

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ  
ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม



นางสาววรรณรักษ์ วรรณทรัพย์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชา  
สาขาวิชาโทสาขาศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร  
พ.ศ. 2537

*MEDIA USES AND GRATIFICATION OF DAIRY FARMERS*

*MISS VANNARAK VORASUP*

*A Thesis Submitted in Partial Fulfillment Of The Requirements  
for the Degree of Master of Business Communication*

*Department of Business Communication  
Graduate School Dhurakijpundit University*

*1994*





ใบรับรองวิทยานิพนธ์  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์  
ปริญญา...นิเทศศาสตรัฐกิจ

ชื่อวิทยานิพนธ์      การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

โดย                      น.ส.วรรณรักษ์ วรรณพัย

สาขาวิชา              นิเทศศาสตรัฐกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษา      ดร.พงษ์เทพ วรรกิจโกศาทร

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม      อาจารย์นพคุณ ส่วนประเสริฐ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

.....ประธานกรรมการ  
(ดร.เลิศลักษณ์ ส.บุรุษพัฒน์)

.....กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย  
(ผศ.สุธีร์ รัตนนาถินทร)

.....กรรมการ  
(รศ.ดร.พรทิพย์ วรรกิจโกศาทร)

.....กรรมการ  
(ดร.พงษ์เทพ วรรกิจโกศาทร)

.....กรรมการ  
(อาจารย์นพคุณ ส่วนประเสริฐ)

.....กรรมการ

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(ศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ วิทยาธิรัฐ )

วันที่ ๓๑ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๗

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม
ชื่อนักศึกษา	นางสาววรรณรักรักษ์ วรรณทรัพย์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. พงษ์เทพ วรรณกิจโกศาทร
ที่ปรึกษาร่วม	นายณพคุณ ส่วนประเสริฐ
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2536

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง การสื่อสารให้ความรู้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมและพฤติกรรมการใช้สื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม พร้อมทั้งศึกษาถึงการที่ใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนต่างๆ และสื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ขององค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) รวมทั้งศึกษาถึง ความสัมพันธ์ระหว่าง สภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคม กับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม สมาชิกขององค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย(อ.ส.ค.) จำนวน 300 ราย ในเขต อ่างทองมวกเหล็ก ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ในเขตมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ลพบุรี นครราชสีมา และเขตปทุมธานี ครอบคลุมพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และมีผู้ตอบแบบสอบถามกลับจำนวน 223 ราย หรือร้อยละ 74.3

#### ผลการวิจัยพบว่า

1. เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้รับความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม ทั้งจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล
2. สื่อบุคคล เป็นสื่อที่ให้ข่าวสารความรู้มากที่สุด และรวดเร็วที่สุด
3. สื่อบุคคล เป็นสื่อที่มีอิทธิพลและเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมให้ความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนทั่วไป

4. นิตยสาร/วารสาร เป็นสื่อที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม เชื่อถือมากที่สุด
5. เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม มีลักษณะการเปิดรับสื่อมวลชน แตกต่าง คือ โทรทัศน์ นิตยสาร/วารสาร วิทยุ หนังสือพิมพ์ และภาพยนตร์ เรียงลำดับกันไป
6. เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมเปิดรับสื่อบุคคลโดยการติดต่อกับพนักงานผสมเทียม พนักงานสัตวแพทย์ และพนักงานส่งเสริม เรียงลำดับกันไป
7. เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม มีพฤติกรรมการใช้สื่อตามช่วงเวลา และเหตุผลที่แตกต่างกัน
8. เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม มีการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเฉพาะด้านการเลี้ยงโคนม เรียงลำดับ คือ นิตยสาร/วารสาร , โทรทัศน์ , วิทยุ, หนังสือพิมพ์โดยได้รับประโยชน์จากสื่อบุคคลในด้านการช่วยแก้ปัญหาอุปสรรคในการเลี้ยงโคนม และปรับปรุงพัฒนาการเลี้ยงโคนม มากกว่า การช่วยลดต้นทุนการผลิตและการทำให้น้ำนมดิบมากขึ้น
9. เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม มีความพึงพอใจจากสื่อมวลชนในด้านการเลี้ยงโคนม เรียงลำดับ ดังนี้ นิตยสาร/วารสาร โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์
10. เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม มีความพึงพอใจต่อสื่อบุคคลในด้านการปรับปรุงพัฒนาการเลี้ยงโคนม เท่ากับช่วยแก้ปัญหาอุปสรรค และมีความพึงพอใจในเรื่องการทำให้เพิ่มน้ำนมดิบ และลดต้นทุนการผลิต เป็นเรื่องรองลงมา
11. เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม มีความเห็นให้ปรับปรุงการเสนอสาระเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมในสื่อมวลชนทุกสื่อ เรียงลำดับ คือ โทรทัศน์ร้อยละ 76.4 หนังสือพิมพ์ 73.0 วิทยุ ร้อยละ 51.5
12. เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม มีความเห็นให้ปรับปรุงสื่อบุคคล น้อยกว่าความเห็นที่ไม่ต้องปรับปรุง



*Thesis Title*                      *Media Uses and Gratification of Dairy Farmers*

*Name*                                      *Miss Vannarak Vorasup*

*Thesis Advisor*                      *Dr.Pongthep Vorakitpokatorn*

*Co-Advisor*                              *Mr.Noppakoon Suanprasert*

*Department*                              *Business Communication*

*Academic Year*                              *1993*

#### *ABSTRACT*

*The objectives of this paper is to study educational communication to dairy farmers and their media using behavior and to study uses and gratification on mass media and media person of the Dairy Farming Promotion Organization of Thailand (D.P.O.). As well the relation between social and economic aspects and media uses and gratification of dairy farmers were also discussed.*

*The methodology of this study to collect data was survey research. Questionnaires were randomized among 300 dairy farmers of D.P.O.members is Saraburi, Lopburi, Nakhon ratchasima, Phetchaburi and Prachuapkhirikhan and Percents or 223 Questionnaires of all were feedbacked.*

*The results of the study showed that*

*1) Dairy farmers got the message of dairy farming from both mass media and media person.*

*2) Media person was the most knowledgable and fastest way of communication.*

*3) Media person was the most influencial and dairy farmers recognized them more than other medias.*

4) Magazine/journal is the most reliable for dairy farmers.

5) Dairy farmers are freely and variously open to mass media through television, magazine/journal, radio, newspaper and movie respectively.

6) Dairy farmers are freely open to media persons by communication with inseminators, veterinarians' assistants, and extension staff.

7) Dairy farmers have different media using behaviors by periods of time and reasons.

8) Dairy farmers got the uses of mass media on dairy farming by magazine/journal, television, radio, newspaper respectively. They got the uses of media person to solve and develop farming problems than to reduce cost of production and to get much raw milk.

9) Dairy farmers were gratified to mass media on dairy farming information through magazine/journal, television, radio and newspaper respectively.

10) Dairy farmers were gratified with media persons on dairy farming development as well as problem solving and secondly gratified on reduction of cost production and getting much raw milk.

11) Dairy farmers commented to improve dairy farming information though all kinds of media such as television, newspaper and radio. They were 76.4, 73.0 and 51.5 respectively.

12) Dairy farmers commented to improve media persons less than commenting not to improve.

## กิติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความเมตตาจาก ดร. พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร อาจารย์ที่ปรึกษาและรองศาสตราจารย์ ดร.พรทิพย์ วรกิจโกศาทร กรรมการวิทยานิพนธ์ ได้กรุณาแนะนำให้ขอบเขต และแนวคิดต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ ตลอดจนช่วยจัดรูปแบบของวิทยานิพนธ์ ที่ถูกต้อง รวมถึงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนเป็นรูปแบบที่สมบูรณ์

ทั้งนี้ขอขอบพระคุณ ดร.เลิศลักษณ์ ส.บุรุษพัฒน์ ประธานกรรมการ วิทยานิพนธ์ ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าตรวจวิทยานิพนธ์ให้ รองศาสตราจารย์ สุธีร์ รัตนาคินทร์ กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย ได้กรุณาแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ให้ถูกต้องชัดเจนยิ่งขึ้น นายนพคุณ ส่วนประเสริฐ รองผู้อำนวยการ องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) ได้สอบถามถึงการเขียน วิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะแก้ไขอยู่เสมอ ขอขอบพระคุณหัวหน้าศูนย์ส่งเสริม การเลี้ยงทุกท่าน ได้กรุณาช่วยจัดส่งแบบสอบถามรวมทั้งเก็บรวบรวม นำส่งผู้วิจัย นายเฉลิมชัย เล็กข่ม อดีตผู้อำนวยการ อ.ส.ค. ที่ปรึกษา ฯพณฯ รัฐมนตรีว่าการ ทบวงมหาวิทยาลัย (นายสุเทพ อัตถากร) ที่ให้กำลังใจและเป็นแรงสนับสนุน ไม่ให้ท้อถอย จนกระทั่งวิทยานิพนธ์สำเร็จเป็นรูปเล่ม พร้อมทั้ง นางเข็มพร นาคหมื่นไวย เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ 3 ของ อ.ส.ค. ที่ช่วยจัดพิมพ์วิทยานิพนธ์นี้ ตั้งแต่เริ่มแรก

ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้ง และประทับใจในน้ำใจอันบริสุทธิ์ของทุก ๆ ท่าน ที่ให้ความเมตตาช่วยเหลือเป็นอย่างดี วิทยานิพนธ์เล่มนี้ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นเพราะพลังใจที่ได้รับจากพี่สาว นางวรรณช โตะเจริญ และทุกคนในครอบครัวที่เป็นกำลังใจ สนับสนุน จนสำเร็จอย่างดียิ่ง

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ดร.อำรุง จันทวานิช รองเลขาธิการ คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ ที่ช่วยกรุณาชี้แนะให้เลือกทำวิทยานิพนธ์ เพราะเป็นการเสริมความรู้ ทักษะ และประสบการณ์หลายรูปแบบ อันจะก่อประโยชน์สูงสุด ของการศึกษาระดับปริญญาโท และระดับปริญญาเอกต่อไปในอนาคต

วรรณรัชช์ วรรณพิพย์



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ความสำคัญของปัญหาการวิจัย.....	7
ปัญหาการวิจัย.....	8
วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
ระเบียบและวิธีการศึกษา.....	9
ขอบเขตของการศึกษา.....	10
คำนิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	10
2. แนวความคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย.....	14
การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ.....	14
ทฤษฎีว่าด้วยการสื่อสาร.....	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	47
3. การศึกษาวิจัยข้อมูล.....	56
ข้อมูล.....	56
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	57
การเก็บข้อมูล.....	59
วิธีการเก็บข้อมูล.....	60
ตัวแปรในการวิจัย.....	61
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	61

4.	การสื่อสารความรู้เพื่อเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม.....	62
ส่วนที่ 1.	การสื่อสารเพื่อความรู้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม โดยองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.).....	62
ส่วนที่ 2.	ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของสื่อสาร มวลชนทั่วไปของสื่อสารมวลชนและสื่อบุคคลกับพฤติ กรรมการใช้สื่อมวลชนและสื่อบุคคลของเกษตรกร....	67
5.	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	120
ส่วนที่ 1.	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม.....	122
ส่วนที่ 2.	ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในสื่อมวลชน และสื่อบุคคลของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม.....	131
ส่วนที่ 3.	ผลการวิเคราะห์ประโยชน์ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ได้รับจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล.....	145
ส่วนที่ 4.	ผลการวิเคราะห์ถึงข้อเสนอแนะหรือความเห็นใน การปรับปรุงสื่อมวลชน และสื่อบุคคล.....	164
ส่วนที่ 5.	ผลการวิเคราะห์ถึงข้อสังเกตเพิ่มเติมเกี่ยวกับ ประโยชน์และความพึงพอใจ.....	180
ส่วนที่ 6.	เป็นการเสนอถึงความสัมพันธ์ ระหว่าง สภาพพ นฐานทางเศรษฐกิจ สังคม กับการใช้ประโยชน์และ ความพึงพอใจจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม....	184
6.	สรุปผลการวิจัยอภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	191
สรุปผลการวิจัย.....		191
ข้อเสนอแนะ.....		194
ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ.....		194
ข้อเสนอแนะเชิงประยุกต์.....		196

	หน้า
บรรณานุกรม.....	200
ภาคผนวก.....	205
ก. เครื่องมือที่ใช้.....	206
ข. ประวัติองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.).....	226
ประวัติผู้เขียน.....	235



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการพึงรายการวิทยุ.....	67
1 (ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนที่พึงรายการวิทยุ.....	68
1 (ข) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการที่พึงรายการวิทยุ.....	69
2. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการที่พึงประจำ.....	70
3. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกรายการที่ชมโทรทัศน์.....	72
3 (ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการไม่ชมรายการโทรทัศน์.....	72
4. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการโทรทัศน์ที่ชมเป็นประจำ.....	73
5. จำนวนและร้อยละของผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามผู้อ่านหนังสือพิมพ์.....	75
5 (ก) จำนวนและร้อยละของผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามที่ไม่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์.....	75
6. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามหนังสือพิมพ์ที่อ่าน.....	76
7. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคอลัมน์หนังสือพิมพ์ที่อ่านเป็นประจำ.....	77
8. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกการอ่านนิตยสาร/วารสาร.....	78
8 (ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามที่ไม่อ่านนิตยสาร/วารสาร.....	79



ตารางที่ (ต่อ)	หน้า
9. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามนิตยสาร/วารสาร ที่อ่าน.....	80
10. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการชมภาพยนตร์.....	82
10 (ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกเหตุผลที่ไม่ชมภาพยนตร์.....	82
11. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมติดต่อ เป็นประจำ.....	84
11 (ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมติดต่อ/พบ สื่อบุคคล ของอ.ส.ค.เป็นประจำ.....	84
12. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเรื่องที่ติดต่อ/พบ สื่อบุคคลของ อ.ส.ค.เป็นประจำ	85
13. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ยังวิทยุเป็นประจำ.....	88
14. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับเหตุผลที่ต้องการฟังรายการวิทยุ.....	90
14 (ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลอื่น ๆ ที่ฟังรายการวิทยุ.....	91
15. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ยังรายการโทรทัศน์เป็นประจำ.....	95
16. จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบ สอบถาม จำแนกตามระดับเหตุผลที่ต้องการชมรายการโทรทัศน์	96
17. จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบ สอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ต้องการอ่านหนังสือพิมพ์.....	100
18. จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบ สอบถามจำแนกตามระดับเหตุผลที่ต้องการอ่านนิตยสาร/วารสาร	103

ตารางที่ (ต่อ)	หน้า
18(ก) จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบคำถามจำแนกตามเหตุผลอื่นๆ ที่ต้องการอ่านนิตยสาร/วารสาร	105
19. จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ต้องการชมภาพยนตร์.....	108
20. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำนวนตามช่วงเวลาติดต่อสื่อสารบุคคลของอ.ส.ค. เป็นประจำ	112
21. จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับเหตุผลในการติดต่อกับ สื่อบุคคลของ อ.ส.ค. ....	113
21(ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลอื่นๆ ในการติดต่อ/พบสื่อบุคคลของ อ.ส.ค.	115
22. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ.....	122
23. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....	123
24. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา.....	124
25. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้.....	125
26. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการถือครองที่ดินเพื่อประกอบอาชีพ.....	126
27. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการประกอบอาชีพอื่น.....	127
28. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเป็นสมาชิก หรือกรรมการทางกลุ่มสังคม และอาชีพ.....	129
29. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจจากการฟังวิทยุทั่วไป.....	131



ตารางที่ (ต่อ)	หน้า
30. จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจจากการชมรายการวิทยุเกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม.....	132
31. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจจากการชมรายการโทรทัศน์ทั่วไป.....	133
32. จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพึงพอใจจากการชมรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับด้านการเลี้ยงโคนม.....	134
33. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์.....	135
34. จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจ จากการอ่านคอลัมน์การเกษตร ด้านการเลี้ยงโคนมของหนังสือพิมพ์.....	136
35. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจจากการอ่าน นิตยสาร/วารสาร	137
36. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจจากการอ่าน นิตยสาร/วารสาร ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม.....	138
37. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจจากการชมภาพยนตร์.....	139
38. จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจ ในเรื่องที่ติดต่อกับสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. ....	140
38 (ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพึงพอใจในเรื่องอื่นๆ ต่อสื่อบุคคลของอ.ส.ค.	141
39. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับของประโยชน์ ที่ได้รับจากการฟังรายการวิทยุ	145

ตารางที่ (ต่อ)	หน้า
39(ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประโยชน์ที่เกษตรกรเลี้ยงโคนม ได้รับจากการฟัง รายการวิทยุทั่วไป.....	146
40. จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบ สอบถามจำแนกตามระดับของประโยชน์ที่ได้จากการฟังรายการ วิทยุที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงโคนม.....	147
41. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการใช้จากการชมรายการโทรทัศน์.....	149
41(ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประโยชน์ที่เกษตรกรได้รับ จากการชมรายการ โทรทัศน์ทั่วไป.....	150
42. จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบ สอบถามจำแนกตามระดับประโยชน์จากการชมรายการโทรทัศน์ ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม.....	151
43. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการได้รับประโยชน์จากการอ่านหนังสือพิมพ์..	153
43(ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านหนังสือพิมพ์ในเรื่องอื่น ๆ	154
44. จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบ สอบถาม จำแนกตามระดับประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านคอลัมน์ ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนมของหนังสือพิมพ์.....	155
45. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการได้รับประโยชน์ จากการอ่านนิตยสาร/ วารสาร.....	156
45(ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการได้รับประโยชน์ จากการอ่านนิตยสาร/ วารสาร.....	157

ตารางที่ (ต่อ)	หน้า
46. จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับของประโยชน์ในการอ่าน นิตยสาร/วารสาร ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม.....	158
47. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการได้รับจากการชมภาพยนตร์.....	159
48. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับประโยชน์ที่ได้รับจากการติดต่อ สื่อบุคคล ของ อ.ส.ค. ....	160
48(ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประโยชน์อื่นๆ ที่ได้รับจากการติดต่อกับสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. ....	161
49. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ความเห็นในการปรับปรุงรายการวิทยุ ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม.....	164
50. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม ตามความเห็นอย่างไรในการปรับปรุงรายการวิทยุ ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม.....	165
50(ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นในการปรับปรุงรายการวิทยุที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม.....	165
51. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นในการปรับปรุงรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม.....	167
52. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นอย่างไรในการปรับปรุงรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม.....	167



ตารางที่ (ต่อ)	หน้า
52(ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นในการปรับปรุงรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการ การเลี้ยงโคนม.....	168
53. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นปรับปรุงคอลัมน์ของหนังสือพิมพ์ ที่เกี่ยวกับ การเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม.....	170
54. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นในการปรับปรุงคอลัมน์ที่เกี่ยวกับการเลี้ยง โคนมของหนังสือพิมพ์.....	170
54(ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นเพิ่มเติมในการปรับปรุงคอลัมน์ ที่เกี่ยวกับ การเกษตรด้านการเลี้ยงโคนมของหนังสือพิมพ์.....	171
55. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นในการปรับปรุงนิตยสาร/วารสาร ที่เกี่ยว กับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม.....	172
56. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นในการปรับปรุงนิตยสาร/วารสาร ที่เกี่ยว กับการเลี้ยงโคนม.....	172
56(ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นในการปรับปรุงนิตยสาร/วารสาร.....	173
57. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นในการปรับปรุงสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. ..	175
57(ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการ ที่ให้ปรับปรุง สื่อบุคคลของ อ.ส.ค.	175
58. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ให้ข่าวสาร/ข้อมูล ด้านการเลี้ยงโคนมมากที่สุด	180

ตารางที่ (ต่อ)	หน้า
59. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ให้ ข่าวสาร/ข้อมูล ด้านการเลี้ยงโคนม ที่น่า เชื่อถือที่สุด.....	181
60. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ให้ข้อมูล/ข่าวสารด้านการเลี้ยงโคนมที่รวดเร็ว ที่สุด.....	182
61. จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมชอบ.....	183
62. ความสัมพันธ์ ระหว่างการศึกษา กับระดับความพึงพอใจจากการ ฟังรายการวิทยุ ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม...	185
63. ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับระดับความพึงพอใจ จากการชม รายการโทรทัศน์ ที่เกี่ยวกับเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม.....	186
64. ความสัมพันธ์ ระหว่างเพศ กับประโยชน์ที่ได้รับ จากการชม รายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม.....	187
65. ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการได้รับความพึงพอใจจากการ อ่านนิตยสาร/วารสารทั่วไป.....	188
66. ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการได้รับความพึงพอใจจากการ ชมภาพยนตร์.....	189
67. ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับประโยชน์ที่ได้รับ จากการชม ภาพยนตร์.....	190

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. ภาพจำลองการใช้และการตอบสนองของโรเลนเกรน.....	15
2. องค์ประกอบ เกี่ยวกับแนวความคิดในเรื่องของ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ.....	22
3. Mass Media Uses and Gratification Model ของ Katz, Gurvitch and Hass.....	23
4. แบบจำลอง Expectancy-Value ของ Rayburn and Palmgreem.....	27





## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

##### 1. ความเป็นมาของการเลี้ยงโคนมในเมืองไทย

การเลี้ยงโคนมในประเทศไทยได้เริ่มราวพุทธศักราช 2450<sup>1</sup> โดยชาวอินเดียที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยเป็นผู้นำมาเลี้ยงก่อน โดยมีแหล่งการเลี้ยงที่สำคัญบริเวณรอบ ๆ กรุงเทพฯ โคที่นำมาเลี้ยงส่วนใหญ่เป็นโคพื้นเมืองหรือโคที่นำเข้ามาจากประเทศอินเดีย ซึ่งให้น้ำนมปริมาณตัวละ 2-3 ลิตรต่อวัน

ต่อมาในระหว่างสงครามโลกครั้งที่สอง ได้เกิดการขาดแคลนนมสำหรับใช้เลี้ยงทารกรัฐบาลในขณะนั้นจึงได้จัดองค์การนมขึ้นทำหน้าที่ผลิตได้ใน กรุงเทพมหานครเพื่อนำมาทำเป็นอาหารสำหรับใช้เลี้ยงทารก เมื่อสงครามครั้งที่สองสิ้นสุดลงกิจการองค์การนมก็ได้สลายตัว เนื่องจากได้มีการส่งผลิตภัณฑ์นมราคาถูกจากต่างประเทศเข้ามาใช้แทน และขณะเดียวกันได้เริ่มมีการส่งพันธุ์โคนมจากต่างประเทศ คือพันธุ์โฮลสไตน์เข้ามาทดลองเลี้ยงดูเนื่องจากสามารถให้น้ำนมปริมาณมากกว่าโคพื้นเมืองอินเดียมาก ในส่วนของรัฐบาลได้เริ่มหันมาสนใจผลิตน้ำนมดิบภายในประเทศมากขึ้น ต่อมาได้มีการนำโคนมพันธุ์ต่างๆ เข้ามาทดลองเลี้ยงหลายพันธุ์ เช่น พันธุ์เจอร์ซี พันธุ์บราวสวิสซ์ และพันธุ์เรดซินดี เป็นต้น

---

<sup>1</sup> องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย. คู่มือการเลี้ยงโคนม. 2531, หน้า 1-2.

การเลี้ยงโคนมอย่างเป็นระบบเพื่อผลิตน้ำนมดิบในเชิงการค้านั้นได้เริ่มอย่างจริงจังเมื่อประมาณพุทธศักราช 2503<sup>2</sup> สืบเนื่องมาจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช และสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ได้ทรงเสด็จประพาสทวีปยุโรปในระหว่างที่ทรงประทับแรม ณ ประเทศเดนมาร์ก ทรงให้ความสนพระทัยเกี่ยวกับ กิจกรรมการเลี้ยงโคนมของชาวเดนมาร์กเป็นอย่างมาก ทำให้รัฐบาลเดนมาร์กและสมาคมเกษตรกรเดนมาร์กจึงได้ร่วมกันน้อมเกล้าฯ ถวายโครงการส่งเสริมการเลี้ยงโคนมเป็นของขวัญแก่สิ้นเกล้าฯ ทั้งสองพระองค์ และเพื่อให้การดำเนินโครงการบรรลุผลสำเร็จตามเจตนารมณ์ที่ตั้งไว้ จึงได้มีการตกลงทำสัญญาให้ความช่วยเหลือด้านวิชาการและเศรษฐกิจระหว่างรัฐบาลไทยกับรัฐบาลเดนมาร์กขึ้น ในการนี้รัฐบาลเดนมาร์กได้ให้ความช่วยเหลือจัดตั้งฟาร์มโคนม และ ศูนย์ฝึกอบรมการเลี้ยงโคนม ไทย-เดนมาร์ก ชั้นที่ อำเภอหมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี พร้อมทั้งจัดส่งผู้เชี่ยวชาญมาร่วมดำเนินการ และจัดสรรงบประมาณสนับสนุนการดำเนินงานตลอดโครงการ

ฟาร์มโคนมและศูนย์ฝึกอบรมการเลี้ยงโคนมไทย-เดนมาร์ก ได้เริ่มเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 16 มกราคม 2505 ภายหลังจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระเจ้าเฟรดเดอริกที่ 9 แห่งประเทศเดนมาร์กได้ทรงประกอบพิธีเปิดต่อมากิจการฟาร์มโคนม ได้วิวัฒนาการขยายตัวเจริญก้าวหน้าไปเป็นลำดับ จวบจนถึงพุทธศักราช 2514 รัฐบาลไทยได้รับโอนกิจการฟาร์มโคนมและศูนย์ฝึกอบรมการเลี้ยงโคนมไทย-เดนมาร์ก โดยจัดตั้งเป็นรัฐวิสาหกิจ หรือ "องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย" (อ.ส.ค.) สังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยทำหน้าที่หลักในการส่งเสริมการเลี้ยงโคนมและบุกเบิกอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์นมภายในประเทศ

<sup>2</sup> แหล่งเดิม. หน้า 3.

ดังนั้น การศึกษาถึงลักษณะการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจและสร้างประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานด้านส่งเสริมการเลี้ยงโคนมของรัฐและต่อตัวเกษตรกรโดยตรง

### สถานการณ์การเลี้ยงโคนมในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต

#### สถานการณ์ปัจจุบัน

การเลี้ยงโคนมภายในประเทศไทยได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงระยะเวลาสามทศวรรษที่ผ่านมาปัจจุบันจำนวนโคนมภายในประเทศมีมากกว่า 120,000 ตัว สมาชิกผู้เลี้ยงโคนมมีกว่า 10,000 ราย ปริมาณน้ำนมดิบที่ผลิตได้ประมาณ 336 ตันต่อวัน<sup>3</sup>

อย่างไรก็ตาม ปริมาณน้ำนมดิบที่ผลิตได้ภายในประเทศยังไม่พอต่อความต้องการของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์นมภายในประเทศ ซึ่งเติบโตอย่างรวดเร็วเฉลี่ยประมาณปีละ 15-20 % ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาสาเหตุที่สำคัญประการหนึ่งก็คือแม่พันธุ์โคนมที่ผลิตได้ภายในประเทศมีไม่พอเพียง และยังให้ผลผลิตต่อตัวต่ำ ซึ่งส่งผลให้มีการนำเข้าแม่พันธุ์โคนมจากต่างประเทศเข้ามาเป็นจำนวนมาก

#### แนวโน้มการเลี้ยงโคนมในอนาคต

สำนักงานและพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้ตั้งเป้าหมายไว้ว่าในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (2535-2539)

<sup>3</sup> แผนกประชาสัมพันธ์ องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย.

ภาพรวมการเลี้ยงโคนมในประเทศไทย. อำเภอมากเหล็ก จังหวัดสระบุรี



รายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากร จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 ต่อปี การเพิ่มขึ้นของรายได้เฉลี่ยต่อหัว และจำนวนประชากรของประเทศ จะมีผลให้อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์นมทั้งประเทศ ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหมายรวมถึงปริมาณความต้องการนํ้านมดิบภายในประเทศจะเพิ่มขึ้นสูงขึ้น

จากการประมาณการของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ คาดว่าปริมาณความต้องการผลิตภัณฑ์นมภายในประเทศ ทุกประเภท ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 จะเพิ่มขึ้นจาก 404,000 ตัน เป็น 480,000 ตัน ขณะที่ปริมาณการผลิตได้ภายในประเทศจะเพิ่มขึ้นจาก 233,690 ตัน เป็น 327,390 ตัน จากตัวเลขดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าปริมาณความต้องการนํ้านมดิบเกินปริมาณที่จะสามารถผลิตได้ภายในประเทศ เฉลี่ย 548 ตันต่อวัน

สภาวะการขาดแคลนปริมาณนํ้านมดิบภายในประเทศดังกล่าวข้างต้น จะสอดคล้องกับจำนวนแม่พันธุ์โคนมภายในประเทศ จากตัวเลขของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ประมาณการแนวโน้มปริมาณความต้องการและการผลิตแม่พันธุ์โคนมในช่วง 2535-2540 ไว้ดังนี้

ปี	จำนวนแม่โครีดนม ที่ต้องการ	จำนวนแม่โคที่มีอยู่ ภายในประเทศ(ตัว)	ขาดแคลน (ตัว)
2535	280,000	111,000	-169,500
2536	288,600	131,700	-156,900
2537	296,200	157,400	-138,800
2538	302,900	184,800	-118,100
2539	309,500	212,300	- 97,200
2540	315,700	253,300	- 62,400

การส่งเสริม การเลี้ยงโคนมเป็นนโยบายที่สำคัญนโยบายหนึ่งของรัฐบาลทางด้านการพัฒนาเกษตรของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านปศุสัตว์ ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติมาโดยตลอด นโยบายส่งเสริมการเลี้ยงโคนม จัดเป็นมาตรการหนึ่งที่จะช่วยให้เป้าหมายหลักในแผนพัฒนา และเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (2534-2539) ประสบความสำเร็จ เป้าหมายดังกล่าวคือ<sup>4</sup>

1. ลดความเหลื่อมล้ำของรายได้ของประชากร ทั้งในระหว่างภูมิภาคต่างๆ และระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ
2. ส่งเสริมภาคเกษตรให้มีความเสถียรภาพในด้านรายได้และส่งเสริมความเป็นธรรมในระบบการผลิตและการค้า
3. เร่งกระจาย การส่งเสริมการเลี้ยงโคนม ไปยังภูมิภาคด้วยการประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ
4. เร่งพัฒนาอุตสาหกรรมการเกษตร เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตร

#### แนวทางการส่งเสริมการเลี้ยงโคนม<sup>5</sup>

1. ส่งเสริมการผลิตแม่พันธุ์โคนมภายในประเทศ ให้เพียงพอถึงความต้องการ โดยการจัดตั้งศูนย์การผลิตและจำหน่ายแม่พันธุ์โคนมระดับประเทศ เพื่อทำหน้าที่เป็นหน่วยงานกลางในการรับซื้อผลิต และจำหน่ายแม่พันธุ์โคนมให้กับเกษตรกรในราคาเป็นธรรม และประกันคุณภาพ และเป็นศูนย์รวบรวมข้อมูลแม่พันธุ์โคนมของประเทศ

<sup>4</sup> แหล่งเดิม. หน้า 3-4.

<sup>5</sup> แหล่งเดิม. หน้า 5-7.

2. การเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตน้ำมันดิบของแม่พันธุ์โคนม โดยการ จัดตั้งศูนย์เทคโนโลยีสำหรับการเลี้ยงโคนม และผลิตภัณฑ์จากโคนม เพื่อทำหน้าที่ ศึกษา และค้นคว้าวิจัยโดยเฉพาะ นอกจากนี้ต้องเร่งผลิตเจ้าหน้าที่ส่งเสริมและ ศูนย์ส่งเสริมให้เพียงพอกับปริมาณความต้องการของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม และ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ความรู้ และ วิทยาการสมัยใหม่ด้านการเลี้ยงโคนม ให้แก่ เกษตรกรอย่างต่อเนื่อง

3. ลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกร ด้วยการเผยแพร่ความรู้ด้านการจัดการฟาร์มการดูแลรักษาสัตว์อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้สนับสนุนให้เกษตรกรรวมตัวกันในรูปแบบสหกรณ์ และควรวัดหาสินค้าระยะยาวดอกเบญจมาศ ให้แก่เกษตรกรตาม ฐานะรายได้ของแต่ละราย และสามารถปรับเปลี่ยนตามสภาพเศรษฐกิจที่เป็นอยู่

เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2536 คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบให้กระทรวง เกษตรและสหกรณ์ ดำเนินโครงการตามแผนปรับโครงสร้าง และระบบการผลิต การเกษตร ปี 2537-2539 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับโครงสร้างการผลิตสินค้า เกษตร ในพื้นที่การปลูกพืชเศรษฐกิจบางชนิดที่มีปัญหาด้านราคา ได้แก่ ข้าว มันสำปะหลัง กาแฟ และพริกไทย ไปสู่กิจกรรมการเกษตรอื่น ๆ ที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่า และมีความเหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่มากกว่า โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อลดพื้นที่ การปลูกพืชดังกล่าวและส่งเสริมกิจกรรมการเกษตรอื่นทดแทน โดยรัฐให้ความสนับสนุนด้านการจัดหาสินค้าอัตราดอกเบญจมาศ และจัดหาเงินอุดหนุนปัจจัยการผลิตให้ ส่วนหนึ่ง เพื่อลดภาระการลงทุนของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ

ในการนี้ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้พิจารณากำหนดกิจกรรมการส่งเสริมการเลี้ยงโคนม เพื่อทดแทนการปลูกพืชเศรษฐกิจที่ประสบปัญหาด้านราคาไว้ เป็นส่วนหนึ่งของแผนปรับโครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตร และมอบหมาย ให้กรมปศุสัตว์ดำเนินการจัดทำ แผนงานการส่งเสริมการเลี้ยงโคนม แก่เกษตรกร รายใหม่ที่เข้าร่วมโครงการ โดยได้กำหนดเป้าหมายการส่งเสริมการเลี้ยงโคนม แก่เกษตรกรในช่วงปี 2537-2539 ปีละ 2,000 ราย จำนวนโคนมปีละ 10,000 ตัว สำหรับการจัดหาพันธุ์โคนมให้แก่เกษตรกร ให้จัดหาจากพันธุ์โคนมลูกผสมที่มีใน ประเทศก่อนเป็นหลัก หากมีไม่เพียงพอ ให้จัดหาจากต่างประเทศได้ ตามความ



จำเป็น โดยให้จัดหาจากหน่วยงานที่รัฐบาลต่างประเทศให้คำแนะนำและมอบหมายให้องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) เป็นผู้ดำเนินการจัดซื้อโคนมทั้งภายในและต่างประเทศทั้งหมด โดย อ.ส.ค. ได้กำหนดพื้นที่การส่งเสริมการเลี้ยงโคนม ภายใต้แผนปรับโครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตร ตามที่กรมปศุสัตว์ได้จัดทำแผนงานไว้แล้วในเบื้องต้น ดังนี้ ปี 2537 ส่งเสริมการเลี้ยงโคนมในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี ชัยนาท อ่างทอง ลพบุรี จันทบุรี สระแก้ว นครราชสีมา บุรีรัมย์ นครสวรรค์ พิจิตร อุทัยธานี สุพรรณบุรี เพชรบุรี สุราษฎร์ธานี ตรัง และพัทลุง ปี 2538 พื้นที่จังหวัดสระบุรี ลพบุรี นครราชสีมา ชัยภูมิ ขอนแก่น อุดรธานี สกลนคร เชียงใหม่ ลำพูน และนครพนม และปี 2539 พื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี อุทัยธานี ศรีสะเกษ อุบลราชธานี กาฬสินธุ์ เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ ชัยภูมิ นครพนม อุดรธานี ขอนแก่น สกลนคร พะเยา เชียงราย และแพร่

## 2. ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม เมื่อได้รับนโยบายการส่งเสริมการเลี้ยงโคนมผ่านช่องทางต่าง ๆ ตลอดจนการถ่ายทอดเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งเกิดจากการวิจัยในสถานที่ทดลอง ภายใต้สถานการณ์ที่การควบคุมอย่างดี เป็นการวิจัยที่ดัดแปลงให้เหมาะสม (Adaptive Reseach) ในฟาร์มทดลอง (Experimental farm) โดยนำผลการวิจัยที่ได้ ถ่ายทอดสู่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ในลักษณะ "การสื่อสารทางเดียว" หรือการสื่อสาร แบบเข้มฉัดยา ซึ่งหลักสำคัญในการสื่อสารเผยแพร่การเกษตร ควรใช้วิธีการสื่อสาร หรือสื่อสัมพันธ์แบบคู่ (Two-way Communication) คือการตรวจสอบความเข้าใจของเกษตรกรผู้รับสารด้วย

ส่วนปฏิบัติการของเกษตรกร จะมีเช่นไรนั้นไม่มีการวิจัยออกมาเป็นทางการ (Formal Research) มีแต่เพียงการนำมาพูดกันทั้งทางตรงต่อเจ้าหน้าที่ส่งเสริม หรือพูดกันเองระหว่างเกษตรกรด้วยกัน ซึ่งอยู่ในลักษณะการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ แต่จะมีผลกระทบต่อองค์กรของรัฐได้ ถ้าข่าวสารที่เกษตรกรได้รับไม่เป็นที่พอใจตามที่คาดหวังไว้ อาจเกิดการสูญเสีย ความเชื่อมั่นและศรัทธาที่มีต่อองค์กรของรัฐได้

ดังนั้น การวิจัยอย่างกว้างขวาง (Extensive Research) จึงเป็นสิ่งจำเป็นในการทราบความต้องการของเกษตรกรทั้งนี้ เพื่อลดความเป็นไปได้ในความล้มเหลวของการส่งข่าวสาร หรือข้อเสนอแนะต่างๆ เพราะเกษตรกร ได้รับข้อเสนอแนะไม่ใช่จากสื่อเฉพาะอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น แต่เขาแสวงหาและรับจากสื่อทุกด้านที่เขามีความสามารถจะรับได้

และเพื่อให้การศึกษาค้นคว้าปฏิบัติ ของเกษตรกรเป็นไปอย่างเหมาะสม วิจัยจึงได้เลือกใช้วิธีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ (Media Uses and Gratification Approach) เป็นตัวแบบของการศึกษาในครั้งนี้

อนึ่ง จากการสำรวจงานวิจัยในอดีตไม่พบว่าเคยมีผู้วิจัยเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในประเทศไทยมาก่อนเลย ดังนั้น เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาการสื่อสารที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม และเพื่อประเมินการใช้ประโยชน์ความพึงพอใจจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมกลุ่มนี้ จึงเห็นว่าควรทำการวิจัยเรื่องนี้ขึ้นมา

### ปัญหาการวิจัย

1. การสื่อสารให้ความรู้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม มีวิธีอะไร และอย่างไร ตลอดจนพฤติกรรมการใช้สื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม
2. เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนอย่างไร
3. นอกจากสื่อมวลชนแล้ว เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อบุคคลอย่างไร

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่องการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาด้านคุณค่าและวิเคราะห์ประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาถึงการสื่อสารเพื่อให้ความรู้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมและพฤติกรรมการใช้สื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม
2. เพื่อศึกษาถึงการใช้อย่างประโยชน์และพึงพอใจจากสื่อมวลชนต่างๆ และสื่อบุคคลที่เป็นเจ้าของ อ.ส.ค.
3. เพื่อการศึกษาถึงความสัมพันธ์ ระหว่างสภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจสังคม กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาค้นคว้าวิจัยในเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในครั้งนี้ คาดว่าผลของการศึกษาจะทำให้ทราบถึงความสนใจทางเลือกใช้และพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากสื่อมวลชน และจากองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผน และปรับปรุงการสื่อสารด้านการเลี้ยงโคนมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการพัฒนาบทบาทของสื่อมวลชนในด้านการส่งเสริมอาชีพเลี้ยงโคนมให้มีประสิทธิภาพ และคุณภาพมากยิ่งขึ้น

## ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) โดยเก็บข้อมูลจากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมซึ่งเป็นสมาชิกขององค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.)



## ขอบเขตของการศึกษา

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ซึ่งเป็นสมาชิกขององค์การส่งเสริมกิจการโคนม (อ.ส.ค.) โดยเป็นผู้ส่งนํ้านมดิบให้กับ อ.ส.ค. จำนวน 300 ราย ครอบคลุมพื้นที่ จังหวัดสระบุรี ลพบุรี นครราชสีมา เพชรบุรี และ ประจวบคีรีขันธ์
2. การศึกษาไม่พิจารณาถึงเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมรายอื่นๆ ทั่วประเทศ

## คำนิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1. การใช้สื่อ หมายถึง การที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมเปิดรับข่าวสารต่างๆ โดยผ่านช่องทางสื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร ภาพยนตร์ และสื่อที่ใช้โดย อ.ส.ค. ซึ่งได้แก่ พนักงานขององค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย
2. การใช้ประโยชน์ หมายถึง สิ่งที่เกิดจากเปิดรับสื่อต่างๆ ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม
3. ความพึงพอใจ หมายถึง
  - 3.1 ระดับความพอใจจากการเปิดรับข่าวสารต่างๆ ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม โดยมองเห็นว่าสื่อมวลชน และสื่อบุคคล สามารถช่วยสนองความต้องการของเขาได้มากน้อยเพียงใด
  - 3.2 การที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมผู้รับข่าวสารมองเห็นว่า สื่อมวลชน และสื่อบุคคลสามารถช่วยสนองความต้องการแล้ว ยังทำให้แนวความคิดของเกษตรกรชัดเจนและลึกมากยิ่งขึ้น
4. สื่อ หมายถึง ช่องทาง หรือเครื่องมือสำหรับถ่ายทอดข่าวสารจากแหล่งสารไปยังเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมผู้รับสาร

5. สื่อมวลชน หมายถึง การสื่อสารโดยที่มีสื่อกลาง ที่นำข่าวสารความรู้ไปสู่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมทั่วประเทศไทย โดยมี วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร วารสาร ภาพยนตร์ เป็นสื่อกลางเพื่อส่งสารต่างๆ ไปถึงเกษตรกรในเวลาเดียวกัน

6. สื่อบุคคล หมายถึง

- สื่อที่นำข่าวสารต่างๆ ไปสู่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมเฉพาะเจาะจง
- พนักงานลูกจ้าง องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย ได้แก่ พนักงานสัตวแพทย์ พนักงานส่งเสริม พนักงานผสมเทียม
- สื่อที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม และความคิดของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

- สื่อที่มีความใกล้ชิดกับเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

7. สภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคม หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก อาชีพรอง รายได้จากการเลี้ยงโคนมและการชายนานมดิบ เป็นต้น

8. เกษตรกร หมายถึง เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมซึ่งเป็นสมาชิกขององค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) ในเขต ภาคกลาง และภาคใต้

ฝ่ายสินเชื่อการเกษตรและชนบท ธนาคารกรุงเทพ จำกัด<sup>๕</sup> ได้จัดสัมมนาเรื่อง "Linkage Between Small Farmers and Agro-Industry" ณ ห้องประชุมธนาคาร เมื่อวันที่ 15-17 ตุลาคม 2526 ได้กล่าวถึงความหมายของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม โดยแยกออกเป็น 3 ประเภท คือ

---

<sup>๕</sup>ธนาคารกรุงเทพ จำกัด กับงานสนับสนุนด้านโคนมในประเทศไทย. บทความสัมมนาครั้งที่ 1/2533 เนื่องในวันโคนมแห่งชาติ 2533 องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทยอำเภออมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี, หน้า.24-25

1. เกษตรกรประเภทรายบุคคล มีลักษณะ ดังนี้

เป็นเกษตรกรที่มีการเลี้ยงโคนมอยู่แล้ว ประสงค์จะเพิ่มฝูงโคของตนเอง มีแหล่งน้ำที่สามารถเลี้ยงโคนมได้ทั้งปี มีคุณสมบัติเหมาะสมที่ธนาคารเห็นชอบ หากเกษตรกรที่ไม่เคยมีประสบการณ์ด้านการเลี้ยงโคนมมาก่อนต้องผ่านการอบรมเลี้ยงโคนม จากองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย หรือ กรมปศุสัตว์ หรือสถาบันเอกชน/รัฐบาล

2. เป็นเกษตรกรประเภทกลุ่ม มีลักษณะดังนี้

เป็นเกษตรกรที่ผ่านการอบรมการเลี้ยงโคนมจากองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย หรือสหกรณ์หนองโพ จำกัด หรือปศุสัตว์ หรือสถาบันเอกชน/รัฐบาลที่ธนาคารเห็นชอบ เป็นเกษตรกรที่อยู่ในเขตปฏิรูปที่ดินของสำนักงานปฏิรูปที่ดิน (ส.ป.ก.) หรือในแหล่งที่หน่วยงานราชการจังหวัด ต้องการพัฒนาการเลี้ยงโคนม เป็นเกษตรกรที่ทาง ส.ป.ก. ให้คำรับรองว่า มีสิทธิทำกินในพื้นที่ ส.ป.ก. จัดให้

3. เกษตรกรประเภทโครงการ มีลักษณะดังนี้

เป็นเกษตรกรที่สนใจในการเลี้ยงโคนม ซึ่งรวมกลุ่มและจัดตั้งขึ้นโดยหน่วยงานของราชการ หรือ บริษัทเอกชน และได้รับความเห็นชอบจากธนาคาร ดำเนินงานในลักษณะโครงการครบวงจร โดยมีผู้รับผิดชอบในการรับซื้อนํ้านมดิบในราคาประกัน และให้การสนับสนุนวิชาการด้านการเลี้ยง และการดูแลรักษาและมีบริษัทประกัน รับผิดชอบภัยโคนมด้วย

9. อ.ส.ค. หมายถึง องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย รัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์โดยมีวัตถุประสงค์การจัดตั้งองค์การตามพระราชกฤษฎีกาดังนี้



### วัตถุประสงค์ด้านส่งเสริมกิจการโคนม

- ส่งเสริมการเลี้ยงโคนมและสัตว์อื่นที่ให้น้ำนมและเนื้อ
- ทำการฝึกอบรมให้บุคคลมีความรู้ความชำนาญในการเลี้ยงโคนม และสัตว์อื่นที่ให้น้ำนมและเนื้อ การผลิตน้ำนมและเนื้อ และการประกอบผลิตภัณฑ์จากน้ำนมและเนื้อ
- ช่วยเหลือแนะนำ ให้คำปรึกษาด้านการกำจัดโรค การดูแลสุขภาพ การผสมเทียม อาหารสัตว์ และอื่น ๆ ให้แก่เกษตรกร ตลอดจนประสานงานและร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- พัฒนาและผลิตพันธุ์โคนมและสัตว์อื่นที่ให้น้ำนมและเนื้อ
- ส่งเสริมและสนับสนุนการบริโภคนมและผลิตภัณฑ์นมในประเทศ
- กิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องและต่อเนื่องกับกิจกรรมส่งเสริมกิจการโคนม

### วัตถุประสงค์ด้านธุรกิจอุตสาหกรรมโคนม

- ผลิต ซื้อ ขาย แลกเปลี่ยน และให้ซึ่งน้ำนมและเนื้อ ผลิตภัณฑ์จากน้ำนมและเนื้อ โคนมและสัตว์อื่นที่ให้น้ำนมและเนื้อ ตลอดจนอาหารสัตว์ น้ำเชื้อ คัพภะ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการตลาด
- ธุรกิจบริการเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม และสัตว์อื่นที่ให้น้ำนมและเนื้อ และการผลิตผลิตภัณฑ์จากน้ำนมและเนื้อ
- กิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องหรือต่อเนื่องกับธุรกิจอุตสาหกรรมโคนม

## บทที่ 2

### แนวความคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม การศึกษา แนวความคิด ทฤษฎี การสำรวจวรรณกรรมและงานวิจัยที่จะกล่าวในบทนี้ มีลักษณะ หัวข้อสำคัญ ดังนี้

1. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
2. ทฤษฎีว่าด้วยการสื่อสาร
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้ เป็นแนวคิดที่ผู้นำมาวิจัย อย่างกว้างขวางทั้งนี้ เนื่องจากเป็นแนวคิดที่เปลี่ยนความสนใจจากความตั้งใจของ ผู้สร้างข้อความ มาเป็นความตั้งใจของผู้ใช้สื่อ อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยา

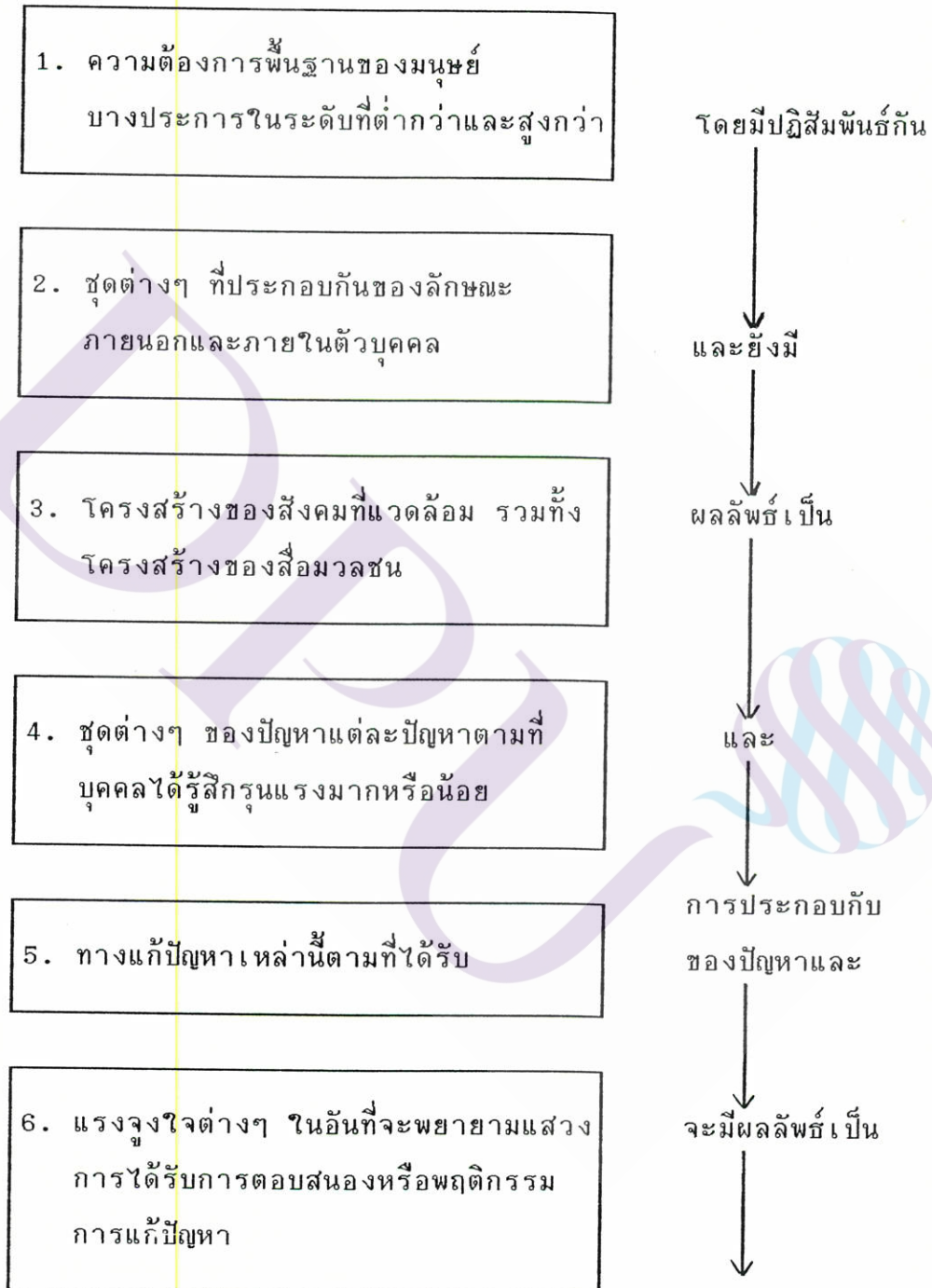
คาร์ล อีริก โรเซนเกรน (1978) ได้คิดแบบจำลองเกี่ยวกับการ ใช้ประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจในลักษณะที่นำเอาหน่วยประกอบต่างๆ และความสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงมาพิจารณา โดยแสดงให้เห็นถึงหน่วย ประกอบต่างๆ 11 หน่วย ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไรบ้างตามตัวอย่างที่แสดงใน ภาพที่ 1 ดังนี้<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup>Karl Erick Rosengren, Use and Gratification : A Pargigm Outlined in Blumer, J.G. and Katz E. (eds) The Use of Mass Communications (Beverly hills: sage Publiction), pp.269-270

## ภาพที่ 1

### ภาพจำลองการใช้และการตอบสนองของโรเลนเกรน





7. รูปแบบต่างๆ ของการบริโภคสื่อมวลชน

8. รูปแบบต่างๆ ของพฤติกรรมอื่นๆ

9. รูปแบบต่างๆ ของการได้รับตอบสนอง  
หรือการไม่ได้รับการตอบสนอง

10. ชุดต่างๆ ที่ประกอบกันของลักษณะ  
ภายนอกและภายในตัวบุคคล

11. โครงสร้างสื่อมวลชนและโครงสร้าง  
อื่นๆ ทางสังคม การเมือง ฯลฯ

และ

↓  
ทั้งสองประเภทของ  
พฤติกรรม

↓  
และอาจเป็นไปได้  
ที่จะมีผลกระทบต่อ

↓  
และในที่สุดมีผลถึง



ทฤษฎี Uses and Gratification เปลี่ยนสนใจจากความตั้งใจของผู้สร้างข้อความมาเป็น ความตั้งใจของผู้ใช้สื่ออื่นเป็นผลสืบเนื่องมาจากกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยาซึ่งคำอธิบายของเลนเกรน (1978) ในกรอบที่ 1 กล่าวถึงความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ ตามทฤษฎีลำดับขั้นตามความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Need) มาสโลว์ แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ลำดับ โดยความต้องการในอันดับขั้นแรก จะต้องได้รับการตอบสนองเสียก่อนจึงจะเกิดความต้องการในลำดับขั้นต่อไป ความต้องการทั้ง 5 ลำดับ มีดังนี้<sup>๑</sup>

1. ความต้องการทางสรีระวิทยา (Physiological Need) เป็นความต้องการเบื้องต้นที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิต เช่น ความต้องการอากาศหายใจ อาหาร น้ำ เสื้อผ้า และความต้องการทางเพศ เป็นต้น
2. ความต้องการความมั่นคง ปลอดภัย (Safety Need) คือความต้องการที่จะมีชีวิตอย่างมั่นคงและปลอดภัย ซึ่งก็คือการอยู่ในสังคมที่สงบเรียบร้อย มีระเบียบวินัย มีการดำเนิน ชีวิตประจำวันอย่างราบรื่น ไม่มีอุปสรรค เป็นต้น
3. ความต้องการความรักและความต้องการ เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม (Love and Belonging Need) คือการอยากมีเพื่อนมีความรัก ต้องการเป็นผู้ให้ความรักและได้รับความรัก เพื่อทำให้รู้สึกว่าตนไม่ได้อยู่คนเดียวอย่างโดดเดี่ยวอ้างว้างหรือถูกทอดทิ้ง

---

<sup>๑</sup>พิศมัย วิบุลย์ศักดิ์, จิตวิทยาทั่วไป. เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2527, หน้า 408-411.

4. ความต้องการเกียรติและศักดิ์ศรี (The Esteem Need) ลักษณะที่แสดงถึงความต้องการขั้นนี้ เช่น ต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากบุคคลอื่น ต้องการเกียรติยศชื่อเสียงหรือมีความภูมิใจเมื่อประสบความสำเร็จ

5. ความต้องการพัฒนาตนเองไปสู่ระดับที่สมบูรณ์ที่สุด (Self Actualization Need) เช่น ความต้องการมีความรู้ ความเข้าใจในสิ่งใหม่ๆ ความต้องการซาบซึ้งในสุนทรียะ (Aesthetic Need) ความต้องการในขั้นนี้ต้องตระหนักและเข้าใจถึงจะมุ่งหมายในชีวิต มีความพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง และพร้อมที่จะกระตุ้นให้เป็นประโยชน์ต่อสังคมด้วย

จากแบบจำลองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ (Basic Need) จะมีผลต่อลักษณะภายใน และภายนอก บุคคลซึ่งมาจากโครงสร้างของสังคมและโครงสร้างของสื่อ (กรอบที่ 2 และกรอบที่ 3 ตามลำดับ) ทั้งกรอบที่ 1, 2 และ 3 เป็นตัวแปรซึ่งมีผลซึ่งกันและกัน (Reciprocate) คือความต้องการของมนุษย์เป็นอย่างไรก็จะมีผลต่อโครงสร้างทางสังคม เช่น มีผลต่อลักษณะนิสัย และพฤติกรรมของเขา

จากแบบจำลองโรเลนเกรน เมื่อมนุษย์เกิดความต้องการ ความต้องการนั้นทำให้เกิดปัญหา (กรอบที่ 4) และการยอมรับในสถานการณ์ (กรอบที่ 5) เช่น เกษตรกรคนหนึ่งต้องการความมั่นคงในอาชีพการเลี้ยงโคนม แต่สภาพสิ่งแวดล้อมหรือรัฐบาลมีนโยบายด้านนี้ไม่แน่นอนก็จะทำให้เกิดปัญหาเนื่องจาก ความต้องการของเกษตรกรกับสภาพสังคมไม่สอดคล้องกันเกษตรกรจะเกิดแรงจูงใจที่จะแก้ปัญหา (กรอบที่ 6) อันเป็นผลทำให้เกิดพฤติกรรม ซึ่งอาจเป็นพฤติกรรมด้านสื่อ (กรอบที่ 7) หรือพฤติกรรมอื่นๆ (กรอบที่ 8) พฤติกรรมที่เกิดขึ้นนี้อาจตอบสนองความต้องการของเกษตรกร (Gratifications) หรือ ไม่อาจตอบสนองความต้องการของเขาได้ (Nongratifications) ดังแบบจำลองในกรอบที่ 9

ในบรรดาแบบจำลองซึ่งอยู่ในทางวิชาการทางด้านสื่อมวลชน แบบจำลองโรเลนเกรนน่าจะเป็นแบบจำลองที่มีผู้อ้างอิงกว้างขวางที่สุด โดยนำเอาหน่วยประกอบต่างๆ และความสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงมาพิจารณาว่า ทั้งสิบเอ็ดหน่วยมีความสัมพันธ์กันอย่างไร



ความต้องการจำเป็นต่างๆ ของปัจเจกบุคคล ประกอบกันเป็นจุดเริ่มต้นพัฒนาการของความต้องการจำเป็นนั้นหาได้เกิดขึ้นในความว่างเปล่าไม่ แต่เกิดขึ้นปฏิบัติระหว่างหน่วยประกอบซึ่งอยู่ในและอยู่โดยรอบปัจเจกบุคคล (กรอบที่สองและกรอบที่สาม) ด้วยการอ้างถึงลำดับของความจำเป็นตามที่มาสโล (1954) ได้แสดงไว้ โรเลนเกรนยืนยันว่า ระดับความต้องการที่สูงกว่า (ความต้องการพวกพ้อง ความรัก การยอมรับ และการกระทำให้สำเร็จด้วยตนเอง) ได้แก่ ความต้องการที่ตรงกันที่สุดกับแบบจำลอง ว่าด้วยการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ เมื่อเปรียบเทียบกับความต้องการในระดับต่ำกว่า (ความต้องการปลอดภัยและความต้องการทางจิตใจ)

ในกรอบที่สี่ โรเลนเกรน ได้นำความคิดรวบยอดอันว่าด้วยปัญหาซึ่งเกิดจากปฏิสัมพันธ์ ระหว่างความต้องการจำเป็นชนิดต่างๆ ลักษณะของปัจเจกบุคคล และสภาพแวดล้อมทางสังคมเข้ามาพิจารณา โรเลนเกรน ได้ให้ข้อสังเกตไว้ว่า "ปัญหา" และ "ความต้องการจำเป็น" สองสิ่งนี้จะต้องไม่นำไปสับสนกับลักษณะที่เห็นได้ชัดของปัญหาเหล่านี้ จะแตกต่างกันไประหว่างปัจเจกบุคคลต่างๆ วิธีการแก้ปัญหาที่เช่นเดียวกัน ปัจเจกบุคคลแต่ละคนก็จะแลเห็นช่องทางแตกต่างกันไป (กรอบที่ 5)

ในระดับของปัจเจกบุคคลปัญหาต่างๆ ตามที่ได้รับรู้และทางแก้ปัญหาต่างๆ อาจทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะกระทำอย่างใด (กรอบที่ 6) "แรงจูงใจ" นั้นอาจจะเป็นการยากที่จะแยกออกจาก "ความต้องการจำเป็น" และ "ปัญหา" โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการวิจัยเชิงประจักษ์แรงจูงใจต่างๆ อาจถูกนำไปสู่ขอบเขตอันกว้างขวางของเป้าหมายต่างๆ เป็นจำนวนมากของการได้รับความพึงพอใจหรือวิธีการแก้ปัญหาชนิดต่างๆ

การวิจัยได้ให้ตัวอย่างไว้บางประการ กล่าวคือ บุคคลได้ประสบกับสถานการณ์การทางสังคมต่างๆ ซึ่งเต็มไปด้วยความขัดแย้งและความตึงเครียดจนทำให้บุคคลนั้นๆ ได้รับแรงจูงใจที่จะหาทางผ่อนคลายความตึงเครียดด้วยการบริโภคสื่อมวลชนปัจเจกบุคคลอาจจะตระหนักถึงปัญหาในสังคมและด้วยเหตุนี้ถูกจูงใจให้แสวงหาสารสนเทศ เพื่อที่จะได้ทำความเข้าใจให้กว้างออกไปในเนื้อหาของสื่อมวลชนบรรดาปัจเจกชนซึ่งขาดโอกาสอันเป็นไปในอันที่จะสนองความต้องการของตนเองได้เต็มที่ ในอันที่จะมีปฏิสัมพันธ์ตามธรรมชาติ จึงเกิดผลตามมา คือถูกจูงใจที่จะใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของสื่อมวลชนบางประเภท ( ตัวอย่างเช่นละครโทรทัศน์ )

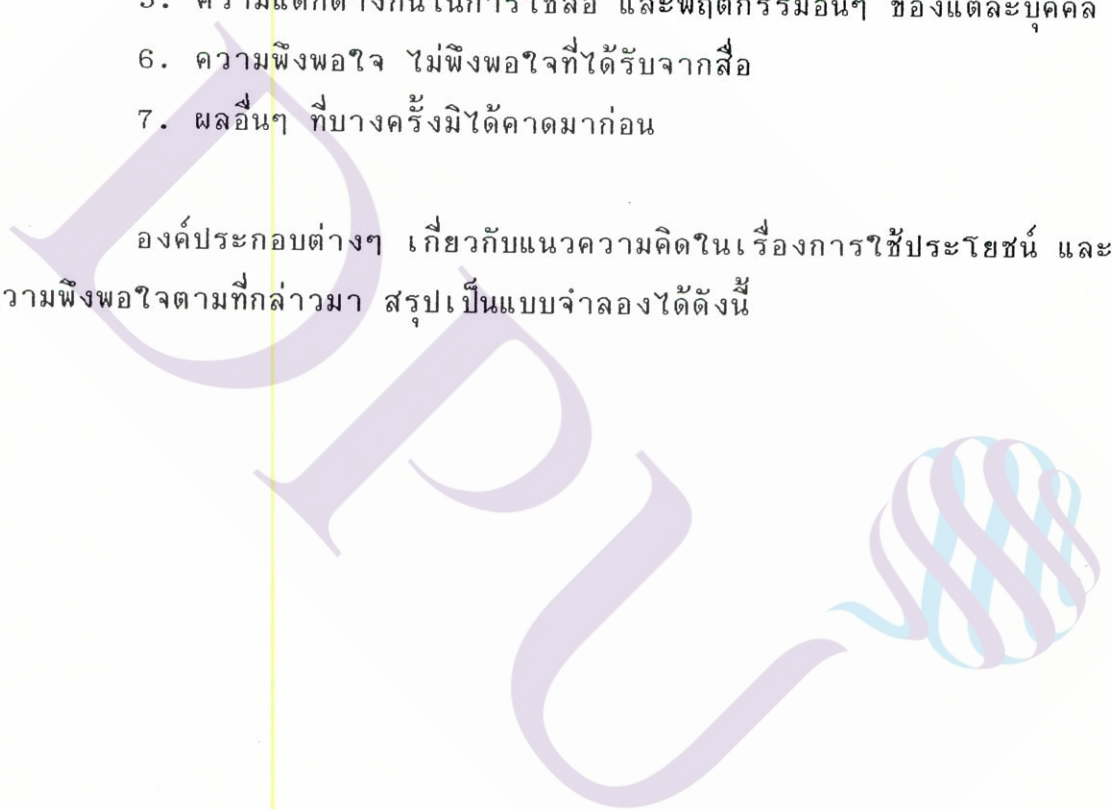
ดังนั้นปัญหาต่างๆ ซึ่งมีผลลัพธ์ตามมาเป็นแรงจูงใจนั้น จึงเป็นสาเหตุของการกระทำในรูปของการบริโภค สื่อมวลชน หรือ มิฉะนั้นก็ในรูปของพฤติกรรมอย่างอื่น ( กรอบที่ 7 และกรอบที่ 8 ) ในขณะที่ความต้องการจำเป็นปัญหา และแรงจูงใจต่างๆ มีลักษณะต่างๆ กันไป สำหรับบุคคลและกลุ่มต่างๆ กันผลลัพธ์ก็จะเป็นรูปแบบของพฤติกรรมที่ต่างๆ กัน บุคคลบางคนจะแสวงหาเรื่องบันเทิง บางคนก็จะสนใจต่อสารสนเทศ และบางคนก็จะไม่ใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของสื่อมวลชนแต่อย่างใดเลย

กรอบที่เก้า แสดงว่า แบบรูปที่ต่างกันของการได้รับความพึงพอใจ หรือ การให้ได้รับความพึงพอใจจะเป็นผลลัพธ์จากกระบวนการนั้น การวิจัยเชิงประจักษ์เป็นจำนวนมากปรากฏว่าล้มเหลวเป็นอย่างมากในการตรวจสอบการได้รับความพึงพอใจส่วนมากแล้วก็ทักท้วงเอาว่าประชาชนได้รับความพึงพอใจตามที่เข้าไปแสวงหา ( ยกเว้นงานวิจัยของ ปาลมกรีน และเรย์เบริน 1979 )

คาร์ท บลูมเมอร์ และ เกอร์วิทซ์ (1974) ได้ศึกษาในเรื่องการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจอย่างมีแบบแผน (Pattem) เช่นกัน โดยใช้องค์ประกอบ 7 อย่าง เพื่ออธิบายสรุปทฤษฎีนี้ไว้ ดังนี้

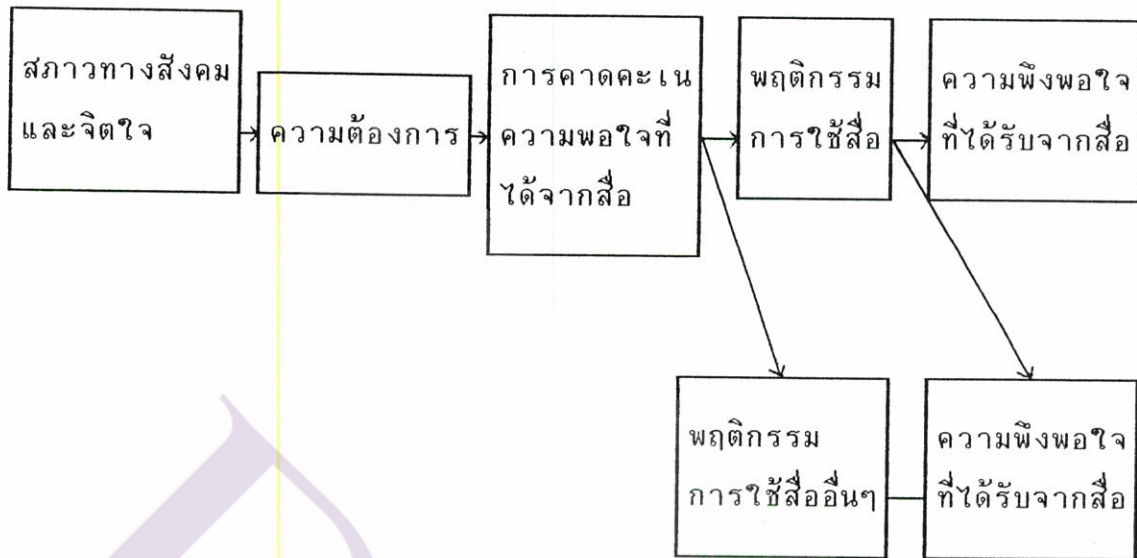
1. สภาวะทางสังคม และจิตใจที่มีผลต่อ
2. ความต้องการของบุคคล ว่าจะนำไปสู่
3. การคาดคะเนเกี่ยวกับ
4. สื่อและแหล่งที่มาของสาร
5. ความแตกต่างกันในการใช้สื่อ และพฤติกรรมอื่นๆ ของแต่ละบุคคล
6. ความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ
7. ผลอื่นๆ ที่บางครั้งมิได้คาดมาก่อน

องค์ประกอบต่างๆ เกี่ยวกับแนวความคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจตามที่กล่าวมา สรุปเป็นแบบจำลองได้ดังนี้





ภาพที่ 2



และในการจะศึกษาสื่อมวลชนตามแบบทฤษฎีนี้ (คาร์ท และคณะ 1974) มีข้อที่ขอรับก่อนดังนี้

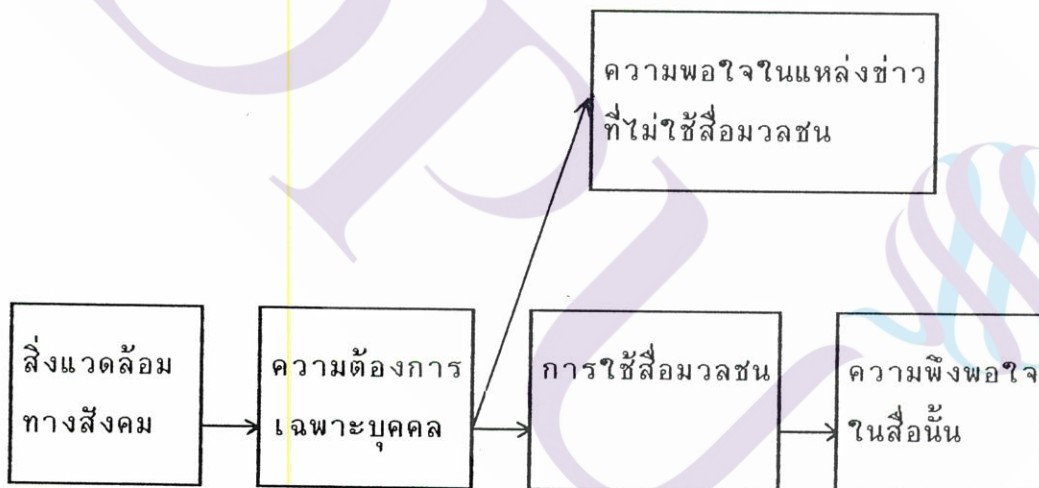
1. มนุษย์จงใจเสาะแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน, ดู หรือ ฟัง มนุษย์มีทางเลือกที่หลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อสารมวลชนของมนุษย์ มีจุดมุ่งหมาย (Goal-directed)
3. สื่อสารมวลชน ต้องแข่งกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่อาจจะตอบสนองความต้องการรู้ (need for orientation) ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการ จากความสนใจแรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่างๆ กัน
5. มนุษย์ทุกคนเป็นปัจเจกบุคคลที่มีความต้องการส่วนตัว

<sup>9</sup>Katz, E., Blumer, J.G. and Gurvitch, Utilization of mass Communication by the individual', the Use of mass communication. Beverly hill: sage Publication, pp. 21-22.

ความนิยมศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการใช้สื่อ เพื่อประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจมีมากขึ้นเป็นลำดับและในช่วงปีค.ศ. 1970 จึงได้มีการวิจัยเกิดขึ้นในหลายประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา อีสาร์เอล ญี่ปุ่น อังกฤษ ฟินแลนด์และสวีเดน แล้วการศึกษาวิจัยและความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องนี้ก็เป็นระบบมากขึ้นองค์ประกอบด้านสังคมและจิตวิทยาที่สามารถค้นพบแล้วนำมาอธิบายพฤติกรรมการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ดังจะพบในข้อสรุปของ Katz Gurevitch, and Haas (1973) ซึ่งกล่าวเกี่ยวกับ "Mass Media Uses and Gratifications Model" ว่ามีองค์ประกอบสำคัญ 5 ส่วน คือ

ภาพที่ 3

Mass Media Uses and Gratification Model



(ของ Katz, Gurevitch and Hass, 1973)

1. สิ่งแวดล้อมทางสังคม (Social Enviroment) ซึ่งจะมีอิทธิพลโดยตรงคือความต้องการของปัจเจกบุคคล

1.1 ลักษณะทางประชาสัมพันธ์กลุ่ม บางสังคมจะมีความสัมพันธ์ของกลุ่มหลายๆ สมาชิกของสังคมจะไม่ค่อยสนใจหรือเกี่ยวข้องกับเพื่อนร่วมสังคมมากเท่าไร (เช่น สังคมในเมือง) ในขณะที่สังคมอื่นอาจมีความสัมพันธ์ของสมาชิกสูง (เช่น สังคมชนบท)

1.2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ เชื้อชาติ ศาสนา เพศการศึกษา เป็นต้น

1.3 คุณลักษณะของบุคคลิกภาพ อันได้แก่ ความกลัว ความตื่นเต้น ความก้าวร้าว เป็นต้น

2. ความต้องการเฉพาะบุคคล (Individual's Need)

2.1 ความต้องการทางพุทธิปัญญาซึ่งเป็นความต้องการที่จะใฝ่หาความรู้ต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเรา หรือเหตุการณ์หรือเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

2.2 ความต้องการทางร่างกาย ซึ่งรวมถึงความรัก หรือความพอใจ

2.3 ความต้องการความสมบูรณ์ส่วนตัว ต่างคนต่างจิตใจ และมีความต้องการต่างกัน

2.4 ความต้องการความสมบูรณ์ทางสังคม ซึ่งคล้ายกับข้อ 2.3 เพียงแต่เป็นระดับทางสังคม ซึ่งได้แก่ การยอมรับ หรือการยกย่องทางสังคม

2.5 ความต้องการผ่อนคลายอารมณ์ หรือ การหลีกเลี่ยงความยุ่งยากทั่วไปดังนั้นจึงมีความต้องการที่จะใช้เวลาอยู่กับสิ่งแวดล้อมชั้นมากกว่าบุคคลอื่นหรืองานอื่น



3. ความพอใจในแหล่งข่าวที่ไม่ใช้สื่อมวลชน (Non - Media Sources of Need Satisfaction) กล่าวคือ ความต้องการของมนุษย์นั้นไม่มีแต่สื่อมวลชนเท่านั้นที่จะเป็นแหล่งข่าวให้ สมาชิกครอบครัว เพื่อน การสื่อสารให้ตัวเอง งานอดิเรก การนอนหลับพักผ่อน หรือแม้รับประทานยาก็สามารถทำ ความพอใจให้แก่ปัจเจกบุคคลได้เช่นกัน

#### 4. การใช้สื่อมวลชน (Mass Media Use)

- 4.1 ประเภทของสื่อมวลชนได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์และนิตยสาร
- 4.2 เนื้อหาสาระที่เผยแพร่จากสื่อมวลชน เช่น ข่าวการเมือง ข่าวสังคม ข่าวกีฬา บทความและบทสัมภาษณ์ที่กระตุ้นให้เกิดทัศนคติต่างๆ เป็นต้น
- 4.3 การเปิดหรือเข้าถึงสื่อมวลชนนั้นๆซึ่งแต่ละคนก็มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหรือโอกาสเข้าถึงสื่อต่างกัน
- 4.4 สภาพของสังคมที่มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อการเปิดรับสื่อมวลชน

#### 5. การพึงพอใจในสื่อ (Media Gratifications) ซึ่งเป็น การตอบสนองของปัจเจกบุคคลที่มีความพึงพอใจต่อสื่อ

- 5.1 การสำรวจเหตุการณ์ (Surveillance) เป็นการติดตามตรวจสอบข่าวสารที่อยู่รอบตัว
- 5.2 ความเพลิดเพลินหรือการพักผ่อน (Diversion/entertainment) เป็นการใช้สื่อเพื่อการพักผ่อนหรือเป็นการหลบหนีปัญหาต่างๆ หนีความจำเจของชีวิต
- 5.3 เอกลักษณ์เฉพาะบุคคล อาจเป็นการค้นหาความเป็นจริงที่บุคคลต้องการหรืออาจเป็นการแสวงหาข้อมูล เพื่อเสริมความคิดของตนเอง

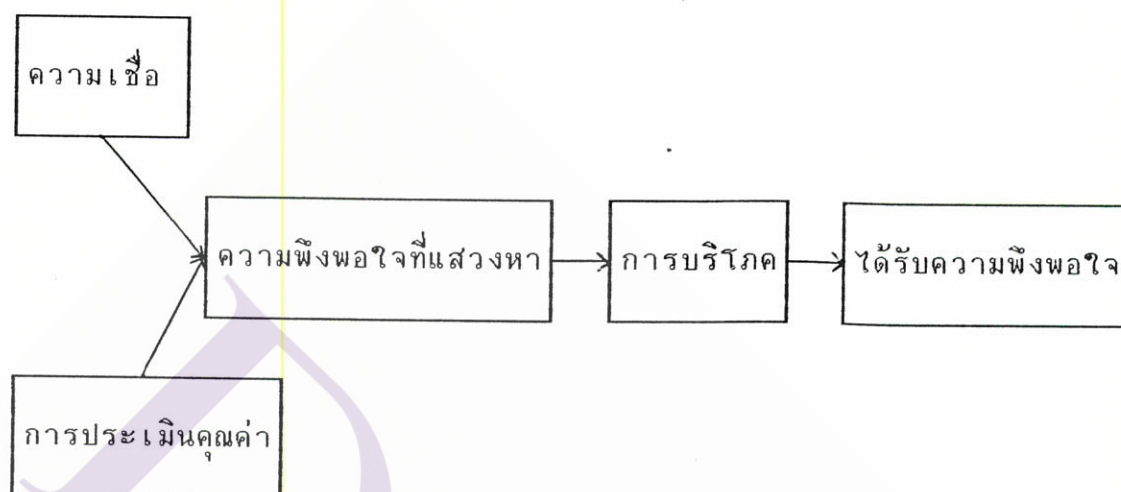
5.4 การมีความสัมพันธ์กับสังคม ความพึงพอใจในการใช้สื่อก็ทำให้รู้  
เหตุการณ์เปลี่ยนแปลงในสังคม จะได้มีส่วนร่วมหรือมีความสัมพันธ์กับสังคม

กล่าวโดยสรุปในแบบจำลองที่ 3 (1) สิ่งแวดล้อมทางสังคมที่มีผลต่อ (2) ความต้องการเฉพาะบุคคลที่จะนำไปสู่ (3) การใช้สื่อที่ไม่ใช้สื่อมวลชน (4) และสื่อมวลชนแล้วจึง (5) เกิดความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ และ (6) ผลลัพธ์อื่นๆ ที่บางครั้งมิได้คาดหมายมาก่อน

แบบจำลองนี้ค่อนข้างจะเป็นแกนนำของความหมายและความเข้าใจเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจ ถึงแม้ว่านักวิชาการในช่วงหลังๆ จะได้พยายามศึกษาวิจัยอธิบายเพิ่มเติมพร้อมร้อยก็ตาม แต่แกนของแบบจำลองก็ยังไม่แตกต่างกัน ดังเช่น Rayburn and palmgreen ได้สรุปผลการวิจัยของเขาเป็นแบบจำลองที่เรียกว่า "Expectancy-value" ซึ่งได้กล่าวว่า คนเรานั้นจะมีความเชื่อ (Beliefs) ซึ่งเป็นความหวังในเบื้องต้นเกี่ยวกับประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสื่อ แล้วผสมผสานกับการประเมินคุณค่า (Evaluation) ของตัวเองทั้งความเชื่อและการประเมินคุณค่านี้จะทำให้ บุคคลนั้นแสวงหาความพึงพอใจ (Gratification Sought) จากนั้นก็จะเริ่มบริโภคหรือใช้สื่อ (Media Consumption) ซึ่งผลตามมาคือ ได้รับความพึงพอใจ (Perceived Gratification Obtained)

### ภาพที่ 4

#### แบบจำลอง Expectancy-Value ของ Rayburn และ Palmgreen



จากการสำรวจวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีการใช้และความพอใจสื่อมวลชน ที่มีอยู่ ก็จะทำให้ข้อสรุปเป็นแนวการวิจัยในครั้งนี้ได้ คือ

1. เรื่องของการใช้ และ ความพอใจสื่อมวลชนนี้ เป็นกระบวนการ (Process)
2. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสารและสิ่งแวดล้อมทางสังคม เป็นจุดเริ่มแรกที่กระตุ้นให้ผู้รับสารแสวงใช้สื่อ
3. อย่างไรก็ตาม ผู้รับสารก็ต้องมีความต้องการที่จะเปิดรับสื่อด้วย
4. ผู้รับสารจะมีความเชื่อ ความคาดหวัง ค่านิยมและการประเมินคุณค่าในตัวสื่อเป็นพื้นเดิม
5. ซึ่งสื่อเองก็จะมีลักษณะในเรื่องของประเภท โครงสร้าง เทคโนโลยี เนื้อหา และอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สื่อของผู้รับสาร
6. ผู้รับสารเกิดความต้องการและแสวงหาสื่อ



7. บริโภคสื่อโดยมีพฤติกรรมการใช้สื่อแตกต่างกันไป
8. เกิดความพึงพอใจในการใช้สื่อ (รวมถึงความไม่พึงพอใจด้วย)
9. และผลลัพธ์อื่นๆ ที่ไม่คาดหวังมาก่อน

### ทฤษฎีว่าด้วยการสื่อสาร

การติดต่อสื่อสาร (Communication) เป็นกระบวนการติดต่อเพื่อถ่ายทอดแนวความคิดจากแหล่งสารไปยังผู้รับสาร ด้วยความตั้งใจที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้รับสาร หรือเป็นการถ่ายทอดข้อเท็จจริง ความคิด ความตั้งใจ ความรู้ระหว่างบุคคลตั้งแต่สองขึ้นไปซึ่งการติดต่อสื่อสารจะเกิดขึ้นได้อย่างสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อผู้รับสารได้เข้าใจถึงความหมายที่แท้จริงของผู้ส่งสาร

ดังนั้นองค์ประกอบที่สำคัญของการใช้สื่อเพื่อการส่งเสริมการเลี้ยงโคนมควรมีโครงสร้างที่สำคัญที่ครบถ้วน

การใช้สื่อเพื่อประโยชน์ในงานส่งเสริมการเลี้ยงโคนม ต้องมีความมุ่งหมายให้การใช้สื่อให้บรรลุผลคือ

1. เพื่อให้ความร่วมมือสนับสนุนการดำเนินงานของ อ.ส.ค. เมื่อได้เผยแพร่แจ้งข่าว ให้ความรู้และความเข้าใจถูกต้องต่อเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม
2. เพื่อกระตุ้นเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมเกิดความเชื่อถือ อ.ส.ค. หรือรัฐบาลทั้งโดยการพูดและการเขียนให้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ได้รับประโยชน์ที่พึงการรับข่าวสาร
3. เพื่อเป็นการสื่อสารรับฟังความคิดเห็นของเกษตรกร ผู้เลี้ยงโคนม เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานปรับปรุง แก้ไขหน่วยงานต่อไป
4. เพื่อก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดี เสริมสร้างความสามัคคี ตลอดจนความร่วมมือต่อกัน

บทบาทของการติดต่อสื่อสารด้านการส่งเสริมการเกษตรโดยตรงนั้นมุ่งไปสู่ความสัมพันธ์อันดีของหน่วยงาน<sup>10</sup> การติดต่อสื่อสารเพื่องานส่งเสริมการเกษตรของผู้เลี้ยงโคนมที่ดีจะมีประโยชน์มากมายหลายประการเช่น

- ช่วยสร้างบรรยากาศรับรู้
- ช่วยสร้างความคิดคำนึงกระตุ้นให้ผู้รับการส่งเสริมอยากมีชีวิตที่ดีขึ้น
- ช่วยให้ได้สำรวจเรียนรู้ สภาพแวดล้อมที่แปลกใหม่ดีขึ้น
- ช่วยสร้างความเข้าใจให้เกิดแก่กลุ่มผู้รับข่าวสาร และช่วยให้มีจุดร่วมในการดำเนินงานได้ถูกต้องดียิ่งขึ้น
- ช่วยให้ปฏิบัติงานส่งเสริม บังเกิดความสมบูรณ์ และบรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ได้ดียิ่งขึ้น

#### แนวคิดว่ากระบวนการติดต่อสื่อสาร (The Communication Process)

สมาคมแห่งสหรัฐอเมริกา<sup>11</sup> (The American Society of Training Directors) ให้คำจำกัดความว่า กระบวนการติดต่อสื่อสารหมายถึง การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือข่าวสารข้อมูล เพื่อที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจและเชื่อใจระหว่างกัน หรือเพื่อให้มนุษย์มีความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจระหว่างกัน

<sup>10</sup> ชาคริต จุลกะเสวี. การประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริม. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานส่งเสริมและฝึกอบรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2513, หน้า 51.

<sup>11</sup> กรองแก้ว อยู่สุข. พฤติกรรมองค์การ. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533, หน้า 163.

ก่อนที่จะเกิดการสื่อสารจะต้องมีผู้ส่งสาร มีวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ซึ่งแสดงออกในรูปของตัวข่าวสารและตัวผู้รับสาร ตัวข่าวสารจะถูกตกแต่งดัดแปลงให้เป็นรูปต่างๆ เช่น คำพูด ลายลักษณ์อักษร ฯลฯ และส่งมาโดยสื่อ หรือช่องทาง (Channel) ถึงผู้รับสาร ซึ่งจะแปลและถอดความนั้นเพื่อให้เข้าใจตามวัตถุประสงค์ของส่งข่าวสารอีกทีหนึ่ง

สำหรับการสื่อสารด้านการส่งเสริมการเลี้ยงโคนมมีองค์ประกอบดังนี้คือ <sup>12</sup>

1. แหล่งข่าว หรือผู้ส่งข่าวสาร (Source or Sender) ได้แก่ บุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้ริเริ่ม หรือ เริ่มต้นส่งข่าวสารไปให้อีกบุคคลหนึ่งหรือเป็นผู้ทำหน้าที่ส่งสารผ่านช่องทางหนึ่งไปยังผู้รับสาร ฉะนั้นผู้ส่งสารจึงมีบทบาทในการชี้นำพฤติกรรมสื่อสารภายในสถานการณ์หนึ่งๆ นั้นจะเป็นไปในรูปใด และมีผลอย่างไร หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ผู้ส่งสารกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) จากผู้รับสาร

ผู้ส่งข่าวสารด้านการเกษตรกรรมผู้เลี้ยงโคนม ได้แก่ รัฐบาล กระทรวง หน่วยงานที่ได้รับมอบหมาย รัฐวิสาหกิจ เจ้าหน้าที่ในสังกัด หรือพนักงาน อ.ส.ค. เป็นต้น

2. ผู้เข้ารหัส (Encoder) หมายถึง ผู้ที่รับผิดชอบในการนำความคิดของแหล่งข่าวไปยังผู้ที่ต้องการสื่อสารด้วย โดยการใช้สัญญาณ (Signal) และสัญลักษณ์ (Symbol) หรือเรียกว่าการเข้ารหัส (Encoding) ซึ่งแสดงถึงเป้าหมาย หรือสิ่งที่แหล่งต้องการสื่อ

<sup>12</sup>ดัดแปลงจาก Berlo, The Process of Communication : An Introduction to theory and practice. Holt, Rinehart and Winston, The, New York, P.2-3 และพืชนี เชยจรรยา, เมตตา กฤตวิทย์, ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์, หน้า 8-30.



3. ตัวสาร หรือ เนื้อหา (Message) ได้แก่ สิ่งที่ถูกส่งสารส่งไปให้ผู้รับ ในรูปของรหัส คำว่า "รหัส" หมายถึงสัญญาณ (Signal) หรือสัญลักษณ์ (Symbol) หรือกลุ่มของสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นที่มีความหมายต่อคน และผู้รับสารสามารถเข้าใจ ความหมายของมันได้ต่อเมื่อมีการถอดความหมายหรือสัญลักษณ์ออกมา สัญญาณ หรือ สัญลักษณ์ในที่นี้ อาจเป็นคำพูด ตัวหนังสือ หรืออาจเป็นรูป เครื่องหมาย หรือกิริยา ท่าทางต่างๆ ฯลฯ ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดง หรือถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการ และวัตถุประสงค์ของผู้รับสารส่วนใหญ่แล้วตัวสารคือภาษา (Language) ซึ่ง ภาษาแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ วจนภาษา (Verbal Message or Language) ซึ่งแสดงออกมาในรูปคำพูด หรือตัวอักษร เป็นภาษาพูด หรือภาษาเขียน เป็นต้น ส่วนภาษาอีกประเภท คือ อวจนภาษา เป็นภาษาซึ่งไม่ได้แสดงออกโดยใช้ถ้อยคำ แต่สื่อความหมายทางอื่น ได้แก่ สายตา น้ำเสียง การแสดงออกทางสีหน้ากิริยาท่าทาง การสัมผัส และรูปลักษณ์ต่างๆ หรือตัวสารสำหรับการส่งเสริมการเกษตร การเลี้ยงโคนม ได้แก่ นิยาย เรื่องราว เนื้อข่าว วิธีปฏิบัติ เป็นต้น

4. ช่องทางการสื่อสาร (Channel) คือตัวกลางที่ช่วยในการนำส่ง สารจากผู้ส่งไปยังผู้รับสาร ซึ่งเปรียบเสมือนทางหรือพาหะระหว่างผู้ร่วมสื่อสาร เช่น การส่งข่าวสารการเลี้ยงโคนมโดยสื่อมวลชน และสื่อบุคคลไปยังเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

เบอร์โล (Berlo) ได้แบ่งช่องทางการสื่อสารเป็น 3 ประเภท

1. ช่องทางที่เป็นตัวกลางนำสารจากผู้ส่งสารไปให้ผู้รับสาร ได้แก่ คลื่น แสง คลื่นเสียง วิทยุ โทรเลข โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น โดยช่องทางนี้เน้นหนักในเรื่องสื่อทางเทคโนโลยี

2. ช่องทางที่เป็นพาหะของสื่อที่นำสาร เช่น อากาศ ซึ่งเป็นตัวนำคลื่น เสียงสู่ประสาทรับความรู้ต่างๆหรือประสาททั้ง 5 ได้แก่ การเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การสัมผัสการลิ้มรส ช่องทางประเภทนี้พบในกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล

3. วิธีการเข้ารหัสและการถอดรหัสสาร (Mode of Encoding and Decoding) เช่น การใช้วิธีพูด การใช้วิธีเขียน เป็นต้น

วิจิต อวระกุล ได้เขียนในหนังสือหลักการส่งเสริมการเกษตรถึงช่องทางสารว่ามีหลายช่องทาง ได้แก่

ก. ช่องทางโดยการเห็น เช่น โทรทัศน์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ โปสเตอร์ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ นิทรรศการ เป็นต้น

ข. ช่องทางโดยการฟัง เช่น วิทยุกระจายเสียง การอบรม บรรยาย สัมมนา เป็นต้น

ค. ช่องทางโดยการสัมผัส เช่น การลงมือทดลอง การปฏิบัติตามคำแนะนำ การฝึกหัดต่างๆ

ง. ช่องทางโดยการดมกลิ่น เช่น การตรวจสอบกลิ่นหญ้าหมัก ซึ่งเป็นอาหารโคนม การดมกลิ่นน้ำมันดิบ เป็นต้น

จ. ช่องทางโดยการลิ้มรส เช่น การทดสอบรสชาติน้ำนม เป็นต้น

4. ผู้ถอดรหัส (Decoder) คือ ผู้ที่ถอดความหมายของสัญญาณ หรือสัญลักษณ์ที่ผู้เข้ารหัสส่งมา หรือผู้รับผิดชอบการถอดรหัสของสาร (Decoding) เพื่อให้ผู้รับสารปลายทาง (Receiver Destination) หรือผู้รับสารที่ส่งสารต้องการให้ได้รับสารของตน

5. ผู้รับสาร (Receiver) คือ ผู้ที่รับสารจากบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง เมื่อได้รับสารจะเกิดการตีความและการตอบสนองจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ และส่งปฏิกิริยาตอบสนอง (Feedback) กลับไปให้ผู้ส่งสารโดยผู้รับสารจะทำให้กลุ่มเป้าหมายปลายทาง เช่น เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้รับ หรือมีความรู้ความเข้าใจตรงกับวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

6. ข้อมูลย้อนกลับ หรือปฏิกิริยาตอบสนอง ก็คือ สาร แต่เป็นสารที่ผู้รับสารส่งไปให้ผู้ส่งสารเมื่อได้ตีความหมายของสารที่ได้รับ "สาร" นี้มีได้อยู่ที่ตัวสาร แต่อยู่ที่ "การตีความ" ของผู้รับสาร ผู้ส่งสารจำเป็นต้องสนใจ และให้ความสำคัญกับปฏิกิริยาตอบสนอง เพราะถ้าไม่เป็นไปตามที่ตนต้องการ ผู้ส่งสารก็สามารถปรับสารของตนให้ผู้รับสารเข้าใจตรงตามที่ตนต้องการได้ในที่สุด

ลักษณะของข้อมูลย้อนกลับ หรือปฏิกิริยาตอบสนองมีหลายลักษณะ ได้แก่

- ที่เป็นคำพูด (Verbal Feedback) เช่น การตอบว่า "ใช่" หรือ "ไม่ใช่"
- ที่ไม่ใช่คำพูด (Nonverbal Feedback) เช่น การพยักหน้า การส่ายหน้า การเงยบ เป็นต้น
- ด้วยความตั้งใจของผู้ส่งสาร (Intentional feedback) เช่น ผู้ฟัง
- ด้วยความไม่ได้ตั้งใจของผู้รับสาร (Nonintentional Feedback) เช่น การแสดงด้วยความอาย
- ปฏิกริยาในทางบวก (Positive Feedback) คือ การแสดงการยอมรับ หรือความเห็นพ้องต้องกัน เช่น การยอมรับ การพยักหน้า
- ปฏิกริยาในทางลบ (Negative Feedback) เช่น การตอบปฏิเสธ การแสดงสีหน้าบึ้ง เป็นต้น
- ปฏิกริยาที่เป็นการแสดงออกโดยตรง (Direct Feedback) คือ ผู้ส่งสารต้องการส่งปฏิกิริยาตอบสนองนั้นอย่างตรงไปตรงมา เช่น การตอบคำถาม
- การแสดงออกทางอ้อม (Indirect Feedback) คือ ผู้ส่งสาร ไม่กล้าแสดงปฏิกิริยาตอบสนองโดยตรง เช่น การข่มแทนการปฏิเสธ เป็นต้น
- การแสดงออกโดยทันที (Immediate Feedback) เป็นการแสดงออกหลังจากรับสารจากผู้ส่งสาร มักเกิดขึ้นในการสื่อสารระหว่างบุคคล
- การแสดงออกมาให้เห็นในเวลาต่อมา (Delay Feedback) ผู้รับสารเมื่อรับสารไปแล้วระยะหนึ่ง ปฏิกริยาตอบสนองแบบนี้จะเกิดขึ้นจากการรับสารจากสื่อมวลชน



- ปฏิกริยาตอบสนองแบบแสดงออกให้เห็น (Overt หรือ Explicit Feedback) ซึ่งผู้สื่อสารสามารถสังเกตเห็นได้ หรือเป็นการเก็บการตอบสนองสารที่ได้รับไว้ในใจ (Covert หรือ Implicit Feedback) เช่น การตำหนิ การกระทำของบุคคล การซ่อนความไม่พอใจไว้ เป็นต้น

การวิจัยครั้งนี้ ข้อมูลย้อนกลับคือพฤติกรรมการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อมวลชน และ สื่อบุคคลของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมสมาชิกของ อ.ส.ค.

การศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมผู้วิจัยได้กำหนดสื่อเพื่อการศึกษาครั้งนี้ไว้ 2 สื่อคือ สื่อมวลชน และสื่อบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับวิธีการส่งเสริมการเกษตรทางภาครัฐบาลที่ได้ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน เพื่อทำการเผยแพร่ความรู้ไปสู่เกษตรกรกลุ่มเป้าหมาย 3 แนวทางด้วยกัน<sup>13</sup>

#### 1. วิธีการติดต่อสื่อสารเป็นรายบุคคล (Individual Contact)

เป็นการติดต่อโดยตรงถึงเฉพาะแต่ละบุคคลหรือเข้าถึงตัวเกษตรกรโดยตรงวิธีนี้จะนำไปสู่สภาพการยอมรับได้มากที่สุด เพราะสามารถสร้างความเข้าใจกันได้อย่างละเอียดถี่ถ้วน ให้ความคิดหรือแนวทางปฏิบัติใหม่ ๆ ที่ถูกต้องได้อย่างดีตรงกับความต้องการ เป็นวิธีที่สร้างความเลื่อมใสศรัทธาได้ดีมากที่สุดยังจะช่วยให้เกษตรกรยอมรับบริการอื่น ๆ ได้ดีขึ้นด้วยและจะเป็นทางสื่อสารขยายผลไปสู่บุคคลอื่น ๆ ได้ต่อไปด้วย วิธีนี้เหมาะสำหรับเกษตรกรที่มีพื้นฐานความรู้แตกต่างกันมากได้ เพราะเป็นการช่วยแนะนำเฉพาะตัว ช่วยเสริมความรู้ความต้องการได้อย่างใกล้ชิด

การเลือกใช้สื่อเป็นรายบุคคลนี้ ได้แก่ การไปเยี่ยมเยือนเกษตรกรที่บ้าน การส่งแบบสอบถาม โทรศัพท์ การแสดงสาธิตเฉพาะเรื่องโดยตรง เป็นต้น

<sup>13</sup> ชาคริต จุลกะเสวี. การประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริม. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานส่งเสริมและฝึกอบรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2531. หน้า 31-57.



