

การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และ ความพึงพอใจของผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร

A Study of exposure behavior, utilization and satisfaction
of users of the Department of Agricultural Extension Facebook

กุลกนิษฐ์ เซ็นสมบุญ* ศศิพรรณ บิลมานอชญ์** และวนิตรา ตะเภาทอง **
kulkanist sensomboon* Sasiphan Bilmanoch**, & Wanitra Taphowtong**

วันที่รับบทความ	18 ธันวาคม 2566
วันที่แก้ไขบทความ	5 เมษายน 2567
วันที่ตอบรับบทความ	18 เมษายน 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ติดตาม Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร จำนวน 400 คน โดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถามรูปแบบออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปีมากที่สุด ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจมากที่สุด รองลงมาคือ เกษตรกร ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการติดตามข้อมูลข่าวสารของ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตรมากที่สุด 1 - 2 วันต่อสัปดาห์ มีระยะเวลาการเข้าใช้งาน น้อยกว่า 15 นาที ใช้งานในช่วง เวลา 16.01 – 20.00 น. มากที่สุด ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้งาน Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร เพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเกษตรในทุกๆ ด้าน และเพื่อรับรู้ข่าวสารเตือนภัยเกี่ยวกับปัญหาภาคการเกษตร ส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์เพื่อรับทราบ

Corresponding Author Email: kulkanist0430@gmail.com, sasiphan.bil@kbu.ac.th

* นักศึกษานักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

* Graduate student, Master of Arts Program in Communication, Faculty of Communication Arts, Kasem Bundit University

** คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

** Faculty of Communication Arts Kasem Bundit University

ข้อมูลข่าวสาร ความเป็นไปของแวดวงเกษตร , นำความรู้ไปปรับใช้กับอาชีพ/งานของตนเอง และ
ประกอบการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม/โครงการ ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริม
การเกษตร มีความพึงพอใจในส่วนของเนื้อหาที่น่าเชื่อถือของข้อมูลมากที่สุด

คำสำคัญ : เฟซบุ๊ก, กรมส่งเสริมการเกษตร, เกษตรกร

Abstract

The purpose of this research is to study media exposure behavior utilization and satisfaction of the users of the Department of Agricultural Extension Facebook. The sample group was 400 Facebook followers of the Department of Agricultural Extension. This research was a quantitative research, and using online questionnaires as a tool for collecting data. The statistics used in data analysis are percentage, mean, and standard deviation.

The results of the research found that most of users of the Department of Agricultural Extension Facebook were aged between 31 – 40 and majority working as government officer followed by farmers. Most of them followed the Department of Agricultural Extension Facebook 1 - 2 days a week and the spending time of using was less than 15 minutes during 16.01 - 20.00 pm. In this regard, the majority of the sample group's Facebook users behavior was to receive agricultural news in every aspect and to receive warning news about problems in the agricultural sector. Most of the user's utilization is to receive information about the advancement in agriculture to apply knowledge for their own career/work and then make decisions about participating in activities/projects. For the satisfaction of users, most of them satisfied with the content and the most reliable information.

Keywords : Facebook ; Department of Agricultural Extension, Farmers

บทนำ

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจากคนไทย โดยพฤติกรรมส่วนใหญ่ใช้เพื่อค้นหาข้อมูล ติดตามข่าวสารและเหตุการณ์ต่าง ๆ ดูคลิปวิดีโอ สตรีมมิ่งทีวี ดูภาพยนตร์ ฟังเพลง เล่นเกม ใช้ในการศึกษาหาความรู้ พบปะเพื่อนใหม่ และสร้างเครือข่าย (SIMON KEMP, 2023) ในการประกอบอาชีพด้านต่าง ๆ อาทิ การขายสินค้าออนไลน์ การให้บริการ รวมทั้งการหาความรู้ หรือเทคนิควิธีการที่สามารถนำไปใช้ในการประกอบอาชีพรวมถึงอาชีพด้านเกษตรกรรม จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มีอิทธิพลและมีบทบาทเป็นอย่างมากในชีวิตประจำวัน สามารถเชื่อมโยงการสื่อสารกันได้อย่างง่ายดาย แม้ว่าผู้ที่เราต้องการ

