

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน ด้านสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อเอกสารเผยแพร่ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์กับลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมบางประการของของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดเชียงใหม่ ศึกษาปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะในการรับสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อเอกสารเผยแพร่ และระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์มาเพื่อใช้ในการส่งเสริมการเกษตร ทำการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์เกษตรกรจำนวน 180 คน การวิเคราะห์ใช้ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

#### สรุปผลการวิจัย

##### 1. ข้อมูลพื้นฐาน สภาพปัจจัยภูมิหลัง เศรษฐกิจและสังคมบางประการของเกษตรกร

พบว่า ส่วนใหญ่เกษตรกร เป็นเพศหญิง จำนวนร้อยละ 91.1 กลุ่มอายุระหว่าง 40-49 ปี มีจำนวนร้อยละ 48.9 เกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่แต่งงานแล้วและอยู่กินด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 64.4 เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จบเทียบเท่าหรือต่ำกว่าชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 คือมีจำนวนร้อยละ 39.4 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของเกษตรกรมีสมาชิกเฉลี่ย 4 คน และส่วนใหญ่อมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน คิดเป็นร้อยละ 59.4 ลักษณะการถือครองที่ดินการเกษตรของเกษตรกร ร้อยละ 73.3 มีพื้นที่เป็นของตนเองทั้งหมด ขนาดการถือครองที่ดินการเกษตรของเกษตรกร มากกว่า 10 ไร่ลงมา มีจำนวนร้อยละ 48.8 เกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง มีรายได้ของครอบครัวอยู่ระหว่าง 100,001- 200,000 บาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 56.1 การเป็นสมาชิกสถาบันการเกษตรของเกษตรกรร้อยละ 61.1 เป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเพียงหนึ่งกลุ่มเท่านั้น การมีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรร้อยละ 71.7 เป็นเกษตรกรที่ไม่มีตำแหน่งทางสังคม ส่วนความถี่ในการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากแหล่งต่าง ๆ ในรอบสัปดาห์จากแหล่งข่าวสารประเภทสื่อบุคคลที่เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างได้รับ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ได้รับข่าวสาร ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับ

สินค้า OTOP จากเพื่อนบ้านเกษตรกรมากที่สุดคือร้อยละ 91.7 ความถี่ในการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากแหล่งต่าง ๆ ในรอบสัปดาห์จากแหล่งข่าวสารประเภทสื่อมวลชน ที่เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างได้รับ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า

## 2. ข้อมูลความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน ด้านสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อเอกสารเผยแพร่ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)

### ความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อหนังสือพิมพ์

เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 42.8 ต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางหนังสือพิมพ์ในระดับมาก โดยมีร้อยละ 41.2 ต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางหนังสือพิมพ์จากที่อ่านหนังสือพิมพ์ประจำหมู่บ้าน ร้อยละ 32.1 ต้องการอ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด ร้อยละ 56.4 ต้องการอ่านข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ในรูปแบบของการนำเสนอความรู้ใหม่ ๆ พร้อมภาพประกอบ และ ร้อยละ 44.8 เกษตรกรต้องการอ่านข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ในเนื้อหาเกี่ยวกับด้านการตลาดสินค้า OTOP ทั้งในและต่างประเทศ

### ความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อเอกสารเผยแพร่

เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 47.8 ต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางเอกสารเผยแพร่ในระดับปานกลาง โดยมีร้อยละ 25.8 ต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางเอกสารเผยแพร่ประเภทแผ่นพับ ร้อยละ 59.5 ต้องการได้รับเอกสารเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยากร (จากการอบรมในแต่ละครั้ง) ร้อยละ 56.4 ต้องการได้รับเอกสารเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ในรูปแบบของการนำเสนอความรู้ใหม่ ๆ พร้อมภาพประกอบ และร้อยละ 41.7 เกษตรกรต้องการอ่านข่าวสารจากเอกสารเผยแพร่ในเนื้อหาเกี่ยวกับด้านการตลาดสินค้า OTOP ทั้งในและต่างประเทศ

### ความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง

เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 42.8 ต้องการรับฟังข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุกระจายเสียงในระดับปานกลาง โดยมีเกษตรกรร้อยละ 74.5 ต้องการรับฟังข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุกระจายเสียงที่บ้านหรือในรถของตนเอง ร้อยละ 73.4 ต้องการรับฟังข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุกระจายเสียงจากระบบคลื่น FM และสามารถที่จะระบุคลื่นความถี่ที่ฟังได้อย่างน้อย 1 คลื่นความถี่ ร้อยละ 62.7 ต้องการรับฟังข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุ

กระจายเสียงที่มีผู้ดำเนินรายการที่มีทั้งผู้ดำเนินรายการทั้งชายและหญิงพูดร่วมกัน ร้อยละ 62.7 ต้องการรับฟังข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุกระจายเสียงที่มีผู้ดำเนินรายการที่พูดเป็นกันเองกับทุกคน ร้อยละ 59.8 ต้องการรับฟังข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุกระจายเสียงที่มีผู้ดำเนินรายการที่พูดเป็นภาษากลาง ร้อยละ 29.6 ต้องการรับฟังข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุกระจายเสียงในรูปแบบที่มีการสัมภาษณ์คนดังเกี่ยวกับสินค้า OTOP ร้อยละ 65.7 ต้องการรับฟังข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุกระจายเสียงในเนื้อหาเกี่ยวกับด้านการตลาดสินค้าทั้งในและต่างประเทศ OTOP และร้อยละ 26.0 ระบุช่วงเวลาที่เหมาะสมต่อการรับฟังรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุกระจายเสียง คือ 08.01 – 12.00 น.

#### **ความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์**

เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 68.3 ต้องการรับชมรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุโทรทัศน์ในระดับมาก โดยมีเกษตรกรร้อยละ 80.8 ต้องการรับชมข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุโทรทัศน์ที่บ้านของตนเอง ร้อยละ 33.3 ต้องการรับชมข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุโทรทัศน์จากสถานีวิทยุโทรทัศน์ ช่อง ITV ร้อยละ 63.3 ต้องการรับชมข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุโทรทัศน์ที่มีผู้ดำเนินรายการที่มีทั้งผู้ดำเนินรายการทั้งชายและหญิงพูดร่วมกัน ร้อยละ 40.1 ต้องการรับฟังข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุโทรทัศน์ที่มีผู้ดำเนินรายการที่พูดแบบมีอารมณ์ขัน ร้อยละ 41.8 ต้องการรับฟังข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุโทรทัศน์ในรูปแบบพูดสนทนาเกี่ยวกับสินค้า OTOP 1-2 คน ร้อยละ 46.9 ต้องการรับฟังข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุโทรทัศน์ในเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสารด้านเทคนิคและวิธีการแปรรูปเกี่ยวกับสินค้า และร้อยละ 20.9 ระบุช่วงเวลาที่เหมาะสมต่อการรับฟังรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุโทรทัศน์ คือ 08.01 – 12.00 น.

#### **ความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)**

เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 47.8 ไม่มีความต้องการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) โดยมีร้อยละ 52.1 เคยใช้หรือเคยให้บุตรหลานในครัวเรือนสืบค้นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) ร้อยละ 40.4 มีความต้องการและสนใจเข้าร่วมฝึกอบรมในระดับมากที่สุด หากในอนาคตมีการเปิดอบรมเกี่ยวกับการสืบค้นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) ร้อยละ 67.0 ต้องการสืบค้นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) ที่บ้านของตนเอง ร้อยละ 57.4 สืบค้นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า

OTOP ทางระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) จากเว็บไซต์ของรัฐบาลหรือทางราชการ ร้อยละ 71.3 ต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)ในรูปแบบของการนำเสนอความรู้ใหม่ๆ พร้อมภาพประกอบ และร้อยละ 55.3 ต้องการในเนื้อหาเกี่ยวกับด้านการตลาดสินค้า OTOP ทั้งในและต่างประเทศ

### 3. ข้อมูลผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับความต้องการสารสนเทศ

#### ผ่านสื่อมวลชน

จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า อายุของเกษตรกร จำนวนสมาชิกในครอบครัว ลักษณะการถือครองที่ดิน และจำนวนการเป็นสมาชิกกลุ่ม ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน ทั้ง 5 ประเภทคือ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อเอกสารเผยแพร่ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)

ส่วนระดับการศึกษาและขนาดของการถือครองที่ดินของเกษตรกร มีความสัมพันธ์กับความต้องการสารสนเทศ เกี่ยวกับสินค้า OTOPผ่านสื่อมวลชนทั้ง 5 ประเภท คือ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อเอกสารเผยแพร่ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significant) ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 และจำนวนตำแหน่งทางสังคมและจำนวนความถี่ในการได้รับข่าวสารสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์กับความต้องการสารสนเทศ เกี่ยวกับสินค้า OTOP ผ่านสื่อมวลชนทั้ง 5 ประเภท คือ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อเอกสารเผยแพร่ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significant) ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

### 4. ระดับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนทั้ง 5 ประเภท คือ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อเอกสารเผยแพร่ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)

เกษตรกรส่วนใหญ่ต้องการรับชมข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ มากที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.62 รองลงมา ต้องการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสื่อหนังสือพิมพ์ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.12 ซึ่งอยู่ในระดับต้องการปานกลาง ต้องการรับฟังข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสื่อวิทยุกระจายเสียงมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.11 ซึ่งอยู่ในระดับต้องการปานกลาง ต้องการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสื่อเอกสารเผยแพร่ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.87 ซึ่งอยู่ในระดับต้องการปานกลาง ต้องการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) มีค่าคะแนนเฉลี่ย 1.89 ซึ่งอยู่ในระดับต้องการน้อย



## 5. ปัญหาในการรับสื่อสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน ทั้ง 5 ประเภท

### สื่อหนังสือพิมพ์

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีปัญหา ร้อยละ 6.03 ที่เลือกตอบที่มีปัญหา ร้อยละ 93.96 สามารถจัดลำดับความสำคัญของปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อหนังสือพิมพ์ โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาดังนี้ คือ ปัญหาไม่มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน ร้อยละ 41.37 ปัญหาไม่มีสื่ออื่นที่น่าสนใจมากกว่าร้อยละ 16.81 ปัญหาสายตาไม่ดี มีปัญหาด้านสายตา ร้อยละ 9.92 ปัญหาไม่มีเวลาอ่านร้อยละ 8.19 ปัญหาอ่านแล้วเข้าใจยาก ไม่น่าสนใจ ร้อยละ 6.03 ปัญหาเนื้อหาไม่ตรงกับสภาพปัญหาและสภาพพื้นที่ร้อยละ 6.03 ตามลำดับ ส่วนปัญหาอื่นๆ ที่ได้จากการสำรวจนั้นพบว่า เกษตรกรบางส่วนกล่าวว่าเนื้อหาข้อมูลที่สื่อนำเสนอที่ไม่น่าสนใจ ไม่ถูกต้องหรือไม่ก็เป็นข้อมูลที่มาจากแหล่งข่าวของผู้มีอิทธิพลมานำเสนอข่าวที่สามารถจะตัดคู่แข่งทางการค้าให้ลดลงไปได้จำนวน 13 คน ร้อยละ 5.62

### สื่อเอกสารเผยแพร่

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างเลือกตอบ ไม่มีปัญหา ร้อยละ 16.14 ที่เหลือมีเกษตรกรเลือกตอบที่มีปัญหา ร้อยละ 83.86 สามารถจัดลำดับความสำคัญของปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อเอกสารเผยแพร่ โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาดังนี้ คือ ไม่มีเอกสารเผยแพร่ให้อ่าน ร้อยละ 18.22 ปัญหาไม่มีสื่ออื่นที่น่าสนใจมากกว่า ร้อยละ 14.59 ปัญหาด้านสายตา สายตาไม่ดี ร้อยละ 11.98 ปัญหาไม่มีเวลาอ่าน ร้อยละ 10.41 ปัญหารูปแบบของเอกสารเผยแพร่ไม่ดึงดูดความสนใจร้อยละ 6.6 ปัญหาเนื้อหาไม่ตรงกับสภาพปัญหาและสภาพพื้นที่ ร้อยละ 5.27 และปัญหาอ่านแล้วเข้าใจยาก ไม่น่าสนใจร้อยละ 4.17 ตามลำดับ ส่วนปัญหาอื่นๆ นั้นเกษตรกรเห็นว่าเอกสารเผยแพร่บางฉบับที่ได้รับความนิยมไม่ถึงทุกพื้นที่ รวมถึงลักษณะของตัวเอกสารยังไม่น่าสนใจชวนติดตามหรืออยากได้มากนัก มีจำนวนร้อยละ 13.02

