

**การสร้างสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์
การปลูกงาดำอินทรีย์วิสาหกิจชุมชนบนสื่อโซเชียลมีเดีย**
**Digital Media Creation for Promoting Organic Black Sesame Cultivation in
Community Enterprises on Social Media**

กิตติมา ระพาเพท¹ คณิศร ดอนเหนือ² รจนา พุทธิรักษา³ ไมตรี ริมทอง^{4*} อำไพ ยงกุลวณิช⁵

¹²³⁴⁵สาขาการจัดการธุรกิจดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

Emails: std.64124480123@ubru.ac.th, std.64124480124@ubru.ac.th, std.64124480132@ubru.ac.th,
maitree.r@ubru.ac.th^{*}, ampai.y@ubru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการสร้างสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การปลูกงาดำอินทรีย์วิสาหกิจชุมชนบนสื่อโซเชียลมีเดียในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลงาดำอินทรีย์ และออกแบบสื่อโซเชียลมีเดีย 2) เพื่อสร้างสื่อประชาสัมพันธ์การปลูกงาดำอินทรีย์บนสื่อโซเชียลมีเดีย โดยผู้จัดทำได้เก็บรวบรวมข้อมูลงาดำอินทรีย์ จากกลุ่มเกษตรกรวิสาหกิจชุมชน รักษ์เกษตรลำเซบก ตั้งอยู่ที่บ้านท่าเหมือง ตำบลท่าเหมือง อำเภอดอนมดแดง จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบไปด้วย ข้อมูลการปลูกงาดำ ข้อมูลการดูแล และข้อมูลการเก็บเกี่ยว โดยมีการใช้โซเชียลมีเดียเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์การปลูกงาดำอินทรีย์ คือ เฟซบุ๊ก เป็นแพลตฟอร์มที่ใช้เป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์การปลูกงาดำ การดูแล และการเก็บเกี่ยว เพื่อนำมาออกแบบและสร้างคอนเทนต์สำหรับเผยแพร่และประชาสัมพันธ์บนสื่อโซเชียลมีเดีย เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ โปรแกรม Canva ใช้ในการออกแบบคอนเทนต์ภาพนิ่ง โปรแกรม Capcut ใช้ในการออกแบบคอนเทนต์วิดีโอ และ เฟซบุ๊ก ใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์การปลูกงาดำ การดูแล และการเก็บเกี่ยว ทั้งคอนเทนต์ภาพนิ่งและวิดีโอ โดยเมสเสจเจอร์ที่ใช้ในการปลูก คือ พันธุ์อุบลราชธานี พื้นที่ 3ที่ใช้ในการปลูก ได้แก่ อำเภอดอนมดแดง

อำเภอเหล่าเสือโก้ก จังหวัดอุบลราชธานี โดยกลุ่มเกษตรกรลำเซบก เป็นพื้นที่ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาและดำเนินงาน

ผลการดำเนินงาน พบว่า การสร้างสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การปลูกงาดำอินทรีย์วิสาหกิจชุมชนบนสื่อโซเชียลมีเดีย สามารถใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์วิสาหกิจชุมชน รักษ์เกษตรลำเซบกให้เป็นที่รู้จัก และเป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับการปลูกงาดำอินทรีย์ให้กับผู้ที่สนใจ และสามารถนำความรู้ไปใช้ในการประกอบอาชีพด้านการเกษตรงาดำอินทรีย์ได้ในอนาคต

คำสำคัญ – การประชาสัมพันธ์, การปลูกงาดำอินทรีย์, การสร้างสื่อ, สื่อดิจิทัล, เมสเสจเจอร์, คอนเทนต์

ABSTRACT

This study on creating digital media to promote organic black sesame cultivation for a community enterprise on social media aims to: 1) gather information on organic black sesame and design social media content, and 2) create promotional media for organic black sesame cultivation on social media. Information on organic black sesame was collected

from the Rak Kaset Lam Sebok Community Enterprise, located in Ban Tha Mueang, Tambon Tha Mueang, Don Mod Daeng District, Ubon Ratchathani Province. The data includes details on sesame cultivation, care, and harvesting. Social media, specifically Facebook, is used to promote organic black sesame cultivation, care, and harvesting. This study involves content creation for dissemination and promotion on social media. Tools used include Canva for designing static content, Capcut for creating video content, and Facebook as the main promotional platform for sharing both image and video content.

The sesame seed variety used is Ubon Ratchathani 3, with cultivation areas in Don Mod Daeng and Lao Suea Kok Districts, Ubon Ratchathani Province. The Rak Kaset Lam Sebok farming group serves as the model area for this study and implementation.

The study results show that creating digital media for promoting organic black sesame cultivation on social media effectively increases awareness of the Rak Kaset Lam Sebok Community Enterprise. Additionally, it serves as a learning resource on organic black sesame farming for interested individuals who can potentially apply this knowledge in the organic black sesame agribusiness in the future.

