

การเปิดรับและความพึงพอใจของเครือข่ายเกษตรกรและผู้ค้าภายในตลาดไท ที่มีต่อวารสาร“เครือข่ายสัมพันธ์” ของตลาดไท

Exposure and Satisfaction of Farmers and Traders toward the Journal of Talaad Thai

สรพงษ์ วงศ์ธีระธรณ์^{1*} และ นนรดา อิมเอี่ยม²

Sorrapong Wongteeratom^{1*} and Nonrada Aimiam²

¹อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์) วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

²นักศึกษานิเทศศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์) วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

¹Lecturer in Bachelor of Communication Arts, Rangsit University

²Graduate Student in Bachelor of Communication Arts, Rangsit University

*Corresponding author, E-mail: sorapong.w@rsu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับ และความพึงพอใจของเครือข่ายเกษตรกรและผู้ค้าภายในตลาดไทที่มีต่อวารสาร “เครือข่ายสัมพันธ์” ของตลาดไท การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 372 คน และใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ผลข้อมูลด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 35 - 44 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้านค้าตั้งอยู่โซนตลาดอาหารทะเลมากที่สุด และส่วนใหญ่เปิดบริการมา 11-15 ปี ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านวารสาร “เครือข่ายสัมพันธ์” ของตลาดไท ฉบับเดือนกันยายน-ธันวาคม 2559 มากที่สุด มีลักษณะการอ่านเฉพาะคอลัมน์ที่สนใจมากที่สุด โดยมีการอ่านคอลัมน์ ปลุกเงินปลุกทอง : นำเสนอการปลูกผลิตที่ปลูกง่ายสร้างรายได้ที่มีราคาสูงมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์เพื่อรับรู้ข่าวสารด้านความรู้ทางด้านการเกษตรมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อวารสาร “เครือข่ายสัมพันธ์” ของตลาดไท โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในด้านรูปแบบ พบว่า ร้านค้าโดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า การพิมพ์สีทำให้วารสารน่าสนใจมากที่สุด รองลงมา คือ การเขียนเล่มมีคุณภาพที่ดี และสะดวกต่อการอ่านอยู่ในระดับมากที่สุด และภาพประกอบมีความสอดคล้องกับเนื้อหา และง่ายต่อความเข้าใจตามลำดับ

ความพึงพอใจในด้านเนื้อหา พบว่า ร้านค้าโดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การนำเสนอเกร็ดความรู้ทางการเกษตร มีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์และน่าสนใจมากที่สุด รองลงมา คือ การนำเสนอการเกษตรรูปแบบใหม่ๆ ทำให้เกษตรกรมีข้อมูลความรู้ที่ทันสมัยและการนำเสนอเทคนิคการปลูกพืชสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ตามลำดับ

ความพึงพอใจในการเผยแพร่ พบว่า ร้านค้าโดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า การแจกโดยฝ่ายสื่อสารองค์กรนำไปแจกให้ร้านค้าโดยตรงทำให้ได้รับวารสารครบทุกฉบับอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การแจกวารสารฯ จำนวน 1 เล่ม ต่อ 1 ร้านค้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และการจัดทำวารสารฯ เป็นราย 4 เดือน เพียงพอต่อการติดตามข่าวสาร ตามลำดับ

คำสำคัญ: การเปิดรับ, ความพึงพอใจ, วารสารเครือข่ายสัมพันธ์, ตลาดไท

Abstract

This research aims to study the exposure and satisfaction of farmers and traders toward the journal of Talaad Thai. This research was conducted through questionnaires for data collection. The samples used in the survey consisted of 372 people. The result of this research showed that most of the respondents were female. Most of them were between 35 – 44 years old. Their education was lower than bachelor's degree. Most of their locations were in the seafood area, and most of the shops were found to have opened for about 11 - 15 years.

Most of the respondents read the journal of Talaad Thai issued for November- December 2016. Most of them specifically read only the column they were interested in. The column read the most was 'Grow Money, Grow Gold' suggesting easy guidelines for growing high priced agricultural plants.

The respondents were satisfied with the journal of Talaad Thai at a high level. Most of them were found to be satisfied with the design of the journal as their colors could make journal more attractive. as well as the binding quality and illustrations which were related to the content making them understand easily

In terms of content, it was found out that the respondents' agreement was at a high level because the knowledge of agriculture was useful and interesting for them, followed by knowledge of new agricultural forms and knowledge of plantation techniques

Finally, in terms of publication, it was found that most of the shops agreed at a high level. Considering each aspect, it was found out that the distribution of the journals to each store helped not miss the journal, followed by 1-shop-1-journal distribution and a monthly period of issue.

Keywords: Exposure, Satisfaction, Farmers and Traders, Journal, Talaad Thai

1. บทนำ

ตลาดไท ดำเนินธุรกิจโดยบริษัท ไทย เอ็กโกร เอ็กเซนจ์ จำกัด เป็นตลาดที่ขายสินค้าทางการเกษตรในรูปแบบการขายส่งทั้งในและต่างประเทศ เริ่มทำการค้าขายเมื่อปี พ.ศ. 2540 โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างตลาดกลางเพื่อให้ผู้ขายและผู้ซื้อได้เข้ามาทำการค้าขายสินค้าเกษตรกันโดยตรงได้อย่างเสรีด้วยราคาที่เป็นธรรมโดยมีปริมาณการซื้อขายกว่า 12,000 ตันต่อวัน มีมูลค่าการค้ากว่า 180,000 ล้านบาท ต่อปี ตลาดไทได้ขยายพื้นที่การค้าให้ครอบคลุมสินค้าเกษตรทุกชนิดเพื่อค้าส่งสินค้าเกษตรที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยแบ่งประเภทสินค้าออกเป็น 21

โชนได้แก่ โชนตลาดเนื้อสัตว์และอาหารแช่แข็ง, โชนตลาดปลาน้ำจืด, โชนตลาดผลไม้รวม, โชนตลาดส้ม, โชนตลาดดอกไม้ม, โชนตลาดแปปลา, โชนตลาดขนมและของแห้ง, โชนตลาดอาหารทะเล, โชนตลาดสด, โชนลานผัก, โชนตลาดผัก, โชนลานพืชไร่, โชนตลาดแตงโม, โชนตลาดข้าวสาร, โชนตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค, โชนตลาดสินค้าเบ็ดเตล็ด, โชนศูนย์รวมระดับยนต์, โชนตลาดสัตว์เลี้ยง, โชนลานผลไม้ฤดูกาล, โชนตลาดต้นไม้และโชนตลาดมะพร้าว ปัจจุบันมีเครือข่ายเกษตรกรและผู้ค้าจำนวน 5,200 ราย ไทย (ประสิทธิ์ศิลป์ ชัยยะวัฒน์ โชน หั้วหน้าส่วนประชาสัมพันธ์และเว็บไซต์ บริษัท ไทย เอ็กโก กรุ๊ป จำกัด, สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2559)

จากการที่ตลาดไทยเป็นศูนย์กลางการค้าทางด้านสินค้าเกษตรกรรมที่มีผู้ค้าจำนวนมาก จึงมีความจำเป็นในการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เพื่อการรับรู้ข่าวสารและความเข้าใจอันดีขึ้น จึงได้จัดตั้งฝ่ายสื่อสารองค์กรในการรับผิดชอบการดำเนินการดังกล่าวนี้ รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในองค์กร และภายนอกองค์กร โดยมีการดำเนินการจัดทำสื่อต่างๆ อาทิ โบสถ์เตอร์ ใบปลิว แผ่นพับ ปฏิทิน และวารสาร เป็นต้น

สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทวารสารได้เริ่มทำครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2554 โดยใช้ชื่อของวารสารว่า “เครือข่ายสัมพันธ์” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) การเป็นสื่อกลางในการสื่อสารองค์กร 2) การนำเสนอข่าวสารด้านความรู้ทางด้านการเกษตร โดยวารสาร “เครือข่ายสัมพันธ์” มีการนำมาเผยแพร่ครั้งแรก เป็นฉบับที่ 1 เมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2554 และได้ดำเนินการจนถึงปัจจุบัน รวมเป็นระยะเวลามากกว่า 5 ปี

