

การพิมพ์และการใช้ประโยชน์ข่าวสารและความรู้ด้านการเกษตร
จากสื่อใหม่ของเกษตรกรไทย



นายสุวัฒน์ชัย กิจวรพัฒน์

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2551

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THAI FARMER'S NEW MEDIA DEPENDENCY AND USES OF AGRICULTURAL
INFORMATION AND KNOWLEDGE



Mr. Suwatchai Kitvorapat

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Journalism and Information

Department of Journalism

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2008

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การพึ่งพาและการใช้ประโยชน์ข้าวสารและความรู้ด้าน
การเกษตรจากสื่อใหม่ของเกษตรกรไทย

โดย

นายสุวัฒน์ชัย กิจวรพัฒน์

สาขาวิชา

วารสารสนเทศ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิรโสภณ)

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สุวัฒน์ชัย กิจวรพัฒน์ : การพึ่งพาและการใช้ประโยชน์ข่าวสารและความรู้ด้านการเกษตร จากสื่อใหม่ของเกษตรกรไทย. (THAI FARMER'S NEW MEDIA DEPENDENCY AND USES OF AGRICULTURAL INFORMATION AND KNOWLEDGE.) อ.ที่
 ปรักษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผศ.ดร.พิรงรอง รามสูต, 172 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการพึ่งพา การรับรู้ และการใช้ประโยชน์ ข่าวสารและความรู้ด้านการเกษตรจากสื่อใหม่ รวมทั้งวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย สภาวะทางสังคมด้านเศรษฐกิจการเกษตร ปัจจัยบทบาทสื่อ และปัจจัยความต้องการส่วนบุคคล ของเกษตรกรกับการพึ่งพาสื่อใหม่ โดยสำรวจจาก (1) กลุ่มเกษตรกรที่เข้าใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 300 คน และ (2) กลุ่มเกษตรกรที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ รวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และค่าสถิติ t-test ประมวลผลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรม สำเร็จรูป SPSS for Windows

ผลการวิจัยพบว่า

- (1) ปัจจัยการรับรู้สภาวะทางสังคมด้านเศรษฐกิจการเกษตรมีความสัมพันธ์เชิงสอดคล้อง กับพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- (2) ปัจจัยการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร ปัจจัยความต้องการใช้ข้อมูลการเกษตร และ ปัจจัยความต้องการจำเป็นของเกษตรกรด้านการเกษตร มีความสัมพันธ์เชิงสอดคล้องกับ พฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
- (3) กลุ่มเกษตรกรที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมีทัศนคติในทางบวกต่อสื่อใหม่ มากกว่ากลุ่ม เกษตรกรที่ไม่ใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ภาควิชา.....วารสารสนเทศ.....
 สาขาวิชา.....วารสารสนเทศ.....
 ปีการศึกษา...2551

ลายมือชื่อผู้วิจัย.....
 ลายมือชื่ออ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

5084940128 : MAJOR JOURNALISM AND INFORMATION

KEYWORDS : DEPENDENCY / USES / AGRICULTURAL INFORMATION AND
KNOWLEDGE / NEW MEDIA

SUWATCHAI KITVORAPAT : THAI FARMER'S NEW MEDIA DEPENDENCY
AND USES OF AGRICULTURAL INFORMATION AND KNOWLEDGE.

ADVISOR : ASSIS.PROF. PIRONGRONG RAMASOOTA, Ph.D., 172 pp.

The research objectives are (1) to study new media dependency, perception and uses of agricultural information and knowledge and (2) to analyze the relationship between new media dependency and the perception on agricultural social condition media role in disseminating agricultural information and needs for agricultural information and knowledge. This research was studied on group of 300 farmers that use the internet and group another of 100 farmers who do not use the internet. Questionnaires were used in this survey research. SPSS program was utilized to analyze data using statistics such as frequency distribution, means, percentage, Pearson's Product Moment Correlation Coefficient, and t-test to study variables and test hypothesis.

Research results are as follows :

(1) Farmer's perception on agricultural social condition is significantly and positively correlated with their agricultural website dependency at $p = 0.05$ level.

(2) Farmer's perception on the role of media in agricultural, the need for agricultural information using and the need for solving agricultural problems are significantly and positively correlated with the agricultural website dependency at $p = 0.01$ level.

(3) A group of farmers using internet has more positive attitude new media than a group of non-new media users with significant positive correlation at $p = 0.01$

Department : Journalism

Field of Study : Journalism

Academic Year : 2008

Student's Signature *Suwatchai Kitvorapat*

Advisor's Signature *Pirongrong Ramasoota*

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ต้องขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต ที่กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และสละเวลาอันมีค่า คอยให้คำปรึกษา และแนะแนวทางการวิจัยเป็นอย่างดีเสมอมา

กราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมลชาติประเสริฐ ที่กรุณาเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และให้คำปรึกษาที่ดี รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิรโสภณ ที่สละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา และความช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดมา

กราบขอบพระคุณพระพุทธรูปเจ้า พระโพธิสัตว์เจ้า ธรรมบาล และทวยเทพทุกพระองค์ที่เป็นพลังใจที่ดีเสมอมา กราบขอบพระคุณ คุณย่า คุณยาย คุณพ่อ คุณแม่ และพี่สาว ครอบครัวที่แสนน่ารัก ที่คอยให้ความช่วยเหลือ กำลังใจ และแรงสนับสนุนในการศึกษาตลอดมา ขอขอบคุณ ดร.วณิษา กิจวรพัฒน์ และญาติ ๆ ทุกคนสำหรับกำลังใจ และความเป็นห่วงที่มีให้เสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภพร ไทยภักดี อาจารย์ที่แสนน่ารักคอยให้กำลังใจ ความรัก และความเอาใจใส่เสมอมา ขอขอบคุณคุณมณฑา ล้ำเลิศ พี่สาวที่น่ารักมาก คอยให้กำลังใจ และความสุขทุกครั้งไม่เปลี่ยนแปลง

ขอบคุณเพื่อน ๆ ที่แสนน่ารัก ที่คอยให้กำลังใจเสมอมา ทั้งนายคณิต คล้ายแจ้ง, น.ส. อัจฉราภา จุลสม, น.ส.สุภาพร ลัทธิกุล, น.ส.พิมพ์ใจ อหิงสโก, น.ส.นันทนิตย์ อนุศาสนนันท์, น.ส.ชุตติมา ภูมิวิณชชา, น.ส.ศศิธร อุฬารวิริยานนท์, น.ส.วาสนา ศิริมงคล, นายบุญฤทธิ์ บุญยงมณีรัตน์, เพื่อน ๆ วารสารสนเทศ 2550, และเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ทุกคน สำหรับกำลังใจ และความช่วยเหลือที่มีให้กันเสมอมา ขอขอบคุณนายอรรควุฒิ เทียงธรรม น้องชายที่น่ารักที่ช่วยแปลงานให้ครับ และสุดท้ายขอขอบคุณทุกกำลังใจที่มอบให้ผมตลอดมา

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญแผนภาพ.....	ท

บทที่

1. บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหานำวิจัย.....	5
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	7
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	10
1. แนวคิดบทบาทหน้าที่ของสื่อสารมวลชนต่อสังคม.....	10
2. สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาสังคมและการเกษตร.....	12
3. แนวคิดเกี่ยวกับข่าวสารเกษตร.....	16
4. บทบาทสื่อกับการแพร่กระจายของนวัตกรรม.....	19
5. ทฤษฎีสังคมสารสนเทศและโลกาภิวัตน์.....	28
6. บทบาทสื่ออินเทอร์เน็ต.....	32

บทที่	หน้า
2. 7. ช่องว่างทางดิจิทัล.....	35
8. แนวความคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร.....	39
9. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร.....	43
10. การใช้และการพึ่งพาจากสื่อมวลชน.....	48
11. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน.....	54
12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	58
13. กรอบแนวคิดและสมมติฐานวิจัย.....	62
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	66
ประชากร.....	66
การเลือกตัวอย่าง.....	67
ขนาดตัวอย่างในการวิจัย.....	67
วิธีการเลือกตัวอย่างเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล.....	68
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	69
วิธีการวัดตัวแปร.....	70
การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ.....	74
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	76
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	76
4. ผลการวิจัย.....	78
ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลและการรับรู้ต่อสภาวะสังคมด้านเกษตรกร.....	78
ส่วนที่ 2 การรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร.....	87
ส่วนที่ 3 สภาวะความต้องการจำเป็นของเกษตรกร.....	89
ส่วนที่ 4 การพึ่งพาสื่อ.....	92
ส่วนที่ 5 การพึ่งพาสื่อใหม่หรือเว็บไซต์.....	100

บทที่	หน้า
4	ส่วนที่ 6 ความพึงพอใจในการใช้เว็บไซต์.....108
	ส่วนที่ 7 ทักษะติดต่อเว็บไซต์.....110
	ส่วนที่ 8 ปัจจัยที่ทำให้ไม่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต.....112
	ส่วนที่ 9 ทดสอบสมมติฐาน.....114
5.	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....118
	สรุปผลการวิจัย.....119
	ส่วนที่ 1 : ลักษณะส่วนบุคคล.....119
	ส่วนที่ 2 : การรับรู้ต่อสภาวะทางสังคม ด้านเศรษฐกิจการเกษตร.....120
	ส่วนที่ 3 : การรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร.....121
	ส่วนที่ 4 : สภาวะความต้องการจำเป็นของเกษตรกร.....121
	ส่วนที่ 5 : การพึ่งพาสื่อ.....121
	ส่วนที่ 6 : การพึ่งพาสื่อเว็บไซต์.....124
	ส่วนที่ 7 : ความพึงพอใจในการใช้เว็บไซต์.....126
	ส่วนที่ 8 : ทักษะติดต่อเว็บไซต์.....126
	ส่วนที่ 9 : ปัจจัยที่ทำให้ไม่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต.....126
	ส่วนที่ 10 : ทดสอบสมมติฐาน.....126
	อภิปรายผลการวิจัย.....128
	ข้อเสนอแนะทั่วไป.....134
	ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป.....134
	รายการอ้างอิง.....136
	ภาคผนวก.....141
	ภาคผนวก ก.....142
	ภาคผนวก ข.....155

ภาคผนวก ค.....	169
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	172



ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกร โดยจำแนกตามเพศ	79
2 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกร โดยจำแนกตามอายุ.....	79
3 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกร ที่ไม่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต โดยจำแนกที่อยู่.....	80
4 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกร ที่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต โดยจำแนกที่อยู่.....	80
5 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกร โดยจำแนกตามประเภท ของเกษตรกรรวม.....	81
6 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกร โดยจำแนกตามลักษณะ การเป็นเกษตรกร.....	81
7 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกร โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน.....	82
8 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกร จำแนกตามสถานภาพ.....	82
9 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกร โดยจำแนกตามจำนวน สมาชิกในครอบครัว.....	83
10 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกร โดยจำแนกตามการมี เครื่องคอมพิวเตอร์ภายในบ้าน.....	83
11 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกร ที่มีคอมพิวเตอร์ภายในบ้าน จำนวน 300 คน จำแนกตามระยะเวลาการใช้งาน.....	84
12 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกร โดยจำแนกตามผู้ใช้ คอมพิวเตอร์เป็นภายในบ้าน.....	84
13 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกร ที่มีผู้ใช้คอมพิวเตอร์เป็น จำนวน 341 คน จำแนกตามผู้ใช้งานคอมพิวเตอร์.....	84

ตารางที่	หน้า
14 แสดงระดับความคิดเห็นต่อสภาวะทางสังคม	
ด้านการเกษตรปัจจุบัน.....	85
15 แสดงระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร.....	87
16 แสดงระดับความคิดเห็นต่อ ความต้องการความจำเป็นส่วนบุคคล	
ของเกษตรกร.....	89
17 แสดงระดับความคิดเห็นต่อสภาวะความต้องการใช้ข้อมูลด้าน	
การเกษตร.....	91
18 แสดงแนวโน้มของระดับความคิดเห็นต่อการพึ่งพาแหล่งของ	
ข้อมูลข่าวสารของเกษตรกรผู้ไม่ใช่สื่อใหม่.....	93
19 แสดงแนวโน้มของระดับความคิดเห็นต่อการพึ่งพาแหล่งของ	
ข้อมูลข่าวสารของเกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่.....	94
20 แสดงการอ่านหนังสือพิมพ์ของกลุ่มเกษตรกร.....	95
21 แสดงความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์.....	96
22 แสดงการอ่านนิตยสารของเกษตรกร.....	96
23 แสดงความถี่ในการอ่านนิตยสาร.....	97
24 แสดงช่องโทรทัศน์ที่เปิดชมข่าวสารการเกษตร.....	98
25 แสดงความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์.....	98
26 แสดงสถานีหรือคลื่นที่เปิดฟังบ่อยที่สุด.....	99
27 แสดงความถี่ในการรับฟังวิทยุ.....	99
28 แสดงระดับความชำนาญในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต.....	100
29 แสดงมุมมองด้านวัตถุประสงค์ที่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต.....	101
30 แสดงปริมาณการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต.....	101
31 แสดงช่วงเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต.....	102
32 แสดงจำนวนชั่วโมงที่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยในแต่ละวัน.....	102

ตารางที่	หน้า
33 แสดงสถานที่ในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต.....	103
34 แสดงระดับการพึงพาข่าวสารจากเว็บไซต์เกี่ยวกับการเกษตร.....	104
35 แสดงวัตถุประสงค์การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เกี่ยวกับการเกษตร.....	106
36 แสดงระดับความพึงพอใจในการใช้เว็บไซต์.....	108
37 แสดงระดับทัศนคติต่อเว็บไซต์.....	110
38 แสดงระดับปัจจัยที่ทำให้ไม่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต.....	112
39 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้สภาวะทางสังคม ด้านเศรษฐกิจการเกษตร และพฤติกรรมการพึงพาเว็บไซต์การเกษตร.....	114
40 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร และพฤติกรรมการพึงพาเว็บไซต์การเกษตร.....	115
41 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความต้องการใช้ข้อมูลการเกษตร และพฤติกรรมการพึงพาเว็บไซต์การเกษตร.....	115
42 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความต้องการจำเป็นด้านการเกษตร และพฤติกรรมการพึงพาเว็บไซต์การเกษตร.....	116
43 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และทัศนคติต่อสื่ออินเทอร์เน็ตกับ กลุ่มเกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่และเกษตรกรที่ไม่ใช้สื่อใหม่.....	117

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 แบบจำลองเชิงพึ่งพาของบอลล์ – โรคีส และเดอเฟลอร์ แสดงให้เห็นการพึ่งพาซึ่งกันและกัน ระหว่างสังคม สื่อมวลชน ผู้รับสาร และผลของการสื่อสาร.....	50
2 แสดงผลที่ตามมาจากระบวนการใช้และสนองความพึงพอใจ ของผู้รับสาร.....	53
3 แผนภาพเบื้องหลังของการตรวจสอบการใช้ประโยชน์และ การได้รับความพึงพอใจ ของแคทซ์ และลาซาร์เฟลด์ (Katz and Lazarfeld)	57
4 กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่องการพึ่งพาและการใช้ประโยชน์ ข่าวสารและความรู้ด้านการเกษตรจากสื่อใหม่ของ เกษตรกรไทย.....	63

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

นับจากอดีตจวบจนถึงปัจจุบัน การเกษตรถือเป็นฟันเฟืองตัวสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศไทย ให้มีการพัฒนาและก้าวหน้า เม็ดเงินจำนวนมากเกิดมาจากภาคการเกษตร ด้วยมูลค่าการส่งออกกว่า 522,530.4 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2550 ทั้งจากยางพารา ข้าว ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง กุ้งแช่แข็ง ไก่แปรรูป ฯลฯ (กรมส่งเสริมการส่งออก, <http://www.depthai.go.th>) ทั้ง ๆ ที่การเกษตรมีความสำคัญในทุกแง่มุมของชีวิตประชากรไทย และประชากรโลก แต่การพัฒนาทางด้านเกษตรกลับถูกมองข้าม ด้วยมองว่าเป็นอาชีพที่ไม่มีความสำคัญ รายได้น้อย ซึ่งหากคนในภาคเกษตรน้อยลงไปเรื่อย ๆ อาหารหลักของไทย และของโลกก็จะค่อย ๆ หดลงไปในทุกขณะ คู่ข้าวคู่น้ำที่เคยเป็นในอดีตก็จะค่อย ๆ เลือนหายไปตามกาลเวลา ภูมิปัญญาที่สั่งสมมานาน ชั่วลูกชั่วหลานก็จะเลือนรางตามกันไป จึงควรย้อนกลับมาคิดถึงความสำคัญในภาคเกษตรให้มากขึ้นกว่าที่เคยเป็นมา

เกษตรกร ตัวแปรสำคัญของการพัฒนา เป็นผู้ที่ขับเคลื่อนการเกษตรให้รุดหน้าไปอย่างไม่หยุดยั้ง แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนามาจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยความรู้และวิทยาการต่างๆ แต่เดิมนั้นการเกษตรเป็นการทำตามแบบคนรุ่นก่อน ซึ่งก็ได้มีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทันต่อสภาพสังคมและสภาพแวดล้อม แต่ในปัจจุบันนั้นพัฒนาการต่าง ๆ รุดหน้าเร็ว ด้วยสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปมาก การแข่งขันสูงจนอาจต้องพึ่งพาความรู้ข่าวสาร รวมถึงนวัตกรรมใหม่เข้ามาช่วยในการพัฒนาให้มากขึ้นกว่าเดิม

จากความต้องการพัฒนาทักษะ วิธีการและความรู้ นำไปสู่การหาหนทางเรียนรู้และพัฒนา โดยช่องทางของการเรียนรู้ที่สำคัญเกิดมาจากการสื่อสาร จากที่มีเพียงบรรพบุรุษ และธรรมชาติที่เป็นผู้สอน กลายมาเป็นการส่งเสริมการเกษตร แต่ก็ไม่อาจเพียงพอต่อความต้องการ ด้วยการส่งเสริมแบบเดิมทำได้เพียงบุคคล หรือกลุ่มเท่านั้น แต่การพัฒนา หรือกระบวนการของการเคลื่อนไหวจากสภาพที่ไม่น่าพอใจไปสู่สภาพที่น่าพอใจ นั้นเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่

เสมอ ไม่หยุดนิ่ง (Sinha อ้างถึงใน เสถียร เชยประทับ, 2528: 8) จึงจำเป็นต้องอาศัยสื่อมวลชนเข้ามาช่วยเปลี่ยนแปลง

ด้วยสื่อมวลชนนั้นมีลักษณะที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาประเทศ ทั้งความกว้างไกล เข้าได้ถึงทุกพื้นที่ มีความรวดเร็วเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศ และมีประสิทธิภาพต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรม (เสถียร เชยประทับ, 2530: 1-2) สื่อมวลชนจึงถือว่ามีบทบาทสำคัญมาก

ระยะเวลาที่ผ่านมาสื่อมวลชนทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุ นับว่ามีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ความรู้แก่เกษตรกร เพราะด้วยปัจจัยในหลาย ๆ ด้านที่ทำให้สื่อต่าง ๆ เหล่านี้เข้าถึงตัวเกษตรกร อีกทั้งตอบสนองความต้องการของเกษตรกรได้ดี แม้ในปัจจุบันนี้สื่อเหล่านี้เองก็ยังมีอิทธิพลต่อการเผยแพร่ความรู้อย่างต่อเนื่อง

แต่เมื่อวิวัฒนาการได้แพร่เข้ามา การเผยแพร่จึงถูกเพิ่มช่องทางในการรับรู้ของผู้รับสารมากขึ้น เช่นเดียวกับในความรู้ทางด้านการเกษตรจึงที่ ต้องมีการปรับปรุงให้เข้าถึงเกษตรกรให้ได้มากที่สุด และทันท่วงทีต่อสถานการณ์ สื่อแขนงใหม่จึงได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้น อินเทอร์เน็ต สื่อใหม่ที่เข้ามามีส่วนร่วมต่อวงการการเกษตร ด้วยความรวดเร็วในการให้ข้อมูลความรู้ มีข้อมูลความรู้ให้เลือกใช้อย่างไม่จำกัด รวมถึงสามารถสืบค้นข้อมูลได้อย่างกว้างขวาง ไม่เสียเวลาในการเปิดรับ รวมถึงยังสะดวกต่อการสืบค้นไปถึงเรื่องราวเก่า ๆ ได้อีกทาง จึงนับเป็นช่องทางการสื่อสารที่น่าให้ความสำคัญ และอาจเป็นช่องทางแห่งการพัฒนาการเกษตรได้อย่างรุดหน้ามากยิ่งขึ้นไปกว่าเดิม

ด้วยระบบข้อมูลที่มีอยู่อย่างกว้างขวาง ถูกจัดเก็บอย่างเป็นระบบจึงทำให้ข้อมูลที่อยู่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้นสะดวกต่อการเข้าถึงข้อมูลที่มีอยู่อย่างมหาศาล การรับรู้จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต แม้ว่าข้อมูลที่มีอยู่จะครบถ้วนสมบูรณ์ แต่การที่ผู้ใช้บริการจะรับรู้ได้มากนักน้อยเพียงใดนั้น ก็คงต้องอาศัยในหลาย ๆ ปัจจัยทั้งความรู้ ความสามารถในการใช้ ประสิทธิภาพ และการอ่านออกเขียนได้ เป็นต้น

การเข้าใช้บริการ นับว่าเป็นเรื่องที่สำคัญเรื่องหนึ่ง เพราะด้วยรูปแบบของเว็บไซต์ รวมไปถึงความยากง่ายต่อการใช้บริการอาจมีผลต่อการเข้าใช้บริการของเกษตรกรเป็น

สำคัญ ด้วยความแปลกใหม่ของสื่ออาจส่งผลต่อรูปแบบการใช้ ความยากง่าย ความพยายาม แม้กระทั่งความกลัวยอมส่งผลถึงประสิทธิภาพในการใช้อินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความรู้สึกต่อการเข้าใช้บริการ หากเข้าใช้แล้วส่งผลดี สร้างความรู้สึกประทับใจ ทำลายความกลัวต่อวิทยาการ

จากการเข้าใช้บริการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้น มักเริ่มจากคำว่า “ความต้องการ” ในหลาย ๆ ด้านที่ผู้ใช้บริการมองว่าอินเทอร์เน็ตนั้นจะช่วยตอบสนองความต้องการของตัวเองได้ ทั้งทางด้านการตอบปัญหาที่ตัวเองสงสัย การเพิ่มทักษะความรู้ที่อยากได้เพิ่มเติม เป็นต้น ความต้องการนั่นเอง ที่ผู้ใช้มองว่าจะเป็นประโยชน์ต่อการเข้าใช้บริการ

Hoffman and Novak (1995 อ้างถึงใน ธนิกันต์ มาชะชิตระานนท์, 2545: 23) พบว่า อินเทอร์เน็ตนั้นมีลักษณะของการสื่อสารแบบแสวงหาข้อมูลตามความสนใจของผู้ใช้ ซึ่งต่างจากสื่อประเภทอื่นที่ส่งผ่านข้อมูลข่าวสารทางเดียว ผู้รับจึงกล่าวได้ว่าในสื่ออินเทอร์เน็ตนี้ ผู้ใช้นั้นมีอำนาจควบคุมข่าวสารเองได้ ในอินเทอร์เน็ตนั้นผู้ใช้จะมีพลัง มีอิทธิพลต่อสภาพแวดล้อมได้มากกว่าที่เคยได้รับจากสื่อในรูปแบบเดิม เพราะในสื่อนี้ผู้ใช้นั้นจะเป็นผู้ผลิต ผู้กระทำ และผู้ใช้ในเวลาเดียวกัน

เมื่อเกิดการใช้และการรับรู้แล้วนั้น ขั้นตอนสำคัญคือการตอบสนองของอินเทอร์เน็ต กล่าวคือ ปฏิกริยาที่เกิดขึ้นหลังจากการใช้อินเทอร์เน็ต โดยขึ้นอยู่กับ การรับรู้และการยอมรับ การยอมรับต่อการใช้อินเทอร์เน็ตจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจว่า เมื่อมีการใช้ และการรับรู้แล้วมีการยอมรับและนำมาปรับใช้ได้มากน้อยเพียงใด ใช้แล้วสร้างประโยชน์ต่อการรับรู้หรือไม่ เพราะเหตุใดจึงเกิดประโยชน์หรือไม่เกิดประโยชน์ เพื่อจะได้นำสื่อชนิดนี้มาปรับใช้ต่อการส่งเสริมการเกษตรให้ได้ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

การตอบสนองถือเป็นความคาดหวังจากผู้ส่งสารที่มุ่งหวังให้ผู้รับสารมีการตอบสนองสารนั้นไปในทางที่ดี หากมีการตอบสนองในทางที่ดีย่อมแสดงว่าสารนั้นเกิดความสำเร็จในการส่งสาร แต่หากไม่มีการตอบสนองหรือตอบสนองเพียงเล็กน้อย แสดงว่าสารนั้นเกิดความล้มเหลว การส่งเสริมการเกษตรก็เช่นเดียวกัน ที่มีการมุ่งหวังให้สารที่ส่งออกไปให้แก่เกษตรกรประสบ

ความสำเร็จ หากมีการตอบสนองมากก็ยิ่งจะส่งผลให้พัฒนาการทางด้านการเกษตรยิ่งมีมากขึ้นตามลำดับ

ด้วยอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่กว้างขวางและแพร่หลาย การใช้สื่อชนิดนี้ในการเผยแพร่และส่งเสริมนั้นสร้างผลดีอยู่ไม่ใช่น้อย ประการแรกคือความรวดเร็วในการส่งเสริมและการรับรู้ ประการที่สองคือ ขอบเขตระยะทางที่สามารถทำการส่งเสริมไปได้ไกลและกว้างขวาง เข้าถึงเกษตรกรได้มากขึ้น ประการถัดมาคือการประหยัดต้นทุนในการใช้สื่อ ประหยัดบุคลากรที่คอยแนะนำ รวมไปถึงสามารถใช้ได้ทุกเมื่อ และทุกเวลาสามารถเข้าถึงได้ สามารถย้อนกลับมาอ่านได้ จึงนับเป็นข้อดีในหลายประการที่ไม่ควรมองข้ามไป

การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อนำมาพัฒนาการเกษตรนั้น จึงน่าจะเป็นหนทางที่จะช่วยให้วิทยาการต่างๆ ทั้งในด้านของการเกษตรโดยตรง และโดยอ้อมมาสู่ตัวเกษตรกรซึ่งอยู่ในฐานะผู้ผลิต หรือผู้ขับเคลื่อนการเกษตรให้รุกหน้า และพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งยังเป็นแหล่งวิทยาการ ในการเก็บรวบรวมความรู้เพื่อศึกษาและค้นคว้าต่อตัวเกษตรกรต่อไป นอกจากนี้ยังจะช่วยนำพาข่าวสาร ความรู้ ความคืบหน้ามาสู่เกษตรกร อีกทั้งยังเป็นการเตือนภัยล่วงหน้าให้กับเกษตรกรก่อนที่จะประสบกับภัยพิบัติต่างๆ ได้อย่างทันทั่วทั้งที่

อินเทอร์เน็ตจึงเป็นหนทาง หรือช่องทางหนึ่งที่จะช่วยให้การเกษตรถูกส่งเสริม และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งยังจะเป็นช่องทางในการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ดีแก่เกษตรกร อีกทั้งยังเป็นแหล่งข่าวสารที่ดีแก่ตัวเกษตรกรอีกทางหนึ่ง การที่อินเทอร์เน็ตจะเป็นประโยชน์ได้นั้นก็ต้องอาศัยความรู้ ความเข้าใจของเกษตรกรที่มีต่ออินเทอร์เน็ต หากใช้อย่างเข้าใจ และมีการรับรู้ที่ดีแล้วนั้นก็ย่อมจะเกิดประโยชน์แก่ตัวเกษตรกร และหากมีการนำความรู้ที่ได้รับนั้นไปใช้อย่างถูกต้องแล้วนั้นก็ย่อมสร้างการต่อยอดจากความรู้ที่ได้ต่อไป

แต่การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของเกษตรกรนั้นยังมีอยู่เพียงจำกัด ด้วยอุปสรรคหลายประการ ทั้งการเข้าไม่ถึงเทคโนโลยี การไม่ได้เป็นเจ้าของเทคโนโลยี การอ่านหนังสือไม่ออก ปัญหาทางการเงิน ฯลฯ ซึ่งนับเป็นผลกระทบต่อการเข้าไม่ถึงเทคโนโลยี และสื่ออินเทอร์เน็ต ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีการบริการอินเทอร์เน็ตตำบลแล้วก็ตาม แต่ประชาชนไม่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้

เนื่องจากการไม่รู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ใช้งานไม่เป็น สื่ออินเทอร์เน็ตจึงไม่สามารถเข้าถึงเกษตรกรได้อย่างทั่วถึง

ในขณะที่เดียวกันนั้นการเข้าไม่ถึงสื่ออินเทอร์เน็ตของเกษตรกร อาจเกิดจากทัศนคติ พฤติกรรม และความเป็นอยู่ ที่ถดถอยการเริ่มต้น กลัวต่อสิ่งที่ไม่เคยใช้ รวมถึงวัฒนธรรมความเป็นอยู่ โดยจากเดิมใช้สื่อเก่าซึ่งสะดวก เข้าใจง่ายจึงไม่ยอมเปิดรับสื่อใหม่ อีกทั้งเมื่อไม่เห็นคนในสังคมใช้เลยไม่กล้าสร้างความแตกต่าง ซึ่งเหตุผลเหล่านี้อาจสร้างทัศนคติที่ไม่ดีต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต

ดังนั้นในเรื่องการพึ่งพาและการใช้ประโยชน์สื่ออินเทอร์เน็ตของเกษตรกรนั้น จึงเป็นที่น่าสนใจศึกษาถึงเหตุปัจจัยที่ทำให้เกษตรกรเลือกพึ่งพาสื่อประเภทนี้ รวมทั้งจะได้ทราบถึงเหตุปัจจัยที่เกษตรกรในอีกส่วนที่ยังไม่มีการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อที่จะสร้างให้เกิดการพัฒนาและส่งเสริมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อพัฒนาการเกษตรอย่างถูกต้อง และเกิดประโยชน์ต่อเกษตรกรมากที่สุดต่อไป

ปัญหาคำวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การพึ่งพาและการใช้ประโยชน์ข่าวสารและความรู้ด้านการเกษตรจากสื่อใหม่ของเกษตรกรไทย” มุ่งตอบคำถามวิจัย ต่อไปนี้

- 1.เกษตรกรมีพฤติกรรมการพึ่งพาข้อมูลข่าวสารการเกษตรจากสื่อต่าง ๆ อย่างไร โดยเฉพาะสื่อเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสื่อนวัตกรรมใหม่
- 2.ปัจจัยสภาวะสังคมด้านการเกษตร ปัจจัยสื่อ และปัจจัยส่วนบุคคลของเกษตรกร มีความสัมพันธ์กับระดับการพึ่งพาข่าวสารความรู้ของเกษตรกรในด้านการเกษตรจากสื่อใหม่อย่างไร
- 3.เกษตรกรมีพฤติกรรมการพึ่งพา และใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ด้านการเกษตรในสื่อใหม่ หรือสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างไร
- 4.เกษตรกรมีการรับรู้ต่อเว็บไซต์ในฐานะเป็นนวัตกรรม หรือสื่อใหม่อย่างไร และการรับรู้นี้มีความสัมพันธ์กับการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเกษตรหรือไม่อย่างไร
- 5.กลุ่มเกษตรกรที่ไม่เลือกพึ่งพาข่าวสารความรู้จากสื่ออินเทอร์เน็ตเกิดจากปัจจัยอะไรบ้าง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การพึงพาและการใช้ประโยชน์ข่าวสารและความรู้ด้านการเกษตรจากสื่อใหม่ของเกษตรกรไทย” มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรของเกษตรกรไทย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการพึงพาและการใช้ประโยชน์ข่าวสารและความรู้ด้านการเกษตรจากสื่อใหม่ของเกษตรกรไทย
3. เพื่อศึกษาปัจจัยสถานะสังคมด้านเศรษฐกิจการเกษตร ปัจจัยบทบาทสื่อ และปัจจัยความต้องการส่วนบุคคลที่เป็นแรงจูงใจ ส่งเสริมให้เกษตรกรไทยเลือกพึ่งพาสื่อใหม่
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้และทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่ออินเทอร์เน็ตในฐานะเป็นนวัตกรรม หรือสื่อใหม่ กับในการยอมรับใช้สื่อ
5. เพื่อศึกษาเหตุปัจจัยที่ทำให้เกษตรกรไม่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาเรื่อง การพึ่งพาและการใช้ประโยชน์ข่าวสารและความรู้ด้านการเกษตรจากสื่อใหม่ของเกษตรกรไทย 2 กลุ่ม ซึ่งมีขอบเขตการวิจัยกำหนดจาก

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต โดยเจาะจงเลือกเกษตรกรที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ผ่านช่องทางเว็บไซต์ของกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์(<http://www.doae.go.th>) รวมถึงผู้ใช้สื่อเว็บไซต์ด้านการเกษตรในช่องทางอื่น ๆ
2. กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ไม่ได้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เจาะจงเลือกจากเกษตรกรที่ประกอบอาชีพในจังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นกลุ่มเกษตรกรที่อยู่ใกล้แหล่งความเจริญมากที่สุด แต่ยังไม่ได้ใช้สื่อใหม่ในการเปิดรับข่าวสารความรู้ด้านการเกษตร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวทางเพื่อเป็นกรอบในการส่งเสริมและพัฒนาเว็บไซต์ด้านการเกษตรให้ตอบสนองให้ตรงความต้องการของเกษตรกร ทำให้เกษตรกรที่ได้รับข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างตรงเป้าหมาย
2. เพื่อกำหนดแนวทางในการส่งเสริมให้เกษตรกรให้มีทัศนคติ ความเชื่อถือ และมั่นใจต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น
3. ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยการพึ่งพาสื่อ การรับรู้และการยอมรับนวัตกรรมสื่อใหม่ของกลุ่มเกษตรกร ซึ่งมักเป็นกลุ่มล้าหลังในการยอมรับนวัตกรรมต่าง ๆ

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษา “การพึ่งพาและการใช้ประโยชน์ข่าวสารและความรู้ด้านการเกษตรจากสื่อใหม่ของเกษตรกรไทย” นั้น ได้กำหนดคำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

“สื่อใหม่” หมายถึง สื่อที่เกิดจากพัฒนาการของเทคโนโลยีข่าวสาร และสารสนเทศ โดยใช้ช่องทางของอินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่ข่าวสาร ซึ่งในงานวิจัยนี้จะเป็นเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ตที่มีเนื้อหาด้านการเกษตรต่าง ๆ

“สื่ออินเทอร์เน็ต” หมายถึง สื่อที่มีลักษณะเป็นเครือข่ายการสื่อสาร ที่เชื่อมโยงระหว่างคอมพิวเตอร์ ทั่วทั้งโลก โดยสื่อผ่านหน้าเว็บไซต์ เพื่อใช้ในการสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ ในที่นี้เจาะจงศึกษาเว็บไซต์ที่นำเสนอข่าวสาร ความรู้ด้านการเกษตร

“การพึ่งพาสื่อ” หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารความรู้ด้านการเกษตรเพื่อตอบสนองความต้องการของเกษตรกรจากสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งความพึงพอใจและเกิดประโยชน์ต่อตัวเกษตรกร ในการแก้ปัญหา สร้างความรู้ ทักษะ ทัศนคติ และความต้องการด้านต่าง ๆ ของเกษตรกร

“การใช้ข้อมูลการเกษตร” หมายถึง พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการเกษตร และนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ของเกษตรกร

“การใช้ประโยชน์” หมายถึง การนำเอาข้อมูล ความรู้ที่ได้จากการเปิดรับสื่อ อินเทอร์เน็ต มาใช้ให้เกิดประโยชน์ด้านต่าง ๆ เช่น ด้านจิตวิทยา สังคม และด้านอาชีพการงาน

“เกษตรกร” หมายถึง ผู้ที่ประกอบอาชีพทางการเกษตรเป็นหลัก โดยทำมาหาเลี้ยงชีพในการทำเกษตรทั้งระดับลงมือทำเอง และ/หรือเป็นผู้ประกอบธุรกิจการเกษตร ครอบคลุมทั้งด้านพืชพันธุ์ ปศุสัตว์ การประมง และการแปรรูปสินค้าเกษตร

“ความรู้ด้านการเกษตร” หมายถึง สารสนเทศที่ก่อให้เกิดประโยชน์ นำมาซึ่งการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจ และทักษะทางด้านการเกษตร

“การรับรู้ต่อนวัตกรรม” หมายถึง การรับรู้ และทัศนคติต่อสื่อใหม่ในแง่คุณลักษณะที่เอื้อต่อการใช้ประโยชน์ของเกษตรกร เช่นในแง่ความได้เปรียบหรือดีกว่าสิ่งเดิม ความไม่ซับซ้อนยุ่งยาก ผลประโยชน์ที่เห็นได้ชัดเจน และการเข้าได้กับสถานะที่เป็นอยู่ของเกษตรกร เป็นต้น

“ปัจจัยสถานะสังคมด้านเศรษฐกิจการเกษตร” หมายถึง สถานะสังคมต่าง ๆ ของเกษตรกรทั้งในระดับชุมชนถึงระดับชาติที่มีการเปลี่ยนแปลง เคลื่อนไหว และมีผลต่อการประกอบอาชีพ รายได้ของเกษตรกร และผลกระทบ

“ปัจจัยบทบาทสื่อ” หมายถึง การรับรู้ต่อบทบาทสื่อในการตอบสนองความต้องการ
ของเกษตรกรด้านการเกษตร เช่น การเสนอข่าวสาร
ความรู้ ทักษะด้านการเกษตร

“ปัจจัยความต้องการส่วนบุคคล” หมายถึง ความต้องการของเกษตรกรด้านต่าง ๆ
เพื่อแก้ไขปัญหาที่เผชิญอยู่ทั้งด้านอาชีพ
ด้านสังคม และด้านจิตวิทยา



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การพึ่งพาและการใช้ประโยชน์ข่าวสารและความรู้ด้านการเกษตรจากสื่อใหม่ของเกษตรกรไทย” ประกอบไปด้วยแนวคิดและทฤษฎีเพื่อเป็นกรอบในการศึกษาอ้างอิง ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดบทบาทหน้าที่ของสื่อสารมวลชนต่อสังคม
2. สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาสังคมและการเกษตร
3. แนวคิดเกี่ยวกับข่าวสารเกษตร
4. บทบาทสื่อกับการแพร่กระจายนวัตกรรม
5. ทฤษฎีสังคมสารสนเทศและโลกาภิวัตน์
6. บทบาทสื่ออินเทอร์เน็ต
7. ช่องว่างทางดิจิทัล
8. แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร
9. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
10. การใช้และการพึ่งพาจากสื่อมวลชน
11. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความความพอใจจากสื่อมวลชน
12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
13. กรอบแนวคิดการวิจัย และสมมติฐานวิจัย

1.แนวคิดบทบาทหน้าที่ของสื่อสารมวลชน

ในชีวิตประจำวันสิ่งหนึ่งที่ดำเนินควบคู่ไปกับชีวิตคนเราคงหนีไม่พ้นสื่อสารมวลชน เสมือนสิ่งที่วนเวียนอยู่รอบ ๆ ตัวตลอดเวลา ไม่ว่าจะไปทางไหนสื่อมวลชนก็มีบทบาทต่อชีวิตความเป็นอยู่ในแทบทุกด้าน ทั้งในด้านของการให้ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ในความบันเทิง หรือแม้กระทั่งให้ความรู้ สื่อสารมวลชนจึงมีบทบาทหน้าที่อย่างหลากหลาย และคอยอยู่ใกล้ ๆ ตัวเสมอ สื่อสารมวลชนไม่เคยแบ่งแยกเพศ อายุ ความเป็นอยู่ และที่สำคัญคืออาชีพ ในการรับรู้

เพราะสื่อมวลชนถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความยุติธรรมที่สุดในสังคม ให้ความเสมอภาคกับทุกคน ดังนั้น การเปิดรับสื่อสารมวลชนจึงเป็นไปอย่างเสรี และเปิดรับได้อย่างกว้างขวาง แตกต่างเพียง ความสามารถในการเปิดรับ รวมทั้งความต้องการส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

พจนานุกรมการสื่อสารมวลชน ได้ให้ความหมายของการสื่อสารมวลชนไว้ โดยสรุปว่า การสื่อสารมวลชน เป็นแบบหนึ่งของการสื่อสาร สามารถกระจายเรื่องราวความรู้ เปิดเผยไปสู่คน ส่วนใหญ่ ซึ่งมีลักษณะไม่เหมือนกัน และไปถึงผู้รับพร้อมกัน มีบทบาทสำคัญในการกำหนด แนวโน้มทางวัฒนธรรมของมวลชน คำว่า "การสื่อสารมวลชน" และคำว่า "สื่อมวลชน" มีความหมายที่แตกต่างกัน คือ การสื่อสารมวลชน เป็นกระบวนการหรือวิธีการของการสื่อสาร ที่รวม องค์ประกอบของการสื่อสารทั้งหมด ส่วนสื่อมวลชนนั้น หมายถึง สื่อหรือช่องทาง ที่ใช้ในการ สื่อสารมวลชน อันได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร ฯลฯ ซึ่งเป็นเพียง องค์ประกอบหนึ่งของการสื่อสาร (ปรมะ สตะเวทิน, 2526: 126-127) เช่นเดียวกันนั้นอนันต์ธนา อังกินันท์ และ เกื้อกูล คุปรัตน์ (2532) กล่าวว่า สื่อสารมวลชน นั้นมิใช่เพียงสื่อหรือช่องทางใน การสื่อสารเพียงอย่างเดียว แต่หมายถึงระบบของสื่อทั้งหมด เช่น บุคลากร อันได้แก่ นักจัดรายการ ผู้สื่อข่าว นักหนังสือพิมพ์ รวมไปถึง ช่องทางของการสื่อสาร ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ด้วย คณะกรรมการราชบัณฑิตยสถาน ได้อนุโลมให้ใช้คำสองคำนี้แทนกันได้

หน้าที่ทางสังคมของสถาบันสื่อสารมวลชน 5 ประการ ซึ่ง แม็คควีล (McQuail, 1994 อ้างถึงใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547: 6-7) ประมวลไว้ ได้แก่

1. การให้ข้อมูลข่าวสาร

ก. ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์และสภาพการณ์ต่างๆ ของสังคมตนเอง และสังคมโลก

ข. ชี้ให้เห็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจต่างๆ

ค. ส่งเสริมความคิดเห็นใหม่ ๆ การปรับตัว และความเจริญก้าวหน้าทางสังคม

2. การประสานส่วนต่าง ๆ ของสังคมเข้าด้วยกัน

ก. อธิบาย ตีความ และข้อคิดเห็น เกี่ยวกับความหมายของเหตุการณ์และข้อมูล ข่าวสารที่นำเสนอออกไป

- ข. ให้การสนับสนุนแก่สถาบันหลักของสังคมและบรรทัดฐานต่าง ๆ
- ค. เสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม
- ง. ประสานเชื่อมโยงกลุ่มคนและกิจกรรมต่าง ๆ เข้าด้วยกัน
- จ. สร้างฉันทามติในสังคม
- ฉ. กำหนดว่าเรื่องใดสำคัญมากน้อยกว่ากัน หรือการกำหนดวาระทางสังคม

3. การสร้างความต่อเนื่องทางสังคม

ก. ถ่ายทอดวัฒนธรรมกระแสหลักทางสังคม และยอมรับทางวัฒนธรรมย่อยหรือวัฒนธรรมทางเลือก และวัฒนธรรมใหม่ ๆ

ข. เสริมสร้างทางเลือกและทะนุบำรุงค่านิยมพื้นฐานของสังคม

4. การให้ความเพลิดเพลินแก่สมาชิกสังคม

ก. ให้ความเพลิดเพลินบันเทิงใจ แก่สมาชิกสังคม

ข. ลดระดับความเครียด และข้อขัดแย้งทางสังคม

5. การรณรงค์ ทางสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ

ก. รณรงค์เพื่อเป้าหมายทางการเมือง สงคราม เศรษฐกิจ งานอาชีพ

2. สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาสังคมและการเกษตร

ทฤษฎีสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Development Communication Theory)

ในทฤษฎีนี้สื่อมวลชนยังคงมีเสรีภาพบนพื้นฐานของหลักการเสรีภาพนิยม แต่ในขณะเดียวกันก็จะต้องมีความรับผิดชอบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมโดย (1) ยอมรับหลักการและภาระการสื่อสารเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมตามนโยบายและแผน (2) ช่วยอนุรักษ์และพัฒนาเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของชาติ และ (3) ให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารกับประเทศกำลังพัฒนาอื่นเพื่อเก็บเกี่ยวบทเรียนที่เป็นประโยชน์และนำถือเป็นเยี่ยงอย่าง (สมควร กวียะ, 2545: 210)

โดยเนื้อแท้ ความรับผิดชอบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ก็คือความรับผิดชอบต่อสังคม ถ้าจะมีความแตกต่างกันก็ตรงที่ขนาดและทิศทางของเป้าหมายเท่านั้น ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อทางสังคมมิได้มีการระบุให้เจาะจงว่าสื่อมวลชนควรจะต้องเข้าไปสนับสนุนที่จุดใดของกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

แต่ทฤษฎีสื่อสารเพื่อการพัฒนา ระบุเป้าหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมชัดเจน คือ การพัฒนาสังคมหรือช่วยพัฒนาสังคมด้วยข่าวสารชี้ชัดว่า สื่อมวลชนควรจะต้องเข้าไปที่จุดใดของกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคม สื่อมวลชนมิได้รับผิดชอบเฉพาะการเป็นแหล่งเผยแพร่ข่าวสารเท่านั้น แต่จะต้องก้าวออกไปพิจารณาว่า ข่าวสารที่รับเข้าและส่งออกไปสามารถจะส่งผลกระทบต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในทางที่ดีได้มากน้อยเพียงใด ทั้งจะต้องคอยเฝ้าดูว่าใคร ผู้ใดองค์กรใด กำลังทำกิจการหรือโครงการ เกี่ยวกับการพัฒนาสังคมอย่างไร ถ้าเป็นสิ่งที่ดีก็ช่วยส่งเสริมและสรรเสริญ ถ้าเห็นว่าไม่ดีก็อาจตักเตือนเสนอแนะในทางสร้างสรรค์ (สมควร กวียะ, 2545: 210)

สื่อมวลชนเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา เป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่ง Rao กล่าวว่า มีสหสัมพันธ์อย่างเด่นชัดระหว่างการพัฒนาด้านการสื่อสารกับการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง แม้ว่าสื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อการพัฒนาประเทศด้านต่าง ๆ ดังกล่าว ปัญหาสำคัญที่ขัดขวางการพัฒนาก็คือทัศนคติและความเชื่อของประชาชนทั้งมวลที่จะต้องทำให้มีเอกภาพ และในทิศทางของการพัฒนาประเทศ การที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและสร้างอิทธิพลเหนือการตัดสินใจของประชาชนทั่วไป ผู้นำของประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลายพยายามใช้สื่อมวลชนให้เป็นสื่อสนับสนุนนโยบายและทิศทางของการพัฒนาประเทศให้มากที่สุดด้วยการใช้เวลา เนื้อหา และรายการของสื่อมวลชน เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิดกิจกรรม พฤติกรรม ตลอดจนแนวทางที่พึงประสงค์ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2549: 152-153)

