

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้เป็นการเสนอผลการวิจัย ซึ่งได้จากวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามของประชากรกลุ่มตัวอย่างในตำบลตำบลสันโป่ง ตำบลบ้านแหวน ตำบลหนองตอง ตำบลแม่แดง ตำบลน้ำแพร่ ตำบลโหล่งขอด ตำบลท่าเตือ ตำบลหนองแฝก ตำบลสะเมิงใต้ จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาการรับรู้ภาคการเกษตรของเกษตรกร ซึ่งผู้วิจัยได้แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของตารางประกอบการอธิบาย เรียงลำดับดังนี้

- ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานด้านประชากร เศรษฐกิจ และสังคม โดยการนำเสนอข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย
- ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับรู้ภาคการเกษตรของประชากรกลุ่มตัวอย่าง โดยการนำเสนอข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับประโยชน์และระดับการปฏิบัติที่เกษตรกรได้รับ โดยการนำเสนอข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป spss
- ตอนที่ 4 ผลการแสดงความเหมาะสมและความต้องการที่เกษตรกรต้องการให้ใช้เป็นเครื่องมือในงานส่งเสริมการเกษตรที่เหมาะสมกับเกษตรกร  
1-3 ลำดับ
- ตอนที่ 5 ผลการแสดงประเภทของสื่อที่ทางราชการอาจนำมาแจกหรือจำหน่ายที่เกษตรกรเห็นว่าควรจัดทำและเผยแพร่มากที่สุด 1-3 ชนิดตามลำดับ
- ตอนที่ 6 ผลการแสดงประเภทของหมวดสื่อ 3 ประเภท ที่เกษตรกรต้องการให้ใช้เป็นเครื่องมือในงานส่งเสริมการเกษตรมากที่สุด 1-3 ชนิด ตามลำดับ
- ตอนที่ 7 ผลการพิสูจน์สมมติฐานตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม
- ตอนที่ 8 ผลการวิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรที่มีต่อสื่อส่งเสริมการเกษตร

## ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานด้านประชากร เศรษฐกิจ และสังคม

### 1.1 เพศ

จากการศึกษา (ตารางที่ 2) พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 85.9 เป็นเพศชายที่เป็นหัวหน้าครัวเรือน และร้อยละ 14.1 เป็นเพศหญิงที่เป็นหัวหน้าครัวเรือน

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศประชากรตัวอย่างที่เป็นหัวหน้าครัวเรือน

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	176	85.9
หญิง	29	14.1
รวม	205	100

### 1.2 อายุ

จากผลการศึกษา (ตารางที่ 3) พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 47.8 มีอายุระหว่าง 40 ปี – 49 ปี รองลงมาร้อยละ 32.4 คือกลุ่มอายุระหว่าง 30 ปี – 39 ปี ส่วนกลุ่มอายุน้อยที่สุดตั้งแต่ 29 ปีลงมา คิดเป็นร้อยละ 0.5 อายุเฉลี่ยของเกษตรกรคือ 43.88 ปี ซึ่งจะเห็นได้ว่า เกษตรกรส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ในวัยกลางคน (หรือยังอยู่ในช่วงของวัยทำงานกลางคนอยู่) ดังนั้น เราอาจกล่าวได้ว่าตลาดแรงงานภาคการเกษตรส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงวัยและอายุดังกล่าวนี้มาก

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุประชากรตัวอย่าง

ช่วงอายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
29 ปี ลงมา	1	0.5
30 – 39 ปี	66	32.4
40 – 49 ปี	98	47.8
50 – 59 ปี	35	17.1
60 ปี ขึ้นไป	5	2.5
รวม	205	100

อายุต่ำสุด	29 ปี	อายุเฉลี่ย	43.88 ปี
อายุสูงสุด	66 ปี	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	7.04

### 1.3 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

จากผลการศึกษา (ตารางที่ 4) พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 54.1 มีสมาชิกในครัวเรือนทั้งหมดอยู่ระหว่างครัวเรือนละ 4-6 คน และครัวเรือนที่มีสมาชิกที่มากกว่า 6 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.5 ซึ่งมีสมาชิกอยู่ทั้งหมด 7 คน

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละจำนวนสมาชิกในครัวเรือน

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (คน)	จำนวน (ครัวเรือน)	ร้อยละ
1-3	93	45.4
4-6	111	54.1
7 คนขึ้นไป	1	0.5
รวม	205	100

จำนวนสมาชิกในครอบครัวต่ำสุด 1 คน จำนวนสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 3.73 คน

จำนวนสมาชิกในครอบครัวสูงสุด 7 คน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.94

### 1.4 การศึกษา

จากผลการศึกษา (ตารางที่ 5) พบว่า ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือนเกษตรกร กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 57.1 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาที่ 4 รองลงมาร้อยละ 25.4 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาที่ 6 และมีเพียงร้อยละ 1.0 ที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญา

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละหัวหน้าครัวเรือนตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ได้เรียนหนังสือ	8	3.9
ประถมปีที่ 4	117	57.1
ประถมปีที่ 6	52	25.4
มัธยมศึกษาปีที่ 3	11	5.4
มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือปวช.	10	4.9
อนุปริญญา หรือปวส.	5	2.4
ปริญญาตรีขึ้นไป	2	1.0
รวม	205	100

### 1.5 อาชีพในภาคการเกษตร

จากผลการศึกษา (ตารางที่ 6) พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 54.1 มีอาชีพในภาคการเกษตรด้านการปลูกพืช และมีเพียงร้อยละ 1.0 เท่านั้น ที่มีอาชีพในภาคการเกษตรด้านการเลี้ยงสัตว์ (รวมสัตว์น้ำ)

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละการประกอบอาชีพในภาคการเกษตร

อาชีพการเกษตร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านการปลูกพืช	111	54.1
ด้านการเลี้ยงสัตว์ (รวมสัตว์น้ำ)	2	1.0
ทั้งด้านการปลูกพืชและการเลี้ยงสัตว์ (รวมสัตว์น้ำ)	92	44.9
รวม	205	100

### 1.6 รายได้รวมจากภาคการเกษตรในรอบ 1 ปี

จากผลการศึกษา (ตารางที่ 7) รายได้ภาคการเกษตรในรอบ 1 ปี จากการประกอบอาชีพทางการเกษตรต่อปี เช่น จากการปลูกพืช, เลี้ยงสัตว์ (รวมสัตว์น้ำ) เป็นต้น พบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 40.1 มีรายได้จากภาคการเกษตรอยู่ระหว่าง 21,000 – 30,000 บาท/ปี รองลงมาร้อยละ 19.6 ซึ่งมีรายได้จากภาคการเกษตรอยู่ระหว่าง 11,000 – 20,000 บาท/ปี ส่วนในช่วงรายได้ตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป ซึ่งมีอยู่เพียง 12 คน อยู่ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 6

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละรายได้จากภาคการเกษตร

รายได้ภาคการเกษตร (บาท/ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท ลงมา	19	9.4
10,000 – 19,999 บาท	40	19.6
20,000 – 29,999 บาท	82	40.1
30,000 – 39,999 บาท	34	16.6
40,000 – 49,999 บาท	18	8.9
50,000 บาทขึ้นไป	12	6.0
รวม	205	100

รายได้ภาคการเกษตรต่ำสุด 2,000 บาท/ปี      รายได้ภาคการเกษตรเฉลี่ย 26,060.97 บาท/ปี  
รายได้ภาคการเกษตรสูงสุด 100,000 บาท/ปี      ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 14670.81

### 1.7 การประกอบอาชีพอื่น ๆ นอกภาคการเกษตร

จากผลการศึกษา (ตารางที่ 8) การระบอบอาชีพอื่น ๆ นอกภาคการเกษตร พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 32.2 มีการประกอบอาชีพนอกภาคการเกษตรคือการรับจ้างทั่วไป และร้อยละ 32.2 ไม่มีการประกอบอาชีพนอกภาคการเกษตร ซึ่งมีอยู่จำนวน 66 คน รองลงมาคือ การประกอบอาชีพค้าขาย ร้อยละ 31.7 ส่วนอาชีพเสริมอื่น ๆ นอกเหนือจากที่อาชีพที่กำหนดให้ นั้น มีเพียงร้อยละ 1.5 ซึ่งจะเห็นได้ว่าอาชีพเสริม อื่น ๆ นอกภาคการเกษตรส่วนใหญ่ก็นั้นก็คงยังพึ่งพำกันอยู่ในชุมชนอย่างเช่น แรงแงานรับจ้างทั้งในรูปแบบของงานช่างไม้ ช่างปูน ตลอดจนงานรับจ้างในภาคการเกษตรตามกิจกรรมเกษตร เช่น การฉีดพ่นปุ๋ยสารป้องกันและกำจัดแมลงศัตรูพืช การเก็บเกี่ยวและตัดแต่งกิ่งผลผลิตเกษตรตามฤดูกาล หรือแม้แต่การค้าขายก็มีทั้งการขายตลาดเช้า

เคลื่อนที่ (ที่เป็นคำเฉพาะของคนทางภาคเหนือใช้เรียกแม่ค้าที่ขายสินค้าเพื่อใช้ประกอบอาหารในแต่ละวัน เช่น ผัก เนื้อสัตว์ กับข้าวสำเร็จรูป เป็นต้น โดยมีพาหนะเป็นรถจักรยานถีบ หรือรถจักรยานยนต์) หรือแม่แต่งานการผลิตหัตถกรรมด้านการจักสาน ทอผ้า และงานเย็บปักประดิษฐ์ต่าง ๆ ยามว่างจากงานการเกษตร ก็มีปรากฏให้เห็นกันอยู่ในชุมชนและสังคมของชนบท

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทอาชีพ นอกภาคการเกษตร

ประเภทอาชีพนอกภาคการเกษตร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การรับจ้างทั่วไป	66	32.2
การค้าขาย	65	31.7
การหัตถกรรม	5	2.4
อาชีพเสริมอื่น ๆ	3	1.5
ไม่ประกอบอาชีพเสริมอื่น ๆ เลย	66	32.2
รวม	205	100

### 1.8 การมีตำแหน่งทางสังคมในชุมชน

จากผลการศึกษา (ตารางที่ 9) พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 76.1 ไม่มีตำแหน่งทางสังคม ส่วนที่มีตำแหน่งทางสังคมในหมวดตำแหน่งอื่น ๆ มีสูงถึงร้อยละ 13.7 ส่วนที่มีตำแหน่งทางสังคมน้อยสุดอยู่เป็นจำนวนร้อยละ 2.0 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีตำแหน่งผู้ใหญ่บ้าน

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละตำแหน่งอื่น ๆ ทางสังคม

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กรรมการวัด	9	4.4
สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล	8	3.9
ผู้ใหญ่บ้าน	4	2.0
ตำแหน่งอื่น ๆ	28	13.7
ไม่มีตำแหน่งใดเลยทางสังคม	156	76.1
รวม	205	100

### 1.11 พื้นที่การเกษตรของความสามารถในการรับน้ำชลประทาน

จากผลการศึกษา (ตารางที่ 10) พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 69.3 มีพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำชลประทานสามารถรับน้ำได้เต็มที่ รองลงมาคือร้อยละ 17.6 มีพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำชลประทานสามารถรับน้ำได้ไม่เต็มที่ ส่วนสุดท้ายร้อยละ 13.2 มีพื้นที่การเกษตรของการไม่สามารถรับน้ำชลประทานได้เลย

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำชลประทาน

พื้นที่การเกษตร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สามารถรับน้ำได้เต็มที่	142	69.3
สามารถรับน้ำได้ไม่เต็มที่	36	17.6
ไม่สามารถรับน้ำได้เลย	27	13.2
<b>รวม</b>	<b>205</b>	<b>100</b>

## ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับสื่อการเกษตร

### 2.1 การได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาของเกษตรกร

จากผลการศึกษา (ตารางที่ 11) พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 80.5 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อวิทยากร และส่วนที่เหลือร้อยละ 19.5 นั้นไม่มีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อวิทยากรเลย ซึ่งจะเห็นได้ว่าสื่อวิทยากร หรือบุคคลที่เข้าไปแนะนำให้ความรู้ด้านการส่งเสริมการเกษตรต่าง ๆ นั้น เช่น ด้านการปลูกและการดูแลพืช หรือการเลี้ยงสัตว์ ก็แล้วแต่ไม่ว่าจะเป็นทั้งของหน่วยงานองค์กรภาครัฐหรือเอกชนต่างก็เป็นสื่อที่เกษตรกรส่วนใหญ่พบปะและพูดคุยกันเสียเป็นส่วนใหญ่ในการประกอบอาชีพการเกษตรและอีกทั้งจะเห็นได้ว่าเจ้าหน้าที่หลายคนต่างมีความรู้จักและสนิทสนมกันกับชาวบ้านมากซึ่งอาจจะเป็นเพราะนโยบายของรัฐบาลใหม่ (นายกทักษิณ ชินวัตร) เข้ามาและมีโครงการใหม่ ๆ หลายโครงการลงไปยังพื้นที่ เช่นที่เด่น ๆ ก็คือ การสำรวจขึ้นทะเบียนบัตรเกษตรกร จึงทำให้เจ้าหน้าที่ได้เข้าไปสอบถามและสนใจเกษตรกรมากขึ้นก็เป็นได้

การได้รับสื่อจากการอบรมพบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 67.3 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อการอบรม และส่วนที่เหลือร้อยละ 32.7 นั้นไม่มีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อการอบรมเลย ซึ่งจะเห็นได้ว่าสื่อการอบรมนั้นก็เป็นสื่อหนึ่งที่เกษตรกรได้รับจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นจำนวนมาก ซึ่งก็มีทั้งการอบรมด้านการผลิต การตลาดที่จัดขึ้นในตำบล และหลายครั้งก็จะจัดในสวนกลางของอำเภอแต่ละอำเภอ เช่น เรื่องการตลาดลำไยและการแปรรูป เรื่องของไม้ผลอื่น ๆ ตลอดจนการปศุสัตว์โค - กระบือ, สุกร, ปลาและ ไก่ เป็นต้น

การได้รับสื่อผ่านพับพบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 78.0 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อแผ่นพับ และส่วนที่เหลือร้อยละ 22.0 นั้นไม่มีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อแผ่นพับเลย ซึ่งจะเห็นได้ว่าสื่อแผ่นพับที่เกษตรกรได้รับนั้นนอกจากจะได้รับจากเจ้าหน้าที่วิทยากรแล้ว สื่อแผ่นพับก็ยังได้รับร่วมกับสื่อการอบรมด้วย และได้รับโดยวิธีอื่น ๆ เช่น เข้าไปติดต่อกับสำนักงานก็อาจจะขอมานจากสำนักงานหรือหน่วยงานองค์กรของรัฐและเอกชน และร้านค้าที่เกี่ยวข้องด้านผลิตทางการเกษตร เช่น ร้านจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย ยา สารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช เป็นต้น

การได้รับสื่อโปสเตอร์พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 57.1 นั้นไม่มีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อโปสเตอร์ และส่วนที่เหลือร้อยละ 42.9 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อโปสเตอร์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าสื่อโปสเตอร์ที่เกษตรกรได้รับนั้นนอกจากจะได้รับจากเจ้าหน้าที่วิทยากรแล้ว สื่อโปสเตอร์ก็ยังได้รับร่วมกับสื่อการอบรมด้วย และได้รับโดย



