



รูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ
ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

ณัฐวดี จันทอง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาศาสตร์พยาบาลรชนบท
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2555

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนบริหารการชนบท

ชื่อเรื่อง

รูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ
ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ฮอน จังหวัดเชียงใหม่

โดย

ณัฐวุฒิ จันทอง

พิจารณาเห็นชอบโดย

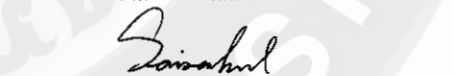
ประธานกรรมการที่ปรึกษา


(รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งรัตน์ รุ่งรัตน์)
วันที่ 14 เดือน ๕๐. พ.ศ. ๕๕

กรรมการที่ปรึกษา


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พหล ศักดิ์คะหิต)
วันที่ 14 เดือน ๖๐. พ.ศ. ๕๕

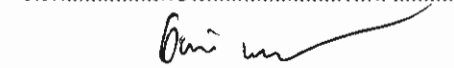
กรรมการที่ปรึกษา


(อาจารย์ ดร. สายสกุล ฟองมูล)
วันที่ 14 เดือน ๖๐. พ.ศ. ๕๕

รองประธานกรรมการประจำหลักสูตร
ทำหน้าที่แทนประธานกรรมการประจำหลักสูตร


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พหล ศักดิ์คะหิต)
วันที่ 14 เดือน ๖๐. พ.ศ. ๕๕

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว


(รองศาสตราจารย์ เพ็ญรัตน์ หงษ์วิทยากร)
รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
วันที่ 14 เดือน ๖๐. พ.ศ. ๕๕

ชื่อเรื่อง	รูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ฮอน จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นายณัฐวุฒิ จันทอง
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนบริหารการชนบท
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์นครเศร รังควัด

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม 2) สื่อและการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแบบมวลชน 3) รูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม 4) ปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม 5) ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ กับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม โดยใช้แบบสัมภาษณ์รวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ฮอน จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบ simple random sampling จำนวน 158 ราย จากนั้นนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ข้อเท็จจริงข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้ผลการวิจัยเป็นดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุโดยเฉลี่ย 47 ปี มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 89.30) ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับประถมศึกษา มีการเลี้ยงโคนมเฉลี่ย 27 ตัวต่อฟาร์ม มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อปี 364,881.01 บาท มีประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนมเฉลี่ย 14 ปี มีการใช้แรงงานทั้งหมดเฉลี่ย 2 คนต่อฟาร์ม และมีขนาดพื้นที่รวมทั้งหมดเฉลี่ย 3.42 ไร่

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรมีความคิดเห็นว่าสื่อมวลชนชนิดต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต ฯลฯ เหมาะสมในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับโคนมมากที่สุด (ร้อยละ 43.00) เกษตรกรสามารถรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมได้ด้วยตนเองที่ร้อยละ 59.50 โดยมีการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากวารสารสัตวบาลมากที่สุด (ร้อยละ 48.10) และมีช่วงเวลาในการรับรู้ข่าวสารจากวารสารสัตวบาลที่เวลา 18.01-24.00 น. (ร้อยละ 36.70) และ เกษตรกรส่วนใหญ่มีการรับรู้ข่าวสารจากการอ่านเป็นหลัก

ผลการศึกษารูปแบบการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม พบว่า รูปแบบการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกรจากสื่อส่วนบุคคลมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อแบบกลุ่ม และสื่อแบบมวลชนที่ค่าเฉลี่ย 2.66, 2.48 และ 2.25 ตามลำดับ ส่วนความต้องการรับรู้

ข่าวสารของเกษตรกรจากสื่อส่วนบุคคลมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือสื่อแบบมวลชน และสื่อแบบกลุ่ม ที่ค่าเฉลี่ย 4.31, 4.26 และ 2.24 ตามลำดับ

ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม พบว่า ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมอยู่ในระดับน้อย ที่ค่าเฉลี่ย 2.12 โดยส่วนมากปัญหาและอุปสรรคที่เกษตรกรมี คือ ไม่มีเวลาว่างพอที่จะรับรู้ข่าวสารได้ เวลาที่มีการเผยแพร่ข่าวสารน้อยเกินไป ไม่ทราบว่ามีข่าวสารช่องทางใดบ้าง และไม่ทราบว่ามี การเผยแพร่ข่าวสารจากสื่อ

ผลการศึกษาการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ กับ ความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมของเกษตรกรในพื้นที่อำเภอแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่ ความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ ด้านสื่อส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ กับจำนวน โคนมที่เลี้ยงทั้งหมด และประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม ด้านสื่อแบบกลุ่มมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับจำนวน โคนมที่เลี้ยงทั้งหมด และประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม และด้านสื่อแบบมวลชนมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับสถานภาพ และประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม

Title	Patterns and Information Needs in Dairy production Media of Mae-on Dairy farmers, Chiang Mai
Author	Mr. Nattawut Janthong
Degree of	Master of Science in Rural Resources Development
Advisory Committee Chairperson	Associate Professor Nakarate Rangawat

ABSTRACT

This study was conducted to investigate: 1) socio economics characteristics of the farmers rearing dairy cattle in Mae-on district; 2) media and exposure to mass media of the farmers; 3) farms and needs for the perception of news or information about dairy beef cattle rearing of the farmers; 4) problems encountered in the perception of news or information on dairy cattle, rearing; and 5) relationships between various factors and needs for the perception of news or information about dairy cattle rearing. A set of interview schedules was used for data collection. Informants in study were 158 farmers rearing dairy cattle obtained by simple random sampling.

Finding showed that most of the Informants were male, 47 years old on average, Married (89.3 percent). Most of the Informants were elementary school graduates. They reared dairy cattle for 27 heads per farm and their on average annual income was 364,881.01 baht. They had been rearing dairy cattle for 14 year on average. They used only 2 farm care takers and their farm covered on area of 3.42 rai on average.

It was found that the information had a highest level of opinions on an appropriateness of mass media, eg. Radio, television, billboard internet, etc. (43.00 percent). The information were able to perceive news or information about dairy cattle rearing by themselves (59.50 percent). They most perceived news or information about dairy cattle rearing through a animal husbandry journal (48.10 percent). They perceived it during 6.01 - 12.00 P.M. (36.70 percent). Most of them mainly perceived the news and information through reading.

Results of the study on the form of dairy cattle rearing information perception though media of farmers rearing dairy cattle showed that there was a highest average mean score in the information perception though Personal media. This was followed by group media and

mass media ($\bar{X}$ = 2.66, 2.48, and 2.25, respectively). The farmers most needed for the information perception though Personal media, followed by mass media, and group media ($\bar{X}$ = 4.31, 4.26, and 2.24, respectively).

For problems encountered, it was found at a low level ($\bar{X}$ = 2.12). However, the following problems were found: there was no available time for perceiving the news and information; a little time for the news or information dissemination; and uncertainty about news or information channels.

Besides, There was a significant relationship between various factors and needs for cattle rearing information perception though of farmers in Mae On district, Chiangmai province. That was, Personal media had a significant relationship with a total number of cows and dairy cattle rearing experience. Group media had a significant relationship with a total number of cows and dairy cattle rearing experience and Mass media had a significant relationship with status and dairy cattle rearing experience.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี จากความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร.รังควัด ประชานกรรมการที่ปรึกษา รวมทั้ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พหล ศักดิ์กะทัศน์ อาจารย์ ดร.สายสกุล ฟองมูล กรรมการที่ปรึกษา และรองศาสตราจารย์ ดร.วรทัศน์ อินทรคัมพร กรรมการที่ปรึกษา ที่ให้ความรู้ ให้คำแนะนำ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ด้วยดี ตลอดจนขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ซึ่งมีได้กล่าวนามมา ณ. ที่นี้ด้วย ที่ได้ประสาทวิชาความรู้ต่าง ๆ ให้แก่ผู้วิจัย ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ. โอกาสนี้เป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่สหกรณ์โคนมในอำเภอมะเอน จ.จังหวัดเชียงใหม่ และเจ้าหน้าที่ผสมเทียมที่ให้การช่วยเหลือ และช่วยอำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

เหนือสิ่งอื่นใด ผู้วิจัยขอน้อมรำลึกถึงพระคุณบิดามารดา ร้อยคำจงดรีนเรศ จันทอง และคุณแม่ดวงแข จันทอง ที่เป็นกำลังแรงใจ และให้การสนับสนุนทางด้านทุนการศึกษาวิจัย ได้ประสบผลสำเร็จตามความมุ่งหวัง และ สิ่งที่สำคัญที่ผู้วิจัยไม่อาจลืมคือ ญาติสนิท และมิตรสหาย ทั้งร่วมและต่างสถาบัน ที่เป็นกำลังใจและให้ความรู้คำแนะนำอยู่เบื้องหลังความสำเร็จในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร คณะผลิตกรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่มีส่วนช่วยสนับสนุนในการวิจัยครั้งนี้ให้ลุล่วงด้วยดีตลอดมา

ณัฐวุฒิ จันทอง
สิงหาคม 2555

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(12)
สารบัญภาพ	(14)
สารบัญภาพผนวก	(15)
บทที่ 1 บทนำ	1
ปัญหาการวิจัย	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	7
การติดต่อสื่อสาร	7
ความหมายการติดต่อสื่อสาร	9
การสื่อสารทางการเกษตร	10
องค์ประกอบในการติดต่อสื่อสาร	10
การสื่อสารทางการเกษตร	11
ความรู้เกี่ยวกับสื่อเพื่อการส่งเสริมเผยแพร่การเกษตร	12
แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อ	12
การแบ่งสื่อตามลักษณะการใช้งาน	14
บทบาทและหน้าที่ของสื่อต่องานส่งเสริมและเผยแพร่	16
คุณค่าของสื่อในงานส่งเสริมเผยแพร่	17
คุณสมบัติของสื่อ	18
การใช้สื่อในงานส่งเสริมและเผยแพร่	24
แนวความคิดในการใช้สื่อเพื่องานส่งเสริมและเผยแพร่	24

การเลือกสื่อในงานส่งเสริมเผยแพร่	27
วิธีการใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ	28
สื่อผสม	28
กระบวนการยอมรับเกี่ยวกับสื่อ	30
พฤติกรรม的开รับสื่อ	32
กระบวนการรับรู้	33
ทฤษฎีความต้องการ	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	37
ภาคสรุป	41
กรอบแนวคิดในการวิจัย	43
สมมติฐานการวิจัย	44
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	45
สถานที่ดำเนินการวิจัย	45
ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	46
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	49
การทดสอบเครื่องมือ	50
การเก็บรวบรวมข้อมูล	51
การวิเคราะห์ข้อมูล	52
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	54
ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม	
อำเภอแม่ฮอน จังหวัดเชียงใหม่	54
ลักษณะส่วนบุคคล	55
ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม	57
ตอนที่ 2 สื่อและการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแบบมวลชน	65
ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข่าวสาร	65
ผู้แนะนำหรือช่วยให้เกษตรกรได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ	66
การรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากโทรทัศน์และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร	66
การรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากวิทยุกระจายเสียง	
และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร	67

การรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากหนังสือพิมพ์และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร	69
การรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากนิตยสารและวารสาร	
และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร	70
การรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากอินเทอร์เน็ตและช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร	71
วิธีการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกร	72
ตอนที่ 3 รูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของ	
เกษตรกรผู้เลี้ยง โคนม	73
รูปแบบการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยง โคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยง โคนม	73
ความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยง โคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยง โคนม	79
ตอนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยง โคนม	84
ตอนที่ 5 ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ กับความต้องการการรับรู้ข่าวสาร	
การเลี้ยง โคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยง โคนม	90
การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม	
กับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยง โคนมจากสื่อ	93
การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม	
กับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยง โคนมจากสื่อด้านสื่อส่วนบุคคล	95
การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม	
กับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยง โคนมจากสื่อด้านสื่อแบบกลุ่ม	97
การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม	
กับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยง โคนมจากสื่อด้านสื่อแบบมวลชน	99
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	101
สรุปผลการวิจัย	101
ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม	101
สื่อและการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแบบมวลชน	102
รูปแบบการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยง โคนมจากสื่อ	102
ความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยง โคนมจากสื่อ	102
ปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยง โคนม	102
ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ กับความต้องการการรับรู้ข่าวสาร	
การเลี้ยง โคนมจากสื่อ	103

อภิปรายผลการวิจัย	104
ปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคม	104
สื่อและการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแบบมวลชน	106
รูปแบบการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม	107
ความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม	108
ปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม	109
ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ กับความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ	110
ข้อเสนอแนะ	111
ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	111
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	113
บรรณานุกรม	115
ภาคผนวก	118
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์	119
ภาคผนวก ข ภาพประกอบ	128
ภาคผนวก ค ประวัติผู้วิจัย	133

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	ข้อดีและข้อจำกัดของสื่อแต่ละชนิด	19
2	ข้อดีและข้อจำกัดในการใช้สื่อในงานส่งเสริมแบบต่าง ๆ	26
3	จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของเกษตรกรผู้เลี้ยง ไก่ในในพื้นที่อำเภอแม่อน	47
4	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล	56
5	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม	62
6	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกความคิดเห็นที่มีต่อสื่อที่เหมาะสม ในการเผยแพร่ข่าวสาร	65
7	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกผู้แนะนำหรือช่วยให้เกษตรกร ได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ	66
8	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยง ไก่ จากโทรทัศน์ และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร	67
9	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยง ไก่ จากวิทยุกระจายเสียง และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร	68
10	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยง ไก่ จากหนังสือพิมพ์ และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร	70
11	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยง ไก่ จากนิตยสารและวารสาร และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร	71
12	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยง ไก่ จากอินเทอร์เน็ต และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร	72
13	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกวิธีการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกร	73
14	จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยง ไก่ จากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยง ไก่	76
15	จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการรับรู้ข่าวสาร การเลี้ยง ไก่จากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยง ไก่	81
16	จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ ข่าวสารการเลี้ยง ไก่	86

ตาราง		หน้า
17	ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม จากสื่อของเกษตรกรในพื้นที่อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่	91
18	เมตริกซ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน และกับตัวแปรตามที่ใช้ใน การวิเคราะห์	92
19	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับความ ต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ	94
20	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับความ ต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อด้านสื่อส่วนบุคคล	96
21	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับความ ต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อด้านสื่อแบบกลุ่ม	98
22	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับความ ต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อด้านสื่อแบบมวลชน	100

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	ขั้นตอนของกระบวนการยอมรับของ Lionberger and Gwin	32
2	ทฤษฎีของมาสโลว์ที่แบ่งออกเป็น 5 ชั้น	36
3	กรอบแนวคิดในการวิจัย	43
4	แผนที่อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่	45

สารบัญภาพผนวก

ภาพ		หน้า
1	การสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม	129
2	ฟาร์มเลี้ยงโคนม	129
3	รถขนฟาง และถังเก็บน้ำนมดิบ	130
4	คอกกรีดโคนม	130
5	โรงเก็บฟาง	131
6	ลูกโคนมแรกเกิด	131
7	การทำความสะอาดโคนมก่อนรีดนม	132
8	โคนมกำลังกินอาหาร	132

บทที่ 1

บทนำ

การเลี้ยงโคนมได้รับการส่งเสริมการเลี้ยงกันอย่างกว้างขวางทั่วภูมิภาคของประเทศไทย โดยได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งเกษตรกรได้มองเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการเลี้ยงโคนม จึงได้หันมาสนใจเลี้ยงกันมากขึ้น จึงนับว่าการเลี้ยงโคนมเป็นอาชีพที่น่าสนใจ และมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อเกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไปที่จะยึดเป็นอาชีพหลัก หรืออาชีพเสริมการเกษตรอื่น ๆ อีกทางเลือกหนึ่งในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจเช่นทุกวันนี้

รัฐบาลได้มองเห็นความสำคัญของคุณค่านี้ จึงได้เริ่มส่งเสริมการเลี้ยงโคนมผลิตน้ำนมเพื่อทดแทนการนำเข้าตั้งแต่ปี พ.ศ.2504 แต่เนื่องจากขาดการเอาใจใส่และพัฒนากันอย่างจริงจัง กิจการเลี้ยงโคนมจึงไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควร ปัจจุบันรัฐบาลได้มีการส่งเสริมการเลี้ยงโคนมให้เป็นอาชีพที่มั่นคง มีการขยายการเลี้ยงในหลายจังหวัด เช่น เชียงใหม่ สุโขทัย สระบุรี ลพบุรี สระแก้ว เพชรบูรณ์ นครราชสีมา บุรีรัมย์ ขอนแก่น อุดรธานี สุราษฎร์ธานี พัทลุง เป็นต้น ในปี 2548 ประมาณว่าประเทศไทยมีจำนวนโคนม 536,720 โดยจำแนกเป็นแม่โค 321,970 ตัว โครุ่น 113,324 ตัว และโคเล็ก 101,326 ตัว ได้ผลผลิตน้ำนมดิบประมาณ 916,146 ดันต่อปี หรือ 2,510 ดันต่อวัน โดยผลผลิตน้ำนมดิบประมาณ ร้อยละ 75 ได้จากสหกรณ์โคนมที่ทำธุรกิจรวบรวมน้ำนมดิบทั่วประเทศ รวม 104 สหกรณ์ ใน 43 จังหวัด และร้อยละ 25 ได้จากศูนย์รวมนมเอกชน 63 แห่ง มีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมรวมประมาณ 23,439 ครอบครัว (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2548: 30)

นอกจากการเลี้ยงโคนมยังสามารถทำผสมผสานกับอาชีพการเกษตรหลักอื่น ๆ เช่น ทำควบคู่กับการทำสวนไม้ผล การทำพืชไร่ต่าง ๆ รวมทั้งยังสามารถใช้วัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรอื่นมาเลี้ยงโคนมได้เป็นอย่างดี เช่น ต้นและเปลือกข้าวโพดฝักอ่อน ต้นถั่ว ถั่วลิสง ยอดอ้อย รวมทั้งฟางข้าว ซึ่งบางแห่งไม่ได้ใช้ประโยชน์ มีทั้งเผาทิ้งหรือปล่อยทิ้งไว้เฉย ๆ การเลี้ยงโคนมนับว่าเป็นอาชีพที่น่าสนใจอาชีพหนึ่งสำหรับเกษตรกรและผู้สนใจทั่วไปในภาวะเศรษฐกิจพอเพียงเช่นทุกวันนี้ หากเกษตรกรมีใจรัก มีความสนใจ มีทุนทรัพย์บ้างและที่สำคัญมีที่ดินเป็นของตัวเอง รวมทั้งมีความขยันและมีความรับผิดชอบก็จะประสบความสำเร็จได้ไม่ยากนัก เพราะปัจจุบันนี้สภาวะการผลิตน้ำนมดิบยังไม่พอเพียงกับความต้องการบริโภคภายในประเทศ ซึ่งไม่เพียงพอกับความต้องการบริโภคภายในประเทศ ซึ่งมีถึงปีละ 2,200,000 ดัน (คณะอนุกรรมการศึกษาและติดตามการแก้ไขปัญหาการผลิตและจำหน่ายน้ำนมดิบ, 2548: 85)

จะเห็นได้ว่าการเลี้ยงโคนมมีประโยชน์ต่อเกษตรกรผู้เลี้ยง ผู้บริโภค และการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ กล่าวคือ ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการค้าและประหยัดเงินตราต่างประเทศอีกทั้งยังเป็นการช่วยเพิ่มปริมาณการผลิตอาหารที่มีคุณภาพที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวันให้เพียงพอต่อความต้องการของประชาชนในประเทศ ตลอดจนส่งเสริมการสร้างงาน ลดภาวะการว่างงานและเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ประชาชนในชนบท เพราะนอกจากรายได้จากนํ้านมแล้ว โคนมยังสามารถขายเนื้อได้อีกด้วย ทั้งนี้มูลโคช่วยบำรุงดินให้สมบูรณ์เหมาะแก่การปลูกพืช นอกจากนี้ยังทำให้เกิดอุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับนมและผลิตภัณฑ์นมอีกมากมาย เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจทางการเกษตรอื่น ๆ พบว่าการเลี้ยงโคนมมีกำไรสูงมาก (สมใจ บุญทานนท์, 2529: 14) ในภาคเหนือพบว่าจังหวัดเชียงใหม่มีการเลี้ยงโคนมเป็นจำนวนมากในหลายพื้นที่ และยังมีแหล่งรับซื้อหลายราย จึงเป็นเรื่องที่น่าจะมีความรู้ในเรื่องรูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ฮอน จังหวัดเชียงใหม่ ว่ามีความคุ้มค่าเพียงใดและเป็นผลดีต่อสังคมหรือไม่ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนในกิจการด้านนี้ต่อไปในอนาคต

ปัญหาการวิจัย

ในช่วงเวลาที่ผ่านมารัฐบาลได้มีการส่งเสริมให้เกษตรกรเลี้ยงโคนมมากขึ้น เนื่องจาก ในปัจจุบันนี้ประเทศมีการนำเข้านมจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ซึ่งทำให้เสียดุลทางการค้า ซึ่งประเทศไทยมีกำลังการผลิตมากก็จริง แต่ยังคงไม่เพียงพอต่อความต้องการของคนในประเทศ

จากเป้าหมายของภาครัฐ ในการส่งเสริมการเลี้ยงโคนม เพื่อลดการนำเข้านมจากต่างประเทศและส่งเสริมให้ผู้เลี้ยงโคนมเพิ่มมากขึ้นตามความต้องการนมในตลาดภายในประเทศ และพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรให้ดีขึ้นกว่าเดิม เพราะราคานํ้านมในปัจจุบันมีราคาสูงและมีความต้องการนมจำนวนมาก โดยในการเลี้ยงโคนมเริ่มแรกจะใช้เงินทุนจำนวนมากแต่ในเวลานี้รัฐบาลจะมีทุนให้และมีดอกเบี้ยต่ำ เพื่อดึงดูดเกษตรกรที่สนใจ ซึ่งการเก็บเกี่ยวผลผลิตจากโคนมจะเก็บเกี่ยวได้ทุกวัน และยังสามารถนำสิ่งที่เหลือใช้จากการเลี้ยงโคนม เช่น นํ้ามูลโคไปขายเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ตัวเกษตรกรเองอีกด้วย ซึ่งแตกต่างจากอาชีพเกษตรกรรมอื่น ๆ เช่น การทำนา ทำสวน และทำไร่ จะมีรายได้เป็นช่วง ๆ ตามฤดูกาลเพาะปลูก ไม่ได้มีรายได้ตลอดทั้งปี

การขยายพื้นที่การเลี้ยงโคนม เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการผลิตนมเพื่อใช้บริโภคให้เป็นไปตามเป้าหมายของรัฐ อีกทั้งยังมีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากเดิมทำให้การเลี้ยงโคนมเป็นอาชีพที่อนาคตสดใส อย่างไรก็ตามภาครัฐและเอกชนจำเป็นต้องร่วมมือกันพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมโคนม เพื่อให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ ทั้งจากกลุ่มอาเซียนและกลุ่มการค้าอื่นๆ

ในปัจจุบันนี้การเผยแพร่ข่าวสารในการเลี้ยงโคนมยังมีน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับอาชีพเกษตรกรรมอื่น ๆ โดยทั่วไปสื่อให้ความสนใจในด้านพืชมากกว่าสัตว์ ซึ่งสังเกตได้จากสื่อทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ไม่ค่อยจะนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับสถานการณ์การเลี้ยงโคนมในปัจจุบันเลย ก็จะมีเพียงแต่พวกเอกสารทางการเกษตรเท่านั้นที่จะนำเสนอบ้างแต่ก็ยังไม่ค่อยเท่าที่ควร ซึ่งทำให้ประชาชนโดยทั่วไปและเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมไม่สามารถรับรู้ข่าวสารได้มากเท่าที่ควร อีกทั้งยังทำให้นักส่งเสริมมีช่องทางที่น้อยมากในการเผยแพร่ข่าวสารให้ประชาชนที่สนใจและเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้ทราบข่าวอย่างทันทั่วถึง

เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรนั้นเปรียบเสมือนครูที่ทำการสอน การให้ความรู้วิชาการและการปฏิบัติ ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยี และแนวคิดใหม่ทางเกษตรให้เกษตรกร ในการถ่ายทอดความรู้ให้กับเกษตรกรนั้นจึงจำเป็นต้องอย่างหนึ่งที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจะต้องอาศัยสื่อเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงาน เพื่อให้วัตถุประสงค์ในการสอนหรือการส่งเสริมบรรลุผลนั่นเอง การส่งเสริมจะให้ผลและเกิดประสิทธิภาพได้นั้น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะต้องอาศัยสื่อและการสื่อสารเป็นเพื่อหัวใจหลักสำคัญของงานส่งเสริม เพื่อให้เจ้าหน้าที่และเกษตรกรเกิดความเข้าใจในเนื้อหาสาระที่มีการติดต่อสื่อสาร รวมถึงประเภทของสื่อต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการสื่อสารเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้รับสื่อปลายทางให้เกิดประโยชน์ทางการส่งเสริม (ณรงค์ สมพงษ์ , 2530: 2)

เกษตรกรในอำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่ มีการประกอบอาชีพปลูกสัตว์ การเลี้ยงโคนม เป็นอาชีพหลักและอาชีพรอง ในอำเภอแม่อนมีสหกรณ์โคนม 3 แห่ง คือ สหกรณ์โคนมแม่อน สหกรณ์โคนมผาตั้ง และสหกรณ์โคนมเฟรมนิลล์ ปัญหาเกี่ยวกับข่าวสารจากสื่อในปัจจุบันเป็นปัญหาที่สำคัญมากกับเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม เพราะข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการเลี้ยงโคนมในปัจจุบันมีน้อย และไม่ค่อยได้รับความสนใจจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้เกษตรกรไม่สามารถพัฒนาฟาร์มตัวในทัดเทียมกับฟาร์มที่มีขนาดใหญ่ที่มีการจัดการที่เป็นระบบได้ สื่อจะเป็นตัวนำข่าวสารมาให้เกษตรกร โดยตรง หากเกษตรกรได้รับข่าวสารอย่างทันทั่วถึงจะทำให้เกษตรกรสามารถพัฒนาตัวเอง และฟาร์มของตัวเองได้ดีขึ้น สื่อจึงนับว่าเป็นตัวกลางที่สำคัญมากที่จะสื่อสารระหว่างเกษตรกรกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้

ในภาวะปัจจุบันการสื่อสารนับว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากในการเผยแพร่ข่าวสารวิชาการด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร มีความเจริญมากขึ้นทำให้สื่อประเภทต่าง ๆ เช่น สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนส่งเสริมการเกษตรมากขึ้น การนำสื่อต่าง ๆ เข้ามาใช้ในการดำเนินงานส่งเสริมการเกษตร ได้รับความสนใจและเป็นที่ยอมรับของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรง และหน่วยงานที่ได้รับการสนับสนุนในการถ่ายทอดความรู้ของเกษตรกร โดยได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพของสื่อประเภทต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์กับบุคคลเป้าหมายให้มากที่สุดคือเกษตรกร

ในการส่งเสริมการเกษตรจำเป็นที่จะต้องใช้งบประมาณในการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ในการส่งเสริม ซึ่งหากขาดการศึกษาหลักการใช้สื่อที่เหมาะสมจะทำให้สิ้นเปลืองงบประมาณโดยไม่จำเป็นและอาจไม่ได้ผล หากมีการศึกษาล่วงหน้าหรือมีการวิจัยถึงรูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารจากสื่อ ก็จะลดปัญหาทางด้านงบประมาณ และควมมีประสิทธิภาพของสื่อที่ใช้ในการส่งเสริมได้ จึงต้องการทราบว่ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม รูปแบบและความต้องการการใช้สื่อของเกษตรกรในการเลี้ยงโคนม ปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม ของผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่เอน จังหวัดเชียงใหม่ ว่าเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1. ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคม ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่เอนจังหวัดเชียงใหม่
2. สื่อและการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแบบมวลชน
3. รูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม
4. ปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม
5. ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ กับความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาและรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1. การศึกษาเรื่องรูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยง โคนม อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาเฉพาะสื่อ 3 ประเภท ได้แก่ สื่อส่วนบุคคล สื่อแบบกลุ่ม และสื่อแบบมวลชน
2. ผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยง โคนมเป็นอาชีพหลัก ในอำเภอแม่อนจังหวัดเชียงใหม่ ได้จากการสุ่มตัวอย่างจำนวน 158 ราย จากเกษตรกรทั้งหมด 262 ราย
3. ข้อมูลที่ได้ คือ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกษตรกรดังกล่าว โดยใช้แบบสัมภาษณ์เก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงปี พ.ศ.2555

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยในครั้งนี้ คาดว่าจะเป็นประโยชน์ต่อบุคคล หรือหน่วยงาน ดังนี้

1. เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรได้ทราบถึงความเหมาะสมในการใช้สื่อในการเผยแพร่ข่าวสารและส่งเสริมให้เกษตรกรผู้เลี้ยง โคนมให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้น
2. เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรได้รับถึงข้อมูลและข้อเสนอแนะจากเกษตรกรผู้เลี้ยง โคนม เพื่อทำการปรับปรุงแก้ไขวางแผนการจัดรูปแบบการใช้สื่อในการส่งเสริมให้มีความเหมาะสมต่อไป
3. เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประกอบการพิจารณาการตัดสินใจในการใช้สื่อเพื่อเพิ่มการเผยแพร่ข่าวสารและส่งเสริมผู้เลี้ยงโคนมในพื้นที่อื่น ๆ ที่มีการเลี้ยงโคนมต่อไป

นิยามศัพท์

สื่อ หมายถึง วัสดุสิ่งของ เทคนิค วิธีการต่าง ๆ ที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมนำไปใช้เป็นตัวกลางในการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ เทคโนโลยี ด้านการเกษตรสู่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร หมายถึง ช่องทางการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกร และช่วงเวลาที่เกษตรกรรับรู้ข่าวสาร

สื่อส่วนบุคคล หมายถึง การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทาง การเขียนเขียนเกษตรกร และจดหมายข่าว

สื่อแบบกลุ่ม หมายถึง การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทาง การฝึกอบรม การบรรยาย การสาธิต การจัดทัศนศึกษา และการจัดฉายภาพยนตร์ วิดีทัศน์

สื่อแบบมวลชน หมายถึง การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทาง ประเทป้าย ประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ หอกระจายข่าว วารสาร นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต

สื่อที่เหมาะสม หมายถึง สื่อที่สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุดและสอดคล้องกับความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ สภาพสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและกำลังทางเศรษฐกิจ ดังนั้น สื่อที่เหมาะสมก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่มีความจำเป็นต่อเกษตรกร เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจะต้องรู้และเข้าใจ และเลือกสื่อที่เหมาะสมด้วย

รูปแบบ หมายถึง รูปแบบของการรับรู้ข่าวสารจากสื่อที่เกษตรกรได้รับข่าวสารในปัจจุบัน เช่น จากทางหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ฯลฯ

ความต้องการ หมายถึง ความต้องการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องการเลี้ยงโคนมของเกษตรกรจากสื่อชนิดต่าง ๆ

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "รูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่" ได้รวบรวมแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องนี้ตามลำดับดังนี้

1. การติดต่อสื่อสาร
2. การสื่อสารทางการเกษตร
3. ความรู้เกี่ยวกับสื่อเพื่อการส่งเสริมเผยแพร่การเกษตร
4. การใช้สื่อในงานส่งเสริมและเผยแพร่
5. กระบวนการยอมรับเกี่ยวกับสื่อ
6. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ
7. ทฤษฎีความต้องการ
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การติดต่อสื่อสาร

วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2537: 12-13) กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารเป็นกิจกรรมประจำวัน ของเราที่จะต้องทำ เนื่องจากคนเราไม่สามารถ ที่จะอยู่โดดเดี่ยวตามลำพังได้ การติดต่อสื่อสารที่ คนเราคิดต่อกันมีอยู่หลายวิธี เช่น การพูดด้วยปาก การสื่อสารด้วยสายตา ด้วยกลิ่น หรือด้วยการ สัมผัส และการติดต่อด้วยกระแสดิจิต การติดต่อดังกล่าวเป็นการอาศัยสิ่งที่มีอยู่ในตัวเราตาม ธรรมชาติ อีกวิธีหนึ่งเป็นวิธีทางวิทยาศาสตร์ โดยใช้สิ่งที่เราประดิษฐ์ขึ้นมาเป็นเครื่องมือสื่อสาร เช่น ใ้ระบบภาพ ระบบตัวอักษร ระบบแสง และระบบเสียง เป็นต้น

การติดต่อสื่อสารนี้เราอาจจะทำได้ในระยะใกล้ จนเห็นหน้าเห็นตากันระยะ ใกล้มือถึง เช่น การนั่งคุย การสอนในห้องเรียน นอกจากนี้เราอาจจะติดต่อสื่อสารกันระยะไกล ชนิดคนละขอบฟ้า คนละโลก เช่น การติดต่อสื่อสารระหว่างมนุษย์อวกาศบนดวงจันทร์กับ เจ้าหน้าที่บนโลก เป็นต้น

ในด้านการส่งเสริมการ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจำเป็นต้องติดต่อกับเกษตรกร ซึ่งเป็น บุคคลเป้าหมายของงานส่งเสริมการเกษตร เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรเป็นผู้ที่จะเปลี่ยนแปลง

พฤติกรรมเกษตรกร เพื่อพัฒนาอาชีพการเกษตร และชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรให้ดีขึ้น ซึ่งบุคคลตามเป้าหมายของกรมส่งเสริมการเกษตร แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทคือ เกษตรกร แม่บ้าน เกษตรกร และชาวเกษตรกร เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเข้าไปพัฒนาบุคลากรเหล่านี้โดยวิธีการ ส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตร ซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 3 วิธีได้แก่ การติดต่อเป็นรายบุคคล รายกลุ่มหรือรายสื่อมวลชน เราจะใช้วิธีไหนในการติดต่อสื่อสารก็ขึ้นอยู่กับเทคนิคของแต่ละ บุคคล แต่ละโอกาสตามความเหมาะสมว่าจะติดต่อกันอย่างไรจึงจะเกิดผลดี ทำให้ข่าวสารที่เราต้อง ถ่ายทอดถึงตัวบุคคลเป้าหมายได้โดยสมบูรณ์ และถูกต้องตามที่เรากำลังต้องการ

การติดต่อสื่อสารคือ การถ่ายทอดข่าวสารจากผู้ส่งไปถึงผู้รับ และผู้รับเข้าใจข่าวสาร หรือมีภาพพจน์เกี่ยวกับข่าวสารนั้นเช่นเดียวกับผู้ส่งทุกประการ

การติดต่อสื่อสารในงานส่งเสริมการเกษตร เป็นการนำความรู้ทางการเกษตร ถ่ายทอดไปสู่เกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรนำไปใช้ในการประกอบอาชีพ หรือแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอันเป็นงานสอนความรู้ โดยเนื้อแท้ของการสอนก็คือการสื่อสารนั่นเอง การสื่อสารจะสมบูรณ์หรือมีประสิทธิภาพเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับความสามารถว่า จะจัดการสื่อสารได้เหมาะสมเพียงใด ที่จะให้เกษตรกรซึ่งเป็นผู้ได้รับข่าวสารนั้นเข้าใจได้ถูกต้องสมบูรณ์

ถ้าจะเปรียบเทียบการส่งข่าวสารเหมือนกับการส่งเงิน ถ้าผู้ส่งมีเงิน 100 บาท ถ้าการ ส่งเป็นไปอย่างสมบูรณ์ผู้รับก็ต้องได้รับ 100 บาทถ้าผู้ส่งยื่นธนบัตรใบละ 100บาทให้ผู้รับ 1 คน ผู้รับต้องได้ 100 บาท จากการรับเพียงครั้งเดียว แต่ถ้าส่งธนบัตรใบละ 20 บาท ให้ 5 ใบ ผู้รับก็ คง ได้รับ 100 บาทจากการส่งครั้งเดียว แต่ถ้าเงิน อยู่ในรูปของเหรียญ 50 สตางค์ ก็จะต้องหยิบ ส่ง หลายครั้ง ผู้รับอาจไม่ได้ครบทั้ง 100 บาท ซึ่งจะต้องตรวจนับกันอีก การส่งข่าวก็เช่นกัน ถ้าหาก ส่ง สมบูรณ์ผู้รับก็ย่อมได้ข่าวสารเช่นเดียวกับผู้ส่งทุกประการ

การติดต่อสื่อสาร (communication) ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสร้างความ เข้าใจร่วมกันระหว่างบุคคล การอยู่ร่วมกันของบุคคลเป็นกลุ่มมีลักษณะเป็นระบบสังคม (social system) มีความเกี่ยวข้องระหว่างบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป และชีวิตประจำวันของบุคคลจะต้อง ผูกพันอยู่กับการติดต่อ สร้างความหมาย ความเข้าใจระหว่างบุคคล อาจจะโดยการใช้คำพูดหรือไม่ ใช้คำพูดก็ตาม การติดต่อเกี่ยวข้องกันระหว่างบุคคลก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในสังคม (social changes) ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาแนวความคิดใหม่ การกระจายความคิดใหม่ หรือมีการ เปลี่ยนแปลงที่เกิดจากแนวความคิดใหม่

มนุษย์มีการวิวัฒนาการทางการติดต่อสื่อสาร โดยเริ่มจากการบันทึกขีดเขียน บน ผนังถ้ำ มี การจดบันทึก มีการวิวัฒนาการด้านการสื่อสารเป็นระบบโทรคมนาคม จนกระทั่งใน ศตวรรษที่ 20 ก็มีการวิวัฒนาการด้านการสื่อสารเป็นระบบดาวเทียมซึ่งทำให้มีการติดต่อสื่อสารกัน

ได้ทั้งหมด สังคมก็มีการวิวัฒนาการจากสังคมเกษตรสู่สังคมอุตสาหกรรมและบริการ และในปัจจุบันประเทศที่มีความเจริญด้านการสื่อสารก็จะกลายเป็น information society ไปแล้ว

ความหมายการติดต่อสื่อสาร

Roger และ Shoemaker (บุญสม วราเอกศิริ, 2536: 148) กล่าวว่า การติดต่อสื่อสาร (communication) มาจาก คำว่า communis ซึ่งแปลว่า ร่วมกัน หรือเหมือนกัน การติดต่อสื่อสารจึงมุ่งที่จะทำให้ความคิดความเข้าใจของผู้อื่นเหมือนกับความคิดความเข้าใจของเรา เพราะโดยธรรมชาติของคนเรานั้น ถึงแม้ว่า จะได้รับข่าวสารอย่างเดียวกันและในเวลาเดียวกัน แต่ความเข้าใจและความรู้สึกนึกคิดต่อข่าวสาร นั้นก็จะไม่เหมือนกัน การติดต่อสื่อสารที่ดีและมีประสิทธิภาพจึงต้องมุ่งที่จะทำอะไรจึงจะให้ ผู้รับข่าวสารมีความเข้าใจตรงกันและตรงกับความคิดความเข้าใจของผู้ส่งข่าวสารด้วย

