

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ



T119677

เรื่อง

พฤติกรรมการรับชมและความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรของประชากร  
ในเขตลาดกระบัง

Receptive Behavior and Opinions on Agricultural Television Programme of  
The Population in Ladkrabang District, Bangkok



โดย

นางสาวนิตดา ทองศิริไพศรี

เลขหมู่.....  
เลขทะเบียน..... 119677  
วัน,เดือน,ปี..... 5 ต.ค. 2555

b.....  
i.....

เสนอ

สาขาวิชาบริหารธุรกิจและพัฒนากการเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กทม.

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตร บัณฑิต (พัฒนากการเกษตร)

พ.ศ.2553

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองปัญหาพิเศษ

สาขาวิชาบริหารธุรกิจและพัฒนาการเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กทม.

เรื่อง

พฤติกรรมการรับชมและความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรของประชากร  
ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

Receptive Behavior and Opinions on Agricultural Television Programme of  
The Population in Ladkrabang District, Bangkok

โดย

นางสาวนัสดา ทองศิริไพศรี

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร  
วท.บ.(พัฒนาการเกษตร)

เมื่อวันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ คุณาสวรรค์เวช)

กรรมการปัญหาพิเศษ

(อาจารย์ณัฐกร สงคราม)

รักษาการแทนประธานสาขาวิชา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุขุมารณ์ ชันธิศรี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) : พฤติกรรมการรับชมและความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์  
ทางการเกษตรของ ประชากรในเขตลาดกระบัง  
กรุงเทพมหานคร

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ) : Receptive Behavior and Opinions on Agricultural  
Television Programme of The Population  
in Ladkrabang District, Bangkok

โดย : นางสาวนิตดา ทองสิริไพศรี

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรบัณฑิต (พัฒนาการเกษตร)

สาขาวิชาเอก : พัฒนาการเกษตร

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ : .....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ คุหาสวรรค์เวช)

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมและความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรของประชากรในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร สำหรับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบพบโดยบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการรับชมและความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรของประชากรในเขตลาดกระบังพบว่าประชากรที่รับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี สถานะโสดโดยส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพ นักเรียน นักศึกษา รับราชการ รับจ้าง และเกษตรกรได้รายอยู่ระหว่าง 8,000-10,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า เวลาที่รับชม รายการโทรทัศน์จะอยู่ระหว่าง 18.01-21.00น. และ 21.01-24.00น. ช่องที่รับชมรายการเป็นประจำคือ ช่อง3 รับชมดูรายการโทรทัศน์ที่บ้านพักและหอพัก ผู้รับชมรายการโทรทัศน์ชอบรับชมรายการปราชญ์เดินและทุ่งแสงตะวัน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.4 สิ่งที่ได้รับประโยชน์จากการรับชมรายการเกษตรมากที่สุดคือ สามารถนำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน

ร้อยละ 46.2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คำนิยม

ในการศึกษาปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยการควบคุมดูแล และการตรวจแก้ไข ข้อบกพร่องต่างๆ จากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ คุณาสวรรค์เวช อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ และอาจารย์ ญัฐกร สงคราม กรรมการปัญหาพิเศษ ซึ่งได้ให้คำปรึกษาและคำแนะนำต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ ทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ทั้งสองท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัว ที่เป็นกำลังใจด้วยดี ทำให้ปัญหาพิเศษชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี และที่ลืมไม่ได้ก็คือเพื่อนๆ ที่ให้ความช่วยเหลือในทุกๆ เรื่อง ทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้ประสบความสำเร็จ

นิตดา ทองศิริไพศรี

พฤษภาคม 2553



## สารบัญ

|  | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อ   | (ก)  |
| คำนิยม   | (ข)  |
| สารบัญ   | (ค)  |
| สารบัญตาราง  | (ง)  |
| สารบัญแผนภูมิ  | (ฉ)  |
| บทที่ 1 บทนำ   |      |
| ความสำคัญของปัญหา  | 1    |
| วัตถุประสงค์ของการศึกษา                                      | 2    |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ                                    | 2    |
| ขอบเขตและข้อจำกัดของการศึกษา                                 | 2    |
| นิยามศัพท์ปฏิบัติการ   | 3    |
| บทที่ 2 การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง                           |      |
| ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ      | 4    |
| หลักการ ทฤษฎี และแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและความคิดเห็น   | 8    |
| แนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร                                | 10   |
| ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร                                       | 13   |
| รายการทางการเกษตร  | 20   |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง  | 21   |
| บทที่ 3 วิธีการวิจัย   |      |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง                                      | 23   |
| เครื่องมือและวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล                            | 24   |
| บทที่ 4 ผลการทดลองหรือผลการวิเคราะห์                         |      |
| ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาประชากรศาสตร์และภูมิหลัง |      |
| ทางด้านเศรษฐกิจและสังคม                                      | 26   |
| พฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์                                     | 28   |
| พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร                    | 31   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

|   | หน้า |
|---|------|
| ความคิดเห็นในการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร         | 33   |
| ความคิดเห็นในการตัดสินใจเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร | 35   |
| วิจารณ์ผลการวิจัย   | 38   |
| บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ                                   |      |
| สรุปผลการวิจัย  | 39   |
| ข้อเสนอแนะ  | 41   |
| เอกสารอ้างอิง   | 43   |
| ภาคผนวก   | 45   |



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

| ตารางที่  | หน้า |
|---|------|
| ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา<br>ประชากรศาสตร์ และภูมิหลังทางสังคม | 26   |
| ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของประชากรศาสตร์และภูมิหลังทาง<br>ด้านเศรษฐกิจและสังคม                       | 27   |
| ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละในการเลือกเปิดรับชมรายการทางโทรทัศน์   | 29   |
| ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละช่องทางชมรายการและสถานที่ในการชม   | 30   |
| ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์<br>ทางการเกษตร                                | 32   |
| ตารางที่ 6 จำนวนร้อยละปัจจัยในการตัดสินใจเลือกชมรายการโทรทัศน์<br>ทางการเกษตร                         | 33   |
| ตารางที่ 7 จำนวนร้อยละปัจจัยในการตัดสินใจเลือกชมรายการโทรทัศน์<br>ทางการเกษตร                         | 35   |
| ตารางที่ 8 จำนวนร้อยละความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์<br>ทางการเกษตร                              | 37   |



## บทที่ 1

### บทนำ (Introduction)

#### ความสำคัญของปัญหา (Statement of the Problem)

ในปัจจุบันสังคมยุคข่าวสาร กล่าวได้ว่าเป็นสังคมที่ทุกคนต้องการรับชมข่าวสารเพื่อใช้ในการดำรงชีวิตมากขึ้น ทั้งในด้านข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคม ข่าวบันเทิง หรือแม้ข่าวทางด้านทางการเมือง การเกษตรเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในทุกวินาที คนในสังคมทุกอาชีพไม่ว่าจะเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน รวมถึงเกษตรกร จำเป็นต้องติดตามข้อมูลข่าวสารการเคลื่อนไหวต่างๆ จากข่าวสารประเภทใหญ่ๆ ซึ่งแบ่งเป็น 4 ประเภทคือ สื่อมวลชน ประเภทสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ เมื่อมองจากคุณสมบัติในการเข้าถึงประชาชนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว กล่าวได้ว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกเพศทุกวัยและทำให้ผู้ชมได้รับความบันเทิงอย่างสะดวกสบาย อีกทั้งยังนำภาพเหตุการณ์ต่างๆ ที่ชัดเจนมาสู่ผู้ชมในบ้านเรือนได้ จุดเด่นที่สำคัญของโทรทัศน์ คือ ความรวดเร็วในการนำเสนอเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง โทรทัศน์มีความดึงดูดมากกว่าสื่ออื่นๆ เพราะประกอบด้วยภาพและเสียงจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นรวมทั้งรายละเอียดของเนื้อหาที่สามารถเสนอนำเสนอได้และทำให้เข้าใจง่ายมากขึ้น สื่อมวลชนประเภทวิทยุโทรทัศน์ในประเทศไทย ต่างให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวสารให้แก่ผู้ชมมากยิ่งขึ้น ทั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5 สถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยพีบีเอส สถานีวิทยุโทรทัศน์เอนบีที ทุกๆ สถานีก็ต่างให้ความสำคัญกับการผลิตรายการทางด้านการเกษตรเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับชม เพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

จากการศึกษาของสถาบันเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ได้สรุปไว้ว่า การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมการเกษตร เป็นเรื่องที่ควรนำมาพิจารณาอย่างยิ่งทั้งนี้ เนื่องจากการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการนี้จะได้เป็นการสนับสนุนการส่งเสริมการเกษตรที่รัฐบาลดำเนินอยู่ได้เป็นอย่างดี (สุกัญญา อันทนัย, 2533) ซึ่งในปัจจุบันรายการโทรทัศน์ที่นำมาเสนอด้านการเกษตรมีอยู่ทุกสถานี ทั้งนี้เพราะอาชีพเกษตรกรเป็นอาชีพที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย แต่จากรายการทั้งหมดที่ออกอากาศมีรายการเพียงประมาณร้อยละ 10 เท่านั้น และยังพบอีกว่ารายการเกษตรมักอยู่ได้ไม่นาน คือมีการเปลี่ยนเป็นรายการอื่น หรือรายการเกษตรบางรายการก็ถูกย้ายไปอยู่เวลาอื่นซึ่งเป็นเวลาที่ไม่เหมาะสมกับผู้ชมที่เป็นเกษตรกร (ณรงค์ สมพงษ์, 2543)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้นจากเหตุผลดังกล่าว การศึกษาวิจัยพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการด้านการเกษตรของประชาชนในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จึงเป็นสิ่งที่ควรศึกษาและผลของการศึกษานี้จะได้ข้อมูลและแนวทางบางอย่าง เพื่อเป็นข้อเสนอแนะแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการ จัดรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร ให้สามารถวางแผนและจัดทำรายการทางการเกษตรเพื่อสามารถนำไปพัฒนา และยกระดับคุณภาพและประสิทธิภาพของประชาชนยิ่งขึ้นไป

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา (Objective of the Study)

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของผู้ชมรายการโทรทัศน์ด้านการเกษตร ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ด้านการเกษตรของผู้ชมรายการ ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นในการชมรายการโทรทัศน์ด้านการเกษตรของผู้ชมรายการ ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (Significance of the Study)

1. เพื่อทราบถึงข้อมูลพื้นฐาน พฤติกรรม ความพึงพอใจและความต้องการในการชมรายการโทรทัศน์ด้านการเกษตร ของผู้ชมรายการในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. ข้อมูลที่ได้สามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับกรจัดทำรายการด้านการเกษตรเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมรายการที่แท้จริงและเป็นประโยชน์ในการพัฒนาความรู้ความสามารถของเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

### ขอบเขตการศึกษา (Scope and Limitation)

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมและความความคิดเห็นความพึงพอใจ ของผู้ชมรายการโทรทัศน์ ที่มีต่อรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่องต่างๆ ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง3 สถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง5 สถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช่อง7 สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง9 สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยพีบีเอส สถานีวิทยุโทรทัศน์เอ็นบีที โดยอาศัยอยู่ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เท่านั้น

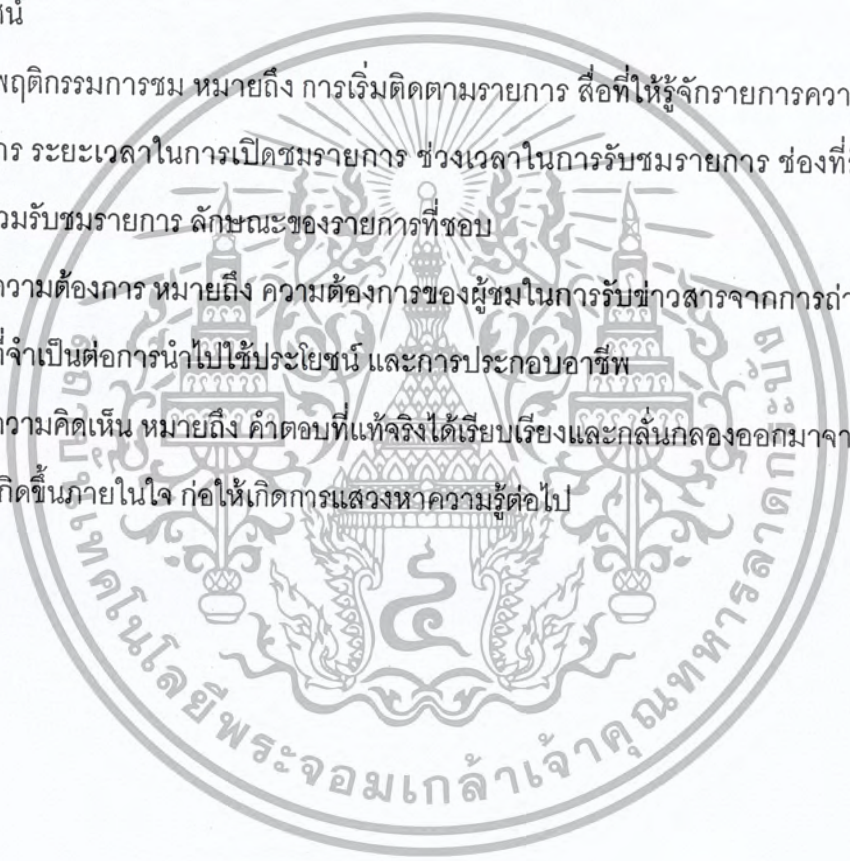
### นิยามศัพท์ปฏิบัติการ(Operational Definition of Terms)

รายการโทรทัศน์ด้านการเกษตร หมายถึง รายการที่ผลิตและเผยแพร่ความรู้และเทคโนโลยีเกี่ยวกับอาชีพทางการเกษตร หรือผลงานจากการค้นคว้า วิจัย ทดลอง แล้วนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์

พฤติกรรมชม หมายถึง การเริ่มติดตามรายการ สื่อที่ให้ผู้ชมรายการความถี่ในการเปิดชมรายการ ระยะเวลาในการเปิดชมรายการ ช่วงเวลาในการรับชมรายการ ช่องที่รับชมรายการ บุคคลที่ร่วมรับชมรายการ ลักษณะของรายการที่ชอบ

ความต้องการ หมายถึง ความต้องการของผู้ชมในการรับข่าวสารจากการถ่ายทอดทางสื่อโทรทัศน์ที่จำเป็นต่อการนำไปใช้ประโยชน์ และการประกอบอาชีพ

ความคิดเห็น หมายถึง คำตอบที่แท้จริงได้เรียบเรียงและกลั่นกรองออกมาจากความคิด ความรู้ที่เกิดขึ้นภายในใจ ก่อให้เกิดการแสวงหาความรู้ต่อไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Review of Related Literature)

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารที่เป็นทฤษฎี หลักการ แนวความคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ และอภิปรายผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
2. หลักการ ทฤษฎี และแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและความคิดเห็น
3. แนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
4. ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร
5. รายการทางการเกษตร
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

การศึกษาเรื่องความต้องการรับข่าวสาร ในทางการสื่อสารมีทฤษฎีสำคัญ คือ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ซึ่งจะเน้นและให้ความสำคัญกับผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาของข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตนเอง เป็นการศึกษารับสารเกี่ยวกับสถานะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิดความต้องการจำเป็นของบุคคล และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่นๆ และนำไปสู่การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆกัน อันก่อให้เกิดผล คือ การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และผลอื่นๆตามมา ซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไร สื่ออะไร และสารอะไร จึงจะตอบสนองความต้องการของตนได้ ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อและรับสารที่สามารถสนองความต้องการและความพึงพอใจของตน แนวคิดนี้เป็นแนวคิดหนึ่งทางการสื่อสารในแง่ที่ผู้รับสารคือตัวจักรที่จะตัดสินใจ โดยอาศัยความต้องการของตนเองเป็นหลัก Kat, Elihu and Others, the Uses of Mass Communication, in Current Perspective on Gratification Research (Beverly Hill : Sage, 1974)

เปลี่ยนความสนใจจากความตั้งใจของผู้สร้างสารเป็นความตั้งใจของผู้ใช้สื่อ อีลีสู คัทซ์ และพอล เอฟ ลาซาลเฟล (อ้างถึงใน วชิรยา อานามวัฒน์, 2537, น.8) เป็นคนแรกที่อธิบายถึงวิธีการนี้เขาได้ชี้ให้เห็นว่าการวิจัยเพื่อตอบคำถามว่าสื่อมวลชนทำอะไรกับประชาชน (What do the media to

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

people?) กำลังเสียความนิยม ควรจะหันไปศึกษาเพื่อตอบคำถามว่า ประชาชนทำอะไรกับสื่อมวลชนได้ (What do the people do to the media?) ทั้งนี้ เพื่อศึกษาถึงผลของสื่อมวลชนในแง่ของผู้ใช้สื่อมากกว่าข้อความของการสื่อสาร หรือศึกษาว่าทำไมคนเราจึงมีพฤติกรรมการสื่อสารมากกว่าที่จะศึกษาว่า ข้อความในการสื่อสารเป็นอย่างไร และจะก่อให้เกิดอะไรในตัวเรา

