

การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร  
ในอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช

นางสาวชญาณ์พิมพ์ พรหมจันทร์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต  
วิชาเอกส่งเสริมและพัฒนากการเกษตร สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ.2562

**Agricultural Media Exposure by Farmers  
in Pra Prom District, Nakhon Si Thammarat Province**

**Miss Chayaphim Promchan**



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Master of Agriculture in Agricultural Resources Management

School of Agriculture and Cooperatives

Sukhothai Thammathirat Open University

2019

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร ในอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช
ชื่อและนามสกุล	นางสาวชญาณ์พิมพ์ พรหมจันทร์
วิชาเอก	ส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร
สาขาวิชา	เกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา	1. รองศาสตราจารย์บำเพ็ญ เขียวหวาน 2. รองศาสตราจารย์ ดร.สินีนุช ครูฑเมือง แสนเสริม

วิทยานิพนธ์นี้ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2563

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(อาจารย์ ดร.ปริญญารัตน์ ภูศิริ)

..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์บำเพ็ญ เขียวหวาน)

..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สินีนุช ครูฑเมือง แสนเสริม)

..... ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมพร พุทธาพิทักษ์ผล)

**ชื่อวิทยานิพนธ์** การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรในอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช  
**ผู้วิจัย** นางสาวชญาณ์พิมพ์ พรหมจันทร์ รหัสนักศึกษา 2619000918 **ปริญญา** เกษตรศาสตรมหาบัณฑิต  
(ส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร) **อาจารย์ที่ปรึกษา** (1) รองศาสตราจารย์ บำเพ็ญ เขียวหวาน  
(2) รองศาสตราจารย์ ดร.สินีนุช ครุฑเมือง แสนเสริม **ปีการศึกษา** 2562

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา 1) การรับสื่อและวัตถุประสงค์ในการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร 2) ความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการเกษตรผ่านสื่อของเกษตรกร 3) ความต้องการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร 4) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร 5) ปัญหาและข้อเสนอแนะในการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร

ประชากรในการวิจัย คือ เกษตรกรในอำเภอพระพรหม ที่ขึ้นทะเบียนเกษตรกรปี 2562 ทั้งหมด 8,915 ราย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรทาร์โรว์ ยามานี่ ที่ค่าความคลาดเคลื่อน 0.07 ได้จำนวน 200 ราย ทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย จัดเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติพรรณนา โดย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การจัดอันดับ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย 1) การรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรในชีวิตประจำวันของเกษตรกร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยช่องทางสื่อที่รับมากที่สุด คือสื่อออนไลน์ รองลงมาคือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และใช้สื่อสิ่งพิมพ์น้อยที่สุด ส่วนวัตถุประสงค์ในการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร ได้แก่เพื่อหาความรู้ทางการเกษตร เพื่อรับข่าวสารทั่วไป การสร้างอาชีพเสริม อื่น ๆ และเพื่อการบันเทิงพักผ่อนหย่อนใจ 2) ด้านความคิดเห็นเกษตรกรให้ความสำคัญต่อการนำสื่อไปใช้มากที่สุด โดยเน้นที่สามารถทบทวนข้อมูลได้ตลอดเวลา มีความรวดเร็วในการนำมาใช้ และมีความสะดวกในการใช้งาน รองลงมาคือตัวสื่อ เน้นที่ความทันสมัยของข้อมูล มีภาษาที่เข้าใจง่าย และมีคำบรรยายประกอบได้ภาพ หรือวิดีโอที่น่าสนใจ มีภาพประกอบเนื้อหาครอบคลุม สีสันสวยงามน่าสนใจ มีความน่าเชื่อถือของข้อมูล 3) เกษตรกรมีความต้องการรับสื่อทางการเกษตรผ่านทางช่องทางสื่อออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และใช้สื่อสิ่งพิมพ์น้อยที่สุด 4) ด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร พบว่า อายุ การใช้สื่อเพื่อหาความรู้ทางการเกษตรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนระดับการศึกษา จำนวนแรงงานในการทำเกษตร และการใช้สื่อเพื่อการสร้างอาชีพเสริม อื่น ๆ จะมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 5) ปัญหาของเกษตรกรในการรับสื่อทางการเกษตรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัญหาด้านอุปกรณ์มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านสื่อเกี่ยวกับช่วงเวลาเผยแพร่ยังไม่เหมาะสม และมีข้อเสนอแนะด้านตัวเกษตรกรคือ ควรเรียนรู้สื่อได้ด้วยตนเอง มีการใช้งานอยู่เสมอ ส่วนด้านอุปกรณ์ เสนอให้มีการเพิ่มอินเทอร์เน็ตที่เหมาะสมต่อการใช้งาน มีการอัปเดตอุปกรณ์ให้เป็นเวอร์ชันปัจจุบัน และด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบของสื่อ เน้นไปที่ความทันสมัยของข้อมูล ขนาดของตัวอักษรอ่านง่ายและมีความครบถ้วนของข้อมูล

**คำสำคัญ** การรับสื่อ สื่อทางการเกษตร จังหวัดนครศรีธรรมราช



**Thesis title:** Agricultural Media Exposure by Farmers in Pra Prom District, Nakhon Si Thammarat Province

**Researcher:** Miss Chayaphim Promchan; **ID:** 2619000918;

**Degree:** Master of Agricultural (Agricultural Extension and Development);

**Thesis advisors:** (1) Bumpen Keowan, Associate Professor;

(2) Dr. Sineenuch Khрутmuang Sanserm, Associate Professor, **Academic year:** 2019

### **Abstract**

The objectives of this research were to study 1) media exposure and purposes in agricultural media exposure of farmers 2) farmers opinions towards the agricultural extension through media 3) the needs for agricultural media exposure of farmers 4) factors relating to the agricultural media exposure of farmers 5) problems and suggestions in the agricultural media exposure of farmers.

The population in this research was 8,915 farmers in Pra Pom district who had registered as farmers in 2019. The sample size of 200 people was determined by using Taro Yamane formula with the error value of 0.07 and accidental random sampling method. Data was collected through conducting interview and was analyzed by using descriptive statistics such as frequency, percentage, minimum value, maximum value, mean, standard deviation, ranking, and multiple regression analysis.

The results of the research showed that 1) agricultural media and information receiving in daily life of farmers, overall, was at the moderate level with the highest receiving channel being online media. Second to that was electronic media with the publication materials at the lowest media channel. Regarding the purposes in agricultural media receiving of farmers, they included knowledge seeking, general information receiving, supplementary job creation, and entertainment and recreation 2) In regards to the opinion of farmers; they emphasized on the media adoption the most by focusing the regular revision of data, the fastness of data adoption, and the usage convenience nature. Second to that was the content of the media which focused on the up-to-date nature of the information, easy to understand language, and description under the photos or interesting videos. The illustrations should cover all the information, colorful, and reliable. 3) Farmers wanted to receive the agricultural media through online channel the most. Second to that would be through electronic channel and the least through publication materials. 4) Factors relating to the agricultural media receiving revealed that age, the use of media for knowledge in agriculture was correlated at statistically significant level of 0.01. In regards to education, number of labor in agricultural sector, and media for supplementary job creation were related at statistically significant level of 0.05. 5) Problems that farmers faced in agricultural media receiving, overall, were at the moderate level with the problem about the equipment at the highest level. Following the equipment issue was about the media which broadcasted at the inappropriate time. Suggestions regarding farmers were that they should do media self-learning with regular usage. For the equipment, they suggested to have appropriate internet speed, updated equipment to the current version with an easy to read alphabets and complete information.

**Keywords:** Media Exposure, Agricultural Media, Nakhon Si Thammarat Province

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์อย่างสูงยิ่งจากอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก คือ รองศาสตราจารย์บำเพ็ญ เขียวหวาน และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมคือ รองศาสตราจารย์ สินีนุช ทรูทเมือง แสนเสริมที่ได้ให้คำแนะนำ ปรึกษา ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ พร้อมทั้งให้คำแนะนำ และติดตามการทำวิจัยอย่างใกล้ชิด ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง และขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ปริญญารัตน์ ภูศิริ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำ ชี้แนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ยิ่งแก่ผู้วิจัย จึงทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณ พี่น้องและเพื่อนร่วมรุ่นที่คอยแนะนำให้คำปรึกษา ขอขอบคุณผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานจากสำนักงานเกษตรอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราชทุกท่าน ที่คอยช่วยเหลือสนับสนุน และที่สำคัญขอขอบคุณเกษตรกรในพื้นที่อำเภอทุ่งตะโก อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราชทุกท่านที่ได้สละเวลาในการให้ความร่วมมือตอบแบบสัมภาษณ์ เพื่อการเก็บข้อมูลทำให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ประโยชน์และคุณค่า อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา และการส่งเสริมการเกษตรต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเกษตรกร คุณค่าและความดีอันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ขอมอบแด่ผู้มีพระคุณทุกท่านไว้ ณ ที่นี้

ชญาณ์พิมพ์ พรหมจันทร์

ตุลาคม 2563

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ฅ
สารบัญภาพ .....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	3
กรอบแนวคิดการวิจัย .....	3
ขอบเขตการวิจัย .....	5
สมมติฐานการวิจัย .....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	7
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	8
แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารและสื่อ .....	8
แนวคิดทฤษฎีการเปิดรับสื่อ .....	19
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความต้องการ .....	29
แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น .....	33
การส่งเสริมโดยสื่อของกรมส่งเสริมการเกษตร .....	37
บริบทของอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช .....	40
เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	43
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	48
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	48
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	49
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	51
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	51
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	54

## สารบัญ (ต่อ)

ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล สภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคม ของเกษตรกร.....	54
ตอนที่ 2 การรับสื่อและวัตถุประสงค์ในการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร.....	62
ตอนที่ 3 ระดับความต้องการสื่อของเกษตรกร.....	89
ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับสื่อ.....	94
ตอนที่ 5 ปัญหา และข้อเสนอแนะของเกษตรกร.....	97
ตอนที่ 6 การทดสอบสมมุติฐานปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับสื่อทางการเกษตร ของเกษตรกร.....	108
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	113
สรุปการวิจัย.....	113
อภิปรายผล.....	116
ข้อเสนอแนะ.....	122
บรรณานุกรม.....	125
ภาคผนวก.....	132
แบบสัมภาษณ์.....	133
ประวัติผู้วิจัย.....	143



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 ข้อมูลพืชเศรษฐกิจ อำเภอพระพรหม.....	43
ตารางที่ 3.1 จำนวนครัวเรือนเกษตรกรและจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	49
ตารางที่ 4.1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคลของเกษตรกร .....	55
ตารางที่ 4.2 สภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจของเกษตรกร.....	59
ตารางที่ 4.3 สภาพพื้นฐานทางสังคมของเกษตรกร.....	61
ตารางที่ 4.4 ช่องทางการรับสื่อ ข้อมูล ข่าวสารของเกษตรกร.....	63
ตารางที่ 4.5 สรุปช่องทางการรับสื่อ ข้อมูล ข่าวสารของเกษตรกร.....	66
ตารางที่ 4.6 ระดับการได้รับสื่อ เพื่อใช้ในการหาความรู้ทางการเกษตร .....	68
ตารางที่ 4.7 สรุปช่องทางการรับสื่อ เพื่อใช้หาความรู้ทางการเกษตร.....	71
ตารางที่ 4.8 ระดับการได้รับสื่อ เพื่อใช้ในการรับข่าวสารทั่วไป.....	73
ตารางที่ 4.9 สรุปช่องทางการรับสื่อของเกษตรกร เพื่อใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารทั่วไป.....	76
ตารางที่ 4.10 ระดับการได้รับสื่อ เพื่อใช้ในการสร้างอาชีพเสริม อื่น ๆ.....	78
ตารางที่ 4.11 สรุปช่องทางการรับสื่อ ข้อมูล ข่าวสารของเกษตรกร เพื่อใช้ในการสร้างอาชีพเสริม.....	81
ตารางที่ 4.12 ระดับการได้รับสื่อ เพื่อใช้ในความบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ.....	83
ตารางที่ 4.13 สรุปช่องทางการรับสื่อของเกษตรกร เพื่อใช้ในความบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ... ..	87
ตารางที่ 4.14 ระดับความต้องการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสาร ในแต่ละช่องทาง.....	89
ตารางที่ 4.15 สรุประดับความต้องการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารในแต่ละช่องทาง.....	92
ตารางที่ 4.16 ระดับความคิดเห็นในแต่ละประเด็น ในการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสาร.....	94
ตารางที่ 4.17 สรุประดับความคิดเห็นในแต่ละประเด็น ในการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสาร.....	96
ตารางที่ 4.18 ปัญหาของเกษตรกรในการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารทางการเกษตร.....	97
ตารางที่ 4.19 สรุประดับของปัญหาของเกษตรกรในการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสาร ทางการเกษตร.....	100
ตารางที่ 4.20 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับสื่อของเกษตรกร.....	102
ตารางที่ 4.21 สรุปข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับสื่อของเกษตรกร.....	106
ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ ความถดถอยเชิงพหุ.....	109

ตารางที่ 4.23	ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบปกติแต่ละคู่ โดยแสดงในรูปเมตริกสัมพันธ์.....	110
ตารางที่ 4.24	วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร ( $Y_1$ ) .....	111



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย .....	4
ภาพที่ 2.1 แสดงทฤษฎีการสื่อสารตามแบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล .....	13
ภาพที่ 4.1 สรุปช่องทางการรับสื่อ ข้อมูล ข่าวสารของเกษตรกร .....	67
ภาพที่ 4.2 สรุปช่องทางการรับสื่อ เพื่อใช้หาความรู้ทางการเกษตร .....	72
ภาพที่ 4.3 สรุปช่องทางการรับสื่อของเกษตรกร เพื่อใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารทั่วไป .....	77
ภาพที่ 4.4 สรุปช่องทางการรับสื่อ ข้อมูล ข่าวสารของเกษตรกร เพื่อใช้ในการสร้างอาชีพเสริม .....	82
ภาพที่ 4.5 สรุปช่องทางการรับสื่อของเกษตรกร เพื่อใช้ในความบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ .....	87
ภาพที่ 4.6 เปรียบเทียบวัตถุประสงค์การรับสื่อในแต่ละช่องทาง .....	92
ภาพที่ 4.7 สรุประดับความต้องการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารทางการเกษตร .....	95
ภาพที่ 4.8 เปรียบเทียบการรับสื่อ และความต้องการรับสื่อในแต่ละช่องทาง .....	100
ภาพที่ 4.9 ความคิดเห็นของเกษตรกรในการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารทางการเกษตร .....	100
ภาพที่ 4.10 สรุปปัญหาของเกษตรกรในการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารทางการเกษตร .....	100
ภาพที่ 4.11 สรุปข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับสื่อของเกษตรกร .....	106



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบทางด้านเกษตรกรรมของประเทศไทย ดำเนินนโยบายเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตเกษตรกร พัฒนาขีดความสามารถในการผลิต ขีดความสามารถในการแข่งขัน การจัดการสินค้าเกษตรและความมั่นคงทางอาหาร ยังผลประโยชน์แก่เกษตรกรและหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทางด้านเกษตรกรรมสามารถพัฒนาทรัพยากรการเกษตรได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างสมดุลและยั่งยืน ซึ่งเกษตรกรในประเทศไทยประสบปัญหาหลายด้าน โดยเฉพาะเรื่องของต้นทุนการผลิต ระดับผลิตภาพ (Productivity) และรายได้เฉลี่ยของเกษตรกรที่ค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้อาจจะเป็นเนื่องจากเกษตรกรมักทำการเกษตรแบบเดิม ๆ ที่ได้สั่งสมการเรียนรู้จากบรรพบุรุษ อีกทั้งเกิดจากเกษตรกรขาดข้อมูลและสารสนเทศด้านการวางแผน การตลาด และการผลิต โดยเฉพาะการผลิตสินค้าคุณภาพสูงที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบกับเกษตรกรไทยยังมีข้อจำกัดในการศึกษาหาความรู้และการรับสารสนเทศในยุคปัจจุบันที่มีความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศได้ง่ายดายมากขึ้น

Ugboma (2010, p.1) กล่าวว่าสารสนเทศมีบทบาทและความสำคัญต่อเกษตรกรหลายประการกล่าวคือ ช่วยในการวางแผนการผลิต ช่วยให้เกิดการแข่งขันความรู้ด้านการเกษตร และช่วยให้ได้แนวปฏิบัติที่ดีในการทำการเกษตร ทั้งนี้เพราะสารสนเทศเป็นที่มาของความรู้ และช่วยให้เกิดการมูลค่าเพิ่มทั้งในด้านการผลิตการตลาดและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ซึ่งการเรียนรู้และรับข้อมูลข่าวสารของเกษตรกรมีความสำคัญยิ่งต่อการปรับตัวและการจัดการเกษตรที่เหมาะสมในด้านการผลิตสินค้าการเกษตรนั้นการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรโดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จึงให้ความสำคัญกับการบูรณาการข้อมูลองค์ความรู้ทางการเกษตรผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการเรียนรู้และเสริมสร้างอาชีพของเกษตรกรผ่านกระบวนการเรียนรู้และเทคโนโลยีคลังทรัพยากรสารสนเทศ เพื่อให้เกษตรกรสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้าง ถ่ายทอด ตลอดจนรักษาองค์ความรู้ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลการประกอบอาชีพ ข้อมูลภูมิปัญญาชุมชน ข้อมูลวัฒนธรรม ที่ถูกจัดเก็บอย่างเป็นระบบ ทั้งยังเป็นการนำเสนอ



องค์ความรู้เพื่อใช้ต่อยอดทางการเกษตรในรูปแบบที่ใช้งานง่าย และสามารถเข้าถึงได้ง่ายต่อไป เป็นการเตรียมความพร้อมในการผลักดันการเกษตรของประเทศไทยเข้าสู่ประชาคมอาเซียน และการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศโดยการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร

สำนักงานเกษตรอำเภอพระพรหม (2562, น.1) ได้สำรวจข้อมูลเกษตรกรในพื้นที่ อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช จากข้อมูลพบว่า มีการประกอบอาชีพทางการเกษตร ลักษณะการทำสวนเป็นหลัก โดยเฉพาะการปลูกยางพารา รองลงมาจะเป็นไม้ผลจำพวก มังคุด เงาะ และไม้ผลอื่น ๆ ปาล์ม น้ำมัน ข้าวเจ้า นาปี (ข้าวเล็บนกปัตตานี ข้าวสังข์หยด) และมันเทศ สถานการณ์การผลิตสินค้าเกษตรของเกษตรกรมีปัญหาในเรื่องต้นทุนการผลิตที่ค่อนข้างสูง ประกอบกับปัญหาโรค แมลง และพื้นดินขาดความอุดมสมบูรณ์ ทำให้ผลผลิตที่ได้มีปริมาณน้อย และมีคุณภาพต่ำ เกษตรกรส่วนใหญ่จึงประสบกับปัญหาการขาดทุน ไม่สามารถเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรได้มากนัก ทั้งนี้อาจจะเป็นสาเหตุจากสภาพแวดล้อม ราคาผลผลิตต่ำและไม่แน่นอน รวมทั้งต้นทุนการผลิตสูง แรงงานทางการเกษตรหายากและมีราคาแพง อีกทั้งปัญหาด้านบริหารจัดการและการตลาด เกษตรกรบางรายขาดข้อมูลข่าวสารในการประกอบอาชีพการเกษตร เกษตรกรขาดความรู้ด้านการเกษตร โดยเฉพาะ การใช้วัสดุการเกษตรไม่ถูกต้อง จนก่อให้เกิดความเสียหาย อันตรายแก่ตัวเกษตรกรและสภาพแวดล้อม ซึ่งในปัจจุบันข้อมูลข่าวสารและความรู้วิชาการเหล่านี้สามารถสืบค้นได้จากสารสนเทศ จึงเป็นการสะท้อนได้ว่าเกษตรกรมีปัญหาในการใช้สารสนเทศ นั่นคือ ไม่สามารถนำสารสนเทศที่มีอยู่มาใช้ในการแก้ปัญหา หรือเกษตรกรไม่มีสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศในท้องถิ่นที่จะนำไปใช้ในการประกอบอาชีพได้ หรือเกษตรกรได้รับสารสนเทศไม่ตรงกับความต้องการ

กรมส่งเสริมการเกษตรมีแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร ให้กับเกษตรกรโดยใช้สื่อสารสนเทศเป็นหลักและหลากหลายช่องทาง แต่การรับสารของเกษตรกร นั้นมีความสามารถที่หลากหลาย และประสิทธิภาพในการรับสื่อทางการเกษตรไม่เท่ากัน ซึ่งอาจเกิดจาก อายุ เพศ การศึกษา ประเภทของสื่อทางการเกษตรที่ใช้ในการถ่ายทอด ช่วงเวลาของการถ่ายทอด ที่มีผลต่อการรับสื่อทางการเกษตร ดังนั้นควรทำความเข้าใจสถานการณ์ และเกษตรกรกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้พื้นที่อำเภอพระพรหม ยังประสบภัยธรรมชาติครั้งใหญ่ เมื่อต้นปี 2562 นั่นคือ พายุปาบิก สร้างความเสียหายแก่เกษตรกร ทั้งทรัพย์สิน บ้านเรือน และโดยเฉพาะต้นไม้ที่โค่นล้มเป็นจำนวนมาก กระแสไฟฟ้า ถนนหนทางคมนาคมถูกตัดขาด ช่องทางการติดต่อสื่อสารที่กลับมาใช้ได้เร็วและสะดวกสุดในขณะนั้น คือ ช่องทางออนไลน์ ผ่านสมาร์ตโฟน ซึ่งสามารถใช้ในการรายงานความเสียหาย แจ้งพิกัดที่อยู่ ประมวลภาพข้อมูล

ความเสียหายได้อย่างรวดเร็ว มีทั้งภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว ในการแจ้งเจ้าหน้าที่เข้าให้ความช่วยเหลืออย่างทันทั่วถึง ซึ่งคาดว่าจะเปลี่ยนอีกอย่างหนึ่งที่ทำให้เกษตรกรหันมาสนใจเทคโนโลยี สมาร์ทโฟน แอปพลิเคชันต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

จากปัญหาดังกล่าวจึงมีความจำเป็นในการศึกษาสภาพพื้นฐานทางสังคม เศรษฐกิจ สถานการณ์การรับสื่อทางการเกษตรในปัจจุบัน ความต้องการสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร และแนวทางการส่งเสริม เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาวิเคราะห์ในการวางแผนการผลิตและเผยแพร่สื่อให้ตรงกับความต้องการของเกษตรกรในพื้นที่ต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาการรับสื่อและวัตถุประสงค์ในการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร
- 2.2 เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการเกษตรผ่านสื่อของเกษตรกร
- 2.3 เพื่อศึกษาความต้องการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร
- 2.4 เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร
- 2.5 เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร

## 3. กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้ทำการศึกษาการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร ครอบคลุมทั้ง 4 ตำบล ในพื้นที่อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยสรุปได้ดังนี้

- 3.1 **ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล** ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และอาชีพ
- 3.2 **ปัจจัยด้านสังคม** ประกอบด้วย ตำแหน่งทางสังคม และการเป็นสมาชิกกลุ่มสถาบันการเกษตร
- 3.3 **ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ** ประกอบด้วย รายได้ภาคการเกษตร และพื้นที่ถือครองทางการเกษตร
- 3.4 **ความคิดเห็นในการรับสื่อ** ประกอบด้วย ความคิดเห็นด้านประเภทของสื่อที่ใช้ ความคิดเห็นด้านวิธีการส่งเสริม ความคิดเห็นด้านระยะเวลาในการรับสื่อ และความคิดเห็นด้านประโยชน์ของสื่อ

**3.5 ความต้องการสื่อ** ประกอบด้วย ความต้องการสื่อด้านช่องทางในการรับสื่อ และความต้องการสื่อด้านรูปแบบของสื่อ

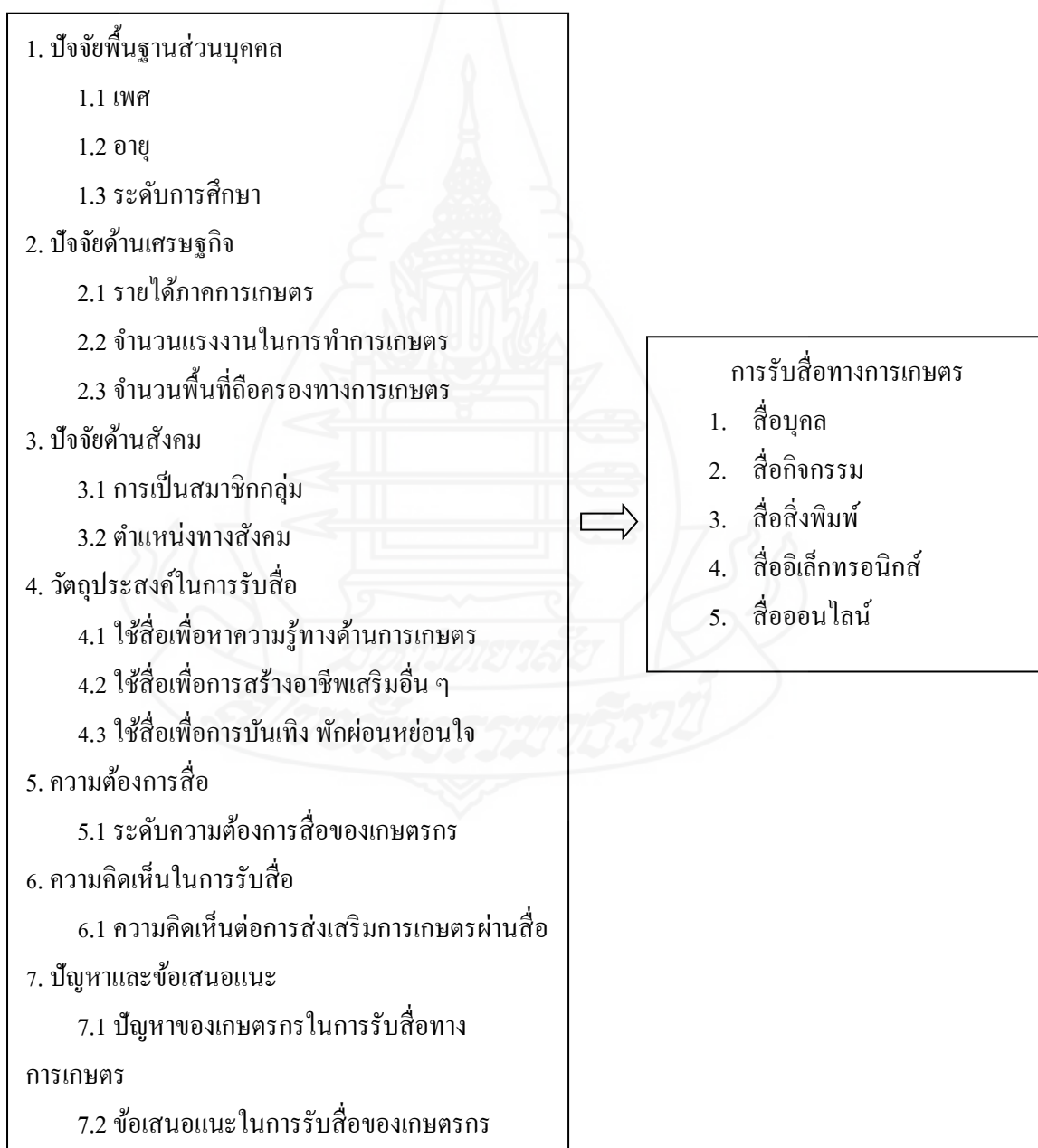
**3.6 การรับสื่อทางการเกษตร** ประกอบด้วย การรับสื่อทางการเกษตร ความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการเกษตรผ่านสื่อ และความต้องการสื่อ

**3.7 ปัญหาและข้อเสนอแนะ** ประกอบด้วย ความคิดเห็นในการรับสื่อ ความต้องการสื่อ และการรับสื่อทางการเกษตร

โดยมีกรอบแนวคิดดังภาพ

**ตัวแปรอิสระ**

**ตัวแปรตาม**



#### 4. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องการรับสื่อทางการเกษตรและแนวทางการส่งเสริมของเกษตรกรในพื้นที่อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

**4.1 ขอบเขตเชิงพื้นที่** การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเกษตรกรในอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ได้ขึ้นทะเบียนเกษตรกรจากสำนักงานเกษตรอำเภอพระพรหม ในปีงบประมาณ 2562 จำนวนทั้งสิ้น 200 ราย

**4.2 ขอบเขตเชิงเนื้อหา** การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล สภาพทางสังคมและสภาพทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน การเป็นสมาชิกสถาบันเกษตรกร รายได้ภาคการเกษตร การรับสื่อและวัตถุประสงค์ในการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร ความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการเกษตรผ่านสื่อของเกษตรกร ความต้องการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร ปัญหาและข้อเสนอแนะในการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร

**4.3 ขอบเขตเชิงเวลา** การวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรในอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งแต่เดือนมกราคม – กรกฎาคม 2563

#### 5. สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม วัตถุประสงค์ในการรับสื่อ ความต้องการสื่อ และความคิดเห็นในการรับสื่อ มีอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร

#### 6. นิยามศัพท์เฉพาะ

**6.1 ความรู้** หมายถึง ผลที่ได้จากการเรียนรู้จากสื่อสารสนเทศจนเกิดความเข้าใจในสิ่งนั้นและสามารถระลึกได้เมื่อต้องการใช้ความรู้นั้น ช่วยเพิ่มขีดความสามารถของบุคคลในการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

**6.2 ความคิดเห็น** หมายถึง ความรู้สึก ทักษะ ของประชาชนในอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราชต่อการรับสื่อ ได้แก่ ความคิดเห็นด้านประเภทของสื่อที่ใช้ ความคิดเห็นด้านวิธีการส่งเสริม ความคิดเห็นด้านระยะเวลาในการรับสื่อ และความคิดเห็นด้านประโยชน์ของสื่อ

**6.3 สื่อในการส่งเสริมการเกษตร** หมายถึง เครื่องมือสำคัญในการพัฒนาความรู้ ปรับทัศนคติและช่วยเพิ่มพูนทักษะการทำงานแก่เกษตรกร แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1) **สื่อบุคคล** ได้แก่ เจ้าหน้าที่จากภาครัฐ อาสาสมัครเกษตรกรหมู่บ้าน ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน และเพื่อนบ้าน

2) **สื่อกิจกรรม** ได้แก่ การศึกษาดูงาน/การทัศนศึกษา การจัดนิทรรศการ การฝึกอบรม การประชุม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการสัมมนา

3) **สื่อสิ่งพิมพ์** ได้แก่ เอกสารทางราชการ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์ วนิลแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ และวารสาร

4) **สื่ออิเล็กทรอนิกส์** ได้แก่ วิทยุ/เครื่องกระจายเสียง หอกระจายข่าว และโทรทัศน์

5) **สื่อออนไลน์** ได้แก่ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ และยูทูป  
ทั้ง 5 สื่อมีความสำคัญและถูกเลือกใช้งานแตกต่างกันไปตามคุณลักษณะของสื่อ นั้น ๆ

**6.4 ความต้องการสื่อ** หมายถึง เกษตรกรอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช มีความปรารถนาอยากเข้าถึงช่องทางในการรับสื่อและรูปแบบของสื่อจากสื่อสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ทางการเกษตร

**6.5 การรับสื่อ** หมายถึง การรับข้อมูลข่าวสารของเกษตรกรในพื้นที่อำเภอพระพรหมจังหวัดนครศรีธรรมราช จากช่องทางต่าง ๆ ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อออนไลน์

**6.6 การส่งเสริมการเกษตร** หมายถึง การช่วยเหลือโดยวิธีให้การศึกษา และการบริการแก่เกษตรกรและครอบครัวเกษตรกร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและรายได้ โดยเน้นการช่วยเหลือให้เกษตรกรช่วยเหลือตนเอง

**6.7 นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร** หมายถึง เจ้าหน้าที่สังกัดในหน่วยงานสังกัดสำนักงานเกษตรอำเภอพระพรหม มีหน้าที่การนำความรู้ วิธีการ และเทคนิคใหม่ๆ ทางเกษตรไปแนะนำเผยแพร่ให้แก่เกษตรกร

**6.8 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล** หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของเกษตรกร กลุ่มตัวอย่างในอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนแรงงานทางการเกษตร

**6.9 ข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจ** หมายถึง คุณลักษณะด้านเศรษฐกิจของเกษตรกร กลุ่มตัวอย่างในอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย รายได้ภาคการเกษตร และพื้นที่ถือครองทางการเกษตร

**6.10 ข้อมูลทางด้านสังคม** หมายถึง ข้อมูลทางด้านสังคมของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง ในอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย ตำแหน่งทางสังคม และการเป็นสมาชิก กลุ่มสถาบัน

**6.11 ปัญหาและข้อเสนอแนะ** หมายถึง ปัญหาและข้อเสนอแนะด้านความคิดเห็น ในการรับสื่อ ปัญหาและข้อเสนอแนะด้านความต้องการสื่อ และปัญหาและข้อเสนอแนะ ด้านการรับสื่อทางการเกษตร

## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผนการดำเนินงานของสำนักงานเกษตร อำเภอพระพรหม ในการนำสื่อทางการเกษตรถ่ายทอดให้กับเกษตรกร

7.2 หน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่สามารถนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการเลือก สื่อที่จะถ่ายทอดให้กับเกษตรกร ได้อย่างเหมาะสม ตรงต่อความต้องการในแต่ละช่วงอายุ เพศ การศึกษา

7.3 เป็นแนวทางส่งเสริมให้เกษตรกรเห็นความสำคัญของการรับสื่อทางการเกษตร ช่องทางที่หลากหลายในการเลือกรับสื่อ การเข้าถึงสื่อได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว และนำข้อมูลที่ได้ ไปปรับใช้ในการประกอบอาชีพต่อไป

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร ในพื้นที่อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารและสื่อ
2. แนวคิดทฤษฎีการเปิดรับสื่อ
3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความต้องการ
4. แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
5. การส่งเสริมโดยสื่อของกรมส่งเสริมการเกษตร
6. บริบทของอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช
7. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารและสื่อ

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและสื่อ เป็นการสื่อสารซึ่งกันและกันระหว่างบุคคลหรือจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลอื่น เพื่อก่อให้เกิดการเข้าใจข่าวสาร แนวคิด หรือทัศนคติของผู้ส่งสารนั้น ประกอบด้วย ความหมายของการสื่อสาร ทฤษฎีการสื่อสาร แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร ความหมายของสื่อ และประเภทของสื่อ ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านกล่าวไว้ ดังนี้

##### 1.1 ความหมายของการสื่อสาร

สมพงษ์ เกษมสิน (2517 อ้างถึงใน สร้อยตระกูล ธรรมมานะ 2542, น. 330) การสื่อสารหรือการติดต่อ (Communication) มาจากรากศัพท์ภาษาละตินว่า “Communis” ซึ่งแปลว่าการสร้างอย่างสามัญ (common) ดังนั้น communication จึงหมายถึง การกระทำและ หรือพฤติกรรมต่าง ๆ ที่ดำเนินไปในลักษณะที่แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันทั่วไปอย่างสามัญ

เนตร์พัฒนา ขาววิราศ (2553, น. 211) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารเป็นกระบวนการสื่อข้อมูลซึ่งกันและกันระหว่างบุคคลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นระหว่างผู้บริหารและ



ระหว่างพนักงาน การสื่อสารเกี่ยวข้องกับข่าวสารของบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มคนที่ต้องการสื่อเพื่อให้ทุกคนเข้าใจในข่าวสารนั้น

Reilly and Argello (1990 อ้างถึงใน Samuel 2552, pp. 215-216) ได้กล่าวว่า เป็นการส่งข้อมูลข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลอื่นทำให้ทุกคนที่เข้าถึงข่าวสารนั้นทราบและเข้าใจ แนวคิด หรือทัศนคติของผู้ส่งสาร

เสนาะ ตีเขาว์ (2541, น.23) ได้นิยามความหมายของการสื่อสารไว้ กล่าวคือ การสื่อสาร หมายถึงการกระทำโดยบุคคลเดียวหรือหลายคนในการส่งและการรับข่าวสาร ซึ่งอาจถูกบิดเบือนด้วยสิ่งรบกวนภายใต้สภาพและผลกระทบและโอกาสที่ทำให้เกิดข้อมูลย้อนกลับ ซึ่งการสื่อสารเป็นปฏิกริยาระหว่างกันทางสังคมโดยอาศัยระบบสัญลักษณ์และข่าวสาร

เพราะฉะนั้นจากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่าการสื่อสารเป็นการกระทำจากบุคคลบุคคลเดียวหรือบุคคลหลายคนในการส่งสารและรับสาร เป็นปฏิกริยาระหว่างกันทางสังคมเพื่อให้ทราบและเข้าใจในสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อ

## 1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

เสนาะ ตีเขาว์ (2546, น. 25-27) กล่าวว่า ใ้ว่า จากนิยามการสื่อสารที่มีความหมายแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และการรับรู้ของแต่ละบุคคล ความเป็นปัจเจกบุคคล และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการศึกษา หน้าที่การงาน สภาพครอบครัว สภาพเศรษฐกิจ สังคม ศาสนา การเมือง สภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ และอื่น ๆ ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเป็นบริบท ล้วนก่อให้เกิดการตีความ และเข้าใจความหมายของการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งสามารถสรุปลักษณะของการสื่อสารได้ดังนี้

**1.2.1 การสื่อสารเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา** ไม่ว่าจะเป็นด้วยความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ พฤติกรรมการสื่อสารเป็นสิ่งที่บุคคลหลีกเลี่ยงไม่ได้ การสื่อสารเกิดขึ้นแม้ในขณะที่เราตัดขาดจากโลกภายนอกหรือแม้แต่ขณะที่เราหลับ ทั้งนี้เนื่องจากการสื่อสารไม่ได้ครอบคลุมแค่การถ่ายทอด ข้อมูลข่าวสารจากตนเองไปสู่บุคคลหนึ่งเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารภายในตนเอง ที่เรียกว่า การสื่อสารภายในบุคคล ซึ่งสามารถสื่อสารพร้อม ๆ กันหลายอย่างได้

**1.2.2 การสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ** ทั้งในรูปแบบวิธีการ เนื้อหา ช่องทางการสื่อสาร ข่าวสาร สัญลักษณ์ที่ใช้ ตลอดจนผู้รับสารและผู้ส่งสารไม่ได้เกิดขึ้นตามรูปแบบที่กำหนดขึ้นตามกฎหมายเกณฑ์เสมอไป ดังนั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องสื่อสารอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง โดย (Berlo 1960, pp. 23-24 อ้างถึงใน ภัสวดี



นิติเกษตรสุนทร 2551, น. 123) อาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารเป็นกิจกรรมที่เคลื่อนไหวตลอดเวลา โดยไม่มีจุดเริ่มต้นหรือจุดสิ้นสุด

**1.2.3 การสื่อสารทุกอย่างย่อมมีเป้าหมาย** เพื่อให้บุคคลบรรลุสิ่งที่ต้องการ ทั้งการเข้าใจตนเอง บุคคลอื่นและสภาพแวดล้อม เมื่อต้องเผชิญหน้ากับความไม่แน่นอน ในเหตุการณ์ใด ก็จะมีการสื่อสารเพื่อลดความไม่แน่นอนเหล่านั้น ด้วยการเรียนรู้จากบุคคลอื่น ๆ แสวงหาข้อมูล ที่เป็นประโยชน์กับตนเองเพื่อปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

1) การสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถสื่อสารได้ด้วยคำพูด (*Verbal communication*) เป็นวิธีการสื่อสารทางหนึ่งที่นิยมใช้กันมากที่สุด แต่ก็มักจะประสบปัญหาจากการใช้คำที่ใช้เฉพาะในวงการหนึ่ง ๆ (*Jargon*) หรือคำเทคนิคเฉพาะสาขาใดสาขาหนึ่ง นอกจากนี้ยังมีเรื่องของความซับซ้อนของภาษาซึ่งเป็นระบบที่มนุษย์คิดสร้างขึ้น เพื่อแทนความหมายในวัฒนธรรมกลุ่มของตนเอง ซึ่งอาจพบได้ว่าภาษาที่สื่อสารเองก็มีข้อบกพร่องที่ไม่สามารถใช้คำ ๆ หนึ่งที่อธิบาย ความหมายได้สมบูรณ์

2) การสื่อสารโดยไม่ใช้คำพูด (*Non-verbal communications*) บางครั้งอาจเรียกว่า ภาษาร่างกาย (*Body language*) หรือภาษาท่าทาง การสื่อสารด้วยร่างกาย มีทั้งที่แสดงออกมาโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกทางสีหน้า สายตาน้ำเสียง ระดับเสียง การสัมผัสอื่น ๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับบริบททางวัฒนธรรม ประเพณี สถานที่ สถานะภาพทางสังคม เพศ และความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล ฯลฯ

3) การสื่อสารโดยการใช้สัญลักษณ์ (*Symbolic communication*) เป็นวิธีการสื่อสารที่ใช้สัญลักษณ์แสดงออกมาในรูปแบบคำพูด เครื่องหมาย รูปร่าง หรือเสียง ซึ่งใช้แทนความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ละวัฒนธรรมก็จะมีการสร้างระบบสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารให้กับสมาชิกในกลุ่มของตนเอง แต่ปัญหาที่มักพบในการสื่อสารด้วยวิธีนี้คือการที่สมาชิกอาจไม่ทราบหรือไม่เข้าใจในเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ดังกล่าวเหมือนกันทุกคน

ดังนั้นจึงการสื่อสารของมนุษย์นั้นเป็นสิ่งที่ซับซ้อน เป็นกระบวนการทางสังคมที่สามารถทำให้เกิดผลกระทบไม่ทางใดก็ทางหนึ่งกับสมาชิกคนใดคนหนึ่งหรือคนอื่น ๆ ตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสาร ทั้งในด้านความรู้ ความเชื่อทัศนคติและพฤติกรรม ซึ่งสิ่งต่างเหล่านี้ล้วนเป็นเป้าหมายของการสื่อสารของมนุษย์ทั้งสิ้น

### 1.3 ทฤษฎีการสื่อสาร

ทฤษฎีการสื่อสาร คือ การอธิบายการสื่อสารในด้านความหมาย กระบวนการ องค์ประกอบ วิธีการ บทบาทหน้าที่ ผล อิทธิพล การใช้ การควบคุม แนวคิดของศาสตร์ต่าง ๆ แนวโน้มอนาคต และปรากฏการณ์เกี่ยวกับการสื่อสาร แต่การอธิบายต้องมีการอ้างอิงอย่างมีเหตุผล ที่ได้จากหลักฐาน เอกสาร หรือปากของมนุษย์ ทฤษฎีการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง ได้รวบรวมไว้มีดังนี้

**1.3.1 ฮาโรลด์ ลาสเวลล์ (Harold Lasswell)** ทำการวิจัยเรื่องการสื่อสารมวลชน ไว้ใน ปี พ.ศ. 2491 และได้คิดสูตรการสื่อสารและกระบวนการสื่อสารที่สอดคล้องกัน โดยในการสื่อสารนั้นจะต้องตอบคำถามต่อไปนี้ให้ได้ คือ ใคร พูดอะไร โดยวิธีการและช่องทางใด ไปยังใคร ด้วยเหตุผลอะไร การจัดรายการวิทยุกระจายเสียงให้เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพนั้น เราสามารถนำสูตรของลาสเวลล์ มาใช้ได้เช่นเดียวกับการสื่อสารธรรมดา คือ

1) *ใคร (Who)* เป็นผู้ส่งสาร หรือทำการสื่อสาร เช่น ในการอ่านข่าว ผู้ประกาศข่าวเป็นผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้ฟังที่บ้าน เพราะฉะนั้นผู้ประกาศข่าว เป็นผู้ทำการสื่อสาร

2) *พูดอะไร ด้วยวัตถุประสงค์อะไร (Says what, with what purpose)* เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาข่าวสารที่ส่งไป ผู้ส่งจะส่งเนื้อหาอะไร ไม่ว่าจะป็นข่าวสารธรรมดา เพื่อให้ผู้รับทราบความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่าง ๆ หรือเป็นการแจ้งข้อมูล