มีผู้ให้คำจำกัดความหรือความหมายของคำว่า การติดต่อสื่อสารไว้หลายอย่าง เพื่อให้ สอดคล้องกับสิ่งที่คนมีประสบการณ์และปฏิบัติอยู่เช่น

การติดต่อสื่อสาร เป็นผลรวมของทุกสิ่งทุกอย่างที่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง ได้กระทำลงไป เมื่อเขาต้องการที่จะให้ผู้อื่นเกิดความเข้าใจ เป็นการสื่อความหมาย ซึ่งประกอบด้วย กระบวนการ ที่ต่อเนื่อง และเป็นระบบของการบอกกล่าว การรับฟัง และความเข้าใจ

การติดต่อสื่อสาร เป็นความสามารถของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลในการแสดงความคิดเห็น และความรู้สึกไปยังบุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่น และจำเป็นที่ก่อให้เกิดการตอบสนองที่แตกต่างกัน

การติดต่อสื่อสาร คือ กระบวนการบุคคลวิถิ ซึ่งบุคคลสองฝ่ายถ่ายทอดหรือแลกเปลี่ยนข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ความคิด ความประทับใจ ฯลฯ จากฝ่ายหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง ด้วยความต้องการที่จะให้อีกฝ่ายหนึ่งเข้าใจเจตนาและความประสงค์ของตน และใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของสิ่งเหล่านั้นร่วมกัน

สรุป อาจกล่าวได้ว่า "การติดต่อสื่อสารเป็นศิลปะในการทำให้ผู้อื่น มีความคิดความเข้าใจ ตรงกับผู้ส่งข่าวสาร"

การสื่อสารทางการเกษตร

ในกระบวนการเรียนการสอนและบริการที่จะให้เกษตรกรและบุคคลเป้าหมายมีการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในฐานะที่เป็นผู้ทำงานใกล้ชิดกับเกษตรกร ทำหน้าที่เสนอแนะความรู้ วิชาการ และแก้ปัญหาพร้อมกับเกษตรกร นอกจากนี้จะต้องมีความรู้ ทางด้านวิชาการเฉพาะสาขา (subject matter specialist) และความรู้อื่น ๆ แล้วยังจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจถึงเทคนิควิธีการต่าง ๆ ที่จะถ่ายทอดความความคิดและข่าวสารต่าง ๆ ไปสู่เกษตรกรไม่ว่าจะเป็นรายบุคคล หรือเป็นรายกลุ่มก็ตาม นอกจากนั้นจะต้องรับทราบถึงความคิด และปัญหา อุปสรรคของเกษตรกรเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหานั้นให้บรรลุผลตามจุดมุ่งหมายที่ต้องการ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจึงจำเป็นต้องทราบถึงหลักการ ขบวนการ องค์ประกอบ ปัญหา อุปสรรคของ การติดต่อสื่อสาร เพื่อให้การเลือกใช้รูปแบบของการสื่อสารที่ใช้ในการถ่ายทอด ความ! ความเข้าใจ ประสบการณ์ ระหว่างเจ้าหน้าที่ส่งเสริมกับเกษตรกรเป็นไปอย่างถูกต้อง สมบูรณ์ และมี ประสิทธิภาพมากที่สุด

องค์ประกอบในการติดต่อสื่อสาร

องค์ประกอบที่สำคัญในการติดต่อสื่อสาร มีองค์ประกอบใหญ่ ๆ 4 ประการ คือ

1. ผู้ส่งข่าวสาร (sender) หรือผู้สื่อสาร (communicator) หรือผู้เป็นต้นข่าว (source of message หรือ communication source) อาจจะเป็นบุคคลเดี่ยว คณะบุคคล หน่วยงาน สถาบันต่าง ๆ (ไม่ว่าจะเป็นสถาบันเล็ก สถาบันใหญ่ระดับประเทศ) ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ส่งข่าวสารและในขณะเดียวกัน ก็อาจจะเป็นผู้รับข่าวสาร (receiver) ก็ได้ หากมีการส่งข่าวสารกลับเป็นการตอบโต้กัน หรือที่ เรียกว่า แบบบุคคลวิถี (two-way communication)

2. ข่าวสาร (message) เป็นตัวข่าวสาร หรือเรื่องราวที่ผู้ส่งสารต้องการส่งไปให้ผู้รับข่าวสาร ได้แก่ความข่าวสารเรื่องราวคำพูดอาจจะต้องมีการนำมาเข้ารหัส (encoder) ออกมาเป็นรูปสัญลักษณ์ สัญลักษณ์ หรือกิริยาท่าทางต่างๆ และผู้รับถอดรหัส (decoder) ออกมาใน รูปที่ผู้รับจะสามารถเข้าใจได้

3. ช่องทางของข่าวสาร (channel) หรือสื่อกลาง (medium) เป็นสื่อที่ใช้ในการถ่ายทอดข่าวสาร หรือวิถีทางที่จะนำข่าวสารไปยังผู้รับ หากไม่มีสื่อกลางหรือช่องทางนี้ ข่าวสารก็ไม่สามารถไปถึงผู้รับได้

4. ผู้รับข่าวสาร (receiver) หรือจุดหมายปลายทางของผู้ส่งข่าวสาร (destination) ซึ่งอาจจะเป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลก็ได้ และในขณะที่เป็นผู้รับข่าวสารก็สามารถจะเป็นผู้ส่งข่าวสารได้หากเป็นการสื่อสารแบบขลุวิติ คือมีลักษณะที่ตอบโต้กัน

การสื่อสารทางการเกษตร

การส่งเสริมการเกษตรเป็นการสอนนอกระบบ เป็นการถ่ายทอดความรู้สู่เกษตรกรหรือกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถคิดเป็นแก้ปัญหาเป็น อันจะนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดี การเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบันที่มีความรวดเร็ว วัฒนาการความเจริญก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ดังนั้น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมฯ ก็ต้องเป็นผู้ที่รอบรู้ ติดตามสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อนำความไปเผยแพร่ได้เช่นเดียวกับความรู้ในด้านเทคโนโลยีการเกษตรก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน

หากพิจารณากรอบแนวคิดเบื้องต้นของการสื่อสาร อาจกล่าวได้ว่า การดำเนินการสื่อสารใด ๆ ที่ต้องการให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ประสบผลสำเร็จ บรรลุเป้าหมายที่ต้องการย่อมขึ้นอยู่กับ การจัดองค์ประกอบพื้นฐานของการสื่อสาร นั่นคือผู้ส่งสาร (source) สาร (message) ช่องทางสาร (channel) ผู้รับสาร (receiver) และระบบสะท้อนกลับ (feedback) ที่สามารถทำหน้าที่ของแต่ละส่วนได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และเกี่ยวพันกันบริบท (context) ของการสื่อสารนั้น

แต่ในทางปฏิบัติแล้ว การดำเนินการดังกล่าวนี้ ไม่ง่ายอย่างที่คิดมักจะมีข้อจำกัดและอุปสรรคมากมาย จำเป็นต้องอาศัยการประยุกต์ค่อนข้างมากในแต่ละกรณี อย่างไรก็ตามมิได้หมายความว่าไม่มีแนวทางหรือหลักการอะไรเลยที่จะเป็นกุญแจไขไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินการสื่อสาร การส่งเสริมการเกษตรก็เช่นกัน พบว่า แนวทางสำคัญที่จะนำไปสู่การปรับเปลี่ยน พฤติกรรมและการยอมรับนั้นได้แก่

1. ศึกษาและวิเคราะห์ถึงสาเหตุและปัจจัยต่าง ๆ ของประเด็นปัญหาที่กำลังจะทำการส่งเสริมและที่สำคัญคือ การทำความเข้าใจกลุ่มคนเป้าหมายของการสื่อสารทั้งลักษณะในเชิงคุณภาพเช่นความรู้ทัศนคติ พฤติกรรมที่เกี่ยวข้อง

2. การวิเคราะห์และกำหนดความชัดเจนของวัตถุประสงค์ที่จะทำให้การสื่อสารตลอดจนการจัดลำดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ในกรณีที่มีวัตถุประสงค์ของการสื่อสารหลายอย่าง จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดเนื้อหาของสารที่จะส่ง การเลือกช่องทางที่เหมาะสมกับลักษณะของงานและกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะช่วยให้การสื่อสารบรรลุผลดียิ่งขึ้น

3. การเลือกช่องทางของสื่อ ในอดีตนั้นมักจะมีผู้พยายามเลือกสื่อใดสื่อหนึ่งที่คิดว่า ดีที่สุดเพียงสื่อเดียว เพื่อเป็นช่องทางในการบรรลุวัตถุประสงค์ แต่จากผลการศึกษาวิจัยต่าง ๆ มากมาย รวมทั้งการวิจัยครั้งนี้ได้ให้แนวทางการเลือกใช้สื่อไว้ว่า ตัวสื่อเองนั้นไม่ใช่ตัวกำหนดประสิทธิภาพของการสื่อสาร แต่การสื่อสารที่ดีขึ้นอยู่กับความสามารถในการเลือกใช้สื่ออย่างเหมาะสม ซึ่งจะใช้สื่อเพียงตัวเดียวหรือใช้สื่อหลาย ๆ ตัว ผสมผสานกัน โดยคำนึงถึงข้อดีและข้อด้อยของสื่อแต่ละชนิดที่จะเลือกมาใช้

4. การสร้างสารที่ดี การกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน จะมีส่วนช่วยอย่างมากในการสร้างสารที่ดี การรู้จักกลุ่มเป้าหมายได้มากเท่าใดก็จะช่วยให้สร้างสาร ได้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้นเท่าใด ในสารที่มีประสิทธิภาพจะขึ้นอยู่กับความคิดสร้างสรรค์ และประสบการณ์ของผู้สร้างสารแต่ละคนว่าจะมีกลวิธีอย่างไรที่ทำให้ได้สารที่น่าสนใจและมีคุณภาพ

5. การวางแผนการสื่อสารยังมีความเข้าใจผิดอยู่มากของบรรดาผู้ใช้สื่อทั้งหลาย มักเข้าใจว่า สื่อคือแนวทางสำคัญที่จะทำให้การสื่อสารบรรลุผล ทำให้ความสำคัญกับการผลิตสื่ออย่าง ดีเยี่ยมในความเป็นจริง ถึงแม้จะได้สื่อที่ดีเยี่ยมเพียงใดหากการวางแผนเผยแพร่ นั้น การสื่อสารก็จะ ไม่ประสบผลตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ การบริหารจัดการถึงแม้จะมีสื่อดีเยี่ยม มีการวางแผนการใช้สื่อที่ ดี หากขาดการติดตาม การกำกับการใช้สื่อ หรือขาดการบริหารจัดการที่ดี ก็เกิดปัญหาได้เช่นกัน ซึ่งทั้งการวางแผนและการบริหารยังเป็นประเด็นที่ถูกละเลยทำให้ไม่บรรลุตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้ (อุดม จุฬารัตน, 2532: 225-253)

ความรู้เกี่ยวกับสื่อ เพื่อการส่งเสริมเผยแพร่การเกษตร

แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อ

สื่อ หมายถึง มาจากภาษาอังกฤษ "medium" (เอกพจน์) หรือ "media" (พหูพจน์) ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ได้ให้ความหมายว่า

สื่อ (กริยา) หมายถึง การติดต่อให้ถึงกัน ชักนำให้รู้จักกัน

สื่อ (นาม) หมายถึง คนหรือสิ่งของที่ทำให้การติดต่อให้ถึงกันหรือชักนำให้รู้จักกัน

Berger (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2537: 49) ให้ความหมายของ สื่อ (media) คือ ตัวกลางในการส่งผ่านข้อความประเภทต่าง ๆ

Shanon and Weaver (ณรงค์ สมพงษ์, 2530: 40) ได้อธิบายความหมาย สื่อในแบบจำลองการสื่อสาร โดยกล่าวถึง เครื่องส่ง (transmitter) ว่าเป็นผู้ทำหน้าที่ถ่ายทอดสารให้เป็นสัญญาณ

ชวรัตน์ เชิดชัย (ณรงค์ สมพงษ์, 2530: 42) ได้ให้ความหมายว่า สื่อ คือ ช่องทางข่าวสาร (channel) ซึ่งอาจจะเป็นคำพูด ตัวอักษร หรืออย่างอื่น เป็นคำที่ยืมมาจากระบบ การสื่อสารโทรคมนาคม และนำมาประยุกต์ต่าง ๆ กันในกระบวนการสื่อสาร

โดยสรุป สื่อ ก็หมายถึง ตัวกลางหรือพาหนะซึ่งนำข่าวสารจากผู้ส่ง ไปยังจุดหมายปลายทางนั่นเอง เมื่อนำเอาสื่อ (media) ไปผสมกับคำอื่น ก็จะกลายเป็นความหมายใหม่ ซึ่งมีความหมายที่กว้างขวางแตกต่างกันออกไป การนำสื่อไปใช้ในที่ต่าง ๆ ก็มีความแตกต่างกัน และวิธีการนำไปใช้ในด้านต่าง ๆ ก็แตกต่างกัน เพื่อมิให้เกิดความสับสนในการใช้คำ และเพื่อให้มีความเข้าใจที่ตรงกัน จึงขอสรุปความหมายของคำต่าง ๆ ไว้ดังนี้

1. สื่อในการสื่อสาร (communication media) มีความหมายกว้างที่สุด ซึ่งมองในระบบการสื่อสารว่าเป็นช่องทางหรือตัวกลางที่จะให้ข่าวสาร (messages) ผ่านช่องทางหรือตัวกลางไปยังผู้รับสาร (receiver) สื่อในการสื่อสาร สามารถนำไปใช้ได้หลายทาง เช่น สื่อเพื่อการบันเทิง การศึกษา เพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อการเรียนการสอน เป็นต้น

2. สื่อการศึกษา (educational media) เป็นสื่อที่นำมาใช้ในการให้การศึกษาเป็นหลัก เช่น เอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับอาชีพต่าง ๆ ฟิล์มภาพยนตร์ สารคดีชีวิตสัตว์ รายการวิทยุที่ต่อต้านยาเสพติด รายการโทรทัศน์แข่งขันตอบปัญหาความรู้รอบตัว สื่อการศึกษาแบ่งได้เป็น 2 ประการ คือ สื่อการศึกษาที่นำไปใช้นอกระบบ (Informal education) และสื่อการศึกษาที่นำไปใช้ในในระบบ (Formal education)

3. สื่อการสอน (instructional media) เป็นสื่อที่มุ่งเน้นการนำไปใช้ทางด้านการเรียนการสอน ทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน เช่น การใช้สไลด์และภาพยนตร์ประกอบการสอน การใช้ตำราเรียน บทเรียนโปรแกรม รายการวิทยุโรงเรียน และเนื่องจากระบบการสอนนั้นเป็นส่วนหนึ่งของระบบการให้การศึกษา จึงอาจกล่าวได้ว่า สื่อการสอนก็เป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารศึกษานั้นเอง

4. สื่อมวลชน (mass media) เป็นคำที่ใช้ในความหมายของสื่อที่กำหนดลักษณะเฉพาะ ของผู้รับสารที่เป็นมวลชน ลักษณะที่บ่งบอกถึงมวลชน ก็คือ ประชาชนผู้รับสาร มีจำนวนที่สามารถ นับได้แน่นอน และประชาชนที่อาจจะเคยเห็นหรือไม่เคยเห็นหน้ากันมาก่อนเลยก็ได้ มวลชนไม่มี ขอบเขตจำกัดแน่นอน และที่สำคัญผู้ส่งไม่สามารถสังเกตปฏิกิริยาของผู้รับได้เลย โดยทันที สื่อมวลชนได้แก่ หนังสือพิมพ์วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์

5. สื่อโสตทัศน์ (audiovisual media) เป็นสื่อที่ใช้เพื่อให้เกิดการเรียนรู้จากการได้ฟังทางหู (audio) และการได้เห็นทางตา (vision) เช่น สื่อโสต ได้แก่ เทปบันทึกเสียง วิทยุ ฯลฯ สื่อทัศน์ ได้แก่ ภาพยนตร์โทรทัศน์ เป็นต้น โสตทัศนวัสดุ และ โสตทัศนอุปกรณ์ จึงจัดอยู่ในสื่อประเภทโสตทัศน์ด้วย

การแบ่งสื่อตามลักษณะของการใช้

Haney and Ullmer (ณรงค์ สมพงษ์, 2530: 48-51) ได้แบ่งประเภทสื่อ ตามลักษณะการใช้สื่อและการกระทำต่อสื่อ แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

1. Presentation media
2. Object media
3. Interactive media

1. Presentation Media

สื่อในกลุ่มนี้ทำหน้าที่ในการแสดงข้อมูล ซึ่งผู้รับข้อมูลสามารถเรียนรู้ได้จากเสียง และภาพ กระบวนการเครื่องมือทางอิเล็กทรอนิกส์ที่นำเสนอเป็นการแสดงต่อผู้รับโดยตรง โดยผ่านทางวัสดุ เครื่องมือทางอิเล็กทรอนิกส์และการสื่อสารทางไกล สื่อประเภทนี้ได้แบ่งเป็น 7 พวกใหญ่ คือ

พวกที่ 1 วัสดุกราฟฟิก สิ่งพิมพ์และภาพนิ่ง ถึงแม้ว่ารูปแบบของสื่อทั้ง 3 อย่างนี้ จะแตกต่างกันก็ตาม กล่าวคือ สิ่งพิมพ์เกี่ยวกับสัญลักษณ์ซึ่งเป็นตัวหนังสือและตัวเลข วัสดุกราฟฟิกทำโดยกระบวนการเขียนและภาพนิ่ง ได้มาจากการบวนการทางการถ่ายภาพ แต่ก็สามารถจัดกลุ่มในพวกเดียวกันได้เพราะว่าสื่อเหล่านี้ต่างก็มีรูปแบบการเสนอที่เหมือนกัน คือ มีลักษณะภาพนิ่งและสามารถเห็นได้โดยตรง นอกจากนี้ส่วนมากก็ถูกนำไปใช้เป็นส่วนประกอบร่วมกัน เช่น หนังสือ วัสดุที่นำมาแสดงตั้งแต่แผ่นโปสเตอร์ไปจนถึงหนังสือเรียน

พวกที่ 2 สื่อประเภทภาพนิ่งฉาย (still-projection media) ในกลุ่มนี้รวมเอา สไลด์ फिल्मสตริป แผ่นโปร่งใส ภาพทึบแสง และวัสดุฉายที่เป็นภาพนิ่งเข้าไว้ด้วยกัน ทั้งเป็นวัสดุทึบแสง หรือโปร่งแสง ซึ่งสามารถจะนำเสนอข้อมูลเป็นรูปแบบ 3 อย่าง คือ รูปภาพ สิ่งพิมพ์ และกราฟฟิก ฉายเส้น

พวกที่ 3 สื่อเสียง (audio media) สื่อเสียงนี้เป็นการนำเสนอในรูปแบบของเสียงที่ใช้อยู่โดยทั่วไป คือ เทปบันทึกเสียงและแผ่นเสียงทั้ง 2 ชนิดนี้ เป็นสื่อที่สามารถเล่นกลับได้

นอกจากนี้ยังมีสื่ออีก 2 ชนิด ที่ส่งผ่านทางการสื่อสารระยะไกลซึ่งใช้ในบางระดับการศึกษา คือ วิทยุและโทรทัศน์

พวกที่ 4 สื่อเสียงรวมกับสื่อภาพนิ่ง (audio plus still-visual media) สื่อประเภทนี้เป็นการรวมเอาการบันทึกเสียงและทัศนวัสดุนิ่งเข้าด้วยกัน อย่างหนึ่งก็คือ สไลด์หรือฟิล์มสตริปที่ใช้ในระบบชิงโครไนซ์กันเทปบันทึกเสียง โดยให้เทปบันทึกเสียงทำหน้าที่ควบคุมเครื่องฉายสไลด์และสื่อในรูปแบบอื่น เช่น สื่อเสียงกับหนังสือที่เรียกว่า sound page หรือ sound book โดยฉาบสารแม่เหล็กบนแผ่นการ์ด หรือบนหน้ากระดาษซึ่งมีมาพร้อมกับทัศนวัสดุอื่น ๆ

พวกที่ 5 ภาพยนตร์ สื่อประเภท presentation media ซึ่งดูเป็นของใหม่มากที่สุดก็คือ เครื่องฉายภาพยนตร์ และโทรทัศน์ ซึ่งสามารถนำเสนอรูปแบบได้ทั้ง 5 รูปแบบ ยกเว้นภาพยนตร์เงียบ ซึ่งไม่สามารถนำเสนอเสียงได้ ขนาดของภาพยนตร์ที่ใช้ในการศึกษา มี 16 มม. 8 มม. และซูเปอร์ 8 มม. การที่เห็นภาพเคลื่อนไหวได้ ความจริงแล้วเกิดจากการฉายชุดของภาพนิ่งติดต่อกัน และแต่ละภาพยังคงค้างติดตาอยู่ชั่วระยะเวลาหนึ่งที่เรียกว่า "persistants of vision" ทำให้เรามองเห็นภาพเคลื่อนไหวส่วนของเสียงนั้นก็เกิดจากแถบเสียง optical หรือ magnetic ที่ขอบฟิล์ม

พวกที่ 6 โทรทัศน์ มีลักษณะเป็นการนำเสนอภาพเคลื่อนไหว เหมือนกับภาพยนตร์ ต่างกันที่ที่มีการบันทึกภาพถ่ายทอดและฉายภาพด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นจึงมีความแตกต่างจากภาพยนตร์ที่ลักษณะการผลิตและการส่งผ่านโทรทัศน์มีการใช้ในหลายรูปแบบ คือเป็นการถ่ายทอดออกทางอากาศ โทรทัศน์วงจรปิด และโทรทัศน์ตามสาย

พวกที่ 7 สื่อผสม เนื่องจากเราสามารถใช้อย่างผสมกันได้หลายวิธี จึงได้จัดสื่อนี้ไว้อีกประเภทหนึ่ง อาจทำการฉายภาพด้วยเครื่องฉายหลาย ๆ เครื่องพร้อมกัน เครื่องฉายกำลังสูง ๆ จนกระทั่งนำมาใช้กับการนำเสนอในห้องประชุมขนาดใหญ่ได้ การใช้สื่อแบบนี้มิใช่เพียงในสถาบันการศึกษาเท่านั้น แต่ได้นำไปใช้ในงานแสดงสินค้าขนาดใหญ่ด้วย การใช้สื่อผสมนี้ได้รวมไปถึงระบบของการเรียนรู้ ซึ่งอาศัยการจัดวัสดุอย่างมีเหตุผล นำสื่อย่อย ๆ มารวมกัน หรือจัดเป็นชุดบรรจุไว้ด้วยกัน ซึ่งเราเรียกว่า "Kit" การจัดทำชุดการเรียนรู้ (learning packages) เป็นการจักระบบสื่อผสมนำมาใช้ในการเรียนแบบรายบุคคลหรือเป็นกลุ่มเล็ก ๆ

2. Objects media

เป็นสื่ออีกประเภทหนึ่ง ซึ่งมีลักษณะแตกต่างไปจาก presentation media ซึ่งมีโครงสร้างขนาด นาน้ำหนัก รูปร่าง มวล สี พื้นผิวที่มีความสัมพันธ์กันเป็นวัสดุ 3 มิติ ซึ่งมีอยู่ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกเป็นวัตถุตามธรรมชาติ (natural objects) ซึ่งเคลื่อนไหวไม่ได้ (animate and inanimate) กลุ่มที่ 2 คือ วัตถุที่ได้จากการสร้างขึ้น (manufacture objects) เช่น สิ่งก่อสร้าง เครื่องจักร เครื่องมือ

เครื่องใช้ เครื่องมือสื่อสาร เครื่องช่วยคมนาคม และสิ่งอื่น ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้งาน object media ชนิดอื่น ๆ ได้แก่ วัสดุที่เลียนแบบของจริง ได้แก่ replica model และ mockup replica เป็นวัตถุที่มีขนาดเท่าของจริง model มีลักษณะคล้ายกับของจริง แต่อาจลดหรือเพิ่มขนาดจากของจริง และจำลองให้เห็นระบบการทำงานจริง ๆ ส่วน mockup เป็นการสร้างแบบจำลองมี 2 แบบ คือ สร้างอย่างหยาบ ๆ เช่น บางส่วนของเครื่องบิน หรือสร้างถาดบินคล้ายกับของจริง สำหรับให้ผู้เรียนฝึกกิจกรรม อีกอย่างหนึ่งเป็นแบบจำลอง แสดงการทำงานของเครื่องกล มีลักษณะคล้ายของจริง เพื่อให้เห็นชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น ผ่านเครื่องขุด เพื่อให้เห็นแต่ละส่วนของการทำงานที่มีสัมพันธ์กัน

3. Interactive Media

ลักษณะของสื่อประเภทนี้คือ ผู้เรียน ไม่สามารถนำภาพเสนอข้อมูลได้แต่อาศัยการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างการเรียนรู้ อาจแบ่งได้ 3 ระดับ คือ

3.1 ผู้เรียนมีปฏิกิริยาต่อโปรแกรม เช่น การใช้บทเรียนโปรแกรม หรือโปรแกรมประกอบสื่อ

3.2 ผู้เรียนมีปฏิกิริยาต่อเครื่องจักร เช่น เครื่องช่วยสอน การแสดง simulation ห้อง LAB ภาษา หรือเครื่องคอมพิวเตอร์

3.3 ผู้เรียนมีปฏิกิริยาต่อสื่อ เช่น การใช้เกมส์ศึกษาการจัดสถานการณ์จำลอง (simulation) เกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้ และร่วมกันแก้ปัญหาในระหว่างผู้เรียนด้วยกัน

บทบาทและหน้าที่ของสื่อต้องงานส่งเสริมและเผยแพร่

บทบาทและหน้าที่ของสื่อประเภทต่าง ๆ โดยทั่ว ๆ ไป นั้นมีมากมายเช่น ให้ข่าวสาร ความรู้ การให้การศึกษา การพัฒนาสังคม ในการช่วยเป็นตัวกลางที่จะแสดงออกและถ่ายทอดความนึกคิด และศิลปะวิทยาการต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีบทบาททางด้านจิตวิทยา สังคม คือ ช่วยสร้างความผูกพันของคนในสังคมให้สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างเข้าใจกัน และช่วยในการพักผ่อนหย่อนใจให้ สมาชิกในสังคมได้รับความเพลิดเพลิน

ในงานด้านส่งเสริมและเผยแพร่นั้น สื่อก็มีบทบาทและหน้าที่ที่สำคัญยิ่งคือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ด้วยเช่นเดียวกัน ช่วยให้การเปลี่ยนแปลงนั้นมีประสิทธิภาพและได้ผลสมบูรณ์ด้วยเวลาที่รวดเร็ว บทบาทและหน้าที่ของสื่อต้องงานส่งเสริมเผยแพร่นั้น พอสรุปได้ดังนี้ (ณรงค์ สมพงษ์, 2530: 54)

1. สื่อมีบทบาทและหน้าที่ในการช่วยกระจายข่าวสารต่าง ๆ ไปยังบุคคลหรือกลุ่มบุคคล หรือองค์กร ซึ่งเป็นเป้าหมายของงานส่งเสริมเผยแพร่ นั้น ทั้งในรูปแบบของสื่อที่ใช้กับการสื่อสารระหว่างบุคคลและสื่อมวลชน ทำให้ข่าวสารนั้นแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วทันเวลาและประชาชนมีหน้าที่ที่กว้างไกล เช่น การให้ข่าวสารเกี่ยวกับราคาพืชผล ในตลาดแต่ละวัน สามารถรายงานให้ทราบโดยวิทยุไปสู่เกษตรกร หรือองค์กรต่าง ๆ ได้เร็วมาก การออกข่าวให้ทราบถึงการระบาดของโรคหรือแมลงศัตรูพืช ทางหนังสือพิมพ์ เพื่อให้เกษตรกรหาวิธีป้องกันการระบาดของเสี้ยน ๆ ทำให้ปัญหาที่เกิดขึ้นทุเลาเบาบางลงได้

2. สื่อทำหน้าที่ในการปลุกเร้าให้เกิดความสำนึก ความร่วมมือกัน สร้างความสัมพันธ์ ในการพัฒนาชุมชน และประเทศชาติ สร้างความเข้าใจร่วมกันของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม ร่วมมือกันแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น การสร้างความร่วมมือในด้านต่าง ๆ จำเป็นต้องอาศัยสื่อเป็นตัวเร่ง สื่อที่มีบทบาทดังกล่าวนี้ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์ แผ่นปลิวหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

3. สื่อมีบทบาทและหน้าที่ในการให้การศึกษาประชาชน เป็นการยกระดับความรู้ให้สูงขึ้น ให้สามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพ การใช้การศึกษานี้ สื่อจะมีหน้าที่ในการให้ทั้งข่าวสารและถ่ายทอดนวัตกรรมและเทคโนโลยีตลอดจนความรู้ความเข้าใจในสาขาต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มชนในระดับต่าง ๆ กัน ทั้งในระดับบุคคล กลุ่ม และมวลชน ตามแต่โครงการในการส่งเสริมเผยแพร่ เพื่อยกระดับมาตรฐานการครองชีพ ชีวิต และความเป็นอยู่ให้สูงขึ้น

4. สื่อมีบทบาทและหน้าที่ในการแลกเปลี่ยนข่าวสารกัน เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดวิชาการ และประสบการณ์ต่าง ๆ ถึงแม้ว่าบุคคลนั้น จะอยู่ห่างไกลกันเพียงใดก็ตาม พึงง่ายก็คือ สื่อช่วยทำลายพรมแดนที่ขวางกั้น ให้สามารถติดต่อถึงกันได้ เช่น เกษตรกรสามารถทราบ แนวทางการปลูกพืชของอีกแห่งหนึ่งได้ โดยอาศัยเอกสารสิ่งพิมพ์วิทยุและโทรทัศน์ เป็นต้น

คุณค่าของสื่อในงานส่งเสริมเผยแพร่

ภาษิตอีกบทหนึ่งว่า "ภาพหนึ่งภาพ มีค่ามากกว่าคำพูดพันคำ" ภาษิตทั้ง 2 นี้เป็นความจริงทีเดียว เพราะ ลำพังเพียงการได้ยินได้ฟังมาเท่านั้น ย่อมสู้การมองเห็นภาพหรือการได้กระทำจริงไม่ได้ อาจดีกว่าในแง่ของความเข้าใจ การเรียนรู้ช่วยย่นระยะเวลาในการถ่ายทอดความคิด และวิธีการได้ ในเรื่องของงานส่งเสริมก็เช่นเดียวกัน เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะต้องมีวิธีการถ่ายทอดข้อความและเนื้อหาได้ อย่างแจ่มแจ้งและรวดเร็ว ดังนั้น วัสดุอุปกรณ์ที่จะนำมาใช้เพื่อให้ผู้รับการส่งเสริมได้เห็น ได้สัมผัส จับต้อง และได้ร่วมมือกระทำด้วยตนเอง จึงเป็นสิ่งจำเป็น นอกเหนือไปจากการพูด การบรรยายปกติ ธรรมดา

การใช้สื่อแบบต่าง ๆ จะมีคุณค่าต่อการส่งเสริมดังนี้

1. ช่วยให้คุณภาพของการเรียนรู้ดีขึ้น เพราะมีความจริงและมีความหมายชัดเจน
ต่อผู้ได้รับการส่งเสริม

2. ช่วยให้ผู้ได้รับการส่งเสริมได้เรียนรู้ในปริมาณมากขึ้น ในเวลาที่รวดเร็ว เช่น
กรณีที่ผู้ส่งเสริมต้องออกไปพบปะกับเกษตรกรในเวลาที่ย่ำกัก ถ้ามีแผนภูมิหรือแผนภาพที่เตรียม
เอาไว้แล้ว ไปประกอบการพูดก็จะทำให้เกษตรกรสามารถเรียนรู้และเข้าใจได้เร็วขึ้น

3. ช่วยให้ผู้ได้รับการส่งเสริมมีความสนใจและมีส่วนร่วมอย่างแข็งขัน ในงานที่
ส่งเสริม

4. ช่วยให้ผู้ที่ได้รับการส่งเสริม จดจำ ประทับความรู้สึกร และทำอะไรได้เร็วและ
ดีขึ้น

5. ช่วยให้ผู้สามารถเรียนรู้ในสิ่งที่ศึกษาได้ลำบาก โดยใช้สื่อเข้าด้วยกัน

คุณสมบัติของสื่อ

เนื่องจากสื่อเป็นตัวกลางซึ่งนำข่าวสารที่เป็นสิ่งเร้าไปนำเสนอให้กับผู้รับสารทั้ง
เป็นการเร้าให้เกิดการตื่นตัว สร้างความสนใจขึ้นทำให้เกิดความคิด เร่งให้เกิดการตอบสนอง และ
อื่น ๆ ดังนั้นหลังจากที่ได้ตั้งจุดประสงค์ไว้แล้ว ว่าท่านต้องการจะสื่อความหมายอะไรไปยังผู้รับ
สาร แล้วท่านจะต้องมีความสามารถที่จะเลือกช่องทาง หรือสื่อที่จะผ่านเนื้อหาเพื่อสร้างการ
ตอบสนองตามจุดมุ่งหมายที่ต้องการ เมื่อมาถึงขั้นนี้จำเป็นที่ผู้ส่งสารต้องเข้าใจถึงคุณสมบัติของสื่อ
ต่าง ๆ เพื่อช่วยให้สามารถเลือกใช้หรือผลิตสื่อได้ตรงกับจุดมุ่งหมายมากที่สุด เนื่องจากสื่อแต่ละ
อย่างมีทั้งข้อดี และข้อจำกัด แตกต่างกันไป จึงขอสรุปเกี่ยวกับคุณสมบัติของสื่อ และการ
เปรียบเทียบคุณสมบัติ ของสื่อแต่ละชนิด ดังนี้ (ณรงค์ สมพงษ์, 2530: 56)

ตาราง 1 ข้อดีและข้อจำกัดของสื่อแต่ละชนิด

ประเภทของสื่อ	ข้อดี	ข้อจำกัด
1. หนังสือและเอกสารสิ่งพิมพ์	ก. สามารถอ่านได้ตามสมรรถนะของแต่ละบุคคล ข. เหมาะสำหรับเก็บไว้เพื่อการอ้างอิงหรือทบทวน ค. เหมาะสำหรับการผลิตเพื่อแจกเป็นจำนวนมากเป็นเอกสารเผยแพร่และประกอบการเรียน	ก. ต้นทุนการผลิตสูง ข. ข้อมูลล้าสมัยง่าย ค. สิ่งพิมพ์ที่ดีจำเป็นต้องอาศัยการผลิตต้นแบบและระบบการพิมพ์ที่มีคุณภาพ
2. วัสดุกราฟฟิกประเภทแผนภูมิแผนภาพโปสเตอร์ภาพพลิกภาพ	ก. ช่วยในการชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหา ข. ช่วยแสดงลำดับขั้นตอนของเนื้อหาได้ดี ค. ภาพถ่ายมีลักษณะใกล้เคียงความเป็นจริงมากกว่าภาพเขียน ง. ผลิตง่ายราคาถูก จ. ใช้ง่าย สะดวก ไม่จำกัดเรื่องสถานที่ ฉ. เหมาะสำหรับการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง	ก. เหมาะสำหรับกลุ่มผู้ดูขนาดเล็ก ข. ถ้าต้องการความประณีตต้องใช้ช่างเทคนิคที่มีความชำนาญช่วยผลิต ค. การใช้ภาพบางประเภทไม่เหมาะสมในการเปรียบเทียบสัดส่วน เช่น ภาพการ์ตูน
3. ตัวอย่างของจริง	ก. แสดงสภาพตามความเป็นจริงทำให้จำง่ายขึ้น ข. สัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 จึงเกิดการรับรู้ได้ดี	ก. การจัดหาลำบาก ข. บางครั้งขนาดใหญ่เกินไป เล็กเกินไปที่จะนำมาแสดงได้ ค. ราคาสูงเกินไป ง. เหมาะสำหรับการแสดงกลุ่มย่อย จ. บางครั้งเสียหายง่าย ฉ. การเก็บรักษาลำบาก

ตาราง 1 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ	ข้อดี	ข้อจำกัด
4. หุ่นจำลอง	ก. อยู่ในลักษณะ 3 มิติ ข. สามารถจับและพิจารณารายละเอียดได้ ค. เหมาะสำหรับการแสดงสิ่งที่ไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่า(เช่น การแสดงอวัยวะภายในของมนุษย์ สัตว์) ง. ใช้แสดงหน้าที่และลักษณะส่วนประกอบได้ดี จ. ช่วยในการเรียนรู้และการปฏิบัติทักษะชนิดต่าง ๆ บางครั้งเกิดความเข้าใจผิด ฉ. สามารถใช้วัสดุที่ทำได้ในท้องถิ่น	ก. ต้องอาศัยความชำนาญในการผลิต ข. ส่วนมากราคาแพง ค. เหมาะสำหรับการแสดงกับกลุ่มย่อย ง. บางครั้งเสียหายง่าย จ. ไม่เหมือนของจริงทุกประการ
5. กระดานผ้าสาหลีและกระดานแม่เหล็ก	ก. สามารถแสดงการเคลื่อนไหวบนกระดานได้ ข. เหมาะสำหรับการแสดงเนื้อหาที่มีเกี่ยวพันกันเป็นขั้นตอน ค. ช่วยดึงดูดความสนใจ ง. ให้กลุ่มเป้าหมายใช้ร่วมกันเพื่อสร้างความสนใจและทดสอบความเข้าใจขึ้น	ก. เหมาะสำหรับกลุ่มย่อย ข. แผ่นกระดานมีขนาดใหญ่ไม่เหมาะในการติดตัวนำไปใช้ ค. วัสดุที่ใช้ติดบนแผ่นกระดานมักจะจัดกระจายไม่ค่อยสะดวกในการทำงาน
6. แผ่นโปร่งใสสำหรับเครื่องฉายโอเวอร์เฮด	ก. สามารถใช้ได้ในที่สว่าง ข. เหมาะสำหรับกลุ่มใหญ่ ค. ผู้ใช้สามารถหันเข้าหากกลุ่ม	ก. เหมาะสำหรับภาพลายเส้นตัวหนังสือ ข. ถ้าจะผลิตแผ่นโปร่งใสที่มี