สื่อสารนั้นจะอยู่ไกล แต่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต และอุปกรณ์ติดต่อสื่อสาร อาทิ สมาร์ทโฟน ก็สามารถเชื่อมต่อถึงกันได้เพียงปลายนิ้วสัมผัส ซึ่งทุกวันนี้สื่อออนไลน์เติบโตอย่างมากในทุก ๆ พื้นที่กับคน ทุกเพศ ทุกวัย และทุกอาชีพ ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์ที่คนไทยเข้าชมมากที่สุด ได้แก่ Facebook, TikTok, Line, Facebook Messenger, Instagram และ Twitter (SIMON KEMP, 2023)

สำหรับแวดวงการเกษตรสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ก็เข้ามามีบทบาทมากขึ้น โดยกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีแนวทางการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2566 ภายใต้แนวคิด "Keep Going, Keep Growing" ก้าวต่อไป เติบโตอย่างต่อเนื่อง ปรับองค์กรเป็น Digital DOAE มุ่งขับเคลื่อน BCG สู่ความยั่งยืนของภาคเกษตรซึ่งมีแนวทางการดำเนินงานส่งเสริมการเกษตร 9 แนวทางหลัก โดยเฉพาะแนวทางที่ 9 เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการงานส่งเสริมการเกษตร ได้กำหนดไว้ให้ดำเนินการสร้างการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่การดำเนินงานของกรมส่งเสริมการเกษตรผ่าน สื่อและช่องทางต่าง ๆ ในรูปแบบที่น่าสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น ทั้งเกษตรกร บุคลากร หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสาธารณชน (กองแผนงาน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2565) จากนั้นนโยบายดังกล่าวทำให้ปัจจุบันกรมส่งเสริมการเกษตรมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารรูปแบบออนไลน์หลากหลายช่องทางให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ข่าวสาร และนำข่าวสารด้านการเกษตรไปใช้ประโยชน์ ซึ่ง Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการเกษตรที่ได้รับความนิยมมากที่สุด รวมถึงมีเนื้อหา ข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย และมีการเผยแพร่ที่สม่ำเสมอมากที่สุด มีผู้ติดตาม Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร จำนวน 210,196 คน และมีผู้กดถูกใจ จำนวน 183,849 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 19 กรกฎาคม 2566)



ภาพประกอบที่ 1 ภาพเฟซบุ๊กแฟนเพจของกรมส่งเสริมการเกษตร

<https://www.facebook.com/pr.doae>

กรมส่งเสริมการเกษตรเป็นองค์กรระดับชาติ มีกลุ่มเป้าหมายในการให้บริการที่หลากหลาย ทั้งเกษตรกร บุคลากร หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสาธารณชน อีกทั้ง Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร ยังเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยม มีประชากรที่ติดตามเพจและกดไลค์เพจจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงศึกษาวิจัยขึ้นเพื่อนำผลการศึกษาและข้อ เสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้ เป็นแนวทางให้ ผู้ที่เกี่ยวข้องในการผลิตเนื้อหา ข้อมูล ข่าวสารของกรมส่งเสริมการเกษตรนำไปพัฒนาให้ มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น และตรงกับความต้องการของผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตรต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร
2. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์ของผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ทฤษฎีลักษณะทางประชากรศาสตร์

การศึกษาวิชาทางจิตวิทยาหลายเรื่องได้แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะสังคม วัฒนธรรมได้คาดหวังและกำหนด บทบาท กิจกรรมของแต่ละเพศนั้นไว้ต่างกัน (ปรเม สตะเวทิน, 2539) รวมทั้งในเรื่องระดับการศึกษา (Education) เนื่องจากการศึกษาเป็นลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ผู้รับสารที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกันจะมีความรู้ สึกนึกรู้คิด อุดมการณ์ รสนิยม ค่านิยม และความต้องการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน จึงอาจกล่าวได้ว่าคนมีการศึกษาระดับสูงมักจะมี พฤติกรรมในการใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาระดับต่ำ คนที่มีการศึกษาสูงจะมีความรู้ กว้างขวางเข้าใจศัพท์และสารได้ดีกว่า ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน จึงมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการที่ต่างกันด้วย (ปรเม สตะเวทิน, 2546) จากการวิจัยของ วิลโล, โกลด์ฮาเบอร์ และยัทส์ (Wilo, Goldhaber & Yates, 1980) พบว่า เพศหญิงมีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อที่ต่างไปจากเพศชาย โดยเพศหญิงจะใช้เวลาสำหรับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายมีการใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่าเพศหญิง และผลการศึกษายังพบว่าเพศหญิงมีแนวโน้มและความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสาร มากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่มีความต้องการที่จะส่งและรับสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิด ขึ้นจากการรับส่งข่าวสารนั้นอีกด้วย