ในการศึกษาตามแนวคิดทฤษฎีนี้ มีข้อตกลงเบื้องต้นดังนี้

1. มนุษย์จงใจเสาะแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่านดูหรือฟังมนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ

2. การใช้การสื่อสารของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย

3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่นๆ อีกหลายอย่างที่อาจตอบสนองความต้องการความรู้ของมนุษย์ได้

4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเองจากความสนใจหรือแรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่างๆ

5. มนุษย์ทุกคนเป็นปัจเจกบุคคลที่มีความต้องการส่วนตัว

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ จึงเป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยการรับข่าวสารการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ดังนั้นอะไรคือความต้องการและแรงจูงใจที่จะเปิดรับข่าวสาร และข่าวสารถูกนำไปใช้ประโยชน์อะไร จึงเป็นคำถามที่ผู้วิเคราะห์ควรตระหนักถึง

จากการศึกษาของ แม็คคอมบ์ และเบ็คเคอร์ (Maxwell McComb and Lee B. Baker, 1979, p.134) ได้ชี้ให้เห็นว่าบุคคลใช้สื่อมวลชนตอบสนองความต้องการ 6 ประการ คือ

1. เพื่อต้องการรับรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหว และการสังเกตการณ์รอบตัว เพื่อจะได้รู้ว่าเกิดอะไรขึ้น เพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่ควรเรียนรู้

2. เพื่อต้องการคำแนะนำ (Guidance) ในการปฏิบัติตัวให้ถูกต้อง และช่วยในการตัดสินใจ เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมและการเมืองที่เป็นอยู่

3. เพื่อความตื่นเต้น (Excitement) เพื่อสร้างความรู้สึกรู้ว่าได้มีส่วนร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นด้วย

4. เพื่อเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงมากยิ่งขึ้นหรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำลงไปแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication)

6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์

อย่างไรก็ตาม ในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ นั้น ผู้รับสารจำเป็นต้องมีความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งจากสื่อก่อนจึงจะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้นได้ แคทซ์ (Katz) ได้แบ่งกลุ่มตามความต้องการตามลักษณะทาง Cognitive Need, Affective Need, Integrative Need และ Escape Need ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

1. Cognitive Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชน เพื่อจะได้รับข่าวสารความรู้ และความเข้าใจในตัวบุคคล เหตุการณ์หรือสิ่งต่างๆ

2. Affective Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับต่อสื่อมวลชน เพื่อจะได้รับ ความพึงพอใจ หรือได้รับประสบการณ์ทางอารมณ์ รวมทั้งในเรื่องของความสวยงามหรือศิลปะต่างๆ

3. Integrative Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชน เพื่อจะได้รับ ความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพอันเป็นที่ยอมรับ

4. Escape Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับต่อสื่อมวลชน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ

นอกจากนี้ในการส่งข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพนั้น จะต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารอีกหลายประการด้วยกันดังนี้(อ้างถึงใน บัทมาวดี หล่อวิจิตร, 2539)

1. ความต้องการของผู้รับสาร โดยทั่วไปแล้วในการรับข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้น จะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ประกอบด้วย

1.1. ต้องการรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง

1.2. ต้องการรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติ และค่านิยมของตนเอง

1.3. ต้องการประสบการณ์ใหม่

1.4. ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการรับสาร

2. ความแตกต่างของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายๆด้าน ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม

3. ความตั้งใจและประสบการณ์เดิม ในขณะที่มีความตั้งใจจะช่วยให้บุคคลรับข่าวสารได้ดีกว่า ดังคำกล่าวที่ว่า เราเห็นในสิ่งที่อยากเห็น และได้ยินในสิ่งที่ต้องการได้ยิน ดังนั้น ความตั้งใจและประสบการณ์เดิมของผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อการรับข่าวสารเช่นกัน

4. ความคาดหวังและความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ (Information Satisfaction) เพราะข่าวสารต่างๆที่ได้รับนั้น สารสามารถผู้รับนำไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจและปฏิบัติงานต่างๆให้สำเร็จลุล่วงไปได้ (Evana, 1962, pp.723-782) ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงคำนึงถึงข่าวสารต่างๆว่ามีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสารได้

นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อและความพึงพอใจที่น่าสนใจอีกชิ้นหนึ่ง คือ งานของเวนเนอร์ (Lawrence A. Wenner, 1985, pp.171-193) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratification) โดยเฉพาะการรวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมาย แล้วสร้างออกมาเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคสื่อข่าวสาร (Media News Gratification Map) เวนเนอร์ แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. Orientational Gratification การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมาได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือ การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility)

2. Social Gratification เป็นการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้จากข่าวสาร เข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น ใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ

3. Para-Social Gratification หมายถึงกระบวนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือผู้อ่านข่าว หรือการนิยมชมชื่นผู้จัดรายการวิทยุ เป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

4. Para-Social Gratification หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไป เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงหนีจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

หลักจากที่เราได้ทราบแง่มุมต่างๆของทฤษฎีที่นักสื่อสารหลายคนได้ให้ข้อเสนอและข้อคิดเห็นไว้มากมายแล้ว นั้นเป็นจุดที่แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากแรงจูงใจหรือความต้องการของแต่ละบุคคล การแสวงหาความพึงพอใจจึงมีตัวแปรต่างๆมากมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. หลักการ ทฤษฎี และแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและความคิดเห็น

ได้มีผู้ให้ความหมายเกี่ยวกับความคิดเห็นไว้หลายท่าน ดังนี้ ราชบัณฑิตยสถาน (2524) ได้ให้ความหมายไว้ว่า

1. ขอพิจารณาเห็นว่าเป็นจริงจากการใช้ปัญญาความคิดประกอบถึงแม้จะไม่ได้อาศัยหลักฐานพิสูจน์ยืนยันได้เสมอไปก็ตาม

2. ทศนะหรือประมาณการที่เกี่ยวกับปัญหาหรือประเด็นหนึ่ง เช่น ทศนะเกี่ยวกับความเหมาะสมของนโยบายวางแผนครอบครัว

3. คำแถลงของผู้ที่ยอมรับนับถือกันว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญในหัวข้อปัญหาที่มีผู้มาขอปรึกษา Gould and Kule (1964) ได้ให้คำจำกัดความของความคิดเห็นใน Dictionary of the Social Sciences ไว้ 3 ลักษณะ คือ

1. ความคิดเห็น คือ การพิจารณาตัดสิน ความเชื่อหรือความเชื่อจากบุคคลอื่นในบาง ประเด็น ความเห็นอาจแสดงออกทางค่านิยม หรือชนิดของเหตุผล หรือหลักฐานที่มีอยู่ซึ่งความสำคัญของความเห็นอาจจะมากน้อยต่างกันแล้วแต่บุคคล

2. ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกอย่างแคบและตรงจุด สามารถให้ทราบถึงความในใจ ของบุคคลมากกว่าทัศนคติ ดังนั้นเมื่อความเห็นมีความสัมพันธ์กับลักษณะการเปลี่ยนแปลงภายนอกและมีความจำกัด มีรากฐานมาจากระบบทัศนคติของแต่ละบุคคล

3. ถ้าความคิดเห็นเป็นสิ่งที่มิชีวิต มันสามารถวัดได้ และได้มีการพัฒนาเครื่องมือในการวัดขึ้นมา โดยปกติจะมีการเก็บรวบรวมความคิดเห็นของคนจำนวนมากตัวอย่างเช่น ประชามติเป็น การสุ่มตัวอย่างปัญหาที่ซับซ้อนและการวัดความคิดเห็น ทัศนคติ เทคนิคการวางแผนและการสร้างแบบสอบถามนำมาใช้ การเน้นการแสดงออกในการวิจัยความคิดเห็น มาอะ ชิตตะสังคะ (2520) นิศา สุวรรณประเทศ (2523) และสุรางค์ จันทร์เอม (2520) ได้ให้คำจำกัดความของความคิดเห็นในลักษณะคล้ายกันว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางด้านทัศนคติ ความรู้สึกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดด้วยการพูดหรือการเขียนโดยอาศัยพื้นฐานความรู้ ข้อเท็จจริง ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อม ความคิดเห็นอาจได้รับการยอมรับหรือการปฏิเสธจากคนอื่น ๆ ได้ความคิดเห็นและทัศนคติมีลักษณะความหมายคล้ายกันมาก ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ แต่ความคิดเห็นจะไม่ลึกซึ้ง เหมือนทัศนคติ

โสภา ชูพิชัยกุล (2521) กล่าวไว้ว่า ความคิดเห็น หมายถึง บางสิ่งบางอย่างซึ่งเป็นความหวังหรือ การคาดคะเนไม่ได้เป็นเพียงความชอบเท่านั้น การประเมินความคิดเห็นมีแนวโน้มจะเกี่ยวข้องกับกลุ่มย่อยหรือกลุ่มเล็กเป็นการคาดคะเนการกระทำ และเกี่ยวข้องกับเรื่องของส่วนใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เสนาะ ตีเยาร์ (2527) ให้ความหมายของความคิดเห็นว่าเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการได้รับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสิ่งนั้น ไม่ว่าข้อมูลนั้นจะมีหลักฐาน ช่างอิงหรือไม่อาจเห็นด้วยตา ทศนคติคือการที่บุคคลมีความรู้สึกทั่ว ๆ ไป ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ส่วนความคิดเห็น คือ การอธิบายเหตุผลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยเฉพาะ

โยธิน คັນสนยุทธ และจุมพล พูลภัทรชีวิน (2529) ให้ความหมายของความคิดเห็นว่าเป็นการแสดงออกทางถ้อยคำ (Verbal expression) เกี่ยวกับทัศนคติค่านิยมและความเชื่อ ความคิดเห็นดังกล่าว อาจจะประกอบด้วยองค์ประกอบทางอารมณ์ หรือทางพฤติกรรมด้วยก็ได้

Nunnally (1950) ได้กล่าวว่าทั้งความคิดเห็นและทัศนคติเป็นเรื่องของการแสดงออกของกลุ่มบุคคลต่อประชาชาติ ขนบธรรมเนียมประเพณี โดยความคิดเห็นมักจะใช้ในเรื่องเกี่ยวกับการลงความเห็นและความรู้ในขณะที่ทัศนคติใช้กันมากในเรื่องเกี่ยวกับความรู้สึกความชอบพอและเขาได้สรุปว่าโดยทั่วไปแล้วมักจะใช้คำว่าความคิดเห็นมากกว่าทัศนคติ

Kolesnik (1970) ได้กล่าวว่าความคิดเห็นคือการแปลความหมาย (Interpretation) หรือการลงความเห็นที่เกิดจากข้อเท็จจริงซึ่งแต่ละคนคิดว่าถูกต้องแต่คนอื่น ๆ อาจจะไม่เห็นด้วยก็ได้

Best (1977) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกในด้านความเชื่อที่นำไปสู่การคาดคะเนหรือการแปลผลเกี่ยวกับพฤติกรรม หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่าความคิดเห็นมีความหมายใกล้เคียงกันกับทัศนคติมาก ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ เป็นการแสดงออกทางด้านความรู้สึกเป็นคำพูด การเขียนที่มีลักษณะเป็น การลงมติหรือการตีความ โดยอาศัยความรู้ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อม ซึ่งอาจเป็นลักษณะเห็น ด้วยหรือไม่เห็นด้วยความคิดเห็นอาจจะไม่ได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น ๆ ก็ได้

**การวัดความคิดเห็น**

ความคิดเห็นและทัศนคติมีความหมายและลักษณะต่าง ๆ ใกล้เคียงกันมากดังนั้นการวัด ความคิดเห็น จึงสามารถใช้วิธีการวัดทางทัศนคติได้ด้วย แต่เนื่องจากทัศนคติเป็นพฤติกรรมภายใน และไม่สามารถทราบได้เลยว่าบุคคลมีทัศนคติอย่างไร ดังนั้น จึงต้องใช้วิธีการอนุมานจากพฤติกรรมภายนอกที่บุคคลแสดงออก ซึ่งมีวิธีวัดได้หลายอย่างดังนี้ (นีออน กลิ่นรัตน์, 2525)

#### 1. การรายงานตนเอง (Self-report Measures)

เป็นการวัดทัศนคติโดยวิธีการให้ผู้ถูกวัดรายงานตนเอง ถึงความรู้สึกเท่าที่ต่อสิ่งนั้น ๆ อาจเป็นไปในรูปทางบอก หรือทางลบไม่ได้แยกองค์ประกอบทั้ง 3 ด้าน คือด้านความคิด ความรู้สึกหรือด้านพฤติกรรม แต่จะวัดเพียง ดี-ไม่ดี เห็นด้วย - ไม่เห็นด้วยโดยมมาตรวัดได้หลายชนิด เช่น มาตรวัด

ของไลเคิร์ต (Likert-type Scales) ได้สร้างมาตรวัดทัศนคติโดยพัฒนามาจากของ Thurstone มีข้อความ ทั้งทางบวกและทางลบปะปนกัน ส่งไปให้ผู้ตอบตัดสินข้อความ ว่าข้อความตรงกับระดับความคิดเห็น ของผู้ตอบที่สุด ซึ่งมี 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่มีความเห็น ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง แต่จากการใช้มาตรวัดแบบนี้มักจะพบว่าผู้ตอบที่ช่องเฉย ๆ (ไม่มีความเห็น) เป็นส่วนมากจึงมี การใช้คำว่าเห็นด้วยเพียงเล็กน้อย แทนคำว่า เฉย ๆ เพื่อให้สามารถวัดความเห็นของผู้ตอบได้

## 2. การสังเกตพฤติกรรม (Observation of Overt Behavior)

การสังเกตพฤติกรรมภายนอกของบุคคล ก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ทำให้ ทราบถึงทัศนคติ ของบุคคลได้ซึ่งอาจ ใช้วิธีการสัมภาษณ์ประกอบด้วย เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์อธิบายเพิ่มเติมนอกจากนั้น อาจจะใช้วิธีการต่าง ๆ ต่อไปนี้เพื่อวัดทัศนคติ ได้แก่

2.1 การใช้วิธีการกึ่งการสะท้อนภาพ (Semiprojective technique) เช่น การให้ผู้ ถูกศึกษา บรรยายภาพที่ไม่ชัดเจน หรือให้เติมคำ หรือข้อความ หรือให้พูดคำใดคำหนึ่ง ที่นึกขึ้นได้ทันที หลังจาก ที่เสนอคำที่ต้องการวัด

2.2 ผลการทำแบบทดสอบแบบปรนัย (Performance on objective test) คือการ เลือก คำตอบจากแบบสอบถามแบบปรนัยในตัวเลือกที่ไม่ถูกต้อง และแสดงถึงความลำเอียงในเรื่องนั้น โดยจะต้องมีคำตอบที่ถูกต้องไว้ด้วย

2.3 การวัดจากปฏิกิริยาของร่างกาย (Physiological reactions) เนื่องจากว่าขณะ ร่างกาย เกิดอารมณ์จะมีปฏิกิริยาของร่างกายที่สามารถวัดได้ เช่น การใช้เครื่องวัดการตอบสนอง

## 3. แนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

ได้มีผู้ให้ความหมายของการสื่อสารแตกต่างกันออกไป ดังนี้

### 3.1. ความหมายการสื่อสาร

บุญเลิศ ศุกดิลก (2523) ได้กล่าวว่า “การสื่อสาร (Communication) มาจากภาษาละตินว่า “communis” ซึ่งหมายถึง ร่วมกัน (คล้ายคลึงกัน) ถ้าแปลกันตามรากศัพท์เดิม หมายถึง สิ่งที่มีงสร้างให้เกิดความร่วมมือกัน ระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องหรือกล่าวโดยทั่วไปก็คือ การสื่อสารเป็นกระบวนการในการส่งเสริมหรือแลกเปลี่ยนข่าวสาร หรือความคิดระหว่างบุคคลต่อบุคคล

Schannon and Weaver (1948) กล่าวว่า การสื่อสารมีความหมายกว้างขวางครอบคลุมถึงวิธีการต่างๆ เป็นการแสดงออกเพื่อเป็นสื่อความรู้สึกนึกคิดของบุคคลหนึ่ง ไปกระทบต่อบุคคลหนึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### 3.3. การติดต่อสื่อสารกับการส่งเสริมการเกษตร

