การสำรวจ
การรับรู้ของประชาชนที่มีต่อเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

.....

<u>ความเป็นมา</u>

จากระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2553 ข้อ 13 (1) กำหนดให้หน่วยงานภาครัฐเสนอแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ที่มีความสอดคล้องกับแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ซึ่งปัจจุบัน คือ แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (พ.ศ. 2566 - 2570) ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ 4 แนวทาง ดังนี้

แนวทางที่ 1 สร้างความตระหนักรู้ ความเข้าใจเรื่องสื่อสารที่สำคัญของประเทศและเกิดพฤติกรรมที่เหมาะสม เสริมสร้างค่านิยมที่ดีในสังคม

แนวทางที่ 2 สร้างการรับรู้ภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยต่อสายตาประชาคมโลก

แนวทางที่ 3 ส่งเสริมให้ประชาชนมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อและข่าวปลอม (Fake News) สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องผ่านช่องทางที่น่าเชื่อถือ

แนวทางที่ 4 เสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศที่เหมาะสมกับยุคดิจิทัล

กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ดำเนินการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์แห่ชาติ (พ.ศ. 2566 - 2570) ไปสู่การปฏิบัติ โดยใช้กลไกคณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และสื่อมวลชน เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนให้งานประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการทุกกระทรวงเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนระดับประเทศมีการจัดทำ “แผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566” เพื่อให้เป็นกลไกสำคัญของการขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์ของประเทศในภาพรวม และกำหนดให้หน่วยงานภาครัฐจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ระดับหน่วยงานประจำปี พร้อมทั้งกำหนดให้มีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ระดับหน่วยงาน โดยให้หน่วยงานภาครัฐทุกหน่วยงานดำเนินการประเมินผลการสร้างการรับรู้และความเข้าใจต่อเรื่องสื่อสารที่สำคัญประจำปีของหน่วยงานตามแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ระดับหน่วยงานประจำปี และส่งผลการประเมินฯ ให้กรมประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งนำผลการประเมินฯ ไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ระดับหน่วยงานประจำปีในปีต่อไป

ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์สอดรับตามแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์แห่ชาติ (พ.ศ. 2566 - 2570) ในแนวทางที่ 1 คือ สร้างความตระหนักรู้ความเข้าใจเรื่องสื่อสารที่สำคัญของประเทศและเกิดพฤติกรรมที่เหมาะสม เสริมสร้างค่านิยมที่ดีในสังคม

กองเกษตรสารนิเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในฐานะฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการบริหารการประชาสัมพันธ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จึงได้ร่วมกับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ประจำปีของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ขึ้น ภายใต้ชื่อ“แผนประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และความเข้าใจต่อเรื่องสื่อสารที่สำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายสำคัญ ผลการดำเนินงาน รวมถึงความสำเร็จในโครงการต่าง ๆ ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไปยังเกษตรกรและประชาชนทั่วไป ให้รับรู้และเข้าใจข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้อง เกิดความร่วมมือในการดำเนินงาน และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยมีการติดตามผลการดำเนินงานตามแผนฯ เป็นประจำทุกเดือน นอกจากนี้ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามแนวทางในการประเมินผลการรับรู้และเข้าใจของประชาชนที่สอดคล้องตามแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (พ.ศ. 2566 - 2570) จึงร่วมกับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ดำเนินการสำรวจการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

<u>วัตถุประสงค์การสำรวจ</u>

เพื่อสำรวจการรับรู้ และความเข้าใจ ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 รวมถึงสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความคิดเห็น ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และสามารถนำผลการสำรวจไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ปีต่อไป เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น

<u>รูปแบบการสำรวจ</u>

การสำรวจการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ใช้รูปแบบการสำรวจเชิงปริมาณ (Quantitative Survey) โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

<u>กลุ่มเป้าหมาย และกลุ่มตัวอย่าง</u>

กลุ่มเป้าหมายในการสำรวจ คือ ประชาชนทั่วไป รวมถึงเกษตรกร ทั้งในพื้นที่กรุงเทพมหานครและ 76 จังหวัดทั่วประเทศ

การกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ ใช้ตารางกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 98 % และความคลาดเคลื่อน ± 2 โดยใช้จำนวนประมาณการกลุ่มเป้าหมายที่ α ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 2,500 คน และเลือกกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

<u>วิธีการดำเนินการ</u>

1. คัดเลือกเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ที่จะดำเนินการสำรวจ

กองเกษตรสารนิเทศ ร่วมกับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์พิจารณาคัดเลือกประเด็นที่เกี่ยวกับนโยบาย โครงการ และงานสำคัญที่กำหนดไว้ใน “แผนประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และความเข้าใจต่อเรื่องสื่อสารที่สำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปี 2566” ซึ่งมีเรื่องที่ได้รับการพิจารณาคัดเลือกให้ดำเนินการสำรวจการรับรู้ จำนวน 5 ประเด็น ดังนี้

1. การป้องกันและแก้ไขปัญหาการเผาในพื้นที่เกษตรกรรม
2. การขับเคลื่อนภาคการเกษตรด้วย บี ซี จี โมเดล
3. การช่วยเหลือเยียวยาเกษตรกรผู้ประสบภัยพิบัติทางการเกษตร
4. มาตรฐานสินค้าเกษตร
5. การส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรมูลค่าสูง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การสำรวจการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย คำถามปลายปิด และคำถามปลายเปิด แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1. คำถามเกี่ยวกับการรับรู้และความเข้าใจข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเด็นสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ส่วนที่ 2. คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 3. คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็น และข้อเสนอแนะในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ส่วนที่ 4. คำถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ภูมิลำเนา

3. การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ

กองเกษตรสารนิเทศ ดำเนินการยกร่างแบบสอบถาม และหารือร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณาความถูกต้องของเนื้อหา ความเหมาะสมชัดเจนของข้อคำถาม ความเหมาะสมของการใช้ภาษา และทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 9.22 ซึ่งอยู่ในระดับความเชื่อมั่นสูง

