

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

พฤติกรรมการบริโภคสื่อทางการเกษตรของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
Behaviours in Media Consumption of Undergraduate Students in Faculty of Agricultural
Technology , King Mongkut's Institute of Technology Chaokuntaharn Ladkrabang



เสนอ
สาขาวิชา พัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กทม.
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (พัฒนการเกษตร)

พ.ศ.2553

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองปัญหาพิเศษ
สาขาวิชา พัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กทม.

เรื่อง

พฤติกรรมการใช้สื่อทางการเกษตรของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
Behaviours in Media Consumption of Undergraduate Students in Faculty of Agricultural
Technology , King Mongkut's Institute of Technology Chaokuntaharn Ladkrabang

โดย

นายรัตนโชค มีพงษ์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
วท.บ.(พัฒนาการเกษตร)

เมื่อวันที่.../...เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2553

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ คุณาสวรรค์เวช)

กรรมการปัญหาพิเศษ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภสมบุญ อึ้งรัตนกร)

ประธานสาขาวิชา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุชมาภรณ์ ชันศรี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง(ภาษาไทย) : พฤติกรรมการบริโภคสื่อทางการเกษตรของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ชื่อเรื่อง(ภาษาอังกฤษ) : Behaviours in Media Consumption of Undergraduate Students in Faculty of Agricultural Technology , King Mongkut's Institute of Technology Chaokuntaharn Ladkrabang

โดย : นายรัตนโชค มีพงษ์

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรบัณฑิต (พัฒนาการเกษตร)

สาขาวิชาเอก : พัฒนาการเกษตร

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ :

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ คุณาสวรรค์เวช)

...../...../.....

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อทางการเกษตรของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษา จำนวน 343 คน

ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมในการบริโภคสื่อทางการเกษตรของนักศึกษาส่วนใหญ่จะการบริโภคจากสื่อประเภทบุคคล รองลงมา คือ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์ ตามลำดับ ส่วนสื่อที่นักศึกษบริโภคน้อยที่สุด คือ สื่อวิทยุ และเมื่อพิจารณาเป็นรายสื่อพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ได้รับสื่อบุคคลจากอาจารย์หรือนักวิชาการมากที่สุด นักศึกษบริโภคโดยความถี่ในการบริโภคมากที่สุด 3 - 4 วันต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการบริโภค 2 ชั่วโมงต่อวัน ช่วงเวลาที่บริโภคคือ ช่วงเวลาเรียน สถานที่บริโภคคือห้องเรียน ส่วนปัญหาในการบริโภคสื่อบุคคลคือการอธิบายไม่ชัดเจน ฟังไม่เข้าใจ อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่นักศึกษบริโภคโดยมีความถี่ในการบริโภคมากที่สุด 1-2 วันต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการบริโภคมากที่สุดน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน ช่วงเวลาที่บริโภคคือ หลังเลิกเรียน สถานที่บริโภคคือ หอพัก ปัญหาในการบริโภคสื่ออินเทอร์เน็ตคือ ไม่มีเวลาในการใช้งาน และไม่มีคอมพิวเตอร์เป็นของตัวเอง สื่อสิ่งพิมพ์นักศึกษส่วนใหญ่ได้รับจากเอกสารประกอบการเรียนมากที่สุด นักศึกษบริโภคโดยมีความถี่ในการบริโภค 3 - 4 วันต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการบริโภค 1 ชั่วโมงต่อวัน ช่วงเวลาที่บริโภคคือช่วงเวลาเรียน สถานที่บริโภคคือหอพัก ปัญหาในการบริโภคสื่อสิ่งพิมพ์คือ เนื้อหาไม่ชัดเจน อ่านแล้วไม่เข้าใจ ไม่มีเวลาในการอ่าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สื่อโทรทัศน์มีนักศึกษาบริโภคโดยความถี่ในการบริโภค 1-2 วันต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการบริโภค 1 ชั่วโมงต่อวัน ช่วงเวลาที่บริโภคคือ ก่อนนอน สถานที่บริโภคคือ หอพัก ปัญหาในการบริโภคสื่อโทรทัศน์คือ ไม่มีรายการที่น่าสนใจ เนื้อหาไม่ชัดเจนดูแล้วไม่เข้าใจ ไม่มีเวลาชม สื่อวิทยุนักศึกษาบริโภคน้อยที่สุดนักศึกษาบริโภคโดยมีความถี่ในการบริโภค 1-2 วันต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการบริโภคน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน ช่วงเวลาที่บริโภคคือ เสาร์-อาทิตย์ สถานที่บริโภคคือ หอพัก ปัญหาในการบริโภคสื่อวิทยุคือ ไม่มีรายการที่น่าสนใจ เนื้อหาไม่ชัดเจนฟังไม่เข้าใจ ไม่มีเวลาไม่ได้ตั้งใจฟัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ในการศึกษาปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องด้วยการควบคุมดูแล และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ คุณาสวรรค์เวช อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษและผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภสมบุญ อิงรัตนกร กรรมการปัญหาพิเศษ ซึ่งได้ให้คำปรึกษาและคำแนะนำต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ ซึ่งทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทั้งสองท่านเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัวที่ส่งเสียเลี้ยงดูและคอยให้กำลังใจทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ขอคุณนางสาวสุภาพรรณ ณิชนทตที่คอยแนะนำและช่วยเหลือตลอดเวลาและขอบคุณเพื่อนทุกๆ คนที่คอยให้คำปรึกษาที่ดีและกำลังใจดีๆ เสมอ ทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้ประสบความสำเร็จ

รัตนโชค มีพงษ์

พฤศจิกายน 2553

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(ก)
บทที่ 1 บทนำ	
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตและข้อจำกัดของการศึกษา	3
บทที่ 2 การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	4
ความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค	8
ความหมายของสื่อ	10
สื่อสิ่งพิมพ์	11
สื่อโทรทัศน์	12
วิทยุกระจายเสียง	15
อินเทอร์เน็ต	17
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	
ประชากรกลุ่มตัวอย่าง	20
เครื่องมือและวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	21
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล	
ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม	23
พฤติกรรมการบริโภคสื่อทางการเกษตรประเภทต่าง ๆ	25
ปัญหาการการบริโภคสื่อทางการเกษตรประเภทต่าง ๆ	33
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	
สรุปการวิจัย	35
ข้อเสนอแนะ	36
เอกสารอ้างอิง	37
ภาคผนวก	39

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม	24
2	พฤติกรรมกรับข่าวสารจากสื่อทางการเกษตรประเภทต่าง ๆ	27
3	ปัญหาจากการบริโภคสื่อทางการเกษตรประเภทต่าง ๆ	33



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ (Introduction)

ความสำคัญของปัญหา

สื่อมวลชนเป็นสื่อที่ใช้ในการนำข่าวสารต่าง ๆ ไปสู่ประชาชนหรือมวลชน ประชาชนสามารถรับข่าวสารได้โดยการชมการดู หรือการอ่าน ประเภทของสื่อมวลชนได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร ภาพยนตร์และอินเทอร์เน็ต ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าในชีวิตประจำวันของบุคคลทั่วไป การสื่อสารมวลชนเข้าไปแทรกซึมอยู่ในวิถีชีวิตของประชาชน การรับฟังรายการวิทยุ การชมรายการโทรทัศน์ถือเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนที่อยู่ในเมืองและในชนบท ทั้งเพื่อความบันเทิง การรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากภายในประเทศและต่างประเทศ ความรู้และวิทยาการต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ตลอดจนข้อมูลของสินค้าและบริการที่โฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ หนังสือหรือนิตยสารช่วยให้เราสามารถรับความรู้ข่าวสารทั้งที่บ้านและสถานศึกษา การเข้าชมภาพยนตร์ตามโรงภาพยนตร์ที่มีอยู่ทั่วไปเป็นการตอบสนองด้านความบันเทิง และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมในสังคมต่าง ๆ อย่างไม่รู้ตัว นอกจากนี้สื่อมวลชนยังเข้ามามีความสำคัญต่อการศึกษา คือ สามารถที่จะแพร่กระจายเนื้อหาสาระต่าง ๆ ไปสู่คนจำนวนมากได้รวดเร็ว และยังทำให้เกิดการเรียนรู้อย่างกว้างขวาง ทันท่วงทีต่อเหตุการณ์บ้านเมือง เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้รับประโยชน์ทางการศึกษาเท่าเทียมกันและยังช่วยแก้ปัญหาในเรื่องการขาดแคลนวัสดุการศึกษาของระบบการศึกษา และยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการศึกษา สื่อมวลชนสามารถที่จะนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสอน โดยที่ผู้สอนนำรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ หรือบทความจากสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ มาใช้เป็นสื่อในการเรียนการสอน หรือใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อแทนครู ใช้เป็นสื่อเพื่อเสริมความรู้ ใช้เป็นแหล่งการเรียนรู้ ซึ่งเป็นการรวบรวมวัสดุที่บันทึกเรื่องราวสำคัญต่าง ๆ ไว้เพื่อการศึกษาค้นคว้า ดังนั้นจะเห็นได้ว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลมากกับการศึกษา เพราะสื่อมวลชนเป็นสิ่งที่ถ่ายทอดเนื้อหาสาระในบทเรียนไปยังผู้เรียนที่อยู่กระจัดกระจายในเวลาเดียวกันได้

คณะเทคโนโลยีการเกษตร เป็นคณะหนึ่งของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังมีหน้าที่ในการผลิตบุคลากรและผลงานทางวิชาการด้านการเกษตรที่มีคุณภาพเพื่อสนอง ตอบต่อสังคมและการพัฒนาประเทศชาติอย่างยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตบัณฑิตทางด้านเกษตรในระดับปริญญาที่มีความรู้ความสามารถด้านวิชาการและวิชาชีพ ตามความต้องการของสังคม ให้มีคุณธรรมและจริยธรรมในวิชาชีพ มีความเป็นผู้นำ รับผิดชอบต่อสังคมรู้จักคิดริเริ่มสร้างสรรค์สามารถวิเคราะห์ปัญหาและนำความรู้มาใช้ในการทำงานและการดำเนินชีวิตให้เป็นประโยชน์ต่อตนเองและต่อสังคม เพื่อส่งเสริมการศึกษาการวิจัยและเผยแพร่ผลงานทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางการเกษตรออกสู่สังคมอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับความเจริญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก้าวหน้าของสังคมและโลก เพื่อสนองนโยบายของรัฐและความต้องการของเอกชนในด้านการพัฒนาคุณภาพของประชากร ปัจจุบันคณะเทคโนโลยีการเกษตรประกอบด้วย 3 สาขาวิชา คือ สาขาวิชาพืช สาขาวิชาสัตว์และประมง สาขาบริหารธุรกิจเกษตรและพัฒนากิจการเกษตร โดยเปิดสอนในระดับปริญญาตรี ปริญญาโทและปริญญาเอก (คณะเทคโนโลยีการเกษตร.2551) โดยในการเรียนการสอนของคณะเน้นทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติไปพร้อมกัน ซึ่งนักศึกษาต้องมีการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารตำราแล้ว ยังต้องรับข่าวสารจากสื่อในหลาย ๆ ด้าน เพื่อแสวงหาความรู้จากภายนอกห้องเรียนอีกด้วย ดังนั้นการรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ จะมีผลต่อความคิดและพฤติกรรมในการเรียนของนักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับ เสน่ห์ นครสันติภาพ(2541) กล่าวว่า นักศึกษาสามารถจะแสวงหาความรู้ ความบันเทิงจากสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ซึ่งพฤติกรรมกรรับข่าวสารความรู้จากสื่อมวลชนของนักศึกษามีความแตกต่างกัน เช่น นักศึกษาบางกลุ่มไม่เห็นประโยชน์ในการแสวงหาความรู้เพิ่มเติมจากสื่อมวลชน แต่บางกลุ่มนักศึกษาบางกลุ่มจะใช้สื่อมวลชนในการแสวงหาความรู้

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาถึงการพฤติกรรมการบริโภคสื่อของนักศึกษา เพื่อนำมาปรับให้เข้ากับระบบการเรียนการสอน การประชาสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ ให้เข้าถึงนักศึกษาให้ได้มากที่สุดและศึกษาถึงแนวทางการแก้ปัญหาในเรื่องของการพฤติกรรมกรบริโภคสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรบริโภคสื่อทางการเกษตรของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
3. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการบริโภคสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงข้อมูลพื้นฐานของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการบริโภคสื่อทางการเกษตรของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
3. เพื่อทราบถึงปัญหาและข้อเสนอแนะในการบริโภคสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
4. เพื่อนำผลของการศึกษา ไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ในการด้านการเรียนการสอน และการผลิตสื่อให้ตรงตามความต้องการของนักศึกษา

ขอบเขตและข้อจำกัดของการศึกษา

การศึกษานี้มีขอบเขตของการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมการบริโภคสื่อทางการเกษตร ปัญหาและข้อเสนอแนะในการบริโภคสื่อทางการเกษตรของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังเท่านั้น โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนกันยายน 2553

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

พฤติกรรมการบริโภค หมายถึง ลักษณะการรับข่าวสาร ความรู้ ความต้องการการกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าหรือบริการทางเศรษฐกิจ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อน และเป็นตัวกำหนดให้เกิดการกระทำต่าง ๆ ขึ้น

สื่อทางการเกษตร หมายถึง สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต ที่ให้ข้อมูลข่าวสารความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับด้านทางการเกษตรโดยเฉพาะในรูปแบบต่าง ๆ กัน

นักศึกษา หมายถึง นักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ประจำปีการศึกษา 2553

บทที่ 2

การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Review of Related Literature)

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้เสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
2. ความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค
3. ความหมายของสื่อ
4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

1.1 ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภค เปรียบประดุจเส้นเลือดที่หล่อเลี้ยงชีวิตบริษัททางด้านธุรกิจทุกแห่งให้ยืนยงดำรงอยู่ได้ ดังนั้น กลุ่มผู้บริโภคจึงเป็นเป้าหมายหลักสำคัญที่บริษัทธุรกิจจะสามารถจำหน่ายสินค้าและบริการ เพื่อนำเอารายได้และผลกำไรจากกลุ่มบุคคลเหล่านี้มาใช้เป็นทุนรอนหมุนเวียนเพื่อดำเนินงานประกอบการธุรกิจให้เจริญก้าวหน้าสืบต่อไป ซึ่งปัจจัยที่สำคัญยิ่งต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของบริษัทธุรกิจดังกล่าว ก็คือ ผู้ประกอบการจำเป็นจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อเป็นการปรับกลยุทธ์การตลาดให้ไปในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจของผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ซึ่งสาเหตุที่ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าและบริการอาจเป็นเพราะสินค้าและบริการนั้น ๆ มีสิ่งจูงใจบางประการที่สอดคล้องกับทัศนคติของผู้บริโภค (พิมล ศรีวิภรณ์. 2542)

1.2 การวิเคราะห์ผู้บริโภค

การศึกษาวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุทั้งปวงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค ดำรงค์ศักดิ์ ชัยสนธิ(2537.68) กล่าวว่า การวิเคราะห์ผู้บริโภค (Consumer Analysis) ถือเป็นการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมทางการตลาดที่ผู้บริหารการตลาดใช้ความพยายามทางการตลาด (Market Effort) เพื่อเอาชนะคู่แข่งชั้น ธุรกิจในแต่ละประเภทต่างก็ให้ความสำคัญกับผู้บริโภคมากจนเกิดมีคำที่พูดกันอย่างคุ้นหูว่า ลูกค้ายิ่งกว่าพระเจ้า (Customer is a King)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคว่า จำต้องอาศัยวิชาการทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral Sciences) ซึ่งประกอบด้วยสังคมวิทยา มานุษยวิทยา และจิตวิทยา ผสมผสานเข้าด้วยกันเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค (Dominick, Joseph R. 1999)