### สื่อวิทยุกระจายเสียง

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง เลือกตอบไม่มีปัญหา ร้อยละ 10.6 ที่เหลือมีเกษตรกรเลือกตอบที่มีปัญหา ร้อยละ 89.4 สามารถจัดลำดับความสำคัญของปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อวิทยุกระจายเสียง โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาดังนี้ คือ ปัญหาฟังแล้วเข้าใจยาก ไม่น่าสนใจ ร้อยละ 25.7 ปัญหาเนื้อหาไม่ตรงกับสภาพปัญหาและสภาพพื้นที่ร้อยละ 21.1 ปัญหาไม่มีสื่ออื่นที่น่าสนใจมากกว่าร้อยละ 18.9 ปัญหาไม่มีเวลาฟังร้อยละ 5.3 ปัญหาได้รับสัญญาณได้ไม่ชัด

เงินร้อยละ 5.3 และปัญหาไม่มีวิทยุให้ฟังร้อยละ 5.3 ส่วนอื่น ๆ มีร้อยละ 8.8 โดยเหตุผล เกษตรกรให้ข้อมูลว่า ส่วนใหญ่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงนั้น มีน้อย และส่วนใหญ่เป็นการ โฆษณาขายสินค้ามากกว่า รวมทั้งข่าวสารบางส่วนนั้นกว่าจะฟังได้จบ ก็มีการเว้นไปให้ฟังต่อพ่วงนี้ นอกจากนี้ยังมีเกษตรกรที่พบว่าผู้ดำเนินรายการพูดมากเกินไปมีแต่น้ำมากเกินไปจนจับสาระไม่ค่อยได้อีกด้วย

#### สื่อวิทยุโทรทัศน์

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างเลือกตอบไม่มีปัญหา ร้อยละ 23.8 ที่เหลือมี เกษตรกรเลือกตอบที่มีปัญหา ร้อยละ 78.1 สามารถจัดลำดับความสำคัญของปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ สื่อวิทยุโทรทัศน์ โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาดังนี้ คือ ปัญหาเนื้อหาไม่ตรงกับสภาพ ปัญหาและสภาพพื้นที่ ร้อยละ 34.1 ปัญหาไม่มีเวลาชม ร้อยละ 11.7 ปัญหารับสัญญาณได้ไม่ชัดเจน ร้อยละ 9.2 ปัญหาดูแล้วเข้าใจยาก ไม่น่าสนใจ ร้อยละ 2.5 ปัญหาไม่มีโทรทัศน์ให้ดูร้อยละ 1.02 และปัญหามีสื่ออื่นที่น่าสนใจมากกว่าร้อยละ 0.51 ตามลำดับ ส่วนปัญหาอื่นๆ มีร้อยละ 18.9 โดย เหตุผลเหมือนสื่อวิทยุกระจายเสียง คือ มีโฆษณามากเกินไป ผู้ดำเนินรายการไม่น่าสนใจยังไม่ตรง/ ครอบคลุมประเด็น

#### สื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์

จากการวิจัยพบว่า เกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีปัญหา ร้อยละ 19.1 ที่เหลือมีเกษตรกรเลือก ตอบที่มีปัญหา ร้อยละ 80.9 สามารถจัดลำดับความสำคัญของปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อระบบ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาดังนี้ คือปัญหาไม่มี คอมพิวเตอร์ให้ใช้ ร้อยละ 26.8 ปัญหาไม่มีเวลาใช้ ร้อยละ 20.0 ปัญหาต่อสัญญาณได้ยาก ร้อยละ 9.5 ปัญหาใช้แล้วเข้าใจยาก ไม่น่าสนใจ ร้อยละ 7.6 ปัญหามีสื่ออื่นที่น่าสนใจมากกว่า ร้อยละ 3.8 ปัญหาเนื้อหาไม่ตรงกับสภาพปัญหาและสภาพพื้นที่ ร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

## การอภิปรายผล

### ผลการพิสูจน์สมมติฐานและกรอบแนวคิด

จากการผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน พบว่า ระดับการศึกษา ตำแหน่งทางสังคม และจำนวนความถี่ในการได้รับข่าวสารต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์ กับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน ซึ่งมีความสอดคล้องกับ (ธีระศักดิ์, 2540) โดยจะอธิบายได้ดังนี้

1. ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนในทิศทางตรงตรงกันข้าม อธิบายได้ว่า สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ที่มีระดับการศึกษาต่ำ แต่อาจมีความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนในระดับสูงก็ได้ ดังนั้น การที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะเลือกผลิตสื่อสารสนเทศเพื่อเผยแพร่สำหรับกลุ่มเป้าหมาย ก็ต้องพิจารณาและคำนึงในเรื่องระดับการศึกษาของกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวด้วย จะไปตัดสินใจว่าคนที่มีความรู้ระดับการศึกษาต่ำ มักจะมีความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนต่ำไปด้วยนั้นไม่ได้ และควรจะมีการเลือกผลิตสื่อที่เข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และมีการสื่อความหมายได้ดีกับคนทุกระดับ จะทำให้การสื่อที่นั้นเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและมีประสิทธิภาพ

2. ตำแหน่งทางสังคม มีความสัมพันธ์กับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน ในทิศทางเดียวกัน อธิบายได้ว่า สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ที่มีการดำรงตำแหน่งทางสังคมมาก หลายตำแหน่ง ก็ย่อมส่งผลให้มีความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนในระดับสูงตามไปด้วย อันเนื่องมาจากการมีจำนวนตำแหน่งสังคมมาก ก็ต้องสนใจข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ มากกว่าปกติตามไปด้วย เช่น หากเป็นประธานกลุ่มแม่บ้านก็จะรับข้อมูลข่าวสารที่ได้ผ่านสื่อต่าง ๆ ไปถ่ายทอดให้กับสมาชิกในกลุ่มได้รับทราบ เป็นต้น

3. จำนวนความถี่ในการได้รับข่าวสารต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์กับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน ในทิศทางเดียวกัน อธิบายได้ว่า สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่มีจำนวนความถี่ในการได้รับข่าวสารต่อสัปดาห์ ในระดับสูง ก็จะทำให้เกิดความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนสูงตามไปด้วย เนื่องจาก สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่มีความบ่อยครั้งในการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ได้ผ่านสื่อต่าง ๆ ก็ย่อมจะทำให้เกิดความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนอย่างสม่ำเสมอ เวลาได้รับสื่อก็สามารถทำความเข้าใจได้ง่าย ค้นคว้า ทำให้ความต้องการสารสนเทศสูงตามไปด้วย

### ผลจากการวิเคราะห์สื่อประเภทต่าง ๆ

จากการศึกษาวิจัย ระดับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนและระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ในแต่ละประเภท พบว่า สื่อที่เกษตรกรสนใจต้องการมากที่สุด คือ สื่อวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ (กมลสร,2544) รองลงมา คือ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียงกับสื่อเอกสารเผยแพร่ เกษตรกรต้องการปานกลาง และสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เป็นสื่อที่เกษตรกรต้องการน้อยที่สุด โดยมีเหตุผลมาสนับสนุนหลายประการ คือ ประการแรกในปัจจุบันเทคโนโลยีการผลิตเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์มีความก้าวหน้ามากขึ้น สามารถผลิตเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ได้มากมายหลายชนิด ทำให้เกิดการแข่งขันด้านการตลาดมากขึ้น และส่งผลต่อความพอใจของลูกค้าหรือเกษตรกรได้หลายระดับ อีกทั้งยังมีการเปิดโอกาสให้กับผู้มีรายได้น้อยผ่อนซื้อได้อย่างไม่กระทบกระเทือนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ประการที่สอง วิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีคุณค่ากับผู้ชมในการให้ความรู้ และความบันเทิง ทั้งในด้านประสาทสัมผัสทางตา และหู ซึ่งดึงดูดความสนใจของเกษตรกร ได้มากกว่า สื่อประเภทที่ทำให้ได้แค่ประสาทสัมผัสทางตาหรือหูเพียงอย่างเดียว ในส่วนของผู้ดำเนินรายการการเกษตรเกี่ยวกับสินค้าทางสื่อวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์นั้น เกษตรกรต้องการรับชมผู้ดำเนินรายการที่มีทั้งชายและหญิง เพราะจากการวิจัย พบว่า หญิงกับชายสนใจในแง่มุม และจดจำรายละเอียด ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นไปคนละลักษณะ นักข่าวชายจะเสนอรายงานข่าวในมุมมองที่กว้าง ขณะที่นักข่าวหญิงให้รายละเอียดในระดับจุลภาคได้มากกว่า การที่รายการมีผู้ดำเนินรายการทั้งชายและหญิง สามารถให้ข่าวสารได้ครอบคลุมกว่า มีผู้ดำเนินรายการเพียงคนเดียว และต้องการรับชมการลักษณะการพูด ของผู้ดำเนินรายการที่พูดแบบเป็นกันเอง และมีมุขตลก มากกว่าแบบอื่น ๆ เนื่องจากทำให้ไม่น่าเบื่อ สนุก และได้ความรู้ด้วย สอดคล้องกับ (วิริยะ,2535)

สำหรับผลการวิจัยเกี่ยวกับสื่อหนังสือพิมพ์ของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ต้องการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์ในระดับปานกลาง อาจเนื่องมาจากสาเหตุหลาย ดังนี้ ประการแรก คือ เกี่ยวกับตัวของเกษตรกรเองไม่มีเวลาพอที่จะสนใจอ่านข่าวสารการเกษตรจากหนังสือพิมพ์เพราะต้องประกอบอาชีพ และปัจจุบันมีสื่ออื่นที่น่าสนใจมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับ (ธนัญชัย,2544) ซึ่งการอ่านข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ต้องใช้เวลา ความพยายาม และความสนใจส่วนบุคคลของเกษตรกร ซึ่งข่าวสารการเกษตรในสื่อดังกล่าว ไม่มีสิ่งน่าดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน สรุปได้ว่า การรับรู้ข่าวสารทางสื่อหนังสือพิมพ์นั้น เกษตรกรสามารถที่จะเลือกรับรู้ได้ เมื่อใดก็ตามที่เกษตรกรมีความสนใจ หรือมีเจตคติที่ดีต่อสื่อ นั้น เขาก็จะพยายามหรือเน้นหรือเลือกใช้สื่อ นั้น ประการที่สองสภาพหมู่บ้านหรือที่อยู่อาศัยของเกษตรกร ในกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น ส่วนใหญ่ถึงแม้ว่าจะมีเส้นทางคมนาคมที่ดี แต่ขาดที่จำหน่ายหนังสือพิมพ์



เกษตรกรต้องหาซื้อจากตลาดหรือในตัวเมือง ซึ่งเป็นการเสียเวลา และเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่าย ประการสุดท้าย เกี่ยวกับแหล่งบริการหนังสือพิมพ์ในท้องถิ่นที่ไม่ค่อยได้รับความร่วมมือ จากเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่น รวมถึงที่อ่านหนังสือพิมพ์ประจำหมู่บ้านมีไม่เพียงพอ และไม่ได้รับหนังสือพิมพ์อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งตัวเกษตรกรเองก็ไม่กล้าเปิดเผยหรือไม่อยากจะเปิดเผยข้อมูลปัญหาดังกล่าว ที่อาจจะส่งผลเสียต่อตนเอง เพื่อให้หน่วยงานหรือผู้บริหารระดับสูงรับทราบถึงปัญหาดังกล่าว (สายสุนีย์,2537) ปัจจัยเหล่านี้ก็เป็นปัญหาและข้อเสียเปรียบของหนังสือพิมพ์

ส่วนผลการวิจัยเกี่ยวกับ ความต้องการด้านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ พบว่า เกษตรกรค้นหาข้อมูลข่าวสารการเกษตรจากการค้นหาทางเว็บไซต์ของรัฐบาล ประสบการณ์ที่เกษตรกรได้รับจากคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตนั้น จะทำให้เกิดการทำงานและการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น คนทุกคนสามารถทำงานได้มากขึ้นในเวลาที้น้อยลง การเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถย่นระยะเวลาที่ใช้ในการทำความเข้าใจเรื่องที่ซับซ้อนลงได้ครึ่งหนึ่ง และรับรู้ได้มากขึ้นสามเท่าจากเดิม (Tapscott ,1996) จากการสำรวจทำให้ทราบว่า มีการโฆษณาสำหรับเรื่องการเกษตรน้อยไปในอินเทอร์เน็ต ทำให้เกษตรกรเสียเวลาในการค้นหาข้อมูล นอกจากนี้ เกษตรกรบางส่วนค้นหาข้อมูลข่าวสารการเกษตรจากเว็บไซต์ที่โฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ เนื่องจากไม่ต้องการเสียเวลาค้นหา และยังมีเนื้อหาบางส่วนแสดงให้เห็นผ่านทางวิทยุโทรทัศน์ไปบ้างแล้ว ในส่วนของรูปแบบข่าวสารการเกษตร ที่เกษตรกรต้องการรูปแบบบรรยายเรื่องราวอย่างละเอียด เพราะว่าเป็นรูปแบบที่เกษตรกรสามารถพิมพ์ออกมาเป็นข้อมูลเก็บไว้ได้ ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบของสื่อด้านนี้ คือ ช่วยลดปัญหาความล้มเหลวในการสื่อสารระหว่างปัจเจกบุคคลกับสื่อมวลชนในสถานการณ์ต่าง ๆ การได้ข้อมูลเหล่านี้ จะสามารถนำไปใช้ในการวางแผนผลิตสื่อสำหรับใช้ในงานส่งเสริมการเกษตร เพื่อช่วยให้การปฏิบัติงานด้านนี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด นอกจากนี้ การกระจายข่าวสารและสื่อมวลชนกำลังมาถึงจุดสิ้นสุด การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศกำลังจะเกิดขึ้น โดยเริ่มต้นเทคโนโลยีของการกระจายข่าวสารเป็นอันดับแรก โดยจากการนำเสนอในเวลาเดียวกันไปเป็นเวลาใดก็ได้ จากส่งผ่านทางอากาศไปสู่การส่งผ่านทางสื่อหลายทาง จากเครื่องรับวิทยุหรือโทรทัศน์ที่ไม่มีการโต้ตอบไปเป็นอุปกรณ์สารสนเทศแทน จากคุณภาพต่ำไปสู่คุณภาพที่สูงขึ้น จากการส่งข่าวทางเดียวไปสู่การติดต่อสองทาง จากบทบาทของผู้ชม ผู้ฟัง ไปเป็นผู้ใช้ จากสถานภาพผู้ถูกกระทำไปเป็นผู้ถูกกระทำ จากการใช้ที่บ้านไปเป็นการใช้ที่ไหนก็ได้ จากคำอวดอ้างไปสู่ความจริง จากการจัดการตามความรู้สึกไปเป็นตามข้อมูลที่มี จากราคาแพงกลายเป็นทุกระดับราคา และจากสื่อสารมวลชนไปเป็นสื่อสารส่วนบุคคล (Tapscott ,1996)

### รูปแบบรายการการเกษตรเกี่ยวกับสินค้า OTOP

รูปแบบรายการการเกษตรเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุโทรทัศน์ที่เกษตรกรต้องการรับชมมาก คือ รายการที่ให้ความรู้และความเข้าใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างลึกซึ้ง และเกษตรกรสามารถนำไปปฏิบัติในการประกอบอาชีพได้จริง โดยเกษตรกรจะชมได้อย่างไม่สับสน และสามารถแยกแยะเนื้อหาที่จะนำไปใช้ประโยชน์ได้ เหมาะสำหรับเป็นรายการให้ความรู้ทางการเกษตรแก่เกษตรกร อีกทั้งการสาธิตด้านสินค้า นั้นเป็นรูปแบบที่สามารถให้เกษตรกรสามารถเรียนรู้ได้จากการสังเกต เนื่องจากข้อจำกัดในการเรียนรู้โดยประสบการณ์ตรง เพราะสิ่งที่ต้องเรียนรู้มีมากเกินไปกว่าเวลา และโอกาสของผู้เรียนจะอำนวย หรือผลของการกระทำบางอย่างอาจเป็นอันตราย ถ้าต้องเรียนด้วยตนเอง ดังนั้นจึงมีการเรียนรู้ในลักษณะที่เกิดขึ้นได้จากการสังเกตโดยดูแบบตัวอย่าง ทั้งรูปแบบ และผลอันเกิดจากการกระทำที่บุคคลที่เป็นแบบอย่างนั้นได้รับ ผลที่ได้จากการแสดงพฤติกรรมเหล่านี้ มีบทบาทหลายอย่าง ประการแรก คือ ช่วยในการสื่อสารข้อมูล ประการที่สอง คือ ช่วยทำหน้าที่เป็นตัวอย่าง ประการที่สาม คือ บทบาทที่เกี่ยวกับความสามารถของมันที่จะไปเพิ่มให้การกระทำนั้นมีความมั่นคงต่อการที่จะนำไปใช้ได้อัตโนมัติ การเรียนรู้ในลักษณะนี้จะนำไปสู่การมีประสบการณ์ร่วมกันกับแบบตัวอย่างนั้น ซึ่งมีบทบาทในการกำหนดว่าจะมีการรับเอาพฤติกรรมนั้นไปกระทำหรือไม่ ซึ่งความสามารถที่จะเรียนรู้โดยการสังเกตดูจากประสบการณ์ที่บุคคลอื่นได้รับ สามารถทำให้บุคคลได้รับแบบแผนของพฤติกรรมที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และกว้างขวางโดยไม่จำเป็นต้องมีการทดลองทำผิดทำถูกด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ (พีระชัย, 2545)

### เนื้อหาของรายการการเกษตรเกี่ยวกับสินค้า OTOP

ส่วนของเนื้อหาการเกษตรนั้น พบว่า ทั้งสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อเอกสารเผยแพร่ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เกษตรกรต้องการรับชมในด้านการตลาด ซึ่งเป็นเนื้อหาที่ต้องมีการติดตามอย่างต่อเนื่องโดยตลอด เพราะตลาดจะมีผลกระทบต่อทั้งราคา คุณภาพสินค้า และปริมาณผลผลิต เนื่องจากปัจจุบันเศรษฐกิจในประเทศค่อนข้างจะผันผวน จึงทำให้เกษตรกรกังวลกับเรื่องดังกล่าว เป็นอย่างมาก อีกทั้งกลไกตลาดจะเป็นตัวชี้ว่าจะต้องผลิตอะไร เมื่อไร จำนวนเท่าไร และขายที่ไหน

นอกจากประเภทของสื่อที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการแล้ว การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวกับผู้รับสารเพื่องานด้านการสื่อสารมวลชน ยังเน้นที่ประเภทของรายการหรือเนื้อหาที่นำเสนอทางสื่อมวลชน และระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ด้วย นั่นคือสนใจศึกษาเพื่อหาความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับความนิยม ชมรายการและเปิดรับเนื้อหาประเภทต่าง ๆ จากสื่อในหมู่ผู้รับสาร เนื่องจากปัจจุบันมีรายการทางวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์เกิดขึ้นใหม่ ๆ มากมายหลายประเภท ซึ่งเป็นรายการที่ไม่

เคยผลิตมาก่อนก็มี นักสื่อสารมวลชนจึงมักให้ความสนใจว่ารายการที่ผลิตขึ้นมาใหม่หรือเนื้อหาในสื่อต่าง ๆ เช่นคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์ รายการวิทยุกระจายเสียงจะเป็นที่น่าสนใจของผู้รับสารหรือไม่ การสำรวจในทำนองนี้ทำกันมากและทำกันประจำ ถึงระดับที่ว่ามีบางหน่วยงานเปิดให้บริการด้านนี้แก่บรรดานักสื่อสารมวลชน เช่น การขายข้อมูลเกี่ยวกับความนิยมดูรายการโทรทัศน์ ช่วยให้นักจัดรายการ และผู้อุปถัมภ์รายการทราบถึงความนิยม และปริมาณการชมโทรทัศน์แต่ละรายการ เพื่อที่จะสามารถจัดได้ว่าสารที่ส่งไปนั้น ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหา หรือรูปแบบของรายการหรือสารโฆษณาเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้มากน้อยเพียงใด อีกสิ่งหนึ่งที่ผู้วิจัยศึกษานั้นก็เพื่อจะนำไปใช้ประโยชน์ในการทำงานด้านนี้คือ พฤติกรรมการใช้สื่อของผู้รับสาร เพื่อที่จะให้ได้ข้อมูลว่าสื่อประเภทใดสามารถเข้าถึงผู้รับสารกลุ่มใดมากที่สุด และมีอิทธิพลต่อผู้รับสารกลุ่มใดมากที่สุด การให้ข้อมูลเหล่านี้จะสามารถนำไปใช้ในการวางแผนผลิตสื่อสำหรับใช้ในการส่งเสริมการเกษตร เพื่อช่วยให้การปฏิบัติงานด้านนี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงระดับความต้องการ ปัญหา และข้อเสนอแนะจากสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อเอกสารเผยแพร่ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) ได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งเกิดประโยชน์ในด้านการวางแผนกำหนดทิศทางการผลิตสื่อดังกล่าวเพื่อเผยแพร่ข้อมูลวิชาการต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมต่อเกษตรกรมากที่สุด ในฐานะที่สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่างแหล่งวิชาการกับตัวเกษตรกร เพื่อให้เกิดการรับรู้ การเปลี่ยนทัศนคติ และเปลี่ยนพฤติกรรมตามลำดับหรือหลายระดับพร้อมกัน (มนัส, 2545) นอกจากนี้ความเปลี่ยนแปลงอีกประการหนึ่ง คือการนำเอาสื่อที่มีสมรรถนะใหม่ ๆ มาใช้เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสาร ได้มีปฏิสัมพันธ์กลับมายังผู้ส่งสารได้ทันที แม้ว่าสื่อเช่นนี้ยังไม่แพร่หลายมากนักในหมู่เกษตรกร แต่ก็เป็นการก้าวใหม่ที่ให้นำเอาสื่อที่จะเผยแพร่หลายในอนาคตออกมาใช้ ซึ่งความเปลี่ยนแปลงนี้ได้ทำให้ผู้รับสารกลายเป็นผู้รับสารมาเป็นผู้ป้อนสารกลับด้วย และประการสำคัญประการสุดท้ายสำหรับการพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาแก่เกษตรกรผู้ผลิตสินค้า OTOP นั้นควรให้ความรู้ความเข้าใจในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นข่าวสารเกี่ยวกับด้านการผลิตและปัจจัยการผลิต ข่าวสารเกี่ยวกับด้านเทคนิคและวิธีการแปรรูปเกี่ยวกับสินค้า ข่าวสารเกี่ยวกับด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ข่าวสารเกี่ยวกับด้านการบริหารจัดการทุนและการเงิน ข่าวสารเกี่ยวกับด้านนโยบายและแผนการพัฒนารัฐ ข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข่าวสารกลุ่มหรือผู้ประกอบการความสำเร็จเกี่ยวกับสินค้า OTOP เพื่อช่วยให้เกิดการพัฒนากลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตสินค้า OTOP อย่างได้ผลดีและมีประสิทธิภาพ การเผยแพร่ข่าวสารดังกล่าว คือ อีกวิธีการหนึ่งที่จะสามารถจะช่วยแก้ปัญหาให้แก่กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตสินค้า OTOP ได้ทันทั่วทั้งอีกด้วย

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะอันจะเป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่ข้อมูลวิชาการต่าง ๆ ผ่านสื่อมวลชนและระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์แก่เกษตรกรดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กรสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้อง
2. ข้อเสนอแนะสำหรับการส่งเสริมการเกษตร
3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

### ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กรสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ด้านสื่อหนังสือพิมพ์

1.1 จากการวิจัยพบว่าเนื้อหาต้องเจาะลึกมากกว่านี้ และให้ละเอียดกว่านี้ อีกทั้งต้องเป็นเนื้อหาที่ต้องนำไปใช้ได้จริง นอกจากนี้หากจะมีการส่งเสริมการเกษตรผ่านทางหนังสือพิมพ์นั้น ต้องอาศัยข้อได้เปรียบของหนังสือพิมพ์ไปเปรียบเทียบกับให้เกษตรกรได้เห็นจริง คือการอ่านข่าวสารหรือข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์นั้น หากเราไม่มีเวลาอ่านในขณะนั้นเราก็สามารถนำมาอ่านเมื่อไรก็ได้ ทำให้เรารู้เรื่องราวต่าง ๆ และในขณะเดียวกันอาจทบทวนเรื่องที่ตนเองไม่เข้าใจ ทำให้เรากลึกลายปัญหาได้ แต่ต้องอาศัยการเข้าไปใกล้ชิดเป็นกันเองกับเกษตรกรหรือประชาชนมากขึ้น การรู้ถึงความต้องการของเกษตรกรและใช้วิธีเสนอความคิดเห็น จะช่วยส่งเสริมสนับสนุนอันดีของประชาชนในรูปที่เกษตรกรสนใจ โดยการเสนอข่าวที่มีคุณค่าสมควรกับการเป็นข่าว

1.2 การรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นนอกจากจะคำนึงถึงองค์ประกอบของข่าวแล้วยังต้องมีความรับผิดชอบในด้านคุณภาพด้วยคือ ความถูกต้อง ความเป็นกลาง กระชับฉับไว รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์เสนอข่าวอย่างตรงต่อความเป็นจริง และใช้ภาษาเรียบง่าย กระชับรัดกุม แต่การกลั่นกรองจากบุคคลหลายระดับนั้นจะทำให้เกิดการเบี่ยงเบนของข่าวสารไปได้ จึงควรระมัดระวังในเรื่องนี้ด้วย

1.3 ทางภาครัฐ ควรมีการจัดตั้งหน่วยงาน เพื่อสนับสนุนให้มีการบริการหนังสือพิมพ์ภายในชุมชน ให้มีจำนวนที่พอเพียงต่อความต้องการ และต่อเนื่องสม่ำเสมอ อีกทั้งควรมีการตรวจสอบการนำงบประมาณไปใช้ในเรื่องดังกล่าว ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้วย เพื่อจะได้มีหนังสือพิมพ์บริการสำหรับชาวบ้านอย่างแท้จริง



## 2. ด้านสื่อเอกสารเผยแพร่

2.1 ผู้ผลิตสื่อเอกสารเผยแพร่ โดยเฉพาะหน่วยงานจากส่วนกลางหรือภาครัฐบาล ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการจัดสรรงบประมาณ ในเรื่องการผลิตสื่อเอกสารเผยแพร่และสร้างสรรค์รูปแบบเอกสารเผยแพร่ประเภทต่าง ๆ โดยต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายและพื้นที่โดยตรง ควรมีการสำรวจข้อมูลในพื้นที่นั้น ๆ โดยเฉพาะ เพื่อจะทำให้รูปแบบเอกสารเผยแพร่ ที่จะนำไปแจกจ่ายในพื้นที่นั้นเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด

2.2 การออกแบบรูปแบบ หรือลักษณะชนิดของเอกสารเผยแพร่ ประเภทต่าง ๆ ให้ดึงดูดความสนใจ ไม่ว่าจะเป็นเอกสารแผ่นพับ เอกสารแนะนำ จุลสาร วารสาร นิตยสาร และอื่น ๆ นั้น ควรมีหน่วยงานหลาย ๆ องค์กรมาช่วยกันวางแผนดูแลรับผิดชอบอย่างมีส่วนร่วม มาช่วยกันคิดผลิตสื่อเอกสารเผยแพร่ให้น่าดึงดูดความสนใจแก่ผู้รับสารมากขึ้น เพราะจะส่งผลไปถึงการนำเอาความรู้ที่ได้รับจากสื่อเอกสารเผยแพร่เหล่านั้น ไปใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด

## 3. ด้านสื่อวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์

3.1 จากผลการวิจัย มีความเห็นในเรื่องนี้ว่าเป็นปัญหาที่น่าห่วงใยอย่างยิ่งหรือกลุ่มที่จะใช้สื่อดังกล่าวได้นั้นจะต้องเป็นผู้มีอำนาจเงิน และโดยมีฐานข้อมูลเหนือบุคคลอื่น หรือสถาบันอื่นในสังคม อันตรายจากสารสนเทศจากสื่อ ดังกล่าวนี้อาจการใช้ประโยชน์จากเครื่องมือหรือเครื่องมือในการสื่อสารข้อมูลให้กับประชาชนหรือเกษตรกรนั้นควรจะต้องมีส่วนร่วมและมีบทบาทโดยตรงในการสร้างสรรค์สื่อวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์บางครั้งอาจเกิดอำนาจแบบเบ็ดเสร็จ (อำนาจการบริหารในการกำกับดูแลจัดสรรคลื่นความถี่) ได้เช่นกัน ดังนั้น ไม่ควรมอบให้องค์กรใดองค์กรหนึ่งเพียงองค์กรเดียว ควรมีเครื่องมือในการควบคุมองค์กรที่ติดอีกชั้นหนึ่ง เพื่อเหตุผลที่ว่าสื่อดังกล่าวนี้เป็นอุตสาหกรรมที่มีรายได้มากมายมหาศาล ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงธุรกิจและระบบผูกขาดที่น่ากลัว หากมีการเปลี่ยนแปลงการปฏิรูป การให้สัมปทานกับกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดมากเกินไป และการจัดตั้งองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระในการกำกับดูแลในครั้งนี้ไม่รัดกุม อาจส่งผลเสียไปยังประชาชนและเกษตรกรจะเป็นผู้เสียประโยชน์หรืออาจเสียหายต่อสังคมส่วนร่วมก็ได้

3.2 สังคมไทยควรจะมีบทบาทโดยตรงที่จะกำหนดเนื้อหาของรายการทางสื่อดังกล่าวนี้ เพราะยุคใหม่นี้สังคมต่างหากที่จะต้องเข้ามาทำหน้าที่กำหนดเนื้อหาหรือรายการของสื่อ และถ้าเราทบทวนบทบาทของสื่อทั้ง 2 ประเภทนี้ในอดีตจะ พบว่า ไม่อาจกระจายความเท่าเทียมกันถึงผลประโยชน์ให้แก่ประชาชนมากนัก ดังนั้น จากการวิจัยครั้งนี้จึงเป็นส่วนหนึ่งของฐานข้อมูลที่จะสามารถนำไปปรับประยุกต์กับสื่อทั้ง 2 ประเภทได้ไม่มากนัก



3.3 รวมถึงในอนาคต ควรมีช่องเกี่ยวกับการเกษตร โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับสินค้า OTOP และควรมีช่องทางที่สามารถฉายซ้ำได้หรือมีการผลิตวีดิทัศน์เพื่อให้บริการแก่เกษตรกรโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแบบห้องสมุดประชาชน

#### 4. ด้านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์

4.1 จากการวิจัย พบว่า น่าจะมีการส่งข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรและโดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับสินค้า OTOP ให้กลุ่มเกษตรกรทางอีเมลล์ ได้ ที่สำคัญควรมีวิดีโอการสาธิตด้านการเกษตร ให้แก่เกษตรกรดูเนื่องจากสามารถย้อนกลับไปได้เมื่อเกษตรกรเกิดความไม่เข้าใจเนื้อหา

4.2 ควรมีการเชื่อมต่อระหว่างกรมส่งเสริมการเกษตรกับเกษตรกรโดยตรง เพื่อความรวดเร็วและ ทันต่อเหตุการณ์ และเนื่องจากในประเทศไทยเกษตรกรส่วนใหญ่แล้วยังมีรายได้อันต่ำมาก อยู่พอสมควร การที่จะพัฒนาการใช้สื่อด้านนี้ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตควรมีราคาที่ถูกลง และมีการใช้ได้ง่ายกว่านี้ หรือเกษตรกรก็ไม่ควรเสียค่าใช้จ่ายเลย และควรมีการจัดฝึกอบรมการใช้อินเทอร์เน็ตให้เกษตรกรอย่างทั่วถึง

#### ข้อเสนอแนะสำหรับกรมส่งเสริมการเกษตร

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะบางประการ สำหรับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารวิชาการหรือด้านอื่น ๆ ผ่านสื่อมวลชนไปยังเกษตรกร เพื่อจะเป็นประโยชน์สำหรับการส่งเสริมการเกษตร ดังนี้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการผลิตสื่อมวลชน ควรเข้าใจสภาพปัจจัยภูมิหลัง เศรษฐกิจ และสังคมบางประการของเกษตรกรก่อน เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวางแผนกำหนดทิศทางการผลิตสื่อมวลชนต่อไป

2. สำหรับเจ้าหน้าที่ที่ดูแลในระดับนโยบาย ควรให้ความสำคัญในการผลิตสื่อมวลชนในระดับภูมิภาคมากขึ้น โดยสนับสนุนด้านงบประมาณและบุคลากรที่รับผิดชอบการผลิตสื่อประเภทรายการวิทยุโทรทัศน์ รายการวิทยุกระจายเสียง และการเขียนข่าวเพื่อเผยแพร่ทางสื่อหนังสือพิมพ์ ให้ปฏิบัติงานด้านนี้ได้เต็มที่ มีการติดตามประเมินผลการส่งเสริมความรู้โดยสื่อมวลชนดังกล่าวอย่างใกล้ชิด และจริงจัง เพื่อทราบถึงปัญหาความต้องการสื่อมวลชนของเกษตรกร ซึ่งจะเป็นประโยชน์กับการส่งเสริมความรู้ต่าง ๆ ได้มากยิ่งขึ้น

3. สำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ ผลการวิจัย พบว่า มีเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่กล้าแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่าง ๆ ต่อการผลิตสื่อมวลชน อาจจะเป็นเพราะเกรงใจเจ้าหน้าที่ หรือความรู้ไม่เข้าใจ ดังนั้นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมระดับตำบลควรจะให้ความสนใจ

เขียนเขียนเกษตรกรให้มากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับเกษตรกรในการกล้าเสนอแนะในสิ่งที่ตนเองต้องการและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น ควรจัดให้มีศูนย์ข้อมูลประจำตำบล เพื่อเป็นศูนย์เก็บรวบรวมข้อมูลสื่อด้านต่าง ๆ และจัดบริการให้เกษตรกรได้มีโอกาสสัมผัสใช้ได้ตามความเหมาะสม ซึ่งนอกจากจะเป็นการเพิ่มความรู้และความบันเทิงแล้วยังเป็นการสร้างบรรยากาศให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของเกษตรกรแบบมีส่วนร่วมเชิงบูรณาการอีกด้วย

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องผู้รับสาร เพื่อหาข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ และวางแผนการส่งเสริมให้มีประสิทธิภาพมากกว่าที่จะเป็นการแสวงหาความรู้ทางทฤษฎีเพื่อประโยชน์ในเชิงวิชาการเพียงอย่างเดียว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการผลิตสื่อมวลชน ด้านสื่อหนังสือพิมพ์ ด้านสื่อเอกสารเผยแพร่ ด้านสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ ด้านสื่อเครือข่ายคอมพิวเตอร์ควรเข้าใจสภาพปัจจัยภูมิหลัง เศรษฐกิจ และสังคมบางประการของเกษตรกรก่อน เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนกำหนดทิศทางการผลิตสื่อมวลชนต่อไป

1. ในส่วนของแบบสอบถามนั้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าควรจะมีการตั้งคำถามแบบปลายเปิด สำหรับผู้ตอบคำถาม ควรเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้อธิบายความหมายของคำตอบประกอบด้วย เพราะคำตอบที่ได้มักจะเป็นคำอธิบายที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้รับสาร และอย่าเพิ่งด่วนสรุปว่าพฤติกรรมต่าง ๆ มีความหมายได้ความหมายเดียว พยายามให้ผู้ตอบมุ่งไปที่ผลของอนาคตไม่ใช่ผลจากประสบการณ์ในอดีต อีกทั้งควรพยายามตีกรอบของคำถามให้อยู่ในขอบเขตของประสบการณ์ทางการสื่อสารเท่านั้น เพื่อไม่ให้คำตอบที่ได้นั้นออกนอกประเด็น

2. ในส่วนของการเก็บข้อมูลในพื้นที่นั้น ควรจะอาศัยเทคนิคการรณรงค์เชิงกลยุทธ์ (นรินทร์ชัย, 2542 : 26) มาช่วยในการให้กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นที่เน้นการมีส่วนร่วม ให้ความสนใจโดยให้หลายฝ่ายมีส่วนร่วม มีการทำทุกขั้นตอนอย่างเป็นระบบทางวิทยาศาสตร์ หาข้อมูลเชิงประจักษ์ หรือ Empirical Data เป็นข้อมูลที่ได้จากการสังเกต (สำรวจ) ที่เป็นจริง ไม่ใช่คิดเดาเอาเอง คาดคะเนเอาจากผู้หนึ่งผู้ใด จึงเป็นการดำเนินการที่เป็นเหตุวิสัย (objectivity) คือมีหลักเกณฑ์และข้อมูลจริงรองรับ ไม่ได้เอาความคิดของคนหนึ่ง ๆ ซึ่งอาจมีอคติหรือเห็นเพียงบางส่วนบางด้าน

3. นอกจากนี้ เทคนิคการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวิจัยตามความต้องการของสื่ออื่น ข้อมูลที่ต้องการส่วนใหญ่จะต้องมาจากตัวผู้รับสารเอง การวิจัยเชิงพรรณนา และเชิงคุณภาพจึงเหมาะสมกว่าระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้การทดลอง หรือการสำรวจโดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่าง การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก หรือการสังเกตแบบมีส่วนร่วมจะเป็นเทคนิคในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เหมาะสมการ

วิจัยแนวนี้นี้มากกว่า ที่ต้องการให้มีขนาดเล็กแต่มีรายละเอียดลึกซึ้งมากกว่า แต่ปัญหามักเกิดขึ้นเสมอเมื่อจะเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้รับสารและพฤติกรรมในอนาคต เนื่องจากว่าเราควรจะต้องแยกความต้องการต่อพฤติกรรมในอนาคตจากประสบการณ์ในอดีตให้ชัดเจน ผู้วิจัยจึงต้องระมัดระวังอย่างยิ่งไม่ให้คำตอบที่ได้รับเป็นประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตของผู้รับสาร แต่เป็นความต้องการในอนาคต

4. สิ่งสุดท้ายที่ผู้วิจัยจะให้ความคิดเห็นนั้นคือ สิ่งที่น่าจะพึงปรารถนาในอนาคต นั่นก็คือ ควรทำการวิจัยเพื่อท้องถิ่น ที่จะพัฒนาท้องถิ่นนั้นให้ก้าวเดินไปในกระบวนการของการพัฒนาที่ยั่งยืน (ไม่ควรเน้นคำว่าเป้าหมาย) แต่ว่าเป็นกระบวนการที่จะนำไปสู่ขีดความสามารถในการพัฒนาตนเอง โดยการวิจัยเชิงคุณภาพในเรื่อง ผลของการจัดทำระบบการพัฒนาสินค้า OTOP ของรัฐบาล กับปัจจัยเศรษฐกิจในด้านรายได้ความมั่นคง และเสถียรภาพของเกษตรกร หรือจะเป็นการวิจัยในเรื่อง บทบาทของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพด้านต่าง ๆ ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved