมีพลังต่อแรงจูงใจเศรษฐกิจและสังคม เป็นช่องทางในการรับบริการการส่งเสริมได้ดีขึ้น

8) *ควรสร้างผู้นำชุมชนและใช้ความเป็นผู้นำชุมชนให้เป็นประโยชน์ในการส่งเสริม* การส่งเสริมจะเข้าไปถึงบุคคลเป้าหมายทุกคนนั้นเป็นไปได้ยากมาก แต่ผู้นำชุมชนไม่ว่าจะเป็นผู้นำแบบทางการหรือไม่เป็นทางการ มักเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความนึกคิดของชาวบ้านธรรมดา และชาวบ้านชอบเอาอย่างผู้นำอยู่แล้ว ฉะนั้นหากนักส่งเสริมรู้จักคัดเลือกและใช้ผู้นำให้ถูกกาลเทศะ จะช่วยให้งานส่งเสริมบรรลุเป้าหมายได้ดีขึ้น

9) *ควรดำเนินกิจกรรมส่งเสริมแบบผสมผสาน* ซึ่งได้รับความนิยมมากขึ้นทุกทีในปัจจุบัน เพราะบุคคลเป้าหมายมักต้องกระทำการต่างๆ เพื่อประกอบอาชีพและดำรงชีวิตพร้อมกันไปหลายๆ อย่าง ฉะนั้นกิจกรรมที่ส่งเสริมที่ต้องการถ่ายทอด ควรต้องมีลักษณะผสมผสาน โดยประสานงานกับผู้เกี่ยวข้อง เพื่อประสานกิจกรรมส่งเสริมให้สอดคล้องกันและทำงานร่วมกัน ก็จะช่วยให้งานส่งเสริมสำเร็จลุล่วงไปได้ และบุคคลเป้าหมายพอใจ

10) *ขับเคลื่อนการดำเนินงานด้วยกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วม*

M - Mapping (จัดทำและใช้ข้อมูลแผนที่) คือ การทำงานบนพื้นฐานของข้อมูลที่ถูกต้องสมบูรณ์ โดยเน้นการจัดทำและการใช้ข้อมูลแผนที่ ในการนำข้อมูลกายภาพ ชีวภาพ เศรษฐกิจ สังคม และข้อมูลอื่นๆ ของชุมชน มาวิเคราะห์และเชื่อมโยงในรูปแบบแผนที่หรือแผนภาพ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ชุมชน เข้าใจสถานการณ์และศักยภาพของชุมชนด้านต่างๆ ในการนำไปสู่การ

กำหนดเป้าหมายและวางแผนพัฒนาแก้ไขปัญหาของชุมชน หรืออาจกล่าวได้ว่า เป็นการแปลงข้อมูลหรือข้อมูลตารางเป็นข้อมูลเชิงตำแหน่งในแผนที่

R - Remote sensing (การสื่อสารข้อมูลทางไกล) การเข้าถึงและ/หรือการสื่อสารข้อมูล ระหว่างเจ้าหน้าที่กับเกษตรกร หรือเจ้าหน้าที่กับหน่วยงานทางวิชาการ โดยการใช้การติดต่อสื่อสารระยะไกลผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถเลือกเทคโนโลยีการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับสถานการณ์

C - Community Participation (การทำงานแบบมีส่วนร่วมกับภาคีเครือข่าย) คือ แนวทางของการส่งเสริมการเกษตรที่ให้เกษตรกร ชุมชน รวมทั้งภาคีเครือข่าย และผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้นๆ ทุกขั้นตอนของการมีส่วนร่วม ได้แก่ ร่วมรับรู้ ร่วมคิดตัดสินใจ ร่วมลงมือปฏิบัติ ร่วมประเมินผล และร่วมรับผลประโยชน์ ภายใต้แนวคิดของการได้รับประโยชน์ร่วมกันของทุกฝ่าย (Win – Win Situation)

F - Specific Field Service (การให้บริการทางการเกษตรแบบเฉพาะเจาะจง มีเป้าหมายชัดเจน) คือ การนำข้อมูลแผนที่ ข้อมูลความต้องการ หรือปัญหาของเกษตรกรมาดำเนินการเพื่อให้บริการเกษตรกรกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง (Specific Field Service) ซึ่งอาจเป็นการเจาะจงเฉพาะพื้นที่ กลุ่มรายบุคคล หรือประเด็นปัญหาการเกษตร โดยนักส่งเสริมการเกษตรต้องเข้าพื้นที่อย่างมีเป้าหมาย ต้องศึกษาข้อมูลก่อนเข้าพื้นที่ ต้องรู้ว่าจะไปทำอะไร ที่ไหน กับใคร มีข้อมูลอะไรที่เกี่ยวข้องบ้าง ต้องรู้จักเกษตรกรและรู้จักพื้นที่เป็นอย่างดี และต้องติดตามข้อมูลข่าวสารอื่นประกอบด้วย รู้จักที่จะวิเคราะห์ สังเคราะห์ และต่อภาพเชื่อมโยงข้อมูลต่างๆ เข้าด้วยกันเพื่อประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ให้การบริการ ก่อให้เกิดความรู้ออกไปเพื่อแก้ปัญหาหรือพัฒนาการเกษตรในพื้นที่ (ยุพา แซ่ซื่อ, 2559)

สรุป ผลจากการศึกษาและทบทวนแนวคิดการส่งเสริมการเกษตร ทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปสาระสำคัญของกระบวนการส่งเสริมการเกษตร ที่จำแนกออกได้ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) แหล่งความรู้ 2) การแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดความรู้/ข้อมูลข่าวสาร 3) การนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินงานส่งเสริม และ 4) การมีส่วนร่วม ซึ่งสามารถนำสาระความรู้ในการส่งเสริมการเกษตรที่มีประสิทธิภาพทั้ง 4 ด้าน เชื่อมโยงนำไปสู่การพัฒนาโมเดลการส่งเสริมเพื่อสร้างเสริมทักษะชีวิตที่มั่นคงของเกษตรกรและครอบครัว ในการวิจัยนี้ให้บรรลุผลสำเร็จ

1.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตรที่สำคัญ ประกอบด้วย ทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้ ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ และทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม โดยมีสาระสำคัญดังนี้

1.2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้

1) ความหมายของการเรียนรู้ การเรียนรู้เป็นกระบวนการที่ซับซ้อนทั้งนักจิตวิทยาและนักการศึกษาของไทยและต่างประเทศ ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับคุณลักษณะและธรรมชาติของการเรียนรู้แล้วทำการนิยามความหมายของการเรียนรู้ สรุปได้ดังนี้

พิมล พรพีระชนม์ (2551, น.128) ได้ให้ความหมายของการเรียนรู้ไว้ว่า การเรียนรู้เป็นกระบวนการอันซับซ้อนที่ทำให้พฤติกรรมของบุคคลเปลี่ยนแปลงไปอันเนื่องมาจากประสบการณ์ที่ได้รับผ่านประสาทสัมผัส สามารถเกิดขึ้นได้โดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ ทั้งนี้ผลของการเรียนรู้จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมใน 3 ด้าน คือ ด้านความรู้ (knowledge) ด้านทักษะหรือกระบวนการ (skill process) และด้านความรู้สึก (affective)

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2553) ได้ให้ความหมายของการเรียนรู้ไว้ว่า หมายถึง กระบวนการเรียนรู้เพื่อความเจริญงอกงามของบุคคลและสังคมโดยการถ่ายทอดความรู้ การฝึก การอบรม การสืบสานทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์จรรโลงความก้าวหน้าทางวิชาการ การสร้างองค์ความรู้อันเกิดจากการจัดสภาพแวดล้อม สังคม การเรียนรู้และปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคคลเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

ครอร์วและครอร์ว (crow and crow, 1973) ได้ให้ความหมายของการเรียนรู้ไว้ว่า การเรียนรู้เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลง (change) การได้รับลักษณะนิสัย ความรู้ และทัศนคติทั้งหลาย การเรียนรู้จึงทำให้บุคคลมีการปรับตัวทั้งในด้านส่วนตัว และทางด้านสังคม การเปลี่ยนแปลงใดๆ จึงย่อมจะมีการเรียนรู้เกิดขึ้นเสมอ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจึงอยู่ในกระบวนการเรียนรู้

เบอร์ตัน (burton, 1965) ได้ให้ความหมายของการเรียนรู้ไว้ว่า เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในตัวบุคคลและเป็นปฏิสัมพันธ์ (interaction) เกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อม (environment) ซึ่งจะทำให้บุคคลได้ตอบสนองความต้องการของตนและทำให้สามารถต่อสู้กับสภาพแวดล้อมได้อย่างเหมาะสมต่อไป

กล่าวโดยสรุป การเรียนรู้ หมายถึง กระบวนการที่ทำให้คนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมความคิด ซึ่งเกิดจากการดู ได้ยิน ตมกลิ่น ลิ้มรส สัมผัส การอ่าน การนึกคิด การใช้เทคโนโลยี การเรียนรู้ของเด็กและผู้ใหญ่จะต่างกัน เด็กจะเรียนรู้ด้วยการเรียนในห้อง การซักถาม ผู้ใหญ่ มักเรียนรู้ด้วยประสบการณ์ที่มีอยู่ แต่การเรียนรู้จะเกิดขึ้นจากประสบการณ์ที่ผู้สอนนำเสนอ โดยการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน ผู้สอนจะเป็นผู้ที่สร้างบรรยากาศทางจิตวิทยาที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ที่จะให้เกิดขึ้นเป็นรูปแบบใดก็ได้ เช่น ความเป็นกันเอง ความเข้มงวดกวดขันหรือความไม่มีระเบียบวินัย สิ่งเหล่านี้ผู้สอนจะเป็นผู้สร้างเงื่อนไขและสถานการณ์การเรียนรู้ให้กับผู้เรียน ดังนั้นผู้สอนจะต้องพิจารณาเลือกรูปแบบการสอน รวมทั้งการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียน

2) ทฤษฎีการเรียนรู้ โดยสินีนาช ครูทเมือง แสนเสริม (2567, น. 12-15) อธิบายถึงทฤษฎีการเรียนรู้ที่สำคัญไว้ดังนี้

(1) ทฤษฎีการเรียนรู้ของกลุ่มเกสตัลท์ โดยสามารถสรุปกฎการเรียนรู้ของกลุ่มเกสตัลท์ ได้ดังนี้ (1) การเรียนรู้เป็นกระบวนการทางความคิดซึ่งเป็นกระบวนการภายในตัวของมนุษย์ (2) บุคคลจะเรียนรู้จากสิ่งเร้าที่เป็นส่วนรวมได้ดีกว่าส่วนย่อย (3) การเรียนรู้เกิดขึ้นได้ 2 ลักษณะ คือ

ก. การรับรู้ (*perception*) เป็นการแปรความหมายจากการสัมผัส ด้วยอวัยวะสัมผัสทั้ง 5 ส่วนคือ หู ตา จมูก ลิ้นและผิวหนัง ดังนั้นกลุ่มของเกสตัลท์จึงจัดระเบียบการรับรู้ โดยแบ่งเป็นกฎ 6 ข้อ เรียกว่า กฎแห่งการจัดระเบียบ คือ (1) กฎการรับรู้ส่วนรวมและส่วนย่อย (*law of pragnanz*) ประสบการณ์ เดิมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของบุคคล การรับรู้ของบุคคลต่อสิ่งเร้าเดียวกัน อาจแตกต่างกันได้เพราะการใช้ ประสบการณ์เดิมมารับรู้ส่วนรวมและส่วนย่อยต่างกัน (2) กฎแห่งความชัดเจน (*clearness*) การเรียนรู้ที่ดีต้องมีความชัดเจนและแน่นอน เพราะบุคคลเป้าหมายมี ประสบการณ์เดิมแตกต่างกัน (3) กฎแห่งความคล้ายคลึง (*law of similarity*) เป็นการวางหลักการรับรู้ในสิ่งที่คล้ายคลึงกันเพื่อจะได้รู้ว่าสามารถจัดเข้ากลุ่มเดียวกัน (4) กฎแห่งความใกล้ชิด (*law of proximity*) เป็นการกล่าวถึงว่าถ้าสิ่งใดหรือสถานการณ์ใดที่มีความใกล้ชิดกัน บุคคลเป้าหมายมี แนวโน้มที่จะรับรู้สิ่งนั้นไว้แบบเดียวกัน (5) กฎแห่งความต่อเนื่อง (*law of continuity*) สิ่งเร้าที่มี ทิศทางในแนวเดียวกัน ซึ่งบุคคลเป้าหมายจะรับรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน (6) กฎแห่งความสมบูรณ์ (*law of closure*) สิ่งเร้าที่ขาดหายไปบุคคลเป้าหมายสามารถรับรู้ให้เป็นภาพสมบูรณ์ได้โดยอาศัย ประสบการณ์เดิม

ข. การหยั่งเห็น (*insight*) เป็น การค้นพบหรือเกิดความเข้าใจใน ช่องทางแก้ปัญหาอย่างฉับพลันทันที อันเนื่องมาจากผลการพิจารณาปัญหาโดยส่วนรวม และการใช้ กระบวนการทางความคิดและสติปัญญาของบุคคลนั้น นั่นคือ การเกิดความคิดกระทันหันมาทันทีทันใด ในขณะที่ประสบปัญหาโดยมองเห็นแนวทางในการแก้ปัญหาตั้งแต่เริ่มแรกเป็นขั้นตอนจนสามารถ แก้ปัญหาได้ เป็นการมองเห็นสถานการณ์ในแนวทางใหม่ๆ ขึ้น โดยเกิดจากความเข้าใจและความรู้สึก ที่มีต่อสถานการณ์ว่าได้ยินได้ค้นพบแล้ว บุคคลเป้าหมายจะมองเห็นช่องทางการแก้ปัญหาขึ้นได้ใน ทันทีทันใด

(2) ทฤษฎีการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง (*constructionism*) เชื่อว่าการ เรียนรู้เป็นกระบวนการสร้างมากกว่าการรับความรู้ ดังนั้นเป้าหมายของการสอนจะสนับสนุนการสร้าง มากกว่าความพยายามในการถ่ายทอดความรู้ ดังนั้น กลุ่มทฤษฎีการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง หรือ คอนสตรัคติวิสต์จะมุ่งเน้นการสร้างความรู้ใหม่อย่างเหมาะสมของแต่ละบุคคล และสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญในการสร้างความหมายตามความเป็นจริง โดยเป็นการเรียนรู้ที่เน้นให้บุคคลเป้าหมายเป็น

ผู้สร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง เป็นการนำความคิดสร้างสรรค์บางสิ่งบางอย่างออกมาเท่ากับว่าบุคคล เป้าหมายสร้างความรู้ขึ้นมาภายในตนเองด้วย บุคคลเป้าหมายนำไปสร้างความรู้ใหม่ หรือสร้างสรรค์ สิ่งประดิษฐ์อื่นๆ ที่ความสลับซับซ้อนมากขึ้น ทำให้เกิดความรู้เพิ่มพูนขึ้นตามไปด้วยแนวคิดสำคัญของทฤษฎีการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง ประกอบด้วย (1) เริ่มที่บุคคลเป้าหมายต้องอยากจะทำอะไร อยากจะเรียน จึงจะเป็นตัวเร่งให้เขาขับเคลื่อน (2) การนำความผิดพลาดเป็นบทเรียนเป็นการจูงใจ เพื่อทำให้เกิดการสร้างองค์ความรู้ (3) การเรียนรู้เป็นทีมในการเรียนรู้จะดีกว่าการเรียนรู้คนเดียว (4) การเรียนรู้วิธีการเรียนรู้ เพื่อการค้นหา ไม่ใช่การสอน

ดังนั้น การเรียนรู้จะเกิดขึ้นได้ดีก็ต่อเมื่อได้รับประสบการณ์ตรงหรือลงมือ ทำด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ด้วยการปฏิบัติจริงหรือลงมือทำ (learning by doing) ของ john dewey ซึ่งเชื่อว่ามนุษย์จะต้องปรับตัวเพื่อให้ชีวิตอยู่รอดและนำมาใช้ในการจัดการศึกษาคือ “learning by doing” “หรือการเรียนรู้โดยการปฏิบัติจริง” การเรียนรู้โดยการลงมือทำคือ การเรียนรู้โดยการลงมือทำเป็นแนวคิดหรือความเชื่อที่สนับสนุนให้คนเราปฏิบัติสิ่งต่างๆ ด้วยตนเอง ตามความสนใจ ตามความถนัดและศักยภาพ ด้วยการศึกษา ค้นคว้า ฝึกปฏิบัติ ฝึกทักษะจนถึงการ เรียนรู้ด้วยตนเอง เพราะเชื่อว่าหากคนเราได้กระทำจะทำให้เกิดความเชื่อมั่นเป็นการจูงใจให้เกิดการ ใฝ่รู้ ใฝ่เรียน บุคคลเป้าหมายจะสนุกสนานที่จะสืบค้นหาความรู้ต่อไป ซึ่งพบว่า มนุษย์ต้องเผชิญกับ ปัญหา จึงต้องฝึกให้มนุษย์แก้ปัญหา เพื่อให้เกิดการเรียนรู้จากการกระทำ ฝึกปฏิบัติ ฝึกคิด ฝึกลงมือ ทำ ฝึกทักษะกระบวนการต่างๆ และจากประสบการณ์ที่มนุษย์พบหรือเผชิญ คือเป็นประสบการณ์ที่ ไม่เป็นความรู้ หรือยังไม่ได้คิดแบบไตร่ตรองและความรู้ได้ผ่านการคิดไตร่ตรอง

1.2.2 ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์

แอบราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) เป็นนักจิตวิทยาและนักมนุษยวิทยา ซึ่งได้นำประสบการณ์ที่ได้จากการเป็นนักจิตวิทยาและผู้ให้คำปรึกษามาเป็นพื้นฐานในการเสนอทฤษฎี ที่อธิบายถึงพฤติกรรมของมนุษย์ว่าจะมีความต้องการเป็นระดับต่างๆ ลาเฮย์ (Lahey, 2004, p.383) กล่าวถึงกรอบความคิดที่สำคัญของทฤษฎีมาสโลว์ ซึ่งระบุว่าบุคคลมีความต้องการเรียงลำดับจากพื้นฐาน ไปยังระดับสูงสุด ซึ่งถือเป็นฐานคิดหรือสมมติฐานของทฤษฎี โดยสินินุช ครุฑเมือง แสนเสริม (2556, น. 9-25) อธิบายว่า ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's needs hierarchy theory) เชื่อว่า พฤติกรรมของบุคคลเป็นผลมาจากการตอบสนองความต้องการตามลำดับขั้น ทั้ง 5 ชั้น ได้แก่ (1) ความต้องการทางร่างกาย (physiological needs) ได้แก่ ปัจจัยสี่ (2) ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) เป็นความต้องการความปลอดภัยทางร่างกาย และจิตใจ (3) ความต้องการความรัก และความเป็นเจ้าของ (belongingness and love needs) เป็นความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (4) ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (esteem needs) เป็นความต้องการที่เกิดจากความภาคภูมิใจ ในตนเองที่ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น และ (5) ความต้องการความสำเร็จ (self-actualization

needs) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดที่คนปรารถนาที่จะใช้ความสามารถและศักยภาพของตนเองให้ถึงขีดสุด เพื่อให้เกิดความสำเร็จ

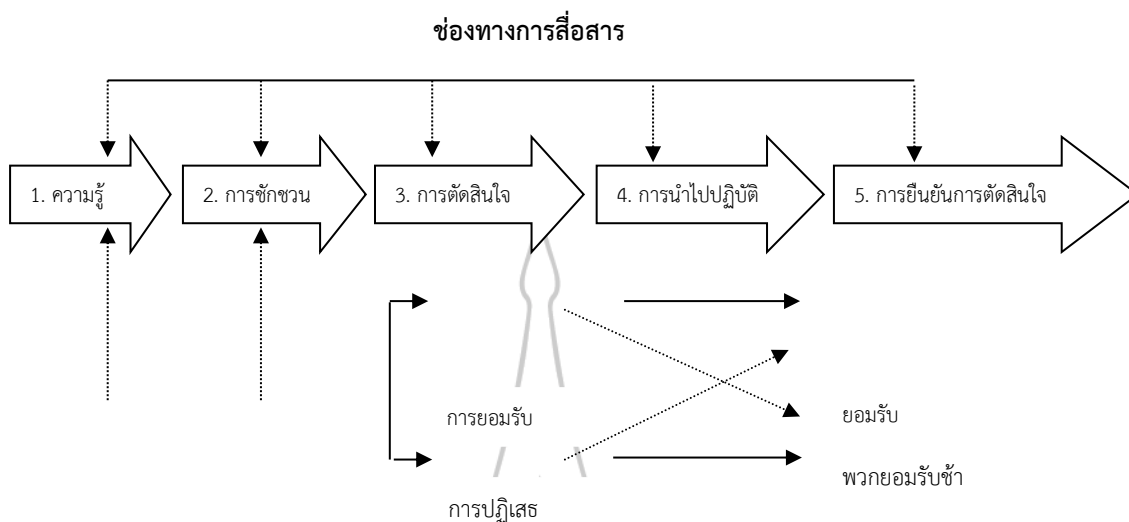
1.2.3 ทฤษฎีการแพร่กระจายของนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory)

สวัสดี ปุชปาคม (2557, น.211) ได้ความหมายของนวัตกรรม ว่าเป็นการทำให้ใหม่ขึ้นอีกครั้ง ซึ่งหมายถึง การปรับปรุงสิ่งเก่าและพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ตลอดจนหน่วยงานหรือองค์กรนั้นๆ นวัตกรรมไม่ใช้การจัดหรือล้มล้างสิ่งเก่าให้หมดไป แต่เป็นการปรับปรุง ส่งเสริมเพิ่มเติมและพัฒนา

ไชยยศ เรื่องสุวรรณ (2551, น.14) ได้ให้ความหมายของ “นวัตกรรม” ไว้ว่า หมายถึง วิธีการปฏิบัติใหม่ๆ ที่แปลกไปจากเดิมโดยอาจจะได้มาจากการคิดค้นพบวิธีการใหม่ๆ ขึ้นมา หรือปรับปรุงของเก่าให้เหมาะสมและสิ่งทั้งหลายเหล่านี้ได้รับการทดลอง พัฒนาจนเชื่อถือได้แล้วว่าได้ผลดีในทางปฏิบัติ ทำให้ระบบก้าวไปสู่จุดหมายปลายทางได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

จรรยา วงศ์สายัณห์ (2550, น.37) ได้กล่าวถึงความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า “แม้ในภาษาอังกฤษเอง ความหมายก็ต่างกันทั้งสองระดับ โดยทั่วไป นวัตกรรม หมายถึง ความพยายามใดๆ จะเป็นผลสำเร็จหรือไม่ มากน้อยเพียงใดก็ตามที่เป็นไปเพื่อจะนำสิ่งใหม่ๆ เข้ามาเปลี่ยนแปลงวิธีการเดิมที่ทำอยู่แล้ว กับอีกระดับหนึ่งซึ่งวงการวิทยาศาสตร์แห่งพฤติกรรม ได้พยายามศึกษาถึงที่มา ลักษณะ กรรมวิธี และผลกระทบที่มีอยู่ต่อกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง คำว่า นวัตกรรม มักจะหมายถึงสิ่งที่ได้นำความเปลี่ยนแปลงใหม่เข้ามาใช้ได้ผลสำเร็จและแผ่กว้างออกไปจนกลายเป็นการปฏิบัติอย่างธรรมดาสามัญ (บุญเกื้อ ควรวาเวช, 2543)

โดยสินีนุช ครุฑเมือง แสนเสริม (2556, น. 9-45 – 9-46) อธิบายว่าเป้าหมายในการดำเนินการส่งเสริมการเกษตร ก็เพื่อให้เกษตรกรได้นำนวัตกรรมเกษตรไปใช้ ซึ่งเกษตรกรจะต้องยอมรับนวัตกรรม ตาม “กระบวนการการยอมรับ” (adoption process) อันประกอบด้วยขั้นการตื่นตัวหรือรับรู้ ขั้นการสนใจ ขั้นการประเมินผล ขั้นการทดลองใช้นวัตกรรม และขั้นการยอมรับ (Mosher 1978, p. 47-48) โดยเกษตรกรอาจยอมรับนวัตกรรมเกษตรไปใช้ โดยอาศัย “ช่องทางการสื่อสาร” ใน “กระบวนการตัดสินใจนวัตกรรม” (innovation-decision process) (Rogers 1983, p. 165) ซึ่งช่องทางการสื่อสารจะเป็นกลางนำสารสนเทศ อันรวมถึงความรู้ ทักษะของนวัตกรรมหรือเทคโนโลยี โดยผ่านสื่อและวิธีการส่งเสริมการเกษตร ทำให้เกษตรกรรับทราบและตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมไปปฏิบัติ การตัดสินใจในนวัตกรรมเกษตรจะขึ้นอยู่กับภูมิหลังของเกษตรกร คือ “การปฏิบัติในอดีต ความต้องการหรือปัญหา ความเป็นนวัตกรรมใหม่ของเทคโนโลยี (innovative technology) และบรรทัดฐานของระบบสังคม” กระบวนการตัดสินใจนวัตกรรมประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.1 รูปแบบของกระบวนการตัดสินใจนวัตกรรมของโรเจอร์ส
ที่มา : ปรับปรุงจาก Rogers 1983 : 165 อ้างใน (สิน พันธุ์พินิจ 2553, น. 3-27)

โดยสามารถนำหลักการสื่อสารเพื่อนวัตกรรมเกษตรมาปรับใช้ในงานส่งเสริมการเกษตรมาปรับใช้ในแต่ละขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นความรู้ เป็นขั้นตอนที่เกษตรกรได้รับความรู้ด้านนวัตกรรมเกษตรโดยระบบการถ่ายทอดความรู้ (delivery system) ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรและนักวิจัย และเกษตรกรแสวงหาความรู้เอง (acquisition system) จากสื่อและแหล่งวิทยากรต่างๆ การรับความรู้ใหม่มาประกอบการตัดสินใจนวัตกรรมของเกษตรกร จะขึ้นอยู่กับ “ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม บุคลิกภาพ และพฤติกรรมการสื่อสาร” กล่าวคือ เกษตรกรที่มีการติดต่อสื่อสารกับนักวิชาการ นักส่งเสริม หรือมีโอกาสอ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ชมรายการวิทยุโทรทัศน์ ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงมาก ย่อมจะได้รับความรู้มาประกอบการตัดสินใจได้ดี

2. ขั้นการชักชวน ทำให้เกิดการจูงใจเกษตรกรจะเกิดทัศนคติใหม่เกี่ยวกับนวัตกรรมตามที่มีความรู้ นักส่งเสริมการเกษตรจะต้องสื่อสารให้เกษตรกรทราบถึงลักษณะดีและคุณลักษณะองค์ประกอบต่างๆ ของนวัตกรรม เช่น ความมีคุณค่า ความสอดคล้องและผลเชิงประจักษ์ เป็นต้น ผ่านสื่อหรือช่องทางต่างๆ

3. ขั้นการตัดสินใจ ในขั้นตอนนี้เกษตรกรอาจตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมในระยะแรกหรือในระยะต่อมาก็ได้ ในกรณีที่เกษตรกรตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมในอนาคต อาจยอมรับต่อไป หรือไม่ยอมรับก็ได้ ในทำนองเดียวกัน ถ้าหากเกษตรกรปฏิเสธต่อไปก็อาจตัดสินใจยอมรับหรือยังคงปฏิเสธต่อไป ซึ่งนักส่งเสริมการเกษตรสามารถสื่อสารให้ข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมเกษตรแก่เกษตรกรอย่างสม่ำเสมอ

4. ขั้นการนำไปปฏิบัติ เมื่อเกษตรกรได้ตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมแล้วก็จะนำนวัตกรรมไปปฏิบัติ พร้อมกับหาข้อมูลเพิ่มเติม เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะต้องสนับสนุนช่วยเหลือด้านวิชาการสารสนเทศที่เกษตรกรต้องการและสามารถนำไปปฏิบัติได้ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

5. ขั้นการยืนยันการตัดสินใจ ขั้นตอนนี้เกษตรกรที่ยอมรับนวัตกรรมจะแสวงหาสิ่งสนับสนุนการตัดสินใจและการนำนวัตกรรมไปปฏิบัติ เกษตรกรอาจตัดสินใจยอมรับต่อไป หรือหยุดการยอมรับหรือปฏิเสธก็ได้ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะต้องใช้การสื่อสารผ่านสื่อและช่องทางต่างๆ เพื่อให้เกษตรกรเกิดภาวะสมดุลในทางที่ดี และยอมรับนวัตกรรมต่อไป

กระบวนการสื่อสารของนวัตกรรมเกษตร เป็นการถ่ายทอดนวัตกรรม และแลกเปลี่ยนสารสนเทศอย่างเป็นระบบ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการพัฒนานวัตกรรม เพื่อศึกษา ค้นคว้า นวัตกรรมที่เหมาะสมส่งให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริม ขั้นตอนการถ่ายทอดนวัตกรรมเป็นการส่งเสริม นักวิจัย อาจนำการถ่ายทอดนวัตกรรมเกษตรกรผ่านช่องทางหรือสื่อต่างๆ แก่เกษตรกรโดยตรง และการถ่ายทอดโดยเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร โดยใช้องค์ประกอบและรูปแบบการสื่อสารนวัตกรรม แบบ S-M-C-R-E หรือ SMCRE และขั้นตอนการนำนวัตกรรมไปใช้ เกษตรกรอาจได้รับข่าวสารและยอมรับนวัตกรรมไปใช้ตามกระบวนการตัดสินใจนวัตกรรมผ่านช่องทางการสื่อสาร 5 ขั้นตอน คือ ขั้นความรู้ การชักชวน การตัดสินใจ การนำไปปฏิบัติ และการยืนยันการตัดสินใจ การสื่อสารนวัตกรรมเกษตรเป็นการสื่อสารแบบสองทาง เกษตรกรสามารถส่งข้อมูลย้อนกลับไปยังเจ้าหน้าที่ส่งเสริมและนักวิจัยได้

กล่าวโดยสรุป การส่งเสริมการเกษตรเป็นการขยายและถ่ายทอดความรู้ทางด้านเทคโนโลยี และการวิจัยต่างๆ นำออกไปสู่ประชาชนในชนบท โดยความรู้ที่นำออกไปนั้น ประชาชนสามารถรับรู้ และนำไปใช้ประโยชน์เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและรายได้ รวมทั้งการปรับปรุงระดับความเป็นอยู่ และสังคมในพื้นที่ให้ดีขึ้น โดยมีทฤษฎีที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตรที่สำคัญ ประกอบด้วย ทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้ ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ และทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้นำความรู้เกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรมาประกอบในการศึกษาร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

การพัฒนาเกษตรเป็นการพัฒนาที่เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นของระบบต่างๆ ในสังคมที่ได้รับการยอมรับจากคนในสังคมนั้น โดยมีหลักที่ใช้ในการพิจารณาโดยมีจุดเน้นอยู่ที่ลักษณะของการพัฒนา ซึ่งมีแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนา ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนา

2.1.1 ความหมายของการพัฒนา

โรเจอร์ส (E.Rogers, 2003 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2557, น.6) นำเสนอว่า “การพัฒนา” หมายถึงกระบวนการของการเปลี่ยนแปลง (change) ไปในทางที่ดีขึ้น ให้ผลลัพธ์เป็นที่ชื่นชอบ (desirable) เกิดจากการวางแผนล่วงหน้า (planned) มีจุดมุ่งหมายให้เปลี่ยนจากสภาพที่เป็นอยู่/มีอยู่อย่างชัดเจน และมีการกระตุ้นชักจูง (persuasion) ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในกลุ่มประชาชนเป้าหมาย โดยมีการปฏิบัติตามแผนที่กำหนดไว้อย่างเป็นขั้นตอน

กาญจนา แก้วเทพ (2557, น.6) กล่าวว่า การพัฒนา ในภาคปฏิบัติการ สามารถนำมาใช้ได้หลายระดับ ในระดับมหภาค การพัฒนาอาจจะหมายถึงการพัฒนาสังคมโดยรวม ในระดับที่เล็กลงมา การพัฒนาอาจจะหมายถึงแผนงานของหน่วยงานรัฐ องค์กรธุรกิจ และในระดับที่ย่อยที่สุด การพัฒนาอาจจะหมายถึงการวางแผนปรับปรุงกิจกรรมของกลุ่มเกษตรกรที่รวมตัวกันในระดับหมู่บ้าน เป็นต้น

เมตต์ เมตต์การุณจิต (2556, น.8) สรุปรว่า การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่มีการกระทำให้เกิดขึ้นหรือมีการวางแผนกำหนดทิศทางไว้ล่วงหน้าและการเปลี่ยนแปลงนี้จะมีสองส่วนที่เกี่ยวข้อง คือ การเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ รวมทั้งจะต้องมีทิศทางที่ดีขึ้นเท่านั้น

จามรี พระสุนิล (2560, น. 7) ได้ให้ความหมายของการพัฒนา ว่าหมายถึงการเปลี่ยนแปลงที่การกำหนดทิศทาง การเปลี่ยนแปลงที่ได้วางแผนไว้ล่วงหน้า เพื่อให้ความเจริญก้าวหน้าโดยทั่วไป เช่นการพัฒนาชุมชน พัฒนาประเทศ คือการทำให้สิ่งเหล่านั้นให้ดีขึ้น เจริญขึ้นสนองความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ให้ได้ดียิ่งขึ้น

จากความหมายของการพัฒนา สรุไปได้ว่า การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการวางแผน การเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ และการทำให้เจริญก้าวหน้าให้ดีขึ้น

2.1.2 คุณลักษณะของการพัฒนา

กาญจนา แก้วเทพ (2557, น.6-11) ได้กล่าวว่าคุณลักษณะ (attribute) หลักๆ ที่เป็นส่วนประกอบของแนวคิดหรือความหมายของการพัฒนา อย่างไรก็ตาม ดังที่ได้เกริ่นมาข้างต้นแล้วว่า ความหมายของการพัฒนานั้นมีอย่างหลากหลาย มิใช่มีเพียงหนึ่งเดียวนี้นั้น ดังนั้น ในที่นี้จะนำเสนอ “กรอบคุณลักษณะ” ของการพัฒนาที่สามารถนำไปวิเคราะห์คำนิยามที่หลากหลายของการพัฒนาว่า นิยามที่ต่างต่างนั้นเกิดมาจากการเลือกคุณลักษณะที่ต่างต่างกัน โดยกล่าวว่า คุณลักษณะของการพัฒนาประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังนี้

1) *ประเภทของการเปลี่ยนแปลง* หากสิ่งใดที่จะเรียกว่า “การพัฒนา” สิ่งนั้นจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงเป็นคุณสมบัติพื้นฐาน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงมีหลายลักษณะ เช่น การเปลี่ยนแปลงไปตามยถากรรมหรือตามธรรมชาติ ไม่เรียกว่า “การพัฒนา” เพราะการพัฒนาจะต้องเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้าของมนุษย์ (planned change) ดังตัวอย่างเช่น การวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับต่างๆ

2) *ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ที่เป็นอยู่* สำหรับประวัติศาสตร์ของการพัฒนาสังคมนั้น ได้เริ่มต้นขึ้นเมื่อเกิดสภาพการณ์ปัจจุบันที่เป็นปัญหาหรือไม่น่าพึงพอใจ ในการวางแผนพัฒนาสังคมจึงมักเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์สาเหตุหรือปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อวางแผนแก้ไขให้ตรงจุดการวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมนั้นแบ่งได้เป็น 2 แบบ แบบแรกคือ การวิเคราะห์ประเภทของสาเหตุ เช่น การเปลี่ยนแปลงด้านประชากร (กรณีสังคมไทยกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุ) การเปลี่ยนแปลงด้านธรรมชาติ (สภาวะโลกร้อน) การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี (เช่น การเกิดขึ้นของสื่อใหม่) การเปลี่ยนแปลงด้านการเมืองการปกครอง เป็นต้น แบบที่สองคือ การวิเคราะห์ว่าแหล่งที่มาของสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงนั้นว่า เกิดมาจากปัจจัยภายในสังคมนั้นเอง

3) *ผลของการเปลี่ยนแปลง* เนื่องจากการพัฒนามีใช่เป็นเพียงแนวคิดและการวางแผนเท่านั้น หากแต่เป็นการลงมือปฏิบัติการที่ก่อให้เกิดผลอย่างจริงจัง ดังนั้น คุณลักษณะหนึ่งที่สำคัญของการพัฒนาคือการติดตามประเมินผลที่เกิดขึ้น ซึ่งจะมี 3 ทิศทาง คือ การเปลี่ยนแปลงนั้นทำให้เกิดผลคือสภาพการณ์ที่เป็นอยู่ดีขึ้น ทิศทางที่สอง คือ การเปลี่ยนแปลงนั้นทำให้เกิดผลต่อสภาพการณ์ที่เป็นอยู่ คือ เสื่อมหรือแย่งไปกว่าเดิม ส่วนทิศทางสุดท้าย คือ ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงใดๆ ต่อสภาพการณ์ที่เป็นอยู่ เนื่องจากการเห็นผลจากการเปลี่ยนแปลงที่เป็นจริงดังกล่าวนี้อาจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแนวคิด ทฤษฎี กระบวนทัศน์ใหม่ๆ ของการพัฒนา เมื่อพบข้อเท็จจริงว่าแนวคิด ทฤษฎี กระบวนทัศน์เดิมๆ นั้น มิได้ก่อให้เกิดผลตามที่คาดหวัง หรือกลับส่งผลในทางลบมากกว่า ทำให้เกิดการตั้งคำถามว่า สิ่งที่ได้จากการพัฒนานั้น คຸ້ມกับสิ่งที่เสียไปหรือไม่ ส่วนในช่วงทศวรรษ 1980 จึงเกิดคำถามใหม่ในการประเมินผลที่เกิดจากการพัฒนาเพิ่มเติมว่า ผลลัพธ์ที่ได้นั้นมี

ความยั่งยืนมากน้อยเพียงใด ดังที่รู้จักกันในแนวคิดของ “การพัฒนาแบบยั่งยืน” (ที่ปรากฏในแผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ของไทยแผนที่ 10) ความยั่งยืนถูกนำมาใช้ในการประเมินการพัฒนาไม่ว่าจะเป็นความยั่งยืนของอัตราความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ หรือความยั่งยืนของสภาพสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

4) *เป้าหมายของการพัฒนา* เป็นอีกคุณลักษณะหนึ่งที่จะใช้ตรวจสอบโครงการหรือแผนการพัฒนาต่างๆ รวมทั้งเป็นคุณลักษณะหนึ่งที่จะช่วยให้มองเห็นจุดเปลี่ยนในแนวคิดเรื่องการพัฒนาในแต่ละทฤษฎีหรือกระบวนทัศน์ ตัวอย่างเช่น เป้าหมายของการพัฒนานั้นจะเน้นที่วัตถุหรือเน้นด้านจิตใจ หากนำเกณฑ์นี้ไปวิเคราะห์แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ของไทยตั้งแต่แผนแรกๆ ก็ให้เห็นเป้าหมายที่เน้นการเจริญเติบโตด้านวัตถุเป็นสำคัญ แต่ในแผนพัฒนาฯ ระยะเวลาต่างๆ นับตั้งแต่แผน 8 เป็นต้นมา จะเริ่มเห็นเป้าหมายที่ให้ความสำคัญกับด้านศีลธรรม ด้านจิตใจ ด้านความสุขของครอบครัว และชุมชน ฯลฯ เพิ่มมากขึ้น

5) *มิติของการพัฒนา* เนื่องจากสังคมประกอบด้วยหลายมิติ ดังนั้นในการวางแผนการพัฒนาแต่ละแผน เราจึงสามารถตรวจสอบได้ว่า ทฤษฎีการพัฒนาแต่ละทฤษฎีหรือในภาคปฏิบัติ แนวทางการพัฒนาในแต่ละแผนนั้นมุ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาในมิติใดบ้างของสังคม เช่น มิติเศรษฐกิจ (ซึ่งอาจจะแยกย่อยเป็นภาคอุตสาหกรรม เกษตรกรรม และบริการ) มิติการเมือง มิติสิ่งแวดล้อม มิติวัฒนธรรม มิติการศึกษา มิติสุขภาพ มิติศาสนา-จริยธรรม เป็นต้น การให้ความสำคัญแก่มิติใดนั้น อาจจะมีสาเหตุมาจากแนวคิดหรือทฤษฎีในการพัฒนาที่นำมาใช้ หรือมาจากสภาพความเป็นจริงเป็นตัวกำหนด ตัวอย่างเช่น ในแผนพัฒนาแผนแรกของไทยนั้น แนวคิดของ “การพัฒนาประเทศ” นั้นมีความหมายเท่ากับ “การพัฒนาเศรษฐกิจ” ดังนั้น มิติด้านเศรษฐกิจจึงเป็นด้านที่ได้รับการส่งเสริมมากที่สุด แต่เมื่อถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2519-2524) ปัญหาสิ่งแวดล้อมของสังคมไทยนับตั้งแต่ปัญหาทรัพยากรป่าไม้ลดลง ปัญหาทรัพยากรดินเสื่อมโทรม และน้ำเน่าเสีย ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคการเกษตรของไทยอย่างรุนแรง ทำให้ตั้งแต่แผนพัฒนาฉบับที่ 4 จึงต้องมีการจัดทำนโยบาย และมาตรการพัฒนาสิ่งแวดล้อมระดับชาติเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เป็นต้น

6) *วิธีการของการเปลี่ยนแปลง* ใน 4-5 คุณลักษณะของการพัฒนาที่กล่าวมาข้างต้นนั้นจะเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ว่า มีการพัฒนาอะไร ในด้านใด เพื่อเป้าหมายอะไร สำหรับคุณลักษณะในข้อ 6 นี้ จะว่าด้วยเรื่องวิธีการในการเปลี่ยนแปลง ซึ่งมีรูปแบบให้เลือกอย่างน้อย 3 รูปแบบ คือ วิธีการเปลี่ยนแปลงโดยการริเริ่ม สั่งการและดำเนินการจากผู้นำที่อยู่เบื้องบน โดยประชาชนที่อยู่เบื้องล่างเป็นเพียงผู้ปฏิบัติตาม ที่เรียกว่า “แบบบนลงล่าง” รูปแบบที่สอง คือ วิธีการเปลี่ยนแปลงโดยการริเริ่ม และดำเนินการจากประชาชนที่อยู่เบื้องล่าง แล้วนำเสนอเพื่อขอความร่วมมือหรือการสนับสนุนจากผู้มีอำนาจเบื้องบน ที่เรียกว่า “แบบล่างขึ้นบน” วิธีการพัฒนาแบบนี้ ในประเทศไทยมักจะพบจากโครงการพัฒนาในระดับของท้องถิ่นหรือชุมชนหมู่บ้านที่ประชาชนเป็นผู้ริเริ่มก่อน แล้วภาครัฐหรือภาครัฐกิจได้เข้าไปให้ความร่วมมือในขั้นต่อมา ส่วนรูปแบบที่สามเป็นวิธีการเปลี่ยนแปลง

โดยการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่อยู่เบื้องบนหรือเบื้องล่าง และมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นริเริ่ม ดำเนินการ และติดตามผล ในประเทศไทยได้เริ่มใช้วิธีการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมนี้ ตั้งแต่ขั้นตอนของการจัดทำแผนพัฒนาฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) ที่เริ่มตั้งแต่กระบวนการร่างแผนนั้น

7) แหล่งที่มาของทรัพยากร เนื่องจากการพัฒนาเป็นกระบวนการที่ต้องมีการใส่ทรัพยากรประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเงินทุน ความรู้ แรงงาน เครื่องจักร สถานที่ วัตถุดิบ ฯลฯ เข้าไปในกระบวนการพัฒนา จึงจะเกิดผลลัพธ์ออกมา คำถามต่อไปก็คือ แหล่งที่มาของทรัพยากรนั้นจะมาจากไหน ซึ่งอาจมีคำตอบได้ 2 แบบคือ จากแหล่งทรัพยากรภายในประเทศ สังคม กลุ่ม ชุมชน หรือจากแหล่งทรัพยากรจากภายนอก คือการกู้เงินมาลงทุนในโครงการพัฒนาต่างๆ จากสถาบันการเงินระดับโลก เช่น ธนาคารโลก หรือกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) เป็นต้น

8) กระบวนทัศน์ การที่คำนิยามของ “การพัฒนา” ในประเทศต่างๆ มีความแตกต่างกันนั้น สาเหตุหลักก็น่าจะเนื่องมาจากกระบวนทัศน์หรือทฤษฎีที่สนับสนุนอยู่เบื้องหลัง คำนิยามเหล่านี้ เป็นคนละกระบวนทัศน์ ในที่นี้อาจจะจำแนกกระบวนทัศน์ของการพัฒนาออกได้เป็น 4 กระบวนทัศน์ใหญ่ๆ ดังนี้

(1) *กระบวนทัศน์ของโลกทุนนิยมเสรีตะวันตก* กระบวนทัศน์นี้รู้จักกันในนามทฤษฎีการพัฒนาประเทศให้ทันสมัย ซึ่งเป็นกระแสหลักที่ประเทศด้อยพัฒนาในค่ายโลกทุนนิยมใช้เป็นทฤษฎีหลักในช่วง 2 ทศวรรษแรกของการพัฒนา (ทศวรรษ 1960/1970) เนื้อหาของกระบวนทัศน์นี้ก็คือ ประเทศด้อยพัฒนาจะต้องดำเนินรอยตามประเทศที่พัฒนาแล้วด้วยการทำให้ประเทศให้ทันสมัยเหมือนประเทศพัฒนาแล้ว โดยตั้งเป้าหมายไว้ที่การสร้างเศรษฐกิจเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นสิ่งสำคัญ

(2) *กระบวนทัศน์ของค่ายสังคมนิยม* ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนคือ สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 จบสิ้น จีนเป็นประเทศหนึ่งที่มีลักษณะด้อยพัฒนาอย่างมาก แต่จีนได้เลือกที่จะพัฒนาตามทฤษฎีสังคมนิยม คือ เน้นการปรับโครงสร้างสังคมให้มีความเหลื่อมล้ำกันระหว่างคนรวยกับคนจนให้น้อยที่สุด เน้นการกระจายผลพวงของการพัฒนาให้เสมอภาคเท่าเทียมเท่าที่จะเป็นไปได้ โดยใช้วิธีการรณรงค์ให้ประชาชนเข้ามาร่วมโครงการพัฒนาด้วยตนเองอย่างจริงจังและกว้างขวาง

(3) *กระบวนทัศน์ของทฤษฎีพึ่งพา* เป็นทฤษฎีที่ถูกนำเสนอจากกลุ่มประเทศลาตินอเมริกาในช่วงทศวรรษ 1980 หลังจากที่พบว่า เมื่อพัฒนาประเทศตามกระบวนทัศน์กระแสหลักแบบทุนนิยมตะวันตกแล้ว ผลพวงที่เกิดจากการพัฒนานั้นไม่ได้ดีขึ้นตามข้อเสนอของทฤษฎีความทันสมัยเลย แต่กลับทำให้ประชาชนยากจนลงและมีหนี้สิน สภาพสิ่งแวดล้อมของประเทศเสื่อมโทรม เศรษฐกิจของประเทศล่มสลายและเป็นหนี้สินต่างประเทศมากมาย ดังนั้น นักวิชาการในลาตินอเมริกาจึงทำการวิเคราะห์ใหม่ว่า การพัฒนาที่ผ่านมาก็คือรูปแบบหนึ่งของการล่าอาณานิคม

แบบใหม่ที่ทำให้ประเทศด้อยพัฒนาต้องไปพึ่งพาขึ้นต่อประเทศที่พัฒนาแล้ว ดังนั้น หนทางแก้ไข ปัญหาจึงต้องยกเลิกความสัมพันธ์ที่พึ่งพาดังกล่าว และหันมาพึ่งตนเองเป็นหลัก

(4) *กระบวนทัศน์ทางเลือกใหม่* กระบวนทัศน์สุดท้ายนี้ประกอบด้วยกลุ่ม ทฤษฎีย่อยๆ หลายทฤษฎี แต่ทว่าก็มีจุดร่วมกันประการหนึ่ง คือ การปฏิเสธกระบวนทัศน์ความ ทันสมัยที่เคยใช้มาร่วมสองทศวรรษเช่นเดียวกับจุดยืนของทฤษฎีพึ่งพา แต่ทว่าจุดที่แตกต่างจาก ทฤษฎีพึ่งพาก็คือ กระบวนทัศน์ทางเลือกนี้ได้กล่าวโทษแต่เฉพาะปัจจัยภายนอกเท่านั้น แต่เห็นว่า ปัจจัยภายในเองก็เป็นส่วนประกอบให้เกิดปัญหาการพัฒนาเช่นกัน ข้อเสนอของกระบวนทัศน์ ทางเลือกใหม่ก็คือ การพัฒนามิใช่สูตรสำเร็จที่จะมีสูตรเดียวแล้วใช้ได้ทั่วไป หากทว่าแต่ละประเทศ แต่ละสังคมจะต้องสร้างสรรค์ทฤษฎีการพัฒนาขึ้นมาจากสภาพความเป็นจริงของตนเอง กล่าวคือ ต้องพึ่งพาภูมิปัญญาของตนเอง และเน้นการพัฒนาที่พึ่งตนเองเป็นพื้นฐาน

จากที่กล่าวมานี้ สามารถสรุปได้ว่า แม้ว่าความหมายโดยรวมๆ ของคำว่า “การพัฒนา” จะหมายถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างมีการวางแผน แต่ทว่า ในช่วง 4-5 ทศวรรษที่ผ่านมา แนวคิดเรื่องการพัฒนา ก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงในรายละเอียดและคุณลักษณะย่อยๆ บางส่วนอัน เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์หรือทฤษฎีที่อยู่เบื้องหลัง

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

2.2.1 ความหมายของการสื่อสาร

การสื่อสารซึ่งเป็นคุณสมบัติพิเศษของมนุษย์ที่แตกต่างจากสัตว์โลกชนิดอื่นๆ นั้นมีมาอย่างยาวนานและในทั่วทุกมุมโลก ซึ่งมีผู้ให้ความหมายของการสื่อสารไว้หลายท่านดังนี้

กาญจนา แก้วเทพ (2557, น.11) กล่าวว่า การสื่อสารคือถ่ายทอดและรับส่ง สารสนเทศ การสื่อสารเป็นกระบวนการสร้างสรรค์ความหมาย การสื่อสารหมายถึงการนำถ้อยคำ ข้อความ หรือหนังสือ เป็นต้น ของฝ่ายหนึ่งส่งให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยมีสื่อนำไป และ การสื่อสารเป็น กระบวนการที่ผู้สื่อสารกระตุ้นผู้รับข่าวสารโดยใช้สัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อให้มีพฤติกรรมตามที่ผู้ส่งสาร ต้องการ

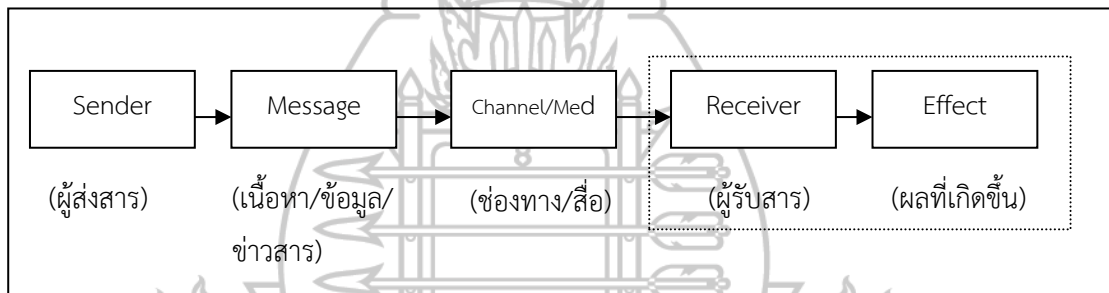
สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2560, น. 16) กล่าวว่า การสื่อสาร (communications) หมายถึง ความเหมือนกันหรือร่วมกันการสื่อสาร (communication) หมายถึงกระบวนการถ่ายทอด ข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น ความต้องการจากผู้ส่งสารโดยผ่านสื่อ ต่างๆ ที่อาจเป็นการพูด การเขียน สัญลักษณ์อื่นใด การแสดงหรือการจัดกิจกรรมต่างๆ ไปยังผู้รับสาร ซึ่งอาจจะใช้กระบวนการสื่อสารที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสม หรือความจำเป็นของตนเองและ คู่สื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดการรับรู้ร่วมกันและมีปฏิริยาตอบสนองต่อกัน บริบททางการ สื่อสารที่เหมาะสมเป็น ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผล

จากการศึกษาความหมายของการสื่อสาร สรุปได้ว่า การสื่อสารคือถ่ายทอดและรับส่งสารสนเทศ การสื่อสารเป็นกระบวนการสร้างสรรค์ความหมาย การสื่อสารหมายถึงการนำถ้อยคำ ข้อความ หรือหนังสือ เป็นต้น ของฝ่ายหนึ่งส่งให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยมีสื่อนำไป

2.2.2 คุณลักษณะของการสื่อสาร

กาญจนา แก้วเทพ (2557, น.12-19) กล่าวว่า คุณลักษณะของการสื่อสารประกอบด้วยส่วนต่างๆดังนี้

1) องค์ประกอบของการสื่อสาร ไม่ว่าคำนิยามของการสื่อสารจะมีอย่างหลากหลายเพียงใด แต่ทว่าในทุกคำนิยาม อย่างน้อยก็มีลักษณะร่วมกันประการหนึ่งว่า การสื่อสารนั้นจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อมีองค์ประกอบทั้ง 4 ของการสื่อสารมาประกอบกันอย่างครบถ้วน องค์ประกอบทั้ง 4 นั้นก็ได้แก่ ผู้ส่งสาร (Sender - S) เนื้อหาสาร (Message - M) สื่อ/ช่องทางการสื่อสาร (Channel - C) และผู้รับสาร (Receiver - R) หากขาดองค์ประกอบตัวใดตัวหนึ่งไป กระบวนการสื่อสารย่อมไม่อาจเกิดขึ้นได้



ภาพที่ 2.2 องค์ประกอบของการสื่อสาร

ที่มา: กาญจนา แก้วเทพ (2557, น.12)

จากองค์ประกอบทั้ง 4 ที่รู้จักในสูตรย่อๆว่า S - M - C - R นั้น หากนำมาพิจารณาในเรื่องการสื่อสารการเกษตร มีรายละเอียดดังนี้

1) ผู้ส่งสาร ในสูตรของการสื่อสารนั้น “ผู้ส่งสาร” ก็คือผู้ที่ริเริ่มกระบวนการสื่อสารโดยเป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหาสาร แสวงหาสื่อหรือช่องทางการสื่อสาร เพื่อส่งสารไปยังผู้รับสาร สำหรับในเรื่องการสื่อสารการเกษตรนั้น ผู้ส่งสารอาจจะเป็นได้ทั้ง “ผู้สร้างสาร” หรือ “แหล่งข่าวสาร” และผู้ส่งสารอาจจะมีได้หลากหลายประเภทมาก ตัวอย่างเช่น ในเรื่องของการถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตร ผู้ส่งสารอาจจะมีหลายประเภทตามระดับความรู้และความชำนาญ ตั้งแต่ นักวิจัยอาวุโส นักส่งเสริมรุ่นเยาว์ ผู้นำเกษตรกร ไปจนกระทั่งถึงเกษตรกรทั่วไป เช่นเดียวกับแหล่งข่าวสารที่อาจเป็นได้ทั้งแหล่งวิชาการ แหล่งประยุกต์ความรู้ และแหล่งใช้ความรู้

2) *เนื้อหาสาระ* เนื้อหาสาระเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เรื่องของการสื่อสารแบบทั่วไป กลายเป็นเรื่องของการสื่อสารการเกษตร เพราะมีเนื้อหาเฉพาะที่เป็นเรื่องของการเกษตร ตั้งแต่เรื่องการ ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ การประมง ฯลฯ ซึ่งแต่ละเรื่องอาจจะมีความซับซ้อนแตกต่างกัน สำหรับประเด็น ด้านเนื้อหาสาระในเรื่องการสื่อสารการเกษตรที่มักมีการศึกษากัน คือ เรื่องความยากง่ายของเนื้อหาสาระ เนื่องจากความแตกต่างระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร หรือเนื้อหาสาระเรื่องเกษตรอินทรีย์ที่เกษตรกรจะ อธิบายให้ผู้บริโภคเข้าใจ และเนื่องจากเรื่องของการเกษตรเป็นเรื่องที่ต้องลงมือปฏิบัติจริง คุณลักษณะที่ สำคัญของเนื้อหาสาระที่ต้องศึกษาก็คือ ลักษณะที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง นักสื่อสารจึงต้องมีการ ออกแบบเนื้อหาให้เหมาะสม

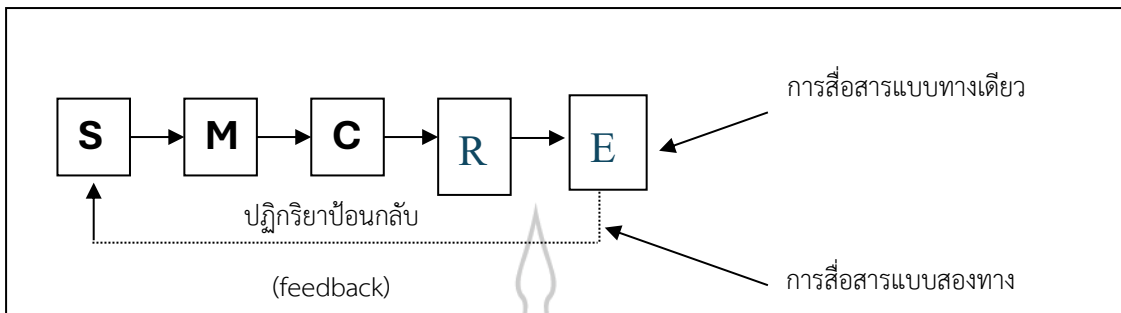
3) *สื่อหรือช่องทางการสื่อสาร* หมายถึงพาหะที่จะนำเนื้อหาสาระจากผู้ส่งไปยัง ผู้รับ สื่อหรือช่องทางการสื่อสารนั้นมีอย่างหลากหลาย และแต่ละประเภทมีคุณสมบัติเหมาะสม สำหรับใช้งานที่แตกต่างกัน

4) *ผู้รับสาร* หมายถึงผู้ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ส่งสารต้องการจะส่งข่าวสาร ผ่านสื่อไปถึง เช่นเดียวกับผู้ส่งสาร ผู้รับสารนั้นก็จะมีหลายประเภทเช่นเดียวกัน โดยที่อาจจะ เป็นเกษตรกรกลุ่มต่างๆ หรืออาจจะเป็นผู้บริโภคหากเป็นการเกษตรเชิงธุรกิจ เป็นต้น

นอกเหนือจากองค์ประกอบ S - M - C - R ทั้ง 4 นี้แล้ว เนื่องจากการสื่อสาร นั้นมิได้เกิดขึ้นในสุญญากาศ ดังนั้นจึงต้องมีบริบททางการสื่อสาร ซึ่งในเรื่องการสื่อสารการเกษตรนั้น มีบริบท 2 ประเภทที่สมควรพิจารณา คือ *ช่วงเวลา* (time) และ *พื้นที่* (space) ในเรื่องของช่วงเวลานั้น อาจแบ่งเป็นการสื่อสารในช่วงเวลาปกติและช่วงเวลาวิกฤติ เช่น เวลาเกิดโรคระบาดในไร่นา จำเป็นต้องใช้รูปแบบการสื่อสารที่แตกต่างกัน ส่วนพื้นที่นั้น เนื่องจากพื้นที่ของเรื่องการเกษตรมี ลักษณะกว้างขวาง กระจายตัว ดังนั้น บริบทที่เป็นเรื่องรูปแบบกระดูกตัวหรือรวมศูนย์ กับรูปแบบ การกระจายตัวของสื่อสารจึงเป็นบริบทที่ต้องพิจารณาร่วมด้วยอยู่เสมอ

2) *ทิศทางหรือแกนของการสื่อสาร* จากองค์ประกอบทั้ง 4 ของการสื่อสารนั้น เมื่อนำมาเชื่อมประสานเข้าเป็นกระบวนการสื่อสาร หากพิจารณาด้วยเกณฑ์ทิศทางและแกนของการ สื่อสารจะเกิดเป็นรูปแบบ 2 รูปแบบ

ในแง่ทิศทางของการสื่อสาร แบ่งได้เป็น 2 ทิศทาง ทิศทางแรก เป็นการ สื่อสารแบบทางเดียว เป็นรูปแบบที่ข่าวสารไหลเพียงทางเดียวจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ทิศทางที่สอง เป็นการสื่อสารแบบสองทาง เป็นรูปแบบที่เพิ่มการไหลของข่าวสารจากทิศทางแรกโดยมีปฏิกริยา ป้อนกลับ (Feedback) จากผู้รับสารกลับไปยังผู้ส่งสาร



ภาพที่ 2.3 การสื่อสารแบบทางเดียวและสองทาง

ที่มา: กาญจนา แก้วเทพ (2557, น.12)

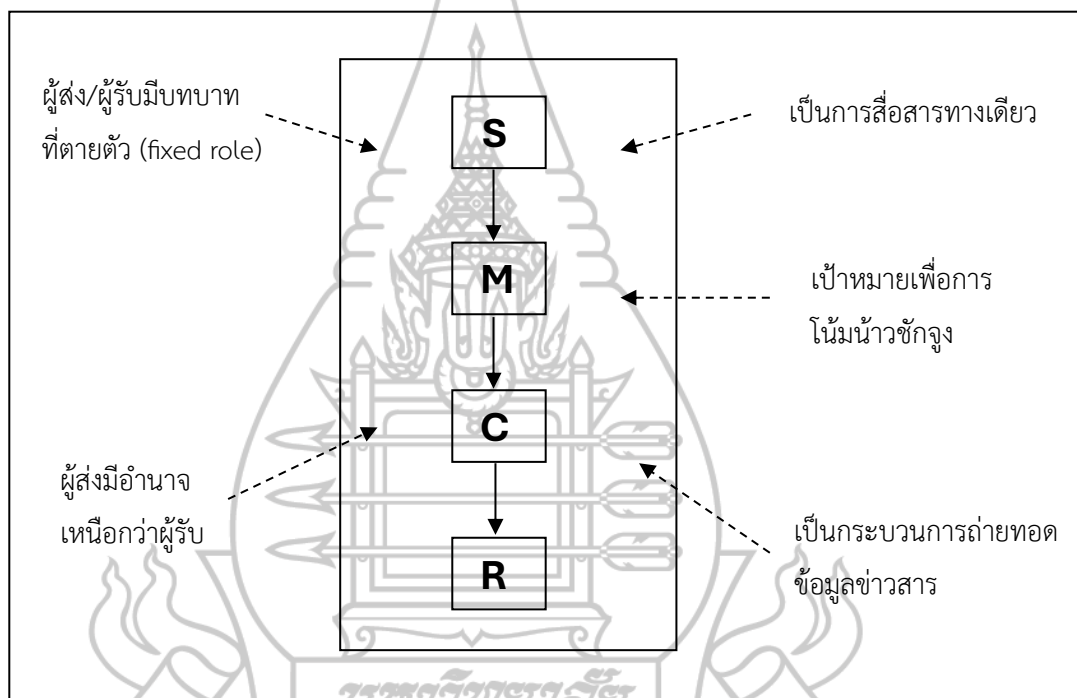
ตัวอย่างของการสื่อสารแบบทางเดียวในเรื่องการสื่อสารการเกษตรก็เช่น เมื่อนักส่งเสริมการเกษตรมีข่าวสารเรื่องนวัตกรรมด้านการเกษตร และนำไปเผยแพร่ผ่านวิทยุชุมชน เพื่อส่งข่าวสารไปยังกลุ่มเกษตรกร และหากนักส่งเสริมต้องการจะปรับทิศทางการสื่อสารทางเดียวดังกล่าวให้กลายเป็นการสื่อสารสองทางก็สามารถจะติดตั้งช่องทางของปฏิกริยาป้อนกลับในรูปแบบต่างๆ เช่น เปิดสายโทรศัพท์ให้ผู้ฟังโทรเข้ามาในรายการ ให้ผู้ฟังส่งจดหมายที่เป็นคำถามเข้ามาที่สถานี เป็นต้น

การสื่อสารแบบทางเดียวและสองทางนั้นมีข้อเด่นและข้อจำกัดในตนเองโดยที่อาจจะเกี่ยวข้องกับประเภทของสื่อที่ใช้หรือเป้าหมายของการสื่อสาร เช่นในช่วงเวลาวิกฤตหรือภาวะเร่งด่วน หรือเมื่อต้องการระดมพลังเพื่อร่วมลงมือปฏิบัติการพร้อมๆกัน ก็อาจจะจำเป็นต้องใช้การสื่อสารแบบทางเดียว แต่หากต้องการระดมความคิดเห็นเพื่อแก้ไขปัญหา การสื่อสารแบบสองทางก็จะมีประสิทธิภาพมากกว่า ประเภทของการสื่อสารมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ที่เข้าถึงคนจำนวนมากในเวลาเดียวกัน มักจะเป็นรูปแบบการสื่อสารทางเดียว ในขณะที่บรรดาสื่อใหม่ๆ เช่น โทรศัพท์มือถือหรืออินเทอร์เน็ตจะเอื้ออำนวยต่อการสื่อสารสองทาง

อีกทิศทางหนึ่งของการสื่อสาร คือ แกนของการสื่อสารซึ่งเป็นรูปแบบหรือแบบแผนของการสื่อสารที่แสดงการไหลเวียนของข่าวสาร ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ แกนตั้งหรือแกนตั้ง และแกนระนาบหรือแกนนอน การสื่อสารในแต่ละแกนนั้นจะถูกนำไปใช้ในองค์กรแต่ละประเภท เช่น การสื่อสารในแนวตั้งนั้นจะใช้มากในกลุ่มหรือองค์กรที่มีโครงสร้างแบบข้าราชการที่จะมีการถ่ายทอดข่าวสารลงมาตามลำดับชั้น การสื่อสารในแนวตั้งมีข้อเด่นตรงที่สามารถควบคุมทิศทางการกระจายของข้อมูลข่าวสารได้สูง ส่วนการสื่อสารแนวระนาบนั้นเป็นรูปแบบที่ใช้ในองค์กรที่มีลักษณะเครือข่าย เนื่องจากคู่สื่อสารจะอยู่ในแนวระนาบเดียวกัน สำหรับเรื่องการสื่อสารการเกษตรนั้นประเด็นที่น่าสนใจอาจจะอยู่ที่การตัดกันระหว่าง 2 แกนนี้ เช่น เมื่อหน่วยงานรัฐ (ซึ่งมีการสื่อสารในแนวตั้ง) มาทำงานแบบเครือข่าย (เป็นการสื่อสารแนวระนาบ)

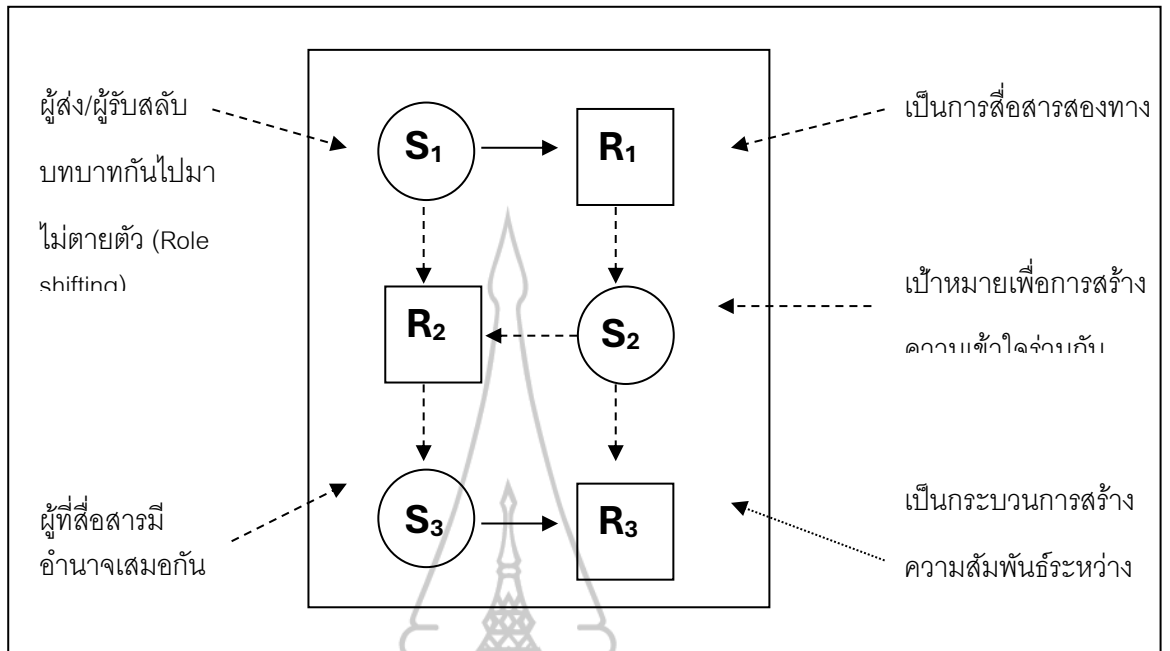
3) แบบจำลองของการสื่อสาร แบบจำลองเป็นภาพร่างแบบง่ายๆ ที่ใช้แทนคำอธิบายที่สลับซับซ้อนของแนวคิดต่างๆ ในวิชาการสื่อสารมีการนำเสนอแบบจำลองของนักคิดนักทฤษฎีจำนวนมาก ในที่นี้ จะนำเสนอแบบจำลองการสื่อสารของ เจ ดับบลิว คาเรย์ (J.W. Carey, 1992) ที่เหมาะสำหรับการนำมาประยุกต์ใช้ในภาคปฏิบัติ

แบบจำลองการสื่อสารจากข้อเสนอของ เจ ดับบลิว คาเรย์ แบ่งแบบจำลองการสื่อสารออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ โดยแสดงคุณลักษณะที่แตกต่างกันระหว่างแบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดข่าวสาร (transmission model) และแบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม (ritualistic model) ดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 2.4 แบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดข่าวสาร (transmission model)

ที่มา : J.W. Carey (1992)



ภาพที่ 2.5 แบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม (ritualistic model)

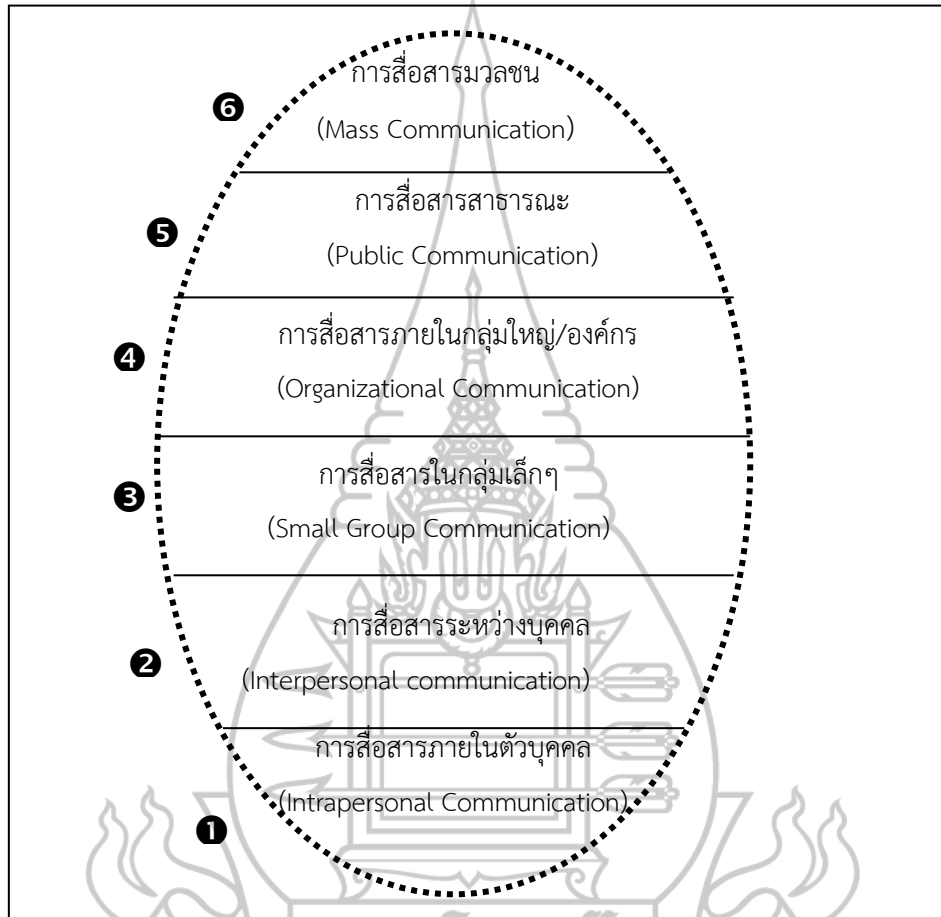
ที่มา : J.W. Carey (1992)

