บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมด้านการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อการใช้ประโยชน์ จากข่าวนวัตกรรมของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี” เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกรับข่าวสาร ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการรับข่าวสารนวัตกรรมใหม่ ของประชาชนในจังหวัดราชบุรี ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นพื้นฐานและแนวทางในการวิจัยดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
2. แนวคิดเกี่ยวกับช่องทางการเปิดรับข่าวสารช่องทางสื่อ
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร
4. แนวคิดและทฤษฎีสื่อใหม่
5. ทฤษฎีการคาดหวังจากสื่อ
6. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษามุ่งศึกษากลุ่มผู้รับสารเป็นสำคัญที่มีความหลากหลาย และต้องวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร เพื่อดูความสัมพันธ์ต่างๆทางด้านประชากรศาสตร์ที่จะศึกษาของผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายๆด้าน โดยลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม โดยผู้รับข่าวสารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมความสนใจในการรับข่าวสารแตกต่างกัน เพื่อทำความเข้าใจความเกี่ยวพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการรับข่าวสาร มีรายละเอียดดังนี้

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์เชื่อว่าคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป การสื่อสารจัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ ดั้งนั้น นักวิชาการสื่อสารบางกลุ่มเชื่อว่า พฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันน่าจะพฤติกรรมการสื่อสารต่างกันด้วย พฤติกรรมสื่อสารนอกจากจะ

หมายถึง การเลือกใช้ถ้อยคำในภาษา การใช้อวัจนะภาษา ตลอดจนกลยุทธ์ต่างๆในการการสื่อสารให้สำเร็จสมประสงค์แล้ว ยังรวมไปถึงการเลือกใช้สื่อ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆที่ผู้รับสารต้องการ งานวิจัยที่ใช้แนวคิดทฤษฎีประชากรศึกษามักจะมองหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆ เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรย่อมมีกิจกรรมและการดำเนินชีวิตตลอดจนเวลาว่างที่แตกต่างกันไป คุณสมบัติทางประชาการศาสตร์ได้ผลักดันให้คนที่มีคุณสมบัติเช่นเดียวกันต้องมีกิจวัตรในทำนองเดียวกันและพฤติกรรมต่างๆก็คล้ายคลึงกัน ดังนั้นผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างๆร่วมกันย่อมมีทัศนะคติที่คล้ายคลึงกัน ลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้นได้แก่

1. เพศ (Sex) ลักษณะทางเพศ เป็นลักษณะทางประชากรที่บุคคลได้รับมาแต่กำเนิด ในประชากรกลุ่มใดๆก็ตามจะประกอบด้วยประชากรเพศชาย (Male) และประชากรเพศหญิง (Female) ซึ่งโดยปกติแล้วจะมีจำนวนที่ใกล้เคียงกันเพราะธรรมชาติได้สร้างความสมดุลทางเพศมาให้กับประชากรทุกกลุ่มเพศเป็นปัจจัยพื้นฐานด้านร่ายกายที่แตกต่างกันของบุคคลเป็นสถานภาพที่มีมาแต่กำเนิดของบุคคล เมื่อเป็นสมาชิกของกลุ่ม เพศจะเป็นตัวกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคคลตลอดจนพัฒนาการต่างๆ

ในแต่ละช่วงวัยมีความแตกต่างกัน ด้วยความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือเพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้นแต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดจากการรับข่าวสารนั้นด้วย (Wilo Goidhaborsadore and Yates, 2002 :114 อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546)

แมคคี (Mckee, 1962 อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546) ศึกษาพบว่า ผู้ชายมีความสามารถทางการจำรูปทรงสิ่งของได้ แม้ว่าจะตั้งพลิกแพลงในท่าต่างๆหรือสามารถที่จะเห็นความสัมพันธ์ ของ Space – form ในจินตนาการได้ ส่วนพาเตลและกอร์ดอน (Patel and Gordon, 1960 อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546) ศึกษาพบว่า เด็กหญิงมีแนวโน้มที่จะสามารถคล้อยตามผู้อื่น หรือถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าเด็กชาย สอดคล้องกับการวิจัยของ คิมเบอร์ (Kimber, 1974 อ้างถึง สุชา จันทร์เอม, 2544) ที่ศึกษาพบว่าเด็กหญิงสามารถรับสารและเลียนแบบพฤติกรรมบุคลิกภาพของผู้อื่นได้ง่ายกว่าเด็กชาย ผลการศึกษาและวิจัยของเบอแนตและโคเฮน (Bennett And Cohen , 1959 อ้างถึงใน สุรางค์ โค้วตระกูร, 2541) ที่ศึกษาเกี่ยวกับธรรมชาติของความแตกต่างกันระหว่างเพศชายกับเพศหญิงยังพบว่า เพศชายมีความคิดหนักแน่นมากกว่าความคิดของเพศหญิง แต่เพศหญิงจะมีความละเอียดอ่อนและรอบคอบในด้านความคิด

มากกว่าเพศชาย ซึ่งจะส่งผลต่อกระบวนการรับรู้ข่าวสารและการวิเคราะห์ข้อมูลและนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตในขั้นต่อไปอีกด้วย

2. อายุ (Age) เป็นคุณลักษณะทางประชากรอีกลักษณะหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาของการมีชีวิตอยู่หรือตามวัยของบุคคล เป็นลักษณะประจำตัวบุคคล ที่สำคัญมากในการศึกษา วิเคราะห์ทางประชากรศาสตร์ โดยอายุจะแสดงถึงวัยวุฒิของบุคคล และเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสามารถในการทำความเข้าใจในเนื้อหาและข่าวสารรวมถึงการรับรู้ต่างๆได้มากน้อยต่างกัน การมีประสบการณ์ในชีวิตที่ผ่านมาแตกต่างกัน หรืออีกประการหนึ่งคืออายุจะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสนใจในประเด็นต่างๆเช่นเรื่องการเมือง ความสนุกสนาน การเตรียมตัวสร้างอนาคต เป็นต้น นอกจากนั้นก็จะชี้ให้เห็นอารมณ์ที่แตกต่างกันออกไปในกลุ่มคนที่มีวัยต่างกันอันเนื่องจากกระบวนการคิดและตัดสินใจที่ผ่านการกลั่นกรองจากประสบการณ์ของช่วงวัยที่จะส่งผลต่อกระบวนการคิดและการควบคุมทางอารมณ์ของแต่ละช่วงอายุของบุคคล

จากการศึกษาของ ทอแรนซ์ (Tarrance , 1962 อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546) เรื่องความคิดละเอียดละออ ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของความคิดสร้างสรรค์ พบว่าอายุที่เพิ่มขึ้นของเด็กจะทำให้มีความคิดที่รอบคอบเพิ่มมากขึ้น อายุหรือวัยเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างในเรื่องความคิด และพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไปเมื่อตนเองมีอายุมากขึ้น (Myer Myer, 1999 : 5 อ้างถึงใน สุชา จันทร์เอม, 2544)

3. การศึกษา (Education) การศึกษาในที่นี้หมายถึง ระดับการศึกษาที่ได้รับจากสถาบันการศึกษา และที่ได้รับจากประสบการณ์ของชีวิต การศึกษาบ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกรับข่าวสารและอัตราการรู้หนังสือ ระดับการศึกษาจะทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่างๆกว้างขวางลึกซึ้งแตกต่างกันออกไป ทำให้ผู้พูดสามารถแยกความเหมาะสมของเนื้อหาและตัวอย่างที่จะยกมากล่าวได้

การศึกษานอกจากจะทำให้บุคคลมีศักยภาพเพิ่มขึ้นแล้ว การศึกษายังทำให้เกิดความแตกต่างทางทัศนคติ ค่านิยมและคุณธรรมความคิดอีกเช่นกัน นอกจากนี้ ปรมะ สตะเวทิน (2546 :116) ยังได้กล่าวว่า การศึกษา เป็นลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ยุคสมัยที่ต่างกัน ระบบการศึกษาแตกต่างกัน สาขาวิชาที่แตกต่างกัน จึงมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไปอีกด้วย

4. ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status) สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม จะเป็นเครื่องชี้ถึงเรื่องที่กลุ่มจะสนใจรับรู้ข่าวสารบุคคลที่มีสถานะทางเศรษฐกิจสังคมที่แตกต่างกัน ทั้งการประกอบอาชีพ รายได้ ศาสนา รวมไปถึงสถานภาพสมรสย่อมส่งผลต่อการรับสารที่แตกต่างกันด้วย (ธีระภัทร์ เอกผาชัยสวัสดิ์, 2551) ความมั่นคงทางเศรษฐกิจและครอบครัว รายได้ของบุคคลแสดงถึงฐานะทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญแสดงถึงการมีศักยภาพในการดูแลตนเอง บ่งบอกถึงอำนาจการใช้จ่ายในการบริโภคข่าวสาร ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจสูงจะมีโอกาสที่ดีกว่าในการแสวงหาสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการดูแลตนเอง ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจต่ำจะมีการศึกษาน้อย ทำให้มีข้อจำกัดในการรับรู้ เรียนรู้ ตลอดจนการแสวงหาความรู้และประสบการณ์ในการดูแลตนเอง

5. อาชีพและลักษณะการรวมกลุ่ม (Occupation) ลักษณะอาชีพหรือลักษณะแห่งการรวมกลุ่ม จะบ่งบอกลักษณะเฉพาะของบุคคล ช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสาร เรื่องที่กลุ่มผู้ฟังสนใจ เช่น กลุ่มชาวนาก็จะสนใจเกี่ยวกับเรื่องข้าว ราคาข้าว ปุ๋ย เป็นต้น ในบางกรณีคนที่มีอาชีพอย่างหนึ่งแต่อาจจะไปรวมกลุ่มกับคนที่มีอาชีพหนึ่งก็ได้ ซึ่งก็จะทำให้ความสนใจของเขาขยายวงกว้างออกไป ศาสนาหรือกลุ่มความเชื่อในศาสนา เช่น ศาสนาพุทธ อิสลาม หรือศาสนาคริสต์ หรืออื่นๆ ย่อมมีแนวคิด วัฒนธรรม ประเพณี และหลักการในการคิดตัดสินใจต่อการรับสารแตกต่างกันตามรายละเอียดปลีกย่อยของศาสนา ดังนั้นการสื่อสารหรือถ่ายทอดข้อมูลโดยการพิจารณาความแตกต่างทางศาสนาย่อมเป็นผลดีในการสามารถสงสารให้แก่ผู้รับสารได้อย่างถูกต้องและตรงกับความต้องการของผู้รับสารมากที่สุด

6. สถานภาพสมรส หมายถึง การครองเรือนซึ่งอาจแบ่งออกได้เป็น คนโสด สมรส หม้าย หย่า หรือแยกกันอยู่ ลักษณะความแตกต่างด้านขนบธรรมเนียมประเพณีความเชื่อถือทางด้านศาสนา ย่อมมีอิทธิพลต่อสถานภาพการสมรส ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการรับรู้ข่าวสาร สถานภาพสมรสของบุคคลจะบ่งบอกถึงความมีอิสระในการตัดสินใจ อิทธิพลต่อกระบวนการคิดการวิเคราะห์ข้อมูล สตรีที่สมรสแล้วและสตรีที่ยังโสด ย่อมมีกระบวนการรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันอันเนื่องมาจากสภาพ

จากแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ สรุปได้ว่า เกษตรกรที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทการเกษตรที่ยึดเป็นอาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากข่าวนวัตกรรมการเกษตรโดยรวมแตกต่างกัน อาจจะเนื่องด้วยความแตกต่างที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทการเกษตรที่ยึดเป็นอาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน ต่างมีความสามารถและให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากข่าวนวัตกรรมของเกษตรกรเพื่อใช้เป็นแหล่งข้อมูลเพื่อ

ยกระดับคุณภาพของผลผลิตให้ตรงตามความต้องการของตลาด ที่จะสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการจัดการภายในสวนเพื่อให้ได้ผลกำไรมากที่

แนวคิดเกี่ยวกับช่องทางการเปิดรับข่าวสารช่องทางสื่อ

การเปิดรับสื่อเปรียบเสมือนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ เพื่อไปสู่การรับรู้สิ่งใหม่ในการใช้สื่อนั้นผู้รับสารจะใช้สื่อใดก็ตามจะมีการเลือก แสวงหาเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตนได้โดยมีทฤษฎีกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Exposure) ซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้สื่อของมนุษย์ ประกอบด้วยการกลันกรองชั้น 3 ชั้น ดังนี้ (Klapper,1960 อ้างถึงใน สุกัญญา ฉัตรสมพร, 2546)

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) หมายถึงแนวโน้มของคนเราที่จะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกบความคิดเห็นและความในใจที่มีอยู่เดิม รวมทั้งพยายามหลีกเลี่ยงไม่สื่อสารในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจของตน หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม

2. การเลือกรับรู้ (Selective Perception) หลังจากที่บุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว บุคคลก็จะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายของสารนั้นตามทัศนคติ ประสบการณ์ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น ดังนั้นบุคคลมักจะบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่พอใจของตน

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำเนื้อหาสาระของข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ เข้าไว้เป็นประสบการณ์ของตนเอง เพื่อจะนำไปใช้ในโอกาสต่อไปด้วย และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจเรื่องที่ขัดแย้งหรือเรื่องที่ค้านกับความคิดของตนเอง ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารให้มีความมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงยากขึ้น กล่าวคือ ความพร้อมที่จะจดจำสารของผู้รับสารจึงมักเกิดขึ้นกับคนที่พร้อมจะเข้าใจ และพร้อมที่จะลืม สำหรับคนที่ไม่พร้อมจะเข้าใจ (พีระ จิรโสภณ, 2547 : 637-639) อธิบายไว้ว่า กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือน เครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เราซึ่งมีอยู่ 3 ชั้น

1. การเลือกเปิดรับ หรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยหรือไม่

สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้วจะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุล หรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า Cognitive Dissonance นอกจากบุคคลจะเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังต้องแสวงหาข่าวสาร เลือกเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตนและเมื่อบุคคลได้ตัดสินใจในเรื่องหนึ่งใดที่มีความได้เปรียบ เสียเปรียบก้ำกึ่ง บุคคลย่อมมีแนวโน้มที่จะแสวงหาข่าวสาร ที่จะสนับสนุนการตัดสินใจนั้นๆ (Reinforcement Information) มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่กระทำลงไป

2. การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเลือกรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารชิ้นเดียวกันกับที่ส่งผ่านสื่อมวลชนได้ไม่ตรงกัน ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปจึงมิได้ขึ้นอยู่ที่ ตัวอักษร รูปภาพหรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตนเอง ตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ ตามความเชื่อ ตามความต้องการ ตามความ คาดหวัง หรือตามแรงจูงใจ

3. การเลือกจดจำ เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการและทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมในสิ่งที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่าการเลือกจดจำนั้นเปรียบเสมือนเครื่องกรองชั้นสุดท้ายที่มีผลต่อกาส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งข่าวสารอาจจะถูกปฏิเสธตั้งแต่ชั้นแรกโดยการไม่เลือกอ่าน ฟัง หรือชมสื่อมวลชนบางฉบับหรือบางรายการ ในกรณีที่ผู้รับสารหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้รับสารก็อาจจะพยายามตีความข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจหรือความต้องการของตนเอง แต่หากว่าข่าวสารนั้นไม่เปิดโอกาสให้ตีความหมายแตกต่างกันไปได้ ผู้รับสารก็ยังมีโอกาสปฏิเสธข่าวสารนั้นได้อีกเป็นขั้นสุดท้าย กล่าวคือ เลือกจดจำเฉพาะบางส่วนที่ตนเองสนใจหรือต้องการเท่านั้น

กาญจนา แก้วเทพ (2543) ได้กล่าวว่า ปัจจัยทางด้านความต้องการข่าวสารของบุคคลทำให้บุคคลเกิดพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารขึ้น แต่เนื่องจากบุคคลทุกคนมีความเป็นปัจเจกบุคคล ทำให้เกิดความต้องการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันซึ่งหลักในการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล หรือผู้รับสารนั้นถือเป็นตัวแปรแทรกกลางในแบบจำลอง Stimulus-Response Theory ซึ่งทำให้ อิทธิพลของสื่อไม่เป็นไปอย่างโดยตรง โดยหลักการเลือกเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารมี 4 หลัก ดังนี้

1. หลักการเลือกให้ความสนใจ (Principle of Selective Attention) เนื่องจากคนแต่ละคนมีโครงสร้างความเข้าใจที่แตกต่างกัน จากโครงสร้างนี้จะเกิดการสร้าง “เครื่องกรองทางจิตใจ” (Mental Filters) เพื่อกรองข้อมูลข่าวสารจำนวนมากให้มีข่าวสารบางชิ้นเท่านั้นที่ผ่านเข้าสู่ความ

สนใจของบุคคลได้ เราอาจนำคำอธิบายดังกล่าวมาใช้กับตัวแปรเรื่องความแตกต่างทางสังคม หรือความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคลได้เช่นเดียวกันเช่น สามีที่ต้องยอมนั่งดูละครโทรทัศน์เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีกับภรรยา

2. หลักการเลือกการรับรู้ (Principle of Selective Perception) เช่นเดียวกับหลักข้อแรก คือความเข้าใจของแต่ละบุคคล ความแตกต่างของกลุ่มบุคคล และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจะมีผลต่อการเลือกรับรู้และเลือกตีความข่าวสารที่ถึงแม้จะเป็นเรื่องเดียวกันให้มีความหมายแตกต่างกันออกไป เช่น เด็กวัยรุ่นอาจตีความวิธีการแต่งกายและท่าเต้นของนักร้องวัยรุ่นว่าเป็นเรื่องสำคัญยิ่งสำหรับการเป็นนักร้อง ในขณะที่ผู้ใหญ่อาจจะมองเห็นเรื่องเสียงร้องเป็นสิ่งสำคัญที่สุด

3. หลักการเลือกจดจำ (Principle of Selective Recall) สำหรับคนบางคน คนบางกลุ่ม คน ที่มีความสัมพันธ์กันบางกลุ่ม เรื่องราวจากสื่อมวลชนบางเรื่องจะจดจำได้อย่างยาวนานมากกว่า หลักการเลือกจดจำนั้นมักจะเกิดขึ้นอย่างคู่ขนานไปกบเรื่องการเลือกสนใจ และเลือกรับรู้ที่เป็น ขั้นตอนที่เกิดมาก่อน

4. หลักการเลือกมีปฏิกิริยา (Principle of Selective Action) ในท้ายที่สุดคนทุกคนก็มิได้มีปฏิกิริยาอย่างเดียวกันต่อข่าวสารชิ้นเดียวกัน นี่เป็นปรากฏการณ์ที่เราคุ้นชินกันอยู่แล้วในชีวิตประจำวัน และการมีปฏิกิริยาก็เป็นโซ่ข้อสุดท้ายที่ต่อเนื่องมาจากการให้ความสนใจการรับรู้และการจดจำอันเป็นหลักการ 3 ประการที่ได้กล่าวถึงมาข้างต้น การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับสารนั้น แมคคอมส์และเบคเคอร์ (McCombs and Becker, 1979 : 51 อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน, 2546) ได้กล่าวไว้ว่าบุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อต้องการตอบสนองความต้องการของตนเอง 6 ประการดังนี้

4.1 เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัวจากสื่อมวลชนเพื่อให้รู้ทันเหตุการณ์และรู้วาอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้

4.2 เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decisions) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อเหตุการณ์รอบๆตัว

4.3 เพื่อต้องการข้อมูลในการสนทนา (Discussions) โดยการเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการสนทนากบผู้อื่นได้

4.4 เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) การมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ และความเป็นไปต่างๆที่เกิดขึ้นรอบๆตัว

4.5 เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมสร้างความคิดเห็นให้มันคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว

4.6 เพื่อความบันเทิง (Relaxation and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินรวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ของผู้รับสาร Joseph R. Dominick ,199 (สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์, 2545) ได้กล่าวว่าผู้รับสารมีสิทธิ์ที่จะเลือกเปิดรับสื่อสารมวลชนที่ตนเองต้องการซึ่งเหตุผลในการเลือกเปิดรับของผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันไปสามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้

1. เพื่อความรู้ หมายถึง การที่ผู้รับสารต้องการข่าวสารเพื่อสนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้และความต้องการได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคม โดยการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อสารมวลชนในรูปแบบหลักต่างๆ คือ

1.1 ข่าวสาร ไม่ว่าจะเป็นภายในหรือภายนอกสังคม

1.2 ความรู้ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ทางด้านวิชาการ หรือความรู้รอบตัว

1.3 ความบันเทิง

2. เพื่อความหลากหลาย ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบที่แตกต่างกนออกไปเช่น

2.1 การกระตุ้นอารมณ์ เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น ทั้งนี้เพื่อต้องการลดความเบื่อหน่ายในชีวิตประจำวัน

2.2 การพักผ่อน เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดที่มากเกินไปหรือลดความเร่งเร้าในชีวิตประจำวันที่น้อยลง

3. เพื่อประโยชน์ทางสังคม หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นการเปิดรับสื่ออาจเป็นการแสดงถึงการยอมรับการสมาคมในสังคม และความผูกพันต่อผู้อื่นซึ่งอาจแสดงออกได้ดังนี้

3.1 การใช้ภาษาร่วมสมัย ซึ่งผู้รับสารอาจเปิดรับสื่อเพื่อต้องการความทันสมัยโดยการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูดและความเข้าใจต่อค่านิยมใหม่ๆเพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกันโดยสื่อมวลชนจะเป็นสะพานเชื่อมของคนในกลุ่มเหล่านั้น การใช้ภาษาร่วมสมัยมักปรากฏได้ชัดเจนในกลุ่มวัยรุ่นกับการโฆษณา

3.2 สื่อมวลชนสัมพันธ์ ในสังคมที่ก้าวหน้ามากขึ้นนี้ คนเรายิ่งกลับมีความรู้สึกโดดเดี่ยว ทั้งนี้เนื่องจากเวลาที่มีอยู่จำกัดได้ถูกนำไปใช้เพื่อการแข่งขัน และการประกอบอาชีพมนุษย์เป็นสังคมที่ต้องการสังคม แต่การสมาคมกับมนุษย์ด้วยกันนั้นถูกจำกัดลงด้วยสังคมที่

ก้าวหน้าแบบอุตสาหกรรม มนุษย์จึงมักมีสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแทน หรืออย่างน้อยก็อาศัยสื่อมวลชนในการแสวงหามิตร เช่น สังคมในชุมชนเมืองอย่างกรุงเทพมหานคร ที่ประชากรส่วนใหญ่ต้องอาศัยสิ่งพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ เป็นเพื่อนมากกว่าการคบกันกับเพื่อนบ้านด้วยกัน

4. การผละจากสังคม มีลักษณะที่ตรงกันข้ามเพื่อประโยชน์ทางสังคม กล่าวคือในการเปิดรับสื่อ หรือเข้าหาสื่อนั้นก็เป็นการหลีกเลี่ยงงานประจำที่สร้างความเบื่อหน่ายให้แก่ชีวิตจึงให้คนรีบเร่งในการทำงาน และเพื่อจะเข้าหาสื่อเพื่อความบันเทิงใจ เช่น การเปิดรับในการเล่นเกมออนไลน์ Todd Hunt and Brent D.Ruben (1993 : 65 อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน, 2541) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

4.1 ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์ คือความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ ทั้งความต้องการทางกายและใจ ทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

4.2 ทัศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทัศนคติ คือความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่างๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคน ซึ่งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

4.3 เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่างๆที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4.4 ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสารเลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

4.5 การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้วเราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

4.6 ลีลาในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสารของเรา คือความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

4.7 สภาวะ (Context) สภาวะในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสารสิ่งต่างๆเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วยมีอิทธิพลโดยตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

4.8 ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

กิติมา สุรสนธิ (2542 : 15) กล่าวว่า ไม่ว่าผู้รับสารจะถูกจำแนกออกด้วยเกณฑ์ในลักษณะใดก็ตามแต่สิ่งสำคัญที่มีผลหรือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับการตีความและการทำความเข้าใจในข่าวสารของผู้รับสาร ซึ่งจะทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จได้หรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านการสื่อสาร ได้แก่ ทักษะความสามารถความชำนาญในการถอดรหัสสารรวมถึงทัศนคติในการสื่อสาร

2. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ อายุเพศ สถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจ การศึกษา อาชีพ ศาสนา ฯลฯ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการรับรู้การตีความ และการเข้าใจในการสื่อสารทั้งสิ้น

3. ปัจจัยด้านบุคลิกลักษณะของบุคคล เป็นลักษณะของบุคคลแต่ละคนที่เติบโตและถูกกล่อมเกลามาจากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันรวมทั้งเป็นการสั่งสมทางด้านความรู้สึก สภาพจิตใจ และพฤติกรรมที่จะแสดงออกรวมทั้งการโต้ตอบในลักษณะที่แตกต่างกันไปของบุคคล บุคลิก 5 ประการของผู้รับสารที่มีผลต่อการสื่อสารคือ

3.1 ความมีจิตใจแคบ เป็นบุคลิกลักษณะของบุคคลที่มีความเชื่อในความคิดของตนมาก และเชื่อว่าความคิดของตนถูก ส่วนความคิดของผู้อื่นผิด มักพิจารณาประเมินสิ่งต่างๆ

ภายในกรอบความเชื่อของตนเอง บุคลประเภทนี้จึงมักปฏิเสธข่าวสาร หรือผู้ส่งสารที่ความคิด ความเชื่อไม่ สอดคล้องกับตน เป็นคนที่เปลี่ยนแปลงความความคิด ทัศนคติยาก ดังนั้นหากต้องการจะเข้าถึงผู้รับสารประเภทนี้ ผู้ส่งสารจะต้องศึกษาให้รู้ว่าบุคคลที่บุคคลผู้นั้นชอบเป็นใครก็จะทำให้ชักจูงได้ง่ายขึ้น

3.2 ความนับถือตนเอง เป็นบุคคลที่มีประสบการณ์ในชีวิตที่ค่อนข้างประสบผลสำเร็จเช่น เป็นคนเรียนหนังสือเก่ง ประสบผลสำเร็จในการทำงาน ทำให้บุคคลประเภทนี้มีความ เชื่อมั่นในตัวเองสูงมาก และคิดว่าทุกสิ่งทุกอย่างสามารถกำหนดได้ด้วยตัวเขาเอง ผิดกับคนที่มีความนับถือตนเองน้อยจะเชื่อถือในเรื่องชะตาชีวิตที่ถูกควบคุมจากดวงดาว หรือ บุญทำกรรมแต่ง

3.3 ความกังวลใจ และสภาวะทางด้านจิตใจของบุคคลที่มีความคิดสับสนวุ่นวาย ขนาดความเชื่อมั่นในตัวเอง และมีแนวโน้มที่จะเชื่อผู้อื่นได้ง่าย ดังนั้นหากผู้รับสารมีบุคลิกภาพในลักษณะนี้ผู้ส่งที่สามารถให้กำลังใจเป็นที่พึ่งพิงได้จะได้รับความสนในของผู้รับสารประเภทนี้

3.4 ทัศนคติแรกเริ่ม เป็นบุคลิกภาพของบุคคลที่เพิ่งได้รับความรู้หรือประสบการณ์ เป็นครั้งแรกในเรื่องต่างๆ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทั้งประทับใจ หรือไม่ประทับใจ ซึ่งความรู้สึก แรกนี้จะมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารในครั้งต่อไปของบุคคลเช่น ถ้าเราไปพบข้าราชการที่พูดจาไม่สุภาพข่มขู่แต่แรก เราจะรู้สึกว่าข้าราชการเป็นคนไม่ดีและหลีกเลี่ยงที่จะพบปะพูดคุยด้วย

3.5 เล่ห์เหลี่ยมหลอกลวง เป็นผู้รับสารที่ไม่มีความจริงใจในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น พยายามบิดเบือนข้อเท็จจริงหรือหลีกเลี่ยงการผูกมัดตัวเองกับผู้อื่น ดังนั้นการติดต่อสื่อสารกบผู้รับสารประเภทนี้อาจต้องมีวิธีการที่ค่อนข้างมากเช่น ต้องหาบุคคลที่คนประเภท นี้ไว้วางใจอย่าพยายามอ้างในเรื่องกฎระเบียบหรือคาดคั้นในการเอาคำมั่น

ไปรยา ตันติวงศ์ (2541) ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆอันเกี่ยวกับผู้รับสารด้วยเช่นกัน เพราะมองว่าการส่งข่าวสารที่มีประสิทธิภาพได้นั้น ต้องคำนึงถึงปัจจัยอันเกี่ยวข้องกับผู้รับสาร เพราะผู้รับสารแต่ละคนมีพฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน และปัจจัยต่างๆของผู้รับสารสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1. ความต้องการของผู้รับสาร ในการรับข่าวสารของบุคคลนั้นจะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ประกอบไปด้วย