4. การเก็บข้อมูล

ดำเนินการขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกระจายแบบสำรวจสู่กลุ่มเป้าหมาย และเก็บข้อมูลตั้งแต่ 1 มิถุนายน – 31 สิงหาคม 2566 โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลผ่านแบบสำรวจออนไลน์ และการกรอกข้อมูลในกระดาษ ซึ่งจากการรวบรวมข้อมูลมีผู้ตอบแบบสำรวจ ทั้งหมดรวม 3,257 คน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

รวบรวมและประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และจัดทำรายงานสรุปผลการสำรวจ

ผลการสำรวจการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

จากการรวบรวมและประมวลผลข้อมูล สามารถสรุปผลการสำรวจการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 โดยแบ่งเป็น

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
2. การรับรู้และความเข้าใจข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
3. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ และความคิดเห็นที่มีต่อสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
4. ความพึงพอใจการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
5. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารประเด็นสื่อสารสำคัญ กับความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
6. ข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น เพศ อายุ อาชีพ และภูมิภาคที่อยู่อาศัย โดยมีผลการสำรวจ ดังนี้

1.1 เพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	1,193	36.6
หญิง	2,025	62.2
LGBTQ+	39	1.2
รวม	3,257	100.0

ผลการสำรวจพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 3,257 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 2,025 คน (ร้อยละ 62.2) รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 1,193 คน (ร้อยละ 36.6) และเพศทางเลือก LGBTQ+ จำนวน 39 คน (ร้อยละ 1.2)

1.2 อายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี	3	0.1
อายุ 21 - 30 ปี	322	9.9
อายุ 31 – 40 ปี	914	28.0
อายุ 41 – 50 ปี	1,165	35.8
อายุ 51 – 60 ปี	761	23.4
อายุ 61 ปีขึ้นไป	92	2.8
รวม	3,257	100.0

ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 1,165 คน (ร้อยละ 35.8) รองลงมา คือ อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 914 คน (ร้อยละ 28) อายุ 51 – 60 ปี จำนวน 761 คน (ร้อยละ 23.4) อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 322 คน (ร้อยละ 9.9) อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 92 คน (ร้อยละ 2.8) และอายุน้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 3 คน (ร้อยละ 0.1)

1.3 อาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เกษตรกร	551	16.9
ข้าราชการ/พนักงานราชการ / เจ้าหน้าที่ของรัฐ	2,380	73.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	45	1.4
พนักงานบริษัทเอกชน	29	0.9
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	62	1.9
อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป	94	2.9
นักเรียน / นักศึกษา	1	0.0
ว่างงาน	12	0.4
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	31	1.0
อาชีพอื่น ๆ	52	1.6
รวม	3,257	100.0

ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น ข้าราชการ/พนักงานราชการ / เจ้าหน้าที่ของรัฐ จำนวน 2,380 คน (ร้อยละ 73) รองลงมา คือ เกษตรกร จำนวน 551 คน (ร้อยละ 16.9)

อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป จำนวน 94 คน (ร้อยละ 2.9) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 62 คน (ร้อยละ 1.9) อาชีพอื่น ๆ จำนวน 52 คน (ร้อยละ 1.6) พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 45 คน (ร้อยละ 1.4) แม่บ้าน/พ่อบ้าน รวมจำนวน 31 คน (ร้อยละ 1) พนักงานบริษัท จำนวน 29 คน (ร้อยละ 0.9) ว่างงาน จำนวน 12 คน (ร้อยละ 0.4) และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 1 คน

ทั้งนี้ จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเกษตรกร จำนวน 551 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเกษตรกรในสาขาอาชีพต่าง ๆ ดังนี้

- สาขาอาชีพทำนา จำนวน 195 คน
- สาขาอาชีพทำสวน จำนวน 124 คน
- สาขาทำไร่นาสวนผสม จำนวน 122 คน
- สาขาอาชีพทำไร่ จำนวน 48 คน
- สาขาอาชีพปศุสัตว์/เลี้ยงสัตว์ จำนวน 25 คน
- สาขาเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ/ประมง จำนวน 31 คน
- สาขาอาชีพปลูกหม่อนเลี้ยงไหม จำนวน 3 คน
- สาขาอาชีพเลี้ยงแมลงเศรษฐกิจ จำนวน 3 คน

1.4 ภูมิภาคที่อยู่อาศัย

ภูมิภาค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคกลาง	1,015	31.2
ภาคเหนือ	352	10.8
ภาคใต้	552	16.9
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	810	24.9
ภาคตะวันออก	339	10.4
ภาคตะวันตก	189	5.8
รวม	3,257	100.0

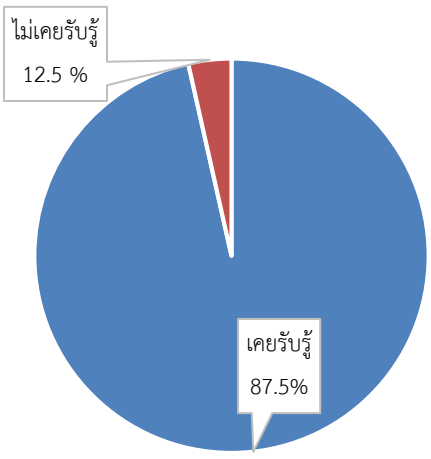
ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในพื้นที่ภาคกลาง จำนวน 1,015 คน (ร้อยละ 31.2) รองลงมา คือ ภาคตะวันเฉียงเหนือ จำนวน 810 คน (ร้อยละ 24.9) ภาคใต้ 552 คน (ร้อยละ 16.9) ภาคตะวันออก 339 คน (ร้อยละ 10.4) ภาคเหนือ 352 คน (ร้อยละ 10.8) ภาคตะวันตก 189 คน (ร้อยละ 5.8)