* Corresponding Author : maitree.r@ubru.ac.th^{4*}

Keywords – promotion, public relations, organic black sesame cultivation, social media, Media Creation, Digital Media, Seeds, Content.

1. บทนำ

งาเป็นพืชน้ำมันที่สำคัญทางเศรษฐกิจ พืชหนึ่งของประเทศ และมีแนวโน้มที่จะทวีความสำคัญขึ้นทุกปีเนื่องจากเป็นพืชที่มีศักยภาพในการผลิตและการตลาดสูง สามารถปลูกขึ้นง่าย ลงทุนน้อย ทนต่อสภาพ ความแห้งแล้งได้ดีเกษตรกรนิยมปลูกมาก่อน และหลังการทำนา หรือหลังจากการเก็บเกี่ยวพืชหลัก การปลูก

งามีทั้งในแบบไร่ และแบบนา ขึ้นอยู่กับ สภาพพื้นที่ของแต่ละท้องถิ่น เมล็ดงาและน้ำมันงามีคุณค่าทางด้านโภชนาการสูง เมล็ดงา ประกอบด้วย น้ำมัน โปรตีน คาร์โบไฮเดรต วิตามิน และแร่ธาตุต่าง ๆ ที่จำเป็นหลายชนิดในเมล็ดงาจะมีน้ำมันงาประมาณร้อยละ 47-60 มีกรดไขมันไม่อิ่มตัวสูง จึงเหมาะที่จะนำมาใช้บริโภค เพราะช่วยกันรักษาระดับ โคเลสเตอรอลในร่างกาย ป้องกันไม่ให้เกิดหลอดเลือดแข็งตัวหรือเส้นเลือดอุดตัน ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของ โรคหัวใจขาดเลือด การผลิตงาของประเทศไทย พบว่า มีพื้นที่ปลูกงาประมาณ 381,000 ไร่ผลผลิตรวม 35,000 ตัน โดยผลผลิตส่วนใหญ่ร้อยละ 55 ส่งออกไปต่างประเทศ มูลค่า ประมาณ 400 ล้านบาท ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 45 ใช้ภายในประเทศ การผลิตงาของประเทศไทย ยังไม่เพียงพอความต้องการของตลาดทั้งภายในและ ต่างประเทศ ซึ่งมีความต้องการเพิ่มมากขึ้นทุกปี (อภิชาติ เกิดผล, 2566) งาดำพันธุ์อุบลราชธานี 3 เป็นสายพันธุ์ที่มีอายุการเก็บเกี่ยว 80-85 วัน ให้ผลผลิตประมาณ 126 กิโลกรัมต่อ 1 ไร่ โดยเมล็ดจะมีน้ำหนัก 1,000 เมล็ดต่อ 3.05 กรัม และในงาดำจะมีสารต้านอนุมูลอิสระสูง ซึ่งเป็นสารที่ช่วยในการชะลอการแก่ก่อนวัย ริ้วรอย และการเจ็บป่วยได้ง่าย ในการปลูกงาดำมีต้นทุนในการปลูกน้อย สามารถปลูกง่าย และทนต่อความแห้งแล้งได้ดี ดังนั้นในพื้นที่ ตำบลท่าเมือง อำเภอดอนมดแดง จังหวัดอุบลราชธานี มีวิสาหกิจชุมชนรักษ์เกษตรลำเซบก. รหัสทะเบียน : 4-34-24-03/1-0059. ที่อยู่ : เลขที่ 126 หมู่ที่ 1 ถนน ตำบลท่าเมือง อำเภอดอนมดแดง จังหวัดอุบลราชธานี. ได้ทำการเพาะปลูกและทำผลิตภัณฑ์จากงาดำ แต่มีปัญหาในด้านการเพาะปลูกงาดำ ที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด และด้านการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์จากงาดำ ปัจจุบัน วิสาหกิจชุมชนรักษ์เกษตรลำเซบก ตำบลท่าเมือง อำเภอดอนมดแดง จังหวัดอุบลราชธานี มีการผลิตภัณฑ์สำหรับขาย ประกอบไปด้วย น้ำมันนวด น้ำมันงาสกัดเย็น สนุ และยาต้มจากน้ำมันงา ยังขาดการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการปลูกงาดำอินทรีย์บนสื่อโซเชียลมีเดีย เพื่อให้สามารถเพียงพอต่อความต้องการของตลาด ดังนั้นสมาชิกในกลุ่มทำโครงการฯ ต้องการที่จะเก็บรวบรวมข้อมูลงาดำอินทรีย์ และออกแบบสื่อโซเชียลมีเดีย โดยสื่อที่ใช้ คือ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ เป็นแพลตฟอร์มที่มีได้รับความนิยม และใช้เป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์การปลูกงาดำอินทรีย์