1.1 ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน

1.2 ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยมของตนเอง

1.3 ต้องการประสบการณ์ใหม่

1.4 ต้องการรับความสะดวกและรวดเร็วในการรับสาร

2. ความแตกต่างของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะแตกต่างกันในหลายๆด้าน ดังนี้

2.1 อายุ อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อสื่อแตกต่างจากคนที่มีอายุน้อยกว่า และบุคคลที่อายุน้อยจะมีการตอบสนองต่อสื่อเปลี่ยนแปลงไปตามวัยเมื่ออายุมากขึ้น โดยทั่วไปแล้วคนอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมยึดถืออุดมการณ์ ใจร้อน และการมองโลกในแง่ดี ส่วนคนอายุมากมักมีความคิดแนวอนุรักษ์นิยมยึดถือการปฏิบัติระมัดระวัง และมองโลกในแง่ร้ายมากกว่า สาเหตุที่เป็นเช่นนั้นเพราะคนอายุมากจะมีประสบการณ์ชีวิตมากกว่าผ่านยุคปัญหาและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่า อายุเป็นตัวกำหนดทัศนคติ ความต้องการ ความสนใจ พฤติกรรมการเลือกเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน

2.2 เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการอ่านที่แตกต่างกัน

2.3 การติดต่อสื่อสารต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายนอกจากต้องการรับและส่งข่าวสารแล้ว ยังต้องการสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย การวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของทั้ง 2 เพศไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงมักมีจิตใจอ่อนไหว เจ้าอารมณ์ ถูกชักจูงง่าย และหยั่งถึงจิตใจของคนได้ดีกว่าในขณะที่ผู้ชายใช้เหตุผล และจดจำข่าวสารได้มากกว่าผู้หญิง

2.4 สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว ทำให้คนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ และเป้ าหมายต่างกัน ดังนั้นสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจจึงมีความสัมพันธ์กบพฤติกรรม การเปิดรับสาร

2.5 การศึกษา คนที่มีการศึกษาต่างกันในยุคสมัยต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ ต่างกัน หรือในสาขาวิชาที่ต่างกันย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันออกไป เช่น คนที่มีการศึกษาสูงมีความรู้กว้างขวางในหลายๆเรื่องสามารถเข้าใจในสารดีกว่าแต่มักเป็นคนไม่เชื่ออะไรง่ายๆ สารที่ไม่มีหลักฐาน หรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอมักถูกโต้แย้งจาก คนกลุ่มนี้ ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงต้องตระหนักและระมัดระวังในการให้ข่าวสารนั้น โดยต้องพิจารณาว่าผู้รับสารมีการศึกษาในระดับใด เพื่อจะได้เสนอข่าวสาร คำแนะนำ และบริการให้เหมาะสมกับผู้รับสาร

3. ความตั้งใจและประสบการณ์เดิม ในขณะที่มีความตั้งใจและมีประสบการณ์เดิมจะช่วยให้บุคคลรับรู้ข่าวสารได้ดีกว่า

4. ความคาดหวังและความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนในการตีความ สิ่งแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนเองต้องการ ส่วนความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับนั้นอยู่ที่ว่าผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ และปฏิบัติงานต่างๆ ให้ลุล่วงไปได้หรือไม่ อย่างไรก็ตาม Mcleod (1972 : 123 อ้างถึงใน ประภาพรรณ ลิ้มสุขศิริ, 2543) กล่าวถึงตัวชี้ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่างคือ

4.1 วัดวันเวลาที่ใช้กับสื่อ (Time spent with the media)

4.2 วัดความถี่จากการใช้สื่อ แยกตามประเภทของเนื้อหาที่แตกต่างกัน Mcleod กล่าวว่า การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียตรงที่ว่าคำตอบที่ได้จะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอยาง เช่น ความสนใจของผู้รับสาร เวลาที่มี และการมีสื่อใกล้ตัว (Availability of the Medium) การเล่นเกมออนไลน์เป็นการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ในรูปแบบความบันเทิงด้วยการสื่อสาร ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยผ่านทางคอมพิวเตอร์ โดย Rogers (กาญจนา แก้วเทพ, 2541 : 122) ได้ศึกษาคุณลักษณะของสื่อใหม่ดังกล่าวนี้จะมีผลต่อเนื่องไปถึงการเปลี่ยนแปลง ประสบการณ์มนุษย์และสังคม 3 ประการ คือ

4.2.1 ลักษณะของ Inactivity ของสื่อ คือ มีการตอบโต้การสื่อสารระหว่าง 2 ฝ่าย การตอบโต้แบบฉับพลันทันใดจะทำให้มิติทางด้านการละและเทศะของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก

4.2.2 ลักษณะ Individualize/Demassified แต่เดิมนั้นรูปแบบการสื่อสารมวลชนจะเป็นแบบ “มวลชน” ทุกคนจะรอดูรายการทุกอย่างเหมือนกัน แต่เมื่อมีความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารแล้วผู้ใช้สารสามารถเลือกใช้สื่อได้ตามความต้องการ

5. ลักษณะ Asynchronous nature of new communication สามารถแบ่งกันเป็นส่วนๆ ได้ เช่นการนำเสนอข่าวสารต่างๆ การเก็บข้อมูลข่าวสารแยกไว้ในที่ต่างๆ ได้รูปแบบการเล่มเกมออนไลน์ที่ต้องผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้นักเล่นเกมสามารถเชื่อมโยง ผู้เล่นจากทั่วทุกพื้นที่ได้ โดยคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตถูกนำมาใช้เป็นเครือข่ายของโลกในการจัดการและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารจึงเกิดการสื่อสารรูปแบบใหม่ที่เรียกกว่า “การสื่อสารด้วยอินเทอร์เน็ต” การสื่อสารนี้เป็นลักษณะของสังคมที่เรียกว่า “Virtual community” หรือ “Virtual Society” เป็นการใช้งานบนระบบเครือข่ายดิจิตอลที่อยู่ใน “Cyberspace” ที่มีข้อมูลข่าวสารเป็นการเคลื่อนไหวที่ประกอบด้วยข้อความภาพและเสียง มารวมกันเป็นองค์ประกอบใหม่ลักษณะสื่อผสม ที่ต้องคำนึงถึงความจริงที่

เห็นเป็นรูปทางกายภาพกับความจริงที่ได้จากการมองเห็นในการสื่อสารจากข้อมูลดังกล่าวด้วยความสามารถของระบบอินเทอร์เน็ตนำไปสู่การหลอมรวมกันของภาพและเสียงกลายเป็นสื่อผสมที่สร้างความสมจริงก่อให้เกิดชุมชนเสมือนบนโลกอินเทอร์เน็ต

จากแนวความคิดและทฤษฎีการเปิดรับสื่อนี้ สามารถสรุปได้คือ ไม่ว่ายุคไหนก็ตามคนเราจะมีดิ้นรนค้นคว้า ต่อเมื่อมีความต้องการ โดยสิ่งแรกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่จะเลือก และเลือกที่จะรับคือความสะดวกและหาได้ง่ายสุดเป็นอันดับแรก และตามด้วยความเชื่อ สิ่งที่คาดหวังว่าจะพบ หากคำตอบที่ได้ยังไม่ตรงตามความต้องการ หรือยังไม่แน่ใจด้วยนิสัยธรรมชาติมนุษย์ที่แสวงหาไข่คว้าไม่เคยหยุดหรือพอใจในสิ่งที่มี คำตอบที่พบ อุปนิสัยที่ขอบทดสอบทดลอง จึงส่งผลทำให้ต้องหาและสืบค้นไปเรื่อย แล้วเลือกจดจำในสิ่งที่ตัวเองพอใจที่สุด กระทั่งบางครั้งลืมเรื่องเหตุและผลที่ขัดแย้ง และด้วยความที่แต่ละบุคคลมีโครงสร้างความเลือกสนใจที่แตกต่างกัน คน 2 คน แม้อายุเท่ากัน เพศเดียวกัน แต่ความคิด วิธีวิเคราะห์มีแนวโน้มที่แตกต่างกันได้ ความคิด คำพูด การส่งสารต่อจะมีความแตกต่าง โดยมีสาเหตุมาจากพื้นฐานอาชีพ แหล่งที่อยู่ ความต้องการ ทัศนคติ เป้าหมาย ประสบการณ์รวมทั้งความสามารถในการวิเคราะห์ ตีความ

ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure Theory)

การสื่อสารนั้นจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในชีวิตของมนุษย์ นอกเหนือจากปัจจัยสี่ที่มีความจำเป็นต่อความอยู่รอดของมนุษย์ ซึ่งได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค แม้ว่าการสื่อสารจะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความเป็นความตายของมนุษย์เหมือนกับปัจจัยสี่ แต่การที่จะให้ได้มาซึ่งปัจจัยสี่เหล่านั้น ย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างแน่นอน มนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใดๆของตน และเพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่นในสังคม

การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของกระบวนการสังคม ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมาก และประกอบด้วยคนจำนวนมากขึ้นเท่าใด การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้เพราะการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และสังคมจะนำมาซึ่งความสลับซับซ้อน หรือความสับสนต่างๆ จนอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจแก่สมาชิกของสังคม ดังนั้นจึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว (ยุพดี ฐิติกุลเจริญ, 2537 : 3)

ข่าวสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้น เมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนั้นข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้

เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น ดังนั้น ชาล์ลล์ เค อัทคิน(Charles k.Atkin, 1973 p.208 อ้างถึงใน นันท์นภัส ภาคาเดช, 2559) ได้กล่าวว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูมีตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัย ทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย อย่างไรก็ตามบุคคลที่จะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ดังนั้นข่าวสารที่หลังไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทางต่างๆนั้น มักจะถูกคัดเลือกตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจมีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสาร จะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร (กิติมา สุรสนธิ, 2533 : 46)

การเลือกสรรข่าวสารของบุคคลเป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคลว่าความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยามีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร โดยมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Procass) ที่แตกต่างกัน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Klapper, J.T., 1960: 19-25 อ้างถึงใน อาสภา รัตนมุ่งเมฆา, 2559) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่าความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็ใช่ว่าจะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วน

บุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไป ยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งค้านกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้นมักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ทำให้ไม่สบายใจขึ้น

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น ทอดด์ ฮันท์ และเบรนท์ ดี รูเบน (Todd Hunt and Brent d. Ruben, 1993:65 อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน, 2541) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคมเพื่อความพอใจ ฯลฯ

2. ทัศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทัศนคติ คือความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่างๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคน ซึ่งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่างๆที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. ลีลาในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสารของเรา คือความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. สภาวะ (Context) สภาวะในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสาร สิ่งต่างๆเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วยมีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

นอกจากนี้ วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm, 197 อ้างถึง ณฤต มูลวณิชย์, 2555) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคลดังนี้

1. ประสบการณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับส่งสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน

2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนอง จุดประสงค์ของตนอย่างหนึ่งอย่างใด

3. ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน

4. การศึกษา สภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสาร

5. ความสามารถในการรับสาร ซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้ พฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน

6.บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และ พฤติกรรมของผู้รับสาร

7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้เข้าใจความหมายของ ข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้

8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือ ข่าวสารที่ได้พบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้นจะเห็นได้ว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่ใช้ความพยายาม

น้อย เช่นข่าวสารต่างๆที่อยู่ใกล้ตัวสามารถเลือกรับได้ง่ายและมีสารประโยชน์ต่อตนเองในการเลือกนั้นอาจมีสาเหตุอื่นๆอีก เช่น ประสบการณ์ต่างกัน ความสามารถในการประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ตลอดจนสภาวะทางสังคมและจิตใจของแต่ละคนด้วย

อย่างไรก็ตามแม้ว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันมีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และมีความต้องการในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน แต่โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2544) ดังต่อไปนี้

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย เปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างได้โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิกิริยาโต้ตอบระหว่างกัน โรเจอร์สและชูเมกเกอร์ (Rogers, Everett M. and F.Floyd Shoemaker, 1971) กล่าวว่าในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับสารนั้นควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารสื่อบุคคลนี้ จะมีประโยชน์อย่างมากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดเจนและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ (เสถียร เชยประทับ, 2525)

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจกับประชนโดยตรง

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) โดยกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ เพราะเมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมีความสนใจในทางนั้นด้วย

3. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจโดยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (ปรมะ สตะเวทิน 2532 อ้างถึงใน เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540) ตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจเช่น จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์

ใบปลิว คู่มือ นิทรรศการ เป็นต้น ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจนี้ ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง

จากแนวความคิดการเปิดรับข่าวสารนี้ จะเห็นได้ว่า การเปิดรับข่าวสารด้านช่องทางสื่อรับข่าวสาร มีผลต่อการใช้ประโยชน์จากข่าวนวัตกรรมการเกษตรด้านการเพิ่มผลผลิต พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสาร วัตถุประสงค์ของเปิดรับสื่อข่าวสาร และข่าวนวัตกรรมที่สนใจมีผลต่อการใช้ประโยชน์จากข่าวนวัตกรรมการเกษตรด้านการลดต้นทุน และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร ช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสาร สถานที่ที่ใช้เปิดรับสื่อข่าวสาร และข่าวนวัตกรรมที่สนใจมีผลต่อการใช้ประโยชน์จากข่าวนวัตกรรมการเกษตรด้านการพัฒนาคุณภาพ

แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media)

สื่อ (Media) เป็นช่องทางการสื่อสารที่นำเสนอเนื้อหาของสารไม่ว่าจะเป็นข่าว ข้อมูล บันเทิงหรือโฆษณาไปสู่ผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงระบบเทคโนโลยีนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสื่อที่พัฒนาให้ดีขึ้น นับจากสื่อบุคคลที่เปลี่ยนแปลงเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์พัฒนาเป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ คือสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบันการพัฒนาระบบเทคโนโลยีไม่หยุดนิ่ง สื่ออินเทอร์เน็ตพัฒนาขึ้นมาเพื่อการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น ดังนั้นกล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสามารถแบ่งสื่อออกเป็น 2 ประเภท ตามลักษณะของการใช้สื่อเพื่อการกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ คือ สื่อแบบดั้งเดิม และสื่อใหม่ (พรจิต สมบัติพานิช, 2547: 4)

1. สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียวที่ผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้ส่งสารได้ สามารถแบ่งย่อยได้ดังนี้ สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารเพียงอย่างเดียว หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารตัวหนังสือหรือเสียง หรือภาพไปอย่างเดียว ได้แก่ หนังสือพิมพ์ สื่อโทรเลข และสื่อวิทยุ สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง คือ ส่งทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์

2. สื่อใหม่ (New media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิม เข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบ

เครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (Multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลายที่เป็นที่รู้จักและนิยมกันมากขึ้น (Burnett, R. and Marshall D. P. 2003: 40-41)

บทบาทของเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน เช่น คอมพิวเตอร์ ดาวเทียมเพื่อการสื่อสาร โครงข่ายโทรศัพท์ อุปกรณ์ภาพและเสียงมีผลกระทบต่อ “สื่อแบบดั้งเดิม” (Traditional Media) ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า “การปฏิวัติแห่งระบบตัวเลข” (Digital Revolution) ทำให้ข้อมูลข่าวสารไม่ว่าจะอยู่ในรูปลักษณ์ใด เช่น ข้อความเสียง ภาพเคลื่อนไหว รูปภาพ หรืองานกราฟิก ได้ปรับเปลี่ยนให้เป็นภาษาอีกชนิดหนึ่ง เป็นรูปแบบเดียวกันทั้งหมด คือ สามารถอ่านและส่งผ่านได้อย่างรวดเร็วด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ แล้วยังสามารถนำเสนอในลักษณะใดก็ได้ตามความต้องการใช้งานของผู้ใช้งาน

ความเปลี่ยนแปลงนี้ ถูกเรียกขานว่า “การทำให้เป็นระบบตัวเลข” หรือ “ดิจิไทเซชั่น” (Digitization) ด้วยระบบที่มีการทำให้เป็นระบบตัวเลขเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิด “สื่อใหม่” (New Media) ขึ้น เป็นสื่อที่มีลักษณะเกี่ยวข้องกับระบบตัวเลข เครื่องคอมพิวเตอร์และระบบการสะท้อนกลับ หรือ “อินเตอร์ แอคทีฟ” (Interactive) คาดหวังกันว่าสื่อใหม่จะสามารถตอบสนองความต้องการของ “ผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสาร” (Seeker) ได้มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อแบบดั้งเดิม เนื่องจากสื่อใหม่ไม่มีข้อจำกัดในด้านเวลา (Time) และเนื้อที่ (Space) เหมือนอย่างเคยเป็นข้อจำกัดของสื่อแบบดั้งเดิมมาก่อน (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2555)

สื่อใหม่ หมายถึง ระบบการสื่อสารหรือเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายระดับโลก ได้แก่ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) บริการระดับเวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web : WWW) บริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์ (Commercial on-line Service) เป็นต้น (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2545)

เควิ้น คาวาโมโต้ (Kevin Kawamoto, 1997: อ้างถึงใน วิกันดา บริสุทธิ์ใจ, 2557) ได้ให้ความหมายของ “สื่อใหม่” (New Media) ว่าหมายถึง ระบบการสื่อสาร หรือระบบที่มีการเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ของเครือข่ายในระดับโลก

ธิดาพร ชนะชัย (2550: 1-3) ได้ให้ความหมายของ สื่อใหม่ (New media) โดยแยกออกเป็น 3 ประเด็นดังต่อไปนี้

1. Digital Media เป็นการสื่อสารไร้สายที่รวดเร็วด้วยระบบไฟเบอร์ออฟติก เชื่อมต่อข้อมูลผ่านดาวเทียม

2. สื่อซึ่งเป็นสื่อใหม่ที่นอกเหนือจากสื่อพื้นฐานเดิมที่มีอยู่

3. สื่อสร้างสรรค์ขึ้นใหม่เพื่อ Support งานบางอย่าง โดยเน้น Creativity Innovation

เคนท์ เวอร์ทาม และ เอียน เฟนวิกค์ (Kent Wertime and Ian Fenwick) (อ้างถึง พสนันท์ ปัญญาพร, 2555) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media) และการตลาดดิจิทัล และนิยามสื่อใหม่ว่าหมายถึง เนื้อหา (Content) ที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล โดยลักษณะสำคัญของเนื้อหาอยู่ในรูปแบบดิจิทัล ประกอบด้วย “อิสระ 5 ประการ” (5 Freedoms) ได้แก่ (ณงลักษณ์ จารุวัฒน์ และประภัสสร วรรณสถิต, ผู้แปล, 2551)

1. อิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา (Freedom from Scheduling) เนื้อหาที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับและส่งข่าวสารได้ในเวลาที่ตนต้องการ และไม่จำเป็นต้องชมเนื้อหาต่างๆ ตามเวลาที่กำหนด

2. อิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน (Freedom from Geological Boundaries) เนื้อหาในรูปแบบดิจิทัล เป็นเนื้อหาที่รับข้อมูลข่าวสารได้ทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับ หรือค้นหาข้อมูลข่าวสารจากประเทศใดก็ได้ แล้วแต่ความต้องการของบุคคลแต่ละคน

3. อิสระจากข้อจำกัดด้านขนาด (Freedom to Scale) มีเนื้อหาที่สามารถย่อหรือปรับขยายขนาดหรือเครือข่ายได้ เช่น การปรับเนื้อหาให้เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่ทั่วโลก หรือปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงก็ได้

4. อิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบ (Freedom from Formats) เนื้อหาแบบดิจิทัลไม่จำเป็นต้องมีรูปแบบ หรือลักษณะที่ตายตัว สื่อดั้งเดิม เช่น สปอร์ตโฆษณามาตรฐานทางโทรทัศน์ถูกกำหนดว่าต้องมีความยาว 30 วินาที สื่อสิ่งพิมพ์ต้องมีครึ่งหน้าหรือเต็มหน้าเป็นต้น แต่สื่อดิจิทัล เช่น ไฟล์วิดีโอภาพที่ถ่ายจากกล้องในโทรศัพท์มือถือแล้วนำลงไปไว้ในเว็บไซต์จะต้องมีความยาวกี่วินาที หรือมีความละเอียดของไฟล์เป็นเท่าไหร่ก็ได้

5. อิสระจากยุคนักการตลาดสร้างเนื้อหามาสู่ยุคนักบริโภคริเริ่มสร้าง และควบคุมเนื้อหาเอง (From Marketer-Driven to Consumer-Initiated, Created and Controlled) ด้วยพัฒนาการเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้เจ้าของสื่อไม่อาจควบคุมการแพร่กระจายของสื่อได้เหมือนอดีต เนื้อหาที่พบในบล็อก (Blog) หรือคลิปวิดีโอในเว็บไซต์ของ YouTube และสื่อผสมใหม่ๆ อาจสร้างสรรค์จากผู้บริโภคคนใดก็ได้ เกิดเป็นเนื้อหาที่สร้างจากผู้บริโภค (Consumer-Created Content) หรือเป็นคำพูดแบบปากต่อปากฉบับออนไลน์ (Online Word-of-Mouth)ที่แพร่ กระจายไปอย่างรวดเร็ว

สอดคล้องกับ ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์ (2551: 43) กล่าวถึงคุณลักษณะของสื่อใหม่ว่า สื่อใหม่เป็นสื่อที่ตอบสนองความต้องการสารสนเทศได้ตามความต้องการ เปิดรับสารของผู้รับสารมากที่สุด เพราะสื่อใหม่สามารถสร้างโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการบรรจุเนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร

ได้อย่างเป็นระบบ มีการค้นหาข้อมูลที่ต้องการง่าย อันจะส่งผลให้เกิดความสำเร็จในงานเผยแพร่และรวบรวมข้อมูลข่าวสารได้มากกว่า อีกทั้งยังใช้คุณสมบัติของระบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ผสมผสานสื่อต่างๆ ที่เรียกว่าสื่อผสมผสาน

ประเภทของสื่อใหม่

ประเภทของสื่อใหม่ คือ รูปแบบเนื้อหาแบบดิจิทัลที่พบเห็นในปัจจุบัน และมีแนวโน้มว่าจะมีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคต โดยสื่อใหม่แต่ละประเภทมีความโดดเด่นและแตกต่างกันตามประโยชน์และวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อประเภทสื่อใหม่ สามารถสรุปได้ดังนี้ (ปิยะพร เขตบรรพต, 2553: 9) และ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, www)

1. เว็บไซต์ (Web site)
2. อินเทอร์เน็ต (Internet)
3. อีเมล (E-mail)
4. เทคโนโลยีสำหรับอุปกรณ์พกพาหรือแพลตฟอร์มเคลื่อนที่ (Mobile Platform)
5. วิดีโอเกม และโลกเสมือนจริง
6. ซีดีรอมมัลติมีเดีย
7. ซอฟต์แวร์
8. บล็อกและวิกิ
9. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)
10. ตู้ให้บริการสารสนเทศ
11. โทรทัศน์โต้ตอบ
12. อุปกรณ์พกพาหรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์มือถือ พีดีเอ พอดแคสต์
13. นวนิยายแบบข้อความหลายมิติ (Hypertext fiction)

จากนิยามข้างต้น สรุปได้ว่าสื่อใหม่ (New Media) หมายถึง สื่อที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจากระบบอนาล็อก หรือสื่อดั้งเดิม มาเป็นระบบดิจิทัลทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน เช่น Internet Website E-Book E-mail เป็นต้น และสามารถตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารได้อย่างอิสระมากขึ้น ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะพัฒนาต้นแบบสื่อใหม่เพื่อดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ โดยเลือกพัฒนาเฉพาะสื่อ Mobile Platform

สื่อใหม่ (New media) หมายถึง ระบบการสื่อสารหรือเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายระดับโลก ได้แก่ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) บริการระดับเวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web: WWW) บริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์ (Commercial on-line Service) เป็นต้น

เควิ้น คาวาโมโต้ Kevin Kawamoto 1997 (อ้างถึงใน สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2545) ได้ให้ความหมายของสื่อใหม่ว่า หมายถึง ระบบการสื่อสาร หรือระบบที่มีการเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายในระดับโลก

ธิดาพร ชนะชัย (2550, 1-3) ได้ให้ความหมายของสื่อใหม่ โดยแยกออกเป็น 3 ประเด็นต่อไปนี้

1. ดิจิตอลมีเดีย (Digital media) เป็นการสื่อสารไร้สายที่รวดเร็ว ด้วยระบบไฟเบอร์ออฟติก เชื่อมต่อข้อมูลผ่านดาวเทียม

2. สื่อซึ่งเป็นสื่อใหม่ที่นอกเหนือจากสื่อพื้นฐานเดิมที่มีอยู่

3. สื่อสร้างสรรค์ขึ้นใหม่เพื่อสนับสนุนงานบางอย่าง โดยเน้นการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Creativity innovation)

ประโยชน์ที่ได้จากสื่อใหม่ (New Media)

จากการศึกษางานวิจัย และบทความ ของธิดาพร ชนะชัย (2550) และ ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์ (2551: 50-51) สามารถสรุปประโยชน์ที่ได้จากสื่อใหม่ (New Media) ดังต่อไปนี้

1. สามารถทำให้ค้นหาคำตอบในเรื่องบางอย่างได้ โดยการเปิดหัวข้อไว้ ก็จะมีผู้สนใจและมีความรู้แสดงความคิดเห็นไว้มากมาย

2. ช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการบริหารข้อมูล

3. ช่วยสนับสนุนในการทำ E-Commerce เป็นรูปแบบการค้าบนอินเทอร์เน็ตที่สั่งซื้อสินค้าได้ทันที โดยไม่ต้องใช้ Catalog อีกต่อไป

4. สามารถให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายกลุ่มเป้าหมาย เผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้ในระยะเวลาพร้อมๆกัน

5. สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วประเทศและทั่วโลก

6. ไม่ต้องเสียค่าเวลา สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ ไม่ต้องจ่ายค่าเนื้อที่ให้นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เพราะเมื่อเทียบค่าใช้จ่ายกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และภาพยนตร์แล้วมีอัตราค่อนข้างจะถูกกว่า

7. สื่อใหม่ยังเป็นสื่อที่มีความสามารถในการติดต่อ 2 ทาง จึงทำให้ผู้ใช้สามารถโต้ตอบได้ทันที

สรุปได้ว่าสังคมยุคปัจจุบัน นอกจากสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งเริ่มได้รับความสนใจลดน้อยถอยลง ยังมีสื่อวิทยุ โทรทัศน์ โซเชียล การเปลี่ยนแปลงทางระบบเศรษฐกิจ การดำเนินชีวิตกลุ่มคนในสังคมที่ต้องแข่งขันเร่งรีบ ส่งผลทำให้นิสัยการเปิดรับการเลือกรับสื่อเปลี่ยนไป ประกอบกับธรรมชาติ พฤติกรรมมนุษย์ที่ได้ขึ้นชื่อว่าเป็นสัตว์สังคม ชอบการรวมกลุ่ม ไม่ชอบความโดดเดี่ยว จึงส่งผลทำให้สื่อใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มโซเชียลได้รับความนิยม เพราะผู้รับสื่อสามารถโต้ตอบ แสดงความคิดเห็น กระทั่งสังคมยุคนี้สามารถแบ่งกลุ่มคนได้ 2 กลุ่ม คือเพื่อนแท้ที่รู้จักคบหากันเนิ่นนาน และเพื่อนเสมือนจริงที่อาจไม่เคยพบเจอกันก็เป็นได้ สื่อใหม่ยังช่วยตอบสนองแก้ปัญหาที่พบ สามารถสืบค้นได้ทันที โดยไม่ต้องเสียเวลารอคอย ช่วยให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว กระชับ ไม่สิ้นเปลืองเวลาและค่าใช้จ่ายด้านการเดินทาง อย่างคำกล่าวที่ว่า ย่อโลกไว้ในมือเรา บางรายการข้อมูลสามารถดูย้อนหลัง

ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ

ปัจจุบันการสื่อสารออนไลน์มีลักษณะเฉพาะมากขึ้น ส่งผลให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามความสนใจและความต้องการของตนเอง แสดงให้เห็นว่าบุคคลมีความเป็นปัจเจกกันสูง มีบทบาทและหน้าที่สำคัญในการสร้างสรรค์ หรือใช้สื่อตามความต้องการและแรงจูงใจ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratifications Theory or UGT)

ในยุคแรกๆ มีทฤษฎีที่จัดอยู่ในกลุ่มของ ทฤษฎีสังคมมวลชน (Mass Society Theory) ที่มีแนวคิดที่ว่ามนุษย์จำเป็นต้องตกเป็นเหยื่อของสื่อมวลชนที่ทรงอิทธิพล ต่อมาความน่าเชื่อถือลดน้อยลงเพราะจากการศึกษาทางด้านสังคมศาสตร์และการสังเกตมาให้เห็นว่าสื่อไม่ได้มีอิทธิพลโดยตรงกับทุกคน และผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสื่อนั้นก็ไม่ได้รับผลลัพธ์เท่ากันทุกคน ดังนั้นเพื่อเป็นการตอบสนองต่อมุมมองของผู้รับสารทำให้ Katz E, Jay G Blumler and Michale Gurevitch (1974) ได้อธิบายถึง บทบาทของกลุ่มผู้รับสารไว้อย่างเป็นระบบ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ เป็นทฤษฎีทางสังคมและจิตวิทยาที่ศึกษา การกระทำด้านการสื่อสารของมนุษย์ที่ถูกขับเคลื่อนโดยความต้องการและสิ่งจูงใจ มนุษย์เรา ติดต่อสื่อสารและใช้สื่อเพื่อเติมเต็มความต้องการและสิ่งที่จูงใจของตนเอง จะแสวงหาสื่อและ

