

รายงานผลการสำรวจ
การรับรู้ของประชาชนที่มีต่อเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

.....

ความเป็นมา

จากระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2553 ข้อ 13 (1) กำหนดให้หน่วยงานภาครัฐเสนอแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ที่มีความสอดคล้องกับแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (พ.ศ. 2566 - 2570) ซึ่งประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ 4 แนวทาง ดังนี้

แนวทางที่ 1 สร้างความตระหนักรู้ ความเข้าใจเรื่องสื่อสารที่สำคัญของประเทศและเกิดพฤติกรรมที่เหมาะสม เสริมสร้างค่านิยมที่ดีในสังคม

แนวทางที่ 2 สร้างการรับรู้ภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยต่อสายตาประชาคมโลก

แนวทางที่ 3 ส่งเสริมให้ประชาชนมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อและข่าวปลอม (Fake News) สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องผ่านช่องทางที่น่าเชื่อถือ

แนวทางที่ 4 เสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศที่เหมาะสมกับยุคดิจิทัล

การขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (พ.ศ. 2566 - 2570) ไปสู่การปฏิบัติ มีการใช้กลไกคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และสื่อมวลชน เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนให้งานประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการทุกกระทรวงเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ โดยกรมประชาสัมพันธ์ได้จัดทำ “แผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569” เพื่อเป็นกลไกสำคัญของการขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์ของประเทศในภาพรวม พร้อมทั้งกำหนดให้หน่วยงานภาครัฐจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ระดับหน่วยงานประจำปี และกำหนดให้มีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ระดับหน่วยงาน โดยให้หน่วยงานภาครัฐทุกหน่วยงานดำเนินการประเมินผลการสร้างการรับรู้และความเข้าใจต่อเรื่องสื่อสารที่สำคัญประจำปีของหน่วยงานตามแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ระดับหน่วยงานประจำปี ส่งผลการดำเนินงานตามแผนประชาสัมพันธ์ และการประเมินผลให้กรมประชาสัมพันธ์ และนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ระดับหน่วยงานประจำปีในปีต่อไป

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีการบริหารงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน โดยคณะกรรมการบริหารการประชาสัมพันธ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งมีกองเกษตรสารนิเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นฝ่ายเลขานุการฯ ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องตามแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (พ.ศ. 2566 - 2570) ในแนวทางที่ 1 คือ สร้างความตระหนักรู้ ความเข้าใจเรื่องสื่อสารที่

สำคัญของประเทศและเกิดพฤติกรรมที่เหมาะสม เสริมสร้างค่านิยมที่ดีในสังคม จึงได้ร่วมกับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จัดทำ “แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569” ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายสำคัญ ผลการดำเนินงาน รวมถึงความสำเร็จในโครงการต่าง ๆ ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไปยังเกษตรกรและประชาชนทั่วไปเพื่อให้รับรู้และเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เกิดความเข้าใจและความร่วมมืออันดีระหว่างหน่วยงานรัฐและประชาชน ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

การกำหนดประเด็นเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ใน “แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569” พิจารณาจากนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวกับด้านการเกษตร นโยบายการขับเคลื่อนงานของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ รวมถึงโครงการสำคัญประจำปีของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่ต้องการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชน เกษตรกร และกลุ่มเป้าหมายรับรู้และเข้าใจ นอกจากนี้ยังพิจารณาจากประเด็นข่าวสารที่ประชาชนต้องการรับรู้ซึ่งได้จากการสำรวจความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของประชาชนในปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 กำหนดประเด็นเรื่องสื่อสารสำคัญ ใน “แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569” จำนวน 7 เรื่อง ประกอบด้วย

1. การบริหารจัดการน้ำทั้งระบบ
2. การยกระดับสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง
3. การยกระดับศักยภาพของเกษตรกร / สถาบันเกษตรกรให้เข้มแข็ง
4. การจัดการทรัพยากรทางการเกษตร
5. การจัดที่ดินทำกินให้กับเกษตรกร
6. การปราบปรามสินค้าเกษตรผิดกฎหมาย
7. การดำเนินงานตามแนวพระราชดำริด้านการเกษตร

ทั้งนี้ เพื่อประเมินความสำเร็จของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตาม “แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569” กองเกษตรสารนิเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ติดตามการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และจัดทำสรุปผลการดำเนินงานตามแผนฯ เป็นรายเดือน นอกจากนี้เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามแนวทางในการประเมินผลการรับรู้และเข้าใจของประชาชนที่สอดคล้องตามแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (พ.ศ. 2566 - 2570) จึงได้ร่วมกับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ดำเนินการสำรวจการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานสำรวจการรับรู้ ดังนี้

วัตถุประสงค์การสำรวจ

1. เพื่อสำรวจการรับรู้ และความเข้าใจ ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความคิดเห็น ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
3. เพื่อนำผลการสำรวจไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ วางแผนการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น

รูปแบบการสำรวจ

การสำรวจการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 เป็นการสำรวจเชิงปริมาณ (Quantitative Survey) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมาย และกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมายในการสำรวจ คือ ประชาชน และเกษตรกร ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและ 76 จังหวัดทั่วประเทศ

การกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ ใช้ตารางกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % และความคลาดเคลื่อน ± 5 โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การสำรวจการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย คำถามปลายปิด และคำถามปลายเปิด จำนวนรวม 28 ข้อ โดยแบ่งข้อคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ 2569 ซึ่งกำหนดไว้ใน “แผนประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และความเข้าใจต่อเรื่องสื่อสารที่สำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปี 2569” จำนวน 7 เรื่อง ดังนี้

1. การบริหารจัดการน้ำทั้งระบบ
2. การยกระดับสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง
3. การยกระดับศักยภาพของเกษตรกร / สถาบันเกษตรกรให้เข้มแข็ง
4. การจัดการทรัพยากรทางการเกษตร
5. การจัดที่ดินทำกินให้กับเกษตรกร
6. การปราบปรามสินค้าเกษตรผิดกฎหมาย
7. การดำเนินงานตามแนวพระราชดำริด้านการเกษตร

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็น ความพึงพอใจ และข้อเสนอแนะที่มีต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และภูมิลำเนา

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ

กองเกษตรสารนิเทศ ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องสื่อสารสำคัญ ทั้ง 6 เรื่อง พร้อมทั้งจัดทำแบบสอบถามสำรวจการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 และนำไปหารือร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณาความถูกต้องของเนื้อหา ความเหมาะสมชัดเจนของข้อความ ความเหมาะสมของการใช้ภาษา ซึ่งเป็นการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ และทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.930 ซึ่งอยู่ในระดับความเชื่อมั่นสูง

การเก็บข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายโดยขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกระจายแบบสำรวจสู่กลุ่มเป้าหมาย จัดเก็บข้อมูลในช่วงเดือนกรกฎาคม 2569 ด้วยการรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสำรวจออนไลน์ และการกรอกข้อมูลในกระดาษ ซึ่งมีผู้ตอบแบบสำรวจ รวมทั้งสิ้น 526 คน และนำไปประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

ผลสำรวจการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

จากการเก็บรวบรวมและประมวลผลข้อมูล สามารถสรุปผลสำรวจการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ได้ตามหัวข้อ

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์
2. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
3. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์
4. ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
5. ความต้องการข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
6. ความพึงพอใจและข้อควรปรับปรุงในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
7. ความเชื่อมั่นที่มีต่อข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
8. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

9. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
10. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กับความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
11. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กับความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
12. ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กับความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
13. ข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
14. ข้อเสนอแนะและพัฒนาางานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
15. ข้อจำกัด และข้อเสนอในการสำรวจครั้งต่อไป

โดยมีรายละเอียดแต่ละหัวข้อ ดังนี้

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น เพศ อายุ อาชีพ และภูมิภาคที่อยู่อาศัย ซึ่งผลจากการสำรวจ มีดังนี้

1.1 เพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	187	53.6
หญิง	330	62.7
LGBTQ+	9	1.7
รวม	526	100.0

ผลการสำรวจพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 526 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 330 คน (ร้อยละ 62.7) รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 187 คน (ร้อยละ 53.6) และ LGBTQ+ จำนวน 9 คน (ร้อยละ 1.7)