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลงานด้านอินทรีย์ และออกแบบสื่อโซเชียลมีเดีย
2. เพื่อสร้างสื่อประชาสัมพันธ์การปลูกงาดำงานด้านอินทรีย์ บนสื่อโซเชียลมีเดีย

3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

งาน ปลูกได้ทุกภาคของประเทศไทย ทั้งในสภาพพื้นที่เป็นนาและไร่ งานเจริญเติบโตและให้ผลผลิตได้ดีในที่ดินที่มีความอุดมสมบูรณ์ต่ำ มีความต้องการน้ำน้อยกว่าพืชไร่ชนิดอื่น ๆ เช่น ข้าวโพด ถั่วเหลือง ฝ้าย และถั่วลิสง งานมีอายุเก็บเกี่ยวสั้น ดังนั้นจึงใช้เป็นพืชเสริมรายได้ให้แก่เกษตรกรได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ นายยังเป็นพืชที่ได้รับความนิยม ปัจจุบันประชาชนหันมานิยมบริโภคมาเป็นอาหารสุขภาพมากขึ้น ดังนั้นปริมาณความต้องการงา จึงมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ งานที่ปลูกในประเทศไทยมี ชนิดคือ งาขาว งาดำ 3 และงาแดง ปกติงานที่ใช้ในการบริโภค ได้แก่ งาขาวธรรมชาติ งาดำ และงาขาวขัดการบริโภคเมล็ดงานส่วนใหญ่จะเป็นงาขาว และงาดำที่นำมาแปรรูปเป็นอาหาร และผลิตน้ำมันงา ส่วนงานแดงนิยมใช้อัดน้ำมัน โดยเมล็ดงานดำเป็นที่ต้องการและยอมรับกันอย่างแพร่หลายในหมู่ชาวจีน เกาหลี และญี่ปุ่น สำหรับประโยชน์ต่อสุขภาพ ปกติเราจะใช้เมล็ดงาเพื่อปรุงแต่งอาหารทั้งอาหารหวานและคาวหลายชนิด เช่น ขนมถั่วกระจก ขนมถั่วตัด น้ำจิ้มทอดมัน สุกสุกี้ ฯลฯ งานเมื่อนำมาคั่วแล้วจะมีกลิ่นหอม น่ารับประทานนอกจากนี้นายยังใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น ยารักษาโรค และเครื่องสำอาง เพื่อจำหน่ายทั้งภายในประเทศและส่งออก รวมทั้งการส่งออกเมล็ดงาดำด้วย ดังนั้นความต้องการและการใช้ประโยชน์จากงานมีแนวโน้มสูงในอนาคต กัมมาพร ปัญตะบุตร), 2555)

ปัจจุบันเป็นสังคมแห่งเทคโนโลยีเป็นยุคแห่งความหลากหลายและสังคมสารสนเทศหรือยุค ดิจิตอลที่องค์ความรู้ตลอดจนความเจริญทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารประชาสัมพันธ์เกิดการ หลั่งไหลของข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิง และวัฒนธรรมต่างชาติในสภาพไร้พรมแดน เด่นชัดมากขึ้น และการประชาสัมพันธ์ หากจะเปรียบก็เหมือนศาสนาของแต่ละองค์กร หน่วยงานแต่ละหน่วยงาน จะต้องประพฤติปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดจึงจะได้ผลที่แท้จริง หากประพฤติผิดจากหลักการ

แนวทาง แห่งคุณธรรม จรรยาบรรณของการประชาสัมพันธ์จะได้รับความยุ่งยากอันเกิดขึ้นจากการกระทำผิดแก่ องค์กรหรือหน่วยงานหลักเสียไม่ได้ (จิตลดา คณีกุล, 2561)

ภักษา จิตศรีณยุกุล (2553) กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) หมายถึง สังคม หรือการรวมตัวสร้าง ความสัมพันธ์ของกลุ่มคนรูปแบบหนึ่งที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ต เรียกว่า ชุมชนออนไลน์ (Community Online) มี ลักษณะเป็น สังคมเสมือน (Virtual Community) สังคม เสมือนนี้เป็นการให้ ผู้คนสามารถทำความรู้จัก แลกเปลี่ยนความคิด แบ่งปัน ประสบการณ์ร่วมกัน และ เชื่อมโยงกันไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง โดยมีการขยายตัว ผ่านการสื่อสารกันอย่างเป็นเครือข่าย เช่น เว็บไซต์ (Website) เฟซบุ๊ก (Facebook) มายสเปซ (My Space) ยูทูบ (Youtube) ทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นต้น

