การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 14
The 14th STOU National Research Conference

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรสำหรับเกษตรกรในจังหวัดระนอง

Development for Agricultural Public Relations Media for Farmers in Ranong Province

ดวงพร ทองปาน (Duangporn Tongpan)[1] บำเพ็ญ เขียวหวาน (Bumpen Keowan)[2] เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ (Benjamas Yooprasert)

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล สภาพเศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกร 2) ความรู้และพฤติกรรมในการรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร 3) ความพึงพอใจและความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร 4) แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ปัญหาและข้อเสนอแนะในการรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร ประชากรที่ใช้ศึกษาในการวิจัยคือ เกษตรกรในจังหวัดระนองที่ขึ้นทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร ปี 2565 จำนวน 24,854 ราย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโรยามาเน ที่ความคลาดเคลื่อน 0.07 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 204 ราย สุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยการจับสลาก และกลุ่มตัวอย่างในการทดลองใช้สื่อที่ได้พัฒนาขึ้น จำนวน 30 ราย โดยการสุ่มแบบเจาะจง เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การจัดอันดับ และการจัดหมวดหมู่ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า 1) เกษตรกรส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 51.13 ปี จบการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษา ประกอบอาชีพการเกษตรเป็นหลัก รายได้ในภาคการเกษตรเฉลี่ย 111,666.67 บาทต่อปี 2) เกษตรกรมีความรู้เกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรอยู่ในระดับมาก มีระดับการรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคลมากที่สุด จากกำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน และเกษตรกรส่วนใหญ่รับข้อมูลข่าวสารช่วงเวลา 17.01-21.00 น. 3) เกษตรกรมีความพึงพอใจการรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคลมากที่สุด จากกำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน และมีความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรในประเด็นข่าวสารโครงการที่เป็นประโยชน์ด้านการเกษตรมากที่สุด 4) แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในประเด็นด้านสื่อบุคคลและเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการ รูปแบบอักษรข้อความและภาพที่เข้าใจง่าย น่าสนใจ รวมถึงช่องทางการเผยแพร่สื่อที่เกษตรกรสามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว เกษตรกรมีปัญหาการรับสื่อประชาสัมพันธ์ ในประเด็นช่องทางในการสื่อสารมากที่สุด ซึ่งขาดเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความพร้อมในการสื่อสาร และข้อเสนอแนะเกษตรกรให้ความสำคัญกับประเด็นผู้รับสารมากที่สุด โดยควรมีหลักสูตรการสอบถาม ปรึกษาเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ การพัฒนาสื่อ สื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตร สื่อออนไลน์

[1] นักศึกษาหลักสูตรส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช silvermarsnarak@gmail.com

[2] รองศาสตราจารย์ ประจำสาขาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช bumpen.keo@stou.ac.th

[3] รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช yooprasertb@gmail.com

Abstract

The objectives of this research were to study 1) basic personal, economic, and social conditions of farmers 2) knowledge and behaviors in the receiving of agricultural public relations media of farmers 3) satisfaction and needs for the media in agricultural public relations of farmers 4) development guidelines for public relations media, problems and suggestions regarding the receiving of agricultural public relations media from farmers. The population of this study was 24,854 farmers in Ranong province who had registered with the department of agricultural extension in 2022. The sample size of 204 people was determined by using the Taro Yamane formula with an error value of 0.07 and the simple random sampling method through lotto picking and 30 people in the sample group received of the developed media usage trial through the purposive sampling method. Data were collected by using an interview form and were analyzed by using descriptive statistics such as frequency, percentage, minimum value, maximum value, mean, standard deviation, ranking, and data classification. The results of the research found that 1) most of the farmers were female with the average age of 51.13 years old, completed primary school education, had farming-related work as the main profession, earned the average income in the agricultural sector of 111,666.67 Baht/year. 2) Farmers had knowledge about agricultural public relations at the high level. The perception of public relations media with the type of personal media was at the highest level which came from the village chief/village head/village head assistant. They mostly received the information between 17.01-21.00 PM. 3) Farmers were satisfied with the receiving of public relations media in the form of personal media at the highest level from the village chief/village head/village head assistant. They needed the public relations media regarding agriculture in the aspect of news about the project which benefited the agricultural aspect the most. 4) The development guidelines for public relations media in the aspect of personal media and content should be aligned with the needs, the font of the text and picture should be easy to understand, interesting, along with the media distribution channel that farmers would be able to easily access, convenient, and fast. They faced the problems in the receiving of public relations media on the issue of communication channel at the highest level. Which lacks tools and equipment that are ready to communicate. The suggestions of farmers included that farmers focused with the aspect of the receiver at the highest level. There should be the curriculum to discuss the questions and answers and the regular consultation with the officers.

Keywords: Media development, Agricultural public relations media, Online media

บทนำ

กรมส่งเสริมการเกษตร ได้ยึดแนวทางนโยบายของรัฐบาลและกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นสำคัญ ภารกิจที่ต้องเร่งรัดดำเนินการ คือ ขยายผลการลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน มุ่งเน้นเรื่องการขับเคลื่อนแนวคิดการส่งเสริมการเกษตรสมัยใหม่ และหวังให้เกิดผลสำเร็จที่ชัดเจน อันจะนำไปสู่การวางรากฐานการทำงานเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว ภายใต้มาตรการสนับสนุน 5 ด้าน คือ การตลาดนำการผลิต เทคโนโลยีการผลิตเข้มแข็ง ปัจจัยการผลิตมีคุณภาพ เป็นการผลิตเพื่อตลาดเฉพาะ รวมทั้งพัฒนาช่องทางการจำหน่าย ซึ่งทุกงานล้วนแต่ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ในภารกิจงานทุกด้านของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เช่นเดียวกับการพัฒนาด้านอื่น ๆ โดยช่องทางการรับข่าวสารทางการเกษตรในปัจจุบันมีอยู่มากมายไม่ว่าจะเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และอินเตอร์เน็ต เป็นต้น สื่อบุคคล เช่น การพูดคุย การรับฟังและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนรอบข้าง หรือสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร และเอกสารวิชาการ เป็นต้น ซึ่งสื่อเหล่านี้จะมีส่วนช่วยในการรับรู้ ถ่ายทอด ส่งผ่านข้อมูลข่าวสาร นวัตกรรม ตลอดจนเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม โดยเทคโนโลยีสารสนเทศทางการเกษตรจะสามารถช่วยในการตัดสินใจของเกษตรกรได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วยิ่งขึ้นด้วยการเปิดโอกาสให้เกษตรกรได้รับรู้ข่าวสาร นำเสนอความต้องการและความคิดเห็น ให้เกษตรกรสามารถนำความรู้และเทคโนโลยีด้านการเกษตรมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตให้สูงขึ้น รวมไปถึงเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมทำให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าหน้าที่และเกษตรกร ทำให้การทำงานมีความเข้าใจตรงกันและประสบผลสำเร็จในที่สุด (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2566)

