

## พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารทางการเกษตร ของเกษตรกรในจังหวัดฉะเชิงเทรา <sup>1/</sup>

### Behavioral Opening to Agricultural Communications for Farmers in Chachaengsao Province

สุขุมารณณ์ ชันธ์ศรี <sup>2/</sup> พีรชัย กุลชัย <sup>2/</sup> สมศักดิ์ คูหาสวรรค์เวช <sup>2/</sup>

#### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของเกษตรกร รวมทั้งปัญหาและข้อเสนอแนะในการพัฒนาสื่อทางการเกษตรให้เข้าถึงเกษตรกรมากที่สุด สัมภาษณ์เกษตรกรในจังหวัดฉะเชิงเทราจำนวน 100 คน ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อทั้ง 4 คือ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ และสื่อโทรทัศน์ เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมเปิดรับข่าวสารทางด้านการเกษตรจากสื่อโทรทัศน์เป็นอันดับ 1 รองลงมาเป็นสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อวิทยุ ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของเกษตรกรจากสื่อต่างๆ ไม่บ่อยมากนัก และช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่เกษตรกรได้รับข่าวสารทางการเกษตร มักจะเป็นช่วงเวลาตอนเย็นหลังจากเลิกงาน เวลาในการรับข่าวสารแต่ละสื่อน้อยกว่า 1 ชั่วโมง เกษตรกรได้นำความรู้ที่ได้รับจากสื่อบุคคลไปปรับใช้มากเป็นอันดับ 1 รองลงมาเป็นสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุและสื่อสิ่งพิมพ์ เกษตรกรชอบรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด เกษตรกรมีปัญหาเพียงเล็กน้อยที่ไม่มีเวลาในการรับฟังข่าวสารทางด้านการเกษตรได้มากพอ และต่อเนื่อง และได้เสนอแนะเกี่ยวกับความเหมาะสมของเวลาในการนำเสนอข่าวสารทางการเกษตรทั้งในสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุควรอยู่ในช่วงเวลาประมาณครึ่งละ 30 นาที

#### Abstract

The objectives of this research study about economics and social status, behavioral opening to agricultural communications, problems and some suggestions of 100 farmers in Chachaengsao province. The results showed most of farmers have received agricultural news, some data from television media and others are personal media, newspaper and radio program. Because of their work, they had not enough time to follow the news. The appropriate time for them are in the evening and less than one hour. However, they have used to improve the knowledge from the personal media on their work. The most of media they like best is the television and the others are personal, radio and newspaper. They have some problems about time so that they suggested that the appropriate time for them are in the evening and no longer than 30 minutes in each program.

1/ เอกสารเสนอในการสัมมนาวิชาการระบบเกษตรแห่งชาติ ครั้งที่ 2 เรื่อง "ระบบเกษตรเพื่อการจัดการทรัพยากรและพัฒนาชนบทเชิงบูรณาการ" ระหว่างวันที่ 26-27 สิงหาคม 2545 ณ โรงแรมโสมพะมิตร กรุงเทพมหานคร

2/ ภาควิชาเทคนิคเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

## คำนำ

การสื่อสารในยุคปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนรูปแบบไป มีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการสื่อสารสมัยใหม่มาใช้มากขึ้น การบริโภคข่าวสารของประชาชนทั่วไปมีการพัฒนาใช้สื่อที่ทันสมัยมากขึ้น เกษตรกรก็เป็นกลุ่มชนกลุ่มหนึ่งที่จะปฏิเสธนวัตกรรมเหล่านี้ไม่ได้ ดังนั้นถ้าเราต้องการส่งเสริมให้เกษตรกรบริโภคข่าวสารทางการเกษตรหรือเทคโนโลยีทางการเกษตรแผนใหม่ เพื่อนำมาปรับใช้ในการประกอบอาชีพทางการเกษตรที่ท้ออยู่เดิมแล้วให้ดีขึ้น หรือพัฒนารูปแบบของการผลิต เพิ่มผลผลิต เพิ่มมูลค่าเพิ่มให้สินค้า การแปรรูปสินค้าเกษตรที่ล้นตลาดหรืออื่นใด จึงควรที่จะได้ทราบว่าการรับความรู้ทางการเกษตรของเกษตรกรจะได้มาจากสื่อใดมากที่สุด เพื่อการจัดการข่าวสารทางการเกษตรให้เข้าถึงเกษตรกรได้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการสื่อสาร

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้และทัศนคติ ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการรับข่าวสารทางการเกษตรของเกษตรกรในจังหวัดฉะเชิงเทรา

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้และทัศนคติทางการเกษตร ตลอดจนปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการรับข่าวสารของเกษตรกรในจังหวัดฉะเชิงเทรา

### ตรวจเอกสาร

ความหมายของการสื่อสารโดย ยูพา สุภากุล (2540 : 2) กล่าวว่าไว้ว่า การสื่อสาร หมายถึงการสื่อสารของมนุษย์ โดยมนุษย์อาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ของตนและเพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่น โดยการสื่อสารมีความสำคัญคือให้ข้อมูลข่าวสาร ให้ความบันเทิง ให้ความรู้สึกร่วมทางใดทางหนึ่งหรือเป็นแนวทางในการประกอบอาชีพเพื่อการสืบค้น (ดิศกษ บรรรลือฤทธิ์, 2543 : 12-13) การสื่อสารที่ดีจะขาดพาหนะในการส่งสารไม่ได้เลย พาหนะนี้เรามักจะเรียกว่า “สื่อ” สื่อมีมากมายหลายรูปแบบแล้วแต่จะจำแนกตามงานและสถานการณ์ที่ผู้ใช้กำหนด แต่สิ่งที่สำคัญที่ต้องคำนึงถึงก็คือ การเลือกสื่อให้เหมาะสมกับผู้ส่งสาร ผู้รับสาร เหมาะกับเนื้อหาที่ต้องการถ่ายทอด เหมาะกับสภาพแวดล้อมและเงินทุน (เกิติมา สุรสนธิ, 2541 : 13) ซึ่งมีหลายปัจจัยที่สำคัญคุณสมบัติของสื่อแต่ละประเภทแต่ละชนิดจะแตกต่างกันไป ตามรูปแบบของการผลิต การบริโภคและตามพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่มีการแสดงออกแตกต่างกันตามทัศนคติ ความเชื่อของตนเอง (เกศินี จุฑาวิจิตน, 2540 : 55) ซึ่งพฤติกรรมนั้นเป็นนามธรรมที่มองไม่เห็นแต่สามารถวัดและประเมินได้ (ชนินฐา วิเศษสาร, 2536 : 2) เกษตรกรก็เป็นกลุ่มของบุคคลที่มีความแตกต่างกันตามสิ่งเร้า และอิทธิพลบางประการทำให้การรับรู้ทางข่าวสารแตกต่างกัน ได้มีนักการศึกษาหลายท่านจำแนกเกษตรกรไว้เป็นกลุ่มๆ ซึ่งมีทั้งที่รับรู้ได้โดยง่ายเร็ว ช้า หรือประเภทเปลี่ยนแปลงความคิดได้ยากก็มี ความรู้ที่เกษตรกรได้รับจากสื่อไม่ได้คาดหวังว่าจะให้เปลี่ยนพฤติกรรมในทันที ทันใด แต่ให้ยอมรับนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ ทางการเกษตรมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ทางอาชีพของตนเอง ซึ่งจะนำไปสู่สังคมเกษตรที่เข้มแข็ง