4. วิธีการดำเนินงาน

4.1 วิเคราะห์ปัญหา

การวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดจากการขาดการประชาสัมพันธ์บนสื่อโซเชียลมีเดียสำหรับการปลูกงาดำอินทรีย์ของวิสาหกิจชุมชน รัษฎเกษตรลำเซบก สามารถแบ่งออกเป็นหลายประเด็นได้ ดังนี้

1. การรับรู้ของผู้บริโภค
2. การกระจายข้อมูลไม่ทั่วถึง
3. พลาดโอกาสในตลาดออนไลน์

สรุป การขาดการประชาสัมพันธ์บนสื่อโซเชียลมีเดียทำให้วิสาหกิจชุมชนไม่สามารถใช้ศักยภาพเต็มที่ของช่องทางนี้ในการขยายฐานผู้บริโภค สร้างการรับรู้ และเพิ่มยอดขาย การปรับกลยุทธ์การสื่อสารและใช้เครื่องมือที่ทันสมัยจะเป็นกุญแจสำคัญในการแก้ปัญหา

4.2 เก็บรวบรวมข้อมูลงานด้านอินทรีย์ และการปลูกงาดำ

1. วิสาหกิจชุมชนรัษฎเกษตรลำเซบก ตำบลท่าเมื่อง อำเภอดอนมดแดง จังหวัดอุบลราชธานี พื้นที่ที่มีการปลูกงาดำแบบอินทรีย์
2. พันธุ์ของงาดำที่ใช้ในการปลูกคือ พันธุ์งาดำอุบลราชธานี3
3. วิธีการเตรียมดิน ปลูกงาดำอินทรีย์ การดูแล และการเก็บเกี่ยว
4. สินค้าที่ได้จากงาดำ

การเตรียมดิน

1. ดินร่วนปนทราย

ดินร่วนปนทรายจะไถ 1-2 ครั้ง เช่น การเตรียมดินที่เป็นดินร่วนปนทรายควรมีการไถตะ 1 ครั้ง และควรรากดินทิ้งไว้นาน 3-7 วัน เพื่อกำจัดวัชพืชที่เหลืออยู่และวัชพืชที่งอกมาใหม่ การเตรียมดินช่วยให้เมล็ดงาได้รับความชื้นจากดินอย่างสม่ำเสมอ สามารถงอกขึ้นได้ง่าย ทำให้เมล็ดงาออกสม่ำเสมอ มีเปอร์เซ็นต์และอัตราการงอกดี มีการเจริญเติบโตดี และการทำให้มีอายุเก็บเกี่ยวใกล้เคียงกัน แล้วไถพรวนกลบก่อนวันปลูก 10-15 วัน (อริยาภรณ์ พงษ์รัตน์, 2556)

2. ดินเหนียว

ควรรไถ 2-ครั้ง เพื่อย่อยดินให้ละเอียด และหากดินเป็น 3 ดินเหนียว มีการระบายน้ำ ควรเตรียมดินแบบยกร่องปลูก เพื่อป้องกันการเกิดสภาพน้ำท่วมขัง ซึ่งเป็นอันตรายต่อต้นงาในบางพื้นที่เกษตรกรเตรียมดินปลูกงาไว้ล่วงหน้าในฤดูแล้ง และเมื่อมีฝนตก เกษตรกรก็หว่าน (ประมาณเดือนมีนาคมหรือเมษายน) เมล็ดงาทันที ซึ่งการเตรียมดินในช่วงนี้จะสามารถกำจัดวัชพืช (อริยา) ได้ผลค่อนข้างดี และไม่เป็นปัญหาต่อการปลูกงาต่อไป (อริยาภรณ์ พงษ์รัตน์, 2556)

วิธีการปลูก

1. การปลูกแบบหว่าน

เป็นวิธีที่เกษตรกรนิยมปฏิบัติโดยจะหว่าน เมล็ดงาด้วยแรงงานคนหลังจากการเตรียมดิน หว่านให้กระจายอย่างสม่ำเสมอ หลังจากนั้นจะทำการคราดกลบทันที ปริมาณเมล็ดต่อไร่ : 2.0-2.5 กิโลกรัม การเจริญเติบโตของต้นงาไม่เป็นระเบียบ ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการเข้าไป ปฏิบัติการ เช่นในการกำจัดวัชพืช ซึ่งจะทำให้คุณภาพเมล็ดที่ได้มีเมล็ดวัชพืชปน ทำให้เป็นปัญหาในการคัดแยกและการแปรรูป มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี), 2567(