เลิร์นเนอร์ (Lerner, อ้างถึงใน สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2549: 162) ได้กล่าวถึง บทบาทหลักของสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศว่า

1. ช่วยสร้างความปรารถนาใหม่ โดยเฉพาะในด้านวัตถุให้แก่ประชาชน
2. ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของสังคม

3. ช่วยสร้างผู้นำใหม่ ที่สามารถแก้ไขปัญหที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม
4. สอน “ความสามารถในการเอาใจเขามาใส่ใจเรา” หรือสอนให้สามารถสวมบทบาทของผู้อื่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทของผู้ที่อยู่นอกเหนือประสบการณ์ประจำวันและนอกระบบสังคมของตน

พาย (Pye, อ้างถึงใน สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2549: 162) เน้นบทบาทของสื่อสารมวลชนในการพัฒนาการเมืองระดับชาติ โดยชี้ให้เห็นว่าสื่อมวลชนมีบทบาท ดังนี้

1. ช่วยให้การกระทำบางอย่างของบุคคลมีผลกระทบไปทั่วสังคม
2. ทำให้เห็นว่าการเมืองของมวลชนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ
3. กำหนดแนวทางในการคาดหมายสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต
4. ช่วยให้ประชาชนเข้าใจกระบวนการทางการเมือง เจตนา และการกระทำของนักการเมือง
5. ช่วยกำหนดกฎเกณฑ์ของสังคม เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจว่าอะไรเป็นเหตุ และอะไรเป็นผลของการกระทำในทางการเมือง

สื่อสารมวลชนเพื่อพัฒนาการเกษตร

ปัญหาที่สำคัญประการหนึ่งของประเทศที่กำลังพัฒนา คือ ปัญหาการเกษตร ผู้ประกอบอาชีพด้านเกษตรกรรม เป็นผู้ที่มีความด้อยในหลายๆ เรื่อง กล่าวคือ ด้อยในการอ่านออกเขียนได้ ซึ่งการอ่านออกเขียนได้เป็นเครื่องมือสำคัญในการแสวงหาข่าวสารของมนุษย์ ดังนั้นจึงให้ไม่สามารถที่จะสร้างผลผลิตทางการเกษตรให้ได้คุณภาพดี และปริมาณที่คุ้มค่ากับการลงทุน ทั้งด้านแรงงาน และเงินทุน เพราะจะใช้วิธีการเกษตรแบบเก่าๆ ซึ่งเป็นมรดกตกทอด โดยไม่สามารถที่จะปรับปรุงที่ดินทำกินซึ่งมีอยู่จำกัดให้มีคุณภาพดีขึ้น นอกจากนี้ยังขาดความสามารถทางการค้า เมื่อสร้างผลผลิตออกมาแล้วก็ไม่สามารถนำผลผลิตไปสู่ตลาดได้ ขาดข่าวสารเกี่ยวกับสังคมภายนอกจึงทำให้มีโลกทัศน์แคบ และขาดความกระตือรือร้น ยึดติดกับขนบธรรมเนียมประเพณีแบบดั้งเดิม และต่อต้านการเปลี่ยนแปลง (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2549: 162)

สื่อมวลชนสามารถมีบทบาทต่อการพัฒนาทางการเกษตรของเกษตรกรได้ดังต่อไปนี้ (ปรมะ สตะเวทิน, 2541: 247-248)

1. ยกกระดับความรู้ความเข้าใจของเกษตรกรหรือผู้รับสาร ด้วยการแนะนำวิทยากรด้านการเกษตรใหม่ๆที่เหมาะสมให้เกษตรกรได้รับรู้และนำไปขบคิด
2. ให้ข่าวสารการเคลื่อนไหวทางด้านการเกษตร เป็นรายงานความก้าวหน้าหรือความเปลี่ยนแปลงทางด้านการเกษตรและตลาดให้เกษตรกรได้รับทราบอันจะเป็นประโยชน์ต่อการติดตามวิทยากรสมัยใหม่ และการค้าผลผลิตด้านการเกษตรของเกษตรกร
3. แนะนำส่งเสริมการพัฒนากิจการด้านการเกษตร เป็นการแนะนำส่งเสริมวิทยากรสมัยใหม่ โดยการจูงใจให้เกษตรกรเกิดความรู้สึกต้องการทดลองใช้วิทยากรสมัยใหม่
4. กระตุ้นและสนับสนุนให้เกษตรกรมีความสามารถในการผลิต โดยการนำศักยภาพที่มีอยู่ในตัวออกมาใช้เพื่อการพัฒนากิจการการผลิต เป็นการกระตุ้นหรือช่วยย้ช่วยให้เกษตรกรได้มองเห็นบทบาทและความสามารถที่ซ่อนอยู่ในตัวเกษตรกรที่สมควรนำออกมาใช้ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองและส่วนรวมในด้านการผลิต
5. ให้ข้อมูลแก่เกษตรกรในการส่งเสริมการสร้างความรู้สึกรับรู้ถึงสภาพการณ์ต่างๆ โดยรู้จักแก้ปัญหา ความต้องการแท้จริง อันเป็นผลให้มีการพัฒนากิจการการผลิตได้ตรงตามความต้องการ เป็นลักษณะของการรายงานข้อมูลต่าง ๆ ทางด้านการเกษตรเพื่อให้เกษตรกรได้รับรู้ข้อมูลหรือเรื่องราวอันนั้นและอาจเป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป
6. การแลกเปลี่ยนความรู้และข่าวสารต่าง ๆ ทั้งในชุมชนและต่างชุมชน โดยการทำให้เกษตรกรได้รับรู้เรื่องราวหรือวิทยากรที่อาจเป็นประโยชน์และเหมาะสมแก่ระดับการพัฒนาในสภาพสังคมที่ไม่แตกต่างกันมากนัก
7. สร้างบรรยากาศให้เกษตรกรมีโอกาสในการพัฒนาปัญญาหรือความรอบรู้ความสามารถ โดยรู้จักปฏิบัติตนให้มีค่าทางเศรษฐกิจและสังคม มีวิธีการทำงาน ศิลปะปฏิบัติตนในการครองชีพและการสังคม

8. ช่วยให้การดำรงชีพของเกษตรกรเป็นไปตามมาตรฐาน โดยการทำให้เกิดการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรทั้งในด้านการประกอบอาชีพและการดำรงชีพเป็นไปตามมาตรฐาน เพราะสื่อมวลชนเป็นส่วนเชื่อมสำคัญที่จะก่อให้เกิดการยกระดับมาตรฐานการครองชีพ

9. ช่วยให้สมาชิกในครอบครัวเกษตรกรมีโลกทัศน์ทางการเกษตรกว้างขวางขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากสื่อมวลชนช่วยให้เกิดการรับรู้เรื่องราวกว้างขวางขึ้น

10. สร้างความภาคภูมิใจในความเป็นอยู่และอาชีพ ความอิสระและพึ่งตนเอง มีความรักต่อถิ่นที่อยู่ และประเทศชาติอันจะสร้างความเชื่อมั่นให้กับตนเอง

11. ช่วยให้การใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะสื่อมวลชนจะช่วยให้เกษตรกรได้รับรู้และเข้าใจความจำเป็นในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติตลอดจนการนำทรัพยากรธรรมชาติไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3.แนวคิดเกี่ยวกับข่าวสารเกษตร

เกษตรกรถือว่าเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่มีมากในสังคมไทยตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน การให้ความสำคัญนั้นแท้จริงนั้นมีเสมอมา เพียงแต่ถูกลดทอนลงบ้างตามกาลเวลา เนื่องจากการให้ความสำคัญถูกเน้นไปที่อุตสาหกรรมเพื่อพัฒนาสู่ประเทศอุตสาหกรรม แต่อย่างไรก็ดีข่าวสารที่ถูกผลิตในประเทศก็มีอาจมองข้ามข่าวสารการเกษตรไปได้ ด้วยประชากรจำนวนมากที่ยังคงเปิดรับนั้นยังเป็นเกษตรกรอยู่ รวมทั้งประเทศไทยถือเป็นประเทศเกษตรกรรม การให้ข้อมูลข่าวสารการเกษตรก็ยังคงมีความสำคัญ มีนักวิชาการให้ความหมายของข่าวสารเกษตรไว้ดังนี้

ดร.ณี หิรัญรักษ์ (2534: 94) ให้ความหมายของข่าวสารเกษตรว่า คือข่าวที่เกี่ยวกับพืชผล ปริมาณ การขาย ภาวะความแห้งแล้ง วิธีการเพาะปลูกที่ทันสมัย กฎเกณฑ์และข้อบังคับของรัฐบาลกับการเปลี่ยนแปลงแก้ไขใหม่ๆ เป็นต้น

วัฒนา สวรรยาธิบัติ (2531: 2) ให้ความหมายของข่าวสารเกษตรไว้ว่า คือผลผลิตของผู้ส่งสารที่มีเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรที่สื่อออกไปยังผู้รับ ส่วนใหญ่คือ เกษตรกรหรือผู้ที่

เกี่ยวข้องกับวงการเกษตร เช่นในการพูด การบรรยาย ฯลฯ เพื่อเผยแพร่สู่เกษตรกร คำหรือตัวหนังสือ ก็คือสารหรือข่าวสาร เป็นต้น

จากความหมายข้างต้นอาจสรุปได้ว่า ข่าวสารเกษตร คือข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวข้องกับด้านการเกษตรในด้านที่สำคัญต่อเกษตรกร เพื่อการพัฒนาและรับรู้

ประเภทข่าวสารเกษตร

ข่าวสารการเกษตรที่มีอยู่อย่างแพร่หลายนั้นถูกแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้ (วัฒนา สวรรยาธิปิติ, 2531: 171)

1. ข่าวคราวความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในวงการเกษตร เช่น ราคาพืชผล การประกันราคาผลผลิต นโยบายของรัฐในด้านการเกษตร เป็นต้น
2. ข่าวบุคคลสำคัญในวงการเกษตร เป็นเจ้าหน้าที่ระดับสูง เกษตรกรตัวอย่างบุคคลตัวอย่างพร้อมรายละเอียดที่เขาปฏิบัติจนประสบความสำเร็จในอาชีพ
3. ข่าวการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในวงการเกษตร เช่น การผสมเทียมการถ่ายฝากตัวอ่อนของโค-กระบือเทคนิคในการเพิ่มผลผลิต วิธีแก้ไขปัญหบางอย่าง
4. ข่าวเกี่ยวกับอันตรายที่เกิดจากการประพฤติปฏิบัติ ไม่ถูกต้อง เช่น การใช้สารเคมีที่ไม่ถูกต้อง การบุกรุกทำลายป่า
5. ข่าวที่ช่วยเตือนให้เกษตรกรระมัดระวังตนไม่ให้ถูกหลอกลวง เช่น การโกงตาชั่ง การเอาเปรียบของพ่อค้า การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน
6. ข่าวพยากรณ์อากาศ เพื่อให้เกษตรกรได้เตรียมตัวสำหรับการเพาะปลูกให้ถูกต้อง หรือระมัดระวังป้องกันไม่ให้ทรัพย์สินเสียหาย

7. ข่าวเกี่ยวกับการนัดหมายเชิญชวนต่างๆ เช่น การนัดประชุม เชิญชวนร่วมงานชม นิทรรศการ หรือ ฝึกอบรมทางการเกษตร

8. ข่าวพยากรณ์ศัตรูพืชและสัตว์เลี้ยง เช่น การระบาดของต๊กแตน การระบาดของโรค ปศุสัตว์ เช่น สุขภาพ อนามัย โรคภัยไข้เจ็บ

หลังจากที่สื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในสังคม ข้อมูลข่าวสารการเกษตรก็เพิ่มช่องทางในการเผยแพร่มากขึ้น โดยข้อมูลที่มีอยู่บนสื่อประเภทนี้สามารถ เรียงตามประเภทของข้อมูลได้ ดังนี้ (สถาบันเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาชนบท จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541: 28-29)

1. พยากรณ์อากาศ ด้านที่เกี่ยวกับการเกษตรส่วนใหญ่จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการพยากรณ์อากาศ ซึ่งมีทั้งความเร็วลม อุณหภูมิ และสภาพอากาศ

2. ข้อมูลการตลาด ข้อมูลการตลาดจะมีทั้งข้อมูลเกี่ยวกับราคาของสินค้าการเกษตร และบทความข่าวที่เกี่ยวกับการตลาดของการเกษตร

3. เทคโนโลยีการเกษตร เป็นการให้ความรู้ที่เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการเกษตร เทคนิคและความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อความเป็นอยู่ของเกษตรกร

4. สภาพแวดล้อมและสังคม เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานแสดงสินค้าการเกษตร สภาพสังคมของเกษตรกร ซึ่งมีการนำเอาสื่อการกระจายเสียงบนอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลด้วย

5. การศึกษาเพิ่มเติมและการฝึกอบรม ข้อมูลที่ถูกเผยแพร่บนเพจของหน่วยงานรัฐบาล จะเป็นข้อมูลที่เปิดให้สาธารณะชนใช้ได้ฟรี ในขณะที่การเข้าถึงข้อมูลของหน่วยงานเชิงพาณิชย์นั้น จะต้องจ่ายค่าบริการก่อนจึงจะสามารถได้รับข้อมูลนั้นๆ ซึ่งหัวข้อของข้อมูลจะหลากหลาย

6. การจ้างงาน เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจ้างงาน จะมีทั้งตำแหน่งงานที่ต้องการคน และ คนที่มีความสามารถที่กำลังหางานอยู่

7. กฎหมายและข้อบังคับ จะมีทั้งกฎหมายที่ออกโดยรัฐบาล และข้อกำหนด ข้อบังคับ ต่าง ๆ ของแต่ละส่วนการเกษตร

8. การเงินและการธนาคาร เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการให้ความช่วยเหลือในด้านการเงิน ให้กับเกษตรกร

9. ความปลอดภัยและสุขภาพ เป็นข้อมูลที่ให้กับเกษตรกรเพื่อความปลอดภัย และสุขภาพของเกษตรกร และครอบครัว รวมถึงความปลอดภัยของสัตว์เลี้ยง และฟาร์ม

10. การประชุม สัมมนา และประชาสัมพันธ์ทั่วไป เป็นข้อมูลเกี่ยวกับตารางเวลาและหัวเรื่อง

11. กลุ่มสนทนา เป็นตัวอย่างของหัวข้อ กลุ่มสนทนา ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรบนอินเทอร์เน็ต

12. เรื่องทั่วไป ประกอบไปด้วยตัวอย่าง homepage ของหน่วยงานต่างๆ ที่ให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับการเกษตร

นอกเหนือจากข้อมูลข้างต้นข้อมูลที่พบอยู่บนสื่ออินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร ยังมีข้อมูลส่วนที่สำคัญอื่น ๆ อีกคือ ข้อมูลสถานการณ์การเกษตร โดยนำเสนอข้อมูลสถานการณ์ความเคลื่อนไหวในวงการการเกษตรและที่เกี่ยวข้อง เพื่อชี้แจงข้อมูลให้ทราบ รวมทั้งเตือนภัยจากผลกระทบทางด้านต่าง ๆ แก่เกษตรกร และความรู้ทั่วไปทางการเกษตร ที่ให้บริการความรู้ทั่วไปทางการเกษตรทั้งทางด้านพืช และสัตว์ เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ให้แก่เกษตรกรและบุคคลทั่วไปที่สนใจข้อมูล ได้รับรู้และเรียนรู้ข้อมูลทางการเกษตร

4. บทบาทสื่อกับการแพร่กระจายของนวัตกรรม (Diffusion of Innovation)

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสังคมอย่างหนึ่งเป็นผลเนื่องมาจากนวัตกรรม (innovation) ซึ่งได้แก่ ความคิดใหม่ ๆ สิ่งของใหม่ ๆ และพฤติกรรมที่เป็นมาตรฐานใหม่ ๆ การที่ประชาชนจำนวนมากยอมรับนวัตกรรมจะเกิดผลต่อบุคคลและสังคมส่วนรวม เช่น การที่มีการ

รณรงค์ให้ใช้หลอดไฟฟ้าแบบประหยัดไฟ ถึงแม้ราคาของหลอดจะแพงกว่าหลอดไฟปกติ แต่การที่ประชาชนยอมรับนวัตกรรมของหลอดแบบใหม่จะมีผลต่อการใช้ไฟฟ้าน้อยลงซึ่งจะส่งผลดีต่อสังคมโดยรวมเป็นการประหยัดไฟฟ้าของแต่ละครัวเรือนรวมทั้งของประเทศด้วย

เป็นที่แน่ชัดว่าประชาชนมักจะไม่ยอมรับความคิดหรือรูปแบบเทคโนโลยีใหม่ ๆ ถึงแม้ว่าการยอมรับจะทำให้เกิดผลดีแก่บุคคลนั้นก็ตาม ในขณะที่นวัตกรรมบางอย่างมีการยอมรับอย่างรวดเร็ว เช่น เกษตรกรไทยมีการยอมรับการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชใหม่ ๆ กันอย่างแพร่หลาย และมีการใช้กันอย่างแพร่หลายเพื่อเกินขนาดจนกระทั่งเป็นอันตรายต่อผู้ค้า ผู้บริโภค และสภาพแวดล้อมอย่างรุนแรงในปัจจุบัน ทั้งนี้เพราะยาฆ่าแมลงเป็นนวัตกรรมอย่างหนึ่งที่สามารถเห็นผลได้ทันทีที่ใช้ และช่วยเพิ่มผลผลิตของเกษตรกรอย่างเห็นได้ชัด โดยเกษตรกรไม่ได้คำนึงถึงผลข้างเคียงอื่น ๆ ที่จะตามมา อีกทั้งยังเรียนรู้วิธีใช้นวัตกรรมเหล่านั้นอย่างไม่ถูกต้อง การนำนวัตกรรมมาใช้จึงเป็นแบบครึ่ง ๆ กลาง ๆ เทคโนโลยีบางอย่างสามารถตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นกับผู้ใช้ในขณะนั้นได้บุคคลจึงมีแนวโน้มที่จะยอมรับได้เร็ว เช่น เทคโนโลยีการทำนาแบบไม่ไถพรวนโดยใช้สารเคมีกำจัดวัชพืชบางชนิดร่วมกับวิธีการควบคุมน้ำ ทำให้ไม่จำเป็นต้องไถพรวนพื้นที่นาข้าว เป็นการลดค่าใช้จ่ายในการจ้างแรงงานไถพรวน และเพิ่มจุลินทรีย์ในดินด้วย เกษตรกรจึงมีแนวโน้มที่จะยอมรับเทคโนโลยีเหล่านี้อย่างรวดเร็ว

การศึกษาอีกด้านหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแพร่กระจายของนวัตกรรมคือ นวัตกรรมจะถ่ายทอดไปสู่คนในสังคมได้ก็จะต้องมีการสื่อสารเป็นตัวกลางในการแพร่กระจาย ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจว่า ในขั้นตอนการแพร่กระจายของนวัตกรรมนั้นการสื่อสารได้เข้าไปอยู่ในส่วนใดบ้าง และมีสื่อประเภทใดที่เข้าไปมีอิทธิพลต่อการแพร่กระจายในขั้นตอนนั้น ๆ (ณรงค์ สมพงษ์, 2543: 83-84)

ความหมายของนวัตกรรม

คำว่า “นวัตกรรม” มาจากคำภาษาอังกฤษว่า “Innovation” มีรากศัพท์เดิมมาจากคำว่า นว แปลว่า ใหม่ และ กรรม แปลว่า การกระทำ ดังนั้นนวัตกรรมจึงแปลตามรูปศัพท์เดิมว่าเป็น การปฏิบัติหรือการกระทำใหม่ ๆ ในความหมายโดยทั่วไปแล้วสิ่งใหม่ ๆ อาจหมายถึงความคิด วิถีปฏิบัติ วัตถุหรือเทคโนโลยีที่ใหม่ ซึ่งยังไม่เป็นที่รู้จักมาก่อน

Everett M. Rogers, 1983 (อ้างถึงใน ณรงค์ สมพงษ์, 2543: 84-85) ได้ให้ความหมายของคำว่านวัตกรรม (Innovation) ว่า นวัตกรรม คือ ความคิด การกระทำ หรือวัตถุใหม่ ๆ ซึ่งถูกรับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ ๆ ด้วยตัวบุคคลแต่ละคนหรือหน่วยอื่น ๆ ของการยอมรับ

การพิจารณาว่าสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นนวัตกรรมนั้น Rogers ได้ชี้ให้เห็นว่าขึ้นอยู่กับความรู้ของแต่ละบุคคล หรือกลุ่มบุคคลว่าเป็นสิ่งใหม่สำหรับเขา ดังนั้นนวัตกรรมของบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งอาจไม่ใช่ นวัตกรรมของบุคคลกลุ่มอื่น ๆ ก็ได้ ขึ้นอยู่กับความรู้ของบุคคลนั้นว่าเป็นสิ่งใหม่สำหรับเขาหรือไม่ อีกประการหนึ่งความใหม่อาจขึ้นอยู่กับระยะเวลาด้วย สิ่งใหม่ ๆ ตามความหมายของนวัตกรรมนี้ไม่จำเป็นจะต้องใหม่จริง ๆ แต่อาจจะหมายถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นความคิดหรือการปฏิบัติที่เคยทำกันมาแล้วแต่ได้หยุดกันไประยะเวลาหนึ่ง ต่อมาได้มีการรื้อฟื้นขึ้นมาทำใหม่ เนื่องจากเห็นว่าสามารถช่วยแก้ปัญหาในสภาพการณ์นั้นได้ ก็นับว่าสิ่งนั้นเป็นสิ่งใหม่ได้ (ณรงค์ สมพงษ์, 2543: 84-85)

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (อ้างถึงใน ณรงค์ สมพงษ์, 2543: 85) ได้ให้เกณฑ์การพิจารณาว่าสิ่งใดเป็นนวัตกรรมไว้ 3 ประการ คือ

1. จะต้องเป็นสิ่งใหม่ทั้งหมด หรือบางส่วนอาจเป็นของเก่าใช้ไม่ได้ผลในอดีต แต่นำมาปรับปรุงใหม่ หรือเป็นของปัจจุบันที่เรานำมาปรับปรุงให้ดีขึ้น
2. มีการนำวิธีการจัดระบบมาใช้โดยพิจารณาองค์ประกอบทั้งส่วนข้อมูลที่เข้าไปในกระบวนการและผลลัพธ์ โดยกำหนดขั้นตอนการดำเนินการให้เหมาะสมก่อนที่จะทำการเปลี่ยนแปลง
3. มีการพิสูจน์ด้วยการวิจัยหรืออยู่ระหว่างการวิจัยว่า “สิ่งใหม่” นั้น ได้รับการเผยแพร่และยอมรับจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของระบบงานที่ดำเนินอยู่ ในขณะนี้ไม่ถือว่สิ่งใหม่นั้นเป็นนวัตกรรมหรือไม่ แต่จะเปลี่ยนสภาพเป็นเทคโนโลยีอย่างเต็มที่

การแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation)

การแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นกระบวนการในการถ่ายทอดความคิด การปฏิบัติ ข่าวสาร หรือพฤติกรรมไปสู่ที่ต่างๆ จากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลไปสู่บุคคลกลุ่มอื่นโดยกว้างขวาง จนเป็นผลให้เกิดการยอมรับความคิดและการปฏิบัติเหล่านั้นอันจะมีผลต่อโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในที่สุด (ณรงค์ สมพงษ์, 2543: 88)

Everett M. Rogers (1983 อ้างถึงใน ณรงค์ สมพงษ์, 2543: 88) ได้ให้ความหมายของคำว่า การแพร่กระจาย หรือ “Diffusion” ไว้ว่า การแพร่กระจาย คือกระบวนการซึ่งนวัตกรรมถูกสื่อสารผ่านทางช่องทางในช่วงเวลาหนึ่งระหว่างสมาชิกต่าง ๆ ที่อยู่ในระบบสังคม ซึ่งส่วนประกอบของการแพร่กระจายนวัตกรรมมี 4 ประการ คือ

1. มีนวัตกรรมเกิดขึ้น
2. ใช้การสื่อสารเป็นช่องทางในการส่งผ่านนวัตกรรมนั้น
3. ช่วงระยะเวลาที่เกิดการแพร่กระจาย
4. ผ่านไปยังสมาชิกในระบบสังคมหนึ่ง

ขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม (Adoption Process)

ในการแพร่กระจายนวัตกรรมไปสู่สังคมนั้น นวัตกรรมจะถูกนำไปใช้หรือยอมรับโดยบุคคล Rogers (1971 อ้างถึงใน ณรงค์ สมพงษ์, 2543: 91-92) ได้สรุปทฤษฎีและรายงานการวิจัยเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม 5 ขั้นตอน ดังนี้คือ

1. ขั้นตื่นตัวหรือรับทราบ (awareness) เป็นขั้นแรกที่บุคคลรับรู้ว่ามีความคิดใหม่ สิ่งใหม่ หรือวิธีปฏิบัติใหม่ ๆ เกิดขึ้นแล้วและนวัตกรรมมีอยู่จริง แต่ยังไม่มีความรู้รายละเอียดของสิ่งนั้นอยู่
2. ขั้นสนใจ (interest) เป็นขั้นที่บุคคลจะรู้สึกสนใจในนวัตกรรมนั้นทันทีที่เขาเห็นว่าตรงกับปัญหาที่เขาประสบอยู่ หรือตรงกับความสนใจ และจะเริ่มหาข้อเท็จจริงและข่าวสารมากขึ้น โดยอาจสอบถามจากเพื่อนซึ่งได้เคยทดลองทำมาแล้ว หรือเสาะหาความรู้จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับ

นวัตกรรมนั้นเพื่อสนองตอบความอยากรู้ของตนเอง

3. ขั้นประเมินผล (evaluation) ในขั้นตอนนี้บุคคลจะพิจารณาว่า นวัตกรรมนั้นจะมีความเหมาะสมกับเขาหรือไม่ จะให้ผลคุ้มค่าเพียงใด หลังจากที่ได้ศึกษานวัตกรรมนั้นมาระยะหนึ่งแล้ว นวัตกรรมนั้นมีความยากและข้อจำกัดสำหรับเขาเพียงใด และจะปรับให้เข้ากับสถานการณ์ได้อย่างไร แล้วจึงตัดสินใจว่าจะทดลองใช้ความคิดใหม่ ๆ นั้นหรือไม่

4. ขั้นทดลอง (trial) เป็นขั้นตอนที่บุคคลได้ผ่านการไตร่ตรองมาแล้วและตัดสินใจที่จะทดลองปฏิบัติตามความคิดใหม่ ๆ ซึ่งอาจทดลองเพียงบางส่วนหรือทั้งหมด การทดลองปฏิบัตินี้เป็นเพียงการยอมรับนวัตกรรมชั่วคราว เพื่อดูผลว่าควรตัดสินใจยอมรับโดยถาวรหรือไม่

5. ขั้นยอมรับปฏิบัติ (adoption) ถ้าการทดลองของบุคคลได้ผลเป็นที่น่าพอใจ ก็จะยอมรับความคิดใหม่ ๆ อย่างเต็มที่และขยายการปฏิบัติออกไปเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งนวัตกรรมนั้นกลายเป็นวิธีการที่เขายึดถือปฏิบัติโดยถาวรต่อไป ซึ่งถือเป็นขั้นสุดท้ายของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างถาวร

Rogers และ Shoemaker (อ้างถึงใน ฅณรงค์ สมพงษ์, 2543: 93) ได้เสนอโครงสร้าง เรียกว่า กระบวนการตัดสินใจนวัตกรรม (Innovation decision process) ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นความรู้ (knowledge) เป็นขั้นตอนที่รับทราบว่ามีการนวัตกรรมเกิดขึ้น และหาข่าวสารจนเข้าใจในนวัตกรรมนั้น ๆ

2. ขั้นชักชวน (persuasion) เป็นขั้นตอนที่เกษตรกรมีทัศนคติต่อสิ่งใหม่ๆ ในทางที่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยต่อ “นวัตกรรม” นั้น ๆ

3. ขั้นตัดสินใจ (decision) เป็นขั้นที่เกษตรกรสนใจเข้าร่วมกิจกรรมที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมแล้ว และตัดสินใจว่าจะรับนวัตกรรมนั้นหรือไม่ แต่การตัดสินใจนั้นยังไม่ถาวรอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ภายหลัง

4. **ยืนยัน (confirmation)** เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการซึ่งเป็นการหาข้อมูลมาสนับสนุนการตัดสินใจของเขา อาจมีระยะเวลายาวนาน จนกระทั่งยอมรับแนวความคิดใหม่ ๆ ใ้ปฏิบัติเป็นการถาวรจริง ๆ

การจำแนกกลุ่มเป้าหมายในการรับนวัตกรรม

Rogers (1983 อ้างถึงใน ณรงค์ สมพงษ์, 2543: 96-98) ได้จำแนกลักษณะของบุคคลที่มีต่อการยอมรับนวัตกรรมออกเป็น 5 ประเภท คือ

1. **กลุ่มนวกกร หรือผู้นำทางนวกกร (Innovators : Venturesome)** บุคคลในกลุ่มนี้เป็นพวกหัวก้าวหน้ามีความตื่นตัวในการทดลองความคิดใหม่ ๆ และมีความสัมพันธ์กับโลกภายนอกมากกว่าคนอื่น ๆ ความเป็นนวกกรจะต้องมีสิ่งสำคัญหลายอย่าง ได้แก่ ความสามารถรองรับแหล่งการเงินที่อาจจะต้องสูญเสียไปบ้างจากการลองใช้นวกกร และมีความสามารถในการทำความเข้าใจ ความรู้ทางเทคนิคที่ค่อนข้างซับซ้อน นวกกรจะต้องมีความสามารถในการควบคุมความไม่แน่ใจเกี่ยวกับนวกกรที่ตนใช้อยู่ในขณะนั้นคุณค่าที่เด่นชัดของนวกกรในความชอบผจญภัยก็คือ ความกล้าได้กล้าเสีย ชอบเสี่ยง และพร้อมที่จะหันกลับมาที่เดิมเมื่อพบว่าความคิดใหม่ ๆ ที่ยอมรับนั้นไม่ประสบความสำเร็จ นวกกรจะมีบทบาทสำคัญในกระบวนการการแพร่กระจายในการริเริ่มนำเอานวกกรใหม่ ๆ จากภายนอกของระบบสังคมมาใช้ ดังนั้นนวกกรเองก็จะมีบทบาทเป็นผู้เฝ้าประตู (gate keeping role) ในการไหลของข้อมูลข่าวสารในระบบสังคมนั้นด้วย

2. **กลุ่มผู้ยอมรับนวกกรได้ง่าย (Early Adopters : Respectable)** บุคคลในกลุ่มนี้จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบสังคมในท้องถิ่นมากกว่าผู้นำทางนวกกร และมีความเป็นคนที่ท้องถิ่นมากกว่า (localities) อีกทั้งมีระดับของการเป็นผู้นำทางความคิดมากที่สุดในระบบสังคมนั้น ผู้ที่ยอมรับนวกกรทั้งหมดจะมองไปที่กลุ่มนี้เพื่อขอคำแนะนำและข้อมูลเกี่ยวกับนวกกร ผู้ยอมรับนวกกรได้ง่ายนี้จะทำหน้าที่ตรวจเช็คคนนวกกรหลายครั้งก่อนที่จะมีการใช้ความคิดใหม่ ๆ ผู้นำการเปลี่ยนแปลงก็จะมองดูบุคคลที่มีลักษณะยอมรับนวัตกรรมได้ง่ายในกลุ่มนี้ให้เป็นตัวแทนหรืออาสาสมัครให้ เพื่อเร่งรัดให้มีกระบวนการแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว เนื่องจากบุคคลในกลุ่มนี้มีความใกล้ชิดกับลักษณะความเป็นนวกกรมาก จึงเป็นเสมือนตัวแทนของสมาชิกอื่น ๆ ในสังคม และได้รับการนับถือจากเพื่อน ๆ ในการทดลองใช้สิ่งใหม่ ๆ อย่างเป็นรูปธรรม จึงพยายามที่จะคงความเป็นศูนย์กลางของระบบโครงสร้างทางการสื่อสารเอาไว้ และตัดสินใจอย่างสมเหตุสมผลใน

นวัตกรรม ดังนั้นเขาจึงมีบทบาทในการลดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับสิ่งใหม่ ๆ ลงไป เป็นผู้ประเมิน นวัตกรรมให้กับกลุ่มเพื่อนโดยใช้เครือข่ายการติดต่อส่วนบุคคลเป็นสื่อกลาง

3. กลุ่มส่วนใหญ่ (Majority : Deliberate) บุคคลในกลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด ซึ่งตัดสินใจยอมรับสิ่งใหม่ก่อนสมาชิกโดยเฉลี่ยในสังคมมีความสัมพันธ์โดยสม่ำเสมอกับกลุ่มเพื่อน แต่จะไม่ค่อยได้เป็นผู้นำ และจะอยู่ในส่วนกลางที่เป็นตัวเชื่อมกลุ่มที่ยอมรับง่าย (Early Adopters) และกลุ่มที่ยอมรับช้า (Late Majority) กลุ่มนี้จะใช้เวลาไตร่ตรองศึกษาและ เรียนรู้นวัตกรรมเป็นเวลานาน และมีลักษณะการยอมรับแบบค่อยเป็นค่อยไปโดยคอยดูผลการใช้ นวัตกรรมจากกลุ่มแรก ๆ ก่อน เมื่อแน่ใจว่าใช้ได้ผลแล้วจึงจะยอมรับมาปฏิบัติ ดังนั้นการเสนอ นวัตกรรมในกลุ่มนี้จึงจำเป็นต้องใช้แรงกระตุ้นจึงจะตัดสินใจค่อยตามได้ง่าย

4. กลุ่มยอมรับช้า (Late Majority : Skeptical) กลุ่มนี้จะยอมรับความคิดใหม่ ๆ หลังจาก คนส่วนใหญ่ยอมรับไปแล้วในระบบสังคม การยอมรับอาจเกิดจากทั้งความจำเป็นทางด้าน เศรษฐกิจและการเพิ่มความกดดันทางด้านอื่น ๆ ในสังคมมีมากขึ้นบุคคลในกลุ่มนี้มีความหวั่น วิตกต่อที่จะสูญเสียผลประโยชน์ หรือมองไม่เห็นคุณค่าของการเปลี่ยนแปลงวิทยาการใหม่ ๆ จึงยึด มั่นอยู่ในวิธีเดิม และอาจมีความรู้สึกในเชิงต่อต้านด้วย บุคคลกลุ่มนี้ต้องใช้ความพยายามและ เวลาในการโน้มน้าวใจให้เห็นอย่างชัดแจ้งถึงคุณประโยชน์และผลที่จะได้รับจากการยอมรับ นวัตกรรมอย่างมาก

5. กลุ่มล่าช้า (Laggards) เป็นกลุ่มที่ก้าวไปไม่ทันกลุ่มอื่น ๆ เนื่องจากเรียนรู้วัฒนธรรม และสิ่งใหม่ ๆ ไม่ดีพอ โดยทั่วไปจะมีอายุมาก มีสติปัญญาต่ำ เกียจคร้าน เชื้อยชา รักความ สะดวกสบาย ขาดความกระตือรือร้นในการพัฒนาตนเอง จึงพอใจเฉพาะในสิ่งที่ตัวเองทำอยู่ นักส่งเสริมต้องใช้พลังในการติดต่อสื่อสาร โน้มน้าวใจต้องค่อยเคี้ยวเชียวชาญอย่างมาก

ปัจจัย ที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม

การยอมรับนวัตกรรมของบุคคลในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ๆ นั้น อาจมีความแตกต่างกันทั้ง ทางด้านความเร็วของการยอมรับนวัตกรรมว่าจะยอมรับช้าหรือเร็วกว่ากัน และยังคงแตกต่างกัน เกี่ยวกับจำนวนของผู้รับนวัตกรรมนั้นว่ามีมากหรือน้อย รวมทั้งความยั่งยืนของนวัตกรรมนั้นก็ยังมีทั้ง

คงทนและไม่คงทน ผลของการยอมรับที่จะเกิดขึ้นในลักษณะต่าง ๆ นี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ หลายประการ คือ (ณรงค์ สมพงษ์, 2543: 93-100)

1. ปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะของนวัตกรรม เนื่องจากนวัตกรรมเป็นสิ่งใหม่ที่เกิดมาจากงานวิจัย (Research) และการพัฒนา (Development) รวมทั้งมาจากประสบการณ์ของผู้ใช้นวัตกรรมนั่นเอง ดังนั้นนวัตกรรมแต่ละอย่างจึงมีลักษณะเฉพาะตัวซึ่งสามารถนำมาใช้แก้ไขปัญหาหรือเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้ตามสถานการณ์ และความต้องการของผู้ใช้นวัตกรรมนั้น ๆ ซึ่งไม่จำเป็นที่นวัตกรรมซึ่งใช้ได้ผลดีในที่แห่งหนึ่งจะได้ผลดีในที่อื่น ๆ ด้วย ขึ้นอยู่กับว่านวัตกรรมนั้น ๆ มีความเหมาะสมกับสถานการณ์นั้น ๆ หรือไม่ ดังนั้นลักษณะของนวัตกรรมนั่นเอง จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการโน้มน้าวใจ (persuasion) ให้เกิดการยอมรับ โดนนำไปใช้เป็นข้อมูลในการประเมินนวัตกรรมของผู้รับสาร และตัดสินใจได้ว่าจะดำเนินการอย่างไรต่อไป คุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ ได้แก่ (ณรงค์ สมพงษ์, 2543: 93-94)

ก. ผลประโยชน์ที่ได้เปรียบมากกว่าจากการยอมรับนวัตกรรม (Relative advantage) คือ ระดับของการรับรู้หรือความเชื่อว่าคุณนวัตกรรมนั้นมีคุณสมบัติที่ดีกว่าความคิดหรือสิ่งที่มีอยู่เดิม ซึ่งถูกแทนที่ด้วยสิ่งใหม่ ถ้าหากนวัตกรรมนั้นมีข้อดีและให้ประโยชน์ต่อผู้ใช้นวัตกรรมนั้นมากเท่าใด ก็มีโอกาสมันจะมีผู้ที่ยอมรับมากขึ้น ดังนั้นการพัฒนานวัตกรรมเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานจึงต้องมีการศึกษาค้นคว้ามาอย่างดีให้ตรงกับความต้องการและเกิดประโยชน์จากผู้ใช้อย่างสูงสุด จึงจะมีการยอมรับอย่างรวดเร็ว

ข. การเข้ากันได้ดีกับสิ่งที่มีอยู่เดิม (Compatibility) การเข้ากันได้ คือ ระดับของนวัตกรรมซึ่งมีความสอดคล้องกับคุณค่า ประสบการณ์และความต้องการที่มีอยู่แล้วในตัวผู้รับนวัตกรรมนั้น ๆ ถ้าหากนวัตกรรมนั้นสามารถเข้ากันได้ดีกับสิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวมาก็มีโอกาสได้รับการยอมรับได้ง่ายขึ้น

ค. ความซับซ้อน (Complexity) ความซับซ้อน คือระดับของความเชื่อว่าคุณนวัตกรรมนั้นมีความยากต่อการเข้าใจและการนำไปใช้ นวัตกรรมบางอย่างสามารถทำความเข้าใจและนำมาใช้ได้ง่าย ในขณะที่บางอย่างมีความซับซ้อนและเข้าใจยากกว่า นวัตกรรมที่มีความซับซ้อนน้อยกว่ามีโอกาสที่จะได้รับการยอมรับมากกว่า

ง. การทดลองได้ (Triability) การทดลองได้ คือระดับของนวัตกรรมที่สามารถมองเห็นผลจากการทดลองปฏิบัติเพื่อให้เห็นผลได้จริง อย่างน้อยภายใต้สภาพที่จำกัด ความคิดเหล่านี้สามารถทดสอบหรือทดลองได้อย่างเป็นขั้นตอนหรือเป็นช่วง ๆ ไป ก็จะได้รับการยอมรับอย่างรวดเร็ว นวัตกรรมที่ไม่สามารถทดลองได้ก่อนมีโอกาสที่จะได้รับการยอมรับน้อยกว่า

จ. การสังเกตได้ (Observability) คือระดับของนวัตกรรมที่สามารถมองเห็นกระบวนการในการปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมสามารถสัมผัสและแตะต้องได้จริง ๆ การเสนอขายสินค้าที่เป็นแบบขายตรง (direct sale) ที่ได้รับผลสำเร็จสูง ถึงแม้ว่าราคาจะค่อนข้างแพงก็เนื่องมาจากคุณสมบัติของนวัตกรรมในข้อนี้ คือสามารถนำมาให้ลูกค้าชมและสาธิตให้ดูว่าสินค้าชิ้นนี้มีข้อดีอย่างไรเป็นขั้น ๆ เมื่อดูแล้วลูกค้ามีความเห็นว่าดีจริงจึงจะซื้อสินค้านั้น

2. ปัจจัยเกี่ยวกับผู้รับนวัตกรรม การที่บุคคลจะยอมรับนวัตกรรมหรือไม่ ปัจจัยหนึ่งก็คือตัวของผู้รับนวัตกรรมนั่นเอง เพราะถึงแม้ว่านวัตกรรมและเทคโนโลยีจะมีลักษณะที่ดีและเหมาะสมเพียงใด แต่ผู้รับนวัตกรรมนั้นไม่มีความพร้อมที่จะยอมรับและปฏิบัติ นวัตกรรมนั้นก็ไร้ความหมาย

ปัจจัยเกี่ยวกับผู้รับนวัตกรรมนั้นได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมของบุคคล (socioeconomic status) เช่น ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ฐานะทางสังคม กับปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อุปนิสัย บุคลิกภาพ เป็นต้น

สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคม (socioeconomic status) ผลงานวิจัยเป็นจำนวนมากศึกษาภูมิหลังของประชากรที่เกี่ยวกับสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมของตัวบุคคลว่าจะมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีหรือไม่ ซึ่งการวิจัยส่วนใหญ่จะเน้นศึกษานวัตกรรมหรือเทคโนโลยีเฉพาะเรื่องและผลการวิจัยส่วนใหญ่ก็มีแนวโน้มแสดงว่าสถานภาพทางเศรษฐกิจ ได้แก่ เพศ การศึกษา รายได้ ฐานะทางเศรษฐกิจ อาชีพ ตลอดจนการมีตำแหน่งเป็นผู้นำในสังคมล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ

คุณลักษณะของบุคลิกภาพ (personality) เป็นลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลที่ได้รับการส่งเสริมกันมาตั้งแต่เด็กจนโต จากการหล่อหลอมของครอบครัว ขนบธรรมเนียมประเพณี จนกระทั่งถึงสถาบันการศึกษา เป็นส่วนที่ทำให้เกิดบุคลิกภาพ เช่นอาจจะเป็นคนที่อ่อนโยน แข็งกระด้าง การ

ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น การต่อต้านสังคม เป็นต้น ลักษณะทางบุคลิกภาพย่อมเป็นส่วนที่
เกื้อหนุนหรือต่อต้านการยอมรับนวัตกรรมก็เป็นได้

อัตราการยอมรับนวัตกรรม (Rate of adoption)

เสถียร เขยประทับ (2525) กล่าวว่า อัตราการยอมรับนวัตกรรม เราอาจให้นิยามคำว่า
อัตราการยอมรับนวัตกรรมได้ว่า เป็นความเร็วเชิงเทียบ (relative speed) ที่นวัตกรรมถูกยอมรับโดย
สมาชิกภายในระบบสังคม วิธีวัดอัตราการยอมรับนวัตกรรม สามารถทำได้โดยพิจารณาจาก
ระยะเวลาที่สมาชิกของระบบสังคมจำนวนหนึ่งต้องใช้ในการยอมรับนวัตกรรม กล่าวอีกนัยหนึ่ง
จะต้องใช้เวลานานเท่าไรที่จะให้สมาชิกในสังคมจำนวนร้อยละเท่าไรยอมรับนวัตกรรมนั้น จะเห็นได้
ว่าการวัดอัตราการยอมรับนวัตกรรม นิยมใช้นวัตกรรมหรือระบบสังคมมากกว่าที่จะใช้ปัจเจกบุคคล
เป็นหน่วยในการวิเคราะห์ นวัตกรรมใดที่ผู้รับรู้สึกว่ามีประโยชน์เชิงเทียบมากกว่า เข้ากันได้กับ
ค่านิยม และบรรทัดฐานของสังคมและอื่น ๆ ที่กล่าวมาแล้วในคุณลักษณะของนวัตกรรมจะมีอัตรา
การยอมรับที่รวดเร็ว

มีข้อน่าสังเกตว่า อัตราการยอมรับนวัตกรรมนี้จะแตกต่างกันไปตามสภาพของระบบสังคม
แม้ว่าจะเห็นนวัตกรรมชนิดเดียวกัน การวิจัยในด้านการเผยแพร่ นวัตกรรมชี้ให้เห็นว่าระบบสังคมที่
ทันสมัย มีอัตราการยอมรับนวัตกรรมที่รวดเร็วกว่าระบบสังคมโบราณ

5. ทฤษฎีสังคมสารสนเทศและโลกาภิวัตน์

สังคมสารสนเทศ (Information society) นักวิชาการตะวันตกได้ชี้ให้เห็นว่าช่วงหลัง
ของคริสต์ศตวรรษที่ 20 สภาพเศรษฐกิจและสังคมทุนนิยมอุตสาหกรรมได้มีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่
สังคมยุคหลังอุตสาหกรรม หรือ Post-Industrial Society (PIS) ซึ่งรูปแบบการผลิตทางเศรษฐกิจ
เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า (goods) มาเป็นการผลิตที่เน้นการบริการ (service) ชนชั้นที่มี
ความสำคัญในการผลิตคือชนชั้นที่มีความรู้และความชำนาญในด้านเทคโนโลยีและการจัดการ
และความรู้ในทางทฤษฎีเป็นฐานสำคัญในการผลิตนวัตกรรม เทคโนโลยีจะเป็นฐานทาง
ทิศทางการพัฒนาและการตัดสินใจในอนาคต (Bell, 1976 อ้างถึงใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547:

สังคมสารสนเทศมีมิติหลายด้านที่แตกต่างจากลักษณะของเศรษฐกิจสังคมในอดีต กล่าวคือ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547: 35-37)

1. มิติทางเทคโนโลยี นวัตกรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่สำคัญ ได้แก่ คอมพิวเตอร์ การสื่อสารโทรคมนาคม และ การสื่อสารมวลชน ซึ่งมีการบรรจบผสานกัน (converge) ได้ถูกนำมาจัดเป็นดัชนีวัดระดับความเป็นสังคมสารสนเทศ ที่เรียกว่า Information society Index 2000 หรือ ISO 2000 โดยใช้ตัวแปรด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) โครงสร้างพื้นฐานด้านคอมพิวเตอร์ (2) โครงสร้างพื้นฐานทางด้านอินเทอร์เน็ต (3) โครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ เช่น สัดส่วนของคู่สายโทรศัพท์ต่อจำนวนครัวเรือน (4) โครงสร้างพื้นฐานด้านสังคม เช่น สัดส่วนของผู้มีการศึกษาระดับต่าง ๆ

2. มิติทางเศรษฐกิจ สังคมสารสนเทศมีการผลิตที่เน้นการผลิตด้านบริการและข่าวสาร ข้อมูล ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ของการผลิตในอุตสาหกรรมแห่งข่าวสารข้อมูล (Information industry) คือ (1) การศึกษา (2) สื่อสารมวลชน (3) เครื่องมือเกี่ยวกับสารสนเทศ (4) กิจกรรมสารสนเทศอื่น ๆ

3. มิติทางอาชีพ งานอาชีพในสังคมสารสนเทศประกอบด้วยผู้ที่มีความรู้ความสามารถในด้านการใช้ทักษะเกี่ยวกับการจัดการและการประมวลผลข้อมูลข่าวสารเพื่อช่วยในด้านการตัดสินใจ มีลักษณะเฉพาะด้าน และทำงานเกี่ยวข้องกับการจัดการเรื่องข่าวสารและความรู้ (information and knowledge management) แตกต่างจากคนทำงานประเภทไร้ทักษะ ในสังคมยุคทุนนิยมอุตสาหกรรม

4. มิติทางภูมิศาสตร์ เครือข่ายข่าวสารข้อมูล (information network) ในสังคมสารสนเทศ จะก่อให้เกิด “สังคมแห่งเครือข่าย” (network society) ซึ่งข้อมูลข่าวสารซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยสี่ของคนในสังคม เทคโนโลยีสารสนเทศ และ “สังคมแห่งเครือข่าย” จะก่อให้เกิดการย่อเวลาและสถานที่ ซึ่งมีผลต่อการทำงานและวิถีชีวิตของคนในสังคม

5. มิติทางวัฒนธรรม สังคมสารสนเทศเป็นสังคมที่มีข่าวสารข้อมูลจำนวนมากที่ถ่ายทอดผ่านสื่อ ข่าวสารจำนวนมากนี้ล้นเกิน จนถูกมองว่าจะไร้ความหมาย เนื่องจากการสื่อสาร

ที่ผ่านระบบสัญญาณ (sign) เพื่อสื่อความหมาย (meaning หรือ signification) กระบวนการสื่อสาร แลกเปลี่ยนความหมายและสินค้าแห่งความหมายที่ผลิตขึ้นโดยระบบสื่อสารมวลชน เช่น ดนตรี หนังสือ ละคร และที่เป็นเครื่องใช้ต่าง ๆ เช่น เสื้อผ้า เพอร์นิเจอร์ รถยนต์ ได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของลัทธิบริโภคนิยม (consumerism)

นอกจากนี้ในภาวะที่ข้อมูลข่าวสารไหลล้นเกินกว่าที่ปัจเจกบุคคลแต่ละคนจะรับได้เช่นนี้ ผู้คนจะเกิดความรู้สึกสับสนไม่สามารถแยกแยะระหว่างโลกของสัญญาณ และโลกของความเป็นจริง ออกจากกันได้ สัญญาณหรือภาพลักษณ์ที่องค์กรต่าง ๆ สร้างขึ้นมาเพื่อประชาสัมพันธ์หรือโฆษณา อาจจะได้ความหมายเพราะว่าผู้รับขาดความเชื่อถือ หรือไม่มั่นใจว่าเป็นภาพสะท้อนที่สื่อความจริง หรือเป็นเพียงสัญญาณที่มีใช้ตัวแทนของความจริงแต่อย่างใด สังคมสารสนเทศจึงต้องอาจจะมีผลกระทบที่สั่นคลอนวัฒนธรรมการสื่อสารอย่างถึงรากถึงโคนในอนาคต

ความแตกต่างระหว่างเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่กับสื่อมวลชนดั้งเดิม

เทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่มีความแตกต่างจากสื่อมวลชน ดังนี้ (น้ำทิพย์ ลำภา-ประเสริฐ, 2543: 21-22)

1. มีลักษณะตอบโต้ได้ (Interactivity) การตอบโต้เป็นสิ่งสำคัญของระบบการสื่อสารรูปแบบใหม่ เช่น การตอบโต้ระหว่างผู้ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยผ่านคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ทำให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคลผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่ ลักษณะการตอบโต้ในสื่อใหม่เหล่านี้จะไม่มีในสื่อมวลชน สื่อใหม่นี้มีศักยภาพในการเข้าถึงตัวบุคคลแต่ละคนได้มากกว่า การตอบโต้ระหว่างบุคคลโดยผ่านคอมพิวเตอร์นี้จะทำให้ผู้ใช้เกิดการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ ที่อยู่ในเครือข่ายเดียวกัน ดังนั้นสื่อใหม่นี้จึงต้องประกอบไปด้วยระบบการสื่อสารแบบใหม่ ผสมผสานกับสื่อระหว่างบุคคล การตอบโต้เป็นระบบของการสื่อสารที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการมากกว่า ทั้งนี้เพราะทำให้พฤติกรรมสื่อสารเกิดความถูกต้องได้มากกว่าได้รับประสิทธิผลมากกว่าและได้รับความพึงพอใจจากการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารมากกว่า
2. สื่อใหม่เหล่านี้มีลักษณะ De-massified คือ สื่อมวลชนจะถูกลดบทบาทในการเป็นผู้ส่งข่าวสาร การแลกเปลี่ยนข่าวสารจะเกิดขึ้นโดยบุคคลแต่ละคนในกลุ่มผู้รับสารขนาดใหญ่ ผู้บริโภคสื่อเป็นผู้เลือกและตัดสินใจในการสื่อสารด้วยตนเองผ่านสื่อใหม่ซึ่งสามารถควบคุมได้เอง

3. เทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่มีความสามารถในการส่งและรับข่าวสารต่างๆ ในเวลาที่สะดวกต่อบุคคลแต่ละคน (Asynchronous) เช่น การส่งข่าวสารผ่าน E-mail ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้สามารถส่งและรับข่าวสารต่างๆ ได้ตามความสะดวกของตนเอง สำหรับกรณีของการสื่อสารผ่านโทรศัพท์ ไม่ได้มีลักษณะเช่นนี้ เนื่องจากหากโทรศัพท์ที่ไป ณ ที่ที่ไม่มีใครอยู่ ผู้รับสารก็จะไม่สามารถทราบได้ว่ามีใครติดต่อมาหาบ้าง หรือหากทราบแล้วติดต่อกลับไปยังต้นสาย ต้นสายก็อาจไม่อยู่หรืออยู่ในเวลาที่ไม่สะดวกในการสนทนาได้

คุณลักษณะของผู้ใช้หรือผู้ยอมรับเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่

ผู้ใช้ หรือผู้ที่ยอมรับเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่ มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้ (น้ำทิพย์ ล้าภาประเสริฐ, 2543: 21-22)

1. สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งพิจารณาจากรายได้ อาชีพ และการศึกษา ผู้ที่ใช้สื่อใหม่จะเป็นกลุ่มที่มีรายได้ดี เพราะค่าใช้จ่ายในการซื้อหรือรับสื่อใหม่จะอยู่ในระดับราคาที่สูง มีการศึกษาดี เนื่องจากจะต้องมีวิสัยทัศน์และรู้ถึงความสำคัญของข้อมูลข่าวสารและรู้จักที่จะนำข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ นอกจากนี้อาชีพก็เป็นปัจจัยสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่ทำให้คนใช้สื่อใหม่

หากเปรียบเทียบระหว่างสื่อใหม่กับสื่อมวลชนดั้งเดิม สื่อใหม่จะมีอัตราและปริมาณของข่าวสารสูงกว่าสื่อมวลชน ดังนั้นอาชีพซึ่งมีความต้องการข่าวสารมาก จึงมีแนวโน้มที่จะใช้เทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่นี้มาก เช่น งานประเภทวิจัยและพัฒนา (R & D) วงการการศึกษาและงานวิชาการต่าง ๆ

2. กลุ่มผู้ใช้กลุ่มแรก ๆ (Earlier adopter) จะมีพฤติกรรมการสื่อสารที่มีความเป็นสากลสูง มีพฤติกรรมการเปิดรับความรู้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ การเปิดรับสื่อมวลชนสูง การเปิดรับการสื่อสารระหว่างบุคคลและการติดต่อผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์สูง รวมทั้งมีการเปิดรับข่าวสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่ในทางตรงสูง

3. บุคลิกภาพของคนกลุ่มนี้จะมีลักษณะเป็นคนเปิดเผย มีการปฏิสังสรรค์กับบุคคลอื่นสูง และเป็นพวกเหตุผลนิยม เนื่องจากเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่มีความสำคัญอย่างมากใน

สังคมมนุษย์ จึงมีผู้ให้ความสนใจและทำการวิจัยในเรื่องนี้อยู่มาก เพราะเป็นการเปลี่ยนแปลงจากสังคมอุตสาหกรรมมาเป็นสังคมข่าวสาร

6. บทบาทสื่ออินเทอร์เน็ต

กิดานันท์ มลิทอง (2540) กล่าวว่า อินเทอร์เน็ต คือ ระบบของการเชื่อมโยงข่ายงานคอมพิวเตอร์ ขนาดใหญ่มากครอบคลุมไปทั่วโลก เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้บริการสื่อสารข้อมูล เช่น การบันทึกเข้าระยะไกลการถ่ายโอนแฟ้ม อี-เมล และกลุ่มอภิปราย อินเทอร์เน็ตเป็นวิธีในการเชื่อมโยงข่าย งานคอมพิวเตอร์ที่มีอยู่ ซึ่งขยายออกไปอย่างกว้างขวางเพื่อการเข้าถึงของแต่ละระบบที่มีส่วนร่วมอยู่

ทักษิณ สนวนานนท์ (2539) ได้ให้ความหมาย อินเทอร์เน็ต ว่า เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์นานาชาติที่มีสายตรงต่อไปยังสถาบันหรือ หน่วยงานต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้รายใหญ่ทั่วโลก ผ่านโมเด็ม (modem) คล้ายกับ Compuserve ผู้ใช้เครือข่ายนี้สามารถสื่อสารถึงกันได้ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) สามารถสืบค้นข้อมูลและสารสนเทศ รวมทั้งคัดลอกแฟ้มข้อมูลและโปรแกรมบางโปรแกรมมาใช้ได้แต่จะต้องมีเครือข่ายภายในรับช่วงต่ออีกทอดหนึ่งจึงจะได้ผล

วิทยา เรื่องพรวิสุทธิ (2538) ได้ให้ความหมาย อินเทอร์เน็ต ว่า เป็นเครือข่ายใหญ่ที่สุดในโลกซึ่งประกอบด้วยเครือข่ายต่าง ๆ จำนวนมาก ที่เชื่อมโยงระบบสื่อสารแบบทีซีพี/ไอพี (TCP/IP) เครือข่ายที่เป็นสมาชิกของอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายซึ่งกระจายอยู่ในประเทศต่างๆ เกือบทั่วโลก เครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีชื่อเรียกได้อีกว่า The Net, Cyberspace

จากความหมายข้างต้น อินเทอร์เน็ต จึงมีความหมายว่า เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมต่อกันทั่วโลก ซึ่งใช้มาตรฐานการรับส่งข้อมูลเดียวกัน คือ TCP/IP (Transmission Control Protocol /Internet Protocol) โดยสร้างความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร และแก่งอื่น ๆ ได้อย่างมาก

บริการบนอินเทอร์เน็ต

บริการต่าง ๆ ในอินเทอร์เน็ตมีหลายลักษณะ ซึ่งข้อมูลทุกด้านจะเพิ่มขึ้นเนื่องจากมีสมาชิกส่วนหนึ่งได้จัด เสนอข้อมูลของตนเองเพื่อไว้ใช้หรืออำนวยความสะดวกแก่ผู้อื่น ๆ ตลอดเวลา ซึ่งประโยชน์โดยทั่วไปของอินเทอร์เน็ตมีหลายด้าน ดังนี้ (สิริพร กุญกระโทก, 2006)

1. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail : electronics mail) เป็นบริการที่ให้ผู้ให้บริการสามารถส่งจดหมายถึงบุคคล องค์กร สถาบัน ฯลฯ โดยผู้รับจะได้รับผ่านจอคอมพิวเตอร์ หรือให้พิมพ์เป็นเอกสารได้ทันที หากผู้รับไม่อยู่ที่จอคอมพิวเตอร์ จดหมายนี้จะถูกส่งไว้ในตู้ คือ ในหน่วยความจำที่เสมือน เป็นผู้รับจดหมายในคอมพิวเตอร์ ซึ่งผู้รับจะรับเวลาใดก็ได้ และจะโต้ตอบส่งกลับเวลาใดก็ได้เช่นกัน

2. การทำงานข้ามเครื่อง (TelNet) ผู้ใช้บริการหากมีระบบเครื่องที่ทำงานได้ไม่สะดวก ก็สามารถเปลี่ยนไปทำงานในเครื่องอื่นที่มีสมรรถนะสูงกว่า เพื่อเข้าไปใช้ข้อมูลเนื้อหาที่บนฮาร์ดดิสก์สำหรับเก็บข้อมูลหรือบริการอื่นใดก็ได้ โดยมีข้อแม้ว่าผู้ให้บริการต้องมีชื่ออยู่ในสารบบที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ได้

3. การถ่ายโอนแฟ้มข้อมูล (FTP : File Transfer Protocol) เป็นบริการถ่ายโอนแฟ้มข้อมูลหรือโปรแกรมที่ผู้ใช้ต้องการจากเครื่องอื่นมาเก็บไว้ยังเครื่องของตน โดยเฉพาะโปรแกรมที่บางคนพัฒนาขึ้นและต้องการบริจาคให้ส่วนรวมได้ใช้โดยไม่คิดมูลค่า โปรแกรมลักษณะนี้เรียกว่า Shareware โดยบางโปรแกรมก็อาจจะให้ลองใช้เป็นการชั่วคราว หากสนใจก็อาจจะต้องเสียค่าใช้จ่ายก็อยู่ในลักษณะบริการนี้เช่นกัน

4. กลุ่มข่าวที่น่าสนใจ (UseNet) เป็นบริการที่เสมือนเป็นกระดานประกาศขายสินค้า หรือแสดง ความต้องการเพื่อให้ผู้สนใจตรงกัน หรือคล้ายๆ กัน ได้ส่งข่าวติดต่อกันข่าวที่นำมาเสนอไว้ อาจจะเกี่ยวกับสังคม กีฬา ศาสนา วัฒนธรรมเทคโนโลยี ปรัชญา ฯลฯ เป็นต้น โดยที่ ทำข่าวจะมีที่อยู่ซึ่งผู้สนใจสามารถ ติดต่อกันได้

5. การสนทนาบนเครือข่าย (Talk) บริการนี้จะแตกต่างจากจดหมายซึ่งเขียนไปไว้ที่ตู้ไปรษณีย์ ของผู้รับ คือ ผู้ส่ง ผู้รับโต้ตอบกันทางตัวอักษรบนจอคอมพิวเตอร์ หรือที่เรียกว่า IRC

(Internet Relay Chat) ปัจจุบันมีซอฟต์แวร์ที่พัฒนาขึ้นให้สามารถพูดโต้ตอบกันผ่านระบบคอมพิวเตอร์ได้ดังเช่น พูดกันทางโทรศัพท์

6. การค้นหาข้อมูลและเพิ่มข้อมูล (Gopher/Archie) เป็นบริการที่เปรียบเสมือนตู้บัตรคำในห้องสมุดที่สามารถค้นชื่อผู้แต่ง ชื่อเรื่อง ชื่อที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ ซึ่งจะช่วยให้การค้นต่าง ๆ เป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็วมาก ผู้ใช้เพียงเข้าไปค้นเมนู (Menu) ที่โปรแกรมนี้ทำไว้เมื่อพอใจดูเรื่องใดก็ใช้เมื่อนั้น ผ่านเข้าไปยังเรื่องหรือสิ่งที่ต้องการได้ทันที

7. เวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web) หรือที่มักเรียกกันว่าเครือข่ายใยแมงมุม เป็นบริการทางอินเทอร์เน็ตที่มีผู้คนนิยมใช้กันมาก เพราะนอกจากการค้นหาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้แล้ว ยังสามารถหาความบันเทิงได้หลากหลายรูปแบบบนอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว แฟ้มภาพ วิดิทัศน์หรือแม้กระทั่งการดูภาพยนตร์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ต

ถนอมพร ตันพิพัฒน์ (2539) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตไว้ว่าสามารถใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์หลัก ๆ 5 ประการ ดังนี้

1. เพื่อการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูล และความคิดเห็น โดยการส่งผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือที่เรียกสั้น ๆ ว่า อีเมลล์ ซึ่งมีความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย นอกจากนี้เมลล์แล้วการสนทนาแบบออนไลน์ ซึ่งผู้ใช้สามารถโต้ตอบผ่านหน้าจอเสมือนการคุยโทรศัพท์กันอยู่เพียงแต่ใช้การพิมพ์ข้อความแทนเสียง ปัจจุบันผู้ใช้สามารถคุยโต้ตอบกันและเห็นใบหน้า ท่าทางของคู่สนทนาได้

2. เพื่อการเข้าใช้คอมพิวเตอร์เครื่องอื่น ๆ ที่ต่ออยู่ในเครือข่ายการติดต่อเข้าสู่คอมพิวเตอร์เครื่องอื่น ๆ ที่ต่ออยู่ในเครือข่าย ทำให้ผู้ใช้สามารถเรียกโปรแกรมในเครื่องคอมพิวเตอร์นั้น ๆ มาใช้งานได้ การเข้าใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องอื่น ๆ ที่ต่ออยู่ในเครือข่าย

3. เพื่อการสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ผู้ใช้สามารถใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ ในเครือข่ายได้หลายวิธี และวิธีที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน คือบริการที่มีชื่อว่าเว็บ ซึ่งอนุญาตให้ผู้ใช้เข้าไปค้นหาข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นตัวอักษร ภาพ หรือเสียงก็ตาม โดยข้อมูลในเว็บจะอยู่ในรูปของไฮเพอร์มีเดีย (Hypermedia) กล่าวคือ มีการเชื่อมโยงของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกันเอาไว้โดยที่ข้อมูลนั้นไม่จำเป็นต้องมาจากแหล่งเดียวกัน

4. เพื่อการถ่ายโอนแฟ้มข้อมูลคอมพิวเตอร์ ซึ่งผู้ใช้สามารถคัดลอกและถ่ายโอนแฟ้มข้อมูลหรือโปรแกรมที่ผู้ผลิตอนุญาตมาใช้ตามต้องการ การถ่ายโอนแฟ้มข้อมูลทำได้โดยการใช้คำสั่ง FTP หรือการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่ช่วยในการถ่ายโอนแฟ้มข้อมูล เช่น Overnet, FTP Voyager เป็นต้น

5. เพื่อการเผยแพร่ข่าวสาร ความคิดเห็น คำถาม คำตอบ คำแนะนำ ตลอดจนเรื่องราวความเป็นไปต่าง ๆ ที่ผู้ใช้ต้องการทราบ และต้องการเสนอแนะ การรับส่งข่าวสาร

จากประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตสะท้อนได้ว่า อินเทอร์เน็ตสามารถช่วยสร้างให้เกิดการเรียนรู้ในสิ่งที่เป็นประโยชน์ได้ โดยไม่ใช่เพียงประโยชน์จากความต้องการอยากรู้เพียงบางด้าน แต่ยังสามารถสร้างเสริมการเรียนรู้ได้มากกว่าความต้องการ

7. ช่องว่างทางดิจิทัล

ปัญหา “ช่องว่างทางข่าวสาร” หรือ “Information gap” เป็นปัญหาสำคัญที่สังสมมาอย่างเนิ่นนานพร้อมกับการมีสังคม ด้วยจุดเริ่มต้นคือ การเหลื่อมล้ำของสังคม อาทิ ช่องว่างทางรายได้ (Income gap) หรือช่องว่างทางการศึกษา (Education gap) ดังนั้นปัญหาช่องว่างทางข่าวสารจึงสะท้อนให้เห็นถึง “ความเหลื่อมล้ำ” หรือ “ความไม่เท่าเทียมกัน” ในสังคมได้อีกประการหนึ่งเป็นอย่างดี

บุญเลิศ ศุภติติก (2547 อ้างถึงใน สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2549: 141-142) กล่าวว่า ช่องทางข่าวสาร เป็นผลพวงมาจากโครงสร้างทางสังคมที่มีความเหลื่อมล้ำต่ำสูงกัน ปราบภูหลักฐานเชิงประจักษ์ชี้ให้เห็นชัดเจนว่า สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมเป็นปัจจัยที่มีผลจำกัดให้การ

เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ในสังคมไปสู่มวลชนสมาชิกไม่เท่าเทียมกันและไม่เป็นธรรม

ช่องว่างทางข่าวสารมีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาประเทศ ปัจจุบันเป็นยุคของเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) สังคมมนุษย์ได้ปรับเปลี่ยนเป็นสังคมข่าวสารที่ไร้พรมแดนสามารถเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายทั่วโลก ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศได้มุ่งเน้นระบบเศรษฐกิจและสังคมแห่งปัญญาและการเรียนรู้ (Knowledge-Based Economy Society) โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นหลัก ดังนั้น หากปล่อยให้ปัญหาช่องว่างทางข่าวสารมีอยู่ต่อไป หรือขยายกว้างมากขึ้น จะก่อให้เกิดผลเสียต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และสังคม โดยส่วนรวมอย่างแน่นอน ปรากฏหลักฐานเชิงประจักษ์บ่งชี้ว่า การที่ประเทศไทยไม่สามารถพัฒนาประเทศบรรลุตามเป้าหมายได้นั้น ปัจจัยส่วนหนึ่งเนื่องจากการพัฒนาปัญญาและการเรียนรู้ของคนไทยไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2549: 141-142)

ในยุคปัจจุบันเทคโนโลยีทางการสื่อสารมีการก้าวล้ำไปมาก อาทิ ดาวเทียม สายเคเบิลใยแก้วนำแสง เครื่องคอมพิวเตอร์ การสื่อสารระบบดิจิทัล เป็นต้น ได้สร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในสังคม ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนสภาพสื่อมวลชนให้เข้าสู่ผู้รับสารมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญคือกระบวนการแสดงปฏิภพโต้ตอบซึ่งกันและกัน เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น เราจึงเรียกสื่อประเภทนี้ว่า “สื่อใหม่” (New Media)

อย่างไรก็ตาม สื่อใหม่นี้ได้ก่อให้เกิดช่องว่างเช่นกัน เนื่องจากกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ในสังคมที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม ที่แตกต่างกัน รวมทั้งถิ่นที่อยู่อาศัยด้วยไม่สามารถเข้าถึงหรือรับเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ได้เท่าเทียมกัน จึงทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ นิยมเรียกกันว่า “Digital Divide” หรือ “ช่องว่างทางดิจิทัล”

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดช่องว่างทางดิจิทัล มีสาเหตุมาจากปัจจัย 4 ประการ (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ, 2545) ดังนี้

1. ปัจจัยเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศ (Information Infrastructure) หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวกับความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน สารสนเทศ ที่ต่างกันในแต่ละพื้นที่ จะก่อให้เกิดโอกาสในการเข้าถึงสารสนเทศ และความรู้ต่างกันโดยพิจารณาจากตัวชี้วัด (Indicators) เกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศที่ได้ถูกนำมาใช้วัดระดับช่องว่างทางดิจิทัล ได้แก่

1.1 โอกาสในการใช้ไฟฟ้า เนื่องจากไฟฟ้าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการใช้เครื่องมือสื่อสารโทรคมนาคม และคอมพิวเตอร์ ดังนั้นการมีไฟฟ้าใช้อย่างทั่วถึงจึงเป็นพื้นฐานหลักของโอกาสในการเข้าถึงสารสนเทศเบื้องต้นของประชากรแต่ละกลุ่ม

1.2 การใช้โทรศัพท์และโทรศัพท์มือถือ เนื่องจากโทรศัพท์เป็นเครื่องมือ จำเป็นในการเข้าถึงสารสนเทศ และเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ดังนั้นการขยายตัว ของการใช้โทรศัพท์ย่อมแสดงให้เห็นโอกาสที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารจากที่ต่าง ๆ ทั่วโลกผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

1.3 การแพร่กระจายของการใช้คอมพิวเตอร์ คอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์สำคัญ และจำเป็นที่จะเข้าถึงอินเทอร์เน็ตซึ่งจะเห็นว่าประชากรของโลก ยังมีความไม่เสมอภาคในการครอบครองคอมพิวเตอร์หรือเป็นเจ้าของ เครื่องคอมพิวเตอร์

1.4 การใช้อินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการเข้าถึงสารสนเทศ ได้อย่างกว้างขวางและอินเทอร์เน็ตยังทำให้เกิดภาวะความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศได้ อย่างมากเพราะอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลความรู้ สารสนเทศที่ใหญ่ที่สุด และยังเป็นเครื่องมือ ติดต่อสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว และครอบคลุมพื้นที่ที่กว้างขวางที่สุดในโลก ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ต เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญประการหนึ่งในการวัดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศของคนในสังคม

1.5 การใช้ดาวเทียม ดาวเทียมเป็นเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่ทำให้สะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศได้ ทำให้เกิดการรับรู้ สารสนเทศที่อยู่ห่างไกลได้โดยสะดวก และ รวดเร็ว

2. ปัจจัยเกี่ยวกับความแตกต่างของลักษณะของประชากร ความแตกต่างของประชากร เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดความไม่เสมอภาค ในการเข้าถึงสารสนเทศผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะความไม่เสมอภาคที่เกิดขึ้นภายในประเทศ ตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะของประชากรที่ใช้เป็นเครื่องชี้วัด มีหลายตัวแปร ได้แก่

2.1 รายได้ (Income) เนื่องจากการเข้าถึงสารสนเทศ และความรู้แต่ละชนิด จะต้องเสียค่าใช้จ่ายสินค้า และบริการ รายได้จึงมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับโอกาสในการเข้าถึงสารสนเทศ และความรู้ กล่าวคือ คนที่มีรายได้สูงย่อมมีโอกาสใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมากกว่าคนที่มียาได้ต่ำ

2.2 ระดับการศึกษา (Education) ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ กับโอกาสในการเข้าถึงสารสนเทศ และความรู้อย่างใกล้ชิด คนที่มีการศึกษาสูง จะมีโอกาสในการใช้เทคโนโลยีมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ ทั้งนี้อาจ เกิดจากคน ที่มีการศึกษาสูงมีความตระหนักในการรับรู้สารสนเทศมากกว่า

2.3 ลักษณะของเชื้อชาติ และวัฒนธรรม (Racial and cultural) ในประเทศที่มีประชากรหลายเชื้อชาติ พบว่าความแตกต่างด้านเชื้อชาติ มีอิทธิพลต่อการเข้าถึงสารสนเทศ และความรู้

2.4 เพศ /อายุ (Gender/Age) ความแตกต่างระหว่างเพศหญิง กับ เพศชาย มีผลต่อการเข้าถึงสารสนเทศ เช่น เพศชายจะมีทักษะและความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า หญิง หรือเด็กจะมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมากกว่าคนแก่หรือผู้สูงอายุ

2.5 ถิ่นอาศัย (Location) ที่อยู่อาศัยมักมีความสัมพันธ์กับความเจริญของแต่ละท้องถิ่น เช่น ประชากรในเมืองจะมีโอกาสเข้าถึงสารสนเทศ มากกว่า ประชากรที่อยู่ในชนบท

2.6 โครงสร้างครอบครัว (Family structure) จำนวนบุตร จำนวนสมาชิกในครอบครัว เช่น ครอบครัวที่มีจำนวนสมาชิกน้อย และมีบุตร อยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียน มีแนวโน้มที่จะเข้าถึงสารสนเทศได้ง่ายกว่า ครอบครัวที่มีสมาชิกมาก

2.7 ความรู้พื้นฐานทางด้านภาษา (Linguistic background) เป็นปัจจัยที่สำคัญ ปัจจัยหนึ่งสำหรับโอกาสในการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารโดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต ผู้ที่มีความรู้พื้นฐานภาษาอังกฤษดี มักจะมีโอกาสในการเข้าถึงสารสนเทศ และความรู้มากกว่า เนื่องจากภาษาอังกฤษ เป็น ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารในเว็บไซต์ถึงร้อยละ 80

3. ปัจจัยด้านนโยบาย จะพบว่านโยบายของรัฐบาลเป็นอีกปัจจัยหนึ่ง ที่มีส่วนสำคัญในการเพิ่ม หรือลดระดับความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศ และความรู้ ตัวอย่างเช่น นโยบายด้านการเปิดเสรีเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้มีการแข่งขันมากขึ้น ราคาสินค้า และบริการต่าง ๆ ด้านสารสนเทศ จะมีราคาลดต่ำลง ซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนในประเทศมีโอกาสในการเข้าถึงสารสนเทศได้มากขึ้น

4. ปัจจัยอื่น ๆ นอกจากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้น แล้วยังมีปัจจัย ที่มีผลต่อการเข้าถึงสารสนเทศคือ ขนาดขององค์กร ประเภทขององค์กร ที่ตั้งขององค์กรล้วนแต่มีผลในการเข้าถึงสารสนเทศ และเทคโนโลยีสารสนเทศ เพราะแต่ละองค์กรจะมีเงินในการลงทุนเกี่ยวกับปัจจัยดังกล่าว ที่แตกต่างกัน นอกจากนั้นองค์กรต่าง ๆ อาจมีการใช้สารสนเทศและข้อมูลที่แตกต่างกันออกไป บางองค์กรอาจจำเป็นต้องใช้สารสนเทศมาก เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ การตัดสินใจในการดำเนินการ เช่น องค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การเงิน การธนาคาร เป็นต้น

8. แนวความคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร

คำว่า “ผู้รับสาร” มีความหมายสองระดับ ระดับแรก เป็นความหมายที่เกิดขึ้นในกระบวนการสื่อสารมวลชน ความหมายระดับที่สอง เป็นความหมายที่เกิดขึ้นจากการบริโภคหรือใช้สื่อของผู้คนในชีวิตประจำวัน ซึ่งมีลักษณะของการรวมกลุ่มทางสังคม

ในกระบวนการสื่อสารมวลชน ผู้รับสารมีความสำคัญยิ่งต่อฝ่ายผู้ผลิต เพราะเป็นองค์ประกอบที่ทำให้เกิดการสื่อสาร การถ่ายทอดข่าวสารข้อมูล ค่านิยมความเชื่อต่าง ๆ

คำว่า “ผู้รับสาร” หรือ media audience เป็นคำรวม ๆ ที่เกิดขึ้นในยุคที่เทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีหลายประเภท และขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวาง เป็นคำที่ใช้หมายถึง ผู้อ่าน (readers) เช่น ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ ผู้ชม (viewers) เช่น ผู้ชมโทรทัศน์ ภาพยนตร์

ละครเวที ฯลฯ และผู้ฟัง (listeners) เช่น ผู้ฟังวิทยุ กลุ่มผู้อ่าน ผู้ดู หรือผู้ฟัง เหล่านี้เกิดขึ้นตามตัวสื่อ (media channel) หรือตามเนื้อหาของสาระของสื่อ (media content)

ในการพิจารณาผู้รับสารในฐานะกลุ่มผู้บริโภคสื่อที่เกิดขึ้นตามกลุ่มสังคม (social group) หมายความว่ารวมถึงกลุ่มที่รวมตัวกันอยู่แล้วทางสังคมและมีกิจกรรมทางสังคมร่วมกัน โดยที่ที่มีการบริโภคสื่อเป็นกิจกรรมหนึ่งในวิถีชีวิตของกลุ่ม เช่น กลุ่มแม่บ้านในชุมชน กลุ่มนิสิตนักศึกษา กลุ่มอนุรักษ์ธรรมชาติ กลุ่มรณรงค์ประชาธิปไตย ซึ่งร่วมกันดำเนินกิจกรรมทางสังคมและใช้สื่อมวลชนชนิดใดชนิดหนึ่งเป็นตัวกลางในการเชื่อมประสานกลุ่มเข้าด้วยกัน โดยแบ่งประเภทของผู้รับสารดังนี้ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547: 520-524)

1. ผู้รับสารในฐานะผู้ดู ผู้อ่าน ผู้ฟัง และผู้ชม (The audience as spectator, readers, listeners, viewer)

ในอดีตกลุ่มคนดูการละเล่นและการแสดงต่าง ๆ มักต้องรวมตัวกัน ณ สถานที่แห่งเดียวกันในระยะเวลาเดียวกัน เพื่อดูการแสดง โขน ละคร ลิเก หรือการกีฬาต่าง ๆ การรวมตัวเกิดขึ้นชั่วขณะที่มีการแสดงเท่านั้น เมื่อการแสดงสิ้นสุดลง กลุ่มคนดูจึงเป็นเพียงผู้ดู (Spectator) หรือเป็นฝ่ายรับรู้ (receiver) สิ่งที่ถูกนำมาแสดง

แนวความคิดเช่นนี้ได้ขยายต่อมาถึงยุคของผู้รับสารสื่อมวลชนด้วย (media audience) กล่าวคือ ไม่ว่าจะเป็ฝ่ายผู้ผลิตสื่อหรือตัวผู้รับ ต่างก็มีความเข้าใจในเบื้องต้นว่า ผู้รับที่เป็นคนอ่านหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร คนฟังวิทยุ หรือคนดูภาพยนตร์และโทรทัศน์มีฐานะเป็นเพียงผู้ดู (Spectator) ไม่มีส่วนเข้าร่วมในกระบวนการสื่อสารมากไปกว่าการเป็นฝ่ายดูเท่านั้น

ความสนใจของผู้ผลิตสื่ออยู่ที่การทำให้สื่อของตนกระจายไปอย่างกว้างขวางและคาดหมายว่า จะมีผู้สนใจรับสื่อชิ้นนั้น ๆ ในขั้นถัดมา ผู้ผลิตสื่อคาดหมายว่าผู้รับที่สนใจจะรับรู้และเข้าใจสาระของสื่อและในขั้นสุดท้ายผู้รับจะซึมซับเข้าไปจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของอารมณ์ความรู้สึกและวิถีคิดของผู้รับ

2. ผู้รับสารในฐานะเป็นมวลชน (The audience as mass)

แนวคิดที่เห็นผู้รับสารเป็นเพียงผู้ดู (audience as spectator) ที่ติดตามมาถึงยุคของสื่อมวลชนสมัยใหม่ ได้ตอกย้ำสถานะของผู้รับสารว่าเป็นมวลชน (mass audience) ที่กลุ่มคนขนาดใหญ่ ไม่รู้จักมักคุ้นกันและกระจายอยู่ทั่วไป แนวความคิดนี้มีจذورในแง่ที่ทำให้กระบวนการสื่อสารกลายเป็นเอกวิถีหรือถูกใช้เป็นสื่อทางเดียว อาจเพื่อประโยชน์ในการควบคุมหรือการโฆษณาโน้มน้าวใจให้เกิดพฤติกรรมตามเป้าหมายของผู้ผลิตสื่อ เรย์มอนด์ วิลเลียมส์ (Williams, 1961 อ้างถึงใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547: 520-524) ได้ตั้งข้อสังเกตที่น่าสนใจไว้ว่า “ในความเป็นจริงแล้ว ไม่มีสิ่งๆ ที่เรียกว่ามวลชนอยู่ในสังคม มีแต่เพียงวิธีการมองคนที่มีชีวิตแตกต่างกันหลายกลายเป็นมวลชน

ในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าผู้ผลิตได้เปิดให้มีการตอบกลับ (feedback) ในสื่อ ทำให้ผู้รับสารมีโอกาสปรับเปลี่ยนฐานะจากผู้ดูหรือผู้รับอย่างเดียว มาเป็นผู้มีส่วนร่วมในการกำหนดเนื้อหาและในกระบวนการสื่อสารของสื่อบางประเภท เช่น การมีหน้าจดหมายถึงบรรณาธิการในหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร หรือการจัดรายการแบบเปิดให้ผู้ฟังโทรศัพท์เข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นในรายการวิทยุและโทรทัศน์ (phone-in radio and television programs) การนำเสนอเนื้อหาสาระโดยเชิญผู้รับสารเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของคอลัมน์หรือในรายการ การเปิดประเด็นไว้ในเว็บไซต์ ให้ผู้สนใจเขียนเข้าไปแสดงความคิดเห็น เป็นต้น

3. ผู้รับสารในฐานะเป็นสาธารณชนหรือกลุ่มสังคม (The audience as a public or social group)

กลุ่มผู้รับสารในประเภทนี้แตกต่างจาก 2 ประเภทแรก ในแง่ที่การรวมตัวไม่ได้เกิดจากระบบสื่อสารมวลชน แต่เป็นกลุ่มที่มีการรวมตัวกันอยู่แล้วทางการเมืองหรือทางสังคมและอาศัยสื่อมวลชนในการพัฒนากลุ่มให้มีความต่อเนื่องและมีกิจกรรมต่าง ๆ อย่งไรก็ดี มิลส์ นักสังคมวิทยาตะวันตกกลับแย้งว่า สื่อมวลชนมักไม่ช่วยในการพัฒนากลุ่มทางสังคมแต่ค่อนข้างจะเป็นอุปสรรคสำคัญในการที่สมาชิกสังคมใดสังคมหนึ่งจะรวมตัวกันเข้าเป็นสาธารณชนหรือกลุ่มทางสังคม

4. ผู้รับสารในฐานะผู้บริโภคสินค้าตลาด (The audience as consumer or market)

พัฒนาการของระบบสื่อสารมวลชนในทางเศรษฐศาสตร์ ได้ก่อให้เกิดแนวคิดเรื่องผู้รับสารในฐานะเป็นผู้บริโภคหรือเป็นตลาดในช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 20 สืบเนื่องมาจากวิถีทางผลิตแบบอุตสาหกรรมที่ส่งผลให้สื่อผลิตเนื้อหาสาระต่าง ๆ ออกมาเป็นสินค้าเพื่อขายแก่ผู้บริโภคสื่อ ในสหรัฐอเมริกาซึ่งถือว่าเป็นต้นตำรับแนวความคิดนี้มักมองกลุ่มผู้รับสารว่าเป็นตลาดโดยอาจจำแนกตามสภาพภูมิศาสตร์ อายุ เพศ หรือการศึกษา (demography) ของผู้รับสาร เช่น สื่อสำหรับผู้รับสารในชนบท สื่อสำหรับเด็ก สื่อสำหรับผู้หญิง หรือสื่อสำหรับผู้มีการศึกษา ระดับประถมและมัธยม เป็นต้น

การมองว่าผู้รับสารเป็นตลาดหรือผู้บริโภคสินค้า มีประโยชน์ต่อผู้ผลิตสื่อใน 2 ด้าน คือ ด้านหนึ่งกำหนดให้รายการเป็นสินค้าที่ขายได้ในวงกว้าง เน้นลักษณะรายการแนวบันเทิงหรือสาระบันเทิง ซึ่งสื่อเชื่อว่าจะเข้าถึงตลาดผู้รับจำนวนมาก และอีกด้านหนึ่งเป็นการกำหนดกลุ่มผู้รับสารให้แก่บริษัทโฆษณา ซึ่งจะเข้ามาอาศัยสื่อเหล่านั้น ในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค โดยนัยนี้สื่อมวลชนจึงกลายเป็นเครื่องมือในการนำนักโฆษณา และเจ้าของสินค้าไปพบกับกลุ่มผู้บริโภคสินค้า

ลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร มีดังนี้ (กรรณิกา คุณากรเวโรจน์, 2544: 25-26)

1. อายุ จากรายงานการวิจัยพบว่า คนเราเมื่อมีอายุเพิ่มมากขึ้น โอกาสที่จะเปลี่ยนใจหรือถูกโน้มน้าวให้เปลี่ยนใจจะน้อยลง ซึ่งอายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างกันในเรื่องความคิด พฤติกรรม ดังตัวอย่างเช่น โดยทั่วไปแล้ว คนหนุ่มสาวจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีว่าคนสูงอายุ ผู้ที่มีอายุมากมักเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติ มีความรอบคอบ สุขุม ระมัดระวังมากกว่าคนหนุ่มสาว เป็นต้น

2. เพศ การวิจัยทางจิตวิทยาได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้ เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหว มักถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย ผู้ชายใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิง และมีความสามารถในการคาดคะเนความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้แม่นยำมากกว่านี้ นอกจากนี้ ผู้หญิงมักจะโทษตัวเองเมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น ในขณะที่

ผู้ขายมักจะโทษคนอื่นหรืออุปสรรคอื่นแทนที่จะโทษตัวเอง

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายความว่า อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว การวิจัยทางนิเทศศาสตร์ชี้ให้เห็นว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างมากต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัวต่างกันย่อมมีค่านิยมความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่ต่างกัน คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลก มีแนวความคิด อุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ ต่างกัน

4. การศึกษา คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูง หรือความรู้ดี จะได้เปรียบอย่างมาก เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางหลายเรื่อง มีความเข้าใจสารได้ดี แต่มักเป็นคนไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย

9. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับเรื่องการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)

แนวคิดเรื่องการเปิดรับข่าวสาร จัดเป็นแนวคิดเบื้องต้นที่สะท้อนถึงกระบวนการสื่อสารขึ้นพื้นฐานของมนุษย์ ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบัน โดยข่าวสารมีความจำเป็นในการใช้ประกอบการตัดสินใจในสถานการณ์ที่คลุมเครือหรือความต้องการข่าวสารยิ่งเพิ่มมากขึ้น ทำให้มนุษย์มีการเปิดรับข่าวสารเพิ่มขึ้น (ประภาพรณ ลัมสุขสิริ, 2543: 16)

Samual L. Becker (อ้างถึงใน ประภาพรณ ลัมสุขสิริ, 2543: 17) ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร โดยจำแนกตามพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อต้องการในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีความคล้ายคลึงกับเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ เพื่ออยากรู้ เช่น การเปิดดูรายการข่าวโทรทัศน์ หรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์ หากมีข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับตนเอง ก็จะทำให้ความเอาใจใส่อ่านหรือดูเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการกระทำหรือความต้องการเรียนรู้บางอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

พจนี เชยจรรยา, เมตตา กฤตวิทย์ และถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2534 ได้กล่าวถึงกระบวนการรับรู้ไว้ดังนี้ (อ้างถึงใน ณรงค์ สมพงษ์, 2543: 71-72) โดยทั่วไปการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจและมักเกิดตามประสบการณ์และการสั่งสมทางสังคม เนื่องจากคนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้ได้เพียงเฉพาะบางส่วนเท่านั้น และแต่ละคนก็มีความสนใจและรับรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัวที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นเมื่อคนเราได้รับสารเดียวกันผู้รับสารสองคนอาจจะให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันนั้นแบบต่างกันออกไป ซึ่งโดยทั่วไปการรับรู้ที่ต่างกันนั้นเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรอง (Filter) บางอย่าง คือ

1. แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ
2. ประสบการณ์เดิม
3. กรอบอ้างอิง
4. สภาพแวดล้อม
5. สภาวะจิตใจและอารมณ์

คุณลักษณะของผู้รับรู้

สุรางค์ จันทน์เอม, 2529 (อ้างถึงใน ภัคธนะ สุโรษะชิต, 2549: 16) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะผู้รับรู้ ได้แก่

1. ประสบการณ์เดิม (Experiences) ประสบการณ์เดิมของแต่ละบุคคลทำให้มีการรับรู้สิ่งเร้า หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ แตกต่างกันไป
2. ความต้องการ (Needs) หากบุคคลมีความต้องการสิ่งใดมากที่สุดในขณะที่นั้นเรามักจะมองเห็นหรือรับรู้สิ่งเร้า เช่น สิ่งที่เราต้องการได้ หรือผู้ที่มีความต้องการสูงในสิ่งใดย่อมรับรู้สิ่งนั้นดีกว่า
3. อิทธิพลทางสังคม (Social Factor) สภาพวัฒนธรรมภายในสังคมเป็นเหตุให้บุคคลในสังคมต่าง ๆ รับรู้สิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป

กล่าวโดยสรุปว่า การรับรู้ของคนเรา มีข้อจำกัดอยู่กับจุดมุ่งหมาย หรือประโยชน์ที่จะได้รับกับประสบการณ์ ซึ่งจำแนกองค์ประกอบพื้นฐานได้ 5 ประการ ได้แก่ วัตถุประสงค์ หรือบุคคล การรับรู้วัตถุประสงค์ หรือบุคคลนั้น จะทำให้มีการแปลความหมายของสิ่งนั้นหรือบุคคลนั้น เพื่อตัดสินใจว่าจะตอบสนองหรือมีปฏิกิริยาอย่างไรต่อสิ่งที่ถูกรับรู้นั้น จึงจะทำให้บรรลุมันต์ประสงค์สิ่งที่แสดงออกไปต่อผู้ถูกรับรู้ เท่ากับเป็นการตรวจสอบการรับรู้ของตนเองทำให้เกิดข้อมูลใหม่ย้อนกลับสู่ผู้รับ เพื่อให้ปรับพฤติกรรมตอบสนองให้เหมาะสมยิ่งขึ้น (อิรณันท์ อนวัชศิริวงศ์, 2528)

แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)

องค์ประกอบด้านผู้รับสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ที่จะทำให้ทราบว่าการสื่อสารประสบความสำเร็จหรือไม่ และผู้รับจะมีการตอบสนอง (Feed back) อย่างไร หลังจากได้รับข่าวสารไปแล้ว ซึ่งผู้รับแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปด้วย จากความแตกต่างเหล่านี้เอง ทำให้ผู้รับสารมีการเลือกเปิดรับสารที่แตกต่างออกไปด้วย De Flur ได้เสนอพื้นฐานของความแตกต่างนี้ไว้ 4 ประการ (อ้างถึงใน ภาคณะ สรุโฆษิต, 2549: 17)

1. บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพ และสถานภาพทางจิตวิทยา
2. ความแตกต่างกันดังกล่าวนี้ เป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่ต่างกันไป

3.บุคคลที่อยู่ต่างสภาพแวดล้อม ก็จะได้รับการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันออกไป

4.การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความน่าเชื่อถือ และบุคลิกที่แตกต่างกัน

การเลือกและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534 : 64-72) ได้กล่าวสรุปจากงานวิจัยของนักวิชาการหลายท่านว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรต่างกันซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. เพศกับการเปิดรับสื่อ เพศชาย และเพศหญิงมีการเปิดรับสื่อต่างกัน เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า

2. อายุกับการเปิดรับสื่อ จากการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของเด็กอเมริกา พบว่า เด็กตั้งแต่วัน 2-8 ขวบดูโทรทัศน์เพิ่มขึ้นเมื่อวัยมากขึ้น และเปิดรับสื่อทุกชนิดเมื่อวัยมากขึ้น โดยส่วนใหญ่เด็กจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง ซึ่งเด็กจะดูโทรทัศน์ และฟังวิทยุมากกว่าสื่ออื่น ๆ และเริ่มอ่านหนังสือเมื่ออายุมากขึ้น ส่วนเด็กวัยรุ่นนิยมฟังเพลงมากกว่าดูโทรทัศน์

สำหรับผู้ใหญ่นั้น มีการเปิดรับ โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์มากในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน แต่เมื่อถึงวัย 40 ปีขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์จะลดลง และเมื่อถึงวัยเกษียณอายุ 55-60 ปี ปริมาณการดูโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้นอีกครั้ง ซึ่งส่วนใหญ่การใช้สื่อมวลชนของผู้สูงอายุนั้น เป็นไปเพื่อคลายความเหงา

ในส่วนของหนังสือพิมพ์นั้น ผู้ใหญ่ที่มีวัย 50 ปี อ่านหนังสือพิมพ์ถึง 77 % แต่เมื่ออายุถึง 65 ปี ปริมาณการอ่านลดลงอย่างมาก ขณะที่วัยรุ่นและหนุ่มสาวใช้เวลากับการดูโทรทัศน์มากกว่าการอ่านหนังสือพิมพ์ และยังเป็นวัยที่ให้ความสนใจในสื่อนิยายสารและภาพยนตร์มากกว่าวัยอื่น

3. การศึกษากับการเปิดรับสื่อ การศึกษามีความสัมพันธ์สูงกับการเปิดรับสื่อ โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดรับข่าวสาร และเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณชน แต่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการเปิดรับเนื้อหาด้านความบันเทิง ผู้รับสารที่มีการศึกษาสูง จะเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย โดยผู้มีการศึกษาน้อยจะฟังวิทยุมากกว่า นอกจากความแตกต่างด้านปริมาณการเปิดรับสื่อแล้วยังพบความแตกต่างด้านเนื้อหาอยู่ด้วย ผู้ที่มีการศึกษาสูงและอายุมากนิยมเปิดรับข่าวที่เกี่ยวข้องกับสาธารณชนมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำและอายุน้อย ซึ่งผลของการวิจัยต่าง ๆ พบว่ายิ่งคนมีการศึกษาสูงเท่าไร ยิ่งให้ความสนใจในข่าวสารบทบรรณาธิการ และคอลัมน์ที่มีเนื้อหาหนัก

4. รายได้กับการเปิดรับสื่อ รายได้เป็นปัจจัยที่มีบทบาทใกล้เคียงกับการศึกษา คือ มีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมาก โดยเฉพาะแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักมีรายได้สูงไปด้วย ส่วนคนที่มีการศึกษาน้อย มักมีรายได้น้อยถึงปานกลาง ดังนั้นการศึกษากับรายได้ จึงถูกมองรวมเป็นฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ผู้ที่มีรายได้สูง มักนิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์และนิยมข่าวสารที่มีเนื้อหาค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านหาความบันเทิง ผู้ที่มีฐานะดีและมีการศึกษาสูงเป็นกลุ่มที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด ทั้งนี้ผู้ที่มีรายได้สูงมักมีการศึกษาสูง จึงถูกผลักดันให้มีความจำเป็นต้องเรียนรู้อาสาต่าง ๆ ให้ทันเหตุการณ์เสมอ การเปิดรับข่าวสารจึงจำเป็นสำหรับกลุ่มนี้มากกว่าในขณะที่ผู้มีการศึกษาน้อยและรายได้ต่ำ มีทักษะการอ่านน้อย จึงมักเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่า

แนวคิดเรื่องการแสวงหาข่าวสาร

แอตคิน (Atkin, 1973 อ้างถึงใน พิระ จิรโสภณ, 2547: 254) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบ ระหว่างผลรางวัลตอบแทนที่จะได้รับการลงทุนลงแรง และพันธะผูกพันที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ (เช่น การได้รับข่าวสารหรือความบันเทิงตามที่ต้องการ) สูงกว่าการลงทุนลงแรง (เช่น การต้องลงทุนซื้อหาหาเพื่อให้ได้มา หรือต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจ) แล้วบุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น ในกรณีที่บุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารนั้นจะก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ ไม่สบายใจ ชัดชองใจหรือมีความไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะใช้วิธีหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น ในบางครั้งถ้าหากว่าพยายามที่หลีกเลี่ยง หรือไม่รับข่าวสารต้องลงทุนลงแรงมากกว่าการรับข่าวสารนั้น

บุคคลอาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้น ทั้ง ๆ ที่ไม่เต็มใจ เช่น การที่เรายอมทนดูโฆษณาซ้ำ ๆ ซาก ๆ ในโทรทัศน์ก็เนื่องจากซีทีวีเปลี่ยนช่อง หรือเพราะว่าหมุนไปช่องไหน ๆ ก็พบแต่โฆษณา ก็เลยจำใจต้องนั่งดูทั้ง ๆ ที่ไม่ได้ชอบ

แอตคิน (Atkin, 1973) ซึ่งให้เห็นว่าการแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการทางการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ต้องการได้รับสาร และความบันเทิง

ความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือไม่รู้แน่ใจ (uncertainly) ของปัจเจกบุคคล ส่วนความต้องการได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลนั้น มาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจ ที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกัน ระหว่างสถานะที่เป็นอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความสนุกสนานที่ต้องการ

10. การใช้และการพึ่งพาจากสื่อมวลชน

แบบจำลองเชิงพึ่งพาของบอลล์ – โรคิช และเดอเฟลอร์ว่าด้วยผลของการสื่อสารมวลชน

บอลล์ – โรคิช และเดอเฟลอร์ (1976 อ้างถึงใน สอนิต ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล, 2528: 126) ได้เฟื่องถึงถึงสภาพเงื่อนไขเชิงโครงสร้างของสังคม ซึ่งเป็นตัวกำหนดโอกาสที่จะเกิดผลจากสื่อมวลชน ซึ่งแบบจำลองนี้เป็นแบบจำลองเชิงโครงสร้างสังคม ซึ่งเริ่มต้นขึ้นจากแนวความคิดเกี่ยวกับธรรมชาติของสังคมสมัยใหม่ (หรือสังคมมวลชน) ซึ่งสื่อมวลชนอาจถูกพิจารณาว่าเป็น”ระบบสารสนเทศซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องอย่างสำคัญอยู่ในกระบวนการของการดำรงไว้ การเปลี่ยนแปลง และการขัดแย้ง ของกิจกรรมเชิงสังคมในระดับของสังคมตลอดจนระดับกลุ่ม และระดับปัจเจกบุคคล”

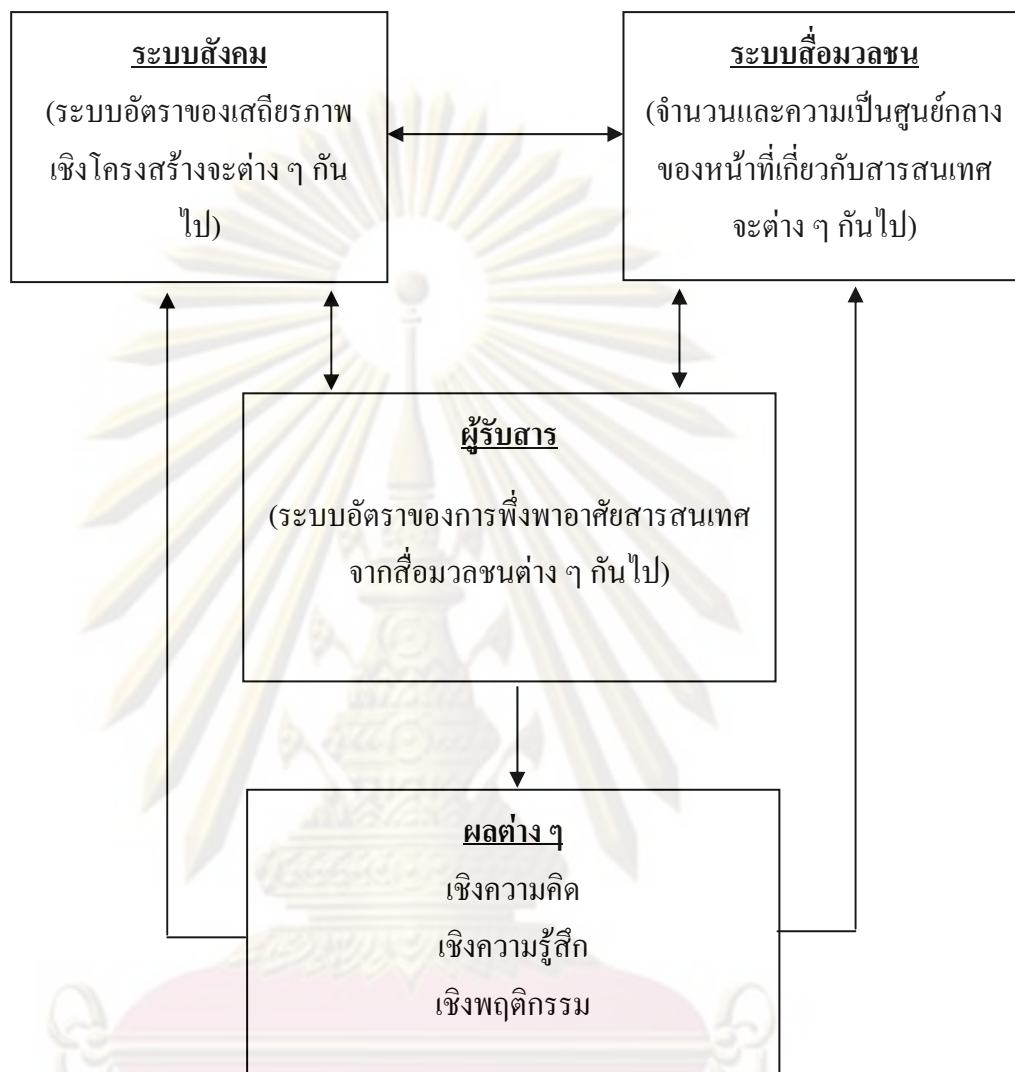
โดยเป็นแนวคิดเกี่ยวกับผลที่เชื่อมโยงการใช้และการตอบสนองความต้องการ ในทฤษฎีการพึ่งพาสื่อมวลชน ที่กล่าวว่า “ผลของการสื่อสารมวลชนโดยพื้นฐานแล้วขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่าง (1) ระบบสังคม (2) ระบบและบทบาทสื่อมวลชนในสังคมนั้น และ (3) ผู้รับสาร ซึ่งชี้ว่าผลของสื่อมวลชนมิได้มีพลังอำนาจเบ็ดเสร็จเด็ดขาด แต่เกิดจากสถานการณ์ที่ว่า “สื่อปฏิบัติอย่างไร ในสังคมแบบไหน เพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นอะไรของผู้รับสาร”

(พีระ จิรโสภณ, 2547: 10-72)

เดอเฟลอร์ และบอลล์-โรคิช เชื่อว่าตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดผลของการสื่อสารมวลชนก็คือ ระดับการพึ่งพาของผู้รับสารต่อข่าวสารจากสื่อมวลชนว่ามีมากน้อยเพียงใด และเมื่อใด ถ้าสภาพสังคมแวดล้อมสนับสนุน หรือไม่แน่นอนเกิดขึ้นต่อผู้รับสาร และสื่อแสดงบทบาททางข้อมูลข่าวสารในเรื่องนั้น ๆ อย่างชัดเจน ระดับการพึ่งพาของผู้รับสารก็จะสูงตาม และผลที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชนก็จะมีโอกาสสูงตามมาด้วย

ความคิดสำคัญดั้งเดิมที่แสดงไว้ในแบบจำลองนี้ ก็คือ ในสังคมสมัยใหม่ สมาชิกผู้รับสารจะต้องพึ่งพาอาศัยแหล่งที่มาสารสนเทศจากสื่อมวลชน เพื่อให้ตนได้รับความรู้ และความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมของตน ลักษณะและอัตราของการพึ่งพาอาศัยสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับบรรดาสภาพเงื่อนไขเชิงโครงสร้างต่าง ๆ แต่ที่สำคัญที่สุดก็คือ ประการแรก จะเกี่ยวกับระดับอัตราที่สังคมอยู่ในภาวะของการเปลี่ยนแปลง การขัดแย้ง หรือการขาดเสถียรภาพ และประการที่สอง จะเกี่ยวกับระดับอัตราที่สื่อมวลชนนั้น โดยที่จริงแล้ว จะต้องทำหน้าที่ต่าง ๆ เกี่ยวกับสารสนเทศอันเป็นหน้าที่หลักและไม่เหมือนใคร แบบจำลองนี้จึงแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ระหว่างกลุ่มตัวแปรกลุ่มสำคัญสามกลุ่ม และแบบจำลองนี้จะชี้ให้เห็นถึงลักษณะสำคัญต่าง ๆ ของผลการสื่อสาร ซึ่งขึ้นอยู่กับปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มตัวแปรทั้งสามนี้ (สวนิต ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล, ผู้แปล, 2528: 126-127)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 1 แบบจำลองเชิงพึ่งพาของบอลด์ – โรคิช และเดอเฟลอร์แสดงให้เห็นการพึ่งพาซึ่งกันและกันระหว่างสังคมสื่อมวลชน ผู้รับสาร และผลของการสื่อสาร (สวนิต ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล, ผู้แปล, 2528: 127)

ในการตีความแบบจำลองนี้ ส่วนประกอบสำคัญสามส่วน คือ กลุ่มผู้รับสาร ระบบสื่อมวลชน และระบบสังคม มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน แม้ว่าธรรมชาติของความสัมพันธ์นี้จะต่าง ๆ กันไป สำหรับสังคมหนึ่งกับอีกสังคมหนึ่ง ส่วนประกอบแต่ละส่วนก็ยังคงอาจต่าง ๆ กันไปด้วย อันจะมีผลโดยตรงที่ทำให้ผลที่เกิดขึ้นแตกต่างกันไป

ระบบสังคม จะต่างกันไปตามระดับอัตราแห่งเสถียรภาพของสังคมนั้น ๆ สังคมอาจตั้งขึ้นอย่างมั่นคง แต่ดำเนินไปโดยผ่านวิกฤตการณ์บ้างเป็นครั้งคราว หรือเช่นในกรณีของประเทศที่กำลังพัฒนา สังคมอาจอยู่ในสภาพของการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยทางกลับกัน สังคมอาจจะตั้งขึ้นอย่างแข็งแรง แต่ต้องประสบกับการถูกทำลายให้พิสูจน์ว่า ควรที่จะตั้งขึ้นและดำรงอยู่เช่นนั้นต่อไป ภายใต้สภาพการณ์ต่าง ๆ เช่นนั้น ก็มักจะมีจุดมุ่งหมายใหม่ที่จะต้องกำหนดขึ้น มีทัศนคติที่จะต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลง มีค่านิยมเก่าที่จะต้องย้ายยืนยัน หรือมีค่านิยมใหม่ที่จะต้องส่งเสริมต่อไป สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ทั้งหมดจะเป็นตัวเร่งเร้าทั้งการให้และการรับสารสนเทศ

กลุ่มผู้รับสาร จะต่างกันไปเมื่อพิจารณาร่วมกับระบบสังคม และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในสภาพสังคมนั้น ๆ บางกลุ่มอาจดำรงอยู่โดยเป็นฝ่ายได้ ในขณะที่บางกลุ่มอาจเป็นฝ่ายเสีย แต่ก็จะมีการพึ่งพาสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นแหล่งสารสนเทศ และเป็นผู้ชี้แนะในระดับต่าง ๆ กันไปโดยทั่วไปแล้ว ชนชั้นนำในสังคมจะมีอำนาจควบคุมเหนือสื่อมวลชน มีโอกาสเข้าถึงสื่อมวลชนได้มากกว่า และจำเป็นต้องพึ่งพาสื่อมวลชนน้อยกว่าผู้ที่มิใช่ชนชั้นนำในสังคม ชนชั้นนำจะมีโอกาสเข้าถึงแหล่งสารสนเทศจากผู้เชี่ยวชาญอื่น ๆ ที่มีความรู้มากกว่า ถ้าหากไม่มีการจัดองค์การอย่างเหมาะสมไว้โดยเฉพาะแล้ว ผู้ที่มิใช่ชนชั้นนำก็จะต้องฝากความเชื่อไว้กับสื่อมวลชน หรือมิฉะนั้นก็ฝากไว้กับแหล่งข่าวสารส่วนบุคคลที่ไม่ใคร่จะรู้ความจริงที่ถูกต้องเท่าใดนัก

สื่อมวลชน จะต่างกันไปในแง่ปริมาณ ความหลากหลาย ความเที่ยงตรง และความเป็นที่ยอมรับ ภายใต้เงื่อนไขบางประการ หรือในบางสังคม สื่อมวลชนจะมีความสำคัญมากขึ้นในการให้ข่าวสารทางสังคม และทางการเมืองยิ่งกว่าในบางสังคม นอกจากนี้ยังมีความหลากหลายทางการหน้าที่สำหรับสื่อมวลชน ซึ่งไม่อาจจะทำได้สมบูรณ์เสมอกัน

แบบจำลองเชิงพึ่งพานี้มีข้อได้เปรียบอยู่หลายประการด้วยกันในฐานะที่เป็นวิธีศึกษาผลของสื่อมวลชนโดยทั่วไป (สวินิต ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล, ผู้แปล, 2528: 130-131)

1. แบบจำลองนี้ยอมให้ผลการสื่อสารเป็นไปได้ในขอบเขตที่กว้างขวางมาก ดังที่ได้ชี้ให้เห็นมาแล้ว ผู้คิดแบบจำลองได้ยืนยันว่า แบบจำลองนี้สามารถ “หลีกเลี่ยงการที่จำต้องตกอยู่ในภาวะจำยอมที่จะต้องเลือกเอาทั้งหมด หรือมิฉะนั้นก็ไม่เลือกเอาเลย อันเป็นการที่ไม่สมควรโดยแท้ ภาวะนั้นก็คือ การที่จะกล่าวลงไปว่า สื่อมวลชนไม่มีผลกระทบที่มีนัยสำคัญแต่อย่างใด

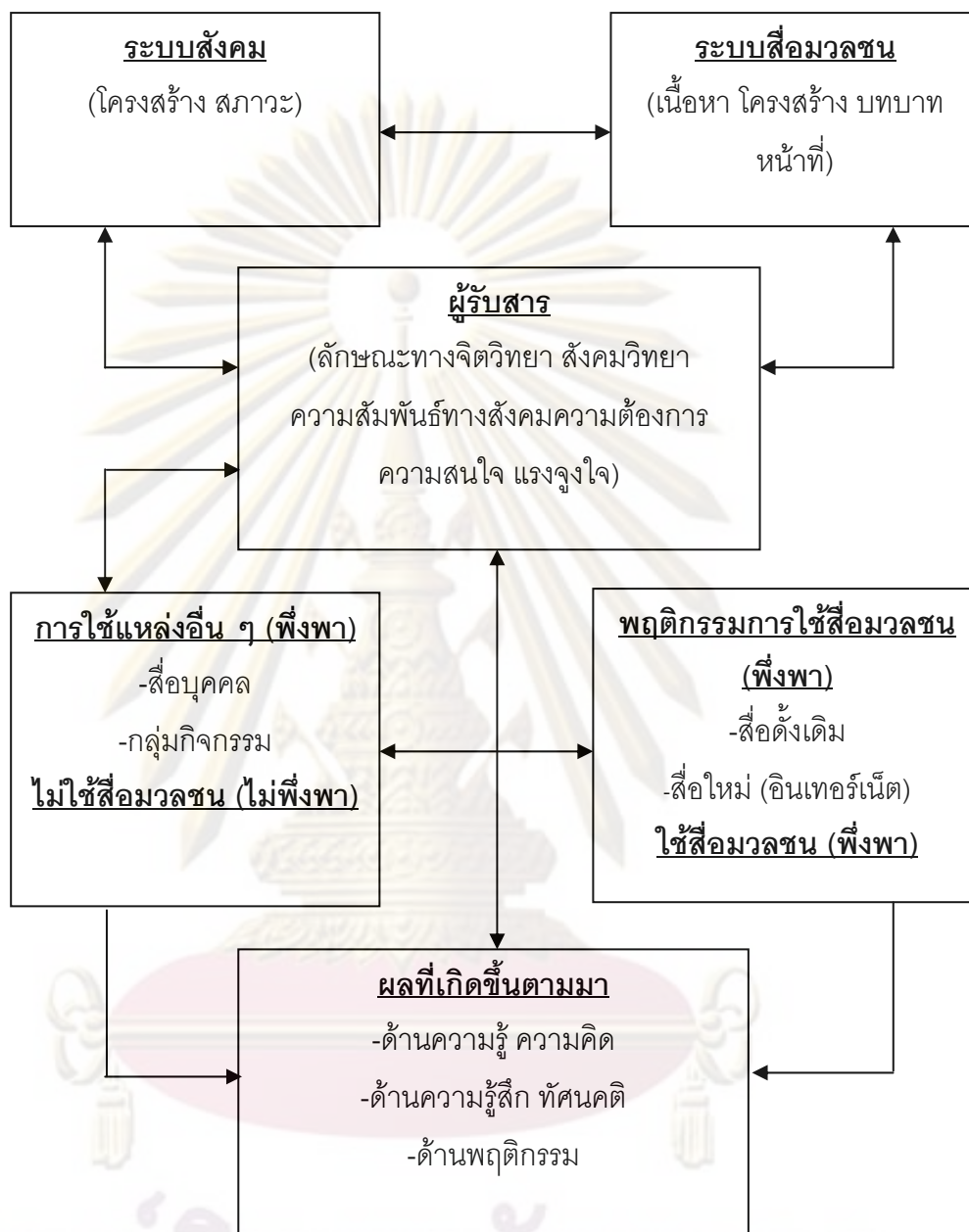
เลยต่อบุคคลหรือสังคม หรือมิฉะนั้นก็กล่าวลงไปว่า สื่อมวลชนมีอำนาจอย่างไม่มีขอบเขตที่จะปลุกปั่นประชาชนและสังคมได้ตามอำเภอใจ” “ความเป็นไปได้” ในความหมายที่ว่า ผลใดๆ ก็ตามที่เกิดขึ้นจะขึ้นอยู่กับกลุ่มของกรณีแวดล้อมอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งมีอยู่ในสถานการณ์อย่างหนึ่งไม่มากนักน้อย

2. แบบจำลองนี้นำความสนใจไปสู่เงื่อนไขเชิงโครงสร้างและกรณีแวดล้อมเชิงประวัติศาสตร์ ยิ่งกว่าที่จะนำความสนใจไปสู่ตัวแปรที่เป็นปัจเจกบุคคลและตัวแปรเชิงบุคลิกภาพ ฉะนั้น จึงเป็นแบบจำลองที่เหมาะสมแก่การพิจารณาปัญหาเชิงสังคมวิทยามากกว่าแบบจำลองการสื่อสารทั้งหมด

3. แบบจำลองนี้พิจารณาข้อเท็จจริงที่ว่า ผลต่อผู้รับสารอาจนำไปสู่ผลต่อระบบสังคมและผลต่อระบบสื่อสารมวลชนด้วย ดังนั้นอาจเป็นไปได้ว่าประสบการณ์จากการกระทำหน้าที่ของสื่อมวลชนจะนำไปสู่การเรียกร้องที่จะให้มีการเปลี่ยนแปลงหรือปฏิรูปสื่อมวลชนได้ ซึ่งการเรียกร้องนั้นอาจจะทำผ่านระบบการเมือง หรือตามกลไกของตลาดเสรี หรือโดยการเกิดสื่อมวลชนอื่น จุดอ่อนของแบบจำลองนี้ก็คือ แบบจำลองนี้กล่าวถึงการเป็นอิสระตามที่เป็นจริงของหน่วยประกอบต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งของระบบสื่อสารมวลชนที่เป็นอิสระจากระบบสังคมมากเกินไป ระบบสื่อสารมวลชนตามที่นำเสนอในแบบจำลองนี้ดูประหนึ่งว่าเป็นแหล่งกำเนิดสารที่มีความเป็นกลางและ “ไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง” มีขึ้นเพื่อตอบสนอง “ความต้องการจำเป็น” ใด ๆ ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ น่าจะเป็นการถูกต้องกว่าที่จะกล่าวว่าระบบสื่อสารมวลชนนั้น จะเกี่ยวพันอย่างใกล้ชิดกัน หรือรวมอยู่เสียด้วยซ้ำในสถาบันอันทรงอำนาจของสังคม

ต่อมา รูบิน และวินดาห์ล (Rubin and Windahl, 1986) ได้ผนวกแบบจำลองการพึ่งพาของเดอพลอร์ และบอลล์-โรคิช เพื่ออธิบายผลที่ตามมาจากระบบการใช้และสนองความพึงพอใจของผู้รับสารดังนี้ (พีระ จิโรโสภณ, 2547: 10-72 – 10-73)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 2 แสดงผลที่ตามมาจากระบบการใช้และสนองความพึงพอใจของผู้รับสาร

จากภาพจะเห็นว่า ผลของข่าวสารจากสื่อมวลชนที่จะเกิดขึ้นกับผู้รับสารนั้น เกิดจากระบบการปฏิสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งสภาวะทางสังคม บทบาทหน้าที่สื่อมวลชนและปัจจัยแวดล้อมของผู้รับสาร ผสมกับกระบวนการใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับสารด้วย (พีระ จิรโสภณ, 2547: 10-73)

11. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน (Uses and Gratifications Theory)

ทฤษฎีนี้เน้นการศึกษาในเรื่องของการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจของมนุษย์ ที่มุ่งเน้นในส่วนของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ จากแนวความคิดที่ว่าผู้รับสารเป็นตัวกำหนดว่า ต้องการอะไร จากสื่อใด สารอะไร เพื่อที่จะนำไปใช้ประโยชน์หรือเพื่อเหตุผลอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งทฤษฎีนี้ไม่ได้มองแต่เพียงว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อผู้รับสารเพียงอย่างเดียว แต่ยังมองไปถึงความต้องการเลือกสารหรือสื่อเพื่อใช้ประโยชน์ของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อการสรรหาหรือเสนอสารของสื่อมวลชนให้สนองตอบตรงตามความต้องการของมวลชนผู้รับสารด้วย (มาลินี มีลาภสม, 2543: 19)

โดยในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลของการสื่อสารและอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนในแง่ของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ เปลี่ยนมุมมองจากเดิมที่เห็นว่าสื่อเป็นตัวกระทำ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อประชาชนมาเป็นแนวคิดใหม่ที่แพร่หลายในปัจจุบันคือ ประชาชนมีส่วนร่วมในการกระทำต่อสื่อมวลชนอย่างไร การศึกษาพฤติกรรมของผู้รับสารในแง่ของการใช้ประโยชน์ (uses) และความพึงพอใจ (gratification) มีความเกี่ยวข้องกับความจำเป็นและความสนใจของบุคคล และยังเกี่ยวข้องกับบรรณนิยมนที่มีต่อสื่อมวลชนอีกด้วย ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับหรือเลือกใช้สื่อมวลชน เลือกรับรู้และจดจำ การศึกษาในช่วงแรก ๆ มุ่งไปถึงความพึงพอใจในการรับฟังสื่อมวลชน (ณรงค์ สมพงษ์, 2543: 71)

นักวิชาการกลุ่มที่เห็นข้อจำกัดของทฤษฎีผู้รับสารเป็น spectator หรือเป็น passive audience ได้เสนอให้มองกว้างออกไปเพื่อเข้าใจกับพฤติกรรมของผู้รับสารว่าการรับสารแต่ละครั้งมีปัจจัยจากอะไรบ้าง ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and gratifications) เพิ่มเติมมิติเรื่องอรรถประโยชน์ของผู้รับสาร โดยพิจารณาใน 3 ด้านหลัก คือ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547: 526-527)

1. ผู้รับสารใช้สื่อหลักเพื่อหนีหนีจากโลกความเป็นจริง และผ่อนคลายความเครียด (diversion)

2. ผู้รับสารใช้สื่อเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนหรือคนรอบข้าง (personal relationship)
3. ผู้รับสารใช้สื่อเพื่อสร้างเอกลักษณ์หรือความเป็นตัวตน (personal identity)

Lull (1982) ได้อธิบายลักษณะการเลือกใช้ประโยชน์จากสื่อในทางสังคมของผู้รับสารเพิ่มเติม ดังนี้

1. เพื่อให้เกิดการจัดวางโครงสร้างในชีวิตประจำวัน เช่น ตื่นนอนตอนเช้าด้วยเสียงนาฬิกาปลุกของวิทยุรายการโปรด อ่านหนังสือพิมพ์ในระหว่างทานอาหารเช้า ดูข่าวโทรทัศน์ในระหว่างอาหารเย็น และดูละครโทรทัศน์ก่อนเข้านอน เป็นต้น ผู้รับสารใช้สื่อเพื่อสร้างเอกลักษณ์หรือความเป็นตัวตน (personal identity)
2. เพื่อให้เกิดสัมพันธ์กับคนรอบข้าง ด้วยการนำเอาเรื่องราว เช่น ข่าว ละคร จากสื่อมวลชน มาเป็นหัวข้อในการสนทนากับเพื่อนฝูง หรือเมื่อต้องการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น
3. เพื่อเพิ่มการติดต่อ หรือหลีกเลี่ยงความสัมพันธ์ เช่น การนั่งล้อมวงดูโทรทัศน์อย่างพร้อมหน้ากันในครอบครัวอาจเพิ่มบรรยากาศของความสัมพันธ์ในครอบครัวได้ ในขณะที่เดียวกันในสถานการณ์ที่ต่างกัน บางคนเลือกที่จะเอาใจจดใจจ่ออยู่หน้าโทรทัศน์เพื่อตัดขาดออกจากผู้คนรอบข้างในช่วงระยะเวลาหนึ่ง หรือเลยไปดูโทรทัศน์ตามลำพังในห้องนอน
4. เพื่อการเรียนรู้ทางสังคม ผู้รับสารสามารถที่จะเรียนรู้รายละเอียดของประเด็นที่อ่อนไหวทางสังคมต่าง ๆ เช่น ประเด็นเรื่องการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติได้โดยผ่านรายการข่าว และวิเคราะห์ข่าวจากโทรทัศน์
5. เพื่อเพิ่มสมรรถนะในการควบคุมสถานการณ์ เช่น การได้รับรู้ข่าวสารก่อนผู้อื่น เพื่อนำไปสู่การจัดเตรียมหรือป้องกันภัย เช่น รู้ข่าวพายุได้ฝุ่นล่วงหน้าเพื่อเตรียมหาทางป้องกันน้ำท่วม

ในการจะใช้ประโยชน์และแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อของผู้รับสารแต่ละคน ก่อนอื่นจะต้องมีทั้งทุนทรัพย์และข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ได้มาซึ่งตามความประสงค์ เมื่อได้มาแล้วผู้รับสารต้องมีทักษะและความสามารถในการใช้สื่อเหล่านั้น ๆ และในการทำความเข้าใจ (decode) ตลอดจนตีความ (interpret) เนื้อหาสาระของสื่อ ผู้รับต้องดำเนินการตามกระบวนการทั้งหมดที่สลับซับซ้อน แต่ก็ไม่มีหลักประกันว่าจะบรรลุวัตถุประสงค์ทุกครั้ง เพราะอาจจะติดขัดที่ขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่ง เช่น หาสื่อที่ต้องการไม่พบ หรือในกรณีที่หาพบแล้วก็ไม่อาจตีความหมายได้ หรืออาจจะตีความไม่ตรงกับความหมายของฝ่ายผู้ผลิตสื่อก็เป็นได้ ผู้รับสารที่มีความสามารถจึงต้องมีทั้งปัจจัยในการเข้าถึงสื่อและต้องมีความรู้ในการอ่าน หรือตีความเนื้อหาสาระในสื่อเหล่านั้น ๆ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นจุดเริ่มของการมองผู้รับสารใหม่ จากเดิมที่มีการมองว่า “สื่อทำอะไรกับผู้รับสาร” (what the media do to people?) มาเป็นการมองว่า “ผู้รับสารทำอะไรกับสื่อ” (what do people do with the media?) และได้นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงวิธีการศึกษาวิจัยผู้รับสาร และทฤษฎีผู้รับสาร (audience reception theory) ในระยะต่อมา

แบบจำลองการใช้และความพอใจสื่อมวลชนของแคทซ์และลาซาร์เฟลด์ (Model of Uses and Gratifications of Katz and Lazarsfeld, 1974)

แคทซ์ และลาซาร์เฟลด์ (Katz and Lazarsfeld) ได้กล่าวถึงสิ่งที่อยู่เบื้องหลังของการตรวจสอบการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ มี 7 ขั้นตอน ดังแผนภูมิข้างล่างนี้ (อ้างถึงใน มาลินี มีลาภสม, 2543: 22)

ศูนย์วิทยุโทรพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภาพที่ 3 แผนภาพเบื้องหลังของการตรวจสอบการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจของแคทส์ และลาซาร์เฟลด์ (Katz and Lazarsfeld)

จะเห็นว่า ลาซาร์เฟลด์ ได้ชี้ให้เห็นถึงการใช้อีโคโนมิกส์ว่ามาจากความต้องการ และการคาดหวังจากสื่อหรือแหล่งอื่น ๆ เป็นเหตุจูงใจให้มีการเปิดรับสื่อ นั้น ซึ่งเป็นการเลือกเชิงหน้าที่มากกว่าเป็นไปตามกิจกรรมทางวัฒนธรรม การมีพฤติกรรมดังกล่าวนอกจากจะเป็นการตอบสนองของความพอใจของตนเองแล้ว ก็อาจมีผลตามมาในเรื่องอื่น ๆ ด้วย เช่น การที่สังคมมีการพูดคุยกันถึงข่าวการเมือง ทำให้ประชาชนตั้งติดตามข่าวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อที่จะได้รับข่าวสารไปวิพากษ์วิจารณ์หรือร่วมวงสนทนากับเพื่อน ๆ ได้ แต่ผลจากข่าวสารนี้อาจทำให้เขามีความคิดและเป็นประโยชน์ในการแก้ปัญหาการปรับตัวในหน่วยงานของเขาได้โดยที่ไม่ได้ตั้งใจ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เสวก พงษ์สำราญ (2527) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับและการแพร่กระจายเทคโนโลยีเกษตรจากการรับฟังรายการเกษตรทางสถานี ม.ก.บางเขน ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี พบว่า รายการที่เกี่ยวข้องกับความรู้ทางด้านการเกษตรมีผลต่อการรับฟังมาก เนื่องจากเกษตรกรมีความต้องการรับรู้ความรู้ทางด้านการเกษตรเป็นหลัก โดยต้องการให้ผู้จัดรายการให้ความรู้ทางเกษตรทั่วไปมากที่สุด นอกจากนั้นยังต้องการศึกษาถึงปัญหาที่ตนกำลังประสบอยู่ทางด้านอาชีพการเกษตร โดยมองว่ารายการวิทยุของสถานีวิทยุ ม.ก. บางเขนสามารถตอบหรือแก้ไขปัญหาทางการเกษตรได้ แสดงให้เห็นได้จากกรณีที่เกษตรกรเคยติดต่อกับทางสถานีและผู้จัดรายการด้วยจดหมาย รวมทั้งเคยเดินทางมาติดต่อที่สถานีด้วยตนเอง โดยช่วงเวลาที่เกษตรกรเลือกเปิดรับมากที่สุด คือระหว่างเวลา 05.00-06.00 น. โดยส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรที่จบการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 และมีการทำนาเป็นอาชีพหลัก

สถาบันเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาชนบท จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2541) ได้จัดทำโครงการเผยแพร่และกระจายข้อมูลข่าวสารการเกษตร โดยศึกษาความเป็นไปได้ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับแนวคิดด้านนิเทศศาสตร์พัฒนา เพื่อสนับสนุนองค์กรท้องถิ่นให้เป็นผู้ทำหน้าที่รับข้อมูลทางด้านเทคโนโลยี และข่าวสารการเกษตรผ่านทางเครือข่ายคอมพิวเตอร์และสายโทรศัพท์ แล้วทำการถ่ายทอดข้อมูลนั้นสู่เกษตรกร โดยให้เป็นการสื่อสารสองทางระหว่างเกษตรกร และผู้ที่สามารถทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูล อเนกพล เกื้อมา (2552) ผู้ทำการวิจัย กล่าวว่า ผลการศึกษาในระยะแรกผู้สื่อข่าวเกษตรชุมชน มีความสนใจเข้ามาอบรมการใช้อินเทอร์เน็ตและเรียนรู้กระบวนการรับส่งข้อมูล ผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบสนทนาเป็นอย่างดี และมีการกระจายข่าวสู่เกษตรกร และคนในชุมชน รวมทั้งรับข้อมูล และคำถามจากเกษตรกรไปสู่ระบบ แต่ด้วยผู้สื่อข่าวชุมชนส่วนใหญ่เป็นเจ้าของพื้นที่ หรือพนักงานของภาครัฐที่ทำงานอยู่ในองค์การบริหารส่วนตำบล และสหกรณ์การเกษตร ซึ่งมีงานประจำอยู่แล้วนั้นทำให้ไม่มีเวลาเพียงพอที่จะเข้าสนับสนุนโครงการนี้อย่างต่อเนื่อง และขาดหายไปในระยะต่อมา ในด้านของข้อมูลที่เผยแพร่อยู่บนระบบสนทนานั้นมีความเคลื่อนไหวอยู่ในระยะแรก แต่ระยะหลังเคลื่อนไหวน้อยจนถึงขั้นไม่มีเลย เนื่องจากคำถามที่ถามไว้ไม่มีผู้เข้ามาตอบ รวมถึงในบางเรื่องที่ไม่มีความสนใจก็จะได้ไม่มีการโต้ตอบผ่านระบบ

อุมาพรพรรณ สุรนาคะพันธ์ (2541) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้อินเทอร์เน็ตในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของผู้สื่อข่าวเกษตรชุมชน พบว่า กระบวนการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้สื่อข่าวเกษตรชุมชน กับหน่วยงานภาครัฐ องค์กรท้องถิ่น ภาคเอกชน และเกษตรกรในชุมชน มีการติดต่อสื่อสารกันทั้งในแนวตั้งและแนวนอน ผ่านทางช่องทางการสื่อสารหลัก ๆ 4 ช่องทาง ได้แก่ ทางเอกสาร ทางการประชุม ทางการสื่อสารระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคลแบบไม่เป็นทางการ และการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งความคิดเห็นของผู้สื่อข่าวเกษตรชุมชนที่มีต่อระบบ รูปแบบ และเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับผ่านระบบอินเทอร์เน็ตนั้น มีทั้งในด้านบวกและด้านลบ กล่าวคือ ความคิดเห็นต่อระบบในด้านบวก ได้แก่ ความสะดวก ประหยัด ทันท่วงที และให้ประโยชน์ ส่วนในด้านลบ ได้แก่ เป็นระบบที่เสถียร ใช้งานยาก ติดต่อลำบาก และเครือข่ายของระบบยังไม่สมบูรณ์ ส่วนความคิดเห็นต่อรูปแบบในด้านบวก คือ ง่าย ด้านลบ คือ ไม่มีภาพประกอบ และในด้านของเนื้อหาด้านบวก คือ มีความหลากหลาย และด้านลบ ได้แก่ เนื้อหาดำหรง มีการใช้ภาษาไม่เหมาะสม ไม่มีสาระ และไม่ตรงใจตามความต้องการของผู้รับข่าวสาร

ศุภพร ไทยภักดี และพันธ์จิตต์ พรประทานสมบัติ (2541) ได้ศึกษาเรื่อง สื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับการยอมรับเทคโนโลยีการเกษตรของเกษตรกร ในจังหวัดราชบุรี พบว่า ปัจจัยความแตกต่างทางเพศไม่มีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารเทคโนโลยีทางการเกษตรของเกษตรกรจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล แต่ระดับการศึกษาของเกษตรกรมีอิทธิพลต่อการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการวิเคราะห์ดิน เรื่องฮอร์โมน ปุ๋ยคอกหรือปุ๋ยหมัก และเครื่องจักรกลจากเกษตรกรจากสื่อบุคคล ส่วนการยอมรับจากสื่อมวลชนนั้น ระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการผลิตนอกฤดูและการเกษตรแบบผสมผสาน จากสื่อมวลชน และรายได้ ของเกษตรกรมีอิทธิพลต่อการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้สารเคมี จากสื่อบุคคล

วัชรวิวรรณ ทรัพย์รุ่งเรือง (2543) ได้ศึกษาเรื่องความต้องการรูปแบบรายการวิทยุทางการเกษตรของสถานีวิทยุ ม.ก. บางเขน: ศึกษาเฉพาะผู้ฟังที่มีเจตนาติดต่อเข้ามาในรายการช่วยคิดช่วยทำ พบว่า ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดชั้นประถมศึกษา ประกอบอาชีพเกษตรกรมากที่สุด รับฟังรายการในวันจันทร์มากที่สุด และต้องการให้รายการนำเสนอเนื้อหาทางด้านสมุนไพรมากที่สุด รองลงมาคือพืช และสัตว์ตามลำดับ ทางด้านรูปแบบของรายการที่ผู้ฟังต้องการเป็นอันดับที่ 1 คือรูปแบบสนทนา ปัญหา

ทางด้านเนื้อหาของรายการนั้น ส่วนใหญ่ไม่มีปัญหา รองลงมาคือ เรื่องเนื้อหาของรายการไม่ตรงกับความต้องการเนื้อหาของรายการ เนื้อหาของรายการไม่หลากหลายเท่าที่ควร

จกกลนี้ คล้ายคลึง (2543) ได้ศึกษาเรื่อง ความพร้อมของเกษตรตำบลต่อความสามารถด้านคอมพิวเตอร์ในงานส่งเสริมการเกษตร: กรณีศึกษาในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย พบว่า เกษตรตำบล ส่วนใหญ่ได้รับการฝึกอบรมด้านคอมพิวเตอร์จากกรมส่งเสริมการเกษตร โดยมีความรู้พื้นฐานด้านคอมพิวเตอร์อยู่ในเกณฑ์ปานกลางมากที่สุด และความสามารถใช้คอมพิวเตอร์ในงานส่งเสริมมีเพียงร้อยละ 37.09

สกุลไชย ขำประถม (2546) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับและความต้องการสารสนเทศการเกษตร ในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของนักวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตรในสวนกลาง พบว่า นักวิชาการเกษตรส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นนักวิชาการเกษตร ฝ่ายปฏิบัติการ เป็นผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในช่วงเวลาเช้าขณะปฏิบัติงาน มีความรู้พื้นฐานคอมพิวเตอร์ ศึกษาค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลเป็นครั้งคราวมีการเปิดรับและความต้องการสารสนเทศการเกษตรประเภทเรื่องน่ารู้มากที่สุด

ชนิดา เสาวคนธ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับและความต้องการสื่อสิ่งพิมพ์ทางการเกษตร ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรประจำตำบลในภาคตะวันออก พบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรประจำตำบลในภาคตะวันออกได้รับสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทเอกสารวิชาการ เอกสารคำแนะนำจากสวนกลางและสวนภูมิภาค สื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับจากสวนกลางมีการเปิดรับอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับจากสวนภูมิภาคมีการเปิดรับอยู่ในระดับสูง และมีความต้องการสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทเอกสารวิชาการ เอกสารคำแนะนำ แผ่นพับ คู่มือ บทความ และหนังสือมากที่สุด ปัญหาที่พบ คือ ได้รับสื่อสิ่งพิมพ์ไม่สม่ำเสมอ มีความล่าช้า และไม่ตรงกับความต้องการใช้ในพื้นที่

กรรณิกา คุณากรเจริญ (2544) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความน่าไว้วางใจของบริการข้อมูลต่าง ๆ ในเว็บบอร์ดเว็บ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างใช้บริการค้นหาข้อมูลทางวิชาการ เพราะความสะดวกสบายส่วนตัวมากกว่าจะเห็นว่าบริการนั้นมีความน่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างใช้บริการนี้มีเหตุผลอันดับหนึ่งคือ มีความสะดวกไม่ต้องเสียเวลา

เดินทางไปหาด้วยตนเอง รongลงมาคือ ค้นหาง่าย รวดเร็ว และข้อมูลมีความหลากหลาย ส่วนปัญหาจากการใช้บริการที่กลุ่มตัวอย่างพบมากที่สุดคือ ปัญหาจากระบบ และที่ใกล้เคียงกันคือ เสียเวลาเลือกข้อมูลที่ตรงกับความต้องการ เพราะมีข้อมูลอยู่มากมาย นอกจากนี้ยังพบปัญหาในเรื่องข้อมูลไม่ละเอียด และไม่รู้ว่าจะเลือกข้อมูลใดที่เชื่อถือได้ เพราะมีข้อมูลขยะปนอยู่มาก

ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว (2547) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้และการยอมรับศูนย์บริการสารสนเทศชุมชนในชุมชนชนบทไทย ผลการวิจัยพบว่า จากแนวคิด TAM ที่ว่าเจตนาเชิงพฤติกรรมเท่านั้นที่ส่งผลต่อพฤติกรรม แต่ยังมีปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้คอมพิวเตอร์ และการรับรู้ประโยชน์ที่มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการใช้ด้วยอีกทางหนึ่ง ดังนั้นการมุ่งเน้นเพิ่มระดับการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้คอมพิวเตอร์ และการรับรู้ประโยชน์ จะมีส่วนในการเพิ่มการยอมรับหรือพฤติกรรมการใช้ศูนย์ฯ อีกด้วย

โดยเฉพาะในประเด็นของการรับรู้ประโยชน์ในงานวิจัยที่ผ่านมา ๆ มามีการพูดถึงเรื่องของประโยชน์ในเชิงเปรียบเทียบในด้านที่ว่านวัตกรรมใหม่หรือเทคโนโลยีใหม่จะช่วยให้การทำงานดีขึ้น เร็วขึ้น หรือมีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่ไม่มีการพูดถึงประโยชน์ในระดับที่เป็นความจำเป็น ซึ่งผลจากการวิจัยครั้งนี้พบว่า สมาชิกในชุมชนเชื่อว่าเทคโนโลยีสารสนเทศตอบสนองประโยชน์ในเรื่องการทำงานดีขึ้น เร็วขึ้น หรือมีประสิทธิภาพมากขึ้นจริง แต่เมื่อประเมินแล้วประโยชน์ที่ได้ไม่คุ้มค่ากับการใช้เวลาในการเรียนรู้และศึกษา หรือมีช่องทางอื่นที่ดีกว่า สะดวกกว่า จึงไม่ให้ความสนใจใช้บริการศูนย์ฯ ในขณะที่ประโยชน์ในเรื่องความจำเป็นมีน้ำหนักต่อการจูงใจให้สมาชิกในชุมชนมาใช้บริการมากกว่าผู้ที่มีความจำเป็นในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศจะสนใจ และมาทดลองใช้บริการด้วยตนเอง เมื่อทราบข่าวว่ามีศูนย์ฯ ให้บริการ ดังนั้นปัจจัยเรื่องการรับรู้ประโยชน์ในการยอมรับศูนย์บริการสารสนเทศชุมชนนี้ จึงเน้นไปที่ประโยชน์ในระดับที่เป็นความจำเป็นด้วย

ความแตกต่างอีกประการหนึ่งที่แนวคิดเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการอธิบายบริบทสังคมชนบทไทยคือ เรื่องของพฤติกรรม ซึ่งควรเป็นพฤติกรรมที่มีการนิยามใหม่ (Reconceptualize) เนื่องจากการศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีมักก็จะศึกษาในบริบทของสถานศึกษา องค์กร สถานที่ทำงาน ซึ่งมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างแพร่หลาย พฤติกรรมการใช้จึงเป็นพฤติกรรมที่ผู้ใช้ใช้จริงด้วยตนเอง แต่ในบริบทของสังคมชนบทไทยซึ่งเทคโนโลยี

สารสนเทศเป็นเรื่องใกล้ตัว การโน้มน้าวหรือกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการใช้จึงไม่สามารถมองเพียง แต่การใช้ด้วยตนเองของปัจเจกบุคคล แต่ยังหมายรวมไปถึงการใช้ทางอ้อม ผ่านสื่อชุมชน การใช้ประโยชน์ผ่านเจ้าหน้าที่ผู้ทำหน้าที่ถ่ายทอดข้อมูลไปสู่ชุมชนอีกต่อหนึ่ง (facilitator) หรือการใช้ผ่านกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนอีกด้วย