สำหรับวารสารการจัดทำและเผยแพร่วารสารฯ เป็นราย 4 เดือน มีรูปแบบในการเขียนแบบมุงหลังคา มีขนาด A5 (กว้าง 5.8 นิ้ว ยาว 8.3 นิ้ว) มีจำนวน 11 หน้า รวมปกหน้าและปกหลัง โดยมีการพิมพ์สีทั้งเล่ม และพิมพ์ด้วยกระดาษอาร์ตด้าน หน้าปกวารสาร “เครือข่ายสัมพันธ์” จะมีรูปแบบเปลี่ยนไปทุกฉบับ โดยมีแนวคิดที่ว่า “เกษตรกรต้นแบบ” โดยใช้ภาพถ่ายของบุคคลที่เป็นต้นแบบทางการพัฒนาการเกษตรที่ได้รับการยอมรับมาเป็นภาพหน้าปกของแต่ละฉบับ ซึ่งปกหน้าจะมีคำว่า “เครือข่ายสัมพันธ์” อยู่ด้านซ้ายบน และด้านขวาบนจะมีโลโก้ของตลาดไทยอยู่ทุกฉบับ ปกหลังของวารสารจะมีคำว่าตลาดไทยอยู่ด้านซ้ายบน และตรงกลางกับด้านล่างมีที่อยู่และเว็บไซต์ของตลาดไทย สำหรับเนื้อหาภายในวารสารฯ จะประกอบด้วยคอลัมน์ต่างๆ ดังนี้

1. คอลัมน์ “สุดยอดคนเกษตร” เป็นการนำเสนอเรื่องราวของเกษตรกรต้นแบบที่สร้างรายได้ในการทำเกษตรในรูปแบบใหม่และมีรายได้ดีเพื่อเป็นทางเลือกให้กับเกษตรกรรายอื่นๆ

2. คอลัมน์ “ดินดีน้ำชุ่ม” เป็นคอลัมน์ที่นำเสนอเทคนิคในการปลูกพืชและผลไม้ต่างๆของแต่ละจังหวัดเพื่อให้ได้ผลผลิตที่ดีและสมบูรณ์

3. คอลัมน์ “สังคมเกษตร” เป็นคอลัมน์ที่นำเสนอเรื่องราวต่างๆในแวดวงเกษตร รวมถึงกิจกรรมต่างๆของพ่อค้าแม่ค้าภายในตลาดไทย

4. คอลัมน์ “หลังครัวร้อนบ้าน” นำเสนอเมนูอาหารต่างๆที่สามารถหาซื้อวัตถุดิบในการทำได้จากตลาดไทย

5. คอลัมน์ “บอกเล่าชาวเกษตร” เป็นคอลัมน์ที่นำเสนอเกร็ดความรู้ในเรื่องของการเกษตรต่างๆที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้

6. คอลัมน์ “ปลูกเงินปลูกทอง” เป็นคอลัมน์นำเสนอการปลูกผลผลิตที่ปลูกง่ายแต่สามารถสร้างรายได้ที่มีราคาสูง

ในการเผยแพร่วารสารฯ ทางฝ่ายสื่อสารองค์กรจะทำการแจกให้กับเครือข่ายเกษตรกรและผู้ค้า โดยจะได้รับวารสารจำนวน 1 เล่ม ต่อ 1 ร้านค้า โดยที่ฝ่ายสื่อสารองค์กร ตลาดไทจะนำไปแจกให้ร้านค้าด้วยตัวเอง โดยจะทำการแจกวารสารฯ ในวันที่ 1 ของเดือนที่มีการจัดพิมพ์วารสารฯ จำนวนการผลิตทั้งหมด 6500 ฉบับ นอกจากนี้ยังได้แจกให้กับหน่วยงานภาครัฐ เกษตรจังหวัด และผู้ที่มาศึกษาดูงานที่ตลาดไท (ประสิทธิ์ศิลป์ ชัยยะวัฒน์โยธิน หัวหน้าส่วนประชาสัมพันธ์และเว็บไซต์ บริษัท ไทย แอ็กโกร เอ็กซเชนจ์ จำกัด, สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2559)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการเปิดรับและความพึงพอใจของเครือข่ายเกษตรกรและผู้ค้าที่มีต่อวารสารเครือข่ายสัมพันธ์ของตลาดไท เพื่อผลของการวิจัยนี้จะสามารถพัฒนาและเป็นแนวทางในการจัดทำวารสารเครือข่ายสัมพันธ์ให้เหมาะสม เพื่อเป็นประโยชน์สูงสุดสำหรับองค์กร อีกทั้งยังใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานการวางแผนวิเคราะห์ทางการพัฒนาการผลิตวารสาร “เครือข่ายสัมพันธ์” ของตลาดไทต่อไป

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารของเครือข่ายเกษตรกรและผู้ค้าภายในตลาดไทที่มีต่อ วารสาร เครือข่ายสัมพันธ์ของตลาดไท
 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของเครือข่ายเกษตรกรและผู้ค้าภายในตลาดไทที่มีต่อวารสารเครือข่ายสัมพันธ์ของตลาดไท
- ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการเปิดรับและความพอใจของเครือข่ายเกษตรกรและผู้ค้าของตลาดไทที่มีร้านค้าประจำอยู่ในตลาดไททั้งหมดจำนวน 21 โซน โดยทำการศึกษาวารสาร “เครือข่ายสัมพันธ์” ของตลาดไท ฉบับเดือนมกราคม-เมษายน 2559, เดือนมกราคม-เมษายน 2559, เดือนพฤษภาคม-สิงหาคม 2559, เดือนกันยายน-ธันวาคม 2559 รวมจำนวน 3 ฉบับ ซึ่งจะศึกษาเฉพาะประเด็นความพึงพอใจที่มีต่อวารสาร “เครือข่ายสัมพันธ์” ในด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ และด้านการเผยแพร่

3. อุปกรณ์และวิธีการ / วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ เครือข่ายเกษตรกรและผู้ค้าที่ทำการค้าขายสินค้าเกษตรและมีร้านค้าประจำในตลาดไทจากโซนตลาดทั้งหมด 21 โซน จำนวนทั้งหมด 5,200 คน (นวันธร แซ่เจีย หัวหน้าส่วนเครือข่ายเกษตรกร บริษัท ไทย แอ็กโกร เอ็กซเชนจ์ จำกัด, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2559)

3.2 การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามหลักสถิติด้วยการแปรผันกันตามระหว่างขนาดของกลุ่มตัวอย่างกับความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นจากการสุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้ได้คำนวณโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) (อ้างถึงในวิลาลินี บ้านเตย, 2549) โดยมีระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และความผิดพลาดจากการสุ่มตัวอย่างมีไม่เกินร้อยละ 5 ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้มีจำนวน 372 คน

สำหรับการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ประกอบด้วย การสุ่มตัวอย่างแบบ Proportion Stratified Random Sampling แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 21 กลุ่ม จากนั้นสุ่มตัวอย่างแบบ Volunteer ผู้วิจัยจึงได้คำนวณหาสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละโซนตลาดดังนี้

โซนตลาด	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
ตลาดเนื้อสัตว์และอาหารแช่แข็ง	200	14
ตลาดปลาน้ำจืด	265	19
ตลาดผลไม้รวม	300	22
ตลาดส้ม	298	21
ตลาดดอกไม้	271	19
ตลาดแปปลา	285	20
ตลาดขนมและของแห้ง	214	15
ตลาดอาหารทะเล	391	28
ตลาดสด	298	21
ลานผัก	272	20
ตลาดผัก	313	22
ลานพืชไร่	225	16
ตลาดแดงโม	260	19
ตลาดข้าวสาร	287	21
ตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค	210	15
ตลาดสินค้าเบ็ดเตล็ด	200	14
ศูนย์รวมระดับขนด	178	13
ตลาดสัตว์เลี้ยง	190	14
ลานผลไม้ฤดูกาล	325	23
ตลาดต้นไม้	112	8
ตลาดมะพร้าว	106	8
รวม	5,200	372

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยประกอบด้วยชุดคำถามที่มีข้อมูลที่ต้องการดังต่อไปนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ
- ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวารสารเครือข่ายสัมพันธ์
- ตอนที่ 3 ความพึงพอใจจากสื่อวารสาร เครือข่ายสัมพันธ์
- ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นๆที่มีต่อวารสาร เครือข่ายสัมพันธ์