3) *โดยใช้วิธีการและช่องทางใด (By what means, in what channel)* ผู้ส่งทำการส่งข่าวสารโดยการพูด ด้วยการทำทาง ใช้ภาพ หรืออาจจะใช้อุปกรณ์ระบบไฟฟ้า เช่น ไมโครโฟน หรือเครื่องเล่นวีซีดี เพื่อถ่ายทอดเนื้อหา ข่าวสาร ให้ผู้รับได้โดยสะดวก

4) *ส่งไปยังใคร ในสถานการณ์อะไร (To whom, in what situation)* ผู้ส่งจะส่งข่าวสารไปยังผู้รับ เป็นใครบ้าง เนื่องในโอกาสอะไร เช่น การอ่านข่าวเพื่อให้ผู้ฟังทราบถึงเหตุการณ์ประจำวัน ผู้ส่งย่อมต้องทราบว่าผู้รับเป็นกลุ่มใด เพื่อที่จะสามารถเลือกสรรเนื้อหา ข้อมูล และวิธีการให้เหมาะสมกับผู้รับสาร

5) *ได้ผลอย่างไรในปัจจุบันและอนาคต (With what effect, immediate and long term)* การส่งข่าวสารนั้นเพื่อให้ผู้รับฟังจดจำ ซึ่งต้องอาศัยวิธีการและเทคนิคที่แตกต่างกันไป

**1.3.2 ทฤษฎี SMCR ของเบอร์โล (Berlo)** ได้พัฒนาทฤษฎีที่ผู้ส่งสาร จะส่งสารอย่างไร และผู้รับจะรับสาร แปลความหมาย และมีการโต้ตอบกับสารนั้นอย่างไรทฤษฎี SMCR ประกอบด้วย

1) *ผู้ส่ง (Source)* ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถเข้ารหัส (Encode) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับ มีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่งนั้นเป็นอย่างดี และควรมีความสามารถปรับข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคม และวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับอีกด้วย

2) *ข้อมูลข่าวสาร (Message)* เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา สัญลักษณ์และวิธีการส่งข่าวสาร ทั้งข้อมูลภาพ เสียง และตัวอักษร

3) *ช่องทางในการส่งสาร (Channel)* เป็นการส่งข่าวสารให้ผู้รับได้รับข่าวสาร ข้อมูลผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การมองเห็น การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น

4) *ผู้รับ (Receiver)* ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถถอดรหัสสาร (Decode) เป็นผู้ที่มีทัศนคติ ระดับความรู้และพื้นฐานทางสังคม วัฒนธรรมเช่นเดียวกัน หรือคล้ายคลึงกับผู้ส่ง จึงจะทำให้การสื่อความหมายหรือการสื่อสารนั้นได้ผล

ทฤษฎี SMCR มีปัจจัยสำคัญต่อขีดความสามารถของผู้ส่งและผู้รับที่จะทำการสื่อสาร ความหมายนั้น สำเร็จได้หรือไม่ มีดังนี้

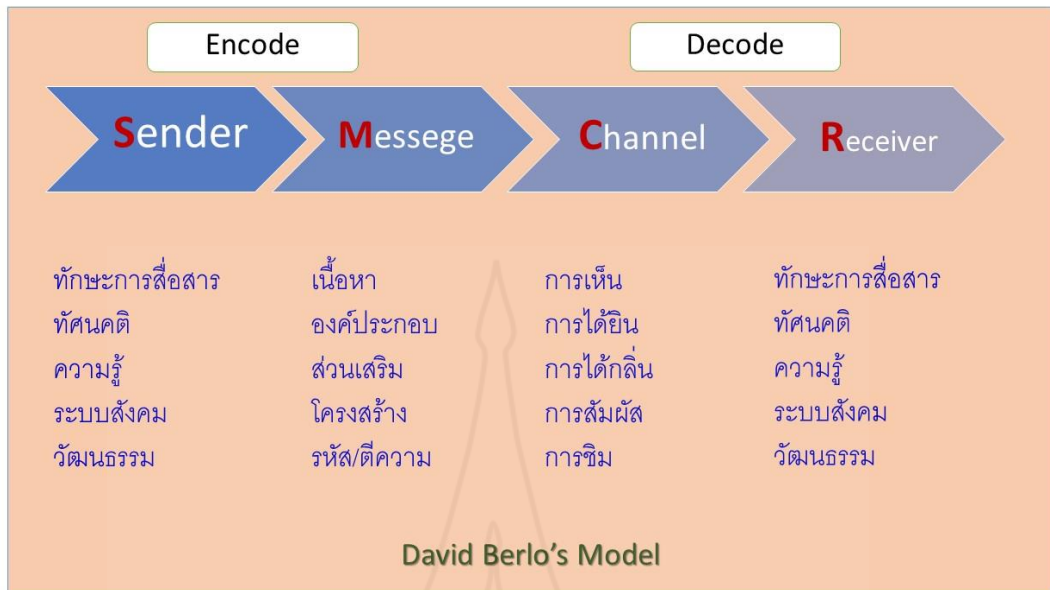
1) *ทักษะในการสื่อสาร* หากสื่อมวลชนในฐานะผู้ส่งสารมีทักษะในการใช้ภาษา เขียน ภาษาพูด และภาษาท่าทางได้เป็นอย่างดี ก็จะทำให้การสื่อสารของสื่อมวลชนมีประสิทธิภาพ

2) *ทัศนคติ* หากสื่อมวลชนในฐานะผู้ส่งสารมีทัศนคติที่ดีต่อตนเอง มีความมั่นใจในตัวเองว่าสามารถสื่อสารออกไปได้ดี มีทัศนคติที่ดีต่อเนื้อหาสารที่จะสื่อ มีทัศนคติที่ดีต่อประชาชน ผู้รับสาร จะส่งผลให้การสื่อสาร มีความถูกต้อง เป็นกลาง และมีประสิทธิภาพ

3) *ความรู้* หากสื่อมวลชนในฐานะผู้ส่งสารมีความรู้ในหลักการสื่อสาร มีความรู้ในเนื้อหาสารที่ต้องการสื่อออกไป การสื่อสารก็จะมีประสิทธิภาพ

4) *ระบบสังคม* สื่อมวลชนในฐานะผู้ส่งสารต้องเข้าใจระบบสังคมที่ตนอาศัยอยู่ เช่น สื่อมวลชนไทยต้องเข้าใจระบบของสังคมไทย อย่างระบบอาวุโส เป็นต้น จะทำให้สื่อสารได้ดี ยิ่งขึ้น

5) *วัฒนธรรม* นอกจากระบบสังคมแล้ว สื่อมวลชนในฐานะผู้ส่งสารต้องเข้าใจวัฒนธรรมในสังคม การสื่อสารของสื่อมวลชนก็จะมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น วัฒนธรรมการอ่อนน้อมถ่อมตนของสังคมไทย



ภาพที่ 2.1 แสดงทฤษฎีการสื่อสารตามแบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล

ที่มา : อวยพร พานิช (2561, น.5-7)

#### 1.4 ความหมายของสื่อ

คำว่า “สื่อ” นั้น มีผู้นิยามความหมายของคำสั้นๆ คำนี้ไว้อย่างหลากหลาย ตัวอย่างเช่น เมื่อพิจารณาตามคำศัพท์ สื่อ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า medium (เอกพจน์) หรือ media (พหูพจน์) แปลว่า สายกลาง ภาวะที่อยู่ตรงกลาง สิ่งที่อยู่ระหว่างกลาง สื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แม็กกาซีน พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้ความหมายไว้ว่า สื่อ (กริยา) หมายถึง ติดต่อให้ถึงกัน เช่น สื่อความหมาย ชักนำให้รู้จักกัน สื่อ (นาม) หมายถึง ผู้หรือสิ่งที่ติดต่อให้ถึงกันหรือชักนำให้รู้จักกัน เช่น เขาใช้จดหมายเป็นสื่อติดต่อกัน เรียกผู้ที่ทำหน้าที่ชักนำให้ชายหญิงได้แต่งงานกันว่า พ่อสื่อ หรือ แม่สื่อ (ศิลปะ) วัสดุต่าง ๆ ที่นำมาสร้างสรรค์งานศิลปกรรม ให้มีความหมายตามแนวคิด ซึ่งศิลปินประสงค์แสดงออกเช่นนั้น ตัวอย่างเช่น สื่อผสม

สื่อ (กริยา) คือสิ่งที่อยู่ตรงกลาง เพื่อติดต่อถึงกัน เช่น การสื่อความหมาย ชักนำให้รู้จักกัน สื่อ (นาม) คือ ผู้หรือสิ่งที่ติดต่อให้ถึงกันหรือชักนำให้รู้จักกัน ภาพรวมสื่อคือตัวกลางที่ช่วยในการถ่ายทอดเรื่องราว ข่าวสาร ความรู้ เหตุการณ์ แนวคิด สถานการณ์ ฯลฯ ที่ผู้ส่งสารต้องการไปยังผู้รับสาร

### 1.4.1 ความหมายในด้านการเป็นช่องทางสื่อสาร

หากพิจารณาจากแบบจำลองของ Berlo (1960 อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน 2546, น. 122-124) ถือนับว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการสื่อสาร (communication process) ที่หมายถึง ขั้นตอนของการสื่อสารจากผู้ส่งสารทำการส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยผ่านช่องทางสื่อสาร และอาจมีปฏิริยาสะท้อนกลับจากผู้รับสารสู่ผู้ส่งสาร โดยในกระบวนการสื่อสารนั้น ผู้ส่งสารจะทำหน้าที่เป็นผู้รับสารในบางขณะ และผู้รับสารก็จะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารในบางขณะสลับสับเปลี่ยนกันไปตามบทบาทในขณะนั้น ทั้งนี้ในกระบวนการสื่อสารอาจมีสิ่งรบกวนหรือกีดขวางการสื่อสารได้

เห็นได้ว่าในกระบวนการสื่อสารนั้น สื่อคือสิ่งที่ขนส่งสาร เป็นพาหนะของสาร หรือเป็นช่องทางการสื่อสาร ประสิทธิภาพของสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร เช่นเดียวกับ องค์กรณ์อื่น ๆ สื่อแต่ละสื่อย่อมมีความสามารถต่างกัน ผู้รับสารรับสารผ่านการได้ยินจากสื่อวิทยุ รับสารผ่านการได้ยินและเห็นภาพจากสื่อวิทยุโทรทัศน์ รับสารผ่านการเห็นจากสื่อสิ่งพิมพ์ หากผู้ส่งสาร เลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสาร ประสิทธิภาพของการสื่อสารก็จะมีมาก ผู้ส่งสารจึง ต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับผู้รับสาร อย่างไรก็ตามผู้รับสารจะรับสารได้ดีที่สุดเมื่อผู้ส่งสารใช้สื่อหลายๆ อย่าง เช่น ใช้สื่อวิทยุกับการสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นต้น

ความหมายสื่อในด้านการเป็นช่องทางสื่อสาร คือ ผู้ส่งสารจะทำหน้าที่เป็นผู้รับสารในบางขณะ และผู้รับสารก็จะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารในบางขณะสลับสับเปลี่ยนกันไปตามบทบาทในขณะนั้น โดยกระบวนการสื่อสาร สื่อคือสิ่งที่ขนส่งสาร ประสิทธิภาพของสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร

### 1.4.2 ความหมายในด้านการเป็นผู้ส่งสาร

มีคำกล่าวที่ว่า “The source is the originator of the message.” คือ ผู้ส่งสารเป็นต้นตอของข่าวสาร ซึ่งความหมายโดยทั่วไปของผู้ส่งสาร อาจเป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการจะทำการสื่อสารความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตน หรืออีกนัยหนึ่งอาจเป็น องค์กร หน่วยงานต่าง ๆ เช่น พรรคการเมือง บริษัท รัฐบาล หน่วยงานราชการก็ได้

Berlo (1960, pp. 40-71) ผู้คิด กระบวนการติดต่อสื่อสาร โดยเสนอแบบจำลองการสื่อสารที่รู้จักกันแพร่หลาย คือ SMCR แนะนำว่า สื่อมวลชนทุกประเภทในฐานะผู้ส่งสารจะสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ต้องประกอบด้วยปัจจัย ดังต่อไปนี้ 1.ทักษะในการสื่อสาร 2.ทัศนคติ 3.ความรู้ 4.ระบบสังคม 5.วัฒนธรรม



## 1.5 ประเภทของสื่อ

พรจิต สมบัติพานิช (2547, น. 4) กล่าวว่าในปัจจุบันการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศไม่ได้หยุดนิ่ง สื่ออินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาไปอย่างมาก เพื่อการติดต่อสื่อสารที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นกล่าวได้ว่า การเปลี่ยนแปลงของระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศ สามารถแบ่งสื่อออกเป็น 2 ประเภท ตามลักษณะของการใช้สื่อ คือสื่อแบบดั้งเดิม และสื่อใหม่ ดังนี้

ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียวที่ผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้ส่งสารได้ สามารถแบ่งย่อยได้ดังนี้

- 1) สื่อทำหน้าที่ส่งสารเพียงอย่างเดียว หมายถึง สื่อทำหน้าที่ส่งสารตัวหนังสือหรือเสียงหรือภาพไปเพียงอย่างเดียว ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อวิทยุ
- 2) สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง คือส่งทั้งภาพและเสียง ไปพร้อมกันได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์

**1.5.1 สื่อใหม่ (new media)** หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสาร และรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาระบบเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิมเข้ากับความก้าวหน้า ของระบบเทคโนโลยีแบบประสม (multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลาย ที่เป็นที่รู้จัก และนิยมกันมากคือ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ นอกจากนี้ในอนาคตสื่อใหม่พัฒนายิ่งขึ้น โดยการนำเอาสื่อดั้งเดิมโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์มาผนวกรวมกับสื่ออินเทอร์เน็ต เรียกว่า สื่อ โทรศัพท์แบบปฏิสัมพันธ์ ที่ทำหน้าที่ส่งสารหลายอย่างเช่นกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความ ดังนั้น เมื่อผู้บริโภคดูรายการโทรทัศน์แบบเฉพาะบุคคลจะสามารถมีปฏิสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตพร้อมกัน

ธิดาพร ชนะชัย (2550, น. 1-3) ยังได้แบ่งความหมายของสื่อใหม่ ออกเป็น 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

- 1) สื่อดิจิทัล (digital media) เป็นการสื่อสารไร้สายที่รวดเร็วด้วยระบบใยแก้วนำแสง เชื่อมต่อข้อมูลผ่านดาวเทียม
- 2) สื่อซึ่งเป็นสื่อใหม่ที่นอกเหนือจากสื่อพื้นฐานเดิมที่มีอยู่
- 3) สื่อสร้างสรรค์ขึ้นใหม่เพื่อสนับสนุนงานบางอย่าง โดยเน้นเรื่องนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ (creativity innovation)

ปิยะพร เขตบรรณพต (2553, น. 9) ได้แบ่งสื่อใหม่ในรูปแบบเนื้อหาแบบดิจิทัล ที่พบเห็นในปัจจุบันมีแนวโน้มว่าจะมีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคต โดยสื่อใหม่แต่ละประเภทมีความโดดเด่นและแตกต่างกันตามประโยชน์ และวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ

ซึ่งสามารถแบ่งประเภทของสื่อใหม่ได้ดังนี้ คือเว็บไซต์ (website) อินเทอร์เน็ต (internet) อีเมล (e-mail) เทคโนโลยีสำหรับอุปกรณ์พกพาหรือแพลตฟอร์มเคลื่อนที่ (mobile platform) วิดีโอเกม และโลกเสมือนจริง ซีดีรอม มัลติมีเดีย ซอฟต์แวร์บล็อกและวิกิพีเดีย หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ผู้ให้บริการสารสนเทศ โทรทัศน์โต้ตอบ อุปกรณ์พกพาหรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์มือถือ พีดีเอ พอดแคสต์ เป็นต้น และนวนิยายแบบข้อความหลายมิติ (hypertext fiction)

นอกจากนี้ Vivian (2013) นักวิชาการจากมหาวิทยาลัย Winona State University ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้เขียนหนังสือ Media of Mass Communication ที่มีการจัดแบ่งประเภทสื่อไว้ดังนี้

1) แบ่งตามประเภทอุตสาหกรรมสื่อ (mass media industries) ได้แก่

- (1) สื่อสิ่งพิมพ์ (ink on paper) เช่นหนังสือพิมพ์นิตยสาร หนังสือ เป็นต้น
- (2) สื่อเสียง (sound media) เช่น วิทยุกระจายเสียง: วิทยุผ่านดาวเทียม (satellite radio) พอดแคสติง (podcasting มาจาก broadcasting + iPod) หรือการเผยแพร่เสียงรวมไปถึงการพูดคุยเล่าเรื่อง สนทนาเรื่องต่าง ๆ ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต และวิทยุตามความต้องการของผู้ฟัง (on-demand radio) ที่สามารถรับฟังรายการสดหรือย้อนหลังก็ได้
- (3) สื่อภาพเคลื่อนไหว (motion picture) เช่นโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น
- (4) ภูมิทัศน์สื่อใหม่ (new media landscape) เช่น สื่อออนไลน์ต่าง ๆ นวนิยายมือถือ (cell phone novel) บล็อก (blog) สื่อสังคม (social media) เกม (game) โปรแกรมในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ผ่านระบบเว็บไซต์และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (search engine) คลังดิจิทัลเก็บข้อมูล (digital store) วิกิพีเดีย (wikipedia) และการบันทึกข่าวสาร (news record)

2) แบ่งตามประเภทเนื้อหาสื่อ (mass media content) ได้แก่

- (1) ข่าว (news) เป็นการรายงานความเปลี่ยนแปลงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในหลากหลายรูปแบบ เช่น การรายงานสด สกู๊ปข่าว สารคดีข่าว วิเคราะห์ข่าว
- (2) การประชาสัมพันธ์ (public relations) เป็นสื่อสารที่มุ่งหวัง ความพึงพอใจ ต้องการส่วนแบ่งทางจิตใจ (share of mind) ผ่านการจัดกิจกรรมชักจูงใจต่าง ๆ เช่น ข่าวแจก สื่อสัมพันธ์ ชุมชนสัมพันธ์ ลูกค้าสัมพันธ์ เป็นต้น ความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ คือสัมพันธ์ภาพที่ดี
- (3) การโฆษณา (advertising) มีความมุ่งหวังด้านการขายสินค้าหรือส่วนแบ่งทางการตลาด (marketshare) ในยุคการตลาดมวลชน โฆษณานำเสนอไปกลุ่มคนจำนวนมาก

แต่ในปัจจุบันเมื่อการบริโภคข่าวสารเปลี่ยนไป โฆษณาก็ต้องปรับเปลี่ยนการนำเสนอให้เข้าถึงสมาชิกสังคมกลุ่มย่อย

(4) ความบันเทิง (entertainment) เป็นการสร้างความสนุกสนาน เพลิดเพลินกับผู้รับสาร เช่น แสดงการเล่าเรื่อง (storytelling) คนตรี กีฬา เกมโชว์ วาไรตี้ รวมทั้งคุณค่าทางศิลปะ

### 3) แบ่งตามประเภทเทคโนโลยีสื่อ (media technology) ได้แก่

(1) เทคโนโลยีการพิมพ์ (printing technology) จากการค้นคิดแท่นพิมพ์ และตัวพิมพ์โลหะได้ในราวกลางปี ค.ศ. 1440 นั้น การสื่อสารด้วยการเขียนไปยังมวลชนก็เปลี่ยนเป็นการพิมพ์ และที่มีผลต่อการดำรงชีวิตของคนยุคนั้น จนกระทั่งในปลายปี ค.ศ. 1800 เทคโนโลยี ด้านภาพถ่ายเข้ามาผสมผสานกับการพิมพ์ ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ได้รับความนิยมมากขึ้น

(2) เทคโนโลยีเคมี (chemistry technology) ตามประวัติศาสตร์กล่าวไว้ว่า ภาพถ่ายมีรากฐานมาจากการค้นพบทางปฏิกิริยาเคมี และพัฒนาการต่อเนื่องตั้งแต่ยุคสงครามกลางเมืองของสหรัฐอเมริกา

(3) เทคโนโลยีไฟฟ้า (electrical technology) เกิดจากการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนราวต้น ค.ศ. 1900 ที่ต้องการความเป็นสุนทรีย์ที่สัมผัสได้ อุตสาหกรรมเพลงจึงเฟื่องฟูขึ้น ประกอบกับเทคโนโลยีการบันทึกเสียงและการเปิดฟังเสียงที่มีคุณภาพมากขึ้น ส่งผลให้สื่อมวลชนประเภทวิทยุและโทรทัศน์ได้รับความนิยม รวมทั้งมีการพัฒนาเทคโนโลยีไฟฟ้าเพื่อการรับส่งสัญญาณอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

(4) เทคโนโลยีดิจิทัล (digital technology) ทุกวันนี้เทคโนโลยีดิจิทัลถูกนำมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพในทุก ๆ ด้านของการดำเนินชีวิตมนุษย์ รวมทั้งบูรณาการกับสื่อเดิมต่าง ๆ ที่เชื่อมต่อกันด้วยระบบอินเทอร์เน็ต และใยแก้วนำแสง (fiber optic) เกิดการนิยามสื่อมวลชนรูปแบบใหม่นี้ว่า สื่อหลอมรวม (convergence media)

McQuail (2000 อ้างถึงใน สถาพร สิงหะ, 2556, น.10-11) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ว่าเป็นสื่อที่มีความหลากหลายและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสื่อใหม่มีช่องทางการสื่อสารที่คล้ายคลึงกัน แต่จะแตกต่างกันไปตามประเภทการใช้งาน เนื้อหา และบริบท ดังนั้นลักษณะสำคัญของสื่อใหม่ มีอยู่ 4 ประการ คือ

1) สื่อเพื่อการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication Media) ได้แก่ โทรศัพท์ และอีเมล โดยทั่วไปมักมีเนื้อหาเป็นส่วนตัว ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารอาจสำคัญมากกว่า ข้อมูลที่ส่งถึงกัน

2) สื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อความเพลิดเพลิน (Interactive Play Media) ได้แก่ คอมพิวเตอร์ และวิดีโอเกม รวมทั้งอุปกรณ์ Virtual Reality หากเปรียบเทียบกับสื่อเก่า แม้ว่าจะมี



การสื่อสารที่ใช้เทคโนโลยีคล้ายคลึงกัน และอาจถือว่าเป็น “ทางเลือกในการใช้งาน” ของการใช้สื่อ บางอย่าง ข้อแตกต่างที่สำคัญก็คือความสามารถในการโต้ตอบ (Interactivity) และ “กระบวนการ” ในการใช้ประโยชน์

3) สื่อเพื่อการค้นหาข้อมูล (*Information Search Media*) เป็นประเภทที่มีสื่อหลายชนิดแต่อินเทอร์เน็ตและเว็ลด์ไวด์เว็บเป็นตัวอย่างที่เด่นที่สุด โดยจัดเป็นเหมือนห้องสมุด และแหล่งข้อมูลที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของขนาดความเป็นปัจจุบัน และการเข้าถึง อย่างไรก็ตาม ความหลากหลายของเนื้อหา และแรงจูงใจในการใช้แสดงให้เห็นถึงลักษณะที่เป็นประโยชน์ที่ นอกเหนือไปจากผลของการพัฒนาการทางเทคโนโลยี

4) สื่อเพื่อการมีส่วนร่วม (*Collective Participatory Media*) สื่อในกลุ่มนี้ประกอบด้วยการใช้อินเทอร์เน็ตในการแบ่งปัน และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความคิด ประสบการณ์ และสร้างความสัมพันธ์ จากการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์นอกจากอินเทอร์เน็ตแล้ว การประชุมผ่าน ทางวิดีโอและโทรศัพท์ เกี่ยวข้องกับสื่อประเภทนี้ด้วยเช่นกัน แม้ว่าจะเป็นสื่อที่จำกัดในขอบเขตของการใช้เพื่อจุดประสงค์เรื่องงาน

ลักษณะของสื่อใหม่ กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล (2555) กล่าวถึงคุณลักษณะของสื่อใหม่ไว้ ดังนี้

- 1) สื่อใหม่เป็นการสื่อสารสองทาง (*Two-way Communication*)
- 2) สื่อใหม่ง่ายต่อการเข้าถึงและการแพร่กระจายสารสนเทศ (*Ease of Access to and Dissemination*) เช่น การรวมตัวของผู้รับสารในการแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง
- 3) สื่อใหม่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง (*Continuous Learning*)
- 4) สื่อใหม่มีการวางตัวในแนวเดียวกันและเอื้อต่อการบูรณาการ (*Alignment and Integration*)
- 5) สื่อใหม่เอื้อต่อการสร้างชุมชน (*Creation of Community*)
- 6) สื่อใหม่มีลักษณะที่ง่ายต่อการเคลื่อนย้าย พกพาได้สะดวก (*Portability*)
- 7) สื่อใหม่มีลักษณะที่หลอมรวมกัน (*Convergence*)
- 8) สื่อใหม่มีลักษณะปฏิบัติงานร่วมกันได้ (*Interoperability*)
- 9) สื่อใหม่มีความสามารถที่จะประมวลเนื้อหาจากหลายแหล่งมาไว้รวมกัน (*Aggregation of Content*)
- 10) สื่อใหม่เพิ่มความหลากหลายเพิ่มทางเลือก (*Variety Choice Long tail*)
- 11) การหวนคืนกลับมาประสานครั้งใหม่ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (*Reintegration of Consumer & Producer*)

- 12) สื่อใหม่มีลักษณะส่งเสริมการรวมกลุ่มกันทางสังคมและการร่วมมือทางไซเบอร์ (Social Collectivity & Cyber-Cooperation)
- 13) การเกิดวัฒนธรรมแบบรีมิกซ์ (Remix Culture)
- 14) การเปลี่ยนจากผลผลิตมาสู่บริการ (Form Products to Services)
- 15) สื่อใหม่เป็นสื่อที่อนุญาตให้ผู้รับสารเป็นผู้เปลี่ยนแปลงเนื้อหา (User-based transformation of New Media)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า “สื่อใหม่” เกิดจากเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย โดยมีอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในกลางเชื่อมต่อหรือปฏิสัมพันธ์เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ ใน คอมพิวเตอร์และแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ สามารถรับรู้สื่อ ตอบโต้สื่อและแบ่งปันความคิด ข่าวสารต่าง ๆ ได้รวดเร็วรวมทั้งยังสามารถแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาของสื่อได้

แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารและสื่อ ที่กล่าวมาข้างต้น นั้น แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารนั้นสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ มีเป้าหมายก่อนที่จะสื่อสารสามารถสื่อสารด้วยคำพูด ไม่ใช่คำพูด ใช้สัญลักษณ์แทนได้ ทฤษฎีการสื่อสารทั้ง ฮาโรลด์ ลาสเวลล์ และ SMCR ของเบอร์โล สามารถนำมาใช้ประกอบข้อมูลในการศึกษางานวิจัย การวางแผนในการทำแบบสอบถามเพื่อตอบใจห้ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย มีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

## 2. แนวคิดทฤษฎีการเปิดรับสื่อ

แนวคิดทฤษฎีการเปิดรับสื่อ ซึ่งประกอบด้วย ความหมายของการเปิดรับสื่อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับข่าวสาร วัตถุประสงค์ในการรับข่าวสาร และแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านกล่าวไว้ ดังนี้

ธนิดา ประจวบเหมาะ (2546) กล่าวว่าไว้ว่า จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของโลกปัจจุบันทำให้มีข้อมูลข่าวสารมากมายที่ หลั่งไหลอยู่ในกระแสความเคลื่อนไหวรอบตัวของมนุษย์ ประกอบกับมนุษย์นิยมการบริโภคข้อมูล ข่าวสารอยู่ตลอด ทำให้มีการเปิดรับข่าวสารและนำไปใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับ ความต้องการข้อมูลข่าวสารมากน้อยเพียงใดในแต่ละบุคคล นอกจากนี้มนุษย์ในสังคมปัจจุบันยัง นิยมแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกันอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากความทันสมัยของเครื่องมือสื่อสาร จนกลายเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในบางกรณี โดยเฉพาะในยามที่เกิดปัญหาหรือเกิดความไม่แน่ใจ ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับความน่าเชื่อถือ

ของข่าวสารนั้น ๆ ด้วยเช่นกัน ทำให้ปัจจุบันข่าวสารกลายเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวันของมนุษย์และยังเป็นเรื่องง่ายในการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ จากทั่วโลกขึ้นอยู่กับว่ามนุษย์จะเลือกเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ จากที่ใด

กิติมา สุรสนธิ (2548) มีแนวคิดว่าอย่างไรก็ตาม บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนของข่าวสารที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ดังนั้นข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทางต่าง ๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกลดเวลาข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสารจะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร การเลือกสรรข่าวสารของบุคคลเป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมในการสื่อสารของแต่ละบุคคลว่าความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยามีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร โดยมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ที่แตกต่างกัน

## 2.1 ความหมายของการเปิดรับสื่อ

ความหมายของการเปิดรับข่าวสารนั้น Becker (1983) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสารโดยจำแนกตามพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารคือ

**2.1.1 การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking)** กล่าวคือ บุคคลที่จะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วไป

**2.1.2 การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity)** กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้สนใจ หากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความเอาใจใส่อ่านหรือดูหรือฟังเป็นพิเศษ

**2.1.3 การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity)** กล่าวคือ บุคคลที่จะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

ชานันต์ รัตน โขติ (2552, น. 11) กล่าวถึง การเปิดข่าวสารจะเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (filters) การรับรู้ข่าวสารของมนุษย์มี 3 ขั้นตอน ดังนี้

1) การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง

2) การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองในขั้นตอนต่อมา เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้วแต่ละคนอาจจะตีความหมายตามความเข้าใจของตัวเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาพาร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น เป็นต้น

3) *กระบวนการเลือกจดจำ (Selection Retention)* เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะคติของตนเองและมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า ดังนั้นการสื่อสารมวลชนอาจจะไม่ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย แม้ว่าผู้รับสารจะได้รับสารนั้นครบถ้วน แต่ผู้รับสารอาจจะไม่สนใจจดจำสิ่งที่เราต้องการให้รู้ให้จดจำก็เป็นได้เสมอ

การเปิดรับข่าวสารเป็นพฤติกรรมแสวงหาข้อมูลที่สนใจ การเปิดรับข้อมูลนั้นแล้วเลือกรับรู้หรือตีความตามประสบการณ์ และการจดจำเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ หรือทักษะคติของตนเอง อย่างไรก็ตาม แม้ว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และมีความต้องการในพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน

## 2.2 กระบวนการเลือกรับข่าวสาร

Klapper (1960, pp. 19-25 อ้างถึงใน ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์, 2554, น. 9) ได้กล่าวไว้ว่ากระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ซึ่งประกอบด้วยการกั้นกรอง 4 ชั้นตามลำดับ ดังต่อไปนี้

**2.2.1 การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure)** เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนนั้นก็ฟังมากกว่าอ่านก็จะชอบฟังวิทยุโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

**2.2.2 การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention)** ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็นความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่าความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

**2.2.3 การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation)** เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้วก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไปเพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตาม ความสนใจ ทักษะคติประสบการณ์ ความเชื่อความต้องการความคาดหวังแรงงูใจ สภาวะทางร่างกาย

หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากนี้จะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

**2.2.4 การเลือกจดจำ (Selective Retention)** บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความต้องการ ความสนใจ ความต้องการ ทักษะ ฯลฯ ของตนเองและมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเองข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกรักใคร่ ทักษะ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้นเพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น

### 2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับข่าวสาร

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น Todd, Hunt and Ruden (1993, p. 65 อ้างถึงในประมธ สดะเวทิน, 2541, น. 122-124) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

**2.3.1 ความต้องการ (Need)** ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์ คือ ความต้องการความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจ ทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

**2.3.2 ทักษะและค่านิยม (Attitude and Values)** ทักษะคือความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคน ซึ่งทักษะและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสารการเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

**2.3.3 เป้าหมาย (Goal)** มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสารการเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน



**2.3.4 ความสามารถ (Capability)** ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้ง ความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

**2.3.5 การใช้ประโยชน์ (Utility)** กล่าวโดยทั่วไปแล้วเราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจและจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

**2.3.6 สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style)** การเป็นผู้รับสารของเรานั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสารของเราคือความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุบางคนชอบดูโทรทัศน์บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ฯลฯ

**2.3.7 สภาวะ (Context)** สภาวะในที่นี้ หมายถึง สถานที่บุคคลและเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไรการที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

**2.3.8 ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit)** ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสาร แต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนา ความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่งรายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่งและเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2531, น. 23-26) มีความเห็นว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันคือ

1) ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่คนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้าน โครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไม่เหมือนกันซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญาความคิด ทักษะคิดตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การสนใจ

2) ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใด ๆ ก็ตาม นั่นคือมักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะคิดและพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ทำให้เกิดความคล้อยคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

นอกจากนี้ Schramm (1973, pp. 121-122 อ้างถึงในพีระ จิระ โสภณ, 2541, น. 256) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคล คือ ประสพการณ์ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับส่งสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน

1) การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนอย่างหนึ่งอย่างใด

2) ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน

3) การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสาร

4) ความสามารถในการรับสารซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน

5) บุคลิกภาพทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการโน้มน้าวใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร

6) อารมณ์สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้เข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้

7) ทัศนคติจะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

#### 2.4 วัตถุประสงค์ในการรับข่าวสาร

เหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่อใดนั้น มีนักวิชาการหลายท่านที่มีความเห็นสอดคล้องกันดังนี้

Friedson, Riley and Flowerman (1951 อ้างถึงในพรชัย แผ่นชัยภูมิ, 2559, น. 10-11) มีความเห็นแนวเดียวกันว่าแรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิก ภายในสังคมจะเป็นสิ่งที่จะช่วยกำหนดความสนใจเปิดรับสื่อจากสื่อต่าง ๆ ก็เพื่อตอบสนองความต้องการของตน ซึ่งปรากฏการณ์นี้ Merton, Wright and Waples (n.d. อ้างถึงใน บงกช รัตนปริดากุล, 2553, น. 121) เรียกว่า “พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร” นักวิชาการเหล่านี้ มีความเห็นตรงกันว่าผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้นย่อมเป็นไปตามบทบาทและสถานภาพทางสังคมของผู้รับสารก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนาซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

ในเรื่องของวัตถุประสงค์ของการเลือกรับข่าวสารหรือการบริโภคข่าวสารของผู้รับสารนั้น สุรพงษ์ โสภนะเสถียร (2533, น. 40-44) ก็ได้จำแนกวัตถุประสงค์ของการเลือกเปิดรับข่าวสารไว้ 4 ประการคือ

- 1) เพื่อการรับรู้ (*Cognition*) คือ ผู้รับสารต้องการสารสนเทศ (Information) เพื่อสนองต่อความต้องการและความอยากรู้
- 2) เพื่อความหลากหลาย (*Diversions*) เช่น การเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ตื่นเต้น สนุกสนาน รวมทั้งการพักผ่อน
- 3) เพื่อรรถประโยชน์ทางสังคม (*Social Utility*) หมายถึงการต้องการสร้างความคุ้นเคยหรือการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เช่น การใช้ภาษาร่วมสมัย เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำหรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง
- 4) การผละสังคัม (*Withdrawal*) เป็นการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำ หรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง

McCombs and Becker (1979, pp. 51-52) ได้ให้แนวคิดที่ว่าโดยทั่วไปบุคคลแต่ละคนมีการเปิดรับข่าวสารหรือการเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการคือ

- 1) เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ (*Surveillance*) บุคคลสามารถติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวจากการเปิดรับข่าวสาร ทำให้คนเป็นที่ทันเหตุการณ์ทันสมัย
- 2) เพื่อการตัดสินใจ (*Decision*) การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวเพื่อการตัดสินใจ โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องชีวิตประจำวัน
- 3) เพื่อพูดคุยสนทนา (*Discussion*) บุคคลสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้
- 4) เพื่อการมีส่วนร่วม (*Participation*) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมนั้น ๆ ตัว

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันและมีความต้องการในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันนั้น แต่โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะคือ

- 1) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัยเปลี่ยนพฤติกรรม



บางอย่างได้โดยการเลือกบริโภค สื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเองเพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป

2) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ทำข่าวสารจากบุคคลหนึ่ง ไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิริยาโต้ตอบระหว่างกัน

Rogers and Shoemaker (1971 อ้างถึงใน เสถียร เขยประทับ, 2525, น. 20) กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับสารนั้นควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลโดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์อย่างมากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดเจนและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ 1. การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) 2. การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public)

3. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมา โดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (ประมะ สตะเวทิน, 2540, น. 99) ตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจเช่น จุลสารแผ่นพับ โปสเตอร์ โบปปลิวคู่มือ นิทรรศการ เป็นต้น ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจนี้ ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง

จากแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ จะเห็นได้ว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญในการนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคลยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด บุคคลย่อมต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยไม่จำกัดว่าจะทำการเปิดรับข่าวสารจากสื่อใด ไม่ว่าจะเป็น สื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจแต่ทั้งนี้ บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้น เนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินไปที่ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมดได้ จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น อย่างไรก็ตามบุคคลแต่ละคนก็จะมีเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล สภาพแวดล้อมในสังคมนั้น ๆ และวัตถุประสงค์หรือความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันย่อมทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันได้ด้วย

## 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร

แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสาร ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542, น. 64) กล่าวว่า ตามลักษณะทางประชากรเป็นการศึกษาและวิจัย ผู้รับสารในยุคเริ่มแรก โดยนับว่าเป็นการวิเคราะห์ผู้รับสารแบบง่าย ไม่ได้ใช้ตัวแปรที่เป็นนามธรรมหรือตัวแปรทางด้านจิตใจ เช่น ทักษะคิด ค่านิยม ตัวแปรที่นำมาใช้ในการศึกษาเป็นตัวแปรที่ผู้วิจัยสามารถเห็นได้ชัดเจนหรือสามารถวัดได้ด้วย

การใช้คำถามแบบตรงไปตรงมา เช่น เพศ อายุ รายได้ เป็นต้น คือ ตัวแปรทางประชากรศาสตร์ (Demographic Variables) ของผู้รับสารที่ต้องการศึกษาและเมื่อบุคคลมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีแบบแผนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ดังนั้น การสื่อสารซึ่งถือว่าเป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งของบุคคลย่อมเป็นไปตามหลักการดังกล่าวเช่นกัน กล่าวคือบุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ย่อมมีพฤติกรรมการสื่อสารที่แตกต่างกันด้วย

ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) ย่อมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ข่าวสารได้ทั้งนั้น ซึ่งได้แก่

1) *อายุ (Age)* ถือได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมต่อการติดต่อสื่อสารแตกต่างกัน คนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเห็นเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ใจร้อนกว่า และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากจะมีความคิดอนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ มีความระมัดระวัง และมองโลกในแง่ร้ายมากกว่าคนที่มีอายุน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากคนที่มีอายุประสบการณ์ในชีวิต ซึ่งเคยผ่านยุคปัญหาต่าง ๆ จนมีความผูกพันที่ยาวนาน มีความผูกพันต่อสังคม และมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย จึงมักไม่ค่อยยอมให้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในสังคมเพราะกลัวมีผลกระทบต่อทรัพย์สินและความลำบาก นอกจากความแตกต่างในเรื่องความคิดแล้ว ลักษณะของการใช้สื่อก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง มักจะอ่านจดหมายถึงบรรณาธิการ ข่าวการบ้านการเมือง ข่าวอภิปรายปัญหาสังคม เศรษฐกิจ มากกว่าอ่านเรื่องตลก ข่าว กีฬา ข่าวบันเทิง

2) *เพศ (Sex)* จากการศึกษาวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องได้แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติทั้งนี้ เพราะวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตามเป็นแม่บ้านแม่เรือน และผู้หญิงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย ผู้ชายยังใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิงและจดจำข่าวได้มากกว่าผู้หญิงด้วย แต่ผู้หญิงเป็นเพศที่ยังจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย ผู้หญิงมักจะโทษตัวเองเมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น ในขณะที่ผู้ชายมักจะโทษคนอื่นหรืออุปสรรคอื่น ๆ แต่จะไม่โทษตัวเอง

3) *การศึกษา* มีการศึกษาวิจัยหลายเรื่องได้ชี้ว่าการศึกษาของผู้รับสารนั้นทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมของการรับสื่อสารต่างกันไป เช่น บุคคลที่มีการศึกษาสูงก็จะมี ความสนใจข่าวสารกว้างขวางแต่จะไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ จะต้องมีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุน

เพียงพอจึงจะเชื่อ หรือผู้มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์มากกว่า สื่อวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นต้น

การศึกษา (Education) กล่าวคือการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน มีความรู้สึก ความคิด อุดมการณ์และความต้องการแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะมีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่องมีความเข้าใจสารได้ดี แต่มักไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ สารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้ง โดยทั่วไปคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ มากกว่าในขณะที่คนมีการศึกษต่ำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์

4) *สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ* หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื่อชาติ ภูมิหลังของครอบครัว คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัวต่างกันย่อมมีค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ทฤษฎีทางสังคมวิทยาได้ยอมรับอิทธิพลของครอบครัวที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลกมีแนวความคิด มีอุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป

อาชีพ (Occupation) ปรมะ สตะเวทิน (2540, น. 109) กล่าวว่าไว้ว่าบุคคลที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลก มีทัศนคติ แนวคิดและอุดมการณ์ที่แตกต่างกัน บุคคลที่มีอาชีพรับราชการมักจะคำนึงถึงเรื่องยศถาบรรดาศักดิ์ ศักดิ์ศรี และเกียรติภูมิ ของความเป็นข้าราชการ ในขณะที่บุคคลซึ่งทำงานในธุรกิจเอกชน อาจคำนึงถึงรายได้และการมีศักดิ์ศรีของตน ด้วยเงินทองที่สามารถหาซื้อหรือจ่ายใช้สอยสิ่งที่ตนต้องการเพื่อรักษาสถานภาพทางสังคมของตน อย่างไรก็ตาม แม้แต่บุคคลที่ประกอบอาชีพเดียวกันก็มีความคิดเห็น ค่านิยม และพฤติกรรมที่แตกต่างกันได้ อันเป็นผลทำให้พฤติกรรมในการใช้และเปิดรับสื่อย่อมแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า งานประชาสัมพันธ์เป็นงานของการสร้างภาพลักษณ์ สร้างความรู้สึกที่ดีระหว่างองค์กร สร้างความเข้าใจที่จะนำไปสู่ความร่วมมือและให้การสนับสนุน การประชาสัมพันธ์จึงต้องมีการวางแผนล่วงหน้า มิใช่เกิดปัญหาแล้วจึงแก้ไข ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์จึงต้องมีการวางแผนและต้องทำตามแผนที่วางไว้ ต้องตรวจสอบติดตามว่าทุกอย่างเป็นไปตามแผนงานอย่างมีประสิทธิภาพด้วย หลักของการสื่อสารที่ดีใช้สื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ แต่การเลือกใช้สื่อจะต้องอาศัยความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการสื่อสารเป็นอย่างดี เพราะสื่อแต่ละชนิดล้วนมีข้อได้เปรียบและข้อจำกัดแตกต่างกันไป การพิจารณาว่าจะใช้สื่อประเภทใดนั้น ผู้ใช้ต้องคำนึงถึงศักยภาพของตนเองและองค์ประกอบอื่น ๆ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการสื่อสาร

งบประมาณ ระยะเวลาและความรวดเร็วในการเผยแพร่ รวมทั้งต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

### 3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความต้องการ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความต้องการเป็นการอธิบายถึงความต้องการของบุคคล ได้แก่ ความต้องการทางกายภาพ และความต้องการทางด้านจิตใจและสังคม ซึ่งประกอบด้วย ความหมายของความต้องการ ลักษณะของความต้องการของบุคคล และทฤษฎีความต้องการของบุคคล ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวไว้ ดังนี้