สำนักงานเกษตรจังหวัดระนอง มีครัวเรือนเกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร ปี 2565 จำนวน 24,854 ครัวเรือน จากการสำรวจพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มีการประกอบอาชีพทางการเกษตรโดยมีการปลูกไม้ยืนต้นจำพวกยางพารา ปาล์มน้ำมัน รองลงมาเป็นไม้ผลจำพวกทุเรียน มังคุด ลองกอง และเงาะตามลำดับ อย่างไรก็ตามเกษตรกรส่วนใหญ่ในจังหวัดระนองยังประสบปัญหาในการทำการเกษตรหลายด้าน ทั้งในเรื่องของต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ปัญหาเรื่องโรคและแมลงศัตรูพืช การขาดแคลนน้ำสำหรับทำการเกษตรในช่วงฤดูแล้ง ดินขาดความอุดมสมบูรณ์ในการเพาะปลูก การขาดการบริหารจัดการและการตลาดที่ดี รวมถึงขาดการได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อต่างๆที่ไม่ตรงตามความต้องการของเกษตรกรและไม่มีประสิทธิภาพ (สำนักงานเกษตรจังหวัดระนอง, 2565) ส่งผลให้เกษตรกรประสบปัญหาในการทำการเกษตรดังที่กล่าวมาข้างต้น ดังนั้น “สื่อประชาสัมพันธ์”จึงนับเป็นหัวใจอันสำคัญยิ่งในการดำเนินงานพัฒนาการเกษตร โดยเฉพาะการทำงานร่วมกับเกษตรกร สื่อประชาสัมพันธ์จะสามารถสนับสนุนความสำเร็จของโครงการต่าง ๆ ในชุมชนและเพิ่มผลผลิตให้เกษตรกรให้สมบูรณ์รวดเร็วยิ่งขึ้น และเพื่อเป็นแนวทางในการถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตรให้แก่เกษตรกรให้เกิดประโยชน์สูงสุด จึงต้องทราบถึงปัญหาและความต้องการทางด้านสื่อของเกษตรกร เพื่อให้สามารถวางแผนการผลิตสื่อให้ตรงตามความต้องการและเกิดประสิทธิภาพ ทั้งนี้กระบวนการสื่อสารที่ก่อให้เกิดการพัฒนามีด้วยกันตั้งแต่ระดับบุคคล ระดับกลุ่มจนถึงระดับการใช้สื่อสารมวลชนเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น การเผยแพร่แนวคิดและวิทยาการสมัยใหม่ การถ่ายทอดความรู้ และการส่งเสริมต่าง ๆ ดังนั้นสื่อทางการเกษตรจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการออกแบบ พัฒนาให้สอดคล้อง มีคุณภาพ ตรงตามความต้องการและเหมาะสมกับเกษตรกรกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเสริมความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นระหว่างองค์กรหรือหน่วยงานกับประชาชนหรือเกษตรกร

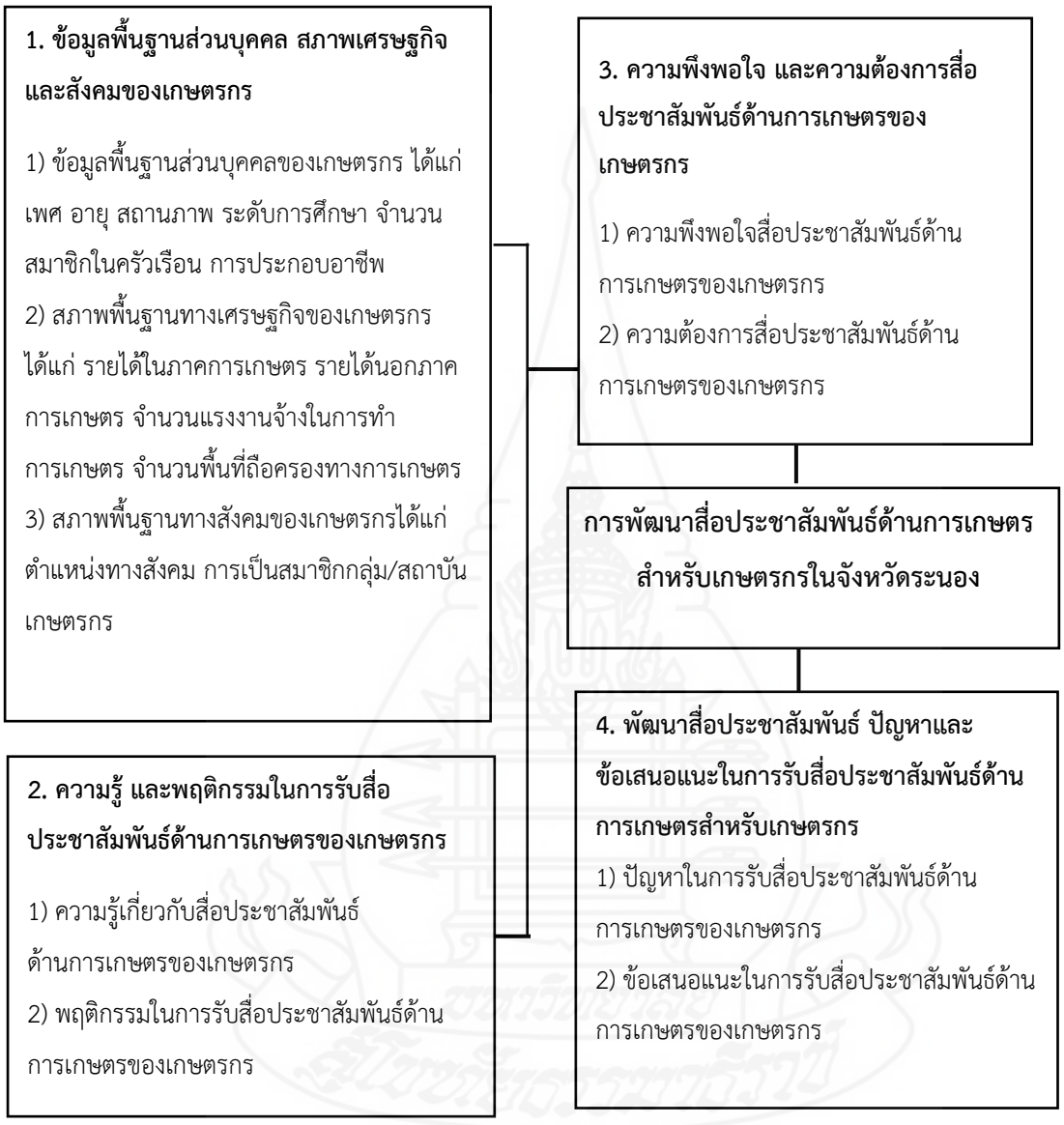
จากข้อมูลดังกล่าว จึงมีความจำเป็นในการศึกษาสภาพพื้นฐานทางสังคม เศรษฐกิจสถานการณ์การรับสื่อด้านการเกษตรในปัจจุบัน ความต้องการสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรและแนวทางการส่งเสริม เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาวิเคราะห์ในการวางแผนการผลิตและเผยแพร่สื่อให้ตรงกับความต้องการของเกษตรกรในพื้นที่ต่อไป อีกทั้งทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีข้อมูลสำหรับการวางแผนในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร ผ่านสื่อหรือวิธีการต่าง ๆ ได้ตรงกับความต้องการของเกษตรกรต่อไปในอนาคต ซึ่งส่งผลให้เกษตรกรได้รับข่าวสารที่ตรงตามความต้องการ ผ่านสื่อที่มีความเหมาะสมกับผู้รับมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล สภาพเศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกร
2. เพื่อศึกษาความรู้ และพฤติกรรมในการรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจและความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร
4. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ปัญหาและข้อเสนอแนะในการรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรสำหรับเกษตรกรในจังหวัดระนอง” ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี ประชากรที่ใช้ศึกษาในการวิจัยคือ 1) เกษตรกรในจังหวัดระนองที่ขึ้นทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร ปี 2565 จำนวน 24,854 ราย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโรยามาเนที่ความคลาดเคลื่อน 0.07 สุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยการจับสลาก ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 204 ราย 2) กลุ่มตัวอย่างที่ทดลองใช้สื่อที่พัฒนาขึ้น จำนวน 30 ราย โดยการสุ่มแบบเจาะจง เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยมีลักษณะคำถาม

ทั้งคำถามแบบปลายปิด และคำถามแบบปลายเปิด แบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ 1) ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล สภาพเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกร 2) ความรู้ และพฤติกรรมในการรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร 3) ความพึงพอใจและความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร 4) แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ปัญหาและข้อเสนอแนะในการรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร ทดสอบค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสัมภาษณ์เท่ากับ 0.95 และทำการทดสอบเพื่อหาค่าความเที่ยง ตามวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา มีค่าระหว่าง 0.864 - 0.951 ค่าที่ได้อยู่ในเกณฑ์มากกว่า 0.7 ถือว่าแบบสัมภาษณ์นั้นสามารถนำไปใช้ได้ และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการจัดอันดับ มีการแปลความหมายของระดับความรู้และพฤติกรรม ระดับความพึงพอใจและความต้องการ ระดับปัญหาและข้อเสนอแนะ โดยมีหลักเกณฑ์ดังนี้

ช่วงคะแนน 1.00-1.80 หมายความว่า ระดับน้อยที่สุด

ช่วงคะแนน 1.81-2.60 หมายความว่า ระดับน้อย

ช่วงคะแนน 2.61-3.40 หมายความว่า ระดับปานกลาง

ช่วงคะแนน 3.41-4.20 หมายความว่า ระดับมาก

ช่วงคะแนน 4.21-5.00 หมายความว่า ระดับมากที่สุด

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล สภาพเศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกร

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 51.13 ปี มีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษา มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 3.5 คน ประกอบอาชีพการเกษตรเป็นหลัก เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีอาชีพรอง **สภาพเศรษฐกิจ** พบว่า เกษตรกรมีรายได้ในภาคการเกษตรเฉลี่ย 111,666.67 บาทต่อปี รายได้นอกภาคการเกษตรเฉลี่ย 31,636.36 บาทต่อปี จำนวนแรงงานจ้างในการทำการเกษตรเฉลี่ย 2.13 คน จำนวนพื้นที่ถือครองทางการเกษตรเฉลี่ย 13.25 ไร่ **สภาพสังคม** พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 91.67 ไม่มีตำแหน่งทางสังคม และเกษตรกรร้อยละ 68.14 ไม่เป็นสมาชิกกลุ่ม/สถาบันเกษตรกร

2. ความรู้ และพฤติกรรมในการรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร

1) ความรู้เกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร พบว่าในภาพรวมเกษตรกรมีความรู้อยู่ในระดับมาก มีจำนวนข้อที่ตอบถูกเฉลี่ย 12 ข้อ จาก 15 ข้อ โดยข้อที่ตอบถูกมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงและใกล้ชิดกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด สามารถจูงใจเกษตรกรได้ด้วยการพูดคุยแบบเป็นกันเอง รองลงมาการสื่อสารทางเทคโนโลยี เป็นการสื่อสารที่ใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อกลาง เช่น โทรศัพท์ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย และการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ทั้งในรูปแบบวิธีการ เนื้อหา ช่องทางการสื่อสารข่าวสาร ตามลำดับ

2) พฤติกรรมในการรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร พบว่าระดับการรับสื่อของเกษตรกรทั้งที่เป็น ประเภทสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.84) โดยเกษตรกรใช้สื่อบุคคลคือกำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ในการรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรมากที่สุด

(ค่าเฉลี่ย 3.61) รองลงมาคือสื่อออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 2.98) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ค่าเฉลี่ย 2.79) สื่อกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 2.51) และสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.30) ตามลำดับ

3) ช่วงเวลาที่เกษตรกรรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตร พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 49.5รับข้อมูลข่าวสารช่วงเวลา 17.01-21.00 น. ร้อยละ 27.0 รับข้อมูลข่าวสารช่วงเวลา 09.01-13.00 น. ร้อยละ 14.7 รับข้อมูลข่าวสารช่วงเวลา 05.01-09.00 น. ร้อยละ 5.4 รับข้อมูลข่าวสารช่วงเวลา 13.01-17.00 น. และร้อยละ 3.4 รับข้อมูลข่าวสารช่วงเวลา 21.01-01.00 น. ตามลำดับ

3. ความพึงพอใจ และความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร

1) ระดับความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร ทั้งที่เป็น ประเภทสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อออนไลน์ ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.99) โดยเกษตรกรมีความพึงพอใจสื่อบุคคลคือกำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.54) รองลงมาคือสื่อออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 3.14) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ค่าเฉลี่ย 3.03) สื่อกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 2.74) และสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.49) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร

ประเภทสื่อที่ได้รับ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
1. สื่อบุคคล	3.54	0.764	มาก	1
2. สื่อกิจกรรม	2.74	1.041	ปานกลาง	4
3. สื่อสิ่งพิมพ์	2.49	1.043	น้อย	5
4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์	3.03	1.003	ปานกลาง	3
5. สื่อออนไลน์	3.14	1.203	ปานกลาง	2
ค่าเฉลี่ย	2.99	1.011	ปานกลาง	

2) ระดับความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร จากการรับสื่อตามความต้องการตามวัตถุประสงค์ ทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยเมื่อพิจารณาแยกออกรายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 5 ประเด็น ได้แก่ ทราบข่าวสารโครงการที่เป็นประโยชน์ด้านการเกษตร (ค่าเฉลี่ย 3.70) ทราบสถานการณ์ระบาดของโรคศัตรูพืช (ค่าเฉลี่ย 3.66) ทราบการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร (ค่าเฉลี่ย 3.60) ทราบสถานการณ์ภัยพิบัติด้านการเกษตร (ค่าเฉลี่ย 3.58) รับข่าวสารทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.53) อยู่ในระดับปานกลางจำนวน 5 ประเด็น ได้แก่ ติดต่อสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย 3.29) การสร้างอาชีพเสริมอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.25) สร้างเครือข่ายสังคม (ค่าเฉลี่ย 3.21) การบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.11) สินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.06)

ตารางที่ 2 ความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร

การรับสื่อตามวัตถุประสงค์	ระดับความต้องการสื่อ (จำนวน/ร้อยละ) น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)	$\bar{x}$ (S.D.)	ความหมาย	อันดับ
รวม						**3.40 (0.788)**	**ปานกลาง**	
1. รับข่าวสารทั่วไป	0 (0.0)	23 (11.3)	82 (40.2)	66 (32.4)	33 (16.2)	3.53 (0.895)	มาก	5
2. การสร้างอาชีพเสริมอื่นๆ	7 (3.4)	31 (15.2)	94 (46.1)	48 (23.5)	24 (11.8)	3.25 (0.968)	ปานกลาง	7
3. การบันเทิงพักผ่อนหย่อนใจ	8 (3.9)	45 (22.1)	84 (41.2)	50 (24.5)	17 (8.3)	3.11 (0.974)	ปานกลาง	9
4. ติดต่อสื่อสาร	6 (2.9)	36 (17.6)	80 (39.2)	56 (27.5)	26 (12.7)	3.29 (0.998)	ปานกลาง	6
5. สินค้าและบริการ	11 (5.4)	55 (27.0)	75 (36.8)	36 (17.6)	27 (13.2)	3.06 (1.092)	ปานกลาง	10
6. สร้าง เครือข่ายสังคม	13 (6.4)	29 (14.2)	84 (41.2)	58 (28.4)	20 (9.8)	3.21 (1.017)	ปานกลาง	8
7. ทราบสถานการณ์ระบาดของโรคศัตรูพืช	5 (2.5)	30 (14.7)	55 (27.0)	54 (26.5)	60 (29.4)	3.66 (1.123)	มาก	2 1
8. ทราบข่าวสารโครงการที่เป็นประโยชน์ด้านการเกษตร	3 (1.5)	26 (12.7)	60 (29.4)	56 (27.5)	59 (28.9)	3.70 (1.067)	มาก	3
9 ทราบการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร	6 (2.9)	29 (14.2)	58 (28.4)	59 (28.9)	52 (25.5)	3.60 (1.103)	มาก	4
10. ทราบสถานการณ์ภัย	3 (1.5)	26 (12.7)	78 (38.2)	44 (21.6)	53 (26.0)	3.58 (1.05	มาก	

3) ความต้องการสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตร พบว่าเกษตรกรมีความต้องการสื่อออนไลน์ด้านเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องโรคและแมลงศัตรูพืช การแจ้งเตือนภัยธรรมชาติที่ส่งผลกระทบต่อภาคการเกษตร และข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการช่วยเหลือของภาครัฐทางด้านการเกษตร ตามลำดับ รูปแบบอักษรและข้อความ ภาษาและตัวหนังสืออ่านเข้าใจง่าย ตัวอักษรและข้อความมีความดึงดูดน่าสนใจ รูปแบบภาพ สื่อความหมายเข้าใจง่าย ตรงตามประเด็นเนื้อหา และมีสีสันสวยงาม ช่องทางการเผยแพร่สื่อ เผยแพร่ผ่านช่องทาง Line กลุ่มเกษตรจังหวัดระนอง Facebook ประชาสัมพันธ์ สนง.เกษตรจังหวัดระนอง เว็บไซต์สำนักงานเกษตรจังหวัดระนอง และ Youtube Kaset Ranong

4. แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ปัญหาและข้อเสนอแนะในการรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร

4.1 แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ โดยการทดลองใช้สื่อออนไลน์ที่ได้พัฒนาขึ้น ผ่านช่องทางสำนักงานเกษตรจังหวัดระนอง

1) ระดับความพึงพอใจของเกษตรกร หลังทดลองใช้สื่อออนไลน์ที่ได้พัฒนาขึ้น จำนวน 30 ราย พบว่าเกษตรกรมีความพึงพอใจ ทั้งที่เป็นประเภทเว็บไซต์สำนักงานเกษตรจังหวัดระนอง Facebook ประชาสัมพันธ์ สนง.เกษตร จังหวัดระนอง Line กลุ่มเกษตรจังหวัดระนอง Youtube Kaset Ranong ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยเกษตรกรมีความพึงพอใจสื่อสังคมออนไลน์ประเภท Line กลุ่มเกษตรจังหวัดระนองมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาคือ Youtube Kaset Ranong (ค่าเฉลี่ย 3.84) เว็บไซต์สำนักงานเกษตรจังหวัดระนอง (ค่าเฉลี่ย 3.79) และ Facebook ประชาสัมพันธ์ สนง.เกษตรจังหวัดระนอง (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

2) ข้อเสนอแนะของเกษตรกร หลังทดลองใช้สื่อออนไลน์ที่ได้พัฒนาขึ้น จำนวน 30 ราย มีข้อเสนอแนะในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. ความหลากหลายของแหล่งข้อมูล สื่อออนไลน์ควรมีข้อมูลที่หลากหลายครอบคลุมทุกแง่มุมของการเกษตร ไม่ว่าจะเป็นการปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ การแปรรูปผลผลิต การตลาด และอื่นๆ

2. ข้อมูลที่ทันสมัย ข้อมูลบนสื่อออนไลน์ควรมีการอัปเดตอยู่เสมอ จะช่วยทำให้เกษตรกรได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบัน

3. ช่อง Youtube Kaset Ranong ควรเพิ่มเนื้อหาการสอนเทคนิคด้านการเกษตร ซึ่งจะเป็นแหล่งเรียนรู้ที่น่าสนใจสำหรับเกษตรกรที่ต้องการพัฒนาทักษะในด้านต่างๆ เช่น หมอพืชชุมชน, หมอดินชุมชน, Young Smart Farmer เป็นต้น

4. การบูรณาการข้อมูลความรู้กับหน่วยงานภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกษตรกรสามารถนำข้อมูลความรู้ที่ตรงกับความต้องการไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. การเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ เช่น TikTok , Instagram

6. การอบรมฝึกทักษะการใช้สื่อออนไลน์ให้กับเกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรที่มีความพร้อมและสนใจได้เรียนรู้ทักษะการใช้สื่อออนไลน์ในการติดตามข่าวสารงานส่งเสริมการเกษตร

4.2 ปัญหาในการรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร พบว่าระดับปัญหาของเกษตรกร ทั้งที่เป็นประเภทผู้ส่งสาร ข้อมูลข่าวสาร ช่องทางในการสื่อสาร และผู้รับสาร ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.27) โดยเกษตรกรมีปัญหาในการรับสื่อด้านช่องทางในการสื่อสารมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.38) ซึ่งขาดเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความพร้อมในการสื่อสาร รวมถึงสภาพแวดล้อมไม่เหมาะสมต่อการรับสาร รองลงมาคือ ผู้รับสาร (ค่าเฉลี่ย 2.32) ข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 2.20) และผู้ส่งสาร (ค่าเฉลี่ย 2.18) ตามลำดับ

4.3 ข้อเสนอแนะในการรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร พบว่า ระดับของความสำคัญข้อเสนอแนะของเกษตรกร ทั้งที่เป็น ประเภทผู้ส่งสาร ข้อมูลข่าวสาร ช่องทางในการสื่อสาร และผู้รับสาร ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยระดับของความสำคัญข้อเสนอแนะของเกษตรกรด้านผู้รับสารมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.75) ซึ่งควรมีหลักสูตรการสอบถาม ปรึกษาเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง และเกษตรกรควรมีการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอ รองลงมาคือ ผู้ส่งสาร และข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.63) ช่องทางในการสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. **ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล สภาพเศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกร**

1) ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ผลการวิจัย พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 58.3 เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จบการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับชญาณ์พิมพ์ พรหมจันทร์ (2562) การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรในอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 72.0 เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี สืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของบทบาททางสังคม ในหลายสังคมบทบาทของผู้หญิงเริ่มเปลี่ยนแปลงไป ผู้หญิงมีโอกาสเข้าถึงการศึกษาและมีส่วนร่วมในภาคการผลิตมากขึ้น ทำให้ภาพลักษณ์ของเกษตรกรผู้หญิงมีบทบาททางการเกษตรมากในปัจจุบันเกษตรกรร้อยละ 98.5 ประกอบอาชีพการเกษตรเป็นหลัก เนื่องจากจังหวัดระนองเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ของดิน น้ำ และสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมในการทำการเกษตร โดยเฉพาะการปลูกไม้ผล ไม้ยืนต้น อาทิ ทุเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง ยางพารา ปาล์มน้ำมัน เป็นต้น และบางพื้นที่เกษตรกรมีโอกาสทางการศึกษาน้อยหรือจบการศึกษาไม่สูงมากนัก ทำให้ไม่มีทักษะในการประกอบอาชีพอื่น

2) สภาพเศรษฐกิจ ผลการวิจัย พบว่า เกษตรกรมีรายได้ในภาคการเกษตรเฉลี่ย 111,666.67 บาท/ปี ซึ่งสังเกตได้ว่าไม่สูงมากนัก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดพื้นที่ทำกิน ชนิดพืชที่ปลูก และปัจจัยภายนอก เช่น สภาพอากาศ ราคาผลผลิต เป็นต้น โดยส่วนใหญ่จังหวัดระนองมีพื้นที่ปลูกไม้ยืนต้น 572,418 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 89.62 ของพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมด เช่น ยางพารา ปาล์มน้ำมัน (สำนักงานเกษตรจังหวัดระนอง, 2565) และเกษตรกรร้อยละ 63.2 ไม่มีแรงงานจ้างในการทำการเกษตร เนื่องจากเน้นการใช้แรงงานในครัวเรือนเป็นหลัก และมีจำนวนพื้นที่ถือครองทางการเกษตรไม่มาก