2. การปลูกแบบโรยเป็นแถว

เป็นวิธีการปลูกที่ใช้คราดกาแถวทำร่อง สำหรับโรยเมล็ด หรือทำเป็นแถวแบบยกร่อง โดยให้ระยะห่างระหว่างแถว ประมาณ 50-75 เซนติเมตร เบื้องลึก 5 เซนติเมตร โรยเมล็ด มีระยะห่างระหว่างต้น : เซนติเมตร ปริมาณเมล็ดต่อไร่ 10 – 5 0.6 1 – กิโลกรัมต่อไร่ ถอนแยกต้นงาเมื่ออายุ วัน 20 – 15 หลังงอก การปลูกแบบโรยให้ผลผลิตที่มากกว่าและ การจัดการ ได้สะดวกกว่าแบบหว่านเมล็ด

การดูแล

1. การกำจัดวัชพืช

การปลูกในช่วงต้นฝน ในช่วงนี้ จะพบปัญหาวัชพืชน้อยมาก เพราะอากาศแห้งแล้ง ดินมีความชื้นน้อย วัชพืชงอกในปริมาณน้อย การปลูกในช่วงปลายฝน ช่วงนี้ จะพบวัชพืชมากจนบางพื้นที่ไม่สามารถเก็บเกี่ยวได้หากไม่มีการกำจัดวัชพืช ดังนั้นการ เตรียมดินที่ดีจะส่งต่อการเกิดของวัชพืช สำหรับการกำจัดวัชพืชในแปลงงา เมื่องาอายุครบ 30 วัน จะใช้วิธีกำจัดแบบใช้แรงงานคน หรือการใช้สารกำจัดวัชพืช

2. การให้น้ำ ปล่อน้ำตามร่องปลูก ให้น้ำแบบพ่นฝอย (สปริงเกอร์) ให้น้ำแต่ละวันห่างกัน 10 – 15 วัน

3. การใช้น้ำหมักสมุนไพรไล่แมลง

ฉีดพ่นด้วยน้ำหมักสมุนไพรไล่แมลง อัตรา 100 มิลลิลิตร ต่อน้ำ 20 ลิตร พ่นทุก 3 วัน เมื่องาเริ่มงอกจนถึงอายุ 1 เดือน หลังจากนั้นพ่นทุก 7 วัน จนถึงอายุ 70 วันหลังจากงอกหรือไม่พบการระบาดของแมลงศัตรูงา การปลูกงา GAP ทำได้โดยการพ่นน้ำหมักสมุนไพร เช่นเดียวกับการผลิตงาอินทรีย์ หรือใช้สารเคมีคาร์โบซัลแฟน 40 % EC อัตรา 60 มิลลิลิตร ต่อน้ำ 20 ลิตร แลம்பดาไซฮาโลทริน 25 % EC 20 มิลลิลิตร ต่อน้ำ 20 ลิตร หรือ ไซฟลูทริน 10 % EC อัตรา 50 มิลลิลิตร ต่อน้ำ 20 ลิตร เมื่อพบหนอน 2 ตัว ต่อแถวยาว 1 เมตร ควรพ่นในช่วงที่มีแดดจัด (ช่วงเช้าตรู่หรือช่วงเย็น)

วิธีทำน้ำหมักสมุนไพรป้องกันศัตรูพืช

1. การนำสะเดาใส่ภาชนะ เติมน้ำให้เต็มต้มให้เหลือครึ่งหนึ่ง

2. การนำข่าแก่และบอระเพ็ดทุบให้พองแตกและใบยูคาลิปตัสต้มให้เหลือน้ำครึ่งหนึ่ง

การเก็บเกี่ยว

1. การสังเกตระยะการเก็บ

การสังเกตระยะเก็บเกี่ยวที่เหมาะสมการสุกแก่ของฝัก และเมล็ดงาในต้นเดียวกันจะไม่พร้อมกัน สังเกตได้ 5 วิธี

- 1) ดอก ดอกสุดท้ายร่วงหล่น
- 2) ใบ เหลืองและร่วงหล่นเกือบหมด
- 3) ฝัก การเปลี่ยนเป็นสีเหลือง ประมาณ 2 ใน 3 ของฝักทั้งต้น
- 4) เมล็ด ในฝักที่ 3 – 4 จะยอดเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาล
- 5) อายุ ประมาณ 80 – 85 วัน