## อุปกรณ์และวิธีการ

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเป็นครัวเรือนเกษตรกรในจังหวัดฉะเชิงเทรา ตามทะเบียนราษฎรปี 2543 จาก 10 อำเภอและ 1 กิ่งอำเภอ ซึ่งมีทั้งสิ้น 72,993 ครัวเรือน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิทั้งนี้เพราะครัวเรือนเกษตรกรมีความคล้ายคลึงกัน กลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้จึงสามารถคาดคะเนในภาพรวมทั้งหมดได้ การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากสูตรของ Taro Yamane (ประคอง กรรณสูตร, 2542 : 10-11) ใช้ความคลาดเคลื่อนที่รับได้ 10 เปอร์เซ็นต์ ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 100 ครัวเรือน

### เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นแบบปลายเปิดและปลายปิด มีทั้งหมด 4 ตอนด้วยกัน คือ

- ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกร
- ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ที่ได้รับของเกษตรกร
- ตอนที่ 3 ความรู้และทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่อการผลิตทางการเกษตร
- ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows อภิปรายผลและแปลความเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย และสถิติอนุมานหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยค่า Chi-Square ที่ระดับความสำคัญ 0.05

### ผลการวิจัย

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกร

เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 63 เปอร์เซ็นต์ อายุเฉลี่ย 47 ปี การศึกษาระดับประถมศึกษามากที่สุด 81 เปอร์เซ็นต์ นับถือศาสนาพุทธ 93 เปอร์เซ็นต์ สถานภาพสมรสแล้ว 92 เปอร์เซ็นต์ สมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 5 คน มีแรงงานเฉลี่ยครอบครัวละ 2 คน อาชีพส่วนใหญ่ทำสวนผลไม้และประมงใกล้เคียงกัน มีรายได้จากการประกอบอาชีพมากกว่า 20,000 บาทต่อปี คิดเป็น 55 เปอร์เซ็นต์ มีที่ดินทำกินเป็นของตนเอง 59.09 เปอร์เซ็นต์ มีพื้นที่ทำการเกษตรเฉลี่ยครอบครัวละ 23 ไร่

#### ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของเกษตรกร

จากการศึกษาพฤติกรรมของเกษตรกรในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ 4 ประเภทด้วยกันคือ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์ ได้ผลการศึกษาดังนี้

**สื่อบุคคล** มีเกษตรกรเคยได้รับข่าวสาร 70 เปอร์เซ็นต์ โดยได้จากเพื่อนบ้านมากที่สุด 20 เปอร์เซ็นต์ สำหรับเกษตรกรที่เคยได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคลคิดว่าความรู้ที่ได้รับจากเพื่อนบ้านและเจ้าหน้าที่ของรัฐมีความน่าเชื่อถือ

พอกันกลุ่มละ 20 เปอร์เซ็นต์ ช่วงเวลาที่มักจะพบปะพูดคุยกันส่วนใหญ่จะเป็นหลังเลิกงาน 40 เปอร์เซ็นต์ ประมาณ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็น 34 เปอร์เซ็นต์ และมักจะพูดคุยกันที่บ้านของเกษตรกรเอง 49.41 เปอร์เซ็นต์ สำหรับเจ้าหน้าที่ของรัฐ เช่น เกษตรตำบลหรือเกษตรอำเภอเคยได้รับเพียง 32 เปอร์เซ็นต์ และส่วนใหญ่จะเป็นปีละครั้ง 37.5 เปอร์เซ็นต์ เวลาค่อนข้างไม่แน่นอน 28.12 เปอร์เซ็นต์ สถานที่ที่พบปะที่บ้านเกษตรกรหรือแล้วแต่กำหนด 35.14 เปอร์เซ็นต์

**สื่อสิ่งพิมพ์** เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่ได้อ่านข่าวผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ หรือสิ่งพิมพ์อื่นๆ ถึง 62 เปอร์เซ็นต์ แต่ถ้ามีโอกาสจะอ่านไทยรัฐมากที่สุด 59.32 เปอร์เซ็นต์ ส่วนใหญ่แล้วจะอ่านประเภทการเมืองมากที่สุด 20 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาเป็นการเกษตร 18.71 เปอร์เซ็นต์ เวลาที่ใช้ในการอ่านต่อครั้งน้อยกว่า 1 ชม. และมักจะเป็นช่วงเวลากลางวัน 41.38 เปอร์เซ็นต์ ส่วนใหญ่มักจะอ่านที่บ้าน 51.61 เปอร์เซ็นต์ สำหรับประเภทนิตยสารเกษตรกรส่วนใหญ่ก็ไม่ได้อ่าน มีส่วนน้อยถ้ามีโอกาสได้อ่านจะอ่านข่าวทางการเกษตรเพียง 15 เปอร์เซ็นต์ สำหรับวารสารทางการเกษตรมีการอ่านกันน้อยมาก

**สื่อวิทยุ** เกษตรกรส่วนใหญ่มีวิทยุในครัวเรือนถึง 75 เปอร์เซ็นต์ มีการรับฟังสูงถึง 52 เปอร์เซ็นต์ ส่วนใหญ่จะฟังรายการข่าวมากที่สุด 28.81 เปอร์เซ็นต์ เคยฟังรายการวิทยุเกษตรเพียง 26 เปอร์เซ็นต์ ลักษณะการฟังจะเป็นแบบ 1-2 วัน/ครั้ง ต่อสัปดาห์มากที่สุด 46.15 เปอร์เซ็นต์ ส่วนใหญ่จะฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง 57.69 เปอร์เซ็นต์ เวลาที่รับฟังบ่อยที่สุดคือช่วงเวลา 04.00-06.00 น. 23.08 เปอร์เซ็นต์ และมักจะรับฟังที่บ้าน 88.46 เปอร์เซ็นต์

**สื่อโทรทัศน์** จากเกษตรกร 100 ครัวเรือน มีเครื่องรับโทรทัศน์ถึง 97 เปอร์เซ็นต์ และส่วนใหญ่ได้รับชมรายการ โทรทัศน์ถึง 99 เปอร์เซ็นต์ และนิยมดูอยู่ที่บ้านคิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ ช่องที่นิยมดูเป็นประจำคือ สถานีวิทยุ โทรทัศน์สีทองที่พบช่อง 7 คิดเป็น 30.25 เปอร์เซ็นต์ รายการที่ชอบดู 3 อันดับคือ ข่าวเกษตร 95 เปอร์เซ็นต์ ข่าวการเมือง 83 เปอร์เซ็นต์ และละครโทรทัศน์ 67 เปอร์เซ็นต์ ความถี่ในการรับชม มักจะชมเป็นประจำ (มากกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์) ถึง 40 เปอร์เซ็นต์ ใช้เวลาในการดูแต่ละครั้ง 30 นาที 36.84 เปอร์เซ็นต์ ช่วงเวลาที่นิยมดูรายการโทรทัศน์ คือเวลา 16.00-18.00 น. 37.89 เปอร์เซ็นต์

### ตอนที่ 3 ความรู้และทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่อการผลิตทางการเกษตร

**สื่อบุคคล** เกษตรกรคิดว่าเจ้าหน้าที่ของรัฐช่วยในการแนะนำความรู้ทางการเกษตรที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงการผลิตมากที่สุด 18.57 เปอร์เซ็นต์ และเคยนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ 80 เปอร์เซ็นต์ โดยนำไปใช้ทางด้านการใช้ปุ๋ยและการทำปุ๋ยไว้ใช้เอง 20.69 เปอร์เซ็นต์ และมีความรู้สึกชอบที่เจ้าหน้าที่ของรัฐเข้าไปแนะนำเผยแพร่ความรู้ 51 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งมีส่วนผลักดันให้เกิดกระบวนการผลิตถึง 38 เปอร์เซ็นต์

**สื่อสิ่งพิมพ์** เกษตรกรเห็นว่าข่าวสาร บทความทางการเกษตรที่ผ่านทางสื่อหนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร สามารถนำไปปรับใช้ได้เพียง 17 เปอร์เซ็นต์ (เพราะส่วนใหญ่เกษตรกรไม่ค่อยได้อ่านสื่อสิ่งพิมพ์)