จากแบบจำลองทั้งสองจะเห็นคุณลักษณะที่แตกต่างกันอย่างน้อย 5 ประการ กล่าวคือ แบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดข่าวสารจะมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว เป็นการถ่ายทอดข่าวสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับ โดยผู้ส่งมีเป้าหมายที่จะโน้มน้าวชักจูงผู้รับสาร ดังนั้นฐานะของผู้ส่งสารจึงมีอยู่เหนือกว่าผู้รับสาร (เช่น มีความรู้มากกว่า) และการเล่นบทบาทเป็นผู้ส่งและผู้รับจะตายตัว ไม่มีการสลับเปลี่ยนบทบาทกัน ตัวอย่างของการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดข่าวสารก็เช่น รูปแบบการบรรยายของวิทยากรในการฝึกอบรม เป็นต้น

ส่วนแบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรมนั้นก็มีคุณลักษณะที่แตกต่างไป เริ่มตั้งแต่เป็นการสื่อสารสองทางที่มีผู้สื่อสาร 2 ฝ่ายที่ต่างผลัดกันเล่นบทเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ดังนั้นคู่สื่อสารทั้ง 2 ฝ่ายจึงมีอำนาจหรือสถานะที่เท่าเทียมกัน เป้าหมายของการสื่อสารมิใช่ต้องการโน้มน้าวชักจูงให้ฝ่ายใดคล้อยตาม หากแต่มีเป้าหมายเพื่อการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิดเห็น ประสบการณ์ หรืออารมณ์ความรู้สึก หรือมีฉะนั้นก็มีเป้าหมายเพื่อการสร้างหรือกระชับความสัมพันธ์ รูปแบบการสื่อสารที่คุ้นเคยกันในแบบจำลองนี้ ก็คือ การพูดคุยสนทนาระหว่างคนในครอบครัว เพื่อนร่วมงาน หรือเพื่อนบ้าน ปัจจุบันนี้ เราอาจรู้จักการสื่อสารเชิงพิธีกรรมนี้ในรูปแบบที่เฉพาะเจาะจงที่เรียกว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั่นเอง

4) *ระดับของการสื่อสาร* การสื่อสารสามารถเกิดขึ้นได้ในหลายระดับ ตั้งแต่ระดับเล็กๆ ในวงแคบไปจนถึงระดับที่กว้างขวาง โดยทั่วไป มีการแบ่งการสื่อสารออกเป็น 6 ระดับ

ในเรื่องการสื่อสารการเกษตรสามารถเกิดการสื่อสารได้ทั้ง 6 ระดับนี้ และเมื่อเปลี่ยนระดับการสื่อสารไปในแต่ละระดับ บรรดาคุณลักษณะต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร เช่น S - M - C - R ความยากง่ายในการสื่อสาร ภาวะเบียบที่ควบคุม ฯลฯ ก็จะเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ดังภาพ 2.6



ภาพที่ 2.6 ระดับของการสื่อสาร

ที่มา : กาญจนา แก้วเทพ (2557, น.15)

ระดับที่ 1 : การสื่อสารภายในตนเอง การสื่อสารระดับนี้ทั้งผู้ส่งและผู้รับสารก็คือคนๆเดียวกัน ตัวอย่างของการสื่อสารระดับนี้ เช่น การคิดในใจ การพูดกับตัวเอง การเขียนบันทึกประจำวัน การคิดทบทวนไตร่ตรองหลังจากทำบัญชีครัวเรือนของเกษตรกร การตั้งสติทำ ฯลฯ สำหรับการสื่อสารแบบนี้ ผู้สื่อสารจะมีอิสระเสรีมากเพราะเป็นการสื่อสารกับตัวเอง

ระดับที่ 2 : การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารแบบนี้ ผู้ส่งสารและผู้รับสารเริ่มแยกเป็นคนละคน แต่ก็ยังมีปริมาณน้อยแบบหนึ่งต่อหนึ่ง เมื่อผู้ส่งและผู้รับมีจำนวนน้อย การสื่อสารก็

อาจจะควบคุมได้ง่ายและมีประสิทธิภาพ เช่น การให้คำแนะนำของเจ้าหน้าที่เกษตรต่อเกษตรกรเป็นรายบุคคล เป็นต้น

ระดับที่ 3 : การสื่อสารภายในกลุ่มเล็ก การสื่อสารแบบนี้ ปริมาณของผู้ส่งและผู้รับเริ่มจะมีมากขึ้น ทำให้การจัดการเรื่องสื่อสารเริ่มควบคุมได้ยากขึ้น ดังนั้นจึงต้องมีกฎกติกาบางอย่าง เช่น ในห้องเรียน ในการประชุม อบรม จะต้องมีการคิดว่า ต้องพูดทีละคน ผู้ที่จะพูดจะต้องขออนุญาตจากที่ประชุม เป็นต้น และเนื่องจากผู้รับสารมีจำนวนหลายคน จึงอาจจะเข้าใจไม่ตรงกัน และหากต้องการควบคุมเนื้อหา ก็อาจต้องใช้การสื่อสารมากกว่าหนึ่งรูปแบบ เช่น ทั้งพูดคุยและเขียนข้อสรุปบนกระดาน เป็นต้น

ระดับที่ 4 : การสื่อสารในกลุ่มใหญ่ องค์กร ชุมชน เมื่อเปรียบเทียบกับ การสื่อสารภายในกลุ่มเล็กมาเป็นการสื่อสารในกลุ่มใหญ่ ในองค์กร ในชุมชน ก็หมายความว่า ปริมาณของผู้สื่อสารและกลุ่มมีเพิ่มมากขึ้น และแต่ละกลุ่มก็อาจจะมีการสื่อสารที่ขัดแย้งกันหรือหนุนช่วยกัน กฎระเบียบในการสื่อสารจึงต้องมีมากขึ้น เช่น ต้องเปลี่ยนจากการพูดคุยตามธรรมชาติ มาเป็นการพูดคุยตามวาระประเด็นที่กำหนด เป็นการสื่อสารที่ต้องมีการจัดเตรียมล่วงหน้า เช่น การทำประชาคม การจัดเวทีเสวนา การจัดประชุมสัมมนา เป็นต้น

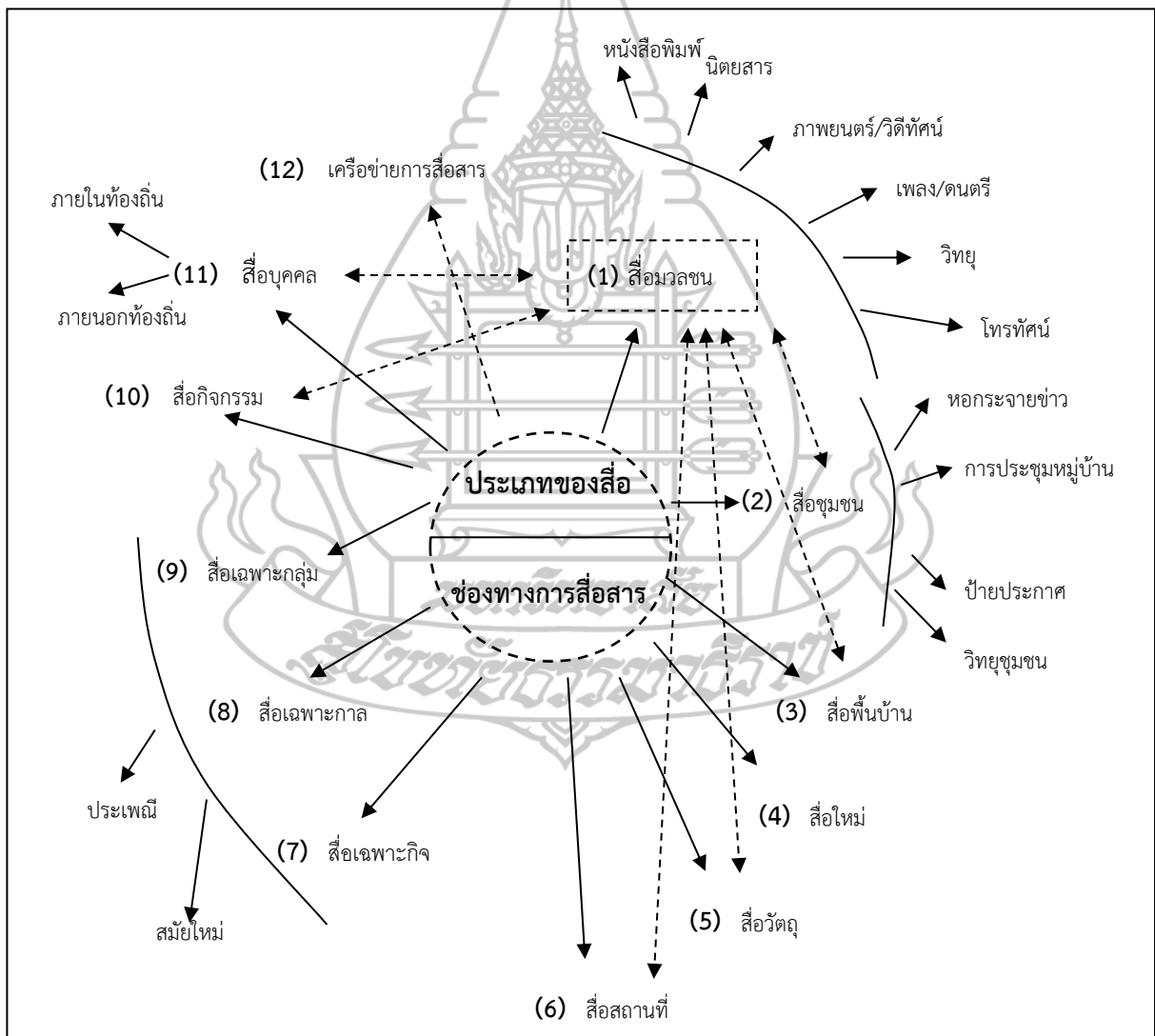
ระดับที่ 5 : การสื่อสารสาธารณะ หมายถึงการสื่อสารที่กลุ่มผู้รับสารมีจำนวนมากที่เรียกว่า “กลุ่มสาธารณะ” เช่น การหาเสียงปราศรัยของนักการเมือง การแสดงคอนเสิร์ตของนักร้อง การชุมนุมเสนอข้อเรียกร้องต่อรัฐบาล ฯลฯ สำหรับการสื่อสารสาธารณะที่มีผู้รับสารมากมายเช่นนี้ ผู้ส่งสารหรือกลุ่มผู้ส่งสารจะต้องมีการเตรียมเลือกเนื้อหาและออกแบบสารอย่างรัดกุมมากขึ้น เช่น นักการเมืองก็ต้องเตรียมร่างสุนทรพจน์ หรือนักร้องก็ต้องมีการซ้อมล่วงหน้าก่อน เป็นต้น และกฎกติกาของการสื่อสารในที่สาธารณะก็ต้องมีมากขึ้น

ระดับที่ 6 : การสื่อสารมวลชน ความแตกต่างของการสื่อสารในระดับที่ 6 กับทุกๆระดับที่กล่าวมา ก็คือในการสื่อสารระดับที่ 1-5 ล้วนแล้วแต่เป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้าเห็นตากัน แต่ว่าการสื่อสารมวลชนนั้นเป็นการสื่อสารผ่านตัวกลางที่เป็นสื่อประเภทต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และเนื่องจากจำนวนผู้รับสารมีปริมาณมากและเป็นการสื่อสารในที่สาธารณะ การสื่อสารมวลชนจึงมีกฎระเบียบและข้อบังคับของกฎหมายเข้ามาควบคุมอย่างมากมาย แต่ในเวลาเดียวกัน ก็เป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อคนจำนวนมากในเวลาเดียวกันอย่างสูงเช่นกัน

5) *ประเภทของสื่อ* แม้ว่าโดยทั่วไปแล้ว เราอาจจะมีความเข้าใจว่า “สื่อนั้นมีอยู่เพียงไม่กี่ประเภท” เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพพลิก วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ แต่อันที่จริง สื่อนั้นมีประเภทที่หลากหลายมากดังที่แสดงอยู่ในภาพต่อไปนี้ และในการวางแผนเพื่อเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทให้เหมาะสมกับเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมาย เนื้อหาสาระ วาระโอกาสนั้น เราก็จะทำการวิเคราะห์ “ข้อเด่นและข้อจำกัด” ของสื่อแต่ละประเภท เช่น สื่อกิจกรรมมีข้อเด่นตรงที่กระตุ้นความสนใจได้สูง เปิดโอกาสให้

มีการเข้าร่วมด้วยการลงมือทำได้มาก (เช่น การจัดค่าย การดูงาน การจัดนิทรรศการ) แต่ก็มีเงื่อนไขที่ต้องมีการเตรียมการอย่างดี เนื่องจากดำเนินการในช่วงเวลาสั้นๆ และภายในพื้นที่อันจำกัด เป็นต้น

นอกจากนั้น เมื่อมีสื่อหลากหลายประเภทมาประชันกันเช่นนี้ นักวิชาการสื่อสารก็จะสนใจว่าจะบริหารจัดการสื่อต่างๆ ประเภทนั้นได้อย่างไร เนื่องจากสื่อแต่ละประเภหมีสถานภาพที่แตกต่างกัน เช่น สื่อพื้นบ้านนั้นมีความเสี่ยงที่จะสูญหายหรือผิดเพี้ยน สื่อใหม่มีอนาคตที่รุ่งโรจน์และขยายตัว ท่ามกลางความหลากหลายเช่นนี้ หากปล่อยให้สื่อทั้งหลายสัมพันธ์กันอย่างเป็นไปตามธรรมชาติ ก็อาจจะเกิดความสัมพันธ์ที่ขัดแย้งกัน เช่น เมื่อสื่อโทรทัศน์เข้าถึงชุมชน สื่อพื้นบ้านเช่น ค่าวขอ หนังสือละเล่น โนรา ก็จะสูญหายไป ดังนั้นจึงต้องมีการวางแผนบริหารจัดการให้สื่อเหล่านี้มีความสัมพันธ์ที่เกื้อกูลซึ่งกันและกัน หรือที่เรียกว่า “การบูรณาการสื่อ”



ภาพที่ 2.7 ประเภทที่หลากหลายของสื่อ

ที่มา : กาญจนนา แก้วเทพ (2557, น.16)

6) *มิติเชิงเทคนิคของการสื่อสาร* เมื่อพิจารณาการสื่อสารในเชิงเทคนิค เราอาจจัดแบ่งมิติเชิงเทคนิคของการสื่อสารได้เป็นหลายวิธี เช่น การแบ่งประเภทของสื่อเป็น สื่อประเภทเสียง สื่อประเภทภาพ ความเงียบ สื่อวัจนภาษาและอวัจนภาษา สื่อแบบใช้การพูดคุยหรือลายลักษณ์อักษร โดยที่สื่อแต่ละประเภทย่อมมีคุณสมบัติเชิงเทคนิคที่แตกต่างกัน รวมทั้งมีผลกระทบที่แตกต่างกันด้วย เช่น สื่อเสียงนั้นสามารถจะสร้างจินตนาการได้ดี แต่อาจจะสร้างการจดจำได้น้อยกว่าสื่อภาพ หรือสื่อภาพอาจจะสร้างความน่าเชื่อถือได้มากกว่าสื่อเสียง (เช่น ภาพคนไทยที่วาลีปากว่าไม่เท่าตาเห็น) สำหรับเนื้อหาที่อธิบายพวกขั้นตอนดำเนินงาน การสื่อสารด้วยภาพจะช่วยให้เข้าใจมากกว่าสื่อเสียง เป็นต้น

7) *มิติเชิงการเคลื่อนไหวของการสื่อสาร* คุณลักษณะข้อนี้จะแสดงถึงคุณสมบัติในการเคลื่อนไหวเพื่อเข้าถึงผู้รับสาร และคุณสมบัติอื่นๆ เช่น ความสม่ำเสมอที่ทำให้สามารถแบ่งประเภทของการสื่อสารออกได้เป็น 2 ประเภท คือ การสื่อสารเชิงรุก และการสื่อสารเชิงรับ ตัวอย่างของการสื่อสารเชิงรุกก็เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ที่สามารถรุกเข้ามาส่งสารได้จนถึงห้องนอนของผู้รับสาร หรือในการรณรงค์ประเด็นการเกษตรในชนบทก็มักจะใช้รถแห่หรือรถวิ่งประกาศข่าวสารไปตามหมู่บ้านต่างๆ ส่วนตัวอย่างของสื่อเชิงรับก็เช่นแผ่นโปสเตอร์ที่ติดอยู่ตามศูนย์เทคโนโลยีการเกษตรต่างๆ สื่อเชิงรับนั้นแม้จะมีข้อจำกัดในแง่การเข้าถึงผู้รับสาร เนื่องจากเรียกร้องว่าผู้รับสารต้องเป็นฝ่ายเข้ามาหา แต่ก็มีจุดเด่นตรงความสม่ำเสมอแน่นอน (ถ้าเข้ามาดูก็จะพบอย่างแน่นอน) จุดเด่นนี้ก็คือจุดอ่อนของการสื่อสารเชิงรุกที่ไม่เสถียรนั่นเอง

การรู้จักคุณลักษณะหรือธรรมชาติของการสื่อสารเชิงรุกและเชิงรับช่วยให้เกิดการวางแผนสื่อที่ลดทอนข้อจำกัดและเสริมจุดเด่นของสื่อทั้ง 2 ประเภทได้มากขึ้น เช่น การทำโปสเตอร์ติดเอาไว้ (เป็นสื่อเชิงรับ) แต่ก็เอาข้อความในโปสเตอร์ไปทำเป็นสติ๊กเกอร์ซึ่งเป็นสื่อเชิงรุก เป็นต้น

8) *มิติเชิงเส้นกันพรมแดนของการสื่อสาร* หากจัดแบ่งการสื่อสารโดยใช้ “เส้นกันพรมแดน” เป็นเกณฑ์ ก็สามารถแบ่งขอบเขตของการสื่อสารได้เป็น 2 ภาคหรือช่วงจังหวะ ไม่ว่าจะหน่วยที่สื่อสารนั้นจะเป็นบุคคล กลุ่ม องค์กร สถาบัน ประเทศชาติ ฯลฯ ก็ตาม ภาคหรือจังหวะแรกเป็นช่วงเวลาที่ยุทธศาสตร์นั้นรับการสื่อสารเข้ามาที่เรียกว่า “การสื่อสารขาเข้า” ได้แก่ การฟัง การดูชม การอ่าน ของผู้รับสาร ส่วนภาคหรือจังหวะที่สองเป็นช่วงเวลาที่ยุทธศาสตร์จะส่งข่าวสารออกไปที่เรียกว่า “การสื่อสารขาออก” ได้แก่ การพูด การเขียน การวาดภาพ การร้องเพลง ฯลฯ

สำหรับแนวคิดเรื่องการสื่อสารขาเข้าและขาออกนั้น เมื่อนำมาประยุกต์ใช้จะเน้นหลักการเรื่องความสมดุลระหว่างการสื่อสารทั้ง 2 ช่วง เพราะหากมีแต่การสื่อสารขาออกโดยไม่มีภาครับเข้ามา จะทำให้การสื่อสารขาออกไม่มีประสิทธิภาพ แนวคิดเรื่องความสมดุลระหว่างการสื่อสารนี้ตกผลึกอยู่ในความคิดของสังคมไทยในเรื่อง สุ-จิ-ปุ-ลิ ความสามารถในการจัดสมดุลระหว่างการสื่อสารทั้ง 2 ภาคนี้เป็นส่วนหนึ่งของคุณสมบัติของสื่อบุคคลที่เรียกว่า “ความสามารถด้านการสื่อสาร” ซึ่งผู้นำชุมชนจะต้องมี

9) เป้าหมายหรือบทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร ถึงแม้ว่าโดยทั่วไปแล้ว เราอาจจะคุ้นเคยกับแนวคิดที่ว่า เป้าหมายของการสื่อสารนั้นก็คือถ่ายทอดข่าวสาร อธิบายให้ความรู้ ให้ความบันเทิงผ่อนคลาย ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ในภาคการปฏิบัติแล้ว เป้าหมายการสื่อสารแต่ละแบบยังสามารถถูกกำหนดได้อย่างมากมายหลากหลาย เช่น การสื่อสารเพื่อสร้างความชอบธรรม การสื่อสารเพื่อควบคุมการกระทำ การสื่อสารเพื่อช่มขวัญ การสื่อสารเพื่อให้กำลังใจ การสื่อสารเพื่อสร้างความไว้วางใจ ฯลฯ และหากกล่าวเฉพาะเป้าหมายหรือบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารที่มีต่อเรื่องการพัฒนาแล้ว การสื่อสารก็จะถูกมอบหมายบทบาทเฉพาะเพื่อรับใช้เป้าหมายของการพัฒนาแต่ละด้าน เช่น เมื่อสังคมไทยต้องการควบคุมจำนวนประชากร การสื่อสารทุกประเภททั้งสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สื่อพื้นบ้าน เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือนิตยสาร ฯลฯ ก็จะถูกเรียกร้องให้เข้ามาช่วยงานรณรงค์ประเด็น “ลูกมากจะยากจน” ด้วยเป็นต้น

10) ความยั่งยืนของการสื่อสาร เนื่องจากในแบบจำลอง S - M - C - R นั้น องค์ประกอบที่จะต่อเชื่อมไปถึงผู้รับสารนั้นคือ ช่องทางการสื่อสาร ซึ่งอาจจะหมายถึงตัวสื่อ กาลเวลา และพื้นที่ มิติเรื่องกาลเวลาและพื้นที่ของช่องทางการสื่อสารนั้น หากพิจารณาให้เชื่อมโยงกับประเด็นเรื่อง “หลักประกันความยั่งยืนของการเกิดการสื่อสาร” อาจพิจารณาได้เป็น 2 แบบแผน คือ ช่องทางแบบชั่วคราว และช่องทางแบบประจำ ซึ่งในแต่ละช่องทางนั้นจะมีคุณลักษณะเฉพาะตัวที่ต้องคำนึงถึงเมื่อบริหารจัดการการสื่อสาร เนื่องจากการมีช่องทางการสื่อสารแบบประจำ (เช่นการประชุมประจำเดือนของหมู่บ้าน)จะเป็นหลักประกันความยั่งยืนของการสื่อสารได้

11) กลยุทธ์การสื่อสาร หากแบ่งประเภทของการสื่อสารโดยใช้เรื่อง “ความตั้งใจ” และ “การออกแบบวางแผน” เป็นเกณฑ์ เราก็อาจจะแบ่งประเภทการสื่อสารออกได้ง่ายๆเป็น 2 แบบ แบบแรกคือการสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ มิได้มีการวางแผนหรือออกแบบไว้ล่วงหน้า เช่น การพูดคุยนทนาในครอบครัว ส่วนแบบที่สองคือ การสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยมีการออกแบบหรือวางแผนล่วงหน้าว่าจะมีใครเป็นกลุ่มเป้าหมาย จะวางเป้าหมายอะไร จะออกแบบสารอย่างไร จะเลือกสื่ออะไร จะเลือกวิธีการอะไรไปบรรลุเป้าหมายกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ จะบูรณาการสื่อประเภทใดบ้าง การสื่อสารในรูปแบบที่สองนี้เรียกว่าเป็นกลยุทธ์การสื่อสาร

12) มิติเชิงเศรษฐกิจ-การเมือง-วัฒนธรรม-สังคมของการสื่อสาร ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วถึงมิติเชิงเทคนิคของการสื่อสารซึ่งเป็นมิติที่มองเห็นได้ง่ายที่สุด รวมทั้งการสื่อสารนั้นก็ไม่ได้เกิดขึ้นในสุญญากาศ หากทว่าจะต้องมีบริบทแวดล้อมโดยรอบ ในบริบทที่แวดล้อมการสื่อสารในวงรอบแรกที่เราเห็นได้ชัดก็คือ เรื่องกาลและเทศะ (เวลา พื้นที่-สถานที่) ซึ่งคนไทยมีความสำนึกในเรื่องดังกล่าวอยู่ (เช่น จะพูดอะไรให้ทันฤดูกาลเทศะบ้าง) และนอกเหนือจากบริบทในวงรอบแรกนี้แล้ว ในขอบเขตที่กว้างขวางออกมา ในการสื่อสารทุกระดับที่กล่าวมาก็ยังมีมิติเชิงเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม และสังคมเป็นบริบทแวดล้อมอยู่เสมอ ในระดับของการสื่อสารภายในบุคคลและการสื่อสารระหว่างบุคคล

อาจจะมองเห็นอิทธิพลของปัจจัยด้านสังคม-วัฒนธรรมได้ชัดเจน เช่น คำสรรพนามที่ผู้ใหญ่กับผู้ผู้น้อย พุดคุยกัน ส่วนในระดับที่สูงขึ้นมา เช่น การสื่อสารมวลชน มิติเศรษฐกิจและการเมืองก็จะโดดเด่นขึ้นมา อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระดับใด ก็ล้วนแล้วแต่มีมิติเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม สังคมเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยทั้งสิ้น

จากการศึกษาแนวคิดการสื่อสารสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารจะมีองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ส่วน คือ ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร เนื้อหาสาร สื่อหรือช่องทางการสื่อสาร แต่จากทัศนคติที่แตกต่างกันของนักวิชาการด้านการสื่อสาร ทำให้ในรายละเอียดของคุณลักษณะย่อยๆของการสื่อสาร ไม่ว่าจะ เป็นแบบจำลองการสื่อสาร เป้าหมาย ฯลฯ มีความแตกต่างกันออกไป

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

การสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นถือได้ว่าเป็นสาขาย่อยสาขาหนึ่งของวิชาการสื่อสาร ดังนั้นในด้านหนึ่ง การสื่อสารเพื่อพัฒนามีคุณลักษณะร่วมกับการสื่อสารประเภทอื่นๆ ดังที่ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของการสื่อสารไปแล้ว แต่ในอีกด้านหนึ่ง การสื่อสารเพื่อพัฒนามักจะมีคุณลักษณะพิเศษเฉพาะตัวของตน เช่น หากเป็นการสื่อสารเพื่อพัฒนาการเกษตร องค์ประกอบที่เป็นส่วนของเนื้อหาสาระ ก็ต้องว่าด้วยเรื่องของการเกษตรเป็นการเฉพาะ หรือเป้าหมายของการสื่อสารการเกษตรก็คงจะไม่ใช้เรื่องของการใช้สื่อเพื่อมุ่งให้ความบันเทิงเป็นหลัก แต่คงเป็นการใช้การสื่อสารเพื่อปรับปรุงผลผลิตหรือชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรหรือผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตร หรือเรียกร้องให้มีการวางนโยบายด้านการพัฒนาการเกษตรให้มีความยั่งยืนมากกว่า และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาและเป้าหมายดังกล่าว ก็จะส่งผลกระทบต่อถึงคุณลักษณะอื่นๆ ไม่ว่าจะผู้ที่จะเข้ามาเป็นผู้ส่งสารหรือผู้รับสาร รวมทั้งประเภทของสื่อที่จะนำมาใช้

2.3.1 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการเกษตร

บัณฑิตศึกษา สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2560, น. 35-45) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการเกษตรอาจสามารถยกตัวอย่างได้ประมาณ 4 ทฤษฎีหลักๆ คือ 1) ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่นวัตกรรม (innovation diffusion theory) 2) ทฤษฎีการสื่อสารแบบสองขั้นตอน (two steps flow of communication) 3) แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสาร (communication network) และ 4) ทฤษฎีการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร (information – seeking) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) *ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่นวัตกรรม (innovation diffusion theory)*

การสื่อสารกับการพัฒนาด้านการเกษตรเริ่มมีความชัดเจนขึ้นในช่วงของการเผยแพร่กระบวนทัศน์ด้านการแพร่กระจายการยอมรับนวัตกรรม (innovation paradigm) ซึ่งแนวคิดดังกล่าว มีความเชื่อมั่นว่า กลุ่มเป้าหมาย ในที่นี้คือเกษตรกรจะมีความสามารถที่จะรับนวัตกรรมตาม

ที่ผู้ส่ง หรือตามที่ผู้แพร่ข่าวสารต้องการได้ โดยกระบวนการในการเผยแพร่ข่าวสารดังกล่าว ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นกระบวนการแนะนำข่าวสารของผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกสู่กลุ่มเกษตรกรที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดดังกล่าวเชื่อมั่นว่า การสื่อสารเพื่อการถ่ายทอดนวัตกรรมต่างๆ นับว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาการเกษตรเป็นอย่างมาก เพราะการสื่อสารจะเป็นกระบวนการที่เป็นส่วนเชื่อมระหว่างแหล่งวิทยาการและเทคโนโลยีด้านการเกษตรให้สามารถเข้าถึงเกษตรกรได้ ทำให้เกิดประสิทธิภาพ ในกระบวนการผลิตต่างๆ ได้ เช่น การเพิ่มผลผลิต หรือการลดต้นทุนการผลิต รวมถึงการพัฒนาคุณภาพของผลผลิต และคุณภาพชีวิตของเกษตรกรโดยรวมในที่สุดด้วย

2) ทฤษฎีการสื่อสารแบบสองขั้นตอน (two steps flow of communication)

ณัฐรัฐชุตา วิจิตรจามรี (2561, น. 24-26) กล่าวว่า ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่ค่อนข้างสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มคนภาคการเกษตรหรือกลุ่มคนที่อยู่ในชนบท รวมทั้งกลุ่มคนที่ค่อนข้างมีโอกาสสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีหรือข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้น้อย เพราะหลายครั้งที่คนกลุ่มนี้ไม่มีโอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้ด้วยตนเอง อาจเป็นเพราะความห่างไกล ความไม่รู้ ความไม่ถนัดในการค้นหาข้อมูลข่าวสารที่ตนต้องการ ไม่สามารถในการอ่านออกเขียนได้ ฯลฯ ด้วยสาเหตุดังกล่าว ทำให้เกษตรกรต้องอาศัยคนอื่นเป็นสื่อกลาง ในการที่จะทำให้ตนเองสามารถที่จะเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ตามที่ต้องการได้ซึ่ง

3) แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสาร

แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสาร นับว่าเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารที่มีการใช้ในการสื่อสารร่วมกันตลอดระหว่างผู้คนในทุกสังคม ไม่ว่าจะเป็สังคมในลักษณะใดก็ตาม ทั้งนี้ เป็นเพราะมนุษย์ทุกคนต่างต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ต้องการการยอมรับจากกลุ่มจากองค์กร หรือจากสังคมใดๆ ที่ตนเองเกี่ยวข้องอยู่ โดยทั่วไปแล้วโครงสร้างการสื่อสารหรือเครือข่าย (communication structure/communication network) เกิดจากการติดต่อสื่อสารระหว่างกันจนเกิดเป็นรูปธรรม (pattern) ขึ้นมา การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสาร จะชี้ให้เห็นถึงความเกี่ยวพันและความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันขององค์ประกอบที่อยู่ในโครงสร้างการสื่อสารระหว่างชุมชน และสื่อที่นำเสนอประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้านการเกษตร ดังนั้นเครือข่ายการสื่อสารจึงประกอบไปด้วยสมาชิกที่อยู่ในเครือข่ายและนอกเครือข่ายของชุมชน โดยเครือข่ายดังกล่าวจะมีลักษณะเชื่อมโยง หรือมีความเกี่ยวพันในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารระหว่างกันและกันนั่นเอง

พงศธร เศรษฐธีร (2558, น. 121-122)รูปแบบการสื่อสารแบบเครือข่ายหลักๆ ที่ใช้ในการสื่อสารทั่วไป พบว่ามี 2 รูปแบบหลักๆ คือ รูปแบบที่มีศูนย์กลาง กับรูปแบบกระจายอำนาจ

(1) การสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง (centralized communication) เป็นการสื่อสารที่มีใครคนใดคนหนึ่งเป็นศูนย์กลางหรือทางผ่าน โดยที่สมาชิกคนอื่นๆ ไม่มีการติดต่อกันโดยตรง แต่ต้องผ่านคนกลางหรือศูนย์กลางคนนี้

(2) การสื่อสารแบบกระจายอำนาจ (*decentralized communication*) เป็นการสื่อสารที่สมาชิกในกลุ่มติดต่อสื่อสารกันได้โดยอิสระ ไม่มีใครตัดสินใจคนเดียว แต่จะเป็นการร่วมกันคิด ร่วมกันแก้ปัญหา เป็นวิธีที่ใช้ได้ตรงกับกระบวนการกลุ่มมาก เพราะทุกคนมีโอกาสในการปฏิสัมพันธ์กัน (*interaction*) ผลที่ได้มาจะได้ทั้งผลผลิต (*product*) และกระบวนการ (*process*) ของกลุ่ม หมายถึง รูปแบบการสื่อสารแบบนี้จะคำนึงถึงการเอาใจใส่สมาชิกทุกคนของกลุ่มผู้ทำงาน เอาใจใส่สิ่งแวดล้อมในการทำงาน ขวัญและกำลังใจของสมาชิกกลุ่มด้วย

4) ทฤษฎีการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร (*information – seeking*)

ทฤษฎีการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร เป็นทฤษฎีที่มีพื้นฐานมาจากหลายๆ ทฤษฎีที่มีแนวคิดในทางเดียวกันว่า การวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารนั้น ไม่จำเป็นที่จะต้องเริ่มที่ผู้ส่งสารเสมอไป แต่จะเริ่มที่ผู้รับสาร เพราะในสังคมที่มีข่าวสารต่างๆ กระจายอยู่อย่างมากมายมีข่าวสารจากหลายทิศหลายทาง มีความหลากหลายในเนื้อหา และมาจากสื่อที่หลากหลายมาก ผู้รับสารในปัจจุบันจึงเริ่มที่จะมีการบทบาทตัวเองในการ ที่จะเป็นผู้ตั้งรับ รวมทั้งเป็นผู้เลือกสรรข้อมูลข่าวสารให้กับตนเอง โดยผู้รับข่าวสารจะเป็นผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสารตามที่ตนเองต้องการเพื่อสนองความพึงพอใจ และความสนใจในเรื่องต่างๆ ตามที่ตนเองต้องการได้มากขึ้น โดยอาจจะเป็นการแสวงหาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ถ้าเป็นเรื่องเฉพาะก็อาจหาจากแหล่งเฉพาะ จากนั้นจึงนำไปประเมินเพื่อการตัดสินใจว่า ข้อมูลข่าวสารเพียงพอสำหรับการตัดสินใจในเรื่องนั้นๆ หรือไม่ หรือข่าวสารที่ได้นี้สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ตนเอง หรือเครือข่ายตนเองได้หรือไม่

2.3.2 แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

ประดิษฐ์ อติธูรี (2554) กล่าวว่า แนวความคิดการใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนานั้น เริ่มเผยแพร่ได้ไม่นานคืออยู่ในช่วงปลายทศวรรษ 1950 ถึงต้นทศวรรษ 1960 ซึ่งนักวิชาการรุ่นแรกนี้ นำโดย เลอร์นเนอร์ (Lerner, 1958), ปาย (Pye, 1963) และชเรมม์ (Schramm, 1964) โดยแนวคิดของนักวิชาการเหล่านี้กล่าวถึงการพัฒนาในฐานะเป็นตัวนำไปสู่ความสำเร็จของการพัฒนาอุตสาหกรรมตามแบบตะวันตก เนื่องจากประเทศที่มีอำนาจในขณะนั้นกำลังเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศให้กลายเป็นประเทศที่มีความทันสมัยทางด้านอุตสาหกรรม เพราะขณะนั้นเป็นยุคที่อุตสาหกรรมกำลังเข้ามามีบทบาทเป็นเครื่องจักรสำคัญในการสร้างเงินรายได้ให้ประเทศชาติ ดังนั้นภาพรวมของทฤษฎีการพัฒนาในระยะเริ่มแรกจึงมุ่งไปในทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ

ปรมะ สตะเวทิน (2558) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการพัฒนาสังคมว่า ในขณะที่ประเทศกำลังดำเนินการพัฒนาหรือในขณะที กระบวนการพัฒนาสังคมหรือกระบวนการเปลี่ยนแปลงสังคม (*social change process*) กำลังดำเนินไปนั้นหน้าที่ที่สำคัญของการสื่อสาร ในสังคมก็คือหน้าที่ในการให้ข่าวสาร (*informative function*) หน้าที่ในการชักจูงใจ (*persuasive function*) และหน้าที่ในการให้ความรู้ (*educational function*) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริม (*complement*) สนับสนุน (*facilitate*)

และขยาย (extend)งานพัฒนา (development activities) การสื่อสารในลักษณะนี้เรียกว่า การสื่อสารเพื่อการพัฒนา (development communication) ซึ่งมีรายละเอียดโดยสรุปดังนี้

2.3.3 การให้ข่าวสาร ในการพัฒนาประเทศนั้น ประชาชนจะต้องได้รับข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อมวลชน จึงมีบทบาท ดังนี้

1) การส่งเสริมให้เกิดความรู้และสร้างเสริมประสบการณ์ สื่อมวลชน จะนำเสนอสิ่งใหม่ๆ ให้ประชาชน ได้รับรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ และทำให้ทราบว่าบุคคลหรือสังคมอื่นเป็นอย่างไร

2) การชักจูงประชาชนมาสู่จุดสนใจ สื่อมวลชนจะเป็นตัวการสำคัญในการนำเรื่องต่างๆ มาทำให้เป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับประชาชน โดยทำให้ความสนใจของประชาชนถูกหันเหไปสู่เรื่องของการพัฒนา

3) การยกระดับความปรารถนาของประชาชน สื่อมวลชนสามารถสร้างความปรารถนาในสิ่งที่ดีกว่าเดิม ทั้งในระดับบุคคลและระดับประเทศ และตั้งใจที่จะทำให้ได้มาซึ่งความปรารถนานั้น

4) การสร้างบรรยากาศของการพัฒนา สื่อมวลชนมีส่วนสำคัญในการให้ข่าวสารแก่ประชาชน เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจในด้านการพัฒนา โดยการแสดงให้เห็นเทคโนโลยีที่ทันสมัย และชีวิตในสังคมที่พัฒนา อันจะทำให้ประชาชนมีสายตาที่กว้างไกลและย้อนมาเปรียบเทียบกับตัวเอง เพื่อกำหนดทิศทางในอนาคต

2.3.4 การจูงใจ บทบาทของสื่อมวลชนในประเทศกำลังพัฒนา คือ การจูงใจให้ประชาชนเปลี่ยนวิถีชีวิต และตัดสินใจเข้าร่วมโครงการพัฒนาอย่างจริงจัง ด้วยการแสดงความคิดเห็นสนับสนุนโครงการพัฒนาของรัฐบาล และชี้แนะการตัดสินใจของประชาชน โดยมีบทบาท ดังนี้

1) เป็นแหล่งข่าวสารสำหรับการสื่อสารระหว่างบุคคล การเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะให้ประชาชนหรือผู้ที่มีอิทธิพลต่อบุคคลอื่นได้รับเอาข่าวสารไปถ่ายทอดอีกต่อหนึ่ง ซึ่งจะทำให้การตัดสินใจได้ดีขึ้น

2) สร้างสถานภาพให้แก่บุคคล สื่อมวลชนสามารถสร้างชื่อเสียงและสถานภาพทางสังคมให้แก่บุคคลได้ โดยอาจจะกล่าวยกย่องหรือเอ่ยถึงอยู่เสมอซึ่งจะทำให้ความคิดและนโยบายของบุคคลเหล่านั้นมีความน่าเชื่อถือ การให้ความสนใจของสื่อมวลชนต่อโครงการพัฒนาต่างๆ จะทำให้ประชาชนเข้าร่วมในการพัฒนา อันจะทำให้บุคคลนั้นได้รับสถานภาพไปด้วย

3) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายอย่างกว้างขวาง ทำให้เกิดการพูดคุยกันและแสดงความคิดเห็นออกมา เพื่อสะท้อนไปยังรัฐบาลให้นำไปพิจารณากำหนดนโยบายในการพัฒนาประเทศ

4) *ปลูกฝังบรรทัดฐานของสังคม* สื่อมวลชนมีบทบาทในการเผยแพร่บรรทัดฐานที่ดีของสังคม และการหลีกเลี่ยงบรรทัดฐานอย่างรุนแรงให้ประชาชนทราบ เพื่อช่วยให้สังคมอยู่ในกรอบหรือบรรทัดฐานที่วางไว้

5) *ช่วยปลูกฝังให้มีระบอบที่ดี* สื่อมวลชนสามารถสร้างความคุ้นเคยกับสิ่งต่างๆ แก่ประชาชน เช่น ดนตรี ศิลปะ อันมีผลต่อรสนิยมของบุคคลในประเทศที่กำลังพัฒนา วัฒนธรรมเป็นสะพานเชื่อมโยงที่ดีที่สุดของประชาชนในชาติ

6) *เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ฝังแน่น* ในการพัฒนาประเทศสื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติใหม่ๆ หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ฝังแน่น รวมทั้งเบี่ยงเบนทัศนคติเดิมได้ เพราะถ้าประชาชนมีความรู้สึว่าการปฏิบัตินั้นไม่แตกต่างจากการปฏิบัติอันเดิมหรือเป็นการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย จะทำให้เกิดการยอมรับได้ง่ายขึ้น

7) *การให้การศึกษ* ในการพัฒนาประเทศ เมื่อประชาชนได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาจนเกิดความรู้สึกทะเยอทะยานและตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตหน้าที่ต่อไปของรัฐบาลคือ การให้การศึกษและให้ความรู้แก่ประชาชนในเรื่องการอ่านออกเขียนได้ การเมืองการปกครอง การสาธารณสุข การเกษตร การช่าง ซึ่งการสื่อสาร โดยเฉพาะสื่อมวลชนสามารถให้ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการปรับตัวของประชาชนให้เข้ากับการพัฒนาประเทศได้

กล่าวโดยสรุป แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา คือแนวคิดที่พยายามแสดงให้เห็นว่า การพัฒนาในเรื่องใดๆ หรือระดับใดๆ ไม่ว่าจะในระดับชาติ หรือระดับท้องถิ่น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยเรื่องของการสื่อสาร เข้ามาเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดสิ่งต่างๆ ไปสู่ประชาชน นั่นก็คือเกษตรกร ทั้งนี้ก็เพื่อให้เกษตรกรเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ผู้สื่อสารต้องการ

2.3.5 ประเภทของสื่อที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการเกษตร

กมลรัฐ อินทรทัศน์ (2547) กล่าวว่า สื่อแต่ละประเภทมีคุณสมบัติเด่นเฉพาะตัวที่แตกต่างกัน ดังนั้นการเลือกนำสื่อมาใช้ในการพัฒนาการเกษตรจะต้องพิจารณาตั้งแต่เทคนิควิธีการส่งเสริมที่จะใช้ เนื้อหาที่จะถ่ายทอดที่ต้องมีความเหมาะสมกับตัวสื่อที่จะใช้เป็นช่องทางในการถ่ายทอดไปสู่เกษตรกร ตลอดจนผู้ส่งสารจะต้องมีวิธีการผลิตสื่อ หรือสามารถผลิตสื่อต่างๆ ที่นำมาใช้ให้เหมาะสมกับตัวเกษตรกรซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่จะดำเนินการให้ความรู้และพัฒนา โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร เป็นต้น

1) สื่อบุคคล

“สื่อบุคคล” นับว่าเป็นสื่อที่ยังคงทรงอิทธิพลต่อกระบวนการสื่อสารเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมทางการเกษตรมาตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน ทั้งนี้เพราะในกลุ่มของประเทศที่กำลังพัฒนาต่างๆ สื่อและช่องทางในการเผยแพร่เทคโนโลยีการเกษตร มักจะขึ้นกับสื่อบุคคลเป็นหลักมากกว่าการใช้สื่อมวลชน โดยผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การส่งข้อมูลข่าวสารหรือ

เทคโนโลยี การเกษตรผ่านการสาธิต ผ่านผู้เชี่ยวชาญ ผ่านนักส่งเสริมการเกษตร ผ่านเกษตรกรที่เป็นกลุ่มก้าวหน้า (progressive farmer) กลุ่มเพื่อน และรวมถึงการประชุมร่วมกันในหมู่บ้านหรือในกลุ่มของตนเอง

ในการศึกษาของ ลูวิส (Lewis, 1989) พบว่า ในกระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการเกษตรนั้น สื่อและช่องทางการสื่อสารที่ใช้คือ “นักส่งเสริมการเกษตร”

นักส่งเสริมการเกษตร หรือองค์กรด้านการส่งเสริมการเกษตร (extension agent) นับว่าเป็นสื่อบุคคลที่ได้รับการยอมรับร่วมกันว่าเป็นสื่อบุคคลที่มีความสำคัญมากต่อการพัฒนาการเกษตร โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาหรือด้อยพัฒนาต่างๆ ผลการศึกษาหลายแห่งพบว่า “สื่อบุคคล” เป็นสื่อและช่องทางการสื่อสารที่เกษตรกรต่างให้ความเห็นว่า เป็นสื่อที่ให้ความช่วยเหลือมากที่สุด (most helpful) และน่าไว้วางใจที่สุด (most trustworthy) แต่จากผลการศึกษาของริชาร์ดสัน (Richardson, 1989) พบว่าไม่ว่าจะเป็นการใช้เทคนิควิธีการส่งเสริมใดๆ ก็ตาม การใช้สื่อ โดยเฉพาะสื่อบุคคล คือ นักส่งเสริมฯ มักจะเป็นไปตามช่องทางและกระบวนการสื่อสารแบบทางการ (formal communication process) โดยนักส่งเสริมฯ จะทำหน้าที่ในการใส่ความหมาย ใส่สัญลักษณ์ ใส่ภาพ ใส่เสียง ใส่เนื้อหา ตามที่ตนต้องการถ่ายทอดลงไปในสื่อประเภทต่างๆ เพียงมุ่งหวังให้กลุ่มเกษตรกรเป้าหมายยอมรับและนำนวัตกรรมนั้นๆ แต่ทั้งนี้ ทั้งตัวนักส่งเสริมฯ เอง และเกษตรกรที่เป็นกลุ่มเป้าหมายต่างก็มีประสบการณ์ ทักษะคิด ความรู้ และทักษะต่างๆ ที่แตกต่างกัน ผิดกับกระบวนการสื่อสารที่ค่อนข้างเป็นทางการ และส่วนใหญ่มักเป็นการสื่อสารทางเดียว จึงทำให้ประสิทธิภาพในการสื่อสารนวัตกรรมของนักส่งเสริมฯ เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาการเกษตรไม่ได้ผลดังที่ต้องการ ดังนั้น นักส่งเสริมฯ ในฐานะนักสื่อสารที่ทำการสื่อสารที่เรียกว่า นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีการเกษตรต่างๆ ควรต้องมีพื้นฐานและความชำนาญที่ชัดเจน 8 ประการ ดังที่ ฟิลลิปป์ และออสบอร์น (Phillips และ Osborne, 1988) สรุปไว้คือ 1) มีพื้นฐานทางปรัชญาและวิถีคิดที่ชัดเจน 2) มีทักษะเกี่ยวกับมนุษยสัมพันธ์ 3) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ 4) มีจริยธรรมคุณธรรมในวิชาชีพ 5) มีความเชื่อมั่นในตนเอง 6) มีความเชี่ยวชาญในเชิงเทคนิควิธีการ 7) ความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ และ 8) มีความมุ่งมั่นและทุ่มเท

นอกจากนี้ โรเซ็นไชน์ และเฟิร์ส (Rosenshine และ Furst, 1971) ได้สรุปคุณลักษณะที่สำคัญของนักส่งเสริมฯ หรือผู้ที่ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมการเกษตรที่มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของคนอื่นๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น โดยสรุปได้เป็น 5 ลักษณะเด่นๆ ดังเช่น 1) ความเป็นมืออาชีพ เสมือนการทำธุรกิจที่ต้องมีความคล่องตัว แม่นยำ ชัดเจนรู้กลุ่มเป้าหมายอย่างถ่องแท้ 2) มีความชัดเจนในประเด็นที่จะถ่ายทอด หรือนำเสนอและเตรียมพร้อม 3) มีความกระตือรือร้น 4) มีอารมณ์ขัน และ 5) มีความหลากหลายที่สามารถปรับเปลี่ยนได้อย่างเท่าทันในสถานการณ์ต่างๆ

2) สื่อมวลชน

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2560 , น. 78-80) กล่าวว่าสื่อมวลชนนับว่าเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมต่างๆ ที่จะนำไปสู่การพัฒนาด้านการเกษตรเพราะเป็นเครื่องมือที่สามารถที่จะเข้าถึงกลุ่มเกษตรกรที่เป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ไม่ว่าจะเป็นการใช้สื่อประเภทต่างๆ เช่น สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เพื่อให้ทำหน้าที่ในการส่งสารสู่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเกษตรกรจำนวนมาก โดยมักจะเป็นกระบวนการสื่อสารแบบทางเดียว (one way communication) โดยภาพรวมแล้ว พบว่ายังมีปัญหาอยู่มากโดยเฉพาะการเปิดรับและนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ๆ ไปใช้ ทั้งนี้เพราะการเปิดรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมทางการเกษตรในบางประเด็นและในบางโอกาสจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการตอบรับนวัตกรรมนั้นๆ นับชั่วอายุคน ไม่ใช่แค่เพียงช่วงเวลาสั้นๆ ของการส่งผ่านจากผู้ส่งนวัตกรรมสู่ผู้รับที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น

แต่อย่างไรก็ตาม สื่อสารมวลชนก็มีคุณลักษณะที่ดีในเรื่องของความเร็ว และการสามารถที่จะเข้าถึงกลุ่มคนได้เป็นจำนวนมาก บทบาทและหน้าที่หลักของสื่อสารมวลชนก็คือ การทำหน้าที่ในการบอกข่าวสารข้อมูลทั่วไป การช่วยสร้างบรรยากาศของการตื่นตัว สร้างบรรยากาศในการนำเข้าสู่กระบวนการของการมีส่วนร่วมในประเด็นต่างๆ การช่วยสร้างบรรทัดฐานของสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม การเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารให้กับสื่อบุคคลต่างๆ การเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ต้องการ ทั้งนี้อาจจะอยู่ในรูปแบบของการช่วยประกาศกิจกรรมต่างๆ เพื่อนำไปสู่การเปิดประเด็นความคิดหรือการริเริ่มประเด็นใหม่ๆ (agenda setting) ข้อด้อยก็คือสื่อสารมวลชนยังไม่สามารถที่จะสื่อสารประเด็นที่ซับซ้อน หรือประเด็นที่ต้องการการเปิดรับในระดับต่างๆ กัน เช่น กลุ่มเกษตรกรกลุ่มต่างๆ ที่มีวิธีการในการผลิตที่แตกต่างกัน และที่สำคัญที่สุดคือ สื่อสารมวลชนไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มชายขอบหรือกลุ่มคนด้อยโอกาสต่างๆ เช่น กลุ่มคนยากจน กลุ่มคนในชนบทห่างไกลได้ทั่วถึงนัก

สื่อมวลชนที่มักใช้ถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมทางการเกษตรมักจะประกอบด้วยสื่อประเภทหลักๆ ดังต่อไปนี้ 1) สื่อที่รับได้ด้วยการได้ยิน เช่น วิทยุกระจายเสียง 2) สื่อที่รับได้ทั้งการเห็นและการได้ยิน เช่น โทรทัศน์และ 3) สื่อที่รับได้ด้วยการเห็น คือสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ ดังมีรายละเอียดโดยสรุป คือ

(1) *สื่อวิทยุกระจายเสียง* ตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบันเกษตรกรนิยมฟังรายการวิทยุค่อนข้างมากและ วิทยุเป็นสื่อในการเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตรที่ได้รับความนิยมมากในทุกประเทศ ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะเป็นยุคของเทคโนโลยีสารสนเทศก็ตาม สื่อวิทยุกระจายเสียงมีลักษณะเฉพาะคือ เป็นสื่อที่สามารถส่งสารได้อย่างรวดเร็ว ทันเหตุการณ์ และมีต้นทุนในการผลิตที่ไม่สูงนัก ประกอบกับทักษะที่ใช้ในการผลิตก็ไม่ซับซ้อนมาก แต่ก็มีข้อจำกัดตรงที่เป็นสื่อที่สามารถถ่ายทอดได้เพียงแต่เสียง ผู้ฟังไม่สามารถอ่านข้อความหรือไม่สามารถเห็นภาพได้

(2) *สื่อวิทยุโทรทัศน์* เป็นสื่อที่พัฒนาขึ้นมาภายหลังสื่อวิทยุ ดังนั้นการจัดรายการหรือรูปแบบ รายการหลายๆ อย่างจึงมีความคล้ายกับสื่อวิทยุ แต่ในช่วงหลังๆ ได้มีความเจริญทางด้านเทคโนโลยีของสื่อโทรทัศน์ที่มีการพัฒนาเพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา การสร้างสรรค์รายการในรูปแบบต่างๆ จึงมีมากขึ้น อย่างไรก็ตาม สื่อทั้งสองประเภทนี้จะมีคุณสมบัติที่มีความคล้ายกันคือ ความรวดเร็วและความทันต่อการณ์ในการสื่อสาร ความสามารถในการนำสารไปถึงผู้รับที่เป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ รวมทั้งความสามารถในการดึงดูดใจที่ค่อนข้างสูง เพราะเป็นสื่อที่มีทั้งภาพ เสียง และการเคลื่อนไหว อีกทั้งสื่อโทรทัศน์ยังมีความได้เปรียบสื่อวิทยุในเรื่องความสามารถถ่ายทอดภาพที่เคลื่อนไหวออกไปได้

(3) *สื่อกิจกรรม* เป็นสื่อที่มีความหลากหลายและยืดหยุ่นในตัวเองสูง เพราะเป็นสื่อที่ประกอบด้วยกิจกรรมและกระบวนการต่างๆ ที่มุ่งเน้นสู่จุดประสงค์ที่หลากหลายแตกต่างกันไป เช่น กิจกรรมเพื่อนำไปสู่การชักจูงใจ การโน้มน้าวใจเกี่ยวกับการเปิดรับเทคโนโลยีการเกษตรต่างๆ การฝึกอบรมเป็นกระบวนการที่ต้องใช้ทั้งศิลปะในการถ่ายทอดทั้งความรู้ และทักษะที่ผ่านการปฏิสัมพันธ์และความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ให้การอบรมกับผู้รับการอบรม

สื่อกิจกรรมหลักๆ ที่ใช้ในการส่งเสริมเผยแพร่นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีการเกษตรต่างๆ อาจแบ่งออกเป็น 2 แนวทางใหญ่ๆ คือ 1) สื่อกิจกรรมที่เน้นกระบวนการกลุ่ม หรือการทำร่วมกันเป็นกลุ่ม (group methods) เช่น การประชุมระดมสมองร่วมกัน การจัดเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน การจัดประกวดแข่งขันต่างๆ การจัดงานวันเกษตรร่วมกัน (Field Day) การไปศึกษาดูงาน การบรรยาย การสัมมนา การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการต่างๆ เป็นต้น 2) สื่อกิจกรรมที่เน้นเป็นรายบุคคล หรือเป็นรายย่อย (individual methods) เช่นการเยี่ยมฟาร์ม หรือเยี่ยมบ้านเกษตรกร การทำสัญญาหรือข้อตกลงต่างๆ ร่วมกัน การจัดทำฟาร์มตัวอย่าง หรือที่เรียกกันทั่วๆ ไปว่าการจัดทำแปลงสาธิต การโทรศัพท์สอบถาม เป็นต้น

(4) *สื่อเทคโนโลยีและสารสนเทศ* นับว่าเป็นหนึ่งในสื่อที่มีความจำเป็นมากในปัจจุบัน โดยเฉพาะในระบบการเกษตรเชิงอุตสาหกรรม ระบบการเกษตรเชิงพาณิชย์ เพราะล้วนต่างต้องการข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ สื่อเทคโนโลยีต่างๆ จึงได้รับการพัฒนาขึ้นมาเพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าว ดังเช่น

(5) *สื่ออินเทอร์เน็ต (internet)* ที่นับว่าเป็นสื่อที่เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่สามารถเชื่อมต่อกันได้ ทั่วโลก มีมาตรฐานการรับส่งข้อมูลระหว่างกันเป็นหนึ่งเดียว และสามารถรับส่งข้อมูลได้หลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นภาพ เสียง ฯลฯ รวมทั้งสามารถค้นหาข้อมูลจากที่ต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว สามารถที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้หลายรูปแบบ เช่น การสนทนาออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นแบบเดี่ยว (โปรแกรม chat หรือ talk) หรือแบบกลุ่ม เช่น พวก newsgroup

ที่จะตั้งกลุ่มของตนเองขึ้นมาเพื่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันและกันโดยเฉพาะ เช่น กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ กลุ่มเกษตรยั่งยืน กลุ่มผู้ปลูกกล้วยไม้ ฯลฯ เป็นต้น

ในส่วนของสื่อประเภทนี้ อินเทอร์เน็ตประเภท World Wide Web ที่ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการค้นหาข้อมูลต่างๆ นับว่าเป็นสื่อที่แพร่หลายและขยายตัวเร็วที่สุด ทำให้ผู้คนสามารถที่จะสืบค้น แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันได้ในพริบตาทั่วโลก

ทั้งนี้โดยภาพรวมแล้วสื่อเทคโนโลยีและสารสนเทศประเภทสื่ออินเทอร์เน็ตนับว่าเป็นสื่อพื้นฐานที่สำคัญที่สุดในระบบการผลิตภาคการเกษตร เพราะเป็นทั้งสื่อ และเป็นเครื่องมือที่ง่าย และประหยัดในการที่เกษตรกรจะสามารถเข้าถึง และสามารถนำข้อมูลมาใช้ประกอบการพิจารณาในกระบวนการผลิตของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จากนั้นอาจจะเป็นการประยุกต์ และพัฒนาสู่สื่อเทคโนโลยีประเภทอื่นๆ ต่อไป เช่น ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสารสนเทศ (tele-center) เป็นต้น

(6) *สื่อชุมชน* ในที่นี้หมายถึงสื่อประเภทต่างๆ ที่ชุมชนใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันและกัน ไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคลที่สามารถแบ่งออกเป็นสื่อบุคคลที่เป็นคนในชุมชน (insiders) เช่น ผู้นำต่างๆ ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน และสื่อบุคคลที่เป็นคนนอกชุมชนแต่เข้ามาสื่อสารกับคนในชุมชน (outsiders) ได้แก่ เกษตรตำบล เจ้าหน้าที่ ธกส. เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆ พนักงานขายสารเคมีของบริษัท เป็นต้น รองลงมาคือ สื่อกระจายเสียงต่างๆ เช่น หอกระจายข่าว วิทยุชุมชน นอกจากนั้นก็อาจจะเป็นสื่อประเภทวัฒนธรรม ประเพณี พิธีกรรมหรือกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน เป็นต้น

2.3.6 ประสิทธิภาพของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

ศิริกมล จันทร์ปัญญา (2544) กล่าวว่า การสื่อสารเพื่อการพัฒนาจะประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ ก็ต่อเมื่อปฏิบัติตามเงื่อนไขต่อไปนี้

1) *การวางแผนอย่างเหมาะสม* การสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นการสื่อสารที่เน้นในเรื่องการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางจิตวิทยาและสังคม ซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของประชาชนตามปรารถนา การวางแผนเพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิผล ก็ต้องคำนึงถึงเรื่องสังคมและจิตวิทยาเพื่อที่จะสามารถผลิตข่าวสารได้อย่างเหมาะสม

2) *การเข้ากันได้กับวัฒนธรรมของประชาชน* วัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความเชื่อและพฤติกรรมของคน ดังนั้น การสื่อสารที่เสนอแนะให้คนเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อและพฤติกรรม จึงต้องเข้าใจถึงและทำให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของประชาชน

3) *ทำการสื่อสารให้ถึงประชาชนเป้าหมาย* การสื่อสารเพื่อพัฒนาก็ต้องอาศัยหลักการของการสื่อสารโดยทั่วไป กล่าวคือจะต้องทำการสื่อสารให้ถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เพราะประชาชนแต่ละกลุ่มย่อมมีความแตกต่าง ทั้งในเรื่องความต้องการ ปัญหาสภาพเศรษฐกิจและ

สังคม เป็นต้น ดังนั้น จึงต้องมีการจัดเตรียมเครือข่ายการสื่อสารให้เพียงพอแก่การจะเผยแพร่ข่าวสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงและเหมาะสม

4) *อาศัยการสื่อสารแบบสองทาง* ในการพัฒนาสังคมนั้นอาศัยเพียงแต่การสื่อสารจากฝ่ายรัฐบาลไปยังประชาชนแต่เพียงอย่างเดียวไม่เป็นการเพียงพอ ทั้งนี้เพราะจะทำให้รัฐบาลไม่มีโอกาสได้รับทราบความรู้สึกนึกคิด ความต้องการ และปัญหาของประชาชน วิธีการสื่อสารที่ดีที่สุด ก็คือ ฝ่ายรัฐบาลจะต้องรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนด้วย เพื่อนำมาปรับปรุงแผนพัฒนาและวิธีการสื่อสารต่อไป

5) *ทำการสื่อสารบ่อยๆ* และใช้ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือที่อยู่ในความสนใจของผู้รับสาร หลักข้อหนึ่งของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ คือ ผู้ส่งสารจะต้องสามารถทำให้สารของตนเด่นกว่าสารอื่นๆ โดยมีวิธีการอันหนึ่ง คือ ผู้ส่งสารจะต้องทำการสื่อสารบ่อยๆ หรือใช้สื่อหลายชนิด และอีกวิธีหนึ่งคือใช้ผู้ส่งสารที่น่าเชื่อถือและอยู่ในความสนใจของประชาชนเช่น ผู้นำประเทศ ผู้นำท้องถิ่น หมอ เป็นต้น

6) *การสาธิต* การที่จะทำให้ประชาชนเข้าใจและยอมรับเปลี่ยนแปลงต้องอาศัยการสาธิตให้เห็นอย่างจริงจัง หรืออาศัยบุคคลที่เปลี่ยนแปลงแล้วเป็นตัวอย่าง

7) *การปฏิบัติ* การที่คนเราจะสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมของตนได้นั้น บุคคลนั้นต้องมีประสบการณ์ที่ดีต่อสิ่งใหม่นั้นเสียก่อน ดังนั้นหน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่พัฒนาจึงต้องเตรียมการในเรื่องการทดลองให้เห็นจริงๆ

กมลรัฐ อินทรทัศน์ (2547) กล่าวว่า ประสิทธิภาพของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการคำนึงถึงสิ่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

1) *การวางแผนอย่างเหมาะสม* เพราะการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจะเน้นเรื่องกระบวนการที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงซึ่งอาจจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางกาย ทางจิต หรือทางสังคม ดังนั้นการวางแผนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ดีจึงต้องคำนึงทั้งคนและสังคมเป็นหลัก

2) *การเข้ากันได้กับวัฒนธรรมของชุมชน* ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมของคน ดังนั้นหน้าที่ของการสื่อสารที่ดีก็คือการพยายามนำเสนอข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมของชุมชน

3) *ต้องสามารถสื่อสารให้ถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้ได้* โดยจะต้องพิจารณาเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสาร และการสื่อสารกับผู้นำประเภทต่างๆ ที่สามารถส่งสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่อยู่ปลายทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วย

4) *ต้องเป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม* เพราะการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้จะต้องเป็นกระบวนการที่เกิดจากความร่วมมือร่วมใจจากทุกกลุ่มหรือทุกฝ่ายที่

เกี่ยวข้อง กระบวนการในการสื่อสารต้องประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ที่เปิดโอกาสให้ทุกกลุ่มสามารถที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่ตนมีความต้องการ หรือที่ตนสนใจ หรือที่ตนพร้อมที่สุด

5) การมีทักษะการสื่อสารที่ดี ทั้งนี้จะหมายรวมถึงกระบวนการสื่อสารที่เริ่มตั้งแต่ผู้ส่งสารที่จะต้องได้รับการฝึกทักษะที่ดี เพราะจะทำให้เขาสามารถเลือกประเภทสื่อเลือกช่องทางการสื่อสาร เลือกกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้แม่นยำ สามารถสร้างกระบวนการในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และท้ายที่สุดสามารถประเมินผลการสื่อสารเพื่อการพัฒนาอื่นๆ ได้

กล่าวโดยสรุป การสื่อสารเพื่อการพัฒนาจะเกิดประสิทธิผลอย่างสูงสุดขึ้นมาได้ก็ต่อเมื่อมีการพิจารณาในเรื่องการวางแผนอย่างเหมาะสม การเข้ากันได้กับวัฒนธรรมชุมชนการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้มีส่วนร่วมในการสื่อสาร ตลอดจนการมีทักษะการสื่อสารที่ดีของผู้ส่งสาร

2.4 สื่อมวลชนกับการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

2.4.1 แนวคิดสื่อมวลชนกับการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

แนวคิดทฤษฎีภารกิจหน้าที่พื้นฐานของสื่อมวลชนและทฤษฎีการกำหนดประเด็นการรับรู้ข่าวสาร สื่อมวลชนนับว่าเป็นสื่อประเภทของสื่อที่สำคัญในการถ่ายทอดสารไปยังเกษตรกร เพื่อพัฒนาการเกษตร เพราะเป็นเครื่องมือที่สามารถที่จะเข้าถึงกลุ่มเกษตรกรที่เป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ละมีความฉับไวในการกระจายข่าว ไม่ว่าจะเป็นการใช้สื่อประเภทต่างๆ เช่น สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร รวมถึงการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นสื่อที่นิยมในปัจจุบัน เพื่อให้ทำหน้าที่ในการส่งสารสู่กลุ่ม เป้าหมายที่เป็นเกษตรกรจำนวนมาก ทั้งนี้ในยุคปัจจุบันได้มีเทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ สำหรับ การเลี้ยงกุ้งมากมาย ดังนั้นการถ่ายทอดข่าวสารใหม่ๆ จากสื่อมวลชนที่มีความรวดเร็วนับว่าเป็นสิ่งสำคัญเพื่อการพัฒนาด้านการเกษตรให้ก้าวทันยุคสมัย

2.4.2 ภารกิจหน้าที่พื้นฐานของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคม

การสื่อสารไม่ว่าจะด้วยวิธีการใดจะทำให้เกิดกระบวนการถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ เพื่อเป็นสื่อที่สนองความต้องการของสังคมมนุษย์ในด้านต่างๆ ตามแนวคิดเกี่ยวกับภารกิจหน้าที่พื้นฐานของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคมของ Wilbur Schramm (1978) ใน 4 ประการดังนี้

1) การทำหน้าที่ในการเสนอข่าว (to inform) คือการทำหน้าที่เหมือนยามคอยรายงานเหตุการณ์ต่างๆ ความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสมาชิกในสังคมได้ทราบ แต่มิใช่สื่อทุกประเภทที่จะสามารถคอยรายงานความเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา เช่น นิตยสาร เพราะนิตยสารเป็นสื่อที่มีกำหนดออกห่าง อย่างไรก็ตามนิตยสารจะทำหน้าที่รวบรวมข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งทางกายภาพ และความคิดเห็นของคนในสังคมมาวิเคราะห์วิจารณ์สรุปในลักษณะที่มีรายละเอียดมากขึ้น ทั้งนี้การมีสื่อออนไลน์เข้ามาเกี่ยวเป็นสิ่งที่ช่วยให้สื่อมวลชนทำหน้าที่ออกมาให้ได้ดีเยี่ยมคือทำให้การรายงาน

ความเคลื่อนไหว นวัตกรรมใหม่ๆเป็นไปอย่างรวดเร็ว ต่อเนื่องและเท่าทันยุคสมัยปัจจุบัน เพื่อให้ผู้รับสารได้รับข่าวสารใหม่และพัฒนาตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ

2) *การกระทำหน้าที่ในการให้การศึกษา (to educate)* ก็คือการทำหน้าเป็นเสมือนครูผู้ให้ความรู้ การศึกษาแก่ประชาชน ทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ (learning activities) ในสิ่งต่างๆ ขึ้น การที่สื่อมวลชนถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ๆให้กับเกษตรกร เช่น ในการเลี้ยงกุ้ง จึงถือเป็นการสื่อสารเพื่อพัฒนาการเลี้ยงกุ้งอีกแนวทางหนึ่ง ทั้งนี้สื่อมวลชนหน้าที่ที่ต้องคอยติดตามข่าวสารให้ทันโลกเพื่อให้การเลี้ยงกุ้งของประเทศไทยก้าวหน้าเท่าทันประเทศผู้ค้ากุ้งอื่นๆ

3) *การทำหน้าที่ในการเสนอแนะหรือจูงใจ (To persuade)* ก็คือการนำเสนอความคิดเห็นมุ่งให้คำอธิบายความหมายเกี่ยวกับเหตุการณ์เพื่อให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทศนคติ หรือพฤติกรรม ซึ่งสื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อวิทยุสารได้ปรับเปลี่ยนสื่ออื่นๆ ในแง่ที่สามารถให้รายละเอียดหรือ ถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดให้ออกมาเป็นเรื่องที่มีความละเอียดอ่อน ประณีต และลึกซึ้งได้ วิทยุสารจึงเป็นเวทีหรือสื่อกลางในการแสดงความคิดเห็นของเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมได้อย่างละเอียด ทั้งในแง่ของภาษา การใช้ภาพ หรือด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า ทางด้านการสื่อสารและการพิมพ์ ซึ่งการกระทำบทบาทหน้าที่ดังกล่าวนี้อาจเป็นไปได้ในทำนองชักชวนให้ผู้อ่านคล้อยตามหรือเป็นเพียงการเสนอแนะให้ตัดสินใจเอง ซึ่งเท่ากับเป็นการกระตุ้นให้มีปฏิกิริยาโต้ตอบเหตุการณ์ต่าง ๆ นั้นเอง

4) *การทำหน้าที่ในการให้ความบันเทิง (To entertain)* ในปัจจุบันการกระทำบทบาทหน้าที่ ที่ได้เพิ่มความสำคัญมากขึ้นจนเห็นได้ชัดเจน หากแต่บทบาทในด้านต่างๆ จากบทบาทในด้านอื่นๆ ที่กล่าวมาแล้วทั้งในแง่ของเนื้อหาและผลที่เกิดขึ้น กล่าวคือแทนที่จะเสนอข่าวสารอย่างตรงไปตรงมาหรืออธิบายเหตุการณ์เนื้อหา แต่กลับมุ่งให้เกิดมโนภาพ เกิดความสงสัย คลุมเครือหรือตลกขบขัน ซึ่งบทบาทประเภทนี้มุ่งเร้าอารมณ์และความรู้สึกมากกว่าที่จะเสริมสร้างความคิดหรือเปลี่ยนพฤติกรรมของคน ด้วยเหตุนี้บทบาทหน้าที่ในการให้ความบันเทิงจึงมักก่อให้เกิดผลอย่างปัจจุบันทันด่วน เช่น ความรู้สึกตลก ตื่นเต้น ขบขัน หรือโศกเศร้า เพียงชั่วครวแล้วก็หายไป

Denis Mcquail ได้เพิ่มบทบาทหน้าที่ประการที่ห้าของการสื่อสารมวลชนก็คือการกระตุ้นเร้าหรือผลักดัน (Mobilization) ซึ่ง Mcquail เห็นว่าการกระตุ้นเร้าเป็นสิ่งที่สื่อมวลชนจะต้องปฏิบัติเพื่อพัฒนาผลประโยชน์ของชาติ ส่งเสริมระบบแผนของพฤติกรรม และคุณค่าที่สำคัญบางประการโดยเฉพาะในช่วงวิกฤติ เช่น โรคระบาดในกุ้ง เหตุการณ์ในประเทศที่กระทบกับตลาดกุ้ง เป็นต้น ซึ่งบทบาทหน้าที่ในการกระตุ้นเร้าหรือผลักดันให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับพฤติกรรมของบุคคลและสังคมนี้ ดังนี้ คือ

1) การให้ข่าวสาร (Information) ได้แก่ การให้ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์และสถานการณ์ในสังคม แจ้งให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของอำนาจในระดับต่างๆ ช่วยส่งเสริมให้นวัตกรรม การปรับตัว และก้าวหน้า

2) การประชาสัมพันธ์ (Correlation) ได้แก่ ช่วยอธิบาย ตีความ และวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับความหมายของเหตุการณ์ และข่าวสาร ให้การสนับสนุนผู้ที่อยู่ในอำนาจและบรรทัดฐานที่มีอยู่ ประสานกิจกรรมต่างๆ เข้าด้วยกัน สร้างประชาคมติ จัดลำดับความสำคัญและชี้ให้เห็นถึงสถานภาพที่มีความสัมพันธ์กัน

3) ความต่อเนื่อง (Continuity) ได้แก่ แสดงออกซึ่งวัฒนธรรมหลักและยอมรับวัฒนธรรมย่อย รวมทั้งพัฒนาการของวัฒนธรรมใหม่ ส่งเสริมและชำระไว้ซึ่งค่านิยมพื้นฐานร่วมกัน

4) การให้ความบันเทิง ได้แก่ ให้ความสนุกสนานหลากหลายเป็นวิธีการผ่อนคลายอารมณ์ ช่วยลดความตึงเครียด

