

**การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตรของเกษตรกร
ตำบลวังไก่อเลื้อน อำเภอนาคู จังหวัดชัยนาท**
**Development of Public Relations Media to Reduce Burning in Agricultural
Areas, Wang Kai Thuen Subdistrict, Hankha District, Chainat Province**

วารุณี จันทรเสวก^{1*} เชิดพงษ์ ชีระจิตต์¹ รพี ดอกไม้เทศ¹

Warunee Jansawek^{1*}, Cherdpong Kheerajit¹ and Rapee Dokmaithes¹

¹ ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร คณะเกษตร กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม 73140

Department of Agricultural Extension and Communication, Faculty of Agriculture at Kamphaeng Saen,
Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus, Nakhon Pathom, 73140.

*Corresponding author, e-mail: warunee.j@ku.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของเกษตรกรตำบลวังไก่อเลื้อน อำเภอนาคู จังหวัดชัยนาท 2) ออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เรื่อง การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร สำหรับเกษตรกร ตำบลวังไก่อเลื้อน อำเภอนาคู จังหวัดชัยนาท 3) ศึกษาการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาของเกษตรกรตำบลวังไก่อเลื้อน อำเภอนาคู จังหวัดชัยนาท 4) ศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับระดับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เกษตรกรผู้ปลูกข้าวนาปีขึ้นทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร ปีการผลิต 2566/67 จำนวน 104 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แบบสอบถามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ 2) สื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร ประกอบด้วย สื่อบุคคล วิดีโอ สื่อออนไลน์ และหอกระจายข่าว 3) แบบสอบถามการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแจกแจงความถี่ และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน ผลการวิจัยพบว่า 1) เกษตรกรมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากสื่อบุคคลโดยผู้นำชุมชน และหอกระจายข่าว มากที่สุด ทั้งในด้านของความรู้ในการเปิดรับและระดับความต้องการ 2) ออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร โดยใช้สื่อบุคคล วิดีโอ สื่อออนไลน์ และหอกระจายข่าว 3) การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร พบว่า สื่อบุคคล ($\bar{X} = 3.96$) และหอกระจายข่าว ($\bar{X} = 3.79$) สร้างการรับรู้ในระดับสูง 4) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระดับการรับรู้ โดยเฉพาะสื่อบุคคล ($r = 0.581$) และหอกระจายข่าว ($r = 0.637$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ การเปิดรับสื่อ, การรับรู้, สื่อประชาสัมพันธ์, การเผาในพื้นที่การเกษตร

Abstract

This research aimed to: 1) study media exposure among rice farmers in Wang Kai Thuan Subdistrict, Hankha District, Chai Nat Province, 2) design and develop public relations media for reducing agricultural burning for farmers in the area, 3) examine the farmers' perception of the anti-burning media, and 4) investigate the relationship between media exposure behavior and the level of perception of the anti-burning media. The sample group consisted of 104 registered rice farmers from the 2023/2024 production year, as recorded by the Department of Agricultural Extension. The research instruments included: 1) a questionnaire on media exposure behavior, 2) public relations media related to agricultural burning reduction, including personal media, video, online media, and broadcasting towers, and 3) a questionnaire on farmers' perception of the media. Data were analyzed using mean, standard deviation, frequency, and Spearman's rank correlation coefficient. The findings revealed that 1) Farmers had diverse media exposure behaviors, with Personal Media: Community leaders (e.g., village headman) and broadcasting towers being the most frequently accessed and highly demanded channels. 2) Media were designed and developed in various formats, including personal media, video clips, online media, and broadcasting towers. 3) Farmers' perception of the media showed that personal media ($\bar{x} = 3.96$) and broadcasting towers ($\bar{x} = 3.79$) achieved high levels of perception. 4) A positive relationship was found between media exposure behavior and the level of perception, particularly in personal media ($r = 0.581$) and broadcasting towers ($r = 0.637$), which were statistically significant at the .01 level.

Keywords: Media exposure, Awareness, Public relations media, Agricultural burning