#### 3.1 ความหมายของความต้องการ

ความต้องการของมนุษย์เป็นเครื่องกระตุ้นและแรงผลักดันให้มนุษย์แสดงพฤติกรรม ใดๆอย่างหนึ่งออกมาในอันที่จะปฏิบัติงานให้สำเร็จบนพื้นฐานความเชื่อหรือสมมุติฐานว่า มนุษย์มีความต้องการ และพฤติกรรมของมนุษย์จากความต้องการทางจิตวิทยา ที่ทำการศึกษา เกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปก็คือ

French and Bell (1961 อ้างถึงใน สิริบุญญา แพทย์พิทักษ์ , 2553, น. 21) กล่าวว่า มนุษย์มีความต้องการและมีความหวังในการใช้เหตุผลของตนเองและใช้ความพยายามปฏิบัติงาน ในองค์การให้ดีที่สุด จึงต้องมี โน้ตทัศน์ที่กว้างไกลในการวางแผนพัฒนา คือ มนุษย์สามารถพัฒนา ได้ในด้านส่วนตัวและสมรรถภาพในการปฏิบัติงาน ผู้นำการเปลี่ยนแปลงจึงมีบทบาทในการที่จะ ทำให้คนทำงานร่วมกัน (Collaboration) ตั้งเป้าหมาย (Goal setting) วินิจฉัยและแก้ปัญหา (Diagnosing and solving problems) และนำแผนไปปฏิบัติ (Implementing plan)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญภักดี และธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ (2550, น. 168) ได้ให้ความหมายของความต้องการ หมายถึง สภาวะที่บุคคลขาดความสมดุล ขาดบางสิ่ง บางอย่างและต้องการได้รับสิ่งนั้น เช่น ขาดอาหารทำให้รู้สึกหิว ก็ต้องการอาหารรับประทาน เกิดความรู้สึก เหนื่อย เพลีย เนื่องจากพักผ่อนไม่เพียงพอ ก็ต้องการพักผ่อน ไม่มีเงิน ก็ต้องการเงิน สำหรับการใช้จ่าย ไม่ได้รับการยอมรับ ไม่ได้รับการยกย่อง ไม่มีชื่อเสียง ไม่มีเกียรติยศ ก็ต้องการ การยอมรับ การยกย่อง ต้องการมีชื่อเสียง ต้องการเกียรติยศ เป็นต้น ซึ่งความต้องการเหล่านี้ อาจสรุปได้ว่าเป็นความต้องการทั้งทางร่างกายและความต้องการทางด้านจิตใจ

ศรีชล ฉายาพงษ์ (2553, น. 10) ได้ให้ความหมายของความต้องการ หมายถึง ความต้องการของคน ที่แสดงออกในรูปของพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา เป็นสิ่งที่เกิดขึ้น ตลอดเวลา ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์ และเมื่อมนุษย์มีความต้องการที่จะได้รับการยกย่องนับถือ

ทำให้ผู้อื่นเห็นความสำคัญของตน ต้องการประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน มีความเจริญก้าวหน้า มนุษย์ย่อมต้องปรารถนาที่จะพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ทักษะความสามารถ ทำให้ตนเองมีศักยภาพ สามารถปฏิบัติภารกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

มณฑิรา สุวรรณมณีรัตน์ (2553, น. 8) ได้ให้ความหมายของความต้องการ หมายถึง ความต้องการอยากได้หรือประสงค์จะได้ และแสวงหาเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ๆ

วรารักษ์ ตระกูลสฤษดิ์ (2547, น. 12 อ้างถึงใน รัชนิรัตน์, 2550, น. 9) ได้ให้ความเห็นว่าความต้องการจำเป็น (Need) เป็นสิ่งที่ชีวิตจะขาดเสียมิได้ และผลจากการศึกษาหลายชิ้นชี้ให้เห็นว่าทุกกิจกรรม ท่าทาง หรืออาการที่มนุษย์แสดงออกมาในรูปพฤติกรรมนั้น เกิดขึ้นมาจาก แรงผลักดันของความต้องการเป็นสำคัญ ทั้งนี้ ความต้องการอาจเกิดขึ้นได้จากการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นมา ภายหลัง และจากสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยไม่ต้องเรียนรู้ที่เป็นความต้องการทางชีววิทยาทั้งที่เป็นสิ่งที่ แสดงออกมาให้เห็นได้ และสิ่งที่ซ่อนอยู่ใน

สรุปได้ว่าความต้องการ หมายถึงการที่มนุษย์มีความปรารถนาอยากได้อะไรหรืออยากเป็นในบางสิ่งบางอย่าง ซึ่งบุคคลจะมีความต้องการในระดับที่แตกต่างกัน แม้จะมีสถานะหรือปัจจัยส่วนบุคคลที่เหมือนกันก็ตาม การให้หรือการสนองความต้องการจึงควรให้ในสิ่งที่ผู้รับต้องการจริง ๆ ซึ่งถ้าได้รับการตอบสนองแล้วบุคคลก็จะเกิดความสุขความพึงพอใจ

### 3.2 ลักษณะของความต้องการของบุคคล

นักปราชญ์ได้ทำการศึกษามาเป็นเวลานานถึงเรื่องของความต้องการของบุคคล โดยพยายามที่จะทำความเข้าใจว่าทำไมคนจึงประพฤติปฏิบัติเช่นนี้ แนวคิดที่อธิบายถึงความต้องการ ของบุคคล ได้แก่ พวก Hedonism ซึ่งมีความเห็นว่า มนุษย์หลีกเลี่ยงความเจ็บปวด และแสวงหาความสุขสบาย จากการสังเกตจากสิ่งที่คนนั้นเลือกการกระทำหรือหลีกเลี่ยงการกระทำ ซึ่งแต่ละคนก็ไม่เหมือนกัน ความเจ็บปวดสำหรับคนหนึ่งอาจเป็นความสุขสบายของอีกคนหนึ่งก็ได้ เช่น นักมวยพอใจการชกต่อยซึ่งเรามองว่านั่นเป็นความเจ็บปวด ความต้องการของมนุษย์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ (ปรียาพร วงศ์บุตรโรจน์, 2535 อ้างถึงใน ปัญญาภรณ์ เอี่ยมละออ, 2547, น. 7)

**3.2.1 ความต้องการทางกายภาพ (Physical needs)** เป็นแรงผลักดันที่เกิดขึ้นพร้อมกับความต้องการมีชีวิต การดำรงชีวิต วุฒิภาวะไม่จำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์การเรียนรู้แต่อย่างไร เกิดขึ้นเนื่องจากความต้องการทางด้านร่างกายของเราเป็นสำคัญ เป็นแรงขับเบื้องต้นที่ร่างกายถูกกระตุ้นทำให้เกิดความรู้สึก กระฉับกระเฉงมีชีวิตชีวาที่จะต้องสนองต่อสิ่งเร้าเกิดขึ้นจากสภาวะทางอารมณ์ สิ่งกระตุ้นทั้งจากภายในและภายนอก ได้แก่



1) **ความต้องการอาหาร** ความหิวทำให้คนเราต้องกินอาหาร เพื่อหล่อเลี้ยงชีวิต อาหารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชีวิต

2) **ความต้องการน้ำ** เมื่อร่างกายของคนเราขาดน้ำทำให้เรารู้สึกว่าลำคอแห้งและปากแห้ง ปากเกิดความต้องการที่จะได้น้ำมาดื่ม เพื่อรักษาความสมดุลของร่างกาย ร่างกายของเรา มักจะมีน้ำเสียเนื่องจากอากาศร้อน การออกกำลังกาย การทำงานหนัก ทำให้เหงื่อออกจากร่างกาย

3) **ความต้องการทางเพศ** ความต้องการด้านนี้เริ่มขึ้นเมื่อคนเราอย่างเข้าสู่วัยรุ่นและเป็นผู้ใหญ่ การแสดงถึงความต้องการทางเพศขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความพึงพอใจ รสนิยม ขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นต้น

4) **ความต้องการอุณหภูมิที่เหมาะสม** คนเราจะดำรงชีวิตอยู่ได้ต้องอาศัยความสมดุลทางร่างกายอุณหภูมิที่ไม่ต่ำเกินไปและสูงเกินไปพอร่างกายจะทนได้

5) **ความต้องการหลีกเลี่ยงความเจ็บปวด** เพื่อให้ร่างกายเกิดความปลอดภัย ความเจ็บไข้ได้ป่วยของร่างกายทำให้ร่างกายพยายามสร้างภูมิคุ้มกันขึ้น เมื่อมีคนมาทำร้ายคนเราจะหลีกเลี่ยงหรือต่อสู้ป้องกันตัว

6) **ความต้องการในการพักผ่อนนอนหลับ** เมื่อร่างกายเกิดความเหน็ดเหนื่อยเนื่องจากใช้พลังงานออกแรงในการทำงาน เกิดความเหนื่อยล้าจากความอ่อนเพลียของร่างกายเราจึงต้องการนอนหลับและพักผ่อน เพื่อจะผ่อนคลายให้ร่างกายได้มีโอกาสสะสมพลังงานใหม่และ ซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอ

7) **ความต้องการอากาศบริสุทธิ์** ที่มีก๊าซออกซิเจนสำหรับการหายใจ เราอาจจะอด ข้าว อดน้ำได้หลายชั่วโมง แต่กลิ่นลมหายใจได้ไม่นาน

8) **ความต้องการขับถ่าย** เป็นการขับของเสียออกจากร่างกาย ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็น เช่นเดียวกับอาหารและน้ำ เพราะของเสียเหล่านี้เป็นพิษต่อร่างกายทำให้เราอึดอัดไม่สบาย บางครั้งอาจทำให้เสียชีวิตได้

### 3.2.2 ความต้องการทางด้านจิตใจและสังคม (Psychological and social needs)

ตามความต้องการทางด้านนี้ค่อนข้างจะสลับซับซ้อนและเกิดขึ้นจากสภาพสังคม วัฒนธรรม การเรียนรู้ ประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับและเป็นสมาชิกอยู่ความต้องการทางจิตใจและสังคมนี้ยังแตกต่างกันออกไปด้วยลักษณะสำคัญของความต้องการทางจิตใจและสังคมมีดังนี้

1) **ความต้องการทางจิตใจและสังคมที่เป็นมรดกตกทอดทางวัฒนธรรม และกลายเป็นลักษณะนิสัยประจำตัวของแต่ละคน** สิ่งเหล่านี้แตกต่างกันไปในแต่ละสังคม



2) ความต้องการทางสังคมที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ เราต้องมี ประสบการณ์และการเรียนรู้มาก่อนจึงจะเข้าใจและเลือกกระทำได้บางที่ เราต้องการศึกษาว่า จะเริ่มต้นอย่างไรและควรจะทำอย่างไรต่อไป

3) ความต้องการนี้เปลี่ยนแปลงได้แม้ในตัวคนเดียวกัน

4) ความต้องการนี้จะมีมากขึ้น เมื่ออยู่รวมกลุ่มมากกว่าคนเดียว

เดียว

5) ความต้องการนี้เป็นพฤติกรรมปกปิดมากกว่าเปิดเผย

ซึ่งจะแสดงออกเมื่อมีสิ่งเร้า

6) ความต้องการที่มองไม่เห็นเป็นนามธรรมมากกว่า

รูปธรรม

7) ความต้องการทางจิตใจและสังคม มีอิทธิพลที่จะผลักดัน

ให้คนเราทำอะไรก็ได้ บางครั้งปราศจากเหตุผลและคุณธรรม

### 3.3 ทฤษฎีความต้องการของบุคคล

ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ (Hierarchy of needs theory) ของ Abraham Maslow (1954 อ้างถึงใน พิทยา บวรวัฒนา, 2550 , น. 30) หลักของทฤษฎีนี้ มีว่าความต้องการของมนุษย์สามารถจัดเป็นลำดับขั้นได้ 5 ขั้น ตามลำดับความสำคัญมาก่อนมาหลังได้ดังนี้

1. ความต้องการทางกายภาพ (Physiological needs) ได้แก่อาหาร น้ำดื่ม ความต้องการที่อยู่อาศัย ความต้องการทางเพศ และความต้องการอื่นๆ ของร่างกาย

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) ได้แก่ ความต้องการความมั่นคง และการป้องกันภัยอันตรายจากสิ่งรอบตัวและจากการทำร้ายจิตใจ

3. ความต้องการที่จะผูกพันในสังคม (Social needs) ได้แก่ ความรัก ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคม การได้รับการยอมรับและมิตรภาพ

4. ความต้องการที่จะมีฐานะเด่นและได้รับการยกย่องจากสังคม (Esteem needs) ได้แก่ การเคารพนับถือตัวเอง การเป็นตัวของตัวเองและการประสบความสำเร็จ การมีฐานะในวงสังคม การได้รับการยอมรับจากคนอื่นและการได้รับความสนใจจากคนอื่น

5. ความต้องการที่จะประจักษ์ตน (Self-actualization needs) ได้แก่ แรงผลักดันที่ทำให้คนสามารถเป็นในสิ่งที่ตนเป็น ได้ดีที่สุดในชีวิต ซึ่งรวมถึงการเจริญเติบโต การได้ใช้ศักยภาพของตนอย่างเต็มที่และความสมปรารถนา

Maslow อธิบายไว้ว่า ในขณะที่ความต้องการขั้นหนึ่งได้รับการตอบสนองพอสมควรแล้วความต้องการที่สูงขึ้นถัดไปจะทำหน้าที่เป็นแรงผลักดันที่จูงใจให้มนุษย์ทำงาน

ทฤษฎีความต้องการสามประการ (Three-needs theory) เสนอ โดย David and McClelland (1961 อ้างถึงใน พิทยา บวรวัฒนา, 2550 , น. 32) นักวิชาการท่านนี้มีความคิดว่า ในที่ทำงานนั้นมีแรงจูงใจหรือความต้องการอยู่ 3 ประการ คือ

1. ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ (Achievement)
2. ความต้องการที่จะมีอำนาจ (Power)
3. ความต้องการที่จะผูกพัน (Affiliation)

ทฤษฎีการจูงใจ ERG (Existence-relatedness-growth theory) พัฒนาโดย Clayton P. Alderfer ซึ่งเน้นการทำให้เกิดความพอใจตามความต้องการของมนุษย์ แต่ไม่คำนึงถึงความต้องการว่าความต้องการใดจะเกิดขึ้นก่อนหรือหลัง และความต้องการหลายๆ อย่างอาจเกิดขึ้นพร้อมกันก็ได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญกิตติ และธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ, 2550, น.173-174)

จากแนวคิดดังกล่าวสรุปได้ว่า ความต้องการของมนุษย์มีความหลากหลาย โดยขึ้นอยู่กับพื้นฐานของความต้องการแต่ละบุคคล ดังนั้นมนุษย์จึงพยายามที่จะหาหนทางที่จะตอบสนองความต้องการของตนเองให้ได้ ซึ่งความต้องการพัฒนาตนเองให้สูงขึ้นคืบคั้นนั้น จะเห็นได้ว่าบุคคลจึงแสวงหาเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของตนเอง ในลำดับขั้นที่ 4-5 ของมาสโลว์ คือ ความต้องการที่จะมีฐานะเด่นและได้รับการยกย่องจากสังคมและความต้องการที่จะประจักษ์ตน

#### 4. แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น ประกอบไปด้วยความหมายเกี่ยวกับความคิดเห็น ประโยชน์ของความคิดเห็น ความสำคัญของความคิดเห็น ปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็น และการวัดความคิดเห็น ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวไว้ดังนี้

##### 4.1 ความหมายเกี่ยวกับความคิดเห็น

Webster (1967 อ้างถึงใน คัมภีร์พันธุ์ ขำภิบาล, 2544, น. 33) ความคิดเห็น (Opinion) หมายถึง ความเชื่อที่ไม่ได้ตั้งอยู่บนความรู้อันแท้จริงแต่ตั้งอยู่ที่ใจ ความคิด และการลงความเห็นของแต่ละบุคคลที่เห็นว่ามันน่าจะเป็นจริงตามที่คิดไว้

Eagle และ Shellgrove (1969, pp. 593 อ้างถึงใน คัมภีร์พันธุ์ ขำภิบาล, 2544, 34) ได้สรุปความหมายของความคิดเห็นไว้ว่าความคิดเห็นคือ การแสดงออกทางด้านเจตคติที่ออกมาเป็นคำพูด เป็นการสรุปหรือการลงความเห็น โดยอาศัยพื้นฐานความรู้ที่มีอยู่

Kolasa (1969, pp. 386 อ้างถึงใน โกวิทช์ นาเมืองรักษ์, 2544, น. 4) ได้ให้ความหมายของความคิดเห็นไว้ว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกซึ่งการประเมินผล (Evaluation)

สิ่งใดสิ่งหนึ่ง จากสถานการณ์สิ่งแวดล้อมต่างๆ ความคิดเห็นเป็นการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ถูกจำกัด แต่เป็นสิ่งเร้าที่ได้รับอิทธิพลมาจากความโน้มเอียง

Kolesnik (1970, pp. 320 อ้างถึงใน โกวิทช์ นาเมืองรักษ์, 2544, น. 4) ได้ให้ความหมายของความคิดเห็นว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกที่มาจาก การตัดสินใจ โดยการประเมินค่า (Evaluation Judgement) หรือทัศนยะ (Point of View) เกี่ยวกับเรื่องหนึ่ง โดยเฉพาะและความคิดเห็นยอมได้รับอิทธิพลของทัศนคติ

Maier (1955, pp. 52 อ้างถึงใน คัมภีร์พันธุ์ ขำภีบาล, 2544, น. 34) กล่าวว่า ความคิดเห็น (Opinion) เป็นการแสดงออกของทัศนคติส่วนหนึ่งและเป็นการแปลความหมายของข้อเท็จจริง (Facts) อีกส่วนหนึ่งซึ่งเป็นการแปลความหมาย ยอมรับขึ้นอยู่กับอิทธิพลและทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น

สุโข เจริญสุข (2525, น. 58) กล่าวถึงความคิดเห็นว่าเป็น สภาพความรู้สึก ทางด้านจิตใจที่เกิดปรากฏการณ์และการเรียนรู้ของบุคคล อันเป็นผลให้บุคคลมีความคิดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ และเฉยๆ

จากคำจำกัดความต่าง ๆ เหล่านี้ จึงสรุปได้ว่า ความคิดเห็นคือ การแสดงออก ทางด้านความเชื่อ และความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจจะเป็นการพูดหรือการเขียนก็ได้โดยอาศัย พื้นฐานความรู้ประสบการณ์ รวมถึงสภาพแวดล้อมก็เป็นส่วนช่วยให้การแสดงความคิดเห็น ซึ่งอาจ แสดงออกทั้งทางบวกหรือทางลบก็ได้

## 4.2 ประโยชน์ของความคิดเห็น

**4.2.1 ประสบการณ์** บุคคลจะมีความคิดเห็นที่ดีหรือไม่ดีขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ ในลักษณะใด หากบุคคลนั้นมีประสบการณ์ที่ดีก็จะมีความคิดเห็นที่ดีและหากบุคคล นั้น มีประสบการณ์ที่ไม่ดี ก็จะมีความคิดเห็นที่ไม่ดีเช่นกัน

**4.2.2 การติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่น** ความคิดเห็นของคนบางคนอาจเกิดจาก ความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับคนอื่น โดยได้รับข้อมูลเรื่องราวต่าง ๆ จากผู้ที่สัมพันธ์ด้วย แล้วถ่ายทอด ความคิดเห็นนั้นมาเป็นของตน เช่น ความสัมพันธ์ที่มีต่อพ่อแม่ ครูอาจารย์ บุคคลนั้นก็จะได้รับ ความคิดเห็นถ่ายทอดมาจากบุคคลที่ใกล้ชิดได้เป็นอย่างมาก

**4.2.3 ตัวแบบ** ความคิดเห็นของบุคคลบางอย่าง เกิดจากการเลียนแบบ เด็กอาจเลียนแบบพฤติกรรมอย่างที่ท่านชอบจากพ่อแม่ ครู อาจารย์และบุคคลที่ใกล้ชิด นอกจากนั้น อาจจะไม่เลียนแบบจากภาพยนตร์และสื่อต่าง ๆ ที่ได้พบเห็นมา หากตัวแบบมีความคิดเห็นที่ดี ต่อบุคคลหรือสิ่งต่าง ๆ ผู้เลียนแบบก็จะรับเอาข้อมูลฝังเข้าไปในจิตใจและมีความคิดเห็นต่าง ๆ เหมือนตัวแบบ

**4.2.4 องค์ประกอบทางสถาบันสังคม** สถาบัน และสังคมต่าง ๆ เช่น โรงเรียน วัด โรงภาพยนตร์และองค์กรต่าง ๆ เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลในการสร้างความคิดเห็นให้เกิดกับบุคคลได้เป็นอย่างดี โดยที่บุคคลจะค่อยๆ รับผิดชอบต่อชีวิตประจำวันและสะสมมากขึ้น จนเป็นความคิดเห็น และมีพฤติกรรมที่ดีต่อไป เช่น โรงเรียน อาจจะอบรมให้เด็กรู้จักเชื่อฟัง พ่อ แม่ เด็กก็จะรับ ข้อมูลและความคิดเห็นที่ดีต่อพ่อแม่ เป็นต้น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2537, น. 602 – 604)

ความคิดเห็นเป็นความรู้สึกของบุคคล เป็นการแสดงออกด้านเจตคติด้านใดด้านหนึ่ง ที่พร้อมจะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่าง ต่อสถานการณ์ภายนอกที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ เพื่อตอบสนอง ความต้องการของลูกค้ำ การที่บุคคลสัมพันธ์กันและมีความคิดเห็นต่อสิ่งต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ความขัดแย้งระหว่างบุคคลก็จะเกิดขึ้น ซึ่งความคิดเห็นนี้จะเกิดขึ้นจากความรู้ และประสบการณ์ที่มีอยู่ของแต่ละบุคคล

### 4.3 ความสำคัญของความคิดเห็น

การสำรวจความคิดเห็นเป็นการศึกษาความรู้สึกของบุคคล กลุ่มคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แต่ละคนจะแสดงความเชื่อและความรู้สึกใด ๆ ออกมาโดยการพูด การเขียน เป็นต้น การสำรวจความคิดเห็นจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนนโยบายต่าง ๆ การเปลี่ยนแปลงระบบงาน เพราะจะทำให้การดำเนินการต่าง ๆ เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและความพอใจของผู้ใช้งาน

ในการศึกษาความคิดเห็นต่าง ๆ ส่วนมากจะใช้วิธีแบบวิจัยตลาด ได้แก่ การ ชักถาม สอบถามบันทึกไว้ และรวบรวมข้อมูล ซึ่ง Best (1977, pp. 179 อ้างถึงใน จารึก ศรีเลิศ, 2540, น. 21) ได้เสนอไว้ว่าวิธีที่ง่ายที่สุดในการที่จะบอกถึงความคิดเห็น คือ การแสดงให้เห็นถึงจำนวน ร้อยละของคำตอบในแต่ละข้อความ เพราะจะทำให้ทราบว่าความคิดเห็นจะออกมาในลักษณะใดแล้วจะสามารถทำตามความคิดเห็นเหล่านั้นได้หรือไม่ และในการวางแผนนโยบายใด ๆ ก็ตาม ความคิดเห็นที่วัดออกมาได้จะทำให้ผู้บริหารเห็นสมควรที่จะดำเนินนโยบายต่อหรือล้มเลิกไป

### 4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็น

Oskamp (1977, pp. 119-133 อ้างถึงใน อรรณพ ชินพัฒน์วานิช, 2546, น. 11)) ได้สรุปถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดความคิดเห็น ดังนี้

**4.4.1 ปัจจัยทางพันธุกรรมและสรีระ** คืออวัยวะต่าง ๆ ของบุคคลที่ผู้รับรู้ ผิดปกติหรือเกิดความบกพร่องซึ่งอาจมีความคิดเห็นที่ไม่ดีต่อบุคคลภายนอก

**4.4.2 ประสบการณ์โดยตรงของบุคคล** คือ บุคคลได้ประสบกับเหตุการณ์ด้วยตัวเอง หรือได้พบเห็น ทำให้บุคคลมีความฝังใจ และเกิดความคิดต่อประสบการณ์เหล่านั้นต่างกัน

**4.4.3 อิทธิพลของผู้ปกครอง** คือ เมื่อเป็นเด็ก ผู้ปกครองจะเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิด และให้ข้อมูลแก่เด็กได้มาก ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมและความคิดเห็นด้วย

**4.4.4 ทักษะคิดและความคิดเห็น** คือ เมื่อบุคคลเจริญเติบโตย่อมจะต้องมีกลุ่มและสังคม ดังนั้นความคิดเห็นของกลุ่มเพื่อน กลุ่มอ้างอิงหรือการอบรมสั่งสอนของโรงเรียน หน่วยงานที่มีความคิดเห็นกันหรือแตกต่างกัน ย่อมมีผลต่อความคิดเห็นต่อบุคคลด้วย

**4.4.5 สื่อมวลชน** คือ สื่อต่าง ๆ ที่เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของคนเรา ซึ่ง ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ก็เป็นปัจจัยอันหนึ่งที่มีผลกระทบต่อความคิดเห็นของบุคคล

#### 4.5 การวัดความคิดเห็น

การวัดความคิดเห็นหรือการสำรวจความคิดเห็นเป็นการศึกษาถึงความรู้สึกของบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และอาจส่งผลถึงการแสดงออกทางพฤติกรรมของเจ้าของความคิด การวัดระดับความคิดเห็นจะช่วยให้สามารถกำหนดแนวทางหรือนโยบายให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความคิดเห็นส่วนรวมได้ โดยความคิดเห็นทั่วไปต้องประกอบไปด้วย สิ่งสำคัญ 3 สิ่ง คือ

- 1) บุคคลที่จะถูกวัดสิ่งเร้า
- 2) การตอบสนองซึ่งจะออกมาเป็นระดับสูง ต่ำ มาก น้อย
- 3) วิธีวัดความคิดเห็น

อาจกล่าวได้ว่า การวัดความคิดเห็น ทักษะคิด แรงจูงใจ และค่านิยม ได้สร้างแบบสอบถามสำหรับวัดสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าว แต่ยังไม่สามารถแยกจากกันได้อย่างเด็ดขาด เพราะมีบางส่วนที่ซ้ำซ้อนกันอยู่ การวัดความคิดเห็นส่วนใหญ่ยังไม่มีการแบ่งแยกทัศนคติอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตามการสำรวจความคิดเห็นมักจะเป็นการถามสิ่งที่เป็นเฉพาะเจาะจง ซึ่งผลที่ออกมาจากการสอบถามความคิดเห็นจะเป็นตัวชี้ความพอใจ ไม่พอใจ เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยของกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว

## 5. การส่งเสริมโดยสื่อของกรมส่งเสริมการเกษตร

การส่งเสริมโดยสื่อของกรมส่งเสริมการเกษตร เป็นการทำให้บริการของนักส่งเสริมการเกษตรที่ช่วยให้บุคคลกลุ่มเป้าหมายยอมรับความรู้ใหม่หรือวิทยาการใหม่ๆ โดยใช้สื่อต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วย การส่งเสริมการเกษตร วิธีการส่งเสริมการเกษตร สื่อที่สอดคล้องกับวิธีส่งเสริมการเกษตร และสื่อที่ใช้ในการส่งเสริมของกรมส่งเสริมการเกษตร โดยมีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวไว้ ดังนี้

### 5.1 การส่งเสริมการเกษตร

*การส่งเสริมการเกษตร (Agricultural Extension)* คือการให้บริการหรือระบบที่ช่วยเหลือประชาชนโดยวิธีการให้การศึกษา (Education Procedure) เพื่อปรับปรุงวิธีการและเทคนิคทางการเกษตร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและรายได้รวมทั้งการปรับปรุงระดับความเป็นอยู่ (Level of Living) ระดับมาตรฐานทางการศึกษา และสังคมของชีวิตชนบทให้ดีขึ้น(กรมส่งเสริมการเกษตร, 2551, น.118)

*เป้าหมายสุดท้าย (Ultimate goal)* ของการส่งเสริมก็คือ“การพัฒนาคน” (Development of people) อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการปกครองตนเองของเกษตรกร อันเป็นผลให้เกิดภาวะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น นอกจากนี้การพัฒนาปรับปรุงผลผลิตการเกษตรยังทำให้เกิดผลกำไรสูงสุดแก่เกษตรกรอีกด้วย สิ่งเหล่านี้เปรียบเสมือนดัชนี (index) หรือวิธีการ (means) ในการที่จะบรรลุเป้าหมายที่วางไว้

งานส่งเสริมการเกษตรที่นักส่งเสริมการเกษตรต้องมีความรู้ความเข้าใจถึงปัญหาที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมายเพื่อที่ช่วยให้เขาได้ช่วยเหลือตัวเองโดยการเพิ่มความรู้ประสบการณ์ และทักษะ ในด้านอาชีพทางการเกษตร

ในการส่งเสริมการเกษตร เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเป็นตัวจักรสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้นำความเปลี่ยนแปลง (Change Agent) ของบุคคลเป้าหมายให้เกิดการยอมรับนวัตกรรม (Innovation) ใหม่ ๆ และเป็นการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior) ของบุคคลเป้าหมายในที่สุด

### 5.2 วิธีการส่งเสริมการเกษตร

การที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจะช่วยให้บุคคลเป้าหมายยอมรับความรู้ใหม่หรือวิทยาการใหม่ๆ จำเป็นอย่างยิ่งที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะต้องพิจารณาเลือกใช้วิธีการส่งเสริมหรือวิธีการถ่ายทอดความรู้ไปสู่บุคคลเป้าหมายอย่างเหมาะสม Bradfield (1966) ได้แบ่งวิธีการส่งเสริมออกเป็น 3 ลักษณะด้วยกัน (อ้างถึงใน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2551, น.120) ดังนี้



**5.2.1 วิธีการส่งเสริมรายบุคคล (Individual Methods)** เป็นการส่งเสริมบุคคลเป้าหมายในครั้งหนึ่งเพียงคนเดียว เป็นวิธีการส่งเสริมที่ช่วยให้บุคคลเป้าหมายยอมรับได้มาก และจะได้รับประโยชน์มากหากบุคคลเป้าหมายเป็นผู้นำท้องถิ่น ปรชชานกลุ่มต่าง ๆ การส่งเสริมรายบุคคลอาจใช้วิธีการดังต่อไปนี้

1) **การเยี่ยมชมที่บ้านหรือไร่เนา (Farm Visits)** เป็นการที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมออกไปเยี่ยมชมบุคคลเป้าหมายถึงบ้าน หรือที่ไร่เนาเกษตรกร Mosher (1978) กล่าวว่า การเยี่ยมชมที่บ้านหรือไร่เนา เป็นวิธีการส่งเสริมที่ได้ผลมากที่สุด และใช้อย่างแพร่หลายในประเทศที่ด้อยพัฒนา หรือกำลังพัฒนา วิธีการส่งเสริมวิธีนี้มีข้อเสียคือ ต้องใช้เวลามากและลงทุนสูงและได้บุคคลเป้าหมายน้อย

2) **การติดต่อที่สำนักงาน (Office Calls)** โดยเจ้าหน้าที่ส่งเสริมนัดหมายบุคคลเป้าหมายไปติดต่อที่สำนักงานของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม เพื่อขอคำแนะนำหรือเอกสารเผยแพร่ต่าง ๆ

3) **การติดต่อทางจดหมาย (Letters)** การเขียนจดหมายติดต่อกัน เป็นอีกวิธีหนึ่งของการส่งเสริมรายบุคคล เกษตรกรอาจเขียนจดหมายไปยังเจ้าหน้าที่ส่งเสริมหรือนักวิชาการเกษตร ณ สำนักงาน เพื่อขอคำแนะนำหรือถามปัญหาเกี่ยวกับการเกษตร อาจเป็นด้านการปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์การประมงหรือด้านอื่น

4) **การติดต่อทางโทรศัพท์ (Telephone Calls)** การใช้โทรศัพท์ติดต่อสอบถามปัญหาหรือขอความช่วยเหลือต่าง ๆ นับว่าเป็นวิธีการที่สะดวกรวดเร็วและใช้กัน มากในประเทศที่พัฒนา

**5.2.2 วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่ม (Group Methods)** วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่มจะแตกต่างกับการส่งเสริมแบบรายบุคคลเนื่องจากต้องกระทำกับบุคคลเป้าหมายตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ซึ่งเจ้าหน้าที่ส่งเสริมต้องใช้เทคนิคการส่งเสริม เพื่อทำความเข้าใจ และถ่ายทอดความรู้ให้กับบุคคลเป้าหมายเป็นจำนวนมากมีความเข้าใจอาจจะทำกับกลุ่มแม่บ้าน ผู้นำท้องถิ่น กลุ่มเยาวชน เป็นต้น การส่งเสริมแบบกลุ่มมีข้อดีคือ เข้าถึงบุคคลเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก ประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลา ส่วนข้อเสียคือ นักส่งเสริมอาจไม่สามารถจูงใจให้บุคคลเป้าหมายทั้งหมดนำความรู้ไปปฏิบัติได้และไม่สามารถเข้าไปแก้ปัญหของบุคคลเป้าหมายได้ทุกคน

**5.2.3 วิธีการส่งเสริมมวลชน (Mass Methods)** วิธีการส่งเสริมแบบนี้เป็นวิธีที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่ บุคคลเป้าหมายได้ครั้งละมาก ๆ โดยไม่จำกัดจำนวนและไม่จำเพาะเจาะจงว่าเป็นบุคคลใด

Chang (1974 อ้างถึงใน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2551, น. 121) ได้กล่าวไว้ว่า การส่งเสริมแต่ละวิธีจะทำให้เกษตรกรยอมรับในขั้นที่แตกต่างกัน กล่าวคือถ้าใช้วิธีส่งเสริมแบบมวลชน จะทำให้เกษตรกรยอมรับในขั้น ตื่นตนและสนใจ แต่ถ้าใช้วิธีส่งเสริมแบบรายบุคคล นั้น สามารถทำให้เกษตรกรยอมรับถึงขั้นการยอมรับหรือนำไปใช้ในการปฏิบัติ

### 5.3 สื่อที่สอดคล้องกับวิธีส่งเสริมการเกษตร

**5.3.1 การส่งเสริมรายบุคคล** ใช้สื่อบุคคลซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรหรือวิทยากรเป็นหลัก เช่น การพบปะเยี่ยมเยียน สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น จดหมาย ประกาศ แผ่นพับ คำแนะนำ คู่มือ สื่อวีดิทัศน์ ในรูปแบบของแผ่น CD DVD ที่สามารถแจกจ่ายให้เกษตรกรนำไปอ่าน/เปิดที่บ้านได้ การใช้โทรศัพท์ ซึ่งสารหรือเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเรื่องเฉพาะเจาะจงของรายบุคคล

**5.3.2 การส่งเสริมรายกลุ่ม** ใช้สื่อบุคคลซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรหรือวิทยากร เช่น การบรรยาย การสาธิต การอบรม โดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ประกอบด้วย เช่น โปสเตอร์ Roll up ภาพพลิก สื่อวีดิทัศน์ เช่น การฉายสไลด์ วิดิทัศน์ ภาพยนตร์ สื่อกิจกรรม เช่น การจัดแสดง นิทรรศการ การศึกษาดูงาน เป็นต้น สารหรือเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเรื่องโครงการส่งเสริมการเกษตร การเพิ่มศักยภาพการผลิต การแก้ไขปัญหาแก่กลุ่มหรือชุมชนเกษตร มีสภาพการผลิต ความต้องการและปัญหาที่ใกล้เคียงกัน

**5.3.3 การส่งเสริมแบบมวลชน** ใช้สื่อมวลชน เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ Social media การประกวดและนิทรรศการขนาดใหญ่ ที่มีทั้งการจัดแสดง การสาธิตและใช้สื่อผสม สารหรือเนื้อหาเป็นข่าวสารให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง สร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรก่อให้เกิดความร่วมมือและการมีส่วนร่วมกิจกรรมขององค์กรต่อไป

**5.3.4 สื่อที่ได้รับความนิยมในการเผยแพร่ความรู้ในงานส่งเสริมการเกษตร** ณรงค์ สมพงษ์ และสิน พันธุ์พินิจ อ้างโดย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง (2556) กล่าวว่า สำหรับการส่งเสริมการเกษตรนั้น รูปแบบของสื่อนิยมใช้ในการเผยแพร่ความรู้ มีดังนี้

1) **สื่อของจริงและของจำลอง** เป็นสื่อที่ใช้สำหรับการส่งเสริมทุกวิธีและมีความเป็นรูปธรรมมากกว่าสื่ออื่น

2) **สื่อประเภทสิ่งพิมพ์** เป็นสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตรมากที่สุด ในปัจจุบัน สื่อในลักษณะนี้เป็นได้ทั้งภาพและตัวหนังสือที่สามารถจะนำเสนอเฉพาะภาพเฉพาะตัวหนังสือ หรือทั้งสองอย่างผสมกันก็ได้ แล้วแต่เทคนิคการนำเสนอ แต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาถึงกลุ่มเป้าหมายด้วย

3) สื่อมวลชน เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมการเกษตรมากขึ้น ในปัจจุบัน ซึ่งได้แก่ สื่อวิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น

4) เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีสื่อผสม (Multimedia Technique) สารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System) และฐานข้อมูล การสืบค้น เป็นต้น

5) สื่อกิจกรรม เป็นลักษณะการนำกิจกรรมเข้ามาใช้ในการส่งเสริม การเกษตร ซึ่งการเลือกกิจกรรมควรเลือกกิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งคือเกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้อง มีความสนใจ โดยเน้นให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับทั้งสาระตามวัตถุประสงค์และความบันเทิง ไปพร้อมกัน

#### 5.4 สื่อที่ใช้ในการส่งเสริมของกรมส่งเสริมการเกษตร

ณัฐ รัตนเจริญ (2561) ระบุว่าสื่อในงานส่งเสริมการเกษตร เป็นเครื่องมือ สำคัญในการพัฒนาความรู้ ปรับทัศนคติและช่วยเพิ่มพูนทักษะการทำงานแก่เกษตรกร สื่อที่ใช้ ในงานส่งเสริมการเกษตรมีความเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ซึ่งเป็นเหตุมาจากความก้าวหน้า ทางเทคโนโลยีและแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาที่เปลี่ยนไป สื่อที่ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตร จะถูกแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อกิจกรรม ทั้ง 3 สื่อ มีความสำคัญและถูกเลือกใช้งานแตกต่างกันไปตามคุณลักษณะของสื่ออื่น ๆ

## 6. บริบทของอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช

อำเภอพระพรหม เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งอยู่ทางตอนกลาง ค่อนไปทางทิศตะวันออกของจังหวัด บริบทของอำเภอพระพรหมประกอบไปด้วยข้อมูล ด้านกายภาพ ข้อมูลด้านชีวภาพ ข้อมูลเกษตรกรและองค์กรเกษตรกร และข้อมูลพืชเศรษฐกิจ ดังนี้

### 6.1 ข้อมูลด้านกายภาพ

#### 6.1.1 ที่ตั้งและขนาดพื้นที่

อำเภอพระพรหมขึ้นกับจังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ห่างจากพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช 15 กิโลเมตร มีเนื้อที่ ประมาณ 187.026 ตารางกิโลเมตร

### 6.1.2 อาณาเขต

ทิศเหนือ ติดต่อกับ อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช

ทิศใต้ ติดต่อกับ อำเภอเฉลิมพระเกียรติ และอำเภอร่อนพิบูลย์

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ อำเภอลานสกา

อำเภอพระพรหมมีสภาพพื้นที่ 3 ลักษณะประกอบด้วย พื้นที่ราบลุ่มทำนา พื้นที่ป่าพรุ และพื้นที่สวนผลไม้ ไม้ยืนต้นและยางพารา

### 6.1.3 การแบ่งเขตการปกครอง

อำเภอพระพรหม แบ่งเขตการปกครอง 4 ตำบล 40 หมู่บ้าน 1 เทศบาล และ 3 องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

1) เทศบาลตำบลนาสาร จำนวนหมู่บ้าน 7 หมู่บ้าน พื้นที่ 27.747 ตารางกิโลเมตร

2) องค์การบริหารส่วนตำบลตำบลนาพรุ จำนวนหมู่บ้าน 7 หมู่บ้าน พื้นที่ 37.903 ตารางกิโลเมตร

3) องค์การบริหารส่วนตำบลช้างซ้าย จำนวนหมู่บ้าน 13 หมู่บ้าน พื้นที่ 58.904 ตารางกิโลเมตร

4) องค์การบริหารส่วนตำบลท้ายสำเภา จำนวนหมู่บ้าน 13 หมู่บ้าน พื้นที่ 62.472 ตารางกิโลเมตร

### 6.1.4 ลักษณะภูมิประเทศ

สภาพพื้นที่ 3 ลักษณะ ประกอบด้วย พื้นที่ราบลุ่ม ป่าพรุ และพื้นที่สวนผลไม้ โดยมีลักษณะของพื้นที่แบ่งออกเป็น

1) ดิน ส่วนใหญ่มีลักษณะดินเหนียว และดินร่วนในที่ราบ และที่ราบลุ่มเหมาะแก่การทำเกษตร โดยส่วนใหญ่เป็นชุดดินที่ 6 (40,335 ไร่) ชุดดินที่ 14 (19,067 ไร่) และชุดดินที่ 17 (17,673 ไร่)

2) น้ำ แหล่งน้ำเพื่อการเกษตร และระบบชลประทานครอบคลุมเกือบเต็มพื้นที่ โดยมีลำคลอง 9 สาย คือ คลองมะม่วงตลอด คลองหยวด คลองบางไทร คลองตุ๊กแก คลองห้วยยูง คลองวังวัว คลองบางคุระ คลองเนกซ์ และคลองเสาชัง

### 6.1.5 ลักษณะภูมิอากาศ

ลักษณะภูมิอากาศของนครศรีธรรมราชจากสภาพที่ตั้งใกล้เส้นศูนย์สูตร มีภูเขาและเป็นคาบสมุทรทั้งสองด้าน กล่าวคือ ด้านตะวันออกเป็นทะเลจีนใต้ มหาสมุทรแปซิฟิก ด้านตะวันตก เป็นทะเลอันดามันมหาสมุทรอินเดีย ทำให้นครศรีธรรมราช ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมจากมหาสมุทรอินเดียและพายุหมุนเขตร้อนจากทะเลจีนใต้สลับกัน

## 6.2 ข้อมูลเกษตรกรและองค์กรเกษตรกร

### 6.2.1 ครัวเรือนเกษตรกร

อำเภอพระพรหมมีครัวเรือนเกษตรกร จำนวน 7,094 ครัวเรือน โดยมีหัวหน้าครัวเรือนเกษตรกร อายุระหว่าง 46-55 ปี จำนวน 1,951 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 27.50 รองลงมาอายุ 65 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 25.82 และอายุระหว่าง 56-65 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.62 ตามลำดับ

### 6.3.2 ลักษณะการประกอบอาชีพ

อำเภอพระพรหม มีเกษตรกรที่ประกอบอาชีพหลักส่วนใหญ่ เป็นการประกอบอาชีพเกษตรกรรม เป็นหลัก จำนวน 5,190 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 73.16 และประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นรอง จำนวน 1,904 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 26.84

### 6.3.3 ลักษณะการถือครองที่ดิน

ลักษณะการถือครองที่ดินของเกษตรกรอำเภอพระพรหม ส่วนใหญ่เกษตรกรเป็นเจ้าของเอง จำนวน 4,671 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 83.25 รองลงมาคืออื่น ๆ (ที่สาธารณะประโยชน์, ทำฟรี) จำนวน 611 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 10.89 และเช่า จำนวน 329 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 5.86 ตามลำดับ

### 6.3.4 ประเภทเอกสารสิทธิ์ (เฉพาะเกษตรกรเป็นเจ้าของ)

เกษตรกรอำเภอพระพรหม มีการถือครองที่ดินเอกสารสิทธิ์ประเภทโฉนด จำนวน 4,565 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 96.11 รองลงมาคือเอกสารสิทธิ์อื่น ๆ จำนวน 173 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 3.64 และการถือครองที่ดินโดยใช้หนังสือรับรองของหน่วยงาน จำนวน 12 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