2. วิธีเก็บเกี่ยว

-ใช้มีดหรือเคียวเกี่ยวต้นงาเหนือดินห้ามเผาต้นงา เพราะจะทำให้มีดินปะปนกับผลผลิต

-การใช้เครื่องเกี่ยวงาแบบสะพายโดยใส่ตะแกรงเพื่อ ผลักต้นให้ล้มไปในทิศทางเดียวกัน

4.3 ออกแบบคอนเทนต์

สตอรี่บอร์ดการประชาสัมพันธ์

Storyboard เรื่อง การเก็บข้อมูลและการสร้างสื่อการประชาสัมพันธ์	
ผู้จัดทำ 1.นางสาวกิตติภา ระพาเพ็ 2. นางสาวณิศา ดอนเหนือ 3. นางสาวรณนา พุทธิรักษา	
ลำดับที่ 1	 เรื่อง : ลงพื้นที่ และเก็บข้อมูล บรรยาย : ได้ลงพื้นที่ไปพูดคุยกับหัวหน้ากลุ่มวิสาหกิจเกษตร และได้สอบถามข้อมูล ถึงวิธีการปลูก การดูแล และการเก็บเกี่ยว สถานที่ลงพื้นที่ บ้านท่าเมือง ตำบลท่าเมือง อำเภอคลองมดแดง จังหวัดอุบลราชธานี
ลำดับที่ 2	 เรื่อง : การสร้างเพจ Facebook บรรยาย : เป็นการสร้างเพจ Facebook เพื่อเป็นสื่อกลางที่นำคอนเทนต์ภาพนิ่งและวิดีโอ มาประชาสัมพันธ์ และถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้สนใจการปลูกงาดำอินทรีย์
ลำดับที่ 3	 เรื่อง : การออกแบบและการจัดทำคอนเทนต์ บรรยาย : การจัดทำคอนเทนต์วิดีโอ ด้วยการให้โปรแกรม Capcut ในการตัดต่อคลิปวิดีโอ และออกแบบคอนเทนต์ภาพนิ่ง ด้วยโปรแกรม Canva อินโฟกราฟิก
ลำดับที่ 4	 เรื่อง : ตัวอย่างการลงคอนเทนต์บนสื่อ Facebook บรรยาย : นำคอนเทนต์ที่ได้จากการออกแบบ และการตัดต่อ ทั้งวิดีโอภาพนิ่ง อินโฟกราฟิก ลงบนเพจ Facebook

ภาพที่ 1 สตอรี่บอร์ด การเก็บข้อมูลและการสร้างสื่อการประชาสัมพันธ์

4.4 การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์

1. วางแผนและกำหนดเป้าหมาย

ข้อมูลที่ใช้การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการปลูกงาดำอินทรีย์ ได้แก่ การปลูก การดูแล และการเก็บเกี่ยว ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook เพื่อเป็นช่องทางและแหล่งเรียนรู้ให้กับผู้ที่สนใจการปลูกงาดำอินทรีย์

2. ประเภทของสื่อ ได้แก่ ภาพนิ่ง วิดีโอ และอินโฟกราฟิก

3. เครื่องมือที่ใช้

Canva: สำหรับการสร้างภาพนิ่งหรืออินโฟกราฟิก

Capcut: สำหรับการตัดต่อวิดีโอ

Facebook: ใช้เป็นสื่อโซเชียลในการ

4. จัดทำปฏิทินการโพสต์

วางแผนการโพสต์เนื้อหาลงบนสื่อโซเชียลมีเดียอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เช่น สัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง พร้อม 3 กำหนดเวลาที่เหมาะสมในการโพสต์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มาก

4.5 เผยแพร่คอนเทนต์การปลูกงาดำอินทรีย์

การเผยแพร่คอนเทนต์การปลูกงาดำอินทรีย์ โดยประกอบด้วย

1. ขั้นตอนการปลูก อธิบายวิธีการเตรียมดิน การเลือกเมล็ดพันธุ์ วิธีปลูกทั้งแบบหว่านและแบบแถว
2. การดูแล ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการจัดการวัชพืช ป้องกันโรคและแมลง รวมถึงการให้น้ำ
3. การเก็บเกี่ยว แนะนำช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเก็บเกี่ยว และวิธีการเก็บที่ถูกต้อง
4. คอนเทนต์ภาพนิ่งและวิดีโอ ใช้รูปภาพ วิดีโอ หรืออินโฟกราฟิกเพื่อให้คอนเทนต์เข้าใจง่ายและน่าสนใจ

5. ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินโครงการ การสร้างสื่อดิจิทัลการประชาสัมพันธ์ การปลูกงาดำอินทรีย์วิสาหกิจชุมชนบนสื่อโซเชียลมีเดีย เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และถ่ายทอดความรู้วิธีการปลูกงาดำอินทรีย์ โดยการสร้างเพจ เฟซบุ๊ก “การปลูกงาดำอินทรีย์”

การเข้าถึง

มีการเข้าถึงเนื้อหาทั้งหมด 375 ครั้ง ซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างโดดเด่นถึง 100% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาก่อนหน้า การเข้าถึงที่เพิ่มขึ้นนี้บ่งบอกถึงการทำงานที่มีประสิทธิภาพในการนำเสนอเนื้อหาที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย การเข้าถึงที่มากขึ้นส่งผลให้เนื้อหามีโอกาสถูกเห็นและมีส่วนร่วมจากผู้คนมากขึ้น