2. การรับรู้และความเข้าใจข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

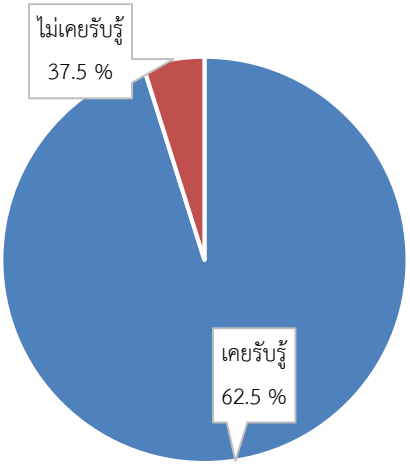
2.1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

เรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	**เคยรับรู้ (คน) (ร้อยละ)**	**ไม่เคยรับรู้ (คน) (ร้อยละ)**	**ค่าเฉลี่ยการรับรู้**
1. การป้องกันและแก้ไขปัญหาการเผาในพื้นที่เกษตรกรรม	2,849 (87.5)	408 (12.5)	4.0
2. การขับเคลื่อนภาคการเกษตรด้วย บี ซี จี โมเดล	2,034 (62.5)	1,223 (37.5)	
3. การช่วยเหลือเยียวยาเกษตรกรผู้ประสบภัยพิบัติทางการเกษตร	2,950 (90.6)	307 (9.4)	
4. มาตรฐานสินค้าเกษตร	2,816 (86.5)	441 (13.5)	
5. การส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรมูลค่าสูง	2,368 (72.7)	889 (27.3)	

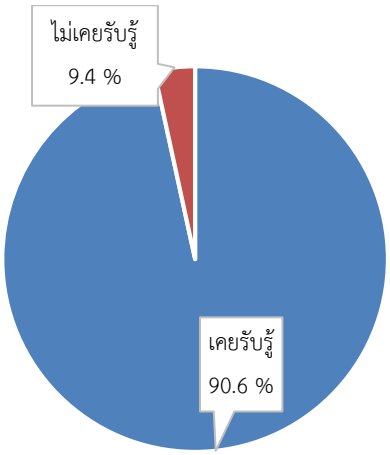
แผนภูมิแสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้เรื่องการป้องกันและแก้ไขปัญหาการเผาในพื้นที่เกษตรกรรม



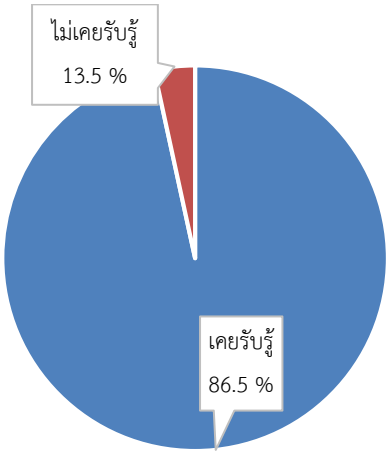
แผนภูมิแสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้เรื่องการขับเคลื่อนภาคการเกษตรด้วย บี ซี จี โมเดล



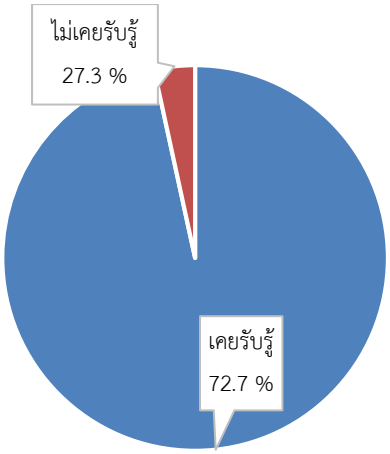
แผนภูมิแสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้เรื่องการช่วยเหลือเยียวยาเกษตรกผู้ประสบภัยพิบัติทางการเกษตร



แผนภูมิแสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้เรื่องมาตรฐานสินค้าเกษตร



แผนภูมิแสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้เรื่องการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรมูลค่าสูง



จากการสำรวจพบว่า เรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มากที่สุด คือ เรื่องการช่วยเหลือเยียวยาเกษตรกรผู้ประสบภัยพิบัติทางการเกษตร (ร้อยละ 90.6) รองลงมา คือ เรื่องการป้องกันและแก้ไขปัญหาการเผาในพื้นที่เกษตรกรรม (ร้อยละ 87.5) เรื่องมาตรฐานสินค้าเกษตร (ร้อยละ 86.5) เรื่องการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรมูลค่าสูง (ร้อยละ 72.7) และ เรื่องการขับเคลื่อนภาคการเกษตรด้วย บี ซี จี โมเดล (ร้อยละ 62.5)

ทั้งนี้ ค่าเฉลี่ยการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในภาพรวมของทั้ง 5 เรื่อง เท่ากับ 4 ซึ่งคิดเป็น ร้อยละ 80

2.2 ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจในรายละเอียดเนื้อหาของเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในแต่ละเรื่อง ดังนี้

เรื่อง การป้องกันและแก้ไขปัญหาการเผาในพื้นที่เกษตรกรรม

เนื้อหาที่เข้าใจ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เข้าใจ (คน) (ร้อยละ)
การเผาในพื้นที่การเกษตร เป็นสาเหตุหนึ่งของปัญหามลพิษหมอกควัน ฝุ่นละออง PM 2.5 ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัยของประชาชน การท่องเที่ยวและเศรษฐกิจของประเทศ	2,548 (78.2)
การส่งเสริมการหยุดเผาในพื้นที่เกษตรกรรมมีเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้และตระหนักรู้ให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนวิธีการ	2,124 (65.2)

จัดการวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มผลิตภาพในการผลิต เช่น การไถกลบ การผลิตปุ๋ยอินทรีย์ การผลิตอาหารสัตว์ การนำมาใช้เป็นพลังงานทดแทน	
การเผาในพื้นที่การเกษตรถือเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายมีโทษทั้งจำและปรับ	1,473 (45.2)
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ นำปฏิบัติการฝนหลวงมาใช้เพื่อช่วยบรรเทาปัญหาหมอกควันและฝุ่นละออง ให้กับเกษตรกรและประชาชนในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ	1,240 (38.1)