ตาราง 1 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ	ข้อดี	ข้อจำกัด
	เป้าหมายได้ตลอดเวลาที่ใช้	คุณภาพสูงจะต้องลงทุนสูง
	ง. สามารถผลิตได้อย่างง่ายๆ	
7. ภาพทึบแสงสำหรับ เครื่องฉายโอเพค	ก. สามารถขยายภาพส่วนหรือ ภาพเขียนให้มีขนาดใหญ่ ข. ใช้ขยายภาพลงบนกระดานได้ ค. ใช้กับวัสดุที่มีขนาดเล็กให้ขยาย ใหญ่จนจอบเพื่อดูพร้อม ๆ กันได้	ก. ต้องใช้ในห้องที่มีคนสนิทมากๆ ข. เครื่องมีขนาดใหญ่มากขนย้าย ลำบาก
8. สไลด์และสไลด์ ประกอบเสียง	ก. ให้ลักษณะรูปร่าง สี สัน สวยงาม ตรงกับสภาพความเป็น จริง ข. สามารถสับเปลี่ยนรูปได้เสมอ ตามความต้องการ ค. มีความทันสมัย ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงรูปร่างได้ง่าย ง. ผลิตได้ง่าย ราคาถูก โดยใช้ กล้องขนาด 35 มม. จ. สามารถจับถือ และเก็บรักษาได้ ฉ. สามารถนำมาฉายประกอบกับ เทปบันทึกเสียงเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในการนำเสนอยิ่งขึ้น ช. สามารถใช้ได้กับกลุ่มเล็กหรือ กลุ่มใหญ่หรือแบบเดี่ยวก็ได้	ก. ต้องการทักษะความชำนาญใน การถ่ายภาพ ข. ต้องการอุปกรณ์ในการถ่ายภาพ พิเศษเช่นภาพใกล้และสำเนาภาพ ค. เกิดการสับภาพหรือหัวกลับได้ ง่าย ง. ต้องฉายในห้องที่มีความมืด พอสมควรจึงจะได้ภาพที่ชัดเจน จ. การถ่ายทำชุดสไลด์ที่ดีต้องใช้ เวลาเตรียมงาน ตั้งแต่การวางแผน ทำบทและถ่ายทำ

ตาราง 1 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ	ข้อดี	ข้อจำกัด
9. फिल्मสตริป	ก. กะทัดรัด ใช้งานง่ายและภาพ เรียงลำดับไว้ดีแล้ว ข. สามารถใช้ร่วมกับเทป บันทึกเสียงประกอบคำบรรยายได้ ค. ราคาถูก ถ้าต้องการผลิตเป็น จำนวนมาก ง. สามารถใช้กับกลุ่มหรือเดี่ยวทั้ง ผู้สอนและผู้เรียนได้ จ. น้ำหนักเบา	ก. การผลิตด้วยตนเองยุ่งยากกว่า สไลด์ เพราะต้องถ่ายเรียงตามลำดับ ข. การเรียงลำดับไว้อย่างถาวร ทำ ให้ไม่สามารถแก้ไขหรือปรับปรุง ใหม่ได้
10. फिल्मภาพยนตร์	ก. ให้ภาพเคลื่อนไหวและให้เสียง ประกอบที่เหมือนจริงมากที่สุดจึง เหมาะกับเนื้อหาที่ต้องการเสนอ ลักษณะการเคลื่อนไหว ข. เหมาะสำหรับใช้จูงใจสร้าง ทศนคติ	ก. ไม่สะดวกในการหุ้ดฉาย ภาพยนตร์เมื่อมีผู้สงสัยหรือต้องการ ชักถาม ข. ต้นทุนการผลิตสูงมาก วิธียุ่งยาก ค. การ operation ยุ่งยากกว่าเครื่อง ฉายทุกชนิด
11. วิทยูกระจายเสียง	ก. สามารถใช้กับเป้าหมายเป็น มวลชนจำนวนมากได้ ข. ระยะเวลากระจายเสียงกว้างและ ถ่ายทอดไปได้ในระยะไกลๆ ค. ดึงดูดความสนใจของผู้ฟังและ ช่วยกระจายข่าวได้ในเวลา อันรวดเร็วมาก ง. เครื่องรับวิทยุหาได้ง่าย ราคาถูก สามารถใช้กับแบตเตอรี่ก้อนได้	ก. ต้องใช้อุปกรณ์ในห้องส่งราคา แพง ข. ผู้รับฟังต้องปรับตัวเข้าหา รายการผู้บรรยายไม่สามารถปรับตัว เข้าหาผู้ฟังได้ ค. ผู้จัดรายการไม่ทราบปฏิกิริยา จากผู้ฟังได้ทันที และผู้รับฟังไม่มี ส่วนร่วมในรายการ

ตาราง 1 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ	ข้อดี	ข้อจำกัด
12.การบันทึกเสียงทุกชนิด (แผ่นเสียงเทปบันทึกเสียง)	ก. สามารถใช้ได้โดยไม่จำกัดขนาดของกลุ่ม ข. เหมาะสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองหรือกลุ่มย่อย ค. การเปิด/ปิด/เดินหน้า/ย้อนกลับควบคุมด้วยตัวผู้ใช้อย่างง่ายและสะดวกจึงเหมาะที่ใช้เรียนด้วยตนเอง ง. ต้นทุนการผลิตต่ำ	ก. การใช้เรียนด้วยตนเองต้องใช้เครื่องเรียนจำนวนมาก ข. การบันทึกเสียงที่มีคุณภาพต้องใช้ห้องและอุปกรณ์เฉพาะ
13. สื่อผสม (multimedia)	ก. สร้างความสนใจและให้ผลต่ออารมณ์ของผู้ดูได้มาก ข. สามารถใช้สื่อหลาย ๆ อย่างช่วยสนับสนุนการเรียนรู้ได้ดีกว่าการใช้สื่อเดียว	ก. ต้องการเครื่องมือและวัสดุในการใช้หลายอย่างพร้อมกัน ข. การผลิตต้องอาศัยความชำนาญหลายอย่างในการวางแผนการเตรียมการและใช้
14.ทัศนศึกษานอกสถานที่	ก. สร้างประสบการณ์ร่วมกัน ข. เห็นผลและให้ความมั่นใจในวิธีการสาธิต ค. ส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในการแสดงออก ง. เปิดโอกาสให้ผู้เรียนเห็นปัญหาและซักถามได้อย่างใกล้ชิด	ก. ต้องใช้เวลานานในกรณีการสาธิตผล ข. จำเป็นต้องเตรียมการอย่างดีเพื่อผลในการสาธิตที่ดี ค. ค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง

ที่มา: ณรงค์ สมพงษ์ (2530: 63-67)

การใช้สื่อในงานส่งเสริมและเผยแพร่

แนวความคิดในการใช้สื่อเพื่องานส่งเสริมและเผยแพร่

การพิจารณานำเอาสื่อไปใช้ในงานส่งเสริมเผยแพร่นั้น ความจริงแล้วมิใช่ขั้นตอนเริ่มต้นในการใช้สื่อแต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นขั้นตอนที่ผ่านการพิจารณา วางแผนงานส่งเสริมเรียบร้อยแล้ว เพราะฉะนั้นในขั้นนี้ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจึงเป็นเพียงผู้นำเอานโยบายการส่งเสริมการพิจารณาเลือกวิธีการในงานส่งเสริมนั้น ๆ ความจริงแล้วเจ้าหน้าที่ส่งเสริมต้องทราบโปรแกรมต่าง ๆ เหล่านี้ก่อน แล้วจึงกำหนดว่าจะใช้สื่ออะไรบ้าง ต่อจากนั้นจึงจัดหาสื่อเหล่านั้นมา ถ้าไม่มีต้องผลิตขึ้นใช้เอง ซึ่งขั้นนี้จำเป็นต้องมีความชำนาญเฉพาะด้านการผลิตอยู่อย่างมาก เมื่อผลิตเสร็จแล้วก็นำออกเผยแพร่หรือสอนตามแต่กรณี (ณรงค์ สมพงษ์, 2530: 67)

การนำสื่อไปใช้ในงานส่งเสริม นิยมแบ่งการใช้ออกเป็นวิธีการต่าง ๆ ตามลักษณะกลุ่มเป้าหมายที่นำไปใช้คือมี 3 วิธี

1. วิธีการนำสื่อไปใช้ในการติดต่อส่วนบุคคล
2. วิธีการนำสื่อไปใช้ในการติดต่อแบบกลุ่ม
3. วิธีการนำสื่อไปใช้ในการติดต่อแบบมวลชน

1. วิธีการนำสื่อไปใช้ในการติดต่อส่วนบุคคล (Media for Personal or Individual Methods)

โครงการในการส่งเสริมและเผยแพร่ ที่มุ่งเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เราจัดอยู่ในวิธีการติดต่อส่วนบุคคล การเข้าถึงบุคคลทำให้มีการแก้ปัญหาได้อย่างตรงประเด็นและมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ส่งเสริมและกลุ่มเป้าหมายสูงมาก ขึ้นต่าง ๆ ในการแก้ปัญหาสามารถปรับให้เหมาะสมกับความต้องการเฉพาะบุคคลได้ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมได้มีโอกาสใกล้ชิดกับเกษตรกร และทราบปัญหาที่เกิดขึ้นประจำวัน โดยการออกเยี่ยมเยียนตามบ้านและไร่นาของเกษตรกร เจ้าหน้าที่เกษตรกรได้ศึกษาปัญหาร่วมกันอภิปรายถึงปัญหาที่พบและกำหนดโครงการเพื่อแก้ไขปัญหานั้น

สถานการณ์แบบนี้สื่อที่จะนำไปใช้คือ ของจริง หรือของตัวอย่าง เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด นอกจากนี้อาจทำแผ่นพับ หรือรูปภาพแบบง่าย ๆ ประกอบการพูดคุยกัน รวมไปถึงการใช้โทรทัศน์ หรือจดหมายติดต่อกัน ระหว่างกลุ่มเป้าหมายและเจ้าหน้าที่ส่งเสริม การส่งเสริมด้วยวิธีนี้จึงต้องอาศัยทักษะของการพูดคุย ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเป็นส่วนใหญ่และ

เจ้าหน้าที่ส่งเสริมต้องฝึกหัดตัวเองให้คิดออกมาเป็นภาพและเรียนรู้วิธีการใช้วัสดุที่อยู่ใกล้มือให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

2. วิธีการนำสื่อไปใช้ในการติดต่อแบบกลุ่ม (Media for Group Method)

วิธีการกลุ่มนี้ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมใช้เพื่อนำไปสู่การรวมกลุ่มกันของกลุ่มบุคคลที่มีปัญหาหรือความสนใจที่เหมือน ๆ กัน ตัวอย่าง เช่น การกำหนด ความสำเร็จในการรณรงค์กำหนด ขึ้นอยู่กับงานในท้องถิ่น และการร่วมมือกันสถานการณ์กลุ่มจะช่วยให้สมาชิกร่วมกันวางแผนโครงการ และปฏิบัติงานร่วมกัน วิธีการกลุ่มจึงอาจเป็นลักษณะการพบปะกันอย่างไม่เป็นทางการ เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารกัน หรือการมีการจัดการประชุมพบปะกันอย่างเป็นทางการ เช่น การแจ้งข่าวให้ทราบ การอภิปราย การเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ การประชุมสัมมนา และฝึกอบรม เป็นต้น

สื่อที่จะนำมาใช้ในการประชุมได้แก่ การใช้โสตทัศนวัสดุ เข้ามาช่วยในการสื่อสาร เช่น การใช้ภาพยนตร์ช่วยโน้มน้าวความคิด ให้มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปในทางเดียวกันสร้างความกระตือรือร้นให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย ใช้สไลด์ในการอธิบายขั้นตอนหรือวิธีการปฏิบัติงาน เป็นต้น แต่ถ้าหากมีบางท้องถิ่นซึ่งไม่สามารถนำอุปกรณ์ที่ต้องอาศัยไฟฟ้า ก็อาจจะใช้สิ่งอื่น ๆ แทน เช่น รูปภาพขยายใหญ่ ภาพพลิก แผ่นป้ายสำลี วัสดุของจริง หุ่นจำลอง ขยายหรือย่อ

นอกจากนี้การวางแผนการใช้สื่อแบบกลุ่มนี้ยังรวบรวมไปถึงกิจกรรมในรูปของการจัดทัศนศึกษา การเยี่ยมชมฟาร์ม และการสาธิต ซึ่งเป็นวิธีการส่งเสริมที่อยู่ในรูปของการสอนของกลุ่มเป้าหมาย ในเชิงปฏิบัติให้มีโอกาสสัมผัสสภาพความเป็นจริงมากยิ่งขึ้น

3. วิธีการนำสื่อไปใช้ในการติดต่อแบบมวลชน (Media for Mass Method)

วิธีการใช้สื่อในการติดต่อแบบมวลชนไม่ได้ใช้ในการติดต่อกับบุคคลโดยตรง แต่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในงานส่งเสริมและเผยแพร่ สื่อมวลชนใช้กับคนจำนวนมาก ๆ เพื่อสร้างความตื่นตัว และความสนใจในความคิดใหม่ ๆ และการปฏิบัติเป็นการทำให้เกษตรกรแสวงหาข้อมูลจากเพื่อนบ้าน เจ้าหน้าที่ส่งเสริมและเกษตรกรที่ได้รับผลสำเร็จในท้องถิ่นนั้น

สื่อมวลชนที่ใช้ในงานส่งเสริมแบบมวลชนได้แก่

1. วิทยุกระจายเสียง
2. วิทยุโทรทัศน์

3. ภาพยนตร์

4. อินเทอร์เน็ต

5. วัสดุสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น เอกสารเผยแพร่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร แผ่นพับ จดหมายเวียน โปสเตอร์

ตาราง 2 ข้อดีและข้อจำกัดในการใช้สื่อในงานส่งเสริมแบบต่าง ๆ

ประเภทของสื่อ	สื่อหรือวิธีการที่ใช้	ข้อดี	ข้อจำกัด
1. การติดต่อส่วนบุคคล(individual methods)	- การเขียนเขียน - เกษตรกร - การติดต่อทาง - จดหมาย - การติดต่อทาง - โทรศัพท์ - ของจริงหรือของ - ตัวอย่าง	- ได้ผลแน่นอน - สร้างความเข้าใจ - และแก้ปัญหาได้ - ถูกต้องมีความคุ้นเคย - ปฏิสัมพันธ์ระหว่าง - เจ้าหน้าที่และ - เกษตรกรดีมาก - สามารถติดต่อกับ	- ค่าใช้จ่ายสูง ต้อง - บุคลากรมาก - เสียเวลาในการ - ติดต่อมาก
2. การติดต่อแบบกลุ่ม (group methods)	- การประชุมพบปะกัน - อย่างไม่เป็นทางการ - การประชุมสัมมนา - ฝึกอบรม - การสาธิต - การบรรยาย - การจัดทัศนศึกษา - การเขียนเขียนฟาร์ม - การใช้โสตทัศนวัสดุ - เช่น ภาพยนตร์ สไลด์ - แผ่นโปสเตอร์ รูปภาพ - ภาพพลิก แผนภูมิ	- เกษตรกรได้ครั้งละ - มาก ๆ - ส่งเสริมความ - ร่วมมือกันในกลุ่ม - ประหยัดเวลาและ - ค่าใช้จ่าย - สามารถถ่ายทอด - ข่าวสารและสามารถ - ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ - ดี - สามารถทราบการ - สนองตอบได้ทันที	- ไม่สามารถอธิบาย - ได้ครบทุกคน - ต้องมีการวางแผน - นัดหมายกันล่วงหน้า - สื่อบางอย่างต้อง - อาศัยอุปกรณ์ซึ่งมี - ราคาแพงและต้องใช้ - ไฟฟ้า เช่น เครื่องฉาย - ชนิดต่าง ๆ - มีอุปสรรคในการ - ขนย้ายในสถานที่ไกล - ๆ

ตาราง 2 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ	สื่อหรือวิธีการที่ใช้	ข้อดี	ข้อจำกัด
3.การติดต่อแบบ มวลชน(mass methods)	- วิทยุกระจายเสียง - วิทยุโทรทัศน์ - ภาพยนตร์ - อินเทอร์เน็ต - วัสดุสิ่งพิมพ์ต่างๆเช่น เอกสารเผยแพร่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร - ไปสเตอร์	- สามารถส่งข่าวสาร ข้อมูลโดยไม่จำกัด จำนวนผู้รับ - ช่วยแก้ปัญหาเร่งด่วนได้เร็ว - สามารถส่งข่าวสารไปได้ไกล	- ไม่สามารถทราบจำนวนผู้รับข่าวสารได้ - ไม่สามารถชี้แจงรายละเอียดได้มาก - ไม่ทราบการตอบสนองจากผู้รับข่าวสาร

ที่มา: ณรงค์ สมพงษ์ (2530: 71)

การเลือกสื่อในงานส่งเสริมเผยแพร่

ณรงค์ สมพงษ์ (2530: 48) กล่าวว่า สื่อแต่ละชนิดมีทั้งดีและข้อจำกัดในตัวเอง ดังนั้นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมควรทำความเข้าใจคุณสมบัติถึงสื่อแต่ละชนิดอย่างละเอียด การเลือกสื่อไปใช้ในงานส่งเสริมจึงมีตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการใช้สื่อ ดังนั้นการเลือกใช้สื่อแต่ละชนิดต้องทำการวิเคราะห์ส่วนประกอบต่าง ๆ หลาย ๆ ด้าน ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาในการเลือกสื่อโดยทั่วไป ดังนี้

1. จุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของแหล่งข่าวนั้น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะต้องวางเป้าหมายว่าต้องการกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับข่าวสารที่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปทางใดบ้าง
2. ลักษณะของผู้รับข่าวสาร จะต้องพิจารณาลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่จะส่งเสริมว่ามีลักษณะทางด้านเพศ อายุ ฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม พื้นฐานความรู้ อย่างไรบ้าง จะช่วยให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสามารถเลือกสื่อได้อย่างเหมาะสมกับผู้ที่ได้รับการส่งเสริมแต่ละกลุ่ม
3. จำนวนหรือขนาดผู้รับข่าวสาร ต้องให้สัมพันธ์กับวิธีการที่ใช้ในการส่งเสริมด้วย
4. สถานที่และเครื่องมือที่ใช้ในการอำนวยความสะดวก จะต้องพิจารณาถึงสถานที่ที่จะใช้สื่อสารอยู่ที่ไหน สภาพแวดล้อมเป็นอย่างไร

5. ทักษะในการสื่อสาร คือความสามารถในการสื่อสารของผู้ส่งสาร

6. งบประมาณในการใช้สื่อ แต่ละหน่วยงานนั้นมีสถานะภาพทางด้านงบประมาณที่ต่างกัน การเลือกใช้สื่อจึงขึ้นอยู่กับงบประมาณด้วย

วิธีการใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ

หลักการใช้สื่อเพื่อการส่งเสริมนั้นสามารถแยกเป็น 4 ขั้นตอน คือ (ณรงค์ สมพงษ์, 2530: 77)

ขั้นตอนที่ 1 การวางแผน (planning) การวางแผนในการใช้สื่อในการทำงานส่งเสริมเป็นการเพิ่มโอกาสของความสำเร็จตั้งแต่เริ่มแรก ช่วยลดข้อผิดพลาดต่าง ๆ

ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมการ (preparation) เป็นขั้นเตรียมการใช้สื่อหลังจากที่ได้วางแผนไว้แล้ว คือ เตรียมตัวเจ้าหน้าที่ส่งเสริมเอง จัดเตรียมสภาพแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เตรียมกลุ่มเป้าหมายให้พร้อมที่จะเปิดสื่อ

ขั้นตอนที่ 3 การนำเสนอสื่อ (presentation) เป็นช่วงที่สำคัญอีกช่วงหนึ่ง การเตรียมการมาดีทุกอย่างแล้ว แต่ไม่ได้ดำเนินการตามแผนที่วางไว้ก็อาจได้ผลที่ไม่เต็มที่ บางครั้งก็อาจต้องปรับแผนการใช้สื่อที่เตรียมไว้ให้เข้ากับสภาพการณ์ที่อาจแตกต่างจากที่เราคาดและวางแผนไว้ก็เป็นได้ หลักในการนำเสนอสื่อ ควรใช้สื่อเรียงลำดับก่อนหลังตามที่ได้กำหนดไว้ ใช้เวลาในการนำเสนอสื่อที่เหมาะสมกับเนื้อหา กระตุ้นให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมในการนำเสนอสื่อ ต้องควบคุมเสียงดัง ค่อย และเสียงทึมแหลมพอดิ รวมถึงเว้นจังหวะในการนำเสนอสื่อเพื่อให้ผู้รับสารสามารถจับประเด็นสำคัญของเรื่องที่นำมาเสนอได้

ขั้นตอนที่ 4 การติดตามผล (follow-up) หลังจากใช้สื่อแล้ว ควรมีการซักถามตอบคำถามหรืออภิปรายเกี่ยวกับสื่อที่ดูไป สรุปประสบการณ์ที่ได้จากสื่อเหล่านั้น ๆ อาจให้ทำแบบทดสอบ เพื่อตรวจสอบว่าผู้ฟังได้เรียนรู้อะไรจากสื่อไปบ้าง และยังทดสอบประสิทธิภาพของสื่อ ตลอดจนวิธีการใช้สื่อว่ามีจุดบกพร่องตรงไหนบ้าง เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ ปรับปรุง แก้ไข

สื่อผสม

กิดานันท์ มลิทอง (2554: ระบบออนไลน์) กล่าวว่า สื่อผสม เป็นเทคโนโลยีที่ช่วยให้งานส่งเสริมผสมผสานระหว่างข้อความ ข้อมูล ตัวเลข ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ตลอดจนระบบโต้ตอบกับผู้ใช้ (interactive) มาผสมผสานเข้าด้วยกัน

สื่อผสม หมายถึง การนำเอาสื่อหลาย ๆ อย่าง เช่น รูปภาพ เทป แผ่นโปร่งใส มาใช้ร่วมกัน เพื่อส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการรับรู้ และการส่งข่าว ต่อมาเมื่อมีการนำคอมพิวเตอร์มาใช้มากขึ้น และสามารถใช้งานได้ทั้งภาพนิ่ง เสียง ข้อความ และภาพเคลื่อนไหว ทำให้ความหมายของสื่อผสมเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งส่วนประกอบหลัก ที่มีใช้ทั่วไปของคอมพิวเตอร์ มัลติมีเดียจะมี CD-ROM sound card และลำโพง เพิ่มเข้ามาในคอมพิวเตอร์ หรืออาจมีส่วนประกอบที่เกี่ยวกับการใช้งานวิดีโอด้วย นอกจากนี้ยังมีความหมายรวมถึงการใช้การใช้คอมพิวเตอร์ควบคุมอุปกรณ์อื่น ๆ เช่น เครื่องวิดีโอเทปเสียง ซีดีรอม กล้องดิจิทัล โทรศัพท์ ฯลฯ ให้ทำงานร่วมกัน การใช้คอมพิวเตอร์ควบคุมอุปกรณ์หลาย ๆ อย่างดังกล่าวจะต้องอาศัย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Software) และอุปกรณ์ (Hardware) ต่าง ๆ ประกอบกัน บางครั้งจึงเรียกว่าสถานีปฏิบัติการมัลติมีเดีย (Multimedia workstation) ในงานส่งเสริมจำเป็นต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญในการทำสื่อแบบผสม การมีความรู้ในงานคอมพิวเตอร์จะเป็นประโยชน์อย่างมากในการทำสื่อแบบผสม ในปัจจุบันการทำสื่อแบบผสมจะนิยมทำในคอมพิวเตอร์เป็นส่วนใหญ่ เพราะคอมพิวเตอร์เป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัย และสามารถส่งงาน ควบคุม ได้โดยง่าย การทำสื่อแบบผสมจำเป็นจะต้องใช้ทักษะหลายอย่างในการทำ เช่น ทักษะทางคอมพิวเตอร์ ภาพ เสียง ฯลฯ ซึ่งหากมีการเกิดการผสมสื่อที่ดีแล้ว จะเป็นประโยชน์อย่างมากในงานส่งเสริมทางการเกษตร

ลักษณะของสื่อผสม คือ การนำสื่อหลายชนิดมาผสมผสานเข้าด้วยกัน โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เป็นตัวจัดการ และควบคุมให้สื่อต่าง ๆ ให้แสดงผลออกมาทางหน้าจอและลำโพงของคอมพิวเตอร์ อันประกอบไปด้วย

1. ภาพ ได้แก่ ภาพนิ่ง ภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว และภาพวีดิทัศน์
2. เสียง ได้แก่ เสียงบรรยาย เสียงสนทนา ดนตรี และเสียงประกอบอื่นๆ
3. ข้อความ ซึ่งคอมพิวเตอร์สร้างจากข้อมูลตัวอักษร
4. ความสามารถในการโต้ตอบกับผู้ใช้ได้ (interactivity) คือ ความสามารถในการจัดการกับข้อมูลภาพและเสียง ให้แสดงผลบนจอในลักษณะที่ได้ตอบกับผู้ใช้ได้ ไม่ใช่การแสดงผลรวดเร็วจบ (run through) แบบวีดิทัศน์ หรือภาพยนตร์ และไม่ใช่อสื่อสารทางเดียว (one-way communication) คือ ผู้ชมเป็นผู้ดูฝ่ายเดียวอีกต่อไป

คุณค่าและข้อจำกัดของสื่อประสม

คุณค่า

1. ผู้รับรู้มีโอกาสศึกษาตามความสามารถและความสนใจจากสื่อหลายประเภท และได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่า

2. ช่วยลดเวลาการรับรู้และการส่งข่าวทั้งผู้รับรู้และผู้ส่งข่าว แต่ประสิทธิภาพการรับรู้ไม่ลดลง

3. ช่วยเพิ่มพูนกระบวนการรับรู้และลดปัญหาการตกข่าว
4. ช่วยในการประเมินผลการส่งข่าว และการปรับปรุงการส่งข่าว
5. สื่อผสมจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในงานส่งเสริมต่าง ๆ

ข้อจำกัด

1. สื่อผสมที่คิ่้นบูรณาการได้มากกว่าสื่อเฉพาะอย่าง
2. สื่อผสมสำหรับการรับรู้การส่งข่าวบางอย่าง มีข้อจำกัดเกี่ยวกับสถานที่และเครื่องมือเครื่องใช้

กระบวนการการยอมรับเกี่ยวกับสื่อ

Rogers (1962: 52-53) ได้เสนอแบบจำลองของการยอมรับของผู้รับสารที่มีต่อนวัตกรรมและเทคโนโลยีเรียกว่า “กระบวนการยอมรับ” ซึ่งกล่าวถึงพฤติกรรมของเกษตรกรที่แสดงออกถึงการยอมรับนำไปปฏิบัติ โดยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นตื่นตัว (awareness)

ในขั้นนี้เกษตรกรจะรู้จักกับนวัตกรรมเป็นครั้งแรก โดยการเห็นหรือการได้ยินข่าวมา แต่ยังมีรายละเอียดไม่เพียงพอ บางสิ่งที่ได้เห็นนั้นอาจยังไม่มีผลสำคัญต่อเขามากนัก

ในขั้นนี้จะมีการกระจายข่าวออกไปในพื้นที่ให้กว้างขวางมากที่สุด เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะใช้วิธีการเหมาะสมในการบอกข่าว แจ้งข่าว ซึ่งเป็นความรู้หรือสิ่งใหม่ ๆ ให้เกษตรกรทราบ โดยผ่านทางสื่อมวลชน ถ้าหากเกษตรกรมีความเห็นว่า นวัตกรรมนี้มีประโยชน์ต่อเขา เจ้าหน้าที่ส่งเสริมก็จะดำเนินการในขั้นต่อไป

ขั้นที่ 2 ขั้นสนใจ (interest)

เกษตรกรจะรู้สึกสนใจในนวัตกรรมนั้นทันที ที่เขาเห็นว่านั่นเป็นคำตอบของปัญหาของเขา หรือตรงกับที่เขาคิดอยู่ เขาจะเริ่มค้นหาข้อเท็จจริงและข่าวสารมากขึ้น โดยการสอบถามจากเพื่อนของเขา ซึ่งได้ทดลองทำมาแล้วหรือจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร สื่อมวลชนย่อมมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอในกรณีนี้ ในขั้นตอนนี้เพื่อนบ้าน และผู้นำทางความคิดจะมีอิทธิพลอย่างมากโดยต้องอาศัยกลุ่มที่มีความคิดในเชิงบวกต่อสิ่งนั้น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะใช้สิ่งเหล่านี้เพื่อสร้างความสนใจในนวัตกรรมแก่เกษตรกร

ขั้นที่ 3 ขั้นไตร่ตรอง (evaluation)

ในขั้นตอนนี้เกษตรกรจะพิจารณาว่า นวัตกรรมใดที่น่าจะแก้ไขปัญหของเขาได้ ผลประโยชน์ที่เขาจะได้รับ ความคิดใหม่นี้มีความยากและข้อจำกัดแก่เขาเพียงใด และจะปรับให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้อย่างไร เกษตรกรอาจค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม หรือไปดูการสาธิตหรือเข้าร่วมประชุม เพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติม แล้วตัดสินใจว่าจะทดลองใช้ความคิดใหม่ ๆ ในไร่นาของเขาหรือไม่ การไตร่ตรองขั้นนี้มีอิทธิพลมาจากเพื่อน เพื่อนบ้าน และผู้นำความเห็นในชุมชนนั้น มากกว่าแหล่งข่าวสารอื่น ๆ

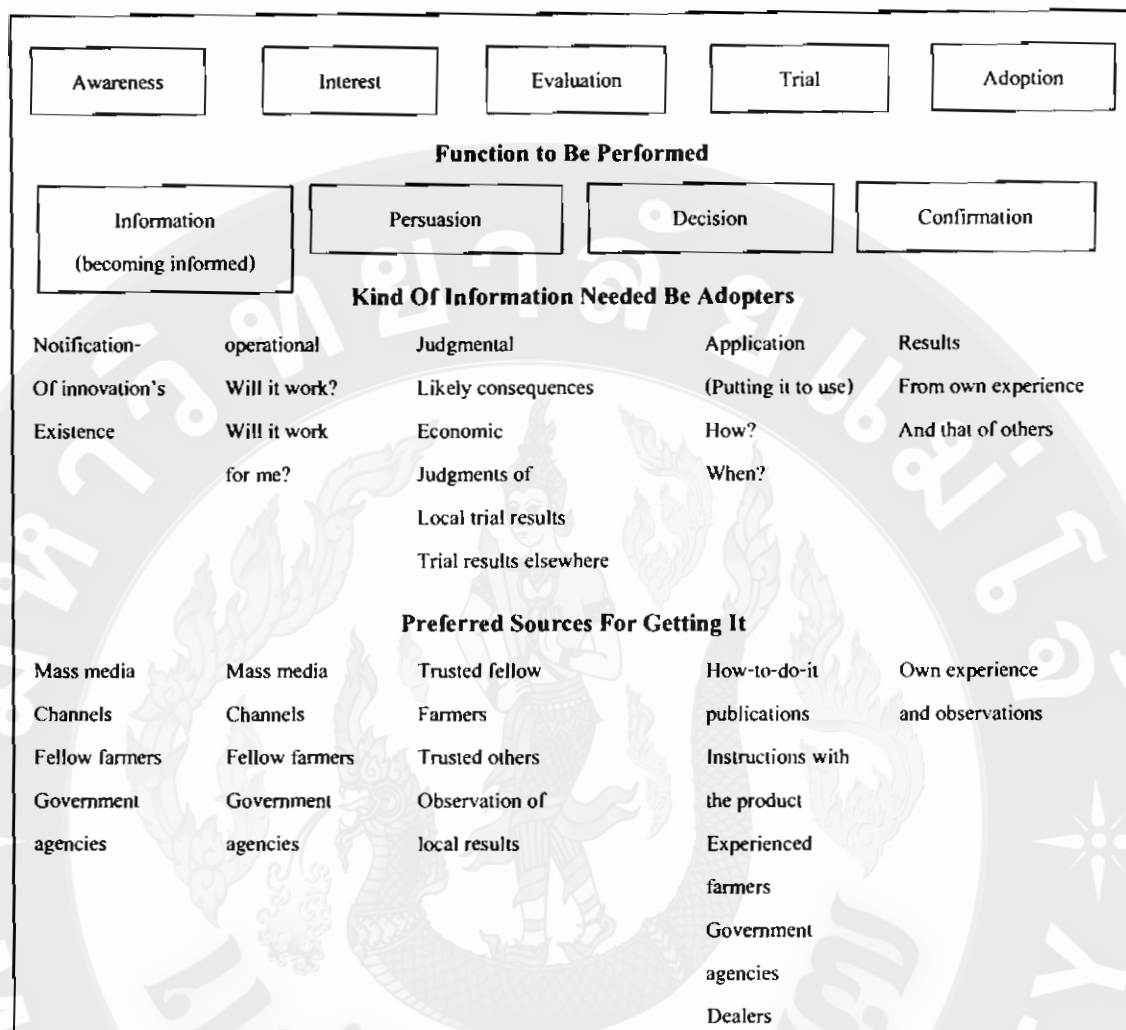
ขั้นที่ 4 ขั้นทดลอง (trial)

หากเกษตรกรพิจารณาเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสีย และความเสี่ยงต่าง ๆ แล้ว ถ้าผลออกมาทางบวก เกษตรกรก็พร้อมที่จะทดลองทำดูตามความคิดใหม่ ๆ ในพื้นที่เล็ก ๆ ก่อน ยกตัวอย่าง เช่น เกษตรกรอาจตัดสินใจใส่ปุ๋ยคอก หรือปุ๋ยเคมี ในเนื้อที่เพาะปลูกน้อย ๆ และเปรียบเทียบผลที่เกิดขึ้น ซึ่งการกระทำเช่นนี้เขาต้องการคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมโดยใกล้ชิด และมากยิ่งขึ้น

สำหรับขั้นตอนนี้เกษตรกรต้องการทราบวิธีการที่จะปรับใช้นวัตกรรม ต่าง ๆ และเรียนรู้เกี่ยวกับวิธีการ (technical Kwon-how) ของนวัตกรรมนั้น

ขั้นที่ 5 ขั้นยอมรับ (adoption)

ถ้าการทดลองของเกษตรกรได้ผลเป็นที่น่าพอใจ เกษตรกรก็จะยอมรับความคิดใหม่ ๆ อย่างเต็มที่และขยายพื้นที่กว้างออกไป มีการกระทำที่ต่อเนื่อง และนวัตกรรมนั้นก็จะกลายเป็นวิธีการที่เขายึดถือปฏิบัติโดยถาวรต่อไป ซึ่งถือเป็นขั้นสุดท้ายของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม



ภาพ 1 ขั้นตอนของกระบวนการยอมรับของ Lionberger and Gwin
ที่มา : Lionberger and Gwin (1982: 65)

พฤติกรรม的开รับสื่อ

การเปิดรับสื่อ Assael (1985: 218-224) ได้ให้ความหมายว่า การที่ประสาทสัมผัสของผู้บริโภคซึ่งถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้า ซึ่งผู้บริโภคจะเป็นผู้เลือกเองว่าสิ่งเร้าใดตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและผู้บริโภคจะหลีกเลี่ยงการเปิดรับสิ่งที่เร้าตนไม่ต้องการไม่สนใจ และเห็นว่าไม่สำคัญ และหากผู้บริโภคเลือก ก็จะเกิดกระบวนการเปิดรับ ทั้งนี้กระบวนการเปิดรับจะมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการรับสารด้วย โดยที่ความสนใจ (interest) และความเกี่ยวข้อง (involvement) ของผู้บริโภคกับสิ่งเร้านั้นจะสะท้อนออกมาในระดับของความตั้งใจ (attention) ที่ผู้บริโภคให้กับสิ่งเร้านั้น

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่สำคัญที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการเปิดรับสื่อโฆษณา นั่นก็คือเกณฑ์ในการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร ดังนี้

1. เลือกรับสื่อที่มีอยู่ (availability) โดยผู้รับสารจะรับสื่อที่ไม่ต้องมีความพยายาม มากซึ่ง หมายถึงสื่อที่สามารถจัดหาได้ง่ายกว่าสื่ออื่น ๆ
2. เลือกรับสื่อที่สะดวกและนิยม (convenience and preferences) ผู้รับสารจะ เปิดรับสื่อที่สะดวกกับตัวเองเป็นหลัก เช่นผู้รับสารบางคนจะต้องใช้เวลาในการเดินทาง อยู่บน รถยนต์ ดังนั้นสื่อที่สะดวกในการเปิดรับก็คือ การเปิดฟังวิทยุในรถยนต์ เป็นต้น
3. เลือกรับตามความเคยชิน (accustomed) ผู้รับสารบางคนจะติดอยู่กับการเปิดรับ สื่อเดิม ๆ ที่เคยชินที่ตนเคยเปิดรับอยู่เป็นประจำ ซึ่งมักพบในบุคคลที่มีอายุมาก ถ้าเคยรับสื่อใดก็ มักจะรับสื่อนั้นๆ และไม่สนใจสื่อใหม่ ๆ
4. เลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะเฉพาะของสื่อ (characteristic of media) คุณลักษณะ ของสื่อมีผลต่อการเลือกเปิดรับสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์มีลักษณะพิเศษ คือเป็นสื่อที่มีราคาถูก สามารถอ่านข่าวสาร ได้รายละเอียดมาก และสามารถพกพานำติดตัวไปได้ ซึ่ง ผู้รับสารจะเลือกเพราะติดกับลักษณะเฉพาะของสื่อ
5. เลือกเปิดรับสื่อที่สอดคล้องกับตนเอง (consistency) ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อ ที่มีความสอดคล้องกับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตนเอง

กระบวนการรับรู้

จรรยา ยามาตี (2553: 32-34) กล่าวว่า การรับรู้ (perception) กระบวนการที่แต่ละ คนได้รับการเลือกสรร การจัดระเบียบและการตีความหมายของข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มี ความหมาย หรืออาจหมายถึงกระบวนการของความเข้าใจ (การเปิดรับ) ของบุคคลที่มีต่อสิ่งที่ได้พบ เห็น กับสิ่งต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในสิ่งแวดล้อมรอบตัวบุคคลนั้น ๆ จากความหมายนี้ จะเห็นได้ว่า กระบวนการรับรู้ของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความ จำเป็นเช่นเดียวกับลักษณะภายนอกของสิ่งที่กระตุ้นการรับรู้อาจจะพิจารณาเป็นกระบวนการ กลั่นกรอง

นอกจากนี้การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึจากประสาททั้ง 5 ซึ่งได้แก่ การได้ยิน ได้ กลิ่น ได้รสชาติ ได้เห็นและได้รู้สึก ในการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย ได้รับรู้แต่การที่ธุรกิจจะสื่อให้ผู้บริโภครับรู้ไม่ใช่เรื่องที่ทำได้ง่าย เพราะผู้บริโภคต้องเผชิญกับสิ่ง กระตุ้นจำนวนมากจากคู่แข่งในธุรกิจในแต่ละวันซึ่งมีจำนวนมาก ทำให้แผนการส่งเสริม

การตลาดไม่สามารถดึงความสนใจได้ เว้นแต่การโฆษณา และการส่งเสริมการตลาดนั้นมีลักษณะที่แปลกกว่า ดีกว่าหรือมีความโดดเด่นกว่าคู่แข่งจนจึงจะสามารถสร้างการรับรู้ได้ดีกว่า