เนื้อหาอย่างเฉพาะเจาะจงเพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจเฉพาะตนเอง ซึ่งจะเห็นว่าผู้รับสารในทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อจะเป็นผู้กำหนดและเป็นศูนย์กลางของการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนโดยมุ่งตอบคำถามที่ว่า “ผู้รับข่าวสารทำอะไรกับสื่อ” What people do with media (อ้างถึงใน พีระ จิรโสภณ, 2556)

ด้วยเหตุนี้ การใช้ประโยชน์และความพอใจที่ได้รับจากสื่อ จึงมองผู้รับสารเป็นผู้ใช้สื่อมีลักษณะกระตือรือร้นเป็นฝ่ายรุก (Active) เป็นผู้เลือกใช้สื่อ และเลือกรับสารตามความต้องการและสิ่งจูงใจของตนเองมากกว่าที่จะเป็นฝ่ายรับ (Passive) หรือผู้ถูกกระทำเหมือนในอดีตที่คอยให้สื่อทำการป้อนข้อมูลข่าวสารให้หรือทำไปด้วยความเคยชินไม่มีเหตุผลอื่นใด และในยุคนี้ผู้ใช้สามารถตรวจสอบและประเมินผลสื่อประเภทต่าง ๆเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการสื่อสาร

ในยุคปัจจุบันการสื่อสารได้รับการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว มีการนำสื่อที่หลากหลายรูปแบบเข้าด้วยกันมาใช้ในสาธารณะมากขึ้น พร้อมกับบูรณาการประโยชน์ใช้สอยที่หลากหลายมีการเพิ่มความ รวดเร็ว และสะดวกสบายยิ่งขึ้น อย่างด้านการใช้ประโยชน์จากสังคมออนไลน์พบว่า ส่วนมากให้ความสำคัญในเรื่องของการพูดคุย (Chat) กับเพื่อน ค้นหาเพื่อนเก่าหรือหาเพื่อนใหม่และให้ความสนใจในเรื่องของการติดตามข่าวสารที่สนใจและเหตุการณ์ต่างๆ การรับส่งอีเมล ดาวน์โหลดเพลง ดาวน์โหลดเกมส์ ใช้ในการสอบถามข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ หรือรับทราบความคิดเห็นของผู้อื่นจากประเด็นที่สนใจ เช่น ด้านเทคโนโลยี ไอที ด้านสุขภาพความงาม (พิชญาวี คณะผล, 2553)

วิมลพรรณ อาภาเวท, สาวิตรี ชีวะสาธน์และชาญ เดชอัศวนง (2554) พบว่า การใช้ประโยชน์จากเฟสบุ๊คของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครนั้น มีการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นการใช้ประโยชน์ด้านความบันเทิงและความสนุกสนานที่หลากหลาย การใช้เพื่อสนทนากับเพื่อนและคนอื่นๆ ใช้ในการหาข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย ใช้ช่วยสร้างความสัมพันธ์ การใช้ เวลาว่าง การแสดงออกด้านความคิดของตนเอง และเพื่อนำข้อมูลข่าวสารไปช่วยในการตัดสินใจ

J. Raacke และ Raacke (2008) (อ้างถึงใน ดวงแข รักไทย นิตยา ชีพประสพ และสร้อยสุวรรณ พลสังข์, 2560) พบว่า ในการวิจัยพฤติกรรมการใช้ของผู้ที่เล่นเครือข่าย สังคมออนไลน์อย่างมายสเปซ และเฟสบุ๊คกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาจำนวน 160 คน โดยนำทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมาปรับใช้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 87.1 ได้สมัครใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยมากเลือกใช้ประโยชน์จากสื่อ คือใช้ติดต่อพูดคุยกับเพื่อนเก่า ถึงร้อยละ 96 ใช้ติดต่อกับเพื่อนปัจจุบันร้อยละ 91 และใช้สำหรับติดต่อกับเพื่อนใหม่

ร้อยละ 54.5 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้เครือข่ายสื่อออนไลน์ส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์เพื่อติดต่อกับเพื่อน และพบว่าผู้ใช้มีแรงผลักดันหรือแรงจูงใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ การโพสต์ภาพ หรือดูรูปภาพ ร้อยละ 57.4 ใช้เรียนรู้ ร้อยละ 33.7 และสำหรับโพสต์ข้อมูลข่าวสารทางสังคม ร้อยละ 21.8 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้ เพื่อตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลข่าวสาร

จากงานวิจัยนั้นสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ซึ่ง McQuail (1987 อ้างถึง Dainton & Zelley, 2011, p. 167) ได้กล่าวถึงการสื่อสารว่าเป็นการให้และการรับ ความหมาย การถ่ายทอดและรับสาร ที่รวมถึงแนวคิดการโต้ตอบ แบ่งปัน และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นด้วย สื่อจึงถือว่ามีบทบาทในการผลิตและเผยแพร่กระจายสารให้ตรงตามความต้องการของผู้รับสาร ซึ่งสื่อนั้นสามารถตอบสนองความต้องการปัจเจกบุคคลได้ 4 ลักษณะ คือ

1. สร้างความบันเทิง (Entertainment) ผู้รับสารบริโภคสื่อเพื่อความเพลินเพลิดบันเทิงใจ เพื่อผ่อนคลายความเครียด เป็นการฆ่าเวลา ระบายอารมณ์ หรือหลีกหนีจากปัญหาที่เกิดขึ้นกับชีวิตประจำวัน เป็นการปลีกตัวออกจากโลกแห่งความจริงเข้าไปอยู่ในโลกเสมือนจริงที่สามารถสร้างความสุขได้มากกว่า

2. ใช้เป็นแหล่งที่รวบรวมข้อมูลข่าวสาร (Information) เพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อตนเอง ทำให้มีโอกาสในการรับรู้ถึงประวัติศาสตร์หรือเหตุการณ์ คำแนะนำและนำไปใช้ ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตต่อไป

3. สร้างอัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) ผู้รับสารมีลักษณะเฉพาะเจาะจงและสามารถเลือกสื่อที่มีอยู่เป็นจำนวนมากเพื่อสะท้อน สนับสนุน หรือสร้างความต่าง เช่นในการแสดงตัวตนที่ไม่ใช่ตัวตนบนสังคมออนไลน์ เป็นการสะท้อนความต้องการภายในจิตใจของตนเองหรือต้องการที่จะสร้างโลกใหม่เพื่อมาปกป้องหรือปกปิดตัวตนที่แท้จริง หรือในการทำธุรกิจการใช้ประโยชน์จากสื่อ คือการสร้างอัตลักษณ์ส่วนบุคคล ได้แก่ การที่บุคคลพัฒนาความเป็นตัวตนจากการใช้สื่อเป็นแหล่งข้อมูล เรียนรู้บุคคลต้อนแบบ การใช้ชีวิต สิ่งเหล่านี้จะหล่อหลอมให้เป็นอัตลักษณ์ของ ตนเอง ซึ่งในทางธุรกิจในยุคการสื่อสารไร้พรมแดนมีความจำเป็นในการสร้างบุคลิกลักษณะของนัก ธุรกิจถึงแม้จะเป็นการสื่อสารทางอ้อมก็ตาม (ขจรจิต บุนนาค, 2557, หน้า 170 - 184)

4. การสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม (Personal Relationships and Social Interaction) ผู้รับสารสามารถเลือกที่จะเปิดรับสื่อที่มีความหลากหลาย เพื่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความสัมพันธ์กับทางสังคม สิ่งที่บริโภคไม่ว่าจะเป็น ละคร กีฬา ข่าวเหตุการณ์ หรือกระแสต่างๆที่กำลังเป็นที่นิยมช่วงเวลานั้น ทำให้ผู้รับสารมีโอกาสนำไปใช้พูดคุยเพื่อก่อปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

เพื่อลดความไม่รู้ให้น้อยลง เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร แง่คิด ทัศนคติต่อกัน และทำให้ผู้รับสารมีความรู้เพิ่มมากขึ้นจากการสื่อสารในแต่ละครั้งด้วย

ในการใช้สื่อของผู้รับสารนั้นจะถูกกำหนดโดยการหลีกเลี่ยง (Avoidance) และโดยตัวเลือกที่ เป็นสิ่งเสริมแรงเชิงบวก ซึ่งจะถูกให้คุณค่าในระดับที่หลากหลายจากสูงไปจนถึงต่ำอาจมองได้ว่าเป็น ผลกระทบเชิงจิตวิทยาจากเรื่องราวที่แต่ละบุคคลเคยประสบมา (กิตติ กันภัย, 2557) และ เป็นความพึงพอใจที่ได้รับซึ่ง Plamgreen และ Rayburn (1985 อ้างถึง ยุพา สุภากุล, 2540, 98) ตีความหมายออกมาได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อ (Gratification Sought) เป็นการมองในแง่ของผลที่มาจากการคาดหวังว่าจะได้รับอะไรจากสื่อของตัวบุคคล การประเมินค่าเกี่ยวกับความพึงพอใจที่ สื่อให้และเป็นแรงผลักดันให้บุคคลทำการเปิดรับสื่อ

2. ความพึงพอใจที่บุคคลได้รับจากสื่อ (Gratification Obtained) เป็นการมองในแง่ของผล ที่บุคคลได้รับเมื่อทำการเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาของสื่อประเภทต่าง ๆ ที่จะย้อนไปสนับสนุน หรือเปลี่ยนแปลงความคิด ความเชื่อเดิม อย่างความพึงพอใจต่อคุณค่าข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็วทันเหตุการณ์ ทุกสถานที่ ทุกเวลา มีประเภทของข่าวสารที่หลากหลายและประหยัดเวลาอ่าน (กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล, 2555)

พิชญาวี คณะผล (2553) ในเรื่องของความพึงพอใจนั้น พบว่าส่วนมากให้ความสำคัญในเรื่องของการพูดคุยกับเพื่อน หรือผู้ที่ต้องการสื่อสารด้วย เรื่องความคล่องตัว หรือรวดเร็วของการติดต่อสื่อสาร ซึ่งอยู่ในระดับสูงในเรื่องความหลากหลายของชุมชนหรือกลุ่มสังคม ความตื่นเต้นสนุกสนาน ได้รับความเพลิดเพลิน เรื่องของรูปแบบในการตกแต่งโปรไฟล์ ความสวยงามของกราฟิก เรื่องของการแสดงความคิดเห็น ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

ผลงานวิจัยของ ฤดีพร ผ่องสุภาพ (2551) ในการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านความพึงพอใจนั้น พบว่าส่วนใหญ่พอใจในเรื่องของการได้สนทนา โต้ตอบ กับเพื่อนหรือผู้ที่ต้องการสนทนาด้วย มีความคล่องตัวรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร และมีความน่าตื่นเต้นสนุกสนาน เพลิดเพลิน เมื่อใดที่ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อสูงกว่าความพึงพอใจที่แสวงหานั้น ผู้รับสารจะอยู่ในสถานการณ์ที่เรียกว่า “มีความพอใจสูง” (High Audience Satisfaction) และระดับความชื่นชม ความสนใจก็จะสูงด้วย (กิตติ กันภัย, 2557) ซึ่งสามารถสรุปแนวคิดหลักของความพึง พอใจไว้เป็นประเด็นได้ คือ ข้อมูลและการศึกษา แนวทางและคำแนะนำในการดำเนินชีวิต การหลีกหนีจากชีวิตทำงานในแต่ละวันและการผ่อนคลาย การติดต่อกับสังคม

การเสริมแรงค่านิยม ความพอใจทางวัฒนธรรม การปลดปล่อยอารมณ์ การสร้างและตอกย้ำอัตลักษณ์ การแสดงออกถึงวิถีชีวิต ความมั่นคงปลอดภัย การกระตุ้นเร้าทางเพศ และการฆ่าเวลา

อย่างไรก็ตามในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อนั้น ผู้รับสารจะต้องมีมูลเหตุจูงใจในการใช้สื่อเพื่อตอบสนองสิ่งที่ตนเองต้องการบางอย่าง ไม่ได้เปิดรับสื่อแบบลอยๆ แสดงให้เห็นว่าการใช้สื่อและเป้าหมายของการขับเคลื่อนขึ้นอยู่กับสิ่งที่แต่ละบุคคลต้องการ ซึ่งในปัจจุบันสื่อมวลชนถูกมองว่าเป็นเพียงหนึ่งในตัวเลือกของสื่อจำนวนมาก Katz และคณะ (1973 อ้างถึง Dainton, M., & Zelley, E. D, 2011, p.166) เชื่อว่าสื่อจะต้องมีการแข่งขันด้วยวิธีการต่างๆ โดยทำจากความต้องการส่วนบุคคลจากความพึงพอใจ และทิศทางของผู้รับสารในการใช้สื่อนั้นก็มาจากแรงจูงใจที่เป็นเสมือนแรงขับเคลื่อนให้ผู้รับสารเกิดการกระทำในการใช้ประโยชน์จากสื่อ ซึ่งสนับสนุนกับงานวิจัยของ Hanson และ Haridakis (2008) ศึกษาเกี่ยวกับการใช้งานยูทูป (Youtube) เพื่อรับชมและแชร์ข่าวสารการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ผลการศึกษาชี้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ดูรายการข่าวแบบดั้งเดิมเป็นหลักต้องการความรู้ข้อมูลข่าวสารในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ดูรายการข่าวแบบมีมุขตลก ต้องการความบันเทิง และงานวิจัยนี้พบความสัมพันธ์ที่สำคัญระหว่างการชมและแชร์ข่าวสารบนยูทูปกับแรงจูงใจของผู้ใช้งาน

ผลการศึกษาในงานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อเป็นทฤษฎีทางสังคมและจิตวิทยาที่ศึกษาการกระทำด้านการสื่อสารของมนุษย์ที่ถูกขับเคลื่อนโดยความต้องการและสิ่งจูงใจ โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่การสื่อสารได้รับการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว สามารถโต้ตอบซักถามปัญหาที่พบ อุปสรรค์ที่เจอ ความต้องการที่ค้นหาได้โดยไม่ต้องเสียเวลารอนาน ข้ามวันข้ามคืนอย่างเช่นในอดีต เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลจำนวนมาก หาที่ไหน หาเมื่อไร ส่วนใหญ่ได้คำตอบที่ต้องการหรืออาจใกล้เคียง มีความอิสระในการเลือกที่จะรับ เลือกใช้ หรือหยุดอย่างทันทีตามความพอใจ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้คนเรามีแนวโน้มความพึงพอใจกับจากสื่อโดยเฉพาะกลุ่มโซเชียลเพิ่มมากขึ้น

ดังนั้น งานวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์จากข่าวนวัตกรรมของเกษตรกรในจังหวัดราชบุรี จึงนำแนวคิดทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ผู้รับสารถึงการนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากการแชร์นำใช้ประโยชน์และเกิดความพึงพอใจที่ได้รับข้อมูลจากผู้วิจัยนวัตกรรมการเกษตรที่ถูกนำมาเผยแพร่แชร์ผ่านสื่อประเภทต่างๆถูกคาดหวังและนำมาใช้ประโยชน์ต่อการพัฒนาปรับปรุง เพื่อให้ผลผลิตมีคุณภาพมาตรฐานมากน้อยเพียงใด โดยเกษตรกรส่วนใหญ่เปิดรับในช่วงเวลาและเปิดรับสื่อชนิดใดมากที่สุด ซึ่งผลที่ออกมาจะเป็นประโยชน์ต่อการเลือกเผยแพร่ข้อมูลเพื่อให้เข้าถึงเกษตรกรผู้รับสื่อได้มากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจาก

เกษตรกรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการใช้ข่าวนวัตกรรมของเกษตรกรเป็นแหล่งข้อมูลเพื่อยกระดับคุณภาพของผลผลิตให้ตรงตามความต้องการของตลาด และเป็นแหล่งศึกษา เพื่อปรับระบบการผลิตให้ได้ปริมาณที่กำหนด เพื่อเป็นช่องทางการศึกษาวิธีการลดต้นทุน เข้าถึงเทคโนโลยีใหม่เพื่อนำไปใช้เพิ่มผลผลิต และเป็นช่องทางการศึกษาเรียนรู้ปรับปรุงกระบวนการผลิตด้วยนวัตกรรมใหม่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุดใจ วงษ์สุด (2532) ได้การวิจัยเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยีการผลิตข้าวของ เกษตรกรตามโครงการส่งเสริมการผลิตข้าวแบบครบวงจรในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าความแตกต่างในเรื่องระดับการศึกษาขนาดพื้นที่ทำนารายได้ทั้งหมดของครอบครัวและความถี่ในการได้รับคำแนะนำเรื่องการทำนาจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร มีการยอมรับเทคโนโลยีการผลิตข้าวไม่แตกต่างกัน

สิริรัตน์ บำรุงกรณ์ (2532) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับและไม่ยอมรับนวัตกรรมของชาวนา:ศึกษากรณีจังหวัด ปัตตานี” พบว่า ชาวนามีระดับการยอมรับและไม่ยอมรับนวัตกรรมใกล้เคียงกัน โดยยอมรับ ร้อยละ 61.67 ส่วนที่เหลือไม่ยอมรับ สำหรับปัจจัยที่สามารถอธิบายการยอมรับและไม่ยอมรับนวัตกรรมของชาวนาได้แก่ขนาดที่นาวัตถุประสงค์ในการทำนา ระดับความทันสมัย ศาสนา และการติดตามข่าวสาร โดยพบว่าปัจจัยเหล่านี้มีความสัมพันธ์กับการยอมรับอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งปัจจัยการติดตามข่าวสารมี ความสัมพันธ์กับการยอมรับมากที่สุด ส่วนในปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรม คือ อายุ ขนาดครอบครัว จำนวนที่ใช้ในการทำนา การเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม และการตัดสินใจ

ธวัช ทองมณี (2539) ได้ทำการวิจัย เรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมเกษตรยั่งยืน:กรณีศึกษาเทคนิคการปลูกผักปลอดสารพิษ ตำบลบางเหรียง อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา” พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจยอมรับเทคนิคการปลูกผักปลอดสารพิษ เรียงจากสูงไปหาต่ำได้ดังนี้ (1) ความเชื่อมั่นในประสิทธิผลของนวัตกรรม (2) ความรู้พื้นฐานทางด้านนิเวศวิทยาการเกษตร (3) ระดับ ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม (4) ลักษณะการถือครองที่ดิน (5) ลักษณะการได้รับการสนับสนุนปลูกผักปลอดสารพิษ (6) ช่องทางการสื่อสาร (เจ้าหน้าที่การเกษตรของรัฐ และเจ้าหน้าที่การเกษตรขององค์กรเอกชน) (7) ลักษณะการประกอบอาชีพ (8) อายุ (9) ทัศนคติเกี่ยวกับความเสี่ยง (10) เงินทุน (11) ประสบการณ์ในการปลูกผักขาย และ (12) รายได้ส่วนที่มาจากปัจจัยด้านการศึกษาขนาดการถือครองที่ดินจำนวนแรงงานที่ปลูก

ผักใน ครอบครัว และช่องทางการติดตามข่าวสารจากสื่อมวลชนและเพื่อนบ้านเป็นปัจจัย ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจยอมรับเทคนิคการปลูกผักปลอดสารพิษ

จำเนียร บุญมาก (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “การสร้างและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือของกลุ่มเกษตรกรผู้ ผลิตเกษตรอินทรีย์ จ.เชียงใหม่” ผลการศึกษาพบว่า การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาถึงการสร้างและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ จังหวัดเชียงใหม่ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการประชุมกลุ่มย่อย กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์เข้าร่วมกิจกรรมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือธุรกิจเกษตรอินทรีย์มี ทั้งหมด 10 กลุ่ม โดยการเข้าร่วมเครือข่ายเกิดจากการมีแนวคิดหรือความต้องการที่คล้ายกัน คือ ต้องการมีสุขภาพ ร่างกายที่แข็งแรง และลดต้นทุนการผลิตที่เกิดจากการทำการเกษตรเคมี ซึ่งเครือข่ายที่สร้างขึ้นมีการกำหนดโครงสร้าง และหน้าที่ของคณะกรรมการที่ชัดเจน สำหรับการพัฒนาเครือข่าย จะใช้วิธีการประชุมกลุ่มย่อย และการศึกษาดูงานระหว่างกันภายในเครือข่าย ซึ่งก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ระหว่างสมาชิกด้วยกันภายในกลุ่ม ระหว่างกลุ่มด้วยกันภายในเครือข่าย เกิดการช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันของเครือข่าย เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกัน และมีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นร่วมกัน รวมทั้งได้มีการจัดทำเว็บไซต์ของเครือข่าย ทำให้เกิดการเผยแพร่และ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารด้านเกษตรอินทรีย์และด้านอื่นๆที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ที่เข้าร่วมเครือข่ายต่อกลุ่มเกษตรอินทรีย์อื่นๆ และต่อผู้ที่สนใจทั่วไปอีกด้วย

ธนรักษ์ เมฆขยาย (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “กระบวนการจัด ตั้งกลุ่มเกษตรเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวเกษตรทฤษฎีใหม่” โดยมีการศึกษาขั้นตอนการสร้างกลุ่มและพัฒนาของกลุ่มเกษตรทฤษฎีใหม่ 2) ก่อตั้งกลุ่ม เกษตรเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวเกษตรทฤษฎีใหม่ 3) ศึกษาศักยภาพและปัจจัยที่มีผลต่อการรวมกลุ่มเกษตรเศรษฐกิจ พอเพียงฯ และ 4) ศึกษาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมจากการรวมกลุ่ม ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเกษตรทฤษฎีใหม่บ้านเจดีย์แม่ครัวเริ่มมาตั้งแต่ปี 2539 ผ่านขั้นตอนการสร้างกลุ่ม และพัฒนากลุ่ม 2 ขั้นคือขั้นก่อร่างสร้างกลุ่มและขั้นลงมือปฏิบัติการ การก่อตั้งกลุ่มเกษตรเศรษฐกิจพอเพียงฯ บ้าน ป่าลานในขั้นก่อร่างสร้างกลุ่มผ่านการวิเคราะห์ปัญหาการเกษตรที่ไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้ทางเศรษฐกิจและการแสวงหาทางเลือกในการแก้ไขปัญหา

รวมทั้งต้องการเปลี่ยนจากเกษตรเคมีเป็นเกษตรอินทรีย์ ในขั้นลงมือปฏิบัติการ เกษตรกรเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงและเกษตรทฤษฎีใหม่ กิจกรรมการเกษตร และกิจกรรมสร้างความสามัคคีและการ ทำงานอย่างมีส่วนร่วม ศึกษาดูงาน รวมทั้งตั้งกลุ่มและแบ่งกลุ่มกิจกรรมออกเป็น

8 กลุ่มที่ใช้เป็นอาชีพเสริมและ สนับสนุนทุนการเกษตร กลุ่มมีศักยภาพสูงโดยพิจารณาจากการนำความรู้ไปแก้ไขปัญหาการเกษตร และการมีส่วนร่วมดำเนิน กิจกรรมการเกษตรและกิจกรรมกลุ่มจนแก้ไขปัญหาด้านรายได้และพึ่งพาตนเองได้ในระดับที่น่าพอใจการรวมกลุ่มขึ้นอยู่กับเงื่อนไขภายใน ได้แก่ มีผู้นำชุมชนที่ดี เคยประสบกับปัญหาการเกษตรและต้องการแก้ไข และต้องการรับความช่วยเหลือและแลกเปลี่ยนประสบการณ์สำหรับใช้ประกอบอาชีพเสริม และเงื่อนไขภายนอก ได้แก่ การส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ

ผลประโยชน์จากการรวมกลุ่มด้านเศรษฐกิจ มีการออมเพิ่มขึ้น รู้จักใช้จ่ายอย่างประหยัด ปลูกผักสวนครัว และผลิตผลิตภัณฑ์ใช้ในครัวเรือน นำส่วนที่เหลือไปจำหน่าย ด้านสังคม มีการเรียนรู้และทำกิจกรรมร่วมกัน และมีความ สามัคคี ปรับเปลี่ยนจากเกษตรเคมีเป็นเกษตรอินทรีย์ และยอมรับฟังความคิดเห็นของคนอื่น และด้านสิ่งแวดล้อม เลิก ใช้สารเคมีมาใช้สารอินทรีย์ที่ผลิตเอง ปัญหาสิ่งแวดล้อมลดลง สรุปและข้อเสนอแนะ ควรจัดระดมความคิดเห็น ควรขยายจำนวนสมาชิก ควรให้กลุ่มออมทรัพย์เติบโต ควรกำหนดประธานกลุ่ม ควรแลกเปลี่ยนความรู้ รวมทั้งขยายเครือข่ายในขั้นพลังคือสามัคคี

วิภา กุลปภังกร (2554) “อิทธิพลของธาตุอาหารพืชที่มีต่อผลผลิตและสารสำคัญในขมิ้นชัน” ผลการทดลองพบว่า อิทธิพลของธาตุอาหารมีผลต่อผลผลิตขมิ้นชันอย่างมีนัยสำคัญ การไม่ใส่ปุ๋ยให้ผลผลิต 1,242 กก./ไร่ การใส่ปุ๋ยให้ ผลผลิตสูงสุด 2,260กก./ไร่ กรรมวิธีที่มีปริมาณธาตุอาหารมากคือการใส่ปุ๋ยอินทรีย์ร่วมกับปุ๋ยเคมีมีแนวโน้มที่จะให้ ผลผลิตสูงกว่าการใส่ปุ๋ยอินทรีย์หรือปุ๋ยเคมีเพียงอย่างเดียว เนื่องจากมีปริมาณธาตุไนโตรเจนสูง ส่วนปริมาณสารสำคัญในขมิ้นชันคือสาร Curcuminoids และ Volatile oil พบว่าไม่มีความแตกต่างกันในทุกกรรมวิธี และมีปริมาณสารสำคัญไม่ต่ำกว่าค่ามาตรฐานที่กำหนดคุณภาพของขมิ้นชันที่จะนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ยาซึ่งต้องมีสาร Curcuminoids ไม่ต่ำกว่า 5% และ Volatile oil ไม่ต่ำกว่า 6%

สุทิน พรหมโชติ และ รดาพร พยัคฆฑา (2554) ศึกษาเรื่อง “ความมีชีวิตและการงอกของละอองเกสรส้มโอพันธุ์ขาวใหญ่ เมื่อเก็บรักษาที่อุณหภูมิต่ำ”โดยศึกษาความมีชีวิตของละอองเกสรส้มโอพันธุ์“ขาวใหญ่”เก็บรักษาที่อุณหภูมิต่ำ คือ 4, - 20 และ – 80 องศาเซลเซียส เปรียบเทียบกับตัวอย่างควบคุมเก็บรักษาที่อุณหภูมิห้องนาน 10 สัปดาห์ โดยใช้ละอองเกสร ระยะก่อน ดอกบาน 1 วัน ทดสอบความมีชีวิตของละอองเกสรโดยวิธีการย้อมสีด้วย 1% Acetocarmine และทดสอบการงอกในอาหารสังเคราะห์สูตร Brewbaker and Kwack (1963) ที่มีน้ำตาลซูโครส 10% ด้วยวิธี Hanging drop พบว่า เปอร์เซ็นต์ความมีชีวิตและการงอกของละอองเกสรลดลงตามระยะเวลา

การเก็บรักษาในสภาพอุณหภูมิห้อง และมีค่าน้อยกว่าการเก็บรักษาในสภาพอุณหภูมิต่างระดับต่างๆ สำหรับการเก็บรักษาในสภาพอุณหภูมิต่ำทั้ง 3 ระดับ

ผลการศึกษาพบว่า การเก็บรักษาละอองเกสรที่อุณหภูมิ -20 องศาเซลเซียส ช่วยรักษาความมีชีวิตของละอองเกสรได้มาก (> 80%) และ สามารถเก็บรักษาได้นาน 10 สัปดาห์ ขณะที่การเก็บรักษาละอองเกสรในอุณหภูมิ -80 องศาเซลเซียส ช่วยรักษาการ งอกของละอองเกสรได้ดีกว่าอุณหภูมิต่ำระดับอื่นๆโดยมีค่าอยู่ระหว่าง19.23-48.91% ซึ่งสามารถเก็บรักษาได้นาน 3-5 สัปดาห์