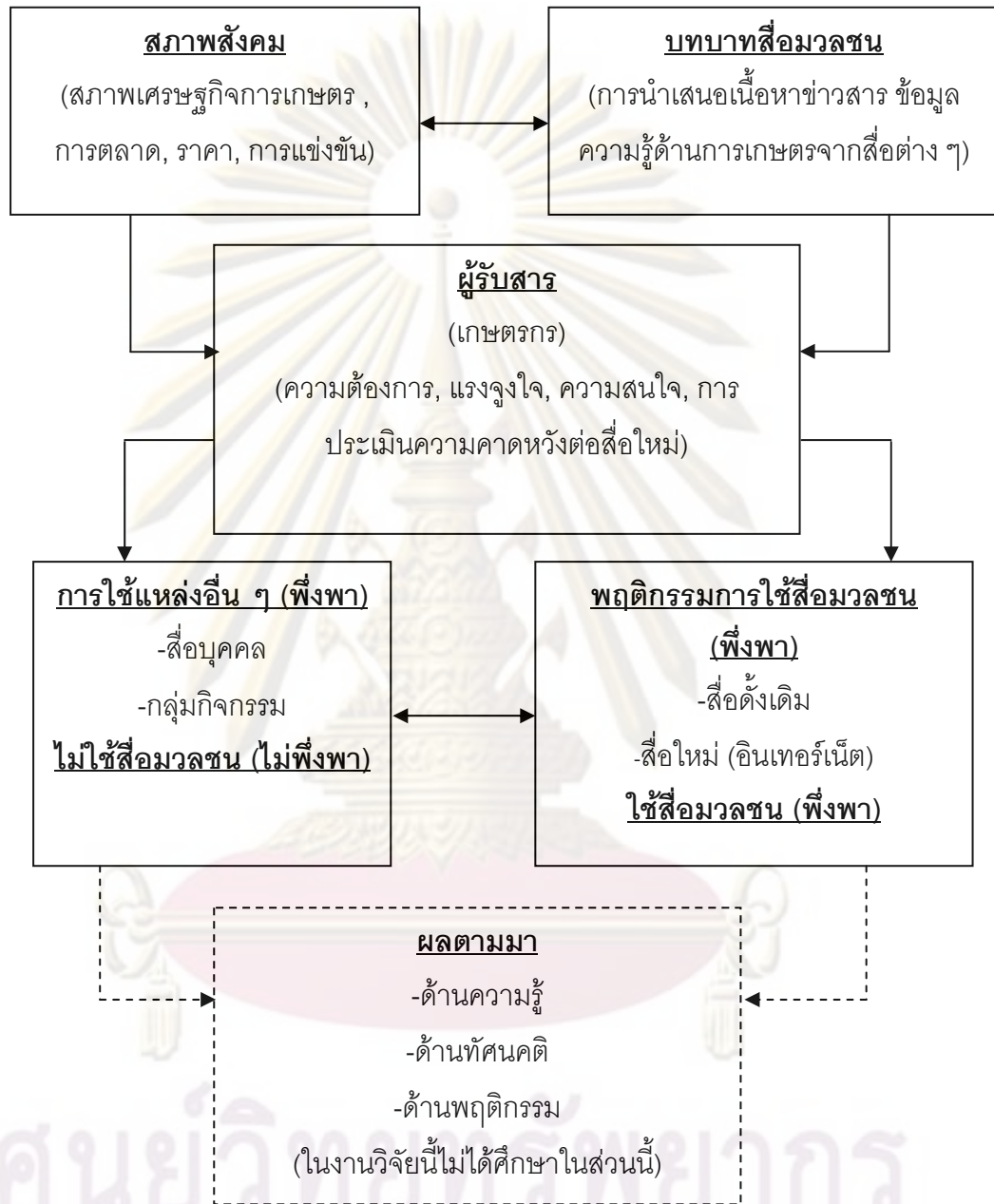
กรอบแนวคิดและสมมติฐานวิจัย

ในการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ข้างต้น สามารถนำมาประกอบเป็นกรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัยในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ดังนี้



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพที่ 4 กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่องการฟังพาและการใช้ประโยชน์ข่าวสารและความรู้ด้านการเกษตรจากสื่อใหม่ของเกษตรกรไทย

กรอบแนวคิดมุ่งเน้นศึกษาการตัดสินใจใช้สื่อ เพื่อตอบสนองความต้องการของเกษตรกร ภายใต้การรับรู้ ความจำเป็นที่ต้องการพึ่งพาสื่อตามสภาวะทางสังคมแวดล้อม และการคาดหวัง จากบทบาทการทำหน้าที่สื่อในการตอบสนองความต้องการ ทั้งนี้ไม่ได้ขยายขอบเขตการศึกษาลึก ไปถึงผลลัพธ์ที่ตามมา (effect)

สมมติฐานวิจัย

จากการประมวลแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวข้องสามารถประมวลเป็นสมมติฐานการ วิจัยครั้งนี้ได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการพึ่งพาเปิดรับสื่อใหม่ของเกษตรกรมีความสัมพันธ์กับปัจจัยดังต่อไปนี้
 - 1.1. ปัจจัยทางสภาวะสังคมด้านการเกษตร
 - 1.2. ปัจจัยบทบาทสื่อด้านการเกษตร
 - 1.3. ปัจจัยความต้องการจำเป็นส่วนบุคคล และความต้องการใช้ข้อมูลการเกษตร
2. กลุ่มเกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่มีการรับรู้ต่อสื่อใหม่ในทางบวกมากกว่ากลุ่มเกษตรกรผู้ไม่ใช้ สื่อใหม่

ตัวแปรที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ จากสมมติฐานข้างต้นดังนี้

สมมติฐานข้อ 1

- 1.1. ตัวแปรอิสระ : ปัจจัยการรับรู้สภาวะทางสังคมสังคมด้าน เศรษฐกิจการเกษตร

ตัวแปรตาม : พฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร

- 1.2. ตัวแปรอิสระ : ปัจจัยการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร

ตัวแปรตาม : พฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร

- 1.3. ตัวแปรอิสระ : ปัจจัยความต้องการใช้ข้อมูลการเกษตร

ตัวแปรตาม : พฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร

1.4.ตัวแปรอิสระ : ปัจจัยระดับความต้องการจำเป็นด้านการเกษตร

ตัวแปรตาม : พฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร

สมมติฐานข้อ 2

ตัวแปรอิสระ : การใช้ และไม่ใช้สื่อเว็บไซต์การเกษตร

ตัวแปรตาม : การรับรู้ต่อสื่อเว็บไซต์ด้านต่าง ๆ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การพึ่งพาและการใช้ประโยชน์ข้าวสารและความรู้ด้านการเกษตรจากสื่อใหม่ของเกษตรกรไทย” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการใช้ การรับรู้ และการตอบสนองการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตของเกษตรกร รวมถึงการศึกษาเหตุปัจจัยในการไม่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเกษตรกร โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือเกษตรกรที่ประกอบอาชีพทั้งในระดับทำการเกษตรเอง และ/หรือประกอบธุรกิจ โดยกำหนดกรอบประชากรจาก คือ (1) กลุ่มเกษตรกรที่ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านช่องทางเว็บไซต์ของกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (<http://www.doae.go.th>) รวมถึงเว็บไซต์ด้านการเกษตรในช่องทางอื่น ๆ และ (2) กลุ่มเกษตรกรที่ไม่เคยใช้อินเทอร์เน็ต

สำหรับเว็บไซต์กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ หรือ <http://www.doae.go.th> เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลทางการเกษตร ข่าวสารความเคลื่อนไหวทางการเกษตร ข่าวสารจากกรมส่งเสริมการเกษตร รวมไปถึงแหล่งข้อมูลทางการเกษตรแก่เกษตรกร และที่สำคัญมีส่วนบริการถาม-ตอบ ปัญหาการเกษตร ซึ่งเป็นกระดานข่าวที่จัดทำขึ้นสำหรับเป็นเวทีถาม-ตอบปัญหาการเกษตร โดยเปิดโอกาสให้ผู้มีประสบการณ์ ทั้งท่านที่เป็นเกษตรกรเอง หรือ นักวิชาการด้านต่างๆ ที่มีความรู้ในเรื่องเหล่านั้น ได้ถ่ายทอดความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ อันจะเป็นประโยชน์ต่อวงการเกษตรต่อไป จึงนับได้ว่าเป็นเว็บไซต์ที่ครบวงจรทางการเกษตร

การเลือกตัวอย่าง

ตัวอย่างที่เลือกมาทำการศึกษานั้น มาจากกลุ่มเกษตรกรที่เข้าใช้บริการในส่วนเว็บไซต์ “ถาม-ตอบ ปัญหาการเกษตร” จากเว็บไซต์ของกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งได้จากรายชื่อสมาชิกของสมาชิกของเว็บไซต์ โดยคัดเลือกเฉพาะสมาชิกที่กรอกข้อมูล ซึ่งสามารถระบุถึงอาชีพ และที่อยู่ในการติดต่อได้ โดยที่อยู่นั้นมีทั้งในส่วนของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) และที่อยู่ ซึ่งจากการสำรวจทั้งหมด 60 หน้าของรายชื่อสมาชิก มีสมาชิกทั้งหมด 5,991 คน (สำรวจเมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2551) และรายชื่อเกษตรกรจากเว็บไซต์ในด้าน การเกษตรอื่น ๆ ที่เกษตรกรเข้าใช้

ในส่วนตัวอย่างเกษตรกรซึ่งเป็นเกษตรกรที่ไม่เคยใช้อินเทอร์เน็ตนั้น มุ่งศึกษาหาปัจจัยที่ทำให้ไม่ใช้ และปัจจัยด้านต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่อง โดยเลือกเกษตรกรจากจังหวัดนครปฐม เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีจำนวนเกษตรกรจำนวนมากจังหวัดหนึ่ง นอกจากนั้นยังมีการประกอบอาชีพเกษตรกรรม และปศุสัตว์ที่หลากหลายด้าน อีกทั้งอยู่ใกล้กรุงเทพมหานครที่เอื้ออำนวยต่อการเข้าถึงสื่อใหม่ จึงเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การทำวิจัย และสำรวจข้อมูล โดยจังหวัดนครปฐมนั้นเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางด้านตะวันตก ตั้งอยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำท่าจีนซึ่งเป็นพื้นที่บริเวณที่ราบลุ่มภาคกลาง มีพื้นที่ 2,168.327 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,355,204 ไร่ เท่ากับ ร้อยละ 0.42 ของประเทศ

การเกษตรกรรม เป็นสาขาการผลิตที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม ประชากรส่วนใหญ่ร้อยละ 32.09 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีพื้นที่การเกษตร จำนวนทั้งสิ้น 845,033 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 62.35 ของพื้นที่จังหวัดอาชีพเกษตรกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การทำนา ทำไร่ ทำสวนผลไม้ และการเลี้ยงสัตว์ ด้วยสภาพภูมิประเทศที่เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำ มีแม่น้ำแม่กลองไหลผ่านจึงถือว่าเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูก และเลี้ยงสัตว์เป็นอย่างมาก อีกทั้งด้วยสภาพพื้นที่ที่เป็นดินในหลายสภาพ ทั้ง ดินร่วน ดินเหนียว และดินทราย จึงเหมาะแก่การเพาะปลูกทั้งพืชสวน พืชผัก และพืชไร่

ขนาดตัวอย่างในการวิจัย

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง กำหนดทั้งหมด 400 คน ซึ่งตามตาราง Yamane ณ ประชากรเกิน 100,000 คน ความมั่นใจ 95 % เลือกตัวอย่าง 400 คน ความคาดเคลื่อนภายใต้เงื่อนไขการสุ่ม

ตัวอย่างแบบอิงความน่าจะเป็น จะมีความคลาดเคลื่อน จากการสุ่มตัวอย่าง 5 % ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้ขนาดตัวอย่าง 400 คน แบ่งเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 300 คน และผู้ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต 100 คน โดยผู้ไม่ใช้ 100 คนนั้นเลือกเจาะจงจากกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดนครปฐม โดยคละกันของอาชีพเกษตรกรด้านต่างๆ

วิธีการเลือกตัวอย่างเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเลือกตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัยครั้งนี้ คือ การเลือกจากเกษตรกรที่ใช้ อินเทอร์เน็ตและไม่ใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อที่จะสามารถตอบคำถามให้ตรงตามตัวแปรที่กำหนดไว้ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 และ 100 คนตามลำดับ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. การสุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้อินเทอร์เน็ต ใช้วิธีแบบเจาะจง (purposive sampling) เลือกเกษตรกรที่เข้าใช้บริการในส่วนเว็บไซต์ “ถาม-ตอบ ปัญหาการเกษตร” จากเว็บไซต์ของกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งได้จากรายชื่อสมาชิกของสมาชิกของเว็บไซต์ โดยคัดเลือกเฉพาะสมาชิกที่กรอกข้อมูล ซึ่งสามารถระบุถึงอาชีพ และที่อยู่ในการติดต่อได้ โดยที่อยู่นั้นมีทั้งในส่วนของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) และที่อยู่ เพื่อส่งแบบสอบถามไป รวมทั้งรายชื่อเกษตรกรจากเว็บไซต์อื่น ๆ ที่เกษตรกรเข้าใช้บริการ

2. การสุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต ได้เลือกเกษตรกรที่อยู่ในเขตที่มีศักยภาพที่จะใช้ได้ แต่ไม่ใช้ เช่น เขตที่ไฟฟ้าเข้าถึง เขตที่อินเทอร์เน็ตเผยแพร่เข้าถึงได้ ฯลฯ โดยใช้วิธีแบบเจาะจง (purposive sampling) เลือกจังหวัดนครปฐมเป็นพื้นที่ที่จะทำการสำรวจ เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีจำนวนเกษตรกรจำนวนมากจังหวัดหนึ่ง นอกจากนั้นยังมีการประกอบอาชีพเกษตรกรรมและปศุสัตว์ที่หลากหลายด้าน อีกทั้งอยู่ใกล้กรุงเทพมหานครที่เอื้ออำนวยต่อการเข้าถึงสื่อใหม่ได้มาก

- 2.1. เลือกอำเภอในจังหวัดนครปฐมในการศึกษาจำนวน 5 อำเภอ จากทั้งสิ้น 7 อำเภอ โดยทำการเจาะจงเลือกอำเภอที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร รวมถึงอำเภอที่เอื้ออำนวยต่อการเข้าถึงสื่อใหม่ เช่น ไกล่มาวิทยาลัย เป็นต้น ดังนี้

2.1.1. อำเภอพุทธมณฑล	มีจำนวนเกษตรกร	4,910 ราย
2.1.2. อำเภอสามพราน	มีจำนวนเกษตรกร	13,447 ราย
2.1.3. อำเภอเมือง	มีจำนวนเกษตรกร	55,796 ราย
2.1.4. อำเภอนครชัยศรี	มีจำนวนเกษตรกร	19,731 ราย
2.1.5. อำเภอกำแพงแสน	มีจำนวนเกษตรกร	58,287 ราย

2.2. ในแต่ละอำเภอได้กำหนดโควต้าเท่ากับอำเภอละ 20 ชุด รวมทั้งสิ้น 100 ชุด โดยในการสัมภาษณ์จะเลือกสุ่มตัวอย่างเกษตรกรโดยสุ่มเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเลือกจากรายชื่อของเกษตรกร รวมถึงจากความสมัครใจของเกษตรกร ซึ่งจะเลือกแบบคละตามสาขาอาชีพของเกษตรกร โดยแบ่งกลุ่มเกษตรกรออกเป็น ทำนา ทำไร่ ทำสวน และ ปศุสัตว์

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) จำนวน 1 ชุด ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 9 ส่วน โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น ส่วนต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถาม
2. การรับรู้ต่อสภาวะแวดล้อมสังคมทางเศรษฐกิจ และอาชีพการเกษตร
3. การรับรู้ต่อบทบาทสื่อในการทำหน้าที่ด้านข่าวสารความรู้การเกษตร
4. การรับรู้ต่อความต้องการ ความจำเป็นส่วนบุคคลของเกษตรกร
5. การพึงพาเปิดรับ และการใช้ประโยชน์สื่อทั่วไป
6. การพึงพาเปิดรับ และการใช้ประโยชน์สื่อใหม่
7. ความพึงพอใจจากสื่อในการตอบสนองความต้องการ ความจำเป็น
8. การรับรู้และทัศนคติต่อคุณลักษณะสื่อใหม่
9. เหตุปัจจัยที่ไม่มีพฤติกรรมในการใช้สื่อใหม่

วิธีการวัดตัวแปร

ในการวิเคราะห์แบบสอบถามเพื่อศึกษา (1) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้สภาวะทางสังคมด้านการเกษตร กับพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร (2) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร กับพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร (3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความต้องการใช้ข้อมูลการเกษตร กับพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร (4) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความต้องการจำเป็นด้านการเกษตร กับพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร โดยวัดตัวแปรจากคำถามเป็นแบบ Rating Scale ของ Likert ซึ่งให้คะแนนเป็น 5 ระดับได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

เมื่อรวบรวมข้อมูลที่ได้และนำมาแจกแจงความถี่แล้ว หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร

เกณฑ์การให้คะแนนในแบบสอบถามและการแปลความหมายค่าคะแนน

เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามในงานวิจัยเรื่อง “การพึ่งพาและการใช้ประโยชน์ข่าวสารและความรู้ด้านการเกษตรจากสื่อใหม่ของเกษตรกรไทย” สามารถกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนได้ดังนี้

1. ความคิดเห็นต่อสภาวะทางเศรษฐกิจและอาชีพด้านการเกษตรปัจจุบัน

ใช่อย่างยิ่ง	5	คะแนน
ใช่	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	3	คะแนน
ไม่ใช่	2	คะแนน
ไม่ใช่อย่างยิ่ง	1	คะแนน

2. การรับรู้ต่อบทบาทสื่อในการทำหน้าที่ด้านข่าวสารการเกษตร
เนื่องจากคำถามในการวัดตัวแปรนี้เป็นเชิงลบ การให้น้ำหนักคะแนนเพื่อสะท้อน
บทบาทสื่อในด้านข่าวสารการเกษตรจึงกำหนดดังนี้

ใช่อย่างยิ่ง	1	คะแนน
ใช่	2	คะแนน
ไม่แน่ใจ	3	คะแนน
ไม่ใช่	4	คะแนน
ไม่ใช่อย่างยิ่ง	5	คะแนน

3. ความต้องการจำเป็นส่วนบุคคลของเกษตรกร

ใช่อย่างยิ่ง	5	คะแนน
ใช่	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	3	คะแนน
ไม่ใช่	2	คะแนน
ไม่ใช่อย่างยิ่ง	1	คะแนน

4. ความต้องการใช้ข้อมูลด้านการเกษตร

ต้องการอย่างยิ่ง / ไม่ใช่อย่างยิ่ง	5	คะแนน
ต้องการมาก / ไม่ใช่	4	คะแนน
ต้องการบ้าง / ไม่แน่ใจ	3	คะแนน
ต้องการน้อย / ใช่	2	คะแนน
ไม่ต้องการ / ใช่อย่างยิ่ง	1	คะแนน

5. การฟังพาดูแหล่งข้อมูล

มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน

6. ระดับการฟังพาดูเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร

ทุกวัน	5	คะแนน
เกือบทุกวัน	4	คะแนน
หลายวันครั้ง	3	คะแนน
นาน ๆ ครั้ง	2	คะแนน
ไม่เคย	1	คะแนน

7. วัตถุประสงค์ในการเปิดใช้เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร

มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน

8. ความพึงพอใจที่ได้รับประโยชน์ด้านต่าง ๆ จากสื่ออินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับการเกษตร

พอใจอย่างยิ่ง	5	คะแนน
พอใจ	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	3	คะแนน
ไม่พอใจ	2	คะแนน
ไม่พอใจอย่างยิ่ง	1	คะแนน

9. การรับรู้และทัศนคติต่อสื่ออินเทอร์เน็ต

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1 (สำหรับข้อคำถามที่ 1-4)/ 5 (สำหรับข้อคำถามที่ 5-6)	คะแนน
เห็นด้วย	2 (สำหรับข้อคำถามที่ 1-4)/ 4 (สำหรับข้อคำถามที่ 5-6)	คะแนน
ไม่แน่ใจ	3 (สำหรับข้อคำถามที่ 1-4)/ 3 (สำหรับข้อคำถามที่ 5-6)	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	4 (สำหรับข้อคำถามที่ 1-4)/ 2 (สำหรับข้อคำถามที่ 5-6)	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5 (สำหรับข้อคำถามที่ 1-4)/ 1 (สำหรับข้อคำถามที่ 5-6)	คะแนน

10. ปัจจัยที่ทำให้เกษตรกรไม่เลือกเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

ใช่อย่างยิ่ง	5	คะแนน
ใช่	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	3	คะแนน
ไม่ใช่	2	คะแนน
ไม่ใช่อย่างยิ่ง	1	คะแนน

สำหรับการแปลข้อมูลในภาพรวมและรายข้อ ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ เห็นด้วยน้อย เห็นด้วยน้อยที่สุด โดยมีวิธีคำนวณความกว้างของชั้น ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

ระดับคะแนน	ระดับความคิดเห็น
1.10 – 1.89	น้อยที่สุด
1.90 – 2.69	น้อย
2.70 – 3.49	ปานกลาง
3.50 – 4.29	มาก
4.30 – 5.00	มากที่สุด

การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

แบบสอบถามที่สร้างนำไปตรวจสอบหาความตรง (Validity) และความเที่ยงภายใน (Internal Consistency Reliability) ของตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้

1. ตรวจสอบความตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นผู้ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และนำไปทดสอบกับกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะเดียวกับประชากรเพื่อดูความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมตรงประเด็นที่ศึกษา และครอบคลุมเนื้อหาที่วิจัย

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบความเที่ยงภายใน (Internal Consistency Reliability) โดยนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มประชากร จำนวน 50 คน แบ่งออกเป็น เกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่ 25 ชุด และเกษตรกรที่ไม่ใช้สื่อใหม่ 25 ชุด เพื่อนำคำตอบมาวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อหาความสอดคล้องภายในของคำถาม ในชุดคำถามของตัวแปรต่าง ๆ

การคำนวณหาค่าความสอดคล้องภายในของคำถามแต่ละตัวแปรในแบบสอบถาม ที่วัดด้วยมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยใช้สูตรคำนวณหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) จากสูตรของ Cronbach ดังนี้

$$r_{xx} = \alpha = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum_{i=1}^k \mu_i^2}{\mu_c^2} \right\}$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเที่ยงของเครื่องมือ
	μ_i^2	แทน	ค่าความแปรปรวนรายข้อ
	μ_c^2	แทน	จำนวนข้อของเครื่องมือ

จากแบบสอบถามได้ค่าความสอดคล้องภายในดังนี้

ส่วนที่ 1 การรับรู้ต่อสภาวะสังคมด้านการเกษตร

มีค่าความสอดคล้องภายในเท่ากับ 0.83

ส่วนที่ 2 การรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร

มีค่าความสอดคล้องภายในเท่ากับ 0.81

ส่วนที่ 3 สภาวะความต้องการจำเป็นของเกษตรกร

มีค่าความสอดคล้องภายในเท่ากับ 0.82

ส่วนที่ 4 การพึ่งพาสื่อ

มีค่าความสอดคล้องภายในเท่ากับ 0.80

ส่วนที่ 5 การใช้ประโยชน์สื่อจากเว็บไซต์

มีค่าความสอดคล้องภายในเท่ากับ 0.85

ส่วนที่ 6 ความพึงพอใจในการใช้เว็บไซต์

มีค่าความสอดคล้องภายในเท่ากับ 0.88

ส่วนที่ 7 ทศนคติต่อเว็บไซต์

มีค่าความสอดคล้องภายในเท่ากับ 0.79

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลทำโดยนำแบบสอบถามส่งไปทางช่องทางที่สามารถติดต่อกับเกษตรกรผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งจากที่อยู่ และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) โดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 300 คน

สำหรับเกษตรกรที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำแบบสอบถามไปสอบถามจากเกษตรกรในพื้นที่โดยตรง โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 100 คน โดยให้เกษตรกรเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง ยกเว้นกรณีที่เกษตรกรไม่สะดวกในการกรอกแบบสอบถามผู้วิจัยจะเป็นผู้กรอกแบบสอบถามให้

ผู้วิจัยได้เริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนมีนาคม 2552

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างแล้ว นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความครบถ้วนของคำตอบ แล้วนำมาลงรหัส (Coding) จากนั้นนำมาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science) แล้วดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ลักษณะ

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้สถิติการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อพรรณนาข้อมูลและอธิบายตัวแปร ดังนี้ ตัวแปรอิสระ : ปัจจัยสถานะทางสังคม ปัจจัยบทบาทสื่อ ปัจจัยความต้องการ และความจำเป็น ตัวแปรตาม : พฤติกรรมการพึ่งพาสื่อใหม่ การรับรู้ต่อสื่อใหม่ด้านต่าง ๆ

2. การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อการวิเคราะห์สมมติฐานในแต่ละข้อดังนี้

2.1. สมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมการพึงพาเปิดรับสื่อใหม่ของเกษตรกรมีความสัมพันธ์กับปัจจัยสถานะสังคมด้านเศรษฐกิจการเกษตร ปัจจัยบทบาทสื่อ และปัจจัยความต้องการจำเป็นส่วนบุคคล และความต้องการใช้ข้อมูลการเกษตร วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

2.2. สมมติฐานที่ 2 กลุ่มเกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่มีการรับรู้ต่อสื่อใหม่ในทางบวกมากกว่ากลุ่มเกษตรกรที่ไม่ใช้สื่อใหม่ วิเคราะห์ข้อมูลทดสอบความแปรปรวนความแตกต่างด้วยการทดสอบ และการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติ T- Test

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพึงพาและการใช้ประโยชน์ข่าวสารและความรู้ด้านการเกษตรจากสื่อใหม่ของเกษตรกรไทย” ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 9 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลและการรับรู้ต่อสภาวะสังคมด้านการเกษตร
- ส่วนที่ 2 การรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร
- ส่วนที่ 3 สภาวะความต้องการจำเป็นของเกษตรกร
- ส่วนที่ 4 การพึ่งพาสื่อ
- ส่วนที่ 5 การใช้ประโยชน์สื่อจากเว็บไซต์
- ส่วนที่ 6 ความพึงพอใจในการใช้เว็บไซต์
- ส่วนที่ 7 ทักษะติดต่อเว็บไซต์
- ส่วนที่ 8 ปัจจัยที่ทำให้ไม่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต
- ส่วนที่ 9 ทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 : ลักษณะส่วนบุคคลและการรับรู้ต่อสภาวะสังคมด้านเศรษฐกิจการเกษตร

จากผลการสำรวจเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของเกษตรกรเกี่ยวกับการพึ่งพาและการใช้ประโยชน์และความรู้ด้านการเกษตรจากสื่อใหม่ โดยเลือกตัวอย่างจาก (1) กลุ่มเกษตรกรที่เข้าใช้อินเทอร์เน็ตผ่านทางช่องทางเว็บไซต์ของกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (<http://www.doae.go.th>) รวมถึงเว็บไซต์ด้านการเกษตรในช่องทางอื่น ๆ และ (2) กลุ่มเกษตรกรที่ไม่เคยเข้าใช้อินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นเกษตรกรที่ประกอบอาชีพในจังหวัดนครปฐม รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คนที่ทำการเก็บข้อมูลได้ผลการวิจัยดังนี้

1.1 ลักษณะส่วนบุคคล

1.1.1 เพศ

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกร ที่เป็นเพศชายมีสัดส่วน คิดเป็นร้อยละ 51.8 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 48.2 ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกร โดยจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	207	51.8
หญิง	193	48.2
รวม	400	100.0

1.1.2 อายุ

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกร ส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 31-50 ปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ กลุ่มอายุช่วง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.2 กลุ่มอายุ มากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.8 และกลุ่มอายุช่วง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.5 ไม่มีกลุ่มตัวอย่างของเกษตรกร ซึ่งมีอายุน้อยกว่า 20 ปี ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกร โดยจำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	0	0
21-30 ปี	125	31.2
31-50 ปี	218	54.5
51-60 ปี	18	4.5
มากกว่า 60 ปี	39	9.8
รวม	400	100.0

1.1.3 ที่อยู่

ที่อยู่ของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรแบ่งออกมาเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือส่วนที่เป็นเกษตรกรที่ไม่เปิดรับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งมีจำนวน 100 คน เป็นเกษตรกรที่อยู่ในเฉพาะจังหวัดนครปฐม โดยมีสัดส่วนที่เท่ากัน คือ อำเภอละ 20 คน หรือร้อยละ 20 ได้แก่ อำเภอพุทธมณฑล คิดเป็นร้อยละ 20 อำเภอนครชัยศรี คิดเป็นร้อยละ 20 อำเภอเมือง คิดเป็นร้อยละ 20 อำเภอกำแพงแสน คิดเป็นร้อยละ 20 และอำเภอสสามพรานคิดเป็น ร้อยละ 20 ส่วนที่ 2 เป็นเกษตรกรที่ เปิดรับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งมีจำนวน 300 คน เก็บจากทั่วประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรทางภาคตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 27 รองลงมาคือ ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 23 ภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 16 กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 10 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 9 ดังรายละเอียดในตารางที่ 3 และตารางที่ 4

ตารางที่ 3 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกรที่ไม่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต โดยจำแนกที่อยู่

ที่อยู่	จำนวน	ร้อยละ
อำเภอพุทธมณฑล	20	20.0
อำเภอนครชัยศรี	20	20.0
อำเภอเมือง	20	20.0
อำเภอกำแพงแสน	20	20.0
อำเภอสสามพราน	20	20.0
รวม	100	100.0

ตารางที่ 4 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกรที่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต โดยจำแนกที่อยู่

ที่อยู่	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	30	10.0
ภาคเหนือ	45	15.0
ภาคกลาง	69	23.0
ภาคตะวันออก	81	27.0
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	27	9.0
ภาคใต้	48	16.0
รวม	300	100.0

1.1.4 ประเภทของเกษตรกรรวม ที่ประกอบอาชีพ (ทำการเกษตรด้วยตนเอง และ/หรือ ดูแลด้านธุรกิจการเกษตร)

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกร ส่วนใหญ่ทำอาชีพ ทำไร่ คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือ ทำสวน คิดเป็นร้อยละ 32.7 ทำนา คิดเป็นร้อยละ 10.5 และ ปศุสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 8.5 ดังรายละเอียดในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกร โดยจำแนกตามประเภทของเกษตรกร

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ทำสวน	131	32.7
ทำไร่	193	48.3
ทำนา	42	10.5
ปศุสัตว์	34	8.5
รวม	400	100.0

1.1.5 ลักษณะการเป็นเกษตรกร

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกร ส่วนใหญ่เป็นลงมือทำการเกษตรด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 49.2 รองลงมาคือ ทั้งลงมือทำการเกษตรและดูแลธุรกิจการเกษตรด้วย คิดเป็นร้อยละ 40.6 และ ดูแลธุรกิจอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 10.2 ดังรายละเอียดในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกร โดยจำแนกตามลักษณะการเป็นเกษตรกร

ลักษณะการเป็นเกษตรกร	จำนวน	ร้อยละ
ลงมือทำการเกษตร	197	49.2
ดูแลธุรกิจ	41	10.2
ลงมือทำการเกษตรและดูแลธุรกิจ	162	40.6
รวม	400	100.0

1.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกร ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย 10,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาคือรายได้เฉลี่ย 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.0 รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.7 และ รายได้เฉลี่ย 30,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.0 ไม่มีกลุ่มเกษตรกรที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 50,000 บาท ดังรายละเอียดในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกร โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	39	9.7
5,001-10,000 บาท	100	25.0
10,001-30,000 บาท	233	58.3
30,001-50,000 บาท	28	7.0
สูงกว่า 50,000 บาท	0	0
รวม	400	100.0

1.1.7 สถานภาพ

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกร ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมาคือ โสด คิดเป็นร้อยละ 36.2 สถานภาพเป็นหม้าย คิดเป็นร้อยละ 1.0 และ สถานภาพแยกกันอยู่ และหย่าร้างคิดเป็นร้อยละ 0.5 เท่ากัน ดังรายละเอียดในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกร จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	145	36.2
สมรส	247	61.8
แยกกันอยู่	2	0.5
หย่าร้าง	2	0.5
หม้าย	4	1.0
รวม	400	100.0

1.1.8 จำนวนสมาชิกในครอบครัวทั้งหมด

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกร ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 2-3 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมาคิดมีจำนวนสมาชิก 4-5 คนคิดเป็นร้อยละ 24.3 จำนวนสมาชิก 1 คนคิดเป็นร้อยละ 18.0 จำนวนสมาชิกมากกว่า 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 และจำนวนสมาชิก 6-7 คนคิดเป็นร้อยละ 2.2 ดังรายละเอียดในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกร โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
1 คน	72	18.0
2-3 คน	205	51.2
4-5 คน	97	24.3
6-7 คน	9	2.2
7 คนขึ้นไป	17	4.3
รวม	400	100.0

1.1.9 การมีเครื่องคอมพิวเตอร์ภายในบ้าน

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่เก็บข้อมูล 400 คน ส่วนใหญ่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ภายในบ้าน โดยคิดเป็นร้อยละ 75.0 และไม่มีคอมพิวเตอร์ภายในบ้านคิดเป็นร้อยละ 25.0 โดยกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่มีคอมพิวเตอร์ภายในบ้าน ส่วนใหญ่แล้วมีระยะเวลาการใช้งาน 1-2 ปี โดยคิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ มีระยะเวลาการใช้งาน 3-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.8 ระยะเวลาการใช้งานมากกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.3 และระยะเวลาการใช้งาน น้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.3 ดังรายละเอียดในตารางที่ 10 และตารางที่ 11

ตารางที่ 10 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกร โดยจำแนกตามการมีเครื่องคอมพิวเตอร์ภายในบ้าน

(n = 400 คน)

การมีเครื่องคอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
มี	300	75.0
ไม่มี	100	25.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 11 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกรที่มีคอมพิวเตอร์ภายในบ้าน จำนวน 300 คน
จำแนกตามระยะเวลาการใช้งาน

ระยะเวลาการใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	5	1.3
1-2 ปี	183	45.8
3-5 ปี	83	20.8
มากกว่า 5 ปี	29	7.3
รวม	300	75.0

1.1.10 ผู้ใช้คอมพิวเตอร์เป็นภายในบ้าน

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรส่วนใหญ่มีผู้ใช้คอมพิวเตอร์เป็น โดยคิดเป็นร้อยละ 85.3 และไม่มีผู้ใช้คอมพิวเตอร์เป็นคิดเป็นร้อยละ 14.7 โดยในสวนที่มีผู้ใช้คอมพิวเตอร์เป็นส่วนใหญ่แล้วเป็นตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองที่ใช้เป็นโดยคิดเป็นร้อยละ 50.8 และ เป็นลูก/หลาน คิดเป็นร้อยละ 34.4 ดังรายละเอียดในตารางที่ 12 และ 13

ตารางที่ 12 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกร โดยจำแนกตามผู้ใช้คอมพิวเตอร์เป็นภายในบ้าน
($n = 400$ คน)

มีผู้ใช้คอมพิวเตอร์เป็น	จำนวน	ร้อยละ
มี	341	85.3
ไม่มี	59	14.7
รวม	400	100.0

ตารางที่ 13 แสดงกลุ่มจำนวนตัวอย่างเกษตรกรที่มีผู้ใช้คอมพิวเตอร์เป็น จำนวน 341 คน
จำแนกผู้ใช้งานคอมพิวเตอร์

ระยะเวลาการใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	203	50.8
คู่สมรส	0	0
ลูก/หลาน	138	34.4
รวม	341	85.3

1.2 ความคิดเห็นต่อสภาวะทางสังคมด้านการเกษตรปัจจุบัน

ระดับความคิดเห็นต่อสภาวะทางสังคมด้านการเกษตรปัจจุบันของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง 3 อันดับสูงสุด คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ตลาดการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ปัจจุบันแข่งขันกันมาก พอค่าคณกลางโค้งราคา เขาเปรียบเกษตรกร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมาคือ สภาวะเศรษฐกิจ โลกมีปัญหาคะทบอาชีพการเกษตร (ปศุสัตว์) ของไทยด้วย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.96 และอันดับที่ 3 คือ เกษตรกรปัจจุบันขาดความรู้ต้องหาความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเพื่อให้ทันคนอื่นตลอดเวลา โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.85 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรมีความคิดเห็นว่ อาชีพการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ที่ทำอยู่ขณะนี้ไม่รู้ว่าจะไปรอดหรือไม่ (ไม่มีความแน่นอน) น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.94 โดยค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องความคิดเห็นต่อสภาวะทางสังคมด้านการเกษตรปัจจุบัน เท่ากับ 3.71 ซึ่งถือว่าเกษตรกรรับรู้ถึงความไม่แน่นอนของสภาวะทางสังคมค่อนข้างสูง ดังรายละเอียดในตารางที่ 14

ตารางที่ 14 แสดงระดับความคิดเห็นต่อสภาวะทางสังคมด้านการเกษตรปัจจุบัน

($n = 400$ คน)

คำถาม	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	ใช้อย่าง ยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่ อย่าง ยิ่ง		
1.อาชีพการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ที่ทำอยู่ขณะนี้ไม่รู้ว่าจะไปรอดหรือไม่ (ไม่มีความแน่นอน)	12 (3.0)	139 (34.8)	62 (15.5)	187 (46.8)	0	2.94 ปาน กลาง	0.966
2.ราคาพืชผล (ปศุสัตว์) ผันแปรเสมอ ไม่สามารถคาดการณ์ได้	28 (7.0)	272 (68.0)	59 (14.8)	38 (9.5)	3 (0.8)	3.71 มาก	0.763
3.รัฐบาลยังไม่มึนโยบายชัดเจนในการช่วยเหลือเกษตรกร	26 (6.5)	252 (63.0)	116 (29.0)	4 (1.0)	2 (0.5)	3.74 มาก	0.611
4.การทำกรเกษตร (หรือปศุสัตว์) ปัจจุบันนี้ต้นทุนสูงทั้งค่าปุ๋ย ค่าอาหารสัตว์ ค่าแรง ค่าน้ำมัน ฯลฯ	111 (27.8)	163 (40.8)	58 (14.5)	68 (17.0)	0	3.79 มาก	1.031

ตารางที่ 14 แสดงระดับความคิดเห็นต่อสภาวะทางสังคมด้านการเกษตรปัจจุบัน (ต่อ)

($n = 400$ คน)

คำถาม	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	ใช่อย่าง ยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่ อย่าง ยิ่ง		
5.ตลาดการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ปัจจุบันแข่งขันกันมาก พ่อค้าคน กลางโก่งราคา เขาเปรียบ เกษตรกร	91 (22.8)	261 (65.3)	12 (3.0)	34 (8.5)	5 (1.3)	4.01 มาก	0.802
6.เกษตรกรปัจจุบันขาดความรู้ ต้องการความรู้ ข้อมูล ข่าวสาร เพื่อให้ทันคนอื่นตลอดเวลา	101 (25.3)	217 (54.3)	9 (2.3)	68 (17.0)	5 (1.3)	3.85 มาก	1.024
7.สภาวะเศรษฐกิจโลกมีปัญหา กระทบอาชีพการเกษตร (ปศุสัตว์) ของไทยด้วย	56 (14.0)	303 (75.8)	8 (2.0)	33 (8.3)	0	3.96 มาก	0.699
รวม						3.71 มาก	0.519

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 2 : การรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร

ระดับการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร ของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร 3 อันดับสูงสุดคือ สื่ออินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์ต่าง ๆ ไม่ค่อยนำเสนอข่าวสารความรู้ด้านการเกษตร ซึ่งตีความได้ว่าเกษตรกรมองบทบาทสื่อในระดับปานกลาง โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.89 รองลงมาคือ สื่ออินเทอร์เน็ตใช้ยาก เข้าถึงยาก จึงไม่ได้ใช้ประโยชน์ด้านการหาความรู้ข่าวสารการเกษตรจากสื่ออินเทอร์เน็ต คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.88 และ อันดับที่ 3 คือ สื่อปัจจุบันไม่ค่อยให้ความสำคัญการนำเสนอข่าวการเกษตร (หรือปศุสัตว์) เท่าที่ควร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.64 ส่วนระดับการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตรที่น้อยที่สุดคือ ถ้าอยากรู้เรื่องการเกษตร (หรือปศุสัตว์) มักถามจากผู้ที่ชำนาญการมากกว่าที่จะพึ่งพาสื่อต่าง ๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.07 โดยค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตรเท่ากับ 2.53 ซึ่งเห็นว่าบทบาทสื่อด้านการเกษตรมีน้อย ดังรายละเอียดในตารางที่ 15

ตารางที่ 15 แสดงระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร
($n = 400$ คน)

คำถาม	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	ใช้อย่าง ยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่ อย่าง ยิ่ง		
1.สื่อปัจจุบันไม่ค่อยให้ความสำคัญการนำเสนอข่าวการเกษตร (หรือปศุสัตว์) เท่าที่ควร	17 (4.3)	215 (53.8)	63 (15.8)	105 (26.3)	0	2.64 น้อย	0.918
2.สื่ออินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์ต่าง ๆ ไม่ค่อยนำเสนอข่าวสารความรู้ด้านการเกษตร	8 (2.0)	124 (31.0)	171 (42.8)	97 (24.3)	0	2.89 ปาน กลาง	0.789

ตารางที่ 15 แสดงระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร (ต่อ)

($n = 400$ คน)

คำถาม	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	ใช้อย่าง ยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่ อย่าง ยิ่ง		
3.สื่ออินเทอร์เน็ตใช้ยาก เข้าถึงยาก จึงไม่ได้ใช้ประโยชน์ด้านการหาความรู้ข่าวสารการเกษตรจากสื่ออินเทอร์เน็ต	7 (1.8)	126 (31.5)	174 (43.5)	93 (23.3)	0	2.88 ปานกลาง	0.778
4.ถ้าอยากรู้เรื่องการเกษตร (หรือปศุสัตว์) มักถามจากผู้ที่ชำนาญการมากกว่าที่จะฟังจากสื่อต่าง ๆ	67 (16.8)	262 (65.5)	46 (11.5)	25 (6.3)	0	2.07 น้อย	0.727
5.สื่อต่าง ๆ นำเสนอข่าวสารความรู้เรื่องการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ไม่ตรงกับที่อยากรู้หรือนำไปใช้ประโยชน์ได้	20 (5.0)	209 (52.3)	127 (31.8)	41 (10.3)	3 (0.8)	2.50 น้อย	0.776
6.สื่อต่าง ๆ ให้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร (หรือปศุสัตว์) น้อยเกินไป	17 (4.3)	290 (72.5)	91 (22.8)	0	2 (0.5)	2.20 น้อย	0.525
รวม						2.53 น้อย	0.530

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 3 : สภาวะความต้องการจำเป็นส่วนบุคคลของเกษตรกร

3.1 ความต้องการความจำเป็นส่วนบุคคลของเกษตรกร ความคิดเห็นของกลุ่มเกษตรกร ตัวอย่างเกี่ยวกับสภาวะความต้องการจำเป็นของเกษตรกร 3 อันดับสูงสุด คือ ความอยากรู้ความเคลื่อนไหวด้านการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ให้ทันสมัย ทันเหตุการณ์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.30 รองลงมา คือ ความต้องการความรู้ ข้อมูลเกี่ยวกับราคาพืชผลการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ที่ทันสมัย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.08 และอันดับ 3 คือ การทำอาชีพการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ปัจจุบันต้องมีเทคนิคความรู้ใหม่ ๆ เสมอ แต่รู้สึกว่าคุณเองยังขาดความรู้ใหม่ ๆ ที่จำเป็นอยู่อีกมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.74 และระดับความคิดเห็นของกลุ่มเกษตรกรตัวอย่างเกี่ยวกับสภาวะความต้องการจำเป็นของเกษตรกร ที่น้อยที่สุด คือ ขณะนี้ตนเองมีความต้องการแหล่งเงินทุนเพื่อมาทำอาชีพ แต่ไม่รู้จะกู้ได้ อยากรู้จากที่ไหนบ้าง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.84 โดยค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องความต้องการความจำเป็นส่วนบุคคลของเกษตรกร 3.66 ซึ่งอยู่ในระดับสูง ดังรายละเอียดในตารางที่ 16

ตารางที่ 16 แสดงระดับความคิดเห็นต่อ ความต้องการความจำเป็นส่วนบุคคลของเกษตรกร
($n = 400$ คน)

คำถาม	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	ใช่อย่าง ยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่ อย่าง ยิ่ง		
1.การทำอาชีพการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ปัจจุบันต้องมีเทคนิค ความรู้ใหม่ ๆ เสมอ แต่รู้สึกว่าคุณเองยังขาดความรู้ใหม่ ๆ ที่จำเป็นอยู่อีกมาก	22 (5.5)	257 (64.3)	116 (29.0)	5 (1.3)	0	3.74 มาก	0.573
2.มีความรู้สึกว่าคุณเองยังขาดความรู้ ความเข้าใจ ด้านการตลาดทำให้ไม่ทันคนอื่น ในการซื้อ - ขาย	22 (5.5)	217 (54.3)	103 (25.8)	58 (14.5)	0	3.51 มาก	0.807

ตารางที่ 16 แสดงระดับความคิดเห็นต่อ ความต้องการความจำเป็นส่วนบุคคลของเกษตรกร (ต่อ)

($n = 400$ คน)

คำถาม	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	ใช้อย่าง ยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่ อย่าง ยิ่ง		
3.ต้องการความรู้ ข้อมูล เกี่ยวกับราคาพืชผล การเกษตร (หรือปศุสัตว์) ที่ ทันสมัย	48 (12.0)	336 (84.0)	14 (3.5)	2 (0.5)	0	4.08 มาก	0.412
4.ขณะนี้ตนเองมีความ ต้องการแหล่งเงินกู้เพื่อมาทำ อาชีพ แต่ไม่รู้จะกู้ได้อย่างไร จากที่ไหนบ้าง	17 (4.3)	114 (28.5)	101 (25.3)	125 (31.3)	43 (10.8)	2.84 ปาน กลาง	1.084
5.ตอนนี้ต้องการความ ช่วยเหลือจากรัฐบาลมา แก้ปัญหาการประกอบอาชีพ การเกษตร (หรือปศุสัตว์) ด่วน ที่สุด	67 (16.8)	187 (46.8)	39 (9.8)	105 (26.3)	2 (0.5)	3.53 มาก	1.069
6.ตนเองรู้สึกว่ายังขาดความรู้ เรื่องระเบียบ กฎเกณฑ์ หรือ เงื่อนไขต่าง ๆ ในการขอความ ช่วยเหลือจากรัฐบาล หรือ หน่วยงานการเกษตร	66 (16.5)	156 (39.0)	133 (33.3)	41 (10.3)	4 (1.0)	3.60 มาก	0.915
7.อยากรู้ความเคลื่อนไหว ด้านการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ให้ทันสมัย ทันเหตุการณ์	193 (48.3)	132 (33.0)	75 (18.8)	0	0	4.30 มาก ที่สุด	0.764
รวม						3.66 มาก	0.540

3.2 ความต้องการใช้ข้อมูลด้านการเกษตร

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการใช้ข้อมูลด้านการเกษตร กลุ่มตัวอย่างเกษตรกร คิดว่าการทำการเกษตร หรือทำธุรกิจของท่านไม่มีความจำเป็นต้องแสวงหาข้อมูลข่าวสารความรู้เพิ่มเติมอะไรอีก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.44 และ เกษตรกรระกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการใช้ข้อมูลเพื่อช่วยในการทำเกษตร หรือทำธุรกิจการเกษตร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.93 ดังรายละเอียดในตารางที่ 17

ตารางที่ 17 แสดงระดับความคิดเห็นต่อสถานะความต้องการใช้ข้อมูลด้านการเกษตร

(n = 400 คน)