1.2 อายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า หรืออายุ 20 ปี	1	0.2
อายุ 21 - 30 ปี	64	12.2
อายุ 31 - 40 ปี	149	28.3
อายุ 41 - 50 ปี	169	32.1
อายุ 51 - 60 ปี	115	21.9
อายุ 61 ปีขึ้นไป	28	5.3
รวม	526	100.0

ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 169 คน (ร้อยละ 32.1) มีอายุอยู่ในช่วง 41- 50 ปี รองลงมา คือ ช่วงอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 149 คน (ร้อยละ 28.3) ช่วงอายุ 51 - 60 ปี จำนวน 115 คน (ร้อยละ 21.9) ช่วงอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 64 คน (ร้อยละ 12.2) อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 28 คน (ร้อยละ 5.3) และอายุน้อยกว่าหรืออายุ 20 ปี จำนวน 1 คน (ร้อยละ 0.2)

1.3 อาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เกษตรกร	150	28.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	26	4.9
ข้าราชการ/พนักงานราชการ/ เจ้าหน้าที่ของรัฐ	301	57.2
พนักงานบริษัทเอกชน	14	2.7
อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป	14	2.7
นักเรียน/นักศึกษา	5	0.9
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	12	2.3
แม่บ้าน/พอบ้าน	1	0.2
ว่างงาน	3	0.6
รวม	526	100.0

ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ จำนวน 301 คน (ร้อยละ 57.2) รองลงมาเป็น เกษตรกร จำนวน 150 คน (ร้อยละ 28.5) พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 26 คน (ร้อยละ 4.9) พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 14 คน (ร้อยละ 2.7) อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป จำนวน 14 คน (ร้อยละ 2.7) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 12 คน (ร้อยละ 2.3) นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 5 คน (ร้อยละ 0.9) ว่างงาน จำนวน 3 คน (ร้อยละ 0.6) และแม่บ้าน/พอบ้าน จำนวน 1 คน (ร้อยละ 0.2)

โดยเมื่อวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเกษตรกร จำนวน 150 คน สามารถจำแนกออกตามสาขาอาชีพด้านการเกษตร ได้ดังนี้

- ทำนา	จำนวน	49	คน
- ทำสวน	จำนวน	43	คน
- ทำไร่	จำนวน	12	คน
- ทำไร่นาสวนผสม	จำนวน	28	คน
- ประมง/เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ	จำนวน	5	คน
- ปศุสัตว์/เลี้ยงสัตว์	จำนวน	13	คน
- ปลุกหมอนเลี้ยงไหม	จำนวน	-	คน
- ทำนาเกลือสมุทร	จำนวน	-	คน
- เลี้ยงแมลงเศรษฐกิจ	จำนวน	-	คน

1.4 ภูมิภาค

จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสำรวจ สามารถจำแนกตามภูมิภาคที่อยู่อาศัย ได้ดังนี้

ภูมิภาค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคกลาง	219	41.6
ภาคเหนือ	64	12.2
ภาคตะวันออก	31	5.9
ภาคตะวันตก	8	1.5
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	149	28.3
ภาคใต้	55	10.5
รวม	526	100.0

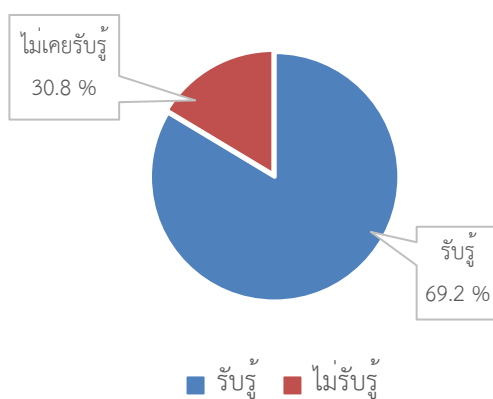
ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่ อาศัยอยู่ในพื้นที่ภาคกลาง จำนวน 219 คน (ร้อยละ 41.6) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 149 คน (ร้อยละ 28.3) ภาคเหนือ 64 คน (ร้อยละ 12.2) ภาคใต้ จำนวน 55 คน (ร้อยละ 10.5) ภาคตะวันออก จำนวน 31 คน (ร้อยละ 5.9) และภาคตะวันตก จำนวน 8 คน (ร้อยละ 1.5)

2. การรับรู้/ความเข้าใจข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

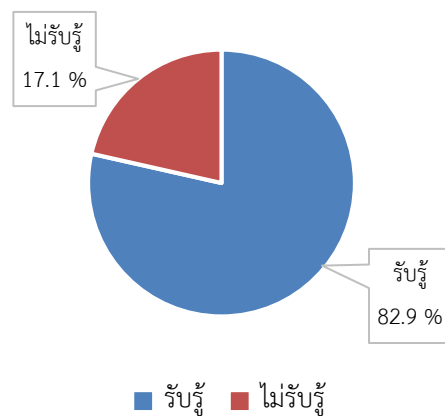
2.1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในภาพรวม

เรื่องสื่อสารสำคัญ ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปี 2569	เคยรับรู้ (คน) (ร้อยละ)	ไม่เคยรับรู้ (คน) (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย การรับรู้ ($\bar{x}$)	ผลรวม ค่าเฉลี่ย การรับรู้
1. การบริหารจัดการน้ำทั้งระบบ	364 (69.2)	162 (30.8)	0.69	5.62
2. การยกระดับสินค้าเกษตรและ บริการมูลค่าสูง	436 (82.9)	90 (17.1)	0.83	
3. การยกระดับศักยภาพของ เกษตรกร / สถาบันเกษตรกรให้ เข้มแข็ง	425 (80.8)	101 (19.2)	0.81	
4. การจัดการทรัพยากรทางการ เกษตร	412 (78.3)	114 (21.7)	0.78	
5. การจัดที่ดินทำกินให้กับเกษตรกร	436 (82.9)	90 (17.1)	0.83	
6. การปราบปรามสินค้าเกษตร ผิดกฎหมาย	398 (75.7)	128 (24.3)	0.76	
7. การดำเนินงานตามแนว พระราชดำริด้านการเกษตร	486 (92.4)	40 (7.6)	0.92	

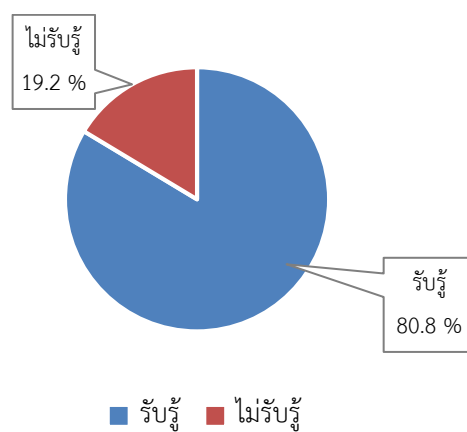
แผนภูมิแสดงร้อยละการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องการบริหารจัดการน้ำทั้งระบบ



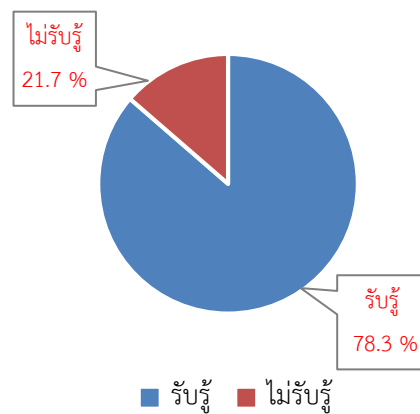
แผนภูมิแสดงร้อยละการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องการยกระดับสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง



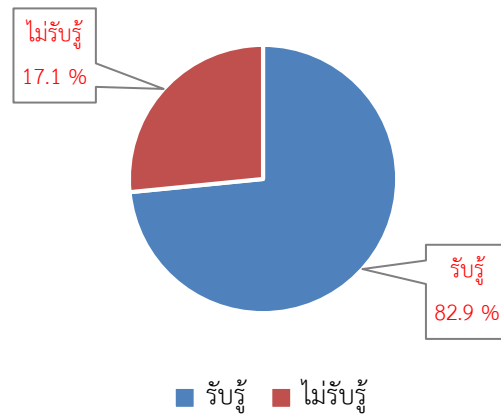
แผนภูมิแสดงร้อยละการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องการยกระดับศักยภาพของเกษตรกร / สถาบันเกษตรกรให้เข้มแข็ง