นอกจากนั้น ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2533) ได้อธิบายเกี่ยวกับตัวแปรด้านรายได้เพิ่มเติม อีกว่า รายได้เป็นตัวที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลได้ดี เช่นเดียวกับกรณีการศึกษาเพราะเป็นตัวแปรที่มีบทบาทใกล้เคียงกัน และมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมาก คือ ผู้ที่มีรายได้สูงนั้นมักมีการศึกษาสูง มีตำแหน่งหน้าที่ การงานที่ดี จึงมักถูกผลักดันให้มีความจำเป็นที่ต้อง เรียนรู้หาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์เสมอ การเปิดรับสื่อจึงมีความจำเป็นสำหรับผู้รับ สารกลุ่มนี้มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลและพฤติกรรม

แมคคอมส์และเบกเกอร์ (McCombs & Becker, 1979) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร โดยจำแนกตามพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารของบุคคลว่ามีลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือบุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพื่อต้องการให้เรื่องใดเรื่องหนึ่งมีความคล้ายคลึงกับเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง
2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับ ข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ และอยากรู้
3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการกระทำ ความต้องการเรียนรู้บางอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือเพื่อความบันเทิง ผ่อนคลายอารมณ์

นอกจากนี้ แมคคอมส์ และเบกเกอร์ ยังกล่าวว่า โดยทั่วไปบุคคลแต่ละคนมีการเปิดรับข่าวสาร หรือการเปิดรับสื่อ เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการ คือ

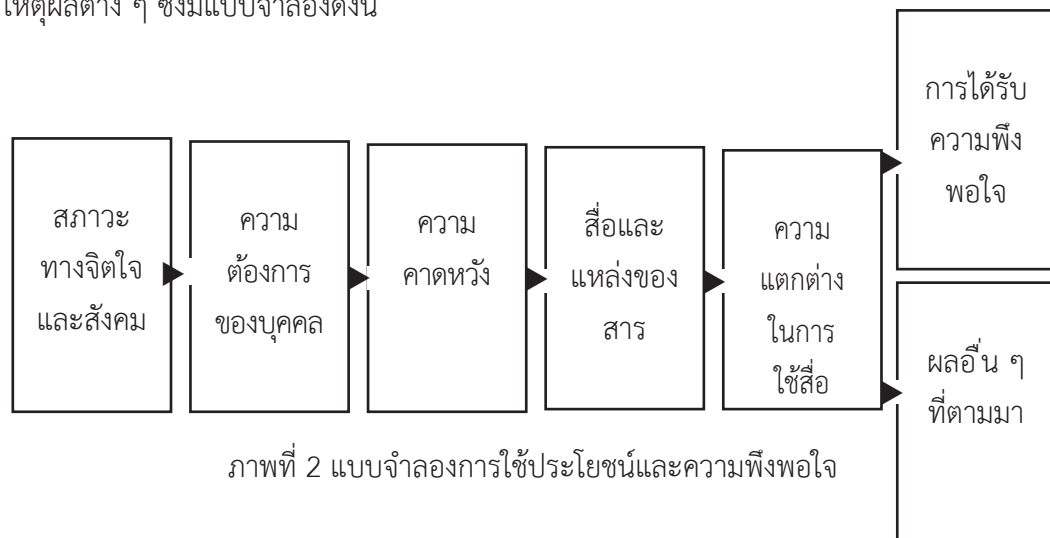
1. เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ (Surveillance) บุคคลสามารถติดตามความเคลื่อนไหว และสังเกตเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวจากการเปิดรับข่าวสาร ทำให้เป็นคนที่ยึดเหตุการณ์ และทันสมัย
2. เพื่อการตัดสินใจ (Decision) การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนเองต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัว เพื่อเป็นการตัดสินใจโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน
3. เพื่อพูดคุยสนทนา (Discussion) บุคคลสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ในการพูดคุยกับบุคคลอื่นได้
4. เพื่อการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมรอบตัวของบุคคล

อัทคิน (Atkin, 1973) กล่าวว่า บุคคลที่มีการเปิดรับข่าวสารมาก ย่อมเป็นคนที่มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี เพราะข่าวสารจะทำให้บุคคลที่เปิดรับมีความทันสมัยรู้เท่าทันสถานการณ์ต่าง ๆ กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย อย่างไรก็ตามมนุษย์นั้นไม่ได้เปิดรับข้อมูลข่าวสารทั้งหมดที่เกิดขึ้น หรือผ่านเข้ามาทางการรับรู้ของมนุษย์ แต่มนุษย์จะเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์หรือเกี่ยวข้องกับตัวเองมากกว่า

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อ เกิดขึ้นในราวช่วงทศวรรษ 1970 ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังทฤษฎีผลกระทบสื่อ และหลังทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงสังคม โดยทั้งสองทฤษฎีมีการเชิงโต้ตอบมาก่อนนี้ เมื่อเทียบกับ Impact Theory มีข้อตกลงเบื้องต้นว่า สื่อมีพลังอำนาจในการโน้มน้าวผู้รับสารอย่างยิ่ง โดยทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อไม่เห็นด้วยกับแนวคิดนี้ เนื่องจากทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อสนใจการศึกษาปัจเจกบุคคล ทั้งนี้แนวคิดหลักพื้นฐานของทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อนั้น มีลักษณะ

สอดคล้องกับธรรมชาติ และมีคุณสมบัติสื่อใหม่อยู่หลายประการ เช่น ทักนะต่อผู้ใช้สื่อ ที่ว่าผู้ใช้สื่อมีลักษณะ Active เป็นผู้เลือกใช้สื่อ เป็นผู้เลือกรับสารเป็นระดับปัจเจกเป็นต้น โดยความต้องการและแรงจูงใจของผู้ใช้ เป็นตัวแปรแรกของทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ จากสื่อ ข้อตกลงเบื้องต้นของทฤษฎีนี้ คือ มนุษย์เราจะกระทำพฤติกรรมใดก็ตาม รวมทั้งพฤติกรรมการใช้สื่อก็เนื่องจากเกิดจากแรงจูงใจ ดังนั้น นักทฤษฎีในกลุ่มนี้พยายามค้นหาว่ามีความต้องการและแรงจูงใจอะไรบ้างที่ทำให้คนเปิดรับสื่อ เช่น เพื่อหลีกเลี่ยง หมายถึ การหลบหลีกกิจวัตรประจำวัน ปัญหา หรือผ่อนคลาย เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับคนอื่น เป็นการนำข้อมูลข่าวสารมาพูดคุยสนทนา, เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง เช่น ต่อย้าความเป็นวัฒนธรรม ทำความเข้าใจตนเอง หรือเพื่อสำรวจหาข้อมูล เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ในด้านใดด้านหนึ่ง (กาญจนา แก้วเทพและนิคม ชัยขุนพล, 2555) โดยกาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย และปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2543) ได้นำเสนอแบบจำลองการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจซึ่งเป็นแบบจำลองที่กำหนดขึ้นมาเพื่ออธิบายถึงกระบวนการในการรับสาร การใช้สื่อโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่แสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสาร เนื่องจากบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อ เพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ ซึ่งมีแบบจำลองดังนี้



ภาพที่ 2 แบบจำลองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ทั้งนี้ กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย และปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2543) ได้จำแนกประเภทของแรงจูงใจที่จะใช้สื่อและความพึงพอใจทั้งการแสวงหาข้อมูลและความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้ข้อมูล ดังต่อไปนี้ (1) การได้รับข้อมูลข่าวสารและคำแนะนำต่าง ๆ (2) การลดความรู้สึกไม่มั่นใจในตนเอง (3) การเรียนรู้เกี่ยวกับสังคมและโลกกว้าง (4) การหาข้อมูลสนับสนุนมาตอย้าค่านิยมที่ตนยึดถืออยู่ (5) การแสวงหาความเข้าใจอย่างกระจ่างแจ้งในเรื่องชีวิตของตนเองและผู้อื่น (6) เพื่อจะได้มีประสบการณ์ในการร่วมทุกข์ร่วมสุขกับคนอื่น (7) เพื่อจะได้หาความรู้ร่วมแบบ “หัวอกเดียวกัน” หรือมี “เพื่อนร่วมทุกข์ร่วมสุข” กับคนอื่น (8) เพื่อหลบหนีจากปัญหาและความวิตกกังวลอื่น ๆ (9) เพื่อเปิดประตูเข้าไปสู่โลกแห่งจินตนาการ (10) เพื่อฆ่าเวลา (11) เพื่อปลดปล่อยอารมณ์ และ (12) เพื่อหาแบบแผนในการดำเนินชีวิตประจำวัน

นอกจากนั้น แมคคอมส์ และเบกเกอร์ (McCombs & Becker, 1979) ได้อธิบายเกี่ยวกับความพึงพอใจไว้ว่า คนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อ หรือเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันไปด้วยเหตุผล เพราะว่าสื่อมวลชนนั้น ๆ สามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะของแต่ละบุคคล และสรุปว่าบุคคลใช้สื่อมวลชน เพื่อสนองความต้องการโดยเน้นการดำรงชีวิตในสังคมทั่วไป 6 ประการดังนี้ (1) เพื่อติดตามข่าวสาร เหตุการณ์ต่าง ๆ (surveillance) การเปิดรับสื่อทำให้ทราบว่าจะอะไรเป็นประเด็นสำคัญที่ควรให้ความสนใจ (2) เพื่อช่วยตัดสินใจ (Decision) การเปิดรับสื่อทำให้บุคคลสามารถกำหนดความคิดเห็นของตนต่อเหตุการณ์ หรือประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เนื่องจากมีข้อมูลในการตัดสินใจ (3) เป็นข้อมูลในการพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับสื่อทำให้บุคคลมีข้อมูลที่นำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้ (4) ต้องการมีส่วนร่วม (Participation) การเปิดรับสื่อช่วยสร้างให้บุคคลรู้สึกว่ามีอยู่ในเหตุการณ์ (5) เสริมสร้างความคิดเห็น (Reinforcement) การเปิดรับสื่อช่วยให้ความคิดเห็นของบุคคลมั่นคงยิ่งขึ้นและสนับสนุนการตัดสินใจที่ดำเนินการไปแล้ว และ (6) เพื่อความบันเทิง (Entertainment) ทำให้เกิดความเพลิดเพลิน ผ่อนคลายอารมณ์

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยวิธีการเชิงสำรวจแบบเก็บข้อมูลช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ใช้แบบสอบถามรูปแบบออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาอธิบายถึงพฤติกรรม การเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ ผู้ติดตาม Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร ทุกเพศ ทุกวัย จำนวน 207,926 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2566) ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างสำเร็จรูปของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน 5% หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยเครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม มีลักษณะคำถามแบ่งได้ 4 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
 - ส่วนที่ 2 ถามเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับของผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร
 - ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ของผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร
 - ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร
- ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการเผยแพร่แบบสอบถามรูปแบบออนไลน์

(Online Questionnaire) บน Facebook กรมส่งเสริมการเกษตรที่สร้างขึ้นใน Google Form โดยได้จัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ไปยังกรมส่งเสริมการเกษตรและได้รับอนุญาตให้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ และได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือน กรกฎาคม - สิงหาคม 2566 หลังจากนั้นได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มากที่สุด จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมาคืออายุ 41 – 50 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า มากที่สุด จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 และส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ มากที่สุด จำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 85.0 รองลงมาคือ เกษตรกร จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001–20,000 บาท มากที่สุด จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในภาคกลาง มากที่สุด จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5

พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร พบว่าส่วนใหญ่รู้จัก Facebook กรมส่งเสริมการเกษตรจากสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมส่งเสริมการเกษตร จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3 รองลงมาคือ สื่อบุคคล/เพื่อนร่วมงาน จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 มีการติดตามข้อมูลข่าวสารของ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร 1-2 วัน ต่อสัปดาห์ มากที่สุด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ ติดตามน้อยกว่า 1 วัน ต่อสัปดาห์ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 มีระยะเวลาการเข้าใช้งาน Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร น้อยกว่า 15 นาที จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมาคือ ใช้งาน 15–30 นาที จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 ใช้งาน Facebook กรมส่งเสริมการเกษตรช่วงเวลา 16.01–20.00 น. มากที่สุด จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมาคือเวลา 12.01–16.00 น. จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 ใช้อุปกรณ์มือถือ/สมาร์ทโฟน (Smart Phone) ในการเปิดรับมากที่สุด จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 81.8 รองลงมาคือ เครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer PC) จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 และโน้ตบุ๊ก (Notebook) จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

ทั้งนี้ผลการวิจัยยังพบอีกว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้งาน Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร เพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเกษตรในทุกๆ ด้าน มากที่สุด จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 81.8 รองลงมาคือ เพื่อรับรู้ข่าวสารเตือนภัยเกี่ยวกับปัญหาภาคการเกษตร จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 ในส่วนของ เพื่อแบ่งปันข้อมูล/แชร์รูปภาพ และส่งต่อเนื้อหาความรู้ด้านการเกษตร และเพื่อรับรู้ข้อมูลในการเข้าอบรมพัฒนาทักษะเพิ่มองค์ความรู้ด้านการเกษตรต่าง ๆ มีจำนวนเท่ากัน คือ จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 นอกจากนี้ยังมีความสนใจต่อประเภทข้อมูลข่าวสาร Facebook กรมส่งเสริมการเกษตรมากที่สุด คือ ข่าวเตือนภัยธรรมชาติ/แมลง/โรคพืช ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) รองลงมาคือ ข่าวคำแนะนำการปลูก/การดูแลพืช ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$)

การใช้ประโยชน์ของผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตรพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ประโยชน์ในการรับทราบข้อมูลข่าวสาร ความเป็นไปของแวดวงเกษตร นำความรู้ไปปรับใช้กับอาชีพ/งานของตนเอง และประกอบการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม/โครงการ มากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ย

เท่ากันอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.16$) รองลงมาคือรับทราบเทคโนโลยี/นวัตกรรม/องค์ความรู้ใหม่ ๆ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.14$) นำข้อมูลไปแชร์ หรือส่งต่อให้กับผู้อื่นได้รับทราบ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$) นำข้อมูลด้านการเกษตรที่ได้รับไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.00$) และคลายข้อสงสัยเมื่อได้รับข้อมูลข่าวสาร จากเนื้อหาถาม-ตอบ ปัญหาเกี่ยวกับการเกษตร (Q&A) ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.98$) ตามลำดับ

ความพึงพอใจของผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในเรื่อง มีความน่าเชื่อถือของข้อมูล มากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.25$) รองลงมาคือ มีภาพประกอบตรงกับเนื้อหาที่นำเสนอ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.17$) มีภาพประกอบ/กราฟิกสวยงาม ทันสมัย สื่อสารเข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.12$) ผู้ที่ติดตามสามารถนำภาพ/เนื้อหา/ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรที่เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ต่อได้ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.11$) มีเนื้อหาที่พอดี ไม่ยาวหรือสั้นจนเกินไป ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$) ผู้ที่ติดตามสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลได้ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.05$) ใช้ภาษาในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร ที่เข้าใจง่าย ไม่ใช้ภาษาทางเทคนิคมากเกินไป ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.04$) มีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.03$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร พบว่าผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร เป็นเพศหญิง มากที่สุดรองลงมาคือเพศชาย สอดคล้องกับ แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ ของ ปรมะ สตะเวทิน (2539) กล่าวว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความ แตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะสังคม วัฒนธรรมได้คาดหวัง และกำหนดบทบาท กิจกรรมของแต่ละเพศไว้ต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยทางสื่อสารมวลชน ของ Wiilo , Goldhabers & Yates (1980) ที่กล่าวว่าเพศหญิงมีแนวโน้ม และความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย

นอกจากนี้ลักษณะทางประชากรศาสตร์ยังพบว่า ผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปีมากที่สุด รองลงมาคืออายุ 41 – 50 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี/เทียบเท่ามากที่สุด ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจมากที่สุด รองลงมาคือ เกษตรกร โดยมีลักษณะอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรมากที่สุด มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท มากที่สุด สอดคล้องกับ ยุบล เบญจรงค์กิจ (2533) ที่ได้กล่าวว่า ผู้ที่มีรายได้สูงนั้นมักมีการศึกษาสูง มีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี จึงมักถูกผลักดันให้มีความจำเป็นที่ต้องเรียนรู้หาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์เสมอ การเปิดรับสื่อจึงมีความจำเป็นสำหรับ ผู้รับสารกลุ่มนี้มากกว่า และสอดคล้องกับ ปรมะ สตะเวทิน (2546) ที่กล่าวเรื่องการศึกษา ว่าเป็น ลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน จึงมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงส่งผลทำให้พฤติกรรม การสื่อสารของเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกัน

พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร พบว่า ผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร รู้จัก Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร จากสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมส่งเสริมการเกษตร มากที่สุด มีการติดตามข้อมูลข่าวสารของ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตรมากที่สุด 1-2 วันต่อสัปดาห์ โดยส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเข้าใช้งาน Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร น้อยกว่า 15 นาที และเข้าใช้งาน Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร ในช่วง เวลา 16.01-20.00 น. มากที่สุด ใช้อุปกรณ์ มือถือ/สมาร์ทโฟน (Smart Phone) ในการเปิดรับมากที่สุด ผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐชา อิศระกุล และ พิชราวดี ศรีบุญเรือง (2562) เรื่องการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ของเกษตรกรรุ่นใหม่ ที่พบว่า เกษตรกรรุ่นใหม่มีความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ ในระดับมาก โดยเกษตรกรรุ่นใหม่ส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟน (Smart Phone) ในการเชื่อมต่อสื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุดและมีวัตถุประสงค์ในการใช้งาน เพื่อติดตามเหตุการณ์ข่าวสารมากที่สุด นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร มีพฤติกรรมการเปิดรับเพื่อรับข้อมูลข่าวสารการเกษตรในทุกๆ ด้าน มากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อรับรู้ข่าวเตือนภัยเกี่ยวกับปัญหาการเกษตร ซึ่งมีความต้องการในทิศทางเดียวกันกับค่าเฉลี่ยความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อประเภทข้อมูลข่าวสาร Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร มากที่สุดคือ ข่าวเตือนภัยธรรมชาติ/แมลง/โรคพืช และ รองลงมาคือ ข่าวคำแนะนำการปลูก/การดูแลพืช สอดคล้องกับแนวคิดของอัทกิน (Atkin, 1973) ที่กล่าวว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมเป็นคนที่มีความรู้ ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี เพราะข่าวสารจะทำให้บุคคลที่เปิดรับทันสมัยรู้เท่าทันสถานการณ์ต่าง ๆ มากกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย อย่างไรก็ตามมนุษย์นั้นไม่ได้เปิดรับข้อมูลข่าวสารทั้งหมดที่เกิดขึ้น หรือผ่านเข้ามาทางการรับรู้ของมนุษย์ แต่มนุษย์จะเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์หรือเกี่ยวข้องกับตัวเองมากกว่า