คำถาม	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	ใช้อย่าง ยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่ อย่าง ยิ่ง		
1. ปกติท่านมีความต้องการ ใช้ข้อมูลเพื่อช่วยในการทำ เกษตร หรือทำธุรกิจ การเกษตรหรือไม่เพียงใด	2 (0.5)	33 (8.3)	47 (11.8)	171 (42.8)	147 (36.8)	1.93 น้อย	0.926
2. ท่านคิดว่าการทำ การเกษตร หรือทำธุรกิจ การเกษตรของท่านไม่มีความ จำเป็นต้องแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร หรือความรู้เพิ่มเติม อะไรอีก	52 (13.0)	30 (7.5)	46 (11.5)	235 (58.8)	37 (9.3)	3.44 ปาน กลาง	1.168

ส่วนที่ 4 : การฟังพาสื่อ

4.1 แหล่งของข้อมูลข่าวสาร

ระดับการฟังพาสื่อแหล่งของข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรจะแยกได้เป็นกลุ่มเกษตรกรผู้ไม่ใช้สื่อใหม่จำนวน 100 คน และกลุ่มเกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่จำนวน 300 คน จากกลุ่มเกษตรกรผู้ไม่ใช้สื่อใหม่จำนวน 100 คน พบว่า กลุ่มเกษตรกรผู้ไม่ใช้สื่อใหม่มีการฟังพาสื่อแหล่งของข้อมูลข่าวสาร 3 อันดับสูงสุดคือ เพื่อนเกษตรกร / เพื่อนบ้าน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมาคือ กำนันผู้ใหญ่บ้าน / ผู้นำเกษตร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.49 และอันดับที่ 3 คือ รายการโทรทัศน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.44 ส่วนแหล่งของข้อมูลที่เกษตรกรผู้ไม่ใช้สื่อใหม่ฟังพาสื่อได้น้อยที่สุด คือ สื่อเว็บไซต์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.13 โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.17 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนกลุ่มเกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่จำนวน 300 คน พบว่า กลุ่มเกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่มีการฟังพาสื่อแหล่งของข้อมูล 3 อันดับแรก คือ เจ้าหน้าที่การเกษตร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.46 รองลงมาคือ เพื่อนเกษตรกร / เพื่อนบ้าน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.37 และอันดับที่ 3 คือ รายการโทรทัศน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.22 ส่วนแหล่งของข้อมูลที่กลุ่มเกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่ฟังพาสื่อได้น้อยที่สุด คือ รายการวิทยุ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.69 โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.07 อยู่ในระดับปานกลาง ดังรายละเอียดในตารางที่ 18 และ 19

ศูนย์วิทยุทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 18 แสดงแนวโน้มของระดับความคิดเห็นต่อการพึ่งพาแหล่งของข้อมูลข่าวสาร
ของเกษตรกรผู้ไม่ใช้สื่อใหม่

(n = 100 คน)

คำถาม	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.เพื่อนเกษตรกร / เพื่อนบ้าน	22 (22.0)	42 (42.0)	30 (30.0)	6 (6.0)	0	3.80 มาก	0.853
2.กำนันผู้ใหญ่บ้าน / ผู้นำเกษตรกร	16 (16.0)	34 (34.0)	37 (37.0)	9 (9.0)	4 (4.0)	3.49 ปานกลาง	1.000
3.เจ้าหน้าที่การเกษตร	11 (11.0)	36 (36.0)	35 (35.0)	12 (12.0)	6 (6.0)	3.34 ปานกลาง	1.027
4.เอกสารแผ่นพับ / หนังสือคู่มือ	7 (7.0)	32 (32.0)	51 (51.0)	5 (5.0)	5 (5.0)	3.31 ปานกลาง	0.873
5.หนังสือพิมพ์	5 (5.0)	22 (22.0)	44 (44.0)	15 (15.0)	14 (14.0)	2.89 ปานกลาง	1.063
6.นิตยสาร	4 (4.0)	22 (22.0)	45 (45.0)	11 (11.0)	18 (18.0)	2.83 ปานกลาง	1.092
7.รายการวิทยุ	15 (15.0)	22 (22.0)	45 (45.0)	13 (13.0)	5 (5.0)	3.29 ปานกลาง	1.038
8.รายการโทรทัศน์	14 (14.0)	31 (31.0)	46 (46.0)	3 (3.0)	6 (6.0)	3.44 ปานกลาง	0.978
9.เว็บไซต์	3 (3.0)	10 (10.0)	27 (27.0)	17 (17.0)	43 (43.0)	2.13 น้อย	1.169
รวม						3.17 ปานกลาง	0.604

ตารางที่ 19 แสดงแนวโน้มของระดับความคิดเห็นต่อการพึ่งพาแหล่งของข้อมูลข่าวสาร
ของเกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่

(n = 300 คน)

คำถาม	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.เพื่อนเกษตรกร / เพื่อนบ้าน	28 (9.3)	56 (18.7)	216 (72.0)	0	0	3.37 ปานกลาง	0.650
2.กำนันผู้ใหญ่บ้าน / ผู้นำเกษตรกร	80 (26.7)	0	192 (64.0)	28 (9.3)	0	3.17 ปานกลาง	0.575
3.เจ้าหน้าที่การเกษตร	21 (7.0)	139 (46.3)	97 (32.3)	43 (14.3)	0	3.46 ปานกลาง	0.823
4.เอกสารแผ่นพับ / หนังสือคู่มือ	31 (10.3)	0	186 (62.0)	55 (18.3)	28 (9.3)	2.73 ปานกลาง	0.769
5.หนังสือพิมพ์	31 (10.3)	64 (21.3)	97 (32.3)	80 (26.7)	28 (9.3)	2.97 ปานกลาง	1.127
6.นิตยสาร	56 (18.7)	0	198 (66.0)	46 (15.3)	0	3.03 ปานกลาง	0.583
7.รายการวิทยุ	18 (6.0)	31 (10.3)	125 (41.7)	92 (30.7)	34 (11.3)	2.69 น้อย	1.005
8.รายการโทรทัศน์	100 (33.3)	0	166 (55.3)	34 (11.3)	0	3.22 ปานกลาง	0.632
9.เว็บไซต์	21 (7.0)	0	254 (84.7)	25 (8.3)	0	2.99 ปานกลาง	0.392
รวม						3.07 ปานกลาง	0.372

4.2 การอ่านหนังสือพิมพ์รายวันที่เปิดอ่านข่าวสารการเกษตร

4.2.1 หนังสือพิมพ์รายวันที่เปิดอ่านข่าวสารการเกษตร

กลุ่มเกษตรกรตัวอย่างเปิดอ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 82.8 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คิดเป็นร้อยละ 68.5 และ หนังสือพิมพ์คมชัดลึก คิดเป็นร้อยละ 25.0 กลุ่มตัวอย่างเกษตรกร ไม่อ่านหนังสือพิมพ์กรุงเทพมหานครรายละเอียดในตารางที่ 20

ตารางที่ 20 แสดงการอ่านหนังสือพิมพ์ของกลุ่มเกษตรกร

($n = 400$ คน)

หนังสือพิมพ์	อ่าน	ร้อยละ	ไม่อ่าน	ร้อยละ
1. ไทยรัฐ	331	82.8	69	17.3
2. เดลินิวส์	274	68.5	126	31.5
3. ข่าวสด	97	24.3	303	75.8
4. คมชัดลึก	100	25.0	300	75.0
5. มติชน	28	7.0	372	93.0
6. กรุงเทพมหานคร	0	0	400	100.0
7. ผู้จัดการรายวัน	3	0.8	397	99.2
8. โพสต์ทูเดย์	34	8.5	366	91.5

4.2.2 ความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกร ส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์เกือบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาคือ อ่านหลายวันครั้งคิดเป็นร้อยละ 25.5 อ่านทุกวันคิดเป็นร้อยละ 10 นานๆ ได้ อ่านสักครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.5 และไม่เคยอ่านเลย คิดเป็นร้อยละ 2.3 ดังรายละเอียดในตารางที่

21

ตารางที่ 21 แสดงความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์

ความถี่ในการอ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	40	10.0
เกือบทุกวัน	223	55.8
หลายวันครั้ง	102	25.5
นานๆ ได้อ่านสักครั้ง	26	6.5
ไม่เคยอ่านเลย	9	2.3
รวม	400	100

4.3 การอ่านนิตยสารที่เปิดอ่านข่าวสารเกษตรกร

4.3.1 นิตยสารที่เปิดอ่านข่าวเกษตรกร

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรส่วนใหญ่อ่านนิตยสาร เทคโนโลยีชาวบ้าน คิดเป็นร้อยละ 72.0 รองลงมาคือ นิตยสาร ไม่ลองไม่รู้ คิดเป็นร้อยละ 51.5 และนิตยสารเกษตรกรรมธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 47.2 กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรไม่อ่านนิตยสาร สุกรสสาร และ ธุรกิจอาหารสัตว์ ดังรายละเอียดในตารางที่ 22

ตารางที่ 22 แสดงการอ่านนิตยสารของเกษตรกร

($n = 400$ คน)

นิตยสาร	อ่าน	ร้อยละ	ไม่อ่าน	ร้อยละ
เทคโนโลยีชาวบ้าน	288	72.0	112	28.0
ไม่ลองไม่รู้	206	51.5	194	48.5
เคหเกษตร	51	12.8	349	87.2
เกษตรกรรมธรรมชาติ	189	47.2	211	52.8
ไม้ดอกไม้ประดับ	68	17.0	332	83.0
เกษตรควิเซ	3	0.8	397	99.2
สัตว์บก	30	7.5	370	92.5

ตารางที่ 22 แสดงการอ่านนิตยสารของเกษตรกร (ต่อ)

($n = 400$ คน)

นิตยสาร	อ่าน	ร้อยละ	ไม่อ่าน	ร้อยละ
สุกฤษฎีสาร	0	0	400	100.0
สารสินไก่อและการเกษตร	34	8.5	366	91.5
สัตว์เศรษฐกิจ	65	16.3	335	83.2
ธุรกิจอาหารสัตว์	0	0	400	100.0

4.3.2 ความถี่ในการอ่านนิตยสาร

กลุ่มเกษตรกรตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านนิตยสารบางฉบับคิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมาคืออ่านเกือบทุกฉบับ คิดเป็นร้อยละ 30.3 นานๆ จะอ่านสักฉบับ คิดเป็นร้อยละ 9.3 อ่านทุกฉบับ คิดเป็นร้อยละ 8.0 และไม่เคยอ่านเลย คิดเป็นร้อยละ 5.5 ดังรายละเอียดในตารางที่ 23

ตารางที่ 23 แสดงความถี่ในการอ่านนิตยสาร

ความถี่ในการอ่าน	จำนวน	ร้อยละ
อ่านทุกฉบับ	32	8.0
อ่านเกือบทุกฉบับ	121	30.3
อ่านบางฉบับ	188	47.0
นานๆ จะอ่านสักฉบับ	37	9.3
ไม่เคยอ่านเลย	22	5.5
รวม	400	100

4.4 การดูโทรทัศน์ที่เปิดชมข่าวสารการเกษตร

4.4.1 ช่องโทรทัศน์ที่เปิดชมข่าวสารการเกษตร

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรส่วนใหญ่เปิดรับชมข่าวสารจากช่อง 9 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ ช่อง 11 คิดเป็นร้อยละ 17.8 ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 17.3 ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 17.0 ดังรายละเอียดในตารางที่ 24

ตารางที่ 24 แสดงช่องโทรทัศน์ที่เปิดชมข่าวสารการเกษตร

ช่องโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	68	17.0
ช่อง 5	15	3.8
ช่อง 7	69	17.3
ช่อง 9	136	34.0
ช่อง 11	71	17.8
ช่องไทยทีวี	34	8.5
อื่นๆ	7	1.8
รวม	400	100

4.4.2 ความถี่ในการเปิดชมรายการโทรทัศน์

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรส่วนใหญ่รับชมรายการโทรทัศน์ เกือบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาคือหลายวันครั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.3 รับชมทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 7.0 นานๆ ได้ชมสักครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.8 และไม่เคยชมเลย คิดเป็นร้อยละ 1.3 ดังรายละเอียดในตารางที่ 25

ตารางที่ 25 แสดงความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์

ความถี่ในการชม	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	28	7.0
เกือบทุกวัน	171	42.8
หลายวันครั้ง	169	42.3
นานๆ สักครั้ง	27	6.8
ไม่เคยชมเลย	5	1.3
รวม	400	100

4.5 การฟังวิทยุรายการเกษตร

4.5.1 สถานีหรือคลื่นที่เปิดฟังบ่อยที่สุด

กลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่ ไม่ได้ระบุคลื่นวิทยุที่รับฟัง คิดเป็นร้อยละ 93.5 รับฟังคลื่นรายการเกษตรศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 2.8 คลื่นวิทยุแห่งประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 1.5 และคลื่น วพส.8 94.25 และ 107.2 คิดเป็นร้อยละ 0.8 เท่ากัน ดังรายละเอียดในตารางที่ 26

ตารางที่ 26 แสดงสถานีหรือคลื่นที่เปิดฟังบ่อยที่สุด

สถานีหรือคลื่นวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	374	93.5
รายการเกษตรศาสตร์	11	2.8
วิทยุแห่งประเทศไทย	6	1.5
วพส.8	3	0.8
94.25	3	0.8
107.2	3	0.8
รวม	400	100

4.5.2 ความถี่ในการฟังวิทยุ

กลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่ฟังวิทยุนานๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาคือ ไม่เคยฟังเลย คิดเป็นร้อยละ 21.0 ฟังหลายวันครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.8 รับฟังทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และรับฟังเกือบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ดังรายละเอียดในตารางที่ 27

ตารางที่ 27 แสดงความถี่ในการรับฟังวิทยุ

ความถี่ในการฟัง	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	42	10.5
เกือบทุกวัน	17	4.2
หลายวันครั้ง	79	19.8
นานๆ สักครั้ง	178	44.5
ไม่เคยฟังเลย	84	21.0
รวม	400	100

ส่วนที่ 5 : การพึงพาสื่อใหม่หรือเว็บไซต์

การวิเคราะห์การพึงพาสื่อเว็บไซต์นี้จะเก็บข้อมูลเฉพาะกลุ่มเกษตรกรที่เคยเปิดรับหรือใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งจะทำให้การเก็บข้อมูลจากเกษตรกรทั่วประเทศตามภาคต่างๆ จำนวน 300 คน

5.1 ความชำนาญในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต

กลุ่มเกษตรกรตัวอย่างที่เปิดรับหรือเคยใช้สื่ออินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีความชำนาญน้อย คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาคือชำนาญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 35.0 และมีความชำนาญมาก คิดเป็นร้อยละ 18.3 ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 28

ตารางที่ 28 แสดงระดับความชำนาญในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต

ความชำนาญ	จำนวน	ร้อยละ
ชำนาญน้อย	140	46.7
ชำนาญปานกลาง	105	35.0
ชำนาญมาก	55	18.3
รวม	300	100

5.2 วัตถุประสงค์ที่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่ออ่านข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 91.7 รองลงมาเพื่อสืบค้นข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 89.7 เพื่อความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 30.0 แลกเปลี่ยนข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 24.7 สนทนาผ่านเครือข่าย คิดเป็นร้อยละ 11.3 และ ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 7.0 ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 29

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 29 แสดงมุมมองด้านวัตถุประสงค์ที่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

($n = 300$ คน)

วัตถุประสงค์	ใช่	ร้อยละ	ไม่ใช่	ร้อยละ
ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	21	7.0	279	93.0
สืบค้นข้อมูล	269	89.7	31	10.3
อ่านข่าวสาร	275	91.7	25	8.3
แลกเปลี่ยนข่าวสาร	74	24.7	226	75.3
สนทนาผ่านเครือข่าย	34	11.3	266	88.7
เพื่อความบันเทิง	90	30.0	210	70.0

5.3 ความถี่ในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตเฉลี่ยในแต่ละสัปดาห์

กลุ่มเกษตรกรตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาคือ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 20.7 น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.3 และเปิดเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ดังรายละเอียดในตารางที่ 30

ตารางที่ 30 แสดงปริมาณการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต

ความถี่ในการเปิดสื่ออินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	28	9.3
1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	189	63.0
3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	62	20.7
5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	0	0
ทุกวันเป็นประจำ	21	7.0
รวม	300	100

5.4 ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรส่วนใหญ่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในช่วงเวลา 13.01-17.00 น. คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 19.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 31.7 ช่วงเวลา

12.01-13.00 น. คิดเป็นร้อยละ 11.3 และช่วงเวลา 17.01-19.00 คิดเป็นร้อยละ 10.3 ดัง
รายละเอียดในตารางที่ 31

ตารางที่ 31 แสดงช่วงเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
04.00-08.00 น.	0	0
08.01-12.00 น.	0	0
12.01-13.00 น.	34	11.3
13.01-17.00 น.	140	46.7
17.01-19.00 น.	31	10.3
19.01-24.00 น.	95	31.7
หลัง 24.01 น.	0	0
รวม	300	100

5.5 จำนวนชั่วโมงที่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยในแต่ละวัน

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรส่วนใหญ่ เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 69.3 รองลงมาคือ 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 15.3 น้อยกว่า 1 ชั่วโมงคิดเป็นร้อยละ 9.3 และ 3-5 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 6.0 ดังรายละเอียดในตารางที่ 32

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนชั่วโมงที่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยในแต่ละวัน

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	28	9.3
1-2 ชั่วโมง	208	69.3
2-3 ชั่วโมง	46	15.3
3-5 ชั่วโมง	18	6.0
มากกว่า 5 ชั่วโมง	0	0
รวม	300	100

5.6 สถานที่ในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

กลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 80.3 รองลงมาคือ เปิดจากสถานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 26.7 เปิดที่เกษตรตำบล/อำเภอ/จังหวัด คิดเป็นร้อยละ 20.7 เปิดที่ องค์การบริหารส่วนตำบล คิดเป็นร้อยละ 19.7 เปิดที่สถานที่ราชการ คิดเป็นร้อยละ 26.7 และเปิดจากสถานที่อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 8.3 ดังรายละเอียดในตารางที่ 33

ตารางที่ 33 แสดงสถานที่ในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

(n = 300 คน)

สถานที่	ใช้	ร้อยละ	ไม่ใช้	ร้อยละ
ที่บ้าน	241	80.3	59	19.7
สถานที่ทำงาน	80	26.7	220	73.3
สถานที่ราชการ	34	11.3	266	88.7
องค์การบริหารส่วนตำบล	59	19.7	241	80.3
เกษตรตำบล/อำเภอ/จังหวัด	62	20.7	238	79.3
อื่นๆ	25	8.3	275	91.7

5.7 การพึ่งพาข่าวสารจากเว็บไซต์เกี่ยวกับการเกษตร

เว็บไซต์ 3 อันดับในกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรพึ่งพาเพื่อเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร คือ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมาคือ เว็บไซต์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.05 และอันดับที่ 3 คือ เว็บไซต์กรมส่งเสริมการเกษตร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.87 ส่วนเว็บไซต์ที่เกษตรกรเข้าน้อยที่สุด คือ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.40 โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรพึ่งพาเว็บไซต์ต่าง ๆ ด้านการเกษตรอยู่ในระดับน้อยที่ค่าเฉลี่ยโดยรวม 2.31 ดังรายละเอียดในตารางที่ 34

ตารางที่ 34 แสดงระดับการพึงพาข่าวสารจากเว็บไซต์เกี่ยวกับการเกษตร

(n = 300 คน)

ชื่อ	ความถี่ในการเปิด					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	ทุกวัน	เกือบ ทุกวัน	หลาย วันครั้ง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย		
1.เว็บไซต์กระทรวงเกษตรและ สหกรณ์ (www.moac.go.th)	0	46 (15.3)	223 (74.3)	31 (10.3)	0	3.05 ปาน กลาง	0.505
2.เว็บไซต์กรมส่งเสริม การเกษตร (www.doae.go.th)	0	85 (28.3)	90 (30.0)	125 (41.7)	0	2.87 ปาน กลาง	0.827
3.เว็บไซต์กรมปศุสัตว์ (www.dld.go.th)	0	80 (26.7)	39 (13.0)	59 (19.7)	122 (40.7)	2.26 น้อย	1.242
4.เว็บไซต์กรมวิชาการเกษตร (www.doa.go.th)	0	21 (7.0)	157 (52.3)	94 (31.3)	28 (9.3)	2.57 น้อย	0.757
5.กรมการข้าว (www.ricethailand.go.th)	0	21 (7.0)	92 (30.7)	65 (21.7)	122 (40.7)	2.04 น้อย	0.998
6.เว็บไซต์องค์การตลาดเพื่อ เกษตรกร (www.mof.or.th)	0	67 (22.3)	149 (49.7)	0	84 (28.0)	2.66 น้อย	1.111
7.เว็บไซต์สำนักงานเศรษฐกิจ การเกษตร (www.oae.go.th)	0	0	98 (32.7)	118 (39.3)	84 (28.0)	2.05 น้อย	0.779
8.เว็บไซต์สำนักงานมาตรฐาน สินค้าเกษตรและอาหาร แห่งชาติ (www.acfs.go.th)	0	67 (22.3)	34 (11.3)	122 (40.7)	77 (25.7)	2.30 น้อย	1.084

ตารางที่ 34 แสดงระดับการพึงพาข่าวสารจากเว็บไซต์เกี่ยวกับการเกษตร (ต่อ)

($n = 300$ คน)

ชื่อ	ความถี่ในการเปิด					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	ทุกวัน	เกือบ ทุกวัน	หลาย วันครั้ง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย		
8.เว็บไซต์สำนักงานมาตรฐาน สินค้าเกษตรและอาหาร แห่งชาติ (www.acfs.go.th)	0	67 (22.3)	34 (11.3)	122 (40.7)	77 (25.7)	2.30 น้อย	1.084
9.เว็บไซต์กรมส่งเสริมการ ส่งออก (www.depthai.go.th)	0	34 (11.3)	74 (24.7)	52 (17.3)	140 (46.7)	2.01 น้อย	1.082
10.เว็บไซต์กรมอุตุนิยมวิทยา (www.tmd.go.th)	0	46 (15.3)	90 (30.0)	77 (25.7)	87 (29.0)	2.32 น้อย	1.052
11.เว็บไซต์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (www.ku.ac.th)	0	192 (64.0)	87 (29.0)	0	21 (7.0)	3.50 มาก	0.820
12.เว็บไซต์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (www.cmu.ac.th)	0	0	46 (15.3)	62 (20.7)	192 (64.0)	1.51 น้อย ที่สุด	0.747
13.เว็บไซต์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (www.kku.ac.th)	0	0	46 (15.3)	28 (9.3)	226 (75.3)	1.40 น้อย ที่สุด	0.741
14.เว็บไซต์ชมรมถ่ายทอด เทคโนโลยีการเกษตร (www.thaiagro.com)	0	21 (7.0)	46 (15.3)	87 (29.0)	146 (48.7)	1.81 น้อย ที่สุด	0.941
15.เว็บไซต์ชมรมเกษตรปลอด สารพิษ (www.thaigreenagro.com)	0	67 (22.3)	46 (15.3)	118 (39.3)	69 (23.0)	2.37 น้อย	1.069

ตารางที่ 34 แสดงระดับการพึงพาข่าวสารจากเว็บไซต์เกี่ยวกับการเกษตร (ต่อ)

($n = 300$ คน)

ชื่อ	ความถี่ในการเปิด					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	ทุกวัน	เกือบ ทุกวัน	หลาย วันครั้ง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย		
รวม						2.31 น้อย	0.679

5.8 การใช้ประโยชน์หรือวัตถุประสงค์ในการใช้เว็บไซต์เกี่ยวกับการเกษตร

วัตถุประสงค์ 3 อันดับแรกที่กลุ่มเกษตรกรกรเปิดเว็บไซต์เกี่ยวกับการเกษตร คือ เพื่อหาความรู้ใหม่ ๆ ด้านการเกษตร / ปศุสัตว์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.60 รองลงมาคือเพื่อแสวงหาข้อแนะนำด้านการเกษตร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.44 อันดับที่ 3 คือ เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวราคาสินค้าเกษตร / ปศุสัตว์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.43 ส่วนวัตถุประสงค์ที่เปิดเว็บไซต์เกี่ยวกับการเกษตรที่น้อยที่สุด คือ เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนเกษตรกร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.55 โดยรวมการใช้ประโยชน์อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง 3.05 ดังรายละเอียดในตารางที่ 35

ตารางที่ 35 แสดงวัตถุประสงค์การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เกี่ยวกับการเกษตร

($n = 300$ คน)

วัตถุประสงค์การใช้ประโยชน์	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวราคาสินค้าเกษตร / ปศุสัตว์	21 (7.0)	143 (47.7)	80 (26.7)	56 (18.7)	0	3.43 ปานกลาง	0.872
2. เพื่อตรวจสอบความเคลื่อนไหวการตลาดด้านการเกษตรในประเทศ	67 (22.3)	69 (23.0)	83 (27.7)	81 (27.0)	0	3.41 ปานกลาง	1.110

ตารางที่ 35 แสดงวัตถุประสงค์การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เกี่ยวกับการเกษตร (ต่อ)

วัตถุประสงค์	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
3.เพื่อดูความเคลื่อนไหวการเกษตรในต่างประเทศ	46 (15.3)	55 (18.3)	87 (29.0)	28 (9.3)	84 (28.0)	2.84 ปานกลาง	1.411
4.เพื่อหาความรู้ใหม่ๆ ด้านการเกษตร / ปศุสัตว์	46 (15.3)	114 (38.0)	115 (38.3)	25 (8.3)	0	3.60 มาก	0.846
5.เพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้รู้ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการเกษตร	0	80 (26.7)	67 (22.3)	153 (51.0)	0	2.76 ปานกลาง	0.848
6.เพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้ซื้อผู้ขาย	46 (15.3)	21 (7.0)	59 (19.7)	149 (49.7)	25 (8.3)	2.71 ปานกลาง	1.198
7.เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนเกษตรกร	46 (15.3)	0	52 (17.3)	177 (59.0)	25 (8.3)	2.55 น้อย	1.157
8.เพื่อแสวงหาข้อเสนอแนะด้านการเกษตร	0	191 (63.7)	49 (16.3)	60 (20.0)	0	3.44 ปานกลาง	0.805
9.เพื่อความบันเทิง พักผ่อนหรือฆ่าเวลา	0	109 (36.3)	67 (22.3)	124 (41.3)	0	2.95 ปานกลาง	0.881
10.เพื่อทำให้เป็นคนทันสมัยทันเทคโนโลยี	0	108 (36.0)	39 (13.0)	153 (51.0)	0	2.85 ปานกลาง	0.922
รวม						3.05 ปานกลาง	1.477

ส่วนที่ 6 : ความพึงพอใจในการใช้เว็บไซต์

ระดับความพึงพอใจในการใช้เว็บไซต์ ของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต จำนวน 300 คน 3 อันดับแรก คือ ได้ข้อมูลข่าวสารการเกษตรทันสมัย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมาคือ ได้รู้เท่าทันผู้ซื้อ ผู้ขายในด้านราคาและตลาดการเกษตร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.88 และอันดับที่ 3 คือ ได้ติดต่อสื่อสารรับคำแนะนำจากผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญต่าง ๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย คือ 3.80 ส่วนระดับความพอใจที่น้อยที่สุดคือ ได้ติดต่อพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็นกับเพื่อนเกษตรกร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.35 โดยรวมค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์มาก 3.65 ดังรายละเอียดในตารางที่ 36

ตารางที่ 36 แสดงระดับความพึงพอใจในการใช้เว็บไซต์

($n = 300$ คน)

คำถาม	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	พอใจ อย่าง ยิ่ง	พอใจ	ไม่ แน่ใจ	ไม่ พอใจ	ไม่ พอใจ อย่าง ยิ่ง		
1.ได้ข้อมูลข่าวสารการเกษตร ทันสมัย	0	269 (89.7)	31 (10.3)	0	0	3.90 มาก	0.305
2.ได้เทคนิค ความรู้ ไปใช้ ประกอบอาชีพ	0	203 (67.7)	97 (32.3)	0	0	3.68 มาก	0.469
3.ได้ติดต่อสื่อสารรับ คำแนะนำจากผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ ต่าง ๆ	67 (22.3)	105 (35.0)	128 (42.7)	0	0	3.80 มาก	0.781
4.ได้ติดต่อพูดคุย แลกเปลี่ยน ข้อมูล ความคิดเห็นกับเพื่อน เกษตรกร	0	158 (52.7)	90 (30.0)	52 (17.3)	0	3.35 ปาน กลาง	0.760
5.ได้ใช้เครื่องมือสื่อที่ทันสมัย ในยุคใหม่	0	186 (62.0)	114 (38.0)	0	0	3.62 มาก	0.486

ตารางที่ 36 แสดงระดับความพึงพอใจในการใช้เว็บไซต์ (ต่อ)

($n = 300$ คน)

คำถาม	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	พอใจ อย่างยิ่ง	พอใจ	ไม่ แน่ใจ	ไม่ พอใจ	ไม่ พอใจ อย่างยิ่ง		
6. ได้ใช้สื่อที่เป็นแหล่งความรู้ ด้านการเกษตรที่กว้างขวาง และหลากหลาย	0	172 (57.3)	128 (42.7)	0	0	3.57 มาก	0.495
7. ได้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการ พักผ่อน และฆ่าเวลา	0	126 (42.0)	174 (58.0)	0	0	3.42 ปาน กลาง	0.494
8. ได้รู้เท่าทันผู้ซื้อ ผู้ขายใน ด้านราคาและตลาด การเกษตร	21 (7.0)	223 (74.3)	56 (18.7)	0	0	3.88 มาก	0.494
รวม						3.65 มาก	1.599

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 7 : ทักษะติดต่อเว็บไซต์

ทักษะติดต่อเว็บไซต์ของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรทั้ง 400 คน 3 อันดับแรก คือ สื่อ อินเทอร์เน็ตดีกว่าสื่อเดิมตรงที่มีทั้งภาพ เสียงเสมือนจริงมากกว่า เข้าใจง่ายกว่า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.93 รองลงมาคือ สื่ออินเทอร์เน็ตดีตรงที่พูดคุย ได้ตอบ ซักถามกันได้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.32 และ อันดับที่ 3 คือ สื่ออินเทอร์เน็ตเหมาะกับคนรุ่นใหม่มากกว่า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.77 ระดับทักษะติดต่อเว็บไซต์ที่น้อยที่สุด คือ สื่ออินเทอร์เน็ตราคาแพงเกินไป คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.32 โดยรวมค่าเฉลี่ยทักษะติดต่อเว็บไซต์อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง 2.87 ดังรายละเอียดในตารางที่ 37

ตารางที่ 37 แสดงระดับทักษะติดต่อเว็บไซต์

($n = 400$ คน)

คำถาม	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง		
1. สื่ออินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์ ยุ่งยาก ใช้ไม่สะดวกเท่าสื่อ เดิม ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และโทรทัศน์	88 (22.0)	135 (33.8)	75 (18.8)	102 (25.5)	0	2.48 น้อย	1.097
2. สื่ออินเทอร์เน็ตไม่เหมาะกับ เกษตรกรที่อยู่นอกเมืองใหญ่ เพราะระบบเชื่อมโยงไม่ สะดวก	22 (5.5)	233 (58.3)	109 (27.3)	36 (9.0)	0	2.40 น้อย	0.729
3. สื่ออินเทอร์เน็ตราคาแพง เกินไป	9 (2.3)	283 (70.8)	82 (20.5)	23 (5.8)	3 (0.8)	2.32 น้อย	0.651
4. สื่ออินเทอร์เน็ตเหมาะกับ คนรุ่นใหม่มากกว่า	16 (4.0)	180 (45.0)	86 (21.5)	118 (29.5)	0	2.77 ปาน กลาง	0.923

ตารางที่ 37 แสดงระดับทัศนคติต่อเว็บไซต์ (ต่อ)

($n = 400$ คน)

คำถาม	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง		
5.สื่ออินเทอร์เน็ตดีตรงที่ พูดคุย ได้ตอบ ชักถามกันได้	38 (9.5)	130 (32.5)	157 (39.3)	72 (18.0)	3 (0.8)	3.32 ปาน กลาง	0.903
6.สื่ออินเทอร์เน็ตดีกว่าสื่อเดิม ตรงที่มีทั้งภาพ เสียงเสมือน จริงมากกว่า เข้าใจง่ายกว่า	98 (24.5)	180 (45.0)	117 (29.3)	5 (1.3)	0	3.93 มาก	0.764
รวม						2.87 ปาน กลาง	0.385

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 8 : ปัจจัยที่ทำให้ไม่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

ปัจจัย 3 อันดับแรกที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ไม่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต คือ ใช้ไม่เป็น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมาคือ รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อเดิม ๆ ดีแล้ว เพียงพอแล้ว และในบ้านไม่มีสื่ออินเทอร์เน็ตให้ใช้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.98 และอันดับที่ 3 คือ ไม่มีใครช่วยสอน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.83 ดังรายละเอียดในตารางที่ 38

ตารางที่ 38 แสดงระดับปัจจัยที่ทำให้ไม่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

($n = 300$ คน)

คำถาม	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	ใช่อย่าง ยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่ อย่าง ยิ่ง		
1. ใช้ไม่เป็น	26 (26.0)	54 (54.0)	20 (20.0)	0	0	4.06 มาก	0.679
2. ราคาแพง	15 (15.0)	38 (38.0)	40 (40.0)	3 (3.0)	4 (4.0)	3.57 มาก	0.924
3. ยุ่งยากซับซ้อน	19 (19.0)	45 (45.0)	34 (34.0)	0	2 (2.0)	3.79 มาก	0.820
4. กลัวใช้แล้วรบกวนาย กลัว เสียหาย	12 (12.0)	51 (51.0)	31 (31.0)	0	6 (6.0)	3.63 มาก	0.917
5. ไม่มีใครช่วยสอน	19 (19.0)	53 (53.0)	21 (21.0)	0	4 (4.0)	3.83 มาก	0.877
6. อยู่นอกเมืองไม่สะดวก	23 (23.0)	38 (38.0)	35 (35.0)	0	4 (4.0)	3.76 มาก	0.944
7. รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ เดิม ๆ ดีแล้ว เพียงพอแล้ว	25 (25.0)	51 (51.0)	21 (21.0)	3 (3.0)	0	3.98 มาก	0.765
8. ในบ้านไม่มีสื่ออินเทอร์เน็ต ให้ใช้	19 (19.0)	61 (61.0)	19 (19.0)	1 (1.0)	0	3.98 มาก	0.651

ตารางที่ 38 แสดงระดับปัจจัยที่ทำให้ไม่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต (ต่อ)

($n = 300$ คน)

คำถาม	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD
	ใช้อย่าง ยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่ อย่าง ยิ่ง		
9. ในชุมชนหรือละแวกบ้านไม่มีสื่ออินเทอร์เน็ตให้ใช้	14 (14.0)	46 (46.0)	36 (36.0)	4 (4.0)	0	3.70 มาก	0.759
10. เป็นคนต่อต้านเทคโนโลยี	5 (5.0)	37 (37.0)	27 (27.0)	12 (12.0)	19 (19.0)	2.97 ปาน กลาง	1.210
11. ไม่ชอบเทคโนโลยีสมัยใหม่	5 (5.0)	36 (36.0)	21 (21.0)	16 (16.0)	22 (22.0)	2.86 ปาน กลาง	1.263
12. เพื่อนฝูงไม่มีใครใช้	21 (21.0)	42 (42.0)	21 (21.0)	6 (6.0)	10 (10.0)	3.58 มาก	1.182

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 9 : ทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 : พฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยการรับรู้สภาวะทางสังคมด้านเศรษฐกิจการเกษตร ปัจจัยการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร ปัจจัยความต้องการใช้ข้อมูลการเกษตร และ ปัจจัยระดับความต้องการจำเป็นด้านการเกษตร

1.1 ปัจจัยการรับรู้สภาวะทางสังคมด้านเศรษฐกิจการเกษตร

จากการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้สภาวะทางสังคมด้านเศรษฐกิจการเกษตรและพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร พบว่าเป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ ปัจจัยการรับรู้สภาวะทางสังคมด้านการเกษตรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร และค่า r มีค่า 0.101 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก แสดงว่าปัจจัยการรับรู้สภาวะทางสังคมด้านเศรษฐกิจการเกษตรและพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร มีความสัมพันธ์กันเล็กน้อยในทิศทางเดียวกัน ซึ่งอธิบายได้ว่า สภาวะทางสังคมการเกษตรในปัจจุบันไม่มีความแน่นอน ทั้งในเรื่องของต้นทุน นโยบายของรัฐบาล การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และสภาวะเศรษฐกิจ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรจึงจำเป็นต้องพึ่งพาข้อมูลข่าวสารจากสื่อเว็บไซต์ เพื่อให้กลุ่มเกษตรกรได้ติดตามทันข่าวสารด้านการเกษตรมากขึ้น ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 39

ตารางที่ 39 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้สภาวะทางสังคมด้านเศรษฐกิจการเกษตร และพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร

	พฤติกรรมการพึ่งพาสื่อ	
ปัจจัยการรับรู้สภาวะทางสังคมด้านการเกษตร	r	Sig. level
	0.101	0.044*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.2 ปัจจัยการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร

จากการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตรและพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร พบว่าเป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ ปัจจัยการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.01 กับพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร และค่า r มีค่า 0.227 แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตรและพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันแต่ค่อนข้างต่ำ นั่นคือ ปัจจัยการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร และพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอธิบายได้ว่า เกษตรกรรับรู้บทบาทสื่อมาก จึงพึ่งพาสื่อมาก ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 40

ตารางที่ 40 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร และพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร

	พฤติกรรมการพึ่งพาสื่อ	
ปัจจัยการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร	r	Sig. level
	0.227	0.00**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

1.3 ปัจจัยความต้องการใช้ข้อมูลการเกษตร

จากการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความต้องการใช้ข้อมูลการเกษตร และพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร พบว่าเป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ ปัจจัยความต้องการใช้ข้อมูลการเกษตร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร และค่า r มีค่า 0.281 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความต้องการใช้ข้อมูลการเกษตร และพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันแต่ค่อนข้างต่ำ นั่นคือ ยิ่งถ้ากลุ่มเกษตรกรต้องการข่าวสารมากขึ้น กลุ่มเกษตรกรก็พึ่งพาสื่อเว็บไซต์มากขึ้นด้วย ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 41

ตารางที่ 41 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความต้องการใช้ข้อมูลการเกษตร และพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร

	พฤติกรรมการพึ่งพาสื่อ	
ปัจจัยความต้องการใช้ข้อมูลการเกษตร	r	Sig. level
	0.281	0.00**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

1.4 ปัจจัยระดับความต้องการจำเป็นด้านการเกษตร

จากการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความต้องการจำเป็นด้านการเกษตร และพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร พบว่าเป็นไปตามสมมติฐานกล่าวคือ ปัจจัยความต้องการจำเป็นด้านการเกษตร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 กับพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร และค่า r มีค่า 0.204 แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความต้องการจำเป็นด้านการเกษตร และพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน แต่ค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้กลุ่มเกษตรกรมีความจำเป็นต้องรับรู้ข่าวสารใหม่ ๆ ทั้งในด้านการตลาด การลงทุน และทางด้านเศรษฐกิจ ดังนั้นกลุ่มเกษตรกรจึงจำเป็นต้องพึ่งพาสื่อเว็บไซต์มากขึ้นด้วยเช่นกัน ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 42

ตารางที่ 42 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความต้องการจำเป็นด้านการเกษตร และพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร

	พฤติกรรมการพึ่งพาสื่อ	
ปัจจัยการความต้องการจำเป็น	r	Sig. level
ด้านการเกษตร	0.204	0.00*

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานที่ 2 กลุ่มเกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่มีการรับรู้ต่อสื่อใหม่ในทางบวกมากกว่ากลุ่มเกษตรกรผู้ไม่ใช้สื่อใหม่

จากการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่มีการรับรู้และทัศนคติต่อสื่ออินเทอร์เน็ตในแตกต่างกลุ่มเกษตรกรผู้ไม่ใช้สื่อใหม่ โดยกลุ่มเกษตรกรที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตหรือสื่อใหม่ มีทัศนคติในทางบวกมากกว่ากลุ่มเกษตรกรที่ไม่ได้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ดังรายละเอียดในตารางที่ 43

ตารางที่ 43 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และทัศนคติต่อสื่ออินเทอร์เน็ตกับกลุ่มเกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่และเกษตรกรผู้ไม่ใช้สื่อใหม่

การรับรู้และทัศนคติ	การเปิดรับสื่อ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD	T (T-test)	Sig. level
ทัศนคติต่อสื่ออินเทอร์เน็ต	ไม่เคย	100	2.62	0.321	-8.45	0.00**
	เคย	300	2.95	0.378		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพึ่งพาและการใช้ประโยชน์ข่าวสารและความรู้ด้านการเกษตรจากสื่อใหม่ของเกษตรกรไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อตอบคำถาม ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรของเกษตรกรไทย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการพึ่งพาและการใช้ประโยชน์ข่าวสารและความรู้ด้านการเกษตรจากสื่อใหม่ของเกษตรกรไทย
3. เพื่อศึกษาปัจจัยสภาวะสังคมด้านเศรษฐกิจการเกษตร ปัจจัยบทบาทสื่อ และปัจจัยความต้องการส่วนบุคคลที่เป็นแรงจูงใจ ส่งเสริมให้เกษตรกรไทยเลือกพึ่งพาสื่อใหม่
4. เพื่อศึกษาการรับรู้และทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่ออินเทอร์เน็ตในฐานะนวัตกรรมสื่อใหม่กับความสัมพันธ์ในการยอมรับใช้
5. เพื่อศึกษาเหตุปัจจัยที่ทำให้เกษตรกร ไม่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามซึ่งเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Question) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มเกษตรกรทั่วประเทศจำนวน 400 คน โดยจะแบ่งออกเป็นเกษตรกรที่ไม่ใช้สื่อใหม่ และเกษตรกรที่ใช้สื่อใหม่ เมื่อเก็บข้อมูลครบตามที่ต้องการ จึงประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมประมวลผล SPSS และนำไปจัดทำตารางวิเคราะห์ผลทางสถิติ โดยเลือกสถิติวิจัยดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนขั้นตอนการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยใช้การทดสอบค่าความสัมพันธ์โดยสถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และหาความแตกต่างด้วย T-test

สรุปผลการวิจัย

- วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 : ลักษณะส่วนบุคคล

1.1 ลักษณะส่วนบุคคล

1.1.1 กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 400 คน เป็นเพศชาย 207 คน ร้อยละ 51.8 และเพศหญิง 193 คน ร้อยละ 48.2

1.1.2 กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีช่วงอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 31.3 ช่วงอายุ 31-50 ปี ร้อยละ 54.5 ช่วงอายุ 51-60 ปี ร้อยละ 4.5 และช่วงอายุ มากกว่า 60 ปี ร้อยละ 9.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

1.1.3 กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีเกษตรกรที่ไม่ใช้สื่อใหม่จำนวน 100 คน ซึ่งเป็นเกษตรกรเฉพาะจังหวัดนครปฐม ซึ่งแบ่งเป็นรายอำเภอได้ดังนี้ อำเภอพุทธมณฑล ร้อยละ 20 อำเภอนครชัยศรี ร้อยละ 20 อำเภอเมือง ร้อยละ 20 อำเภอกำแพงแสน ร้อยละ 20 และอำเภอสสามพราน ร้อยละ 20 ส่วนเกษตรกรที่ใช้สื่อใหม่ จำนวน 300 คน เป็นเกษตรกรที่เก็บมาจากทั่วประเทศ แบ่งได้ดังนี้ เป็นเกษตรกรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 10 ภาคเหนือ ร้อยละ 15 ภาคกลาง ร้อยละ 23 ภาคตะวันออก ร้อยละ 27 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 9 และภาคใต้ ร้อยละ 16

1.1.4 กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีอาชีพทำสวน ร้อยละ 32.8 ทำไร่ ร้อยละ 48.3 ทำนา ร้อยละ 10.5 และ อาชีพปศุสัตว์ ร้อยละ 8.5

1.1.5 กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นคนลงมือทำการเกษตรด้วยตนเอง ร้อยละ 49.2 เป็นผู้ดูแลด้านธุรกิจอย่างเดียว ร้อยละ 10.2 และ เป็นผู้ลงมือทำและดูแลธุรกิจการเกษตรด้วย ร้อยละ 40.6

1.1.6 กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีรายได้เฉลี่ย ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 9.7 รายได้เฉลี่ย 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 25.0 รายได้เฉลี่ย 10,001-30,000 บาท ร้อยละ 58.3 รายได้เฉลี่ย 30,001-50,000 บาท ร้อยละ 7.0

1.1.7 กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีสถานภาพโสด ร้อยละ 36.2 สมรส ร้อยละ 61.8 แยกกันอยู่ ร้อยละ 0.5 หย่าร้าง ร้อยละ 0.5 และเป็นหม้าย ร้อยละ 1.0

1.1.8 กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 คน ร้อยละ 18.0 จำนวน 2-3 คน ร้อยละ 51.2 จำนวน 4-5 คน ร้อยละ 24.3 6-7 คน ร้อยละ 2.2 และ 7 คนขึ้นไป ร้อยละ 4.3

1.1.9 กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีคอมพิวเตอร์ภายในบ้าน ร้อยละ 75 โดยแบ่งเป็น ระยะเวลาที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 1.3 1-2 ปี ร้อยละ 45.8 3-5 ปี ร้อยละ 20.8 มากกว่า 5 ปี ร้อยละ 7.3 และเกษตรกรที่ไม่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 25.0

1.1.10 กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีบุคคลในครอบครัวใช้คอมพิวเตอร์เป็น ร้อยละ 85.3 โดยแบ่งเป็น ตัวเกษตรกรใช้เอง ร้อยละ 50.8 และ ลูก/หลาน ร้อยละ 34.4

ส่วนที่ 2 : การรับรู้ต่อสถานะทางสังคมด้านเศรษฐกิจการเกษตร

ระดับความคิดเห็นต่อสถานะทางเศรษฐกิจและอาชีพด้านการเกษตรปัจจุบันของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง 3 อันดับสูงสุด คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ตลาดการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ปัจจุบันแข่งขันกันมาก พ่อค้าคนกลางโกงราคา เอาเปรียบเกษตรกร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมาคือ สถานะเศรษฐกิจโลกมีปัญหากระทบอาชีพการเกษตร (ปศุสัตว์) ของไทยด้วย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.96 และอันดับที่ 3 คือ เกษตรกรปัจจุบันต้องหาความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเพื่อให้ทันคนอื่นตลอดเวลา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.8 ค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.71

ส่วนที่ 3 : การรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร ของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร 3 อันดับสูงสุดคือ สื่ออินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์ต่าง ๆ ไม่ค่อยนำเสนอข่าวสารความรู้ด้านการเกษตร ในระดับปานกลาง โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.89 รองลงมาคือ สื่ออินเทอร์เน็ตใช้ยาก เข้าถึงยาก จึงไม่ได้ใช้ประโยชน์ด้านการหาความรู้ข่าวสารการเกษตรจากสื่ออินเทอร์เน็ต คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.88 และ อันดับที่ 3 คือ สื่อปัจจุบันไม่ค่อยให้ความสำคัญการนำเสนอข่าวสารการเกษตร (หรือปศุสัตว์) เท่าที่ควร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.64 ค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 2.53 ซึ่งสะท้อนการรับรู้บทบาทสื่อต่อข่าวสารการเกษตรอยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างน้อย