เกริก ปิ่นตระกูล และ ปิยนุช ลาลุน (2554) ศึกษาเรื่อง “การเปรียบเทียบปริมาณธาตุอาหารหลักของปุ๋ยหมักจากผักบุ้งและผักตบชวา” การศึกษาครั้งนี้ เป็นการเปรียบเทียบปริมาณธาตุอาหารหลักพืช ได้แก่ ไนโตรเจน (N) ฟอสฟอรัส (P) และ โพแทสเซียม (K) ในปุ๋ยหมักที่ทำจากผักบุ้ง และผักตบชวาจากระบบบำบัดน้ำเสียแบบบึงประดิษฐ์ ผลการศึกษาพบว่า ปริมาณไนโตรเจน : ฟอสฟอรัส : โพแทสเซียม ในปุ๋ยหมักที่ทำจากผักบุ้ง และผักตบชวา มีค่าเท่ากับ 11.90 : 3.80 : 1.99 กรัม/กิโลกรัม และ 6.86 : 4.02 : 1.73 กรัม/กิโลกรัม ตามลำดับ

ผลการศึกษาพบว่าการใช้ปุ๋ยหมักที่ทำจากผักบุ้งมีปริมาณไนโตรเจน มากกว่าปุ๋ยหมักที่ทำจากผักตบชวา ซึ่งปริมาณไนโตรเจนที่พบเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานของกรมวิชาการเกษตรกำหนด (พ.ศ. 2548) ในขณะที่ฟอสฟอรัส และโพแทสเซียมในปุ๋ยหมักที่ทำจากผักบุ้งและผักตบชวา มีค่าที่ไม่แตกต่างกันทาง สถิติ อีกทั้งมีค่าต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ สำหรับอุณหภูมิในปุ๋ยหมักจากผักบุ้ง และผักตบชวา พบว่าในวันที่ 6 มีอัตราการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิสูงสุด เท่ากับ 49.5 เซลเซียส และ 41.5 เซลเซียส ตามลำดับ โดยปุ๋ยหมักจากผักบุ้งมี อัตราการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิสูงกว่าปุ๋ยหมักจากผักตบชวา หลังจากนั้นอุณหภูมิในกองปุ๋ยหมักทั้ง 2 ชนิดมีแนวโน้ม ลดลงและใกล้เคียงกันกับอุณหภูมิภายนอก ซึ่งบ่งชี้ว่าการย่อยสลายอินทรีย์วัตถุของปุ๋ยหมักสมบูรณ์

อภิญญ์ คุ่ยชูชีพ (2554) ศึกษาเรื่อง “การใช้น้ำมะพร้าวเป็นส่วนผสมของน้ำสกัดชีวภาพเพื่อเป็นอาหารเสริมในการผลิตถั่วเหลือง” เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบการ เจริญเติบโต ผลผลิตและองค์ประกอบของถั่วเหลือง รวมทั้งศึกษาลักษณะทางเคมี ปริมาณธาตุ อาหาร และการสะสมโลหะหนักในดิน โดยพืชทดลองที่ใช้เป็นถั่วเหลืองพันธุ์เชียงใหม่ 60 ทำการ ปลูกในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ระหว่างเดือนสิงหาคม ถึง ธันวาคม พ.ศ. 2553 วาง แผนการทดลองแบบสุ่มสมบูรณ์ หน่วยการทดลองใช้น้ำสกัดชีวภาพที่มีส่วนผสมจากน้ำมะพร้าว ต่อน้ำธรรมดาใน

อัตราส่วน 0 : 100, 25.0 : 75.0, 50.0 : 50.0, 75.0 : 25.0, 100 : 0 ปุ๋ยเคมีสำหรับ พืชไร่สูตร (12.0 – 24.0 – 12.0) และหน่วยการทดลองควบคุม รวม 7 หน่วยการทดลอง

ผลการศึกษาพบว่า ถั่วเหลืองที่ได้รับน้ำสกัดชีวภาพที่มีส่วนผสมของน้ำมะพร้าวต่อน้ำธรรมดาในอัตราส่วน 100 : 0 มีประสิทธิภาพต่อการเจริญเติบโตทางลำต้นและใบ การเจริญเติบโตทางการแพร่ขยายพันธุ์ ผลผลิตและองค์ประกอบโดยรวมของผลผลิตดีกว่าน้ำสกัดชีวภาพที่มีส่วนผสมของน้ำมะพร้าวต่อน้ำธรรมดาในอัตราส่วนอื่นๆ แต่ผลก็ยังต่ำกว่าเมื่อเทียบกับปุ๋ยเคมี ทั้งนี้เนื่องจากปุ๋ยเคมีตอบสนองต่อความต้องการของพืชในทันทีและดีกว่าน้ำสกัดชีวภาพ อย่างไรก็ตาม การใช้ประโยชน์ในระยะยาวน้ำสกัดชีวภาพจะสามารถปรับปรุงโครงสร้างดินและลดการสะสมโลหะหนักในดินได้ดีกว่าปุ๋ยเคมี สรุปได้ว่า น้ำสกัดชีวภาพจากที่มีส่วนผสมของน้ำมะพร้าวต่อน้ำธรรมดาในอัตราส่วน 100 : 0 เป็นอัตราส่วนที่เหมาะสมในการใช้เป็นอาหารเสริมสำหรับการปลูกถั่วเหลือง

จันทนา บุญศิริ (2554) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาอัตราการเจริญเติบโตและต้นทุนการเลี้ยงโคนมทดแทน ในระบบชีวภาพของชุมนุมสหกรณ์โคนมภาคใต้ จำกัด” การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตราการเจริญเติบโตและต้นทุนการเลี้ยงโคนมทดแทน ในระบบชีวภาพของชุมนุมสหกรณ์โคนมภาคใต้ จำกัด ผลการศึกษา พบว่าอัตราการเจริญเติบโตโคนม ทดแทนที่เลี้ยงในระบบชีวภาพใช้เวลาการเลี้ยงจนตั้งท้องและส่งมอบคืนให้เกษตรกรสมาชิก จำนวน 111 ตัว แบ่งตามช่วงอายุระหว่าง 6-9 เดือน มีจำนวน 15 ตัว อายุระหว่าง 10-12 เดือน จำนวน 39 ตัว และอายุ ระหว่าง 13-16 เดือน จานวน 57 ตัว โคนมทดแทน มีอายุเฉลี่ย 7.26 เดือน 11.76 เดือน 13.57 เดือน และมี น้าหนักเฉลี่ย 160 กิโลกรัม 195 กิโลกรัม 215 กิโลกรัม ตามลาดับ

อายุสิ้นสุดการเลี้ยงเฉลี่ย 24.40 เดือน 29.02 เดือน 30.45 เดือน มีน้ำหนักเฉลี่ยที่ 475 กิโลกรัม 476 กิโลกรัม 485 กิโลกรัม ใช้ระยะเวลาเลี้ยงเฉลี่ย 520 วัน 529 วัน 507 วัน มีน้ำหนักเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 315 กิโลกรัม 281 กิโลกรัม 270 กิโลกรัม และมีอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ย 606 กรัม/ตัว/วัน 531 กรัม/ตัว/วัน 533 กรัม/ตัว/วัน ต้นทุนการเลี้ยงโคนมในระบบชีวภาพระดับฝูง มีต้นทุนรายเดือนต่อตัวเฉลี่ย 1,579.08 บาท เป็นต้นทุนผันแปรที่เป็นเงินสด 1,494.34 บาท คิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 94.63 ต้นทุนส่วนใหญ่เป็น

ค่าอาหารข้นและอาหารหยาบที่มีสัดส่วนมากที่สุดถึงร้อยละ 67.84 ของต้นทุนผันแปรทั้งหมด ประกอบด้วย ค่าอาหารข้น ค่าขี้เค้ก ค่าหญ้าสดและค่าฟาง เท่ากับ 592, 357.83, 86.31 และ 35.08 บาท/ตัว รองลงมา เป็นค่าจ้างแรงงาน ค่าขุยมะพร้าว ค่าวิตามินและแร่ธาตุ ค่ายาป้องกันและรักษาโรคสัตว์ ค่าน้ามันเชื้อเพลิง ค่าซ่อมแซมโรงเรือน ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าใช้อื่นๆ เช่น

ลิควิดไนโตรเจน พลาสติกซีท ถุงมือผสมเทียมและค่า น้ำเชื้อโคพ่อพันธุ์ เท่ากับ 172.11 113.46 54.28 29.33 17.21 16.84 7.36 5.81, 5.58 และ 1.14 บาท/ตัว ตามลาดับ ส่วนต้นทุนคงที่ ที่ไม่เป็นเงินสดนั้น มีต้นทุนรายเดือนต่อตัว เฉลี่ย 84.74 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.37 ประกอบด้วย ค่าเสื่อมโรงเรือนและอุปกรณ์ รองลงมาเป็นค่าเสื่อมพ่อพันธุ์และค่าเช่าที่ดิน 77.92 5.67 และ 1.15 บาท /ตัว

ผลผลิตมะพร้าวเริ่มลดลงอย่างเห็นได้ชัด ทั้งที่ความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น สาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผลผลิตและพื้นที่ปลูกมะพร้าวมีจำนวนลดเป็นเพราะสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง อุณหภูมิโลกร้อนขึ้น ฝนตกไม่ถูกต้องตามฤดูกาล ส่งผลทำให้การออกจั่น การผสมเกสรมะพร้าวไม่ได้ผลนัก ปัญหาดังกล่าวกลุ่มเกษตรกรชาวสวนมะพร้าวในหลายๆ พื้นที่ต่างประสบปัญหา

ชาวสวนมะพร้าวน้ำหอมไทย บางปีต้องประสบปัญหามะพร้าวให้ลูกน้อย หรือบางต้นไม่มีลูกเลย เพราะสภาพแวดล้อมอากาศที่เปลี่ยนแปลง หากฝนตกมาก จั่นมะพร้าวจะไม่ติดลูก จากปัญหาที่เกิดขึ้น คณะอาจารย์จาก มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้คิดวิธีการบังคับมะพร้าวให้ติดลูกดก กระทั่งประสบผลสำเร็จ จากนั้นได้ร่วมกับ สภาเกษตรกรจังหวัดราชบุรี จัดอบรมถ่ายทอดเทคนิควิธีบังคับมะพร้าวน้ำหอมให้ลูกดก โดยสำนักงานคณะกรรมวิจัยแห่งชาติ (วช.) สนับสนุนทุนฝึกอบรม

ศาสตราจารย์กิตติคุณ นายแพทย์สุทธิพร จิตต์มิตรภาพ เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมวิจัยแห่งชาติ (วช.) กล่าวว่า ความต้องการบริโภคมะพร้าวน้ำหอมทั้งใน และต่างประเทศนับวันมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ จากข้อมูล ปี พ.ศ. 2554-2556 เราส่งออกมะพร้าวไปสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นตลาดใหญ่ 400-500 ล้านตัน และในปี 2557/2558 แม้ความต้องการมะพร้าวจะสูงขึ้น 1,000 ล้านตัน แต่เราไม่สามารถส่งออกได้ เพราะปริมาณผลผลิตในประเทศมีไม่เพียงพอ เพราะชาวสวนมะพร้าวน้ำหอมปล่อยให้ธรรมชาติเป็นผู้กำหนด เลยทำให้มะพร้าวแต่ละจั่นติดลูกบ้างไม่ติดบ้าง

ปัญหานี้แก้ไขได้ ด้วยการนำผลงานเรื่อง การพัฒนาเทคนิคการผสมข้ามเกสรมะพร้าวน้ำหอม ซึ่งทำการวิจัย ปี 2554 โดย วรภัทร ลัคนทินวงศ์ ผู้อำนวยการศูนย์เครื่องมือเพื่อการวิจัยขั้นสูง คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ นำมาใช้ล้างเกสรและผสมจั่นมะพร้าว ส่งผลให้มะพร้าวแต่ละจั่น จากเดิมเคยติดติดลูกแค่ 3-4 ลูก เพิ่มขึ้นเป็น 7-10 ลูก ซึ่งเทคนิคนี้สามารถทำได้ทุกเดือนโดยเฉพาะในช่วงหน้าฝน ซึ่งน้ำจะเป็นตัวชะล้างน้ำหวานปลายดอก ทำให้มะพร้าวไม่ติดลูก จากการศึกษาพบมีงานที่เกี่ยวข้องกับการนำนวัตกรรมด้านการเกษตร นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ช่วยลดต้นทุน เพิ่มผลผลิตดังนี้

วรภัทร ลัคนทินวงศ์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาเทคนิคการผสมข้ามเกสรมะพร้าวน้ำหอม” ผลการศึกษาพบว่า การผสมเกสรด้วยมือในมะพร้าวน้ำหอม (Cocos nucifera Linn) ตามเทคนิคการวิจัยที่ได้มาตรฐานในการปรับปรุงพันธุ์มะพร้าว (Santos et. al., 1996) พบว่าการผสมติดของมะพร้าวน้ำหอมร้อยละ 0.5-3 เท่านั้น เพื่อให้เกิดการผสมติดมากขึ้นจึงได้ทำการดัดแปลงวิธีการผสมเกสรมะพร้าวโดยการ เตรียมจั่นมะพร้าวที่พร้อมเปิด และตอนตอกตัวผู้ออก ล้างดอกตัวเมียด้วยน้ำเกลือเข้มข้นอิ่มตัว (Saturated) คลุมช่อดอกตัวเมียทีละดอกด้วยถุงผ้า แล้วใช้น้ำสะอาดล้างช่อดอกอีกครั้ง จากนั้นประมาณสองสัปดาห์ ทำการผสมด้วยเกสรสดพร้อมบานที่เก็บมาไม่เกิน 36 ชั่วโมง ทำการล้างดอกตัวผู้ที่ยังไม่บาน ด้วยน้ำเกลือเข้มข้น แล้วสอดเข้าในถุงผ้า ใช้มือบีบให้เกสรแตก แล้วป้ายบนปลายเกสรตัวเมีย (Stigma) ด้วยการกรรมวิธีการผสมข้างต้น สามารถทำศึกษาผลของการผสมข้ามได้หลากหลายบนจั่นเดียวกัน มีร้อยละของการติดผลเพิ่มขึ้นเป็น 40

นายบุญสม พูนสิน เกษตรกรอำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี บอกว่า พื้นที่ดำเนินสะดวก ปลูกมะพร้าวน้ำหอมหลายหมื่นไร่ หากปีไหนฝนตกมาก มะพร้าวไม่ค่อยมีลูก แต่หลังจากนี้ไปปัญหาคงไม่เกิดขึ้น เพราะงานวิจัยที่ม.ธรรมศาสตร์คิดค้นขึ้นมา หลังเข้าร่วมโครงการบังคับมะพร้าวให้ลูกดก ผ่านมา 4 เดือน ต้นมะพร้าวที่ผ่านการช่วยผสมเกสร ทุกต้นติดลูกเพิ่มมากขึ้น งานวิจัยนี้ช่วยแก้ปัญหาได้เป็นอย่างดี ทำให้เรามีมะพร้าวขายกันตลอดทั้งปี โดยเฉพาะเดือนเมษายน เป็นฤดูแห่งการท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อก่อนชาวสวนไม่ค่อยมีผลผลิตออกมาขายกัน ซึ่งจากนี้ไปคงไม่เกิดปัญหามะพร้าวน้ำหอมในพื้นที่ขาดแคลนอีกแล้ว.

นายสุรชัย ชัยเกษตรไพบูลย์ เกษตรกรบ้านหนองบัว อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร บอกว่าทำสวนมะพร้าวน้ำหอม 700 ต้น ในพื้น 23 ไร่ มานาน 13 ปี เมื่อเมื่อก่อนมะพร้าวลูกดกมากให้ผลผลิตปีละ 60,000 ลูก แต่ช่วงหลังภาวะโลกร้อน อากาศอุณหภูมิสูง แม้มะพร้าวจะชอบอากาศร้อน แต่อุณหภูมิที่เหมาะสมควรอยู่ที่ 37- -38 องศาเซลเซียส แต่มาช่วง 4-5 ปี สภาพอากาศบ้านเราอุณหภูมิสูง 40 องศาเซลเซียส ทำให้มะพร้าวติดผลน้อยลง บางจั่นมีมะพร้าวติดแค่ 2-3 ลูก เริ่มประสบปัญหานี้ตั้งแต่ปี 2557

แต่สังเกตเห็นสวนมะพร้าวข้างๆ แม้สภาพอากาศเปลี่ยนแปลง แต่ช่วงปี 2558 ลูกมะพร้าวเต็มคอผลผลิตแทบไม่ลดลง แม้เราจะมีเทคนิคเฉพาะ แต่ไม่สามารถแก้ปัญหาเรื่องดินฟ้า อากาศได้ กระทั่งมาเห็นข่าวช่องทางต่างๆ ถึงรู้ว่า ทีมอาจารย์จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีการทำวิจัยศึกษา แก้ปัญหาเรื่องมะพร้าวไม่ติดลูก จากมะพร้าวน้ำหอม 23 ไร่ มีผลผลิต

25,000 ลูก หลังนำภูมิปัญญาพื้นบ้านนำมาผสมผสานกับงานวิจัยที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้มะพร้าวเพิ่มขึ้น 40,000-45,000 ลูก

แม้ปัจจุบันเกษตรกรบ้านเราจะหันมาเลี้ยงโคนมกันมากขึ้น ปริมาณผลผลิตต่อวันเฉลี่ยอยู่ที่ 18-21 กิโลกรัม/ตัว/วัน แต่เมื่อตรวจสอบคุณภาพน้ำนมดิบพบว่า ยังมีการปนเปื้อนจุลินทรีย์ในน้ำนมดิบ เฉลี่ยอยู่ที่ 7 แสนโคโลนี/มิลลิลิตร ปริมาณเซลล์เม็ดเลือดขาวในเลือดของวัว ซึ่งข้อการันตีว่าสุขภาพของแม่วัยดีหรือไม่ เฉลี่ยอยู่ที่ 7 แสนเซลล์/มิลลิลิตร ส่วนปริมาณน้ำนมดิบ 13-18 กิโลกรัม/ตัว/วัน

เมื่อเทียบกับมาตรฐานโคนมในยุโรป การปนเปื้อนจุลินทรีย์มีเพียง 1 แสนโคโลนี/มิลลิลิตร ปริมาณเซลล์เม็ดเลือดขาวในเลือดของวัวอยู่ที่ 4 แสนเซลล์/มิลลิลิตร และปริมาณน้ำนมดิบ 30 กิโลกรัม/วัน ดังนั้นเพื่อให้เกษตรกรไทย ผลิตน้ำนมดิบมีคุณภาพ บริษัทฟรีสแลนด์คัมพินา (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตและจำหน่ายนมโฟร์โมสต์ ร่วมกับรัฐบาลประเทศเนเธอร์แลนด์ จัดโครงการ ส่งตรงความรู้ ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญสู่เกษตรกรฟาร์มโคนมไทย เพื่อยกระดับคุณภาพน้ำนมดิบให้ได้มาตรฐานโลก ในรูปแบบ Farmer to Farmer ส่งตรงความรู้ ประสบการณ์ ความเชียวชาญเกษตรกรชาวเนเธอร์แลนด์สู่ ฟาร์มโคนมไทย

นายเลิศเกียรติ พูลผล บอกว่า ชาวโคนมจากดัชน์ มีจุดเด่นการทำฟาร์มโคนมมากทั้งวิธีการเลี้ยง การจัดการอาหาร น้ำ การบำรุงลูกวัว ซึ่งเป็นอนาคตของฟาร์ม การรีดนม ซึ่งมีผลต่อสุขภาพโคและปริมาณน้ำนมในแต่ละวัน การบำรุงดูแลรักษาเครื่องรีด การจัดการโรงเรือน การดูแลกีบเท้าวัว และการบันทึกข้อมูลประวัติฟาร์ม ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญ ที่ฟาร์มบางแห่งในบ้านเราไม่ได้คิด

นางคาริน ฟาน เดอ ธอร์น เกษตรกรจากประเทศเนเธอร์แลนด์ เปิดเผยว่า ทำฟาร์มโคนมและมีวัวนมรีด กับวัวทดแทน (วัวเด็ก) รวม 170 ตัว การเลี้ยงจะเน้นให้วัวมีความสุข ด้วยการจัดที่นอนโรงเรือนให้ดี มีที่นอนสะอาด ยามว่างจะใช้แปรงปัดขน ตามตัว บั้นท้ายวัว ตลอดทั้งวัน พอแม่วัวมีความสุข ไม่เคลียด ก็จะให้น้ำนมที่มีคุณภาพ ในแต่ละวันมีปริมาณ 2,200 กิโล/วัน/โค 100 ตัว

นายวิม ฟาน เดน เฮนเกว เกษตรกรจากประเทศเนเธอร์แลนด์ เปิดเผยว่า เคล็ดลับที่จะทำให้น้ำนมดิบมีคุณภาพคือ หลังอาบวัวน้ำทำความสะอาดแล้ว ให้ใช้ผ้าแห้งเช็ดเต้านมโค 1 ชิ้น/ตัว ไม่ควรใช้ร่วมเพราะโอกาสติดเชื้อข้ามกันได้ การเช็ดเต้าก็เหมือนกับการนวดเต้าไปในตัวแต่ละตัว ใช้เวลาอย่างน้อย 1 นาที วิธีนี้เป็นการกระตุ้นให้วัวหลังสาร “อ๊อกซิโทซิน” ออกมา ทำให้วัวมีการหลั่งน้ำนมได้มากขึ้นก่อนการสวมเครื่องรีด ใช้นิ้วล๊อกหัวนมแล้ว รีดไล่น้ำนมต้นทิ้งก่อน 3 ครั้ง เป็นการป้องกันไม่ให้มีแบคทีเรียปนเปื้อน

ถังรีดนม เป็นอุปกรณ์ที่สำคัญมาก หลังใช้งานเสร็จแล้ว ควรใช้น้ำเย็นเทล้างทำความสะอาด น้ำที่สองจะใช้น้ำยาล้างจาน ผสมกับแปรงขัดด้านใน ทุกซอก ทุกมุม ตามด้วยน้ำด่างที่มีอุณหภูมิเฉลี่ยที่ 85 องศา เพื่อชำระล้างเศษไขมันให้สะอาดยิ่งขึ้น ซึ่งการล้างน้ำด่างทุกวันจะเป็นผลดี เพราะจะทำให้เครื่องรีดมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน หลังจากนั้นควรล้างด้วยน้ำให้สะอาดอีกครั้ง แล้วผึ่งแดดให้ แล้วใช้ผ้าแห้งเช็ดวิธีนี้ทำให้ไมมีการปนเปื้อน จากสิ่งต่างๆในน้ำนมก่อนส่งเข้าโรงรวม

นายสมภพ ชลชาญ อายุ 35 หมู่บ้านวังตะเคียน บ้านเลขที่ 42/1 หมู่ 3 ตำบลเบิกไพร อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี บอกว่า การเลี้ยงวัวนมภายในฟาร์มจะใช้ไซเลท ที่ได้จากการหมักเศษสับปะรด กับกากเบียร์สด ที่มีโปรตีนสูง ร่วมกับอาหารข้นปริมาณ 3.5 กิโลฯ/ ตัว/มื้อ ทำให้ต้นทุนการเลี้ยงไม่สูง หลังจากเกษตรกรโคนมชาวดัชท์เข้ามา ได้เรียนรู้เรื่องเทคนิคการรีดนม การนวดเต้า ซึ่งเราต้องนวดก่อนประมาณ 1 นาที จึงเสียบไลน์เนอร์ (เครื่องรีดนม) วิธีนี้ช่วยทำให้ปริมาณน้ำนมจากเดิมที่ได้ 14.6 กิโลกรัม/ตัว/วัน ขึ้นมาอยู่ที่ 15 กิโลกรัม /ตัว/วัน

ว่าที่ร้อยโท บัญชา หนูเล็ก ชาวตำบลบางแพ อำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี บอกว่า มีพื้นที่ 10 ไร่ เหมาะกับการปลูกพืชผักอยู่แล้ว จากเดิมปลูกผักคะน้า กวางตุ้ง ผักกินใบ ปี 2548 จึงเริ่มปลูกกุยช่ายเพื่อเป็นทางเลือกเสริม ผักชนิดนี้ปลูกครั้งเดียว นอกจากมีใบตัดขายได้ 3 รุ่นต่อปี ยังมีดอกให้เก็บขายได้เรื่อยๆ ไม่ต้องปรับพื้นที่ใหม่เหมือนผักชนิดอื่นๆ

การปลูกกุยช่ายให้ได้คุณภาพ ต้องเริ่มกันตั้งแต่ไถปรับหน้าดิน เลือกใส่ปูนขาว แคลเซียม สังเคราะห์ หรือหัวไชเถ้าหมักร่วมกับผักผลไม้เนื้อแน่นๆ แต่อย่าใช้สับปะรด เพราะมีกรดมากเกินทำให้รากใบกุยช่ายเน่าง่าย จากนั้นปรับท้องร่องให้นูนเป็นหลังเต่า น้ำไม่ท่วมขังพื้นที่ 1 ไร่ ใช้ต้นกล้าปลูก 400 กิโลกรัม (16,000 บาท) คลุมด้วยฟางรักษาความชื้นหน้าดิน

หลังปลูกได้ 2 เดือน ใบกุยช่ายเริ่มตัดครั้งแรก (มีดที่ 1) พื้นที่ 1 ไร่ ตัดได้ 2 ตันต่อครั้ง (60,000 บาท) และอีก 15 วัน จะมีดอกกุยช่ายให้ตัดทุก 3 วัน วนไปเรื่อยๆ ดอกนี่แหละเหมือนเป็นกำไรได้เปล่า หากเป็นช่วงฤดูร้อนดอกราคากิโลฯละ 40 บาท ส่วนช่วงฤดูหนาวสภาพอากาศเย็นกุยช่ายไม่ค่อยออกดอก ช่วงนี้จึงได้ราคา 60 บาท แต่ละรอบของการตัดใบ จะตัดดอกกุยช่ายได้ 16 ครั้ง (3วันตัด1 ครั้ง) หลังจาก 2 เดือน เป็นอันว่าตัดมีด 2 ได้ ผลผลิตไม่ต่างจากครั้งแรกมากนัก

หลังจากตัดใบกุยช่ายครั้งที่ 2 แล้ว จะเริ่มมีดอกให้ตัดเหมือนเดิม แต่เมื่ออายุ 48 วัน ต้องเอากระถางมาครอบปิดไว้ 12 วัน จึงจะได้กุยช่ายขาวอวบขายได้ราคา 150-200 บาท/กิโลกรัม ต่างจากใบเขียวที่ขายได้ 25-60 บาท แม้จะมีผักชนิดใหม่เป็นทางเลือก สามารถหนีเรื่องต้นทุน ปรับ ไถ เตรียมหน้าดินได้ก็จริง

แต่ยังเจอปัญหาโดยเฉพาะช่วงฤดูร้อนอุณหภูมิสูงมากๆ ต้นกุยช่ายจะเกิดอาการใบม้วนหงิก ไม่โต ต้นแคระแกรน การรดน้ำทำได้แค่ช่วงเช้า-เย็น ส่วนกลางวัน ขณะที่สภาพอากาศร้อนจัด หากให้น้ำจะทำให้ต้นกุยช่ายตายนึ่ง เน่าได้ง่าย แม้จะเอาแสลนมาขึงกางกั้นแดด แต่ช่วยไม่ได้มากนัก จึงใช้วิธีสเปรย์น้ำพ่นระบายความร้อน ด้วยวิธีติดตั้งสเปรย์น้ำพ่นฝอยใต้หลังคาแสลน โดยนำนวัตกรรมการการวัดอุณหภูมิที่ร้อนขึ้น จะใช้ระบบสั่งการซึ่งบังคับด้วยรีโมทย์ล็อกรถสั่งการเปิดปิดระบบสเปรย์น้ำ ช่วยร่นระยะเวลาการทำงานได้ดีขึ้น

ต้นกุยช่ายโตเร็ว ใบอวบ เขียว ได้คุณภาพ ตรงตามความต้องการของตลาด ขายได้ราคาไม่ต้องเหมายกเข่ง ขายเป็นตัน เหมือนในอดีต พื้นที่ 1 ไร่ ทั้งตัดใบ เก็บดอก รวมแล้วได้ 250,000-270,000 บาท (ยังไม่หักต้นทุน) แม้รายได้ดี แต่หลังตัดใบครบ 3 ครั้ง ต้องรื้อระบบปรับสภาพและบำรุงดินกันใหม่ พร้อมกับเปลี่ยนไปปลูกพืชอย่างอื่นสลับ เพื่อป้องกันไม่ให้กุยช่ายเกิดโรครากเน่า.

จากนโยบายของรัฐบาล ในด้านแนวทางการวิจัย ด้วยการนำปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในพื้นที่มาวิเคราะห์ หาแนวทางแก้ไข เพื่อให้เกษตรกรนำไปผลงาน ไปใช้แก้ปัญหาลดต้นทุน พัฒนาผลผลิต ให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของตลาดและกลุ่มผู้บริโภค แม้งานวิจัยจะประสบผลสำเร็จได้รับการเผยแพร่จากสื่อแขนงต่างๆ มาอย่างต่อเนื่อง มีเกษตรกรบางรายนำไปใช้แก้ปัญหาอย่างได้ผล แต่กลับพบว่ายังมีเกษตรกรไม่กี่ราย ที่นำผลงานวิจัยที่ประสบความสำเร็จไปใช้ประโยชน์ให้เกิดผล