

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญแผนภูมิ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย	3
สมมติฐานการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ	7
ความหมายและการใช้สื่อมวลชนเพื่อการส่งเสริมการเกษตร	11
แนวความคิดในการใช้สื่อเพื่องานส่งเสริมการเกษตร	13
หน้าที่และบทบาทของสื่อมวลชนต่อสังคม	13
แนวคิดเกี่ยวกับ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	16
ผลงานวิจัยและงานเขียนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	23
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	23
การสุ่มตัวอย่างในการศึกษา	24

ลิขสิทธิ์ในหนังสือวิทยานิพนธ์นี้สงวนลิขสิทธิ์โดย Chiang Mai University
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	25
การรวบรวมข้อมูล	26
การวิเคราะห์ข้อมูล	26
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	28
ตอนที่ 1 ข้อมูลสภาพปัจจัยภูมิหลัง เศรษฐกิจและสังคมบางประการของเกษตรกร	28
ตอนที่ 2 ข้อมูลความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน	40
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับความต้องการ	72
ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะต่อการรับสื่อสารสนเทศ	78
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	88
สรุปผลการวิจัย	88
อภิปรายผล	94
ข้อเสนอแนะ	99
บรรณานุกรม	104
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	108
ภาคผนวก ข จดหมายขอความอนุเคราะห์การเก็บข้อมูล	121
ประวัติผู้เขียน	122

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	29
2	30
3	30
4	31
5	32
6	33
7	34
8	35
9	36
10	36
11	39
12	41
13	42
14	43
15	44
16	45
17	46
18	47
19	48
20	49
21	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
22 ผู้ดำเนินรายการที่เกษตรกรต้องการรับฟัง	51
23 การพูดและภาษาของผู้ดำเนินรายการที่เกษตรกรต้องการรับฟัง	52
24 รูปแบบข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุกระจายเสียงที่เกษตรกรต้องการฟัง	53
25 ประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุกระจายเสียงที่เกษตรกรต้องการฟัง	54
26 ช่วงเวลาออกอากาศสถานีวิทยุกระจายเสียงที่เกษตรกรต้องการรับฟังรายการ	55
27 ความต้องการรับชมรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุโทรทัศน์ และสถานที่รับชมรายการข่าวสารจากวิทยุโทรทัศน์	56
28 สถานีวิทยุโทรทัศน์ที่เกษตรกรต้องการรับชมรายการ	57
29 ผู้ดำเนินรายการและลักษณะการพูดของผู้ดำเนินรายการที่เกษตรกรต้องการรับชม	58
30 รูปแบบข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุโทรทัศน์ที่เกษตรกรต้องการชม	60
31 ประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุโทรทัศน์ที่เกษตรกรต้องการชม	61
32 ช่วงเวลาออกอากาศสถานีวิทยุโทรทัศน์ที่เกษตรกรต้องการรับชมรายการ	62
33 ความต้องการข้อมูลข่าวสาร และสถานที่ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับ สินค้า OTOP ทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)	63
34 ต้องการหรือเคยให้บุตรหลานในครัวเรือนสืบค้นข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต และความต้องการในอนาคตในการเปิดอบรมใช้คอมพิวเตอร์เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับ สินค้า OTOP ทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์	64
35 แหล่งของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ที่เกษตรกรต้องการทางสื่ออินเทอร์เน็ต	65
36 รูปแบบข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ที่เกษตรกรต้องการทางสื่อระบบอินเทอร์เน็ต	66
37 ประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ที่เกษตรกรต้องการทางสื่อระบบอินเทอร์เน็ต	67
38 เปรียบเทียบระดับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนในภาพรวม	68
39 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของเกษตรกรแยกความต้องการสื่อประเภทต่าง ๆ	71
40 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระกับความต้องการสารสนเทศ ผ่านสื่อมวลชน	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
41 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน	76
42 ปัญหาด้านสื่อหนังสือพิมพ์	79
43 ปัญหาสื่อเอกสารเผยแพร่	80
44 ปัญหาสื่อวิทยุกระจายเสียง	82
45 ปัญหาสื่อวิทยุโทรทัศน์	83
46 ปัญหาสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)	84

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
1. ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	5
2. กรวยประสบการณ์ดัดแปลงจาก Edgar Dale	12
3. การสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	24

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved