

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน ของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร สิ้นค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลด้านลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล สภาพเศรษฐกิจ และสังคมบางประการ ของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน ด้านสื่อ หนังสือพิมพ์ สื่อเอกสารเผยแพร่ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) ของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับความต้องการสารสนเทศ ผ่านสื่อมวลชน ของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ ปัญหาและ ข้อเสนอแนะต่อความต้องการสารสนเทศ ผ่านสื่อมวลชน ของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมบางประการ ของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

สภาพปัจจัยภูมิหลัง เศรษฐกิจและสังคมบางประการของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านกลุ่มตัวอย่าง ที่ทำการศึกษาเพื่อใช้ประกอบในการวิจัย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว ลักษณะการถือครองที่ดินการเกษตร ขนาดการถือครองที่ดินที่ทำ การเกษตร รายได้รวมทั้งหมดของครอบครัว การเป็นสมาชิกสถาบันการเกษตร ตำแหน่งทางสังคม ความถี่ในการได้รับข่าวสารการเกษตร

1.1 เพศและอายุของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

จากการศึกษาสมาชิกกลุ่มแม่บ้าน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 180 คน พบว่า เป็นเพศหญิง จำนวนร้อยละ 91.1 เพศชายจำนวนร้อยละ 8.9 จะเห็นว่า สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จะเป็นเกษตรกรเพศหญิง มีจำนวนมากกว่า เกษตรกรเพศชาย

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของเกษตรกรแยกตามเพศของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

เพศ	จำนวนคน	ร้อยละ
ชาย*	16	8.9
หญิง	164	91.1
รวม	180	100

* หมายเหตุ จากกรณีศึกษาครั้งนี้ สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่มีเพศชายเป็นสมาชิกอยู่ในกลุ่มด้วยนั้น เพราะว่ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบางกลุ่มได้มีการพัฒนาจากกลุ่มแม่บ้านไปเป็นกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ทำให้มีการเปิดรับสมาชิกที่เป็นเพศชายเข้าร่วมกลุ่มด้วยเพื่อทำงานในส่วนต่างๆ ของกลุ่ม เช่น แผนกจัดหาวัตถุดิบ และแผนกจัดส่งสินค้า เป็นต้น

สำหรับอายุของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านนั้น ปรากฏว่า กลุ่มอายุระหว่าง 40-49 ปี มีจำนวนร้อยละ 48.9 รองลงมาคือ กลุ่มอายุระหว่าง 30-39 ปี มีจำนวนร้อยละ 26.1 ส่วนกลุ่มอายุระหว่าง 50-59 ปี มีจำนวนร้อยละ 14.4 สำหรับกลุ่มอายุมากกว่า 60 ปี มีจำนวนร้อยละ 5.6 และกลุ่มอายุตั้งแต่ 29 ปีลงมา มีจำนวนร้อยละ 5.0 เกษตรกรที่มีอายุน้อยที่สุดคือ 25 ปี ส่วนอายุมากที่สุดคือ 66 ปี อายุเฉลี่ย 44 ปี และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 8.4311

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของเกษตรกรแยกตามอายุของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

เพศและอายุ (ปี)	จำนวนคน	ร้อยละ
29 ปี ลงมา	9	5.0
30-39	47	26.1
40-49	88	48.9
50-59	26	14.4
60 ปี ขึ้นไป	10	5.6
รวม	180	100.0

อายุต่ำสุด	25 ปี	อายุสูงสุด	66 ปี
อายุเฉลี่ย	44 ปี	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	8.4311

1.2 สถานภาพการสมรสของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

เกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่แต่งงานแล้วและอยู่กินด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 64.4 รองลงมาเป็นหม้าย คิดเป็นร้อยละ 15.5 สำหรับร้อยละ 13.3 เป็นโสด ส่วนร้อยละ 9.0 หย่าร้าง และส่วนที่แยกกันอยู่มีเพียงร้อยละ 2.2 เท่านั้น

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของเกษตรกรแยกตามสถานภาพการสมรสของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	24	13.3
แต่งงานแล้ว	116	64.4
หม้าย	27	15.0
หย่าร้าง	9	5.0
แยกกันอยู่	4	2.2
รวม	180	100.0

1.3 ระดับการศึกษาของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

แสดงให้เห็นว่า เกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่จบการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 คือ มีจำนวนร้อยละ 39.4 รองลงมาคือ เกษตรกรที่จบการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวนร้อยละ 27.8 ส่วนจบการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีจำนวนร้อยละ 19.4 สำหรับจบการศึกษาระดับอนุปริญญา มีจำนวนร้อยละ 9.4 และจบการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวนร้อยละ 3.9 เท่านั้น

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของเกษตรกรแยกตามระดับการศึกษาของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จบต่ำกว่าหรือเทียบเท่าชั้นประถมศึกษาปีที่ 6	71	39.4
จบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3	50	27.8
จบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6	35	19.4
ระดับอนุปริญญา	17	9.4
ระดับปริญญาตรี	7	3.9
รวม	180	100.0

1.4 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

จำนวนสมาชิกในครอบครัวของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีตั้งแต่ 1-7 คน จำนวนสมาชิกเฉลี่ย 4 คน ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน คิดเป็นร้อยละ 59.4 ในจำนวนนี้ร้อยละ 40.0 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-3 คน สำหรับสมาชิกที่มีมากกว่า 7 คนขึ้นไป มีเพียงร้อยละ 0.6 เท่านั้น

ตารางที่ 5 จำนวน และร้อยละของเกษตรกรแยกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวของสมาชิกกลุ่ม
แม่บ้านเกษตรกร

จำนวนสมาชิกในครอบครัว (คน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-3	72	40.0
4-6	107	59.4
มากกว่า 7 คนขึ้นไป	1	0.06
รวม	180	100.0

จำนวนสมาชิกในครอบครัวของเกษตรกร ต่ำสุด 2 คน

จำนวนสมาชิกในครอบครัวของเกษตรกร สูงสุด 7 คน

จำนวนสมาชิกในครอบครัวของเกษตรกร เฉลี่ย 4 คน

และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คือ 1.187

1.5 ลักษณะการถือครองที่ดินการเกษตรของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

จากตารางที่ 6 จะเห็นได้ว่าลักษณะการถือครองที่ดินการเกษตรของเกษตรกร พบว่า ร้อยละ 73.3 มีพื้นที่เป็นของตัวเองทั้งหมด ร้อยละ 15.0 มีพื้นที่เป็นของตัวเองบางส่วนและเช่าเพิ่มเติม ร้อยละ 8.9 เป็นพื้นที่เช่าผู้อื่นทั้งหมด ร้อยละ 2.2 มีพื้นที่เป็นของตนเองบางส่วนและเข้าไปทำประโยชน์โดยไม่ต้องเช่า (ทำฟรี) ส่วนที่เหลือร้อยละ 0.60 เป็นพื้นที่เข้าไปทำประโยชน์โดยไม่ต้องเช่า จึงอาจกล่าวได้ว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีที่ดินทำการเกษตรเป็นของตัวเอง ลักษณะการถือครองที่ดินการเกษตรของเกษตรกรเป็นของตนเองนี้ เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง ที่จะกระตุ้นให้เกษตรกรมีความต้องการ ในการที่จะพัฒนาการเกษตร นำชัย (2529 : 27)

ตารางที่ 6 ลักษณะการถือครองที่ดินการเกษตรของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ลักษณะการถือครองที่ดินการเกษตรของสมาชิกกลุ่มแม่บ้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พื้นที่เป็นของตัวเองทั้งหมด	132	73.3
พื้นที่เช่าผู้อื่นทั้งหมด	16	8.9
พื้นที่เป็นของตัวเองบางส่วนและเช่าเพิ่มเติม	27	15.0
พื้นที่เข้าไปทำประโยชน์โดยไม่ต้องเช่า (ทำฟรี)	1	0.6
พื้นที่เป็นของตนเองบางส่วนและเข้าไปทำประโยชน์ โดยไม่ต้องเช่า (ทำฟรี)	4	2.2
รวม	180	100.0

1.6 ขนาดการถือครองที่ดินการเกษตรของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

จากตารางที่ 7 จะเห็นได้ว่า ขนาดการถือครองที่ดินการเกษตรของสมาชิกกลุ่มแม่บ้าน มากกว่า 10 ไร่ลงมา มีจำนวนร้อยละ 48.8 รองลงมาคือ ขนาดการถือครองที่ดินการเกษตร 11-20 ไร่ จำนวนร้อยละ 42.2 ขนาดการถือครองที่ดินการเกษตร 21-30 ไร่ มีจำนวนร้อยละ 2.7 และขนาดการถือครองที่ดินการเกษตร 31- 40 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 2.7 ส่วนขนาดการถือครองที่ดินการเกษตร 41- 50 ไร่ นั้น คิดเป็นร้อยละ 1.4 และขนาดการถือครองที่ดินการเกษตร มากกว่า 51 ไร่ ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.2 จากเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนี้ เกษตรกรที่มีขนาดการถือครองที่ดินการเกษตรต่ำสุด 0.5 ไร่ ขนาดการถือครองที่ดินการเกษตรสูงสุด 85 ไร่ ขนาดการถือครองที่ดินการเกษตรเฉลี่ย 10.45 ไร่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คือ 7.33

ตารางที่ 7 ขนาดการถือครองที่ดินการเกษตรของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ขนาดการถือครองที่ดินการเกษตร (ไร่)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เท่ากับและน้อยกว่า 10 ไร่ลงมา	88	48.8
11 - 20 ไร่	76	42.2
21 - 30 ไร่	5	2.7
31 - 40 ไร่	5	2.7
41 - 50 ไร่	2	1.4
มากกว่า 51 ไร่ขึ้นไป	4	2.2
รวม	180	100.0

ขนาดการถือครองที่ดินการเกษตรต่ำสุด 0.5 ไร่ ขนาดการถือครองที่ดินการเกษตรสูงสุด 85 ไร่
ขนาดการถือครองที่ดินการเกษตรเฉลี่ย 10.45 ไร่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คือ 7.33

1.7 รายได้ทั้งหมดของครอบครัวสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า เกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีรายได้ทั้งหมดของครอบครัวระหว่าง 100,001 - 200,000 บาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 56.1 รองลงมา คือ มีรายได้ของครอบครัวเท่ากับและน้อยกว่า 100,000 บาทต่อปีลงมา คิดเป็นร้อยละ 24.4 รายได้ 400,000 บาทต่อปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.7 และรายได้ระหว่าง 200,001- 300,000 บาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 6.1 ส่วนรายได้ระหว่าง 300,001 - 400,000 บาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 5.7 เกษตรกรที่มีรายได้ครอบครัวต่ำสุดคือ 30,000 บาทต่อปี ส่วนรายได้สูงสุดคือ 960,000 บาทต่อปี รายได้ครอบครัวเฉลี่ย 192,772.8 บาทต่อปี และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 167911.1 จากการวิจัยดังกล่าว อาจกล่าวได้ว่ารายได้รวมของเกษตรกรค่อนข้างปานกลางและไม่แตกต่างกันมากนัก อาจเนื่องมาจาก การที่เกษตรกรส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน จึงทำให้มีเทคโนโลยีการผลิต การตลาด และปัจจัยอื่น ๆ ที่ใช้ในการเกษตรใกล้เคียงกัน จึงเป็นผลให้รายได้รวมของครอบครัวของเกษตรกร อยู่ในเกณฑ์ใกล้เคียงกัน แต่อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรไม่น้อยยังปกปิดรายได้ที่แท้จริงอยู่ อันเป็นผลมาจากระหว่างการสำรวจนั้น เกษตรกรอาจจะเกิดการสับสนเรื่องที่มาของรายได้ในครอบครัว เช่น จากการกู้ยืม จากสถาบันการเงิน ทั้งในและนอกระบบ เกษตรกรบางส่วนจึงไม่กล้าบอกรายได้ที่แท้จริง

ตารางที่ 8 รายได้ทั้งหมดของครอบครัวสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

รายได้ทั้งหมดของครอบครัว (บาท / ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เท่ากับและน้อยกว่า 100,000 บาท ลงมา	44	24.4
100,001 - 200,000	101	56.1
200,000 - 300,000	11	6.1
300,001 - 400,000	9	5.7
มากกว่า 400,001 บาท ขึ้นไป	14	7.7
รวม	180	100.0

รายได้รวมทั้งหมดของครอบครัวต่ำสุด คือ 30,000 บาทต่อปี

รายได้รวมทั้งหมดของครอบครัวสูงสุด คือ 960,000 บาทต่อปี

รายได้รวมทั้งหมดของครอบครัวเฉลี่ย คือ 192,772.8 บาทต่อปี

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คือ 167911.1

1.8 การเป็นสมาชิกของสถาบันการเกษตรของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ผลการศึกษา พบว่า การเป็นสมาชิกสถาบันการเกษตรของเกษตรกรร้อยละ 61.1 เป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ส่วนที่เหลือร้อยละ 38.9 เป็นสมาชิกมากกว่า 1 กลุ่ม และการที่เกษตรกรเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเป็นส่วนมากนั้น เนื่องจากเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างนี้เป็นสมาชิกของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทั้งหมด ซึ่งรวมถึงเกษตรกรที่เป็นสมาชิกมากกว่า 1 กลุ่มด้วย ดังจะแยกได้ดังนี้ เกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกร 58 คน (ร้อยละ 32.2) สมาชิกสหกรณ์การเกษตร 7 คน (ร้อยละ 3.9) สมาชิกกลุ่มลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำนวน 4 คน (ร้อยละ 2.2) สมาชิกกลุ่มเกษตรกรเขตภาคเหนือ จำนวน 1 คน (ร้อยละ 0.6) จะเห็นได้ว่าการที่เกษตรกรเข้ามาเป็นสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ หลายกลุ่มนั้น จะเป็นประโยชน์ในการให้ความช่วยเหลือกันเอง ทั้งในด้านเทคโนโลยีการผลิต การตลาด หรือการแลกเปลี่ยน ให้ข้อมูลข่าวสารกันเองภายในกลุ่มด้วย อีกทั้งการที่เกษตรกรเข้าเป็นสมาชิกสถาบันการเกษตรนั้น เพราะมีความสำคัญต่อเสถียรภาพ การเข้ากลุ่มในชุมชน และมีผลต่อการประกอบอาชีพของเกษตรกรด้วย

ตารางที่ 9 การเป็นสมาชิกของสถาบันการเกษตรของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

การเป็นสมาชิกสถาบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน	110	61.1
อื่นๆ (เป็นสมาชิกมากกว่า 1กลุ่ม)	70	38.9
รวม	180	100.0

1.9 ตำแหน่งทางสังคมของสมาชิกกลุ่มแม่บ้าน

จากผลการศึกษา พบว่า การมีตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกรร้อยละ 71.7 เป็นเกษตรกรที่ไม่ตำแหน่ง ร้อยละ 2.8 มีตำแหน่งเป็นคณะกรรมการหมู่บ้าน ร้อยละ 4.4 เป็นเกษตรกรที่มีตำแหน่งเป็นผู้ใหญ่บ้าน หรือผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ส่วนที่เหลือร้อยละ 1.1 มีตำแหน่งเป็นสมาชิก อบต.กำนันหรือสารวัตรกำนัน และที่เหลือร้อยละ 10.0 เป็นเกษตรกรที่มีตำแหน่งมากกว่า 1 ตำแหน่ง เช่น ทำหน้าที่ควบประธานกลุ่มแม่บ้าน อาสาสมัครสาธารณสุขหมู่บ้าน เป็นต้น

ตารางที่ 10 ตำแหน่งทางสังคมของสมาชิกกลุ่มแม่บ้าน

ตำแหน่งทางสังคมของสมาชิกกลุ่มแม่บ้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีตำแหน่ง	129	71.7
คณะกรรมการหมู่บ้าน	23	12.8
ผู้ใหญ่บ้านหรือผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน	8	4.4
สมาชิก อบต. กำนันหรือสารวัตรกำนัน	2	1.1
อื่นๆ (เป็นตำแหน่งมากกว่า 1 ตำแหน่ง)	18	10.0
รวม	180	100.0

1.10 ความถี่ในการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากแหล่งต่าง ๆ ในรอบสัปดาห์

ผลการศึกษา พบว่า ความถี่ในการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากแหล่งต่าง ๆ ในรอบสัปดาห์ จากแหล่งข่าวสารประเภทสื่อบุคคลที่เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างได้รับ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเพื่อนบ้านเกษตรกรมากที่สุดคือ ร้อยละ 91.7 รองลงมาร้อยละ 90.0 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเจ้าหน้าที่ของรัฐบาล เช่น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร พัฒนาการประจำอำเภอ เป็นต้น ส่วนร้อยละ 81.1 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเจ้าหน้าที่ของเอกชน และเมื่อพิจารณาจำนวนครั้งที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากแหล่งต่างๆ ในรอบสัปดาห์ พบว่า