## 2. วิธีการติดต่อสื่อสารเป็นกลุ่ม (Group Contact)

เป็นการติดต่อพร้อมๆ กันเป็นกลุ่ม ซึ่งการสื่อสารการเกษตร ใช้วิธีนี้กันมาก เป็นการสนับสนุนความรู้ วิทยาการใหม่ๆ ให้กลุ่มเกษตรกรได้มีการยอมรับในแนวทางเดียวกันได้ง่ายขึ้น เพราะมีโอกาสปรึกษาหารือ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างใกล้ชิด ได้รับทราบรายละเอียดและความรู้ใหม่ๆ โดยตรงพร้อมกัน ทำให้มีความเข้าใจชัดเจนมากขึ้นได้ การสื่อสารการเกษตรแบบกลุ่มนี้สามารถให้บริการแก่เกษตรกรเป็นกลุ่มย่อยๆ ที่มีระดับพื้นฐานความรู้ หรือความต้องการใกล้เคียงกันได้สะดวกยิ่งขึ้น ซึ่งทำได้โดย การประชุม/การฝึกอบรมพิเศษ/การบรรยาย/การสาธิตแบบต่างๆ/การประชุมสนุ่สนสร/การจัดนิทรรศการเฉพาะเรื่อง / การจัดโครงการร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ / การจัดทัศนศึกษาเฉพาะเรื่องที่ต้องการ เป็นต้น

## 3. วิธีการติดต่อสื่อสารแบบมวลชน (Mass Contact)

เป็นการสื่อสารให้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมเป็นจำนวนมากๆ พร้อมกันเป็นการประหยัดเวลา ทำได้รวดเร็ว โดยใช้สื่อมวลชนทั้งในส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เอกสารสิ่งพิมพ์ ได้แก่ เอกสารข่าว คำแนะนำ เผยแพร่ จดหมายเวียน ป้ายโฆษณา โปสเตอร์ เครื่องมือโสตทัศนูปกรณ์ต่างๆ การจัดกิจกรรมพิเศษก็สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการสื่อสารแบบมวลชนนี้ด้วย

อย่างไรก็ตาม สำหรับภาวะที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน การส่งเสริมการเกษตรต่างๆ รวมทั้งการส่งเสริมการเลี้ยงโคนมของเมืองไทยนั้น การส่งเสริมแบบวิธีการติดต่อสื่อสารเป็นกลุ่มโดยสื่อบุคคลจะเป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุด ทั้งนี้เพราะเกษตรกรในท้องถิ่นต่างๆ ส่วนมากจะอยู่ในชนบท และเป็นผู้ที่ต้องการได้รับความรู้ อีกมาก ไม่เหมือนกับผู้ที่อยู่ในเมือง หรือแหล่งชุมชนที่เจริญแล้ว นอกจากนี้ยังช่วยให้ประหยัดและทำได้ง่าย มีผู้นำท้องถิ่นเป็นตัวเชื่อมในงานส่งเสริมทำตัวอย่างให้ดูได้สะดวกขึ้น ช่วยให้การส่งเสริมในระยะเริ่มต้น ซึ่งต้องใช้ความรู้เสริมได้ง่ายขึ้น โดยการสื่อสารแบบกลุ่มนี้ จะต้องมีสื่อบุคคลที่ดีจึงจะประสบความสำเร็จ

แนวคิดเพื่อการเลือกสื่อต่างๆในงานส่งเสริมนั้น ฃรงค์ สมพงษ์ ได้เสนอหลักเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้<sup>14</sup>

1. กำหนดจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของการสื่อสารได้ อย่างชัดเจน
2. พิจารณาลักษณะของกลุ่มเป้าหมายว่ามีลักษณะอย่างไร ทางด้านเพศและอายุ ฐานะทางเศรษฐกิจ พื้นฐานความรู้ พฤติกรรมของการสื่อสาร
3. ทราบจำนวนและขนาดของผู้รับสาร
4. พิจารณาสถานการณ์การใช้สื่อด้านสถานที่ และเครื่องอำนวยความสะดวก
5. พิจารณาทักษะในการสื่อสารของผู้ส่งสาร
6. งบประมาณในการใช้สื่อ

นอกจากนี้ ชาคริต จุลกะเสวี ก็ได้เขียนถึงการเลือกใช้สื่อที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมที่ดีควรปฏิบัติให้เหมาะสม เพื่อป้องกันความล้มเหลวของงานส่งเสริมโดยมีข้อควรพิจารณาการใช้สื่อให้เหมาะสมที่จะปฏิบัติ ดังนี้<sup>15</sup>

1. ใช้วิธีการที่มนุษย์ใช้ติดต่อกันได้ง่ายโดยคำนึงถึงธรรมชาติของมนุษย์ มิใช่การติดต่อแบบเครื่องจักรหรือสมองกล ควรใช้วิธีง่ายที่สุดใน การติดต่อ
2. ข่าวสาร สื่อต่างๆ ในการสื่อสาร ต้องเลือกให้เหมาะสมกับกลุ่มชน ทั้งทางด้านความรู้ เพศ อายุ ฯลฯ ด้วยจึงจะดี
3. ควรใช้ภาษาที่เกษตรกรเข้าใจง่าย
4. เหมาะสมกับเวลา สถานที่ บุคคล และตรงเวลา

<sup>14</sup> ฃรงค์ สมพงษ์. สื่อเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่ ฝ่ายสื่อการศึกษา สำนักงานส่งเสริมและฝึกอบรม, 2530, หน้า 72.

<sup>15</sup> ชาคริต จุลกะเสวี. การประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริม. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานส่งเสริมและฝึกอบรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2531, หน้า 57-59.

5. ให้มีลักษณะการแสดงออกที่ดี สุขุม ละเอียดอ่อน ประณีต และดึงดูดความสนใจได้ดี
6. ใช้วิธีการสื่อสารแบบทางคู่ (Two way Communication) เพื่อต้องตรวจสอบความเข้าใจของผู้รับสาร รับฟังการตอบสนองของเกษตรกร งานส่งเสริมการเกษตรเกิดความล้มเหลวขึ้น เนื่องจากสื่อสารไปยังเกษตรกรต่างๆ เป็นลักษณะการสื่อสารแบบทางเดียว (one-way communication) โดยมีได้มีการศึกษาฟังเสียงสะท้อนกลับรับฟังความคิดเห็น หรือ ความต้องการของ เกษตรกรกลุ่มเป้าหมาย
7. ต้องมีความอดทน กล้าเผชิญกับความจริงและข้อเท็จจริงต่างๆแม้จะเป็นเรื่องที่ทำได้ยากก็ตาม
8. ควรเน้นบางจุด บางตอน เมื่อมีโอกาสได้รับประโยชน์
9. ควรย้ำ หรือย้ำบ่อยครั้งถ้าจำเป็นต้องทำ
10. ต้องเอาชนะสิ่งรบกวนต่างๆ ที่จะทำให้การสื่อสารไม่ได้ผลและทำให้เกษตรกรไม่สนใจ ต้องแก้ไขให้จงได้
11. ให้ความสนใจข้อแนะนำ ผลสะท้อน และความคิดเห็นที่สำคัญๆ ซึ่งได้รับจากเกษตรกรกลุ่มเป้าหมาย
12. หาวิธี เตรียมผู้รับข่าวสาร ให้พร้อม ที่จะรับเมื่อจะเริ่มเสนอแนวความคิด

แนวความคิด ทฤษฎี ของการวิจัย เรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดสื่อในการศึกษารังนี้ เพียงสื่อมวลชน และสื่อบุคคล ซึ่งจากหลักนิเทศศาสตร์ ได้มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ศึกษาถึงบทบาทและหน้าที่ของสื่อดังกล่าวไว้หลายท่าน ผู้วิจัยจึงขอนำแนวความคิดของท่านเหล่านั้นมาเพื่อให้ทราบ ดังนี้



### สื่อบุคคล

สมควร กวียะ ได้กล่าวถึงการสื่อสารระหว่างบุคคล มีหน้าที่ที่เกี่ยวกับการส่งสารและการรับสารในทฤษฎีทางสรีรวิทยาได้ดังนี้<sup>16</sup>

<u>บทบาทหน้าที่ในการส่งสาร</u>	<u>บทบาทหน้าที่ในการรับสาร</u>
การแสดงออก	การรับรู้การแสดงออก
การให้ข่าวสาร	การเรียนรู้ข่าวสาร
การชักจูงใจ	การถูกชักจูงใจ
การให้ความบันเทิง	การรับความบันเทิง
การฆ่าเวลา(Fill)	การฆ่าเวลา(Fill)
การแสดงตนเองให้ผู้อื่นประเมิน	การประเมินผู้อื่น

นอกจากนี้ จากการศึกษาวิจัยของนักวิชาการหลายๆ ท่านเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ (Use and Gradtification) ของประชาชนผู้รับสาร ซึ่งพืงเริ่มในปี 1944 โดยแฮร์ซอค และในปี 1949 โดยบิลเรลสัน และพืงได้รับความสนใจอย่างเจาะจงในปี 1972 โดยธานีย์ 1973 โดยคาร์ทและคณะ และ 1974 โดยเอลลิออต ซึ่งนักวิจัยเหล่านี้ได้ค้นพบ บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มาจาก ความต้องการและสิ่งอันพึงประสงค์ ดังนี้<sup>17</sup>

<sup>16</sup> สมควร กวียะ. การสื่อสารมวลชน บทบาทหน้าที่ต่อชีวิตความรับผิดชอบต่อสังคม. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ค.ศ. 1988, หน้า 11.

<sup>17</sup> แหล่งเดิม. หน้า 38-39.



### 1. เกี่ยวกับข่าวสาร

- ทำให้รู้เหตุการณ์และสถานการณ์รอบตัว รอบสังคม รอบโลก
- ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติตน ความคิดเห็น และการเลือกตัดสินใจ
- สนองตอบความอยากรู้อยากเห็น และความสนใจในเรื่องต่าง ๆ
- ช่วยกระบวนการเรียนรู้ และการศึกษาด้วยตนเองของผู้รับสาร
- ให้ความรู้ที่ทำให้เกิดความรู้สึกปลอดภัย

### 2. เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของบุคคล (Personal Identity)

- ทำให้มั่นใจในค่านิยมของบุคคล
- ให้แบบอย่างของการประพฤติตน (Models of Behavior)
- ทำให้สามารถเปรียบเทียบตนเองกับบุคคลอื่นที่สื่อมวลชนประเมินค่าแล้ว
- ทำให้รู้จักตนเองลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

### 3. เกี่ยวกับการเข้าสังคมและอันตรกิริยาทางสังคม (Social Interaction)

- ทำให้เรียนรู้ลึกซึ้งในสถานการณ์ของผู้อื่น หรือที่เรียกว่า รู้เขารู้เรา (Social Empathy)
- ทำให้เข้ากับผู้อื่นได้ และเกิดความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน
- ทำให้มีเรื่องราวที่จะสนทนากันและเกิดการตอบสนองกันทางสังคม
- ช่วยทำหน้าที่แทนเพื่อนในชีวิตจริง
- ช่วยทำให้บทบาททางสังคมบรรลุตามเป้าหมาย
- ทำให้บุคคลติดต่อกับครอบครัว เพื่อนฝูงและสังคม

### 4. เกี่ยวกับการบันเทิง

- ช่วยให้หนีหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ
- พักผ่อนหย่อนอารมณ์
- ทำให้ชื่นชมกับศิลปะและวัฒนธรรม
- ช่วยฆ่าเวลา
- ช่วยกระตุ้นทางเพศ

ประมะ สตะเวทิน ได้กล่าวถึงการสื่อสารระหว่างบุคคลไว้ว่าเป็นการสื่อสารที่ประกอบด้วย บุคคล 2 คนขึ้นไป มาทำการสื่อสารกัน ในลักษณะตัวต่อตัว (Person-to-Person) นั่นคือผู้รับสารและผู้ส่งสารสามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรงในขณะที่คนหนึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร คนอื่นๆ จะทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร ดังนั้นการสื่อสารระหว่างบุคคลจึงเกิดขึ้นทั้งในกรณีคน 2 คนและเกิดขึ้นได้ในกรณีของกลุ่มย่อย ซึ่งมีคนมากกว่า 2 คนขึ้นไปมารวมกันในลักษณะที่สามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารโดยตรง เช่น พนักงาน-ลูกจ้าง อ.ส.ค. พบปะกับเกษตรกร ณ ที่ทำการ อ.ส.ค. หรือที่ฟาร์มของเกษตรกรทั้งโดยตรง 2 คนหรือพบกันเป็นกลุ่มเป็นต้น

การสื่อสารระหว่างบุคคลในทางจิตวิทยานั้น ถือเป็น กระบวนการที่จะสร้างอิทธิพลความนึกคิด และเป็นกลไก หรือปัจจัยที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาบุคคล หรือหน่วยงาน ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความจำเป็น และมีความสำคัญ พอสรุปได้ดังนี้

1. เพื่อต้องการคนฟังพาอาศัย
2. เพื่อเป็นที่ยอมรับนับถือซึ่งกันและกัน
3. เพื่อให้เกิดความเข้าใจไว้ใจ เชื่อใจในเรื่องราวต่างๆ ซึ่งกันและกัน
4. เพื่อขอและให้ความช่วยเหลือความร่วมมือและเป็นส่วนร่วมในหมู่คณะ
5. เพื่อวินิจฉัยสั่งการ ประสานงาน และควบคุมงานให้ได้ผล
6. เพื่อให้เกิดความสามัคคีในหมู่คณะ

การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น ทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสาร สามารถโต้ตอบกันได้ทันที และให้ประโยชน์ในแง่ที่ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันได้ในเวลาอันรวดเร็ว อีกทั้งเป็นที่ยอมรับว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของบุคคลมากกว่าการสื่อสารมวลชนโดยที่การสื่อสารระหว่างบุคคลมีประสิทธิภาพเนื่องจาก

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล สามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้เนื่องจากการหลีกเลี่ยงการสนทนา หรือฟังความเป็นไปได้อย่างกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนโดยการรับข่าวจากสื่อมวลชนนั้นผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของตน หรือเรื่องที่ตนไม่สนใจได้ง่าย

2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้ในการสนทนาได้ในเวลาอันรวดเร็ว หากว่าเนื้อหา นั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา

3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลมีลักษณะง่าย เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม

4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจและความคิดเห็นของผู้ที่เข้า รู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่เคยรู้จักมาก่อนแล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอคำอธิบายเกี่ยวกับ "สื่อ" ด้านสื่อมวลชนไว้ ทั้ง คำว่า การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) และ สื่อมวลชน (Mass Media / Press) ดังนี้

การสื่อสารมวลชน เป็นกระบวนการซึ่งไรท์(Wright)ได้ระบุไว้ดังนี้<sup>18</sup>

1. เป็นการสื่อสารที่มุ่งไปที่ผู้รับจำนวนมากไม่รู้จักมักคุ้นกัน และ มีความแตกต่างกันในหมู่ผู้รับ
2. มีการถ่ายทอดสารอย่างเปิดเผย ส่วนใหญ่จะกำหนดเวลาให้ตัวกลุ่มผู้รับพร้อมๆ กัน
3. ผู้ส่งสารมักจะสื่อสารภายในองค์การที่ซับซ้อน มีค่าใช้จ่ายสูง

พีชนี เขยจรรยา และคณะ (2534) ได้กล่าวไว้ว่า ณ เวลาหนึ่งเวลาใด ผู้รับสารจำนวนมากอยู่ไกลกัน อยู่ในสภาพแบบส่วนตัว จะได้รับตัวกระตุ้นอย่าง เดียวกัน ภายใต้สถานการณ์เช่นนี้ผู้รับสารจะได้รับประสบการณ์ทางสังคมในลักษณะ ขอบข่ายที่อยู่

<sup>18</sup> พีชนี เขยจรรยา เมตตา กฤติวิทย์ ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ปรับปรุงครั้งที่ 3, 2534, หน้า 46.



นอกเหนือจากวงจรชีวิตในสังคมธรรมดา และอยู่นอกเหนือการสื่อสารในครอบครัว หรือการสื่อสารพื้นฐานอื่นๆ เนื่องจากการสื่อสารมวลชนลด หรือจำกัดมิติความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลลงและมักจะดึงบุคคล สภาพสังคม และวัฒนธรรมที่อยู่รอบตัวโดยทั่วไป ดังนั้น การสื่อสารมวลชนจะประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 5 ประการ คือ

1. ผู้สื่อสาร ซึ่ง
2. ส่งสารฯ หนึ่ง
3. โดยผ่านช่องทางฯหนึ่ง
4. ถึงผู้รับสารกลุ่มหนึ่ง
5. และทำให้เกิดผลบางประการ

### สื่อมวลชน(Mass Media/Press)

สื่อมวลชน เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่ค่อนข้างใหม่<sup>10</sup> คือเกิดขึ้นราว 200-300ปีมานี้เอง โดยความเจริญก้าวหน้าของสื่อมวลชนต้องอาศัยปัจจัย 2 ประการ คือ

1. ความเจริญทางเทคโนโลยีเพื่อผลิตเครื่องมือที่จำเป็น
2. ระดับความรู้และการอ่านออกเขียนได้ของสมาชิกส่วนใหญ่ในสังคม

ในด้านความหมายของ คำว่า สื่อมวลชน นั้น มีลักษณะต่างๆ กันไปตามแต่นักวิชาการจะระบุเช่นไร จากแนวความคิดหลักนิเทศศาสตร์ ได้ให้ความหมายของ สื่อมวลชน ว่าเป็นการครอบคลุมถึงเครื่องมือทางเทคนิค ซึ่งการสื่อสารมวลชนจะต้องใช้ และประกอบด้วย

1. สื่ออิเล็กทรอนิกส์(Electronic Media) ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ วีดีโอ ซึ่งผ่านทั้งทางตา และทางหู
2. สื่อสิ่งพิมพ์(Print Media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ จดหมายเวียน ใบติดประกาศ เป็นต้น ซึ่งเป็นเครื่องมือนำสารไปสู่มวลชน โดยผ่านทางตา

<sup>10</sup> แหล่งเดิม. หน้า 49-50.



อย่างไรก็ตาม คำว่า สื่อมวลชน มิได้มีคำจำกัดความโดยการดูที่เครื่องมือเป็นแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังมีคำจำกัดความตามวิธีที่สื่อถูกใช้ด้วย ดังนั้น "สื่อมวลชน" คือ เครื่องมือทางเทคนิค ซึ่ง

1. ทำการสื่อสารเกิดขึ้นได้โดยผ่านเครื่องมือชนิดหนึ่ง ซึ่งทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสารไม่เป็นการส่วนตัว
2. สามารถใช้สื่อสารจากแหล่งสารหนึ่งไปถึงผู้รับจำนวนมาก

จากการศึกษาในช่วงปี 1930 - 1940 คำว่า สื่อมวลชน (Mass Communication) กับคำว่า "Press" ได้ให้ความหมายที่มีลักษณะเดียวกัน คือ หมายถึงสื่อหลัก 4 ประการ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ และวิทยุ ซึ่งแต่เดิม คำว่า "Press" จะหมายถึงเฉพาะสิ่งตีพิมพ์เท่านั้น

ในบรรดาสื่อมวลชนด้วยกันเอง สื่อทางอิเล็กทรอนิกส์จะเหนือกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ในบางลักษณะ แต่ก็ด้อยกว่าบางลักษณะเช่นกัน

จากการศึกษาของชแรมม์ (Schramm : 1973) พบว่า ยิ่งคนมีการศึกษามากเท่าใดมีแนวโน้มจะสนใจสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากเท่านั้น และมีการพบว่าจากการที่คนในปัจจุบันมีเวลาว่างที่จำกัดความต้องการในการเปิดรับสื่อมวลชนต่างๆ ดูเหมือนจะเพิ่มขึ้นตามระดับการศึกษา ขณะเดียวกัน โรเปอร์ (Roper : 1967) ได้ศึกษาและพบว่าถ้าคนถูกจำกัดให้เลือกรับสื่อใดสื่อหนึ่ง โทรทัศน์ จะเป็นสื่อที่คนต้องการมากที่สุด

กล่าวโดยสรุปเกี่ยวกับ การสื่อสารระหว่างบุคคลกับสื่อมวลชน มีความแตกต่างกัน 8 ประการ (ม.ส.ธ., 2532)

1. ผลผลิตของสื่อมวลชน มีเพื่อเปิดรับในช่วงสั้นๆ เช่น ข่าว และความบันเทิง
2. การผลิตต้องมาจากองค์การ ไม่ใช่มาจากบุคคลเพียงหนึ่ง หรือสองคน และ ใช้เทคโนโลยีสูง
3. การใช้เทคนิคทางการสื่อสารมวลชน มีความสลับซับซ้อน และมีมากมายหลายรูปแบบ
4. สารที่เป็นผลิตผลมุ่งที่คนส่วนใหญ่ ไม่ใช่คนกลุ่มเล็กๆ

5. การเข้าถึงมวลชนเป็นไปได้ง่ายเป็นการสื่อสารที่มุ่งทิศทางเดียวทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ไม่สามารถสลับเปลี่ยนหน้าที่กันได้
6. การสื่อสารมวลชน ไม่สามารถรับการป้อนกลับโดยตรง
7. การป้อนกลับของการสื่อสารมวลชน อาจเกิดขึ้นได้ในการสื่อสาร  
คราวต่อไป
8. การสื่อสารมวลชน มีการเสนอข้อมูลอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

DRAFT



ลักษณะการสื่อสารของการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารมวลชน

	ผู้ส่งสาร	สาร	ช่องทาง	ผู้รับสาร	รูปแบบปฏิสัมพันธ์	บริบททางสังคม	ตัวอย่างสภาพการสื่อสาร
การสื่อสารระหว่างบุคคล	<ul style="list-style-type: none"> <li>-มักจะเลือกสารเป็นอิสระจากองค์การใดๆ</li> <li>-ไม่มีค่าใช้จ่าย</li> <li>-มีลักษณะเป็นส่วนตัว</li> <li>-มีลักษณะเป็นผู้นำทางความคิด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ส่งผ่านภายในสถานการณ์ที่เป็นส่วนตัวและค่อนข้างจำกัด</li> <li>-ไม่มีการจำกัดเนื้อหา</li> <li>-อุปสรรคที่ทำให้พูดคุยกันไม่ได้เป็นตัวกำหนดความเร็วในการถ่ายทอดสาร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ไม่เป็นทางการ (ระหว่างบุคคล หรือแบบซึ่งหน้า)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-จำนวนน้อย</li> <li>-กลุ่มเดียวกัน หรือไม่มีวามแตกต่างกัน</li> <li>-สามารถระบุได้</li> <li>-อยู่ในระยะใกล้ชิดกัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ไม่มีโครงสร้างหรือรูปแบบแน่นอนตายตัว (เกิดขึ้นชั่วคราว เกิดขึ้นเพราะเรากระตุ้น)</li> <li>-มีปฏิริยาตอบสนองในระดับทันที</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-หน่วยสังคมพื้นฐานหรือปฐมภูมิ คือครอบครัว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-การสนทนาตัวต่อตัว</li> <li>-การพูดคุยที่พาร์เมเกชตรกรหรือที่ศูนย์รับชมหรือที่สำนักงาน</li> <li>-การพบปะสังสรรค์</li> </ul>

ลักษณะการสื่อสารของการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารมวลชน (ต่อ)

	ผู้ส่งสาร	สาร	ช่องทาง	ผู้รับสาร	รูปแบบปณิธานัมภ์	บริบททางสังคม	ตัวอย่างสภาพการสื่อสาร
การสื่อสารมวลชน	<p>ผู้ส่งสารสื่อสารองค์การที่ซับซ้อน</p> <p>มีการใช้จ่ายสูง</p> <p>นำทางความคิดเห็น</p>	<p>ส่งผ่านอย่างเปิดเผยให้สาธารณชนรู้</p> <p>ส่งผ่านอย่างรวดเร็ว</p> <p>เนื้อหาไม่มุ่งเน้นเฉพาะวง</p> <p>การ</p> <p>ต้องเคารพกฎเกณฑ์</p>	<p>เป็นทางการ (สื่อมวลชน)</p>	<p>จำนวนมาก</p> <p>มีความหลากหลาย</p> <p>ไม่รู้จักรับรู้กัน</p> <p>อยู่ในระยะห่างไกลกัน</p>	<p>มีโครงสร้างและรูปแบบ</p> <p>ปฏิบัติرياتอบสนองไม่เกิดขึ้นทันทีทันใด</p>	<p>หน่วยสังคม</p> <p>ทุติยภูมิ</p>	<p>รายการ</p> <p>เกษตรทางโทรทัศน์, หนังสือพิมพ์, วิทยุวารสาร ฯลฯ</p> <p>การติดต่อประกาศ</p> <p>การส่งจดหมายรณรงค์</p>



## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สำรวจและหาข้อมูล ปรากฏว่ายังไม่มีการศึกษาลักษณะนี้มาก่อน โดยการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม จะเป็นการศึกษาด้านการจัดการ การส่งเสริมการเลี้ยงหรือศึกษาเกี่ยวกับตัวโคนมโดยเฉพาะ

ส่วนการศึกษาด้านการสื่อสารของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมตามทฤษฎี และแนวคิด Use and Gratification นั้น ปรากฏว่า ยังไม่มีการศึกษาวิจัยเลยไม่ว่าจะเป็นจากต่างประเทศหรือในประเทศ

ผู้วิจัยจึงขอนำงานวิจัยและศึกษาที่ยึดแนวคิดดังกล่าวของนักวิชาการนิสิตนักศึกษาทั้งจากต่างประเทศและในประเทศที่เห็นว่าเกี่ยวข้องกับทฤษฎี Use and Gratification มาให้ทราบพอสังเขป ดังนี้

คัทซ์ (Katz, 1959:1-6) เป็นคนแรกที่มีความเห็นว่างานวิจัยเกี่ยวกับ "ผล" หรืออิทธิพลของสื่อที่มีต่อบุคคลนั้น ควรให้ความสนใจลดน้อยลง แต่ควรให้ความสนใจต่องานวิจัยเกี่ยวกับ "การใช้" สื่อของบุคคลให้มากขึ้น โดยคัทซ์ ชี้ให้เห็นว่าสื่อจะไม่มีอิทธิพลต่อบุคคลที่ไม่เลือกใช้สื่ออย่างแน่นอน และการมข้สื่อนั้นสืบเนื่องมาจากเหตุผลทางจิตวิทยา และความต้องการทางสังคมของแต่ละบุคคลนั้นๆ

**แม็คเนลล์และฟอนซีกา (McNally and Fonseca 1964. Abstract)**  
พบว่าการใช้สื่อที่เป็นสิ่งตีพิมพ์ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในข่าวสารการเมืองได้ดีกว่าการใช้วิทยุโทรทัศน์ที่ประชาชนถือว่าเป็นสื่อที่ใช้สำหรับให้ความบันเทิงในการศึกษารึ้นนี้ แม็คเนลล์และฟอนซีกาศึกษากลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยคออสตาริกันพบว่าฐานะทางเศรษฐกิจ ไม่มีผลต่อการสนใจข่าวสารการเมืองของนักศึกษาซึ่งตรงกับที่แชรรม์ เคยกล่าวไว้ว่า ถ้าคนมีการศึกษาสูงแล้ว ฐานะทางเศรษฐกิจจะไม่มีผลต่อการสนใจข่าวสารทางการเมือง

**แชรรมม์ (Shramm, 1969:197)** พบว่าการศึกษามีอิทธิพลต่อความสนใจ ข่าวสารการเมือง อาชีพและรายได้ จะมีอิทธิพลก็ต่อเมื่อคนมีการศึกษาต่ำเท่านั้น นั่นคือ ถ้าคนมีการศึกษาสูงแล้ว ไม่ว่าจะอยู่ในอาชีพใดฐานะทางเศรษฐกิจจะอย่างไร ความสนใจข่าวสารการเมืองจะไม่แตกต่างกันแต่ถ้ามีการศึกษาต่ำแล้ว การมีฐานะ ดั้งเดิมอาชีพที่มีค่านิยมสูงขึ้นไปในสังคมก็จะช่วยเพิ่มความสนใจข่าวสารการเมืองให้กับ ประชาชน

**แม็คคอมบ์และมัลลินส์ (Mccombs and Mullins, 1978:27)** ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษา การใช้สื่อมวลชนและความสนใจทางการเมือง พบว่าการศึกษามีความสัมพันธ์โดยตรงกับการใช้สื่อมวลชน และการใช้สื่อมวลชนมี ความสัมพันธ์กับความสนใจทางการเมือง แต่การศึกษานั้น มีความสัมพันธ์ กับความสนใจทางการเมืองโดยไม่ผ่านสื่อมวลชนนั้นไม่มี จากการศึกษาครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าขณะที่การศึกษาเป็นตัวกำหนดการใช้สื่อมวลชน แต่การศึกษาไม่ได้เป็นตัวกำหนด ความสนใจทางการเมือง

**ปาล์มกรีนและเรเบิร์น (Palmgreen and Rayburn, 1979:155-179)** ใช้ค่าความแตกต่างระหว่างความคาดหวังรายการโทรทัศน์ (รายการความรู้ ความ บันเทิงการ เชื่อมสัมพันธ์กับครอบครัว) กับความพึงพอใจที่ผู้ชมได้รับจากรายการโทรทัศน์ และพบว่ามีค่าความแตกต่างสูง (ความคาดหวังสูง-พอใจต่ำหรือความคาดหวังต่ำ -พอใจสูง) นั่นก็คือมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการชมโทรทัศน์

**รูบิน (Rubin, 1979:109-120)** ได้ผลของการวิจัยที่สนับสนุนทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจสนองความต้องการของผู้ใช้สื่อ โดยเฉพาะ การใช้สื่อโทรทัศน์ พบว่าการดูโทรทัศน์รายการต่างๆ ในหมู่ผู้ชมสูงอายุมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความตั้งใจที่จะได้รับประโยชน์ในแง่ต่างๆ จากโทรทัศน์ เช่น ผู้มีความตั้งใจจะติดตามข่าวสารการเมือง จะเลือกดูรายการที่เสนอสาระต่างๆ มากกว่ากลุ่มอื่นๆ และยังพบความสัมพันธ์ในทางลบระหว่างผู้ที่มีความตั้งใจจะใช้สื่อ ในการฆ่าเวลากับการดูรายการข่าวทางโทรทัศน์ด้วย

ปาล์มกรีน เวนเนอร์ และเรย์เบิร์น (Plamgreen and Rayburn, 1980:561-580)

ได้วิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจที่ได้รับจากรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเมืองเล็กซึ่งตั้ง รัฐเคนตักกี พบว่าความคาดหวังว่าจะได้รับประโยชน์ในด้านความต้องการรู้ข่าวสารทั่วไป เพื่อการตัดสินใจที่มีประโยชน์ เพื่อความบันเทิงเพื่อการติดต่อระหว่างบุคคล และปฏิกิริยาจากสิ่งคมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในประโยชน์ที่ได้รับจากการชมรายการข่าวโทรทัศน์

ปาล์มกรีน และคณะ (Palmgreen et al, 1981:170-175) ซึ่งศึกษาความคาดหวัง และความพึงพอใจในการชมรายการข่าว ของผู้ชมโทรทัศน์ในเมืองเล็กซึ่งตั้ง รัฐเคนตักกี จำนวน 327 คน ในเดือนพฤศจิกายน 1981 โดยการสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์พบว่า การเลือกชมรายการข่าวมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังเกี่ยวกับประโยชน์และความพึงพอใจในประโยชน์ที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์

เวนเนอร์ (Wenner, 1986:165-169) ทำการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจที่แสวงหา คือความคาดหวังกับความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์ โดยใช้วัดค่าการใช้สื่อ เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในด้านความต้องการเรียนรู้ ด้านความบันเทิง ความหลากหลาย การสื่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และปฏิกิริยาจากสิ่งคม รวม 12 รายการ โดยสุ่มตัวอย่างจากเมืองไอโอวา พบว่า ความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังจากการชมรายการโทรทัศน์ โดยความพึงพอใจด้านต่างๆ ดังกล่าว จะมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่องเดียวกัน



**ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2528:32)** ได้วิจัยเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิต ความต้องการ และการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ของผู้ชม เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์จากเหตุการณ์ในชีวิต และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางจิตวิทยาความเคยชินในการชมรายการโทรทัศน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์พบว่า เหตุการณ์ในชีวิตทั้งหมดที่เกิดขึ้นเป็นผลให้ความต้องการ สิ่งแวดล้อมทางสังคม รายการโทรทัศน์ทั้งหลายเปลี่ยนแปลง และการเปลี่ยนแปลงเช่นนี้ ยังเป็นผลให้การชมรายการโทรทัศน์ของบุคคลเหล่านั้นเปลี่ยนแปลงไปด้วยนั้นเป็นการช่วยอธิบายให้เห็นว่า เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตของบุคคลมีอิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงของการใช้สื่อโทรทัศน์ ด้วย

**ชนิดา พลศรี (2529:บทคัดย่อ)** ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวังและพึงพอใจของเยาวชนที่มีต่อการจัดนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ โดยเป็นการศึกษาการใช้ประโยชน์จากสื่อพิเศษโดยศึกษาถึงระดับความคาดหวัง และความพึงพอใจของเยาวชนที่ได้รับการชมนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ ความสัมพันธ์ของความคาดหวัง และความพึงพอใจที่ได้รับกับพฤติกรรมการชมนิทรรศการด้วยการใช้แบบสอบถามผู้เก็บตัวอย่าง

**วันทนี แสนภักดี (2532:บทคัดย่อ)** ศึกษาความคาดหวังความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชน และความต้องการทางการเมือง ของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง นักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา จำนวน 601 คน ผลการวิจัยพบว่าความคาดหวังพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความต้องการรับรู้ทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ และพบว่าตัวแปรต่อไปนี้มีความสัมพันธ์กันคือ

1. เพศกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในด้านความตั้งใจขณะเปิดรับสื่อ
2. ความต้องการรับรู้ทางการเมืองกับความคาดหวัง
3. ความรับรู้ทางการเมืองกับพฤติกรรมเปิดรับสื่อ
4. ความต้องการรับรู้ทางการเมืองกับความพึงพอใจ
5. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับความพึงพอใจ

**นฤมล มิ่งคลีกุล** (2533:บทคัดย่อ) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคมและประชากรกับความต้องการ และความพึงพอใจในข่าวสารของการเมืองของประชาชนในเขตอำเภอตาเนินสะดวกโดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยในข่าวสารการเมืองของประชาชนกับปัจจัยต่างๆคือ ปัจจัยทางด้านประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ อาชีพ รายได้ ปัจจัยด้านสังคม ได้แก่ ระดับการศึกษา

- เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการ และความพึงพอใจในข่าวสารการเมืองของประชาชน

โดยผลการวิจัย พบว่า ในปัจจัยทั้งหมด มีตัวแปรอาชีพเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารทางการเมือง และตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการข่าวสารทางการเมือง ก็มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารการเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกัน

**อรวรรณ วิจิทขณะ** (2533:บทคัดย่อ) วิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อทราบถึงความสนใจ ความชื่นชอบต่อเนื้อหาของสื่อมวลชน การได้รับประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนประเภทต่างๆ จำแนกตามสาขาวิชาที่ได้เรียนและเพศผลการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานครสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ และสาขาวิชาสังคมศาสตร์ทั้งชายและหญิงส่วนใหญ่เปิดรับสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์รายวัน โดยอ่านค่อนข้างมากท อ่านที่บ้าน และที่พักของตนเองใช้เวลาอ่านแต่ละครั้ง 20-30 นาที หนังสือพิมพ์รายวันที่อ่านประจำ คือ ไทยรัฐ คอลัมน์ที่อ่านประจำคือ ข่าวกันเทิง ข่าวกีฬา ข่าวต่างประเทศ ข่าวอาชญากรรมข่าววิจารณ์ และ ข่าวการศึกษา เหตุผลสำคัญที่อ่านเพราะต้องการทราบข่าวสารโดยอ่านพาดหัวข่าวและข่าวหน้าหนึ่งอาจเป็นเรื่องที่ตนสนใจ และเชื่อในเนื้อหาของหนังสือพิมพ์รายวันเป็นบางส่วน ส่วนสื่อโทรทัศน์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดูโทรทัศน์เป็นประจำทุกวันเพื่อความสนุกเพลิดเพลิน ดูในช่วงเวลา 20.00-22.00น. ดูที่บ้านพักของตนเอง ส่วนใหญ่ดูร่วมกับบุคคลในครอบครัว ส่วนสื่อมวลชนประเภทภาพยนตร์ และวีดีโอ ส่วนใหญ่นานๆ ดูครั้งหนึ่ง



นิตยนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานครสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์ ทั้งชายและหญิง มีการนำเนื้อหาจากสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์รายวัน วิทยุ และโทรทัศน์ มาเป็นหัวข้อในการสนทนากันเพื่อนอู่เสมอและสื่อมวลชนดังกล่าว มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยม ความคิดเห็น และพฤติกรรมพอสมควร ส่วนความพึงพอใจหลักที่ได้รับจากการดูโทรทัศน์ คือ ความสนุกเพลิดเพลิน ผ่อนคลายหรือหลีกเลี่ยงจากความเครียดในชีวิตประจำวัน

พจนานุกรม (2534: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบพฤติกรรมของชาวพทพยาในการใช้และพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของท้องถิ่น วัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบพฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของท้องถิ่นชาวพทพยาทั้ง 6 กลุ่ม อันได้แก่เจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้ประกอบการพนักงานบริการ หญิงอาชีพพิเศษ กรรมกรและนักเรียน รวมทั้งศึกษาถึงผลประโยชน์และความพึงพอใจที่ชาวพทพยากลุ่มต่าง ๆ ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่น และเพื่อแสวงหาแนวความคิดและแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของท้องถิ่นต่อไป ผลการวิจัยพบว่า

- ชาวพทพยากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา เป็นหญิงมากกว่าชายเพียงเล็กน้อย (50.63 : 49.37) มีอายุเฉลี่ย 26-27 ปี การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมัธยมศึกษาหรือสูงกว่า รายได้เฉลี่ยของชาวพทพยาส่วนใหญ่ไม่ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ระยะเวลาที่อายุอยู่ในเมืองพทพยา 1-3 ปี เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากการย้ายถิ่นเข้ามาประกอบอาชีพในเมืองพทพยา

- ชาวพทพยากลุ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐมีผลการเปิดรับสื่อต่างๆ ดังนี้ วิทยุท้องถิ่น ร้อยละ 95 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นร้อยละ 71.25 โทรทัศน์ทางสายร้อยละ 62.50 และสื่อเฉพาะกิจ 26.25 ตามลำดับ

- ชาวพทพยากลุ่มผู้ประกอบการ มีผลการเปิดรับสื่อต่างๆ ดังนี้ วิทยุท้องถิ่นร้อยละ 82.50 โทรทัศน์ทางสายร้อยละ 61.25 สื่อเฉพาะกิจร้อยละ 60 และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นร้อยละ 58.75

- ชาวพทพยากลุ่มพนักงานบริการ มีผลการเปิดรับสื่อต่างๆ ดังนี้ วิทยุท้องถิ่นร้อยละ 98.75 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นร้อยละ 72.50 สื่อเฉพาะกิจร้อยละ 52.50 และโทรทัศน์ทางสายร้อยละ 50



- ชาวศึกษากลุ่มหญิงอาชีพพิเศษ มีผลการเปิดรับสื่อต่างๆ ดังนี้ วิทยุท้องถิ่นร้อยละ 57.50 โทรทัศน์ทางสายร้อยละ 22.50 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นร้อยละ 20 และสื่อเฉพาะกิจร้อยละ 8.75
- ชาวศึกษากลุ่มกรรมกรมีผลการเปิดรับสื่อต่างๆ ดังนี้วิทยุท้องถิ่นร้อยละ 60 โทรทัศน์ทางสายร้อยละ 15 สื่อเฉพาะกิจร้อยละ 12.50 และหนังสือพิมพ์ร้อยละ 10
- ชาวศึกษากลุ่มนักเรียน มีผลการเปิดรับสื่อต่างๆ ดังนี้ วิทยุท้องถิ่นร้อยละ 93.75 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นร้อยละ 55 และสื่อโทรทัศน์ทางสายร้อยละ 41.25
- ชาวศึกษาทั้ง 6 กลุ่มมีผลการเปิดรับสื่อทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น โทรทัศน์ทางสาย และสื่อเฉพาะกิจ คิดเป็นร้อยละ 52.4 ของกลุ่มประชากรทั้งหมด ถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง
- ชาวศึกษามีผลการเปิดรับสื่อวิทยุท้องถิ่นคิดเป็นร้อยละ 81.25 ของกลุ่มประชากรทั้งหมด ถือว่าเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงสุดในเมืองพญา และกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าได้ประโยชน์ และความพึงพอใจในสื่อดังกล่าวอย่างมากอีกด้วย
- กลุ่มพนักงานบริการมีผลรวมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นทั้ง 4 ประเภท คิดเป็นร้อยละ 68.48 ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสูงกว่าชาวศึกษากลุ่มอื่นๆ ถือว่าพนักงานบริการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นมากกว่ากลุ่มอื่นๆ
- กลุ่มผู้ประกอบการมีผลการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจคิดเป็นร้อยละ 60 ของกลุ่มตัวอย่างซึ่งสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ถือว่าผู้ประกอบการมีการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจมากกว่ากลุ่มอื่นๆ
- กลุ่มกรรมกรมีผลการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพียงร้อยละ 10 ของกลุ่มตัวอย่างซึ่งอยู่ในระดับที่ต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอื่นๆ ถือว่ากลุ่มกรรมกรมีการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ
- ชาวศึกษากลุ่มทั้ง 6 กลุ่ม มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นทั้ง 4 ประเภท เท่ากับ 2.1506 ซึ่งถือว่าได้รับประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ของท้องถิ่นในระดับปานกลาง

- ชาวพืษยาทั้ง 6 กลุ่มมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ของท้องถิ่นทั้ง 4 ประเภท เท่ากับ 2.1224 ซึ่งถือว่ามีความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นในระดับปานกลาง

จากผลการศึกษาวิจัย ทำให้ทราบถึงความแตกต่างในพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของท้องถิ่นของชาวพืษยาทั้ง 6 กลุ่ม ตลอดจนข้อดีและข้อเสียของสื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละประเภท ดังนั้นถ้ามีการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงสื่อต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพและทันสมัยอยู่เสมอ ชาวพืษยาจะได้รับประโยชน์และมีความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น สื่อเหล่านี้จะได้มีบทบาทในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองพืษยาอย่างแท้จริง

**อุษา จันทรประกาศ (2534:บทคัดย่อ)** ทำการวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 103 คน และกลุ่มจากหมู่บ้านที่ตั้งโดยรอบของสถานี

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ฟังมีพฤติกรรมฟังรายการค่อนข้างบ่อย เพราะรูปแบบรายการน่าสนใจ และฟังเนื้อหาเกี่ยวกับการเกษตรมากที่สุด

ในส่วนของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ พบว่า ผู้ฟังมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในระดับมาก เฉพาะเรื่องที่เป็นเนื้อหาสาระของรายการ และเมื่อทดสอบการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจกับลักษณะทางประชากรของผู้ฟังพบว่า ผู้ฟังทั้งเพศชาย และหญิงที่มีช่วงอายุต่างกันประกอบอาชีพต่างกัน มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไม่ต่างกันแต่ผู้ฟังที่มีการศึกษาต่างกันมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ฟังที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีแนวโน้มการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจสูง รองลงมาคือผู้ฟังที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา นอกจากนั้นผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชน ยังมีลักษณะการใช้ประโยชน์อย่างแท้จริงจากเนื้อหาสาระที่รายการนำเสนอ

**ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล** (2534: บทคัดย่อ) ทำการวิจัย เรื่องการศึกษาความคิดเห็นพฤติกรรมการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อระบบสื่อสารทางโทรสารของหน่วยงานธุรกิจโดยศึกษาจากหน่วยงานธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร และกลุ่มตัวอย่าง 214 หน่วยงาน

ผลการวิจัย พบว่า นักธุรกิจ มีความคิดเห็นต่อระบบสื่อสารทางโทรสารแตกต่างกันโดยกลุ่มธุรกิจประเภทการเงิน และประเภทนำเข้าส่งออก มีความแตกต่างกันเป็นรายคู่ กับธุรกิจประเภทบริหาร

ปริมาณการใช้โทรสารของหน่วยงานธุรกิจที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อระบบสื่อสารทางโทรสารแตกต่างกัน

ความคิดเห็นที่มีต่อระบบสื่อสารทางโทรสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อระบบสื่อสารทางโทรสารในเชิงบวกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 กล่าวคือหน่วยงานธุรกิจที่มีความคิดเห็นในเชิงบวกสูง จะมีความพึงพอใจต่อระบบสื่อสารทางโทรสารสูงด้วย

**ไศลทิพย์ จารุภูมิ** (2534: บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ความพึงพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์ โดยศึกษาเพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงความพึงพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์ ศึกษาพฤติกรรมการดูละครโทรทัศน์ ความพึงพอใจ และประโยชน์ที่ได้รับจากละครโทรทัศน์ ทั้งนี้ผลการวิจัยสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจมากที่ดูละครโทรทัศน์ มีการวิพากษ์วิจารณ์ บทบาทการแสดงของตัวละคร เนื้อเรื่อง และได้นำละครใช้อรรถประโยชน์ทางสังคม ในประเด็นสนทนา เป็นสื่อกลางในการเข้าร่วมกลุ่ม

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของผู้วิจัยต่าง ๆ ปรากฏว่า ยังไม่มีการวิจัยเรื่องใดที่เกี่ยวกับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมเลย



### บทที่ 3

#### การศึกษาวิจัยข้อมูล

เพื่อให้การได้มาซึ่งข้อมูลเหมาะสม สอดคล้องกับปัญหาของการวิจัยที่ได้กำหนดไว้กล่าวคือเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมมีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อสื่อมวลชน และสื่อบุคคลอย่างไรหรือไม่ จึงได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

##### 1. ข้อมูล

การศึกษาและการวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมส่วนใหญ่จะใช้วิธีการสำรวจ (Survey Method) และแหล่งที่มาของข้อมูลในการศึกษาคั้งนี้ประกอบด้วย ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือเอกสารต่างๆ ประวัติความเป็นมา นโยบายรัฐบาล รายงาน บทความ เอกสารของหน่วยงานต่างๆ วิทยานิพนธ์ของนิสิต นักศึกษา ข้อมูลจากห้องสมุดจากการค้นคว้าในระบบซีดีรอม โดยมีเป้าหมายจะทราบถึงสภาพการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ในการประกอบอาชีพการเลี้ยงโคนมและชีวิตประจำวัน พร้อมทั้งเรียนรู้เกี่ยวกับความพึงพอใจ จากการใช้สื่อมวลชนและสื่อบุคคลของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บข้อมูลจากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมโดยมีการกำหนดประชากร กลุ่มตัวอย่าง คือเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ซึ่งเป็นสมาชิกขององค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) ในเขตพื้นที่ภาคกลาง หรือที่เรียกกันว่า "เขตมวกเหล็ก" และเขตพื้นที่ส่งเสริมและบริการเลี้ยงโคนมในเขตภาคใต้ หรือที่เรียกกันว่า "เขตปราณบุรี"

## 2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ จะทำการศึกษาเฉพาะเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ซึ่งเป็นสมาชิกของ อ.ส.ค. เท่านั้น ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ ดังนี้

ก. เขตมวกเหล็ก ประกอบด้วย พื้นที่จังหวัดสระบุรี ลพบุรี และนครราชสีมา ซึ่งมีศูนย์ส่งเสริมการเลี้ยงโคนมและศูนย์รวบรวมน้ำนมดิบ 12 ศูนย์ คือ<sup>20</sup>

ศูนย์ฯ มวกเหล็ก	มีสมาชิกผู้ส่งนม	319	ราย
ศูนย์ฯ ปากช่อง	มีสมาชิกผู้ส่งนม	39	ราย
ศูนย์ฯ พัฒนานิคม	มีสมาชิกผู้ส่งนม	579	ราย
ศูนย์ฯ ชัยกระदान	มีสมาชิกผู้ส่งนม	304	ราย
ศูนย์ฯ วิหารแดง	มีสมาชิกผู้ส่งนม	33	ราย
ศูนย์ฯ พระพุทธบาท	มีสมาชิกผู้ส่งนม	124	ราย
ศูนย์ฯ หนองม่วง	มีสมาชิกผู้ส่งนม	178	ราย
ศูนย์ฯ หนองรี	มีสมาชิกผู้ส่งนม	118	ราย
ศูนย์ฯ สวนมะเดื่อ	มีสมาชิกผู้ส่งนม	147	ราย
ศูนย์ฯ ขามทะเลสอ	มีสมาชิกผู้ส่งนม	35	ราย
ศูนย์ฯ ลำพญากลาง	มีสมาชิกผู้ส่งนม	165	ราย

ทั้งศูนย์ส่งเสริมการเลี้ยงโคนมต่างๆ ในเขตมวกเหล็ก มีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของ อ.ส.ค. จำนวน 2,097 ราย

<sup>20</sup> องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย: รายงานการดำเนินงาน ประจำเดือนกุมภาพันธ์, อำเภอมวกเหล็ก, จังหวัดสระบุรี, 2527, หน้า 4.