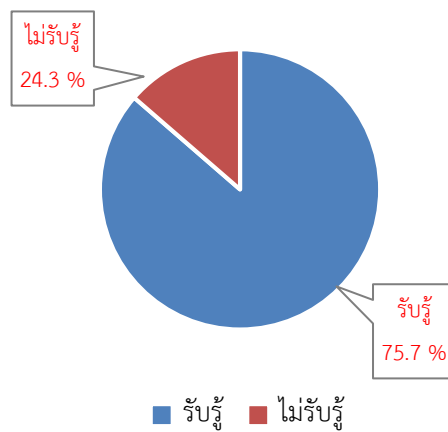
แผนภูมิแสดงร้อยละการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องการจัดการทรัพยากรทางการเกษตร



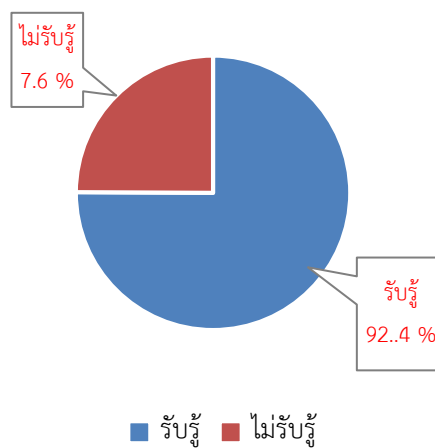
แผนภูมิแสดงร้อยละการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องการจัดที่ดินทำกินให้กับเกษตรกร



แผนภูมิแสดงร้อยละการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องการปราบปรามสินค้าเกษตรผิดกฎหมาย



แผนภูมิแสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้ในเรื่องการดำเนินงานตามแนวพระราชดำริด้านการเกษตร



จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปี 2569 ทั้ง 7 เรื่องแตกต่างกันไป โดยมีผลรวมค่าเฉลี่ยการรับรู้ (x) เท่ากับ 5.62 ซึ่งสามารถคิดเป็นร้อยละการรับรู้ในภาพรวม ได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ร้อยละการรับรู้} &= \frac{\text{ผลรวมค่าเฉลี่ยการรับรู้}}{\text{จำนวนประเด็นเรื่องสื่อสารสำคัญ}} \times 100 \\ &= \frac{5.62}{7} \times 100 \\ &= 80.28\end{aligned}$$

ดังนั้น กล่าวโดยสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปี 2569 คิดเป็น ร้อยละ 80.28

โดยเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปี 2569 ที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้มากที่สุด คือ เรื่อง การดำเนินงานตามแนวพระราชดำริด้านการเกษตร จำนวนผู้รับรู้ 486 คน (ร้อยละการรับรู้ 92.4) รองลงมา คือ เรื่อง การยกระดับสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง จำนวนผู้รับรู้ 436 คน (ร้อยละการรับรู้ 82.9) เรื่อง การจัดที่ดินทำกินให้กับเกษตรกร จำนวนผู้รับรู้ 436 คน (ร้อยละการรับรู้ 82.9) เรื่อง การยกระดับศักยภาพของเกษตรกร/สถาบันเกษตรกรให้เข้มแข็ง จำนวนผู้รับรู้ 425 คน (ร้อยละการรับรู้ 80.8) เรื่อง การจัดการทรัพยากรทางการเกษตร จำนวนผู้รับรู้ 412 คน (ร้อยละการรับรู้ 78.3) เรื่อง การปราบปรามสินค้าเกษตรผิดกฎหมาย จำนวนผู้รับรู้ 398 คน (ร้อยละการรับรู้ 75.7) และ เรื่องการบริหารจัดการน้ำทั้งระบบ จำนวนผู้รับรู้ 364 คน (ร้อยละการรับรู้ 69.2)

2.2 การรับรู้ประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ของเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2569

จากการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้เกี่ยวกับประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ของเรื่องสื่อสารสำคัญกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2569 ทั้ง 7 เรื่อง ดังนี้

2.2.1 เรื่องการบริหารจัดการน้ำทั้งระบบ

ประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ที่เคยรับรู้/เข้าใจ (คน) (ร้อยละ)
1) การพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อกักเก็บน้ำต้นทุน เช่น สร้างแหล่งน้ำขนาดกลางและขนาดใหญ่ (อ่างเก็บน้ำและเขื่อน) เพื่อสำรองน้ำไว้ใช้ในหน้าแล้ง การจัดหาและพัฒนาพื้นที่ลุ่มต่ำเป็นแก้มลิงธรรมชาติ เพื่อชะลอน้ำในช่วงน้ำหลาก	259 (49.2)

ประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ที่เคยรับรู้/เข้าใจ (คน) (ร้อยละ)
2) การบรรเทาอุทกภัยและระบบระบายน้ำ การขุดลอกและสร้างคลองระบายน้ำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการระบายน้ำในพื้นที่ลุ่มต่ำ การปรับปรุงสถานีสูบน้ำ ประตูระบายน้ำและคันกั้นน้ำชายฝั่ง และ ริมแม่น้ำสายหลักเพื่อป้องกันน้ำล้นตลิ่ง	210 (39.9)
3) การปฏิบัติการฝนหลวงเพื่อช่วยเหลือพื้นที่การเกษตรที่ประสบปัญหาภัยแล้ง และการเติมน้ำต้นทุนให้เขื่อนและอ่างเก็บน้ำ	214 (40.7)
4) ข้อมูลสถานการณ์น้ำประจำวัน การแจ้งเตือนพื้นที่เสี่ยงภัย รายงานคุณภาพน้ำ (ค่าความเค็ม) การจัดสรรน้ำ การกำจัดวัชพืชที่เกิดขวางทางน้ำ และการส่งเสริมการปลูกพืชใช้น้ำน้อย	127 (24.1)
5) การดำเนินงานโครงการก่อสร้างแหล่งน้ำในไร่นานอกเขตชลประทาน เช่น การก่อสร้างแหล่งน้ำในไร่นาขนาด ๑,๒๖๐ ลูกบาศก์เมตร (บ่อจิ๋ว)	194 (36.9)

(*เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากการสำรวจพบว่า ประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ เรื่อง “การบริหารจัดการน้ำทั้งระบบ” ที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

- การพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อกักเก็บน้ำต้นทุน เช่น สร้างแหล่งน้ำขนาดกลางและขนาดใหญ่ (อ่างเก็บน้ำและเขื่อน) เพื่อสำรองน้ำไว้ในหน้าแล้ง การจัดหาและพัฒนาพื้นที่ลุ่มต่ำเป็นแก้มลิงธรรมชาติ เพื่อชะลอน้ำในช่วงน้ำหลาก (จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 49.2)
- การปฏิบัติการฝนหลวงเพื่อช่วยเหลือพื้นที่การเกษตรที่ประสบปัญหาภัยแล้ง และการเติมน้ำต้นทุนให้เขื่อนและอ่างเก็บน้ำ (จำนวน 214 คิดเป็นร้อยละ 40.7)
- การบรรเทาอุทกภัยและระบบระบายน้ำ การขุดลอกและสร้างคลองระบายน้ำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการระบายน้ำในพื้นที่ลุ่มต่ำ การปรับปรุงสถานีสูบน้ำ ประตูระบายน้ำและคันกั้นน้ำชายฝั่ง และ ริมแม่น้ำสายหลักเพื่อป้องกันน้ำล้นตลิ่ง (จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 39.9)
- การดำเนินงานโครงการก่อสร้างแหล่งน้ำในไร่นานอกเขตชลประทาน เช่น การก่อสร้างแหล่งน้ำในไร่นาขนาด ๑,๒๖๐ ลูกบาศก์เมตร (บ่อจิ๋ว) (จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 36.9)
- ข้อมูลสถานการณ์น้ำประจำวัน การแจ้งเตือนพื้นที่เสี่ยงภัย รายงานคุณภาพน้ำ (ค่าความเค็ม) การจัดสรรน้ำ การกำจัดวัชพืชที่เกิดขวางทางน้ำ และการส่งเสริมการปลูกพืชใช้น้ำน้อย (จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1)