ผู้บริโภคมีการเลือกรับเปิดรับสื่อโฆษณาที่แตกต่างกัน โดยผู้โดยสารแต่ละคนล้วนมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณาที่แตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยดังกล่าวทำให้เกิดแนวความคิดที่สำคัญที่เกี่ยวกับการเลือกสรรสิ่งที่ได้รับรู้ การเลือกสรรต่อตัวกระตุ้นจะเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา โดยบุคคลหนึ่งอาจมองหาบางสิ่งบางอย่าง ในขณะที่อีกคนหนึ่งไม่สนใจสิ่งอื่น ๆ เลย หรือมีการตอบสนองต่อตัวกระตุ้นที่แตกต่างกันไปเรื่อย ๆ ลักษณะการเลือกสรรการรับรู้ของผู้บริโภคอาจมีได้ 7 ลักษณะดังนี้

ประการแรก การเลือกที่จะเปิดรับข้อมูล ผู้บริโภคจะแสวงหาข่าวสารที่ทำให้เขาสบายใจ หรือตรงกับความรู้สึกของผู้บริโภค และหลีกเลี่ยงที่จะทำให้ผู้บริโภคเจ็บปวดหรือเป็นการคุกคาม ดังนั้นคนที่สุขุมหรือจัดจะหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ชี้ว่าการสุขุมหรือทำให้เกิดมะเร็ง ผู้บริโภคจะเลือกเปิดรับข้อมูลการโฆษณาที่ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในความฉลาดของผู้บริโภคที่จะมีต่อการกระทำการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

ประการที่สอง การเลือกที่จะสนใจข้อมูล ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะเพิ่มปริมาณการรับรู้ถึงตัวกระตุ้นที่ตรงกับความต้องการ หรือตรงกับที่เขาสนใจ และในทางตรงกันข้ามผู้บริโภคจะรู้น้อยที่สุดถึงตัวกระตุ้นที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นผู้บริโภคจึงมักจะสนใจดูโฆษณาสินค้าที่ตรงกับความต้องการ และร้านค้าที่ผู้บริโภคสนใจที่จะไปซื้อ และจะไม่สนใจข้อมูลข่าวสารที่ไม่ตรงกับความต้องการ หรือมีความสำคัญต่อผู้บริโภค ความสนใจของบุคคลจะหลากหลายในรูปของชนิดของข้อมูลที่จะได้รับ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของข่าวสารประเภทของสื่อที่ชอบ เช่น บางคนสนใจในเรื่องของราคา บางคนสนใจในเรื่องของภาพลักษณ์ที่ปรากฏหรือการยอมรับจากสังคม ดังนั้นการทำโฆษณาจะต้องคำนึงถึงทั้งข้อความและสื่อที่ใช้ที่จะทำให้ผู้บริโภคสนใจหรือชอบ โดยต้องมีลักษณะโดดเด่นชัดเจนที่จะทำให้ผู้บริโภคติดตาม ตั้งใจรับข่าวสารนั้น ๆ จึงจะเกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ

ประการที่สาม การเลือกที่จะต่อต้านข้อมูล ผู้บริโภคจะเลือกที่จะสนใจรับรู้ข้อมูลข่าวสารแล้ว ผู้บริโภคยังมีการเลือกที่จะต่อต้านข้อมูลที่ทำให้ผู้บริโภคไม่สบายใจ เจ็บปวดที่ได้ผ่านเข้ามา ดังนั้นตัวกระตุ้นที่ทำร้ายผู้บริโภคจะทำให้เกิดการรับรู้ที่น้อยกว่าตัวกระตุ้นที่เป็นกลาง ณ ระดับของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารระดับเดียวกัน นอกจากนี้บุคคลยังอาจจะทำลายข้อมูลข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการ ค่านิยม และความเชื่อของบุคคลเองด้วย

ประการที่สี่ การเลือกที่จะปิดกั้นข้อมูล ผู้บริโภคจะปกป้องตนเองจากการถูกรุกเร้าของตัวกระตุ้นที่เขาไม่สนใจโดยการปิดกั้นตัวกระตุ้นดังกล่าวนั้นเสีย จากความรู้สึกที่รู้ตัว ผลของ

การวิจัยได้ชี้ให้เห็นว่าจำนวนการโฆษณาในปริมาณมากนั้นจะถูกกลั่นกรองออกไปโดยผู้บริโภค เหตุที่ผู้บริโภคไม่สนใจตัวกระตุ้นดังกล่าวก็ เพราะว่ามีมากเกินไปธรรมชาติของโลกที่ควรจะเป็น การเลือกที่จะปิดกั้นการรับรู้ก็จะคล้ายกับการใช้เครื่องปิดเปลี่ยนช่องอัตโนมัติในการดูโทรทัศน์ เพราะไม่สนใจโฆษณา ต้องการดูรายการโทรทัศน์ที่ชื่นชอบ

ประการที่ห้า การเลือกที่จะตีความข้อมูล หลังจากที่ผู้บริโภคมีการเลือกที่จะเปิดรับข้อมูล สนใจในข้อมูล หรือแม้แต่ว่าต่อต้านข้อมูล และปิดกั้นข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคก็ต้องทำการตีความหมายสิ่งที่เปิดรับเข้ามา ซึ่งในการตีความข้อมูล ผู้บริโภคก็ต้องเลือกตีความข้อมูลตามพื้นฐานความรู้ ความเข้าใจ หรือที่สอดคล้องกับความเชื่อ ประสบการณ์ที่ได้รับมา ดังนั้นการตีความหมายข้อมูลที่รับเข้ามาจึงสำคัญที่อาจก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีหรืออคติก็ได้ เช่น การตีความเข้าใจจากภาพโฆษณาที่อาจไม่ตรงกับที่ธุรกิจต้องการจะสื่อให้กับผู้บริโภค

ประการที่หก การเลือกที่จะจดจำข้อมูล ผู้บริโภคมีการตีความหมายข้อมูลข่าวสารที่รับเข้ามา สิ่งก็ตามมาก็คือ ผู้บริโภคก็จะเลือกที่จะจดจำสาระข่าวสารที่รับเข้ามาที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภค หรือมีความสำคัญจำเป็นต่อผู้บริโภค เนื่องจากคุณสมบัติหนึ่งของการรับรู้ที่จะรับรู้ได้ไม่นานทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถจะจดจำทุกสิ่งที่ได้รับเข้ามาได้จึงจำเป็นต้องมีการเลือกที่จะจดจำอะไรที่เป็นประโยชน์ หรือสำคัญเกี่ยวข้องกับผู้บริโภค เช่น ผู้บริโภคอาจจะเห็นโฆษณาสินค้าต่าง ๆ มากมาย แต่ถ้าผู้บริโภคกำลังสนใจจะซื้อรถยนต์ก็จะเลือกดูโฆษณาเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการขายรถยนต์ จดจำเนื้อหาการโฆษณาดังกล่าว

ประการที่เจ็ด การเลือกที่จะบิดเบือนข้อมูล เป็นการเปลี่ยนแปลง หรือบิดเบือนข้อมูลที่ได้รับในเวลานั้น เนื่องจากข้อมูลที่ได้รับกับความรู้สึก หรือความเชื่อของผู้บริโภคเมื่อมีการเปิดรับข้อมูล และการตีความหมาย ซึ่งทำให้เกิดการเลือกที่จะบิดเบือนข้อมูลที่ผู้บริโภครู้สึกไม่ชอบได้ เพื่อเปลี่ยนให้ตรงกับทฤษฎีที่เขาถืออยู่ก่อนแล้ว ดังนั้นโฆษณาสินค้าใดที่ผู้บริโภคไม่ชอบก็จะทำการบิดเบือน และส่งผลต่อผู้บริโภคที่น้อยในการที่จะทำให้เกิดการยอมรับ หรือซื้อสินค้า

ทฤษฎีความต้องการ

ทฤษฎีความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์

Maslow (ชาวคริสต์ชน, 2554: ระบบออนไลน์) กล่าวว่า การอธิบายถึงความต้องการของผู้นั้นมีอยู่หลายทฤษฎี ทฤษฎีหนึ่งที่น่าสนใจซึ่งเป็นทฤษฎีที่ถูกพูดถึงตั้งแต่ปี 1943

แต่ก็เป็นทฤษฎีที่ยังใช้งานได้ในปัจจุบัน และสามารถประยุกต์ใช้กับการวิเคราะห์ความต้องการของคนในเรื่องต่างๆ ได้ด้วย นั่นก็คือทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs) ซึ่งคิดค้นโดยนักจิตวิทยาชาวอเมริกันที่ชื่อ Abraham Maslow

มาสโลว์นำเสนอทฤษฎีของเขาผ่านรูปสามเหลี่ยมพีระมิดที่แบ่งออกเป็น 5 ชั้น ชั้นที่อยู่ใกล้ฐานพีระมิดบ่งบอกถึงความต้องการขั้นพื้นฐานที่สุดของมนุษย์ ถ้าไม่มีก็อยู่ไม่ได้ ส่วนชั้นที่อยู่ใกล้ยอดพีระมิดหมายถึงความต้องการที่เป็นนามธรรม เป็นเรื่องของความรู้สึกและจิตใจ

ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง

ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง

ความต้องการความรัก
และความเป็นเจ้าของ

ความต้องการความปลอดภัย

ความต้องการทางร่างกาย



ภาพ 2 ทฤษฎีของมาสโลว์ที่แบ่งออกเป็น 5 ชั้น

ที่มา : ขวาศริตชน. (2554: ระบบออนไลน์)

1. ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Self-Esteem needs)

มนุษย์ต้องการความรู้สึกยกย่องนับถือ ทั้งการยอมรับและภาคภูมิใจในตนเอง และการได้รับการยกย่องสรรเสริญจากผู้อื่น

2. ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self-Actualization needs)

ความต้องการในข้อนี้ค่อนข้างเป็นนามธรรมและเข้าใจได้ยาก มาสโลว์อธิบายว่าการที่มนุษย์จะมีความต้องการในข้อนี้ได้ นั่น เขาจะต้องได้รับการตอบสนองความต้องการ 4 ข้อ ก่อนหน้านี้นี้มาแล้ว จากนั้นเขาถึงจะต้องการการตระหนักและยอมรับถึงความเป็นจริงด้วยตนเอง โดยปราศจากอคติใด ๆ

3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and Love needs)

มนุษย์มีความต้องการทางสังคม ต้องการเพื่อน ต้องมีครอบครัวคอยสนับสนุน และต้องการความรู้สึกใคร่

4. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs)

มนุษย์ต้องการความรู้สึกมั่นคงปลอดภัยในด้านต่างๆ ทั้งความรู้สึกปลอดภัยทางร่างกาย ความมั่นคงในหน้าที่การงาน การเงิน มีสุขภาพแข็งแรง ปลอดภัยจากโรคภัย

5. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs)

ความต้องการพื้นฐานที่สุดของมนุษย์ก็คือความต้องการทางกายภาพ เราต้องหายใจ ต้องกินข้าว ต้องดื่มน้ำ ต้องมีเพศสัมพันธ์ ต้องขับถ่าย

ดังนั้นสรุปได้ว่าทฤษฎีความต้องการของมนุษย์กับรูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมมีความต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารจากช่องทางใดช่องทางหนึ่ง หรือหลายช่องทาง เพื่อให้ข่าวสารที่ทราบมานั้นเอาไปใช้ได้ในชีวิตประจำวัน เอาสิ่งดี ๆ ที่ถ่ายทอดมาจากสื่อ มาปรับใช้กับฟาร์มของตัวเอง เพื่อให้ฟาร์มของตัวเองพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น ซึ่งอาจทำให้ผลผลิตภายในฟาร์มเพิ่มจำนวนขึ้นไปด้วย และเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมยังมีความต้องการให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเป็นผู้คอยช่วยนำข่าวสารต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน นำมาเผยแพร่ให้แก่เกษตรกร เพื่อจะได้เป็นประโยชน์ที่ดีไปในอนาคต

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กมลสร ลิมสมมุติ (2544: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาการณรงค้อย่างมีส่วนร่วมของสหกรณ์การเกษตรไชยปราการ จำกัด เพื่อส่งเสริมการบริโภคนมจังหวัดเชียงใหม่ โดยได้ทำการศึกษาพฤติกรรมเกี่ยวกับการรับสื่อของประชากรกลุ่มตัวอย่างในอำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารความรู้การบริโภคนมจากการรับฟังวิทยุ คิด

เป็นร้อยละ 43.6 และไม่ฟังวิทยุคิดเป็นร้อยละ 56.4 ซึ่งการไม่รับฟังวิทยุมีสาเหตุเนื่องมาจากที่อำเภอไชยปราการสามารถรับคลื่นสัญญาณวิทยุได้น้อย และศึกษาพฤติกรรมเกี่ยวกับการรับสื่อของประชากรในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารความรู้การบริโภคนมจากการดูโทรทัศน์ 1-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาคือ ใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ 4-6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 34.3 และใช้เวลาไม่แน่นอนในการดูโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ และเมื่อศึกษาพฤติกรรมเกี่ยวกับการรับสื่อประเภทต่าง ๆ ที่เป็นความรู้ใหม่ ๆ ของกลุ่มตัวอย่างในอำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารความรู้การบริโภคนมจากการอ่านวารสารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.3 รองลงมาคือ ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารความรู้การบริโภคนมจากการดูโทรทัศน์ และน้อยที่สุดคือได้รับข่าวสารความรู้การบริโภคนมจากเสียงตามสาย และแผ่นพับ ซึ่งเราจะเห็นว่าวารสารได้เข้ามามีบทบาทในการรับรู้ข่าวสารมาก จึงเป็นที่น่าสนใจว่าวารสารน่าจะเป็นสื่อที่ใช้ในการรณรงค์มากที่สุด

วิริยะ คล้ายแดง (2535: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการดำเนินการและการใช้สื่อเสียงตามสายเพื่อเกษตรกรในจังหวัดลำพูน พบว่า พฤติกรรมการรับฟังเสียงตามสายของเกษตรกรแตกต่างกันบ้าง โดยสื่อวิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่เปิดรับมากที่สุด รองลงมาคือ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ ตามลำดับ ซึ่งพฤติกรรมการรับฟังเสียงตามสายของเกษตรกรแตกต่างกันบ้าง โดยเกษตรกรจากเขตเกษตรหนาแน่นมีพฤติกรรมในการรับฟังในด้าน “ฟังได้อย่างชัดเจน” “ฟังอย่างตั้งใจ” “ความเข้าใจในเรื่องที่ฟัง” มีทัศนคติที่ดีในเรื่องการกระจายเสียง” ได้รับความรู้มากและนำไปใช้ประโยชน์ได้มาก” ที่มากกว่า

พีระชัย พิษชวนชม (2545: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการรับสื่อภาคการเกษตรของเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า สื่อที่เกษตรกรได้รับมากที่สุดคือ สื่อวิทยุซึ่งได้รับเฉลี่ยถึง 18.81 ครั้ง ซึ่งใกล้เคียงกับสื่อโทรทัศน์เฉลี่ย 16.55 ครั้ง โดยสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุเป็นสื่อที่มีความรวดเร็วมากที่สุดตามลำดับ และระดับของความเข้าใจง่ายถึงเนื้อหาสาระแล้ว พบว่าสื่อวิทยุทัศน์เป็นสื่อที่มีความเข้าใจง่ายกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ ส่วนระดับของการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อ พบว่า สื่อการอบรมเป็นสื่อที่เกษตรกรนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์มากกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ

ทินกร ไชยาเผือก (2541: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่เกษตรตำบลในจังหวัดพะเยาพบว่า สภาพพื้นฐานบางประการของเกษตรกรตำบลที่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตร คือ เกษตรตำบลหญิงจะใช้สื่อแผ่นโปสเตอร์น้อยกว่าเกษตรกรตำบลเพศชาย โดยที่เกษตรกรตำบลหญิงจะใช้สื่อหนังสือพิมพ์ และสมุดภาพกิจกรรมมากกว่าเกษตรกรตำบลเพศชาย โดยที่เกษตรกรตำบลที่มีระดับการศึกษาสูงใช้สื่อการสาธิต

และการทัศนศึกษามากกว่าเกษตรกรตำบลที่มีระดับการศึกษาต่ำ และเกษตรกรตำบลที่มีอายุราชการน้อย ใช้สื่อแผ่นพับ คู่มือวิชาการ และแผนที่ส่งเขปมากกว่าเกษตรกรตำบลที่มีอายุราชการมาก

สายสุนีย์ รัตนรักษิตยา (2537: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่เกษตรระดับตำบล ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า สภาพปัญหาที่พบมากคือ สื่อมีจำนวนน้อย เครื่องมืออุปกรณ์ไม่เพียงพอ ขาดงบประมาณ ขาดการฝึกอบรม เครื่องมืออุปกรณ์ไม่ทันสมัย ขาดการเน้นเนื้อหาเฉพาะที่ และขาดเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้เพียงพอ และได้ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ กับการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตร พบว่า เพศสถานภาพ รายได้ และประสบการณ์ในการทำงานของเจ้าหน้าที่เกษตรตำบล มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการศึกษาการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตรระดับตำบลในจังหวัดขอนแก่น

ผ่องพรรณ พักทอง (2549: 9) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเกิดการตื่นตัวมากที่สุดในการรวมคือ สื่อโทรทัศน์ โดยเฉพาะเพศชายมีระดับการตื่นตัวมากที่สุดจากสื่อโทรทัศน์ ส่วนเพศหญิงมีการตื่นตัวมากที่สุดจากสื่อวิทยุ

นอกจากนี้ ยุคล เบญจรงค์กิจ (2542: 64-65) ได้กล่าวสรุปงานวิจัยของนักวิชาการหลาย ๆ ท่านถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางลักษณะประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อไว้ว่า

1. เพศกับการเปิดรับสื่อ

เพศชายกับเพศหญิง มีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายนิยมการอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า สำหรับความนิยมในการดูโทรทัศน์นั้น เพศหญิงนิยมรายการละคร ส่วนเพศชายนิยมรายการข่าวและกีฬา

2. อายุกับการเปิดรับสื่อ

อายุเป็นลักษณะประชากรหนึ่งที่ใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร ซึ่งอายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดแบบเสรีนิยม ยึดถือการปฏิบัติ มีความระมัดระวังและมองโลกม่นแง่ร้ายมากกว่าคนอายุมาก ซึ่งลักษณะเหล่านี้มีสาเหตุมาจากประสบการณ์ชีวิต ผ่านยุคเจ็ญต่างๆตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนอายุน้อย ซึ่งลักษณะของการใช้สื่อที่แตกต่างกันไป คนอายุน้อยมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อความบันเทิง ในขณะที่คนอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารมากกว่าความบันเทิง

3. การศึกษากับการเปิดรับสื่อ

การศึกษามีความสัมพันธ์สูงกับการเปิดรับสื่อ โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับข่าวสารและเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณชน แต่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการเปิดรับเนื้อหาด้านการบันเทิง ผู้รับข่าวสารที่มีการศึกษาสูงจะเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ โดยผู้ที่

มีการศึกษาค่าจะพึงวิฑูรยมากกว่า นอกจากความแตกต่างด้านปริมาณการเปิดรับสื่อแล้ว ยังพบความแตกต่างด้านเนื้อหาด้วย ผู้ที่มีการศึกษาสูงและอายุมากนิยมเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสาธารณชนมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่ำและอายุน้อย ซึ่งผลของการวิจัยต่างๆพบว่า ยิ่งคนที่มีการศึกษาสูงเท่าไรยิ่งมีความสนใจข่าวสาร บทบรรณาธิการ และคอลัมน์ที่มีเนื้อหาหนัก

4. รายได้กับการเปิดรับสื่อ

รายได้เป็นปัจจัยที่มีบทบาทใกล้เคียงกับการศึกษา คือมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูง โดยเฉลี่ยแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักมีรายได้สูงไปด้วย ส่วนคนที่มีการศึกษาค่ำนั้นมักมีรายได้น้อยถึงปานกลาง ดังนั้นการศึกษากับรายได้จึงถูกมองเป็นฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ผู้ที่มีรายได้สูงมักนิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ และนิยมรับข่าวสารที่มีเนื้อหาค่อนข้างหนักไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านบันเทิง ผู้ที่มีฐานะและการศึกษาสูง เป็นกลุ่มที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด ทั้งนี้ผู้ที่มีรายได้สูงนั้นมักมีการศึกษาสูง จึงถูกผลักดันให้มีความจำเป็นที่ต้องเรียนรู้ข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์เสมอ การเปิดรับข่าวสารจึงจำเป็นสำหรับกลุ่มนี้มากกว่า ในขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาน้อยและรายได้ต่ำมีทักษะในการอ่านน้อย จึงเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่า

5. แรงงานกับการเปิดรับสื่อ

สมศักดิ์ สามัคคีธรรม (2539: 34) ได้กล่าวว่าเนื่องจากการที่รัฐบาลตรึงราคาดึงดูดเกษตรกรไว้ในระดับต่ำ ทำให้ค่าจ้างแรงงานต่ำไปด้วยและเป็นเวลายาวนาน ซึ่งเป็นผลดีต่อภาคอุตสาหกรรม กล่าวคือ ต้นทุนในการผลิตต่ำ ถึงแม้จะเป็นเช่นนี้แต่ความต้องการแรงงานก็ยังเติบโตไม่เท่ากับการเติบโตของภาคอุตสาหกรรม ส่วนอุตสาหกรรมขนาดย่อม และในเขตชนบทซึ่งใช้แรงงานเข้มข้น กลับไม่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐบาล จะเห็นได้ว่าเกษตรกรและแรงงานถูกกระทำให้ได้รับรายได้ต่ำมาโดยตลอดระยะเวลาของการพัฒนา ผลพลอยได้ก็คือ การลงทุนจะมีต้นทุนต่ำ ถ้าไรจึงมีสัดส่วนสูง ซึ่งนโยบายการพัฒนาเช่นนี้ก่อให้เกิดการกระจุกตัวของรายได้ให้อยู่กับกลุ่มคนบางกลุ่มเท่านั้นและนับวันช่องว่างของรายได้จะยิ่งสูงขึ้น แรงงานที่มีรายได้ต่ำจึงต้องดิ้นรนในการหารายได้เลี้ยงชีพ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์จึงเป็นสิ่งจำเป็น

6. ปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสาร

วิทยา คำรงเกียรติศักดิ์ (2537: 41) ได้กล่าวไว้ว่าอุปสรรคหรือสิ่งสกัดกั้นการติดต่อสื่อสารก็คือ ตัวการหรือสิ่งที่คอยรบกวนการติดต่อสื่อสารหรือทำให้การติดต่อสื่อสารต้องติดขัด สะดุดชะงัก หรือเป็นไปได้อย่างไม่มีประสิทธิภาพหรือบางครั้งอาจทำให้การติดต่อสื่อสารนั้นเป็นไปไม่ได้เลย อันได้แก่ การสื่อสารที่ล้มเหลว (communication breakdown) ในการศึกษาถึงการติดต่อสื่อสาร เราจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงอุปสรรคต่างๆเหล่านี้ เพื่อที่หลีกเลี่ยงปัญหาต่าง ๆ

ภาคสรุป

จากการตรวจเอกสารทั้งทางทฤษฎีและผลงานที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลียง โคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลียง โคนม อำเภอเม่ออน จังหวัด เชียงใหม่สามารถสรุปเนื้อหาเพื่อเป็นแนวทางการวิจัยได้ดังนี้

สื่อมีบทบาทและความสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารและส่งเสริมการเลียง โคนม เนื่องจากรัฐบาลมีการส่งเสริมให้เกษตรกรมีการเลียง โคนมกันมากยิ่งขึ้น ให้เป็นไปตามเป้าหมายของรัฐบาล อีกทั้งยังมีแนวโน้มความต้องการของน้ำนมมากขึ้น และราคาในการรับซื้อที่สูงอีกด้วย การถ่ายทอดความรู้เทคโนโลยีและแนวคิดใหม่ทางการเกษตรให้กับเกษตรกรผู้เลียง โคนมนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจะต้องอาศัยสื่อ เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยในการปฏิบัติงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการส่งเสริม ซึ่งสื่อแต่ละประเภทยังมีคุณสมบัติและข้อจำกัดที่แตกต่างจึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาให้ลึกซึ้งและละเอียดเสียก่อน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมก่อนที่จะนำเอาสื่อชนิดนั้น ๆ ไปใช้ในการส่งเสริมเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้รับสื่อปลายทาง ให้เกิดประโยชน์ทางการส่งเสริมมากที่สุด

หากพิจารณาจากประเด็นต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาข้างต้นนั้น พบว่าในงานส่งเสริมการเกษตรหรือเผยแพร่สื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อทางการเกษตรที่จำเป็นและเหมาะสมต่อเกษตรกรที่อยู่ในชนบทให้ประสบผลสำเร็จและเกิดการยอมรับนำไปใช้ได้ นั้นเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องมีการวางแผนการส่งเสริมและเผยแพร่อย่างชัดเจน การวางแผนนั้นจำเป็นจะต้องรวมข้อประเด็นการใช้สื่อการเผยแพร่ที่เน้นการส่งเสริมเข้าไปด้วย

การส่งเสริมการเกษตรโดยทั่วไปมักใช้การติดต่อสื่อสารเป็นแนวทางปฏิบัติอันสำคัญ วิธีการติดต่อสื่อสารที่ดีนั้น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจำเป็นจะต้องทราบถึงสภาพความเป็นอยู่ การรับฟังข่าวสาร ตลอดจนแรงจูงใจ ทักษะ ความเชื่อ และขนบธรรมเนียมต่าง ๆ ของเกษตรกรที่จะทำการส่งเสริมอย่างถูกวิธี

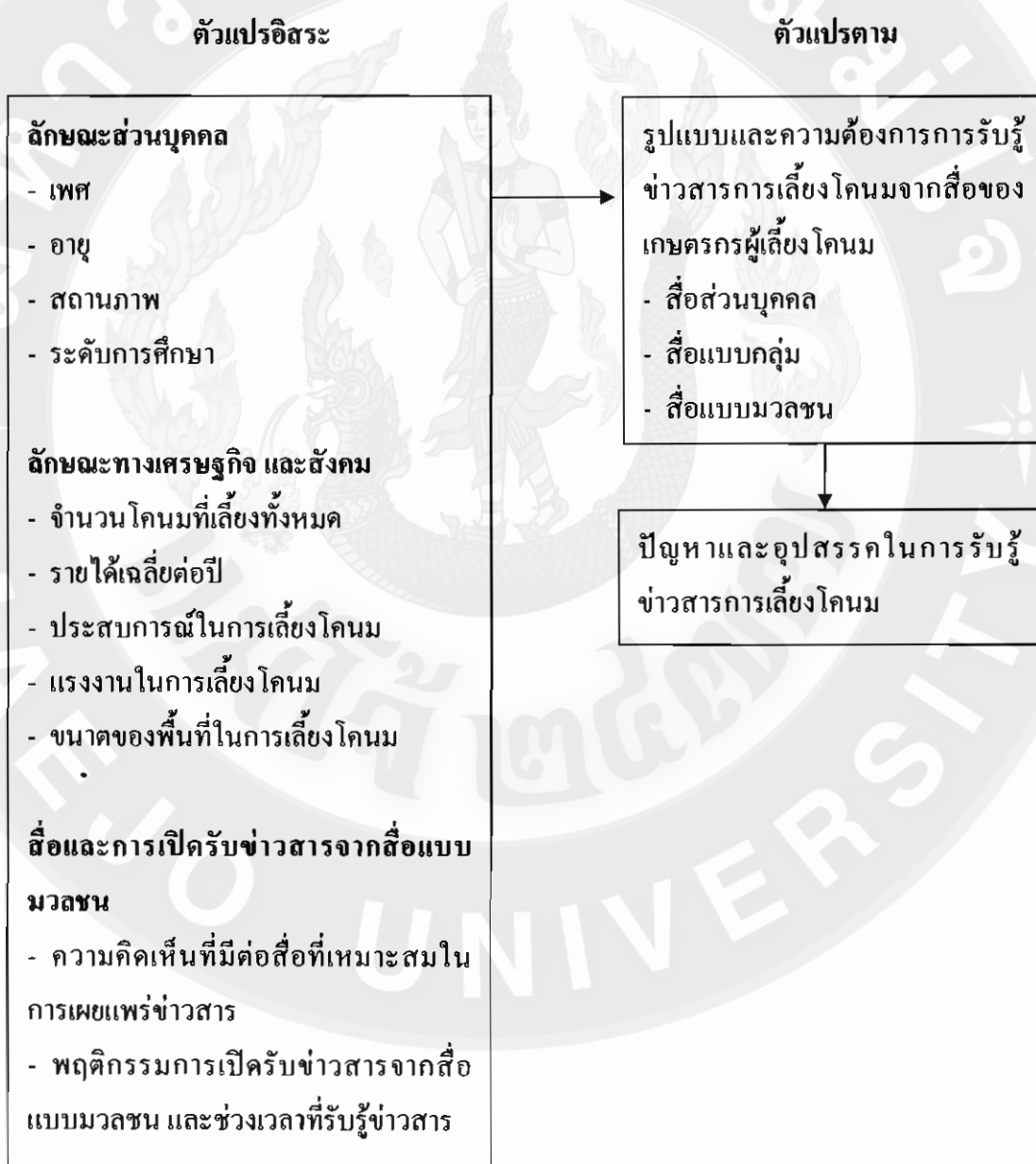
เป็นการยอมรับกันทั่วไปว่า การใช้สื่อมีความสำคัญต่อการพัฒนาเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการสื่อสารทางการเกษตรที่ดูเหมือนจะมีบทบาทต่อบุคคลส่วนใหญ่ของประเทศก็ว่าได้ ปัจจุบันการสื่อสารกำลังได้รับความสนใจและมีการศึกษากันอย่างกว้างขวาง เพื่อเป็นแนวทางในการถ่ายทอดแนวคิดการผลิตและการพัฒนาการเกษตรให้เกิดความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่นำไปสู่ความมีอิสระในการรับรู้ข่าวสารจนสามารถพึ่งพาตนเองและช่วยลดต้นทุนการผลิตทางการเกษตรได้เป็นอย่างดี

ถึงอย่างไรก็ตามการสื่อสารกับเกษตรกรก็ต้องอาศัยความรู้ ความสามารถ เทคนิควิธี และสื่อที่เหมาะสมกับสภาพชนบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวชนบทที่มีลักษณะที่หลากหลาย เช่น วัช เพศ อาชีพ การศึกษา จะเป็นข้อจำกัดของการถ่ายทอดเทคโนโลยีเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ต้องศึกษาลายละเอียดของกลุ่มเป้าหมายก่อนที่จะส่งเสริม เพื่อนำมาวางแผนการส่งเสริมให้เกิดความพร้อม และความเหมาะสมทุก ๆ ด้าน ทั้งนี้ต้องใช้ความอดทน เสียสละความ จริงใจ จริงจัง และมนุษยสัมพันธ์เป็นอย่างดี ตลอดจนเทคนิคด้านการสื่อสารที่สืมเสียไม่ได้



กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ฮอน จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวน โคนมที่เลี้ยงทั้งหมด รายได้เฉลี่ยต่อปี ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม แรงงานในการเลี้ยงโคนม และขนาดของพื้นที่ในการเลี้ยงโคนม



ภาพ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยที่ได้จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีคลอจอนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถตั้งสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนโคมที่เลี้ยงทั้งหมด รายได้เฉลี่ยต่อปี ประสิทธิภาพในการเลี้ยงโคม แรงงานในการเลี้ยงโคม ขนาดของพื้นที่ในการเลี้ยงโคม ที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ของการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคม อำเภอแม่ฮอน จังหวัดเชียงใหม่

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “รูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) แบบวัดครั้งเดียว (one-shot descriptive study) โดยใช้แบบสัมภาษณ์ (interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กำหนดวิธีการวิจัยดังต่อไปนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการศึกษาในเขตพื้นที่ อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 3 ตำบล ได้แก่ ตำบลออนเหนือ ตำบลออนกลาง ตำบลบ้านสหกรณ์ จำนวนทั้งสิ้น 158 ราย โดยการสุ่มจากจำนวนผู้เลี้ยงโคนมทั้งหมด 262 ราย เหตุผลสำหรับสถานที่ดำเนินการวิจัย ในพื้นที่อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้คือ เป็นเพราะว่าเกษตรกรในพื้นที่ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการเลี้ยงโคนมเป็นหลัก



ภาพ 4 แผนที่อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

ที่มา : กรมการปกครองจังหวัดเชียงใหม่. (2554: ระบบออนไลน์)

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในพื้นที่อำเภอแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่ จาก 6 ตำบล ได้สุ่มมา 3 ตำบล ซึ่งประกอบด้วยเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่อาศัยอยู่ในตำบลออนเหนือ จำนวน 116 ราย ตำบลออนกลาง จำนวน 95 ราย ตำบลบ้านสหกรณ์ จำนวน 51 ราย รวมทั้งสิ้น 262 ราย เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูลจะทำการศึกษาจากเกษตรกรผู้เป็นหัวหน้าครอบครัว หรือผู้มีอำนาจตัดสินใจ

ผลการวิจัยในครั้งนี้จึงได้กำหนดให้มีการสุ่มตัวอย่าง เพื่อเป็นตัวแทนเกษตรกร โดยมีขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ขั้นที่ 1 คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีคำนวณเพื่อหาขนาดของกลุ่มประชากรตัวอย่างจากประชากรทั้งหมด 262 ราย จากสูตรของ Yamane (1973: 886-887) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดให้มีความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 158 โดยมีสูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1+N(e^2)}$$

เมื่อ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นเท่ากับ 0.05

$$\text{แทนค่า } n = \frac{262}{1+262(0.05)^2}$$

$$n = \frac{262}{1.66}$$

$$n = 157.8 \text{ หรือประมาณ } 158 \text{ ราย}$$

ขั้นที่ 2 สุ่มตำบลตัวอย่าง จำนวน 3 ตำบล ในพื้นที่อำเภอแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย ประกอบด้วย ตำบลออนเหนือ ตำบลออนกลาง ตำบลบ้านสหกรณ์ เนื่องจากจำนวนประชากรแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของแต่ละตำบล เมื่อ

สุ่มได้ตำบลตัวอย่างแล้วจะทำการศึกษาหมู่บ้านที่เลี้ยงโคนมทั้งหมด ต้องคำนวณสัดส่วนที่เหมาะสมต่อประชากรในแต่ละกลุ่มด้วย โดยใช้สูตร (กัลยา วานิชบัญชา, 2548: 19) ดังนี้

ผู้วิจัยนำมาคำนวณตัวอย่างในแต่ละหมู่บ้านให้ได้สัดส่วนที่เหมาะสมต่อขนาดของประชากรแต่ละหมู่บ้าน โดยใช้ต่อไปนี้

$$n_i = \frac{nN_i}{N}$$

เมื่อ n_i = จำนวนตัวอย่างที่จะสุ่มจากตัวอย่างแต่ละหมู่บ้าน
 N = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
 N_i = จำนวนประชากรในแต่ละหมู่บ้าน
 n = จำนวนประชากรทั้งหมด

จากการคำนวณหาสัดส่วนขนาดตัวอย่างของประชากรทั้งหมด 158 ราย จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มประชากรดังนี้

ตาราง 3 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในพื้นที่อำเภอแม่ื่อน

ตำบล	หมู่บ้าน	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
ออนเหนือ	หมู่ที่ 2 หนองหอย	28	17
	หมู่ที่ 5 หัวฝาย	11	7
	หมู่ที่ 6 บ้านออนหลวย	25	15
	หมู่ที่ 7 บ้านออนหลวย	4	2
	หมู่ที่ 8 คอนทราย	41	25
	หมู่ที่ 10 แม่ปางช้าง	7	4
ออนกลาง	หมู่ที่ 1 บ้านทุ่งเหล่า	4	2
	หมู่ที่ 2 แม่เลน	2	1
	หมู่ที่ 3 เปาสามขา	4	2
	หมู่ที่ 4 บ้านวาก	5	3
	หมู่ที่ 5 ปาดัน	7	4
	หมู่ที่ 6 ปาดัน	25	15
	หมู่ที่ 7 ออนกลาง	7	4
	หมู่ที่ 8 ออนกลาง	16	10
	หมู่ที่ 9 ออนกลางใต้	5	3
	หมู่ที่ 10 ป่าไม้	5	3
	หมู่ที่ 11 ออนกลางเหนือ	15	10
บ้านสหกรณ์	หมู่ที่ 1 บ้านสหกรณ์	4	2
	หมู่ที่ 2 บ้านสหกรณ์	22	13
	หมู่ที่ 3 บ้านสหกรณ์	5	3
	หมู่ที่ 4 บ้านสหกรณ์	6	4
	หมู่ที่ 7 บ้านสหกรณ์	8	5
	หมู่ที่ 8 บ้านสหกรณ์	6	4
รวม		262	158

ขั้นที่ 3 กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมแต่ละหมู่บ้านด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) แบบเป็นสัดส่วนกับประชากร เพื่อกำหนดขอบเขตของประชากร (sampling frame) ซึ่งหมายถึงการกำหนดรายชื่อของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการจับสลาก (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2536: 90-91)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยค้นคว้าจาก ตำราต่าง ๆ พร้อมทั้งขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นมีลักษณะคำถามเป็นปลายเปิด (open-ended questions) และคำถามแบบปิด (close-ended questions) โดยแบ่งแบบทดสอบเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมด ระยะเวลาในการดำเนินกิจการการเลี้ยงโคนม รายได้เฉลี่ยต่อปี ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม แรงงานในการเลี้ยงโคนม ขนาดของพื้นที่ในการเลี้ยงโคนม ลักษณะคำถามเป็นแบบชนิดปลายปิด และปลายเปิด

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับสื่อและการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแบบมวลชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข่าวสาร พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแบบมวลชน และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร ลักษณะคำถามเป็นแบบชนิดปลายปิด และปลายเปิด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับรูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ โดยแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2536: 114) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

มีการรับรู้และมีความต้องการข่าวสารมากที่สุด	5 คะแนน
มีการรับรู้และมีความต้องการข่าวสารมาก	4 คะแนน
มีการรับรู้และมีความต้องการข่าวสารปานกลาง	3 คะแนน
มีการรับรู้และมีความต้องการข่าวสารน้อย	2 คะแนน
มีการรับรู้และมีความต้องการข่าวสารน้อยที่สุด	1 คะแนน

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม จากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ื่อน จังหวัดเชียงใหม่ โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2536: 114) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

เกิดปัญหาและอุปสรรคมากที่สุด	5 คะแนน
เกิดปัญหาและอุปสรรคมาก	4 คะแนน
เกิดปัญหาและอุปสรรคปานกลาง	3 คะแนน
เกิดปัญหาและอุปสรรคน้อย	2 คะแนน
เกิดปัญหาและอุปสรรคน้อยที่สุด	1 คะแนน

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และได้ทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามในด้านความเที่ยงตรง (validity) และความเชื่อถือได้ (reliability) ของแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นเครื่องมือวัดในสิ่งที่ต้องการศึกษาดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (validity) นำเสนอแบบสอบถามที่สร้างแล้วเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความชัดเจนและความเหมาะสมของข้อความแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะนั้น

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ (reliability) นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบกับประชาชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเข้าใจในเนื้อหาของแบบสอบถาม และนำเอาข้อมูลที่ได้มาหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient of Alpha) ตามแบบของ Cronbach แล้วนำแบบสอบถามที่ได้ปรับแก้ไขแล้วไปทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ื่อน จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการหาความเชื่อมั่นสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach
(ประกอง กรณสูตร, 2542: 45) ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_x^2} \right]$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	n	แทน	จำนวนข้อในแบบสอบถาม
	S_i^2	แทน	ผลรวมของค่าคะแนนความแปรปรวนเป็นรายข้อ
	S_x^2	แทน	คะแนนความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดให้ค่าความเชื่อมั่นที่ได้ต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.70 ตามเกณฑ์ของ สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2536: 152) ผลการทดสอบพบว่าได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ดังนี้ ในด้านรูปแบบการรับรู้ข่าวการเลี้ยงโคนมจากสื่อส่วนบุคคลเท่ากับ 0.712 สื่อแบบกลุ่มเท่ากับ 0.784 สื่อแบบมวลชนเท่ากับ 0.724 รวมสื่อทั้ง 3 ประเภทเท่ากับ 0.740 ในด้านความต้องการรับรู้ข่าวการเลี้ยงโคนมจากสื่อส่วนบุคคลเท่ากับ 0.755 สื่อแบบกลุ่มเท่ากับ 0.850 สื่อแบบมวลชนเท่ากับ 0.765 รวมสื่อทั้ง 3 ประเภทเท่ากับ 0.790 และในด้านปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมเท่ากับ 0.723

ซึ่งทั้งหมดมีค่าค่อนข้างสูงพอที่จะเชื่อถือว่าแบบสัมภาษณ์มีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปใช้ในงานวิจัยได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก

1. การรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ด้วยการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม จำนวน 158 ราย โดยทำการติดต่อประสานงานกับเกษตรกร
2. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บได้มาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและอาจทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติม เมื่อข้อมูลที่เก็บได้ไม่ครบถ้วน เมื่อตรวจสอบความถูกต้องข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อแปลผล สรุปผลการวิจัย และรายงานผลการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา จำนวน 158 ชุด มาจัดหมวดหมู่ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแปลงสภาพแนวความคิดเห็นหรือตัวแปรที่ต้องการศึกษาเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ และกำหนดค่าออกมาเป็นตัวเลข เพื่อลงรหัสข้อมูล (coding) เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยทำการประมวลผลจากเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย เพื่อทำการคำนวณหาค่าสถิติ แล้วสรุปผลการศึกษาวินิจฉัยนำเสนอในรูปลักษณะของการใช้ตารางประกอบดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ื่อน จังหวัดเชียงใหม่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (descriptive statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลที่แสดงในรูปตารางโดยการแยกแยะข้อมูลตามประเด็นในวัตถุประสงค์ ซึ่งผู้วิจัยได้บรรยายและสรุปเชิงวิเคราะห์ตามแนวคิดและทฤษฎีที่กำหนดไว้

ตอนที่ 2 ข้อมูลสื่อและการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแบบมวลชน ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ื่อน จังหวัดเชียงใหม่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (descriptive statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลที่แสดงในรูปตารางโดยการแยกแยะข้อมูลตามประเด็นในวัตถุประสงค์ ซึ่งผู้วิจัยได้บรรยายและสรุปเชิงวิเคราะห์ตามแนวคิดและทฤษฎีที่กำหนดไว้

ตอนที่ 3 ข้อมูลรูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้ผู้ตอบเลือกตอบ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จึงวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการแปลผลได้น่าจะแนบค่าเฉลี่ยของระดับรูปแบบและความต้องการที่มีค่อสื่อในการส่งเสริมการเลี้ยงโคนมมาเทียบกับเกณฑ์โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
3.68 – 5.00	มีรูปแบบและความต้องการในการส่งเสริมมาก
2.34 – 3.67	มีรูปแบบและความต้องการในการส่งเสริมปานกลาง
1.00 – 2.33	มีรูปแบบและความต้องการในการเสริมน้อย

ตอนที่ 4 ข้อมูลปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้ผู้ตอบเลือกตอบ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จึงวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการแปลผลได้นำคะแนนค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัญหาและอุปสรรคในการรับสื่อ มาเทียบกับเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
3.68 – 5.00	มีปัญหาและอุปสรรคในการรับสื่อมาก
2.34 – 3.67	มีปัญหาและอุปสรรคในการรับสื่อปานกลาง
1.00 – 2.33	มีปัญหาและอุปสรรคในการรับสื่อน้อย

ตอนที่ 5 ความสัมพันธ์ของลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงโคนมของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

การวิจัยเรื่องรูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ื่อน จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคม สื่อและการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแบบมวลชน รูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ตลอดจนศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม ในอำเภอแม่ื่อน จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล จำนวน 158 คน ผลการวิจัยสามารถนำเสนอได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคม ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม
อำเภอแม่ื่อน จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 2 สื่อและการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแบบมวลชน

ตอนที่ 3 รูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของ
เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

ตอนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม

ตอนที่ 5 ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ กับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกร
ผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ื่อน จังหวัดเชียงใหม่

ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ื่อน จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา สายพันธุ์โคนมหลักที่ใช้เลี้ยง รายได้เฉลี่ยต่อปี ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม แรงงานในการเลี้ยงโคนม และขนาดของพื้นที่ในการเลี้ยงโคนม มีดังนี้

ลักษณะส่วนบุคคล

เพศ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลเกือบสี่ในห้า (ร้อยละ 79.70) เป็นเพศชาย และ ร้อยละ 20.30 เป็นเพศหญิง แสดงให้เห็นว่าในการทำอาชีพเลี้ยงโคนม จำเป็นต้องมีการใช้แรงงานในกระบวนการผลิตซึ่งโดยปกติแล้วหัวหน้าครอบครัวมักเป็นเพศชาย และมีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับงานที่ต้องใช้แรงงานเป็นหลัก ส่วนเพศหญิงในที่เป็นผู้ให้ข้อมูลมีถึงหนึ่งในห้าแสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันเพศหญิงต้องออกไปใช้แรงงานเหมือนกับเพศชาย ซึ่งต่างจากสมัยก่อนที่เพศหญิงจะอยู่กับบ้านเป็นแม่บ้าน (ตาราง 4)

อายุ

ผลการวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูล มีอายุเฉลี่ย 47.45 ปี โดยมีอายุสูงสุด 70 ปี และอายุต่ำสุด 23 ปี โดยผู้ให้ข้อมูลมากกว่าสองในห้า (ร้อยละ 43.70) มีอายุในช่วง 41-50 ปี รองลงมา มีอายุในช่วง 51-60 ปี ช่วง 31-40 ปี อายุ 30 ปีหรือต่ำกว่า และ อายุ 60 ปีหรือมากกว่า ที่ร้อยละ 32.90, 17.10, 3.20 และ 3.20 ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี เป็นช่วงอายุที่มีวุฒิภาวะทางความคิดและมีเหตุผล ในกระบวนการตัดสินใจ และในการเลี้ยงโคนมจำเป็นต้องใช้ประสบการณ์ในการเลี้ยงและการตัดสินใจทำอะไรบางอย่างที่ต้องเด็ดขาด และใช้ความคิดที่เป็นผู้ใหญ่ทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้ ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี อาจมีการตัดสินใจทำอะไรบางอย่างที่ไม่เด็ดขาดพอก็ได้ และยังต้องการคำปรึกษาจากผู้อื่น ส่วนผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีนั้น เป็นวัยที่ต้องพักผ่อนในบั้นปลายชีวิต ไม่เหมาะสมที่จะมาใช้แรงงานเหมือนวัยอื่น ๆ (ตาราง 4)

สถานภาพ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 89.30) มีสถานภาพสมรส รองลงมา ร้อยละ 5.70 มีสถานภาพหย่าร้างหรือหม้าย และมีเพียงบางส่วนที่มีสถานภาพโสด และแยกกันอยู่ ที่ร้อยละ 4.40 และ 0.60 ตามลำดับ สาเหตุที่ผู้ให้ข้อมูลเกือบทั้งหมดมีสถานภาพสมรสแล้วนั้น จากผลการวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน ซึ่งเป็นผู้ใหญ่แล้วและเหมาะสมที่จะมีครอบครัว (ตาราง 4)

ระดับการศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 62.00 มีระดับการศึกษาประถมศึกษาภาคบังคับ รองลงมาคือ มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ไม่ได้เรียนหนังสือ จบอนุปริญญา / ปวส. และจบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ที่ร้อยละ 15.20, 11.40, 3.80, 3.80 และ 3.80 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีการศึกษาเพียงประถมศึกษาภาคบังคับเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากสังคมการเกษตรทุกคนถือว่าอาชีพมีความสำคัญต่อการมีกินมีใช้ มีรายได้เลี้ยงครอบครัวจึงไม่ใส่ใจกับการศึกษามากนัก เมื่อจบประถมศึกษาภาคบังคับไปแล้วก็จะออกมาทำงานช่วยเหลือครอบครัว ในขณะที่ตัวกันในอดีตระบบการศึกษามีเพียงระดับภาคบังคับ (ประถมศึกษา 4-6) สำหรับผู้ที่ไม่ได้รับการศึกษาจะเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีอายุน้อย ส่วนผู้ให้ข้อมูลที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญาถึงปริญญาตรี หรือเทียบเท่ามีเพียงร้อยละ 7.60 เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาในระดับนี้จะเป็กลุ่มคนที่อายุยังน้อยอยู่ เป็นคนสมัยใหม่ที่ให้ความสำคัญกับการศึกษาเล่าเรียน และเลือกที่จะทำงานในอาชีพที่สบายกว่าอาชีพเลี้ยงโคนม ซึ่งต้องใช้แรงงานและความอดทนที่สูงมาก (ตาราง 4)

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

(n = 158)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	126	79.70
หญิง	32	20.30
อายุ (ปี)		
30 หรือต่ำกว่า	5	3.20
31 – 40	27	17.10
41 – 50	69	43.70
51 – 60	52	32.90
มากกว่า 60	5	3.20
Min – Max = 23-70 ปี	$\bar{x} = 47.45$ ปี	SD = 7.99
สถานภาพ		
โสด	7	4.40
สมรส	141	89.30

ตาราง 5 (ต่อ)

(n = 158)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
หย่าร้าง / หม้าย	9	5.70
แยกกันอยู่	1	0.60
ระดับการศึกษา		
ไม่ได้เรียน	6	3.80
ประถมศึกษาชั้นบังคับ	98	62.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	18	11.40
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	24	15.20
อนุปริญญา / ปวส.	6	3.80
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	6	3.80

ลักษณะทางเศรษฐกิจ และสังคม

จำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมด

ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรเลี้ยงโคนมเฉลี่ย 27 ตัว โดยมีการเลี้ยงสูงสุด 110 ตัว และมีการเลี้ยงต่ำสุด 5 ตัว โดยผู้ให้ข้อมูลมากกว่าสองในห้า (ร้อยละ 41.80) มีการเลี้ยงในช่วง 20 ตัวหรือต่ำกว่า รองลงมา มีการเลี้ยงในช่วง 21-30 ตัว 31-40 ตัว มากกว่า 50 ตัวขึ้นไป และ 41-50 ตัว ที่ร้อยละ 27.20, 13.90, 10.10 และ 7.00 ตามลำดับ เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่มีการเลี้ยงโคนมที่พอเหมาะกับฐานะทางครัวเรือน ไม่เลี้ยงมากหรือเลี้ยงน้อยจนเกินไป มักนิยมเลี้ยงไม่ให้โคนมอยู่กันอย่างแออัดจนเกินไป ถ้ามีพื้นที่น้อยก็เลี้ยงน้อย ถ้ามีพื้นที่มากก็เลี้ยงมาก และถ้าไม่เลี้ยงมากจนเกินไปก็จะมีเวลาว่างพอที่จะดูแลสุขภาพโคนมได้ทุกตัว (ตาราง 5)

รายได้เฉลี่ยจากการเลี้ยงโคนมต่อปี

ผลการวิจัยพบว่า การประกอบอาชีพการเลี้ยงโคนมของผู้ให้ข้อมูล มีรายได้เฉลี่ย 338,744.30 บาทต่อปี ผู้ที่มีรายได้สูงสุดคือ 1,560,000 บาทต่อปี และรายได้ต่ำสุด 0 บาทต่อปี โดยผู้ให้ข้อมูลเกือบสองในสาม (ร้อยละ 36.70) มีรายได้ไม่เกิน 200,000 บาทต่อปี รองลงมา มีรายได้ในช่วง 200,001-400,000 บาทต่อปี 400,001-600,000 บาทต่อปี 600,001-800,000 บาทต่อปี และ

รายได้มากกว่า 800,000 บาทขึ้นไป ตามลำดับ ที่ร้อยละ 31.60, 19.00, 6.30 และ 6.30 ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ารายได้จากการเลี้ยงโคนมใน 1 ปี มีรายได้ปานกลางถึงมีรายได้สูง เนื่องจากการเลี้ยงโคนมจะมีรายได้ทุกวันอยู่แล้ว เพราะต้องมีการรีดนมทุก ๆ วัน ซึ่งราคาน้ำนมดิบนั้นก็จะมีราคาที่ไม่ต่ำกว่าต้นทุนการเลี้ยงอยู่แล้ว รายได้ของแต่ละคนขึ้นอยู่กับจำนวนโคนมที่เลี้ยงอยู่ด้วย ถ้าฟาร์มไหนมีโคนมที่พร้อมรีดนมมาก รายได้ก็จะมากตามไปด้วย ซึ่งบางฟาร์มที่ไม่มีรายได้จากการเลี้ยงโคนมก็ถือเป็นฟาร์มที่เพิ่งเริ่มเลี้ยงใหม่ ยังไม่มีโคนมที่พร้อมรีด รายได้จากการเลี้ยงโคนมจึงไม่มีความไปด้วย (ตาราง 5)

รายได้อื่น ๆ เฉลี่ยต่อปี

ผลการวิจัยพบว่า รายได้อื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาชีพเลี้ยงโคนมของผู้ให้ข้อมูล มีรายได้เฉลี่ย 26,136.70 บาทต่อปี มีรายได้สูงสุด 360,000 บาทต่อปี และมีรายได้ต่ำสุด 0 บาทต่อปี โดยผู้ให้ข้อมูลเกือบสองในสาม (ร้อยละ 63.30) มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาทต่อปี รองลงมามีรายได้ในช่วง 20,001-40,000 บาทต่อปี 40,001-60,000 บาทต่อปี มากกว่า 60,000 บาทต่อปีขึ้นไป และ 60,001-80,000 บาทต่อปีขึ้นไป ตามลำดับ ที่ร้อยละ 15.20, 10.80, 9.50 และ 1.30 ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นอกเหนือจากการประกอบอาชีพการเลี้ยงโค-นมแล้ว เกษตรกรยังประกอบอาชีพอื่น ๆ ไปด้วย เช่น ทำไร่ ทำนา ทำสวน เลี้ยงสัตว์ชนิดต่าง ๆ ฯลฯ เหตุผลที่เลือกทำอาชีพอื่น ๆ ควบคู่ไปกับการเลี้ยงโคนมด้วยก็คือ ต้องการหาได้ให้มากกว่าเดิมเพื่อมาเลี้ยงดูครอบครัวของตัวเองให้มีมีสุขสบายขึ้น และใช้เวลาว่างให้เกิดและประโยชน์อีกด้วย (ตาราง 5)

รายได้รวมเฉลี่ยต่อปี

ผลการวิจัยพบว่า รายได้รวมทั้งหมดของผู้ให้ข้อมูล มีรายได้เฉลี่ย 364,881.01 บาทต่อปี มีรายได้สูงสุด 1,560,000 บาทต่อปี และมีรายได้ต่ำสุด 48,000 บาทต่อปี โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ (ร้อยละ 34.80) มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 200,001 - 400,000 บาท รองลงมาคือ มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 200,000 บาทต่อปี 400,001-600,000 บาทต่อปี 600,001-800,000 บาทต่อปี และมีรายได้มากกว่า 800,000 บาทต่อปี ตามลำดับ ที่ร้อยละ 31.60, 19.60, 7.00 และ 7.00 ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า รายได้รวมทั้งหมดทั้งจากการเลี้ยงโคนมและจากรายได้อื่น ๆ ใน 1 ปี มีรายได้ปานกลางถึงมีรายได้สูง เนื่องจากการเลี้ยงโคนมจะมีรายได้ทุกวันอยู่แล้ว แล้วยังมีรายได้อื่น ๆ เพิ่มเติมมาอีกด้วยการทำอาชีพเลี้ยงโคนมอย่างเดียวนั้นอาจไม่พอต่อการดำรงชีวิตของเกษตรกร จึงต้องหันมาหารายได้เสริมจากอาชีพชนิดอื่น เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัวตนเอง (ตาราง 5)

ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม

ผลการวิจัยพบว่า ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนมของผู้ให้ข้อมูล โดยเฉลี่ยประมาณ 14 ปี มีผู้ให้ข้อมูลที่มีประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนมมากที่สุด 37 ปี และผู้ให้ข้อมูลที่มีประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนมน้อยที่สุด 1 ปี โดยผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 27.20 มีประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนมในช่วง 11-15 ปี รองลงมาประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนมมากกว่า 20 ปีขึ้นไป ในช่วง 6-10 ปี ในช่วง 16-20 ปี และน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี ที่ร้อยละ 20.3, 19.60, 17.70 และ 15.20 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าการทำอาชีพการเลี้ยงโคนม ผู้เลี้ยงจะประสบการณ์การเลี้ยงมากหรือน้อยไม่ต่างกันมากนัก ถ้าดูจากค่าเฉลี่ยในช่วงต่าง ๆ แล้ว ไม่ค่อยมีความห่างของแต่ละช่วงมาก แต่ถ้าหากผู้เลี้ยงโคนมมีประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนมที่มากแล้ว การจัดการการเลี้ยงก็จะทำได้ดี ไม่ต้องมาหัดจัดการใหม่เหมือนพวกที่เพิ่งเริ่มเลี้ยงโคนมมาไม่กี่ปี ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนมมีผลโดยตรงกับการจัดการการเลี้ยงโคนม ผู้ที่มีประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนมมากกว่าจะสามารถรู้ได้ทันทีว่าเกิดอะไรขึ้นในฟาร์มของตัวเอง เพราะอาจเคยมีประสบการณ์แบบนี้เกิดขึ้นภายในฟาร์มของตัวเองมาแล้วก็ได้ ส่วนผู้ที่มีประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนมน้อยยังต้องใช้เวลาในการศึกษาการเลี้ยงที่มากขึ้น ๆ ไปเรื่อย ๆ เพื่อที่จะเอาประสบการณ์มาจัดการฟาร์มของตนเองให้พัฒนาขึ้นไป (ตาราง 5)

แรงงานภายในครอบครัว

ผลการวิจัยพบว่า มีการใช้แรงงานภายในครอบครัวเฉลี่ยประมาณ 2 คนต่อฟาร์ม โดยฟาร์มที่ใช้แรงงานภายในครอบครัวมากที่สุดคือ 4 คน และฟาร์มที่ใช้แรงงานภายในครอบครัวค่าน้อยที่สุดคือ 1 คน ผู้ใช้แรงงานภายในครอบครัวเกือบสามในสี่ (ร้อยละ 72.20) ใช้แรงงานในการเลี้ยงโคนม 2 คน รองลงมาใช้แรงงานในการเลี้ยงโคนม 1, 3 และ 4 คนตามลำดับ ที่ค่าเฉลี่ยร้อยละ 13.30, 12.70 และ 1.90 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า อาชีพเลี้ยงโคนมเป็นอาชีพที่นิยมทำกันภายในครอบครัว โดยส่วนมากจะเป็นคู่สามีภรรยา และมีลูกหลานมาช่วยเหลือนับ (ตาราง 5)

แรงงานจ้าง

ผลการวิจัยพบว่า มีการจ้างแรงงานเฉลี่ยประมาณเกือบ 1 คนต่อฟาร์ม โดยฟาร์มที่มีการจ้างแรงงานมากที่สุดคือ 3 คน และฟาร์มที่ใช้แรงงานภายในครอบครัวค่าน้อยที่สุดคือ 0 คน ผู้ใช้แรงงานภายในครอบครัวเกือบสามในสี่ (ร้อยละ 70.90) ไม่มีการจ้างแรงงานในการเลี้ยงโคนม รองลงมาคือการจ้างแรงงานในการเลี้ยงโคนม 1, 2 และ 3 คนตามลำดับ ที่ค่าเฉลี่ยร้อยละ 16.50, 11.40 และ 1.30 ตามลำดับ เหตุผลที่ไม่ค่อยมีผู้นิยมจ้างแรงงานมาช่วยเลี้ยงนั้นก็เพราะว่า อาชีพการ

เลี้ยงโคนมเป็นอาชีพที่เลี้ยงกันภายในครัวเรือนของตนเอง ไม่ค่อยนิยมจ้างแรงงานกันมากนัก การจ้างแรงงานส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นกับฟาร์มที่มีขนาดใหญ่ และฟาร์มมีจำนวนโคนมมาก เท่านั้น (ตาราง 5)

แรงงานรวม

ผลการวิจัยพบว่า มีการใช้แรงงานเฉลี่ยที่ 2-3 คนต่อฟาร์ม โดยฟาร์มที่ใช้แรงงานในการเลี้ยงโคนมมากที่สุดคือ 5 คน และฟาร์มที่ใช้แรงงานในการเลี้ยงโคนมต่ำที่สุดคือ 1 คน ผู้ให้ข้อมูลเกินครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 52.50) ใช้แรงงานในการเลี้ยงโคนม 2 คน รองลงมาคือใช้แรงงานในการเลี้ยงโคนม 3, 4, 1 และ 5 คน ตามลำดับ ที่ค่าเฉลี่ยร้อยละ 21.50, 12.70, 10.10 และ 3.20 ตามลำดับ โดยจำนวนผู้ใช้งานภายในฟาร์มส่วนใหญ่เป็นคู่สามีภรรยา ซึ่ง เป็นเจ้าของฟาร์ม และมีบุตรหลานที่ช่วยกันเลี้ยงโคนม และไม่นิยมจ้างแรงงานเพิ่มเติม เพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่ายไปด้วย ถ้าฟาร์มที่มีขนาดใหญ่และมีจำนวนโคนมมาก ก็จะมีการจ้างแรงงานเพิ่มไปด้วย (ตาราง 5)

พื้นที่ในการเลี้ยงโคนมที่เป็นของตนเอง

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีพื้นที่ในการเลี้ยงโคนมเป็นของตนเองเฉลี่ย 2.49 ไร่ โดยมีพื้นที่ในการเลี้ยงโคนมเป็นของตนเองมากที่สุดคือ 16 ไร่ และน้อยที่สุดคือ 0 ไร่ โดยมากกว่าครึ่งหนึ่งมีพื้นที่ในการเลี้ยงโคนมเป็นของตนเองไม่เกิน 2 ไร่ ที่ร้อยละ 65.80 รองลงมาคือมีพื้นที่ในการเลี้ยงโคนมเป็นของตนเอง 3-4 ไร่ 5-6 ไร่ และมากกว่า 6 ไร่ขึ้นไป ตามลำดับ ที่ร้อยละ 19.60, 7.60 และ 7.00 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าผู้ที่เลี้ยงโคนมส่วนใหญ่มีที่ดินเป็นของตนเองประมาณ 2 ไร่ เพราะว่าการเลี้ยงโคนมไม่ได้เลี้ยงแบบปล่อยทุ่งหญ้า นิยมเลี้ยงแบบในคอก มีอาหารข้นและอาหารหยาบเลี้ยงตลอดเวลา ก็จะมีเพียงพื้นที่เล็ก ๆ น้อย ๆ ให้โคนมได้ออกไปเดินเล่นอาบแดดบ้าง (ตาราง 5)

พื้นที่ในการเลี้ยงโคนมที่เช่า

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีพื้นที่ที่เช่าเลี้ยงโคนมเฉลี่ยประมาณเกือบ 1 ไร่ โดยมีพื้นที่ที่เช่าเลี้ยงโคนมมากที่สุดคือ 30 ไร่ และน้อยที่สุดคือ 0 ไร่ โดยมากกว่าสี่ในห้ามีพื้นที่ที่เช่าเลี้ยงโคนม ไม่เกิน 2 ไร่ ที่ร้อยละ 87.30 รองลงมาคือมีพื้นที่ที่เช่าเลี้ยงโคนม 5-6 ไร่ 3-4 ไร่ และมากกว่า 6 ไร่ขึ้นไป ตามลำดับ ที่ร้อยละ 5.70, 4.40 และ 2.50 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าผู้เลี้ยงไม่ค่อยนิยมเช่าพื้นที่ที่เช่าเลี้ยงโคนม ก็เพราะว่า การเลี้ยงโคนมไม่จำเป็นต้องใช้ที่มากนัก แคมีพื้นที่ที่เป็นของตนเองก็พอที่จะเลี้ยงโคนมแล้ว ส่วนใหญ่ที่เช่าพื้นที่กันนิยมใช้พื้นที่เข้านั้นปลูกหญ้าให้วัวกิน และเอาไว้เก็บมูลวัวเอาไว้น้ำขี้ต่อไป (ตาราง 5)

พื้นที่ในการเลี้ยงโคนมรวม

ผลการวิจัยพบว่า มีขนาดของพื้นที่ในการเลี้ยงโคนมเฉลี่ย 3.42 ไร่ โดยมีขนาดของพื้นที่ในการเลี้ยงโคนมมากที่สุดคือ 40 ไร่ และน้อยที่สุดคือ 1 ไร่ โดยเกินครึ่งหนึ่งมีขนาดของพื้นที่ในการเลี้ยงโคนม ไม่เกิน 2 ไร่ รองลงมาคือ 3-4 ไร่ มากกว่า 8 ไร่ขึ้นไป 5-6 ไร่ และ 7-8 ไร่ ตามลำดับ ที่ร้อยละ 19.60, 9.50, 8.90 และ 3.20 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรโดยทั่วไปมีลักษณะการเลี้ยงโดยใช้แรงงานภายในครอบครัวเป็นหลัก โดยพื้นที่ที่ใช้เลี้ยงมีไม่มาก เกษตรกรสามารถใช้แรงงานที่มีอยู่ภายในครอบครัวได้ และสามารถดูแลส่วนต่าง ๆ ของพื้นที่ได้อย่างทั่วถึง และมีการใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ส่วนเกษตรกรที่มีพื้นที่มาก ๆ นั้น นิยมใช้พื้นที่ที่เหลือปลูกพืชที่โคนมสามารถรับประทานได้ เพื่อลดต้นทุนค่าอาหาร และเป็นการใช้พื้นที่ว่างให้เกิดประโยชน์แก่ตนเอง (ตาราง 5)

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม

(n = 158)

ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม	จำนวน	ร้อยละ
จำนวน โคนมที่เลี้ยงทั้งหมด (ตัว)		
20 หรือต่ำกว่า	66	41.80
21 – 30	43	27.20
31 – 40	22	13.90
41 – 50	11	7.00
มากกว่า 50	16	10.10
Min – Max = 5-110 ตัว	$\bar{x} = 27.37$ ตัว	SD = 16.94
รายได้จากการเลี้ยงโคนมเฉลี่ยต่อปี (บาท)		
200,000 หรือต่ำกว่า	58	36.70
200,001-400,000	50	31.60
400,001-600,000	30	19.00
600,001-800,000	10	6.30
มากกว่า 800,000	10	6.30
Min–Max = 0-1,560,000 บาท	$\bar{x} = 338,744.30$ บาท	SD = 2.52
รายได้อื่น ๆ เฉลี่ยต่อปี (บาท)		
20,000 หรือต่ำกว่า	100	63.30
20,001-40,000	24	15.20
40,001-60,000	17	10.80
60,001-80,000	2	1.30
มากกว่า 80,000	15	9.50
Min–Max = 0-360,000 บาท	$\bar{x} = 26,136.70$ บาท	SD = 52,158.12
รายได้รวมเฉลี่ยต่อปี (บาท)		
200,000 หรือต่ำกว่า	50	31.60
200,001-400,000	55	34.80
400,001-600,000	31	19.60
600,001-800,000	11	7.00

ตาราง 6 (ต่อ)

(n = 158)

ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 800,000	11	7.00
Min-Max = 48,000 -1,560,000 บาท	$\bar{x} = 364,881.01$ บาท	SD = 2.52
ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม(ปี)		
5 หรือต่ำกว่า	24	15.20
6 - 0	31	19.60
11 - 15	43	27.20
16 - 20	28	17.70
มากกว่า 20	32	20.30
Min - Max = 1-37 ปี	$\bar{x} = 13.90$ ปี	SD = 7.53
แรงงานในครัวเรือน (คน)		
1	21	13.30
2	114	72.20
3	20	12.70
4	3	1.90
Min - Max = 1-4 คน	$\bar{x} = 2.03$ คน	SD = 0.58
แรงงานจ้าง (คน)		
0	112	70.90
1	26	16.50
2	18	11.40
3	2	1.30
Min - Max = 0-3 คน	$\bar{x} = 0.42$ คน	SD = 0.72
แรงงานรวม (คน)		
1	16	10.10
2	83	52.50
3	34	21.50
4	20	12.70

ตาราง 6 (ต่อ)

(n = 158)

ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม	จำนวน	ร้อยละ
5	5	3.20
Min – Max = 1-5 คน	$\bar{x} = 2.46$ คน	SD = 0.94
ขนาดพื้นที่ของตนเอง (ไร่)		
2 หรือต่ำกว่า	104	65.80
3-4	31	19.60
5-6	12	7.60
มากกว่า 6	11	7.00
Min – Max = 0-16 ไร่	$\bar{x} = 2.49$ ไร่	SD = 2.66
ขนาดพื้นที่ที่เช่า (ไร่)		
2 หรือต่ำกว่า	138	87.30
3-4	7	4.40
5-6	9	5.70
มากกว่า 6	4	2.50
Min – Max = 0-30 ไร่	$\bar{x} = 0.92$ ไร่	SD = 2.96
ขนาดพื้นที่รวมทั้งหมด (ไร่)		
2 หรือต่ำกว่า	93	58.90
3-4	31	19.60
5-6	15	8.90
7-8	5	3.20
มากกว่า 8	15	9.50
Min – Max = 1-40 ไร่	$\bar{x} = 3.42$ ไร่	SD = 4.29

ตอนที่ 2 สื่อและการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแบบมวลชน

สื่อและการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแบบมวลชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ื่อน จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข่าวสาร ผู้แนะนำข่าวสารต่าง ๆ ให้กับเกษตรกรได้รับข่าวสารที่เกี่ยวกับเรื่องการเลี้ยงโคนม การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องโคนมจากช่องทางต่าง ๆ ช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสารจากช่องทางต่าง ๆ และวิธีการรับรู้ข่าวสาร มีดังนี้

ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข่าวสาร

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลประมาณสองในห้า (ร้อยละ 43.00) มีความคิดเห็นที่มีต่อสื่อที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข่าวสาร คือ สื่อมวลชนชนิดต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต ฯลฯ รองลงมาร้อยละ 28.50 มีเท่ากันสองแบบคือ สื่อที่สอดคล้องกับความรู้ ความต้องการ เช่น การฝึกอบรม การบรรยาย การสาธิต ฯลฯ และ สื่อที่มีลักษณะเฉพาะของสื่อ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ นิตยสาร วารสาร ซึ่งมีราคาถูก มีรายละเอียดมาก พกพาสะดวก แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรมีความต้องการให้ภาครัฐ และเอกชน มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อมวลชนชนิดต่าง ๆ ซึ่งเป็นวิธีที่ง่าย มีความเข้าใจง่าย มีทั้งภาพและเสียงให้ติดตาม และสามารถถ่ายทอดทางสื่อได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็วเมื่อเทียบกับรูปแบบของสื่อชนิดอื่น ๆ (ตาราง 6)

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกความคิดเห็นที่มีต่อสื่อที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข่าวสาร

(n = 158)

ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อ ที่เหมาะสมในการ เผยแพร่ข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
สื่อมวลชนชนิดต่าง ๆ	68	43.00
สื่อที่สอดคล้องกับความรู้ และความต้องการ	45	28.50
สื่อที่มีลักษณะเฉพาะของสื่อ	45	28.50

ผู้แนะนำหรือช่วยให้เกษตรกรได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลเกือบสามในห้า (ร้อยละ 59.50) สามารถรับรู้ข่าวสารได้ด้วยตนเอง และรู้ว่าเวลาไหนจะมีการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 40.50 ได้รับข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานเกี่ยวกับโคนมจะมาเยี่ยมฟาร์มของเกษตรกรเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อตามตรวจสอบคุณภาพของฟาร์ม และจะนำข่าวสารใหม่ ๆ มาบอกเล่าให้เกษตรกรได้รับรู้ (ตาราง 7)

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกผู้แนะนำหรือช่วยให้เกษตรกรได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ

(n = 158)

ผู้แนะนำหรือช่วยให้เกษตรกร ได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเกษตรกรเอง	94	59.50
เจ้าหน้าที่	64	40.50

การรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากโทรทัศน์ และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลเกือบสองในห้า (ร้อยละ 38.00) ไม่มีการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากโทรทัศน์ รองลงมาคือมีการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากโทรทัศน์จากช่อง Thai PBS ช่องเคเบิลทีวีจากจานรับสัญญาณทั่วไป ช่อง 7 และช่อง 3 ตามลำดับ ที่ร้อยละ 20.90, 20.30, 11.40 และ 9.50 ตามลำดับ

ช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากโทรทัศน์เกือบสองในห้า (ร้อยละ 38.00) ไม่มีช่วงเวลาในการรับรู้ข่าวสาร รองลงมาคือ ช่วงเวลา 6.01-12.00 น. 12.01-18.00 น. และ 18.01-24.00 น. ตามลำดับ ที่ร้อยละ 27.80, 19.60 และ 14.60 ตามลำดับ

แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรไม่ค่อยที่จะสนใจติดตามข่าวสารทางโทรทัศน์มากนัก เหตุผลหลัก ๆ คือ เกษตรกรไม่รู้ว่าช่องไหน และเวลาไหนที่มีการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมจากทางโทรทัศน์ และทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ไม่ค่อยให้ความสนใจในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมเลย เกษตรกรจึงไม่ค่อยมีความสนใจทางโทรทัศน์ ส่วนช่องทางที่เหลือที่มีการเผยแพร่ข่าวสารการเลี้ยงโคนมนั้นก็มีการเผยแพร่เล็กน้อย หลาย ๆ วันถึงจะ

เผยแพร่อีกที่ เกษตรกรจึงเกิดความเบื่อหน่าย และทำให้ไม่ค่อยสนใจช่องทางนี้อีก ส่วนช่วงเวลานั้นเกษตรกรนิยมดูโทรทัศน์เพื่อรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมในช่วงเวลา 6.01-12.00 น. มาก เพราะเป็นเวลาที่รีดนมช่วงเช้าเสร็จพอดี และเป็นเวลาพักผ่อนเพื่อผ่อนคลายร่างกายให้มีแรงทำงานในช่วงเวลาอื่น ๆ อีกต่อไป (ตาราง 8)

ตาราง 8 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากโทรทัศน์ และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร

(n = 158)

การรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม จากโทรทัศน์ และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร		
ช่อง 3	15	9.50
ช่อง 7	18	11.40
ช่อง Thai PBS	33	20.90
ช่องเคเบิลทีวีจากจานรับ สัญญาณทั่วไป	32	20.30
ไม่มีการรับรู้ข่าวสาร	60	38.00
ช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร		
6.01-12.00 น.	44	27.80
12.01-18.00 น.	31	19.60
18.01-24.00 น.	23	14.60
ไม่มีการรับรู้ข่าวสาร	60	38.00

การรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากวิทยุกระจายเสียง และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 52.50) ไม่มีการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสถานีวิทยุกระจายเสียง รองลงมาคือมีการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากวิทยุกระจายเสียงจากสถานีวิทยุ มก. เชียงใหม่ สถานีวิทยุแม่โจ้เรดิโอ และสถานีวิทยุชุมชนต่าง ๆ ตามลำดับ ที่ร้อยละ 29.70, 15.20 และ 2.50 ตามลำดับ

ช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสถานีวิทยุกระจายเสียงเกือบสองในห้า (ร้อยละ 52.50) ไม่มีช่วงเวลาในการรับรู้ข่าวสาร รองลงมาคือ ช่วงเวลา 12.01-18.00 น. 6.01-12.00 น. และ 18.01-24.00 น. ตามลำดับ ที่ร้อยละ 27.80, 12.00 และ 7.60 ตามลำดับ

แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรไม่ค่อยที่จะสนใจติดตามข่าวสารทางสถานีวิทยุกระจายเสียงมากนัก เหตุผลหลัก ๆ คือ เกษตรกรไม่รู้ว่าคลื่นไหน และเวลาไหนที่มีการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมจากทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับวิทยุกระจายเสียงไม่ค่อยให้ความสนใจในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมเลย เกษตรกรจึงไม่ค่อยมีความสนใจฟังจากทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ส่วนช่องทางที่เหลือที่มีการเผยแพร่ข่าวสารการเลี้ยงโคนมนั้นก็มีการเผยแพร่เล็กน้อย หลาย ๆ วันถึงจะเผยแพร่สักที เกษตรกรจึงเกิดความเบื่อหน่าย และทำให้ไม่ค่อยสนใจช่องทางนี้อีก ส่วนช่วงเวลานั้นเกษตรกรนิยมฟังวิทยุกระจายเสียงเพื่อรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมในช่วงเวลา 12.01-18.00 น. มาก เพราะ เป็นเวลาช่วงบ่ายที่เกษตรกรเตรียมตัวที่จะรีดนมครั้งที่ 2 ในเวลา 15.00 น. เกษตรกรจึงสนใจฟังวิทยุในช่วงเวลานี้ เพื่อติดตามข่าวสารต่าง ๆ และเพื่อว่าจะมีการเสนอข่าวเกี่ยวกับเรื่องโคนมในช่วงเวลานี้ จะได้รู้ทันว่าเวลานี้สถานการณ์เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมเป็นไปอย่างไรบ้าง (ตาราง 9)

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากวิทยุกระจายเสียง และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร

(n = 158)

การรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม จากวิทยุกระจายเสียง และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร		
สถานีวิทยุ มก. เชียงใหม่	47	29.70
สถานีวิทยุแม่โจ้เรดิโอ	24	15.20
สถานีวิทยุชุมชนต่าง ๆ	4	2.50
ไม่มีการรับรู้ข่าวสาร	83	52.50
ช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร		
6.01-12.00 น.	19	12.00
12.01-18.00 น.	44	27.80
18.01-24.00 น.	12	7.60
ไม่มีการรับรู้ข่าวสาร	83	52.50

การรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากหนังสือพิมพ์ และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมากกว่าสามในห้า (ร้อยละ 63.30) ไม่มีการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากหนังสือพิมพ์ รองลงมาคือมีการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมทางหนังสือพิมพ์จากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ตามลำดับ ที่ร้อยละ 24.70 และ 12.00 ตามลำดับ

ช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากหนังสือพิมพ์มากกว่าสามในห้า (ร้อยละ 63.30) ไม่มีช่วงเวลาในการรับรู้ข่าวสาร รองลงมาคือ ช่วงเวลา 18.01-24.00 น. 12.01-18.00 น. และ 6.01-12.00 น. ตามลำดับ ที่ร้อยละ 14.60, 12.70 และ 9.50 ตามลำดับ

แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรไม่ค่อยที่จะสนใจติดตามข่าวสารทางหนังสือพิมพ์มากนัก เหตุผลหลัก ๆ คือ เกษตรกรไม่รู้ว่าหนังสือพิมพ์ฉบับไหน และเวลาไหนที่มีการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมจากทางหนังสือพิมพ์ และทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับหนังสือพิมพ์ไม่ค่อยให้ความสนใจในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมเลย เกษตรกรจึงไม่ค่อยมีความสนใจอ่านหนังสือพิมพ์ ส่วนช่องทางที่เหลือที่มีการเผยแพร่ข่าวสารการเลี้ยงโคนมนั้นก็มีการเผยแพร่เล็กน้อย หลาย ๆ วันถึงจะเผยแพร่สักที เกษตรกรจึงเกิดความเบื่อหน่าย และทำให้ไม่ค่อยสนใจช่องทางนี้อีก ส่วนมากการนำเสนอข่าวทางหนังสือพิมพ์จะเน้นไปทางพืชเศรษฐกิจจะส่วนใหญ่เรื่องเกี่ยวกับสัตว์เศรษฐกิจมีน้อยมาก ส่วนช่วงเวลานั้นเกษตรกรนิยมอ่านหนังสือพิมพ์เพื่อรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมในช่วงเวลา 18.01-24.00 น. มาก เพราะเป็นช่วงเวลาที่ต้องพักผ่อนอย่างเต็มที่ หนังสือพิมพ์ในภาคเหนือส่วนใหญ่จะมีขายในเวลาบ่าย พอเกษตรกรไปส่งน้ำนมเสร็จก็จะแวะซื้อกับข้าว และซื้อสิ่งของที่จำเป็นต่าง ๆ เข้าบ้าน หนังสือพิมพ์ก็จะถูกซื้อมาในเวลานี้ด้วย (ตาราง 10)

ตาราง 10 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากหนังสือพิมพ์ และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร

(n = 158)

การรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม จากหนังสือพิมพ์ และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร		
หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ	39	24.70
หนังสือพิมพ์เดลินิวส์	19	12.00
ไม่มีการรับรู้ข่าวสาร	100	63.30
ช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร		
6.01-12.00 น.	15	9.50
12.01-18.00 น.	20	12.70
18.01-24.00 น.	23	14.60
ไม่มีการรับรู้ข่าวสาร	100	63.30

การรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากนิตยสารและวารสาร และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลเกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 48.10) มีการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากวารสารสัตว์บาล รองลงมาคือไม่มีการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมทางวารสาร และการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากวารสารปศุสัตว์ความถี่ที่ร้อยละ 39.90 และ 12.00 ตามลำดับ

ช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากนิตยสารและวารสาร (ร้อยละ 39.90) ไม่มีช่วงเวลาในการรับรู้ข่าวสาร รองลงมาคือ ช่วงเวลา 18.01-24.00 น. 12.01-18.00 น. และ 6.01-12.00 น. ตามลำดับ ที่ร้อยละ 36.70, 13.90 และ 9.50 ตามลำดับ

แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรมีการติดตามข่าวสารจากนิตยสารและวารสารมากที่สุด มากกว่าช่องทางอื่น ๆ เหตุผลที่เกษตรกรนิยมน่านิตยสารและวารสารก็เพราะว่านิตยสารและวารสารให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่อง ๆ ที่ตนเองสนใจมาก เนื้อหาส่วนใหญ่ในนิตยสารและวารสารจะเกี่ยวกับสัตว์เศรษฐกิจทั้งหมด มีการเผยแพร่ข่าวสารที่ทันเหตุการณ์ ทำให้ทราบว่าเวลานี้สถานการณ์การเลี้ยงโคนมเป็นอย่างไรบ้าง และนิตยสารและวารสารยังหาซื้อได้ง่ายตามท้องตลาด ราคาก็ไม่แพงจนเกินไป เกษตรกรส่วนใหญ่จึงเลือกช่องทางนี้เพื่อที่จะรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม

ส่วนช่วงเวลาที่เกษตรกรนิยมอ่านนิตยสารและวารสารเพื่อรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมในช่วงเวลา 18.01-24.00 น. มาก เพราะเป็นช่วงเวลาที่ต้องพักผ่อนอย่างเต็มที่ นิตยสารและวารสารจะช่วยทำให้เกษตรกรได้ผ่อนคลาย การได้อ่านนิตยสารและวารสารคือการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และยังได้ความรู้ และข่าวสารใหม่ๆ อีกด้วย (ตาราง 11)

ตาราง 11 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยง โคนมจากนิตยสาร และวารสาร และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร

(n = 158)

การรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม จากนิตยสารและวารสาร และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร		
วารสารปศุสัตว์	19	12.00
วารสารสัตว์บาล	76	48.10
ไม่มีการรับรู้ข่าวสาร	63	39.90
ช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร		
6.01-12.00 น.	15	9.50
12.01-18.00 น.	22	13.90
18.01-24.00 น.	58	36.70
ไม่มีการรับรู้ข่าวสาร	63	39.90

การรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากอินเทอร์เน็ต และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสาร

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมากกว่าสี่ในห้า (ร้อยละ 81.00) ไม่มีการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือมีการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากอินเทอร์เน็ต จากเว็บไซต์กรมปศุสัตว์ ที่ร้อยละ 19.00

ช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากอินเทอร์เน็ตมากกว่าสี่ในห้า (ร้อยละ 81.00) ไม่มีช่วงเวลาในการรับรู้ข่าวสาร รองลงมาคือ ช่วงเวลา 12.01-18.00 น. และ 18.01-24.00 น. ตามลำดับ ที่ร้อยละ 27.80 และ 7.60 ตามลำดับ

แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรไม่ค่อยที่จะสนใจติดตามข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตมากนัก เหตุผลหลัก ๆ คือ เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นคนสมัยเก่าที่เมื่อก่อนยังไม่มีอินเทอร์เน็ตให้ใช้ และเล่นอินเทอร์เน็ตไม่เป็น ส่วนผู้ที่มีการรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรที่อายุยังน้อย และเคยเรียนคอมพิวเตอร์มาก่อน บางคนลูกหลานเล่นอินเทอร์เน็ตและเอาข่าวสารมาเล่นให้ฟัง จึงรู้ว่ามียะไรเกิดขึ้นเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมบ้าง ส่วนช่วงเวลานั้นเกษตรกรนิยมเล่นอินเทอร์เน็ตเพื่อรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมในช่วงเวลา 18.01-24.00 น. มาก เพราะเป็นช่วงเวลาที่ว่างจากงาน เป็นช่วงเวลาที่พักผ่อน เกษตรกรจะเล่นอินเทอร์เน็ตเพื่อผ่อนคลายความเครียด และค้นหาข่าวสารใหม่ ๆ เพื่อเป็นความรู้ให้แก่ตนเอง (ตาราง 12)

ตาราง 12 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากอินเทอร์เน็ต และช่วงเวลาที่ได้รับข่าวสาร

(n = 158)

การรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม จากอินเทอร์เน็ต และช่วงเวลาที่ได้รับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร		
เว็บไซต์กรมปศุสัตว์	30	19.00
ไม่มีการรับรู้ข่าวสาร	128	81.00
ช่วงเวลาที่ได้รับข่าวสาร		
12.01-18.00 น.	3	1.90
18.01-24.00 น.	27	17.10
ไม่มีการรับรู้ข่าวสาร	128	81.00

วิธีการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกร

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมากกว่าสองในห้า (ร้อยละ 44.30) มีการรับรู้ข่าวสารจากการอ่าน รองลงมาคือ จากการดู ที่ร้อยละ 31.00 และสุดท้ายจากการฟัง ที่ร้อยละ 24.70 แสดงให้เห็นว่า เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมการอ่านเป็นหลัก ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่อ่านหนังสือออก การอ่านทำให้เกษตรกรเข้าใจหลักการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องโคนมได้ ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่ยอมรับ

ข่าวสารจากการอ่านจากวารสารสัตวบาล โดยที่เกษตรกรนิยมอ่านมากกว่าวิธีการรับรู้ข่าวสารอื่น ๆ เพราะนิตยสาร วารสาร หาซื้อง่าย ราคาไม่แพงเกินไป และมีขายทั่วไปตามท้องตลาด (ตาราง 13)

ตาราง 13 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกวิธีการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกร

(n = 158)

วิธีการรับรู้ข่าวสาร ของเกษตรกร	จำนวน	ร้อยละ
การฟัง	39	24.70
การดู	49	31.00
การอ่าน	70	44.30

ตอนที่ 3 รูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสาร การเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

รูปแบบการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

จากการศึกษาความคิดเห็นของเกษตรกรที่มีต่อรูปแบบการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม (ตาราง 14) พบว่า ในปัจจุบันภาพรวมการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกรจากสื่อส่วนบุคคลมีในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.66) และเมื่อจำแนกตามชนิดของสื่อพบว่า มีการรับรู้ข่าวสารจากการเขียนเขียนของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.65) ซึ่งค่าเฉลี่ยที่ได้มาเกือบที่จะอยู่ในระดับมาก เกษตรกรส่วนใหญ่จะได้คำแนะนำ หรือข่าวสารใหม่ ๆ จากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมทุกเดือน เพราะในทุก ๆ เดือนจะมีการตรวจเยี่ยมฟาร์มของเจ้าหน้าที่เพื่อตรวจคุณภาพต่าง ๆ ภาพในฟาร์ม และเจ้าหน้าที่จะนำข่าวสารใหม่ ๆ ไปแจ้งให้เกษตรกรได้ทราบด้วย เกษตรกรส่วนใหญ่จึงได้ข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมมากที่สุด ส่วนการรับรู้ข่าวสารจากการติดต่อทางจดหมายมีในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.67) ในปัจจุบันการติดต่อทางจดหมายไม่ค่อยเป็นที่นิยมกันมากนัก เพราะการติดต่อกับเกษตรกรในปัจจุบันมีหลายช่องทางมากมายให้เลือก การติดต่อทางจดหมายจึงเป็นวิธีเจ้าหน้าที่ไม่ค่อยทำกัน การติดต่อทางจดหมายบางครั้งข่าวสารก็ไปไม่ถึงเกษตรกร เพราะไปรษณีย์ไทยในปัจจุบันยังไม่พัฒนาไปจากเมื่อก่อนมากนัก การตกลงของ

จดหมายยังมีให้เห็นอยู่ทุก ๆ วัน เจ้าหน้าที่จึงเลือกวิธีอื่นมากกว่าการส่งข่าวสารไปทางจดหมาย (ตาราง 14)

ส่วนภาพรวมของการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกรจากสื่อแบบกลุ่มมีในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.48) และเมื่อจำแนกตามชนิดของสื่อพบว่า มีการรับรู้ข่าวสารจากการฝึกอบรม การบรรยาย และการสาธิต ตามลำดับ อยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.28, 3.18 และ 2.58 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรได้รับรู้ข่าวสารจากช่องทางเหล่านี้มากพอสมควร การฝึกอบรม การบรรยาย และการสาธิต ส่วนใหญ่จะมีเดือนละประมาณ 1 ครั้ง เมื่อมีการประชุมของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมตามหน่วยรับซื้อน้ำนม ก็จะมีเจ้าหน้าที่มาทำการฝึกอบรม การบรรยาย และการสาธิต ให้เกษตรกรกรได้มีความรู้เพื่อนำไปพัฒนาฟาร์มของตนเองได้มากขึ้น การฝึกอบรม การบรรยาย และการสาธิตส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่จะแจ้งให้เกษตรกรทราบก่อนว่าวันไหนจะมีการฝึกอบรม การบรรยาย และการสาธิต เพื่อให้เกษตรกรได้เตรียมตัวให้พร้อม และทำให้วันที่จะมีการฝึกอบรม การบรรยาย และการสาธิตนั้นตัวเกษตรกรต้องไม่มีภารกิจอื่น ๆ จะได้มาเข้าร่วมได้ ส่วนใหญ่ที่เจ้าหน้าที่นำมาบอกเล่าให้เกษตรกรก็จะเป็นพวกข่าวสารใหม่ ๆ ที่เกษตรกรบางคนยังไม่รู้ เจ้าหน้าที่จะนำข่าวสารจากทางหน่วยงานใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงโคนมมาแจ้งให้เกษตรกรได้รับทราบ เกษตรกรส่วนใหญ่จึงมีการรับรู้ข่าวสารจากการฝึกอบรม การบรรยาย และการสาธิตในระดับที่ดี ส่วนการจัดทัศนศึกษา และการฉายภาพยนตร์และวีดิทัศน์ มีการรับรู้ข่าวสารในระดับที่น้อย ที่ค่าเฉลี่ย 1.96 และ 1.37 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า การจัดทัศนศึกษา และการฉายภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เป็นวิธีที่ยากเกินไปสำหรับการเผยแพร่ข่าวสารของเจ้าหน้าที่ การจัดทัศนศึกษา เรียกว่าแทบทำไม่ได้เลย เพราะเกษตรกรต้องมีการรีดนมทุกวัน ทำให้ไม่มีเวลาว่างออกไปทัศนศึกษาภายนอก ส่วนการฉายภาพยนตร์และวีดิทัศน์นั้น นาน ๆ ทีถึงจะมีสักหนึ่งครั้ง เพราะเจ้าหน้าที่ตามศูนย์ต่าง ๆ ยังทำภาพยนตร์และวีดิทัศน์ไม่เป็น ต้องรอภาพยนตร์และวีดิทัศน์จากหน่วยงานใหญ่ ๆ ที่จะส่งมาให้เกษตรกรจึงไม่ค่อยได้รับรู้ข่าวสารจากการฉายภาพยนตร์และวีดิทัศน์เท่าที่ควร (ตาราง 14)

ส่วนภาพรวมของการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกรจากสื่อแบบมวลชนมีในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.28) และเมื่อจำแนกตามชนิดของสื่อพบว่า มีการรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ และนิตยสารและวารสาร ที่ค่าเฉลี่ย 2.98, 2.74, 2.48 และ 3.09 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรได้รับรู้ข่าวสารจากช่องทางเหล่านี้มากพอสมควร สื่อพวกโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ และนิตยสารและวารสาร เป็นสื่อที่เกษตรกรทุกคนเข้าถึงได้ง่ายและทำความเข้าใจง่าย เป็นสื่อที่มีแพร่หลาย มีให้เลือกมากมาย แต่เกษตรกรบางคนก็เลือกที่จะไม่รับรู้ข่าวสารจากช่องทางเหล่านี้ เพราะคิดว่าเป็นข่าวสารที่ไม่ต้องการและไม่ตรงกับความต้องการของเกษตรกร เมื่อดูจากเหตุการณ์จริงในปัจจุบันแล้วการนำเสนอข่าวสารเรื่องที่เกี่ยวข้องกับโค

มนนั้นไม่ค่อยมีให้เห็นเท่าไรหรื นาน ๆ ทีถึงจะมีสักครั้ง ที่มีมากก็อยู่ในพจนนิตยสารและวารสาร แต่เกษตรกรบางคนก็ไม่นิยมอ่าน ทำให้เกษตรกรยังรับรู้ข่าวสารไม่เพียงพอ ส่วนการรับรู้ข่าวสาร จากพวกใบปลิวและแผ่นพับ โปสเตอร์ และอินเทอร์เน็ต ถือว่าอยู่ในระดับน้อย ที่ค่าเฉลี่ย 1.81, 1.44 และ 1.43 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า การเผยแพร่ข่าวสารจากช่องทางนี้ยังมีน้อยมาก ทำให้ เกษตรกรไม่สามารถเข้าถึงได้ ส่วนทางอินเทอร์เน็ตนั้นก็เป็นที่นิยมเพียงในเกษตรกรรุ่นใหม่เท่านั้น (ตาราง 14)



ตาราง 14 จำนวน ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

(n = 158)

รูปแบบของสื่อ	ระดับการรับรู้ข่าวสาร					$\bar{x}$	SD	ระดับการรับรู้
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
สื่อส่วนบุคคล								
1. การเขียนเขียนของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม	9 (5.70)	87 (55.10)	60 (38.00)	2 (1.30)	- (-)	3.65	0.60	ปานกลาง
2. การติดต่อทางจดหมาย	- (-)	- (-)	5 (3.20)	97 (61.40)	56 (35.40)	1.67	0.53	น้อย
รวม						2.66	0.44	ปานกลาง
สื่อแบบกลุ่ม								
3. การฝึกอบรม	4 (2.50)	51 (32.30)	89 (56.30)	14 (8.90)	- (-)	3.28	0.65	ปานกลาง
4. การบรรยาย	2 (1.30)	39 (24.70)	103 (65.20)	14 (8.90)	- (-)	3.18	0.59	ปานกลาง
5. การสาธิต	- (-)	14 (8.90)	68 (43.00)	73 (46.20)	3 (1.90)	2.58	0.67	ปานกลาง

ตาราง 14 (ต่อ)

(n = 158)								
รูปแบบของสื่อ	ระดับการรับรู้ข่าวสาร					$\bar{x}$	SD	ระดับการรับรู้
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
6. การจัดทัศนศึกษา	-	-	29	95	34	1.96	0.63	น้อย
	-	-	(18.40)	(60.10)	(21.50)			
7. การจัดฉายภาพยนตร์ และวีดิทัศน์	-	-	4	52	102	1.37	0.53	น้อย
	-	-	(2.50)	(32.90)	(64.60)			
รวม						2.48	0.44	ปานกลาง
สื่อแบบมวลชน								
8. โทรทัศน์	-	33	91	33	1	2.98	0.66	ปานกลาง
	-	(20.90)	(57.60)	(20.90)	(0.60)			
9. วิทยุกระจายเสียง	-	27	97	32	2	2.74	0.65	ปานกลาง
	-	(17.10)	(61.40)	(20.30)	(1.30)			
10. หนังสือพิมพ์	-	7	70	74	7	2.48	0.65	ปานกลาง
	-	(4.40)	(44.30)	(46.80)	(4.40)			
11. นิตยสาร และวารสาร	-	40	98	15	5	3.09	0.65	ปานกลาง
	-	(25.30)	(62.00)	(9.50)	(3.20)			

ตาราง 14 (ต่อ)

(n = 158)										
รูปแบบของสื่อ			ระดับการรับรู้ข่าวสาร					$\bar{x}$	SD	ระดับการรับรู้
			มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
12. ใบปลิว และแผ่นพับ	-	1	19	87	51	1.81	0.65	น้อย		
	-	(32.30)	(55.10)	(12.00)	(0.60)					
13. โปสเตอร์	-	-	7	57	94	1.44	0.58	น้อย		
	-	-	(4.40)	(36.10)	(59.50)					
14. อินเทอร์เน็ต	1	5	21	8	123	1.43	0.88	น้อย		
	(0.60)	(3.20)	(13..30)	(5.10)	(77.80)					
รวม						2.28	0.36	น้อย		
รวมทั้งหมด						2.47	0.29	ปานกลาง		
หมายเหตุ	ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.68 – 5.00	มีการรับรู้ข่าวสารในระดับมาก							
	ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.34 – 3.67	มีการรับรู้ข่าวสารในระดับปานกลาง							
	ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00 – 2.33	มีการรับรู้ข่าวสารในระดับน้อย							

ความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

จากการศึกษาความคิดเห็นของเกษตรกรที่มีต่อความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม (ตาราง 15) พบว่า ภาพรวมของความต้องการของเกษตรกรจากสื่อส่วนบุคคลมีในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) และเมื่อจำแนกตามชนิดของสื่อพบว่า เกษตรกรมีความต้องการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกรจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริม และติดต่อทางจดหมาย ที่ค่าเฉลี่ย 4.36 และ 4.25 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า เกษตรกรมีความต้องการรับรู้ข่าวสารในระดับที่มาก ทั้งนี้เนื่องมาจาก การเขียนเขียนของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะทำให้เกิดการพูดคุยและซักถามเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร สาระต่าง ๆ โดยเฉพาะปัญหาหาที่พบในการเลี้ยงโคนม เมื่อเจ้าหน้าที่ได้รับทราบปัญหาดัง ๆ การดำเนินแก้ไขช่วยเหลือเกษตรกรจะทำให้ตรงประเด็น ส่วนการติดต่อทางจดหมายเกษตรกรให้ความคิดเห็นว่า ทางภาครัฐควรส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ มาให้เกษตรกรได้รับทราบบ่อย ๆ เกษตรกรจะได้ทราบว่าปัจจุบันสถานการณ์การเลี้ยงโคนมเป็นอย่างไร (ตาราง 15)

ส่วนภาพรวมของความต้องการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกรจากสื่อแบบกลุ่มมีในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) และเมื่อจำแนกตามชนิดของสื่อ พบว่า เกษตรกรมีความต้องการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกรจากการฝึกอบรม การบรรยาย การสาธิต การจัดทัศนศึกษา และการจัดฉายภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.46, 4.55, 4.32, 3.93 และ 3.94 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า เกษตรกรมีความต้องการรับรู้ข่าวสารจากทุกช่องทางของสื่อแบบกลุ่มมาก การฝึกอบรม การบรรยาย และการสาธิต ส่วนใหญ่จะมีเดือนละประมาณ 1 ครั้ง เมื่อมีการประชุมของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมตามหน่วยรับซื้อน้ำนม ก็จะมีเจ้าหน้าที่มาทำการฝึกอบรม การบรรยาย และการสาธิต ให้เกษตรกรได้มีความรู้เพื่อนำไปพัฒนาฟาร์มของตนเองได้มากขึ้น ข่าวสารส่วนใหญ่ที่เจ้าหน้าที่นำมาบอกเล่าให้เกษตรกรก็จะเป็นพวกข่าวสารใหม่ ๆ ที่เกษตรกรบางคนยังไม่รู้ เจ้าหน้าที่จะนำข่าวสารจากทางหน่วยงานใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงโคนมมาแจ้งให้เกษตรกรได้รับทราบ เกษตรกรส่วนใหญ่จึงมีการรับรู้ข่าวสารจากการฝึกอบรม การบรรยาย และการสาธิตในระดับที่ดี เกษตรกรยังให้ความคิดเห็นอีกว่า การแจ้งข่าวสารทางช่องทางเหล่านี้ เป็นช่องทางที่ดีมาก และเกษตรกรสามารถกระจายข่าวสารได้อย่างทั่วถึง เกษตรกรทุกคนจะได้รับข่าวสารเหมือน ๆ กัน ความต้องการจากช่องทางเหล่านี้ยังมีสูงอีกด้วย (ตาราง 15)

ส่วนภาพรวมของความต้องการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกรจากสื่อแบบมวลชนมีในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) และเมื่อจำแนกตามชนิดของสื่อพบว่า มีความต้องการรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสารและวารสาร ใบปลิวและแผ่นพับ ไปสเตอร์ และอินเตอร์เน็ต ที่ค่าเฉลี่ย 4.44, 4.43, 4.51, 4.37, 4.13, 4.01 และ 3.94 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า

เกษตรกรมีความต้องการรับรู้ข่าวสารจากทุกช่องทางของสื่อแบบมวลชนมากเป็นพิเศษ สื่อแบบมวลชนเป็นสื่อที่เกษตรกรมีความต้องการรับรู้ข่าวสารและเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน ทั้งในเรื่องความสะดวก รวดเร็ว และทันเหตุการณ์ ในด้านข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ และสามารถเผยแพร่ข้อมูลได้อย่างกว้างขวางและทั่วถึงแทบทุกที่ เกษตรกรยังให้ความคิดเห็นอีกว่า สื่อแบบมวลชนนี้เป็นสื่อที่เกษตรกรมีความเข้าใจมากที่สุด แต่เกษตรกรไม่รู้ว่าจะช่วงเวลาไหนจะมีการเผยแพร่ข่าวสาร และระยะเวลาที่เผยแพร่ข่าวสารมีน้อยเกินไป เกษตรกรอยากให้ภาครัฐและภาคเอกชนช่วยนำข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องการเลี้ยงโคนมมาเผยแพร่ในช่องทางแบบมวลชนให้มาก ๆ จะทำให้เกษตรกรที่เลี้ยงโคนมให้ความสนใจและติดตามกับสื่อแบบมวลชนมากขึ้น (ตาราง 15)

ตาราง 15 จำนวน ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

(n = 158)

รูปแบบของสื่อ	ระดับความต้องการรับรู้ข่าวสาร					$\bar{x}$	SD	ระดับความต้องการ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
สื่อส่วนบุคคล								
1. การเขียนเขียนของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม	87 (55.10)	41 (25.90)	30 (19.00)	-	-	4.36	0.78	มาก
2. การติดต่อทางจดหมาย	68 (43.00)	63 (39.90)	27 (17.10)	-	-	4.25	0.73	มาก
รวม						4.31	0.43	มาก
สื่อแบบกลุ่ม								
3. การฝึกอบรม	95 (60.10)	42 (26.60)	21 (13.30)	-	-	4.46	0.71	มาก
4. การบรรยาย	111 (70.30)	23 (14.60)	24 (15.20)	-	-	4.55	0.74	มาก
5. การสาธิต	83 (52.50)	43 (27.20)	32 (20.30)	-	-	4.32	0.79	มาก

ตาราง 15 (ต่อ)

							(n = 158)		
รูปแบบของสื่อ		ระดับความต้องการรับรู้ข่าวสาร					$\bar{x}$	SD	ระดับความต้องการ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
6. การจัดทัศนศึกษา		21	106	31	-	-	3.93	0.57	มาก
		(13.30)	(67.10)	(19.60)	-	-			
7. การจัดฉายภาพยนตร์ และวีดิทัศน์		27	96	35	-	-	3.94	0.62	มาก
		(17.10)	(60.80)	(22.20)	-	-			
รวม							4.24	0.33	มาก
สื่อแบบมวลชน									
8. โทรทัศน์		94	40	24	-	-	4.44	0.74	มาก
		(59.50)	(25.30)	(15.20)	-	-			
9. วิทยุกระจายเสียง		98	31	29	-	-	4.43	0.78	มาก
		(62.00)	(19.60)	(18.40)	-	-			
10. หนังสือพิมพ์		107	25	26	-	-	4.51	0.76	มาก
		(67.70)	(15.80)	(16.50)	-	-			
11. นิตยสาร และวารสาร		80	57	21	-	-	4.37	0.70	มาก
		(50.60)	(36.10)	(13.30)	-	-			

ตาราง 15 (ต่อ)

							(n = 158)	
รูปแบบของสื่อ		ระดับความต้องการรับรู้ข่าวสาร					$\bar{x}$	SD
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
12. ใบปลิว และแผ่นพับ		40 (25.30)	99 (62.70)	19 (12.00)	-	-	4.13	0.59
13. โปสเตอร์		30 (19.00)	101 (63.90)	27 (17.10)	-	-	4.01	0.60
14. อินเทอร์เน็ต		32 (20.30)	86 (54.40)	40 (25.30)	-	-	3.94	0.67
รวม							4.26	0.28
รวมทั้งหมด							4.25	0.20
หมายเหตุ	ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.68 – 5.00	มีความต้องการรับรู้ข่าวสารในระดับมาก					
	ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.34 – 3.67	มีความต้องการรับรู้ข่าวสารในระดับปานกลาง					
	ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00 – 2.33	มีความต้องการรับรู้ข่าวสารในระดับน้อย					

ตอนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม

จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม (ตาราง 16) พบว่า ความคิดเห็นในภาพรวมของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม = 2.12) เมื่อจำแนกปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม พบว่า ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม ไม่มีปัญหาและอุปสรรคมากในเรื่องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม (ตาราง 16)

ส่วนที่มีปัญหาในระดับปานกลางในเรื่องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม คือ ไม่มีเวลาว่างพอที่จะรับรู้ข่าวสาร เวลาที่มีการเผยแพร่ข่าวสารน้อยเกินไป ไม่ทราบว่ามีข่าวสารช่องทางใดบ้าง ไม่ทราบว่ามี การเผยแพร่ข่าวสาร มีการปิดบังข้อมูลข่าวสารในหมู่เกษตรกรด้วยกัน ข่าวสารไม่มีความน่าสนใจ ไม่ชวนให้ติดตาม และ ข่าวสารมีการถ่ายทอดไม่ตรงกับความต้องการ (ที่ค่าเฉลี่ย 1.54, 2.80, 3.34, 3.54, 3.48, 3.31, 3.09 และ 3.20 ตามลำดับ) ทั้งนี้เนื่องมาจากการเลี้ยงโคนมเป็นงานที่หนัก ต้องตื่นแต่ตี 3 เพื่อทำการรีดนมครั้งแรกในเวลาเช้า ทำให้เกษตรกรไม่ค่อยมีเวลาว่างที่จะรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ก็จะมีเพียงแต่การเปิดฟังวิทยุในขณะรีดนมเพื่อฟังข่าวสารที่เกิดขึ้นในทุก ๆ วัน โดยส่วนมากเกษตรกรไม่ทราบว่ามีข่าวสารช่องทางใดบ้าง ไม่ทราบว่ามี การเผยแพร่ข่าวสาร และเวลาที่มีการเผยแพร่ข่าวสารน้อยเกินไป ซึ่งข่าวสารที่มีการเผยแพร่โดยทั่วไปไม่ตรงกับความต้องการของเกษตรกร และข่าวสารไม่มีความน่าสนใจ ไม่ชวนให้ติดตาม จากการสำรวจจากเกษตรกรทำให้ทราบว่า เกษตรกรยังมีความต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารจากสื่อ ในช่องทางต่าง ๆ ทุกช่องทาง เกษตรกรพร้อมที่จะรับรู้ข่าวสาร แต่การถ่ายทอดข่าวสารจากหน่วยงานต่าง ๆ ยังไม่มีประสิทธิภาพมากพอที่จะทำให้เกษตรกรได้รับรู้ข่าวสารอย่างเต็มที่ ส่วนเรื่องที่มีการปิดบังข้อมูลข่าวสารในหมู่เกษตรกรด้วยกันนั้น เกษตรกรส่วนใหญ่ได้บอกว่า ถ้าฟาร์มไหนได้รับข่าวสารดี ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อฟาร์มของตนเองจะมีการปิดบังกัน เพื่อให้ฟาร์มของตนเองได้รับประโยชน์แค่เพียงฝ่ายเดียว (ตาราง 16)

ส่วนที่มีปัญหาในระดับน้อยในเรื่องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม คือ อ่านหนังสือไม่ออก ไม่เข้าใจภาษาพูด ภาษาราชการ และภาษาเทคนิค ขาดช่องทางการสื่อสาร เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ระยะทางจากศูนย์ข้อมูลหรือหน่วยส่งเสริมการเลี้ยงโคนมกับที่อยู่ของเกษตรกรอยู่ไกลกันมาก ขาดการเอาใจใส่และให้ความสำคัญจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเลี้ยงโคนม บริเวณสภาพแวดล้อมมีสิ่งรบกวนทำให้ไม่สามารถรับรู้ข่าวสารได้ มีความเครียดจากการทำงาน ทำให้ไม่อยากรับรู้ข่าวสาร ไม่ชอบการเข้าสังคมพบปะผู้คนเพื่อรับรู้ข่าวสาร มีหนี้สินมากจนไม่มีเวลาคิดเรื่องการรับรู้ข่าวสาร การปิดกั้นการรับรู้ข่าวสารจากอิทธิพลของการเมือง มีปัญหาด้าน

สุขภาพทำให้ไม่มีเวลารับรู้ข่าวสาร ข่าวสารมีความซับซ้อนจนไม่สามารถเข้าใจได้ และข่าวสารที่ได้รับบกพร่องหรือไม่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 1.31, 1.37, 1.54, 1.60, 1.56, 1.62, 1.46, 1.72, 1.65, 1.42, 1.50, 1.72 และ 1.34 ตามลำดับ) ทั้งนี้เนื่องมาจาก การอ่านหนังสือไม่ออก และความไม่เข้าใจภาษาพูด ภาษาราชการ และภาษาเทคนิคนั้น ไม่ได้เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อเกษตรกร เพราะเกษตรกรส่วนใหญ่อ่านหนังสือออกและคลุกคลีอยู่กับการเลี้ยงโคนมมานาน ทำให้เข้าใจในภาษาทางเทคนิคต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมเป็นอย่างดี ก็จะมีเพียงแต่เวลาที่มีเทคโนโลยีหรือข่าวสารใหม่ ๆ เข้ามาเกษตรกรต้องใช้เวลาเพื่อทำความเข้าใจและเรียนรู้ไปเรื่อย ๆ จนเกิดความเคยชินไปเอง ส่วนเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม เช่น บริเวณสภาพแวดล้อมมีสิ่งรบกวนทำให้ไม่สามารถรับรู้ข่าวสารได้ มีความเครียดจากการทำงานทำให้ไม่อยากรับรู้ข่าวสาร ไม่ชอบการเข้าสังคมพบปะผู้คนเพื่อรับรู้ข่าวสาร มีหนี้สินมากจนไม่มีเวลาคิดเรื่องการรับรู้ข่าวสาร การปิดกั้นการรับรู้ข่าวสารจากอิทธิพลของการเมือง และมีปัญหาด้านสุขภาพทำให้ไม่มีเวลารับรู้ข่าวสาร เหตุการณ์ต่าง ๆ เหล่านี้ ไม่ได้ส่งผลต่อการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกร เกษตรกรสามารถแยกแยะเรื่องต่าง ๆ กับเรื่องงานได้ เกษตรกรได้ให้ความคิดเห็นมาว่าถึงจะเกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่กล่าวมานี้ขึ้นจึง เกษตรกรก็ยังมีความต้องการรับรู้ข่าวสารอยู่ตลอดเวลา การได้รับข่าวสารต่าง ๆ มานั้น เกษตรกรสามารถทำความเข้าใจกับข่าวสารที่รับมาได้อย่างดี ข่าวสารที่ได้มาจากเจ้าหน้าที่นั้นเป็นข่าวสารที่เป็นมีมูลความจริงไม่บกพร่องหรือไม่ถูกต้อง และในเรื่องการเขียนเขียนของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมนั้น เกษตรกรได้ให้ข้อมูลว่ามีการเขียนเขียนของเจ้าหน้าที่เป็นประจำทุก ๆ เดือนและเจ้าหน้าที่ได้ในความสัมพันธ์กับเกษตรกรมากเหมือนกับว่าเป็นคนในครอบครัวเดียวกัน เวลาที่ข่าวสารอะไรใหม่ ๆ มา เจ้าหน้าที่จะนำมาแจ้งให้เกษตรกรทราบได้ทราบเหมือนกันทุกคน เพราะระยะทางจากศูนย์ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับเรื่องโคนม อยู่ไม่ไกลจากหมู่บ้านของเกษตรกรมากนัก การเดินทางจึงไม่ยากลำบากเกินกว่าที่เจ้าหน้าที่จะไปหาเกษตรกรไม่ได้ และเกษตรกรยังมีการติดตามข่าวสารต่าง ๆ จากช่องทางอื่นอีก เช่น ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ทำให้เกษตรกรมีการรับรู้ข่าวสารที่เพิ่มมากขึ้น และสามารถเอาความรู้ที่ได้มาจากช่องทางต่าง ๆ มาแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นภายในฟาร์มของตนเอง ทำให้ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ลดน้อยลงไปด้วย (ตาราง 16)

ตาราง 16 จำนวน ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม

(n = 158)

ปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสาร	ระดับปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสาร					$\bar{x}$	SD	ระดับปัญหา และอุปสรรค
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. อ่านหนังสือไม่ออก	-	-	-	50	108	1.31	0.46	น้อย
	-	-	-	(31.60)	(68.40)			
2. ไม่เข้าใจภาษาพูด ภาษาราชการ และภาษาเทคนิค	-	-	-	60	98	1.37	0.48	น้อย
	-	-	-	(38.00)	(62.00)			
3. ขาดช่องทางการสื่อสาร เช่น วิทยุ โทรศัพท์ ฯลฯ	-	1	-	83	74	1.54	0.53	น้อย
	-	(0.60)	-	(52.50)	(46.80)			
4. ไม่มีเวลาว่างพอที่จะรับรู้ข่าวสาร	3	28	73	43	11	2.80	0.87	ปานกลาง
	(1.90)	(17.70)	(46.20)	(27.20)	(7.00)			
5. ระยะทางจากศูนย์ข้อมูลหรือหน่วยส่งเสริมการเลี้ยงโคนมกับที่อยู่ของเกษตรกรอยู่ไกลกันมาก	-	-	3	90	65	1.60	0.52	น้อย
	-	-	(1.90)	(57.00)	(41.10)			
6. ขาดการเอาใจใส่และให้ความสำคัญจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเลี้ยงโคนม	-	-	3	84	71	1.56	0.53	น้อย
	-	-	(1.90)	(53.20)	(44.90)			
7. เวลาที่มีการเผยแพร่ข่าวสารน้อยเกินไป	13	53	73	14	5	3.34	0.87	ปานกลาง
	(8.20)	(33.50)	(46.20)	(8.90)	(3.20)			

ตาราง 16 (ต่อ)

(n = 158)

ปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสาร	ระดับปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสาร					$\bar{X}$	SD	ระดับปัญหา และอุปสรรค
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
8. ไม่ทราบว่าข่าวสารช่องทางใดบ้าง	6 (3.80)	71 (44.90)	72 (45.60)	7 (4.40)	2 (1.30)	3.45	0.70	ปานกลาง
9. ไม่ทราบว่ามีการเผยแพร่ข่าวสาร	5 (3.20)	76 (48.10)	71 (44.90)	3 (1.90)	3 (1.90)	3.48	0.68	ปานกลาง
10. มีการปิดบังข้อมูลข่าวสารในหมู่เกษตรกรด้วยกัน	15 (9.50)	55 (34.80)	62 (39.20)	16 (10.10)	10 (6.30)	3.31	0.99	ปานกลาง
11. บริเวณสภาพแวดล้อมมีสิ่งรบกวนทำให้ไม่สามารถรับรู้ข่าวสารได้	-	2 (1.30)	1 (0.60)	90 (57.00)	65 (41.10)	1.62	0.57	น้อย
12. มีความเครียดจากการทำงาน ทำให้ไม่อยากรับรู้ข่าวสาร	-	-	2 (1.30)	69 (43.70)	87 (55.10)	1.46	0.52	น้อย
13. ไม่ชอบการเข้าสังคมพบปะผู้คนเพื่อรับรู้ข่าวสาร	-	-	1 (0.60)	112 (70.90)	45 (28.50)	1.72	0.46	น้อย
14. มีหนี้สินมากจนไม่มีเวลาคิดเรื่องการรับรู้ข่าวสาร	-	-	1 (0.60)	101 (63.90)	56 (35.40)	1.65	0.49	น้อย

(n = 158)

ตาราง 16 (ต่อ)

(n = 158)

ปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสาร	ระดับปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสาร					$\bar{x}$	SD	ระดับปัญหา และอุปสรรค
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
15. การปิดกั้นการรับรู้ข่าวสารจากอิทธิพลของ การเมือง	-	1	-	64	93	1.42	0.53	น้อย
	-	(0.60)	-	(40.50)	(58.90)			
16. มีปัญหาด้านสุขภาพทำให้ไม่มีเวลารับรู้ข่าวสาร	-	1	2	73	82	1.50	0.56	น้อย
	-	(0.60)	(1.30)	(46.20)	(51.90)			
17. ข่าวสารไม่มีความน่าสนใจ ไม่ชวนให้ติดตาม	6	36	91	17	8	3.09	0.82	ปานกลาง
	(3.80)	(22.80)	(57.60)	(10.80)	(5.10)			
18. ข่าวสารมีการถ่ายทอดไม่ตรงกับความต้องการ	3	59	71	18	7	3.20	0.83	ปานกลาง
	(1.90)	(37.30)	(44.90)	(11.40)	(4.40)			
19. ข่าวสารมีความซับซ้อนจนไม่สามารถเข้าใจได้	-	-	4	107	47	1.72	0.50	น้อย
	-	-	(2.50)	(67.70)	(29.70)			
20. ข่าวสารที่ได้รับบกพร่องหรือไม่ถูกต้อง	-	-	-	55	103	1.34	0.47	น้อย
	-	-	-	(34.80)	(65.20)			
รวม						2.12	0.21	น้อย



The logo of Mae Jo University is a large, circular watermark in the background. It features a central figure of a Thai deity (likely Lord Ganesha) standing on a lotus, holding a sword and a conch shell. The figure is surrounded by a circular border containing the university's name in Thai script (มหาวิทยาลัยแม่โจ้) and English (MAE JO UNIVERSITY). The logo is light gray and semi-transparent.