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ออกแบบเครื่องมือในการวิจัยเสร็จสิ้น และได้ขอความอนุเคราะห์ไปยังผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อคำถาม ก่อนปรับปรุงและนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถามจำนวน 372 ชุด โดยผู้วิจัยได้ทำการติดต่อประสานงานกับคุณอุดมลักษณ์ พงษ์สุพรรณ ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร บริษัท ไทย แอ็กโกร เอ็กโซเซนซ์ จำกัด เพื่อขอทำการแจกแบบสอบถามและเก็บรวบรวมแบบสอบถามไปยังร้านค้าโชนตลาดต่างๆทั้งหมด 21 โชน และผู้วิจัยเป็นคนแจกและรับแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเอง โดยดำเนินการในช่วงเวลา 10.00-14.00 น. โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามระหว่างวันที่ 20-22 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559 รวมเป็นระยะเวลา 3 วัน หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. ผลการวิจัย

4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 35 - 44 ปีมากที่สุด รองลงมา คือ อายุ 45 - 54 ปี และอายุ 25 - 34 ปี ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด และปริญญาตรี ตามลำดับ ร้านค้าตั้งอยู่โชนตลาดอาหารทะเลมากที่สุด รองลงมา คือ ตลาดผลไม้รวมและตลาดผักมี และตลาดสด ตลาดส้มและตลาดข้าวสาร ตามลำดับ โดยเปิดบริการ 11-15 ปี มากที่สุด รองลงมา คือ มากกว่า 15 ปี และเปิดบริการ 6-10 ปี ตามลำดับ

4.2 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของเครือข่ายเกษตรกรและผู้ค้าภายในตลาดไทที่มีต่อวารสาร “เครือข่ายสัมพันธ์” ของตลาดไท

กลุ่มตัวอย่างได้อ่านวารสาร “เครือข่ายสัมพันธ์” ของตลาดไท ฉบับเดือนกันยายน-ธันวาคม 2559 มากที่สุด รองลงมา คือ เดือนมกราคม-เมษายน 2559 และเดือนพฤษภาคม-สิงหาคม 2559 ตามลำดับ ซึ่งมีลักษณะการอ่านเฉพาะคอลัมน์ที่สนใจมากที่สุด รองลงมา คือ อ่านทุกคอลัมน์ และดูเฉพาะภาพ โดยมีการอ่านคอลัมน์ ปลุกเงินปลุกทอง : นำเสนอการปลูกผลผลิตที่ปลูกง่ายสร้างรายได้ที่มีราคาสูงมากที่สุด รองลงมาคือ คอลัมน์ สังคมเกษตร : นำเสนอแวดวงเกษตร กิจกรรมของพ่อค้าแม่ค้าภายในตลาดไท และคอลัมน์ บอกเล่าข่าวเกษตร : เกร็ดความรู้การเกษตรสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ ตามลำดับ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์เพื่อรับรู้ข่าวสารด้านความรู้ทางด้านการเกษตรมากที่สุด รองลงมา คือ เพื่อได้รับความรู้เกี่ยวกับผลผลิตทางการเกษตร และเพื่อรับข่าวสารที่เป็นสื่อกลางในการสื่อสารองค์กร ตามลำดับ

4.3 ความพึงพอใจของเครือข่ายเกษตรกรและผู้ค้าภายในตลาดไทที่มีต่อวารสาร “เครือข่ายสัมพันธ์” ของตลาดไท

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมด้านต่าง ๆ ของเครือข่ายเกษตรกรและผู้ค้าที่มีต่อวารสาร “เครือข่ายสัมพันธ์” ของตลาดไท โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่ามีความพึงพอใจในด้านรูปแบบมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านเนื้อหา และการเผยแพร่ ซึ่งสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้

4.3.1 ความพึงพอใจในด้านรูปแบบ พบว่า ร้านค้าโดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านรูปแบบ 3 อันดับแรก คือ การพิมพ์สีทำให้วารสารน่าสนใจมากที่สุด รองลงมา คือ การเขียนเล่มมีคุณภาพที่