วิธีอื่น ๆ เช่น เข้าไปติดต่อที่สำนักงานก็อาจจะขอมารจากสำนักงานหรือหน่วยงานองค์กรของภาครัฐ และเอกชน และร้านค้าที่เกี่ยวข้องเนื่องด้านผลิตทางการเกษตร เช่น ร้านจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย ยาสารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช เป็นต้น

การรับสื่อภาพพลิกพบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 99.0 ไม่มีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อภาพพลิก และส่วนที่เหลือร้อยละ 1.0 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อภาพพลิก ซึ่งจะเห็นได้ว่าสื่อภาพพลิกในอดีตจะเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในอันดับต้น ๆ ของสื่อที่ใช้ในการส่งเสริมการเกษตร แต่จากในปัจจุบันสื่อชนิดนี้ได้มีบทบาทลดน้อยลงไป อาจจะเป็นเพราะว่านักส่งเสริมการเกษตรมีสื่ออื่นที่ทันสมัย และเร้าใจผู้รับให้เกิดการติดตามสนใจมากกว่าสื่อชนิดนี้ก็ว่าได้ ส่วนสื่อที่สำรวจได้คือ สื่อภาพพลิกเกี่ยวกับการผลิตปุ๋ยใช้เองในสวนผลไม้

การได้รับสื่อเอกสารแนะนำพบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 91.7 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อเอกสารแนะนำ และส่วนที่เหลือร้อยละ 8.3 นั้นไม่มีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อเอกสารแนะนำเลย ซึ่งจะเห็นได้ว่าสื่อเอกสารแนะนำที่เกษตรกรได้รับนั้นนอกจากจะได้รับจากเจ้าหน้าที่วิทยากรแล้ว สื่อเอกสารแนะนำก็ยังได้รับร่วมกับสื่อการอบรมด้วย และได้รับโดยวิธีอื่น ๆ เช่น เข้าไปติดต่อที่สำนักงานก็อาจจะขอมารจากสำนักงานหรือหน่วยงานองค์กรของภาครัฐและเอกชน และร้านค้าที่เกี่ยวข้องเนื่องด้านผลิตทางการเกษตร เช่น ร้านจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย ยาสารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช เป็นต้น

การรับสื่อจุลสาร วารสารพบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 69.8 นั้นไม่มีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อจุลสาร วารสารเลย และส่วนที่เหลือร้อยละ 30.2 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อจุลสาร วารสาร ซึ่งจะเห็นได้ว่าสื่อจุลสาร วารสารทางการเกษตร อาจจะเป็นเพราะว่าในปัจจุบันนี้มีหลายสำนักพิมพ์ที่จัดทำจัดพิมพ์เพื่อการค้า จึงอาจเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกษตรกรที่จะหาซื้อماجเป็นเรื่องที่ยังยากลำบากอยู่ทั้งด้านราคา และแหล่งซื้อในบางพื้นที่ถ้าเกษตรกรจะซื้อก็ต้องเข้ามาในตลาดที่มีแผงหนังสือ แต่ถ้าหากเป็นเกษตรกรรายใหญ่ก็อาจจะหาซื้อสื่อชนิดนี้มาเสริมความรู้ในการประกอบอาชีพได้มากและง่ายกว่า จึงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้สื่อชนิดนี้ยังไม่แพร่หลายลงไปยังเกษตรกรทุกระดับกันเท่าใดนัก

การได้รับสื่อหนังสือพิมพ์พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 54.1 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อหนังสือพิมพ์ และส่วนที่เหลือร้อยละ 45.9 นั้นไม่มีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อหนังสือพิมพ์เลย การได้รับสื่อโทรทัศน์พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 91.2 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อโทรทัศน์ และส่วนที่เหลือร้อยละ 8.8 นั้นไม่มีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อโทรทัศน์เลย ซึ่ง

คงต้องยอมรับว่าปัจจุบันนี้โทรศัพท์มือถือแทบจะทุกครัวเรือน ซึ่งมีสาระรายการและความบันเทิงต่าง ๆ ไปยังบ้านของเกษตรกร และสื่อที่ส่งเสริมและให้ความรู้ทางการเกษตรผ่านทางโทรศัพท์มือถือปัจจุบันก็มีความหลากหลายและเทคนิคของเจ้าของรายการพิธีกรที่ใช้สื่อรูปแบบการผลิตและนำเสนอมายังโทรศัพท์มือถือที่บ้านของเกษตรกรและก็เป็นที่ยอมรับกันมากของเกษตรกรเพราะเนื่องจากจะเห็นภาพและได้ยินเสียงแล้ว ยังได้รรถรสของการชมรายการคล้ายเครือข่ายที่ให้ความรู้ เกษตรกรที่พอจะมีเวลาว่างก็ได้เปิดชมกันเสียเป็นส่วนใหญ่ ก็มีอยู่หลายรายการในทุกช่อง และหลายช่วงเวลา ทั้งช่วงเช้าช่วงเกษตร และช่วงเย็น จากผลการศึกษาพบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 94.1 นั้นไม่มีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อวิทยุทัศน์เลยและส่วนที่เหลือร้อยละ 5.9 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อวิทยุทัศน์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันสื่อชนิดนี้บทบาทได้ลดลงไปในการใช้เป็นผู้ส่งเสริม แต่จะเป็นการใช้ร่วมกับสื่อการอบรม

การได้รับสื่อวิทยุพบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 86.8 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อวิทยุ และส่วนที่เหลือร้อยละ 13.2 นั้นไม่มีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อวิทยุเลย ซึ่งจะเห็นได้ว่าสื่อวิทยุในอดีตจัดว่าเป็นสื่อส่งเสริมที่เข้าถึงกลุ่มประชากรได้มากและตรงที่สุด อีกทั้งยังเป็นสื่อที่มีราคาถูก อันจะเห็นได้ว่า ณ ปัจจุบัน สื่อวิทยุก็ยังเป็นสื่อที่ยังเป็นที่นิยมของเกษตรกรอยู่ อาจเป็นเพราะสามารถพกติดตัวไปไร่ นา หรือปฏิบัติภาระกิจกรรมการเกษตรได้ง่าย และราคาเครื่องรับวิทยุก็ยังมีราคาที่ไม่แพงเกินความสามารถที่เกษตรกรแทบทุกระดับจะซื้อหามาได้

การได้รับสื่อสไลด์พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 80.0 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสไลด์และส่วนที่เหลือร้อยละ 20.0 นั้นไม่ได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสไลด์เลย ซึ่งจะเห็นได้ว่าสไลด์นั้นได้ใช้ร่วมกับสื่อการอบรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการส่งเสริมให้เกษตรกรที่เข้ารับการอบรมได้เห็นภาพและเกิดการสอบถามถึงอาการของโรคและแมลงหรือปัญหาด้านการจัดการฟาร์ม สวน ไร่ นา ได้ง่ายขึ้น ซึ่งนับว่าสื่อชนิดนี้เกษตรกรก็ให้ความนิยมเหมือนกัน

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละการรับสื่อส่งเสริมการเกษตรในรอบ 1 ปี ของเกษตรกร

พฤติกรรมชนิดสื่อส่งเสริมการเกษตรที่เกษตรกรได้รับ	ได้รับสื่อการส่งเสริม (จำนวนคน / ร้อยละ)	ไม่ได้รับสื่อการส่งเสริม (จำนวนคน / ร้อยละ)
1. สื่อวิทยากร	165 (80.5)	40 (19.5)
2. สื่อการอบรม	138 (67.3)	67 (32.7)
3. สื่อแผ่นพับ	160 (78.0)	45 (22.0)
4. สื่อโปสเตอร์	88 (42.9)	117 (57.1)
5. สื่อภาพพลิก	2 (1.0)	203 (99.0)
6. สื่อเอกสารแนะนำ	188 (91.7)	17 (8.3)
7. สื่อจุลสาร วารสาร	62 (30.2)	143 (69.8)
8. สื่อหนังสือพิมพ์	111 (54.1)	94 (45.9)
9. สื่อโทรทัศน์	187 (91.2)	18 (8.8)
10. สื่อวีดิทัศน์ (วิดีโอ)	12 (5.9)	193 (94.1)
11. สื่อวิทยุ	178 (86.8)	27 (13.2)
12. สื่อสไลด์	41 (20.0)	164 (80.0)

2.2 จำนวนครั้งของการได้รับสื่อภาคการเกษตรในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน

จากผลการศึกษา (ตารางที่ 12) พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 51.7 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อภาคการเกษตรจากหน่วยงานภาครัฐ 2 ครั้ง และรองลงมาร้อยละ 28.8 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อภาคการเกษตรจากหน่วยงานภาครัฐ 1 ครั้ง ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรจากภาครัฐมากที่สุดตั้งแต่ 4 ครั้งขึ้นไป หรือคิดเป็นร้อยละ 1.5

และส่วนใหญ่ร้อยละ 34.6 มีเกษตรกรที่ได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อภาคการเกษตรจากหน่วยงานภาคเอกชน 2 ครั้ง และรองลงมาร้อยละ 22.0 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อภาคการเกษตรจากหน่วยงานภาคเอกชน 1 ครั้ง ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรจากภาคเอกชนมากที่สุดตั้งแต่ 4 ครั้ง ขึ้นไป หรือคิดเป็นร้อยละ 17.2

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนครั้งและร้อยละของการได้รับสื่อภาคการเกษตรจากหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานเอกชน

เกษตรกรได้รับสื่อจาก หน่วยงานรัฐ	จำนวน คน	ร้อยละ	เกษตรกรได้รับสื่อจาก หน่วยงานเอกชน	จำนวน คน	ร้อยละ
ไม่เคยได้รับเลย	29	14.1	ไม่เคยได้รับเลย	13	6.3
ได้รับ 1 ครั้ง	59	28.8	ได้รับสื่อ 1 ครั้ง	45	22.0
ได้รับ 2 ครั้ง	106	51.7	ได้รับสื่อ 2 ครั้ง	71	34.6
ได้รับ 3 ครั้ง	8	3.9	ได้รับสื่อ 3 ครั้ง	41	20.0
ได้รับ 4 ครั้งขึ้นไป	3	1.5	ได้รับสื่อ 4 ครั้งขึ้นไป	35	17.2
รวม	205	100	รวม	205	100

	หน่วยงานรัฐ	หน่วยงานเอกชน
จำนวนครั้งของการได้รับสื่อต่ำสุด	0 ครั้ง	0 ครั้ง
จำนวนครั้งของการได้รับสื่อสูงสุด	12 ครั้ง	10 ครั้ง
จำนวนครั้งของการได้รับสื่อเฉลี่ย	1.53 ครั้ง	2.38 ครั้ง
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	1.10	1.62

### 2.3 จำนวนครั้งของการได้รับสื่อกลุ่มสื่อบุคคล ประกอบด้วย สื่อวิทยากรและสื่อการอบรม

จากผลการศึกษา (ตารางที่ 13) พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 40.5 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อวิทยากร 2 ครั้ง และรองลงมาร้อยละ 27.3 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อวิทยากร 1 ครั้ง ส่วนจำนวนที่ได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อวิทยากร 3 ครั้ง

และส่วนใหญ่ร้อยละ 41 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อการอบรม 1 ครั้ง และรองลงมาร้อยละ 30.7 นั้นไม่มีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่ออบรม ส่วนจำนวนที่ได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่ออบรม 4 ครั้ง หรือคิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของการรับสื่อของชนิตกลุ่มสื่อบุคคลในรอบ 1 ปี  
ของเกษตรกร

พฤติกรรมของการได้รับสื่อ (ครั้ง)	สื่อวิทยากร		สื่ออบรม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ได้รับสื่อเลย	40	(19.5)	63	(30.7)
ได้รับ 1 ครั้ง	56	(27.3)	84	(41.0)
ได้รับ 2 ครั้ง	83	(40.5)	43	(21.0)
ได้รับ 3 ครั้ง	10	(4.9)	10	(4.9)
ได้รับสื่อตั้งแต่ 4 ครั้งขึ้นไป	16	(7.8)	5	(2.5)
รวม	205	(100)	205	(100)

	สื่อวิทยากร	สื่อการอบรม
จำนวนครั้งของการได้รับสื่อต่ำสุด	0 ครั้ง	0 ครั้ง
จำนวนครั้งของการได้รับสื่อสูงสุด	9 ครั้ง	5 ครั้ง
จำนวนครั้งของการได้รับสื่อเฉลี่ย	1.74 ครั้ง	1.08 ครั้ง
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	1.69	0.99

#### 2.4 จำนวนครั้งของการได้รับสื่อกลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์ ประกอบด้วย สื่อแผ่นพับ สื่อโปสเตอร์

สื่อภาพพลิก สื่อเอกสารแนะนำ สื่อวารสาร และสื่อหนังสือพิมพ์

จากผลการศึกษา (ตารางที่ 14) พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 43.9 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อแผ่นพับ 2 ครั้ง และรองลงมาร้อยละ 19.5 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อแผ่นพับ 1 ครั้ง และร้อยละ 18 ที่ได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อแผ่นพับ 3 ครั้งและตั้งแต่ 4 ครั้งขึ้นไป

ส่วนใหญ่ร้อยละ 58 นั้นไม่มีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อโปสเตอร์ และร้อยละ 40 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อโปสเตอร์เป็น 1 ครั้ง ส่วนจำนวนที่เหลือที่ได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อการอบรม 2 ครั้ง หรือคิดเป็นร้อยละ 1.5

ส่วนใหญ่ร้อยละ 99.5 นั้นไม่มีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อภาพพลิกเลย และที่เหลือร้อยละ 0.5 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อภาพพลิก 1 ครั้งเป็นจำนวน 1 คน

ส่วนใหญ่ร้อยละ 46.8 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อเอกสารแนะนำ 2 ครั้ง และรองลงมาร้อยละ 20.5 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อเอกสารแนะนำ 1 ครั้ง และร้อยละ 8.4 ที่ได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อเอกสารแนะนำตั้งแต่ 4 ครั้งขึ้นไป

ส่วนใหญ่ร้อยละ 69.3 นั้นไม่มีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อจุลสาร วารสาร เลย และร้อยละ 18 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อจุลสาร วารสาร ตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไป และเพียงร้อยละ 0.5 ที่ได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อจุลสาร วารสาร 2 ครั้ง

ส่วนใหญ่ร้อยละ 48.3 นั้นไม่มีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อหนังสือพิมพ์ เลย และร้อยละ 46.3 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อหนังสือพิมพ์ตั้งแต่ 6 ครั้งขึ้นไป รองลงมาร้อยละ 2.9 ได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อหนังสือพิมพ์ 5 ครั้ง

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนครั้งและร้อยละของเกษตรกรที่รับสื่อชนิดกลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์ในรอบ 1 ปี ของเกษตรกร