2.2.2 เรื่องการยกระดับสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง

ประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ที่รับรู้/เข้าใจ (คน) (ร้อยละ)
1) การส่งเสริมมาตรฐานและความปลอดภัยของสินค้าเกษตร เช่น มาตรฐาน GAP เกษตรอินทรีย์ Organic Thailand และ การใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐาน (Q mark) บนสินค้าเกษตรมูลค่าสูง สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคผ่านระบบตรวจสอบย้อนกลับสินค้าเกษตร (Traceability)	349 (66.3)
2) การจำหน่ายสินค้าเกษตรผ่านตลาดออนไลน์ การขยายตลาด/เพิ่มชนิดสินค้าเกษตรเพื่อส่งออกต่างประเทศ และการเชื่อมโยงท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อขยายช่องทางการตลาดและสร้างรายได้ให้เกษตรกร	231 (43.9)
3) การยกระดับสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นเป็นสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น เช่น ข้าว ผลไม้ ผักไหม	293 (55.7)
4) การปรับเปลี่ยนการทำเกษตรแบบดั้งเดิมจาก 'ผลิตมาก แต่สร้างรายได้น้อย' ไปสู่การทำเกษตรแบบสมัยใหม่ 'ผลิตน้อย แต่สร้างรายได้มาก' โดยใช้องค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม พัฒนาสินค้าเกษตรให้มีมูลค่าสูง	217 (41.3)
5) การใช้ระบบสหกรณ์ในการบริหารจัดการผลผลิตของสมาชิกเพื่อกระจายสู่ตลาดและรักษาเสถียรภาพด้านราคา	177 (33.7)

(*เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากการสำรวจพบว่า ประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ เรื่อง “การยกระดับสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง” ที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

- การส่งเสริมมาตรฐานและความปลอดภัยของสินค้าเกษตร เช่น มาตรฐาน GAP เกษตรอินทรีย์ Organic Thailand และ การใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐาน (Q mark) บนสินค้าเกษตรมูลค่าสูง สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคผ่านระบบตรวจสอบย้อนกลับสินค้าเกษตร (Traceability) (จำนวน 349 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3)

- การยกระดับสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นเป็นสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น เช่น ข้าว ผลไม้ ผักไหม (จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7)

- การจำหน่ายสินค้าเกษตรผ่านตลาดออนไลน์ การขยายตลาด/เพิ่มชนิดสินค้าเกษตรเพื่อส่งออกต่างประเทศ และการเชื่อมโยงท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อขยายช่องทางการตลาดและสร้างรายได้ให้เกษตรกร (จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 43.9)
- การปรับเปลี่ยนการทำเกษตรแบบดั้งเดิมจาก ‘ผลิตมาก แต่สร้างรายได้น้อย’ ไปสู่การทำเกษตรแบบสมัยใหม่ ‘ผลิตน้อย แต่สร้างรายได้มาก’ โดยใช้องค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม พัฒนาสินค้าเกษตรให้มีมูลค่าสูง (จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3)
- การใช้ระบบสหกรณ์ในการบริหารจัดการผลผลิตของสมาชิก เพื่อกระจายสู่ตลาดและรักษาเสถียรภาพด้านราคา (จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7)

2.2.3 เรื่อง การยกระดับศักยภาพของเกษตรกร / สถาบันเกษตรกรให้เข้มแข็ง

ประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้/เข้าใจ (คน) (ร้อยละ)
1) การพัฒนาและยกระดับเกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart Farmer) และเกษตรกรรุ่นใหม่ (Young Smart Farmer)	348 (66.2)
2) การสร้างและพัฒนาเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรให้เป็น “ผู้ประกอบการยุคใหม่”(Startup)	219 (41.6)
3) การพัฒนาสหกรณ์ สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งทุนและต่อยอดธุรกิจ	168 (31.9)
4) ส่งเสริมการทำบัญชีต้นทุนอาชีพ ส่งเสริมประสิทธิภาพด้านการเงินการบัญชีของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร	238 (45.2)
5) การสนับสนุนองค์ความรู้แก่มอติโนอาสา เพื่อนำไปถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยี ด้านการพัฒนาที่ดินสู่เกษตรกรและชุมชน	272 (51.7)

(*เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากการสำรวจพบว่า ประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ เรื่อง “การยกระดับศักยภาพของเกษตรกร / สถาบันเกษตรกรให้เข้มแข็ง” ที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

- การพัฒนาและยกระดับเกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart Farmer) และเกษตรกรรุ่นใหม่ (Young Smart Farmer) (จำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2)
- การสนับสนุนองค์ความรู้แก่มอติโนอาสา เพื่อนำไปถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีด้านการพัฒนาที่ดินสู่เกษตรกรและชุมชน (จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7)
- ส่งเสริมการทำบัญชีต้นทุนอาชีพ ส่งเสริมประสิทธิภาพด้านการเงินการบัญชีของสหกรณ์และ กลุ่มเกษตรกร (จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2)

- การสร้างและพัฒนาเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรให้เป็น “ผู้ประกอบการยุคใหม่” (Startup) (จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6)
- การพัฒนาสหกรณ์ สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งทุนและต่อยอดธุรกิจ (จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9)

2.2.4 เรื่องการจัดการทรัพยากรทางการเกษตร

ประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ที่รับรู้/เข้าใจ (คน) (ร้อยละ)
1) การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคการเกษตรด้วยการจัดการวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรให้เป็นอาหารสัตว์ เพื่อลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพ การผลิตอาหารสัตว์ การรณรงค์ไถกลบตอซัง ลดปัญหาการเผาและการเกิดฝุ่นละออง PM 2.5	333 (63.3)
2) การเตรียมรับมือกับภัยพิบัติธรรมชาติ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภัยคุกคามจากโรคและแมลง ตลอดจนการให้ความช่วยเหลือฟื้นฟูเกษตรกรหลังประสบภัย เพื่อลดผลกระทบต่องานเกษตร	239 (45.4)
3) การปรับเปลี่ยนพื้นที่เกษตรกรรมไม่เหมาะสมสำหรับการปลูกพืช ด้วยแผนที่เกษตรเพื่อการบริหารจัดการเชิงรุก Agri-map เพื่อลดความเสี่ยงจากการผลิตที่ไม่คุ้มทุน และเพิ่มโอกาสสร้างรายได้หมุนเวียนตลอดปี	282 (53.6)
4) ข้อมูลวิจัยและสถิติเกี่ยวกับปริมาณน้ำที่พืชแต่ละชนิดต้องการ (เช่น ข้าว พืชไร่ พืชสวน) ในแต่ละช่วงการเจริญเติบโต	156 (29.7)
5) โครงการบริหารจัดการคาร์บอนเครดิตของการยางแห่งประเทศไทย ส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสวนยางพาราเข้าสู่ระบบคาร์บอนเครดิต เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากการกักเก็บก๊าซเรือนกระจกในภาคการเกษตร และสร้างรายได้เสริมให้แก่เกษตรกรจากการซื้อขายคาร์บอนเครดิต	178 (33.8)

(*เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากการสำรวจพบว่า ประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ เรื่อง “การจัดการทรัพยากรทางการเกษตร” ที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

- การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคการเกษตรด้วยการจัดการวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรให้เป็นอาหารสัตว์ เพื่อลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพ การผลิตอาหารสัตว์ การรณรงค์เฝ้าติดตามลดปัญหาการเผาและการเกิดฝุ่นละออง PM 2.5 (จำนวน 333 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3)
- การปรับเปลี่ยนพื้นที่เกษตรกรรมไม่เหมาะสมสำหรับการปลูกพืช ด้วยแผนที่เกษตรเพื่อการบริหารจัดการเชิงรุก Agri-map เพื่อลดความเสี่ยงจากการผลิตที่ไม่คุ้มทุน และเพิ่มโอกาสสร้างรายได้หมุนเวียนตลอดปี (จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 53.6)
- การเตรียมรับมือกับภัยพิบัติธรรมชาติ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภัยคุกคามจากโรคและแมลง ตลอดจนการให้ความช่วยเหลือฟื้นฟูเกษตรกรหลังประสบภัย เพื่อลดผลกระทบต่อกิจกรรม (จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 45.4)
- โครงการบริหารจัดการคาร์บอนเครดิตของการยางแห่งประเทศไทย ส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสวนยางพาราเข้าสู่ระบบคาร์บอนเครดิต เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากการกักเก็บก๊าซเรือนกระจกในภาคการเกษตร และสร้างรายได้เสริมให้แก่เกษตรกรจากการซื้อขายคาร์บอนเครดิต (จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8)
- ข้อมูลวิจัยและสถิติเกี่ยวกับปริมาณน้ำที่พืชแต่ละชนิดต้องการ (เช่น ข้าว พืชไร่ พืชสวน) ในแต่ละช่วงการเจริญเติบโต (จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7)