บทนำ

การเผาในพื้นที่การเกษตรเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดหมอกควัน ฝุ่นละออง และเขม่าควันลอยขึ้นสู่บรรยากาศ ส่งผลให้เกิดปัญหาหมอกควันปกคลุมในหลายพื้นที่ของประเทศ โดยเฉพาะในช่วงที่มีการเผาวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรอย่างต่อเนื่อง ปัญหานี้ยังทวีความรุนแรงมากขึ้นเมื่อรวมกับสถานการณ์ฝุ่นละอองขนาดเล็ก PM2.5 ที่กำลังแพร่กระจายอยู่ในปัจจุบัน เนื่องจากการเผาในพื้นที่เกษตรมีส่วนสำคัญที่ทำให้ฝุ่น PM2.5 สะสมในอากาศเพิ่มขึ้นจนกลายเป็นปัญหามลพิษที่จำเป็นต้องเร่งแก้ไขอย่างจริงจัง (มธุรส และคณะ, 2563) ภาพรวมประเทศไทยปี 2566 พบว่ามีจุดความร้อนรวม 177,156 จุด เป็นพื้นที่การเกษตร จำนวน 55,470 จุด คิดเป็นร้อยละ 31.31 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2565 พบจุดความร้อนในพื้นที่การเกษตร มีจำนวนเพิ่มขึ้น 25,327 จุด คิดเป็นร้อยละ 84.01 (กรมป่าไม้, 2566) นอกจากนี้ การเผาในพื้นที่การเกษตร ยังเป็นสาเหตุหลักของปัญหาทางการเกษตรอีกมากมาย เช่น ดินขาดความอุดมสมบูรณ์ ทำลายแร่ธาตุในดิน ซึ่งจะส่งผลให้พืชไม่เจริญงอกงาม ผลผลิตตกต่ำ ไม่ได้คุณภาพอย่างที่ต้องการ น้ำได้ดินระเหย และทำลายแมลงที่มีประโยชน์ต่อพืช เป็นต้น

เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ตามแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2566 – 2580 (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) กรมส่งเสริมการเกษตรจึงได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และบริหารจัดการทรัพยากรการเกษตร โดยสนับสนุนการทำเกษตรกรรมที่ยั่งยืน ส่งเสริมการหยุดเผาในพื้นที่การเกษตร สนับสนุนการใช้ประโยชน์และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร เพื่อให้เกิดความสมดุลของระบบนิเวศการเกษตร และเป็นการฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้เป็นฐานการผลิตของภาคการเกษตรได้อย่างยั่งยืน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2567)

จังหวัดชัยนาท เป็นพื้นที่เกษตรกรรมหนึ่งของประเทศไทยที่ประสบปัญหาการเผา มีพื้นที่ทั้งหมด 1,543,591 ไร่ โดยเป็นพื้นที่ทำการเกษตร 1,186,779 ไร่ คิดเป็น 76.88% ของพื้นที่ทั้งหมดของจังหวัด (สำนักงานเกษตรจังหวัดชัยนาท, 2567) ในช่วงเดือนมกราคม – ธันวาคม 2566 จังหวัดชัยนาทมีจุดความ

ร้อนสะสมอยู่ที่ 733 จุด โดยอำเภอที่มีจุดความร้อนมากที่สุดคือ อำเภอหันคา มีจุดความร้อนสะสมอยู่ที่ 161 จุด และตำบลวังไก่อี้น เป็นตำบลที่มีจุดความร้อนสะสมสูงที่สุดในอำเภอหันคาซึ่งมีถึง 43 จุด (กรมป่าไม้, 2566) เนื่องจากตำบลวังไก่อี้นมีพื้นที่ปลูกข้าวมากถึง 23,101.32 ไร่ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2567) และมีพื้นที่อยู่ติดแม่น้ำ อีกทั้งยังอยู่ในเขตชลประทาน ทำให้เกษตรกรมีโอกาสในการทำนามากถึง 2-3 รอบ/ปี จึงมีการเผาตอซังและฟางข้าวในพื้นที่เพื่อให้ทันต่อฤดูกาลผลิต แม้ที่ผ่านมาหน่วยงานภาครัฐและภาคีเครือข่ายจะมีความพยายามในการสื่อสารและสร้างการรับรู้ให้กับเกษตรกรเกี่ยวกับผลกระทบของการเผาในพื้นที่การเกษตรผ่านสื่อประชาสัมพันธ์หลากหลายรูปแบบ เช่น การอบรม การจัดนิทรรศการ การใช้หอกระจายข่าว วิทยุชุมชน สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2564) แต่ยังพบข้อจำกัดในการดำเนินงาน อาทิ สื่อบางประเภทเข้าถึงได้ยาก ไม่ต่อเนื่อง หรือไม่สอดคล้องกับพฤติกรรม的开รับข้อมูลข่าวสารของเกษตรกรในพื้นที่จากการวิเคราะห์บริบทพบว่า ยังมีช่องว่างทางความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของการเผาและทางเลือกในการจัดการเศษวัสดุอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังขาดการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรม的开รับสื่อของเกษตรกรแต่ละกลุ่มอย่างแท้จริง (รุ่งลาวัลย์ รัญจวรรณ, 2562) ซึ่งช่องว่างเหล่านี้เป็นอุปสรรคต่อการสร้างความเข้าใจที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในระยะยาว ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐจึงจำเป็นต้องสร้างความเข้าใจ สร้างการรับรู้ และแนวทางในการปฏิบัติในด้านการลดการเผาในพื้นที่การเกษตร เพื่อสร้างความตระหนักให้กับเกษตรกร ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตรของเกษตรกร ตำบลวังไก่อี้น อำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท เพื่อให้เกษตรกรได้ตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดจากการเผาในพื้นที่การเกษตร และสามารถนำไปเป็นแนวทางปฏิบัติในกิจกรรมการเกษตรต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของเกษตรกรตำบลวังไก่อี้น อำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท
2. ออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เรื่องการลดการเผาในพื้นที่การเกษตร สำหรับเกษตรกรตำบลวังไก่อี้น อำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท
3. ศึกษาการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาของเกษตรกรตำบลวังไก่อี้น อำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท
4. ศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับระดับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตรของเกษตรกร ตำบลวังไก่อี้น อำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท เป็นการการวิจัยและพัฒนา ดังนี้