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องการป้องกันและแก้ไขปัญหาการเผาในพื้นที่เกษตรกรรม (ร้อยละ 87.5) มีความเข้าใจในเนื้อหาประเด็นย่อยต่าง ๆ เรียงตามลำดับ ดังนี้

- การเผาในพื้นที่การเกษตร เป็นสาเหตุหนึ่งของปัญหามลพิษ หมอกควัน ฝุ่นละออง PM 2.5 ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัยของประชาชน การท่องเที่ยวและเศรษฐกิจของประเทศ ร้อยละ 78.2
- การส่งเสริมการหยุดเผาในพื้นที่เกษตรกรรมมีเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้และตระหนักรู้ให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนวิธีการจัดการวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มผลิตภาพในการผลิต เช่น การไถกลบ การผลิตปุ๋ยอินทรีย์ การผลิตอาหารสัตว์ การนำมาใช้เป็นพลังงานทดแทน ร้อยละ 65.2
- การเผาในพื้นที่การเกษตรถือเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายมีโทษทั้งจำและปรับ ร้อยละ 45.2
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ นำปฏิบัติการฝนหลวงมาใช้เพื่อช่วยบรรเทาปัญหาหมอกควันและฝุ่นละออง ให้กับเกษตรกรและประชาชนในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 38.1

<u>เรื่อง การขับเคลื่อนภาคการเกษตรด้วย บี ซี จี โมเดล</u>

เนื้อหาที่เข้าใจ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เข้าใจ (คน) (ร้อยละ)
การขับเคลื่อนภาคการเกษตรด้วย บี ซี จี โมเดล (BCG Model) เป็นการดำเนินงานที่สอดคล้องตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว	1,683 (51.7)

เนื้อหาที่เข้าใจ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เข้าใจ (คน) (ร้อยละ)
การขับเคลื่อนภาคการเกษตรด้วย บี ซี จี โมเดล (BCG Model) มีเป้าหมายหลัก คือ การปรับเปลี่ยนระบบการเกษตรของประเทศไทยสู่ 3 สูง คือ ประสิทธิภาพสูง มาตรฐานสูง และรายได้สูง	1,163 (35.7)
การขับเคลื่อนบี ซี จี โมเดล ภาคการเกษตร เป็นการดำเนินงานที่มุ่งยกระดับผลผลิตทางการเกษตร จากการผลิตมากแต่สร้างรายได้น้อย (More for Less) ไปสู่การผลิตสินค้าพรีเมี่ยม ที่ผลิตน้อยแต่สร้างรายได้มาก (Less for More)	915 (28.1)
การขับเคลื่อน บี ซี จี ภาคเกษตร เป็นการบูรณาการ ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของการพัฒนาตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง ปลายทาง โดยใช้ฐานความหลากหลายทางชีวภาพและความหลากหลายทางวัฒนธรรมเชื่อมโยงภาคเกษตรกับภาคอุตสาหกรรมเข้าด้วยกัน	1,117 (34.3)

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องการขับเคลื่อนภาคการเกษตรด้วย บี ซี จี โมเดล (ร้อยละ 62.5) มีความเข้าใจในเนื้อหาประเด็นย่อยต่าง ๆ เรียงตามลำดับ ดังนี้

- การขับเคลื่อนภาคการเกษตรด้วย บี ซี จี โมเดล (BCG Model) เป็นการดำเนินงานที่สอดคล้องตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว ร้อยละ 51.7
- การขับเคลื่อนภาคการเกษตรด้วย บี ซี จี โมเดล (BCG Model) มีเป้าหมายหลัก คือ การปรับเปลี่ยนระบบการเกษตรของประเทศไทยสู่ 3 สูง คือ ประสิทธิภาพสูง มาตรฐานสูง และรายได้สูง ร้อยละ 35.7
- การขับเคลื่อน บี ซี จี ภาคเกษตร เป็นการบูรณาการ ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของการพัฒนาตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง ปลายทาง โดยใช้ฐานความหลากหลายทางชีวภาพและความหลากหลายทางวัฒนธรรมเชื่อมโยงภาคเกษตรกับภาคอุตสาหกรรมเข้าด้วยกัน ร้อยละ 34.3
- การขับเคลื่อนบี ซี จี โมเดล ภาคการเกษตร เป็นการดำเนินงานที่มุ่งยกระดับผลผลิตทางการเกษตร จากการผลิตมากแต่สร้างรายได้น้อย (More for Less) ไปสู่การผลิตสินค้าพรีเมี่ยม ที่ผลิตน้อยแต่สร้างรายได้มาก (Less for More) ร้อยละ 28.1

เรื่อง การช่วยเหลือเยียวยาเกษตรกรผู้ประสบภัยพิบัติทางการเกษตร

เนื้อหาที่เข้าใจ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เข้าใจ (คน) (ร้อยละ)
ผู้ประสบภัยพิบัติด้านการเกษตร ที่จะได้รับการจ่ายเงินทดรองราชการเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติ กรณีฉุกเฉินด้านการเกษตร ต้องเป็นผู้ประสบภัยพิบัติที่ขึ้นทะเบียนและปรับปรุงทะเบียนกับหน่วยงานที่กำกับดูแลแต่ละด้านของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ก่อนเกิดภัยพิบัติ	2,220 (68.2)
การจ่ายเงินทดรองราชการเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติกรณีฉุกเฉิน ด้านการเกษตร จะจ่ายให้แก่ผู้ประสบภัยพิบัติด้านพืช ด้านประมง ด้านปศุสัตว์ และด้านเกษตรอื่น ๆ	1,520 (46.7)
ผู้ประสบภัยพิบัติด้านการเกษตร สามารถยื่นขอรับความช่วยเหลือได้หลังจากจังหวัดมีการประกาศให้พื้นที่นั้นเป็นเขตการให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติกรณีฉุกเฉิน	1,933 (59.3)
การยื่นขอรับความช่วยเหลือกรณีเป็นผู้ประสบภัยพิบัติกรณีฉุกเฉิน ด้านการเกษตร จะต้องให้ผู้ใหญ่บ้าน / กำนัน / นายก อบต. / นายกเทศมนตรีประจำท้องที่ ตรวจสอบและรับรองความเสียหาย	1,805 (55.4)

