

บทคัดย่อ

การศึกษาอิทธิพลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือนของเกษตรกร
ในเขตอำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์

The Study of Public Relations Media Factors that Influence the Agriculturist's Decision
to Produce the Family Account in Cnum – Saeng District, Nakhon – Sawan

นางปราณี เนรมิตร และคณะ

Mrs. Pranee Neramit and other

การวิจัยเรื่องการศึกษาอิทธิพลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือน
ของเกษตรกรในอำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ
สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดทำบัญชีครัวเรือนและแนวโน้มการจัดทำบัญชี
ครัวเรือน โดยทำการศึกษาจากผู้ประกอบการอาชีพเกษตรกรที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอชุมแสง จังหวัด
นครสวรรค์ที่ได้รับแจกสมุดบัญชีครัวเรือนจำนวนทั้งหมด 4,500 ครัวเรือน และได้กำหนดกลุ่ม
ตัวอย่างเป็นผู้ที่ได้รับแจกสมุดบัญชีครัวเรือนจาก 12 ตำบล จำนวน 500 ครัวเรือน ด้วยวิธีการ
เลือกตัวอย่างแบบการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยเลือกวิธีการจับฉลากแบบ
การสุ่มไม่แทนที่ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและ
วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ การวิเคราะห์อัตราร้อยละ การใช้ค่าฐานนิยมเปรียบเทียบ
ความสัมพันธ์แบบการแจกแจงค่าไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุในช่วง 31 – 40 ปี มีวุฒิ
การศึกษาในระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า และมีอาชีพทำนา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001
– 10,000 บาทต่อเดือน ในด้านการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการจัดทำบัญชีครัวเรือน ส่วน
ใหญ่เกษตรกรจะได้รับความรู้และแนวทางการปฏิบัติ การจัดทำบัญชีจากเจ้าหน้าที่ของธนาคารเพื่อ
การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ชกส.) สาเหตุที่เกษตรกรไม่จัดทำบัญชีครัวเรือน คือ ไม่มีเวลา
ในการจัดทำ สำหรับด้านการตัดสินใจจัดทำบัญชีครัวเรือนของเกษตรกรมาจากภาพประกอบและการ
จดจำข้อมูลของสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อที่มีผลมากที่สุด คือ การให้คำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ รองลงมา
คือ ภาพประกอบ เนื้อเรื่องของโฆษณาและสุดท้ายคือ เพลงประกอบและจากการใช้ค่าสถิติ ค่า
ไคสแควร์ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่าปัจจัยทางด้านการได้รับสื่อข่าวสารจากเจ้าหน้าที่
ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ชกส.) ในการจัดทำบัญชีครัวเรือนมีผลต่อการ

ABSTRACT

The Study of Public Relations Media Factors that Influence the Agriculturist's Decision to Produce the Family Account in ChumSaeng District, Nakhon-Sanwan

Due to the family account becoming an issue, which needed to draw the attention to the agriculturists in Chum-Saeng District, Nakhon-Sanwan to be aware of these important matters. Therefore, the objective of this study aims to identify the importance of public relations (PR) media factors, which may have an influence on the agriculturist's decision to produce the family account. The PR media factors such as; television media (advertising), written media (pamphlet and leaflet), and local media (personal recommendation and local advertising), that may also have an influence on their behaviour.

The findings of this research were based on primary data derived randomly draws (Simple Random sampling) from 500 families of 4,500 families within 12 districts in Nakhon-Sawan province. The questionnaires have made and using for collected the data information. The hypotheses were formulated and tested by using Frequency, Percentage, and Chi-Square Rank Order Correlation, in order to find out whether there is a relationship between those factors and agriculturist's decision to produce the family account.

The findings indicated that the majority of the samples were male as the agriculturists; age between 31-40 years old. Most of them have primary school graduation and under, which bring the total of earning between 5,001-10,000 baths per month. Right now they are received the information about family account from Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (Baac). However, the problem to produce the family account for the agriculturists is not enough time. In the other hand, the media factors such as picture, story advertising and music video are proved to be the popular factors of decision making to produce the family account

Responses from the survey were statistically analyzed with Chi-Square, results of the study indicate that 95 percentage of PR media factor, which provided by Agricultural Cooperatives (Baac) is proved to be the effective way to provided the knowledge and information source. Furthermore there is a high significant relationship between personal recommendation and the agriculturist's decision to produce

the family account, which is more than the other objective factors. The result of this study could provide useful information to improve the PR media in the future, as well as to increase the attention and interest to produce the family account for the agriculturists in Thailand.