**สื่อวิทยุกระจายเสียง** เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่ได้รับข่าวสารการเกษตรจากทางวิทยุเพราะไม่นิยมฟัง มีเพียง 23 เปอร์เซ็นต์ เท่านั้นที่ได้รับรู้ทางการเกษตรจากวิทยุ

**สื่อวิทยุโทรทัศน์** เกษตรกรส่วนใหญ่เห็นว่าความรู้ทางการเกษตรได้รับจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดถึง 91 เปอร์เซ็นต์ และเคยนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้กับอาชีพของตนเองถึง 63 เปอร์เซ็นต์ ส่วนใหญ่จะเป็นทางการปลูกพืช 30 เปอร์เซ็นต์ และการใช้ปุ๋ย/การทำปุ๋ย 27 เปอร์เซ็นต์

**ภาพรวมของสื่อทั้ง 4 ประเภท** เกษตรกรชอบสื่อวิทยุโทรทัศน์มากที่สุด 69 เปอร์เซ็นต์ และมีความน่าเชื่อถือทางข่าวสารการเกษตรถึง 64 เปอร์เซ็นต์ สื่อโทรทัศน์ยังจัดว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์สำหรับเกษตรกรสูงถึง 62

เปอร์เซ็นต์ นอกจากนี้ยังเห็นว่าสื่อโทรทัศน์มีความเหมาะสมในการเผยแพร่ข่าวสารการเกษตรในหมู่บ้านถึง 44 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาคือสื่อบุคคล 33 เปอร์เซ็นต์ และน้อยที่สุดเห็นว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ 2 เปอร์เซ็นต์

#### ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาสื่อทางการเกษตร

ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างประชากร 100 รายที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อทั้ง 4 ประเภทแตกต่างกันมีผลให้การนำไปประยุกต์ใช้ในการผลิตทางการเกษตรต่างกันด้วย เกษตรกรแสดงความเห็นในเรื่องของปัญหา อุปสรรคและมีข้อเสนอแนะดังนี้

**สื่อบุคคล** ความรู้ที่มาจากสื่อบุคคลมีความเหมาะสม 52 เปอร์เซ็นต์และไม่มีปัญหาในการติดต่อสื่อสาร 44 เปอร์เซ็นต์

**สื่อสิ่งพิมพ์** ความรู้ที่มาจากสื่อสิ่งพิมพ์มีความเหมาะสม 28 เปอร์เซ็นต์ และไม่มีปัญหาในการรับข่าวสารเพราะส่วนใหญ่ไม่มีหนังสือพิมพ์ถึง 63 เปอร์เซ็นต์ จึงไม่ได้รับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์

**สื่อวิทยุกระจายเสียง** ความรู้ที่มาจากสื่อวิทยุกระจายเสียงมีความเหมาะสมเพียงแค่ 17 เปอร์เซ็นต์ เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่ได้รับข่าวสารจากสื่อวิทยุถึง 74 เปอร์เซ็นต์

**สื่อวิทยุโทรทัศน์** ความรู้ที่มาจากสื่อวิทยุโทรทัศน์มีความเหมาะสม 80 เปอร์เซ็นต์ ข่าวสารต่างๆ ทางการเกษตรที่เสนอผ่านสื่อโทรทัศน์มีความเหมาะสม 76 เปอร์เซ็นต์ ความยาวของรายการทางการเกษตรที่เหมาะสมควรจะเป็น 30 นาที 37 เปอร์เซ็นต์ เกษตรกรไม่มีปัญหาและอุปสรรคในการรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ถึง 65 เปอร์เซ็นต์