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องการช่วยเหลือเยียวยาเกษตรกรผู้ประสบภัยพิบัติทางการเกษตร (ร้อยละ 90.6) มีความเข้าใจในเนื้อหาประเด็นย่อยต่าง ๆ เรียงตามลำดับ ดังนี้

- ผู้ประสบภัยพิบัติด้านการเกษตร ที่จะได้รับการจ่ายเงินทดรองราชการเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติ กรณีฉุกเฉิน ด้านการเกษตร ต้องเป็นผู้ประสบภัยพิบัติที่ขึ้นทะเบียนและปรับปรุงทะเบียนกับหน่วยงานที่กำกับดูแลแต่ละด้าน ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ก่อนเกิดภัยพิบัติ ร้อยละ 68.2
- ผู้ประสบภัยพิบัติด้านการเกษตร สามารถยื่นขอรับความช่วยเหลือได้หลังจากจังหวัดมีการประกาศให้พื้นที่นั้นเป็นเขตการให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติกรณีฉุกเฉิน ร้อยละ 59.3
- การยื่นขอรับความช่วยเหลือกรณีเป็นผู้ประสบภัยพิบัติ กรณีฉุกเฉิน ด้านการเกษตร จะต้องให้ผู้ใหญ่บ้าน / กำนัน / นายก อบต. / นายกเทศมนตรีประจำท้องที่ ตรวจสอบและรับรองความเสียหาย ร้อยละ 55.4

- การจ่ายเงินทดรองราชการเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติ กรณีฉุกเฉิน ด้านการเกษตร จะจ่ายให้แก่ผู้ประสบภัยพิบัติด้านพืช ด้านประมง ด้านปศุสัตว์ และด้านเกษตรอื่น ๆ ร้อยละ 46.7

<u>เรื่อง มาตรฐานสินค้าเกษตร</u>

เนื้อหาที่เข้าใจ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เข้าใจ (คน) (ร้อยละ)
มาตรฐานสินค้าเกษตร (มกษ.) จัดทำขึ้นโดยสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) เพื่อเป็นเครื่องมือในการควบคุม ส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรที่มีความปลอดภัยสอดคล้องตามหลักมาตรฐานสากล ผู้บริโภคมีความมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัย	2,143 (65.8)
มาตรฐานสินค้าเกษตร (มกษ.) เป็นเครื่องมือในการควบคุมและส่งเสริมสินค้าเกษตร ให้มีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อความปลอดภัยและคุ้มครองผู้บริโภค ป้องกันความเสียหายที่อาจจะเกิดแก่เกษตรกรหรือกิจการการค้าสินค้าเกษตร หรือเศรษฐกิจของประเทศ และเพื่อให้สอดคล้องกับพันธกรณีระหว่างประเทศ	1,513 (46.5)
มาตรฐานสินค้าเกษตร (มกษ.) เป็นเครื่องมือในการควบคุม ส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรที่มีความปลอดภัยสอดคล้องตามหลักมาตรฐานสากล ซึ่งมีมาตรฐานสินค้าเกษตร ที่กำหนดขึ้นภายใต้ พ.ร.บ.มาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ.2551 แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ มาตรฐานบังคับ และมาตรฐานทั่วไป	1,269 (39.0)
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กำหนดเครื่องหมาย Q ให้เป็นเครื่องหมายที่แสดงให้เห็นว่า สินค้าเกษตรและอาหารมีคุณภาพและความปลอดภัย ผู้บริโภคภายในประเทศและประเทศคู่ค้าให้เกิด ความเชื่อมั่นในระบบการผลิตและผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรและอาหารให้เป็นไปตามมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของนานาประเทศ	1,713 (52.6)

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องมาตรฐานสินค้าเกษตร (ร้อยละ 86.5) มีความเข้าใจในเนื้อหาประเด็นย่อยต่าง ๆ เรียงตามลำดับ ดังนี้

- มาตรฐานสินค้าเกษตร (มกษ.) จัดทำขึ้นโดยสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) เพื่อเป็นเครื่องมือในการควบคุม ส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรที่มีความปลอดภัยสอดคล้องตามหลักมาตรฐานสากล ผู้บริโภคมีความมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัย ร้อยละ 65.8
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กำหนดเครื่องหมาย Q ให้เป็นเครื่องหมายที่แสดงให้เห็นว่าสินค้าเกษตรและอาหารมีคุณภาพและความปลอดภัย ผู้บริโภคภายในประเทศและประเทศคู่ค้าให้เกิด ความเชื่อมั่นในระบบการผลิตและผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรและอาหารให้เป็นไปตามมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของนานาประเทศ ร้อยละ 52.6
- มาตรฐานสินค้าเกษตร (มกษ.) เป็นเครื่องมือในการควบคุมและส่งเสริมสินค้าเกษตร ให้มีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อความปลอดภัยและคุ้มครองผู้บริโภค ป้องกันความเสียหายที่อาจจะเกิดแก่เกษตรกรหรือกิจการการค้าสินค้าเกษตร หรือเศรษฐกิจของประเทศ และเพื่อให้สอดคล้องกับพันธกรณีระหว่างประเทศ ร้อยละ 46.5
- มาตรฐานสินค้าเกษตร (มกษ.) เป็นเครื่องมือในการควบคุม ส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรที่มีความปลอดภัยสอดคล้องตามหลักมาตรฐานสากล ซึ่งมีมาตรฐานสินค้าเกษตร ที่กำหนดขึ้นภายใต้ พ.ร.บ.มาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ.2551 แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ มาตรฐานบังคับ และมาตรฐานทั่วไป ร้อยละ 39

