



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 14
The 14th STOU National Research Conference

การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตร
ของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรในจังหวัดจันทบุรี
Infographic Media Development for Public Relation Agricultural Extension of
Extensionist in Chanthaburi Province

นักสวรรณ งามสว่าง (Napasawan Ngamsawang)¹ เฉลิมศักดิ์ ตุ่มหิรัญ (Chalerm Sak Toomhirun)²

จินดา ขลิบทอง (Jinda Chibotong)³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปและการปฏิบัติตามบทบาทและหน้าที่ของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร 2) เพื่อศึกษาการใช้สื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร 3) สำรวจความต้องการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร 4) พัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร และ 5) ประเมินความพึงพอใจสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรและประธานกลุ่มแปลงใหญ่ทุเรียนจังหวัดจันทบุรี ประชากรที่ศึกษา คือ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 72 คน และประธานกลุ่มแปลงใหญ่ทุเรียนในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 11 คน ใช้แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์เก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า 1) นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรจังหวัดจันทบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 40 ปี ระดับตำแหน่งปฏิบัติการ มีอายุการทำงานเฉลี่ย 10 ปี ปฏิบัติหน้าที่กลุ่มอารักขาพืช 2) ใช้สื่อออนไลน์ในการเผยแพร่ด้วยโทรศัพท์มือถือ โดยได้รับสื่ออินโฟกราฟิกจากสำนักงานเกษตรจังหวัด ความถี่การใช้เฉลี่ย 12 ครั้ง/เดือน 3) ต้องการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกให้มีข้อความส่วนหัวเรื่องว่าข่าวประชาสัมพันธ์ ระบุที่อยู่สำนักงานเกษตรอำเภอ/จังหวัด ใช้โลโก้ (Logo) กรมส่งเสริมการเกษตร และสำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี รูปแบบตัวอักษร Sriracha ตัวเลขอารบิก ใช้ภาพการปฏิบัติงานของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร โทนสีเย็น ขนาดเอสี่ 4) พัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกที่มีเนื้อหากระชับ ครบถ้วน รูปแบบสวยงาม นำไปใช้ประโยชน์ได้รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ 5) นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรและประธานกลุ่มแปลงใหญ่ทุเรียนจังหวัดจันทบุรีมีความพึงพอใจสื่ออินโฟกราฟิกในด้านการนำเสนอข้อมูลที่ครบถ้วน การออกแบบสามารถจดจำได้ง่าย สามารถใช้สื่ออินโฟกราฟิกเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้รับสารเข้าใจงานของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรจังหวัดจันทบุรีได้ครบถ้วนทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

คำสำคัญ สื่ออินโฟกราฟิก การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิก ประชาสัมพันธ์ งานส่งเสริมการเกษตร

¹ นักศึกษาหลักสูตรปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช Napasawan_ng@hotmail.com

² รองศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช artoom@hotmail.com

³ รองศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช arkjin@hotmail.com



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 14

The 14th STOU National Research Conference

Abstract

The objectives of this research were 1) to study general information and practice according to roles and responsibilities of the extensionists 2) to study the use of infographic media for agricultural extension public relations of extensionists 3) to survey the needs in the development of infographic media for agricultural extension public relations of extensionists 4) to develop the infographic media for agricultural extension public relations of extensionists and 5) to evaluate the satisfaction of infographic media for agricultural extension public relations of extensionists and chairpersons of durian collaborative farming group in Chanthaburi province. The population of this study was 72 extensionists in Chanthaburi province and 11 chairpersons of durian collaborative farming group in Chanthaburi province. Data were collected by using electronic questions. Data were analyzed by using statistics such as frequency distribution, percentage, minimum value, maximum value, mean, standard deviation, and content analysis. The results of the research found that 1) the extensionists in Chanthaburi province were mostly female with the average age of 40 years old and the position of practitioner. The average working time was 10 years and practiced on the duty of plant protection service group. 2) The use of online media in the distribution through mobile phone by receiving the infographic media from provincial office of agriculture and had the average frequency in the use of 12 time/month. 3) They needed the development of infographic media to include the headline which said public relations news specify the address of district/provincial office of agriculture with the logo of the department of agricultural extension and Chanthaburi provincial office of agriculture, the Sriracha font, Arabic number, and photos during the operation time of the extensionists with calm tone and A-4 size. 4) The development of infographic media had to be succinct, complete, artistic, easily and fast adapted for utilization, and up-to-date. 5) The extensionists and the chairman of durian collaborative farming group in Chanthaburi province were satisfied with the infographic regarding the complete presentation, the easy to remember design, the ability to use infographic media for public relations making the receiver completely understand the work of the extensionists in Chanthaburi and communicate more effectively.

Keywords: Infographic media, Development of infographic media, Public relations, Agricultural extension work



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 14 The 14th STOU National Research Conference

บทนำ

การสื่อสารมีบทบาทสำคัญในงานส่งเสริมการเกษตรที่จะเผยแพร่ข้อมูลความรู้ต่างๆ ไปสู่เกษตรกร โดยมีนักส่งเสริมทำหน้าที่เปรียบเสมือนเป็นสื่อกลางที่นำองค์ความรู้ทางการเกษตรไปสู่เกษตรกรกลุ่มเป้าหมาย เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจะต้องมีทักษะในการถ่ายทอดความรู้ นำเทคโนโลยีใหม่ๆ ทางเกษตรจากแหล่งความรู้มาปรับให้เหมาะสมเกษตรกรเป้าหมาย และอยู่ในรูปแบบที่ง่ายต่อการเข้าใจ สามารถนำไปปฏิบัติและถ่ายทอดความรู้ได้อย่างถูกต้อง กระบวนการเผยแพร่ข้อมูลไปยังกลุ่มเกษตรกรเป้าหมายนั้นมีข้อจำกัดในหลายด้าน ทั้งในเรื่องของความรู้ของผู้รับสารที่มีไม่เท่ากัน ด้านของสื่อที่ขาดความดึงดูด ความน่าสนใจ เช่น การเผยแพร่ข้อมูลผ่านเอกสารนั้น จะไม่สามารถเข้าถึงผู้อ่านที่ไม่ชอบเอกสารหรือผู้สูงอายุที่สายตาไม่ดี การเผยแพร่จึงอยู่ในวงจำกัดเฉพาะกลุ่ม หรือการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อโทรทัศน์นั้น มีค่าใช้จ่ายสูงมากทั้งค่าการผลิต และค่าใช้จ่ายในการซื้อสื่อ อีกทั้งเป็นสื่อที่มีอายุสั้นมาก จึงมีความยากต่อการส่งข้อมูลไปยังผู้รับสารได้อย่างครบถ้วน (เกวลี ล่อใจ และคณะ, 2561)