เจ้าหน้าที่รัฐบาล เกษตรกรได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเจ้าหน้าที่รัฐบาลร้อยละ 51.7 ในช่วง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมาร้อยละ 26.1 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเจ้าหน้าที่รัฐบาลในช่วง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนร้อยละ 12.2 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเจ้าหน้าที่รัฐบาลในช่วง 5-7 ครั้งต่อสัปดาห์ และยังมีถึงร้อยละ 10.0 ระบุว่าไม่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเจ้าหน้าที่รัฐบาลเลย

เจ้าหน้าที่ของเอกชน เกษตรกรได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเจ้าหน้าที่เอกชน ร้อยละ 48.3 ในช่วง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมาร้อยละ 17.8 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเจ้าหน้าที่เอกชนในช่วง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนร้อยละ 15.0 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเจ้าหน้าที่เอกชนในช่วง 5-7 ครั้งต่อสัปดาห์ และยังมีถึงร้อยละ 18.9 ระบุว่าไม่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเจ้าหน้าที่เอกชนเลย

เพื่อนบ้านเกษตรกร เกษตรกรได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเพื่อนบ้านเกษตรกร ร้อยละ 55.0 ในช่วง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมาร้อยละ 29.4 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเพื่อนบ้านเกษตรกรในช่วง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนร้อยละ 7.3 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเพื่อนบ้านเกษตรกรในช่วง 5-7 ครั้งต่อสัปดาห์ และยังมีถึงร้อยละ 8.3 ระบุว่าไม่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเพื่อนบ้านเกษตรกรเลย

สำหรับผลการศึกษาความถี่ในการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากแหล่งต่าง ๆ ในรอบสัปดาห์จากแหล่งข่าวสารประเภทสื่อมวลชน ที่เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างได้รับ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุกระจายเสียงมากที่สุดคือ ร้อยละ 95.6 รองลงมาร้อยละ 95.0 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุโทรทัศน์ ร้อยละ 91.1 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์ ส่วนร้อยละ 77.2 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากสื่อเอกสารเผยแพร่ ส่วนที่เหลือร้อยละ 33.3 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากสื่อ

อินเทอร์เน็ตตามลำดับ และเมื่อพิจารณาจำนวนครั้งที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากแหล่งต่าง ๆ ในรอบสัปดาห์ พบว่า

หนังสือพิมพ์ เกษตรกรได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์ร้อยละ 38.9 ในช่วง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมาร้อยละ 31.1 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์ในช่วง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนร้อยละ 21.1 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์ในช่วง 5-7 ครั้งต่อสัปดาห์ และยังคงพบว่ามีถึงร้อยละ 8.9 ระบุว่าไม่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์เลย

วิทยุกระจายเสียง เกษตรกรได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุกระจายเสียงร้อยละ 38.3 ในช่วง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมาร้อยละ 32.2 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุกระจายเสียงในช่วง 5-7 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนร้อยละ 25.1 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุกระจายเสียงในช่วง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ และยังคงพบว่ามีถึงร้อยละ 4.4 ระบุว่า ไม่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุกระจายเสียงเลย

วิทยุโทรทัศน์ เกษตรกรได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุโทรทัศน์ร้อยละ 45.0 ในช่วง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมาร้อยละ 31.1 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุโทรทัศน์ในช่วง 5-7 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนร้อยละ 18.9 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุโทรทัศน์ในช่วง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ และยังคงพบว่ามีถึงร้อยละ 5.0 ระบุว่าไม่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุโทรทัศน์เลย

เอกสารเผยแพร่ เกษตรกรได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเอกสารเผยแพร่ ร้อยละ 55.0 ในช่วง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมาร้อยละ 16.1 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเอกสารเผยแพร่ในช่วง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนร้อยละ 6.1 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเอกสารเผยแพร่ในช่วง 5-7 ครั้งต่อสัปดาห์ และยังคงพบว่ามีถึงร้อยละ 22.8 ระบุว่าไม่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเอกสารเผยแพร่เลย

อินเทอร์เน็ต เกษตรกรได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากอินเทอร์เน็ตร้อยละ 20.0 ในช่วง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมาร้อยละ 8.9 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากอินเทอร์เน็ตในช่วง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนร้อยละ 4.4 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากอินเทอร์เน็ตในช่วง 5-7 ครั้งต่อสัปดาห์ และยังคงพบว่ามีถึงร้อยละ 66.7 ระบุว่าไม่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากอินเทอร์เน็ตเลย

ตารางที่ 11 ความถี่ในการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากแหล่งต่าง ๆ ในรอบสัปดาห์

แหล่งความรู้และประเภทสื่อ	ระดับที่เคยได้รับข่าวสาร (จำนวนครั้งต่อสัปดาห์)				
	5-7 ครั้ง	3-4 ครั้ง	1-2 ครั้ง	รวม (คน)	ไม่เคย (คน)
สื่อบุคคล¹					
เจ้าหน้าที่รัฐบาล	22 (12.2)	47 (26.1)	93 (51.7)	162 (90.0)	18 (10.0)
เจ้าหน้าที่ของภาคเอกชน	27 (15.0)	32 (17.8)	87 (48.3)	146 (81.1)	34 (18.9)
เพื่อนบ้านเกษตรกร	13 (7.3)	53 (29.4)	99 (55.0)	165 (91.7)	15 (8.3)
สื่อมวลชน²					
หนังสือพิมพ์	38 (21.1)	70 (38.9)	56 (31.1)	164 (91.1)	16 (8.9)
วิทยุกระจายเสียง	58 (32.2)	69 (38.3)	45 (25.1)	172 (95.6)	8 (4.4)
วิทยุโทรทัศน์	56 (31.1)	81 (45.0)	34 (18.9)	171 (95.0)	9 (5.0)
เอกสารเผยแพร่ต่าง ๆ	11 (6.1)	29 (16.1)	99 (55.0)	139 (77.2)	41 (22.8)
อินเทอร์เน็ต	8 (4.4)	16 (8.9)	36 (20.0)	60 (33.3)	120 (66.7)

^{1,2} เกษตรกรแต่ละคนสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนด้านสื่อหนังสือพิมพ์
 สื่อเอกสารเผยแพร่ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อระบบเครือข่าย
 คอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)

2.1 ความต้องการด้านสื่อหนังสือพิมพ์

ความต้องการของเกษตรกรต้องการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์ได้
 ศึกษาครอบคลุมเกี่ยวกับความต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์ สถานที่
 ที่อ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์ที่เกษตรกรต้องการอ่าน รูปแบบข่าวสารเกี่ยว
 กับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์ที่เกษตรกรต้องการอ่าน และเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP
 จากหนังสือพิมพ์ที่เกษตรกรต้องการอ่าน ซึ่งจะเสนอผลของการศึกษาดังต่อไปนี้

2.1.1 ความต้องการอ่านข่าวสาร และสถานที่ที่อ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP

จากผลการศึกษา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตัวอย่างจำนวน 180 คน พบว่า เกษตรกรร้อยละ
 42.8 (77 คน) มีความต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์มาก ร้อยละ 34.4
 (62 คน) มีความต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์ปานกลาง ร้อยละ 14.4
 (26 คน) มีความต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์น้อย และจากผลศึกษา
 ดังกล่าว ร้อยละ 8.3 (15 คน) ไม่มีความต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์
 สำหรับสถานที่ที่อ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์นั้น ปรากฏว่า
 เกษตรกรจำนวนร้อยละ 100 (165 คน) ต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์
 จากสถานที่ต่างๆ ตามลำดับ ดังนี้ จำนวนร้อยละ 41.2 (68 คน) อ่านจากที่อ่านหนังสือประจำหมู่บ้าน
 รองลงมาจำนวนร้อยละ 34.6 (57 คน) ซื้ออ่านเองที่บ้าน จำนวนร้อยละ 12.8 (21 คน) อ่านที่
 บ้านเพื่อนหรือญาติ ส่วนจำนวนร้อยละ 9.0 (15 คน) อ่านจากที่ทำการของกลุ่มแม่บ้าน และจำนวน
 ร้อยละ 2.4 (4 คน) อ่านจากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 ความต้องการอ่านข่าวสาร และสถานที่ที่อ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP

ประเด็นหัวข้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP	(N=180) ¹	
ต้องการมาก	77	42.8
ต้องการปานกลาง	62	34.4
ต้องการน้อย	26	14.5
ไม่ต้องการ	15	8.3
รวม	180	100.0
สถานที่ที่อ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP	(N=165) ¹	
ใช้อ่านเองที่บ้าน	57	34.6
อ่านที่บ้านเพื่อนหรือญาติ	21	12.8
อ่านจากที่อ่านหนังสือประจำหมู่บ้าน	68	41.2
อ่านจากหน่วยงานของรัฐบาลหรือเอกชน	4	2.4
อ่านจากที่ทำการของกลุ่มแม่บ้าน	15	9.0
รวม	165	100.0

¹ เกษตรกรต้องเลือกคำตอบเพียง 1 คำตอบที่ชอบมากที่สุด

2.1.2 ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์ฉบับต่าง ๆ ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ต้องการอ่าน

เกษตรกรต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์ทั้งหมด 165 คน (ร้อยละ 100) จากการศึกษพบว่า มีจำนวน 57 คน (ร้อยละ 32.1) ต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด รองลงมาจำนวน 38 คน (ร้อยละ 23.0) ต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์เชียงใหม่นิวส์ จำนวน 33 คน (ร้อยละ 20.0) ต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์คมชัดลึก จำนวน 24 คน (ร้อยละ 14.6) ส่วนต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์ข่าวสดและมติชน มีจำนวนเท่ากันคือ 6 คน (ร้อยละ 3.6) และต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์ จำนวน 5 คน (ร้อยละ 3.1) ตามลำดับ สาเหตุที่หนังสือพิมพ์ไทยรัฐได้รับความนิยมมากกว่าหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ นั้น จาก

การสำรวจพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ต้องหาคือหนังสือพิมพ์เอง และชอบอ่านข่าวจากแผงหนังสือ ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐเป็นหนังสือพิมพ์ที่เขียนข่าวสารต่างๆ ได้ดึงดูดความสนใจมากกว่าหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ เป็นภาษาที่ชาวบ้านเข้าใจได้ง่าย แต่ก็ยังได้รับข้อมูลจากเกษตรกรว่าหนังสือพิมพ์บางฉบับชอบเขียนข่าวเกินความจริง หรือความจริงถูกบิดเบือน ส่วนที่ต้องการเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐเพราะเกิดจากความเคยชิน ซึ่งตามสถานที่อ่านหนังสือต่างๆ ในชุมชน ก็จะพบเห็นหนังสือพิมพ์ดังกล่าวได้ทั่วไป ถึงอย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่า หนังสือพิมพ์ที่มีแนวโน้มได้รับความนิยมจากชาวบ้านเพิ่มมากขึ้น ก็คือหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เพราะเป็นการรายงานข่าวสารที่อยู่ใกล้ตัวในพื้นที่ใกล้เคียงภาคเหนือ สามารถติดตามสถานการณ์ได้จริง เช่น หนังสือพิมพ์เชียงใหม่นิวส์ และไทยนิวส์ เป็นต้น ซึ่งคาดว่าในอนาคตจะมีจำนวนผู้สนใจอ่านในอัตราเพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 13 ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์ฉบับต่างๆ ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต้องการ

ชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ต้องการอ่าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไทยรัฐ	57	32.1
เดลินิวส์	38	23.0
เชียงใหม่นิวส์	33	20.0
คมชัดลึก	24	14.6
ข่าวสด	6	3.6
มติชน	6	3.6
ไทยนิวส์	5	3.1
รวม	165	100.0

2.1.3 รูปแบบข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านต้องการอ่าน

จากผลการศึกษาเกษตรกรจำนวน 165 คน (ร้อยละ 100) พบว่าเกษตรกรต้องการอ่านข่าวสารในรูปแบบเสนอความรู้วิชาการใหม่ๆ เกี่ยวกับสินค้า OTOP พร้อมภาพประกอบมากที่สุด จำนวน 93 คน (ร้อยละ 56.4) รองลงมาต้องการอ่านข่าวสารในรูปแบบตอบปัญหาเกี่ยวกับสินค้า OTOP จำนวน 24 คน (ร้อยละ 14.6) รองลงมาต้องการอ่านข่าวสารในรูปแบบของข่าวสารในแวดวงสินค้า OTOP จำนวน 21 คน (ร้อยละ 12.7) ต้องการอ่านข่าวสารในรูปแบบบรรยายเรื่องราวอย่าง

ละเอียด จำนวน 15 คน (ร้อยละ 9.0) ส่วนต้องการอ่านข่าวสารในรูปแบบสัมภาษณ์คนดังเกี่ยวกับสินค้า OTOP จำนวน 8 คน (ร้อยละ 4.9) และต้องการอ่านข่าวสารในรูปแบบชักชวนให้ทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จำนวน 4 คน (ร้อยละ 2.4) การที่เกษตรกรต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOPในรูปแบบเสนอความรู้วิชาการใหม่ๆ เกี่ยวกับสินค้า OTOP พร้อมภาพประกอบนั้น เนื่องจากเกษตรกรในพื้นที่ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาค่อนข้างสูง และต้องการข่าวสารที่ทันสมัยพอที่จะสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและพัฒนาทั้งในรูปแบบของตัวสินค้า และการพัฒนากลุ่ม อีกทั้งจากการสำรวจยังพบว่าข่าวสารที่ออกเผยแพร่ในปัจจุบันส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยทันสมัย ไม่ครอบคลุมเนื้อหา ไม่ละเอียดพอ อีกทั้งไม่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และดีเหมือนข่าวสารที่นำเสนอ

ตารางที่ 14 รูปแบบข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต้องการ

รูปแบบของข่าวสารที่ต้องการอ่าน	จำนวน (คำตอบ) ¹	ร้อยละ
เสนอความรู้วิชาการใหม่ ๆ พร้อมภาพประกอบ	93	56.4
ตอบปัญหาเกี่ยวกับสินค้า OTOP	24	14.6
ข่าวสารในแวดวงสินค้า OTOP	21	12.7
บรรยายเรื่องราวอย่างละเอียด	15	9.0
สัมภาษณ์คนดังทางด้านสินค้า OTOP	8	4.9
ชักชวนให้ทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง	4	2.4
รวม	165	100.0

2.1.4 ประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน

เกษตรกรต้องการอ่าน

ประเภทของเนื้อหาข่าวสารการเกษตรจากหนังสือพิมพ์ที่เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 165 คน (ร้อยละ 100) ต้องการอ่านพบว่ามีจำนวน 74 คน ต้องการอ่านข่าวสารด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาต้องการข่าวสารเกี่ยวกับด้านเทคนิคและวิธีการแปรรูปเกี่ยวกับสินค้าจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 ต้องการข่าวสารเกี่ยวกับด้านการผลิต, ปัจจัยการผลิต จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 ต้องการข่าวสารเกี่ยวกับด้านการฝึกอบรมต่างๆที่เกี่ยวข้องจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ต้องการข่าวสารเกี่ยวกับด้านการบริหารจัดการทุนและการเงินจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ส่วนที่ต้องการข่าวสารเกี่ยวกับกลุ่มหรือผู้ประสบ

ความสำเร็จเกี่ยวกับสินค้า OTOP มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4 และที่ต้องการข่าวสารเกี่ยวกับ
ด้านนโยบายและแผนการพัฒนาของภาครัฐ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

**ตารางที่ 15 ประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากหนังสือพิมพ์ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน
เกษตรกรต้องการอ่าน**

ประเภทเนื้อหาของข่าวสารที่ต้องการอ่าน	จำนวน (คำตอบ) ¹	ร้อยละ
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ	74	14.8
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านเทคนิคและวิธีการแปรรูปเกี่ยวกับสินค้า	35	21.2
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านการผลิต, ปัจจัยการผลิต	31	18.8
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านการฝึกอบรมต่างๆที่เกี่ยวข้อง	11	6.7
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านบริหารจัดการทุนและการเงิน	9	5.5
ข่าวสารกลุ่มหรือผู้ประสบความสำเร็จเกี่ยวกับสินค้า OTOP	4	2.4
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านนโยบายและแผนการพัฒนาของภาครัฐ	1	0.6
รวม	165	100.0