5) การกระตุ้นเร้าและการระดมสรรพกำลัง (Mobilization) ได้แก่ รณรงค์เพื่อวัตถุประสงค์ทางสังคมในเรื่องของการเมือง การพัฒนาทางเศรษฐกิจ การทำงาน และศาสนาช่วยผลักดันความเคลื่อนไหวทางสังคม

ดังนั้น จึงมีการพูดถึงบทบาทของสื่อมวลชนในแง่ที่เป็นตัวผลักดัน ให้เกิดการเคลื่อนไหวในสังคม เพราะสื่อมวลชนมักถูกคาดหวังว่าเป็นตักปกป้องผลประโยชน์ และให้การสนับสนุนค่านิยมหลักบางประการ รวมทั้งรูปแบบของพฤติกรรมบางอย่าง

2.4.3 ลักษณะหน้าที่ของสื่อมวลชน

ภารกิจข้างต้นสามารถนำมาวิเคราะห์แยกแยะตามลักษณะหน้าที่ ในฐานะที่พิจารณาสื่อมวลชนเป็น “ยามเฝ้าประตู” หรือ “gatekeeper” และการทำหน้าที่กำหนดวาระข่าวสาร หรือ agenda-setter

1) *ด้านสารสนเทศ (Surveillance)* คือ การที่สื่อมวลชนทำหน้าที่ให้สาระเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายกิจกรรมขององค์กรต่างๆ ให้สาระเกี่ยวกับเหตุการณ์และสถานการณ์ภายนอก ตลอดจนจัดลำดับความสำคัญก่อนหลังตามผลประโยชน์ของผู้เป็น gatekeeper และ agenda setter บทบาทที่ปรากฏโดยตรง คือ รายงานและรณรงค์ด้านข่าวสาร

2) *ด้านความเกี่ยวพัน (Correlation)* คือบทบาทในการตีความสาระและเหตุการณ์ให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของ gatekeeper แสดงความคิดเห็นในเชิงเสนอแนะ มีการให้สารที่เป็น “ภูมิหลัง” และการวิพากษ์วิจารณ์ตลอดจนจัดลำดับความสำคัญในการนำเสนอบทบาทของ agenda setter นอกจากนี้สื่อมวลชนยังต้องทำหน้าที่ในลักษณะของผู้ที่กุมอำนาจ และให้เป็นเวทีสำหรับนานาชาติ (Platform)

3) *ด้านความต่อเนื่อง (Transmission)* คือ การที่สื่อมวลชนได้สะท้อนค่านิยม และวัฒนธรรมหลักออกมาในเนื้อหาสาระของสื่อและพัฒนาระดับจิตสำนึกของการเป็นเจ้าของ

4) *การผลักดันให้เกิดการเคลื่อนไหวทางสังคม (Mobilization)* คือ การที่สื่อมวลชนเข้าร่วมรณรงค์ เมื่อมีปัญหาบางอย่างเกิดขึ้น เป็นผู้กระตุ้นความสนใจ กระตุ้นให้เกิดการเข้ามามีส่วนร่วมและพยายามโน้มน้าวใจ เพื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่เปิดโอกาสให้คนทุกคนได้มีโอกาสนำเสนอความคิดเห็นของตนเอง ก็ยังเป็นรูปแบบที่มีประสิทธิภาพในการแสวงหาทางเลือกในการแก้ปัญหาหลายๆแบบ เช่น ตัวอย่างการสื่อสารในรูปแบบของการระดมสมอง เป็นต้น

จากเนื้อหาที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่า ในกลุ่มทฤษฎีการสื่อสารที่ไม่ระบุตัวแปรต้นหรือตัวแปรตามนี้มีอยู่หลายทฤษฎี หากทว่าทฤษฎีที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องการส่งเสริมและการพัฒนาการเกษตรมากที่สุดน่าจะเป็นทฤษฎีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่งทฤษฎีนี้จะมีคุณลักษณะส่วนใหญ่ที่เหมือนกันกระบวนทัศน์ทางเลือกของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา โดยมีจุดเน้นที่การมีส่วนร่วมของผู้ที่เข้ามาสื่อสารอย่างเท่าเทียมกัน

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ

Klapper J.T. (1960: 19 – 25 อ้างใน ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์, 2554) อธิบายว่า กระบวนการการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบไปด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) *การเลือกเปิดรับ (Selective Expose)* เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดสถานีวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่านก็ชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2) *การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention)* ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้อง ทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3) *การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation)* เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนมักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาพทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ

ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉาพะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสาร ให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4) การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรง กับความสนใจ ความต้องการ ทักษะคิด ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วน ที่ตนเองไม่สนใจไม่เห็นด้วยหรือเรื่องที่ขัดแย้งค้ำกับความคิดของตน ข่าวสารที่ตนเองเลือกจดจำไว้ นั้นมักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทักษะคิดค้ำนิยมหรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่งคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น

สุพิมพรรณ เม็งขาว (2554) ได้กล่าวว่า การเปิดรับสื่อมวลชนนั้น หมายถึง ความบ่อยครั้งใน การเปิดรับระยะเวลา ช่วงเวลา รวมไปถึงจำนวนสื่อมวลชนที่ใช้ในการเปิดข่าวสารด้วย

อัลคิน (Alkin, 1969) ได้กล่าวไว้ว่า “บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากจะมีหูตาที่กว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนที่ทันสมัย ทันทต่อเหตุการณ์กว่า บุคคลที่รับข่าวสารน้อย” ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ นั้น แล้วแต่ที่บุคคลจะแสวงหาความรู้ เพื่อให้ได้ ตามความต้องการของตนเอง หรือแสวงหาสิ่งที่ตนเองสนใจและอยากรู้ตามเวลานั้น ๆ เพราะการ เปิดรับข่าวสารตามเวลาที่ตนเองสนใจนั้นจะทำให้ตนเองรู้สึกผ่อนคลาย สามารถจดจำกับสื่อที่นำมา เสนอได้เป็นอย่างดี

กล่าวโดยสรุป แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรมีแนวคิดที่สำคัญ คือ การพัฒนา การสื่อสารเพื่อการพัฒนา สื่อมวลชนกับการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร การส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ โดยการสื่อสารกับการพัฒนาด้านการเกษตรเริ่มมีความชัดเจนขึ้นในช่วงของการเผยแพร่กระบวนทัศน์ด้านการแพร่กระจายการยอมรับนวัตกรรม นับว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาการเกษตรเป็นอย่างมาก เพราะการสื่อสารจะเป็นกระบวนการที่เป็นส่วนเชื่อมระหว่างแหล่งวิทยากร และเทคโนโลยีด้านการเกษตรให้สามารถเข้าถึงเกษตรกรได้ ทำให้เกิดประสิทธิภาพ ในกระบวนการผลิตต่างๆ ได้ เช่น การเพิ่มผลผลิต หรือการลดต้นทุนการผลิต รวมถึงการพัฒนาคุณภาพของผลผลิต และคุณภาพชีวิตของเกษตรกรโดยรวมในที่สุดด้วย

โดยในการวิจัยครั้งนี้ ได้นำแนวคิดแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร มาเป็นกรอบวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ขั้นตอน คือ ศึกษาองค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่ ตามลักษณะของ S M C R Model ดังนี้

ตารางที่ 2.1 วิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่ เพื่อการส่งเสริมและ
พัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่อ้างอิง
1. S ผู้ส่งสาร	1.1 กระบวนการสื่อสาร 1.2 การสร้างสรรค์เนื้อหาสาร แสงหาสื่อ 1.3 ช่องทางการสื่อสาร เพื่อส่งสารไปยังผู้รับสาร 1.4 เรื่องการสื่อสารการเกษตร 1.5 เรื่องของการถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตร 1.6 ระดับความรู้และความชำนาญของ ผู้ส่งสาร 1.7 แหล่งข่าวสาร เช่น แหล่งวิชาการ แหล่ง ประยุกต์ความรู้ และแหล่งใช้ความรู้	กาญจนา แก้วเทพ (2557); ประดิษฐ์ อติญธิ (25554); สุรพงษ์ โสณะเสถียร (2560)
2. M เนื้อหาสาร	2.1 เรื่องการสื่อสารการเกษตร เพราะมีเนื้อหา เฉพาะที่เป็นเรื่องของการเกษตร 2.2 เรื่องการปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ การประมง 2.3 ประเด็นด้านเนื้อหาสารในเรื่องการสื่อสาร การเกษตร 2.4 ความแตกต่างระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร 2.5 เรื่องที่ต้องลงมือปฏิบัติจริง 2.6 คุณลักษณะที่สำคัญของเนื้อหาสารที่ต้อง ศึกษาแล้วสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง 2.7 การออกแบบเนื้อหาให้เหมาะสม	กาญจนา แก้วเทพ (2557); ประดิษฐ์ อติญธิ (25554); สุรพงษ์ โสณะเสถียร (2560)
3. C สื่อหรือช่อง ทางการสื่อสาร	3.1 เนื้อหาสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับ 3.2 สื่อหรือช่องทางการสื่อสาร มีอย่าง หลากหลาย 3.3 ประเภทมีคุณสมบัติเหมาะสมสำหรับใช้งาน	กาญจนา แก้วเทพ (2557); ประดิษฐ์ อติญธิ (25554); สุรพงษ์ โสณะเสถียร (2560)
4. R ผู้รับสาร	4.1 กลุ่มเป้าหมายที่ผู้ส่งสารต้องการจะส่ง ข่าวสารผ่านสื่อไปถึง 4.2 เกษตรกรกลุ่มต่างๆ 4.3 กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเกษตรกรเชิงธุรกิจ	กาญจนา แก้วเทพ (2557); ประดิษฐ์ อติญธิ (25554); สุรพงษ์ โสณะเสถียร (2560)

3. การใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

การใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยในสถานการณ์ปัจจุบัน ที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างแพร่หลาย โดยผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ ประเภทของสื่อใหม่ และการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเกษตรโดยมีสาระสำคัญดังนี้

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่

3.1.1 ความหมายของสื่อใหม่

สื่อ (media) เป็นช่องทางการสื่อสารที่นำเสนอเนื้อหาของสารไม่ว่าจะเป็นข่าว ข้อมูลบันเทิงหรือโฆษณาไปสู่ผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงระบบเทคโนโลยี นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสื่อที่พัฒนาให้ดีขึ้นนับจากสื่อบุคคลที่เปลี่ยนแปลงเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์พัฒนาเป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ คือ สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ในปัจจุบันการพัฒนาระบบเทคโนโลยีไม่หยุดนิ่ง สื่ออินเทอร์เน็ตพัฒนาขึ้นมาเพื่อการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น ดังนั้นกล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสามารถแบ่งสื่อออกเป็น 2 ประเภท ตามลักษณะของการใช้สื่อเพื่อการกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ คือ สื่อแบบดั้งเดิม และสื่อใหม่ (พรจิต สมบัติพานิช, 2547: 4)

1) *สื่อดั้งเดิม (traditional media)* หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียวที่ผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้ส่งสารได้ สามารถแบ่งย่อยได้ดังนี้ สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารเพียงอย่างเดียว หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารด้วยหนังสือหรือเสียง หรือภาพไปอย่างเดียว ได้แก่ หนังสือพิมพ์ สื่อโทรเลข และสื่อวิทยุ และสื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง คือ ส่งทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์

2) *สื่อใหม่ (new media)* หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิม เข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลาย ที่เป็นที่รู้จักและนิยมกันมากขึ้น (Burnett, R. and Marshall D. P. 2003: 40-41)

บทบาทของเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน เช่น คอมพิวเตอร์ ดาวเทียมเพื่อการสื่อสาร โครงข่ายโทรศัพท์ อุปกรณ์ภาพและเสียงมีผลกระทบต่อ "สื่อแบบดั้งเดิม" (traditional media) ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า "การ

ปฏิวัติแห่งระบบตัวเลข" (digital revolution) ทำให้ข้อมูลข่าวสารไม่ว่าจะอยู่ในรูปลักษณะใด เช่น ข้อความเสียง ภาพเคลื่อนไหว รูปภาพ หรืองานกราฟิก ได้ปรับเปลี่ยนให้เป็นภาษาอีกชนิดหนึ่งเป็นรูปแบบเดียวกันทั้งหมด คือ สามารถอ่านและส่งผ่านได้อย่างรวดเร็วด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์แล้วยังสามารถนำเสนอในลักษณะใดก็ได้ตามความต้องการใช้งานของผู้ใช้งาน ความเปลี่ยนแปลงนี้ ถูกเรียกขานว่า "การทำให้เป็นระบบตัวเลข" หรือ "ดิจิทัลเซชัน" (digitization) ด้วยระบบที่มีการทำให้เป็นระบบตัวเลข เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิด "สื่อใหม่" (new media) ขึ้น เป็นสื่อที่มีลักษณะเกี่ยวข้องกับระบบตัวเลข เครื่องคอมพิวเตอร์และระบบการสะท้อนกลับ หรือ "อินเตอร์ แอคทีฟ" (interactive) คาดหวังกันว่าสื่อใหม่ จะสามารถตอบสนองความต้องการของ "ผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสาร" (seeker) ได้มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อแบบดั้งเดิม เนื่องจากสื่อใหม่ไม่มี ข้อจำกัด ในด้านเวลา (time) และเนื้อที่ (space) เหมือนอย่างเคยเป็นข้อจำกัดของสื่อแบบดั้งเดิมมาก่อน (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, www, ม.ป.ป.)

สื่อใหม่ หมายถึง ระบบการสื่อสารหรือเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายระดับโลก ได้แก่ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต (internet) บริการระดับเว็ลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web : WWW) บริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์ (commercial on-line service) เป็นต้น (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2545)

เควิน คาวาโมโต้ (Kevin Kawamoto, 1997) ได้ให้ความหมายของ "สื่อใหม่" (new media) ว่าหมายถึง ระบบการสื่อสาร หรือระบบที่มีการเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ของเครือข่ายในระดับโลก

ธิดาพร ชนะชัย (2550: 1-3) ได้ให้ความหมายของ สื่อใหม่ (new media) โดยแยกออกเป็น 3 ประเด็นดังต่อไปนี้

- 1) Digital Media เป็นการสื่อสารไร้สายที่รวดเร็วด้วยระบบไฟเบอร์ออฟติก เชื่อมต่อข้อมูลผ่านดาวเทียม
- 2) สื่อซึ่งเป็นสื่อใหม่ที่นอกเหนือจากสื่อพื้นฐานเดิมที่มีอยู่
- 3) สื่อสร้างสรรค์ขึ้นใหม่เพื่อ Support งานบางอย่าง โดยเน้น Creativity Innovation

3.1.2 ลักษณะสำคัญของสื่อใหม่

เคนท์ เวอร์ทาม และ เอียน เฟนวิกค์ (Kent Wertime and Ian Fenwick) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (new media) และการตลาดดิจิทัล และนิยามสื่อใหม่ว่าหมายถึง เนื้อหา (content) ที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล โดยลักษณะสำคัญของเนื้อหาอยู่ในรูปแบบดิจิทัล ประกอบด้วย "อิสระ 5 ประการ" (5 freedoms) ได้แก่ (ณงลักษณ์ จารุวัฒน์ และ ประภัสสร วรณสถิต, ผู้แปล, 2551)

1) อิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา (*freedom from scheduling*) เนื้อหาที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับและส่งข่าวสารได้ในเวลาที่ตนต้องการ และไม่จำเป็นต้องชมเนื้อหาต่างๆ ตามเวลาที่กำหนด

2) อิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน (*freedom from geographical boundaries*) เนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลเป็นเนื้อหาที่รับข้อมูลข่าวสารได้ทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็วทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับ หรือค้นหาข้อมูลข่าวสารจากประเทศใดก็ได้ แล้วแต่ความต้องการของบุคคลแต่ละคน

3) อิสระจากข้อจำกัดด้านขนาด (*freedom to scale*) มีเนื้อหาที่สามารถย่อหรือปรับขยายขนาดหรือเครือข่ายได้ เช่น การปรับเนื้อหาให้เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่ทั่วโลก หรือปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงก็ได้

4) อิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบ (*freedom from formats*) เนื้อหาแบบดิจิทัลไม่จำเป็นต้องมีรูปแบบ หรือลักษณะที่ตายตัว สื่อดั้งเดิม เช่น สปอร์ตโฆษณามาตรฐานทางโทรทัศน์ถูกกำหนดว่าต้องมีความยาว 30 วินาที สื่อสิ่งพิมพ์ต้องมีครึ่งหน้าหรือเต็มหน้าเป็นต้น แต่สื่อดิจิทัล เช่น ไฟล์วิดีโอภาพที่ถ่ายจากกล้องในโทรศัพท์มือถือแล้วนำลงไปไว้ในเว็บไซต์จะต้องมีความยาวกี่วินาที หรือมีความละเอียดของไฟล์เป็นเท่าไรก็ได้ เป็นต้น

5) อิสระจากยุคนักการตลาดสร้างเนื้อหาไปสู่ยุคผู้บริโภคเริ่มสร้าง และควบคุมเนื้อหาเอง (*from marketer-driven to consumer-initiated, created and controlled*) ด้วยพัฒนาการเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้เจ้าของสื่อไม่อาจควบคุมการแพร่กระจายของสื่อได้เหมือนอดีต เนื้อหาที่พบในบล็อก (blog) หรือคลิปวิดีโอในเว็บไซต์ของ youtube และสื่อผสมใหม่ๆ อาจสร้างสรรค์จากผู้บริโภคคนใดก็ได้ เกิดเป็นเนื้อหาที่สร้างจากผู้บริโภค (consumer-created content) หรือเป็นคำพูดแบบปากต่อปากฉบับออนไลน์ (online word-of-mouth) ที่แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว

ซึ่งสอดคล้องกับ ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์ (2551: 43) กล่าวถึงคุณลักษณะของสื่อใหม่ว่า สื่อใหม่เป็นสื่อที่ตอบสนองความต้องการสารสนเทศได้ตามความต้องการ เปิดรับสารของผู้รับสารมากที่สุด เพราะสื่อใหม่สามารถสร้างโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการบรรจุเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารได้อย่างเป็นระบบ มีการค้นหาข้อมูลที่ต้องการง่าย อันจะส่งผลให้เกิดความสำเร็จในงานเผยแพร่และรวบรวมข้อมูลข่าวสารได้มากกว่า อีกทั้งยังใช้คุณสมบัติของระบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ผสมผสานสื่อต่างๆ ที่เรียกว่าสื่อผสมผสาน

3.1.3 รูปแบบและประเภทของสื่อใหม่

รูปแบบประเภทของสื่อใหม่ คือ รูปแบบเนื้อหาแบบดิจิทัลที่พบเห็นในปัจจุบัน และมีแนวโน้มว่าจะมีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคต โดยสื่อใหม่แต่ละประเภทมีความโดดเด่นและแตกต่างกันตามประโยชน์และวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อประเภทสื่อใหม่ สามารถสรุปได้ดังนี้ (ปิยะพร เขตบรรณพต, 2553: 9) และ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, www)

- 1) เว็บไซต์ (web site)
- 2) อินเทอร์เน็ต (internet)
- 3) อีเมล (e-mail)
- 4) เทคโนโลยีสำหรับอุปกรณ์พกพาหรือแพลตฟอร์มเคลื่อนที่ (mobile platform)
- 5) วิดีโอเกม และโลกเสมือนจริง
- 6) ซีดีรอมมัลติมีเดีย
- 7) ซอฟต์แวร์
- 8) บล็อกและวิกิ
- 9) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)
- 10) ผู้ให้บริการสารสนเทศ
- 11) โทรศัพท์มือถือ
- 12) อุปกรณ์พกพาหรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์มือถือ พีดีเอ พอดแคสต์
- 13) นวนิยายแบบข้อความหลายมิติ (hypertext fiction)

จากนิยามข้างต้น สรุปได้ว่าสื่อใหม่ (new media) หมายถึง สื่อที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจากระบบอนาล็อก หรือสื่อดั้งเดิม มาเป็นระบบดิจิทัล ทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน เช่น Internet Website E-Book E-mail เป็นต้น และสามารถตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารได้อย่างอิสระมากขึ้น ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ จะพัฒนาต้นแบบสื่อใหม่เพื่อดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ โดยเลือกพัฒนาเฉพาะสื่อ Mobile Platform

3.1.4 ประโยชน์ที่ได้จากสื่อใหม่ (New Media)

จากการศึกษางานวิจัย และบทความ ของธิดาพร ชนะชัย (2550) และขวัญฤทัย สายประดิษฐ์ (2551: 50-51) สามารถสรุปประโยชน์ที่ได้จาก สื่อใหม่ (new media) ดังต่อไปนี้

- 1) สามารถทำให้ค้นหาคำตอบในเรื่องบางอย่างได้ โดยการเปิดหัวข้อไว้ ก็จะมีผู้สนใจและมีความรู้แสดงความคิดเห็นไว้มากมาย
- 2) ช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการบริหารข้อมูล
- 3) ช่วยสนับสนุนในการทำ E-Commerce เป็นรูปแบบการค้าบนอินเทอร์เน็ตที่สั่งซื้อสินค้าได้ทันที โดยไม่ต้องใช้ catalog อีกต่อไป
- 4) สามารถให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายกลุ่มเป้าหมาย เผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้ในระยะเวลาพร้อมๆ กัน
- 5) สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วประเทศและทั่วโลก

6) ไม่ต้องเสียเวลา สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ ไม่ต้องจ่ายค่าเนื้อที่ให้นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เพราะเมื่อเทียบค่าใช้จ่ายกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์และ ภาพยนตร์แล้วมีอัตราค่อนข้างจะถูกกว่า

7) สื่อใหม่ยังเป็นสื่อที่มีความสามารถในการติดต่อ 2 ทาง จึงทำให้ผู้ใช้สามารถโต้ตอบได้ทันที

สรุปได้ว่าการที่นำสื่อใหม่เข้ามาใช้งานในปัจจุบันนั้นจะทำให้ สามารถเข้าถึงผู้รับสาร ได้มากขึ้น เปิดกว้างให้กับทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในการเข้าถึงข้อมูลในรูปแบบต่างๆ ที่ข้อจำกัดของ สื่อแบบเดิมไม่สามารถทำได้ มีความทันสมัยมากขึ้น สามารถโต้ตอบสื่อสารได้แบบ Real-time ไม่ต้อง เสียเวลาเดินทาง เรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ไม่ต้องพึ่งบุคคลอื่น

3.2 ประเภทของสื่อใหม่

ประเภทของสื่อใหม่ที่นิยมใช้ในการเลี้ยงกึ่งทะเลของประเทศไทย ได้แก่ เฟซบุ๊ก (facebook page) อีบุ๊ก (e-book) ยูทูบ (youtube) ไลน์ (line) เว็บไซต์ (website) และแอปพลิเคชัน (application)

3.2.1 เฟซบุ๊ก (Facebook Page)

เฟซบุ๊ก (facebook) เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบันนั้น ถือกำเนิดเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2004 โดยมาร์ค ซัคเคอร์เบิร์ก (mark zuckerburg) ได้เปิดตัวเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก (facebook) ซึ่งเป็นเว็บประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ (social network) ซึ่งในตอนแรก เปิดให้เข้าใช้เฉพาะนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดเท่านั้น และเว็บนี้ก็ได้ได้รับความนิยมขึ้นมาอย่างรวดเร็ว เพราะแค่เพียงเปิดตัวได้สองสัปดาห์ นักศึกษาที่เรียนอยู่ที่มหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดก็สนใจสมัคร เป็นสมาชิกเพื่อเข้าใช้งานเป็นจำนวนมาก จากนั้นมหาวิทยาลัยอื่นๆ ในเขตบอสตันก็เริ่มมีความต้องการ และอยากขอเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก (facebook) ด้วย มาร์คจึงได้ชักชวนเพื่อนชื่อ ดัสติน มอสโควิทซ์ (dustin moskowitz) และคริส ฮิวจ์ส (christ hughes) เพื่อช่วยกันสร้างเฟซบุ๊ก (facebook) และเพียง ระยะเวลา 4 เดือนหลังจากนั้น เฟซบุ๊ก (facebook) จึงได้เพิ่มรายชื่อและสมาชิกของมหาวิทยาลัยอีก 30 กว่าแห่ง จากนั้นขยายไปสู่ระดับมัธยมปลาย ทั่วประเทศ สหรัฐอเมริกา กระทั่งเปิดให้บริการกับ บุคคลทั่วไปในปี 2006 และในปี 2010 เฟซบุ๊กมีผู้ใช้งาน ไม่ต่ำกว่า 400 ล้านคนต่อเดือน และกลายเป็น เว็บไซต์ Social Networking ที่ใหญ่ที่สุดในโลกที่มี ผู้ใช้เป็นประจำเดือนละไม่ต่ำกว่า 150 ล้านคน (พรระพพล มังกรพิศม, 2553) จากข้อมูลสถิติเว็บไซต์ Socialbakers ที่ให้บริการข้อมูลสถิติที่เกี่ยวข้อง กับการให้บริการของเฟซบุ๊ก แสดงให้เห็นถึง จำนวนผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กในประเทศไทย พบว่า ในเดือน กันยายน พ.ศ. 2555 ประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กมากเป็นอันดับ 16 ของโลก โดยมีจำนวน ผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก 16,403,280 คน เพศชายร้อยละ 49 และเพศหญิงร้อยละ 51 ซึ่งกรุงเทพมหานคร เป็นเมืองที่มีการใช้เฟซบุ๊กมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของโลก (Socialbakers, 2012) พัฒนาการของ

เฟซบุ๊กส่งผลให้เกิดความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการเผยแพร่ข่าวสารทางการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น จึงทำให้ปัจจุบันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มีการใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดในการกระตุ้นในการเดินทางท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์ ข้อมูลกิจกรรมทางการท่องเที่ยวไทยผ่านทางเฟซบุ๊ก โดยให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์ โดยมีการ กำหนดกลยุทธ์เสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่ม ลูกค้าได้ง่ายโดยใช้สื่อออนไลน์และประยุกต์ใช้สื่อร่วมสมัย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558)

3.2.2 อีบุ๊ก (e-book)

อีบุ๊ก (e-book) คือรูปแบบของหนังสือที่ถูกสร้างขึ้นในรูปแบบดิจิทัล (digital format) ซึ่งสามารถอ่านได้ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์, แท็บเล็ต, อีรีดเดอร์, หรือ สมาร์ทโฟน เป็นต้น โดยไม่ต้องใช้กระดาษหรือหนังสือพิมพ์ทั่วไป มักถูกพัฒนาขึ้นเพื่อให้สามารถทำ การอ่าน, ค้นหา, และนำไปใช้งานได้ง่าย และส่วนมากมักมีรูปแบบไฟล์ที่สามารถเปิดได้ทั้ง PDF, EPUB, และไฟล์รูปแบบอื่นๆ ขึ้นอยู่กับแพลตฟอร์มหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการอ่าน การใช้ E-Book มีความ สะดวกสบาย เนื่องจากคุณสามารถพกพาหลายเล่มหนังสือในอุปกรณ์เดียว และมีความสามารถที่จะ ปรับขนาดตัวหนังสือ, เลือกลีตตัวหนังสือ, หรือใช้ฟังก์ชันค้นหาได้ นอกจากนี้ยังมี E-Book Store ที่ให้บริการ ขายหนังสือในรูปแบบ E-Book ออนไลน์ มีความนิยมเพิ่มขึ้นก็เกิดจากการให้สิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูล และการแบ่งปันความรู้ได้ง่ายขึ้น และเป็นทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับผู้ที่ต้องการอ่านหนังสือในยุค ดิจิทัลและที่ต้องการความสะดวกสบายในการเข้าถึงสารคดีต่างๆ (ปิยะพร เขตบรรณพต, 2553)

3.3.3 ยูทูบ (youtube)

ผู้ผลิตสื่อจำเป็นต้องทราบข้อกำหนดต่างๆ ของยูทูบ เพื่อที่จะผลิตวิดีโอได้ตรง ตามกำหนด ข้อกำหนดของยูทูบ ข้อกำหนดที่สำคัญมีดังนี้ ผู้ที่ต้องการจะอัปโหลดไฟล์วิดีโอขึ้นเว็บไซต์ ยูทูบต้องสมัครเป็นสมาชิกก่อน และต้องลงชื่อเข้าใช้ทุกครั้ง เมื่อลงชื่อเข้าใช้แล้วสามารถอัปโหลดไฟล์ วิดีโอ และแสดงความคิดเห็นต่างๆ กับไฟล์วิดีโอของผู้อื่นได้ ส่วนผู้ชมทั่วไปที่ไม่ได้ลงชื่อเข้าใช้ก็ชม วิดีโอได้เพียงอย่างเดียว ไม่สามารถแสดงความคิดเห็นต่างๆ กับวิดีโอที่ชมได้ ทั้งนี้ยูทูบได้แนะนำ ลักษณะของไฟล์วิดีโอที่จะอัปโหลดที่เหมาะสม คือ ไฟล์ H.264, MPEG-2, MPEG-4 แต่ไฟล์ชนิดอื่นก็ สามารถอัปโหลด เช่น WMV, AVI, MOV, 3GP, MPEG เมื่ออัปโหลดไฟล์วิดีโอขึ้นไปแล้วยูทูบจะแปลง เป็นไฟล์ FLV แต่มีข้อจำกัดในการอัปโหลดไฟล์ขึ้นยูทูบ คือ สามารถอัปโหลดได้ครั้งละไม่เกิน 10 ไฟล์ และในแต่ละไฟล์ขนาดไม่เกิน 2 GB สำหรับความเร็วในการอัปโหลดไฟล์วิดีโอขึ้นยูทูบ จะอยู่กับไฟล์ วิดีโอที่อัปโหลด เช่น ขนาดไฟล์, ความยาวไฟล์ และความเร็วของระบบอินเทอร์เน็ตที่ใช้

ในปัจจุบันมีการใช้ยูทูบ (youtube) วิดีโอออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์กันมากขึ้น เนื่องจากยูทูบวิดีโอออนไลน์มีผู้ใช้กันอย่างกว้างขวาง และเป็นแหล่งรวมวิดีโอจากผู้ใช้ทั่วโลกที่ใหญ่ที่สุด จากจำนวนวิดีโอคลิปในฐานข้อมูลมากที่สุด และมีจำนวนผู้ใช้ที่เข้าไปชมวิดีโอคลิปมากที่สุดในขณะนี้

การใช้งานที่ง่ายเข้าถึงกลุ่มคนได้อย่างรวดเร็ว มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และวีดิโอที่นำมาแบ่งปัน มีลักษณะหลากหลาย รวมทั้งการพัฒนาตลอดเวลาของเทคโนโลยีการสื่อสารและอินเทอร์เน็ต ส่วนการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อการประชาสัมพันธ์บนยูทูป ผู้นำเสนอสามารถผลิตสื่อวีดิโอได้ด้วยตนเอง กับอุปกรณ์ที่มีอยู่ โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยอุปกรณ์ราคาแพงและเทคโนโลยีขั้นสูงแต่อย่างใด การผลิตสื่อวีดิโอประชาสัมพันธ์จะสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือไม่ขึ้น ขึ้นอยู่กับความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลงาน ในปัจจุบันการทำวีดิโอออนไลน์สามารถทำได้สะดวก สามารถประชาสัมพันธ์ได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ใช้งบประมาณน้อย ทำให้มีแนวโน้มว่า วีดิโอออนไลน์จะเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในการประชาสัมพันธ์ต่อไป

การประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ยูทูปสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1) การใช้ยูทูปประชาสัมพันธ์ส่วนบุคคล เพื่อนำเสนอตัวเองให้เป็นที่รู้จักตามวัตถุประสงค์ของตัวเองที่ต้องการ เช่น วีดิโอการร้องเพลง เล่นดนตรี วัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นที่รู้จักของผู้ฟังและค่ายเพลง ผลคือ อาจได้รับการติดต่อจากค่ายเพลงให้ไปอยู่ในสังกัด ได้รับการติดต่อจากผู้ชมให้ไปแสดงดนตรี และได้รับคำชมแสดงความคิดเห็นต่างๆ

2) การใช้ยูทูปประชาสัมพันธ์หน่วยงานองค์กร เพื่อให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย ผู้ใช้บริการ ชี้แจงเรื่องราวขององค์กรให้เข้าใจอย่างถูกต้อง

3) การใช้ยูทูปประชาสัมพันธ์ธุรกิจหรือสินค้า ก็เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จัก รับทราบคุณลักษณะของสินค้า และชื่อสินค้า เมื่อสื่อวีดิโอประชาสัมพันธ์ได้เผยแพร่อยู่บนเว็บไซต์ ยูทูปแล้ว ผู้ผลิตผู้นำเสนอหรือผู้ที่ชื่นชอบวีดิโอ สามารถแสดงข้อคิดเห็น รายละเอียด สนับสนุนเพิ่มเติมแล้วนำไปแบ่งปันตามกลุ่มเป้าหมายในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง หรือผู้สนใจต้องการค้นหาหน่วยงาน องค์กร ธุรกิจ หรือสินค้า ก็สามารถค้นหาได้จากเว็บไซต์ประเภทค้นหา

3.3.4 ไลน์ (LINE)

LINE Application เป็นโปรแกรมที่ถูกสร้างขึ้นในช่วงกลางปี 2010 โดยความร่วมมือของบริษัท Naver Japan Corporation และบริษัท livedoor โดยมี NHN Japan เป็นผู้พัฒนาฟีเจอร์ต่างๆ ของไลน์ และในส่วนของตลาดด้านธุรกิจนั้นยกให้บริษัทแม่ที่เกาหลี NHN Corporation จัดการ หลังจากที่เปิดตัวได้เพียงไม่นาน ก็ได้รับการตอบรับถึงหลายสิบล้านยูสเซอร์ในญี่ปุ่น ประเด็นแรกที่ใช้ในการสร้างโปรแกรมแชท LINE ขึ้นมาก็มีสาเหตุมาจากเหตุการณ์แผ่นดินไหวที่ภูมิภาค Tohoku เมื่อต้นปี 2011 ในตอนนั้นระบบการติดต่อทางการโทรศัพท์ล่มอย่างสิ้นเชิง ทำให้ NHN Japan ตัดสินใจออกแบบ App ที่สามารถใช้ได้ทั้งบนมือถือ บนแท็บเล็ต และคอมพิวเตอร์พีซี ซึ่งจะทำงานบนเครือข่ายข้อมูลที่สามารถเชื่อมต่อได้ได้รวดเร็วและต่อเนื่อง ด้วยความที่ไลน์มีคุณสมบัติของโปรแกรมแชทครบถ้วน ตั้งแต่ แชท ส่งไฟล์รูป ไฟล์วีดิโอ ไฟล์เสียง ระบบการค้นหาเพื่อนด้วย QR Code

หรือจะเกมไว้คล้ายเครียด ยังมีอีกสิ่งหนึ่งที่ถือได้ว่าเป็นจุดเด่นของแอปพลิเคชันนี้คือ “Sticker” (สามารถ อัยกร, 2559)

คุณสมบัติของไลน์

โปรแกรมไลน์มีลักษณะเฉพาะที่สร้างความแตกต่างอย่างชัดเจนจากรูปแบบการสื่อสารแบบอื่น และยังเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ผู้บริหารและบุคลากร ในองค์กรสามารถเลือกใช้ได้โดยสะดวก ซึ่งไลน์มีคุณสมบัติที่สำคัญดังต่อไปนี้ (ศุภศิลาป์ กุลจิตต์เจี๊วงค์, 2556)

1) *เป็นการติดต่อสื่อสารสองทาง (two-way communication)* ไลน์เป็นการสื่อสารโดยตรงจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยผู้ส่งสารสามารถส่งข้อความ รูปภาพ เอกสารหรือข้อมูลข่าวสารตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารเพื่อก่อให้เกิดการรับรู้ และพฤติกรรมที่ผู้ส่งสารต้องการ เช่น การสนทนากับเพื่อนร่วมงานการส่งภาพถ่าย การส่งรูปภาพ การส่งข้อมูลเกี่ยวกับการประชุมขององค์กร เป็นต้น อีกทั้งผู้รับสารยังสามารถแสดงปฏิกิริยาข้อมูลย้อนกลับ (feedback) โดยตรงได้ทันที ทำให้ผู้ส่งสารสามารถทราบความสำเร็จของการติดต่อสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว

2) *สามารถทำการติดต่อสื่อสารได้เฉพาะกลุ่ม (group communication)* เมื่อผู้บริหารหรือบุคลากรต้องการพื้นที่เฉพาะสำหรับการติดต่อสื่อสาร สามารถตั้งค่าการใช้งานของไลน์ด้วยวิธีการสร้างกลุ่มเฉพาะในแวดวงสนทนาที่มีความเกี่ยวข้องกันระหว่างบุคคลหลายบุคคลให้สามารถเชื่อมต่อและสื่อสารกันภายในกลุ่ม เช่น กลุ่มงานด้านการวางแผน กลุ่มผู้บริหารขององค์กร กลุ่มแผนกงานด้านการเงิน เป็นต้น

3) *สามารถสื่อสารได้ตลอดเวลา (anytime)* ผู้ส่งสารสามารถสื่อสารไปยังผู้รับสารได้ตลอดเวลา โดยไม่จำกัดช่วงเวลาและระยะเวลาในการสื่อสาร โดยสามารถส่งสารรูปแบบต่างๆ เช่น ข้อความ ภาพ คลิปวิดีโอ และสติ๊กเกอร์ ไปยังผู้รับสารได้

4) *สามารถสร้างใหม่ไลน์ได้เช่นเดียวกับสังคมออนไลน์อื่นๆ* อย่าง เฟซบุ๊ก (facebook) และทวิตเตอร์ (twitter) ผู้ใช้สามารถโพสต์ข้อความ รูปภาพ หรือ คลิปวิดีโอ บนหน้าใหม่ไลน์ของตนเองได้ตามความต้องการ เพื่อเป็นการสื่อสารแรงบันดาลใจ แนวคิดหรือความรู้สึกไปยังสมาชิกที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้บริหารอาจนำวิสัยทัศน์ขององค์กรมาตั้งสถานะบนใหม่ไลน์ของตนเอง เพื่อให้สมาชิกที่เป็นบุคลากรใช้เป็นแรงบันดาลใจในการปฏิบัติงาน เป็นต้น

3.3.5 เว็บไซต์ (Website)

เว็บไซต์ (website) คือชุดข้อมูลที่ถูกจัดเก็บและเรียงลำดับตามลิงก์ ซึ่งสามารถเข้าถึงได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต (internet) โดยใช้เว็บเบราว์เซอร์ เช่น google chrome, mozilla firefox, safari, หรือ microsoft edge เป็นต้น เว็บไซต์มีลักษณะหน้าตาและโครงสร้างต่างๆ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และการออกแบบของผู้สร้าง เว็บไซต์สามารถประกอบไปด้วยหลายหน้า (page) หรือ

เพจที่มีลิงก์เชื่อมโยงกัน แต่ละเพจสามารถมีเนื้อหา, ภาพ, วิดีโอ, แบบฟอร์ม, และองค์ประกอบอื่นๆ ได้ตามความต้องการ เว็บไซต์มีหลายประเภทตามวัตถุประสงค์ต่างๆ เช่น

1) **เว็บไซต์บริษัทและธุรกิจ** ใช้เพื่อโปรโมทสินค้าหรือบริการ, สื่อสารกับลูกค้า, และให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

2) **เว็บไซต์ข่าวและสื่อ** ให้ข้อมูลข่าวสาร, บทความ, หรือเนื้อหาสื่อต่างๆ เว็บไซต์บุคคลใช้เพื่อนำเสนอข้อมูลส่วนตัว, ผลงาน, หรือความสนใจของบุคคล

3) **เว็บไซต์การศึกษา** ให้ข้อมูลการเรียนการสอน, หลักสูตร, และบริการทางการศึกษา

4) **เว็บไซต์ชุมชน** ใช้เพื่อสร้างชุมชนออนไลน์, การแลกเปลี่ยนข้อมูล, หรือการเชื่อมต่อกันของกลุ่มคนที่มีความสนใจเดียวกัน

การสร้างเว็บไซต์มีหลายวิธี, รวมทั้งการใช้โปรแกรมเชิงกราฟิก, การเขียนโค้ด HTML, CSS, และการใช้ระบบจัดการเนื้อหา (content management system - cms) เช่น WordPress, Joomla, หรือ Drupal เพื่อทำให้ง่ายต่อการบริหารจัดการเนื้อหาในเว็บไซต์ (พรวจิต สมบัติพานิช, 2557)

3.3.6 แอปพลิเคชัน (Application)

แอปพลิเคชัน (application หรือ app) คือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ถูกออกแบบมาเพื่อทำงานบนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น สมาร์ทโฟน, แท็บเล็ต, คอมพิวเตอร์, หรืออุปกรณ์อื่นๆ ซึ่งสามารถรันระบบปฏิบัติการที่รองรับ แอปพลิเคชันมีหลายประเภทและใช้งานต่างๆ ตามความต้องการของผู้ใช้ บางแอปพลิเคชันถูกพัฒนาขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะ, ให้บริการบางอย่าง, หรือเพื่อความสนุกสนาน

1) **แอปพลิเคชันสื่อสาร** เช่น WhatsApp, Messenger, Line, และ Zoom เป็นต้น

2) **แอปพลิเคชันสำหรับสังคมออนไลน์** เช่น Facebook, Instagram, Twitter

3) **แอปพลิเคชันบันทึกและการจัดการงาน** เช่น Evernote, Microsoft OneNote, Todoist

4) **แอปพลิเคชันการเรียนรู้และการพัฒนาตนเอง** เช่น Duolingo (เรียนภาษา), Khan Academy, และ Coursera

5) **แอปพลิเคชันเกม** เช่น Candy Crush, PUBG Mobile, Fortnite

6) **แอปพลิเคชันสุขภาพและการออกกำลังกาย** เช่น Fitbit, MyFitnessPal, Headspace

7) **แอปพลิเคชันการช้อปปิ้ง** เช่น Lazada, Shopee, หรือแอปพลิเคชันธุรกรรมการเงิน: เช่น ธนาคารออนไลน์, PayPal

การพัฒนาแอปพลิเคชันสามารถทำได้ในหลายภาษาและโครงสร้างที่แตกต่างกัน ซึ่งประกอบไปด้วยการใช้ภาษาโปรแกรมทั่วไป เช่น Java, Swift, Kotlin, Dart, Python และอื่นๆ และใช้เทคโนโลยีต่างๆ เช่น React Native, Flutter, Xamarin, หรือการพัฒนาแบบ Native ขึ้นอยู่กับแพลตฟอร์มที่เป้าหมาย. (ฐิตินัน บัญญาพ คอมมอน, 2556)

3.3 การใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรม

“สื่อ” เป็นอุปกรณ์ เครื่องมือ กิจกรรม หรือมนุษย์ที่ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดตอบรับ หรือสนองตอบต่อข้อมูลข่าวสารในรูปแบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการเกษตรในเรื่องนั้นๆ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่ต้องการสามารถที่จะถึงกลุ่มเป้าหมายทางการเกษตร และสามารถที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้สูงสุด โดยกมลรัฐ อินทรทัศน์ (2553) ได้กล่าวถึงสื่อว่า เป็นเครื่องมือหรือกลไกหนึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมการเกษตรในระดับต่างๆ ได้แก่ สื่อเป็นเครื่องมือในการช่วยยกระดับความรู้ให้เกษตรกรได้รับรู้และนำไปปรับใช้ สื่อเป็นเครื่องมือในการส่งข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางการเกษตร สื่อเป็นเครื่องมือที่นักส่งเสริมการเกษตรใช้ในการแนะนำเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ สื่อเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นและสนับสนุนศักยภาพเกษตรกรให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น สื่อเป็นเครื่องมือให้ข้อมูลแก่เกษตรกรในการเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจ สื่อเป็นเครื่องมือในการแลกเปลี่ยนความรู้และข่าวสารต่างๆ สื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ สื่อเป็นเครื่องมือในการช่วยในการดำรงชีพของเกษตรกรให้เป็นไปตามมาตรฐาน สื่อเป็นเครื่องมือในการเปิดโลกทัศน์ทางการเกษตรสื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างแนวคิด ทักษะ ประสบการณ์ให้กับเกษตรกร สื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นอยู่และอาชีพ และสื่อเป็นเครื่องมือในการช่วยให้เกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจากบทบาทของสื่อในการพัฒนาการเกษตรจะเห็นได้ว่า สื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสารที่จะทำให้สังคมเกษตรมีคุณภาพต่อไปในอนาคต โดยสื่อในงานส่งเสริมการเกษตรเพื่อการเผยแพร่ความรู้มีรูปแบบที่หลากหลาย อาทิ สื่อประเภทแผ่นป้าย สื่อประเภทภาพทั้งภาพนิ่งที่ไม่ใช้เครื่องฉายภาพนิ่งที่ใช้กับเครื่องฉาย และภาพเคลื่อนไหว สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อกิจกรรม และอื่นๆ ที่ผู้ส่งเสริมการเกษตรจะต้องทำการวิเคราะห์องค์ประกอบของการสื่อสาร เพื่อให้เกิดการเลือกใช้และวางแผนการใช้สื่อได้เหมาะสมกับผู้รับสาร ผู้ส่งสาร และเนื้อหาที่จะนำไปสู่การส่งเสริมการเกษตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กล่าวโดยสรุป สื่อใหม่เป็นสื่อที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจากระบบอนาล็อก หรือสื่อดั้งเดิม มาเป็นระบบดิจิทัล ทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน ประเภทของสื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรม ได้แก่ เฟซบุ๊ก (facebook page) อีบุ๊ก (e-book) ยูทูบ (youtube) ไลน์ (line) เว็บไซต์ (website) และแอปพลิเคชัน (application) ได้แก่ ในการวิจัยครั้งนี้ได้นำความรู้ดังกล่าวมาเป็นการรอบในการศึกษาประเภทของสื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยทั้ง 6 ประเภท

4. บริบท สภาพปัญหาและความต้องการการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

มีสาระสำคัญเกี่ยวกับ บริบทการเลี้ยงกุ้งทะเล การใช้สื่อใหม่ในการเลี้ยงกุ้งทะเล สภาพปัญหาและความต้องการการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ดังนี้

4.1 บริบทเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

ในปี พ.ศ. 2565 มีเกษตรกรทั่วประเทศเพาะเลี้ยงกุ้งทะเล 1,544 ราย โดยมีพื้นที่เลี้ยง 76,850 ไร่ ผลผลิต 2,533 ตัน เกษตรกรเริ่มพัฒนาการเลี้ยงกุ้งมาเป็นแบบพัฒนา (intensive culture) หรือแบบหนาแน่น โดยใช้พันธุ์ลูกกุ้งจากการเพาะเลี้ยงอย่างเดียวและการเลี้ยงกุ้งได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว จากสถิติของกรมประมงพบว่า ในช่วง พ.ศ. 2563-2565 มีการเพิ่มพื้นที่เลี้ยงกุ้งประมาณ 2 เท่า จาก 254,805 ไร่ ในปี พ.ศ. 2563 เป็น 470,826 ไร่ ในปี พ.ศ.2565 ส่วนผลผลิตเพิ่มขึ้นจาก 15,840 ตัน ในปี พ.ศ.2563 เป็น 162,069 ตัน ในปี พ.ศ.2565 (ประมาณ 10 เท่า) ประเทศไทยมีเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทั้งหมด 22,500 ราย โดยมีพื้นที่เลี้ยง 440,000 ไร่ ผลผลิต 234,000 ตัน มูลค่า 67,000 ล้านบาท ผลผลิตต่อไร่เท่ากับ 531.82 กก.ต่อไร่ต่อปี (เสริมศักดิ์ สัตตบงกช, 2565)

ปัญหาและอุปสรรคบางอย่างที่เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลประสบก็อาจเป็นอีกปัจจัยที่ทำให้ความสำเร็จในการเลี้ยงกุ้งทะเลยังไม่ดีเท่าที่ควร ดังผลการศึกษาพบว่า ด้านการเตรียมบ่อ เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลบางส่วนให้ความเห็นว่า ไม่ได้มีการตากบ่อจะเลี้ยงต่อเนื่องตลอดทั้งปี มีการจัดการตะกอนเลนในบ่อโดยจ้างเรือดูดเลนมาดูด แต่บางปีก็ไม่ได้ดำเนินการ อีกทั้งคุณภาพดินที่เน่าเสียและมีกลิ่นเหม็นก็เป็นปัญหาที่เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้ให้เห็นไว้ ซึ่งจากปัญหาดังกล่าวน่าจะเป็นสาเหตุที่ทำให้ผลผลิตกุ้งทะเลที่ได้ลดน้อยลง

เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลได้รับการสนับสนุนปัจจัยการผลิตอยู่ในระดับน้อย และการจัดหาตลาดหรือให้ไปออกร้านจำหน่ายผลผลิตกุ้งทะเลอยู่ในระดับน้อยที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเกษตรกรเหล่านี้ เป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลที่สามารถพึ่งตนเองได้ มีเงินทุนจากผลกำไร นำมาใช้ในการเลี้ยงกุ้งทะเลอยู่พอสมควร และเกษตรกรเหล่านี้ยังสามารถจัดหาตลาดเพื่อจำหน่ายผลผลิตได้เองโดยไม่ต้องพึ่งพาหน่วยงานอื่นๆ สภาพปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ ได้แก่ ปัญหาคุณภาพน้ำ ปัญหาด้านภัยธรรมชาติ และปัญหาด้านโรคกุ้งทะเล ทั้งนี้อาจสืบเนื่องมาจาก การพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็วบริเวณชายฝั่ง ทำให้ทรัพยากรชายฝั่งทะเลของประเทศไทยเสื่อมโทรมลงอย่างมาก คุณภาพน้ำทั้งในทะเลและในลำคลองเสื่อมโทรม ซึ่งเกิดจากการถ่ายเทน้ำเสียจากโรงงานอุตสาหกรรม และน้ำทิ้งจากชุมชน ฯลฯ ทำให้น้ำทะเลเน่าเสียและเป็นอันตรายต่อสัตว์น้ำ

4.2 การใช้สื่อใหม่ในการเลี้ยงกุ้งทะเล

4.2.1 สถานการณ์การใช้สื่อใหม่ในการเลี้ยงกุ้งทะเล

สถานการณ์การใช้สื่อใหม่ในการเลี้ยงกุ้งทะเลกำลังเปลี่ยนแปลงตามพัฒนาการของเทคโนโลยีและความต้องการของธุรกิจ นี่คือนับประการที่สามารถพบเห็นในสถานการณ์นี้ ได้แก่ การใช้ระบบตรวจสอบและควบคุมแบบอัตโนมัติในการจัดการสภาพแวดล้อมเลี้ยง การนำเข้าเทคโนโลยี IoT (internet of things) เพื่อตรวจวัดพารามิเตอร์ที่สำคัญ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การใช้แพลตฟอร์มสื่อสังคมเพื่อสร้างการติดตามและการติดต่อกับลูกค้า การแชร์ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเลผ่านช่องทางออนไลน์ การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการซื้อขาย การให้บริการการซื้อขายกุ้งทะเลผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ การใช้ระบบ e-commerce เพื่อทำการตลาดและขายสินค้า การใช้เทคโนโลยี Blockchain การใช้เทคโนโลยี Blockchain เพื่อปรับปรุงความปลอดภัยและการติดตามต้นทางของกุ้งทะเล การให้ความโปร่งใสในกระบวนการเลี้ยง การใช้สื่อเพื่อการสร้างยี่ห้อแบรนด์ การใช้สื่อและโฆษณาเพื่อสร้างยี่ห้อแบรนด์สำหรับกุ้งทะเลที่เลี้ยง การใช้ภาพลักษณ์และเนื้อหาสื่อเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ การใช้การสื่อสารทางวิชาการ การใช้วิทยากรและเนื้อหาทางวิชาการในการสื่อสารกับเกษตรกร การเปิดโอกาสให้เกษตรกรเข้าถึงข้อมูลและความรู้ทางวิชาการ สถานการณ์การใช้สื่อใหม่ในการเลี้ยงกุ้งทะเลมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการและส่งเสริมธุรกิจเลี้ยงกุ้งทะเลในประเทศไทย (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2559)

4.2.2 ปัญหาการใช้สื่อใหม่ในการเลี้ยงกุ้งทะเล

การใช้สื่อใหม่ในการเลี้ยงกุ้งทะเลมีบางปัญหาที่พบมีดังนี้

- 1) ขาดความรู้และทักษะทางเทคโนโลยี บางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีในการเลี้ยงกุ้งทะเลอาจซับซ้อนและต้องการความรู้เฉพาะ การอบรมและการฝึกอบรมในการใช้เทคโนโลยีเข้าสู่กระบวนการเลี้ยงสามารถช่วยแก้ไขปัญหานี้ได้ 2) ความเชื่อถือในเทคโนโลยี บางเกษตรกรหรือผู้ประกอบการอาจไม่มีความเชื่อถือในเทคโนโลยีใหม่ ทำให้ลดความเป็นไปได้ในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเลี้ยงกุ้งทะเล 3) การให้ข้อมูลและเครื่องมือสนับสนุนเพื่อแสดงประโยชน์และการทดสอบเทคโนโลยีสามารถช่วยเพิ่มความเชื่อถือ 4) ปัญหาด้านการเข้าถึง บางพื้นที่อาจไม่มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วสูง, ทำให้การใช้เทคโนโลยีออนไลน์มีความยากลำบาก 5) การสร้างโครงข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีความเสถียรและราคาเหมาะสมสามารถช่วยแก้ไขปัญหานี้ 6) ความเข้าใจไม่ครบถ้วน บางครั้งผู้ประกอบการอาจไม่เข้าใจโปรโตคอลหรือขั้นตอนการใช้เทคโนโลยีในการเลี้ยงกุ้งทะเลอย่างถูกต้อง การจัดทำคู่มือการใช้งานและการให้คำแนะนำอาจช่วยลดปัญหานี้ 7) ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยข้อมูล การใช้เทคโนโลยีออนไลน์อาจเกิดปัญหาเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของข้อมูลที่ถูกเก็บไว้ การมีมาตรการความปลอดภัยที่เข้มงวดสามารถช่วยลดความเป็นไปได้ของปัญหานี้ 8) ความเสี่ยงทางธรรมชาติ การเลี้ยงกุ้งทะเลโดยใช้เทคโนโลยีอาจมีความเสี่ยงต่อความทนทานของ

ระบบในกรณีที่เกิดภัยธรรมชาติ เช่น พายุ น้ำท่วม หรือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การจัดการ และแก้ไขปัญหาเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการในการใช้สื่อใหม่ เพื่อเลี้ยงกุ้งทะเลอย่างเป็นประสิทธิภาพและยั่งยืน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2559)

4.2.3 ความต้องการใช้สื่อใหม่ในการเลี้ยงกุ้งทะเล

การเลี้ยงกุ้งทะเลมีความต้องการใช้สื่อใหม่เพื่อปรับปรุงกระบวนการและเพิ่ม ประสิทธิภาพในการดำเนินกิจการ ต่อไปนี้คือความต้องการหลักที่สำคัญ ระบบการตรวจสอบและการ จัดการผู้เลี้ยง การใช้สื่อใหม่ในรูปแบบของแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์สำหรับตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับ กระบวนการการเลี้ยง, การติดตามสภาพอากาศ, ระบบการปรับคุณภาพน้ำ, และการจัดการโรค ระบบเซ็นเซอร์ และอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง การใช้เซ็นเซอร์เพื่อตรวจวัดคุณภาพน้ำ, ระดับน้ำ, อุณหภูมิ, และข้อมูลสภาพแวดล้อมอื่นๆ ที่ส่งผ่านอินเทอร์เน็ต, ทำให้เกษตรกรสามารถทำการตรวจสอบและ ควบคุมกระบวนการการเลี้ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ การใช้งานข้อมูลและวิทยาศาสตร์ข้อมูล การนำเข้า ข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากสภาพน้ำ, ภูมิอากาศ, และข้อมูลเกษตรกรอื่นๆ ที่สามารถใช้ในการปรับปรุงการ ดำเนินงาน การใช้งานแบบคลาวด์ การจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบคลาวด์ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลจาก ทุกที่ทุกเวลา และสามารถแบ่งปันข้อมูลกับผู้ที่เกี่ยวข้องได้ การใช้แอปพลิเคชันมือถือ การพัฒนาแอปพลิเคชัน ที่สามารถใช้งานได้บนมือถือทำให้เกษตรกรสามารถตรวจสอบข้อมูลและควบคุมกระบวนการการเลี้ยง ได้ทุกที่ทุกเวลา การใช้เทคโนโลยีอัตโนมัติ การนำเทคโนโลยีอัตโนมัติที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์หรือการเรียนรู้ ของเครื่องมือในการควบคุมกระบวนการ, รวมถึงการใช้โรบอต, ระบบการรดน้ำอัตโนมัติ, และระบบการ จัดการการเตรียมอาหาร การใช้สื่อใหม่ในการเลี้ยงกุ้งทะเลช่วยให้เกษตรกรสามารถเพิ่มประสิทธิภาพ, ลดความเสี่ยง, และทำให้กระบวนการ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2559)

กล่าวโดยสรุป ปัจจุบันมีการนำสื่อใหม่มาใช้ในการเลี้ยงกุ้งทะเลอย่างแพร่หลาย อย่างไรก็ตาม เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล และผู้ที่เกี่ยวข้องยังคงมีปัญหาและความต้องการสื่อใหม่มาใช้ในการ เลี้ยงกุ้งทะเล ได้แก่ ในการวิจัยครั้งนี้ได้นำความรู้ดังกล่าวมาเป็นกรอบในการศึกษาบริบท สภาพปัญหา และความต้องการการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

5. ความรู้ ทักษะ การปฏิบัติ (KAP) ของเกษตรกรเกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่

Roger (1978 อ้างใน ศิริวรรณ ว่องวิรุฒ, 2553 น. 55) ได้อธิบายว่า เมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะทำให้เกิดทัศนคติ และขั้นตอนสุดท้ายคือการก่อให้เกิดการกระทำ นั้นหมายความว่า เมื่อบุคคลมีความรู้ มีเจตคติอย่างไรก็จะแสดงพฤติกรรมออกมาตามนั้น เช่น กิจกรรมการรณรงค์ต้องเน้นไปที่การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการเพิ่มพูนความรู้ สร้างทัศนคติที่ดีกับกิจกรรมรณรงค์ จนส่งผลไปถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปยังกลุ่มเป้าหมายที่กลุ่มผู้สร้างกิจกรรมรณรงค์ต้องการให้เป็นทฤษฎี KAP จึงเป็นทฤษฎี ที่มีความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรมปฏิบัติ (Practice)

5.1 ความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกร

5.1.1 ความรู้ (Knowledge) สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, (2560) กล่าวว่า ความรู้ (knowledge) เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองสิ่งเร้า แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำกับสภาพจิตด้วยเหตุนี้ ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรร ซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตามความรู้อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้ และผลกระทบที่ผู้รับสารอาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 ประการ คือ

1) การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความสับสนให้กับผู้รับสาร จึงมีการหาสารสนเทศ โดยการอาศัยสื่อทั้งหลาย เพื่อตอบข้อสงสัย และความสับสนของตน

2) การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนคตินั้นส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรมเพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับเผยแพร่นวัตกรรมนั้น ๆ

3) การกำหนดวาระ (Attitude Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไปเพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย ตระหนัก และผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับกลุ่มเป้าหมายและค่านิยมของสังคมแล้ว กลุ่มเป้าหมายก็จะเลือกสารสนเทศนั้น

4) การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) การสื่อสารมักจะกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่างๆ ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย จึงทำให้กลุ่มเป้าหมายรับทราบระบบความเชื่อถือ หลากหลาย และลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อย ๆ

5) การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความแย้งในเรื่องค่านิยม และอุดมการณ์ เป็นภาวะปกติของสังคม การนำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ย่อมทำให้ เข้าใจถึงค่านิยมชัดเจนขึ้น

Quinn (1994 อ้างใน พรธิดา วิเชียรปัญญา, 2547) กล่าวว่า การเกิดความรู้ไม่ว่าจะระดับใดก็ตาม ย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกกึ่งคิด ซึ่งเชื่อมโยงกับการเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้นเองรวมถึงประสบการณ์และลักษณะทางประชากรของแต่ละคนที่เป็นผู้รับข่าวสาร ถ้าประกอบกับการที่บุคคลมีความพร้อมในด้านต่างๆ และสามารถเชื่อมโยงความรู้นั้นได้ รวมทั้งสามารถประเมินผลได้ไม่ว่าจะระดับใดก็ตามสิ่งที่เกิดตามมาก็คือทัศนคติ และความคิดเห็นในรูปแบบต่างๆ ระดับความรู้ ความรู้แบ่งออกเป็น 4 ระดับ ดังนี้

1) ความรู้ระดับต่ำ คือ ความรู้ที่เกิดจากการเดา หรือภาพลวงตาทางประสาทสัมผัส

2) ความรู้ระดับธรรมดา คือ ความรู้ทางประสาทสัมผัส หรือเป็นความเชื่อที่สูงแต่ยังไม่แน่นอน

3) ความรู้ระดับสมมติฐาน คือ ความรู้ที่เกิดจากความคิด หรือความเข้าใจที่ไม่ได้เกิดจากประสาทสัมผัส ความรู้ขั้นนี้ถือเป็นขั้นสมมติฐาน เพราะเกิดจากค่านิยมและสมมติฐานที่ไม่ได้พิสูจน์

4) ความรู้ระดับเหตุผล คือ ความรู้จากตรรกวิทยาเป็นความรู้ที่ทำให้มองเห็นรูปหรือมโนภาพว่าเป็นเอกภาพ

Bloom (1971) ได้ให้ความหมายของความรู้ไว้ว่า ความรู้เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการระลึกถึงเฉพาะเรื่อง หรือเรื่องทั่วไป กระบวนการ หรือสถานการณ์ต่างๆ ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรให้สอดคล้องกับสภาพจิตใจของตน โดยเน้นความจำ ประสบการณ์ และการระลึกเหตุการณ์ โดย Bloom (1971) ได้แยกระดับความรู้ไว้ 6 ระดับ ดังนี้

1) ระดับที่ระลึกได้ (Recall) เป็นระดับความสามารถในการดึงข้อมูลออกมาจากความจำได้

2) ระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้ (Comprehension) เป็นระดับที่สามารถทำบางสิ่งบางอย่างได้มากกว่าการจำเนื้อหาที่ได้รับ สามารถเขียนข้อความด้วยถ้อยคำของตนเอง แสดงให้เห็นได้ด้วยภาพ ให้ความหมายแปลความ และเปรียบเทียบความคิดอื่นๆหรือคาดคะเนผลที่เกิดขึ้นต่อไปได้

3) ระดับการนำไปใช้ (Application) สามารถนำเอาข้อเท็จจริง และความคิดที่เป็นนามธรรมไปปฏิบัติได้จริงอย่างเป็นรูปแบบ

4) *ระดับของการวิเคราะห์ (Analysis)* เป็นระดับที่สามารถให้ความคิดในรูปของการนำความคิดมาแยกส่วน เป็นประเภท หรือการนำข้อมูลมาประกอบกันเพื่อปฏิบัติของตนเอง

5) *ระดับของการสังเคราะห์ (Synthesis)* คือการนำข้อมูล และแนวความคิดมาประกอบกันแล้วนำไปสู่การสร้างสรรคสิ่งใหม่ที่ต่างจากเดิม

6) *ระดับของการประเมินผล (Evaluation)* คือ สามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งเกณฑ์การรวบรวมผล และวัดข้อมูลตามมาตรฐาน เพื่อให้ตั้งข้อตัดสินถึงระดับของประสิทธิผลของกิจกรรมแต่ละอย่าง

สรุปได้ว่าความรู้ คือ ความสามารถด้านสติปัญญาของบุคคลที่แสดงออกโดยการจำเกี่ยวกับข้อเท็จจริง ซึ่งความรู้มีความสำคัญต่อการเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นภายหลังการรับรู้ โดยแบ่งระดับการความรู้ออกเป็น 6 ระดับ จากง่ายสู่สิ่งที่ซับซ้อน และจากรูประจักษ์นามธรรม ซึ่งความรู้นั้นเป็นประโยชน์และสามารถใช้เป็นแนวทางในการรณรงค์ให้กลุ่มเป้าหมายเกิดทัศนคติที่ดี และส่งต่อไปถึงพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงได้

5.2 ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกร

5.2.1 ทัศนคติ (Attitude) ทัศนคติเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ จึงจำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงความหมายของทัศนคติ และกระบวนการที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เพราะทัศนคติเป็นสิ่งที่ใช้เชื่อมโยงระหว่าง ความรู้และพฤติกรรม

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2555) ได้กล่าวถึงทัศนคติว่า เป็นดัชนีชี้วัดว่า บุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุ สิ่งแวดล้อม ตลอดจน สถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่ส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบ ต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสารอันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า หากได้รับข่าวสารในลักษณะที่แตกต่างกันก็จะส่งผลให้มีทัศนคติ หรือแนวโน้มของพฤติกรรมมีความแตกต่างกันออกไปด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยตรง ถ้าความคิดความรู้สึก และพฤติกรรมถูกกระทบในระดับใดก็ตามจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทั้งสิ้น

5.2.2 องค์ประกอบของทัศนคติ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2560) ได้แยกองค์ประกอบของทัศนคติได้ 3 ประการ คือ

1) *องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component)* คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั่วไป ทั้งชอบ และไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือรับทราบในสิ่งที่ดีก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่ถ้าบุคคลมีความรู้หรือรับทราบในสิ่งที่ไม่ดี ก็จะทำให้มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2) *องค์ประกอบความรู้สึก (The Affective Component)* คือส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้นเป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล

3) *องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component)* คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิดความรู้สึก

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2560) กล่าวว่า การเกิดทัศนคตินั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ จากแหล่งต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้เกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ

1) *ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience)* เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งทั้งด้านดี และไม่ดี จะส่งผลให้บุคคลนั้นเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้น ไปในทางที่เขาเคยมีประสบการณ์มาก่อน

2) *การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication from others)* จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่นได้ เช่น เด็กที่ได้รับการสั่งสอนจากผู้ใหญ่ จะเกิดทัศนคติจากการกระทำ เท่าที่เคยรับรู้มา

3) *สิ่งที่ เป็นแบบอย่าง (Models)* การเรียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่นเด็กที่เคารพเพื่อฟังพ่อแม่ จะเลียนแบบการแสดงท่าชอบ หรือไม่ชอบต่อสิ่งหนึ่งตามไปด้วย

4) *ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors)* ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือหน่วยงาน เป็นต้น

5.2.3 การเปลี่ยนทัศนคติ การเปลี่ยนทัศนคตินั้นแบ่งออกได้ 2 ทิศทาง คือ

1) *การเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน* หมายถึง ทัศนคติของบุคคลที่เป็นไปในทางบวก ก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางบวกด้วย และทัศนคติที่เป็นไปในทางลบ ก็จะเพิ่มมากขึ้นไปในทางลบด้วย

2) *การเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง* หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทัศนคติเดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวก ก็จะลดลงไปในทางลบ และถ้าเป็นไปในทางลบ ก็จะกลับเป็นไปในทางบวก ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ทัศนคติเป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึก และความเชื่อหรือการรับรู้ของบุคคลกับแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมใดต่อในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของทัศนคติโดยสรุปแล้วนั้น ทัศนคติจึงเป็นเรื่องของจิตใจ ท่าที ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อข่าวสารที่ได้รับ และการเปิดรับข่าวสารต่างๆ ซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ และทัศนคติดังมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมออกมา ซึ่งเป็นไปได้ว่าทัศนคติประกอบด้วยความคิดที่มีผลต่ออารมณ์และความรู้สึกนั้นจะออกมาทางพฤติกรรม

5.3 การปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกร

การปฏิบัติ (Practice) เป็นการกระทำของบุคคล ซึ่งอาจเกิดจากการสะสมประสบการณ์มาจากอดีตหรือเกิดจากการรับรู้ใหม่ที่กำหนดเป็นแนวปฏิบัติตามความคิดเห็นเพิ่มเติมของตนเองจึงนำมาทดลองกระทำ และทำการประเมินผลเมื่อเห็นประโยชน์จึงได้กระทำประจำหรือซ้ำๆ จนเคยชินหรือเป็นนิสัยหรือยึดเป็นแนวปฏิบัติของตนเองต่อไป โดยความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติจะมีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ หากบุคคลมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และมีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องดังกล่าว จะทำให้เขาปฏิบัติพฤติกรรมในเรื่องดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการปฏิบัติจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม โดยพฤติกรรมบางครั้งอาจเรียกว่าการยอมรับปฏิบัติหรือการมีส่วนร่วมของบุคคลในกิจกรรมต่างๆ

โดยการปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกร จะหมายถึงพฤติกรรมที่เป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติแตกต่างกัน ความแตกต่างกันของความรู้ และทัศนคติเกิดขึ้นเพราะความแตกต่างในการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างในการแปลความสารที่ตนได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่แตกต่างกันอันมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล โดยทั่วไปการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวพฤติกรรมนั้นสามารถเกิดขึ้นได้ทุกวัน

พฤติกรรม (behavior) คือ การเลือกปฏิบัติตามคำแนะนำจากสื่อในรูปแบบต่างๆ จนส่งผลให้เกิดการกระทำในสิ่งนั้นๆ ซึ่งบางครั้งอาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การยอมรับปฏิบัติ หรือการมีส่วนร่วมของบุคคลในกิจกรรมต่าง ๆ

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2555) กล่าวว่า พฤติกรรมเป็นการแสดงออกของบุคคล โดยในพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมที่ต่างกัน เนื่องมาจากการมีความรู้และทัศนคติที่ต่างกัน ความแตกต่างกันในการแปลความหมายของสารที่ตนเองได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่ต่างกัน อันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคลพฤติกรรมที่ถูกโน้มน้าวโดยการสื่อสารนั้น อาจเกิดกระบวนการเรียนรู้ หรือการตอบสนองต่อสื่อ ซึ่งในบางครั้งสื่อและความพยายามของการสื่อสารสังคมในปัจจุบัน พยายามทำให้บุคคลมีพฤติกรรมเพื่อส่วนรวมหรือผู้อื่น ซึ่งเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการปลูกจิตสำนึกของผู้รับสาร มิใช่เกิดจากการครอบงำของผู้ส่งสารฝ่ายเดียว โดยทั่วไปการโน้มน้าวพฤติกรรมการสื่อสารสามารถเกิดขึ้นได้ในทุกระดับ ซึ่งการโน้มน้าวพฤติกรรมของการสื่อสารสังคมผ่านสื่อ โดยวิธีการดังนี้

1) การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotion Arousal) เพื่อให้เกิดการตื่นเต้นและเร้าใจในการติดตาม

2) ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) การแสดงความอ่อนโยนเสียสละ และความกรุณาปราณี ก็อาจจะโน้มน้าวให้ผู้อื่นยอมรับได้

3) การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (Internalized Norms) การสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้นเพื่อมาตรฐานนั้น และเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่ต้องปฏิบัติ

4) การให้รางวัล (Reward) เช่น การลดแลกแจกแถมในการโฆษณา เพื่อเป็นการจูงใจให้ซื้อสินค้า ซึ่งผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีการดังกล่าวนี้ สามารถก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐานได้ 2 แบบคือ กระตุ้นพฤติกรรมใหม่ หรือมีพฤติกรรมต่อเนื่อง และหยุดยั้งพฤติกรรมเก่า ทั้งกระตุ้นและหยุดยั้งเป็นพฤติกรรมพื้นฐานที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมอื่นๆ ตามมา เช่น การตัดสินใจวินิจฉัยต่อประเด็นปัญหาการจัดการวิธีดำเนินงาน และสร้างพฤติกรรมเพื่อส่วนรวม

กล่าวโดยสรุป ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมหรือการปฏิบัติ จะมีลักษณะเป็นไปในเชิงเส้นตรง นั่นคือทำให้ความรู้แก่ผู้ส่งสาร จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติตามที่ผู้ส่งสารต้องการและส่งผลไปยังการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในที่สุด แต่บางครั้ง ก็อาจมีช่องว่างระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม นั่นคือความรู้เปลี่ยนแปลง แต่ทัศนคติไม่เปลี่ยน หรือผู้ส่งสารมีการเปลี่ยนทัศนคติ แต่ไม่เปลี่ยนพฤติกรรม ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้เช่นกัน

โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ ในการกำหนดกรอบการศึกษา วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ ศึกษาความรู้ ทักษะ การปฏิบัติ (KAP) และปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ของประเทศไทย ดังนี้