พฤติกรรมของการได้รับสื่อ (ครั้ง)	สื่อแผ่น	สื่อ	สื่อภาพ	สื่อ	สื่อจุลสาร	สื่อหนังสือ
	พับ	โปสเตอร์	พลิก	เอกสาร แนะนำ	วารสาร	พิมพ์
	N = 205	N = 205	N = 205	N = 205	N = 205	N = 205
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)
ไม่ได้รับสื่อเลย	39 (19.0)	119 (58.0)	204 (99.5)	13 (6.3)	142 (69.3)	99 (48.3)
ได้รับ 1 ครั้ง	40 (19.5)	83 (40.0)	1 (0.5)	42 (20.5)	2 (1.0)	-
ได้รับ 2 ครั้ง	90 (43.9)	3 (1.5)	-	96 (46.8)	1 (0.5)	1 (0.5)
ได้รับ 3 ครั้ง	18 (8.8)	-	-	37 (18.0)	11 (5.4)	2 (1.0)
ได้รับสื่อตั้งแต่ 4 ครั้งขึ้นไป	18 (8.8)	-	-	17 (8.4)	49 (23.9)	103 (50.2)
รวม	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

	สื่อแผ่นพับ	สื่อโปสเตอร์	สื่อภาพพลิก	สื่อเอกสาร	สื่อจุลสาร	สื่อหนังสือพิมพ์
จำนวนที่รับสื่อต่ำสุด	0 ครั้ง	0 ครั้ง	0 ครั้ง	0 ครั้ง	0 ครั้ง	0 ครั้ง
จำนวนที่รับสื่อสูงสุด	6 ครั้ง	2 ครั้ง	1 ครั้ง	6 ครั้ง	6 ครั้ง	100 ครั้ง
จำนวนครั้งสื่อเฉลี่ย	1.08 ครั้ง	0.43 ครั้ง	-	2.05 ครั้ง	2.05 ครั้ง	8.20 ครั้ง
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.99	0.52	-	1.09	1.09	13.93

## 2.5 จำนวนครั้งของการได้รับสื่อกลุ่มสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์

จากผลการศึกษา (ตารางที่ 15) พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 89.3 นั้นมา การได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อโทรทัศน์ตั้งแต่ 6 ครั้งขึ้นไป และรองลงมาร้อยละ 2.9 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อโทรทัศน์ 5 ครั้ง

ส่วนใหญ่ร้อยละ 95.1 นั้นไม่มีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อวิทยุเลย และร้อยละ 2.0 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อวิทยุ 1 และ 2 ครั้ง

ส่วนใหญ่ร้อยละ 84.4 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อวิทยุตั้งแต่ 6 ครั้งขึ้นไป และรองลงมาร้อยละ 2.4 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อวิทยุ 5 ครั้ง

และส่วนใหญ่ร้อยละ 81.0 นั้นไม่มีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อสไลด์เลย

และร้อยละ 11.7 นั้นมีการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อสไลด์ 1 ครั้ง และมีเพียงร้อยละ 2.4 เท่านั้นที่ได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรประเภทสื่อสไลด์ 3 ครั้ง

ตารางที่ 15 แสดงการรับสื่อและร้อยละของกลุ่มภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์ในรอบ 1 ปี ของเกษตรกร

พฤติกรรมของการได้รับสื่อ (ครั้ง)	สื่อโทรทัศน์ N = 205 (ร้อยละ)	สื่อวิทยุ N = 205 (ร้อยละ)	สื่อวิทยุ N = 205 (ร้อยละ)	สื่อสไลด์ N = 205 (ร้อยละ)
ไม่ได้รับสื่อเลย	14 (6.8)	195 (95.1)	25 (12.2)	166 (81.0)
ได้รับ 1 ครั้ง	-	4 (2.0)	-	24 (11.7)
ได้รับ 2 ครั้ง	-	4 (2.0)	-	10 (4.9)
ได้รับ 3 ครั้ง	1 (0.5)	2 (1.0)	2 (1.0)	5 (2.4)
ได้รับสื่อตั้งแต่ 4 ครั้งขึ้นไป	190 (92.7)	-	178 (86.8)	-
รวม	(100)	(100)	(100)	(100)

	สื่อโทรทัศน์	วิทยุ (วิดีโอ)	สื่อวิทยุ	สื่อสไลด์
จำนวนครั้งของการได้รับสื่อต่ำสุด	0 ครั้ง	0 ครั้ง	0 ครั้ง	0 ครั้ง
จำนวนครั้งของการได้รับสื่อสูงสุด	100 ครั้ง	3 ครั้ง	100 ครั้ง	3 ครั้ง
จำนวนครั้งของการได้รับสื่อเฉลี่ย	16.65 ครั้ง	-	18.81 ครั้ง	2.87 ครั้ง
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	16.83	0.42	18.34	0.67

**ตอนที่ 3 ผลการแสดงความรวดเร็วของการรับสื่อ การวิเคราะห์ข้อมูลระดับประโยชน์  
ระดับการปฏิบัติ และความต้องการของเกษตรกรต่อสื่อส่งเสริมการเกษตร**

**3.1 ระดับความรวดเร็วของการได้รับบริการจากสื่อส่งเสริมการเกษตรชนิดต่าง ๆ ที่เกษตรกรได้รับ**

ผลการศึกษาจาก (ตารางที่ 16) แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของระดับความรวดเร็วในการได้รับบริการจากสื่อส่งเสริมการเกษตรชนิดต่าง ๆ พบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 41.0 นั้นมีการได้รับความรวดเร็วของการได้รับบริการจากสื่อวิทยากร ได้ให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลาง และรองลงมาร้อยละ 22.4 นั้นมีการได้รับความรวดเร็วของการได้รับบริการจากสื่อวิทยากร ได้ให้ค่าคะแนน 3 คือ มาก ส่วนที่ได้รับความรวดเร็วของการได้รับบริการจากสื่อวิทยากร ได้ให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย หรือร้อยละ 18.0

สื่ออบรม พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 32.2 นั้นมีการได้รับความรวดเร็วของการได้รับบริการจากสื่อการอบรม การให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลาง และรองลงมาร้อยละ 31.2 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 ส่วนที่ได้รับความรวดเร็วของการได้รับบริการจากสื่อการอบรม การให้ค่าคะแนน 3 คือ มาก หรือร้อยละ 15.6

สื่อแผ่นพับ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 45.4 นั้นมีการได้รับความรวดเร็วในการได้รับบริการจากสื่อแผ่นพับ โดยให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลาง และรองลงมาร้อยละ 21.0 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 ส่วนที่ได้รับความรวดเร็วในการได้รับบริการจากสื่อแผ่นพับ โดยให้ค่าคะแนน 3 คือ มาก หรือร้อยละ 15.6

สื่อโปสเตอร์ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 57.6 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 และรองลงมาร้อยละ 19.6 นั้นมีความรวดเร็วของการได้รับบริการของสื่อโปสเตอร์ การให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย ส่วนที่มีความรวดเร็วของการได้รับบริการของสื่อโปสเตอร์ การให้ค่าคะแนน 3 คือ มาก หรือร้อยละ 6.8

สื่อภาพพลิก พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 99.5 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 ส่วนที่ได้รับความรวดเร็วในการได้รับบริการสื่อภาพพลิก ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย หรือร้อยละ 0.5

สื่อเอกสาร พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 55.1 นั้นได้รับความรวดเร็วในการได้รับบริการจากสื่อเอกสาร ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลาง และรองลงมาร้อยละ 21.5 นั้นได้รับความรวดเร็วในการได้รับบริการจากสื่อเอกสาร ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 3 ส่วนที่ไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 หรือร้อยละ 6.8



สื่อจุดสาร วารสาร พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 70.7 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 และรองลงมาร้อยละ 20.5 นั้นมีการได้รับความรวดเร็วในการได้รับบริการจากสื่อจุดสาร วารสาร ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลาง ส่วนที่ได้รับความรวดเร็วในการได้รับบริการจากสื่อจุดสาร วารสาร ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 3 คือ มาก หรือร้อยละ 1.5

สื่อหนังสือพิมพ์ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 46.3 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 และรองลงมาร้อยละ 26.8 นั้นได้รับความรวดเร็วจากการได้รับบริการจากสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลาง และที่ได้รับความรวดเร็วจากการได้รับบริการจากสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย หรือร้อยละ 8.3

สื่อโทรทัศน์ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 57.6 นั้นมีการได้รับความรวดเร็วในการได้รับบริการจากสื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 3 คือ มาก และรองลงมาร้อยละ 29.8 นั้นมีการได้รับความรวดเร็วในการได้รับบริการจากสื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลาง ส่วนที่ได้รับความรวดเร็วในการได้รับบริการจากสื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย หรือร้อยละ 5.4

สื่อวิทยุ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 95.1 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 และรองลงมาร้อยละ 2.4 นั้นได้รับความรวดเร็วในการได้รับบริการจากสื่อวิทยุ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 3 คือ มาก ส่วนที่ได้รับความรวดเร็วในการได้รับบริการจากสื่อวิทยุ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย หรือร้อยละ 1.0

สื่อวิทยุ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 47.8 นั้นได้รับความรวดเร็วในการได้รับบริการจากสื่อวิทยุ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 3 คือ มาก และรองลงมาร้อยละ 34.6 นั้นได้รับความรวดเร็วในการได้รับบริการจากสื่อวิทยุ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลางส่วนที่ได้รับความรวดเร็วในการได้รับบริการจากสื่อวิทยุ สื่อส่งเสริมเกษตรกร โดยบุคคลอื่น ๆ ตั้งแต่ 4 ครั้งขึ้นไปการให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย หรือร้อยละ 5.9

สื่อสไลด์ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 81.0 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 และรองลงมาร้อยละ 9.8 นั้นมีความรวดเร็วในการได้รับบริการจากสื่อสไลด์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 1 คือ ส่วนที่นั่นมีความรวดเร็วในการได้รับบริการจากสื่อสไลด์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 3 คือ มาก หรือร้อยละ 3.4

ตารางที่ 16 ระดับของความรวดเร็วของการได้รับบริการจากสื่อส่งเสริมการเกษตรของ  
เกษตรกรแยกตามรายชนิดของสื่อแต่ละชนิด (N = 205)

ชนิดของสื่อ	ระดับความรวดเร็วที่เกษตรกรได้รับ			ไม่ตอบ/ ไม่ได้รับ	ค่า เฉลี่ย	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลความ
	มาก	ปานกลาง	น้อย				
1. สื่อวิทยากร	46 (22.4)	84 (41.0)	37 (18.0)	38 (18.5)	2.05	0.70	ปานกลาง
2. สื่อการอบรม	32 (15.6)	66 (32.2)	43 (21.0)	64 (31.2)	1.92	0.72	ปานกลาง
3. สื่อแผ่นพับ	32 (15.6)	93 (45.5)	37 (18.0)	43 (21.0)	1.96	0.65	ปานกลาง
4. สื่อโปสเตอร์	14 (6.8)	34 (16.6)	39 (19.0)	118 (57.6)	1.92	0.72	ปานกลาง
5. สื่อภาพพลิก	-	-	1 (0.5)	204 (99.5)	1.0	-	น้อย (ซ้ำ)
6. สื่อเอกสารแนะนำ	44 (21.5)	113 (55.1)	34 (16.6)	14 (6.8)	2.05	0.63	ปานกลาง
7. สื่อจุดสาร วารสาร นิตยสาร	3 (1.5)	42 (20.5)	15 (7.3)	145 (70.7)	1.80	0.51	ปานกลาง
8. สื่อหนังสือพิมพ์	38 (18.5)	55 (26.8)	17 (8.3)	95 (46.3)	2.19	0.68	ปานกลาง
9. สื่อโทรทัศน์	118 (57.6)	61 (29.8)	11 (5.4)	15 (7.3)	2.56	0.60	มาก
10. สื่อวีดิทัศน์	5 (2.4)	3 (1.5)	2 (1.0)	195 (95.1)	2.30	0.82	ปานกลาง
11. สื่อวิทยุ	98 (47.8)	71 (34.6)	12 (5.9)	24 (11.7)	2.47	0.61	มาก
12. สื่อสไลด์	7 (3.4)	12 (5.9)	20 (9.8)	166 (81.0)	1.66	0.77	น้อย (ซ้ำ)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้โดยไม่ได้นำข้อที่เกษตรกรไม่ตอบ/ไม่ได้รับสื่อมาหาค่าเฉลี่ยด้วย

การแปลผล : เป็นการแปลผลจากการแบ่งช่วงคะแนนที่กำหนดไว้ คือ

คะแนนเต็ม = 3 คะแนน

ระดับน้อย = ช่วงคะแนน 1.00 – 1.66

ระดับปานกลาง = ช่วงคะแนน 1.67 – 2.33

ระดับมาก = ช่วงคะแนน 2.34 – 3.00

เลขหมู่.....

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

### 3.2 ระดับความเข้าใจง่ายของเนื้อหาสาระของสื่อส่งเสริมการเกษตรชนิดต่าง ๆ ที่เกษตรกรได้รับ

จากผลการศึกษา (ดังแสดงในตารางที่ 17) พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 65.4 นั้นมีการได้รับความเข้าใจง่ายถึงเนื้อหาสาระของสื่อวิทยากร ได้ให้ค่าคะแนน 3 คือ มาก และ รองลงมาร้อยละ 18.5 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนนในเรื่องความเข้าใจง่ายถึงเนื้อหาสาระของสื่อวิทยากรนี้ ได้ให้ค่าคะแนน คือ 0 ส่วนที่ได้รับความเข้าใจง่ายถึงเนื้อหาสาระของสื่อวิทยากร ได้ให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย หรือร้อยละ 1.5

สื่อการอบรม พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 57.1 นั้นมีความเข้าใจง่ายในเนื้อหาสาระของสื่อการอบรม การให้ค่าคะแนน 3 คือ มาก และรองลงมาร้อยละ 31.2 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 ส่วนที่มีความเข้าใจง่ายในเนื้อหาสาระของสื่อการอบรม ที่มีการให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย หรือ ร้อยละ 1.5

สื่อแผ่นพับ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 57.1 นั้นมีการได้รับความเข้าใจง่ายในเนื้อหาสาระของสื่อแผ่นพับ โดยการให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลางและรองลงมาร้อยละ 21.0 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ ส่วนที่ได้รับความเข้าใจง่ายในเนื้อหาสาระของสื่อแผ่นพับ โดยการให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย หรือร้อยละ 1.5

สื่อโปสเตอร์ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 57.6 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 และ รองลงมาร้อยละ 21.0 นั้นมีความเข้าใจง่ายในเนื้อหาสาระของสื่อโปสเตอร์ ที่มีการให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลาง ส่วนที่นั้นมีความเข้าใจง่ายในเนื้อหาสาระของสื่อโปสเตอร์ ที่มีการให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย หรือร้อยละ 1.0

สื่อภาพพลิก พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 99.5 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 และ ส่วนที่มีความเข้าใจง่ายในเนื้อหาสาระของสื่อภาพพลิก การให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย หรือร้อยละ 0.5

สื่อเอกสารแนะนำ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 60.0 นั้นได้รับความเข้าใจในเนื้อหาสาระของสื่อเอกสารแนะนำ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลาง และรองลงมาร้อยละ 31.7 นั้นมีการได้รับความเข้าใจในเนื้อหาสาระของสื่อเอกสาร ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 3 คือ ส่วนที่ได้รับความเข้าใจในเนื้อหาสาระของสื่อเอกสาร ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย หรือร้อยละ 1.5

จากผลการศึกษาพบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 70.7 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 และรองลงมาร้อยละ 23.4 นั้นมีความเข้าใจง่ายในเนื้อหาสาระของสื่อจุลสารวารสาร ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 3 คือ มาก ส่วนที่มีความเข้าใจง่ายในเนื้อหาสาระของสื่อจุลสารวารสาร ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลาง หรือร้อยละ 5.9

สื่อหนังสือพิมพ์ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 46.3 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 และรองลงมาร้อยละ 30.2 นั้นมีความเข้าใจง่ายในเนื้อหาสาระของสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลาง ส่วนที่มีความเข้าใจง่ายในเนื้อหาสาระของสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย หรือร้อยละ 1.5

สื่อโทรทัศน์ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 67.8 นั้นมีความเข้าใจในเนื้อหาสาระของสื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 3 คือ มาก และรองลงมาร้อยละ 23.9 นั้นมีความเข้าใจในเนื้อหาสาระของสื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลาง ส่วนที่ได้รับสื่อมีและความเข้าใจในเนื้อหาสาระของสื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย หรือร้อยละ 1.0

สื่อวิทยุ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 95.1 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 และรองลงมาร้อยละ 4.4 นั้นมีการได้รับสื่อและมีความเข้าใจในเนื้อหาสาระของสื่อวิทยุ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 3 คือ มาก ส่วนที่ได้รับสื่อและมีความเข้าใจในเนื้อหาสาระของสื่อวิทยุ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลาง หรือร้อยละ 0.5

สื่อวิทยุ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 59.5 นั้นมีความเข้าใจในเนื้อหาสาระของสื่อวิทยุ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลาง และรองลงมาร้อยละ 27.3 การให้ค่าคะแนน 3 คือ มาก ส่วนที่มีความเข้าใจในเนื้อหาสาระของสื่อวิทยุ ซึ่งมีนั้นมีความเข้าใจในเนื้อหาสาระของสื่อวิทยุ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย หรือร้อยละ 1.5

สื่อสไลด์ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 81.0 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 และรองลงมาร้อยละ 12.2 นั้นมีการได้รับความเข้าใจในเนื้อหาสาระของสื่อสไลด์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 3 คือ มาก และการได้รับความเข้าใจในเนื้อหาสาระของสื่อสไลด์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย หรือร้อยละ 0.5

ตารางที่ 17 ระดับของความเข้าใจเนื้อหาสาระของสื่อส่งเสริมการเกษตรที่เกษตรกรได้รับแยกตามรายชนิดของสื่อแต่ละชนิด (N = 205)

ชนิดของสื่อ	ระดับความเข้าใจเนื้อหาสาระของสื่อ			ไม่ตอบ/ ไม่ได้รับ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความ
	มาก	ปานกลาง	น้อย				
1. สื่อวิทยากร	134 (65.4)	30 (14.6)	3 (1.5)	38 (18.5)	2.78	0.45	มาก
2. สื่อการอบรม	117 (57.1)	21 (10.2)	3 (1.5)	64 (31.2)	2.80	0.44	มาก
3. สื่อแผ่นพับ	42 (20.5)	117 (57.1)	3 (1.5)	43 (21.0)	2.24	0.47	ปานกลาง
4. สื่อโปสเตอร์	42 (20.5)	43 (21.0)	2 (1.0)	118 (57.6)	2.45	0.54	มาก
5. สื่อภาพพลิก	-	1 (0.5)	-	204 (99.5)	2.0	-	ปานกลาง
6. สื่อเอกสารแนะนำ	65 (31.7)	123 (60.0)	3 (1.5)	14 (6.8)	2.32	0.50	ปานกลาง
7. สื่อจุดสาร วารสาร นิตยสาร	48 (23.4)	12 (5.9)	-	145 (70.7)	2.80	0.40	มาก
8. สื่อหนังสือพิมพ์	45 (22.0)	62 (30.2)	3 (1.5)	95 (46.3)	2.38	0.54	มาก
9. สื่อโทรทัศน์	139 (67.8)	49 (23.9)	2 (1.0)	15 (7.3)	2.72	0.47	มาก
10. สื่อวีดิทัศน์	9 (4.4)	1 (0.5)	-	195 (95.1)	2.90	0.31	มาก
11. สื่อวิทยุ	56 (27.3)	122 (59.5)	3 (1.5)	24 (11.7)	2.29	0.49	ปานกลาง
12. สื่อสไลด์	25 (12.2)	13 (6.3)	1 (0.5)	166 (81.0)	2.61	0.54	มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้โดยไม่ได้นำข้อที่เกษตรกรไม่ตอบ/ไม่ได้รับสื่อมาหาค่าเฉลี่ยด้วยการแปลผล

การแปลผล : เป็นการแปลผลจากการแบ่งช่วงคะแนนที่กำหนดไว้ คือ

คะแนนเต็ม = 3 คะแนน

ระดับน้อย = ช่วงคะแนน 1.00 – 1.66

ระดับปานกลาง = ช่วงคะแนน 1.67 – 2.33

ระดับมาก = ช่วงคะแนน 2.34 – 3.00

### 3.3 ระดับที่เกษตรกรได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรต่าง ๆ แล้วระบุถึงระดับประโยชน์ที่ได้

จากผลการศึกษา (ตารางที่ 18) พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 57.1 นั้นมีการได้รับสื่อเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อวิทยากร โดยให้ค่าคะแนน 3 คือ มาก และรองลงมาร้อยละ 22.4 นั้นมีการได้รับสื่อเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อวิทยากร โดยให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลาง ส่วนที่ได้รับสื่อเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อวิทยากร โดยให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย หรือร้อยละ 2.0

สื่อการอบรม พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 56.1 นั้นมีการได้รับสื่อโดยการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อการอบรม การให้ค่าคะแนน 3 คือ และรองลงมาร้อยละ 31.2 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 ส่วนที่มีการได้รับสื่อโดยการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่ออบรม การให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย หรือร้อยละ 2.4

สื่อแผ่นพับ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 56.1 นั้นมีการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อแผ่นพับ โดยการให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลาง และรองลงมาร้อยละ 21.0 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 และส่วนที่ได้นำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อแผ่นพับ โดยการให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย หรือร้อยละ 5.9

สื่อโปสเตอร์ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 57.6 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 และรองลงมาร้อยละ 21.0 ที่นำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อโปสเตอร์ ที่มีการให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลาง ส่วนที่ได้นำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อโปสเตอร์ ที่มีการให้ค่าคะแนน 1 หรือร้อยละ 1.5

สื่อภาพพลิก พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 99.5 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 และส่วนที่ได้รับและนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อภาพพลิก ซึ่งการให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย หรือร้อยละ 0.5

สื่อเอกสารแนะนำ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 63.9 นั้นมีการได้รับสื่อและนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อเอกสารแนะนำ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลาง และรองลงมาร้อยละ 23.4 นั้นมีการได้รับสื่อและนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อเอกสาร ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 3 คือ มาก ส่วนที่ได้รับสื่อและนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อเอกสาร ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย หรือร้อยละ 5.9

สื่อจุลสาร วารสาร นิตยสาร พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 70.7 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 และรองลงมาร้อยละ 15.1 นั้นมีการได้รับสื่อแล้วนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์จุลสาร วารสาร นิตยสาร ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย ส่วนที่ได้รับสื่อแล้วนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 3 คือ มาก หรือร้อยละ 2.4

สื่อหนังสือพิมพ์ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 46.3 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 และ รองลงมาร้อยละ 36.1 นั้นมีการได้รับสื่อและนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย ส่วนที่มีการได้รับสื่อและนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 3 คือ มาก หรือร้อยละ 2.4

สื่อโทรทัศน์ พบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 48.8 นั้นมีการได้รับสื่อแล้วนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย และรองลงมาร้อยละ 31.2 นั้นมีการได้รับสื่อแล้วนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลาง ส่วนที่ไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 หรือร้อยละ 7.3

สื่อวิทยุ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 95.1 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 และรองลงมาร้อยละ 2.4 นั้นมีการได้รับสื่อและนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อวิทยุ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลาง และการให้ค่าคะแนน 3 คือ มาก

สื่อวิทยุ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 46.8 นั้นมีการได้รับสื่อและนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อวิทยุ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย และรองลงมาร้อยละ 34.1 นั้นมีการได้รับสื่อและนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลาง ส่วนที่ได้รับสื่อและนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 3 คือ มาก หรือร้อยละ 7.3

สื่อสไลด์ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 81.0 นั้นไม่ได้ตอบการให้ค่าคะแนน คือ 0 และรองลงมาร้อยละ 12.2 นั้นมีการรับสื่อและนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อสไลด์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 2 คือ ปานกลาง และส่วนที่ได้รับสื่อและนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ ซึ่งมีการให้ค่าคะแนน 1 คือ น้อย หรือร้อยละ 0.5

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยและร้อยละ(ในวงเล็บ)ของการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อส่งเสริมการเกษตรที่เกษตรกรได้รับแยกตามรายชนิดของสื่อแต่ละชนิด (N = 205)

ชนิดของสื่อ	ระดับการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์			ไม่ตอบ/ ไม่ได้รับ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความ
	มาก	ปานกลาง	น้อย				
1. สื่อวิทยากร	117 (57.1)	46 (22.4)	4 (2.0)	38 (18.5)	2.67	0.51	มาก
2. สื่อการอบรม	115 (56.1)	21 (10.2)	5 (2.4)	64 (31.2)	2.78	0.49	มาก
3. สื่อแผ่นพับ	35 (17.1)	115 (56.1)	12 (5.9)	43 (21.0)	2.14	0.52	ปานกลาง
4. สื่อโปสเตอร์	41 (20.0)	43 (21.0)	3 (1.5)	118 (57.6)	2.43	0.56	มาก
5. สื่อภาพพลิก	-	-	1 (0.5)	204 (99.5)	1.0	-	น้อย
6. สื่อเอกสารแนะนำ	48 (23.4)	131 (63.9)	12 (5.9)	14 (6.8)	2.18	0.52	ปานกลาง
7. สื่อจุลสาร วารสาร นิตยสาร	5 (2.4)	24 (11.7)	31 (15.1)	145 (70.7)	1.56	0.64	น้อย
8. สื่อหนังสือพิมพ์	5 (2.4)	31 (15.1)	74(31.6)	95 (46.3)	1.37	0.57	น้อย
9. สื่อโทรทัศน์	26 (12.7)	64 (31.2)	100(48.8)	15 (7.3)	1.61	0.71	น้อย
10. สื่อวีดิทัศน์	5 (2.4)	5 (2.4)	-	195 (95.1)	2.30	0.82	ปานกลาง
11. สื่อวิทยุ	15 (7.3)	70 (34.1)	96 (46.8)	24 (11.7)	1.55	0.64	น้อย
12. สื่อสไลด์	13 (6.3)	25 (12.2)	1 (0.5)	166 (81.0)	2.30	0.52	ปานกลาง

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้โดยไม่ได้นำข้อที่เกษตรกรไม่ตอบ/ไม่ได้ รับสื่อมาหาค่าเฉลี่ยด้วยการแปลผล : เป็นการแปลผลจากการแบ่งช่วงคะแนนที่กำหนดไว้ คือ

คะแนนเต็ม = 3 คะแนน

ระดับน้อย = ช่วงคะแนน 1.00 – 1.66

ระดับปานกลาง = ช่วงคะแนน 1.67 – 2.33

ระดับมาก = ช่วงคะแนน 2.34 – 3.00



ตอนที่ 4 ความเหมาะสมและความต้องการที่เกษตรกรเลือกต่อสื่อส่งเสริมการเกษตรที่เหมาะสมกับเกษตรกรมา 1 - 3 ลำดับ

4.1 อันดับ 1 – 3 ลำดับของสื่อที่เกษตรกรเลือกโดยเห็นว่ามีเหมาะสมและต้องการในงานส่งเสริมการเกษตร

จากผลการศึกษา (ในตารางที่ 19.1) ซึ่งได้จากการนำคะแนนในแต่ละอันดับมาตัดสัณ  
คะแนนรวม พบว่า สื่อวิทยากรได้คะแนนรวมเป็นอันดับที่ 1 สื่อการอบรมเป็นอันดับที่ 2 สื่อ  
เอกสารแนะนำเป็นอันดับที่ 3 และสื่ออื่น ๆ รองลงมาตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละ (ในวงเล็บ) ของการจัดอันดับ 1 – 3 ของสื่อที่เกษตรกร  
เลือกโดยเห็นว่ามีเหมาะสมและต้องการในงานส่งเสริมการเกษตร (N = 205)

ชนิดของสื่อส่งเสริมการเกษตรที่ เกษตรกรเลือก	อันดับที่เลือก			ไม่ตอบ/ไม่ได้เลือก
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	
1. สื่อวิทยากร	130 (63.4)	46 (22.4)	11 (5.4)	18 (8.8)
2. สื่อการอบรม	41 (20.0)	108 (52.7)	13 (6.3)	43 (21.0)
3. สื่อแผ่นพับ	2 (1.0)	3 (1.5)	5 (2.4)	195 (95.1)
4. สื่อโปสเตอร์	-	3 (1.5)	18 (8.8)	184 (89.8)
5. สื่อภาพพลิก	-	-	-	205 (100)
6. สื่อเอกสารแนะนำ	12 (5.9)	15 (7.3)	63 (30.7)	115 (56.1)
7. สื่อวารสาร จุลสาร นิตยสาร	1 (0.5)	7 (3.4)	31 (15.1)	166 (81.0)
8. สื่อหนังสือพิมพ์	-	2 (1.0)	1 (0.5)	202 (98.5)
9. สื่อโทรทัศน์	11 (5.4)	10 (4.9)	30 (14.6)	154 (75.1)
10. สื่อวีดิทัศน์	-	-	4 (2.0)	201 (98.0)
11. สื่อวิทยุ	8 (3.9)	12 (5.9)	22 (10.7)	163 (79.5)
12. สื่อสไลด์	-	-	6 (2.9)	199 (97.1)

ตารางที่ 19.1 แสดงการจัดอันดับที่ได้จากการตัดสินคะแนนรวมของสื่อแต่ละชนิดที่เกษตรกร  
เลือกโดยเห็นว่าเหมาะสมและต้องการในงานส่งเสริมการเกษตร

ชนิดสื่อ	อันดับ 1 × 3	อันดับ 2 × 2	อันดับ 3 × 1	คะแนนรวม	อันดับใหม่ที่ได้
1. สื่อวิทยากร	$130 \times 3 = 390$	$46 \times 2 = 92$	$11 \times 1 = 11$	493	1
2. สื่อการอบรม	$41 \times 3 = 123$	$108 \times 2 = 216$	$13 \times 1 = 13$	352	2
3. สื่อแผ่นพับ	$2 \times 3 = 6$	$3 \times 2 = 6$	$5 \times 1 = 5$	17	8
4. สื่อโปสเตอร์	-	$3 \times 2 = 6$	$18 \times 1 = 18$	24	7
5. สื่อภาพพลิก	-	-	-	-	12
6. สื่อเอกสารแนะนำ	$12 \times 3 = 36$	$15 \times 2 = 30$	$63 \times 1 = 63$	129	3
7. สื่อวารสาร จุดสาร นิตยสาร	$1 \times 3 = 3$	$7 \times 2 = 14$	$31 \times 1 = 31$	48	6
8. สื่อหนังสือพิมพ์	-	$2 \times 2 = 4$	$1 \times 1 = 1$	5	10
9. สื่อโทรทัศน์	$11 \times 3 = 33$	$10 \times 2 = 20$	$30 \times 1 = 30$	83	4
10. สื่อวีดิทัศน์	-	-	$4 \times 1 = 4$	4	11
11. สื่อวิทยุ	$8 \times 3 = 24$	$12 \times 2 = 24$	$22 \times 1 = 22$	70	5
12. สื่อสไลด์	-	-	$6 \times 1 = 6$	6	9

หมายเหตุ กำหนดให้ค่าอันดับที่ 1 คูณด้วย 3 , อันดับที่ 2 คูณด้วย 2 และอันดับ 3 คูณด้วย 1

ตอนที่ 5 ประเภทของสื่อที่ทางราชการอาจนำมาแจกหรือจำหน่ายที่เกษตรกรเห็นว่าควรจัดทำและเผยแพร่มากที่สุด 1 – 3 ชนิด ตามลำดับ

5.1 อันดับ 1 – 3 ของสื่อที่ทางราชการนำมาแจกหรือจำหน่ายที่เกษตรกร เลือกว่าควรจัดทำและเผยแพร่

จากผลการศึกษา (ตารางที่ 20.1) ซึ่งได้จากการนำคะแนนในแต่ละอันดับมาตัดสินคะแนนรวม พบว่า สื่อเอกสารแนะนำได้คะแนนรวมเป็นอันดับ 1 สื่อแผ่นพับเป็นอันดับ 2 สื่อจุดสาร วารสาร นิตยสารเป็นอันดับ 3 และสื่ออื่น ๆ รองลงมาตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละ(ในวงเล็บ) ของการจัดอันดับ 1 – 3 ของสื่อที่เกษตรกรเลือกหากทางราชการนำมาแจกหรือจำหน่าย (N = 205)

ชนิดของสื่อส่งเสริมการเกษตรที่เกษตรกรเลือก	อันดับที่เลือก			ไม่ตอบ/ไม่ได้เลือก
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	
1. สื่อแผ่นพับ	18 (8.8)	19 (9.3)	39 (19.0)	129 (62.9)
2. สื่อโปสเตอร์	22 (10.7)	27 (13.2)	64 (31.2)	92 (44.9)
3. สื่อภาพพลิก	-	-	1 (0.5)	204 (99.5)
4. สื่อเอกสารแนะนำ	101 (49.3)	74 (36.1)	9 (4.4)	21 (10.2)
5. สื่อจุดสาร วารสาร นิตยสาร	48 (23.4)	64 (31.2)	28 (13.7)	65 (31.7)
6. สื่อหนังสือพิมพ์	2 (1.0)	3 (1.5)	12 (5.9)	188 (91.7)
7. สื่อวีดิทัศน์ (วิดีโอ)	13 (6.3)	7 (3.4)	28 (13.7)	157 (76.6)
8. สื่อสไลด์	1 (0.5)	11 (5.4)	23 (11.2)	170 (82.9)

ตารางที่ 20.1 แสดงการจัดอันดับที่ได้จากการตัดสินคะแนนรวมของสื่อแต่ละชนิดที่เกษตรกร  
เลือกหากทางราชการนำมาแจกหรือจำหน่าย

ชนิดสื่อ	อันดับ 1 × 3	อันดับ 2 × 2	อันดับ 3 × 1	คะแนนรวม	อันดับใหม่ที่ได้
1. สื่อแผ่นพับ	$18 \times 3 = 54$	$19 \times 2 = 38$	$39 \times 1 = 39$	131	2
2. สื่อโปสเตอร์	$22 \times 3 = 66$	$27 \times 2 = 54$	$64 \times 1 = 64$	184	4
3. สื่อภาพพลิก	-	-	$1 \times 1 = 1$	1	8
4. สื่อเอกสารแนะนำ	$101 \times 3 = 303$	$74 \times 2 = 148$	$9 \times 1 = 9$	460	1
5. สื่อจุลสาร วารสาร นิตยสาร	$48 \times 3 = 144$	$64 \times 2 = 128$	$28 \times 1 = 28$	300	3
6. สื่อหนังสือพิมพ์	$2 \times 3 = 6$	$3 \times 2 = 6$	$12 \times 1 = 12$	24	7
7. สื่อวีดิทัศน์ (วิดีโอ)	$13 \times 3 = 39$	$7 \times 2 = 14$	$28 \times 1 = 28$	81	5
8. สื่อสไลด์	$1 \times 3 = 3$	$11 \times 2 = 22$	$23 \times 1 = 23$	48	6

หมายเหตุ กำหนดให้ค่าอันดับที่ 1 คูณด้วย 3 , อันดับที่ 2 คูณด้วย 2 และอันดับ 3 คูณด้วย 1

ตอนที่ 6 ประเภทหมวดสื่อ 3 ประเภทที่เกษตรกรต้องการให้ใช้เป็นเครื่องมือในงานส่งเสริมการเกษตรมากที่สุดเลือก 1 – 3 ชนิด ตามลำดับ  
หมวดสื่อสิ่งพิมพ์

6.1 ลำดับ 1 – 3 ของสื่อส่งเสริมการเกษตรหมวดสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกษตรกร เลือกต้องการให้ใช้เป็นเครื่องมือในงานส่งเสริมการเกษตรตามลำดับ

จากผลการศึกษา (ตารางที่ 21.1) ซึ่ง ได้จากการนำคะแนนในแต่ละอันดับมาคิดสินคะแนนรวม พบว่า สื่อหนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก ได้คะแนนรวมเป็นอันดับ 1 สื่อเอกสารแนะนำเป็นอันดับ 2 สื่อจุลสาร วารสาร นิตยสารเป็นอันดับ 3 และสื่ออื่นๆ รองลงมาตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละ(ในวงเล็บ) ของการจัดอันดับ 1 – 3 ของสื่อส่งเสริมการเกษตรหมวดสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกษตรกรเลือก่าควรใช้ในการส่งเสริมการเกษตร  
(N = 205)

ชนิดของสื่อส่งเสริมการเกษตรหมวดสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกษตรกรเลือก	อันดับที่เลือก			ไม่ตอบ/ไม่ได้เลือก
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	
1. สื่อใบปลิว	4 (2.0)	1 (0.5)	-	200 (97.6)
2. สื่อแผ่นพับ	4 (2.0)	9 (4.4)	5 (2.4)	187 (91.2)
3. สื่อหนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก	124 (60.5)	21 (10.2)	35 (17.1)	25 (12.2)
4. สื่อเอกสารแนะนำ	40 (19.5)	77 (37.6)	79 (38.5)	9 (4.4)
5. สื่อโปสเตอร์	11 (5.4)	27 (13.2)	23 (11.2)	144 (70.2)
6. สื่อจดหมายข่าว	16 (7.8)	3 (1.5)	3 (1.5)	183 (89.3)
7. สื่อภาพพลิก	1 (0.5)	-	3 (1.5)	201 (98.0)
8. สื่อจุลสาร วารสาร นิตยสาร	17 (8.3)	64 (31.2)	40 (19.5)	84 (41.0)
9. สื่อหนังสือพิมพ์	1 (0.5)	3 (1.5)	4 (2.0)	197 (96.1)

ตารางที่ 21.1 แสดงการจัดอันดับที่ได้จากการตัดสินคะแนนรวมของสื่อแต่ละชนิดหมวดสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกษตรกรเลือกกว่าควรใช้ในการส่งเสริมการเกษตร

ชนิดสื่อ	อันดับ 1 × 3	อันดับ 2 × 2	อันดับ 3 × 1	คะแนนรวม	อันดับใหม่ที่ได้
1. สื่อใบปลิว	$4 \times 3 = 12$	$1 \times 2 = 2$	-	14	7
2. สื่อแผ่นพับ	$4 \times 3 = 12$	$9 \times 2 = 18$	$5 \times 1 = 5$	35	6
3. สื่อหนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก	$124 \times 3 = 372$	$21 \times 2 = 42$	$35 \times 1 = 35$	449	1
4. สื่อเอกสารแนะนำ	$40 \times 3 = 120$	$77 \times 2 = 154$	$79 \times 1 = 79$	353	2
5. สื่อโปสเตอร์	$11 \times 3 = 33$	$27 \times 2 = 54$	$23 \times 1 = 23$	110	4
6. สื่อจดหมายข่าว	$16 \times 3 = 48$	$3 \times 2 = 6$	$3 \times 1 = 3$	57	5
7. สื่อภาพพลิก	$1 \times 3 = 3$	-	$3 \times 1 = 3$	6	9
8. สื่อจุลสาร วารสาร นิตยสาร	$17 \times 3 = 51$	$64 \times 2 = 128$	$40 \times 1 = 40$	219	3
9. สื่อหนังสือพิมพ์	$1 \times 3 = 3$	$3 \times 2 = 6$	$4 \times 1 = 4$	13	8

หมายเหตุ กำหนดให้ค่าอันดับที่ 1 คูณด้วย 3 , อันดับที่ 2 คูณด้วย 2 และอันดับ 3 คูณด้วย 1

### หมวดสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์

#### 6.2 ลำดับ 1 – 3 ของหมวดสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์ที่เกษตรกรต้องการให้ใช้เป็นเครื่องมือในงานส่งเสริมการเกษตรตามลำดับ

จากผลการศึกษา (ตารางที่ 22.1) ซึ่งได้จากการนำคะแนนในแต่ละอันดับมาตัดสินคะแนนรวม พบว่า สื่อโทรทัศน์ได้คะแนนรวมเป็นอันดับ 1 สื่อวิทยุเป็นอันดับ 2 สื่อหอกระจายข่าวเป็นอันดับ 3 และสื่ออื่น ๆ รองลงมาตามลำดับ

#### ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยการจัดอันดับ 1 – 3 ของสื่อส่งเสริมการเกษตรหมวดสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์ที่เกษตรกรเลือกว่าควรใช้ในการส่งเสริมการเกษตร (N = 205)

ชนิดของสื่อส่งเสริมการเกษตร หมวดสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์ โทรทัศน์ที่เกษตรกรเลือก	อันดับที่เลือก			ไม่ตอบ/ไม่ได้เลือก
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	
1. สื่อวิทยุ	75 (36.6)	74 (36.1)	19 (9.3)	37 (18.0)
2. สื่อวิทยุทัศน์ (วิดีโอ)	5 (2.4)	34 (16.6)	47 (22.9)	119 (58.0)
3. สื่อโทรทัศน์	110 (53.7)	55 (26.8)	35 (17.1)	5 (2.4)
4. สื่อภาพนิ่ง	-	1 (0.5)	-	204 (99.5)
5. สื่อภาพยนตร์	1 (0.5)	1 (0.5)	6 (2.9)	197 (96.1)
6. สื่อสไลด์	2 (1.0)	12 (5.9)	48 (23.4)	143 (69.8)
7. สื่อหอกระจายข่าว	13 (6.3)	29 (14.1)	49 (23.9)	114 (55.6)

ตารางที่ 22.1 แสดงการจัดอันดับที่ได้จากการตัดสินคะแนนรวมของสื่อแต่ละชนิดหมวดสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์ที่เกษตรกรเลือกกว่าควรใช้ในการส่งเสริมการเกษตร

ชนิดสื่อ	อันดับ 1 × 3	อันดับ 2 × 2	อันดับ 3 × 1	คะแนนรวม	อันดับใหม่ที่ได้
1. สื่อวิทยุ	$75 \times 3 = 225$	$74 \times 2 = 148$	$19 \times 1 = 19$	392	2
2. สื่อวีดิทัศน์ (วิดีโอ)	$5 \times 3 = 15$	$34 \times 2 = 68$	$47 \times 1 = 47$	130	4
3. สื่อโทรทัศน์	$110 \times 3 = 330$	$55 \times 2 = 110$	$35 \times 1 = 35$	475	1
4. สื่อภาพนิ่ง	-	$1 \times 2 = 2$	-	2	7
5. สื่อภาพยนตร์	$1 \times 3 = 3$	$1 \times 2 = 2$	$6 \times 1 = 6$	11	6
6. สื่อสไลด์	$2 \times 3 = 6$	$12 \times 2 = 24$	$48 \times 1 = 48$	78	5
7. สื่อหอกระจายข่าว	$13 \times 3 = 39$	$29 \times 2 = 58$	$49 \times 1 = 49$	146	3

หมายเหตุ กำหนดให้ค่าอันดับที่ 1 คูณด้วย 3 , อันดับที่ 2 คูณด้วย 2 และอันดับ 3 คูณด้วย 1



### หมวดสื่อกิจกรรม

#### 6.3 ลำดับ 1 – 3 ของสื่อส่งเสริมการเกษตรหมวดสื่อกิจกรรมที่เกษตรกรเลือกกว่าควรใช้ในการส่งเสริมการเกษตรที่เกษตรกรต้องการให้ใช้เป็นเครื่องมือในงานส่งเสริมการเกษตรตามลำดับ

จากผลการศึกษา (ตารางที่ 23.1) ซึ่งได้จากการนำคะแนนในแต่ละอันดับมาตัดสินคะแนนรวม พบว่า สื่อการอบรมได้คะแนนรวมเป็นอันดับ 1 สื่อการจัดสนทนากลุ่มเป็นอันดับ 2 สื่อการแนะนำเป็นอันดับ 3 และสื่ออื่นๆ รองลงมาตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละ (ในวงเล็บ) ของการจัดอันดับ 1 – 3 ของสื่อส่งเสริมการเกษตรหมวดสื่อกิจกรรมที่เกษตรกรเลือกกว่าควรใช้ในการส่งเสริมการเกษตร (N = 205)

ชนิดของสื่อส่งเสริมการเกษตรหมวดสื่อกิจกรรมที่เกษตรกรเลือก	อันดับที่เลือก			ไม่ตอบ/ไม่ได้เลือก
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	
1. สื่อการจัดแสดงนิทรรศการ	28 (13.7)	23 (11.2)	23 (11.2)	131 (63.9)
2. สื่อการจัดประกวด	21 (10.2)	31 (15.1)	10 (4.9)	143 (69.8)
3. สื่อการจัดขบวนแห่	-	3 (1.5)	1 (0.5)	201 (98.0)
4. สื่อการจัดรถเคลื่อนที่	-	1 (0.5)	-	204 (99.5)
5. สื่อการจัดสนทนากลุ่ม	71 (34.6)	55 (26.8)	39 (19.0)	40 (19.5)
6. สื่อการอบรม	85 (41.5)	60 (29.3)	27 (13.2)	33 (16.1)
7. สื่อการแนะนำ	42 (20.5)	26 (12.7)	52 (25.4)	85 (41.5)
8. สื่อพื้นบ้าน	6 (2.9)	6 (2.9)	5 (2.4)	188 (91.7)
9. สื่อเกมส์	-	-	-	205 (100)

ตารางที่ 23.1 แสดงการจัดอันดับที่ได้จากการตัดสินคะแนนรวมของสื่อแต่ละชนิดหมวดสื่อกิจกรรมที่เกษตรกรเลือกกว่าควรใช้ในการส่งเสริมการเกษตร

ชนิดสื่อ	อันดับ 1 × 3	อันดับ 2 × 2	อันดับ 3 × 1	คะแนนรวม	อันดับใหม่ที่ได้
1. สื่อการจัดแสดงนิทรรศการ	$28 \times 3 = 84$	$23 \times 2 = 46$	$23 \times 1 = 23$	153	4
2. สื่อการจัดประกวด	$21 \times 3 = 63$	$31 \times 2 = 62$	$10 \times 1 = 10$	135	5
3. สื่อการจัดขบวนแห่	-	$3 \times 2 = 6$	$1 \times 1 = 1$	6	7
4. สื่อการจัดรถเคลื่อนที่	-	$1 \times 2 = 2$	-	2	8
5. สื่อการจัดสนทนากลุ่ม	$71 \times 3 = 213$	$55 \times 2 = 110$	$39 \times 1 = 39$	362	2
6. สื่อการอบรม	$85 \times 3 = 255$	$60 \times 2 = 120$	$27 \times 1 = 27$	402	1
7. สื่อการแนะนำ	$42 \times 3 = 126$	$26 \times 2 = 52$	$52 \times 1 = 52$	230	3
8. สื่อพินบ้าน	$6 \times 3 = 18$	$6 \times 2 = 12$	$5 \times 1 = 5$	38	6
9. สื่อเกมส์	-	-	-	-	9

หมายเหตุ กำหนดให้ค่าอันดับที่ 1 คูณด้วย 3 , อันดับที่ 2 คูณด้วย 2 และอันดับ 3 คูณด้วย 1

## ตอนที่ 7 การพิสูจน์สมมุติฐานและตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

### 7.1 การเปรียบเทียบการมีตำแหน่งและไม่มีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรกับจำนวนครั้งของการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา

จากผลการศึกษการมีตำแหน่งและไม่มีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรกับการได้รับสื่อด้านสื่อบุคคลในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา (ตารางที่ 24.1) พบว่าเกษตรกรที่มีตำแหน่งทางสังคมได้รับสื่อด้านสื่อบุคคลเฉลี่ย 1.724 ขณะเดียวกันเกษตรกรที่ไม่มีตำแหน่งทางสังคมได้รับสื่อด้านสื่อบุคคลเฉลี่ย 1.314 เมื่อทดสอบด้วยสถิติ  $t$ -test พบว่ามีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .001 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรด้านสื่อบุคคลของผู้มีตำแหน่งทางสังคมจะได้รับสื่อมากกว่าเกษตรกรที่ไม่มีตำแหน่งทางสังคม

ขณะเดียวกันด้านสื่อภาพและเสียง การมีตำแหน่งและไม่มีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรกับการได้รับสื่อด้านภาพและเสียงในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา พบว่าเกษตรกรที่มีตำแหน่งทางสังคมได้รับสื่อด้านภาพและเสียงเฉลี่ย 10.403 ขณะเดียวกันเกษตรกรที่ไม่มีตำแหน่งทางสังคมได้รับสื่อด้านภาพและเสียงเฉลี่ย 8.511 เมื่อทดสอบด้วยสถิติ  $t$ -test พบว่ามีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรด้านสื่อบุคคลของผู้มีตำแหน่งทางสังคมจะได้รับสื่อมากกว่าเกษตรกรที่ไม่มีตำแหน่งทางสังคม และด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่พบความสัมพันธ์ทางสถิติ

ตารางที่ 24 การเปรียบเทียบการมีตำแหน่งและไม่มีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรกับจำนวนครั้งของการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรชนิดต่าง ๆ ในรอบ 1 ปี

ชนิดของสื่อ	สถานะภาพตำแหน่งทางสังคมเกษตรกร						สถิติ t - test	ระดับนัย สำคัญ	df
	มีตำแหน่ง			ไม่มีตำแหน่ง					
	Mean	SD	N = ที่ได้รับสื่อ	Mean	SD	N = ที่ได้รับสื่อ			
1. สื่อวิทยากร	2.575	2.158	40	2.032	1.396	125	-1.494	0.142	163
2. สื่อการอบรม	1.736	0.860	38	1.500	0.812	104	-1.514	0.132	140
3. สื่อแผ่นพับ	2.368	1.323	38	2.078	0.952	128	-1.259	0.214	164
4. สื่อโปสเตอร์	1.095	0.300	21	1.015	0.124	61	-1.184	0.249	80
5. สื่อภาพพลิก	1.000	-	1	-	-	-	-	-	-
6. สื่อเอกสารแนะนำ	2.444	1.119	45	2.115	0.932	147	-1.790	0.078	190
7. สื่อจุดสาร วารสาร นิตยสาร	4.894	1.328	19	4.477	1.302	44	-1.160	0.250	61
8. สื่อหนังสือพิมพ์	15.064	17.633	31	16.213	15.310	75	0.336	0.738	104
9. สื่อโทรทัศน์	18.500	20.245	48	17.671	15.550	143	-0.295	0.768	189
10. สื่อวีดิทัศน์	2.500	0.577	4	1.333	0.516	6	-3.347	<b>0.010**</b>	8
11. สื่อวิทยุ	24.866	23.622	45	20.288	15.771	135	-1.213	0.230	178
12. สื่อสไลด์	1.466	0.743	15	1.541	0.721	24	0.312	0.757	37

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 24.1 การเปรียบเทียบการมีตำแหน่งและไม่มีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรกับจำนวนครั้งของการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรด้านสื่อต่างๆ ในรอบ 1 ปี

สื่อ 3 ด้านที่ศึกษา	สถานะภาพตำแหน่งทางสังคมเกษตรกร						สถิติ t - test	ระดับนัย สำคัญ	df
	มีตำแหน่ง			ไม่มีตำแหน่ง					
	Mean	SD	N = ที่ได้รับสื่อ	Mean	SD	N = ที่ได้รับสื่อ			
1. สื่อบุคคล	1.724	1.414	156	1.314	0.949	49	7.392	0.007**	203
2. สื่อสิ่งพิมพ์	3.195	3.296	156	2.635	2.889	49	0.041	0.840	203
3. สื่อภาพและเสียงฯ	10.403	7.747	156	8.511	6.168	49	4.320	0.039*	203

หมายเหตุ สื่อภาพพลิกเนื่องจากมีคะแนนผู้รับน้อยไม่ถึง 10 ราย จึงไม่นำมาคิดรวมกลุ่มคำนวณค่าทางสถิติ

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

## 7.2 การเปรียบเทียบการมีตำแหน่งและไม่มีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรกับจำนวนครั้งของการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาจากภาครัฐและภาคเอกชน

จากผลการศึกษาการมีตำแหน่งและไม่มีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรกับจำนวนครั้งของการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาจากภาครัฐ (ตารางที่ 25) พบว่าเกษตรกรที่มีตำแหน่งทางสังคมได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรในรอบ 1 ปี เฉลี่ย 1.857 ส่วนของเกษตรกรที่ไม่มีตำแหน่งทางสังคมได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรในรอบ 1 ปี เฉลี่ย 1.435 โดยทดสอบในประเด็นดังกล่าวด้วย t - test ที่ระดับ นัยสำคัญที่ 0.05 พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ขณะเดียวกันด้านการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาจากภาคเอกชน พบว่าเกษตรกรที่มีตำแหน่งทางสังคมได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรในรอบ 1 ปี เฉลี่ย 3.204 ส่วนของเกษตรกรที่ไม่มีตำแหน่งทางสังคมได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรในรอบ 1 ปี เฉลี่ย 2.128 เมื่อทดสอบด้วยสถิติ t - test พบว่ามีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .001 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการรับสื่อส่งเสริมการเกษตรจากหน่วยงานเอกชนของเกษตรกรที่มีตำแหน่งทางสังคมจะได้รับสื่อมากกว่าเกษตรกรที่ไม่มีตำแหน่งทางสังคม

ตารางที่ 25 การเปรียบเทียบการมีตำแหน่งและไม่มีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรกับจำนวนครั้งของการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาจากภาครัฐและภาคเอกชน

การรับสื่อ	สถานะภาพตำแหน่งทางสังคมเกษตรกร						สถิติ t - test	ระดับ นัย สำคัญ	df
	มีตำแหน่ง			ไม่มีตำแหน่ง					
	Mean	SD	N = ที่ได้รับสื่อ	Mean	SD	N = ที่ได้รับสื่อ			
1. สื่อจากภาครัฐ	1.857	2.158	156	1.435	0.796	49	-2.364	0.019*	203
2. สื่อจากภาคเอกชน	3.204	1.925	156	2.128	1.426	49	-3.612	0.001**	203

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

7.3 การเปรียบเทียบการมีตำแหน่งและไม่มีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรกับระดับความเร็วของการได้รับบริการสื่อชนิดต่าง ๆ และระดับความเข้าใจง่ายถึง เนื้อหาสาระของสื่อชนิดต่าง ๆ และระดับการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์

และทดสอบสมมุติฐานที่ 1 ว่า เกษตรกรที่ไม่มีตำแหน่งทางสังคมและมีตำแหน่งทางสังคมได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น  $\alpha$  0.05

$$H_0: M_0 = M_1 = M_2$$

$$H_1: M_0 \neq M_1 \neq M_2$$

7.3.1 การเปรียบเทียบการมีตำแหน่งและไม่มีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรกับความเร็วของการได้รับบริการจากกลุ่มสื่อต่าง ๆ

จากสื่อทุกชนิดที่ศึกษา 12 สื่อได้จัดแบ่งเป็น 3 ด้านดังนี้ คือ

1. สื่อบุคคล ได้แก่ สื่อการวิทยากร สื่อการอบรม
2. สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ สื่อแผ่นพับ สื่อโปสเตอร์ สื่อภาพพลิก สื่อเอกสารแนะนำ สื่อจุลสาร วารสาร สื่อหนังสือพิมพ์
3. สื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์

จากผลการศึกษการมีตำแหน่งและไม่มีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรกับความเร็วด้านสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์ (ตารางที่ 26.1) พบว่าเกษตรกรที่มีตำแหน่งทางสังคมกับความเร็ว

รวดเร็วของการได้รับบริการด้านสื่อบุคคล ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ และด้านสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์ โดยทดสอบในประเด็นดังกล่าวด้วย t-test ที่ระดับ นัยสำคัญที่ 0.05 พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 26 การเปรียบเทียบการมีตำแหน่งและไม่มีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรกับความรวดเร็วของการได้รับบริการจากสื่อชนิดต่าง ๆ

ชนิดของสื่อ	สถานะภาพตำแหน่งทางสังคมเกษตรกร						สถิติ t - test	ระดับ นัย สำคัญ	df
	มีตำแหน่ง			ไม่มีตำแหน่ง					
	Mean	SD	N = ที่ได้รับสื่อ	Mean	SD	N = ที่ได้รับสื่อ			
1. สื่อวิทยากร	2.050	0.638	127	2.055	0.727	40	0.040	0.968	165
2. สื่อการอบรม	2.054	0.743	104	1.875	0.719	37	-1.288	0.200	139
3. สื่อแผ่นพับ	1.947	0.695	124	1.975	0.643	38	0.234	0.815	160
4. สื่อโปสเตอร์	1.571	0.676	66	1.757	0.745	21	1.018	0.311	85
5. สื่อภาพพลิก	1.000	-	-	-	-	1	-	-	-
6. สื่อเอกสารแนะนำ	2.000	0.603	146	2.068	0.650	45	0.628	0.531	189
7. สื่อจุลสาร วารสาร นิตยสาร	2.062	0.250	44	1.704	0.553	16	-3.435	<b>0.001**</b>	58
8. สื่อหนังสือพิมพ์	2.363	0.603	77	2.116	0.706	33	-1.750	0.083	108
9. สื่อโทรทัศน์	2.562	0.542	142	2.563	0.624	48	0.009	0.993	188
10. สื่อวีดิทัศน์	3.000	0.000	6	1.833	0.752	4	-3.796	<b>0.013*</b>	8
11. สื่อวิทยุ	2.644	0.484	136	2.419	0.650	45	-2.471	<b>0.015*</b>	179
12. สื่อสไลด์	1.571	0.755	25	1.720	0.791	14	0.571	0.571	37

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 26.1 การเปรียบเทียบการมีตำแหน่งและไม่มีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรกับความรวดเร็วของการได้รับบริการจากด้านสื่อต่าง ๆ

สื่อ 3 ด้านที่ศึกษา	สถานะภาพตำแหน่งทางสังคมเกษตรกร						สถิติ t - test	ระดับ นัย สำคัญ	df
	มีตำแหน่ง			ไม่มีตำแหน่ง					
	Mean	SD	N = ที่ได้รับสื่อ	Mean	SD	N = ที่ได้รับสื่อ			
1. สื่อบุคคล	1.612	0.862	49	1.461	0.902	156	-1.055	0.293	203
2. สื่อสิ่งพิมพ์	1.257	0.555	49	1.155	0.612	156	-1.039	0.300	203
3. สื่อภาพและเสียง ฯ	1.408	0.514	49	1.197	0.512	156	-2.511	0.013*	203

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ สื่อภาพพลิกเนื่องจากมีคะแนนผู้รับน้อยไม่ถึง 10 ราย จึงไม่นำมาคิดรวมกลุ่มคำนวณค่าทางสถิติ

### 7.3.2 การเปรียบเทียบการมีตำแหน่งและไม่มีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรกับความเข้าใจง่ายถึงเนื้อหาสาระของการได้รับบริการจากสื่อต่าง ๆ

จากผลการศึกษการมีตำแหน่งและไม่มีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรกับความเข้าใจง่ายในเนื้อหาสาระของด้านสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์ (ตารางที่ 27.1) พบว่าเกษตรกรที่มีตำแหน่งทางสังคมจะมีความเข้าใจง่ายในเนื้อหาสาระของด้านสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์เฉลี่ย 1.428 ขณะเดียวกันเกษตรกรที่ไม่มีตำแหน่งทางสังคมจะมีความเข้าใจง่ายในเนื้อหาสาระของด้านสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์ ด้านสื่อบุคคล และด้านสื่อสิ่งพิมพ์เฉลี่ย 1.254 โดยทดสอบในประเด็นดังกล่าวด้วย t - test ที่ระดับ นัยสำคัญที่ 0.05 และพบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



ตารางที่ 27 การเปรียบเทียบการมีตำแหน่งและไม่มีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรกับความเข้าใจถึงเนื้อหาสาระของการได้รับบริการจากสื่อต่างๆ

ชนิดของสื่อ	สถานะภาพตำแหน่งทางสังคมเกษตรกร						สถิติ t - test	ระดับ นัย สำคัญ	df
	มีตำแหน่ง			ไม่มีตำแหน่ง					
	Mean	SD	N = ที่ได้รับสื่อ	Mean	SD	N = ที่ได้รับสื่อ			
1. สื่อวิทยากร	2.675	0.572	40	2.818	0.406	127	1.477	0.146	165
2. สื่อการอบรม	2.736	0.554	38	2.835	0.398	103	1.000	0.322	139
3. สื่อแผ่นพับ	2.184	0.512	38	2.258	0.457	124	0.846	0.399	160
4. สื่อโปสเตอร์	2.333	0.577	21	2.500	0.533	66	1.223	0.225	85
5. สื่อภาพพลิก	2.000	-	1	-	-	-	-	-	-
6. สื่อเอกสารแนะนำ	2.333	0.476	45	2.321	0.511	146	-0.133	0.894	189
7. สื่อจุลสาร วารสาร นิตยสาร	2.764	0.437	17	2.814	0.393	43	0.423	0.674	58
8. สื่อหนังสือพิมพ์	2.424	0.560	33	2.363	0.437	77	-0.536	0.593	108
9. สื่อโทรทัศน์	2.645	0.483	48	2.746	0.467	142	1.278	0.203	188
10. สื่อวีดิทัศน์	2.750	0.500	4	3.000	0.000	6	1.000	0.391	8
11. สื่อวิทยุ	2.377	0.490	45	2.264	0.490	136	-1.341	0.182	179
12. สื่อสไลด์	2.500	0.518	14	2.680	0.556	25	0.992	0.328	37

ตารางที่ 27.1 การเปรียบเทียบการมีตำแหน่งและไม่มีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรกับความเข้าใจถึงเนื้อหาสาระของการได้รับบริการจากด้านสื่อต่าง ๆ

สื่อ 3 ด้านที่ศึกษา	สถานะภาพตำแหน่งทางสังคมเกษตรกร						สถิติ t - test	ระดับ นัย สำคัญ	df
	มีตำแหน่ง			ไม่มีตำแหน่ง					
	Mean	SD	N = ที่ได้ รับสื่อ	Mean	SD	N = ที่ได้ รับสื่อ			
1. สื่อบุคคล	2.153	0.974	49	2.083	0.946	156	-0.447	0.656	203
2. สื่อสิ่งพิมพ์	1.485	0.668	49	1.393	0.698	156	-0.813	0.417	203
3. สื่อภาพและเสียง ฯ	1.428	0.486	49	1.254	0.505	156	-2.116	0.013	203

หมายเหตุ สื่อภาพพลิกเนื่องจากมีคะแนนผู้รับน้อยไม่ถึง 10 ราย จึงไม่นำมาคิดรวมกลุ่มคำนวณค่าทางสถิติ

### 7.3.3 การเปรียบเทียบการมีตำแหน่งและไม่มีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรกับการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์จากสื่อต่าง ๆ

จากผลการศึกษากการมีตำแหน่งและไม่มีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรกับการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของด้านด้านสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์ (ตารางที่ 28.1) พบว่าเกษตรกรที่มีตำแหน่งทางสังคมได้รับสื่อและนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของด้านสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์ ด้านสื่อบุคคล และด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่พบความแตกต่างทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ทางสถิติ

ตารางที่ 28 การเปรียบเทียบการมีตำแหน่งและไม่มีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรกับการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์จากสื่อชนิดต่าง ๆ

ชนิดของสื่อ	สถานะภาพตำแหน่งทางสังคมเกษตรกร						สถิติ t - test	ระดับ นัย สำคัญ	df
	มีตำแหน่ง			ไม่มีตำแหน่ง					
	Mean	SD	N = ที่ได้ รับสื่อ	Mean	SD	N = ที่ได้ รับสื่อ			
1. สื่อวิทยากร	2.525	0.554	40	2.724	0.498	127	2.031	0.047*	165
2. สื่อการอบรม	2.710	0.651	38	2.805	0.465	103	1.016	0.311	139
3. สื่อแผ่นพับ	2.052	0.461	38	2.169	0.536	124	1.310	0.194	160
4. สื่อโปสเตอร์	2.285	0.643	21	2.484	0.533	66	1.416	0.160	85
5. สื่อภาพพลิก	1.000	-	1	-	-	-	-	-	-
6. สื่อเอกสารแนะนำ	2.288	0.505	45	2.157	0.534	146	-1.460	0.146	189
7. สื่อจุลสาร วารสาร	1.764	0.752	17	1.488	0.592	43	-1.506	0.138	58
8. สื่อหนังสือพิมพ์	1.575	0.662	33	1.285	0.509	77	-2.246	0.029*	108
9. สื่อโทรทัศน์	1.583	0.709	48	1.619	0.721	142	0.303	0.762	188
10. สื่อวีดิทัศน์	2.250	0.500	4	2.666	0.516	6	1.265	0.242	8
11. สื่อวิทยุ	1.577	0.656	45	1.544	0.642	136	-0.3.03	0.762	179
12. สื่อสไลด์	2.285	0.468	14	2.320	0.556	25	.195	0.847	37

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 28.1 การเปรียบเทียบการมีตำแหน่งและไม่มีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรกับการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์จากด้านสื่อต่าง ๆ

สื่อ 3 ด้านที่ศึกษา	สถานะภาพตำแหน่งทางสังคมเกษตรกร						สถิติ t - test	ระดับนัย สำคัญ	df
	มีตำแหน่ง			ไม่มีตำแหน่ง					
	Mean	SD	N = ที่ได้ รับสื่อ	Mean	SD	N = ที่ได้ รับสื่อ			
1. สื่อบุคคล	2.081	0.959	49	2.035	0.942	156	- 0.299	0.765	203
2. สื่อสิ่งพิมพ์	1.269	0.518	49	1.167	0.549	156	- 1.142	0.255	203
3. สื่อภาพและเสียง ฯ	0.959	0.482	49	0.823	0.459	156	- 1.778	0.077	203

หมายเหตุ สื่อภาพพลิกเนื่องจากมีคะแนนผู้รับน้อยไม่ถึง 10 ราย จึงไม่นำมาคิดรวมกลุ่มคำนวณค่าทางสถิติ

7.4 เปรียบเทียบพื้นที่เกษตรของการรับน้ำชลประทาน ทั้ง 3 แบบ กับระดับความรวดเร็วของการได้รับบริการสื่อชนิดต่าง ๆ และระดับความเข้าใจง่ายถึง เนื้อหาสาระของสื่อชนิดต่าง ๆ และระดับการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์

และทดสอบสมมุติฐานที่ 2 ว่า พื้นที่เกษตรที่ไม่สามารถรับน้ำได้เลย พื้นที่เกษตรสามารถรับน้ำได้ไม่เต็มที่ และพื้นที่เกษตรสามารถรับน้ำได้เต็มที่ ได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น  $\alpha$  0.05

$$H_0: M_0 = M_1 = M_2 = M_3$$

$$H_1: M_0 \neq M_1 \neq M_2 \neq M_3$$

7.4.1 เปรียบเทียบพื้นที่เกษตรของการรับน้ำชลประทานแต่ละพื้นที่กับระดับความรวดเร็วของการได้รับบริการจากสื่อส่งเสริมการเกษตร

จากผลการศึกษาพื้นที่เกษตรของการรับน้ำแบบต่าง ๆ กับระดับความรวดเร็วของการได้รับบริการของกลุ่มสื่อบุคคล (ตารางที่ 29.1) พบว่าเกษตรกรที่มีพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำแบบไม่สามารถรับน้ำได้เลยได้รับความรวดเร็วของการได้รับบริการของกลุ่มสื่อบุคคล เฉลี่ย 1.111 (จากคะแนนเต็ม 3) ขณะเดียวกันเกษตรกรที่มีพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำแบบสามารถรับน้ำได้ไม่เต็มที่ได้รับความรวดเร็วของการได้รับบริการของกลุ่มสื่อบุคคลเฉลี่ย 1.545 และแบบพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำแบบสามารถรับน้ำได้เต็มที่ได้รับความรวดเร็วของการได้รับบริการของ

กลุ่มสื่อบุคคล เฉลี่ย 1.597 เมื่อทดสอบด้วยสถิติ F – test พบว่ามีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเกษตรกรที่มีพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำแบบสามารถรับน้ำได้เต็มที่ได้รับความรวดเร็วของการได้รับบริการของกลุ่มสื่อบุคคลมากกว่าเกษตรกรที่มีพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำแบบอื่น ๆ อาจเพราะเนื่องจากว่า การที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะนำวิชาการและวิทยาการสมัยใหม่ ๆ เข้าไปส่งเสริมให้ความรู้แก่เกษตรกรนั้น ก็จะพิจารณาจากศักยภาพของพื้นที่การเกษตรของการได้รับน้ำชลประทานเป็นสำคัญ และ คุณภาพดิน และศักยภาพอื่น ๆ ของเกษตรกรเอง ทั้งด้านความคุ้มค่าของการลงทุนของเกษตรกร ในการใช้สื่อกลุ่มบุคคลเข้าไปเผยแพร่แก่เกษตรกรในพื้นที่การเกษตรที่ได้รับน้ำชลประทานซึ่งจะได้ผลดีกว่าอีกด้วย

ขณะเดียวกันด้านสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าเกษตรกรที่มีพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำแบบไม่สามารถรับน้ำได้เลย ได้รับความรวดเร็วของการได้รับบริการของกลุ่มสื่อด้านสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ยรวม 0.990 ขณะเดียวกันเกษตรกรที่มีพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำแบบสามารถรับน้ำได้ไม่เต็มที่ได้รับความรวดเร็วของการได้รับบริการของกลุ่มสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์เฉลี่ย 1.274 และแบบพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำแบบสามารถรับน้ำได้เต็มที่ได้รับความรวดเร็วของการได้รับบริการของกลุ่มสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์ที่มีค่าเฉลี่ยรวม 1.333 เมื่อทดสอบด้วยสถิติ F – test พบว่ามีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเกษตรกรที่มีพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำแบบสามารถรับน้ำได้เต็มที่ได้รับความรวดเร็วของการได้รับบริการของกลุ่มสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์ อันจะเห็นได้ว่าอาจเป็นเพราะสื่อของกลุ่มภาพและเสียงนี้เป็นกลุ่มสื่อที่เข้าถึงครัวเรือนเกษตรกรได้ง่ายและเกษตรกรเองก็สามารถที่จะเลือกรับสื่อได้ โดยเฉพาะสื่อวิทยุ และสื่อโทรทัศน์

ส่วนด้านสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 29 การเปรียบเทียบพื้นที่เกษตรของการรับน้ำชลประทานแต่ละพื้นที่กับระดับความรวดเร็วของการได้รับบริการจากสื่อชนิดต่าง ๆ

ชนิดของสื่อ	พื้นที่การเกษตรของการรับน้ำชลประทาน									สถิติ F - test	ระดับ นัย สำคัญ	df
	ไม่สามารถรับน้ำ ชลประทานได้เลย			สามารถรับน้ำ ชลประทานได้ไม่เต็มที่			สามารถรับน้ำ ชลประทานได้เต็มที่					
	N =	Mean	SD	N =	Mean	SD	N =	Mean	SD			
1. สื่อวิทยากร	21	1.571	0.597	114	2.149	0.681	32	2.031	0.739	6.359	0.002**	166
2. สื่อการอบรม	16	1.687	0.873	94	2.063	0.715	31	1.612	0.558	5.782	0.004**	140
3. สื่อแผ่นพับ	23	1.826	0.491	117	2.034	0.655	22	1.772	0.751	2.152	0.120	161
4. สื่อโปสเตอร์	10	1.600	0.516	59	1.898	0.735	18	1.166	0.514	8.256	0.001**	86
5. สื่อภาพพลิก	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6. สื่อเอกสารแนะนำ	25	1.920	0.493	135	2.081	0.669	31	2.032	0.604	0.691	0.503	190
7. สื่อจุดสาร วารสาร นิตยสาร	5	1.600	0.547	41	1.853	0.477	14	1.714	0.611	0.790	0.459	59
8. สื่อหนังสือพิมพ์	9	1.888	0.781	80	2.187	0.695	21	2.333	0.577	1.342	0.266	109
9. สื่อโทรทัศน์	25	2.320	0.748	131	2.564	0.596	34	2.735	0.447	3.508	0.032*	189
10. สื่อวีดิทัศน์	-	-	-	9	2.222	0.833	1	3.000	-	0.784	0.402	9
11. สื่อวิทยุ	20	2.250	0.638	129	2.480	0.613	32	2.593	0.614	1.930	0.148	180
12. สื่อสไลด์	3	1.333	0.577	24	2.000	0.780	12	1.083	0.288	8.182	0.001**	38

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 29.1 การเปรียบเทียบพื้นที่เกษตรของการรับน้ำชลประทานแต่ละพื้นที่กับระดับความรวดเร็วของการได้รับบริการจากด้านสื่อต่าง ๆ

สื่อ 3 ด้านที่ศึกษา	พื้นที่การเกษตรของการรับน้ำชลประทาน									สถิติ F - test	ระดับ นัย สำคัญ	df
	ไม่สามารถรับน้ำ ชลประทานได้เลย			สามารถรับน้ำ ชลประทานได้ไม่เต็มที่			สามารถรับน้ำ ชลประทานได้เต็มที่					
	N =	Mean	SD	N =	Mean	SD	N =	Mean	SD			
1. สื่อบุคคล	27	1.111	0.847	142	1.545	0.908	36	1.597	0.663	3.167	0.044*	204
2. สื่อสิ่งพิมพ์	27	0.970	0.435	142	1.242	0.609	36	1.088	0.635	2.881	0.058	204
3. สื่อภาพและเสียง ฯ	27	0.990	0.497	142	1.274	0.535	36	1.333	0.418	4.099	0.018*	204

หมายเหตุ สื่อภาพพลิกเนื่องจากมีคะแนนผู้รับน้อยไม่ถึง 10 ราย จึงไม่นำมาคิดรวมกลุ่มคำนวณค่าทางสถิติ

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### 7.4.2 เปรียบเทียบพื้นที่เกษตรของการรับน้ำชลประทานแต่ละพื้นที่กับระดับความเข้าใจง่ายของการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตร

จากผลการศึกษาพื้นที่เกษตรของการรับน้ำแบบต่าง ๆ กับระดับความเข้าใจง่ายถึงเนื้อหาสาระของด้านสื่อบุคคล (ตารางที่30.1) พบว่าเกษตรกรที่มีพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำแบบไม่สามารถรับน้ำได้เลย มีความเข้าใจง่ายถึงเนื้อหาสาระของด้านสื่อบุคคลเฉลี่ย 1.888 (จากคะแนนเต็ม3) ขณะเดียวกันเกษตรกรที่มีพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำแบบสามารถรับน้ำได้ไม่เต็มที่ที่มีความเข้าใจง่ายถึงเนื้อหาสาระของด้านสื่อบุคคลเฉลี่ย 2.045 และแบบพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำแบบสามารถรับน้ำได้เต็มที่ที่มีความเข้าใจง่ายถึงเนื้อหาสาระของด้านสื่อบุคคลเฉลี่ย 2.472 เมื่อทดสอบด้วยสถิติ F - test พบว่ามีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า เกษตรกรที่มีพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำแบบสามารถรับน้ำได้เต็มที่ที่มีความเข้าใจง่ายถึงเนื้อหาสาระของด้านสื่อบุคคลมากกว่าเกษตรกรที่มีพื้นที่การเกษตรในพื้นที่ของการรับน้ำชลประทานแบบอื่น ๆ อันจะเห็นได้จากการที่ระดับความเข้าใจง่ายของเกษตรกรนั้นจากสื่อที่ได้รับ ซึ่งเมื่อได้รับสื่อแล้วจะเข้าใจหรือไม่เข้าใจอาจต้องขึ้นอยู่กับทั้งความรู้ การศึกษา ประสบการณ์ ของเกษตรกร ขณะเดียวกันความสามารถของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมหรือวิทยากรเอง ที่จะถ่ายทอดให้กับเกษตรกรได้เข้าใจก็เป็นสิ่งสำคัญมากเช่นเดียวกัน ซึ่งที่เป็นเช่นนี้เองด้านสื่อบุคคลจึงได้ประโยชน์ทางการส่งเสริมการเกษตรในพื้นที่การเกษตรที่ได้รับน้ำชลประทานเต็มที่นั่นเอง

ด้านสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าเกษตรกรที่มีพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำแบบไม่สามารถรับน้ำได้เลยมีค่าเฉลี่ย 1.120 ขณะเดียวกันเกษตรกรที่มีพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำแบบสามารถรับน้ำได้ไม่เต็มที่ได้รับความเข้าใจถึงเนื้อหาสาระของกลุ่มสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์ โทรทัศน์ 1.294 และแบบพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำแบบสามารถรับน้ำได้เต็มที่ได้รับความเข้าใจง่ายถึงเนื้อหาสาระของกลุ่มสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์ โทรทัศน์เฉลี่ย 1.437 เมื่อทดสอบด้วยสถิติ F-test พบว่ามีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นจึงสรุปพื้นที่การเกษตรที่สามารถรับน้ำแบบได้เต็มที่เกิดความเข้าใจง่ายถึงเนื้อหาสาระของกลุ่มสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์ โทรทัศน์มากกว่าในพื้นที่การเกษตรของรับน้ำชลประทานแบบอื่น ๆ อันจะเห็นได้ว่าอาจเพราะเนื่องจากสื่อด้านนี้เป็นสื่อที่ทำให้เกษตรกรเห็นภาพที่ชัดเจนตามการบรรยายผ่านทางสื่อ โทรทัศน์ สื่อวิทยุ หรือการใช้สื่อสไลด์ในการส่งเสริม และอีกทั้งพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำชลประทานแบบเต็มที่ได้ก็เป็นพื้นที่ที่เข้าถึงของกลุ่มสื่อนี้ได้เป็นอย่างดี และด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ก็ไม่พบความสัมพันธ์ทางสถิติ



ตารางที่ 30 การเปรียบเทียบพื้นที่เกษตรของการรับน้ำชลประทานแต่ละพื้นที่กับระดับความเข้าใจง่ายของการได้รับสื่อชนิดต่าง ๆ ส่งเสริมการเกษตร

ชนิดของสื่อ	พื้นที่การเกษตรของการรับน้ำชลประทาน									สถิติ F - test	ระดับ นัย สำคัญ	df
	ไม่สามารถรับน้ำ ชลประทานได้เลย			สามารถรับน้ำ ชลประทานได้ไม่เต็มที่			สามารถรับน้ำ ชลประทานได้เต็มที่					
	N =	Mean	SD	N =	Mean	SD	N =	Mean	SD			
1. สื่อวิทยากร	21	2.714	0.462	114	2.789	0.450	32	2.812	0.470	0.316	0.730	166
2. สื่อการอบรม	16	2.812	0.403	94	2.797	0.453	31	2.838	0.454	0.097	0.907	140
3. สื่อแผ่นพับ	23	2.130	0.457	117	2.247	0.453	22	2.318	0.567	0.944	0.391	161
4. สื่อโปสเตอร์	10	2.200	0.421	59	2.474	0.568	18	2.555	0.511	1.447	0.241	86
5. สื่อภาพพลิก	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6. สื่อเอกสารแนะนำ	25	2.200	0.500	135	2.318	0.498	31	2.451	0.505	1.787	0.170	190
7. สื่อจุลสาร วารสาร นิตยสาร	5	3.000	0.000	41	2.756	0.434	14	2.857	0.363	0.998	0.375	59
8. สื่อหนังสือพิมพ์	9	2.555	0.527	80	2.312	0.541	21	2.571	0.507	2.471	0.089	109
9. สื่อโทรทัศน์	25	2.720	0.541	131	2.687	0.481	34	2.852	0.359	1.675	0.190	189
10. สื่อวีดิทัศน์	-	-	-	9	2.888	0.333	1	3.000	-	0.100	0.760	9
11. สื่อวิทยุ	20	2.300	0.470	129	2.271	0.496	32	2.375	0.491	0.570	0.566	180
12. สื่อสไลด์	3	2.333	0.577	24	2.666	0.564	12	2.583	0.514	0.518	0.600	38

ตารางที่ 30.1 การเปรียบเทียบพื้นที่เกษตรของการรับน้ำชลประทานแต่ละพื้นที่กับระดับความเข้าใจง่ายของการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรด้านสื่อต่าง ๆ

สื่อ 3 ด้านที่ศึกษา	พื้นที่การเกษตรของการรับน้ำชลประทาน									สถิติ F - test	ระดับ นัย สำคัญ	df
	ไม่สามารถรับน้ำ ชลประทานได้เลย			สามารถรับน้ำ ชลประทานได้ไม่เต็มที่			สามารถรับน้ำ ชลประทานได้เต็มที่					
	N =	Mean	SD	N =	Mean	SD	N =	Mean	SD			
1. สื่อบุคคล	27	1.888	1.040	142	2.045	0.937	36	2.472	0.861	3.748	<b>0.025*</b>	204
2. สื่อสิ่งพิมพ์	27	1.214	0.568	142	1.436	0.680	36	1.483	0.800	1.383	0.253	204
3. สื่อภาพและเสียง ฯ	27	1.120	0.456	142	1.294	0.514	36	1.437	0.475	3.100	<b>0.047*</b>	204

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ สื่อภาพพลิกเนื่องจากมีคะแนนผู้รับน้อยไม่ถึง 10 ราย จึงไม่นำมาคิดรวมกลุ่มคำนวณค่าทางสถิติ

#### 7.4.3 การเปรียบเทียบพื้นที่เกษตรของการรับน้ำชลประทานแต่ละพื้นที่กับระดับการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของสื่อส่งเสริมการเกษตร

จากผลการศึกษาพื้นที่เกษตรของการรับน้ำแบบต่าง ๆ กับระดับนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของด้านสื่อบุคคล (ตารางที่ 31.1) พบว่าเกษตรกรที่มีพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำแบบไม่สามารถรับน้ำได้เลยได้รับสื่อและนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของด้านสื่อบุคคลเฉลี่ย 1.833 (จากคะแนนเต็ม 3) ขณะเดียวกันเกษตรกรที่มีพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำแบบสามารถรับน้ำได้ไม่เต็มที่ได้รับสื่อและนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของด้านสื่อบุคคลเฉลี่ย 1.985 และแบบพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำแบบสามารถรับน้ำได้เต็มที่ที่ได้รับสื่อและนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของกลุ่มสื่อบุคคลเฉลี่ย 2.444 เมื่อทดสอบด้วยสถิติ F - test พบว่ามีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า เกษตรกรที่มีพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำแบบสามารถรับน้ำได้เต็มที่ จะนำความรู้ที่ได้จากการรับสื่อ ไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์มากกว่าเกษตรกรที่อยู่ในพื้นที่ของการรับน้ำชลประทานแบบอื่น ๆ อาจจะเป็นเพราะว่าด้านสื่อบุคคลนั้นนอกจากความเข้าใจที่เกิดจากการพูดคุยซักถามระหว่างเจ้าหน้าที่ส่งเสริมและเกษตรกรแล้วมีการสาธิต และเชื่อมั่นจากแบบอย่างการสาธิตนั้น จึงทำให้เกษตรกรเกิดการเลียนแบบจากการเห็น มาสู่การปฏิบัติของตนเองบ้าง โดยหวังผลที่ว่า จะทำให้ผลผลิตได้สูงขึ้น หรือการปฏิบัติที่ตนทำถูกต้องควรปฏิบัติอย่างไร และในพื้นที่ของการเกษตรที่ สามารถรับน้ำได้เต็มที่ ก็เกิดประโยชน์ทางการ

ปฏิบัติมากกว่าในพื้นที่การเกษตรของการรับน้ำชลประทานแบบอื่น ๆ ขณะเดียวกันด้านสื่อสิ่งพิมพ์และด้านสื่อภาพและเสียงอิเล็กทรอนิกส์ ก็ไม่พบความสัมพันธ์ทางสถิติ

ตารางที่ 31 การเปรียบเทียบพื้นที่เกษตรของการรับน้ำชลประทานแต่ละพื้นที่กับระดับการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของการได้รับสื่อชนิดต่าง ๆ ส่งเสริมการเกษตร

ชนิดของสื่อ	พื้นที่การเกษตรของการรับน้ำชลประทาน									สถิติ F - test	ระดับ นัย สำคัญ	df
	ไม่สามารถรับน้ำ ชลประทานได้เลย			สามารถรับน้ำชล ประทานได้ไม่เต็มที่			สามารถรับน้ำชล ประทานได้เต็มที่					
	N =	Mean	SD	N =	Mean	SD	N =	Mean	SD			
1. สื่อวิทยากร	21	2.476	.0601	114	2.666	0.509	32	2.843	0.447	3.351	0.037*	166
2. สื่อการอบรม	16	2.937	0.250	94	2.766	0.516	31	2.741	0.514	0.942	0.392	140
3. สื่อแผ่นพับ	23	2.087	0.514	117	2.153	0.518	22	2.136	0.560	0.158	0.854	161
4. สื่อโปสเตอร์	10	2.400	0.516	59	2.474	0.597	18	2.333	0.485	0.450	0.639	86
5. สื่อภาพพลิก	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6. สื่อเอกสารแนะนำ	25	2.120	0.525	135	2.200	0.557	31	2.193	0.401	0.241	0.786	190
7. สื่อจุลสาร วารสาร นิตยสาร	5	1.600	0.894	41	1.536	0.552	14	1.642	0.841	0.144	0.867	59
8. สื่อหนังสือพิมพ์	9	1.444	0.881	80	1.400	0.541	21	1.238	0.538	0.739	0.480	109
9. สื่อโทรทัศน์	25	1.920	0.862	131	1.580	0.678	34	1.500	0.707	2.907	0.057	189
10. สื่อวีดิทัศน์	-	-	-	9	2.444	0.527	1	3.000	-	1.000	0.347	9
11. สื่อวิทยุ	20	1.750	0.716	129	1.527	0.613	32	1.531	0.717	1.057	0.350	180
12. สื่อสไลด์	3	2.333	0.577	24	2.291	0.550	12	2.333	0.492	0.028	0.972	38

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 31.1 การเปรียบเทียบพื้นที่เกษตรของการรับน้ำชลประทานแต่ละพื้นที่กับระดับการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ประโยชน์ของการได้รับสื่อส่งเสริมการเกษตรด้านสื่อต่างๆ

สื่อ 3 ด้านที่ศึกษา	พื้นที่การเกษตรของการรับน้ำชลประทาน									สถิติ F - test	ระดับ นัย สำคัญ	df
	ไม่สามารถรับน้ำได้เลย			สามารถรับน้ำได้ไม่เต็มที่			สามารถรับน้ำได้เต็มที่					
	N =	Mean	SD	N =	Mean	SD	N =	Mean	SD			
1. สื่อบุคคล	27	1.833	1.056	142	1.985	0.930	36	2.444	0.817	4.315	0.015*	204
2. สื่อสิ่งพิมพ์	27	1.081	0.496	142	1.225	0.521	36	1.144	0.649	0.965	0.383	204
3. สื่อภาพและเสียง ฯ	27	0.833	0.500	142	0.846	0.470	36	0.909	0.439	0.294	0.745	204

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ สื่อภาพพลิกเนื่องจากมีคะแนนผู้รับน้อยไม่ถึง 10 ราย จึงไม่นำมาคิดรวมกลุ่มคำนวณค่าทางสถิติ

## ตอนที่ 8 ผลการวิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรที่มีต่อสื่อส่งเสริมการเกษตร

ในการศึกษาปัญหาและอุปสรรค และข้อเสนอแนะของเกษตรกรที่มีต่อสื่อส่งเสริมการเกษตร ได้สอบถามโดยใช้คำถามปลายเปิด ซึ่งเกษตรกรได้ให้ความเห็นไว้ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

### ปัญหาและอุปสรรค

1. เกษตรกรขาดการศึกษา ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่มีการศึกษาน้อย จึงทำให้การอ่านจากสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดต่าง ๆ เข้าใจได้ยากกว่า (จำนวน 66 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 32.19)
2. ตัวอักษรภาษาที่ใช้ในสื่อสิ่งพิมพ์มีขนาดเล็กเกินไป สื่อบางชนิดขนาดของตัวอักษรหนังสือก็ยิ่งเล็กกว่าขนาดปกติ (จำนวน 49 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 23.90)
3. ภาษาที่ใช้เป็นภาษาทางวิชาการมากเกินไปและภาษาอังกฤษที่ใช้คำทับศัพท์ทำให้เข้าใจยากและการตีความความหมายของคำศัพท์ผิดไป (จำนวน 42 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 20.48)
4. ขาดการเอาใจใส่จากเจ้าหน้าที่ทางภาครัฐเพื่อติดตามชี้แนะ และแนะนำความถูกต้องที่เป็นจริงจากการได้รับสื่อ โดยเฉพาะจากภาคเอกชนที่ต้องการเสนอขายสินค้าจำพวกนุ้ย สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช และเมล็ดพันธุ์ โดยผ่านผู้จำหน่ายสินค้าสื่อและผ่านสื่อชนิดต่าง ๆ (จำนวน 34 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 16.58)

### ข้อเสนอแนะ

1. เจ้าหน้าที่โดยเฉพาะภาครัฐควรที่จะมีการเข้าถึงเกษตรกรในทุกด้านเพื่อเพิ่มการชี้แนะทั้งด้านการให้การศึกษาความรู้ทางการเกษตร และการติดตามให้ความกระจ่างในอาชีพการเกษตรมากกว่าการให้เกษตรกรหาคำตอบในวิธีการปฏิบัติกรเกษตรเองเพราะหลายครั้งที่เกษตรกรต้องการความรู้ในอาชีพในการสอบถามได้ตอบกับเจ้าหน้าที่ของภาครัฐ
2. ขนาดของตัวอักษรที่ใช้ในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ ควรที่จะเพิ่มขนาดให้ใหญ่กว่าขนาดปกติเพื่อความสะดวกและอ่านง่ายขึ้นของเกษตรกรเนื่องในทุกวันนี้เกษตรกรส่วนใหญ่จะเป็นเกษตรกรที่มีอายุ และสาวยตาหลายคนก็เริ่มไม่ดี เพราะคนรุ่นใหม่ ๆ ไม่ค่อยมีผู้ที่จะทำอาชีพการเกษตรจึงทำให้ปัญหาด้านนี้ปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น
3. เป็นที่ทราบกันแล้วว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มีการศึกษาที่น้อย ในหลาย ๆ ครั้งความรู้ที่ผ่านสื่อส่งเสริมการเกษตรชนิดต่าง ๆ เป็นภาษาที่เป็นวิชาการมาก ดังนั้นผู้ที่ผลิตสื่อจึงควรคำนึงถึงบุคคลเกษตรกรเป้าหมายซึ่งเป็นผู้รับสารด้วยว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่จะเป็นส่วนขัดขวางการเข้าใจในเนื้อหาสารสื่อส่งเสริมของเกษตรกรด้วย