2.2 ความต้องการด้านสื่อเอกสารเผยแพร่

ความต้องการของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ต้องการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP
จากเอกสารเผยแพร่ได้ศึกษา ครอบคลุมเกี่ยวกับความต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP
จากเอกสารเผยแพร่ ประเภทของสื่อเอกสารเผยแพร่ที่เกษตรกรส่วนใหญ่ได้รับเกี่ยวกับสินค้า
OTOP แหล่งที่มาของข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเอกสารเผยแพร่ที่เกษตรกรต้องการอ่าน รูปแบบ
ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเอกสารเผยแพร่ที่เกษตรกรต้องการอ่าน และเนื้อหาข่าวสาร
เกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเอกสารเผยแพร่ที่เกษตรกรต้องการอ่าน ซึ่งจะเสนอผลของการศึกษาดัง
ต่อไปนี้

2.2.1 ความต้องการอ่านข่าวสาร และประเภทของสื่อเอกสารเผยแพร่ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP

จากผลการศึกษา สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตัวอย่างจำนวน 180 คนพบว่าเกษตรกรร้อยละ
24.4 (44 คน) มีความต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเอกสารเผยแพร่มาก ร้อยละ

47.8 (86 คน) มีความต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเอกสารเผยแพร่ปานกลาง ร้อยละ 18.3 (33 คน) มีความต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเอกสารเผยแพร่น้อย และจากผลศึกษาดังกล่าว ร้อยละ 9.4 (17 คน) ไม่มีความต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเอกสารเผยแพร่

สำหรับประเภทของเอกสารเผยแพร่ที่อ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP นั้นปรากฏว่า เกษตรกรจำนวนร้อยละ 100 (163 คน) ต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเอกสารเผยแพร่ประเภทต่าง ๆ ตามลำดับ ดังนี้ จำนวนร้อยละ 25.8 (42 คน) เลือกรูปแบบแผ่นพับ รองลงมา จำนวนร้อยละ 23.9 (39 คน) เลือกรูปแบบโปสเตอร์ จำนวนร้อยละ 22.1 (36 คน) เลือกรูปแบบภาพพลิก ส่วนจำนวนร้อยละ 16.6 (27 คน) เลือกรูปแบบจุดสารหรือวารสาร และจำนวนร้อยละ 11.7 (19 คน) เลือกรูปแบบเอกสารแนะนำ, เอกสารแจกจ่าย (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 ความต้องการอ่านข่าวสาร และประเภทของสื่อเอกสารเผยแพร่ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านต้องการอ่าน

ประเด็นหัวข้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP	(N=180) ¹	
ต้องการมาก	44	24.4
ต้องการปานกลาง	86	47.8
ต้องการน้อย	33	18.3
ไม่ต้องการ	17	9.4
รวม	180	100.0
ประเภทของเอกสารเผยแพร่ที่ต้องการ	(N=163) ¹	
โปสเตอร์	39	23.9
แผ่นพับ	42	25.8
จุดสารหรือวารสาร	27	16.6
ภาพพลิก	36	22.1
เอกสารแนะนำ, เอกสารแจกจ่าย	19	11.7
รวม	163	100.0

¹ เกษตรกรต้องเลือกคำตอบเพียง 1 คำตอบที่ชอบมากที่สุด

2.2.2 แหล่งที่มาของเอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับสินค้า OTOP ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ต้องการอ่าน

เกษตรกรต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเอกสารเผยแพร่ทั้งหมด 163 คน (ร้อยละ 100) จากการศึกษา พบว่า มีจำนวน 97 คน (ร้อยละ 59.5) ได้รับข่าวสารจากเอกสารเผยแพร่ผ่านวิทยากร (ในการอบรมแต่ละครั้ง) มากที่สุด รองลงมาจำนวน 26 คน (ร้อยละ 16.0) ได้รับข่าวสารจากเอกสารเผยแพร่โดยผ่านเจ้าหน้าที่ของรัฐและเอกชนโดยตรง จำนวน 22 คน (ร้อยละ 13.5) ได้รับข่าวสารจากเอกสารเผยแพร่โดยผ่านเพื่อนบ้านเกษตรกร และจำนวน 18 คน (ร้อยละ 11.0) ได้รับข่าวสารจากเอกสารเผยแพร่ โดยซื้อเองตามร้านค้า จากการสำรวจ พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ ได้รับข่าวสารจากเอกสารเผยแพร่ผ่านวิทยากร (ในการอบรมแต่ละครั้ง) และเกษตรกรจะเก็บไว้อ่าน เพราะเห็นว่า มีประโยชน์และมีความรู้ เอาไว้ศึกษาด้วยตนเองได้ตามต้องการ แต่พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยได้รับเอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับสินค้า OTOP มากเท่าไรนักภายในชุมชน เพราะบางครั้ง สื่อเอกสารเผยแพร่มีจำนวนจำกัด ไม่เพียงพอกับความต้องการ (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 แหล่งที่มาของเอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับสินค้า OTOP ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ต้องการอ่าน

แหล่งที่มาของเอกสารเผยแพร่ที่ต้องการอ่าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วิทยากร (ในการอบรมแต่ละครั้ง)	97	59.5
ซื้อเองตามร้านค้า	18	11.0
เพื่อนบ้านเกษตรกร	22	13.5
เจ้าหน้าที่ของรัฐและเอกชนโดยตรง	26	16.0
รวม	163	100.0

2.2.3 รูปแบบข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเอกสารเผยแพร่ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านต้องการอ่าน

จากผลการศึกษาเกษตรกร จำนวน 163 คน (ร้อยละ 100) พบว่า เกษตรกรต้องการอ่านข่าวสารในรูปแบบเสนอความรู้วิชาการใหม่ ๆ เกี่ยวกับสินค้า OTOP พร้อมภาพประกอบมากที่สุด จำนวน 92 คน (ร้อยละ 56.4) รองลงมา ต้องการอ่านข่าวสารในรูปแบบตอบปัญหาเกี่ยวกับสินค้า OTOP จำนวน 26 คน (ร้อยละ 16.0) รองลงมา ต้องการอ่านข่าวสารในรูปแบบชักชวนให้ทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จำนวน 14 คน (ร้อยละ 8.6) ต้องการอ่านในรูปแบบของข่าวสารในแวดวงสินค้า OTOP

จำนวน 13 คน (ร้อยละ 7.9) ต้องการอ่านข่าวสารในรูปแบบบรรยายเรื่องราวอย่างละเอียดจำนวน 12 คน (ร้อยละ 7.4) ต้องการอ่านข่าวสารในรูปแบบสัมภาษณ์คนดังทางด้านสินค้า OTOP จำนวน 6 คน (ร้อยละ 3.7)

การที่เกษตรกรต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ในรูปแบบเสนอความรู้วิชาการใหม่ ๆ เกี่ยวกับสินค้า OTOP พร้อมภาพประกอบนั้น เนื่องจากเกษตรกรในพื้นที่ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาค่อนข้างสูง และต้องการข่าวสารที่ทันสมัยพอที่จะสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและพัฒนาทั้งในรูปแบบของตัวสินค้า และการพัฒนากลุ่ม อีกทั้งจากการสำรวจยัง พบว่า ข่าวสารที่ออกเผยแพร่ในปัจจุบันส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยทันสมัย ไม่ครอบคลุมเนื้อหา ไม่ละเอียดพอ อีกทั้งไม่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และดีเหมือนข่าวสารที่นำเสนอ (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 รูปแบบข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเอกสารเผยแพร่ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน
เกษตรกรต้องการอ่าน

รูปแบบของข่าวสารที่ต้องการอ่าน	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
เสนอความรู้วิชาการใหม่ ๆ พร้อมภาพประกอบ	92	56.4
ตอบปัญหาเกี่ยวกับสินค้า OTOP	26	16.0
ชักชวนให้ทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง	14	8.6
ข่าวสารในแวดวงสินค้า OTOP	13	7.9
บรรยายเรื่องราวอย่างละเอียด	12	7.4
สัมภาษณ์คนดังทางด้านสินค้า OTOP	6	3.7
รวม	163	100.0

2.2.4 ประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเอกสารเผยแพร่ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน

ต้องการอ่าน

ประเภทของเนื้อหาข่าวสารการเกษตร จากเอกสารเผยแพร่ที่เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 163 คน (ร้อยละ 100) ต้องการอ่าน พบว่า มีจำนวน 68 คน ต้องการอ่านข่าวสารด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมา ต้องการข่าวสารเกี่ยวกับด้านการผลิต ปัจจัยการผลิต จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 ต้องการข่าวสารเกี่ยวกับด้านเทคนิคและวิธีการแปรรูปเกี่ยวกับสินค้าจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 ต้องการข่าวสารเกี่ยวกับด้านบริหาร

จัดการทุนและการเงินจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9 ส่วนที่ต้องการข่าวสารเกี่ยวกับด้านนโยบายและแผนการพัฒนาของภาครัฐ มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และต้องการข่าวสารเกี่ยวกับกลุ่มหรือผู้ประกอบการประสบความสำเร็จเกี่ยวกับสินค้า OTOP มีจำนวน 2 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.1 ตามลำดับ ส่วนความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับเนื้อหาด้านการฝึกอบรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องนั้น ไม่มีผู้เลือกตอบเลย (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 ประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากเอกสารเผยแพร่ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านต้องการอ่าน

ประเภทเนื้อหาของข่าวสารที่ต้องการอ่าน	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ	68	41.7
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านการผลิต ปัจจัยการผลิต	32	19.6
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านเทคนิคและวิธีการแปรรูปเกี่ยวกับสินค้า	29	17.8
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านบริหารจัดการทุนและการเงิน	21	12.9
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านนโยบายและแผนการพัฒนาของภาครัฐ	11	6.8
ข่าวสารกลุ่มหรือผู้ประกอบการประสบความสำเร็จเกี่ยวกับสินค้า OTOP	2	1.2
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านการฝึกอบรมต่างๆที่เกี่ยวข้อง	0	0.0
รวม	163	100.0

2.3 ความต้องการด้านสื่อวิทยุกระจายเสียง

ความต้องการของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ต่อการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากสถานีวิทยุกระจายเสียงนั้น ได้ศึกษาครอบคลุมเกี่ยวกับความต้องการรับฟังรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุกระจายเสียง สถานที่รับฟังรายการข่าวสาร สถานีวิทยุกระจายเสียงที่เกษตรกรต้องการรับฟังรายการ ผู้ดำเนินรายการที่เกษตรกรต้องการรับฟัง การพูดของผู้ดำเนินรายการที่เกษตรกรต้องการรับฟัง รูปแบบรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากสถานีวิทยุกระจายเสียงที่เกษตรกรต้องการฟัง เนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ที่เกษตรกรต้องการฟัง และช่วงเวลาที่เหมาะสมในการรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงของเกษตรกร ซึ่งจะเสนอผลของการศึกษาดังต่อไปนี้

2.3.1 ความต้องการรับฟังรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุกระจายเสียงและสถานที่

รับฟังรายการข่าวสารจากวิทยุกระจายเสียง

จากการศึกษาเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 180 คน พบว่า เกษตรกรร้อยละ 37.2 (67 คน) ต้องการฟังข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุกระจายเสียงมาก ร้อยละ 42.8 (77 คน) ต้องการฟังข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุกระจายเสียงปานกลาง ร้อยละ 13.9 (25 คน) ต้องการฟังข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุกระจายเสียงน้อย และมีจำนวนร้อยละ 6.1 (11 คน) ที่ไม่ต้องการฟังข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุกระจายเสียงเลย

สำหรับสถานที่รับฟังรายการข้อมูลข่าวสาร จากสถานีวิทยุกระจายเสียงที่เกษตรกรต้องการรับฟังรายการนั้น ปรากฏว่า เกษตรกรจำนวน 169 คน (ร้อยละ 100) ต้องการรับฟังข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุกระจายเสียงจากสถานที่ตามลำดับดังนี้ จำนวน 126 คน (ร้อยละ 74.5) รับฟังที่บ้านของตัวเองหรือฟังในรถ รองลงมาจำนวน 26 คน (ร้อยละ 15.4) นำไปฟังในไร่นาหรือขณะทำงาน ส่วนจำนวน 17 คน (ร้อยละ 10.1) รับฟังที่บ้านเพื่อนหรือบ้านญาติ (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 ความต้องการรับฟังรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุกระจายเสียงและ

สถานที่รับฟังรายการข่าวสารจากวิทยุกระจายเสียง

ประเด็นหัวข้อ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ความต้องการรับฟังรายการเกี่ยวกับสินค้า OTOP	(N= 180) ¹	
ต้องการมาก	67	37.2
ต้องการปานกลาง	77	42.8
ต้องการน้อย	25	13.9
ไม่ต้องการ	11	6.1
รวม	180	100.0
สถานที่รับฟังรายการ	(N= 169) ¹	
ฟังเองที่บ้านหรือฟังในรถ	126	74.5
ฟังที่บ้านเพื่อนหรือญาติ	17	10.1
นำไปฟังในไร่นาหรือขณะทำงาน	26	15.4
รวม	169	100.0

¹ เกษตรกรต้องเลือกคำตอบเพียง 1 คำตอบที่ชอบมากที่สุด

2.3.2 สถานีวิทยุกระจายเสียงที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต้องการรับฟังรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP

จากการศึกษาเกษตรกรตัวอย่าง จำนวน 169 คน (ร้อยละ 100) พบว่า เกษตรกรต้องการฟังข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากสถานีวิทยุกระจายเสียงแบบ FM และสามารถระบุคลื่นความถี่ที่ฟังได้อย่างน้อย 1 คลื่นมีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 73.4 ตัวอย่างคลื่นที่ระบุเช่น คลื่น 90, 91, 91.5, 92.5, 93.5, 98, 100, 103.5, 105.5 และ 105.75 MHz อีกทั้งยังให้ความสนใจคลื่นที่ส่งสัญญาณด้วยคลื่นความถี่จากสถานีวิทยุประจำจังหวัด และจากสถาบันการศึกษาเป็นพิเศษ เช่นจากสถานีวิทยุของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เป็นต้น และพบว่า เกษตรกรต้องการฟังข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากสถานีวิทยุกระจายเสียงแบบ AM และสามารถระบุคลื่นความถี่ที่ฟังได้อย่างน้อย 1 คลื่นมีเป็นจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 ซึ่งส่วนใหญ่ระบุคลื่น AM 1000 KHz ส่วนที่เลือกฟังทั้งคลื่น FM, AM แล้วแต่จะหมุนเจอ แต่ไม่สามารถระบุคลื่นที่ฟังได้ มีจำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 7.1 และเกษตรกรที่ไม่สามารถแยกคลื่นได้ว่าคลื่นไหน FM หรือ AM มีจำนวนทั้งสิ้น 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 สถานีวิทยุกระจายเสียงที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต้องการรับฟังรายการ

ประเด็นหัวข้อ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
สถานีวิทยุกระจายเสียงที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านต้องการฟัง		
เลือกฟังเฉพาะ FM ระบุคลื่นได้	124	73.4
เลือกฟังเฉพาะ AM ระบุคลื่นได้	30	17.7
แยกคลื่นไม่ออกว่าคลื่นไหน FM หรือ AM	3	1.8
ฟังทั้งคลื่น FM, AM แล้วแต่จะหมุนเจอ ระบุคลื่นไม่ได้	12	7.1
รวม	169	100.0

2.3.3 ผู้ดำเนินรายการที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต้องการรับฟัง

จากผลการศึกษา พบว่า มีเกษตรกรจำนวน 106 คน (ร้อยละ 62.7) ต้องการผู้ดำเนินรายการวิทยุกระจายเสียงทั้งชายและหญิงพูดร่วมกัน รองลงมาจำนวน 33 คน (ร้อยละ 19.5) ต้องการผู้ดำเนินรายการวิทยุกระจายเสียงหญิงพูดคนเดียวตลอดรายการ และจำนวน 30 คน (ร้อยละ 17.8) ต้องการผู้ดำเนินรายการวิทยุกระจายเสียงชายพูดคนเดียวตลอดรายการ (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 ผู้ดำเนินรายการที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต้องการรับฟัง

ประเด็นหัวข้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้ดำเนินรายการที่เกษตรกรต้องการรับฟัง		
ชายพูดคนเดียวตลอดรายการ	30	17.8
หญิงพูดคนเดียวตลอดรายการ	33	19.5
ทั้งชายและหญิงพูดร่วมกัน	106	62.7
รวม	169	100.0

¹เกษตรกรต้องเลือกคำตอบเพียง 1 คำตอบที่ชอบมากที่สุด

2.3.4 การพูดและภาษาของผู้ดำเนินรายการที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต้องการรับฟัง