ตารางที่ 2.2 การกำหนดกรอบการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ ศึกษาความรู้ ทักษะ
การปฏิบัติ (KAP) และปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริม
และพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่อ้างอิง
1. ความรู้ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล	1.1 ความรู้ด้านเทคนิคการใช้สื่อใหม่	Bloom (1971); สุภางค์
	1.2 ความรู้ด้านเนื้อหาของสื่อใหม่	จันทวานิช (2557); ชาย โพธิสิตา (2557); รัตนะ บัวสนธ์ (2556)
	1.3 ความรู้ด้านรูปแบบของสื่อใหม่	
	1.4 ความรู้ช่องทางการสื่อสาร	
2. ทักษะในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล	2.1 ทักษะด้านเทคนิคการใช้สื่อใหม่	Bloom (1971); สุภางค์
	2.2 ทักษะด้านเนื้อหาของสื่อใหม่	จันทวานิช (2557); ชาย โพธิสิตา (2557); รัตนะ บัวสนธ์ (2556)
	2.3 ทักษะด้านรูปแบบของสื่อใหม่	
	2.4 ทักษะด้านช่องทางการสื่อสาร	
3. การปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล	3.1 การปฏิบัติในการใช้สื่อด้านเทคนิคการใช้สื่อใหม่	Bloom (1971); สุภางค์
	3.2 การปฏิบัติในการใช้สื่อด้านเนื้อหาของสื่อใหม่	จันทวานิช (2557); ชาย โพธิสิตา (2557); รัตนะ บัวสนธ์ (2556)
	3.3 การปฏิบัติในการใช้สื่อด้านรูปแบบของสื่อใหม่	
	3.4 การปฏิบัติในการใช้สื่อด้านช่องทางการสื่อสารต่างๆ	

6. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาโมเดล และแนวคิดเกี่ยวกับการประเมินโมเดลการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร ไว้ดังนี้

6.1 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาโมเดลการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

6.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับโมเดลหรือรูปแบบ เพื่อให้แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบที่จะนำมาใช้ในการศึกษาค้นคว้า มีความชัดเจนและเหมาะสมที่จะใช้กับการบริหารโรงเรียน จึงขอเสนอแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบไว้ดังต่อไปนี้

1) ความหมายของโมเดลหรือรูปแบบ (Model) เป็นคำที่ใช้เพื่อสื่อความหมายหลายอย่าง โดยทั่วไปจะหมายถึงวิธีดำเนินงานที่เป็นต้นแบบอย่างใดอย่างหนึ่ง ตามพจนานุกรม Contemporary English (1973: 49) ได้ให้ความหมายไว้ ซึ่งสรุปได้ 3 ลักษณะใหญ่ๆ คือ

- (1) รูปแบบ หมายถึง แบบจำลองซึ่งเป็นสิ่งที่ย่อส่วนจากของจริง
- (2) รูปแบบ หมายถึง คนหรือสิ่งของที่สามารถนำมาใช้เป็นแบบอย่างในการดำเนินงาน
- (3) รูปแบบ หมายถึง แบบหรือรุ่นของผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์รุ่น 486X

ใน Dictionary of Education ซึ่งบรรณาธิการโดย Carter V. Good (1973: 370) ได้รวบรวมความหมายของคำว่า รูปแบบ (Model) ไว้ 4 ความหมาย คือ

- (1) เป็นแบบอย่างของสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างหรือทำซ้ำ
- (2) เป็นตัวอย่างสำหรับการเลียนแบบ เช่น ตัวอย่างในการออกเสียงภาษาต่างประเทศเพื่อให้ผู้เรียนได้เลียนแบบ
- (3) เป็นแผนภาพหรือภาพ 3 มิติ ที่เป็นตัวแทนของสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลักการหรือแนวคิด

(4) เป็นชุดของปัจจัยหรือองค์ประกอบ หรือตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันรวมตัวเป็นตัวอย่างประกอบและเป็นสัญลักษณ์ทางระบบสังคม อาจเขียนเป็นสูตรทางคณิตศาสตร์หรือบรรยายด้วยภาษาก็ได้

กูด (Good. 1973: 79) ได้รวบรวมความหมายของรูปแบบ (Model) ไว้ 4 ประการ คือ

(1) รูปแบบ คือ แบบอย่างของสิ่งหนึ่งที่สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างหรือทำซ้ำ

(2) รูปแบบ คือ ตัวอย่างที่ทำให้เกิดการเลียนแบบ

(3) รูปแบบ คือ แผนภูมิที่ใช้เป็นตัวแทนของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ใช้เป็นหลักการหรือแนวคิด

(4) รูปแบบ คือ ชุดของปัจจัยหรือตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน หรือเป็นองค์ประกอบที่สามารถรวมตัวกันและเขียนเป็นหลักการ

ฮุสเซ็น และโพสเลย์เวทีย์ (Husen; & Postlethwaite. 1975: 137-138)

กล่าวว่า รูปแบบมีความหมายที่แตกต่างจากทฤษฎี เพราะรูปแบบยังไม่ใช้ข้อเท็จจริงที่ได้พิสูจน์แล้ว รูปแบบยังเป็นส่วนหนึ่งที่ผู้วิจัยพยายามวิเคราะห์ความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกันขององค์ประกอบอย่างเป็นระบบ ด้วยวิธีทางวิทยาศาสตร์เพื่อที่จะนำเสนอรูปแบบมาใช้ประโยชน์

มยूरี่ อนุมานราชธน (2547: 47) ให้ความหมายว่า รูปแบบ หมายถึง กรอบแนวคิดพื้นฐานของสิ่งที่เป็นจริงของปรากฏการณ์ให้เห็นว่าอะไรเกิดขึ้น ทำไมจึงเกิดสิ่งนั้น และสิ่งนั้นจะก่อผลอะไรบ้าง รูปแบบมักแสดงความสัมพันธ์ที่ปรากฏให้เห็นเป็นรูปเป็นร่าง ทฤษฎีส่วนใหญ่มักถูกพัฒนามาจากรูปแบบที่ได้รับการทดสอบแล้ว

วิชนีย์ เซาว์ดำรง (2542: 74) ศึกษาจากนักวิชาการหลายท่าน สรุปว่า รูปแบบ หมายถึง แบบจำลอง แบบแผน ทุนจำลอง หรือโครงสร้างที่สร้างขึ้นเพื่อแทนสภาพความเป็นจริงอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งเป็นการอธิบายความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ ของรูปแบบนั้นๆ

กล่าวโดยสรุป รูปแบบ หมายถึง แบบจำลองอย่างง่ายหรือย่อส่วนของปรากฏการณ์ต่างๆ ที่ผู้เสนอรูปแบบดังกล่าวได้สร้างหรือพัฒนาขึ้นจากแนวคิดทฤษฎีที่ได้ศึกษามาของผู้สร้างเอง เพื่อถ่ายทอดความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ โดยใช้สื่อที่ทำให้เข้าใจได้ง่ายและกระชับถูกต้อง และสามารถตรวจสอบเปรียบเทียบกับปรากฏการณ์จริงได้ เพื่อแสดงหรืออธิบายปรากฏการณ์ให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น หรือในบางกรณีอาจจะใช้ประโยชน์ในการทำนายปรากฏการณ์ที่จะเกิดขึ้นเพื่อช่วยให้ตนเองและคนอื่นสามารถเข้าใจได้ชัดเจนขึ้น ตลอดจนอาจใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งต่อไป

6.1.2 การพัฒนาโมเดลหรือรูปแบบ

วอลเลอร์ (Waller. 1998: 52) ได้กำหนดการสร้างรูปแบบและการพัฒนารูปแบบ ซึ่ง สมาน อัครภูมิ (2539) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการบริหารการประถมศึกษาในระดับจังหวัด โดยมีการพัฒนา ดังนี้

1) การศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับหลักการ และข้อมูลพื้นฐานประกอบการสร้างรูปแบบด้วยการวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ

2) การสร้างรูปแบบขั้นต้น ด้วยการจัดทำร่างรูปแบบจากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิเคราะห์เอกสาร งานวิจัย และข้อสรุปที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ

3) การประมวลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับรูปแบบ ด้วยการพัฒนาความสอดคล้อง ความเหมาะสม ของรูปแบบและความเป็นไปได้ในเชิงปฏิบัติ

4) การปรับปรุงแก้ไขและการพัฒนาที่สมบูรณ์

6.2 การประเมินโมเดลหรือรูปแบบเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล

แนวคิดทางการประเมิน Theory - Driven Evaluation ของ Huey T. Chen (2004) กล่าวว่า การประเมินโดยใช้แรงขับเคลื่อนทางทฤษฎีเป็นการออกแบบและประเมินโดยใช้ทฤษฎีเป็นกรอบแนวคิดในการประเมินเรียกว่า “Program theory” ซึ่งเป็นเซตข้อตกลงของ stakeholders เกี่ยวกับการกระทำอะไรที่จำเป็นในการแก้ปัญหาและทำไมปัญหาถึงตอบสนองต่อการกระทำนั้น จุดมุ่งหมายของการประเมินโดยใช้แรงขับเคลื่อนทางทฤษฎีไม่เพียงแต่ประเมินว่า intervention ใดเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมแต่คำนึงถึงว่าทำไมจึงใช้ intervention และจะใช้อย่างไรที่ทำให้ได้สารสนเทศที่มีความจำเป็นสำหรับ stakeholders การประเมินโดยใช้แรงขับเคลื่อนทางทฤษฎีแตกต่างจาก Black-box Evaluation ซึ่งเป็นการประเมิน intervention ที่มีผลกระทบต่อ outcomes โดยไม่สนใจกระบวนการเปลี่ยนแปลง (transformation) ระหว่าง intervention และ outcomes หรือ Minimalist Theory นอกจากนี้ การประเมินโดยใช้แรงขับเคลื่อนทางทฤษฎียังมีความแตกต่างจาก Method-driven Evaluation ซึ่งใช้วิธีการวิจัยเป็นฐานสำหรับการทำการประเมินโดยใช้วิธีเชิงปริมาณ (quantitative) วิธีเชิงคุณภาพ (qualitative) วิธีผสมผสาน (mixed) นอกจากนี้ Method-driven Evaluation ไม่สนใจความคิดเห็นของ stakeholders ซึ่งเกี่ยวข้องในการประเมิน การประเมินโดยใช้แรงขับเคลื่อนทางทฤษฎีอยู่บนพื้นฐานรายละเอียดข้อตกลง (descriptive assumptions) ซึ่งเรียกว่า change model เกี่ยวข้องกับอะไรเป็นกระบวนการเชิงสาเหตุที่คาดหวังให้เกิดในการบรรลุเป้าหมายโปรแกรม ประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบคือ

(1) เป้าหมายและผลลัพธ์ (goals and outcomes) เป้าหมายสะท้อนความต้องการเพื่อเติมเต็มความต้องการจำเป็นที่ไม่บรรลุได้แก่ สุขภาพเจ็บป่วย ความยากจน เป็นต้น ส่วนผลลัพธ์ต้องเป็นรูปธรรมสามารถวัดได้ตามเป้าหมาย

(2) Determinants กลไกชั้นกลางซึ่งช่วย treatment/intervention ให้บรรลุความต้องการจำเป็น/ผลลัพธ์

(3) Intervention or Treatment กิจกรรมในโปรแกรมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลง Determinants

นอกจาก change model แล้วการประเมินโดยใช้แรงขับเคลื่อนทางทฤษฎียังอยู่บนพื้นฐาน Prescriptive assumptions ซึ่งเรียกว่า action model เกี่ยวข้องกับอะไรเป็นกิจกรรมที่ต้องทำในโปรแกรมเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ต้องการโดยมีการวางแผนอย่างเป็นระบบดังนี้

1. Implementing Organization การดำเนินการขององค์กร
 2. Program Implementers สมรรถนะของบุคลากรในองค์กร
 3. Peer Organizations/Community Partners ความร่วมมือระหว่างองค์กร
 4. Intervention and Service Delivery Protocols เนื้อหาและกิจกรรม
- รายละเอียดขั้นตอนปฏิบัติ

5. Ecological Context บริบททางนิเวศวิทยา
 6. Target Population ประชากรเป้าหมาย
- 1) จุดเด่นของการประเมิน Theory - Driven Evaluation คือ การใช้ทฤษฎีเป็นแรงขับเคลื่อนในการออกแบบและเป็นกลไกในการประเมิน

2) ขอบข่ายของการประเมิน

จากความหมายของการประเมินตามแนวคิดของอัลคิน นั้น การประเมินจะประกอบด้วยการจัดหาและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อที่จะนำไปใช้ในการตัดสินใจตั้งในการประเมินจำเป็นจะต้องประเมินในเรื่องต่างๆ 5 ด้าน ดังนี้

1. การประเมินระบบ (system assessment) เป็นการอธิบายหรือพรรณนาสภาพของระบบเพื่อเปรียบเทียบกับสภาพที่เป็นจริงกับความคาดหวังที่จะเกิดขึ้น การประเมินระบบจะช่วยให้เราสามารถกำหนดขอบเขตและวัตถุประสงค์ที่เหมาะสม สิ่งที่จะต้องศึกษา ได้แก่ ความต้องการของประชาชน ชุมชน และสังคมที่มีต่อสภาพการณ์ปัจจุบัน สำหรับการประเมินระบบแต่ละส่วนจำเป็นต้องใช้เทคนิควิธีการต่างๆ กัน

2. การประเมินการวางแผนโครงการ (program planning) เป็นการประเมินก่อนที่จะมีการดำเนินโครงการเพื่อหาข้อมูลข่าวสารมาใช้ในการตัดสินใจพิจารณาทางเลือกที่เหมาะสมของโครงการ นักประเมินต้องหาข้อมูลที่แสดงความคาดหวังที่จะบรรลุเป้าหมาย พร้อมกับประเมินผลที่จะได้รับจากการใช้วิธีการดำเนินงานต่างๆ ด้วย เพื่อให้สามารถเห็นข้อเปรียบเทียบในการหาทางเลือกที่เหมาะสมโดยใช้วิธีการที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะของปัญหา โดยทั่วไปจะทำการประเมินจากเกณฑ์ภายนอกและจากเกณฑ์ภายใน

3. การประเมินการนำไปใช้เพื่อการดำเนินโครงการ (program implementation) เป็นการประเมินขณะที่โครงการกำลังดำเนินงานเพื่อตรวจสอบดูว่าเป็นไปตามขั้นตอนต่างๆ ที่ได้วางแผนไว้หรือไม่ ผลที่เกิดขึ้นมีความสอดคล้องกับสิ่งที่วางแผนไว้หรือคาดหวังไว้เพียงไร

4. การประเมินเพื่อปรับปรุงโครงการ (program improvement) เป็นการประเมินเพื่อหาข้อมูลทีนำมาใช้ในการดำเนินโครงการให้บรรลุจุดมุ่งหมาย และมีผลที่ไม่คาดคิดมาก่อนเกิดขึ้นบ้างหรือไม่ ดังนั้น นักประเมินจึงมีบทบาทสำคัญในการที่จะหาข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จหรือความล้มเหลวในทุกๆ ด้านของโครงการ ตลอดจนผลกระทบของโครงการที่มีต่อโครงการอื่นเพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงโครงการต่อไป

5. การประเมินเพื่อการยอมรับโครงการ (program certification) ขั้นตอนนี้นักประเมินต้องหาข้อมูลข่าวสารรายงานต่อผู้มีอำนาจตัดสินใจเพื่อใช้ข้อมูลในการพิจารณาตัดสินคุณค่าของโครงการ และศึกษาภาพในการสรุปอ้างอิงไปสู่สถานการณ์อื่นๆ หรือนำไปใช้กับโครงการในสถานการณ์อื่นๆ ได้กว้างขวางเพียงใด ในขั้นนี้ข้อมูลที่ไดจากนักประเมินจะทำให้ผู้บริหารได้ตัดสินใจว่าควรจะดำเนินกับโครงการในลักษณะใด อาจจะยกเลิกปรับปรุงใหม่หรืออาจจะขยายโครงการต่อไปอีก เป็นต้น

3) มาตรฐานของการประเมิน

สตัฟเฟิลบีม (Stufflebeam, 1975) ประธานคณะกรรมการพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานสำหรับการประเมินเอกสารและโครงการทางการศึกษา คณะกรรมการชุดนี้ซึ่งประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญทางการประเมิน ต่างมีความเชื่อว่า การประเมินเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับกิจกรรมของมนุษย์ การประเมินที่ดีจะส่งเสริมสร้างความเข้าใจและพัฒนาสู่สิ่งที่ดีกว่า ส่วนการประเมินที่ไม่ดีจะเป็นตัวถ่วงและทำลายความเจริญก้าวหน้า คณะกรรมการจึงได้เสนอเกณฑ์ 30 ประการ เพื่อเป็นบรรทัดฐานของคณะกรรมการประเมิน ซึ่งสามารถจัดได้เป็น 4 หมวด ดังนี้

A มาตรฐานการใช้ประโยชน์ (utility standards)

เป็นมาตรฐานที่ต้องการประกันถึงความเป็นประโยชน์ของผลการประเมินในการตอบสนองความต้องการใช้สารสนเทศของผู้เกี่ยวข้องอย่างครอบคลุม ทันเวลา และมีผลต่อการนำไปใช้ มาตรฐานการใช้ประโยชน์นี้ประกอบด้วยเกณฑ์ A1-A8 มีคุณลักษณะดังนี้

A1 การระบุผู้เกี่ยวข้องที่ต้องการใช้สารสนเทศ

A2 ความเป็นที่เชื่อถือของผู้ประเมิน

A3 การรวบรวมข้อมูลครอบคลุม และตอบสนองความต้องการใช้สารสนเทศ

ของผู้เกี่ยวข้อง

A4 การแปลความหมายและการตัดสินคุณค่ามีความชัดเจน

A5 รายงานการประเมินมีความชัดเจนทุกขั้นตอน

A6 การเผยแพร่ผลการประเมินไปยังผู้เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึง

A7 รายงานการประเมินเสร็จทันเวลาสำหรับผู้นำไปใช้ประโยชน์

A8 การประเมินส่งผลกระทบต่อในการกระตุ้นให้มีการดำเนินการประเมินต่อไป
อย่างต่อเนื่อง

B มาตรฐานความเป็นไปได้ (feasibility standards)

เป็นมาตรฐานที่ต้องการประกันถึงการประเมินที่มีความสอดคล้องกับสภาพเป็นจริง
เหมาะสมกับสถานการณ์ ปฏิบัติได้ ยอมรับได้ ประหยัดและคุ้มค่ามาตรฐานความเป็นไปได้
ประกอบด้วยเกณฑ์ B1-B3 มีคุณลักษณะดังนี้

B1 วิธีการประเมินสามารถนำไปปฏิบัติจริงได้

B2 การเป็นที่ยอมรับได้ทางการเมือง

B3 ผลที่ได้มีความคุ้มค่า

C มาตรฐานความเหมาะสม (propriety standards)

เป็นมาตรฐานที่ต้องการประกันว่าการประเมินได้ทำอย่างเหมาะสมตามกฎระเบียบ
จรรยาบรรณ มีการคำนึงถึงสวัสดิการของผู้เกี่ยวข้องกับการประเมิน และผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการ
ประเมินมาตรฐานความเหมาะสม ประกอบด้วยเกณฑ์ C1-C8 มีคุณลักษณะดังนี้

C1 การกำหนดข้อตกลงของการประเมินอย่างเป็นทางการ

C2 การแก้ปัญหาของความขัดแย้งในการประเมินด้วยความโปร่งใส

C3 รายงานผลการประเมินอย่างตรงไปตรงมา เปิดเผยและคำนึงถึงข้อจำกัด

ของการประเมิน

C4 การให้ความสำคัญต่อสิทธิในการรับรู้ข่าวสารของสาธารณะ

C5 การคำนึงถึงสิทธิส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง

C6 การเคารพสิทธิในการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้เกี่ยวข้อง

C7 รายงานผลการประเมินที่สมบูรณ์ดำเนินการและเสนอทั้งจุดเด่น และจุด

ด้อยของสิ่งที่ประเมิน

C8 ผู้ประเมินทำการประเมินด้วยความรับผิดชอบ และมีจรรยาบรรณ

D มาตรฐานความถูกต้อง (accuracy standards)

เป็นมาตรฐานที่ค้ำประกันว่า การประเมินได้มีการใช้เทคนิคที่เหมาะสม เพื่อให้ได้
ข้อสรุป ข้อค้นพบ และสารสนเทศที่เกี่ยวข้องสำหรับตัดสินใจคุณค่าของสิ่งที่ประเมินมาตรฐานความ
ถูกต้อง ประกอบด้วยเกณฑ์ D1-D11 มีคุณสมบัติดังนี้

D1 การระบุวัตถุประสงค์ของการประเมินอย่างชัดเจน

D2 การวิเคราะห์บริบทของการประเมินอย่างเพียงพอ

D3 การรายงานจุดประสงค์และกระบวนการประเมินอย่างชัดเจน

D4 การรายงานแหล่งข้อมูลและการได้มาอย่างชัดเจน

- D5 การพัฒนาเครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีความตรง
- D6 การพัฒนาเครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีความเที่ยง
- D7 การจัดระบบควบคุมสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลที่วิเคราะห์ และรายงาน
- D8 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ
- D9 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ
- D10 การลงข้อสรุปที่มีเหตุผลสนับสนุน
- D11 การเขียนรายงานมีความเป็นปรนัย

4) รูปแบบการตรวจสอบโดยวิธีอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ (connoisseurship model)

ประจวบ สุขสมบุรณ์ (2558, น. 39) ได้กล่าวถึง แนวคิดในการวิจัยโดยใช้วิธีในการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นแนวคิดของ อีสเนอร์ (eisner) เป็นผู้พัฒนาแนวคิดนี้ขึ้นมาซึ่งเป็นรูปแบบที่แตกต่างไปจากการประเมินอื่นๆ โดยมีลักษณะดังนี้

1. เป็นรูปแบบที่มีได้เน้นสัมฤทธิ์ผลของวัตถุประสงค์ตามรูปแบบการประเมินแบบอิงเป้าหมาย (goal-based model) การตอบสนองปัญหาและความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องตามรูปแบบการประเมินแบบตอบสนอง (responsive model) หรือการรับกระบวนการตัดสินใจตามรูปแบบการประเมินแบบอิงการตัดสินใจ (decision making model) อย่างไรก็ตามอย่างหนึ่ง แต่การประเมินโดยผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญจะเน้นการวิเคราะห์วิจารณ์อย่างลึกซึ้งเฉพาะในประเด็นที่ถูกนำขึ้นมาพิจารณา ซึ่งไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือกระบวนการตัดสินใจเสมอไป แต่อาจผสมผสานปัจจัยในการพิจารณาต่างๆ เข้าด้วยกัน ตามวิจรรย์ญาณของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับคุณภาพ ประสิทธิภาพ หรือความเหมาะสมของสิ่งที่ทำการประเมิน

2. เป็นรูปแบบการประเมินผลที่เน้นความเฉพาะทาง (specialization) ในเรื่องที่ประเมิน โดยพัฒนามาจากการวิจารณ์งานศิลปะ (art criticism) ที่มีความละเอียดอ่อนลึกซึ้ง และต้องการอาศัยผู้เชี่ยวชาญระดับสูงมาเป็นผู้วินิจฉัย เนื่องจากในการวัดคุณค่าไม่ว่าจะประเมินด้วยเครื่องวัดใดๆ ได้ นอกจากการใช้วิจรรย์ญาณของผู้เชี่ยวชาญเท่านั้น ต่อมาได้มีการนำมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาระดับสูงในสาขาเฉพาะที่ต้องการอาศัยผู้รู้ ผู้เล่นในเรื่องนั้นจริงๆ มาเป็นผู้ประเมินผล รูปแบบนี้จึงเป็นที่นิยมในการนำมาใช้ประเมินผลในวงการอุดมศึกษาที่ต้องการความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง

3. เป็นรูปแบบการประเมินที่ใช้ตัวบุคคลผู้เชี่ยวชาญนั่นเองเป็นเครื่องมือการประเมินผล โดยเน้นความเชื่อถือว่าทรงคุณวุฒินั้นจะเที่ยงธรรมและมีวิจรรย์ญาณที่ดี ทั้งนี้มาตรฐานและเกณฑ์พิจารณาต่างๆ นั้นจะเกิดขึ้นจากประสบการณ์และความชำนาญของผู้เชี่ยวชาญ

4. เป็นรูปแบบที่ยอมให้มีความยืดหยุ่นในกระบวนการทำงานของผู้เชี่ยวชาญตามอัธยาศัยและความถนัดของแต่ละคน นับตั้งแต่การกำหนดประเด็นสำคัญที่พิจารณา การบ่งชี้ข้อมูลที่ต้องการ การเก็บรวบรวม ประมวล และวินิจฉัยข้อมูล ตลอดจนวิธีการนำเสนอ ทั้งนี้การเลือกผู้เชี่ยวชาญ

จะเน้นที่สถานะภาพทางวิชาชีพ ประสบการณ์ และการเป็นที่เชื่อถือ (high credibility) ของวิชาชีพนั้นๆ เป็นสำคัญ

การดำเนินการโดยวิธีอิงผู้เชี่ยวชาญนี้ ถือว่าเป็นการประเมินทางการศึกษาที่เรียกว่า การวิพากษ์วิจารณ์ทางการศึกษานั้นเอง การวิพากษ์วิจารณ์ต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญติชม เป็นวิธีที่นิยมใช้ และมีความเชื่อถือได้ว่าการตัดสินใจหรือการวิพากษ์วิจารณ์ โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ในศาสตร์สาขานั้น หรือในวิชาชีพนั้นๆ เป็นอย่างดี เป็นสิ่งที่ยอมรับได้และได้ประเมิน โดยสรุปข้อคิดเห็น ข้อวิจารณ์ และข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญที่ได้มาปรับปรุงองค์ประกอบของรูปแบบ

โดยการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้แนวคิดของอัลคิน คือ วิธีการประเมินเพื่อการตัดสินใจ ซึ่งเป็นกระบวนการกำหนดขอบเขตของสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการเลือกข้อมูลที่เหมาะสมเพื่อให้ได้รูปแบบที่มีความเหมาะสม และความเป็นไปได้ วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 คือการพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย คือ มีขั้นตอน คือ ประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย โดยใช้เทคนิคเดลฟาย โดยมีกรอบการพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

ตารางที่ 2.3 การพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

ประเด็น	กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่อ้างอิง
1. ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม	อัลคิน (Alkin, 1969); สต๊ฟเฟิลบีม (Stufflebeam, 1975); ประจวบ สุขสมบุญรณ์ (2558)
2. ด้านความเหมาะสม	
3. ด้านความเป็นไปได้	
4. ด้านความสอดคล้องในเชิงปฏิบัติ	
5. ด้านความเป็นประโยชน์	

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้

7.1 บริบท สภาพปัญหาและความต้องการการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่

นิติรัตน์ สุขไทย (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การบริหารสื่อออนไลน์เพื่อการเกษตรแบบยั่งยืน พบว่าในกระบวนการขับเคลื่อนสื่อออนไลน์เพื่อการเกษตรแบบยั่งยืนนั้นจะประกอบไปด้วย กลุ่มบุคคลซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่มีส่วนทำให้สื่อออนไลน์เพื่อการเกษตรสามารถขับเคลื่อนต่อไปได้อย่าง ยั่งยืน ได้แก่ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มผู้บริโภค และกลุ่มผู้สนับสนุน ซึ่งกลุ่มบุคคลแต่ละกลุ่มนี้จะมีความสัมพันธ์ในลักษณะของการเป็นผู้สนับสนุนและเป็นส่วนหนึ่งของวงจรการขับเคลื่อนสื่อออนไลน์เพื่อการเกษตรแบบยั่งยืนโดยมีบทบาทหน้าที่ที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้เพื่อสร้างความสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ ทำให้เกษตรกรสามารถมีวิถีชีวิตที่พึ่งพาตนเองได้ สามารถพัฒนากระบวนการผลิตและพัฒนาคุณภาพชีวิต เป็นแหล่งอาหารปลอดภัยที่ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบที่มาได้ เข้าถึงง่าย และสามารถตอบสนองในด้านธุรกิจให้กับผู้สนับสนุนได้อย่างยั่งยืนด้วย ผลการศึกษาด้านแนวโน้มในการบริหารสื่อออนไลน์เพื่อการเกษตรแบบยั่งยืน พบว่า แนวทางการพัฒนาและบริหารสื่อออนไลน์เพื่อการเกษตรแบบยั่งยืนนั้นมีความจำเป็นที่จะต้อง พิจารณาควบคู่ไปกับแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสาร คาดการณ์ว่าในอนาคตควรจะต้องมีการสร้างและพัฒนาคลังความรู้ด้านการเกษตรเพื่อ เผยแพร่ความรู้สู่ผู้สนใจและพร้อมที่จะเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยน แบ่งปันองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ทั้งแก่ฝ่ายเกษตรกรและผู้บริโภคที่ทั่วถึงมากขึ้น เพื่อพัฒนารูปแบบของเทคโนโลยีเพื่อ ตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคในอนาคต

บุหลัน กุลวิจิตร (2560) ได้วิจัยเรื่อง สื่อบุคคลกับการส่งเสริมการเกษตร 4.0 ได้บทสรุปว่า ในยุคการเกษตร 4.0 การเรียนรู้และรับข้อมูลข่าวสารรวมทั้งการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางเกษตรของเกษตรกรมีความสำคัญต่อการปรับตัวและการจัดการเกษตร ทั้งนี้การส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรและการเกษตรของประเทศมีหลายรูปแบบและวิธีการขึ้นอยู่กับสภาพพื้นที่และกลุ่มเกษตรกร แต่สิ่งสำคัญที่จะทำหน้าที่ในการส่งเสริมการเกษตรให้แก่เกษตรกร คือ สื่อบุคคลหรือเจ้าหน้าที่เข้าไปส่งเสริมการเกษตรโดยเฉพาะ อย่างยิ่งช่วงเวลาที่นักส่งเสริมการเกษตรจะต้องติดต่อสื่อสาร เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ หรือถ่ายทอดความรู้ต่างๆ ให้กับเกษตรกรเพื่อให้เกษตรกรเกิดการเรียนรู้และนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันและเข้ากับสภาพการณ์ปัจจุบันที่งานส่งเสริม

การเกษตรได้เข้าสู่ยุคการทำงานบนฐานความรู้ (Knowledge Based) โดยสื่อบุคคลจะต้องทำหน้าที่เป็นผู้นำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ โดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเอกสาร/สิ่ง ตีพิมพ์ เว็บไซต์ ชุมชนวิชาการ และเวทินำเสนอผลงาน เป็นต้น สื่อเกษตรกรเพื่อให้เกษตรกรได้ศึกษาเรียนรู้ และนำความรู้ที่ได้รับไปปรับปรุงและพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองและครอบครัวให้ดีขึ้นต่อไป

7.2 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกร

ทินภัทร ปัญจมหาลภ (2563) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการสื่อสาร ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ ในอำเภอเกาะจันทร์ จังหวัดชลบุรีพบว่าพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้สูงอายุมีการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์เป็นประจำทุกวัน มากที่สุด รองลงมาคือ แอปพลิเคชันไลน์เป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการสื่อสาร ทำให้การสื่อสารกับบุคคลรอบข้างน้อยลงไลน์เป็นช่องทางการสื่อสารที่สะดวกและรวดเร็ว การใช้ไลน์ทำให้ผู้สูงอายุได้เรียนรู้ เทคโนโลยีสมัยใหม่ไลน์ทำให้ได้ติดต่อพูดคุยกับเพื่อนเก่าและเพื่อนใหม่การใช้ไลน์ทำให้ผู้สูงอายุได้ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็นต่างๆ ของตนกับบุคคลอื่น ผู้สูงอายุพูดคุยกับแอปพลิเคชันไลน์ กับบุคคลในครอบครัวมากกว่าพูดคุยกันตัวต่อตัว ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ปรากฏในไลน์มีทั้งน่าเชื่อถือและไม่น่าเชื่อถือการใช้ไลน์ทำให้ประหยัดค่าโทรศัพท์สติกเกอร์ไลน์คือภาพการ์ตูน เป็นสัญลักษณ์แสดงอารมณ์และความรู้สึกแทนคำพูด เพื่อติดต่อเรื่องการทำงาน เพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารเพื่อความรู้และความบันเทิง เพื่อติดต่อเกี่ยวกับการเข้าร่วมกลุ่ม/ร่วมกิจกรรมต่างๆ เพื่อ พูดคุย-แลกเปลี่ยนเรื่องในครอบครัว/ปัญหาส่วนตัว

ณัฐนิชา ดวงขจี (2563) ได้วิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา ผลการวิจัย พบว่า สื่อสังคมออนไลน์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตเปรียบเป็นปัจจัยที่ 5 ของการดำเนินชีวิต ประจำวันของนักศึกษามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างไปแล้ว เนื่องจากพบว่ นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้งานสื่อสังคมสังคมออนไลน์ในปริมาณบ่อยเกือบทุกวัน และสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมใช้ ได้แก่ Youtube Facebook LINE และ Instagram ดังนั้นการใช้สื่อสังคมออนไลน์นักศึกษาควรมีการวางแผนและควบคุมในการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ให้ถูกต้อง และเหมาะสม นอกจากนี้ผลการวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับรายงานผลการสำรวจ พฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2561 ของ Electronic Transactions Development Agency (2018) พบว่า เด็ก Gen Z ใช้เวลาในการเล่นสื่อสังคมออนไลน์มากเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 4 ชั่วโมง 1 นาทีต่อวัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเด็กกลุ่มนี้เป็นเจนเนอเรชั่นที่เกิดมาภายใต้สภาพแวดล้อม ที่เต็มไปด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย และมีการดำเนินชีวิตในสังคมแบบ Digital ทำให้คุ้นเคยกับการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศเหล่านี้เป็นอย่างดี

7.3 ความรู้ ทักษะ การปฏิบัติ และปัจจัยที่สัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่

สินีนุช ครุฑเมือง แสนเสริม (2559) ได้ศึกษาเรื่อง เครือข่ายและเทคโนโลยี พบว่าเกษตรกรมีการใช้สื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศในการรับข้อมูลข่าวสารและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่สำคัญคือ วิทยุโทรทัศน์ โทรศัพท์มือถือ วิทยุกระจายเสียงและโทรศัพท์บ้าน รูปแบบพฤติกรรมการเรียนรู้ ได้แก่ แหล่งความรู้เดิมเกี่ยวกับการเกษตรมาจากบรรพบุรุษ การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง และการศึกษาดูงาน โดยเกษตรกรมีวิธีการศึกษาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการเกษตรจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ความเป็นประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศ ความเหมาะสมของเทคโนโลยีสารสนเทศ และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่อการเรียนรู้ของเกษตรกร

พิชญากค์ จันทน์นิยมาธรณ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อเพื่อการเรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิตข้าวผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-learning) ของเกษตรกรในจังหวัดสุพรรณบุรี ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาเนื้อหาสื่อการเรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิตข้าว ใน 2 ขั้นตอนหลัก คือ 1) ขั้นตอนการกำหนดกรอบเนื้อหา จะต้องศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาบทเรียนจากทั้งเอกสารงานวิชาการที่เกี่ยวข้อง และผู้เชี่ยวชาญแต่ละด้านเพื่อให้ได้ประเด็นเนื้อหาที่ครอบคลุมกับบทเรียนมากที่สุด 2) ขั้นตอนการจัดทำเนื้อหา เป็นขั้นตอนการวางโครงเรื่องและกำหนดรายละเอียดเนื้อหาที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของบทเรียนพบว่า การพิจารณา (2) เนื้อหาที่เหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญและเกษตรกรที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เป็นปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญของการพัฒนาเนื้อหาการพัฒนาารูปแบบของสื่อการเรียนรู้ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมสำหรับถ่ายทอดความรู้ให้แก่เกษตรกร ประกอบด้วยขั้นตอนการแปลงเนื้อหาบทเรียนมาเป็นบททำวีดิทัศน์ (สคริปต์) กำหนดทีมงาน ผู้ดำเนินเรื่อง สถานที่รูปแบบของ สื่อต้องมีความเหมาะสมกับบทเรียนและกลุ่มผู้เรียนเป้าหมาย ตลอดจนการตัดต่อและเพิ่มกราฟฟิกและเทคนิคพิเศษ เพื่อให้สื่อวีดิทัศน์ที่ผลิตได้มีความน่าสนใจมากที่สุดผลการประเมินการเรียนรู้ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของเกษตรกร เกี่ยวกับความเหมาะสมของสื่อ ได้แก่ ด้านเนื้อหาและการดำเนินเรื่อง ด้านภาพและภาษา ด้านตัวอักษร สี และเสียง ด้านการใช้งานผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์พบว่าด้านภาพและภาษามีค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสมสูงสุด ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยความสัมพันธ์ของเพศ อายุและประสบการณ์ในการประกอบอาชีพทำนา มีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้เรียนต่อสื่อการเรียนรู้ในแต่ละด้าน เมื่อพิจารณาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในภาพรวมพบว่าคะแนนสอบหลังเรียนสูงกว่าคะแนนสอบก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอย่างสูง ($P < 0.01$) โดยความสัมพันธ์ของเพศ ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อคะแนนสอบก่อนและหลังเรียน ในขณะที่ความสัมพันธ์ของอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อคะแนนสอบก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอย่างสูง ($P < 0.01$) แต่ไม่มีผลต่อคะแนนสอบหลังเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

7.4 การวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่

สินีนุช ครุฑเมือง แสนเสริม และสรายุ สราญรมย์ (2558) ได้ศึกษารูปแบบพฤติกรรมและเงื่อนไขการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของเกษตรกร ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานทั้งในเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่า 1) เกษตรกรมีการใช้สื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศในการรับข้อมูลข่าวสารและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่สำคัญ คือ วิทยุโทรทัศน์ โทรศัพท์มือถือ วิทยุกระจายเสียงและโทรศัพท์บ้าน สำหรับรูปแบบพฤติกรรมการเรียนรู้พบว่า แหล่งความรู้เดิมเกี่ยวกับการเกษตรของเกษตรกรส่วนใหญ่มาจากบรรพบุรุษ รองลงมาคือจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองและจากการศึกษาดูงาน โดยเกษตรกรมีวิธีการศึกษาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการเกษตรจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองมากที่สุด สำหรับเงื่อนไขการเรียนรู้ในภาพรวมพบว่าเกษตรกรได้รับข่าวสารความรู้ด้านการเกษตรจากเจ้าหน้าที่หน่วยงานต่างๆ อยู่ในระดับปานกลาง ความเป็นประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศในประเด็นต่างๆ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ความเหมาะสมของเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับมาก ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่อการเรียนรู้ของเกษตรกรโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความเป็นประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ ต่อการเรียนรู้ของเกษตรกรโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความรู้ความสามารถของตนเองในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศโดยรวมในระดับมาก ความพร้อมในการเรียนรู้ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง 2) สำหรับปัญหาในการเข้าใจและเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่าทั้งเกษตรกรและเจ้าหน้าที่ระบุว่ามีปัญหาการใช้ที่ยุ่งยาก ไม่มีอุปกรณ์ พื้นที่ไม่มีโครงสร้างพื้นฐานที่สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้

กาญจนา เชี่ยววิทย์การ และทศพล คุ่มสุพรรณ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “ความต้องการทางการสื่อสารของผู้รับสารกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ” ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม กลุ่มตัวอย่างคือเยาวชนในภาคเหนือตอนล่าง 4 จังหวัด ได้แก่ ตาก สุโขทัย พิษณุโลก และเพชรบูรณ์ ผลการศึกษาพบว่า เยาวชนต้องการสื่อที่สามารถเข้าถึงได้สะดวกรวดเร็ว โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต เนื่องจากสามารถเลือกดูในสิ่งที่ต้องการได้ทันทีโดยส่วนใหญ่บริโภคเนื้อหาตามความสนใจ จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line และ Skype เป็นต้น การบริโภคเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์ ด้านความบันเทิงเป็นหลัก ข่าวสารส่วนใหญ่ที่บริโภคเป็นข่าวสารเกี่ยวกับวงการบันเทิง และข่าวสาร ทั่วไป ส่วนข่าวสารประเภทการเมือง เศรษฐกิจ การศึกษาเป็นข่าวสารที่นิยมบริโภคน้อยที่สุด ซึ่งจะต้อง ผ่านกระบวนการแปรรูปให้สามารถ ดู ฟัง อ่านได้เข้าใจง่ายและรวดเร็วตามพฤติกรรมการบริโภค ทั้งนี้ เยาวชนให้ความเชื่อถือข้อมูลข่าวสารที่ได้รับผ่านทางวิทยุโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ สูงกว่าสื่อสังคม ออนไลน์ หรือทางเว็บไซต์

สาริตา จันทรอพร และมฤษฎ์ แก้วจินดา (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “ภาวการณ์ปัจจุบันกับการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในวัยรุ่น” กลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา

ตอนปลายในสังกัดคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) เขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,146 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) ร้อยละ 92.8 ของกลุ่มตัวอย่าง 1,146 คน มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Line, Facebook และ Youtube ผ่านโทรศัพท์มือถือเป็นส่วนใหญ่ เพื่อจุดประสงค์ในการพูดคุย แลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน 2) การให้คำปรึกษาแบบกลุ่มโดยเน้นความจริงสามารถพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ดีขึ้นได้ 3) นักเรียนที่เข้าร่วมการปรึกษาแบบกลุ่มโดยเน้นความจริง มีแนวโน้มที่จะพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ดีกว่านักเรียนกลุ่มควบคุม

7.5 การพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่

Egwu and Emeka Williams (2016) กล่าวว่า ผลสำเร็จของการดำเนินงานถูกกำหนดโดยความสามารถของการสื่อสารแนวคิดที่ดีไปสู่เกษตรกร การสื่อสารตามหลัก SMCR และการแพร่กระจายโมเดลเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการตรวจสอบและชี้วัดประสิทธิภาพของกิจกรรมพิเศษต่างๆ

Brin et al. (2001) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมที่สำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาการเกษตรและการผลิตอาหาร เกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและมีสติ เพื่อช่วยให้เกษตรกรสามารถแสดงความคิดเห็นและเกิดการตัดสินใจที่ดี

Supadhiloke (2008) ศึกษาพบว่า กระบวนการสื่อสารอย่างเป็นระบบของทั้งสองชุมชน สามารถนำไปใช้ในการเสริมอำนาจของคนในท้องถิ่น ในการพัฒนาทักษะเพื่อการพึ่งพาตนเอง เพื่อเสริมสร้างแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ให้บรรลุเป้าหมายในระดับท้องถิ่น ระดับชุมชน ระดับชาติ และระดับภูมิภาค

สรุปได้ว่า งานวิจัยในประเทศไทย เป็นงานวิจัยที่ใช้แนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล เพื่อนำไปสังเคราะห์และประยุกต์ใช้การวิจัยของการพัฒนาในขั้นตอนการดำเนินวิจัยเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ การปฏิบัติ (KAP) และปัจจัยที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปสังเคราะห์ประยุกต์ใช้ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยได้ นำไปกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย เรื่อง โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ดังนี้

1. การศึกษาบริบท สภาพปัญหาและความต้องการการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ แนวคิดเกี่ยวกับสื่อ และแนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่

2. การศึกษาสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ได้แก่ การใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย และบริบท สภาพปัญหาและความต้องการการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

3. การศึกษาความรู้ ทักษะ การปฏิบัติ และปัจจัยที่สัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ของประเทศไทย ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ การปฏิบัติ (KAP) ของเกษตรกรเกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่

4. การวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ของประเทศไทย ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลเพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์

5. การพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ของประเทศไทย ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลเพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ประกอบด้วยการใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มาผสมกันในการทำวิจัยครั้งนี้เพื่อมุ่งเน้นค้นหาโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการสื่อสารและผลผลิตทางเศรษฐกิจของกุ้งทะเล โดยการวิจัยเชิงคุณภาพกระทำโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 15 คน เพื่อสำรวจตัวแปรที่เป็นองค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย และใช้เป็นข้อมูลในการสร้างแบบสัมภาษณ์สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งการวิจัยเชิงปริมาณจะใช้แบบสัมภาษณ์ (Questionnaire) ที่พัฒนาขึ้นจากแบบสัมภาษณ์ในการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสอบถามเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 276 คน เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาเป็นการโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินงานวิจัยเกี่ยวกับ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวิธีการดำเนินการวิจัย โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการเป็น 4 ขั้นตอนตามวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ชั้นที่ 1 การศึกษาบริบท สภาพปัญหา และความต้องการ การส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

1.1.1 ประชากร คือ ผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการให้ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดล ที่เป็นผู้ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล

1.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัย คือ ผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการให้ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดล จำนวน 15 คน ได้มาโดยเลือกแบบเจาะจง (Purposive Method) ได้แก่

- 1) นักวิชาการผู้ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญด้านการเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 2 คน
- 2) เกษตรกรที่มีประสบการณ์และมีความรู้ด้านการเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 4 คน
- 3) ผู้แทนองค์กรเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 4 คน
- 4) ผู้ประกอบการค้าปัจจัยการผลิตสัตว์น้ำ จำนวน 2 คน
- 5) ผู้แทนเจ้าหน้าที่กรมประมง จำนวน 3 คน

1.2 ชั้นที่ 2 การศึกษาสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย และชั้นที่ 3 การศึกษาความรู้ ทักษะ ทักษะ การปฏิบัติ และปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย โดยทั้ง 2 ชั้นมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างเดียวกัน ดังนี้

1.2.1 ประชากร คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย จำนวน 40,983 ราย จากฐานข้อมูลการขึ้นทะเบียนเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของกรมประมง พ.ศ.2565 (ข้อมูล ณ วันที่ 10 มกราคม 2566)

1.2.2 กลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย โดยใช้การคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967 อ้างถึงใน ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2549 น. 47) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยใช้ความคลาดเคลื่อนในการสุ่ม 0.06 และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของเกษตรกรในแต่ละภาค ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นจากการสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดเป็น .06

$$\text{ดังนั้น } n = \frac{40,983}{1 + 40,983 (.06)^2} = 276 \text{ คน}$$

ดังนั้นจึงใช้ขนาดตัวอย่างที่จะทำการศึกษาทั้งหมด รวม 276 คน ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ลำดับ	เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งในแต่ละภาค	จำนวนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
1.	ภาคตะวันออก	14,916	100
2.	ภาคกลาง	17,179	116
3.	ภาคใต้ตอนบน	2,332	16
4.	ภาคใต้ตอนล่างฝั่งอันดามัน	1,831	12
5.	ภาคใต้ตอนล่างฝั่งอ่าวไทย	4,672	31
6.	ภาคตะวันออกเชิงเหือ	53	1
	รวม	40,983	276

1.3 ชั้นที่ 4 การวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

1.3.1 ประชากร คือ ผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการให้ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดล ที่เป็นผู้ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเลในพื้นที่

1.3.2 กลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการให้ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดล จำนวน 15 คน ได้มาโดยเลือกแบบเจาะจง (purposive method) ได้แก่

- 1) นักวิชาการผู้ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญด้านการเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 4 คน

- 2) เกษตรกรที่มีประสบการณ์และมีความรู้ด้านการเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 4 คน
- 3) ผู้แทนองค์กรเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 3 คน
- 4) ผู้ประกอบการค้าปัจจัยการผลิตสัตว์น้ำ จำนวน 2 คน
- 5) เจ้าหน้าที่กรมประมง จำนวน 2 คน

1.4 ชั้นที่ 5 การพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

1.4.1 การพัฒนาโมเดล

1) ประชากร คือ ผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการพัฒนาและประเมินโมเดล ซึ่งเป็นผู้มีความรู้และเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ประกอบด้วย ผู้ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญด้านการเลี้ยงกุ้งทะเล ตัวแทนองค์กรเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ผู้ประกอบการค้าปัจจัยการผลิตสัตว์น้ำ เจ้าหน้าที่กรมประมง ตัวแทนเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล และผู้แทนสื่อ

2) กลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัย คือ ผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการพัฒนาและประเมินโมเดล จำนวน 12 คน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (purposive method) ดังนี้

- (1) ผู้ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญด้านการเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 2 คน
- (2) ตัวแทนองค์กรเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 2 คน
- (3) ผู้ประกอบการค้าปัจจัยการผลิตสัตว์น้ำในพื้นที่ จำนวน 2 คน
- (4) เจ้าหน้าที่กรมประมงผู้ปฏิบัติตามนโยบายในพื้นที่ จำนวน 2 คน
- (5) ตัวแทนเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 2 คน
- (6) ผู้แทนสื่อ ผู้มีความรู้และประสบการณ์ในการทำสื่อเพื่อการเลี้ยงกุ้งทะเล

จำนวน 2 คน

1.4.2 การประเมินโมเดล

1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการพัฒนาและประเมินโมเดล และตัวแทนเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลที่ประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยไปใช้ ซึ่งมีความรู้และเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล

2) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ ผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการพัฒนาและประเมินโมเดลและหรือตัวแทนเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลที่เกี่ยวข้องกับการประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive method) จำนวน 52 คน ดังนี้

- (1) ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นนักวิชาการผู้มีความรู้ด้านการเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน

12 คน

(2) ตัวแทนเกษตรกรผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประเมินโมเดลการใช้สื่อนี้ใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยไปใช้ จากทหภาคฯ ละ 6-7 คนรวมจำนวน 40 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ชั้นที่ 1 การศึกษาบริบท สภาพปัญหา และความต้องการ การส่งเสริมการใช้สื่อนี้ใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีการดำเนินการ ประกอบด้วย

1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการให้ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดล โดยมีตัวแปรในการศึกษา ได้แก่ บริบท สภาพปัญหาและความต้องการ การใช้สื่อนี้ใหม่ เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

2) การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาคุณวุฒิเพื่อพิจารณาความถูกต้องในด้านโครงสร้างและเนื้อหา

3) การนำแบบสัมภาษณ์ไปเก็บข้อมูล ไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการให้ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดล จำนวน 15 คน ได้แก่ นักวิชาการผู้ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญด้านการเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 2 คน เกษตรกรที่มีประสบการณ์และมีความรู้ด้านการเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 4 คน ผู้แทนองค์กรเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 4 คน ผู้ประกอบการค้าปัจจัยการผลิตสัตว์น้ำ จำนวน 2 คน ผู้แทนเจ้าหน้าที่กรมประมง จำนวน 3 คน

2.2 ชั้นที่ 2 การศึกษาสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อนี้และสื่อนี้ใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อนี้ใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย และ ชั้นที่ 3 การศึกษาความรู้ ทักษะ การปฏิบัติ และปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ในการใช้สื่อนี้ใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

การศึกษาทั้ง 2 ขั้นตอน ผู้วิจัยได้ออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นชุดเดียวกัน ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เกษตรกร ที่เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview) แบ่งออกเป็น 5 ตอน โดยแบบสัมภาษณ์ตอนที่ 1-3 ใช้สำหรับการศึกษา ชั้นที่ 2 การศึกษาสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อนี้และสื่อนี้ใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อนี้ใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย และแบบสัมภาษณ์

ตอนที่ 4-5 ใช้สำหรับการศึกษา ชั้นที่ 3 ความรู้ ทักษะ การปฏิบัติและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ของประเทศไทย ดังนี้

2.2.1 ลักษณะของเครื่องมือ ประกอบด้วยข้อคำถาม 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกร ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list) ได้แก่

1) **สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล** ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และประสบการณ์เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล

2) **สภาพเศรษฐกิจ** ประกอบด้วย อาชีพหลัก อาชีพรอง รายได้เฉลี่ยต่อปี แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการเลี้ยงกุ้ง

3) **สภาพสังคม** ประกอบด้วย การเป็นสมาชิกกลุ่ม/สถาบันเกษตรกร และ ตำแหน่งทางสังคม

ตอนที่ 2 การใช้สื่อและสื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ของประเทศไทย ได้แก่ การใช้สื่อและสื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ของประเทศไทย การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์จากสื่อ และความถี่ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ มีลักษณะเป็นแบบตอบสั้น

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ได้แก่ ผู้ส่งสาร (S) ข้อมูลข่าวสาร (M) ช่องทางการสื่อสาร (C) และผู้รับ (R) ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- 1 หมายถึง มีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ในระดับน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง มีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ในระดับน้อย
- 3 หมายถึง มีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ในระดับปานกลาง
- 4 หมายถึง มีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ในระดับมาก
- 5 หมายถึง มีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ในระดับมากที่สุด

ตอนที่ 4 ความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ของประเทศไทย ได้แก่

1) **ความรู้ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์** ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (S) ข้อมูลข่าวสาร (M) ช่องทางการสื่อสาร (C) และผู้รับ (R) เป็นคำถามแบบ 2 ตัวเลือก คือ ถูก และผิด และใช้เกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คำตอบ

คะแนน

ถูก

1

ผิด

0

2) *ทัศนคติในการใช้สื่อใหม่* เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (S) ข้อมูลข่าวสาร (M) ช่องทางการสื่อสาร (C) และผู้รับ (R) ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของลิเคอร์ท (Likert)

1	หมายถึง	ทัศนคติเห็นด้วยน้อยที่สุด
2	หมายถึง	ทัศนคติเห็นด้วยน้อย
3	หมายถึง	ทัศนคติเห็นด้วยปานกลาง
4	หมายถึง	ทัศนคติเห็นด้วยมาก
5	หมายถึง	ทัศนคติเห็นด้วยมากที่สุด

3) *การปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่* เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (S) ข้อมูลข่าวสาร (M) ช่องทางการสื่อสาร (C) และผู้รับ (R) เป็นคำถามแบบ 2 ตัวเลือก คือ ปฏิบัติ และไม่ปฏิบัติ และใช้เกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คำตอบ	คะแนน
ปฏิบัติ	1
ไม่ปฏิบัติ	0

ตอนที่ 5 แบบสัมภาษณ์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่ เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ สามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 สื่อในแต่ละข้อ

2.2.2 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีการดำเนินการประกอบด้วย

1) *ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง* และนำผลจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ จากขั้นตอนที่ 1 มาประกอบการยกร่างแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล

2) *นำร่างแบบสัมภาษณ์เสนออาจารย์ที่ปรึกษาฯ วิทยานิพนธ์* เพื่อความถูกต้องในด้านโครงสร้างและเนื้อหา

3) *แก้ไขปรับปรุงแบบสัมภาษณ์* ตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์

4) *ส่งแบบสัมภาษณ์ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเนื้อหาและภาษาที่ใช้* และหาค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยมีวิธีการดังนี้

ไพบุรณ์ คะเซนทรพรรค์ (2557, น. 42 - 43) การตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาโดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน หรืออย่างน้อย 3 คน เป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา การตรวจสอบความตรงของเนื้อหา นั้น ผู้เชี่ยวชาญจะตรวจสอบด้วยการเปรียบเทียบข้อความกับ

เนื้อหาที่จะวัด โดยที่ผู้วิจัยจัดทำแบบฟอร์มให้ผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็นต่อข้อคำถามแต่ละข้อ โดยกำหนดคะแนนผลการพิจารณา ดังนี้

(1) นำแบบสัมภาษณ์กับวัตถุประสงค์ที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เสนอผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 คน เพื่อพิจารณาว่าแบบสัมภาษณ์สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่ โดยกำหนดคะแนนความเห็น ดังนี้

+1 หมายถึง แนใจว่าแบบสัมภาษณ์สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

0 หมายถึง ไม่น่าใจว่าแบบสัมภาษณ์สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

-1 หมายถึง แนใจว่าแบบสัมภาษณ์ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

(2) นำคะแนนผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คนมาคำนวณจากสูตรดังนี้

เมื่อ IOC แทน แบบวัดความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามปฏิบัติการ

แทน ผลบวกของคะแนนผู้เชี่ยวชาญ

n แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา เท่ากับ 1.00 ทุกตอน

เกณฑ์ 1. ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้

2. ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

และคัดเลือกแบบสัมภาษณ์ที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป โดยแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นมีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 1.00 แสดงว่าข้อคำถามนั้นวัดตรงกับเนื้อหาที่กำหนด สามารถนำข้อคำถามนั้นไปใช้ได้ จากร่างแบบสัมภาษณ์ จำนวน 66 ข้อ ได้แบบสัมภาษณ์ทั้งหมด จำนวน 60 ข้อ โดยอารยา องค์กรเยี่ยม และพงศธราร วิจิตเวชไพศาล (2561, น. 42) แนะนำว่าโดยทั่วไปแล้วค่าความเชื่อมั่นได้ของแบบสัมภาษณ์ควรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.7 หมายความว่า แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นสำหรับงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ จากการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 15 ท่าน ได้ค่า IOC เกิน 0.75 ทุกประเด็น

5) นำแบบสัมภาษณ์เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แล้วแก้ไขปรับปรุง

6) นำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองใช้ (try-out) กับกลุ่มตัวอย่างได้แก่ กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ รวมจำนวน 30 คน และหาค่าความเที่ยงหรือค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) (alpha coefficient) ตามวิธีของครอนบาช (Cronbach) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาซึ่งมีสูตร

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t} \right)$$

โดย α หมายถึง ค่าความเที่ยงของเครื่องมือวัด

K หมายถึง จำนวนข้อคำถาม

S_i^2 หมายถึง ค่าความแปรปรวนของแต่ละข้อคำถาม

S_t^2 หมายถึง ค่าความแปรปรวนทั้งฉบับ

จากการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อหาความเที่ยง ตามวิธีการของ Cronbach's Alpha โดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ได้ค่าความเที่ยงของแบบสัมภาษณ์ดังนี้ ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.861 สำหรับเกณฑ์ความเที่ยงของเครื่องมือวิจัย ควรมีความสูงกว่า 0.70 จึงจะถือว่าเครื่องมือวิจัยนั้นมีผลการวัดที่มีความเที่ยงและน่าเชื่อถือได้ (ไพบุรณ์ คณะเศรษฐพรรค์ , 2561)

2.3 ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกึ่งทะเลของประเทศไทย

2.4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการให้ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดล

2.4.2 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีการดำเนินการ ประกอบด้วย

- 1) ยกร่างแบบสัมภาษณ์
- 2) นำแบบสัมภาษณ์เสนออาจารย์ที่ปรึกษาคณะศึกษานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา
- 3) ปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
- 4) นำแบบสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการให้ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดล แล้วนำผลการสัมภาษณ์มาทำการการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและสรุปผล
- 5) นำผลการศึกษามาประกอบการสร้างแบบสัมภาษณ์ในขั้นตอนต่อไป เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อรับข้อเสนอแนะและปรับปรุง

2.5 ขั้นที่ 5 การพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกึ่งทะเลของประเทศไทย

2.5.1 การพัฒนาโมเดล

1) **เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล** ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการพัฒนาและประเมินโมเดล

2) **การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีการดำเนินการ** ประกอบด้วย

- (1) ยกร่างแบบสัมภาษณ์
- (2) นำแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเสนออาจารย์ที่ปรึกษาฯ อนุมัติ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา
- (3) ปรับปรุงแบบสัมภาษณ์เชิงลึกตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
- (4) นำผลการศึกษามาประกอบการสร้างแบบสัมภาษณ์ในขั้นตอนต่อไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อรับข้อเสนอแนะและปรับปรุง

2.5.2 การประเมินโมเดล

โดยใช้แบบประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ของประเทศไทย ประกอบด้วยประเด็นการประเมินประสิทธิภาพที่มีความสอดคล้องกับรายละเอียดของโมเดล 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเหมาะสม ด้านความเป็นไปได้ในทางการนำไปปฏิบัติ และด้านความเป็นประโยชน์

1) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบประเมินสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ ของโมเดลการใช้สื่อใหม่ เพื่อการพัฒนากลยุทธ์ของประเทศไทย มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list) แบ่งออกเป็น

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list)

ตอนที่ 2 แบบประเมินรูปแบบการใช้สื่อใหม่เพื่อการพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list) เกี่ยวกับความคิดเห็น เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

2) การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีการดำเนินการประกอบด้วย

- (1) ยกร่างแบบประเมินรูปแบบการใช้สื่อใหม่เพื่อการพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย
- (2) นำร่างแบบประเมินโมเดลเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาความถูกต้องและให้คำแนะนำและปรับปรุงแก้ไข
- (3) ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
- (4) นำแบบสัมภาษณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูล

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ชั้นที่ 1 การศึกษาบริบท สภาพปัญหาและความต้องการการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการให้ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยได้กำหนด วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

- 1) กำหนดช่วงเวลาในการเก็บข้อมูล กำหนดแผนการเก็บรวบรวมข้อมูล และเก็บข้อมูลตามแผน
- 2) เตรียมเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เตรียมแบบสัมภาษณ์ เพียงพอต่อการใช้ในแต่ละครั้งตามแผน
- 3) การจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่ต้องใช้เพื่อการสัมภาษณ์และการเดินทาง เช่น ดินสอ ปากกา กระดาษช่วยจดบันทึก แบบสัมภาษณ์ และยานพาหนะ
- 4) การประสานงานโดยการประสานผ่านทางโทรศัพท์ถึงผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการให้ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดล ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล เพื่อแจ้งวัตถุประสงค์ของการศึกษา และความจำเป็นในการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ โดยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ไปถึงผู้ทรงคุณวุฒิ ก่อนล่วงหน้า 1 สัปดาห์ และก่อนลงพื้นที่ 1 วัน โทรนัดหมายกับผู้ทรงคุณวุฒิ อีกครั้ง
- 5) ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการให้ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดล มีขั้นตอน ดังนี้
 - (1) แนะนำตัวผู้เก็บข้อมูล โดยแนะนำชื่อ นามสกุล และแจ้งว่าเป็นนักศึกษา ระดับปริญญาเอก ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย สอบถามพูดคุยกับผู้ให้สัมภาษณ์ ประมาณ 3-5 นาที ก่อนสัมภาษณ์ เพื่อเป็นการสร้างความคุ้นเคยกับผู้ตอบแบบสัมภาษณ์
 - (2) ชี้แจงวัตถุประสงค์ ของการศึกษาวิจัย เรื่อง โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยครั้งนี้ เพื่อศึกษาบริบท สภาพปัญหาและความต้องการ การใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย
 - (3) เริ่มดำเนินการสัมภาษณ์ โดยผู้ศึกษาวิจัยสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นรายบุคคล ครั้งละ 1 คน ใช้ระยะเวลาในการสัมภาษณ์คนละ 20 นาที

7) เมื่อสัมภาษณ์ ครบทุกคนแล้วผู้ศึกษาวิจัยทบทวนความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลว่าครบถ้วนถูกต้อง สมบูรณ์

8) กล่าวขอบคุณ ผู้ศึกษาวิจัยกล่าวขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิ พร้อมมอบของที่ระลึกกับ ผู้ให้ข้อมูลในแบบสัมภาษณ์ หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินการเก็บข้อมูล

9) รวบรวม ตรวจสอบจำนวน ความถูกต้องครบถ้วน และสรุปแบบสัมภาษณ์

3.2 ขั้นที่ 2 ศึกษาสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกึ่งทะเลของประเทศไทย และขั้นที่ 3 การศึกษาถึงความรู้ ทักษะ การปฏิบัติและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกึ่งทะเลของประเทศไทย

ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เกษตรกรด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยได้กำหนด วิธีดำเนินการ เก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) **แนะนำตัวผู้เก็บข้อมูล** โดยแนะนำชื่อ นามสกุล และแจ้งว่าเป็นนักศึกษาระดับปริญญาเอก ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกึ่งทะเลของประเทศไทย สอบถามพูดคุยกับผู้ให้สัมภาษณ์ ประมาณ 3-5 นาที ก่อนสัมภาษณ์ เพื่อเป็นการสร้างความคุ้นเคยกับผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

2) **ชี้แจงวัตถุประสงค์** ของการศึกษาวิจัย เรื่อง โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกึ่งทะเลของประเทศไทย เพื่อศึกษาถึงสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและ สื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกึ่งทะเลของประเทศไทย เพื่อศึกษาความรู้ ทักษะ การปฏิบัติ และปัจจัยที่สัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกึ่งทะเลของประเทศไทย

3) **เริ่มดำเนินการสัมภาษณ์** โดยผู้ศึกษาวิจัยสัมภาษณ์เกษตรกรเป็นรายบุคคลครั้งละ 1 คน ใช้ระยะเวลาในการสัมภาษณ์คนละ 20 นาที

4) เมื่อสัมภาษณ์ ครบทุกคนแล้วผู้ศึกษาวิจัยทบทวนความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลว่าครบถ้วนถูกต้อง สมบูรณ์

5) กล่าวขอบคุณ ผู้ศึกษาวิจัยกล่าวขอบคุณเกษตรกร

6) รวบรวม ตรวจสอบจำนวน ความถูกต้องครบถ้วน และสรุปแบบสัมภาษณ์

7) นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้ จำนวน 276 ฉบับ ตรวจสอบความเรียบร้อย แล้วนำไปวิเคราะห์ต่อไป

3.3 ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อ การส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกึ่งทะเลของประเทศไทย

ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการให้ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยได้กำหนด วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

- 1) กำหนดช่วงเวลาในการเก็บข้อมูล กำหนดแผนการเก็บรวบรวมข้อมูล และเก็บข้อมูลตามแผน
- 2) เตรียมเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เตรียมแบบสัมภาษณ์ เพียงพอต่อการใช้ในแต่ละครั้งตามแผน
- 3) การจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่ต้องใช้เพื่อการสัมภาษณ์และการเดินทาง เช่น ดินสอ ปากกา กระดาษช่วยจดบันทึก แบบสัมภาษณ์ และยานพาหนะ
- 4) การประสานงานโดยการประสานผ่านทางโทรศัพท์ถึงผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการให้ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดล ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเลี้ยงกึ่งทะเล เพื่อแจ้งวัตถุประสงค์ของการศึกษา และความจำเป็นในการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ โดยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ไปถึงผู้ทรงคุณวุฒิ ก่อนล่วงหน้า 1 สัปดาห์ และก่อนลงพื้นที่ 1 วัน โทรนัดหมายกับผู้ทรงคุณวุฒิ อีกครั้ง
- 5) ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ มีขั้นตอน ดังนี้
 - (1) แนะนำตัวผู้เก็บข้อมูล โดยแนะนำชื่อ นามสกุล และแจ้งว่าเป็นนักศึกษา ระดับปริญญาเอก ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกึ่งทะเลของประเทศไทย สอบถามพูดคุยกับผู้ให้สัมภาษณ์ ประมาณ 3-5 นาที ก่อนสัมภาษณ์ เพื่อเป็นการสร้างความคุ้นเคยกับผู้ตอบแบบสัมภาษณ์
 - (2) ชี้แจงวัตถุประสงค์ ของการศึกษาวิจัย และ เริ่มดำเนินการสัมภาษณ์ โดยผู้ศึกษาวิจัยสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นรายบุคคลครั้งละ 1 คน ใช้ระยะเวลาในการสัมภาษณ์คนละ 10 นาที
- 6) เมื่อสัมภาษณ์ ครบทุกคนแล้วผู้ศึกษาวิจัยทบทวนความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลว่าครบถ้วนถูกต้อง สมบูรณ์
- 7) กล่าวขอบคุณ ผู้ศึกษาวิจัยกล่าวขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิ พร้อมมอบของที่ระลึกกับผู้ให้ข้อมูลในแบบสัมภาษณ์ หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องข้องในการดำเนินการเก็บข้อมูล
- 8) รวบรวม ตรวจสอบจำนวน ความถูกต้องครบถ้วน และสรุปแบบสัมภาษณ์

3.4 ชั้นที่ 5 การพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและ พัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

3.4.1 การพัฒนาโมเดล

ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการพัฒนาโมเดล ด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยได้กำหนด วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

- 1) กำหนดช่วงเวลาในการเก็บข้อมูล กำหนดแผนการเก็บรวบรวมข้อมูล และเก็บข้อมูลตามแผน
- 2) เตรียมเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เตรียมแบบสัมภาษณ์ เพียงพอต่อการใช้ในแต่ละครั้งตามแผน
- 3) การจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่ต้องใช้เพื่อการสัมภาษณ์และการเดินทาง เช่น ดินสอ ปากกา กระดาษช่วยจดบันทึก แบบสัมภาษณ์ และยานพาหนะ
- 4) การประสานงานโดยการประสานผ่านทางโทรศัพท์ถึงผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการพัฒนาและประเมินโมเดล ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล เพื่อแจ้งวัตถุประสงค์ของการศึกษา และความจำเป็นในการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ โดยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ไปถึงผู้ทรงคุณวุฒิ ก่อนล่วงหน้า 1 สัปดาห์ และก่อนลงพื้นที่ 1 วัน โทรนัดหมายกับผู้ทรงคุณวุฒิ อีกครั้ง
- 5) ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ มีขั้นตอน ดังนี้
 - (1) แนะนำตัวผู้เก็บข้อมูล โดยแนะนำชื่อ นามสกุล และแจ้งว่าเป็น นักศึกษาระดับปริญญาเอก ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ผู้วิจัยสอบถามพูดคุยกับผู้ทรงคุณวุฒิ ประมาณ 3-5 นาที ก่อนสัมภาษณ์ เพื่อเป็นการสร้างความคุ้นเคยกับผู้ทรงคุณวุฒิ
 - (2) ชี้แจงวัตถุประสงค์ ของการศึกษาวิจัย และ เริ่มดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้สัมภาษณ์เป็นรายบุคคลครั้งละ 1 คน ใช้ระยะเวลาในการสัมภาษณ์คนละ 15 นาที
- 6) ทบทวนความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของข้อมูล เมื่อสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเสร็จแล้วผู้ศึกษาวิจัยทบทวนความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลว่าครบถ้วนถูกต้อง สมบูรณ์
- 7) กล่าวขอบคุณ ผู้ศึกษาวิจัยกล่าวขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิ พร้อมมอบของที่ระลึกกับผู้ให้ข้อมูลในแบบสัมภาษณ์ หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินการเก็บข้อมูล
- 8) รวบรวม ตรวจสอบนับจำนวน ความถูกต้องครบถ้วน และสรุปแบบสัมภาษณ์

3.4.2 การประเมินโมเดล

- 1) การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการโดยการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการพัฒนาโมเดล และเกษตรกรเป็นรายบุคคล ครั้งละ 1 คน ใช้เวลาในการสัมภาษณ์คนละ 20 นาที
- 2) ทบทวนความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของข้อมูล เมื่อสัมภาษณ์ ครบทุกคน แล้วผู้ศึกษาวิจัยทบทวนความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลว่าครบถ้วน ถูกต้อง สมบูรณ์ ผู้ศึกษาวิจัยกล่าวขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการพัฒนาโมเดลเกษตรกร
- 3) ตรวจสอบความเรียบร้อย นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้ จำนวน 52 ฉบับ ตรวจสอบความเรียบร้อย แล้วนำไปวิเคราะห์ต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ขั้นที่ 1 การศึกษาบริบท สภาพปัญหาและความต้องการการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และวิธีการสังเคราะห์เนื้อหา (synthetic methods content) เพื่อให้ทราบถึงบริบท สภาพปัญหาและความต้องการ การใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล

4.2 ขั้นที่ 2 การศึกษาสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

1. แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage)
2. แบบสัมภาษณ์การใช้สื่อและสื่อใหม่ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage)
3. แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย (arithmetic mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป มีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ระดับความเกี่ยวข้องอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ระดับความเกี่ยวข้องอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ระดับความเกี่ยวข้องอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ระดับความเกี่ยวข้องอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ระดับความเกี่ยวข้องอยู่ในระดับมากที่สุด

4.3 ขั้นที่ 3 การศึกษาถึงความรู้ ทักษะ การปฏิบัติและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ของประเทศไทย

1. แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage)

2. แบบสัมภาษณ์ระดับความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติ (KAP) และปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ของประเทศไทย

2.1) ความรู้ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ใช้เกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คำตอบ	คะแนน
ถูก	1
ผิด	0

2.2) ทักษะในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย (arithmetic mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป มีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ทักษะเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ทักษะเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ทักษะเห็นด้วยในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ทักษะเห็นด้วยในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ทักษะเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด

2.3) การปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ใช้เกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คำตอบ	คะแนน
ปฏิบัติ	1
ไม่ปฏิบัติ	0

3. แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ของประเทศไทย ลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ สามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 สื่อในแต่ละข้อ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage)

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่สัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย การวิเคราะห์สมมติฐาน ดังนี้

1) สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกร อย่างน้อย 1 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล

2) สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกร อย่างน้อย 1 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล

3) สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกร อย่างน้อย 1 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล

โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุ (multiple regression analysis) ซึ่งเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (X) ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไปที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม (Y) ในการวิจัยนี้ใช้วิธีการคัดเลือกแบบนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (enter method) ในการคัดเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอย ถือว่าตัวแปรอิสระทุกตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม จึงนำตัวแปรอิสระทุกตัวเข้าระบบสมการพร้อมๆ กันในที่เดียว

การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณจะเป็นการพยากรณ์หาค่าสัมประสิทธิ์ α และ β_1 จากค่าสถิติ a และ b ที่ได้จากการคำนวณโดยกลุ่มตัวอย่าง โดยหลักการวิเคราะห์ คือ ค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้จะต้องเป็นค่าสัมประสิทธิ์ที่ทำให้สมการดังกล่าว มีค่าความคลาดเคลื่อนกำลังสองรวมกันน้อยที่สุด (Ordinary Least Square : OLS)