ส่วนที่ 4 : สภาวะความต้องการจำเป็นของเกษตรกร

4.1 ความต้องการความจำเป็นส่วนบุคคลของเกษตรกร

ความคิดเห็นของกลุ่มเกษตรกรตัวอย่างเกี่ยวกับสภาวะความต้องการจำเป็นของเกษตรกร 3 อันดับสูงสุด คือ ความอยากรู้ความเคลื่อนไหวด้านการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ให้ทันสมัย ทันเหตุการณ์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.30 รองลงมาคือ ความต้องการความรู้ ข้อมูลเกี่ยวกับราคาพืชผลการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ที่ทันสมัย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.08 และอันดับ 3 คือ การทำอาชีพการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ปัจจุบันต้องมีเทคนิค ความรู้ใหม่ ๆ เสมอ แต่รู้ดีกว่าตนเองยังขาดความรู้ใหม่ ๆ ที่จำเป็นอยู่อีกมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.74 ค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.66

4.2 ความต้องการใช้ข้อมูลด้านการเกษตร

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการใช้ข้อมูลด้านการเกษตร กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรคิดว่าการทำเกษตร หรือทำธุรกิจของท่านไม่มีความจำเป็นต้องแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมอะไรอีก คิดเป็นคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.44 และ เกษตรกรระกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการใช้ข้อมูลเพื่อช่วยในการทำเกษตร หรือทำธุรกิจการเกษตร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.93

ส่วนที่ 5 : การฟังพาสื่อ

5.1 แหล่งของข้อมูลข่าวสาร

ระดับการฟังพาสื่อแหล่งของข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่จำนวน 100 คน พบว่าการฟังพาสื่อแหล่งของข้อมูลข่าวสาร 3 อันดับสูงสุดคือ เพื่อนเกษตรกร / เพื่อนบ้าน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมาคือ กำนันผู้ใหญ่บ้าน / ผู้นำเกษตร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.49 และอันดับที่ 3 คือ รายการโทรทัศน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.44 แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรที่การฟังพาสื่อบุคคลมากที่สุด รองลงมาคือสื่อโทรทัศน์ และน้อยที่สุดคือสื่อเว็บไซต์

ส่วนกลุ่มเกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่จำนวน 300 คน พบว่า กลุ่มเกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่มีการฟังพาสื่อแหล่งของข้อมูล 3 อันดับแรก คือ เจ้าหน้าที่การเกษตร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.46 รองลงมาคือ เพื่อนเกษตรกร / เพื่อนบ้าน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.37 และอันดับที่ 3 คือ รายการโทรทัศน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.22 เช่นเดียวกับกับเกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่ คือ เกษตรกรยังคงมีการฟังพาสื่อบุคคลสูง

5.2 การอ่านหนังสือพิมพ์รายวันที่เปิดอ่านข่าวสารการเกษตร

5.2.1 หนังสือพิมพ์รายวันที่เปิดอ่านข่าวสารการเกษตร

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้อ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ร้อยละ 82.8 หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ร้อยละ 68.5 หนังสือพิมพ์ข่าวสด ร้อยละ 24.3 หนังสือพิมพ์คมชัดลึก ร้อยละ 25.0 หนังสือพิมพ์ มติชน ร้อยละ 7.0 หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน ร้อยละ 0.8 และหนังสือพิมพ์โพสทูเดย์ ร้อยละ 8.5

5.2.2 ความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เปิดอ่านทุกวัน ร้อยละ 10.0 เปิดอ่านเกือบทุกวัน ร้อยละ 55.8 เปิดอ่านหลายวันครั้ง ร้อยละ 25.5 เปิดอ่าน นานๆ สักครั้ง ร้อยละ 6.5 และไม่เคยอ่านเลย ร้อยละ 2.3

5.3.1 นิตยสารที่เปิดอ่านข่าวเกษตร

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้อ่านนิตยสารเทคโนโลยีชาวบ้าน ร้อยละ 72.0 นิตยสาร ไม่ลองไม่รู้ ร้อยละ 51.5 นิตยสาร เกษตร ร้อยละ 12.8

นิตยสารเกษตรกรรมธรรมชาติ ร้อยละ 47.2 8 นิตยสารไม้ดอกไม้ประดับ ร้อยละ 17.0 8 นิตยสารเกษตรวิเศษ ร้อยละ 0.8 8 นิตยสารสัตว์บก ร้อยละ 7.5 8 นิตยสารสาส์นไก่และการเกษตร ร้อยละ 8.5 และ 8 นิตยสารสัตว์เศรษฐกิจ ร้อยละ 16.3

5.3.2 ความถี่ในการอ่านนิตยสาร

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้่านนิตยสารทุกฉบับร้อยละ 8.0 อ่านเกือบทุกฉบับ ร้อยละ 30.3 อ่านบางฉบับ ร้อยละ 47.0 นานๆ จะอ่านสักฉบับ ร้อยละ 9.3 ไม่เคยอ่านเลย ร้อยละ 5.5

5.4 การดูโทรทัศน์ที่เปิดชมข่าวสารการเกษตร

5.4.1 ช่องโทรทัศน์ที่เปิดชมข่าวสารการเกษตร

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ดูโทรทัศน์ช่อง 3 ร้อยละ 17.0 ช่อง 5 ร้อยละ 3.8 ช่อง 7 ร้อยละ 17.3 ช่อง 9 ร้อยละ 34.0 ช่อง 11 ร้อยละ 17.8 ช่องไทยทีวี ร้อยละ 8.5 และช่องอื่นๆ ร้อยละ 1.8

5.4.2 ความถี่ในการเปิดชมรายการโทรทัศน์

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ดูรายการโทรทัศน์ ทุกวัน ร้อยละ 7.0 เกือบทุกวัน ร้อยละ 42.8 หลายวันครั้ง ร้อยละ 42.3 นานๆ ดูสักครั้ง ร้อยละ 6.8 ไม่เคยชมเลย ร้อยละ 1.3

5.5 การฟังวิทยุรายการเกษตร

5.5.1 สถานีหรือคลื่นที่เปิดฟังบ่อยที่สุด

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ไม่ได้ระบุคลื่นที่รับฟัง คิดเป็นร้อยละ 93.5 คลื่นรายการเกษตรศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 2.8 คลื่นวิทยุแห่งประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 1.5 และคลื่น วพส.8 94.25 และ 107.2 คิดเป็นร้อยละ 0.8

5.5.2 ความถี่ในการฟังวิทยุ

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ฟังวิทยุทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ฟังเกือบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ฟังหลายวันครั้ง ร้อยละ 19.8 ฟังนานๆ สักครั้ง ร้อยละ 44.5 ไม่เคยฟังเลย ร้อยละ 21.0

ส่วนที่ 6 : การพึ่งพาสื่อเว็บไซต์

6.1 การเปิดรับหรือเคยใช้สื่ออินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เปิดรับหรือเคยใช้สื่ออินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 75 และไม่เคยเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 25

6.2 ความชำนาญในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ชำนาญในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตน้อย ร้อยละ 46.7 ชำนาญปานกลาง ร้อยละ 35.0 ชำนาญมาก ร้อยละ 18.3

6.3 วัตถุประสงค์ที่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 7.0 สืบค้นข้อมูล ร้อยละ 89.7 อ่านข่าวสาร ร้อยละ 91.7 แลกเปลี่ยนข่าวสาร ร้อยละ 24.7 สนทนาผ่านเครือข่าย ร้อยละ 11.3 เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 30.0

6.4 ความถี่ในการเปิดสื่ออินเทอร์เน็ตเฉลี่ยในแต่ละสัปดาห์

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เปิดสื่ออินเทอร์เน็ตเฉลี่ยในแต่ละสัปดาห์น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 9.3 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 63.0 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 20.7 และเปิดเป็นประจำทุกวัน ร้อยละ 7.0

6.5 ช่วงเวลาในการเปิดสื่ออินเทอร์เน็ต

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เปิดสื่ออินเทอร์เน็ตในช่วงเวลา 12.01-13.00 น. ร้อยละ 11.3 เวลา 13.01-17.00 น. ร้อยละ 46.7 เวลา 17.01-19.00 น. ร้อยละ 10.3 และเวลา 19.01-24.00 น. ร้อยละ 31.7

6.6 จำนวนชั่วโมงที่เปิดสื่ออินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยในแต่ละวัน

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เปิดสื่ออินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 9.3 1-2 ชั่วโมง ร้อยละ 69.3 2-3 ชั่วโมง ร้อยละ 15.3 3-5 ชั่วโมง ร้อยละ 6.0

6.7 สถานที่ในการเปิดสื่ออินเทอร์เน็ต

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เปิดสื่ออินเทอร์เน็ตที่บ้าน ร้อยละ 80.3 สถานที่ทำงาน ร้อยละ 26.7 สถานที่ราชการ ร้อยละ 11.3 องค์การบริหารส่วนตำบล ร้อยละ 19.7 เกษตรตำบล/อำเภอ/จังหวัด ร้อยละ 20.7 และจากสถานที่อื่นๆ ร้อยละ 8.3

6.8 ระดับการพึงพอใจเว็บไซต์

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เปิดเว็บไซต์ 3 อันดับ สูงสุด คือ เว็บไซต์ 3 อันดับในกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรเข้าสู่สูงที่สุด คือ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมาคือ เว็บไซต์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.05 และอันดับที่ 3 คือ เว็บไซต์กรมส่งเสริมการเกษตร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.87 ค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 2.31

6.9 วัตถุประสงค์ในการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เกี่ยวกับการเกษตร

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 3 อันดับสูงสุดในการเปิดเว็บไซต์ คือ เพื่อหาความรู้ใหม่ ๆ ด้านการเกษตร / ปศุสัตว์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.60 รองลงมาคือ เพื่อแสวงหาข้อแนะนำด้านการเกษตร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.44 อันดับที่ 3 คือ เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวราคาสินค้าเกษตร / ปศุสัตว์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.43

ส่วนที่ 7 : ความพึงพอใจในการใช้เว็บไซต์

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีความพึงพอใจในการใช้เว็บไซต์ 3 อันดับสูงสุด คือ ได้ข้อมูลข่าวสารการเกษตรทันสมัย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมาคือ ได้รู้เท่าทันผู้ซื้อผู้ขายในด้านราคาและตลาดการเกษตร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.88 และอันดับที่ 3 คือ ได้ติดต่อสื่อสารรับคำแนะนำจากผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญต่าง ๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย คือ 3.80 ค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.65

ส่วนที่ 8 : ทักษะติดต่อเว็บไซต์

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีทักษะติดต่อเว็บ 3 อันดับสูงสุด คือ สื่ออินเทอร์เน็ตดีกว่าสื่อเดิมตรงที่มีทั้งภาพ เสียงเสมือนจริงมากกว่า เข้าใจง่ายกว่า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.93 รองลงมาคือ สื่ออินเทอร์เน็ตดีตรงที่พูดคุย ได้ตอบ ชักถามกันได้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.32 และอันดับที่ 3 คือ สื่ออินเทอร์เน็ตเหมาะกับคนรุ่นใหม่มากกว่า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.77 ค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 2.87

ส่วนที่ 9 : ปัจจัยที่ทำให้ไม่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีสาเหตุที่ทำให้ไม่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต 3 อันดับแรก คือ ขาดทักษะในการใช้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมาคือ สื่อเก่าสามารถตอบสนองความต้องการได้ดีเพียงพอ และที่พักอาศัยไม่มีสื่ออินเทอร์เน็ตให้ใช้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.98 และอันดับที่ 3 คือ ขาดบุคคลช่วยสอน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.83

• วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

ส่วนที่ 10 : ทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 : พฤติกรรมการพึ่งพาเว็บไซต์การเกษตร มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยการรับรู้สภาวะทางสังคมด้านเศรษฐกิจการเกษตร ปัจจัยการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร ปัจจัยความต้องการใช้ข้อมูลการเกษตร และ ปัจจัยระดับความต้องการจำเป็นด้านการเกษตร

1.1 ปัจจัยการรับรู้สภาวะทางสังคมด้านเศรษฐกิจการเกษตร

พบว่าเป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ ปัจจัยการรับรู้สภาวะทางสังคมด้านการเกษตรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ r เท่ากับ 0.101

1.2 ปัจจัยการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร

พบว่าเป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ ปัจจัยการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่เป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ r เท่ากับ 0.227

1.3 ปัจจัยความต้องการใช้ข้อมูลการเกษตร

พบว่าเป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ ปัจจัยความต้องการใช้ข้อมูลการเกษตร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่เป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ r เท่ากับ 0.281

1.4 ปัจจัยระดับความต้องการจำเป็นด้านการเกษตร

พบว่าเป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือ ปัจจัยความต้องการความจำเป็นด้านการเกษตร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์การเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่เป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ r เท่ากับ 0.204

สมมติฐานที่ 2 กลุ่มเกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่มีการรับรู้ต่อสื่อใหม่ในทางบวกมากกว่ากลุ่มเกษตรกรที่ไม่ใช้สื่อใหม่

การรับรู้และทัศนคติต่อสื่ออินเทอร์เน็ต

ในการทดสอบสมมติฐานพบว่า เกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่ มีการรับรู้และทัศนคติที่ดีกว่าเกษตรกรที่ไม่ใช้สื่อใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพึ่งพาและการใช้ประโยชน์ข่าวสารและความรู้ด้านการเกษตร จากสื่อใหม่ของเกษตรกรไทย” สามารถอภิปรายผลได้ในประเด็นต่อไปนี้

1. การพึ่งพาสื่อ / แหล่งข้อมูลข่าวสารของเกษตรกร นั้นโดยรวมมีระดับการพึ่งพาที่ระดับปานกลาง ทั้งเกษตรกรผู้ไม่ใช้สื่อใหม่และใช้สื่อใหม่ต่างก็พึ่งพาเพื่อนเกษตรกร / เพื่อนบ้าน เป็นส่วนใหญ่ แสดงให้เห็นว่าสื่อบุคคลยังมีผลต่อการพึ่งพาข่าวสารของเกษตรกรอยู่ ดังที่แนวคิดเรื่องการเปิดรับข่าวสารของ Samuel L. Becker (อ้างถึงใน ประภาพรรณ ลิ่มสุขศิริ, 2543: 17) กล่าวไว้ว่า บุคคลที่จะแสวงหาข่าวสารเมื่อต้องการในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีความคล้ายคลึงกับเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง กล่าวคือ การเลือกพึ่งพาเพื่อนเกษตรกร หรือเพื่อนบ้านซึ่งเป็นสื่อบุคคลนั้น เพราะด้วยประสบการณ์การทำงานการเกษตร และสภาพแวดล้อมที่มีความคล้ายคลึงกัน การเรียนรู้ การทำความเข้าใจ และความเชื่อมั่นจึงมีสูง รวมทั้งความใกล้ชิดสนิทสนม การพึ่งพาข่าวสารจึงเกิดขึ้นสูง

เช่นเดียวกับที่ ศุภพร ไทยภักดี และพันธิจิตต์ พรประทานสมบัติ (2541) ได้ศึกษาเรื่องสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับการยอมรับเทคโนโลยีการเกษตรของเกษตรกร ในจังหวัดราชบุรี พบว่าระดับการศึกษาของเกษตรกรมีอิทธิพลต่อการรับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการวิเคราะห์ดิน เรื่องฮอร์โมน ปุ๋ยคอกหรือปุ๋ยหมัก และเครื่องจักรกลจากเกษตรกรจากสื่อบุคคล ส่วนการยอมรับจากสื่อมวลชนนั้น ระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อการรับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการผลิตนอกฤดูและการเกษตรแบบผสมผสาน จากสื่อมวลชน และรายได้ ของเกษตรกรมีอิทธิพลต่อการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้สารเคมี จากสื่อบุคคล

ในส่วนของสื่อเท่านั้น รายการโทรทัศน์ มีระดับการพึ่งพาในระดับปานกลาง แต่ถือว่าเป็นสื่อที่เกษตรกรพึ่งพามากที่สุด เช่นเดียวกันกับที่นักวิชาการกล่าวถึงคุณสมบัติทางประชากรที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534 : 64-72) ว่าการศึกษาและรายได้มีผลต่อการเปิดรับสื่อ ซึ่งบุคคลที่มีการศึกษาและรายได้ ต่ำมักจะเปิดรับข่าวสารความรู้อยู่ในระดับต่ำทักษะการอ่านน้อย จึงมักพึ่งพาสื่อโทรทัศน์แทน โดยเกษตรกรถือว่าเป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำ อีกทั้งรายได้นั้นมีความไม่แน่นอนสูง สะท้อนอย่างชัดเจนว่าที่เกษตรกรพึ่งพาสื่อโทรทัศน์

มากอาจด้วยทักษะในการอ่านมีค่อนข้างน้อย รวมทั้งสื่อโทรทัศน์มีทั้งภาพและเสียงที่เข้าใจง่าย ไม่น่าเบื่อ จึงทำให้เกษตรกรเปิดรับมาก ตรงกับผลวิจัยที่พบว่าในส่วนหนังสือหนังสือพิมพ์และนิตยสาร มีการเปิดรับค่อนข้างน้อย

แต่ที่พบอีกประการคือ สื่อวิทยุที่เคยเป็นสื่อที่ทรงอิทธิพลต่อการรับรู้ของเกษตรกร แต่ในปัจจุบันพบว่าการฟังวิทยุค่อนข้างน้อยกว่าสื่อโทรทัศน์แล้ว อาจด้วยองค์ประกอบที่แตกต่างกัน กล่าวคือ สื่อโทรทัศน์มีทั้งภาพและเสียง แต่สื่อวิทยุมีเพียงเสียงเท่านั้น (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534 : 64-72) อีกทั้งค่านิยม ที่เป็นสถานะทางสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตที่ผ่านมา สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างมากต่อปฏิภพของปฏิภพของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร (กรรณิกา คุณาเวโรจน์, 2544: 25-26) จึงอาจสรุปได้ว่าเมื่อสภาพสังคมได้มีการเปลี่ยนแปลง สื่อมวลชนที่เกษตรกรเคยฟังในอดีตจึงเปลี่ยนรูปแบบไป

สำหรับเกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่สื่อโทรทัศน์มีบทบาทสูงเช่นกัน แต่ที่น่าสังเกตคือ สื่อนิตยสาร ซึ่งมีระดับการฟังพาค่อนข้างสูงกว่าเกษตรกรที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต รวมทั้งหนังสือพิมพ์ อาจด้วยระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างอาจมีผลต่อการเปิดรับสื่อเหล่านี้ ตามที่นักวิชาการ กล่าวไว้ว่า ผู้รับสารที่มีการศึกษาสูง จะเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534 : 64-72)

สื่อใหม่ กับเกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่นั้นยังอยู่ในระดับปานกลาง อาจด้วยประสบการณ์ในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเกษตรกรยังมีไม่มากนัก ทำให้ระดับการฟังพามีไม่มากเท่าที่ควร แต่ส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ของเกษตรกรที่เปิดรับสื่อใหม่นั้น มีแนวโน้มที่ดีด้วยรูปแบบการฟังพาก็เป็นไปเพื่อการศึกษาค้นคว้า และข่าวสารด้านการเกษตร

ในด้านของเกษตรกรที่ไม่ใช้สื่อใหม่ ที่มีระดับการฟังพาสื่อใหม่อยู่ในระดับน้อย อาจด้วยสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคม ซึ่งมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม อันได้แก่ เพศ การศึกษา รายได้ สถานะทางเศรษฐกิจ และอาชีพ เป็นต้น อีกทั้งความซับซ้อน หรือระดับของความเชื่อว่ามีนวัตกรรมนั้น มีความยากต่อการเข้าใจและการนำไปใช้ นวัตกรรมบางอย่างสามารถทำความเข้าใจและนำมาใช้ได้ง่าย แต่บางนวัตกรรมมีความซับซ้อนจนโอกาสในการเข้าถึงน้อยกว่าการยอมรับ (ณรงค์ สมพงษ์, 2543: 93-100) เช่นเดียวกัน สื่อใหม่ถือว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ต่อเกษตรกร ด้วยรูปแบบของสื่อใหม่

ค่อนข้างมีความซับซ้อนอาจทำให้ในเกษตรกรหลายคนปฏิเสธที่จะเปิดรับสื่อใหม่นี้ ดังในทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่อสื่อเว็บไซต์ อันดับแรกคือ ขาดทักษะในการใช้นับเป็นอุปสรรคตัวหนึ่ง นอกจากนี้ปัญหาเรื่องช่องว่างทางดิจิทัลอาจส่งผลกระทบต่อ การเข้าถึงสื่อใหม่ของเกษตรกร ทั้งปัจจัยเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศ เช่น โอกาสในการใช้ไฟฟ้า การใช้โทรศัพท์ การแพร่กระจายของคอมพิวเตอร์ และการใช้อินเทอร์เน็ต รวมถึงปัจจัยเกี่ยวกับความแตกต่างของลักษณะของประชากร ทั้งรายได้ ระดับการศึกษา อายุ ถิ่นอาศัย ความรู้พื้นฐานทางด้านภาษา (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ, 2545) อาจมีผลโดยตรงต่อการเข้าถึงสื่อใหม่ของเกษตรกร

2. จากการทดสอบสมมติฐานหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้สภาวะทางสังคม ด้านเศรษฐกิจการเกษตร ปัจจัยการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร ปัจจัยความต้องการการใช้ข้อมูลการเกษตร ปัจจัยความต้องการความจำเป็นด้านการเกษตร กับพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์ พบว่าเป็นไปตามสมมติฐาน นั่นคือ ปัจจัยการรับรู้สภาวะทางสังคมด้านการเกษตร ปัจจัยการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร ปัจจัยความต้องการใช้ข้อมูลการเกษตร และ ปัจจัยความต้องการความจำเป็นด้านการเกษตร กับพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์ มีความสัมพันธ์กันและไปในทิศทางเดียวกัน สามารถอภิปรายได้ดังนี้

ปัจจัยการรับรู้สภาวะทางสังคมด้านเศรษฐกิจการเกษตรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์ในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ กลุ่มเกษตรกรคิดว่าในปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจมีผลกระทบต่ออาชีพทางการเกษตร เกษตรกรไม่แน่ใจว่าอาชีพที่ทำอยู่จะไปรอดหรือไม่ อีกทั้งยังมีภาระต้นทุนที่สูงขึ้น ทำให้เกษตรกรต้องหาความรู้ ข่าวสารเพื่อให้ทันคนอื่นตลอดเวลา ทำให้มีการพึ่งพาสื่อมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแบบจำลองเชิงพึ่งพาของบอลล์-โรคิช และเดอเฟลอร์ ที่ว่าด้วยผลของการสื่อสารมวลชน ที่นำเสนอไว้ในแบบจำลองเชิงพึ่งพาของบอลล์ – โรคิช และเดอเฟลอร์ (สวณิต ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล, ผู้แปล, 2528: 127) เชื่อว่าถ้าสภาพแวดล้อมสนับสนุนหรือเกิดความไม่แน่นอนต่อผู้รับสาร ระดับการพึ่งพาของผู้รับสารก็จะสูงตาม

ปัจจัยความต้องการใช้ข้อมูลการเกษตรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์ในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ เกษตรกรมีความต้องการใช้ข้อมูลเพื่อช่วยในการทำการเกษตรมากขึ้น ดังนั้นการพึ่งพาสื่อก็มีความจำเป็นมากขึ้น เนื่องจากว่าข้อมูลข่าวสารที่ได้มาส่วนมากก็จะมาจาก

สื่อมวลชน ซึ่งสอดคล้องกับความคิดของแบบจำลอง เชิงพึ่งพาของบอลล์-โรคีย์ และเดอเฟลอร์ ที่ว่าด้วยผลของการสื่อสารมวลชน โดยความคิดสำคัญดั้งเดิมที่แสดงไว้ในแบบจำลองนี้ คือ ในสังคมสมัยใหม่ สมาชิกผู้รับสารจะต้องพึ่งพาอาศัยแหล่งที่มาสารสนเทศจากสื่อมวลชน เพื่อให้ตนเองได้รับความรู้ และความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมของตน (บอลล์-โรคีย์ และเดอเฟลอร์, 1976 อ้างถึงในสวินิต ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล, 2528: 126-127) เช่นเดียวกับ ลาซาร์เฟลด์ ซึ่งได้ชี้ให้เห็นถึงการใช้สื่อว่ามาจากความต้องการ และการคาดหวังจากสื่อหรือแหล่งอื่น ๆ เป็นเหตุจูงใจให้มีการเปิดรับสื่อ นั้น ซึ่งเป็นการเลือกเชิงหน้าที่มากกว่าเป็นไปตามกิจกรรมทางวัฒนธรรม การมีพฤติกรรมดังกล่าวนอกจากจะเป็นการตอบสนองของความพอใจของตนเองแล้ว ก็อาจมีผลตามมาในเรื่องอื่นๆ ด้วย เช่น การที่สังคมมีการพูดคุยกันถึงข่าวการเมือง ทำให้ประชาชนต้องติดตามข่าวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อที่จะได้รับข่าวสารไปวิพากษ์วิจารณ์หรือร่วมวงสนทนากับเพื่อน ๆ ได้ แต่ผลจากข่าวสารนี้อาจทำให้เขามีความคิดและเป็นประโยชน์ในการแก้ปัญหาการปรับตัวในหน่วยงานของเขาได้โดยที่ไม่ได้ตั้งใจ (แคทส์ และลาซาร์เฟลด์, 1974 อ้างถึงใน มาลินี มีลาภสม, 2543) เช่นเดียวกับเกษตรกรที่มีความต้องการรับรู้สื่ออยู่เสมอเพื่อให้ทันต่อสภาพการเปลี่ยนแปลงของสังคมทั้งด้านของสภาพอากาศ สภาพเศรษฐกิจ และสภาพแวดล้อม การเกษตร เพื่อที่จะได้พัฒนาคุณภาพชีวิตของตนให้ดีขึ้นกว่าเดิม รวมทั้งเพื่อสร้างผลผลิตที่มากกว่าก่อน

ปัจจัยความต้องการความจำเป็นด้านการเกษตรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวได้ว่า ในปัจจุบันเกษตรกรต้องการความรู้ หรือเทคนิคใหม่ ๆ ในการทำการเกษตร อีกทั้งยังขาดความรู้ ความเข้าใจในด้านการตลาด อีกทั้งยังต้องการรู้ความเคลื่อนไหวด้านเกษตรให้ทันสมัย และทันเหตุการณ์อยู่เสมอ ดังนั้น จึงต้องมีการพึ่งพาสื่อมากขึ้น โดยสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพอใจจากสื่อมวลชน ที่กล่าวว่า ทฤษฎีนี้เน้นการศึกษาในเรื่องของการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจของมนุษย์ ที่มุ่งเน้นในส่วนของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ จากแนวความคิดที่ว่าผู้รับสารเป็นตัวกำหนดว่า ต้องการอะไร จากสื่อใด สารอะไร เพื่อที่จะนำไปใช้ประโยชน์หรือเพื่อเหตุผลอย่างใดอย่างหนึ่ง (แคทส์ และลาซาร์เฟลด์, 1974 อ้างถึงใน มาลินี มีลาภสม, 2543)

ปัจจัยการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเกษตรกรมีการรับรู้บทบาทสื่อมาก การพึ่งพาสื่อจึงมีสูงตาม

สอดคล้องกับทฤษฎีการพึ่งพาสื่อมวลชน ที่กล่าวว่า “ผลของการสื่อสารมวลชนโดยพื้นฐานแล้วขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่าง (1) ระบบสังคม (2) ระบบและบทบาทสื่อมวลชนในสังคมนั้น และ (3) ผู้รับสาร ซึ่งชี้ว่าผลของสื่อมวลชนมิได้มีพลังอำนาจเบ็ดเสร็จเด็ดขาด แต่เกิดจากสถานการณ์ที่ว่า “สื่อปฏิบัติอย่างไร ในสังคมแบบไหน เพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นอะไรของผู้รับสาร” (พีระ จิรโสภณ, 2547: 10-72) แสดงให้เห็นถึงว่าหากสื่อมวลชนไม่สามารถตอบสนองความต้องการของเกษตรกรได้อย่างชัดเจน เกษตรกรก็จะเปลี่ยนที่พึ่งไปใช้สื่ออื่น กล่าวคือหากสื่อแสดงบทบาทของตนอย่างชัดเจน และตอบสนองความต้องการของผู้รับสารแล้ว ผู้รับสารย่อมให้ความไว้วางใจและให้การพึ่งพาไปในทางเดียวกัน เช่นเดียวกันกับเดอเฟลอร์ และบอลล์-โรคิช ที่เชื่อว่า “ตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดผลของการสื่อสารมวลชนก็คือ ระดับการพึ่งพาของผู้รับสารต่อข่าวสารจากสื่อมวลชนว่ามีมากน้อยเพียงใด และเมื่อใด ถ้าสภาพสังคมแวดล้อมสนับสนุน หรือไม่สนับสนุนเกิดขึ้นต่อผู้รับสาร และสื่อแสดงบทบาททางข้อมูลข่าวสารในเรื่องนั้น ๆ อย่างชัดเจน ระดับการพึ่งพาของผู้รับสารก็จะสูงตาม และผลที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชนก็จะมีโอกาสสูงตามมาด้วย” (บอลล์-โรคิช และเดอเฟลอร์, 1976 อ้างถึงในสวณิต ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล, 2528: 126-127)

3. จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า เกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่ มีการรับรู้และทัศนคติแตกต่างเกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่ โดยเกษตรกรผู้ใช้สื่อใหม่จะคิดว่า สื่ออินเทอร์เน็ตหรือสื่อใหม่นั้นมีความยุ่งยาก ใช้ไม่สะดวกเท่าสื่อเดิม และมีระบบเชื่อมโยงที่ไม่ค่อยสะดวก และกลุ่มเกษตรกรคิดว่าสื่ออินเทอร์เน็ตน่าจะเหมาะกับคนรุ่นใหม่มากกว่า ทั้งนี้กลุ่มเกษตรกรที่ไม่ใช้สื่อใหม่นั้นเก็บข้อมูลมาจากกลุ่มเกษตรกรเฉพาะจังหวัดนครปฐม โดยจะแยกตามอำเภอต่าง ๆ 5 อำเภอ ซึ่งเกษตรกรในจังหวัดนครปฐมนั้นบางส่วนอยู่ในแถบชนบทซึ่งสื่ออินเทอร์เน็ตยังไม่สามารถเข้าถึงได้ บางส่วนมีอคติต่ออินเทอร์เน็ตโดยคิดว่าเป็นสื่อที่เข้าถึงยาก ยุ่งยาก ต้องมีความรู้มากถึงจะเข้าใช้ได้ ราคาแพง เหมาะกับคนรุ่นใหม่มากกว่า หรือไม่ก็เหมาะกับผู้ใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เป็นต้น อีกทั้งยังคิดว่าสื่อเดิมใช้ได้ดีอยู่แล้วจึงไม่เปิดใจรับสื่อใหม่ กลุ่มเกษตรกรกลุ่มนี้จึงยังคงที่จะพึ่งพาสื่อเก่ามากกว่าเพราะมีความสะดวกกว่าที่จะใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนกลุ่มเกษตรกรที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตนั้นได้เก็บข้อมูลมาจากทั่วประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วเป็นกลุ่มเกษตรกรที่อยู่ในตัวเมืองของแต่ละภูมิภาคทำให้การเชื่อมโยงอินเทอร์เน็ตค่อนข้างสะดวกกว่ากลุ่มเกษตรกรที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต รวมทั้งเกษตรกรมีจุดมุ่งหมายในการเปิดรับสื่อใหม่ เพื่อวัตถุประสงค์แตกต่างกันไป

ทั้งเพื่อใช้ประโยชน์ในข่าวสารความรู้ด้านการเกษตร และจุดมุ่งหมายอื่น ๆ ทำให้เกษตรกรกลุ่มนี้จึงเลือกพึ่งพาสื่อใหม่

สอดคล้องกับ แอตคิน (Atkin, 1973 อ้างถึงใน พิระ จิโรโสภณ, 2547: 254) ที่กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับ การคาดคะเนเปรียบเทียบ ระหว่างผลรางวัลตอบแทนที่จะได้รับการลงทุนลงแรง และพันธะผูกพันที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ (เช่น การได้รับข่าวสารหรือความบันเทิงตามที่ต้องการ) สูงกว่าการลงทุนลงแรง (เช่น การต้องลงทุนซื้อหาหาเพื่อให้ได้มา หรือต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจ) แล้วบุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น ในกรณีนี้ก็เช่นเดียวกัน กล่าวคือเกษตรกรส่วนใหญ่คิดว่า เกษตรกรสื่ออินเทอร์เน็ตยุ่งยาก ลงทุนสูง ทำให้เสียเวลากว่าที่จะได้รับรู้ข้อมูล จึงทำให้ไม่รับเปิดรับ และคิดว่าไม่คุ้มกับการลงทุนในการเปิดรับ อีกทั้งคิดว่าสื่อที่มีอยู่เดิมเหมาะสมแล้ว ประหยัด ไม่เสียเวลาจึงไม่เลือกเปิดรับสื่อใหม่

4. ปัญหาเรื่องช่องว่างทางดิจิทัลยังคงมีผลต่อเนื่องในสังคมการเกษตร ที่เห็นได้อย่างชัดเจน คือ ทักษะในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เมื่อเกิดอุปสรรคด้านทักษะจึงเกิดทัศนคติที่เป็นลบกับการใช้อินเทอร์เน็ต นอกจากนั้นแล้วยังเป็นในเรื่องของการรับรู้บทบาทสื่อเก่าที่เกษตรกรคิดเห็นว่าการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อเก่ามีศักยภาพเพียงพออยู่แล้ว รวมทั้งที่บ้านก็ไม่มีการใช้ จึงทำให้เกิดการเฉยเมยต่อสื่อใหม่ ตามที่สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ (2545) ได้กล่าวว่า การใช้อินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างกว้างขวางและอินเทอร์เน็ตยังทำให้เกิดภาวะความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างมากเพราะอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลความรู้ สารสนเทศที่ใหญ่ที่สุด และยังเป็นเครื่องมือติดต่อสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว และครอบคลุมพื้นที่ที่กว้างขวางที่สุดในโลก ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญประการหนึ่งในการวัดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศของคนในสังคม รวมทั้งปัจจัยด้านการแพร่กระจายการใช้คอมพิวเตอร์ ที่ยังไม่มีความเสมอภาคทัดเทียมกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการศึกษานั้นทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลถึงการพึ่งพาสื่อเว็บไซต์ทางการเกษตรว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องมีดังนี้ ปัจจัยการรับรู้สภาวะทางสังคมด้านเศรษฐกิจการเกษตร ปัจจัยการรับรู้บทบาทสื่อด้านการเกษตร ปัจจัยความต้องการใช้ข้อมูลการเกษตร และปัจจัยความต้องการความจำเป็นด้านการเกษตร แสดงให้เห็นว่าในสังคมปัจจุบันของเกษตรกรสภาพความเป็นอยู่ ทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และสภาพแวดล้อมในการประกอบอาชีพสูง มีความไม่แน่นอน มีการเปลี่ยนแปลง และเคลื่อนไหวเสมอ การพึ่งพาสื่อก็มีมากตาม เพื่อตอบสนองความต้องการของเกษตรกรในการพัฒนา และช่วยให้การเกษตรมีการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงไปในทางที่ดีขึ้น ดังนั้นในสภาวะที่เศรษฐกิจของโลกกำลังตกต่ำนี้ การสนับสนุนให้เกิดการใช้สื่อจึงน่าจะเหมาะสมมากขึ้น กล่าวคือ เมื่อเศรษฐกิจตกต่ำคนมักจะพึ่งพาสื่อมากขึ้น ในอีกทางอินเทอร์เน็ตตำบลที่มีการให้บริการอยู่ในองค์การบริหารส่วนตำบลมีศักยภาพเพียงพอ การสนับสนุนให้เกษตรกรเข้ามาใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อทางเลือกใหม่แก่เกษตรกรจึงมีความน่าสนใจ และน่าจะมีการพัฒนาได้ง่าย และรวดเร็วกว่าเดิม

ตัวแปรสำคัญตัวแปรหนึ่งคือ สื่อบุคคล อย่างเพื่อนเกษตรกร / เพื่อนบ้าน มีบทบาทสูงในการพึ่งพาข่าวสารของเกษตรกร ดังนั้นการส่งเสริมการเกษตรหรือส่งเสริมการใช้สื่อใหม่เพื่อเรียนรู้ข้อมูล ข่าวสารที่ทันสมัย โดยอาจเลือกสนับสนุนกลุ่มเกษตรกรในชุมชนที่มีความเป็นผู้นำทางนวัตกรรม หรือกลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมได้ง่าย เข้ามาเรียนรู้การใช้ และสร้างทัศนคติที่ดีต่อสื่อใหม่ จนเกิดการเรียนรู้และนำไปเผยแพร่ในชุมชน

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยเชิงคุณภาพในเรื่อง “การพึ่งพาและการใช้ประโยชน์ข่าวสารและความรู้ด้านการเกษตรจากสื่อใหม่ของเกษตรกรไทย” ควรวิจัยในเรื่องประเภทข่าวสารการเกษตรจากสื่อใหม่ที่เกษตรกรเลือกเปิดรับมีประเภทใดบ้าง เรื่องใด เวลาใด เพื่อที่จะสามารถสะท้อนให้เห็นถึงการพึ่งพาสื่อใหม่ ในด้านของเนื้อหาสื่อใหม่ที่เลือกพึ่งพา และสะท้อนความต้องการข้อมูลและข่าวสารของเกษตรกรจากสื่อใหม่ได้ตรงตามเป้าหมาย และสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับเว็บไซต์ทางการเกษตรได้อีกทาง นอกจากนี้ยังควรศึกษาเพิ่มเติมถึงช่องว่างทางดิจิทัล ว่าสาเหตุใดที่ทำให้เกิดช่องว่าง และปัจจัยที่ส่งผลกระทบ อีกทั้งในเรื่องของการยอมรับนวัตกรรม โดยมุ่งเน้น

ไปที่ประเด็นการยอมรับด้านข่าวสารว่า ในพื้นที่เดียวกันทำไมถึงมีระดับการยอมรับด้านข่าวสารแตกต่างกัน

2. การวิจัยเชิงปริมาณเรื่อง “การพึ่งพาและการใช้ประโยชน์ข่าวสารและความรู้ด้านการเกษตรจากสื่อใหม่ของเกษตรกรไทย” ควรเพิ่มในเรื่องของประเภทข่าวสารและความรู้ทางการเกษตรที่เกษตรกรมุ่งหวังจากสื่อใหม่ และระดับความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารที่ได้จากสื่อใหม่



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ส่งเสริมการส่งออก, กรม. สรุปมูลค่าการส่งออกของไทย [Online]. 2007. แหล่งที่มา :
<http://www.depthai.go.th> [29 กันยายน 2551]

กรรณิกา คุณากรเวโรจน์. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความน่าไว้วางใจของบริการข้อมูลต่างๆ ใน
เว็ลต์ไวด์เว็บ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาวารสารสนเทศ
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

กิดานันท์ มลิทอง. เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรมการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

จกกลนี คล้ายคลึง. ความพร้อมของเกษตรกรตำบลต่อความสามารถด้านคอมพิวเตอร์ในงาน
ส่งเสริมการเกษตร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร
คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543.

ชนิดา เสาวคนธ์. การเปิดรับและความต้องการสื่อสิ่งพิมพ์ทางการเกษตร ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม
การเกษตรประจำตำบลในภาคตะวันออก. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,
สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2550.

ณรงค์ สมพงษ์. สื่อสารมวลชนเพื่องานส่งเสริม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543.

ถนอมพร เลาหจรัสแสง. คอมพิวเตอร์ช่วยสอน. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชา
โสตทัศนศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ทักษิณา สนวนานนท์. พจนานุกรมศัพท์คอมพิวเตอร์. กรุงเทพมหานคร: วี.ที.ซี. คอมมิวนิเคชั่น,
2539.

น้ำทิพย์ ลำภาประเสริฐ. การใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ในระยะเวลาเริ่มต้นในเขตกรุงเทพมหานครกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้สื่อ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

เบอร์รี่, เรย์มอนด์ เจ. กลไกการสื่อสาร. แปลโดย ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์. กรุงเทพมหานคร: งานส่งเสริมการผลิตตำราภาควิชาวาริชวิทยาและสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.

ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2526.

ประภาพรรณ ลิ้มสุขสิริ. พฤติกรรมกรเปิดรับ และการเลือกใช้ประโยชน์จากข่าวเศรษฐกิจในหนังสือพิมพ์ของนักธุรกิจภาคอุตสาหกรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

พีระ จิรโสภณ. ประมวลสาระและแนวการศึกษาชุดวิชา ปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 10. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช บัณฑิตศึกษา สาขาวิชานิเทศศาสตร์, 2547.

พีระ จิรโสภณ. เอกสารการสอนวิชาทฤษฎีและพฤติกรรมกรสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์, 2547.

ภักตะ สุขโฆสิต. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมส่งเสริมการส่งออกและการรับรู้ของผู้ส่งออกสินค้าเกษตร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

มาลินี มีลาภสม. การเปิดรับ ความเข้าใจ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากข่าวพยากรณ์ อากาศของผู้ประกอบอาชีพประมงในชุมชนบ้านแหลมหินและชุมชนบ้านสลักเพชร จังหวัดพังงา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

แมคเคवल, เดนิส; และวินดาร์ล สเวน. แบบจำลองการสื่อสาร สำหรับการศึกษาการ สื่อสารมวลชน. แปลโดย สวนิต ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.

วัชรวิวรรณ ทรัพย์รุ่งเรือง. ความต้องการรูปแบบรายการวิทยุทางการเกษตรของสถานีวิทยุ ม.ก. บางเขน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543.

วิทยา เรื่องพรวิสุทธิ. คู่มือการเข้าสู่อินเทอร์เน็ตสำหรับผู้เริ่มต้น. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2538.

ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว. การรับรู้และการยอมรับศูนย์บริการสารสนเทศชุมชนในชุมชนชนบท ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

ศุภพร ไทยภักดี และพันธ์จิตต์ พรประทานสมบัติ. สื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับการยอมรับ เทคโนโลยีการเกษตรของเกษตรกร ในจังหวัดราชบุรี. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2541.

สกุลไชย ขำประดม. การเปิดรับและความต้องการสารสนเทศการเกษตร ในระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ตของนักวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตรในส่วนกลาง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2546.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สถาบันเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาชนบท. เอกสารเผยแพร่และการกระจายข้อมูลข่าวสารการเกษตร. กรุงเทพมหานคร: สถาบันเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาชนบท จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

เกษตรจังหวัดนครปฐม, สำนักงาน. ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดนครปฐม ปี 2550 [Online]. 2007. แหล่งที่มา E-Mail: Nakhonpathom@ssnet.local [14 มกราคม 2552]

เลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ, สำนักงาน. กรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศระยะ พ.ศ. 2544 – 2553 ของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ, 2545.

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. การสื่อสารเพื่อการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2549.

สิริพร กุ่ยกระโทก. บริการต่างๆ ในอินเทอร์เน็ต [Online]. 2006. แหล่งที่มา: <http://skuikratoke.212cafe.com/archive/2006-09-30/internet-arpanet-advanced-research-projects-agency-network-u-s-department-of-defense-dod-2503-2512-a/> [9 พฤศจิกายน 2551]

เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารงานนอกรวม. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารและการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: เจ้าพระยาการพิมพ์, 2528.

เสวก พงษ์สำราญ. การยอมรับและการแพร่กระจายเทคโนโลยีเกษตรจากการรับฟังรายการเกษตรทางสถานี ม.ก.บางเขน ของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2527.

อนันต์ธนา อังกินันท์ และ เกื้อกุล คูปรัตน์. สื่อสารมวลชนและประชาสัมพันธ์เพื่อการศึกษา.
กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2532.

อเนกพล เกื้อมา. นักวิจัย หน่วยวิจัยชนบทและนครศึกษา สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์-
มหาวิทยาลัย. สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2552.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. สื่อสารมวลชนเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์-
มหาวิทยาลัย, 2547.

อุมาพรพรรณ สุรนาคะพันธ์. การใช้อินเทอร์เน็ตในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของผู้สื่อข่าวเกษตร
ชุมชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2541.

ภาษาอังกฤษ

McQuail, D., Mass Communication Theory. Great Britain: J.W.Arrowsmith, 1983.