<u>เรื่อง การส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรมูลค่าสูง</u>

เนื้อหาที่เข้าใจ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เข้าใจ (คน) (ร้อยละ)
เป็นการบูรณาการด้านการเกษตรในระดับหมู่บ้าน เพื่อยกระดับรายได้เกษตรกรและสินค้าเกษตรให้มีมูลค่าสูง ส่งเสริมให้เกษตรกรเข้าถึงแหล่งทุนทางการเกษตร ลดการพึ่งพาจากภาครัฐ	1,709 (52.5)
เป็นการทบทวนและขับเคลื่อนแผนพัฒนาหมู่บ้าน จัดทำแผนงาน/โครงการด้านการเกษตรที่มีความเชื่อมโยงกับแผนชุมชน ซึ่งได้มาจากปัญหาและความต้องการของประชาชนที่ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนและภาคีต่าง ๆ ในพื้นที่	1,261 (38.7)

เนื้อหาที่เข้าใจ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เข้าใจ (คน) (ร้อยละ)
เป็นการดำเนินงานเพื่อยกระดับการผลิตสินค้าเกษตรระดับหมู่บ้านให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น	1,398 (42.9)
การส่งเสริมให้เกษตรกรและสถาบันเกษตรกรในพื้นที่สามารถวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาส วางแผนการผลิตที่เชื่อมโยงกับความต้องการของตลาด มีตลาดรองรับที่ชัดเจน เพื่อจัดทำแผนธุรกิจเกษตรรายสินค้าในการเข้าถึงแหล่งทุนจากสถาบันการเงิน ตลอดจนเข้าถึงนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่จำเป็น	1,547 (47.5)

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรมูลค่าสูง (ร้อยละ 72.7) มีความเข้าใจในเนื้อหาประเด็นย่อยต่าง ๆ เรียงตามลำดับ ดังนี้

- เป็นการบูรณาการด้านการเกษตรในระดับหมู่บ้าน เพื่อยกระดับรายได้เกษตรกรและสินค้าเกษตรให้มีมูลค่าสูง ส่งเสริมให้เกษตรกรเข้าถึงแหล่งทุนทางการเกษตร ลดการพึ่งพาจากภาครัฐ ร้อยละ 52.5
- การส่งเสริมให้เกษตรกรและสถาบันเกษตรกรในพื้นที่สามารถวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาส วางแผนการผลิตที่เชื่อมโยงกับความต้องการของตลาด มีตลาดรองรับที่ชัดเจน เพื่อจัดทำแผนธุรกิจเกษตรรายสินค้าในการเข้าถึงแหล่งทุนจากสถาบันการเงิน ตลอดจนเข้าถึงนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่จำเป็น ร้อยละ 47.5
- เป็นการดำเนินงานเพื่อยกระดับการผลิตสินค้าเกษตรระดับหมู่บ้านให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ร้อยละ 42.9
- เป็นการทบทวนและขับเคลื่อนแผนพัฒนาหมู่บ้าน จัดทำแผนงาน/โครงการด้านการเกษตรที่มีความเชื่อมโยงกับแผนชุมชน ซึ่งได้มาจากปัญหาและความต้องการของประชาชนที่ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนและภาคีต่าง ๆ ในพื้นที่ ร้อยละ 38.7

3 การเปิดรับสื่อ และความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร

3.1 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารในชีวิตประจำวัน สื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากที่สุดในชีวิตประจำวัน แบ่งเป็น

ประเภทสื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์	558	17.1
วิทยุกระจายเสียง	19	0.6
สิ่งพิมพ์	66	2.0
YouTube	296	9.1
Facebook	1,287	39.5
Website	332	10.2
Line	462	14.2
TikTok	183	5.6
Twitter	54	1.7
รวม	3,257	100.0

ผลการสำรวจพบว่า ในชีวิตประจำวันกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก Facebook มากที่สุด คือ จำนวน 1,287 คน (ร้อยละ 39.5) รองลงมา ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ จำนวน 558 คน (ร้อยละ 17.1) Line จำนวน 462 คน (ร้อยละ 14.2) Website จำนวน 332 คน (ร้อยละ 10.2) YouTube จำนวน 296 คน (ร้อยละ 9.1) TikTok จำนวน 183 คน (ร้อยละ 5.6) สิ่งพิมพ์ จำนวน 66 คน (ร้อยละ 2) Twitter จำนวน 54 คน (ร้อยละ 1.7) และสื่อวิทยุกระจายเสียง จำนวน 19 คน (ร้อยละ 0.6)

3.2 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ (ตอบได้มากกว่า 1 สื่อ)

ประเภทสื่อ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เคยเปิดรับข่าวสารของกระทรวงเกษตรฯ (คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์	1,303	40.0
วิทยุกระจายเสียง	252	7.7
สิ่งพิมพ์	665	20.4

ประเภทสื่อ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เคยเปิดรับข่าวสารของกระทรวงเกษตรฯ (คน)	ร้อยละ
สื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่หน่วยงานกระทรวงเกษตรฯ ในพื้นที่ / ผู้นำชุมชน / ผู้นำกลุ่มเกษตรกร)	1,535	47.1
สื่อกิจกรรม (นิทรรศการ / อบรม / สัมมนา)	804	24.7
Facebook	1,698	52.1
YouTube	633	19.4
Line	951	29.2
Website	973	29.9
Twitter	57	1.8
TikTok	188	5.8