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ เกษตรกรผู้ปลูกข้าวนาปีในพื้นที่ตำบลวังไก่อี้น อำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท ที่ขึ้นทะเบียนทำการเกษตรกับกรมส่งเสริมการเกษตร ปีการผลิต 2566/67 จำนวน 1,042 คน ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาเป็นร้อยละ ในการกำหนดประชากร จำนวนประชากรเป็นจำนวนหลักพัน ใช้จำนวนประชากรร้อยละ 10 จะได้ประชากร 104 คน จากนั้นนำไปคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างของแต่ละหมู่บ้านด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสอบถามชุดที่ 1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ เป็นแบบสอบถามประเภทกึ่งโครงสร้าง แบ่ง 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของประชากร

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อทั่วไปของเกษตรกร

ตอนที่ 3 ความถี่ในการเปิดรับสื่อของเกษตรกร

ตอนที่ 4 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ลดการเผาในพื้นที่การเกษตร

ตอนที่ 5 ความต้องการเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ลดการเผาในพื้นที่การเกษตร

ตอนที่ 6 ความต้องการในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ลดการเผาในพื้นที่การเกษตร

โดยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 3 ท่าน แล้วนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตรเกณฑ์ ค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 - 1.00 เท่ากับ มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้ ค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 เท่ากับ ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้ จากการหาค่า IOC แบบสอบถามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ มีค่าเท่ากับ 0.94 แสดงว่ามีค่าความเที่ยงตรงสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์สามารถใช้เก็บข้อมูลได้

2.2 สื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร ได้ออกแบบและพัฒนาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวนาปีในพื้นที่ตำบลวังไก่อ้อเภอหันคา จังหวัดชัยนาท ที่ขึ้นทะเบียนทำการเกษตรกับกรมส่งเสริมการเกษตร ปีการผลิต 2566/67 แล้วผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร ให้มีความเหมาะสมกับลักษณะการเปิดรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย สื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นมีหลากหลายรูปแบบ โดยครอบคลุมช่องทางที่เกษตรกรนิยมเปิดรับข้อมูล ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อวิดีโอ สื่อออนไลน์ หอกระจายข่าว โดยทำการตรวจประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 3 ท่าน และได้ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ก่อนนำไปเผยแพร่

2.3 แบบสอบถามชุดที่ 2 การรับรู้ของเกษตรกรต่อสื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร เป็นแบบสอบถามประเภทกึ่งโครงสร้าง โดยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 3 ท่าน แล้วนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตรเกณฑ์ ค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 - 1.00 เท่ากับ มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้ ค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 เท่ากับ ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้ จากการหาค่า IOC แบบสอบถามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ มีค่าเท่ากับ 0.82 แสดงว่ามีค่าความเที่ยงตรงสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์สามารถใช้เก็บข้อมูลได้

ทำการแบ่งระดับการรับรู้เป็น 5 ระดับ ดังนี้

1 คะแนน หมายถึง ไม่ทราบ และไม่เคยตระหนักถึงปัญหา

2 คะแนน หมายถึง ทราบ และเข้าใจถึงปัญหา แต่ไม่สามารถอธิบายการแก้ปัญหาได้

3 คะแนน หมายถึง ทราบ และเข้าใจถึงปัญหา สามารถอธิบายวิธีการ / แนวทางการแก้ปัญหาได้

4 คะแนน หมายถึง ทราบ และเข้าใจถึงปัญหา รวมทั้งมีการนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

5 คะแนน หมายถึง ทราบ และเข้าใจถึงปัญหา รวมทั้งมีการนำไปใช้ปฏิบัติเป็นกิจวัตร

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1

เก็บข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งได้ดำเนินการในระยะเวลา 1 เดือน ได้ข้อมูลทั้งสิ้น 104 คน

ขั้นตอนที่ 2

นำข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของเกษตรกรที่ได้มาวิเคราะห์ เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายทั้งในด้านเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และช่องทางการเผยแพร่

ขั้นตอนที่ 3

ดำเนินการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้นผ่านช่องทางที่เหมาะสมกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย โดยสื่อที่ใช้เผยแพร่มีการเผยแพร่ในช่วงเวลาและระยะเวลาเดียวกัน คือตั้งแต่ช่วงสัปดาห์ที่ 1 ถึง สัปดาห์ที่ 4 เดือนมกราคม 2568

ขั้นตอนที่ 4

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งได้ดำเนินการในระยะเวลา 1 เดือน ทั้งนี้ประชากรที่ใช้ในการศึกษายังคงเป็นกลุ่มเดียวกันกับในขั้นตอนที่ 1 จำนวนทั้งสิ้น 104 คน

4. การวิเคราะห์ผล/แปลผล

4.1 วิเคราะห์จากแบบสอบถามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ร้อยละ และการแจกแจงความถี่

หลักเกณฑ์ในการวัดความต้องการในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ลดการเผาในพื้นที่การเกษตร เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยมีเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ระดับต่ำ

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ระดับต่ำมาก

4.2 วิเคราะห์จากแบบสอบถามการรับรู้ของเกษตรกรต่อสื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตรวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และร้อยละ

หลักเกณฑ์ในการวัดการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ลดการเผาในพื้นที่การเกษตร เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยมีเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ระดับต่ำ

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ระดับต่ำมาก

4.3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับสื่อ กับระดับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ การลดการเผาในพื้นที่การเกษตรโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน คือ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน

เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ตามเกณฑ์ของ Salkind, 2000 อ้างถึงใน ประสิทธิ์ สด้า (2564) ดังนี้

0.81 – 1.00	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก
0.61 – 0.80	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
0.41 – 0.60	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
0.21 – 0.40	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
0.01 – 0.20	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตรของเกษตรกร ตำบลวังไก่อเลื้อย อำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท ตามวัตถุประสงค์ 4 ข้อ ได้แก่ 1) การเปิดรับสื่อของเกษตรกร 2) การออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร 3) การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร 4) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับสื่อกับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร

1. การเปิดรับสื่อของเกษตรกร

1.1 ข้อมูลทั่วไปของประชากร พบว่า เกษตรกรเป็นเพศชาย 54 คน คิดเป็นร้อยละ 51.92 และเพศหญิง 50 คน คิดเป็นร้อยละ 48.08 เกษตรกรส่วนใหญ่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป 40 คน คิดเป็นร้อยละ 38.46 และอายุระหว่าง 51 – 60 ปี 31 คน คิดเป็นร้อยละ 29.81 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา 43 คน คิดเป็นร้อยละ 41.35 และมีมัธยมศึกษาตอนต้น 21 คน คิดเป็นร้อยละ 20.19 เกษตรกร 100 คน คิดเป็นร้อยละ 96.15 ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก และส่วนใหญ่ไม่มีอาชีพเสริม 49 คน คิดเป็นร้อยละ 47.12 เกษตรกรส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท 97 คน คิดเป็นร้อยละ 93.27

1.2 การเปิดรับสื่อทั่วไปของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรมีการเปิดรับสื่อบุคคลมากที่สุด โดยเฉพาะจากเพื่อนร่วมอาชีพ 79 คน คิดเป็นร้อยละ 75.96 เพื่อนบ้าน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 73.08 และสมาชิกในครอบครัว 72 คน คิดเป็นร้อยละ 69.23 ตามลำดับ สำหรับสื่อโทรทัศน์ พบว่า เกษตรกรเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์มากที่สุด 80 คน คิดเป็นร้อยละ 76.92 รองลงมา คือ หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย 66 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 คลิปวิดีโอ 48 คน คิดเป็นร้อยละ 46.15 สำหรับสื่อออนไลน์ พบว่า เกษตรกรเปิดรับสื่อ YouTube มากที่สุด 53 คน คิดเป็นร้อยละ 51.96 รองลงมาคือ Facebook 51 คน คิดเป็นร้อยละ 49.04 และ Line 47 คน คิดเป็นร้อยละ 45.19 ตามลำดับ

1.3 ความถี่ในการเปิดรับสื่อของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ในระดับต่ำ ประมาณ 1 ครั้ง/สัปดาห์ ในทางกลับกัน สื่อบุคคล เช่น สมาชิกในครอบครัว/ญาติ เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมอาชีพ และสื่อโทรทัศน์ มีการเปิดรับข่าวสารที่ค่อนข้างมาก คือ มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ สำหรับสื่อออนไลน์ เช่น แอปพลิเคชัน Facebook YouTube และ Line มีการเปิดรับสื่อในระดับมากเช่นกัน คือ มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์

1.4 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ลดการเผาในพื้นที่การเกษตร พบว่า เกษตรกรทุกคนเคยได้รับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการลดการเผาในพื้นที่การเกษตร โดยช่องทางที่ได้รับมากที่สุดคือ หอกระจายเสียงในชุมชน 79 คน คิดเป็นคิดเป็นร้อยละ 75.96 รองลงมาคือ ผู้นำชุมชนหรือประธานกลุ่ม 64 คน คิดเป็นร้อยละ 61.54 สื่อออนไลน์ Facebook และบุคคลที่มานำเสนอ 39 คน เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 37.50 รายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ลดการเผาในพื้นที่การเกษตร

(n = 104)

แหล่งข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หอกระจายเสียงในชุมชน	79	75.96
ผู้นำชุมชน/ประธานกลุ่ม	64	61.54
Facebook	39	37.50
บุคคลมาแนะนำหรือไปพบ	39	37.50
YouTube	20	19.23
วิทยุ	19	18.27
โทรทัศน์	16	15.38
การอบรม	15	14.42
Line	12	11.54
แผ่นพับ/โปสเตอร์	8	7.69
ตึกตอก	5	4.81
วารสาร/นิตยสาร	3	2.88