พฤติกรรมผู้บริโภคนี้เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้นภายนอก (Outside Stimulus) ที่แบ่งเป็นสิ่งกระตุ้นทางการตลาด คือ ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่ายและการส่งเสริมการจำหน่าย และสิ่งกระตุ้นทางด้านสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ที่ควบคุมไม่ได้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี กฎหมาย การเมือง และวัฒนธรรม ซึ่งสิ่งกระตุ้นเหล่านี้ จะผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buyer 's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคได้ โดยความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคนี้ จะได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้บริโภคซึ่งเกิดจากปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางจิตวิทยา รวมทั้งขั้นตอนต่าง ๆ ในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้แก่

1.2.1 การรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ปัญหาของผู้บริโภคเอง

1.2.2 การค้นหาข้อมูลเพื่อสนองความต้องการที่ถูกกระตุ้น

1.2.3 การประเมินผลทางเลือกจากคุณสมบัติต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์

1.2.4 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ชอบมากที่สุด

1.2.5 การได้รับความรู้สึกภายหลังการซื้อของผู้บริโภคด้านความพึงพอใจ หรือไม่พอใจหลังจากที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ นอกจากนั้น ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ของการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer 's Response) ทางด้านการเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาในการซื้อ และการเลือกปริมาณการซื้อ

1.3 ความรู้และพฤติกรรมผู้บริโภค

พิบูล ที่ปะปาล(2543:126) ได้กล่าวถึงกระบวนการของพฤติกรรมมี 3 ขั้นตอน

1.3.1 พฤติกรรมที่จะเกิดได้ต้องมีสาเหตุทำให้เกิด (Behavior is caused) หมายความว่า การที่คนเราจะแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมา นั้นจะต้องมีสาเหตุทำให้เกิด และสิ่งที่เป็นสาเหตุคือ ความต้องการที่เกิดขึ้นในตัวคนคนนั้นนั่นเอง

1.3.2 พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้ต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น (Behavior is motivated) นั่นคือ เมื่อคนมีความต้องการเกิดขึ้นแล้ว คนก็ปรารถนาที่จะบรรลุถึงความต้องการนั้น จนกลายเป็นแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3.3 พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งสู่เป้าหมาย(Behavior is goal-directed) คือการที่คน แสดงพฤติกรรมใดๆออกมานั้น มิได้กระทำโดยเลื่อนลอยปราศจากจุดมุ่งหมายหรือไรทิศทาง หากแต่กลับมุ่งไปสู่เป้าหมายที่แน่นอนเพื่อบรรลุผลสำเร็จแห่งความต้องการของตน

1.4 พฤติกรรมการประเมินผล (Evaluation)

เมื่อผู้บริโภครับข้อมูลเข้ามาก็จะเกิดความเข้าใจ แล้วทำการประเมินผลข้อมูลที่ได้รับ เพื่อพิจารณาทางเลือกต่อไป ซึ่งในการประเมินนั้นจะต้องอาศัยหลักเกณฑ์หลายประการคือ

1.4.1 การประเมินผลโดยอาศัยความสนใจในลักษณะสินค้าเนื่องจากสินค้าหนึ่ง ๆ จะมีคุณสมบัติหลายอย่าง แต่ผู้บริโภคจะพิจารณาเฉพาะคุณสมบัติที่เขาสนใจ

1.4.2 การประเมินโดยอาศัยความสำคัญของคุณสมบัติสินค้า ผู้บริโภคจะให้นำหนักสำหรับความสำคัญของคุณสมบัติสินค้าต่างกัน เช่น ราคา ยี่ห้อ

1.4.3 การประเมินโดยอาศัยการพัฒนาความเชื่อถือในตราสินค้าหรือยี่ห้อ เนื่องจากความเชื่อถือของผู้บริโภคที่มีต่อตราหรือยี่ห้อสินค้า

นอกจากนั้น การเปิดรับข่าวสารยังก่อให้เกิดผลในการเปลี่ยนแปลงในตัวผู้รับสาร ทั้งในระดับความรู้ ทักษะและพฤติกรรม ดังที่ Schramm, W(1960.67) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนทันสมัย ทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อยซึ่ง Dominick, Joseph R(1999.31) ยังได้อธิบายถึง ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร (Selectivity Process Theory) ไว้ว่า คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับสาร (Selectivity Process) อันประกอบด้วย

1.4.3.1 การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) กล่าวคือ บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสาร จากแหล่งสารต่าง ๆ ตามความสนใจและต้องการ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกริณีคิดของตน เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

1.4.3.2 การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) กล่าวคือ บุคคลจะเลือกให้ความสนใจเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมของตนและหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจกับข่าวที่ขัดแย้งกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมของตน

1.4.3.3 การเลือกรับรู้ (Selective Perception) กล่าวคือ บุคคลจะเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความข่าวสารที่ได้รับไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ และประสบการณ์ที่มีอยู่ก่อน ในกรณีที่ข่าวสารที่ได้รับมาใหม่มีความขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิม บุคคลมักจะบิดเบือนข่าวสารนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4.3.4 การเลือกจดจำ (Selective Retention) กล่าวคือ บุคคลจะเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไปเก็บไว้เป็นประสบการณ์ เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป และจะพยายามลืม ในส่วนที่ต้องการจะลืมอีกด้วย

นอกจากกระบวนการในการเลือกรับสารแล้ว ผู้รับข่าวสารยังมีพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อและข่าวสารตามแบบเฉพาะของแต่ละคนแตกต่างกันไป ดังที่ ชวรัตน์ เชิดชัย(2527.45) อธิบายถึงแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีการเลือกรับสื่อ นั้น ว่าเกิดจากปัจจัยพื้นฐานหลายประการ

ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาโดยตรงที่ว่า ปกติคนเราย่อมจะไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม บุคคลจึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยได้ และเมื่อไม่สามารถจะติดต่อกับสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร ซึ่งคนบางกลุ่มพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคล เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาที่ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือทางสังคมให้แก่ตนเอง

ความอยากรู้อยากเห็น ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นนั้นจะเกิดจากวัตถุ สิ่งของ ความคิด หรือการกระทำของเพื่อนบ้านหรือเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ นอกเหนือจากที่เกิดขึ้นใกล้ชิดกับตนเองมากที่สุดคงจะไม่มีอะไรดีกว่าสื่อมวลชนต่าง ๆ ทั้งนี้ มิใช่เพราะว่าสิ่งเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่าง ๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นด้วย

ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self - Aggrandizement) โดยพื้นฐานมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะให้คนในทางปฏิบัติ ทางจรรโลงจิตใจ หรือแม้แต่ทางความคิด ก็สามารถจะหาได้จากสื่อมวลชนเป็นส่วนใหญ่

โดยทั่วไป ผู้รับข่าวสารมีพฤติกรรมกาเลือกหรือการรับสื่อ ข่าวสารแตกต่างกัน โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ตามความต้องการของแต่ละบุคคล สภาพแวดล้อม เหตุผลและความจำเป็นของตนเอง ในด้านการเลือกรับสื่อต่าง ๆ Schramm , W. (1960.38) กล่าวว่า บุคคลย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ประโยชน์ตอบแทนดีที่สุ่สุด เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Promise of Reward) ซึ่งความพยายามน้อยที่สุดนั้น หมายความว่า ผู้อ่าน ผู้ดู หรือผู้ฟัง จะเลือกรับสื่อที่ตนเองมีความสะดวกที่สุด และใช้ความพยายามน้อยที่สุดในการรับสื่อ อันอาจขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยด้วยกัน เช่น ความพร้อม ความสะดวก ค่าใช้จ่าย เวลารับสื่อซึ่งย่อมแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล รวมทั้งบทบาท นิสัย และประเพณีนิยม ซึ่งรวมเป็นกิจกรรมอันเป็นพฤติกรรมทางสังคม ที่จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย

ข้อสังเกตอย่างหนึ่งที่สำคัญเกี่ยวกับการเลือกรับสื่อและข่าวสารของผู้รับข่าวสารคือ ผู้รับข่าวสารมักจะแสวงหาข่าวสารที่มีมาสนับสนุนทัศนคติ ความคิดที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Preconception) รวมทั้งอคติของตนเองอย่างไม่รู้ตัวเสมอ เมื่อเป็นเช่นนี้ผู้รับข่าวสารจึงแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกับท่าทีของจิตใจที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Predispositions) ข่าวสารที่แสวงหาจึงจะไม่เป็นข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อถือของตน นอกจากนั้น ประสบการณ์และปรัชญาแห่งชีวิตก็เป็นปัจจัยสำคัญที่จะกำหนดว่าจะเลือกรับสื่อและข่าวสารในลักษณะเช่นใดลักษณะเฉพาะ ของสื่อมวลชนโดยทั่วไป นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับอายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือองค์ประกอบอื่นที่ไม่สามารถเห็นเด่นชัด เช่น ทัศนคติ ความคาดหวัง ความกลัว ฯลฯ จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้สื่อแล้ว สื่อมวลชนแต่ละประเภทต่างก็มี "ลักษณะเฉพาะ" ที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหาและได้รับประโยชน์ไม่เหมือนกัน "ลักษณะเฉพาะ" ของสื่อแต่ละอย่างจึงมีส่วนที่ทำให้ผู้รับข่าวสารจากสื่อมวลชน มีจำนวนและองค์ประกอบแตกต่างกันไป ทั้งนี้เพราะว่าผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

2. ความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค

นักการตลาดที่ดีจึงต้องตระหนักอยู่เสมอว่าพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นกุญแจแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ และควรเข้าใจถึงพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกุญแจแห่งความสำเร็จผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนมากที่ได้ประสบกับความล้มเหลว อันเนื่องมาจากคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ (Product attribute) ไม่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์บางชนิดจะไม่ประสบกับความล้มเหลวก็ตาม แต่คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคแล้วก็ยากที่จะทำยอดขายให้ได้เท่าที่ควร จึงจำเป็นที่นักการตลาดจะต้องทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ก่อนว่ามีความต้องการสินค้า และหรือบริการในลักษณะใดเพื่อจะได้ตอบสนองความต้องการ จากการศึกษาของ (The National Industrial Conference Board) พบว่ามีเหตุผลที่สำคัญที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ใหม่ประสบกับความล้มเหลวดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ตลาดไม่เพียงพอ	32%
ข้อบกพร่องของตัวผลิตภัณฑ์	23%
ต้นทุนสูงกว่าที่คาดคิดไว้	14%
นำออกสู่ตลาดในเวลาที่ไม่เหมาะสม	10%
ปฏิกิริยาจากการแข่งขัน	8%
ความพยายามทางการตลาดไม่เพียงพอ	13%

จากตัวเลขดังกล่าวข้างต้นนี้พบว่า ปัญหาที่ประสบกับความล้มเหลวของผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นปัญหาทางตลาดเสียส่วนใหญ่ ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์ตลาดไม่เพียงพอ, นำออกสู่ตลาดในเวลาที่ไม่เหมาะสม, ปฏิกิริยาจากการแข่งขัน และความพยายามทางการตลาดไม่เพียงพอคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ทั้งหมดเท่ากับ $32 + 10 + 8 + 13 = 63\%$ ส่วนปัญหาทางด้านอื่นอันได้แก่ข้อบกพร่องของตัวผลิตภัณฑ์ และต้นทุนสูงกว่าที่คาดคิดไว้ คิดเป็นเปอร์เซ็นต์รวมได้เท่ากับ $23 + 14 = 37\%$ ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่นักการตลาดควรที่จะตระหนักเอาไว้อย่างมาก

2.1 พื้นฐานความสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

นักการตลาดควรที่จะมีความเข้าใจในพื้นฐานสำคัญที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อจะได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารงานด้านการตลาดต่อไป พื้นฐานสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคจะประกอบไปด้วย

2.1.1 นักการตลาดควรพิจารณาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นหลักการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อและการอุปโภคบริโภค นักการตลาดไม่ควรจะใช้พฤติกรรมของตัวเองเป็นเกณฑ์ หรือเป็นมาตรฐานในการพิจารณา ควรจะใช้พฤติกรรมของตัวผู้บริโภคเป็นหลักพิจารณา เพราะว่าการใช้พฤติกรรมของตัวเองอาจจะนำไปสู่ความผิดพลาดได้ ซึ่งนั่นก็หมายความว่านักการตลาดได้ประสบกับความล้มเหลวไปแล้ว

2.2.2 นักการตลาดควรตระหนักว่าผู้บริโภคมีความสำคัญ เป็นที่รู้จักกันอยู่ แก่ใจว่าผู้บริโภคคือสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับนักการตลาดทุกคน ดังนั้นนักการตลาดจึงควรตระหนักอยู่เสมอว่า สิ่งใดที่ผู้บริโภคต้องการจะเห็นและต้องการจะฟัง สิ่งใดที่ผู้บริโภคไม่ต้องการจะเห็นและต้องการจะฟัง เพื่อที่ว่านักการตลาดจะได้เสนอแต่สิ่งที่คุณต้องการจะเห็นและต้องการจะฟัง และจะหลีกเลี่ยงในสิ่งที่คุณไม่ต้องการจะเห็นและต้องการจะฟัง ทั้งนี้ก็เพื่อต้องการการเพิกเฉยหรือการปฏิเสธจากผู้บริโภค

2.2.3 นักการตลาดควรวิจัยสิ่งจูงใจและพฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการ การซื้อเป็นเพียงขั้นตอนหนึ่งของพฤติกรรมเท่านั้น ยังมีปัจจัยหลายอย่างจากสภาพแวดล้อมทางสังคมอีกมากที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งมีความซับซ้อนและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ละเอียดอ่อนจึงจำเป็นต้องอาศัยการวิจัยตลาดเข้าช่วยในการประเมินผลสิ่งจูงใจและพฤติกรรมผู้บริโภค การคาดการณ์หรือทำนายพฤติกรรมของผู้บริโภคไม่สามารถจะทำได้อย่างสมบูรณ์ จำเป็นต้องใช้การวิจัยเข้าช่วย เพื่อลดความเสี่ยงจากความล้มเหลวของผลิตภัณฑ์ที่จะเกิดขึ้น

2.2.4 นักการตลาดควรใช้อิทธิพลที่มีต่อสิ่งจูงใจและพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างถูกต้อง สิ่งจูงใจและพฤติกรรมผู้บริโภคย่อมจะได้รับอิทธิพลจากภายนอก เพื่อให้เป้าหมายของผู้บริโภคบรรลุผลสำเร็จได้ แต่การที่จะกระทำดังกล่าวได้จำเป็นต้องอาศัยการวิจัยและการปรับตัวของผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด กล่าวอีกอย่างคือ การจะกำหนดข้อเสนอทางการตลาดจะต้องให้ผู้บริโภคยอมรับและเกิดความต้องการขึ้นมา การใช้อิทธิพลใด ๆ ต่อผู้บริโภคและเพื่อชักชวนผู้บริโภคควรจะเป็นเรื่องที่ถูกต้อง ตามกฎหมายและสังคมที่พึงาม อิทธิพลที่มีลักษณะหลอกลวงหรือบิดเบือนจากความเป็นจริงไม่เป็นสิ่งที่ควรปฏิบัติ

2.2.5 นักการตลาดควรศึกษาถึงผู้บริโภค จากที่นักการตลาดทราบแล้วว่าผู้บริโภคเป็นจุดประสงค์สำคัญทางการตลาดก็ควรที่จะทราบว่า ผู้บริโภคต้องมีการซื้อที่ดีที่สุดด้วยการประเมินตัวผลิตภัณฑ์ และการประเมินถึงข้อเรียกร้องของผู้บริโภคจะช่วยให้ผลทางการตลาดแตกต่างไปจากเดิม การศึกษาถึงผู้บริโภคจะช่วยให้ นักการตลาดปรับปรุงตัวผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

3. ความหมายของสื่อ

ยุพา สุภากุล(2540.100) ได้อ้างถึง สื่อ ตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2493 และ พ.ศ. 2525 หมายถึง ทำการติดต่อให้ถึงกัน ชักนำให้รู้จักกันในกระบวนการของสื่อมวลชน คำว่า สื่อ (Channel or Medium) คือ พาหนะนำข่าวสาร (Message Vehicles) หรือ พาหนะของสารหรือสิ่งที่ขนส่งสาร (Carrier of Messages) จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

ปรมะ สตะเวทิน(2539.26) ได้กล่าวว่า สื่อ (Medium media) คำนี้มาจากภาษาละตินว่า between ซึ่งแปลว่า "ระหว่าง" คำว่า สื่อ หมายถึง สิ่งที่เป็นพาหนะนำข้อมูลจากแหล่งกำเนิดไปสู่ผู้รับ ในแง่ของการสื่อสารส่งความหมายกัน (Media of communication) สื่อที่ใช้กันอยู่ เช่น ภาพยนต์ โทรทัศน์ เครื่องเสียง วิทยุ ภาพวาดชุดฉาย และสิ่งพิมพ์

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร(2539.15) ได้กล่าวไว้ว่า "สื่อ" นั้นคือ สิ่งที่เป็นตัวกลางในการถ่ายทอดความรู้ ทักษะ และเจตคติให้แก่ผู้เรียน ทำให้ผู้เรียนได้เรียนตามวัตถุประสงค์ สื่อการสอนที่ดีย่อมช่วยให้การเรียนการสอนบรรลุเป้าหมายซึ่งต้องพิจารณาความเหมาะสมกับเนื้อหา ผู้เรียน รูปแบบการสอน และสภาพแวดล้อมของการใช้สื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1 สื่อสิ่งพิมพ์

กิติมา สุรสนธิ(2535.12) ได้กล่าวไว้ว่า สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed media) หมายถึง สื่อที่ได้ผ่านกระบวนการผลิตลงบนกระดาษ โดยการพิมพ์จากต้นแบบให้ได้เหมือนกันจำนวนมากๆ ในเวลาที่รวดเร็ว มีแนวคิดกำหนดเนื้อหา และกลุ่มเป้าหมายที่จะรับข่าวสารอย่างเป็นระบบ และชัดเจน โดยมุ่งหวังผลทางการสื่อสารอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น เพื่อการโฆษณา เพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อความเพลิดเพลินบันเทิงใจ เพื่อการศึกษา เพื่อการรณรงค์ เป็นต้น

ณรงค์ สมพงษ์(2530.135) ได้กล่าวไว้ว่า สื่อสิ่งพิมพ์หรือเอกสารสิ่งพิมพ์ (Printed materials) หมายถึงวัสดุที่ผลิตขึ้นด้วยสำเนาจากภาพต้นแบบจำนวนมาก ๆ ซึ่งปกติมักใช้หมึกกดลงในกระดาษ มีรูปลักษณะต่าง ๆ กัน ตั้งแต่เป็นแผ่น ๆ ไปจนถึงเย็บเป็นเล่มแบบต่าง ๆ ทั้งนี้สื่อสิ่งพิมพ์เป็นทัศนวัสดุที่จัดพิมพ์ขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าวสารความรู้ ข้อเท็จจริง ภาพข้อมูลและแนวคิดต่าง ๆ ปัจจุบันมีการจัดทำวัสดุสิ่งพิมพ์อย่างแพร่หลาย มีหลายรูปแบบ ซึ่งวัสดุสิ่งพิมพ์ในงานส่งเสริม ได้แก่ แผ่นปลิวหรือโบปลิว เอกสารเผยแพร่ จดหมายเวียน หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นจึงสามารถสรุปความหมายของสื่อสิ่งพิมพ์ได้ว่า สื่อสิ่งพิมพ์คือ วัสดุที่ใช้ในการถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูล รูปภาพ จากต้นแบบแล้วได้สำเนาจำนวนมาก ๆ บนวัสดุที่พื้นเรียบ เช่น กระดาษ ผ้า เป็นต้น มีความรวดเร็วในการผลิต ช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตลอดจนให้ความรู้เพื่อการศึกษา

3.1.1 ประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แบ่งดังนี้

3.1.1.1 โบปลิว หรือแผ่นปลิว (Leaflet) เป็นสิ่งพิมพ์แผ่นเดียว ไม่มีรอยพับ จะพิมพ์ หน้าเดียว หรือสองหน้าก็ได้

3.1.1.2 โปสการ์ด (Postcard) หรือไปรษณียบัตร เป็นกระดาษหน้าเดียว แผ่นเดียวพิมพ์หน้าเดียว หรือสองหน้า ทั่วไปจะมีขนาด 3 ½ นิ้ว ยาว 5 ½ นิ้ว ใช้สำหรับติดแสตมป์ไปรษณียบัตร ส่งทางไปรษณีย์ เพื่อเพิ่มโฆษณา หรือแจ้งข่าววงการธุรกิจ ประหยัดกว่าใช้ของจดหมาย

3.1.1.3 แผ่นพับ (Folders) เป็นกระดาษแผ่นเดียว พับ 1.2.3... เมื่อกางแผ่นที่พับออกไปจะเป็นแผ่นยาว ๆ ปกติใช้สำหรับโฆษณา ประกาศ หรือแจ้งกิจกรรมประจำเดือนเป็นการประหยัด เพราะไม่ต้องเข้าเล่ม บางที่พับส่งทางจดหมาย

3.1.1.4 โปสเตอร์ (Poster) เป็นสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์งานแสดงหน้าเดียว

3.1.1.5 แผ่นโฆษณาตั้งโชว์ (Display Poster) ส่วนมากพิมพ์บนกระดาษแข็ง ตั้งบนเคาน์เตอร์ บางครั้งมีลักษณะเป็น 3 มิติ คล้ายปฏิทินตั้งโต๊ะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.1.6 แคตตาล็อก (Catalog) มีรูปแบบเหมือนอนุสาร แต่มีขนาดใหญ่กว่า และมีจำนวนหน้ามากกว่าอนุสารมาก ปกนอกอาจเป็นปกแข็ง เนื้อในเป็นแผ่น ๆ ร้อยห่วงก็มี มีภาพ ประกอบ แจ่มลักษณะรูปร่างของสิ่งพิมพ์ที่จะขาย (ส่วนมากใช้สำหรับโฆษณาสินค้า)

3.1.1.7 อนุสาร (Booklet) เป็นรูปแบบเล่มบาง ๆ เย็บทางด้านซ้าย มี 8 หน้าขึ้นไปปกติดจะมีปก และขนาดของเล่มเล็กพอสมควร หรือขนาดกระเป๋า (Pocket size) เหมาะสำหรับการใช้เป็นสื่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

3.1.1.8 จุลสาร (Pamphlet Brochure) เป็นอนุสารขนาดใหญ่ ส่วนมากใช้กันตามองค์การ และสถาบันต่างๆ ซึ่งมักจะพิมพ์เป็นหนังสืออนุสรณ์ประวัติสถาบัน เป็นต้น

3.1.1.9 วารสาร (Bulleting Journal) เดิมใช้เป็นเอกสารแจ้งข่าวความเคลื่อนไหวในวงการธุรกิจ และการค้าที่ออกแบบอย่างสะอาดตา เช่น ข่าวจากผู้จัดการฝ่าย พนักงานชาย เป็นต้น ส่วนใหญ่จะเป็นวารสารภายใน มีความหนา 4 หน้าขึ้นไป ขนาดกว้าง 8.5 นิ้ว สูงราว 11 นิ้ว เป็นมาตรฐาน

3.1.1.10 สิ่งพิมพ์ที่ออกประจำ (Publication) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ขนาดต่างๆ หรือรูปแบบอื่น ๆ ที่ออกพิมพ์ประจำโดยติดต่อกัน

3.1.1.11 หนังสือเล่ม (Book) เป็นสิ่งพิมพ์ที่มีหลายหน้า รวมเข้าเป็นเล่มด้วยวิธีการเย็บเชือกไสกาว เย็บมูม ฯลฯ อาจเป็นปกอ่อน หรือปกแข็งก็ได้ ขนาดที่นิยม คือ 8 หรือ 16 หน้า

3.2 ไทโรทัศน์

ความพยายามในการก่อตั้งไทโรทัศน์ขึ้นในประเทศไทยเกิดขึ้นเมื่อ พ.ศ.2475 โดยพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน เตรียมการทดลองส่งไทโรทัศน์ แต่ยังไม่ทันดำเนินการก็เกิดการปฏิวัติขึ้น และหลังจากนั้นได้เกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 ขึ้นเมื่อสงครามสิ้นสุดลง จึงได้มีความพยายามในการก่อตั้งไทโรทัศน์ขึ้นในประเทศไทยอีกครั้ง โดยมีเหตุการณ์สำคัญที่สามารถแบ่งได้ตามทศวรรษต่างๆ ดังนี้

ทศวรรษ2490ยุคบุกเบิกไทโรทัศน์ไทย(พ.ศ.2491-2499)

2492 สรรพศิริ วิริยศิริ จนท.ชาวต่างประเทศของกรมโฆษณาการ ได้รับฟังข่าวต่างประเทศเกี่ยวกับปรากฏการณ์การประดิษฐ์ไทโรทัศน์ในยุโรปและอเมริกา จึงมีความสนใจและเขียนบทความเรื่องวิทยุภาพแจกในงานทอดกฐิน

2493 จอมพล ป.พิบูลสงคราม ได้อ่านบทความนั้นและมีความคิดในการจัดตั้งไทโรทัศน์ขึ้นมาในประเทศไทย จึงมีจดหมายถึงอธิบดีกรมโฆษณาการปรารภถึงความคิดที่จะจัดตั้งไทโรทัศน์ในประเทศไทยขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2495 คณะผู้เริ่มจัดตั้ง 7 ท่าน ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด โดยมีทุนจดทะเบียน 20 ล้านบาท ในขณะนั้นมีเสียงคัดค้านจากประชาชนส่วนใหญ่และฝ่ายค้าน เนื่องจากประเทศยังประสบปัญหาเศรษฐกิจ จึงเห็นว่าไม่พร้อมที่จะลงทุนด้านโทรทัศน์

กรมหมื่นนราธิปพงษ์ประพันธ์ ทรงบัญญัติศัพท์ 'วิทยุโทรทัศน์' ขึ้นมาใช้ มีการเตรียมความพร้อมโดยการส่งเจ้าหน้าที่ไปดูงานและฝึกอบรมที่บริษัท RCA ของอเมริกา มีการประกวดราคาเครื่องรับส่งโทรทัศน์และเตรียมงานด้านเทคนิคโทรทัศน์

24 มิถุนายน 2498 จอมพล ป.พิบูลสงคราม เปิดสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 อย่างเป็นทางการเพื่อเป็นของขวัญวันชาติแก่ชาวไทย และมีคุณจำนง รังสิกุล เป็นหัวหน้าสถานี

ทศวรรษ 2500 โทรทัศน์ในฐานะเครื่องมือทางการเมือง (พ.ศ.2500-2509)

25 มกราคม 2501 มีการก่อตั้งสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 (ระบบขาวดำ) ขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์ทางการทหารโดยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์

มีการขยายการส่งรัศมีสัญญาณไปยังภูมิภาค และจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ส่วนภูมิภาคขึ้น การช่วงชิงสื่อโทรทัศน์ในช่วงนั้น ระหว่างจอมพล ป. และจอมพล สฤษดิ์ ถือเป็นการใช้โทรทัศน์เป็นเครื่องมือต่อสู้ทางการเมือง

ทศวรรษ 2510 ยุคแห่งการเติบโตและการก้าวสู่ยุคโทรทัศน์สี (พ.ศ. 2510-2519)

27 พฤศจิกายน 2510 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เริ่มแพร่ภาพในระบบสีเป็นสถานีแรก โดยบริษัทกรุงเทพและวิทยุ จำกัด ได้รับสัมปทานจากกองทัพบก โดยออกอากาศการถ่ายทอดการประกวดนางสาวไทยเป็นรายการแรก

20 ธันวาคม 2511 มีการก่อตั้ง ทีวีพูลหรือโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทยขึ้นอย่างเป็นทางการ

26 มีนาคม 2513 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ออกอากาศอย่างเป็นทางการในระบบสี

2517 เป็นปีแห่งโทรทัศน์ระบบสี เนื่องจากสถานีโทรทัศน์ขาวดำ 2 ช่อง เดิมได้เปลี่ยนระบบออกอากาศจากขาวดำมาเป็นระบบสีซึ่งได้แก่สถานีโทรทัศน์ช่อง 4 ขาวดำเปลี่ยนเป็นสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 ออกอากาศในระบบสี และสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ขาวดำ เปลี่ยนเป็นสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5 โดยออกอากาศในระบบสีทำให้สิ้นสุดทศวรรษนี้ประเทศไทยมีโทรทัศน์ระบบสี 4 สถานีด้วยกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทศวรรษ 2520 การพัฒนาทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง(พ.ศ.2520-2521)

เป็นยุคแห่งการพัฒนาด้านธุรกิจของสถานีโทรทัศน์ทุกช่องที่มีอยู่ และมีการปรับปรุงพัฒนา
ด้านคุณภาพของระบบสี

25 มีนาคม 2520 มีการก่อตั้ง อสมท. แทนที่ บริษัทไทยโทรทัศน์จำกัดที่ยุบไปเพราะเกิด
ปัญหาภายใน

ทศวรรษ 2530 ยุคทองของโทรทัศน์ไทย (พ.ศ.2530-2539)

เพราะเป็นยุคที่ประเทศไทยมีครบทั้งโทรทัศน์แบบฟรีทีวี ทีวี่เสรี และแบบบอกรับเป็น
สมาชิก นอกจากนี้เป็นช่วงเศรษฐกิจขาขึ้นทำให้อุตสาหกรรมโทรทัศน์เติบโตอย่างมาก

11 กรกฎาคม 2531 สมเด็จพระเทพฯ ทรงเปิดสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 อย่างเป็นทางการ

1 พฤศจิกายน 2531 มีการทดลองออกอากาศสถานีโทรทัศน์ช่อง 11

ตุลาคม 2532 สถานีโทรทัศน์ ไอบีซี เคเบิล ทีวี่ เริ่มดำเนินธุรกิจโทรทัศน์แบบบอกรับเป็น
สมาชิกรายแรกของไทย โดยดำเนินงานโดย บริษัท อินเทอร์เน็ตชั่นแนล บรอดคาสติง คอร์ปอเรชั่น
จำกัด

2533 สถานีโทรทัศน์ ไทยสกาย เคเบิล ทีวี่ เริ่มดำเนินธุรกิจโทรทัศน์แบบบอกรับเป็น
สมาชิก โดยบริษัทสยามบรอดคาสติง จำกัด (ต่อมาไทยสกาย ยุติการดำเนินธุรกิจในปี 2540
เนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจ)

2537 บริษัทยูทีวี่ เคเบิลเน็ตเวิร์ค จำกัด เริ่มดำเนินการธุรกิจโทรทัศน์แบบบอกรับเป็น
สมาชิกในนามของยูทีวี่

2537 สถานีโทรทัศน์ไอทีวี่ เริ่มดำเนินการออกอากาศสถานีโทรทัศน์เสรี โดยบริษัท สยาม
เอนเตอร์เทนเมนท์จำกัดเป็นผู้ดำเนินการ

ทศวรรษ2540การแข่งขันอย่างเข้มข้นทางธุรกิจ(พ.ศ.2540-2549)

10 พฤศจิกายน 2540 ททบ. 5 จัดตั้งโครงการ Thai TV Global Network แพร่ภาพ
ออกอากาศโทรทัศน์ไทยผ่านดาวเทียมไปต่างประเทศทั่วโลก

6 กุมภาพันธ์ 2541 ยูทีวี่ และ ไอบีซี รวมบริษัทกันเป็น ยูบีซี (United Broadcasting
Corporation) ทั้งนี้เนื่องจากทั้ง 2 บริษัทประสบปัญหาทางเศรษฐกิจเนื่องจากเศรษฐกิจของประเทศ
ขณะนั้นเป็นยุคฟองสบู่แตก

มิถุนายน 2548 อสมท ได้ทำการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ และกลายมาเป็น บริษัท อสมท จำกัด
มหาชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 วิทยุกระจายเสียง

คำว่า วิทยุ พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงบัญญัติขึ้นเพื่อใช้แทนคำว่า เรดิโอ (Radio) ในภาษาอังกฤษ ซึ่งหมายถึงการรับและส่งข่าวด้วยคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าหรือคลื่นวิทยุโดยไม่ต้องใช้สายเชื่อมต่อกันระหว่างเครื่องรับกับเครื่องส่ง หากส่งข่าวสารเป็นรหัสสัญญาณไฟฟ้าเพียงอย่างเดียว แทนภาษาพูด ก็เรียกว่าวิทยุโทรเลข (Radio Telegraph) คือการส่งโทรเลขโดยใช้คลื่นวิทยุนั้นเอง หากส่งให้ออกเป็นเสียงพูดหรือเสียงอื่นได้โดยตรงเรียกว่า วิทยุกระจายเสียง (Radio Broadcasting) เช่น การส่งกระจายเสียงของสถานีวิทยุกระจายเสียงต่างๆ ที่รับฟังกันอยู่ทั่วไป

3.3.1 ประวัติความเป็นมาของวิทยุกระจายเสียง

กำเนิดวิทยุของโลก มีความเป็นมาตามลำดับต่อไปนี้ พ.ศ. 2408 เจมส์ คลาก แมกซ์เวลล์ (James Clerk Maxwell) ชาวอังกฤษค้นพบคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าหรือคลื่นวิทยุ พ.ศ. 2430 เฮนริช รูดอล์ฟ เฮอร์ตซ์ (Henrich Rudolf Hertz) ได้ค้นคว้าทดลองตามหลักการของแมกซ์เวลล์ ค้นพบคุณสมบัติต่างๆ ของคลื่นวิทยุ พ.ศ. 2444 กุลิเอลโม มาร์โคนี (Guglielmo marconi) ชาวอิตาลี สามารถส่งคลื่นวิทยุโทรเลขข้ามมหาสมุทรแอตแลนติก ระยะทางกว่า 2,000 ไมล์ การส่งวิทยุระยะแรกเป็นการส่งวิทยุโทรเลข ยังไม่สามารถส่งสัญญาณที่เป็นเสียงพูดได้ จนกระทั่ง พ.ศ. 2449 จึงสามารถส่งสัญญาณเสียงพูดได้โดยการพัฒนาของศาสตราจารย์ เรจินัลด์ เอ. เฟสเซนเดน (Riginald A. Fessenden) และลีเดอโฟเรส (Lee de Forest) ชาวอเมริกันทำได้สำเร็จในปี พ.ศ. 2451 ซึ่งเป็นการส่งเสียงพูดจากเครื่องส่งไปยังเครื่องรับเครื่องหนึ่งในระยะไกล เรียกว่า วิทยุโทรศัพท์ (Radio Telephony) สถานีวิทยุกระจายเสียงที่ออกอากาศครั้งแรกของโลกคือ สถานี KCBS ในซานฟรานซิสโก สหรัฐอเมริกา เริ่มออกอากาศรายการประจำให้คนทั่วไปรับฟังเมื่อ พ.ศ. 2453 วิทยุในประเทศไทย วิทยุโทรเลข ถูกนำเข้ามาทดลองใช้ในประเทศไทยครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2447 ตรงกับปลาย รัชกาลที่ 5 โดยห้างปิกริม ซึ่งเป็นตัวแทนของบริษัทวิทยุโทรเลขเทเลฟงเคน ประเทศเยอรมัน ทำการทดลอง ส่งระหว่างกรุงเทพมหานคร กับเกาะสีชัง พ.ศ. 2456 สมัยรัชกาลที่ 6 กระทรวงทหารเรือ จัดตั้งสถานีวิทยุโทรเลขขึ้นที่ตำบลศาลาแดงในพระนครแห่งหนึ่ง และที่จังหวัดสงขลาอีกแห่งหนึ่ง ต่อมา พ.ศ. 2469 ได้โอนกิจการสถานีวิทยุทั้งสองแห่งให้กรมไปรษณีย์โทรเลข และต่อมางานวิทยุโทรเลขได้ขยายไปสู่จังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศวิทยุกระจายเสียง เกิดขึ้นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2471 โดยการเริ่มทดลองส่งของ พระเจ้าบรมวงศ์เธอพระองค์เจ้าบุรฉัตรไชยากร กรมพระยากำแพงเพชรอัครโยธิน เสนาบดีกระทรวงพาณิชย์ และการคมนาคมในสมัยรัชกาลที่ 7 ตั้งสถานี 4 พีเจ (4PJ) ขึ้นอยู่ในความดูแลของกองช่างวิทยุกรมไปรษณีย์โทรเลข แต่การกระจายเสียงจำกัดอยู่ในหมู่เจ้านาย ข้าราชการ จนกระทั่ง พ.ศ. 2472 จึงตั้งสถานีวิทยุแห่งใหม่ขึ้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วังพญาไท กระจายเสียงพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ให้ประชาชนทั่วไป ได้รับฟัง ซึ่งถือว่าเป็นการส่งวิทยุกระจายเสียงครั้งแรกของประเทศไทยพ.ศ. 2475 เกิดการปฏิวัติ เปลี่ยนแปลงการปกครองคณะราษฎรได้ใช้วิทยุกระจายเสียงเผยแพร่ข่าวให้ประชาชนทราบอย่างต่อเนื่องพ.ศ. 2482 รัฐบาลตั้งสำนักงานโฆษณาการขึ้นและโอนสถานีวิทยุต่างๆ ให้อยู่ในการควบคุมดูแลของสำนักงานโฆษณาการ (ภายหลังเปลี่ยนกรมโฆษณาการและเป็นกรมประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน) เรียกสถานีวิทยุใหม่ว่า "สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย" หลังจากนั้นวิทยุกระจายเสียงได้พัฒนาแพร่หลายมาเป็นลำดับ (มหาวิทยาลัยสุโขทัย-ธรรมมาธิราช. 2526)

3.3.2 คุณค่าของวิทยุกระจายเสียง

3.3.2.1 สามารถส่งคลื่นกระจายเสียงไปได้ไกลทุกหนทุกแห่ง ผู้รับจึงสะดวกสามารถจะเปิดเครื่องรับฟังได้ทุกสถานี คลื่นวิทยุที่ใช้สำหรับส่งวิทยุกระจายเสียงมีหลายขนาดคลื่น เช่น LW SW MW หรือ AM FM ซึ่งคลื่นแต่ละอย่างมีคุณสมบัติต่างกัน สามารถเลือกใช้ตามความเหมาะสมกับระยะทางหรือพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมาย เช่น คลื่นสั้น (SW) สามารถส่งไปได้ไกลมากเป็นพิเศษแม้จะอยู่คนละซีกโลกก็สามารถรับได้ ไม่จำกัดทั้งระยะทางและสิ่งกีดขวาง ผลดีในแง่การสื่อสารก็คือ ทำให้สามารถถ่ายทอดความรู้ข่าวสารไปสู่ผู้รับได้พร้อมกันจำนวนมาก

3.3.2.2 ส่งข่าวสารได้รวดเร็วกว่าสื่ออื่นทุกประเภท เนื่องจากงานจัดรายการวิทยุสามารถทำได้โดยง่าย ใช้คนเพียงคนเดียวก็สามารถพูดหรือเปิดเทปออกอากาศได้ทันที ซึ่งสถานีวิทยุต่างๆ มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลา วิทยุจึงมีความเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการเสนอรายการประเภทข่าว ซึ่งต้องการความรวดเร็วในการนำเสนอ

3.3.2.3 มีกำลังชักชวนสูงใจสูง แม้ว่าวิทยุเป็นสื่อที่มีเพียงเสียงอย่างเดียว แต่ด้วยอำนาจของเสียง คำพูด เทคนิคของวิทยุ และความสามารถของผู้จัดรายการ ซึ่งส่วนใหญ่มีทักษะในการพูดเป็นอย่างดี สามารถพูดให้ผู้ฟังเข้าใจได้ชัดเจน พูดให้ผู้ฟังรู้สึกเหมือนได้เห็นภาพ และคำพูดมีอิทธิพลในการชักชวนใจสูง เป็นสื่อที่ใช้ได้ดีกับรายการหลายประเภท เช่น ข่าว ละคร การพูดบรรยาย ดนตรี เพลง การโฆษณาสินค้า ฯลฯ

3.3.2.4 ความสะดวกและง่ายต่อการรับ อาจใช้เครื่องรับวิทยุขนาดเล็ก รับสัญญาณวิทยุในสถานที่ใดๆ ก็ได้ เช่น ในบ้าน รถยนต์ สำนักงาน รับฟังได้ตลอดเวลาโดยไม่จำเป็นต้องมีความตั้งใจเป็นพิเศษ อาจฟังวิทยุไปพร้อมกับการทำงานอื่นๆ วิทยุจึงเป็นสิ่งที่ใช้ได้ทุกเวลาทุกโอกาส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2.5 เป็นสื่อมวลชนที่ผู้รับเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ไม่ว่าจะใช้วิทยุเพื่อรับข่าวสารหรือเพื่อความบันเทิงก็ตาม ผู้รับลงทุนครั้งแรกสำหรับเครื่องรับวิทยุเพียงครั้งเดียวก็สามารถรับฟังสิ่งต่างๆ ได้ตลอดไป มีรายการของสถานีวิทยุต่างๆ ให้รับฟังเป็นจำนวนมาก ผู้นิยมฟังเพลงทางวิทยุ ก็ไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อเทปหรือแผ่นเสียงต่างๆ เพราะวิทยุกระจายเสียงมีรายการประเภทนี้มากเป็นพิเศษแทบทุกสถานี

3.3.2.6 ปริมาณและคุณภาพของวิทยุกระจายเสียง ด้านปริมาณมีสถานีวิทยุต่างๆ ออกอากาศอยู่เป็นจำนวนมาก เฉพาะสถานีวิทยุในประเทศไทย รวมทุกภูมิภาคแล้วมีจำนวนหลายร้อยสถานี แต่ละภูมิภาคก็สามารถรับได้หลายสิบสถานี จึงเปิดโอกาสให้เลือกรับฟังได้อย่างกว้างขวาง ด้านคุณภาพปัจจุบันมีการส่งกระจายเสียงวิทยุในระบบ สเตอริโอ คุณภาพเสียงชัดเจนเป็นพิเศษ จึงมีผู้นิยมฟังรายการประเภทเพลง หรือดนตรีทางวิทยุกันมาก

3.4 อินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นโครงการของ ARPAnet (Advanced Research Projects Agency Network) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่สังกัด กระทรวงกลาโหม ของสหรัฐฯ (U.S. Department of Defense - DoD) ถูกก่อตั้งเมื่อประมาณ ปีค.ศ. 1960 (พ.ศ. 2503) และได้ถูกพัฒนาเรื่อยมา

ค.ศ. 1969 (พ.ศ. 2512) ARPA ได้รับทุนสนับสนุน จากหลายฝ่าย ซึ่งหนึ่งในผู้สนับสนุนก็คือ Edward Kennedy และเปลี่ยนชื่อจาก ARPA เป็น DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency) พร้อมเปลี่ยนแปลงนโยบายบางอย่าง และในปีค.ศ. 1969 (พ.ศ. 2512) นี้เองที่ได้ทดลองการเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์คนละชนิด จาก 4 แห่งเข้าหากันเป็นครั้งแรก คือ มหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย สถาบันวิจัยสแตนฟอร์ด มหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย และมหาวิทยาลัยยูทาห์ เครือข่ายทดลองประสบความสำเร็จอย่างมาก ตั้งนั้นในปีค.ศ. 1975 (พ.ศ. 2518) จึงได้เปลี่ยนจากเครือข่ายทดลอง เป็นเครือข่ายที่ใช้งานจริง ซึ่ง DARPA ได้โอนหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง ให้แก่หน่วยการสื่อสารของกองทัพสหรัฐฯ (Defense Communications Agency - ปัจจุบันคือ Defense Informations Systems Agency) แต่ในปัจจุบัน Internet มีคณะทำงานที่รับผิดชอบบริหารเครือข่ายโดยรวม เช่น ISOC (Internet Society) ดูแลีวิตอุปสงค์หลัก, IAB (Internet Architecture Board) พิจารณานูมัติมาตรฐานใหม่ใน Internet, IETF (Internet Engineering Task Force) พัฒนามาตรฐานที่ใช้กับ Internet ซึ่งเป็นการทำงานโดยอาสาสมัคร ทั้งสิ้น

ค.ศ. 1983 (พ.ศ. 2526) DARPA ตัดสินใจนำ TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) มาใช้กับคอมพิวเตอร์ทุกเครื่องในระบบ ทำให้เป็นมาตรฐานของวิธีการติดต่อ ในระบบเครือข่าย Internet จนกระทั่งปัจจุบัน จึงสังเกตได้ว่า ในเครื่องคอมพิวเตอร์ทุกเครื่องที่จะต่อ internet ได้จะต้องเพิ่ม TCP/IP ลงไปเสมอ เพราะ TCP/IP คือข้อกำหนดที่ทำให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คอมพิวเตอร์ทั่วโลก ทุก platform คุยกันรู้เรื่อง และสื่อสารกันได้อย่างถูกต้องการกำหนดชื่อโดเมน (Domain Name System) มีขึ้นเมื่อ ค.ศ.1986(พ.ศ.2529) เพื่อสร้างฐานข้อมูลแบบกระจาย (Distribution database) อยู่ในแต่ละเครือข่าย และให้ ISP(Internet Service Provider) ช่วยจัดทำฐานข้อมูลของตนเอง จึงไม่จำเป็นต้องมีฐานข้อมูลแบบรวมศูนย์ เหมือนแต่ก่อน เช่น การเรียกเว็บ www.yonok.ac.th จะไปที่ตรวจสอบว่ามีชื่อนี้ หรือไม่ ที่ www.thnic.co.th ซึ่งมีฐานข้อมูลของเว็บที่ลงท้ายด้วย th ทั้งหมด เป็นต้น DARPA ได้ทำหน้าที่รับผิดชอบดูแลระบบ internet เรื่อยมาจนถึง ค.ศ.1980(พ.ศ.2523) และให้ มูลนิธิวิทยาศาสตร์แห่งชาติ (National Science Foundation - NSF) เข้ามาดูแลแทนร่วมกับอีกหลายหน่วยงาน

ค.ศ.1991(พ.ศ.2534) ทิม เบอร์เนอร์ส ลี (Tim Berners-Lee) แห่งศูนย์วิจัย CERN ได้คิดค้นระบบไฮเปอร์เท็กซ์ขึ้น เว็บเบราว์เซอร์ (Web Browser) ตัวแรกมีชื่อว่า WWW (World Wide Web) แต่เว็บได้รับความนิยมอย่างจริงจัง เมื่อ ศูนย์วิจัย NCSA ของมหาวิทยาลัยอิลลินอยส์เออร์แบนาแชมเปญส์ สหรัฐอเมริกา ได้คิดโปรแกรม MOSAIC (โมเสค) โดย Marc Andreessen ซึ่งเป็นเว็บเบราว์เซอร์ระบบกราฟิก หลังจากนั้นทีมงานที่ทำโมเสคก็ได้ออกไปเปิดบริษัทเน็ตสเคป ในความเป็นจริง ไม่มีใครเป็นเจ้าของ Internet และไม่มีใครมีสิทธิขาดแต่เพียงผู้เดียว ในการกำหนดมาตรฐานใหม่ต่าง ๆ ผู้ตัดสินว่าสิ่งไหนดี มาตรฐานไหนจะได้รับการยอมรับ คือ ผู้ใช้ ที่กระจายอยู่ทั่วทุกมุมโลก ที่ได้ทดลองใช้มาตรฐานเหล่านั้น และจะใช้ต่อไปหรือไม่เท่านั้น ส่วนมาตรฐานเดิมที่เป็นพื้นฐานของระบบ เช่น TCP/IP หรือ Domain name ก็จะต้องยึดตามนั้นต่อไป เพราะ Internet เป็นระบบกระจายฐานข้อมูล การจะเปลี่ยนแปลงระบบพื้นฐาน จึงไม่ใช่เรื่องง่ายนัก

4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิระวงศ์ บัญพันธวงศ์(2552) ศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสารจากสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม ทักษะการใช้ประโยชน์ ปัญหาและข้อเสนอแนะในการรับข่าวสารจากสื่อบุคคล หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง รวมทั้งหมด 348 ชุด ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษารับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดร้อยละ 40.52 รองลงมาคือ สื่อบุคคลร้อยละ23.85 และสื่ออินเทอร์เน็ตร้อยละ 19.83 สื่อที่รับข่าวสารน้อยที่สุดคือหนังสือพิมพ์ ความรู้ที่ได้จากสื่อบุคคล นำไปใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันมากที่สุดร้อยละ 15.80 รองลงมาคือนำไปเขียนรายงานเสริมความรู้ร้อยละ 18.97 และนำไปอภิปรายร่วมกับเพื่อนเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ร้อยละ 18.68 เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายน้อยที่สุดร้อยละ 8.62 หนังสือพิมพ์ นำไปใช้ประโยชน์เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คล้ายมากที่สุดร้อยละ 31.32 รองลงมาคือ นำไปใช้ในดำเนินชีวิตประจำวันร้อยละ 22.13 และนำไปใช้เพื่อแก้เหงาร้อยละ 16.95 นำไปอภิปรายร่วมกับเพื่อนเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ที่น้อยที่สุดร้อยละ 5.75 นิตรสารเพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายมากที่สุดร้อยละ 38.51 รองลงมาคือใช้เพื่อแก้เหงาร้อยละ 21.55 และนำไปใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันร้อยละ 17.82 ใช้ในการเขียนรายงานเสริมสร้างความรู้ที่น้อยที่สุด 2.58 วิชานำไปใช้เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายมากที่สุดร้อยละ 44.25 รองลงมาเพื่อแก้เหงาร้อยละ 24.14 และนำไปพูดคุยสนทนากับเพื่อนในเรื่องต่างๆร้อยละ 12.64 ใช้นำไปอภิปรายร่วมกับเพื่อนเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ที่น้อยที่สุดร้อยละ 3.16 โทรทัศน์นำไปใช้ประโยชน์เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายมากที่สุดร้อยละ 39.94 รองลงมาคือใช้เพื่อแก้เหงาร้อยละ 24.14 และนำไปพูดคุยสนทนากับเพื่อนในเรื่องต่างๆร้อยละ 16.38 ใช้นำไปอภิปรายร่วมกับเพื่อนเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ที่น้อยที่สุดร้อยละ 3.16 อินเทอร์เน็ตนำไปใช้ประโยชน์เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายมากที่สุดร้อยละ 39.34 รองลงมาคือใช้เพื่อแก้เหงาร้อยละ 22.99 และเขียนรายงานเสริมความรู้ร้อยละ 17.27 นำไปใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันน้อยที่สุดร้อยละ 5.46 การใช้ประโยชน์จากสื่อบุคคลมากที่สุดร้อยละ 40.50 รองลงมาคือสื่ออินเทอร์เน็ตร้อยละ 39.38 และสื่อโทรทัศน์ร้อยละ 12.36 สื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุดร้อยละ 7.76

สุธาสิณี พานชัยเจริญ(2552)ศึกษาพฤติกรรมการใช้สารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำนวน 348 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ร้อยละและค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงเป็นนักศึกษาภาคบริหารธุรกิจมากที่สุด มีการใช้สารสนเทศเพื่อค้นคว้าใช้ประกอบการเรียนมากที่สุด มีความถี่การใช้สารสนเทศ 2-4 ครั้งต่อสัปดาห์ ภาษาที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นภาษาไทย อายุของสารสนเทศที่ต้องการใช้ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1-3 ปี และส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้ห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศระหว่าง 1-5 ปี ส่วนพฤติกรรมการใช้สารสนเทศทุกวันมากที่สุดคือ หนังสือพิมพ์ รองลงมาคือ ฐานข้อมูลออนไลน์ ส่วนเครื่องมือที่ใช้ค้นหาสารสนเทศทุกวัน คือ อินเทอร์เน็ต โดยเว็บไซต์ www.google.com รองลงมาคือเว็บไซต์ www.sanook.com และแหล่งค้นหาสารสนเทศที่นักศึกษาใช้ทุกวันมากที่สุด คือ รายการโทรทัศน์ รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการใช้สารสนเทศของนักศึกษา พบว่า ไม่ได้รับความสะดวกในการบริการมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชนิษฐา จันทร์เพิ่มและอรพรรณ ภูมิวัฒนานนท์ (2552)ศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษาของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 343 คน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งเป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 20.66 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 6,511.28 บาท เป็นนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์มากที่สุด เรียนอยู่ชั้นปีที่ 3 ส่วนใหญ่มีคอมพิวเตอร์ใช้ส่วนตัว ปัญหาที่พบการทำงานของเครื่องช้า เครื่องติดไวรัส/กำจัดไวรัสไม่ได้ มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมาแล้ว 5 ปีขึ้นไป ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง มากที่สุด ส่วนใหญ่ใช้เพื่อบริการสืบค้นข้อมูลมากที่สุด ใช้อินเทอร์เน็ตจากบ้าน/หอพัก ช่วงเวลาในการใช้งานอินเทอร์เน็ตตั้งแต่ 18.00-22.00 น. มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตทุกวัน ระยะเวลาในการเปิดเว็บไซต์ของสถาบันแต่ละครั้งจะน้อยกว่า 5 นาที ส่วนใหญ่การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษา การวิจัยและสภาพปัญหาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิงอยู่ในระดับมาก จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ คณะ ชั้นปี และการมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ขณะเดียวกันอายุ คณะ และชั้นปี ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการวิจัยและความบันเทิงอย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

วิณาภร พันธุ์คงและโสภา พงศ์ชนะ(2552)ศึกษาพฤติกรรม ความรู้และทัศนคติ ปัญหาและข้อเสนอแนะความสัมพันธ์ของสื่อประเภทต่างๆ รวมถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารทางการเกษตรของเกษตรกรในกรุงเทพมหานครและจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากจำนวนเกษตรกรที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 380 คนผลจากการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเกษตรของเกษตรกรจากสื่อทั้ง 4 คือ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ สื่อบุคคลที่เกษตรกรได้รับข้อมูลข่าวสารมากที่สุดคือเพื่อนบ้านและญาติพี่น้อง บุคคลที่ให้ความรู้ที่น่าเชื่อถือคือเจ้าหน้าที่เกษตรของรัฐและญาติพี่น้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการวิจัย (Research Methodologies)

การศึกษาการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคสื่อทางการเกษตรของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวิธีวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ประจำปี ทั้ง 3 สาขาวิชา ได้แก่ สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตพืช สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตสัตว์และการประมง พัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร จำนวนทั้งหมด 3,026 คน (สำนักทะเบียนและประมวลผล,2552)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ นักศึกษาปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2553 ประกอบด้วย นักศึกษา 3 สาขาวิชา

โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างในการวิจัยค้างนี้ คือ การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญโดยการกำหนดตัวอย่างของกรมส่งเสริมการเกษตร(2528) โดยค้างนี้ คือ

จำนวนประชากร

เปอร์เซ็นต์ของขนาดตัวอย่าง

<50	80%
50-90	>50%แต่น้อย<80
100-999	25%
1000-9999	10%
≥10,000	1%

นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2553 ประกอบด้วยนักศึกษาระดับปริญญาตรี 3 สาขาวิชา จำนวน ทั้งหมด 3,026 คน โดยทำการสุ่ม 10% ได้กลุ่มตัวอย่างรวม 302.6 คน โดยในการวิจัยค้างนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 343 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องมือ และวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม ซึ่งทำการสร้างขึ้นโดยศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และผู้ศึกษาได้สร้างแบบสอบถามโดยวางอยู่บนพื้นฐานของวัตถุประสงค์การวิจัย โดยแบบสอบถามที่ใช้มีทั้งคำถามแบบปลายปิด และปลายเปิด แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการบริโภคสื่อทางการเกษตร ของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะต่อสื่อต่าง ๆ ทางการเกษตร

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1.1 ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วสร้างเครื่องมือตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยอาศัยของเขตของการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.2 การทดสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอคณะกรรมการที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา แก้ไขปรับปรุงให้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้วางแผนและเตรียมการเก็บข้อมูล
2. ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้มีการ ทำความเข้าใจแบบสอบถามตลอดจนข้อควรระวังในการสอบถาม และการปฏิบัติงานในภาคสนามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเที่ยงตรง
3. ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษา คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ในแต่ละสาขาวิชาที่ได้กำหนดไว้
4. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถาม พร้อมทั้งตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม นำแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาแจกแจงตามลักษณะที่ต้องการศึกษา โดยการนำข้อมูลทั้งหมด มาวิเคราะห์ ดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุด
2. ลงรหัสข้อมูลในแบบสอบถาม สำหรับแบบสอบถามปลายปิด
3. ข้อมูลที่ได้จากคำถามปลายเปิด นำมาจัดหมวดหมู่และลงรหัสข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพ และข้อมูลเชิงปริมาณ ดังนี้
 - 4.1 ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ ข้อมูลจากแบบสอบถามที่เป็นข้อความปลายเปิด ทำการวิเคราะห์เนื้อหา และนำเสนอด้วยการพรรณนา
 - 4.2 ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอด้วยตาราง และแผนภูมิประกอบการพรรณนา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล (Findings and Results)

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคสื่อทางการเกษตรของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีวัตถุประสงค์เพื่อการสำรวจพฤติกรรมการบริโภคสื่อทางการเกษตรของนักศึกษาในรูปแบบสื่อทางการเกษตรในประเภทต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน เช่น สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต โดยมีผลการศึกษาดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้มีการสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ทำแบบสอบถามได้ ดังนี้

1.1 เพศ

ผู้ทำแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.93 และเป็นเพศชายร้อยละ 46.06

1.2 ชั้นปี

ผู้ทำแบบสอบถามเป็นนักศึกษาเป็นปีที่ 2 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.65 และรองลงมาเป็นชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 30.02 และชั้นปีที่ 3 ร้อยละ 22.15 ชั้นปีที่ 4 ร้อยละ 15.16 ตามลำดับ

1.3 สาขาวิชา

ผู้ทำแบบสอบถามเป็นนักศึกษาสาขาวิชา เทคโนโลยีการผลิตพืช มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.15 และตามลำดับต่อมาเป็นสาขาวิชา เทคโนโลยีการผลิตสัตว์และประมง คิดเป็นร้อยละ 34.69 และสุดท้ายเป็นสาขาวิชา พัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร คิดเป็นร้อยละ 29.15

1.4 หลักสูตร

ผู้ทำแบบสอบถามเป็นนักศึกษาหลักสูตร พืชสวน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.95 และลำดับต่อมาเป็นหลักสูตร พืชไร่ คิดเป็นร้อยละ 17.20 หลักสูตร พัฒนาการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 13.41 หลักสูตร ประมง คิดเป็นร้อยละ 13.11 หลักสูตร นิเทศศาสตร์เกษตร คิดเป็นร้อยละ 12.24 หลักสูตร สัตวศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 11.95 หลักสูตร การจัดการศัตรูพืช คิดเป็นร้อยละ 9.62 หลักสูตร ปฐพีวิทยา คิดเป็นร้อยละ 2.04 หลักสูตร การจัดการสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 1.45

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน /คน(N=343)	ร้อยละ(%)
เพศ	ชาย	158	46.06
	หญิง	185	53.94
ชั้นปี	1	103	30.02
	2	112	32.65
	3	76	22.15
	4	52	15.17
สาขาวิชา	เทคโนโลยีการผลิตสัตว์และประมง	119	34.69
	พัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร	100	29.15
	เทคโนโลยีการผลิตพืช	124	36.15
หลักสูตร	ประมง	45	13.11
	สัตวศาสตร์	41	11.95
	นิเทศศาสตร์เกษตร	42	12.24
	พัฒนาการเกษตร	46	13.41
	พืชไร่	59	17.20
	พืชสวน	65	18.95
	การจัดการศัตรูพืช	33	9.62
	ปฐพีวิทยา	7	2.04
	การจัดการสิ่งแวดล้อม	5	1.45

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.พฤติกรรมกรรรับข่าวสารจากสื่อทางการเกษตรประเภทต่าง ๆ

ผู้วิจัยได้แบ่งสื่อชนิดต่างๆออกเป็น สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต พบว่า สื่อบุคคลเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 96.20 รองลงมาเป็นสื่ออินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 94.16 และสื่อสิ่งพิมพ์คิดเป็นร้อยละ 93.01 สื่อโทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 91.25 ส่วนเป็นสื่อวิทยุคิดเป็นร้อยละ 16.67น้อยที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายสื่อ พบว่า

2.1 สื่อประเภทบุคคล

สื่อประเภทบุคคลถือได้ว่าเป็นสื่อที่นักศึกษาใช้มากที่สุด จากการศึกษพบว่า นักศึกษาร้อยละ 96.20 บริโภคข่าวสารจากสื่อบุคคลทางการเกษตรและไม่บริโภคสื่อประเภทบุคคลทางการเกษตรร้อยละ 3.79 จากการศึกษพบว่านักศึกษابริโภคสื่อบุคคลที่เป็นจากอาจารย์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 64.55 รองลงมาคือนักวิชาการร้อยละ 26.36 ประเภทของเรื่องเกษตรที่บริโภคมากที่สุดคือเรื่องการพัฒนาการเกษตรคิดเป็นร้อยละ 23.79 รองลงมาคือเรื่องประมงร้อยละ 17.58 ความถี่ในการบริโภคสื่อบุคคลมากที่สุด 3 - 4 วันต่อสัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 68.74 รองลงมาคือ 5-7 วันต่อสัปดาห์ ร้อยละ 17.88 สถานที่บริโภคสื่อบุคคลมากที่สุดคือห้องเรียนคิดเป็นร้อยละ 69.09 รองลงมาคือห้องพักอาจารย์คิดเป็นร้อยละ 5.45 ระยะเวลาในการบริโภคสื่อบุคคลมากที่สุดคือ 2 ชั่วโมงต่อวันร้อยละ 55.45 รองลงมาคือมากกว่า 3 ชั่วโมงต่อวันร้อยละ 34.24 ช่วงเวลาที่บริโภคสื่อบุคคลมากที่สุดคือ เวลาเรียนคิดเป็นร้อยละ 86.06 รองลงมาคือเวลาว่างร้อยละ 9.70

2.2 สื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่สามารถหาได้ง่ายในท้องตลาดและราคาไม่แพงจึงทำให้เข้าถึงบุคคลต่างๆได้ง่ายจากการศึกษาพบว่านักศึกษา บริโภคสื่อสิ่งพิมพ์ทางการเกษตรร้อยละ 93.01 และไม่บริโภคสื่อสิ่งพิมพ์ทางการเกษตรร้อยละ 6.99 นักศึกษาบริโภคสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทเอกสารประกอบการเรียนมากที่สุดคือร้อยละ 80.65 และรองมาคือ หนังสือพิมพ์ร้อยละ 10.03 เรื่องที่เกี่ยวกับเรื่อง สัตว์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 17.42 รองลงมาคือเรื่องพัฒนาการเกษตรร้อยละ 16.61 ความถี่ในการบริโภคสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุดคือ 3 - 4 วันต่อสัปดาห์ร้อยละ 58.62 รองลงมาคือ 5 - 7 วันต่อสัปดาห์ร้อยละ 21.94 ระยะเวลาที่ใช้ในการบริโภคสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุดคือ 1 ชั่วโมงต่อวันร้อยละ 61.01 รองลงมาคือน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวันร้อยละ 17.55 ช่วงเวลาที่บริโภคสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุดคือเวลาเรียนร้อยละ 57.37รองลงมาคือเวลาว่างร้อยละ 17.24 สถานที่ที่ใช้ในการบริโภคสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุดคือห้องพักร้อยละ 40.44 รองลงมาคือ บ้านร้อยละ 35.11

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 สื่อประเภทวิทยุ

สื่อวิทยุเป็นสื่อที่ไม่ค่อยได้รับความนิยมจากนักศึกษาซึ่งจากการศึกษาพบว่า นักศึกษาบริโภคสื่อประเภทวิทยุทางการเกษตรร้อยละ 16.61 และไม่บริโภคสื่อวิทยุทางการเกษตรร้อยละ 83.38 เรื่องที่เกี่ยวกับบริโภคกันมากที่สุดเรื่องพัฒนาการเกษตรคิดเป็นร้อยละ 35.09 และรองลงมาคือ พีซีไรร้อยละ 31.58 ความถี่ในการบริโภคสื่อวิทยุมากที่สุดคือ 1-2 วันต่อสัปดาห์ร้อยละ 84.21 รองลงมาคือ 3 - 4 วันต่อสัปดาห์ร้อยละ 10.53 ระยะเวลาที่บริโภคสื่อวิทยุจากมากที่สุดคือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวันร้อยละ 100 ช่วงเวลาที่บริโภคสื่อวิทยุมากที่สุดคือ เสาร์-อาทิตย์ร้อยละ 64.91 รองลงมาคือ เวลาว่างร้อยละ 35.08 สถานที่ที่บริโภคสื่อวิทยุมากที่สุดคือ หอพักร้อยละ 50.39 รองลงมาคือ บ้านร้อยละ 49.12

2.4 สื่อประเภทโทรทัศน์

สื่อประเภทโทรทัศน์ในปัจจุบันนั้นถือได้ว่ามีเกือบจะทุกบ้านทุกครัวเรือน จากการศึกษพบว่า นักศึกษาบริโภคสื่อโทรทัศน์ทางการเกษตรร้อยละ 91.25 และไม่บริโภคสื่อโทรทัศน์ทางการเกษตรร้อยละ 8.74 เรื่องที่เกี่ยวกับเกษตรที่บริโภคกันเรื่องสัตวมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 24.92 และรองลงมาคือ พัฒนาการเกษตรร้อยละ 18.85 ความถี่ในการบริโภคสื่อโทรทัศน์มากที่สุดคือ 1 - 2 วันต่อสัปดาห์ร้อยละ 68.05 รองลงมาคือ 3 - 4 วันต่อสัปดาห์ร้อยละ 21.40 ระยะเวลาในการบริโภคสื่อโทรทัศน์มากที่สุดคือ 1 ชั่วโมงต่อวันคิดเป็นร้อยละ 60.38 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวันร้อยละ 26.52 ช่วงเวลาที่บริโภคโทรทัศน์มากที่สุดคือ ก่อนนอนร้อยละ 44.09 รองลงมาคือ เวลาว่างร้อยละ 32.59 สถานที่ที่บริโภคสื่อโทรทัศน์มากที่สุดคือ หอพักร้อยละ 62.30 รองลงมาคือ บ้านร้อยละ 37.70

2.5 สื่อประเภทอินเทอร์เน็ต

สื่อประเภทอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันถือได้ว่ามีความจำเป็นมากในการสื่อสารรวมทั้งการหาข่าวสารในเรื่องต่างๆ จากการศึกษพบว่า นักศึกษาบริโภคสื่ออินเทอร์เน็ตทางการเกษตรร้อยละ 94.16 และไม่บริโภคสื่ออินเทอร์เน็ตทางการเกษตรร้อยละ 5.83 ประเภทเรื่องเกี่ยวกับเกษตรที่บริโภคมากที่สุดคือ เรื่องประมงคิดเป็นร้อยละ 20.74 และรองลงมาคือ พัฒนาการเกษตรร้อยละ 20.12 ความถี่ในการบริโภคสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ 1 - 2 วันต่อสัปดาห์ร้อยละ 53.56 รองลงมาคือ 3 - 4 วันต่อสัปดาห์ร้อยละ 39.63 ระยะเวลาที่ใช้ในการบริโภคสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวันร้อยละ 48.92 รองลงมาคือ 1 ชั่วโมงต่อวันร้อยละ 40.87 ช่วงเวลาที่บริโภคสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ หลังเลิกเรียนร้อยละ 47.05 รองลงมาคือ เสาร์ - อาทิตย์ร้อยละ 25.08 สถานที่ที่เปิดรับข่าวสารมากที่สุดคือหอพักร้อยละ 71.14 รองลงมาคือบ้านร้อยละ 28.48

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการรับข่าวสารจากสื่อทางการเกษตรประเภทต่าง ๆ

ชนิดของสื่อ	พฤติกรรมการรับข่าวสาร	จำนวน /คน(N=343)	ร้อยละ(%)	
สื่อประเภทบุคคล	บริโรค	330	96.20	
	ไม่บริโรค	13	3.79	
ประเภทสื่อบุคคล	อาจารย์	213	64.55	
	เพื่อน	30	9.09	
	นักวิชาการ	87	26.36	
ประเภทเรื่องที่สนใจ	พืชไร่	32	9.70	
	พืชสวน	25	7.58	
	ประมง	58	17.58	
	สัตว	55	16.67	
	เครื่องจักรกลเกษตร	5	1.52	
	ธุรกิจเกษตร	52	15.76	
	การพัฒนาการเกษตร	79	23.79	
	อุตสาหกรรมเกษตร	15	4.55	
	ความถี่ในการบริโรคสื่อ	1 – 2 วันต่อสัปดาห์	44	13.33
		3 – 4 วันต่อสัปดาห์	227	68.74
5 – 7 วันต่อสัปดาห์		59	17.88	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการรับข่าวสารจากสื่อทางการเกษตรประเภทต่าง ๆ (ต่อ)

ชนิดของสื่อ	พฤติกรรมการรับข่าวสาร	จำนวน /คน	ร้อยละ(%)
สถานที่ในการบริโภคสื่อ			
	ห้องเรียน	288	69.09
	ห้องอาจารย์	18	5.45
	หอพัก	7	2.10
	บ้าน	17	5.15
ระยะเวลาในการบริโภคสื่อ			
	ประมาณ 1 ชั่วโมงต่อวัน	34	10.30
	ประมาณ 2 ชั่วโมงต่อวัน	183	55.45
	มากกว่า 3 ชั่วโมงต่อวัน	113	34.24
ช่วงเวลาในการบริโภคสื่อ			
	เรียน	284	86.06
	พักกลางวัน	10	3.03
	เสาร์ - อาทิตย์	4	1.21
	เวลาว่าง	32	9.70
สื่อสิ่งพิมพ์			
	บริโภค	319	93.01
	ไม่บริโภค	24	6.99
ชนิดของสื่อสิ่งพิมพ์			
	หนังสือพิมพ์	32	10.03
	นิตรสาร วารสาร	15	4.70
	แผ่นพับ	15	4.70
	เอกสารประกอบการเรียน	257	80.65
ประเภทเรื่องที่สนใจ			
	พืชไร่	44	13.79
	พืชสวน	28	8.78
	ประมง	50	15.68

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 พฤติกรรมการรับข่าวสารจากสื่อทางการเกษตรประเภทต่าง ๆ (ต่อ)

ชนิดของสื่อ	พฤติกรรมการรับข่าวสาร	จำนวน /คน	ร้อยละ(%)
	สัตว์	55	17.24
	เครื่องจักรกลเกษตร	2	0.63
	แมลงและศัตรูพืช	33	10.34
	ธุรกิจเกษตร	15	4.70
	การพัฒนาการเกษตร	53	16.70
	การอุตสาหกรรมเกษตร	23	7.21
	แปรรูปสินค้าทางการเกษตร	12	4.08
ความถี่ในการบริโภคสื่อ			
	1 – 2 วันต่อสัปดาห์	62	19.44
	3 – 4 วันต่อสัปดาห์	187	58.62
	5 – 7 วันต่อสัปดาห์	70	21.94
สถานที่ในการบริโภคสื่อ			
	หอพัก	129	40.44
	บ้าน	112	35.11
	ห้องเรียน	78	24.45
ระยะเวลาในการบริโภคสื่อ			
	น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน	56	17.55
	ประมาณ 1 ชั่วโมงต่อวัน	201	61.01
	ประมาณ 2 ชั่วโมงต่อวัน	37	11.60
	ประมาณ 3 ชั่วโมงต่อวัน	25	7.83
ช่วงเวลาในการบริโภคสื่อ			
	เรียน	183	57.37
	พักกลางวัน	30	9.40
	หลังเลิกเรียน	34	10.65
	เสาร์ – อาทิตย์	17	5.33
	เวลาว่าง	55	17.24

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการรับข่าวสารจากสื่อทางการเกษตรประเภทต่าง ๆ (ต่อ)

ชนิดของสื่อ	พฤติกรรมการรับข่าวสาร	จำนวน /คน	ร้อยละ(%)
สื่อประเภทวิทยุ			
	บริเวณ	57	16.61
	ไม่บริเวณ	286	83.38
ประเภทเรื่องที่สนใจ			
	พืชไร่	18	31.58
	ประมง	5	8.77
	สัตว์	12	21.05
	แมลงและศัตรูพืช	2	3.51
	การพัฒนาการเกษตร	20	35.09
ความถี่ในการบริโภคสื่อ			
	1 – 2 วันต่อสัปดาห์	48	84.21
	3 – 4 วันต่อสัปดาห์	6	10.53
	5 – 7 วันต่อสัปดาห์	3	5.26
สถานที่ในการบริโภคสื่อ			
	หอพัก	31	50.39
	บ้าน	28	49.12
ระยะเวลาในการใช้สื่อ			
	น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน	57	100.0
ช่วงเวลาในการบริโภคสื่อ			
	เสาร์ – อาทิตย์	37	64.91
	เวลาว่าง	20	35.08
สื่อประเภทโทรทัศน์			
	บริเวณ	313	91.25
	ไม่บริเวณ	30	8.74
ประเภทเรื่องที่สนใจ			
	พืชไร่	23	7.35
	พืชสวน	25	7.99

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการรับข่าวสารจากสื่อทางการเกษตรประเภทต่าง ๆ (ต่อ)

ชนิดของสื่อ	พฤติกรรมการรับข่าวสาร	จำนวน /คน	ร้อยละ(%)
	ประมง	48	15.34
	สัตว์	78	24.92
	แมลงและศัตรูพืช	12	3.83
	ธุรกิจเกษตร	13	4.15
	การพัฒนาการเกษตร	59	18.85
	อุตสาหกรรมเกษตร	21	6.71
	การแปรรูปสินค้าทางการเกษตร	34	10.86
ความถี่ในการบริโภคสื่อ			
	1 – 2 วันต่อสัปดาห์	213	66.05
	3 – 4 วันต่อสัปดาห์	67	21.40
	5 – 7 วันต่อสัปดาห์	32	10.22
สถานที่ในการบริโภคสื่อ			
	หอพัก	195	62.30
	บ้าน	114	37.70
ระยะเวลาในการบริโภคสื่อ			
	น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน	83	26.52
	ประมาณ 1 ชั่วโมงต่อวัน	189	60.38
	ประมาณ 2 ชั่วโมงต่อวัน	42	13.42
ช่วงเวลาในการบริโภคสื่อ			
	หลังเลิกเรียน	13	4.15
	ก่อนนอน	138	44.09
	เสาร์ – อาทิตย์	60	19.16
	เวลาว่าง	102	32.59

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการรับข่าวสารจากสื่อทางการเกษตรประเภทต่าง ๆ (ต่อ)

ชนิดของสื่อ	พฤติกรรมการรับข่าวสาร	จำนวน /คน	ร้อยละ(%)
สื่อประเภทอินเทอร์เน็ต			
	บริโภค	323	94.16
	ไม่บริโภค	20	5.83
ประเภทเรื่องที่สนใจ			
	พืชไร่	57	17.65
	พืชสวน	53	16.41
	ประมง	67	20.74
	สัตว์	61	18.89
	เครื่องจักรกลเกษตร	8	2.48
	แมลงและศัตรูพืช	41	12.68
	การพัฒนาการเกษตร	65	20.12
ความถี่ในการบริโภคสื่อ			
	1 – 2 วันต่อสัปดาห์	173	53.56
	3 – 4 วันต่อสัปดาห์	128	39.63
	5 – 7 วันต่อสัปดาห์	22	6.81
ระยะเวลาในการบริโภคสื่อ			
	น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน	158	48.92
	ประมาณ 1 ชั่วโมงต่อวัน	132	40.87
	ประมาณ 2 ชั่วโมงต่อวัน	33	10.22
ช่วงเวลาในการบริโภคสื่อ			
	หลังเลิกเรียน	152	47.05
	ก่อนนอน	78	24.15
	เสาร์ – อาทิตย์	81	25.08
	เวลาว่าง	12	3.72
สถานที่ในการบริโภคสื่อ			
	หอพัก	233	71.14
	บ้าน	92	28.48

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ปัญหาจากการบริโภคสื่อทางการเกษตรประเภทต่าง ๆ

จากการศึกษาในเรื่องของปัญหาการบริโภคสื่อทางการเกษตรประเภทต่างๆ ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง พบว่า ในการบริโภคจากสื่อบุคคลมีปัญหาในเรื่องของ การอธิบายไม่ชัดเจน ฟังไม่เข้าใจ ในการบริโภคสื่อสิ่งพิมพ์มีปัญหาในเรื่องของ เนื้อหาไม่ชัดเจน อ่านแล้วไม่เข้าใจ ไม่มีเวลาในการอ่าน ในการสื่อวิทยุมีปัญหาในเรื่องของ ไม่มีรายการที่น่าสนใจ เนื้อหาไม่ชัดเจนฟังไม่เข้าใจ ไม่มีเวลาไม่ได้ตั้งใจฟัง ในการบริโภคสื่อโทรทัศน์มีปัญหาในเรื่องของ ไม่มีรายการที่น่าสนใจ เนื้อหาไม่ชัดเจนดูแล้วไม่เข้าใจ ไม่มีเวลาชม ในการบริโภคสื่ออินเทอร์เน็ตมีปัญหาในเรื่องของ ไม่มีเวลาในการใช้งาน และไม่มีคอมพิวเตอร์เป็นของตัวเอง

ตารางที่ 3 ปัญหาจากการบริโภคสื่อทางการเกษตรประเภทต่าง ๆ

ชนิดของสื่อ	ปัญหาจากการบริโภค	จำนวน /คน(N=343)	ร้อยละ(%)
สื่อบุคคล	ไม่มีปัญหา	213	62.09
	มีปัญหา	130	37.90
	อธิบายไม่ชัดเจน ฟังไม่เข้าใจ	73	56.15
	เนื้อหาไม่น่าสนใจ	53	40.76
	อื่นๆ	4	3.07
สื่อสิ่งพิมพ์	ไม่มีปัญหา	257	74.92
	มีปัญหา	86	25.07
	ไม่มีเวลาอ่าน	44	51.16
	เนื้อหาไม่ชัดเจน อ่านแล้วไม่เข้าใจ	42	48.83
วิทยุ	ไม่มีปัญหา	198	57.72
	มีปัญหา	145	42.27
	รายการไม่น่าสนใจ	42	28.96
	เนื้อหาไม่ชัดเจน ฟังไม่เข้าใจ	31	21.37
	อยู่ในจุดอับคลื่นสัญญาณ	39	26.89
	ไม่มีเวลา ไม่ได้ตั้งใจฟัง	33	22.75

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 ปัญหาจากการบริโภคสื่อทางการเกษตรประเภทต่าง ๆ (ต่อ)

ชนิดของสื่อ	ปัญหาจากการบริโภค	จำนวน /คน	ร้อยละ(%)
โทรทัศน์	ไม่มีปัญหา	253	73.76
	มีปัญหา	90	26.23
	รายการไม่น่าสนใจ	38	42.22
	เนื้อหาไม่ชัดเจน ฟังไม่เข้าใจ	19	21.11
	ไม่มีเวลาชม	29	32.22
	อื่นๆ	4	4.44
	อินเทอร์เน็ต	ไม่มีปัญหา	267
มีปัญหา		76	22.15
ไม่มีคอมพิวเตอร์เป็นของตนเอง		29	38.15
ไม่มีเวลาในการใช้งาน		47	61.84

4. วิจัยผลการวิจัย

นักศึกษาส่วนใหญ่จะเลือกบริโภคสื่อทางการเกษตรที่สะดวกสบาย ง่ายต่อการใช้และสามารถเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายและใกล้ตัวนักศึกษามากที่สุด โดยนักศึกษานิยมบริโภคสื่อบุคคลมากที่สุด เป็นเพราะนักศึกษาต้องพบกับอาจารย์เป็นประจำอยู่แล้วในเวลาเรียนจึงไม่ต้องแปลกใจเลยที่สื่อบุคคลมีนักศึกษาเลือกใช้มากที่สุด สำหรับสื่ออินเทอร์เน็ตนักศึกษานิยมใช้สื่อประเภทนี้เพราะสะดวกสบายเหมาะสมยุคสมัยนี้และสามารถหาความรู้ได้อย่างกว้างขวางและครอบคลุมโดยส่วนใหญ่จะใช้อินเทอร์เน็ตในห้องพักและบ้านสอดคล้องกับชนิษฐา จันทรเพิ่มและอรพรรณ ภูมิวัฒนา นนท์ (2552) ส่วนในสื่อสิ่งพิมพ์นักศึกษานิยมใช้เอกสารประกอบการเรียนมากที่สุดเพราะจำเป็นต้องใช้ในการศึกษาเล่าเรียนอยู่และสามารถหาสื่อสิ่งพิมพ์ได้ง่ายจะหาได้ตามห้องสมุดอีกด้วย สื่อโทรทัศน์เป็นอีกสื่อที่นักศึกษานิยมได้รับอยู่ทุกวัน เป็นสื่อที่ให้ทั้งภาพและเสียงทำให้เข้าใจได้ง่าย จึงเป็นอีกสื่อที่ได้รับความนิยม และสื่อวิทยุเป็นสื่อที่นักศึกษานิยมไม่คอยให้ความสนใจและลำสมัย นักศึกษาส่วนใหญ่จะฟังสื่อวิทยุเพื่อแค่ฟังเพลงเพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายสอแต่ไม่ค่อยนิยมนำข่าวสารทางด้านเกษตร จากการศึกษาทั้งหมดพฤติกรรมการบริโภคสื่อทางประเภทต่าง ๆ ของนักศึกษามีพฤติกรรมเกี่ยวข้องกับการเรียนและการใช้ชีวิตประจำวัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ (Conclusion and Recommendation)

สรุปการวิจัย

จากการสำรวจพฤติกรรมการบริโภคสื่อทางการเกษตรจากสื่อทางการเกษตรในประเภทต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน เช่น สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตร ระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ประจำปี 2/2553 ทั้ง 3 สาขาวิชาได้แก่ เทคโนโลยีการผลิตสัตว์และประมง พัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร และเทคโนโลยีการผลิตพืช หลังจากเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามพบว่าพฤติกรรมการบริโภคสื่อทางการเกษตรของนักศึกษาส่วนมากเป็นการบริโภคจากสื่อบุคคล รองลงมา คือ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อที่นักศึกษابริโภคน้อยที่สุด คือ สื่อวิทยุ ตามลำดับและจากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคจากสื่อประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. สื่อบุคคล

สื่อบุคคลนั้นถือว่าเป็นสื่อที่ใกล้ตัวของนักศึกษามากที่สุด นักศึกษาส่วนใหญ่ได้รับสื่อบุคคลจากอาจารย์หรือนักวิชาการ ความถี่ในการบริโภคมากที่สุด 3-4 วันต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการบริโภคมากที่สุด 2 ชั่วโมงต่อวัน ช่วงเวลาที่บริโภคมากที่สุดคือช่วงเวลาเรียน สถานที่บริโภคมากที่สุดคือห้องเรียน สื่อบุคคลมีปัญหาในเรื่องของ การอธิบายไม่ชัดเจน ฟังไม่เข้าใจ

2. สื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อจำเป็นที่ต้องใช้อยู่เป็นประจำไม่ว่าจะเป็นในรูปของหนังสือหรือเอกสารต่าง ๆ และนักศึกษาส่วนใหญ่ได้รับสื่อสิ่งพิมพ์จากเอกสารประกอบการเรียน ความถี่ในการบริโภคมากที่สุด 3-4 วันต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการบริโภคมากที่สุด 1 ชั่วโมงต่อวัน ช่วงเวลาที่บริโภคมากที่สุดคือช่วงเวลาเรียน สถานที่บริโภคมากที่สุดคือ หอพัก สื่อสิ่งพิมพ์มีปัญหาในเรื่องของ เนื้อหาไม่ชัดเจน อ่านแล้วไม่เข้าใจ ไม่มีเวลาในการอ่าน

3. สื่อวิทยุ

สื่อวิทยุถือได้ว่าเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายแต่ก็ไม่ได้รับความนิยมกันเท่าที่ควร โดยนักศึกษาบริโภคสื่อวิทยุกันน้อยมากถ้าเปรียบเทียบกับสื่อประเภทอื่น ๆ ความถี่ในการบริโภคมากที่สุด 1-2 วันต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการบริโภคมากที่สุดน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน ช่วงเวลาที่บริโภคมากที่สุดคือ เสาร์-อาทิตย์ สถานที่บริโภคมากที่สุดคือ หอพัก สื่อวิทยุมีปัญหาในเรื่องของ ไม่มีรายการที่น่าสนใจ เนื้อหาไม่ชัดเจนฟังไม่เข้าใจ ไม่มีเวลาไม่ได้ตั้งใจฟัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. สื่อโทรทัศน์

โทรทัศน์ถือได้ว่าเป็นสื่อที่สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยมีทั้งภาพและเสียงสำหรับผู้บริโภค ความถี่ในการบริโภคมากที่สุด 1-2 วันต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการบริโภคมากที่สุด 1 ชั่วโมงต่อวัน ช่วงเวลาที่บริโภคคือ ก่อนนอน สถานที่บริโภคมากที่สุดคือ หอพัก สื่อโทรทัศน์มีปัญหาในเรื่องของ ไม่มีรายการที่น่าสนใจ เนื้อหาไม่ชัดเจนดูแล้วไม่เข้าใจ ไม่มีเวลาชม

5. สื่ออินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตถือได้ว่าเป็นสื่อที่กำลังได้รับความนิยมมากโดยสามารถค้นหาความรู้ต่างๆ ได้ง่ายแล้วแต่ผู้บริโภค ความถี่ในการบริโภคมากที่สุด 1-2 วันต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการบริโภคมากที่สุดน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน ช่วงเวลาที่บริโภคมากที่สุดคือ หลังเลิกเรียน สถานที่บริโภคมากที่สุดคือ หอพัก สื่ออินเทอร์เน็ตมีปัญหาในเรื่องของ ไม่มีเวลาในการใช้งาน และไม่มีคอมพิวเตอร์เป็นของตัวเอง

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ควรเลือกผลิตสื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของนักศึกษา เพื่อให้นักศึกษาจะได้เกิด ความสนใจในการบริโภคมากขึ้น
2. ควรเชื่อมโยงแต่ละสื่อเข้าด้วยกันเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และสามารถทำให้เข้าใจได้ ง่ายมากขึ้น
3. ควรสร้างมาตรฐานของสื่อประเภทต่างๆ ให้มีความน่าเชื่อถือและมีมาตรฐานเท่าเทียม กัน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

1. จากการทำวิจัยพบว่าแบบสอบถามที่ใช้มีความยาวเกินไป จึงทำให้ผู้ตอบ แบบสอบถามนั้นต้องใช้เวลาในการตอบคำถามในแบบสอบถามและทำให้เกิดความเบื่อหน่าย ในการตอบคำถาม ดังนั้นในการทำแบบสอบถามนั้นจึงจำเป็นต้องสร้างแบบสอบถามที่ไม่มาก จนเกินไป เพื่อที่จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามนั้นไม่เกิดความเบื่อหน่ายในการตอบคำถาม
2. จากการทำการวิจัยพบว่าในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามนั้นต้องใช้เวลาในการเก็บ รวบรวมข้อมูล เพื่อที่จะได้เก็บรวบรวมทันเวลาไม่รีบเร่ง ดังนั้นผู้ที่ทำการวิจัยในครั้งต่อไปควร วางแผนข้อมูลและทำตามกำหนดเวลาที่ตั้งไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

กิติมา สุรสนธิ. 2535 รายงานการวิจัยแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล.

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ

ชวรัตน์ เติตชัย. 2527 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน. บริษัท บพิธการพิมพ์. กรุงเทพฯ

ทองพล ภูมิรัตน์. 2538. ทักษะคิดที่มีต่อการสื่อสาร. เพชรเกษมการพิมพ์. กรุงเทพฯ

ยุพา สุภากุล. 2540 การสื่อสารมวลชน. โอ. เอส. พรินติ้ง เฮ้าส์. กรุงเทพฯ

ประมะ สตะเวทิน. 2539 การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์. กรุงเทพฯ:

กิติมา สุรสนธิ. 2541. สื่อและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กรุงเทพฯ

พิบูลย์ ทีปะपाल. 2543 การบริหารการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21. : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์

กรุงเทพฯ

พิมล ศรีวิภรณ์. 2542. พฤติกรรมผู้บริโภค. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย: กรุงเทพฯ

พีระ จิโรโสภณ. 2535. การเลือกสรรและแสวงหาข่าวสาร. เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและ

ทฤษฎีการสื่อสาร. สำนักการพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. นนทบุรี

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2526. เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้น เกี่ยวกับวิทยุ

และโทรทัศน์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. กรุงเทพฯ

เลี่ยม สุริหาร. 2527. พฤติกรรมศาสตร์. คณะสาธารณสุขศาสตร์. ขอนแก่น

ศุภกร บัวนิ่ม. 2540. พฤติกรรมผู้บริโภค. วิสิทธิ์พัฒนา. กรุงเทพฯ

ณรงค์ สมพงษ์. 2530 สื่อเพื่องานส่งเสริมและเผยแพร่. สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม.

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ:

ศุภร เสรีรัตน์. 2540. พฤติกรรมผู้บริโภค. สำนักพิมพ์ดอกหญ้า. กรุงเทพฯ

เสรี วงษ์มณฑา. 2542. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. วีระฟิล์มและเซเท็กซ์. กรุงเทพฯ

เสน่ห์ นครสันติภาพ. 2541. พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารด้านวัฒนธรรมไทยเกี่ยวกับ

ค่านิยมพื้นฐานของนักศึกษาสถาบันราชภัฏสมเด็จพระเจ้าพระยา. คณะวารสารศาสตร์

และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักทะเบียนและประมวลผล.คณะเทคโนโลยีการเกษตร.สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง.2551

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ลักษณะ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
จิระวงศ์ ปุ้ยพันธวงศ์.2552.พฤติกรรมกรรับข่าวสารจากสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
กรุงเทพฯ

สุธาสิณี พานชัยเจริญ.2552.พฤติกรรมการใช้สารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
กรุงเทพฯ

ชนิษฐา จันทร์เพิ่มและอรพรรณ ภูมิพัฒนานนท์ .2552.พฤติกรรมกรใช้อินเทอร์เน็ต.คณะ
เทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.กรุงเทพฯ

วิณภกร พันธุ์คงและโสภา พงศ์ชนะ.2552.พฤติกรรม ความรู้และทัศนคติ ปัญหาและข้อเสนอ
แนะความสัมพันธ์ของสื่อประเภทต่างๆ.คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.กรุงเทพฯ

Dominick, Joseph R. 1999 The Dynamics of Mass Communication. 6 edition.
New York: McGraw-Hill Companies

Schannon, C.E. and W.J. Weaver. 1948. The mathemation theory of communication.
UrbanaP: The University of Illionis Press.

Schramm, W. 1976 The process and effects of mass communication: New York: The Free
Press.

Wilber, Schramm.1973. Channel and Audience in Handbook of Communication.
Chicago:Renelly College Publishing Company.

Roger , E.M. and F.F. Shoemaker. 1971. Communication of Innovation: Cross Culture
Approach. NEW York : The Free Press.

Schramm , W. 1960. Mass media and nation development : The role information in the
developing countries California. Standford University Press.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามงานวิจัย

พฤติกรรมการบริโภคสื่อทางการเกษตรของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง แบบสอบถามมีทั้งสิ้น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคสื่อทางการเกษตรประเภทต่าง ๆ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ

โปรดทำเครื่องหมาย \surd ลงใน () หน้าข้อความ หรือเติมคำในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด โปรดตอบคำถามทุกข้อเพื่อความสมบูรณ์แห่งข้อมูล และกรุณาอ่านคำชี้แจงอย่างละเอียดก่อนลงมือตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. ชั้นที่ () 1 () 2 () 3 () 4
3. สาขาวิชา () เทคโนโลยีการผลิตสัตว์และประมง
() การพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร
() เทคโนโลยีการผลิตพืช
4. หลักสูตร () วิทยาศาสตร์การประมง () เทคโนโลยีการผลิตสัตว์
() นิเทศศาสตร์เกษตร () พัฒนาการเกษตร
() พืชไร่ () พืชสวน
() การจัดการศัตรูพืช () ปฐพีวิทยา
() ทรัพยากรดินและสิ่งแวดล้อม () สัตวศาสตร์

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคสื่อทางการเกษตรประเภทต่าง ๆ

สื่อบุคคล

5. ท่านเคยได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคลด้านการเกษตรหรือไม่ (ถ้า ไม่เคย ให้ข้ามไปตอบข้อ 10)
() ได้รับ
() ไม่ได้รับ เหตุผล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ท่านรับข่าวสารจากสื่อบุคคลด้านการเกษตรใดมากที่สุด บ่อยเพียงใด สถานที่ใด

สื่อบุคคล	ความถี่	สถานที่
() อาจารย์	() นานๆ ครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์) () เกือบทุกวัน (3-4 วัน/สัปดาห์) () สม่ำเสมอ (5-7 วัน/สัปดาห์) () อื่นๆ	() ห้องพักอาจารย์ () ห้องเรียน () สำนักงานภาค () โรงอาหาร () อื่นๆ
() นักวิชาการ/วิทยากร	() นานๆ ครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์) () เกือบทุกวัน (3-4 วัน/สัปดาห์) () สม่ำเสมอ (5-7 วัน/สัปดาห์) () อื่นๆ	() สถานที่ทำงาน () ห้องเรียน () โรงอาหาร () อื่นๆ
() เพื่อน	() นานๆ ครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์) () เกือบทุกวัน (3-4 วัน/สัปดาห์) () สม่ำเสมอ (5-7 วัน/สัปดาห์) () อื่นๆ	() ห้องเรียน () หอพัก () โรงอาหาร () สนามกีฬา () อื่นๆ
() สมาชิกในครอบครัว	() นานๆ ครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์) () เกือบทุกวัน (3-4 วัน/สัปดาห์) () สม่ำเสมอ (5-7 วัน/สัปดาห์) () อื่นๆ	() ที่บ้าน () โรงอาหาร () สนามกีฬา () อื่นๆ
() อื่นๆ โปรดระบุ	() นานๆ ครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์) () เกือบทุกวัน (3-4 วัน/สัปดาห์) () สม่ำเสมอ (5-7 วัน/สัปดาห์) () อื่นๆ	() ที่บ้าน () หอพัก () สำนักงาน () ห้องเรียน () โรงอาหาร () สนามกีฬา () อื่นๆ

7. ท่านได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคลด้านการเกษตรดังกล่าวเกี่ยวกับเรื่องใดมากที่สุด

- () พืชไร่ () พืชสวน () ประมง () สัตว์
() เครื่องกลเกษตร () แมลง ศัตรูพืช () ธุรกิจเกษตร () ดิน
() การพัฒนาการเกษตร () อุตสาหกรรมเกษตร () การแปรรูปสินค้าทางการเกษตร
() อื่นๆ โปรดระบุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. ท่านได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคลด้านการเกษตรดังกล่าวเฉลี่ยวันละเท่าไร

- () น้อยกว่า 1 ชั่วโมง () ประมาณ 1 ชั่วโมง () ประมาณ 2 ชั่วโมง
() ประมาณ 3 ชั่วโมง () มากกว่า 3 ชั่วโมง () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

9. ท่านได้พบปะพูดคุยหรือได้รับข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อบุคคลด้านการเกษตรดังกล่าวในช่วงเวลาใดมากที่สุด

- () เรียน () พักกลางวัน () หลังเลิกจากเรียน
() ก่อนนอน () เสาร์ - อาทิตย์ () อื่น ๆ โปรดระบุ

สื่อสิ่งพิมพ์

10. ท่านได้อ่านสื่อสิ่งพิมพ์ทางการเกษตรบ้างหรือไม่ (ไม่ได้อ่าน ข้ามไปตอบข้อ 18)

- () 1. ได้อ่าน
() 2. ไม่ได้อ่าน เหตุผล

11. ท่านอ่านสื่อสิ่งพิมพ์ทางการเกษตรใดมากที่สุด

- () หนังสือพิมพ์ () นิตยสาร วารสาร () ใบปลิว
() แผ่นพับ () เอกสารประกอบการเรียน () อื่น ๆ โปรดระบุ

12. ท่านอ่านสื่อสิ่งพิมพ์ทางการเกษตรดังกล่าวเกี่ยวกับเรื่องใดมากที่สุด

- () พืชไร่ () พืชสวน () ประมง () สัตว์
() เครื่องกลเกษตร () แมลง ศัตรูพืช () ธุรกิจเกษตร () ดิน
() การพัฒนาการเกษตร () อุตสาหกรรมเกษตร () การแปรรูปสินค้าทางการเกษตร
() อื่น ๆ โปรดระบุ

13. ท่านอ่านสื่อสิ่งพิมพ์ทางการเกษตรดังกล่าวบ่อยเพียงใด

- () นานๆ ครั้ง (1 - 2 วัน / สัปดาห์) () เกือบทุกวัน (3 - 4 วัน / สัปดาห์)
() สม่ำเสมอ (5 - 7 วัน / สัปดาห์) () อื่นๆ (ระบุ)

14. ท่านใช้เวลาในการสื่อสิ่งพิมพ์ทางการเกษตรดังกล่าวเฉลี่ยวันละเท่าไร

- () น้อยกว่า 1 ชั่วโมง () ประมาณ 1 ชั่วโมง () ประมาณ 2 ชั่วโมง
() ประมาณ 3 ชั่วโมง () มากกว่า 3 ชั่วโมง () อื่นๆ (ระบุ)

15. ท่านอ่านสื่อสิ่งพิมพ์ทางการเกษตรดังกล่าวในช่วงเวลาใดมากที่สุด

- () เรียน () พักกลางวัน () หลังเลิกจากเรียน
() ก่อนนอน () เสาร์ - อาทิตย์ () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

16. ท่านอ่านสื่อสิ่งพิมพ์ทางการเกษตรดังกล่าวในสถานที่ใดมากที่สุด

- () บ้าน () หอพัก () ห้องเรียน
() โรงอาหาร () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

วิทยุ

17. ท่านเคยได้ฟังรายการวิทยุทางการเกษตรบ้างหรือไม่ (ไม่ได้ฟัง ข้ามไปตอบข้อ 23)

- () 1. ได้ฟัง
() 2. ไม่ได้ฟัง เหตุผล

18. ท่านรับฟังรายการวิทยุทางการเกษตรดังกล่าวเกี่ยวกับเรื่องใดมากที่สุด

- () พืชไร่ () พืชสวน () ประมง () สัตว์
() เครื่องกลเกษตร () แมลง ศัตรูพืช () ธุรกิจเกษตร () ดิน
() การพัฒนาการเกษตร () อุตสาหกรรมเกษตร () การแปรรูปสินค้าทางการเกษตร
() อื่น ๆ โปรดระบุ

19. ท่านรับฟังรายการวิทยุทางการเกษตรดังกล่าวบ่อยเพียงใด

- () นานๆ ครั้ง (1 - 2 วัน / สัปดาห์) () เกือบทุกวัน (3 - 4 วัน / สัปดาห์)
() สม่ำเสมอ (5 - 7 วัน / สัปดาห์) () อื่นๆ (ระบุ)

20. ท่านใช้เวลาในฟังรายการวิทยุทางการเกษตรดังกล่าวเฉลี่ยวันละเท่าไร

- () น้อยกว่า 1 ชั่วโมง () ประมาณ 1 ชั่วโมง () ประมาณ 2 ชั่วโมง
() ประมาณ 3 ชั่วโมง () มากกว่า 3 ชั่วโมง () อื่นๆ (ระบุ)

21. ท่านรับฟังรายการวิทยุทางการเกษตรดังกล่าวในช่วงเวลาเวลาใดมากที่สุด

- () เร็ย่น () พักกลางวัน () หลังเลิกจากเรียน
() ก่อนนอน () เสาร์ - อาทิตย์ () อื่นๆ (ระบุ)

22. ท่านใช้ในการรับฟังรายการวิทยุทางการเกษตรดังกล่าวในสถานที่ใดมากที่สุด

- () บ้าน () หอพัก () ห้องเรียน
() โรงอาหาร () อื่น ๆ โปรดระบุ

โทรทัศน์

23. ท่านได้ชมรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรบ้างหรือไม่ (ไม่ได้ชม ข้ามไปตอบข้อ 29)

- () 1. ได้ชม
() 2. ไม่ได้ชม เหตุผล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

24. ท่านรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านการเกษตรดังกล่าวเกี่ยวกับเรื่องใดมากที่สุด

- () พืชไร่ () พืชสวน () ประมง () สัตว์
() เครื่องกลเกษตร () แมลง ศัตรูพืช () ธุรกิจเกษตร () ดิน
() การพัฒนาการเกษตร () อุตสาหกรรมเกษตร () การแปรรูปสินค้าทางการเกษตร
() อื่น ๆ โปรดระบุ

25. ท่านรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านการเกษตรดังกล่าวบ่อยเพียงใด

- () นานๆ ครั้ง (1 – 2 วัน / สัปดาห์) () เกือบทุกวัน (3 – 4 วัน / สัปดาห์)
() สม่ำเสมอ (5 – 7 วัน / สัปดาห์) () อื่นๆ (ระบุ)

26. ท่านใช้เวลาในชมรายการโทรทัศน์ทางด้านการเกษตรดังกล่าวเฉลี่ยวันละเท่าไร

- () น้อยกว่า 1 ชั่วโมง () ประมาณ 1 ชั่วโมง () ประมาณ 2 ชั่วโมง
() ประมาณ 3 ชั่วโมง () มากกว่า 3 ชั่วโมง () อื่นๆ (ระบุ)

27. ท่านรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านการเกษตรดังกล่าวในช่วงเวลาเวลาใดมากที่สุด

- () เร็ย () พักกลางวัน () หลังเลิกจกเร็ย
() ก่อนนอน () เสาร์ – อาทิตย์ () อื่นๆ (ระบุ)

28. ท่านรับชมรายการโทรทัศน์ทางด้านการเกษตรดังกล่าวในสถานที่ใด

- () บ้าน () หอพัก () ห้องเร็ย
() โรงอาหาร () อื่น ๆ โปรดระบุ

อินเทอร์เน็ต

29. ท่านเคยได้ใช้อินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับทางการเกษตรบ้างหรือไม่ (ไม่ได้ใช้ ข้ามไปตอบข้อ 35)

- () 1. ได้ใช้
() 2. ไม่ได้ใช้ เหตุผล

30. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตดังกล่าวในการรับข่าวสารทางการเกษตรเกี่ยวกับเรื่องใดมากที่สุด

- () พืชไร่ () พืชสวน () ประมง () สัตว์
() เครื่องกลเกษตร () แมลง ศัตรูพืช () ธุรกิจเกษตร () ดิน
() การพัฒนาการเกษตร () อุตสาหกรรมเกษตร () การแปรรูปสินค้าทางการเกษตร
() อื่น ๆ โปรดระบุ

31. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับทางการเกษตรดังกล่าวบ่อยเพียงใด

- () นานๆ ครั้ง (1 – 2 วัน / สัปดาห์) () เกือบทุกวัน (3 – 4 วัน / สัปดาห์)
() สม่ำเสมอ (5 – 7 วัน / สัปดาห์) () อื่นๆ (ระบุ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

32. ท่านใช้เวลาในการรับข่าวสารเกี่ยวกับทางการเกษตรจากอินเทอร์เน็ตดังกล่าวเฉลี่ยวันละเท่าไร
() น้อยกว่า 1 ชั่วโมง () ประมาณ 1 ชั่วโมง () ประมาณ 2 ชั่วโมง
() ประมาณ 3 ชั่วโมง () มากกว่า 3 ชั่วโมง () อื่นๆ (ระบุ)

33. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับทางการเกษตรดังกล่าวในช่วงเวลาเวลาใด
() ก่อนเรียน () พักกลางวัน () หลังเลิกจากเรียน
() ก่อนนอน () เสาร์ – อาทิตย์ () อื่นๆ (ระบุ)

34. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับทางการเกษตรดังกล่าวในสถานที่ใด
() บ้าน () หอพัก () ห้องเรียน
() โรงอาหาร () อื่นๆ โปรดระบุ

ส่วนที่3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการรับข่าวสารทางการเกษตรจากสื่อประเภทต่าง ๆ

35. ท่านมีปัญหาในการรับข่าวสารทางการเกษตรจากสื่อบุคคลเกี่ยวกับเรื่องใด
() ไม่มีปัญหา
() มีปัญหา
() อธิบายไม่ชัดเจน ฟังไม่เข้าใจ () ไม่สะดวกเดินทางไปฟัง
() เนื้อหาไม่น่าสนใจ () ไม่มีเวลา
() อื่นๆ (ระบุ)

36. ท่านมีปัญหาในการรับข่าวสารทางการเกษตรจากสื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับเรื่องใด
() ไม่มีปัญหา
() มีปัญหา
() ราคาของแพงเกินไป () ต้องไปอ่านที่อื่นไม่สะดวกในการเดินทาง
() เนื้อหาไม่ชัดเจน อ่านแล้วไม่เข้าใจ () ไม่มีเวลาอ่าน
() อื่นๆ (ระบุ)

37.ท่านมีปัญหาในการรับข่าวสารทางการเกษตรจากวิทยุเกี่ยวกับเรื่องใด
() ไม่มีปัญหา
() มีปัญหา
() รายการไม่น่าสนใจ () เนื้อหาไม่ชัดเจน ฟังไม่เข้าใจ
() อยู่ในจุดอับคลื่นสัญญาณ () ไม่มีเวลา ไม่ได้ตั้งใจฟัง
() อื่นๆ (ระบุ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

38.ท่านมีปัญหาในการรับข่าวสารทางการเกษตรจากโทรทัศน์เกี่ยวกับเรื่องใด

- () ไม่มีปัญหา
- () มีปัญหา
 - () รายการไม่น่าสนใจ
 - () เนื้อหาไม่ชัดเจน ดูแล้วไม่เข้าใจ
 - () ภาพไม่ชัด อยู่ในจุดอับคลื่น
 - () ไม่มีเวลาชม
 - () อื่นๆ (ระบุ)

39.ท่านมีปัญหาในการรับข่าวสารทางการเกษตรจากอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับเรื่องใด

- () ไม่มีปัญหา
- () มีปัญหา
 - () ราคาของคอมพิวเตอร์แพงเกินไป
 - () เนื้อหาไม่ชัดเจน ดูแล้วไม่เข้าใจ
 - () ไม่มีคอมพิวเตอร์เป็นของตัวเอง
 - () ไม่มีเวลาในการทำงาน
 - () อื่นๆ (โปรดระบุ)

ข้อเสนอแนะในการบริโภคสื่อทางการเกษตร

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้