การจัดการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการเพาะพันธุ์กุ้งเพื่อการประมงที่ยั่งยืนขององค์การบริหาร ส่วนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง*

COMMUNICATION MANAGEMENT FOR PROMOTING COMMUNITY PARTICIPATION IN SHRIMP SEED PRODUCTION FOR SUSTAINABLE FISHERIESBY KOH MAK SUBDISTRICT ADMINISTRATIVE ORGANIZATION, PAK PHAYUN DISTRICT, PHATTHALUNG PROVINCE

รัตนานันท์ เส็นยีหีม[1], กวิทธิ์ ศรีสัมฤทธิ์[2] และ วิทยาธร ท่อแก้ว[3]

Rattananan Senyeeheem[1], Kawit Sriamrit[2] and Wittayatorn Tokeaw[3]

[1-3]สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

[1-3]Department of Communication Arts Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand

Corresponding author E-mail: Kwanjang54@gmail.com

วันที่รับบทความ : 13 มิถุนายน 2569; วันแก้ไขบทความ 24 มิถุนายน 2569; วันตอบรับบทความ : 26 มิถุนายน 2569

Received 13 June 2026; Revised 24 June 2026; Accepted 26 June 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การจัดการสื่อสารด้านความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติเพื่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน และ 2) การจัดการสื่อสารด้านการแพร่กระจายนวัตกรรมเพื่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพาะพันธุ์กุ้งเพื่อการประมงที่ยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง เป็น

CC BY NC ND

*รัตนานันท์ เส็นยีหีม, กวิทธิ์ ศรีสัมฤทธิ์ และ วิทยาธร ท่อแก้ว. (2569). การจัดการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพาะพันธุ์กุ้งเพื่อการประมงที่ยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง. วารสารสหศาสตร์การพัฒนาสังคม, 4(5), 1091-1105.

Rattananan Senyeeheem, Kawit Sriamrit and Wittayatorn Tokeaw. (2026). Communication Management For Promoting Community Participation In Shrimp Seed Production For Sustainable Fisheriesby Koh Mak Subdistrict Administrative Organization, Pak Phayun District, Phatthalung Province. Journal of Interdisciplinary Social Development, 4(5), 1091-1105.;

DOI: https://doi.org/10.

Website: https://so12.tci-thaijo.org/index.php/JISDIADP/

การวิจัยเชิงคุณภาพมุ่งศึกษาผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องโดยตรงในพื้นที่ กลุ่มตัวอย่างคัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 27 คน จาก 7 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้กำหนดนโยบาย 2) ผู้บริหารองค์กรที่เกี่ยวข้องระดับผู้อำนวยการกอง 3) นักสื่อสารองค์กร 4) นักส่งเสริมการเกษตร 5) แกนนำชุมชนซึ่งเป็นต้นแบบการเพาะพันธ์กุ้ง 6) นักปกครองท้องที่ในฐานะร่วมเครือข่ายการสื่อสาร และ 7) นักวิชาการสื่อสารทางการเมือง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการสรุปเชิงวิเคราะห์

ผลการวิจัย พบว่า 1) การจัดการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการเพาะพันธุ์กุ้งอย่างยั่งยืนต้องมุ่งให้ “การเรียนรู้และการลงมือทำ” เกิดขึ้นจริงในชีวิตประจำวัน กระบวนการสื่อสารต้องเชื่อมโยง ความรู้–ทัศนคติ–การปฏิบัติ ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องผ่านการมีส่วนร่วม โดยใช้กรอบ “ชัด–ชอบ–เชื่อ–ช่วย” เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อน และ 2) การแพร่กระจายนวัตกรรม พบว่า ความสำเร็จเกิดขึ้นเมื่อการสื่อสารถูกจัดการอย่างเป็นระบบจากกลุ่มนำร่องไปสู่คนส่วนใหญ่ ครอบคลุม 4 องค์ประกอบคือ ตัวนวัตกรรม ช่องทาง เวลา และระบบสังคม โดยนวัตกรรมเป็น “ชุดมาตรฐานร่วม” ของชุมชนที่อาศัยกรอบ “เข้าใจ–เข้าถึง–ลงมือทำ–เห็นผล”

คำสำคัญ: การจัดการสื่อสาร, การส่งเสริมการมีส่วนร่วม, การเพาะพันธุ์กุ้ง, การประมงที่ยั่งยืน, องค์การบริหารส่วนตำบล

Abstract

This research aimed to study: 1) communication management in terms of knowledge, attitudes, and practices to promote community participation; and 2) communication management in innovation diffusion to promote community participation in shrimp breeding for sustainable fisheries of the Koh Mak Subdistrict Administrative Organization, Pak Phayun District, Phatthalung Province. The study involved 27 purposively selected participants from seven stakeholder groups, including 1) policymakers, 2) organizational executives, 3) communication officers, 4) agricultural extension officers, 5) community leaders (shrimp farming role models), 6) local administrative officials involved in communication

networks, and 7) political communication scholars. Data were collected through structured in-depth interviews and analyzed using analytical summarization.

The findings revealed that 1) communication management for promoting participation in sustainable shrimp farming should focus on turning “learning and practice” into daily behavior. The communication process must connect knowledge, attitudes, and practices in a continuous participatory manner, using the “Chad–Chop–Chuea–Chuay” framework as a key mechanism, and 2) For innovation diffusion, success occurs when communication is systematically managed from pilot groups to the wider community. This involves four key components: the innovation itself, communication channels, timing, and the social system. The innovation becomes a shared community standard, supported by the “Understand–Access–Practice–See results” framework.

Keywords: communication management, participation promotion, shrimp breeding, sustainable fisheries, subdistrict administrative organization

บทนำ

การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพาะพันธุ์กุ้งเพื่อการมงที่ยั่งยืน ควรเป็นแบบ “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” ที่ให้ชุมชนร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมตัดสินใจ โดยเชื่อมโยงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมผ่านการลงมือปฏิบัติจริงในบ่อและแปลงสาธิต รวมถึงการเรียนรู้จากเพื่อนร่วมอาชีพ (อรรฆชัย ตระการศาสตร์, กานต์ บุญศิริ, และวิทยาธร ท่อแก้ว, 2568) เพื่อสร้างความเป็นเจ้าของและขยายผลในชุมชนตามขั้นตอนการรับรู้-สนใจ-ตัดสินใจ-ลงมือใช้-ยืนยัน (Rogers, 2003) นอกจากนี้ ยังต้องลดความเสี่ยงและเพิ่มความมั่นใจด้วยคู่มือสั้น ชัดเจน และแรงสนับสนุนจากผู้นำกลุ่ม พร้อมระบบตอบคำถามรวดเร็วผ่านช่องทางสื่อสารสมัยใหม่ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2551)

องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง มีบทบาทสำคัญในการจัดการสื่อสารเชิงระบบในสามมิติ คือ การแปลงความรู้เชิงเทคนิคเป็นความรู้สาธารณะที่ชาวบ้านใช้ได้จริง การสร้างความไว้วางใจและทัศนคติบต่อการเพาะพันธุ์กุ้งอย่างยั่งยืน รวมถึงการขับเคลื่อนพฤติกรรมและกติกาชุมชน เช่น การเฝ้าระวังโรคและแจ้งเตือนแบบรวดเร็ว

อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทายด้านการสื่อสารที่ไม่ต่อเนื่อง ช่องทางกระจัดกระจาย และพฤติกรรมสำคัญบางด้านยังไม่ถูกนำไปปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ ปัญหาหลักอยู่ที่ความรู้เชิงเทคนิคที่ซับซ้อนและกระจายไม่ทั่วถึง ทำให้ชุมชนบางส่วนไม่มั่นใจหรือมองว่าการปฏิบัติตามมาตรฐานเป็นภาระ นอกจากนี้ การแพร่กระจายนวัตกรรมยังช้าเนื่องจากขาดการนิยามแนวปฏิบัติที่ชัดเจน และระบบสังคมในชุมชนที่มีกลุ่มนำร่อง กลุ่มรอดูผล และกลุ่มลังเล ทำให้ต้องใช้ต้นแบบและเครือข่ายผู้นำในการขยายผล การแก้ไขจึงเน้นการจัดการสื่อสารอย่างเป็นระบบผ่านคู่มือ ภาพ รายการตรวจสอบ คลิปสั้น และโค้ชชุมชน พร้อมจัดเวทีปฏิบัติการ เพื่อช่วยให้ชุมชนเข้าใจตรงกันและมีพฤติกรรมที่สอดคล้องปัญหาหลักอยู่ที่ความรู้เชิงเทคนิคที่ซับซ้อนและกระจายไม่ทั่วถึง ทำให้ชุมชนบางส่วนไม่มั่นใจหรือมองว่าการปฏิบัติตามมาตรฐานเป็นภาระ นอกจากนี้ การแพร่กระจายนวัตกรรมยังช้าเนื่องจากขาดการนิยามแนวปฏิบัติที่ชัดเจน และระบบสังคมในชุมชนที่มีกลุ่มนำร่อง กลุ่มรอดูผล และกลุ่มลังเล ทำให้ต้องใช้ต้นแบบและเครือข่ายผู้นำในการขยายผล การแก้ไขจึงเน้นการจัดการสื่อสารอย่างเป็นระบบผ่านคู่มือ ภาพ รายการตรวจสอบ คลิปสั้น และโค้ชชุมชน พร้อมจัดเวทีปฏิบัติการ เพื่อช่วยให้ชุมชนเข้าใจตรงกันและมีพฤติกรรมที่สอดคล้อง

งานวิจัย เรื่อง “การจัดการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพาะพันธุ์กุ้งเพื่อการประมงที่ยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง” ในครั้งนี้มุ่งเน้นพัฒนาแนวทางจัดการสื่อสารเพื่อแปลงความรู้เชิงเทคนิคเป็นความรู้สาธารณะที่เข้าใจง่าย ใช้ได้จริง พร้อมสร้างกลไกการสื่อสารที่ส่งเสริมการแพร่กระจายนวัตกรรมอย่างเป็นขั้นตอน ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงและขยายผลการปฏิบัติที่ดีสู่ชุมชนวงกว้าง เกิดมาตรฐานร่วมในการจัดการน้ำ คุณภาพน้ำ โรคกุ้ง น้ำทิ้ง และของเสีย ตลอดจนเพิ่มความไว้วางใจในท้องถิ่น ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจ ความมั่นคงอาชีพ และการอนุรักษ์ทรัพยากรเพื่อความยั่งยืนในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1) เพื่อศึกษาการจัดการสื่อสารด้านความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติเพื่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพาะพันธุ์กุ้งเพื่อการประมงที่ยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง

2) เพื่อศึกษาการจัดการสื่อสารด้านการแพร่กระจายนวัตกรรมเพื่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพาะพันธุ์กุ้งเพื่อการประมงที่ยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเพาะพันธุ์กุ้งเพื่อการประมงที่ยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง โดยมุ่งศึกษาความเข้าใจ มุมมอง และประสบการณ์ของผู้เกี่ยวข้องในบริบทจริง เก็บข้อมูลจนถึงจุดอิ่มตัว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ลึกซึ้ง และสามารถอธิบายปรากฏการณ์ที่ศึกษาได้อย่างเป็นระบบและรอบด้าน

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการสื่อสารในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเพาะพันธุ์กุ้งเพื่อการประมงที่ยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 27 คน จาก 7 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้กำหนดนโยบาย 3 คน 2) ผู้บริหารองค์กรที่เกี่ยวข้องระดับผู้อำนวยการกอง 3 คน 3) นักสื่อสารองค์กร 3 คน 4) นักส่งเสริมการเกษตร 3 คน 5) แกนนำชุมชนซึ่งเป็นต้นแบบการเพาะพันธ์กุ้ง 6 คน 6) นักปกครองท้องที่ในฐานะร่วมเครือข่ายการสื่อสาร 6 คน และ 7) นักวิชาการสื่อสารทางการเมือง 3 คน

วิธีการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติเฉพาะ คือ มีบทบาท มีประสบการณ์ หรือมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับประเด็นการวิจัย มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีบทบาทสำคัญในการจัดการสื่อสารในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อให้ข้อมูลที่ได้รับมีความลึก เชื่อมโยงกันได้ และสะท้อนภาพรวมของการจัดการสื่อสาร และการแพร่กระจายนวัตกรรมในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน

การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้ใช้ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง เป็นเครื่องมือหลัก เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกอย่างเป็นระบบและเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยพัฒนาเครื่องมือจากวัตถุประสงค์ คำถามวิจัย และกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้อง แล้วกำหนดประเด็นคำถามให้ครอบคลุมด้านประสบการณ์ แนวคิด กระบวนการ ปัญหา และแนวทางแก้ไข ใช้คำถามปลายเปิดและคำถามต่อยอด พร้อมเรียงลำดับจากคำถามทั่วไปไปสู่คำถามเฉพาะ

หลังจากจัดทำร่างเครื่องมือ ได้ให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบและปรับปรุงเพื่อเพิ่มความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา จากนั้นทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับผู้ให้ข้อมูลจริงก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การจัดการสื่อสารด้านความรู้ ทัศนคติ และปฏิบัติ ประกอบด้วยประเด็นหลัก คือ กรอบแนวคิดการดำเนินการ บทบาทและความสำคัญ หลักปฏิบัติการออกแบบเนื้อหา หลักปฏิบัติการใช้สื่อ และปัจจัยความสำเร็จ

ส่วนที่ 2 การจัดการสื่อสารด้านการแพร่กระจายนวัตกรรม ประกอบด้วยประเด็นหลัก คือ (1) องค์ประกอบหลัก 4 ส่วน ได้แก่ ตัวนวัตกรรม ช่องทาง เวลา และระบบสังคม (2) กระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม 5 ขั้น ได้แก่ รับรู้ สนใจ ตัดสินใจ ลงมือใช้ และยืนยัน

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการตามขั้นตอนอย่างเป็นระบบ เริ่มจากการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงจากผู้ที่มีความรู้และเกี่ยวข้องกับประเด็นวิจัยโดยตรง จากนั้นออกแบบแนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างและตรวจสอบความเหมาะสมก่อนใช้งานจริง ผู้วิจัยดำเนินการติดต่อ นัดหมาย และขอความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูล พร้อมสร้างความไว้วางใจก่อนการสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ดำเนินในบรรยากาศที่เปิดกว้าง โดยใช้ทักษะการฟังและการตั้งคำถามต่อยอดเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก สุดท้ายมีการบันทึกเสียง จดบันทึกภาคสนาม ถอดความ และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เพื่อเตรียมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงประเด็น (Thematic Analysis) อย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจากการถอดเทปคำสัมภาษณ์และทบทวนข้อมูลหลายครั้งเพื่อทำความเข้าใจบริบทและเนื้อหา จากนั้นกำหนดรหัสข้อมูล (Coding) จากข้อความสำคัญที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย แล้วจัดกลุ่มรหัสที่มีความหมายใกล้เคียงกันเป็นประเด็น

ย่อยและพัฒนาเป็นประเด็นหลัก ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องและความสอดคล้องของประเด็นด้วยการเปรียบเทียบข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลายราย รวมทั้งพิจารณามุมมองที่แตกต่างกัน ก่อนนำผลมาวิเคราะห์ ตีความ และเชื่อมโยงกับบริบทและกรอบแนวคิดทางทฤษฎี เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่ชัดเจน เป็นระบบ และมีความน่าเชื่อถือทางวิชาการ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถตอบวัตถุประสงค์ทั้ง 2 ข้อได้อย่างครบถ้วนและเป็นระบบ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาการจัดการสื่อสารด้านความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติเพื่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพาะพันธุ์กุ้งเพื่อการประมงที่ยั่งยืน

ผลการวิจัย พบว่า การจัดการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการเพาะพันธุ์กุ้งเพื่อการประมงที่ยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก ควรพัฒนาครอบคลุม 3 ด้าน ได้แก่

1) ด้านความรู้ การจัดการสื่อสารควรเป็นระบบที่ทำให้ชุมชนเข้าใจ ทำเป็น และอยากทำ พร้อมมีเงื่อนไขให้ทำได้จริง การออกแบบสารต้องยึดผู้ใช้เป็นศูนย์กลางและเชื่อมผลประโยชน์ส่วนตัวกับประโยชน์ส่วนรวม การใช้สื่อต้องเน้นความใกล้ชิดและความต่อเนื่องผ่านคนต้นแบบและกิจกรรมภาคสนาม พร้อมใช้ดิจิทัลเป็นตัวเสริม และความสำเร็จจะเกิดได้เมื่อมีความไว้วางใจ กระบวนการเรียนรู้ร่วม การสนับสนุนที่เหมาะสม และกติกาชุมชนที่ทำให้การปฏิบัติยั่งยืนกลายเป็นมาตรฐานร่วมของพื้นที่เกาะหมาก

2) ด้านทัศนคติ ควรสื่อสารให้แนวคิดความยั่งยืนเป็นเรื่องใกล้ตัว คุ้มค่า และสามารถทำได้จริง โดยใช้สารที่เชื่อมโยงทั้งเหตุผลและความรู้สึก ใช้ผู้นำต้นแบบ กิจกรรมภาคสนาม ระบบพี่เลี้ยง และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เพื่อสร้างและรักษาทัศนคติเชิงบวกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรและอาชีพประมง

3) ด้านการปฏิบัติ ควรใช้การสื่อสารเป็นกลไกผลักดันให้เกิดการลงมือทำจริง ผ่านการกำหนดพฤติกรรมเป้าหมายที่ชัดเจน การสื่อสารที่นำไปใช้ได้ทันที การสนับสนุนจากต้นแบบ พี่เลี้ยง กติกาชุมชน และระบบติดตามผล เพื่อให้พฤติกรรมที่พึงประสงค์เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและกลายเป็นมาตรฐานร่วมของชุมชน

สรุปโดยรวม การจัดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพต้องพัฒนาความรู้ ปรับเปลี่ยนทัศนคติ และส่งเสริมการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชน ผู้นำต้นแบบ

และระบบสนับสนุนที่เหมาะสม เพื่อสร้างความยั่งยืนด้านทรัพยากรและความมั่นคงของอาชีพประมงในพื้นที่เกาะหมาก.

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาการจัดการสื่อสารด้านการแพร่กระจายนวัตกรรมเพื่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพาะพันธุ์กุ้งเพื่อการประมงที่ยั่งยืน

ผลการวิจัยพบว่า การจัดการสื่อสารด้านการแพร่กระจายนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพาะพันธุ์กุ้งเพื่อการประมงที่ยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก ควรดำเนินการใน 2 ประเด็นสำคัญ ได้แก่

1) ด้านการแพร่กระจายนวัตกรรม (ตัวนวัตกรรม ช่องทาง เวลา และระบบสังคม) ความสำเร็จของการแพร่กระจายนวัตกรรมขึ้นอยู่กับความชัดเจนของนวัตกรรม ความน่าเชื่อถือของผู้สื่อสาร ความไว้วางใจต่อหน่วยงาน กลุ่มนำร่องและผู้ปฏิบัติต้นแบบที่ได้รับการยอมรับ ระบบพี่เลี้ยงหรือโค้ชชุมชน การลดความเสี่ยงผ่านการทดลองและแปลงสาธิต การสื่อสารอย่างต่อเนื่องตามรอบการผลิต ระบบข้อมูลที่แสดงผลลัพธ์อย่างชัดเจน และกติกาชุมชนที่เป็นธรรม เมื่อปัจจัยเหล่านี้ทำงานร่วมกัน จะช่วยให้เกิดการขยายผลจากการรับรู้ไปสู่การปฏิบัติจริง จนกลายเป็นบรรทัดฐานของชุมชนและนำไปสู่ความยั่งยืนของทรัพยากรและอาชีพประมง

2) ด้านกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม การสื่อสารควรสอดคล้องกับแต่ละขั้นตอนของการยอมรับนวัตกรรม ได้แก่ การรับรู้ การสร้างความสนใจ การตัดสินใจ การลงมือใช้ และการยืนยันผล โดยต้องสื่อสารให้เข้าถึงง่าย เห็นประโยชน์ชัดเจน ลดความเสี่ยงในการตัดสินใจ มีการสนับสนุนในการปฏิบัติจริง และเสริมแรงให้เกิดการยอมรับอย่างต่อเนื่อง เมื่อดำเนินการอย่างเป็นระบบ จะช่วยขยายการมีส่วนร่วมจากกลุ่มนำร่องไปสู่คนส่วนใหญ่ในชุมชน และส่งเสริมให้การเพาะพันธุ์กุ้งเพื่อการประมงที่ยั่งยืนเกิดผลอย่างต่อเนื่องทั้งด้านทรัพยากรและคุณภาพชีวิตของชุมชน

สรุปโดยรวม การแพร่กระจายนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยการสื่อสารที่เป็นระบบ ครอบคลุมทั้งการสร้างความเข้าใจ ความเชื่อมั่น การสนับสนุนการปฏิบัติ และการสร้างบรรทัดฐานร่วมของชุมชน เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางและนำไปสู่ความยั่งยืนของการประมงในตำบลเกาะหมาก.

อภิปรายผล

1) วัตถุประสงค์ที่ 1 การจัดการสื่อสารด้านความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติเพื่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพาะพันธุ์กุ้งเพื่อการประมงที่ยั่งยืน

ผลการศึกษาชี้ว่า การจัดการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการเพาะพันธุ์กุ้งอย่างยั่งยืนต้องมุ่งให้ “การเรียนรู้และการลงมือทำ” เกิดขึ้นจริงในชีวิตประจำวัน ไม่ใช่เพียงการรับรู้หรือเห็นด้วยในเชิงแนวคิด โดยต้องแปลงความรู้เชิงเทคนิคให้เป็นความรู้สาธารณะที่เข้าใจง่าย ใช้ได้จริง และเชื่อมโยงกับปัญหาทรัพยากรร่วมของชุมชน เช่น น้ำ โรค ผลกระทบสิ่งแวดล้อม และกติกาชุมชนเกี่ยวกับของเสีย แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนทั้งในด้านการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินการ และร่วมรับประโยชน์ โดยการสื่อสารต้องเป็นแบบสองทาง เปิดพื้นที่ให้เกิดการแลกเปลี่ยนและการปฏิบัติร่วมกัน ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของความยั่งยืนทางทรัพยากร (อรรฆชัย ตระการศาสตร์ และคณะ, 2568) เมื่อพิจารณาในบริบทเกาะหมาก การเพาะพันธุ์กุ้งเพื่อฟื้นฟูหรือสร้างทรัพยากรทางทะเลเป็นกิจกรรมที่ส่งผลต่อทั้งชุมชน หากขาดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ทำให้ชุมชนร่วมสร้างความหมายและความเข้าใจร่วม ก็จะทำให้การเปลี่ยนพฤติกรรมที่ต้องอาศัยวินัยและความต่อเนื่องเกิดขึ้นได้ยาก

ในมิติ ความรู้–ทัศนคติ–การปฏิบัติ (KAP) พบว่า แม้ความรู้จะเป็นพื้นฐานสำคัญ แต่ไม่สามารถรับประกันการเกิดการปฏิบัติได้ หากไม่มีการออกแบบการสื่อสารที่ช่วยลดช่องว่างจาก “ความรู้ไปสู่การลงมือทำ” และขาดระบบสนับสนุนเชิงโครงสร้างในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานด้านการสื่อสาร พบว่า แม้ความรู้จะส่งผลต่อทัศนคติ แต่ทัศนคติที่ดีอาจไม่แปรไปสู่การปฏิบัติ หากไม่มีระบบสนับสนุนและการสื่อสารที่ทำให้ข้อปฏิบัติเข้าใจได้ง่าย โดยเฉพาะในบริบทที่ข้อมูลไม่ทั่วถึง (Zheng et al., 2022) เมื่อเชื่อมโยงกับผลการศึกษา พบว่า หลัก “ชัด–ชอบ–เชื่อ–ช่วย” ทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการปิดช่องว่างดังกล่าวอย่างเป็นระบบ ได้แก่ ชัด: ทำให้ขั้นตอนการปฏิบัติชัดเจนและมีเครื่องมือรองรับ ชอบ: ทำให้เห็นความคุ้มค่าและความเกี่ยวข้องกับชีวิตจริง เชื่อ: สร้างความมั่นใจผ่านข้อมูลที่น่าเชื่อถือและผู้ส่งสารที่ไว้วางใจได้ และช่วย: มีระบบพี่เลี้ยง การตอบสนอง และอุปกรณ์สนับสนุนเพื่อให้ทำได้จริง

ในมิติ “การสร้างความไว้วางใจและพื้นที่สนทนา” พบว่า การสื่อสารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องพัฒนาไปไกลกว่าการ “แจ้งข่าว” ไปสู่การสร้าง ความไว้วางใจ ความเข้าใจร่วม และความโปร่งใส ผ่านการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์และการสร้างพื้นที่สนทนา

สาธารณะ โดยใช้รูปแบบการสื่อสารที่เข้าใจง่าย เช่น อินโฟกราฟิกหรือวิดีโอสั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่า ความโปร่งใสเป็นพื้นฐานสำคัญของความเชื่อมั่นและทุนทางสังคมของชุมชน (Haro-de-Rosario et al., 2018) เมื่อประยุกต์ในบริบทเกาะหมาก พบว่าหลัก “เชื่อ–ช่วย” จะเกิดผลได้จริงก็ต่อเมื่อข้อมูลโครงการและผลลัพธ์สามารถตรวจสอบได้ และหน่วยงานแสดงบทบาทในการช่วยแก้ปัญหาหน้างานอย่างจริงจัง จึงจะสามารถลดความระแวงและเพิ่มความร่วมมือของชุมชนได้

สำหรับประเด็น “การทำให้คนรู้สึกว่าตนทำได้” พบว่า ปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนคือการทำให้ประชาชน “รู้สึกว่าตนทำได้” ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด การรับรู้ความสามารถของตนเอง (self-efficacy) โดยการสื่อสารต้องไม่เพียงให้ข้อมูลเชิงเทคนิค แต่ต้องทำให้เห็นว่าทักษะและการลงมือทำของแต่ละคนมีความหมายต่อภาพรวมของชุมชน พร้อมใช้การเล่าเรื่องจากบุคคลต้นแบบ และการสื่อสารที่โปร่งใสเพื่อสร้างความไว้วางใจ (Manoharan et al., 2023) เมื่อเชื่อมโยงกับหลัก “ชอบ–ช่วย” พบว่า ชอบ ทำหน้าที่สร้างแรงจูงใจผ่านการชี้ให้เห็นความคุ้มค่า ความใกล้ตัว และการลดความเสี่ยง ส่วนช่วย ทำหน้าที่เสริมศักยภาพผ่านระบบพี่เลี้ยง การสนับสนุนทันที และทรัพยากรที่จำเป็น เมื่อสองส่วนนี้ทำงานร่วมกัน จะทำให้เกิด self-efficacy ที่แท้จริง คือทั้ง “อยากทำ” และ “มั่นใจว่าทำได้”

2) วัตถุประสงค์ที่ 2 การจัดการสื่อสารด้านการแพร่กระจายนวัตกรรมเพื่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพาะพันธุ์กุ้งเพื่อการประมงที่ยั่งยืน

ผลการศึกษาชี้ว่า การแพร่กระจายนวัตกรรมด้านการเพาะพันธุ์กุ้งอย่างยั่งยืนจะสำเร็จเมื่อการสื่อสารถูกจัดการอย่างเป็นระบบจากกลุ่มนำร่องไปสู่คนส่วนใหญ่ โดยต้องครอบคลุม 4 มิติ ได้แก่ ตัวนวัตกรรม ช่องทาง เวลา และระบบสังคม และเมื่อนำมาสรุปเป็นหลัก เข้าใจ เข้าถึง ลงมือทำ เห็นผล จะพบว่าเป็นการตีความเชิงปฏิบัติของกรอบการแพร่กระจายนวัตกรรมให้เหมาะกับบริบทชุมชนชายฝั่ง เพราะนวัตกรรมในงานนี้ไม่ใช่สิ่งของชิ้นเดียว แต่เป็น “ชุดมาตรฐานร่วม” ที่ต้องทำพร้อมกันหลายส่วน เช่น มาตรฐานน้ำ การป้องกันโรค การบันทึกข้อมูล และกติกาน้ำทิ้ง หากสื่อสารแบบกระจัดกระจาย นวัตกรรมจะถูกเข้าใจเป็นส่วนๆ และไม่เกิดผลในระดับระบบ

ประเด็นแรกคือบทบาทของ “เครือข่ายและผู้นำทางความคิด” ผลการศึกษาพบว่านวัตกรรมแพร่เร็วเมื่อใช้ผู้ส่งสารที่ชุมชนเชื่อถือ เช่น ครัวเรือนต้นแบบ ผู้นำกลุ่มอาชีพ และโค้ชชุมชน สอดคล้องกับงานของ Dearing (2009) ที่ชี้ว่าความผิดพลาดของนักสื่อสารคือพยายามสื่อสารกับทุกคนพร้อมกันด้วยสารชุดเดียว แต่ทางที่ได้ผลคือระบุกลุ่มผู้ยอมรับกลุ่มแรกที่มี

บารมี และทำให้คนตัดสินใจจากการสังเกตพฤติกรรมของคนที่ไว้ใจมากกว่าข้อมูลเทคนิคจากรัฐ

ประเด็นที่สอง คือ “ทำให้นวัตกรรมดูง่าย ทดลองได้ และเห็นผล” ซึ่งในผลการศึกษาถูกแปลงเป็นการใช้แปลงสาธิต คู่มือหน้างาน และการเริ่มแบบเสี่ยงต่ำ สอดคล้องกับงาน Heiskanen et al. (2010) ที่อธิบายว่านวัตกรรมเพื่อการใช้ชีวิตอย่างยั่งยืนมักล้มเหลวเมื่อซับซ้อนเกินไป จึงต้องลดความซับซ้อน เพิ่ม trialability และใช้กิจกรรมเชิงปฏิบัติการให้เห็นผลเชิงประจักษ์ (observability) พร้อมย้ำว่าความไว้วางใจในช่องทางการสื่อสารเป็นปัจจัยชี้ขาดในการลดแรงต้านของกลุ่มยอมรับล่าช้า

ประเด็นที่สาม คือ “ความสอดคล้องกับวิถีชีวิตและความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล” ผลการศึกษาระบุว่าต้องใช้สื่อหลายชนิดทำงานร่วมกัน ทั้งสื่อบุคคล ภาคสนาม และดิจิทัล เพื่อให้เข้าถึงทุกกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับงาน Zhu et al. (2020) ที่พบว่า compatibility กับวิถีชีวิตเดิมเป็นตัวแปรสำคัญที่สุดในการยอมรับนวัตกรรมดิจิทัล และต้องระวัง digital divide โดยออกแบบสารให้ลดความซับซ้อนและเพิ่ม social presence

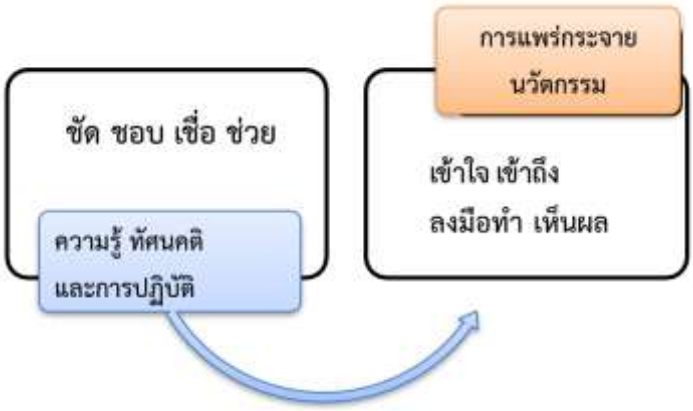
ประเด็นที่สี่ คือ “การจัดการเวลาและจังหวะการสื่อสาร” ผลการศึกษาชี้ว่าการสื่อสารต้องสอดรับฤดูกาลและรอบการผลิต เช่น ก่อนช่วงเสี่ยงโรค ก่อนฤดูฝน หรือช่วงน้ำแปรปรวน และต้องมีสารเตือนภัยสั้นเร็วเมื่อเกิดเหตุการณ์เฉพาะหน้า ข้อนี้เชื่อมโยงกับแนวคิดการสื่อสารเชิงกลยุทธ์และการจัดการความรู้ของท้องถิ่นที่ต้องลด information asymmetry ให้ข้อมูลไปถึงคนในเวลาที่ต้องตัดสินใจ (Oliveira et al., 2020) และสัมพันธ์กับงานด้านการสื่อสารความเสี่ยงที่เสนอการสื่อสารแบบเจาะจงกลุ่มและอธิบายเหตุผลเบื้องหลังข้อปฏิบัติ เพื่อทำให้การปฏิบัติยืนระยะ (Zheng et al., 2022)

ประเด็นที่ห้า คือ “การยืนยันและการทำให้เกิดบรรทัดฐานร่วม” ผลการศึกษาระบุว่าต้องสื่อสารผลลัพธ์ต่อเนื่อง ยกย่องผู้ทำได้ดี และเปิดพื้นที่ให้ชุมชนร่วมปรับกติกา เพื่อให้รู้สึกเป็นเจ้าของนวัตกรรม ไม่ใช่ผู้ทำตามคำสั่ง สอดคล้องกับแนวคิด grassroots innovations ที่มองว่าความร่วมมือสูงสุดเกิดเมื่อชุมชนเป็นผู้ร่วมออกแบบ (co-designers) และความสำเร็จต้องถูกทำให้มองเห็นได้อย่างโปร่งใส (Heiskanen et al., 74 2010) และยังสอดคล้องกับข้อเสนอเรื่อง social influence และการสร้างบรรทัดฐานใหม่จากผลลัพธ์เชิงประจักษ์ (Mubarik et al., 2021) การยืนยันจึงไม่ใช่พิธีการปิดโครงการ แต่เป็นการจัดการความหมาย

ทางสังคมว่า “นี่คือมาตรฐานของชุมชนเรา” ซึ่งทำให้คนทำต่อแม้ไม่มีแรงกระตุ้นจากภายนอกตลอดเวลา

องค์ความรู้ใหม่

ผลการวิจัยเรื่องการจัดการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพาะพันธุ์กุ้งเพื่อการประมงที่ยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง สรุปข้อค้นพบสำคัญว่า “การมีส่วนร่วม” จะเกิดขึ้นจริงก็ต่อเมื่อการสื่อสารทำให้ชุมชนขยับจากการรับรู้ไปสู่การลงมือทำอย่างต่อเนื่อง โดยงานวิจัยนี้จำแนกการจัดการสื่อสารออกเป็น 2 มิติหลัก ได้แก่ (1) การจัดการสื่อสารด้านความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติ และ (2) การจัดการสื่อสารด้านการแพร่กระจายนวัตกรรม ซึ่งทั้งสองมิติมีตรรกะร่วมคือ ต้องทำให้ความยั่งยืนถูกแปลงเป็นเรื่อง “ใกล้ตัว คุ้มค่า ทำได้จริง” และต้องมีระบบสนับสนุนที่ทำให้การปฏิบัติกลายเป็นมาตรฐานร่วมของชุมชน ไม่ใช่กิจกรรมชั่วคราวของโครงการ ข้อค้นพบจากการวิจัยยืนยันว่า การสื่อสารเพื่อความยั่งยืนของการเพาะพันธุ์กุ้งในระดับชุมชนต้องทำงาน “ทั้งด้านคนและด้านระบบ” พร้อมกัน กล่าวคือ ด้านคนต้องสื่อสารให้ ชัด ชอบ เชื่อ และมีคนช่วย ด้านระบบต้องจัดการการแพร่กระจายให้ เข้าใจ เข้าถึง ลงมือทำ เห็นผล และขยายต่อได้ เมื่อทั้งสองมิติทำงานประสานกัน การมีส่วนร่วมจะไม่หยุดอยู่ที่การรับรู้หรือความเห็นด้วย แต่จะพัฒนาเป็นการปฏิบัติจริงที่ต่อเนื่อง และนำไปสู่ความมั่นคงของอาชีพประมงควบคู่กับการดูแลทรัพยากรชายฝั่งอย่างยั่งยืนของตำบลเกาะหมาก ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัยการจัดการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการเพาะพันธุ์กุ้งเพื่อการประมงที่ยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก

สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย การจัดการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการเพาะพันธุ์กุ้งอย่างยั่งยืนต้องมุ่งให้ “การเรียนรู้และการลงมือทำ” เกิดขึ้นจริงในชีวิตประจำวัน กระบวนการสื่อสารต้องเชื่อมโยง ความรู้–ทัศนคติ–การปฏิบัติ ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผ่านการมีส่วนร่วม ได้แก่ การร่วมวิเคราะห์ปัญหา ร่วมวางแผน ร่วมทดลอง แปลงสาธิต ร่วมกำหนดกติกา และร่วมติดตามผล โดยใช้กรอบ “ชัด–ชอบ–เชื่อ–ช่วย” เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อน ได้แก่ การสื่อสารที่ชัดเจนเป็นขั้นตอน การสร้างแรงจูงใจผ่านความคุ้มค่า การสร้างความไว้วางใจด้วยหลักฐานจริง และการสนับสนุนผ่านระบบพี่เลี้ยงและทรัพยากรที่เอื้อต่อการลงมือทำ สำหรับการแพร่กระจายนวัตกรรม พบว่า ความสำเร็จเกิดขึ้นเมื่อการสื่อสารถูกจัดการอย่างเป็นระบบจากกลุ่มนำร่องไปสู่คนส่วนใหญ่ ครอบคลุม 4 องค์ประกอบคือ ตัวนวัตกรรม ช่องทาง เวลา และระบบสังคม โดยนวัตกรรมต้องถูกมองเป็น “ชุดมาตรฐานร่วม” ของชุมชน ไม่ใช่เพียงสิ่งของหรือเทคโนโลยี จึงต้องอาศัยกรอบ “เข้าใจ–เข้าถึง–ลงมือทำ–เห็นผล” ได้แก่ การสร้างความเข้าใจเหตุผลและความคุ้มค่า การสื่อสารให้เหมาะกับรอบการผลิต การสนับสนุนการทดลองผ่านแปลงสาธิตและโค้ชชุมชน และการสื่อสารผลลัพธ์อย่างโปร่งใสเพื่อเสริมแรงและขยายการยอมรับ โดยรวม ความสำเร็จของการแพร่กระจายนวัตกรรมขึ้นอยู่กับความชัดของมาตรฐาน ความน่าเชื่อถือของผู้สื่อสาร ระบบพี่เลี้ยง การลดความเสี่ยงในการทดลอง การสื่อสารที่เหมาะกับจังหวะเวลา และกติกาชุมชนที่เป็นธรรมและตรวจสอบได้ จนทำให้เกิดการยอมรับต่อเนื่องและขยายผลจากกลุ่มนำร่องไปสู่ทั้งชุมชน **ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย** จากผลการวิจัย ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายคือ ควรกำหนดนโยบายการเพาะพันธุ์กุ้งเพื่อการประมงที่ยั่งยืนในรูปแบบมาตรฐานร่วมของชุมชน ให้เป็นวาระและแผนงานประจำของพื้นที่ เพื่อสร้างความต่อเนื่องและความเป็นเจ้าของร่วมของชุมชน นอกจากนี้ ควรจัดตั้งกลไกบริหารการสื่อสารและเครือข่ายนวัตกรรมระดับตำบลอย่างเป็นทางการ เพื่อทำหน้าที่ขับเคลื่อนการสื่อสารอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมทั้งมิติความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรม และการแพร่กระจายนวัตกรรมในชุมชน **ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป** การวิจัยครั้งต่อไป ควรมุ่งศึกษา การประเมินผลเชิงประจักษ์ของโมเดลการสื่อสาร ได้แก่ “ชัด–ชอบ–เชื่อ–ช่วย” และ “เข้าใจ–เข้าถึง–ลงมือทำ–เห็นผล” โดยควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงผสมผสาน (mixed methods) หรือการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) เพื่อให้สามารถประเมินทั้งผลลัพธ์เชิงปริมาณและกระบวนการเปลี่ยนแปลงเชิงคุณภาพได้อย่างรอบด้าน

นอกจากนี้ ควรศึกษาต่อในประเด็น กลไกการแพร่กระจายนวัตกรรมในระบบสังคมของเกาะหมากเชิงลึก โดยเน้นบทบาทของเครือข่ายทางสังคม ความไว้วางใจ และผู้มีอิทธิพลทางสังคม (social influence) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม การยอมรับนวัตกรรม และความต่อเนื่องของการปฏิบัติในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2551). การสื่อสารเพื่อการพัฒนา: พัฒนาการ แนวคิด สภาพการณ์ในสังคมไทย. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

อรรฆชัย ตระการศาสตร์ และคณะ. (2568). การสื่อสารเพื่อพัฒนาที่มีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์, 12(2), 155–169.

Dearing, J. W. (2009). Applying diffusion of innovation theory to intervention development. Research on Social Work Practice, 19(5), 503-518.

Haro-de-Rosario, A., Sáez-Martín, A., & Caba-Pérez, M.C. (2018). Using social media to enhance citizen engagement with local government: Evidence from European municipalities. International Review of Administrative Sciences, 84(3), 429-444.

Heiskanen, E., Johnson, M., Robinson, S., Vadovics, E., & Saastamoinen, M. (2010). Low-carbon communities as a context for innovation diffusion. Business Strategy and the Environment, 19(7), 481-491.

Manoharan, A. P., Ingrams, A., & Kang, D. (2023). E-participation and local government: A study of citizen engagement through digital platforms. Government Information Quarterly, 40(2), Article 101784.

Mubarik, M. S., et al. (2021). Expansion and specification of Knowledge, Skills, Attitudes and Practices survey model for community-based development. Sustainability, 13(19), 10525.

Oliveira, M., Curado, C., & Henriques, P. L. (2020). Knowledge sharing and citizen engagement in local government: A strategic communication perspective. Journal of Knowledge Management, 24(8), 1845-1863.

Rogers, E. M. (2003). Diffusion of innovations (5th ed.). Free Press.

Zhu, Z., Liu, Y., & Hu, J. (2020). Determinants of community participation in public benefit activities: An innovation diffusion perspective. Journal of Community Psychology, 48(6), 1954-1972.

Zheng, L., et al. (2022). Knowledge, attitude, and practice (KAP) toward COVID-19 pandemic among the public: A cross-sectional study. International Journal of Environmental Research and Public Health, 19(5), 2784.