ปัจจุบันสื่ออินโฟกราฟิกถือเป็นเครื่องมือที่ทรงอิทธิพลมากที่สุดในการสื่อสารข้อมูลกับผู้รับสาร เนื่องจากธรรมชาติของมนุษย์รับรู้ข้อมูลผ่านประสาทสัมผัสทางตาหรือการมองเห็นมากถึงร้อยละ 70 และสมองของมนุษย์ถูกออกแบบมาโดยธรรมชาติให้มีความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลจากประสาทสัมผัสทางตามากกว่าร้อยละ 50 และมนุษย์สามารถประมวลผลข้อมูลจากภาพได้เร็วกว่าข้อมูลที่เป็นข้อความ เมื่ออ่านข้อความจะต้องใช้เวลาในการจินตนาการและประมวลผลข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจกับสิ่งที่อ่าน แต่รูปภาพอินโฟกราฟิกสามารถลดเวลาในการรับรู้ได้อย่างมาก (ธัญญ์ชนม์ สุขเสียงม, 2563) อีกทั้งเป็นการสื่อสารโดยแปลงเนื้อหาหรือข้อความที่ต้องการสื่อสาร เป็นภาพและจัดวางองค์ประกอบของภาพเป็นอย่างดี เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจเนื้อหาที่ผู้ส่งสารได้ส่งอย่างรวดเร็ว โดยไม่ต้องมีผู้นำเสนอข้อมูล สามารถทบทวนเนื้อหาและเรียนรู้ซ้ำได้ (ปรเม แก้วพวง, 2565) ส่งผลให้การสื่อสารในรูปแบบนี้เข้าถึงเกษตรกรมากที่สุด โดยส่วนใหญ่เกษตรกรสามารถเรียนรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว เข้าใจง่าย จดจำเนื้อหาที่ไม่ซับซ้อน ประหยัดเวลา ทำให้สามารถศึกษาข้อมูลต่างๆ ได้เร็ว

สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี มีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร ครอบคลุมเกษตรกร องค์กรเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชน การส่งเสริมและพัฒนาเพิ่มศักยภาพ การผลิต การแปรรูป การเพิ่มมูลค่า การพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์ โดยการศึกษา วิจัย พัฒนา กำหนดมาตรการและแนวทางในการส่งเสริมการเกษตร ตลอดจนการถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร และการให้บริการทางการเกษตร เพื่อให้เกษตรกรมีอาชีพและรายได้ที่มั่นคง มีคุณภาพชีวิตที่ดี และพึ่งพาตัวเองได้อย่างยั่งยืน จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์กลุ่มเกษตรกร พบว่า เกษตรกรขาดแคลนช่องทางอันเป็นสื่อกลางที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ สอดคล้องกับ พิษณุภาค จันทน์นิมมาธรณ์ (2559) กล่าวว่า เกษตรกรไทยยังมีปัญหาเรื่องการเข้าถึงข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีทางการเกษตร ที่ทันสมัยและเข้าใจง่าย

จากสถานการณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้สนใจเรื่องการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกในงานส่งเสริมการเกษตร โดยเห็นว่า นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรยุคใหม่จะต้องมีบทบาทในการเป็นนักประชาสัมพันธ์ ควรได้รับการพัฒนาเทคนิคและวิธีการใหม่ๆ ที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ ข้อมูลที่มีการเผยแพร่ต้องเป็นประโยชน์แก่เกษตรกร มีความถูกต้อง และรวดเร็ว (จรรย์อมล หรีจา, 2564) โดยผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ที่ได้รับความนิยมอยู่ในปัจจุบัน เน้นความรวดเร็ว สามารถส่งต่อข้อมูลได้จำนวนมากในครั้งเดียว เช่น ไลน์ (LINE) เฟซบุ๊ก (Facebook) ดังนั้น จึงต้องมีการพัฒนารูปแบบอินโฟกราฟิก



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 14

The 14th STOU National Research Conference

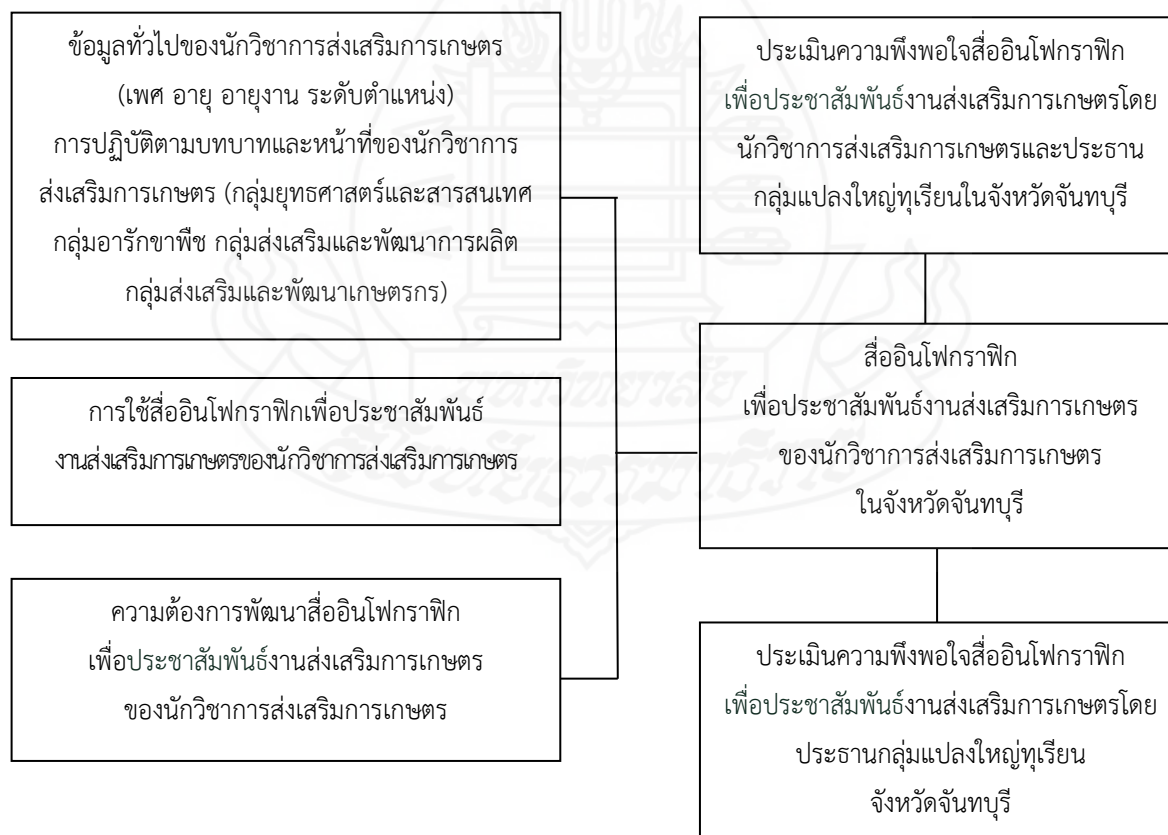
ให้สวยงามเข้าถึงผู้รับสารได้รวดเร็ว ดึงดูดความสนใจ มีรูปแบบที่จำจดได้ง่ายและตรงตามวัตถุประสงค์ที่นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรต้องการ เพื่อให้การปฏิบัติงานส่งเสริมการเกษตรในระดับพื้นที่ ได้รับประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

วัตถุประสงค์

งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปและการปฏิบัติตามบทบาทและหน้าที่ของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร
2. เพื่อศึกษาการใช้สื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร
3. เพื่อสำรวจความต้องการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร
4. เพื่อพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรเพื่อประเมินความพึงพอใจสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรและประธานกลุ่มแปลงใหญ่ทุเรียนจังหวัดจันทบุรี

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 14 The 14th STOU National Research Conference

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research & Development : R&D) แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการสำรวจ ขั้นตอนการพัฒนาสื่อ และขั้นตอนประเมินความพึงพอใจ โดยประชากรที่ใช้ศึกษา คือ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรจังหวัดจันทบุรี จำนวน 72 คน และกลุ่มที่ 2 ประธานกลุ่มแปลงใหญ่ทุเรียนในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 11 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ โดยแบบสอบถามมีลักษณะคำถามทั้งแบบปลายเปิดและแบบปลายปิด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ มีลักษณะคำถามทั้งแบบปลายเปิดและปลายปิด ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ชุด ดังนี้

ชุดที่ 1 แบบสอบถามเรื่องการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรจังหวัดจันทบุรี แบ่งเป็น 5 ตอน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปและการปฏิบัติตามบทบาทและหน้าที่ของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร 2) การใช้สื่ออินโฟกราฟิกประชาสัมพันธ์เพื่องานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรจังหวัดจันทบุรี 3) ความต้องการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรจังหวัดจันทบุรี 4) ระดับความต้องการสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร 5) ข้อเสนอแนะการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร

ชุดที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตร ได้แก่ 1) แบบประเมินความพึงพอใจสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตร สำหรับนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรจังหวัดจันทบุรี และ 2) แบบประเมินความพึงพอใจสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตร สำหรับประธานกลุ่มแปลงใหญ่ทุเรียนในจังหวัดจันทบุรี

ตรวจสอบด้านความตรงในเนื้อหา (Content Validity) ได้แก่ ความครอบคลุมด้านเนื้อหาและความถูกต้องตามสำนวนภาษา จากนั้นนำมาแก้ไขและปรับปรุงตามข้อวิจารณ์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ให้ความเห็น และข้อแนะนำ จากนั้นนำเครื่องมือที่ปรับปรุงเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิด้านจำนวน 3 คน เพื่อประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) แล้วจึงนำไปทดสอบค่าความเที่ยง (Reliability Consistency) ตามวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ปรากฏว่าได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของครอนบาคในแบบสอบถาม เท่ากับ 0.8466 ผ่านเกณฑ์การยอมรับได้จึงนำไปเก็บข้อมูลต่อไป

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรในจังหวัดจันทบุรี ได้ผลการวิจัยดังนี้

1. ขั้นตอนสำรวจ

1.1 ข้อมูลทั่วไปและการปฏิบัติตามบทบาทและหน้าที่ของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรจังหวัดจันทบุรี
พบว่า นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรจังหวัดจันทบุรี ส่วนใหญ่ร้อยละ 75 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 25 เป็นเพศชาย มีอายุ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 14

The 14th STOU National Research Conference

เฉลี่ย 40 ปี ร้อยละ 37.5 อยู่ในระดับตำแหน่งระดับปฏิบัติการ มีอายุการทำงานส่งเสริมการเกษตรมีอายุเฉลี่ย 10 ปี และร้อยละ 23.6 มีบทบาทและหน้าที่ในกลุ่มอารักขาพืช

1.2 การใช้สื่ออินโฟกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร
พบว่า นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรร้อยละ 95.8 ใช้ไลน์ (LINE) เป็นสื่อออนไลน์ในการเผยแพร่ ร้อยละ 64.8 ผ่านโทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์ในเผยแพร่ โดยร้อยละ 84.7 ได้รับสื่ออินโฟกราฟิกจากสำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี และไม่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกรมส่งเสริมการเกษตร นอกจากนี้มีนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร ร้อยละ 66.7 ที่ไม่เคยได้รับการฝึกอบรมการทำสื่ออินโฟกราฟิก โดยที่ความถี่ในการใช้สื่ออินโฟกราฟิกเฉลี่ย 12 ครั้ง/เดือน

1.3 ความต้องการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการเกษตร
ส่งเสริมการเกษตร พบว่า นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรต้องการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรที่เป็นข้อความส่วนหัวเรื่องคือข่าวประชาสัมพันธ์ โดยระบุที่อยู่สำนักงานเกษตรอำเภอ/จังหวัด อยู่ในส่วนท้ายเลือกใช้โลโก้ (Logo) กรมส่งเสริมการเกษตร และสำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี รูปแบบตัวอักษร Sriracha ใช้ภาพการปฏิบัติงานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร ใช้ตัวเลขอารบิก โทนีเซียน และรูปแบบขนาดเอสี่ (21.0 x 29.7 ซม.)

1.4 ระดับความต้องการสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร
พบว่า นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรระดับอำเภอ มีความต้องการใช้สื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรเนื้อหา การพัฒนาศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) การส่งเสริมการผลิตในรูปแบบแปลงใหญ่ และการพัฒนาฟาร์มให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ใช้สื่ออินโฟกราฟิกประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรผ่านสื่อออนไลน์ แอปพลิเคชันไลน์ (LINE) ให้กับกลุ่มเกษตรกร พัฒนาการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรให้มีประสิทธิภาพ เผยแพร่ผลการดำเนินงาน โดยเฉพาะผลสำเร็จที่เกิดขึ้นกับเกษตรกรและภาคเกษตร และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรีต่อสาธารณชน โดยดำเนินการในเชิงรุกและมีการบริหารจัดการข้อมูลและการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อเหตุการณ์

1.5 ข้อเสนอแนะการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร
นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรจังหวัดจันทบุรี ได้มีข้อเสนอแนะการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตร ดังนี้

1) ด้านเนื้อหา นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรลงความเห็น ว่า ในด้านเนื้อหาควรมีความกระชับ ครบถ้วน เข้าใจง่าย รายละเอียดมีประโยชน์ต่อผู้อ่าน และเรียงลำดับหัวข้อให้ชัดเจน

2) ด้านรูปแบบ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรลงความเห็น ว่า ใช้รูปแบบตัวอักษรสวยงาม อ่านง่าย แสดงภาพประกอบชัดเจน สวยงาม มีสีสันสะดุดตาและโครงสร้างของสื่ออินโฟกราฟิกมีความเหมาะสมกับเนื้อหา

3) ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรลงความเห็น ว่า สื่ออินโฟกราฟิกต้องสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ และควรมีการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายเพื่อเป้าหมายทุกกลุ่มเผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 14

The 14th STOU National Research Conference

2. ขั้นตอนการพัฒนาสื่อ

จากการสำรวจความต้องการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรในจังหวัดจันทบุรี ทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปขั้นตอนการดำเนินงานได้ ดังนี้

1. ขั้นตอนการจัดทำเนื้อหา จากการสำรวจพบว่า กลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรในจังหวัดจันทบุรี มีความต้องการเผยแพร่สื่ออินโฟกราฟิกในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยจึงได้จัดทำเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มแปลงใหญ่ โดยกลุ่มแปลงใหญ่ทุเรียน ถือเป็นกลุ่มเกษตรกรที่มากที่สุดในจังหวัดจันทบุรี ดังนั้น จึงกำหนดขั้นตอนการดำเนินงานพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิก จำนวน 3 เรื่อง ดังนี้ 1) วันเก็บเกี่ยวและฤดูกาลเริ่มต้นฤดูกาลเก็บเกี่ยวทุเรียน จังหวัดจันทบุรี ปี 2567 2) จุดบริการตรวจก่อนตัดทุเรียน ปี 2567 3) กระบวนการ 5 ขั้นตอนตรวจก่อนตัดทุเรียน ปี 2567 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ศึกษาบททวนวรรณกรรม เอกสารวิชาการและดำเนินการเรียบเรียงข้อมูล นำมาซึ่งเนื้อหาที่ถูกต้อง

2. ขั้นตอนจัดลำดับข้อมูล โดยผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ มาสรุปข้อมูลจัดลำดับเนื้อหาให้สามารถเห็นภาพรวมของเนื้อหา

3. ขั้นตอนการออกแบบโครงสร้างข้อมูล โดยผู้วิจัยได้จัดแบ่งข้อมูลเป็นลำดับขั้น แบ่งกลุ่มข้อมูลที่มีความคล้ายกันให้เป็นกลุ่มเดียวกัน

4. ขั้นตอนการเลือกรูปแบบอินโฟกราฟิก ศึกษารูปแบบอินโฟกราฟิกในรูปแบบ การนำเสนอข้อมูลแบบบทความ (Visualized Article) ซึ่งเป็นการนำเสนอข้อมูลแบบ โดยใช้หลักการสรุปบทความให้มีความสั้นลง เลือกประเด็นที่สำคัญมานำเสนอ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลแบบมีหัวข้อย่อย (Listed) โครงสร้างนี้เหมาะกับการออกแบบข้อมูลที่มีหัวข้อย่อยเพียงหัวข้อย่อยเดียวแล้วมีหัวข้อย่อย และเนื้อหาไม่ยาว และรูปแบบการนำเสนอข้อมูลแบบอธิบายขั้นตอนการทำงาน (Road Map) เป็นลักษณะโครงสร้างที่ใช้ในการอธิบายกระบวนการหรือบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ เป็นการอธิบายที่ละเอียดขั้นตอนเหมาะกับการอธิบายขั้นตอนการทำงานในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เป็นการรวบรวมข่าวสารไว้เพียงหนึ่งแผ่นที่ผู้อ่านสามารถรับรู้ข่าวสารขององค์กรได้มากขึ้น ออกแบบให้สวยงาม สะดุดตา อ่านง่าย การใช้ภาพ ฟอนต์และสี เป็นเรื่องสำคัญเป็นอย่างมาก

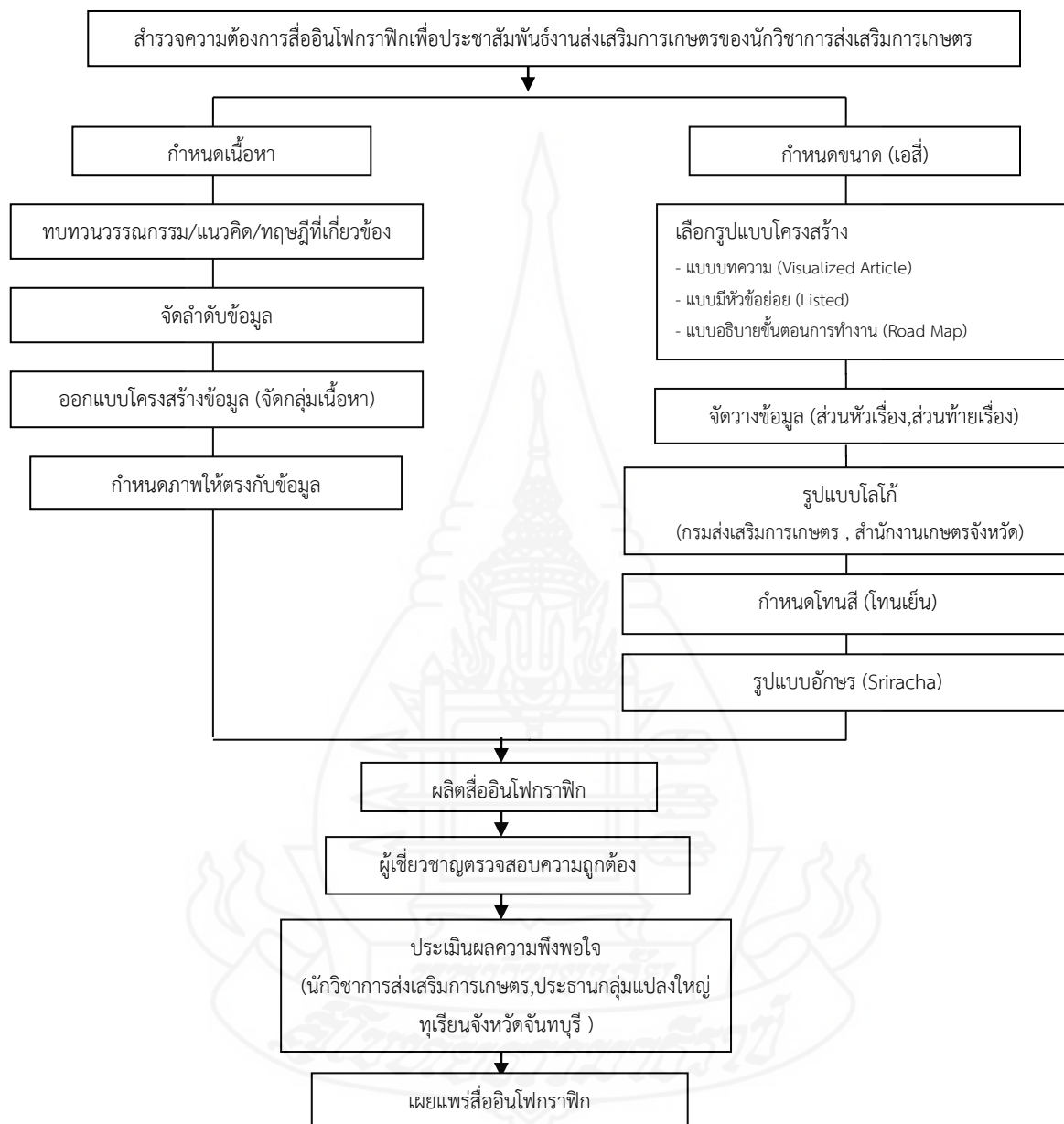
5. ขั้นตอนกำหนดภาพให้ตรงกับข้อมูล โดยพิจารณาจากคำสำคัญของเนื้อหา เพื่อให้แสดงแทนข้อความหรือคำสำคัญ

6. ขั้นตอนการผลิตสื่ออินโฟกราฟิกและเผยแพร่ โดยใช้โปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ ได้แก่ โปรแกรม Adobe Illustrator CS เมื่อดำเนินการเสร็จสิ้น ได้นำสื่ออินโฟกราฟิกที่สมบูรณ์ให้ผู้เชี่ยวชาญและอาจารย์ที่ปรึกษาฯ รับชม แก้ไขอินโฟกราฟิกตามที่คุณเชี่ยวชาญและอาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำ

7. ขั้นตอนตรวจสอบข้อมูลและทดสอบความพึงพอใจ โดยนำสื่ออินโฟกราฟิกที่ผลิตสมบูรณ์มาให้นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรจังหวัดจันทบุรี และคัดเลือกประธานกลุ่มแปลงใหญ่ทุเรียนจังหวัดจันทบุรี เป็นผู้ร่วมประเมินความพึงพอใจสื่ออินโฟกราฟิกที่ได้พัฒนาขึ้น



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 14
The 14th STOU National Research Conference



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 14
The 14th STOU National Research Conference



ภาพที่ 3 สื่ออินโฟกราฟิกที่พัฒนาขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร
ในจังหวัดจันทบุรี รูปแบบการนำเสนอแบบบทความ (Visualized Article)



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 14
The 14th STOU National Research Conference



ภาพที่ 4 สื่ออินโฟกราฟิกที่เผยแพร่เพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร
ในจังหวัดจันทบุรี รูปแบบการนำเสนอแบบมีหัวข้อย่อย (Listed)



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 14
The 14th STOU National Research Conference



ภาพที่ 5 สื่ออินโฟกราฟิกที่เผยแพร่เพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร
ในจังหวัดจันทบุรี รูปแบบการนำเสนอแบบอธิบายขั้นตอนการทำงาน (Road Map)

3. ขั้นตอนการประเมินผล

ผู้วิจัยได้จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจสำหรับกรวิจัยทั้งหมด 2 ชุด ได้แก่ ชุดที่ 1 แบบประเมินความพึงพอใจโดยนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 72 คน และชุดที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจโดยประธานกลุ่มแปลงใหญ่ทุเรียนจังหวัดจันทบุรี จำนวน 11 คน โดยกำหนดหัวข้อการประเมินทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านข้อมูล ด้านการออกแบบ ด้านช่องทางการสื่อสาร และด้านการนำไปใช้ประโยชน์ อยู่ในระดับมากที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 1 และตารางที่ 2



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 14
The 14th STOU National Research Conference

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละความพึงพอใจสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร

N=72

รายการ	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. ด้านข้อมูล			
1.1 มีความถูกต้อง ทันสมัยของข้อมูล	4.33	0.50	มากที่สุด
1.2 ข้อมูลมีความกระชับ สามารถเข้าใจได้ง่าย	4.33	0.50	มากที่สุด
1.3 มีการนำเสนอข้อมูลครบถ้วน	4.58	0.52	มากที่สุด
2. ด้านการออกแบบ			
2.1 มีความทันสมัย สวยงาม	4.31	0.64	มากที่สุด
2.2 มีการใช้สีสันสะดุดตาช่วยให้เกิดการจดจำ	4.24	0.68	มากที่สุด
2.3 รูปแบบจดจำง่าย	4.38	0.62	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการสื่อสาร			
3.1 สามารถใช้สื่อผ่านช่องทางออนไลน์	4.78	0.42	มากที่สุด
3.2 สามารถเข้าใจงานจากสื่อได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง	4.73	0.44	มากที่สุด
4. ด้านการนำไปใช้ประโยชน์			
4.1 สามารถนำสื่อไปใช้ได้สะดวกและรวดเร็ว	4.75	0.44	มากที่สุด
4.2 รูปแบบของสื่อมีความเหมาะสมต่อใช้งาน	4.68	0.47	มากที่สุด
4.3 การใช้สื่อสามารถช่วยให้งานมีประสิทธิภาพ ครบถ้วนสมบูรณ์	4.94	0.23	มากที่สุด



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 14
The 14th STOU National Research Conference

ตารางที่ 2 จำนวนร้อยละความพึงพอใจสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของประธานกลุ่มแปลงใหญ่
ทุเรียนจังหวัดจันทบุรี

N = 11

รายการ	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. ด้านข้อมูล			
1.1 มีความถูกต้อง ทันสมัยของข้อมูล	4.81	0.40	มากที่สุด
1.2 ข้อมูลมีความกระชับ สามารถเข้าใจได้ง่าย	4.81	0.40	มากที่สุด
1.3 มีการนำเสนอข้อมูลครบถ้วน	4.72	0.65	มากที่สุด
2. ด้านการออกแบบ			
2.1 มีความทันสมัย สวยงาม	4.81	0.40	มากที่สุด
2.2 มีการใช้สีสันสะดุดตาช่วยให้เกิดการจดจำ	4.54	0.69	มากที่สุด
2.3 รูปแบบจดจำง่าย	4.64	0.67	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการสื่อสาร			
3.1 สามารถใช้สื่อผ่านช่องทางออนไลน์	4.72	0.47	มากที่สุด
3.2 สามารถเข้าใจงานจากสื่อได้อย่างรวดเร็ว และถูกต้อง	4.63	0.50	มากที่สุด
4. ด้านการนำไปใช้ประโยชน์			
4.1 สามารถนำสื่อไปใช้ได้สะดวกและรวดเร็ว	4.55	0.69	มากที่สุด
4.2 รูปแบบของสื่อมีความเหมาะสมต่อใช้งาน	4.91	0.30	มากที่สุด
4.3 การใช้สื่อสามารถช่วยให้งานมีประสิทธิภาพ ครบถ้วนสมบูรณ์	4.72	0.47	มากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรในจังหวัดจันทบุรี มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. การใช้สื่ออินโฟกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร พบว่านักวิชาการส่งเสริมการเกษตรส่วนใหญ่ใช้ไลน์ (LINE) เป็นสื่อออนไลน์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้วยโทรศัพท์มือถือ โดยได้รับสื่ออินโฟกราฟิกจากที่สำนักงานเกษตรจังหวัด แต่ไม่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกรมส่งเสริมการเกษตร และนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรไม่เคยได้รับการฝึกอบรมการทำสื่ออินโฟกราฟิก ส่วนความถี่ในการใช้สื่ออินโฟกราฟิกเฉลี่ย 12 ครั้ง/เดือน ส่วนใหญ่ในข้อความส่วนหัวเรื่องข่าวประชาสัมพันธ์ ในตำแหน่งข้อความส่วนหัวเรื่องที่มุมบนด้านซ้าย ในรูปแบบส่วนท้ายต้องการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเป็นที่อยู่สำนักงานเกษตรอำเภอ/จังหวัด โลโก้ (Logo) กรมส่งเสริมการเกษตรในรูปแบบที่ 1 ส่วนโลโก้ (Logo) สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี รูปแบบที่ 2 รูปแบบตัวอักษรเป็น Sriracha



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 14

The 14th STOU National Research Conference

ตัวเลขอารบิก ภาพที่ต้องการใช้สื่ออินโฟกราฟิก คือ ภาพการปฏิบัติงานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร โทนีเซียน (สีเขียวเหลือง สีเขียว สีเขียวน้ำเงิน สีนํ้าเงิน สีม่วงน้ำเงิน) และขนาดของสื่ออินโฟกราฟิก เอสี่ (21.0 x 29.7 ซม.) สอดคล้องกับการศึกษาของ ปิยะวัฒน์ ทองแท่งใหญ่ (2563) พบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ส่วนใหญ่รับข้อมูลข่าวสาร และเทคโนโลยีด้านอารักขาพืชจากการฝึกอบรม การบรรยาย การสัมมนา ใช้สมาร์ทโฟนในการสื่อสาร นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ส่วนใหญ่ต้องการอินโฟกราฟิกที่มีรูปแบบอักษร K2D (สื่อส่งเสริมที่เหมาะสม) ใช้สีโทนเย็น มีทั้งภาพจริง และรูปภาพ โดยเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line, Facebook เป็นต้น และมานิต ลาเกลี้ยง (2557) ได้ศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์กรมส่งเสริมการเกษตรเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร พบว่า ร้อยละ 9.1 ยังไม่เคยได้รับการพัฒนาทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับ อัญชริกา จันจุฬา สกล สมจิตต์ และ สุภาพร จันทรศิริ (2563) ที่กล่าวว่า ลักษณะของสื่ออินโฟกราฟิกที่เกษตรกรต้องการนั้นผู้วิจัยได้ทำตามความต้องการของเกษตรกร ใช้โทนสีเป็นสีโทนเย็น สอดคล้องกับ อนันต์ ประภาโส (2558) ที่กล่าวว่าสีโทนเย็นจะทำให้เกิดความรู้สึกสบายตา สดชื่น ผ่อนคลาย ในส่วนของความสว่างของพื้นหลังโทนอ่อน โดยจะใช้ตัวหนังสือสีเข้มเพื่อให้เกิดความชัดเจน สังเกตเห็นได้ง่าย ลักษณะภาพมีทั้งภาพจริงและรูปภาพ และใช้รูปแบบโครงสร้าง (Layout) รูปแบบ Visualized Article

2. ระดับความต้องการสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร

1) ด้านผู้สื่อสาร

นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรเป็นผู้ที่สามารถใช้สื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรมากที่สุด เนื่องจากบทบาทและหน้าที่ของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรต้องปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์และถ่ายทอดความรู้แก่เกษตรกรผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ (พลสรานู สราญรมย์, 2560) อีกทั้งการประชาสัมพันธ์เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี ระหว่างนักส่งเสริมการเกษตรกับเกษตรกรในการเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ จึงใจ กระตุ้นเตือน ป้องกัน แก้ไขความเข้าใจผิด เสนอข้อขัดแย้ง และการเตรียมความพร้อมให้กับเกษตรกร ก่อนรับการส่งเสริมเพื่อเป็นตัวเร่งให้การส่งเสริมการเกษตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ (จรรยาอมล หรีจา, 2564)

2) ด้านเนื้อหา

นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรต้องการประชาสัมพันธ์เนื้อหาในด้านพัฒนาศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) มากที่สุด เนื่องจากเป็นศูนย์กลางในการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต การบริหารจัดการและการตลาดแก่เกษตรกร รวมทั้งการให้บริการทางการเกษตร และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในพื้นที่ อีกทั้งเป็นการบูรณาการการทำงานของหน่วยงานต่างๆ ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการเกษตรในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกรรณิกา เครืออินทร์ (2564) เรื่อง แนวทางการพัฒนาศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร อำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย พบว่าแหล่งความรู้ของเกษตรกรเป็นสื่อที่เกษตรกรได้รับมากที่สุด ส่วนใหญ่ได้รับจากเนื่องจากนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร เนื่องจากมีการออกพื้นที่ เพื่อติดตามผลการดำเนินงาน เยี่ยมเยียน พบปะ พูดคุยเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาเรื่องการเกษตรและเรื่องอื่นๆ ตามสภาพแต่ละพื้นที่

3) ด้านช่องทางการนำเสนอ

นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรถึงระดับความต้องการสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรในหัวข้อการใช้สื่ออินโฟกราฟิกประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรผ่านแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) มากที่สุด ทั้งนี้ช่องทางการใช้



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 14 The 14th STOU National Research Conference

สื่ออินโฟกราฟิกประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (2562) จากรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561 ผลรายงานพบว่า เจนเนอเรชัน X และ เจนเนอเรชัน Y ใช้งานผ่าน ไลน์ (LINE) มากเป็นอันดับหนึ่ง ในทั้ง 2 เจนเนอเรชัน โดยสื่อสังคมออนไลน์ ยูทูบ (YouTube), ไลน์ (Line) และ เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยมในยุคนี้อีกและมีผู้ใช้งานมากเป็น 3 อันดับแรก เพราะอุปกรณ์เคลื่อนที่ทั้งหลายไม่ว่าจะเป็นสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ มีราคาถูกลงมาก ทุกเพศทุกวัยจึงสามารถเป็นเจ้าของได้โดยง่าย ทั้งนี้ บ้าน/ที่พักอาศัย เป็นสถานที่ในการใช้งานมากเป็นอันดับแรก รองลงมามีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในที่ทำงาน

4) ด้านผู้รับสื่อ

การใช้สื่ออินโฟกราฟิกประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรกับกลุ่มเกษตรกรมากที่สุด เนื่องจาก เกษตรกรมีความต้องการใช้สื่อทางการเกษตรในการเรียนรู้เพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร สอดคล้องกับการศึกษาของ อติพล เอื้อจรัสพันธ์ (2562) เรื่อง การใช้สื่อทางการเกษตรของเกษตรกรไทย พบว่า เกษตรกรไทยร้อยละ 92.80 ใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อประโยชน์ทางการเกษตร รองลงมาคือ สื่ออินเทอร์เน็ต ร้อยละ 48.80 สื่อวิทยุ ร้อยละ 46.50 และสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 40.80 วัตถุประสงค์ในการใช้เพื่อการเรียนรู้เพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร สำหรับบุคคลผู้มีบทบาท ในการนำข่าวสารด้านการเกษตรเข้ามาคุยกับครอบครัว คือ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร นอกจากนี้ อธิพงษ์ นันทคำ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนของเกษตรกรในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า องค์การภาครัฐสนับสนุนให้มีแหล่งศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเนื่องจากอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารเทคโนโลยีด้านการเกษตรที่หลากหลายเพื่อให้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของเกษตรกร

5) ด้านประโยชน์หรือเป้าหมาย

สื่ออินโฟกราฟิกประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรมีประโยชน์ด้านต่อพัฒนาการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรให้มีประสิทธิภาพ เผยแพร่ผลการดำเนินงาน โดยเฉพาะผลสำเร็จที่เกิดขึ้นกับเกษตรกรและภาคเกษตร และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรีต่อสาธารณชน โดยดำเนินการในเชิงรุกและ มีการบริหารจัดการข้อมูลและการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อเหตุการณ์มากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาหลักการประชาสัมพันธ์เบื้องต้นของสุธัญญา กฤตาคม (2564) พบว่า ประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารและเผยแพร่ข่าวสารผ่านกระบวนการสื่อสารและสื่อที่เหมาะสมไปยังผู้รับสาร ผู้รับสารเกิดการรับรู้ความเข้าใจ และมีทัศนคติที่ดีกับองค์กรก่อให้เกิดความร่วมมือตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการ นอกจากนั้นการประชาสัมพันธ์ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์สร้างความน่าเชื่อถือ สร้างค่านิยมไปยังบุคคลและองค์กร และสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและประชาชนทั่วไป

3. สื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร จากขั้นตอนการดำเนินงานพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิก คือ 1) ขั้นตอนการจัดทำเนื้อหา 2) ขั้นตอนจัดลำดับข้อมูล 3) ขั้นตอนการออกแบบโครงสร้างข้อมูล 4) ขั้นตอนการเลือกรูปแบบอินโฟกราฟิก 5) ขั้นตอนกำหนดภาพให้ตรงกับข้อมูล 6) ขั้นตอนการผลิตสื่ออินโฟกราฟิกและเผยแพร่และ 7) ขั้นตอนตรวจสอบข้อมูล และทดสอบความพึงพอใจ นำสื่ออินโฟกราฟิกที่ผลิต สอดคล้องกับการศึกษาของปิยะวัฒน์ ทองแท่งใหญ่ (2563) พบว่า ขั้นตอนการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกที่เหมาะสมประกอบด้วย 1) สำรวจลักษณะทั่วไปของปัญหา จัดลำดับเนื้อหา และรูปแบบการผลิตสื่ออินโฟกราฟิก หลังจากนั้นทบทวนวรรณกรรมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องและ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 14

The 14th STOU National Research Conference

ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง 2) ผลิตสื่ออินโฟกราฟิกที่เกิดจากความต้องการของเจ้าหน้าที่ และ 3) ทดสอบความพึงพอใจระหว่างสื่อเดิมกับสื่ออินโฟกราฟิกที่ผลิต ส่วนจิราพร ขุนศรี (2565) ได้ศึกษาการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิก (Infographic) ด้วยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน พื้นที่ชุมชนบ้านดอยปู่ไข่ ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ และความตระหนักในปัญหาไฟป่าและหมอกควัน พบว่า กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกประกอบด้วยการมีส่วนร่วมใน 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นตอนก่อนการผลิต ได้แก่ การวางแผนจัดทำโครงการผลิตสื่อ การกำหนดประเด็นการสื่อสาร การกำหนด วัตถุประสงค์ในการสื่อสาร และการกำหนดเนื้อหาสื่อ 2) ขั้นตอนระหว่างการผลิต ได้แก่ การพัฒนาเนื้อหา รูปภาพ ข้อความ การสื่อสารมณ และการใช้โชนสี และ 3) ขั้นตอนหลังการผลิต ได้แก่ ประเมินผลและการเผยแพร่สื่อ โดยสื่อทำให้เกิดความรู้ด้านผลกระทบและพิชภัยต่อสุขภาพความเข้าใจในเรื่องผลกระทบต่อชุมชนและการทำงานของอาสาสมัครชุมชนและทำให้ตระหนักถึงการช่วย รักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น นอกจากนี้ ขั้นตอนผลิตอินโฟกราฟิกของ Hyperakt's Josh Smith (ในจรัก เทศนา, ม.ป.ป.) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ที่ค้นพบกระบวนการที่ดีในการออกแบบอินโฟกราฟิก (Infographics) 10 ขั้นตอน เป็นแนวทางในการผลิตสื่ออินโฟกราฟิกที่เหมาะสมกับสมเษตรกร

4. ประเมินความพึงพอใจสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรและเกษตรกร จังหวัดจันทบุรีมีความพึงพอใจสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตร 1) ด้านข้อมูลการนำเสนอข้อมูลครบถ้วนความถูกต้อง ทันสมัยของข้อมูลและข้อมูลมีความกระชับ สามารถเข้าใจได้ง่าย 2) ด้านการออกแบบ รูปแบบจดจำง่าย มีความทันสมัย สวยงาม 3) ด้านช่องทางการสื่อสาร สามารถใช้สื่อผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น ไลน์ (LINE) , เฟซบุ๊ก (Facebook) และ 4) ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ โดยใช้สื่อสามารถช่วยให้งานมีประสิทธิภาพ ครบถ้วนสมบูรณ์ สอดคล้องกับการศึกษาของ วรพรรณ นาคปั้น (2565) เรื่อง สื่ออินโฟกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์บทบาทอาสาสมัครเกษตรหมู่บ้านสำหรับเกษตรกรในจังหวัดตราด พบว่า เกษตรกรและเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในจังหวัดตราด มีความพึงพอใจต่อสื่ออินโฟกราฟิกที่ผลิตขึ้นจากความต้องการ ในด้านข้อมูล สามารถรับข้อมูลได้ง่าย เนื้อหาไม่ซับซ้อน กระชับได้รับข้อมูลครบถ้วนและรวดเร็ว ด้านการออกแบบ ภาพที่ใช้เหมาะสมกับสื่อที่ผลิต มีสีสันสะดุดตา ง่ายต่อการจดจำ ด้านช่องทางการสื่อสาร เกษตรกรและเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในจังหวัดตราด สามารถรับสื่อได้ผ่านสังคมออนไลน์ เช่น LINE, Facebook ในบางสถานที่ที่มีปัญหาด้านสัญญาณโทรศัพท์หรือเครือข่ายอินเทอร์เน็ตยังสามารถนำสื่อมาทำเป็นภาพพิมพ์เพื่อใช้ในการฝึกอบรมได้หรือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้ ด้านการนำไปใช้ สามารถนำสื่อไปประยุกต์ใช้ในงาน และรูปแบบของสื่อเหมาะที่จะนำไปใช้งาน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรในจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะใน 2 ประเด็น ได้แก่ ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ จากการวิจัยครั้งนี้มีข้อควรพิจารณานำมาเสนอแนะ ดังต่อไปนี้



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 14
The 14th STOU National Research Conference

1) จากการวิจัยพบว่า นักวิชาการเกษตรส่วนใหญ่ยังไม่เคยได้รับการฝึกอบรมการทำสื่ออินโฟกราฟิก ดังนั้นหน่วยงานควรจัดหลักสูตรอบรมการผลิตสื่ออินโฟกราฟิกที่เหมาะสมเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการช่วยอธิบายความรู้ด้านวิชาการที่มีจำนวนมาก โดยการลดจำนวนข้อความและแปลงข้อมูลให้เป็นภาพจริงหรือภาพวาดเพื่อให้เกษตรกรหรือผู้ที่สนใจเข้าใจและจดจำได้มากยิ่งขึ้น

2) จากการวิจัยพบว่า โทนสี ตัวอักษร กราฟิกและตาราง มีผลในการแปรการรับรู้อย่างถูกต้อง ซึ่งความสวยงามสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้สนใจและเกิดการรับรู้จากการวิเคราะห์ภาพ ดังนั้น การผลิตสื่ออินโฟกราฟิกควรใช้ตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ อ่านง่าย ชัดเจน ไม่ใช้ประโยคที่มีความยาว ควรเป็นข้อความสั้นๆ กระชับ และสีที่ใช้ควรเป็นโทนสีเย็น

3) จากการวิจัยพบว่า นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร ควรผลิตอินโฟกราฟิกที่สามารถส่งผ่านสังคมออนไลน์ได้ง่าย สามารถเข้าใจเนื้อหาทางวิชาการได้ภายในอินโฟกราฟิกแผ่นเดียว รูปแบบในการนำเสนอที่หลากหลายเหมาะสมกับการนำไปใช้ประโยชน์ เช่น การสร้างสื่อภาพกราฟิกเคลื่อนไหว (Motion Graphic) และคอมพิวเตอร์กราฟิก (Computer Graphics) เป็นต้น

4) อินโฟกราฟิกในการประชาสัมพันธ์ของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร มีความน่าสนใจทั้งด้านเนื้อหา ภาพ เสียง และเทคนิคต่างๆ สามารถเป็นแนวทางหรือต้นแบบในการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกอื่นๆ ได้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป จากการวิจัยครั้งนี้มีข้อควรพิจารณานำมาเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ดังต่อไปนี้

1) ควรมีการศึกษาการจัดทำแอปพลิเคชัน (Application) ที่สามารถเข้าใช้ได้ในระบบปฏิบัติการสำหรับโทรศัพท์มือถือในการรวบรวมองค์ความรู้จากการผลิตสื่ออินโฟกราฟิกมาไว้ที่แอปพลิเคชัน เพื่อสร้างความสะดวกในการค้นหาแหล่งความรู้ของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร

2) ควรมีการศึกษาในเรื่องของการพัฒนาสื่ออื่นๆ ที่เหมาะสมกับพื้นที่ที่เหมาะสมกับเจ้าหน้าที่ และเหมาะสมกับเทคโนโลยีในปัจจุบัน เพื่อเสริมแรงให้เจ้าหน้าที่สามารถมีช่องทางการรับรู้ได้หลายช่องทาง

3) การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกแอนิเมชัน เรื่อง มาตรการตรวจก่อนตัดทุเรียนแก่เกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้อง นำเสนอด้วยความสวยงาม น่าสนใจ เข้าใจง่าย ช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรรณิกา เครืออินทร์. (2564). แนวทางการพัฒนาศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร อำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2561). การส่งเสริมการเกษตร. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการเกษตร.
- เกวลี ล่อใจ ณิชกร สงคราม และกนก เลิศพานิช. (2561). การพัฒนารูปแบบสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อให้ความรู้เรื่องระบบบำบัดน้ำเสียจากการฟอกย้อมสี ในวิสาหกิจชุมชน อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น. วารสารพระจอมเกล้า, 36(1), 21-29.
- จรรย์อมล หรีจา. (2564). การพัฒนาการปฏิบัติงานของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรตามบทบาทการส่งเสริมเกษตรกรในจังหวัดแม่ฮ่องสอน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 14
The 14th STOU National Research Conference

- จิราพร ขุนศรี. (2565). การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิก (Infographic) ด้วยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ และความตระหนักในปัญหาไฟป่าและหมอกควัน. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- จงรัก เทศนา. (ม.ป.ป.) อินโฟกราฟิกส์ (Infographics) สืบค้นจาก https://chachoengsao.cdd.go.th/wp-content/uploads/sites/9/2019/01/infographics_information.pdf.
- ธัญญ์ชนม์ สุขเสงี่ยม. (2563). การผลิตสื่ออินโฟกราฟิกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) เพื่อส่งเสริมการรับรู้ภารกิจและภาพลักษณ์กระทรวงกลาโหม. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ธีรวัช ปุริทราบิบาล. (2566). ความต้องการสื่อเพื่อการส่งเสริมการเกษตรสำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ (YOUNG SMART FARMERS) ในภาคเหนือตอนบน ประเทศไทย. มหาวิทยาลัยแม่โจ้. <http://ir.mju.ac.th/dspace/handle/123456789/1628>
- ธีรพงษ์ นันทคำ. (2559). ความต้องการสื่อเพื่อการส่งเสริมการเกษตรสำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ (Young Smart Farmer) ในภาคเหนือตอนบน ประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- พิชญากัด จันทรนิยมาธรณ์. (2559). การพัฒนาสื่อเพื่อการเรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิตข้าวผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Learning) ของเกษตรกร ในจังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาชนบท, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พลสรายุ สารณมย์. (2560). บทบาท หน้าที่ และศักยภาพของนักส่งเสริม. ในเอกสารการสอนชุดวิชาการส่งเสริมการเกษตรเพื่อพัฒนา (หน่วยที่ 8 หน้า 1-63). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์.
- ปรมะ แก้วพวง. (2565). การพัฒนาสื่อการเรียนรู้ด้วยรูปแบบอินโฟกราฟิก ชุด แก่นตะวันพืชมหัศจรรย์สารพัดประโยชน์ สำหรับเกษตรกร. วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร, 24(2), 23-32.
- ปิยะวัฒน์ ทองแท่งใหญ่. (2564). สื่ออินโฟกราฟิกการอารักขาพืชที่เหมาะสมสำหรับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร.(วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี
- มานิต ลาเกลี้ยง. (2557). การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร.(วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วรวรรณ นาคปิ่น. (2565). สื่ออินโฟกราฟิกส์เพื่อการประชาสัมพันธ์บทบาทอาสาสมัครเกษตรหมู่บ้านสำหรับเกษตรกรในจังหวัดตราด. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุธัญญา กฤตาคม. (2564). กรอบแนวคิดการศึกษาการประชาสัมพันธ์เบื้องต้น. วารสารวิชาการ modern Learning Development, 6(5), 261-273.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ). (2662). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561. <https://www.etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile-2018.html>.
- อดิพล เอื้อจรัสพันธ์. (2562). การใช้สื่อทางการเกษตรของเกษตรกรไทย. วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 12 (2), 124-129.
- อนันต์ ประภาโส. (2558). ทฤษฎีสี่. พิมพ์ครั้งที่ 1. ปทุมธานี: สำนักพิมพ์ลิปประกาศา.



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 14
The 14th STOU National Research Conference

อัญชริกา จันจุฬา สกล สมจิตต์ และสุภาพร จันทรศิริ. (2563). การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิก เพื่อสร้างการรับรู้และจดจำ
สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย จังหวัดยะลา. มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