บุญสม เอกวราศิริ (2529) กล่าวถึงการติดต่อสื่อสารกับการส่งเสริมการเกษตรว่า การส่งเสริมการเกษตรเป็นกระบวนการเรียนการสอน และบริการที่จะให้เกษตรกร และบุคคลเป้าหมาย มีการเปลี่ยนแปลงเป้าหมาย มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เพื่อพัฒนาการเกษตร และความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมในฐานะผู้ทำงานใกล้ชิดกับเกษตรกรทำหน้าที่เสนอแนะความรู้ วิชาการ และแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับเกษตรกร ซึ่งจะต้องมีความรู้ด้านวิชาการ ความเข้าใจถึงเทคนิค และวิธีการต่าง ๆ ที่จะถ่ายทอดความรู้ ความคิด และข่าวสารต่าง ๆ ไปสู่เกษตรกรไม่ว่าจะเป็นรายบุคคล หรือกลุ่มบุคคลก็ตาม โดยรับความคิดปัญหาอุปสรรคของเกษตรกร เพื่อหาทางแก้ปัญหานั้นให้บรรลุจุดหมายที่ต้องการ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจึงต้องทราบหลักการ กระบวนการ องค์ประกอบ ปัญหาอุปสรรคของการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้เลือกใช้รูปแบบของการสื่อสารที่ใช้ในการถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจ ประสบการณ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ส่งเสริมกับเกษตรกรเป็นไปอย่างถูกต้องสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ ในบางครั้งอาจเกิดความล้มเหลว (communication breakdown) เกิดขึ้น เมื่อมีการถ่ายทอดแนวความคิด และข่าวสารออกไปแล้ว ปรากฏว่าผู้รับข่าวสารมีความคิด ความเข้าใจที่ไม่ตรงกับผู้ส่งสารต้องการ จึงเป็นปัญหาที่จะทำอย่างไรให้เกษตรกรเกิดความเข้าใจไปในทางเดียวกันกับเจ้าหน้าที่

การประยุกต์ทฤษฎี และหลักการติดต่อสื่อสารมาใช้ในการส่งเสริมการเกษตรนั้น มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2526) ให้คำแนะนำว่า ให้ยึดกลุ่มเป้าหมายที่ตัวเกษตรกร ซึ่งจะแตกต่างจากบุคคลเป้าหมายด้านอื่น ๆ เมื่อยึดตัวเกษตรกรเป็นหลักในการติดต่อสื่อสาร ก็สามารถจะแบ่งออกได้ 3 ลักษณะ คือ

3.3.1. การติดต่อสื่อสารกับเกษตรกรเป็นรายบุคคล เป็นการติดต่อสื่อสารโดยตรงระหว่างเจ้าหน้าที่ส่งเสริมเกษตรกับเกษตรกรแต่ละคน ด้วยกระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นส่วนใหญ่ ทำให้เกษตรกรเกิดความอบอุ่นใจทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมเกษตร การติดต่อสื่อสารแบบนี้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเกษตรจะสามารถทราบได้ทันทีว่า เกษตรกรเข้าใจข่าวสารที่ได้รับหรือไม่ถ้าไม่เข้าใจก็จะมี การส่งข่าวสารใหม่ มีการโต้ตอบกับข้อซักถามจากเกษตรกร

3.3.2. การติดต่อสื่อสารกับเกษตรกรเป็นกลุ่ม โดยหมายถึงกลุ่มย่อย ๆ ที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะมีโอกาสทักทายพูดคุยกับเกษตรกรได้ทั่วถึงคงไม่เกิน 50 คน โดยปกติกลุ่มย่อยประมาณ 20 คน ผลดีของการติดต่อสื่อสารแบบนี้ จะทุ่นเวลาในการติดต่อสื่อสาร และให้ข่าวสารแต่ละครั้งมีผู้รับจำนวนมากสามารถจะถ่ายทอดต่อไปได้อย่างรวดเร็วซึ่งมีลักษณะของการบรรยายการแสดง การสาธิตวิธีและสาธิตผล จะช่วยให้เกษตรกรในกลุ่มได้เห็นขั้นตอนการปฏิบัติอย่างละเอียด และเห็นผลที่จะเกิดขึ้นต่อ

การนำไปปฏิบัติ หรืออาจจะใช้วิธีการพาไปทัศนศึกษาดูงานนอกสถานที่ จะทำให้กลุ่มเกษตรกรได้เห็นทางปฏิบัติที่ประสบความสำเร็จ

3.3.3. การติดต่อสื่อสารกับมวลชนเกษตร เป็นลักษณะการติดต่อสื่อสารของคนกลุ่มใหญ่ที่ไม่สามารถจะนับได้ และนำมารวมกันทีเดียวในเวลาเดียวกัน เพื่อรับความรู้จากเจ้าหน้าที่ที่เสริมได้ จึงจำเป็นต้องอาศัยสื่อในลักษณะต่าง ๆ เพื่อช่วยให้การติดต่อสื่อสารแบบมวลชนประสบความสำเร็จ สื่อที่จะนำมาช่วยมีหลาย ๆ แบบ เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ และเอกสารสิ่งพิมพ์ การติดต่อสื่อสารแบบนี้มีข้อดี คือสามารถส่งสารไปถึงกลุ่มเกษตรกรได้แทบทุกพื้นที่ของประเทศเป็นจำนวนมาก ๆ ในเวลาอันรวดเร็ว โดยที่ทุกคนได้รับข่าวสารในเวลาเดียวกัน เป็นการติดต่อสื่อสารแบบเอกวิถี (one-way communication) ส่วนข้อเสียของการติดต่อสื่อสารแบบนี้ ผู้รับข่าวสารไม่สามารถตอบสนองได้ในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้เจ้าหน้าที่ไม่มีโอกาสทราบว่าข่าวสารที่ได้ส่งออกไปนั้นเกษตรกรเข้าใจหรือไม่ ตลอดจนฐานะทางเศรษฐกิจที่ยากจนของเกษตรกร ทำให้ไม่สามารถจัดหาสื่อบางอย่างได้ และการศึกษาที่น้อย อาจจะไม่เข้าใจเนื้อหาบางอย่างที่ถูกส่งผ่านสื่อเหล่านั้นได้

#### 4. ทฤษฎีการเลือกเปิดรับข่าวสาร

ในการสื่อสารนั้น สื่อมวลชนในฐานะของผู้ส่งสารจะสามารถดำเนินบทบาทสำเร็จลุล่วงไปได้เพียงใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของประชาชน โดยมีปัจจัยพื้นฐานที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลเลือกเปิดรับสื่อ 4 ประการด้วยกัน จากการสรุปของเมอร์ริลล์ และโลเวนสไตน์ (John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein, 1971) ได้กล่าวไว้ดังนี้

4.1. ความเหงา เมื่อบุคคลจะต้องอยู่ตามลำพังไม่สามารถที่จะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลอื่นในสังคมได้ สิ่งที่ดีที่สุด คือ การได้อยู่กับสื่อ สื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ดี เพราะไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือทางสังคมแก่ผู้รับ

4.2. ความอยากรู้อยากเห็น มนุษย์ทุกคนอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างจากตัวเองมากที่สุดเป็นลำดับ ซึ่งสื่อมวลชนสามารถที่จะตอบสนองในสิ่งเหล่านี้ได้

4.3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์ทุกคนจะเสาะแสวงหา และใช้ข่าวสารให้เป็นประโยชน์แก่ตัวเอง ทั้งในแง่ของการเสริมสร้างบารมี การช่วยให้ตนเองเกิดความสะดวกสบาย หรือสนุกสนานบันเทิง ซึ่งสื่อมวลชนสามารถให้ในสิ่งเหล่านี้ ได้ให้หลักทั่วไปอันเป็นเหตุผลของการเลือกกว่า คนย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้รับประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (Promise of reward)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนทั่วไป ผู้รับข่าวสารแต่ละคนจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะอย่าง จากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจจากปัจจัยพื้นฐานต่าง ๆ เหล่านี้ องค์ประกอบทางด้านสังคม นับเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีอิทธิพลทางอ้อม ทั้งสามารถสร้างประสบการณ์ กล่อมเกลา และปลูกฝังทัศนคติ ความคิด รวมทั้งพฤติกรรมต่างๆ ไปของผู้รับข่าวสารโดยตรง องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ (ซวรัตน์ เชิดชัย, 2527)

4.5. สภาพแวดล้อม จะเป็นตัวสำคัญตัวหนึ่งในการกำหนดทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลที่มี ต่อข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาพแวดล้อมทางครอบครัว ซึ่งเป็นสถาบันทางสังคม ที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกในการสร้างทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ นอกจากนี้สถาบันการศึกษายังเป็น แหล่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสติปัญญา ความคิด ความเชื่อ อันเป็น พื้นฐานของความเปลี่ยนแปลงทางความรู้สึก และพฤติกรรมที่แสดงออกไป โดยทั่วไป สภาพแวดล้อมจึง เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นตัวกำหนดสิ่งเร้าหรือตัวข่าวสารที่บุคคลควรจะได้รับ หรือสนองตอบต่าง ๆ รวมทั้งการคาดคะเนผลที่จะเกิดขึ้นจากพฤติกรรมที่แสดงออกในสถาบันเหล่านั้น ด้วย

4.6. บทบาทของผู้รับข่าวสาร บทบาทเป็นโครงสร้างเกี่ยวกับพฤติกรรมต่าง ๆ ที่สังคม กำหนด ขึ้น บทบาทแต่ละบทบาทจะมีรูปแบบของพฤติกรรมเป็นส่วนควบอยู่ด้วยเสมอ สำหรับในระบบการ สื่อสารแล้ว บทบาทจะเป็นแหล่งปัจจัยซึ่งแหล่งข่าวสารกับผู้รับข่าวสารสามารถที่คาดคะเนพฤติกรรม ของกันและกันในสถานการณ์หนึ่ง ซึ่งเป็นปัจจัยทางสังคมที่ทำให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผลได้ตามต้องการ กล่าวคือ หากผู้รับข่าวสารมีความสัมพันธ์ทางสถานภาพ และบทบาทอย่างไรกับผู้ส่งข่าวสาร ความ คลายคลึงกันหรือความแตกต่างกันในบทบาทรวมทั้งพฤติกรรมต่าง ๆ ย่อมจะมีอิทธิพลต่อความคิด ความรู้สึก ค่านิยม และเป้าหมายของกัน และกัน

4.7. กลุ่มอ้างอิง เนื่องจากบุคคลแต่ละคนในสังคมมีบทบาทอย่างหนึ่งอย่างใด หรือหลายอย่างใน เวลาเดียวกัน ในสังคมที่ซับซ้อนมาก ๆ ในกลุ่มของตน กลุ่มเหล่านี้จึงเปรียบเสมือนเป็นแหล่งอ้างอิงของ บุคคลที่สังกัดกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ ปทัสถาน บทบาท และพฤติกรรมของกลุ่มที่บุคคลสังกัดอยู่จะเป็นสิ่งชี้ พฤติกรรม และความเชื่อของบุคคลที่เป็นสมาชิก ฉะนั้น เราจึงอาจคาดคะเนพฤติกรรมของผู้รับข่าวสาร ได้จากบทบาท และพฤติกรรมของกลุ่มที่ผู้รับข่าวสารสังกัดอยู่

4.8. วัฒนธรรม และประเพณี การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกิดในสภาพวัฒนธรรม และ ประเพณีของสังคม วัฒนธรรมอย่างหนึ่ง คือ สภาพที่บุคคลมีความเชื่อ มีค่านิยม มีการรักษาวัตถุสิ่งของ รวมทั้งมีการแสดงออกร่วมกัน วัฒนธรรมอาจจะแสดงออกมาทาง การกีฬา การร้องรำทำเพลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงสร้างการดำเนินชีวิตของครอบครัว การปกครอง การศึกษา ฯลฯ ระบบสังคม และวัฒนธรรมที่ผู้รับข่าวสารสังกัดอยู่ย่อมมีส่วนในการหล่อหลอมพฤติกรรม และมีผลกระทบต่อการรับข่าวสารของผู้รับ

4.9. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ลักษณะพื้นฐานที่สำคัญอย่างหนึ่ง คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่สำคัญ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ เป็นต้น ย่อมมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารเป็นอันมาก

4.10. การศึกษา และสถานภาพทางสังคม ทั้งสองสิ่งนี้ ล้วนมีส่วนช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดความสนใจในการแสวงหาข่าวสารของผู้รับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาจะมีส่วนช่วยให้เกิดทักษะในการอ่าน และความกระหายในการเพิ่มพูนข่าวสาร โดยการแสวงหาความรู้ให้กว้างขวางขึ้น

นอกจากนี้ แคทซ์ และคณะ ยังได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์ทางสังคมกับความต้องการในการเปิดรับสื่อไว้ 5 ประเด็น ดังนี้

1. สถานการณ์ทางสังคมมีความขัดแย้งหรือวุ่นวายสับสน ทำให้บุคคลได้รับความตึงเครียด และแรงกดดัน บุคคลจึงต้องการการผ่อนคลายแรงกดดันโดยการใช้สื่อ
2. สถานการณ์ทางสังคมทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกตระหนักรู้ถึงปัญหาที่ควรระมัดระวังบุคคลจึงต้องการข่าวสาร และข่าวสารเหล่านั้นก็ได้มาด้วยการเปิดรับสื่อ
3. สถานการณ์ทางสังคมทำให้โอกาสในชีวิตจริงของบุคคลที่สนองความต้องการต่าง ๆ ลดน้อยลง บุคคลจึงต้องหันไปใช้สื่อเพื่อชดเชยหรือทดแทนความต้องการเหล่านั้น
4. สถานการณ์ทางสังคมทำให้เกิดค่านิยมบางประการ ซึ่งการใช้สื่อเป็นการแสดงถึงการยืนยันหรือเป็นการเสริมย้ำค่านิยมดังกล่าว
5. สถานการณ์ทางสังคมทำให้เกิดความคาดหวังเกี่ยวกับบทบาทของสื่อในการรักษาค่านิยมของการรวมกลุ่มทางสังคมไว้

นอกจากปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารดังกล่าวแล้ว ยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสารอีกมากมาย ดังที่ วิลเบอร์ แชมมม ได้กล่าวไว้ว่า

1. ประสบการณ์ เนื่องจากผู้รับสารย่อมมีประสบการณ์เกี่ยวกับข่าวสาร วัตถุประสงค์ของ ฯลฯ แตกต่างกันไป ประสบการณ์จึงเป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวที่เคยเห็นแตกต่างกัน
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร เนื่องจากผู้รับข่าวสารจะแสวงหาข่าวสารที่ต้องการเพื่อสนองจุดประสงค์เพื่ออย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารจึงจะช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่า ข่าวสารอย่างหนึ่งมีประโยชน์แตกต่างจากข่าวสารอีกอัน จึงก่อให้เกิดพัฒนาการ และปรับปรุงอุปนิสัย และรูปแบบการแสวงหาข่าวสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ภูมิหลังแตกต่างกัน เนื่องจากเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่มักจะสนใจสิ่งที่ตนไม่เคยพบมาก่อน รวมทั้งสนใจในความแตกต่างหรือการเปลี่ยนแปลงจากสภาพที่เป็นอยู่ขณะนั้นไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางวัตถุ สิ่งของหรือเรื่องราวต่าง ๆ

4. การศึกษาและสภาพทางสังคม นับเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ขึ้นในตัวบุคคล และเป็นตัวชี้พฤติกรรมการสื่อสารของผู้นั้น ทั้งพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อและเลือกเนื้อหาของข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การศึกษาจะมีส่วนช่วยให้บุคคลมีความสามารถในการอ่านและกระหายที่จะเพิ่มพูนด้วยการแสวงหาความรู้ให้กว้างขวางขึ้น

5. ความสามารถในการรับสาร ทั้งสภาพร่างกายและจิตใจของคนจะมีส่วนสัมพันธ์กับความความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคล โดยสภาพร่างกายในที่นี้ หมายถึง สภาพร่างกายที่สมบูรณ์ ผู้รับข่าวสารที่มีอวัยวะของร่างกายครบถ้วน ประสาทสัมผัสทุกอย่างทำงานได้อย่างปกติย่อมอยู่ในสภาพที่จะรับข่าวสารได้ดีกว่าผู้ที่บกพร่องทางร่างกายและประสาทสัมผัส นอกจากนี้สภาพร่างกายยังมีส่วนสัมพันธ์กับสติปัญญาของคนอีกด้วย การเปลี่ยนแปลงทางอายุที่สูงขึ้นระยะเวลาที่ได้รับการศึกษารวมทั้งการเจริญเติบโตทางความคิด ย่อมมีความสัมพันธ์ทั้งทางบวกและทางลบต่อการโน้มหน้าใจ

6. บุคลิกภาพ บุคลิกภาพของผู้รับข่าวสารแต่ละคนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มหน้าใจ และพฤติกรรมของผู้รับสารอีกต่อหนึ่ง ทำนองเดียวกับองค์ประกอบประกอบในเรื่องความสามารถของบุคคล มีหลักฐานทางการวิจัยที่แสดงว่า ความนับถือตนเอง (Self Esteem) และความวิตกกังวล (Anxiety) ของบุคคลล้วนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับอิทธิพลทางสังคม กล่าวคือ ผู้ที่มีความวิตกกังวลหรือตื่นเต้นมักได้รับอิทธิพลจากสังคมได้ง่าย และมีความโน้มเอียงที่จะไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับค้นหาเพื่อที่ว่าจะได้หลีกเลี่ยงอิทธิพลจากสังคมนั่นเอง

7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารแต่ละคนเป็นตัวแปรสำคัญที่จะทำให้ผู้รับเข้าใจความหมายของสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายในข่าวสารของผู้รับถ้าผู้รับข่าวสารมีอารมณ์ปกติ มีความพร้อม มุ่งมั่น และมีสมาธิต่อข่าวนั้น สัมฤทธิ์ผลของการสื่อสารจะมีมากกว่าผู้รับที่ไม่มีอารมณ์กับข่าวสารนั้น นอกจากนี้ เราจะสังเกตได้อีกว่า อารมณ์ของผู้รับสารนั้นสามารถพิจารณาได้ทั้งความรู้สึกหรือท่าทีที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Predisposition) เกี่ยวกับสารนั้นด้วย