#### สรุปผลการวิจัย

เมื่อพิจารณาข้อมูลการสัมภาษณ์เกษตรกร จำนวน 100 ราย ในจังหวัดฉะเชิงเทราทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการรับข่าวสารทางการเกษตรของเกษตรกรได้ในระดับหนึ่งและพบว่า สื่อที่เหมาะสมสำหรับเกษตรกรในการบริโภคข่าวสารทางการเกษตรปัจจุบันควรจะเป็นสื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์ รองลงมาคือ สื่อประเภทบุคคล สื่อวิทยุกระจายเสียงและน้อยที่สุดคือสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ เมื่อได้ข้อมูลเช่นนี้จะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ข่าวสารการเกษตรผ่านสื่อประเภทต่างๆ อาทิเช่น เกษตรตำบล เกษตรอำเภอ เกษตรจังหวัด เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร รวมทั้งนักวิชาการทางการเกษตรได้ตระหนักในการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมและตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

#### ข้อเสนอแนะ

ควรมีการผลิตสื่อเกษตรประเภทวิทยุโทรทัศน์ให้มากขึ้นมีเนื้อหาหลากหลายตามความรู้ที่เกษตรกรต้องการสามารถนำไปปรับใช้ได้ตามความเหมาะสมกับการประกอบอาชีพ หรือการจัดการเผยแพร่ข่าวสารการเกษตรเทคโนโลยีทางการเกษตรแผนใหม่ ของภาครัฐผ่านรายการโทรทัศน์เพื่อการเกษตรต่างๆ เช่น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ควรให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิต การทำงานและการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการเกษตรเหล่านั้น

## เอกสารอ้างอิง

- กิตติมา สุรสนธิ. 2541. ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. 2540. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. กรุงเทพฯ : เพชรเกษมการพิมพ์.
- ขนิษฐา วิเศษสาธิต. 2536. จิตวิทยาการสื่อสาร. โครงการตำราคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ทวีศักดิ์ สุวรรณสนธิ. 2527. สื่อที่เหมาะสมในการถ่ายทอดความรู้แผนใหม่ทางการเกษตรเพื่อประกอบอาชีพการเกษตรอำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตรบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณรงค์ สมพงษ์. 2530. สื่อเพื่องานส่งเสริมและเผยแพร่. ฝ่ายสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ : งานการพิมพ์ สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม.
- ดวงจันทร์ สุทธาโรจน์. 2539. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วม ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงบอระเพ็ด จ.นครสวรรค์. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิรนาม. 2542. พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน. โครงการพัฒนาสื่อการศึกษาเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา. กรุงเทพฯ : พิมพ์ที่ บริษัทคอมพิวเตอร์ จำกัด.
- ประคอง วรรณสูตร. 2542. สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พูนทรัพย์ สิทธิพรหม. 2539. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. ภาคการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏพระนคร.
- ยุพา สุภากุล. 2540. การสื่อสารมวลชน : พิมพ์ที่ โอ.เอส. พรินติ้ง เฮ้าส์.
- ดิษก บรرسือฤทธิ์. 2543. เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร. โครงการตำราวิชาการราชภัฏเฉลิมพระเกียรติ เนื่องในวโรกาสพระบาทสมเด็จพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงเจริญพระชนมพรรษา 6 รอบ. กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏธนบุรี.
- Atkin, Charles K. 1973. Participated Communication and Mass Media Information Seeking. Public Opinion Quarterly.
- De Fleur, Melvin L. 1970. Theory of Mass Communication (New York) : David McKay Company.
- Lazarsfeld, Paul F. and Herbert Manzel.1960. Mass Media and Personal Influence. In Source of Human Communication.,cd. Wilbur Shramm. New York: The Basic Book.
- Little John, Stephen W.1973. Theory of Human Communication (Columbus) A Bell and Howell Company.
- Roger, E.M. and F.F. Shoemaker.1971. Communication of Innovation : Cross Culture Approach (New York) : The Free Press.
- Shramm, w.1960. Mass media and nation development : The role information in the developing countries California : Standford University Press.