สมการถดถอยเชิงพหุของประชากร

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \epsilon$$

สมการถดถอยเชิงพหุของกลุ่มตัวอย่าง

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_k X_k$$

โดยที่ X คือ ตัวแปรอิสระ

Y คือ ตัวแปรตาม

k คือ จำนวนตัวแปรอิสระ

เมื่อ α และ a เป็นจุดตัดแกน Y ของสมการถดถอย หรือ ค่าของ Y เมื่อให้ตัวแปรอิสระทั้งหมดมีค่าเท่ากับศูนย์

ส่วน β และ b เป็นสัมประสิทธิ์ถดถอย (partial regression coefficient) ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว ซึ่งหมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม (Y) เมื่อตัวแปรอิสระนั้น เปลี่ยนไป 1 หน่วย โดยตัวแปรอิสระตัวอื่นมีค่าคงที่ โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ a และ b สามารถคำนวณได้จากสูตรดังนี้

$$a = Y - b_1X_1 - b_2X_2 - \dots - b_kX_k$$

$$b_i = \frac{\sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

การวิเคราะห์ถดถอยพหุ มีเงื่อนไขที่สำคัญ ดังนี้

1. ความผิดพลาด (error) ต้องเป็นตัวแปรสุ่ม และมีการแจกแจงแบบโค้งปกติ
2. ความแปรปรวนของตัวแปรตาม (Y) ในทุกค่าของตัวแปรอิสระ (X) จะต้องเท่ากัน
3. ค่าความผิดพลาดของตัวแปรตาม (Y) แต่ละค่าเป็นอิสระกัน
4. ตัวแปรอิสระที่นำมาวิเคราะห์จะต้องเป็นอิสระกัน

การวิเคราะห์ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ซึ่งมีสมการพยากรณ์ ดังนี้

สมการ

$$Y_i = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + b_9X_9 + b_{10}X_{10} + b_{11}X_{11} + b_{12}X_{12} + b_{13}X_{13} + b_{14}X_{14}$$

เมื่อ

$$Y_1 = \text{ความรู้ของเกษตรกรในการใช้สื่อใหม่}$$

$$Y_2 = \text{ทัศนคติของเกษตรกรในการใช้สื่อใหม่}$$

$$Y_3 = \text{การปฏิบัติของเกษตรกรในการใช้สื่อใหม่}$$

$$a = \text{ค่าคงที่}$$

$b_1 \dots b_{16}$ = ค่าสัมประสิทธิ์ของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับตัวแปรตามเมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่นที่มีอยู่ในสมการที่คงที่แล้ว

$$x_1 = \text{เพศ (ชาย และหญิง)}$$

$$x_2 = \text{อายุ (ปี)}$$

$$x_3 = \text{ระดับการศึกษา (ต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี)}$$

$$x_4 = \text{สมาชิกในครัวเรือน (คน)}$$

$$x_5 = \text{ประสบการณ์ (ปี)}$$

- x_6 = รายได้ในจากการเลี้ยงกุ้ง (บาทต่อปี)
- x_7 = การเป็นสมาชิกกลุ่มและสถาบัน (เป็น และไม่เป็น)
- x_8 = ตำแหน่งทางสังคม (มี และไม่มี)
- x_9 = การใช้สื่อเพจเฟซบุ๊ก (ครั้ง/สัปดาห์)
- x_{10} = การใช้สื่ออีบุ๊ก (ครั้ง/สัปดาห์)
- x_{11} = การใช้สื่อยูทูป (ครั้ง/สัปดาห์)
- x_{12} = การใช้สื่อไลน์ (ครั้ง/สัปดาห์)
- x_{13} = การใช้สื่อเว็บไซต์ (ครั้ง/สัปดาห์)
- x_{14} = การใช้สื่อแอปพลิเคชัน (ครั้ง/สัปดาห์)

4.4 ชั้นที่ 4 การวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และวิธีการสังเคราะห์เนื้อหา (synthetic methods content) เพื่อให้ได้ องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

4.5 ชั้นที่ 5 การพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

4.5.1 การพัฒนาโมเดล

การจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และวิธีการสังเคราะห์เนื้อหา (synthetic methods content) เพื่อให้ได้โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

4.5.2 การประเมินโมเดล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลในตอนต้นที่ 1, 2, 3 โดยวิธีการใช้สถิติพรรณนา และโดยวิธีการสังเคราะห์เนื้อหา (content analysis) เพื่อยืนยันโมเดล การใช้สื่อสมัยใหม่เพื่อการพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ที่มีความเหมาะสม และความ เป็นไปได้ ความสอดคล้อง และความ เป็นประโยชน์

2) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าสูงสุด (maximum) ค่าต่ำสุด (minimum) ค่าเฉลี่ย (arithmetic mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และการจัดอันดับ (ranking)

ตารางที่ 3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่สัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่
เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

วัตถุประสงค์	แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	ประเด็นใหญ่/ย่อย	แหล่งข้อมูล (ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง การสุ่ม การคัดเลือก)	เครื่องมือ/วิธีการเก็บข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล/สถิติ
1. เพื่อศึกษา บริบท สภาพ ปัญหา และ ความต้องการ การส่งเสริม การใช้สื่อใหม่ เพื่อการ ส่งเสริมและ พัฒนาการ เลี้ยงกุ้งทะเล ของประเทศไทย	- แนวคิดเกี่ยวกับ สื่อใหม่ - ทฤษฎีการสื่อสาร ที่เกี่ยวข้องกับการ พัฒนาการเกษตร อาจสามารถ ยกตัวอย่างได้ ประมาณ 4 ทฤษฎี หลักๆ คือ 1) ทฤษฎีการ สื่อสารเพื่อการ เผยแพร่นวัตกรรม (Innovation Diffusion Theory) 2) ทฤษฎีการ สื่อสารแบบสอง ขั้นตอน (Two Steps Flow of Communication) 3) แนวคิด เกี่ยวกับเครือข่าย การสื่อสาร (Communication Network) และ	1.1 บริบท การส่งเสริม โดยใช้สื่อใหม่ - รูปแบบ เนื้อหา การ ส่งเสริมสื่อ ใหม่ - ประเภท ของสื่อใหม่ที่ เหมาะสม - ช่องทาง และเทคนิค การใช้สื่อใหม่ ของเกษตรกร 1.2 สภาพ ปัญหาการใช้ สื่อใหม่ - ด้านเทคนิค การใช้สื่อใหม่ - ด้านเนื้อหา ของใช้สื่อใหม่ - ด้านรูปแบบ ของสื่อใหม่ - ด้าน ช่องทางการ ใช้สื่อใหม่	-กลุ่มตัวอย่างใน การวิจัย คือ ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 15 คน ได้มาโดยเลือก แบบเจาะจง (Purposive Method) ได้แก่ 1) นักวิชาการผู้ ที่มีความรู้และ เชี่ยวชาญด้าน การเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 2 คน 2) เกษตรกรที่มี ประสบการณ์และ มีความรู้ด้านการ เลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 4 คน 3) ผู้แทนองค์กร เกษตรกรผู้เลี้ยง กุ้งทะเล จำนวน 4 คน 4) ผู้ประกอบการ ค้าปัจจัยการผลิต สัตว์น้ำ จำนวน 2 คน	1.แบบ สัมภาษณ์เชิง ลึก ผู้ทรงคุณวุฒิ สำหรับการให้ ข้อมูลสำหรับ การวิเคราะห์ และ สังเคราะห์ องค์ประกอบ ของโมเดล	1. การ วิเคราะห์เชิง เนื้อหา (Content Analysis)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

วัตถุประสงค์	แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	ประเด็นใหญ่/ย่อย	แหล่งข้อมูล (ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง การสุ่ม การคัดเลือก)	เครื่องมือ/วิธีการเก็บข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล/สถิติ
	4) ทฤษฎีการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร (Information – Seeking) แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อใหม่ แนวคิด ทฤษฎีและหลักการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการเกษตร - แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม	1.3 ความต้องการการใช้สื่อใหม่ - ด้านเทคนิคการใช้สื่อใหม่ - ด้านเนื้อหาของสื่อใหม่ - ด้านรูปแบบของสื่อใหม่ - ด้านช่องทางการใช้สื่อใหม่	5) ผู้แทนเจ้าหน้าที่กรมประมง จำนวน 3 คน		
2. เพื่อศึกษาสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย	1. แนวคิดและทฤษฎีการใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการเกษตร 2. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อ สารสนเทศ 3. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศ ไทย	2.1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ - เพศ - อายุ - ระดับการศึกษา - จำนวนสมาชิกในครัวเรือน - ประสบการณ์ 2.2 สภาพเศรษฐกิจ ได้แก่ - อาชีพหลัก - อาชีพรอง - รายได้ - แหล่งเงินทุน	- ประชากรคือ เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย จำนวน 40,983 ราย - กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย โดยใช้การคำนวณกลุ่มตัวอย่าง	- แบบสัมภาษณ์ เกษตรกรแบบมีโครงสร้าง	- วิเคราะห์โดยใช้สถิติ 1. ค่าความถี่ (Frequency) 2. ค่าร้อยละ (Percentage) 3. หาค่าเฉลี่ย (Mean) 4. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

วัตถุประสงค์	แนวคิด ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	ประเด็นใหญ่/ย่อย	แหล่งข้อมูล (ประชากร/กลุ่ม ตัวอย่าง การสุ่ม การคัดเลือก)	เครื่องมือ/ วิธีการเก็บ ข้อมูล	การวิเคราะห์ ข้อมูล/สถิติ
		2.3 สภาพสังคม ได้แก่ - การเป็นสมาชิกกลุ่ม และสถาบัน - ตำแหน่งทางสังคม	จากสูตรของ ทา โร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967 อ้างอิงใน ธานินทร์ ศิลป์ จารุ, 2549 น.		
		2.4 การใช้สื่อและสื่อ ใหม่	47) ที่ระดับความ		
		2.5 ความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยที่ เกี่ยวข้องในการใช้สื่อ ใหม่	เชื่อมั่น 95 % โดยใช้ความ คลาดเคลื่อนใน การสุ่ม 0.06 และใช้วิธีการ เลือกกลุ่ม ตัวอย่างแบบ เจาะจง (Purposive Method) จำนวน 276 คน		

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

วัตถุประสงค์	แนวคิด ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	ประเด็นใหญ่/ย่อย	แหล่งข้อมูล (ประชากร/กลุ่ม ตัวอย่าง การสุ่ม การคัดเลือก)	เครื่องมือ/ วิธีการเก็บ ข้อมูล	การวิเคราะห์ ข้อมูล/สถิติ
3. เพื่อศึกษา ความรู้ ทัศนคติ การ ปฏิบัติและ ปัจจัยที่ เกี่ยวข้อง ใน การใช้สื่อใหม่ เพื่อการ ส่งเสริมและ พัฒนาการเลี้ยง กุ้งทะเลของ ประเทศไทย	- แนวคิด เกี่ยวกับ ความรู้ ทัศนคติ และ พฤติกรรม	1.ความรู้ในการใช้สื่อ ใหม่เพื่อการส่งเสริม และพัฒนาการเลี้ยง กุ้งทะเล 1.1 ความรู้ด้าน เทคนิคการใช้สื่อใหม่ 1.2 ความรู้ด้าน เนื้อหาของสื่อใหม่ 1.3 ความรู้ด้าน รูปแบบของสื่อใหม่ 1.4 ความรู้ช่องทาง การสื่อสาร 2. ทัศนคติในการใช้ สื่อใหม่เพื่อการ ส่งเสริมและ พัฒนาการเลี้ยงกุ้ง ทะเล 2.1 ทัศนคติด้าน เทคนิคการใช้สื่อใหม่ 2. 2 ทัศนคติด้าน เนื้อหาของสื่อใหม่ 2.3 ทัศนคติด้าน รูปแบบของสื่อใหม่ 2.4 ทัศนคติด้านช่อง ทางการสื่อสาร	- ประชากร ใน การศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ เกษตรกรผู้ เลี้ยงกุ้งทะเลของ ประเทศไทย จำนวน 40,983 ราย - กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้ง นี้ได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยง กุ้งทะเลของ ประเทศไทย โดย ใช้การคำนวณ กลุ่มตัวอย่างจาก สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967 อ้างถึงใน ธานินทร์ ศิลป์ จารุ, 2549 น. 47) ที่ระดับความ เชื่อมั่น 95 % โดยใช้ความคลาด เคลื่อนในการสุ่ม 6%	- แบบ สัมภาษณ์ เกษตรกร แบบมี โครงสร้าง	- วิเคราะห์โดย ใช้สถิติ 1. ค่าความถี่ (Frequency) 2. ค่าร้อยละ (Percentage) 3. หาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) 4. ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

วัตถุประสงค์	แนวคิด ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	ประเด็นใหญ่/ย่อย	แหล่งข้อมูล (ประชากร/กลุ่ม ตัวอย่าง การสุ่ม การคัดเลือก)	เครื่องมือ/ วิธีการเก็บ ข้อมูล	การ วิเคราะห์ ข้อมูล/สถิติ
		3. การปฏิบัติในการ ใช้สื่อใหม่เพื่อการ ส่งเสริมและ พัฒนาการเลี้ยงกุ้ง ทะเล	และใช้วิธีการเลือก กลุ่มตัวอย่างแบบ เจาะจง (Purposive Method) จำนวน 276 ราย		
		3.1 การปฏิบัติใน การใช้สื่อใหม่ด้าน เทคนิคการใช้สื่อ ใหม่			
		3. 2 การปฏิบัติใน การใช้สื่อใหม่ด้าน เนื้อหาของสื่อใหม่			
		3.3 การปฏิบัติใน การใช้สื่อใหม่ด้าน รูปแบบของสื่อใหม่			
		3.4 การปฏิบัติใน การใช้สื่อใหม่ด้าน ช่องทางการสื่อสาร			
		4. ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง กับการใช้สื่อใหม่			

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

วัตถุประสงค์	แนวคิด ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	ประเด็นใหญ่/ย่อย	แหล่งข้อมูล (ประชากร/กลุ่ม ตัวอย่าง การสุ่ม การคัดเลือก)	เครื่องมือ/ วิธีการเก็บ ข้อมูล	การ วิเคราะห์ ข้อมูล/สถิติ
4. เพื่อ วิเคราะห์และ สังเคราะห์ องค์ประกอบ ของโมเดลการ ใช้สื่อใหม่เพื่อ การส่งเสริม และพัฒนาการ เลี้ยงกึ่งทะเล ของประเทศ ไทย	1. แนวคิด และทฤษฎี การใช้การ สื่อสารเพื่อ การพัฒนาการ เกษตร 2. แนวคิด เกี่ยวกับสื่อ สารสนเทศ 3. แนวคิด เกี่ยวกับสื่อ ใหม่เพื่อการ ส่งเสริมและ พัฒนาการ เลี้ยงกึ่งทะเล ของประเทศ ไทย	4.1 องค์ประกอบ ของโมเดลการใช้สื่อ ใหม่ ตามลักษณะ ของ S M C R Model 4.2 ปัจจัยหลักที่มี ความสำคัญต่อขีด ความสามารถของผู้ ส่งและผู้รับ ที่จะทำ ให้การสื่อ ความหมาย ประกอบด้วย ทักษะ การสื่อสาร เจตคติ ระดับความรู้ และ ระบบสังคมและ วัฒนธรรม ได้แก่ ด้านเทคนิคการใช้ สื่อใหม่ ด้านเนื้อหา ของใช้สื่อใหม่ ด้าน รูปแบบของสื่อใหม่ และด้านช่องทาง การสื่อสาร	- ประชากรคือ ผู้ทรงคุณวุฒิที่มี ความรู้และ เชี่ยวชาญเกี่ยวกับ การเลี้ยงกึ่งทะเลใน พื้นที่ - กลุ่มตัวอย่างใน การวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 15 คน ได้มาโดยเลือกแบบ เจาะจง (Purposive Method) ได้แก่ 1) นักวิชาการผู้ที่มี ความรู้และ เชี่ยวชาญด้านการ เลี้ยงกึ่งทะเล จำนวน 4 คน 2) เกษตรกรที่มี ประสบการณ์และมี ความรู้ด้านการเลี้ยง กึ่งทะเล จำนวน 4 คน	แบบ สัมภาษณ์เชิง ลึก ผู้ทรงคุณวุฒิ สำหรับการให้ ข้อมูลสำหรับ การวิเคราะห์ และ สังเคราะห์ องค์ประกอบ ของโมเดล	1.วิเคราะห์ โดยใช้สถิติ พรรณนา และสถิติ เปรียบเทียบ

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

วัตถุประสงค์	แนวคิด ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	ประเด็นใหญ่/ ย่อย	แหล่งข้อมูล (ประชากร/กลุ่ม ตัวอย่าง การสุ่ม การ คัดเลือก)	เครื่องมือ/ วิธีการเก็บ ข้อมูล	การ วิเคราะห์ ข้อมูล/ สถิติ
			3) ผู้แทนองค์กร เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ในพื้นที่ จำนวน 3 คน 4) ผู้ประกอบการค้า ปัจจัยการผลิตสัตว์น้ำใน พื้นที่ จำนวน 2 คน 5) เจ้าหน้าที่กรมประมง ในเขตพื้นที่ จำนวน 2 คน		
5. พัฒนา โมเดลและ ประเมินโมเดล การใช้สื่อใหม่ เพื่อการ ส่งเสริมและ พัฒนาการ เลี้ยงกุ้งทะเล ของประเทศ ไทย	- แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับ รูปแบบ - แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการ ประเมิน โมเดล	- กระบวนการ สื่อสารเพื่อการ พัฒนา คือ กระบวนการของ การถ่ายทอดสาร จากบุคคลฝ่าย หนึ่งที่เราเรียกว่า ผู้ส่งสาร ไปยัง บุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ที่เราเรียกว่าผู้รับ สาร โดยผ่านสื่อ ใหม่	การพัฒนาโมเดล - ประชากรคือ ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นผู้มี ความรู้และเชี่ยวชาญ เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้ง ทะเล - กลุ่มตัวอย่างในการ วิจัยคือ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 12 คน	1.แบบ สัมภาษณ์เชิง ลึก ผู้ทรงคุณวุฒิ สำหรับการ พัฒนาและ ประเมิน โมเดล 2. แบบ ประเมิน โมเดล	วิเคราะห์ ข้อมูล แนวทางที่ ได้จาก ขั้นตอนที่ 1-4 เพื่อ สร้าง โมเดลโดย ผ่านการ เขียน รูปแบบ โครงสร้าง โมเดลตาม ทฤษฎีการ สื่อสาร SMCR การ วิเคราะห์ เชิงเนื้อ

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

วัตถุประสงค์	แนวคิด ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	ประเด็นใหญ่/ ย่อย	แหล่งข้อมูล (ประชากร/กลุ่ม ตัวอย่าง การสุ่ม การ คัดเลือก)	เครื่องมือ/ วิธีการเก็บ ข้อมูล	การ วิเคราะห์ ข้อมูล/ สถิติ
		- การใช้สื่อใหม่ เพื่อการพัฒนาจะ เกิดประสิทธิผล อย่างสูงสุดขึ้นมา ได้ก็ต่อเมื่อมีการ พิจารณาในเรื่อง การวางแผนอย่าง เหมาะสม การเข้า กันได้กับ วัฒนธรรมชุมชน การเข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย การเปิดโอกาสให้ ผู้รับสารได้มีส่วน ร่วมในการสื่อสาร ตลอดจนการมี ทักษะการสื่อสาร ที่ดีของผู้ส่งสาร	ซึ่งได้มาโดยการเลือก แบบเจาะจง (Purposive Method) ดังนี้ 1) ผู้ที่มีความรู้และ เชี่ยวชาญด้านการเลี้ยง กุ้งทะเล จำนวน 2 คน 2) ตัวแทนองค์กร เกษตรกร ผู้เลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 2 คน 3) ผู้ประกอบการค้า ปัจจัยการผลิตสัตว์น้ำใน พื้นที่ จำนวน 2 คน 4) เจ้าหน้าที่กรมประมง ผู้ปฏิบัติตามนโยบายใน พื้นที่ จำนวน 2 คน 5) ตัวแทนเกษตรกรผู้ เลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 2 คน		
		1.ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และ สิ่งแวดล้อม 2.ด้านความ เหมาะสม 3.ด้านความเป็นไป ได้ 4.ด้านความ สอดคล้องในเชิง ปฏิบัติ			

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

วัตถุประสงค์	แนวคิด ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	ประเด็นใหญ่/ ย่อย	แหล่งข้อมูล (ประชากร/กลุ่ม ตัวอย่าง การสุ่ม การ คัดเลือก)	เครื่องมือ/ วิธีการเก็บ ข้อมูล	การ วิเคราะห์ ข้อมูล/ สถิติ
		5.ด้านความเป็น ประโยชน์	6) ผู้แทนสื่อ ผู้มีความรู้ และประสบการณ์ใน การทำสื่อเพื่อการเลี้ยง กุ้งทะเล จำนวน 2 คน การประเมินโมเดล - ประชากรที่ใช้ในการ วิจัยคือ ผู้ทรงคุณวุฒิ และหรือผู้ที่มีส่วน เกี่ยวข้องกับการนำ โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อ การส่งเสริมและ พัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ของประเทศไทยไปใช้ ซึ่งได้แก่ ผู้ที่มีความรู้ และเชี่ยวชาญเกี่ยวกับ การเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 52 คน - กลุ่มตัวอย่างในการ วิจัยคือ ผู้ทรงคุณวุฒิ และหรือผู้ที่มีส่วน เกี่ยวข้องกับการนำ โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อ การส่งเสริมและ พัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ของประเทศไทยไปใช้ จำนวน 52 คน ซึ่งได้มา โดยการเลือกแบบ เจาะจง (Purposive Method) ดังนี้		

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

วัตถุประสงค์	แนวคิด ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	ประเด็นใหญ่/ ย่อย	แหล่งข้อมูล (ประชากร/กลุ่ม ตัวอย่าง การสุ่ม การ คัดเลือก)	เครื่องมือ/ วิธีการเก็บ ข้อมูล	การ วิเคราะห์ ข้อมูล/ สถิติ
			1) ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็น นักวิชาการ ผู้มีความรู้ด้านการเลี้ยง กุ้งทะเล จำนวน 12 คน 2) ตัวแทนเกษตรกรผู้ มีส่วนเกี่ยวข้องกับการ นำโมเดลการใช้สื่อใหม่ เพื่อการส่งเสริมและ พัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ของประเทศไทยไปใช้ จำนวน 40 คน (สีกาฯ ละ 10 คน)		



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ผู้วิจัยได้รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ โดยแบ่งการนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยออกเป็น 5 ตอน ดังต่อไปนี้

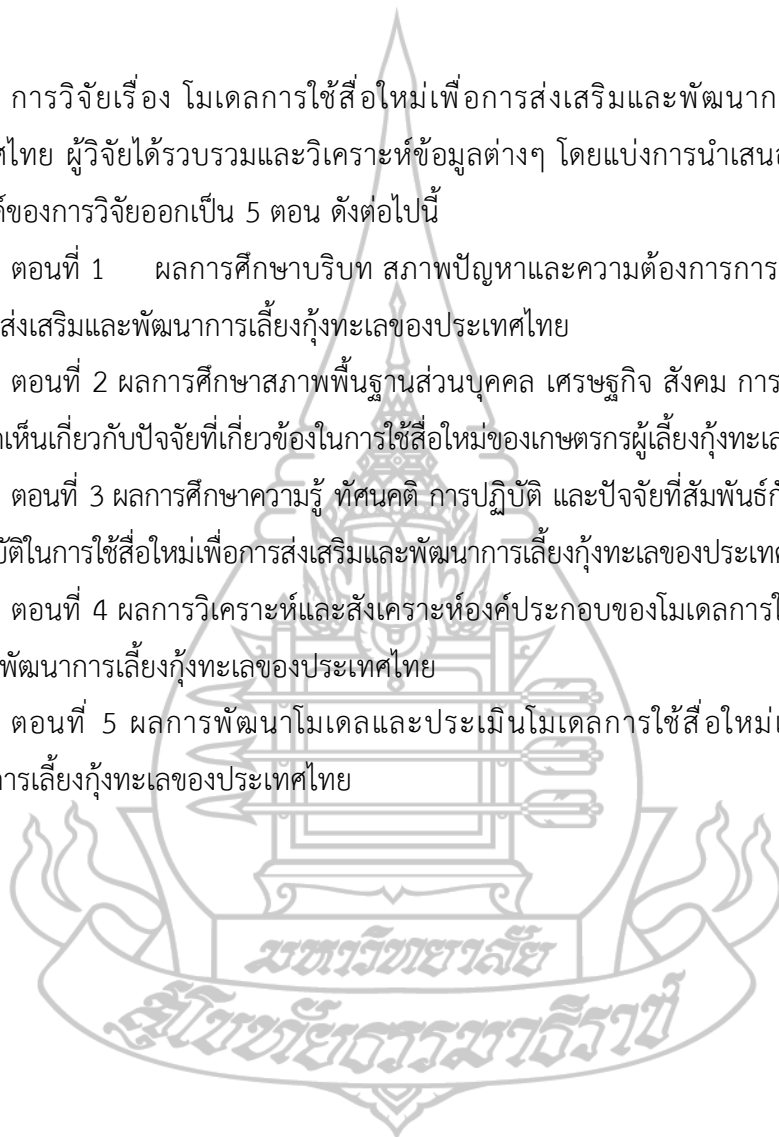
ตอนที่ 1 ผลการศึกษาบริบท สภาพปัญหาและความต้องการการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาความรู้ ทักษะ การปฏิบัติ และปัจจัยที่สัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

ตอนที่ 5 ผลการพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย



ตอนที่ 1 ผลการศึกษาบริบท สภาพปัญหาและความต้องการการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากุ้งทะเลของประเทศไทย

ผลการศึกษาบริบท สภาพปัญหาและความต้องการการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากุ้งทะเลของประเทศไทย

1.1 บริบทการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากุ้งทะเลของประเทศไทย

ผู้วิจัยได้ศึกษาบริบทการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากุ้งทะเลของประเทศไทย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักวิชาการผู้ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญด้านการเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 2 คน เกษตรกรที่มีประสบการณ์และมีความรู้ด้านการเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 4 คน ผู้แทนองค์กรเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 4 คน ผู้ประกอบการค้าปัจจัยการผลิตสัตว์น้ำ จำนวน 2 คน และผู้แทนเจ้าหน้าที่กรมประมง จำนวน 3 คน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้เกี่ยวกับบริบทการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากุ้งทะเลของประเทศไทย ได้แก่ การใช้สื่อใหม่ เพื่อส่งเสริมและพัฒนากุ้งทะเลในประเทศไทย ในสถานการณ์ปัจจุบัน ประเภทของสื่อใหม่ที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมและพัฒนากุ้งในปัจจุบัน และช่องทางการใช้สื่อใหม่ เพื่อส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเลในประเทศไทย ของภาครัฐ เอกชน และเกษตรกรในปัจจุบัน

1.1.1 การใช้สื่อใหม่เพื่อส่งเสริมและพัฒนากุ้งทะเลในประเทศไทย ในสถานการณ์ปัจจุบัน

พบว่า เกษตรกรใช้เทคโนโลยีเพื่อติดตามและบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล ระบบการจัดการฐานข้อมูลเพื่อความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการใช้โซเชียลมีเดีย (social media) เพื่อการแชร์ข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการเลี้ยงกุ้งทะเล แนะนำเทคนิคการเลี้ยงกุ้งทะเลที่เหมาะสม และสร้างพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างเกษตรกร การพัฒนาแอปพลิเคชันที่ใช้ในการควบคุมและติดตามการเลี้ยง การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (internet of things; iot) เพื่อระบุคุณภาพน้ำและสภาพแวดล้อม การใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์ในการสอนและแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาใหม่ในการเลี้ยง การสร้างความตระหนักรู้ในประชาชนเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการเลี้ยงกุ้ง การใช้แอปพลิเคชันหรือพื้นที่ออนไลน์ เพื่อสนับสนุนและสร้างชุมชนของผู้เลี้ยงกุ้งที่มีการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ และการใช้สื่อใหม่เหล่านี้มีประโยชน์ในการเพิ่มประสิทธิภาพและความยั่งยืนของการเลี้ยงกุ้ง อันเป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้เลี้ยงกุ้ง อุตสาหกรรมการเลี้ยงกุ้งและสิ่งแวดล้อมในการผลิตอย่างยั่งยืนและประหยัดทรัพยากร

1.1.2 ประเภทของสื่อใหม่ที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ ในปัจจุบัน

พบว่า สื่อใหม่ที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ในปัจจุบันมีหลากหลายประเภทและมีความสามารถในการเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจของผู้เลี้ยงกุ้ง ได้แก่

- 1) แอปพลิเคชันมือถือ สามารถใช้ในการแชร์ข้อมูลเกี่ยวกับเทคนิคการเลี้ยง การจัดการเพื่อความปลอดภัยของกุ้ง และสถานการณ์การผลิตที่เป็นไปได้ ทำให้ผู้เลี้ยงได้ข้อมูลที่สะดวกและรวดเร็ว
- 2) วิดีโอออนไลน์และช่อง YouTube ในการสร้างวิดีโอเกี่ยวกับวิธีการเลี้ยง การดูแล และเทคนิคที่ทันสมัย สามารถช่วยในการสื่อสารข้อมูลได้อย่างชัดเจนและน่าสนใจ
- 3) เว็บไซต์และบล็อก เป็นช่องทางที่ดีในการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการเลี้ยง ข่าวสารต่างๆ เทคโนโลยีใหม่ๆ และบทความที่เป็นประโยชน์
- 4) โซเชียลมีเดีย ในการใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ยูทูบ ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน เพื่อแบ่งปันข้อมูล การสร้างความติดตาม และการสร้างชุมชนที่สนับสนุนและแบ่งปันประสบการณ์เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้ง และ
- 5) การใช้ระบบข้อมูลอัตโนมัติ โปรแกรมควบคุมและติดตามที่ช่วยในการบริหารจัดการและติดตามการเลี้ยงกุ้งอย่างแม่นยำ การใช้สื่อเหล่านี้มีประสิทธิภาพในการสร้างความเข้าใจและความรู้ที่ลึกซึ้งในผู้เลี้ยงกุ้ง ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและสร้างความรู้ที่ยั่งยืนในอุตสาหกรรมเลี้ยงกุ้งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.1.3 ช่องทางการใช้สื่อใหม่ เพื่อส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเลในประเทศไทยของ ภาครัฐ เอกชน และเกษตรกรในปัจจุบัน

พบว่า ในปัจจุบันการใช้สื่อใหม่เพื่อส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเลในประเทศไทยมีหลายช่องทางที่ให้การสนับสนุนแก่ภาครัฐ เอกชน และเกษตรกร ได้แก่ (1) เว็บไซต์และแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ยูทูบ ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชันโดยภาครัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาจมีเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการเลี้ยง นโยบายรัฐบาล เทคโนโลยีที่ใช้ในการเลี้ยง และข้อมูลสำคัญอื่นๆ ที่ส่งเสริมการเลี้ยงกุ้ง (2) การใช้โซเชียลมีเดีย ได้แก่ เฟซบุ๊ก ยูทูบ ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน เป็นช่องทางในการแบ่งปันข้อมูล การสร้างการติดตาม และการสร้างชุมชนที่สนับสนุนในการเลี้ยงกุ้ง ภาครัฐ องค์กร เอกชน และเกษตรกรสามารถใช้โซเชียลมีเดียเพื่อเผยแพร่ความรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และเสนอแนะต่างๆ ในการเลี้ยงกุ้ง (3) การพัฒนาแอปพลิเคชันที่ช่วยในการจัดการและการควบคุมการเลี้ยง รวมถึงการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่งในการระบุคุณภาพน้ำและสภาพแวดล้อมสำหรับการเลี้ยง (4) การจัดงานอบรม สัมมนา เพื่อแนะนำเทคโนโลยีใหม่ๆ และแบ่งปันประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้ง ซึ่งสามารถเป็นช่องทางสำคัญในการส่งเสริมและประสานงานระหว่างภาครัฐและเอกชน (5) การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ในการส่งเสริม

และเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีการเลี้ยง กฎหมายที่เกี่ยวข้อง และข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เลี้ยงกุ้งทั้งในภูมิภาคและระดับชาติ การใช้สื่อใหม่เหล่านี้เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการเลี้ยงกุ้งทะเลในประเทศไทยที่เน้นการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

1.2 สภาพปัญหาการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ของประเทศไทย

1.2.1 สภาพปัญหาในการใช้สื่อใหม่ในการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเลในปัจจุบัน

พบว่า เกษตรกรขาดอุปกรณ์เครื่องมือสื่อสาร บุคลากรด้านการสื่อสาร ความเข้าใจในเทคโนโลยี บางกลุ่มอาจยังขาดความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่มีให้ในการเลี้ยงกุ้ง ซึ่งอาจทำให้การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้งานไม่ได้ถูกต้องหรือมีประสิทธิภาพ ขาดแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ ข้อมูลที่มีอยู่บางส่วนอาจมีความไม่แน่นอน หรือขาดการรับรองความถูกต้อง ซึ่งอาจสร้างความสับสนและไม่มั่นใจในการนำข้อมูลข่าวสาร ความรู้เหล่านั้นไปใช้งาน การเข้าถึงทรัพยากรสื่อไม่เพียงพอ บางกลุ่มผู้เลี้ยงอาจไม่สามารถเข้าถึงสื่อหรือข้อมูลที่สำคัญในการพัฒนาทรัพยากรที่จำเป็นได้ ซึ่งอาจจะเป็นเรื่องของ การเข้าถึงทรัพยากรหรือทุนทรัพยากรที่จำเป็น ข้อจำกัดทางเทคนิคและพื้นที่ โดยการใช้สื่อใหม่อาจต้องการทักษะทางเทคนิคและการมีพื้นที่ที่เหมาะสมในการใช้งาน เช่น การใช้เทคโนโลยีในพื้นที่ที่มีอินเทอร์เน็ตไม่เสถียรหรือมีการเชื่อมต่อที่ไม่คงที่ และการแก้ไขปัญหาดังกล่าวอาจต้องการการพัฒนาทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดอบรมเพื่อเพิ่มความเข้าใจในเทคโนโลยี การสร้างแหล่งข้อมูลที่นำเชื่อถือ และการพัฒนาการเข้าถึงทรัพยากรสื่ออย่างมีประสิทธิภาพให้กับกลุ่มผู้เลี้ยงกุ้งทั้งภาครัฐ องค์กร เอกชน และเกษตรกร

1.2.2 สภาพปัญหาด้านเนื้อหาในการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเลในปัจจุบัน

พบว่า ปัญหาที่อาจพบในการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเลในปัจจุบันอาจเกิดจากด้านเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเลี้ยงกุ้ง ได้แก่ การขาดข้อมูลที่ครอบคลุมทั้งภาพรวมและรายละเอียดอาจส่งผลให้เกษตรกรหรือผู้ที่สนใจไม่ได้รับข้อมูลที่เพียงพอในการเริ่มต้นหรือดำเนินกิจกรรมการเลี้ยง ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องหรือขาดความเชื่อถืออาจทำให้ผู้ใช้ไม่ได้รับประโยชน์จากการสื่อสารหรือการแลกเปลี่ยนที่มีอยู่ ความหลากหลายของข้อมูล บางครั้งมีข้อมูลที่มาจากแหล่งที่มาต่างๆ และมีการสื่อสารที่ขัดแย้งกัน อาจทำให้เกิดความสับสนหรือการปกปิดข้อมูลที่สำคัญ การสื่อสารอาจไม่ปรับตัวตามความต้องการของผู้ใช้ เช่น การให้ข้อมูลที่มีความเชื่อถือเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ หรือประสบการณ์การเลี้ยงจริงที่มีประโยชน์ ข้อมูลที่ไม่มีความน่าเชื่อถือ หรือมีความไม่แน่นอนอาจทำให้เกษตรกรหรือผู้ที่สนใจสับสนและไม่มั่นใจในการดำเนินการตามคำแนะนำ การแก้ไขปัญหาด้าน

เนื่อหานี้อาจต้องการการสร้างแหล่งข้อมูลที่มีคุณภาพและเชื่อถือได้ การให้ข้อมูลที่ครอบคลุมและแม่นยำ เพื่อเพิ่มความเข้าใจและประสิทธิภาพในการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์และโครงการในประเทศไทยต่อไป

1.2.3 สภาพปัญหาด้านช่องทางการใช้สื่อใหม่ในการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเลในปัจจุบัน

พบว่า การใช้สื่อใหม่ในการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเลอาจพบปัญหาที่หลากหลาย ได้แก่ การเข้าถึงข้อมูลที่ยากลำบาก เกษตรกรหรือผู้ที่สนใจอาจไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลหรือสื่อที่เกี่ยวข้องได้ด้วยความสะดวก เช่น การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่จำกัดหรือข้อมูลที่ไม่มีการเผยแพร่อย่างเพียงพอ ข้อมูลที่มีอาจไม่เพียงพอหรือไม่ครอบคลุมทุกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้ง อาจทำให้ผู้ใช้ไม่ได้รับข้อมูลที่เพียงพอในการดำเนินกิจกรรม ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่มีการตรวจสอบความถูกต้องอาจทำให้ผู้ใช้สับสน หรือทำให้เกิดความไม่มั่นใจในการนำไปใช้ การใช้สื่อใหม่อาจต้องการทักษะทางเทคนิคและความเข้าใจเฉพาะทางที่บางกลุ่มอาจไม่มี อาจทำให้การนำสื่อไปใช้งานไม่ได้ตามที่คาดหวัง การขาดสื่อที่เหมาะสมหรือช่องทางการแพร่ภาพข้อมูลที่มีคุณภาพสามารถสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายอาจทำให้ข้อมูลที่สำคัญไม่ถึงผู้ที่ต้องการ การแก้ไขปัญหานี้จำเป็นต้องมีการสร้างสื่อที่มีคุณภาพและเชื่อถือได้ การส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการและครอบคลุมทุกประเด็นที่สำคัญ และการเพิ่มความเข้าใจในการใช้สื่อใหม่เพื่อส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเลในปัจจุบันต่อไป

1.2.4 สภาพปัญหาด้านเทคนิคการผลิตสื่อใหม่ในการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเลในปัจจุบัน

พบว่า สื่อขาดความชัดเจน แม่นยำ และถูกต้อง ปัญหาทางเทคนิคที่อาจพบในการผลิตสื่อใหม่สำหรับการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเลปัจจุบันอาจมีหลายปัจจัย ได้แก่ การสร้างสื่อที่มีคุณภาพและมีการสื่อสารที่ชัดเจน เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าใจและนำไปใช้งานได้เป็นไปตามที่คาดหวัง อาจต้องการความชำนาญในการผลิตและการสร้างสื่อที่ดี การใช้เทคโนโลยีใหม่ในการสื่อสารอาจมีความซับซ้อนและการใช้งานที่ต้องการความเข้าใจในเทคโนโลยีนั้นๆ ซึ่งอาจทำให้บางกลุ่มไม่สามารถนำไปใช้งานได้เต็มที่ประสิทธิภาพ การใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ อาจต้องการการฝึกฝนและการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีนั้นๆ ซึ่งอาจทำให้มีความยุ่งยากในการนำไปใช้งาน สื่อที่มีการอัปเดตและปรับปรุงตามเทคโนโลยีใหม่ๆ อาจมีความยุ่งยากในการรักษาคุณภาพและความทันสมัยของสื่อต่อเนื่อง การแก้ไขปัญหาด้านเทคนิคการผลิตสื่อใหม่สำหรับการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเลอาจต้องการการฝึกอบรมและการพัฒนาทักษะเฉพาะทาง เพื่อให้สามารถผลิตสื่อที่มีคุณภาพและใช้งานได้เหมาะสม

1.2.5 สภาพปัญหาความต้องการใช้รูปแบบสื่อใหม่ในการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเลในปัจจุบัน

พบว่า ปัญหาที่อาจพบเกี่ยวกับความต้องการใช้รูปแบบสื่อใหม่ในการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเลปัจจุบัน ได้แก่ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งอาจขาดความเข้าใจในการใช้สื่อใหม่ เช่น การใช้แอปพลิเคชันหรือเทคโนโลยีอื่นๆ ที่สามารถช่วยในการเลี้ยง สื่อใหม่บางประเภทอาจมีข้อมูลที่ไม่เพียงพอหรือไม่ครอบคลุมทุกด้านของการเลี้ยงกุ้ง ทำให้ผู้ใช้ไม่ได้รับข้อมูลที่จำเป็น บางสื่ออาจมีข้อมูลที่ไม่ถูกต้องหรือไม่น่าเชื่อถือ ทำให้ผู้ที่เลี้ยงกุ้งไม่มั่นใจในการนำข้อมูลนั้นไปใช้ สื่อบางอย่างอาจมีความซับซ้อนในการใช้งาน ทำให้ผู้ใช้ไม่สะดวกหรือไม่สามารถนำไปใช้งานได้เต็มที่ประสิทธิภาพ การแก้ไขปัญหานี้อาจต้องการการฝึกอบรมและการให้ข้อมูลที่มีคุณภาพและเป็นประโยชน์ เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถใช้สื่อใหม่ในการเลี้ยงกุ้งได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

1.3 ความต้องการการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

1.3.1 เนื้อหาสำหรับการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลโดยใช้สื่อใหม่ไปยังเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลในประเทศไทย

พบว่า เนื้อหาต้องเป็นประเด็นที่สนใจในขณะนั้น เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลในประเทศไทยผ่านการใช้สื่อใหม่ไปยังเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล โดยสามารถจัดทำเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ ได้แก่ สร้างวิดีโอเกี่ยวกับเทคนิคการเลี้ยงกุ้งทะเลที่เป็นประโยชน์ เช่น ขั้นตอนการเตรียมอาหาร การดูแลและการบำรุงต่างๆ ที่สำคัญ และแนะนำวิธีการแก้ไขปัญหาที่พบบ่อย เขียนบทความที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมในการเลี้ยงกุ้งทะเล การวางแผนการผลิต และเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ช่วยในการเลี้ยงอย่างยั่งยืน สร้างแหล่งข้อมูลออนไลน์เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น เว็บไซต์ที่มีข้อมูลอัปเดตเกี่ยวกับการเลี้ยง และแอปพลิเคชันที่สามารถใช้งานได้บนโทรศัพท์มือถือ ใช้โซเชียลมีเดียในการแบ่งปันข้อมูลและความรู้ เช่น กลุ่มในโซเชียลมีเดียที่เป็นพื้นที่ในการสอบถาม แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการแชร์ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล จัดกิจกรรมอบรมหรือเสวนาเพื่อให้เกษตรกรได้รับความรู้และเทคนิคใหม่ๆ ในการเลี้ยงกุ้งทะเลอย่างทันสมัย ใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์ในการแพร่กระจายของข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้ง โดยสร้างรายการที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง การสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพและมีความเป็นประโยชน์สำหรับเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลจะเสริมสร้างความเข้าใจและพัฒนาทักษะในการเลี้ยงให้กับเกษตรกรได้อย่างเหมาะสมและทันสมัย

1.3.2 ความต้องการใช้สื่อใหม่ด้านผู้ส่งสารเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยง กึ่งทะเลของประเทศไทย

พบว่า เกษตรกรต้องการให้ผู้ส่งสารสามารถใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีข้อมูลที่ครอบคลุมเกี่ยวกับเรื่องการเลี้ยงกึ่งทะเล ซึ่งสามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีข้อมูลที่น่าเชื่อถือ การสร้างเนื้อหาและวิดีโอที่มีข้อมูลที่ตรงประเด็นและเข้าใจง่าย เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและความน่าสนใจในการเลี้ยงกึ่งทะเล การใช้สื่อสังคมในการแบ่งปันข้อมูล การประชาสัมพันธ์ และการสร้างชุมชนออนไลน์ที่สนับสนุนกันระหว่างเกษตรกรที่เลี้ยงกึ่งทะเล การสร้างเครือข่ายออนไลน์ระหว่างเกษตรกรเลี้ยงกึ่งทะเล นักวิจัย และผู้เชี่ยวชาญเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารแบบเรียลไทม์ เช่น การสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันแชทหรือการสื่อสารที่เป็นเวลาจริงเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ทันสมัยและถูกต้อง การสร้างความสนใจผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น เว็บไซต์ บล็อก โซเชียลมีเดีย เพื่อให้เกษตรกรมีสิ่งที่ทำหายในการเรียนรู้และใช้งาน การใช้สื่อใหม่ในการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกึ่งทะเล ส่งผลให้เกษตรกรมีการเข้าถึงข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ และสามารถนำความรู้ที่ได้มาใช้ในการเลี้ยงกึ่งได้อย่างเหมาะสมและทันสมัย

1.3.3 ความต้องการใช้สื่อใหม่ด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการ เลี้ยงกึ่งทะเลของประเทศไทย

พบว่า เกษตรกรต้องการข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับเทรนด์ นโยบาย แนวทางใหม่ๆ ในการเลี้ยงกึ่งทะเล ที่มีการอัปเดตข้อมูลอย่างต่อเนื่อง การใช้สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน หรือแพลตฟอร์มสื่อสังคมที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกสบาย การสื่อสารแบบแชท การให้บริการการสนับสนุนทางเทคนิคผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ เช่น แชทหรืออีเมล ข้อมูลที่มีการตรวจสอบและตรวจสอบความถูกต้อง สื่อที่มีข้อมูลที่มีคุณภาพและมีการตรวจสอบจากแหล่งที่มีความเชี่ยวชาญ การอัปเดตเรื่องเทคโนโลยีใหม่ ข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ใหม่และทันสมัย ที่สามารถช่วยให้เกษตรกรที่เลี้ยงกึ่งทะเลนำไปใช้ได้เหมาะสม เนื้อหาที่ปรับให้เข้าใจง่าย สื่อที่มีเนื้อหาที่ชัดเจนและเข้าใจง่ายสำหรับเกษตรกรที่ไม่มีความรู้หรือประสบการณ์ทางเทคนิคที่มาก่อน การใช้สื่อใหม่ในการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกึ่งทะเลจะเป็นประโยชน์อย่างมากในการเพิ่มประสิทธิภาพและส่งเสริมให้กับเกษตรกรในการปรับตัวต่อเทคโนโลยีและแนวทางการเลี้ยงที่ทันสมัย และเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตกึ่งทะเลในประเทศไทย ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3.4 ความต้องการใช้สื่อใหม่ด้านช่องทางการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมและพัฒนา การเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

พบว่า เกษตรกรต้องการช่องทางการสื่อสารโดยใช้สื่อใหม่ ได้แก่ แพลตฟอร์มออนไลน์ที่สะดวกสบายและใช้งานได้ง่าย เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่เป็นที่นิยมที่ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีการเลี้ยง แนวทางการดำเนินงาน เป็นต้น การสื่อสารแบบเรียลไทม์ ช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัยและรวดเร็ว เช่น แชนท การโพสต์สดบนโซเชียลมีเดีย หรือการถ่ายทอดสดผ่าน แพลตฟอร์มต่างๆ เครื่องข่ายออนไลน์สำหรับแบ่งปันความรู้ แพลตฟอร์มหรือชุมชนออนไลน์ที่เป็นที่ นิยมสำหรับเกษตรกรที่สนใจการเลี้ยงกุ้ง เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และข้อมูลที่เป็น ประโยชน์ การสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่าการสร้างเนื้อหาที่มีความน่าสนใจ เช่น วิดีโอการแนะนำเทคนิค การเลี้ยง บทความเกี่ยวกับการดูแลรักษากุ้ง หรือการใช้เทคโนโลยีใหม่ในการเลี้ยง เทคโนโลยีในการ สื่อสารเชิงสร้างสรรค์ การใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพสูง เช่น การใช้งานซอฟต์แวร์แก้ไข ภาพ หรือโปรแกรมสร้างวิดีโอ การสื่อสารทางเทคนิค การให้บริการช่องทางการสื่อสารเทคนิค อาทิ เช่น การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อให้คำแนะนำทางเทคนิคหรือการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น การใช้สื่อ ใหม่เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล จะช่วยให้ผู้เลี้ยงกุ้งมีข้อมูลที่ครอบคลุมและอัปเดต ทำให้ สามารถปรับปรุงการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันสมัย

1.3.5 ความต้องการใช้สื่อใหม่ด้านผู้รับสารเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยง กุ้งทะเลของประเทศไทย

พบว่า เกษตรกรต้องการข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ สื่อที่มีข้อมูลเกี่ยวกับ เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเหมาะสมสำหรับการเลี้ยงกุ้งทะเลในปัจจุบัน คู่มือและวิธีการที่ชัดเจน สื่อที่มีคู่มือหรือวิธีการที่ชัดเจนและเข้าใจง่ายในการดำเนินการเลี้ยงกุ้งทะเล ข้อมูลการวิจัยและ การพัฒนาสื่อที่มีข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัยทางวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมในการเลี้ยงกุ้งทะเล ชุมชน และเครือข่าย สื่อที่เกี่ยวข้องกับชุมชนหรือเครือข่ายที่สามารถแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ ระหว่างเกษตรกรที่เลี้ยงกุ้ง สื่อออนไลน์ที่เป็นที่นิยม เว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันที่ให้ข้อมูลและแชร์ เทคนิคการเลี้ยง ความเชื่อถือได้ สื่อที่มีความน่าเชื่อถือและมีการตรวจสอบข้อมูลให้เป็นไปตาม มาตรฐาน การใช้สื่อใหม่ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้รับสารในการเลี้ยงกุ้งทะเลจะเสริมสร้าง ความรู้และความสามารถของพวกเขาในการปรับตัวและพัฒนากิจกรรมเลี้ยงกุ้งทะเลของตนเองได้ อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3.6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยง กึ่งทะเลในประเทศไทย

พบว่า เกษตรกรมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ได้แก่ 1) สร้างวิดีโอการสอนที่ชัดเจน และเข้าใจง่ายเกี่ยวกับกระบวนการเลี้ยง การดูแล และการจัดการโรคของกึ่งทะเล เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อใหม่ เช่น เพจเฟซบุ๊ก ยูทูบ ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน 2) การใช้แพลตฟอร์มทางการศึกษา การให้บริการสื่อที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ออนไลน์ หรือแพลตฟอร์มการเรียนรู้แบบออนไลน์เพื่อเกษตรกรที่สนใจในด้านการเลี้ยงกึ่งทะเล 3) การพัฒนาแอปพลิเคชันหรือเกมที่สร้างสรรค์เกี่ยวกับการเลี้ยงกึ่งทะเล ที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้และทดสอบความรู้ 4) การสร้างชุมชนออนไลน์ที่สนับสนุนการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และคำแนะนำระหว่างเกษตรกรที่มีสนใจในการเลี้ยงกึ่งทะเล 5) การใช้โซเชียลมีเดีย เช่น เพจเฟซบุ๊ก ยูทูบ ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชันในการโปรโมทสื่อและการแลกเปลี่ยนข้อมูล เช่น การใช้แฮชแท็กพิเศษสำหรับการเลี้ยงกึ่งทะเลเพื่อเชื่อมโยงกับชุมชนที่เกี่ยวข้อง 6) การประชาสัมพันธ์และการออกบูธ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า การแสดง หรือการประชุมสัมมนาที่ต่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญในวงการ การนำสื่อใหม่เข้ามาใช้ในการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกึ่งทะเลจะเสริมสร้างความเข้าใจและความสามารถของผู้เลี้ยงกึ่งทะเลได้อย่างมีประสิทธิภาพ 7) เนื้อหาสารต้องมีแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือในการอ้างอิง และ 8) รูปแบบต้องได้รับการพัฒนาให้น่าสนใจ



ตอนที่ 2 ผลการศึกษาสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

ผลการศึกษาสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล สภาพเศรษฐกิจ สภาพสังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ปรากฏตามตารางที่ 4.1 ถึง ตารางที่ 4.4 ดังนี้

1.1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล

จากการศึกษาสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และประสบการณ์เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล ผลการวิเคราะห์ปรากฏตามตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล

n = 276						
สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	\bar{x}	S.D.
1. เพศ						
ชาย	178	64.5				
หญิง	98	35.5				
2. อายุ (ปี)			23	79	47.17	12.203
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 40	78	28.3				
41-50	87	31.5				
51-60	69	25.0				
61-70	31	11.2				
มากกว่า 70	11	4.0				

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

n = 276

สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	\bar{x}	S.D.
3. ระดับการศึกษา						
ต่ำกว่าปริญญาตรี	163	59.1				
ปริญญาตรี	92	33.3				
ปริญญาโท	19	6.9				
ปริญญาเอก	2	0.7				
4. จำนวนสมาชิก						
ในครัวเรือน (คน)						
1-2	45	16.3	1	10	4.08	1.624
3-4	141	51.1				
5-6	67	24.3				
7-8	21	7.6				
9-10	2	0.7				
5. ประสบการณ์เกี่ยวกับ						
การเลี้ยงกุ้งทะเล (ปี)						
1-10	175	63.4	1	40	12.02	8.534
11-20	64	23.2				
21-30	26	9.4				
31-40	11	4.0				

จากตารางที่ 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพพื้นฐานส่วนบุคคลของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลปรากฏผลดังนี้

1) เพศ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 64.5 เป็นเพศชาย และอีกร้อยละ 35.5 เป็นเพศหญิง

2) อายุ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 31.5 มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี รองลงมา ร้อยละ 28.3 มีอายุอยู่ในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 40 ปี ร้อยละ 25.0 มีอายุอยู่ในช่วง 51-60 ปี

ร้อยละ 11.2 มีอายุอยู่ในช่วง 61-70 ปี และร้อยละ 4.0 มีอายุอยู่ในช่วงมากกว่า 70 ปี ขึ้นไป ตามลำดับ โดยมีอายุต่ำสุด 23 ปี สูงสุด 79 ปี มีอายุเฉลี่ย 47.17 ปี และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 12.203

3) *ระดับการศึกษา* พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 59.1 จบการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี รองลงมา ร้อยละ 33.3 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 6.9 จบการศึกษาระดับปริญญาโท และร้อยละ 0.7 จบการศึกษาระดับปริญญาเอก ตามลำดับ

4) *จำนวนสมาชิกในครัวเรือน* พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 51.1 มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3-4 คน รองลงมา ร้อยละ 24.3 มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 5-6 คน ร้อยละ 16.3 มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 1-2 คน ร้อยละ 7.6 มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 7-8 คน และร้อยละ 0.7 มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 9-10 คน ตามลำดับ โดยมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนต่ำสุด 1 ปี สูงสุด 10 ปี มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4.08 ปี และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.624

5) *ประสบการณ์เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล* พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 63.4 มีประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งทะเล 1-10 ปี รองลงมา ร้อยละ 23.2 มีประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งทะเล 11-20 ปี ร้อยละ 9.4 มีประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งทะเล 21-30 ปี และร้อยละ 4.0 มีประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งทะเล 31-40 ปี ตามลำดับ โดยมีประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งทะเลต่ำสุด 1 ปี สูงสุด 40 ปี มีประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งทะเลเฉลี่ย 12.02 ปี และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 8.534

1.2 สภาพเศรษฐกิจ

จากการศึกษาสภาพเศรษฐกิจ ประกอบด้วย อาชีพหลัก อาชีพรอง รายได้จากการเลี้ยงกุ้งทะเล รายได้อื่นๆ และแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการเลี้ยงกุ้ง ผลการวิเคราะห์ปรากฏตามตารางที่ 4.2 ดังนี้

ตารางที่ 4.2 สภาพเศรษฐกิจ

สภาพเศรษฐกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	\bar{x}	S.D.
1. อาชีพหลัก*						
เกษตรกรรวม (เพาะเลี้ยงกุ้ง)	232	84.1				
รับราชการ	9	3.3				
พนักงานหน่วยงานราชการ	5	1.8				
พนักงานบริษัทเอกชน	2	0.7				
ค้าขาย	15	5.4				

n = 276

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

n = 276

สภาพเศรษฐกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	\bar{x}	S.D.
รับจ้างทั่วไป	9	3.3				
ธุรกิจส่วนตัว	20	7.2				
2. อาชีพครอง*						
ไม่มี	232	84.1				
มีอาชีพครอง	44	15.9				
- เพาะเลี้ยงกุ้ง	44	15.9				
- พนักงานบริษัทเอกชน	2	0.7				
- ค้าขาย	36	13.0				
- ธุรกิจส่วนตัว	37	13.4				
- รับจ้างทั่วไป	18	6.5				
3. รายได้จากการเลี้ยงกุ้ง						
ทะเล (บาท/ปี)			40,000	7,000,000	845,036.23	985,849.979
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 300,000	98	35.5				
300,001-600,000	67	24.3				
600,001-900,000	20	7.2				
900,001-1,200,000	40	14.5				
มากกว่า 1,200,000	51	18.5				
4. รายได้อื่นๆ (บาท/ปี)						
			20,000	5,000,000	523,763.18	724,067.022
ไม่มี	125	45.3				
มี	151	54.7				
- น้อยกว่าหรือเท่ากับ 200,000	75	27.2				
- 200,001-400,000	15	5.4				
- 400,001-600,000	22	8.0				

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

n = 276

สภาพเศรษฐกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	\bar{x}	S.D.
- 600,001-800,000	8	2.9				
- มากกว่า 800,000	31	11.2				
5. แหล่งเงินทุนที่ใช้ใน						
การเลี้ยงกุ้งทะเล*						
ทุนของตนเอง	233	84.4				
ญาติพี่น้อง	46	16.7				
เพื่อนบ้าน	2	0.7				
สหกรณ์การเกษตร	14	5.1				
ธกส.	74	26.8				
สถาบันการเงิน	20	7.2				
กองทุนต่างๆ	11	4.0				

หมายเหตุ: * เกษตรกรตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ปรากฏผล ดังนี้

1) *อาชีพหลัก* พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 84.1 มีอาชีพเกษตรกรรม (เพาะเลี้ยงกุ้ง) เป็นอาชีพหลัก รองลงมา ร้อยละ 7.2 อาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 5.4 อาชีพค้าขาย ร้อยละ 3.3 อาชีพรับราชการ และอาชีพรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 1.8 อาชีพพนักงานหน่วยงานราชการ และร้อยละ 0.7 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ตามลำดับ

2) *อาชีพรอง* พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 84.1 ไม่มีอาชีพรอง และร้อยละ 15.9 มีอาชีพรอง ดังนี้ ร้อยละ 15.9 มีอาชีพเพาะเลี้ยงกุ้งเป็นอาชีพรอง รองลงมา ร้อยละ 13.4 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 13.0 มีอาชีพค้าขาย ร้อยละ 6.5 มีอาชีพรับจ้างทั่วไป และร้อยละ 0.7 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ตามลำดับ

3) *รายได้จากการเลี้ยงกุ้งทะเล* พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 35.5 มีรายได้จากการเลี้ยงกุ้งทะเลน้อยกว่าหรือเท่ากับ 300,000 บาทต่อปี รองลงมา ร้อยละ 24.3 มีรายได้จาก

การเลี้ยงกุ้งทะเล 300,001-600,000 บาทต่อปี ร้อยละ 18.5 มีรายได้จากการเลี้ยงกุ้งทะเลมากกว่า 1,200,000 บาทต่อปี ร้อยละ 14.5 มีรายได้จากการเลี้ยงกุ้งทะเล 900,001-1,200,000 บาทต่อปี และร้อยละ 7.2 มีรายได้จากการเลี้ยงกุ้งทะเล 600,001-900,000 บาทต่อปี ตามลำดับ โดยมีรายได้จากการเลี้ยงกุ้งทะเลต่ำสุด 40,000 บาทต่อปี สูงสุด 7,000,000 บาทต่อปี มีรายได้จากการเลี้ยงกุ้งทะเลเฉลี่ย 845,036.23 บาทต่อปี และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 985,849.979

4) รายได้อื่นๆ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 45.3 ไม่มีรายได้อื่นๆ นอกเหนือจากการเลี้ยงกุ้งทะเล และร้อยละ 54.7 มีรายได้อื่นๆ นอกเหนือจากการเลี้ยงกุ้งทะเล ดังนี้ ร้อยละ 11.2 มีรายได้อื่นๆ มากกว่า 800,000 บาทต่อปี รองลงมา ร้อยละ 8.0 มีรายได้อื่นๆ อยู่ในช่วง 400,001-600,000 บาทต่อปี ร้อยละ 5.4 มีรายได้อื่นๆ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 200,000 บาทต่อปี และร้อยละ 2.9 มีรายได้อื่นๆ อยู่ในช่วง 600,001-800,000 บาทต่อปี ตามลำดับ โดยมีรายได้อื่นๆ นอกเหนือจากการเลี้ยงกุ้งทะเลต่ำสุด 20,000 บาทต่อปี สูงสุด 5,000,000 บาทต่อปี มีรายได้จากการเลี้ยงกุ้งทะเลเฉลี่ย 523,763.18 บาทต่อปี และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 724,067.022

5) แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการเลี้ยงกุ้งทะเล พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 84.4 ใช้ทุนของตนเองในการเลี้ยงกุ้งทะเล รองลงมา ร้อยละ 26.8 กู้ยืมเงินจาก ธกส. ร้อยละ 16.7 กู้ยืมเงินจากญาติพี่น้อง ร้อยละ 7.2 กู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน ร้อยละ 5.1 กู้ยืมเงินจากสหกรณ์การเกษตร ร้อยละ 4.0 กู้ยืมเงินจากกองทุนต่างๆ ร้อยละ 0.7 กู้ยืมเงินจากเพื่อนบ้าน ตามลำดับ

1.3 สภาพสังคม

จากการศึกษาสภาพสังคม ประกอบด้วย การเป็นสมาชิกกลุ่ม/สถาบันเกษตรกร และการมีตำแหน่งทางสังคม ผลการวิเคราะห์ปรากฏตามตารางที่ 4.3 ดังนี้



ตารางที่ 4.3 สภาพสังคม

n = 276

สภาพสังคม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. การเป็นสมาชิกกลุ่ม/สถาบันเกษตรกร*		
ไม่ได้เป็นสมาชิก	86	31.2
เป็นสมาชิก	191	68.8
- ชมรมผู้เลี้ยงกุ้ง	176	63.8
- สหกรณ์ผู้เลี้ยงกุ้ง	38	13.8
- กลุ่มแปลงใหญ่	6	2.2
- สมาคมผู้เลี้ยงกุ้ง	14	5.1
2. การมีตำแหน่งทางสังคม*		
ไม่มีตำแหน่ง	221	80.1
มีตำแหน่ง	55	19.9
- กำนัน	6	2.2
- ผู้ใหญ่บ้าน	6	3.3
- สมาชิก อบต.	9	3.3
- กรรมการชมรมกุ้ง	26	9.4
- กรรมการสหกรณ์	10	3.6
- กรรมการสมาคม	6	2.2

หมายเหตุ: * เกษตรกรตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ปรากฏผลดังนี้

1) การเป็นสมาชิกกลุ่ม/สถาบันเกษตรกร พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 31.2 ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่ม/สถาบันเกษตรกร และร้อยละ 68.8 เป็นสมาชิกกลุ่ม/สถาบันเกษตรกร ดังนี้ ร้อยละ 63.8 เป็นสมาชิกชมรมผู้เลี้ยงกุ้ง รองลงมา ร้อยละ 13.8 เป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้เลี้ยงกุ้ง ร้อยละ 5.1 เป็นสมาชิกสมาคมผู้เลี้ยงกุ้ง และร้อยละ 2.2 เป็นสมาชิกกลุ่มแปลงใหญ่ ตามลำดับ

2) การมีตำแหน่งทางสังคม พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 80.1 ไม่มีตำแหน่งทางสังคม และร้อยละ 19.9 มีตำแหน่งทางสังคม ดังนี้ ร้อยละ 9.4 มีตำแหน่งเป็นกรรมการชมรมกุ้ง

รองลงมา ร้อยละ 3.6 มีตำแหน่งเป็นกรรมการสหกรณ์ ร้อยละ 3.3 มีตำแหน่งเป็นผู้ใหญ่บ้าน และสมาชิก อบต. เท่ากัน ร้อยละ 2.2 มีตำแหน่งเป็นกำนัน และกรรมการสมาคม เท่ากัน ตามลำดับ

1.4 การใช้สื่อและสื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

จากการศึกษาการใช้สื่อและสื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อกลุ่ม สื่อมวลชน สื่อกิจกรรม และสื่อใหม่ ผลการวิเคราะห์ปรากฏตามตารางที่ 4.4 ดังนี้

ตารางที่ 4.4 การใช้สื่อและสื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

n = 276

ประเภทสื่อ	การใช้		ความถี่ในการใช้			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	\bar{x}	S.D.
1. สื่อบุคคล (ครั้ง/เดือน)						
เจ้าหน้าที่จากกรมประมง	92	33.3	1	15	1.92	2.437
เจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมการเกษตร	13	4.7	1	10	2.38	3.380
นักวิชาการจากสถาบันการศึกษาต่างๆ	22	8.0	1	5	1.36	1.002
นักวิชาการจากบริษัทเอกชน	119	43.1	1	10	2.75	1.824
ผู้นำในท้องถิ่น	55	19.9	1	20	3.16	4.425
เพื่อนเกษตรกร	185	67.0	1	30	4.02	4.325
2. สื่อกลุ่ม (ครั้ง/เดือน)						
การอบรมสัมมนา	67	24.3	1	4	1.28	0.692
การศึกษาดูงาน	40	14.5	1	4	1.40	0.841
กิจกรรมกลุ่มเครือข่าย	42	15.2	1	4	1.57	0.914
3. สื่อมวลชน (ครั้ง/เดือน)						
วิทยุ	31	11.2	1	30	7.74	11.162
โทรทัศน์	79	28.6	1	30	4.87	7.663

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

n = 276

ประเภทสื่อ	การใช้		ความถี่ในการใช้			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	\bar{x}	S.D.
หนังสือพิมพ์	21	7.6	1	5	1.57	1.233
4. สื่อกิจกรรม (ครั้ง/ปี)						
ศึกษาดูงาน	72	26.1	1	6	1.74	1.233
ประชุมสัมมนา	120	43.5	1	12	2.02	1.910
กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการ เลี้ยงกุ้งทะเล	154	55.8	1	10	1.72	1.379
5. สื่อใหม่ (ครั้ง/สัปดาห์)						
สื่อเพจเฟซบุ๊ก	219	79.3	1	15	5.37	2.575
สื่ออีบุ๊ก	31	11.2	1	7	2.87	2.262
สื่อยูทูป	130	47.1	1	10	4.23	2.544
สื่อไลน์	167	60.5	1	10	5.72	2.548
สื่อเว็บไซต์	48	17.4	1	10	4.00	2.634
สื่อแอปพลิเคชันของ กรมประมง และอื่นๆ	37	13.4	1	7	1.46	1.145

หมายเหตุ: เกษตรกรตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.4 ผลการได้รับข่าวสารจากการใช้สื่อและสื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยในด้านสื่อบุคคล สื่อกลุ่ม สื่อมวลชน สื่อกิจกรรม และสื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล พบว่า

1) *สื่อบุคคล* พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 67.0 ได้รับข่าวสารจากเพื่อนเกษตรกร เฉลี่ย 4.02 ครั้งต่อเดือน รองลงมา ร้อยละ 43.1 ได้รับข่าวสารจากนักวิชาการจากบริษัทเอกชน เฉลี่ย 2.75 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 33.3 ได้รับข่าวสารจากเจ้าหน้าที่จากกรมประมง เฉลี่ย 1.92 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 19.9 ได้รับข่าวสารจากผู้นำในท้องถิ่น เฉลี่ย 3.16 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 8.0

ได้รับข่าวสารจากนักวิชาการจากสถาบันการศึกษาต่างๆ เฉลี่ย 1.36 ครั้งต่อเดือน และร้อยละ 4.7 ได้รับข่าวสารจากเจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมการเกษตร เฉลี่ย 2.38 ครั้งต่อเดือน ตามลำดับ

2) **สื่อกลุ่ม** พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 24.3 ได้รับข่าวสารจากการอบรมสัมมนา เฉลี่ย 1.28 ครั้งต่อเดือน รองลงมา ร้อยละ 15.2 ได้รับข่าวสารจากกิจกรรมกลุ่มเครือข่าย เฉลี่ย 1.57 ครั้งต่อเดือน และร้อยละ 14.5 ได้รับข่าวสารจากการศึกษาดูงาน เฉลี่ย 1.40 ครั้งต่อเดือน ตามลำดับ

3) **สื่อมวลชน** พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 28.6 ได้รับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ เฉลี่ย 4.87 ครั้งต่อเดือน รองลงมา ร้อยละ 11.2 ได้รับข่าวสารจากวิทยุ เฉลี่ย 7.74 ครั้งต่อเดือน และร้อยละ 7.6 ได้รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ เฉลี่ย 1.57 ครั้งต่อเดือน ตามลำดับ

4) **สื่อกิจกรรม** พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 55.8 ได้รับข่าวสารจากกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล เช่น ประชุมประจำปี และงานกุ้งต่างๆ เป็นต้น เฉลี่ย 1.72 ครั้งต่อปี รองลงมา ร้อยละ 43.5 ได้รับข่าวสารจากการประชุมสัมมนา เฉลี่ย 2.02 ครั้งต่อปี และร้อยละ 26.1 ได้รับข่าวสารจากการศึกษาดูงาน เฉลี่ย 1.74 ครั้งต่อปี ตามลำดับ

5) **สื่อใหม่** พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 79.3 ได้รับข่าวสารจากสื่อเพจเฟซบุ๊ก เฉลี่ย 5.37 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมา ร้อยละ 60.5 ได้รับข่าวสารจากสื่อไลน์ เฉลี่ย 5.72 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 47.1 ได้รับข่าวสารจากสื่อยูทูป เฉลี่ย 4.23 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 17.4 ได้รับข่าวสารจากสื่อเว็บไซต์ เฉลี่ย 4.00 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 13.4 ได้รับข่าวสารจากสื่อแอปพลิเคชันของกรมประมงและอื่นๆ เฉลี่ย 1.46 ครั้งต่อสัปดาห์ และร้อยละ 11.2 ได้รับข่าวสารจากสื่ออิบุ๊ก เฉลี่ย 2.87 ครั้งต่อสัปดาห์ ตามลำดับ

1.5 ความเกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

จากการศึกษาความเกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ประกอบด้วย ด้านผู้ส่งสาร ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านช่องทางการสื่อสาร และด้านผู้รับ ผลการวิเคราะห์ปรากฏตามตารางที่ 4.5 ดังนี้

ตารางที่ 4.5 ความเกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

n=276

ประเด็น	ระดับความเกี่ยวข้อง (จำนวน/ร้อยละ)					\bar{x} (S.D.)	แปล ความ	อันดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
1. ด้านผู้ส่งสาร						3.88 (1.112)	มาก	
1.1 ด้านประเภทของผู้ส่ง สารที่อยู่ในอุตสาหกรรมกุ้งทะเล						3.71 (1.190)		
1) นักวิชาการส่งเสริม การเกษตร	35 (12.7)	24 (8.7)	50 (18.1)	83 (30.1)	84 (30.4)	3.57 (1.340)	มาก	3
2) หน่วยงานภาครัฐ	40 (14.5)	35 (12.7)	42 (15.2)	76 (27.5)	83 (30.1)	3.46 (1.407)	มาก	5
3) เกษตรกรที่มีประสบการณ์ ในการเลี้ยงกุ้งทะเล	4 (1.4)	3 (1.1)	54 (19.6)	88 (31.9)	127 (46.0)	4.20 (0.890)	มาก	1
4) เจ้าหน้าที่กรมประมง	27 (9.8)	32 (11.6)	55 (19.9)	85 (30.8)	77 (27.9)	3.55 (1.277)	มาก	4
5) ผู้ประกอบการค้า	11 (4.0)	18 (6.5)	64 (23.2)	109 (39.5)	74 (26.8)	3.79 (1.038)	มาก	2
1.2 ด้านคุณสมบัติของผู้ส่ง สาร						4.04 (1.035)	มาก	
1) ผู้ส่งสารเป็นผู้มีความรู้ เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล	7 (2.5)	7 (2.5)	61 (22.1)	76 (27.5)	125 (45.3)	4.11 (0.998)	มาก	1
2) ผู้ส่งสารเป็นผู้มีความรู้ เกี่ยวกับการตลาดกุ้งทะเล	11 (4.0)	10 (3.6)	64 (23.2)	63 (22.8)	128 (46.4)	4.04 (1.096)	มาก	3
3) ผู้ส่งสารเป็นผู้มี ประสบการณ์เกี่ยวกับการเลี้ยง กุ้งทะเล	7 (2.5)	9 (3.3)	54 (19.6)	91 (33.0)	115 (41.7)	4.08 (0.984)	มาก	2
4) ผู้ส่งสารเป็นผู้มีความรู้ เกี่ยวกับนโยบายและทิศทาง การพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล	12 (4.3)	11 (4.0)	58 (21.0)	94 (34.1)	101 (36.6)	3.95 (1.062)	มาก	4