3) สภาพสังคม ผลการวิจัย พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 91.67 ไม่มีตำแหน่งทางสังคม ซึ่งสอดคล้องกับชญาณ์พิมพ์ พรหมจันทร์ (2562) พบว่าเกษตรกรร้อยละ 73.5 ไม่ได้ดำรงตำแหน่งใด ๆทางสังคม เนื่องจากเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดระนองประกอบอาชีพทำการเกษตรเป็นหลัก ทำให้เกษตรกรมีเวลาจำกัดจึงไม่สามารถทำหน้าที่อื่นได้

2. ความรู้ และพฤติกรรมในการรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร

1) ความรู้ในการรับสื่อของเกษตรกร ผลการวิจัย พบว่าเกษตรกรมีความรู้เกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรอยู่ในระดับมาก โดยตอบถูกต้องเฉลี่ย 12 ข้อ จาก 15 ข้อ อาจเนื่องจากรูปแบบคำถามมีความชัดเจน เข้าใจง่าย และประเด็นที่ถูกถามอาจเป็นประเด็นที่เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจในเบื้องต้น จึงมีส่วนช่วยให้เกษตรกรตอบคำถามได้อย่างถูกต้อง

2) ระดับการรับสื่อของเกษตรกร ผลการวิจัยพบว่า ประเภทสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับการรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคลมากที่สุด คือกำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน รองลงมาคือสื่อออนไลน์ ประเภทไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับเสาวณีย์ เล็กบางพง (2560) เรื่องความต้องการสารสนเทศทางการเกษตรของเกษตรกร ตำบลบางเหรียง อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา พบว่าเกษตรกรมีการเปิดรับข่าวสารทางการเกษตรผ่านผู้นำชุมชน เพื่อนบ้าน ญาติพี่น้องมากที่สุด และส่วนใหญ่ไม่เปิดรับข่าวสารทางการเกษตรผ่านหนังสือพิมพ์วารสารทางการเกษตรและแผ่นพับ เนื่องจากจังหวัดระนองเกษตรกรจะมีการเข้าร่วมประชุมหมู่บ้านเป็นประจำทุกเดือน จึงเป็นช่องทางสำคัญในรับข่าวสารประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง อีกทั้งยังมีการพบปะทำกิจกรรมร่วมกันภายในชุมชน ทั้งนี้บริบทพื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดระนองเป็นภูเขา ทำให้มีผลต่อการรับสัญญาณอินเตอร์เน็ตในการใช้สื่อออนไลน์

3) ช่วงเวลาที่เกษตรกรรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตร ผลการวิจัยพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่รับข้อมูลข่าวสารช่วงเวลา 17.01-21.00 น. ซึ่งสอดคล้องกับเสาวนีย์ เล็กบางพง (2560) พบว่าเกษตรกรมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทางการเกษตรช่วงเวลา 17.01 - 19.00 น. และสอดคล้องกับรุ้งลาวัลย์ รัญจวรรณะ (2562) เรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรในโครงการระบบส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่าเกษตรกรมีการเปิดรับข่าวสารทางการเกษตรในช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาเสร็จสิ้นภารกิจจากการทำการเกษตร ทำให้เกษตรกรสามารถรับข้อมูลข่าวสารได้ในช่วงเวลาดังกล่าว

3. ความพึงพอใจ และความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร

1) ระดับความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการเกษตรของเกษตรกร ผลการวิจัยพบว่าเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจ ประเภทสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อออนไลน์ ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.99) โดยเกษตรกรความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคลมากที่สุด ได้แก่ กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน รองลงมาคือสื่อออนไลน์ ประเภทไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับเสาวณีย์ เล็กบางพง (2560) พบว่าเกษตรกรมีความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรผ่านผู้นำชุมชน เพื่อนบ้าน ญาติพี่น้องมากที่สุด เนื่องจากในพื้นที่สื่อบุคคลถือเป็นช่องทางที่เกษตรกรสามารถรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรได้สะดวกผ่านการประชุมหมู่บ้าน พูดคุยกันโดยตรงในชุมชน สามารถสอบถามรายละเอียดและแสดงความคิดเห็นได้อย่างสะดวก

2) ระดับความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการเกษตรของเกษตรกร ผลการวิจัยพบว่าเกษตรกร มีระดับความต้องการสื่อตามวัตถุประสงค์ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยมีความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรในประเด็นข่าวสารโครงการที่เป็นประโยชน์ด้านการเกษตรมากที่สุด รองลงมาคือสถานการณ์ระบาดของโรคศัตรูพืช ซึ่งสอดคล้องกับชญาณ์พิมพ์ พรหมจันทร์ (2562) พบว่าเกษตรกรมีความต้องการสื่อข้อมูลข่าวสารเพื่อใช้ในการหาความรู้ทางด้านการเกษตรภาพรวมในระดับปานกลาง ซึ่งแหล่งความรู้ที่เกษตรกรได้รับจากสื่อออนไลน์มากที่สุดผ่าน ไลน์, เฟซบุ๊ก, เว็บไซต์, ยูทูบ เนื่องจาก

สาเหตุและความจำเป็นในการประกอบอาชีพการเกษตร ที่ต้องอาศัยความรู้และข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรที่เป็นประโยชน์มาช่วยในการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข และป้องกัน ในการทำการเกษตรให้มีรายได้ที่มั่นคงและยั่งยืนต่อไป

3) ความต้องการสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตร พบว่าเกษตรกรมีความต้องการ สื่อออนไลน์ด้านเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องโรคและแมลงศัตรูพืชมากที่สุด รองลงมาคือการแจ้งเตือนภัยธรรมชาติที่ส่งผลกระทบต่อภาคการเกษตร อภิปรายได้ว่าเกษตรกรให้ความสนใจในเรื่องข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรที่เป็นประโยชน์ และสามารถนำไปเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาด้านการเกษตรในพื้นที่ของตนเองได้ และเกษตรกรมีความต้องการสื่อที่เผยแพร่ผ่านช่องทางไลน์ เฟสบุ๊ค เว็บไซต์ และยูทูป สำนักงานเกษตรระนอง เนื่องจากเป็นชองทางที่มีความสะดวกในการค้นคว้าข้อมูล ข่าวสาร รวมทั้งต้องการพัฒนาเพื่อ เป็นช่องทางการรับรู้ข่าวสารให้เป็นปัจจุบัน เขาถึงเกษตรกรเป้าหมายได้มากและรวดเร็ว

4. แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ปัญหาและข้อเสนอแนะในการรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร

4.1 แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ โดยการทดลองใช้สื่อออนไลน์ที่ได้พัฒนาขึ้น ผ่านช่องทางสำนักงานเกษตรจังหวัดระนอง

1) ระดับความพึงพอใจของเกษตรกร หลังทดลองใช้สื่อออนไลน์ที่ได้พัฒนาขึ้น จำนวน 30 ราย โดยมีความพึงพอใจภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยพบว่าโดยเกษตรกรมีความพึงพอใจสื่อสังคมออนไลน์ประเภทไลน์กลุ่มเกษตรจังหวัดระนองมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.98) ซึ่งสอดคล้องกับชญาณ์พิมพ์ พรหมจันทร์ (2562) พบว่า เกษตรกรมีความพึงพอใจสื่อออนไลน์ประเภทไลน์มากที่สุด ทั้งนี้เนื่องด้วยเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดระนองเริ่มให้ความสนใจในการใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการติดต่อข่าวสาร การหาข้อมูลเพื่อพัฒนาการเกษตรของตนให้ได้ผลผลิตดียิ่งขึ้น

4.2 ปัญหาในการรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร ผลการวิจัยพบว่า ระดับปัญหาของเกษตรกรประเภทผู้ส่งสาร ข้อมูลข่าวสารช่องทางในการสื่อสาร และผู้รับสาร ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.27) โดยเกษตรกรมีปัญหาในการรับสื่อด้านช่องทางในการสื่อสารมากที่สุด ซึ่งขาดเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความพร้อมในการสื่อสาร รวมถึงสภาพแวดล้อมไม่เหมาะสมต่อการรับสาร สอดคล้องกับณัฐวุฒิ หลวงแก้ว (2564) พบว่ามีปัญหาในการรับสื่อด้านอุปกรณ์มากที่สุด โดยเฉพาะการขาดสัญญาณอินเทอร์เน็ต และความซับซ้อนของขั้นตอนการเปิดใช้เครื่องมือสื่อ แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรยังขาดเครื่องมือและทักษะการใช้อุปกรณ์สื่อสาร อีกทั้งมีปัญหาในการรับสัญญาณอินเตอร์เน็ต ซึ่งอาจอยู่ในพื้นที่ห่างไกล ดังนั้นจึงควรหาแนวทางพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพิ่มการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในพื้นที่เกษตรกรรมให้มากขึ้น และการแนะนำให้ความรู้แก่เกษตรกรในการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือในการสื่อสาร

4.3 ข้อเสนอแนะในการรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรของเกษตรกร ผลการวิจัยพบว่า ระดับของความสำคัญข้อเสนอแนะของเกษตรกร ทั้งที่เป็น ประเภทผู้ส่งสาร ข้อมูลข่าวสาร ช่องทางในการสื่อสาร และผู้รับสาร ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยระดับของความสำคัญข้อเสนอแนะของเกษตรกรด้านผู้รับสารมากที่สุด ประกอบด้วย 2 ประเด็น ได้แก่ ควรมีหลักสูตรการสอบถามและปรึกษาเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง เกี่ยวกับขั้นตอนการใช้สื่อประเภทต่างๆ และเกษตรกรควรมีการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับชญาณ์พิมพ์ พรหมจันทร์ (2562) พบว่าข้อเสนอแนะด้านเกษตรกรคือควรเรียนรู้สื่อได้ด้วยตนเอง และมีการใช้งานอยู่เสมอ ดังนั้นเจ้าหน้าที่ควรให้คำแนะนำเกษตรกรและฝึกปฏิบัติในการ

ค้นหาข้อมูลข่าวสารทางการเกษตร มีช่องทางสอบถามข้อมูลแลกเปลี่ยนปัญหา เพื่อเสนอแนวทางแก้ไขให้หน่วยงานในระดับท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1.1 ข้อเสนอแนะต่อเกษตรกร

1) จากผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรมีความความพึงพอใจประเภทสื่อบุคคลมากที่สุด ได้แก่ กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน เนื่องจากในพื้นที่สื่อบุคคลถือเป็นช่องทางที่เกษตรกรสามารถรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรได้มากที่สุด ผ่านการประชุมหมู่บ้านพูดคุยกันโดยตรงในชุมชน สามารถสอบถามรายละเอียดและแสดงความคิดเห็นได้อย่างสะดวก ดังนั้นเกษตรกรควรมีการติดตามข่าวสารและสอบถามข้อมูลด้านการเกษตรผ่านผู้นำชุมชน (กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน) อย่างสม่ำเสมอ

2) จากผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรยังขาดความรู้ความเข้าใจ ทักษะความชำนาญ ในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์สื่อต่างๆ อาทิ สมาร์ทโฟน หรือแอพพลิเคชั่นทางการเกษตร ดังนั้น เกษตรกรควรพัฒนาทักษะการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์สื่อสื่อต่างๆ เพื่อให้สามารถใช้งานได้อย่างถูกต้อง มีการสอบถาม ปรึกษาเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง และควรมีการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอ

3) จากผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรมีความต้องการข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ทางด้านการเกษตร เช่นข่าวสถานการณ์ระบาดของโรคศัตรูพืช สถานการณ์ภัยพิบัติด้านการเกษตร ดังนั้นในเรื่องการมีส่วนร่วมของเกษตรกร จึงควรมีช่องทางให้เกษตรกรได้มีโอกาสในการเสนอแนะปัญหาหรือข้อสงสัย และให้ความเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาสื่อที่ได้รับ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ปรับปรุงและพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของเกษตรกร

1.2 ข้อเสนอแนะต่อเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

1) จากผลการวิจัยพบว่า ในปัจจุบันช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรนั้น มีหลากหลายช่องทาง อาทิ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อออนไลน์ที่กำลังเป็นที่แพร่หลาย เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ค ยูทูป และเว็ปไซต์ เป็นต้น ดังนั้นเจ้าหน้าที่ควรแนะนำและให้คำปรึกษาแก่เกษตรกรในการสืบค้นข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเอง เพื่อให้เกษตรกรสามารถเลือกช่องทางเข้าถึงสื่อได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว และสามารถนำความรู้ทางการเกษตรไปปรับใช้ในการประกอบอาชีพการเกษตรได้ต่อไป

2) จากผลการวิจัยพบว่า สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อกิจกรรม เกษตรกรมีระดับการรับสื่อ ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ดังนั้นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่ต้องการเผยแพร่ข่าวสารหรือองค์ความรู้ด้านการเกษตรแก่เกษตรกร ควรตระหนักถึงการใช้สื่อให้เหมาะสมและสอดคล้องกับพฤติกรรมในการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร โดยไม่ควรใช้สื่ออย่างหนึ่งอย่างใดโดยเฉพาะควรใช้สื่อในรูปแบบผสมผสาน ที่สามารถสร้างการรับรู้และการเข้าถึงสื่อได้มากกว่าการใช้สื่อประเภทใดประเภทหนึ่งเพียงประเภทเดียว

3) จากผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคลมากที่สุด ได้แก่ กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน และเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร รองลงมาคือสื่อออนไลน์ ดังนั้นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจึงควรให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการใช้สื่อผ่านช่องทางต่างๆ ที่มีความเหมาะสมและตรงกับความต้องการในการรับข้อมูลข่าวสาร

ประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตร โดยบุคคลในชุมชนจะเป็นส่วนสำคัญในการทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ และสร้างความเข้าใจให้กับเกษตรกรได้เป็นอย่างดี

4) จากผลการวิจัยพบว่า ผู้รับสารหรือเกษตรกรขาดการเข้าถึงเทคโนโลยี และประสบปัญหาด้านสายตาการมองเห็น เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นผู้สูงวัย ดังนั้นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมควรเลือกใช้รูปแบบ ประเภท และช่องทางการรับสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

1.3 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1) จากผลการวิจัยพบว่า ช่องทางการรับสื่อมีหลายช่องทาง ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเลือกใช้สื่อที่มีความหลายหลาย สร้างแรงจูงใจและไม่น่าเบื่อให้กับเกษตรกร

2) จากผลการวิจัยพบว่า ระดับการรับสื่อของเกษตรกร ทั้งที่เป็น ประเภทสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อออนไลน์ ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น หน่วยงานควรเลือกประเภทสื่อที่จะถ่ายทอดให้เหมาะสมกับตัวเกษตรกร โดยสามารถพิจารณา ได้จากเพศ อายุ ระดับการศึกษา และวัตถุประสงค์ความต้องการของเกษตรกรในการนำไปใช้ประโยชน์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3) จากผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรมีปัญหาการรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านช่องทางการสื่อสารมากที่สุด ในเรื่องสภาพแวดล้อมไม่เหมาะสมต่อการรับสาร และขาดเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสาร ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเลือกช่องทางการสื่อสารที่มีความเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ รวมถึงการเตรียมความพร้อมของอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสาร โดยมีวางแผนแก้ไขปัญหาและการจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างดำเนินงาน

1.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) จากผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรมีความต้องการข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ทางด้านการเกษตร ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีนโยบายแผนการปฏิบัติงานในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรประจำเดือน เพื่อให้เกษตรกรได้รับข่าวสารด้านการเกษตรอย่างต่อเนื่อง

2) จากผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรมีปัญหาในการรับสื่อด้านช่องทางการสื่อสารมากที่สุด ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการวางแผนงบประมาณในการสนับสนุนเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรับข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการพัฒนาทักษะและส่งเสริมให้เกษตรกรมีการใช้ช่องทางการรับสื่อที่หลากหลาย สะดวกและรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนเกษตรกรในจังหวัดระนอง ปี 2565 เท่านั้น ซึ่งในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อใช้เปรียบเทียบผลการศึกษาและเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเกษตรสำหรับเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สำหรับเป็นตัวอย่างการศึกษาวิจัยให้กับกลุ่มนักศึกษาและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้ครบถ้วน

2) ควรศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรทั้งในระดับจังหวัด อำเภอและระดับตำบล เนื่องจากกรมส่งเสริมการเกษตรมีหน่วยงานและบุคลากรที่ปฏิบัติงานส่งเสริมการเกษตรจนถึงในระดับพื้นที่ ซึ่งอาจมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกันไป เพื่อจะได้เป็นข้อมูลสำหรับการผลิตและใช้สื่อประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการเกษตร ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2566). *แผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมการเกษตร ระยะ 20 ปี.* สืบค้นจาก https://www.moac.go.th/about-strategic_plan_cost

ชญาณ์พิมพ์ พรหมจันทร์. (2562). *การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรในอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.

ณัฐวุฒิ หลวงแก้ว. (2564). *การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานสงเสริมการเกษตรของสำนักงานเกษตรอำเภอสองแคว จังหวัดนาน.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.

รุ้งลาวัลย์ รัญจวรรณะ. (2562). *พฤติกรรมการเปิดรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรในโครงการระบบส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน.* (ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

เสาวนีย์ เล็กบางพง. (2560). *ความต้องการสารสนเทศทางการเกษตรของเกษตรกร ตำบลบางเหรียง อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.

สำนักงานเกษตรจังหวัดระนอง. (2565). *ข้อมูลพื้นฐานการเกษตรจังหวัดระนอง ปี พ.ศ. 2565.* สืบค้นจาก https://ranong.doae.go.th/province/?page_id=124