## 6.4 ข้อมูลพืชเศรษฐกิจ

ตารางที่ 2.1 ข้อมูลพืชเศรษฐกิจ อำเภอพระพรหม

ชนิดพืช	ครัวเรือน	พื้นที่ปลูก (ไร่)	พื้นที่เก็บเกี่ยว (ไร่)
ยางพารา	2,554	13,523	12,924
ปาล์มน้ำมัน	1,448	11,287	11,054
มังคุด	755	2,096	2,092
ข้าว	675	4,418	4,414

ที่มา : สำนักงานเกษตรอำเภอพระพรหม (2562, น.6 )

## 7. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 7.1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล ดัชนีหรือม.อื่นเพิ่มเติมบ้างงานสังคม และเศรษฐกิจ

รัชณี จารุสันต์ (2560) ศึกษาความต้องการสื่อทางการเกษตร ของเกษตรกรผู้ปลูกยางภายใต้สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง พบว่า สถานะการใช้สื่อทางการเกษตรประเภทต่าง ๆ และความต้องการสื่อของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา ผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรที่มีเพศต่างกันมีความต้องการสื่อทางการเกษตร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติ

### 7.2 ความคิดเห็นในการรับสื่อ

อดิพล เอื้อจรัสพันธุ์ (2562) ศึกษาการใช้สื่อทางการเกษตรของเกษตรกรไทย จากการศึกษาพบว่า ช่วงเวลาที่เกษตรกรสามารถรับข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรจากช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ได้ ส่วนใหญ่เป็นช่วงหลังเลิกกิจกรรมทางการเกษตร และก่อนดำเนินกิจกรรมการเกษตร ช่วง 18.01-21.00 น. คิดเป็นร้อยละ 44.50

รัชณี จารุสันต์ (2560) ศึกษาความต้องการสื่อทางการเกษตร ของเกษตรกรผู้ปลูกยางภายใต้สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง จากการศึกษาพบว่า สถานะการใช้สื่อทางการเกษตร มีการใช้ สื่อ 5 อันดับแรก ดังนี้ การใช้โทรทัศน์ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.41) เจ้าหน้าที่ สกย. เกษตรกรอำเภอในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00, ค่าเฉลี่ย 3.54) ฝึกอบรมและวิทยุกระจายเสียง ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27, ค่าเฉลี่ย 3.22) ตามลำดับ

พงศ์สุข คอนพิณิจ (2561) ศึกษาการรับรู้เทคโนโลยีสารสนเทศทางการเกษตรของเกษตรกร อำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านสภาพการรับรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ เกษตรกรส่วนใหญ่รับรู้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มผลผลิต โดยการรับรู้เทคโนโลยี



สารสนเทศที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ เทคโนโลยีสารสนเทศที่เกษตรกรรับรู้คือ เทคโนโลยีสารสนเทศประเภทบุคคล โดยการสอบถามเพื่อนร่วมอาชีพ ส่วนแหล่งเทคโนโลยีสารสนเทศประเภทสถานที่ ที่เกษตรกรรับรู้คือศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร รูปแบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่รับรู้คือ หนังสือ และเกษตรกรประสบปัญหาไม่มีเวลาในการรับรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ 2) ด้านความพึงพอใจในการรับรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ เกษตรกรมีความพึงพอใจในการรับรู้เทคโนโลยีสารสนเทศในระดับมากและระดับปานกลาง ด้านที่มีความพึงพอใจในระดับมาก คือ แหล่งเทคโนโลยีสารสนเทศประเภทบุคคล ส่วนด้านที่มีพึงพอใจในระดับปานกลาง คือรูปแบบเทคโนโลยีสารสนเทศและแหล่งเทคโนโลยีสารสนเทศประเภทสถานที่ 3) ด้านความต้องการรับรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ เนื้อหาเทคโนโลยีสารสนเทศทางการเกษตรที่เกษตรกรต้องการเพิ่มเติม คือการใช้ปุ๋ยและราคาปุ๋ย ในรูปแบบแผ่นพับ และต้องการให้มีบริการอินเทอร์เน็ตประจำหมู่บ้านด้วย

เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ และ บำเพ็ญ เขียวหวาน (2558) ศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการเกษตรของเกษตรกร ผลการวิจัยปรากฏผลดังนี้ 1) การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้สถานที่ในการรับและสืบค้นข่าวสารทางการเกษตร ที่บ้านที่พักอาศัย รองลงมา คือ หน่วยงานราชการ ศูนย์เรียนรู้ในชุมชน และบ้านเพื่อนบ้าน ตามลำดับ ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ของเกษตรกร ในประเด็นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคล พบว่า เกษตรกรทั้งหมดได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากเพื่อนบ้าน รองลงมาจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อกิจกรรม พบว่า เกษตรกรมากกว่าครึ่ง รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากการเข้าชมนิทรรศการ รองลงมาจากการศึกษาดูงาน และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า เกษตรกรส่วนมาก รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ 2) เกษตรกร ทั้งหมดมีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการติดต่อสื่อสาร รองลงมาเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และเพื่อทราบข้อมูลข่าวสาร และ 3) เกษตรกรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการเกษตรในทุกขั้นตอนของกระบวนการยอมรับนวัตกรรม ในอันดับแรกจากสื่อบุคคล เช่น เพื่อนบ้าน และเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร รองลงมาคือ สื่อมวลชน เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ตามลำดับ

สินินุช คุรุทเมือง แสนเสริม และพลสรายุ สราญรมย์ (2558) ศึกษาารูปแบบพฤติกรรมและเงื่อนไขการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของเกษตรกร ผลการวิจัยปรากฏผลดังนี้ เกษตรกรมีการใช้สื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศในการรับข้อมูล ข่าวสารและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่สำคัญ คือวิทยุโทรทัศน์ โทรศัพท์มือถือ วิทยุกระจายเสียงและโทรศัพท์บ้าน สำหรับ

รูปแบบพฤติกรรมการเรียนรู้พบว่า แหล่งความรู้เดิมเกี่ยวกับการเกษตรของเกษตรกรส่วนใหญ่มาจากบรรพบุรุษ รองลงมาคือจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองและจากการศึกษาดูงาน โดยเกษตรกรมีวิธีการศึกษาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการเกษตรจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองมากที่สุด สำหรับเงื่อนไขการเรียนรู้ในภาพรวมพบว่า เกษตรกรได้รับข่าวสารความรู้ด้านการเกษตรจากเจ้าหน้าที่หน่วยงานต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง ความเป็นประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศในประเด็นต่าง ๆ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ความเหมาะสมของเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับมาก ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่อการเรียนรู้ของเกษตรกร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความเป็นประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ ต่อการเรียนรู้ของเกษตรกร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความรู้ความสามารถของตนเองในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยรวมในระดับมาก ความพร้อมในการเรียนรู้ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ฝากจิต ปาลินทร์ ลากิจิตร, จ่านรงค์ อุดมเศรษฐ์ และชานินทร์ คงศิลา (2561) ศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเกษตรของสมาชิกองค์การเกษตรกรในอนาคต แห่งประเทศไทย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการศึกษาพบว่า สมาชิก อกท.เปิดรับข้อมูล ข่าวสารการเกษตรเป็นบางครั้ง โดยแหล่งข้อมูลข่าวสาร การเกษตรที่มีการเปิดรับบ่อยที่สุด คือ ครู/อาจารย์ รองลงมาได้แก่ ครอบครัว ส่วนโทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต ซึ่งก็เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารการเกษตร ที่กำลังเป็นที่นิยมในการรับข้อมูลข่าวสารการเกษตร และจากผลการเปรียบเทียบปัจจัยต่าง ๆ ต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเกษตรของสมาชิก อกท.พบว่า แหล่งข้อมูลข่าวสารการเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ ครู/อาจารย์ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน หอกระจายข่าว ชุมชน เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ และการศึกษาดูงาน ซึ่งให้เห็นว่า บุคคลใกล้ชิด มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร สมาชิก อกท. เป็นช่องทางการสื่อสาร ถ่ายทอดข้อมูล และการส่งต่อข้อมูลข่าวสารการเกษตรที่ดี ทั้งจาก ครู/อาจารย์ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน ซึ่งอาจมีวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป โดยอาจใช้วิธีการสื่อสารแบบรายบุคคล แบบกลุ่มและแบบมวลชนได้ โดยเฉพาะการสื่อสารแบบรายบุคคล และควรมุ่งเน้น การนำเสนอข้อมูลแบบผสมผสานน่าสนใจ และเข้าใจง่าย โดยใช้การสื่อสารแบบบูรณาการและจากการศึกษา ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัย ด้านครอบครัวที่มีต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การเกษตร พบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารการเกษตรทั้งสิ้น 5 ปัจจัย ได้แก่ เกรดเฉลี่ยสะสม จำนวนแรงงานด้านการเกษตรในครัวเรือน ประสบการณ์ ในการทำการเกษตร การได้รับการฝึกอบรมด้านการเกษตร และการเป็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตร

จิตราพรรณ ทันท่วง (2557) ศึกษาอิทธิพลของสื่อต่อการรับรู้และความต้องการข่าวสารเทคโนโลยีการเกษตรของเกษตรกรอำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความคิดเห็นที่มีต่อสื่อพบว่า เกษตรกรมีความคิดเห็นว่สื่อมวลชนชนิดต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต ฯลฯ เหมาะสมในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีการเกษตรมากที่สุด (ร้อยละ 46.70) เกษตรกรสามารถรับรู้ข่าวสารได้ด้วยตนเอง โดยมีการรับรู้จากโทรทัศน์มากที่สุด เฉลี่ย 213 ครั้งต่อปี และมีช่วงเวลาในการรับข่าวสารจากโทรทัศน์ที่เวลา 18.01-24.00 น. (ร้อยละ 67.00) รองลงมาคือสื่อบุคคล และสื่อแบบกลุ่ม ความต้องการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกรจากสื่อบุคคลมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือสื่อแบบมวลชน และสื่อแบบกลุ่ม

### 7.3 ความต้องการสื่อ

อดิพล เอื้อจรัสพันธ์ (2562) จากการศึกษาพบว่า ตัวบุคคลที่มีบทบาทในการนำข่าวสารด้านการเกษตรเข้ามาคุยกับครอบครัวของเกษตรกร ได้แก่ บุคคลภายนอกครอบครัวคือ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 45.2

รัชณี จารุสันต์ (2560) จากการศึกษาพบว่า ความต้องการสื่อของเกษตรกรผู้ปลูกยาง พบว่า มีความต้องการสื่อ 5 อันดับแรก ดังนี้ โทรทัศน์ เจ้าหน้าที่ สกย. เกษตรอำเภอ ในระดับมากที่สุด ประชาชนชาวบ้าน และฝึกอบรมในระดับมาก

### 7.4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

อดิพล เอื้อจรัสพันธ์ (2562) ศึกษาการใช้สื่อทางการเกษตรของเกษตรกรไทย ซึ่งศึกษาพบปัญหาการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรของเกษตรกร พบว่า ปัญหาการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร ในเชิงลึกมีความสำคัญมากกว่าภาพรวมกว้าง ๆ

สินีนุช คุรุทเมือง แสนเสริม และพลสรายุ สรายุรัมย์ (2558) พบว่าทั้งเกษตรกรและเจ้าหน้าที่ระบุว่ามีปัญหาการใช้ที่ยุงยาก ไม่มีอุปกรณ์พื้นที่ ไม่มีโครงสร้างพื้นฐานที่สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้

กล่าวโดยสรุป ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับสื่อทางการเกษตรและแนวทางการส่งเสริมของเกษตรกรในพื้นที่อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช ในประเด็นต่าง ๆ ประกอบด้วย แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารและสื่อ แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับสื่อ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความต้องการ แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นการส่งเสริม โดยสื่อของกรมส่งเสริมการเกษตร บริบทของอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการนำข้อมูลการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มากำหนดกรอบตัวแปรในการศึกษา แบ่งออกเป็นตัวแปรต้น ประกอบด้วย

1) ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล สภาพทางสังคมและสภาพทางเศรษฐกิจของเกษตรกร ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ภาคการเกษตร จำนวนแรงงานในการทำการเกษตร จำนวนพื้นที่ถือครองทางการเกษตร การเป็นสมาชิกกลุ่ม และตำแหน่งทางสังคม

2) วัตถุประสงค์ในการรับสื่อ ได้แก่ ใช้สื่อเพื่อหาความรู้ทางการเกษตร ใช้สื่อเพื่อการสร้างอาชีพเสริมอื่น ๆ และใช้สื่อเพื่อการบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ

3) ความต้องการสื่อ ประกอบด้วย ระดับความต้องการสื่อของเกษตรกร

4) ความคิดเห็นในการรับสื่อ ประกอบด้วย ความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการเกษตรผ่านสื่อ

5) ปัญหาและข้อเสนอแนะ ประกอบด้วย ปัญหาของเกษตรกรในการรับสื่อทางการเกษตรและข้อเสนอแนะในการรับสื่อของเกษตรกร

จากการการรับสื่อทางการเกษตรและแนวทางการส่งเสริมของเกษตรกรในพื้นที่อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช และนำมาศึกษาตัวแปรตาม ได้แก่ การรับสื่อทางการเกษตร ซึ่งได้แก่ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อออนไลน์



### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ศึกษา คือ เกษตรกรในอำเภอพระพรหมทั้งหมด 8,915 ราย (ข้อมูลทะเบียนเกษตรกร ปี 2562)

#### 1.2 กลุ่มตัวอย่าง

1.2.1 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร ของ Taro Yamane ที่ค่าความคลาดเคลื่อน 0.07 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษา

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (0.07)

$$n = \frac{8,915}{1 + (4,915)(0.07)^2} = 199.51 \text{ ราย}$$

ดังนั้นจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.24 ของประชากรทั้งหมด

1.2.2 การสุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random Sampling) โดยการจับสลาก ตามสัดส่วนจำนวนครัวเรือนเกษตรกรในอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 4 ตำบล ให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนด

ตารางที่ 3.1 จำนวนครัวเรือนเกษตรกรและจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ที่	ตำบล	จำนวนครัวเรือน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
1	ท้ายสำเภา	3,056	69
2	ช้างซ้าย	2,150	48
3	นาพรุ	2,373	53
4	นาสาร	1,336	30
	รวม	8,915	200

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่มีทั้งปลายปิดและปลายเปิด เพื่อใช้สอบถามข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกร และข้อมูลที่สอบถามสถานการณ์ใช้สื่อและความต้องการสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย คำถามแบบปลายเปิด (open-ended question) และคำถามแบบปลายปิด (closed-end question) และแบ่งคำถามออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกร

ตอนที่ 2 การรับสื่อและวัตถุประสงค์ในการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร

ตอนที่ 3 ระดับของการต้องการสื่อของเกษตรกร

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับสื่อของเกษตรกร

ตอนที่ 5 ปัญหา และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับสื่อทางการเกษตร

โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล สังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร

1) สภาพส่วนบุคคลของเกษตรกร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน อาชีพหลักและอาชีพรอง

2) สภาพทางเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ภาคการเกษตร และพื้นที่ถือครองทางการเกษตร

3) สภาพทางสังคม ได้แก่ ตำแหน่งทางสังคม และการเป็นสมาชิกกลุ่มสถาบันการเกษตร



### ตอนที่ 2 การรับสื่อและวัตถุประสงค์ในการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร

- 1) การรับสื่อในชีวิตประจำวัน ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อออนไลน์
- 2) วัตถุประสงค์ในการรับสื่อ-ประกอบด้วย 1. เพื่อใช้ในการหาความรู้ทางด้านการเกษตร 2. เพื่อรับข่าวสารทั่วไป 3. เพื่อการสร้างอาชีพเสริมอื่นๆ 4. ใช้เพื่อการบันเทิงพักผ่อนหย่อนใจ

### ตอนที่ 3 ระดับของการต้องการสื่อของเกษตรกร

ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อออนไลน์

### ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับสื่อของเกษตรกร

ความคิดเห็น มี 2 ด้าน คือ 1. ด้านสื่อ 2. ด้านการนำไปใช้

### ตอนที่ 5 ปัญหา และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับสื่อทางการเกษตร

- 1) ปัญหาของเกษตรกรในการรับสื่อทางการเกษตร แบ่งออกเป็น 5 ประเด็น คือ 1. ด้านสื่อ 2. ด้านอุปกรณ์ 3. ด้านสถานที่ 4. ตัวเกษตรกร 5. ด้านความรู้และการส่งเสริม
- 2) ข้อเสนอแนะของเกษตรกรในการรับสื่อทางการเกษตร แบ่งออกเป็น 5 ประเด็น คือ 1. ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบของสื่อ 2. ด้านอุปกรณ์ 3. ด้านสถานที่ 4. ตัวเกษตรกร 5. ด้านความรู้และการส่งเสริม

มีการให้คะแนน ดังนี้

โดยจะให้คะแนนในแต่ละข้อคำถามดังนี้

การรับสื่อที่ได้รับมากที่สุด	มีค่าเท่ากับ	5 คะแนน
การรับสื่อที่ได้รับมาก	มีค่าเท่ากับ	4 คะแนน
การรับสื่อที่ได้รับปานกลาง	มีค่าเท่ากับ	3 คะแนน
การรับสื่อที่ได้รับน้อย	มีค่าเท่ากับ	2 คะแนน
การรับสื่อที่ได้รับน้อยที่สุด	มีค่าเท่ากับ	1 คะแนน

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยนี้ด้วยตนเอง โดยการสัมภาษณ์เกษตรกร ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือช่วงระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ – กรกฎาคม 2563 โดยมี ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

3.1 ประสานและขอความร่วมมือจากผู้นำในชุมชน ในแต่ละหมู่บ้าน เพื่อนัดหมาย วัน เวลา และสถานที่เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์เกษตรกร

3.2 จัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในการสัมภาษณ์ เช่น รายชื่อเกษตรกร ปากกา ดินสอ เป็นต้น

3.3 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามแบบสัมภาษณ์ โดยเริ่มจากการแนะนำตัว ชี้แจงวัตถุประสงค์ ความสำคัญของงานวิจัย และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และขอความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์

3.4 ตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูล ในแบบสัมภาษณ์ที่ได้รับมาด้วยตนเองทุกข้อ

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 วิเคราะห์สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล สภาพพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการจัดอันดับ

4.2 วิเคราะห์การรับสื่อและวัตถุประสงค์ในการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการจัดอันดับ

4.3 วิเคราะห์ระดับของการต้องการสื่อของเกษตรกร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการจัดอันดับ

4.4 วิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับสื่อของเกษตรกร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการจัดอันดับ

#### 4.5 วิเคราะห์ปัญหา และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับสื่อทางการเกษตร

4.5.1 ปัญหาของเกษตรกรในการรับสื่อทางการเกษตร แบ่งออกเป็น 5 ประเด็น คือ 1) ด้านสื่อ 2) ด้านอุปกรณ์ 3) ด้านสถานที่ 4) ตัวเกษตรกร 5) ด้านความรู้ และการส่งเสริม

4.5.2 ข้อเสนอแนะของเกษตรกรในการรับสื่อทางการเกษตร แบ่งออกเป็น 5 ประเด็น คือ 1) ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบของสื่อ 2) ด้านอุปกรณ์ 3) ด้านสถานที่ 4) ตัวเกษตรกร 5) ด้านความรู้และการส่งเสริมใช้สถิติเชิงพรรณนา

โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการจัดอันดับ

โดยมีหลักเกณฑ์แปลความหมาย ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงคะแนน} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= \frac{4}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

นำคะแนนรวมของแต่ละคนมาจัดระดับตามเกณฑ์ในการประเมิน โดยแปลความหมายของคะแนนตามค่าเฉลี่ย ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายความว่า มีระดับการรับสื่อมากที่สุด, มีระดับความต้องการรับสื่อมากที่สุด, มีระดับความสำคัญมากที่สุด, มีระดับปัญหามากที่สุด, มีระดับความสำคัญมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายความว่า มีระดับการรับสื่อมาก, มีระดับความต้องการรับสื่อมาก, มีระดับความสำคัญมาก, มีระดับปัญหาปานกลาง, มีระดับความสำคัญปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายความว่า มีระดับการรับสื่อปานกลาง, มีระดับความต้องการรับสื่อปานกลาง, มีระดับความสำคัญปานกลาง, มีระดับปัญหาปานกลาง, มีระดับความสำคัญปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายความว่า มีระดับการรับื่อน้อย, มีระดับความต้องการรับสื่อ, มีระดับความสำคัญน้อย, มีระดับปัญหาน้อย, มีระดับความสำคัญน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายความว่า มีระดับการรับร้ื่อน้อยที่สุด, มีระดับความต้องการรับร้ื่อน้อยที่สุด, มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด, มีระดับปัญหาน้อยที่สุด, มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

**4. 6 การทดสอบสมมติฐาน วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมกับการรับร้ือทางการเกษตรของเกษตรกร โดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบปกติ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามและสมการทำนาย**



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร ในพื้นที่อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกร

ตอนที่ 2 การรับสื่อและวัตถุประสงค์ในการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร

ตอนที่ 3 ระดับของการต้องการสื่อของเกษตรกร

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับสื่อของเกษตรกร

ตอนที่ 5 ปัญหา และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับสื่อทางการเกษตร

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมุติฐาน

โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกร

ผลการวิเคราะห์สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกร อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช ปรากฏตามตารางที่ 4.1 ถึง ตารางที่ 4.4 ดังนี้

##### 1.1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคลของเกษตรกร

จากการศึกษาสภาพพื้นฐานส่วนบุคคลของเกษตรกร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกครัวเรือน อาชีพหลัก อาชีพรอง โดยกลุ่มตัวอย่างมีอาชีพเป็นเกษตรกร ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคลของเกษตรกร

n = 200

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
ชาย	56	28.0
หญิง	144	72.0
<b>2. อายุ</b>		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30	26	13.0
31 - 40	28	14.0
41 - 50	75	37.5
51 - 60	52	26.0
มากกว่าหรือเท่ากับ 61	19	9.5
ค่าต่ำสุด = 20 ปี ค่าสูงสุด = 72 ปี		
ค่าเฉลี่ย = 45.63 ปี		
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 11.611		
<b>3. ระดับการศึกษา</b>		
ประถมศึกษาปีที่ 1 - 6	95	47.5
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า	27	13.5
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า (ปวช.)	31	15.5
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า (ปวส.)	21	10.5
ปริญญาตรี	26	13.0
<b>4. อาชีพหลัก</b>		
เกษตรกร	97	48.5
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	62	31.0
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8	4.0
พนักงานประจำ	7	3.5
รับจ้างทั่วไป	26	13.0



ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

		n = 200	
	ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>5. อาชีพรอง</b>			
	ไม่มีอาชีพรอง	54	27.0
	มีอาชีพรอง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	146	73.0
	เกษตรกร	101	69.2
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	16	11.0
	รับจ้างทั่วไป	29	19.8
<b>6. จำนวนแรงงานในครัวเรือน (คน)</b>			
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2	164	82.0
	3 - 4	31	15.5
	มากกว่าหรือเท่ากับ 5	5	2.5
	ค่าต่ำสุด 1 คน      ค่าสูงสุด 6 คน		
	ค่าเฉลี่ย 1.92 คน      ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.982		
<b>7. จำนวนแรงงานจ้างประจำ</b>			
	ไม่มีแรงงานจ้างประจำ	180	90.0
	มีแรงงานจ้างประจำ (คน)	20	10.0
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2	14	70.0
	3 - 4	6	30.0
	ค่าต่ำสุด 1 คน      ค่าสูงสุด 4 คน		
	ค่าเฉลี่ย 2.0 คน      ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.680		

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

			n = 200
ข้อมูล		จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>8. จำนวนแรงงานจ้างชั่วคราว (คน)</b>			
ไม่มีแรงงานจ้างชั่วคราว		178	89.0
มีแรงงานจ้างชั่วคราว		22	11.0
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2		14	63.6
3 – 4		6	27.3
มากกว่าหรือเท่ากับ 5		2	9.1
ค่าต่ำสุด 1 คน	ค่าสูงสุด 5 คน		
ค่าเฉลี่ย 2.41 คน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.862		

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษาแสดงของสภาพพื้นฐานส่วนบุคคลเกษตรกรในพื้นที่อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนี้

**เพศ** เกษตรกร ร้อยละ 28.0 เป็นเพศชาย ร้อยละ 72.0 เป็นเพศหญิง

**อายุ** เกษตรกร ร้อยละ 37.5 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ ร้อยละ 26.0 มีอายุระหว่าง 51-60 ปี ร้อยละ 14.0 มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 13.0 มีอายุน้อยกว่า 30 ปี และร้อยละ 9.5 มีอายุมากกว่าหรือเท่ากับ 61 ปี ตามลำดับ โดยเกษตรกรมีอายุเฉลี่ย 45.63 ปี

**ระดับการศึกษา** เกษตรกรในพื้นที่อำเภอพระพรหม ร้อยละ 47.5 จบการศึกษาประถมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 รองลงมา ร้อยละ 15.5 จบการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า (ปวช.) ร้อยละ 13.5 จบการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า ร้อยละ 13.0 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และร้อยละ 10.5 จบการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า (ปวส.) ตามลำดับ

**อาชีพหลัก** พบว่า เกษตรกร ร้อยละ 48.5 ประกอบอาชีพเกษตรกรเป็นหลัก รองลงมา ร้อยละ 31.0 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 13.0 ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 4.0 ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจทั่วไป และร้อยละ 3.5 ประกอบอาชีพพนักงานประจำ ตามลำดับ

**อาชีพรอง** พบว่า เกษตรกร ร้อยละ 73.0 ประกอบอาชีพรอง ร้อยละ 27.0 ไม่ประกอบอาชีพรอง โดยร้อยละ 69.2 ประกอบอาชีพรองเป็นเกษตรกร รองลงมา ร้อยละ 19.8 ประกอบอาชีพรองรับจ้างทั่วไป และร้อยละ 11.0 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ตามลำดับ

**จำนวนแรงงานในครัวเรือน** พบว่า เกษตรกรในพื้นที่อำเภอพระพรหม ร้อยละ 82.0 มีแรงงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 คน รองลงมา ร้อยละ 15.5 มีแรงงานในครัวเรือน 3-4 คน และร้อยละ 2.5 มีแรงงานมากกว่าหรือเท่ากับ 5 คนขึ้นไป ตามลำดับ โดยมีแรงงานในครัวเรือนต่ำสุด 1 คน และมีแรงงานในครัวเรือนมากที่สุด 6 คน ค่าเฉลี่ย 1.92 คน/ครัวเรือน

**จำนวนแรงงานจ้างประจำ** พบว่า เกษตรกรในพื้นที่อำเภอพระพรหม ร้อยละ 10.0 มีแรงงานจ้างประจำ ร้อยละ 90.0 ไม่มีแรงงานจ้างประจำ โดยร้อยละ 70.0 มีแรงงานจ้างประจำตั้งแต่ 1-2 คน และร้อยละ 30.0 มีแรงงานจ้างประจำ 3-4 คน ตามลำดับ โดยมีแรงงานจ้างประจำต่ำสุด 1 คน และมีแรงงานจ้างประจำมากที่สุด 4 คน ค่าเฉลี่ย 2 คน/ครัวเรือน

**จำนวนแรงงานจ้างชั่วคราว** พบว่า เกษตรกรในพื้นที่อำเภอพระพรหม ร้อยละ 11.0 มีแรงงานจ้างชั่วคราว ร้อยละ 89.0 ไม่มีแรงงานจ้างชั่วคราว โดยร้อยละ 63.6 มีแรงงานจ้างชั่วคราวตั้งแต่ 1-2 คน ร้อยละ 23.3 มีแรงงานจ้างชั่วคราว 3-4 คน และร้อยละ 9.1 มีแรงงานจ้างชั่วคราวมากกว่าหรือเท่ากับ 5 คนขึ้นไป ตามลำดับ โดยมีแรงงานจ้างชั่วคราวต่ำสุด 1 คน และมีแรงงานจ้างชั่วคราวมากที่สุด 5 คน ค่าเฉลี่ย 2.41 คน/ครัวเรือน



## 1.2 สภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจ

จากการศึกษาสภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจของเกษตรกรได้แก่ ไร่ได้ ไร่ได้ จากการทำเกษตรของเกษตรกร ปี 2562 ขนาดพื้นที่ทำการเกษตร แหล่งเงินทุนของเกษตรกร ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.2 สภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจของเกษตรกร

		n = 200	
สภาพทางเศรษฐกิจ		จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>1. ไร่ได้จากการทำเกษตรของเกษตรกร ปี 2562 (บาท/ปี)</b>			
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000		128	64.0
20,001 – 40,000		35	17.5
40,001 – 60,000		14	7.0
60,001 – 80,000		9	4.5
80,001 – 100,000		6	3.0
มากกว่าหรือเท่ากับ 100,001		8	4.0
ค่าต่ำสุด 3,000 บาท	ค่าสูงสุด 240,000 บาท		
ค่าเฉลี่ย 29,209 บาท	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 35337.882		
<b>2. พื้นที่ทำการเกษตร (ไร่)</b>			
1-2		101	50.5
3-4		49	24.5
5-6		14	7.0
7-8		14	7.0
มากกว่าหรือเท่ากับ 9		22	11.0
ค่าต่ำสุด 1 ไร่	ค่าสูงสุด 22 ไร่		
ค่าเฉลี่ย 3.85 ไร่	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 4.132		

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

n = 200		
สภาพทางเศรษฐกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>3. แหล่งเงินทุนของเกษตรกร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</b>		
กองทุนหมู่บ้าน	59	29.5
สหกรณ์การเกษตร	53	26.5
เงินทุนส่วนตัว	32	16.0
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	39	19.5
กลุ่มเกษตรกร	13	6.5
ธนาคารอื่น ๆ	30	15.0

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษาแสดงสภาพทางเศรษฐกิจของเกษตรกรเกษตรกรในพื้นที่อำเภอพระพรหม ดังนี้

รายได้จากการทำการเกษตรของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรร้อยละ 64.0 มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท/ปี รองลงมา ร้อยละ 17.5 มีรายได้ 20,001 – 40,000 บาท/ปี ร้อยละ 7.0 มีรายได้ 40,001 – 60,000 บาท/ปี ร้อยละ 4.5 มีรายได้ 60,001 – 80,000 บาท/ปี ร้อยละ 4.0 มีรายได้ 80,001 – 10,000 บาท/ปี และร้อยละ 3.0 มีรายได้มากกว่าหรือเท่ากับ 100,001 บาท/ปี ตามลำดับเฉลี่ยรายได้ 29, 209 บาท/ปี

พื้นที่ถือครองทางการเกษตรทั้งหมดของเกษตรกร ได้ผลการศึกษาแสดงข้อมูลพื้นที่ถือครองทางการเกษตรทั้งหมดของเกษตรกร พบว่าเกษตรกร ร้อยละ 50.5 มีพื้นที่ของตนเองระหว่าง 1-2 ไร่ มากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 24.5 มีพื้นที่ของตนเองระหว่าง 3-4 ไร่ ร้อยละ 11.0 มีพื้นที่ของตนเองมากกว่าหรือเท่ากับ 9 ไร่ ร้อยละ 7.0 มีพื้นที่ของตนเองระหว่าง 5-6 ไร่ และ 7-8 ไร่ ตามลำดับเฉลี่ย 3.85 ไร่/ครัวเรือน

แหล่งเงินทุนของเกษตรกร พบว่า เกษตรกร ร้อยละ 29.5 ใช้แหล่งเงินทุนจากกองทุนหมู่บ้าน มากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 26.5 ใช้แหล่งเงินทุนจากสหกรณ์การเกษตร ร้อยละ 19.5 ใช้แหล่งเงินทุนจากธนาคารเพื่อการเกษตร ร้อยละ 16.0 ใช้เงินทุนส่วนตัว ร้อยละ 15.0 ใช้เงินจากธนาคารอื่น ๆ และร้อยละ 6.5 ใช้เงินจากกลุ่มเกษตรกร ตามลำดับ

### 1.3 สภาพพื้นฐานทางสังคม

จากการศึกษาสภาพพื้นฐานทางสังคมของเกษตรกรได้แก่ การเป็นสมาชิกกลุ่ม และตำแหน่งทางสังคม ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.3 สภาพพื้นฐานทางสังคมของเกษตรกร

n = 200		
สภาพทางสังคม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>1. การเป็นสมาชิกกลุ่ม</b>		
ไม่เป็น	82	41.0
เป็น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	118	59.0
สหกรณ์การเกษตร	52	44.1
สหกรณ์นอกภาคการเกษตร	4	3.4
กลุ่มเกษตรกร	22	18.6
เกษตรกรรุ่นใหม่ (YSF)	2	1.7
กลุ่มลูกค้า ธ.ก.ส.	32	27.1
กลุ่มอื่น ๆ (OTOP)	6	5.1
<b>2. ตำแหน่งทางสังคม</b>		
ไม่เป็น	147	73.5
เป็น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	53	26.5
กำนัน / ผู้ใหญ่บ้าน / ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน	26	49.0
อาสาสมัครเกษตรหมู่บ้าน	2	3.8
อาสาสมัครสาธารณสุขหมู่บ้าน	17	32.1
หมอดินอาสา	6	11.3
ปลัดตำบลอาสา	2	3.8

จากตารางที่ 4.3 ผลการศึกษาแสดงสภาพทางสังคมเกษตรกรในพื้นที่อำเภอพระพรหม ดังนี้

การเป็นสมาชิกกลุ่ม เกษตรกร ร้อยละ 44.1 เป็นสมาชิกสหกรณ์การเกษตร ร้อยละ 27.1 เป็นสมาชิกกลุ่มลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ร้อยละ 18.6 เป็นสมาชิก



กลุ่มเกษตรกร ร้อยละ 5.1 เป็นสมาชิกกลุ่มอื่น ๆ (OTOP) ร้อยละ 3.4 เป็นสมาชิกกลุ่มสหกรณ์นอกภาคการเกษตร และร้อยละ 1.7 เป็นเกษตรกรรุ่นใหม่ (YSF) ตามลำดับ

**ตำแหน่งทางสังคม** เกษตรกรดำรงตำแหน่งเป็น กำนัน /ผู้ใหญ่บ้าน / ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ร้อยละ 49 รองลงมาเป็นอาสาสมัครสาธารณสุขหมู่บ้าน ร้อยละ 32.1 เป็นหมอดินอาสา ร้อยละ 11.1 เป็นอาสาสมัครเกษตร ร้อยละ 3.8 และ เป็นปศุสัตว์อาสา ร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

## **ตอนที่ 2 การรับสื่อและวัตถุประสงค์ในการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร**

### **2.1 การรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารทางการเกษตร**

ในการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารในชีวิตประจำวัน เกษตรกรรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรได้หลากหลายช่องทาง

จากการสัมภาษณ์เกษตรกรในพื้นที่อำเภอพระพรหม เกี่ยวกับแหล่งความรู้จากสื่อ 5 ด้าน ประกอบด้วย

- 1) **สื่อบุคคล** ได้แก่ เจ้าหน้าที่จากภาครัฐ อาสาสมัครเกษตรหมู่บ้าน ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน และเพื่อนบ้าน
  - 2) **สื่อกิจกรรม** ได้แก่ การศึกษาดูงาน/การทัศนศึกษา การจัดนิทรรศการ การฝึกอบรม การประชุม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการสัมมนา
  - 3) **สื่อสิ่งพิมพ์** ได้แก่ เอกสารทางราชการ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์ วิทยุ แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ และวารสาร
  - 4) **สื่ออิเล็กทรอนิกส์** ได้แก่ วิทยุ/เครื่องกระจายเสียง หอกระจายข่าว และโทรทัศน์
  - 5) **สื่อออนไลน์** ได้แก่ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ และยูทูป
- ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 4.4 ช่องทางการรับสื่อ ข้อมูล ข่าวสารของเกษตรกร

n = 200

สื่อ	ระดับการได้รับสื่อ (จำนวน/ร้อยละ)					$\bar{x}$ S.D.	ความหมาย	อันดับ
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)			
<b>1. สื่อบุคคล</b>						<b>3.43</b> <b>(0.829)</b>	<b>มาก</b>	<b>3</b>
1.1 เจ้าหน้าที่ภาครัฐ	0 (0.0)	14 (7.0)	98 (49.0)	72 (36.0)	16 (8.0)	3.45 (0.742)	มาก	2
1.2 อาสาสมัครเกษตร หมู่บ้าน (อกม.)	0 (0.0)	18 (9.0)	98 (49.0)	74 (37.0)	10 (5.0)	3.38 (0.720)	ปานกลาง	3
1.3 ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วย ผู้ใหญ่บ้าน	0 (0.0)	18 (9.0)	60 (30.0)	94 (42.0)	38 (19.0)	3.71 (0.877)	มาก	1
1.4 เพื่อนบ้าน	10 (5.0)	36 (18.0)	76 (38.0)	64 (32.0)	14 (7.0)	3.18 (0.976)	ปานกลาง	4
<b>2. สื่อกิจกรรม</b>						<b>2.88</b> <b>(0.887)</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>4</b>
2.1 การศึกษาดูงาน/การ ทัศนศึกษา	14 (7.0)	76 (38.0)	74 (37.0)	28 (14.0)	8 (4.0)	2.70 (0.935)	ปานกลาง	4
2.2 การจัดนิทรรศการ	14 (7.0)	88 (44.0)	64 (32.0)	24 (12.0)	10 (5.0)	2.64 (0.957)	ปานกลาง	5
2.3 การอบรม	6 (3.0)	46 (23.0)	102 (51.0)	34 (17.0)	12 (6.0)	3.00 (0.874)	ปานกลาง	3
2.4 การประชุม	2 (1.0)	24 (12.0)	100 (50.0)	52 (26.0)	22 (11.0)	3.34 (0.865)	ปานกลาง	1
2.5 การแลกเปลี่ยน เรียนรู้	6 (3.0)	30 (15.0)	112 (56.0)	42 (21.0)	10 (5.0)	3.10 (0.821)	ปานกลาง	2
2.6 การสัมมนา	24 (12.0)	78 (39.0)	76 (38.0)	20 (10.0)	2 (1.0)	2.49 (0.868)	น้อย	6

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

							n = 200	
สื่อ	ระดับการได้รับสื่อ (จำนวน/ร้อยละ)					x	ความหมาย	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
<b>3. สื่อสิ่งพิมพ์</b>						<b>2.70</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>5</b>
						<b>(0.924)</b>		
3.1 เอกสารทางราชการ	6	68	64	48	0	2.98	ปานกลาง	1
	(3.0)	(34.0)	(32.0)	(24.0)	(0.0)	(0.992)		
3.2 หนังสือพิมพ์	14	104	56	22	4	2.49	น้อย	2
	(7.0)	(52.0)	(28.0)	(11.0)	(2.0)	(0.856)		
3.3 แผ่นพับ	10	84	70	32	4	2.68	ปานกลาง	6
	(5.0)	(42.0)	(35.0)	(16.0)	(2.0)	(0.873)		
3.4 โปสเตอร์	10	82	68	36	4	2.71	ปานกลาง	5
	(5.0)	(41.0)	(34.0)	(18.0)	(2.0)	(0.889)		
3.5 ไลน์ แผ่นป้าย ประชาสัมพันธ์	6	76	60	46	12	2.91	ปานกลาง	4
	(3.0)	(38.0)	(30.0)	(23.0)	(6.0)	(0.983)		
3.6 วารสาร	26	98	48	22	6	2.42	น้อย	3
	(13.0)	(49.0)	(24.0)	(11.0)	(3.0)	(0.953)		
<b>4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์</b>						<b>3.51</b>	<b>มาก</b>	<b>2</b>
						<b>(0.977)</b>		
4.1 วิทยุกระจายเสียง	10	60	48	52	30	3.16	ปานกลาง	3
	(5.0)	(30.0)	(24.0)	(26.0)	(15.0)	(1.158)		
4.2 หอกระจายข่าว	2	16	88	60	34	3.54	มาก	2
	(1.0)	(8.0)	(44.0)	(30.0)	(17.0)	(0.901)		
4.3 โทรทัศน์	2	14	38	110	36	3.82	มาก	1
	(1.0)	(7.0)	(19.0)	(55.0)	(18.0)	(0.843)		

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

n = 200

สื่อ	ระดับการได้รับสื่อ (จำนวน/ร้อยละ)					$\bar{x}$ S.D.	ความหมาย	ลำดับ
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)			
<b>5. สื่อออนไลน์</b>						<b>3.83</b> <b>(1.010)</b>	มาก	<b>1</b>
5.1 เว็บไซต์	8 (4.0)	22 (11.0)	36 (18.0)	80 (40.)	54 (27.0)	3.75 (1.092)	มาก	3
5.2 เฟซบุ๊ก	6 (3.0)	10 (5.0)	40 (20.0)	90 (45.0)	54 (27.0)	3.88 (0.964)	มาก	2
5.3 ไลน์	4 (2.0)	10 (5.0)	34 (27.0)	98 (49.0)	54 (27.0)	3.94 (0.906)	มาก	1
5.4 ยูทูป	10 (5.0)	18 (9.0)	34 (17.0)	90 (45.0)	48 (24.0)	3.74 (1.076)	มาก	4
<b>เฉลี่ยรวมทั้งหมด</b>						<b>3.27</b> <b>(0.926)</b>	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.4 ผลการศึกษาแสดงการรับสื่อข้อมูล ข่าวสาร ของเกษตรกร ในภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) เมื่อพิจารณาแยกออกเป็นแหล่งความรู้ที่ได้จากแต่ละสื่อ พบว่า

#### 1) สื่อบุคคล

การรับสื่อบุคคลของเกษตรกรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 2 สื่อ ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.71) เจ้าหน้าที่ภาครัฐ(ค่าเฉลี่ย 3.45) และระดับปานกลาง จำนวน 2 สื่อ ได้แก่ อาสาสมัครเกษตรหมู่บ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.38) เพื่อนบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.18)

#### 2) สื่อกิจกรรม

การรับสื่อกิจกรรมของเกษตรกรอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.88) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 5 สื่อ ได้แก่ การประชุม(ค่าเฉลี่ย3.34) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (ค่าเฉลี่ย 3.10) การอบรม (ค่าเฉลี่ย 3.00) การศึกษาดูงาน/การทำศนะศึกษา

(ค่าเฉลี่ย 2.70) การจัดนิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 2.64) และระดับน้อยจำนวน 1 สื่อได้แก่ การสัมมนา (ค่าเฉลี่ย 2.49)

### 3) สื่อสิ่งพิมพ์

การรับสื่อสิ่งพิมพ์ของเกษตรกรอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.70) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 4 สื่อได้แก่ เอกสารทางราชการ (ค่าเฉลี่ย 2.98) วิทยุ แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 2.91) โปสเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 2.71) แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.68) และระดับน้อย จำนวน 2 สื่อได้แก่ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.49) วารสาร (ค่าเฉลี่ย 2.42)

### 4) สื่ออิเล็กทรอนิกส์

การรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ของเกษตรกรที่อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 2 สื่อได้แก่ โทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.82) หอกระจายข่าว (ค่าเฉลี่ย 3.54) และระดับปานกลาง จำนวน 1 สื่อได้แก่ วิทยุกระจายเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.16)