Rogers, E.M., Communication Technology : The New Media in Society. New York: The
Free Press, 1986.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก.
แบบสัมภาษณ์
การพึ่งพาและการใช้ประโยชน์ข่าวสารและความรู้ด้านการเกษตร
จากสื่อใหม่ของเกษตรกรไทย
(สำหรับเกษตรกรที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต)

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย / ในช่องที่ท่านต้องการ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อายุ

() น้อยกว่า 20 ปี () 21 – 30 ปี () 31 – 50 ปี

() 51 – 60 ปี () มากกว่า 60 ปี

3. ที่อยู่

() อำเภอพุทธมณฑล () อำเภอนครชัยศรี () อำเภอเมือง

() อำเภอกำแพงแสน () อำเภอสามพราน

4. ประเภทของเกษตรกรที่ท่านทำเป็นอาชีพ (ทำการเกษตรด้วยตนเอง และ/หรือ ดูแลด้านธุรกิจ การเกษตร)

() ทำสวน () ทำไร่ () ทำนา () ปลูกสัตว์

5. ลักษณะการเป็นเกษตรกรของท่านอยู่ในสถานภาพใด

() ท่านลงมือทำการเกษตรด้วยตนเอง

() ท่านดูแลด้านธุรกิจอย่างเดียว

() ทั้งลงมือทำการเกษตรและดูแลธุรกิจการเกษตรด้วย

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

() ต่ำกว่า 5,000 บาท () 5,001 – 10,000 บาท

() 10,001 – 30,000 บาท () 30,001 – 50,000 บาท

() สูงกว่า 50,000 บาท

7. สถานะภาพ

() โสด () สมรส () แยกกันอยู่ () หย่าร้าง

() หม้าย

8. จำนวนสมาชิกในครอบครัวทั้งหมด

() 1 คน () 2-3 คน () 4-5 คน

() 6-7 คน () 7 คนขึ้นไป

9. ที่บ้านมีเครื่องคอมพิวเตอร์ใช้หรือไม่

() มี () ไม่มี

9.1 ถ้ามี ระยะเวลาที่มี ใช้มานานเท่าไร

() น้อยกว่า 1 ปี () 1-2 ปี () 3-5 ปี () มากกว่า 5 ปี

10. ที่บ้านมีผู้ใช้คอมพิวเตอร์เป็นหรือไม่

() มี () ไม่มี

10.1 ถ้ามี กรุณาระบุผู้ใช้งานคอมพิวเตอร์

() ตัวเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามนี้

() คู่สมรส

() ลูก / หลาน

() คนอื่น ๆ ระบุ _____

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อสภาวะทางเศรษฐกิจและอาชีพด้านการเกษตรปัจจุบัน

คำถาม	ใช่อย่าง ยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่อย่าง ยิ่ง
1.อาชีพการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ที่ทำอยู่ ขณะนี้ไม่รู้ว่าจะไปรอดหรือไม่ (ไม่มีความ แน่นอน)	_____	_____	_____	_____	_____
2.ราคาพืชผล (ปศุสัตว์) ผันแปรเสมอ ไม่ สามารถคาดการณ์ได้	_____	_____	_____	_____	_____
3.รัฐบาลยังไม่มึนโยบายชัดเจนในการ ช่วยเหลือเกษตรกร	_____	_____	_____	_____	_____
4.การทำกรเกษตร (หรือปศุสัตว์) ปัจจุบันนี้ ต้นทุนสูงทั้งค่าปุ๋ย ค่าอาหารสัตว์ ค่าแรง ค่า น้ำมัน ฯลฯ	_____	_____	_____	_____	_____

คำถาม	ใช่อย่าง ยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่อย่าง ยิ่ง
5.ตลาดการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ปัจจุบัน แข่งขันกันมาก พ่อค้าคนกลางโกงราคา เอา เปรียบเกษตรกร	_____	_____	_____	_____	_____
6.เกษตรกรปัจจุบันยังขาดความรู้ต้องการ ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเพื่อให้ทันคนอื่น ตลอดเวลา	_____	_____	_____	_____	_____
7.สถานะเศรษฐกิจโลกมีปัญหาคะทบอาชีพ การเกษตร (ปศุสัตว์) ของไทยด้วย	_____	_____	_____	_____	_____

ตอนที่ 3 การรับรู้ต่อบทบาทสื่อในการทำหน้าที่ด้านข่าวสารการเกษตร

คำถาม	ใช่อย่าง ยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่อย่าง ยิ่ง
1.สื่อปัจจุบันไม่ค่อยให้ความสำคัญการ นำเสนอข่าวการเกษตร (หรือปศุสัตว์) เท่าที่ควร	_____	_____	_____	_____	_____
2.สื่ออินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์ต่าง ๆ ไม่ค่อย นำเสนอข่าวสารความรู้ด้านการเกษตร	_____	_____	_____	_____	_____
3.สื่ออินเทอร์เน็ตใช้ยาก เข้าถึงยาก จึงไม่ได้ ใช้ประโยชน์ด้านการหาความรู้ข่าวสาร การเกษตรจากสื่ออินเทอร์เน็ต	_____	_____	_____	_____	_____
4.ถ้าอยากรู้เรื่องการเกษตร (หรือปศุสัตว์) มักถามจากผู้ที่ชำนาญการมากกว่าที่จะ ฟังจากสื่อต่าง ๆ	_____	_____	_____	_____	_____

คำถาม	ใช่อย่าง ยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่อย่าง ยิ่ง
5. สื่อต่าง ๆ นำเสนอข่าวสารความรู้เรื่อง การเกษตร (หรือปศุสัตว์) ไม่ตรงกับที่อยาก รู้หรือนำไปใช้ประโยชน์ได้	_____	_____	_____	_____	_____
6. สื่อต่าง ๆ ให้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร (หรือปศุสัตว์) น้อยเกินไป	_____	_____	_____	_____	_____

ตอนที่ 4 ความต้องการจำเป็นส่วนบุคคลของเกษตรกร

คำถาม	ใช่อย่าง ยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่อย่าง ยิ่ง
1. การทำอาชีพการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ปัจจุบันต้องมีเทคนิค ความรู้ใหม่ ๆ เสมอ แต่รู้สึกว่ายากกว่าตนเองยังขาดความรู้ใหม่ ๆ ที่จำเป็น เป็นอยู่อีกมาก	_____	_____	_____	_____	_____
2. มีความรู้สึกว่ายากกว่าตนเองยังขาดความรู้ ความ เข้าใจ ด้านการตลาดทำให้ไม่ทันคนอื่นใน การซื้อขาย	_____	_____	_____	_____	_____
3. ต้องการความรู้ ข้อมูลเกี่ยวกับราคาพืชผล การเกษตร (หรือปศุสัตว์) ที่ทันสมัย	_____	_____	_____	_____	_____
4. ขณะนี้ตนเองมีความต้องการแหล่งเงินทุน เพื่อมาทำอาชีพ แต่ไม่รู้จะกู้ได้ยังไงจากที่ ไหนบ้าง	_____	_____	_____	_____	_____
5. ตอนนี้ต้องการความช่วยเหลือจากรัฐบาล มาแก้ปัญหาการประกอบอาชีพการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ด่วนที่สุด	_____	_____	_____	_____	_____

คำถาม	ใช้อย่าง ยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่อย่าง ยิ่ง
6.ตนเองรู้สึกว่ายังขาดความรู้เรื่องระเบียบ กฎเกณฑ์ หรือเงื่อนไขต่าง ๆ ในการขอความ ช่วยเหลือจากรัฐบาล หรือหน่วยงาน การเกษตร	_____	_____	_____	_____	_____
7.อยากรู้ความเคลื่อนไหวด้านการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ให้ทันสมัย ทันเหตุการณ์	_____	_____	_____	_____	_____

ตอนที่ 5 ความต้องการใช้ข้อมูลด้านการเกษตร

1.ปกติท่านมีความต้องการใช้ข้อมูลเพื่อช่วยในการทำเกษตร หรือทำธุรกิจการเกษตรหรือไม่
เพียงใด

- () ต้องการอย่างยิ่ง (มากที่สุด)
- () ต้องการมาก
- () ต้องการบ้าง
- () ต้องการน้อย
- () ไม่ต้องการ

2.ท่านคิดว่าการทำการเกษตร หรือทำธุรกิจการเกษตรของท่านไม่มีความจำเป็นต้องแสวงหา
ข้อมูลข่าวสาร หรือความรู้เพิ่มเติมอะไรอีก

- () ใช้อย่างยิ่ง, ไม่จำเป็นต้องมี
- () ใช่, ไม่จำเป็นต้องมีก็ได้
- () ไม่แน่ใจ
- () ไม่ใช่, จำเป็นต้องมี
- () ไม่ใช่อย่างยิ่ง, จำเป็นต้องมีอย่างยิ่ง

3.ปัจจุบันนี้ท่านพึงพาหาข้อมูล ข่าวสารความรู้ จากแหล่งต่อไปนี้หรือไม่ บ่อยเพียงใด

แหล่งข้อมูล (สื่อ)	ระดับการพึงพา แสวงหาข้อมูล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.1.เพื่อนเกษตรกร / เพื่อนบ้าน	_____	_____	_____	_____	_____
3.2.กำนันผู้ใหญ่บ้าน / ผู้นำเกษตรกร	_____	_____	_____	_____	_____
3.3.เจ้าหน้าที่การเกษตร	_____	_____	_____	_____	_____
3.4.เอกสารแผ่นพับ / หนังสือคู่มือ	_____	_____	_____	_____	_____
3.5.หนังสือพิมพ์	_____	_____	_____	_____	_____
3.6.นิตยสาร	_____	_____	_____	_____	_____
3.7.รายการวิทยุ	_____	_____	_____	_____	_____
3.8.รายการโทรทัศน์	_____	_____	_____	_____	_____
3.9.เว็บไซต์	_____	_____	_____	_____	_____

ตอนที่ 6 การพึงพาเปิดรับข่าวสารความรู้การเกษตร และการใช้ประโยชน์จากสื่อทั่วไป

1.ท่านเปิดรับรู้ข่าวสารความรู้การเกษตร (หรือปศุสัตว์) จากสื่อต่อไปนี้หรือไม่ บ่อยเพียงใด

1.1 หนังสือพิมพ์รายวันที่เปิดอ่านข่าวสารการเกษตร

1.1.1 อ่านหนังสือพิมพ์อะไรเป็นประจำ หรือบ่อยกว่าเพื่อน (ระบุ 1-3 ชื่อ)

- () ไทยรัฐ () เดลินิวส์ () ข่าวสด
 () คมชัดลึก () มติชน () กรุงเทพธุรกิจ
 () ผู้จัดการรายวัน () โพสต์ทูเดย์

1.1.2 ความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์

- () ทุกวัน () เกือบทุกวัน () หลายวันครั้ง
 () นาน ๆ ได้อ่านสักครั้ง () ไม่เคยอ่านเลย

1.2 นิตยสารที่เปิดอ่านข่าวสารการเกษตร

1.2.1 อ่านนิตยสารอะไรเป็นประจำ หรือบ่อยกว่าเพื่อน (ระบุ 1-3 ชื่อ)

- () เทคโนโลยีชาวบ้าน () ไม่ลองไม่รู้ () เกษตร
 () เกษตรกรรมธรรมชาติ () ไม้ดอกไม้ประดับ () เกษตรคิดเซ
 () สัตว์บก () สุนัขสารสัน
 () สารสันไก่และการเกษตร
 () สัตว์เศรษฐกิจ () ธุรกิจอาหารสัตว์

1.2.2 ความถี่ในการอ่านนิตยสาร

- () อ่านทุกฉบับ () อ่านเกือบทุกฉบับ () อ่านบางฉบับ
 () นาน ๆ จะอ่านสักฉบับ () ไม่เคยอ่านเลย

1.3 โทรทัศน์ที่เปิดชมข่าวสารการเกษตร

1.3.1 ดูข่าวการเกษตรจากช่องใดบ่อยที่สุด

- () ช่อง 3 () ช่อง 5 () ช่อง 7
 () ช่อง 9 () ช่อง 11 () ช่อง ไทยทีวี
 () อื่น ๆ ระบุ _____

1.3.2 ความถี่ในการเปิดชม

- () ทุกวัน () เกือบทุกวัน () หลายวันครั้ง
 () นาน ๆ สักครั้ง () ไม่เคยชมเลย

1.4 วิทยุที่เปิดฟังรายการเกษตร

1.4.1 สถานีหรือคลื่นที่เปิดฟังบ่อยที่สุด

- ระบุคลื่น / สถานี _____
 ระบุคลื่น / สถานี _____
 ระบุคลื่น / สถานี _____

1.4.2 ความถี่ในการฟังวิทยุ

- () ทุกวัน () เกือบทุกวัน () หลายวันครั้ง
 () นาน ๆ สักครั้ง () ไม่เคยฟังเลย

ตอนที่ 7 พฤติกรรมการพึ่งพาเปิดรับสื่อและเว็บไซต์เกี่ยวกับการเกษตร

1. ท่านเคยเปิดรับหรือเคยใช้สื่ออินเทอร์เน็ตหรือไม่

() เคย () ไม่เคย

(ถ้าไม่เคย ให้ข้ามไปตอบตอนที่ 9)

2. ท่านคิดว่าท่านมีความชำนาญในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตจากคอมพิวเตอร์อยู่ในระดับใด

() ไม่เป็นเลย () เป็นน้อย () ปานกลาง

() เป็นมาก () เป็นมากที่สุด

3. ท่านเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ () สืบค้นข้อมูล () อ่านข่าวสาร

() แลกเปลี่ยนข่าวสาร () สนทนาผ่านเครือข่าย () เพื่อความบันเทิง

() อื่น ๆ ระบุ.....

4. เฉลี่ยในแต่ละสัปดาห์ท่านมีความถี่ในการเปิดสื่ออินเทอร์เน็ต อ่านเว็บไซต์หรือใช้งานคอมพิวเตอร์บ่อยแค่ไหน

() น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง () 1 - 2 ครั้ง ใน 1 สัปดาห์

() 3 - 4 ครั้ง ต่อสัปดาห์ () 5 - 6 ครั้ง ต่อสัปดาห์

() ทุกวันเป็นประจำ

5. โดยรวม ๆ แล้วการใช้อินเทอร์เน็ต หรือเว็บไซต์เกี่ยวกับข้อมูล / ความรู้การเกษตรของท่านบ่อยแค่ไหน

() เป็นประจำแทบทุกวัน () มีการใช้อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง

() นาน ๆ ใช้ เดือนละหนสองหน () หลายเดือนสักหน

() แทบไม่เคยใช้

6. ท่านใช้เวลาช่วงใดในการเปิดสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด

() ช่วงเช้า 04.00 – 08.00 น. () ช่วงเช้า 08.01 – 12.00 น.

() ช่วงเที่ยง 12.01 – 13.00 น. () ช่วงบ่าย 13.01 – 17.00 น.

() ช่วงเย็น 17.01 – 19.00 น. () ช่วงค่ำ 19.01 – 24.00 น.

() ช่วงดึก หลัง 24.00 น.

7. จำนวนเวลาที่ท่านเปิดสื่ออินเทอร์เน็ตในแต่ละวันโดยเฉลี่ย

() น้อยกว่า 1 ชั่วโมง () 1 – 2 ชั่วโมง () 2 – 3 ชั่วโมง

() 3 – 5 ชั่วโมง () มากกว่า 5 ชั่วโมง

8. สถานที่ในการเปิดสื่ออินเทอร์เน็ต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() ที่บ้าน () สถานที่ทำงาน () สถานที่ราชการ

() องค์การบริหารส่วนตำบล () เกษตรตำบล/อำเภอ/จังหวัด

() อื่น ๆ ระบุ.....

9. เว็บไซต์เกี่ยวกับการเกษตรที่เปิดใช้

ชื่อเว็บไซต์	ทุกวัน	เกือบทุก วัน	หลายวัน ครั้ง	นาน ๆ ครั้ง	ไม่ เคย
1. เว็บไซต์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (www.moac.go.th)	_____	_____	_____	_____	_____
2. เว็บไซต์กรมส่งเสริมการเกษตร (www.doae.go.th)	_____	_____	_____	_____	_____
3. เว็บไซต์กรมปศุสัตว์ (www.dld.go.th)	_____	_____	_____	_____	_____
4. เว็บไซต์กรมวิชาการเกษตร (www.doa.go.th)	_____	_____	_____	_____	_____
5. กรมการค้าข้าว (www.ricethailand.go.th)	_____	_____	_____	_____	_____
6. เว็บไซต์องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (www.mof.or.th)	_____	_____	_____	_____	_____
7. เว็บไซต์สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (www.oae.go.th)	_____	_____	_____	_____	_____
8. เว็บไซต์สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ (www.acfs.go.th)	_____	_____	_____	_____	_____

ชื่อเว็บไซต์	ทุกวัน	เกือบทุก วัน	หลายวัน ครั้ง	นาน ๆ ครั้ง	ไม่ เคย
9.เว็บไซต์กรมส่งเสริมการส่งออก (www.depthai.go.th)	_____	_____	_____	_____	_____
10.เว็บไซต์กรมอุตุนิยมหาวิทยาลัย (www.tmd.go.th)	_____	_____	_____	_____	_____
11.เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (www.ku.ac.th)	_____	_____	_____	_____	_____
12.เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (www.cmu.ac.th)	_____	_____	_____	_____	_____
13.เว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น (www.kku.ac.th)	_____	_____	_____	_____	_____
14.เว็บไซต์ชมรมถ่ายทอด เทคโนโลยีการเกษตร (www.thaiagro.com)	_____	_____	_____	_____	_____
15.เว็บไซต์ชมรมเกษตรปลอดสารพิษ (www.thaigreenagro.com)	_____	_____	_____	_____	_____
16. อื่น ๆ (ระบุ) _____	_____	_____	_____	_____	_____

10. ท่านเปิดใช้เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรดังกล่าว (จากข้อที่ 8) เพื่อวัตถุประสงค์ด้านใด
มากน้อยแค่ไหน

คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
1. เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวราคาสินค้า เกษตร / ปศุสัตว์	_____	_____	_____	_____	_____
2. เพื่อตรวจสอบความเคลื่อนไหวการตลาด ด้านการเกษตรในประเทศ	_____	_____	_____	_____	_____

คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. เพื่อดูความเคลื่อนไหวการเกษตรในต่างประเทศ	_____	_____	_____	_____	_____
4. เพื่อหาความรู้ใหม่ ๆ ด้านการเกษตร / ปศุสัตว์	_____	_____	_____	_____	_____
5. เพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้รู้ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการเกษตร	_____	_____	_____	_____	_____
6. เพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้ซื้อผู้ขาย	_____	_____	_____	_____	_____
7. เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนเกษตรกร	_____	_____	_____	_____	_____
8. เพื่อแสวงหาข้อเสนอแนะด้านการเกษตร	_____	_____	_____	_____	_____
9. เพื่อความบันเทิง พักผ่อน หรือฆ่าเวลา	_____	_____	_____	_____	_____
10. เพื่อทำให้เป็นคนทันสมัย ทันเทคโนโลยี	_____	_____	_____	_____	_____
11. เพื่อเหตุผลอื่น โปรดระบุ	_____	_____	_____	_____	_____

ตอนที่ 8 ท่านใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับการเกษตรแล้วท่านมีความพึงพอใจที่ได้รับประโยชน์ด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้หรือไม่ เพียงใด

คำถาม	พอใจอย่างยิ่ง	พอใจ	ไม่แน่ใจ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจอย่างยิ่ง
1. ได้ข้อมูลข่าวสารการเกษตรทันสมัย	_____	_____	_____	_____	_____
2. ได้เทคนิค ความรู้ ไปใช้ประกอบอาชีพ	_____	_____	_____	_____	_____
3. ได้ติดต่อสื่อสารรับคำแนะนำจากผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญต่าง ๆ	_____	_____	_____	_____	_____
4. ได้ติดต่อพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็นกับเพื่อนเกษตรกร	_____	_____	_____	_____	_____
5. ได้ใช้เครื่องมือสื่อที่ทันสมัยในยุคใหม่	_____	_____	_____	_____	_____

คำถาม	พอใจอย่าง ยิ่ง	พอใจ	ไม่ แน่ใจ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจอย่าง ยิ่ง
6. ได้ใช้สื่อที่เป็นแหล่งความรู้ด้าน การเกษตรที่กว้างขวาง และหลากหลาย	_____	_____	_____	_____	_____
7. ได้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการพักผ่อน และฆ่าเวลา	_____	_____	_____	_____	_____
8. ได้รู้เท่าทันผู้ซื้อ ผู้ขายในด้านราคา และตลาดการเกษตร	_____	_____	_____	_____	_____

ตอนที่ 9 การรับรู้ และทัศนคติต่อสื่ออินเทอร์เน็ต

คำถาม	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
1. สื่ออินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์ยุ่งยาก ใช้ ไม่สะดวกเท่าสื่อเดิม ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และโทรทัศน์	_____	_____	_____	_____	_____
2. สื่ออินเทอร์เน็ตไม่เหมาะกับเกษตรกรที่ อยู่นอกเมืองใหญ่ เพราะระบบเชื่อมโยง ไม่สะดวก	_____	_____	_____	_____	_____
3. สื่ออินเทอร์เน็ตราคาแพงเกินไป	_____	_____	_____	_____	_____
4. สื่ออินเทอร์เน็ตเหมาะกับคนรุ่นใหม่ มากกว่า	_____	_____	_____	_____	_____
5. สื่ออินเทอร์เน็ตดีตรงที่พูดคุย ได้ตอบ ซักถามกันได้	_____	_____	_____	_____	_____
6. สื่ออินเทอร์เน็ตดีกว่าสื่อเดิมตรงที่มีทั้ง ภาพ เสียงเสมือนจริงมากกว่า เข้าใจง่าย กว่า	_____	_____	_____	_____	_____

ตอนที่ 10 ปัจจัยที่ทำให้เกษตรกรไม่เลือกเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต
(สำหรับเกษตรกรที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต)

คำถาม	ใช้อย่างยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่อย่าง ยิ่ง
1. ใช่มิเป็น					
2. ราคาแพง					
3. ยุ่งยากซับซ้อน					
4. กลัวใช้แล้วรบกวนวัย กลัวเสียหาย					
5. ไม่มีใครช่วยสอน					
6. อยู่นอกเมืองไม่สะดวก					
7. รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อเดิม ๆ ดีแล้ว เพียงพอแล้ว					
8. ในบ้านไม่มีสื่ออินเทอร์เน็ตให้ใช้					
9. ในชุมชนหรือละแวกบ้านไม่มีสื่อ อินเทอร์เน็ตให้ใช้					
10. เป็นคนต่อต้านเทคโนโลยี					
11. ไม่ชอบเทคโนโลยีสมัยใหม่					
12. เพื่อนฝูงไม่มีใครใช้					

ขอขอบคุณในความร่วมมือน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ข.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสัมภาษณ์
การพึ่งพาและการใช้ประโยชน์ข่าวสารและความรู้ด้านการเกษตร
จากสื่อใหม่ของเกษตรกรไทย
(สำหรับเกษตรกรที่ใช้อินเทอร์เน็ต)

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย / ในช่องที่ท่านต้องการ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

น้อยกว่า 20 ปี 21 – 30 ปี 31 – 50 ปี

51 – 60 ปี มากกว่า 60 ปี

3. ที่อยู่

กรุงเทพมหานคร ภาคกลาง ภาคตะวันตก

ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้

4. ประเภทของเกษตรกรที่ท่านทำเป็นอาชีพ (ทำการเกษตรด้วยตนเอง และ/หรือ ดูแลด้านธุรกิจ การเกษตร)

ทำสวน ทำไร่ ทำนา ปศุสัตว์

5. ลักษณะการเป็นเกษตรกรของท่านอยู่ในสถานภาพใด

ท่านลงมือทำการเกษตรด้วยตนเอง

ท่านดูแลด้านธุรกิจอย่างเดียว

ทั้งลงมือทำการเกษตรและดูแลธุรกิจการเกษตรด้วย

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,001 – 10,000 บาท

10,001 – 30,000 บาท 30,001 – 50,000 บาท

สูงกว่า 50,000 บาท

7. สถานะภาพ

โสด สมรส แยกกันอยู่ หย่าร้าง

หม้าย

8. จำนวนสมาชิกในครอบครัวทั้งหมด

() 1 คน () 2-3 คน () 4-5 คน

() 6-7 คน () 7 คนขึ้นไป

9. ที่บ้านมีเครื่องคอมพิวเตอร์ใช้หรือไม่

() มี () ไม่มี

9.1 ถ้ามี ระยะเวลาที่มี ใช้มานานเท่าไร

() น้อยกว่า 1 ปี () 1-2 ปี () 3-5 ปี () มากกว่า 5 ปี

10. ที่บ้านมีผู้ใช้คอมพิวเตอร์เป็นหรือไม่

() มี () ไม่มี

10.1 ถ้ามี กรุณาระบุผู้ใช้งานคอมพิวเตอร์

() ตัวเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามนี้

() คู่สมรส

() ลูก / หลาน

() คนอื่น ๆ ระบุ _____

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อสภาวะทางเศรษฐกิจและอาชีพด้านการเกษตรปัจจุบัน

คำถาม	ใช่อย่าง ยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่อย่าง ยิ่ง
1.อาชีพการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ที่ทำอยู่ ขณะนี้ไม่รู้ว่าจะไปรอดหรือไม่ (ไม่มีความ แน่นอน)	_____	_____	_____	_____	_____
2.ราคาพืชผล (ปศุสัตว์) ผันแปรเสมอ ไม่ สามารถคาดการณ์ได้	_____	_____	_____	_____	_____
3.รัฐบาลยังไม่มึนโยบายชัดเจนในการ ช่วยเหลือเกษตรกร	_____	_____	_____	_____	_____
4.การทำกรเกษตร (หรือปศุสัตว์) ปัจจุบันนี้ ต้นทุนสูงทั้งค่าปุ๋ย ค่าอาหารสัตว์ ค่าแรง ค่า น้ำมัน ฯลฯ	_____	_____	_____	_____	_____

คำถาม	ใช่อย่าง ยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่อย่าง ยิ่ง
5.ตลาดการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ปัจจุบัน แข่งขันกันมาก พ่อค้าคนกลางโกงราคา เอา เปรียบเกษตรกร	_____	_____	_____	_____	_____
6.เกษตรกรปัจจุบันยังขาดความรู้ต้องการ ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเพื่อให้ทันคนอื่น ตลอดเวลา	_____	_____	_____	_____	_____
7.สถานะเศรษฐกิจโลกมีปัญหาคะทบอาชีพ การเกษตร (ปศุสัตว์) ของไทยด้วย	_____	_____	_____	_____	_____

ตอนที่ 3 การรับรู้ต่อบทบาทสื่อในการทำหน้าที่ด้านข่าวสารการเกษตร

คำถาม	ใช่อย่าง ยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่อย่าง ยิ่ง
1.สื่อปัจจุบันไม่ค่อยให้ความสำคัญการ นำเสนอข่าวการเกษตร (หรือปศุสัตว์) เท่าที่ควร	_____	_____	_____	_____	_____
2.สื่ออินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์ต่าง ๆ ไม่ค่อย นำเสนอข่าวสารความรู้ด้านการเกษตร	_____	_____	_____	_____	_____
3.สื่ออินเทอร์เน็ตใช้ยาก เข้าถึงยาก จึงไม่ได้ ใช้ประโยชน์ด้านการหาความรู้ข่าวสาร การเกษตรจากสื่ออินเทอร์เน็ต	_____	_____	_____	_____	_____
4.ถ้าอยากรู้เรื่องการเกษตร (หรือปศุสัตว์) มักถามจากผู้ที่ชำนาญการมากกว่าที่จะ ฟังจากสื่อต่าง ๆ	_____	_____	_____	_____	_____

คำถาม	ใช่อย่าง ยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่อย่าง ยิ่ง
5. สื่อต่าง ๆ นำเสนอข่าวสารความรู้เรื่อง การเกษตร (หรือปศุสัตว์) ไม่ตรงกับที่อยาก รู้หรือนำไปใช้ประโยชน์ได้	_____	_____	_____	_____	_____
6. สื่อต่าง ๆ ให้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร (หรือปศุสัตว์) น้อยเกินไป	_____	_____	_____	_____	_____

ตอนที่ 4 ความต้องการจำเป็นส่วนบุคคลของเกษตรกร

คำถาม	ใช่อย่าง ยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่อย่าง ยิ่ง
1. การทำอาชีพการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ปัจจุบันต้องมีเทคนิค ความรู้ใหม่ ๆ เสมอ แต่รู้สึกว่าคุณเองยังขาดความรู้ใหม่ ๆ ที่จำเป็น อยู่มาก	_____	_____	_____	_____	_____
2. มีความรู้สึกว่าคุณเองยังขาดความรู้ ความ เข้าใจ ด้านการตลาดทำให้ไม่ทันคนอื่นใน การซื้อ - ขาย	_____	_____	_____	_____	_____
3. ต้องการความรู้ ข้อมูลเกี่ยวกับราคาพืชผล การเกษตร (หรือปศุสัตว์) ที่ทันสมัย	_____	_____	_____	_____	_____
4. ขณะนี้ตนเองมีความต้องการแหล่งเงินทุน เพื่อมาทำอาชีพ แต่ไม่รู้จะกู้ได้ยังไงจากที่ ไหนบ้าง	_____	_____	_____	_____	_____
5. ตอนนี้ต้องการความช่วยเหลือจากรัฐบาล มาแก้ปัญหาการประกอบอาชีพการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ด้านที่สุด	_____	_____	_____	_____	_____

คำถาม	ใช้อย่าง ยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่อย่าง ยิ่ง
6.ตนเองรู้สึกว่ายังขาดความรู้เรื่องระเบียบ กฎเกณฑ์ หรือเงื่อนไขต่าง ๆ ในการขอความ ช่วยเหลือจากรัฐบาล หรือหน่วยงาน การเกษตร	_____	_____	_____	_____	_____
7.อยากรู้ความเคลื่อนไหวด้านการเกษตร (หรือปศุสัตว์) ให้ทันสมัย ทันเหตุการณ์	_____	_____	_____	_____	_____

ตอนที่ 5 ความต้องการใช้ข้อมูลด้านการเกษตร

1.ปกติท่านมีความต้องการใช้ข้อมูลเพื่อช่วยในการทำเกษตร หรือทำธุรกิจการเกษตรหรือไม่
เพียงใด

- () ต้องการอย่างยิ่ง (มากที่สุด)
- () ต้องการมาก
- () ต้องการบ้าง
- () ต้องการน้อย
- () ไม่ต้องการ

2.ท่านคิดว่าการทำการเกษตร หรือทำธุรกิจการเกษตรของท่านไม่มีความจำเป็นต้องแสวงหา
ข้อมูลข่าวสาร หรือความรู้เพิ่มเติมอะไรอีก

- () ใช้อย่างยิ่ง, ไม่จำเป็นต้องมี
- () ใช่, ไม่จำเป็นต้องมีก็ได้
- () ไม่แน่ใจ
- () ไม่ใช่, จำเป็นต้องมี
- () ไม่ใช่อย่างยิ่ง, จำเป็นต้องมีอย่างยิ่ง

3.ปัจจุบันนี้ท่านพึงพาหาข้อมูล ข่าวสารความรู้ จากแหล่งต่อไปนี้หรือไม่ บ่อยเพียงใด

แหล่งข้อมูล (สื่อ)	ระดับการพึงพา แสวงหาข้อมูล				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.1.เพื่อนเกษตรกร / เพื่อนบ้าน	_____	_____	_____	_____	_____
3.2.กำนันผู้ใหญ่บ้าน / ผู้นำเกษตรกร	_____	_____	_____	_____	_____
3.3.เจ้าหน้าที่การเกษตร	_____	_____	_____	_____	_____
3.4.เอกสารแผ่นพับ / หนังสือคู่มือ	_____	_____	_____	_____	_____
3.5.หนังสือพิมพ์	_____	_____	_____	_____	_____
3.6.นิตยสาร	_____	_____	_____	_____	_____
3.7.รายการวิทยุ	_____	_____	_____	_____	_____
3.8.รายการโทรทัศน์	_____	_____	_____	_____	_____
3.9.เว็บไซต์	_____	_____	_____	_____	_____

ตอนที่ 6 การพึงพาเปิดรับข่าวสารความรู้การเกษตร และการใช้ประโยชน์จากสื่อทั่วไป

1.ท่านเปิดรับรู้ข่าวสารความรู้การเกษตร (หรือปศุสัตว์) จากสื่อต่อไปนี้หรือไม่ บ่อยเพียงใด

1.1 หนังสือพิมพ์รายวันที่เปิดอ่านข่าวสารการเกษตร

1.1.1 อ่านหนังสือพิมพ์อะไรเป็นประจำ หรือบ่อยกว่าเพื่อน (ระบุ 1-3 ชื่อ)

- () ไทยรัฐ () เดลินิวส์ () ข่าวสด
 () คมชัดลึก () มติชน () กรุงเทพธุรกิจ
 () ผู้จัดการรายวัน () โพสต์ทูเดย์

1.1.2 ความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์

- () ทุกวัน () เกือบทุกวัน () หลายวันครั้ง
 () นาน ๆ ได้อ่านสักครั้ง () ไม่เคยอ่านเลย

1.2 นิตยสารที่เปิดอ่านข่าวสารการเกษตร

1.2.1 อ่านนิตยสารอะไรเป็นประจำ หรือบ่อยกว่าเพื่อน (ระบุ 1-3 ชื่อ)

- () เทคโนโลยีชาวบ้าน () ไม่ลองไม่รู้ () เกษตร
 () เกษตรกรรมธรรมชาติ () ไม้ดอกไม้ประดับ () เกษตรคิวเซ
 () สัตว์บก () สุนัขสายพันธุ์
 () สายพันธุ์ไก่และการเกษตร
 () สัตว์เศรษฐกิจ () ธุรกิจอาหารสัตว์

1.2.2 ความถี่ในการอ่านนิตยสาร

- () อ่านทุกฉบับ () อ่านเกือบทุกฉบับ () อ่านบางฉบับ
 () นาน ๆ จะอ่านสักฉบับ () ไม่เคยอ่านเลย

1.3 โทรทัศน์ที่เปิดชมข่าวสารการเกษตร

1.3.1 ดูข่าวการเกษตรจากช่องใดบ่อยที่สุด

- () ช่อง 3 () ช่อง 5 () ช่อง 7
 () ช่อง 9 () ช่อง 11 () ช่อง ไทยทีวี
 () อื่น ๆ ระบุ _____

1.3.2 ความถี่ในการเปิดชม

- () ทุกวัน () เกือบทุกวัน () หลายวันครั้ง
 () นาน ๆ สักครั้ง () ไม่เคยชมเลย

1.4 วิทยุที่เปิดฟังรายการเกษตร

1.4.1 สถานีหรือคลื่นที่เปิดฟังบ่อยที่สุด

- ระบุคลื่น / สถานี _____
 ระบุคลื่น / สถานี _____
 ระบุคลื่น / สถานี _____

1.4.2 ความถี่ในการฟังวิทยุ

- () ทุกวัน () เกือบทุกวัน () หลายวันครั้ง
 () นาน ๆ สักครั้ง () ไม่เคยฟังเลย

ตอนที่ 7 พฤติกรรมการพึ่งพาเปิดรับสื่อและเว็บไซต์เกี่ยวกับการเกษตร

1. ท่านเคยเปิดรับหรือเคยใช้สื่ออินเทอร์เน็ตหรือไม่

() เคย () ไม่เคย

(ถ้าไม่เคย ให้ข้ามไปตอบตอนที่ 9)

2. ท่านคิดว่าท่านมีความชำนาญในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตจากคอมพิวเตอร์อยู่ในระดับใด

() ไม่เป็นเลย () เป็นน้อย () ปานกลาง

() เป็นมาก () เป็นมากที่สุด

3. ท่านเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ () สืบค้นข้อมูล () อ่านข่าวสาร

() แลกเปลี่ยนข่าวสาร () สนทนาผ่านเครือข่าย () เพื่อความบันเทิง

() อื่น ๆ ระบุ.....

4. เฉลี่ยในแต่ละสัปดาห์ท่านมีความถี่ในการเปิดสื่ออินเทอร์เน็ต อ่านเว็บไซต์หรือใช้งานคอมพิวเตอร์บ่อยแค่ไหน

() น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง () 1 - 2 ครั้ง ใน 1 สัปดาห์

() 3 - 4 ครั้ง ต่อสัปดาห์ () 5 - 6 ครั้ง ต่อสัปดาห์

() ทุกวันเป็นประจำ

5. โดยรวม ๆ แล้วการใช้อินเทอร์เน็ต หรือเว็บไซต์เกี่ยวกับข้อมูล / ความรู้การเกษตรของท่านบ่อยแค่ไหน

() เป็นประจำแทบทุกวัน () มีการใช้อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง

() นาน ๆ ใช้ เดือนละหนสองหน () หลายเดือนสักหน

() แทบไม่เคยใช้

6. ท่านใช้เวลาช่วงใดในการเปิดสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด

() ช่วงเช้า 04.00 – 08.00 น. () ช่วงเช้า 08.01 – 12.00 น.

() ช่วงเที่ยง 12.01 – 13.00 น. () ช่วงบ่าย 13.01 – 17.00 น.

() ช่วงเย็น 17.01 – 19.00 น. () ช่วงค่ำ 19.01 – 24.00 น.

() ช่วงดึก หลัง 24.00 น.

7. จำนวนเวลาที่ท่านเปิดสื่ออินเทอร์เน็ตในแต่ละวันโดยเฉลี่ย
- () น้อยกว่า 1 ชั่วโมง () 1 – 2 ชั่วโมง () 2 – 3 ชั่วโมง
- () 3 – 5 ชั่วโมง () มากกว่า 5 ชั่วโมง
8. สถานที่ในการเปิดสื่ออินเทอร์เน็ต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () ที่บ้าน () สถานที่ทำงาน () สถานที่ราชการ
- () องค์การบริหารส่วนตำบล () เกษตรตำบล/อำเภอ/จังหวัด
- () อื่น ๆ ระบุ.....
9. เว็บไซต์เกี่ยวกับการเกษตรที่เปิดใช้

ชื่อเว็บไซต์	ทุกวัน	เกือบทุก วัน	หลายวัน ครั้ง	นาน ๆ ครั้ง	ไม่ เคย
1. เว็บไซต์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (www.moac.go.th)	_____	_____	_____	_____	_____
2. เว็บไซต์กรมส่งเสริมการเกษตร (www.doae.go.th)	_____	_____	_____	_____	_____
3. เว็บไซต์กรมปศุสัตว์ (www.dld.go.th)	_____	_____	_____	_____	_____
4. เว็บไซต์กรมวิชาการเกษตร (www.doa.go.th)	_____	_____	_____	_____	_____
5. กรมการข้าว (www.ricethailand.go.th)	_____	_____	_____	_____	_____
6. เว็บไซต์องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (www.mof.or.th)	_____	_____	_____	_____	_____
7. เว็บไซต์สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (www.oae.go.th)	_____	_____	_____	_____	_____
8. เว็บไซต์สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ (www.acfs.go.th)	_____	_____	_____	_____	_____

ชื่อเว็บไซต์	ทุกวัน	เกือบทุก วัน	หลายวัน ครั้ง	นาน ๆ ครั้ง	ไม่ เคย
9.เว็บไซต์กรมส่งเสริมการส่งออก (www.depthai.go.th)	_____	_____	_____	_____	_____
10.เว็บไซต์กรมอุตุนิยมหาวิทยาลัย (www.tmd.go.th)	_____	_____	_____	_____	_____
11.เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (www.ku.ac.th)	_____	_____	_____	_____	_____
12.เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (www.cmu.ac.th)	_____	_____	_____	_____	_____
13.เว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น (www.kku.ac.th)	_____	_____	_____	_____	_____
14.เว็บไซต์ชมรมถ่ายทอด เทคโนโลยีการเกษตร (www.thaiagro.com)	_____	_____	_____	_____	_____
15.เว็บไซต์ชมรมเกษตรปลอดสารพิษ (www.thaigreenagro.com)	_____	_____	_____	_____	_____
16. อื่น ๆ (ระบุ) _____	_____	_____	_____	_____	_____

10. ท่านเปิดใช้เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรดังกล่าว (จากข้อที่ 8) เพื่อวัตถุประสงค์ด้านใด
มากที่สุดเท่าไร

คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
1. เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวราคาสินค้า เกษตร / ปศุสัตว์	_____	_____	_____	_____	_____
2. เพื่อตรวจสอบความเคลื่อนไหวการตลาด ด้านการเกษตรในประเทศ	_____	_____	_____	_____	_____

คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. เพื่อดูความเคลื่อนไหวการเกษตรในต่างประเทศ	_____	_____	_____	_____	_____
4. เพื่อหาความรู้ใหม่ ๆ ด้านการเกษตร / ปศุสัตว์	_____	_____	_____	_____	_____
5. เพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้รู้ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการเกษตร	_____	_____	_____	_____	_____
6. เพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้ซื้อผู้ขาย	_____	_____	_____	_____	_____
7. เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนเกษตรกร	_____	_____	_____	_____	_____
8. เพื่อแสวงหาข้อเสนอแนะด้านการเกษตร	_____	_____	_____	_____	_____
9. เพื่อความบันเทิง พักผ่อน หรือฆ่าเวลา	_____	_____	_____	_____	_____
10. เพื่อทำให้เป็นคนทันสมัย ทันเทคโนโลยี	_____	_____	_____	_____	_____
11. เพื่อเหตุผลอื่น โปรดระบุ	_____	_____	_____	_____	_____

ตอนที่ 8 ท่านใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับการเกษตรแล้วท่านมีความพึงพอใจที่ได้รับประโยชน์ด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้หรือไม่ เพียงใด

คำถาม	พอใจอย่างยิ่ง	พอใจ	ไม่แน่ใจ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจอย่างยิ่ง
1. ได้ข้อมูลข่าวสารการเกษตรทันสมัย	_____	_____	_____	_____	_____
2. ได้เทคนิค ความรู้ ไปใช้ประกอบอาชีพ	_____	_____	_____	_____	_____
3. ได้ติดต่อสื่อสารรับคำแนะนำจากผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญต่าง ๆ	_____	_____	_____	_____	_____
4. ได้ติดต่อพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็นกับเพื่อนเกษตรกร	_____	_____	_____	_____	_____
5. ได้ใช้เครื่องมือสื่อที่ทันสมัยในยุคใหม่	_____	_____	_____	_____	_____

คำถาม	พอใจอย่าง ยิ่ง	พอใจ	ไม่ แน่ใจ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจอย่าง ยิ่ง
6. ได้ใช้สื่อที่เป็นแหล่งความรู้ด้าน การเกษตรที่กว้างขวาง และหลากหลาย	_____	_____	_____	_____	_____
7. ได้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการพักผ่อน และฆ่าเวลา	_____	_____	_____	_____	_____
8. ได้รู้เท่าทันผู้ซื้อ ผู้ขายในด้านราคา และตลาดการเกษตร	_____	_____	_____	_____	_____

ตอนที่ 9 การรับรู้ และทัศนคติต่อสื่ออินเทอร์เน็ต

คำถาม	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
1. สื่ออินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์ยุ่งยาก ใช้ ไม่สะดวกเท่าสื่อเดิม ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และโทรทัศน์	_____	_____	_____	_____	_____
2. สื่ออินเทอร์เน็ตไม่เหมาะกับเกษตรกรที่ อยู่นอกเมืองใหญ่ เพราะระบบเชื่อมโยง ไม่สะดวก	_____	_____	_____	_____	_____
3. สื่ออินเทอร์เน็ตราคาแพงเกินไป	_____	_____	_____	_____	_____
4. สื่ออินเทอร์เน็ตเหมาะกับคนรุ่นใหม่ มากกว่า	_____	_____	_____	_____	_____
5. สื่ออินเทอร์เน็ตดีตรงที่พูดคุย ได้ตอบ ซักถามกันได้	_____	_____	_____	_____	_____
6. สื่ออินเทอร์เน็ตดีกว่าสื่อเดิมตรงที่มีทั้ง ภาพ เสียงเสมือนจริงมากกว่า เข้าใจง่าย กว่า	_____	_____	_____	_____	_____

ตอนที่ 10 ปัจจัยที่ทำให้เกษตรกรไม่เลือกเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต
(สำหรับเกษตรกรที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต)

คำถาม	ใช้อย่างยิ่ง	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่	ไม่ใช่อย่าง ยิ่ง
1. ใช่มิเป็น					
2. ราคาแพง					
3. ยุ่งยากซับซ้อน					
4. กลัวใช้แล้ววุ่นวาย กลัวเสียหาย					
5. ไม่มีใครช่วยสอน					
6. อยู่นอกเมืองไม่สะดวก					
7. รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อเดิม ๆ ดีแล้ว เพียงพอแล้ว					
8. ในบ้านไม่มีสื่ออินเทอร์เน็ตให้ใช้					
9. ในชุมชนหรือละแวกบ้านไม่มีสื่อ อินเทอร์เน็ตให้ใช้					
10. เป็นคนต่อต้านเทคโนโลยี					
11. ไม่ชอบเทคโนโลยีสมัยใหม่					
12. เพื่อนฝูงไม่มีใครใช้					

ขอขอบคุณในความร่วมมือ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ค.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อมูลเว็บไซต์เกี่ยวกับการเกษตร

1. เว็บไซต์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (www.moac.go.th) ประกอบด้วยข่าวสาร ความเคลื่อนไหวทางการเกษตรที่ทันสมัย ความรู้ทั้งทางด้านพืชและสัตว์ กฎหมายที่ควรรู้เกี่ยวกับการเกษตร รวมทั้งกระดานสนทนาของพี่น้องเกษตรกรที่เข้ามาแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน
2. เว็บไซต์กรมส่งเสริมการเกษตร (www.doae.go.th) นำเสนอข้อมูลและข่าวสารด้านการเกษตรอย่างหลากหลายด้านทั้ง ห่วงสมุดความรู้การเกษตร ราคาสินค้าเกษตรประจำวัน งานวิจัยและกฎหมายด้านการเกษตร รวมทั้งกระดานสนทนาแลกเปลี่ยนความรู้ทางการเกษตรของเกษตรกร ลิงค์ของเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร และเว็บไซต์ที่เหมาะสมกับเกษตรกรเพื่อเสริมสร้างความรู้แบบต่อยอด นอกจากนี้ยังมีการรวบรวมสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเกษตรมานำเสนอบนเว็บเพจ
3. เว็บไซต์กรมปศุสัตว์ (www.dld.go.th) โดดเด่นด้วยข่าวสารเตือนภัยทางการเกษตรด้านปศุสัตว์ที่มีความทันสมัย รวมทั้งความรู้ด้านปศุสัตว์ครบวงจร รายละเอียดเกี่ยวกับการให้บริการของกรมปศุสัตว์ที่นำมาให้บริการบนเว็บไซต์ ข้อมูล สถิติ และสถานการณ์เกี่ยวกับปศุสัตว์ กระดานสนทนา รวมทั้งแนะนำงานประชุมวิชาการต่าง ๆ ด้านปศุสัตว์แก่เกษตรกร
4. เว็บไซต์กรมวิชาการเกษตร (www.doa.go.th) เป็นเว็บไซต์ที่มีความเป็นวิชาการสูง ด้วยรูปแบบเว็บไซต์และเนื้อหาของเว็บไซต์ ข้อมูลที่มีนั้นได้แก่ข้อมูล ข่าวสาร และความเคลื่อนไหวทางการเกษตร ข่าวสารการอบรมต่าง ๆ กระดานสนทนา มีการรวบรวมข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการเกษตรมานำเสนอบนเว็บไซต์ รวมทั้งนำเสนอวารสารและหนังสือพิมพ์ของกรมวิชาการเกษตร
5. กรมการข้าว (www.ricethailand.go.th) นำเสนอเรื่องราวความรู้เกี่ยวกับข้าว ทั้งองค์ความรู้และการเตือนภัยเกี่ยวกับข้าว ข้อเสนอแนะและกฎหมายเกี่ยวกับข้าว
6. เว็บไซต์องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (www.mof.or.th) ให้ความรู้ รายละเอียดเกี่ยวกับตลาดทางการเกษตร สาระความรู้ต่าง ๆ

7. เว็บไซต์สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (www.oae.go.th) นำเสนอสถิติการนำเข้า และส่งออกสินค้าเกษตร ข้อมูลเศรษฐกิจการเกษตรต่าง ๆ รวมทั้งการแนะนำแนวโน้มตลาดสินค้าเกษตร

8. เว็บไซต์สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (www.acfs.go.th) ให้ความรู้ด้านมาตรฐานสินค้าเกษตร รวมทั้งรายละเอียดการผลิตสินค้าการเกษตรเพื่อส่งออก และให้ได้มาตรฐาน กฎหมายและระเบียบต่าง ๆ รวมทั้งสถานการณ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตร

9. เว็บไซต์กรมส่งเสริมการส่งออก (www.depthai.go.th) รายการสถานการณ์การส่งออกของประเทศไทย รายงานสินค้าและสถิติการนำเข้า ส่งออก รวมทั้งให้ข้อมูล ข่าวสาร กฎหมาย เกี่ยวกับการส่งออกด้านต่าง ๆ

10. เว็บไซต์กรมอุตุนิยมวิทยา (www.tmd.go.th) รายงานสถานการณ์สภาพอากาศตามภูมิภาคต่าง ๆ อุตุนิยมเพื่อการเกษตร รวมทั้งการพยากรณ์อากาศล่วงหน้าให้รับทราบ

11. เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (www.ku.ac.th) ให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการเกษตรที่ทันสมัย บริการข้อมูลความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับการเกษตร แจ้งข่าวสารการอบรม และฝึกปฏิบัติเทคนิคและวิธีการต่าง ๆ เพื่อช่วยพัฒนาการเกษตร รวมทั้งเป็นแหล่งรวมลิงค์เว็บไซต์หน่วยงานในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่สามารถให้ความรู้และข่าวสารการพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัยแก่เกษตรกร เพื่อการเรียนรู้ด้านต่าง ๆ

12. เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (www.cmu.ac.th) และเว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น (www.kku.ac.th) นำเสนอข้อมูลความรู้ และผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่มีประโยชน์ด้านการเกษตร

13. เว็บไซต์ชมรมถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร (www.thaiagro.com) ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตรด้านต่าง ๆ ที่ทันสมัย รวมทั้งความรู้ด้านการเกษตร ให้บริการกระดานสนทนา

14. เว็บไซต์ชมรมเกษตรปลอดสารพิษ (www.thaigreenagro.com) นำเสนอบทความ ความรู้ด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับการเกษตร และข่าวสารทั้งด้านการเกษตรและข่าวสารทั่วไป

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายสุวัฒน์ชัย กิจวรพัฒน์ เกิดวันที่ 9 พฤษภาคม พศ.2528 จบการศึกษาระดับปริญญาบัณฑิตจากภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร คณะเกษตร กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ปีการศึกษา 2549 และเข้าศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิตที่ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2550



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย