การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชเกษตรกร ของตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี

นายสุวิทย์ ธนวิชากร

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
พ.ศ. 2555

Exposure to Media about Pesticide Use of Farmers in Thung Luang Sub-District, Pak Tho District, Ratchaburi Province

Mr.Suvit Tanavichakorn

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for

the Degree of Master of Communication Arts

School of Communication Arts

Sukhothai Thammathirat Open University

2012

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชเกษตรกรของตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี

ชื่อและนามสกุล นายสุวิทย์ ธนวิชากร

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2556

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ

ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ)

กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ณัฐฐ์วัฒน์ สุทธิโยธิน)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันทัด ทองรินทร์)
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชเกษตรกรของตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี

ผู้ศึกษา นายสุวิทย์ ธนวิชากร **รหัสนักศึกษา** 2541500829 **ปริญญา** นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ **ปีการศึกษา** 2555

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี 2) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี เมื่อจำแนกตามลักษณะทางประชากร

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง คือ เกษตรกรผู้ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ และไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า 1) เกษตรกรมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ โทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.7 พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์และสื่อบุคคล ส่วนใหญ่เปิดรับฟังเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.2, 62.7 และ 62.5 ตามลำดับ เวลาที่เปิดรับฟังและชมรายการจากสื่อวิทยุกระจายเสียง และโทรทัศน์มากที่สุด คือ ช่วงบ่าย คิดเป็นร้อยละ 29.8 และ 35.5 ส่วนสื่อบุคคล จะเปิดรับเวลากลางคืนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.4 สถานที่ในการเปิดรับมากที่สุดทุกสื่อคือ ที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 76.3, 97.3 และ48.6 ตามลำดับ และได้รับข้อมูลข่าวสารเรื่องการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชเพิ่มมากขึ้นในทุกสื่อ คิดเป็นร้อยละ 90.8, 88.6 และ 92.0 ตามลำดับ 2) เกษตรกรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลเกี่ยวกับเนื้อหาที่สนใจมากที่สุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเกษตรกรที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์และสื่อบุคคล ด้านประเภทเนื้อหาที่สนใจ เวลา สถานที่ที่เปิดรับแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ การเปิดรับสื่อ การใช้สารเคมี เกษตรกร

Independent Study title: Exposure to Media about Pesticide Use of Farmers in Thung Luang Sub-District, Pak Tho District, Ratchaburi Province

Author: Mr. Suvit Tanavichakorn; **ID:** 2541500829; **Degree:** Master of Communication Arts;

Independent Study advisor: Theerarux Photisuwan, Associate Professor;

Academic year: 2012

Abstract

The objectives of this research were to study: 1) media exposure behavior of farmers in Thung Luang Sub-district, Pak Tho District, Ratchaburi Province regarding media about pesticide use; and 2) the relationship between demographic factors and the farmers' media exposure behavior.

This was a survey research. The sample population was 400 farmers in Thung Luang Sub-district, Pak Tho District, Ratchaburi Province, who used pesticide, chosen through multi-level sampling. Data were collected using a questionnaire and analyzed by percentage and chi square.

The results showed that 1) The medium the farmers were exposed to the most was TV (63.7%). Most of the content they received from radio, TV and personal media was about pesticide use (62.2%, 62.7% and 62.5%, respectively). The time of day most of the farmers were usually exposed to radio and TV media was afternoon (29.8% and 35.5%, respectively) but the time of day they were most exposed to messages from personal media was at night (28.4%). The place where they were exposed to all of the media most was at home (76.3%, 97.3% and 48.6% for radio, TV and personal media, respectively). They reported that they had received more information about pesticide use from radio, TV and personal media (90.8%, 88.6 % and 92.0%, respectively). 2) Differences in educational level were related to differences in the kind of content farmers were most interested in receiving from personal media to a statistically significant degree ($p < 0.05$). There was also a statistically significant relationship ($p<0.05$) between the factor of income and the kind of content farmers were interested in receiving, the time of day of receiving, and the place of receiving messages from radio, TV and personal media.

Keywords: Media exposure, Pesticide use, Farmer

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ เป็นการศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ แนวคิดและทฤษฎี วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง วิทยานิพนธ์ รวมถึงงานวิจัยที่ผ่านมา โดยมีแรงบันดาลใจมาจากท่าน ผศ.อรสา ปานขาว และรศ.ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ เป็นผู้จุดประกายให้ผู้ทำงานวิจัยในวันปฐมนิเทศ นักศึกษาของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาบัณฑิต พ.ศ.2554 ที่ผ่านมา ต่อมาเมื่อเริ่มต้นการศึกษา ศ.ดร.พรทิพย์ ดีสมโชค ได้เข้ามาช่วยแนะนำช่วยเติมเต็มจนสามารถทำให้งานค้นคว้าอิสระเป็นรูปเป็นร่างขึ้นมาได้

ต่อมาข้าพเจ้าได้เลือก รศ.ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ เป็นที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ซึ่งท่าน รศ.ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ ได้ให้ความกรุณารับเป็นที่ปรึกษาและให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางปรับแก้ไขจนงานค้นคว้าอิสระนี้เสร็จสมบูรณ์

ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่กล่าวถึงข้างต้นนี้เป็นอย่างสูง ตลอดจนคณาจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ทุกท่าน เพื่อนรุ่น 8 และครอบครัวที่ให้กำลังใจ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนและเกษตรกรผู้ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจะนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนให้ความรู้ผ่านสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชสำหรับเกษตรกรในโอกาสต่อไป

สุวิทย์ ธนวิชากร
กรกฎาคม 2556

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ
กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ
สารบัญตาราง ..... ฌ
สารบัญภาพ ..... ญ
บทที่ 1 บทนำ 1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย 3
กรอบแนวคิดการวิจัย 3
สมมติฐานการวิจัย 4
ขอบเขตการวิจัย 4
นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ 4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 4
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 5
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร 5
ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ 14
แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร 20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 23
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย 28
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 28
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 29
การสร้างเครื่องมือในการวิจัย 30
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 30
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 31
การวิเคราะห์ข้อมูล 31

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 32
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากร 32
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี 35
ตอนที่ 3 ผลการศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชแตกต่างกันของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี 42
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 47
สรุปการวิจัย 47
อภิปรายผล 48
ข้อเสนอแนะ 50
บรรณานุกรม 52
ภาคผนวก 57
ก แบบสอบถาม 58
ข ข้อมูลประชากรตำบลทุ่งหลวง 64
ประวัติผู้ศึกษา 66

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากร 32
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของประเภทสื่อที่เปิดรับเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี 35
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชทางวิทยุกระจายเสียง 36
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชทางโทรทัศน์ 38
ตารางที่ 4.5 จำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชทางสื่อบุคคล 40
ตารางที่ 4.6 ผลการทดสอบสมมติฐานเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีจำกัดศัตรูพืชแตกต่างกัน 42
ตารางที่ 4.7 การทดสอบสมมติฐานเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีจำกัดศัตรูพืชแตกต่างกัน 43
ตารางที่ 4.8 การทดสอบสมมติฐานเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชแตกต่างกัน 44
ตารางที่ 4.9 การทดสอบสมมติฐานเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชแตกต่างกัน 45
ตารางที่ 4.10 การทดสอบสมมติฐานเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชแตกต่างกัน 46

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย 3
ภาพที่ 2.1 แบบจำลองกระบวนเลือกสรรของผู้รับสาร 18

บทที่ 1
บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร ความต้องการด้านผลผลิตทางการเกษตรมีมากรวมทั้งภาครัฐยังส่งเสริมให้มีการส่งออกสินค้าทางการเกษตร จึงมีการเร่งเพิ่มผลผลิตเพื่อจำหน่ายทั้งในและนอกประเทศ เกษตรกรได้มุ่งเน้นที่ปริมาณผลผลิตมากกว่าจึงใช้วิธีการฉีดพ่นสารเคมีกำจัดศัตรูพืชเพราะค่อนข้างง่ายและใช้แรงงานน้อยและประหยัดต้นทุน (วินัย วีระวัฒนานนท์, 2537) เป็นเหตุให้มีการใช้สารเคมีอย่างผิดวิธี เช่น ไม่ปฏิบัติตามคำแนะนำในฉลาก เรื่องระยะเวลาการเก็บเกี่ยวผลผลิตหลังการฉีดพ่น ต้องเว้นระยะเวลาอย่างน้อย 7-15 วันเป็นต้นรวมทั้งยังพบว่ามีการใช้สารเคมีเกินความจำเป็น และใช้สารเคมีมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้เกิดการดื้อยาในศัตรูพืชหลายชนิด

จากสถิติการเข้ารับบริการทางสาธารณสุข อนามัย หรือโรงพยาบาล แบ่งการเจ็บป่วยได้ 2 กลุ่ม กลุ่มแรกประเภทเจ็บป่วยขั้นรุนแรง หายใจไม่ออก หมดสติ บางรายเสียชีวิต หากดื่มหรือกินเข้าไปกับประเภทจงใจดื่มกินเพื่อหวังฆ่าตัวตาย ส่วนกลุ่มที่ 2 เจ็บป่วยไม่รุนแรง จำพวกนี้ได้แก่ เกิดจากการสัมผัสทางผิวหนังจะเกิดอาการคันเป็นผื่น บวมแดง หรือถ้าสูดดมเข้าอาจหมดสติ ถ้าเข้าตาอาจถึงบอดได้ ผลกระทบจากการใช้สารเคมี มีหลายด้าน คือ ทั้งด้านสุขภาพของเกษตรกรผู้บริโภค และการส่งออกด้านสุขภาพของเกษตรกรผู้ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ข้อมูลเมื่อปี 2541 กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข พบว่า มีเกษตรกรที่ผลการตรวจเลือดอยู่ในเกณฑ์ไม่ปลอดภัยและเสี่ยงต่อการเกิดพิษอันเนื่องมาจาการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชเป็นจำนวนถึง 77,789 คน จากจำนวนเกษตรกรที่ตรวจเลือด 369,573 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 21 ของเกษตรกรทั้งหมดและข้อมูลผลการตรวจระดับของสารเคมีทางการเกษตรในเลือดของเกษตรกรเมื่อเร็วๆ นี้ปรากฏว่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก

ด้านผู้บริโภค จากการใช้สารเคมีที่ไม่มีความรู้และถูกต้อง เกิดการเจ็บป่วยแบบกะทันหัน เช่น จุกเสียดแน่นหน้าอก หายใจไม่ออกเป็นต้น และประเภทสารตกค้างสะสมในร่างกายจากการบริโภคเมื่อสะสมในร่างกายเป็นเวลานานจะเกิดโรคตามมา เช่น โรคมะเร็ง โรคเบาหวาน

โรคต่อมไร้ท่อ และอื่นๆ ซึ่งปัจจุบันกลายเป็นโรคสำคัญอันดับต้นๆของคนไทย(www.biothai.net ค้นคืนวันที่ 7 มกราคม 2556)

ด้านเศรษฐกิจ ด้านการส่งออก จากการสุ่มตรวจพบสารตกค้างในผลผลิตที่ส่งออกถึง 24 ครั้ง จนเป็นเหตุรัฐต้องใช้มาตรการยกเลิกการส่งออกพืชผัก 16 ชนิดไปยังกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป (อียู) และต่อมาได้เปลี่ยนเป็นมาตรการตรวจเช็คคุณภาพผักและผลไม้ส่งออก 100% ของกรมวิชาการเกษตร ในช่วงต้นปี 2554 จากเอกสารเรื่อง “วิกฤตสารเคมีกำจัดศัตรูพืช: ความเป็นจริงจากมุมมองของสหภาพยุโรป” ยังสะท้อนปัญหาแท้จริงที่ดำรงอยู่คู่สังคมไทยที่ว่า เราไม่เคยมีมาตรการควบคุมการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชที่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลเลย ทั้งๆ ที่สถานการณ์สารเคมีกำจัดศัตรูพืชอยู่ในขั้นวิกฤตแล้ว

การใช้สารเคมีทางการเกษตรโดยปราศจากความรู้ความเข้าใจถึงอันตรายที่จะเกิดขึ้นและขาดการป้องกันอันตรายอย่างเพียงพอ ย่อมทำให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพอนามัยของผู้ใช้ ทำให้สภาพแวดล้อมเสื่อมโทรมและเกิดอันตรายอย่างเฉียบพลันต่อมนุษย์และสิ่งมีชีวิตอื่นๆ เกิดสารพิษตกค้างในอาหาร ทำให้เกิดพิษสะสมในร่างกายจนเป็นสาเหตุของโรคอีกหลายประเภท และส่งผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจจากอาหารที่ต้องส่งออกไปต่างประเทศ (กรมอนามัย, 2537) การให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช จึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างมาก เพื่อความปลอดภัยของเกษตรกรและผู้บริโภคเอง

การให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช สามารถให้ได้หลายช่องทางแล้วแต่ลักษณะทางประชากร อาทิ อายุ การศึกษา รายได้ของเกษตรกร หากเกษตรกรมีรายได้สูง จบการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านการเกษตร การให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ด้านนี้ อาจไม่จำเป็นมากนัก เพราะได้ศึกษามาแล้ว แต่ส่วนใหญ่พบว่า เกษตรกรมีการศึกษาระดับประถมศึกษา (ผู้จัดการออนไลน์, 2551 อ้างใน วังทราย อินทะวัน, 2552) การให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้กับเกษตรกรจึงจำเป็นต้องเลือกให้เหมาะสม เช่น เกษตรกรอ่านหนังสือไม่คล่อง การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ย่อมไม่เหมาะสม ควรใช้สื่อวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ วีซีดี การสาธิต เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ก่อนการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้นั้น จำเป็นต้องมีการศึกษาว่าเกษตรกรมีการเปิดรับสื่อใดเพื่อให้สารนั้นสามารถสื่อถึงเกษตรกรได้โดยตรง การเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ของเกษตรกรเป็นช่องทางหนึ่งที่เกษตรกรจะได้รับข้อมูลข่าวสารความรู้เกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช

การเปิดรับสื่อทำให้ผู้เปิดรับรู้เท่าทันเหตุการณ์ต่างๆ ก้าวทันเทคโนโลยี ก้าวทันสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป สามารถนำมาใช้ประโยชน์และช่วยในการตัดสินใจตามความต้องการของแต่ละคน ความต้องการข้อมูลข่าวสารมากขึ้นเท่าใดความต้องการเปิดรับสื่อหรือข่าวสารก็มากขึ้นตามไปด้วย เพราะความอยากรู้อยากเห็น และประโยชน์ใช้สอยของตน (Merrill and Lowenstein, 1971 อ้างใน

ชวรัตน์ เชิดชัย, 2527) สอดคล้องกับ Atkin (1998 อ้างใน อรนุช สุดประเสริฐ) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยิ่งมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมล้อมและเป็นคนทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์กว่าคนที่เปิดรับข่าวสารน้อย

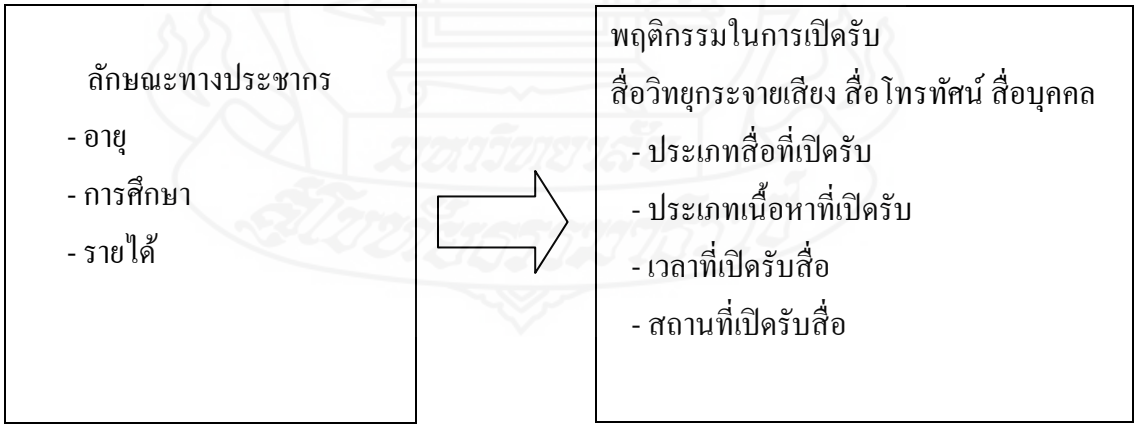
ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการให้ความรู้เรื่องการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชที่ถูกต้องโดยผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์และสื่อบุคคล ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ในการลดผลกระทบจากการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชต่อสุขภาพของเกษตรกร ผู้บริโภคและส่งผลดีต่อเศรษฐกิจทั้งในประเทศและการส่งออกอีกด้วย

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี

2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี เมื่อจำแนกตามลักษณะทางประชากร

3. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. สมมติฐานการวิจัย

เกษตรกรที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชแตกต่างกัน

5. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี ระหว่างวันที่ 1 เมษายน 2556 ถึง 30 มิถุนายน 2556

6. นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

6.1 เกษตรกร หมายถึง ประชาชนที่มีอาชีพ ปลูกผัก ทำสวน ทำไร่หรือทำนาในพื้นที่ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี

6.2 สื่อ หมายถึง วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และสื่อบุคคล คือ เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล เกษตรอำเภอ ตัวแทนจำหน่ายสารเคมีกำจัดศัตรูพืช

6.3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ หมายถึง เกษตรกรตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี เปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชจากสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ และสื่อบุคคล ด้านประเภทของสื่อ ประเภทเนื้อหา เวลา และสถานที่เปิดรับสื่อ

6.4 การใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช หมายถึง เกษตรกรใช้สารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืชทุกชนิดในกระบวนการผลิตทางการเกษตร เพื่อป้องกันและกำจัดศัตรูพืชที่ประกอบทั้งก่อนการผลิต ระหว่างผลิต และหลังจากเก็บเกี่ยวผลผลิต เพื่อวัตถุประสงค์ในการเพิ่มและรักษาคุณภาพของผลผลิต

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยที่ได้นำไปเป็นแนวทางในการวางแผนการให้ความรู้ผ่านสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช สำหรับเกษตรกร

บทที่ 2
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี 2) เพื่อศึกษาแตกต่างของพฤติกรรมเมื่อจำแนกตามลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี โดยมีกรอบแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
2. ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ
3. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

ปัจจุบันการสื่อสาร (Communication) ถือเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ในสังคม ดังจะเห็นได้ว่าทุกยุคทุกสมัย มนุษย์มักใช้การสื่อสารเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ และเพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคมกับผู้อื่น เพราะการสื่อสารเปรียบเสมือนเครื่องมือที่ทาหน้าที่ในการถ่ายทอดความรู้ ความคิด อารมณ์ และความรู้สึกของคน ๆ หนึ่งไปยังคนอีกคนหนึ่ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ดังการให้นิยามความความหมายของการสื่อสารไว้มากมายดังนี้

1.1 ความหมายของการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน Communicate ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Communicate ซึ่งแปลตามตัวอักษรว่า Make Common หมายถึง ทำให้มีสภาพร่วมกัน ซึ่งเป็นความหมายที่ตรงกับธรรมชาติของการสื่อสาร คือ การทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันตรงกัน กล่าวคือ มนุษย์มีการสื่อสารซึ่งกันและกันก็เพื่อเข้าใจให้ตรงกันนั้นเอง ดังนั้นการนิยามความหมายคาว่า การสื่อสารจึงเป็นการนิยามที่ตั้งอยู่บนรากฐานของรากศัพท์เดิม คือ ความเข้าใจ

ร่วมกัน (สมควร กวียะ, 2544)

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 (2530) ได้ให้ความหมายของ “สื่อสาร” ว่า หมายถึง “นำหนังสือ หรือข้อความของฝ่ายหนึ่งส่งให้อีกฝ่ายหนึ่ง”

คล็อด แชนนอน และวอร์แรน วีเวอร์ (Claude Shanon and Warren Weaver อ้างใน ยุพา สุภากุล, 2540) กล่าวถึงการสื่อสารว่า “คำว่าการสื่อสาร” ในที่นี้มีความหมายกว้างครอบคลุมไปถึงวิธีการทั้งหมดที่ทำให้จิตใจของบุคคลหนึ่งมีผลกระทบต่อจิตใจของอีกคนหนึ่ง การปฏิบัติได้รวมไปถึงพฤติกรรมทั้งหลายของมนุษย์ ได้แก่ การเขียน การพูด ดนตรี ศิลปะรูปภาพ การละคร ระบำ ในบางกรณี อาจใช้นิยามการสื่อสารที่กว้างกว่านี้ก็ได้ โดยการสื่อสาร หมายถึง การปฏิบัติทั้งหลายเพื่อให้กลไกลอย่างหนึ่ง (เช่น เกษตรกรเปิดรับสื่อทางการเกษตรทำให้มีความรู้เรื่องการใช้และการป้องกันอันตรายจากสารเคมีกำจัดศัตรูพืชมากขึ้น เกิดความเข้าใจในการตัดสินใจเลือกใช้เลือกสารเคมีกำจัดศัตรูพืช หรืออาจได้รับแรงจูงใจการเลือกซื้อจากการเปิดรับสื่อตามโฆษณาก็ได้

นิวคอมบ์ (Newcomb, 1965 อ้างใน มานะ เพชรคง, 2549) กล่าวว่า “การสื่อสาร คือ รูปแบบหนึ่งของการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันระหว่างบุคคล ซึ่งหากจะกล่าวในเชิงโวหารแล้ว การแลกเปลี่ยนนั้นอาจทำให้บุคคลสามารถเข้าถึงจิตใจของผู้อื่นได้”

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wibur Schramm) กล่าวว่าการสื่อสารเป็นการแลกเปลี่ยนสัญญาณข่าวสารระหว่างบุคคล ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์ของมนุษย์ (Wibur Schramm and Donald F.Roberts, 1971 อ้างใน พัชนี เชยจรรยาและคณะ, 2538)

ชาร์ลส์ อี ออสกูด (Charles E.Osgood อ้างใน พัชนี เชยจรรยาและคณะ, 2538) ให้คำนิยามการสื่อสารว่า โดยความหมายอย่างกว้าง การสื่อสารเกิดขึ้นเมื่อระบบหนึ่งซึ่งเป็นแหล่งสารมีอิทธิพลเหนืออีกระบบหนึ่ง ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทาง โดยอาศัยวิธีการควบคุมสัญญาณต่างๆ ที่สามารถส่งออกไปตามสื่อ (Charles E.Osgood, A Vocabulary for Talking about Communication)

บาร์เกอร์ (Barker, 1981) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการในการแลกเปลี่ยนข่าวสารที่มีลักษณะเป็นพลวัต (Dynamic) เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอกเวลาและไม่มีที่สิ้นสุด

วิลมอต (Wilmot, 1987 อ้างใน มานะ เพชรคง, 2548) กล่าวว่า “การสื่อสารมีลักษณะที่เป็นกระบวนการ กล่าวคือ การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องกันระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยที่องค์ประกอบของการสื่อสารแต่ละองค์ประกอบมีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกัน เช่น ถ้าไม่มีผู้ส่งสารก็ไม่มีผู้รับสาร ถ้าไม่มีผู้รับสาร ก็ไม่มีปฏิกิริยาตอบกลับ และเมื่อองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเกิดการเปลี่ยนแปลง ก็จะส่งผลต่อองค์ประกอบอื่นๆ ด้วย”

Cherry (2001 อ้างใน อรนุช สุดประเสริฐ) ชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารของมนุษย์กระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสารกัน และการแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจปละการกระทำกิจกรรมประสานสอดคล้องกัน

ปรมะ สตะเวทิน (2532) กล่าวว่า “การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Massage) จากบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสาร (Source) ไปยังอีกบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)”

ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ (2547) ให้ความหมายว่า การสื่อสารเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ คือ มนุษย์จะมีพฤติกรรมการสื่อสารความหมายต่างๆ โดยผ่านช่องทางในการอ่าน การเขียน การพูด และการฟัง โดยการสื่อสารเป็นกระบวนการทางสังคมในการที่จะสร้างความหมาย ซึ่งการตีความหรือหาความหมายขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ประสบการณ์ ค่านิยม ความรู้สึกในช่วงเวลาที่เราทำการสื่อสารนั้น ดังนั้น การสื่อสารของมนุษย์จึงเป็นกระบวนการทางสังคมในการสร้างความหมายโดยมีบริบทเป็นตัวกำกับและการสื่อสารจะมีสัญลักษณ์ที่ต้องการการสื่อสารสู่ผู้รับสาร

พัชนี เชยจรรยา และคณะได้สรุปความหมาย นิยามของการสื่อสารไว้กว้างๆ ดังนี้

1) การสื่อสารเป็นพฤติกรรม (act) หรือกระบวนการ (process) นักวิชาการบางกลุ่มนิยามการสื่อสารเป็นเพียงพฤติกรรมหนึ่งๆ ที่สามารถสื่อความหมายหรือมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น ขณะที่บางกลุ่มมองว่าการสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดสาร (message) จากผู้หนึ่งไปยังอีกผู้หนึ่ง

2) การสื่อสารจะต้องกระทำขึ้นอย่างตั้งใจหรือไม่ นักวิชาการบางท่าน เช่น มิลเลอร์ (Miller) กล่าวว่า การศึกษาเกี่ยวกับระบบการสื่อสารอย่างถูกต้องเหมาะสมนั้น ควรมุ่งสนใจเฉพาะสถานการณ์สื่อสารซึ่งผู้ส่งสาร (sender) มีเจตจำนงค์ (conscious intent) ที่จะถ่ายทอดสารให้มีผลต่อพฤติกรรมของผู้รับสารในทางหนึ่งทางใด ฉะนั้น การที่คนหนึ่งเดินใจลอยจึงไม่ใช่การสื่อสาร แม้ว่าผู้พบเห็นสามารถตีความหมายหรือรู้สึกอะไรบางอย่างต่อการแสดงออกนั้น ซึ่งสอดคล้องกับหลักทางพุทธศาสนาว่าสื่อสารใดที่เกิดโดยไม่ตั้งใจ เรียกว่า “อุบัติเหตุ” หรือเป็นเพียงปรากฏการณ์หนึ่งเท่านั้น

3) การสื่อสารกระทำโดยผ่านภาษา (language) อย่างเดียวหรือไม่ คำนิยามส่วนมากที่พบทางนิเทศศาสตร์เน้นการสื่อสารของมนุษย์ซึ่งอาศัยภาษาไม่ว่าจะเป็นภาษาพูดหรือภาษาเขียนที่เรียกว่า วัจนภาษา (verbal language) หรือภาษาที่ไม่เป็นถ้อยคำหรือหนังสือ แต่เป็นสิ่งอื่นๆ ซึ่งสามารถแสดงความหมายได้ เช่น การแสดงกิริยาท่าทาง สีหน้า น้ำเสียง ฯลฯ ซึ่งเรียกว่า “อวัจนภาษา” (nonverbal language) ขณะที่มีนักวิชาการบางกลุ่ม เช่น วอร์เรน

ดับบลิว วีเวอร์ (Warren W.Weaver) รวมเอาดนตรี ภาพ การแสดง และวัตถุสิ่งของอื่น ๆ ที่สามารถใช้เป็นสัญลักษณ์เข้าไว้ในนิยามของการสื่อสารด้วย

จากข้างต้นจึงสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการที่ผู้ส่งสารไม่ว่าจะเป็นภาษาพูด ภาษาเขียน รหัส สัญลักษณ์ ตลอดจนกริยาท่าทางต่าง ๆ ผ่านสื่อไปยังผู้รับสาร โดยผู้ส่งสารทำการสื่อสารโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม

1.2 วัตถุประสงค์การสื่อสาร

มนุษย์มีวัตถุประสงค์หลายประการในการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นเพื่อตอบสนองความต้องการด้านร่างกาย สังคม และด้านจิตวิทยา การสื่อสารช่วยให้มนุษย์มีสุขภาพแข็งแรง โดยเฉพาะด้านจิตใจ จากผลการวิจัยพบว่า คนที่ชอบแยกตัวโดดเดี่ยวไม่ชอบการสื่อสารกับผู้ใดมักมีอายุสั้นกว่าบุคคลที่ชอบติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ผู้ที่มีการสื่อสารน้อยและเงียบเหงามักจะมีอัตราการป่วยด้วยโรค หัวใจและมะเร็งสูง (Richard W.Clark and Babara L.Clinton,1995 อ้างใน ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ, 2547) นอกจากนี้แล้วมนุษย์เรายังมีความต้องการสื่อสารในสังคมที่กว้างขวางกว่าการสื่อสารเฉพาะในครอบครัวหรือเพื่อนสนิท ทั้งนี้เพราะเกิดความปลอดภัยในชีวิต ความต้องการความรัก ความต้องการการยอมรับ และความต้องการความสำเร็จในชีวิตของตน ดังนั้นมนุษย์จึงมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารดังต่อไปนี้ (ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ, 2547)

1.2.1 เพื่อแสวงหาข่าวสาร วัตถุประสงค์นี้จะแสดงในรูปการถาม การตอบคำถาม การนำเสนอ การแสดงความคิดเห็น

1.2.2 เพื่อแสดงอารมณ์ความรู้สึก ได้แก่ ดีใจ เสียใจ ผิดหวัง เศร้า สนุกสนาน เป็นต้น การแสดงอารมณ์ความรู้สึกเพื่อการสื่อสารจะช่วยให้เกิดการตอบสนองทางอารมณ์ที่เราต้องการได้

1.2.3 เพื่อแสดงจินตนาการ ได้แก่ การสื่อสารในการเล่าเรื่องตลกขบขัน ละครบทร้อยแก้ว ร้อยกรอง รวมทั้งความบันเทิงต่างๆ

1.2.4 เพื่อแสดงออกซึ่งวัฒนธรรมทางสังคมอันดีงามและเป็นสากล อันจะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพบรรลุเป้าหมาย ได้แก่ ความสุภาพอ่อนน้อม การทักทายด้วยการไหว้หรือการจับมืออย่างสากล การพูดจาด้วยน้ำเสียงที่สุภาพ

1.2.5 เพื่อโน้มน้าวชักจูงใจ การสื่อสารมีอิทธิพลต่อความคิดและการกระทำของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นการขอร้อง การชักชวน การออกคำสั่ง หรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการต่างๆ

1.3 หน้าที่ของการสื่อสาร

การสื่อสารมีหน้าที่สำคัญดังต่อไปนี้

1.3.1 การให้ข่าวสาร (Information)

1.3.2 การให้การศึกษา (Education)

1.3.3 การให้ความบันเทิง (Entertainment)

1.3.4 การโน้มน้าวชักจูงใจ (Persuasion)

1.3.1 การให้ข่าวสาร หมายถึง การแสวงหา การเก็บรวบรวมประมวลและเผยแพร่ข้อมูล ข่าว ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น ภาพถ่าย หรืออื่นใดที่เกี่ยวกับเหตุการณ์และสภาพความเป็นไปรอบตัวเราในสังคมและรอบโลก เพื่อเตือนภัย เพื่อสร้างความเข้าใจ ประกอบการตัดสินใจ รวมทั้งการบูรณาการข้อมูลต่างๆ เพื่อปรับประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต

1.3.2 การให้การศึกษา หมายถึง การถ่ายทอดความรู้อันก่อให้เกิดการพัฒนาทางปัญญา ทั้งนี้รวมการอบรมบ่มเพาะทางสังคม และการส่งเสริมวัฒนธรรมต่างๆ โดยมุ่งเน้นการเผยแพร่การสืบทอดและพัฒนาวัฒนธรรมในด้านต่างๆ ด้วย

1.3.3 การให้ความบันเทิง หมายถึง การเติมเต็มทางอารมณ์ สร้างความเพลิดเพลินใจเพื่อความสนุกสนานรื่นเริงเป็นการตอบสนองทางด้านจิตใจ

1.3.4 การโน้มน้าวชักจูงใจ หมายถึง การให้เหตุผลในการเปลี่ยนแปลงความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมเพื่อสนับสนุนไปสู่เป้าหมายต่างๆ ที่ตั้งไว้ เช่น การรณรงค์ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

1.4 องค์ประกอบของการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารระหว่างบุคคลต่อบุคคลหรือบุคคลต่อกลุ่ม โดยใช้สัญลักษณ์ สัญญาณ หรือพฤติกรรมที่เข้าใจกัน โดยมีองค์ประกอบดังนี้

ผู้ส่งสารคือ ผู้ที่ทำหน้าที่ส่งข้อมูล สารไปยังผู้รับสาร โดยผ่านช่องทางที่เรียกว่าสื่อ ถ้าหากเป็นการสื่อสารทางเดียวผู้ส่งจะทำหน้าที่ส่งเพียงประการเดียวแต่ถ้าเป็นการสื่อสาร 2 ทาง ผู้ส่งสารจะเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารด้วย ผู้ส่งสารจะต้องมีทักษะในการสื่อสาร มีเจตคติต่อตนเองต่อเรื่องที่จะส่ง ต้องมีความรู้ในเนื้อหาที่จะส่งและอยู่ในระบบสังคมเดียวกับผู้รับก็จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ

1.4.1 ผู้ส่งสาร (Source /Sender/Encoder) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้ริเริ่มหรือเริ่มต้นส่งสารไปให้อีกบุคคลหนึ่งจะโดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม หรือเป็นผู้ทำหน้าที่ส่งสารผ่านช่องทางหนึ่งไปยังผู้รับสาร ฉะนั้น ผู้ส่งสารจึงมีบทบาทในการชี้นำว่าพฤติกรรมการสื่อสาร

ภายในสถานการณ์หนึ่ง ๆ นั้น จะเป็นไปในรูปใดและมีผลอย่างไรหรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ผู้ส่งสารคือผู้กระตุ้น (stimulus) ที่ทำให้เกิดการตอบสนอง (response) จากผู้รับสาร หรือผู้ส่งสารอาจเรียก ผู้เข้ารหัส (encoder) คือ ผู้ที่รับผิดชอบในการนำความคิดของผู้ริเริ่ม ความคิดหรือแหล่งสาร (source) ส่งไปยังผู้ที่ต้องการจะสื่อสารด้วย โดยการใช้สัญญาณ (signal) และสัญลักษณ์ (symbol) หรือเรียกว่า การเข้ารหัส (encoding) ซึ่งแสดงถึงเป้าหมายหรือสิ่งที่แหล่งสารต้องการสื่อ

1.4.2 สาร (Message) หมายถึง สิ่งที่ผู้ส่งสารไปให้ผู้รับสารในรูปของรหัสคำว่า “รหัส” หมายถึง สัญญาณ (signal) หรือสัญลักษณ์ (symbol) หรือกลุ่มของสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นในลักษณะที่มีความหมายต่อคน และผู้รับสารสามารถเข้าใจความหมายของมันได้ต่อเมื่อมีการถอดความหมายของสัญญาณหรือสัญลักษณ์ออกมา สัญญาณหรือสัญลักษณ์ในที่นี้อาจเป็น คำพูด ตัวหนังสือ รูปภาพ เครื่องหมาย หรือกิริยาท่าทางต่าง ๆ ฯลฯ ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงหรือถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการและวัตถุประสงค์ของผู้รับสาร ซึ่งส่วนใหญ่แล้ว สารก็คือ ภาษา (language)

1.4.3 สื่อ (Channel) สื่อสาร คือ ตัวกลางที่ช่วยในการนำส่งสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ช่องทางเปรียบเหมือนทางหรือพาหะระหว่างผู้ร่วมสื่อสารในงานวิจัยครั้งนี้หมายถึง สื่อมวลชน สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์และสื่อบุคคล

สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารซึ่งประกอบด้วยผู้คนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว ภายในเวลาเดียวกันหรือในเวลาที่ใกล้เคียงกัน โดยทั่วไปแล้วสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร ภาพยนตร์

วิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนที่เพิ่งเกิดขึ้นไม่นานนัก ประมาณ 60 กว่าปีเท่านั้น ส่วนภาพยนตร์กำเนิดขึ้นเมื่อประมาณช่วงปลายศตวรรษที่ 19 ในฐานะเทคโนโลยีแปลกใหม่ที่นำเสนอความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ ทั้งเนื้อเรื่อง เพลง การแสดง ความตลกขบขัน และเทคนิคต่างๆ ที่จะทำให้เป็นที่นิยมของคนดู สื่อทั้ง 3 ประเภท มีคุณสมบัติทั้งดีและจำกัด ดังนี้

ข้อดีของวิทยุกระจายเสียง

1) ความฉับไว(immediacy) วิทยุกระจายเสียงมีคุณสมบัติเด่นในเรื่องความรวดเร็ว ฉับไว เกิดเหตุการณ์ขึ้นที่ไหน สามารถรายงานให้ทราบได้ทันท่วงที โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคเทคโนโลยีทันสมัย ผู้ฟังมีโอกาสรับรู้เรื่องราว เหตุการณ์ได้ในเวลาเดียวกันกับการเกิดเหตุการณ์นั้นๆ (real time) เช่น การเกิดไฟไหม้ ผู้สื่อข่าวรายงานเหตุการณ์ดังกล่าวทางโทรศัพท์เข้ามาที่สถานีวิทยุผ่านเครื่องส่งกระจายเสียงออกอากาศไปยังผู้ฟังได้ทันที เป็นต้น

2) การเป็นสื่อแห่งจินตนาการ (imagination) แม้วิทยุจะเป็นสื่อเสียง แต่

ออสกูด (Charles Osgood) CBS News, CBS Radio Network (Hiebert, 1988) กล่าวกับผู้ฟังรายการรายการเป็นประจำว่า “See you on the Radio” ซึ่งก็มีเสียงคัดค้าน ออสกูด ว่า เป็นคำกล่าวที่เหลวไหล น่าหัวเราะ เพราะวิทยุเป็นสื่อสำหรับการ “ฟัง” ส่วนโทรทัศน์จึงจะเป็นสื่อสำหรับดู แต่ออสกูด มีความเชื่อว่า วิทยุสามารถเห็นได้ (visual) และเห็นได้มากกว่าโทรทัศน์อีกด้วย โดยการเห็นผ่านจินตนาการของตนเอง เมื่อได้ฟังเสียง คิด และเกิดจินตนาการเป็นภาพขึ้นในใจ เช่นการฟังละครวิทยุ ผู้ฟังจะสร้างสรรค์ฉาก มองเห็นหน้าตาพระอกนางเอกขึ้นจากการผสมผสานคำพูด เสียงประเภทต่างๆที่ผู้ผลิตนำเสนอได้อย่างอัศจรรย์ เป็นต้น

3) ความสามารถเข้าถึง (accessibility) วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ใช้การฟังเป็นหลัก ดังนั้นแม้ผู้ฟังอ่านหนังสือไม่ออกก็สามารถรับสารจากวิทยุได้ นอกจากนี้วิทยุกระจายเสียงยังสามารถไปถึง (reach) ผู้ฟังได้ เพราะเครื่องรับวิทยุกระจายเสียงราคาไม่แพง อาจกล่าวได้ว่าแทบทุกครัวเรือนมีเครื่องรับวิทยุ และบางบ้านอาจมีเครื่องรับวิทยุหลายเครื่อง ดังนั้นการส่งสารผ่านสื่อวิทยุจึงมีโอกาสไปถึงผู้ฟังได้มาก

4) ความสะดวกในการพกพา (portable) เนื่องจากเทคโนโลยีการผลิตเครื่องรับวิทยุกระจายเสียงได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการค้นพบทรานซิสเตอร์ ทำให้สามารถผลิตเครื่องรับวิทยุที่มีประสิทธิภาพสูงและมีขนาดเล็กลง จึงสะดวกในการพกพาติดตัวไปในที่ต่างๆ ฟังพร้อมทำกิจกรรมต่างๆได้ ไม่ว่าจะเล่นกีฬา จ่ายตลาด หรือทำกิจกรรมใดๆ เป็นต้น

5) ความเป็นส่วนตัว (personal) วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนที่ให้ความเป็นส่วนตัวแก่ผู้รับสารสูง ดังได้กล่าวแล้วว่าผู้คนส่วนใหญ่มักมีเครื่องรับวิทยุในครอบครองหลายเครื่อง อาจมีการตั้งไว้ในห้องนอน ในครัวหรือที่อื่นๆ ดังนั้นคุณแม่เลือกฟังสรุปข่าวขณะทำกับข้าว ลูกสาวอาจจะฟังเพลงของวัยรุ่นในห้องนอน เป็นต้น การฟังวิทยุจึงกลายเป็นกิจกรรมส่วนตัวของแต่ละคนในการเลือกฟังสถานีที่สอดคล้องกับรสนิยมและความต้องการของตน

6) การให้อำนาจแก่ผู้ฟังในการเลือกฟัง (selectivity) วิทยุกระจายเสียงมีลักษณะคล้ายกับนิตยสารในด้านการให้โอกาสแก่ผู้ฟังได้หลากหลายเนื่องจากวิทยุเป็นสื่อที่เรียกว่าสื่อเฉพาะกลุ่มโดยสถานีจะกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ไม่กว้างนักและเลือกรูปแบบรายการที่ดึงดูดคนฟังเช่น รายการรู้ทันการเกษตร หมอดิน เป็นต้น

ข้อจำกัดของวิทยุกระจายเสียงก็มี ได้แก่ การรับรู้จากการฟังอย่างเดียวผู้ฟังอาจไม่เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและไม่สามารถทบทวนหรือย้อนกลับได้ เป็นต้น

ข้อดีของโทรทัศน์

1) การให้ทั้งภาพและเสียงแก่ผู้รับสาร มาจากภาษาละตินว่า “I see” หมายถึง การเห็น ส่วนเสียง หรือ “audio” หมายถึงการได้ยิน โดยหลักการคนเราจะรับรู้ผ่านประสาท (sense) ทั้ง 5 ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น และกาย ทั้งนี้การรับรู้จะสูงสุดเมื่อผ่านการมองเห็น ถัดไปคือการรับรู้ผ่านการฟัง ดังนั้นเมื่อสื่อโทรทัศน์ส่งสารไปยังผู้ชมผ่านการมองเห็นและการฟัง จึงจะเกิดผลในการสื่อสารดังนี้

(1) ความสามารถในการถ่ายทอดความเป็นจริง ให้ผู้ชมได้ประจักษ์ด้วยการรับรู้ของผู้ชมเอง เช่น การนำเรื่องราวที่เป็นความทุกข์ของชาวบ้านมาเปิดเผยผ่านจอโทรทัศน์ เพื่อให้สังคมได้ทราบและให้องค์กรที่เกี่ยวข้องได้ดูแลแก้ไข เป็นต้น

(2) ความสามารถในการสร้างความน่าเชื่อถือ เนื่องจากผู้ชมได้ดูและได้ฟังด้วยตาและหูของตนเองจากจอโทรทัศน์ เช่น การสัมภาษณ์นายกรัฐมนตรี ทำให้ได้เห็นและได้ยินว่านายกเป็นผู้พูดและทราบเนื้อหาจากปากของนายกรัฐมนตรี ทำให้เชื่อถือได้

(3) ความสามารถในการโน้มน้าวใจสูง สื่อโทรทัศน์ให้ทั้งภาพและเสียง การนำเสนอด้วยมุมกล้อง การเลือกภาพ ตลอดจนแสง สี เสียง คำพูด ล้วนมีผลต่อการดึงดูดใจให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกร่วม และนำตัวเองเข้าไปผูกพันกับเรื่องที่ตนเองชมมาในลักษณะที่ไม่รู้สึกตัวและเกิดความรู้สึกคล้อยตามการนำเสนอ

2) การเป็นสื่อที่มีอิทธิพล คือ

(1) ความสามารถในการสื่อสารได้รวดเร็ว

(2) ได้ไกลด้วยเทคโนโลยี ทั้งภาคพื้นและผ่านดาวเทียม

(3) วามสามารถเข้าถึงผู้รับสาร เนื่องจากโทรทัศน์ใช้ดูและฟังจึงไม่มีความจำเป็นต้องอ่านออกเขียนได้ก็สามารถรับชมรายการจากโทรทัศน์ได้

โทรทัศน์มีข้อจำกัดที่ราคาแพง ต้นทุนการผลิตรายการสูง และไม่สะดวกในการพกพา

ข้อดีของภาพยนตร์

1) ความสามารถในการถ่ายทอดภาพเหตุการณ์จริงหรือบทบาทการแสดง โดยมีแสง สี เสียง การเคลื่อนไหว ได้ตรงตามความเป็นจริง เหมือนกับผู้ชมร่วมอยู่ในเหตุการณ์นั้นๆ

2) ความสามารถในการควบคุมการถ่ายภาพเพื่อให้เกิดผลตามต้องการ เช่น สามารถแสดงสิ่งเคลื่อนไหวเร็วจนมองด้วยตาเหล่าไม่ทัน ให้เห็นภาพเคลื่อนไหวช้าได้ เป็นต้น

3) ความสามารถในการใช้เทคนิคพิเศษ เพื่อให้เกิดผลตามความต้องการ เช่น การใช้เทคนิคพิเศษ (special effect) ในการทำให้คนปกติกลายขนาดไปเป็นคนแคระ เป็นต้น

4) ความคมชัดในการนำเสนอทั้งด้านภาพและเสียง ถ้าชมในโรงภาพยนตร์ที่มีระบบเสียงรอบทิศทาง เปรียบเทียบกับการชมทางโทรทัศน์จะได้อรรถรสที่แตกต่างกัน

5) ความยิ่งใหญ่ (grandeur) ในการรับชม การลงทุนสร้างทั้งโรงฉายภาพยนตร์และการลงทุนสร้างด้วยดาราที่ค่าตัวแพง เมื่อเทียบกับงานโทรทัศน์

6) ความแตกต่าง ความหลากหลายในเนื้อหา (diversity) ภาพยนตร์มีเนื้อหาที่หลาก หลายให้ผู้ชมได้เลือกชมตามรสนิยมที่แตกต่างกันตามเพศ แต่ละวัย และบุคคล เช่น บางคนชอบภาพยนตร์แนวรักโรแมนติก ขณะที่อีกคนชอบแนวบู๊ หรือเศร้า เป็นต้น

7) ความอิสระในการนำเสนอ (independent) ภาพยนตร์มีความแตกต่างจากสื่อโทรทัศน์ ขณะที่สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงคนทั้งครอบครัว นั่งดูกันภายในบ้าน การนำเสนอผ่านโทรทัศน์แม้จะเป็นเนื้อหาความบันเทิง ก็ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมในการชมร่วมกันทั้งครอบครัวที่มีทั้ง เด็กผู้ใหญ่และวัยรุ่น ส่วนภาพยนตร์เป็นสื่อที่มีความเฉพาะ ที่ต้องซื้อตั๋วเข้าชม ดังนั้นภาพยนตร์จึงค่อนข้างอิสระ ตอบสนองความต้องการที่เฉพาะ ผู้สร้างยังมีจินตนาที่อิสระ คิดนอกกรอบ เพื่อตอบสนองความสนใจของผู้สร้างอีกด้วย

ข้อจำกัดของภาพยนตร์คือ ไม่สามารถชมได้ทันที เสียค่าใช้จ่ายในการชม และขาดความเป็นอิสระในขณะรับชม

สื่อบุคคล (Personal Media) หมายถึง ตัวคนที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารกับผู้รับสารในลักษณะเผชิญหน้าการใช้สื่อบุคคลในการสื่อสารจึงกระทำได้ทั้งในรูปการสนทนากับผู้รับสารเพียงคนเดียวหรือในรูปการประชุมกลุ่มซึ่งประกอบด้วยผู้รับสารมากกว่า 1 คนก็ได้ ในงานวิจัยครั้งนี้ สื่อบุคคลหมายถึง เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล เกษตรอำเภอ ตัวแทนจำหน่ายสารเคมีกำจัดศัตรูพืช สื่อบุคคล เป็นวิธีการสื่อสารที่เก่าแก่ที่สุด ใช้กันตั้งแต่เริ่มมีมนุษย์ขึ้นในโลก เป็นสื่อที่ใช้กันมากใน กลุ่มประชาชนทั่วไป เครื่องมือของสื่อบุคคลมีทั้งที่เป็นคำพูด กิริยาท่าทาง การแสดงออกทางอากัปกิริยาวิธีการสื่อสารด้วยบุคคลจะเป็นการใช้คำพูดเป็นหลัก ด้วยวิธีการสนทนา อภิปราย บรรยาย สาธิต ประชุม คำพูด (Spoken Word) เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ทุกคนคุ้นเคยกันดีอยู่แล้ว และทุกคนต้องใช้คำพูดในชีวิตประจำวัน ในงานอาชีพ ในชีวิตส่วนตัว คำพูดจึงเป็นสื่อที่เก่าแก่ที่สุดชนิดหนึ่ง นอกจากนี้หากคำพูดนั้นพูดโดยบุคคลที่มีชื่อเสียงที่สังคมยกย่องนับถือก็จะยิ่งเพิ่มน้ำหนักในคำพูดนั้นมากขึ้นเป็นเงาตามตัว การพูดจึงเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดชักนำความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์ออกมาให้ผู้อื่นได้ทราบและเข้าใจ คำพูดจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะทำ

ให้มนุษย์เกิดความร่วมมือร่วมใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (web blog OKnation “สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์” ค้นคืนวันที่ 29 พฤษภาคม 2556)

1.4.4 ผู้รับสาร (Receiver/ Encoder) หมายถึง ผู้ที่รับสารจากบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง เมื่อได้รับสารผู้รับสารจะเกิดการตีความและการตอบสนองจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม และส่งปฏิกิริยาตอบสนอง (Feedback) กลับไปให้ผู้ส่งสาร หรือผู้รับสารเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ผู้ถอดรหัส (Decoder) คือ ผู้ที่ถอดความหมายของสัญญาณหรือสัญลักษณ์ที่ผู้เข้ารหัสส่งมา หรืออีกนัยหนึ่ง คือ ผู้รับผิดชอบการถอดรหัสของสาร (Decoding) เพื่อให้ผู้รับสารปลายทาง (Receiver/ Destination) หรือผู้รับสาร ที่ผู้ส่งสารต้องการให้ได้รับสารของตน