2.2.5 เรื่อง การจัดที่ดินทำกินให้กับเกษตรกร

ประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้/เข้าใจ (คน) (ร้อยละ)
1) การจัดที่ดินทำกินให้กับเกษตรกร เป็นนโยบายรัฐที่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำ โดยรัฐจัดสรรที่ดินในเขตปฏิรูปที่ดิน (ส.ป.ก.) ให้เกษตรกรได้ใช้ประโยชน์อย่างถูกกฎหมาย โดยไม่ให้เกิดกรณีสิทธิขาด แต่อนุญาตให้ใช้ทำกินและตกทอดทางทายาท	354 (67.3)
2) การจัดที่ดินทำกินให้กับเกษตรกร โดยสำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม (ส.ป.ก.) จัดหาที่ดินเอกชนและที่ดินของรัฐ เพื่อมอบเอกสารสิทธิให้เกษตรกรไรที่ดินทำกิน	278 (52.9)
3) คุณสมบัติของผู้ขอรับการจัดที่ดินทำกิน ต้องเป็นเกษตรกรผู้ยากไร้ หรือผู้ที่ประสงค์จะทำการเกษตรเป็นหลัก โดยผ่านการคัดเลือกจากคณะกรรมการระดับจังหวัด	170 (32.3)
4) ส.ป.ก. 4-01 เป็นหนังสืออนุญาตให้เข้าทำประโยชน์ในเขตปฏิรูปที่ดิน	232 (44.1)
5) โฉนดเพื่อการเกษตร เป็นการยกระดับจาก ส.ป.ก. 4-01 เพื่อให้เกษตรกรสามารถใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันและโอนสิทธิได้ตามเงื่อนไขที่กำหนด	193 (36.7)

(*เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากการสำรวจพบว่า ประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ เรื่อง “การจัดที่ดินทำกินให้กับเกษตรกร” ที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

- การจัดที่ดินทำกินให้กับเกษตรกร เป็นนโยบายรัฐที่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำ โดยรัฐจัดสรรที่ดินในเขตปฏิรูปที่ดิน (ส.ป.ก.) ให้เกษตรกรได้ใช้ประโยชน์อย่างถูกกฎหมาย โดยไม่ให้กรรมสิทธิ์ขาด แต่อนุญาตให้ใช้ทำกินและตกทอดทางทายาท (จำนวน 354 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3)

- การจัดที่ดินทำกินให้กับเกษตรกร โดยสำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม (ส.ป.ก.) จัดหาที่ดินเอกชนและที่ดินของรัฐ เพื่อบอบเอกสารสิทธิให้เกษตรกรไร้ที่ดินทำกิน (จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9)

- ส.ป.ก. 4-01 เป็นหนังสืออนุญาตให้เข้าทำประโยชน์ในเขตปฏิรูปที่ดิน (จำนวน 232 คิดเป็นร้อยละ 44.1)

- โฉนดเพื่อการเกษตร เป็นการยกระดับจาก ส.ป.ก. 4-01 เพื่อให้เกษตรกรสามารถใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันและโอนสิทธิได้ตามเงื่อนไขที่กำหนด (จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7)

- คุณสมบัติของผู้ขอรับการจัดที่ดินทำกิน ต้องเป็นเกษตรกรผู้ยากไร้ หรือผู้ที่ประสงค์จะทำการเกษตรเป็นหลัก โดยผ่านการคัดเลือกจากคณะกรรมการระดับจังหวัด (จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3)

2.2.6 เรื่อง การปราบปรามสินค้าเกษตรผิดกฎหมาย

ประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ (คน) (ร้อยละ)
1) การปราบปรามการลักลอบนำเข้าสินค้าเกษตรด่านพืช และปัจจัยการผลิตที่ผิดกฎหมาย	307 (58.4)
2) การปราบปรามการลักลอบนำเข้าสินค้าปศุสัตว์ผิดกฎหมาย	281 (53.4)
3) การปราบปรามการลักลอบนำเข้าสินค้าประมงผิดกฎหมาย	205 (39.0)
4) การตรวจหาสารเร่งเนื้อแดงในเนื้อหมู	222 (42.2)
5) การตรวจสอบสัมภาระของผู้โดยสารที่เดินทางเข้าราชอาณาจักรไทยเพื่อตรวจจับผลิตภัณฑ์จากสัตว์ หรือซากสัตว์ที่ชุกซ่อน โดยทีมสุนัขดมกลิ่น “สารวัตรบีเกิ้ล”	154 (29.3)

(*เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากการสำรวจพบว่า ประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ เรื่อง “การปราบปรามสินค้าเกษตรผิดกฎหมาย” ที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

- การปราบปรามการลักลอบนำเข้าสินค้าเกษตรด้านพืช และปัจจัยการผลิตที่ผิดกฎหมาย (จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 58.4)
- การปราบปรามการลักลอบนำเข้าสินค้าปศุสัตว์ผิดกฎหมาย (จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 53.4)
- การตรวจหาสารเร่งเนื้อแดงในเนื้อหมู (จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2)
- การปราบปรามการลักลอบนำเข้าสินค้าประมงผิดกฎหมาย (จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0)
- การตรวจสอบสัมภาระของผู้โดยสารที่เดินทางเข้าราชอาณาจักรไทยเพื่อตรวจจับผลิตภัณฑ์จากสัตว์หรือซากสัตว์ที่ซุกซ่อน โดยทีมสุนัขดมกลิ่น “สารวัตรบีเกิ้ล” (จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3)

2.2.7 เรื่อง การดำเนินงานตามแนวพระราชดำริด้านการเกษตร

ประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ รับรู้ (คน) (ร้อยละ)
1) การจัดการน้ำตามแนวทาง "เกษตรทฤษฎีใหม่"	378 (71.9)
2) การดำเนินงานพัฒนาด้านการเกษตรในโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ โครงการหลวงและพื้นที่สูง เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต สร้างความมั่นคงในอาชีพให้เกษตรกรสามารถพึ่งพาตนเองได้	275 (52.3)
3) การวิจัยและนวัตกรรมเพื่อต่อยอดการพัฒนาพื้นที่สูงตามแนวพระราชดำริ	229 (43.5)
4) การพัฒนาอาชีพและรายได้เกษตรกรในพื้นที่โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ โครงการหลวงและพื้นที่สูง	283 (53.8)
5) การขับเคลื่อนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการใช้ประโยชน์พื้นที่อย่างเต็มประสิทธิภาพด้วยการจัดทำแปลงต้นแบบ โคก หนอง นา โมเดล	363 (69.0)

(*เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากการสำรวจพบว่า ประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ เรื่อง “การดำเนินงานตามแนวพระราชดำริด้านการเกษตร” ที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

- การจัดการน้ำตามแนวทาง "เกษตรทฤษฎีใหม่" (จำนวน 378 คน คิดเป็นร้อยละ 71.9)
- การขับเคลื่อนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการใช้ประโยชน์พื้นที่อย่างเต็มประสิทธิภาพด้วยการจัดทำแปลงต้นแบบโคก หนอง นา โมเดล (จำนวน 363 คน คิดเป็นร้อยละ 69)

- การพัฒนาอาชีพและรายได้เกษตรกรในพื้นที่โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ โครงการหลวงและพื้นที่สูง (จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8)
- การดำเนินงานพัฒนาด้านการเกษตรในโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ โครงการหลวง และพื้นที่สูง เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต สร้างความมั่นคงในอาชีพให้เกษตรกรสามารถพึ่งพาตนเองได้ (จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3)
- การวิจัยและนวัตกรรมเพื่อต่อยอดการพัฒนาพื้นที่สูงตามแนวพระราชดำริ (จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5)

3. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์

3.1 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารในชีวิตประจำวัน

ประเภทของสื่อที่กลุ่มตัวอย่างใช้เพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารในชีวิตประจำวันมากที่สุด สรุปได้ดังนี้

ประเภทสื่อ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ที่เปิดรับสื่อประเภทนี้มาก ที่สุดในชีวิตประจำวัน (คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์	45	8.5
วิทยุกระจายเสียง	4	0.8
สิ่งพิมพ์	5	1.0
YouTube	33	6.3
Facebook	253	48.0
Website	31	5.9
TikTok	55	10.5
Line	81	15.4
X (ทวิตเตอร์)	12	2.3
Instagram	7	1.3
รวม	526	100.0

ผลสำรวจพบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารในชีวิตประจำวัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก Facebook มากที่สุด จำนวน 253 คน (ร้อยละ 48) รองลงมา คือ Line จำนวน 81 คน (ร้อยละ 15.4) TikTok จำนวน 55 คน (ร้อยละ 10.5) โทรทัศน์ จำนวน 45 คน (ร้อยละ 8.5) YouTube จำนวน 33 คน (ร้อยละ 6.3) Website จำนวน 31 คน X จำนวน 12 คน (ร้อยละ 2.3) Instagram จำนวน 7 คน (ร้อยละ 1.3) สิ่งพิมพ์ จำนวน 5 คน (ร้อยละ 1) วิทยุกระจายเสียง จำนวน 4 คน (ร้อยละ 0.8)

3.2 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ

กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ผ่านช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ดังนี้

ประเภทสื่อ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับ ข้อมูลข่าวสารของกระทรวง เกษตรฯผ่านสื่อต่าง ๆ (คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์	213	40.5
วิทยุกระจายเสียง	56	10.6
สิ่งพิมพ์	88	16.7
YouTube	107	20.3
Facebook	411	78.1
Website	198	37.6
TikTok	62	11.8
Line	116	22.1
X	8	1.5
สื่อบุคคล (เช่น เจ้าหน้าที่หน่วยงาน กระทรวงเกษตรฯ ในพื้นที่ / ผู้นำ ชุมชน / ผู้นำกลุ่มเกษตรกร / อาสาสมัครเกษตร / หมอдинอาสา / อาสาปศุสัตว์ / ประมงอาสา)	271	51.5
สื่อกิจกรรม (นิทรรศการ / อบรม / สัมมนา)	193	36.7

(*เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ผลสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยรับรู้ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ผ่านทาง Facebook มากที่สุดจำนวน 411 คน (ร้อยละ 78.1) รองลงมา คือ สื่อบุคคล จำนวน 271 คน (ร้อยละ 51.5) โทรทัศน์ จำนวน 213 คน (ร้อยละ 40.5) Website จำนวน 198 คน (ร้อยละ 37.6) สื่อกิจกรรม จำนวน 193 คน (ร้อยละ 36.7) Line จำนวน 116 คน (ร้อยละ 22.1) YouTube จำนวน 107 คน (ร้อยละ 20.3) สิ่งพิมพ์ จำนวน 88 คน (ร้อยละ 16.7) TikTok จำนวน 62 คน (ร้อยละ 11.8) วิทยุกระจายเสียง จำนวน 56 คน (ร้อยละ 10.6) และ X จำนวน 8 คน (ร้อยละ 1.5)

4. ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรเพื่อให้เข้าถึงเกษตรกรมากที่สุด มีดังนี้

ประเภทสื่อ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์	49	9.3
วิทยุกระจายเสียง	8	1.5
สิ่งพิมพ์	6	1.1
YouTube	21	4.0
Facebook	170	32.3
Website	19	3.6
TikTok	55	10.5
Line	30	5.7
X (Twitter)	0	0.0
Instagram	2	0.4
สื่อบุคคล (เช่น เจ้าหน้าที่ หน่วยงานกระทรวงเกษตร ฯ ในพื้นที่ / ผู้นำชุมชน / ผู้นำกลุ่มเกษตรกร / อาสาสมัครเกษตร / หมอ ดินอาสา / อาสาปศุสัตว์ / ประมงอาสา)	146	27.3
สื่อกิจกรรม (นิทรรศการ/ อบรม / สัมมนา)	20	3.8
รวม	526	100.0

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 170 คน (ร้อยละ 32.3) มีความคิดเห็นว่าการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสมในการใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรเพื่อให้เข้าถึงเกษตรกรมากที่สุด คือ Facebook รองลงมา คือ สื่อบุคคล จำนวน 146 คน (ร้อยละ 27.3) TikTok จำนวน 55 คน (ร้อยละ 10.5) โทรทัศน์ 49 คน (ร้อยละ 9.3) Line จำนวน 30 คน (ร้อยละ 5.7) YouTube จำนวน 21 คน (ร้อยละ 4.0) สื่อกิจกรรม 20 คน (ร้อยละ 3.8) Website จำนวน 19 คน (ร้อยละ 3.6) วิทยุกระจายเสียง จำนวน 8 คน (ร้อยละ 1.5) สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 6 คน (ร้อยละ 1.1) และ Instagram จำนวน 2 คน (ร้อยละ 0.4)

5. ความต้องการข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ประเด็นข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการรับรู้ มีดังนี้

ประเด็นข้อมูลข่าวสารที่ต้องการรับรู้	จำนวน (คน) (ร้อยละ)
ผลความสำเร็จของการดำเนินงานโครงการ/นโยบายสำคัญด้านการเกษตรที่เกิดประโยชน์ต่อเกษตรกร	258 (49.0)
การพัฒนาผลผลิต และแปรรูปสินค้าเกษตร ให้มีประสิทธิภาพ ได้คุณภาพตามมาตรฐาน / ความรู้มาตรฐานสินค้าเกษตร และเกษตรปลอดภัย	273 (51.9)
การแก้ไขปัญหาการส่งออกสินค้าเกษตร	176 (33.5)
การบริหารจัดการผลผลิต การแก้ไขปัญหาผลผลิตล้นตลาด	256 (48.7)
การส่งเสริมด้านการตลาดสินค้าเกษตรทั้งในประเทศและต่างประเทศ	204 (38.8)
ผลงานวิจัย หรือนวัตกรรมด้านการเกษตรที่เป็นประโยชน์และนำไปใช้ได้จริง	181 (34.4)
การเตือนภัยทางการเกษตร (ภัยธรรมชาติ โรคและแมลงศัตรูพืช โรคระบาดสัตว์) รวมถึงแนวทาง การป้องกันและการเตรียมรับมือ	266 (50.6)
มาตรการให้ความช่วยเหลือ เยียวยาผู้ประสบภัยพิบัติด้านการเกษตร	234 (44.5)
การส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งทุนของเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และสถาบันเกษตรกร	189 (35.9)
การส่งเสริมการรวมกลุ่ม และสร้างความเข้มแข็งให้สถาบันเกษตรกร	176 (33.5)
การสนับสนุนปัจจัยการผลิต และการอบรมพัฒนาองค์ความรู้ทางการเกษตรด้านต่าง ๆ	196 (37.3)
เกษตรกรต้นแบบ เกษตรกรที่ประสบความสำเร็จในสาขาอาชีพเกษตรต่าง ๆ	182 (34.6)
ความรู้มาตรฐานสินค้าเกษตร เกษตรปลอดภัย และการตรวจรับรองมาตรฐานต่าง ๆ	179 (34.0)
การส่งเสริมการทำเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	185

ประเด็นข้อมูลข่าวสารที่ต้องการรับรู้	จำนวน (คน) (ร้อยละ)
	(35.2)
สินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น	166 (31.6)
ช่องทางการรับบริการต่าง ๆ ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	193 (36.7)
ช่องทางรับเรื่องร้องเรียน และศูนย์กลางติดต่อสอบถามข้อมูลด้านการเกษตร	172 (32.7)

(*เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากการสำรวจพบว่า ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรที่กลุ่มตัวอย่างต้องการรับรู้จากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้