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

n=276

ประเด็น	ระดับความเกี่ยวข้อง (จำนวน/ร้อยละ)					\bar{x} (S.D.)	แปล ความ	อันดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
2. ด้านข้อมูลข่าวสาร						4.07 (0.907)	มาก	
2.1 ความครบถ้วนสมบูรณ์ ของเนื้อหาของสื่อใหม่	4 (1.4)	13 (4.7)	67 (24.3)	93 (33.7)	99 (35.9)	3.98 (0.961)	มาก	6
2.2 การสร้างเนื้อหาของ สื่อใหม่มีความน่าสนใจ	5 (1.8)	9 (3.3)	59 (21.4)	95 (34.4)	108 (39.1)	4.06 (0.948)	มาก	4
2.3 ความเป็นประโยชน์ของ เนื้อหาของสื่อใหม่	3 (1.1)	8 (2.9)	55 (19.9)	90 (32.6)	120 (43.5)	4.14 (0.911)	มาก	1
2.4 เนื้อหาของสื่อใหม่ใช้ ภาษาที่เข้าใจง่าย	2 (0.7)	3 (1.1)	61 (22.1)	99 (35.9)	111 (40.2)	4.11 (0.846)	มาก	2
2.5 ความเหมาะสมของ เนื้อหาของสื่อใหม่	0 (0.0)	11 (4.0)	56 (20.3)	103 (37.3)	106 (38.4)	4.10 (0.860)	มาก	3
2.6 เนื้อหาของสื่อใหม่มีการ กลั่นกรองข้อมูลได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสม	4 (1.4)	8 (2.9)	63 (22.8)	98 (35.5)	103 (37.3)	4.04 (0.921)	มาก	5
3. ด้านช่องทางการสื่อสาร						3.86 (1.099)	มาก	
3.1 ด้านสื่อช่องทางการ สื่อสาร						3.62 (1.220)	มาก	
1) สื่อเพจเฟซบุ๊ก (Facebook Page)	9 (3.3)	5 (1.8)	40 (14.5)	80 (29.0)	142 (51.4)	4.24 (0.987)	มาก ที่สุด	1
2) สื่ออีบุ๊ก (E-Book)	71 (25.7)	41 (14.9)	57 (20.7)	57 (20.7)	50 (18.1)	2.91 (1.452)	ปาน กลาง	6
3) สื่อยูทูบ (YouTube)	13 (4.7)	23 (8.3)	57 (20.7)	84 (30.4)	99 (35.9)	3.84 (1.141)	มาก	3

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

n=276

ประเด็น	ระดับความเกี่ยวข้อง (จำนวน/ร้อยละ)					\bar{x} (S.D.)	แปล ความ	อันดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
4) สื่อไลน์ (Line)	11 (4.0)	13 (4.7)	37 (13.4)	83 (30.1)	132 (47.8)	4.13 (1.071)	มาก	2
5) สื่อเว็บไซต์ (Website)	34 (12.3)	36 (13.0)	59 (21.4)	76 (27.5)	71 (25.7)	3.41 (1.328)	มาก	4
6) สื่อแอปพลิเคชันของ กรมประมงและอื่นๆ	43 (15.6)	44 (15.9)	68 (24.6)	65 (23.6)	56 (20.3)	3.17 (1.344)	ปาน กลาง	5
3.2 ด้านคุณลักษณะของ ช่องทางการสื่อสาร						4.09 (0.978)		
1) สื่อใหม่เป็นการสื่อสาร สองทาง	10 (3.6)	14 (5.1)	58 (21.0)	88 (31.9)	106 (38.4)	3.96 (1.061)	มาก	3
2) สื่อใหม่ง่ายต่อการ เข้าถึงและแพร่กระจาย สารสนเทศ	4 (1.4)	11 (4.0)	61 (22.1)	80 (29.0)	120 (43.5)	4.09 (0.970)	มาก	2
3) สื่อใหม่มีลักษณะที่ง่าย ต่อการเคลื่อนย้ายพกพาได้ สะดวก	2 (0.7)	8 (2.9)	54 (19.6)	79 (28.6)	133 (48.2)	4.21 (0.905)	มาก ที่สุด	1
4. ด้านผู้รับ						3.90 (0.987)	มาก	
4.1 เกษตรกรมีทักษะในการ ใช้สื่อใหม่เพื่อการเลี้ยงกุ้งทะเล	6 (2.2)	15 (5.4)	65 (23.6)	93 (33.7)	97 (35.1)	3.94 (1.000)	มาก	2
4.2 เกษตรกรมีทักษะในการ เปิดรับข่าวสารจากสื่อสมัยใหม่ ต่างๆ	5 (1.8)	9 (3.3)	64 (23.2)	96 (34.8)	102 (37.0)	4.02 (0.948)	มาก	1

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

n=276

ประเด็น	ระดับความเกี่ยวข้อง					\bar{X} (S.D.)	แปล ความ	อันดับ
	(จำนวน/ร้อยละ)							
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
4.3 เกษตรกรมีความสามารถ ในการถ่ายทอดข่าวสารจาก สื่อใหม่ได้อย่างถูกต้อง	5 (1.8)	14 (5.1)	75 (27.2)	94 (34.1)	88 (31.9)	3.89 (0.974)	มาก	3
4.4 เกษตรกรมีทักษะในการ กลั่นกรองข้อมูลจากสื่อใหม่ได้ อย่างถูกต้องและเหมาะสม	6 (2.2)	17 (6.2)	73 (26.4)	92 (33.3)	88 (31.9)	3.87 (1.006)	มาก	4
4.5 เกษตรกรสามารถแสดง ความคิดเห็นหรือซักถามผ่าน สื่อใหม่ได้	8 (2.9)	17 (6.2)	78 (28.3)	97 (35.1)	76 (27.5)	3.78 (1.011)	มาก	5

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ความเกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ประกอบด้วย 4 ประเด็น เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็นพบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีความเกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) โดยเกษตรกรมีความเกี่ยวข้องในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมา ด้านผู้รับ ($\bar{X} = 3.90$) ด้านผู้ส่งสาร ($\bar{X} = 3.88$) และด้านช่องทางการสื่อสาร ($\bar{X} = 3.86$) โดยเมื่อพิจารณาแต่ละประเด็น โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้

1) ด้านผู้ส่งสาร พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีความเกี่ยวข้องในด้านผู้ส่งสารภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีความเกี่ยวข้องในด้านคุณสมบัติของผู้ส่งสาร ($\bar{X} = 4.04$) และด้านประเภทของผู้ส่งสารที่อยู่ในอุตสาหกรรมกุ้งทะเล ($\bar{X} = 3.71$) โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า

(1) ด้านประเภทของผู้ส่งสารที่อยู่ในอุตสาหกรรมกุ้งทะเล พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีความเกี่ยวข้องกับประเภทของผู้ส่งสารที่อยู่ในอุตสาหกรรมกุ้งทะเล ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$) โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล

มีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ ในระดับมากที่สุด 5 ประเด็น โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ เกษตรกรที่มีประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งทะเล (\bar{X} = 4.20) รองลงมา ผู้ประกอบการค้า (\bar{X} = 3.79) นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร (\bar{X} = 3.57) เจ้าหน้าที่กรมประมง (\bar{X} = 3.55) และหน่วยงานภาครัฐ (\bar{X} = 3.46) ตามลำดับ

(2) *ด้านคุณสมบัติของผู้ส่งสาร* พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีความเกี่ยวข้องกับคุณสมบัติของผู้ส่งสาร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.04) โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ ในระดับมากที่สุด 4 ประเด็น โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ผู้ส่งสารเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล (\bar{X} = 4.11) รองลงมา ผู้ส่งสารเป็นผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล (\bar{X} = 4.08) ผู้ส่งสารเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับการตลาดกุ้งทะเล (\bar{X} = 4.04) และผู้ส่งสารเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับนโยบายและทิศทางการพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล (\bar{X} = 3.95) ตามลำดับ

2) *ด้านข้อมูลข่าวสาร* พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีความเกี่ยวข้องในด้านข้อมูลข่าวสาร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.07) โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ ในระดับมากที่สุด 6 ประเด็น โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ความเป็นประโยชน์ของเนื้อหาของสื่อใหม่ (\bar{X} = 4.14) รองลงมา มีเนื้อหาของสื่อใหม่ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย (\bar{X} = 4.11) มีความเหมาะสมของเนื้อหาของสื่อใหม่ (\bar{X} = 4.10) มีการสร้างเนื้อหาของสื่อใหม่มีความน่าสนใจ (\bar{X} = 4.06) มีเนื้อหาของสื่อใหม่มีการกลั่นกรองข้อมูลได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม (\bar{X} = 4.04) และมีความครบถ้วนสมบูรณ์ของเนื้อหาของสื่อใหม่ (\bar{X} = 3.98) ตามลำดับ

3) *ด้านช่องทางการสื่อสาร* พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีความเกี่ยวข้องในด้านช่องทางการสื่อสาร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.86) โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีความเกี่ยวข้องในด้านคุณลักษณะของช่องทางการสื่อสาร (\bar{X} = 4.09) และด้านสื่อช่องทางการสื่อสาร (\bar{X} = 3.62) โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า

(1) *ด้านสื่อช่องทางการสื่อสาร* พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีความเกี่ยวข้องในด้านสื่อช่องทางการสื่อสาร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.62) โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ ในระดับมากที่สุด คือ สื่อเพจเฟซบุ๊ก (Facebook Page) (\bar{X} = 4.24) มีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ ในระดับมากที่สุด 3

ประเด็น โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ สื่อไลน์ (Line) (\bar{X} = 4.13) รองลงมา สื่อยูทูป (YouTube) (\bar{X} = 3.84) และสื่อเว็บไซต์ (Website) (\bar{X} = 4.24) มีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ ในระดับปานกลางทั้ง 2 ประเด็น โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ สื่อแอปพลิเคชันของกรมประมงและอื่นๆ (\bar{X} = 3.17) และสื่ออีบุ๊ก (E-Book) (\bar{X} = 2.91) ตามลำดับ

(2) ด้านคุณลักษณะของช่องทางการสื่อสาร พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล มีความเกี่ยวข้องในด้านคุณลักษณะของช่องทางการสื่อสาร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.09) โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ ในระดับมากที่สุด คือ สื่อใหม่มีลักษณะที่ง่ายต่อการเคลื่อนย้ายพกพาได้สะดวก (\bar{X} = 4.21) มีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ ในระดับมากที่สุด 2 ประเด็น โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ สื่อใหม่ง่ายต่อการเข้าถึงและแพร่กระจายสารสนเทศ (\bar{X} = 4.09) และสื่อใหม่เป็นการสื่อสารสองทาง (\bar{X} = 3.96) ตามลำดับ

4) ด้านผู้รับ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีความเกี่ยวข้องในด้านผู้รับ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.90) โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ ในระดับมากที่สุด 5 ประเด็น โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ เกษตรกรมีทักษะในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสมัยใหม่ต่างๆ (\bar{X} = 4.02) รองลงมา เกษตรกรมีทักษะในการใช้สื่อใหม่เพื่อการเลี้ยงกุ้งทะเล (\bar{X} = 3.94) เกษตรกรมีความสามารถในการถ่ายทอดข่าวสารจากสื่อใหม่ได้อย่างถูกต้อง (\bar{X} = 3.89) เกษตรกรมีทักษะในการกลั่นกรองข้อมูลจากสื่อใหม่ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม (\bar{X} = 3.87) และเกษตรกรสามารถแสดงความคิดเห็นหรือซักถามผ่านสื่อใหม่ได้ (\bar{X} = 3.78) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 สรุปภาพรวมความเกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล

n = 276

ประเด็น	ระดับความเกี่ยวข้อง			
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	อันดับ
1. ด้านผู้ส่งสาร	3.88	1.112	มาก	3
2. ด้านข้อมูลข่าวสาร	4.07	0.907	มาก	1
3. ด้านช่องทางการสื่อสาร	3.86	1.099	มาก	4
4. ด้านผู้รับ	3.90	0.987	มาก	2
รวมเฉลี่ย	3.93	1.026	มาก	

จากตารางที่ 4.6 การวิเคราะห์สรุปความเกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า มีความเกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่อยู่ในระดับมาก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 4.07$) ด้านผู้รับ ($\bar{X} = 3.90$) ด้านผู้ส่งสาร ($\bar{X} = 3.88$) และด้านช่องทางการสื่อสาร ($\bar{X} = 3.86$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาความรู้ ทักษะ การปฏิบัติ และปัจจัยที่สัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

3.1 ความรู้ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

การศึกษาความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ประกอบด้วย คำถามรวม 20 ข้อ คะแนนเต็มเท่ากับ 20 คะแนน โดยให้คะแนนสำหรับข้อที่ตอบถูกเท่ากับ 1 ข้อที่ตอบผิดเท่ากับ 0 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามรายละเอียดในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

ประเด็นความรู้	เฉลย	ตอบถูก	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
n =276			
1. ด้านผู้ส่งสาร			
1.1 การใช้สื่อใหม่ช่วยให้ผู้ส่งสาร เช่น หน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการเจ้าหน้าที่กรมประมง และผู้นำเกษตรกรสามารถแจ้งข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว	ถูก	268	97.1
1.2 สื่อใหม่เป็นการสื่อสารทางเดียว ที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดข่าวสารไปสู่ผู้รับสาร เพื่อฟัง/อ่าน/ดูชม	ผิด	74	26.8
1.3 สื่อใหม่เป็นการสร้างสรรค์เนื้อหาสาร ของผู้ส่งสาร เพื่อส่งไปยังผู้รับสาร	ถูก	268	97.1
1.4 การใช้สื่อใหม่ช่วยให้ผู้ส่งสาร เช่น หน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการเจ้าหน้าที่กรมประมง ตัวแทนเกษตรกรสามารถถ่ายทอดความรู้ทางวิชาการเพื่อให้ผู้รับสารมีโอกาสพัฒนาความรู้ให้เพิ่มพูนยิ่งขึ้น	ถูก	267	96.7

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

n =276

ประเด็นความรู้	เฉลย	ตอบถูก	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.5 การใช้สื่อใหม่ช่วยให้ผู้ส่งสาร เช่น หน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการเจ้าหน้าที่กรมประมง และตัวแทนเกษตรกร ผู้ประกอบการค้าเกิดความรู้ และสร้างเสริมประสบการณ์ที่ดี	ถูก	266	96.4
2. ด้านข้อมูลข่าวสาร			
2.1 สื่อใหม่มีข้อจำกัดในการตัดแปลง คัดเลือก เนื้อหา จากเนื้อหาเก่าเป็นเนื้อหาใหม่	ถูก	199	72.1
2.2 เนื้อหาของสื่อใหม่สามารถเชื่อมโยงและบูรณาการเข้าด้วยกัน ได้ง่าย	ผิด	11	4.0
2.3 สื่อใหม่เน้นส่งเฉพาะข้อมูลความรู้ที่ถ่ายทอดจากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสารที่เป็นตัวอักษรสั้นๆ	ถูก	191	69.2
2.4 สื่อใหม่ใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้ หลายรูปแบบ เช่น การสนทนาออนไลน์ การแลกเปลี่ยนข้อมูลแบบ กลุ่ม	ถูก	268	97.1
2.5 สื่อใหม่เป็นเครื่องมือในการค้นหาข้อมูลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว	ถูก	264	95.7
3. ด้านช่องทางการสื่อสาร			
3.1 สื่อใหม่เป็นการนำเนื้อหาสารจากผู้ส่งสาร เช่น หน่วยงาน ภาครัฐ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร เจ้าหน้าที่กรมประมง ไปถึง ผู้รับสารได้หลากหลายช่องทาง	ถูก	267	96.7
3.2 สื่อใหม่ทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารที่จำกัด	ผิด	141	51.1
3.3 สื่อใหม่สามารถสื่อสาร ได้เฉพาะข้อความ และภาพนิ่ง	ผิด	145	52.5
3.4 สื่อใหม่ทำให้เกิดการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ ได้ทุกที่ ทุกเวลา	ถูก	260	94.2
3.5 สื่อใหม่สามารถเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่าย มีส่วนช่วยให้ เกษตรกรสามารถพบปะ พูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และ ประสบการณ์กับบุคคลและองค์กรอื่นๆ ได้	ถูก	266	96.4
4. ด้านผู้รับ			
4.1 สื่อใหม่ทำให้ผู้รับสารมีบทบาทเป็นผู้รับและผู้ส่งสารสนเทศ ได้	ถูก	260	94.2

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

n =276

ประเด็นความรู้	เฉลย	ตอบถูก	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
4.2 สื่อใหม่ทำให้ผู้รับสารเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารได้ช้า เนื่องจากต้องใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	ถูก	176	63.8
4.3 ผู้รับสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาต้นฉบับ ที่ได้รับผ่านสื่อใหม่ได้อย่างสะดวก	ถูก	241	87.3
4.4 สื่อใหม่ไม่เอื้อให้ผู้รับสารสร้างเนื้อหาเองได้ตามความสนใจ	ผิด	128	46.4
4.5 การใช้สื่อใหม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กับ สารสนเทศอยู่ตลอดเวลา ทำให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง	ถูก	271	98.2

จากตารางที่ 4.7 ความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์
กึ่งทะเลของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่า

1) ด้านผู้ส่งสาร พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 97.1 มีความรู้ในประเด็นเรื่อง
การใช้สื่อใหม่ช่วยให้ผู้ส่งสาร เช่น หน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการเจ้าหน้าที่กรมประมง และผู้นำเกษตรกร
สามารถแจ้งข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว และสื่อใหม่เป็นการสร้างสรรค์เนื้อหาสารของผู้ส่งสา
รเพื่อส่งไปยังผู้รับสาร เท่ากัน รองลงมา ร้อยละ 96.7 การใช้สื่อใหม่ช่วยให้ผู้ส่งสาร เช่น หน่วยงาน
ภาครัฐ นักวิชาการเจ้าหน้าที่กรมประมง ตัวแทนเกษตรกรสามารถถ่ายทอดความรู้ทางวิชาการเพื่อให้
ผู้รับสารมีโอกาสพัฒนาความรู้ให้เพิ่มพูนยิ่งขึ้น ร้อยละ 96.4 การใช้สื่อใหม่ช่วยให้ผู้ส่งสาร เช่น หน้
งานภาครัฐ นักวิชาการเจ้าหน้าที่กรมประมง และตัวแทนเกษตรกร ผู้ประกอบการค้าเกิดความรู้ และ
สร้างเสริมประสบการณ์ที่ดี และร้อยละ 26.8 สื่อใหม่เป็นการสื่อสารทางเดียว ที่ผู้ส่งสารถ่ายทอด
ข่าวสารไปสู่ผู้รับสาร เพื่อฟัง/อ่าน/ดูชม ตามลำดับ

2) ด้านข้อมูลข่าวสาร พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 97.1 มีความรู้ในประเด็น
เรื่องสื่อใหม่ใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้หลายรูปแบบ เช่น การสนทนาออนไลน์
การแลกเปลี่ยนข้อมูลแบบกลุ่ม รองลงมา ร้อยละ 95.7 สื่อใหม่เป็นเครื่องมือในการค้นหาข้อมูลต่างๆ
ได้อย่างรวดเร็ว ร้อยละ 72.1 สื่อใหม่มีข้อจำกัดในการดัดแปลง คัดเลือกเนื้อหา จากเนื้อหาเก่าเป็น
เนื้อหาใหม่ ร้อยละ 69.2 สื่อใหม่เน้นส่งเฉพาะข้อมูลความรู้ที่ถ่ายทอดจากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสารที่
เป็นตัวอักษรสั้นๆ และร้อยละ 4.0 เนื้อหาของสื่อใหม่สามารถเชื่อมโยงและบูรณาการเข้าด้วยกันได้
ง่าย ตามลำดับ

3) ด้านช่องทางการสื่อสาร พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 96.7 มีความรู้ในประเด็นเรื่องสื่อใหม่เป็นการนำเนื้อหาสารจากผู้ส่งสาร เช่น หน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร เจ้าหน้าที่กรมประมง ไปถึงผู้รับสารได้หลากหลายช่องทาง รองลงมา ร้อยละ 96.4 สื่อใหม่สามารถเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่าย มีส่วนช่วยให้เกษตรกรสามารถพบปะ พูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และประสบการณ์กับบุคคลและองค์กรอื่นๆ ได้ ร้อยละ 94.2 สื่อใหม่ทำให้เกิดการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ ได้ทุกที่ทุกเวลา ร้อยละ 52.5 สื่อใหม่สามารถสื่อสารได้เฉพาะข้อความ และภาพนิ่ง และร้อยละ 51.1 สื่อใหม่ทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารที่จำกัด ตามลำดับ

4) ด้านผู้รับ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 98.2 มีความรู้ในประเด็นเรื่องการใช้สื่อใหม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กับสารสนเทศอยู่ตลอดเวลา ทำให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง รองลงมา ร้อยละ 94.2 สื่อใหม่ทำให้ผู้รับสารมีบทบาทเป็นผู้รับและผู้ส่งสารสนเทศได้ ร้อยละ 87.3 ผู้รับสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาต้นฉบับที่ได้รับผ่านสื่อใหม่ได้อย่างสะดวก ร้อยละ 63.8 สื่อใหม่ทำให้ผู้รับสารเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารได้ช้า เนื่องจากต้องใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และร้อยละ 46.4 สื่อใหม่ไม่เอื้อให้ผู้รับสารสร้างเนื้อหาเองได้ตามความสนใจตามลำดับ

ระดับความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล โดยให้ 1 คะแนน สำหรับข้อที่ตอบถูก และให้ 0 คะแนน สำหรับข้อที่ตอบผิด แล้วรวมคะแนนทั้งหมด และนำคะแนนรวมของเกษตรกรแต่ละคนมาจัดระดับความรู้ตามเกณฑ์ในการประเมิน ผลการวิเคราะห์ดังปรากฏในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ระดับความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล

n=276

ความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล (คะแนน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ความหมาย มีความรู้ในระดับ
0-4	0	0.0	น้อยที่สุด
5-8	2	0.7	น้อย
9-12	21	7.6	ปานกลาง
13-16	236	85.5	มาก
17-20	17	6.2	มากที่สุด

คะแนนต่ำสุด 8 คะแนนสูงสุด 18 คะแนนเฉลี่ย 14.41 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.536

จากตารางที่ 4.8 ระดับความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 85.5 มีความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลในระดับมาก รองลงมา ร้อยละ 7.6 มีความรู้ในระดับปานกลาง ร้อยละ 6.2 มีความรู้ในระดับมากที่สุด และร้อยละ 0.7 มีความรู้ในระดับน้อย ตามลำดับโดยเกษตรกรมีคะแนนความรู้ในระดับต่ำสุด 8 คะแนน สูงสุด 18 คะแนน และมีคะแนนเฉลี่ย 14.41 ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก

3.2 ทักษะคิดในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล

จากการศึกษาทักษะคิดในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ประกอบด้วย ด้านผู้ส่งสาร ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านช่องทางการสื่อสาร และด้านผู้รับ ผลการวิเคราะห์ปรากฏตามตารางที่ 4.9 ดังนี้

ตารางที่ 4.9 ทักษะคิดในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น (จำนวน/ร้อยละ)					\bar{x} (S.D.)	แปล ความ	อันดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
1. ด้านผู้ส่งสาร						3.89 (0.992)	มาก	
1.1 นักวิชาการส่งเสริม การเกษตรมีการใช้สื่อใหม่ แจ้งข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว	21 (7.6)	17 (6.2)	70 (25.4)	83 (30.1)	85 (30.8)	3.70 (1.187)	มาก	5
1.2 หน่วยงานภาครัฐให้ข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่อใหม่โดยใช้ภาษา ที่เข้าใจง่ายไม่ทำให้เกิดความ คลาดเคลื่อนได้	9 (3.3)	30 (10.9)	59 (21.4)	99 (35.9)	79 (28.6)	3.76 (1.083)	มาก	4
1.3 เกษตรกรที่มี ประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้ง ทะเลมีวิธีการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ ที่เหมาะสม	2 (0.7)	5 (1.8)	59 (21.4)	122 (44.2)	88 (31.9)	4.05 (0.819)	มาก	2

n=276

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

n=276

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น (จำนวน/ร้อยละ)					\bar{x} (S.D.)	แปล ความ	อันดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
1.4 เจ้าหน้าที่กรมประมง มีความสามารถในการใช้สื่อใหม่ ในการส่งข้อมูลข่าวสาร	3 (1.1)	22 (8.0)	74 (26.8)	84 (30.4)	93 (33.7)	3.88 (1.005)	มาก	3
1.5 ผู้ประกอบการค้ามีทักษะ ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการสื่อสาร ที่ดี	0 (0.0)	9 (3.3)	68 (24.6)	95 (34.4)	104 (37.7)	4.07 (0.867)	มาก	1
2. ด้านข้อมูลข่าวสาร						4.14 (0.906)	มาก	
2.1 เนื้อหาของสื่อใหม่ทำให้ ท่านได้รับข้อมูลที่เข้าใจง่าย เพราะมีทั้งภาพและเสียง และข้อความไปพร้อมกัน	7 (2.5)	7 (2.5)	52 (18.8)	89 (32.2)	121 (43.8)	4.12 (0.972)	มาก	5
2.2 การนำสื่อใหม่มาใช้ช่วย ให้สามารถนำเนื้อหาข้อมูลมา ใช้ได้อย่างรวดเร็ว	3 (1.1)	3 (1.1)	65 (23.6)	85 (30.8)	120 (43.5)	4.14 (0.891)	มาก	3
2.3 การนำสื่อใหม่มาใช้ช่วย ให้เนื้อหาข้อมูลข่าวสารมีความ ถูกต้องมากขึ้น	3 (1.1)	10 (3.6)	66 (23.9)	75 (27.2)	122 (44.2)	4.10 (0.958)	มาก	7

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

n=276

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น (จำนวน/ร้อยละ)					\bar{x} (S.D.)	แปล ความ	อันดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
	2.4 การเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้ง ทะเลสามารถนำเสนอผ่านสื่อ ใหม่ทุกประเภทได้ ขึ้นอยู่กับ สถานการณ์และสิ่งแวดล้อม	2 (0.7)	7 (2.5)	65 (23.6)	85 (30.8)			
2.5 สื่อใหม่สามารถทำให้ท่าน ค้นหาคำตอบในเรื่องการเลี้ยง กุ้งทะเลได้สะดวกขึ้น	2 (0.7)	4 (1.4)	62 (22.5)	84 (30.4)	124 (44.9)	4.17 (0.877)	มาก	2
2.6 สื่อใหม่ช่วยประหยัดเวลา ในการบริหารข้อมูล	0 (0.0)	5 (1.8)	61 (22.1)	81 (29.3)	129 (46.7)	4.21 (0.848)	มากที่สุด	1
2.7 สื่อใหม่ช่วยประหยัด ค่าใช้จ่ายในการบริหารข้อมูล	2 (0.7)	8 (2.9)	58 (21.0)	92 (33.3)	116 (42.0)	4.13 (0.893)	มาก	4
3. ด้านช่องทางการสื่อสาร						3.99 (0.990)	มาก	
3.1 การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็น สื่อที่เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ที่สามารถเชื่อมต่อกันได้ทั่วโลก มีมาตรฐานการรับส่งข้อมูล ระหว่างกับเป็นหนึ่งเดียว	0 (0.0)	8 (2.9)	52 (18.8)	113 (40.9)	103 (37.3)	4.13 (0.815)	มาก	3
3.2 สื่อเพจเฟซบุ๊กมีความ รวดเร็วและความทันต่อการณ์ ในการสื่อสาร	6 (2.2)	4 (1.4)	34 (12.3)	88 (31.9)	144 (52.2)	4.30 (0.899)	มากที่สุด	1
3.3 สื่ออิบุ๊กเป็นสื่อใหม่ที่ถูก ผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะ	26 (9.4)	35 (12.7)	70 (25.4)	70 (25.4)	75 (27.2)	3.48 (1.272)	มาก	7

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น (จำนวน/ร้อยละ)					x̄ (S.D.)	แปล ความ	อันดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
	3.4 สื่อไลน์เป็นสื่อใหม่ที่ใช่ ในการติดต่อสื่อสารระหว่าง กันและกันในชุมชนได้อย่าง เหมาะสม	0 (0.0)	9 (3.3)	46 (16.7)	77 (27.9)			
3.5 สื่อเว็บไซต์สามารถเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายได้ทั่วประเทศ และทั่วโลก	7 (2.5)	23 (8.3)	64 (23.2)	90 (32.6)	92 (33.3)	3.86 (1.054)	มาก	5
3.6 สื่อยูทูปสามารถสื่อสารได้ หลายรูปแบบ เช่น เสียง ข้อความ ภาพนิ่ง และ ภาพเคลื่อนไหว	2 (0.7)	10 (3.6)	58 (21.0)	92 (33.3)	114 (41.3)	4.11 (0.908)	มาก	4
3.7 แอปพลิเคชันเป็นสื่อใหม่ ที่ถูกผลิตขึ้นมาความสะดวก ในการใช้งานมากขึ้น	15 (5.4)	17 (6.2)	74 (26.8)	83 (30.1)	87 (31.5)	3.76 (1.125)	มาก	6
4. ด้านผู้รับ						4.32 (0.826)	มาก ที่สุด	
4.1 การใช้สื่อใหม่มีประโยชน์ ในการมาพัฒนาในการเลี้ยง กุ้งทะเลของเกษตรกรได้	2 (0.7)	6 (2.2)	50 (18.1)	85 (30.8)	133 (48.2)	4.24 (0.873)	มาก ที่สุด	5
4.2 การใช้สื่อใหม่ทำให้ เกษตรกรสะดวกในการติดต่อ สื่อสาร	2 (0.7)	3 (1.1)	44 (15.9)	96 (34.8)	131 (47.5)	4.27 (0.819)	มาก ที่สุด	4

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

n=276

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น (จำนวน/ร้อยละ)					\bar{x} (S.D.)	แปล ความ	อันดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
	4.3 การใช้สื่อใหม่ทำให้ เกษตรกรสามารถเข้าถึงแหล่ง เรียนรู้เพื่อเพิ่มพูนความรู้ในการ เลี้ยงกุ้ง	0 (0.0)	4 (1.4)	52 (18.8)	69 (25.0)			
4.4 การใช้สื่อใหม่ทำให้ เกษตรกรสามารถเพิ่มเพื่อนใหม่ ที่เลี้ยงกุ้งทะเลได้มากขึ้น	0 (0.0)	5 (1.8)	41 (14.9)	69 (25.0)	161 (58.3)	4.40 (0.805)	มาก ที่สุด	1
4.5 การใช้สื่อใหม่ทำให้ เกษตรกรได้รับข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล ได้รวดเร็ว	0 (0.0)	3 (1.1)	48 (17.4)	67 (24.3)	158 (57.2)	4.38 (0.806)	มาก ที่สุด	2

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ระดับทัศนคติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ประกอบด้วย 4 ประเด็น เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็นพบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีระดับทัศนคติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$) โดยเกษตรกรมีระดับทัศนคติในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านผู้รับ ($\bar{x} = 4.32$) รองลงมา ด้านข้อมูลข่าวสาร ($\bar{x} = 4.14$) ด้านช่องทางการสื่อสาร ($\bar{x} = 3.99$) และด้านผู้ส่งสาร ($\bar{x} = 3.89$) โดยเมื่อพิจารณาแต่ละประเด็น โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้

1) ด้านผู้ส่งสาร พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีระดับทัศนคติในด้านผู้ส่งสาร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.89$) โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีระดับทัศนคติในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ประเด็น โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ผู้ประกอบการค้ามีทักษะในการใช้สื่อใหม่เพื่อการสื่อสารที่ดี ($\bar{x} = 4.07$) รองลงมา เกษตรกรที่มีประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งทะเลมีวิธีการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ที่เหมาะสม ($\bar{x} = 4.05$) เจ้าหน้าที่กรม

ประมณมีความสามารถในการใช้สื่อใหม่ในการส่งข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 3.88$) หน่วยงานภาครัฐให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อใหม่โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายไม่ทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ ($\bar{X} = 3.76$) และนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรมีการใช้สื่อใหม่แจ้งข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.70$) ตามลำดับ

2) *ด้านข้อมูลข่าวสาร* พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีระดับทัศนคติในด้านข้อมูลข่าวสาร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีระดับทัศนคติในระดับมากที่สุด คือ สื่อใหม่ช่วยประหยัดเวลาในการบริหารข้อมูล ($\bar{X} = 4.21$) เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีระดับทัศนคติในระดับมาก ทั้ง 6 ประเด็น โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ สื่อใหม่สามารถทำให้ท่านค้นหาคำตอบในเรื่องการเลี้ยงกุ้งทะเลได้สะดวกขึ้น ($\bar{X} = 4.17$) รองลงมา การนำสื่อใหม่มาใช้ช่วยให้สามารถนำเนื้อหาข้อมูลมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.14$) สื่อใหม่ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการบริหารข้อมูล ($\bar{X} = 4.13$) เนื้อหาของสื่อใหม่ทำให้ท่านได้รับข้อมูลที่เข้าใจง่ายเพราะมีทั้งภาพและเสียงและข้อความไปพร้อมกัน และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเลสามารถนำเสนอผ่านสื่อใหม่ทุกประเภทได้ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 4.12$) เท่ากัน และการนำสื่อใหม่มาใช้ช่วยให้เนื้อหาข้อมูลข่าวสารมีความถูกต้องมากขึ้น ($\bar{X} = 4.10$) ตามลำดับ

3) *ด้านช่องทางการสื่อสาร* พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีระดับทัศนคติในด้านช่องทางการสื่อสาร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีระดับทัศนคติในระดับมากที่สุด ได้แก่ สื่อเพจเฟซบุ๊กมีความรวดเร็วและความทันต่อการณ์ในการสื่อสาร ($\bar{X} = 4.30$) และสื่อไลน์เป็นสื่อใหม่ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันและกันในกลุ่มคนได้อย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 4.29$) ตามลำดับ เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีระดับทัศนคติในระดับมาก ทั้ง 5 ประเด็น โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่สามารถเชื่อมต่อกันได้ทั่วโลก มีมาตรฐานการรับส่งข้อมูลระหว่างกันเป็นหนึ่งเดียว ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมา สื่อยูทูปสามารถสื่อสารได้หลายรูปแบบ เช่น เสียงข้อความ ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว ($\bar{X} = 4.11$) สื่อเว็บไซต์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วประเทศและทั่วโลก ($\bar{X} = 3.86$) แอปพลิเคชันเป็นสื่อใหม่ที่ถูกผลิตขึ้นมาความสะดวกในการใช้งานมากขึ้น ($\bar{X} = 3.76$) และสื่ออีบุ๊กเป็นสื่อใหม่ที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะ ($\bar{X} = 3.48$) ตามลำดับ

4) *ด้านผู้รับ* พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีระดับทัศนคติในด้านผู้รับ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$) โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีระดับทัศนคติในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ประเด็น โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย

ดังนั้น การใช้สื่อใหม่ทำให้เกษตรกรสามารถเพิ่มเพื่อนใหม่ที่เลี้ยงกุ้งทะเลได้มากขึ้น (\bar{X} = 4.40) รองลงมา การใช้สื่อใหม่ทำให้เกษตรกรได้รับข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเลได้รวดเร็ว (\bar{X} = 4.38) การใช้สื่อใหม่ทำให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงแหล่งเรียนรู้เพื่อเพิ่มพูนความรู้ในการเลี้ยงกุ้ง (\bar{X} = 4.33) การใช้สื่อใหม่ทำให้เกษตรกรสะดวกในการติดต่อสื่อสาร (\bar{X} = 4.27) และ การใช้สื่อใหม่มีประโยชน์ในการมาพัฒนาในการเลี้ยงกุ้งทะเลของเกษตรกรได้ (\bar{X} = 4.24) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 สรุปภาพรวมทัศนคติในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล

ประเด็น	ระดับทัศนคติ			
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	อันดับ
1. ด้านผู้ส่งสาร	3.89	0.992	มาก	4
2. ด้านข้อมูลข่าวสาร	4.14	0.906	มาก	2
3. ด้านช่องทางการสื่อสาร	3.99	0.990	มาก	3
4. ด้านผู้รับ	4.32	0.826	มากที่สุด	1
รวมเฉลี่ย	4.08	0.928	มาก	

n = 276

จากตารางที่ 4.10 การวิเคราะห์สรุประดับทัศนคติในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า มีระดับทัศนคติในการใช้สื่อใหม่อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน คือ ด้านผู้รับ (\bar{X} = 4.32) มีระดับทัศนคติในการใช้สื่อใหม่อยู่ในระดับมาก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านข้อมูลข่าวสาร (\bar{X} = 4.14) ด้านช่องทางการสื่อสาร (\bar{X} = 3.99) และด้านผู้ส่งสาร (\bar{X} = 3.89) ตามลำดับ

3.3 การปฏิบัติการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล

จากการศึกษาการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ประกอบด้วย ด้านผู้ส่งสาร ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านช่องทางการสื่อสาร และด้านผู้รับ โดยให้ตอบคำถามที่มีลักษณะเลือกตอบ ปฏิบัติ-ไม่ปฏิบัติ หากตอบว่า “ปฏิบัติ” ให้คะแนน 1 คะแนน ตอบว่า “ไม่ปฏิบัติ” ให้คะแนน 0 คะแนน การวิเคราะห์ผลปรากฏตามตารางที่ 4.11 ดังนี้

ตารางที่ 4.11 การปฏิบัติการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล

n=276

ประเด็น	จำนวนที่ปฏิบัติ (คน)	ร้อยละ	อันดับ
1. ด้านผู้ส่งสาร			
1.1 นักวิชาการส่งเสริมมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเลผ่านสื่อใหม่ให้ท่านทราบอย่างรวดเร็ว	242	87.7	3
1.2 หน่วยงานภาครัฐให้ข้อมูลข่าวสารคั่นนโยบายและข้อกำหนดต่างๆ ผ่านสื่อใหม่โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายไม่ทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้	235	85.1	5
1.3 เจ้าหน้าที่กรมประมงมีการถ่ายทอดความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเลผ่านสื่อใหม่ให้แก่เกษตรกร	238	86.2	4
1.4 ผู้ประกอบการค้ามีการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการผ่านสื่อใหม่	261	94.6	1
1.5 เกษตรกรที่ประสบความสำเร็จในการเลี้ยงกุ้งทะเลใช้สื่อใหม่ในการถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์ให้กับเกษตรกรรายอื่นๆ	261	94.6	1
2. ด้านข้อมูลข่าวสาร			
2.1 หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ใช้สื่อใหม่ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แหล่งจำหน่ายลูกพันธุ์กุ้งทะเลที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน (White list) ของกรมประมง	264	95.7	5
2.2 หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ใช้สื่อใหม่ในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการฟาร์ม เทคนิคการเลี้ยง และการป้องกันโรคต่างๆ ของกุ้งทะเล	267	96.7	4
2.3 หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ใช้สื่อใหม่ในการให้ข้อมูลการทำมาตรฐานการเลี้ยงกุ้งทะเล	268	97.1	3
2.4 หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ใช้สื่อใหม่ในการทำตลาดกุ้งทะเล เช่น ราคา การประชาสัมพันธ์ การสร้างตราสินค้า เป็นต้น	271	98.2	2
2.5 หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ใช้สื่อใหม่เพื่อรวมกลุ่มเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเล	274	99.3	1

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ประเด็น	จำนวนที่ปฏิบัติ (คน)	ร้อยละ	อันดับ
3. ด้านช่องทางการสื่อสาร			
3.1 ท่านได้ใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์ เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้เลี้ยงกุ้ง ชมรมผู้เลี้ยงกุ้ง และหน่วยงานต่างๆ	272	98.6	1
3.2 ท่านให้ใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ เพจเฟซบุ๊ก ไลน์ เป็นช่องทางในการติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหว ด้านการตลาด และทั้งภายในและต่างประเทศ เพื่อนำมา วางแผนการผลิตและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล	272	98.6	1
3.3 ท่านได้ใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ อีบุ๊ก และ แอปพลิเคชันเป็นช่องทางในการเข้าถึงและสืบค้นข้อมูล ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล	267	96.7	3
3.4 ท่านได้ใช้แอปพลิเคชัน APD ของกรมประมง เป็นช่องทางในการบันทึกข้อมูล และวิเคราะห์การเลี้ยง กุ้งทะเลจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ	239	86.6	5
3.5 ท่านได้ใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก ยูทูป และอีบุ๊ก เป็นช่องทางในการเข้าร่วมการสัมมนาในงานวันกุ้งต่างๆ	250	90.6	4
4. ด้านผู้รับ			
4.1 ท่านได้เรียนรู้เนื้อหาการเลี้ยงกุ้งทะเลจากสื่อใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ เพจเฟซบุ๊ก ยูทูป และอีบุ๊ก เป็นต้น	269	97.5	2
4.2 ท่านให้นำความรู้จากสื่อใหม่มาใช้พัฒนาเทคโนโลยี การเลี้ยงกุ้งทะเล เพื่อลดต้นทุนการผลิต	272	98.6	1
4.3 ท่านได้นำข้อมูลจากสื่อใหม่มาประกอบการตัดสินใจ ในการเลือกซื้อลูกกุ้ง อาหาร และปัจจัยการผลิตต่างๆ	268	97.1	4
4.4 ท่านได้นำข้อมูลความรู้จากสื่อใหม่มาใช้เพื่อพัฒนา และปรับปรุงฟาร์มกุ้งทะเลให้เป็นไปตามมาตรฐานเพื่อการ ส่งออก	269	97.5	2
4.5 ท่านได้นำข้อมูลที่บันทึกผ่านแอปพลิเคชัน APD ของ กรมประมงมาใช้ประกอบในการซื้อขายกุ้งทะเล	246	89.1	5

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์สภาพการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริม และพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ประกอบด้วย 4 ประเด็น ปรากฏผลดังนี้

1) *ด้านผู้ส่งสาร* พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 94.6 ผู้ประกอบการค้ามีการประชาสัมพันธ์สินค้า และบริการผ่านสื่อใหม่ และเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จในการเลี้ยงกุ้งทะเลใช้สื่อใหม่ในการถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์ให้กับเกษตรกรรายอื่นๆ เท่ากัน รองลงมา ร้อยละ 87.7 นักวิชาการส่งเสริมมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเลผ่านสื่อใหม่ให้ท่านทราบอย่างรวดเร็ว ร้อยละ 87.7 นักวิชาการส่งเสริมมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเลผ่านสื่อใหม่ให้ท่านทราบอย่างรวดเร็ว ร้อยละ 86.2 เจ้าหน้าที่กรมประมงมีการถ่ายทอดความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเลผ่านสื่อใหม่ให้แก่เกษตรกร และร้อยละ 85.1 หน่วยงานภาครัฐให้ข้อมูลข่าวสารคั่นนโยบายและข้อกำหนดต่างๆ ผ่านสื่อใหม่โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายไม่ทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ ตามลำดับ

2) *ด้านข้อมูลข่าวสาร* พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 99.3 หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ใช้สื่อใหม่เพื่อรวมกลุ่มเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเล รองลงมา ร้อยละ 98.2 หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ใช้สื่อใหม่ในการทำตลาดกุ้งทะเล เช่น ราคา การประชาสัมพันธ์ การสร้างตราสินค้า เป็นต้น ร้อยละ 97.1 หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ใช้สื่อใหม่ในการให้ข้อมูลการทำมาตรฐานการเลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 96.7 หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ใช้สื่อใหม่ในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการฟาร์ม เทคนิคการเลี้ยง และการป้องกันโรคต่างๆ ของกุ้งทะเล และร้อยละ 95.7 หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ใช้สื่อใหม่ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แหล่งจำหน่ายลูกพันธุ์กุ้งทะเลที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน (White list) ของกรมประมงตามลำดับ

3) *ด้านช่องทางการสื่อสาร* พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 98.6 มีการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์ เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้เลี้ยงกุ้ง ชุมรมผู้เลี้ยงกุ้ง และหน่วยงานต่างๆ และมีการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ เพจเฟซบุ๊ก ไลน์ เป็นช่องทางในการติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหว ด้านการตลาด และทั้งภายในและต่างประเทศ เพื่อนำมาวางแผนการผลิตและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล เท่ากัน รองลงมา ร้อยละ 96.7 มีการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ อีบุ๊ก และแอปพลิเคชันเป็นช่องทางในการเข้าถึงและสืบค้นข้อมูลข่าวสารความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 90.6 มีการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก ยูทูบ และอีบุ๊ก เป็นช่องทางในการเข้าร่วมการสัมมนา ในงานวันกุ้งต่างๆ และร้อยละ 86.6 มีการใช้แอปพลิเคชัน APD ของกรมประมง เป็นช่องทางในการบันทึกข้อมูล และวิเคราะห์การเลี้ยงกุ้งทะเลจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ ตามลำดับ

4) ด้านผู้รับ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 98.6 มีการนำความรู้จากสื่อใหม่มาใช้พัฒนาเทคโนโลยีการเลี้ยงกุ้งทะเล เพื่อลดต้นทุนการผลิต รองลงมา ร้อยละ 97.5 มีการเรียนรู้เนื้อหาการเลี้ยงกุ้งทะเลจากสื่อใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ เพจเฟซบุ๊ก ยูทูบ และอีบุ๊ก เป็นต้น และมีการนำข้อมูลความรู้จากสื่อใหม่มาใช้เพื่อพัฒนาและปรับปรุงฟาร์มกุ้งทะเลให้เป็นไปตามมาตรฐานเพื่อการส่งออก เท่ากัน ร้อยละ 97.1 มีการนำข้อมูลจากสื่อใหม่มาประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อลูกกุ้ง อาหาร และปัจจัยการผลิตต่างๆ และร้อยละ 89.1 มีการนำข้อมูลที่บันทึกผ่านแอปพลิเคชัน APD ของกรมประมงมาใช้ประกอบในการซื้อขายกุ้งทะเล ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ระดับการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล

n = 276

การปฏิบัติ (ข้อ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ความหมาย มีการปฏิบัติในระดับ
0-4	0	0.0	น้อยที่สุด
5-8	0	0.0	น้อย
9-12	10	3.6	ปานกลาง
13-16	24	8.7	มาก
17-20	242	87.7	มากที่สุด

ค่าต่ำสุด = 10 ข้อ ค่าสูงสุด = 20 ข้อ ค่าเฉลี่ย = 18.86 ข้อ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 2.270

จากตารางที่ 4.12 ระดับการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล เมื่อนำจำนวนข้อที่ปฏิบัติมาพิจารณา พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 87.7 มีการปฏิบัติ ในระดับมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 8.7 มีการปฏิบัติ ในระดับมาก และร้อยละ 3.6 มีการปฏิบัติ ในระดับปานกลาง โดยจำนวนข้อในการปฏิบัติทั้งหมด 10 ข้อ พบว่า จำนวนข้อที่เกษตรกรปฏิบัติ ต่ำสุด คือ 10 ข้อ และจำนวนข้อที่เกษตรกรปฏิบัติสูงสุด คือ 20 ข้อ จำนวนข้อที่เกษตรกรปฏิบัติเฉลี่ย คือ 18.86 ข้อ ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.270

3.4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

การศึกษาความคิดเห็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ประกอบด้วย 3 ประเด็น ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ การวิเคราะห์ผลปรากฏตามตารางที่ 4.13 ดังนี้

ตารางที่ 4.13 ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

n=276

กิจกรรม	สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน (ร้อยละ)					
	เพจเฟซบุ๊ก	อินบุ๊ก	ยูทูป	ไลน์	เว็บไซต์	แอปพลิเคชัน
1. ต้นน้ำ						
1.1 การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับ การคัดเลือกสายพันธุ์กุ้งทะเล	212 (76.8)	37 (13.4)	114 (41.3)	141 (51.1)	96 (34.8)	25 (9.1)
1.2 การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับ ขบวนการผลิตลูกพันธุ์กุ้งทะเล	210 (76.1)	37 (13.4)	119 (43.1)	134 (48.6)	100 (36.2)	26 (9.4)
1.3 การดูแลมาตรฐานการผลิตลูก พันธุ์กุ้งทะเล	197 (71.4)	31 (11.2)	110 (39.9)	145 (52.5)	93 (33.7)	24 (8.7)
1.4 การส่งเสริมความรู้ด้านยา สารเคมี อาหาร และปัจจัยการผลิตต่างๆ	210 (76.1)	36 (13.0)	103 (37.3)	137 (49.6)	114 (41.3)	28 (10.1)
1.5 การจัดงานสัมมนาวิชาการของ ชมรม สมาคม และสหกรณ์	208 (75.4)	31 (11.2)	93 (33.7)	146 (52.9)	93 (33.7)	25 (9.1)
2. กลางน้ำ						
2.1 การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับ การเตรียมบ่อเลี้ยงกุ้งทะเล	209 (75.7)	42 (15.2)	119 (43.1)	133 (48.2)	84 (30.4)	21 (7.6)
2.2 การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับ การใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต กุ้งทะเล	213 (77.2)	38 (13.8)	117 (42.4)	133 (48.2)	83 (30.1)	34 (12.3)

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

n=276

กิจกรรม	สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน (ร้อยละ)					
	เพจเฟซบุ๊ก	อีบุ๊ก	ยูทูป	ไลน์	เว็บไซต์	แอปพลิเคชัน
2.3 การออกแบบด้าน กระบวนการผลิตกุ้งทะเล	212 (76.8)	42 (15.2)	108 (39.1)	130 (47.1)	96 (34.8)	22 (8.0)
2.4 การดูแลมาตรฐาน และ คุณภาพกุ้งทะเล	214 (77.5)	36 (13.0)	102 (37.0)	119 (43.1)	101 (36.6)	30 (10.9)
2.5 การส่งเสริมความรู้ด้านการ ลดต้นทุนการผลิต	206 (74.6)	38 (13.8)	120 (43.5)	123 (44.6)	90 (32.6)	23 (8.3)
2.6 การส่งเสริมความรู้ด้านโรค กุ้งทะเล และการจัดการ	216 (78.3)	47 (17.0)	118 (42.8)	133 (48.2)	102 (37.0)	26 (9.4)
2.7 การออกแบบด้านการ จำหน่ายกุ้งทะเล (ปิดบ่อ, แบ่งจับ, ขายกุ้งเป็น)	208 (75.4)	45 (16.3)	94 (34.1)	121 (43.8)	95 (34.4)	37 (13.4)
3. ปลายน้ำ						
3.1 ขบวนการจับกุ้งทะเล เพื่อส่งออกและบริโภคในประเทศ	207 (75.0)	16 (5.8)	86 (31.2)	120 (43.5)	81 (29.3)	34 (12.3)
3.2 การลดต้นทุนการขนส่ง	200 (72.5)	20 (7.2)	97 (35.1)	130 (47.1)	74 (26.8)	25 (9.1)
3.3 การดูแลตรวจสอบ สารตกค้าง และมาตรฐานกุ้งทะเล	191 (69.2)	20 (7.2)	76 (27.5)	135 (48.6)	97 (35.1)	50 (18.1)
3.4 การพัฒนาตลาดและช่องทาง การจัดจำหน่ายกุ้งทะเลทั้งใน และต่างประเทศ	194 (70.3)	26 (9.4)	86 (31.2)	130 (47.1)	104 (37.7)	44 (15.9)
3.5 การสร้างความร่วมมือ ระหว่างภาครัฐ เอกชน และ เกษตรกร	204 (73.9)	30 (10.9)	78 (28.3)	123 (44.6)	92 (33.3)	45 (16.3)

จากตารางที่ 4.13 การส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยง
กุ้งทะเลของประเทศไทย ตั้งแต่ระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ปรากฏผลดังนี้

1) *ระดับต้นน้ำ* การส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า

(1) การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการคัดเลือกสายพันธุ์กุ้งทะเล พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 76.8 ใช้เพจเฟซบุ๊ก รองลงมา ร้อยละ 51.1 ใช้ไลน์ และร้อยละ 41.3 ใช้ยูทูป ตามลำดับ

(2) การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับขบวนการผลิตลูกพันธุ์กุ้งทะเล พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 71.4 ใช้เพจเฟซบุ๊ก รองลงมา ร้อยละ 52.5 ใช้ไลน์ และร้อยละ 39.9 ใช้ยูทูป ตามลำดับ

(3) การดูแลมาตรฐานการผลิตลูกพันธุ์กุ้งทะเล พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 71.4 ใช้เพจเฟซบุ๊ก รองลงมา ร้อยละ 52.5 ใช้ไลน์ และร้อยละ 39.9 ใช้ยูทูป ตามลำดับ

(4) การส่งเสริมความรู้ด้าน ยาสารเคมี อาหาร และปัจจัยการผลิตต่างๆ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 76.1 ใช้เพจเฟซบุ๊ก รองลงมา ร้อยละ 49.6 ใช้ไลน์ และร้อยละ 41.3 ใช้เว็บไซต์ ตามลำดับ

(5) การจัดงานสัมมนาวิชาการของชมรม สมาคม และสหกรณ์ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 75.4 ใช้เพจเฟซบุ๊ก รองลงมา ร้อยละ 52.9 ใช้ไลน์ และร้อยละ 33.7 ใช้ยูทูป และเว็บไซต์ ตามลำดับ

2) *ระดับกลางน้ำ* การส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า

(1) การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการเตรียมบ่อเลี้ยงกุ้งทะเล พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 75.7 ใช้เพจเฟซบุ๊ก รองลงมา ร้อยละ 48.2 ใช้ไลน์ และร้อยละ 43.1 ใช้ยูทูป ตามลำดับ

(2) การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตกุ้งทะเล พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 77.2 ใช้เพจเฟซบุ๊ก รองลงมา ร้อยละ 48.2 ใช้ไลน์ และร้อยละ 42.4 ใช้ยูทูป ตามลำดับ

(3) การออกแบบด้านกระบวนการผลิตกุ้งทะเล พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 76.8 ใช้เพจเฟซบุ๊ก รองลงมา ร้อยละ 47.1 ใช้ไลน์ และร้อยละ 39.1 ใช้ยูทูป ตามลำดับ

(4) การดูแลมาตรฐาน และคุณภาพกุ้งทะเล พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 77.5 ใช้เพจเฟซบุ๊ก รองลงมา ร้อยละ 43.1 ใช้ไลน์ และร้อยละ 37.0 ใช้ยูทูป ตามลำดับ

(5) การส่งเสริมความรู้ด้านการลดต้นทุนการผลิต พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 74.6 ใช้เพจเฟซบุ๊ก รองลงมา ร้อยละ 44.6 ใช้ไลน์ และร้อยละ 43.5 ใช้ยูทูป ตามลำดับ

(6) การส่งเสริมความรู้ด้านโรคกุ้งทะเล และการจัดการ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 78.3 ใช้เพจเฟซบุ๊ก รองลงมา ร้อยละ 48.2 ใช้ไลน์ และร้อยละ 42.8 ใช้ยูทูป ตามลำดับ

(7) การออกแบบด้านการจำหน่ายกุ้งทะเล (ปิดบ่อ, แบ่งจับ, ขายกุ้งเป็น) พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 75.4 ใช้เพจเฟซบุ๊ก รองลงมา ร้อยละ 43.8 ใช้ไลน์ และร้อยละ 34.4 ใช้เว็บไซต์ ตามลำดับ

3) *ระดับปลายน้ำ* การส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า

(1) ขบวนการจับกุ้งทะเล เพื่อส่งออกและบริโภคในประเทศพบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 75.0 ใช้เพจเฟซบุ๊ก รองลงมา ร้อยละ 43.5 ใช้ไลน์ และร้อยละ 31.2 ใช้ยูทูป ตามลำดับ

(2) การลดต้นทุนการขนส่ง พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 72.5 ใช้เพจเฟซบุ๊ก รองลงมา ร้อยละ 47.1 ใช้ไลน์ และร้อยละ 35.1 ใช้ยูทูป ตามลำดับ

(3) การดูแลตรวจสอบสารตกค้าง และมาตรฐานกุ้งทะเล พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 69.2 ใช้เพจเฟซบุ๊ก รองลงมา ร้อยละ 48.6 ใช้ไลน์ และร้อยละ 35.1 ใช้เว็บไซต์ ตามลำดับ

(4) การพัฒนาตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายกุ้งทะเลทั้งในและต่างประเทศ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 70.3 ใช้เพจเฟซบุ๊ก รองลงมา ร้อยละ 47.1 ใช้ไลน์ และร้อยละ 37.7 ใช้เว็บไซต์ ตามลำดับ

(5) การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และเกษตรกร พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 73.9 ใช้เพจเฟซบุ๊ก รองลงมา ร้อยละ 44.6 ใช้ไลน์ และร้อยละ 33.3 ใช้เว็บไซต์ ตามลำดับ

3.5 ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

การทดสอบสมมติฐานของปัจจัยที่สัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย โดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression) รูปแบบ Enter เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวกับตัวแปรตามว่ามีความเกี่ยวข้องกันในทิศทางใด (เชิงบวกหรือเชิงลบ) หรือมีความเกี่ยวข้องกันมากหรือน้อยเพียงใด ซึ่งตัวแปรอิสระของการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) สมาชิกใน

ครัวเรือน 5) ประสบการณ์ 6) รายได้ในการเลี้ยงกุ้ง 7) การเป็นสมาชิกกลุ่มและสถาบัน 8) ตำแหน่งทางสังคม 9) การใช้สื่อเพจเฟซบุ๊ก 10) การใช้สื่ออีบุ๊ก 11) การใช้สื่อยูทูบ 12) การใช้สื่อไลน์ 13) การใช้สื่อเว็บไซต์ และ 14) การใช้สื่อแอปพลิเคชัน และตัวแปรตาม ได้แก่ 1) ความรู้ในการใช้สื่อใหม่ 2) ทักษะคิดในการสื่อใหม่ และ 3) การปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่ ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล

$$Y_1 = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + b_6x_6 + b_7x_7 + b_8x_8 + b_9x_9 + b_{10}x_{10} + b_{11}x_{11} + b_{12}x_{12} + b_{13}x_{13} + b_{14}x_{14}$$

$$Y_2 = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + b_6x_6 + b_7x_7 + b_8x_8 + b_9x_9 + b_{10}x_{10} + b_{11}x_{11} + b_{12}x_{12} + b_{13}x_{13} + b_{14}x_{14}$$

$$Y_3 = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + b_6x_6 + b_7x_7 + b_8x_8 + b_9x_9 + b_{10}x_{10} + b_{11}x_{11} + b_{12}x_{12} + b_{13}x_{13} + b_{14}x_{14}$$

เพื่อความเข้าใจที่ตรงกันในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์แทนตัวแปร ดังนี้

สัญลักษณ์แทนตัวแปรอิสระ

x_1 = เพศ (ชาย และหญิง)

x_2 = อายุ (ปี)

x_3 = ระดับการศึกษา (ต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี)

x_4 = สมาชิกในครัวเรือน (คน)

x_5 = ประสบการณ์ (ปี)

x_6 = รายได้จากการเลี้ยงกุ้ง (บาทต่อปี)

x_7 = การเป็นสมาชิกกลุ่มและสถาบัน (เป็น และไม่เป็น)

x_8 = ตำแหน่งทางสังคม (มี และไม่มี)

x_9 = การใช้สื่อเพจเฟซบุ๊ก (ครั้ง/สัปดาห์)

x_{10} = การใช้สื่ออีบุ๊ก (ครั้ง/สัปดาห์)

x_{11} = การใช้สื่อยูทูบ (ครั้ง/สัปดาห์)

x_{12} = การใช้สื่อไลน์ (ครั้ง/สัปดาห์)

x_{13} = การใช้สื่อเว็บไซต์ (ครั้ง/สัปดาห์)

x_{14} = การใช้สื่อแอปพลิเคชัน (ครั้ง/สัปดาห์)

สัญลักษณ์แทนตัวแปรตาม

y_1 = ความรู้ในการใช้สื่อใหม่ (จำนวนที่ตอบถูก)

y_2 = ทศนคติในการใช้สื่อใหม่

y_3 = การปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่ (จำนวนข้อที่ปฏิบัติ)

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 สัญลักษณ์ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรต่างๆ ที่ศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ใช้วิเคราะห์ ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ จำนวน 14 ตัวแปร และตัวแปรตามจำนวน 3 ตัวแปร เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน ตามที่ได้แสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ค่าสถิติ

	n=276	
ตัวแปร	\bar{x}	S.D.
ตัวแปรอิสระ		
X_1 = เพศ (ชาย และหญิง)	0.36	0.479
X_2 = อายุ (ปี)	48.17	12.203
X_3 = ระดับการศึกษา (ต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี)	0.59	0.493
X_4 = สมาชิกในครัวเรือน (คน)	4.08	1.624
X_5 = ประสบการณ์ (ปี)	12.02	8.534
X_6 = รายได้จากการเลี้ยงกุ้งทะเล (บาทต่อปี)	845,036.23	985,849.979
X_7 = การเป็นสมาชิกกลุ่มและสถาบัน (เป็น และไม่เป็น)	0.69	0.464
X_8 = ตำแหน่งทางสังคม (มี และไม่มี)	0.20	0.400
X_9 = การใช้สื่อเพจเฟซบุ๊ก (ครั้ง/สัปดาห์)	4.26	3.162
X_{10} = การใช้สื่ออีบุ๊ก (ครั้ง/สัปดาห์)	0.32	1.176
X_{11} = การใช้สื่อยูทูป (ครั้ง/สัปดาห์)	1.98	2.743
X_{12} = การใช้สื่อไลน์ (ครั้ง/สัปดาห์)	3.46	3.432
X_{13} = การใช้สื่อเว็บไซต์ (ครั้ง/สัปดาห์)	0.70	1.869
X_{14} = การใช้สื่อแอปพลิเคชัน (ครั้ง/สัปดาห์)	0.20	0.648
ตัวแปรตาม		
Y_1 = ความรู้ในการใช้สื่อใหม่ (จำนวนที่ตอบถูก)	14.41	1.536
Y_2 = ทศนคติในการใช้สื่อใหม่	4.08	0.624
Y_3 = การปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่ (จำนวนข้อที่ปฏิบัติ)	18.86	2.270

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 48.17 ปี ระดับการศึกษา เฉลี่ย 0.59 สมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4.08 คน ประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งทะเลเฉลี่ย 12.02 ปี รายได้จากการเลี้ยงกุ้งทะเลเฉลี่ย 845,036.23 บาทต่อปี การเป็นสมาชิกกลุ่มและสถาบันเฉลี่ย 0.69 การมีตำแหน่งทางสังคมเฉลี่ย 0.20 การใช้สื่อเพจเฟซบุ๊กเฉลี่ย 4.26 ครั้ง/สัปดาห์ การใช้สื่ออีบุ๊กเฉลี่ย 0.32 ครั้ง/สัปดาห์ การใช้สื่อยูทูปเฉลี่ย 1.98 ครั้ง/สัปดาห์ การใช้สื่อไลน์เฉลี่ย 3.46 ครั้ง/สัปดาห์ การใช้สื่อเว็บไซต์เฉลี่ย 0.70 ครั้ง/สัปดาห์ การใช้สื่อแอปพลิเคชันเฉลี่ย 0.20 ครั้ง/สัปดาห์

3.5.2 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์อย่างง่าย โดยการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระของแต่ละคู่ ที่มีความสัมพันธ์สูงกว่า 0.8 ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยตัวเอง (multicollinearity) ซึ่งเป็นการละเมิดข้อกำหนดการถดถอยพหุ รายละเอียดดังตารางที่ 4.15



ตารางที่ 4.15 ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบปกติแต่ละคู่ โดยแสดงในรูปแบบตรีโกสัมพันธ์(correlation matrix)

n=276

Model	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄
X ₁	1.000	-.168**	.152*	.007	-.253**	-.140*	-.122*	-.181**	.073	.138*	.091	.041	.113	.115
X ₂		1.000	-.348**	-.074	-.592**	.077	.275**	.157**	-.084	.017	-.184**	-.066	-.035	-.078
X ₃			1.000	-.007	-.184**	.055	.003	.212**	.251**	.073	.296**	.234**	.136*	.010
X ₄				1.000	.035	.162**	-.007	.172**	-.131*	.042	.112	.017	.014	-.025
X ₅					1.000	.087	.241**	.354**	-.189**	-.091	-.200**	-.067	-.109	.024
X ₆						1.000	.306**	.156**	.077	.230**	.194**	.288**	.274**	.171**
X ₇							1.000	.277**	.048	.151*	.116	.283**	.142*	.034
X ₈								1.000	-.116	-.044	-.096	-.020	-.064	-.151*
X ₉									1.000	.120*	.388**	.449**	.329**	.197**
X ₁₀										1.000	.338**	.180**	.563**	.346**
X ₁₁											1.000	.594**	.613**	.229
X ₁₂												1.000	.395**	.163**
X ₁₃													1.000	.404**
X ₁₄														1.000

* หมายถึง มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** หมายถึง มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.15 ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบปกติแต่ละคู่ โดยแสดงในรูปเมตริกสัมพันธ์ (correlation matrix) ปรากฏผลดังนี้ ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิเคราะห์ทุกตัวมีความสัมพันธ์กันต่ำ คือ ความสัมพันธ์ในทางบวกมีค่าอยู่ระหว่าง 0.000 ถึง 0.477 และความสัมพันธ์ในทางลบมีค่าอยู่ระหว่าง -0.019 ถึง -0.293 ไม่มีตัวแปรคู่ใดมีความสัมพันธ์สูง (เกินกว่า 0.80) จึงไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งจะเป็นการละเมิดข้อสมมติฐานที่เกี่ยวกับเทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบปกติ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้ตัวแปรอิสระทั้ง 14 ตัวแปร วิเคราะห์การถดถอยแบบปกติต่อไป

3.5.3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับความรู้อัตนคติ และการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย โดยวิเคราะห์ระหว่างตัวแปรอิสระ 14 ตัวแปร และตัวแปรตาม 3 ตัวแปรเข้าสมการคำนวณโดยวิธี Enter เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวกับตัวแปร รายละเอียดตามตารางที่ 4.16 ถึงตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.16 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุความสัมพันธ์ของตัวแปรกับความรู้อัตนคติในการใช้สื่อใหม่ (Y_1)

n=276

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (b)	t	Sig.
ค่าคงที่	14.579	28.700	0.000
X_1 = เพศ (ชาย และหญิง)	0.137	0.683	0.495
X_2 = อายุ (ปี)	-0.005	-0.493	0.623
X_3 = ระดับการศึกษา (ต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี)	-0.680	-3.109**	0.002
X_4 = สมาชิกในครัวเรือน (คน)	0.077	1.315	0.190
X_5 = ประสบการณ์ (ปี)	0.026	1.805	0.072
X_6 = รายได้จากการเลี้ยงกุ้งทะเล (บาทต่อปี)	7.955E-8	0.772	0.441
X_7 = การเป็นสมาชิกกลุ่มและสถาบัน (เป็น และไม่เป็น)	-0.436	-1.951	0.052
X_8 = ตำแหน่งทางสังคม (มี และไม่มี)	-0.058	-0.213	0.831
X_9 = การใช้สื่อเพจเฟซบุ๊ก (ครั้ง/สัปดาห์)	0.085	2.524*	0.012
X_{10} = การใช้สื่ออีบุ๊ก (ครั้ง/สัปดาห์)	0.104	1.094	0.275

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

n=276

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอย (b)	t	Sig.
X ₁₁ = การใช้สื่อยูทูป (ครั้ง/สัปดาห์)	-0.114	-2.280*	0.023
X ₁₂ = การใช้สื่อไลน์ (ครั้ง/สัปดาห์)	-0.053	-1.475	0.141
X ₁₃ = การใช้สื่อเว็บไซต์ (ครั้ง/สัปดาห์)	0.053	0.727	0.468
X ₁₄ = การใช้สื่อแอปพลิเคชัน (ครั้ง/สัปดาห์)	0.059	0.370	0.712
R² = 0.125 Adjusted R² = 0.078 SEE = 1.475 F = 2.655 Sig. of F = 0.001			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.16 สมการทำนายแนวโน้มความรู้ในการใช้สื่อใหม่ คือ

$$Y_1 = 14.579 + 0.085X_9 - 0.685X_3 - 0.114X_{11}$$

ผลจากการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ในการใช้สื่อใหม่ โดยนำตัวแปรอิสระทั้ง 14 ตัว เข้าไปในสมการ ปรากฏว่าได้ค่า $F = 2.655$ Sig. = 0.001 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงพหุ ปรากฏว่า R^2 มีค่าเท่ากับ 0.125 หมายความว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของตัวแปรตาม คือ ความรู้ในการใช้สื่อใหม่ ได้ร้อยละ 12.5 ซึ่งในตัวแปรอิสระทั้งหมด 14 ตัว มีตัวแปรอิสระ 3 ตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติ โดยมีรายละเอียดดังนี้ มีตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับที่ 0.01 จำนวน 1 ตัวแปร ที่มีความสัมพันธ์เชิงลบ คือ ระดับการศึกษา นั่นคือ เมื่อมีระดับการศึกษาต่ำปริญญาตรีมากขึ้น ความรู้ในการใช้สื่อใหม่ของของเกษตรกรก็จะลดลงตามไปด้วย หรือเมื่อมีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีมากขึ้นความรู้ในการใช้สื่อใหม่ของของเกษตรกรก็จะมากขึ้นตามไปด้วย และมีตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับที่ 0.05 จำนวน 2 ตัวแปร โดยมีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงบวก 1 ตัวแปร คือ การใช้สื่อเพจเฟซบุ๊ก นั่นคือ เมื่อเกษตรกรมีการใช้สื่อเพจเฟซบุ๊กมากขึ้นความรู้ในการใช้สื่อใหม่ของ เกษตรกรก็จะมากขึ้นตามไปด้วย และมีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงลบ 1 ตัวแปร คือ การใช้สื่อยูทูป นั่นคือ เมื่อมีการใช้สื่อยูทูปที่มากขึ้น ความรู้ในการใช้สื่อใหม่จะมีแนวโน้มที่ลดลง

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุ เพื่อหาตัวแปรอิสระที่เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามดังตารางที่ 4.16 เป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยสามารถสรุปได้ว่า มีตัวแปรอิสระ 3 ตัวแปร ได้แก่ ระดับการศึกษา การใช้สื่อเพจเฟซบุ๊ก และการใช้สื่อยูทูปที่มีผลต่อความรู้ในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกร

ตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุความสัมพันธ์ของตัวแปรกับทัศนคติในการใช้สื่อใหม่ (Y_2)

n=276

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (b)	t	Sig.
ค่าคงที่	3.976	19.776	0.000
X_1 = เพศ (ชาย และหญิง)	0.245	3.096**	0.002
X_2 = อายุ (ปี)	-0.005	-1.246	0.214
X_3 = ระดับการศึกษา (ปริญญาตรี และอื่นๆ)	-0.028	-0.323	0.747
X_4 = สมาชิกในครัวเรือน (คน)	0.015	0.631	0.529
X_5 = ประสบการณ์ (ปี)	0.011	1.921	0.056
X_6 = รายได้จากการเลี้ยงกุ้งทะเล (บาทต่อปี)	3.910E-8	0.958	0.339
X_7 = การเป็นสมาชิกกลุ่มและสถาบัน (เป็น และไม่เป็น)	-0.188	-2.127*	0.034
X_8 = ตำแหน่งทางสังคม (มี และไม่มี)	0.100	0.934	0.351
X_9 = การใช้สื่อเพจเฟซบุ๊ก (ครั้ง/สัปดาห์)	0.030	2.262*	0.025
X_{10} = การใช้สื่ออีบุ๊ก (ครั้ง/สัปดาห์)	0.017	0.451	0.625
X_{11} = การใช้สื่อยูทูป (ครั้ง/สัปดาห์)	0.009	0.457	0.648
X_{12} = การใช้สื่อไลน์ (ครั้ง/สัปดาห์)	-0.013	-0.912	0.362
X_{13} = การใช้สื่อเว็บไซต์ (ครั้ง/สัปดาห์)	0.072	2.525*	0.012
X_{14} = การใช้สื่อแอปพลิเคชัน (ครั้ง/สัปดาห์)	0.010	0.159	0.874

$R^2 = 0.171$ Adjusted $R^2 = 0.126$ SEE = 0.584 F = 3.838 Sig. of F = 0.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.17 สมการทำนายแนวโน้มทัศนคติในการใช้สื่อใหม่ คือ

$$Y_1 = 3.976 + 0.245X_1 + 0.030X_9 + 0.072X_{13} - 0.188X_7$$

ผลจากการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการใช้สื่อใหม่ โดยนำตัวแปรอิสระทั้ง 14 ตัว เข้าไปในสมการ ปรากฏว่าได้ค่า $F = 3.838$ Sig. = 0.000 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์การตัดสินใจเชิงพหุ ปรากฏว่า R^2 มีค่าเท่ากับ 0.126 หมายความว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมด อธิบายการผันแปรของตัวแปรตาม คือ ทัศนคติในการใช้สื่อใหม่ ได้ร้อยละ 12.6 ซึ่งในตัวแปรอิสระทั้งหมด 14 ตัว มีตัวแปรอิสระ 4 ตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีรายละเอียดดังนี้ มีตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับที่ 0.01 จำนวน 1 ตัวแปร ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวก คือ เพศ นั่นคือ เกษตรกรที่เป็นเพศชายมีทัศนคติในการใช้สื่อใหม่ มากกว่าเพศหญิง และมีตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับที่ 0.05 จำนวน 3 ตัวแปร โดยมีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงบวก 2 ตัวแปร คือ การใช้สื่อเพจเฟซบุ๊ก และการใช้สื่อเว็บไซต์ นั่นคือ เมื่อเกษตรกรมีการใช้สื่อเพจเฟซบุ๊กและการใช้สื่อเว็บไซต์มากขึ้น ทัศนคติในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรก็จะมากขึ้นตามไปด้วย และมีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงลบ 1 ตัวแปร คือ การเป็นสมาชิกกลุ่มและสถาบัน ซึ่งหมายความว่า การเป็นสมาชิกกลุ่มและสถาบันที่มากขึ้น ทัศนคติในการใช้สื่อใหม่จะมีแนวโน้มที่ลดลง

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุ เพื่อหาตัวแปรอิสระที่เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามดังตารางที่ 4.17 เป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยสามารถสรุปได้ว่า มีตัวแปรอิสระ 4 ตัวแปร ได้แก่ เพศ การใช้สื่อเพจเฟซบุ๊กการใช้สื่อเว็บไซต์ และการเป็น สมาชิกกลุ่มและสถาบัน ที่มีผลต่อทัศนคติในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกร

ตารางที่ 4.18 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุความสัมพันธ์ของตัวแปรกับการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่ (Y_3)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (b)	t	Sig.
ค่าคงที่	15.983	21.345	0.000
X_1 = เพศ (ชาย และหญิง)	0.217	0.737	0.462
X_2 = อายุ (ปี)	0.045	3.050**	0.003
X_3 = ระดับการศึกษา (ปริญญาตรี และอื่นๆ)	0.212	0.657	0.512
X_4 = สมาชิกในครัวเรือน (คน)	0.071	0.821	0.412
X_5 = ประสบการณ์ (ปี)	-0.017	-0.804	0.422
X_6 = รายได้จากการเลี้ยงกุ้งทะเล (บาทต่อปี)	4.968E-8	0.327	0.744
X_7 = การเป็นสมาชิกกลุ่มและสถาบัน (เป็น และไม่เป็น)	-0.028	-0.085	0.932

n=276

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

n=276

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอย (b)	t	Sig.
X ₈ = ตำแหน่งทางสังคม (มี และไม่มี)	-0.324	-0.813	0.417
X ₉ = การใช้สื่อเฟซบุ๊ก (ครั้ง/สัปดาห์)	0.092	1.833	0.068
X ₁₀ = การใช้สื่ออีบุ๊ก (ครั้ง/สัปดาห์)	-0.092	-0.655	0.513
X ₁₁ = การใช้สื่อยูทูป (ครั้ง/สัปดาห์)	-0.211	-2.873**	0.004
X ₁₂ = การใช้สื่อไลน์ (ครั้ง/สัปดาห์)	0.92	1.732	0.085
X ₁₃ = การใช้สื่อเว็บไซต์ (ครั้ง/สัปดาห์)	0.233	2.190*	0.029
X ₁₄ = การใช้สื่อแอปพลิเคชัน (ครั้ง/สัปดาห์)	0.192	0.816	0.415

R² = 0.130 Adjusted R² = 0.083 SEE = 2.174 F = 2.775 Sig. of F = 0.001

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.18 สมการทำนายแนวโน้มการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่ คือ

$$Y_1 = 15.983 + 0.045X_2 + 0.233X_{13} - 0.211X_{11}$$

ผลจากการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่ โดยนำตัวแปรอิสระทั้ง 14 ตัว เข้าไปในสมการ ปรากฏว่าได้ค่า F = 2.775 Sig. = 0.001 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงพหุ ปรากฏว่า R² มีค่าเท่ากับ 0.083 หมายความว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของตัวแปรตาม คือ การปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่ ได้ร้อยละ 8.3 ซึ่งในตัวแปรอิสระทั้งหมด 14 ตัว มีตัวแปรอิสระ 3 ตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติ โดยมีรายละเอียดดังนี้ มีตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับที่ 0.01 จำนวน 2 ตัวแปร โดยมีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงบวก 1 ตัวแปรคือ อายุ นั่นคือ เมื่อเกษตรกรมีอายุมากขึ้น การปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรก็จะมากขึ้นตามไปด้วย โดยมีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงลบ 1 ตัวแปร คือ การใช้สื่อยูทูป นั่นคือ เมื่อเกษตรกรมีการใช้สื่อยูทูปขึ้น การปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรก็จะลดลงตามไปด้วย

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุ เพื่อหาตัวแปรอิสระที่เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามดังตารางที่ 4.18 เป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยสามารถสรุปได้ว่า มีตัวแปรอิสระ 3 ตัวแปร ได้แก่ อายุ สื่อเว็บไซต์ และสื่อเพจเฟซบุ๊กที่มีผลต่อการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกร

ตารางที่ 4.19 สรุปปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่ เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม	ความเกี่ยวข้อง + / -	ระดับนัยสำคัญ
1. ระดับการศึกษา		-	0.002
2. การใช้สื่อเพจเฟซบุ๊ก	ความรู้ในการใช้สื่อใหม่	+	0.012
3. การใช้สื่อยูทูบ		-	0.023
1. เพศ		+	0.002
2. การเป็นสมาชิกกลุ่มและสถาบัน	ทัศนคติในการใช้สื่อใหม่	-	0.034
3. การใช้สื่อเพจเฟซบุ๊ก		+	0.025
4. การใช้สื่อเว็บไซต์		+	0.012
1. อายุ		+	0.003
2. การใช้สื่อยูทูบ	การปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่	-	0.004
3. การใช้สื่อเว็บไซต์		+	0.029

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย มีดังต่อไปนี้

1) *ความรู้ในการใช้สื่อใหม่* พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ ได้แก่ การใช้สื่อเพจเฟซบุ๊ก มีความเกี่ยวข้องเชิงบวกหรือในทิศทางเดียวกันกับความรู้ในการใช้สื่อใหม่ ในส่วนของระดับการศึกษา และการใช้สื่อยูทูบ มีความเกี่ยวข้องเชิงลบหรือในทิศทางตรงกันข้ามกับความรู้ในการใช้สื่อใหม่ระดับการศึกษา

2) *ทัศนคติในการใช้สื่อใหม่* พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ ได้แก่ เพศ การใช้สื่อเพจเฟซบุ๊ก และการใช้สื่อเว็บไซต์ มีความเกี่ยวข้องเชิงบวกหรือในทิศทางเดียวกันกับทัศนคติในการใช้สื่อใหม่ ในส่วนของการเป็นสมาชิกกลุ่มและสถาบัน มีความเกี่ยวข้องเชิงลบหรือในทิศทางตรงกันข้ามกับทัศนคติในการใช้สื่อใหม่

3) *การปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่* พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ ได้แก่ อายุ และการใช้สื่อเว็บไซต์ มีความเกี่ยวข้องเชิงบวกหรือในทิศทางเดียวกันกับการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่ ในส่วนของการใช้สื่อยูทูปสถาบัน มีความเกี่ยวข้องเชิงลบหรือในทิศทางตรงกันข้ามกับทัศนคติในการใช้สื่อใหม่

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 15 คนโดยเลือกแบบเฉพาะเจาะจง ได้แก่ นักวิชาการผู้มีความรู้และเชี่ยวชาญด้านการเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 4 คน เกษตรกรที่มีประสบการณ์และมีความรู้ด้านการเลี้ยงกุ้งทะเล 4 คน ผู้แทนองค์กรเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 3 คน ผู้ประกอบการค้าปัจจัยการผลิตสัตว์น้ำในพื้นที่ จำนวน 2 คน เจ้าหน้าที่กรมประมงในเขตพื้นที่ จำนวน 2 คน ผลการศึกษาพบว่า

4.1 องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเลี้ยงกุ้งทะเล

พบว่า (1) การรวบรวมข้อมูลและสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล การวิเคราะห์ตลาดเพื่อเข้าใจความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (2) การสร้างเนื้อหาที่ทันสมัย, สร้างสรรค์, และเกี่ยวข้องับประเด็นที่น่าสนใจในการเลี้ยงกุ้งทะเล การนำเสนอข้อมูลทางวิทยาศาสตร์อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย (3) การใช้สื่อสังคมออนไลน์, เว็บไซต์, วิดีโอบนโทรศัพท์มือถือ, และแพลตฟอร์มอื่นๆ เพื่อนำเสนอข้อมูล การใช้ช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การใช้แอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเล และ (4) การตรวจสอบและปรับปรุงข้อความตามความต้องการและความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย การสร้างชุมชนออนไลน์เพื่อสนับสนุนการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ที่สนใจเลี้ยงกุ้งทะเล ซึ่งการใช้ SMCR นี้ช่วยให้สื่อการสื่อสารเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเลมีประสิทธิภาพ และมีผลต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลในการพัฒนาวงการนี้ในทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และไปทั่วโลกได้

4.2 องค์ประกอบที่กล่าวมาในข้อ 1 นั้น ปัจจุบันมีความมีความเหมาะสมหรือไม่ และควรพัฒนาอย่างไร

พบว่า (1) ผู้ส่งสาร ควรพัฒนาทักษะการสื่อสาร: ผู้ส่งควรมีทักษะการสื่อสารที่ดี เพื่อเป็นตัวแทนได้ดีในการสื่อสารเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล ควรมีความเชี่ยวชาญ: การเสริมสร้างความเชี่ยวชาญในการเลี้ยงกุ้งทะเลเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือในสื่อ (2) สาร สร้างเนื้อหาที่ตอบโจทย์ สื่อ ควรสร้างเนื้อหาที่ตอบโจทย์ความต้องการและประสิทธิภาพสำหรับกลุ่มเป้าหมาย การให้ข้อมูลทางวิทยาศาสตร์: ข้อความควรมีข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ที่มีความถูกต้องและเข้าใจง่าย (3) การเลือกช่องทางที่เหมาะสม การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การใช้สื่อออนไลน์, การประชาสัมพันธ์, หรือการใช้งานแอปพลิเคชัน การสร้างชุมชนที่ให้ความรู้และสนับสนุนกันระหว่างผู้ที่สนใจ และ (4) การตรวจสอบและปรับปรุงข้อความตามความต้องการและความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย การสร้างมีส่วนร่วม สร้างช่องทางการสื่อสารที่ทำให้ผู้รับมีส่วนร่วมมากขึ้น เช่น การจัดทำแบบสำรวจหรือกิจกรรมทางออนไลน์ ในการพัฒนาองค์ประกอบเหล่านี้สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเลได้ การให้ความสำคัญกับความสอดคล้องกับวงการและการทำงานร่วมกับผู้เชี่ยวชาญในวิชาการและสื่อจะช่วยสร้างการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและถูกต้อง

4.3 องค์ประกอบของสื่อใหม่ ตามองค์ประกอบ SMCR มีประเด็นและควรเป็นอย่างไร

พบว่า (1) ผู้ส่งควรมีความน่าเชื่อถือและเชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง การเลือกผู้ส่งที่มีความเชี่ยวชาญและความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเป้าหมาย (2) สารควรเป็นที่ชัดเจนและไม่ทำให้เกิดความสับสน มีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้รับ (3) การใช้ช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น สื่อออนไลน์, การประชาสัมพันธ์, หรือการใช้แอปพลิเคชัน การทดลองและปรับปรุงการใช้ช่องทางตามผลลัพธ์และความต้องการ และ (4) การเข้าใจผู้รับ ทราบถึงลักษณะและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับและสร้างความเข้าใจ องค์ประกอบนี้ควรเป็นไปในทิศทางที่สนับสนุนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ โดยการสร้างข้อความที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์, เลือกใช้ช่องทางที่เหมาะสม, และให้ผู้รับมีความเข้าใจที่ดี การปรับปรุงตามผลตอบรับและการวัดผลจะช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4.4 การดำเนินงานตามองค์ประกอบเหล่านั้น เกิดผลสำเร็จในการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

พบว่า (1) รัฐบาลไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นผู้ส่งที่สำคัญในการสื่อสารเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล การส่งเสริมเชื่อมโยงระหว่างรัฐบาล, ภาคเอกชน, และเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้ง (2) การสื่อสาร

เกี่ยวกับความคุ้มครองสิ่งแวดล้อมในการเลี้ยง มาตรฐานคุณภาพ และนวัตกรรมในการเลี้ยง การโฆษณา และการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับคุณค่าของกุ้งทะเลไทย (3) ช่องทาง การใช้สื่อมวลชนและ โซเชียลมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การจัดกิจกรรมสัมมนา นิทรรศการ และประชุมเพื่อ สื่อสารตรงกับเกษตรกร และ (4) ผู้รับสาร เกษตรกรที่เลี้ยงกุ้งทะเลเป็นผู้รับที่สำคัญการเสริมสร้างความเข้าใจและรับรู้เกี่ยวกับนโยบายทางการเกษตรและแนวทางในการเลี้ยงกุ้งทะเล การวัดผลและ ปรับปรุงผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเล ปรับปรุง แผนการสื่อสารตามความต้องการและการตอบรับจากกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผลลัพธ์ที่ดีในการสื่อสาร เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเลนี้ส่งผลในการสร้างความตระหนักรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้ที่ดีในทุกๆ ภาคส่วน ทำให้เกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องมีทรัพยากรและข้อมูลที่จำเป็นในการเลี้ยงกุ้งทะเลอย่างยั่งยืนและมี คุณภาพ

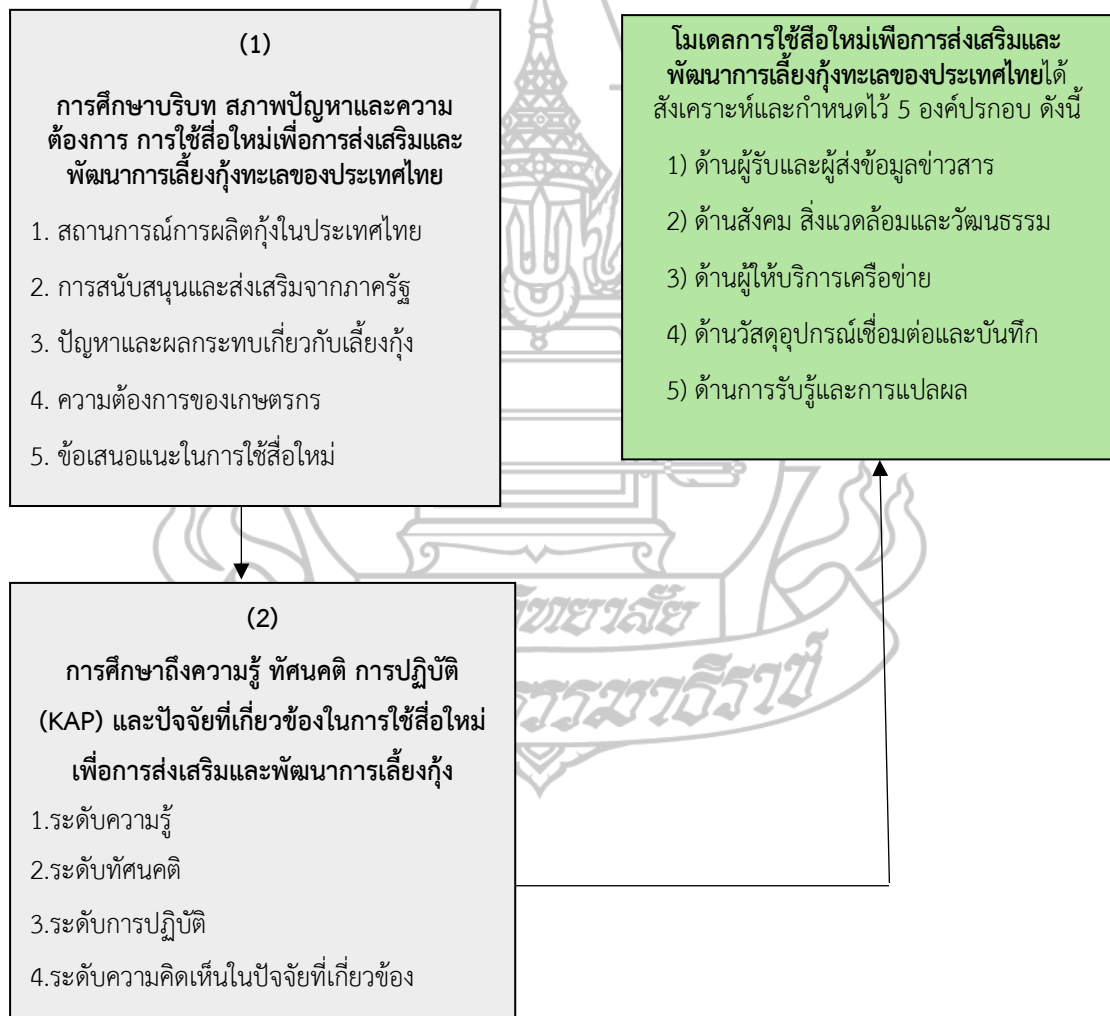
4.5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อให้ได้องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการ ส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

พบว่า (1) การสร้างความสัมพันธ์กับภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้อง สร้างความร่วมมือกับ หน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเล เพื่อสนับสนุนและประสานงาน สร้างพันธมิตร กับองค์กรที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น (2) การสร้างโครงสร้างทางธุรกิจ สร้าง โครงสร้างทางธุรกิจที่เสริมสร้างสภาพแวดล้อมที่กระตุ้นการเลี้ยงกุ้งทะเล สนับสนุนการพัฒนาธุรกิจใน รูปแบบที่ทำให้เกษตรกรได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสม (3) การพัฒนาแนวทางการตลาด พัฒนา แผนการตลาดที่เน้นการสร้างแบรนด์และตลาดสำหรับผลผลิตการเลี้ยงกุ้งทะเล ใช้กลยุทธ์การตลาดที่ ทำให้ผู้บริโภครู้จักและเข้าใจคุณค่าของกุ้งทะเลที่เลี้ยง (4) การสร้างฐานข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล สร้างฐานข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพื่อให้ข้อมูลที่แม่นยำและประสิทธิภาพ ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการ วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ความเข้าใจลึกซึ้งของตลาด (5) การสนับสนุนการศึกษาและการฝึกอบรมที่ เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเล สร้างโครงสร้างการศึกษาที่เปิดโอกาสให้เกษตรกรมีความรู้และทักษะที่ จำเป็น และ (6) การสร้างกลไกการติดต่อสื่อสาร สร้างช่องทางการติดต่อสื่อสารที่เปิดรับความคิดเห็น จากเกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้อง ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ

ตอนที่ 5 ผลการพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและ พัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

5.1 การพัฒนาโมเดล

5.1.1 นำผลการวิจัยตามขั้นตอนที่ 1, 2, 3 และ 4 มาจัดทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ร่วมกับแนวคิด หลักการ ทฤษฎี ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้ศึกษาไว้แล้วในบทที่ 2 และจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิแล้วนำข้อสรุปมาใช้เป็นข้อมูลสำหรับร่างโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ดังภาพประกอบ 4.1



ภาพที่ 4.1 ร่างโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

5.1.2 นำร่างโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักและที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมเพื่อพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะเพื่อการแก้ไขปรับปรุงให้ชัดเจนยิ่งขึ้น แล้วผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักและที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม แล้วผู้วิจัยนำร่างโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 12 คน เพื่อพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะเพื่อการแก้ไขปรับปรุงให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ร่างโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย เพื่อหาข้อสรุปโดยการเสนอแนะให้ปรับปรุงเพิ่มเติมให้เกิดความสมบูรณ์ของรูปแบบในประเด็นคำถาม ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ดังนี้

1) องค์ประกอบตามร่างที่นำเสนอมีความเหมาะสมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผู้รับและผู้ส่งข้อมูลข่าวสาร ด้านสังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ด้านผู้ให้บริการเครือข่าย ด้านวัสดุอุปกรณ์เชื่อมต่อและบันทึก และด้านการรับรู้และการแปลผล แต่ควรที่นำจะมีกระบวนการสนับสนุนเพื่อให้การดำเนินงานในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายต่อไป

2) ควรศึกษาถึงบริบท สภาพปัญหา ความต้องการ ความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติของเกษตรกรอย่างถ่องแท้รอบครอบและใช้กระบวนการสนับสนุนให้เกิดความรู้และทักษะซึ่งจะนำไปใช้และก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเกษตรกรต่อไป

3) ควรนำกระบวนการการจัดการเรียนรู้ ซึ่งมีอยู่ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การบ่งชี้ความรู้ การสร้างและแสวงหาความรู้ การจัดความรู้ให้เป็นระบบ การประมวลและกลั่นกรองความรู้ การเข้าถึงความรู้ด้วยเหตุผล มาใช้ในการสนับสนุนเกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย เพื่อให้เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจและเกิดทักษะในการเข้าถึงและเข้าใช้สื่อใหม่เกี่ยวกับการรับ การส่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการปัจจัยพื้นฐานหลายอย่างนำมากำหนดเป็นกรอบของโมเดล

5.1.3 ผู้วิจัยได้ศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ ได้ปรึกษาหารือกับที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อขอคำแนะนำและนำข้อเสนอแนะดังกล่าวมาปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาเพื่อให้ได้โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ที่มีความสมบูรณ์ครอบคลุม โดยโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ควรมีรายละเอียดดังนี้

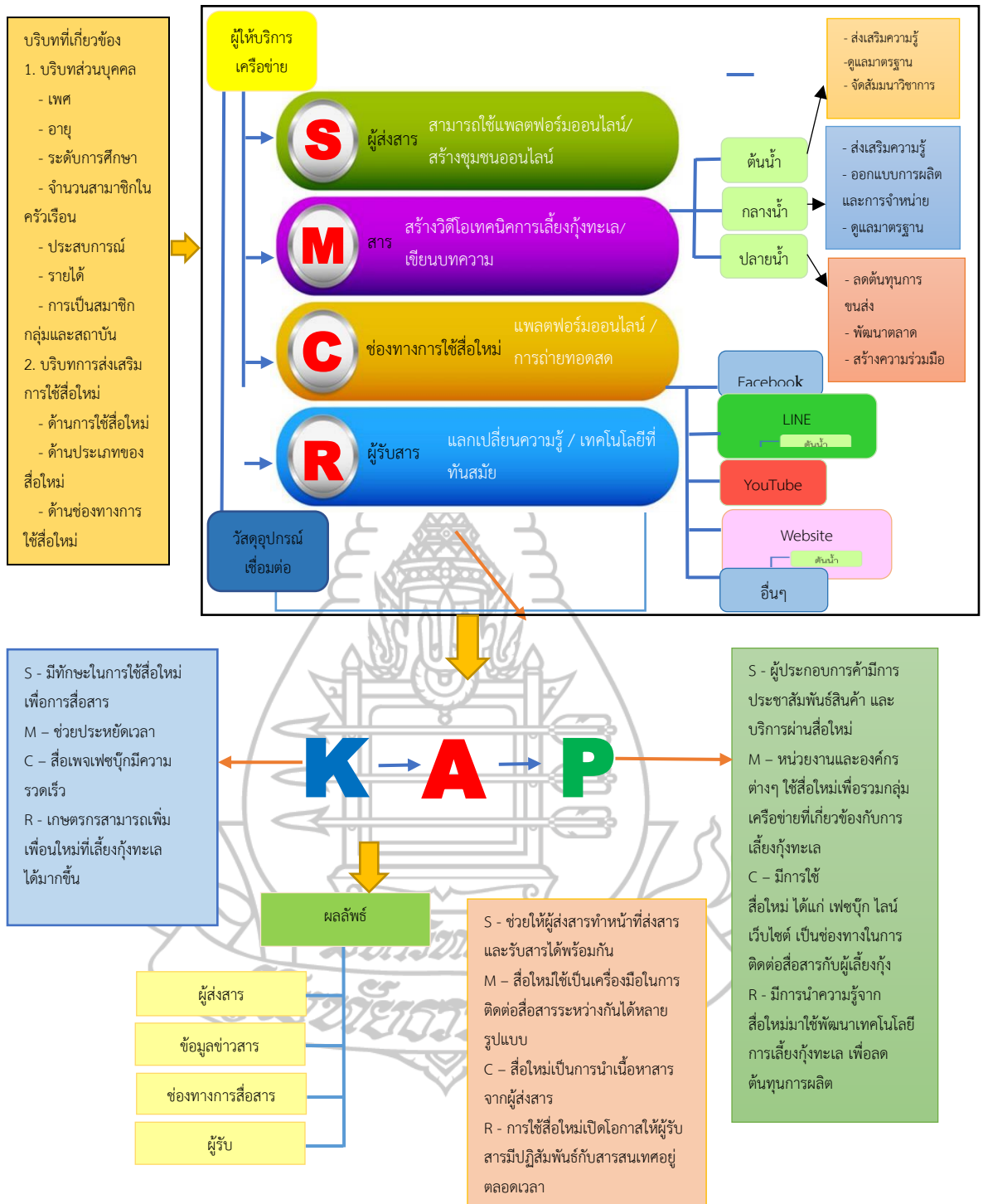
1. ปัจจัยนำเข้า ได้แก่ บริบทส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ประสบการณ์ รายได้ และการเป็นสมาชิกกลุ่มและสถาบัน บริบทการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่ ประกอบด้วย ด้านการใช้สื่อใหม่ ด้านประเภทของสื่อใหม่ และด้านช่องทางการใช้สื่อใหม่

2. กระบวนการ ได้แก่ ผู้ให้บริการเครือข่าย และวัสดุอุปกรณ์เชื่อมต่อ ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการใช้สื่อใหม่ และผู้รับสาร โดยมีกระบวนการต้นน้ำคือ ส่งเสริมความรู้ ดูแลมาตรฐาน จัดสัมมนา กลางน้ำคือ ส่งเสริมความรู้ ออกแบบการผลิตและการจำหน่าย ดูแลมาตรฐาน และปลายน้ำคือ ลดต้นทุนการขนส่ง พัฒนาตลาด และสร้างความร่วมมือ

3. ผลผลิต/ผลลัพธ์ ได้แก่ (1) ความรู้ ประกอบด้วย S – มีทักษะในการใช้สื่อใหม่เพื่อการสื่อสาร M – ช่วยประหยัดเวลา C – สื่อเพจเพชบุ๊กมีความรวดเร็ว R – เกษตรกรสามารถเพิ่มเพื่อนใหม่ที่เลี้ยงกุ้งทะเลได้มากขึ้น (2) ทักษะ ประกอบด้วย S – ช่วยให้ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกัน M – สื่อใหม่ใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้หลายรูปแบบ C – สื่อใหม่เป็นการนำเนื้อหาสารจากผู้ส่งสาร R – การใช้สื่อใหม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กับสารสนเทศอยู่ตลอดเวลา และ (3) การปฏิบัติ ประกอบด้วย S – ผู้ประกอบการค้ามีการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการผ่านสื่อใหม่ M – หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ใช้สื่อใหม่เพื่อรวมกลุ่มเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเล C – มีการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เพชบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์ เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้เลี้ยงกุ้ง R – มีการนำความรู้จากสื่อใหม่มาใช้พัฒนาเทคโนโลยีการเลี้ยงกุ้งทะเล เพื่อลดต้นทุนการผลิต

(ดังภาพที่ 4.2)





ภาพที่ 4.2 โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

คำอธิบายภาพ

- ความรู้
 - S - มีทักษะในการใช้สื่อใหม่เพื่อการสื่อสาร = Knowledge
 - S - มีทักษะในการใช้สื่อใหม่เพื่อการสื่อสาร = Have skills in using new media for communication.
 - M - ช่วยประหยัดเวลา = Saves time.
 - C - ความรู้ด้าน IT = IT knowledge.
 - R - เกษตรกรสามารถเพิ่มเพื่อนใหม่ที่เลี้ยงกุ้งทะเลได้มากขึ้น = Farmers can add new friends to raise more sea shrimp.
- ทัศนคติ
 - S - การใช้สื่อใหม่ช่วยให้ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกัน = Using new media helps the Messenger.
 - M - สื่อใหม่ใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้หลายรูปแบบ = New media is used as a tool for communication can communicate with each other in many ways.
 - C - สื่อใหม่เป็นการนำเนื้อหาสารจากผู้ส่งสาร = New media is the delivery of message content from the messenger.
 - R - การใช้สื่อใหม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กับสารสนเทศอยู่ตลอดเวลา = The use of new media gives the receiver the opportunity to have interacting with information all the time.
- การปฏิบัติ
 - S - ผู้ประกอบการค้ามีการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการผ่านสื่อใหม่ = Merchant publicizes products and services through new media.
 - M - หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ใช้สื่อใหม่เพื่อรวมกลุ่มเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเล = Agencies and organizations use new to gather networks related to farming media sea shrimp.
 - C - มีการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์ เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร = New media are used, including Facebook, Line, websites It is a

กับผู้เลี้ยงกุ้ง

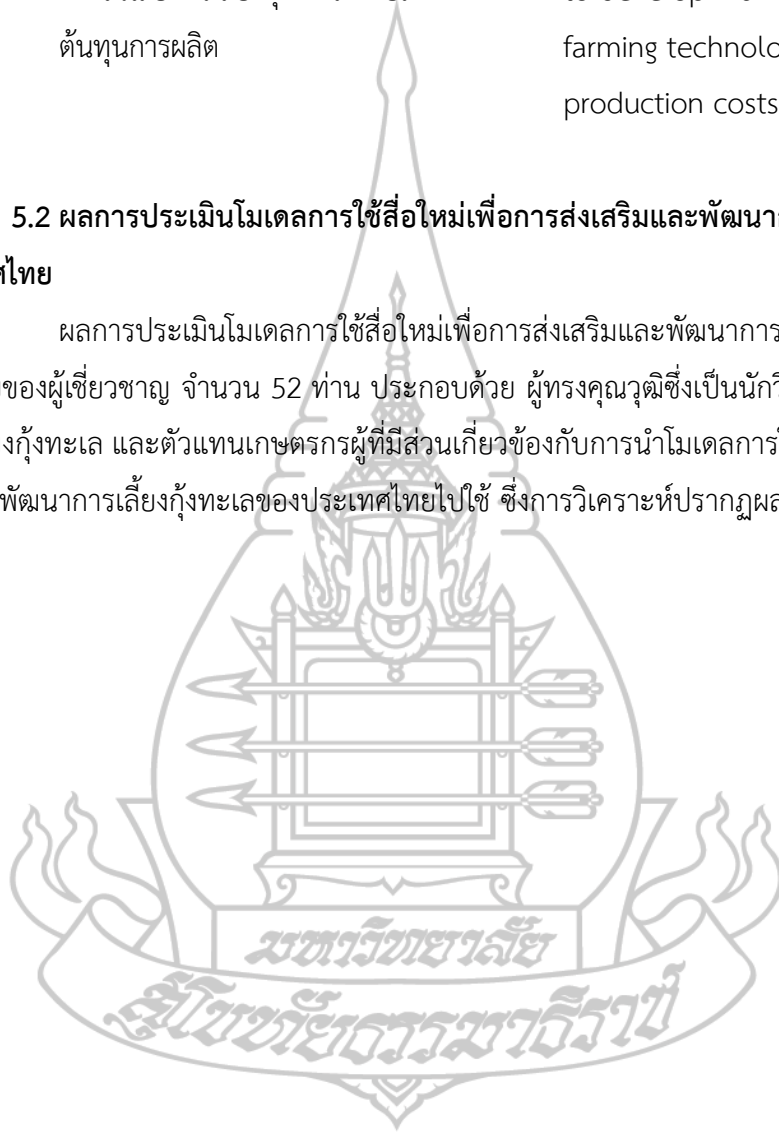
channel for communicating with shrimp farmers.

R – มีการนำความรู้จากสื่อใหม่มาใช้พัฒนาเทคโนโลยีการเลี้ยงกุ้งทะเล เพื่อลดต้นทุนการผลิต

= Using knowledge from new media to develop marine shrimp farming technology to reduce production costs.

5.2 ผลการประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

ผลการประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 52 ท่าน ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นนักวิชาการผู้มีความรู้ด้านการเลี้ยงกุ้งทะเล และตัวแทนเกษตรกรผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการนำโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยไปใช้ ซึ่งการวิเคราะห์ปรากฏผล ดังนี้



ตารางที่ 4.20 ประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

n = 276

องค์ประกอบโมเดล	ระดับความคิดเห็น (จำนวน/ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย (S.D)	ความ หมาย	อันดับ
	1	2	3	4	5			
องค์ประกอบโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย						4.32 (0.162)	มาก ที่สุด	
1. ปัจจัยนำเข้า						4.88 (0.171)	มาก ที่สุด	1
1.1 ความเหมาะสม	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (5.6)	17 (94.4)	4.97 (0.117)	มาก ที่สุด	1
1.2 ความเป็นไปได้	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (5.6)	17 (94.4)	4.94 (0.235)	มาก ที่สุด	2
1.3 ความเป็นประโยชน์	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (5.6)	6 (33.3)	11 (61.1)	4.75 (0.353)	มาก ที่สุด	3
2. กระบวนการ						4.43 (0.147)	มาก ที่สุด	2
2.1 ความเหมาะสม	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (11.1)	3 (16.7)	13 (72.2)	4.90 (0.153)	มาก ที่สุด	2
2.2 ความเป็นไปได้	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (11.1)	0 (0.0)	16 (88.9)	3.48 (0.440)	มาก	3

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

n = 52

องค์ประกอบโมเดล	ระดับความคิดเห็น (จำนวน / ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย (S.D)	ความ หมาย	อันดับ
	1	2	3	4	5			
2.3 ความเป็นประโยชน์	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (22.2)	14 (77.8)	4.91 (0.144)	มาก ที่สุด	1
3. ผลผลิต/ผลลัพธ์						3.66 (0.360)	มาก	3
3.1 ความเหมาะสม	8 (44.4)	5 (27.8)	3 (16.7)	1 (5.6)	1 (5.6)	2.42 (0.722)	น้อย	3
3.2 ความเป็นไปได้	0 (0.0)	1 (5.6)	6 (33.3)	8 (44.4)	3 (16.7)	3.69 (0.487)	มาก	2
3.3 ความเป็นประโยชน์	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (5.6)	17 (94.4)	4.86 (0.168)	มาก ที่สุด	1

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเกี่ยวกับโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.32) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า

5.2.1 ปัจจัยนำเข้า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเกี่ยวกับโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ด้านปัจจัยนำเข้า อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.88) โดยมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 3 ด้าน คือ ความเหมาะสม (\bar{X} = 4.97) ความเป็นไปได้ (\bar{X} = 4.94) และความเป็นประโยชน์ (\bar{X} = 4.75) ตามลำดับ

5.2.2 กระบวนการ ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเกี่ยวกับโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.43) โดยมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 2 ด้าน คือ ความเป็นประโยชน์ (\bar{X} = 4.91) และความเหมาะสม (\bar{X} = 4.90) และมีความคิดเห็นในระดับมาก คือ ความเป็นไปได้ (\bar{X} = 3.48) ตามลำดับ

5.2.3 ผลผลิต/ผลลัพธ์ ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเกี่ยวกับโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.66) โดยมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ ความเป็นประโยชน์ (\bar{X} = 4.86) มีความคิดเห็นในระดับมาก คือ ความเป็นไปได้ (\bar{X} = 3.69) และมีความคิดเห็นในระดับน้อย คือ ความเหมาะสม (\bar{X} = 2.42) ตามลำดับ



บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเชิงรุกของประเทศไทย ผู้วิจัยได้นำเสนอประเด็นสำคัญ 3 ส่วน ประกอบด้วย สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ มีรายละเอียด ดังนี้

1. สรุปการวิจัย

สรุปผลการวิจัย ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย และผลการวิจัย โดยสรุปได้ดังนี้

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบท สภาพปัญหาและความต้องการการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเชิงรุกของประเทศไทย 2) ศึกษาสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย 3) ศึกษาความรู้ ทักษะ การปฏิบัติ และปัจจัยที่สัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเชิงรุกของประเทศไทย 4) วิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเชิงรุกของประเทศไทย และ 5) พัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเชิงรุกของประเทศไทย

1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ประกอบด้วยการใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มาผสมกันในการทำวิจัยครั้งนี้เพื่อมุ่งเน้นค้นหาโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเชิงรุกของประเทศไทยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการสื่อสารและผลผลิตทางเศรษฐกิจของกุ้งทะเล โดยการวิจัยเชิงคุณภาพกระทำโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อสำรวจตัวแปรที่เป็นองค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเชิงรุกของประเทศไทย และใช้เป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถามสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งการวิจัยเชิงปริมาณจะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่พัฒนาขึ้น

จากแบบสัมภาษณ์ในการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสอบถามเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาเป็นโมเดลใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย โดยมีรายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร ประกอบด้วย

(1) ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเลสำหรับการให้ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดล โดยเลือกแบบเจาะจง (Purposive Method) ได้แก่ นักวิชาการผู้ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญด้านการเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 2 คน เกษตรกรที่มีประสบการณ์และมีความรู้ด้านการเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 4 คน ผู้แทนองค์กรเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 4 คน ผู้ประกอบการค้าปัจจัยการผลิตสัตว์น้ำ จำนวน 2 คน และผู้แทนเจ้าหน้าที่กรมประมง จำนวน 3 คน รวมจำนวน 15 คน

(2) เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย จำนวน 40,983 ราย จากฐานข้อมูลการขึ้นทะเบียนเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของกรมประมง พ.ศ. 2565 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ ที่ค่าความคลาดเคลื่อนในการสุ่ม 0.06 ได้ขนาดตัวอย่างที่จะทำการศึกษาทั้งหมด รวม 276 คน โดยสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลในแต่ละภาค

(3) ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล สำหรับการพัฒนาและประเมินโมเดล ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Method) ประกอบด้วยผู้ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญด้านการเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 2 คน ตัวแทนองค์กรเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 2 คน ผู้ประกอบการค้าปัจจัยการผลิตสัตว์น้ำในพื้นที่ จำนวน 2 คน เจ้าหน้าที่กรมประมงผู้ปฏิบัติตามนโยบายในพื้นที่ จำนวน 2 คน ตัวแทนเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 2 คน และผู้แทนสื่อ ผู้มีความรู้และประสบการณ์ในการทำสื่อเพื่อการเลี้ยงกุ้งทะเล จำนวน 2 คน รวมจำนวน 12 คน และตัวแทนเกษตรกรผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการนำโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยไปใช้ รวมจำนวน 40 คน (ทกภาคๆ ละ 6-7 คน)

1.2.2 เครื่องมือที่ใช้ ประกอบด้วย

1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อเก็บข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดล ในการศึกษา ชั้นที่ 1 การศึกษาบริบท สภาพปัญหาและความต้องการ การส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยแบบสัมภาษณ์ที่เป็น

2) *แบบสัมภาษณ์เกษตรกร* เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ประกอบด้วยข้อคำถามปลายปิดและปลายเปิด แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 การใช้สื่อและสื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกร ผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ตอนที่ 4 ความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย และตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย โดยแบบสัมภาษณ์ตอนที่ 1-3 ใช้สำหรับการศึกษา ขั้นที่ 2 การศึกษาสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย และแบบสัมภาษณ์ตอนที่ 4-5 ใช้สำหรับการศึกษา ขั้นที่ 3 ความรู้ ทักษะ การปฏิบัติและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา โดยนำแบบสัมภาษณ์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน หลังจากนั้นนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item – Objective Congruence) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา ทุกตอน เท่ากับ 1.00 ซึ่งมี ค่า IOC > .50 หมายความว่า ค่าถามนั้นตรงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสัมภาษณ์ จากกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ศึกษา จำนวน 30 ราย ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสัมภาษณ์ในข้อคำถามแบบ Likert scale ดังนี้ ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ความเชื่อมั่นของแบบสัมภาษณ์ เท่ากับ 0.90 ตอนที่ 4.2 ทักษะในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเล ความเชื่อมั่นของแบบสัมภาษณ์ เท่ากับ 0.86 แสดงว่าแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ (ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค , 2561)

3) *แบบสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อเก็บข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดล* ในการศึกษาขั้นที่ 4 การวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

4) *แบบสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการพัฒนาโมเดล* ในการศึกษาขั้นที่ 5.1 การพัฒนาโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

5) *แบบสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับรับการประเมินโมเดล* สำหรับการศึกษาขั้นที่ 5.2 การประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ของประเทศไทย

1.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview)

1.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ การแจกแจง ความถี่ ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และการจัดอันดับ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการ วิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)

1.3 ผลการวิจัย

1.3.1 ศึกษาบริบท สภาพปัญหาและความต้องการการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อ การส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

1) *เกษตรกรใช้เทคโนโลยีเพื่อติดตามและบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล* ระบบการจัดการฐานข้อมูลเพื่อความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ การใช้โซเชียลมีเดีย (social media) เพื่อการแชร์ข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการเลี้ยงกุ้งทะเล แนะนำเทคนิคการเลี้ยงกุ้งทะเลที่เหมาะสม และสร้างพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างเกษตรกร การพัฒนาแอปพลิเคชันที่ใช้ในการควบคุมและติดตามการเลี้ยง การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things; IoT) เพื่อระบุคุณภาพน้ำและสภาพแวดล้อม การใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์ในการสอนและแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาใหม่ในการเลี้ยง การสร้างความตระหนักรู้ในประชาชนเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการเลี้ยงกุ้ง การใช้แอปพลิเคชันหรือพื้นที่ออนไลน์เพื่อสนับสนุน และสร้างชุมชนของผู้เลี้ยงกุ้งที่มีการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ และการใช้สื่อใหม่เหล่านี้มีประโยชน์ในการเพิ่มประสิทธิภาพและความยั่งยืนของการเลี้ยงกุ้ง อันเป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้เลี้ยงกุ้ง อุตสาหกรรมการเลี้ยงกุ้งและสิ่งแวดล้อมในการผลิตอย่างยั่งยืนและประหยัดทรัพยากร

2) *สื่อใหม่ที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้ง* ในปัจจุบันมีหลากหลายประเภทและมีความสามารถในการเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจของผู้เลี้ยงกุ้ง ได้แก่ 1) แอปพลิเคชันมือถือ สามารถใช้ในการแชร์ข้อมูลเกี่ยวกับเทคนิคการเลี้ยง การจัดการเพื่อความปลอดภัยของกุ้ง และสถานการณ์การผลิตที่เป็นไปได้ ทำให้ผู้เลี้ยงได้ข้อมูลที่สะดวกและรวดเร็ว 2) วิดีโอออนไลน์และช่อง YouTube ในการสร้างวิดีโอเกี่ยวกับวิธีการเลี้ยง การดูแล และเทคนิคที่ทันสมัยสามารถช่วยในการสื่อสารข้อมูลได้อย่างชัดเจนและน่าสนใจ 3) เว็บไซต์และบล็อก

เป็นช่องทางที่ดีในการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการเลี้ยง ข้าวสารต่างๆ เทคโนโลยีใหม่ๆ และ บทความที่เป็นประโยชน์ 4) โซเชียลมีเดีย ในการใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เช่น เพจเฟซบุ๊ก ยูทูป ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน เพื่อแบ่งปันข้อมูล การสร้างความติดตาม และการสร้างชุมชนที่ สนับสนุนและแบ่งปันประสบการณ์เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้ง และ 5) การใช้ระบบข้อมูลอัตโนมัติ โปรแกรมควบคุมและติดตามที่ช่วยในการบริหารจัดการและติดตามการเลี้ยงกุ้งอย่างแม่นยำ การใช้ สื่อเหล่านี้มีประสิทธิภาพในการสร้างความเข้าใจและความรู้ที่ลึกซึ้งในผู้เลี้ยงกุ้ง ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ การผลิตและสร้างความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการเลี้ยงกุ้งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) ในปัจจุบันการใช้สื่อใหม่เพื่อส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเลในประเทศไทยมี หลายช่องทางที่ให้การสนับสนุนแก่ภาครัฐ เอกชน และเกษตรกร ได้แก่ (1) เว็บไซต์และแพลตฟอร์ม ออนไลน์ เช่น เพจเฟซบุ๊ก ยูทูป ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชันโดยภาครัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาจมีเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการเลี้ยง นโยบายรัฐบาล เทคโนโลยีที่ใช้ในการเลี้ยง และข้อมูลสำคัญอื่นๆ ที่ส่งเสริมการเลี้ยงกุ้ง (2) การใช้โซเชียลมีเดีย ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก ยูทูป ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน เป็นช่องทางในการแบ่งปันข้อมูล การสร้างการ ติดตาม และการสร้างชุมชนที่สนับสนุนในการเลี้ยงกุ้ง ภาครัฐ องค์กร เอกชน และเกษตรกรสามารถใช้โซเชียลมีเดียเพื่อเผยแพร่ความรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และเสนอแนะต่างๆ ในการเลี้ยงกุ้ง (3) การพัฒนาแอปพลิเคชันที่ช่วยในการจัดการและการควบคุมการเลี้ยง รวมถึงการใช้เทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่งในการระบุคุณภาพน้ำและสภาพแวดล้อมสำหรับการเลี้ยง (4) การจัดงาน อบรม สัมมนา เพื่อแนะนำเทคโนโลยีใหม่ๆ และแบ่งปันประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้ง ซึ่งสามารถเป็น ช่องทางสำคัญในการส่งเสริมและประสานงานระหว่างภาครัฐและเอกชน (5) การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ในการส่งเสริมและเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีการเลี้ยง กฎหมายที่เกี่ยวข้อง และ ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เลี้ยงกุ้งทั้งในภูมิภาคและระดับชาติ การใช้สื่อใหม่เหล่านี้เป็นเครื่องมือที่ สำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการเลี้ยงกุ้งทะเลในประเทศไทยที่เน้นการแลกเปลี่ยน ข้อมูลและความรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

1.3.2 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และความ คิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย
ผลการวิจัยพบว่า

สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 64.5 เป็นเพศชาย และอีกร้อยละ 35.5 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 31.5 มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี ร้อยละ 59.1 จบการศึกษา

ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 51.1 มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3-4 คน ร้อยละ 63.4 มีประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งทะเล 1-10 ปี

สภาพเศรษฐกิจ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 84.1 มีอาชีพเกษตรกรรม (เพาะเลี้ยงกุ้ง) เป็นอาชีพหลัก ร้อยละ 84.1 ไม่มีอาชีพรอง ร้อยละ 35.5 มีรายได้จากการเลี้ยงกุ้งทะเลน้อยกว่าหรือเท่ากับ 300,000 บาทต่อปี ร้อยละ 45.3 ไม่มีรายได้อื่นๆ นอกเหนือจากการเลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 84.4 ใช้ทุนของตนเองในการเลี้ยงกุ้งทะเล

สภาพสังคม พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 31.2 ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่ม/สถาบันเกษตรกร และร้อยละ 68.8 เป็นสมาชิกกลุ่ม/สถาบันเกษตรกร ร้อยละ 80.1 ไม่มีตำแหน่งทางสังคม

การใช้สื่อและสื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย พบว่า 1) สื่อบุคคล พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 67.0 ได้รับข่าวสารจากเพื่อนเกษตรกร เฉลี่ย 4.02 ครั้งต่อเดือน 2) สื่อกลุ่ม พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 24.3 ได้รับข่าวสารจากการอบรมสัมมนา เฉลี่ย 1.28 ครั้งต่อเดือน 3) สื่อมวลชน พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 28.6 ได้รับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ เฉลี่ย 4.87 ครั้งต่อเดือน 4) สื่อกิจกรรม พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 55.8 ได้รับข่าวสารจากกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล เช่น ประชุมประจำปี และงานกุ้งต่างๆ เป็นต้น เฉลี่ย 1.72 ครั้งต่อปี 5) สื่อใหม่ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 79.3 ได้รับข่าวสารจากสื่อเฟซบุ๊ก เฉลี่ย 5.37 ครั้งต่อสัปดาห์

ความเกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า มีความเกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่อยู่ในระดับมาก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 4.07$) ด้านผู้รับ ($\bar{X} = 3.90$) ด้านผู้ส่งสาร ($\bar{X} = 3.88$) และด้านช่องทางการสื่อสาร ($\bar{X} = 3.86$) ตามลำดับ

1.3.3 ความรู้ ทักษะ การปฏิบัติ และปัจจัยที่สัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

1) *ความรู้ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย* พบว่า ระดับความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 85.5 มีความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลในระดับมาก รองลงมา ร้อยละ 7.6 มีความรู้ในระดับปานกลาง ร้อยละ 6.2 มีความรู้ในระดับมากที่สุด และร้อยละ 0.7 มีความรู้ในระดับน้อย ตามลำดับ

โดยเกษตรกรมีคะแนนความรู้ในระดับต่ำสุด 8 คะแนน สูงสุด 18 คะแนน และมีคะแนนเฉลี่ย 14.41 ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก

2) *ทัศนคติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล*
พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า มีระดับทัศนคติในการใช้สื่อใหม่อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน คือ ด้านผู้รับ ($\bar{X} = 4.32$) มีระดับทัศนคติในการใช้สื่อใหม่อยู่ในระดับมาก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 4.14$) ด้านช่องทางการสื่อสาร ($\bar{X} = 3.99$) และด้านผู้ส่งสาร ($\bar{X} = 3.89$) ตามลำดับ

3) *การปฏิบัติการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล*
พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 87.7 มีการปฏิบัติ ในระดับมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 8.7 มีการปฏิบัติ ในระดับมาก และร้อยละ 3.6 มีการปฏิบัติ ในระดับปานกลาง โดยจำนวนข้อในการปฏิบัติทั้งหมด 10 ข้อ พบว่า จำนวนข้อที่เกษตรกรปฏิบัติต่ำสุด คือ 10 ข้อ และจำนวนข้อที่เกษตรกรปฏิบัติสูงสุด คือ 20 ข้อ จำนวนข้อที่เกษตรกรปฏิบัติเฉลี่ย คือ 18.86 ข้อ ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.270

4) *ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย* พบว่า

(1) *ระดับต้นน้ำ* การส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ร้อยละ 76.8 ใช้เพจเฟซบุ๊ก การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับขบวนการผลิตลูกพันธุ์กุ้งทะเล ร้อยละ 71.4 ใช้เพจเฟซบุ๊ก การดูแลมาตรฐานการผลิตลูกพันธุ์กุ้งทะเล ร้อยละ 71.4 ใช้เพจเฟซบุ๊ก การส่งเสริมความรู้ด้าน ยาสารเคมี อาหาร และปัจจัยการผลิตต่างๆ ร้อยละ 76.1 ใช้เพจเฟซบุ๊ก การจัดงานสัมมนาวิชาการของชมรม สมาคม และสหกรณ์ ร้อยละ 75.4 ใช้เพจเฟซบุ๊ก

(2) *ระดับกลางน้ำ* การส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการเตรียมบ่อเลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 75.7 ใช้เพจเฟซบุ๊ก การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตกุ้งทะเล ร้อยละ 77.2 ใช้เพจเฟซบุ๊ก การออกแบบด้านกระบวนการผลิตกุ้งทะเล ร้อยละ 76.8 ใช้เพจเฟซบุ๊ก การดูแลมาตรฐาน และคุณภาพกุ้งทะเล ร้อยละ 77.5 ใช้เพจเฟซบุ๊ก การส่งเสริมความรู้ด้านการลดต้นทุนการผลิต ร้อยละ 74.6 ใช้เพจเฟซบุ๊ก การส่งเสริมความรู้ด้านโรคกุ้งทะเล และการจัดการ ร้อยละ 78.3 ใช้เพจเฟซบุ๊ก การออกแบบด้านการจำหน่ายกุ้งทะเล (ปิดบ่อ, แบ่งจับ, ขายกุ้งเป็น) ร้อยละ 75.4 ใช้เพจเฟซบุ๊ก

(3) *ระดับปลายน้ำ* การส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ขบวนการจับกุ้งทะเล เพื่อส่งออกและบริโภคในประเทศ ร้อยละ 75.0 ใช้เพจเฟซบุ๊ก การลดต้นทุนการขนส่ง ร้อยละ 72.5 ใช้เพจเฟซบุ๊ก การดูแลตรวจสอบสารตกค้าง และมาตรฐานกุ้งทะเล ร้อยละ 69.2 ใช้เพจเฟซบุ๊ก การพัฒนาตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายกุ้งทะเลทั้งในและต่างประเทศ ร้อยละ 70.3 ใช้เพจเฟซบุ๊ก การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และเกษตรกร ร้อยละ 73.9 ใช้เพจเฟซบุ๊ก

5) ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย มีดังต่อไปนี้

(1) ความรู้ในการใช้สื่อใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ ได้แก่ ระดับการศึกษา และสื่อเพจเฟซบุ๊ก มีความเกี่ยวข้องเชิงบวกหรือในทิศทางเดียวกันกับความรู้ในการใช้สื่อใหม่ ในส่วนของการเป็นสมาชิกกลุ่มและสถาบัน และสื่อยูทูป มีความเกี่ยวข้องเชิงลบหรือในทิศทางตรงกันข้ามกับความรู้ในการใช้สื่อใหม่

(2) ทักษะในการใช้สื่อใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ ได้แก่ เพศ และสื่อเพจเฟซบุ๊ก มีความเกี่ยวข้องเชิงบวกหรือในทิศทางเดียวกันกับทักษะในการใช้สื่อใหม่ ในส่วนของการเป็นสมาชิกกลุ่มและสถาบัน มีความเกี่ยวข้องเชิงลบหรือในทิศทางตรงกันข้ามกับทักษะในการใช้สื่อใหม่

(3) การปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ ได้แก่ อายุ สื่อเว็บไซต์ และสื่อเพจเฟซบุ๊ก มีความเกี่ยวข้องเชิงบวกหรือในทิศทางเดียวกันกับการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่

1.3.4 การวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

(1) *องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล* พบว่า (1) การรวบรวมข้อมูลและสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล การวิเคราะห์ตลาดเพื่อเข้าใจความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (2) การสร้างเนื้อหาที่ทันสมัย, สร้างสรรค์, และเกี่ยวข้องกับประเด็นที่น่าสนใจในการเลี้ยงกุ้งทะเล การนำเสนอข้อมูลทางวิทยาศาสตร์อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย (3) การใช้สื่อสังคมออนไลน์, เว็บไซต์, วิดีโอบนโทรศัพท์มือถือ, และแพลตฟอร์มอื่นๆ เพื่อนำเสนอข้อมูล การใช้ช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การใช้ แอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเล และ (4) การตรวจสอบและปรับปรุงข้อความตามความต้องการและความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย การสร้างชุมชนออนไลน์เพื่อสนับสนุนการแลกเปลี่ยน

ความรู้ระหว่างผู้ที่สนใจเลี้ยงกุ้งทะเล ซึ่งการใช้ SMCR นี้ช่วยให้สื่อการสื่อสารเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเลมีประสิทธิภาพและมีผลต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างมีเสถียรภาพและมีประสิทธิผลในการพัฒนาวงการนี้ในทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และไปทั่วโลกได้

(2) *องค์ประกอบที่กล่าวมาในข้อ 1 นั้น ปัจจุบันมีความมีความเหมาะสมหรือไม่ และควรพัฒนาอย่างไร* พบว่า (1) ผู้ส่งสาร ควรพัฒนาทักษะการสื่อสาร: ผู้ส่งควรมีทักษะการสื่อสารที่ดีเพื่อเป็นตัวแทนได้ดีในการสื่อสารเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล ควรมีความเชี่ยวชาญ: การเสริมสร้างความเชี่ยวชาญในการเลี้ยงกุ้งทะเลเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือในสื่อ (2) สาร สร้างเนื้อหาที่ตอบโจทย์ สื่อควรสร้างเนื้อหาที่ตอบโจทย์ความต้องการและประสิทธิภาพสำหรับกลุ่มเป้าหมาย การให้ข้อมูลทางวิทยาศาสตร์: ข้อความควรมีข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ที่มีความถูกต้องและเข้าใจง่าย (3) การเลือกช่องทางที่เหมาะสม การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การใช้สื่อออนไลน์, การประชาสัมพันธ์, หรือการใช้งานแอปพลิเคชัน การสร้างชุมชนที่ให้ความรู้และสนับสนุนกันระหว่างผู้สนใจ และ (4) การตรวจสอบและปรับปรุงข้อความตามความต้องการและความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย การสร้างมีส่วนร่วม สร้างช่องทางการสื่อสารที่ทำให้ผู้รับมีส่วนร่วมมากขึ้น เช่น การจัดทำแบบสำรวจหรือกิจกรรมทางออนไลน์ ในการพัฒนาองค์ประกอบเหล่านี้สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเลได้ การให้ความสำคัญกับความสอดคล้องกับวงการและการทำงานร่วมกับผู้เชี่ยวชาญในวิชาการและสื่อจะช่วยสร้างการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและถูกต้อง

(3) *องค์ประกอบของสื่อใหม่ ตามองค์ประกอบ SMCR มีประเด็นและควรเป็นอย่างไร* พบว่า (1) ผู้ส่งควรมีความน่าเชื่อถือและเชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง การเลือกผู้ส่งที่มีความเชี่ยวชาญและความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเป้าหมาย (2) สารควรเป็นที่ชัดเจนและไม่ทำให้เกิดความสับสน มีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้รับ (3) การใช้ช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น สื่อออนไลน์, การประชาสัมพันธ์, หรือการใช้แอปพลิเคชัน การทดลองและปรับปรุงการใช้ช่องทางตามผลลัพธ์และความต้องการ และ (4) การเข้าใจผู้รับ ทราบถึงลักษณะและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับและสร้างความเข้าใจ องค์ประกอบนี้ควรเป็นไปในทิศทางที่สนับสนุนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ โดยการสร้างข้อความที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์, เลือกใช้ช่องทางที่เหมาะสม, และให้ผู้รับมีความเข้าใจที่ดี การปรับปรุงตามผลตอบรับและการวัดผล จะช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

(4) *การดำเนินงานตามองค์ประกอบเหล่านั้น เกิดผลสำเร็จในการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย* พบว่า (1) รัฐบาลไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นผู้ส่งที่สำคัญใน

การสื่อสารเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล การส่งเสริมเชื่อมโยงระหว่างรัฐบาล, ภาคเอกชน, และเกษตรกร ผู้เลี้ยงกุ้ง (2) การสื่อสารเกี่ยวกับความคุ้มครองสิ่งแวดล้อมในการเลี้ยง มาตรฐานคุณภาพ และนวัตกรรม ในการเลี้ยง การโฆษณาและการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับคุณค่าของกุ้งทะเลไทย (3) ช่องทางการใช้สื่อมวลชนและโซเชียลมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การจัดกิจกรรมสัมมนา นิทรรศการ และประชุมเพื่อสื่อสารตรงกับเกษตรกร และ (4) ผู้รับสาร เกษตรกรที่เลี้ยงกุ้งทะเลเป็นผู้รับที่สำคัญ การเสริมสร้างความเข้าใจและรับรู้เกี่ยวกับนโยบายทางการเกษตรและแนวทางในการเลี้ยงกุ้งทะเล การวัดผลและปรับปรุงผลผลิตกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเล ปรับปรุงแผนการสื่อสารตามความต้องการและการตอบรับจากกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผลลัพธ์ที่ดีในการสื่อสารเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเลนี้ส่งผลในการสร้างความตระหนักรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้ที่ดีในทุกๆ ภาคส่วน ทำให้เกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องมีทรัพยากรและข้อมูลที่จำเป็นในการเลี้ยงกุ้งทะเล อย่างยั่งยืนและมีคุณภาพ

(5) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อให้ได้องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย พบว่า (1) การสร้างความสัมพันธ์กับภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้อง สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเล เพื่อสนับสนุนและประสานงาน สร้างพันธมิตรกับองค์กรที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น (2) การสร้างโครงสร้างทางธุรกิจ สร้างโครงสร้างทางธุรกิจที่เสริมสร้างสภาพแวดล้อมที่กระตุ้นการเลี้ยงกุ้งทะเล สนับสนุนการพัฒนาธุรกิจในรูปแบบที่ทำให้เกษตรกรได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสม (3) การพัฒนาแนวทางการตลาด พัฒนาแผนการตลาดที่เน้นการสร้างแบรนด์และตลาดสำหรับผลผลิตการเลี้ยงกุ้งทะเล ใช้กลยุทธ์การตลาดที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักและเข้าใจคุณค่าของกุ้งทะเลที่เลี้ยง (4) การสร้างฐานข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล สร้างฐานข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพื่อให้ข้อมูลที่แม่นยำและประสิทธิภาพ ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อความเข้าใจลึกซึ้งของตลาด (5) การสนับสนุนการศึกษาและการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเล สร้างโครงสร้างการศึกษาที่เปิดโอกาสให้เกษตรกรมีความรู้และทักษะที่จำเป็น และ (6) การสร้างกลไกการติดต่อสื่อสาร สร้างช่องทางการติดต่อสื่อสารที่เปิดรับความคิดเห็นจากเกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้อง ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ

1.3.5 การพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

1) การพัฒนาโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย พบว่า องค์ประกอบโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยง

กึ่งทะเลของประเทศไทย ได้แก่ ด้านผู้ส่งสาร ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านช่องทางการสื่อสาร และด้านผู้รับ ดังนี้

(1) *ความรู้* ประกอบด้วย S – มีทักษะในการใช้สื่อใหม่เพื่อการสื่อสาร M – ช่วยประหยัดเวลา C – สื่อเพจเพชบุ๊กมีความรวดเร็ว และ R – เกษตรกรสามารถเพิ่มเพื่อนใหม่ที่เลี้ยงกุ้งทะเลได้มากขึ้น

(2) *ทัศนคติ* ประกอบด้วย S - การใช้สื่อใหม่ช่วยให้ผู้ส่งสาร M – สื่อใหม่ใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้หลายรูปแบบ C – สื่อใหม่เป็นการนำเนื้อหาสาระจากผู้ส่งสาร และ R – การใช้สื่อใหม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กับสารสนเทศอยู่ตลอดเวลา

(3) *การปฏิบัติ* ประกอบด้วย S - ผู้ประกอบการค้ามีการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการผ่านสื่อใหม่ M – หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ใช้สื่อใหม่เพื่อรวมกลุ่มเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเล C – มีการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เพชบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์ เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้เลี้ยงกุ้ง และ R - มีการนำความรู้จากสื่อใหม่มาใช้พัฒนาเทคโนโลยีการเลี้ยงกุ้งทะเลเพื่อลดต้นทุนการผลิต

2) *การประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย* พบว่า

(1) *ปัจจัยนำเข้า* ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเกี่ยวกับโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ด้านปัจจัยนำเข้า อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.88) โดยมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 3 ด้าน คือ ความเหมาะสม (\bar{X} = 4.97) ความเป็นไปได้ (\bar{X} = 4.94) และความเป็นประโยชน์ (\bar{X} = 4.75) ตามลำดับ

(2) *กระบวนการ* ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเกี่ยวกับโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.43) โดยมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 2 ด้าน คือ ความเป็นประโยชน์ (\bar{X} = 4.91) และความเหมาะสม (\bar{X} = 4.90) และมีความคิดเห็นในระดับมาก คือ ความเป็นไปได้ (\bar{X} = 3.48) ตามลำดับ

(3) *ผลผลิต/ผลลัพธ์* ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเกี่ยวกับโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 3.66) โดยมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ ความเป็นประโยชน์ (\bar{X} = 4.86) มีความคิดเห็นในระดับมาก คือ ความเป็นไปได้ (\bar{X} = 3.69) และมีความคิดเห็นในระดับน้อย คือ ความเหมาะสม (\bar{X} = 2.42) ตามลำดับ

2. อภิปรายผล

จากการศึกษา โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ของประเทศไทย พบว่า ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร สภาพปัญหาของเกษตรกร ความต้องการในการดำเนินชีวิตของเกษตรกร และระดับทักษะชีวิตและ มีประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจนำมาอภิปราย ดังนี้

2.1 บริบท สภาพปัญหาและความต้องการการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ของประเทศไทย

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรใช้เทคโนโลยีเพื่อติดตามและบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงกึ่งทะเล ระบบการจัดการฐานข้อมูลเพื่อความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ การใช้โซเชียลมีเดีย (social media) เพื่อการแชร์ข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการเลี้ยงกึ่งทะเล แนะนำเทคนิคการเลี้ยงกึ่งทะเลที่เหมาะสม และสร้างพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างเกษตรกร การพัฒนาแอปพลิเคชันที่ใช้ในการควบคุมและติดตามการเลี้ยง การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things; IoT) เพื่อระบุคุณภาพน้ำและสภาพแวดล้อม การใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์ ในการสอนและแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาใหม่ในการเลี้ยง การสร้างความตระหนักรู้ในประชาชนเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการเลี้ยงกึ่ง การใช้อุปกรณ์หรือพื้นที่ออนไลน์เพื่อสนับสนุนและสร้างชุมชนของผู้เลี้ยงกึ่งที่มีการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ และการใช้สื่อใหม่เหล่านี้มีประโยชน์ในการเพิ่มประสิทธิภาพและความยั่งยืนของการเลี้ยงกึ่งอันเป็น ประโยชน์ทั้งต่อผู้เลี้ยงกึ่ง อุตสาหกรรมการเลี้ยงกึ่งและสิ่งแวดล้อมในการผลิตอย่างยั่งยืนและประหยัดทรัพยากรโดยใกล้เคียงกับ นิติรัตน์ สุขไทย (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การบริหารสื่อออนไลน์เพื่อการเกษตรแบบยั่งยืน พบว่าในกระบวนการขับเคลื่อนสื่อออนไลน์เพื่อการเกษตรแบบยั่งยืนนั้นจะประกอบไปด้วย กลุ่มบุคคลซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่มีส่วนทำให้สื่อออนไลน์เพื่อการเกษตรสามารถขับเคลื่อนต่อไปได้อย่าง ยั่งยืน ได้แก่ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มผู้บริโภค และกลุ่มผู้สนับสนุน ซึ่งกลุ่มบุคคลแต่ละกลุ่มนี้จะมี ความสัมพันธ์ในลักษณะของการเป็นผู้สนับสนุนและเป็นส่วนหนึ่งของวงจรการขับเคลื่อนสื่อออนไลน์ เพื่อการเกษตรแบบยั่งยืนโดยมีบทบาทหน้าที่ที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้เพื่อสร้างความสมดุลทาง เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ ทำให้เกษตรกรสามารถมีวิถีชีวิตที่พึ่งพาตนเองได้ สามารถพัฒนากระบวนการผลิตและพัฒนาคุณภาพชีวิต เป็นแหล่งอาหารปลอดภัยที่ผู้บริโภคสามารถ ตรวจสอบที่มาได้ เข้าถึงง่าย และสามารถตอบสนองในด้านธุรกิจให้กับผู้สนับสนุนได้อย่างยั่งยืนด้วย ผลการศึกษาด้านแนวโน้มในการบริหารสื่อออนไลน์เพื่อการเกษตรแบบยั่งยืน พบว่า แนวทางการพัฒนาและบริหารสื่อออนไลน์เพื่อการเกษตรแบบยั่งยืนนั้นมีความจำเป็นที่จะต้อง พิจารณาควบคู่ไปกับ

แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสาร คาดการณ์ว่าในอนาคตควรจะต้องมีการสร้างและพัฒนาคลังความรู้ด้านการเกษตรเพื่อ เผยแพร่ความรู้สู่ผู้สนใจและพร้อมที่จะเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยน แบ่งปันองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ทั้งแก่ฝ่ายเกษตรกรและผู้บริโภคที่ทั่วถึงมากขึ้นเพื่อพัฒนารูปแบบของเทคโนโลยีเพื่อ ตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคในอนาคต และบุหลัน กุลวิจิตร (2560) ได้วิจัยเรื่อง สื่อบุคคลกับการส่งเสริมการเกษตร 4.0 ได้บทสรุปว่า ในยุคการเกษตร 4.0 การเรียนรู้และรับข้อมูลข่าวสารรวมทั้งการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมทาง เกษตรของเกษตรกรมีความสำคัญต่อการปรับตัวและการจัดการเกษตร ทั้งนี้การส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรและการเกษตรของประเทศ มีหลายรูปแบบและวิธีการขึ้นอยู่กับสภาพพื้นที่และกลุ่มเกษตรกร แต่สิ่งสำคัญที่จะทำหน้าที่ในการส่งเสริมการเกษตรให้แก่เกษตรกร คือ สื่อบุคคลหรือเจ้าหน้าที่เข้าไปส่งเสริมการเกษตรโดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงเวลาที่นักส่งเสริมการเกษตรจะต้องติดต่อสื่อสาร เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ หรือถ่ายทอดความรู้ต่างๆ ให้กับเกษตรกรเพื่อให้เกษตรกรเกิดการเรียนรู้และนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันและเข้ากับสภาพการณ์ปัจจุบันที่งานส่งเสริมการเกษตรได้เข้าสู่ยุคการทำงานบนฐานความรู้ (Knowledge Based) โดยสื่อบุคคลจะต้องทำหน้าที่เป็นผู้นำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ โดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเอกสาร/สิ่ง ตีพิมพ์ เว็บไซต์ ชุมนิทรรศการ และเวทินำเสนอ ผลงาน เป็นต้น

2.2 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและสื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี จบการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3-4 คน มีประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งทะเล 1-10 ปี มีอาชีพเกษตรกร (เพาะเลี้ยงกุ้ง) เป็นอาชีพหลัก ไม่มีอาชีพรอง ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่ม/สถาบันเกษตรกร ได้รับข่าวสารจากเพื่อนเกษตรกร การอบรมสัมมนา กิจกรรมต่างๆ และสื่อเพจเฟซบุ๊ก ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทินภัทร ปัญจมหาลาภ (2563) พบว่า พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้สูงอายุมีการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์เป็นประจำทุกวัน มากที่สุด รองลงมาคือ แอปพลิเคชันไลน์เป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการสื่อสาร ทำให้การสื่อสารกับบุคคลรอบข้างน้อยลงไลน์เป็นช่องทางการสื่อสารที่สะดวกและรวดเร็ว การใช้ไลน์ทำให้ผู้สูงอายุได้เรียนรู้ เทคโนโลยีสมัยใหม่ไลน์ทำให้ได้ติดต่อพูดคุยกับเพื่อนเก่าและเพื่อนใหม่การใช้ไลน์ทำให้ผู้สูงอายุได้ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็นต่างๆ ของตนกับบุคคลอื่น ผู้สูงอายุพูดคุยกับแอปพลิเคชันไลน์ กับบุคคลในครอบครัวมากกว่าพูดคุยกันตัวต่อตัว ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ปรากฏในไลน์มีทั้งน่าเชื่อถือและไม่น่าเชื่อถือการใช้ไลน์ทำให้

ประหยัดคำโทรศัพท์สตีกเกอร์ไลน์คือภาพการ์ตูน เป็นสัญลักษณ์แสดงอารมณ์และความรู้สึกแทนคำพูด เพื่อติดต่อเรื่องการทำงาน เพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารเพื่อความรู้และความบันเทิง เพื่อติดต่อเกี่ยวกับการเข้าร่วมกลุ่ม/ร่วมกิจกรรมต่างๆ เพื่อ พุดคุย-แลกเปลี่ยนเรื่องในครอบครัว/ปัญหาส่วนตัว และ ญัฐนิชา ดวงขจี (2563) พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้งานสื่อสังคมสังคมออนไลน์ในปริมาณน้อยเกือบทุกวัน และสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมใช้ ได้แก่ YouTube Facebook LINE และ Instagram ดังนั้นการใช้สื่อสังคมออนไลน์นักศึกษาควรมีการวางแผนและควบคุมในการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ให้ถูกต้อง และเหมาะสม นอกจากนี้ผลการวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับรายงานผลการสำรวจ พฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2561 ของ Electronic Transactions Development Agency (2018) พบว่า เด็ก Gen Z ใช้เวลาในการเล่นสื่อสังคมออนไลน์มากเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 4 ชั่วโมง 1 นาทีต่อวัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเด็กกลุ่มนี้เป็นเจนเนอเรชันที่เกิดมาภายใต้สภาพแวดล้อม ที่เต็มไปด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย และมีการดำเนินชีวิตในสังคมแบบ Digital ทำให้คุ้นเคยกับการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศเหล่านี้เป็นอย่างดี

2.3 ความรู้ ทักษะ การปฏิบัติ และปัจจัยที่สัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเชิงรุกทะเลของประเทศไทย

จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล ร้อยละ 85.5 มีความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเชิงรุกทะเลในระดับมาก มีระดับทัศนคติในการใช้สื่อใหม่อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน คือ ด้านผู้รับ มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสินีนุช ครุฑเมือง แสนเสริม (2559) พบว่า เกษตรกรมีการใช้สื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศในการรับข้อมูลข่าวสารและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่สำคัญ คือ วิทยุโทรทัศน์ โทรศัพท์มือถือ วิทยุกระจายเสียงและโทรศัพท์บ้าน รูปแบบพฤติกรรมการเรียนรู้ ได้แก่ แหล่งความรู้เดิมเกี่ยวกับการเกษตรมาจากบรรพบุรุษ การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง และการศึกษาดูงาน โดยเกษตรกรมีวิธีการศึกษาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการเกษตรจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ความเป็นประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศ ความเหมาะสมของเทคโนโลยีสารสนเทศ และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่อการเรียนรู้ของเกษตรกร และ พิชญากัค จันทรนิยมาธรรม (2559) พบว่า การพัฒนาเนื้อหาสื่อการเรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิตข้าว ใน 2 ขั้นตอนหลัก คือ 1) ขั้นตอนการกำหนดกรอบเนื้อหา จะต้องศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาบทเรียนจากทั้งเอกสารงานวิชาการที่เกี่ยวข้อง และผู้เชี่ยวชาญแต่ละด้าน เพื่อให้ได้ประเด็นเนื้อหาที่ครอบคลุมกับบทเรียนมากที่สุด 2) ขั้นตอนการจัดทำเนื้อหา เป็นขั้นตอนการวางแผนเรื่องและกำหนดรายละเอียดเนื้อหาที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของบทเรียนพบว่า

การพิจารณา (2) เนื้อหาที่เหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญและเกษตรกรที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เป็นปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญของการพัฒนาเนื้อหาการพัฒนาในรูปแบบของสื่อการเรียนรู้ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมสำหรับถ่ายทอดความรู้ให้แก่เกษตรกร ประกอบด้วยขั้นตอนการแปลงเนื้อหาบทเรียนมาเป็นบทถ่ายทำวีดิทัศน์ (สคริปต์) กำหนดทีมงาน ผู้ดำเนินเรื่อง สถานที่รูปแบบของ สื่อต้องมีความเหมาะสมกับบทเรียนและกลุ่มผู้เรียนเป้าหมาย ตลอดจนการตัดต่อและเพิ่มกราฟิกและเทคนิคพิเศษเพื่อให้สื่อวีดิทัศน์ที่ผลิตได้มีความน่าสนใจมากที่สุดผลการประเมินการเรียนรู้ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของเกษตรกร เกี่ยวกับความเหมาะสมของสื่อ ได้แก่ ด้านเนื้อหาและการดำเนินเรื่อง ด้านภาพและภาษา ด้านตัวอักษร สี และเสียง ด้านการใช้งานผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์พบว่าด้านภาพและภาษามีค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสมสูงสุด ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยความสัมพันธ์ของเพศ อายุและประสบการณ์ในการประกอบอาชีพทำนา มีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้เรียนต่อสื่อการเรียนรู้ในแต่ละด้าน เมื่อพิจารณาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในภาพรวมพบว่าคะแนนสอบหลังเรียนสูงกว่าคะแนนสอบก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอย่างสูง ($P < 0.01$) โดยความสัมพันธ์ของเพศ ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อคะแนนสอบก่อนและหลังเรียน ในขณะที่ความสัมพันธ์ของอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อคะแนนสอบก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอย่างสูง ($P < 0.01$) แต่ไม่มีผลต่อคะแนนสอบหลังเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.4 การวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

จากการศึกษา พบว่า องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ได้แก่ การรวบรวมข้อมูลและสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล การวิเคราะห์ตลาดเพื่อเข้าใจความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การสร้างเนื้อหาที่ทันสมัย, สร้างสรรค์, และเกี่ยวข้องกับประเด็นที่น่าสนใจในการเลี้ยงกุ้งทะเล การนำเสนอข้อมูลทางวิทยาศาสตร์อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย การใช้สื่อสังคมออนไลน์, เว็บไซต์, วิดีโอบนโทรศัพท์มือถือ, และแพลตฟอร์มอื่นๆ เพื่อนำเสนอข้อมูล การใช้ช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การใช้แอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเล และการตรวจสอบและปรับปรุงข้อความตามความต้องการและความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย การสร้างชุมชนออนไลน์เพื่อสนับสนุนการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ที่สนใจเลี้ยงกุ้งทะเล ซึ่งการใช้ SMCR นี้ช่วยให้สื่อการสื่อสารเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเลมีประสิทธิภาพและมีผลต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผลในการพัฒนาการนี้ในทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และไปทั่วโลกได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สินีนาถ คุรุทเมือง แสนเสริม และสรายุ สราญรมย์ (2558) พบว่า 1) เกษตรกรมีการใช้สื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศในการรับข้อมูลข่าวสารและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่สำคัญ คือ วิทยุโทรทัศน์ โทรศัพท์มือถือ วิทยุกระจายเสียงและโทรศัพท์บ้าน สำหรับรูปแบบ

พฤติกรรมการเรียนรู้พบว่า แหล่งความรู้เดิมเกี่ยวกับการเกษตรของเกษตรกรส่วนใหญ่มาจากบรรพบุรุษ รongลงมาคือจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองและการศึกษาดูงาน โดยเกษตรกรมีวิธีการศึกษา ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการเกษตรจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองมากที่สุด สำหรับเงื่อนไขการเรียนรู้ ในภาพรวมพบว่า เกษตรกรได้รับข่าวสารความรู้ด้านการเกษตรจากเจ้าหน้าที่หน่วยงานต่างๆ อยู่ใน ระดับปานกลาง ความเป็นประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศในประเด็นต่างๆ โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ความเหมาะสมของเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับมาก ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่อ การเรียนรู้ของเกษตรกรโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความเป็นประโยชน์ของเทคโนโลยี สารสนเทศต่างๆ ต่อการเรียนรู้ของเกษตรกรโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความรู้ความสามารถ ของตนเองในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศโดยรวมในระดับมาก ความพร้อมในการเรียนรู้ในการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง 2) สำหรับปัญหาในการเข้าใจและเข้าถึง เทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่าทั้งเกษตรกรและเจ้าหน้าที่ระบุว่ามีปัญหาการใช้ที่ยุ่งยาก ไม่มีอุปกรณ์ พื้นที่ไม่มีโครงสร้างพื้นฐานที่สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้ และกาญจนา เขียววิทย์การ และทศ พล คุ่มสุพรรณ (2557) พบว่า เยาวชนต้องการสื่อที่สามารถเข้าถึงได้สะดวกรวดเร็ว โดยเฉพาะ อินเทอร์เน็ต เนื่องจากสามารถเลือกดูในสิ่งที่ต้องการได้ทันทีโดยส่วนใหญ่บริโภคเนื้อหาตามความ สนใจ จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line และ Skype เป็นต้น การบริโภคเนื้อหา มี วัตถุประสงค์ ด้านความบันเทิงเป็นหลัก ข่าวสารส่วนใหญ่ที่บริโภคเป็นข่าวสารเกี่ยวกับวงการบันเทิง และข่าวสาร ทั่วไป ส่วนข่าวสารประเภทการเมือง เศรษฐกิจ การศึกษาเป็นข่าวสารที่นิยมบริโภคน้อย ที่สุด ซึ่งจะต้อง ผ่านกระบวนการแปรรูปให้สามารถ ดู ฟัง อ่านได้เข้าใจง่ายและรวดเร็วตามพฤติกรรมการบริโภค ทั้งนี้ เยาวชนให้ความเชื่อถือข้อมูลข่าวสารที่ได้รับผ่านทางวิทยุโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ สูงกว่าสื่อสังคม ออนไลน์ หรือทางเว็บไซต์

2.5 การพัฒนาโมเดลและประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนา การเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

การพัฒนาโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของ ประเทศไทย พบว่า องค์ประกอบโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล ของประเทศไทย ได้แก่ ด้านผู้ส่งสาร ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านช่องทางการสื่อสาร และด้านผู้รับ ดังนี้ *ความรู้* ประกอบด้วย S – มีทักษะในการใช้สื่อใหม่เพื่อการสื่อสาร M – ช่วยประหยัดเวลา C – สื่อ เพจเฟซบุ๊กมีความรวดเร็ว และ R – เกษตรกรสามารถเพิ่มเพื่อนใหม่ที่เลี้ยงกุ้งทะเลได้มากขึ้น *ทัศนคติ* ประกอบด้วย S - การใช้สื่อใหม่ช่วยให้ผู้ส่งสาร M – สื่อใหม่ใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร ระหว่างกันได้หลายรูปแบบ C – สื่อใหม่เป็นการนำเนื้อหาสารจากผู้ส่งสาร และ R – การใช้สื่อใหม่

เปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กับสารสนเทศอยู่ตลอดเวลา และ *การปฏิบัติ* ประกอบด้วย S - ผู้ประกอบการค้ามีการประชาสัมพันธ์สินค้า และบริการผ่านสื่อใหม่ M - หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ใช้สื่อใหม่เพื่อรวมกลุ่มเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเล C - มีการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์ เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้เลี้ยงกุ้ง และ R - มีการนำความรู้จากสื่อใหม่มาใช้พัฒนาเทคโนโลยีการเลี้ยงกุ้งทะเล เพื่อลดต้นทุนการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับ Egwu and Emeka Williams (2016) กล่าวว่า ความสำเร็จของการดำเนินงานถูกกำหนดโดยความสามารถของการสื่อสารแนวคิดที่ดีไปสู่เกษตรกร การสื่อสารตามหลัก SMCR และการแพร่กระจายโมเดลเป็นสิ่งที่ เป็นประโยชน์สำหรับการตรวจสอบและชี้วัดประสิทธิภาพของกิจกรรมพิเศษต่างๆ และ Brin et al. (2001) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมที่สำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาการเกษตรและการผลิตอาหาร เกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและมีสติ เพื่อช่วยให้เกษตรกรสามารถแสดงความคิดเห็นและเกิดการตัดสินใจที่ดี

การประเมินโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย พบว่า *ปัจจัยนำเข้า* ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเกี่ยวกับโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ด้านปัจจัยนำเข้า อยู่ในระดับมากที่สุด *กระบวนการ* ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเกี่ยวกับโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด *ผลผลิต/ผลลัพธ์* ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเกี่ยวกับโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย ด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ Brin et al. (2001) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมที่สำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาการเกษตรและการผลิตอาหาร เกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและมีสติ เพื่อช่วยให้เกษตรกรสามารถแสดงความคิดเห็นและเกิดการตัดสินใจที่ดี และ Supadhiloke (2008) ศึกษาพบว่า กระบวนการสื่อสารอย่างเป็นระบบของทั้งสองชุมชนสามารถนำไปใช้ในการเสริมอำนาจของคนในท้องถิ่น ในการพัฒนาทักษะเพื่อการพึ่งพาตนเองเพื่อเสริมสร้างแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ให้บรรลุเป้าหมายในระดับท้องถิ่น ระดับชุมชน ระดับชาติ และระดับภูมิภาค

3. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย เรื่องโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ของประเทศไทย พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลมีการใช้สื่อโซเชียลในการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ของประเทศไทยมากที่สุด ดังนั้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะในการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะตามโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ของประเทศไทย ดังนี้

3.1.1 ข้อเสนอแนะต่อเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร กรมประมง สามารถนำความรู้จากการศึกษาไปเป็นแนวทางการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ใหม่ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook Page) อีบุ๊ก (E-Book) ยูทูบ (YouTube) ไลน์ (LINE) เว็บไซต์ (Website) และแอปพลิเคชัน (Application) เพื่อให้การเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ในส่วนของต้นน้ำ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร สามารถส่งเสริมผ่านสื่อใหม่โดยให้ความรู้ ดูแลมาตรฐานต่างๆ และจัดสัมมนาวิชาการเพิ่มพูนความรู้ให้แก่เกษตรกร ส่วนของกลางน้ำ สามารถใช้สื่อใหม่ในการส่งเสริม ให้ความรู้ด้านการผลิตและนวัตกรรมใหม่ๆ แก่เกษตรกร ออกแบบการผลิตและจำหน่ายกุ้งทะเล ดูแลมาตรฐานการรับรองต่างๆ ให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ในส่วนของปลายน้ำ การใช้สื่อใหม่ไปใช้ในการพัฒนาระบบตลาด และสร้างความร่วมมือให้แก่องค์กรเกษตรกร

3.1.2 ข้อเสนอแนะต่อเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเล

เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลสามารถนำความรู้จากการศึกษาไปเป็นแนวทางการพัฒนาความรู้ ทักษะ และปฏิบัติ ในการใช้สื่อใหม่เพื่อพัฒนากลยุทธ์ให้ดียิ่งขึ้นและเป็นไปตามมาตรฐานที่ภาครัฐกำหนด กลุ่มเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลสามารถสร้างความเข้มแข็งให้เกิดกับองค์กร และกำหนดรูปแบบการเลี้ยง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอุตสาหกรรมกุ้งผ่านการใช้สื่อใหม่ เช่น เฟซบุ๊ก อีบุ๊ก ยูทูบ ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน

3.1.3 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการเกษตร สามารถนำองค์ความรู้ใหม่จากงานวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่ เช่น เพจเฟซบุ๊ก อีบุ๊ก ยูทูป ไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน ไปกำหนดเป็นนโยบายหรือยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรแก่เกษตรกรกลุ่มอื่นๆ ต่อไป

3.1.4 ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการสื่อที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเล

ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเล สามารถนำสื่อใหม่ไปใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ และการให้บริการต่างๆ ได้ สื่อใหม่ ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์ เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้เลี้ยงกุ้ง ผู้ประกอบการมีการนำความรู้จากสื่อใหม่มาใช้พัฒนาเทคโนโลยีการเลี้ยงกุ้งทะเล เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิตให้แก่เกษตรกร หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ใช้สื่อใหม่เพื่อรวมกลุ่มเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเล

3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป

3.2.1 ควรนำตัวชี้วัดไปทำการประเมินกับเกษตรกรในพื้นที่ต่างๆ และทำการวิเคราะห์เพื่อค้นหาจุดแข็ง และจุดที่ควรปรับปรุง เพื่อนำมาพัฒนาโมเดลการพัฒนาเกษตรกรในประเด็นต่างๆ รวมถึงเพื่อพัฒนาตัวชี้วัดให้สอดคล้อง เหมาะสมกับเกษตรกรในแต่ละบริบทต่อไป

3.2.2 ควรค้นหาปัจจัยสาเหตุที่ทำให้เกษตรกรมีความรู้ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย อยู่ในระดับต่ำ เพื่อจะช่วยให้สามารถนำไปใช้พัฒนาและส่งเสริมเกษตรกรได้อย่างสอดคล้องและตรงประเด็นมากยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- This is Mendeleev biography กมลรัตน์ อินทรทัศน์. (2547). “การสื่อสารกับการพัฒนาการเกษตร”
 ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารกับการพัฒนา หน่วยที่ 12 หน้า 103-121 สาขาวิชา
 นิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช : นนทบุรี.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่. กรุงเทพฯ :คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล. (2555). คู่มือสื่อใหม่ศึกษา. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพ
 พิมพ์
- กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล. (2557). ความต้องการทางการสื่อสารของผู้รับสารกลุ่ม ดิจิตอล เน
 ทีพี. ในวารสาร บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร. ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 ตุลาคม 2557-
 มีนาคม 2558.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2542). การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. นครปฐม: สถาบันราชภัฏนครปฐม.
 กองวิชาการ.(2552). การประชาสัมพันธ์ PUBLIC RELATIONS. กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ.
 จิราภรณ์ ศรีนาค. (2556). การวิเคราะห์ประเภท รูปแบบ เนื้อหาและการใช้สื่อสังคมออนไลน์
 ในประเทศไทย.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชาย โปธิสิตา.(2547). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินติ้งแอนด์
 พับลิชชิ่ง.
- ชุตีสันต์ เกิดวิบูลย์เวช. (2560). สื่อดิจิทัลใหม่ สื่อแห่งอนาคต. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร
 ศาสตร์.
- ณัฐกาญจน์ ศุภรัตน์เมธี.(2562).การรู้เท่าทัน สื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนเพื่อการเป็นพลเมืองใน
 สังคมประชาธิปไตย.สา นักวิจัยและพฒั นา สถาบันพระปกเกล้า
- ณัฐนิชา ดวงขจี. (2563). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการ
 ของนักศึกษา หลักสูตรการจัดการนวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจ สำนักวิชาการจัดการ
 มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- ทินภัทร ปัญจมหาลาภ.(2563). การศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุใน
 อำเภอเกาะจันทร์ จังหวัดชลบุรี หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
 บริหารงานยุติธรรมและสังคม คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา.

- ทิม ตั้งสมชัยศิลป์. (2553). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธันวา จิตต์สงวน. (2543). แนวทางและนโยบายในการพัฒนาการเกษตรแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาภาคเหนือ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิติรัตน์ สุขไทย. (2560). การบริหารสื่อออนไลน์เพื่อการเกษตรแบบยั่งยืน. หลักสูตรวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุหลัน กุลวิจิตร. (2560). สื่อบุคคลกับการส่งเสริมการเกษตร 4.0 คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บุญเลิศ ศุภติติก. (2553). “ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารกับการพัฒนา หน่วยที่ 3 นนทบุรี สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประมะ สตะเวทิน. (2538). หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์.
- . (2540). ความหมาย ความสำคัญ วัตถุประสงค์และประเภทของการสื่อสาร. ในเอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 1 (หน้า 90-110). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประจวบ สุขสมบูรณ์. (2543). การสืบสอบแบบการตัดสินใจของอธิการบดีสถาบันราชภัฏ. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประมุก ศรีวิเชียร. (2555). ภัยคุกคามอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น 81%. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://guruclubit.blogspot.com/2012/06/81.html> [18 พฤษภาคม 2563].
- พรทิพย์ เย็นจะบก. (2544). การสื่อสารเพื่อพัฒนาการเกษตรทฤษฎีใหม่ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพล อดุลยเดช. ค้นคืนวันที่ 31 มีนาคม 2563 จาก <http://www.ku.ac.th/kaset60/Theme04/theme-04-57/index-04-57.html>
- พรธิดา วิเชียรปัญญา. (2547). การจัดการความรู้: พื้นฐานและการประยุกต์ใช้. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- พสนันท์ ปัญญาพร. (2555). สื่อใหม่. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://photosanan.blogspot.com/2012_03_01_archive.html [18 พฤษภาคม 2563].

- พันจันทร์ ธนวัฒน์เสถียร. (2551). Flash CS3 ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: บริษัทซัคเซส มีเดีย จำกัด.
- พิชญากัด จันท์นียมารณณ์. (2559). การพัฒนาสื่อเพื่อการเรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิตซ้ำผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Learning) ของเกษตรกร ในจังหวัดสุพรรณบุรี. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาชนบท.
- พิชิต วิจิตรบุญรักษ์. (2554). สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต.วารสารนักบริหาร, 4 (1), 99-103. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พีระ จิโรสภณ วิทยากร ท่อแก้ว. (2549). การวิเคราะห์องค์ประกอบในงานนิเทศศาสตร์. ในเอกสารการสอนชุดวิชา ประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์ หน่วยที่ 3 นนทบุรี สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ไพบูรณ์ คณะเศรษฐกร. (2561). การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ. ประมวลสาระชุดวิชา วิทยานิพนธ์ ชั้น 2 (หน่วยที่ 6) นนทบุรี, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2553). การตลาดแนวใหม่ผ่าน Social Media. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- มยุรี อนุมานราชธน. (2547). นโยบายสาธารณะ แนวความคิด การบวนการ และการวิเคราะห์. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศการพิมพ์.
- ยุพา แซ่ซื่อ. (2559). การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร. (เอกสารวิชาการ). กรุงเทพมหานคร: คณะทำงานพัฒนาหลักสูตรการเสริมสร้างสมรรถนะนักส่งเสริมการเกษตรระดับชำนาญการพิเศษ กรมส่งเสริมการเกษตร และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- รัตนะ บัวสนธ์. (2551). วิจัยเชิงคุณภาพทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์คำสมัย.
- รัตนะ บัวสนธ์. (2552). ปรัชญาการวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตสถาน. (2546). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: ศิริวัฒน์อินเตอร์พริ้นต์.
- รุจิพร จารุพงศ์ อภิชาติ พงษ์ศรีหตุลย์ชัย. (2553) สภาพปัญหาและแนวโน้มการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการส่งเสริม การเกษตร. ในประมวลสาระชุดวิชาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการส่งเสริมการเกษตร หน่วยที่ 15. นนทบุรี สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- วิชานีย์ เชาวน์ดำรง. (2542). รูปแบบการพัฒนาหลักสูตรความเป็นครูวิชาชีพของนิสิต นักศึกษา ครุศาสตร์ศึกษาศาสตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิกานดา พรสกุลวานิช. (2561). สื่อใหม่และการจัดการการสื่อสาร . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2546). การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณิ์ แกมเกตุ. (2551). วิธีวิทยาการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ ว่องวีรุฒิ. (2553). “เงินทุนหมุนเวียน ทางเลือกและทางรอดของ SMEs.” วารสารนักบริหาร ปีที่ 33, ฉบับที่ 1: 9-14
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2542). การวิจัยตลาด: ฉบับมาตรฐาน. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์. (2554). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ. ภาควิชาเอกระบบสารสนเทศ คณะ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เสถียร เขยประทับ. (2540). การสื่อสารงานนวัตกรรม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สถาพร สิงหะ. (2556). สื่อใหม่. นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สมาน อัสวภูมิ; และคณะ. (2539). แนวคิด และแนวปฏิบัติของโรงเรียน ในการเรียนการสอนที่เน้นนักเรียนเป็นศูนย์กลาง จังหวัดอุบลราชธานี. เอกสารประกอบการนิเทศการศึกษา. อุบลราชธานี: สำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดอุบลราชธานี.
- สาริตา จันทรอพร และมฤษฎ์ แก้วจินดา. (2559). ภาพการณ์ปัจจุบัน กับการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในวัยรุ่น. วารสาร บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน 2559.
- สินีนุช ครุฑเมือง แสนเสริม. (2556). “จิตวิทยาสังคมและมนุษย์สัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตร” ใน ประมวลสาระชุดวิชาการส่งเสริมการเกษตรเพื่อการพัฒนา. หน่วยที่ 9 เล่มที่ 2 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2556
- สินีนุช ครุฑเมือง แสนเสริม. (2567). “การใช้จิตวิทยาและมนุษย์สัมพันธ์ในการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร. หน่วยที่ 12 เล่มที่ 2 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช:นนทบุรี.

- สินีนุช ครุฑเมือง แสนเสริม และพลสรณ สุราญรมย์. (2558). รูปแบบพฤติกรรมและเงื่อนไขการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของเกษตรกร. วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกล
เชิงนวัตกรรม, 5(2), 87-105.
- สินีนุช ครุฑเมือง แสนเสริม, ภาณี ต่างวิวัฒน์, เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ, บำเพ็ญ เขียวหวาน และณัฐ รัตน์
เจริญ. (2564). การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการผลิตพืชเศรษฐกิจของเกษตรกร. วารสาร
เกษตร มสธ., 3(1), 31-44.
- สุพิมพรรณ เม็งขาว. (2554). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่. สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2553). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: ด่านสุทธาการพิ
มพ์.
- สุภาวรรณ นวลนิล. (2557). ประเภทของ Social Media. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:
<https://supawannuannil.wordpress.com/author/supawannuannil/page/2/> [18
พฤษภาคม 2563].
- สุรรักษ์ วงษ์ทิพย์. (2556). สื่อใหม่: กุญแจเพื่อการพัฒนาองค์กรสมัยใหม่. คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). การนำจิตวิทยาไปประยุกต์ใช้. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- สุรางคณา วายุภาพ. (2557). ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2557.
[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: [http://thumbsup.in.th/2014/08/thailand-internet-
user-profile-2014/](http://thumbsup.in.th/2014/08/thailand-internet-user-profile-2014/) [18 พฤษภาคม 2563].
- สุรศักดิ์ ปาเฮ. (2555). สื่อโซเชียลมีเดียเพื่อการศึกษา. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:
<http://tibcit.blogspot.com/2014/09/teek06.html> [18 พฤษภาคม 2563].
- สุรรักษ์ วงษ์ทิพย์, ม.ป.ป. สื่อใหม่: กุญแจเพื่อการพัฒนาองค์กรสมัยใหม่. คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.
- อดิพล เอื้อจรัสพันธุ์. (2561). โครงการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มเงินเนอเรนซ์ เอ็กซ์
และเงินเนอเรนซ์ วาย”, วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม, 1(11) หน้า 59-65.
- อรุณี อ่อนสวัสดิ์. (2551). ระเบียบวิธีวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 3). ภาควิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- อารยา องค์เอี่ยม และพงศ์ธรา วิจิตเวชไพศาล. (2561). การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย.
วารสารวิสิญญ์สาร. 44 (1), 36-42.

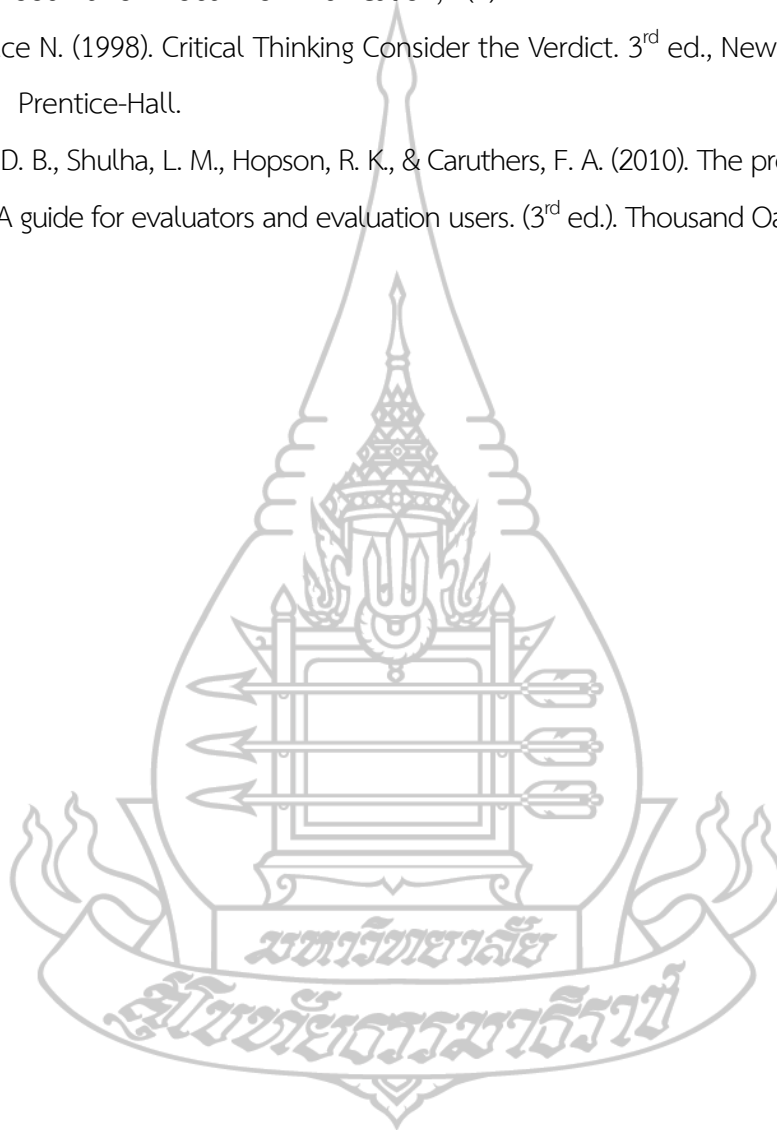
- Alkin, M.C. (1969). Evaluation Theory Development. Los Angeles : U.S.A.
- Berlo, David K. (1960). The Process of Communication. New York : Holt.
- Bloom, Benjamin S. (1971) . Hand Book on Formative and Summative Evaluation of Student Learning . New York, Graw-Hill Book Company.
- Burnett, R. and Marshall D. P. (2003). Web Theory. London : Routledge.
- Egwu and Emeka Williams. (2016). Communication and Adoption Behaviour of Information Technology by Rural Farmers in Ebonyi State. Asian Journal of Agriculture and Rural Development, 6(1), 14-20.
- Good, Cater V. (1973). Dictionary of Education. New York: McGraw-Hill.
- Husen, T.; & Postlethwaite, N. T. (1975). The International Encyclopedia of Education Research and Studies. Volume 3. New York: Pergamon.
- Klapper J.T. (1960). The effects of mass communication. New York: The Free Press.
- Lerner, D. (1958).The Passing of traditional society : Modernizing The Middle East. New York: Free Press.
- Lewis, J. and Flynn, R. (1989). “Implementation of Urban and Regional Planning Polices”. Policy and Politics 7: 123-142.
- McQuail, D. (1994). Mass Communication Theory: An Introduction. (3rd ed.). London Sage Publication.
- Rogers. (1995). Diffusion of Innovations 5th Edition. New York. Free Press.
- Roger,B. (2003).Occupational and environmental health nursing: Concepts and practice. (2nd ed.). Phiaddephia:Sauders.
- Rosenshine, B., & Furst, N. The effect of tutoring upon pupil achievement: A research review. Washington, D.C.: Office of Education, 1969.ERIC Document Reproduction Service No. Ed 064 462)
- Schramm, Wilbur. (1973). Channels and Audiences in Handbook of Communication. Chicago : Rand Mcnelly College Publishing Company.
- Singh, A. P., and Butcher, J. A. (1991). Bacterial degradation of wood cells: a review of degradation patterns. Journal of the Institute of Wood Science 12.

Stufflebeam, D. L. (1975). Meta-Evaluation. Occasional Paper No.3. Michigan: Western Michigan University Evaluation Center, Kalamazoo, Michigan.

Supadhiloke. (2008). Participatory communication and sufficiency economy in Thailand. *Journal of Global Communication*, 1(2).

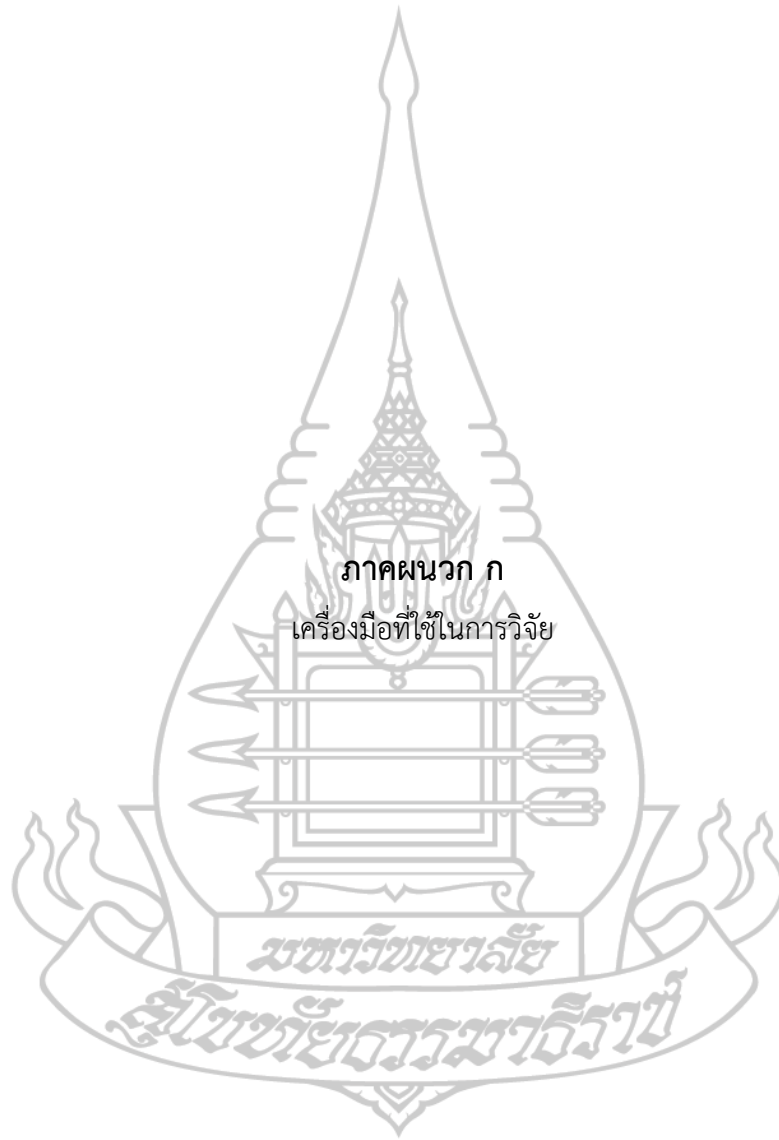
Waller, Bruce N. (1998). *Critical Thinking Consider the Verdict*. 3rd ed., New Jersey: Prentice-Hall.

Yarbrough, D. B., Shulha, L. M., Hopson, R. K., & Caruthers, F. A. (2010). *The programevaluation standards: A guide for evaluators and evaluation users*. (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.



ภาคผนวก





ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

มหาวิทยาลัยศรี

นครินทรวิโรฒราชวิทยาลัย

ตอนที่ 3 สภาพปัญหาใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากีฬายกน้ำหนักของประเทศไทย

1. ปัญหาในการใช้สื่อใหม่ในการส่งเสริมการกีฬายกน้ำหนักในปัจจุบันมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

2. สภาพปัญหาด้านเนื้อหา ในการส่งเสริมการกีฬายกน้ำหนักในปัจจุบันเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

3. สภาพปัญหาด้านช่องทางการใช้สื่อใหม่ เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

4. สภาพปัญหาด้านเทคนิคการผลิตสื่อใหม่ เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

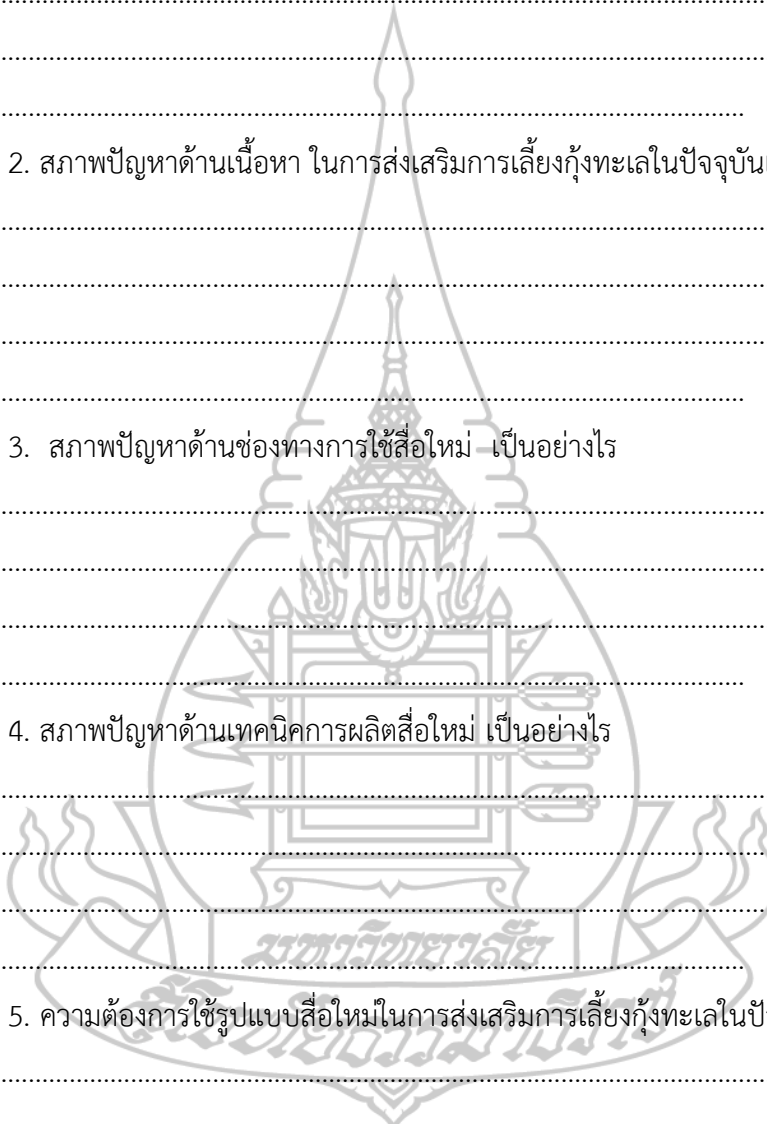
5. ความต้องการใช้รูปแบบสื่อใหม่ในการส่งเสริมการกีฬายกน้ำหนักในปัจจุบันมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....



ตอนที่ 4 ความต้องการการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเล่นของเด็กในประเทศไทย

1. เนื้อหาสำหรับการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเล่นโดยใช้สื่อใหม่ ไปยังเกษตรกรผู้
เล่นกอล์ฟในประเทศไทยควรมีประเด็นอะไรบ้าง

.....

.....

.....

2. ท่านมีความต้องการใช้สื่อใหม่อย่างไร ในการส่งเสริมการเล่นกอล์ฟในประเทศไทย

- ประเด็นผู้ส่งสาร

.....

.....

- ประเด็นข้อมูลข่าวสาร

.....

.....

- ประเด็นช่องทางการสื่อสาร

.....

.....

- ประเด็นผู้รับสาร

.....

.....

3. ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรม
เล่นในประเทศไทย ในประเด็นต่อไปนี้อย่างไร

- ประเด็นผู้ส่งสาร

.....

.....

- ประเด็นข้อมูลข่าวสาร

.....

.....

- ประเด็นช่องทางการสื่อสาร

.....

.....

- ประเด็นผู้รับสาร

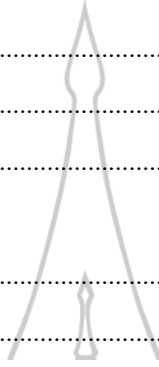
.....

.....

- อื่นๆ

.....

.....



แบบสัมภาษณ์เกษตรกร

โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์นี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม การใช้สื่อและ สื่อใหม่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย เพื่อศึกษาความรู้ ทักษะ การปฏิบัติ และปัจจัยที่สัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย จึงขอความกรุณาจากท่านได้โปรดตอบคำถามตามความเป็นจริงที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน ซึ่งคำตอบเหล่านี้จะไม่มีผลกระทบต่อการทำงานของท่านแต่ประการใด

2. แบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิดและปลายเปิด แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การใช้สื่อและสื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

ตอนที่ 4 ความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

พลอยภัส วิริยะธาดาศักดิ์

นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อที่ตรงกับสถานภาพที่เป็นจริงของท่าน

1.1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล

1. เพศ 1.1 ชาย 1.2 หญิง
2. อายุปี
3. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/> 3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 3.2 ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> 3.3 ปริญญาโท	<input type="checkbox"/> 3.4 ปริญญาเอก
4. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน.....คน
5. ประสบการณ์เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล.....ปี

1.2 สภาพเศรษฐกิจ

1. อาชีพหลัก (ตอบเพียง 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> 1.1 เกษตรกรรม (เพาะเลี้ยงกุ้ง)	<input type="checkbox"/> 1.2 รับราชการ
<input type="checkbox"/> 1.3 พนักงานหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> 1.4 พนักงานบริษัทเอกชน
<input type="checkbox"/> 1.5 ค้าขาย	<input type="checkbox"/> 1.6 ธุรกิจส่วนตัว
<input type="checkbox"/> 1.7 รับจ้างทั่วไป	<input type="checkbox"/> 1.8 อื่นๆ(ระบุ).....
2. อาชีพรอง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> 2.1 เกษตรกรรม (เพาะเลี้ยงกุ้ง)	<input type="checkbox"/> 2.2 พนักงานบริษัทเอกชน
<input type="checkbox"/> 2.3 ค้าขาย	<input type="checkbox"/> 2.4 ธุรกิจส่วนตัว
<input type="checkbox"/> 2.5 รับจ้างทั่วไป	<input type="checkbox"/> 2.6 อื่นๆ(ระบุ).....
3. รายได้เฉลี่ยต่อปี

3.1 รายได้จากการเลี้ยงกุ้ง	บาท/ปี
3.2 รายได้อื่นๆ รวม.....	บาท/ปี
4. แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการเลี้ยงกุ้ง

<input type="checkbox"/> 4.1 ทุนของตนเอง	<input type="checkbox"/> 4.2 การกู้ยืม จากแหล่งใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
<input type="checkbox"/> 4.2.1 ญาติพี่น้อง	<input type="checkbox"/> 4.2.2 เพื่อนบ้าน
<input type="checkbox"/> 4.2.3 สหกรณ์การเกษตร	<input type="checkbox"/> 4.2.4 ชกส.
<input type="checkbox"/> 4.2.5 สถาบันการเงิน	<input type="checkbox"/> 4.2.6 กองทุนต่าง ๆ

4.2.7 เงินกู้ยืมนอกระบบ

 4.2.8 อื่นๆ(ระบุ).....

1.3 สภาพสังคม

1. ท่านเป็นสมาชิกกลุ่ม/สถาบันเกษตรกรใดบ้าง

- 1.1 ไม่ได้เป็นสมาชิก กลุ่ม/สถาบันเกษตรกร ใดเลย
- 1.2 เป็นสมาชิก กลุ่ม/สถาบันเกษตรกร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1.2.1 ชมรมผู้เลี้ยงกุ้ง 1.2.2 สหกรณ์ผู้เลี้ยงกุ้ง
- 1.2.3 กลุ่มแปลงใหญ่ 1.2.4 สมาคมผู้เลี้ยงกุ้ง
- 1.2.5 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2. ในปัจจุบัน ท่านมีตำแหน่งทางสังคม ใดบ้าง

- 2.1 ไม่มีตำแหน่ง
- 2.2 มีตำแหน่ง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 2.2.1 กำนัน 2.2.2 ผู้ใหญ่บ้าน
- 2.2.3 สมาชิก อบต. 2.2.4 กรรมการชมรมกุ้ง
- 2.2.5 กรรมการสหกรณ์ 2.2.6 กรรมการสมาคม
- 2.2.7 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 การใช้สื่อและสื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

2.1 ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลจากสื่อใดบ้าง

2.1.1. สื่อบุคคล

- 1) เจ้าหน้าที่จากกรมประมง.....ครั้ง/เดือน
- 2) เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร.....ครั้ง/เดือน
- 3) นักวิชาการจากสถาบันการศึกษาต่างๆ.....ครั้ง/เดือน
- 4) นักวิชาการจากบริษัทเอกชน.....ครั้ง/เดือน
- 5) ผู้นำในท้องถิ่น.....ครั้ง/เดือน
- 6) เพื่อนเกษตรกร.....ครั้ง/เดือน
- 7) อื่นๆ (ระบุ)ครั้ง/เดือน

2.1.2 สื่อกลุ่ม

- 1) การอบรมสัมมนา.....ครั้ง/เดือน
- 2) การศึกษาดูงาน.....ครั้ง/เดือน

3) กิจกรรมกลุ่มเครือข่าย.....ครั้ง/เดือน

4) อื่นๆ (ระบุ)ครั้ง/เดือน

2.1.3 สื่อมวลชน

1) วิทยุ.....ครั้ง/เดือน

2) โทรทัศน์.....ครั้ง/เดือน

3) หนังสือพิมพ์.....ครั้ง/เดือน

4) อื่นๆ (ระบุ)ครั้ง/เดือน

2.1.4. สื่อกิจกรรม

1) ศึกษาดูงาน.....ครั้ง/ปี

2) ประชุมสัมมนา.....ครั้ง/ปี

3) กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้ง เช่น ประชุมประจำปี
งานกุ้งต่างๆ.....ครั้ง/ปี

4) อื่นๆ (ระบุ)ครั้ง/ปี

2.2 ท่านมีการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลในระดับใด (ระบุจำนวนครั้ง)

1. สื่อเฟซบุ๊ก (Facebook Page)ครั้งต่อสัปดาห์

2. สื่ออีบุ๊ก (E-Book)ครั้งต่อสัปดาห์

3. สื่อยูทูป (YouTube)ครั้งต่อสัปดาห์

4. สื่อไลน์ (LINE)ครั้งต่อสัปดาห์

5. สื่อเว็บไซต์ (Website)ครั้งต่อสัปดาห์

6. สื่อแอปพลิเคชันของกรมประมง และอื่นๆ.....ครั้งต่อสัปดาห์

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อใหม่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในแต่ละข้อรายการต่อไปนี้ที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านตามเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

มีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ในระดับน้อยที่สุด = 1

มีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ในระดับน้อย = 2

มีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ในระดับปานกลาง = 3

มีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ในระดับมาก = 4

มีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ในระดับมากที่สุด = 5

ท่านเห็นว่าปัจจัยต่อไปนี้เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่เพื่อ การส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยใน ระดับใด	ระดับความเกี่ยวข้อง				
	1	2	3	4	5
1. ด้านผู้ส่งสาร					
1.1 ด้านประเภทของผู้ส่งสารที่อยู่ในอุตสาหกรรมกุ้งทะเล					
1) นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร					
2) หน่วยงานภาครัฐ					
3) เกษตรกรที่มีประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งทะเล					
4) เจ้าหน้าที่กรมประมง					
5) ผู้ประกอบการค้า					
6) อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
1.2 ด้านคุณสมบัติของผู้ส่งสาร					
1) ผู้ส่งสารเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล					
2) ผู้ส่งสารเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับการตลาดกุ้งทะเล					
3) ผู้ส่งสารเป็นผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล					
4) ผู้ส่งสารเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับนโยบายและทิศทางการ พัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล					
2. ด้านข้อมูลข่าวสาร					
2.1 ความครบถ้วนสมบูรณ์ของเนื้อหาของสื่อใหม่					
2.2 การสร้างเนื้อหาของสื่อใหม่มีความน่าสนใจ					
2.3 ความเป็นประโยชน์ของเนื้อหาของสื่อใหม่					
2.4 เนื้อหาของสื่อใหม่ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย					
2.5 ความเหมาะสมของเนื้อหาของสื่อใหม่					
2.6 เนื้อหาของสื่อใหม่มีการกลั่นกรองข้อมูลได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสม					
3. ด้านช่องทางการสื่อสาร					
3.1 ด้านสื่อช่องทางการสื่อสาร					
1) สื่อเพจเฟซบุ๊ก (Facebook Page)					
2) สื่ออีบุ๊ก (E-Book)					

ท่านเห็นว่าปัจจัยต่อไปนี้เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่เพื่อ การส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยใน ระดับใด	ระดับความเกี่ยวข้อง				
	1	2	3	4	5
3) สื่อยูทูป (YouTube)					
4) สื่อไลน์ (LINE)					
5) สื่อเว็บไซต์ (Website)					
6) สื่อแอปพลิเคชันของกรมประมง และอื่นๆ					
3.2 ด้านคุณลักษณะของช่องทางการสื่อสาร					
1) สื่อใหม่เป็นการสื่อสารสองทาง					
2) สื่อใหม่ง่ายต่อการเข้าถึงและแพร่กระจายสารสนเทศ					
3) สื่อใหม่มีลักษณะที่ง่ายต่อการเคลื่อนย้าย พกพาได้ สะดวก					
4. ด้านผู้รับ					
4.1 เกษตรกรมีทักษะในการใช้สื่อใหม่เพื่อการเลี้ยงกุ้งทะเล					
4.2 เกษตรกรมีทักษะในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสมัยใหม่ ต่างๆ					
4.3 เกษตรกรมีความสามารถในการถ่ายทอดข่าวสารจากสื่อใหม่ ได้อย่างถูกต้อง					
4.4 เกษตรกรมีทักษะในการกลั่นกรองข้อมูลจากสื่อใหม่ได้ อย่างถูกต้องและเหมาะสม					
4.5 เกษตรกรสามารถแสดงความคิดเห็นหรือซักถามผ่าน สื่อใหม่ได้					

ตอนที่ 4 ความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติ ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์
 ทะเลของประเทศไทย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

4.1 ความรู้ในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ทะเล

ประเด็นความรู้	ถูก	ผิด
1. ด้านผู้ส่งสาร		
1.1 การใช้สื่อใหม่ช่วยให้ผู้ส่งสาร เช่น หน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการ เจ้าหน้าที่กรมประมง และผู้นำเกษตรกร สามารถแจ้งข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว		
1.2 สื่อใหม่เป็นการสื่อสารทางเดียว ที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดข่าวสารไปสู่ผู้รับสาร เพื่อฟัง/อ่าน/ดูชม		
1.3 สื่อใหม่เป็นการสร้างสรรค์เนื้อหาสาร ของผู้ส่งสารเพื่อส่งไปยังผู้รับสาร		
1.4 การใช้สื่อใหม่ช่วยให้ผู้ส่งสาร เช่น หน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการ เจ้าหน้าที่กรมประมง ตัวแทนเกษตรกร สามารถถ่ายทอดความรู้ทางวิชาการ เพื่อให้ผู้รับสารมีโอกาสพัฒนาความรู้ให้เพิ่มพูนยิ่งขึ้น		
1.5 การใช้สื่อใหม่ช่วยให้ผู้ส่งสาร เช่น หน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการ เจ้าหน้าที่กรมประมง และตัวแทนเกษตรกร ผู้ประกอบการค้าเกิดความรู้ และสร้างเสริมประสบการณ์ที่ดี		
2. ด้านข้อมูลข่าวสาร		
2.1 สื่อใหม่มีข้อจำกัดในการดัดแปลง คัดเลือก เนื้อหา จากเนื้อหาเก่า เป็นเนื้อหาใหม่		
2.2 เนื้อหาของสื่อใหม่สามารถเชื่อมโยงและบูรณาการเข้าด้วยกันได้ง่าย		
2.3 สื่อใหม่เน้นส่งเฉพาะข้อมูลความรู้ที่ถ่ายทอดจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารที่เป็นตัวอักษรสั้นๆ		
2.4 สื่อใหม่ใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้หลายรูปแบบ เช่น การสนทนาออนไลน์ การแลกเปลี่ยนข้อมูลแบบกลุ่ม		
2.5 สื่อใหม่เป็นเครื่องมือในการค้นหาข้อมูลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว		
3. ด้านช่องทางการสื่อสาร		

ประเด็นความรู้	ถูก	ผิด
3.1 สื่อใหม่เป็นการนำเสนอเนื้อหาสารจากผู้ส่งสาร เช่น หน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร เจ้าหน้าที่กรมประมง ไปถึงผู้รับสารได้หลากหลายช่องทาง		
3.2 สื่อใหม่ทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารที่จำกัด		
3.3 สื่อใหม่สามารถสื่อสารได้เฉพาะข้อความ และภาพนิ่ง		
3.4 สื่อใหม่ทำให้เกิดการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆได้ทุกที่ทุกเวลา		
3.5 สื่อใหม่สามารถเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่าย มีส่วนช่วยให้เกษตรกรสามารถพบปะ พูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และประสบการณ์ กับบุคคล และองค์กรอื่นๆ ได้		
4. ด้านผู้รับ		
4.1 สื่อใหม่ทำให้ผู้รับสารมีบทบาทเป็นผู้รับ และผู้ส่งสารสนทนาได้		
4.2 สื่อใหม่ทำให้ผู้รับสารเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารได้ช้า เนื่องจากต้องใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์		
4.3 ผู้รับสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาต้นฉบับที่ได้รับผ่านสื่อใหม่ได้อย่างสะดวก		
4.4 สื่อใหม่ไม่เอื้อให้ผู้รับสารสร้างเนื้อหาเองได้ตามความสนใจ		
4.5 การใช้สื่อใหม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กับสารสนทนาอยู่ตลอดเวลา ทำให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง		

4.2 ทักษะคติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล

คำชี้แจง : โปรดระบุระดับทัศนคติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลตามประเด็นต่อไปนี้ โดยใส่เครื่องหมาย / ในช่องของระดับทัศนคติตามความคิดของท่าน โดยแยกเป็น 5 ระดับ (1 = เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด 2 = เห็นด้วยในระดับน้อย 3 = เห็นด้วยในระดับปานกลาง 4 = เห็นด้วยในระดับมาก และ 5 = เห็นด้วยในระดับมากที่สุด)

ประเด็นคำถาม	ระดับทัศนคติ				
	1	2	3	4	5
1. ด้านผู้ส่งสาร					
1.1 นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรมีการใช้สื่อใหม่แจ้งข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว					
1.2 หน่วยงานภาครัฐให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อใหม่โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายไม่ทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้					
1.3 เกษตรกรที่มีประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งทะเลมีวิธีการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ที่เหมาะสม					
1.4 เจ้าหน้าที่กรมประมงมีความสามารถในการใช้สื่อใหม่ในการส่งข้อมูลข่าวสาร					
1.5 ผู้ประกอบการค้ามีทักษะในการใช้สื่อใหม่เพื่อการสื่อสารที่ดี					
2. ด้านข้อมูลข่าวสาร					
2.1 เนื้อหาของสื่อใหม่ทำให้ท่านได้รับข้อมูลที่เข้าใจง่าย เพราะมีทั้งภาพและเสียงและข้อความไปพร้อมกัน					
2.2 การนำสื่อใหม่มาใช้ช่วยให้สามารถนำเนื้อหาข้อมูลมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว					
2.3 การนำสื่อใหม่มาใช้ช่วยให้เนื้อหาข้อมูลข่าวสารมีความถูกต้องมากขึ้น					
2.4 การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเลสามารถนำเสนอผ่านสื่อใหม่ทุกประเภทได้ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และสิ่งแวดล้อม					
2.5 สื่อใหม่สามารถทำให้ท่านค้นหาคำตอบในเรื่องการเลี้ยงกุ้งทะเลได้สะดวกขึ้น					
2.6 สื่อใหม่ช่วยประหยัดเวลาในการบริหารข้อมูล					
2.7 สื่อใหม่ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการบริหารข้อมูล					
3. ด้านช่องทางการสื่อสาร					

ประเด็นคำถาม	ระดับทัศนคติ				
	1	2	3	4	5
3.1 การใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่สามารถเชื่อมต่อกันได้ทั่วโลก มีมาตรฐานการรับส่งข้อมูลระหว่างกันเป็นหนึ่งเดียว					
3.2 สื่อเพจเพชบุ๊กมีความรวดเร็วและความทันต่อการณ์ในการสื่อสาร					
3.3 สื่ออีบุ๊กเป็นสื่อใหม่ที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะกลุ่มมากขึ้น					
3.4 สื่อไลน์เป็นสื่อใหม่ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันและกันในกลุ่มคนได้อย่างเหมาะสม					
3.5 สื่อเว็บไซต์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วประเทศและทั่วโลก					
3.6 สื่อยูทูปสามารถสื่อสารได้หลายรูปแบบ เช่น เสียง ข้อความ ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว					
3.7 แอปพลิเคชันเป็นสื่อใหม่ที่ถูกผลิตขึ้นมาความสะดวกในการใช้งานมากขึ้น					
4. ด้านผู้รับ					
4.1 การใช้สื่อใหม่มีประโยชน์ในการมาพัฒนาในการเลี้ยงกุ้งทะเลของเกษตรกรได้					
4.2 การใช้สื่อใหม่ทำให้เกษตรกรสะดวกในการติดต่อสื่อสาร					
4.3 การใช้สื่อใหม่ทำให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงแหล่งเรียนรู้เพื่อเพิ่มพูนความรู้ในการเลี้ยงกุ้ง					
4.4 การใช้สื่อใหม่ทำให้เกษตรกรสามารถเพิ่มเพื่อนใหม่ที่เลี้ยงกุ้งทะเลได้มากขึ้น					
4.5 การใช้สื่อใหม่ทำให้เกษตรกรได้รับข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเลได้รวดเร็ว					

4.3 การปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล

การปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล	ระดับการปฏิบัติ	
	ปฏิบัติ	ไม่ปฏิบัติ
1. ด้านผู้ส่งสาร		
1.1 นักวิชาการส่งเสริมมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเลผ่านสื่อใหม่ให้ท่านทราบอย่างรวดเร็ว		
1.2 หน่วยงานภาครัฐให้ข้อมูลข่าวสารด้านนโยบายและข้อกำหนดต่างๆ ผ่านสื่อใหม่โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายไม่ทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้		
1.3 เจ้าหน้าที่กรมประมงมีการถ่ายทอดความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเลผ่านสื่อใหม่ให้แก่เกษตรกร		
1.4 ผู้ประกอบการค้ามีการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ ผ่านสื่อใหม่		
1.5 เกษตรกรที่ประสบความสำเร็จในการเลี้ยงกุ้งทะเลใช้สื่อใหม่ในการถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์ ให้กับเกษตรกรรายอื่นๆ		
2. ด้านข้อมูลข่าวสาร		
2.1 หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ใช้สื่อใหม่ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แหล่งจำหน่ายลูกพันธุ์กุ้งทะเลที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน (White list) ของกรมประมง		
2.2 หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ใช้สื่อใหม่ในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการฟาร์ม เทคนิคการเลี้ยง และการป้องกันโรคต่างๆ ของกุ้งทะเล		
2.3 หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ใช้สื่อใหม่ในการให้ข้อมูลการทำมาตรฐานการเลี้ยงกุ้งทะเล		
2.4 หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ใช้สื่อใหม่ในการทำตลาดกุ้งทะเล เช่น ราคา การประชาสัมพันธ์ การสร้างตราสินค้า เป็นต้น		
2.5 หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ใช้สื่อใหม่เพื่อรวมกลุ่มเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเล		
3. ด้านช่องทางการสื่อสาร		
3.1 ท่านได้ใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์ เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้เลี้ยงกุ้ง ชุมรมผู้เลี้ยงกุ้ง และหน่วยงานต่างๆ		

การปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล	ระดับการปฏิบัติ	
	ปฏิบัติ	ไม่ปฏิบัติ
3.2 ท่านได้ใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ เป็นช่องทางในการติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหวด้านการตลาด และทั้งภายในและต่างประเทศ เพื่อนำมาวางแผนการผลิตและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล		
3.3 ท่านได้ใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ อีบุ๊ก และแอปพลิเคชันเป็นช่องทางในการเข้าถึงและสืบค้นข้อมูลข่าวสารความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งทะเล		
3.4 ท่านได้ใช้แอปพลิเคชัน APD ของกรมประมง เป็นช่องทางในการบันทึกข้อมูล และวิเคราะห์การเลี้ยงกุ้งทะเลจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ		
3.5 ท่านได้ใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ยูทูป และอีบุ๊ก เป็นช่องทางในการเข้าร่วมการสัมมนาในงานวันกุ้งต่างๆ		
4. ด้านผู้รับ		
4.1 ท่านได้เรียนรู้เนื้อหาการเลี้ยงกุ้งทะเลจากสื่อใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ยูทูป และอีบุ๊ก		
4.2 ท่านได้นำความรู้จากสื่อใหม่มาใช้พัฒนาเทคโนโลยีการเลี้ยงกุ้งทะเล เพื่อลดต้นทุนการผลิต		
4.3 ท่านได้นำข้อมูลจากสื่อใหม่ มาประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อลูกกุ้ง อาหาร และปัจจัยการผลิตต่างๆ		
4.4 ท่านได้นำข้อมูลความรู้จากสื่อใหม่มาใช้เพื่อพัฒนาและปรับปรุงฟาร์มกุ้งทะเลให้เป็นไปตามมาตรฐานเพื่อการส่งออก		
4.5 ท่านได้นำข้อมูลที่บันทึกผ่านแอปพลิเคชัน APD ของกรมประมง มาใช้ประกอบในการซื้อขายกุ้งทะเล		

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยง
กึ่งทะเลของประเทศไทย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ว่าท่านเห็นด้วยกับ
การใช้สื่อใหม่ประเภทต่างๆ ในกิจกรรมการเลี้ยงกึ่งทะเลของประเทศไทย ตั้งแต่ระดับต้นน้ำ กลางน้ำ
และปลายน้ำ หรือไม่ (สามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 สื่อในแต่ละข้อ)

กิจกรรม	ท่านมีข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกึ่งทะเลของประเทศไทยในระดับ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ว่าควรใช้สื่อใหม่ชนิดใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)					
	เพจเฟซบุ๊ก	อีบุ๊ก	ยูทูป	ไลน์	เว็บไซต์	แอปพลิเคชัน
1. ต้นน้ำ						
1) การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการคัดเลือกสายพันธุ์กึ่งทะเล						
2) การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับขบวนการผลิตลูกพันธุ์กึ่งทะเล						
3) การดูแลมาตรฐานการผลิตลูกพันธุ์กึ่งทะเล						
4) การส่งเสริมความรู้ด้านยา สารเคมี อาหารและปัจจัยการผลิตต่างๆ						
5) การจัดงานสัมมนาวิชาการของชมรม สมาคมและสหกรณ์						
2. กลางน้ำ						
1) การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการเตรียมบ่อเลี้ยงกึ่งทะเล						

กิจกรรม	ท่านมีข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยในในระดับ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ว่าควรใช้สื่อใหม่ชนิดใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)					
	เพจเฟซบุ๊ก	อีบุ๊ก	ยูทูบ	ไลน์	เว็บไซต์	แอปพลิเคชัน
2) การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตกุ้งทะเล						
3) การออกแบบด้านกระบวนการผลิตกุ้งทะเล						
4) การดูแลมาตรฐาน และคุณภาพกุ้งทะเล						
5) การส่งเสริมความรู้ด้านการลดต้นทุนการผลิต						
6) ส่งเสริมความรู้ด้านโรคกุ้งทะเล และการจัดการ						
7) การออกแบบด้านการจำหน่ายกุ้งทะเล (ปิดบ่อ, แบ่งจับ, ขายกุ้งเป็น)						
3. ปลายน้ำ						
1) ขบวนการจับกุ้งทะเล เพื่อส่งออกและบริโภคในประเทศ						
2) การลดต้นทุนการขนส่ง						
3) การดูแลตรวจสอบสารตกค้าง และมาตรฐานกุ้งทะเล						

กิจกรรม	ท่านมีข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและ พัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทยในระดับ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ว่าควรใช้สื่อใหม่ชนิดใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)					
	เพจเฟซบุ๊ก	อีบุ๊ก	ยูทูบ	ไลน์	เว็บไซต์	แอปพลิเคชัน
4) การพัฒนาตลาดและ ช่องทางการจัดจำหน่ายกุ้ง ทะเลทั้งในและ ต่างประเทศ						
5) การสร้างความร่วมมือ ระหว่างภาครัฐ เอกชน และเกษตรกร						

ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่ง ที่ท่านได้ให้ข้อมูลที่ต้องการสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้



**แบบสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ
ในขั้นตอนของการวิจัยขั้นตอนที่ 3**

3. เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและ
พัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

ขั้นตอนที่ 1

ผู้ให้สัมภาษณ์.....

ตำแหน่ง.....

หัวเรื่องที่สัมภาษณ์ องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเล

ผู้สัมภาษณ์ น.ส.พลอยภักดิ์ วิริยะธาดาคักดิ์

สัมภาษณ์เมื่อวันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

เริ่มสัมภาษณ์เวลา.....น. ใช้เวลาทั้งสิ้น.....ชั่วโมง.....นาที.....

สถานที่สัมภาษณ์.....

ขั้นตอนที่ 2

ประเด็นที่ใช้ในการสัมภาษณ์

1. ท่านคิดว่ามีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการ
เลี้ยงกุ้งทะเล มีอะไรบ้าง

2. ท่านคิดเห็นว่ามีองค์ประกอบที่กล่าวมาในข้อ 1 นั้น ปัจจุบันมีความมีความเหมาะสม
หรือไม่ และควรพัฒนาอย่างไร

3. ถ้าเราพิจารณาองค์ประกอบของสื่อใหม่ ตามองค์ประกอบ SMCR ท่านคิดว่ามีประเด็น
อะไรบ้าง และควรเป็นอย่างไร

- ด้านผู้ส่งสาร.....

- ด้านเนื้อหา.....

- ด้านช่องทาง / สื่อ / วิธีการส่งเสริม.....

- ด้านผู้รับการส่งเสริม.....

4. ท่านคิดว่าทำอย่างไรให้การดำเนินงานตามองค์ประกอบเหล่านั้น เกิดผลสำเร็จในการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย
5. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อให้ได้องค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง



แบบประเมินโมเดล

การวิจัยเรื่อง โมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ของประเทศไทย

คำชี้แจง

แบบประเมินโมเดลฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินรับรองโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ของประเทศไทย ซึ่งแบบประเมินโมเดล ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ของประเทศไทย

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะต่อโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ของประเทศไทย

ขอให้ท่านกรอกข้อมูลในแบบประเมินโมเดลให้ตรงตามความเป็นจริงเพื่อนำไปใช้ในการศึกษาโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ของประเทศไทย โดยข้อมูลที่ได้รับจะนำไปใช้เป็นแนวทางการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ของประเทศไทยอันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพเกษตรกร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน

1. ชื่อ-นามสกุล.....
2. ระดับการศึกษา.....
3. ที่อยู่
3. เบอร์โทรศัพท์

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ของประเทศไทย

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง หรือกรอกข้อมูลที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านตามความเป็นจริง (5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด)

องค์ประกอบของโมเดล	ความเหมาะสม					ความเป็นไปได้					ความเป็นประโยชน์				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Input=ปัจจัยนำเข้า															
1. หน่วยงานภาครัฐ เป็นแหล่งองค์ความรู้ที่สำคัญด้านการส่งเสริมและพัฒนากอล์ฟแห่งประเทศไทย															
2. เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรเป็นคนกลางในการเชื่อมโยงและประสานงานแหล่งข้อมูลองค์ความรู้ต่างๆ ไปสู่การส่งเสริมและพัฒนากอล์ฟแห่งประเทศไทย															
Process-กระบวนการ															
1. การส่งเสริมด้านเนื้อหา การส่งเสริมและพัฒนากอล์ฟแห่งประเทศไทย 1.1 ผู้ส่งสาร 1.2 ด้านเนื้อหา 1.3 ด้านช่องทาง 1.4 ด้านผู้รับสาร															
2. ด้านวิธีการส่งเสริม 2.1 ผู้ส่งสาร 2.2 ด้านเนื้อหา 2.3 ด้านช่องทาง															

องค์ประกอบของโมเดล	ความเหมาะสม					ความเป็นไปได้					ความเป็นประโยชน์				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ไทย นำไปสู่การเรียนรู้ของ เกษตรกร															

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะต่อโมเดลการใช้สื่อใหม่เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

.....

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ข

แบบประเมินความสอดคล้องระหว่างแบบสัมภาษณ์กับวัตถุประสงค์ และผลการประเมินความ
สอดคล้องระหว่างแบบสัมภาษณ์กับวัตถุประสงค์



Index of Item – Objective Congruence หรือ IOC.

ตาราง แสดงคะแนนค่า IOC. จากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญของแบบสอบถามเรื่องโมเดลการใช้สื่อใหม่
เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลของประเทศไทย

ข้อที่	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			$\sum R_{IOC} = \frac{\sum R}{N}$		ผลการพิจารณา
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
1	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
2	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
3	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
4	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
5	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
6	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
7	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
8	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
9	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
10	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
11	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
12	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
13	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
14	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
15	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
16	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
17	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
18	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
19	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
20	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
21	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
22	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
23	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง

ข้อที่	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			$\sum R_{IOC} = \frac{\sum R}{N}$		ผลการพิจารณา
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
24	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
25	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
26	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
27	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
28	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
29	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
30	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
31	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
32	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
33	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
34	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
35	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
36	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
37	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
38	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
39	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
40	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
41	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
42	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
43	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
44	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
45	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
46	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
47	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
48	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
49	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง

ข้อที่	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			$\sum R_{IOC} = \frac{\sum R}{N}$		ผลการพิจารณา
50	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
51	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
52	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
53	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
54	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
55	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
56	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
57	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
58	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
59	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง
60	+1	+1	+1	3	1.00	สอดคล้อง

Reliability

[DataSet1] C:\Users\User\Documents\Untitled1.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	275	71.7
	Excluded ^a	108	28.3
	Total	383	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	275	71.7
	Excluded ^a	108	28.3
	Total	383	100.0
Cronbach's Alpha	N of Items		
.761	61		



Descriptive Statistics (ระดับความรู้)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
.1=ชาย, 2=หญิง	275	1.00	2.00	1.3139	.46491
VAR00001	275	2.00	5.00	3.3964	.67758
VAR00002	275	2.00	4.00	3.0327	.40393
VAR00003	275	3.00	5.00	4.2364	.72905
VAR00004	275	3.00	5.00	3.9455	.58003
VAR00005	275	2.00	5.00	3.6145	.69182
VAR00006	275	3.00	4.00	3.5927	.49222
VAR00007	275	2.00	4.00	3.2145	.44534
VAR00008	275	2.00	4.00	3.0327	.40393
VAR00009	275	2.00	4.00	3.2218	.43341
VAR00010	275	2.00	4.00	3.0836	.40560
VAR00011	275	2.00	4.00	3.3600	.51743
VAR00012	275	2.00	4.00	3.0909	.43867
VAR00013	275	2.00	5.00	3.2364	.48192
VAR00014	275	2.00	4.00	3.1709	.44790
VAR00015	275	2.00	4.00	3.0000	.40073
A1	275	3.00	3.93	3.3486	.13897
Valid N (listwise)	274				

Descriptive Statistics (ระดับทัศนคติ)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
.1=ชาย, 2=หญิง	275	1.00	2.00	1.3139	.46491
VAR00016	275	4.00	5.00	4.1200	.32555
VAR00017	275	4.00	5.00	4.6727	.47007
VAR00018	275	3.00	5.00	4.0945	.68226
VAR00019	275	4.00	5.00	4.6764	.46872
VAR00020	275	3.00	5.00	3.5091	.54279
VAR00021	275	4.00	5.00	4.6873	.46445
VAR00022	275	3.00	5.00	3.7309	.56700
VAR00023	275	4.00	5.00	4.1309	.33792
VAR00024	275	4.00	5.00	4.6800	.46733
VAR00025	275	3.00	5.00	4.1018	.68655
VAR00026	275	4.00	5.00	4.6909	.46296
VAR00027	275	3.00	5.00	3.5964	.53422
VAR00028	275	3.00	5.00	3.6655	.52396
VAR00029	275	3.00	5.00	4.0764	.68720
VAR00030	275	4.00	5.00	4.6945	.46144
A2	275	3.87	4.53	4.2085	.14197
Valid N (listwise)	274				

Descriptive Statistics (ระดับการปฏิบัติ)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
.1=ชาย, 2=หญิง	275	1.00	2.00	1.3139	.46491
VAR00031	275	1.00	5.00	1.8218	.88431
VAR00032	275	3.00	5.00	4.4145	.52923
VAR00033	275	3.00	5.00	4.4218	.53035
VAR00034	275	1.00	5.00	1.8218	.88431
VAR00035	275	3.00	5.00	4.4218	.53035
VAR00036	275	3.00	5.00	4.4218	.53035
VAR00037	275	2.00	5.00	2.7636	.75850
VAR00038	275	3.00	5.00	4.4218	.53035
VAR00039	275	3.00	5.00	3.5927	.53486
VAR00040	275	3.00	5.00	4.0036	.20033
VAR00041	275	3.00	5.00	4.0036	.20033
VAR00042	275	3.00	5.00	4.4218	.53035
VAR00043	275	3.00	5.00	3.1745	.43405
VAR00044	275	1.00	5.00	1.9345	.77191
VAR00045	275	2.00	5.00	2.7636	.75850
A3	275	3.00	5.00	3.4936	.41696
Valid N (listwise)	274				

Descriptive Statistics (ระดับความคิดเห็นด้านปัจจัย)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
.1=ชาย, 2=หญิง	275	1.00	2.00	1.3139	.46491
VAR00046	275	3.00	4.00	3.6000	.49079
VAR00047	275	3.00	5.00	4.4218	.53035
VAR00048	275	3.00	5.00	4.3309	.55660
VAR00049	275	3.00	5.00	3.5964	.58633
VAR00050	275	4.00	5.00	4.4218	.49475
VAR00051	275	3.00	5.00	4.3127	.56383
VAR00052	275	2.00	5.00	3.3127	.72772
VAR00053	275	2.00	5.00	3.5855	.60031
VAR00054	275	3.00	4.00	3.5018	.50091
VAR00055	275	3.00	5.00	4.3709	.54091
VAR00056	275	2.00	4.00	3.2327	.68643
VAR00057	275	2.00	4.00	2.7564	.61809
VAR00058	275	2.00	4.00	2.6982	.59176
VAR00059	275	3.00	5.00	4.3164	.56503
VAR00060	275	1.00	3.00	1.4145	.62997
A4	275	3.20	4.00	3.5915	.14105
Valid N (listwise)	274				

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวพลอยปลั่ง วิริยะธาดาศักดิ์
วัน เดือน ปี เกิด	3 ธันวาคม 2513
สถานที่เกิด	อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
ประวัติการศึกษา	วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ เอกวิทยาศาสตร์ทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 2534 การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2555
สถานที่ทำงาน	ห้างหุ้นส่วนคุณเฮง กรุงเทพฯ จำกัด และ บริษัท กุ้งไทยมีเดีย จำกัด
ตำแหน่ง	หุ้นส่วนผู้จัดการห้างหุ้นส่วนคุณเฮง กรุงเทพฯ จำกัด กรรมการผู้จัดการ บริษัท กุ้งไทยมีเดีย จำกัด