8. ทัศนคติ ถือเป็นตัวแปรที่มีอยู่ระหว่างการรับและการตอบสนองต่อข่าวสาร หรือสิ่งเร้าต่าง ๆ ด้วยการแสดงออกทางพฤติกรรมของผู้รับที่มีต่อข่าวสารแต่ละประเภทที่พบกล่าวอีกนัยคือ เป็นคุณสมบัติหรือท่าทีที่ผู้รับสารแต่ละคนมีอยู่ก่อนที่จะรับข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยปกติทัศนคติของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้รับข่าวสารเป็นสิ่งเปลี่ยนแปลงได้ เมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงไป การรับข่าวสารหรือการโน้มน้าวใจของผู้รับข่าวสารจะแตกต่างกันไป ในทำนองเดียวกันกับการตอบสนองของผู้รับจะเปลี่ยนไปตามสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

Dominick (1990) กล่าวว่า ผู้รับสารมีสิทธิ์ที่จะเลือกรับสื่อมวลชนตามที่ตนต้องการ เหตุผลในการเลือกเปิดรับสื่อมวลชนของผู้รับสารแต่ละคน สามารถจำแนกได้ดังนี้

1. เพื่อความรู้ (Cognition) หมายถึง การที่ประชาชนผู้รับสารต้องการข่าวสารเพื่อตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความรู้ และความต้องการได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้น จึงจำเป็นต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคมโดยการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลัก คือ ข่าว ความรู้ บันทึก

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป เช่น

2.1. การกระตุ้นอารมณ์ (Stimulation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจความสนุกสนาน ความตื่นเต้น ทั้งนี้เพื่อลดความเบื่อหน่ายในชีวิต

2.2. การพักผ่อน (Relaxation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความเครียดที่มากเกินไปหรือลดความเร่งรีบในชีวิตประจำวัน

3. เพื่อประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นการเปิดรับสื่อ อาจแสดงถึงการสมาคมในสังคม และความผูกพันต่อผู้อื่น ซึ่งอาจแสดงออกได้ดังนี้

3.1. การใช้ภาษาร่วมสมัย (Conversation Currency) ผู้รับสารอาจเปิดรับสื่อเพื่อต้องการความทันสมัย โดยการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูดและความเข้าใจต่อคำนิยามใหม่ ๆ เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน โดยสื่อมวลชนจะเป็นสะพานเชื่อมของคนในกลุ่มเหล่านั้น

3.2. สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Para Social Relationship) ในสังคมที่ก้าวหน้ามากขึ้นปัจเจกชนก็ยังมีความรู้สึกโดดเดี่ยว ทั้งนี้เนื่องจากเวลาที่มีอยู่อย่างจำกัด ถูกนำไปใช้เพื่อการแข่งขันและประกอบอาชีพ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการสังคม แต่การสมาคมกับมนุษย์ด้วยกันนั้น ถูกจำกัดด้วยสังคมที่ก้าวหน้าแบบอุตสาหกรรม มนุษย์จึงมักมีสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแทน

3.3. การผละสังคัม (Withdrawal) มีลักษณะที่ตรงข้ามกันเพื่อประโยชน์ทางสังคม กล่าวคือในการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำ ตัวอย่างของการผละสังคัม เช่น การเร่งรีบทำงานให้เสร็จสิ้นเพื่อไปชมรายการโทรทัศน์ บางครั้งถ้าความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสาร

ต้องลงทุนลงแรงมากกว่าการรับข่าวสาร บุคคลอาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้น ๆ โดยที่ไม่เต็มใจ เช่น การยอมดูโฆษณาซ้ำ ๆ ในโทรทัศน์ เนื่องจากไม่ต้องการเปลี่ยนช่อง หรือเมื่อเปลี่ยนช่องใดก็เจอแต่โฆษณาก็จำใจดูทั้ง ๆ ที่ไม่ชอบเมื่อพิจารณาทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับสารจากสื่อมวลชน จะเห็นว่าการพอใจของผู้ชมอยู่ที่กระบวนการรับสื่อที่เป็นไปตามความสนใจที่ต่างกันตามประสบการณ์ ความต้องการ ทักษะ และความรู้สึกนึกคิดของผู้ชมที่ต่างกัน เช่น ผู้ใหญ่เลือกชมรายการที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ส่วนเด็กก็ต้องแสวงหาความเพลิดเพลินกับเรื่องราวชีวิตเกี่ยวกับสัตว์ การที่บุคคลมีความเชื่อ ค่านิยม ประสบการณ์ ความต้องการที่แตกต่างกันออกไป จะทำให้บุคคลเกิดกระบวนการเลือกสรร เลือกรับรู้ข่าวสารต่างกัน

กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรองสารในการรับรู้ ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น (พีระ จิรโสภณ, 2535) คือ

1. เลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ที่สอดคล้องตามความรู้สึกนึกคิดของตนมากกว่าเรื่องที่ขัดแย้งกับความรู้สึก เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุล หรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า Cognitive Dissonance แต่จะเลือกเปิดรับเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหา หรือตอบสนองความต้องการของตน

2. เลือกเปิดสิ่งที่ต้องการรับรู้ หรือตีความ (Selective Perception or Selective Attention) เมื่อบุคคลเลือกรับข่าวสารที่สนใจแล้ว ก็จะได้ความของข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันทั้งขึ้นอยู่กับทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น

3. เลือกจดจำ (Selection Retention) ผู้ชมจะเลือกรับรู้เฉพาะสิ่งที่ตนเองสนใจ และมักจะลืมในสิ่งที่ตนเองไม่สนใจซึ่งจะพบว่าการเลือกเปิดรับสารมีปัจจัยทั้งภายในส่วนบุคคลเอง ไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ ความรู้ความสนใจ หรืออื่น ๆ รวมไปถึงปัจจัยภายนอกอันได้แก่ ความสัมพันธ์ทางสังคม และสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ทำให้เกิดการเปิดรับสารของบุคคลมีความคิดความเข้าใจที่มีอยู่เดิม หรือเพื่อเป็นการแสวงหาข่าวสาร เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่น ๆ เช่น เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อตอบสนองความสนใจส่วนบุคคล และความบันเทิง

ด้วยคุณลักษณะความหลากหลายในรูปแบบของสื่อ ผู้ส่งสารจึงมีโอกาสเลือกสื่อที่จะใช้ได้มาก แต่เป้าหมายหลักของการเลือกนี้คือ เพื่อให้เข้าถึงผู้รับสารเป็นสำคัญ ซึ่ง พรทิพย์ วรภิกขโกคาพร (2539) ได้สรุปถึงการเปิดรับสื่อของผู้รับสารว่าผู้รับสารเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. เลือกสื่อที่จัดหาได้ (Availability) ธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะใช้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ได้มายากมาก ๆ มักจะไม่ได้รับการเลือก แต่สามารถได้มาไม่ยากนักมักจะเลือกสิ่งนั้น เช่น เกี่ยวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก เช่น ในชนบทประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสำคัญ เพราะตนเองสามารถจัดวิทยุมาได้ง่ายกว่าสื่ออื่น เป็นต้น

2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistence) การเลือกสื่อที่สอดคล้องกับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน เช่น นิสิตนักศึกษา และนักวิชาการมักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชน หรือสยามรัฐ มากกว่าหนังสือพิมพ์อื่น เพราะหนังสือพิมพ์ดังกล่าวให้ข่าวสารสาระวิชาการที่สอดคล้องกับตน

3. เลือกสื่อที่ตนสะดวก (Convenience) ปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อบุคคล แต่ละคนก็มีพฤติกรรมการรับสื่อต่างกัน ตามที่ตนสะดวก เช่น บางคนมักนิยมข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงขณะขับรถ บางคนชอบนั่งหรือนอนชม วิทยุโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือในห้องสมุด เป็นต้น

4. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุกสังคมที่ไม่ค่อยเปลี่ยนการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักจะพบในคนอายุมากลักษณะเฉพาะของสื่อ

จากทั้งสี่ ข้อ ข้างต้น เป็นความต้องการรับสื่อของผู้รับสารเป็นหลัก คุณลักษณะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ คือ สามารถให้ข่าวสารในรายละเอียดดีกว่า ราคาถูก สามารถนำติดตัวไปได้ทุกหนแห่ง หรือวิทยุโทรทัศน์ ทำให้เห็นภาพเป็นจริงได้ ไร้ใจ มีความรู้สึกเหมือนอยู่ร่วมในเหตุการณ์ ในขณะที่ชมสามารถพักผ่อนอิริยาบถได้สบาย เป็นต้น

สำหรับการศึกษาคำนี้ ในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางด้านการเกษตรของแต่ละคนนั้น ย่อมมีปัจจัยหรือกระบวนการต่าง ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องอันเป็นสาเหตุที่จะทำให้ผู้รับสารมีการเลือกชมรายการได้แตกต่างกัน ซึ่งในที่นี้จะต้องอาศัยทฤษฎีและแนวความคิดตามที่นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงไว้แล้วในข้างต้น เพื่อให้ทราบถึงที่มาของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง ว่ามีความสอดคล้องกับทฤษฎีที่ได้มีกล่าวถึงไว้หรือไม่

## 5. รายการทางการเกษตร

รายการโทรทัศน์ทางการเกษตรในปัจจุบันของสถานีโทรทัศน์นั้นได้จัดแบ่งช่วงเวลาของการดำเนินรายการออกตามความเหมาะสมต่อช่วงเวลาของแต่ละสถานีดังนี้

- 5.1.รายการทุ่งแสงตะวัน (ช่อง3) (แฟงเกษตร) ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 06.25-06.30น.
- 5.2.รายการสดห้้าฟ้าเขียว (ช่อง3) (แฟงเกษตร) ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 06.00-06.25น.
- 5.3.รายการพบนมอดิน (ช่อง5) ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 06.48-06.50น.
- 5.4.รายการสยามตามรอยพ่อ (ช่อง5) (แฟงเกษตร) ออกอากาศทุกวันพุธ เวลา 14.00-14.25น.
- 5.5.รายการเกษตรทั่วไทย (ช่อง5) ออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 08.00-08.25น.
- 5.6.รายการส่องโลกเกษตรทั่วไทย(ช่อง5)ออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 08.00-08.25น.
- 5.7.รายการเช้าวันนี้ที่ประเทศไทย (ช่อง5)(แฟงเกษตร)ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 06.00-06.25น.
- 5.8.รายการเกษตรไทยนำรู้ (ช่อง5) ออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 08.00-08.25น.
- 5.9.รายการเกษตรพาราวย (ช่อง5) ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 06.00-06.25น.
- 5.10.รายการจุมกมด (ช่อง7) (แฟงเกษตร) ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 06.00-07.30น.
- 5.11.รายการสารคดีเกษตร (ช่อง7) ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 06.00-06.25น.
- 5.12.รายการกบนอกกะลา (ช่อง9) ออกอากาศทุกวันศุกร์ เวลา 20.30-21.30น.
- 5.13.รายการปราชญ์เดินดิน (ช่อง9) ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 12.30-13.00น.
- 5.14.รายการเกษตรอาสา (ช่อง9) ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 05.30-06.005น
- 5.15.รายการก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร (ช่อง9) ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 06.00-06.25น.
- 5.16.รายการคนไทยหัวใจเกษตร (ช่อง9) ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 06.00-06.25น.
- 5.17.รายการทิดบ้านชวนคุย (ช่องNBT) ออกอากาศทุกวันอาทิตย์ เวลา 05.00-05.30น.
- 5.18.รายการลูกทุ่งเกษตรกร (ช่องNBT) ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 06.00-06.25น.
- 5.19.รายการเกษตรพอเพียง วิถีพอเพียง (ช่องNBT) ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 06.00-06.25น.
- 5.20.รายการเกษตรพันธุ์อา (ช่องNBT) ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 06.00-06.25น.
- 5.21.รายการฟ้าสว่างที่บางเกษตร1/2/3/5 เกษตรสาร4(ช่องTPBSไทยพีบีเอส) ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 05.30-06.00น.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5.22.รายการลูกทุ่งลูกเกษตร (ช่องTPBSไทยพีบีเอส) ออกอากาศทุกอาทิตย์

เวลา 05.30-06.00น.

## 5.23.รายการชาววิทยุขีดชาวบ้าน (ช่องTPBSไทยพีบีเอส) (แฝงเกษตร) ออกอากาศทุกวันศุกร์

เวลา 10.05-11.00น

จากการดำเนินงานของสถานีต่างๆก็ได้แบ่งช่วงเวลาทางรายการทางด้านการเกษตรออกเป็นช่วงๆ แต่จากรายการต่างๆที่ได้ลงในสถานีก็มีรายการทางด้านการเกษตรนั้นน้อย และช่วงเวลาที่ดำเนินรายการก็อยู่ในช่วงเวลาที่ไม่ค่อยได้รับความนิยมมากนัก ทำให้ผู้วิจัยอยากศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจของคนที่รับชมรายการในช่วงเวลาต่าง ๆ เพื่อให้ตรงตามความพึงพอใจของผู้บริโภคมากที่สุด

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ทางด้านการเกษตร ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมนั้น ผลงานวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสามารถนำไปใช้ในการศึกษาอ้างอิงในการทำวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านการเกษตรของประชาชนในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร" มี ดังนี้

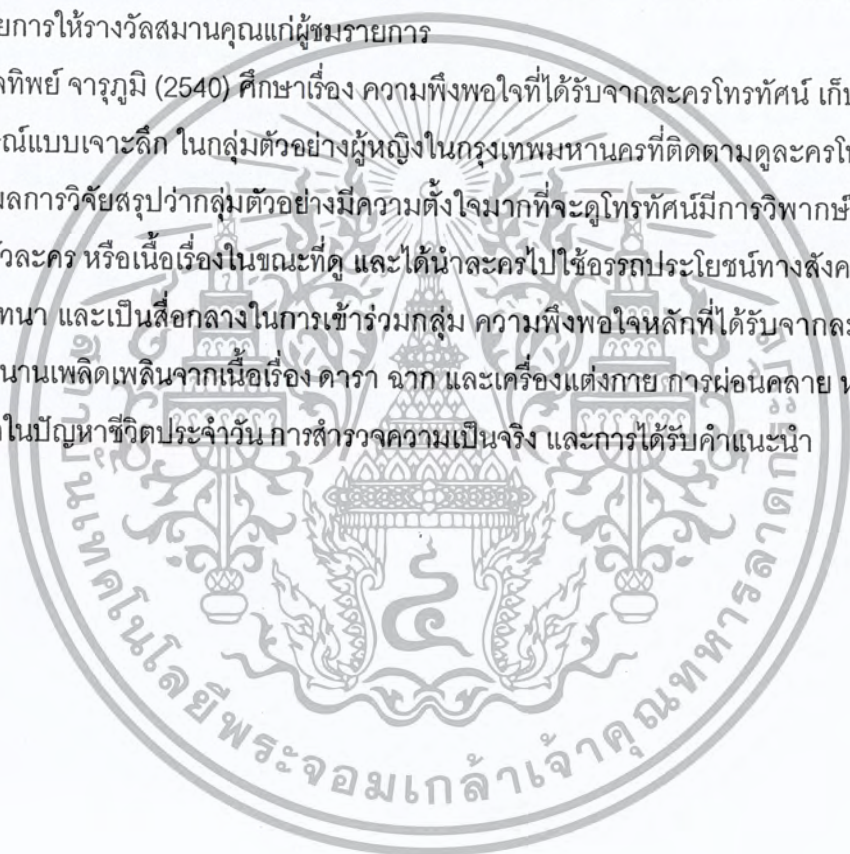
สมพงษ์ เขียววิริยะ และ อุดล อภินันท์ (2537) ทำการศึกษาข้อคิดเห็น และความต้องการของเกษตรกรต่อการชมรายการโทรทัศน์ด้านการเกษตร พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีโทรทัศน์สี สถานีโทรทัศน์ที่ชอบชม คือ 3 7 5 9 และ 11 ตามลำดับ รายการโทรทัศน์ทั่วไปที่ชอบชมมีดังนี้ รายการข่าว รายการบันเทิง รายการสารคดี รายการกีฬา และรายการเกมส์โชว์ สาเหตุที่เลือกชมเพราะเป็นการเพิ่มพูนความรู้ข่าวสาร เพื่อการพักผ่อน และเกี่ยวกับอาชีพอยู่บ้าง ขณะเดียวกันต้องการให้เพิ่มรายการดังกล่าวให้มีมากขึ้น ยกเว้นรายการเกมส์โชว์ และเกษตรกรส่วนใหญ่จะชมรายการโทรทัศน์ 5 ต่อสัปดาห์

ตรีรัตน์ นิลรัตน์ (2536) ทำการวิจัยเรื่อง "การเปิดรับชมละครโทรทัศน์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ในการนำไปใช้เพื่อการพัฒนาตนเองของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล" เป็นการศึกษาเชิงสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 417 คน ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาชอบดูละครที่มีเนื้อหาตลก สนุกสนาน โดยดูร่วมกับสมาชิกในครอบครัวมากที่สุด ช่วงเวลาที่ดูละครบ่อยที่สุด วันจันทร์-ศุกร์ เวลา 20.30-23.00 น. วันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 12.00-16.00 น. ศึกษาพฤติกรรมดูละครโทรทัศน์เพื่อความสนุกสนานบันเทิง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สัญญาชัย พรหมจามร (2545) ได้ศึกษาความต้องการของเกษตรกรต่อรายการวิทยุโทรทัศน์ด้านเกษตรในจังหวัดยโสธรพบว่า เกษตรกรต้องนำเสนอในรูปแบบละครสอดแทรกความรู้ด้านการเกษตร เนื้อหารายการที่ต้องการได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์ เนื้อหาเกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์น้ำ เนื้อหาเกี่ยวกับราคา และตลาดสินค้าเกษตร ช่วงเวลาที่รับชมรายการอยู่ระหว่าง 18.01-21.00 น. ระยะเวลาของรายการ 30 นาที ความถี่บ่อยในการออกอากาศ 3-4 วัน ต่อสัปดาห์ ต้องการผู้ดำเนินรายการเป็นเพศหญิงที่มีคุณสมบัติเป็นนักวิชาการเกษตร ด้านการมีส่วนร่วมในรายการให้สร้างความสนใจในการรับชมรายการ ด้วยการให้รางวัลสมานคุณแก่ผู้ชมรายการ

ไสลทิพย์ จารุภูมิ (2540) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์ เก็บเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ในกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงในกรุงเทพมหานครที่ติดตามดูละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำ ซึ่งผลการวิจัยสรุปว่ากลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจมากที่จะดูโทรทัศน์มีการวิพากษ์วิจารณ์บทบาทการแสดง ตัวละคร หรือเนื้อเรื่องในขณะที่ดู และได้นำละครไปใช้วรรณประโยชน์ทางสังคมโดยนำไปเป็นประเด็นสนทนา และเป็นสื่อกลางในการเข้าร่วมกลุ่ม ความพึงพอใจหลักที่ได้รับจากละครโทรทัศน์คือ ความสนุกสนานเพลิดเพลินจากเนื้อเรื่อง ฉาก และเครื่องแต่งกาย การผ่อนคลาย หรือหลีกเลี่ยงจากความเครียดในปัญหาชีวิตประจำวัน การสำรวจความเป็นจริง และการได้รับคำแนะนำ



### บทที่ 3

#### วิธีการวิจัย ( Research Methodologies)

การศึกษากิจการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการรับชมและความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรของประชากรในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีการศึกษากิจการวิจัยดังนี้

#### ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรในการศึกษากิจการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนซึ่งได้รับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรโดยอาศัยอยู่ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร มีจำนวนทั้งสิ้น 148,779 คน (กรมการปกครอง, 2551)

##### กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้รับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรในเขตพื้นที่ลาดกระบังซึ่งเป็นประชากรที่ไม่ทราบค่าแน่นอน ผู้วิจัยจึงได้ใช้สูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบค่าประชากร โดยยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกินร้อยละ 0.05 แทนค่าลงในสูตรดังนี้

$$n = \frac{Z^2 PQ}{e^2}$$

เมื่อ  $n$  = จำนวนผู้ชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรตัวอย่างที่ต้องการศึกษา

$Z$  = คะแนนมาตรฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 มีค่าเท่ากับ 1.96

$P$  = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร กำหนดที่ 0.7

$Q$  = 1-P

$e$  = ความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า ซึ่งกำหนดค่า 0.05

แทนค่า

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1.96)^2(0.7)(0.3)}{(0.05)^2} \\ &= \frac{.8067}{.0025} \end{aligned}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

= 323

จากสูตรการคำนวณจะได้ประชากรเท่ากับ 325 คน ผู้วิจัยจึงได้ทำแบบสอบถามเป็นจำนวน 330 ชุด โดยใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ 330 ชุด และทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

### เครื่องมือและวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม ซึ่งทำการสร้างขึ้นโดยศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และผู้ศึกษาได้สร้างแบบสอบถามโดยวางอยู่บนพื้นฐานของวัตถุประสงค์การวิจัย โดยแบบสอบถามที่ใช้มีทั้งคำถามแบบปลายเปิด และปลายปิด แบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ส่วนที่ 1 ประชากรศาสตร์ และภูมิหลังทางด้านเศรษฐกิจและสังคม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร

ส่วนที่ 3 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร

#### การสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทำแบบสอบถามในการตอบแบบสอบถามของผู้ชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร
2. สร้างแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม คำตอบที่ต้องการเพื่อให้แบบสอบถามครอบคลุมเนื้อเรื่องที่จะทำการศึกษาวิจัยและสามารถตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้ครบถ้วน
3. นำแบบสอบถามที่ได้ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงและไปหาความเชื่อมั่นกับประชาชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร จำนวน 30 คน
4. นำแบบสอบถามมาปรับแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนไปใช้ในการเก็บข้อมูล

#### วิธีทดสอบเครื่องมือ

1. ทดสอบความเที่ยงตรง (Content Validity) ผู้วิจัยได้ให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบเนื้อหา ภาษาของแบบสอบถาม (Construct Validity)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

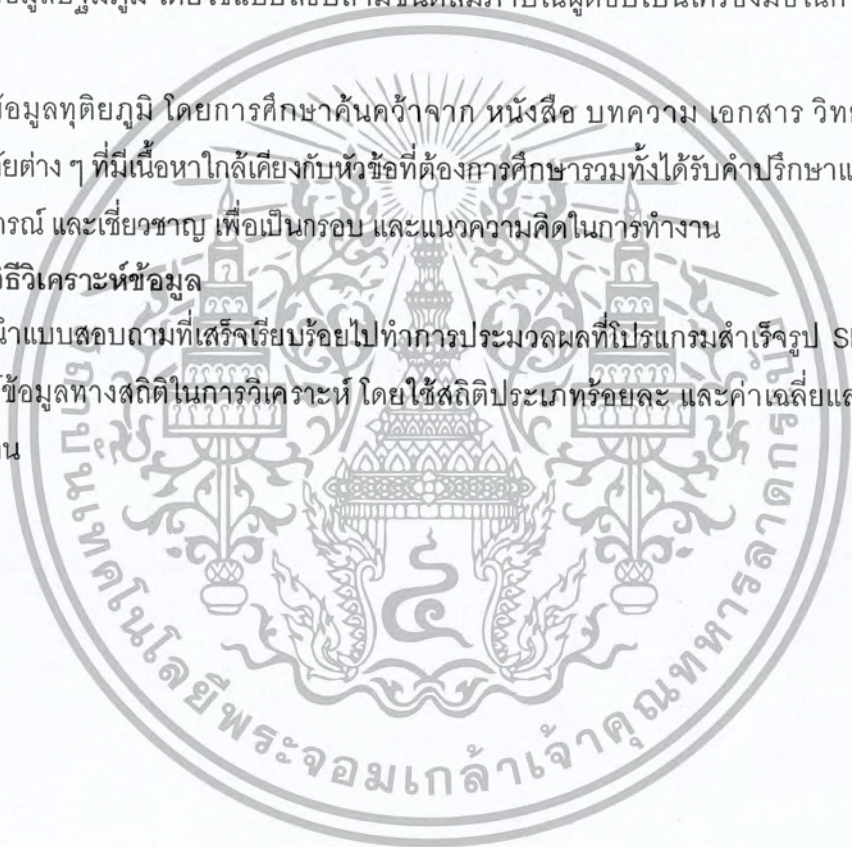
ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีให้ผู้ตอบกรอกข้อมูลเอง โดยก่อนลงมือเก็บข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยได้ศึกษาการทำงานให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเป็นอย่างดี ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูล คือ เดือน สิงหาคม 2552 ถึง ตุลาคม 2552 สถานที่ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลตลอดระยะเวลาในการปฏิบัติงานภาคสนาม คือ เขตลาดกระบัง ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำแนกแหล่งที่มา 2 ส่วนคือ

ข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามชนิดสัมภาษณ์ผู้ตอบเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ โดยการศึกษาค้นคว้าจาก หนังสือ บทความ เอกสาร วิทยานิพนธ์ และผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่มีเนื้อหาใกล้เคียงกับหัวข้อที่ต้องการศึกษารวมทั้งได้รับคำปรึกษาแนะนำจากผู้ที่มีประสบการณ์ และเชี่ยวชาญ เพื่อเป็นกรอบ และแนวความคิดในการทำงาน

### วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่เสร็จเรียบร้อยแล้วไปทำการประมวลผลที่โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS แล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในการวิเคราะห์ โดยใช้สถิติประเภทร้อยละ และค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน



## บทที่ 4

### ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล (Finding and Result)

ในการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์รายการทางการเกษตรของประชากรในเขต  
ลาดกระบัง จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 325 ราย ได้ผลการศึกษา ซึ่งจะนำเสนอผลการศึกษาเป็น 5  
หัวข้อ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
2. พฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์
3. พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร
4. ความคิดเห็นในการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร
5. ความคิดเห็นในการตัดสินใจเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร

#### 1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง มีผลการศึกษาปรากฏ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 58.5 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 41.5 เป็นเพศชาย ร้อยละ  
75.1 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี รองลงมาร้อยละ 9.8 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี และน้อยที่สุดร้อยละ 0.3  
มีอายุระหว่าง 51-60 ปี โดยอายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วง 21-30 ปี

สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 74.5 โสด รองลงมาร้อยละ 15.4 สมรส และ  
น้อยที่สุดร้อยละ 5.8 แยกกันอยู่ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

| ประเด็น       | จำนวน (N=325) | ร้อยละ |
|---------------|---------------|--------|
| <b>เพศ</b>    |               |        |
| ชาย           | 135           | 41.5   |
| หญิง          | 190           | 58.5   |
| <b>อายุ</b>   |               |        |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 17            | 5.2    |
| 21 - 30 ปี    | 244           | 75.1   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 (ต่อ)

| ประเด็น        | จำนวน (N=325) | ร้อยละ |
|----------------|---------------|--------|
| <b>อายุ</b>    |               |        |
| 31 – 40 ปี     | 29            | 8.9    |
| 41 – 50 ปี     | 32            | 9.8    |
| 51 – 60 ปี     | 1             | 0.3    |
| มากกว่า60      | 2             | 0.6    |
| <b>สถานภาพ</b> |               |        |
| โสด            | 242           | 74.5   |
| สมรส           | 50            | 15.4   |
| หย่าร้าง       | 14            | 4.3    |
| แยกกันอยู่     | 19            | 5.8    |

อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 28.6 เป็นนักเรียน/นักศึกษา รองลงมาร้อยละ 28 ประกอบอาชีพเกษตรกร และน้อยที่สุดร้อยละ 3.1 ประกอบอาชีพแม่บ้าน

รายได้ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 34.2 มีรายได้ 8,000 – 10,000 บาท/เดือน รองลงมาร้อยละ 29.2 มีรายได้ ต่ำกว่า 8,000 บาท และน้อยที่สุดร้อยละ 3.1 มีรายได้ สูงกว่า 30,000 บาท

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 43.7 การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รองลงมาร้อยละ 20.9 การศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.และน้อยที่สุดร้อยละ 1.5 ไม่ได้ศึกษา (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างด้านเศรษฐกิจและสังคม

| ประเด็น               | จำนวน (N=325) | ร้อยละ |
|-----------------------|---------------|--------|
| <b>อาชีพ</b>          |               |        |
| รับราชการ             | 50            | 15.4   |
| รัฐวิสาหกิจ           | 21            | 6.5    |
| ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว | 25            | 7.7    |
| เกษตรกร               | 91            | 28.0   |

ตารางที่ 2(ต่อ)

| ประเด็น                    | จำนวน (N=325) | ร้อยละ |
|----------------------------|---------------|--------|
| รับจ้าง/บริษัทเอกชน        | 35            | 10.8   |
| นักเรียน/นักศึกษา          | 95            | 28.6   |
| แม่บ้าน                    | 10            | 3.1    |
| <b>รายได้ต่อเดือน</b>      |               |        |
| ต่ำกว่า 8,000 บาท          | 95            | 29.2   |
| 8,000 – 10,000 บาท         | 111           | 34.2   |
| 10,001 – 15,000 บาท        | 47            | 14.5   |
| 15,001 – 20,000 บาท        | 22            | 6.8    |
| 20,001 – 25,000 บาท        | 25            | 7.7    |
| 25,001 – 30,000 บาท        | 15            | 4.5    |
| สูงกว่า 30,000 บาท         | 10            | 3.1    |
| <b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b> |               |        |
| ไม่ได้ศึกษา                | 5             | 1.5    |
| ประถมศึกษา                 | 11            | 3.4    |
| มัธยมต้น                   | 16            | 4.9    |
| มัธยมศึกษาปลาย /ปวช.       | 66            | 20.3   |
| อนุปริญญา/ ปวส.            | 68            | 20.9   |
| ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า    | 142           | 43.7   |
| สูงกว่าปริญญาตรี           | 17            | 5.2    |

## 2. พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์

จากการศึกษาพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ ผลการศึกษาปรากฏ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 79.7 รับชมสื่อทางโทรทัศน์ รองลงมาร้อยละ 74.2 รับสื่อทางนิตยสาร และน้อยที่สุดร้อยละ 14.2 รับสื่อทางอินเทอร์เน็ต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 40.9 ใช้เวลาในการรับชมรายการมากกว่า 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง/ครั้ง รองลงมาร้อยละ 31.1 ใช้เวลาในการรับชม 30 นาที – 1 ชั่วโมง/ครั้ง และน้อยที่สุดร้อยละ 3.7 ใช้เวลาในการรับชมมากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป/ครั้ง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 34.2 ความถี่ในการรับชม การรับชมเป็นประจำ (5 – 6 ครั้ง / สัปดาห์) รองลงมาร้อยละ 27.7 ความถี่ในการรับชม สม่ำเสมอ (3 – 4 ครั้ง / สัปดาห์) และน้อยที่สุด ร้อยละ 16.9 ความถี่ในบางครั้งบางคราว (2-3 ครั้ง / สัปดาห์)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 27.7 รับชมในช่วงเวลา 21.01 – 24.00 น. และ 18.01 – 21.00 น. รองลงมาร้อยละ 13.8 รับชมในช่วงเวลา 12.01 – 15.00 น. และน้อยที่สุดร้อยละ 3.7 รับชมในช่วงเวลา 06.01 – 09.00 น. และ 24.01 – 03.00 น. ตามลำดับ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละในการเลือกเปิดรับชมรายการทางโทรทัศน์

| ประเด็น   | จำนวน (N=325) | ร้อยละ |
|---|---------------|--------|
| <b>ปกติท่านเปิดรับชมสื่อมวลชนใดในแต่ละวัน</b>           |               |        |
| วิทยุ   | 105           | 32.3   |
| โทรทัศน์  | 259           | 79.7   |
| หนังสือพิมพ์  | 72            | 22.2   |
| นิตยสาร   | 241           | 74.2   |
| อินเทอร์เน็ต  | 48            | 14.8   |
| <b>ปกติท่านชมรายการโทรทัศน์ต่อครั้งนานครั้งละเท่าใด</b> |               |        |
| น้อยกว่า 30 นาที  | 59            | 18.2   |
| 30 นาที – 1 ชั่วโมง                                     | 101           | 31.1   |
| มากกว่า 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง                           | 133           | 40.9   |
| มากกว่า 2 ชั่วโมง – 3 ชั่วโมง                           | 20            | 6.2    |
| มากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป                                 | 12            | 3.7    |
| <b>ปกติท่านรับชมรายการทางโทรทัศน์บ่อยเพียงไร</b>        |               |        |
| นานๆ ครั้ง ( 1 ครั้ง / สัปดาห์)                         | 69            | 21.2   |
| บางครั้งบางคราว ( 2 – 3 ครั้ง / สัปดาห์)                | 55            | 16.9   |
| สม่ำเสมอ ( 3 – 4 ครั้ง / สัปดาห์)                       | 90            | 27.7   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 3 (ต่อ)

| ประเด็น  | จำนวน (N=325) | ร้อยละ |
|--|---------------|--------|
| <b>ปกติท่านรับชมรายการทางโทรทัศน์บ่อยเพียงไร</b>     |               |        |
| เป็นประจำ (5-6 ครั้ง / สัปดาห์)                      | 111           | 34.2   |
| <b>ปกติท่านชมรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลาใดมากที่สุด</b> |               |        |
| 06.01 – 09.00 น.                                     | 19            | 5.8    |
| 09.01 – 12.00 น.                                     | 25            | 7.7    |
| 12.01 – 15.00 น.                                     | 45            | 13.8   |
| 15.01 – 18.00 น.                                     | 44            | 13.5   |
| 18.01 – 21.00 น.                                     | 90            | 27.7   |
| 21.01 – 24.00 น.                                     | 90            | 27.7   |
| 24.01 – 03.00 น.                                     | 12            | 3.7    |

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 34.5 รับชมช่อง 3 เป็นประจำ รองลงมาร้อยละ 20.0 รับชมช่อง 9 และช่อง 7 เป็นประจำ และน้อยที่สุดร้อยละ 6.5 รับชมช่อง NBT