ผลการสำรวจพบว่า Facebook เป็นช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 1,698 คน (ร้อยละ 52.1) เคยได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ รองลงมา คือ สื่อบุคคล จำนวน 1,535 คน (ร้อยละ 47.1) สื่อโทรทัศน์ จำนวน 1,303 คน (ร้อยละ 40) Website จำนวน 973 คน (ร้อยละ 29.9) Line จำนวน 951 คน (ร้อยละ 29.2) สื่อกิจกรรม จำนวน 804 คน (ร้อยละ 24.7) สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 665 คน (ร้อยละ 20.4) YouTube จำนวน 633 คน (ร้อยละ 19.4) สื่อวิทยุกระจายเสียง จำนวน 252 คน (ร้อยละ 7.7) TikTok จำนวน 188 คน (ร้อยละ 5.8) และ Twitter จำนวน 57 คน (ร้อยละ 1.8)

3.3 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสมในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรให้เข้าถึงเกษตรกรมากที่สุด

ประเภทสื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์	654	20.0
วิทยุกระจายเสียง	51	1.6
หนังสือพิมพ์	50	1.5
สื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่หน่วยงานกระทรวงเกษตรฯ ในพื้นที่ / ผู้นำชุมชน / ผู้นำกลุ่มเกษตรกร)	881	27.0

ประเภทสื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สื่อกิจกรรม (นิทรรศการ / อบรม / สัมมนา)	132	4.1
Facebook	748	23.0
YouTube	188	5.8
Line	249	7.9
Website	146	4.5
Twitter	9	0.3
TikTok	149	4.6
รวม	3,434	100.0

จากการสำรวจพบว่า สื่อบุคคล เป็นสื่อที่กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ จำนวน 881 คน (ร้อยละ 27) คิดว่าเหมาะสมในการใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรเพื่อให้เข้าถึงเกษตรกรมากที่สุด รองลงมา คือ Facebook จำนวน 748 คน (ร้อยละ 23) สื่อโทรทัศน์ จำนวน 654 คน (ร้อยละ 20) Line จำนวน 249 คน (ร้อยละ 7.9) Youtube จำนวน 188 คน (ร้อยละ5.8) TikTok จำนวน 149 คน (ร้อยละ 4.6) Website จำนวน 146 คน (ร้อยละ 4.5) สื่อกิจกรรม จำนวน 132 คน (ร้อยละ 4.1) สื่อวิทยุ จำนวน 51 คน (ร้อยละ 1.6) สื่อสิ่งพิมพ์ 50 คน (ร้อยละ 1.5) และTwitter จำนวน 9 คน (ร้อยละ 0.3)

4. ความพึงพอใจการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

4.1 ความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนความพึงพอใจในดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ดังนี้

พึงพอใจมากที่สุด เท่ากับ 5 คะแนน
พึงพอใจมาก เท่ากับ 4 คะแนน
พอใจปานกลาง เท่ากับ 3 คะแนน
พึงพอใจน้อย เท่ากับ 2 คะแนน
พึงพอใจน้อยที่สุด เท่ากับ 1 คะแนน

ความพึงพอใจในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยคะแนนในการวัดระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง พึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง พึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

ระดับความพึงพอใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ
มากที่สุด	580	17.8	3.75
มาก	1,443	44.3	
ปานกลาง	1,090	33.5	
น้อย	117	3.6	
น้อยที่สุด	27	0.8	

ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 1,443 คน (ร้อยละ 44.3) มีความพึงพอใจการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในระดับมาก รองลงมาคือ พึงพอใจปานกลาง จำนวน 1,090 คน (ร้อยละ 33.5) พึงพอใจมากที่สุด จำนวน 580 คน (ร้อยละ 17.8) พึงพอใจน้อย จำนวน 117 คน (ร้อยละ 3.6) พึงพอใจน้อยที่สุด จำนวน 580 คน (ร้อยละ 17.8)

โดยภาพรวมความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 3.75 จัดอยู่ในเกณฑ์ความพึงพอใจระดับมาก ซึ่งคิดเป็น ร้อยละ 75

5. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารประเด็นสื่อสารสำคัญ กับความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

5.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารประเด็นสื่อสารสำคัญ กับความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

	R	Sig
ผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารประเด็นสื่อสารสำคัญ และความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	0.332**	0.000

**มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารประเด็นสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น หากกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากจะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในระดับสูงขึ้นด้วย

6. ข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสำรวจ มีข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยสามารถแบ่งออกเป็นข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ ดังนี้

<u>ข้อเสนอแนะด้านสื่อ</u>

- ควรเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ให้มีความหลากหลาย มีการใช้สื่อออนไลน์ และโซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันในการสร้างการรับรู้ผลงานเด่น ๆ เพิ่มความถี่ในการประชาสัมพันธ์ และดำเนินการอย่างต่อเนื่อง
- พัฒนาแอปพลิเคชั่นเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยควรเป็นลักษณะ Account Official เพื่อความน่าเชื่อถือ
- สร้างช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สามารถสอบถามย้อนกลับหรือรับฟังข้อเสนอแนะ (Feedback)
- เลือกช่องทางการสื่อสาร และช่วงเวลาในการสื่อสาร ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม
- หากเป็นโครงการ/นโยบายสำคัญ ควรเลือกใช้ช่องทางสื่อที่ประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงได้และไม่เสียค่าใช้จ่าย เช่น สื่อโทรทัศน์ หรือ วิทยุ และควรให้ความสำคัญกับเกษตรกรสูงวัย และกลุ่มเกษตรกรที่ไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยี เพื่อให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ไปถึงเกษตรกรทุกกลุ่ม
- เกษตรที่เป็นกลุ่มคนรุ่นเก่า จะรับฟังข่าวสารที่น่าเชื่อถือจากผู้นำชุมชน หรือเจ้าหน้าที่ ดังนั้นเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานในสังกัด กษ.ฯลฯ ควรเข้าถึงเกษตรกรในพื้นที่ให้มากขึ้น

<u>ข้อเสนอแนะด้านรูปแบบ และเนื้อหาในการนำเสนอ</u>

- ประเด็นที่เลือกมาเผยแพร่ควรเป็นเรื่องที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ใช้รูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ ไม่น่าเบื่อ สอดคล้องกับความสนใจของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย
- การนำเสนอข้อมูลควรสั้น กระชับ จดจำได้ง่าย และใช้ภาษาที่เกษตรกรเข้าใจง่าย
- เนื้อหาในการประชาสัมพันธ์ควรมีรายละเอียดสาระสำคัญที่แสดงให้เห็นประโยชน์ที่ประชาชนหรือเกษตรกรจะได้รับ ความสำเร็จของโครงการต่าง ๆ หรือผลการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรม มากกว่าการประชาสัมพันธ์ให้ทราบแค่ชื่อกิจกรรม/โครงการ หรือชื่อการประชุม
- เนื้อหาและประเด็นที่นำมาประชาสัมพันธ์ควรมีความทันต่อสถานการณ์ ข้อมูลชัดเจนถูกต้อง มีการนำเสนอรวดเร็ว ครอบคลุมข้อมูลทุกด้าน เพื่อให้เกษตรกรสามารถนำไปปรับใช้ประโยชน์ได้ เช่น การเตือนภัยโรคระบาดพืช-สัตว์ ตามฤดูกาล ความรู้ในช่วงก่อนฤดูการผลิต และการเก็บเกี่ยว เป็นต้น

- จากข้อเสนอแนะพบว่ามีประเด็นสื่อสารสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ ได้แก่ เรื่องมาตรฐานเครื่องหมายและสินค้า Q และมาตรฐานสินค้าปลอดภัย ความรู้เกี่ยวกับการลดการเผาในพื้นที่เกษตร การป้องกันและวิธีกำจัดโรคระบาดของพืช การผลิตและการตลาดที่มิตรกับสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะด้านการดำเนินงาน และอื่น ๆ

- ควรกำหนดประเด็นสื่อสาร วัตถุประสงค์การสื่อสาร และกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสารให้ชัดเจน

- ควรวางแผนประชาสัมพันธ์กิจกรรมโครงการต่าง ๆ ล่วงหน้าให้เหมาะสม เพื่อประโยชน์ของเกษตรกร และควรให้หน่วยงานในภูมิภาคมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์

- ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารผ่านกลุ่มผู้นำชุมชน อาสาสมัครเกษตร หรือเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานในสังกัด กษ. เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ได้รับความเชื่อถือจากเกษตรกร ดังนั้น เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานควรเข้าถึงเกษตรกรในพื้นที่ให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนวทางเพื่อพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกระทวงเกษตรและสหกรณ์

จากผลสำรวจการรับรู้ฯ และข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนวทางพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ดังนี้

- พัฒนาช่องทางการสื่อสารให้มีความหลากหลาย โดยใช้การผสมผสานระหว่างสื่อดั้งเดิมที่กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงได้สะดวก เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ไปพร้อมกับการเพิ่มช่องทางการสื่อสารด้วยสื่อสมัยใหม่หรือสื่อออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน เช่น TikTok Youtube โดยเลือกช่องทางและรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ สอดคล้องกลุ่มเป้าหมายและเหมาะสมกับลักษณะเด่นของสื่อแต่ละประเภท

- การบริหารจัดการข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ ศึกษาความต้องการข้อมูลข่าวสารของเกษตรกรและประชาชน ศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อวางแผนการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อเกษตรกร ทันต่อสถานการณ์ เนื้อหาถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน และตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

- พัฒนาช่องทาง Two – Way Communication หรือช่องทางเพื่อให้บริการติดต่อสอบถามข้อมูลข่าวสาร รับฟังความคิดเห็น (Feedback) ของประชาชนและเกษตรกร

- ขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์ร่วมกับหน่วยงานในระดับพื้นที่ ใช้เครือข่ายหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรฯ ผู้นำชุมชน อาสาสมัครเกษตร และสื่อท้องถิ่นในการสื่อสารไปยังเกษตรกรและกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการสื่อสารแผนประชาสัมพันธ์ประจำปีให้หน่วยงานในสังกัดในส่วนภูมิภาคได้รับทราบเพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินงานเพื่อสื่อสารสร้างการรับรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในประเด็นสำคัญให้กับเกษตรกรและประชาชนในพื้นที่

- จากข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสำรวจ ได้มีการเสนอเรื่องที่ต้องการให้หน่วยงานดำเนินการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น เช่น เรื่องมาตรฐานสินค้าปลอดภัย การลดการเผาในพื้นที่เกษตร การป้องกันและวิธีกำจัดโรคระบาดของพืช การผลิตและการตลาดที่มิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ควรพิจารณานำประเด็นเหล่านั้นมาบรรจุลงในแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ปีต่อไป

<u>ข้อจำกัด และข้อเสนอในการสำรวจครั้งต่อไป</u>

- การสำรวจครั้งนี้ดำเนินการกระจายแบบสำรวจโดยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญโดยขอความอนุเคราะห์ข้อมูลผ่านเครือข่ายหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ส่งผลให้ผู้ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ และเกษตรกร ดังนั้น ควรเพิ่มช่องทางในการกระจายแบบสำรวจให้ได้ผลการสำรวจครอบคลุมกลุ่มเป้าที่เป็นประชาชนทั่วไป เพื่อให้ผลสำรวจครอบคลุมความคิดเห็นของประชาชนทั้งประเทศและมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

- การสำรวจครั้งนี้เน้นสำรวจการรับรู้ในเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่ต้องการสื่อสารเพื่อให้เกษตรกร/ประชาชนรับทราบ ทั้งนี้ ควรสำรวจเพิ่มเติมเกี่ยวกับความต้องการของเกษตรกรและประชาชนว่ามีความต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องใดบ้าง เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ครอบคลุมทั้งเรื่องสำคัญที่ประชาชนควรทราบ และเรื่องที่ประชาชนต้องการทราบ ซึ่งสามารถนำมาเป็นข้อมูลประกอบการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ในปีต่อไปให้มีประสิทธิภาพสามารถตอบสนองความต้องการข่าวสารของประชาชนและเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกร

.....