1.5 ความต้องการเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ลดการเผาในพื้นที่การเกษตร พบว่า เกษตรกรมีความสนใจในเนื้อหาเกี่ยวกับโทษและผลเสียของการเผา มากที่สุด 32 คน คิดเป็นร้อยละ 30.77 รองลงมาคือนวัตกรรม/เทคโนโลยีลดการเผา 30 คน คิดเป็นร้อยละ 28.85 และข้อดีของการไม่เผา 25 คน คิดเป็นร้อยละ 24.04 ซึ่งอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน วิธีการจัดการเศษวัสดุทางการเกษตร 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.62 และเกษตรกรต้นแบบ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.73 รายละเอียดใน ตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความต้องการเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ลดการเผาในพื้นที่การเกษตร

(n = 104)

ความสนใจในการเปิดรับสื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. โทษ – ผลเสีย ของการเผาในพื้นที่เกษตร	32	30.77
2. นวัตกรรม/เทคโนโลยีลดการเผาในพื้นที่เกษตร	30	28.85
3. ข้อดีของการไม่เผาในพื้นที่เกษตร	25	24.04
4. วิธีการจัดการเศษวัสดุทางการเกษตร	10	9.62
5. เกษตรกรต้นแบบด้านลดการเผาในพื้นที่เกษตร	7	6.73

1.6 ความต้องการในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ลดการเผาในพื้นที่การเกษตร พบว่า เกษตรกรมีความต้องการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ลดการเผาในพื้นที่การเกษตรจากสื่อบุคคลโดยผู้นำชุมชน ($\bar{X}$ = 3.84) และหอกระจายข่าว ($\bar{X}$ = 3.44) ในระดับมาก รองลงมา คือ สื่อบุคคลโดยเพื่อนร่วมอาชีพ ($\bar{X}$ = 3.32) สื่อบุคคลโดยเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรอำเภอ ($\bar{X}$ = 3.27) สื่อบุคคลโดยเพื่อนบ้าน ($\bar{X}$ = 3.17) สื่อบุคคลโดยสมาชิกในครอบครัว/ญาติ ($\bar{X}$ = 3.04) สื่อโทรทัศน์ โทรทัศน์ ($\bar{X}$ = 3.18) สื่อโทรทัศน์ คลิปวิดีโอ ($\bar{X}$ = 2.68) สื่อออนไลน์ Facebook ($\bar{X}$ = 2.72) สื่อกิจกรรม การจัดอบรม ($\bar{X}$ = 2.94) และ สื่อกิจกรรม การสาธิต ($\bar{X}$ = 2.70) ตามลำดับ รายละเอียดใน ตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความต้องการในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ลดการเผาในพื้นที่การเกษตร

(n = 104)		
ความต้องการในการเปิดรับสื่อ	$\bar{X}$	แปลผล
สิ่งพิมพ์		
1.หนังสือพิมพ์	2.00	ต่ำ
2.วารสาร/นิตยสาร	1.72	ต่ำมาก
3.แผ่นพับ/โปสเตอร์	1.89	ต่ำ
4.หนังสือ	1.79	ต่ำมาก
บุคคล		
1.สมาชิกในครอบครัว/ญาติ	3.04	ปานกลาง
2.เพื่อนบ้าน	3.17	ปานกลาง
3.เพื่อนร่วมอาชีพ	3.32	ปานกลาง
4.ผู้นำชุมชน เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เป็นต้น	3.84	มาก
5.ครู/อาจารย์	1.58	ต่ำมาก
6.เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรอำเภอ	3.27	ปานกลาง
7.เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล	1.39	ต่ำมาก
สื่อโทรทัศน์		
1.วิทยุ	1.86	ต่ำ
2.คลิปวิดีโอ	2.68	ปานกลาง
3.โทรทัศน์	3.18	ปานกลาง
สื่อออนไลน์		
1.เว็บไซต์	1.88	ต่ำ
2.Facebook	2.72	ปานกลาง
3.YouTube	2.43	ต่ำ
4.Line	2.42	ต่ำ
5.ติ๊กต็อก	0.28	ต่ำมาก
สื่อกิจกรรม		
1.การจัดอบรม	2.94	ปานกลาง
2.การสาธิต	2.70	ปานกลาง
3.การดูงานนอกสถานที่	2.57	ต่ำ
หอกระจายข่าวหรือเสียงตามสาย	3.44	มาก

2. การออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เรื่องการลดการเผาในพื้นที่การเกษตร สำหรับเกษตรกร ตำบลวังไก่อเลื้อน อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดขอนแก่น