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 57.2 ชมละคร รองลงมาร้อยละ 41.2 ชมข่าวบันเทิง และน้อยที่สุดร้อยละ 1.5 ชมรายการทำอาหาร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 48.9 รับชมในสถานที่หอพัก/บ้านเช่า รองลงมาร้อยละ 41.8 รับชมที่บ้าน และน้อยที่สุดร้อยละ 1.5 รับชมบ้านใกล้เคียง (ตารางที่ 4)

## ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละช่องทางการชมรายการและสถานที่ในการชม

| ประเด็น  | จำนวน (N=325) | ร้อยละ |
|--|---------------|--------|
| <b>ปกติท่านชมรายการโทรทัศน์ช่องใดเป็นประจำ</b> |               |        |
| ช่อง 3   | 112           | 34.5   |
| ช่อง 5   | 50            | 15.4   |
| ช่อง 7   | 55            | 16.9   |
| ช่อง 9   | 65            | 20.0   |
| NBT  | 21            | 6.5    |
| ไทยพีบีเอส                                     | 22            | 6.8    |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 (ต่อ)

| ประเด็น                                    | จำนวน (N=325) | ร้อยละ |
|--|---------------|--------|
| <b>ท่านชมโทรทัศน์รายการใดเป็นประจำ *</b>   |               |        |
| ข่าวในพระราชสำนัก                          | 75            | 23.1   |
| ข่าวต่างประเทศ                             | 66            | 20.3   |
| ข่าวการเมือง                               | 123           | 37.8   |
| ข่าวเศรษฐกิจ                               | 37            | 11.4   |
| ข่าวกีฬา                                   | 33            | 10.2   |
| ข่าวสิ่งแวดล้อม                            | 122           | 37.5   |
| ข่าวการศึกษา                               | 56            | 17.2   |
| ข่าวการเกษตร                               | 107           | 32.9   |
| ข่าวอาชญากรรม                              | 19            | 5.8    |
| ข่าวบันเทิง                                | 134           | 41.2   |
| ละคร                                       | 186           | 57.2   |
| สารคดี                                     | 65            | 20.0   |
| เกมโชว์                                    | 68            | 20.9   |
| มิวสิควิดีโอ                               | 59            | 18.2   |
| โฆษณา                                      | 51            | 15.7   |
| ทำอาหาร                                    | 14            | 4.3    |
| <b>ปกติท่านดูรายการโทรทัศน์ในสถานที่ใด</b> |               |        |
| ที่บ้าน                                    | 150           | 41.8   |
| หอพัก/บ้านเช่า                             | 159           | 48.9   |
| บ้านเพื่อน                                 | 11            | 3.4    |
| บ้านใกล้เคียง                              | 5             | 1.5    |

\*ตอบมากกว่า 1ข้อ

### 3. พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร

จากการศึกษาพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร ผลการศึกษาปรากฏ

ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 41.8 รู้จักโดยบังเอิญเปิดไปพบเห็นเอง รองลงมาร้อยละ 41.8 รู้จักรายการโดยการติดตามชมจากการโฆษณา และน้อยที่สุดร้อยละ 9.2 รู้จักโดยเพื่อนบอกให้ติดตาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 44.0 รับชมมาเป็นเวลาต่ำกว่า 1 ปี และรองลงมาร้อยละ 28.3 รับชมมาเป็นเวลา 3 ปี – 4 ปี และน้อยที่สุดร้อยละ 3.1 รับชมมาเป็นเวลามากกว่า 5 ปี

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 34.2 รับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร บางครั้งบางคราว (2 ครั้ง / เดือน) รองลงมาร้อยละ 27.7 รับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร นานๆ ครั้ง (1 ครั้ง / เดือน) และน้อยที่สุดร้อยละ 16.9 รับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร เป็นประจำ (4 ครั้ง / เดือน)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 35.4 ดูและเปลี่ยนไปดูรายการอื่นเมื่อรายการเริ่มเบื่อไม่สนุก รองลงมาร้อยละ 27.7 ดูจนจบตอน และน้อยที่สุดร้อยละ 16.3 ดูตามที่คนอื่นเปิดดู (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร

| ประเด็น  | จำนวน (N=325) | ร้อยละ |
|--|---------------|--------|
| <b>ท่านรู้จักรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรอย่างไร</b>    |               |        |
| ติดตามจากการโฆษณาของสื่อต่าง ๆ                       | 100           | 30.8   |
| เพื่อนบอกให้ติดตาม                                   | 30            | 9.2    |
| รายการเป็นที่กล่าวขานเลยติดตาม                       | 59            | 18.2   |
| บังเอิญเปิดไปพบเห็นเอง                               | 135           | 41.8   |
| อื่นๆ  |               |        |
| <b>ท่านรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรมานานเท่าไร</b> |               |        |
| ต่ำกว่า 1 ปี   | 143           | 44.0   |
| 1-2 ปี   | 92            | 28.3   |
| มากกว่า 2 ปี – 3 ปี                                  | 30            | 9.2    |
| มากกว่า 3 ปี – 4 ปี                                  | 30            | 9.2    |
| มากกว่า 4 ปี – 5 ปี                                  | 20            | 6.2    |
| มากกว่า 5 ปี   | 10            | 3.1    |
| <b>ท่านรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรบ่อยเพียงใด</b> |               |        |
| นานๆ ครั้ง ( 1 ครั้ง / เดือน )                       | 90            | 27.7   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 (ต่อ)

| ประเด็น  | จำนวน (N=325) | ร้อยละ |
|--|---------------|--------|
| <b>ท่านรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรบ่อยเพียงใด</b>             |               |        |
| บางครั้งบางคราว ( 2 ครั้ง / เดือน)                               | 111           | 34.2   |
| สม่ำเสมอ ( 3 ครั้ง / เดือน)                                      | 69            | 21.2   |
| เป็นประจำ ( 4 ครั้ง / เดือน)                                     | 55            | 16.9   |
| <b>ปกติแต่ละครั้งท่านมักจะดูรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรอย่างไร</b> |               |        |
| ดูรายการเดียวตลอดจนจบตอนในแต่ละวัน                               | 90            | 27.7   |
| ดูสลับกับรายการเรื่องอื่น  | 67            | 20.6   |
| ดูและเปลี่ยนไปดูรายการอื่นๆ เมื่อรายการเริ่มเบื่อไม่สนุก         | 115           | 35.4   |
| ดูตามที่คนอื่นเปิดดู   | 53            | 16.3   |

#### 4. ความคิดเห็นในการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร

จากการศึกษาปัจจัยในความพึงพอใจในการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร ผลการศึกษาปรากฏ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างเลือกรับชม รายการปราชญ์เดินดินและรายการทุ่งแสงตะวันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.4 รองลงมา รายการเกษตรอาสา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.3 และน้อยที่สุด รายการลูกทุ่งเกษตร มีค่าเฉลี่ย 3.4 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 จำนวนร้อยละในการเลือกชมรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร

| รายการ  | มาก    | มาก  | ปาน  | น้อย   | น้อย | x   | S..D |
|---|--------|------|------|--------|------|-----|------|
|   | ที่สุด | กลาง | กลาง | ที่สุด |      |     |      |
| รายการทิดบ้านชวนคุย (ช่อง NBT)                    | 23.4   | 27.1 | 46.2 | 3.4    | 0    | 3.7 | 0.86 |
| รายการลูกทุ่งเกษตรกร (ช่อง NBT)                   | 18.5   | 40.0 | 34.2 | 7.4    | 0    | 3.7 | 0.85 |
| รายการชาววิทยชิตชาวบ้าน (ช่อง TPBS)<br>(แฝงเกษตร) | 20.0   | 22.2 | 48.9 | 8.9    | 0    | 3.5 | 0.91 |
| รายการสารคดีเกษตร (ช่อง 7)                        | 13.8   | 44.6 | 40.0 | 1.5    | 0    | 3.7 | 0.84 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 (ต่อ)

| รายการ   | มาก<br>ที่สุด | มาก<br>กลาง | ปาน<br>กลาง | น้อย | น้อย<br>ที่สุด | X   | S.D  |
|--|---------------|-------------|-------------|------|----------------|-----|------|
| รายการลูกทุ่งลูกเกษตร (ช่อง TPBS)                  | 27.1          | 31.4        | 39.7        | 1.8  | 0              | 3.4 | 0.77 |
| รายการสยามตามรอยพ่อ (ช่อง5)<br>(แฝงเกษตร)          | 26.5          | 39.7        | 33.8        | 0    | 0              | 3.8 | 0.74 |
| รายการพบหมอดิน (ช่อง5)                             | 21.2          | 46.5        | 31.1        | 1.2  | 0              | 3.8 | 0.82 |
| รายการคนไทยหัวใจเกษตร (ช่อง9)                      | 30.8          | 32.0        | 37.2        | 0    | 0              | 3.9 | 0.83 |
| รายการเกษตรพารวย (ช่อง5)                           | 33.5          | 30.8        | 35.7        | 0    | 0              | 3.9 | 0.77 |
| รายการเกษตรพอเพียง วิถีพอเพียง<br>(ช่อง NBT)       | 31.4          | 31.0        | 28.6        | 0    | 0              | 4.0 | 0.79 |
| รายการเกษตรทั่วไทย (ช่อง5)                         | 40.0          | 35.4        | 24.6        | 0    | 0              | 3.9 | 0.73 |
| รายการส่องโลกเกษตรทั่วไทย (ช่อง5)                  | 44.6          | 38.5        | 16.9        | 0    | 0              | 4.1 | 0.74 |
| รายการเกษตรไทยนารู้ (ช่อง5)                        | 41.5          | 40.0        | 18.5        | 0    | 0              | 4.2 | 0.55 |
| รายการกบนอกกะลา (ช่อง9)(แฝงเกษตร)                  | 53.8          | 43.1        | 3.1         | 0    | 0              | 4.2 | 0.55 |
| รายการปราชญ์เดินดิน (ช่อง9)                        | 51.1          | 46.2        | 2.8         | 0    | 0              | 4.4 | 0.72 |
| รายการเกษตรอาสา (ช่อง9)                            | 52.3          | 33.5        | 14.2        | 0    | 0              | 4.3 | 0.78 |
| รายการฟ้าสว่างที่บางเกษตร1/2/3/5                   | 36.6          | 38.5        | 24.9        | 0.3  | 0              | 4.1 | 0.78 |
| เกษตรสาร4 (ช่อง TPBS)                              | 51.1          | 45.8        | 3.1         | 0    | 0              | 4.2 | 0.79 |
| รายการทุ่งแสงตะวัน (ช่อง3)(แฝงเกษตร)               | 49.2          | 29.5        | 21.2        | 0    | 0              | 4.4 | 0.55 |
| รายการก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร<br>(ช่อง9)         | 20.0          | 22.2        | 48.9        | 8.9  | 0              | 3.5 | 0.91 |
| รายการเข้าวันนี้ที่ประเทศไทย (ช่อง5)<br>(แฝงเกษตร) | 33.5          | 30.8        | 35.7        | 0    | 0              | 3.9 | 0.77 |
| รายการจุมูกมด (ช่อง7)(แฝงเกษตร)                    | 36.6          | 38.5        | 24.9        | 0.3  | 0              | 4.1 | 0.78 |
| รายการเกษตรพันธุ์อา (ช่องNBT)                      | 41.5          | 40.0        | 18.5        | 0    | 0              | 4.2 | 0.55 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5. ความคิดเห็นในการตัดสินใจเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร

จากการศึกษาความคิดเห็น ในการตัดสินใจเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร ผลการศึกษาปรากฏ ดังนี้

ปัจจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจของแต่ละบุคคลพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ร้อยละ 4.2 รองลงมา เนื้อหาสาระที่น่าเสนอเกี่ยวกับสิ่งที่ใกล้ตัว ร้อยละ 4.0 และน้อยที่สุด ตอบสนองความต้องการอยากรู้ อยากเห็น ร้อยละ 3.4

ปัจจัยเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอก พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ตัวอย่างของแต่ละได้ฟังคนอื่นพูดคุยกันปากต่อปาก ร้อยละ 3.7 รองลงมา เห็นจากโฆษณาตามสื่อต่างๆ จึงได้ติดตาม ร้อยละ 3.6 และน้อยที่สุด เป็นรายการที่มีชื่อเสียง และเพื่อนๆ พี่น้อง คนใกล้ชิด ชักชวนให้ชม ร้อยละ 3.4

ปัจจัยเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ตัดสินใจรับชมรายการที่มีเกร็ดความรู้ที่แฝงมาในรายการ ร้อยละ 4.0 รองลงมา ช่วงเปิดรายการ ชื่อรายการ และกราฟฟิกแอนิเมชัน ร้อยละ 3.9 และน้อยที่สุด รูปแบบการนำเสนอของรายการ ร้อยละ 3.4 (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 จำนวนร้อยละปัจจัยในการตัดสินใจเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร

| ข้อความ                                      | ข้อความ   |      |         |      |            | $\bar{X}$ | S.D. |
|--|-----------|------|---------|------|------------|-----------|------|
|  | มากที่สุด | มาก  | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |           |      |
| ปัจจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจของแต่ละบุคคล         |           |      |         |      |            |           |      |
| เนื้อหาสาระที่น่าเสนอเกี่ยวกับสิ่งที่ใกล้ตัว | 36.3      | 32.3 | 30.8    | 0.6  | 0          | 4.0       | 0.83 |
| ตอบสนองความต้องการรู้ อยากเห็น               | 7.7       | 30.8 | 61.5    | 0    | 0          | 3.4       | 0.63 |
| ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์                   | 44.6      | 34.2 | 21.2    | 0    | 0          | 4.2       | 0.77 |
| ทำให้ไม่เหงา ไม่นิดเดียว                     | 27.7      | 30.5 | 40.5    | 1.2  | 0          | 3.8       | 0.84 |

ตารางที่ 7(ต่อ)

| ข้อความ                               | มากที่สุด | มาก  | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | $\bar{x}$ | S.D. |
|---------------------------------------|-----------|------|---------|------|------------|-----------|------|
| เหมือนมีเพื่อน                        |           |      |         |      |            |           |      |
| ทำให้คลายเครียดและแลลด                | 25.5      | 40.9 | 33.5    | 0    | 0          | 3.9       | 0.76 |
| ความน่าเบื่อจากการทำงาน               |           |      |         |      |            |           |      |
| ตอบสนองความสนใจ                       | 21.5      | 33.2 | 44.6    | 0.6  | 0          | 3.9       | 0.56 |
| ของตนเองในประเด็นต่าง ๆ               |           |      |         |      |            |           |      |
| ใช้เป็นแบบอย่างในการปฏิบัติ           | 0.8       | 46.2 | 45.8    | 0    | 0          | 3.6       | 0.63 |
| ตัวในสถานการณ์การต่าง ๆ               |           |      |         |      |            |           |      |
| นำความรู้ที่ได้ชมไปประยุกต์           | 4.6       | 48.6 | 18.5    | 0    | 0          | 3.5       | 0.58 |
| ใช้ในการดำเนินชีวิต                   |           |      |         |      |            |           |      |
| นำประเด็นต่างๆไปสนทนาต่อไป            | 6.5       | 49.5 | 44.0    | 0    | 0          | 3.6       | 0.60 |
| ปัจจัยเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอก      |           |      |         |      |            |           |      |
| เป็นรายการที่มีชื่อเสียง              | 8.9       | 29.2 | 61.8    | 0    | 0          | 3.4       | 0.65 |
| เห็นจากการโฆษณาตามสื่อต่างๆ           | 12.3      | 40.0 | 47.7    | 0    | 0          | 3.6       | 0.69 |
| จึงได้ติดตาม                          |           |      |         |      |            |           |      |
| เพื่อนๆ พี่น้อง คนใกล้ชิด ชักชวนให้ชม | 10.8      | 27.7 | 61.5    | 0    | 0          | 3.4       | 0.68 |
| ได้ฟังคนอื่นพูดคุยกันปากต่อปาก        | 13.6      | 47.7 | 38.5    | 0    | 0          | 3.7       | 0.68 |
| ไม่มีรายการอื่นที่น่าสนใจในช่วงนั้น   | 4.9       | 49.2 | 45.8    | 0.9  | 0          | 3.5       | 0.63 |
| ปัจจัยเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการ    |           |      |         |      |            |           |      |
| พิธีกร/ผู้ดำเนินกร                    | 4.9       | 49.2 | 45.8    | 0    | 0          | 3.5       | 0.58 |
| ชื่อตอนต่างๆของรายการ                 | 7.7       | 52.3 | 40.0    | 0    | 0          | 3.6       | 0.61 |
| รูปแบบการนำเสนอของรายการ              | 7.7       | 32.3 | 60.0    | 0    | 0          | 3.4       | 0.63 |
| ภาษาที่ใช้ในรายการ                    | 9.2       | 35.4 | 55.4    | 0    | 0          | 3.5       | 0.65 |
| เพลงประกอบรายการ                      | 0.9       | 49.2 | 49.8    | 0    | 0          | 3.5       | 0.51 |
| ช่วงเปิดรายการ (ไตเติล)               | 31.4      | 34.2 | 34.5    | 0    | 0          | 3.9       | 0.81 |
| เกร็ดความรู้ที่แฝงมาในรายการ          | 36.6      | 31.1 | 30.8    | 1.5  | 0          | 4.0       | 0.85 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7(ต่อ)

| ข้อความ                    | มาก    | มาก  | ปาน  | น้อย | น้อย   | $\bar{X}$ | S.D. |
|----------------------------|--------|------|------|------|--------|-----------|------|
|                            | ที่สุด |      | กลาง |      | ที่สุด |           |      |
| สัญลักษณ์รายการ/ชื่อรายการ | 30.8   | 30.8 | 36.9 | 1.5  | 0      | 3.9       | 0.85 |
| บริษัทผู้ผลิตรายการ        | 26.2   | 32.6 | 40.6 | 0.6  | 0      | 3.8       | 0.81 |
| กราฟฟีก/แอนิเมชั่น         | 30.5   | 33.2 | 34.8 | 1.5  | 0      | 3.9       | 0.84 |

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรโดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 33.5 มีความคิดเห็นชอบรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรมาก รองลงมา ร้อยละ 31.4 มีความคิดเห็นชอบรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรมากที่สุด และน้อยที่สุด ร้อยละ 2.8 มีความคิดเห็นไม่ชอบรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรโดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 46.2 นำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน รองลงมา ร้อยละ 34.5 มีความรู้เพิ่มพูนขึ้น และน้อยที่สุดร้อยละ 1.5 เป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อนำไปหาข้อมูลเพิ่มเติม (ตาราง ที่ 8)

ตารางที่ 8 จำนวนร้อยละความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร

| ประเด็น   | จำนวน (N=325) | ร้อยละ |
|---|---------------|--------|
| เมื่อท่านได้รับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรแล้ว ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อรายการติดตามจากรายการ |               |        |
| ไม่ชอบรายการ  | 9             | 2.8    |
| ชอบ น้อยที่สุด  | 11            | 3.4    |
| ชอบ น้อย  | 70            | 21.5   |
| ชอบ ปานกลาง   | 109           | 33.5   |
| ชอบ มาก   | 102           | 31.4   |
| ชอบ มากที่สุด   | 24            | 7.4    |
| เมื่อท่านได้รับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรแล้ว ท่านได้รับอะไรจากการชมรายการ                     |               |        |
| ความบันเทิง   | 12            | 3.7    |
| มีความรู้เพิ่มพูนขึ้น   | 112           | 34.5   |

## ตารางที่ 8 (ต่อ)

| ประเด็น   | จำนวน (N=325) | ร้อยละ |
|---|---------------|--------|
| เมื่อท่านได้รับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรแล้ว ท่านได้รับอะไรจากการชมรายการ |               |        |
| นำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน   | 150           | 46.2   |
| เป็นข้อมูลในการสนทนากับคนอื่น   | 5             | 1.5    |
| เป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อนำไปหาข้อมูลเพิ่มเติม                               | 46            | 14.2   |

## ข้อเสนอแนะ

ท่านคิดว่ารายการโทรทัศน์ทางการเกษตรที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ในปัจจุบัน มีเรื่องน่ารู้ของรายการที่เพียงพอหรือไม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 98 เห็นด้วยต่อความเพียงพอ

## วิจารณ์ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมในการชมและความคิดเห็นรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรในเขตลาดกระบัง ได้ผลการศึกษา ดังนี้

พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรของประชากรในเขตลาดกระบังพบว่า ประชากรที่รับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี สถานะโสด โดยส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพ นักเรียน นักศึกษา รับราชการ รับจ้าง และเกษตรกร ได้รายได้อยู่ระหว่าง 8,000-10,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เวลาที่รับชม รายการโทรทัศน์จะอยู่ระหว่าง 18.01-21.00น. และ 21.01-24.00น. ช่องที่รับชมเป็นประจำคือ ช่อง 3 สถานีที่ดูรายการโทรทัศน์นั้น รับชมที่บ้านพักและหอพัก

ปัจจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจส่วนบุคคล พบว่า ประชาชนรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร เพราะต้องการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และปัจจัยเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกที่ทำให้การตัดสินใจรับชมรายการเพราะได้รับฟังคนอื่นพูดกันปากต่อปาก ส่วนปัจจัยเสี่ยงกับองค์ประกอบรายการที่ทำให้การตัดสินใจรับชมรายการคือเกร็ดความรู้ที่แฝงมากับรายการ จากผลการศึกษาที่เกิดขึ้นต่อเนื่องมาจากผู้รับสารส่วนใหญ่เลือกรับสารตามความสนใจหรือตัวเองต้องการสอดคล้องกับพระ จิตรโสภณ (2535) ที่กล่าวว่ามนุษย์จะเลือกสรรในการรับสารตามความรู้สึกนึกคิดของตนเองมากกว่าเรื่องที่ขัดแย้งกับความรู้สึก เพื่อให้เกิดภาวะสมดุลหรือมีความสบายใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ (Conclusion and Recommendations)

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการรับชมและความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรของประชากรในเขตลาดกระบัง เป็นการวิจัยการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือดำเนินงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของผู้ชมรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรของประชาชน ในพื้นที่เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ผู้ศึกษาได้เก็บข้อมูล จากประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 330 ราย หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้ศึกษาได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วย โปรแกรมวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS : Statistical Package for the Social Science for Windows) ในการคำนวณสถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีผลการศึกษาดังนี้

#### 1. สรุปผลการวิจัย

##### 1.1 ประชากรศาสตร์ และภูมิหลังทางด้านเศรษฐกิจและสังคม

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21 – 30 ปี สถานภาพโสด เป็นนักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 8,001 – 10,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า

##### 1.2 พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 79.7 รับชมสื่อทางโทรทัศน์ รองลงมาร้อยละ 74.2 รับสื่อทางนิตยสาร และน้อยที่สุดร้อยละ 14.2 รับสื่อทางอินเทอร์เน็ต

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 40.9 ใช้เวลาในการรับชมมากกว่า 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง/ครั้ง รองลงมาร้อยละ 31.1 ใช้เวลาในการรับชม 30 นาที – 1 ชั่วโมง/ครั้ง และน้อยที่สุดร้อยละ 3.7 ใช้เวลาในการรับชมมากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป/ครั้ง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 34.2 ความถี่ในการรับชม การรับชมเป็นประจำ (5 – 6 ครั้ง / สัปดาห์) รองลงมาร้อยละ 27.7 ความถี่ในการรับชม สม่ำเสมอ (3 – 4 ครั้ง / สัปดาห์) และน้อยที่สุด ร้อยละ 16.9 ความถี่ในบางครั้งบางคราว (2-3 ครั้ง / สัปดาห์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 27.7 รับชมในช่วงเวลา 21.01 – 24.00 น. และ 18.01 – 21.00 น. รองลงมาร้อยละ 13.8 รับชมในช่วงเวลา 12.01 – 15.00 น. และน้อยที่สุดร้อยละ 3.7 รับชมในช่วงเวลา 06.01 – 09.00 น. และ 24.01 – 03.00 น. ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 34.5 รับชมช่อง 3 เป็นประจำ รองลงมาร้อยละ 20.0 รับชม ช่อง9 และช่อง7 เป็นประจำ และน้อยที่สุดร้อยละ 1.5 รับชมช่อง TPBS

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 33.5 ชมละคร รองลงมาร้อยละ 31.4 ชมข่าวบันเทิง และน้อยที่สุดร้อยละ 2.5 ชมโฆษณา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 58.8 รับชมในบ้าน รองลงมาร้อยละ 36.6 รับชมใน หอพัก/บ้านเช่า และน้อยที่สุดร้อยละ .9 รับชมในบ้านใกล้เคียง

### 1.3 พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 41.8 รู้จักโดยบังเอิญเปิดไปพบเห็นเอง รองลงมา ร้อยละ 30.8 รู้จักรายการโดยการติดตามชมจากการโฆษณา และน้อยที่สุดร้อยละ 9.2 รู้จักโดย เพื่อนบอกให้ติดตาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 44.0 รับชมมาเป็นเวลาค้นกว่า 1 ปี และรองลงมา ร้อยละ 28.3 รับชมมาเป็นเวลา 3 ปี - 4 ปี และน้อยที่สุดร้อยละ 3.1 รับชมมาเป็นเวลามากกว่า 5 ปี

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 34.2 รับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร บางครั้ง บางคราว (2 ครั้ง / เดือน) รองลงมาร้อยละ 27.7 รับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร นานๆ ครั้ง (1 ครั้ง / เดือน) และน้อยที่สุดร้อยละ 16.9 รับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร เป็นประจำ (4 ครั้ง / เดือน)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 35.4 ดูและเปลี่ยนไปดูรายการอื่นเมื่อรายการเริ่ม เบื่อไม่สนุก รองลงมาร้อยละ 27.7 ดูจนจบตอน และน้อยที่สุดร้อยละ 16.3 ดูตามที่คนอื่นเปิดดู

### 1.4 ความคิดเห็นในการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร

รายการปราชญ์เดินดินและรายการทุ่งแสงตะวันกลุ่มตัวอย่างรับชมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.4 รองลงมา รายการเกษตรอาสา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.3 และน้อยที่สุด รายการลูกทุ่ง ลูกเกษตร มีค่าเฉลี่ย 3.4

### 1.5 ความคิดเห็นในการตัดสินใจเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร

ปัจจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจของแต่ละบุคคลพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญ ให้เป็นประโยชน์ ร้อยละ 4.2 รองลงมา เนื้อหาสาระที่น่าเสนอเกี่ยวกับสิ่งที่ใกล้ตัว ร้อยละ 4.0 และ น้อยที่สุด ตอบสนองความต้องการอยากรู้ อยากเห็น ร้อยละ 3.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอก พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ตัวอย่างของแต่ละ ได้ฟังคนอื่นพูดคุยกันปากต่อปาก ร้อยละ 3.7 รองลงมา เห็นจากโฆษณาตามสื่อต่างๆจึงได้ติดตาม ร้อยละ 3.6 และน้อยที่สุด เป็นรายการที่มีชื่อเสียง และเพื่อนๆ ที่นั่ง คนใกล้ชิด ชักชวนให้ชม ร้อยละ 3.4

ปัจจัยเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ตัดสินใจรับชมรายการที่มี เกร็ดความรู้ที่แฝงมาในรายการ ร้อยละ 4.0 รองลงมา ช่วงเปิดรายการ ชื่อรายการ และกราฟฟิกแอนิเมชั่น ร้อยละ 3.9 และน้อยที่สุด รูปแบบการนำเสนอของรายการ ร้อยละ 3.4

## 1.6 ความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรโดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 33.5 มีความคิดเห็นชอบรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรมาก รองลงมา ร้อยละ 31.4 มีความคิดเห็นชอบรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรมากที่สุด และน้อยที่สุด ร้อยละ 2.8 มีความคิดเห็นไม่ชอบรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรโดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 46.2 นำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน รองลงมา ร้อยละ 34.5 มีความรู้เพิ่มพูนขึ้น และน้อยที่สุดร้อยละ 1.5 เป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อนำไปหาข้อมูลเพิ่มเติม

## 2. ข้อเสนอแนะ

### 2.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผู้รับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรพอใจในรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร เพราะตอบสนองความต้องการของประชากรที่รับชม ผู้ชมสามารถนำความรู้ที่ได้รับชมไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตได้

### 2.2 ข้อเสนอแนะจากการทำงานวิจัย

พฤติกรรมกรรับชมและรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรผู้ที่รับชมได้ใช้เวลาให้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่รับชมในประเด็นต่างๆได้เป็นอย่างดี และยังสามารถนำเกร็ดความรู้ต่างๆจากรายการไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตของตนเอง ปัจจัยต่างๆนี้เป็นส่วนประกอบสำคัญที่ประชากรส่วนใหญ่เลือกที่จะรับชมรายการทางการเกษตรนั้น ต้องการเห็นในรายการทางการเกษตร แต่ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือรายการทางการเกษตร ต้องมีการดำเนินรายการที่น่าสนใจทำให้ผู้ที่รับชมเกิดความไม่เบื่อหน่ายในรายการ ทำให้ผู้ผลิต

รายการต้องพัฒนา การผลิตรายการให้ตอบสนองความต้องการของประชากรที่รับชมรายการ  
ทางการเกษตรให้อย่างทั่วถึง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## อ้างอิง(Referable)

- กิดานันท์ มลิทอง. 2531. กระบวนการสื่อสารไว้ในลักษณะทางโครงสร้าง เรียกว่า s m c r model. กรุงเทพฯ.
- ชวรัตน์ เขิดชัย. 2527. ทศนคติ การใช้ประโยชน์ และ ความพึงพอใจ “รายการสนทนา 45 นาที ปัญหา บ้านเมือง” ของผู้ชม. กรุงเทพฯ.
- ณรงค์ สมพงษ์. 2543. สื่อเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่ งานพิมพ์ฝ่ายสื่อสารการศึกษาสำนักส่งเสริมและฝึกอบรม. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- ตรีรัตน์ นิลรัตน์. 2536. ความพึงพอใจในการรับชมรายการโทรทัศน์. มหาวิทยาลัยรังสิต. จังหวัดปทุมธานี.
- นิตา สุวรรณประเทศ. 2523. ความคิดเห็นของครูผู้สอนเกี่ยวกับเนื้อหาประชากรศึกษาตามหลักสูตรมัธยมต้น. มหาลัยมหิดล. กรุงเทพฯ.
- นื้ออน กลิ่นรัตน์. 2525. ความคิดเห็นของเกษตรอาสาปศุสัตว์ต่อการดำเนินงานกิจกรรม. เอกสารคำสอนวิชาจิตวิทยาเบื้องต้น. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี. จังหวัดสุราษฎร์ธานี.
- บุญเลิศ ศุภดิลก. 2523. ประมวลสาระชุดวิชาการวิจัยทางนิเทศศาสตร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. กรุงเทพฯ.
- บุญสม เอกวราศิริ. 2529. การติดต่อสื่อสารกับการส่งเสริมการเกษตรว่าการส่งเสริมการเกษตรเป็นกระบวนการเรียนการสอนและบริการที่จะให้เกษตรกร. กรุงเทพฯ.
- ปัทมาวดี หล่อจิตร. 2539. ทศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ “รายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้าน เมือง”ของผู้ชม. กรุงเทพฯ.
- พีระ จิโรโสภณ. 2535. การสื่อข่าวและการเขียนข่าว. วารสารวิทยาศาสตร์. เชียงใหม่.
- พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. 2520. บทบาทของโฆษณาทางโทรทัศน์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของเด็กวัยรุ่น. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- มาชะ ขิตตะสังคะ. 2520. ชาติพันธุ์สัมพันธ์ลุ่มแม่น้ำโขง. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. จังหวัดเชียงราย.
- โยธิน คันสนยุทธ. และจุมพล พูลภัทรชีวิน. 2529. จิตวิทยาสังคม. ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ. กรุงเทพฯ.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- วัชรียา อานามวัฒน์. 2537. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ เพื่อการใช้ประโยชน์และ การตอบสนองของความ ต้องการ : ศึกษาเฉพาะรายการธรรมะพระพะยอมกับนักเรียน มัธยมศึกษาใน เขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- ไศลทิพย์ จารุกมิ. 2540. ความพึงพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์ เก็บข้อมูลด้วยการ สัมภาษณ์แบบเจาะลึก ในกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงในกรุงเทพมหานครที่ติดตามดู ละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำ. กรุงเทพฯ.
- เสนาะ ตีเยาว์. 2527. สภาพปัจจัยภายนอกปัจจัยภายใน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- สัณชัย พรหมจามร. 2545. ศึกษาความต้องการของเกษตรกรต่อรายการวิทยุโทรทัศน์ด้าน เกษตรในจังหวัดยโสธร.ยโสธร.
- สุกัญญา อันทนัย. 2533. การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมการเกษตร. กรุงเทพฯ.
- สุรางค์ จันทร์อม. 2520. จิตวิทยาทั่วไป. สำนักพิมพ์แพรวพิทยา. กรุงเทพฯ.
- สมพงษ์ เอี่ยมวิริยะ และ อุดล อภินันท์. 2537. การศึกษาข้อคิดเห็น และความต้องการของ เกษตรกรต่อการชมรายการโทรทัศน์ด้านการเกษตร. กรุงเทพฯ.
- โสภา ชูพิชัยกุล. 2521. จิตวิทยาทั่วไป. ไทยวัฒนาพานิชย์. กรุงเทพฯ.
- Dominick. 1990. วิทยุชุมชนกับบริการสื่อสารชุมชนหนทางที่ไม่มีวันเป็นจริง. New York.
- Gould and Kole. 1964. Dictionary of the social seicnces. New York.
- John C. merril and Ralph L. Lownstein. 1971. Media Messege and mass new perspect. Intergartedmaketingcommunication. .NewYork
- Kolesniki. 1970. Education Psychology. New York : mcgraw-Hill.Maxwell
- McComb and Lee B. Baker. 1979. Setting the agenda:the mass media and public opinion.New York.
- Nunnally. 1950. Test and Measurement Assessment and Prediction. New York.
- Rogers. 1973. A historical and critical review of postharvest physiology research on cut flowers. Sweden.
- Wilbur Schramm. 1954. The Process and effects of mass communication. Urbana : university of Illinois Press.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ไสลทิพย์ จารุภุมิ. 2540. ความพึงพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์ เก็บข้อมูลด้วยการ สัมภาษณ์แบบเจาะลึก ในกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงในกรุงเทพมหานครที่ติดตามดู ละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำ. กรุงเทพฯ.
- เสนาะ ตีเยาว์. 2527. สภาพปัจจัยภายนอกปัจจัยภายใน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- สัญญาชัย พรหมจามร. 2545. ศึกษาความต้องการของเกษตรกรต่อรายการวิทยุโทรทัศน์ด้าน เกษตรในจังหวัดยโสธร.ยโสธร.
- สุกัญญา อันทนัย. 2533. การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมการเกษตร. กรุงเทพฯ.
- สุรางค์ จันท์ธอม. 2520. จิตวิทยาทั่วไป. สำนักพิมพ์แพรวพิทยา. กรุงเทพฯ.
- สมพงษ์ เขี่ยมวิริยะ และ อุดล อภินันท์. 2537. การศึกษาข้อคิดเห็น และความต้องการของ เกษตรกรต่อการชมรายการโทรทัศน์ด้านการเกษตร. กรุงเทพฯ.
- โสภา ชูพิชัยกุล. 2521. จิตวิทยาทั่วไป. ไทยวัฒนาพานิชย์. กรุงเทพฯ.
- Dominick. 1990. วิทยุชุมชนกับบริการสื่อสารชุมชนหนทางที่ไม่มีวันเป็นจริง. New York.
- Gould and Kole. 1964. Dictionary of the social seicnces. New York.
- John C. merril and Ralph L. Lownstein. 1971. Media Messege and mass new perspect. Intergartedmarketingcommunication. .NewYork
- Kolesniki. 1970. Education Psychology. New York : mcgraw-Hill.Maxwell
- McComb and Lee B. Baker. 1979. Setting the agenda:the mass media and public opinion.New York.
- Nunnally. 1950. Test and Measurement Assessment and Prediction. New York.
- Rogers. 1973. A historical and critical review of postharvest physiology research on cut flowers. Sweden.
- Wilbur Schramm. 1954. The Process and effects of mass communication. Urbana : university of Illinois Press.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



# ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก  
ตัวอย่างแบบสอบถามแบบสอบถาม

พฤติกรรมกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรของประชากรในเขตลาดกระบัง

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษา 'พฤติกรรมกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรของประชากรในเขตลาดกระบัง' ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการทำปัญหาพิเศษ  
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ประชากรศาสตร์ และภูมิหลังทางด้านเศรษฐกิจและสังคม

1. ท่านเคยชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร หรือไม่  
 เคย       ไม่เคย เพราะ..... (เปิดการสัมภาษณ์)
2. เพศ  
 ชาย       หญิง
3. อายุ  
 ต่ำกว่า 20 ปี       21 - 30 ปี       31 - 40 ปี  
 41 - 50 ปี       51 - 60 ปี       มากกว่า 60 ปีขึ้นไป
4. สถานะภาพ  
 โสด       สมรส       หย่าร้าง       แยกกันอยู่
5. อาชีพ  
 รับราชการ       รัฐวิสาหกิจ       ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว  
 เกษตรกร       รับจ้าง/บริษัทเอกชน       นักเรียน/นักศึกษา  
 แม่บ้าน       อื่นๆ(ระบุ).....
6. รายได้ต่อเดือน  
 ต่ำกว่า 8,000 บาท       8,000 - 10,000 บาท       10,001 - 15,000 บาท  
 15,001 - 20,000 บาท       20,001 - 25,000 บาท       25,001 - 30,000 บาท  
 สูงกว่า 30,000 บาท
7. ระดับการศึกษาสูงสุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ( ) ไม่ได้ศึกษา                      ( ) ประถมศึกษา                      ( ) มัธยมต้น  
 ( ) มัธยมศึกษาปลาย /ปวช.      ( ) อนุปริญญา/ ปวส.      ( ) ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า  
 ( ) สูงกว่าปริญญาตรี              ( ) อื่นๆ(ระบุ).....

8. ปกติท่านเปิดรับชมสื่อมวลชนใดในแต่ละวัน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) วิทยุ                      ( ) โทรทัศน์                      ( ) หนังสือพิมพ์                      ( ) นิตยสาร  
 ( ) อินเทอร์เน็ต              ( ) อื่นๆ(ระบุ).....

9. ปกติท่านชมรายการโทรทัศน์ต่อครั้งนานครั้งละเท่าใด

- ( ) น้อยกว่า 30 นาที                      ( ) 30 นาที - 1 ชั่วโมง  
 ( ) มากกว่า 1 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง                      ( ) มากกว่า 2 ชั่วโมง - 3 ชั่วโมง  
 ( ) มากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป                      ( ) อื่นๆ (ระบุ).....

10. ปกติท่านรับชมรายการทางโทรทัศน์บ่อยเพียงไร

- ( ) นานๆ ครั้ง ( 1 ครั้ง / สัปดาห์ )                      ( ) บางครั้งบางคราว ( 2 - 3 ครั้ง / สัปดาห์ )  
 ( ) สม่ำเสมอ ( 3 - 4 ครั้ง / สัปดาห์ )                      ( ) เป็นประจำ ( 5 - 6 ครั้ง / สัปดาห์ )  
 ( ) อื่นๆ(ระบุ).....

11. ปกติท่านชมรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลาใดมากที่สุด

- ( ) 06.01 - 09.00 น.                      ( ) 09.01 - 12.00 น.                      ( ) 12.01 - 15.00 น.  
 ( ) 15.01 - 18.00 น.                      ( ) 18.01 - 21.00 น.                      ( ) 21.01 - 24.00 น.  
 ( ) 24.01 - 03.00 น.                      ( ) 03.01 - 6.00 น.                      ( ) อื่นๆ (ระบุ).....

12. ปกติท่านชมรายการโทรทัศน์ช่องใดเป็นประจำ

- ( ) ช่อง 3                      ( ) ช่อง 5                      ( ) ช่อง 7                      ( ) ช่อง 9                      ( ) ช่อง 11  
 ( ) ไทยพีบีเอส                      ( ) อื่นๆ(ระบุ).....

13. ท่านชมโทรทัศน์รายการใดเป็นประจำ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) ข่าวในพระราชสำนัก                      ( ) ข่าวต่างประเทศ                      ( ) ข่าวการเมือง  
 ( ) ข่าวเศรษฐกิจ                      ( ) ข่าวกีฬา                      ( ) ข่าวสิ่งแวดล้อม  
 ( ) ข่าวการศึกษา                      ( ) ข่าวการเกษตร                      ( ) ข่าวอาชญากรรม  
 ( ) ข่าวบันเทิง                      ( ) ละคร                      ( ) สารคดี  
 ( ) เกมโชว์                      ( ) มิวสิควิดีโอ                      ( ) โฆษณา  
 ( ) ทำอาหาร                      ( ) อื่นๆ (ระบุ).....

14. ปกติท่านดูรายการโทรทัศน์ในสถานที่ใด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ( ) ที่บ้าน ( ) หอพัก/บ้านเช่า ( ) บ้านเพื่อน ( ) บ้านใกล้เคียง  
( ) อื่นๆ (ระบุ).....

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์รายการโทรทัศน์ทางการเกษตร

15. ท่านรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรได้อย่างไร

- ( ) ติดตามจากการโฆษณาของสื่อต่าง ๆ  
( ) เพื่อนบอกให้ติดตาม  
( ) รายการเป็นที่กล่าวขานเลยติดตาม  
( ) บังเอิญเปิดไปพบเห็นเอง  
( ) อื่นๆ (ระบุ) .....

16. ท่านการรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรมานานเท่าไร

- ( ) ต่ำกว่า 1 ปี ( ) 1-2 ปี ( ) มากกว่า 2 ปี - 3 ปี  
( ) มากกว่า 3 ปี - 4 ปี ( ) มากกว่า 4 ปี - 5 ปี ( ) มากกว่า 5 ปี

17. ท่านการรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรบ่อยเพียงใด

- ( ) นานๆ ครั้ง (1 ครั้ง / เดือน)  
( ) บางครั้งบางครั้ง (2 ครั้ง / เดือน)  
( ) สม่ำเสมอ (3 ครั้ง / เดือน)  
( ) เป็นประจำ (4 ครั้ง / เดือน)  
( ) อื่นๆ (ระบุ).....

18. ปกติแต่ละครั้งท่านมักจะชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรอย่างไร

- ( ) ดูรายการเดียวตลอดจนจบตอนในแต่ละวัน ( ) ดูสลับกับรายการเรื่องอื่น  
( ) ดูและเปลี่ยนไปดูรายการอื่นๆ เมื่อรายการเริ่มเบื่อไม่สนุก ( ) ดูตามที่คนอื่นเปิดดู  
( ) อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

19. ท่านเคยรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรรายการใดบ้าง

| รายการ  | ระดับความพึงพอใจ |     |         |      |            |
|---|------------------|-----|---------|------|------------|
|   | มากที่สุด        | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 1. รายการทิดบ้านชวนคุย (ช่อง NBT)                             |                  |     |         |      |            |
| 2. รายการลูกทุ่งเกษตรกร (ช่อง NBT)                            |                  |     |         |      |            |
| 3. รายการชาววิทยุขีดชาวบ้าน (ช่อง TPBS ไทยพีบีเอส) (ผังเกษตร) |                  |     |         |      |            |
| 4. รายการสารคดีเกษตร (ช่อง 7)                                 |                  |     |         |      |            |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
| 5. รายการลูกทุ่งลุงเกษตร (ช่อง TPBS)                         |  |  |  |  |  |
| 6. รายการสยามตามรอยพ่อ (ช่อง5)<br>(แฝงเกษตร)                 |  |  |  |  |  |
| 7. รายการพมหอดิน (ช่อง5)                                     |  |  |  |  |  |
| 8. รายการคนไทยหัวใจเกษตร (ช่อง9)                             |  |  |  |  |  |
| 9. รายการเกษตรพรวน (ช่อง5)                                   |  |  |  |  |  |
| 10.รายการเกษตรพอเพียง วิถีพอเพียง<br>(ช่องNBT)               |  |  |  |  |  |
| 11.รายการเกษตรทั่วไทย (ช่อง5)                                |  |  |  |  |  |
| 12. รายการส่องโลกเกษตรทั่วไทย<br>(ช่อง5)                     |  |  |  |  |  |
| 13. รายการเกษตรไทยน่ารู้ (ช่อง5)                             |  |  |  |  |  |
| 14. รายการกบนอกกะลา (ช่อง9)                                  |  |  |  |  |  |
| 15. รายการปราชญ์เดินดิน (ช่อง9)                              |  |  |  |  |  |
| 16. รายการเกษตรอาสา (ช่อง9)                                  |  |  |  |  |  |
| 17. รายการฟ้าสว่างที่บางเกษตร1/2/3/5<br>เกษตรสาร4(ช่อง TPBS) |  |  |  |  |  |
| 18. รายการทุ่งแสงตะวัน (ช่อง3)<br>(แฝงเกษตร)                 |  |  |  |  |  |
| 19. รายการสุดหล้าฟ้าเขียว(ช่อง3)<br>(แฝงเกษตร)               |  |  |  |  |  |
| 20. รายการเกษตรพันธุ์อา(ช่องNBT)                             |  |  |  |  |  |
| 21.รายการคนไทยหัวใจเกษตรกร(ช่อง9)                            |  |  |  |  |  |
| 22.รายการจุมมุด (ช่อง7) (แฝง<br>เกษตร)                       |  |  |  |  |  |
| 23.รายการจุมมุด (ช่อง7) (แฝง<br>เกษตร)                       |  |  |  |  |  |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 ปัจจัยในความพึงพอใจในการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร | ระดับความคิดเห็น |     |         |      |            |
|--|------------------|-----|---------|------|------------|
|  | มากที่สุด        | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| <b>ปัจจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจของแต่ละบุคคล</b>            |                  |     |         |      |            |
| 1. เนื้อหาสาระที่น่าเสนอเกี่ยวกับสิ่งที่ใกล้ตัว        |                  |     |         |      |            |
| 2. ตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น                          |                  |     |         |      |            |
| 3. ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์                          |                  |     |         |      |            |
| 4. ทำให้ไม่เหงา ไม่โดดเดี่ยว เหมือนมีเพื่อน            |                  |     |         |      |            |
| 5. ทำให้คลายเครียดและลดความน่าเบื่อจากการทำงาน         |                  |     |         |      |            |
| <b>ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ</b>                     |                  |     |         |      |            |
|  | มากที่สุด        | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 6. ตอบสนองความสนใจของตนเองไม่ประเด็นต่าง ๆ             |                  |     |         |      |            |
| 7. ใช้เป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตัวในสถานการณืการต่าง ๆ  |                  |     |         |      |            |
| 8. นำความรู้ที่ได้ชมไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต      |                  |     |         |      |            |
| 9. นำประเด็นต่างๆไปสนทนาต่อไป                          |                  |     |         |      |            |
| <b>ปัจจัยเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอก</b>                |                  |     |         |      |            |
| 10. เป็นรายการที่มีชื่อเสียง                           |                  |     |         |      |            |
| 11. เห็นจากการโฆษณาตามสื่อต่างๆ จึงได้ติดตาม           |                  |     |         |      |            |
| 12. เพื่อนๆ พี่น้อง คนใกล้ชิด ชักชวนให้ชม              |                  |     |         |      |            |
| 13. ได้ฟังคนอื่นพูดคุยกันปากต่อปาก                     |                  |     |         |      |            |
| 14. ไม่มีรายการอื่นที่น่าสนใจในช่วงนั้น                |                  |     |         |      |            |
| <b>ปัจจัยเกี่ยวกับองค์ประกอบรายการ</b>                 |                  |     |         |      |            |
| 15. พิธีกร/ผู้ดำเนินกร                                 |                  |     |         |      |            |
| 16. ชื่อตอนต่างๆของรายการ                              |                  |     |         |      |            |
| 17. รูปแบบการนำเสนอของรายการ                           |                  |     |         |      |            |
| 18. ภาษาที่ใช้ในรายการ                                 |                  |     |         |      |            |
| 19. เพลงประกอบรายการ                                   |                  |     |         |      |            |
| 20. ช่วงเปิดรายการ (ไตเติล)                            |                  |     |         |      |            |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

|                                  |  |  |  |  |  |
|----------------------------------|--|--|--|--|--|
| 21. เกร็ดความรู้ที่แฝงมาในรายการ |  |  |  |  |  |
| 22. สัญลักษณ์รายการ/ชื่อรายการ   |  |  |  |  |  |
| 23. บริษัทผู้ผลิตรายการ          |  |  |  |  |  |
| 24. กราฟฟิก/แอนิเมชัน            |  |  |  |  |  |

#### ส่วนที่ 4 ความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร

25. เมื่อท่านได้รับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรแล้ว ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อรายการ

- ( ) ไม่ชอบราย ( ) ชอบน้อยที่สุด  
 ( ) ชอบน้อย ( ) ชอบปานกลาง  
 ( ) ชอบมาก ( ) ชอบมากที่สุด

26. เมื่อท่านได้รับชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรแล้ว ท่านได้รับอะไรจากการชมรายการบ้าง

- ( ) ความบันเทิง ( ) มีความรู้เพิ่มพูนขึ้น  
 ( ) นำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน ( ) เป็นข้อมูลในการสนทนากับคนอื่น  
 ( ) เป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อนำไปหาข้อมูลเพิ่มเติม ( ) อื่นๆ (ระบุ).....

27. ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของรายการ

| รายการ                           | ระดับความพึงพอใจ |        |            |         |               |
|----------------------------------|------------------|--------|------------|---------|---------------|
|                                  | ชอบมากที่สุด     | ชอบมาก | ชอบปานกลาง | ชอบน้อย | ชอบน้อยที่สุด |
| 28. พิธีกร/ผู้ดำเนินกร           |                  |        |            |         |               |
| 29. ข้อตอนต่างๆของรายการ         |                  |        |            |         |               |
| 30. รูปแบบการนำเสนอของรายการ     |                  |        |            |         |               |
| 31. ภาษาที่ใช้ในรายการ           |                  |        |            |         |               |
| 32. เพลงประกอบรายการ             |                  |        |            |         |               |
| 33. ช่วงเปิดรายการ (ไตเติล)      |                  |        |            |         |               |
| 34. เกร็ดความรู้ที่แฝงมาในรายการ |                  |        |            |         |               |
| 35. สัญลักษณ์รายการ/ชื่อรายการ   |                  |        |            |         |               |
| 36. บริษัทผู้ผลิตรายการ          |                  |        |            |         |               |
| 37. กราฟฟิก/แอนิเมชัน            |                  |        |            |         |               |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

38. ท่านคิดว่ารายการโทรทัศน์ทางการเกษตรที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ในปัจจุบัน มีเรื่องน่ารู้ของรายการที่ เพียงพอหรือไม่

( ) เพียงพอ ( ) ไม่เพียงพอ (ระบุ) .....

39. หากท่านสามารถเลือกเวลาออกอากาศรายการได้ ท่านอยากให้เป็นช่วงเวลาใด

ระหว่างเวลา..... น. ถึง..... น.

40. ท่านมีความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร อย่างไรบ้าง

.....

.....

ขอขอบคุณที่กรุณาให้ข้อมูล



110677

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้