ข. เขตปราณบุรี ประกอบด้วยพื้นที่ส่งเสริมการเลี้ยงโคนมของจังหวัด  
ประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี โดยมีศูนย์ส่งเสริมการเลี้ยงโคนมและรวบรวม  
น้ำนมดิบ 6 ศูนย์ คือ

ศูนย์ฯ ชะอำ	มีสมาชิกผู้ส่งนม	194	ราย <sup>21</sup>
ศูนย์ฯ อ่าวน้อย	มีสมาชิกผู้ส่งนม	255	ราย
ศูนย์ฯ ห้วยสัตว์ใหญ่	มีสมาชิกผู้ส่งนม	115	ราย
ศูนย์ฯ ปราณบุรี	มีสมาชิกผู้ส่งนม	102	ราย
ศูนย์ฯ เนินดินแดง	มีสมาชิกผู้ส่งนม	325	ราย
ศูนย์ฯ กุยบุรี	มีสมาชิกผู้ส่งนม	109	ราย

รวมเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมเขตปราณบุรี มีจำนวน 901 ราย

จากจำนวนประชากรข้างต้น การวิจัยครั้งนี้ จะใช้การสุ่มตัวอย่างมา  
ไม่น้อยกว่า 300 ราย โดยจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Multi State Sampling  
ซึ่งมีวิธีการสุ่มในเขตมวกเหล็ก ให้ได้กลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 200 ราย และเขต  
ปราณบุรี ไม่น้อยกว่า 100 ราย โดยการสุ่มนั้น พยายามกระจายไปตามวัน และ  
เวลาที่ต่างกันไป

ในการเลือกตัวอย่างที่ศึกษา โดยหลักการจะพยายามเลือกให้กระจาย  
ไปศูนย์ฯ ต่างๆ ให้มากที่สุด และจำนวนที่ศึกษาก็ให้สัดส่วนกับจำนวนสมาชิก  
ของศูนย์ฯ นั้นๆ

<sup>21</sup> ราย เป็นภาษาที่เรียกเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่มีความหมายเท่า  
กับ 1 ฟาร์ม ในการกำหนดหน่วยของการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือ  
ราย โดยผู้แทนของแต่ละราย ปกติ คือ เจ้าของฟาร์ม จะเป็นบุคคลที่ให้ข้อมูลและ  
เป็นตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้



### 3. การเก็บข้อมูล

#### 3.1 แบบสอบถาม

การวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำคัญในการเก็บข้อมูลสำรวจการใช้ประโยชน์และพึงพอใจจากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ซึ่งมีกระบวนการพัฒนาแบบสอบถามดังต่อไปนี้

3.1.1 หลังจากผู้วิจัย ได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารต่างๆ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแบบสอบถามที่เคยมีผู้วิจัยทำอื่นๆ ได้ทำให้ผู้วิจัยจะพัฒนาแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมขึ้นมาใหม่

3.1.2 ผู้วิจัยจะปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา และกรรมการวิทยานิพนธ์ เพื่อให้พิจารณา

3.1.3 นำแบบสอบถามไปทดสอบกับผู้ที่ เป็นกลุ่มตัวอย่าง 25 คน

3.1.4 คำตอบที่ได้จะนำไปตรวจสอบหาค่า Reliability และปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิต่อไป

3.1.5 จัดทำแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานต่างๆ ไปของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมเกี่ยวกับสภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อสื่อมวลชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมอันได้แก่ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร และวารสาร และสื่อภาพยนตร์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ และความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อสื่อบุคคล

### 3.2 วิธีการเก็บข้อมูล

โดยธรรมชาติของศูนย์ส่งเสริมและบริการเลี้ยงโคนมของ องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) จะมีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมไปส่งน้ำนมดิบ ณ ศูนย์ฯ ที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ทุกวันๆ ละ 2 ครั้ง โดยแบ่งเป็นช่วงเช้าเวลา 6.30-7.30 น. และช่วงเย็นเวลา 16.30-17.30 น. เป็นประจำทุกวัน ผู้วิจัยจะส่งแบบสอบถามให้กับหัวหน้าศูนย์ ซึ่งจะ เป็นผู้ประสานงาน และขอความอนุเคราะห์ให้หัวหน้าศูนย์เป็นผู้ส่งแบบสอบถามให้เกษตรกร โดยใช้หลักกระจายในปริมาณที่ใกล้เคียงตามที่กล่าวไว้ในหัวข้อ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ทั้งนี้ผู้วิจัยบรรยายสรุปเนื้อหาสาระของการวิจัยครั้งนี้ให้กับหัวหน้าศูนย์ให้เข้าใจรายละเอียดของแบบสอบถามดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อจะได้อธิบายให้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่มีปัญหาหรือข้อสงสัย และหัวหน้าศูนย์จะเป็นเก็บแบบสอบถามให้ผู้วิจัยดำเนินการต่อไป

## ตัวแปรในการวิจัย

### ตัวแปรอิสระ

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้สภาพพื้นฐานของเศรษฐกิจ สังคม ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมเกี่ยวกับ

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- รายได้จากการเลี้ยงโคนมและขายน้ำนมดิบให้ อ.ส.ค.
- การถือครองที่ดิน
- การเป็นสมาชิกกลุ่มสังคมต่างๆ

### ตัวแปรตาม

- พฤติกรรมการใช้สื่อ
- การใช้ประโยชน์จากสื่อ
- ความพึงพอใจในสื่อ

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจครั้งนี้จะนำมาจัดเป็นความถี่และหาค่าร้อยละ โดยจะนำมาจัดทำเป็นตาราง (Cross-Tab) โดยตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ได้กล่าวข้างต้นโดยจะใช้ค่าไค-สแควร์ (Chi-Square)  $\chi^2$  โดยจะนำโปรแกรม SPSS/PC มาช่วยในการวิเคราะห์



## การสื่อสารความรู้เพื่อเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของการวิจัยเพื่อศึกษาถึงการสื่อสารเพื่อให้ความรู้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมและพฤติกรรมการใช้สื่อของเกษตรกรฯ ซึ่งจะแบ่งบทนี้ออกเป็น 2 ส่วน คือ

**ส่วนแรก** เป็นการกล่าวถึงการสื่อสารเพื่อความรู้แก่เกษตรกรสมาชิก โดยองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.)

การให้ความรู้ด้านการเกษตรนั้น ควร"กระบวนการ"ทางการศึกษาให้ความรู้ในรูปแบบที่เกษตรกร "เต็มใจรับ" เป็น"กิจกรรมต่อเนื่อง"และส่งเสริมให้เกษตรกรรู้จัก"ช่วยตนเอง"ได้ดียิ่งขึ้น

รูปแบบการให้ความรู้แก่เกษตรกรมีแนวทางปฏิบัติที่สำคัญ ดังนี้<sup>22</sup>

1. เป็นกระบวนการทางการศึกษาได้แก่ การให้บริการความรู้ที่ทันสมัยทุกประเภทด้วยวิธีการต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมเพื่อให้ได้ผลผลิต (น้ำนมดิบ หรือ ผลผลิตอื่น ๆ จากฟาร์ม) แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ต้องการได้รับรู้หรือเกษตรกรฯ ที่ยังมีความรู้ความเข้าใจไม่ถูกต้อง

<sup>22</sup> กำนอง สิงกาลวนิช. สื่อสารเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่. 2528, หน้า 267.

2. เป็นกิจกรรมต่อเนื่อง ซึ่งควรมีแผนการส่งเสริมความรู้เป็นขั้นตอนอย่างถูกต้อง ให้ความรู้ทั้งภาคทฤษฎี และปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ และปฏิบัติได้ผลดีจริงๆ

3. ให้ความรู้ในรูปแบบที่เกษตรกรฯ เต็มใจรับ เป็นการให้ในสิ่งที่เข้าต้องการไม่บังคับหรือยืดเยื้อตื้อให้ ให้ในสิ่งที่เกษตรกรต้องการจริงๆ หรือเป็นสิ่งที่เกษตรกรฯ เรียกร้องที่จะได้รับความรู้นั้นๆ ด้วยก็ยิ่งดี

4. ให้ความรู้เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรฯ ช่วยตนเองซึ่งการให้บริการของ อ.ส.ค. ควรมุ่งเน้น การฝึกอบรมให้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมช่วยตนเองได้ก่อน เพื่อจะได้รู้ถึงการช่วยตนเองและสังคม เช่น สามารถช่วยเหลือเพื่อเกษตรกรฯ ด้วยกันได้ ซึ่งจะก่อให้เกิดผลสำเร็จทั้งฟาร์มของตนเอง และผู้ที่มีอาชีพเลี้ยงโคนมเหมือนกัน

ในส่วนของการส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) ซึ่งมีหน้าที่โดยตรงในการให้ความรู้ต่อเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม นั้นจากการจัดตั้งอ.ส.ค. โดยพระราชกฤษฎีกาปีพุทธศักราช 2514 มีวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งตามที่ได้กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกาคือ

1. ส่งเสริมการเลี้ยงโคนม และสัตว์อื่นที่ให้น้ำนมและเนื้อ
2. ทำการฝึกอบรมให้บุคคลมีความรู้ ความชำนาญในการเลี้ยงโคนม และสัตว์อื่นที่ให้น้ำนมและเนื้อ การผลิตน้ำนมและเนื้อ และการประกอบผลิตภัณฑ์จากน้ำนมและเนื้อ
3. ผลิตน้ำนมและขายน้ำนม

4. ผลิตเนื้อ และผลิตภัณฑ์จากเนื้อ และซอซแยกเปลี่ยน และให้ซึ่งโคนมหรือสัตว์อื่นที่ให้น้ำนมและเนื้อ และผลิตภัณฑ์จากน้ำนมและเนื้อ

5. ประกอบกิจการที่เกี่ยวกับหรือต่อเนื่องกับกิจการโคนมของอ.ส.ค.

จะเห็นได้ว่า จากวัตถุประสงค์ของการจัดตั้ง อ.ส.ค. นั้น อ.ส.ค. จะมีความสัมพันธ์กับเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมอยู่ตลอดเวลา นับตั้งแต่ เมื่อคนๆ นั้นเข้ามาเป็นเกษตรกรสมาชิกของ อ.ส.ค. ดังนั้น จึงเป็นที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ อ.ส.ค. จะต้องติดต่อสื่อสาร เพื่อที่จะนำความรู้สู่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมทั้งนี้การสื่อสารที่ดีจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมอย่างมากเช่น

- ช่วยสร้างบรรยากาศของการรับรู้
- ช่วยสร้างความคิดคำนึงกระตุ้นให้เกษตรกรฯ อยากรู้ชีวิตที่ดีขึ้น
- ช่วยสร้างความเข้าใจให้เกิดแก่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม และช่วยให้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานได้อย่างถูกต้องยิ่งขึ้น
- ช่วยให้การปฏิบัติงาน ด้านส่งเสริมการเลี้ยงโคนม เกิดความสำเร็จ บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์

สื่อที่ อ.ส.ค. เผยแพร่ความรู้ต่อเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ซึ่งเป็นสมาชิกนั้น อ.ส.ค. ได้ดำเนินการในลักษณะดังกล่าวนี้

1. ความรู้ที่ อ.ส.ค. ส่งผ่านช่องทางต่างๆ

1.1 ผ่านช่องทางทางสื่อโทรทัศน์ทุกช่อง ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาคโดยเน้นที่ส่วนกลางได้แก่สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ช่อง 5 ช่อง 9 ช่อง 3 โดยผ่านทางรายการเกษตร

1.2 ผ่านช่องทางสื่อวิทยุ ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค โดยผ่านทางรายการข่าวภาคต่าง ๆ ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยและ อ.ส.ม.ท. เป็นหลักและรายการเกษตรของสถานีวิทยุเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ทำให้ความรู้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมโดยตรง



1.3 ผ่านช่องทางหนังสือพิมพ์รายวัน และรายสัปดาห์ทุกฉบับ ทั้งในคอลัมน์ทั่วไป และเฉพาะด้านการเกษตรภาพข่าวและเนื้อข่าว

1.4 ผ่านช่องทางนิตยสาร/วารสารทั่วไป และนิตยสาร/วารสารที่เกี่ยวกับการเกษตรโดยเฉพาะทั้งภาพ เนื้อข่าว รวมถึงสัปดาห์พิเศษ ได้แก่ นิตยสารวิวกวาย, นิตยสารถนนปศุสัตว์ เป็นต้น

2. ความรู้ที่ผ่านช่องทางสื่อบุคคลของ อ.ส.ค.

สื่อบุคคลที่เป็นตัวแทนของ อ.ส.ค. เพื่อเผยแพร่ความรู้ คือ พนักงานลูกจ้าง อ.ส.ค. นั้นเอง แต่ขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้ สื่อบุคคลกำหนดเพียง พนักงานสัตวแพทย์ พนักงานผสมเทียม และพนักงานส่งเสริม ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบงานการให้บริการความรู้ ข้อมูลทางวิชาการโดยให้คำปรึกษา แนะนำ ออกสื่อต่างๆ และการบริการตามข้อมูลเสนอหรือความต้องการเพื่อประโยชน์แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม รวมทั้งการให้การฝึกอบรมและเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการแก่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมด้วย

3. ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ ที่อ.ส.ค. ดำเนินการเอง ได้แก่

- การฝึกอบรม ทั้งนี้ อ.ส.ค. เปิดบริการฝึกปีละ 10 ครั้ง
- วารสาร อ.ส.ค. โดยมีวัตถุประสงค์ของการจัดทำ ดังนี้

เพื่อเป็นสื่อกลางในการติดต่อ สอบถามข้อข้องใจเกี่ยวกับ วิชาการเลี้ยงโคนมระหว่าง อ.ส.ค. และสมาชิกเกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรเลี้ยงโคนมได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อที่จะเผยแพร่ความรู้วิชาชีพเกษตรกรรมด้านการเลี้ยงโคนมให้แพร่หลายยิ่งขึ้นและเป็นสื่อในการติดต่อระหว่าง อ.ส.ค. กับนักวิชาการและหน่วยงานต่างๆ อีกทั้งเป็นตำราประกอบสำหรับบุคคลผู้สนใจที่จะศึกษาวิชาชีพการเลี้ยงโคนม

- ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ ได้แก่ แผ่นพับ โปสเตอร์ เอกสารเผยแพร่ เอกสารแนะนำประกอบ หนังสือเวียน จดหมายติดต่อ

- กิจกรรมพิเศษ ได้แก่ การแนะนำสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่ทำการวิจัยค้นคว้าขึ้น แนะนำนโยบายโครงการใหม่ๆ การแสดงและประกวดต่างๆ การจัดประชุมสัมมนา การจัดอภิปรายปัญหาพิเศษ การประชุม จัดนิทรรศการ การพบปะเยี่ยมเยียน การสาธิตวิธี และการสาธิตผล การจัดทัศนศึกษา

นอกจากการให้ความรู้แก่เกษตรกรโดยผ่านมวลชน และ อ.ส.ค. เอง แล้วเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมยังได้รับความรู้จากหน่วยงานอื่นๆ ได้อีกเช่นกัน เพราะนอกจากเกษตรกรจะเป็นสมาชิกผู้เลี้ยงโคนมของ อ.ส.ค. แล้วปรากฏว่ายังมีสมาชิกกลุ่มสังคมอื่นๆ อีกเช่นเป็นสมาชิกสหกรณ์ เป็นต้น ซึ่งทำให้เกษตรกรฯ มีโอกาสในการเลือกรับความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมหลายช่องทาง โดยมีหน่วยงานทั้งภาครัฐบาล และธุรกิจหลายแห่งที่ส่งสารต่างๆ และส่งผ่านหลายช่องทางให้เกษตรกรได้รับความรู้ด้านการเลี้ยงโคนม ได้แก่

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เช่น กรมปศุสัตว์ กรมส่งเสริมสหกรณ์ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

- หน่วยงานสังกัดกระทรวงมหาดไทย เช่น กรมพัฒนาชุมชนกรมประชาสัมพันธ์สำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท(รพช.)

- หน่วยงานสังกัดกระทรวงการลาโหม เช่น กรป.กลาง ศูนย์ส่งเสริมการขยายพันธุ์สัตว์ของทหาร

- หน่วยงานสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเช่นวิทยาลัยสังกัดกรมอาชีวศึกษา

นอกจากนี้ เกษตรกรยังได้รับการโน้มน้าว จูงใจ ให้รับความรู้ด้านการเลี้ยงโคนมจากธนาคารต่างๆ ทั้งธนาคารพาณิชย์ และธนาคารในสังกัดหน่วยงานราชการ เช่น ธนาคารกรุงเทพ,ธนาคารทหารไทย ธนาคารกรุงไทย ธนาคารออมสินธนาคารเพื่อเกษตรกรและสหกรณ์(ธ.ก.ส.) และอื่นๆ โดยเฉพาะธนาคารที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ส่งเสริมการเลี้ยงโคนม

**ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับ ลักษณะทั่วไปของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล กับพฤติกรรมการใช้สื่อมวลชน และ สื่อบุคคลของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม** ซึ่งได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร ภาพยนตร์ และพนักงานของการส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) ได้แก่พนักงานผสมเทียม พนักงานสัตวแพทย์ และพนักงานส่งเสริม โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

**ลักษณะทั่วไปของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล**

**ลักษณะทั่วไปของวิทยุ**

**ตารางที่ 1** จำนวนร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการฟังรายการวิทยุ

การเปิดรับฟังรายการวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
ฟัง	147	65.9
ไม่ฟัง	66	29.5
ไม่ตอบ	17	4.4
รวม	223	100.0



**ตารางที่ 1(ก)** จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามสถานที่ฟาร์ม

สถานที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมเปิดรับฟาร์ม	จำนวน	ร้อยละ
สถานีวิทยุกระจายเสียง- แห่งประเทศไทย	28	19.0
สถานีอื่นๆ	34	23.0
ไม่ระบุสถานที่	85	57.8
รวม	147	100.0

**ตารางที่ 1 (ข)** จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามการไม่พึงรายการวิทยุ

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ไม่พึงรายการวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีเวลา/ไม่มีโอกาส	24	36.3
ไม่มีเครื่องรับวิทยุ/เครื่องเสีย	21	31.8
รับข้อมูลจากสื่ออื่นทดแทน	5	7.5
ไม่ชอบไม่สนใจ	3	4.5
อื่นๆ (ไม่ได้นึกถึง)	1	1.5
ไม่ตอบ	12	18.1
รวม	66	100.0

**ตารางที่ 2** จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายการที่ฟังเป็นประจำ

รายการวิทยุที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมฟังเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
รายการเพื่อการศึกษา	38	25.8
รายการข่าว	117	79.5
รายการเพื่อการเกษตร	52	35.3
รายการสารคดี	51	34.6
รายการละคร	23	15.6
รายการเพลง	84	57.1
รายการโฆษณา	25	17.0
รายการเกี่ยวกับอาชีพแรงงาน	23	15.6
รวม	147	100.0

\* ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 1.1(ก) แสดงถึงการสำรวจเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของสื่อวิทยุในการเปิดรับสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม จำนวน 223 ราย พบว่ามีเกษตรกรฟังวิทยุ จำนวน 147 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.9 ไม่ฟัง จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.5 และไม่ตอบจำนวน 10 ราย



เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ฟังวิทยุส่วนใหญ่ฟังรายการข่าว เช่น ข่าวยามเช้า จัดโดย คุณปรีชา ทวีชัยโสภากา รายการเพลงเป็นต้น และตอบว่าสถานที่รับฟังคือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.0 สถานีอื่นๆ มีจำนวน 34 สถานี คิดเป็นร้อยละ 23.1 เช่น สถานี สวท.โคราช ต.ช.ด.ประจวบ จส.100 วิทยุกล่องผลที่1 เป็นต้น

จากตารางที่ 1(ข) เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้ให้เหตุผลของการไม่ฟังวิทยุส่วนใหญ่ไม่มีเวลา ไม่มีโอกาส เป็นจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.3 รองลงมา จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.2 ไม่มีเครื่องรับวิทยุ เครื่องเสีย ส่วนที่เหลือเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมรับข้อมูลจากสื่ออื่น คิดเป็นร้อยละ 3.4 ไม่ชอบไม่สนใจ คิดเป็นร้อยละ 2.0 และไม่ได้นึกถึงเลย คิดเป็นร้อยละ 0.6

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า รายการวิทยุที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ฟังเป็นประจำมีลักษณะแตกต่างกันไป

รายการข่าวเป็นรายการที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมฟังมากที่สุด จำนวน 177 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.5

รองลงมาคือ รายการเพลงมีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.1

รายการเพื่อการเกษตรและสารคดี มีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม จำนวนใกล้เคียงกันที่เปิดรับฟัง คือจำนวน 52 และ 51 คิดเป็นร้อยละ 35.3 และ 34.6 ตามลำดับ

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมจำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.8 จะเปิดรับฟังรายการเพื่อการศึกษาและมีจำนวนไม่แตกต่างกันนักเปิดรับฟังรายการโฆษณาและรายการเกี่ยวกับอาชีพแรงงาน คือ จำนวน 25 และ 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.0 และ 15.6 ตามลำดับ

### ลักษณะทั่วไปของโทรทัศน์

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการชมรายการโทรทัศน์

การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
ชม	208	93.2
ไม่ชม	9	4.0
ไม่ตอบ	6	2.6
รวม	223	100.0

ตารางที่ 3 (ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการไม่ชมรายการโทรทัศน์

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ไม่ชมรายการโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีเครื่อง ไม่มีไฟฟ้า ไม่มีเวลานอนดึกไม่ได้	8	3.6
นอนดึกไม่ได้	1	0.4
รวม	9	100.0

**ตารางที่ 4** จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายการโทรทัศน์ที่ชมประจำ

รายการโทรทัศน์ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
รายการเพื่อการเกษตร	171	82.2
รายการข่าว	188	90.3
รายการสารคดี	116	55.7
รายการเพื่อการศึกษา	50	24.0
รายการเพลง	71	34.1
มิวสิควีดีโอ	53	25.4
รายการละคร	109	52.4
รายการเกมส์โชว์	49	23.5
รายการกีฬา	126	60.0
รายการโฆษณา อื่นๆ	58 -	27.8 -
รวม	223	100.0

\* ผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ



จากการสอบถามลักษณะทั่วไปของสื่อโทรทัศน์(ตามตารางที่ 3 และ 3 (ก)) พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 223 ราย ส่วนใหญ่ชมรายการโทรทัศน์ มีจำนวน 208 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.2 ไม่ชมเพียง 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.3 ที่ไม่ตอบคิดเป็นร้อยละ 2.6 และพบว่า สาเหตุที่เกษตรกรไม่ชมรายการโทรทัศน์เนื่องจาก ไม่มีเครื่องรับ ไม่มีเวลา นอนดึกไม่ได้ ไม่มีไฟฟ้าเป็นต้น

ทั้งนี้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้ให้ความเห็นถึงรายการต่างๆที่ชมดังนี้(ดูตารางที่ 4)

รายการข่าว เป็นรายการโทรทัศน์ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมส่วนใหญ่ชอบชมมีจำนวน 188 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.3 รองลงมาคือ

รายการเพื่อเกษตรมีจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม 171 ราย ชมรายการนี้ คิดเป็นร้อยละ 82.2

รายการกีฬาเป็นรายการที่ชอบอันดับต่อมา มีจำนวน 126 ราย คิดเป็นร้อยละ 60

จากรายการสารคดีและรายการละครเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมชอบชมมีจำนวน 116 และ 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.7 และ 52.4 ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกัน

รายการเพลงมีเกษตรกรชม คิดเป็นร้อยละ 34.1 นอกจากนั้นรายการโฆษณามิวสิควีดีโอ รายการเพื่อการศึกษาและเกมโชว์ เป็นรายการที่ชอบมีอัตราใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 27.8, 25.4, 24.0 และ 23.5 ตามลำดับ

### ลักษณะทั่วไปของหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้อ่านหนังสือพิมพ์

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมผู้อ่านหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	141	63.2
ไม่อ่าน	70	31.3
ไม่ตอบ	12	8.5
รวม	223	100.0

ตารางที่ 5(ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่ไม่อ่านหนังสือพิมพ์

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ไม่ได้อ่านหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี ไม่ชอบ	38	54.2
-ไม่มีที่ซื้อ ไม่ได้อ่าน		
-ไม่มีเงิน ไม่มีเวลา		
หาซื้อไม่ได้	5	7.1
-ไม่มีที่ซื้อ หาซื้อลำบาก		
-บ้านอยู่ไกลตลาด อยู่ชนบท		

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ไม่ได้อ่านหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ใช้สื่ออื่นทดแทน	2	2.9
- วิทยุ โทรทัศน์		
ไม่ตอบ	25	35.7
รวม	70	100.0

**ตารางที่ 6** จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามหนังสือพิมพ์ที่อ่าน

หนังสือพิมพ์ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมอ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	87	61.7
เดลินิวส์	34	24.1
อ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า 1 ฉบับ	75	53.1
รวม	141	100.0

\* ผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ



**ตารางที่ 7** จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามคอลัมน์หนังสือพิมพ์ที่อ่านเป็นประจำ

คอลัมน์หนังสือพิมพ์ที่เกษตรกรอ่านประจำ	จำนวน	ร้อยละ
การเมือง	102	72.3
อาชญากรรม	86	60.9
ต่างประเทศ	46	32.6
สังคมการเมือง	67	47.5
บทบรรณาธิการ	15	10.6
สังคมชุมชน	14	9.9
เศรษฐกิจการเงินการธนาคาร	52	36.8
ท่องเที่ยว	25	17.7
การศึกษา	33	23.4
การเกษตร	112	79.4
บันเทิง	43	30.4
โฆษณา	24	17.0
จัดหาแรงงาน	20	14.0
บทความ	42	29.7
<b>รวม</b>	<b>141</b>	<b>100.0</b>

\* ผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากการสำรวจเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม จำนวน 223 ราย พบว่า มีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมอ่านหนังสือพิมพ์ 141 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.2 ไม่อ่าน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.3 (ตารางที่ 5) และส่วนใหญ่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมไม่อ่านหนังสือพิมพ์ (ตามตารางที่ 5(ก)) เพราะ ไม่มี ไม่ชอบ เช่น ไม่มีที่ซื้อ ไม่มีที่อ่าน จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.2 หาซื้อไม่ได้ (ไม่มีที่ซื้อ บ้านอยู่ไกลตลาด) จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.1 และจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.9 ใช้สื่ออื่นทดแทน เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ

จากจำนวนเกษตรกรที่เลี้ยงโคนมที่อ่านหนังสือพิมพ์ (ดูตารางที่ 6) พบว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐเป็นหนังสือพิมพ์ที่อ่านมากที่สุด จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.7 และมีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า 1 ฉบับ จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.1 ได้แก่ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ มติชน สยามรัฐ บ้านเมือง สยามกีฬา สยามโพสต์ ฐานเศรษฐกิจ ผู้จัดการ สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ กีฬามวยโลก คู่แข่งธุรกิจ ประชาชาติธุรกิจ เป็นต้น

หนังสือพิมพ์ต่างๆ เหล่านี้ (ตามตารางที่ 7) เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมอ่านคอลัมน์การเกษตรเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.4 รองลงมา จำนวน 102 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.3 คอลัมน์การเมือง คอลัมน์อาชญากรรม จำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.9 อันดับ 4 คอลัมน์สังคมการเมือง จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.5 อันดับ 5 ได้แก่ คอลัมน์เศรษฐกิจ การเงินการธนาคาร จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.8 อันดับต่อมาได้แก่ คอลัมน์ต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 32.6 คอลัมน์บันเทิง คิดเป็นร้อยละ 30.4 คอลัมน์บทความ คิดเป็นร้อยละ 29.7 คอลัมน์การศึกษา คิดเป็นร้อยละ 23.4 การท่องเที่ยวและการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 17.7 และ 17.0 บทบรรณาธิการ คิดเป็นร้อยละ 10.6 อันดับสุดท้าย คือ คอลัมน์สังคมชุบชีพ คิดเป็นร้อยละ 9.9

ลักษณะทั่วไปของนิตยสาร/วารสาร

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของเกษตรกรที่เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการอ่าน นิตยสาร/วารสาร

การอ่านนิตยสาร/วารสาร	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	147	65.9
ไม่อ่าน	60	26.9
ไม่ตอบ	16	7.1
รวม	223	100.0

ตารางที่ 8(ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรที่เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามที่ไม่อ่านนิตยสาร/วารสาร

เหตุผลที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมไม่อ่านนิตยสาร/วารสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีเวลา	8	13.3
ไม่มีอ่าน ไม่ได้ซื้อ หาซื้อไม่ได้	10	16.6
ตามองไม่เห็น อยู่ไกล		
ไม่ชอบ มีประโยชน์น้อย	4	6.6
อาศัยสื่ออื่นทดแทน (หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ )	1	1.6

เหตุผลที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมไม่อ่านนิตยสาร/วารสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ตอบ	37	61.6
รวม	60	100.0

**ตารางที่ 9** จำนวน และร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามนิตยสาร/วารสาร

นิตยสาร/วารสาร ที่เกษตรกรฯอ่าน	จำนวน	ร้อยละ
วารสารโคนมของ อ.ส.ค.	63	42.9
วารสารการเกษตรอื่นๆ	9	6.1
- วิวควาย		
- เจาะลึกฟาร์ม		
- โคนม โคนเนอ		
- สัตว์บาลสาส์น		
- วารสารเกษตร		
วารสารที่อื่นๆไป	26	17.7
- แม่บ้าน ชวณเรือน กุลสตรี แพรว		
ดิฉัน สตรีสาร คู่สร้างคู่สม ต่วยตูน		
ท่องเที่ยว มหัศจรรย์ (หนังสือพระ)		



นิตยสาร/วารสาร ที่เกษตรกรฯอ่าน	จำนวน	ร้อยละ
100 วัตต์ และแหล่งรถ เป็นต้น ไม่ระบุว่าอ่านนิตยสาร/วารสารใด	49	33.3
รวม	147	100.0

จากการสำรวจเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม พบว่า การเปิดรับสื่อประเภท นิตยสาร/วารสาร ปรากฏว่า มีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมอ่าน จำนวน 147 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.9 ไม่อ่านจำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.9 ทั้งนี้เหตุผลที่ไม่อ่าน เนื่องจากส่วนใหญ่ไม่มีเวลาอ่าน คิดเป็นร้อยละ 13.3 รองลงมา หาซื้อไม่ได้ คิดเป็นร้อยละ 16.6 ไม่ชอบอ่าน คิดเป็นร้อยละ 6.7 สาเหตุอื่นๆ ที่ไม่ได้ อ่าน ได้แก่ ตามองไม่เห็น อยู่ห่างไกลจากที่ขายหนังสือ และใช้สื่อวิทยุ โทรทัศน์ทดแทน คิดเป็นร้อยละ 1.6 (ดูตารางที่ 8 และ 8(ก))

จากจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่อ่านนิตยสาร/วารสาร พบว่า ส่วนใหญ่อ่านวารสารของ อ.ส.ค. จำนวน 63 รายคิดเป็นร้อยละ 42.9 อ่านนิตยสาร/วารสารอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านโคนม ได้แก่ นิตยสารวัวควาย วารสารโคนม - โคนเนอ นิตยสารเจาะลึกฟาร์ม สัตว์บาลศาสตร์ วารสารเกษตร รวม 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.1 นอกจากนั้นเป็นการอ่านวารสาร/นิตยสารอื่นๆ ได้แก่ มติชนสุดสัปดาห์ เทคโนโลยีชาวบ้าน นิตยสารของกรมวิชาการ การเกษตรนิตยสารทั่วไป ดิฉัน แพรว ชวีญเรือน กุสสตรี ลีค ท่องเที่ยว เคหะเกษตร บางกอก 100 วัตต์ มหัศจรรย์ (เกี่ยวกับพระ) แหล่งรถ คู่สร้างคู่สม ดารา ภาพยนตร์ ต่วยตูน จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.7 และที่ไม่ตอบว่าอ่าน นิตยสาร/วารสารใด จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3

ลักษณะทั่วไปของภาพยนตร์

ตารางที่ 10 จำนวน และ ร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามการชมภาพยนตร์

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ชมภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
ชม	81	36.3
ไม่ชม	119	53.3
ไม่ตอบ	23	10.3
รวม	223	100.0

ตารางที่ 10 (ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามเหตุผลที่ไม่ชมภาพยนตร์

เหตุผลที่ไม่ชมภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
-ไม่ชอบ ไม่มีเวลา ไม่ชอบบรรยากาศ	45	37.8
-ไม่มีโอกาส ไม่สะดวก ไม่มี โรงภาพยนตร์ใกล้บ้าน นอนดึกไม่ได้ ตามองไม่เห็น อายุมาก	22	18.5

เหตุผลที่ไม่ชมภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
-ใช้สื่ออื่นทดแทน (โทรทัศน์ วีดีโอ)	10	8.4
-ไม่ตอบ	42	35.3
รวม	119	100.0

ผลของการสำรวจเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมกลุ่มเป้าหมาย(ดูตารางที่ 10) พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.3 ชม ภาพยนตร์ และ จำนวน 119 รายหรือส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 53.3 ไม่ชม ภาพยนตร์ โดยพบสาเหตุที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมไม่ชมภาพยนตร์(ดูตารางที่ 10 (ก) ส่วนใหญ่ จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.8 ไม่ชอบ ไม่มีเวลา ไม่มีเวลาว่าง สิ้นเปลืองเวลา ไม่ชอบบรรยากาศ รongลงมา จำนวน 22 รายคิดเป็น ร้อยละ 18.5 เหตุผลได้แก่ ไม่มีโอกาส เสียเวลา ไม่คุ้มกับที่เสี่ยงภัย ไม่มีโรง ภาพยนตร์ใกล้บ้าน ระยะทางไกล ไม่สะดวก นอนดึกไม่ได้ หรือต้องการพักผ่อน ตามองไม่ค่อยเห็น ไปไม่ไหวอายุมากที่ตอบว่าใช้สื่ออื่นทดแทน(โทรทัศน์และวีดีโอ) มีจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.4 เช่น ตอบว่าส่วนมากชมจากรายการโทรทัศน์ โทรทัศน์มีหลายรายการให้ชม ดูวีดีโอ เป็นต้น

### ลักษณะทั่วไปของสื่อบุคคล

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามสื่อบุคคลของ อ.ส.ค.ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมติดต่อเป็น  
ประจำ

สื่อบุคคลของ อ.ส.ค.ที่เกษตรกรผู้เลี้ยง โคนมติดต่อเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานผสมเทียม	192	86.1
พนักงานสัตวแพทย์	181	81.2
พนักงานส่งเสริม	118	52.9
รวม	223	100.0

\* ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 11(ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามสถานที่ ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมติดต่อ/พบสื่อบุคคล  
ของ อ.ส.ค.เป็นประจำ

สถานที่เกษตรกรติดต่อ/พบสื่อบุคคล ของ อ.ส.ค.เป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
- ณ ศูนย์ส่งเสริมและบริการ	101	45.3



สถานที่เกษตรกรติดต่อ/พบสื่อบุคคล ของ อ.ส.ค. เป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
- สถานที่ทำงานอื่นๆ ได้แก่	16	7.2
- ฝ่ายสัตวแพทย์และปรับปรุงพันธุ์		
- ฝ่ายส่งเสริมและบริการ		
- แผนกผสมเทียม		
- โรงพยาบาลสัตว์		
- ที่บ้าน หรือ ฟาร์มของเกษตรกร	9	4.02
- ไม่ตอบ	97	43.5
รวม	223	100.0

**ตารางที่ 12** จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามเรื่องที่ติดต่อ/พบสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. เป็นประจำ

เรื่องที่เกษตรกรติดต่อ/พบสื่อบุคคล ของ อ.ส.ค. เป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
การผสมเทียม	64	28.7
รักษาโรค ขยายพันธุ์ ปรับปรุงพันธุ์	29	13.0

เรื่องที่เกษตรกรติดต่อ/พบสื่อบุคคล ของ อ.ส.ค. เป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
ปรึกษาปัญหา การจัดการฟาร์ม	13	5.8
การวิจัยพืชอาหารสัตว์ (เมล็ดพันธุ์หญ้า)	4	1.7
ไม่ตอบ	113	50.7
รวม	223	100.0

จากการสำรวจครั้งนี้ (ดูตารางที่ 11, 11(ก)) ผลปรากฏว่า สื่อบุคคลที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 223 ราย ติดต่อบ่อยที่สุด คือ พนักงานผสมเทียม จำนวน 192 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.1 รองลงมา จำนวนใกล้เคียงกันคือพนักงานสัตวแพทย์ มีจำนวน 181 คิดเป็นร้อยละ 81.2 และอันดับที่สาม คือ พนักงานส่งเสริม จำนวน 118 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.9 โดยที่การสำรวจครั้งนี้ พบว่า สถานที่ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ติดต่อกับสื่อบุคคลมากที่สุด คือ ศูนย์ส่งเสริมและบริการ มีจำนวน 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมาคือ สถานที่ทำงานต่าง ๆ ของ อ.ส.ค. ได้แก่ ฝ่ายสัตวแพทย์ แผนกผสมเทียม โรงพยาบาลสัตว์ ฝ่ายส่งเสริม คิดเป็นร้อยละ 7.2 (จากจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม 16 ราย) และมีเพียง 1 ราย ที่ใช้วิธีการสื่อสารกับบุคคลทางโทรศัพท์

ในการติดต่อสื่อสารระหว่างเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมกับสื่อบุคคล ซึ่งได้แก่ พนักงานผสมเทียม พนักงานส่งเสริม พนักงานสัตวแพทย์ นั้น เนื้อหาสาระที่ติดต่อบ่อยที่สุด พบว่า (ดูตารางที่ 12) เกษตรกรส่วนใหญ่ จำนวน 64 ราย คิดเป็น

ร้อยละ 28.7 ติดต่อเรื่องผสมเทียม รองลงมาเป็นการติดต่อเพื่อรักษาโรคโค การขยายพันธุ์และการปรับปรุงพันธุ์ และปัญหาโคนม คิดเป็นร้อยละ 13.0 จาก จำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม 29 ราย อันดับที่ 3 เป็นการปรึกษาปัญหาต่างๆ เช่น การจัดการฟาร์ม ข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพโคนม จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.8 อันดับที่ 4 ติดต่อเรื่องการส่งน้ำมันดิบ และตรวจคุณภาพน้ำนม จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.5 ที่เหลือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับการวิจัยพืชอาหาร สัตว์ (เมล็ดหญ้า แปลงหญ้า) คิดเป็นร้อยละ 1.7 (จำนวน 4 ราย)

กล่าวโดยสรุปเกี่ยวกับ "ลักษณะทั่วไปของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล" (ตามตาราง 1-12) มีดังนี้

เกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถาม 223 ราย เปิดรับสื่อโทรทัศน์ หรือชม รายการโทรทัศน์มากที่สุด (ร้อยละ 93.2) รองลงมา เปิดรับสื่อวิทยุและนิตย- สาร/วารสาร เท่ากัน คือ ร้อยละ 65.9 โดยเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์อันดับต่อมา (ร้อยละ 61.7) และสื่อภาพยนตร์เป็นสื่อที่เกษตรกรเปิดรับน้อยที่สุด (ร้อยละ 36.3)

เกี่ยวกับสื่อบุคคลที่เป็นพนักงาน/ลูกจ้างของ อ.ส.ค. พบว่า พนักงาน ผสมเทียม เป็นสื่อบุคคลที่เกษตรกรติดต่อมากที่สุด (ร้อยละ 86.1) รองลงมา คือ พนักงานสัตวแพทย์ ร้อยละ 81.2 และพนักงานส่งเสริม ร้อยละ 52.9

การสำรวจครั้งนี้ พบว่า เกษตรกรฯ เปิดรับฟังรายการข่าวจากสื่อวิทยุ มากกว่า รายการอื่นๆ รองลงมา เป็นการฟังรายการเพื่อการเกษตร ส่วนสื่อ โทรทัศน์ รายการข่าว ก็เป็นรายการที่เกษตรกรฯ ชมมากที่สุด (ร้อยละ 90.3) เช่นกัน รองลงมาเป็นรายการเพื่อการศึกษาร้อยละ 82.2

สำหรับการเปิดรับสื่ออื่นๆ ได้แก่ การอ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วาร สาร ผลจากการสำรวจ มีดังนี้ คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อ่านหนังสือพิมพ์มากที่สุด (ร้อยละ 61.7) ส่วนอ่านนิตยสาร/วารสาร เกษตรกรชอบอ่าน วารสาร โคนมของ อ.ส.ค. มากที่สุด (ร้อยละ 42.7)

### พฤติกรรมการใช้สื่อมวลชน และสื่อบุคคล

จากตารางที่ 13 ถึงตารางที่ 21 เป็นการศึกษาและวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อมวลชนและสื่อบุคคล ซึ่งจำแนกตามช่วงเวลา และเหตุผลของการเปิดรับสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

#### วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อวิทยุ

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาฟังวิทยุเป็นประจำ

ช่วงเวลาที่ฟังวิทยุเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
5.30-9.00 น. ช่วงเช้า	85	57.8
9.00-12.00 น. ช่วงสาย	30	20.4
12.00-15.00 น. ช่วงบ่าย	28	19.0
15.00-18.00 น. ช่วงเย็น	23	22.4
18.00-21.00 น. ช่วงค่ำ	45	30.6
21.00 น. ขึ้นไป	26	17.6
ไม่ตอบ	9	6.1
รวม	147	100.0

\* ผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ



เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมส่วนใหญ่ เปิดรับฟังรายการวิทยุในช่วงเช้าเวลา 05.30-09.00 น. คิดเป็นร้อยละ 57.8 รองลงมาที่ฟังรายการกันมากคือช่วงค่ำ เวลา 18.00-21.00 น. คิดเป็นร้อยละ 30.6 ส่วนช่วงสายและช่วงเย็น เวลา 09.00-12.00 น. และ 15.00-18.00 น. เป็นช่วงที่มีการเปิดรับฟังวิทยุไม่แตกต่างกัน คิดเป็นร้อยละ 20.4 และ 22.4 โดยช่วงเวลา 21.00 น.ขึ้นไป เป็นช่วงที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมเปิดรับสื่อวิทยุน้อยที่สุดของการสำรวจครั้งนี้คิดเป็นร้อยละ 17.6



ตารางที่ 14 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับเหตุผลที่ต้องการฟังรายการวิทยุ

เหตุผลที่ฟังรายการวิทยุ	มาก		ปานกลาง		น้อย		ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
-ต้องการความรู้ทั่วไป	73	49.6	70	47.6	9	6.1	2.4
-ต้องการพักผ่อน	38	25.8	66	44.8	33	22.4	2.0
-ต้องการบันเทิง	32	21.7	70	47.6	39	26.5	1.9
-ต้องการติดตามความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น	94	63.9	47	31.9	9	6.1	2.6
-ต้องการได้รับข่าวสารและความเป็นไปในสังคม	68	46.2	65	44.2	17	11.5	2.3
-ต้องการใช้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ที่จะทำ	44	29.9	64	43.5	31	21.0	2.0
-ต้องการฆ่าเวลาเนื่องจากไม่มีอะไรทำ	44	29.9	40	27.2	93	63.2	1.7

เหตุผลที่พึง รายการวิทยุ	มาก		ปานกลาง		น้อย		ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
-ต้องการใช้เป็นข้อ มูลประกอบการพุด คุย ปรัชญาหรือ หรือโต้แย้ง	4	2.4	5	3.4	3	2.0	2.1
-ต้องการทราบข่าว สารเฉพาะด้าน การเลี้ยงโคนม	87	59.1	49	33.3	12	8.1	2.5
-เหตุผลอื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 14(ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามเหตุผลอื่นๆ ที่พึงรายการวิทยุ

เหตุผลอื่นๆที่เกษตรกรฯพึงรายการวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
สนใจข่าวสารเฉพาะด้านการเลี้ยงโคนม	5	3.4
สนใจข่าวทั่วไป เช่น ต้องการให้วัวฟัง เพื่อไม่ให้ตกใจเวลามีเสียงรบกวน เป็นต้น	4	2.7

ในเรื่องการเปิดรับสื่อวิทยุ พบว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมมีเหตุผลของการรับสื่อดังนี้

**ต้องการความรู้** พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมฟังวิทยุเพื่อแสวงหาความรู้มาก ร้อยละ 49.6 รองลงมาคือ 47.6 และร้อยละ 6.1 ที่ต้องการน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.4

**ต้องการพักผ่อน** พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมต้องการปานกลาง คือ เกือบครึ่งหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 44.8 และต้องการพักผ่อนมากกว่ากับน้อย ค่อนข้างใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 25.8 และ 22.4 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.0

**ต้องการบันเทิง** พบว่า ร้อยละ 47.6 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในระดับปานกลาง ต้องการความบันเทิงน้อย ร้อยละ 26.5 และต้องการมาก คิดเป็นร้อยละ 21.7 มีค่าเฉลี่ย 1.9

**ต้องการติดตามความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น** พบว่า ส่วนใหญ่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมต้องการโดยมีจำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.9 ต้องการในระดับมากและมีความต้องการระดับปานกลางเป็นครึ่งหนึ่งของความต้องการมาก คือ ร้อยละ 31.9 ซึ่งในจำนวน 147 ราย ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เปิดฟังรายการวิทยุ มีเพียง 6.1 ราย (เท่ากับความต้องการความรู้) ที่มีความต้องการติดตามความเคลื่อนไหวในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.6

**ต้องการได้รับข่าวสารความเป็นไปในสังคม** พบว่า ความต้องการระดับมาก และปานกลาง อยู่ในระดับใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 46.2 และ 44.2 ตามลำดับ และระดับความต้องการน้อย มีจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.5 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.3



**ต้องการใช้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น** พบว่า เกษตรกร ผู้เลี้ยงโคนมที่พึงรายการเกือบครึ่งหนึ่งมีความต้องการระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 44.2 และมีความต้องการระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 29.9 (ประมาณ 1 ใน 3) และร้อยละ 21.0 เป็นระดับความต้องการน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.0

**ต้องการฆ่าเวลาเนื่องจากไม่มีอะไรทำ** พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมพึงวิทยุเพื่อการนี้ในระดับน้อย มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 63.2 โดยในระดับมากและปานกลางมีความใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 29.9 และ 27.2 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ย 1.7

**ส่วนความต้องการทราบข่าวสารเฉพาะด้านการเลี้ยงโคนม** พบว่า มีความต้องการในระดับมาก เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.1 รองลงมา เป็นระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 33.3 และระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 8.1 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.5

เหตุผลอื่นๆ ของความต้องการทราบข่าวเกี่ยวกับโคนม พบว่าเกษตรกรมีความสนใจข่าวสารบ้านเมืองต่างๆ ไป และต้องการทราบโดยเฉพาะเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม เช่น ต้องการทราบอัตราการขยายพันธุ์ผู้เลี้ยงโคนม ทราบระบบการบริหารของรัฐบาลเกี่ยวกับอาชีพการเลี้ยงโคนม ต้องการนำสาระจากรายการวิทยุไปปรับปรุงวิธีการเลี้ยงโคนมให้ดีขึ้นหรือช่วยแก้ปัญหาให้ เช่น เรื่องวัวล้มคอกนอกจากนี้ยังมีการเปิดรับสื่อวิทยุเพื่อต้องการให้วัวฟังเพื่อความสบายใจ และไม่ตกใจเมื่อมีสิ่งรบกวน เป็นต้น

เมื่อวิเคราะห์ตามค่าเฉลี่ยแล้ว จะพบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามได้ให้เหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทสื่อวิทยุ ตั้งแต่สูงสุดไปจนถึงต่ำสุด ดังนี้

ลำดับที่ 1 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมต้องการฟังวิทยุ เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ย 2.6

ลำดับที่ 2 ได้แก่ ความต้องการทราบข่าวสารเฉพาะด้านการเลี้ยงโคนม มีค่าเฉลี่ย 2.5

ลำดับที่ 3 ต้องการความรู้มีค่าเฉลี่ย 2.4 โดยต้องการได้รับข่าวสารและความเป็นไปในสังคม ค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกัน 2.3

ทั้งนี้พบว่า เหตุผลที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมต้องการฟังรายการวิทยุน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.7) คือ ฟังเพื่อฆ่าเวลาเนื่องจากไม่มีอะไรทำ

### วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อโทรทัศน์

ตารางที่ 15 จำนวนร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมจำแนกตามช่วงเวลาที่ชมรายการโทรทัศน์เป็นประจำ

ช่วงเวลาที่ชมรายการโทรทัศน์เป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
5.30-9.00 น. ช่วงเช้า	27	12.9
9.00-12.00 น. ช่วงสาย	27	12.9
12.00-15.00 น. ช่วงบ่าย	31	14.9
15.00-18.00 น. ช่วงเย็น	21	10.0
18.00-21.00 น. ช่วงค่ำ	181	87.0
21.00 น. ขึ้นไป	72	34.6
รวม	223	100.0

\* ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากการสำรวจเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อโทรทัศน์ (ดูตารางที่ 15) พบว่า ช่วงเวลาที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมชมรายการโทรทัศน์มากที่สุดอยู่ในช่วงค่ำ คือเวลา 18.00-21.00 น. คิดเป็นร้อยละ 87.0 รองลงมาได้แก่ ช่วงเวลา 21.00 น. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 34.6 ช่วงบ่ายเวลา 12.00-15.00 น. ก็เป็นช่วงที่มีการชมร้อยละ 14.9 ส่วนอีก 3 ช่วง ได้แก่ช่วงเช้า เวลา 5.30-9.00 น. ช่วงสาย เวลา 9.00-12.00 น. และเวลาช่วงเย็น 15.00-18.00 น. เป็นช่วงที่มีคนชมน้อย คิดเป็นร้อยละ 12.9, 12.9 และ 10.0 ตามลำดับ

**ตารางที่ 16** จำนวนร้อยละค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมจำแนกตามระดับเหตุผลที่ต้องการชมรายการโทรทัศน์

เหตุผลที่ชมรายการโทรทัศน์	มาก		ปานกลาง		น้อย		ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
-ต้องการความรู้ทั่วไป	9	4.3	77	37.0	115	55.2	1.5
-ต้องการพักผ่อน	30	14.4	100	48.0	59	28.3	1.8
-ต้องการบันเทิง	44	21.1	93	44.7	52	25.0	1.9
-ต้องการติดตามความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น	7	3.3	70	33.6	124	59.6	1.4
-ต้องการได้รับข่าวสารและความบันเทิงในสังคม	8	3.8	80	38.4	111	53.3	1.5
-ต้องการใช้ประกอบการศึกษาในเรื่องต่างๆ ที่จะทำ	54	25.9	85	40.8	54	25.9	2.0
-ต้องการฆ่าเวลาเนื่องจากไม่มีอะไรทำ	118	56.7	53	25.4	9	4.3	2.6



เหตุผลที่ชมรายการโทรทัศน์	มาก		ปานกลาง		น้อย		ค่าเฉลี่ย
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	$\bar{x}$
-ต้องการใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุย ปรึกษาหารือ หรือโต้แย้ง	52	25.0	93	44.7	47	22.5	2.0
-ต้องการทราบข่าวสารเฉพาะด้านการเลี้ยงโคนม	25	12.0	73	35.0	104	70.7	1.6
-เหตุผลอื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 16 เป็นผลของการสำรวจเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ชมรายการโทรทัศน์ โดยแสดงถึงเหตุผลต่างๆ ดังนี้

**ต้องการความรู้ทั่วไป** พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมชมรายการโทรทัศน์เพื่อความรู้อยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.3 ปานกลาง ร้อยละ 37.0 โดยที่เกษตรกรส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 55.2 ต้องการความรู้จากการชมรายการโทรทัศน์ในระดับน้อย ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ย 1.5

**ต้องการพักผ่อน** พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ชมรายการโทรทัศน์เกือบครึ่งหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 48.0 อยู่ในระดับปานกลาง ระดับน้อยคิดเป็นร้อยละ 28.3 และระดับมากที่สุดมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.4 โดยมีค่าเฉลี่ย 1.8

**ต้องการบันเทิง** พบว่า จำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในอัตราสูงสุด ประมาณครึ่งหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 44.7 อยู่ในระดับปานกลางและเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ชมรายการโทรทัศน์ ประมาณเศษ 1 ส่วน 4 ชมเพื่อต้องการบันเทิงซึ่งอยู่ในระดับน้อยและระดับมากคิดเป็นร้อยละ 25.0 และ 21.0 โดยมีค่าเฉลี่ย 1.9

**ต้องการติดตามความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น** พบว่า มีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 59.6 ที่ต้องการในระดับน้อย และร้อยละ 33.6 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 1.4

**ต้องการได้รับข่าวสาร และความเป็นไปในสังคม** พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ร้อยละ 3.8 อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 38.4 ในระดับปานกลาง แต่ส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 53.3 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 1.5

**ต้องการใช้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ที่จะทำ** พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม จำนวนเท่ากันในอัตราคิดเป็นร้อยละ 25.9 อยู่ในระดับมากและน้อย ส่วนในระดับปานกลางมีเกษตรกรเกือบครึ่งหนึ่งที่ชมโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 40.8 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.0

**ต้องการฆ่าเวลาเนื่องจากไม่มีอะไรทำ** พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมเป็นส่วนใหญ่ที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ในระดับมากคิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมา เป็นระดับปานกลาง ร้อยละ 25.4 ส่วนในระดับน้อยมีเพียงร้อยละ 4.3 เท่านั้น โดยมีค่าเฉลี่ย 2.6

**ต้องการใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุย ปรัชษาหารือ หรือโต้แย้ง** พบว่า เกือบครึ่งหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 44.7 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม มีความต้องการในระดับปานกลาง ส่วนระดับมากและระดับน้อย อยู่ในอัตราใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ 22.5 โดยมีค่าเฉลี่ย 1.9

ต้องการได้รับข้อมูลข่าวสารเฉพาะด้านการเลี้ยงโคนม พบว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมเปิดรับสื่อโทรทัศน์รับข้อมูลข่าวสารด้านนี้ในระดับน้อยคิดเป็น ร้อยละ 70.7 รองลงมาเป็นระดับปานกลางคิดเป็นร้อยละ 35.0 ระดับมากคิดเป็นร้อยละ 12.0 โดยมีค่าเฉลี่ย 1.6

ส่วนเหตุผลที่ชมโทรทัศน์ด้านอื่นๆ ปรากฏว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.6 ให้เหตุผลในลักษณะคล้ายกับความต้องการข้างต้น เช่นการข่าวสารต่างๆ ไป ต้องการข่าวสารการเลี้ยงโคนมด้านทุ่งหญ้า การเปลี่ยนสายพันธุ์ การดูแลรักษาโค การผสมเทียม และต้องการชมโทรทัศน์เพื่อให้สมาชิกในบ้านพักอยู่พร้อมหน้ากัน

ในการสำรวจครั้งนี้ ผู้วิจัยได้หาลำดับเหตุผลของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ต้องการชมรายการโทรทัศน์ในด้านต่างๆ ตามค่าเฉลี่ย ดังนี้

ลำดับที่ 1 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ต้องการชมรายการโทรทัศน์เพื่อฆ่าเวลา(มีค่าเฉลี่ย 2.6)

ลำดับที่ 2 ชมรายการโทรทัศน์ เพื่อต้องการใช้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่างๆที่จะทำ และต้องการใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุย ปรึกษาหารือ หรือโต้แย้งโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 2.0)

ลำดับที่ 3 ต้องการความบันเทิง (มีค่าเฉลี่ย 1.9)

และพบว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมให้เหตุผลในการชมรายการโทรทัศน์ที่น้อยที่สุด(มีค่าเฉลี่ย 1.4) ได้แก่ การติดตามความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น

### วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 17 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ต้องการอ่านหนังสือพิมพ์

เหตุผลที่ต้องการ อ่านหนังสือพิมพ์	มาก		ปานกลาง		น้อย		ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
-ต้องการความรู้ ทั่วไป	7	4.9	53	37.5	80	56.7	1.5
-ต้องการพักผ่อน	39	27.6	68	48.2	20	14.1	2.2
-ต้องการบันเทิง	51	36.1	69	48.9	6	4.2	2.4
-ต้องการติดตาม ความเคลื่อนไหว เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น	6	4.2	53	37.5	82	58.1	1.5
-ต้องการได้รับ ข่าวสารและความ เป็นไปในสังคม	14	9.9	51	36.1	74	52.4	1.6
-ต้องการใช้ประ- กอบการตัดสินใจ ในเรื่องต่างๆ ที่ จะทำ	36	25.5	58	41.1	38	26.9	1.9



เหตุผลที่ต้องการ อ่านหนังสือพิมพ์	มาก		ปานกลาง		น้อย		ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
-ต้องการฆ่าเวลา เนื่องจากไม่มี อะไรทำ	82	58.1	35	24.8	12	8.5	2.5
-ต้องการใช้เป็นข้อ มูลประกอบการพูด คุย ปรีกษาหาหรือ หรือโต้แย้ง	35	24.8	67	47.5	33	23.4	2.0
-ต้องการทราบข่าว สารเฉพาะด้าน การเลี้ยงโคนม	23	16.3	40	28.3	79	56.0	1.6
-เหตุผลอื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 17 เป็นการแสดงผลการสำรวจด้านพฤติกรรมการใช้หนังสือพิมพ์ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมอ่านหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับเหตุผลที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมต้องการอ่านหนังสือพิมพ์พบว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมอ่านหนังสือพิมพ์เพื่อ

ต้องการความรู้ทั่วไป ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 4.9 ระดับปานกลางคิดเป็นร้อยละ 37.5 ระดับน้อยคิดเป็นร้อยละ 56.7 โดยมีค่าเฉลี่ย 1.5

ต้องการพักผ่อน ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 27.6 ระดับปานกลางคิดเป็นร้อยละ 48.2 ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 14.1 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.2

**ต้องการบันเทิง** ส่วนใหญ่ของผู้ตอบ ร้อยละ 48.9 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 36.1 และระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 4.2 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.4

**ต้องการติดตามความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น** ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 4.2 ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 37.5 และผู้ตอบส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 58.1 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 1.5

**ต้องการใช้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ที่จะทำ** ปรากฏว่า ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 25.5 ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 41.5 และระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 26.9 โดยมีค่าเฉลี่ย 1.9

**ต้องการฆ่าเวลาเนื่องจากไม่มีอะไรทำ** ปรากฏว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 58.1 อยู่ในระดับมาก ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 24.8 และระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 8.5 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.5

**ต้องการใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุย** ปรึกษาหารือ หรือโต้แย้ง ผู้ตอบส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 24.8 ระดับปานกลางคิดเป็นร้อยละ 47.5 และระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 23.4 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.0

**ต้องการได้รับข่าวสารข้อมูลเฉพาะด้านการเลี้ยงโคนม** ผู้ตอบส่วนใหญ่อยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 56.3 ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 28.3 และระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 16.3 โดยมีค่าเฉลี่ย 1.6

เหตุผลอื่นๆ ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมอ่านหนังสือพิมพ์เพื่อเป็นแนวทางในการประกอบอาชีพ และต้องการรู้เรื่องต่างๆ ทั่วไป และโดยเฉพาะด้านการเลี้ยงโคนม

การสำรวจเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมให้เหตุผลในการอ่านหนังสือพิมพ์ ดังนี้

ลำดับที่ 1 อ่านเพื่อต้องการฆ่าเวลาเนื่องจากไม่มีอะไรทำ (มีค่าเฉลี่ย 2.5)

ลำดับที่ 2 เพื่อต้องการบันเทิง (มีค่าเฉลี่ย 2.4)

ลำดับที่ 3 เพื่อต้องการพักผ่อน (มีค่าเฉลี่ย 2.2)

ส่วนเหตุผลที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม อ่านหนังสือพิมพ์เป็นลำดับสุดท้ายคือ เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น และ ต้องการความรู้ (มีค่าเฉลี่ย 1.5)

#### วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อนิตยสาร/วารสาร

ตารางที่ 18 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับเหตุผลที่ต้องการอ่านนิตยสาร/วารสาร

เหตุผลที่ต้องการ อ่านนิตยสาร/วาร- สาร	มาก		ปานกลาง		น้อย		ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
-ต้องการความรู้ ทั่วไป	83	56.4	45	30.6	15	10.2	2.5
-ต้องการพักผ่อน	19	12.4	60	40.8	59	40.1	1.7
-ต้องการบันเทิง	12	8.1	61	41.4	55	37.4	1.6

เหตุผลที่ต้องการ อ่านนิตยสาร/วาร- สาร	มาก		ปานกลาง		น้อย		ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
-ต้องการติดตาม ความเคลื่อนไหว เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น	77	52.3	53	36.0	15	10.2	2.4
-ต้องการได้รับ ข่าวสารและความ เป็นไปในสังคม	63	42.3	59	40.1	21	14.2	2.3
-ต้องการใช้ประ- กอบการตัดสินใจ ในเรื่องต่างๆ ที่ จะทำ	47	31.9	74	50.3	18	12.2	2.2
-ต้องการฆ่าเวลา เนื่องจากไม่มี อะไรทำ	84	57.1	45	30.6	80	54.4	2.0
-ต้องการใช้เป็นข้อ มูลประกอบการพุด คุย ปรัชญาหรือ หรือโต้แย้ง	44	29.9	68	46.2	30	20.4	2.1
-ต้องการทราบข่าว สารเฉพาะด้าน การเลี้ยงโคนม	101	68.7	29	19.7	14	9.5	2.6
-เหตุผลอื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-



**ตารางที่ 18(ก)** จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามเหตุผลอื่นๆ ที่ต้องการอ่านนิตยสาร/วารสาร

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
- ต้องการทราบข่าวสารการเกษตร ทั่วไป และใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	6	4.1
- ต้องการให้ อ.ส.ค. ออกวารสาร โคนมเหมือนที่เคยทำและต้องการ ทราบ เรื่องทั่วไป	4	2.7

จากการศึกษาเกี่ยวกับนิตยสาร/วารสาร เป็นเมื่อที่เกษตรกรผู้เลี้ยง  
โคนมให้ความสนใจเปิดรับ ร้อยละ 65.9 ทั้งนี้พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมมี  
เหตุผลของการใช้สื่อประเภทนี้ ดังนี้ คือ

**ต้องการความรู้ทั่วไป** พบว่า ส่วนใหญ่ของผู้ตอบ จำนวน 83 ราย  
คิดเป็นร้อยละ 56.4 มีความต้องการความรู้มาก รองลงมาปานกลาง จำนวน 45  
ราย คิดเป็นร้อยละ 30.6 ต้องการความรู้น้อย เพียง 15 ราย คิดเป็นร้อยละ  
10.2 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.5

**ต้องการพักผ่อน** พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมอ่านนิตยสาร/วารสาร  
เพื่อต้องการพักผ่อนในระดับปานกลางและน้อย มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ 60 ราย  
และ 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.8 และ 40.1 และอ่านเพื่อพักผ่อนในระดับมาก  
มีเพียง 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.4 โดยมีค่าเฉลี่ย 1.7

**ต้องการบันทึก** พบว่า มีเกษตรกรเพียง 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.1 ต้องการในระดับมาก และมีเกษตรกรสัดส่วนใกล้เคียงกันในระดับปานกลาง และน้อย จำนวน 61 ราย และ 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.7 และ 32.4 โดยมีค่าเฉลี่ย 1.6

**ต้องการติดตามความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น** พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมมากกว่าครึ่งหนึ่ง จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.3 ต้องการทราบความเคลื่อนไหวในระดับมาก รองลงมาเป็นระดับปานกลาง จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.0 และเหตุผลที่ต้องการระดับน้อย มีจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.2 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.4

**ต้องการได้รับข่าวสารและความเป็นไปในสังคม** พบว่า เกษตรกรมีความต้องการข่าวในระดับมาก และปานกลางเป็นส่วนใหญ่ คือ จำนวน 63 ราย และ 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.3 และ 40.1 และประมาณเศษหนึ่งส่วนสี่ จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.2 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.3

**ต้องการใช้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ที่จะทำ** พบว่า มีเกษตรกรต้องการระดับมาก จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.9 ครึ่งหนึ่งเป็นความต้องการปานกลาง จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.3 ต้องการน้อยมีเพียง 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.2 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.2

**ต้องการฆ่าเวลาเนื่องจากไม่มีอะไรทำ** พบว่า มีจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมต้องการในระดับมากและน้อยมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.1 และ 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.4 ต้องการปานกลางจำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.6 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.0

**ต้องการใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุย** ปรัชญาหรือ หรือโต้แย้ง พบว่า ระดับปานกลาง เป็นเกษตรกรเกือบครึ่งหนึ่ง (68 ราย) คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมาอยู่ในระดับมาก จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.9 และระดับน้อย จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.4 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.1

**ต้องการได้รับข่าวสารข้อมูลเฉพาะด้านการเลี้ยงโคนม** พบว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ส่วนใหญ่ต้องการรับข่าวสารข้อมูลในระดับมาก มีจำนวน 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.7 รองลงมา จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.7 และมีเพียงร้อยละ 9.5 จำนวน 14 ราย อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.6

เหตุผลอื่นๆ นอกจากข้างต้น พบว่า (ดูตารางที่ 17(ก)) เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมอ่านนิตยสาร/วารสาร เพื่อรู้ความเป็นไปของเกษตรกร ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงฟาร์ม จำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 4.1 และจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7 ต้องการให้ออกวารสารโคนมเหมือนเคย และต้องการอ่านเรื่องต่างๆ ไป

**การสำรวจเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม** เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการใช้สื่อ นิตยสาร/วารสาร พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมมีเหตุผลที่ต้องการอ่าน ดังนี้

ลำดับที่ 1 ต้องการอ่านนิตยสาร/วารสารเพื่อต้องการได้รับข่าวสารข้อมูลด้านการเลี้ยงโคนม โดยมีค่าเฉลี่ย 2.6

ลำดับที่ 2 ต้องการความรู้ทั่วไป (มีค่าเฉลี่ย 2.5)

ลำดับที่ 3 ต้องการ ติดตามความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น (มีค่าเฉลี่ย 2.4)

ทั้งนี้พบว่า เหตุผลที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมต้องการอ่านนิตยสาร/วารสารน้อยที่สุด คือ เพื่อความบันเทิง (มีค่าเฉลี่ย 1.6)

### วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อภาพยนตร์

ตารางที่ 19 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ต้องการชมภาพยนตร์

เหตุผลที่ต้องการชมภาพยนตร์	มาก		ปานกลาง		น้อย		ค่าเฉลี่ย
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	$\bar{x}$
-ต้องการความรู้ทั่วไป	11	4.9	38	17.0	29	13.0	1.7
-ต้องการพักผ่อน	32	14.3	34	15.2	13	5.8	2.2
-ต้องการบันเทิง	40	17.9	29	13.0	11	4.9	2.7
-ต้องการติดตามความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น	13	5.8	31	13.9	31	13.9	1.8
-ต้องการได้รับข่าวสารและความเป็นไปในสังคม	21	9.4	36	16.1	20	8.9	2.0
-ต้องการใช้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่างๆที่จะทำ	12	5.3	29	13.0	34	15.2	1.7



เหตุผลที่ต้องการ อ่านนิตยสาร/วาร- สาร	มาก		ปานกลาง		น้อย		ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
-ต้องการฆ่าเวลา เนื่องจากไม่มี อะไรทำ	12	5.3	28	12.5	34	15.2	1.7
-ต้องการใช้เป็นข้อ มูลประกอบการพุด คุย ปรัชญาหรือ หรือโต้แย้ง	9	4.0	44	19.7	25	11.2	1.8
-ต้องการทราบข่าว สารเฉพาะด้าน การเลี้ยงโคนม	21	9.4	24	10.7	35	15.6	1.8
-เหตุผลอื่นๆ	—	—	—	—	—	—	—

จากการสำรวจพฤติกรรมการใช้สื่อภาพยนตร์ครั้งนี้      เกษตรกรผู้เลี้ยง  
โคนม ได้ให้เหตุผลของความต้อการชมภาพยนตร์ในระดับมาก ปานกลาง และน้อย  
มีดังนี้ (ดูตารางที่ 19)

ต้องการความรู้ทั่วไป พบว่า ความรู้ที่ต้องการระดับมาก คิดเป็นร้อยละ  
4.9 ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 17 และระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 13.0  
โดยมีค่าเฉลี่ย 1.7

**ต้องการพักผ่อน** พบว่า ระดับของความถี่ต้องการมากและปานกลางใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และ 15.2 โดยที่ระดับน้อยมีเพียงร้อยละ 5.8 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.2

**ต้องการความบันเทิง** พบว่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.9 อยู่ในระดับมาก รองลงมาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 13.0 และระดับน้อย คิดเป็นร้อยละเพียง 4.9 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.7

**ต้องการติดตามความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น** มีเพียงร้อยละ 5.8 ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมต้องการในระดับมาก และสัดส่วนเท่ากันในระดับปานกลางและน้อย คิดเป็นร้อยละ 13.9 โดยมีค่าเฉลี่ย 1.8

**ต้องการได้รับข่าวสารและความเป็นไปในสังคม** พบว่า ความต้องการที่มากที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.1 รองลงมาสัดส่วนใกล้เคียงกันมาก คือ ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 9.4 และระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 8.9 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.0

**ต้องการใช้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ที่จะทำ** พบว่า ความต้องการมากที่สุดกับอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 15.2 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 13.0 และระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 5.3 โดยมีค่าเฉลี่ย 1.7

**ต้องการฆ่าเวลาเนื่องจากไม่มีอะไรทำ** พบว่า มีความคล้ายคลึงกับความถี่ต้องการใช้ประกอบการตัดสินใจ ซึ่งอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 5.3 และจำนวนน้อยที่สุด มีจำนวน 12 ราย ในระดับปานกลาง จำนวน 29 ราย (ร้อยละ 13.0) และในระดับน้อย จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.2 โดยมีค่าเฉลี่ย 1.7

ต้องการใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุย ปรัชษาหารือ หรือโต้แย้ง พบว่า จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.7 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคิดเป็นร้อยละ 11.2 และน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 4.0 อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 1.8

ต้องการได้รับข่าวสารข้อมูลเฉพาะด้านการเลี้ยงโคนม พบว่า จำนวนมากที่สุด ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม คิดเป็นร้อยละ 18.6 อยู่ในระดับน้อย รองลงมา คิดเป็นร้อยละ 10.7 อยู่ในระดับปานกลาง จำนวนน้อยที่สุดอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 9.4 โดยมีค่าเฉลี่ย 1.8

จากการสำรวจครั้งนี้ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ได้บอกเหตุผลอื่นๆ ในการชมภาพยนต์ให้ทราบว่า "โดยมากภาพยนต์จะไม่มีข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับโคนม"

ในการศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้สื่อภาพยนต์ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมครั้งนี้ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้ให้เหตุผลของการใช้สื่อภาพยนต์ ดังนี้

ลำดับที่ 1 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ชมภาพยนต์เพื่อเพื่อความบันเทิง (มีค่าเฉลี่ย 2.7)

ลำดับที่ 2 ต้องการพักผ่อน (มีค่าเฉลี่ย 2.2)

ลำดับที่ 3 ชมภาพยนต์ เพื่อต้องการได้รับข่าวสารความเป็นไปของสังคม (มีค่าเฉลี่ย 2.0)

ทั้งนี้พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ให้เหตุผลในการชมภาพยนต์เพื่อต้องการความรู้ทั่วไปเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ที่จะทำและเพื่อต้องการค่าเวลาเนื่องจากไม่มีอะไรทำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 1.7

### วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อบุคคล

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลา ที่ติดต่อสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. เป็นประจำ

ช่วงเวลาที่เกษตรกรติดต่อสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. เป็นประจำ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
5.30-09.00 น. ช่วงเช้า	80	35.9
9.00-12.00 น. ช่วงสาย	138	61.9
12.00-15.00 น. ช่วงบ่าย	62	27.8
15.00-18.00 น. ช่วงเย็น	61	27.3
18.00-21.00 น. ช่วงค่ำ	8	3.6
21.00 น. ขึ้นไป	1	0.4

\* ผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากการสอบถามเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมถึงช่วงเวลาที่เกษตรกรติดต่อกับสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. เป็นประจำ (ดูตารางที่ 20) พบว่า ช่วงเวลาที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมติดต่อกันมากที่สุด คือ ช่วงสาย เวลา 9.00-12.00 น. มีจำนวน 138 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.9 รองลงมา คือช่วงเช้าเวลา 05.30-09.00 น. มีจำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.9 และในช่วงบ่ายและช่วงเย็น เป็นช่วงที่ติดต่อในอัตราใกล้เคียงกัน คือ จำนวน 62 รายและ 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.9 และ 27.3 ส่วนช่วงที่มีการติดต่อน้อย คือ ช่วงค่ำเวลา 18.00-21.00 น. มีเพียง 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.6 และช่วงที่เกือบจะไม่มีเลย คือ ช่วงเวลา 21.00 น. ขึ้นไป มีเพียง 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.4



**ตารางที่ 21** จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับของเหตุผลในการติดต่อกับสื่อมวลชนของอ.ส.ค.

ระดับเหตุผลที่ เกษตรกรติดต่อ/ พบสื่อของอ.ส.ค.	มาก		ปานกลาง		น้อย		ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
-ต้องการความรู้ ทั่วไป	91	40.8	82	36.7	28	12.5	2.3
-ต้องการพักผ่อน	8	3.5	37	16.5	138	61.8	1.3
-ต้องการบันเทิง	2	0.8	30	13.4	149	66.8	1.2
-ต้องการติดตาม ความเคลื่อนไหว เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น	77	34.5	91	40.8	33	14.7	2.2
-ต้องการได้รับ ข่าวสารและ ความเป็นไปใน สังคม	55	24.6	104	46.6	40	17.9	2.1
-ต้องการใช้ ประกอบการตัด สินใจในเรื่อง ต่างๆ ที่จะทำ	81	36.3	79	35.4	37	16.5	2.2

ระดับเหตุผลที่ เกษตรกรรยติดต่อ/ พบสื่อของอ.ส.ค.	มาก		ปานกลาง		น้อย		ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
-ต้องการฆ่าเวลา เนื่องจากไม่มี อะไรทำ	7	3.1	27	12.1	150	67.2	1.1
-ต้องการใช้เป็น ข้อมูลการพูดคุย ปรึกษาหารือ หรือ โต้แย้ง	55	24.6	100	44.8	46	20.6	2.0
-ต้องการได้รับ ข่าวสารเฉพาะ ด้านการเลี้ยง โคนม	138	61.8	52	23.3	14	6.2	2.6
-เหตุผลอื่นๆ	16	7.1	5	2.2	3	1.3	2.5

**ตารางที่ 21(ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามเหตุผลอื่นๆ ในการติดต่อ/พบสื่อบุคคลของ อ.ส.ค.**

เหตุผลอื่นๆ ที่ติดต่อกับสื่อบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการความช่วยเหลือและใช้บริการ	14	6.3
- ต้องการปรับปรุงพันธ์ บริการผสมเทียม		
- แฉังโคป่วย-รักษาโค แฉังทำประวัติ เป็นต้น		
ต้องการสร้างมนุษยสัมพันธ์	3	1.3
- เยี่ยมเยือน พบปะ		
- เหมือนญาติสนิท		

จากตารางที่ 21 และ 21(ก) เป็นการสำรวจเพื่อทราบเหตุผลที่เกษตรกรต้องการติดต่อกับสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. พบว่า เกษตรกรมีเหตุผลในเรื่องต่างๆ ดังนี้

**ต้องการความรู้ทั่วไป** พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมส่วนใหญ่ต้องการในระดับมากจำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.8 และมีความต้องการรู้ปานกลางและน้อยตามลำดับไป จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.7 จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.3

**ต้องการพักผ่อน** พบว่า เป็นความต้องการกลับกันกับต้องการความรู้ โดยเรียงลำดับจากต้องการพักผ่อนมากไปหาน้อย ดังนี้ ระดับมาก จำนวน (น้อยที่สุด) 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.5 ระดับปานกลาง จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.5 และระดับน้อย (จำนวนมากที่สุด) มีจำนวน 138 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.8 โดยมีค่าเฉลี่ย 1.3

**ต้องการบันทึก** พบว่า จำนวน และอัตราร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมมีลักษณะเหมือนกับความต้องการพักผ่อน คือ ระดับน้อยมีมากที่สุด คือ จำนวน 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.8 ปานกลาง 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3 และระดับมาก ซึ่งมีจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.8 โดยมีค่าเฉลี่ย 1.2

**ต้องการติดตามความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น** พบว่า ระดับปานกลางมีจำนวนมากที่สุด 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาเป็นระดับมากจำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.5 ระดับน้อย 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.7 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.2

**ต้องการได้รับข่าวสารความเป็นไปในสังคม** พบว่า เกษตรกรฯ มีความต้องการเหมือนกับติดตามความเคลื่อนไหวมากที่สุด อยู่ในระดับปานกลางมีจำนวน 104 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.6 รองลงมาคือระดับมากจำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.6 และจำนวนน้อยที่สุดอยู่ในระดับน้อยจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.9 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.1

**ต้องการให้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ที่จะทำ** พบว่า จำนวนมากที่สุดคือ ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 35.4 จำนวน 79 ราย รองลงมา ระดับน้อยจำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.5 และจำนวนน้อยที่สุด 6.3 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.2

**ต้องการฆ่าเวลาเนื่องจากไม่มีอะไรทำ** พบว่า ระดับมากมีน้อยที่สุดจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.1 ระดับปานกลางจำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.1 และ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับน้อย จำนวน 150 ราย คิดเป็นร้อยละ 67 ซึ่งเป็นจำนวนมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 1.1



**ต้องการใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุย** **ปรึกษาหารือ** หรือโต้แย้ง พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง 100 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมา ระดับมาก จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.6 และระดับน้อยมีมากที่สุด จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.6 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.0

**ต้องการได้รับข่าวสารข้อมูลเฉพาะด้านการเลี้ยงโคนม** พบว่า เกษตรกรมีความต้องการในระดับมาก ปานกลาง น้อย เรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด คือ ระดับมากมีมากที่สุด จำนวน 138 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.8 ระดับปานกลาง จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.3 ระดับน้อย จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.2 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.6

ทั้งนี้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้บอกถึงเหตุผลอื่นๆ ในการติดต่อกับสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. ในระดับมาก มีจำนวนมากที่สุด คือ 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.1 รองลงมา ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 2.2 ระดับน้อย ร้อยละ 1.3 โดยมีค่าเฉลี่ยของเหตุผลอื่นๆ คือ 2.5

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อบุคคล เพื่อทราบระดับของเหตุผลในการที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมต้องการติดต่อกับสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. ได้แก่ พนักงานส่งเสริม พนักงานสัตวแพทย์ พนักงานผสมเทียม มีดังนี้

ลำดับที่ 1 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมต้องการได้รับข่าวสารข้อมูลเฉพาะด้านการเลี้ยงโคนม (มีค่าเฉลี่ย 2.6)

ลำดับที่ 2 ต้องการความรู้ทั่วไป (มีค่าเฉลี่ย 2.3)

ลำดับที่ 3 ต้องการใช้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ที่จะทำกับความต้องการในการติดตามความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.2

กล่าวโดยสรุปเกี่ยวกับ "พฤติกรรมการใช้สื่อมวลชนและสื่อบุคคล" ที่พบจากการสำรวจ มีดังนี้ (ตารางที่ 13-ตารางที่ 21)

เกษตรกรฯ ส่วนใหญ่ ฟังรายการวิทยุ ในช่วงเช้า เวลา 5.30 น.- 9.00 น. ชมรายการโทรทัศน์ในช่วงค่ำ เวลา 18.00-21.00 น. และ ช่วงเวลาที่เกษตรกรฯ ติดต่อกับสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. คือช่วงสายในเวลา 9.00-12.00 น.

ทั้งนี้ เกษตรกรฯ มีเหตุผลในการรับสื่อมวลชน และสื่อบุคคลแตกต่างกัน ดังนี้

เกษตรกรฯ ต้องการฟังรายการวิทยุ เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวในระดับมาก ร้อยละ 63.9 และมีเพียงร้อยละ 6.1 ที่ต้องการความรู้โดยอยู่ในระดับน้อย

ส่วนการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ พบว่า เกษตรกรฯ มีเหตุผลในการชมรายการโทรทัศน์เพื่อต้องการฆ่าเวลา เนื่องจากไม่มีอะไรทำเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 56.7) และอยู่ในระดับมากและพบว่า ชมรายการโทรทัศน์เพื่อติดตามความเคลื่อนไหว อยู่ในระดับน้อย เป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 59.6)

ในการเปิดรับสื่อ พบว่า เกษตรกรฯ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 58.1) ต้องการอ่านหนังสือพิมพ์ เพื่อต้องการฆ่าเวลาในระดับมาก ซึ่งเหมือนกับการรับสื่อโทรทัศน์ และพบว่าอ่านเพื่อต้องการความบันเทิงและพักผ่อน ในระดับปานกลาง จำนวนใกล้เคียงกัน คือร้อยละ 48.9 และ 48.2

ทั้งนี้ พบว่า เกษตรกรฯ อ่านหนังสือพิมพ์ เพื่อต้องการติดตามความเคลื่อนไหวต้องการความรู้ ต้องการได้รับข่าวสารข้อมูล อยู่ในระดับน้อย มีจำนวนใกล้เคียงกัน ร้อยละ 58.1, 56.7 และ 56.0 ตามลำดับ

สำหรับ นิตยสาร/วารสารนั้น เกษตรกรฯให้เหตุผลในการรับสื่อเนื่อง จากส่วนใหญ่ ต้องการได้รับข่าวสารข้อมูล ด้านการเลี้ยงโคนม(ร้อยละ 68.7)ใน ระดับมาก และส่วนใหญ่ต้องการอ่านเพื่อฆ่าเวลา (ในระดับน้อย)ร้อยละ 54.4

การสำรวจพฤติกรรมการใช้สื่อครั้งนี้ พบว่า เกษตรกรเปิดรับสื่อ ภาพยนตร์น้อยกว่าสื่ออื่นๆ ทั้งหมด โดยให้เหตุผลในการชมภาพยนตร์ว่า ต้องการ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุย (ร้อยละ 19.7 ในระดับปานกลาง) และเป็น เหตุผลเพื่อต้องการความบันเทิงในระดับมาก ร้อยละ 17.9 และร้อยละ 15.6 ใน ระดับน้อย ต้องการได้รับข่าวสารข้อมูลเฉพาะด้านการเลี้ยงโคนม

ส่วนเหตุผลที่เกษตรกร ต้องการติดต่อกับสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. ส่วน ใหญ่พบว่าต้องการติดต่อเพื่อต้องการข่าวสารข้อมูลด้านการเลี้ยงโคนม ร้อยละ 61.8

## บทที่ 5

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตามที่ได้รายงานผลการวิจัยเรื่อง " การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม" ในส่วนที่เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม และพฤติกรรมการใช้สื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมไปแล้วในบทที่ 3 นั้น ในบทที่ 4 นี้ จะเป็รายงานการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ข้อ 2 คือ " เพื่อศึกษาถึงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนต่างๆ และสื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ของ อ.ส.ค." และวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ " เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างสภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคม กับประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม" โดยได้ใช้ข้อมูลจากการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 223 ราย ( ร้อยละ 74.3 ) จากจำนวนประชากรที่ได้กล่าวแล้วในบทที่ 1

รายงานผลการวิเคราะห์ในบทนี้ ผู้วิจัยจะรายงานผลออกเป็น 6 ส่วน คือ ตั้งแต่ตารางที่ 22 ถึง ตารางที่ 67

ส่วนที่ 1 เป็นรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ผลการวิเคราะห์สภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้แก่ เพศ อายุ รายได้ เป็นต้น ( ตารางที่ 22 ถึง ตารางที่ 28 )

ส่วนที่ 2 เป็นรายงานผลการวิเคราะห์ ความพึงพอใจในสื่อมวลชน และสื่อบุคคลของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ( ตารางที่ 29 ถึง ตารางที่ 38 )



ส่วนที่ 3 เป็นรายงานผลการวิเคราะห์ถึง ประโยชน์ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้รับจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล (ตารางที่ 39 ถึง ตารางที่ 48)

ส่วนที่ 4 เป็นรายงานผลการวิเคราะห์ถึงข้อเสนอแนะ หรือความเห็นในการปรับปรุงสื่อมวลชน และสื่อบุคคล (ตารางที่ 49 ถึง ตารางที่ 57)

ส่วนที่ 5 เป็นรายงานผลการวิเคราะห์ข้อสังเกตเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (ตารางที่ 58 ถึง ตารางที่ 61)

ส่วนที่ 6 เป็นรายงานผลการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ ระหว่างสภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคม กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม (ตารางที่ 62 ถึง ตารางที่ 67)

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกร  
ผู้เลี้ยงโคนม

ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำ  
นวนตามเพศ

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมจำแนกตามเพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	185	82.9
หญิง	36	16.1
ไม่ตอบ	2	0.8
รวม	223	100

จากตารางที่ 22 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม 223 ส่วน  
ใหญ่เป็นเกษตรกรเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 82.9 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าเพศหญิง  
ถึง 5 เท่า

**ตารางที่ 23** จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ออกแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มอายุ

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมจำแนกตามกลุ่มอายุ	จำนวน	ร้อยละ
25 ปี หรือน้อยกว่า	21	9.4
26-35 ปี	56	25.1
36-45 ปี	68	30.4
46-55 ปี	47	21.0
56 ปีขึ้นไป	24	10.7
อื่นๆ	7	3.1
รวม	223	100.0

จากตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกรจำแนกตามกลุ่มอายุจากจำนวน 223 ราย พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.4 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.1 และช่วงอายุ 46-55 ปี ร้อยละ 21.0 ส่วนช่วงอายุ 25 ปีขึ้นไป และช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป มีจำนวนที่ค่อนข้างน้อยใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 9.4 และ 10.7

ตารางที่ 24 จำนวน และร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบคำถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมจำแนกตามระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	135	60.5
มัธยมศึกษา	60	26.9
อนุปริญญา	6	2.6
ปริญญาตรี	14	6.2
สูงกว่าปริญญาตรี	2	0.8
อื่นๆ	3	1.3
ไม่ตอบ	3	1.3
รวม	223	100.0

จากตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมตามระดับการศึกษา พบว่าเกษตรกรฯ มีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษาหรือต่ำกว่า เป็นส่วนใหญ่ซึ่งเกินครึ่งหนึ่งของเกษตรกรฯ ทั้งหมดคือ ร้อยละ 60.5 และประมาณ 1 ใน 4 อยู่ในระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษา ร้อยละ 26.9 ทั้งนี้มีเกษตรกรฯ ที่จบปริญญาตรีร้อยละ 6.2 และสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 0.8



**ตารางที่ 25** จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบคำถามจำแนกตาม รายได้

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมจำแนกตามรายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000	38	17.0
5,000-10,000	63	28.2
10,001-15,000	59	26.4
15,001-20,000	21	9.4
มากกว่า 20,001	35	15.6
อื่นๆ	4	1.7
ไม่ตอบ	3	1.3
รวม	223	100.0

จากตารางที่ 25 แสดงถึงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยประมาณ (โดยไม่หักค่าใช้จ่ายและหนี้สิน) ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม พบว่า ส่วนใหญ่เกษตรกรมีรายได้ อยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาท จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.2 รองลงมา 10,001-15,000 บาท จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.4 อันดับสาม 5,000 บาท หรือ น้อยกว่า จำนวน 38 รายคิดเป็นร้อยละ 17.0 และในอัตราส่วนใกล้เคียงกันคือ รายได้มากกว่า 20,001 บาท จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.6

ตารางที่ 26 จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามการถือครองที่ดินเพื่อประกอบอาชีพ

การถือครองที่ดินของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม	จำนวน	ร้อยละ
เป็นของตนเอง	159	68.24
เช่า	39	16.7
รับจ้าง	1	0.4
มีผู้มอบให้ฟรี	13	5.8
ไม่ตอบ	21	9.0

\*ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 26 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ออกแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะการถือครองที่ดิน พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 68.24 ถือครองที่ดินเป็นของตนเอง รองลงมา เป็นผู้เช่าที่ดินทำกิน คิดเป็นร้อยละ 16.7 และร้อยละ 5.8 เป็นลักษณะที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในที่มีผู้มอบที่ดินให้ฟรี

**ตารางที่ 27** จำนวนและร้อยละ ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามการประกอบอาชีพอื่นนอกจากการเลี้ยงโคนม

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ประกอบอาชีพอื่น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	84	37.6
มี	134	60.0
ไม่ตอบ	5	2.2
รวม	223	100.0

**ตารางที่ 27 (ก)** จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามการประกอบอาชีพอื่น

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ประกอบอาชีพอื่น	จำนวน	ร้อยละ
- ทำไร่ ทำสวน (ข้าวโพด มันสำปะหลัง ถั่วเหลือง อ้อย สับปะรด ฝ้าย น้อยหน่า มะพร้าว)	67	50
- ธุรกิจ ค้าขาย (ขายอาหารสัตว์ วัสดุก่อสร้าง รับจ้างส่งนม รถรับจ้าง ช่างไม้ ช่างซ่อม รับจ้างทั่วไป)	26	19.4

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ประกอบอาชีพอื่น	จำนวน	ร้อยละ
- ทำนา	19	14.1
- อาชีพอื่นๆ (ข้าราชการ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ)	13	9.7
- เลี้ยงสัตว์ (เลี้ยงปลา ไก่ไข่ ไหม)	6	4.5
- ทัวไป (ปลูกดอกไม้)	3	2.2
รวม	134	100.0

จากตารางที่ 27 และ 27(ก) แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมประกอบอาชีพอื่นนอกจากการเลี้ยงโคนม พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมประกอบอาชีพการเลี้ยงโคนมเป็นหลักแต่เพียงอย่างเดียว มีจำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.6 และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอื่นๆ ควบคู่ไปกับการเลี้ยงโคนม จำนวน 134 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.0

ส่วนอาชีพอื่นๆ ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมทำส่วนใหญ่ร้อยละ 30.0 ประกอบอาชีพทำไร่ ทำสวน เช่น ข้าวโพด มันสำปะหลัง ถั่วเหลือง อ้อย สับปะรด ฝ้าย น้อยหน่า มะพร้าว รองลงมา คือ อาชีพธุรกิจ/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 11.6 ได้แก่ ทำอิฐบล็อก ชั้บรถรับจ้าง รับจ้างส่งนม จำหน่ายถั่วงอก จำหน่ายอาหารสัตว์ จากการสำรวจพบว่า อาชีพทำนาอยู่ในอันดับสาม คิดเป็นร้อยละ 8.5 อาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 5.8 เลี้ยงสัตว์อื่นๆ เช่น เลี้ยงไก่ เลี้ยงปลา เลี้ยงไหม คิดเป็นร้อยละ 2.6 และอาชีพทัวๆ ไป คิดเป็นร้อยละ 1.3



**ตารางที่ 28** จำนวนร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามในการเป็นสมาชิกหรือกรรมการทางกลุ่มสังคมและอาชีพ

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมเป็นสมาชิก/กรรมการกลุ่มสังคมและอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
คณะกรรมการหมู่บ้าน	37	44.0
คณะกรรมการการศึกษา	22	26.1
คณะกรรมการวัด	42	50.0
กลุ่มเกษตรกร	62	73.8
กลุ่มสตรีหรือกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร	6	7.1
กลุ่มเยาวชน	4	4.7
กลุ่มลูกเสือชาวบ้าน	33	39.2
กลุ่มสหกรณ์	81	96.4
กลุ่มผู้ใช้น้ำชลประทาน	16	19.0
รวม	84	100.0

\* ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 28 แสดงถึงการเป็นสมาชิกหรือกรรมการกลุ่มทางสังคมอื่นนอกจากสมาชิกผู้เลี้ยงโคนมของ อ.ส.ค. จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม จำนวน 48 ราย เป็นสมาชิกหรือกรรมการกลุ่มทางสังคมอื่นๆ โดยเป็นสมาชิกกลุ่มสหกรณ์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 96.4 รองลงมาเป็นกลุ่มเกษตรกรคิดเป็นร้อยละ 73.8 เป็นคณะกรรมการวัด คิดเป็นร้อยละ 50.0 เป็นคณะกรรมการหมู่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 44 กลุ่มลูกเสือชาวบ้าน คิดเป็นร้อยละ 39.2 คณะ

กรรมการการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 26.1 กลุ่มผู้ใช้น้ำชลประทาน คิดเป็นร้อยละ 19.0 กลุ่มสตรีหรือกลุ่มแม่บ้านและกลุ่มเยาวชน คิดเป็นร้อยละ 7.1 และ 4.7

กล่าวโดยสรุป ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม (ตารางที่ 22 ถึง ตารางที่ 28) พบว่า

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมตอบแบบสอบถาม จำนวน 223 ราย จากแบบสอบถามที่ส่งออกไป 300 ชุด คิดเป็นร้อยละ 74.3 ส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 82.9 ซึ่งมากกว่าเพศหญิงประมาณ 5 เท่า (เพศหญิง 30.4) เมื่อพิจารณาในแง่การศึกษาแล้ว พบว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่ (ร้อยละ 60.5) ศึกษาชั้นประถมศึกษาหรือต่ำกว่าโดยส่วนใหญ่เกษตรกรมีรายได้ ระหว่าง 5,000-10,000 บาท (ร้อยละ 28.2) และระหว่าง 10,001-20,000 บาท (ร้อยละ 26.4)

จากการสำรวจ ทำให้พบว่านอกจากเกษตรกรฯได้เลี้ยงโคนมเป็นอาชีพหลักแล้วยังมีการประกอบอาชีพอื่นควบคู่ไปกับการเลี้ยงโคนมอีกด้วย คิดเป็นร้อยละ 60.0 และนอกจากจะเป็นสมาชิกและส่งนํ้านมดิบให้ อ.ส.ค.แล้ว ก็ยังเป็นสมาชิกกลุ่มสหกรณ์มากที่สุดอีกด้วย

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในสื่อมวลชน และสื่อบุคคลของเกษตรกรฯ

### วิเคราะห์ความพึงพอใจในสื่อวิทยุ

ตารางที่ 29 จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามระดับความพึงพอใจจากการฟังวิทยุทั่วไป

ระดับความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ฟังรายการวิทยุทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	20	13.6
มาก	41	27.8
ปานกลาง	78	53.0
น้อย	11	7.4
น้อยที่สุด	3	2.0

**ตารางที่ 30** จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจ จากการฟังวิทยุเกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม

ระดับความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ฟังรายการวิทยุเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$
มากที่สุด	36	24.4	
มาก	60	40.8	
ปานกลาง	36	24.4	3.6
น้อย	11	7.4	
น้อยที่สุด	8	5.4	

จากข้อมูลในตารางที่ 29 และ 30 เป็นการแสดงถึงความพึงพอใจในสื่อวิทยุ โดยแบ่งเป็น (1) ความพอใจจากรายการวิทยุทั่วไป และ (2) ความพึงพอใจจากการฟังรายการที่เกี่ยวกับเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม พบว่า

ส่วนใหญ่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ได้รับความพึงพอใจจากการฟังรายการวิทยุทั่วไปในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 53.0 ซึ่งเป็นครึ่งหนึ่งของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ฟังวิทยุทั้งหมด อีกประมาณเศษ 1 ส่วน 4 หรือร้อยละ 27.8 มีความพอใจในระดับมาก 13.6 เป็นความพอใจมากที่สุด ส่วนในระดับน้อยและน้อยที่สุด เป็นระดับความพึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 7.4 และ 2.0 ตามลำดับ



ส่วนความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อการฟังรายการ เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงโคนม ปรากฏว่า มีจำนวนคิดเป็นร้อยละ 40.8 อยู่ในระดับมาก และรองลงมา มีจำนวนเกษตรกร 36 รายของระดับมากที่สุด และระดับปานกลาง ซึ่งมีอัตราส่วนร้อยละ 24.4 เท่ากัน และไม่มีความแตกต่างกันมากนักในระดับน้อยกับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.4 และ 5.4 ตามลำดับ โดยที่ระดับความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ฟังรายการวิทยุเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมมีค่าเฉลี่ย 3.6

### วิเคราะห์ความพึงพอใจในสื่อโทรทัศน์

ตารางที่ 31 จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจจากการชมรายการโทรทัศน์ทั่วไป

ระดับความพึงพอใจในการชมรายการโทรทัศน์ทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	34	16.3
มาก	71	34.1
ปานกลาง	95	45.6
น้อย	5	2.4
น้อยที่สุด	1	0.4

**ตารางที่ 32** จำนวน ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจจากการชมรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม

ระดับความพึงพอใจในการชมรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงโคนม	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$
มากที่สุด	60	28.8	
มาก	65	31.2	
ปานกลาง	43	20.6	3.5
น้อย	30	14.4	
น้อยที่สุด	9	4.3	

การวิจัยครั้งนี้ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมมีความพึงพอใจในการชมโทรทัศน์ ซึ่งแบ่งเป็นความพึงพอใจจากการชมรายการทั่วไปและรายการเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงโคนม (รายละเอียดตารางที่ 31 และ 32) ดังนี้

จากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ชมรายการโทรทัศน์ 208 ราย เก็บข้อร้องหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 45.6 ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง รองลงมา เป็นระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 34.1 ระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.3 ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 2.4 ระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.4

ส่วนความพึงพอใจที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้รับ จากการชมรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม พบว่า ระดับมากที่สุดมีจำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.8 ระดับมากจำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.2 ระดับปานกลาง จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.6 ระดับน้อย จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.4 และระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.3 โดยที่ระดับความพึงพอใจในการชมรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม มีค่าเฉลี่ย 3.5

### วิเคราะห์ความพึงพอใจในสื่อหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 33 จำนวน และร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์

ระดับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	15	10.6
มาก	51	36.1
ปานกลาง	59	41.8
น้อย	13	9.2
น้อยที่สุด	2	1.4

**ตารางที่ 34** จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจจากการอ่านคอลัมน์การเกษตรด้านการเลี้ยงโคนมของหนังสือพิมพ์

ระดับความพึงพอใจในการอ่านคอลัมน์ ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงโคนม	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$
มากที่สุด	21	18.8	
มาก	49	34.7	
ปานกลาง	40	28.3	3.3
น้อย	23	16.3	
น้อยที่สุด	9	6.3	

ระดับความชอบ หรือได้รับความพึงพอใจ จากการอ่านหนังสือพิมพ์ทั่วไปของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม (จากตารางที่ 33) พบว่า ส่วนใหญ่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมชอบอ่านในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมาคือ ร้อยละ 36.1 อยู่ในระดับมาก โดยที่ความพึงพอใจในระดับมากที่สุดและระดับน้อย มีความใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 10.6 และ 9.2 ส่วนที่เหลือคิดเป็นร้อยละ 1.4 เป็นความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

ส่วนระดับความชอบ หรือได้รับความพึงพอใจจากการอ่านคอลัมน์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงโคนม พบว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมมีความพึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 34.7 พอใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 28.3 พึงพอใจน้อย คิดเป็นร้อยละ 16.3 โดยมีความใกล้เคียงกัน พึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.8 และพึงพอใจน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.3 (ดูตารางที่ 34) โดยมีค่าเฉลี่ย 3.3



### วิเคราะห์ความพึงพอใจในสื่ออิเล็กทรอนิกส์/วารสาร

ตารางที่ 35 จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามระดับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสาร/วารสารทั่วไป

ระดับความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม จากการอ่านนิตยสาร/วารสารทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	20	13.6
มาก	62	42.1
ปานกลาง	55	37.4
น้อย	92	62.5
น้อยที่สุด	2	1.3

ผลจากการสำรวจเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมครั้งนี้ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมมีความชอบ หรือพึงพอใจจากการอ่านนิตยสาร/วารสารทั่วไป ส่วนใหญ่คือ 92 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.5 มีความพึงพอใจในระดับน้อย รองลงมา คิดเป็นร้อยละ 42.1 อยู่ในระดับมาก 37.4 เป็นระดับปานกลาง ร้อยละ 13.6 เป็นความพึงพอใจในระดับมากที่สุด และที่พึงพอใจระดับน้อยที่สุด มีเพียง 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.3 (ดูตารางที่ 35 )

**ตารางที่ 36** จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสาร/วารสาร เกี่ยวกับเกษตรกรด้านการเลี้ยงโคนม

ระดับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสาร/ วารสาร ที่เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$
มากที่สุด	42	28.5	
มาก	60	40.8	
ปานกลาง	34	23.1	3.8
น้อย	10	6.8	
น้อยที่สุด	2	1.3	

เมื่อสอบถามเกี่ยวกับการอ่านนิตยสาร/วารสาร เฉพาะที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม ปรากฏว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมส่วนใหญ่ (60 ราย) มีความพอใจคิดเป็นร้อยละ 40.8 อยู่ในระดับมาก รองลงมา คิดเป็นร้อยละ 28.5 (จำนวน 42 ราย) อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งใกล้เคียงกันกับระดับปานกลาง ซึ่งมีจำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.1 โดยมีความชอบหรือพึงพอใจระดับน้อย จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.8 และระดับน้อยที่สุด มีเพียง 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.3 ทั้งนี้ พบว่า ระดับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสาร/วารสาร ที่เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม มีค่าเฉลี่ย 3.8 (ดูตารางที่ 36)

### วิเคราะห์ความพึงพอใจในสื่อภาพยนตร์

ตารางที่ 37 จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามระดับความพึงพอใจจากการชมภาพยนตร์

ระดับความพึงพอใจจากการชมภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	3	3.7
มาก	21	25.9
ปานกลาง	49	60.4
น้อย	5	6.1
น้อยที่สุด	5	6.1

จากตารางที่ 37 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ชมภาพยนตร์ ได้มีปฏิกิริยาบอกให้ทราบว่า ได้รับความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์มากที่สุด จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.4 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาประมาณเศษหนึ่งส่วนสี่ จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.9 อยู่ในระดับมาก ส่วนระดับมากที่สุด มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7 โดยที่ ระดับน้อย และน้อยที่สุดมีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 6.1

### วิเคราะห์ความพึงพอใจในสื่อบุคคล

ตารางที่ 38 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจ เรื่องที่ติดต่อกับสื่อบุคคลของ อ.ส.ค.

ระดับความพึงพอใจ เรื่องที่ติดต่อกับ สื่อบุคคลของ อ.ส.ค.	มาก		ปานกลาง		น้อย		ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
-ด้านการปรับปรุง การเลี้ยงโคนม ในฟาร์ม	136	60.3	63	28.2	15	6.7	2.6
-ทำให้ได้น้ำนมดิบ มากขึ้น	109	48.8	75	33.6	25	11.2	2.4
-ลดต้นทุนการ เลี้ยงโคนม	102	45.7	83	37.2	22	9.8	2.1
-ช่วยแก้ไขปัญหา อุปสรรคการ เลี้ยงโคนม	136	60.9	63	28.2	16	7.1	2.6
-เรื่องอื่นๆ	8	3.5	3	1.3	5	2.2	2.2



ตารางที่ 38 (ก) จำนวน และ ร้อยละ ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพึงพอใจในเรื่องอื่นๆ ต่อสื่อบุคคลของ อ.ส.ค.

ความพึงพอใจเรื่องอื่นๆ	จำนวน	ร้อยละ
- ต้องการคำแนะนำปรึกษาปัญหาต่างๆ	7	3.1
- เรื่องอื่นๆ เช่น ต้องการให้เพิ่มราคาร้านนมดิบต้องการขยายพื้นที่ส่งเสริม ต้องการสั่งซื้อปัจจัยการผลิต	4	1.7
เสนอแนะเรื่องอาหารโคของ อ.ส.ค. แพงกว่าท้องตลาด ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง		

การสำรวจพบว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในการติดต่อ/พบกับพนักงาน-ลูกจ้าง อ.ส.ค. คือ พนักงานสัตวแพทย์ พนักงานผสมเทียม พนักงานส่งเสริม อยู่ในระดับต่างๆ กันในเรื่องต่อไปนี้ (ดูรายละเอียดในตารางที่ 38 และ 38(ก))

ด้านการปรับปรุงการเลี้ยงโคนมในฟาร์มของตนเอง พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมาก จำนวน 136 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.9 และประมาณเศษหนึ่งส่วนสี่ อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.2 และพึงพอใจน้อย จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.6

ทำให้น้ำนมดิบมากขึ้น พบว่า ในเรื่องนี้ ความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมเรียงลำดับกันไป โดยมีความพึงพอใจมาก จำนวนมากที่สุด 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.8 พอใจปานกลาง 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.6 ระดับน้อย จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.2 และมีค่าเฉลี่ย 2.4

ลดต้นทุนการเลี้ยงโคนม พบว่า ความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม เรียงลำดับจากมากไปน้อยเช่นกัน พึงพอใจมากที่สุด 102 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.7 พึงพอใจปานกลาง 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.2 และพึงพอใจน้อย มีจำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.8 และมีค่าเฉลี่ย 2.1

ช่วยแก้ปัญหาอุปสรรคการเลี้ยงโคนมได้อย่างมีประสิทธิภาพ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมมีความพึงพอใจมาก จำนวนมากที่สุด 136 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.9 รองลงมาพึงพอใจปานกลาง จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.2 และพบว่าพึงพอใจน้อยมีจำนวนน้อยที่สุด 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.1 มีค่าเฉลี่ย 2.6

ทั้งนี้จากการสำรวจความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่มีต่อพนักงาน อ.ส.ค. ในเรื่องอื่น พบว่า (ดูตารางที่ 38 (ก)) ส่วนใหญ่ต้องการคำแนะนำปรึกษาปัญหามีจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.1 และติดต่อพนักงาน อ.ส.ค. ในเรื่องอื่นๆ มีจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.7 ได้แก่ ต้องการซื้อเพิ่มราคาน้ำนมดิบ ขยายพื้นที่ส่งเสริม ส่งซื้อปัจจัยการผลิต และแจ้งว่า อาหารโค ของ อ.ส.ค. แพงกว่าท้องตลาด ทำให้ต้นทุนการผลิตน้ำนมดิบสูงโดยความพอใจที่เกษตรกรมีต่อพนักงานในเรื่องอื่นๆ นี้มีค่าเฉลี่ย 2.2

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่เกษตรกรติดต่อกับสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. ซึ่งได้แก่ พนักงาน-ลูกจ้าง ในเรื่องต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ในการศึกษา พบว่า

ลำดับที่ 1 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. ในด้านการปรับปรุงการเลี้ยงโคนมและการช่วยแก้ปัญหาอุปสรรคในการเลี้ยงโคนม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 เรื่อง คือค่าเฉลี่ย 2.6

ลำดับที่ 2 ได้แก่ เกษตรกรที่มีความพึงพอใจพนักงานลูกจ้าง อ.ส.ค. เพราะต้องการ ติดต่อกับต้องการให้ได้น้ำมันดิบมากยิ่งขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ย 2.4

ลำดับที่ 3 เป็นความพึงพอใจที่ได้ติดต่อกับสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. เพื่อหาแนวทางลดต้นทุนการเลี้ยงโคนมของตน โดยมีค่าเฉลี่ย 2.1

#### วิเคราะห์เพิ่มเติมเกี่ยวกับการหาระดับความพึงพอใจในสื่อ

เมื่อผู้วิจัยได้นำข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจ ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่รับข่าวสารเฉพาะด้านการเลี้ยงโคนม จากสื่อมวลชนที่ได้ศึกษาในครั้งนี้โดยศึกษาว่า เกษตรกรฯ มีระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร/วารสาร นำมาเปรียบเทียบกันโดยใช้ค่าเฉลี่ย ดังนี้

ความพึงพอใจในสื่อวิทยุ	มีค่าเฉลี่ย	3.6	(ดูตารางที่ 30)
ความพึงพอใจในสื่อโทรทัศน์	มีค่าเฉลี่ย	3.5	(ดูตารางที่ 32)
ความพึงพอใจในสื่อหนังสือพิมพ์	มีค่าเฉลี่ย	3.3	(ดูตารางที่ 34)
ความพึงพอใจในสื่อ นิตยสาร/วารสาร	มีค่าเฉลี่ย	3.8	(ดูตารางที่ 36)

ทั้งนี้สรุปได้ว่า สื่อมวลชนที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมพึงพอใจมากที่สุด ก็คือ นิตยสาร/วารสารมาเป็นลำดับแรก โดยมีสื่อวิทยุเป็นลำดับรอง สื่อลำดับ 3 คือ สื่อโทรทัศน์และสื่อหนังสือพิมพ์ เป็นสื่อมวลชนที่เกษตรกรพึงพอใจลำดับหลังสุด

ในการสำรวจเกี่ยวกับความพึงพอใจสื่อมวลชนและสื่อบุคคลของอ.ส.ค.  
(ตารางที่ 29-ตารางที่ 38) สรุปได้ดังนี้

ส่วนใหญ่เกษตรกรมีความพึงพอใจสื่อทุกสื่อ ในเรื่องต่างๆ ไปในระดับปานกลาง ยกเว้น นิตยสาร/วารสาร ทั่วไป ที่พึงพอใจในระดับน้อย ส่วนความพึงพอใจในสื่อทุกสื่อที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม พบว่า วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร เป็นสื่อที่เกษตรกร ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้น สื่อภาพยนต์ที่ไม่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมเลย

ส่วนสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. นั้น พบว่า ส่วนใหญ่เกษตรกร มีความพอใจในระดับมากในเรื่องเกี่ยวกับการติดต่อด้านการปรับปรุงการเลี้ยงโคนมในฟาร์มของตน และการให้ช่วยแก้ปัญหาอุปสรรคในการเลี้ยงโค



ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ประโยชน์ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้รับจากสื่อมวลชน  
และสื่อบุคคล

วิเคราะห์ประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อวิทยุ

ตารางที่ 39 จำนวนร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับของประโยชน์ที่ได้รับจากการฟังรายการวิทยุ

ระดับที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้รับประโยชน์จากการฟังรายการวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	70	47.6
มาก	14	9.5
ปานกลาง	47	31.9
น้อย	64	43.5
น้อยที่สุด	23	15.6

**ตารางที่ 39(ก)** จำนวน ร้อยละ ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามประโยชน์ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ได้รับจากการฟัง  
รายการวิทยุทั่วไป

ประโยชน์ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
- เกษตรกรฯ ได้รับประโยชน์ในการประกอบอาชีพ  (ข่าวเกษตรกรทั่วไป สารคดี สารนำมาแก้ไข ปัญหาด้านอาชีพ ประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับ ความเป็นอยู่ของผู้ที่ประกอบอาชีพต่างๆ)	15	10.2
- เกษตรกรฯ ได้รับประโยชน์ในการใช้ชีวิตประจำวัน  (ข่าวสารทั่วไป ข่าวราชการ ข่าวการเมือง สาร ต่างๆ รายการเพลง และบันเทิงต่างๆ)	33	22.4

**ตารางที่ 40** จำนวน และ ร้อยละ ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับของประโยชน์ที่ได้รับจากการฟังรายการวิทยุต่างๆ ที่ เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม

ประโยชน์ที่เกษตรกรได้รับจากการ ฟังวิทยุเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$
มากที่สุด	13	8.8	
มาก	34	23.1	
ปานกลาง	45	30.6	2.9
น้อย	41	27.8	
น้อยที่สุด	17	11.5	

ในการสำรวจเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากสื่อวิทยุ ซึ่งมีรายละเอียดใน ตารางที่ 39 และ 40 เป็นข้อมูลแสดงถึง เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้รับประโยชน์ จากสื่อวิทยุทั่วไป(ตามตารางที่ 39, 39(ก)และได้รับประโยชน์จากรายการที่ เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมโดยเฉพาะ ตามตารางที่ 40 ดังนี้

จากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ฟังวิทยุ 147 ราย ได้รับประโยชน์ในระดับ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.6 และในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 43.5 ซึ่งมีอัตรา ส่วนใกล้เคียงกัน ส่วนประโยชน์ที่ได้รับในระดับปานกลาง มีร้อยละ 31.9 ในระ ดับน้อยที่สุดร้อยละ 15.6 และเกษตรกรที่ได้รับประโยชน์จากการฟังรายการวิทยุ คิดเป็นร้อยละน้อยที่สุดคือ 9.5 อยู่ในระดับมาก

จากการสำรวจเกษตรกรฯ เกี่ยวกับการได้รับประโยชน์จากการฟังรายการวิทยุทั่วไปในเรื่องต่างๆ (ดูตารางที่ 39(ก) พบว่า เกษตรกรฯ ได้รับประโยชน์จากการใช้ชีวิตประจำวัน จากการรับข่าวสารเป็นจำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.4 และคิดเป็นร้อยละ 10.2 เป็นประโยชน์ที่เกษตรกรได้รับ ในการประกอบอาชีพ

ส่วนการที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้รับประโยชน์จากการฟังรายการวิทยุ โดยตรงด้านการเลี้ยงโคนม ปรากฏว่า ระดับมากที่สุดของประโยชน์ร้อยละ 8.8 มีจำนวนคนฟังน้อยที่สุดจำนวน 13 ราย ประโยชน์ที่ได้รับน้อยลงมาอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.5 ส่วนระดับปานกลางของการรับประโยชน์จากการฟังวิทยุเกี่ยวกับโคนม เป็นระดับที่มีเกษตรกรจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.6 และจำนวนร้อยละ 27.8 อยู่ในระดับน้อย และ 23.1 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.9



วิเคราะห์ผลประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อโทรทัศน์

ตารางที่ 41 จำนวนและร้อยละของ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามระดับการได้รับประโยชน์ จากการชมรายการโทรทัศน์

ระดับการได้รับประโยชน์จากการชมรายการ โทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	25	12.0
มาก	77	37.0
ปานกลาง	86	41.0
น้อย	15	7.2
น้อยที่สุด	3	1.4

**ตารางที่ 41(ก)** จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามประโยชน์ ที่เกษตรกรได้รับจาก การชมรายการ  
โทรทัศน์ทั่วไป

ประโยชน์ที่เกษตรกรได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับประโยชน์ในการนำมาใช้กับชีวิตประจำวัน	56	26.9
- ชาวและสาระต่างๆ เช่น ชาวบ้านเมือง เศรษฐกิจ สังคม กีฬา โต้วาที บันเทิง พยากรณ์อากาศ ชาวสังคม ชาวต่างประเทศ		
ได้รับประโยชน์ในการนำมาประกอบอาชีพ	22	10.6
- ชาวเกษตรกรทั่วไป ชาวเกี่ยวกับการ เลี้ยงโคนมเทคนิคใหม่ๆของการปรับปรุง บำรุงโคนม		

**ตารางที่ 42** จำนวน และ ร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับประโยชน์ จากการชมรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม

ระดับการได้รับประโยชน์จากการชมรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$
มากที่สุด	22	10.5	
มาก	52	25.0	
ปานกลาง	55	26.4	2.9
น้อย	50	24.0	
น้อยที่สุด	28	13.4	

จากการสำรวจประโยชน์ที่เกษตรกรได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์ทั้งรายทั่วไป และรายการเฉพาะ ปรากฏว่าเกือบครึ่งหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 41.0 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้รับประโยชน์ปานกลาง รองลงมาร้อยละ 36.0 ได้รับประโยชน์ในระดับมาก ร้อยละ 12.0 ได้รับประโยชน์ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 7.2 ได้รับประโยชน์ในระดับน้อย และร้อยละ 1.4 ได้รับในระดับน้อยที่สุด (ดูตารางที่ 41)

จากการสำรวจ ที่เกี่ยวกับประโยชน์ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ได้รับในเรื่องใดบ้างนั้น พบว่า(ดูตารางที่ 41(ก)) เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้รับประโยชน์ในการใช้ชีวิตประจำวัน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.9 จากการชมรายการข่าว และความบันเทิงเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ และพบว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้รับประโยชน์

จากการดูรายการโทรทัศน์เพื่อนำมาใช้กับการประกอบอาชีพ จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.6 ได้แก่ รายการเกี่ยวกับการเกษตรทั่วไป และรายการเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมโดยตรง

ในตารางที่ 42 แสดงถึงข้อมูลการชมรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม โดยเฉพาะ พบว่า เกษตรกรจำนวนคิดเป็นร้อยละ 25.0, 26.0 และ 24.0 ในระดับมาก ปานกลาง น้อย ได้รับประโยชน์ใกล้เคียงกันโดยมีระดับประโยชน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.5 และน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.4 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.9



### วิเคราะห์ประโยชน์ที่ได้รับจากหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 43 จำนวน และร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการได้รับประโยชน์จากการอ่านหนังสือ

ระดับการได้รับประโยชน์จากการอ่านหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	15	10.6
มาก	59	41.8
ปานกลาง	48	34.0
น้อย	15	10.6
น้อยที่สุด	2	1.4

จากการสำรวจในเรื่องเกี่ยวกับเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ได้รับประโยชน์จากการอ่านหนังสือพิมพ์โดยทั่วไป(ดูตารางที่ 43) พบว่า เกือบครึ่งหนึ่งของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ได้รับประโยชน์มากจากการอ่านหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมาในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 31.0 ประโยชน์ที่ได้รับไม่แตกต่างกันคือ มากที่สุด และ น้อย คิดเป็นร้อยละ 10.6 เท่ากัน ส่วนที่เหลือเป็นประโยชน์ระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.4

ตารางที่ 43(ก) จำนวน และร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านหนังสือพิมพ์ในเรื่องอื่นๆ

ประโยชน์ที่เกษตรกรได้รับจากการอ่านหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับประโยชน์จากการนำมาใช้กับชีวิตประจำวัน ทั่วไปในด้าน	31	21.9
- ชาว-การเมือง เศรษฐกิจ สังคม เกษตร กีฬา		
- ความรู้ทั่วไป		
- เรื่องทั่วไป		
- ความบันเทิง (การ์ตูนผู้ใหญ่มากับทุ่ง หมาเหม็น)		
ได้รับประโยชน์ในการนำไปประกอบอาชีพ	7	4.9
- ความเคลื่อนไหวของการเลี้ยงโคนม		
- เกษตรกรทั่วไป		

จากตารางที่ 43(ก) แสดงถึง การที่เกษตรกรผู้เลี้ยงที่ตอบแบบสอบถาม ได้รับประโยชน์ในเรื่องอื่นๆ จากการอ่านหนังสือพิมพ์ พบว่า เกษตรกรได้รับประโยชน์เกี่ยวกับข่าวสารต่างๆ เพื่อนำไปใช้กับชีวิตประจำวันได้แก่ ความเคลื่อนไหวของการเลี้ยงโคนมเพื่อนำมาประกอบการเลี้ยงของตน มีจำนวน 7 ราย หรือร้อยละ 4.9

และพบว่า ส่วนใหญ่เกษตรกรฯ ได้รับประโยชน์จากการอ่านหนังสือพิมพ์เพื่อนำไปประกอบอาชีพ จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.9 จากการอ่านข่าวต่างๆ และคอลัมน์ บันเทิง เช่น คอลัมน์การ์ตูนผู้ใหญ่มากับทุ่งหมาเหม็น เป็นต้น

**ตารางที่ 44** จำนวน และร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านคอลัมน์ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม

ระดับประโยชน์ที่เกษตรกรฯได้รับจากการอ่านคอลัมน์การเลี้ยงโคนม	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$
มากที่สุด	14	9.9	
มาก	32	22.6	
ปานกลาง	37	26.2	2.9
น้อย	42	29.7	
น้อยที่สุด	16	11.3	

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้รับประโยชน์จากการอ่านหนังสือพิมพ์คอลัมน์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงโคนม (ดูตารางที่ 44) โดยที่ได้รับประโยชน์ น้อย ปานกลาง มาก อยู่ในสัดส่วนไม่แตกต่างกันนัก คิดเป็นร้อยละ 29.7, 26.2 และ 22.6 ตามลำดับ โดยมีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้รับประโยชน์น้อยที่สุด และมากที่สุดใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และ 9.9 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.9

### วิเคราะห์ประโยชน์ที่ได้รับจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์/วารสาร

ตารางที่ 45 จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามระดับการได้รับประโยชน์จากการอ่านนิตยสาร/วารสาร

ระดับการได้รับประโยชน์ของเกษตรกรฯ ที่อ่านนิตยสาร/วารสาร	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	16	10.8
มาก	63	42.8
ปานกลาง	55	37.4
น้อย	10	6.8
น้อยที่สุด	2	1.3

จากตารางที่ 45 พบว่า เกือบครึ่งของจำนวนทั้งหมด ได้รับประโยชน์  
จากการอ่านนิตยสาร/วารสาร อยู่ในระดับมาก จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ  
42.8 รองลงมาเป็นระดับปานกลาง จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.4  
ส่วนประโยชน์ในระดับมากที่สุด มีเกษตรกร จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ  
10.8 เท่านั้น ที่เหลืออยู่ในระดับน้อย มีจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.8 ระ  
ดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.3



**ตารางที่ 45 (ก)** จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามระดับการได้รับประโยชน์จากการอ่านนิตยสาร/  
วารสาร

ประโยชน์ที่เกษตรกรได้รับจากการอ่านฯ	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับประโยชน์ในการใช้ประกอบอาชีพ		
- เรื่องเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม	17	11.6
- การเกษตรทั่วไป	6	4.1
ได้รับประโยชน์ในการใช้ชีวิตประจำวัน	8	5.4
- ข้อมูลทั่วไป		
- ข่าวการเมือง/ข่าววิชาการ สารคดี		
- การประกอบอาหาร จัดสวนและตกแต่งบ้าน		

จากการสอบถามว่า เกษตรกรได้รับประโยชน์จากการอ่านนิตยสาร/  
วารสาร ในเรื่องอะไรบ้างพบว่า (ดูตารางที่ 45(ก) มากที่สุด เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้อง  
กับการเกษตรด้านโคนม โดยมีจำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.6 เรื่องการ  
เกษตรทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 4.1 ส่วนประโยชน์ที่นำมาใช้กับชีวิตประจำวัน ได้  
แก่ ได้รับข่าวสารข้อมูลทั่วไป ร้อยละ 5.4

**ตารางที่ 46** จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามระดับของประโยชน์ในการอ่านนิตยสาร/วารสารที่เกี่ยวข้อง  
กับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม

ระดับประโยชน์ที่เกษตรกรฯได้รับ			
จากการอ่านนิตยสาร/วารสาร เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$
มากที่สุด	33	22.4	
มาก	62	42.1	
ปานกลาง	35	23.8	3.7
น้อย	12	8.1	
น้อยที่สุด	5	3.4	

ผลจากการสำรวจเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ได้รับประโยชน์จากการอ่าน  
นิตยสาร/วารสาร ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม มากที่สุด จำนวน 62  
ราย คิดเป็นร้อยละ 42.1 ได้รับประโยชน์ในระดับมาก รองลงมาอยู่ในระดับ  
ปานกลาง กับระดับมากที่สุด เป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม จำนวน 35 ราย คิดเป็น  
ร้อยละ 23.8 และจำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.4 นอกจากนั้นเป็น  
เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.1 ได้รับประโยชน์ในระดับน้อย  
และคิดเป็น ร้อยละ 3.4 อยู่ในระบับน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.7

### วิเคราะห์ประโยชน์จากสื่อภาพยนตร์

ตารางที่ 47 จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามระดับการได้รับประโยชน์

ระดับประโยชน์จากการชมภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	1	1.2
มาก	15	18.5
ปานกลาง	44	54.3
น้อย	16	19.7
น้อยที่สุด	6	7.4

จากตารางที่ 47 จากการสำรวจประโยชน์ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้รับจากการชมภาพยนตร์ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.3 ได้รับประโยชน์ในระดับปานกลาง รองลงมา มีความใกล้เคียงกันได้รับประโยชน์ในระดับน้อย และระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 19.7 และ 18.5 ระดับที่น้อยที่สุดคิดเป็น 7.4 ส่วนระดับที่มากที่สุด มีจำนวนน้อยที่สุด (6 ราย) คิดเป็นร้อยละ 1.2

อนึ่งถ้านำเรื่องของประโยชน์และความพึงพอใจ ในเรื่องเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมมาเปรียบเทียบกันแล้ว (ตารางที่ 30 32 34 36 40 42 44 และตารางที่ 46) จะพบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมกลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจสูง ในขณะที่สื่อมวลชนสามารถให้ประโยชน์ได้ไม่มากเท่าที่ควร (สื่อวิทยุ 3.6:2.9 สื่อโทรทัศน์ 3.5:2.9 สื่อหนังสือพิมพ์ 3.3:2.9 และสื่อนิตยสาร/วารสาร 3.8: 3.7 .

ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่า สื่อนิตยสาร/วารสาร จะได้รับประโยชน์และความพึงพอใจ สูงกว่าสื่อมวลชนอื่นๆ

วิเคราะห์ประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อบุคคล

ตารางที่ 48 จำนวนร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับประโยชน์ที่ได้รับจากการติดต่อกับสื่อบุคคล อ.ส.ค.

ระดับประโยชน์ที่ได้รับจากการติดต่อกับสื่อบุคคล	มาก		ปานกลาง		น้อย		ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ด้านพัฒนาปรับปรุงการเลี้ยงโคนมในฟาร์ม	112	50.2	76	34.0	19	8.5	2.4
ทำให้ได้น้ำนมดิบมากขึ้น	75	33.6	89	39.9	40	17.9	2.2
ลดต้นทุนการเลี้ยงโคนม	71	31.8	90	40.3	45	20.1	2.1
ช่วยแก้ปัญหาอุปสรรคการเลี้ยงโคนม	120	53.8	65	29.1	24	10.7	3.1
เรื่องอื่นๆ	10	4.4	10	4.4	4	1.7	2.2



**ตารางที่ 48 (ก)** จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประโยชน์อื่นๆ ที่ได้รับจากการติดต่อกับสื่อบุคคล ของ อ.ส.ค.

ประโยชน์อื่นๆที่เกษตรกรได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
คำแนะนำ และการแก้ปัญหาต่างๆ -ปรับปรุงพันธุ์โคให้มีคุณภาพ -รักษาโคป่วย, ผสมเทียม	7	3.1

จากจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการติดต่อกับสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. ในเรื่องต่างๆ มีดังนี้ (ดูตารางที่ 48)

ด้านการพัฒนาปรับปรุงการเลี้ยงโคนมในฟาร์ม พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามครั้งหนึ่ง ได้รับประโยชน์ในระดับมาก จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.2 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.0 และระดับน้อย จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.5 เป็นระดับประโยชน์ที่เกษตรกรฯ ได้รับเรียงลำดับกันไปโดยมีค่าเฉลี่ย 2.4

ทำให้ได้น้ำนมดิบมากขึ้น พบว่า เกษตรกรฯได้รับประโยชน์ในเรื่องนี้ในระดับปานกลาง มีมากที่สุด จำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.9 รองลงมาอยู่ในระดับมากจำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.6 และได้รับประโยชน์ระดับน้อย จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.9 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.2

**ลดต้นทุนการเลี้ยงโคนม** พบว่า ระดับประโยชน์ที่เกษตรกรฯ ได้รับมากที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมา เป็นประโยชน์ระดับมาก จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.8 และ 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.1 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.1

**ช่วยแก้ไขปัญหาอุปสรรคการเลี้ยงโคนม** ประโยชน์ที่เกษตรกรฯ ได้รับในเรื่องนี้ จากการสำรวจพบว่า เกษตรกรฯ ส่วนใหญ่ จำนวน 120 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.8 ได้รับในระดับมาก รองลงมา จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.1 อยู่ในระดับปานกลาง และได้รับประโยชน์น้อย จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.7 โดยมีค่าเฉลี่ย 3.1

การสำรวจครั้งนี้พบว่า เรื่องอื่นๆ ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้รับประโยชน์จากการติดต่อกับพนักงาน อ.ส.ค. (สื่อบุคคล) คือ การได้รับคำแนะนำและช่วยแก้ปัญหาจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 3.1 และการแนะนำให้มีความรู้เพื่อนำไปแก้ไขและพัฒนาฟาร์มให้รู้จักสภาพของปัญหา การแก้ปัญหา ได้แก่ การปรับปรุงโคให้มີคุณภาพ การรักษาโคขั้นต้น การปรับปรุงพันธุ์ เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ย 2.2

สรุปการสำรวจเกี่ยวกับ "ประโยชน์" ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้รับจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ในระดับต่างๆ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (ตารางที่ 39 - ตารางที่ 48) พบว่า

ประโยชน์ที่เกษตรกรได้รับจากสื่อต่างๆ อยู่ในระดับที่แตกต่างกันไป เช่น ส่วนใหญ่เกษตรกรฯ ได้รับประโยชน์จากการฟังรายการวิทยุทั่วไป ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 47.6) โดยพบว่า เกษตรกรฯ ได้รับประโยชน์จากการฟังรายการวิทยุที่เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 30.6)

ส่วนสื่อโทรทัศน์ ปรากฏว่า เกษตรกรฯ ได้รับประโยชน์จากการฟังรายการโทรทัศน์ทั่วไปและรายการที่เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม อยู่ในระดับปานกลาง เป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 41.0 และ 26.4)

สำหรับสื่อหนังสือพิมพ์พบว่า เกษตรกรฯ ได้รับประโยชน์จากการอ่านหนังสือพิมพ์คอลัมน์ต่างๆ ทั่วประเทศ ส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์ในระดับมาก (ร้อยละ 41.8) แต่ได้รับประโยชน์จากการอ่านคอลัมน์เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม ในระดับน้อยเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 29.7)

การสำรวจครั้งนี้ พบว่า ส่วนใหญ่เกษตรกรฯ ได้รับประโยชน์จากการอ่านนิตยสาร/วารสารทั่วไป และนิตยสาร/วารสารที่เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม อยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 42.8 และ 42.1) ซึ่งเป็นจำนวนใกล้เคียงกัน

สื่อมวลชนด้านสื่อภาพยนตร์ พบว่า ส่วนใหญ่เกษตรกรฯ ได้รับประโยชน์จากการเปิดรับสื่อประเภทนี้อยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 54.3)

และพบว่า ในการติดต่อกับบุคคลของ อ.ส.ค. เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ได้รับประโยชน์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากเป็นเรื่องการให้ช่วยแก้ปัญหา อุปสรรคการเลี้ยงโคนมและด้านพัฒนาปรับปรุงการเลี้ยงโคนมในฟาร์มร้อยละ 53.8 และ 50.2

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ถึงข้อเสนอแนะ หรือความเห็นในการปรับปรุงสื่อมวลชน  
และสื่อบุคคล

วิเคราะห์ความเห็นในการปรับปรุงสื่อวิทยุ

ตารางที่ 49 จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามความเห็นของการปรับปรุงรายการวิทยุ ที่เกี่ยวกับการ  
เกษตรด้านการเลี้ยงโคนม

ความเห็นในการปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
ดีแล้ว	28	12.5
ควรปรับปรุง	115	51.5
ไม่ตอบ	80	35.8
รวม	223	100



**ตารางที่ 50** จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามความเห็นอย่างไรในการปรับปรุงรายการวิทยุ ที่เกี่ยวกับการ  
การเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม

ความเห็น(อย่างไร)ในการปรับปรุงวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
- เนื้อหาสาระ	92	62.5
- ช่วงเวลาของรายการ	59	40.1
- ผู้จัดการ/โฆษณา/ผู้อ่านข่าว	21	14.2
- ลักษณะการจัดรายการ/การนำเสนอ	41	27.8
- อื่นๆ	14	9.5

\* ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

**ตารางที่ 50(ก)** จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม  
เกษตรกรด้านการเลี้ยงโคนม

ความเห็นในการปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเวลา	8	5.4
- ควรมีรายการเกี่ยวกับโคนมให้บ่อยๆ (1)		
- ให้มีเวลาออกอากาศมากกว่านี้ (2)		
- ปรับปรุงช่วงเวลาและจัดให้มีอาทิตย์ละ 3 ครั้ง (2)		

ความเห็นในการปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
-กรรณาแจ้งให้ทราบว่ามีรายการสถานีใด (3) เนื้อหาสาระ	5	3.4
-ให้มีการแนะนำเรื่องต่างๆ มากขึ้น (2)		
-ควรมีรายการตอบปัญหาเกษตรกร (2)		
-เสนอเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่ออาชีพ (1)		
การเลี้ยงโคนมให้มากที่สุด		
-อื่นๆ		
ผู้จัดการ/การนำเสนอ (2)	3	2.0
-ผู้นำเสนอควรมีความรู้ด้านโคนมมาก (1)		

จากตารางที่ 49 และ 50 พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความเห็นของการปรับปรุงสื่อวิทยุ ดังนี้

เกษตรกรส่วนใหญ่ ต้องการให้ปรับปรุงรายการวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 51.5 (115 ราย) และที่เห็นว่าดีแล้ว มีอัตราร้อยละ 12.5 โดยให้ปรับปรุงเนื้อหาสาระมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือ ปรับปรุงเวลารายการ คิดเป็นร้อยละ 40.1 ปรับปรุงลักษณะการจัดรายการ/การนำเสนอ คิดเป็นร้อยละ 27.8 นอกจากนั้นปรับปรุงด้านอื่นๆ ร้อยละ 9.5 และพบว่าเกษตรกรร้อยละ 5.4 ต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องช่วงเวลาจัดรายการ เช่นให้มีเวลาในการออกอากาศมากกว่าที่มีอยู่ เกษตรกรไม่ค่อยทราบว่ามีรายการเกษตรในช่วงเวลาใดอีกร้อยละ 3.4 ต้องการให้มีเนื้อหาสาระมากยิ่งขึ้น เช่นแนะนำเรื่องต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่ออาชีพโคนม ให้มีการตอบปัญหา และพบว่าร้อยละ 2.0 ต้องการให้ปรับปรุง ในด้านผู้อ่านข่าว/ผู้นำเสนอ ควรมีความรู้ด้านโคนมให้มาก (ดูตารางที่ 50(ก))

### วิเคราะห์ความเห็นในการปรับปรุงสื่อโทรทัศน์

ตารางที่ 51 จำนวน และ ร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นของการปรับปรุงรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม

ความเห็นในการปรับปรุงรายการโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
ดีแล้ว	47	22.5
ควรต้องปรับปรุง	159	76.4
ไม่ตอบ	2	0.9
รวม	208	100.0

ตารางที่ 52 จำนวน และ ร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นของการปรับปรุงรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม

ความเห็นในการปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
- เนื้อหาสาระ	118	56.7
- ช่วงเวลาของรายการ	56	46.1
- ผู้จัดรายการ/โฆษณา	27	22.9
- มีลักษณะการจัดรายการ	58	27.8
- อื่นๆ	-	-

\* ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

**ตารางที่ 52(ก) จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามความเห็นของการปรับปรุงรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับ  
การเลี้ยงโคนม**

ความเห็นในการปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มช่วงเวลา/รายการ	22	10.6
-ขยายเวลาในการเสนอรายการให้มาก(10)		
-เวลาที่ให้ชมน้อยไป (3)		
-ควรมีระยะเวลาที่มากกว่านี้ (1ชั่วโมงขึ้นไป) (3)		
-ช่วงเวลาเสนอสั้นมาก (1)		
-ควรมีข่าวโคนมเดือนละครั้ง(1)		
-ควรออกอากาศในช่วงเวลา 18.00-21.00 น.(2)		
ปรับปรุงเนื้อหาสาระ/ผู้จัดรายการ	14	6.7
-แนะนำการเลี้ยงและหาระบบการจัดการที่ดี (9)		
-เสนอแนะวิธีการเลี้ยงโคนมขึ้นรายการต่างๆ (3)		
-ผู้จัดควรมีความรู้ด้านโคนมให้มาก (1)		
-มีผู้จัดรายการน้อยมาก (1)		
ลดการโฆษณา	1	0.4



จากการสำรวจเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ชมรายการโทรทัศน์จำนวน 208 ราย พบว่า (ดูตารางที่ 51,52)

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ส่วนใหญ่ต้องการให้มีการปรับปรุงรายการโทรทัศน์จำนวน 159 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.4 ที่เห็นว่าดีแล้วไม่ต้องปรับปรุงจำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.5 ทั้งนี้ต้องการให้ปรับปรุงเนื้อหาสาระมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาให้ปรับปรุงช่วงเวลาของรายการ คิดเป็นร้อยละ 46.1 ปรับปรุงการจัดรายการ คิดเป็นร้อยละ 27.8 และปรับปรุงผู้จัดรายการ/โฆษณา คิดเป็นร้อยละ 12.9

ส่วนความเห็นในการปรับปรุงด้านอื่นๆ พบว่า (ตารางที่ 52(ก)) เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมต้องการให้เพิ่มช่วงเวลารายการ/เวลา จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.6 ให้ปรับปรุงเนื้อหาสาระ/ผู้จัดมีจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7 และให้ลดโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 0.4

### วิเคราะห์ความเห็นในการปรับปรุงสิ่งพิมพ์

ตารางที่ 53 จำนวน และร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นของการปรับปรุงคอลัมน์หนังสือพิมพ์ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม

ความเห็นในการปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
ดีแล้ว	35	24.8
ควรปรับปรุง	103	73.0
ไม่ตอบ	3	2.1
รวม	141	100.0

ตารางที่ 54 จำนวน และร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นของการปรับปรุงคอลัมน์เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนมของหนังสือพิมพ์

ความเห็นในการปรับปรุงคอลัมน์หนังสือพิมพ์เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม	จำนวน	ร้อยละ
- เนื้อหาสาระ	99	70.2
- รูปเล่ม	28	19.8
- อื่นๆ	-	-

\* ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

**ตารางที่ 54(ก)** จำนวน และร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามความเห็นเพิ่มเติมในการปรับปรุงคอลัมน์เกี่ยวกับการ  
เกษตรด้านการเลี้ยงโคนมของหนังสือพิมพ์

ความเห็นเพิ่มเติมในการปรับปรุง	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
เพิ่มเนื้อหาสาระ	34	24.1
แนะนำเรื่องต่างๆ	9	6.3
-ควรเน้นคุณภาพยารักษาโรค (2)		
-ลดราคาอาหารโค (1)		
-แนะนำความรู้เกี่ยวกับเรื่องโค (6)		
-ควรประชาสัมพันธ์ด้านปัญหาการ ปรับปรุงพันธุ์การผลิตน้ำเชื้อ ทำประวัติโค		
ลดการโฆษณา	1	0.7

จากตารางที่ 53 และ 54 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า คอลัมน์ที่เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมของหนังสือพิมพ์ควรปรับปรุง จำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.0 และที่เห็นว่าดีแล้ว จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.8 โดยให้ปรับปรุงเนื้อหาสาระคิดเป็นร้อยละ 70.2 ปรับปรุงรูปเล่ม คิดเป็นร้อยละ 19.8

ส่วนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ต้องการให้ปรับปรุงคอลัมน์หนังสือพิมพ์ด้านอื่น ๆ ปรากฏว่า มีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.1 ต้องการให้เพิ่มเนื้อหาสาระจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.3 แนะนำถึงความต้องการเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ของการเลี้ยงโคนมโดยตรง เช่น ลดค่าอาหารโค ปรับปรุงพันธุ์ ผลิตน้ำเชื้อ และต้องการให้มีการโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ให้เกษตรกรทราบและต้องการให้ลดการโฆษณาลง 1 ราย (ดูตารางที่ 54(ก))

### วิเคราะห์ความเห็นในการปรับปรุงสื่อนิตยสาร/วารสาร

ตารางที่ 55 จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความเห็นในการปรับปรุง นิตยสาร/วารสาร ที่เกี่ยวกับเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

ความเห็นในการปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
ดีแล้ว	56	38.0
ควรปรับปรุง	91	61.9
รวม	147	100.0

ตารางที่ 56 จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความเห็นในการปรับปรุงนิตยสาร/วารสาร ที่เกี่ยวกับเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

ความเห็นในการปรับปรุงนิตยสาร/วารสาร	จำนวน	ร้อยละ
เนื้อหาสาระ	101	68.7
รูปเล่ม	72	28.5
อื่นๆ	-	-

\* ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1คำตอบ



ตารางที่ 56(ก) จำนวน และร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบถาม  
จำแนกตามความเห็นในการปรับปรุงนิตยสาร/วารสาร

ความเห็นในการปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการให้เพิ่มเนื้อหาสาระการเลี้ยงโคนม	21	14.3
-แนะนำยารักษาโรค		
-ให้เดือนเรื่องโรคระบาด		
-ขอให้แนะนำฟาร์มที่ประสบความสำเร็จ		
-แนะนำเรื่องอาหารแร่ธาตุ		
-ผสมเทียม/น้ำเชื้อ		
-การขยายพันธุ์เลี้ยงโค		
-การขยายตลาดนํานม		
ต้องการให้เพิ่มความถี่ในการออกนิตยสาร/วารสาร	13	8.8
-ออกให้มากขึ้น (8)		
-ออกให้บ่อยขึ้น (2)		
-ออกทุกๆ เดือน (2)		
-ส่งให้ถึงมือสมาชิก (1)		

จากตารางที่ 55 และ 56 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงนิตยสาร/วารสาร ที่อ่านดังนี้

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมร้อยละ 38.0 จำนวน 65 ราย เห็นว่านิตยสารที่อ่านดีแล้ว ไม่ต้องปรับปรุง แต่มีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 61.9 จากจำนวน 91 ราย ต้องการให้มีการปรับปรุงโดยให้ปรับเนื้อหาสาระมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.7 จำนวน 101 ราย ให้ปรับปรุงรูปเล่ม 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.5 ทั้งนี้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้เสนอความเห็นตามที่ตนเองต้องการดังนี้

ดูตารางที่ 56 (ก) ส่วนใหญ่เกษตรกรคิดเป็นร้อยละ 14.3 จากจำนวน 21 ราย เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมต้องการให้เพิ่มเนื้อหาสาระต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมให้มากขึ้น เช่นขอให้แนะนำยารักษาโรค ให้เตือนเรื่องโรคระบาด แนะนำฟาร์มที่ประสบความสำเร็จ แนะนำโคนม ที่ให้นมมากที่สุดในประเทศไทย แนะนำเรื่องอาหาร แร่ธาตุ สูตรอาหาร การผสมเทียม น้ำเชื้อ การขยายพันธุ์ เลี้ยงการขยายตลาดน้ำนม และข่าวการตั้งโรงงานผลิตนม ขออย่าให้นำข้อเขียนเก่า ๆ มาตีพิมพ์ซ้ำ และให้มีผู้เชี่ยวชาญคอลัมน์มากขึ้น เป็นต้น

รองลงมา เป็นการเสนอให้เพิ่มความถี่ในการออกนิตยสาร/วารสารโคนม โดยขอให้ออกบ่อยขึ้น มากขึ้นทุก ๆ เดือน ออกให้ตรงตามกำหนด เวลา ส่งให้ถึงมือสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 8.8 (จากจำนวน 13 ราย)

**ตารางที่ 57** จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบถามจำแนกตามความเห็นในการปรับปรุงสื่อบุคคลของอ.ส.ค.

ความเห็นในการปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
ดีแล้วไม่ต้องปรับปรุง	108	48.4
ควรปรับปรุง	91	40.8
ไม่ตอบ	24	10.7
รวม	223	100.0

**ตารางที่ 57(ก)** จำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ความต้องการที่ให้ปรับปรุงสื่อบุคคลของ อ.ส.ค.

เรื่องที่เกษตรกรต้องการให้สื่อบุคคล อ.ส.ค.ปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
ด้านการบริการ	24	10.8
-ตรงต่อเวลาตามเวลาที่แจ้ง (5)		
-ทันเหตุการณ์ (1)		
-คำแนะนำ (1)		
-ให้จำหน่ายอาหารสัตว์ทุกวัน (1)		
-คิดค่าบริการให้เหมาะสม (3)		

เรื่องที่เกี่ยวข้องกับการให้สื่อบุคคล อ.ส.ค. ปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผ่อนผันเวลาส่งน้ำมันดิบ (1)</li> <li>- ปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้น (1)</li> <li>- เอาใจใส่งานบริการ (4)</li> <li>- เพิ่มพนักงานเพื่อให้บริการให้ถึงตัว (5)</li> <li>- ให้มีสัตวแพทย์ (หมอใหญ่) ออกตรวจเยี่ยมทุกคืน (1)</li> </ul>		
<b>ด้านการบริการ/มนุษยสัมพันธ์/งานสื่อสาร</b>	15	6.7
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ต้องการเห็นความสามัคคี (1)</li> <li>- ขาดการประชาสัมพันธ์ (2)</li> <li>- ขอให้ใกล้ชิดกับเกษตรกรมากขึ้น (3)</li> <li>- ส่วนกลางออกไปพบปะเกษตรกรมากขึ้น (2)</li> <li>- ให้แผนกอื่นๆ พบเกษตรกรบ้างไม่ใช่ (1)</li> <li style="padding-left: 20px;">เฉพาะพนักงานสัตวแพทย์/ผสมเทียม</li> <li>- พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่มี (1)</li> <li style="padding-left: 20px;">ความเป็นกันเอง ถูกลดทอนว่ามีความรู้สูง</li> <li>- ขอให้ยินดีต้อนรับ และให้ความสนใจ (1)</li> <li>- ไม่แสดงความรังเกียจ (1)</li> <li>- กิริยา วาจาสุภาพ (1)</li> <li>- มีเอกสารที่ง่ายต่อความเข้าใจ (1)</li> <li>- มีเครื่องโทรศัพท์ที่ใช้ติดต่อ (1)</li> </ul>		
<b>ด้านความรู้เช่น</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- อารมณ์และปรับปรุงบุคลากร</li> <li>- ให้รู้จักงานด้านการส่งเสริมมากขึ้น</li> </ul>		



เรื่องที่เกษตรกรต้องการให้สื่อบุคคล อ.ส.ค. ปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
<b>ด้านสัตวแพทย์</b>	10	4.5
- ต้องการให้มีพนักงานสัตวแพทย์ประจำศูนย์ส่งเสริมฯ		
<b>ด้านการผสมเทียม</b>	4	1.7
<b>ส่งเสริมความรู้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม</b>	3	1.3
- อบรม (1)		
- สัมมนาเชิงวิชาการ (1)		
- ประชุมบ่อยๆ (1)		

( ดูตารางที่ 57 ) จากการสอบถามความเห็นในการปรับปรุง สื่อบุคคลของ อ.ส.ค. ซึ่งได้แก่ พนักงานสัตวแพทย์ พนักงานผสมเทียมและพนักงานส่งเสริม พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม ต้องการให้ปรับปรุง สื่อบุคคลของอ.ส.ค. จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.8 และพบว่า สื่อบุคคลของ อ.ส.ค. ดีแล้วไม่ต้องปรับปรุงจำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.4 ทั้งนี้ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ได้เสนอความต้องการที่จะให้ปรับปรุงเรื่องต่าง ๆ ดังนี้ (ดูตารางที่ 57(ก))

**ด้านบริการ** พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมต้องการมากที่สุด จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.8 ได้แก่ เรื่องการตรงต่อเวลา บริการให้ทันเหตุการณ์ ปรับปรุงด้านบริการให้ดีกว่าเดิมที่เคยทำ ขอให้พนักงาน อ.ส.ค. เอาใจใส่ทำเบอร์โคที่สมาชิกต้องการพนักงานมีน้อยไปทำให้ทำงานไม่ทัน ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อจะได้บริการได้ทั่วถึงทันเวลาและควรจะมีหมอใหญ่ (นายสัตวแพทย์) มาตรวจโคทุกเดือน

**ด้านความรู้** พบว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ต้องการคิดเป็นร้อยละ 4.9 แนะนำให้ส่งพนักงาน อ.ส.ค. ไปอบรมด้วยวิธีการใหม่ๆ เพื่อจะได้นำความรู้ไปแนะนำเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม หรือปรับปรุงบุคลากรให้มีความรู้ เพื่อประสิทธิภาพความมั่นใจให้กับเกษตรกรฯ ให้ปรับปรุงบุคลากรด้านสัตวแพทย์ให้ทำงานที่รวดเร็ว ยิ่งขึ้นต้องการให้พนักงาน อ.ส.ค. รู้จักวิธีการทำงานส่งเสริม เพื่อให้เกษตรกรได้รับอาชีพที่มีความก้าวหน้า และรักษาอาชีพการเลี้ยงโคนมให้มั่นคงยืนยาว

**ด้านสัตวแพทย์** พบว่า ส่วนใหญ่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ต้องการให้มีสัตวแพทย์ไปประจำที่ศูนย์ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.5

**ด้านผสมเทียม** พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ต้องการให้พนักงาน อ.ส.ค. ปรับปรุงด้านการผสมเทียม คิดเป็นร้อยละ 1.7

**ด้านการบริการ มนุษย์สัมพันธ์ การสื่อสาร** พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมส่วนใหญ่ ร้อยละ 6.7 ต้องการให้มีการใช้เครื่องมือสื่อสารระหว่างกัน ได้แก่ โทรศัพท์ และขอให้การติดต่อทางเอกสารง่ายต่อการเข้าใจ อีกทั้งเกษตรกรต้องการเห็นความสัมพันธ์ ระหว่างกัน และมีจำนวนไม่น้อยที่ต้องการให้พนักงาน อ.ส.ค. มีมนุษยสัมพันธ์มากขึ้น ได้แก่ แสดงความยินดีต้อนรับให้ความเข้าใจ พูดสุภาพไม่แสดงความรังเกียจว่าผู้มาติดต่อคือเกษตรกร ให้ความใกล้ชิดกับเกษตรกรเมื่อเกษตรกรมาติดต่อที่สำนักงาน และต้องการให้เจ้าหน้าที่ส่วนกลางแผนกอื่น ๆ ออกพบปะกับเกษตรกรให้มากขึ้น ไม่ใช่มีเฉพาะพนักงานด้านสัตวแพทย์ ผสมเทียม และพนักงานส่งเสริมเท่านั้น

ด้านส่งเสริมความรู้แก่เกษตรกร พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมต้องการให้ อ.ส.ค. จัดอบรมสัมมนาประชุมเชิงวิชาการเพื่อส่งเสริมความรู้ด้านการเลี้ยงโคนม ซึ่งแนวทางในการดำเนินงาน อ.ส.ค. ให้เกษตรกรทราบมากขึ้น ทั้งวิธีปฏิบัติ โดย อ.ส.ค. ส่งทางเอกสารวิชาการไปให้เกษตรกรนั้นส่วนใหญ่เกษตรกรอ่านไม่เข้าใจ

จากแบบสอบถามเกี่ยวกับความเห็นในการปรับปรุงสื่อมวลชน และสื่อบุคคล (ตารางที่ 49-ตารางที่ 57) ปรากฏว่า

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมมีความเห็นให้สื่อมวลชน (วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร) ควรปรับปรุงทุกสื่อ โดยความเห็นส่วนใหญ่ต้องการปรับปรุง "เนื้อหาสาระ" "เรื่องเวลา" และรูปเล่ม

ส่วนสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. ปรากฏว่า เกษตรกรฯ มีความเห็นว่า "ดีแล้วไม่ต้องปรับปรุง" (ร้อยละ 48.4) กับความเห็นที่ต้องการให้ปรับปรุง อยู่ในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 40.8)

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ถึงข้อสังเกตเพิ่มเติมเกี่ยวกับประโยชน์และพึงพอใจ

ตารางที่ 58 จำนวน และร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ให้ ข่าวสาร/ข้อมูล ด้านการเลี้ยงโคนมมากที่สุด

สื่อที่ให้ข่าวสาร/ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคนมมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
สื่อบุคคล	110	49.3
- พนักงาน อ.ส.ค.		
สื่อมวลชน		
- วิทยุ	12	5.3
- โทรทัศน์	55	24.6
- หนังสือพิมพ์	7	3.1
- นิตยสาร/วารสาร	72	32.2
- ภาพยนตร์	1	0.4

จากตารางที่ 58 พบว่า ส่วนใหญ่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม เลือกสื่อที่ให้ ข่าวสาร/ข้อมูล ด้านการเลี้ยงโคนมมากที่สุด คือสื่อบุคคล ได้แก่ พนักงาน อ.ส.ค. จำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมา คือ สื่อมวลชน ประเภท นิตยสาร/วารสาร จำนวน 72 รายคิดเป็นร้อยละ 32.2 และสื่อโทรทัศน์ จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.6



**ตารางที่ 59** จำนวน และร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ให้ ข่าวสาร/ข้อมูล ด้านการเลี้ยงโคนมที่น่าเชื่อถือที่สุด

สื่อที่ให้ข้อมูล/ข่าวสารด้านการเลี้ยงโคนม ที่น่าเชื่อถือที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
สื่อบุคคล		
- พนักงาน อ.ส.ค.	66	29.5
สื่อมวลชน		
- วิทยุ	6	2.6
- โทรทัศน์	48	21.5
- หนังสือพิมพ์	11	4.9
- นิตยสาร/วารสาร	72	32.2
- ภาพยนตร์	-	-

จากตารางที่ 59 เกี่ยวกับจำนวนและร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม จำแนกตามสื่อที่ให้ ข่าวสาร/ข้อมูล ด้านการเลี้ยงโคนมที่น่าเชื่อถือที่สุด พบว่า สื่อมวลชนประเภท นิตยสาร/วารสาร จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.2 เป็นสื่อที่เกษตรกรให้ความเชื่อถือมากที่สุด รองลงมาอยู่ในอัตราส่วนใกล้เคียงกันได้แก่ สื่อบุคคล คือพนักงาน อ.ส.ค. จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.5 และสื่อโทรทัศน์ จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.5

**ตารางที่ 60** จำนวน และร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ให้ข้อมูล/ข่าวสารด้านการเลี้ยงโคนมที่รวดเร็วที่สุด

สื่อที่ให้ข่าวสาร/ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคนมที่รวดเร็วที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
สื่อบุคคล		
- พนักงาน อ.ส.ค.	85	38.1
สื่อมวลชน		
- วิทยุ	25	11.2
- โทรทัศน์	63	28.2
- หนังสือพิมพ์	9	4.0
- นิตยสาร/วารสาร	27	12.1
- ภาพยนตร์	-	-

จากตารางที่ 60 พบว่า สื่อที่ให้ข้อมูล/ข่าวสาร ด้านการเลี้ยงโคนมที่รวดเร็วที่สุด ส่วนใหญ่คือ สื่อบุคคล หรือพนักงาน อ.ส.ค. จำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.1 รองลงมา คือ สื่อมวลชน ประเภทโทรทัศน์ จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.2 นิตยสาร/วารสารและวิทยุมีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ จำนวน 27 และ 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.1 และ 11.2 ตามลำดับ

**ตารางที่ 61** จำนวน และร้อยละของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่เกษตรกร ๓ นิยม/ชอบ

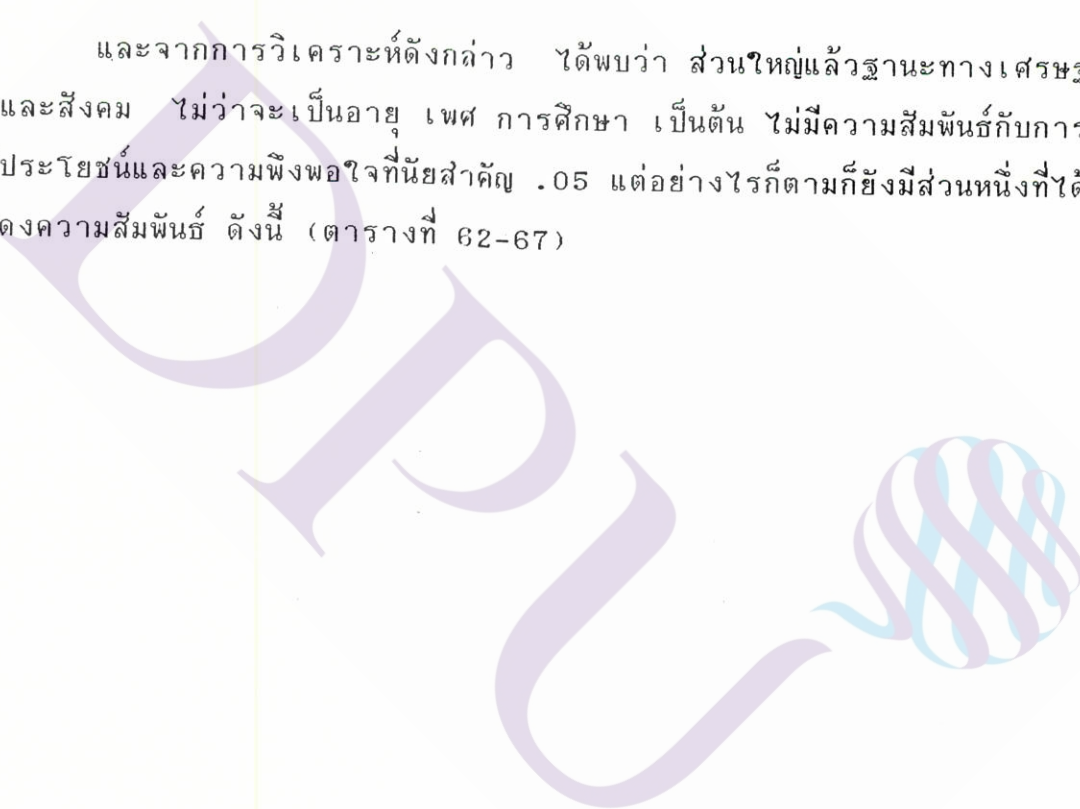
สื่อเกษตรกรนิยม/ชอบ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อบุคคล		
- พนักงาน อ.ส.ค.	67	30.0
สื่อมวลชน		
- วิทยุ	2	0.8
- โทรทัศน์	41	18.3
- หนังสือพิมพ์	12	5.3
- นิตยสาร/วารสาร	80	35.8
- ภาพยนตร์	-	-

จากตารางที่ 61 แสดงถึงผลของการสำรวจที่ปกติเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม นิยม/ชอบสื่อใด พบว่า ส่วนใหญ่เกษตรกรนิยม/ชอบ สื่อมวลชนประเภทนิตยสาร/วารสาร จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมาคือ สื่อบุคคลหรือพนักงาน-ลูกจ้าง อ.ส.ค. จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.0 และสื่อโทรทัศน์ จำนวน 41 ราย คิดเป็น 18.3

ส่วนที่ 6 เป็นการเสนอถึงความสัมพันธ์ระหว่าง สภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจ สังคม  
กับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา โดยใช้ค่าไค-สแควร์ เพื่อเป็นการพิสูจน์ว่า ฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ การถือครองที่ดิน การเป็นสมาชิกหรือกรรมการทางกลุ่มสังคม และอาชีพเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม มีความสัมพันธ์กับ การใช้ประโยชน์ และ ความพึงพอใจหรือไม่ โดยใช้ไค-สแควร์ เป็นตัวตัดสิน และกั้นจุดนัยสำคัญที่ .05

และจากการวิเคราะห์ดังกล่าว ได้พบว่า ส่วนใหญ่แล้วฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ไม่ว่าจะเป็นอายุ เพศ การศึกษา เป็นต้น ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่นัยสำคัญ .05 แต่อย่างไรก็ตามก็ยังมีส่วนหนึ่งที่ได้แสดงความสัมพันธ์ ดังนี้ (ตารางที่ 62-67)





**ตารางที่ 62** ความสัมพันธ์ระหว่าง การศึกษากับระดับความพึงพอใจ จากการฟัง  
รายการวิทยุที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม

ระดับความพึงพอใจจากการฟังรายการวิทยุด้านการเลี้ยงโคนม						
การศึกษา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม (223)
ประถมศึกษา	21 (25.0)	35 (45.2)	20 (23.8)	3 (3.6)	2 (2.4)	84 (100.0)
มัธยมศึกษา	11 (22.5)	19 (28.8)	10 (20.4)	5 (10.2)	4 (8.1)	49 (100.0)
อนุปริญญา	2 (40.0)	1 (20.0)	1 (20.0)	—	1 (20.0)	5 (100.0)
ปริญญาตรี	—	2 (22.2)	5 (55.6)	2 (22.2)	—	9 (100.0)
สูงกว่าปริญญา	—	—	—	1 (100.0)	—	1 (100.0)
รวม	34 (23.0)	60 (40.5)	36 (24.3)	11 (7.4)	7 (4.7)	148 (100.0)

$$\chi^2 = 31.3383 \quad df = 16 \quad \text{Significance} = .0121$$

จากตารางที่ 62 ค่าไค-สแควร์ ได้แสดงว่า การศึกษามีความสัมพันธ์กับ  
ความพึงพอใจ จากการฟังรายการวิทยุที่เกี่ยวกับการเกษตร ด้านการเลี้ยงโคนม  
กล่าวคือ

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาส่วนใหญ่ จะให้  
ความพึงพอใจระดับ "มาก" (ร้อยละ 45.2) สูงกว่ากลุ่มต่างๆ

**ตารางที่ 63** ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับระดับความพึงพอใจ จากการชมรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม

ระดับความพึงพอใจจากการชมรายการโทรทัศน์ ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม						
รายได้	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม(208)
5,000 บาท หรือน้อยกว่า	11 (36.7)	8 (26.7)	9 (30.0)	2 (6.6)	—	30 (100.0)
5,000 — 10,000 บาท	21 (36.8)	19 (33.3)	12 (21.1)	5 (8.8)	—	57 (100.0)
10,001 — 15,000 บาท	14 (24.6)	18 (31.6)	12 (21.1)	10 (17.5)	3 (5.2)	57 (100.0)
15,001 — 20,000 บาท	1 (4.8)	7 (33.3)	5 (23.8)	5 (23.8)	3 (14.3)	21 (100.0)
มากกว่า 20,001 บาท	11 (31.4)	11 (31.4)	5 (14.3)	5 (14.3)	3 (8.6)	35 (100.0)
อื่นๆ	—	—	—	3 (100.0)	—	3 (100.0)
รวม	58 (28.4)	64 (31.3)	43 (21.1)	30 (14.7)	9 (4.4)	204 (100.0)

$$\chi^2 = 42.6801 \quad df = 24 \quad \text{Significance} = .01082$$

จากตารางที่ 63 ค่าไค-สแควร์ ได้แสดงว่า รายได้ มีความสัมพันธ์  
กับความพึงพอใจจากการชมรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงโคนม กล่าวคือ

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท จะมีความพึงพอใจการชมรายการโทรทัศน์ ที่เกี่ยวกับการเกษตร ด้านการเลี้ยงโคนม สูงกว่ากลุ่มอื่น (ร้อยละ 36.8 และ 36.7) ในขณะที่กลุ่มเกษตรกรที่มีรายได้ 10,001 ถึง 20,000 บาท ส่วนใหญ่จะให้คำตอบอยู่ในระดับ "มาก"

**ตารางที่ 64** ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับประโยชน์ที่ได้รับจากรายการโทรทัศน์ ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนมของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

เพศ	ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการโทรทัศน์ด้านการเลี้ยงโคนม					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม (208)
ชาย	15 (8.8)	47 (27.6)	37 (21.7)	45 (26.5)	26 (15.3)	170 (100.0)
หญิง	6 (17.1)	5 (14.3)	17 (48.6)	5 (14.3)	2 (5.7)	35 (100.0)
รวม	21 (10.2)	52 (25.3)	54 (26.3)	50 (24.4)	28 (13.6)	205 (100.0)

$$\chi^2 = 15.63863 \quad df = 4 \quad \text{Significance} = .00354$$

จากตารางที่ 64 ค่าไค-สแควร์ ได้แสดงว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับประโยชน์ที่ได้รับจากรายการโทรทัศน์ ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนมของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม กล่าวคือ

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมเพศหญิง ส่วนใหญ่จะได้รับประโยชน์ที่ได้จากการชมรายการรายโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 48.6) ในขณะที่เกษตรกรชาย ให้คำตอบในระดับ "มาก ปานกลาง และน้อย" อยู่ในระดับใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 27.6 21.7 และ 26.5)

**ตารางที่ 65** ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับการได้รับความพึงพอใจจากการอ่าน  
นิตยสาร/วารสารทั่วไป

อายุ	การได้รับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสาร/วารสารทั่วไป					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม (147)
25 ปี	1 (7.7)	7 (53.8)	2 (15.4)	3 (23.1)	-	13 (100.0)
26-35 ปี	5 (12.2)	25 (60.9)	8 (19.5)	2 (4.9)	1 (2.4)	41 (99.9)
36-45 ปี	6 (14.3)	14 (33.3)	21 (50.0)	-	1 (2.4)	42 (100.0)
46-55 ปี	6 (19.4)	8 (25.8)	15 (48.3)	2 (6.5)	-	31 (100.0)
56 ปีขึ้นไป	1 (7.1)	7 (50.0)	6 (42.9)	-	-	14 (100.0)
รวม	19 (13.4)	61 (43.2)	52 (36.9)	7 (4.9)	2 (1.4)	141 (100.0)

$$\chi^2 = 29.30092 \quad df = 16 \quad \text{Significance} = .02198$$

จากตารางที่ 65 ค่าไค-สแควร์ ได้แสดงว่า อายุ มีความสัมพันธ์  
กับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสาร/วารสารทั่วไป กล่าวคือ

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปี และมีอายุสูงกว่า 56 ปี  
ขึ้นไปส่วนใหญ่มักจะให้คำตอบอยู่ในระดับ "มาก" ในขณะที่เกษตรกรที่มีอายุ 36-  
55 ปี ส่วนใหญ่มักจะให้คำตอบในระดับปานกลาง



## ตารางที่ 66

ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการได้รับความพึงพอใจจากการชมภาพยนตร์

อายุ	การได้รับความพึงพอใจจากการชมภาพยนตร์					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม(147)
25 ปี	-	3	8	-	1	12
		(25.0)	(66.6)		(8.4)	(100.0)
26-35 ปี	2	5	15	2	-	24
	(8.3)	(20.8)	(62.5)	(8.3)		(100.0)
36-45 ปี	1	4	20	1	2	28
	(3.6)	(14.2)	(71.4)	(3.6)	(7.2)	(100.0)
46-55 ปี	-	7	3	1	-	11
		(63.6)	(27.3)	(9.1)		(100.0)
56 ปีขึ้นไป	-	-	1	1	2	4
			(25.0)	(25.0)	(50.0)	(100.0)
รวม	3	19	47	5	5	79
	(3.7)	(24.0)	(59.4)	(6.3)	(6.3)	(100.0)

$$x^2 = 33.6 \quad df = 16 \quad \text{Significance} = .00703$$

จากตารางที่ 66 ค่าไค-สแควร์ ได้แสดงว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมภาพยนตร์ กล่าวคือ

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่มีอายุ 46-55 ปี จะได้รับความพึงพอใจจากการชมภาพยนตร์สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ในขณะที่กลุ่มเกษตรกรที่มีอายุน้อยกว่า 45 ปี มักจะให้คำตอบอยู่ในระดับ "ปานกลาง"

**ตารางที่ 65** ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับประโยชน์ที่ได้รับจากการชมภาพยนตร์

อายุ	ประโยชน์ที่ได้รับจากการชมภาพยนตร์					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม(147)
25 ปี	-	3	7	1	1	12
		(25.0)	(58.3)	(8.3)	(8.3)	(100.0)
26-35 ปี		2	13	8	-	23
		(8.7)	(56.5)	(34.8)		(100.0)
36-45 ปี	1	4	14	6	3	28
	(3.6)	(14.3)	(50.0)	(21.4)	(10.7)	(100.0)
46-55 ปี	-	6	4	-	-	10
		(60.0)	(40.0)			(100.0)
56 ปีขึ้นไป	-	-	1	1	2	4
			(25.0)	(23.0)	(50.0)	(100.0)
รวม	1	15	39	14	6	77
	(1.2)	(19.5)	(50.6)	(18.1)	(7.7)	(100.0)

$$x^2 = 31.15913 \quad df = 16 \quad \text{Significance} = .01284$$

จากตารางที่ 67 ค่าไค-สแควร์ ได้แสดงว่า อายุ จะได้รับประโยชน์จากการชมภาพยนตร์สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ในขณะที่เกษตรกรที่มีอายุต่ำกว่า 45 ปี ส่วนใหญ่จะให้คำตอบว่าได้รับประโยชน์ในระดับ "ปานกลาง"

## บทที่ 6

### สรุปผลการวิจัยอภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้กำหนดวัตถุประสงค์ ได้แก่

1. ศึกษาว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ได้รับความรู้ในเรื่องของการเลี้ยงโคนม จากการสื่อสารอะไรบ้าง
2. เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อมวลชนอย่างไร และนอกจากสื่อมวลชนแล้ว เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมได้ใช้ประโยชน์และพึงพอใจต่อสื่อบุคคลอย่างไร
3. ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างสภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจ สังคมกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

ซึ่งในการวิจัยดังกล่าว ก็ได้ทำการศึกษาโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ที่สำคัญ คือ ส่วนที่หนึ่งนั้น ได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ในด้านของทฤษฎีและวิชาการให้ชัดเจน รวมทั้งทำให้เข้าใจถึงการสื่อสารที่ให้ความรู้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ในเรื่องของโคนมว่าได้มีวิธีการอะไร อย่างไร นอกจากศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเอกสาร ตำราดังกล่าวข้างต้นแล้ว การพูดคุยกับผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงอย่างลุ่มลึก ก็เป็นส่วนประกอบอันหนึ่งที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าเรื่องนี้

นอกจากนี้แล้ว การเก็บข้อมูลตามปัญหา และวัตถุประสงค์ข้อ 2 ข้อ 3 นั้น ได้ใช้การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สอบถามความคิดเห็นของเกษตรกรฯ ซึ่งผลของการวิจัยสรุปได้ดังต่อไปนี้

## 1. การสื่อสารเพื่อให้ความรู้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

การสื่อสารที่ให้ความรู้แก่เกษตรกร ในการเลี้ยงโคนมนั้น สามารถจำแนกได้เป็น 2 ลักษณะด้วยกัน คือ

1.1 ความรู้จากการสื่อสาร โดยองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) ได้มีการให้ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมแก่สมาชิก โดยผ่านบุคคลเฉพาะกิจของ อ.ส.ค. โดยผลของการวิจัย ทำให้ทราบว่า สื่อมวลชนที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมเปิดรับมากที่สุด โทรทัศน์/และสื่อบุคคลที่เกษตรกรติดต่อได้แก่ พนักงานผสมเทียม พนักงานสัตวแพทย์ซึ่งติดต่อมากกว่าพนักงานส่งเสริม อย่างไรก็ตาม พบว่า สื่อบุคคลของ อ.ส.ค. เป็นสื่อที่ให้ข่าวสารความรู้แก่เกษตรกร มากกว่าและเร็วกว่าสื่อมวลชนทุกสื่อ แต่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมกลับให้ความเชื่อถือและชอบสื่อนิตยสาร/วารสาร มากกว่าสื่อบุคคล

อย่างไรก็ตาม พบว่า สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีอิทธิพล และเป็นสื่อที่ อ.ส.ค. ให้ความสำคัญมากที่สุด

### 1.2 ความรู้จากสื่อมวลชน

สื่อมวลชนที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องการเลี้ยงโคนม ซึ่งได้พบว่า ไม่มีสื่อใดที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมโดยเฉพาะ และความรู้โดยตรงที่ให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ส่วนใหญ่แล้วจะผ่านสื่อมวลชนทั่วไป ทั้งนี้จะเป็นเรื่องความรู้ที่ๆ ไปของเกษตรกรรวมทุกด้าน ได้แก่ พืชสวน, พืชไร่ และปศุสัตว์ จะมีเพียงสื่อมวลชน เพียงสื่อเดียว คือ สื่อนิตยสารและวารสารของ อ.ส.ค. นั่นคือวารสารโคนม เท่านั้น เป็นสื่อที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมนิยมอ่านมากที่สุดและเชื่อถือมากที่สุด

2. จากวัตถุประสงค์ในประเด็นเกี่ยวกับ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อมวลชน ซึ่งได้แก่ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร นั้น สรุปได้ว่า



2.1 เกษตรกรฯ ให้ความสำคัญต่อสื่อที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมมากกว่าสาระทั่วไป โดยสื่อวิทยุ/วารสาร เป็นสื่อที่เกษตรกรฯ ได้รับความพึงพอใจ และมีความพึงพอใจว่าสื่อมวลชนอื่นๆ ทั้งหมด และ

## 2.2 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อบุคคล

สื่อบุคคลในการวิจัยในครั้งนี้ คือพนักงาน อ.ส.ค. ซึ่งได้แก่ พนักงานผสมเทียม พนักงานสัตวแพทย์ และพนักงานส่งเสริม ตามที่ทราบแล้วนั้น การวิจัยครั้งนี้ ทำให้พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ได้รับความพึงพอใจในการติดต่อกับสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. มากที่สุดในเรื่อง การปรับปรุงการเลี้ยงโคนมในฟาร์ม และเรื่องการขอให้สื่อบุคคลช่วยแก้ปัญหาอุปสรรคในการเลี้ยงโคนม ส่วนในประเด็นที่เกี่ยวกับเรื่องการเพิ่มปริมาณน้ำนมดิบ และลดต้นทุนการเลี้ยง เป็นสื่อที่เกษตรกรฯ พึงพอใจและได้รับความพึงพอใจรองลงมา

3. เมื่อวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่าง สภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจสังคม กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้น ส่วนใหญ่ ไม่มีความสัมพันธ์กันที่นัยสำคัญที่ .05 โดยมีบางส่วนได้แสดงถึงความสัมพันธ์ต่อกันดังนี้

3.1 การศึกษามีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจจากการฟังรายการวิทยุที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม

3.2 รายได้ มีความสัมพันธ์ กับระดับความพึงพอใจจากการชมรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม

3.3 เพศ มีความสัมพันธ์กับการได้รับประโยชน์ จากการชมรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม

3.4 อายุมีความสัมพันธ์กับการได้รับประโยชน์และความพึงพอใจ จากการอ่านนิตยสาร/วารสารทั่วไป

3.5 อายุ มีความสัมพันธ์กับการได้รับประโยชน์ และพึงพอใจจากการชมภาพยนตร์

## ข้อเสนอแนะ

ในส่วนท้ายของการวิจัยซึ่งเป็นเรื่องของ "ข้อเสนอแนะ" นั้น จะขอกล่าวเป็น 2 ประเด็นคือข้อเสนอแนะในเชิงวิชาการและข้อเสนอแนะเชิงประยุกต์

### ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

ในการอภิปรายข้อเสนอแนะในส่วนที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับวิชาการ ประเด็นแรกจะชี้ให้เห็นถึงทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในรูปแบบของทฤษฎีที่มีตัวกระตุ้น 2 ตัว คือ จากสภาพแวดล้อมภายนอก กับความต้องการของปัจเจกบุคคล 2 อย่างรวมตัวกัน ทำให้บุคคลเปิดตัวรับสื่อสารมวลชน

การเปิดตัวรับการสื่อสารมวลชนนั้น จะให้ผลกระทบบอกมาทั้งความพึงพอใจ และไม่พึงพอใจ โดยจะชี้ในประเด็นให้เห็นว่า การสื่อสารมวลชนนั้นเป็นการให้เนื้อหาสาระภาพกว้าง ๆ หรือมหภาคหลายเรื่อง หลายประเด็น อยู่ด้วยกัน

จากทฤษฎีที่เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่กล่าวข้างต้นในบทที่ 2 เป็นการกล่าวที่เกี่ยวกับเรื่องของการสื่อสารมวลชน โดยสรุปจะพบว่าการที่บุคคลหนึ่งได้แสวงหา หรือเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น เขาได้รับอิทธิพลจาก 2 ส่วนที่สำคัญคือ จากสภาพแวดล้อมของสังคม ผสมผสานกับความต้องการของปัจเจกบุคคลของบุคคลนั้น และเมื่อบุคคลได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนแล้ว เขาก็แสดงออกมาซึ่งความพึงพอใจ และหรือไม่พึงพอใจจากข่าวสาร เนื้อหาสาระที่ได้รับจากสื่อมวลชนนั้น ถ้าเขามีความพึงพอใจ เขาก็แสวงหาข่าวสารจากสื่ออื่นต่อไป แต่ถ้าไม่มีความพอใจ เขาก็อาจตัดสินใจที่จะแสวงหาสาระความรู้จากสื่ออื่น หรือไปกระทำสิ่งอื่น เช่น การพักผ่อน ท่องเที่ยว หรืออาจจะยังอยู่ในสภาพของการแสวงหาจากสื่ออื่นต่อไป แต่คงไม่ถึงในระดับเต็มที่นัก (ยังผสมผสานกับการใช้สื่ออื่น ๆ )

จากทฤษฎีดังกล่าว เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับการศึกษาครั้งนี้ จะพบว่า จากการศึกษาที่มีฐานต่างกันในเรื่องของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของสื่อมวลชนที่มีฐานใหญ่กว่า หรือในแง่ของมหภาค มาเปรียบเทียบกับสื่อบุคคลซึ่งเป็นสื่อเฉพาะ และเป็นการสื่อสารโดยตรง

สื่อมวลชนนั้น จะประกอบด้วย เนื้อหา สาระ ความบันเทิงหลากหลาย โดยมีสาระเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมเป็นส่วนหนึ่งเท่านั้น และจากฐานที่แตกต่างนี้ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับสื่อบุคคลของอ.ส.ค.แล้ว จะพบว่า ถ้าจะให้ข้อสรุปจากการวิจัยครั้งนี้ว่า สื่อบุคคลมีอิทธิพล หรือได้รับความนิยมนมากกว่า มีประสิทธิภาพกว่า มีประสิทธิผลกว่าสื่อมวลชน ก็จะเป็นการรีบด่วนสรุปที่รวดเร็วไป หรืออาจจะผิดพลาดได้ง่าย ดังนั้นการสรุปในประเด็นนี้ จะต้องพึงระมัดระวังในข้อนี้ด้วย

ดังนั้นหากจะทำความเข้าใจเกี่ยวกับ ทฤษฎีว่าด้วยการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในกรณีดังเช่น กรณีการเลี้ยงโคนมแล้ว เป็นที่แน่นอนว่าสื่อบุคคลหรือสื่อที่มีลักษณะ Direct Communication หรือ สื่อเพื่อการสื่อสารโดยตรงแล้ว ย่อมมีอิทธิพล มีแนวโน้มที่จะมีประสิทธิภาพกว่า มีประสิทธิผลกว่าสื่อมวลชน (ซึ่งตัววัตถุประสงค์ของสื่อมวลชนมีความกว้างไกลมากกว่าเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ) อย่างไรก็ตาม จุดที่ต้องให้ความสำคัญยิ่งในการวิจัยครั้งนี้ ก็คือ สื่อมวลชนประเภท นิตยสาร/วารสาร ก็ยังเป็นสื่อที่ได้รับความเชื่อถือสูงกว่าสื่อประเภท Direct Communication หรือสื่อบุคคล

เพราะฉะนั้น การสื่อสารเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม หากจะเน้นเฉพาะการสื่อสารโดยตรง เช่น การสื่อสารบุคคล การสื่อสารไปรษณีย์โดยตรง หรือการโทรศัพท์เพื่อโน้มน้าวโดยตรง หรือการสื่อสารที่มีลักษณะในแนวรุกและโดยตรงถึงกลุ่มเป้าหมายนั้น อาจจะมีประสิทธิภาพในระดับหนึ่ง แต่ถ้าหากจะให้ข่าวสาร เนื้อหา สาระ ที่กำลังสื่อ่นั้น มีความน่าเชื่อถือมากขึ้นแล้ว สื่อมวลชนยังมีความจำเป็นเป็นตัวเสริม/เพิ่ม หรือการสนับสนุนให้กับสื่อที่เป็นการสื่อสารโดยตรง



ถ้าจะมีการแนะนำให้มีการวิจัยครั้งต่อ ๆ ไป ขอให้ผู้วิจัยมองที่สื่อโดยตรง หรือ Direct Communication อื่น ๆ บ้าง เช่น จากไปรษณีย์ โทรศัพท์ เป็นต้น หรือหากจะมีการศึกษาในด้านการเกษตรประเภทพืชไร่ พืชสวน ปศุสัตว์ การประมง และอื่น ๆ โดยการเปรียบเทียบระหว่าง สื่อบุคคลกับสื่อมวลชน ในด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจว่า สื่อมวลชนมีความสำคัญน้อยกว่าสื่อบุคคล เหมือนหรือแตกต่างจากการวิจัยครั้งนี้หรือไม่

### ข้อเสนอแนะเชิงประยุกต์

การเสนอแนะในข้อนี้ เป็นเรื่องท้องถื่นการส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) ควรจะดำเนินการอย่างไรเพื่อที่จะพัฒนาสิ่งใดก็ตามให้เกษตรกรสมาชิกได้รับข่าวสารความรู้ด้านการเลี้ยงโคนมสูงขึ้น

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่แล้วเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์สูงในอาชีพการเลี้ยงโคนมจะเห็นได้ว่า ถึงแม้เกษตรกรจะให้ความสำคัญกับสื่อบุคคลมากกว่าสื่อมวลชนก็จริงอยู่ แต่ในด้านความเชื่อถือที่สุดยังเป็นรองสื่อมวลชนประเภทนิตยสาร/วารสารอยู่ แต่อย่างไรก็ตามนิตยสาร/วารสารที่เกษตรกรอ่านมากที่สุดคือ วารสารโคนม ซึ่งเป็นนิตยสาร/วารสารที่ อ.ส.ค. จัดทำขึ้นเป็นสารที่ให้ข้อมูลด้านหลักวิชาความรู้จากนักวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิ และสามารถใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงได้ ซึ่งแตกต่างจากสื่อบุคคลที่เป็นสื่อเข้าถึงตัวเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมมากกว่า โดยเข้าไปสัมผัสโดยตรงและใกล้ชิด กลับเป็นสื่อที่เกษตรกรฯ ประเมินว่า มีประสบการณ์น้อยกว่าตัวเกษตรกรเอง ดังนั้นเกษตรกรฯ ส่วนใหญ่จึงเพียงแต่รับฟังข่าวสารข้อมูล ความรู้แต่ไม่เชื่อกันนัก เพราะว่า นักวิชาการด้านการเลี้ยงโคนมไม่ใช่เรียนจากตำราแต่เพียงอย่างเดียว ก็สามารถประกอบอาชีพได้เลย หรือนำความรู้จากการเรียนในสถาบันสูงมาสอนได้ทันที ทั้งนี้ เนื่องจากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมหลายกลุ่ม เป็นเกษตรกรที่มีประสบการณ์จากการฝึกอบรมอย่างเข้มข้น เมื่อดูประวัติการฝึกอบรมของ อ.ส.ค. หลักสูตร 1 ปี แล้ว ผู้ที่อบรมหลักสูตรนี้จะผ่านการฝึกอบรมทั้งภาคทฤษฎีทั้งภาคปฏิบัติอย่างหนัก โดยปฏิบัติสถานที่จริง (ฟาร์ม) เป็นระยะเวลา



ฉะนั้น ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการเรียนรู้จะสามารถแก้ไขได้ โดยอาจารย์ วิทยากรที่มีความรู้ ชำนาญ มาเป็นผู้ถ่ายทอดวิชาซึ่งมิใช่การสอนจากตำรา แต่เป็นการสอนผู้มีประสบการณ์ ที่ปฏิบัติงานมาแล้วอย่างเชี่ยวชาญ

จากสภาพงานปัจจุบันที่ อ.ส.ค. ส่งสมประสบการณ์มาเป็นระยะเวลา นานถึง 32 ปี ก็จริง แต่สื่อบุคคลของ อ.ส.ค. ส่วนใหญ่ เป็นพนักงานใหม่ ที่จบ การศึกษาจากสถาบันต่างๆโดยยังไม่มีประสบการณ์มากพอที่จะเป็นที่ยอมรับและ เชื้อ ถือมากนัก ดังนั้น ในการที่ อ.ส.ค. จะให้ความรู้กับสื่อบุคคลเพื่อนำไปถ่ายทอดสู่ เกษตรกรควรมีลักษณะการเรียนรู้คล้ายสมัยเก่า ซึ่งเป็นรูปแบบของการทำงานร่วม กันระหว่างพนักงานใหม่และพนักงานเก่า ที่มีทั้งความรู้ ความสามารถและประสบ การณ์ เพื่อที่จะถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ให้แก่นักเรียนเกิดความชำนาญ เชี่ยว ชาญทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ จนทำให้เกษตรกร เกิดความศรัทธา ยอมรับ ทั้งนี้ เพื่อให้สื่อบุคคลเป็นผู้ที่สามารถให้คำแนะนำช่วยแก้ปัญหาให้เกษตรกรเกิดความ พึง พอใจ และยอมรับให้มากที่สุด เพราะเมื่อสื่อบุคคลไม่สามารถช่วยเหลือเกษตรกรได้ แล้ว เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมก็จะหันไปแสวงหาความรู้ ความเชื่อถือต่อสื่ออื่นๆ ดัง เช่น นิตยสาร/วารสารที่เกี่ยวกับการเกษตรต่างๆ ไป หรือนิตยสาร/วารสารเกี่ยว กับปศุสัตว์โดยตรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งวารสารของ อ.ส.ค. เพราะเนื้อหาสาระ ในวารสารดังกล่าวนี้ เป็นลักษณะการบอกเล่า และนำประสบการณ์ของผู้ที่ประสบ ผลสำเร็จในอาชีพการเลี้ยงโคนม โดยเฉพาะการถ่ายทอดถึงปัญหา อุปสรรค ที่ สามารถแก้ไขได้สำเร็จมาเผยแพร่ให้ทราบ ความรู้ ความเชื่อถืออีกส่วนหนึ่งที่ เกษตรกรผู้เลี้ยงแสวงหา คือ ความรู้จากบทความวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่ง สามารถนำสาระที่อ่านไปใช้แก้ปัญหาจนเกินผลดีต่อการเลี้ยงโคนมของตน

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า สื่อบุคคลของ อ.ส.ค. ที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรผู้ เลี้ยงโคนม อาจแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มที่ปฏิบัติงานดำเนินการบริการเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ได้แก่ สัตวแพทย์ ผู้ช่วยสัตวแพทย์ พนักงานผสมเทียม เป็นต้น ซึ่งกลุ่มบุคคลเหล่านี้ จะได้รับการฝึกหัดอบรมด้านการปฏิบัติการเป็นอย่างดี ประกอบทั้งการปฏิบัติงาน ของบุคคลกลุ่มนี้ จะกระทบต่อรายได้ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมโดยตรง ซึ่งใน ช่วงเวลาที่ผ่านมายังไม่มีการเปรียบเทียบกับสื่ออื่น ๆ เพราะฉะนั้น ผลจากการ วิจัยในส่วนของความพึงพอใจเกี่ยวกับสื่อบุคคล จึงออกมาในเกณฑ์ค่อนข้างดี

2. กลุ่มพนักงานที่จะต้องทำหน้าที่ด้านการส่งเสริม หรือผู้ที่ต้องให้ ความรู้ด้านวิชาการแก่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ซึ่งผลการปฏิบัติงานของกลุ่มนี้ จะไม่ มีผลต่อรายได้โดยตรงของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ในระยะสั้น ๆ เฉพาะหน้า ประ กอบทั้ง ลักษณะของการใช้ประโยชน์จากสื่อบุคคลกลุ่มนี้ อาจจะทดแทนกับสื่อทาง ด้านเอกสารวิชาการได้

เพราะฉะนั้น จากการวิจัยในส่วนที่ระบุว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมมี ความพึงพอใจสื่อบุคคล จำแนกตามสื่อที่เกษตรกรฯ นิยม/ชอบ น้อยกว่า สื่อมวลชน ประเภท นิตยสาร/วารสาร ก็อาจจะเป็นความจริง ด้วยเหตุผลที่สื่อ นิตยสาร/ วารสารต่าง ๆ มีเนื้อหาสาระวิชาการที่มีเอกสารอ้างอิง หรือเป็นบทความที่ถ่ายทอดจากลักษณะของประสบการณ์ ที่พบเห็นจากที่อื่นมา ดังนั้น เกษตรกรผู้เลี้ยง โคนม จึงเกิดความเชื่อมั่น และพึงพอใจสื่อ นิตยสาร/วารสารมากกว่า

จากจุดนี้จึงเป็นแนวทางในการปรับปรุง โดยที่ อ.ส.ค. มีประสบการณ์ ด้านการเลี้ยงโคนมเป็นระยะเวลาช้านาน แต่ระยะหลัง ๆ มีพนักงานเพิ่มขึ้นมาก ซึ่ง พนักงานใหม่ ๆ จะมีประสบการณ์น้อย ซึ่งความรู้ทางด้านวิชาการด้านทฤษฎีอย่าง เดียวคงจะเทียบเคียงกับด้านนิตยสาร/วารสารไม่ได้

เพราะฉะนั้น ถ้าจะยกระดับความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่มี ต่อสื่อบุคคล ก็ควรจะมีการปรับปรุงด้านประสบการณ์ให้มากขึ้น โดย อ.ส.ค. จะ ต้องพัฒนาพนักงานในกลุ่มเหล่านี้ ให้มีประสบการณ์จากการทำงานจริงมากยิ่งขึ้น เช่น การดูงาน การฝึกอบรม ตลอดจนการปลูกจิตสำนึกในการสร้างทัศนคติและ ค่านิยมที่ดี รวมถึงการตระหนักถึงการสร้างภาพพจน์ ซึ่งจะเป็นแนวทางทำให้ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมมีความพึงพอใจในสื่อบุคคลสูงขึ้น

ส่วนการปรับปรุง นิตยสาร/วารสาร ของ อ.ส.ค. ซึ่งได้แก่ วารสาร โคนม นั้น จากพฤติกรรมการเปิดรับ รวมถึงการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อ สื่อของเกษตรกรฯ จะเห็นได้ว่า เกษตรกรมิได้แสวงหาข่าวสารเฉพาะการเลี้ยง โคนมอย่างเดี่ยว แต่ยังแสวงหาสิ่งต่าง ๆ จากสภาพแวดล้อมในสื่อทุกสื่อ ทั้งทาง เศรษฐกิจ และสังคมทันสมัยทุกด้าน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า สื่อทุกสื่อมีทั้งความเกี่ยวข้อง กับอาชีพการเลี้ยงโคนมและไม่เกี่ยวข้อง

ดังนั้น แม้วารสาร อ.ส.ค. จะอยู่ในเกณฑ์ที่เกษตรกรฯ มีความพึงพอใจ สูงและได้รับประโยชน์สูงก็ตาม แต่ก็ควรเพิ่มเนื้อหาสาระในเรื่องอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงโคนมให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการในการบริโภค ข่าวสารของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมให้ครบทุกด้าน





## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

#### หนังสือ

- กิติมา สุรสนธิ. ความรู้ทั่วไปทางการสื่อ. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และการสื่อสาร มหาวชิยาาลัยธรรมศาสตร์, 2530
- เกษตร วิทยาานภาพย่นยง และพิเชษฐ คีกัดพิทักษ์สกุล. คู่มือการเลี้ยงโคนม. องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย: มวกเหล็ก สระบุรี, โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย, 2531
- เกษม ศิริสัมพันธ์. ทฤษฎีสื่อสารมวลชน. พิมพ์ครั้งที่ 1, พระนคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัด ไทยพานิชย์, 2513.
- จรัล จันท์ลักขณา. สถิติวิธีวิเคราะห์และการวางแผนงานวิจัย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์, 2530.
- ชวณิศนดากร วรวรรณ (ม.ร.ว.). การเลี้ยงโคนม. บริษัทสำนักพิมพ์ไทยวัฒนาจำกัด, 2530.
- ชาคริต จุลกะเสวี. การประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริม. สำนักงานส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2531.
- ณรงค์ สมพงษ์. สื่อเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่. ฝ่ายสื่อสารการศึกษา สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2528.
- ทำนอง สิงกาลวนิช. สื่อสารเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่. ฝ่ายสื่อสารการศึกษา สำนักงานการศึกษาและฝึกอบรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2528.
- นรินทร์ ทองศิริ. เทคโนโลยีอาหารนม. เชียงใหม่ : ภาควิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2528.



- ประมะ สตะเวทิน. "ความหมาย ความสำคัญ วัตถุประสงค์ และประเภทของการสื่อสาร" หน่วยที่ 1 ในเอกสารการสอนชุดวิชา หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ 2 , นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529.
- พรทิพย์ วรกิจโศคาทร. การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2531.
- พิศมัย วิบูลย์ศักดิ์. จิตวิทยาทั่วไป. เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ , 2527.
- พีระ จีระโสภณ. "ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน" หน่วยที่11 ในเอกสารการสอนชุดวิชา หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ 2 , นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช , 2530.
- รจิตลักษณ์ แสงอุไร. นิเทศศาสตร์เบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยาการพิมพ์ , 2530.
- ระวีวรรณ ชุ่มชัย. บทสรุปและแนะนำการวิจัย. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัด ทิพย์อักษร , 2525.
- วิจิต อวาทกุล. ความสำคัญของการเกษตรประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : 2528.
- วิจิต อวาทกุล. หลักส่งเสริมการเกษตร. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ , 2527.
- วิเชียร เกตุสิงห์. การแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC. + ชมรมผู้สนใจงานวิจัยทางการศึกษา, นนทบุรี, 2534.
- วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. ชมรมผู้สนใจงานวิจัยทางการศึกษา , นนทบุรี : 2534.
- วิรัชฎี คงคะจันทร์. การส่งเสริมการเกษตร : ทฤษฎีและการจัดการ. ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2530.
- สวนิต ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล. แบบจำลองการสื่อสารสำหรับการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.

### วารสารและเอกสาร

- เจือ สุทธิ ดร. "หลักการสื่อสารการเกษตร" เอกสารโรเนียว. สำนักส่งเสริม  
และฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ , 2519.
- ฝ่ายวิจัย วิชาการกรุงเทพจำกัด. "อุตสาหกรรมนมไทยอนาคตสดใส" เอกสารข่าว  
จากหนังสือพิมพ์. 25 สิงหาคม 2535.
- ปัญญา หิรัญศรี. "การประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตร" เอกสารการ  
สอนชุดวิชาการประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัย  
สุโขทัยธรรมาธิราช , 2527.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. "การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ" เอกสารทฤษฎี  
และงานวิจัยและข้อเสนอต่อศึกษานิเทศศาสตร์พัฒนาการ. วารสารนิเทศ  
ศาสตร์ ปีที่ 6 สิงหาคม 2528.
- สมเกียรติ ศรีจักรวาฬ. "การติดต่อสื่อสารการเกษตร" เอกสารคำบรรยายประกอบ  
การสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ , 2521.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. "นโยบายโคนมและผลิตภัณฑ์นม" เอกสารโรเนียว.  
กรุงเทพมหานคร. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ , 2531.
- เสรี วงษ์มณฑา. "จิตวิทยาในการสื่อสาร" เอกสารโรเนียว. กรุงเทพมหานคร.  
คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2528.

### วิทยานิพนธ์

- กันยา สุนทรารักษ์. " บทบาทการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีต่อการยอมรับ เข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์โคนมหนองโพ จังหวัดราชบุรี " วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2525.
- ชนิดา พลศรี. " ความคาดหวังและความพึงพอใจของเยาวชนที่มีต่อการจัดนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ " วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์บัณฑิตมหาวิทาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2530.
- ชัยฤกษ์ ไตลังคะ. " บทบาทของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการส่งเสริมการเกษตรต่อการยอมรับนวัตกรรมในการดำเนินาของชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง ในเชียงใหม่ " วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2525.
- ดวงใจ จตุรภัทร์. " รูปแบบของการสื่อสารที่มีผลต่อสัมฤทธิ์โดยช่วยเหลือลูกเสือชาวบ้านที่เป็นเกษตรกร ตามโครงการสินเชื่อเพื่อเกษตร เขตตำบลหังตง อำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร " วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2525.
- ทิพาพร มหาสินไพศาล. " การศึกษา ความคิดเห็น พฤติกรรมการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อระบบสื่อสารทางโทรสารของหน่วยงานธุรกิจ " วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2534.
- นฤมล มิ่งคลีกุล. " ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม และประชากรกับความต้องการและความพึงพอใจในข่าวสารการเมือง ของประชาชนในเขตอำเภอตาเนินสะตวก จังหวัดราชบุรี " วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตมหาวิทาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2533.



- ประคอง เอี่ยมสำอางค์. "ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ด้านการเกษตรกับผลผลิตข้าวต่อไร่ของชาวนาในเขตชลประทาน อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2525.
- ประวิณ พัฒนะพงษ์. "พฤติกรรมและการแสวงหาข่าวสารและความพึงพอใจต่อข่าวสาร เพื่อคุณภาพชีวิตของกรรมการหมู่บ้าน" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2534.
- วันทนี้อย์ แสงภักดิ์. "ความคาดหวัง ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชนและความต้องการทางการเมืองของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2522.
- ไศลทิพย์ จารุภูมิ. "ความพึงพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2534.
- สมหวัง ผลรักดี. "การเปิดรับสื่อวิทยุ และความต้องการรายการวิทยุเพื่อการศึกษานอกโรงเรียนของนักเรียนทางไกล ระดับมัธยมศึกษา ของศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน ภาคเหนือ จังหวัดลำปาง" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อมรทิพย์ ควรพันธ์ุ. "การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชน ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2534.



ภาษาอังกฤษBook

Hatz, E, M. Gurevitch, and H.Haas, "On the Use of the Mass Media for Important Things". American Sociological Review. New York, 1973.

Karl Erick Rosengren. "Use and Gratification : A Paradigm Outlined." in Blumer, J.G.and Katz E.(eds). The Use of Mass Communication. Beverly hill : Sage Publica Hons, 1972.

Karl Erick Rosengren. Use and Gratification. Beverly hill , 1978.

Katz,E,Blummer, J.G. and Gurvitch. Use of Mass Communcation by The Individul. New York, 1974.

Klapper Joseph. The Effects of Mass Communcation. The Free Prese : New York, 1960.

Palmgreen and J.G. Rayburn. "Use and Graatification and exposure to public Television,a discrepancy approach " Communication Research. 6, 1979.

Palmgreen, P.L.A. Wennek and Rayburn "Gratification discrepanices and news program choice."Communication Research. 8, 1981.



ภาคผนวก ก.

เครื่องมือที่ใช้



ชื่อเกษตรกร.....

สมาชิกเลขที่.....ศูนย์.....

## แบบสอบถาม

เรื่อง

"การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม"

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมายลงในช่อง ( ) ที่ท่านต้องการและคิดว่าเหมาะสม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

 ชาย หญิง

2. อายุ

 25 ปี หรือน้อยกว่า 26-35 ปี 36-45 ปี 46-55 ปี 56 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน

 ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า มัธยมศึกษา อนุปริญญา หรือ ปวส. ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี อื่นๆ โปรดระบุ.....



4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยประมาณ (โดยไม่หักค่าใช้จ่ายและหนี้สิน)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 5,000 บาท หรือน้อยกว่า | <input type="checkbox"/> 5,000-10,000 บาท    |
| <input type="checkbox"/> 10,001-15,000 บาท      | <input type="checkbox"/> 15,001-20,000 บาท   |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 20,001 บาท     | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

5. ท่านถือครองที่ดินเพื่อประกอบอาชีพ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> เป็นของตนเอง....ไร่ | <input type="checkbox"/> เช่า.....ไร่           |
| <input type="checkbox"/> รับจ้าง.....ไร่     | <input type="checkbox"/> มีผู้มอบให้ฟรี.....ไร่ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ.....          |   |

6. นอกจากการเลี้ยงโคนมแล้ว ท่านประกอบอาชีพอื่นอีกหรือไม่

- ไม่มี
- มี คือ.....

7. นอกจากการเป็นสมาชิกผู้เลี้ยงโคนมของ อ.ส.ค. แล้ว ท่านเป็นสมาชิกหรือกรรมการกลุ่มทางสังคม และอาชีพต่อไปในกลุ่มใดบ้าง (กรุณาตอบข้อที่ท่านเป็นสมาชิก)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. คณะกรรมการหมู่บ้าน               | <input type="checkbox"/> 2. คณะกรรมการการศึกษา  |
| <input type="checkbox"/> 3. คณะกรรมการวัด                    | <input type="checkbox"/> 4. กลุ่มเกษตรกร        |
| <input type="checkbox"/> 5. กลุ่มสตรีหรือกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร | <input type="checkbox"/> 6. กลุ่มลูกเสือชาวบ้าน |
| <input type="checkbox"/> 7. กลุ่มเยาวชนหรือยุวเกษตรกร        | <input type="checkbox"/> 8. กลุ่มสหกรณ์         |
| <input type="checkbox"/> 9. กลุ่มผู้นำชลประทาน               | <input type="checkbox"/> 10. อื่นๆ (กรุณาตอบ)   |

ส่วนที่ 2

"ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้และความพึงพอใจต่อสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม"

สื่อมวลชนประเภทวิทยุ

8. ท่านฟังรายการวิทยุหรือไม่ (ถ้าไม่ฟัง โปรดให้เหตุผลแล้วข้ามไปข้อที่ 18)
- ( ) 1. ฟัง (โปรดบอกรายการ/สถานที่ฟัง).....
- ( ) 2. ไม่ฟัง เพราะ.....
9. ท่านฟังรายการวิทยุอะไรเป็นประจำ (กรุณาตอบทุกรายการที่ท่านฟังจริง)
- ( ) 1. รายการเพื่อการศึกษา ( ) 2. รายการข่าว
- ( ) 3. รายการเพื่อเกษตรกร ( ) 4. รายการสารคดี
- ( ) 5. รายการละคร ( ) 6. รายการเพลง
- ( ) 7. รายการเกี่ยวอาชีพแรงงาน ( ) 8. รายการโฆษณา
- ( ) 9. อื่นๆ (โปรดระบุ.....)
10. ช่วงเวลาที่ฟังเป็นประจำ (กรุณาตอบทุกช่วงที่ท่านฟังจริง)
- ( ) 05.30-09.00 น. ช่วงเช้า ( ) 09.00-12.00 น. ช่วงสาย
- ( ) 12.00-15.00 น. ช่วงบ่าย ( ) 15.00-18.00 น. ช่วงเย็น
- ( ) 18.00-21.00 น. ช่วงค่ำ ( ) 21.00 น. ขึ้นไป

11. ปกติท่านพึงรายการวิทยุด้วยเหตุผลต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด (กรุณาตอบทุกข้อ)

<u>เหตุผล</u>	<u>มาก</u>	<u>ปานกลาง</u>	<u>น้อย</u>
1. ต้องการความรู้ทั่วไป	( )	( )	( )
2. ต้องการพักผ่อน	( )	( )	( )
3. ต้องการบันเทิง	( )	( )	( )
4. ต้องการติดตามความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น	( )	( )	( )
5. ต้องการได้รับข่าวสารและความเป็นไปในสังคม	( )	( )	( )
6. ต้องการใช้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ที่จะทำ	( )	( )	( )
7. ต้องการฆ่าเวลาเนื่องจากไม่มีอะไรทำ	( )	( )	( )
8. ต้องการใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุย ปรึกษาหารือ หรือโต้แย้ง	( )	( )	( )
9. ต้องการได้ข่าวสารข้อมูลเฉพาะด้านการเลี้ยงโคนม	( )	( )	( )
10. เหตุผลอื่นๆ (กรุณาตอบถ้ามี)			
.....			
.....			

12. ท่านชอบหรือไม่ได้รับความพึงพอใจจากการฟังวิทยุทั่วไปมากน้อยเพียงใด  
( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) ปานกลาง ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด

13. ท่านชอบ หรือได้รับความพอใจ จากการฟังรายการวิทยุที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนมมากน้อยเพียงใด  
( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) ปานกลาง ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด

14. ท่านได้รับประโยชน์จากการฟังรายการวิทยุทั่วไปมากน้อยเพียงใด  
 มากที่สุด  มาก  ปานกลาง  น้อย  น้อยที่สุด
15. ท่านได้รับประโยชน์ จากการฟังรายการเกี่ยวกับวิทยุกับเกษตรกร ด้านการ  
 เลี้ยงโคนมมากน้อยเพียงใด  
 มากที่สุด  มาก  ปานกลาง  น้อย  น้อยที่สุด
16. ท่านมีความเห็นว่า รายการวิทยุที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม  
 ควรปรับปรุงหรือไม่  
 ดีแล้ว  ควรปรับปรุง
17. ท่านมีความเห็นว่า รายการวิทยุที่เกี่ยวกับเกษตรด้านการเลี้ยงโคนมควรปรับ  
 ปรุงอย่างไร (ท่านตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 1. เนื้อหาสาระ  2. ช่วงเวลาของรายการ  
 3. ผู้จัดการ/โฆษณา/ผู้อ่านข่าว  4. ลักษณะการจัดการ/  
 หรือการนำเสนอ  
 5. อื่นๆ(กรุณาตอบ).....

#### สื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์

18. ท่านชมรายการโทรทัศน์หรือไม่ (ถ้าไม่ชม โปรดให้เหตุผลแล้วข้ามไปตอบข้อ  
 ที่ 28)  
 ชม  
 ช้อบ เพราะ.....

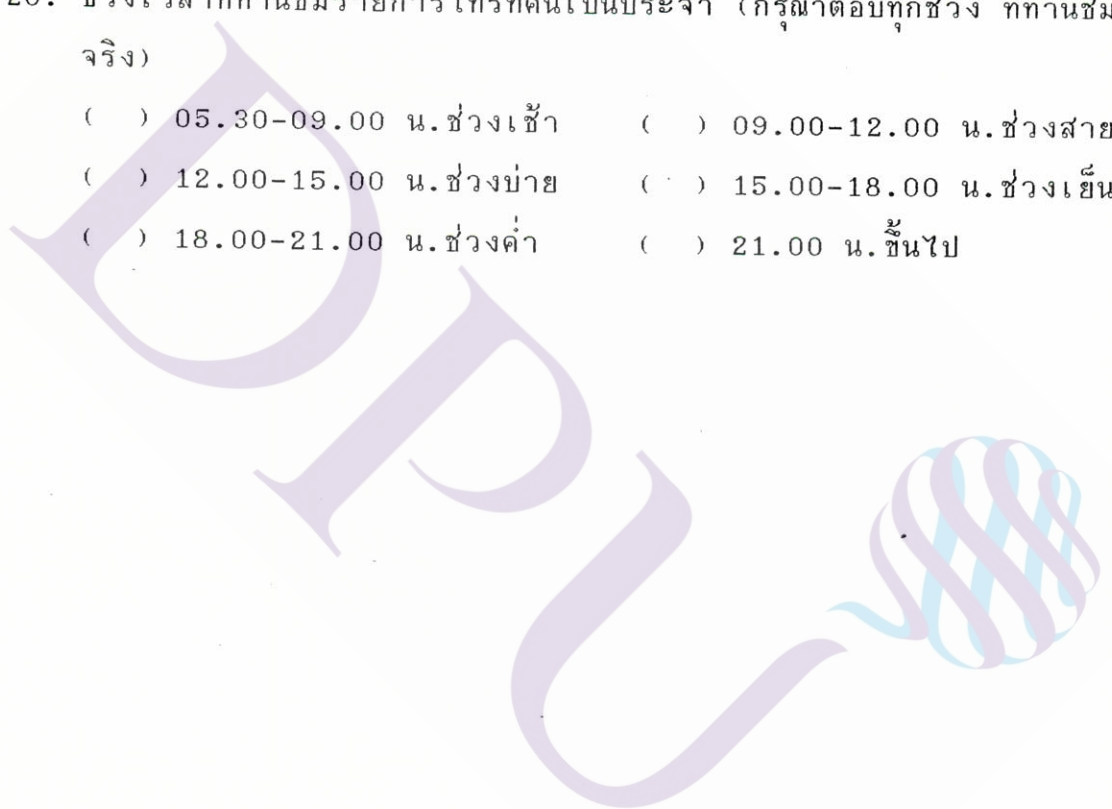


19. ประเภทรายการโทรทัศน์ที่ท่านชอบชม (กรุณาตอบทุกรายการที่ท่านชมจริง)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. รายการเพื่อการเกษตร | <input type="checkbox"/> 2. รายการข่าว          |
| <input type="checkbox"/> 3. รายการสารคดี        | <input type="checkbox"/> 4. รายการเพื่อการศึกษา |
| <input type="checkbox"/> 5. รายการเพลง          | <input type="checkbox"/> 6. มิวสิควีดีโอ        |
| <input type="checkbox"/> 7. รายการละคร          | <input type="checkbox"/> 8. รายการเกมส์โชว์     |
| <input type="checkbox"/> 9. รายการกีฬา          | <input type="checkbox"/> 10. รายการโฆษณา        |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (กรุณาตอบ).....  |   |

20. ช่วงเวลาที่ท่านชมรายการโทรทัศน์เป็นประจำ (กรุณาตอบทุกช่วงที่ท่านชมจริง)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 05.30-09.00 น. ช่วงเช้า | <input type="checkbox"/> 09.00-12.00 น. ช่วงสาย  |
| <input type="checkbox"/> 12.00-15.00 น. ช่วงบ่าย | <input type="checkbox"/> 15.00-18.00 น. ช่วงเย็น |
| <input type="checkbox"/> 18.00-21.00 น. ช่วงค่ำ  | <input type="checkbox"/> 21.00 น. ขึ้นไป         |



21. ปกติท่านชมรายการโทรทัศน์ด้วยเหตุผลต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด (กรุณาตอบทุกข้อ)

เหตุผล	มาก	ปานกลาง	น้อย
1. ต้องการความรู้ทั่วไป	( )	( )	( )
2. ต้องการพักผ่อน	( )	( )	( )
3. ต้องการบันเทิง	( )	( )	( )
4. ต้องการติดตามความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น	( )	( )	( )
5. ต้องการได้รับข่าวสารและความเป็นไปในสังคม	( )	( )	( )
6. ต้องการใช้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ที่จะทำ	( )	( )	( )
7. ต้องการฆ่าเวลาเนื่องจากไม่มีอะไรทำ	( )	( )	( )
8. ต้องการใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุย ประชุมหารือ หรือโต้แย้ง	( )	( )	( )
9. ต้องการได้ข่าวสารข้อมูลเฉพาะด้านการเลี้ยงโคนม	( )	( )	( )
10. เหตุผลอื่นๆ (กรุณาตอบถ้ามี)			
.....			
.....			

22. ท่านชอบ หรือได้รับความพึงพอใจจากการชมรายการโทรทัศน์ทั่วไปมากน้อยเพียงใด

( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) ปานกลาง ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด

23. ท่านชอบ หรือได้รับความพึงพอใจจากการชมรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนมมากน้อยเพียงใด

( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) ปานกลาง ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด

24. ท่านได้รับประโยชน์จากรายการโทรทัศน์มากน้อยเพียงใด  
 ( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) ปานกลาง ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด  
 ในเรื่องอะไรบ้าง.....
25. ท่านได้รับประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการเกษตร ด้านการเลี้ยง  
 โคนมมากน้อยเพียงใด  
 ( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) ปานกลาง ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด
26. ท่านมีความเห็นว่ารายการโทรทัศน์ ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม  
 ควรปรับปรุงหรือไม่  
 ( ) ดีแล้ว ( ) ควรปรับปรุง
27. ท่านมีความเห็นว่ารายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการเกษตร ด้านการเลี้ยงโคนม  
 ควรปรับปรุงอย่างไร (ท่านตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 ( ) 1. เนื้อหาสาระ ( ) 2. ช่วงเวลาของรายการ  
 ( ) 3. ผู้จัดการ/โฆษณา/ผู้อ่านข่าว ( ) 4. ลักษณะการจัดการ/  
 หรือการนำเสนอ  
 ( ) 5. อื่นๆ (กรุณาตอบ).....

### สื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์

28. ท่านอ่านหนังสือพิมพ์บ้างหรือไม่ (ถ้าไม่อ่าน ข้ามไปตอบข้อที่ 38)  
 ( ) อ่าน  
 ( ) ไม่อ่านเลย เพราะ.....
29. หนังสือพิมพ์ที่ท่านอ่านคือ  
 1. ....  
 2. ....  
 3. ....

30. ท่านอ่านหนังสือพิมพ์คอลัมน์อะไรเป็นประจำ (กรุณาตอบข้อที่ท่านอ่านจริง)
- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. การเมือง                | <input type="checkbox"/> 2. อาชญากรรม     |
| <input type="checkbox"/> 3. ต่างประเทศ              | <input type="checkbox"/> 4. สังคมการเมือง |
| <input type="checkbox"/> 5. บทบรรณาธิการ            | <input type="checkbox"/> 6. สังคมซุบซิบ   |
| <input type="checkbox"/> 7. เศรษฐกิจ การเงิน ธนาคาร | <input type="checkbox"/> 8. ท่องเที่ยว    |
| <input type="checkbox"/> 9. การศึกษา                | <input type="checkbox"/> 10. การเกษตร     |
| <input type="checkbox"/> 11. บันเทิง                | <input type="checkbox"/> 12. โฆษณา        |
| <input type="checkbox"/> 13. จัดหาแรงงาน            | <input type="checkbox"/> 14. บทความ       |
| <input type="checkbox"/> 15. อื่นๆ (โปรดระบุ).....  |   |

31. ปกติท่านอ่านหนังสือพิมพ์ด้วยเหตุผลต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด (กรุณาตอบทุกข้อ)

<u>เหตุผล</u>	<u>มาก</u>	<u>ปานกลาง</u>	<u>น้อย</u>
1. ต้องการความรู้ทั่วไป	( )	( )	( )
2. ต้องการพักผ่อน	( )	( )	( )
3. ต้องการบันเทิง	( )	( )	( )
4. ต้องการติดตามความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น	( )	( )	( )
5. ต้องการได้รับข่าวสารและความเป็นไปในสังคม	( )	( )	( )
6. ต้องการใช้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ที่จะทำ	( )	( )	( )
7. ต้องการฆ่าเวลาเนื่องจากไม่มีอะไรทำ	( )	( )	( )
8. ต้องการใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุย ปรัชญาหรือ หรือโต้แย้ง	( )	( )	( )
9. ต้องการได้ข่าวสารข้อมูลเฉพาะด้านการเลี้ยงโคนม	( )	( )	( )
10. เหตุผลอื่นๆ (กรุณาตอบถ้ามี) .....			



31. ปกติท่านอ่านหนังสือพิมพ์ด้วยเหตุผลต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด (กรุณาตอบทุกข้อ)

<u>เหตุผล</u>	<u>มาก</u>	<u>ปานกลาง</u>	<u>น้อย</u>
1. ต้องการความรู้ทั่วไป	( )	( )	( )
2. ต้องการพักผ่อน	( )	( )	( )
3. ต้องการบันเทิง	( )	( )	( )
4. ต้องการติดตามความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น	( )	( )	( )
5. ต้องการได้รับข่าวสารและความเป็นไปในสังคม	( )	( )	( )
6. ต้องการใช้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ที่จะทำ	( )	( )	( )
7. ต้องการฆ่าเวลาเนื่องจากไม่มีอะไรทำ	( )	( )	( )
8. ต้องการใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุย ประชุมหารือ หรือโต้แย้ง	( )	( )	( )
9. ต้องการได้ข่าวสารข้อมูลเฉพาะด้านการเลี้ยงโคนม	( )	( )	( )
10. เหตุผลอื่นๆ (กรุณาตอบถ้ามี)			
.....			
.....			

32. ท่านชอบหรือได้รับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์มากน้อยเพียงใด

( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) ปานกลาง ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด

33. ท่านชอบหรือได้รับความพึงพอใจจากการอ่านคอลัมน์ เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนมของหนังสือพิมพ์มากน้อยเพียงใด

( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) ปานกลาง ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด

34. ท่านได้รับประโยชน์จากการอ่านหนังสือพิมพ์มากน้อยเพียงใด  
 มากที่สุด  มาก  ปานกลาง  น้อย  น้อยที่สุด  
 ในเรื่องอะไรบ้าง.....
35. ท่านได้รับประโยชน์ จากการอ่านคอลัมน์เกี่ยวกับการเกษตร ด้านการเลี้ยง  
 โคนมของหนังสือพิมพ์มากน้อยเพียงใด  
 มากที่สุด  มาก  ปานกลาง  น้อย  น้อยที่สุด
36. ท่านมีความเห็นว่าคอลัมน์ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนมของหนังสือ  
 พิมพ์ควรปรับปรุงหรือไม่  
 ดีแล้ว  ควรปรับปรุง
37. ท่านมีความเห็นว่าคอลัมน์ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนม ควรปรับ  
 ปรุงอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 1. เนื้อหาสาระ  2. รูปเล่ม  
 3. (ตอบตามความต้องการของท่าน).....  
 .....  
 .....

สื่อมวลชนประเภทนิตยสาร/วารสาร

38. ท่านอ่านนิตยสาร/วารสาร หรือไม่ (ถ้าไม่อ่าน โปรดข้ามไปข้อที่ 47)  
 อ่าน  
 ไม่อ่าน เพราะ.....
39. นิตยสาร/วารสารที่อ่าน คือ  
 1. ....  
 2. ....  
 3. .....

40. ปกติท่านอ่านนิตยสาร/วารสารด้วยเหตุผลต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด (กรุณาตอบทุกข้อ)

เหตุผล	มาก	ปานกลาง	น้อย
1. ต้องการความรู้	( )	( )	( )
2. ต้องการพักผ่อน	( )	( )	( )
3. ต้องการบันเทิง	( )	( )	( )
4. ต้องการติดตามความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น	( )	( )	( )
5. ต้องการได้รับข่าวสารและความบันเทิงในสังคม	( )	( )	( )
6. ต้องการใช้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ที่จะทำ	( )	( )	( )
7. ต้องการฆ่าเวลาเนื่องจากไม่มีอะไรทำ	( )	( )	( )
8. ต้องการใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุย ปรัชญาหรือ หรือโต้แย้ง	( )	( )	( )
9. ต้องการได้ข่าวสารข้อมูลเฉพาะด้านการเลี้ยงโคนม	( )	( )	( )
10. เหตุผลอื่นๆ (กรุณาตอบถ้ามี)			
.....			
.....			

41. ท่านชอบหรือได้รับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสาร/วารสารทั่วไปมากน้อยเพียงใด

( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) ปานกลาง ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด

42. ท่านชอบหรือได้รับความพึงพอใจ จากการอ่านนิตยสาร/วารสารเกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนมมากน้อยเพียงใด

( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) ปานกลาง ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด

43. ท่านได้รับประโยชน์จากการอ่านนิตยสาร/วารสารทั่วไปมากน้อยเพียงใด  
 มากที่สุด  มาก  ปานกลาง  น้อย  น้อยที่สุด  
 ในเรื่องอะไรบ้าง.....
44. ท่านได้รับประโยชน์จากการอ่านนิตยสาร/วารสาร ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนมมากน้อยเพียงใด  
 มากที่สุด  มาก  ปานกลาง  น้อย  น้อยที่สุด
45. ท่านมีความคิดเห็นว่านิตยสาร/วารสาร ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนมควรปรับปรุงหรือไม่  
 ดีแล้ว  ควรปรับปรุง
46. ท่านมีความคิดเห็นว่านิตยสาร/วารสาร ที่เกี่ยวกับการเกษตรด้านการเลี้ยงโคนมควรปรับปรุงอย่างไร (ท่านตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 1. เนื้อหาสาระ  2. รูปเล่ม  
 3. (ตอบตามความต้องการของท่าน).....  
 .....  
 .....

#### สื่อมวลชนประเภทภาพยนตร์

47. ท่านชมภาพยนตร์จากโรงภาพยนตร์หรือห้องกลางแปลงบ้างหรือไม่ (ถ้าไม่ชมโปรดให้เหตุผลแล้วข้ามไปตอบข้อที่ 51)  
 ชม  
 ไม่ชม เพราะ.....



48. ท่านชมภาพยนตร์ด้วยเหตุผลต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด (กรุณาตอบทุกข้อ)

เหตุผล	มาก	ปานกลาง	น้อย
1. ต้องการความรู้	( )	( )	( )
2. ต้องการพักผ่อน	( )	( )	( )
3. ต้องการบันเทิง	( )	( )	( )
4. ต้องการติดตามความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น	( )	( )	( )
5. ต้องการได้รับข่าวสารและความเป็นไปในสังคม	( )	( )	( )
6. ต้องการใช้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ที่จะทำ	( )	( )	( )
7. ต้องการฆ่าเวลาเนื่องจากไม่มีอะไรทำ	( )	( )	( )
8. ต้องการใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุย ปรึกษาหารือ หรือโต้แย้ง	( )	( )	( )
9. ต้องการได้ข่าวสารข้อมูลเฉพาะด้านการเลี้ยงโคนม	( )	( )	( )
10. เหตุผลอื่นๆ (กรุณาตอบถ้ามี)			
.....			
.....			

49. ท่านชอบ หรือได้รับความพึงพอใจจากการชมภาพยนตร์มากน้อยเพียงใด  
( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) ปานกลาง ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด

50. ท่านได้รับประโยชน์จากการชมภาพยนตร์มากน้อยเพียงใด  
( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) ปานกลาง ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด

### ส่วนที่ 3

ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้และความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อ "สื่อบุคคล"

สื่อบุคคล, ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงาน-ลูกจ้าง องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) ได้แก่ พนักงานส่งเสริม พนักงานผสมเทียม และพนักงานสัตวแพทย์

51. สื่อบุคคลของ อ.ส.ค. ที่ท่านติดต่อเป็นประจำคือ (โปรดเรียงลำดับ)

( ) พนักงานผสมเทียม

( ) พนักงานสัตวแพทย์

( ) พนักงานส่งเสริม

ท่านติดต่อ ณ ที่ใด.....

52. ท่านติดต่อ/พบ สื่อบุคคลของ อ.ส.ค. ด้วยเรื่องอะไรเป็นประจำ

1. ....

2. ....

3. ....

53. ช่วงเวลาที่ท่านติดต่อสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. เป็นประจำ (กรุณาตอบทุกช่วงเวลาที่ท่านติดต่อจริง)

( ) 05.30-09.00 น. ช่วงเช้า ( ) 09.00-12.00 น. ช่วงสาย

( ) 12.00-15.00 น. ช่วงบ่าย ( ) 15.00-18.00 น. ช่วงเย็น

( ) 18.00-21.00 น. ช่วงค่ำ ( ) 21.00 น. ขึ้นไป

54. ท่านติดต่อ/พบ สื่อบุคคลของ อ.ส.ค. ด้วยเหตุผลต่อไปนี้ มากน้อยเพียงใด  
(กรุณาตอบทุกข้อ)

<u>เหตุผล</u>	<u>มาก</u>	<u>ปานกลาง</u>	<u>น้อย</u>
1. ต้องการความรู้ทั่วไป	( )	( )	( )
2. ต้องการพักผ่อน	( )	( )	( )
3. ต้องการบันเทิง	( )	( )	( )
4. ต้องการติดตามความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น	( )	( )	( )
5. ต้องการได้รับข่าวสารและความเป็นไปในสังคม	( )	( )	( )
6. ต้องการใช้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ที่จะทำ	( )	( )	( )
7. ต้องการฆ่าเวลาเนื่องจากไม่มีอะไรทำ	( )	( )	( )
8. ต้องการใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุย ปรึกษาหารือ หรือโต้แย้ง	( )	( )	( )
9. ต้องการได้ข่าวสารข้อมูลเฉพาะด้านการเลี้ยงโคนม	( )	( )	( )
10. เหตุผลอื่นๆ (กรุณาตอบถ้ามี)			
.....			
.....			

55. ท่านชอบหรือได้รับความพึงพอใจจากการได้พบ/ติดต่อกับสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. ในเรื่องต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

<u>เหตุผล</u>	<u>มาก</u>	<u>ปานกลาง</u>	<u>น้อย</u>
1. ด้านการปรับปรุงการเลี้ยงโคนม ในฟาร์มของตนเอง	( )	( )	( )
2. ทำให้ได้น้ำนมดิบมากขึ้น	( )	( )	( )
3. ลดต้นทุนการเลี้ยงโคนม	( )	( )	( )
4. ช่วยแก้ไขปัญหาอุปสรรคการ เลี้ยงโคนมได้อย่างมีประสิทธิภาพ	( )	( )	( )
5. เรื่องอื่นๆ (กรุณาตอบ) ..... .....			

56. ท่านได้รับประโยชน์จากการได้พบ/ติดต่อกับสื่อบุคคลของ อ.ส.ค. ในเรื่องต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

<u>เหตุผล</u>	<u>มาก</u>	<u>ปานกลาง</u>	<u>น้อย</u>
1. ด้านการปรับปรุงการเลี้ยงโคนม ในฟาร์มของตนเอง	( )	( )	( )
2. ทำให้ได้น้ำนมดิบมากขึ้น	( )	( )	( )
3. ลดต้นทุนการเลี้ยงโคนม	( )	( )	( )
4. ช่วยแก้ไขปัญหาอุปสรรคการ เลี้ยงโคนมได้อย่างมีประสิทธิภาพ	( )	( )	( )
5. เรื่องอื่นๆ (กรุณาตอบ) ..... .....			



57. ท่านมีความเห็นว่า สื่อบุคคล ได้แก่ พนักงาน-ลูกจ้าง อ.ส.ค. ควรปรับปรุงหรือไม่อย่างไร

( ) ดีแล้วไม่ต้องปรับปรุง

( ) ควรปรับปรุง

ในเรื่องใด (กรุณาเขียนตามความต้องการของท่าน).....

.....

58. ในบรรดาสื่อมวลชน และสื่อบุคคลอื่น ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ และพนักงาน-ลูกจ้างของ อ.ส.ค.

สื่อใดที่ให้ข่าวสาร/ข้อมูล ด้านการเลี้ยงโคนมมากที่สุด

1. .... 2. ....

สื่อใดที่ให้ข่าวสาร/ข้อมูล ด้านการเลี้ยงโคนมที่น่าเชื่อถือที่สุด

1. .... 2. ....

สื่อใดให้ข่าวสาร/ข้อมูล ด้านการเลี้ยงโคนมที่รวดเร็วที่สุด

1. .... 2. ....

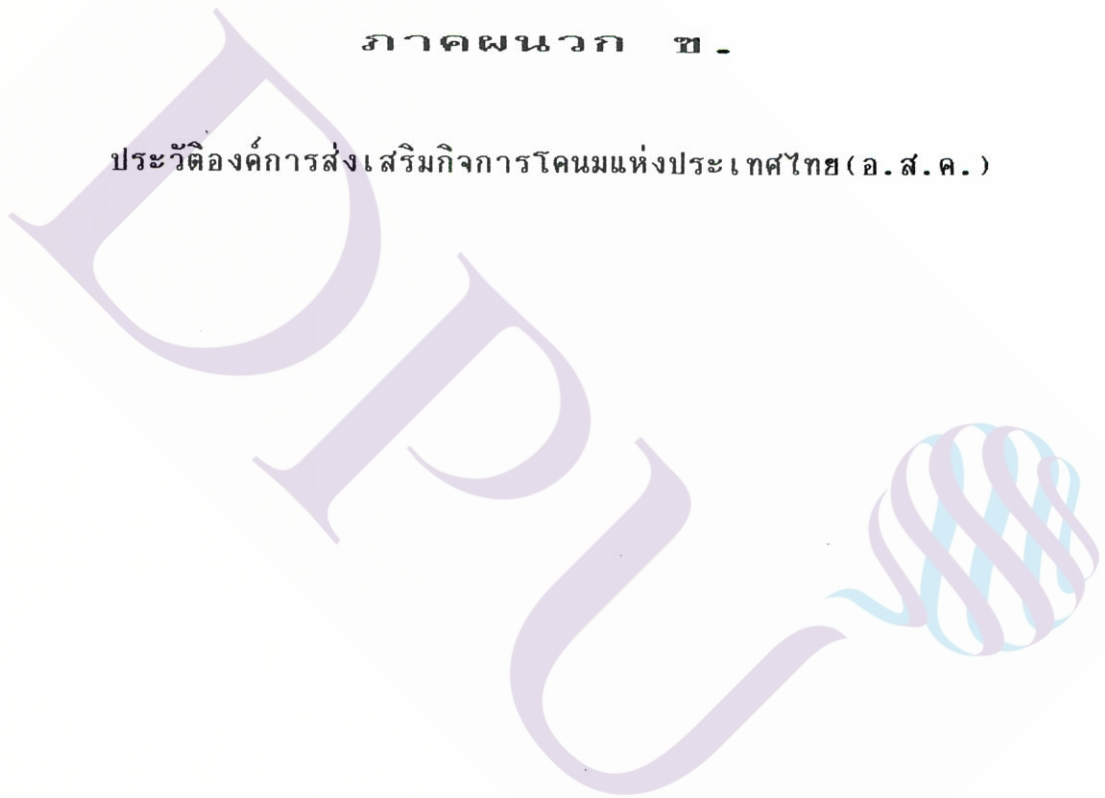
ปกติแล้วท่านนิยมหรือชอบใช้สื่อใด ในการหาความรู้ด้านการเลี้ยงโคนม

1. .... 2. ....

ขอขอบพระคุณ

**ภาคผนวก ข.**

**ประวัติองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.)**



## ประวัติองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.)

องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) จัดตั้งขึ้นโดยพระราชกฤษฎีกา จัดตั้งองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย พุทธศักราช 2514 สังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ต่อมามีการแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้ง อ.ส.ค. (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2525 และพระราชกฤษฎีกาจัดตั้ง อ.ส.ค. (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2535 ตามลำดับ โดยมีวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งตามที่ได้กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกา คือ

- (1) ส่งเสริมการเลี้ยงโคนมและสัตว์อื่นที่ให้น้ำนมและเนื้อ
- (2) ทำการฝึกอบรมให้บุคคลมีความรู้ ความชำนาญในการเลี้ยงโคนมและสัตว์อื่นที่ให้น้ำนมและเนื้อ และการประกอบผลิตภัณฑ์จากน้ำนมและเนื้อ
- (3) ผลิตน้ำนมและขายน้ำนม
- (4) ผลิตเนื้อและผลิตภัณฑ์จากเนื้อ และซื้อ ขาย แลกเปลี่ยนและให้ซึ่งโคนมหรือสัตว์ที่ให้น้ำนมและเนื้อ และผลิตภัณฑ์จากน้ำนมและเนื้อ
- (5) ประกอบกิจการที่เกี่ยวกับหรือต่อเนื่องกับกิจการโคนมของอ.ส.ค. และเพื่อให้ดำเนินการตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวให้ อ.ส.ค. มีอำนาจรวมถึง
  - (1) ถือกรรมสิทธิ์ ครอบครองที่ดินและทรัพย์สินอื่น มีทรัพย์สิน มีทรัพย์สินต่างๆ สร้างซื้อ ขาย เช่า ให้เช่า ให้เช่าซื้อ ยืม ให้ยืม จำนำ รับจำนำ จำนอง รับจำนอง จัดหา จำหน่าย แลกเปลี่ยน โอน และรับโอนด้วยประการใดๆ ซึ่งที่ดินทรัพย์สินอื่น หรือสิทธิต่างๆ ทั้งในและนอกราชอาณาจักร และรับทรัพย์สินที่มีผู้อื่นให้
  - (2) ร่วมการงาน หรือสัมพันธ์กับบุคคลอื่น เพื่อประโยชน์แก่กิจการของอ.ส.ค. ร่วมทั้งการเข้าเป็นหุ้นส่วนจำพวกจำกัดความรับผิดชอบของหุ้นส่วนหรือถือหุ้นของบริษัทยจำกัด หรือนิติบุคคลใดๆ
  - (3) ให้ความร่วมมือและส่งเสริมกิจการของสหกรณ์ผู้เลี้ยงโคนมเกษตรกร กลุ่มเกษตรกรและผู้เลี้ยงโคนมในทางวิชาการ การตลาด และอื่น
  - (4) สร้างและดำเนินการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากเนื้อ

(5) รับเป็นสาขา ตัวแทน ตัวแทนค้าต่าง หรือนายหน้าในกิจการต่างๆ ของเอกชนหรือนิติบุคคลใด ทั้งในและนอกราชอาณาจักร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์แก่กิจการของ อ.ส.ค. 30.12

(6) กู้ยืมเงินหรือให้กู้ยืมเงิน โดยมีหลักประกันด้านบุคคล หรือด้วยทรัพย์สิน

### โครงสร้างของ อ.ส.ค. และการแบ่งหน่วยงาน

#### โครงสร้างการบริหาร

อ.ส.ค. จัดแบ่งโครงสร้างการบริหารตามหน้าที่ความชำนาญเฉพาะด้านออกเป็นระดับฝ่าย และสำนักต่างๆ รวม 9 ฝ่าย 4 สำนัก ทั้งนี้ได้จัดแบ่งฝ่าย และสำนักดังกล่าวออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนบริหารและส่วนปฏิบัติการ ในแต่ละส่วนจะมีรองผู้อำนวยการ เป็นผู้บริหาร ทั้งนี้ได้มีการแบ่งการบริหาร ออกเป็น 3 ระดับ คือ

(1) ผู้บริหาร ประกอบด้วย ผู้อำนวยการ รองผู้อำนวยการส่วนบริหาร รองผู้อำนวยการส่วนปฏิบัติการ

(2) ผู้บริหารระดับกลาง ประกอบด้วย หัวหน้าฝ่าย 9 ฝ่าย หัวหน้าสำนัก 2 สำนัก และหัวหน้าสำนักสาขา 2 สาขา (สาขาภาคเหนือและสาขาภาคใต้)

(3) ผู้บริหารระดับต้น ประกอบด้วยหัวหน้าแผนกต่างๆจำนวน 69 แผนก

#### การแบ่งหน่วยงาน

ปัจจุบัน อ.ส.ค. ได้จัดแบ่งหน่วยงานออกเป็นสำนัก และฝ่ายต่างๆ และมีอำนาจหน้าที่ตามความรับผิดชอบดังนี้

(1) สำนักผู้อำนวยการ มีหน้าที่จัดการงานเลขานุการผู้อำนวยการงานสารบรรณขององค์การ งานการประชาสัมพันธ์ งานการรักษาความปลอดภัย งานกฎหมาย นิติกรรม สัญญาและการสืบสวนสอบสวน งานการตรวจความปลอดภัยในงาน งานการบริหาร งานบุคคล และงานนโยบายและแผน



(2) สำนักตรวจสอบภายใน มีหน้าที่ตรวจสอบบัญชี ตรวจสอบทรัพย์สินและเงินและตรวจสอบรายรับและรายจ่าย เพื่อดูว่ามีการจัดทำบัญชีอย่างถูกต้องตามกฎหมายระเบียบข้อบังคับ และกฎหมาย สอบทรัพย์สินและเงินตรงกับบัญชี และดูว่าการรับเงินและจ่ายเงินถูกต้อง

(3) ฝ่ายบัญชีและการเงิน มีหน้าที่ในด้านการจัดทำงบประมาณการเงิน การบัญชีและบัญชีต้นทุนของบัญชีทรัพย์สินและประมวลของ อ.ส.ค.

(4) ฝ่ายจัดซื้อและพัสดุ มีหน้าที่เป็นผู้จัดหาและซื้อพัสดุ และทรัพย์สินทุกชนิดของ อ.ส.ค. และรวมถึงจัดเก็บพัสดุ จ่ายพัสดุ ปรับปรุง และจำหน่ายพัสดุ

(5) ฝ่ายวิศวกรรม มีหน้าที่ออกแบบ ติดตั้ง บำรุงรักษา และซ่อมบำรุงโรงงานเครื่องจักรกล เครื่องมือกล เครื่องมือ อุปกรณ์ รถแทรกเตอร์ รถบรรทุก รถยนต์ รถจักรยานยนต์ ระบบไฟฟ้า และระบบประปา และมีหน้าที่ออกแบบ ก่อสร้าง ดูแลรักษาซ่อมแซมอาคาร สำนักงาน สถานที่ และรั้วของ อ.ส.ค. และจัดหา ควบคุม และดูแลรักษายานพาหนะ และการขนส่งน้ำดิบ คน เอกสาร และวัสดุอื่นที่เกี่ยวข้องกับงานขององค์การ

(6) ฝ่ายการตลาด มีหน้าที่เป็นผู้วิเคราะห์ธุรกิจของผลิตภัณฑ์เป็นผู้ส่งเสริมการขาย หรือขยายตลาดผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของ อ.ส.ค. เป็นผู้ขายผลิตภัณฑ์ทุกชนิดเป็นผู้กำหนดราคาขาย เป็นผู้จัดเก็บสินค้าในคลังสินค้า และเป็นผู้ทำการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้า

(7) ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจโคนม มีหน้าที่เป็นผู้ส่งเสริม และจัดการให้มีการเลี้ยงโคนม เพื่อเป็นอาชีพหลักและอาชีพเสริม ตามเป้าหมายการเพิ่มผลผลิตน้ำนมดิบ และเนื้อของ อ.ส.ค. ในทุกภาคของประเทศ

(8) ฝ่ายสัตวแพทย์และปรับปรุงพันธุ์ มีหน้าที่ป้องกัน และควบคุมโรคระบาดสัตว์ และโรคติดต่อจากสัตว์กับคน บำรุงรักษาสุขภาพโรคและรักษาโรคป่วย ตรวจและวินิจฉัยโรค โดยทางห้องปฏิบัติการสัตวแพทย์ ปรับปรุงพันธุ์โคนม ผลิตน้ำเชื้อและผสมเทียม

(9) ฝ่ายวิชาการและสาธิต มีหน้าที่ศึกษา วิจัย หรือทดลองในด้านพืชอาหารสัตว์ การจัดการฟาร์ม ปุ๋ยอินทรีย์ และผลพลอยได้จากการเลี้ยงโคนม สาธิตการจัดการฟาร์มประเภทต่างๆ บำรุงพันธุ์ฝูงโคทุกประเภทของอ.ส.ค. ผลิตอาหารสัตว์ ฝึกอบรมการเกษตรกรและเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการโคนม

(10) ฝ่ายขยายพันธุ์โคนม มีหน้าที่ประกอบธุรกิจซื้อขายโค บำรุงเลี้ยงโค ผลิตเนื้อและผลพลอยได้อื่นๆ สำหรับจำหน่าย

(11) ฝ่ายโรงงาน มีหน้าที่ผลิตภัณฑ์นมชนิดต่างๆ จากน้ำนมดิบที่รับซื้อจากเกษตรกร

(12) สำนัก อ.ส.ค. สาขาภาคใต้มีหน้าที่ส่งเสริมการเลี้ยงโคนมและสัตว์อื่นที่ให้น้ำนมและเนื้อ ผลิตน้ำนมและเนื้อ ผลิตผลิตภัณฑ์จากน้ำนมและเนื้อ ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับกิจการส่งเสริมการเลี้ยงโคนม และประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์นม เนื้อ และผลิตภัณฑ์อื่นที่เกี่ยวข้องในเขตพื้นที่ตั้งแต่จังหวัดเพชรบุรีถึงภาคใต้ทั้งหมด

(13) สำนัก อ.ส.ค. สาขาภาคเหนือ มีหน้าที่ส่งเสริมการเลี้ยงโคนมและสัตว์อื่นที่ให้น้ำนมและเนื้อ ผลิตภัณฑ์นม และ เนื้อ ผลิตภัณฑ์จากน้ำนมและเนื้อ ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับกิจการส่งเสริมการเลี้ยงโคนม และประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์นม เนื้อ และผลิตภัณฑ์อื่นที่เกี่ยวข้องในเขตพื้นที่จังหวัดภาคเหนือทั้งหมด

### กิจกรรมและการดำเนินงาน

อ.ส.ค. เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการส่งเสริมการเลี้ยงโคนม และรักษาเสถียรภาพราคาน้ำนมในประเทศ ซึ่งเป็นลักษณะของการดำเนินงานแบบครบวงจร

#### 1. การส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงโคนม

##### 1.1 ด้านทุ่งหญ้าเพื่อใช้เลี้ยงสัตว์

##### - การปลูกสร้างทุ่งหญ้าเลี้ยงสัตว์

ปัจจุบันมีทุ่งหญ้า เพื่อใช้เลี้ยงสัตว์ 2 แห่ง แห่งที่หนึ่ง ตั้งอยู่ในเขต อ.มวกเหล็ก จ.สระบุรี ประกอบด้วย พื้นที่จำนวนประมาณ 3,000 ไร่ เป็นพื้นที่สำหรับปลูกสร้างทุ่งหญ้า จำนวน 1,400 ไร่ ทุ่งหญ้าเพื่อใช้เลี้ยงสัตว์แห่งที่สอง ตั้งอยู่ที่ ต.จันทัก อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา มีพื้นที่ 10,000 ไร่ ถูกใช้เป็นพื้นที่

สำหรับปลูกสร้างทุ่งหญ้าจำนวน 9,000 ไร่ ซึ่งผลการดำเนินงานผ่านมา การปลูกสร้างทุ่งหญ้า ได้ขยายการพัฒนาเรื่อยมาจนกระทั่งเป็นทุ่งหญ้าถาวร และถูกใช้ให้เกิดประโยชน์ในด้านการขยายพันธุ์พืชอาหารสัตว์หลายชนิด เช่น หญ้าขน หญ้ากีนี่ หญ้าโรด และหญ้าบัฟเฟิล นอกจากนี้ การปลูกสร้างทุ่งหญ้าเพื่อใช้เลี้ยงสัตว์ ได้รับการส่งเสริมให้กว้างขวาง โดยเฉพาะในเรื่องของพืชอาหารสัตว์ เริ่มตั้งแต่ชนิดของหญ้า การนำพืชตระกูลถั่ว เข้าไปปลูกร่วมกับหญ้า เป็นทุ่งหญ้าผสม ได้แก่ ถั่วเวอร์ราโนสะไตโล ถั่วเซนโตร และถั่วลาย รวมทั้งการทำหญ้าหมักและหญ้าแห้ง เป็นวิธีการเก็บถนอมอาหารสัตว์ โดยการใช้หญ้าและพืชอาหารสัตว์ที่มีช่วงอายุสั้น เช่น ข้าวโพดและข้าวฟ่าง มาผ่านกระบวนการเพื่อเก็บไว้เป็นอาหารหยาบ สำหรับใช้เลี้ยงสัตว์ในช่วงฤดูแล้งของแต่ละปี

- การศึกษา สาธิตการปลูกสร้าง และการจัดการทุ่งหญ้า

อ.ส.ค. ได้ให้การส่งเสริมสนับสนุนเกี่ยวกับด้านการศึกษา ในส่วนของกลางจัดการทุ่งหญ้า การปลูกสร้างทุ่งหญ้า ตลอดจนการให้การสาธิตแก่เกษตรกร นิสิต นักศึกษาและนักวิชาการ

## 2. การดำเนินการผลิตโคนม

ปัจจุบัน อ.ส.ค. มีฟาร์มโคนม 2 แห่ง คือ ฟาร์มโคนมมวกเหล็ก จ.สระบุรี และฟาร์มโคนมจันทัก (ฝ่ายขยายพันธุ์โคนม) อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา ทำหน้าที่

- เป็นแหล่งผลิตพันธุ์โคนมเพื่อจำหน่ายแก่เกษตรกร แหล่งรับเลี้ยงโคนม

- เป็นสถานที่ฝึกอบรม และเป็นฟาร์มสาธิตให้ (เกษตรกร นิสิต นักศึกษาและผู้สนใจทั่วไป

- เป็นสถานที่ทำการทดลองวิจัยเกี่ยวกับโคนม

## 3. ด้านการส่งเสริมการเลี้ยงโคนม และการให้บริการแก่เกษตรกร

สำหรับการดำเนินงานด้านการส่งเสริมและบริการของ อ.ส.ค. นั้น ได้จัดตั้งและดำเนินการศูนย์รับน้ำหนักดิบในเขตส่งเสริมการเลี้ยงโคนม เพื่อให้คำแนะนำและบริการด้านต่างๆ แก่เกษตรกร และรับซื้อน้ำหนักดิบจากเกษตรกร ซึ่ง อ.ส.ค. ได้จำแนกเขตส่งเสริมการเลี้ยงโคนมออกเป็น 3 เขต



- เขตมวกเหล็ก ประกอบด้วยพื้นที่จังหวัดสระบุรี ลพบุรี นครราชสีมา และนครนายก ปัจจุบันมีศูนย์รวบรวมน่านมดิบ 12 ศูนย์ คือ ศูนย์ฯมวกเหล็ก ศูนย์ฯปากช่อง ศูนย์ฯพัฒนานิคม ศูนย์ฯชัยกระดาม ศูนย์ฯวิหารแดง ศูนย์ฯพระพุทธบาท ศูนย์ฯลำพญากลาง ศูนย์ฯหนองม่วง ศูนย์ฯขามทะเลสอ ศูนย์ฯสวนมะเดื่อ ศูนย์ฯสีคิ้ว และศูนย์ฯหนองรี

- เขตปราณบุรี ประกอบด้วยพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเพชรบุรี ปัจจุบันมีศูนย์รวบรวมน่านมดิบ 7 ศูนย์ คือ ศูนย์ฯห้วยสัตว์ใหญ่ ศูนย์ฯชะอำ ศูนย์ฯเนินดินแดง ศูนย์ฯปราณบุรี ศูนย์ฯเพชรบุรี ศูนย์ฯอ่าวน้อย และศูนย์ฯกุยบุรี

- เขตเชียงใหม่ ประกอบด้วยพื้นที่เขตเชียงใหม่ บริเวณใกล้เคียง ปัจจุบันรวบรวมน่านมดิบ 5 ศูนย์ คือ ศูนย์ฯวิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์ ศูนย์ฯห้วยแก้ว ศูนย์ฯป่าตอง ศูนย์ฯสันทราย และสถาบันโคนม

#### 4. ด้านการให้บริการฝึกอบรมเกษตรกร นิสิต นักศึกษาและผู้สนใจทั่วไป

อ.ส.ค. ได้จัดฝึกอบรม การเลี้ยงโคนม หลักสูตรเร่งรัด ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ และเพื่อให้ผู้อบรม เกิดความรู้และทักษะ สามารถนำไปประกอบอาชีพการเลี้ยงโคนมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผลการดำเนินงานที่ผ่านมาเป็นที่ยอมรับทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

#### 5. ด้านการให้บริการด้านสัตวแพทย์ ผสมเทียมและการป้องกันโรคโค

การให้บริการด้านสัตวแพทย์ ผสมเทียมของ อ.ส.ค. ในอดีต ให้บริการโดยไม่คิดมูลค่าแต่ประการใด แต่ต่อมาในปี 2527 รัฐบาล ได้มีนโยบายให้ อ.ส.ค. ซึ่งอยู่ในรัฐวิสาหกิจประเภทเกษตรกรรมและพาณิชย์กรรมจักต้องดำเนินการให้มีกำไร สามารถเลี้ยงตัวเองได้ตั้งแต่วันที่ 2528 อ.ส.ค. จึงเริ่มคิดค่าบริการต่างๆ จากเกษตรกรที่เป็นสมาชิกในรายชดเชยธรรม รวมถึงการให้บริการด้านสัตวแพทย์ ผสมเทียม และการป้องกันโรคโคนม

#### 6. ด้านการให้บริการจำหน่ายปัจจัยการผลิต

นอกจากให้การให้บริการดังกล่าวมาแล้ว อ.ส.ค. ยังให้บริการจำหน่ายปัจจัยการผลิตชนิดต่าง ๆ เช่น อาหารสัตว์ เมล็ดพันธุ์หญ้าและถั่ว อุปกรณ์รีดนม นมผงเลี้ยงลูกโค และน่านมดิบ เป็นต้น



## จุดอ่อนและจุดแข็งของ อ.ส.ค.

### จุดอ่อน

1. ระบบการบริหารงานขาดความคล่องตัวในเชิงธุรกิจเพราะยังทำงานแบบราชการ รวมทั้งไม่มีการปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ที่ล้าสมัย และเป็นอุปสรรคในการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ ต่อเนื่อง และทันต่อเหตุการณ์
2. เป็นองค์กรขนาดใหญ่ ทำให้การทำงานมีการแยกการจัดการ และบริหารงานออกจากกัน จึงขาดความสัมพันธ์ และประสานงานกัน โดยเฉพาะในกิจกรรม ซึ่งต้องเกี่ยวข้องใกล้ชิดกัน เช่น วิศวกรรมกับโรงงาน การผลิตกับการตลาด จัดซื้อวัตถุดิบกับการผลิต เป็นต้น
3. การสื่อสาร และการส่งผ่านข้อมูลภายในองค์กรล่าช้า
4. ขาดการวางแผน กำลังคนขององค์กร ให้สอดคล้องกับลักษณะ และปริมาณงาน
5. ขาดการวางแผนการตลาดที่ชัดเจน เพราะต้องขึ้นกับผู้แทนจำหน่ายเพียงรายเดียว เป็นลักษณะของการผูกขาด ทำให้ไม่สามารถใช้การตลาดนำการผลิต ไม่มีการวิจัยตลาด เพื่อสำรวจความต้องการของลูกค้า รวมทั้งไม่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่ายสินค้า รูปแบบของผลิตภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อตามความต้องการของตลาด และกำหนดกลุ่มลูกค้า
6. สภาพเครื่องจักร อุปกรณ์ เครื่องมือต่างๆ เสื่อมสภาพหรือมีประสิทธิภาพต่ำ ทำให้เกิดการสูญเสียในกระบวนการผลิต หลังกระบวนการผลิต
7. ไม่ได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐบาล แต่ต้องปฏิบัติงานเพื่อสนองนโยบายของรัฐบาล ในด้านการส่งเสริม และการบริการด้านต่าง ๆ แก่เกษตรกร ทำให้ อ.ส.ค. มีภาระค่าใช้จ่ายสูง
8. ระบบบัญชีต้นทุนยังไม่สามารถรายงานให้เป็นปัจจุบันได้
9. ไม่สามารถจะใช้ข้อมูลทางการบัญชี เพื่อการบริหารงานด้านต่าง ๆ ได้ครบถ้วนตามต้องการได้ทันที

## จุดแข็ง

1. ชื่อเสียงผลิตภัณฑ์นมของ อ.ส.ค. เป็นที่รู้จักดีในหมู่ผู้บริโภค และสินค้าของ อ.ส.ค. มีคุณภาพดีสม่ำเสมอ
2. อ.ส.ค. เป็นผู้ผลิตนมพร้อมดื่ม ที่ใช้น้ำนมดิบทำผลิตภัณฑ์ เป็นสัดส่วนที่สูงที่สุด เมื่อเทียบกับโรงงานนมเอกชนรายอื่น
3. อ.ส.ค. เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่ดำเนินการส่งเสริมอาชีพแก่เกษตรกรให้มีรายได้ และเป็นแหล่งรับซื้อนมดิบรายใหญ่ที่สุดในประเทศในราคายุติธรรม
4. ได้รับการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีอุตสาหกรรมโคนมจากต่างประเทศ อย่างสม่ำเสมอ ทั้งทางด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ วิทยาการสมัยใหม่ และการพัฒนาบุคลากร
5. เกษตรกรและหน่วยงานทั่วไป มีความเชื่อถือ และศรัทธาในด้านส่งเสริมและการบริการของ อ.ส.ค. ในด้านของความรวดเร็ว มีคุณภาพและราคายุติธรรม

\*\*\*\*\*

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นางสาววรรณรัชช์ วรรณทรัพย์

เกิดวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2494 สถานที่เกิด จังหวัดลพบุรี

การศึกษา ศ.ศ.บ. ศิลปศาสตรบัณฑิต (การสื่อสารมวลชน)  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2516

## ประวัติการทำงาน

- 2517-2523 ผู้จัดการแผนกการผลิตรายการวิทยุ  
บริษัท ตะวันนาแอ็ดเวอร์ไทซ์ จำกัด
- 2523-2527 เลขานุการผู้จัดการทั่วไป  
บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนลเอ็นจิเนียริ่ง จำกัด (ไอ.อี.ซี.)
- 2528-ปัจจุบัน องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.)
- 2528 เลขานุการผู้อำนวยการ สำนักผู้อำนวยการ
- 2529 หัวหน้าแผนกประชาสัมพันธ์ สำนักผู้อำนวยการ
- 2534 หัวหน้าแผนกธุรการ ฝ่ายวิศวกรรม