

การใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเสริมสร้างความรู้ ด้านการผลิตปศุสัตว์ของเกษตรกรยุคใหม่

Utilizing digital and Social Media to Enhance Livestock Production Knowledge for Modern Farmers

รัศมี สีสถาวรารัง* วิทยาธร ท่อแก้ว** กานต์ บุญศิริ***

Ratsamee Seetalavarang* Wittayatorn Tokeaw** Karn Boonsiri***

(Received: 4 February 2026, Revised: 25 June 2026, Accepted: 28 June 2026)

บทคัดย่อ

การใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเสริมสร้างความรู้ด้านการผลิตปศุสัตว์ของเกษตรกรยุคใหม่ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลได้ส่งผลต่อวิถีการดำเนินชีวิตและการประกอบอาชีพของประชาชน ในทุกภาคส่วน รวมถึงภาคการเกษตรและการปศุสัตว์ ซึ่งเป็นหนึ่งในภาคเศรษฐกิจสำคัญของประเทศไทย เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ในปัจจุบันจำเป็นต้องเผชิญกับความท้าทายจากต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น การเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ โรคระบาดในสัตว์ และความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การเข้าถึงองค์ ความรู้ที่ถูกต้อง ทันสมัย และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการ ผลิตและสร้างความสามารถในการแข่งขัน สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญ ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ คุณภาพชีวิตด้านการปศุสัตว์จากหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา ผู้เชี่ยวชาญ และเครือข่ายเกษตรกรไปสู่ผู้ใช้งานได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของ สื่อดิจิทัลในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและความรู้ด้านการผลิตปศุสัตว์ และแนวทางการใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคม ออนไลน์เพื่อเสริมสร้างความรู้และคุณภาพชีวิตด้านการผลิตปศุสัตว์ของเกษตรกรยุคใหม่ ซึ่งพบว่า สื่อดิจิทัล สามารถช่วยเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการเข้าถึงข้อมูลด้านเทคโนโลยี การผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดด้านทักษะดิจิทัล ความน่าเชื่อถือของข้อมูล และ ความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยี จึงควรมีการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสมกับบริบทของ เกษตรกรแต่ละกลุ่ม เพื่อให้เกิดการยอมรับและนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การผลิตปศุสัตว์ / เกษตรกรยุคใหม่ / สื่อสังคมออนไลน์

*หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

**รศ. ดร. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

***ผศ. ดร. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

*Doctor of Philosophy Program in Communication Studies, Faculty of Communication, Sukhothai Thammathirat University

**Assoc. Prof., Dr., Faculty of Communication, Sukhothai Thammathirat University

***Asst. Prof., Dr., Faculty of Communication, Sukhothai Thammathirat University

Corresponding author: Ratsamee Seetalavarang, E-mail: ratsameeseetalavarang@gmail.com

Abstract

This academic article examines the use of digital media and social media to enhance livestock production knowledge among modern farmers. Digital technological advancements have impacted the lifestyles and occupations of people across all sectors, including agriculture and livestock farming, a key economic sector in Thailand. Modern livestock farmers face challenges such as rising production costs, climate change, animal diseases, and rapidly changing market demands. Access to accurate, up-to-date, and practical knowledge is crucial for improving production efficiency and competitiveness. Digital media and social media play a significant role in disseminating knowledge and improving the quality of life in livestock farming from government agencies, educational institutions, experts, and farmer networks to users quickly and comprehensively. This article aims to study the role of digital media in promoting quality of life and knowledge in livestock production, and to explore strategies for using digital media and social media to enhance the knowledge and quality of life of modern farmers. The findings indicate that digital media can effectively increase learning opportunities, facilitate the exchange of experience, and improve access to information on production technology. However, limitations remain in digital skills, information reliability, and access inequality. Therefore, developing communication strategies tailored to the context of different farmer groups is essential for sustainable knowledge acceptance and utilization.

Keywords: livestock production / modern farmers / social media

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ของโลกสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ส่งผลให้ภาคเกษตรกรรมและปศุสัตว์ต้องเผชิญกับจุดเปลี่ยนสำคัญในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ภายใต้บริบทของประเทศไทย นโยบาย “เกษตร 4.0” และยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart Farmer) ได้กลายเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก โดยมุ่งหวังให้เกษตรกรสามารถประยุกต์ใช้นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุน (กฤษฎา ชื่นจิตต์, 2562) อย่างไรก็ตาม ในภาคการผลิตปศุสัตว์ซึ่งมีความเปราะบางต่อสภาวะโรคระบาดสัตว์อุบัติใหม่และการเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบในตลาดโลก การเข้าถึงองค์ความรู้ที่ “แม่นยำ” และ “ทันเวลา” (Real-time Information) จึงเป็นปัจจัยชี้ขาดต่อความอยู่รอดของเกษตรกรยุคใหม่

สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้ก้าวเข้ามามีบทบาทในฐานะ “ระบบนิเวศแห่งการเรียนรู้” (Learning Ecosystem) ที่สำคัญของเกษตรกรไทย จากการศึกษาเชิงประจักษ์ของ คันจินา และคูวอร์นู (Kanjina S., Kuwornu JK., 2022) พบว่าเกษตรกรมีการใช้แพลตฟอร์ม Facebook, LINE และ YouTube เพื่อการสื่อสารส่วนบุคคล และใช้เป็นช่องทางหลักในการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ด้านการจัดการสุขภาพสัตว์และการตลาด โดยสื่อสังคมออนไลน์ทำหน้าที่ลดอุปสรรคด้านระยะทางระหว่างผู้เชี่ยวชาญและเกษตรกรในพื้นที่ห่างไกล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ของ Davis (1989) ที่ระบุว่าพฤติกรรมการตัดสินใจใช้สื่อดิจิทัลของบุคคลขึ้นอยู่กับความรู้ถึงอรรถประโยชน์ (Perceived Usefulness) และความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้สื่อสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมสูงกว่าช่องทางการส่งเสริมแบบเดิมหรือแบบอนุรักษ์นิยม

ในด้านมิติเชิงพื้นที่ สุริย์พร และคณะ (2565) พบว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์สามารถสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างเกษตรกร (Peer-to-peer Learning) ได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการแลกเปลี่ยนข้อมูลเชิงเทคนิคผ่านวิดีโอสาธิตและการสื่อสารผ่านกลุ่มปิด ซึ่งช่วยให้เกษตรกรสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในฟาร์มได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ปัญหาสำคัญที่ยังคงปรากฏคือ “ช่องว่างทางดิจิทัล” (Digital Divide) และความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Literacy) เนื่องจากข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์มีความหลากหลายและอาจขาดการกลั่นกรองทางวิชาการ หากเกษตรกรขาดทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลอาจนำไปสู่ความเสี่ยงในการจัดการภาคปศุสัตว์ที่คลาดเคลื่อน

จากความสำคัญดังกล่าว บทความฉบับนี้จึงมุ่งวิเคราะห์ถึงแนวทางการใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเสริมสร้างความรู้ด้านการผลิตปศุสัตว์ โดยมุ่งหวังว่าผลการศึกษาก็คงจะเป็นแนวทางสำคัญสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานภาครัฐ ในการวางแผนนโยบายสนับสนุนการสร้างโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลและการพัฒนาทักษะดิจิทัลให้แก่เกษตรกร เพื่อเปลี่ยนผ่านภาคปศุสัตว์ไทยสู่ความยั่งยืนในยุคดิจิทัลอย่างแท้จริง

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์

ในการศึกษาการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างความรู้ด้านการผลิตปศุสัตว์ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. แนวคิดและคุณลักษณะของสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์

สื่อดิจิทัล (Digital Media) หมายถึง สื่อที่มีการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเข้ามาจัดการ โดยข้อมูลจะถูกแปลงให้อยู่ในรูปแบบของรหัสตัวเลข (Digital Code) ทำให้สามารถจัดเก็บ ประมวลผล และส่งผ่านข้อมูลในรูปแบบมัลติมีเดีย (Multimedia) ได้อย่างรวดเร็วและไร้ข้อจำกัดเรื่องระยะทาง (จิรพันธ์ อัครธนบดี, 2565) ขณะที่สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ถือเป็นวิวัฒนาการขั้นสูงของสื่อดิจิทัลที่พัฒนาขึ้นบนพื้นฐานของเทคโนโลยีเว็บยุค 2.0 (Web 2.0) ซึ่ง Kaplan and Haenlein (2010) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า เป็นแอปพลิเคชันบนอินเทอร์เน็ตที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้สามารถสร้างสรรค์และแลกเปลี่ยนเนื้อหาที่ผลิตขึ้นโดยผู้ใช้งานเอง (User-Generated Content: UGC) ลักษณะเด่นของสื่อสังคมออนไลน์ในบริบทการจัดการความรู้ปศุสัตว์ ประกอบด้วย 3 คุณลักษณะสำคัญ (Boyd and Ellison, 2007) ได้แก่:

- 1.1 การตอบสนองอย่างรวดเร็วและมีปฏิสัมพันธ์ (Interactivity): เอื้อให้เกิดการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ระหว่างเกษตรกรและผู้เชี่ยวชาญ
- 1.2 ความเป็นภาพและทัศนูปกรณ์ (Visual-Based Learning): การส่งผ่านเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอ สั้นและรูปภาพช่วยให้เข้าใจกระบวนการทางกายภาพในฟาร์มได้ง่ายกว่าตัวอักษร
- 1.3 การกระจายอำนาจความรู้ (Decentralization of Knowledge): ทลายการผูกขาดความรู้จากส่วนกลาง เปิดโอกาสให้เกิดการจัดการความรู้จากล่างขึ้นบน (Bottom-up Knowledge Management) ผ่านปราชญ์ชาวบ้านและเครือข่ายเกษตรกร

2. ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

แนวคิดหลักที่ใช้อธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจใช้สื่อดิจิทัลของเกษตรกรคือทฤษฎี TAM ของ Davis (1989) ซึ่งระบุว่าองค์ประกอบสำคัญสองประการที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยี ได้แก่:

- การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) หมายถึง การรับรู้ในระดับที่เกษตรกรเชื่อว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตปศุสัตว์ เช่น การลดอัตราการตายของสัตว์ หรือการเพิ่มช่องทางตลาด
- การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) หมายถึง การรับรู้ในระดับที่เกษตรกรคาดการณ์ว่าการทำงานแอปพลิเคชัน (เช่น LINE หรือ Facebook) จะไม่ยุ่งยากและไม่ต้องใช้ความพยายามมากเกินไป

สอดคล้องกับงานวิจัยของ คันจินาและคูวอร์นุ (Kanjina S., Kuwornu JK., 2022) ที่พบว่าปัจจัยด้านทัศนคติและการรับรู้ประโยชน์เป็นตัวพยากรณ์สำคัญที่ทำให้เกษตรกรไทยหันมาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อแสวงหาความรู้ทางการเกษตรมากกว่าการรอรับข้อมูลจากช่องทางราชการเพียงอย่างเดียว

3. การจัดการความรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Knowledge Management via Social Media)

สื่อสังคมออนไลน์ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในกระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management) โดยเฉพาะการเปลี่ยนจาก ความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) ซึ่งเป็นประสบการณ์เฉพาะตัวของเกษตรกร ให้กลายเป็น ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ที่สามารถถ่ายทอดได้ผ่านข้อความ ภาพ และวิดีโอ (Nonaka I., Takeuchi H., 1995)

จากการศึกษาของ สุรียพร และคณะ (2565) พบว่ารูปแบบการสื่อสารในปัจจุบันได้เปลี่ยนจาก “แนวตั้ง” (Top-down) จากรัฐสู่เกษตรกร เป็น “แนวนราบ” (Horizontal) ระหว่างเกษตรกรด้วยกันเอง โดย Facebook Groups และ LINE Groups ทำหน้าที่เป็น “ชุมชนนักปฏิบัติ” (Community of Practice: CoP) ที่เกษตรกรปศุสัตว์ใช้แลกเปลี่ยนข้อมูลการแก้ปัญหาสุขภาพสัตว์แบบทันที (Real-time) ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากกว่าข้อมูลเชิงทฤษฎี

4. สื่อวิดีโอกับการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ (Visual and Social Learning)

ในมิติของการผลิตปศุสัตว์ซึ่งต้องอาศัยทักษะเชิงปฏิบัติ (Technical Skills) เช่น การตอนสัตว์ การทำวัคซีน หรือการผสมอาหาร สื่อวิดีโอบนแพลตฟอร์ม YouTube และ TikTok ได้กลายเป็นแหล่งเรียนรู้หลัก สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) ของ Bandura ที่เน้นการเรียนรู้ผ่านการสังเกตตัวอย่าง (Modeling) โดยงานวิจัยในระดับท้องถิ่นระบุว่าเกษตรกรจะเชื่อถือและนำข้อมูลไปปฏิบัติ เมื่อเห็นผลลัพธ์จากเกษตรกรต้นแบบ (Influencer Farmer) ที่นำเสนอผ่านสื่อดิจิทัลต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น

บทบาทของสื่อดิจิทัลในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและความรู้ด้านการผลิตปศุสัตว์

การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตของประชาชนในทุกภาคส่วน รวมถึงภาคการเกษตรและการปศุสัตว์ ซึ่งเป็นอาชีพหลักของประชาชนในชนบทจำนวนมาก สื่อดิจิทัลไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารเท่านั้น แต่ยังเป็นช่องทางสำคัญในการถ่ายทอดองค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีทางการเกษตรที่ช่วยยกระดับประสิทธิภาพการผลิต เพิ่มรายได้ และส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกรอย่างรอบด้าน

1. บทบาทในการส่งเสริมการเข้าถึงองค์ความรู้ด้านการผลิตปศุสัตว์

สื่อดิจิทัลช่วยลดข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร เกษตรกรสามารถเรียนรู้เทคนิคการเลี้ยงสัตว์ การจัดการอาหารสัตว์ การป้องกันโรค การปรับปรุงพันธุ์สัตว์ และการบริหารจัดการฟาร์มผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ เช่น YouTube, Facebook, TikTok, เว็บไซต์ของกรมปศุสัตว์ และแอปพลิเคชันทางการเกษตร โดยสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ตลอด 24 ชั่วโมง ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-directed Learning) และการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning)

นอกจากนี้ สื่อดิจิทัลยังช่วยให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ทันสมัยและสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น การเฝ้าระวังโรคระบาดในสัตว์ การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าปศุสัตว์ และเทคโนโลยีการผลิตรูปแบบใหม่ ซึ่งช่วยให้เกษตรกรสามารถปรับตัวและตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. บทบาทในการพัฒนาทักษะและศักยภาพของเกษตรกร

สื่อดิจิทัลมีส่วนสำคัญในการพัฒนาทักษะของเกษตรกรให้สามารถนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางการเกษตร โดยเฉพาะการเรียนรู้ผ่านสื่อวิดีโอ การถ่ายทอดสด และหลักสูตรออนไลน์ ซึ่งช่วยให้เกษตรกรเข้าใจขั้นตอนการปฏิบัติงานได้อย่างชัดเจน

การพัฒนาทักษะดังกล่าวส่งผลให้เกษตรกรสามารถลดความผิดพลาดในการผลิต เพิ่มผลผลิต และยกระดับมาตรฐานการเลี้ยงสัตว์ให้สอดคล้องกับข้อกำหนดด้านความปลอดภัยอาหารและมาตรฐานสากล ส่งผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ

3. บทบาทในการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์

สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่สำคัญในการสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ (Learning Community) ระหว่างเกษตรกร ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะผ่านกลุ่ม Facebook และ LINE Groups ที่เปิดโอกาสให้สมาชิกสามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์ แสดงความคิดเห็น และปรึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเลี้ยงสัตว์ได้แบบเรียลไทม์

การสร้างเครือข่ายดังกล่าวช่วยให้เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้มีประสบการณ์สู่ผู้เริ่มต้น และช่วยลดช่องว่างทางความรู้ระหว่างเกษตรกรในแต่ละพื้นที่ ส่งผลให้เกิดการพัฒนาความรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

4. บทบาทในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุน

การเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้องและทันสมัยผ่านสื่อดิจิทัลช่วยให้เกษตรกรสามารถวางแผนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การคำนวณสูตรอาหารสัตว์ การจัดการสุขภาพสัตว์ การวางแผนการผสมพันธุ์ และการบริหารจัดการทรัพยากรภายในฟาร์ม

เมื่อเกษตรกรสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ได้อย่างถูกต้อง จะช่วยลดต้นทุนการผลิต ลดความสูญเสียจากโรคระบาด และเพิ่มผลผลิตต่อหน่วย ส่งผลให้รายได้เพิ่มขึ้นและเกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจของครัวเรือนเกษตรกร

5. บทบาทในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกร

สื่อดิจิทัลมีส่วนสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรทั้งในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และการศึกษา โดยในด้านเศรษฐกิจ เกษตรกรสามารถเพิ่มรายได้จากการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและการเข้าถึงช่องทางการตลาดออนไลน์ ในด้านสังคม เกษตรกรสามารถสร้างเครือข่ายความร่วมมือและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับผู้คนในวงกว้าง ส่วนในด้านการศึกษา เกษตรกรสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่องผ่านแหล่งความรู้ดิจิทัล

นอกจากนี้ สื่อดิจิทัลยังช่วยลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารระหว่างพื้นที่เมืองและชนบท ทำให้เกษตรกรในพื้นที่ห่างไกลสามารถเข้าถึงองค์ความรู้และโอกาสทางเศรษฐกิจได้ใกล้เคียงกับพื้นที่ที่มีความพร้อมมากกว่า

6. บทบาทในการส่งเสริมการยอมรับนวัตกรรมทางการปศุสัตว์

ตามแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory) ของ Rogers (2003) สื่อดิจิทัลเป็นช่องทางสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมการผลิตปศุสัตว์ เช่น ระบบฟาร์มอัจฉริยะ (Smart Farm) ระบบเซ็นเซอร์ตรวจสอบสุขภาพสัตว์ การใช้อาหารสัตว์ทางเลือก และเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI)

เมื่อเกษตรกรได้รับข้อมูลที่ชัดเจน เข้าใจง่าย และสามารถเห็นผลลัพธ์จากผู้ใช้งานจริงผ่านสื่อออนไลน์ จะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นและนำไปสู่การยอมรับนวัตกรรมได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาภาคปศุสัตว์ในยุคดิจิทัล

แนวทางการใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเสริมสร้างความรู้และคุณภาพชีวิตด้านการผลิตปศุสัตว์ของเกษตรกรยุคใหม่

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลได้ส่งผลกระทบต่อภาคการเกษตรและการปศุสัตว์อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร องค์ความรู้ และนวัตกรรมการผลิตที่สามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็วและไร้ข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์จึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการเรียนรู้ การพัฒนาศักยภาพ และการยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ในยุคดิจิทัล (Klerkx et al., 2019) การใช้สื่อดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพสามารถดำเนินการได้ตามแนวทางดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาเนื้อหาดิจิทัลที่ตอบสนองต่อความต้องการของเกษตรกร

หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และองค์กรด้านปศุสัตว์ควรพัฒนาสื่อดิจิทัลที่มีเนื้อหาครอบคลุมการจัดการฟาร์ม การเลี้ยงสัตว์ การจัดการอาหารสัตว์ การป้องกันโรค การสุขาภิบาลฟาร์ม และการตลาดผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ โดยนำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่าย เช่น วิดีโอสาธิต อินโฟกราฟิก บทความออนไลน์ และหลักสูตรการเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์ (e-Learning) เพื่อให้เกษตรกรสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้จริงในบริบทของตนเอง เนื้อหาที่มีความถูกต้อง ทันสมัย และสอดคล้องกับสภาพปัญหาของเกษตรกรจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดความเสี่ยงในการดำเนินงาน และส่งผลต่อการเพิ่มรายได้และคุณภาพชีวิตในระยะยาว (Food and Agriculture Organization [FAO], 2022)

2. การใช้แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม

สื่อสังคมออนไลน์เปิดโอกาสให้เกิดการสื่อสารแบบสองทางระหว่างเกษตรกร นักวิชาการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแตกต่างจากการสื่อสารแบบดั้งเดิมที่เป็นการสื่อสารทางเดียว การใช้แพลตฟอร์ม

ออนไลน์ในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การถามตอบปัญหา และการถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญ ช่วยให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง

นอกจากนี้ การสร้างกลุ่มชุมชนออนไลน์ยังช่วยให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน (Collaborative Learning) และการพัฒนาเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการยอมรับนวัตกรรม และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกร (Kaplan & Haenlein, 2010)

3. การส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตผ่านสื่อดิจิทัล

แนวทางการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรในยุคที่เทคโนโลยีและองค์ความรู้เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สื่อดิจิทัลช่วยให้เกษตรกรสามารถศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมได้ทุกที่ทุกเวลา โดยไม่จำเป็นต้องเข้าร่วมการอบรมแบบเผชิญหน้าเพียงอย่างเดียว การเรียนรู้ผ่านสื่อดิจิทัลยังช่วยลดต้นทุนด้านเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้เกษตรกรในพื้นที่ห่างไกลสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ที่มีคุณภาพได้อย่างเท่าเทียม ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะอาชีพและการยกระดับคุณภาพชีวิตโดยรวม (Trendov et al., 2019)

4. การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันดิจิทัล (Digital Literacy)

แม้ว่าสื่อดิจิทัลจะช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงข้อมูล แต่เกษตรกรจำเป็นต้องมีทักษะในการวิเคราะห์ คัดกรอง และประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อป้องกันปัญหาข้อมูลเท็จหรือข้อมูลที่ขาดความถูกต้องทางวิชาการ

ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดโครงการฝึกอบรมด้านการรู้เท่าทันดิจิทัล เพื่อให้เกษตรกรสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างปลอดภัย มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อการประกอบอาชีพและการดำรงชีวิต (OECD, 2023)

5. การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลร่วมกับการผลิตปศุสัตว์ เช่น ระบบฟาร์มอัจฉริยะ (Smart Farming) อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things: IoT) ระบบติดตามสุขภาพสัตว์ และปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) สามารถช่วยให้เกษตรกรบริหารจัดการฟาร์มได้อย่างแม่นยำมากขึ้น เทคโนโลยีดังกล่าวช่วยลดต้นทุนการผลิต เพิ่มผลผลิต ลดการสูญเสียจากโรคระบาด และสนับสนุนการตัดสินใจเชิงบริหาร ส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (Klerkx et al., 2019)

6. การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดและเพิ่มรายได้

สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์โดยตรงสู่ผู้บริโภค ช่วยลดบทบาทของพ่อค้าคนกลางและเพิ่มช่องทางการเข้าถึงตลาดใหม่ ๆ การตลาดดิจิทัลยังช่วยให้เกษตรกรสามารถสร้างตราสินค้า (Branding) และสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าสินค้า รายได้ที่สูงขึ้น และการยกระดับคุณภาพชีวิตของครัวเรือนเกษตรกร (World Bank, 2022)

7. การสร้างระบบนิเวศการเรียนรู้ดิจิทัลด้านปศุสัตว์

การพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรอย่างยั่งยืนควรอาศัยความร่วมมือระหว่างภาครัฐ สถาบันการศึกษา ภาคเอกชน และองค์กรวิชาชีพ ในการพัฒนาระบบนิเวศการเรียนรู้ดิจิทัล (Digital Learning Ecosystem) ที่เชื่อมโยงองค์ความรู้ เทคโนโลยี และแหล่งข้อมูลด้านปศุสัตว์เข้าด้วยกัน

ระบบดังกล่าวจะช่วยให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงข้อมูลที่มีคุณภาพ แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้เชี่ยวชาญ และพัฒนาศักยภาพของตนเองได้อย่างต่อเนื่อง อันจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเสริมสร้างความรู้ด้านการผลิตปศุสัตว์ของเกษตรกรยุคใหม่ พบว่าสื่อดิจิทัลเป็นกลไกสำคัญในการถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมทางการปศุสัตว์สู่เกษตรกรได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และองค์กรที่เกี่ยวข้องควรร่วมกันพัฒนาระบบการสื่อสารดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการผลิตเนื้อหาที่มีความถูกต้องทางวิชาการ เข้าใจง่าย และสอดคล้องกับบริบทของเกษตรกรแต่ละกลุ่ม เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงและการนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้จริง

นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันดิจิทัล (Digital Literacy) ให้แก่เกษตรกร โดยเฉพาะในด้านการสืบค้น การคัดกรอง และการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เพื่อป้องกันปัญหาการรับข้อมูลที่คลาดเคลื่อนหรือไม่ถูกต้อง ซึ่งอาจส่งผลต่อการตัดสินใจในการผลิตปศุสัตว์ ในด้านการพัฒนาองค์ความรู้ ควรสนับสนุนการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ระหว่างเกษตรกร นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ และหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และการถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้ปฏิบัติจริงสู่ชุมชนเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง อันจะนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรและการยกระดับประสิทธิภาพการผลิตปศุสัตว์

นอกจากนี้ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ระบบวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) และระบบเกษตรอัจฉริยะ (Smart Farming) ควรได้รับการส่งเสริมควบคู่กับการใช้สื่อดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการฟาร์ม ลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเกษตรกรไทยในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

ท้ายที่สุด การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อการส่งเสริมการผลิตปศุสัตว์ควรมุ่งเน้นการสร้างระบบนิเวศการเรียนรู้ดิจิทัล (Digital Learning Ecosystem) ที่เชื่อมโยงองค์ความรู้ เทคโนโลยี และเครือข่ายความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงข้อมูลที่มีคุณภาพ เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีได้อย่างยั่งยืน

บทสรุป

จากการศึกษาวิเคราะห์การใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเสริมสร้างความรู้ด้านการผลิตปศุสัตว์ของเกษตรกรยุคใหม่ สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ว่า การเปลี่ยนผ่านสู่ยุคเกษตรอัจฉริยะ (Smart Farming) นอกจากจะเป็นการปรับเปลี่ยนเชิงเทคโนโลยีเครื่องจักร ยังครอบคลุมถึงการปรับเปลี่ยน “กระบวนทัศน์การจัดการความรู้” (Knowledge Management Paradigm Shift) ของเกษตรกรและภาคการเกษตรจากการแสวงหาความรู้ผ่านตัวบุคคลและประสบการณ์ส่วนตัว (Tacit Knowledge) สู่การเป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศข้อมูลดิจิทัล (Digital Information Ecosystem)

สื่อสังคมออนไลน์ทั้ง Facebook, LINE, YouTube และ TikTok ได้ทำหน้าที่เป็น “โครงสร้างพื้นฐานทางปัญญา” (Intellectual Infrastructure) ที่ช่วยลดขีดจำกัดด้านการเข้าถึงข้อมูลของเกษตรกรรายย่อย การศึกษาพบว่าพฤติกรรมการใช้สื่อของเกษตรกรยุคใหม่มีความซับซ้อนและเป็นระบบ (Systematic) โดยมีการจัดลำดับความสำคัญของสื่อตามระดับความเร่งด่วนของสถานการณ์ปศุสัตว์ อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จในการเสริมสร้างความรู้ไม่ได้ขึ้นอยู่กับปริมาณข้อมูลที่ได้รับ แต่ขึ้นอยู่กับ “คุณภาพและความน่าเชื่อถือของข้อมูล” ตลอดจนทักษะในการกลั่นกรองข้อมูลของตัวเกษตรกรเอง

บทความนี้ยืนยันว่า ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนภาคปศุสัตว์ในยุคดิจิทัลจะสัมฤทธิ์ผลได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยการประสานพลังระหว่าง 3 ส่วนหลัก (Triple Helix) ได้แก่ ภาครัฐและท้องถิ่น (ในฐานะผู้อำนวยความสะดวก) สถาบันการศึกษา (ในฐานะผู้รับรองความรู้และนวัตกรรม) และ ภาคเกษตรกร (ในฐานะผู้ใช้และผู้สร้างเครือข่ายการเรียนรู้) เพื่อสร้างความยั่งยืนให้แก่เศรษฐกิจปศุสัตว์ไทยภายใต้บริบทของสังคมที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ

สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความรู้ด้านการผลิตปศุสัตว์และส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกรยุคใหม่ โดยช่วยให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ พัฒนาทักษะสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และยกระดับคุณภาพชีวิตได้อย่างรอบด้าน อีกทั้งยังเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตร ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาภาคปศุสัตว์ที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนในอนาคต

บรรณานุกรม

- กฤษดา ชื่นจิตต์. (2562). *การศึกษาแนวทางของเทคโนโลยีฟาร์มอัจฉริยะ (Smart Farming Technology) เพื่อรองรับประเทศไทย 4.0*. (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- กรมปศุสัตว์. (2567). *รายงานสถานการณ์ปศุสัตว์และการพัฒนาเกษตรกรดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

- จิรพันธ์ อัครธนบดี. (2565). สื่อดิจิทัลกับการพัฒนาการเกษตรไทยในศตวรรษที่ 21. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม*, 9(2), 115-128.
- สุรีย์พร จามรพิพัฒน์ สีนินุช ครุฑเมือง แสนเสริม เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ. (2565). แนวทางการส่งเสริมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทางการเกษตรของเกษตรกร ในอำเภอนากลาง จังหวัดหนองบัวลำภู. *วารสารเกษตรพระวรุณ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 19(2), 111-118.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2567). *รายงานพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2567*. กรุงเทพฯ: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- Bandura A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Boyd D. M., Ellison N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Davis F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Food and Agriculture Organization. (2022). *The state of food and agriculture 2022: Leveraging automation in agriculture for transforming agrifood systems*. FAO.
- Kanjina S., Kuwornu J. K. (2022). Factors influencing farmers' use of social media: Evidence from Thailand. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, 28(5), 579-601. <https://doi.org/10.1080/1389224X.2021.1961814>.
- Kaplan A. M., Haenlein M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Klerkx L., Jakku E., Labarthe P. (2019). A review of social science on digital agriculture, smart farming and agriculture 4.0: New contributions and a future research agenda. *NJAS: Wageningen Journal of Life Sciences*, 90-91, 100315. <https://doi.org/10.1016/j.njas.2019.100315>.
- Nonaka I., Takeuchi H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. New York, NY: Oxford University Press.
- OECD. (2023). *Digital opportunities for better agricultural policies*. OECD Publishing
- Rogers E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Trendov N. M., Varas S., Zeng M. (2019). *Digital technologies in agriculture and rural areas: Status report*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- World Bank. (2022). *Digital agriculture profile: Thailand*. World Bank Group