จากข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับสื่อของเกษตรกร ผู้วิจัยไม่ได้เลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ตามลำดับคะแนนสูงสุดในการสำรวจ เช่น โทรทัศน์หรือการอบรม เนื่องจากแม้สื่อเหล่านั้นจะได้รับการเปิดรับในระดับสูงจากเกษตรกร แต่จากการวิเคราะห์พฤติกรรม的开รับสื่ออย่างละเอียดพบว่า การเข้าถึงหรือความเป็นไปได้ในการนำสื่อเหล่านั้นมาใช้จริงในบริบทของพื้นที่ที่ศึกษา ยังมีข้อจำกัด เช่น ค่าใช้จ่ายในการผลิตสื่อโทรทัศน์ที่สูง หรือข้อจำกัดด้านงบประมาณและระยะเวลาในการจัดกิจกรรมอบรมที่ต่อเนื่องและทั่วถึง ในทางกลับกัน ผู้วิจัยได้เลือกใช้สื่อที่สามารถเข้าถึงเกษตรกรได้ง่าย และสามารถผลิตได้จริง โดยพิจารณาจากความรู้ในการเปิดรับสื่อของเกษตรกร ช่องทางที่เกษตรกรใช้งานในชีวิตประจำวัน และความสอดคล้องกับวิถีชีวิตในพื้นที่ ผ่านทางสื่อบุคคล เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในพื้นที่ สื่อโซเชียลมีเดีย วิดีโอสื่อออนไลน์ เช่น Facebook YouTube และ Line และหอกระจายข่าว

ดังนั้นการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์จึงไม่ได้พิจารณาเพียงลำดับคะแนนจากตารางเท่านั้น แต่เน้นที่ความเหมาะสมในการปฏิบัติจริงและศักยภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันสอดคล้องกับพฤติกรรม的开รับสื่อของเกษตรกรที่ได้จากกระบวนการวิจัยในพื้นที่ศึกษานั้นเอง โดยสื่อประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบและพัฒนาขึ้นมีทั้งหมด 3 ดังนี้

1) สื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกการลดการเผาในพื้นที่การเกษตร เผยแพร่ผ่านทาง สื่อออนไลน์ Facebook สำนักงานเกษตรอำเภอกันทรวิชัย และช่องทาง Line ผู้นำชุมชน จำนวน 3 ชุด ดังนี้

ชุดที่ 1 ผลกระทบจากการเผา เน้นการสร้างตระหนักถึงผลกระทบเชิงลบของการเผา และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการห้ามเผา

ชุดที่ 2 แนวทางการจัดการเศษวัสดุทางการเกษตร มีจุดมุ่งหมายเพื่อลดการเผาในพื้นที่การเกษตร แก้ไขปัญหามลพิษจาก PM2.5 ส่งเสริมเกษตรกรยั่งยืน ให้ความรู้ในการเปลี่ยนพฤติกรรมและปลูกพืชพรรณให้เกษตรกรไทยร่วมใจ หยุดเผาในพื้นที่การเกษตรอย่างยั่งยืน โดยใช้แนวทาง 3R Model และสโลแกนท้ายภาพหยุดเผาได้ 5 ดี

ชุดที่ 3 ตัวอย่างการเกษตรกรต้นแบบที่ประสบความสำเร็จในการลดการเผา มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรในพื้นที่ตำบลวังไก่อเลื้อน อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดขอนแก่น เห็นตัวอย่างแนวทางการทำเกษตรโดยไม่ใช้วิธีเผา และกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม



ภาพที่ 1 สื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกการลดการเผาในพื้นที่การเกษตร
ที่มา : Facebook สำนักงานเกษตรอำเภอกันทรวิชัย

2) สื่อวิดีโอการลดการเผาในพื้นที่การเกษตร ผู้วิจัยได้จัดทำคลิปสั้นเผยแพร่ผ่านทาง สื่อออนไลน์ Facebook YouTube และ Line โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย โทษและผลเสียของการเผาในพื้นที่เกษตร นวัตกรรม/เทคโนโลยีลดการเผาในพื้นที่เกษตร ข้อดีของการไม่เผาในพื้นที่เกษตร และวิธีการจัดการเศษวัสดุทางการเกษตร

3) สื่อคลิปเสียง ผู้วิจัยจัดทำสื่อเสียงโดยนำเสียงบรรยายจากไฟล์วิดีโอที่ผลิตไว้แล้ว มาดัดแปลงให้เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน



ภาพที่ 2 สื่อประชาสัมพันธ์วิดีโอและคลิปเสียงการลดการเผาในพื้นที่การเกษตร
ที่มา : YouTube สำนักงานเกษตรอำเภอหันคา

3. การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ลดการเผาในพื้นที่การเกษตร

เกษตรกรมีการรับรู้ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร ดังนี้

3.1 สื่อบุคคล มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.96$) โดยร้อยละ 45.19 ทราบและเข้าใจถึงปัญหา รวมทั้งมีการนำไปใช้ปฏิบัติเป็นกิจวัตร รองลงมา คือ ทราบและเข้าใจถึงปัญหา สามารถอธิบายวิธีการ/แนวทางการแก้ปัญหา ร้อยละ 22.12