ดี และสะดวกต่อการอ่านอยู่ในระดับมากที่สุด และภาพประกอบมีความสอดคล้องกับเนื้อหา และง่ายต่อความเข้าใจตามลำดับ

4.3.2 ความพึงพอใจในด้านเนื้อหา พบว่า ร้านค้าโดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านเนื้อหา 3 อันดับแรก คือ การนำเสนอเกร็ดความรู้ทางการเกษตร มีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์และน่าสนใจมากที่สุด รองลงมา คือ การนำเสนอการเกษตรรูปแบบใหม่ๆ ทำให้เกษตรกรมีข้อมูลความรู้ที่ทันสมัยและการนำเสนอเทคนิคการปลูก สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ตามลำดับ

4.3.3 ความพึงพอใจในการเผยแพร่ พบว่า ร้านค้าโดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับ โดยมีความพึงพอใจด้านการเผยแพร่ 3 อันดับแรก คือ การแจกโดยฝ่ายสื่อสารองค์กรนำไปแจกให้ร้านค้าโดยตรงทำให้ได้รับวารสารครบทุกฉบับอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การแจกวารสารฯ จำนวน 1 เล่ม ต่อ 1 ร้านค้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และการจัดทำวารสารฯ เป็นราย 4 เดือน เพียงพอต่อการติดตามข่าวสาร ตามลำดับ

5. การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับของเครือข่ายเกษตรกรและผู้ค้าภายในตลาดไทที่มีต่อวารสาร “เครือข่ายสัมพันธ์” ของตลาดไทนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะการอ่านเฉพาะคอลัมน์ที่สนใจ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าเนื้อหาที่ได้นำเสนอในวารสาร “เครือข่ายสัมพันธ์” มีความหลากหลายในแต่ละหัวข้อ ทำให้เนื้อหามีความครอบคลุมเข้าถึงความสนใจของแต่ละบุคคลที่มีความสนใจแตกต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อตามคอลัมน์ที่ตนเองสนใจ ดังผลงานวิจัยของจากรุภา พงษ์เจริญ และ กัลยาณี อินทวิเศษ (2549) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารและความต้องการของนักศึกษาที่มีต่อสารรังสิต” พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกที่อ่านบางคอลัมน์ที่น่าสนใจมากที่สุด

สำหรับความพึงพอใจของเครือข่ายเกษตรกรและผู้ค้าภายในตลาดไทที่มีต่อวารสาร “เครือข่ายสัมพันธ์” ของตลาดไท ในด้านรูปแบบ พบว่า ภาพประกอบมีความสอดคล้องกับเนื้อหา และง่ายต่อความเข้าใจอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยเห็นว่า การใช้ภาพประกอบในการนำเสนอให้มีความสอดคล้องกับเนื้อหาที่น่าสนใจจะทำให้ผู้อ่านมีความเข้าใจที่ดียิ่งขึ้นต่อเนื้อหาดังกล่าว ภาพจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่สร้างความสวยงาม และการสื่อความหมายที่เข้าใจแก่ผู้อ่านได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอารยะ ศรีกัลป์ยานุตร (2550) กล่าวว่า ภาพที่ใช้ประกอบสิ่งพิมพ์มีความสำคัญมาก ถึงแม้ว่าไม่มีปัญหาด้านการรู้หนังสือของประชาชน แต่การตีความหมายของคำ อาจแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ในอดีต การภาพประกอบจะช่วยลดความเข้าใจที่สับสน ช่วยทำให้ข่าวสารมีความชัดเจน น่าสนใจ และช่วยให้เกิดการเรียนรู้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรินทร์ ดิษดั่ง (2550) ศึกษาเกี่ยวกับ “ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางเลือกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลวิจัยสรุปได้ว่า การออกแบบนิตยสารทางเลือกที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางเลือกของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยผู้อ่านต้องการภาพถ่ายของบุคคลที่น่าสนใจที่สามารถอธิบายบทสัมภาษณ์ภายในเล่มรวมถึงรูปแบบภาพประกอบเหมาะสมสามารถดึงดูดความน่าสนใจได้เป็นอย่างดี

ในด้านเนื้อหา พบว่า การนำเสนอเกร็ดความรู้ทางการเกษตรมีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์และน่าสนใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า เนื้อหาในแต่ละคอลัมน์นำเสนอสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรและผู้ค้าที่ดำเนินธุรกิจด้านการเกษตร การนำเสนอข่าวสารทางการเกษตรจึงสร้างความน่าสนใจ

เช่น เกร็ดความรู้ที่คัดค้นขึ้นมีความทันสมัย สามารถประยุกต์ใช้กับวิธีการทำการเกษตรดั้งเดิมได้ ในการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ไปปรับใช้ในการทำการเกษตรของเกษตรกร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Charles Atkin (1973) (อ้างถึงในพีระ จิระโสภณ, 2531) ที่อธิบายไว้ว่า ข่าวสารที่ใช้ประโยชน์ในการเป็นเครื่องมือช่วยตัดสินใจ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ ความคิด และแก้ไขปัญหาต่างๆ ในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของภาณุมาส ราษฎร์สุขใจ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตที่มีต่อวารสาร “สารรังสิต” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับประโยชน์จากคอลัมน์ต่างๆ ของวารสาร “สารรังสิต” เกี่ยวกับการได้รับประโยชน์จากคอลัมน์ นานาทัศนะ ที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ผู้อ่านได้รับความเพลิดเพลินใจ ทำให้เกิดการจดจำข่าวสารที่น่าสนใจได้

ด้านการเผยแพร่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องการแจกโดยฝ่ายสื่อสารองค์กร นำไปแจกโดยตรง ทำให้ได้รับวารสารครบทุกฉบับอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า การแจกวารสาร “เครือข่ายสัมพันธ์” โดยผู้จัดทำเป็นผู้ที่นำวารสารไปแจกถึงผู้รับด้วยตนเองนั้น ทำให้วารสารฯสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงและสามารถตรวจสอบได้ว่าวารสารฯถึงมือผู้ประกอบการร้านค้าทุกคน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ทิพวรรณ อุสิงห์ (2553) ที่อธิบายไว้ว่า การเผยแพร่วารสารซึ่งเป็นสื่อหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารขององค์กรหรือสถาบัน เพื่อให้ผู้รับสารได้รับทราบและเข้าใจในเรื่องต่างๆขององค์กร การเผยแพร่ที่มีความสม่ำเสมอต่อเนื่องจึงมีความสำคัญต่อการติดตามและรับรู้ข่าวสาร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภรณ์รัตน์ พระบำ (2558) เรื่อง “การเปิดรับและความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อวารสาร SAT Magazine ของการกีฬาแห่งประเทศไทย” ที่พบว่า การเผยแพร่วารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องสามารถทำให้ผู้รับสารมีความสะดวกต่อการติดตามข่าวสารมากที่สุด เช่น ความสะดวกต่อการนำไปอ่าน และจำนวนวารสารที่แจกเพียงพอรวมถึงความต่อเนื่องในการเผยแพร่ เป็นต้น

6. บทสรุป

จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมด้านต่าง ๆ ของเครือข่ายเกษตรกรและผู้ค้าภายในตลาดไทที่มีต่อวารสาร “เครือข่ายสัมพันธ์” ของตลาดไท โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า มีความพึงพอใจในด้านรูปแบบมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านเนื้อหา และการเผยแพร่ ตามลำดับ

6.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

ผลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำเสนอข้อเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มตัวอย่างมีการอ่านข่าวสารต่างๆจากวารสาร “เครือข่ายสัมพันธ์” ของตลาดไท แสดงให้เห็นถึงสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวนี้สามารถเข้าถึงกลุ่มร้านค้าซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายได้ จากคุณสมบัติของสื่อที่สามารถพกพาสะดวก และสามารถอ่านซ้ำเมื่อต้องการ รวมถึงเป็นหลักฐานอ้างอิงได้ ดังนั้น ควรดำเนินการจัดทำวารสารนี้ในการเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ของตลาดไทต่อไป

2. การจัดทำวารสารฯ เป็นราย 4 เดือนเพียงพอต่อการติดตามข่าวสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งตลาดไทเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มีผู้ประกอบการและร้านค้าจำนวนมาก การสร้างความรู้ความเข้าใจในข่าวสารต่างๆ จะต้องมีความต่อเนื่อง ดังนั้นควรมีการปรับการเผยแพร่วารสารฯ เป็นรายเดือนจะทำให้การประชาสัมพันธ์ข่าวสารมีความทันต่อเหตุการณ์มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของร้านค้าต่อการได้รับข่าวสารของตลาดไทที่รวดเร็วขึ้น

3. ขนาดตัวอักษร (14 pt.) ทำให้สะดวกและง่ายต่อการอ่านเป็นประเด็นที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้นควรพิจารณาปรับเปลี่ยนขนาดของอักษร เพื่อให้อักษรมีขนาดที่ใหญ่ขึ้นคือ ขนาด (16 pt.) น่าจะเป็นขนาดที่สวยงามและจะทำให้ผู้อ่านสะดวกต่อการอ่านที่ง่ายขึ้น

6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเรื่อง การรับรู้ ความเข้าใจอันดี และการใช้ประโยชน์จากวารสาร “เครือข่ายสัมพันธ์” ของตลาดไท เนื่องจากวารสารนี้เป็นสื่อกลางสื่อสารองค์กรเพื่อให้เกิดความเข้าใจและพัฒนาความรู้และความเข้าใจอันดี ส่งเสริมให้เกษตรกรและผู้ค้าได้รับประโยชน์ แต่ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ยังไม่ได้ศึกษาเรื่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารกิจกรรม ความเคลื่อนไหวของตลาดไท และการใช้ประโยชน์จากสื่อ

7. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ ผศ.ดร.สรพงษ์ วงศ์ธีระธรณ์ อาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ธนภฤต เนติจินดา และ ผศ.ดร.เรศกาศ โอสธ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต สำหรับคำแนะนำที่ดีเสมอมา ขอขอบคุณ คุณอุดมลักษณ์ พงษ์สุพรรณ ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร บริษัท ไทย แอ็กโกร เอ็กโซเซนส์ จำกัด ที่อนุเคราะห์ข้อมูลและให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มตลอด ทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จได้ด้วยดี

8. เอกสารอ้างอิง

- จารุภา พงษ์เจริญ และกัลยาณี อินทรวิเศษ. (2549). การเปิดรับข่าวสารและความต้องการของนักศึกษาที่มีต่อ "สารรังสิต" ปริญญานิพนธ์นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ทิพวรรณ อุดงห์. (2553). การเปิดรับและความพึงพอใจของชาวชุมชนประชาโนเวศน์ 1 ที่มีต่อวารสารประชาโนเวศน์สัมพันธ์. ปริญญานิพนธ์นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.
- นวันธร แซ่เจีย. (2559). หัวหน้าส่วนเครือข่ายเกษตรกร บริษัท ไทย แอ็กโกร เอ็กโซเซนส์ จำกัด, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 กันยายน.
- ประสิทธิ์ศิลป์ ชัยยะวัฒนะโยธิน. (2559). หัวหน้าส่วนประชาสัมพันธ์และเว็บไซต์ บริษัท ไทย แอ็กโกร เอ็กโซเซนส์ จำกัด, สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน.
- พัชรินทร์ คิชฌัง. (2550). ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางเลือกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. ปริญญานิพนธ์นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.
- พีระ จิระโสภณ. (2531). การวิเคราะห์องค์ประกอบในงานนิเทศศาสตร์ เอกสารการสอนชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ภารรัตน์ แพร่ป่า. (2558). การเปิดรับและความพึงพอใจของบุคลากรการกีฬาแห่งประเทศไทยที่มีต่อวารสาร SAT Magazine ปริญญานิพนธ์นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

ภาณุมาศ ราษฎร์สุขใจ. (2550). การเปิดรับและการใช้ประโยชน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตที่มีต่อวารสาร สารรังสิต. ปริญญานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

วิลาสินี บ้านเดย. (2549). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการและสื่อประชาสัมพันธ์ภายในศูนย์บริการลูกค้า TOT Shop. ปริญญานิพนธ์นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

อารยะ ศรีกัลป์ยานบุตร. (2550). การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วิสดอบเซ็นเตอร์ จำกัด.