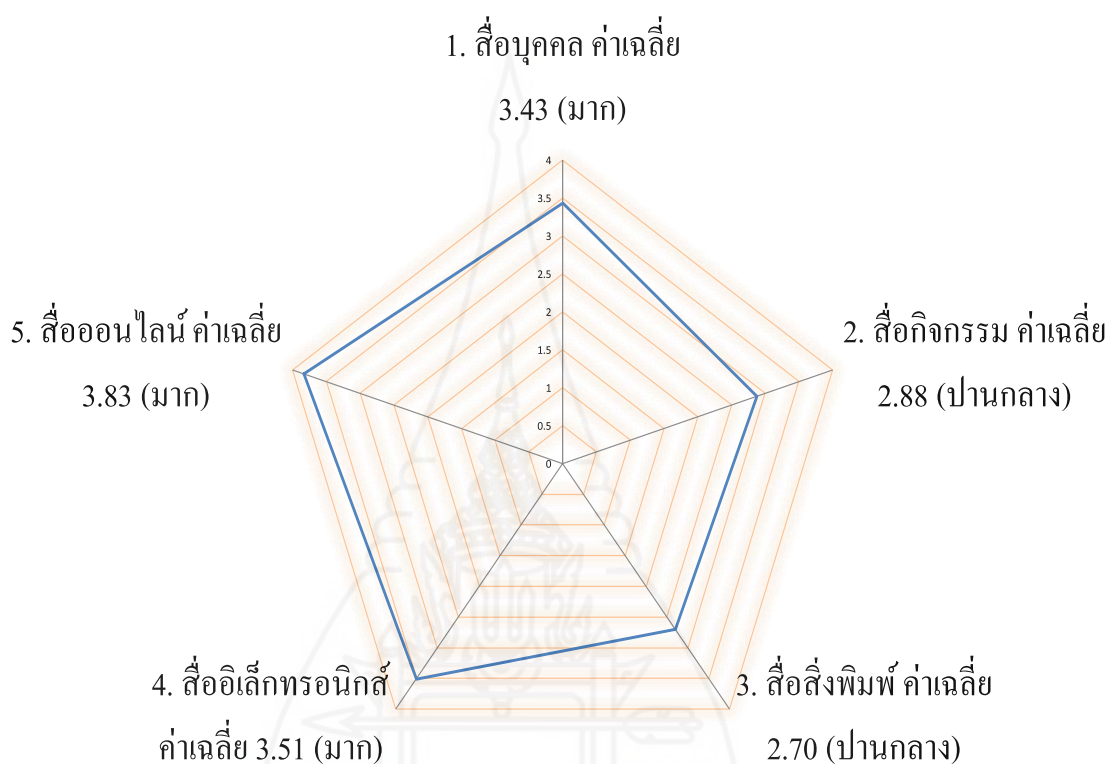
### 5) สื่อออนไลน์

การรับสื่อออนไลน์ของเกษตรกรอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 4 สื่อได้แก่ ไลน์ (ค่าเฉลี่ย 3.94) เฟซบุ๊ก (ค่าเฉลี่ย 3.88) เว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ยูทูป (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ตารางที่ 4.5 สรุปช่องทางการรับสื่อ ข้อมูล ข่าวสารของเกษตรกร

n = 200				
สื่อ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย	อันดับ
1. สื่อบุคคล	3.43	0.829	ปานกลาง	3
2. สื่อกิจกรรม	2.88	0.887	ปานกลาง	4
3. สื่อสิ่งพิมพ์	2.70	0.924	ปานกลาง	5
4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์	3.51	0.977	มาก	2
5. สื่อออนไลน์	3.83	1.010	มาก	1
<b>เฉลี่ยรวมทั้งหมด</b>	<b>3.27</b>	<b>0.926</b>	<b>ปานกลาง</b>	

จากตารางที่ 4.5 สรุปได้ว่าเกษตรกรใช้สื่อออนไลน์ในการรับสื่อ ข้อมูล ข่าวสารของเกษตรกรมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมาคือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ค่าเฉลี่ย 2.51) สื่อบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.43) สื่อกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 2.88) และสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.70) ตามลำดับ



ภาพที่ 4.1 สรุปช่องทางการรับสื่อ ข้อมูล ข่าวสารของเกษตรกร

## 2.2 วัตถุประสงค์ในการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสาร

ในการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารในชีวิตประจำวัน เกษตรกรรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารเพื่อวัตถุประสงค์ที่นำไปใช้ที่แตกต่างกันออกไป โดยแบ่งออกตามประเภทการใช้งาน ดังนี้

- 1) ใช้ในการหาความรู้ทางด้านการเกษตร
- 2) ใช้ในรับข่าวสารทั่วไป
- 3) ใช้ในการสร้างอาชีพเสริมอื่น ๆ
- 4) ใช้เพื่อการบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ



ตารางที่ 4.6 ระดับการได้รับสื่อ เพื่อใช้ในการหาความรู้ทางด้านการเกษตร

n = 200

สื่อ	ระดับการได้รับสื่อ เพื่อใช้ในการหาความรู้ ทางด้านการเกษตร (จำนวน/ร้อยละ)					— x S.D.	ความหมาย	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
<b>1. สื่อบุคคล</b>						<b>3.66</b> <b>(0.776)</b>	<b>มาก</b>	<b>3</b>
1.1 เจ้าหน้าที่ภาครัฐ	0 (0.00)	12 (6.0)	64 (32.0)	96 (48.0)	28 (14.0)	3.70 (0.783)	มาก	2
1.2 อาสาสมัครเกษตร หมู่บ้าน (อกม.)	2 (1.0)	12 (6.0)	84 (42.0)	92 (46.0)	10 (5.0)	3.48 (0.730)	มาก	4
1.3 ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วย ผู้ใหญ่บ้าน	2 (1.0)	4 (2.0)	40 (20.0)	110 (55.0)	44 (22.0)	3.95 (0.768)	มาก	1
1.4 เพื่อนบ้าน	4 (2.0)	16 (8.0)	70 (35.0)	96 (48.0)	14 (7.0)	3.50 (0.821)	มาก	3
<b>2. สื่อกิจกรรม</b>						<b>3.04</b> <b>(0.984)</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>4</b>
2.1 การศึกษาดูงาน/การ ทัศนศึกษา	12 (6.0)	72 (36.0)	52 (26.0)	42 (21.0)	22 (11.0)	2.95 (1.120)	ปานกลาง	3
2.2 การจัดนิทรรศการ	10 (5.0)	76 (38.0)	56 (28.0)	38 (19.0)	20 (10.0)	2.91 (1.081)	ปานกลาง	4
2.3 การอบรม	2 (1.0)	24 (12.0)	102 (51.0)	50 (25.0)	22 (11.0)	3.33 (0.863)	ปานกลาง	2
2.4 การประชุม	6 (3.0)	12 (6.0)	80 (40.0)	70 (35.0)	32 (16.0)	2.79 (0.933)	ปานกลาง	5
2.5 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้	2 (1.0)	24 (12.0)	76 (38.0)	74 (37.0)	24 (12.0)	3.47 (0.891)	มาก	1
2.6 การสัมมนา	8 (4.0)	92 (31.5)	50 (46.0)	36 (18.0)	14 (7.0)	2.78 (1.018)	ปานกลาง	6

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

สื่อ	ระดับการได้รับสื่อ เพื่อใช้ในการหาความรู้ทางด้าน					$\bar{x}$	ความหมาย	อันดับ
	การเกษตร (จำนวน/ร้อยละ)							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	S.D.		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
<b>3. สื่อสิ่งพิมพ์</b>						<b>2.94</b> <b>(0.873)</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>5</b>
3.1 เอกสารทางราชการ	6 (3.0)	16 (8.0)	86 (43.0)	78 (37.0)	14 (7.0)	3.39 (0.849)	ปานกลาง	1
3.2 หนังสือพิมพ์	10 (5.0)	72 (36.0)	78 (39.0)	36 (18.0)	4 (2.0)	2.76 (0.875)	ปานกลาง	5
3.3 แผ่นพับ	10 (5.0)	58 (27.0)	98 (47.0)	30 (15.0)	4 (2.0)	2.80 (0.827)	ปานกลาง	4
3.4 ไปสเตอร์	6 (3.0)	52 (26.0)	78 (39.0)	60 (30.0)	4 (2.0)	3.02 (0.874)	ปานกลาง	3
3.5 ไวเนล แผ่นป้าย ประชาสัมพันธ์	4 (2.0)	48 (24.0)	76 (38.0)	68 (34.0)	4 (2.0)	3.10 (0.857)	ปานกลาง	2
3.6 วารสาร	28 (14.0)	72 (36.0)	66 (33.0)	32 (16.0)	2 (1.0)	2.54 (0.955)	ปานกลาง	6
<b>4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์</b>						<b>3.80</b> <b>(0.928)</b>	<b>มาก</b>	<b>2</b>
4.1 วิทยุกระจายเสียง	4 (2.0)	52 (26.0)	42 (21.0)	52 (26.0)	50 (25.0)	3.46 (1.181)	มาก	3
4.2 หอกระจายข่าว	0 (0.0)	10 (5.0)	66 (33.0)	70 (35.0)	54 (27.0)	3.84 (0.882)	มาก	2
4.3 โทรทัศน์	2 (1.0)	4 (2.0)	18 (9.0)	122 (61.0)	54 (27.0)	4.11 (0.721)	มาก	1

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

n = 200

สื่อ	ระดับการได้รับสื่อ เพื่อใช้ในการหาความรู้ทางด้าน					$\bar{x}$	ความหมาย	ลำดับ
	การเกษตร (จำนวน/ร้อยละ)							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	S.D.		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)				
<b>5. สื่อออนไลน์</b>						<b>4.08</b>		
						<b>(0.852)</b>	<b>มาก</b>	<b>1</b>
5.1 เว็บไซต์	0	14	38	80	68	4.01	มาก	4
	(0.0)	(7.0)	(19.0)	(40.0)	(34.0)	(0.902)		
5.2 เฟซบุ๊ก	2	6	34	90	68	4.08	มาก	3
	(1.0)	(3.0)	(17.0)	(45.0)	(34.0)	(0.847)		
5.3 ไลน์	0	6	38	84	72	4.11	มาก	1
	(0.0)	(3.0)	(19.0)	(42.0)	(36.0)	(0.813)		
5.4 ยูทูป	0	12	26	90	72	4.11	มาก	1
	(0.0)	(6.0)	(13.0)	(45.0)	(36.0)	(0.849)		
<b>เฉลี่ยรวมทั้งหมด</b>						<b>3.50</b>	<b>มาก</b>	
						<b>(0.883)</b>		

จากตารางที่ 4.6 ผลการศึกษา ระดับการรับสื่อ เพื่อใช้หาความรู้ทางด้านการเกษตร ของเกษตรกร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) เมื่อพิจารณาแยกออกเป็นแหล่งความรู้ ที่ได้จากแต่ละสื่อ พบว่า

#### 1) สื่อบุคคล

การใช้สื่อบุคคลของเกษตรกร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 สื่อ ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.95) เจ้าหน้าที่ภาครัฐ (ค่าเฉลี่ย 3.70) เพื่อนบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.50) และอาสาสมัครเกษตรกร หมู่บ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.48)

#### 2) สื่อกิจกรรม

การใช้สื่อกิจกรรมของเกษตรกรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.04) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 1 สื่อ ได้แก่ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (ค่าเฉลี่ย 3.47) และระดับปานกลาง จำนวน 5 สื่อ ได้แก่ การอบรม

(ค่าเฉลี่ย 3.33) การศึกษาดูงาน/การทัศนศึกษา (ค่าเฉลี่ย 2.95) การจัดนิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 2.91) การประชุม (ค่าเฉลี่ย 2.79) การสัมมนา (ค่าเฉลี่ย 2.78)

### 3) สื่อสิ่งพิมพ์

การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ของเกษตรกรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.94) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 6 สื่อได้แก่ เอกสารทางราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.39) วนิต แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.10) โปสเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.02) แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.80) หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.76) วารสาร (ค่าเฉลี่ย 2.54)

### 4) สื่ออิเล็กทรอนิกส์

การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ของเกษตรกรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับมากทั้ง 3 สื่อได้แก่ วิทยุกระจายเสียง (ค่าเฉลี่ย 4.11) โทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.84) หอกระจายข่าว (ค่าเฉลี่ย 3.46)

### 5. สื่อออนไลน์

การใช้สื่อออนไลน์ของเกษตรกรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับมากทั้ง 4 สื่อได้แก่ ไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ยูทูป (ค่าเฉลี่ย 4.11) เฟซบุ๊ก (ค่าเฉลี่ย 4.08) เว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 4.01)

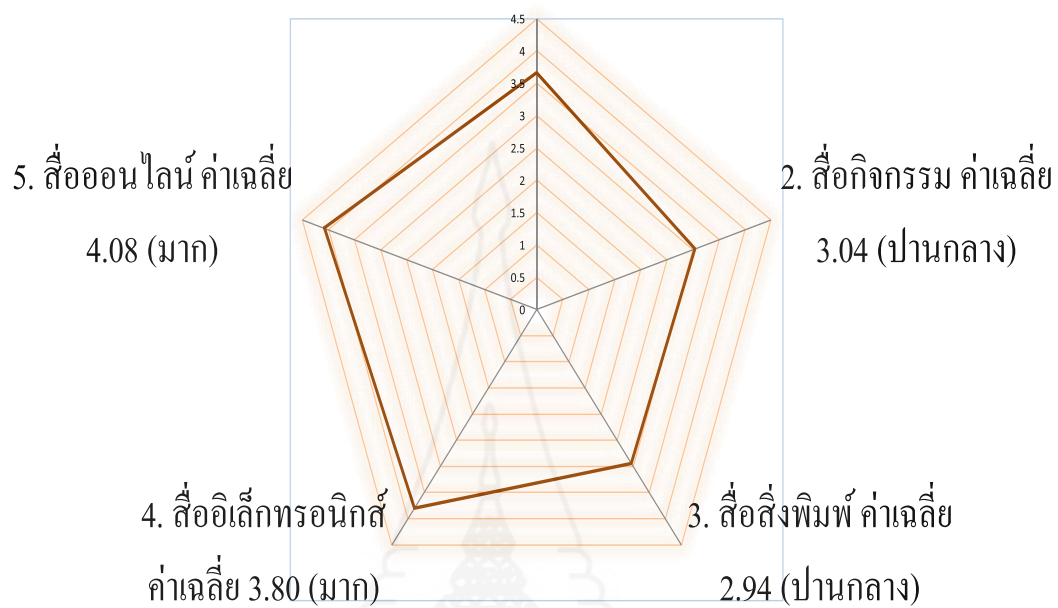
ตารางที่ 4.7 สรุปช่องทางการรับสื่อ เพื่อใช้หาความรู้ทางด้านการเกษตร

n = 200				
สื่อ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย	อันดับ
1. สื่อบุคคล	3.66	0.776	มาก	3
2. สื่อกิจกรรม	3.04	0.984	ปานกลาง	4
3. สื่อสิ่งพิมพ์	2.94	0.873	ปานกลาง	5
4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์	3.80	0.928	มาก	2
5. สื่อออนไลน์	4.08	0.852	มาก	1
<b>เฉลี่ยรวมทั้งหมด</b>	<b>3.50</b>	<b>0.883</b>	<b>ปานกลาง</b>	

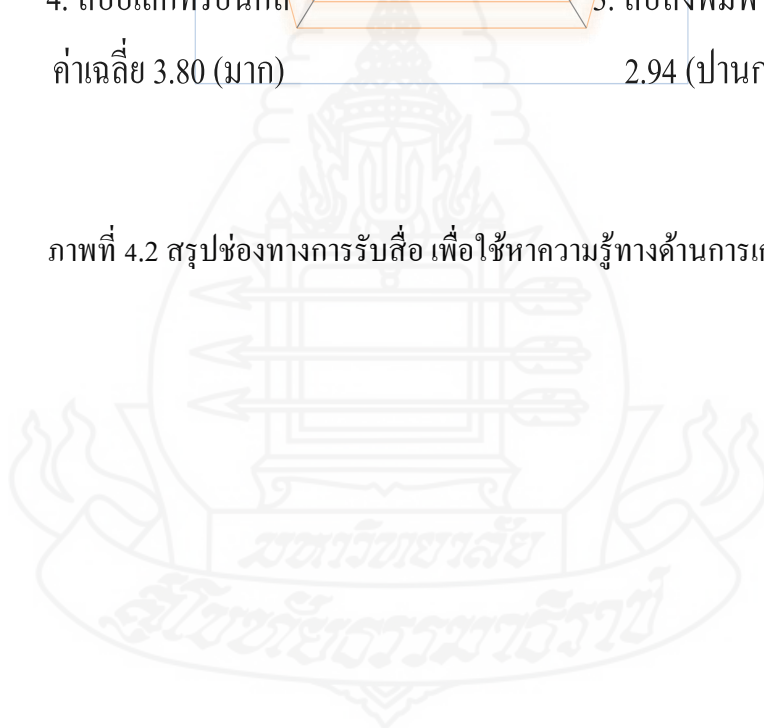
จากตารางที่ 4.7 สรุปได้ว่า ช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารของเกษตรกร เพื่อใช้หาความรู้ทางด้านการเกษตร ได้รับจากสื่อออนไลน์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมาคือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ค่าเฉลี่ย 3.80) สื่อบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.66) สื่อกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 3.04) และสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.94) ตามลำดับ

## 1. สื่อบุคคล ค่าเฉลี่ย

3.66 (มาก)



ภาพที่ 4.2 สรุปช่องทางการรับสื่อ เพื่อใช้หาความรู้ทางด้านการเกษตร



ตารางที่ 4.8 ระดับการได้รับสื่อ เพื่อใช้ในการรับข่าวสารทั่วไป

n = 200

สื่อ	ระดับการได้รับสื่อ เพื่อใช้ในการรับข่าวสารทั่วไป (จำนวน/ร้อยละ)					$\bar{x}$	ความหมาย	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	S.D.		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
<b>1. สื่อบุคคล</b>						<b>3.65</b> <b>(0.763)</b>	<b>มาก</b>	<b>3</b>
1.1 เจ้าหน้าที่ภาครัฐ	0 (0.0)	8 (4.0)	60 (30.0)	104 (52.0)	28 (14.0)	3.76 (0.738)	มาก	2
1.2 อาสาสมัครเกษตร หมู่บ้าน (อกม.)	2 (1.0)	12 (6.0)	84 (42.0)	90 (45.0)	12 (6.0)	3.49 (0.743)	มาก	3
1.3 ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วย ผู้ใหญ่บ้าน	0 (0.0)	6 (3.0)	54 (27.0)	102 (51.0)	38 (19.0)	3.86 (0.750)	มาก	1
1.4 เพื่อนบ้าน	4 (2.0)	16 (8.0)	74 (37.0)	92 (46.0)	14 (7.0)	3.48 (0.820)	มาก	4
<b>2. สื่อกิจกรรม</b>						<b>3.15</b> <b>(0.911)</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>4</b>
2.1 การศึกษาดูงาน/การ ทัศนศึกษา	2 (1.0)	62 (31.0)	64 (32.0)	56 (28.0)	16 (8.0)	3.11 (0.971)	ปานกลาง	3
2.2 การจัดนิทรรศการ	6 (3.0)	58 (29.0)	66 (33.0)	56 (28.0)	14 (7.0)	3.07 (0.985)	ปานกลาง	4
2.3 การอบรม	2 (1.0)	22 (11.0)	92 (46.0)	64 (32.0)	20 (10.0)	3.39 (0.849)	ปานกลาง	2
2.4 การประชุม	2 (1.0)	10 (5.0)	78 (39.0)	86 (43.0)	24 (12.0)	3.03 (0.844)	ปานกลาง	5
2.5 การแลกเปลี่ยน เรียนรู้	2 (1.0)	24 (12.0)	74 (37.0)	86 (43.0)	14 (7.0)	3.43 (0.830)	มาก	1
2.6 การสัมมนา	12 (6.0)	66 (33.0)	64 (32.0)	50 (25.0)	8 (4.0)	2.88 (0.985)	ปานกลาง	6



ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

สื่อ	ระดับการได้รับสื่อ เพื่อใช้ในการรับข่าวสารทั่วไป (จำนวน/ร้อยละ)					$\bar{x}$	ความหมาย	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	S.D.		
<b>3. สื่อสิ่งพิมพ์</b>						<b>3.13</b> <b>(0.967)</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>5</b>
3.1 เอกสารทางราชการ	6 (3.0)	20 (10.0)	52 (26.0)	102 (51.0)	20 (10.0)	3.55 (0.912)	มาก	1
3.2 หนังสือพิมพ์	10 (5.0)	56 (28.0)	76 (38.0)	56 (28.0)	2 (1.0)	2.92 (0.893)	ปานกลาง	5
3.3 แผ่นพับ	14 (7.0)	38 (19.0)	72 (36.0)	68 (34.0)	8 (4.0)	3.09 (0.983)	ปานกลาง	4
3.4 ไปสเตอร์	12 (6.0)	36 (18.0)	58 (29.0)	84 (42.0)	10 (5.0)	3.22 (0.998)	ปานกลาง	3
3.5 ไลน์ แผ่นป้าย ประชาสัมพันธ์	8 (4.0)	36 (18.0)	56 (28.0)	86 (43.0)	14 (7.0)	3.31 (0.979)	ปานกลาง	2
3.6 วารสาร	30 (15.0)	54 (27.0)	66 (33.0)	46 (23.0)	4 (2.0)	2.70 (1.047)	ปานกลาง	6
<b>4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์</b>						<b>3.82</b> <b>(0.936)</b>	<b>มาก</b>	<b>2</b>
4.1 วิทยุกระจายเสียง	2 (1.0)	42 (21.0)	50 (25.0)	56 (28.0)	50 (25.0)	3.55 (1.111)	มาก	3
4.2 หอกระจายข่าว	0 (0.0)	12 (6.0)	54 (27.0)	80 (40.0)	50 (25.0)	3.88 (0.877)	มาก	2
4.3 โทรทัศน์	2 (1.0)	6 (3.0)	34 (17.0)	100 (50.0)	58 (29.0)	4.03 (0.820)	มาก	1

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

n = 200

สื่อ	ระดับการได้รับสื่อ เพื่อใช้ในการรับข่าวสารทั่วไป (จำนวน/ร้อยละ)					$\bar{x}$ S.D.	ความหมาย	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
<b>5. สื่อออนไลน์</b>						<b>4.03</b> <b>(0.850)</b>	<b>มาก</b>	<b>1</b>
5.1 เว็บไซต์	2 (1.0)	14 (7.0)	38 (19.0)	82 (41.0)	64 (32.0)	3.96 (0.940)	มาก	4
5.2 เฟซบุ๊ก	2 (1.0)	6 (3.0)	40 (20.0)	92 (46.0)	60 (30.0)	4.01 (0.845)	มาก	3
5.3 ไลน์	0 (0.0)	4 (2.0)	34 (17.0)	96 (48.0)	66 (33.0)	4.12 (0.754)	มาก	1
5.4 ยูทูป	2 (1.0)	10 (5.0)	30 (15.0)	98 (49.0)	60 (30.0)	4.02 (0.862)	มาก	2
<b>เฉลี่ยรวมทั้งหมด</b>						<b>3.56</b> <b>(0.885)</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.8 ผลการศึกษาระดับการรับสื่อ เพื่อใช้ในการรับข่าวสารทั่วไป ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) เมื่อพิจารณาแยกออกเป็นแหล่งความรู้ที่ได้จากแต่ละสื่อ พบว่า

#### 1) สื่อบุคคล

การรับสื่อบุคคลของเกษตรกรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.43) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับมากทั้ง 4 สื่อ ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.86) เจ้าหน้าที่ภาครัฐ (ค่าเฉลี่ย 3.76) อาสาสมัครเกษตรหมู่บ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.49) เพื่อนบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.48)

## 2) สื่อกิจกรรม

การรับสื่อกิจกรรมของเกษตรกรอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.88) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 สื่อได้แก่ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (ค่าเฉลี่ย 3.43) และระดับปานกลางจำนวน 5 สื่อได้แก่ การอบรม (ค่าเฉลี่ย 3.39) การศึกษาดูงาน/การทัศนศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.11) การจัดนิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.07) การประชุม (ค่าเฉลี่ย 3.03) การสัมมนา (ค่าเฉลี่ย 2.88)

## 3) สื่อสิ่งพิมพ์

การรับสื่อสิ่งพิมพ์ของเกษตรกรอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 สื่อได้แก่ เอกสารทางราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และระดับปานกลาง จำนวน 5 สื่อได้แก่ วนิต แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.31) โปสเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.22) แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 3.09) หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.92) วารสาร (ค่าเฉลี่ย 2.70)

## 4) สื่ออิเล็กทรอนิกส์

การรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ของเกษตรกรที่อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 สื่อได้แก่ โทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 4.03) หอกระจายข่าว (ค่าเฉลี่ย 3.88) วิทยุกระจายเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.55)

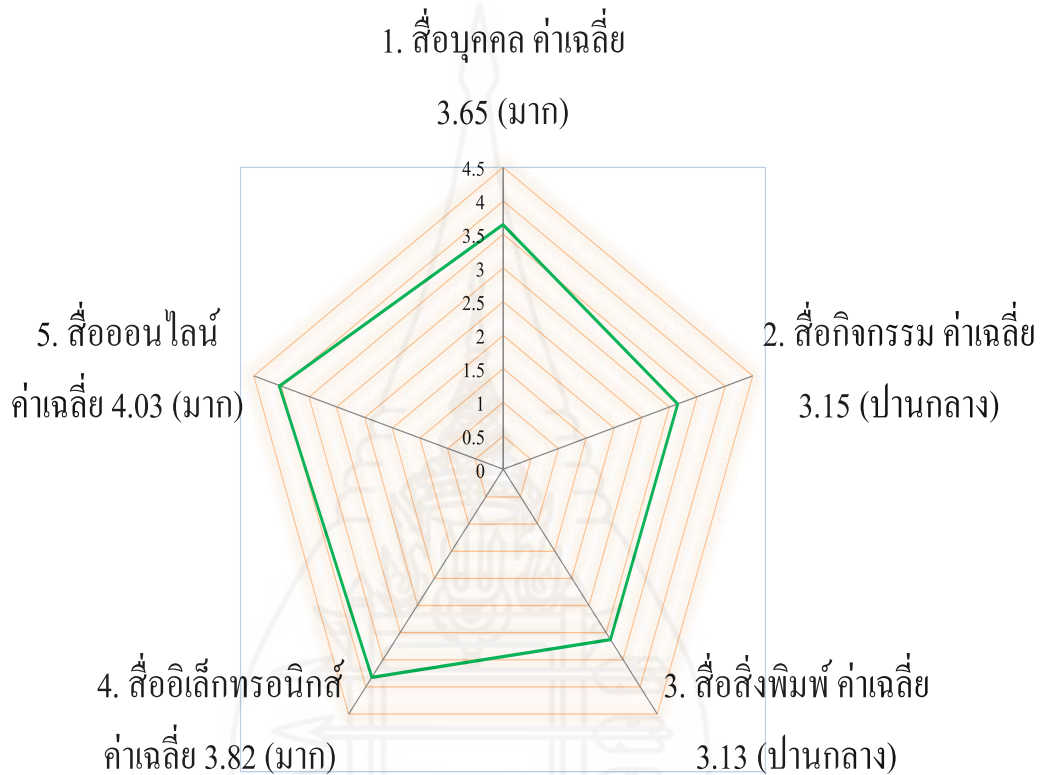
## 5) สื่อออนไลน์

การรับสื่อออนไลน์ของเกษตรกรอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 4 สื่อได้แก่ ไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ยูทูป (ค่าเฉลี่ย 4.02) เฟซบุ๊ก (ค่าเฉลี่ย 4.01) เว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ตารางที่ 4.9 สรุปช่องทางการรับสื่อของเกษตรกร เพื่อใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารทั่วไป

n = 200				
สื่อ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย	อันดับ
1. สื่อบุคคล	3.65	0.763	มาก	3
2. สื่อกิจกรรม	3.15	0.911	ปานกลาง	4
3. สื่อสิ่งพิมพ์	3.13	0.967	ปานกลาง	5
4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์	3.82	0.936	มาก	2
5. สื่อออนไลน์	4.03	0.850	มาก	1
<b>เฉลี่ยรวมทั้งหมด</b>	<b>3.56</b>	<b>0.885</b>	มาก	

จากตารางที่ 4.9 สรุปได้ว่า ช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารของเกษตรกร เพื่อใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารทั่วไป ได้รับจากสื่อออนไลน์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมาคือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ค่าเฉลี่ย 3.82) สื่อบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.65) สื่อกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 3.15) และสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.13) ตามลำดับ



ภาพที่ 4.3 สรุปช่องทางการรับสื่อของเกษตรกร เพื่อใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารทั่วไป

ตารางที่ 4.10 ระดับการได้รับสื่อ เพื่อใช้ในการสร้างอาชีพเสริม อื่น ๆ

n = 200

สื่อ	ระดับการได้รับสื่อ เพื่อใช้ในการสร้างอาชีพเสริม อื่น ๆ (จำนวน/ร้อยละ)					$\bar{x}$	ความหมาย	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	S.D.		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
<b>1. สื่อบุคคล</b>						<b>2.88</b> <b>(0.775)</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>4</b>
1.1 เจ้าหน้าที่ภาครัฐ	10 (5.0)	40 (20.0)	114 (57.0)	30 (15.0)	6 (3.0)	2.91 (0.816)	ปานกลาง	2
1.2 อาสาสมัครเกษตร หมู่บ้าน (อกม.)	10 (5.0)	38 (19.0)	126 (63.0)	24 (12.0)	2 (1.0)	2.85 (0.728)	ปานกลาง	3
1.3 ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วย ผู้ใหญ่บ้าน	8 (4.0)	36 (18.0)	116 (58.0)	30 (15.0)	10 (5.0)	2.99 (0.833)	ปานกลาง	1
1.4 เพื่อนบ้าน	16 (8.0)	32 (16.0)	134 (67.0)	18 (9.0)	0 (0.0)	2.77 (0.721)	ปานกลาง	4
<b>2. สื่อกิจกรรม</b>						<b>3.07</b> <b>(0.876)</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3</b>
2.1 การศึกษาดูงาน/การ ทัศนศึกษา	14 (7.0)	24 (12.0)	116 (58.0)	32 (16.0)	14 (7.0)	3.04 (0.918)	ปานกลาง	3
2.2 การจัดนิทรรศการ	16 (8.0)	26 (13.0)	124 (62.0)	24 (12.0)	10 (5.0)	2.93 (0.877)	ปานกลาง	5
2.3 การอบรม	14 (7.0)	20 (10.0)	118 (59.0)	32 (16.0)	16 (8.0)	3.08 (0.926)	ปานกลาง	2
2.4 การประชุม	10 (5.0)	26 (13.0)	124 (62.0)	28 (14.0)	12 (6.0)	3.60 (0.802)	มาก	1
2.5 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้	12 (6.0)	26 (13.0)	126 (63.0)	24 (12.0)	12 (6.0)	2.99 (0.856)	ปานกลาง	4
2.6 การสัมมนา	24 (12.0)	32 (16.0)	118 (59.0)	22 (11.0)	4 (2.0)	2.75 (0.878)	ปานกลาง	6

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

สื่อ	ระดับการได้รับสื่อ เพื่อใช้ในการสร้างอาชีพเสริม อื่น ๆ (จำนวน/ร้อยละ)					$\bar{x}$	ความหมาย	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	S.D.		
<b>3. สื่อสิ่งพิมพ์</b>						<b>2.82</b> <b>(0.841)</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>5</b>
3.1 เอกสารทางราชการ	14 (7.0)	30 (15.0)	114 (57.0)	32 (16.0)	10 (5.0)	2.97 (0.891)	ปานกลาง	1
3.2 หนังสือพิมพ์	24 (12.0)	38 (19.0)	112 (56.0)	26 (13.0)	0 (0.0)	2.70 (0.845)	ปานกลาง	5
3.3 แผ่นพับ	18 (9.0)	44 (22.0)	108 (54.0)	30 (15.0)	0 (0.0)	2.78 (0.819)	ปานกลาง	4
3.4 โปสเตอร์	14 (7.0)	36 (18.0)	118 (59.0)	30 (15.0)	2 (1.0)	2.85 (0.794)	ปานกลาง	3
3.5 ไลน์ แผ่นป้าย ประชาสัมพันธ์	14 (7.0)	30 (15.0)	114 (57.0)	38 (19.0)	4 (2.0)	2.94 (0.837)	ปานกลาง	2
3.6 วารสาร	26 (13.0)	36 (18.0)	112 (56.0)	26 (13.0)	0 (0.0)	2.69 (0.859)	ปานกลาง	6
<b>4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์</b>						<b>3.34</b> <b>(0.962)</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>2</b>
4.1 วิทยุกระจายเสียง	14 (7.0)	16 (8.0)	108 (54.0)	38 (19.0)	24 (12.0)	3.21 (0.995)	ปานกลาง	3
4.2 หอกระจายข่าว	10 (5.0)	16 (8.0)	102 (51.0)	48 (24.0)	24 (12.0)	3.30 (0.956)	ปานกลาง	2
4.3 โทรทัศน์	6 (3.0)	12 (6.0)	90 (45.0)	60 (30.0)	32 (16.0)	3.50 (0.935)	มาก	1

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

n = 200

แหล่งความรู้	ระดับการได้รับสื่อ เพื่อใช้ในการสร้างอาชีพเสริม อื่น ๆ (จำนวน/ร้อยละ)					$\bar{x}$	ความหมาย	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
<b>5. สื่อออนไลน์</b>						<b>3.61</b> <b>(0.955)</b>	<b>มาก</b>	<b>5</b>
5.1 เว็บไซต์	2 (1.0)	16 (8.0)	92 (46.0)	42 (21.0)	48 (24.0)	3.59 (0.973)	<b>มาก</b>	<b>3</b>
5.2 เฟซบุ๊ก	2 (1.0)	10 (5.0)	102 (51.0)	40 (20.0)	46 (23.0)	3.59 (0.931)	<b>มาก</b>	<b>3</b>
5.3 ไลน์	4 (2.0)	8 (4.0)	98 (49.0)	40 (20.0)	50 (25.0)	3.62 (0.970)	<b>มาก</b>	<b>2</b>
5.4 ยูทูป	2 (1.0)	12 (12.0)	92 (46.0)	46 (23.0)	48 (24.0)	3.63 (0.947)	<b>มาก</b>	<b>1</b>
<b>เฉลี่ยรวมทั้งหมด</b>						<b>3.14</b> <b>(0.882)</b>	<b>ปานกลาง</b>	

จากตารางที่ 4.10 ผลการศึกษาระดับการรับสื่อ เพื่อใช้ในการสร้างอาชีพเสริมอื่น ๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.14) เมื่อพิจารณาแยกออกเป็นแหล่งความรู้ที่ได้จากแต่ละสื่อ พบว่า

1) **สื่อบุคคล**

การรับสื่อบุคคลของเกษตรกรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.88) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 4 สื่อ ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน (ค่าเฉลี่ย 2.99) เจ้าหน้าที่ภาครัฐ (ค่าเฉลี่ย 2.91) อาสาสมัครเกษตรกร หมู่บ้าน (ค่าเฉลี่ย 2.85) เพื่อนบ้าน (ค่าเฉลี่ย 2.77)



## 2) สื่อกิจกรรม

การรับสื่อกิจกรรมของเกษตรกรอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.07) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 สื่อ ได้แก่ การประชุม (ค่าเฉลี่ย 3.60) และระดับปานกลางจำนวน 5 สื่อ ได้แก่ การอบรม (ค่าเฉลี่ย 3.08) การศึกษาดูงาน/การทัศนศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.04) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (ค่าเฉลี่ย 2.99) การจัดนิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 2.93) การสัมมนา (ค่าเฉลี่ย 2.75)

## 3) สื่อสิ่งพิมพ์

การรับสื่อสิ่งพิมพ์ของเกษตรกรอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.82) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับปานกลางทั้ง 6 สื่อ ได้แก่ เอกสารทางราชการ (ค่าเฉลี่ย 2.97) วนิล แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 2.94) โปสเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 2.85) แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.78) หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.70) วารสาร (ค่าเฉลี่ย 2.69)

## 4) สื่ออิเล็กทรอนิกส์

การรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของเกษตรกรที่อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 1 สื่อ ได้แก่ โทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และระดับปานกลางจำนวน 2 สื่อ ได้แก่ หอกระจายข่าว (ค่าเฉลี่ย 3.30) วิทยุกระจายเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.21)

## 5) สื่อออนไลน์

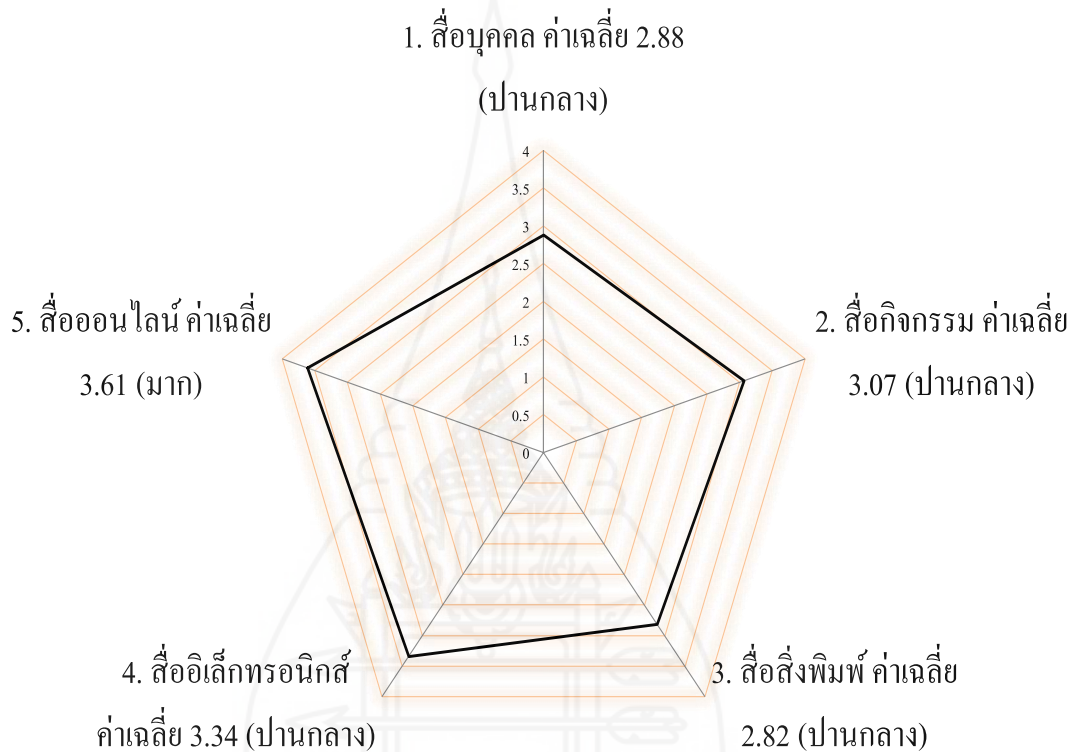
การรับสื่อออนไลน์ของเกษตรกรอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับมากทั้ง 4 สื่อ ได้แก่ ยูทูป (ค่าเฉลี่ย 3.63) ไลน์ (ค่าเฉลี่ย 3.62) เฟซบุ๊ก (ค่าเฉลี่ย 3.59) เว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ตารางที่ 4.11 สรุปช่องทางการรับสื่อ ข้อมูล ข่าวสารของเกษตรกรเพื่อใช้ในการสร้างอาชีพเสริม

n = 200

สื่อ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย	อันดับ
1. สื่อบุคคล	2.88	0.775	ปานกลาง	4
2. สื่อกิจกรรม	3.07	0.876	ปานกลาง	3
3. สื่อสิ่งพิมพ์	2.82	0.841	ปานกลาง	5
4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์	3.34	0.962	ปานกลาง	2
5. สื่อออนไลน์	3.61	0.955	มาก	1
เฉลี่ยรวมทั้งหมด	3.14	0.882	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.11 สรุปได้ว่า ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารของเกษตรกร เพื่อใช้ในการสร้างอาชีพเสริม ได้รับจากสื่อออนไลน์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.61) รองลงมาคือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ค่าเฉลี่ย 3.34) สื่อบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.07) สื่อกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 2.88) และสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.82) ตามลำดับ



ภาพที่ 4.4 สรุปช่องทางการรับสื่อ ข้อมูล ข่าวสารของเกษตรกรเพื่อใช้ในการสร้างอาชีพเสริม

ตารางที่ 4.12 ระดับการได้รับสื่อ เพื่อใช้ในการบันทึก พักผ่อนหย่อนใจ

n = 200

สื่อ	ระดับการได้รับสื่อ เพื่อใช้ในการบันทึก พักผ่อน หย่อนใจ (จำนวน/ร้อยละ)					$\bar{x}$	ความหมาย	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
<b>1. สื่อบุคคล</b>						<b>2.75</b> <b>(0.918)</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>4</b>
1.1 เจ้าหน้าที่ภาครัฐ	28 (14.0)	32 (16.0)	118 (59.0)	16 (8.0)	6 (3.0)	2.70 (0.913)	ปานกลาง	4
1.2 อาสาสมัครเกษตร หมู่บ้าน (อกม.)	28 (14.0)	28 (14.0)	116 (63.0)	28 (14.0)	0 (0.0)	2.72 (0.875)	ปานกลาง	3
1.3 ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วย ผู้ใหญ่บ้าน	28 (14.0)	28 (14.0)	110 (55.0)	28 (14.0)	6 (3.0)	2.78 (0.957)	ปานกลาง	1
1.4 เพื่อนบ้าน	26 (13.0)	28 (14.0)	116 (58.0)	24 (12.0)	6 (3.0)	2.78 (0.925)	ปานกลาง	1
<b>2. สื่อกิจกรรม</b>						<b>2.98</b> <b>(0.952)</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3</b>
2.1 การศึกษาดูงาน/ การทัศนศึกษา	18 (23.7)	32 (44.0)	116 (21.6)	16 (7.8)	18 (3.0)	2.92 (0.979)	ปานกลาง	3
2.2 การจัดนิทรรศการ	20 (10.0)	32 (16.0)	116 (58.0)	16 (8.0)	16 (8.0)	2.88 (0.975)	ปานกลาง	5
2.3 การอบรม	18 (9.0)	30 (15.0)	110 (55.0)	30 (15.0)	12 (6.0)	2.94 (0.949)	ปานกลาง	2
2.4 การประชุม	20 (10.0)	42 (21.0)	108 (54.0)	20 (10.0)	10 (5.0)	3.55 (0.934)	มาก	1
2.5 การแลกเปลี่ยน เรียนรู้	18 (9.0)	30 (15.0)	116 (58.0)	22 (11.0)	14 (7.0)	2.92 (0.948)	ปานกลาง	3
2.6 การสัมมนา	32 (16.0)	34 (17.0)	112 (56.0)	18 (9.0)	4 (2.0)	2.64 (0.924)	ปานกลาง	6

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

แหล่งความรู้	ระดับการได้รับสื่อ เพื่อใช้ในการบันทึก ฟังผ่าน					$\bar{x}$	ความหมาย	อันดับ
	หย่อนใจ (จำนวน/ร้อยละ)							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	S.D.		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
<b>3. สื่อสิ่งพิมพ์</b>						<b>2.62</b> <b>(0.967)</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>5</b>
3.1 เอกสารทางราชการ	26 (13.0)	50 (25.0)	102 (51.0)	20 (10.0)	2 (1.0)	2.61 (0.873)	<b>ปานกลาง</b>	4
3.2 หนังสือพิมพ์	14 (7.0)	74 (37.0)	96 (48.0)	12 (6.0)	4 (2.0)	2.59 (0.791)	<b>น้อย</b>	5
3.3 แผ่นพับ	22 (11.0)	54 (27.0)	102 (51.0)	22 (11.0)	0 (0.0)	2.62 (0.824)	<b>ปานกลาง</b>	3
3.4 ไปสเตอร์	20 (10.0)	50 (25.0)	108 (54.0)	20 (10.0)	2 (1.0)	2.67 (0.827)	<b>ปานกลาง</b>	2
3.5 ไลน์ แผ่นป้าย ประชาสัมพันธ์	20 (10.0)	46 (23.0)	112 (56.0)	16 (8.0)	6 (3.0)	2.71 (0.866)	<b>ปานกลาง</b>	1
3.6 วารสาร	24 (12.0)	58 (29.0)	104 (52.0)	14 (7.0)	0 (0.0)	2.54 (0.795)	<b>น้อย</b>	6
<b>4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์</b>						<b>3.23</b> <b>(0.935)</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>2</b>
4.1 วิทยุกระจายเสียง	6 (3.0)	34 (17.0)	106 (53.0)	40 (20.0)	14 (7.0)	3.11 (0.873)	<b>ปานกลาง</b>	2
4.2 หอกระจายข่าว	8 (4.0)	32 (16.0)	104 (52.0)	42 (21.0)	14 (7.0)	3.11 (0.895)	<b>ปานกลาง</b>	2
4.3 โทรทัศน์	8 (4.0)	16 (8.0)	92 (46.0)	42 (21.0)	42 (21.0)	3.47 (1.037)	<b>มาก</b>	1

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

n = 200

สื่อ	ระดับการได้รับสื่อ เพื่อใช้ในการบันเทิงพักผ่อน					$\bar{x}$	ความหมาย	ลำดับ
	หย่อนใจ (จำนวน/ร้อยละ)							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	S.D.		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)				
<b>5. สื่อออนไลน์</b>						<b>3.41</b>	<b>มาก</b>	<b>1</b>
						<b>(1.090)</b>		
5.1 เว็บไซต์	8	30	84	34	44	3.38	ปานกลาง	4
	(4.0)	(15.0)	(42.0)	(17.0)	(22.0)	(1.105)		
5.2 เฟซบุ๊ก	10	22	84	40	44	3.43	มาก	2
	(5.0)	(11.0)	(42.0)	(20.0)	(22.0)	(1.101)		
5.3 ไลน์	10	22	88	38	42	3.40	ปานกลาง	3
	(5.0)	(11.0)	(44.0)	(19.0)	(21.0)	(1.089)		
5.4 ยูทูป	8	22	86	42	42	3.44	มาก	1
	(4.0)	(11.0)	(43.0)	(21.0)	(21.0)	(1.064)		
<b>เฉลี่ยรวมทั้งหมด</b>						<b>3.00</b>	<b>ปานกลาง</b>	
						<b>(0.972)</b>		

จากตารางที่ 4.12 ผลการศึกษาระดับการรับสื่อ เพื่อใช้ในการความบันเทิงพักผ่อน หย่อนใจในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) เมื่อพิจารณาแยกออกเป็นแหล่งความรู้ ที่ได้จากแต่ละสื่อ พบว่า

1) สื่อบุคคล

การรับสื่อบุคคลของเกษตรกรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.75) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 4 สื่อ ได้แก่ เพื่อนบ้าน (ค่าเฉลี่ย 2.78) ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน (ค่าเฉลี่ย 2.78) อาสาสมัครเกษตรหมู่บ้าน (ค่าเฉลี่ย 2.72) เจ้าหน้าที่ภาครัฐ (ค่าเฉลี่ย 2.70)

## 2) สื่อกิจกรรม

การรับสื่อกิจกรรมของเกษตรกรอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 สื่อ ได้แก่ การประชุม (ค่าเฉลี่ย 3.55) และระดับปานกลางจำนวน 5 สื่อ ได้แก่ การอบรม (ค่าเฉลี่ย 2.94) การศึกษาดูงาน/การทัศนศึกษา (ค่าเฉลี่ย 2.92) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (ค่าเฉลี่ย 2.92) การจัดนิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 2.88) การสัมมนา (ค่าเฉลี่ย 2.64)

## 3) สื่อสิ่งพิมพ์

การรับสื่อสิ่งพิมพ์ของเกษตรกรอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.62) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 4 สื่อ ได้แก่ วิทยุ แผ่นป้าย ประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 2.71) ไปสเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 2.67) แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 2.62) เอกสารทางราชการ (ค่าเฉลี่ย 2.61) และระดับน้อยจำนวน 2 สื่อ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.59) วารสาร (ค่าเฉลี่ย 2.54)

## 4) สื่ออิเล็กทรอนิกส์

การรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ของเกษตรกรที่อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 1 สื่อ ได้แก่ โทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.47) และระดับปานกลางจำนวน 2 สื่อ ได้แก่ หอกระจายข่าว (ค่าเฉลี่ย 3.11) วิทยุกระจายเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.11)

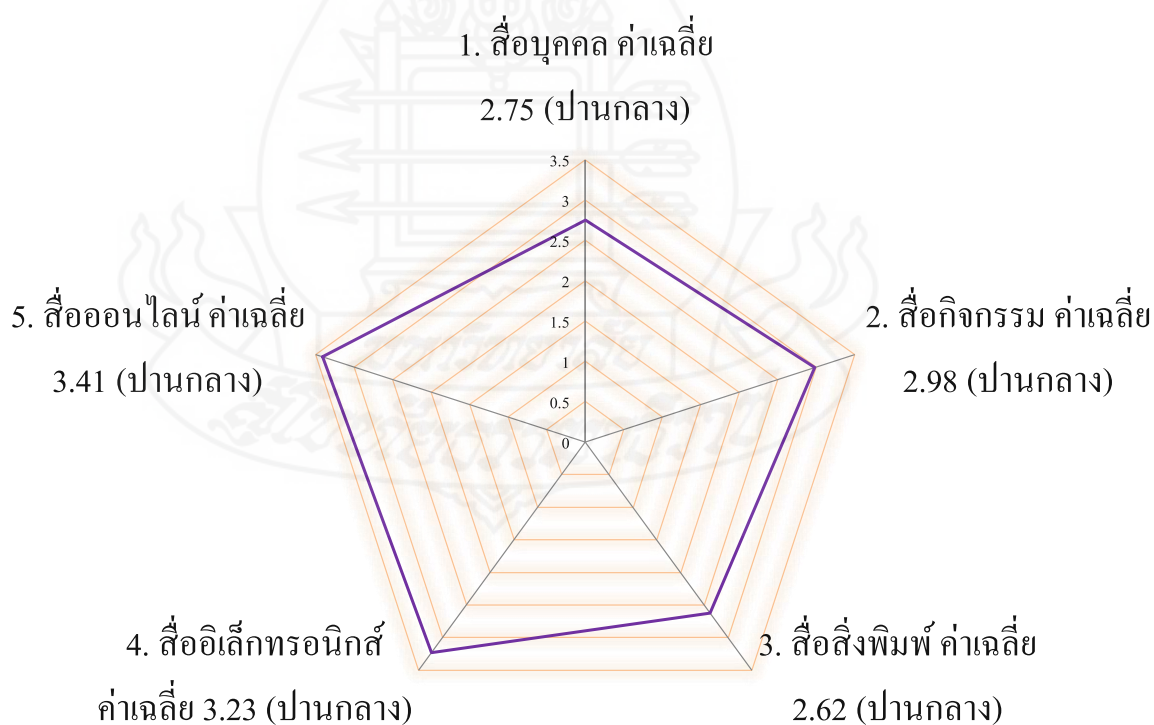
## 5) สื่อออนไลน์

การรับสื่อออนไลน์ของเกษตรกรอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.41) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 2 สื่อ ได้แก่ ยูทูป (ค่าเฉลี่ย 3.44) เฟซบุ๊ก (ค่าเฉลี่ย 3.43) และระดับปานกลางจำนวน 2 สื่อ ได้แก่ ไลน์ (ค่าเฉลี่ย 3.40) และเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ตารางที่ 4.13 สรุปช่องทางการรับสื่อของเกษตรกร เพื่อใช้ในการความบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ

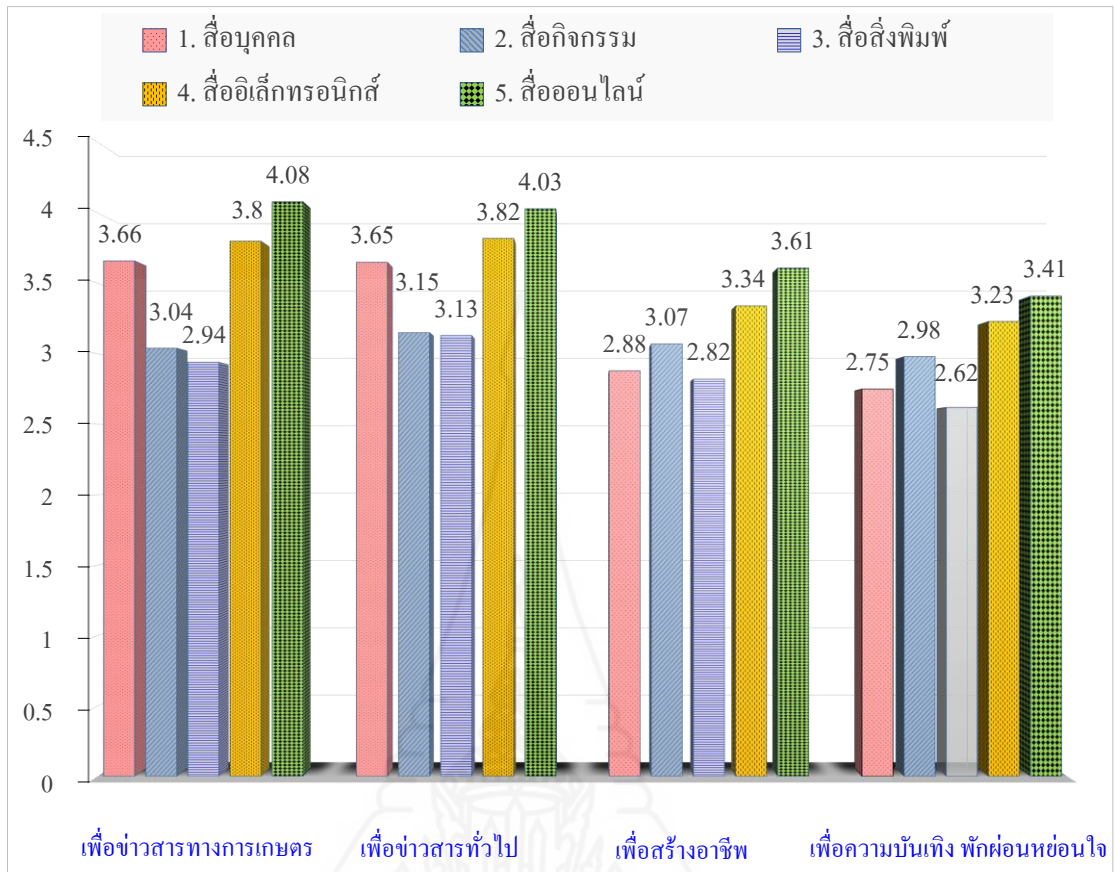
สื่อ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย	อันดับ
1. สื่อบุคคล	2.75	0.918	ปานกลาง	4
2. สื่อกลุ่ม/กิจกรรม	2.98	0.952	ปานกลาง	3
3. สื่อสิ่งพิมพ์	2.62	0.967	ปานกลาง	5
4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์	3.23	0.935	ปานกลาง	2
5. สื่อออนไลน์	3.41	1.090	มาก	1
<b>เฉลี่ยรวมทั้งหมด</b>	<b>3.00</b>	<b>0.972</b>	<b>ปานกลาง</b>	

จากตารางที่ 4.13 สรุปได้ว่า ช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารของเกษตรกร เพื่อความบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ ได้รับจากสื่อออนไลน์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.41) รองลงมาคือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ค่าเฉลี่ย 3.23) สื่อกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 2.98) สื่อบุคคล (ค่าเฉลี่ย 2.75) และ สื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.62) ตามลำดับ



ภาพที่ 4.5 สรุปช่องทางการรับสื่อของเกษตรกร เพื่อใช้ในการความบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ





ภาพที่ 4.6 เปรียบเทียบวัตถุประสงค์ในการรับสื่อของเกษตรกรในแต่ละช่องทาง



**ตอนที่ 3 ระดับความต้องการสื่อของเกษตรกร**

ตารางที่ 4.14 ระดับความต้องการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสาร ในแต่ละช่องทาง

n = 200

สื่อ	ระดับความต้องการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสาร (จำนวน/ร้อยละ)					$\bar{x}$	ความหมาย	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	S.D.		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
<b>1. สื่อบุคคล</b>						<b>3.66</b> <b>(0.709)</b>	<b>มาก</b>	<b>3</b>
1.1 เจ้าหน้าที่ภาครัฐ	0 (0.0)	6 (3.0)	62 (31.0)	112 (56.0)	20 (10.0)	3.73 (0.678)	มาก	2
1.2 อาสาสมัครเกษตร หมู่บ้าน (อกม.)	0 (0.0)	14 (7.0)	78 (39.0)	98 (49.0)	10 (5.0)	3.52 (0.701)	มาก	3
1.3 ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วย ผู้ใหญ่บ้าน	0 (0.0)	4 (2.0)	34 (17.0)	136 (68.0)	26 (13.0)	3.92 (0.613)	มาก	1
1.4 เพื่อนบ้าน	4 (2.0)	22 (11.0)	64 (32.0)	98 (49.0)	12 (6.0)	3.46 (0.844)	มาก	4
<b>2. สื่อกิจกรรม</b>						<b>3.28</b> <b>(0.855)</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>4</b>
2.1 การศึกษาดูงาน/การ ทัศนศึกษา	0 (0.0)	44 (22.0)	76 (38.0)	64 (32.0)	16 (8.0)	3.26 (0.892)	ปานกลาง	4
2.2 การจัดนิทรรศการ	0 (0.0)	52 (26.0)	94 (47.0)	40 (20.0)	14 (7.0)	3.08 (0.859)	ปานกลาง	5
2.3 การอบรม	0 (0.0)	24 (12.0)	80 (40.0)	76 (38.0)	20 (10.0)	3.46 (0.832)	มาก	3
2.4 การประชุม	0 (0.0)	18 (9.0)	70 (35.0)	94 (47.0)	16 (8.0)	3.56 (0.781)	มาก	1
2.5 การแลกเปลี่ยน เรียนรู้	4 (2.0)	16 (8.0)	70 (35.0)	94 (47.0)	16 (8.0)	3.51 (0.833)	มาก	2
2.6 การสัมมนา	16 (8.0)	56 (28.0)	78 (39.0)	48 (24.0)	2 (1.0)	2.82 (0.933)	ปานกลาง	6

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

แหล่งความรู้	ระดับความต้องการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสาร (จำนวน/ร้อยละ)					$\bar{x}$	ความหมาย	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	S.D.		
<b>3. สื่อสิ่งพิมพ์</b>						<b>3.01</b> <b>(0.857)</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>5</b>
3.1 เอกสารทางราชการ	2 (1.0)	38 (19.0)	56 (28.0)	90 (45.0)	14 (7.0)	3.38 (0.905)	ปานกลาง	1
3.2 หนังสือพิมพ์	6 (3.0)	70 (35.0)	90 (45.0)	28 (14.0)	6 (3.0)	2.79 (0.830)	ปานกลาง	5
3.3 แผ่นพับ	4 (2.0)	58 (29.0)	88 (44.0)	46 (23.0)	4 (2.0)	2.94 (0.824)	ปานกลาง	4
3.4 ไปสเตอร์	0 (0.0)	44 (22.0)	94 (47.0)	56 (28.0)	6 (3.0)	3.12 (0.780)	ปานกลาง	3
3.5 ไลน์ แผ่นป้าย ประชาสัมพันธ์	0 (0.0)	46 (23.0)	88 (44.0)	56 (26.0)	10 (5.0)	3.15 (0.831)	ปานกลาง	2
3.6 วารสาร	26 (13.0)	60 (30.0)	72 (36.0)	40 (20.0)	2 (1.0)	2.66 (0.974)	ปานกลาง	6
<b>4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์</b>						<b>3.77</b> <b>(0.819)</b>	<b>มาก</b>	<b>2</b>
4.1 วิทยุกระจายเสียง	2 (1.0)	40 (20.0)	40 (20.0)	86 (43.0)	32 (16.0)	3.53 (1.017)	มาก	3
4.2 หอกระจายข่าว	0 (0.0)	10 (5.0)	48 (24.0)	112 (56.0)	30 (15.0)	3.81 (0.746)	มาก	2
4.3 โทรทัศน์	0 (0.0)	8 (4.0)	26 (13.0)	128 (64.0)	38 (19.0)	3.98 (0.694)	มาก	1

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

n = 200

แหล่งความรู้	ระดับความต้องการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสาร					$\bar{x}$	ความหมาย	ลำดับ
	(จำนวน/ร้อยละ)							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	S.D.		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)				
<b>5. สื่อออนไลน์</b>						<b>4.05</b>		
						<b>(0.847)</b>	<b>มาก</b>	<b>1</b>
5.1 เว็บไซต์	2	8	42	86	62	3.99	มาก	4
	(1.0)	(4.0)	(21.0)	(43.0)	(31.0)	(0.880)		
5.2 เฟซบุ๊ก	2	6	32	96	64	4.07	มาก	1
	(1.0)	(3.0)	(16.0)	(48.0)	(32.0)	(0.830)		
5.3 ไลน์	2	6	32	96	64	4.07	มาก	1
	(1.0)	(3.0)	(16.0)	(48.0)	(32.0)	(0.830)		
5.4 ยูทูป	2	8	30	96	64	4.06	มาก	3
	(1.0)	(4.0)	(15.0)	(48.0)	(32.0)	(0.849)		
<b>เฉลี่ยรวมทั้งหมด</b>						<b>3.55</b>	<b>มาก</b>	
						<b>(0.817)</b>		

จากตารางที่ 4.14 แสดงผลการศึกษาระดับความต้องการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสาร ในแต่ละช่องทาง ของเกษตรกร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) เมื่อพิจารณาแยกออกเป็นแหล่งความรู้ที่ได้จากแต่ละสื่อ พบว่า

1) สื่อบุคคล

การรับสื่อบุคคลของเกษตรกรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 สื่อ ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.92) เจ้าหน้าที่ภาครัฐ (ค่าเฉลี่ย 3.73) อาสาสมัครเกษตรหมู่บ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.52) เพื่อนบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.46)

2) สื่อกิจกรรม

การรับสื่อกิจกรรมของเกษตรกรอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 3 สื่อ ได้แก่ การประชุม (ค่าเฉลี่ย 3.56) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (ค่าเฉลี่ย 3.51) การอบรม (ค่าเฉลี่ย 3.46) และระดับปานกลางจำนวน

3 สื่อได้แก่ การศึกษาดูงาน/การทัศนศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.26) การจัดนิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.08) การสัมมนา (ค่าเฉลี่ย 2.82)

### 3) สื่อสิ่งพิมพ์

การรับสื่อสิ่งพิมพ์ของเกษตรกรอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.01) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับปานกลางทั้ง 6 สื่อได้แก่ เอกสารทางราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.38) วนิต แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.15) โปสเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.12) แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 3.94) หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.79) วารสาร (ค่าเฉลี่ย 2.66)

### 4) สื่ออิเล็กทรอนิกส์

การรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของเกษตรกรที่อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับมากทั้ง 3 สื่อได้แก่ โทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.98) หอกระจายข่าว (ค่าเฉลี่ย 3.81) วิทยุกระจายเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.53)

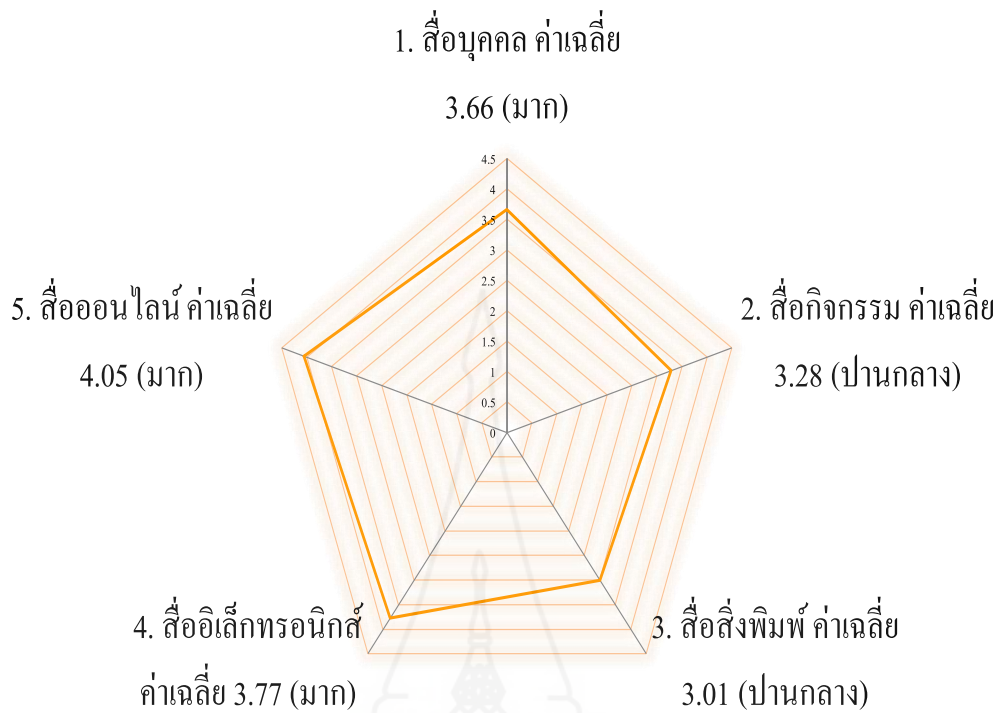
### 5) สื่อออนไลน์

การรับสื่อออนไลน์ของเกษตรกรอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) และเมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 4 สื่อได้แก่ เฟซบุ๊ก (ค่าเฉลี่ย 4.07) ไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ยูทูป (ค่าเฉลี่ย 4.06) เว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.99)

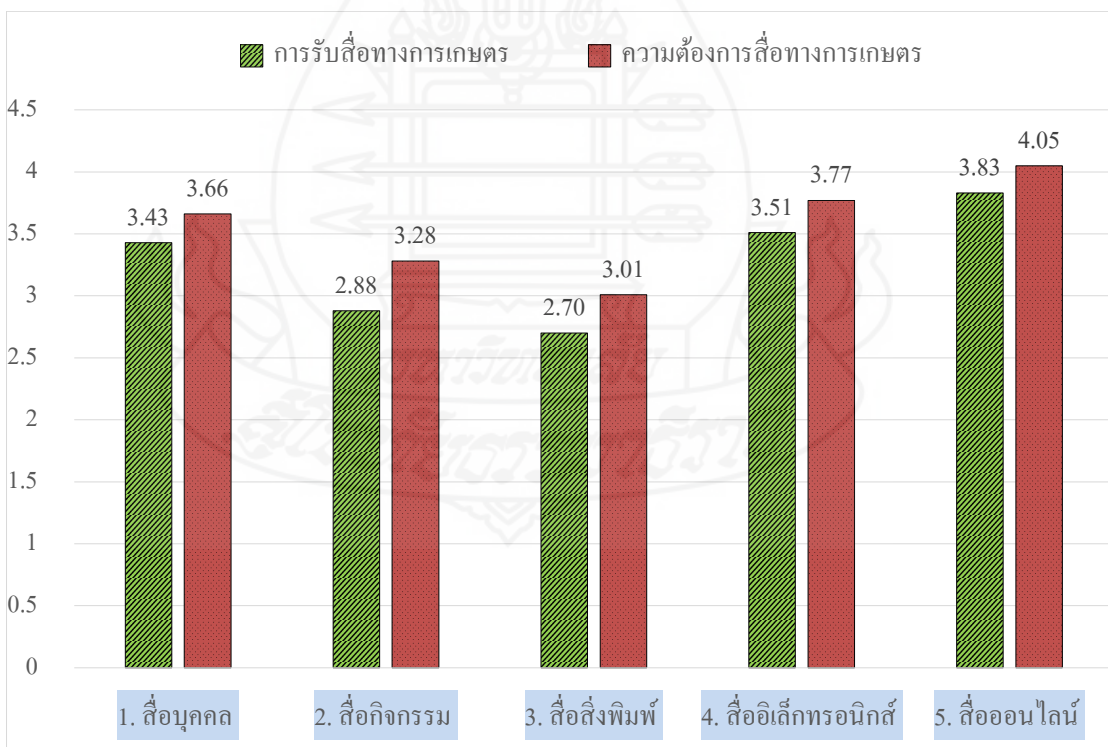
ตารางที่ 4.15 สรุประดับความต้องการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารในแต่ละช่องทาง

n = 200				
สื่อ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย	อันดับ
1. สื่อบุคคล	3.66	0.709	มาก	3
2. สื่อกิจกรรม	3.28	0.855	ปานกลาง	4
3. สื่อสิ่งพิมพ์	3.01	0.857	ปานกลาง	5
4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์	3.77	0.819	มาก	2
5. สื่อออนไลน์	4.05	0.847	มาก	1
เฉลี่ยรวมทั้งหมด	3.55	0.817	มาก	

จากตารางที่ 4.15 สรุปได้ว่า ช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารของเกษตรกร มีความต้องการ สื่อออนไลน์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาคือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ค่าเฉลี่ย 3.77) สื่อบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.66) สื่อกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 3.28) และสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.01) ตามลำดับ



ภาพที่ 4.7 สรุประดับความต้องการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารทางการเกษตร



ภาพที่ 4.8 เปรียบเทียบการรับสื่อ และความต้องการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารในแต่ละช่องทาง

## ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับสื่อ

ตารางที่ 4.16 ระดับความคิดเห็นในแต่ละประเด็น ในการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสาร

n = 200

ประเด็น	ระดับความสำคัญ (จำนวน/ร้อยละ)					$\bar{x}$	ความหมาย	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	S.D.		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
<b>1. ด้านสื่อ</b>						<b>3.46</b> <b>(0.690)</b>	<b>มาก</b>	<b>1</b>
1.1 มีการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	0 (0.0)	4 (2.0)	102 (51.0)	78 (39.0)	16 (8.0)	3.53 (0.672)	มาก	2
1.2 มีความทันสมัยของข้อมูล	0 (0.0)	4 (2.0)	96 (48.0)	86 (43.0)	14 (7.0)	3.55 (0.655)	มาก	1
1.3 มีคำบรรยายประกอบได้ ภาพหรือวิดีโอที่น่าสนใจ	0 (0.0)	6 (3.0)	100 (50.0)	80 (40.0)	14 (7.0)	3.51 (0.672)	มาก	3
1.4 มีเนื้อหาครอบคลุม	0 (0.0)	6 (3.0)	100 (50.0)	84 (42.0)	10 (5.0)	3.49 (0.642)	มาก	5
1.5 มีสีสันสวยงาม น่าสนใจ	0 (0.0)	6 (3.0)	110 (55.0)	70 (35.0)	14 (7.0)	3.46 (0.671)	มาก	6
1.6 มีภาพประกอบเข้าใจง่าย	0 (0.0)	4 (2.0)	114 (57.0)	60 (30.0)	22 (11.0)	3.50 (0.716)	มาก	4
1.7 มีคำอธิบายการใช้งาน เห็นขั้นตอนชัดเจน	0 (0.0)	2 (1.0)	118 (59.0)	68 (34.0)	12 (6.0)	3.45 (0.624)	มาก	8
1.8 ประหยัดค่าใช้จ่าย และ ต้นทุนต่ำ	0 (0.0)	16 (8.0)	114 (57.0)	60 (30.0)	10 (5.0)	3.32 (0.693)	ปานกลาง	12
1.9 มีเสียงประกอบ หรือเสียง บรรยายที่น่าฟัง	0 (0.0)	16 (8.0)	110 (55.0)	60 (30.0)	14 (7.0)	3.36 (0.730)	ปานกลาง	11
1.10 เห็นตัวอย่างของจริง	0 (0.0)	16 (8.0)	96 (48.0)	70 (35.0)	18 (9.0)	3.45 (0.768)	มาก	8
1.11 มีความน่าเชื่อถือของ ข้อมูล	0 (0.0)	10 (5.0)	102 (51.0)	74 (37.0)	14 (7.0)	3.46 (0.701)	มาก	6
1.12 มีภาพเคลื่อนไหว ประกอบในเนื้อหา น่าสนใจ	2 (1.0)	10 (5.0)	106 (53.0)	68 (34.0)	14 (7.0)	3.41 (0.738)	มาก	10



ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ประเด็น	ระดับความสำคัญ (จำนวน/ร้อยละ)					$\bar{x}$	ความหมาย	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	S.D.		
						3.71		
<b>2. ด้านการนำสื่อไปใช้</b>						<b>(0.800)</b>	<b>มาก</b>	<b>2</b>
2.1 มีความสะดวกใน การใช้งาน	0 (0.0)	4 (2.0)	98 (49.0)	58 (29.0)	40 (20.0)	3.67 (0.815)	มาก	3
2.2 มีความรวดเร็วใน การนำมาใช้	0 (0.0)	2 (1.0)	98 (49.0)	60 (30.0)	40 (20.0)	3.69 (0.798)	มาก	2
2.3 สามารถทบทวนได้ ตลอดเวลา	0 (0.0)	0 (0.0)	94 (47.0)	64 (32.0)	42 (21.0)	3.74 (0.785)	มาก	1
<b>เฉลี่ยรวมทั้งหมด</b>						<b>3.59</b>	<b>มาก</b>	
						<b>(0.775)</b>		

จากตารางที่ 4.16 สรุปได้ว่า ระดับความคิดเห็นในแต่ละประเด็น ในการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสาร ทั้งด้านสื่อ และการนำไปใช้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) เมื่อพิจารณาแยกออกเป็นประเด็น พบว่า

1) ด้านสื่อ

ระดับความสำคัญในด้านสื่อ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.46) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 10 ประเด็น ได้แก่ มีความทันสมัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.55) มีการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.53) มีคำบรรยายประกอบได้ภาพหรือวิดีโอที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.51) มีภาพประกอบเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.50) มีเนื้อหาครอบคลุม (ค่าเฉลี่ย 3.49) มีสีสันสวยงาม น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.46) มีความน่าเชื่อถือของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.46) มีคำอธิบายการใช้งาน เห็นขั้นตอนชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.45) เห็นตัวอย่างของจริง (ค่าเฉลี่ย 3.45) มีภาพเคลื่อนไหวประกอบในเนื้อหา น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.41) และอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 2 ประเด็น ได้แก่ มีเสียงประกอบ หรือเสียงบรรยายที่น่าฟัง (ค่าเฉลี่ย 3.36) ประหยัดค่าใช้จ่าย และต้นทุนต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.32)

## 2) ด้านการนำสื่อไปใช้

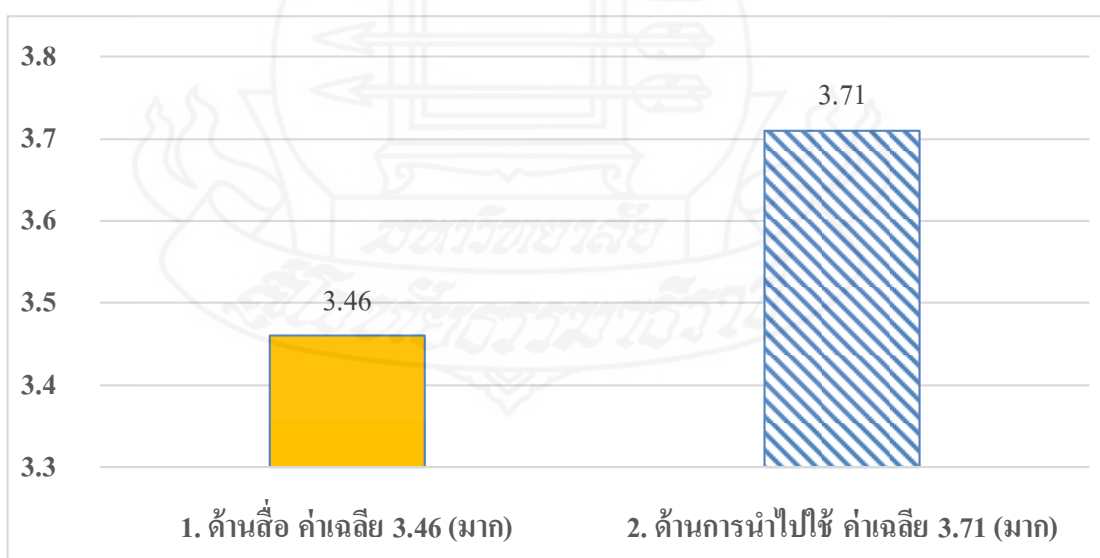
ระดับความสำคัญในด้านการนำสื่อไปใช้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ) และเมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ประเด็น ได้แก่ สามารถทบทวนได้ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.74) มีความรวดเร็วในการนำมาใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีความสะดวกในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ตารางที่ 4.17 สรุประดับความคิดเห็นในแต่ละประเด็น ในการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสาร

สื่อ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย	อันดับ
1. ด้านสื่อ	3.46	0.690	มาก	1
2. ด้านการนำไปใช้	3.71	0.800	มาก	2
เฉลี่ยรวมทั้งหมด	3.59	0.775	มาก	

n = 200

จากตารางที่ 4.17 สรุปได้ว่า ระดับความคิดเห็น ในการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสาร ให้ความสำคัญต่อด้านการนำไปใช้มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมาคือ ด้านสื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ



ภาพที่ 4.9 ความคิดเห็นของเกษตรกรในการรับสื่อข้อมูลข่าวสารทางการเกษตร

## ตอนที่ 5 ปัญหา และข้อเสนอแนะของเกษตรกร

## 5.1 ปัญหาของเกษตรกรในการรับสื่อทางการเกษตร

ตารางที่ 4.18 ปัญหาของเกษตรกรในการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารทางการเกษตร

n = 200

ประเด็นปัญหา	ระดับความสำคัญ (จำนวน/ร้อยละ)					$\bar{x}$	ความหมาย	อันดับ
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)	S.D.		
<b>1. ด้านสื่อ</b>						<b>3.19</b> <b>(0.749)</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>2</b>
1.1 ขาดสื่อที่ต้องการ	6 (3.0)	14 (7.0)	110 (55.0)	62 (31.0)	8 (4.0)	3.26 (0.772)	ปานกลาง	2
1.2 เวลาการเผยแพร่ของสื่อ ไม่ตรงกับช่วงที่ว่าง	6 (3.0)	12 (6.0)	112 (56.0)	62 (31.0)	8 (4.0)	3.27 (0.762)	ปานกลาง	1
1.3 สื่อขาดความสวยงาม	8 (4.0)	14 (7.0)	134 (67.0)	40 (20.0)	4 (2.0)	3.09 (0.710)	ปานกลาง	4
1.4 สื่อเนื้อหาไม่ตรงต่อความ ต้องการ	10 (5.0)	12 (6.0)	68 (34.0)	64 (32.0)	46 (23.0)	3.14 (0.750)	ปานกลาง	3
<b>2. ด้านอุปกรณ์</b>						<b>3.24</b> <b>(1.091)</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>1</b>
2.1 ขาดสัญญาณอินเทอร์เน็ต	10 (5.0)	12 (6.0)	68 (34.0)	64 (32.0)	46 (23.0)	3.62 (1.059)	มาก	1
2.2 ความซับซ้อนของขั้นตอน การเปิดใช้เครื่องมือสื่อ	10 (5.0)	12 (6.0)	78 (39.0)	76 (38.0)	24 (12.0)	3.46 (0.955)	มาก	2
2.3 ไม่มีอุปกรณ์ไอที สมาร์ท โฟน	28 (14.0)	42 (21.0)	70 (35.0)	38 (19.0)	22 (11.0)	2.92 (1.183)	ปานกลาง	4
2.4 ระบบของอุปกรณ์มีความ ซับซ้อน	30 (15.0)	30 (15.0)	78 (39.0)	42 (21.0)	20 (10.0)	2.96 (1.168)	ปานกลาง	3

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

n = 200

สื่อ	ระดับความสำคัญ (จำนวน/ร้อยละ)					$\bar{x}$	ความหมาย	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	S.D.		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
<b>3. ด้านสถานที่</b>						<b>3.16</b> <b>(1.054)</b>	ปานกลาง	<b>3</b>
3.1 จุดบริการห่างไกล	6 (3.0)	10 (5.0)	92 (46.0)	58 (29.0)	34 (17.0)	3.52 (0.935)	มาก	1
3.2 จุดบริการไม่เพียงพอ	8 (4.0)	10 (5.0)	94 (47.0)	44 (22.0)	44 (22.0)	2.79 (1.172)	ปานกลาง	2
<b>4. ตัวเกษตรกร</b>						<b>2.75</b> <b>(1.046)</b>	ปานกลาง	<b>5</b>
4.1 ไม่มีเวลาในการเข้าถึงสื่อ	16 (8.0)	24 (12.0)	104 (52.0)	42 (21.0)	14 (7.0)	3.07 (0.964)	ปานกลาง	1
4.2 อ่านหนังสือไม่ได้	40 (20.0)	40 (20.0)	94 (47.0)	24 (12.0)	2 (1.0)	2.54 (0.976)	ปานกลาง	5
4.3 ไม่กล้าใช้อุปกรณ์ไอที	42 (4.7)	34 (24.1)	88 (46.1)	34 (19.8)	2 (5.2)	2.60 (1.032)	ปานกลาง	4
4.4 ปัญหาด้านสายตา	28 (14.0)	48 (24.0)	80 (40.0)	30 (15.0)	14 (7.0)	2.77 (1.088)	ปานกลาง	3
4.5 ใช้อุปกรณ์ไอที สมาร์ทโฟนไม่เป็น	38 (19.0)	32 (16.0)	80 (40.0)	34 (17.0)	16 (8.0)	2.79 (1.172)	ปานกลาง	2

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

n = 200

สื่อ	ระดับความสำคัญ (จำนวน/ร้อยละ)					$\bar{x}$ S.D.	ความหมาย	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
<b>5. ด้านความรู้และการส่งเสริม</b>						<b>3.12</b> <b>(0.846)</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>4</b>
5.1 ข้อมูลบางส่วนไม่มี ความน่าเชื่อถือ	10 (5.0)	10 (5.0)	110 (55.0)	60 (30.0)	10 (5.0)	3.25 (0.831)	ปานกลาง	1
5.2 เนื้อหาไม่น่าสนใจ	12 (6.0)	16 (8.0)	124 (62.0)	42 (21.0)	6 (3.0)	3.07 (0.805)	ปานกลาง	2
5.3 ไม่มีเจ้าหน้าที่ให้ คำปรึกษา	16 (8.0)	22 (11.0)	110 (55.0)	44 (22.0)	8 (4.0)	3.03 (0.902)	ปานกลาง	3
<b>เฉลี่ยรวมทั้งหมด</b>						<b>3.09</b> <b>(0.957)</b>	<b>ปานกลาง</b>	

จากตารางที่ 4.18 สรุปได้ว่า ระดับความสำคัญของความคิดเห็นต่อปัญหาของเกษตรกรในการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารทางการเกษตร ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.09) เมื่อพิจารณาแยกออกเป็นประเด็น พบว่า

#### 1) ด้านสื่อ

ระดับความสำคัญของปัญหาในด้านสื่อในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) และเมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่าอยู่ในระดับปานกลางทั้ง 4 ประเด็น ได้แก่ เวลาการเผยแพร่ของสื่อไม่ตรงกับช่วงที่ว่าง (ค่าเฉลี่ย 3.27) ขาดสื่อที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.26) สื่อเนื้อหาไม่ตรงต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.14) สื่อขาดความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.09)

#### 2) ด้านอุปกรณ์

ระดับความสำคัญของปัญหาในด้านอุปกรณ์ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) และเมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 2 ประเด็น ได้แก่ ขาดสัญญาณอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.62) ความซับซ้อนของขั้นตอนการเปิดใช้เครื่องมือสื่อ

(ค่าเฉลี่ย 3.46) และในระดับปานกลางจำนวน 2 ประเด็น ได้แก่ ระบบของอุปกรณ์มีความซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 2.96) ไม่มีอุปกรณ์ไอที สมาร์ทโฟน (ค่าเฉลี่ย 2.92)

### 3) ด้านสถานที่

ระดับความสำคัญของปัญหาในด้านสถานที่ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.16) และเมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมาก 1 ประเด็น ได้แก่ จุดบริการห่างไกล (ค่าเฉลี่ย 3.52) และระดับปานกลางจำนวน 1 ประเด็น ได้แก่ จุดบริการไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 2.79)

### 4) ตัวเกษตรกร

ระดับความสำคัญของปัญหาของตัวเกษตรกร ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.75) และเมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่าอยู่ในระดับปานกลางทั้ง 5 ประเด็น ได้แก่ ไม่มีเวลาในการเข้าถึงสื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.07) ใช้อุปกรณ์ไอที สมาร์ทโฟนไม่เป็น (ค่าเฉลี่ย 2.79) ปัญหาด้านสายตา (ค่าเฉลี่ย 2.77) ไม่กล้าใช้อุปกรณ์ไอที (ค่าเฉลี่ย 2.60) อ่านหนังสือไม่ได้ (ค่าเฉลี่ย 2.54)

### 5) ด้านความรู้และการส่งเสริม

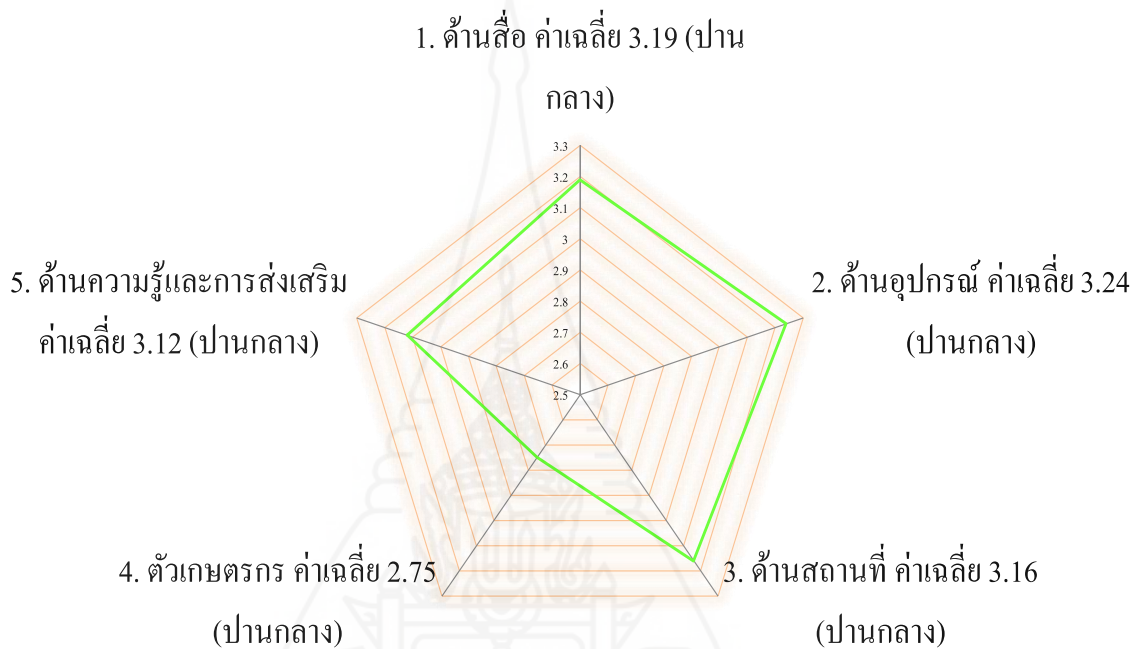
ระดับความสำคัญของปัญหาในด้านความรู้และการส่งเสริม ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.12) และเมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่าอยู่ในระดับปานกลางทั้ง 3 ประเด็น ได้แก่ ข้อมูลบางส่วนไม่มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.25) เนื้อหาไม่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.07) ไม่มีเจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.03)

ตารางที่ 4.19 สรุประดับของปัญหาของเกษตรกรในการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารทางการเกษตร

n = 200

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย	อันดับ
1. ด้านสื่อ	3.19	0.749	ปานกลาง	2
2. ด้านอุปกรณ์	3.24	1.091	ปานกลาง	1
3. ด้านสถานที่	3.16	1.054	ปานกลาง	3
4. ตัวเกษตรกร	2.75	1.046	ปานกลาง	5
5. ด้านความรู้และการส่งเสริม	3.12	0.846	ปานกลาง	4
<b>เฉลี่ยรวมทั้งหมด</b>	<b>3.09</b>	<b>0.957</b>	<b>ปานกลาง</b>	

จากตารางที่ 4.19 สรุปได้ว่า ปัญหาของเกษตรกรในการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารทางการเกษตร นั้น ด้านอุปกรณ์มีปัญหามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.24) รองลงมาคือ ด้านสื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.19) ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.16) ด้านความรู้และการส่งเสริม (ค่าเฉลี่ย 3.12) และตัวเกษตรกร (ค่าเฉลี่ย 2.75) ตามลำดับ



ภาพที่ 4.10 สรุปปัญหาของเกษตรกรในการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารทางการเกษตร



## 5.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับสื่อของเกษตรกร

ตารางที่ 4.20 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับสื่อของเกษตรกร

n = 200

ประเด็น	ระดับความสำคัญ (จำนวน/ร้อยละ)					$\bar{x}$	ความหมาย	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	S.D.		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
<b>1. ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบของสื่อ</b>						<b>3.36</b> <b>(0.669)</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3</b>
1.1 มีความสวยงามน่าสนใจ	0 (0.0)	20 (10.0)	120 (60.0)	54 (27.0)	6 (3.0)	3.23 (0.663)	ปานกลาง	9
1.2 ภาพประกอบเหมาะสม ชัดเจน และสวยงาม	2 (1.0)	10 (5.0)	120 (60.0)	58 (29.0)	10 (5.0)	3.32 (0.693)	ปานกลาง	8
1.3 รูปแบบตัวอักษรอ่านง่าย และสวยงาม	2 (1.0)	8 (4.0)	110 (55.0)	74 (37.0)	6 (3.0)	3.37 (0.660)	ปานกลาง	4
1.4 ขนาดของตัวอักษรอ่านง่าย และเหมาะสม	0 (0.0)	8 (4.0)	108 (54.0)	74 (37.0)	10 (5.0)	3.43 (0.654)	มาก	2
1.5 มีช่องทางติดต่อ-สอบถาม และให้ข้อเสนอแนะ	2 (1.0)	12 (6.0)	112 (56.0)	62 (31.0)	12 (6.0)	3.35 (0.728)	ปานกลาง	5
1.6 ความน่าสนใจของข้อมูลและ ข่าวสารต่าง ๆ	0 (0.0)	12 (6.0)	116 (58.0)	62 (31.0)	10 (5.0)	3.35 (0.671)	ปานกลาง	5
1.7 ความครบถ้วนของข้อมูล	0 (0.0)	6 (3.0)	122 (61.0)	62 (31.0)	10 (5.0)	3.38 (0.631)	ปานกลาง	3
1.8 การจัดลำดับของข้อมูลและ ข่าวสารต่าง ๆ	0 (0.0)	8 (4.0)	124 (62.0)	60 (30.0)	8 (4.0)	3.34 (0.622)	ปานกลาง	7
1.9 ความทันสมัยของข้อมูลและ ข่าวสารต่าง ๆ	2 (1.0)	4 (2.0)	108 (54.0)	72 (36.0)	14 (7.0)	3.46 (0.701)	มาก	1

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

n = 200

ประเด็น	ระดับความสำคัญ (จำนวน/ร้อยละ)					$\bar{x}$	ความหมาย	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	S.D.		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
<b>2. ด้านอุปกรณ์</b>						<b>3.38</b> <b>(0.718)</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>2</b>
2.1 ออกแบบให้ใช้ง่าย	2 (1.0)	4 (2.0)	130 (65.0)	46 (23.0)	18 (9.0)	3.37 (0.718)	ปานกลาง	4
2.2 มีคู่มือแนะนำวิธีใช้	2 (1.0)	6 (3.0)	130 (65.0)	50 (25.0)	12 (6.0)	3.32 (0.678)	ปานกลาง	6
2.3 มีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ	2 (1.0)	6 (3.0)	126 (63.0)	50 (25.0)	16 (8.0)	3.36 (0.716)	ปานกลาง	5
2.4 ขนาดหน้าจอลดจออุปกรณ์มองเห็นได้ชัดเจน	2 (1.0)	4 (2.0)	126 (63.0)	52 (26.0)	16 (8.0)	3.38 (0.706)	ปานกลาง	3
2.5 มีการอัปเดตให้เป็นเวอร์ชันปัจจุบัน	2 (1.0)	4 (2.0)	124 (62.0)	52 (26.0)	18 (9.0)	3.40 (0.723)	ปานกลาง	2
2.6 มีความเร็วอินเทอร์เน็ตเหมาะสมต่อการใช้งาน	2 (1.0)	8 (4.0)	114 (57.0)	56 (28.0)	20 (10.0)	3.42 (0.766)	มาก	1
<b>3. ด้านสถานที่</b>						<b>3.20</b> <b>(1.156)</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>5</b>
3.1 มีจุดบริการในหมู่บ้าน, จุดบริการอินเทอร์เน็ต	8 (4.0)	18 (9.0)	76 (38.0)	34 (17.0)	64 (32.0)	3.64 (1.139)	มาก	1
3.2 มีห้องสมุดชุมชนให้บริการเพิ่มเติม	34 (17.0)	46 (23.0)	76 (38.0)	24 (12.0)	20 (10.0)	2.75 (1.172)	ปานกลาง	2

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

n = 200

ประเด็น	ระดับความสำคัญ (จำนวน/ร้อยละ)					$\bar{x}$ S.D.	ความหมาย	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
<b>4. ตัวเกษตรกร</b>						<b>3.41</b> <b>(0.691)</b>	<b>มาก</b>	<b>1</b>
4.1 มีการใช้งานอยู่เสมอ	0 (0.0)	8 (4.0)	110 (55.0)	72 (36.0)	10 (5.0)	3.42 (0.652)	มาก	2
4.2 มีการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง	0 (0.0)	6 (3.0)	106 (53.0)	76 (38.0)	12 (6.0)	3.47 (0.657)	มาก	1
4.3 มีการฝึกทักษะการใช้งานให้ อยู่เสมอ	0 (0.0)	10 (5.0)	112 (56.0)	68 (34.0)	10 (5.0)	3.39 (0.663)	ปานกลาง	3
4.4 มีการสอบถามหารือกับ เจ้าหน้าที่เสมอ	2 (1.0)	20 (10.0)	100 (50.0)	64 (32.0)	14 (7.0)	3.34 (0.792)	ปานกลาง	4
<b>5. ด้านความรู้และการส่งเสริม</b>						<b>3.29</b> <b>(0.824)</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>4</b>
5.1 มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษา	0 (0.0)	40 (20.0)	92 (46.0)	50 (25.0)	18 (9.0)	3.23 (0.872)	ปานกลาง	4
5.2 มีการติดตามผลการใช้งาน จากเจ้าหน้าที่	0 (0.0)	36 (18.0)	96 (48.0)	50 (25.0)	18 (9.0)	3.25 (0.855)	ปานกลาง	3
5.3 จัดให้มีการสะดวกในการ ค้นหาข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ	0 (0.0)	18 (9.0)	122 (61.0)	40 (20.0)	20 (10.0)	3.31 (0.773)	ปานกลาง	2
5.4 จัดให้มีการรวดเร็วในการ ค้นหาข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ	2 (1.0)	14 (7.0)	116 (58.0)	48 (24.0)	20 (10.0)	3.35 (0.794)	ปานกลาง	1
<b>เฉลี่ยรวมทั้งหมด</b>						<b>3.33</b> <b>(0.812)</b>	<b>ปานกลาง</b>	

จากตารางที่ 4.20 สรุปได้ว่า ระดับความคิดเห็นต่อข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับสื่อของเกษตรกร ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) เมื่อพิจารณาแยกออกเป็นประเด็นพบว่า

### 1) ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบของสื่อ

ระดับความสำคัญของข้อเสนอแนะในด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบของสื่อ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) และเมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 2 ประเด็น ได้แก่ ความทันสมัยของข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.46) ขนาดของตัวอักษรอ่านง่ายและเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.43) และในระดับปานกลางจำนวน 7 ประเด็น ได้แก่ ความครบถ้วนของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.38) รูปแบบตัวอักษรอ่านง่ายและสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.37) มีช่องทางติดต่อ-สอบถาม และให้ข้อเสนอแนะ (ค่าเฉลี่ย 3.35) ความน่าสนใจของข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.35) การจัดลำดับของข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.34) ภาพประกอบเหมาะสม ชัดเจน และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.32) มีความสวยงามน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.23)

### 2) ด้านอุปกรณ์

ระดับความสำคัญของข้อเสนอแนะในด้านอุปกรณ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) และเมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 1 ประเด็น ได้แก่ มีความเร็วอินเทอร์เน็ตเหมาะสมต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.42) และระดับปานกลางจำนวน 5 ประเด็น ได้แก่ มีการอัปเดตให้เป็นเวอร์ชันปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.40) ขนาดหน้าจออุปกรณ์มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.38) ออกแบบให้ใช้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.37) มีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.36) มีคู่มือแนะนำวิธีใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.32)

### 3) ด้านสถานที่

ระดับความสำคัญของข้อเสนอแนะในด้านสถานที่ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) และเมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ประเด็น ได้แก่ มีจุดบริการในหมู่บ้าน, จุดบริการอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.64) และในระดับปานกลาง จำนวน 1 ประเด็น ได้แก่ มีห้องสมุดชุมชนให้บริการเพิ่มเติม (ค่าเฉลี่ย 2.75)

### 4) ตัวเกษตรกร

ระดับความสำคัญของข้อเสนอแนะในตัวเกษตรกร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.41) และเมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 2 ประเด็น ได้แก่ มีการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง (ค่าเฉลี่ย 3.47) มีการใช้งานอยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.42) และในระดับปานกลาง จำนวน 2 ประเด็น ได้แก่ มีการฝึกทักษะการใช้งานให้อยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.39) มีการสอบถามหารือกับเจ้าหน้าที่เสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.34)

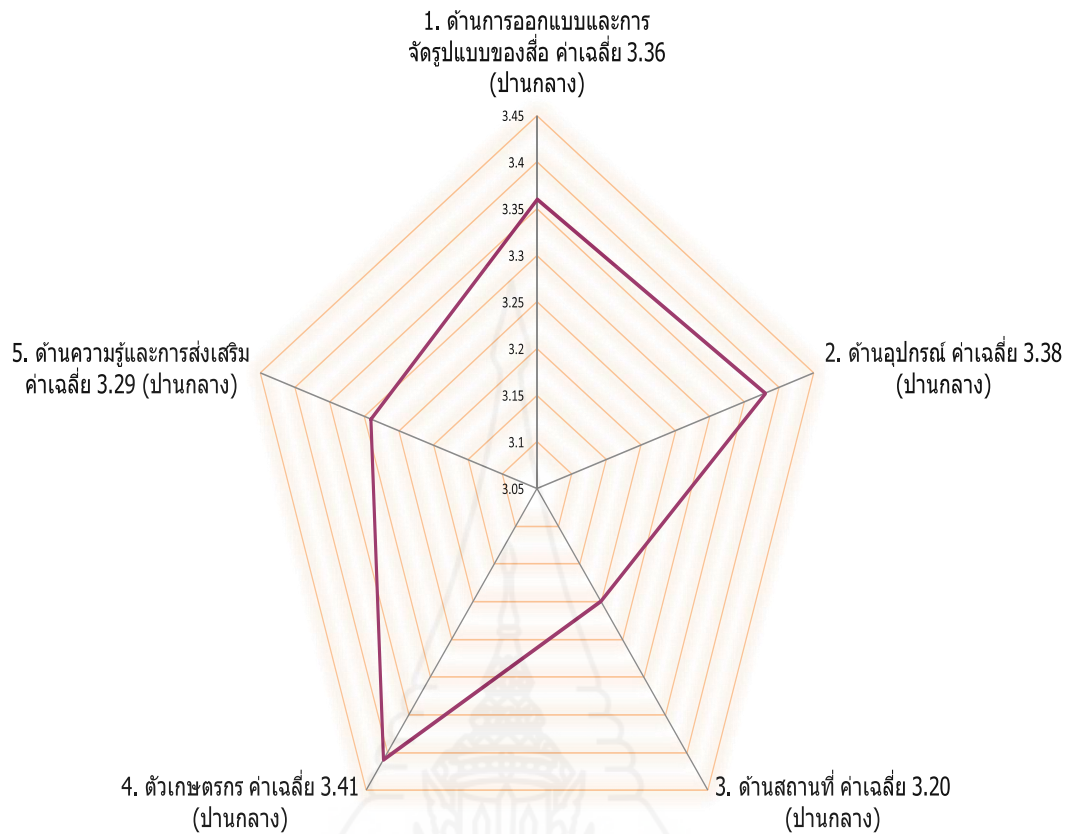
### 5) ด้านความรู้และการส่งเสริม

ระดับความสำคัญของข้อเสนอแนะในด้านความรู้และการส่งเสริมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) และเมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่าอยู่ในระดับปานกลางทั้ง 4 ประเด็น ได้แก่ จัดให้มีความรวดเร็วในการค้นหาข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.35) จัดให้มีความสะดวกในการค้นหาข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.31) มีการติดตามผลการใช้งานจากเจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 3.25) มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ตารางที่ 4.21 สรุปข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับสื่อของเกษตรกร

n = 200				
ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย	อันดับ
1. ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบของสื่อ	3.36	0.669	ปานกลาง	3
2. ด้านอุปกรณ์	3.38	0.718	ปานกลาง	2
3. ด้านสถานที่	3.20	1.156	ปานกลาง	5
4. ตัวเกษตรกร	3.41	0.691	มาก	1
5. ด้านความรู้และการส่งเสริม	3.29	0.824	ปานกลาง	4
<b>เฉลี่ยรวมทั้งหมด</b>	<b>3.33</b>	<b>0.812</b>		

จากตารางที่ 4.21 สรุปได้ว่า ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับสื่อของเกษตรกร นั้น ตัวเกษตรกรมีปัญหามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.41) รองลงมาคือ ด้านอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.38) ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบของสื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.36) ด้านความรู้และการส่งเสริม (ค่าเฉลี่ย 3.29) และด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 2.75) ตามลำดับ



ภาพที่ 4.11 สรุปข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับสื่อของเกษตรกร



## ตอนที่ 6 การทดสอบสมมุติฐานปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร

### 6.1 การทดสอบสมมุติฐานปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางใดกับตัวแปรตาม และมีระดับความสัมพันธ์มากน้อยเพียงใด โดยการวิเคราะห์ครั้งนี้ใช้ตัวแปรอิสระที่คัดเลือกมาทั้งหมด 15 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ภาคการเกษตร จำนวนแรงงานในการทำการเกษตร จำนวนพื้นที่ถือครองทางการเกษตร การเป็นสมาชิกกลุ่ม ตำแหน่งทางสังคม วัตถุประสงค์ใช้สื่อเพื่อหาความรู้ทางด้านการเกษตร วัตถุประสงค์เพื่อใช้สื่อเพื่อการสร้างอาชีพเสริมอื่น ๆ วัตถุประสงค์เพื่อการบันเทิงพักผ่อนหย่อนใจ ระดับความต้องการสื่อของเกษตรกร ความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการเกษตรผ่านสื่อ ปัญหาของเกษตรกรในการรับสื่อทางการเกษตร ข้อเสนอแนะในการรับสื่อของเกษตรกร ตัวแปรตาม คือ การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร โดยกำหนดสัญลักษณ์ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ ดังนี้

#### ตัวแปรอิสระ

$X_1$  = เพศ

$X_2$  = อายุ

$X_3$  = ระดับการศึกษา

$X_4$  = รายได้ภาคการเกษตร

$X_5$  = จำนวนแรงงานในการทำการเกษตร

$X_6$  = จำนวนพื้นที่ถือครองทางการเกษตร

$X_7$  = การเป็นสมาชิกกลุ่ม

$X_8$  = ตำแหน่งทางสังคม

$X_9$  = วัตถุประสงค์ใช้สื่อเพื่อหาความรู้ทางด้านการเกษตร

$X_{10}$  = วัตถุประสงค์เพื่อใช้สื่อเพื่อการสร้างอาชีพเสริม อื่น ๆ

$X_{11}$  = วัตถุประสงค์เพื่อการบันเทิงพักผ่อนหย่อนใจ

$X_{12}$  = ระดับความต้องการสื่อของเกษตรกร

$X_{13}$  = ความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการเกษตรผ่านสื่อ



$X_{14}$  = ปัญหาของเกษตรกรในการรับสื่อทางการเกษตร

$X_{15}$  = ข้อเสนอแนะในการรับสื่อของเกษตรกร

### ตัวแปรตาม

$Y_1$  = การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

n = 200		
ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
<b>ตัวแปรอิสระ</b>		
$X_1$ = เพศ (ชาย 1 หญิง 2)	1.72	0.448
$X_2$ = อายุ	45.63	11.611
$X_3$ = ระดับการศึกษา	3.28	1.467
$X_4$ = รายได้ภาคการเกษตร	29209	35337.883
$X_5$ = จำนวนแรงงานในการทำการเกษตร	2.39	1.872
$X_6$ = จำนวนพื้นที่ถือครองทางการเกษตร	3.85	4.132
$X_7$ = การเป็นสมาชิกกลุ่ม (ไม่เป็น 0 เป็น 1)	0.555	0.498
$X_8$ = ตำแหน่งทางสังคม (ไม่มี 0 มี 1)	0.24	0.440
$X_9$ = วัตถุประสงค์ใช้สื่อเพื่อหาความรู้ทางการเกษตร	3.4326	0.557
$X_{10}$ = วัตถุประสงค์ใช้สื่อเพื่อการสร้างอาชีพเสริมอื่น ๆ	3.073	0.540
$X_{11}$ = วัตถุประสงค์ใช้สื่อเพื่อการบันเทิงพักผ่อนหย่อนใจ	2.9196	0.615
$X_{12}$ = ระดับความต้องการสื่อของเกษตรกร	3.4726	0.486
$X_{13}$ = ความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการเกษตรผ่านสื่อ	3.506	0.540
$X_{14}$ = ปัญหาของเกษตรกรในการรับสื่อทางการเกษตร	3.105	0.612
$X_{15}$ = ข้อเสนอแนะในการรับสื่อของเกษตรกร	3.3452	0.522
<b>ตัวแปรตาม</b>		
$Y_1$ = การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร	3.17	0.558

จากตารางที่ 4.22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ เพศ ค่าเฉลี่ย 1.72 อายุ ค่าเฉลี่ย 45.63 ระดับการศึกษา ค่าเฉลี่ย 3.28 รายได้ภาคการเกษตร ค่าเฉลี่ย 29209 จำนวนแรงงานในการทำการเกษตร ค่าเฉลี่ย 2.39 จำนวนพื้นที่ถือครองทางการเกษตร ค่าเฉลี่ย 3.85 การเป็นสมาชิกกลุ่ม ค่าเฉลี่ย 0.555 ตำแหน่งทางสังคม ค่าเฉลี่ย 0.24 วัตถุประสงค์ใช้สื่อเพื่อการหาความรู้ทางการเกษตร ค่าเฉลี่ย 3.4326 วัตถุประสงค์เพื่อใช้สื่อเพื่อการสร้างอาชีพเสริมอื่น ๆ ค่าเฉลี่ย 3.073 วัตถุประสงค์เพื่อการบันเทิงพักผ่อนหย่อนใจ ค่าเฉลี่ย 2.9196 ระดับความต้องการสื่อของเกษตรกร ค่าเฉลี่ย 3.4726 ความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการเกษตรผ่านสื่อ ค่าเฉลี่ย 3.506 ปัญหาของเกษตรกรในการรับสื่อทางการเกษตร ค่าเฉลี่ย 3.105 ข้อเสนอแนะในการรับสื่อของเกษตรกรค่าเฉลี่ย 3.3452

ตารางที่ 4.23 ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบปกติแต่ละคู่ โดยแสดงในรูปเมตริกสัมพันธ์ (correlation matrix)

n = 200

Model	X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>3</sub>	X <sub>4</sub>	X <sub>5</sub>	X <sub>6</sub>	X <sub>7</sub>	X <sub>8</sub>	X <sub>9</sub>	X <sub>10</sub>	X <sub>11</sub>	X <sub>12</sub>	X <sub>13</sub>	X <sub>14</sub>	X <sub>15</sub>
X <sub>1</sub>	1.000	-0.017	0.057	0.074	-0.117	-0.028	0.079	-0.071	0.041	0.113	0.153	0.072	0.093	0.067	0.155
X <sub>2</sub>		1.000	<b>-0.575</b>	0.055	-0.014	0.109	0.238	0.207	0.119	0.022	0.019	-0.165	-0.054	-0.029	-0.068
X <sub>3</sub>			1.000	0.024	0.072	0.057	-0.152	-0.105	-0.153	-0.014	-0.029	0.011	<b>-0.001</b>	-0.044	0.015
X <sub>4</sub>				1.000	0.257	0.539	0.191	0.308	0.226	0.028	0.083	0.032	0.065	-0.017	0.050
X <sub>5</sub>					1.000	0.110	0.063	0.063	0.065	0.044	0.117	-0.022	0.062	-0.053	0.059
X <sub>6</sub>						1.000	0.021	0.095	0.160	-0.092	0.005	-0.070	0.021	-0.137	-0.030
X <sub>7</sub>							1.000	0.375	0.072	0.065	0.089	-0.084	-0.017	-0.083	-0.018
X <sub>8</sub>								1.000	0.081	0.120	0.036	-0.100	0.055	-0.045	0.092
X <sub>9</sub>									1.000	0.380	0.425	0.582	0.440	-0.093	0.531
X <sub>10</sub>										1.000	<b>0.724</b>	0.336	0.336	0.116	0.382
X <sub>11</sub>											1.000	0.279	0.211	0.068	0.389
X <sub>12</sub>												1.000	0.532	0.174	0.465
X <sub>13</sub>													1.000	<b>0.004</b>	0.610
X <sub>14</sub>														1.000	0.110
X <sub>15</sub>															1.000

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.23 ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบปกติแต่ละคู่ โดยแสดงในรูปเมตริกสัมพันธ์ (correlation matrix) ปรากฏผลดังนี้ ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิเคราะห์ทุกตัวมีความสัมพันธ์กันต่ำ คือ ความสัมพันธ์ในทางบวกมีค่าอยู่ระหว่าง 0.004 ถึง 0.724 และความสัมพันธ์ในทางลบมีค่าอยู่ระหว่าง

- 0.001 ถึง -0.575 ไม่มีตัวแปรคู่ใดมีความสัมพันธ์สูงเกินกว่า 0.80 สำหรับค่าความเชื่อถือได้ที่เหมาะสมนั้น Carmines and Zeller (1986, p. 51) อธิบายว่าโดยทั่วไปแล้วค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือวัดควรจะมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.80 จึงไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งจะเป็นการละเมิดข้อสมมติฐานที่เกี่ยวกับเทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบปกติ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้ตัวแปรอิสระทั้ง 15 ตัวแปรวิเคราะห์การถดถอยแบบปกติต่อไป

## 7.2 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร (Y<sub>1</sub>)

ตารางที่ 4.24 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร (Y<sub>1</sub>)

n = 200

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (b)	t	Sig.
ค่าคงที่	0.063	0.169	0.866
X1 = เพศ	-0.098	-1.414	0.159
X2 = อายุ	0.011	<b>3.451**</b>	0.001
X3 = ระดับการศึกษา	0.055	<b>2.183*</b>	0.030
X4 = รายได้ภาคการเกษตร	4.878E-07	0.441	0.660
X5 = จำนวนแรงงานในการทำการเกษตร	-0.037	<b>-2.247*</b>	0.026
X6 = จำนวนพื้นที่ถือครองทางการเกษตร	0.002	0.188	0.851
X7 = การเป็นสมาชิกกลุ่ม	-0.04	-0.613	0.541
X8 = ตำแหน่งทางสังคม	0.13	1.659	0.099
X9 = วัตถุประสงค์ใช้สื่อเพื่อการหาความรู้ทางการเกษตร	0.541	<b>6.627**</b>	0.000
X10 = วัตถุประสงค์ใช้สื่อเพื่อการสร้างอาชีพเสริมอื่น ๆ	0.181	<b>2.143*</b>	0.033
X11 = วัตถุประสงค์เพื่อการบันเทิงพักผ่อนหย่อนใจ	0.064	0.852	0.395
X12 = ระดับความต้องการสื่อของเกษตรกร	-0.112	-1.264	0.208
X13 = ความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการเกษตรผ่านสื่อ	0.128	1.681	0.094
X14 = ปัญหาของเกษตรกรในการรับสื่อทางการเกษตร	0.069	1.333	0.184
X15 = ข้อเสนอแนะในการรับสื่อของเกษตรกร	-0.069	-0.847	0.398
<b>R<sup>2</sup> = 0.454    SEE = 0.412    F = 12.039    Sig. of F = 0.000</b>			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.24 ตัวแปรทั้งหมดสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของการยอมรับในเชิงความคิดเห็นต่อการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรในอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราชได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $F = 12.039$  Sig. Of  $F = 0.000$ ) โดยมีอำนาจพยากรณ์ประมาณร้อยละ 45.5 ( $R^2 = 0.454$ ) และมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SEE) เท่ากับ 0.412

ส่วนผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร พบว่า จากตัวแปรอิสระ 15 ตัวแปร มีตัวแปร 3 ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ระดับการศึกษา จำนวนแรงงานในการทำการเกษตร และวัตถุประสงค์ใช้สื่อเพื่อการสร้างอาชีพเสริม อื่น ๆ ตัวแปรมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก 2 ตัวแปร กล่าวคือ เมื่อระดับการศึกษาเพิ่มขึ้น การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรก็จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และเมื่อมีวัตถุประสงค์ใช้สื่อเพื่อการสร้างอาชีพเสริม อื่น ๆ เพิ่มขึ้น การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรก็จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตัวแปรมีสัมพันธ์ในเชิงลบ 1 ตัวแปร กล่าวคือ เมื่อจำนวนแรงงานในการทำการเกษตรมีน้อย การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรก็จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

มีตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คือ อายุ และวัตถุประสงค์ใช้สื่อเพื่อการหาความรู้ทางด้านการเกษตร โดยตัวแปรมีสัมพันธ์ในเชิงบวก ทั้ง 2 ตัวแปร กล่าวคือ เมื่ออายุ และวัตถุประสงค์ใช้สื่อเพื่อการหาความรู้ทางด้านการเกษตรเพิ่มขึ้น การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรก็จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

สรุปเป็นสมการแสดงความสัมพันธ์ได้ ดังนี้

$$Y_1 = 0.063 - 0.098_{x_1} + 0.011_{x_2} + 0.055_{x_3} + 4.88E-07_{x_4} - 0.037_{x_5} \\ (-1.414) (+3.451) (+2.183) (+0.441) (-2.247) \\ + 0.002_{x_6} - 0.040_{x_7} + 0.130_{x_8} + 0.541_{x_9} + 0.181_{x_{10}} \\ (+0.188) (-0.613) (+1.659) (+6.627) (2.143) \\ + 0.064_{x_{11}} - 0.112_{x_{12}} + 0.128_{x_{13}} + 0.069_{x_{14}} - 0.069_{x_{15}} \\ (+0.852) (-1.264) (+1.681) (+1.333) (-0.847)$$

## บทที่ 5

### สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรในอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้นำเสนอประเด็นสำคัญ โดยจำแนกเป็น 3 ส่วน คือ สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

#### 1. สรุปการวิจัย

##### 1.1 วัตถุประสงค์

การวิจัยเรื่อง การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรในอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การรับสื่อและวัตถุประสงค์ในการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร 2) ความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการเกษตรผ่านสื่อของเกษตรกร 3) ความต้องการสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร 4) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร 5) ปัญหาและข้อเสนอแนะในการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร

##### 1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

**1.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ประชากรในการวิจัยคือ เกษตรกรในอำเภอพระพรหมที่ขึ้นทะเบียนเกษตรกรปี พ.ศ.2562 จำนวน 8,915 ราย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ กำหนดค่าความคลาดเคลื่อน 0.07 ได้จำนวนตัวอย่าง 200 ราย และสุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) โดยการจับสลาก

**1.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์ที่เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Question) และคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Question) แบ่งออกเป็น 5 ตอน ก่อนนำแบบสัมภาษณ์ไปใช้ได้นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา เพื่อพิจารณา ตรวจสอบความถูกต้อง และให้คำแนะนำแก้ไข จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน หลังจากนั้นนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence, IOC) ซึ่งได้ค่า IOC = 0.91 และทำการทดสอบแบบสัมภาษณ์ โดยการนำแบบสัมภาษณ์ ไปทำการทดสอบ (Pretest) กับเกษตรกรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำนวน 30 ราย

นำผลการสัมภาษณ์ไปทดสอบหาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability consistency) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient of alpha หรือ Cronbach's alpha) โดยค่า Cronbach's alpha ในแต่ละตอนได้ค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.793 - 0.967 ซึ่งแสดงว่ามีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงจึงสามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลได้

**1.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล** ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง โดยนำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแก้ไขหลังจากการทดสอบเรียบร้อยแล้วไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย

**1.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล** ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลความหมายตามเกณฑ์ที่กำหนด การจัดลำดับและวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรโดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

### 1.3 ผลการวิจัย

**1.3.1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล สังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร** เกษตรกรที่ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 45.63 ปี จบการศึกษาประถมศึกษาปีที่ 1 ถึง 6 ประกอบอาชีพการเกษตรเป็นหลัก มีแรงงานในครัวเรือน 1.92 คน/ครัวเรือน แรงงานจ้างประจำเฉลี่ย 2.0 คน/ครัวเรือน แรงงานจ้างชั่วคราวเฉลี่ย 2.41 คน/ครัวเรือน รายได้จากการทำการเกษตร รายได้เฉลี่ย 29,209 บาท/ปี พื้นที่ถือครองทางการเกษตรทั้งหมดของเกษตรกร เฉลี่ย 3.85 ไร่/ครัวเรือน ใช้แหล่งเงินทุนจากกองทุนหมู่บ้านมากที่สุด เกษตรกรส่วนมากเป็นสมาชิกกลุ่ม โดยเป็นสมาชิกสหกรณ์การเกษตร มากที่สุด และเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่ได้ดำรงตำแหน่งใด ๆ ทางสังคม

#### 1.3.2 การรับสื่อและวัตถุประสงค์ในการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร

1) การรับสื่อในชีวิตประจำวันของเกษตรกร เกษตรกรมีแหล่งความรู้ และได้รับข้อมูลข่าวสารทั้งสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อออนไลน์ พบว่าในภาพรวมมีการรับสื่ออยู่ในระดับปานกลาง (เฉลี่ย 3.27) โดยเกษตรกรใช้สื่อออนไลน์ในการรับสื่อ ข้อมูล ข่าวสารมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมาคือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ค่าเฉลี่ย 2.51) สื่อบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.43) สื่อกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 2.88) และสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.70) ตามลำดับ

2) วัตถุประสงค์ในการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร วัตถุประสงค์ในการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร ได้แก่ เพื่อหาความรู้ทางการเกษตร เพื่อรับข่าวสารทั่วไป



การสร้างอาชีพเสริมอื่น ๆ และเพื่อการบันเทิงพักผ่อนหย่อนใจ พบว่าในภาพรวมมีการใช้สื่อออนไลน์ในระดับมาก และใช้สื่อสิ่งพิมพ์น้อยที่สุด โดยการรับสื่อเพื่อหาความรู้ทางด้านเกษตรและรับข่าวสารทั่วไป มีการใช้สื่อออนไลน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อบุคคลในระดับมาก ส่วนสื่อกิจกรรมและสื่อสิ่งพิมพ์ในระดับปานกลาง ส่วนการรับสื่อเพื่อสร้างอาชีพเสริมอื่น ๆ และเพื่อการบันเทิงพักผ่อนหย่อนใจ มีการใช้สื่อออนไลน์ในระดับมาก ส่วนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม และสื่อสิ่งพิมพ์ในระดับปานกลาง

### 1.3.3 ระดับของการต้องการสื่อของเกษตรกร

ระดับของการต้องการสื่อของเกษตรกร พบว่าในภาพรวมนั้นมีระดับมาก โดยช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารของเกษตรกร มีความต้องการสื่อออนไลน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อบุคคล ในระดับมาก ส่วนสื่อกิจกรรม และสื่อสิ่งพิมพ์ ในระดับปานกลาง

### 1.3.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับสื่อของเกษตรกร

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับสื่อของเกษตรกร โดยภาพรวมเกษตรกรมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ด้านความคิดเห็นเกษตรกรให้ความสำคัญต่อการนำสื่อไปใช้มากที่สุด โดยเน้นที่สามารถทบทวนข้อมูลได้ตลอดเวลา มีความรวดเร็วในการนำมาใช้ และมีความสะดวกในการใช้งาน รองลงมาคือตัวสื่อ เน้นที่ความทันสมัยของข้อมูล มีภาษาที่เข้าใจง่าย และมีคำบรรยายประกอบได้ภาพ หรือวิดีโอที่น่าสนใจ มีภาพประกอบ เนื้อหาครอบคลุม สีสันสวยงามน่าสนใจ มีความน่าเชื่อถือของข้อมูล

### 1.3.5 ปัญหา และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับสื่อทางการเกษตร

1) ปัญหาเกี่ยวกับการรับสื่อทางการเกษตร จากการศึกษาพบว่าโดยภาพรวมเกษตรกรมีปัญหาในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีปัญหามากคือด้านอุปกรณ์ ได้แก่ ขาดสัญญาณอินเทอร์เน็ต ความซับซ้อนของขั้นตอนการเปิดใช้เครื่องมือสื่อ รองลงมาเป็นด้านสื่อเกี่ยวกับช่วงเวลาเผยแพร่ยังไม่เหมาะสม เนื้อหาไม่ตรงต่อความต้องการ ส่วนด้านสถานที่คือจุดบริการห่างไกลและไม่เพียงพอ ด้านความรู้และการส่งเสริม คือข้อมูลบางส่วนไม่มีความน่าเชื่อถือ และเกษตรกรไม่มีเวลาในการเข้าถึงสื่อ

2) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับสื่อทางการเกษตร จากการศึกษาพบว่าด้านตัวเกษตรกรคือควรเรียนรู้สื่อได้ด้วยตนเอง มีการใช้งานอยู่เสมอ ส่วนด้านอุปกรณ์ เสนอให้มีความเร็วอินเทอร์เน็ตที่เหมาะสมต่อการใช้งาน มีการอัปเดตอุปกรณ์ให้เป็นเวอร์ชันปัจจุบัน และด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบของสื่อ เน้นไปที่ความทันสมัยของข้อมูล ขนาดของตัวอักษร



อ่านง่ายและมีความครบถ้วนของข้อมูล ด้านความรู้และการส่งเสริม ควรมีความรวดเร็ว และสะดวก ในการเข้าถึงข้อมูล ส่วนด้านสถานที่ ควรมีจุดบริการในหมู่บ้าน ตามลำดับ

### 1.3.6 การทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ความคิดเห็น ในการรับสื่อ และความต้องการสื่อ มีอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับสื่อทางการเกษตร ของเกษตรกร

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ เพื่อวิเคราะห์ หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัว มีความสัมพันธ์ ไปในทิศทางใดกับตัวแปรตาม และมีระดับความสัมพันธ์มากน้อยเพียงใด โดยการวิเคราะห์ครั้งนี้ ใช้ตัวแปรอิสระที่คัดเลือกมาทั้งหมด 15 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ภาคการเกษตร จำนวนแรงงานในการทำการเกษตร จำนวนพื้นที่ถือครองทางการเกษตร การเป็นสมาชิกกลุ่ม ตำแหน่งทางสังคมวัตถุประสงค์ใช้สื่อเพื่อการหาความรู้ทางการเกษตร วัตถุประสงค์เพื่อใช้สื่อ เพื่อการสร้างอาชีพเสริมอื่น ๆ วัตถุประสงค์เพื่อการบันเทิงพักผ่อนหย่อนใจ ระดับความต้องการสื่อ ของเกษตรกร ความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการเกษตรผ่านสื่อ ปัญหาของเกษตรกรในการรับสื่อ ทางการเกษตร ข้อเสนอแนะในการรับสื่อของเกษตรกร ตัวแปรตาม คือ การรับสื่อทางการเกษตร ของเกษตรกร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับการรับสื่อทางการเกษตร ของเกษตรกร พบว่า จากตัวแปรอิสระ 15 ตัวแปร มีตัวแปร 3 ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ระดับการศึกษา จำนวนแรงงานในการทำการเกษตร และวัตถุประสงค์ใช้สื่อเพื่อการสร้าง อาชีพเสริมอื่น ๆ ตัวแปรมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก 2 ตัวแปร กล่าวคือ เมื่อระดับการศึกษาเพิ่มขึ้น การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรก็จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และเมื่อมีวัตถุประสงค์ใช้สื่อ เพื่อการสร้างอาชีพเสริมอื่น ๆ เพิ่มขึ้น การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรก็จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตัวแปรมีความสัมพันธ์ในเชิงลบ 1 ตัวแปร กล่าวคือ เมื่อจำนวนแรงงานในการทำการเกษตรมีน้อย การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรก็จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

มีตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปรที่มีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ 0.01 คือ อายุ และวัตถุประสงค์ใช้สื่อเพื่อการหาความรู้ทางการเกษตร โดยตัวแปรมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ทั้ง 2 ตัวแปร กล่าวคือ เมื่ออายุ และวัตถุประสงค์ใช้สื่อเพื่อการหาความรู้ทางการเกษตรเพิ่มขึ้น การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรก็จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

## 2. การอภิปรายผล

จากผลการวิจัย มีประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

### 2.1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกร

**2.1.1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล** ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 72.0 เป็นเพศหญิง เนื่องจากประชากรในพื้นที่อำเภอพระพรหมมีสัดส่วนเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และเพศหญิงมีความละเอียดอ่อน ให้ความสนใจในการทำเกษตรมากกว่าผู้ชาย ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีอายุเฉลี่ย 46 ปี โดยร้อยละ 37.5 มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มากที่สุด สอดคล้องกับข้อมูลพื้นฐาน หัวหน้าครัวเรือนเกษตรของอำเภอพระพรหม ร้อยละ 27.50 มีอายุระหว่าง 46-55 ปี และอาจเป็น เพราะว่าคุณแม่ได้ไปประกอบอาชีพด้านอื่น ทำงานต่างจังหวัด เหลือเฉพาะคนที่มีความอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป ที่ยังทำการเกษตรอยู่ ร้อยละ 47.5 มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาปีที่ 1-6 มากที่สุด โดยร้อยละ 48.5 ประกอบอาชีพเกษตรกรเป็นหลัก อาจเป็นเพราะว่าพื้นที่อำเภอพระพรหม มีความอุดมสมบูรณ์ทั้งทรัพยากรดิน น้ำ และอากาศที่เหมาะสม ทั้งการทำพืชไร่ และพืชสวน อาทิ เช่น มังคุด เงาะ ลองกอง ขางพารา ข้าวนาปี มันเทศ เป็นต้น มีการประกอบอาชีพรอง จำนวน 146 คน ซึ่งร้อยละ 69.2 ประกอบอาชีพเกษตรกรเป็นอาชีพรองอีกด้วย จำนวนแรงงานในการทำเกษตร ในภาพรวมนั้นเฉลี่ย 2 คน ส่วนแรงงานในครัวเรือนเฉลี่ย 2 คน ทั้งนี้ ในพื้นที่อำเภอพระพรหม เน้นการใช้แรงงานในครัวเรือนก่อน และจะจ้างแรงงานชั่วคราวในฤดูกาลผลไม้ หรือฤดูกาลเก็บเกี่ยว ผลผลิต

**2.1.2 สภาพทางเศรษฐกิจ** ของเกษตรกรอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรมีรายได้เฉลี่ย 29,209 บาท/ปี เกษตรกรมีพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมดเฉลี่ย 3.85 ไร่/ครัวเรือน แหล่งเงินทุนของเกษตรกรร้อยละ 29.5 ใช้แหล่งเงินทุนจากกองทุนหมู่บ้านมากที่สุด รองลงมาร้อยละ 26.5 คือเงินทุนจากสหกรณ์การเกษตร อาจเป็นเพราะว่ากองทุนหมู่บ้านและสหกรณ์ การเกษตรอำเภอพระพรหมเป็นหน่วยงานที่อยู่ในพื้นที่ สามารถเข้าถึงได้ง่าย รายละเอียดเงื่อนไข ไม่ยุ่งยาก มีเงินปันผลประจำปี มีสินค้าจำหน่ายในราคาพิเศษ ดอกเบี้ยต่ำ จึงมีการเลือกใช้แหล่งเงินทุน จาก 2 หน่วยงานนี้มากที่สุด

**2.1.3 สภาพทางสังคม** ของเกษตรกรอำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยพบว่า จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เกษตรกรร้อยละ 73.5 ไม่ได้ดำรงตำแหน่งใด ๆ ทางสังคม ร้อยละ 26.5 ดำรงตำแหน่งทางสังคม โดยร้อยละ 49.0 ดำรงตำแหน่งกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน

ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน การเป็นสมาชิกกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรพบว่าร้อยละ 59.0 เป็นสมาชิกกลุ่ม โดยร้อยละ 44.1 เป็นสมาชิกภาคสหกรณ์การเกษตร เนื่องจากมีสหกรณ์การเกษตร อำเภอพระพรหมอยู่ในพื้นที่ และประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร ไม่ว่าจะเป็นอาชีพหลัก หรืออาชีพรอง จึงมีการเข้าร่วมเป็นสมาชิกจำนวนมาก เพื่อใช้เป็นแหล่งเงินทุนในการทำเกษตรต่อไป

## 2.2 การรับสื่อและวัตถุประสงค์ในการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร

**2.2.1 การรับสื่อทางการเกษตร** ผลการวิจัยพบว่าเกษตรกรรับสื่อข้อมูล ข่าวสาร ภาพรวมในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเกษตรกรในพื้นที่อำเภอพระพรหมร้อยละ 73.0 มีการประกอบอาชีพทั้งอาชีพหลักอาชีพรอง และมีความหลากหลาย ส่งผลให้เกษตรกรมีเวลาที่ไม่ตรงกับ การรับข้อมูลข่าวสาร และเกษตรกรกำลังอยู่ในช่วงเรียนรู้และเปิดรับเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งแหล่ง ความรู้ที่เกษตรกรได้รับจากสื่อออนไลน์มากที่สุดผ่าน โลกออนไลน์, เฟซบุ๊ก, เว็บไซต์, ยูทูป ทั้งนี้เนื่องจาก เกษตรกรในพื้นที่อำเภอพระพรหมเริ่มให้ความสนใจในการใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการติดต่อข่าวสาร การหาข้อมูลเพื่อพัฒนาการเกษตรของตนให้ได้ผลผลิตดียิ่งขึ้น และรองลงมาได้รับความรู้จาก สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับ เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ และ บำเพ็ญ เขียวหวาน (2558) ได้ศึกษา การรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการเกษตรของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรทั้งหมด มีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการติดต่อสื่อสาร รองลงมาเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และเพื่อทราบข้อมูลข่าวสาร

**2.2.2 วัตถุประสงค์ในการรับสื่อทางการเกษตรเพื่อใช้ในการหาความรู้ทางด้าน การเกษตร** ผลการวิจัยพบว่าเกษตรกรนั้น รับสื่อข้อมูล ข่าวสารภาพรวมในระดับปานกลาง ซึ่งแหล่ง ความรู้ที่เกษตรกรได้รับจากสื่อออนไลน์มากที่สุดผ่าน โลกออนไลน์, เฟซบุ๊ก, เว็บไซต์, ยูทูป ทั้งนี้เป็นเพราะว่า เกษตรกรในอำเภอพระพรหมเริ่มมีการปรับเปลี่ยนอายุ จากการเกษตรกรรมรุ่นพ่อแม่เป็นรุ่นลูกที่ได้รับการ สืบทอดมา ซึ่งคนในรุ่นนี้สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้มากขึ้น และในปัจจุบันมีความนิยม ติดต่อบริการ-ส่งข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย ซึ่งมีความสะดวก รวดเร็ว สามารถเห็นได้ทั้ง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง รองลงมาได้รับความรู้จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อบุคคลในระดับมาก

**2.2.3 วัตถุประสงค์ในการรับสื่อทางการเกษตรเพื่อใช้ในการรับข่าวสารทั่วไป** ผลการวิจัยพบว่าเกษตรกรนั้น รับสื่อข้อมูล ข่าวสารภาพรวมในระดับมาก ซึ่งแหล่งความรู้ที่เกษตรกร ได้รับจากสื่อออนไลน์มากที่สุด และรองลงมาได้รับความรู้จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อบุคคล ในระดับมาก สอดคล้องกับ McCombs and Becker (1979) ได้ให้แนวคิดที่ว่าโดยทั่วไปบุคคลแต่ละคน มีการเปิดรับข่าวสารหรือการเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการ เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์

สามารถติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวจากการเปิดรับข่าวสาร ทำให้เป็นคน ที่ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์

#### 2.2.4 วัตถุประสงค์ในการรับสื่อทางการเกษตรเพื่อใช้ในการสร้างอาชีพเสริมอื่น ๆ

ผลการวิจัยพบว่าเกษตรกรนั้น รับสื่อข้อมูล ข่าวสารภาพรวมในระดับปานกลาง ซึ่งแหล่งความรู้ ที่เกษตรกรได้รับจากสื่อออนไลน์มากที่สุดผ่าน และรองลงมาได้รับความรู้จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยพื้นที่อำเภอพระพรหมนั้น เกษตรกรจะมีรายได้เฉพาะฤดูกาลผลิต ไม่ว่าจะเป็นไม้ผล ยางพารา ปาล์มน้ำมัน ข้าวนาปี จึงมีการหาข้อมูลประกอบอาชีพเสริมอื่น เพื่อสร้างรายได้ในระหว่างฤดูกาล ไม่ว่าจะเป็นการรับจ้างทั่วไป จ้างแรงงาน การเลี้ยงสัตว์ การประมง การค้าขาย เป็นต้น

#### 2.2.5 วัตถุประสงค์ในการรับสื่อทางการเกษตรเพื่อใช้ในการบันเทิง พักผ่อน

ผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรนั้น รับสื่อข้อมูล ข่าวสารภาพรวมในระดับปานกลาง ซึ่งแหล่ง ความรู้ที่เกษตรกรได้รับจากสื่อออนไลน์มากที่สุดผ่าน เฟซบุ๊ก และยูทูปในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ในปัจจุบันความรู้ทางด้านการเกษตรก็มาในรูปแบบที่หลากหลาย มีภาพเสียง การนำเสนอที่น่าสนใจ มีทั้งรายการทีวี ช่องยูทูป มีความสนุกสนานมีกิจกรรมให้ร่วมสนุกชิงรางวัล ซึ่งเกษตรกรก็ใช้ช่องทาง เหล่านี้ หาความรู้และเป็นการพักผ่อน หย่อนใจร่วมด้วยอีกหนึ่งช่องทาง สอดคล้องกับ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533, น. 40-44) กล่าวไว้ว่า จุดประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร ก็เพื่อ ความหลากหลาย (Diversions) เช่น การเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ตื่นเต้น สนุกสนาน รวมทั้ง การพักผ่อน

### 2.3 ระดับของการต้องการสื่อของเกษตรกร

ระดับของการต้องการสื่อของเกษตรกร ผลการวิจัยพบว่าเกษตรกรนั้น มีความ ต้องการรับสื่อข้อมูล ข่าวสารภาพรวมในระดับมาก ซึ่งแหล่งความรู้ที่เกษตรกรต้องการมากที่สุดคือ สื่อออนไลน์ผ่าน ไลน์, เฟซบุ๊ก, เว็บไซต์, ยูทูป และรองลงมา สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผ่านทางโทรทัศน์ หอกระจายข่าวหมู่บ้าน วิทยุกระจายเสียง และสื่อบุคคล ผ่านทางผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน เจ้าหน้าที่ ภาครัฐ เพื่อนบ้าน อาสาสมัครเกษตรหมู่บ้าน ในระดับมาก สอดคล้องกับ ธนิตา ประจวบเหมาะ (2546) กล่าวไว้ว่า จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของโลกปัจจุบันทำให้มีข้อมูลข่าวสารมากมายที่หลงไหล อยู่ในกระแสความเคลื่อนไหวรอบตัวของมนุษย์ ประกอบกับมนุษย์นิยมการบริโภคข้อมูลข่าวสาร อยู่ตลอด ทำให้มีการเปิดรับข่าวสารและนำไปใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับ ความต้องการข้อมูลข่าวสารมากน้อยเพียงใดในแต่ละบุคคล

## 2.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับสื่อของเกษตรกร

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับสื่อของเกษตรกร ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญในระดับมาก โดยด้านการนำไปใช้มากที่สุด เน้นที่สามารถทบทวนข้อมูลได้ตลอดเวลา มีความรวดเร็วในการนำมาใช้ และมีความสะดวกในการใช้งาน รองลงมาคือด้านตัวสื่อ โดยเน้นไปที่ความทันสมัยของข้อมูล ภาษาที่เข้าใจง่าย มีคำบรรยายประกอบได้ภาพหรือวิดีโอที่น่าสนใจ มีภาพประกอบ เนื้อหาครอบคลุม สีสันสวยงามน่าสนใจ มีความน่าเชื่อถือของข้อมูล

## 2.5 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับสื่อทางการเกษตร

### 2.5.1 ปัญหาเกี่ยวกับการรับสื่อทางการเกษตร

ปัญหาเกี่ยวกับการรับสื่อทางการเกษตร ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านอุปกรณ์นั้นมีปัญหามากที่สุด โดยเฉพาะการขาดสัญญาณอินเทอร์เน็ต และความซับซ้อนของขั้นตอนการเปิดใช้เครื่องมือสื่อ รองลงมาคือด้านสื่อเกี่ยวกับช่วงเวลาเผยแพร่ยังไม่เหมาะสม ขาดสื่อที่ต้องการ และด้านสถานที่ ซึ่งมีจุดบริการที่ห่างไกล สอดคล้องกับ สินีบุษกรฐเมือง แสตนเสริม และพลสรายุ สราญรัมย์ (2558) ศึกษารูปแบบพฤติกรรมและเงื่อนไขการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของเกษตรกร พบว่า ปัญหาในการเข้าใจและเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งเกษตรกรและเจ้าหน้าที่ระบุว่ามีปัญหาการใช้ที่ยุ่งยาก ไม่มีอุปกรณ์พื้นที่ ไม่มีโครงสร้างพื้นฐานที่สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้ ซึ่งในพื้นที่อำเภอพระพรหมยังมีพื้นที่บางส่วนของสัญญาณอินเทอร์เน็ตอ่อน ทำให้เกิดปัญหาต่อตัวเกษตรกรและเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงานในพื้นที่ ในส่วนของช่วงเวลาในการรับสื่อของเกษตรกรในพื้นที่ที่ยังเป็นปัญหาเนื่องจากเกษตรกรโดยส่วนใหญ่ร้อยละ 73.0 มีการประกอบอาชีพ 2 อาชีพ ทำให้ช่วงเวลาในการรับสื่อข้อมูลข่าวสารนั้นไม่ตรงกัน มีความหลากหลายของเวลาที่รับข้อมูลข่าวสาร

### 2.5.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับสื่อทางการเกษตร

ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีข้อเสนอแนะด้านเกษตรกรคือควรเรียนรู้สื่อได้ด้วยตนเอง มีการใช้งานอยู่เสมอ ส่วนด้านอุปกรณ์ เสนอให้มีความเร็วอินเทอร์เน็ตที่เหมาะสมต่อการใช้งาน มีการอัปเดตอุปกรณ์ให้เป็นเวอร์ชันปัจจุบัน และด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบของสื่อ เน้นไปที่ความทันสมัยของข้อมูล ขนาดของตัวอักษรอ่านง่าย และมีความครบถ้วนของข้อมูล ดังนั้นเจ้าหน้าที่ควรคำนึงถึงผลการวิจัยในข้างต้น โดยให้คำแนะนำเกษตรกรและฝึกปฏิบัติอยู่เสมอในการค้นหาข้อมูลข่าวสารทางการเกษตร มีช่องทางสอบถามข้อมูล แลกเปลี่ยนปัญหา เสนอให้หน่วยงานในระดับท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการดูแลระบบ



อินเทอร์เน็ตและการสื่อสารอยู่เสมอ การผลิตสื่อทางการเกษตรควรมีความทันสมัยของข้อมูล ตัวอักษรอ่านง่าย มีความครบถ้วนของข้อมูล เกษตรกรสามารถนำมาเปิดดูได้ตลอดเวลา

## 2.6 การทดสอบสมมติฐาน

**ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ความคิดเห็นในการรับสื่อ และความต้องการสื่อ มีอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร**

1. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา จำนวนแรงงานในการทำการเกษตร และวัตถุประสงค์ใช้สื่อเพื่อการสร้างอาชีพเสริมอื่น ๆ มีตัวแปร 3 ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ระดับการศึกษา จำนวนแรงงานในการทำการเกษตร และวัตถุประสงค์ใช้สื่อเพื่อการสร้างอาชีพเสริมอื่น ๆ ตัวแปรมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก 2 ตัวแปร กล่าวคือ เมื่อระดับการศึกษาเพิ่มขึ้น การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรก็จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และเมื่อมีวัตถุประสงค์ใช้สื่อเพื่อการสร้างอาชีพเสริมอื่น ๆ เพิ่มขึ้น การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรก็จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตัวแปรมีผลในเชิงลบ 1 ตัวแปร กล่าวคือ เมื่อจำนวนแรงงานในการทำการเกษตรมีน้อย การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรก็จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับแนวความคิดการวิเคราะห์ผู้รับสาร युบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542, น. 64) กล่าวว่า ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) ย่อมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ข่าวสารได้ ทั้งนี้ ซึ่งได้แก่ การศึกษา มีการศึกษาวิจัยหลายเรื่องได้ชี้ว่าการศึกษาของผู้รับสารนั้น ทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมของการรับสารต่างกันไป เช่น บุคคลที่มีการศึกษาสูงก็就会有ความสนใจข่าวสารกว้างขวางแต่จะไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ จะต้องมีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอจึงจะเชื่อ หรือผู้มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์มากกว่าสื่อวิทยุกระจายเสียงวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นต้น และอาจเป็นเพราะว่าเมื่อแรงงานในการทำการเกษตรมีน้อย ก็ต้องค้นคว้าหาข้อมูลจากสื่อช่องทางต่าง ๆ เพื่อหาวิธีให้ตนเองสามารถทำการเกษตรได้ด้วยตนเองแม้จะมีแรงงานน้อยก็ตาม

2. ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ การใช้สื่อเพื่อหาความรู้ทางด้านการเกษตร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ทั้ง 2 ตัวแปร กล่าวคือ เมื่ออายุ และวัตถุประสงค์ใช้สื่อเพื่อการหาความรู้ทางด้านการเกษตรเพิ่มขึ้น การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรก็จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับแนวความคิดการวิเคราะห์ผู้รับสาร युบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542, น. 64) กล่าวว่า ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายๆ ด้าน

โดยเฉพาะลักษณะทางประชานย่อมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ข่าวสารได้ทั้งนั้น ซึ่งได้แก่ อายุ (Age) ถือได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรมโดยทั่วไป และคนที่มียุ่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมต่อการติดต่อสื่อสารแตกต่างกัน คนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเห็นเสรีนิยม ถืออุดมการณ์ ใจร้อน และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่มียุ่มาก ในขณะที่คนที่มียุ่มากจะมีความคิดอนุรักษนิยม ยึดถือการปฏิบัติ มีความระมัดระวัง และมองโลกในแง่ร้ายมากกว่าคนที่มียุ่ น้อย สาเหตุเนื่องจากคนที่มียุ่มีประสบการณ์ในชีวิต เคยผ่านยุคปัญหาต่าง ๆ จนมีความผูกพันที่ยาวนาน ต่อสังคม มีผลประโยชน์มากกว่าคนที่มียุ่ น้อย จึงมักไม่ค่อยยอมให้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในสังคมเพราะกลัวมีผลกระทบต่อทรัพย์สินและความลำบากในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง นอกจากความแตกต่างในเรื่องความคิดแล้ว ลักษณะของการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง มักจะอ่านจดหมายถึงบรรณาธิการ ข่าวการบ้านการเมือง ข่าวอภิปรายปัญหาสังคม เศรษฐกิจ มากกว่าอ่านเรื่องตลก ข่าว กีฬา ข่าวบันเทิง

### 3. ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### 3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

##### 3.1.1 ข้อเสนอแนะต่อเกษตรกร

1) จากผลการวิจัยพบว่า ช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ นั้นมีหลากหลายช่องทาง ดังนั้นเจ้าหน้าที่ควรประชาสัมพันธ์และแนะนำเกษตรกร ให้สามารถสืบค้นหาข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเอง เกษตรกรเห็นความสำคัญของการรับสื่อทางการเกษตร ช่องทางที่หลากหลายในการเลือกรับสื่อ การเข้าถึงสื่อได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว และนำข้อมูลที่ได้ไปปรับใช้ในการประกอบอาชีพต่อไป

2) จากผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรยังขาดความรู้ ความชำนาญในการใช้อุปกรณ์ไอที สมาร์ทโฟน แอปพลิเคชันทางการเกษตรต่าง ๆ ดังนั้น ควรมีการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมฝึกปฏิบัติการใช้บ่อย ๆ หรือสอบถามปัญหาจากผู้ที่มีความรู้

3) จากผลการวิจัยพบว่า ในปัจจุบันเกษตรกร มีอุปกรณ์สมาร์ตโฟนเกือบทุกครัวเรือน ดังนั้นควรนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เช่น การเก็บภาพโรค เก็บตัวอย่างแมลงศัตรูพืช



### 3.1.2 ข้อเสนอแนะต่อเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

- 1) จากผลการวิจัยพบว่า การรับสื่อทางการเกษตร รับสื่อข้อมูล ข่าวสาร มีภาพรวมในระดับปานกลาง ดังนั้น เจ้าหน้าที่ควรเลือกสื่อที่จะถ่ายทอดให้เหมาะสมกับตัวเกษตรกร สามารถพิจารณาได้จากเพศ อายุ ระดับการศึกษา และวัตถุประสงค์ความต้องการของตัวเกษตรกร
- 2) จากผลการวิจัยพบว่า วัตถุประสงค์ในการรับสื่อของเกษตรกรนั้น มีทั้งหาความรู้ทางด้านการเกษตร ข่าวสารทั่วไป สร้างอาชีพเสริม และเพื่อความบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้นควรเลือกใช้สื่อที่มีความหลากหลาย สร้างแรงจูงใจและไม่น่าเบื่อให้กับเกษตรกร
- 3) จากผลการวิจัยพบว่า ระดับของการต้องการสื่อของเกษตรกรนั้น มีความต้องการรับสื่อข้อมูล ข่าวสารภาพรวมในระดับมาก ซึ่งแหล่งความรู้ที่เกษตรกรต้องการมากที่สุดคือสื่อออนไลน์ผ่าน ไลน์, เฟซบุ๊ก, เว็บไซต์, ยูทูป สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผ่านทางโทรศัพท์ หอกระจายข่าว หมู่บ้าน และสื่อบุคคล ผ่าน กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ เพื่อนบ้าน อาสาสมัครเกษตรหมู่บ้าน ดังนั้น ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ต่าง ๆ ก็ควรกระจายให้ครบทุกช่องทาง เพื่อครอบคลุมให้ข่าวสารได้อย่างทั่วถึง ไม่ตกหล่น และสามารถทบทวน หรือดูข้อมูล ได้ตลอดเวลา
- 4) จากผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรมีปัญหาในการรับสื่อ ข้อมูล ข่าวสาร โดยเฉพาะด้านอุปกรณ์นั้นมีปัญหามากที่สุด รองลงมา คือด้านสื่อ และด้านสถานที่ ดังนั้น การผลิตสื่อที่จะถ่ายทอดให้กับเกษตรกร ควรดูให้เหมาะสมกับตัวเกษตรกร ความพร้อมของอุปกรณ์ และสถานที่ด้วย
- 5) จากผลการวิจัยพบว่า การใช้สื่อออนไลน์ เป็นแหล่งความรู้แก่เกษตรกรนั้น เจ้าหน้าที่ควรให้ความสำคัญกับการใช้สื่อออนไลน์ของกรมส่งเสริมการเกษตรและกระทรวงเกษตร และสหกรณ์ด้วย เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้รวดเร็วทุกที่ทุกเวลา และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

### 3.1.3 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- 1) จากผลการวิจัยพบว่า การรับสื่อทางการเกษตร รับสื่อข้อมูล ข่าวสาร มีภาพรวมในระดับปานกลาง ดังนั้น หน่วยงานควรเลือกสื่อที่จะถ่ายทอดให้เหมาะสมกับตัวเกษตรกร สามารถพิจารณาได้จากเพศ อายุ ระดับการศึกษา และวัตถุประสงค์ความต้องการของตัวเกษตรกร เพื่อเกษตรกรจะได้รับข้อมูลได้ตรงต่อความต้องการ การนำไปใช้ประโยชน์ของเกษตรกร

2) จากผลการวิจัยพบว่า ช่องทางการรับสื่อมีหลายช่องทาง ดังนั้น ควรเลือกใช้สื่อที่มีความหลากหลาย สร้างแรงจูงใจและไม่น่าเบื่อให้กับเกษตรกร

3) จากผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรมีปัญหาในการรับสื่อ ข้อมูล ข่าวสาร โดยเฉพาะโดยด้านอุปกรณ์นั้นมีปัญหามากที่สุด รองลงมาคือด้านสื่อ และด้านสถานที่ การผลิตสื่อที่จะถ่ายทอดให้กับเกษตรกร ควรเน้นที่สามารถทบทวนข้อมูลได้ตลอดเวลา มีความรวดเร็วในการนำมาใช้ และมีความสะดวกในการใช้ ความทันสมัยของข้อมูล มีภาษาที่เข้าใจง่าย และมีคำบรรยายประกอบได้ภาพ หรือวิดีโอที่น่าสนใจ มีภาพประกอบ เนื้อหาครอบคลุม สีสันสวยงาม น่าสนใจ มีความน่าเชื่อถือของข้อมูล

### 3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกร ต่อการถ่ายทอดข้อมูล ความรู้ต่อการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ เพื่อทราบความพึงพอใจของเกษตรกร และแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานต่อไป

3.2.2 ควรทำการวิจัยด้านการพัฒนาสื่อที่เหมาะสมในการเรียนรู้ให้กับเกษตรกร ในแต่ละกลุ่มช่วงอายุ และระดับการศึกษา เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาวิเคราะห์ในการวางแผนการผลิต และเผยแพร่สื่อให้ตรงกับความต้องการของเกษตรกรในพื้นที่ต่อไป



บรรณานุกรม

### บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ : โครงการเมธีวิจัย  
อาวุโส ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- กิติมา สุรสนธิ. (2548). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- โกวิทช์ นาเมืองรักษ์. (2544). *ความคิดเห็นของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บขยะมูลฝอยของ  
เทศบาลตำบลกลาง อำเภอสลภูมิจังหวัดร้อยเอ็ด*. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์,  
ม.ป.ท..
- ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. (2531). *พลศาสตร์ของการสื่อสาร. ในเอกสารการสอนชุดวิชาพลศาสตร์  
การสื่อสาร (หน่วยที่ 2 หน้า 23-26)*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา.
- คลังความรู้สู่องค์กร การเรียนรู้สมัยใหม่. สืบค้นจาก <http://k-tank.doae.go.th/km/story/46>  
(วันที่สืบค้น 26 ธันวาคม 2562)
- คัมภีร์พันธุ์ ขำภิบาล. (2544). *ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครต่อคุณภาพการ  
ให้บริการของสถานีบริการน้ำมันปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย. (ภาคนิพนธ์ศึกษาศาสตร์  
มหาบัณฑิต)*. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- จารึก ศรีเลิศ. (2540). *ความคิดเห็นต่อสภาพปัจจุบันและความคาดหวังต่อการให้บริการของ  
สำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด. (ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต)*. สถาบัน  
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- จิตรพรพรรณ ทันท่วง. (2557). *ศึกษาอิทธิพลของสื่อต่อการรับรู้และความต้องการข่าวสาร  
เทคโนโลยีการเกษตรของเกษตรกรอำเภอคอกคำใต้ จังหวัดพะเยา. (วิทยานิพนธ์ปริญญา  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- จุฑามาศ กริพานิช. (2556). *การพัฒนาชุดสื่อสำหรับถ่ายทอดเทคโนโลยีป้องกันกำจัดหนอนหัวดำ  
มะพร้าวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้  
ตีพิมพ์)*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา, นนทบุรี.
- เจริญ สุขนันตพงศ์. (2534). *หลักและวิธีการของงานส่งเสริมการเกษตร. ในเอกสารการสอนชุดวิชา  
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร (หน่วยที่ 5)*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัย สุโขทัย  
ธรรมราชา.

- ฉันทนา เวชโอสถศักดา. (2562). ความต้องการใช้สารสนเทศการเกษตรของเกษตรกรตำบลหนองบัว อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม. วารสารบรรณศาสตร์ มศว ปีที่ 12, ฉ. 1 (มกราคม - มิถุนายน 2562), หน้า 17-29.
- ณรงค์ สมพงษ์ และสิน พันธุ์พินิจ. (2556). อ้างโดย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง
- ณัฐ รัตนเจริญ. (2561). ใน เอกสารชุดวิชาการบริหารและการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชนิดา ประจวบเหมาะ. (2546). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการนำไปใช้ประโยชน์ของพนักงาน กฟผ. ต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร: กรณีศึกษา สื่อวิทยุเสียงตามสายภายในสำนักงานใหญ่ จ. นนทบุรี. (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ธิดาพร ชนะชัย. (2550). New Media Challenges : Marketing Communication Through New Media. ... สืบค้นจาก [http://commarts.hcu.ac.th/images/academic\\_article/nok/new media](http://commarts.hcu.ac.th/images/academic_article/nok/new%20media). (วันที่สืบค้น 26 ธันวาคม 2562)
- เนตร์พัฒนา ยาวีราข . (2553). การจัดการสมัยใหม่ (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญสม วราเอกศิริ. (2539). ส่งเสริมการเกษตร : หลักและวิธีการ (พิมพ์ครั้งที่ 4). เชียงใหม่: ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ และ บำเพ็ญ เขียวหวาน. (2558). การรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการเกษตรของเกษตรกร. วารสารสังคมศาสตร์ ฉบับที่ 2. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประมะ สตะเวทิน. (2540). ความหมาย ความสำคัญ วัตถุประสงค์และประเภทของการสื่อสาร. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร (หน่วยที่ 1), 90-110. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปัญญาภรณ์ เขียมละออ. (2551). ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรทันตสถานหญิงชลบุรี จังหวัดชลบุรี. (ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.

- ปิยะพร เขตบรรณพต. (2553). พฤติกรรมรับการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อใหม่ของผู้บริโภคใน  
อำเภอเมืองเชียงใหม่. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ฝากจิต ปาลินทร์ ลากจิตร, จ่านงรักษ์ อุดมเศรษฐ์ และชานินทร์ คงศิลา (2561) ศึกษาการเปิดรับ  
ข้อมูลข่าวสารการเกษตรของสมาชิกองค์การเกษตรกรในอนาคต แห่งประเทศไทย  
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต)  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พงศ์สุข ดอนพินิจ (2561) การรับรู้เทคโนโลยีสารสนเทศทางการเกษตรของเกษตรกร อำเภอภูเวียง  
จังหวัดขอนแก่น.วารสารสถาบันวิจัยพินลธรรม. 5(1). หน้า 45-60.
- พรจิต สมบัติพานิช. (2547). โฆษณาในทศวรรษที่ 2000-2010: การศึกษาถึงปัจจัยด้านสื่อที่มีต่อ  
รูปแบบโฆษณา.(วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พรชัย แผ่นชัยภูมิ. (2559). พฤติกรรมการรับชมและความพึงพอใจรายการคืบข่าวครบประเด็นของ  
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวีของผู้รับชมในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์นิเทศ  
ศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- พิชญาภัค จันทรนิยมาพรรณ. (2559). การพัฒนาสื่อเพื่อการเรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพและลด  
ต้นทุนการผลิตข้าว ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Learning) ของเกษตรกร ในจังหวัด  
สุพรรณบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,  
กรุงเทพฯ.
- พิทยา บวรวัฒนา. (2550). ทฤษฎีองค์การสาธารณะ (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.
- พีระ จิระโสภณ. (2529). ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ภัสวดี นิติเกษตรสุนทร. (2551). ทฤษฎีและพฤติกรรมสื่อสาร. นนทบุรี: ศูนย์หนังสือ  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มณฑิรา สุวรรณมณีรัตน์. (2553). ความต้องการพัฒนาตนเองของบุคลากรเทศบาลตำบลแหลมงอบ  
อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด. (ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต).  
มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



- รัชณี จารุสันต์. (2560). ความต้องการสื่อทางการเกษตร ของเกษตรกรผู้ปลูกยางภายใต้สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง. การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 54. สาขาส่งเสริมการเกษตรและคหกรรมศาสตร์. หน้า 1118-1126.
- วารภรณ์ ตระกูลสถิตย์. (2547). การทำงานเป็นทีม. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- วิพร บุญวัฒน์. (2542). แนวโน้มการใช้สื่อและเทคโนโลยีเพื่อการประชาสัมพันธ์ของธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ.2542-2546.( วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, กรุงเทพฯ.
- ศรีชล ฉายาพงษ์. (2553). ศึกษาความต้องการพัฒนาตนเองของข้าราชการตำรวจ ชั้นสัญญาบัตรและชั้นประทวนกองบังคับการอำนวยการตำรวจภูธรภาค 2 ในสังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (งานนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญกิตติ, และชนนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ. (2550). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์. (2554). ทักษะการมีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- สถาพร สิงหะ. (2556). การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึกของนักดำน้ำชาวไทย. (บัณฑิตวิทยาลัย) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- สร้อยตระกูล (เด็ยยานนท์) อรรถมานะ. (2542). พฤติกรรมองค์กร : ทฤษฎีและการประยุกต์ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สรินัญญา แพทย์พิทักษ์. (2553). ความต้องการพัฒนาตนเองของบุคลากรในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลวังกระแจะ อำเภอเมืองตราด จังหวัดตราด. (ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- สินินุช ครุฑเมือง แสนเสริม และพลสรายุ สราญรมย์. (2558). รูปแบบพฤติกรรมและเงื่อนไขการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของเกษตรกร. วารสารอิเล็กทรอนิกส์การศึกษานานาชาติ, 5(2), 87-105.
- สุชาดา แสงดวงดี. (2555). พฤติกรรมการเปิดรับและแสวงหาข่าวสาร ความรู้ทัศนคติ และการยอมรับการทำการเกษตรโดยไม่ใช้สารเคมีของเกษตรกรตำบลป่าพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต, 6(1),108-121.



- สุโท เจริญสุข. (2525). *หลักจิตวิทยาและพัฒนาการมนุษย์*. กรุงเทพฯ: แพร์พิทยา.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). *การสื่อสารกับสังคม*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสถียร เขยประทับ. (2540). *การสื่อสารกับการพัฒนา*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสนาะ ดิยาวี. (2541). *การสื่อสารในองค์กร* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดิพล เอื้อจรัสพันธุ์. (2562). การใช้สื่อทางการเกษตรของเกษตรกรไทย. *วารสารศาสตร์*. 2(12) พ.ค.-ส.ค. 62 หน้า 124-164.
- อรวรรณ ชินพัฒน์วานิช. (2546). *ความคิดเห็นของพนักงานต่อพฤติกรรมการบริหารในเขตธุรกิจ 6*. (วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- อวยพร พาณิช. (2561) ภาษาเพื่อการสื่อสารในงานสารสนเทศ. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารในงานสารสนเทศ* (หน่วยที่ 5, น. 5-7). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Alderfer, C. P. (1972). *Existence: Relatedness and growth, human needs in organizational setting*. New York: Free Press.
- Backer H. S. (1982). *Culture: A Sociological View*. New York : Yale University.
- Berlo David K. (1960). *The Process of Communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Bradfield, A. (1966). *Guide to extension training*. Rome: Food and Agricultural Organization.
- Carmines, E.G., and Zeller, R.A. (1986). *Reliability and Validity Assessment*. London: SAGE Publications.
- Friedson, R., and Flowerman, S. (1951). Media exposure. Retrieved June 20, 2013, from <http://www.thaihed.com/html/show.php?sid=136>
- Klapper, J. T. (1960). *The Effects of Mass Communication*. New York: Free Press.
- McCombs, M. E., & Becker, L. B. (1979). *Using Mass Communication Theory*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Samuel C. Certo. (2000). *Modern Management: Diversity, quality ethics, and the global environment*. Prentice Hall.
- Schramm, W. (1973). *Channels and audience*. In *Handbook of Communication*. Chicago: Randomly College.
- Todd, H., and Ruden, B. D. (1993). *Mass Communication*. New York: Hyper Collins College.

Ugboma, M. U. (2010). Access to agricultural information by fish farmers in Niger Delta Region of Nigeria. *Library Philosophy and Practice*, 1-8.

Vivian J. (2013). *The media of mass communication (PNIE)*. Pearson New International Editi.





ภาคผนวก

## แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง การรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร ในพื้นที่อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....นามสกุล.....บ้านเลขที่..... หมู่ที่.....  
ตำบล.....อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช

### คำชี้แจง :

1.แบบสัมภาษณ์ ชุดนี้ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาการเลือกรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกรในพื้นที่อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช โดย นางสาวชญาณ์พิมพ์ พรหมจันทร์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา แขนงวิชาส่งเสริมการเกษตร สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะนำมาใช้ประโยชน์เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานส่งเสริม และ การใช้สื่อเพื่อการส่งเสริมได้อย่างเหมาะสมต่อความต้องการของเกษตรกร

2. เลขที่แบบสัมภาษณ์มีไว้เพื่อการติดตามแบบสอบถามเท่านั้น

3. แบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกร

ตอนที่ 2 การรับสื่อและวัตถุประสงค์ในการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร

ตอนที่ 3 ระดับของการต้องการสื่อของเกษตรกร

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับสื่อ

ตอนที่ 5 ปัญหา และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับสื่อทางการเกษตร

4. โดยให้ผู้ทำตอบแบบสัมภาษณ์ ทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าข้อความหรือในช่องตาราง ตามความเป็นจริง และเติมข้อความในช่องว่างที่กำหนดให้ และเมื่อตอบแบบสัมภาษณ์เสร็จแล้ว ได้โปรดนำส่งคืนผู้วิจัยทางไปรษณีย์กับซองที่แนบ มาพร้อมนี้

5. ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเกษตรกรในพื้นที่ อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่กรุณาตอบแบบสัมภาษณ์และให้ความร่วมมืออย่างดีในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้

ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล สภาพเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกร  
 คำชี้แจง โปรดเติมเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หรือเติมข้อความในช่องว่าง

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. ปัจจุบันท่านมีอายุ ..... ปี (มากกว่า 6 เดือนนับเป็น 1 ปี)

3. ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน คือ

ไม่ได้รับการศึกษา

ประถมศึกษา ปีที่ 1-6

มัธยมศึกษาตอนต้น

มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

อื่นๆ (ระบุ) .....

4. อาชีพ

อาชีพหลัก (ตอบเพียง 1 ข้อ)	อาชีพรอง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
<input type="checkbox"/> 1.เกษตรกร	<input type="checkbox"/> 1.เกษตรกร
<input type="checkbox"/> 2.ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	<input type="checkbox"/> 2.ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
<input type="checkbox"/> 3.รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> 3.รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
<input type="checkbox"/> 4.พนักงานประจำ	<input type="checkbox"/> 4.พนักงานประจำ
<input type="checkbox"/> 5.รับจ้างทั่วไป	<input type="checkbox"/> 5.รับจ้างทั่วไป
<input type="checkbox"/> 6.อื่นๆ (ระบุ) .....	<input type="checkbox"/> 6.อื่นๆ (ระบุ) .....

5. รายได้ทางการเกษตรของท่าน ..... บาท/ปี

6. จำนวนแรงงานในการทำการเกษตร ปี 2562

1) แรงงานในครัวเรือน จำนวน.....คน

2) แรงงานจ้างประจำ จำนวน.....คน

3) แรงงานจ้างชั่วคราว จำนวน.....คน

7. จำนวนพื้นที่ถือครองทางการเกษตรทั้งหมด จำนวน.....ไร่

## 8. แหล่งเงินทุน

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1.กองทุนหมู่บ้าน | <input type="checkbox"/> 4.ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ชกส.) |
| <input type="checkbox"/> 2.สหกรณ์การเกษตร | <input type="checkbox"/> 5.กลุ่มเกษตรกร                        |
| <input type="checkbox"/> 3.เงินทุนส่วนตัว | <input type="checkbox"/> 6.ธนาคารอื่นๆ                         |

## 9. การเป็นสมาชิกกลุ่ม

 ไม่เป็น เป็น

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1.สหกรณ์การเกษตร       | <input type="checkbox"/> 6.วิสาหกิจชุมชน                                  |
| <input type="checkbox"/> 2.สหกรณ์นอกภาคการเกษตร | <input type="checkbox"/> 7.เกษตรกรรุ่นใหม่ (YSF)                          |
| <input type="checkbox"/> 3.กลุ่มเกษตรกร         | <input type="checkbox"/> 8.กลุ่มลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ชกส.) |
| <input type="checkbox"/> 4.กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร  | <input type="checkbox"/> 9.อื่นๆ ระบุ.....                                |
| <input type="checkbox"/> 5.กลุ่มยุวเกษตร        |   |

## 10. ตำแหน่งทางสังคม

 ไม่เป็น เป็น

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1.กำนัน / ผู้ใหญ่บ้าน / ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน | <input type="checkbox"/> 5.หมอดินอาสา                    |
| <input type="checkbox"/> 2.สมาชิก อบต.                              | <input type="checkbox"/> 6.อาสาสมัครเกษตรหมู่บ้าน (อกม.) |
| <input type="checkbox"/> 3.ปลัดตำบล                                 | <input type="checkbox"/> 7.ประมงอาสา                     |
| <input type="checkbox"/> 4.อาสาสมัครสาธารณสุขหมู่บ้าน (อสม.)        | <input type="checkbox"/> 8.อื่นๆ ระบุ.....               |

ตอนที่ 2 การรับสื่อและวัตถุประสงค์ในการรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร

2.1 การรับสื่อในชีวิตประจำวัน ท่านรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรจากช่องทาง ดังต่อไปนี้ มากน้อยเพียงใด  
คำชี้แจง โปรดเติมเครื่องหมาย ✓ ลงในตารางระดับการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสารต่างๆ

(1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด)

สื่อ	ระดับการรับสื่อ				
	1 น้อยที่สุด	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 มาก	5 มากที่สุด
<b>1. สื่อบุคคล</b>					
1.1 เจ้าหน้าที่จากภาครัฐ					
1.2 อาสาสมัครเกษตรหมู่บ้าน (อกม.)					
1.3 ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน					
1.4 เพื่อนบ้าน					
<b>2. สื่อกิจกรรม</b>					
2.1 การศึกษาดูงาน/การทัศนศึกษา					
2.2 การจัดนิทรรศการ					
2.3 การฝึกอบรม					
2.4 การประชุม					
2.5 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้					
2.6 การสัมมนา					
<b>3. สื่อสิ่งพิมพ์</b>					
3.1 เอกสารทางราชการ					
3.2 หนังสือพิมพ์					
3.3 แผ่นพับ					
3.4 โปสเตอร์					
3.5 วนิต แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์					
3.6 วารสาร					
<b>4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์</b>					
4.1 วิทยุกระจายเสียง					
4.2 หอกระจายข่าว					
4.3 โทรทัศน์					
<b>5. สื่อออนไลน์</b>					
5.1 เว็บไซต์					
5.2 เฟซบุ๊ก					
5.3 ไลน์					
5.4 ยูทูป					



2.2 ท่านได้รับสื่อ เพื่อวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ ในระดับใด (โปรดตอบให้ครบทุกวัตถุประสงค์)

คำชี้แจง โปรดเติมเครื่องหมาย ✓ ลงในตารางระดับการรับสื่อตามแต่ละวัตถุประสงค์ของเกษตรกร (1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด)

สื่อ	ระดับของการรับสื่อตามวัตถุประสงค์ของเกษตรกร																			
	ใช้ในการหาความรู้ ทางด้านการเกษตร					รับข่าวสารทั่วไป					การสร้างอาชีพเสริมอื่นๆ					ใช้เพื่อการบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ				
	1 น้อย ที่สุด	2 น้อย	3 ปาน กลาง	4 มาก	5 มาก ที่สุด	1 น้อย ที่สุด	2 น้อย	3 ปาน กลาง	4 มาก	5 มาก ที่สุด	1 น้อย ที่สุด	2 น้อย	3 ปาน กลาง	4 มาก	5 มาก ที่สุด	1 น้อย ที่สุด	2 น้อย	3 ปาน กลาง	4 มาก	5 มาก ที่สุด
<b>1. สื่อบุคคล</b>																				
1.1 เจ้าหน้าที่จากภาครัฐ																				
1.2 อาสาสมัครเกษตรหมู่บ้าน (อกม.)																				
1.3 ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน																				
1.4 เพื่อนบ้าน																				
<b>2. สื่อกิจกรรม</b>																				
2.1 การศึกษาดูงาน/การทัศนศึกษา																				
2.2 การจัดนิทรรศการ																				
2.3 การฝึกอบรม																				
2.4 การประชุม																				
2.5 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้																				
2.6 การสัมมนา																				



**ตอนที่ 3 ระดับความต้องการสื่อของเกษตรกร**

**คำชี้แจง** โปรดเติมเครื่องหมาย ✓ ลงในตาราง ท่านมีความต้องการรับสื่อ ข้อมูลข่าวสาร  
ในแต่ละช่องทางมากน้อยเพียงใด

(1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด)

สื่อ	ระดับความต้องการรับสื่อ				
	1 น้อยที่สุด	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 มาก	5 มากที่สุด
<b>1. สื่อบุคคล</b>					
1.1 เจ้าหน้าที่จากภาครัฐ					
1.2 อาสาสมัครเกษตรหมู่บ้าน (อกม.)					
1.3 ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน					
1.4 เพื่อนบ้าน					
<b>2. สื่อกิจกรรม</b>					
2.1 การศึกษาดูงาน/การทัศนศึกษา					
2.2 การจัดนิทรรศการ					
2.3 การฝึกอบรม					
2.4 การประชุม					
2.5 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้					
2.6 การสัมมนา					
<b>3. สื่อสิ่งพิมพ์</b>					
3.1 เอกสารทางราชการ					
3.2 หนังสือพิมพ์					
3.3 แผ่นพับ					
3.4 โปสเตอร์					
3.5 วนิด แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์					
3.6 วารสาร					
<b>4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์</b>					
4.1 วิทยุกระจายเสียง					
4.2 หอกระจายข่าว					
4.3 โทรทัศน์					
<b>5. สื่อออนไลน์</b>					
5.1 เว็บไซต์					
5.2 เฟซบุ๊ก					
5.3 ไลน์					
5.4 ยูทูป					

**ตอนที่ 4** ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับสื่อ

คำชี้แจง โปรดเติมเครื่องหมาย ✓ ลงในตาราง ท่านให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบของสื่อ ข้อมูล ข่าวสาร ทางการเกษตร ในระดับใดบ้าง

(1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด)

ประเด็น	ระดับความสำคัญ				
	1 น้อยที่สุด	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 มาก	5 มากที่สุด
<b>1. ด้านสื่อ</b>					
1.1 มีการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย					
1.2 มีความทันสมัยของข้อมูล					
1.3 มีคำบรรยายประกอบได้ภาพ หรือวิดีโอที่น่าสนใจ					
1.4 มีเนื้อหาครอบคลุม					
1.5 มีสีสันสวยงาม น่าสนใจ					
1.6 มีภาพประกอบเข้าใจง่าย					
1.7 มีคำอธิบายการใช้งาน เห็นขั้นตอนชัดเจน					
1.8 ประหยัดค่าใช้จ่าย และต้นทุนต่ำ					
1.9 มีเสียงประกอบ หรือเสียงบรรยายที่น่าฟัง					
1.10 เห็นตัวอย่างของจริง					
1.11 มีความน่าเชื่อถือของข้อมูล					
1.12 มีภาพเคลื่อนไหวประกอบในเนื้อหา น่าสนใจ					
<b>2. ด้านการนำสื่อไปใช้</b>					
2.1 มีความสะดวกในการใช้งาน					
2.2 มีความรวดเร็วในการนำมาใช้					
2.3 สามารถทบทวนได้ตลอดเวลา					

### ตอนที่ 5 ปัญหา และข้อเสนอแนะของเกษตรกร

#### 5.1 ปัญหาของเกษตรกรในการรับสื่อทางการเกษตร

คำชี้แจง โปรดเติมเครื่องหมาย ✓ ลงในตาราง จงให้คะแนนระดับของปัญหาของการรับสื่อ ข้อมูล ข่าวสาร ทางการเกษตร ในปัจจุบัน

(1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด)

ประเด็น	ระดับของปัญหา				
	1 น้อยที่สุด	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 มาก	5 มากที่สุด
<b>1. ด้านสื่อ</b>					
1.1 ขาดสื่อที่ต้องการ					
1.2 เวลาการเผยแพร่ของสื่อไม่ตรงกับช่วงที่ว่าง					
1.3 สื่อขาดความสวยงาม					
1.4 สื่อเนื้อหาไม่ตรงต่อความต้องการ					
<b>2. ด้านอุปกรณ์</b>					
2.1 ขาดสัญญาณอินเทอร์เน็ต					
2.2 ความซับซ้อนของขั้นตอนการเปิดใช้เครื่องมือสื่อ					
2.3 ไม่มีอุปกรณ์ไอที สมาร์ทโฟน					
2.4 ระบบของอุปกรณ์มีความซับซ้อน					
<b>3. ด้านสถานที่</b>					
3.1 จุดบริการห่างไกล					
3.2 จุดบริการไม่เพียงพอ					
<b>4. ตัวเกษตรกร</b>					
4.1 ไม่มีเวลาในการเข้าถึงสื่อ					
4.2 อ่านหนังสือไม่ได้					
4.3 ไม่กล้าใช้อุปกรณ์ไอที					
4.4 ปัญหาด้านสายตา					
4.5 ใช้อุปกรณ์ไอที สมาร์ทโฟนไม่เป็น					
<b>5. ด้านความรู้และการส่งเสริม</b>					
5.1 ข้อมูลบางส่วนไม่มีความน่าเชื่อถือ					
5.2 เนื้อหาไม่น่าสนใจ					
5.3 ไม่มีเจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษา					

## 5.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับสื่อของเกษตรกร

คำชี้แจง โปรดเติมเครื่องหมาย ✓ ลงในตารางความคิดเห็นของท่าน

(1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด)

ประเด็น	ระดับความสำคัญ				
	1 น้อยที่สุด	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 มาก	5 มากที่สุด
<b>1. ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบของสื่อ</b>					
1.1 มีความสวยงามน่าสนใจ					
1.2 ภาพประกอบเหมาะสม ชัดเจน และสวยงาม					
1.3 รูปแบบตัวอักษรอ่านง่ายและสวยงาม					
1.4 ขนาดของตัวอักษรอ่านง่ายและเหมาะสม					
1.5 มีช่องทางติดต่อ-สอบถาม และให้ข้อเสนอแนะ					
1.6 ความน่าสนใจของข้อมูลและข่าวสารต่างๆ					
1.7 ความครบถ้วนของข้อมูล					
1.8 การจัดลำดับของข้อมูลและข่าวสารต่างๆ					
1.9 ความทันสมัยของข้อมูลและข่าวสารต่างๆ					
<b>2. ด้านอุปกรณ์</b>					
2.1 ออกแบบให้ใช้ง่าย					
2.2 มีคู่มือแนะนำวิธีใช้					
2.3 มีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ					
2.4 ขนาดหน้าจออุปกรณ์มองเห็นได้ชัดเจน					
2.5 มีการอัปเดตให้เป็นเวอร์ชันปัจจุบัน					
2.6 มีความเร็วอินเทอร์เน็ตที่เหมาะสมต่อการใช้งาน					
<b>3. ด้านสถานที่</b>					
3.1 มีจุดบริการในหมู่บ้าน , อินเทอร์เน็ต					
3.2 มีห้องสมุดชุมชนให้บริการเพิ่มเติม					
<b>4. ตัวเกษตรกร</b>					
4.1 มีการใช้งานอยู่เสมอ					
4.2 มีการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง					
4.3 มีการฝึกทักษะการใช้งานให้อยู่เสมอ					
4.4 มีการสอบถาม หรือ กับเจ้าหน้าที่เสมอ					
<b>5. ด้านความรู้และการส่งเสริม</b>					
5.1 มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษา					
5.2 มีการติดตามผลการใช้งานจากเจ้าหน้าที่					
5.3 จัดให้มีการสะดวกในการค้นหาข้อมูลและข่าวสารต่างๆ					
5.4 จัดให้มีการรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลและข่าวสารต่างๆ					