หมายเหตุ	ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.68 – 5.00	มีปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารในระดับมาก
	ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.34 – 3.67	มีปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารในระดับปานกลาง
	ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00 – 2.33	มีปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารในระดับน้อย

ตอนที่ 5 ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ กับความต้องการการรับรู้ข่าวสาร การเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ของปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรในพื้นที่อำเภอแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาถึงปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องและมีความสัมพันธ์กับระดับการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงโคนมเป็นตัวแปรตาม มีระดับการวัดเป็นอัตราส่วน (Ratio Scale) คือวัดระดับของค่าน้ำหนักคะแนนเฉลี่ย (weight mean score) ส่วนตัวแปรอิสระมีระดับการวัดเป็นอัตราส่วนหรือมีค่าเป็น 0, 1 (Dummy) สถิติที่ใช้วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงโคนมในเชิงความสัมพันธ์ ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบปกติ (ตาราง 17)

ในวิเคราะห์ครั้งนี้แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุธรรมดา (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติทั่วไปกับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงโคนมว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่อย่างไร และก่อนที่จะวิเคราะห์การถดถอยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงโคนมนั้น จะนำเสนอค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation)

ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับตัวแปรตาม (partial correlation) ที่สัมพันธ์ในทิศทางบวก ได้แก่ อายุ สถานภาพ จำนวนโคนมที่เลี้ยง รายได้รวม ประสบการณ์ และแรงงานรวม ส่วนตัวแปรอิสระที่เหลือ มีความสัมพันธ์ทางกลับกันและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระต่างๆ มีด้วยกันมีค่าค่อนข้างต่ำ แสดงถึงการไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน (Multicollinearity) ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการวิเคราะห์การถดถอย ดังนั้นจึงสามารถนำตัวแปรอิสระเหล่านี้มาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ในรูปแบบของสมการถดถอยได้ (ตาราง 18)

ตาราง 17 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรในพื้นที่อำเภอแม่ื่อน จังหวัดเชียงใหม่

ตัวแปร	รายละเอียด	การวัด/รหัส
ตัวแปรตาม		
PART	ความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ	PER MEDIA + GRO MEDIA + MAS MEDIA
ประกอบด้วยตัวแปรย่อย 3 ตัว		
PER MEDIA	สื่อส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ย
GRO MEDIA	สื่อแบบกลุ่ม	ค่าเฉลี่ย
MAS MEDIA	สื่อแบบมวลชน	ค่าเฉลี่ย
ตัวแปรอิสระ		
SEX	เพศ	ชาย = 1 หญิง = 0
AGE	อายุ	จำนวน (ปี)
STATUS	สถานภาพ	สมรส = 1 อื่นๆ = 0
EDU	ระดับการศึกษา	ประถมศึกษาบังคับ = 1 อื่น = 0
COW	จำนวน โคนมที่เลี้ยงทั้งหมด	จำนวน (ตัว)
INCOME	รายได้รวม	จำนวน (บาท)
EXP	ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม	จำนวน (ปี)
LAB	แรงงานรวม	จำนวน (คน)
LAND	พื้นที่รวม	จำนวน (ไร่)

ตาราง 18 เมตริกซ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน และกับตัวแปรตามที่ใช้ในการวิเคราะห์

ตัวแปร	ความต้องการ รับรู้ข่าวสาร	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1) เพศ	-0.033									
2) อายุ	0.050	0.151								
3) สถานภาพ	0.152	0.130	0.240**							
4) ระดับการศึกษา	-0.056	-0.070	0.416**	0.191*						
5) จำนวนโคมมที่เลี้ยงทั้งหมด	0.055	0.100	-0.044	-0.073	0.034					
6) รายได้รวม	0.112	0.085	-0.004	0.077	0.000	0.641**				
7) ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคมม	0.163*	0.107	0.363**	0.110	0.256**	0.413**	0.345**			
8) แรงงานรวม	0.092	0.063	0.013	-0.025	0.024	0.774**	0.661**	0.415**		
9) พื้นที่รวม	-0.011	0.120	-0.175*	-0.223**	-0.181*	0.293**	0.092	0.022	0.126**	

หมายเหตุ * มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

** มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันต่ำ ($r \leq .8$) แสดงว่า ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity จึงสามารถนำไปวิเคราะห์การถดถอยต่อไปได้

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม ประกอบด้วย 9 ตัวแปรได้แก่ เพศ (SEX) อายุ (AGE) สถานภาพ (STATUS) ระดับการศึกษา (EDU) จำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมด (COW) รายได้รวม (INCOME) ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม (EXP) แรงงานรวม (LAB) และพื้นที่รวม (LAND) กับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ (PART) เพื่อต้องการทราบว่าเป็นไปตามกรอบแนวคิดหรือไม่โดยมีสมการแสดงความสัมพันธ์ดังนี้

$$PART = b_0 + b_1SEX + b_2AGE + b_3STA + b_4EDU + b_5COW + b_6INCOME + b_7EXP + b_8LAB + b_9LAND \dots (1)$$

โดยที่ b_0 คือค่าคงที่ และ $b_1, b_2, \dots, b_9$ เป็นสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ

ผลการวิเคราะห์การถดถอย พบว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ มี 3 ตัวแปรได้แก่ สถานภาพ จำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมด และประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม โดยมีระดับนัยสำคัญที่ 0.027, 0.033 และ 0.049 ตามลำดับ และตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามหรือความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ ได้ร้อยละ 39.1 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 60.9 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ (ตาราง I9)

แสดงให้เห็นว่า สถานภาพ จำนวน โคนมที่เลี้ยงทั้งหมด และประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม มีความสัมพันธ์กับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ เนื่องจากสถานภาพส่วนใหญ่เป็นสถานภาพสมรส อยู่เป็นคู่สามีภรรยา จะมีการปรึกษา และพูดคุยกันในเรื่องข่าวสารต่าง ๆ แต่เมื่อดูจากค่า b และ t ที่ติดลบ จะทำให้รู้ว่าถึงส่วนใหญ่จะเป็นคู่สามีภรรยา กัน แต่ความต้องการข่าวสารจากสื่อก็ไม่ได้มีความต้องการเพิ่มมากขึ้นไปจากเดิม ส่วนจำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมด เมื่อเกษตรกรมีการเลี้ยงโคนมเพิ่มมากขึ้น ก็จะทำให้รายได้ของเกษตรกรเพิ่มตาม ทำให้เกษตรกรมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น แต่เมื่อดูจากค่า b และ t ที่ติดลบ จะทำให้รู้ว่าถึงส่วนใหญ่เกษตรกรจะมีการเลี้ยงโคนมที่มากขึ้น แต่ความต้องการข่าวสารจากสื่อก็ไม่ได้มีความต้องการมากขึ้นไปจากเดิม และประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม เกษตรกรที่มีประสบการณ์มาก จะเกิดทักษะการเรียนรู้ และ

นำความรู้ที่มีมาประยุกต์ใช้ในฟาร์มของตนเอง จึงทำให้เกษตรกรมีความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ

ตาราง 19 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับความ ต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยง โคนมจากสื่อ

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม		
	ความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ		
	b	t	Sig
1. เพศ	-0.030	-0.493	0.623
2. อายุ	0.002	0.854	0.109
3. สถานภาพ	-0.181	-2.235	0.027*
4. ระดับการศึกษา	-0.062	-1.118	0.265
5. จำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมด	-0.002	-2.176	0.033*
6. รายได้รวม	0.048	1.142	0.255
7. ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม	0.007	2.185	0.049*
8. แรงงานรวม	0.011	0.291	0.772
9. พื้นที่รวม	-0.003	-0.507	0.613
ค่าคงที่	2.358	13.906	0.000
R ²		0.391	(39.1%)
F		2.135	
Sig. F		0.000	

หมายเหตุ * มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อด้านสื่อส่วนบุคคล

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม ประกอบด้วย 9 ตัวแปร ได้แก่ เพศ (SEX) อายุ (AGE) สถานภาพ (STATUS) ระดับการศึกษา (EDU) จำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมด (COW) รายได้รวม (INCOME) ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม (EXP) แรงงานรวม (LAB) และพื้นที่รวม (LAND) กับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อด้านสื่อส่วนบุคคล (PART) เพื่อต้องการทราบว่าเป็นไปตามกรอบแนวคิดหรือไม่โดยมีสมการแสดงความสัมพันธ์ดังนี้

$$PART = b_0 + b_1SEX + b_2AGE + b_3STA + b_4EDU + b_5COW + b_6INCOME + b_7EXP + b_8LAB + b_9LAND \dots (2)$$

โดยที่ b_0 คือค่าคงที่ และ $b_1, b_2, \dots, b_9$ เป็นสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ

ผลการวิเคราะห์การถดถอย พบว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อด้านสื่อส่วนบุคคล มี 2 ตัวแปรได้แก่ จำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมด และประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม โดยมีระดับนัยสำคัญที่ 0.019 และ 0.015 ตามลำดับ และตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามหรือการความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อด้านสื่อส่วนบุคคล ได้ร้อยละ 45.5 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 54.5 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ (ตาราง 20)

แสดงให้เห็นว่า จำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมด และประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม มีความสัมพันธ์กับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อส่วนบุคคล เนื่องจากจำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมด เมื่อเกษตรกรมีการเลี้ยงโคนมเพิ่มมากขึ้น ก็จะทำให้รายได้ของเกษตรกรเพิ่มตาม ทำให้เกษตรกรมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น แต่เมื่อดูจากค่า b และ t ที่ติดลบ จะทำให้รู้ว่าถึงส่วนใหญ่เกษตรกรจะมีการเลี้ยงโคนมที่มากขึ้น แต่ความต้องการข่าวสารจากสื่อส่วนบุคคลก็ไม่ได้มีความต้องการเพิ่มมากขึ้นไปจากเดิม และประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม เกษตรกรที่มีประสบการณ์มาก จะเกิดทักษะการเรียนรู้ และนำความรู้ที่มีมาประยุกต์ใช้ในฟาร์มของตนเอง จึงทำให้เกษตรกรมีความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อส่วนบุคคล

ตาราง 20 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับความ
ต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อด้านสื่อส่วนบุคคล

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม		
	ความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ ด้านสื่อส่วนบุคคล		
	b	t	Sig
1. เพศ	0.015	0.162	0.871
2. อายุ	0.006	1.111	0.268
3. สถานภาพ	-0.008	-0.062	0.951
4. ระดับการศึกษา	-0.136	-1.634	0.104
5. จำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมด	-0.324	-2.165	0.019*
6. รายได้รวม	0.010	0.925	0.357
7. ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม	0.004	2.253	0.015*
8. แรงงานรวม	-0.015	-0.260	0.795
9. พื้นที่รวม	0.009	0.994	0.322
ค่าคงที่	2.354	9.171	0.000
R ²		0.455	(45.5%)
F		2.094	
Sig. F		0.000	

หมายเหตุ * มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อด้านสื่อแบบกลุ่ม

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม ประกอบด้วย 9 ตัวแปร ได้แก่ เพศ (SEX) อายุ (AGE) สถานภาพ (STATUS) ระดับการศึกษา (EDU) จำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมด (COW) รายได้รวม (INCOME) ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม (EXP) แรงงานรวม (LAB) และพื้นที่รวม (LAND) กับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อด้านสื่อแบบกลุ่ม (PART) เพื่อต้องการทราบว่า เป็นไปตามกรอบแนวคิดหรือไม่ โดยมีสมการแสดงความสัมพันธ์ดังนี้

$$PART = b_0 + b_1SEX + b_2AGE + b_3STA + b_4EDU + b_5COW + b_6INCOME + b_7EXP + b_8LAB + b_9LAND \dots (3)$$

โดยที่ b_0 คือค่าคงที่ และ $b_1, b_2, \dots, b_9$ เป็นสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ

ผลการวิเคราะห์การถดถอย พบว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อด้านสื่อแบบกลุ่ม มี 2 ตัวแปร ได้แก่ จำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมด และประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม โดยมีระดับนัยสำคัญที่ 0.048 และ 0.028 ตามลำดับ และตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามหรือการความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อด้านสื่อแบบกลุ่ม ได้ร้อยละ 37.6 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 62.4 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ (ตาราง 21)

แสดงให้เห็นว่า จำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมด และประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม มีความสัมพันธ์กับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อแบบกลุ่ม เนื่องจากจำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมด เมื่อเกษตรกรมีการเลี้ยงโคนมเพิ่มมากขึ้น ก็จะทำให้รายได้ของเกษตรกรเพิ่มตาม ทำให้เกษตรกรมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น แต่เมื่อดูจากค่า b และ r ที่คิดลบ จะทำให้รู้ว่าถึงส่วนใหญ่เกษตรกรจะมีการเลี้ยงโคนมที่มากขึ้น แต่ความต้องการข่าวสารจากสื่อแบบกลุ่มก็ไม่ได้มีความต้องการเพิ่มมากขึ้นไปจากเดิม และประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม เกษตรกรที่มีประสบการณ์มาก จะเกิดทักษะการเรียนรู้ และนำความรู้ที่มีมาประยุกต์ใช้ในฟาร์มของตนเอง จึงทำให้เกษตรกรมีความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อแบบกลุ่ม

ตาราง 21 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับความ
ต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อด้านสื่อแบบกลุ่ม

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม		
	ความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ ด้านสื่อแบบกลุ่ม		
	b	t	Sig
1. เพศ	-0.020	-0.222	0.824
2. อายุ	0.000	-0.094	0.925
3. สถานภาพ	-0.176	-1.455	0.148
4. ระดับการศึกษา	-0.087	-1.061	0.290
5. จำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมด	-0.007	-1.992	0.048*
6. รายได้รวม	0.050	0.497	0.620
7. ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม	0.013	2.219	0.028*
8. แรงงานรวม	0.065	1.125	0.263
9. พื้นที่รวม	-0.008	-0.926	0.356
ค่าคงที่	2.578	10.194	0.000
R^2		0.376	(37.6%)
F		2.148	
Sig. F		0.000	

หมายเหตุ * มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อด้านสื่อแบบมวลชน

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม ประกอบด้วย 9 ตัวแปร ได้แก่ เพศ (SEX) อายุ (AGE) สถานภาพ (STATUS) ระดับการศึกษา (EDU) จำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมด (COW) รายได้รวม (INCOME) ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม (EXP) แรงงานรวม (LAB) และพื้นที่รวม (LAND) กับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อด้านสื่อแบบมวลชน (PART) เพื่อต้องการทราบว่าเป็นไปตามกรอบแนวคิดหรือไม่โดยมีสมการแสดงความสัมพันธ์ดังนี้

$$PART = b_0 + b_1SEX + b_2AGE + b_3STA + b_4EDU + b_5COW + b_6INCOME + b_7EXP + b_8LAB + b_9LAND \dots (4)$$

โดยที่ b_0 คือค่าคงที่ และ $b_1, b_2, \dots, b_9$ เป็นสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ

ผลการวิเคราะห์การถดถอย พบว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อด้านสื่อแบบมวลชน มี 2 ตัวแปร ได้แก่ สถานภาพ และประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม โดยมีระดับนัยสำคัญที่ 0.022 และ 0.038 ตามลำดับ และตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามหรือการความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อด้านสื่อแบบมวลชน ได้ร้อยละ 34.2 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 65.8 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ (ตาราง 22)

แสดงให้เห็นว่า สถานภาพ และประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม มีความสัมพันธ์กับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อแบบมวลชน เนื่องจากสถานภาพส่วนใหญ่เป็นสถานภาพสมรส อยู่เป็นคู่สามีภรรยา จะมีการปรึกษา และพูดคุยกันในเรื่องข่าวสารต่าง ๆ แต่เมื่อดูจากค่า b และ t ที่คิดลบ จะทำให้รู้ว่าถึงส่วนใหญ่จะเป็นคู่สามีภรรยา กัน แต่ความต้องการข่าวสารจากสื่อแบบมวลชนก็ไม่ได้มีความต้องการมากขึ้นไปจากเดิม และประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนมเกษตรกรที่มีประสบการณ์มาก จะเกิดทักษะการเรียนรู้ และนำความรู้ที่มีมาประยุกต์ใช้ในฟาร์มของตนเอง จึงทำให้เกษตรกรมีความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อแบบมวลชน

ตาราง 22 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับความ
ต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อด้านสื่อแบบมวลชน

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม		
	ความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ ด้านสื่อแบบมวลชน		
	b	t	Sig
1. เพศ	-0.050	-0.657	0.512
2. อายุ	0.003	0.772	0.441
3. สถานภาพ	-0.235	-2.323	0.022*
4. ระดับการศึกษา	-0.022	-0.320	0.749
5. จำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมด	0.001	0.320	0.749
6. รายได้รวม	0.007	1.088	0.279
7. ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม	0.004	2.066	0.038*
8. แรงงานรวม	-0.020	-0.405	0.686
9. พื้นที่รวม	-0.003	-0.366	0.715
ค่าคงที่	2.202	10.428	0.000
R ²		0.342	(34.2%)
F		2.102	
Sig. F		0.000	

หมายเหตุ * มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่อง “รูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ฮอน จังหวัดเชียงใหม่” เป็นการให้ความสัมพันธ์กับสื่อที่จะเข้าไปส่งเสริมเกษตรกรที่เลี้ยงโคนม จึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อเจ้าหน้าที่ส่งเสริมและเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม 2) สื่อและการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแบบมวลชน 3) รูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม 4) ปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม 5) ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ กับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

ในงานวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยเก็บข้อมูลจากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ฮอน จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 158 ฉบับ ทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย โดยใช้สถิติค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าความสัมพันธ์การวิเคราะห์การถดถอยวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบสถิติเชิงพรรณนา

สรุปผลการวิจัย

ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลเกือบสี่ในห้า เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 47 ปี เกือบทั้งหมดมีสถานภาพสมรส การศึกษามากกว่าสามในห้ามีการศึกษาประถมศึกษาชั้นบังคับ มีการเลี้ยงโคนมเฉลี่ย 27 ตัวต่อฟาร์ม มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อปี 364,881.01 บาท มีประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนมเฉลี่ย 14 ปี มีการใช้แรงงานทั้งหมดเฉลี่ย 2 คน และมีขนาดพื้นที่รวมทั้งหมดเฉลี่ย 3.42 ไร่

สื่อและการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแบบมวลชน

ผลการวิจัยพบว่า เกือบครึ่งของผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นว่าสื่อมวลชนชนิดต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต ฯลฯ เหมาะสมในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับโคนม ที่สุดที่ร้อยละ 43.00 และ ผู้ให้ข้อมูลเกือบสามในห้าสามารถรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมได้ด้วยตนเองที่ร้อยละ 59.50 โดยเกษตรกร ไม่มีการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมและไม่มีช่วงเวลาในการรับรู้ข่าวสาร จากอินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ สถานีวิทยุกระจายเสียง และโทรทัศน์ ที่ร้อยละ 81.00, 63.30, 52.50 และ 38.00 ตามลำดับ และ เกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 48.10) มีการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากวารสารสัตวบาล และมีช่วงเวลาในการรับรู้ข่าวสารที่เวลา 18.01-24.00 น.ที่ร้อยละ 36.70 และ เกษตรกรส่วนใหญ่มีการรับรู้ข่าวสารจากการอ่านเป็นหลัก

รูปแบบการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ

ผลการศึกษารูปแบบการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม พบว่า รูปแบบการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกรจากสื่อส่วนบุคคลมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อแบบกลุ่ม และสื่อแบบมวลชนที่ค่าเฉลี่ย 2.66, 2.48 และ 2.25 ตามลำดับ

ความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ

ผลการศึกษาความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม พบว่า ความต้องการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกรจากสื่อส่วนบุคคลมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือสื่อแบบมวลชน และสื่อแบบกลุ่ม ที่ค่าเฉลี่ย 4.31, 4.26 และ 2.24 ตามลำดับ

ปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม

จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม พบว่า ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมอยู่ในระดับน้อยที่ค่าเฉลี่ย 2.12 สรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่เกษตรกรมีปัญหาและอุปสรรคในเรื่องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม คือ ไม่มีเวลาว่างพอที่จะรับรู้ข่าวสารได้ เวลาที่มีการเผยแพร่ข่าวสารน้อยเกินไป ไม่ทราบว่ามีข่าวสารช่องทางใดบ้าง ไม่ทราบว่ามีเผยแพร่ข่าวสาร มีการปิดบังข้อมูลข่าวสารในหมู่

เกษตรกรด้วยกัน ข่าวสารไม่มีความน่าสนใจ ไม่ชวนให้ติดตาม และข่าวสารมีการถ่ายทอดไม่ตรงกับความต้องการ

ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ กับความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ มีดังนี้

1. สถานภาพมีความสัมพันธ์กับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ
ด้านสื่อแบบมวลชน
2. จำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมดมีความสัมพันธ์กับความต้องการรับรู้ข่าวสารการ
เลี้ยงโคนมจากสื่อด้านสื่อส่วนบุคคล และสื่อแบบกลุ่ม
3. ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนมมีความสัมพันธ์กับความต้องการรับรู้ข่าวสาร
การเลี้ยงโคนมจากสื่อด้านสื่อส่วนบุคคล สื่อแบบกลุ่ม และสื่อแบบมวลชน

ส่วนตัวแปรอื่น ๆ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ออน จังหวัด
เชียงใหม่

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคม

ผลการวิจัยผู้ให้ข้อมูล คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 79.70 เพราะเป็นหัวหน้าครอบครัวมีอำนาจตัดสินใจในครอบครัวสูงกว่าเพศหญิง และมักมีความคิดต่างกับเพศหญิงด้วย สอดคล้องกับ ผ่องพรรณ พัททอง (2549: 9) ได้กล่าว เพศชายกับเพศหญิง มีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายนิยมการอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า สำหรับความนิยมในการดูโทรทัศน์นั้น เพศหญิงนิยมรายการละคร ในขณะที่เพศชายนิยมรายการข่าวและกีฬา เกษตรมีอายุเฉลี่ย 47 ปี บุคคลเบญจรงค์กิจ (2542: 64-65) ได้กล่าวว่า อายุเป็นลักษณะประการหนึ่งที่ใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร ซึ่งอายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้ว คนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดแบบเสรีนิยม ยึดถือการปฏิบัติ มีความระมัดระวังและมองโลกในแง่ร้ายมากกว่าคนอายุมาก ซึ่งลักษณะเหล่านี้มีสาเหตุมาจากประสบการณ์ชีวิต ผ่านยุคเจริญต่างๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนอายุน้อย ซึ่งลักษณะของการใช้สื่อที่แตกต่างกันไป คนอายุน้อยมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อความบันเทิง ในขณะที่คนอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารมากกว่าความบันเทิงนอกจากนี้แล้วอายุยังเป็นตัวกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย กล่าวคือ คนที่มีอายุมากขึ้น โอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง สถานภาพของผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสที่ร้อยละ 89.30 จากผลการวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน ซึ่งเป็นผู้ใหญ่แล้วและเหมาะสมที่จะมีครอบครัว ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับประถมศึกษามากที่สุดที่ร้อยละ 62.00 ซึ่งสอดคล้องกับบุคคล เบญจรงค์กิจ (2542: 64-65) ได้กล่าวว่า การศึกษามีความสัมพันธ์สูงกับการเปิดรับสื่อ โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับข่าวสารและเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณชน แต่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการเปิดรับเนื้อหาด้านการบันเทิง ผู้รับข่าวสารที่มีการศึกษาสูงจะเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย โดยผู้ที่มีการศึกษาน้อยจะฟังวิทยุมากกว่า นอกจากความแตกต่างด้านปริมาณการเปิดรับสื่อแล้ว ยังพบความแตกต่างด้านเนื้อหาด้วย ผู้ที่มีการศึกษาสูงและอายุมากนิยมเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสาธารณชนมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อยและอายุน้อย ซึ่งผลของการวิจัยต่าง ๆ พบว่า ยิ่งคนที่มีการศึกษาสูงเท่าไรยิ่งมีความสนใจข่าวสาร บทบรรณาธิการ และคอลัมน์ที่มีเนื้อหาหนัก เกษตรกรมีการเลี้ยงโคนมเฉลี่ยประมาณ 27 ตัวต่อฟาร์ม เนื่องมาจากเกษตรกรส่วนใหญ่มีการ

เลี้ยงโคนมที่พอเหมาะกับฐานะทางครัวเรือน ไม่เลี้ยงมากหรือเลี้ยงน้อยจนเกินไป มักนิยมเลี้ยงไม่ให้โคนมอยู่กันอย่างแออัดจนเกินไป ถ้ามีพื้นที่น้อยก็เลี้ยงน้อย ถ้ามีพื้นที่มากก็เลี้ยงมาก และถ้าไม่เลี้ยงมากจนเกินไปก็จะมีเวลาว่างพอที่จะดูแลสุขภาพโคนมได้ทุกตัว เกษตรกรมีรายได้รวมเฉลี่ย 364,881.01 บาทต่อปี ซึ่งแสดงให้เห็นว่ารายได้จากการเลี้ยงโคนมใน 1 ปี มีรายได้พอสมควร เนื่องจากการเลี้ยงโคนมจะมีรายได้ทุกวัน และเกษตรกรบางรายยังมีอาชีพอื่น ๆ ทำควบคู่ไปกับการเลี้ยงโคนมด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ ผ่องพรรณ ฟักทอง (2549: 9) ได้กล่าวว่า รายได้เป็นปัจจัยที่มีบทบาทใกล้เคียงกับการศึกษา คือมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูง โดยเฉลี่ยแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักมีรายได้สูงไปด้วย ส่วนคนที่มีการศึกษาด้านนั้นมักมีรายได้น้อยถึงปานกลาง ดังนั้นการศึกษากับรายได้จึงถูกมองเป็นฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ผู้ที่มีรายได้สูงมักนิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ และนิยมรับข่าวสารที่มีเนื้อหาค่อนข้างหนักไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านบันเทิง ผู้ที่มีฐานะและการศึกษาสูงเป็นกลุ่มที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด ทั้งนี้ผู้ที่มีรายได้สูงนั้นมักมีการศึกษาสูง จึงถูกผลักดันให้มีความจำเป็นที่ต้องเรียนรู้ข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์เสมอ การเปิดรับข่าวสารจึงจำเป็นสำหรับกลุ่มนี้มากกว่า ในขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาน้อยและรายได้ต่ำมีทักษะในการอ่านน้อย จึงมักเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่า ส่วนบุญสม วราเอกศิริ (2536: 128) ได้ให้ความหมายโดยสรุปว่าอาชีพหลัก และอาชีพรองของเกษตรกร เป้าหมายแตกต่างกัน อาชีพแต่ละชนิดมีเอกลักษณ์ในตัวของตัวเองในด้านสังคมและความเป็นอยู่ ประสพการณ์ ความสนใจ แนวความคิด เมื่อกล่าวถึงปัจจัยด้านอาชีพก็คือรายได้ ซึ่งมักจะมีผลตอบแทนที่สูงหรือต่ำตามสภาพการประกอบอาชีพของเกษตรกร เกษตรกรมีประสพการณ์ในการเลี้ยงโคนมโดยเฉลี่ยประมาณ 14 ปี ประสพการณ์ในการเลี้ยงโคนมมีผลโดยตรงกับการจัดการการเลี้ยงโคนม ผู้ที่มีประสพการณ์ในการเลี้ยงโคนมมากกว่าจะสามารถรู้ได้ทันทีว่าเกิดอะไรขึ้นในฟาร์มของตัวเอง เพราะอาจเคยมีประสพการณ์แบบนี้เกิดขึ้นภายในฟาร์มของตัวเองมาแล้วก็ได้ เกษตรกรมีการใช้แรงงานเฉลี่ยที่ 2-3 คนต่อฟาร์ม เพราะว่า การทำฟาร์มโคนมจำเป็นต้องใช้แรงงานในการขับเคลื่อนกิจการ แรงงานภายในครัวเรือนอาจไม่เพียงพอต่อการใช้แรงงาน จึงต้องมีการจ้างแรงงานมาเพิ่ม แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานที่ไม่ค่อยได้รับการศึกษาเท่าที่ควร และเป็นแรงงานภายในท้องที่ แรงงานส่วนใหญ่จะใช้แรงมากกว่าใช้สมองเพื่อคิดทำอะไรต่าง ๆ เอาแรงออกมาใช้เพื่อแลกกับเงินเพียงไม่มากนักเพื่อเอาไปดูแลครอบครัวของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ สมศักดิ์ สามัคคีธรรม (2539: 34) ได้กล่าวว่า เนื่องจากการที่รัฐบาลตรึงราคาพืชผลเกษตรไว้ในระดับต่ำ ทำให้ค่าจ้างแรงงานต่ำไปด้วยและเป็นเวลานาน ซึ่งเป็นผลดีต่อภาคอุตสาหกรรม กล่าวคือ ต้นทุนในการผลิตต่ำ ถึงแม้จะเป็นเช่นนั้นแต่ความต้องการแรงงานก็ยังเติบโตไม่เท่ากับการเติบโตของภาคอุตสาหกรรม ทั้งนี้เนื่องจากรัฐบาลให้การส่งเสริมแก่ผู้นำเครื่องจักรเข้ามาในประเทศ อุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมจึงเป็นอุตสาหกรรมที่

ใช้ทุนเข้มข้น (capital intensive) มากกว่าจะใช้แรงงาน ส่วนอุตสาหกรรมขนาดย่อม และในเขตชนบทซึ่งใช้แรงงานเข้มข้น กลับไม่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐบาล จะเห็นได้ว่าเกษตรกรและแรงงานถูกกระทำให้ได้รับรายได้ต่ำมาโดยตลอดระยะเวลาของการพัฒนา ผลพลอยได้ก็คือ การลงทุนจะมีต้นทุนต่ำ ถ้าไรจึงมีสัดส่วนสูง ซึ่งนโยบายการพัฒนาเช่นนี้ก่อให้เกิดการกระจุกตัวของรายได้ให้อยู่กับกลุ่มคนบางกลุ่มเท่านั้นและนับวันช่องว่างของรายได้จะยิ่งสูงขึ้น แรงงานที่มีรายได้ต่ำจึงต้องดิ้นรนในการหารายได้เลี้ยงชีพ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์จึงเป็นสิ่งจำเป็น เกษตรกร เกษตรกรจะมีขนาดของพื้นที่ในการเลี้ยงโคนมเฉลี่ย 3.42 ไร่ แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรโดยทั่วไปมีลักษณะการเลี้ยงโดยใช้แรงงานภายในครอบครัวเป็นหลัก โดยพื้นที่ที่ใช้เลี้ยงมีไม่มาก เกษตรกรสามารถใช้แรงงานที่มีอยู่ภายในครอบครัวได้ และสามารถดูแลส่วนต่าง ๆ ของพื้นที่ได้อย่างทั่วถึง และมีการใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ส่วนเกษตรกรที่มีพื้นที่มาก ๆ นั้น นิยมใช้พื้นที่ที่เหลือปลูกพืชที่โคนมสามารถรับประทานได้ เพื่อลดต้นทุนค่าอาหาร และเป็นการใช้พื้นที่ว่างให้เกิดประโยชน์แก่ตนเอง

สื่อและการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแบบมวลชน

ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ที่ร้อยละ 43.00 ให้ความคิดเห็นว่าสื่อที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข่าวสาร คือ สื่อมวลชนชนิดต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต ฯลฯ แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรมีความต้องการให้ภาครัฐ และเอกชน มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อมวลชนชนิดต่าง ๆ ซึ่งเป็นวิธีที่ง่าย มีความเข้าใจง่าย มีทั้งภาพและเสียงให้ติดตาม และสามารถถ่ายทอดทางสื่อได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็วเมื่อเทียบกับรูปแบบของสื่อชนิดอื่น ๆ และ เกษตรกรสามารถรับรู้ข่าวสารได้ด้วยตนเองที่ร้อยละ 59.50 เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม และไม่มีช่วงเวลาในการรับรู้ข่าวสาร จากโทรทัศน์ (ร้อยละ 38.00), วิทยุกระจายเสียง (ร้อยละ 52.50), หนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 63.30), อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 81.00) ส่วนวารสารสัตวบาล เกษตรกรมีการรับรู้ข่าวสารที่ร้อยละ 48.10 และช่วงเวลาที่รับรู้ข่าวสารที่เวลา 18.01-24.00 น. มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ กมลสร ลัมสมมุติ (2544: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาการรณรงค์อย่างมีส่วนร่วมของสหกรณ์การเกษตรไชยปราการ จำกัด เพื่อส่งเสริมการบริโภคนมจังหวัดเชียงใหม่ โดยได้ทำการศึกษาพฤติกรรมเกี่ยวกับการรับสื่อของประชากรกลุ่มตัวอย่างในอำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารความรู้การบริโภคนมจากการรับฟังวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 43.6 และไม่ฟังวิทยุคิดเป็นร้อยละ 56.4 ซึ่งการไม่รับฟังวิทยุมีสาเหตุเนื่องมาจากที่อำเภอไชยปราการสามารถรับคลื่นสัญญาณวิทยุได้น้อย และศึกษาพฤติกรรม

เกี่ยวกับการรับสื่อของประชากรในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารความรู้การบริโภคคนจากการดูโทรทัศน์ 1-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาคือ ใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ 4-6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 34.3 และใช้เวลาไม่แน่นอนในการดูโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ และเมื่อศึกษาพฤติกรรมเกี่ยวกับการรับสื่อประเภทต่าง ๆ ที่เป็นความรู้ใหม่ ๆ ของกลุ่มตัวอย่างในอำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารความรู้การบริโภคคนจากการอ่านวารสารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.3 รองลงมาคือ ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารความรู้การบริโภคคนจากการดูโทรทัศน์ และน้อยที่สุดคือได้รับข่าวสารความรู้การบริโภคคนจากเสียงตามสาย และแผ่นพับ ซึ่งเราจะเห็นว่าวารสารได้เข้ามามีบทบาทในการรับรู้ข่าวสารมาก จึงเป็นที่น่าสนใจว่าวารสารน่าจะเป็นสื่อที่ใช้ในการรณรงค์มากที่สุด และ เกษตรกรมีการรับรู้ข่าวสารจากการอ่านมากที่สุด เพราะว่า การอ่านทำให้เกษตรกรเข้าใจหลักการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องโคนมได้ดี ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่นิยมรับข่าวสารจากการอ่านจากวารสารสัตวบาล โดยที่เกษตรกรนิยมอ่านมากกว่าวิธีการรับรู้ข่าวสารอื่น ๆ เพราะพวกนิยตสาร วารสารหาซื้อง่าย ราคาไม่แพงเกินไป และมีขายทั่วไปตามท้องตลาด

รูปแบบการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

ผลการวิจัยพบว่า ในปัจจุบันการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกรจากสื่อส่วนบุคคลมีในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.66) สื่อแบบกลุ่มมีในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.48) และสื่อแบบมวลชนมีในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.28) เมื่อจำแนกตามชนิดของสื่อพบว่า การรับรู้ข่าวสารจากสื่อส่วนบุคคลของเกษตรกรที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ การเขียนเขียนของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.65) ส่วนการรับรู้ข่าวสารจากการติดต่อทางจดหมายมีในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.67) การรับรู้ข่าวสารจากสื่อแบบกลุ่มของเกษตรกรที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ การรับรู้ข่าวสารจากการฝึกอบรม การบรรยาย และการสาธิต ตามลำดับ อยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.28, 3.18 และ 2.58 ตามลำดับ ส่วนการจัดทัศนศึกษา และการฉายภาพยนตร์และวีดิทัศน์ มีการรับรู้ข่าวสารในระดับที่น้อย ที่ค่าเฉลี่ย 1.96 และ 1.37 และ การรับรู้ข่าวสารจากสื่อแบบมวลชนของเกษตรกรที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ การรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ และนิยตสารและวารสาร ที่ค่าเฉลี่ย 2.98, 2.74, 2.48 และ 3.09 ตามลำดับ ส่วนการรับรู้ข่าวสารจากพวกใบปลิวและแผ่นพับ โปสเตอร์ และอินเตอร์เน็ต ถือว่าอยู่ในระดับน้อย ที่ค่าเฉลี่ย 1.81, 1.44 และ 1.43 ตามลำดับ ซึ่งการรับรู้ข่าวสารโดยทั่วไปของเกษตรกรนั้น เกษตรกรส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริม รองลงมา คือ พวกโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ และ

นิตยสาร ส่วนช่องทางอื่น ๆ เกษตรกรได้รับรู้ข่าวสารอยู่เหมือนกัน แต่ไม่มากนัก ซึ่งสอดคล้องกับ วิริยะ คล้ายแดง (2535: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการดำเนินการและการใช้สื่อเสียงตามสายเพื่อเกษตรกร ในจังหวัดลำพูน พบว่า พฤติกรรมการรับฟังเสียงตามสายของเกษตรกรแตกต่างกันบ้าง โดยสื่อวิทยุ โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่เปิดรับมากที่สุด รองลงมาคือ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ ตามลำดับ ซึ่งพฤติกรรมการรับฟังเสียงตามสายของเกษตรกรแตกต่างกันบ้าง โดยเกษตรกรจากเขตเกษตร หนาแน่นมีพฤติกรรมในการรับฟังในด้าน ฟังได้อย่างชัดเจน ฟังอย่างตั้งใจ ความเข้าใจในเรื่องที่ฟัง มีทัศนคติที่ดีในเรื่องการกระจายเสียง “ได้รับความรู้มากและนำไปใช้ประโยชน์ได้มาก” ที่มากกว่า ส่วนพีระชัย พิษชวนชม (2545: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการรับสื่อภาคการเกษตรของเกษตรกรใน จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า สื่อที่เกษตรกรได้รับมากที่สุดคือ สื่อวิทยุซึ่งได้รับเฉลี่ยถึง 18.81 ครั้ง ซึ่งใกล้เคียงกับสื่อโทรทัศน์เฉลี่ย 16.55 ครั้ง โดยสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุเป็นสื่อที่มีความรวดเร็วมากที่สุดตามลำดับ และระดับของความเข้าใจง่ายถึงเนื้อหาสาระแล้ว พบว่าสื่อวิทยุเป็นสื่อที่มีความ เข้าใจง่ายกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ ส่วนระดับของการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อ พบว่า สื่อการอบรมเป็นสื่อที่เกษตรกรนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์มากกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ

ความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

ผลการวิจัยพบว่า ในปัจจุบันความต้องการของเกษตรกรจากสื่อส่วนบุคคลมีในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) , ความต้องการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกรจากสื่อแบบกลุ่มมีในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) และความต้องการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกรจากสื่อแบบมวลชนมีในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) เมื่อจำแนกตามชนิดของสื่อพบว่า เกษตรกรมีความต้องการรับรู้ข่าวสารจาก สื่อส่วนบุคคลของเกษตรกรจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริม และติดต่อทางจดหมาย ที่ค่าเฉลี่ย 4.36 และ 4.25 ตามลำดับ ความต้องการรับรู้ข่าวสารจากสื่อแบบกลุ่มของเกษตรกรจาก การฝึกอบรม การบรรยาย การสาธิต การจัดทัศนศึกษา และการจัดฉายภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.46, 4.55, 4.32, 3.93 และ 3.94 ตามลำดับ และ ความต้องการรับรู้จากข่าวสารจากสื่อแบบมวลชนของเกษตรกรจาก โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสารและวารสาร ใบปลิวและแผ่นพับ ไปสเตอร์ และ อินเตอร์เน็ต ที่ค่าเฉลี่ย 4.44, 4.43, 4.51, 4.37, 4.13, 4.01 และ 3.94 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีความต้องการรับรู้ข่าวสารจากสื่อทุกชนิดในระดับมาก เกษตรกรอยากให้ทุก หน่วยงานมีการแพร่ข่าวสารความรู้เรื่องเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมกับสื่อทุก ๆ ประเภท เกษตรกรจะ ได้สามารถเลือกได้ว่าจะรับรู้ข่าวสารจากช่องทางไหน แต่เกษตรกรชอบช่องทางแบบมวลชน มากกว่าช่องทางอื่น ๆ ซึ่งเกษตรกรยังให้ความคิดเห็นอีกว่า สื่อแบบมวลชนนี้เป็นสื่อที่เกษตรกรมี

ความเข้าใจมากที่สุด แต่เกษตรกรไม่รู้ว่ช่วงเวลาไหนจะมีการเผยแพร่ข่าวสาร และระยะเวลาที่เผยแพร่ข่าวสารมีน้อยเกินไป เกษตรกรอยากให้ภาครัฐและภาคเอกชนช่วยนำข่าวสารเกี่ยวกับเรื่อง การเลี้ยงโคนมมาเผยแพร่ในช่องทางแบบมวลชนให้มาก ๆ จะได้ทำให้เกษตรกรที่เลี้ยงโคนมให้ความสนใจและติดตามกับสื่อแบบมวลชนมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับทินกร ไชยาเผือก (2541: 68-69) กล่าวว่า สื่อแบบมวลชนเป็นสื่อที่เกษตรกรมีความต้องการรับรู้ข่าวสารและเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน ทั้งในเรื่องความสะดวก รวดเร็ว และทันเหตุการณ์ ในด้านข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ และสามารถเผยแพร่ข้อมูลได้อย่างกว้างขวาง

ปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม

ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม = 2.12) เมื่อจำแนกปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม พบว่า ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม ไม่มีปัญหาและอุปสรรคมากในเรื่องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม เมื่อจำแนกปัญหาและอุปสรรค เกษตรกรมีปัญหาในระดับปานกลางในเรื่องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม คือ ไม่มีเวลาว่างพอที่จะรับรู้ข่าวสาร เวลาที่มีการเผยแพร่ข่าวสารน้อยเกินไป ไม่ทราบว่ามีข่าวสารช่องทางใดบ้าง ไม่ทราบว่ามี การเผยแพร่ข่าวสาร มีการปิดบังข้อมูลข่าวสารในหมู่เกษตรกรด้วยกัน ข่าวสารไม่มีความน่าสนใจ ไม่ชวนให้ติดตาม และ ข่าวสารมีการถ่ายทอดไม่ตรงกับความต้องการ (ที่ค่าเฉลี่ย 1.54, 2.80, 3.34, 3.54, 3.48, 3.31, 3.09 และ 3.20 ตามลำดับ) และเกษตรกรมีปัญหาในระดับน้อยในเรื่องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม คือ อ่านหนังสือไม่ออก ไม่เข้าใจภาษาพูด ภาษาราชการ และภาษาเทคนิค ขาดช่องทางการสื่อสาร เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ระยะทางจากศูนย์ข้อมูลหรือหน่วยส่งเสริมการเลี้ยงโคนมกับที่อยู่ของเกษตรกรอยู่ไกลกันมาก ขาดการเอาใจใส่และให้ความสำคัญจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเลี้ยงโคนม บริเวณสภาพแวดล้อมมีสิ่งรบกวนทำให้ไม่สามารถรับรู้ข่าวสารได้ มีความเครียดจากการทำงานทำให้ไม่暇กรรับรู้ข่าวสาร ไม่ชอบการเข้าสังคมพบปะผู้คนเพื่อรับรู้ข่าวสาร มีหนี้สินมากจนไม่มีเวลาคิดเรื่องการรับรู้ข่าวสาร การปิดกั้นการรับรู้ข่าวสารจากอิทธิพลของการเมือง มีปัญหาด้านสุขภาพทำให้ไม่มีเวลารับรู้ข่าวสาร ข่าวสารมีความซับซ้อนจนไม่สามารถเข้าใจได้ และข่าวสารที่ได้รับบกพร่องหรือไม่ถูกต้อง (ที่ค่าเฉลี่ย 1.31, 1.37, 1.54, 1.60, 1.56, 1.62, 1.46, 1.72, 1.65, 1.42, 1.50, 1.72 และ 1.34 ตามลำดับ) ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่มีปัญหา รวม ๆ ไม่มากนัก ส่วนใหญ่จะมีปัญหากับเรื่อง ไม่มีเวลาว่างพอที่จะรับรู้ข่าวสาร เวลาที่มีการเผยแพร่ข่าวสารน้อยเกินไป ไม่ทราบว่ามีข่าวสารช่องทางใดบ้าง ไม่ทราบ

ว่ามีการเผยแพร่ข่าวสาร ข่าวสารไม่มีความน่าสนใจไม่ชวนให้ติดตาม และข่าวสารมีการถ่ายทอดไม่ตรงกับความต้องการ ปัญหาเหล่านี้ที่กล่าวมาเกษตรกรส่วนใหญ่จะเจอปัญหาแบบเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับวิทยา คำรงเกียรติศักดิ์ (2537: 41) ได้กล่าวไว้ว่าอุปสรรคหรือสิ่งสกัดกั้นการติดต่อสื่อสารก็คือ ตัวการหรือสิ่งที่คอยรบกวนการติดต่อสื่อสารหรือทำให้การติดต่อสื่อสารต้องติดขัด สะดุดชะงัก หรือเป็นไปได้อย่างไม่มีประสิทธิภาพหรือบางครั้งอาจทำให้การติดต่อสื่อสารนั้นเป็นไปไม่ได้เลย อันได้แก่ การสื่อสารที่ล้มเหลว (communication breakdown) ในการศึกษาถึงการติดต่อสื่อสาร เราจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงอุปสรรคต่างๆเหล่านี้ เพื่อที่เราจะได้หาทางหลีกเลี่ยงหรือป้องกันแก้ไข เพื่อให้การติดต่อสื่อสารของเรานั้นเป็นไปอย่างราบรื่น มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จตามความมุ่งหมาย ส่วนสายสุนีย์ รัตนรัชต์ดิยา (2537: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่เกษตรระดับตำบล ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า สภาพปัญหาที่พบมากที่สุดคือ สื่อมีจำนวนน้อย เครื่องมืออุปกรณ์ไม่เพียงพอ ขาดงบประมาณ ขาดการฝึกอบรม เครื่องมืออุปกรณ์ไม่ทันสมัย ขาดการเน้นเนื้อหาเฉพาะที่ และขาดเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้เพียงพอ

ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ กับความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ

ผลการศึกษาการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ กับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมของเกษตรกรในพื้นที่อำเภอแม่ื่อน จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านสื่อส่วนบุคคล ผลการวิจัยพบว่า จำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมด และประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม มีความสัมพันธ์กับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อส่วนบุคคล เนื่องจากจำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมด เมื่อเกษตรกรมีการเลี้ยงโคนมเพิ่มมากขึ้น ก็จะทำให้รายได้ของเกษตรกรเพิ่มตาม ทำให้เกษตรกรมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น แต่เมื่อดูจากค่า b และ t ที่คิดลบ จะทำให้รู้ว่าถึงส่วนใหญ่เกษตรกรจะมีการเลี้ยงโคนมที่มากขึ้น แต่ความต้องการข่าวสารจากสื่อส่วนบุคคลก็ไม่ได้มีความต้องการเพิ่มมากขึ้นไปจากเดิม และประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม เกษตรกรที่มีประสบการณ์มาก จะเกิดทักษะการเรียนรู้ และนำความรู้ที่มีมาประยุกต์ใช้ในฟาร์มของตนเอง จึงทำให้เกษตรกรมีความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อส่วนบุคคล ส่วนในด้านสื่อแบบกลุ่ม ผลการวิจัยพบว่า จำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมด และประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม มีความสัมพันธ์กับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อแบบกลุ่ม เนื่องจากจำนวนโคนมที่เลี้ยงทั้งหมด เมื่อเกษตรกรมีการเลี้ยงโคนมเพิ่มมากขึ้น ก็จะทำให้รายได้ของเกษตรกรเพิ่มตาม ทำให้เกษตรกรมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น แต่เมื่อดูจากค่า b และ t ที่คิดลบ จะทำให้รู้ว่าถึงส่วนใหญ่เกษตรกรจะมีการเลี้ยง

โคนมที่มากขึ้น แต่ความต้องการข่าวสารจากสื่อแบบกลุ่มก็ไม่ได้มีความต้องการเพิ่มมากขึ้นไปจากเดิม และประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม เกษตรกรที่มีประสบการณ์มาก จะเกิดทักษะการเรียนรู้ และนำความรู้ที่มีมาประยุกต์ใช้ในฟาร์มของตนเอง จึงทำให้เกษตรกรมีความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อแบบกลุ่ม และ ในด้านสื่อแบบมวลชน ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพ และประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม มีความสัมพันธ์กับความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อแบบมวลชน เนื่องจากสถานภาพส่วนใหญ่เป็นสถานภาพสมรส อยู่เป็นคู่สามีภรรยา จะมีการปรึกษา และพูดคุยกันในเรื่องข่าวสารต่าง ๆ แต่เมื่อดูจากค่า b และ r ที่คิดลบ จะทำให้รู้ว่าถึงส่วนใหญ่จะเป็นคู่สามีภรรยากัน แต่ความต้องการข่าวสารจากสื่อแบบมวลชนก็ไม่ได้มีความต้องการมากขึ้นไปจากเดิม และประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม เกษตรกรที่มีประสบการณ์มาก จะเกิดทักษะการเรียนรู้ และนำความรู้ที่มีมาประยุกต์ใช้ในฟาร์มของตนเอง จึงทำให้เกษตรกรมีความต้องการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อแบบมวลชน ซึ่งสอดคล้องกับ สายสุณีย์ รัตนรักษ์ดิดา (2537: 85) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ กับการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตร พบว่า เพศ สถานภาพ รายได้ และประสบการณ์ในการทำงานของเจ้าหน้าที่เกษตรตำบล มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการศึกษาการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตรระดับตำบลในจังหวัดขอนแก่น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงรูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ื่อน จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นพื้นที่เป้าหมายในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งสามารถนำไปเป็นข้อมูลสำหรับผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องโดยตรงในการวางแผนการส่งเสริมด้านการเลี้ยงโคนมหรือสามารถเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขแผนการส่งเสริมด้านการเลี้ยงโคนมในพื้นที่เป้าหมายใหม่ที่จะต้องใช้สื่อไปส่งเสริมเผยแพร่ความรู้ให้แก่เกษตรกรผู้สนใจต่อไป จากผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากการวิจัยพบว่าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมควรมีบทบาทและหน้าที่ในการให้การศึกษาแก่ประชาชน เป็นการยกระดับให้สูงขึ้น ให้สามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพ โดยเจ้าหน้าที่จะมีหน้าที่ในการให้ทั้งข่าวสารและถ่ายทอดเทคโนโลยีตลอดจนความรู้ความเข้าใจในสาขาต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มเกษตรกร ตามแต่โครงการในการส่งเสริมเผยแพร่นี้เพื่อยกระดับมาตรฐานครองชีพ ชีวิต และความเป็นอยู่ให้สูงขึ้น

2. จากการวิจัยพบว่าการเผยแพร่ข่าวสารทางด้านการเลี้ยงโคนมจากนิตยสารสัตวบาลได้รับความนิยมจากเกษตรกรมากที่สุด ดังนั้นเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องควรมีการเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับโคนมทางนิตยสารสัตวบาลให้มากขึ้น เพราะเกษตรกรสามารถซื้อหานิตยสารสัตวบาลได้ง่าย และเป็นช่องทางที่ดีที่สุดในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับโคนม

3. การเลี้ยงโคนมถือได้ว่าเป็นอาชีพหลักอีกอาชีพหนึ่งเป็นอาชีพที่ได้รับความนิยมด้านปศุสัตว์และมีรายได้ค่อนข้างสูง ถ้าเกษตรกรให้ความสนใจและเลี้ยงอย่างจริงจังจะทำให้เกษตรกรมีการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น เกษตรกรเมื่อได้รับความรู้ไม่ว่าจะเกิดการเป็นผู้รู้ด้วยตนเอง ได้รับการถ่ายทอดจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร หรือจากสื่อชนิดต่าง ๆ แล้วนำไปปฏิบัติได้ผลเป็นที่น่าพอใจภายในฟาร์มของเกษตรกรเอง เกษตรกรที่จะถ่ายทอดความรู้หรือเทคนิคที่ได้ให้กับเพื่อนเกษตรกรด้วยกัน ทั้งนี้จะเกิดประโยชน์ในการนำไปให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะได้ช่วยกันพัฒนาอาชีพการเลี้ยงโคนมให้ดียิ่งขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

4. เกษตรกรควรมีทัศนคติที่ดีกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรและเจ้าหน้าที่ส่งเสริมเกษตรกรก็ควรที่จะมีส่งเสริมความรู้ให้คำแนะนำแก่เกษตรกรให้ดียิ่งขึ้น เมื่อใดที่เกษตรกรมีปัญหาหรืออุปสรรคที่ไม่สามารถแก้ไขปัญหาด้วยตนเองได้ การเข้าไปช่วยแก้ไขปัญหาก็กับเกษตรกรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจะทำให้ดีขึ้นเมื่อมีทัศนคติที่ดีต่อกัน

5. ภาครัฐ และหน่วยงานต่าง ๆ ควรใส่ใจและให้ความช่วยเหลือเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมอย่างจริงจังให้กว่านี้ โดยคำนึงถึงความต้องการต่าง ๆ ของเกษตรกร และด้านการรับรู้ข่าวสาร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพระบบการผลิตให้สูงขึ้น ทั้งนี้การรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมของเกษตรกรส่วนใหญ่ยังไม่มากเท่าที่ควร เพราะขาดการเอาใจใส่จากหน่วยงานต่าง ๆ ในการนำเสนอเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับโคนม เมื่อขาดการนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ ให้แก่เกษตรกร การพัฒนาให้อาชีพเลี้ยงโคนมจึงพัฒนาไปอย่างช้า ๆ และล้าหลังกว่าประเทศอื่น ๆ

6. ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ว่าจะปฏิบัติงานในระดับประเทศ ระดับจังหวัด ระดับอำเภอ ระดับตำบล ควรให้การสนับสนุนทางวิชาการ การวิจัย ตลอดจนการถ่ายทอดความรู้และถ่ายทอดข่าวสารที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของแต่ละท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง มีการทบทวนความรู้ในด้านต่าง ๆ ประจำปีเพื่อเพิ่มพูนความรู้ให้แก่เกษตรกร และแลกเปลี่ยนพูดคุยปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานฟาร์ม เพื่อที่จะได้ช่วยกันหาหรือแก้ไขปัญหาดังกล่าว นอกจากนี้ควรให้ความรู้เกี่ยวกับวิชาการด้านสัตวแพทย์ หลักการส่งเสริมการเกษตร และด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกษตรกรเกิดการกระตือรือร้น เพื่อให้เกษตรกรใช้ทักษะที่ตนเองได้รับมาพัฒนาฟาร์มของตนเอง และใช้ในการจัดการฟาร์มเพื่อให้เกิดประโยชน์และมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นแรงจูงใจให้เกษตรกร

ได้เห็นความสำคัญจากการประกอบอาชีพการเลี้ยงโคนมเป็นอาชีพที่ประสบความสำเร็จและทำให้มีคุณภาพชีวิตของเกษตรกรดีขึ้น

7. จากผลการศึกษางานวิจัยทำให้ทราบว่าในปัจจุบันเกษตรกรมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเรื่อง โคนมในระดับน้อย หากมีการร่วมมือกันของภาครัฐและเอกชน มาพัฒนาการสื่อสารเพื่อใช้ในการส่งเสริม และมีการเผยแพร่ข่าวสารในช่องทางต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น จะทำให้เกษตรกรได้ทราบข่าวสารเกี่ยวกับเรื่อง โคนมทันเวลา และสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว

8. นักส่งเสริมควรมีการใช้สื่อแบบผสมผสานเพื่อใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร จะทำให้ข่าวสารมีความสนใจมากยิ่งขึ้น และชวนให้เกษตรกรติดตามสนใจตลอดเวลา เพราะจากการศึกษาในเรื่องความต้องการรับรู้ข่าวสารจากสื่อ เกษตรกรมีความต้องการสื่อทุก ๆ รูปแบบในการเผยแพร่ข่าวสาร ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกี่ยวกับงานส่งเสริมหรือเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับเรื่อง โคนมควรมีการประยุกต์ใช้สื่อแบบผสมผสาน หาดูดีและข้อเสียของสื่อชนิดต่าง ๆ ที่จะนำมาทำเป็นสื่อแบบผสมผสาน การทำสื่อแบบผสมผสานจำเป็นที่จะต้องใช้ผู้ที่มีความชำนาญเกี่ยวกับด้านการสื่อสารมาช่วยในการทำสื่อแบบผสมผสาน เพื่อที่จะก่อให้เกิดผลดีทั้งต่อตัวเจ้าหน้าที่เองและตัวเกษตรกรด้วย และลดปัญหาที่จะเกิดขึ้นในเรื่องเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารจากสื่อด้วย สื่อแบบผสมผสานน่าจะมีประโยชน์อย่างมากกับการส่งเสริม และจะทำให้การส่งเสริมพัฒนาอีกยิ่ง ๆ ขึ้นไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเฉพาะในอำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาปัจจัยเพียงบางประการเท่านั้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะของการวิจัยครั้งต่อไป ดังต่อไปนี้

1. การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตเนื้อหาไม่เจาะจงในเชิงลึก ทำให้การตีความไม่ค่อยชัดเจน และไม่ครอบคลุมเนื้อหางานวิจัย ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรระบุขอบเขตในเชิงลึก และมีความชัดเจนมากขึ้น

2. ควรมีการศึกษารูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในจังหวัดอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบว่าเกษตรกรมีความคิดเห็น และมีระดับของการรับรู้ข่าวสารมากน้อยเพียงใดในจังหวัดนั้น ๆ และมีปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลต่อรูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม เพื่อจะสามารถนำไปอ้างอิงหรืออธิบายสรุปผลได้กว้างมากยิ่งขึ้นต่อไป

3. เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาถึงปัจจัยบางประการเท่านั้น ซึ่งยังเหลืออีกหลายปัจจัยที่ยังไม่ได้นำมาศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ จึงเสนอแนะว่า ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลต่อรูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม เป็นการเพิ่มเติม

4. ควรมีการศึกษาประโยชน์ของสื่อชนิดต่าง ๆ ด้วยว่ามีผลกระทบไปเชิงบวกหรือลบต่ออาชีพการเลี้ยงโคนม

5. ควรมีการศึกษารูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารจากสื่อในภาคการเกษตรอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อเปรียบเทียบว่าเกษตรกรในอาชีพอื่น ๆ มีรูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารมากน้อยเพียงใด และมีปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลต่อการรูปแบบและความต้องการรับรู้ข่าวสาร เพื่อที่จะนำเอาข้อมูลที่ได้ไปอ้างอิงหรืออธิบายสรุปผลการวิจัยได้กว้างยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กมลสร ลิมสมมุติ. 2544. การศึกษาการรณรงค์อย่างมีส่วนร่วมของสหกรณ์การเกษตรไทย
ปราชญ์จำกัด. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กระทรวงพลังงาน. 2549. “การเปิดเสรีทางการค้าในกลุ่มอาเซียน”. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา
<http://www.biothai.net/news>. (30 สิงหาคม 2554).
- กรมการปกครองจังหวัดเชียงใหม่. 2554. “อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่”.
[ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา http://previously.doae.go.th/prompt/CH_23.html
(2 ธันวาคม 2554).
- กัลยา วานิชบัญชา. 2548. การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิดานันท์ มลิทอง. 2554. “เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม”. [ระบบออนไลน์]
แหล่งที่มา http://www.st.ac.th/av/inno_multimedia.htm. (7 สิงหาคม 2554).
- ข่าวคริสตชน. 2554. “ทฤษฎีความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์”. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา
<http://www.kaochristian.com/thvsdi-khwam-txngkar-khxng-mnusy>. (17 สิงหาคม 2554).
- คณะกรรมการการศึกษาและติดตามการแก้ไขปัญหาการผลิตและจำหน่ายน้ำมันดิบ. 2548.
“แนวทางการดำเนินการจำหน่ายนมในโครงการอาหารเสริม (นม) โรงเรียน ภาคเรียนที่
2/2548 และมาตรการแก้ไขอุตสาหกรรมนมทั้งระบบ”. น.23-35. ใน เอกสารประกอบการ
ประชุมผู้ประกอบการนมพร้อมดื่ม. ชลบุรี: โรงแรมการ์เดนซีวีวีรีสอร์ทพทยา.
- จรรยา ยามาดี. 2553. การโฆษณาภาพยนตร์อินดี้มีผลต่อการเลือกชมของวัยรุ่นใน
กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณรงค์ สมพงษ์. 2530. สื่อเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่. กรุงเทพฯ: งานการพิมพ์ ฝ่ายสื่อสาร
การศึกษา สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทินกร ไชยาเผือก. 2541. การศึกษาการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่เกษตร
ตำบล ในจังหวัดพะเยา. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เทพ พงษ์พานิช. 2525. หลักการส่งเสริมการเกษตร. เชียงใหม่: สถาบันเทคโนโลยีการเกษตร
แม่โจ้.
- นพพร สายัมพล เรวัต เลิศฤทัยโยธิน รังสฤษฎ์ กาวิฑี และสนธิชัย จันทน์เปรม. 2542.
พืชเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ: ภาควิชาพืชไร่นา คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุญธรรม จิตต์อนันท์. 2540. ส่งเสริมการเกษตร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บุญสม วราเอกศิริ. 2536. **ส่งเสริมการเกษตร: หลักการและวิธีการ**. เชียงใหม่: ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ประคอง กรรณสูตร. 2542. **สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤกษศาสตร์**. กรุงเทพฯ: เจริญผล.

ผ่องพรรณ ฟักทอง. 2549. **อิทธิพลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง**. เชียงใหม่: ปัญหาพิเศษปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2536. **วิธีการวิจัยทางพฤกษศาสตร์**. กรุงเทพฯ: ฟิงเกอร์ ปริ้นแอนด์มีเดีย.

พีระชัย พิษชนวน. 2545. **การรับสื่อภาคการเกษตรของเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยลัยเชียงใหม่.

มานัส จันตรา. 2549. **สื่อที่เหมาะสมในการส่งเสริมการผลิตปาล์มน้ำมันอุตสาหกรรม จังหวัดชุมพร**. เชียงใหม่: ปัญหาพิเศษปริญญาโท, มหาวิทยลัยแม่โจ้.

บุคล เบญจรงค์กิจ. 2542. **การวิเคราะห์ผู้รับสาร**. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ถัดดา จิตตคุตตานนท์. 2542. **ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในเขตภาคเหนือ**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วสันต์ บุญลิขิต. 2523. **วิธีและอุปกรณ์การส่งเสริม**. พระนครศรีอยุธยา: เทียนวัฒนา.

วิทยา คำรงเกียรติศักดิ์. 2532. **การสื่อสารการเกษตร: แนวความคิดและวิธีการ**. เชียงใหม่: สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.

_____. 2537. **แนวความคิดและวิธีการสื่อสารการเกษตร**. เชียงใหม่: สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.

วิริยะ คล้ายแดง. 2535. **การดำเนินการและการใช้สื่อเสียงตามสายเพื่อการเกษตรกรในจังหวัดลำพูน**. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สมใจ บุญทานนท์. 2529. **ผลผลิตภาพปัจจัยการผลิตในการเลี้ยงโคนมของสมาชิกสหกรณ์โคนมในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สมศักดิ์ สามัคคีธรรม. 2539. **ปัญหาแรงงานในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยและผลิตตำรามหาวิทยาลัยเกริก.

สาขาสุนัข รัตนรักษ์ติยา. 2537. การศึกษาการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่เกษตร
ระดับตำบลในจังหวัดขอนแก่น. ขอนแก่น: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัย
ขอนแก่น.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2548. แนวทางพัฒนาโคนมในช่วงแผนเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ ฉบับที่ 9 (2545-2549). กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

สิน พันธุ์พินิจ. 2544. การส่งเสริมการเกษตร. กรุงเทพฯ: อักษรพิทยา

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2536. ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ:
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อุดม จุฬารณ. 2532. “กระบวนการในการประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตร”. น. 225-
254. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตร หน่วยที่
1-17. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.

Assael, H. 1985. **Consumer behavior and marketing action**. New York:South-Western.

Lionberger,H.F and Paul H. Gwin. 1982. **Communication Strategies: A Guide for
Agricultural Change Agent**. Illinois: The Interstate Printers and Publishers, Inc.

Rogers, Everett M. 1962. **Diffusion of Innovations**. New York: Free Press

Yamane,Taro. 1973. **Statistics: An Introductory Analysis**. 3 rd ed. Tokyo: Aoyama Gakuin
University.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์

รูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อ

ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่เอน จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อ – สกุล ผู้ให้ข้อมูล เลขที่แบบสัมภาษณ์

บ้านเลขที่ หมู่ ตำบล อำเภอแม่เอน จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วย 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่เอน จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับสื่อและการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแบบมวลชน

ตอนที่ 3 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับรูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

ตอนที่ 4 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม

การออกแบบสัมภาษณ์ในแต่ละตอนให้การเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเติมคำลงในช่องว่างให้ตรงกับสภาพความเป็นจริง หรือความคิดเห็นของเกษตรกร

2. ให้สัมภาษณ์ทุกข้อ เพราะถ้าขาดข้อใดข้อหนึ่งจะทำให้ผลสำรวจนี้ไม่สมบูรณ์และไม่สามารถนำไปวิเคราะห์และแปลผลได้

3. การออกแบบสัมภาษณ์จะเป็นประโยชน์ทางด้านการวิชาการในการในการทำวิทยานิพนธ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ และไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ให้ข้อมูลแต่อย่างใด

ตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล สภาพทางเศรษฐกิจ และสังคม ของเกษตรกร
ผู้เลี้ยงโคนม อำเภอแม่ื่อน จังหวัดเชียงใหม่

ลักษณะส่วนบุคคล

1. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2. อายุ ปี

3. สถานภาพ

() 1. โสด

() 2. สมรส

() 3. หย่าร้าง / หม้าย

() 4. แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

() 1. ไม่ได้เรียน

() 2. ประถมศึกษาชั้นบังคับ

() 3. มัธยมศึกษาตอนต้น

() 4. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

() 5. อนุปริญญา / ปวศ.

() 6. ปริญญาตรีหรือสูงกว่า

ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม

6. จำนวนโคที่เลี้ยงทั้งหมด ตัว

7. รายได้เฉลี่ยต่อปี (หลังจากหักค่าใช้จ่าย)

รายได้จากการเลี้ยงโคนม..... บาท / ปี

รายได้อื่น ๆ..... บาท / ปี

รวม.....บาท / ปี

8. ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม.....ปี

9. แรงงานในการเลี้ยงโคนม

- () 1. ในครัวเรือน คน
 () 2. จ้าง (แรงไทย)..... คน
 (แรงงานต่างด้าว)..... คน
 รวม คน

10. ขนาดของพื้นที่ในการเลี้ยงโคนม

- () 1. ของตนเอง ไร่
 () 2. เช่า ไร่
 () 3. อื่น ๆ ไร่
 รวม ไร่

ตอนที่ 2 สื่อและการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแบบมวลชน

1. ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข่าวสารการเลี้ยงโคนม

(เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อเท่านั้น)

- () 1. สื่อที่สอดคล้องกับความรู้ ความต้องการ เช่น การฝึกอบรม การบรรยาย การสาธิต ฯลฯ
 () 2. สื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต ฯลฯ
 () 3. ลักษณะเฉพาะของสื่อ เช่น สื่อ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ นิตยสาร วารสาร ซึ่งมีราคาถูก มีรายละเอียดมาก พกพาสะดวก
 () 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

2. ใครเป็นคนแนะนำหรือช่วยให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ (เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อเท่านั้น)

- () 1. ตัวท่านเอง () 2. เพื่อน
 () 3. เจ้าหน้าที่ () 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3. ในปัจจุบันนี้ท่านรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องโคนมจากช่องทางต่าง ๆ ต่อไปนี้ในช่องทางใด

3.1 โทรทัศน์ (เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อเท่านั้น)

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. ช่อง 3 | ☐ 2. ช่อง 5 |
| ☐ 3. ช่อง 7 | ☐ 4. ช่อง 9 |
| ☐ 5. ช่อง NBT | ☐ 6. ช่อง Thai PBS |
| ☐ 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ) | |
| ☐ 8. ไม่มี | |

3.2 วิทยุกระจายเสียง (เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อเท่านั้น)

- | |
|---|
| ☐ 1. สถานีวิทยุเพื่อการเกษตร |
| ☐ 2. สถานีวิทยุ ม.ก. เชียงใหม่ |
| ☐ 3. สถานีวิทยุแม่โจ้เรดิโอ |
| ☐ 4. สถานีวิทยุชุมชนต่าง ๆ |
| ☐ 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ) |
| ☐ 6. ไม่มี |

3.3 หนังสือพิมพ์ (เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อเท่านั้น)

- | | |
|---|--------------------------------------|
| ☐ 1. ไทยรัฐ | ☐ 2. เติญิวส์ |
| ☐ 3. เชียงใหม่นิวส์ | ☐ 4. ข่าวสด |
| ☐ 5. คมชัดลึก | ☐ 6. มติชน |
| ☐ 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ) | |
| ☐ 8. ไม่มี | |

3.4 นิตยสารและวารสาร (เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อเท่านั้น)

- | | |
|---|--|
| ☐ 1. โคบาลแมกกาซีน | ☐ 2. คนโคบาล |
| ☐ 3. โคบาลนิวส์ | ☐ 4. เดอะควแมกกาซีน |
| ☐ 5. คันทรีโคบาล | ☐ 6. ปศุสัตว์ |
| ☐ 7. เพื่อนโคบาล | ☐ 8. สัตวบาล |
| ☐ 9. อื่น ๆ (โปรดระบุ) | |
| ☐ 10. ไม่มี | |

3.5 อินเทอร์เน็ต (เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อเท่านั้น)

- () 1. เว็บไซต์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- () 2. เว็บไซต์กรมส่งเสริมการเกษตร
- () 3. เว็บไซต์กรมปศุสัตว์
- () 4. เว็บไซต์เกษตรออนไลน์
- () 5. เว็บไซต์นิตยสารความรู้ทางการเกษตร
- () 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ)
- () 7. ไม่มี

4. ท่านรับรู้ข่าวสารจากช่องทางต่าง ๆ ต่อไปนี้ ในช่วงเวลาใด (เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อเท่านั้น)

ช่องทาง แบบมวลชน	ช่วงเวลาที่ได้รับข่าวสาร				
	06.00-12.00	12.00-18.00	18.00-24.00	24.00-06.00	ไม่มี
1. โทรทัศน์					
2. วิทยุกระจายเสียง					
3. หนังสือพิมพ์					
4. นิตยสารและวารสาร					
5. อินเทอร์เน็ต					

5. โดยส่วนมากแล้วท่านรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ อย่างไร (เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อเท่านั้น)

- () 1. จากการฟัง () 2. จากการดู
- () 3. จากการอ่าน () 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ตอนที่ 3 รูปแบบและความต้องการการรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนมจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

ในปัจจุบันนี้ท่านรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องโคนมจากสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ต่อไปนี้ในระดับใด และในความคิดเห็นของท่านคิดว่าสื่อชนิดต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ ท่านมีความต้องการในระดับใดเพื่อรับรู้ข่าวสารการเลี้ยงโคนม

รูปแบบของสื่อ	ระดับการรับรู้ข่าวสาร					ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
สื่อส่วนบุคคล										
1. การเขียนเขียนของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม										
2. การติดต่อทางจดหมาย										
สื่อแบบกลุ่ม										
3. การฝึกอบรม										
4. การบรรยาย										
5. การสาธิต										
6. การจัดทัศนศึกษา										
7. การจัดฉายภาพยนตร์ และวีดิทัศน์										

รูปแบบของสื่อ	ระดับการรับรู้ข่าวสาร					ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
สื่อแบบมวลชน										
8. โทรทัศน์										
9. วิทยุกระจายเสียง										
10. หนังสือพิมพ์										
11. นิตยสาร และวารสาร										
12. ใบปลิว และแผ่นพับ										
13. โปสเตอร์										
14. อินเทอร์เน็ต										

อื่น ๆ (โปรดระบุ)

.....

ตอนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสารในการเลี้ยงโคนม

ปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสาร	ระดับปัญหา / อุปสรรค				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. อ่านหนังสือไม่ออก					
2. ไม่เข้าใจภาษาพูด ภาษาราชการ และภาษาเทคนิค					
3. ขาดช่องทางการสื่อสาร เช่น วิทยุ โทรศัพท์ ฯลฯ					
4. ไม่มีเวลาว่างพอที่จะรับรู้ข่าวสารได้					
5. ระยะทางจากศูนย์ข้อมูลหรือหน่วยส่งเสริมการเลี้ยงโคนมกับที่อยู่ของเกษตรกรอยู่ไกลกันมาก					
6. ขาดการเอาใจใส่และให้ความสำคัญจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเลี้ยงโคนม					
7. เวลาที่มีการเผยแพร่ข่าวสารน้อยเกินไป					
8. ไม่ทราบว่าข่าวสารช่องทางใดบ้าง					
9. ไม่ทราบว่ามีการเผยแพร่ข่าวสาร					
10. มีการปิดบังข้อมูลข่าวสารในหมู่เกษตรกรด้วยกัน					
11. บริเวณสภาพแวดล้อมมีสิ่งรบกวนทำให้ไม่สามารถรับรู้ข่าวสารได้					
12. มีความเครียดจากการทำงาน ทำให้ไม่อยากรับรู้ข่าวสาร					
13. ไม่ชอบการเข้าสังคมพบปะผู้คนเพื่อรับรู้ข่าวสาร					
14. มีหนี้สินมากจนไม่มีเวลาคิดเรื่องการรับรู้ข่าวสาร					
15. การปิดกั้นการรับรู้ข่าวสารจากอิทธิพลของการเมือง					
16. มีปัญหาด้านสุขภาพทำให้ไม่มีเวลารับรู้ข่าวสาร					
17. ข่าวสาร ไม่มีความน่าสนใจ ไม่ชวนให้ติดตาม					
18. ข่าวสารมีการถ่ายทอดไม่ตรงกับความต้องการ					
19. ข่าวสารมีความซับซ้อนจนไม่สามารถเข้าใจได้					
20. ข่าวสารที่ได้รับบกพร่องหรือไม่ถูกต้อง					

ปัญหาอื่น ๆ (โปรดระบุ)



ภาคผนวก ข

ภาพประกอบ



ภาพผนวก 1 การสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม



ภาพผนวก 2 ฟาร์มเลี้ยงโคนม



ภาพผนวก 3 รถขนฟาง และถังเก็บน้ำนมดิบ



ภาพผนวก 4 คอกกรีดโคนม



ภาพผนวก 5 โรงเก็บฟาง



ภาพผนวก 6 ลูกโคนมแรกเกิด



ภาพผนวก 7 การทำความสะอาดโคนมก่อนรีดนม



ภาพผนวก 8 โคนมกำลังกินอาหาร



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นายณัฐวุฒิ จันทอง	
วัน เกิด ปี เกิด	2 กันยายน 2530	
ภูมิลำเนา	อ่างทอง	
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2542	สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษาชั้นปีที่ 6 โรงเรียนจิระศาสตร์วิทยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
	พ.ศ. 2548	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 โรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
	พ.ศ. 2554	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต (วท.บ.) สาขาสัตวศาสตร์ คณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่