สำหรับการพูดของผู้ดำเนินรายการที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านต้องการรับฟังนั้น พบว่า มีเกษตรกรจำนวน 106 คน (ร้อยละ 62.7) ต้องการรับฟังการพูดของผู้ดำเนินรายการที่พูดเป็นกันเองกับทุกคน รองลงมาเกษตรกรจำนวน 37 คน (ร้อยละ 21.9) ต้องการรับฟังการพูดของผู้ดำเนินรายการที่พูดเป็นทางการ สาระมาๆ และเกษตรกรจำนวน 26 คน (ร้อยละ 15.4) ต้องการรับฟังการพูดของผู้ดำเนินรายการที่พูดแบบมีอารมณ์ขัน

ส่วนภาษาการพูดของผู้ดำเนินรายการที่เกษตรกรต้องการรับฟังนั้น พบว่า มีเกษตรกรจำนวน 101 คน (ร้อยละ 59.8) ต้องการรับฟังภาษาการพูดของผู้ดำเนินรายการที่พูดเป็นภาษากลาง รองลงมา เกษตรกรจำนวน 60 คน (ร้อยละ 35.5) ต้องการรับฟังภาษาการพูดของผู้ดำเนินรายการที่พูดเป็นภาษาท้องถิ่นภาคเหนือ ส่วนเกษตรกรจำนวน 8 คน (ร้อยละ 4.7) ต้องการรับฟังภาษาการพูดของผู้ดำเนินรายการที่พูดเป็นภาษาท้องถิ่นอื่นๆ เช่น ภาษายอง ภาษาชาวเขาประจำเผ่า เป็นต้น (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 23 การพูดและภาษาของผู้ดำเนินรายการที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต้องการรับฟัง

ประเด็นหัวข้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ลักษณะการพูดของผู้ดำเนินรายการที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต้องการรับฟัง		
พูดเป็นกันเองกับทุกคน	106	62.7
พูดเป็นทางการสาระมากๆ	37	21.9
พูดแบบมีอารมณ์ขัน	26	15.4
รวม	169	100.0
ภาษาที่ใช้ของผู้ดำเนินรายการที่เกษตรกรต้องการรับฟัง		
พูดเป็นภาษากลางทั่วไป	101	59.8
พูดเป็นภาษาท้องถิ่นคำเมืองภาคเหนือทั่วไป	60	35.5
พูดเป็นภาษาท้องถิ่นอื่นๆ เช่น ภาษาของ ภาษาชาวเขา	8	4.7
รวม	169	100.0

2.4.4 รูปแบบรายการสถานีวิทยุกระจายเสียงที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต้องการรับฟังรายการ

จากผลการศึกษา เกษตรกรจำนวน 169 คน (ร้อยละ 100) พบว่า มีเกษตรกรจำนวน 50 คน (ร้อยละ 29.7) ต้องการรับฟังรายการข่าวสารในรูปแบบสัมภาษณ์คนดังเกี่ยวกับสินค้า OTOP รองลงมา จำนวน 43 คน (ร้อยละ 25.4) ต้องการรับฟังรายการข่าวสารในรูปแบบบรรยายความรู้เกี่ยวกับสินค้า OTOP จำนวน 40 คน (ร้อยละ 23.7) ต้องการรับฟังรายการข่าวสารในรูปแบบรายการข่าวเกี่ยวกับสินค้า OTOP จำนวน 17 คน (ร้อยละ 10.1) ต้องการรับฟังรายการข่าวสารในรูปแบบ รายการเพลงสลับกับสาระเกี่ยวกับสินค้า OTOP จำนวน 16 คน (ร้อยละ 9.4) ต้องการรับฟังรายการข่าวสารในรูปแบบพูดสนทนาเกี่ยวกับสินค้า OTOP 1-2 คน จำนวน 3 คน (ร้อยละ 1.8) ต้องการรับฟังรายการข่าวสารในรูปแบบ ตอบปัญหาเกี่ยวกับสินค้า OTOP ส่วนความต้องการรับฟังรายการข่าวสารในรูปแบบรายการละครสลับสาระเกี่ยวกับสินค้า OTOP ไม่มีผู้เลือกตอบ (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 24 รูปแบบข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุกระจายเสียงที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน
เกษตรกรต้องการฟัง

รูปแบบของข่าวสารที่ต้องการฟัง	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
สัมภาษณ์คนดังเกี่ยวกับสินค้า OTOP	50	29.6
บรรยายความรู้เกี่ยวกับสินค้า OTOP	43	25.4
รายการข่าวเกี่ยวกับสินค้า OTOP	40	23.7
รายการเพลงสลับกับสาระเกี่ยวกับสินค้า OTOP	17	10.1
พุดสนทนาเกี่ยวกับสินค้า OTOP 1-2 คน	16	9.4
ตอบปัญหาเกี่ยวกับสินค้า OTOP	3	1.8
รายการละครสลับกับสาระเกี่ยวกับสินค้า OTOP	0	0.00
รวม	169	100.0

2.4.5 เนื้อหารายการสถานีวิทยุกระจายเสียงที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต้องการรับฟังรายการ

จากผลการศึกษา เกษตรกรจำนวน 169 คน (ร้อยละ100) พบว่า ประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP เนื้อหารายการทางวิทยุกระจายเสียงที่เกษตรกรต้องการรับฟังมีเกษตรกรจำนวน 111 คน (ร้อยละ 65.7) ต้องการรับฟังในเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ รองลงมาเกษตรกรจำนวน 20 คน (ร้อยละ 11.8) ต้องการรับฟังในเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับด้านเทคนิคและวิธีการแปรรูปเกี่ยวกับสินค้าจำนวน 14 คน (ร้อยละ 8.3) ต้องการรับฟังในเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับด้านการผลิต ปัจจัยการผลิต จำนวน 13 คน (ร้อยละ 7.7) ต้องการรับฟังในเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับด้านบริหารจัดการทุนและการเงินจำนวน 7 คน (ร้อยละ 4.1) ต้องการรับฟังในเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับด้านการฝึกอบรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่วนต้องการรับฟังในเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายรัฐและแผนการพัฒนาของภาครัฐและต้องการรับฟังในเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับกลุ่มหรือผู้ประกอบการประสบความสำเร็จเกี่ยวกับสินค้า OTOP มีจำนวนเท่ากันคือ 2 คน (ร้อยละ 1.2) (ตารางที่ 25)

ตารางที่ 25 ประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุกระจายเสียงที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต้องการฟัง

ประเภทเนื้อหาของข่าวสารที่ต้องการฟัง	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ	111	65.7
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านเทคนิคและวิธีการแปรรูปเกี่ยวกับสินค้า	20	11.8
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านการผลิต ปัจจัยการผลิต	14	8.3
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านบริหารจัดการทุนและการเงิน	13	7.7
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านการฝึกอบรมต่างๆที่เกี่ยวข้อง	7	4.1
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านนโยบายและแผนการพัฒนาของภาครัฐ	2	1.2
ข่าวสารกลุ่มหรือผู้ประสบความสำเร็จเกี่ยวกับสินค้า OTOP	2	1.2
รวม	169	100.0

2.4.6 ช่วงเวลาออกอากาศสถานีวิทยุกระจายเสียงที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต้องการรับฟังรายการ

จากผลการศึกษาเกษตรกรจำนวน 169 คน (ร้อยละ 100) พบว่า มีจำนวน 44 คน (ร้อยละ 26.0) ที่ระบุช่วงเวลาที่เหมาะสมที่ต้องการรับฟังคือ ช่วง 08.01-12.00 น. รองลงมาจำนวน 40 คน(ร้อยละ 23.7) ที่ระบุช่วงเวลาที่เหมาะสมที่ต้องการรับฟังคือ ช่วง 12.01-13.00 น. จำนวน 32 คน(ร้อยละ 18.9) ที่ระบุช่วงเวลาที่เหมาะสมที่ต้องการรับฟังคือ ช่วง 06.01- 08.00 น. จำนวน 26 คน (ร้อยละ 15.4) ที่ระบุช่วงเวลาที่เหมาะสมที่ต้องการรับฟังคือ ช่วง 13.01-18.00 น. จำนวน 12 คน (ร้อยละ 7.1) ที่ระบุช่วงเวลาที่เหมาะสมที่ต้องการรับฟังคือ ช่วง 18.01-20.00น. และจำนวน 11 คน(ร้อยละ 6.5) ที่ระบุช่วงเวลาที่เหมาะสมที่ต้องการรับฟังคือ ช่วง ก่อน 06.00 น. ส่วนที่เหลือจำนวน 2 คน(ร้อยละ 1.2) ที่ระบุช่วงเวลาที่เหมาะสมที่ต้องการรับฟังคือ ช่วง 20.01-22.00 น. ซึ่งเท่ากับอีกจำนวน 2 คน(ร้อยละ 1.2) ที่ระบุช่วงเวลาที่เหมาะสมที่ต้องการรับฟังคือ ช่วง หลัง 22.00 น.ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ระบุช่วงเวลาที่เหมาะสมที่ต้องการรับฟังรายการวิทยุเกี่ยวกับสินค้า OTOP ในช่วงตั้งแต่เวลาเริ่มทำงานตอนเช้า ช่วง 08.01-12.00 น. ซึ่งเป็นช่วงที่กำลังกาย กำลังสมอง พร้อมรับข่าวสารเต็มที่มีความสดชื่น และเป็นช่วงที่เกษตรกรยังไม่เคลียด ซึ่งใกล้เคียงกับระบุช่วงเวลาในตอนเที่ยง เนื่องจากเป็นช่วงเวลาเกษตรกรพักรับประทานอาหารกลางวัน และเป็นช่วงผ่อนคลายคั่นเวลา จึงทำให้ช่วงเวลานี้เป็นช่วงเวลาที่ดีสำหรับมารับข่าวสารของเกษตรกร ส่วนเวลาในช่วงเย็นและกลางคืนนั้น ส่วนใหญ่เกษตรกรต้องการที่จะปฏิบัติภารกิจภายในครอบครัวและพักผ่อนมากกว่า เพราะเหนื่อยอ่อนจากการทำงานมาตลอดทั้งวัน (ตารางที่ 26)

ตารางที่ 26 ช่วงเวลาออกอากาศสถานีวิทยุกระจายเสียงที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านต้องการรับฟังรายการ

ช่วงเวลาที่เหมาะสมที่ต้องการฟัง	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ก่อน 06.00 น.	11	6.5
06.01-08.00 น.	32	18.9
08.01-12.00 น.	44	26.0
12.01-13.00 น.	40	23.7
13.01-18.00 น.	26	15.4
18.01-20.00 น.	12	7.1
20.01-22.00 น.	2	1.2
หลัง 22.00 น.	2	1.2
รวม	169	100.0

2.4 ความต้องการด้านสื่อวิทยุโทรทัศน์

ความต้องการของเกษตรกรต่อการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากสถานีวิทยุโทรทัศน์นั้น ได้ศึกษาครอบคลุมเกี่ยวกับความต้องการรับชมรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุโทรทัศน์ สถานที่รับชมรายการข่าวสาร สถานีวิทยุโทรทัศน์ที่เกษตรกรต้องการรับชมรายการ ผู้ดำเนินรายการที่เกษตรกรต้องการรับชม การพูดของผู้ดำเนินรายการที่เกษตรกรต้องการรับชม รูปแบบรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากสถานีวิทยุโทรทัศน์ที่เกษตรกรต้องการชม เนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ที่เกษตรกรต้องการชม และช่วงเวลาที่เหมาะสมในการรับชมรายการวิทยุโทรทัศน์ของเกษตรกร ซึ่งจะเสนอผลของการศึกษา ดังต่อไปนี้

2.4.1 ความต้องการรับชมรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุโทรทัศน์ และสถานที่รับ

ชมรายการข่าวสารจากวิทยุโทรทัศน์

จากการศึกษา เกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 180 คน พบว่า เกษตรกรร้อยละ 68.3 (123 คน) ต้องการชมข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุโทรทัศน์มาก ร้อยละ 27.2 (49 คน) ต้องการชมข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุโทรทัศน์ปานกลาง ร้อยละ 2.8 (5 คน) ต้องการชมข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุโทรทัศน์น้อย และมีจำนวนร้อยละ 1.7 (3 คน) ที่ไม่ต้องการชมข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุโทรทัศน์

สำหรับสถานที่รับชมรายการข่าวสารจาก สถานีวิทยุโทรทัศน์ที่เกษตรกรต้องการรับชมรายการนั้น ปรากฏว่า เกษตรกรจำนวน 177 คน (ร้อยละ 100) ต้องการรับชมข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุโทรทัศน์จากสถานที่ ตามลำดับดังนี้ จำนวน 143 คน (ร้อยละ 80.8) รับชมจากบ้านของตัวเอง รองลงมาจำนวน 24 คน (ร้อยละ 13.6) รับชมจากบ้านเพื่อนหรือบ้านญาติ และจำนวนจำนวน 10 คน (ร้อยละ 5.6) รับชมจากร้านค้าหรือหน่วยงานของรัฐ (ตารางที่ 27)

ตารางที่ 27 ความต้องการรับชมรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุโทรทัศน์ และสถานที่รับชมรายการข่าวสารจากวิทยุโทรทัศน์

ประเด็นหัวข้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความต้องการชมข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP	(N= 180) ¹	
ต้องการมาก	123	68.3
ต้องการปานกลาง	49	27.2
ต้องการน้อย	5	2.8
ไม่ต้องการ	3	1.7
รวม	180	100.0
สถานที่ที่ต้องการรับชมรายการทางวิทยุโทรทัศน์	(N= 177) ¹	
ที่บ้านของตนเอง	143	80.8
ที่บ้านเพื่อนหรือญาติ	10	5.6
ที่ร้านค้าหรือหน่วยงานของรัฐ	24	13.6
รวม	177	100.0

¹ เกษตรกรต้องเลือกคำตอบเพียง 1 คำตอบที่ชอบมากที่สุด

2.4.2 สถานีวิทยุโทรทัศน์ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต้องการรับชมรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า

OTOP

จากผลการศึกษาในกลุ่มเกษตรกรตัวอย่างจำนวน 177 คน พบว่า เกษตรกร ร้อยละ 33.3 (59 คน) ต้องการรับชมรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุโทรทัศน์ช่อง ITV รองลงมาเกษตรกร ร้อยละ 29.9 (53 คน) ต้องการรับชมรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 3 เกษตรกร ร้อยละ 18.7 (33 คน) ต้องการรับชมรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุโทรทัศน์

กองทัพบกช่อง 7 เกษตรกร ร้อยละ 8.0 (14 คน) ต้องการรับชมรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5 เกษตรกร ร้อยละ 7.3 (13 คน) ต้องการรับชมรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ และเกษตรกรร้อยละ 2.8 (5 คน) ต้องการรับชมรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุโทรทัศน์ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ สำหรับสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่องอื่นๆ เช่น ช่อง UBC หรือ ช่อง ETV ไม่มีเกษตรกรเลือกต้องการรับชมรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุโทรทัศน์เลย จากผลการศึกษายืนยันได้ว่าเกษตรกรจะมีความต้องการรับชมรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางวิทยุโทรทัศน์ในแต่ละช่องไม่ต่างกันมากนัก เนื่องจากปัจจุบันสถานีวิทยุโทรทัศน์มีช่องหรือรายการให้เกษตรกรสามารถเลือกชมได้มากกว่าในอดีต บางสถานีมีการขยายเวลาออกอากาศเป็นตลอด 24 ชั่วโมง และสาเหตุอีกประการหนึ่งคือ ในส่วนของเกษตรกรที่มีรายได้สูงนั้นสามารถเลือกชมสถานีหรือรายการจากทั้งเคเบิลทีวี และจานดาวเทียมรับสัญญาณได้แล้ว ทำให้รับสัญญาณได้ชัด ซึ่งสามารถรับชมให้ความรู้ได้ตลอดและไม่ขาดตอน ส่วนเหตุผลที่มีผู้ต้องการเลือกชมวิทยุโทรทัศน์ช่อง ITV มากนั้น มีเหตุผลมาจากการที่สถานีมีการรายงานข่าวสารที่น่าสนใจ รวดเร็วและฉับไว ทำให้ทันข่าวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ถ้าผลิตข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ก็น่าจะดูทันสมัยและน่าติดตามชม (ตารางที่ 28)

ตารางที่ 28 สถานีวิทยุโทรทัศน์ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านต้องการรับชมรายการ

สถานีวิทยุโทรทัศน์ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านต้องการรับชมรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานีโทรทัศน์ช่อง 3	53	29.9
สถานีโทรทัศน์ช่อง 5	14	8.0
สถานีโทรทัศน์ช่อง 7	33	18.7
สถานีโทรทัศน์ช่อง 9	13	7.3
สถานีโทรทัศน์ช่อง 11	5	2.8
สถานีโทรทัศน์ช่อง ITV	59	33.3
สถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ เช่น UBC	0	0.0
รวม	177	100.0

2.4.3 ผู้ดำเนินรายการและลักษณะการพูดของผู้ดำเนินรายการที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านต้องการรับชม

จากผลการศึกษา มีเกษตรกรจำนวน 177 คน (ร้อยละ 100) พบว่า ต้องการรับชมผู้ดำเนินรายการวิทยุโทรทัศน์ที่มีทั้งชายและหญิงพูดร่วมกัน จำนวน 112 คน (ร้อยละ 63) ต้องการรับชมผู้ดำเนินรายการวิทยุโทรทัศน์ที่เป็นหญิงพูดคนเดียวตลอดรายการจำนวน 39 คน (ร้อยละ 22.0) และต้องการรับชมผู้ดำเนินรายการวิทยุโทรทัศน์ที่เป็น จำนวน 26 คน (ร้อยละ 14.7) ชายพูดคนเดียวตลอดรายการ

สำหรับลักษณะการพูดของผู้ดำเนินรายการ ที่เกษตรกรต้องการรับชมที่เกษตรกรต้องการรับชมพบว่ามีเกษตรกรจำนวน 71 คน (ร้อยละ 40.1) ต้องการรับชมลักษณะการพูดของผู้ดำเนินรายการที่พูดแบบมีอารมณ์ขัน เกษตรกรจำนวน 57 คน (ร้อยละ 32.2) ต้องการรับชมลักษณะการพูดของผู้ดำเนินรายการที่พูดเป็นกันเองกับทุกคน เกษตรกรจำนวน 47 คน (ร้อยละ 26.6) ต้องการรับชมลักษณะการพูดของผู้ดำเนินรายการที่พูดเป็นทางการสาระมาก ๆ ส่วนที่เหลือเกษตรกรจำนวน 2 คน (ร้อยละ 1.1) นั้น เลือกตอบต้องการรับชมลักษณะการพูดของผู้ดำเนินรายการที่พูด อย่างไรก็ได้แล้วแต่รูปแบบรายการ หรือบุคลิกของผู้ดำเนินรายการ (ตารางที่ 29)

ตารางที่ 29 ผู้ดำเนินรายการและลักษณะการพูดของผู้ดำเนินรายการที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน
เกษตรกรต้องการรับชม

ประเด็นหัวข้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้ดำเนินรายการที่เกษตรกรต้องการรับชม		
ชายพูดคนเดียวตลอดรายการ	26	14.7
หญิงพูดคนเดียวตลอดรายการ	39	22.0
ทั้งชายและหญิงพูดร่วมกัน	112	63.3
รวม	177	100.0
ลักษณะการพูดของผู้ดำเนินรายการที่เกษตรกรต้องการรับชม		
พูดเป็นกันเองกับทุกคน	57	32.2
พูดเป็นทางการสาระมาก ๆ	47	26.6
พูดแบบมีอารมณ์ขัน	71	40.2
อื่น ๆ เช่น พูดอย่างไรก็ได้แล้วแต่รูปแบบรายการ	2	1.2
รวม	177	100.0

2.4.4 รูปแบบรายการสถานีวิทยุโทรทัศน์ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต้องการรับชมรายการ

จากผลการศึกษา พบว่า มีเกษตรกรจำนวน 74 คน (ร้อยละ 41.8) ต้องการรับชมรูปแบบข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุโทรทัศน์ในรูปแบบพุดสนทนาตอบปัญหาเกี่ยวกับสินค้า OTOP 1-2 คน เกษตรกรจำนวน 33 คน (ร้อยละ 18.7) ต้องการรับชมรูปแบบข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุโทรทัศน์ในรูปแบบรายการเพลงสลับกับสาระเกี่ยวกับสินค้า OTOP เกษตรกรจำนวน 18 คน (ร้อยละ 10.2) ต้องการรับชมรูปแบบข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุโทรทัศน์ในรูปแบบบรรยายความรู้เกี่ยวกับสินค้า OTOP ซึ่งเท่ากันกับเกษตรกรจำนวน 18 คน (ร้อยละ 10.2) ต้องการรับชมรูปแบบข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุโทรทัศน์ในรูปแบบรายการละครสลับสาระเกี่ยวกับสินค้า OTOP เกษตรกรจำนวน 16 คน (ร้อยละ 9.0) ต้องการรับชมรูปแบบข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุโทรทัศน์ในรูปแบบสัมภาษณ์คนดังเกี่ยวกับสินค้า OTOP ส่วนเกษตรกรจำนวน 13 คน (ร้อยละ 7.3) ต้องการรับชมรูปแบบข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุโทรทัศน์ในรูปแบบรายการข่าวเกี่ยวกับสินค้า OTOP และเกษตรกรจำนวน 5 คน (ร้อยละ 2.8) ต้องการรับชมรูปแบบข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุโทรทัศน์ในรูปแบบตอบปัญหาเกี่ยวกับสินค้า OTOP ตามลำดับ ผลการศึกษาอาจกล่าวได้ว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ที่ต้องการรับชมข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ในรูปแบบพุดสนทนาตอบปัญหาเกี่ยวกับสินค้า OTOP 1-2 คน นั้น อาจเนื่องมาจากเป็นรูปแบบที่เกษตรกรสามารถชมผู้ดำเนินรายการและแขกรับเชิญร่วมพุดคุยแลกเปลี่ยนกัน สามารถเข้าใจได้ง่ายทันที น่าสนใจและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในการประกอบอาชีพของเกษตรกรได้ ส่วนที่ชื่นชอบรูปแบบรายการเพลงสลับกับสาระเกี่ยวกับสินค้า OTOP อาจจะเป็นเพราะได้ดูเพลงพร้อมภาพประกอบ (มิวสิกวิดีโอ) สลับกับความรู้ ทำให้เพลิดเพลินไม่น่าเบื่อ ซึ่งสื่อวิทยุโทรทัศน์นั้นสามารถส่งผลให้เกิดการเรียนรู้แก่เกษตรกรได้ถึง ร้อยละ 88 (ปราชญ์ ,2529) (ตารางที่ 30)

ตารางที่ 30 รูปแบบข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOPTจากวิทยุโทรทัศน์ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร
ต้องการชม

รูปแบบของข่าวสารที่ต้องการชม	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
พูดสนทนาตอบปัญหาเกี่ยวกับสินค้าOTOP 1-2 คน	74	41.8
รายการเพลงสลับกับสาระเกี่ยวกับสินค้า OTOP	33	18.7
บรรยายความรู้เกี่ยวกับสินค้า OTOP	18	10.2
รายการละครสลับสาระเกี่ยวกับสินค้า OTOP	18	10.2
สัมภาษณ์คนดังเกี่ยวกับสินค้า OTOP	16	9.0
รายการข่าวเกี่ยวกับสินค้า OTOP	13	7.3
ตอบปัญหาเกี่ยวกับสินค้า OTOP	5	2.8
รวม	177	100.0

2.4.5 เนื้อหารายการสถานีวิทยุโทรทัศน์ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต้องการรับชมรายการ

จากผลการศึกษา มีเกษตรกรจำนวน 177 คน (ร้อยละ 100) พบว่า เกษตรกรจำนวน 83 คน (ร้อยละ 46.9) ต้องการรับชมรายการประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP เกี่ยวกับด้านเทคนิคและวิธีการแปรรูปเกี่ยวกับสินค้า รองลงมา มีเกษตรกรจำนวน 38 คน (ร้อยละ 21.5) ต้องการรับชมรายการประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP เกี่ยวกับด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศเกษตรกรจำนวน 25 คน (ร้อยละ 14.1) ต้องการรับชมรายการประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP เกี่ยวกับด้านนโยบายและแผนการพัฒนาของภาครัฐ ซึ่งเท่ากับเกษตรกรจำนวน 25 คน (ร้อยละ 14.1) ต้องการรับชมรายการประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP เกี่ยวกับด้านการผลิต ปัจจัยการผลิต เกษตรกรจำนวน 5 คน (ร้อยละ 2.8) ต้องการรับชมรายการประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP เกี่ยวกับกลุ่มหรือผู้ประสบความสำเร็จเกี่ยวกับสินค้า OTOP และเกษตรกรจำนวน 1 คน (ร้อยละ 0.6) ต้องการรับชมรายการประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP เกี่ยวกับด้านการฝึกอบรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่วนข่าวสารรูปแบบเกี่ยวกับด้านการบริหารจัดการทุนและการเงินนั้น ไม่มีผู้เลือกตอบ (ตารางที่ 31)

ตารางที่ 31 ประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากวิทยุโทรทัศน์ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน
เกษตรกรต้องการชม

ประเภทเนื้อหาของข่าวสารที่ต้องการชม	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านเทคนิคและวิธีการแปรรูปเกี่ยวกับสินค้า	83	46.9
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ	38	21.5
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านการผลิต ปัจจัยการผลิต	25	14.1
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านนโยบายและแผนการพัฒนากองภาครัฐ	25	14.1
ข่าวสารกลุ่มหรือผู้ประสบความสำเร็จเกี่ยวกับสินค้า OTOP	5	2.8
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านการฝึกอบรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง	1	0.6
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านบริหารจัดการทุนและการเงิน	0	0.00
รวม	177	100.0

2.4.6 ช่วงเวลาออกอากาศสถานีวิทยุโทรทัศน์ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต้องการรับชมรายการจากผลการศึกษา มีเกษตรกรจำนวน 177 คน (ร้อยละ 100) ที่ต้องการรับชมรายการเกี่ยวกับสินค้า OTOP ที่ออกอากาศสถานีวิทยุโทรทัศน์ พบว่า เกษตรกรจำนวน 37 คน (ร้อยละ 20.9) ที่ระบุช่วงเวลาที่เหมาะสมคือ 08.01-12.00 น. รองลงมาเกษตรกรจำนวน 36 คน (ร้อยละ 20.4) ที่ระบุช่วงเวลาที่เหมาะสมคือ 06.01-08.00 น. เกษตรกรจำนวน 35 คน (ร้อยละ 19.8) ที่ระบุช่วงเวลาที่เหมาะสมคือ 18.01-20.00 น. เกษตรกรจำนวน 22 คน (ร้อยละ 12.4) ที่ระบุช่วงเวลาที่เหมาะสมคือ ก่อน 06.00 น. เกษตรกรจำนวน 19 คน (ร้อยละ 10.7) ที่ระบุช่วงเวลาที่เหมาะสมคือ 13.01-18.00 น. เกษตรกรจำนวน 17 คน (ร้อยละ 9.6) ที่ระบุช่วงเวลาที่เหมาะสมคือ 12.01-13.00น. ส่วนเกษตรกรจำนวน 9 คน (ร้อยละ 5.1) ที่ระบุช่วงเวลาที่เหมาะสมคือ 20.01-22.00 น. และเกษตรกรจำนวน 2 คน (ร้อยละ 1.1) ที่ระบุช่วงเวลาที่เหมาะสมคือ หลัง 22.00 น. ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าเกษตรกรส่วนใหญ่จะระบุช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับรับชมข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ที่ออกอากาศสถานีวิทยุโทรทัศน์ค่อนข้างใกล้เคียงกันไม่แตกต่างกันมากนัก ซึ่งจะแบ่งได้เป็น 2 ช่วงใหญ่ๆ คือช่วงที่ 1 เริ่มตั้งแต่เวลาเริ่มทำงานจนถึงเที่ยง เพราะจะเป็นการติดตามข่าวสารที่ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในวันนั้นๆ วันต่อวันทันทีไม่ตกข่าว ส่วนช่วงที่ 2 จะเป็นในช่วงหัวค่ำเนื่องจากเป็นช่วงที่เกษตรกรเสร็จจากการปฏิบัติการกิจประจำวัน และเป็นช่วงเวลาพักผ่อน (ตารางที่ 32)

ตารางที่ 32 ช่วงเวลาออกอากาศสถานีวิทยุโทรทัศน์ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านต้องการรับชมรายการ

ช่วงเวลาที่เหมาะสมที่ต้องการชม	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ก่อน 06.00 น.	22	12.4
06.01-08.00 น.	36	20.4
08.01-12.00 น.	37	20.9
12.01-13.00 น.	17	9.6
13.01-18.00 น.	19	10.7
18.01-20.00 น.	35	19.8
20.01-22.00 น.	9	5.1
หลัง 22.00 น.	2	1.1
รวม	177	100.0

2.5 ความต้องการด้านสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)

ความต้องการของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านต่อการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) นั้น ได้ศึกษาครอบคลุมเกี่ยวกับความต้องการรับชมรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) สถานที่ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อหาข้อมูลข่าวสาร แหล่งของข้อมูลข่าวสารที่เกษตรกรต้องการจากสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) รูปแบบรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) ที่เกษตรกรต้องการ และเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ที่เกษตรกรต้องการสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) ซึ่งจะเสนอผลของการศึกษาดังต่อไปนี้

2.5.1 ความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์

(อินเทอร์เน็ต) และสถานที่ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อหาข้อมูลข่าวสาร

จากการศึกษาเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 180 คน พบว่า ร้อยละ 36.7 (66 คน) ต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) ปานกลาง เกษตรกรร้อยละ 15.6 (28 คน) ต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) น้อย ส่วนเกษตรกรร้อยละ 0.0 (0 คน) ต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) มาก และมีจำนวนร้อยละ 47.7

(86 คน) ที่ไม่ต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) เลข (ตารางที่ 33)

สำหรับสถานที่ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) ที่เกษตรกรต้องการนั้นจำนวน 94 คน (ร้อยละ 100) ปรากฏว่าเกษตรกรต้องการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP จากสถานที่ ตามลำดับ ดังนี้ จำนวน 63 คน (ร้อยละ 67.0) ใช้คอมพิวเตอร์ที่บ้านตนเอง รองลงมาจำนวน 25 คน (ร้อยละ 26.6) ใช้คอมพิวเตอร์ที่บ้านเพื่อนหรือบ้านญาติ และจำนวน 6 คน (ร้อยละ 6.4) ใช้คอมพิวเตอร์ที่ร้านค้าหรือหน่วยงานของรัฐ

ตารางที่ 33 ความต้องการข้อมูลข่าวสาร และสถานที่ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)

ประเด็นหัวข้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความต้องการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางอินเทอร์เน็ต	(N= 180)	
ต้องการมาก	0	0.0
ต้องการปานกลาง	66	36.7
ต้องการน้อย	28	15.6
ไม่ต้องการ	86	47.8
รวม	180	100.0
สถานที่ที่ต้องการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า OTOP	(N= 94) ¹	
ที่บ้านของตนเอง	63	67.0
ที่บ้านเพื่อนหรือญาติ	6	6.4
ที่ร้านค้าหรือหน่วยงานของรัฐ	25	26.6
รวม	94	100.0

¹ เกษตรกรต้องเลือกคำตอบเพียง 1 คำตอบที่ชอบมากที่สุด

2.5.2 เคยให้บุตรหลานในครัวเรือนสืบค้นข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต และความต้องการในอนาคตในการเปิดอบรมใช้คอมพิวเตอร์เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)

จากการศึกษาเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 94 คน พบว่า เกษตรกรร้อยละ 52.1(49 คน) เคยให้บุตรหลานในครัวเรือน ช่วยสืบค้นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) ส่วนที่เหลือเกษตรกรอีกร้อยละ 47.9 (45 คน) ไม่เคยให้บุตรหลานในครัวเรือน ช่วยสืบค้นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) เลข (ตารางที่ 34)

ตารางที่ 34 เคยให้บุตรหลานในครัวเรือนสืบค้นข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต และความต้องการในอนาคตในการเปิดอบรมใช้คอมพิวเตอร์เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)

ประเด็นหัวข้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคยให้บุตรหลานในครัวเรือนสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต		
เคย	49	52.1
ไม่เคย	45	47.9
รวม	94	100
ต้องการอบรมเกี่ยวกับการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อหาข้อมูล		
ต้องการมากที่สุด	38	40.4
ต้องการมาก	24	25.5
ต้องการปานกลาง	28	29.8
ต้องการน้อย	4	4.3
รวม	94	100.0

2.5.3 แหล่งของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านต้องการทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)

จากการศึกษาเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 94 คน พบว่า เกษตรกรร้อยละ 57.4 (54 คน) ต้องการแหล่งของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์

(อินเทอร์เน็ต) จากการสืบค้นจากเว็บไซต์ของรัฐบาล รองลงมาเกษตรกรร้อยละ 38.3 (36 คน) พบว่า ต้องการแหล่งของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) จากการสืบค้นข้อมูลโดยการสืบค้น จากเว็บไซต์ทั่วไป ส่วนใหญ่พบว่า เกษตรกรร้อยละ 2.2 (4 คน) ต้องการแหล่งของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) จากการสืบค้นจากเว็บไซต์ของเอกชน และพบว่า ไม่มีผู้เลือกต้องการแหล่งของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) จากการสืบค้นจาก icq หรือ pirch หรือ chat room ทั่วไป ซึ่งแหล่งที่มาของชื่อเว็บไซต์ที่ชาวบ้านสนใจ ยกตัวอย่าง เช่น เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย เว็บไซต์ที่เห็นทางโทรทัศน์ เว็บไซต์ที่ถามจากร้านค้าที่ไปใช้บริการ เป็นต้น (ตารางที่ 35)

ตารางที่ 35 แหล่งของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านต้องการทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)

แหล่งของข้อมูลข่าวสารที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านต้องการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เว็บไซต์ของเอกชน	4	4.3
เว็บไซต์ของรัฐบาล	54	57.4
สืบค้นจากเว็บไซต์ทั่วไป	36	38.3
Icq หรือ pirch หรือ chat room ทั่วไป	0	0.00
รวม	94	100.0

2.5.4 รูปแบบข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านต้องการทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)

จากผลการศึกษาเกษตรกรจำนวน 165 คน (ร้อยละ 100) พบว่า เกษตรกรต้องการรับข่าวสารในรูปแบบเสนอความรู้วิชาการใหม่ ๆ เกี่ยวกับสินค้า OTOP พร้อมภาพประกอบมากที่สุด จำนวน 67 คน (ร้อยละ 71.3) รองลงมาต้องการอ่านข่าวสารในรูปแบบตอบปัญหาเกี่ยวกับสินค้า OTOP จำนวน 12 คน (ร้อยละ 12.8) รองลงมาต้องการอ่านข่าวสารในรูปแบบของข่าวสารในแวดวงสินค้า OTOP จำนวน 8 คน (ร้อยละ 8.5) ต้องการอ่านข่าวสารในรูปแบบบรรยายเรื่องราวอย่างละเอียด จำนวน 5 คน (ร้อยละ 5.3) และต้องการอ่านข่าวสารในรูปแบบซักชวนให้ทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จำนวน 2 คน (ร้อยละ 2.1) ส่วนต้องการอ่านข่าวสารในรูปแบบสัมภาษณ์คนดังเกี่ยวกับสินค้า OTOP นั้น ไม่มีผู้เลือกตอบ การที่เกษตรกรต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ในรูปแบบ

เสนอความรู้วิชาการใหม่ๆ เกี่ยวกับสินค้า OTOP พร้อมภาพประกอบนั้น เนื่องจากเกษตรกรในพื้นที่ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาค่อนข้างสูง และต้องการข่าวสารที่ทันสมัยพอที่จะสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและพัฒนาทั้งในรูปแบบของตัวสินค้า และการพัฒนากลุ่ม อีกทั้งจากการสำรวจยังพบว่าข่าวสารที่ออกเผยแพร่ในปัจจุบันส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยทันสมัย ไม่ครอบคลุมเนื้อหา ไม่ละเอียดพอ อีกทั้งไม่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และดูเหมือนข่าวสารที่น่าเสนอ (ตารางที่ 36)

ตารางที่ 36 รูปแบบข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านต้องการทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)

รูปแบบของข่าวสารที่ต้องการ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
เสนอความรู้วิชาการใหม่ๆ พร้อมภาพประกอบ	67	71.3
ตอบปัญหาเกี่ยวกับสินค้า OTOP	12	12.8
ข่าวสารในแวดวงสินค้า OTOP	8	8.5
บรรยายเรื่องราวอย่างละเอียด	5	5.3
ชักชวนให้ทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง	2	2.1
สัมภาษณ์คนดังทางด้านสินค้า OTOP	0	0.00
รวม	94	100.0

2.5.5 ประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านต้องการทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)

ประเภทของเนื้อหาข่าวสารการเกษตร จากสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) ที่เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 94 คน (ร้อยละ 100) พบว่า มีจำนวน 52 คน ต้องการได้รับข่าวสารด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมาจำนวน 14 คน (ร้อยละ 5.3) ต้องการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับกลุ่มหรือผู้ประกอบการความสำเร็จเกี่ยวกับสินค้า OTOP จำนวน 11 คน (ร้อยละ 11.7) ต้องการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับด้านบริหารจัดการทุนและการเงิน จำนวน 8 คน (ร้อยละ 8.5) ต้องการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับด้านเทคนิคและวิธีการแปรรูปเกี่ยวกับสินค้า จำนวน 5 คน (ร้อยละ 5.3) ต้องการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับด้านการฝึกอบรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และจำนวน 4 คน (ร้อยละ 4.3) ต้องการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับด้านการผลิต ปัจจัยการผลิต ส่วนเกษตรกรที่มีความต้องการเกี่ยวกับ เนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับด้านนโยบายและแผนการพัฒนาของภาครัฐนั้น ไม่มีผู้เลือกตอบเลย (ตารางที่ 37)

ตารางที่ 37 ประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ที่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านต้องการทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)

ประเภทเนื้อหาของข่าวสารที่ต้องการ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ	52	55.3
ข่าวสารกลุ่มหรือผู้ประสบความสำเร็จเกี่ยวกับสินค้า OTOP	14	14.9
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านบริหารจัดการทุนและการเงิน	11	11.7
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านเทคนิคและวิธีการแปรรูปเกี่ยวกับสินค้า	8	8.5
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านการฝึกอบรมต่างๆที่เกี่ยวข้อง	5	5.3
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านการผลิต ปักซ์การผลิต	4	4.3
ข่าวสารเกี่ยวกับด้านนโยบายและแผนการพัฒนาของภาครัฐ	0	0.00
รวม	94	100.0

2.6 เปรียบเทียบระดับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน ด้านสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อเอกสารเผยแพร่ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)

2.6.1 เปรียบเทียบระดับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนในภาพรวม

จากข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 180 คน ได้เลือกคำตอบเกี่ยวกับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนที่มีความต้องการมากที่สุดเพียง 1 คำตอบจากสื่อทั้ง 5 ประเภท พบว่า มีความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อต่าง ๆ ตามลำดับ ดังนี้ สื่อวิทยุโทรทัศน์ มีจำนวน 102 คน (ร้อยละ 56.7) สื่อวิทยุกระจายเสียง จำนวน 42 คน (ร้อยละ 23.3) สื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน 18 คน (ร้อยละ 10.0) สื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) จำนวน 12 คน (ร้อยละ 6.7) และสื่อเอกสารเผยแพร่ จำนวน 6 คน (ร้อยละ 3.3) (ตารางที่ 38)

ตารางที่ 38 เปรียบเทียบระดับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนในภาพรวม

ประเภทของสื่อสารสนเทศที่ต้องการ	จำนวน (คำตอบ) ¹ (N= 180)	ร้อยละ
สื่อวิทยุโทรทัศน์	102	56.7
สื่อวิทยุกระจายเสียง	42	23.3
สื่อหนังสือพิมพ์	18	10.0
สื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)	12	6.7
สื่อเอกสารเผยแพร่	6	3.3
รวม	180	100.0

¹ เกษตรกรต้องเลือกคำตอบเพียง 1 คำตอบที่ชอบมากที่สุด

2.6.2 ความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนแยกเป็นจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของสมาชิกกลุ่ม แม่บ้านแยกความต้องการสื่อประเภทต่าง ๆ

ความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนจากแหล่งต่าง ๆ ของสมาชิกกลุ่มแม่บ้าน โดยใช้
วิธีกำหนดคะแนนตามระดับความถี่ของความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน ดังนี้

ระดับต้องการข่าวสารมาก	=	4	คะแนน
ระดับต้องการข่าวสารปานกลาง	=	3	คะแนน
ระดับต้องการข่าวสารน้อย	=	2	คะแนน
ระดับไม่ต้องการข่าวสารเลย	=	1	คะแนน

จากนั้นนำข้อมูลที่เก็ตรวบรวม มาคำนวณน้ำหนักค่าเฉลี่ย (Weight Mean Score) ในแต่
ละสื่อ โดยมีเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ระดับความต้องการได้รับข่าวสาร
3.51 – 4.00	ต้องการได้รับข่าวสารในระดับมาก
2.51 – 3.50	ต้องการได้รับข่าวสารในระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	ต้องการได้รับข่าวสารในระดับน้อย
1.00 – 1.50	ไม่ต้องการรับข่าวสารเลย

จากผลการวิเคราะห์ (ตารางที่39) พบว่า เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างมีระดับความต้องการสาร
สนเทศผ่านสื่อมวลชนแยกเป็นสื่อประเภทต่าง ๆ ตามลำดับดังนี้ คือ ระดับความต้องการสารสนเทศ
ผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์มีค่าระดับค่าเฉลี่ย 3.62 แปลผลได้ว่ามีความต้องการในระดับมาก รองลงมา
ระดับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อหนังสือพิมพ์มีค่าระดับค่าเฉลี่ย 3.12 แปลผลได้ว่ามีความ
ต้องการในระดับปานกลาง รองลงมา ระดับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงมีค่า
ระดับค่าเฉลี่ย 3.11 แปลผลได้ว่ามีความต้องการในระดับปานกลาง ส่วนระดับความต้องการสาร
สนเทศผ่านสื่อเอกสารเผยแพร่มีค่าระดับค่าเฉลี่ย 2.87 แปลผลได้ว่ามีความต้องการในระดับ
ปานกลาง และระดับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) มีค่า
ระดับค่าเฉลี่ย 1.89 แปลผลได้ว่ามีความต้องการในระดับน้อยตามลำดับ ซึ่งอาจมาจากสาเหตุที่
ปัจจุบันสถานีวิทยุโทรทัศน์มีช่องหรือรายการให้เกษตรกรสามารถเลือกชมได้มากกว่าในอดีต และ
ในส่วนของเกษตรกรที่รายได้ค่อนข้างสูงนั้นสามารถเลือกรับชมรายการจากสถานีทั้งเคเบิลทีวี และ
จากจานดาวเทียมได้ รวมทั้งสื่อวิทยุโทรทัศน์มีจุดเด่นที่ให้คุณค่ากับผู้ชมในการให้ทั้งความรู้ทั้งใน

ด้านประสาทสัมผัสทางตา และหู ซึ่งสามารถสร้างประสบการณ์ที่เป็นรูปธรรมได้ดีกว่ารับความรู้ทางตาหรือทางหูอย่างเดียว นอกจากนี้ การที่เกษตรกรส่วนใหญ่หันมาค้นคว้าหาความรู้หรือข่าวสารการเกษตรและสินค้า OTOP จากสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) มากขึ้นนั้น เนื่องจากปัจจุบันเกษตรกรต้องการพัฒนาประสิทธิภาพหรือเทคโนโลยีการผลิตของตนเอง และของกลุ่ม เพื่อที่จะทำให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งการค้า และเป็นการค้นคว้าข้อมูลทางการตลาดอีกด้วย อินเทอร์เน็ตเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ที่สามารถให้ทั้งจุดเด่นและข้อดี ของสื่อวิทยุโทรทัศน์และสื่อวิทยุกระจายเสียง และที่สำคัญเกษตรกรสามารถบันทึกเก็บข้อมูลหรือภาพ สามารถย้อนกลับไปดูเนื้อหาที่ไม่เข้าใจได้ ซึ่งอินเทอร์เน็ตนั้น สามารถก่อให้เกิดการรับรู้แก่เกษตรกรได้ถึงร้อยละ 94 (ปราณี ,2529) และความเปลี่ยนแปลงอีกประการหนึ่ง คือ การนำเอาสื่อที่มีสมรรถนะใหม่ๆ มาใช้เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถได้มีปฏิสัมพันธ์กลับมายังผู้ส่งสารทันที แม้ว่าสื่อเช่นนี้ จะยังไม่แพร่หลายมากนัก แต่ก็เป็นก้าวใหม่ที่จะนำเอาสื่อที่จะเป็นที่แพร่หลายในอนาคตออกมาใช้ซึ่งความเปลี่ยนแปลงนี้ ได้ทำให้ผู้รับสารกลายเป็นผู้รับสารกลับด้วย (ปราณี ,2529)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 39 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านแยกความต้องการสื่อประเภทต่างๆ

แหล่งความรู้และประเภทสื่อ	ระดับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน				X̄	แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่ต้องการ		
	จำนวนคน	จำนวนคน	จำนวนคน	จำนวนคน		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
1. หนังสือพิมพ์	77 (42.8)	62 (34.4)	26 (14.4)	15 (8.3)	3.12	ปานกลาง
2. เอกสารเผยแพร่	44 (24.4)	86 (47.8)	33 (18.3)	17 (9.4)	2.87	ปานกลาง
3. วิทยุกระจายเสียง	67 (37.2)	77 (42.8)	25 (13.9)	11 (6.1)	3.11	ปานกลาง
4. วิทยุโทรทัศน์	123 (68.3)	49 (27.2)	5 (2.8)	3 (1.7)	3.62	มาก
5. อินเทอร์เน็ต	-	66 (36.7)	28 (15.6)	86 (47.8)	1.89	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม					2.92	ปานกลาง

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับความต้องการสารสนเทศ ผ่านสื่อมวลชน

การหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้ง 8 ตัว กับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนโดยใช้ Multiple Regression Analysis พบว่าสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้

3.1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน

ความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานทั่วไปที่มีผลต่อความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน โดยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์สถิติเพื่อทำการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Science or SPSS for Windows) เป็นสถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) โดยวิเคราะห์แบบขั้นตอน (Step wise Method) (ตารางที่ 40) ได้ดังนี้

ตารางที่ 40 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับความต้องการสารสนเทศ ผ่านสื่อมวลชน

	Y1	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
Y1	1.000	.054	-.152*	-.050	-.130*	.012	-.093	.228**	.209**
X1		1.000	-.436**	.117	.292**	.105	.065	.234**	.224**
X2			1.000	.083	.007	.068	.175**	-.014	.097
X3				1.000	.249**	.288**	.287**	-.048	.009
X4					1.000	.424**	.225**	.228**	.208**
X5						1.000	.132*	.054	.191**
X6							1.000	-.083	.031
X7								1.000	.310**
X8									1.000

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

หมายเหตุ	เมื่อ	Y1	= ความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนของเกษตรกร
		a	= ค่าคงที่
		b1.....8	= ค่าสัมประสิทธิ์ของความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละ ตัวแปรกับตัวแปรตาม เมื่อควบคุมค่าของตัวแปรอิสระอื่นที่มีอยู่ในสมการได้ค่าคงที่แล้ว
		X1	= อายุ
		X2	= ระดับการศึกษา
		X3	= จำนวนสมาชิกในครอบครัว
		X4	= ขนาดพื้นที่การถือครองที่ดินรวม (ไร่)
		X5	= จำนวนรายได้รวมของครอบครัว (บาท)
		X6	= จำนวนสมาชิกกลุ่มที่เป็นสมาชิก
		X7	= จำนวนตำแหน่งในสังคม
		X8	= จำนวนความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนต่อสัปดาห์

เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระทั้งหมดกับตัวแปรตาม (ความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน) เปรียบเทียบเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันพบว่าส่วนใหญ่แล้วตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในระดับต่ำและปานกลาง ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ศึกษาแต่ละคู่ ดังตารางที่ 40 พบว่า ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity หรือไม่มีตัวแปรคู่ใดที่มีความสัมพันธ์กันสูงกว่า 0.80 ที่จะก่อให้เกิดปัญหาการละเมิดข้อสมมติฐานที่กำกับเทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ตามเกณฑ์วัดระดับความสัมพันธ์ของ (สุชาติ , 2537 : 102) ซึ่งทำให้ค่า R^2 เปลี่ยนนั้นไม่มี

จากตารางที่ 40 สามารถสรุปความสัมพันธ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม พบว่าตัวแปรอิสระ 4 ตัวแปร ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม ได้แก่

1. ระดับการศึกษา จากผลการวิเคราะห์ พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ทางสถิติในทางลบกับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.152 อธิบายได้ว่า เกษตรกรที่มีระดับการศึกษาน้อย จะมีความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนที่มาก โดยอาจมาจากเหตุผลคือ เกษตรกรไม่ว่าจะมีระดับการศึกษาสูงหรือต่ำ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อต่างๆ นั้นไม่แตกต่างกัน เพราะว่าปัจจุบันเกษตรกรมีโอกาสเปิดความคิดและสามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้หลายช่องทาง หลายวิธี เข้าถึงสื่อต่าง ๆ ได้ง่าย อีกทั้งสื่อมวลชนใน

ปัจจุบัน มีหลายแขนง หลากหลายสาขาที่จะบริการสังคม จึงทำให้สนองความต้องการของผู้บริโภค ได้ดี จึงทำให้ระดับการศึกษาของเกษตรกร มีผลต่อความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน

2. จำนวนพื้นที่ของเกษตรกร จากผลการวิเคราะห์พบว่า จำนวนพื้นที่ของเกษตรกร มีความสัมพันธ์ทางสถิติในทางลบกับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.130 อธิบายได้ว่า เกษตรกรที่มีจำนวนพื้นที่การเกษตรถือครองน้อย จะมีความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนที่มาก โดยอาจมาจากเหตุผลคือ เกษตรกรที่มีจำนวนพื้นที่การเกษตรถือครองจำนวนมากหรือน้อย ก็อาจจะต้องการข้อมูลข่าวสารสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนมากหรือน้อยก็ได้ อาจจะขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่นช่องทางในการในการรับข่าวสารต่าง ๆ หรือช่วงเวลาที่ว่างในการติดตามข่าวสารเป็นต้น ทำให้มีความต้องการข้อมูลข่าวสารสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนที่ไม่แตกต่างกันตามไปด้วย

3. จำนวนตำแหน่งทางสังคม จากผลการวิเคราะห์พบว่า จำนวนตำแหน่งที่ได้รับจากสังคม มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.228 อธิบายได้ว่า เกษตรกรที่มีตำแหน่งทางสังคมที่มาก จะมีความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนที่มากด้วย โดยอาจมาจากเหตุผลคือ เกษตรกรที่มีจำนวนตำแหน่งทางสังคมจำนวนมากหลายตำแหน่ง อาจต้องการข้อมูลด้านการเกษตรและด้านอื่น ๆ เช่น ด้านการตลาด การบริหารจัดการกลุ่ม เป็นต้น จึงทำให้มีความต้องการข้อมูลข่าวสารสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนที่มากตามไปด้วย

4. จำนวนความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน(ครั้ง)ต่อสัปดาห์ จากการวิเคราะห์พบว่า จำนวนความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน(ครั้ง)ต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์ทางสถิติในทางบวกกับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.209 อธิบายได้ว่า เกษตรกรที่มีจำนวนความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน(ครั้ง)ต่อสัปดาห์ จำนวนมาก จะมีความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนที่มากด้วย โดยอาจจะเป็นเพราะว่า เกษตรกรที่ได้รับข้อมูลข่าวสารสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน(ครั้ง)ต่อสัปดาห์ จำนวนมาก หรือบ่อยครั้งในการรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ก็อาจจะเป็นผลให้เกิดความต้องการบริโภคข่าวสารสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนสูงตามไปด้วย

การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิเคราะห์แบบขั้นตอน (Step wise Method) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ซึ่งได้แก่ ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล สภาพทางเศรษฐกิจและสังคม กับตัวแปรตาม คือความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว จึงสามารถสรุปเป็นสมการถดถอยพหุคูณความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนของเกษตรกร ไว้ดังนี้

จากสมการ	$Y1 =$	$a+b1x1+b2x2+b3x3+b4x4+b5x5+b6x6+b7x7+b8x8$
เมื่อ	$Y1 =$	ความความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนของเกษตรกร
	$a =$	ค่าคงที่
	$b1.....8 =$	ค่าสัมประสิทธิ์ของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวแปรกับตัวแปรตาม เมื่อควบคุมค่าของตัวแปรอิสระอื่นที่มีอยู่ในสมการ ได้ค่าคงที่แล้ว
	$X1 =$	อายุ
	$X2 =$	ระดับการศึกษา
	$X3 =$	จำนวนสมาชิกในครอบครัว
	$X4 =$	จำนวนพื้นที่ถือครองรวม (ไร่)
	$X5 =$	จำนวนรายได้รวมของครอบครัว (บาท)
	$X6 =$	จำนวนสมาชิกกลุ่มที่เป็นสมาชิก
	$X7 =$	จำนวนตำแหน่งในสังคม
	$X8 =$	จำนวนความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนต่อสัปดาห์

ตารางที่ 41 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบปกติโดยสรุปของความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนของเกษตรกร

ตัวพยากรณ์	B	SE _b	Beta	t
- ระดับการศึกษา	-0.479	0.181	-0.224	-2.649*
- ตำแหน่งทางสังคม	0.204	0.095	0.168	2.135**
- ความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสาร	0.113	0.045	0.197	2.491**
- ค่าคงที่	9.980	0.983		10.148*

$$R = 0.571, \quad R^2 = 0.327, \quad R^2_{adj} = 0.087, \quad SEE_{est} = 2.347, \quad F = 3.121^{**}$$

จากผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุโดยนำตัวแปรตาม 1 ตัว และตัวแปรอิสระทั้ง 8 ตัวต่อไปเข้าสมการ แล้วคำนวณโดยใช้วิธีขั้นตอน (Step wise Method) ปรากฏว่าได้ค่า $F = 3.121$ Sig = 0.003 หมายความว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปร ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามในรูปเชิงเส้น เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์สัมพัทธ์การตัดสินใจเชิงพหุ (Multiple Coefficient of Determination, R^2) ปรากฏว่า R^2 มีค่าเท่ากับ 0.327 หมายความว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายการผันแปร (การเปลี่ยนแปลง) ของตัวแปรตาม (ความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน) มีนัยสำคัญร้อยละ 32.7 ในบรรดาตัวแปรอิสระทั้งหมด 8 ตัว มีตัวแปรอิสระ 1 ตัว ที่มีผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ระดับการศึกษา และมีตัวแปรอิสระ 2 ตัว ที่มีผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ตำแหน่งทางสังคม และจำนวนความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสาร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณเท่ากับ -0.224 , 0.168 และ 0.197 ตามลำดับ สามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรที่มีนัยสำคัญร้อยละ 32.7 และการเปลี่ยนแปลงระดับการศึกษา ตำแหน่งทางสังคม และความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสาร จะมีผลต่อคะแนนความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนประมาณร้อยละ 32.7 และถ้าใช้ระดับการศึกษา ตำแหน่งทางสังคมจำนวนความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสาร ไปพยากรณ์คะแนนความต้องการจะมีความคลาดเคลื่อนประมาณ 2.347 คะแนน

โดยระดับการศึกษา ตำแหน่งทางสังคม จำนวนความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารต่อสัปดาห์ สามารถพยากรณ์ คะแนนความรู้เกี่ยวกับความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถสรุปเป็นสมการถดถอยพหุความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนได้ดังนี้

$$Y_1 = a + b_2x_2 + b_7x_7 + b_8x_8$$

หรือ ความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชน = $9.980 - (0.224)$ ระดับการศึกษา + (0.168)

ตำแหน่งทางสังคม + (0.197) ความถี่ในการรับ
ข้อมูลข่าวสารต่อสัปดาห์

จากสมการ สามารถอธิบายได้ว่า ถ้าระดับการศึกษาเปลี่ยนไป 1 คะแนน จะทำให้คะแนนความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนเปลี่ยนแปลง - 0.479 คะแนน โดยเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้าม ส่วนถ้าตำแหน่งทางสังคมเปลี่ยนไป 1 คะแนน จะทำให้คะแนนความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนเปลี่ยนแปลง 0.204 คะแนน โดยเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน และถ้าความถี่ในการรับข่าวสารในการรับข้อมูลข่าวสารต่อสัปดาห์เปลี่ยนแปลงไป 1 คะแนน จะทำให้คะแนนความต้องการสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนเปลี่ยนแปลง 0.113 โดยเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน

ตอนที่ 4 ปัญหา และข้อเสนอแนะ ในการรับสื่อสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนของสมาชิกกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดเชียงใหม่

สื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ เอกสารเผยแพร่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) ถือเป็นสื่อมวลชนที่มีบทบาทในการช่วยส่งเสริมความรู้ทางการเกษตรที่สำคัญทางหนึ่ง สิ่งที่มีความจำเป็นอย่างหนึ่ง คือจะต้องทราบว่าเกษตรกรประสบปัญหาในการรับสื่อมวลชนดังกล่าวในเรื่องใดบ้าง ดังนั้นการได้ทราบถึงปัญหาอุปสรรคของเกษตรกรก่อนที่จะวางแผนผลิตสื่อต่าง ๆ ออกไปเผยแพร่ จึงเป็นข้อมูลสะท้อนกลับให้กับแหล่งที่ผลิตสื่อมวลชนได้นำข้อมูลไปเป็นแนวทางประกอบการพิจารณาปรับปรุงคุณภาพของสื่อมวลชนให้บรรลุถึงความต้องการที่แท้จริงของเกษตรกร สามารถช่วยแก้ไขปัญหของเกษตรกรได้ ซึ่งผลการวิจัยสามารถเสนอตามลำดับ ดังต่อไปนี้

4.1 ปัญหาด้านสื่อหนังสือพิมพ์

จากตารางที่ 42 เกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง เลือกตอบไม่มีปัญหา ร้อยละ 6.03 ที่เลือกตอบที่มีปัญหา ร้อยละ 93.97 สามารถจัดลำดับความสำคัญของปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อหนังสือพิมพ์ โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัญหา ดังนี้ คือ ปัญหาไม่มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน ร้อยละ 41.37 (96 คน) ปัญหามีสื่ออื่นที่น่าสนใจมากกว่าร้อยละ 16.81 (39 คน) ปัญหาสายตาไม่ดี มีปัญหาด้านสายตา ร้อยละ 9.92 (23 คน) ปัญหาไม่มีเวลาอ่านร้อยละ 8.19 (19 คน) ปัญหาอ่านแล้วเข้าใจยาก ไม่น่าสนใจ ร้อยละ 6.03 (14 คน) ปัญหาเนื้อหาไม่ตรงกับสภาพปัญหาและสภาพพื้นที่ร้อยละ 6.03 (14 คน) ตามลำดับ ส่วนปัญหาอื่นๆ ที่ได้จากการสำรวจนั้น พบว่า เกษตรกรบางส่วนกล่าวว่าเนื้อหาข้อมูลที่สื่อแนะนำเสนอนั้นบางที่ไม่ละเอียด ไม่ถูกต้องหรือไม่ก็เป็นข้อมูลที่มาจากแหล่งข่าวของผู้มีอิทธิพลมาแนะนำข่าวที่สามารถจะตัดคู่แข่งทางการค้าให้ลดลงไปได้จำนวน 13 คน ร้อยละ 5.62

จากสภาพปัญหาดังกล่าว ที่เกิดจากการได้รับข่าวสารสารสนเทศทางสื่อหนังสือพิมพ์นั้น ผู้วิจัยคิดว่า อาจมาจากสาเหตุต่าง ๆ ดังนี้

1. เนื่องจากสื่อหนังสือพิมพ์นั้น เป็นสื่อที่ต้องใช้เวลาในการอ่านหรือหาข้อมูลข่าวสารนั้นๆ มากพอสมควร ประกอบกับเกษตรกรส่วนใหญ่ทุ่มเทให้กับอาชีพ หรือสื่ออื่น ๆ มากกว่า จึงไม่ค่อยมีเวลาที่จะสนใจอ่านหนังสือพิมพ์ อีกทั้งระดับการศึกษาของเกษตรกรก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่ง เพราะเกษตรกรส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่าการสนใจที่จะอ่านหนังสือพิมพ์และตีความหมายต่าง ๆ ยังไม่มีความลึกซึ้งพอ และไม่มีเวลาหรือฝึกฝนการอ่านที่ดีได้

2. เนื่องจากสภาพท้องถิ่นในพื้นที่ของเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น แต่ละพื้นที่นั้นอาจอยู่ไกลจากตัวเมืองหรือชุมชน ซึ่งยังไม่มีหนังสือพิมพ์ไปส่งถึงบ้านได้ อีกทั้งหนังสือพิมพ์ก็ไม่น่าสนใจขนาดที่ต้องออกไปซื้อหามาอ่าน ถึงแม้จะมีการคมนาคมสะดวกก็ตาม แต่ยังมีบริการจำหน่ายหนังสือพิมพ์อยู่น้อยมาก ส่วนที่อ่านหนังสือพิมพ์ประจำหมู่บ้านก็มีอยู่น้อยมาก และหนังสือพิมพ์ที่มีให้อ่านก็ไม่ค่อยทันสมัยและต่อเนื่อง

3. เกษตรกรให้ข้อมูลว่าหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ที่ให้ข้อมูลเนื้อหาไม่ตรงกับสภาพปัญหาและสภาพพื้นที่ หรือไม่ก็เสนอข่าวที่พอเกษตรกรนำไปปฏิบัติแล้วไม่สามารถทำได้จริงอย่างที่ออกข่าว และสาเหตุที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP และข้อมูลส่วนใหญ่ไม่ตรงกับที่เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างต้องการ

ตารางที่ 42 ปัญหาด้านสื่อหนังสือพิมพ์

ประเด็นปัญหา	จำนวน (คำตอบ) ¹	ร้อยละ
ไม่มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน	96	41.37
มีสื่ออื่นที่น่าสนใจมากกว่า	39	16.81
สายตาไม่ดี มีปัญหาด้านสายตา	23	9.92
ไม่มีเวลาอ่าน	19	8.10
อ่านแล้วเข้าใจยาก ไม่น่าสนใจ	14	6.03
เนื้อหาไม่ตรงกับสภาพปัญหาและสภาพพื้นที่	14	6.03
อื่นๆ ได้แก่ ข้อมูลไม่ถูกต้อง ข้อมูลมาจากแหล่งที่ไม่น่าเชื่อถือ	13	5.62
ไม่มีปัญหา	14	6.03

¹ เกษตรกรตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

4.2 ปัญหาสื่อเอกสารเผยแพร่

จากตารางที่ 42 เกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง เลือกตอบ ไม่มีปัญหาร้อยละ 16.14 ที่เหลือมีเกษตรกรเลือกตอบที่มีปัญหา ร้อยละ 83.86 สามารถจัดลำดับความสำคัญของปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อเอกสารเผยแพร่ โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาดังนี้ คือ ไม่มีเอกสารเผยแพร่ให้อ่าน ร้อยละ 18.22 (35 คน) ปัญหาไม่มีสื่ออื่นที่น่าสนใจมากกว่า ร้อยละ 14.59 (28 คน) ปัญหาด้านสายตา สายตาไม่ดี ร้อยละ 11.98 (23 คน) ปัญหาไม่มีเวลาอ่าน ร้อยละ 10.41 (20 คน) ปัญหารูปแบบ

ของเอกสารเผยแพร่ไม่ดึงดูดความสนใจร้อยละ 6.6 (12 คน) ปัญหาเนื้อหาไม่ตรงกับสภาพปัญหา และสภาพพื้นที่ ร้อยละ 5.27 (10 คน) และปัญหาอ่านแล้วเข้าใจยาก ไม่น่าสนใจร้อยละ 4.17 (8 คน) ตามลำดับ ส่วนปัญหาอื่นๆ นั้นเกษตรกรเห็นว่าเอกสารเผยแพร่บางอย่างนั้นบางที่ที่ได้รับแจกจ่ายไม่ทั่วถึงทุกพื้นที่ รวมถึงลักษณะของตัวเอกสารยังไม่น่าสนใจชวนติดตามหรืออยากได้มากนัก มีจำนวน 25 คน (ร้อยละ 13.02) (ตารางที่ 43)

จากสภาพการณ์ดังกล่าวที่เกิดจากการได้รับข่าวสารสารสนเทศทางสื่อเอกสารเผยแพร่นั้น ผู้วิจัยคิดว่า อาจมาจากสาเหตุต่างๆ ดังนี้

1. เกษตรกรขาดการศึกษา ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่มีการศึกษาน้อย จึงทำให้การอ่านสื่อเอกสารเผยแพร่ชนิดต่าง ๆ เข้าใจได้ค่อนข้างยาก
 2. ตัวอักษรภาษาที่ใช้ในสื่อเอกสารเผยแพร่มิขนาดเล็เกินไป สื่อเอกสารเผยแพร่บางชนิดขนาดของตัวอักษรหนังสือก็ยิ่งเล็กกว่าขนาดปกติ
 3. ภาษาที่ใช้เป็นภาษาทางวิชาการมากเกินไปและภาษาอังกฤษใช้คำทับศัพท์ ทำให้เข้าใจยากและการตีความหมายของคำศัพท์ผิดไป
 4. ขาดการเอาใจใส่จากเจ้าหน้าที่ทางภาครัฐเพื่อติดตามชี้แนะความถูกต้องที่เป็นจริงจากการได้รับสื่อเอกสารเผยแพร่ โดยเฉพาะบางครั้งภาคเอกชนที่ต้องการเสนอขายสินค้ามากกว่าการให้ความรู้วิชาการ
- ตารางที่ 43 ปัญหาสื่อเอกสารเผยแพร่

ประเด็นปัญหา	จำนวน(คำตอบ) ¹	ร้อยละ
ไม่มีเอกสารเผยแพร่ให้อ่าน	35	18.22
มีสื่ออื่นที่น่าสนใจมากกว่า	28	14.59
สายตาไม่ดี มีปัญหาด้านสายตา	23	11.98
ไม่มีเวลาอ่าน	20	10.41
รูปแบบของเอกสารเผยแพร่ ไม่ดึงดูดความสนใจ	12	6.25
เนื้อหาไม่ตรงกับสภาพปัญหาและสภาพพื้นที่	10	5.27
อ่านแล้วเข้าใจยาก ไม่น่าสนใจ	8	4.17
อื่นๆ ได้แก่ เอกสารได้รับแจกจ่ายไม่ทั่วถึง	25	13.02
ไม่มีปัญหา	31	16.14

¹ เกษตรกรต้องเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

4.3 ปัญหาสื่อวิทยุกระจายเสียง

จากตารางที่ 44 เกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง เลือกตอบ ไม่มีปัญหา ร้อยละ 10.6 ที่เหลือมี เกษตรกรเลือกตอบที่มีปัญหา ร้อยละ 89.4 สามารถจัดลำดับความสำคัญของปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อวิทยุกระจายเสียงโดยเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาดังนี้ คือ ปัญหาฟังแล้วเข้าใจยาก ไม่น่าสนใจ ร้อยละ 25.7 (73 คน) ปัญหาเนื้อหาไม่ตรงกับสภาพปัญหาและสภาพพื้นที่ร้อยละ 21.1 (60 คน) ปัญหามีสื่ออื่นที่น่าสนใจมากกว่าร้อยละ 18.9 (51 คน) ปัญหาไม่มีเวลาฟังร้อยละ 5.3 (15 คน) ปัญหารับสัญญาณได้ไม่ชัดเจนร้อยละ 5.3 (15 คน) และปัญหาไม่มีวิทยุให้ฟังร้อยละ 5.3 (15 คน) ส่วนอื่น ๆ มีร้อยละ 8.8 (25 คน) โดยเหตุผลเกษตรกรให้ข้อมูลว่า ส่วนใหญ่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงนั้นน้อย และส่วนใหญ่เป็นการโฆษณาขายสินค้ามากกว่า รวมทั้งข่าวสารบางส่วนนั้นกว่าจะฟังได้จบ ก็มีการเว้นไปให้ฟังต่อพวงนี้ นอกจากนี้ยังมีเกษตรกรที่ พบว่า ผู้ดำเนินรายการพูดมากเกินไปมีแต่น้ำมากเกินไป จนจับสาระไม่ค่อยได้อีกด้วย (ตารางที่ 44)

จากสภาพการณ์ ดังกล่าวที่เกิดจากการได้รับข่าวสารสารสนเทศทางสื่อวิทยุกระจายเสียง นั้น ผู้วิจัยคิดว่า อาจมาจากสาเหตุต่าง ๆ ดังนี้

1. เนื่องจากสภาพปัญหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP นั้นข้อมูลส่วนใหญ่มีการเผยแพร่ค่อนข้างน้อย และส่วนใหญ่เป็นข้อมูลที่ค่อนข้างมีความละเอียด การบอกกล่าวข่าวสารหรือข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า OTOP ให้ฟังทางวิทยุกระจายเสียงนั้นทำได้ยาก อีกทั้งเกษตรกรไม่สามารถย้อนกลับไปทำความเข้าใจในเนื้อหาที่ไม่เข้าใจหรือที่ฟังไม่ทันได้ รวมทั้งเกษตรกรก็ไม่มี ความเชื่อถือหรือยอมรับในสิ่งที่ตนเองได้ฟังแค่ทางวิทยุกระจายเสียงเท่านั้น

2. เกษตรกรให้ข้อมูลว่าเนื้อหาเกี่ยวกับสินค้า OTOP นั้นส่วนใหญ่แล้วไม่ค่อยทันสมัย ไม่ตรงกับที่ตนเองและกลุ่มต้องการ หรือควรจะรู้ไว้ อีกทั้งข้อมูลที่มาถึงส่วนใหญ่แล้วค่อนข้างช้า ไม่ทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างเช่น การสมัครจัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ เป็นต้น ข้อมูลที่น่าเสนอไม่ค่อยมีความละเอียด

3. เนื่องจากการเสนอข่าวสารทางสถานีวิทยุกระจายเสียงนั้นจำเป็นต้องมีสปอนเซอร์หรือผู้สนับสนุนรายการ จึงทำให้โฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงมีมาก ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ อาจทำให้เกิดการขาดตอนของข้อมูลข่าวสารที่เกษตรกรได้รับ เช่นถ้าผู้สนับสนุนรายการบอกว่าให้นำเสนอเรื่องนี้ในวันต่อไปเพื่อให้รายการของตนเองมี ระดับความนิยมในการชม (rating) ในระดับที่ดี เป็นต้น ในส่วนของทางราชการก็มีการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ก็มีค่อนข้างน้อยทำให้เกิดความต่อเนื่องของการติดตามฟังอีกด้วย

ตารางที่ 44 ปัญหาสื่อวิทยุกระจายเสียง

ประเด็นปัญหา	จำนวน(คำตอบ) ¹	ร้อยละ
ฟังแล้วเข้าใจยาก ไม่น่าสนใจ	73	25.7
เนื้อหาไม่ตรงกับสภาพปัญหาและสภาพพื้นที่	60	21.1
มีสื่ออื่นที่น่าสนใจมากกว่า	51	18.9
ไม่มีเวลาฟัง	15	5.3
รับสัญญาณได้ไม่ชัดเจน	15	5.3
ไม่มีวิทยุให้ฟัง	15	5.3
อื่นๆ เช่น มีการโฆษณาขายสินค้ามากเกินไป	25	8.8
ไม่มีปัญหา	30	10.6

¹ เกษตรกรต้องเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

4.4 ปัญหาสื่อวิทยุโทรทัศน์

จากตารางที่ 45 เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างเลือกตอบไม่มีปัญหา ร้อยละ 23.8 ที่เหลือมีเกษตรกรเลือกตอบที่มีปัญหาร้อยละ 78.1 สามารถจัดลำดับความสำคัญของปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อวิทยุโทรทัศน์โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาดังนี้ คือ ปัญหาเนื้อหาไม่ตรงกับสภาพปัญหาและสภาพพื้นที่ร้อยละ 34.1 (67 คน) ปัญหาไม่มีเวลาชม ร้อยละ 11.7 (23 คน) ปัญหารับสัญญาณได้ไม่ชัดเจนร้อยละ 9.2 (18 คน) ปัญหาดูแล้วเข้าใจยาก ไม่น่าสนใจ ร้อยละ 2.5 (5 คน) ปัญหาไม่มีโทรทัศน์ให้ดูร้อยละ 1.02 (2 คน) และปัญหามีสื่ออื่นที่น่าสนใจมากกว่าร้อยละ 0.51 (1 คน) ตามลำดับ ส่วนปัญหาอื่นๆ มีร้อยละ 18.9 (37 คน) โดยเหตุผลเหมือนกระจายเสียง มีโฆษณามากเกินไป ผู้ดำเนินรายการไม่น่าสนใจ ยังไม่ตรง/ครอบคลุมประเด็น

จากสภาพการณ์ดังกล่าวที่เกิดจากการได้รับข่าวสารสารสนเทศทางสื่อวิทยุโทรทัศน์นั้น ผู้วิจัยคิดว่า อาจมาจากสาเหตุต่าง ๆ ดังนี้

1. เนื่องจากปัจจุบันมีข้อมูลข่าวสารการเกษตรมากมายการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ตรงกับความต้องการของเกษตรกรทั้งหมดนั้นทำได้ยาก อีกทั้งข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจไปยังมีการตัดต่อหรือเซนเซอร์จากราชการหรือผู้มีอิทธิพลหรือผู้มีผลประโยชน์ต่อเนื้อหาบางส่วนด้วย
2. ในส่วนของรายการก็มีการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ก็มีค่อนข้างน้อยมากในปัจจุบัน และยังไม่พื่อต่อความต้องการของกลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่

รวมถึงเวลาในการออกอากาศนั้น ในการผลิตและการนำเสนอรายการของหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ นั้นยังมีข้อจำกัดมากพอสมควร เกี่ยวกับการขอใช้ช่วงเวลาในการออกอากาศจากสถานีวิทยุโทรทัศน์ต่าง ๆ เพราะในช่วงเวลาที่เกษตรกรว่างหรือต้องการนั้นส่วนใหญ่เวลาดังกล่าวจะเป็นช่วงที่สถานีวิทยุโทรทัศน์จะเสนอรายการข่าวทั่วไป และรายการบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ ถึงแม้จะมีการนำเสนอข่าวสารหรือรายการเกี่ยวกับสินค้า OTOP ของหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องบ้างแต่ก็เป็นเพียงช่วงเวลาสั้น ๆ ซึ่งยากต่อการจดจำและเข้าใจ

3. ข่าวสารหรือรายการเกี่ยวกับสินค้า OTOP นั้นก็คือการนำเสนอข่าวหรือข้อมูลมาจากการเล่าเหตุการณ์อันใดอันหนึ่ง โดยที่ในโลกแห่งความเป็นจริง ทุกนาที ทุกชั่วโมงมีเหตุการณ์ต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่ทว่าจะมีบางเหตุการณ์เท่านั้นที่ถูกเลือกนำมาเสนอ แม้ว่าการคัดเลือกเหตุการณ์ดังกล่าวจะมีเกณฑ์ต่าง ๆ เป็นกรอบอ้างอิงอยู่ก็ตาม ส่วนใหญ่ในการปฏิบัติจริงตามสถานการณ์อย่างหนึ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้เลยก็คือการคัดเลือกโดยบังเอิญหรือสุ่มเอา ดังนั้นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้เหตุการณ์หนึ่ง ๆ มีโอกาสมาเข้าตานั้นข่าว และถูกคัดเลือกจนกลายเป็นข่าวขึ้นมานั้นก็คือตัวนักข่าวนั่นเอง หรือจากตัวองค์กรที่นักข่าวสังกัด

4. ในสภาพพื้นที่ของจังหวัดเชียงใหม่ สภาพภูมิประเทศบางส่วนก็เป็นอุปสรรคในการรับสัญญาณภาพและเสียงจากสถานีส่ง และบางจุดยังถือเป็นจุดอับในการรับสัญญาณ ฉะนั้นเกษตรกรจึงต้องเสียค่าใช้จ่ายในการติดตั้งอุปกรณ์รับสัญญาณวิทยุโทรทัศน์เป็นจำนวนมาก

ตารางที่ 45 ปัญหาสื่อวิทยุโทรทัศน์

ประเด็นปัญหา	จำนวน(คำตอบ) ¹	ร้อยละ
เนื้อหาไม่ตรงกับสภาพปัญหาและสภาพพื้นที่	67	34.1
ไม่มีเวลาชม	23	11.7
รับสัญญาณได้ไม่ชัดเจน	18	9.2
ดูแล้วเข้าใจยาก ไม่น่าสนใจ	5	2.5
ไม่มีโทรทัศน์ให้ดู	2	1.02
มีสื่ออื่นที่น่าสนใจมากกว่า	1	0.51
อื่นๆ เช่น มีการโฆษณาขายสินค้ามากเกินไป	37	18.9
ไม่มีปัญหา	43	21.9

¹เกษตรกรตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

4.5 ปัญหาสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์

จากตารางที่ 45 เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างเลือกตอบไม่มีปัญหา ร้อยละ 19.1 ที่เหลือมีเกษตรกรเลือกตอบที่มีปัญหา ร้อยละ 80.9 สามารถจัดลำดับความสำคัญของปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาดังนี้ คือ ปัญหาไม่มีคอมพิวเตอร์ให้ใช้ ร้อยละ 26.8 (56 คน) ปัญหาไม่มีเวลาใช้ ร้อยละ 20.0 (42 คน) ปัญหาต่อสัญญาณได้ยาก ร้อยละ 9.5 (20 คน) ปัญหาใช้แล้วเข้าใจยาก ไม่น่าสนใจ ร้อยละ 7.6 (16 คน) ปัญหามีสื่ออื่นที่น่าสนใจมากกว่า ร้อยละ 3.8 (8 คน) ปัญหาเนื้อหาไม่ตรงกับสภาพปัญหาและสภาพพื้นที่ ร้อยละ 2.3 (5 คน) ตามลำดับ (ตารางที่ 46)

จากสภาพการณ์ดังกล่าว ที่เกิดจากการได้รับข่าวสารสารสนเทศทางสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต) นั้น ผู้วิจัยคิดว่าอาจมาจากสาเหตุต่าง ๆ ดังนี้

1. เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ ต้องใช้เวลาให้กับการประกอบอาชีพมากกว่า จึงไม่ค่อยมีเวลาใช้ อีกทั้งการเปิดคอมพิวเตอร์แต่ละครั้งต้องใช้เวลา และกว่าจะต่อเชื่อมอินเทอร์เน็ตได้อีก ซึ่งเป็นการเสียเวลาของเกษตรกร

2. เกษตรกรให้ข้อมูลว่าถึงแม้ในปัจจุบันเครื่องคอมพิวเตอร์จะมีราคาถูกลงก็ตาม แต่ก็ยังแพงเกินไปเมื่อเทียบกับราคาเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทอื่น หรือเทียบกับความจำเป็นในการใช้ อีกทั้งเมื่อเครื่องคอมพิวเตอร์มีปัญหาเกษตรกรก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุงในราคาที่สูงเกินไป ซึ่งเป็นการเพิ่มต้นทุนการผลิตโดยใช้เหตุ ทำให้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังไม่สามารถเข้าถึงเกษตรกรได้ทั่วถึง นอกจากนี้ราคาอินเทอร์เน็ตยังสูงอยู่สำหรับเกษตรกร

ตารางที่ 46 ปัญหาสื่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (อินเทอร์เน็ต)

ประเด็นปัญหา	จำนวน(คำตอบ) ¹	ร้อยละ
ไม่มีคอมพิวเตอร์ให้ใช้	56	26.8
ไม่มีเวลาใช้	42	20.0
ต่อสัญญาณได้ยาก	20	9.5
ใช้แล้วเข้าใจยาก ไม่น่าสนใจ	16	7.6
มีสื่ออื่นที่น่าสนใจมากกว่า	8	3.8
เนื้อหาไม่ตรงกับสภาพปัญหาและสภาพพื้นที่	5	2.3
อื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ตมีราคาแพงเกินไป	22	10.5
ไม่มีปัญหา	40	19.1

¹เกษตรกรตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ข้อเสนอแนะของเกษตรกรในการรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน และระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์

สำหรับข้อเสนอแนะของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างในการรับข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน และระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์นั้น เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างไม่มีข้อเสนอแนะ 109 คน ที่เหลือเกษตรกรมีข้อเสนอแนะ 155 คำตอบ สามารถแบ่งข้อเสนอแนะได้ดังนี้

เนื้อหาเกี่ยวกับการรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP

ต้องการเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP ควรจะเจาะลึก และมากกว่านี้ และเนื้อหาที่ต้องการควรจะเป็นเนื้อหาที่สามารถเอาไปปฏิบัติได้จริง อีกทั้งเป็นเนื้อหาที่ทันสมัยเข้ากับปัจจุบันทันเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม

เวลาออกอากาศข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP

เวลาในการออกอากาศต้องตรงกับเวลาที่ว่าง และเวลาที่ใช้ในการออกอากาศต้องเร็วเท่ากับหรือพอ ๆ สถานการณ์จริง และควรมีการจัดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมายมากกว่านี้

ผู้ดำเนินรายการข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP

ผู้ดำเนินรายการต้องไม่พูดนอกเรื่องมากนัก และผู้ดำเนินรายการต้องไม่เกริ่นนำมากเกินไป

ส่วนของคลื่นหรือรายการที่ออกอากาศ

ควรมีช่องเกี่ยวกับการเกษตรและข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP โดยเฉพาะทางภาครัฐ ควรมีศูนย์บริการด้านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุทัศน์เกี่ยวกับสินค้า OTOP ให้เกษตรกรได้สัมผัสฟรี เป็นต้น โดยอาจจะผ่านศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลก็จะดีมาก

ส่วนของระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์

ควรมีการส่งข้อมูลมาให้ทาง จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) รวมถึงรัฐควรมีนโยบายการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในราคาถูก และง่ายกว่านี้ ควรมีการเชื่อมต่อระหว่างกรมส่งเสริมการเกษตรโดยตรง ในการให้ความรู้ฝึกอบรมและแจกคู่มือในการใช้อินเทอร์เน็ต