จำนวนผู้ติดตาม

จำนวนผู้ติดตาม มีผู้ติดตามเพิ่มขึ้น 40 คน หรือ 100% การเพิ่มจำนวนผู้ติดตามอย่างต่อเนื่องเช่นนี้สะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตของชุมชนที่สนใจในเนื้อหาที่คุณสร้างขึ้น โดยการมีผู้ติดตามเพิ่มมากขึ้นอาจนำไปสู่การเข้าถึงเนื้อหาในอนาคตที่สูงขึ้นเช่นกัน

การรับชมวิดีโอ

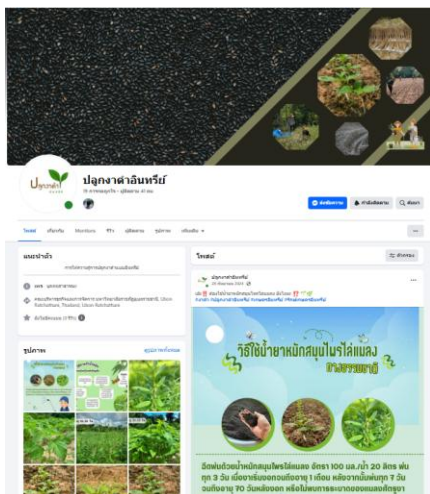
ในด้านของการรับชมวิดีโอ มีจำนวน 287 ครั้ง ที่ผู้ชมได้รับชมวิดีโออย่างน้อย 3 วินาที ซึ่งถือเป็นเกณฑ์มาตรฐานสำหรับการนับเป็นการรับชมวิดีโอ การเพิ่มขึ้น 100% ในตัวเลขนี้แสดงถึงการที่เนื้อหาวิดีโอได้รับความสนใจจากผู้ชมมากขึ้น การมีเนื้อหาที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทำให้ผู้ชมมีแนวโน้มที่จะใช้เวลาอยู่กับวิดีโอมากขึ้น

การมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมกับเนื้อหา เช่น การกดถูกใจ แสดงความคิดเห็น หรือแชร์ ได้เพิ่มขึ้นเป็น 188 ครั้ง ซึ่งถือว่าเพิ่มขึ้น 100% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาก่อนหน้า การมีส่วนร่วมที่สูงขึ้นเป็นสัญญาณว่าผู้ชมมีความสนใจและโต้ตอบกับเนื้อหาอย่างจริงจัง ซึ่งอาจช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและการมองเห็นของเนื้อหาในอนาคต

การวิเคราะห์กราฟการเข้าถึง

จากกราฟการเข้าถึง เราสามารถเห็นว่ามีจุดพีคของการเข้าถึงในช่วงต้นเดือนกันยายน จากนั้นกราฟแสดงให้เห็นว่ามีการลดลงเล็กน้อย แต่อาจจะมียางช่วงที่การเข้าถึงกลับมาเพิ่มขึ้น การมีพีคเหล่านี้อาจเกิดจากการเผยแพร่เนื้อหาที่น่าสนใจหรือกิจกรรมที่ดึงดูดความสนใจจากผู้ติดตามในช่วงเวลานั้น ๆ



ภาพที่ 2 หน้าเพจเฟซบุ๊ก การปลูกผักอินทรีย์

6. สรุปผล

ผลการดำเนินโครงการ การสร้างสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การปลูกผักอินทรีย์วิสาหกิจชุมชนบนสื่อโซเชียลมีเดีย มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากอินทรีีย ออกแบบสื่อโซเชียลมีเดีย และสร้างสื่อประชาสัมพันธ์การปลูกผักอินทรีย์บนสื่อโซเชียลมีเดีย บนแพลตฟอร์ม เฟซบุ๊ก ซึ่งคอนเทนต์จัดทำขึ้น ประกอบด้วยเนื้อหา ดังนี้

1. การเตรียมดิน
2. การปลูก
3. การดูแล
4. การเก็บเกี่ยว

จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาออกแบบและสร้างคอนเทนต์

วิดีโอ โดยการใช้โปรแกรมCapcut ใช้ในการตัดต่อวิดีโอและใช้โปรแกรม Canva ในการออกแบบคอนเทนต์ภาพนิ่ง เพื่อนำไปประชาสัมพันธ์ลงบนแพลตฟอร์ม เฟซบุ๊ก เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้ที่สนใจในวิธีการปลูกผักอินทรีย์

การเพิ่มรายได้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จากการทำการสร้างสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การปลูกผักอินทรีย์วิสาหกิจชุมชนบนสื่อโซเชียลมีเดีย ทำให้มีผู้ที่สนใจเข้ามาขอซื้อสินค้าทำให้วิสาหกิจชุมชนได้รายได้จากการขายเมล็ดพันธุ์ และผลิตภัณฑ์จากผักอินทรีย์

ความโดดเด่นของการใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการประชาสัมพันธ์ทำให้ประหยัดเวลาในการประชาสัมพันธ์ เข้าดูข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลา เมื่อมีการเพิ่มข้อมูลไม่ว่าจะเป็นรูปภาพ วิดีโอ และ ข้อความต่าง ในเพจที่สร้างขึ้น เปรียบเทียบจากเดิมที่วิสาหกิจชุมชนจะต้องออกบูธนำเสนอจะต้องเดินทางเข้ามาในเมือง หรือ จังหวัด หรือ สถานที่จัดแสดงสินค้าต่าง ๆ ต้องเสียค่าใช้จ่าย เช่น ค่าเดินทาง แรงงาน ค่าเช่าสถานที่ต่าง ๆ ต้องใช้จ่ายเพิ่ม

7. ปัญหาและอุปสรรค

1. อุปสรรคด้านสภาพอากาศ เนื่องจากสภาพอากาศ เป็นปัจจัยภายนอกที่ทางผู้จัดทำไม่สามารถควบคุมได้ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการเก็บข้อมูล เพราะในวันที่ผู้จัดทำจะได้มีการเดินทางลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลเกิดมีฝนตก ทำให้ไม่สามารถเดินทางไปเก็บข้อมูลได้จึงต้องเลื่อนวันในการเก็บข้อมูลออกไป ทำให้มีการเก็บข้อมูลได้ล่าช้าและทำให้เวลาในการเก็บข้อมูลนั้นน้อยลง ส่งผลให้การ

วางแผนในการออกแบบสื่อ และประชาสัมพันธ์สื่อลงบนโซเชียลมีเดีย นั้นคลาดเคลื่อนไม่ตรงตามแผนที่วางไว้

2. อุปสรรคด้านเวลา เนื่องจากเจ้าหน้าที่ไม่ว่างและไม่สามารถอยู่เพื่อให้ข้อมูลกับทางผู้จัดทำในวันเวลาที่ทางผู้จัดทำทำการขอความอนุเคราะห์นัดเจ้าหน้าที่ในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลได้ ทำให้ทางผู้จัดทำต้องเลื่อนวันเวลาในการลงพื้นที่ ทำให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ตามวัน เวลา ที่กำหนด ส่งผลให้เกิดความล่าช้าในการนำข้อมูลมาออกแบบสื่อและประชาสัมพันธ์สื่อลงบนโซเชียลมีเดีย

8. ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาเรื่องความถี่และรูปแบบการโพสต์คอนเทนต์บนโซเชียลมีเดีย เพื่อดูว่าโพสต์แบบไหนดึงดูดความสนใจมากที่สุด เช่น ภาพ วิดีโอ หรือบทความ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์งานด้านทรีนิตี้ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. ควรทำวิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับประโยชน์ของงานด้านต่อสุขภาพ และวิธีการเล่าเรื่อง (storytelling) เกี่ยวกับการปลูกที่ยั่งยืนหรือเรื่องราวของชุมชน เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับคอนเทนต์
3. ศึกษากลยุทธ์ของคู่แข่งที่ทำการตลาดเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพื่อเรียนรู้และนำมาประยุกต์ใช้ในโครงการ

เอกสารอ้างอิง

- [1] กรมส่งเสริมการเกษตร, (2567). **วิสาหกิจชุมชนรักษ์เกษตร ลำเชบก**. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2567 จาก https://smce2023.doae.go.th/ProductCategory/managementcontent.php?smce_id=434240310059
- [2] กัมมาพร ปัญตะบุตร, (2555). **งา ธัญพืชเพื่อสุขภาพ**. วารสารอาหาร, 42(4), 297-301
- [3] จิตลดา คณีกุล, (2561). **กลยุทธ์การสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรในยุคประเทศไทย 4.0 กรณีศึกษา กรมวิทยาศาสตร์บริการ**. สืบค้นเมื่อ วันที่ กุมภาพันธ์ 20 จาก <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Jitlada.Kha.pdf>.
- [4] ภัชภา จิตศรีณกุล, (2553). **พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของพนักงานบริษัท รุคร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)**, กรุงเทพฯ: ศิลปากร.
- [5] อริยาภรณ์ พงษ์รัตน์, (2556). **งา การผลิต การปรับปรุงพันธุ์ และการแปรรูป**. อุบลราชธานี: คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

[6] มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, (2567). **งา**. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 จาก 2567 กุมภาพันธ์

https://www.ubu.ac.th/web/files_up/49f2019021409375782.pdf.

[7] อภิชาติ เกิดผล, (2566). **การปลูกงา**. สืบค้นเมื่อ วันที่ 13 จาก 2567 มกราคม <https://esc.doae.go.th/wp-content/uploads/2015/02/nga2.pdf>.