องค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบนี้ มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างใกล้ชิด มีผลกระทบซึ่งกันและกัน รวมทั้งมีผลต่อการสื่อสารด้วย ดังนั้นหากผู้ส่งสารมีประสิทธิภาพ แต่สื่อและผู้รับสารด้อยประสิทธิภาพก็จะทำให้ประสิทธิผลของการสื่อสารด้อยลงไป ในทำนองเดียวกันหากผู้ส่งสารด้อยประสิทธิภาพ หรือสารไม่ชัดเจน แม้จะมีสื่อและผู้รับสารที่มีประสิทธิภาพ การสื่อสารก็ยังด้อยประสิทธิผลเช่นกัน และยิ่งหากทั้งผู้ส่งสาร สาร สื่อ ผู้รับสารด้อยประสิทธิภาพด้วยแล้ว การสื่อสารก็มีโอกาสที่จะประสบผลสำเร็จน้อยที่สุด การสื่อสารจะมีประสิทธิผลมากที่สุดก็ต่อเมื่อองค์ประกอบทุกองค์ประกอบมีประสิทธิภาพสูงที่สุด

2. ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ

การเปิดรับสื่อ (Media Exposure) หมายถึง การเปิดรับข่าวสารจากสื่อ ไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคล สื่อมวลชน หรือสื่ออื่น ๆ ก็ตาม แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อได้มีการศึกษาวิจัยกันอย่างกว้างขวาง จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้รับสารได้ข้อมูลมากมายเป็นหลักฐานยืนยันและทำให้เชื่อได้ว่าผู้รับสารนั้นมิใช่จะเปิดรับหรือมีทางที่จะเปิดรับ หรือสนใจข่าวสารทุกคนเสมอไป (สุภาวดี อินนุพัฒน์, 2546) ข้อมูลข่าวสารมีความสำคัญที่จะทำให้คนเรารู้เท่าทันกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ก้าวทันสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป สามารถนำไปใช้ประโยชน์และช่วยในการตัดสินใจในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ตามความต้องการของแต่ละคน และการที่คนเรามีความต้องการข้อมูลข่าวสารมากขึ้นเท่าใดก็ยิ่งต้องเปิดรับสื่อหรือข่าวสารมากขึ้นด้วย

2.1 การเปิดรับ Assael (1984) ได้ให้ความหมายว่า การที่ประสาทสัมผัสของผู้บริโภคซึ่งถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้า ซึ่งผู้บริโภคจะเป็นผู้เลือกเองว่าสิ่งเร้าใดตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และผู้บริโภคจะหลีกเลี่ยงการเปิดรับสิ่งที่เร้าตนไม่ต้องการไม่สนใจ และเห็นว่าไม่สำคัญ และหากผู้บริโภคเลือก ก็จะเกิดกระบวนการเปิดรับ ทั้งนี้พฤติกรรมการเปิดรับจะมีความสัมพันธ์กับความ

ตั้งใจในการรับสารด้วย โดยที่ความสนใจ (interest) และความเกี่ยวข้อง (involvement) ของผู้บริโภคกับสิ่งเร้านั้นจะสะท้อนออกมาในระดับของความตั้งใจ (attention) ที่ผู้บริโภคให้กับสิ่งเร้านั้น

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่สำคัญที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนั้นก็คือเกณฑ์ในการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร ดังนี้

2.1.1 เลือกรับสื่อที่มีอยู่ (availability) โดยผู้รับสารจะรับสื่อที่ไม่ต้องมีความพยายามมากซึ่ง หมายถึงสื่อที่สามารถจัดหามาได้ง่ายกว่าสื่ออื่น ๆ

2.1.2 เลือกรับสื่อที่สะดวกและนิยม (convenience and preferences) ผู้รับสารจะเปิดรับสื่อที่สะดวกกับตัวเองเป็นหลัก เช่นผู้รับสารบางคนจะต้องใช้เวลาในการเดินทาง อยู่บนรถยนต์ ดังนั้นสื่อที่สะดวกในการเปิดรับก็คือ การเปิดฟังวิทยุในรถยนต์เป็นต้น

2.1.3 เลือกรับตามความเคยชิน (accustomed) ผู้รับสารบางคนจะติดอยู่กับการเปิดรับสื่อเดิม ๆ ที่เคยชินที่ตนเคยเปิดรับอยู่เป็นประจำ ซึ่งมักพบในบุคคลที่มีอายุมาก ถ้าเคยรับสื่อใดก็มักจะรับสื่อนั้นๆ และไม่สนใจสื่อใหม่ๆ

2.1.4 เลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะเฉพาะของสื่อ (characteristic of media) คุณลักษณะของสื่อมีผลต่อการเลือกเปิดรับสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์มีลักษณะพิเศษ คือเป็นสื่อที่มีราคาถูก สามารถอ่านข่าวสารได้รายละเอียดมาก และสามารถพกพานำติดตัวไปได้ ซึ่งผู้รับสารจะเลือกเพราะติดกับลักษณะเฉพาะของสื่อ

2.1.5 เลือกเปิดรับสื่อที่สอดคล้องกับตนเอง (consistency) ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อที่มีความสอดคล้องกับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตนเอง

2.2 โรเจอร์ และ สเวนนิ่ง (Rogers and Sevenning, 2003 อ้างใน กมลทิพย์ วาสน-สมพงษ์, 2551) ให้คำนิยามว่า สื่อมวลชนนั้นคลุมเครือถึงสื่อ 5 ประเภท คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และภาพยนตร์ ด้วยเหตุนี้ ดัชนีในการวัดการเปิดรับสื่อมวลชนในความหมายของเขาประกอบด้วย จำนวนรายการวิทยุที่รับฟังต่อสัปดาห์ การอ่านหนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อปี และอื่นๆ

เบคเกอร์ (Becker, 1997 อ้างใน สมควร เจริญสุข, 2539) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับสื่อโดยจำแนกได้ดังนี้คือ

2.2.1 การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเพื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วๆไป

2.2.2 การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับสื่อ

เพื่อต้องการข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะเรื่องหรือรายการที่สนใจ หรือมีผู้แนะนำมา

2.2.3 การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

2.3 ผู้รับข่าวสารแต่ละคนต่างก็มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนตามแบบเฉพาะของตนเองซึ่งแตกต่างกันไป ซึ่งจากการศึกษาวิจัยของ เมอร์ริลล์ และโลเวนสเตนน์ (Merrill and Lowenstein, 1984 อ้างใน ชวรัตน์ เชิดชัย, 2527) ได้สรุปถึงแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเลือกรับสื่อว่า เกิดจากพื้นฐาน 4 ประการ

2.3.1 ความเหงา เมื่อบุคคลจะต้องอยู่ตามลำพัง สิ่งที่ดีที่สุดก็คือ การอยู่กับสื่อ สื่อมวลชนจึงเป็นเพื่อนแท้แก้เหงาได้และบางทีบางคนก็พอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าอยู่กับบุคคลด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนไม่สร้างแรงกัดดันในการสนทนา หรือแรงกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง

2.3.2 ความอยากรู้ อยากเห็น มนุษย์มีความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ อยู่แล้วตามธรรมชาติ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเอาจุดนี้เป็นหลักสำคัญในการเสนอข่าวสาร โดยเริ่มจากสิ่งใกล้ตัวก่อนไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองออกไป

2.3.3 ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์แสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุเพื่อใช้ข่าวสารที่ได้มาเสริมบารมีให้ความบันเทิงแก่ตนเอง โดยจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุดและได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด

2.3.4 ลักษณะเฉพาะ ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่างมีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหาและได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนย่อมจะเข้าใจในลักษณะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

กล่าวโดยสรุปจากแนวคิดทฤษฎีการเปิดรับสื่อดังกล่าวข้างต้น จะพบว่ามนุษย์มีความจำเป็นที่จะต้องติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันและจะเปิดรับสารก็ต่อเมื่อต้องการข่าวสาร ข้อมูลต่างๆที่ตนเองสนใจและเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง เช่น การเปิดรับรายการเกมเศรษฐีก็เพื่อสนองความต้องการในลักษณะต่างๆของผู้เปิดรับแต่ละบุคคลนั้น ยกตัวที่เกี่ยวกับเรื่องของเรา

2.4 Charles K Atkin (1998 อ้างใน อรนุช สุดประเสริฐ, 2537) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยิ่งมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

ปรมะ สตะเวทิน (2533: 71) ได้สรุปแนวคิดการเปิดรับสื่อของผู้รับสารว่า การส่งข่าวสารของผู้ส่งสารผ่านสื่อต่าง ๆ นั้น ปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อ ผู้ส่งสาร

จะต้องคำนึงถึงปัจจัยอันเกี่ยวข้องกับผู้รับสารหลายประการ จะทำให้ผู้รับสารแต่ละคนมีพฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน ได้แก่

2.4.1 ความต้องการของผู้รับสาร ในการรับสารของบุคคลนั้นจะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล ดังนี้

1) ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน
2) ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทัศนคติ ค่านิยมของตนเอง
3) ต้องการประสบการณ์ใหม่
4) ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการรับสาร

2.4.2 ความแตกต่างของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม

2.4.3 ความตั้งใจและประสบการณ์ เกิดขึ้นในขณะที่ผู้รับสารมีความตั้งใจจะช่วยให้ตนเองรับรู้ข่าวสารได้ดียิ่งขึ้น ดังนั้น ความตั้งใจและประสบการณ์เดิมของผู้รับสาร จึงมีความสำคัญต่อการรับข่าวสารเช่นกัน

2.4.4 ความคาดหวังและความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคน ในการที่จะตีความต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ตนเองต้องการ ส่วนความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับเพราะข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับนั้น ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ และการปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้

ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ ทำให้ทราบว่า ผู้รับสารมีกระบวนการในการเลือกรับสารอย่างไร และมีการเลือกรับสารแตกต่างกันไปตามความต้องการของแต่ละบุคคล ซึ่งจะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลาย ๆ อย่าง เป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงก่อนที่จะผลิตสารส่งไปยังผู้รับสาร หากผู้ส่งสารเข้าใจถึงกระบวนการเปิดรับสื่อแล้ว ก็จะทำให้สามารถส่งสารผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ผู้รับสารสามารถเปิดรับได้ และบรรลุเป้าหมายในการสื่อสารนั้น ๆ

พีระ จิรโสภณ (2547) ได้ประมวลแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเปิดรับสื่อของผู้รับสารว่าเป้าหมายของการสื่อสารนั้นไม่ว่าจะเป็นไปตามสูตร AIDA (มาจากตัวย่อของ Attention เรียกความสนใจ Interest สร้างความสนใจติดตาม Desire หรือ Decision ทำให้เกิดความต้องการหรือตัดสินใจ และ Action การแสดงพฤติกรรม) หรือเกิดประสิทธิผลตามขั้นตอน KAP (มาจากคำย่อ Knowladge-Attitude-Practice เกิดความรู้-เกิดทัศนคติที่ดี-เกิดการปฏิบัติ) จะผ่านกระบวนการเลือกสรรกลั่นกรองทางจิตวิทยาการรับรู้ที่นักทฤษฎีและนักวิจัยทางการสื่อสารเรียกว่า

กระบวนเลือกสรรของผู้รับสาร (Selective Processer) อันประกอบด้วย

การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention)

การเลือกรับรู้ (Selective Perception)

การเลือกจดจำ (Selective Retention)

ภาพที่ 2.1 แบบจำลองกระบวนการเลือกสรรของผู้รับสาร Charles k. Atkin

กระบวนการเลือกเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งแตกต่างกันไปตามความต้องการ ประสบการณ์ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ของแต่ละบุคคล พอสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง การที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น เลือกฟังวิทยุสถานีใดสถานีหนึ่ง เลือกชมโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่ง หรือเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง

การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ก็ใช่ว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้ไปตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีข้อมูลข่าวสารชิ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ตามสภาวะร่างกายหรืออารมณ์ในขณะนั้น

การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตนเองและมักจะลืมในสิ่งที่ตนไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่าเนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินกว่าที่ ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมดได้ จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น แต่ละคนก็จะมีเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล, สภาพแวดล้อมในสังคมนั้นๆ บุคคลจึงเลือกเปิดรับข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ตนสนใจเท่านั้น ไม่ว่าจะเป็น สื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ ทั้งนี้การ

ตัดสินใจเปิดรับสื่อขึ้นอยู่กับลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันออกไป เป็นตัวแปรสำคัญในการเลือกเปิดรับสื่อ

ความไม่สอดคล้องทางความคิด

เฟสติงเจอร์ (Festinger, 1975 อ้างใน พีระ จิรโสภณ, 2547) ได้เสนอทฤษฎีความไม่สอดคล้องทางความคิด (Theory of Cognitive Dissonance) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมในการรับรู้ข่าวสารของผู้รับสาร มักจะเลือกรับและแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง เพื่อหลีกเลี่ยงสภาวะไม่สอดคล้องกับความคิด รวมทั้งในการตีความและจดจำสารก็มักจะมุ่งให้เกิดความสมดุลทางความคิดที่มีอยู่เดิม ดังนั้น หากมีข่าวสารหรือประสบการณ์ใหม่ที่ขัดแย้งกับความรู้ความเข้าใจที่มีอยู่เดิม คนเรามักจะมีกระบวนการเลือกรับรู้และตีความเพื่อรักษาสมดุล หรืออาจลดความน่าเชื่อถือของแหล่งสารลงไป และหากหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็อาจถึงขั้นเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมก็ได้ ดังจะเห็นได้ว่านักการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ โดยเฉพาะนักโฆษณา นักการเมืองมักจะนำเสนอข่าวสารที่เราเกิดสภาวะไม่สมดุล ทั้งนี้เพราะข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยหรือสอดคล้องกับความคิดหรือทัศนคติที่มีอยู่แล้วจะเกิดภาวะทางจิตที่ไม่สมดุล หรือความไม่สบายใจที่เรียกว่า “Cognitive Dissonance” ดังนั้น เมื่อบุคคลใดจะตัดสินใจเรื่องหนึ่งเรื่องใดที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบ บุคคลนั้นก็จะแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้น ๆ มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่กระทำลงไป

ลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

ช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับสื่อที่บุคคลทั่วไปนิยมเปิดรับได้ดังนี้

1) สื่อโทรทัศน์ ผลการวิจัยของ สุภาวดี เตียพิริยะกิจ (2539) พรเพ็ญ พยัคฆมาภรณ์ (2539) พบว่า บุคคลทุกวัยนิยมเปิดรับในช่วงหลังเวลาเลิกงานหรือภารกิจประจำวัน คือ ตั้งแต่เวลา 17.00 – 21.00 น. ส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อเฉลี่ยวันละ 2 ชั่วโมง เพื่อรับชมรายการละครหรือรายการที่สนองความต้องการผ่อนคลายอารมณ์ความเครียดจากการทำงานและภารกิจประจำวัน ต่อจากนั้นจะรับชมรายการข่าวภาคค่ำ และละครหลังข่าว พร้อมกับการรับประทานอาหารเย็นและการสนทนาพูดคุยระหว่างสมาชิกในครอบครัว

2) สื่อวิทยุ ผลการวิจัยของนักวิจัยโดยส่วนใหญ่พบว่า บุคคลในวัยผู้ใหญ่และวัยสูงอายุ นิยมเปิดรับฟังข่าวจากสื่อวิทยุ ระหว่างเวลา 05.00 – 09.00 น. ก่อนออกไปทำงานหรือกิจกรรมประจำวัน

3) สื่อหนังสือพิมพ์ ผลการวิจัยพบว่า บุคคลจะอ่านหนังสือพิมพ์ ตลอดจนสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เมื่อมีเวลาว่าง

4) สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของผู้รับสารเพื่อวัตถุประสงค์ในการรับรู้ข่าวสาร ข้อเท็จจริง เพื่อความบันเทิง และเพื่อกระทำหรือตัดสินใจนั้น ผลการวิจัยพบว่า มีการเปิดรับน้อยมาก และไม่มีช่วงเวลาการเปิดรับสื่อที่สามารถสรุปได้อย่างชัดเจน

เนื้อหาสารที่นิยมเปิดรับจากสื่อ

1) บุคคลที่อยู่ในวัยเด็กและวัยรุ่น มีการเปิดรับสารที่มีเนื้อหาหรือรายการที่ให้ความบันเทิงเป็นหลัก รองลงมาคือ เนื้อหาหรือรายการที่ให้ความรู้ (จุฑามาส กีรติกสิกร, 2542)

2) บุคคลในวัยผู้ใหญ่และวัยสูงอายุ ผลการวิจัยโดยส่วนใหญ่พบว่า นิยมเปิดรับสารประเภทที่มีเนื้อหาหรือรายการข่าวต่าง ๆ รองลงมาคือ เนื้อหาหรือรายการประเภทให้ความรู้ และประเภทให้ความบันเทิง ตามลำดับ

ลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับสื่อสรุปได้ดังนี้ 1) ความถี่ในการเปิดรับมีข้อค้นพบตรงกัน สรุปได้ว่า ในปัจจุบันบุคคลวัยต่างๆ ส่วนใหญ่นิยมเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือวิทยุ และเลือกเปิดเกือบครบทุกด้าน ยกเว้นบุคคลที่บกพร่องทางร่างกายมีการเปิดรับน้อยมาก 2)ช่วงระยะเวลาในการเปิดรับโทรทัศน์ 17.00-21.00 น. วิทยุ 5.00-9.00 น. สื่ออื่นๆ น้อยมาก 3) เนื้อหาที่เปิดรับ วัยรุ่น จะเป็นรายการบันเทิง รองลงมาคือ ประเภทให้ความรู้ ส่วนผู้ใหญ่เลือกเปิดรับ ข่าว,ความรู้และบันเทิงตามลำดับ

3. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

ในการส่งสารออกไปนั้นผู้ส่งสารต้องคำนึงถึงผู้รับสารอยู่เสมอ เพราะผู้รับสารจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร หากผู้รับสารมีความเข้าใจในสารของผู้ส่งสารที่ส่งผ่านสื่อต่าง ๆ การสื่อสารก็ประสบความสำเร็จ ในทางตรงกันข้ามหากผู้รับสารไม่เข้าใจสารจากผู้ส่งสาร การสื่อสารก็จะล้มเหลว ดังนั้น ผู้ส่งสารจะต้องทำการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ วิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารเพื่อกำหนดสารและส่งผ่านสื่อหรือช่องทางในการสื่อสารก็คือ การจำแนกผู้รับสารออกตามลักษณะประชากร เช่น จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ เป็นต้น แล้ววางแผนปรับการสื่อสารของตนให้เข้ากับลักษณะของผู้รับสาร โดยการปรับตัวเอง ปรับสาร ปรับวิธีการจัดการ การเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร เป็นแนวทฤษฎีที่มีหลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อว่ามนุษย์ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วางเป็นแม่บทไว้ให้ พฤติกรรมของคนในวัย

เดียวกันจะเป็นเช่นเดียวกัน เนื่องจากสภาพสังคมได้วางแบบอย่างไว้ให้แล้วสำหรับคนรุ่นนั้น ๆ สังคมทำให้ผู้หญิงมีลักษณะนิสัยและพฤติกรรมแตกต่างจากผู้ชาย คนที่มีการศึกษามีพฤติกรรมแตกต่างไปจากคนที่ด้อยการศึกษา กล่าวโดยสรุปคือ แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรเชื่อในความคิดที่ว่าคนที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย

ลักษณะทางประชากร ประกอบด้วย อายุ เพศ สถานะทางเศรษฐกิจ และสังคม ระดับการศึกษาและระดับรายได้ (ยุบล เบญจรงคกิจ, 2534 อ้างถึงใน คนึงนิจ แซ่อั้ง, 2539) สรุปว่า คนที่มีคุณลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับสื่อแตกต่างกัน ตัวแปรด้านประชากรอันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน (ยุบล เบญจรงคกิจ, 2534 อ้างถึงใน สุรวุฒิ ประคำทอง, 2548)

การสื่อสารจัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ เมื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมทั่วไปแตกต่างกัน ดังนั้นพฤติกรรมในการสื่อสารของบุคคล จึงน่าจะแตกต่างกันด้วย

3.1 อายุ

อายุเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญค่อนข้างมาก เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความเหมือนกัน หรือความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม ทั้งนี้เพราะแบบแผนความคิด ภูมิหลัง และประสบการณ์ของบุคคลนั้น มักจะถูกกำหนดมาจากปริบทสังคมในช่วงนั้นๆ อายุของผู้รับสาร จึงสามารถบ่งชี้ได้ว่า “เขาเป็นคนรุ่นใด” (Generation) เช่น เด็ก วัยรุ่น ผู้ใหญ่ กลางคน หรือสูงอายุ โดยเชื่อว่าคนอายุรุ่นราวคราวเดียวกันจะผ่านประสบการณ์ทางสังคมที่คล้ายกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2542) เป็นคุณลักษณะทางประชากรอีกลักษณะหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาของการมีชีวิตอยู่หรือตามวัยของบุคคล เป็นลักษณะประจำตัวบุคคลที่สำคัญมากในการศึกษาและวิเคราะห์ทางประชากรศาสตร์ โดยอายุจะแสดงถึงวัยวุฒิของบุคคล และเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสามารถในการทำความเข้าใจในเนื้อหาและข่าวสารรวมถึงการรับรู้ต่างๆได้มากน้อยต่างกัน การมีประสบการณ์ในชีวิตที่ผ่านมาแตกต่างกัน หรืออีกประการหนึ่งคืออายุจะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสนใจในประเด็นต่างๆ เช่น เรื่องการเมืองความสนุกสนาน การเตรียมตัวสร้างอนาคตเป็นต้น นอกจากนั้นก็จะชี้ให้เห็นอารมณ์ที่แตกต่างกันออกไปในกลุ่มคนที่มีวัยต่างกันอันเนื่องจากกระบวนการคิดและตัดสินใจที่ผ่านการกลั่นกรองจากประสบการณ์ของช่วงวัยที่จะส่งผลต่อกระบวนการคิดและการควบคุมทางอารมณ์ของแต่ละช่วงอายุของบุคคล

ยุบล เบญจรงค์กิจ (2534) จากการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของเด็กอเมริกาพบว่า เด็กตั้งแต่วัยสองขวบถึงแปดขวบดูโทรทัศน์เพิ่มขึ้นเมื่อวัยมากขึ้น และเปิดรับสื่อทุกชนิดเมื่อวัยมากขึ้นโดยส่วนใหญ่เด็กจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง ซึ่งเด็กจะดูโทรทัศน์และรับฟังวิทยุมากกว่า

สื่ออื่นๆและเริ่มอ่านหนังสือเมื่ออายุมากขึ้น ส่วนเด็กวัยรุ่นนิยมฟังเพลงมากกว่าดูโทรทัศน์ สำหรับผู้ใหญ่นั้นมีการเปิดรับโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์มากในปริมาณใกล้เคียงกัน แต่เมื่อถึงวัย 40 ปีขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์จะลดลง แต่เมื่อถึงวัยเกษียณอายุ 55 – 60 ปี ปริมาณการดูโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้นอีกครั้ง ซึ่งส่วนใหญ่การใช้สื่อมวลชนของผู้สูงอายุเพื่อคลายความเหงาในส่วนของหนังสือพิมพ์นั้น ผู้ใหญ่ที่มีวัย 50 ปี อ่านหนังสือพิมพ์ถึงร้อยละ 77 แต่เมื่ออายุถึง 65 ปี ปริมาณการอ่านลดลงอย่างมาก ขณะที่วัยรุ่นและหนุ่มสาวให้เวลากับการดูโทรทัศน์มากกว่าการอ่านหนังสือพิมพ์ และยังเป็นวัยที่ให้ความสนใจสื่อนิตยสารและภาพยนตร์มากกว่าวัยอื่นๆ

จากการศึกษาของ ทอแรนซ์ (Tarrance, 1962 อ้างใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546) เรื่องความคิดละเอียดลออ ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของความคิดสร้างสรรค์ พบว่า อายุที่เพิ่มขึ้นของเด็กจะทำให้มีความคิดที่รอบคอบเพิ่มมากขึ้น อายุหรือวัยเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างในเรื่องความคิด และพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อยและบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไปเมื่อตนเองมีอายุมากขึ้น (Myer Myer, 1999 อ้างใน สุชา จันทร์เอม, 2544)

3.2 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อผู้รับสาร การศึกษาทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมการสื่อสารแตกต่างกันออกไป คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะมีความสนใจในข่าวสารกว้างขวาง แต่คนจะไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ ต้องมีหลักฐานหรือเหตุผลมาสนับสนุนเพียงพอจึงจะเชื่อ (พรทิพย์ วรกิจโภคาทร, 2532) ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงต้องตระหนักและระมัดระวังว่าในการให้ข่าวสารนั้น ผู้รับสารมีการศึกษาอยู่ในระดับใด เพื่อจะได้เสนอข่าวสารให้เหมาะสมกับผู้รับสาร

การศึกษาในที่นี้หมายถึงระดับการศึกษาที่ได้รับจากสถาบันการศึกษา และที่ได้รับจากประสบการณ์ของชีวิต การศึกษาบ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกรับข่าวสาร และอัตราการรู้หนังสือ ระดับการศึกษาจะทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่างๆ กว้างขวางลึกซึ้งแตกต่างกันออกไป ทำให้ผู้พูดสามารถแยกความเหมาะสมของเนื้อหาและตัวอย่างที่จะยกมากล่าวได้

การศึกษานอกจากจะทำให้บุคคลมีศักยภาพเพิ่มขึ้นแล้ว การศึกษายังทำให้เกิดความแตกต่างทางทัศนคติ ค่านิยม และคุณธรรมความคิดอีกเช่นกัน นอกจากนี้ ปรมะ สตะเวทิน (2546) ยังได้กล่าวว่าการศึกษา เป็นลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับ

การศึกษาในระดับที่ต่างกัน ยุคสมัยที่ต่างกัน ระบบการศึกษาแตกต่างกัน สาขาวิชาที่แตกต่างกัน จึงมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไปอีกด้วย

3.3 รายได้

รายได้เป็นตัวแปรที่มีบทบาทใกล้เคียงกันกับตัวแปรด้านการศึกษา เนื่องจากเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมาก โดยเฉลี่ยแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะมีรายได้สูงตามไปด้วย ส่วนคนที่มีการศึกษาน้อยส่วนใหญ่มักมีรายได้น้อยถึงปานกลาง การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรายได้ของผู้รับสาร มักจะปรากฏผลเช่นเดียวกันกับตัวแปรการศึกษาของผู้รับสาร เช่น ผู้ที่มีรายได้สูง มีฐานะดีและมีการศึกษาสูงมักมีการเลือกใช้สื่อหลายประเภทมากขึ้น และเลือกรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อ มากกว่าผู้รับสารที่มีรายได้และมีการศึกษาน้อยถึงปานกลาง

งานวิจัยของ ชแรมม์ และไวท์ (Schramm and White, 1949 อ้างใน ยุบล เบญจรงค์-กิจ, 2542) ซึ่งศึกษาการเปิดรับสารของผู้รับสารในสังคมอเมริกาพบว่า ผู้ที่มีรายสูงมักเป็นผู้นิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์และนิยมเนื้อที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านความบันเทิง

ยุบล เบญจรงค์กิจ (อ้างใน คนึงนิจ แซ่อั้ง, 2539) สรุปว่า คนที่มีคุณลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับสื่อแตกต่างกัน ตัวแปรด้านประชากรอันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน

ความมั่นคงทางเศรษฐกิจและครอบครัว รายได้ของบุคคลแสดงถึงฐานะทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญแสดงถึงการมีศักยภาพในการดูแลตนเอง บ่งบอกถึงอำนาจการใช้จ่ายในการบริโภคข่าวสาร ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจสูงจะมีโอกาสที่ดีกว่าในการแสวงหาสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการดูแลตนเอง ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจต่ำจะมีการศึกษาน้อย ทำให้มีข้อจำกัดในการรับรู้ เรียนรู้ ตลอดจนการแสวงหาความรู้และประสบการณ์ในการดูแลตนเอง

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วาสนา กองผัด (2537) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยสื่อที่มีผลต่อการปฏิบัติตนในการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชของชาวสวนองุ่น อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี พบว่า สื่อที่ชาวสวนองุ่นเปิดรับมากเป็นอันดับแรก ได้แก่ สื่อบุคคล คือ คนขายสารเคมีตามร้านค้า สื่อมวลชนคือ โทรทัศน์ สื่อเฉพาะกิจคือ โปสเตอร์แหล่งความรู้ ทั้งนี้พบว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้ การเปิดรับ สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน มีการปฏิบัติงานในการใช้สารเคมีไม่แตกต่างกัน

สังวร สุขสามัคคี (2537) ได้ศึกษาเรื่อง ความต้องการข่าวสารการเกษตรจากวิทยุโทรทัศน์ของเกษตรกรอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เกษตรกร ร้อยละ 95.56 เป็นเพศชาย มี

อายุเฉลี่ย 47 ปีจบการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 – 6 มีขนาดของครอบครัวเฉลี่ย 4.05 คน เกษตรกรร้อยละ 92.60 ทำนาเป็นอาชีพหลัก โดยมีรายได้นอกภาคเกษตรกรรมเฉลี่ย 9,961 บาทต่อครอบครัวต่อปีในขณะที่มีรายได้ในภาคเกษตรกรรมเฉลี่ย 21,614.29 บาทต่อครอบครัวต่อปี และเกษตรกรร้อยละ 60.74 เป็นสมาชิกลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

นารากร ติยายน (2538) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการเกษตรของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร อำเภอเมืองอ่างทอง จังหวัดอ่างทอง พบว่า สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีอายุเฉลี่ย 45.7 ปี ร้อยละ 82.1 จบการศึกษาชั้นประถมปี่ที่ 4 รายได้เฉลี่ยต่อปี 81,876.901 บาท ขนาดพื้นที่ทำการเกษตรเฉลี่ย 10.4 ไร่ ร้อยละ 70.9 มีสถานภาพเป็นสมาชิกกลุ่มและร้อยละ57.3 เป็นสมาชิกกลุ่มอื่น สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ร้อยละ 94.9 มีเครื่องรับโทรทัศน์เป็นของตนเอง และร้อยละ 89.7 รับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการเกษตร โดยมีวัตถุประสงค์ในการรับชมเพื่อศึกษาหาความรู้ เนื้อหารายการที่สนใจ คือ เรื่องเกี่ยวกับการถนอมอาหาร การทำสวน และราคาผลผลิตทางการเกษตร รายการโทรทัศน์เพื่อการเกษตรที่รับชมมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ รายการข่าวเกษตรกร เวลา 19.15 น. ช่อง 7 ร้อยละ 44.4 มีปัญหาในเรื่องการไม่เข้าใจเนื้อหารายการและไม่สามารถนำความรู้ที่ได้ชมไปปฏิบัติได้ เพราะเนื้อหารายการไม่ละเอียดพอ และไม่มีทุนในการประกอบการ สถานภาพในกลุ่มของแม่บ้านเกษตรกรมีความสัมพันธ์กับการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการเกษตร ส่วนอายุ ระดับการศึกษา รายได้ ขนาดพื้นที่ทำการเกษตร และการเป็นสมาชิกกลุ่มอื่นของแม่บ้านเกษตรกร ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการเกษตร

มานะ เพชรคง (2549) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของเกษตรกรอำเภอบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก พบว่า เกษตรกรมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีทางการเกษตร ได้แก่ แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ โดยมีลักษณะการเปิดรับสื่อนานๆครั้งและไม่แน่นอน สำหรับสื่อบุคคลที่เกษตรกรได้รับความรู้มากที่สุด คือ ตัวแทนขายสารเคมีทางการเกษตร เนื้อหาที่เกษตรกรสนใจ คือ วิธีการใช้สารเคมีทางการเกษตรและจากการเปิดรับสื่อเกษตรกรส่วนใหญ่มีความรู้เพิ่มขึ้น

ขวัญเมือง ศิลา (2550) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ข่าวสารการปลูกหญ้าแฝกเฉลิมพระเกียรติของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการปลูกหญ้าแฝกเฉลิมพระเกียรติในจังหวัดเพชรบุรี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประเภทของสื่อที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารคือ สื่อวิทยุ สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับการมีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน

ประชาสิทธิ์ ใจกว้าง (2552) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการใช้สื่อเผยแพร่ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการทำเกษตรกรรมของเกษตรกร ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแหง อำเภองาว จังหวัดลำปาง พบว่า เกษตรกรเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการทำเกษตรตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจากสื่อมวลชนคือ จากสื่อโทรทัศน์และวิทยุ สื่อบุคคลคือเกษตรอำเภอ เกษตรตำบล นักวิชาการ เพื่อนบ้านและคนในครอบครัว และสื่อกลุ่มคือการฝึกอบรมและเยี่ยมชมแปลงสาธิต

สมศักดิ์ คูหาสวรรค์เวช (2551) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรม ความรู้ ทัศนคติ ปัญหาในการเปิดรับข่าวสารทางการเกษตรของเกษตรกรในกรุงเทพมหานครและจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า เกษตรกรได้รับข้อมูลข่าวสารจากเพื่อนบ้านและญาติพี่น้องมากที่สุด บุคคลที่น่าเชื่อถือที่สุดคือ เจ้าหน้าที่เกษตรของรัฐและญาติพี่น้อง โดยรับข่าวสารเดือนละครั้งในวันหยุดเสาร์และอาทิตย์ สถานที่รับข่าวสารคือ หอประชุมประจำหมู่บ้านและร้านค้า เกษตรกรอ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและข่าวสดมากที่สุด สนใจอ่านข่าวการเมืองและข่าวสารการเกษตร โดยอ่าน 1-2 วัน/สัปดาห์ ใช้เวลาอ่านน้อยกว่า 1 ชั่วโมง เวลาที่อ่าน 04.00-08.00 น. สถานที่ที่อ่านคือที่บ้าน เกษตรกรอ่านนิตยสาร/วารสารด้านเศรษฐกิจและการเมืองมากที่สุด อ่าน 1-2 วัน/สัปดาห์ ใช้เวลาอ่านน้อยกว่า 1 ชั่วโมง เวลาที่อ่าน 04.00-08.00 น. สถานที่ที่อ่านคือที่บ้าน รายการวิทยุที่เกษตรกรรับฟังคือรายการเพลงและรายการข่าวมากที่สุด รับฟัง 1-2 วัน/สัปดาห์ ใช้เวลาฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมง รับฟังรายการเวลา 06.00-08.00 น. ส่วนมากรับฟังรายการที่บ้าน เกษตรกรรับชมรายการโทรทัศน์ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 และ ช่อง 5 รายการที่รับชมคือรายการข่าวในพระราชสำนักและข่าวการเมือง รับชม 1 ครั้ง/เดือน ใช้เวลารับชมประมาณ 45 นาที ช่วงเวลา 04.00-06.00 น. โดยส่วนมากรับชมที่บ้าน เกษตรกรชอบรับข่าวสารจากสื่อบุคคลมากที่สุด รองลงมาคือ โทรทัศน์ ส่วนวิทยุน้อยที่สุด

สมศักดิ์ คูหาสวรรค์เวช (2552) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ ความเข้าใจ การใช้ประโยชน์ ความต้องการ ความเหมาะสม ความเชื่อถือ ปัญหาและปัจจัยพื้นฐานของเกษตรกรที่มีผลต่อการการประชาสัมพันธ์เกษตรอินทรีย์ในตำบลตะพง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง พบว่า เกษตรกรรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์จากหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 69 นิตยสารร้อยละ 35 วิทยุกระจายเสียง ร้อยละ 57 วิทยุโทรทัศน์ ร้อยละ 100 อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 2 สื่อบุคคล ร้อยละ 91 และสื่อเฉพาะกิจ ร้อยละ 45 เกษตรกรได้รับความรู้ความเข้าใจจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.24 โดยมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องประโยชน์ของเกษตรอินทรีย์มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.66 เรื่องที่นำไปใช้ประโยชน์มากที่สุดคือ ประโยชน์ของเกษตรอินทรีย์และความแตกต่างของเกษตรอินทรีย์กับเกษตรทั่วไป ร้อยละ 97.7 เท่ากัน เกษตรกรต้องการรับสารจากสื่อโทรทัศน์

มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.44 เกษตรกรเห็นสื่อโทรทัศน์มีความเหมาะสมมากที่สุด 4.45 โทรทัศน์มีความน่าเชื่อถือที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.37 และสื่ออินเทอร์เน็ตมีปัญหาในการรับข่าวสารมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.59 นอกจากนี้เกษตรกรที่มีอายุและรายได้แตกต่างกันได้รับความรู้ความเข้าใจจากสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน การรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน เกษตรกรที่มีอายุและรายได้แตกต่างกันมีความเชื่อถือในสื่อการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

เธียรธิดา มฤคทัต (2553) ศึกษาเรื่อง โครงการเกษตรทฤษฎีใหม่จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ พบว่า 1) การเปิดรับสื่อทั่วไปของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการจากสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติตามโครงการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 2) การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับเกษตรทฤษฎีใหม่ของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของเกษตรกรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 3) การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับเกษตรทฤษฎีใหม่ของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติตามโครงการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 4) ทัศนคติของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติตามโครงการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 5) ประเภทสื่อที่เกษตรกรเปิดรับมีความสัมพันธ์กับบทบาทต่อความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตามโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ของเกษตรกรแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยสื่อบุคคลเป็นสื่อที่ทำให้เกษตรกรรับรู้เรื่องเกษตรทฤษฎีใหม่ครั้งแรก เป็นสื่อที่เกษตรกรชอบ และเป็นสื่อที่ทำให้เกษตรกรตัดสินใจปฏิบัติตามโครงการ 6) การวิเคราะห์เชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์กลุ่มแบบเจาะลึก โดยทั่วไปสนับสนุนผลที่ศึกษาพบจากการสำรวจ

ปราณี เนรมิตร และคณะ (2553) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดทำบัญชีครัวเรือนและแนวโน้มการจัดทำบัญชีครัวเรือน

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุในช่วง 31 – 40 ปี มีวุฒิการศึกษาในระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า และมีอาชีพทำนา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001– 10,000 บาทต่อเดือน ในด้านการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการจัดทำบัญชีครัวเรือน ส่วนใหญ่เกษตรกรจะได้รับความรู้และแนวทางการปฏิบัติ การจัดทำบัญชีจากเจ้าหน้าที่ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) สาเหตุที่เกษตรกรไม่จัดทำบัญชีครัวเรือน คือ ไม่มีเวลาในการจัดทำ สำหรับด้านการตัดสินใจจัดทำบัญชีครัวเรือนของเกษตรมาจากภาพประกอบและการจดจำข้อมูลของสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อที่มีผลมากที่สุด คือ การให้คำแนะจากเจ้าหน้าที่ รองลงมาคือ ภาพประกอบ เนื้อเรื่องของโฆษณาและสุดท้ายคือ เพลงประกอบและจากการใช้ค่าสถิติ ค่าไคสแควร์ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่าปัจจัยทางด้านการได้รับสื่อข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) ในการจัดทำบัญชีครัวเรือนมีผลต่อการชักจูง

ใจเกษตรกรมีผลทำให้แนวโน้มการจัดทำบัญชีครัวเรือนสูงมากขึ้นเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.) จะต้องจัดทำบัญชีครัวเรือนตามนโยบายของรัฐบาล และการจัดทำบัญชีครัวเรือนดังกล่าวจะช่วยในเรื่องของการควบคุมการใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างให้ที่ระบบมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีระบบ ที่มองว่าบุคคลจะได้รับความกดดันจากสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบตัว ให้ทำตามกระแสสังคม ไม่ว่าจะเป็น การเมือง เศรษฐกิจ การสื่อสาร

จากผลการศึกษา เกษตรกรที่ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช นิยมเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุดรองลงมาคือวิทยุกระจายเสียงและสื่อบุคคลตามลำดับ ส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับการฝึกอบรมความรู้เรื่องการใช้และการป้องกันอันตรายจากการใช้สารกำจัดศัตรูพืช ส่วนราชการและผู้เกี่ยวข้องควรนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผนให้ความรู้เรื่องการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชเพื่อลดผลกระทบต่อสุขภาพและผลดีทางเศรษฐกิจในภายภาคหน้าต่อไป

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี” ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การสร้างเครื่องมือในการวิจัย การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร (Population) คือ เกษตรกรที่ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชที่อาศัยอยู่ในตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี 16 หมู่บ้าน 3,697 ครัวเรือน จำนวน 13,181 คน (ข้อมูลประชากร จากสำนักงานเทศบาลตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี พ.ศ. 2555)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ เกษตรกรผู้ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชที่อาศัยอยู่ในตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี จำนวน 400 คน

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยการคำนวณจากสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ดังนี้

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

เมื่อ N = จำนวนประชากร

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง กำหนดให้เท่ากับ 0.05

โดยจำนวนขนาดของประชากรมีจำนวน 13,181 คน เมื่อนำมาคำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{13,181}{1+13,181(0.05)^2}$$

$$n = 388.22$$

ดังนั้น เพื่อความเหมาะสมและตัวเลขลงตัวจึงใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน

การเลือกตัวอย่าง เลือกโดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มหมู่บ้าน ใช้วิธีสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีการจับสลากหมู่บ้านในสัดส่วน 1 : 2 จากทั้งหมด 16 หมู่บ้าน ได้มา 8 หมู่บ้าน ได้กลุ่มตัวอย่างดังนี้

1) บ้านทุ่งหลวง
2) บ้านหนองไผ่
3) บ้านหนองน้ำใส
4) บ้านหนองกอก
5) บ้านหนองตาจอน
6) บ้านหนองวัวดำ
7) บ้านเหล่ามะละกอ
8) บ้านเนิน

ขั้นตอนที่ 2 ออกเก็บข้อมูลตามบ้านเกษตรและที่ประชุมเกษตรกรหมู่บ้าน โดยมีผู้นำชุมชน ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เป็นผู้แนะนำให้รู้จักเกษตรกร หมู่บ้านละ 50 ครัวเรือนๆละ 1 คนซึ่งเป็นหัวหน้าครอบครัวหรือตัวแทนครัวเรือนนั้นๆ รวมเป็นหมู่บ้านละ 50 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ลักษณะทางประชากร

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชเป็นคำถามปลายปิด

3. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้จัดทำขึ้นโดยมีขั้นตอนในการดำเนินการตามลำดับดังนี้

3.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร

3.2 ศึกษาแนวทางในการสร้างแบบสอบถามจากงานวิจัยของผู้ที่ทำงานวิจัยเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร

3.3 จัดทำแบบสอบถามให้สอดคล้องกับหัวข้อและวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย

3.4 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจแก้ไขเนื้อหาและการใช้ภาษา ตลอดจนความเหมาะสมทั่วไปของแบบสอบถาม

3.5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษามาปรับปรุง แก้ไขให้เหมาะสม ถูกต้อง และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิจากนั้นนำมาปรับปรุงอีกครั้ง

3.6 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วมาพิมพ์เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วนำไปใช้ทดลอง และนำมาปรับปรุงแล้วเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัย

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบความตรง (validity) ทำการตรวจสอบโดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าจากตำรา หนังสือ และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระและผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.กำจร หลุยยะพงศ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันทัด ทองรินทร์ และอาจารย์กรรพุม บุญทวี เป็นผู้ตรวจ ปรับแก้แบบสอบถามให้เหมาะสมและครอบคลุมตามวัตถุประสงค์การวิจัย

5. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

5.1 นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากเกษตรกรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่บ้านหรือที่ประชุมของเกษตรกร เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นผู้ตอบแบบสอบถามเอง มีส่วนน้อยที่ผู้สอบถามต้องนำแบบสอบถามไปสัมภาษณ์เกษตรกรโดยผู้สัมภาษณ์อ่านคำถามให้เกษตรกรเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเอง

5.2 เก็บรวบรวมแบบสอบถามตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามและคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ข้อมูล

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลจากแบบสอบถามการเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ สื่อบุคคล เกี่ยวกับการใช้สารกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรครบถ้วนแล้วทำการบันทึกข้อมูลลงคอมพิวเตอร์และใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

6.1 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage distribution)

6.2 การวิเคราะห์ด้วยสถิติอ้างอิง (Inferential Statistic) ได้แก่ ไคสแควร์ (Chi-square test)

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากร

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี

ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน ลักษณะทางประชากรของเกษตรกรที่แตกต่างกัน ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชแตกต่างกัน

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากร

ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากร ปรากฏดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากร

(n=400)

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
หญิง	176	44.0
ชาย	224	56.0
2. อายุ		
น้อยกว่า 31 ปี	43	10.8
31 - 40 ปี	93	23.3
41 - 50 ปี	118	29.5
51 - 60 ปี	111	27.8
มากกว่า 60 ปี	35	8.8

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

(n=400)

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา		
ไม่ได้เข้ารับการศึกษา	27	6.8
ประถมศึกษา	240	60.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	78	19.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย	33	8.3
อนุปริญญา / เทียบเท่า	20	5.0
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	2	0.5
4. รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,001 บาท/เดือน	41	10.3
5,001-10,000 บาท/เดือน	298	74.5
10,001-15,000 บาท/เดือน	46	11.5
มากกว่า 15,000 บาท/เดือน	15	3.8
5. ระยะเวลาในการประกอบอาชีพเกษตรกรรม		
1-5 ปี	67	16.8
6-10 ปี	94	23.5
11-15 ปี	49	12.3
มากกว่า 15 ปี	190	47.5
6. ระยะเวลาในการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช		
1-5 ปี	76	19.0
6-10 ปี	91	22.8
11-15 ปี	53	13.3
มากกว่า 15 ปี	180	45.0
7. ประสบการณ์การฝึกอบรมเกี่ยวกับวิธีการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชให้ปลอดภัย		
เคย	157	39.3
ไม่เคย	243	60.8

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

(n=400)

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
8. หน่วยงานที่จัดฝึกอบรมเกี่ยวกับวิธีการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชให้ปลอดภัย		
กรมวิชาการเกษตร	30	19.1
เกษตรตำบลทุ่งหลวง/เกษตรอำเภอปากท่อ	78	49.7
ตัวแทนจำหน่ายสารเคมีกำจัดศัตรูพืช	46	29.3
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์	2	1.3
อนามัยทุ่งหลวง	1	0.6

จากตารางที่ 4.1 พบว่า เกษตรกรที่ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.0 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 44.0 มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมาคืออายุระหว่าง 51 - 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.8 และอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.3 ระดับการศึกษาของเกษตรกรคือ ระดับประถมศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 19.5 และมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 8.3 รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน มีรายได้ ระหว่าง 5,001-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมาคือ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.5 และต่ำกว่า 5,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.3 ระยะเวลาในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมมากกว่า 15 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมา คือ 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.8 และ 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.3 ระยะเวลาในการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชมากกว่า 15 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.8 และ 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.0 ส่วนใหญ่ไม่เคยฝึกอบรมเกี่ยวกับวิธีการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชให้ปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 60.8 และเคยฝึกอบรมเกี่ยวกับวิธีการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชให้ปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 39.2 เกษตรกรส่วนใหญ่ฝึกอบรมกับเกษตรตำบลทุ่งหลวง/เกษตรอำเภอปากท่อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.7 รองลงมาคือ ตัวแทนจำหน่ายสารเคมีกำจัดศัตรูพืช คิดเป็นร้อยละ 29.3

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี ดังปรากฏในตารางที่ 4.2 – 4.5

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของประเภทสื่อที่เปิดรับเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี

ประเภทสื่อที่เปิดรับสื่อ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ (100.0)
1. ประเภทสื่อที่เปิดรับเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชมากที่สุด		
สื่อวิทยุกระจายเสียง	58	16.3
สื่อโทรทัศน์	226	63.7
เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล/เกษตรอำเภอ	16	4.5
ตัวแทนจำหน่ายสารเคมีกำจัดศัตรูพืช	55	15.5

จากตารางที่ 4.2 พบว่า การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 63.7 รองลงมาคือ สื่อวิทยุกระจายเสียง คิดเป็นร้อยละ 16.3 ตัวแทนจำหน่ายสารเคมี ร้อยละ 15.5 และเจ้าหน้าที่เกษตรตำบล/เกษตรอำเภอ คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชทางวิทยุกระจายเสียง

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ (100.0)
2. การเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียง		
2.1 ประเภทเนื้อหาที่สนใจฟังมากที่สุด		
ประสิทธิภาพของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช	163	62.2
พิษและอันตรายของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช	28	10.7
วิธีการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช	43	16.4
ราคาของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช	28	10.7
2.2 เวลาที่เปิดรับฟังวิทยุกระจายเสียง		
เช้า	71	27.1
สาย	72	27.5
บ่าย	78	29.8
เย็น	23	8.8
กลางคืน	18	6.9
2.3 สถานที่ที่เปิดรับฟังวิทยุกระจายเสียง		
บ้าน	200	76.3
แปลงเกษตร	55	21.0
ขณะเดินทางตอนเช้า	6	2.3
ขณะเดินทางตอนเย็น	1	0.4
2.4 ได้รับข้อมูลข่าวสารเรื่องการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชจากการเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียง		
เพิ่มขึ้น	238	90.8
ไม่เพิ่มขึ้น	24	9.2

จากตารางที่ 4.3 เกษตรกรส่วนใหญ่เคยรับฟังรายการเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชทางวิทยุกระจายเสียงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.5 เปิดรับฟังเนื้อหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสารเคมีกำจัดศัตรูพืชมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.2 รองลงมาคือ วิธีการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช คิดเป็นร้อยละ 16.4 พิษและอันตรายของสารเคมีกำจัดศัตรูพืชและราคาของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช คิดเป็นร้อยละ 10.7 เท่ากัน และฟังวิทยุกระจายเสียงในช่วงบ่ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมาคือ ช่วงสาย คิดเป็นร้อยละ 27.5 และช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 27.1 การเปิดรับฟังวิทยุกระจายเสียงฟังที่บ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.3 รองลงมาคือ แปลงเกษตร คิดเป็นร้อยละ 21.0 และขณะเดินทางตอนเช้า คิดเป็นร้อยละ 27.1 เกษตรกรส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชจากสื่อวิทยุกระจายเสียงเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 90.8 และได้รับข้อมูลข่าวสารไม่เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 9.2

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชทางโทรทัศน์

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ (100.0)
3.1 ประเภทเนื้อหาที่สนใจรับชมมากที่สุด		
ประสิทธิภาพของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช	208	62.7
พิษและอันตรายของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช	33	9.9
วิธีการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช	45	13.6
ราคาของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช	45	13.6
เนื้อหาเกี่ยวกับ/เกษตรพอเพียง	1	0.3
3.2 เวลาที่เปิดรับชมรายการทางโทรทัศน์		
เช้า	44	13.3
สาย	42	12.7
บ่าย	118	35.5
เย็น	57	17.2
กลางคืน	71	21.4
3.3 สถานที่ที่รับชมรายการทางโทรทัศน์		
บ้าน	323	97.3
แปลงเกษตร	5	1.5
ร้านค้า	3	0.9
ขณะเดินทาง	1	0.3
3.4 ได้รับข้อมูลข่าวสารเรื่องการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชจากการเปิดรับสื่อโทรทัศน์		
เพิ่มขึ้น	294	88.6
ไม่เพิ่มขึ้น	38	11.4

จากตารางที่ 4.4 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เปิดรับชมเนื้อหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสารเคมีกำจัดศัตรูพืชมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.7 รองลงมาคือ วิธีการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชและราคาของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช คิดเป็นร้อยละ 13.6 เท่ากัน พิษและอันตรายของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช คิดเป็นร้อยละ 9.9 ชมรายการทางโทรทัศน์ในช่วงบ่ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมาคือ กลางคืน คิดเป็นร้อยละ 21.4 และช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 17.2 สถานที่ที่เปิดรับชมรายการทางโทรทัศน์ ส่วนใหญ่เป็นที่บ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97.3 รองลงมาคือ แปลงเกษตร คิดเป็นร้อยละ 1.5 และที่ร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 0.9 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชทางโทรทัศน์ ได้รับข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 88.6 และได้รับข้อมูลข่าวสารไม่เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 11.4

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชทางสื่อบุคคล

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ (100.0)
4. การเปิดรับสื่อบุคคล		
4.1 บุคคลที่ให้ข่าวสารเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช		
เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล/เกษตรอำเภอ	90	22.5
ตัวแทนจำหน่ายสารเคมีกำจัดศัตรูพืช	280	70.0
วิทยากรอบรม	15	3.8
พนักงาน ธกส.	1	0.3
เพื่อนบ้าน	1	0.3
ไม่เคยเปิดรับ	13	3.3
4.2 ประเภทเนื้อหาที่สนใจมากที่สุด		
ประสิทธิภาพของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช	242	62.5
พิษและอันตรายของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช	41	10.6
วิธีการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช	63	16.3
ราคาของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช	41	10.6
4.3 เวลาที่เปิดรับข่าวสาร		
เช้า	41	10.6
สาย	47	12.1
บ่าย	93	24.0
เย็น	96	24.8
กลางคืน	110	28.4
4.4 สถานที่ที่เปิดรับข่าวสาร		
บ้าน	188	48.6
แปลงเกษตร	12	3.1
ร้านตัวแทนจำหน่ายสารเคมี	56	14.5
ที่ประชุม	131	33.9

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ (100.0)
3.5 ได้รับข้อมูลข่าวสารเรื่องการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชจากการเปิดรับสื่อบุคคล		
เพิ่มขึ้น	369	92.0
ไม่เพิ่มขึ้น	31	8.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า บุคคลที่ให้ข่าวสารเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชกับเกษตรกรมากที่สุดคือ ตัวแทนจำหน่ายสารเคมีกำจัดศัตรูพืช คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล/เกษตรอำเภอ คิดเป็นร้อยละ 22.5 และวิทยากรจากการอบรม คิดเป็นร้อยละ 3.8 เนื้อหาที่สนใจมากที่สุดคือประสิทธิภาพของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือ วิธีการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช คิดเป็นร้อยละ 16.3 พิษและอันตรายจากการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชและราคาของสารกำจัดศัตรูพืช คิดเป็นร้อยละ 10.6 เท่ากัน การเปิดรับข่าวสารส่วนใหญ่เป็นเวลากลางคืนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.4 รองลงมาคือ ช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 24.8 และช่วงบ่าย คิดเป็นร้อยละ 24.0 เปิดรับข่าวสารที่บ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.6 รองลงมาคือที่ประชุม คิดเป็นร้อยละ 33.9 และที่ร้านตัวแทนจำหน่ายสารเคมี คิดเป็นร้อยละ 14.5 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชจากสื่อบุคคล ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 92.0 และไม่เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 8.0

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากร กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชแตกต่างกันของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี

ผลการทดสอบสมมติฐาน ลักษณะทางประชากรของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชแตกต่างกัน

3.1 เกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.6 ผลการทดสอบสมมติฐานเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชแตกต่างกัน

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	χ^2	Df	Sig.
1. การเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียง			
1.1 ประเภทเนื้อหาที่สนใจฟังมากที่สุด	10.484	12	0.574
1.2 เวลาที่เปิดรับฟังวิทยุกระจายเสียง	19.701	16	0.234
1.3 สถานที่ที่เปิดรับฟังวิทยุกระจายเสียง	11.769	12	0.464
2. การเปิดรับสื่อโทรทัศน์			
2.1 ประเภทเนื้อหาที่สนใจรับชมมากที่สุด	17.681	16	0.343
2.2 เวลาที่เปิดรับชมรายการทางโทรทัศน์	22.167	16	0.138
2.3 สถานที่ที่รับชมรายการทางโทรทัศน์	8.856	12	0.715
3. การเปิดรับสื่อบุคคล			
3.1 ประเภทเนื้อหาที่สนใจมากที่สุด	7.275	12	0.839
3.2 เวลาที่เปิดรับข่าวสาร	18.196	16	0.313
3.3 สถานที่ที่เปิดรับข่าวสาร	12.053	12	0.441

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.6 พบว่า เกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ได้แก่ เนื้อหาที่สนใจฟังมากที่สุด เวลาที่เปิดรับฟังและสถานที่ที่เปิดรับฟังวิทยุกระจายเสียง ไม่แตกต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชทางโทรทัศน์ ประเภทเนื้อหาที่สนใจรับชมมากที่สุด เวลาที่เปิดรับรายการทางโทรทัศน์ สถานที่ที่เปิดรับชมรายการทางโทรทัศน์ ไม่แตกต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับจากสื่อบุคคลเกี่ยวกับเนื้อหาที่สนใจมากที่สุด เวลาที่เปิดรับข่าวสาร สถานที่ที่เปิดรับข่าวสาร ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

3.2 เกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7 การทดสอบสมมติฐานเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชแตกต่างกัน

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	χ^2	Df	Sig.
1. การเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียง			
1.1 เนื้อหาที่สนใจฟังมากที่สุด	16.566	15	0.345
1.2 เวลาที่เปิดรับฟังวิทยุกระจายเสียง	25.591	20	0.180
1.3 สถานที่ที่เปิดรับฟังวิทยุกระจายเสียง	24.128	15	0.063
2. การเปิดรับสื่อโทรทัศน์			
2.1 เนื้อหาที่สนใจรับชมมากที่สุด	29.507	20	0.078
2.2 เวลาที่เปิดรับชมรายการทางโทรทัศน์	25.879	20	0.170
2.3 สถานที่ที่รับชมรายการทางโทรทัศน์	8.104	15	0.920
3. การเปิดรับสื่อบุคคล			
3.1 เนื้อหาที่สนใจมากที่สุด	25.209	15	0.047*
3.2 เวลาที่เปิดรับข่าวสาร	20.878	20	0.404
3.3 สถานที่ที่เปิดรับข่าวสาร	23.613	15	0.072

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.7 พบว่า เกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชทางสื่อวิทยุกระจายเสียง ได้แก่ ประเภทเนื้อหาที่สนใจฟังมากที่สุด เวลาที่เปิดรับฟังวิทยุกระจายเสียง สถานที่ที่เปิดรับฟังไม่แตกต่างกัน และพฤติกรรมการเปิดรับจากสื่อบุคคลที่ให้ข่าวสารเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช เวลาที่เปิดรับข่าวสาร สถานที่ที่เปิดรับข่าวสาร ไม่แตกต่าง จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

นอกจากนี้ยังพบว่าเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ได้แก่ ประเภทเนื้อหาที่สนใจมากที่สุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่า Sig เท่ากับ 0.003 และ 0.047 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ค่า α ที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ คือ .05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

3.3 เกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 การทดสอบสมมติฐานเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชแตกต่างกัน

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	χ^2	Df	Sig.
1. การเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียง			
1.1 ประเภทเนื้อหาที่สนใจฟังมากที่สุด	24.716	9	0.003*
1.2 เวลาที่เปิดรับฟังวิทยุกระจายเสียง	15.700	12	0.205
1.3 สถานที่ที่เปิดรับฟังวิทยุกระจายเสียง	32.141	9	0.000*

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.8 พบว่า เกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเกี่ยวกับประเภทเนื้อหาที่สนใจฟังมากที่สุด และสถานที่ที่เปิดรับฟังวิทยุกระจายเสียงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานงานวิจัย

นอกจากนี้ยังพบว่าเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสื่อวิทยุกระจายเสียง เกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ได้แก่ เวลาที่เปิดรับฟังวิทยุกระจายเสียง ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.9 การทดสอบสมมติฐานเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชแตกต่างกัน

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	χ^2	Df	Sig.
การเปิดรับสื่อโทรทัศน์			
1. ประเภทเนื้อหาที่สนใจรับชมมากที่สุด	29.684	12	0.003*
2. เวลาที่เปิดรับชมรายการทางโทรทัศน์	23.701	12	0.022*
3. สถานที่ที่รับชมรายการทางโทรทัศน์	19.026	9	0.025*

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.9 พบว่า เกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ ได้แก่ ประเภทเนื้อหาที่สนใจรับชมมากที่สุด เวลาที่เปิดรับชมรายการทางโทรทัศน์ และสถานที่ที่รับชมรายการทางโทรทัศน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.10 การทดสอบสมมติฐานเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชแตกต่างกัน

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	χ^2	Df	Sig.
การเปิดรับสื่อบุคคล			
1. ประเภทเนื้อหาที่สนใจมากที่สุด	40.856	9	0.000*
2. เวลาที่เปิดรับข่าวสาร	53.408	12	0.000*
3. สถานที่ที่เปิดรับข่าวสาร	28.890	9	0.001*

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.10 พบว่า เกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคล ได้แก่ ประเภทเนื้อหาที่สนใจมากที่สุด เวลาที่เปิดรับข่าวสาร สถานที่ที่เปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

บทที่ 5
สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การเปิดรับสื่อ เกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร 2) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี เมื่อจำแนกตามลักษณะทางประชากร กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ เกษตรกรที่ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชที่อาศัยอยู่ใน ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ และ สถิติอ้างอิง ได้แก่ ค่าไคสแควร์ ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. สรุปการวิจัย

ตอนที่ 1 ลักษณะประชากร

เกษตรกรที่ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.0 และมีระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 60.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 74.5 มีระยะเวลาในการประกอบอาชีพเกษตรกรรม มากกว่า 15 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.0 ส่วนใหญ่ไม่เคยฝึกอบรมเกี่ยวกับวิธีการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชให้ปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 60.8 และด้านการฝึกอบรมเกี่ยวกับวิธีการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชให้ปลอดภัย ส่วนใหญ่ฝึกอบรมกับเกษตรตำบลทุ่งหลวง/เกษตรอำเภอปากท่อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.7

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี

เกษตรกรที่ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช โดยเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.7 รองลงมาคือ สื่อวิทยุกระจายเสียง คิดเป็นร้อยละ 16.3 และสื่อบุคคล ร้อยละ 15.5

ส่วนใหญ่เกษตรที่ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชที่เปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียง สนใจเนื้อหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสารเคมีกำจัดศัตรูพืชมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.2 เวลาที่เปิดรับฟัง คือ ช่วงบ่าย คิดเป็นร้อยละ 29.8 สถานที่ที่เปิดรับฟังรายการคือที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 76.3 จากการเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียง ส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชเพิ่มขึ้นมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 90.8

เกษตรที่ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ เนื้อหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสารเคมีกำจัดศัตรูพืชมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.7 เวลาที่เปิดรับชมรายการช่วงเวลาบ่าย คิดเป็นร้อยละ 35.5 สถานที่ที่เปิดรับชมรายการคือที่บ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97.3 จากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชจากการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ ส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชเพิ่มขึ้นมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 88.6

เกษตรที่ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช เปิดรับข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่จากตัวแทนจำหน่ายสารเคมีกำจัดศัตรูพืช คิดเป็นร้อยละ 70.0 เนื้อหาที่สนใจมากที่สุดเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช คิดเป็นร้อยละ 62.5 เวลาที่เปิดรับข่าวสารในช่วงเวลากลางคืน คิดเป็นร้อยละ 28.4 และสถานที่ที่เปิดรับข่าวสารคือที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 48.6 จากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชจากสื่อบุคคล ส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชเพิ่มขึ้นมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 92.0

ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานลักษณะทางประชากรของเกษตรกรที่แตกต่างกัน ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชแตกต่างกัน ยกเว้น เพศหญิงชาย ไม่มีผลต่อการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี

2. อภิปรายผล

2.1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของเกษตรกรตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชมากที่สุดจากสื่อโทรทัศน์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีรูปแบบ เนื้อหาและรายการที่สามารถสนองความต้องการในการเปิดรับสื่อเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ได้เกือบครบทุกด้าน และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสมศักดิ์ คูหาสวรรค์เวช (2552)ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ ความเข้าใจ การใช้ประโยชน์ ความต้องการ ความ

เหมาะสม ความเชื่อถือ ปัญหาและปัจจัยพื้นฐานของเกษตรกรที่มีผลต่อการการประชาสัมพันธ์เกษตรอินทรีย์ในตำบลตะพง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง พบว่า เกษตรกรรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ วิทยุกระจายเสียง ร้อยละ 57 วิทยุโทรทัศน์ ร้อยละ 100 เนื้อหาที่เกษตรกรสนใจเปิดรับโดยภาพรวมทุกสื่อคือประสิทธิภาพของสารเคมีกำจัดศัตรูพืชซึ่งเกษตรกรประกอบอาชีพเกษตรกรรมย่อมต้องการผลผลิตของตนเพิ่มมากขึ้น จึงต้องการเนื้อหาดังกล่าวสอดคล้องกับ เบคเกอร์ (Becker, 1977 อ้างในสมควร เจริญสุข, 2539) ที่อธิบายไว้ว่า บุคคลจะเปิดรับสื่อเพื่อต้องการข้อมูลที่ตนเองอยากรู้และสอดคล้องกับ เมอร์ลินและโลเวนสเตนน์ (Merrill and Lowenstein, 1984 อ้างในชวรัตน์ เชิดชัย, 2527) กล่าวว่า มนุษย์แสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง นอกจากนี้แล้วเวลาเปิดรับสื่อส่วนใหญ่เป็นเวลาบ่าย และสถานที่ที่เปิดรับคือที่บ้าน สอดคล้องกับ สมศักดิ์ คูหาสวรรค์เวช (2551) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรม ความรู้ ทัศนคติ ปัญหาในการเปิดรับข่าวสารทางการเกษตรในกรุงเทพมหานครและจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าเกษตรกรเปิดรับสื่อที่บ้านและสอดคล้องกับ Assel (http://www.komchadluek.net ค้นคืนวันที่ 20 พฤษภาคม 2556) ที่กล่าวว่า บุคคลจะรับสื่อตามที่ตนเองสะดวกนั่นคือปลอดจากภารกิจทั้งหลาย

2.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

2.2.1 จากผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถสรุปในภาพรวมของความแตกต่าง ดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐาน เกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี ที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ เกี่ยวกับเนื้อหาที่สนใจฟัง โดย เวลาที่เปิดรับฟัง สถานที่เปิดรับฟัง ไม่แตกต่างกัน

2.2.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน เกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี ที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลเกี่ยวกับเนื้อหาที่สนใจฟัง เวลาที่เปิดรับฟัง สถานที่เปิดรับฟัง ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น สื่อบุคคล นั่นคือ เกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี ที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลด้านเนื้อหาที่สนใจมากที่สุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน เกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียง ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น เกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการ

เปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ บุคคล เกี่ยวกับเนื้อหา สถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อาจกล่าวได้ว่าลักษณะทางประชากรคือ การศึกษาที่แตกต่างกันทำให้มีการเลือกเนื้อหาสารจากสื่อบุคคลต่างกัน และรายได้ที่แตกต่างกันทำให้มีการเลือกเนื้อหาสาร เวลาที่เปิดรับและสถานที่ที่เปิดรับแตกต่างกัน สอดคล้องกับ พรทิพย์ วรกิจโภคาทร (2532) ที่กล่าวว่า ระดับการศึกษาเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมแตกต่างกันออกไป ดังนั้นผู้ส่งสารจึงต้องตระหนักและระมัดระวังว่าในการใช้ข่าวสารนั้น ควรเสนอข่าวสารอย่างไรให้เหมาะสม นอกจากนั้นแล้ว ชแรมม์ และไวท์อ้างใน ยุบล เบญจรงค์กิจ (2539) ได้กล่าวไว้ว่า รายได้เป็นสิ่งหนึ่งที่บ่งบอกถึงอำนาจการใช้จ่ายในการบริโภคข่าวสาร ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจสูงจะมีโอกาสที่ดีกว่าในการแสวงหาสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการดูแลตนเอง ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจต่ำจะมีการศึกษาน้อย ทำให้มีข้อจำกัดในการรับรู้ เรียนรู้ ตลอดจนการแสวงหาความรู้และประสบการณ์ในการดูแลตนเอง

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

3.1.1 จากผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีการเปิดรับชมรายการเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชทางโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ วิทยุกระจายเสียง และบุคคล ดังนั้นหากจะมีการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับสารเคมีกำจัดศัตรูพืชที่จะสามารถสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้ผลดีที่สุด ควรจะเลือกใช้สื่อโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง รวมทั้งมีการพัฒนาเนื้อหาให้สอดคล้องกับความต้องการและลักษณะทางประชากรของเกษตรกร

3.1.2 ด้านการเปิดรับสื่อ จากผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่สนใจเนื้อหาประสิทธิภาพของสารเคมีกำจัดศัตรูพืชมากที่สุด ควรมีการรณรงค์ให้เกษตรกรทราบถึงพิษภัยจากการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ประเภทและวิธีการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชควบคู่ไปกับประสิทธิภาพของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี เท่านั้น จึงยังไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่มีการเปิดรับสื่อในเขตอื่นๆ ที่อยู่ในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ ดังนั้นควรมีการศึกษากับเกษตรกรในเขตพื้นที่อื่นๆ

3.2.2 ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรีอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนารูปแบบ และวิธีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชให้มีความน่าสนใจมากขึ้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กมลทิพย์ วาสนสมพงษ์ (2551) “ภาพลักษณ์สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยในสายตาประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

กฤติมา เกรียงขจรพันธ์ (2554) “การสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการพัฒนาชุมชนโดย สถานีวิทยุ อสมท FM 105.0 MHz จ.กระบี่” วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตร-มหาบัณฑิต คณะรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์ (2552) *จิตวิทยาทั่วไป* พิมพ์ครั้งที่ 17 คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ขวัญเมือง ศิลา (2550) “ประเภทสื่อ พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ข่าวสาร การปลูกหญ้าแฝกเฉลิมพระเกียรติของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการปลูกหญ้าแฝก เฉลิมพระเกียรติในจังหวัดเพชรบุรี” วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตร-มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คนึงนิจ แซ่อั้ง (2539) “พฤติกรรม การรับฟังวิทยุในรถยนต์และพฤติกรรมการไปห้างสรรพสินค้าของลูกค้าห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตร-มหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จุฑามาส กีรติกสิกร (2542) “รูปแบบการดำเนินชีวิตของเด็กวัยรุ่นกับการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน” วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์สาขาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชวรัตน์ เชิดชัย (2527) *การสื่อสารและสาธารณมติ* กรุงเทพมหานคร ม.ป.ท.

ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ (2547) “ความหมายของการสื่อสาร” ใน*ประมวลสาระชุดวิชาบูรณาการวิชาชีพนิเทศศาสตร์* หน่วยที่ 4 หน้า 5 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์

_____. (2547) “วัตถุประสงค์การสื่อสาร” ใน*ประมวลสาระชุดวิชาบูรณาการวิชาชีพนิเทศศาสตร์* หน่วยที่ 4 หน้า 6 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์

เธียรธิดา มฤคทัต (2544) “การเปิดรับสื่อความรู้ทัศนคติและการปฏิบัติตามโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ของเกษตรกร: กรณีศึกษาจังหวัดอยุธยา” วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตร-มหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

นารากร ติยายน (2538) “ปัจจัยที่มีผลต่อการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการเกษตรของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านอำเภออ่างทอง จังหวัดอ่างทอง” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร-มหาบัณฑิต (เกษตรศาสตร์) สาขาส่งเสริมการเกษตร ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประชาสิทธิ์ ใจกว้าง (2552) “อิทธิพลของการใช้สื่อเผยแพร่ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการทำเกษตรกรรมของเกษตรกรในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแหง อำเภองาว จังหวัดลำปาง” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ปราณี เนรมิตร และคณะ (2553) “การศึกษาอิทธิพลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือนของเกษตรกรในเขตอำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์” สาขาการบัญชี ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

พรทิพย์ วรกิจโภคาทร (2532) *เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร* หน่วยที่ 6 นนทบุรี สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พรเพ็ญ พยัคฆมาภรณ์ (2539) “การเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของผู้สูงอายุไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พัชนี เชยจรรยา และคณะ (2538) *แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์* พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพมหานคร เยลโล่การพิมพ์ (1988)

พิรฤดา พจนพิสุทธิ์ (2538) “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พีระ จิรโสภณ (2547) *เอกสารการสอนชุดวิชาทฤษฎีและพฤติกรรมการสื่อสาร* นนทบุรี สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

มานะ เพชรคง (2549) “ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับพฤติกรรมการใช้สารเคมีทางการของเกษตรกรอำเภอบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก” วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตร-มหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

มูลนิธิชีววิถี (2556) “บทความเรื่องสถานการณ์ปัญหาสุขภาพของเกษตรกร และการควบคุมสารกำจัดศัตรูพืช” ค้นคืนวันที่ 7 มกราคม 2556 จาก http//www.biothai.net

ยุพา สุภากุล (2540) *การสื่อสารมวลชน* กรุงเทพมหานคร โอเดียนสโตร์

ราชบัณฑิตยสถาน (2542) *พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน* กรุงเทพมหานคร นานมีบุคส์

วนิดา นิรมย์ (2537) “ปัจจัยที่มีส่วนกำหนดต่อการเป็นผู้สูงอายุที่ยังคุณประโยชน์” วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วาสนา กองผัด (2537) “ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตนในการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของชาวสวนองุ่น อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วังทราย อินทะวัน (2553) “พฤติกรรมการบริโภคสื่อประเภทต่างๆของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่” แบบฝึกหัดการวิจัยปัญหาเศรษฐกิจปัจจุบัน คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วินัย วีระวัฒนานนท์ (2537) *สิ่งแวดล้อมและการพัฒนา* กรุงเทพมหานคร เรือนแก้วการพิมพ์

สมควร กวียะ (2544) “บทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร” ใน *เอกสารการสอบชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร* หน่วยที่ 4 นนทบุรี สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

สมควร เจริญสุข (2539) “พฤติกรรมการเปิดรับสารและความพึงพอใจจากรายการโชว์ทางโทรทัศน์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมศักดิ์ คูหาสวรรค์เวช (2551) *การประชุมทางวิชาการเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารทางเกษตรของเกษตรกรในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดฉะเชิงเทรา” ครั้งที่ 46* สาขาศึกษาศาสตร์ สาขามนุษย์ศาสตร์ และสังคมศาสตร์ สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ สาขาส่งเสริมการเกษตรและคหกรรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

_____. (2552) *การประชุมทางวิชาการเรื่อง “การประชาสัมพันธ์เกษตรอินทรีย์ใน ตำบลตะพง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง” ครั้งที่ 47* สาขาส่งเสริมการเกษตร และคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สังวร สุขสามัคคี (2537) “ความต้องการข่าวสารการเกษตรจากวิทยุโทรทัศน์ของเกษตรกร อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่” วิทยานิพนธ์ปริญญาเทคโนโลยีการเกษตรมหาบัณฑิต ส่งเสริมการเกษตร สาขาส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้

สุชา จันทร์เอม (2544) *จิตวิทยาทั่วไป* พิมพ์ครั้งที่ 13 กรุงเทพมหานคร ไทยวัฒนาพานิช

สุรวุฒิ ประคำทอง (2548) “ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับสื่อของประชาชนตามลักษณะเมือง” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเกษตร

สุรางค์ โค้วตระกูล (2541) *จิตวิทยาการศึกษา* กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สุภาวดี อินนุพัฒน์ (2546) “การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และการมีส่วนร่วมในโครงการประหยัดไฟฟ้ากำไร 2 ต่อของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สุภาวดี เตียพิริยะกิจ (2539) “ความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ.2538 ของเยาวชนอายุ 18-19 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารและสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2546) *“ตาดูหูฟัง” สถานการณ์การเปิดรับสื่อ โทรทัศน์-วิทยุ ของคนไทย* ศูนย์วิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ ค้นคืนวันที่ 7 พฤษภาคม 2556 จาก http//resource.thaihealth.or.th/highlight/12370

อรนุช สุดประเสริฐ (2538) “การวิเคราะห์รายการแข่งขันชิงรางวัลทางโทรทัศน์” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Rogers, E. M., & Svenning, L. (1969). *Modernization among peasants: The impact of communication*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

Schramm, W. (1973). *How Communication Work’s.Basic Reading in Communication Theory*. New York: Harper and Row.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี

โดย นายสุวิทย์ ธนวิชากร

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

คำชี้แจง แบบสอบถามเพื่อการวิจัยชุดนี้มี 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของเกษตรกรเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย / ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ 1.ชาย ☐ 2.หญิง

2. อายุ.....ปี

3. การศึกษา

☐ 1. ไม่ได้เรียน ☐ 2. ประถมศึกษา

☐ 3. มัธยมศึกษาตอนต้น ☐ 4. มัธยมศึกษาตอนปลาย

☐ 5. อนุปริญญา / เทียบเท่า ☐ 6. ปริญญาตรีหรือสูงกว่า

4. รายได้รวมของท่านต่อเดือน

☐ 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท/เดือน ☐ 2. 5,000-10,000 บาท/เดือน

☐ 3. 10,001-15,000 บาท/เดือน ☐ 4. เกินกว่า 15,000 บาท/เดือน

5. ท่านทำการเกษตรมานานเท่าไหร่

☐ 1. 1-5 ปี ☐ 2. 6-10 ปี

☐ 3. 11-15 ปี ☐ 4. มากกว่า 15 ปี

6. ท่านใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชมานานเท่าไหร่

☐ 1. 1-5 ปี ☐ 2. 6 -10 ปี

☐ 3. 11-15 ปี ☐ 4. มากกว่า 15 ปี

7. ท่านเคยได้รับการอบรมเกี่ยวกับวิธีการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชให้ปลอดภัย หรือไม่

☐ 1. เคย (ตอบข้อ 8) ☐ 2. ไม่เคย (ข้ามไปตอบส่วนที่ 2)

8. หน่วยงานใดเป็นผู้จัดอบรม

☐ 1. กรมวิชาการการเกษตร

☐ 2. เกษตรตำบลทุ่งหลวง/เกษตรอำเภอปากท่อ

☐ 3. ตัวแทนจำหน่ายสารเคมีกำจัดศัตรูพืช

☐ 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ตำบลทุ่งหลวง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย / ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

เวลา หมายถึง เช้า 4.00 -8.00 น. , สาย 8.00-12.00 น. ,บ่าย 12.00-16.00 น., เย็น 16.00-19.00 น., กลางคืน 19.00-22.00 น.

1. ท่านเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชจากสื่อใดดังต่อไปนี้

☐ 1. สื่อวิทยุกระจายเสียง ☐ 2. สื่อโทรทัศน์

☐ 3. เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล/เกษตรอำเภอ ☐ 4. ตัวแทนจำหน่ายสารเคมีกำจัดศัตรูพืช

☐ 5. อื่นๆ(โปรดระบุ).....

สื่อวิทยุกระจายเสียง

2. เนื้อหาที่ท่านสนใจฟังมากที่สุดคือข้อใด

☐ 1. ประสิทธิภาพของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช

☐ 2. พิษและอันตรายของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช

☐ 3. วิธีการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช

☐ 4. ราคาของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช

☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3. เวลาใดที่ท่านเปิดฟังวิทยุกระจายเสียงมากที่สุด

☐ 1. เช้า ☐ 2. สาย

☐ 3. บ่าย ☐ 4. เย็น

☐ 5. กลางคืน

4. สถานที่ที่ท่านเปิดรับฟังรายการวิทยุมากที่สุด คือที่ใด

☐ 1. ที่บ้าน ☐ 2. ที่แปลงเกษตร

☐ 3. ขณะเดินทางตอนเช้า ☐ 4. ขณะเดินทางตอนเย็น

☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. จากการเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชทำให้มีความรู้เรื่องการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชเพิ่มขึ้นหรือไม่

☐ 1. เพิ่มขึ้น ☐ 2. ไม่เพิ่มขึ้น

สื่อโทรทัศน์

6. เนื้อหาที่ท่านสนใจฟังมากที่สุดคือข้อใด

☐ 1. ประสิทธิภาพของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช

☐ 2. พิษและอันตรายของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช

☐ 3. วิธีการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช

☐ 4. ราคาของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช

☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. เวลาใดที่ท่านเปิดชมรายการทางโทรทัศน์มากที่สุด

☐ 1. เช้า ☐ 2. สาย

☐ 3. บ่าย ☐ 4. เย็น

☐ 5. กลางคืน

8. สถานที่ที่ท่านเปิดรับชมมากที่สุด คือที่ใด

☐ 1. ที่บ้าน ☐ 2. ที่แปลงเกษตร

☐ 3. ที่ร้านค้า ☐ 4. ขณะเดินทาง

☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. จากการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชทำให้มีความรู้เรื่องการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชเพิ่มขึ้นหรือไม่

☐ 1. เพิ่มขึ้น ☐ 2. ไม่เพิ่มขึ้น

สื่อบุคคล

10. ท่านเคยรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชจากบุคคลใดบ้าง

☐ 1. เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล/เกษตรอำเภอ

☐ 2. ตัวแทนจำหน่ายสารเคมีกำจัดศัตรูพืช

☐ 3. วิทยากรอบรม

☐ 4. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

11. เนื้อหาที่ท่านสนใจมากที่สุดคือข้อใด

☐ 1. ประสิทธิภาพของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช

☐ 2. พิษและอันตรายของสารเคมีกำจัดศัตรูพืช

☐ 3. วิธีการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช

☐ 4. ราคาของสารเคมีกำจัด

☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

12. เวลาใดที่ท่านรับข่าวสารมากที่สุดจากสื่อบุคคล

☐ 1. เช้า ☐ 2. สาย

☐ 3. บ่าย ☐ 4. เย็น

☐ 5. กลางคืน

13. สถานที่ที่ท่านเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือที่ใด

☐ 1. ที่บ้าน ☐ 2. ที่แปลงเกษตร

☐ 3. ที่ร้านตัวแทนจำหน่ายสารเคมี ☐ 4. ที่ประชุม

☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

14. จากการเปิดรับสื่อบุคคลเกี่ยวกับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชทำให้มีความรู้เรื่องการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชเพิ่มขึ้นหรือไม่

☐ 1. เพิ่มขึ้น ☐ 2. ไม่เพิ่มขึ้น

ภาคผนวก ข

ข้อมูลประชากรตำบลทุ่งหลวง

ข้อมูลประชากรตำบลทุ่งหลวง

ตำบลทุ่งหลวง	จำนวนครัวเรือน	ชาย	หญิง	รวม
หมู่ที่ 1 หนองไร่	283	516	551	1,067
หมู่ที่ 2 หนองข่อย	357	628	628	1,179
หมู่ที่ 3 ทุ่งหลวง	294	492	492	966
หมู่ที่ 4 พุคาย	367	637	637	1,287
หมู่ที่ 5 หนองโสน	190	364	364	730
หมู่ที่ 6 หนองไผ่	210	348	348	709
หมู่ที่ 7 หนองน้ำใส	271	517	517	1,035
หมู่ที่ 8 เขาพระเอก	319	496	496	1,015
หมู่ที่ 9 หนองกอก	194	328	328	669
หมู่ที่ 10 หนองตาจอน	160	314	314	609
หมู่ที่ 11 หนองวัวดำ	298	479	479	984
หมู่ที่ 12 พุยาง	143	207	207	414
หมู่ที่ 13 เขากลอย	71	134	134	217
หมู่ที่ 14 หนองเด่น	206	433	433	878
หมู่ที่ 15 เหล่ามะละกอ	208	426	426	844
หมู่ที่ 16 บ้านเนิน	163	284	284	555

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นายสุวิทย์ ธนวิชากร
วัน เดือน ปีเกิด	12 ตุลาคม 2502
สถานที่เกิด	อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา
ประวัติการศึกษา	นิติศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ.2524
สถานที่ทำงาน	บริษัท ซิกม่าอโกรเคมีคอล จำกัด
ตำแหน่ง	ผู้จัดการโรงงาน