- การพัฒนาผลผลิต และแปรรูปสินค้าเกษตร ให้มีประสิทธิภาพ ได้คุณภาพตามมาตรฐาน / ความรู้มาตรฐานสินค้าเกษตร และเกษตรปลอดภัย (จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9)
- การเตือนภัยทางการเกษตร (ภัยธรรมชาติ โรคและแมลงศัตรูพืช โรคระบาดสัตว์) รวมถึงแนวทางการป้องกันและการเตรียมรับมือ (จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6)
- ผลความสำเร็จของการดำเนินงานโครงการ/นโยบายสำคัญด้านการเกษตรที่เกิดประโยชน์ต่อเกษตรกร (จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0)
- การบริหารจัดการผลผลิต การแก้ไขปัญหาผลผลิตล้นตลาด (จำนวน 256 คิดเป็นร้อยละ 48.7)
- มาตรการให้ความช่วยเหลือ เยียวยาผู้ประสบภัยพิบัติด้านการเกษตร (จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5)
- การส่งเสริมด้านการตลาดสินค้าเกษตรทั้งในประเทศและต่างประเทศ (จำนวน 204 คน คิดเป็น ร้อยละ 38.8)
- การสนับสนุนปัจจัยการผลิต และการอบรมพัฒนาองค์ความรู้ทางการเกษตรด้านต่าง ๆ (จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3)
- ช่องทางการรับบริการต่าง ๆ ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7)
- การส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งทุนของเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และสถาบันเกษตรกร (จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 35.9)
- การส่งเสริมการทำเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2)

- เกษตรกรต้นแบบ เกษตรกรที่ประสบความสำเร็จในสาขาอาชีพเกษตรต่าง ๆ (จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 34.6)
- ผลงานวิจัย หรือนวัตกรรมด้านการเกษตรที่เป็นประโยชน์และนำไปใช้ได้จริง (จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4)
- ความรู้มาตรฐานสินค้าเกษตร เกษตรปลอดภัย และการตรวจรับรองมาตรฐานต่าง ๆ (จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 34)
- การแก้ไขปัญหาการส่งออกสินค้าเกษตร (จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5)
- การส่งเสริมการรวมกลุ่ม และสร้างความเข้มแข็งให้สถาบันเกษตรกร (จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5)
- ช่องทางรับเรื่องร้องเรียน และศูนย์กลางติดต่อสอบถามข้อมูลด้านการเกษตร (จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7)
- สินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น (จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6)

6. ความพึงพอใจและข้อควรปรับปรุงในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

6.1 พึงพอใจการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
การสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนความพึงพอใจ ดังนี้

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

โดยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยคะแนนในการวัดระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ 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	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ
พึงพอใจมากที่สุด	129	24.5	3.94
พึงพอใจมาก	256	48.6	
พึงพอใจปานกลาง	125	23.8	
พึงพอใจน้อย	12	2.3	
พึงพอใจน้อยที่สุด	4	0.8	
รวม	526	100.0	

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 256 คน (ร้อยละ 48.6) มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในระดับมาก คิดเป็นรองลงมา คือ พึงพอใจมากที่สุด จำนวน 129 คน (ร้อยละ 24.5) พึงพอใจปานกลาง จำนวน 125 คน (ร้อยละ 23.8) พึงพอใจน้อย จำนวน 12 คน (ร้อยละ 2.3) และพึงพอใจน้อยที่สุด จำนวน 4 คน (ร้อยละ 0.8)

ทั้งนี้ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เท่ากับ 3.94 คิดเป็นร้อยละ 78.8 ซึ่งจัดอยู่ในเกณฑ์ความพึงพอใจระดับมาก

6.2 การดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ที่พึงพอใจมากที่สุด

ประเด็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้อมูลถูกต้องครบถ้วน น่าเชื่อถือ และเป็นปัจจุบันของข้อมูล	161	30.6
ความรวดเร็วในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	41	7.8
ความน่าสนใจของรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร	44	8.4
ช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์หลากหลาย เข้าถึงได้สะดวก	101	19.2
เนื้อหาข่าวสารที่นำเสนอเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรหรือประชาชนผู้สนใจอย่างแท้จริง	179	34.0
รวม	526	100.0

จากการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 179 คน (ร้อยละ 34) พึงพอใจ การดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในประเด็นด้านเนื้อหา ข่าวสารที่นำเสนอเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกร หรือประชาชนผู้สนใจอย่างแท้จริง มากที่สุด รองลงมา คือ ข้อมูล ถูกต้องครบถ้วน น่าเชื่อถือ และเป็นปัจจุบันของข้อมูล จำนวน 161 คน (ร้อยละ 30.6) ช่องทางการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์หลากหลาย เข้าถึงได้สะดวก จำนวน 101 คน (ร้อยละ 19.2) ความน่าสนใจของรูปแบบ การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร จำนวน 44 คน (ร้อยละ 8.4) ความรวดเร็วในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ จำนวน 41 คน (ร้อยละ 7.8)

6.3 การดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ที่ควร ปรับปรุง/พัฒนา มากที่สุด

ประเด็น	จำนวน	ร้อยละ
ข้อมูลถูกต้องครบถ้วน น่าเชื่อถือ และเป็นปัจจุบัน ของข้อมูล	125	23.8
ความรวดเร็วในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	55	10.4
ความน่าสนใจของรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร	94	17.9
ช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์หลากหลาย เข้าถึงได้สะดวก	110	20.9
เนื้อหาข่าวสารที่นำเสนอเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกร หรือประชาชนผู้สนใจอย่างแท้จริง	142	27.0
รวม	526	100.0

จากการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 142 คน (ร้อยละ 27) มีความคิด ว่า ประเด็นการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ที่ควรปรับปรุง/ พัฒนามากที่สุด คือ เนื้อหาข่าวสารที่นำเสนอเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกร หรือประชาชนผู้สนใจอย่างแท้จริง รองลงมา คือ ข้อมูลถูกต้องครบถ้วน น่าเชื่อถือ และเป็นปัจจุบันของข้อมูล จำนวน 125 คน (ร้อยละ 23.8) ช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์หลากหลาย เข้าถึงได้สะดวก จำนวน 110 คน (ร้อยละ 20.9) ความน่าสนใจ ของรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร จำนวน 94 คน (ร้อยละ 17.9) และความรวดเร็วในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ จำนวน 55 คน (ร้อยละ 10.4)

7. ความเชื่อมั่นที่มีต่อข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ระดับความเชื่อมั่น	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ยความเชื่อมั่น
มากที่สุด	154	29.3	4.04
มาก	253	48.1	
ปานกลาง	109	20.7	
น้อย	8	1.5	
น้อยที่สุด	2	0.4	

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 253 คน (ร้อยละ 48.1) มีความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในระดับมาก รองลงมา คือ ความเชื่อมั่นมากที่สุด จำนวน 154 คน (ร้อยละ 29.3) ความเชื่อมั่นปานกลาง จำนวน 109 คน (ร้อยละ 20.7) ความเชื่อมั่นน้อย จำนวน 8 คน (ร้อยละ 1.5) ความเชื่อมั่นน้อยที่สุด จำนวน 2 คน (ร้อยละ 0.4)

โดยมีค่าเฉลี่ยความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เท่ากับ 4.04 คิดเป็น ร้อยละ 80.8

8. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ดังนี้

	R	Sig
ผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	0.280**	0.000

**มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก (R = 0.280) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งหมายความว่า หากมีการเปิดรับข่าวสาร

ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มากขึ้น จะส่งผลให้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสารสำคัญของ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สูงขึ้นตามไปด้วย

ทั้งนี้ พบว่าระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งหมายความว่า การเปิดรับข่าวสารมีผลต่อการรับรู้ในระดับหนึ่ง แต่อาจมีปัจจัยอื่นที่มีส่วนช่วยส่งเสริมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารร่วมด้วย เช่น ความสนใจส่วนตัว ความน่าสนใจและรูปแบบของเนื้อหาข้อมูลข่าวสารความเกี่ยวข้องและผลกระทบต่อชีวิต เป็นต้น

9. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ กับ ความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ กับความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ดังนี้

	R	Sig
ผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ กับความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	0.128**	0.000

**มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ กับความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก ($R = 0.128$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งหมายความว่า หากมีการเปิดรับข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มากขึ้น ระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จะสูงขึ้นตามไปด้วย

ทั้งนี้ จากความสัมพันธ์พบว่าระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งหมายความว่า การเปิดรับข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีผลต่อความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในระดับหนึ่งเท่านั้น แต่อาจมีปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจร่วมด้วย เช่น ความถูกต้องของข้อมูล ความรวดเร็วของการดำเนินงาน ความยากง่ายในการเข้าถึงข้อมูล เป็นต้น

10. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กับความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กับความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ดังนี้

	R	Sig
ผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กับความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	0.409**	0.000

**มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กับความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกในระดับปานกลาง ($R = 0.409$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งหมายความว่า หากมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มากขึ้น จะส่งผลให้ระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์สูงขึ้นตามไปด้วย

11. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กับความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์กับความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ดังนี้

	R	Sig
ผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่อง สื่อสารสำคัญของกระทรวง เกษตรและสหกรณ์ กับความ เชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารและการ ประชาสัมพันธ์ของกระทรวง เกษตรและสหกรณ์	0.344**	0.000

**มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กับความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งหมายความว่า หากมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มากขึ้น จะส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์สูงขึ้นตามไปด้วย แต่นอกเหนือจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์แล้ว อาจมีปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสาร เช่น ความโปร่งใสของหน่วยงาน ความสอดคล้องของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับกับประสบการณ์จริง เป็นต้น

12. ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กับความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กับ ความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ดังนี้

	R	Sig
ผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจในการดำเนินงาน เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารของกระทรวงเกษตรและ สหกรณ์ กับความเชื่อมั่นในข้อมูล ข่าวสาร	0.813**	0.000

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า ความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กับความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ของ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งหมายความว่า หากมีระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวง เกษตรและสหกรณ์สูงขึ้น ความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จะสูงขึ้นตามไปด้วย

13. ข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

จากผลสำรวจสามารถสรุปข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะด้านสื่อและช่องทางเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

- เพิ่มช่องทางการเผยแพร่ให้ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์มออนไลน์ และควรเป็นช่องทางการเผยแพร่ ที่ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ TikTok ฯลฯ
- เกษตรกรบางส่วนเป็นผู้สูงอายุ ไม่ค่อยเข้าถึงเทคโนโลยี ควรเสนอข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ หรือ สื่อวิทยุเป็นหลัก ในส่วนของเกษตรกรรุ่นใหม่ ควรเสนอผ่านโซเชียลมีเดีย
- เพิ่มความน่าสนใจ ด้วยการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น คลิป อินโฟกราฟิก เป็นต้น

ข้อเสนอแนะด้านเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอ

- ควรเน้นนำเสนอข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อการเกษตร เช่น จุติรับซื้อผลผลิต ราคาตลาด แนวทาง ลดต้นทุนการผลิต เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเกษตร แหล่งสนับสนุนจากภาครัฐ เป็นต้น
- ควรนำเสนอองค์ความรู้ด้านการเกษตร และช่องทางการพัฒนาตัวเองของเกษตรกร
- เผยแพร่ตัวอย่างเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จเพื่อเป็นแรงบันดาลใจและต้นแบบในการประกอบ อาชีพ
- ข่าวการประชุมหรือการลงพื้นที่ของผู้บริหาร ควรสรุปผลให้ชัดเจนว่า มีข้อสั่งการ มาตรการหรือ แนวทางแก้ไขอย่างไร และประชาชนหรือเกษตรกรจะได้รับประโยชน์อะไร มากกว่าการรายงานเพียงว่ามีการ ประชุมหรือเดินทางไปปฏิบัติราชการ
- ควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่มีเนื้อหาหลากหลาย เข้าใจง่าย และเพิ่มความน่าสนใจในรูปแบบ คลิป หรืออินโฟกราฟิก
- ผลิตเนื้อหา และเลือกรูปแบบการนำเสนอ ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะสื่อสาร

ข้อเสนอแนะด้านการดำเนินงาน และอื่น ๆ

- การดำเนินงานประชาสัมพันธ์กิจกรรม / โครงการ ควรดำเนินการล่วงหน้า ก่อนและระหว่างการจัดงาน หรือกิจกรรม เพื่อให้เกษตรกรรับรู้และเข้าถึงโครงการต่าง ๆ มากขึ้น
- ควรมีศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรเพื่อให้เกษตรกรสามารถติดต่อขอความช่วยเหลือหรือติดต่อสอบถาม

14. ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

จากผลสำรวจการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อเรื่องสื่อสารสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 และข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปข้อสังเกต และข้อเสนอแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ดังนี้

- ผลการสำรวจพบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุดในชีวิตประจำวัน 3 ลำดับแรก คือ เฟซบุ๊ก ไลน์ และ TikTok โดยสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเคยรับรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ 3 ลำดับแรก คือ เฟซบุ๊ก สื่อบุคคล และสื่อโทรทัศน์ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าสื่อที่สามารถเผยแพร่ข่าวสารให้เข้าถึงเกษตรกรมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ เฟซบุ๊ก สื่อบุคคล และ TikTok ซึ่งจะเห็นว่าเฟซบุ๊ก เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มตัวอย่าง จึงควรให้ความสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารโดยเน้นเนื้อหาที่ทันเหตุการณ์ น่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกร เผยแพร่อย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ สื่อบุคคล เป็นสื่อที่ได้รับความสนใจรองลงมา แสดงให้เห็นว่าสื่อบุคคล ซึ่งหมายถึงบุคลากรของหน่วยงานในพื้นที่ ผู้นำเกษตรกร หรืออาสาสมัครเกษตร ยังเป็นสื่อที่ควรให้ความสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารให้ไปถึงเกษตรกรในพื้นที่และเป็นสื่อที่มีความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ในส่วนของสื่อดั้งเดิม สื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ สื่อโทรทัศน์ หน่วยงานจึงควรให้ความสำคัญในการเผยแพร่ผ่านสื่อดังกล่าวเพื่อให้สาธารณชนได้รับทราบข่าวสารของหน่วยงานในวงกว้าง

- จากผลสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด และประเด็นที่คิดว่าควรพัฒนาหรือปรับปรุงมากที่สุด เป็นประเด็นเดียวกัน คือ เนื้อหาข่าวสารที่นำเสนอเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรหรือประชาชนผู้สนใจอย่างแท้จริง ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า “เนื้อหาข่าวสาร” เป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเปิดรับ ดังนั้น ปัจจุบันเนื้อหาข่าวสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์อาจสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนบางกลุ่ม แต่ในขณะเดียวกันประชาชนบางส่วนยังเห็นว่าเป็นเรื่องที่ต้องปรับปรุง ซึ่งหน่วยงานควรวิเคราะห์และผลิตเนื้อหาให้ตรงความต้องการของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย หน่วยงานควรนำผลการสำรวจดังกล่าวไปใช้เป็นข้อมูลในการทบทวนและพัฒนาคุณภาพเนื้อหาข่าวสารในเชิงลึก ให้เป็นประโยชน์ต่อผู้รับข่าวสารและสามารถใช้งานได้จริง โดยให้ความสำคัญกับความถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย ความครบถ้วนทันต่อสถานการณ์ และความสอดคล้องกับความสนใจและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อยกระดับประสิทธิภาพ การประชาสัมพันธ์และสร้างความพึงพอใจแก่ประชาชนให้เพิ่มขึ้น

15. ข้อจำกัด และข้อเสนอในการสำรวจครั้งต่อไป

การสำรวจครั้งนี้เป็นการสำรวจเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลในรูปแบบตัวเลขและใช้การวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ดำเนินการกระจายแบบสำรวจโดยขอความอนุเคราะห์ผ่านเครือข่ายหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ทั้งนี้ ในการสำรวจครั้งต่อไป เพื่อให้ผลสำรวจมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ควรเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น กำหนดสัดส่วนผู้ตอบแบบสำรวจที่เป็นเกษตรกร ข้าราชการ และประชาชนทั่วไป รวมทั้งควรดำเนินการสำรวจเชิงคุณภาพ เช่น การวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูล การประชาสัมพันธ์ (Content Analysis) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) กับแต่ละกลุ่มตัวอย่าง เช่น ผู้นำเกษตรกร เกษตรกรรุ่นใหม่ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในพื้นที่ นักศึกษา ฯลฯ เพื่อนำข้อมูลเชิงลึกในประเด็นที่สนใจและรูปแบบการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่อไป

.....