3.2 หอกระจายข่าว มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.79$) โดยร้อยละ 44.23 ทราบและเข้าใจถึงปัญหา รวมทั้งมีการนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง รองลงมา คือ ทราบและเข้าใจถึงปัญหา รวมทั้งมีการนำไปใช้ปฏิบัติเป็นกิจวัตร ร้อยละ 28.85

3.3 สื่อออนไลน์ มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.18$) โดยร้อยละ 26.92 ทราบและเข้าใจถึงปัญหา สามารถอธิบายวิธีการ/แนวทางการแก้ปัญหาได้ รองลงมาคือ ทราบและเข้าใจถึงปัญหา แต่ไม่สามารถอธิบายการแก้ปัญหาได้ ร้อยละ 22.12

3.4 สื่อวิดีโอ มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.05$) โดยร้อยละ 33.65 ทราบและเข้าใจถึงปัญหา รวมทั้งมีการนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง รองลงมาคือทราบและเข้าใจถึงปัญหา สามารถอธิบายวิธีการ/แนวทางการแก้ปัญหาได้ ร้อยละ 28.85 รายละเอียดแสดงใน ตารางที่ 4

แหล่งข้อมูล	ระดับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร	
	$\bar{X}$	แปลผล
1. สื่อบุคคล เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เจ้าหน้าที่เกษตร	3.96	มาก
2. สื่อวิดีโอ เช่น YouTube Tiktok	3.05	ปานกลาง
3. สื่อออนไลน์ เช่น Facebook Line	3.18	ปานกลาง
4. สื่อกิจกรรม เช่น การจัดอบรม นิทรรศการ	2.67	ปานกลาง
5. หอกระจายข่าวหรือเสียงตามสาย	3.79	มาก

4. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับสื่อ กับระดับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับสื่อกับระดับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตรของเกษตรกร สรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตรจากหอกระจายข่าว มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ของเกษตรกร ในระดับสูงมาก ($r = 0.637$) รองลงมาคือ สื่อบุคคล มีความสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = 0.623$) สำหรับวิดีโอ และสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง โดยมีค่า $r = 0.490$ และ 0.416 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล จะเห็นได้ว่า การเปิดรับสื่อของเกษตรกรในแต่ละช่องทางมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อระดับการรับรู้ต่อสื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า เมื่อเกษตรกรเปิดรับสื่อจากแหล่งต่าง ๆ มากขึ้น จะยิ่งส่งผลให้มีระดับการรับรู้ที่สูงขึ้นตามไปด้วย

อภิปรายผล

1. การเปิดรับสื่อของเกษตรกรตำบลวังไก่อเลื้อย อำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท พบว่า เกษตรกรเคยได้รับสื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร ผ่านหอกระจายข่าว มากที่สุด รองลงมา คือ ผู้นำชุมชน/ประธานกลุ่ม และ Facebook ดังนั้น หอกระจายข่าว จึงยังคงเป็นช่องทางสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารภายในชุมชน เช่นเดียวกับสื่อออนไลน์ เช่น Facebook YouTube และ Line ซึ่งสะท้อนถึงแนวโน้มการเข้าถึงข้อมูลที่เพิ่มมากขึ้น แม้จะอยู่ในกลุ่มผู้สูงอายุ ก็ยังพบการใช้งานสื่อออนไลน์เพิ่มขึ้น (ขวัญชนก, 2564)

2. ออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เรื่องการลดการเผาในพื้นที่การเกษตร สำหรับเกษตรกรตำบลวังไก่อเลื้อย อำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท พบว่า การเลือกใช้ สื่อบุคคล เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ถือเป็นช่องทางหลักที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือและกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ในระดับชุมชนได้ดี เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายมีความไว้วางใจและเข้าถึงบุคคลเหล่านี้ได้โดยตรง (รุ่งลาวัลย์, 2562) ส่วนคลิปเสียงเผยแพร่ผ่านหอกระจายข่าว ยังคงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในพื้นที่ชนบท โดยเฉพาะในตำบลวังไก่อเลื้อยซึ่งระบบนี้ยังคงทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นช่องทางที่เกษตรกรไม่ต้องออกแรงค้นหาข้อมูลเอง และได้รับเนื้อหาที่ตรงประเด็นในชีวิตประจำวัน สำหรับวิดีโอ และอินโฟกราฟิก สามารถเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook YouTube และ Line เนื่องจากมีแนวโน้มการใช้งานที่แพร่หลายมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มเกษตรกรวัยกลางคนที่มีการใช้งานอย่างสม่ำเสมอ โดยคลิปวิดีโอควรมีเนื้อหากระชับและสามารถกระตุ้นความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย (ขวัญชนก, 2564)

3. การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาของเกษตรกรตำบลวังไก่อเลื้อน อำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท พบว่า ระดับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร แตกต่างกันไปตามประเภทของสื่อ โดยสื่อบุคคล และหอกระจายข่าว เป็นสื่อที่มีระดับการรับรู้ในระดับมาก เกษตรกรมีความเข้าใจในข้อมูลและแนวทางการปฏิบัติเมื่อได้รับข้อมูลผ่านสื่อดังกล่าว สอดคล้องกับผลวิจัยของ ชญาน์พิมพ์ (2562) ที่ระบุว่า การติดต่อสื่อสารโดยตรงจากเจ้าหน้าที่หรือผู้นำชุมชน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความใกล้ชิดและน่าเชื่อถือในบริบทชุมชน จะก่อให้เกิดการรับรู้ในระดับที่มาก ดังนั้น สื่อบุคคล โดยเฉพาะกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และเจ้าหน้าที่เกษตรในพื้นที่ จึงมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดความรู้และแนวทางลดการเผาแก่เกษตรกร เกษตรกรส่วนมากทราบและเข้าใจถึงปัญหา รวมทั้งมีการนำไปใช้ปฏิบัติเป็นกิจวัตร ซึ่งสะท้อนถึงพลังของการสื่อสารผ่านบุคคลที่เกษตรกรไว้วางใจและเข้าถึงได้ง่าย

4. ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับระดับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร กับระดับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การลดการเผาในพื้นที่การเกษตร พบว่า ยิ่งเกษตรกรเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในหลากหลายช่องทางมากเท่าใด ก็ยิ่งส่งผลต่อระดับการรับรู้ที่สูงขึ้น ทั้งในเชิงเนื้อหา ความเข้าใจ และพฤติกรรม สอดคล้องกับผลการวิจัยของภัสสร (2567) ที่กล่าวว่า เกษตรกรที่เปิดรับสื่อหลากหลายช่องทางมีระดับการรับรู้สารสนเทศทางการเกษตรสูงกว่า ผู้ที่เปิดรับเพียงช่องทางเดียวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นการสื่อสารกับเกษตรกร จึงควรใช้สื่อที่หลากหลาย และสอดคล้องกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในบริบทของแต่ละชุมชน จะทำให้เกิดการรับรู้สื่อที่มากขึ้น ส่งผลให้การสื่อสารประสบความสำเร็จตามไปด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ก่อนการออกแบบและพัฒนาสื่อ จะช่วยทำให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร มีแนวทางในการพัฒนาสื่อ และเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมตามบริบทของชุมชน ส่งผลให้เกิดการรับรู้ และการเข้าใจในข้อมูลเกี่ยวกับการลดการเผาในพื้นที่การเกษตร นอกจากนี้ ยังสามารถใช้สื่อออนไลน์ เช่น Facebook และYouTube ในการขยายฐานผู้รับข้อมูล โดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่ที่คุ้นเคยกับเทคโนโลยี

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การศึกษารูปแบบสื่อที่เหมาะสมในกลุ่มเกษตรกรต่างภูมิภาคควรมีการวิจัยเพิ่มเติมในกลุ่มเกษตรกรจากพื้นที่ที่มีบริบทแตกต่างกัน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตการประเมินผลระยะยาวของสื่อประชาสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมจริงควรมีการติดตามผลในระยะยาวหลังการเผยแพร่สื่อ เพื่อศึกษาผลกระทบที่แท้จริงต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของเกษตรกร

เอกสารอ้างอิง

- กรมป่าไม้. (2566). ระบบฐานข้อมูลจุดความร้อนจากภาพถ่ายดาวเทียม กรมป่าไม้ สืบค้นจาก:
<https://wildfire.forest.go.th>
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2567). ข้อมูลการขึ้นทะเบียนเกษตรกร ปี 2566.
- ขวัญชนก บุณโกคา. (2564). พฤติกรรมและความพึงพอใจจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของชาวนาสมาชิกศูนย์ข้าวชุมชน จังหวัดชัยนาท. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพฯ.
- ชญาณัฒม์พรหมจันทร์. (2562). การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรในอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช. (ปริญญาโท สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์), มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- ประสิทธิ์ สด้า. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษากับสมรรถนะครูในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายร่วมเพื่อสังคมสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปัตตานี เขต 2. (ครุศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา,
- ภัสสร สุกกาญจนะ (2567). การรับรู้สารสนเทศทางการเกษตรผ่านสื่อของเกษตรกรจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารการผลิตกรรมการเกษตร*, 6(1), 131-139.
- มธุรส วงษ์ครุฑ และคณะ. (2563). แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาการเผาในพื้นที่เกษตรกรรม ปี 2563/2564. หนังสือพิมพ์กสิกร, 94(2/25564), 79.
- รุ่งลาวัลย์ รัญจวรรณะ. (2562). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรในโครงการระบบส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ (ข้าว) ตำบลปางหมู อำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน จังหวัดแม่ฮ่องสอน. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาบัณฑิต (ส่งเสริมการเกษตรและพัฒนาชนบท). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดชัยนาท. (2567). ข้อมูลพื้นฐานด้านการเกษตรจังหวัดชัยนาท ปี 2566.