การใช้ประโยชน์ของผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร พบว่า ผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร ส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์เพื่อ รับทราบข้อมูลข่าวสาร ความเป็นไปของแวดวงเกษตร , นำความรู้ไปปรับใช้กับอาชีพ/งานของตนเอง และ ประกอบการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม/โครงการ อยู่ในระดับมาก ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดหลักพื้นฐานของทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อ ซึ่งข้อตกลงเบื้องต้นของทฤษฎีนี้คือ มนุษย์เราจะกระทำพฤติกรรมใดก็ตาม รวมทั้งพฤติกรรมการใช้สื่อก็เนื่องจากเกิดแรงจูงใจ เช่น เพื่อหลีกเลี่ยง หมายถึงการหลบหลีกกิจกรรมประจำวัน ปัญหา หรือผ่อนคลาย , เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับคนอื่น เป็นการนำข้อมูลข่าวสารมาพูดคุยสนทนา เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง เช่น ตอกย้ำความเป็นวัฒนธรรม ความเข้าใจตนเอง หรือเพื่อสำรวจหาข้อมูล เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ในด้านใดด้านหนึ่ง (กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล, 2555)

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ แมคคอมส์ และเบกเกอร์ (McCombs & Becker, 1979) ที่ว่าคนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อ หรือเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันไปด้วยเหตุผลเพราะว่าสื่อมวลชนนั้น ๆ สามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะของแต่ละบุคคล และยังมีความเห็นว่าบุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการโดยเน้นการดำรงชีวิตในสังคมทั่วไป 6 ประการคือ (1) เพื่อติดตามข่าวสาร เหตุการณ์ต่าง ๆ (surveillance)

การเปิดรับสื่อทำให้ทราบว่าอะไรเป็นประเด็นสำคัญที่ควรให้ความสนใจ (2) เพื่อช่วยตัดสินใจ (Decision) การเปิดรับสื่อทำให้บุคคลสามารถกำหนดความคิดเห็นของตนต่อเหตุการณ์หรือประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เนื่องจากมีข้อมูลในการตัดสินใจ (3) เป็นข้อมูลในการพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับสื่อทำให้บุคคลมีข้อมูลที่นำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้ (4) ต้องการมีส่วนร่วม (Participation) การเปิดรับสื่อช่วยสร้างให้บุคคลรู้สึกว่ามีอยู่ในเหตุการณ์ (5) เสริมสร้างความคิดเห็น (Reinforcement) การเปิดรับสื่อช่วยให้ความคิดเห็นของบุคคลมั่นคงยิ่งขึ้นและสนับสนุนการตัดสินใจที่ดำเนินการไปแล้ว และ (6) เพื่อความบันเทิง (Entertainment) ทำให้เกิดความเพลิดเพลิน ผ่อนคลายอารมณ์

ความพึงพอใจของผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร พบว่า ผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร มีความพึงพอใจในส่วนของเนื้อหาที่มีความน่าเชื่อถือของข้อมูลอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือมีภาพประกอบตรงกับเนื้อหาที่น่าสนใจ มีภาพประกอบ/กราฟิกสวยงามทันสมัย สื่อสารเข้าใจง่าย ผู้ที่ติดตามสามารถนำภาพ/เนื้อหา/ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรที่เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ต่อได้ มีเนื้อหาที่พอดี ไม่ยาวหรือสั้นจนเกินไป ผู้ที่ติดตามสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลได้ ใช้ภาษาในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร ที่เข้าใจง่าย ไม่ใช้ภาษาทางเทคนิคมากเกินไป มีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ตามลำดับ สอดคล้องกับกาญจนา แก้วเทพกิตติ กันภัย และปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2543) กล่าวว่า การใช้สื่อโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ที่แสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสาร โดยบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อ เพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ควรมีผู้ดูแลระบบหรือนักวิชาการเกษตรที่เชี่ยวชาญ สำหรับตอบคำถามหรือข้อสงสัยที่ส่งเข้ามาในข้อ ความ (อินบ็อก) อย่างเข้าใจปัญหาและรวดเร็วที่สุด เพื่อให้ผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตรที่ประสบปัญหาทางด้านเกษตรสามารถนำคำตอบที่ได้ไปปรับใช้และแก้ไขปัญหานั้นได้ทันที

2. ควรนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้เป็นปัจจุบันมากที่สุด อาทิ โรคพืช แมลงศัตรูพืช ภัยพิบัติ

3. ใช้ภาพประกอบในการนำเสนอข่าวให้เป็นปัจจุบัน ไม่ใช้ภาพซ้ำบ่อยจนเกินไป

4. ควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการฝึกอบรม ประกาศรับสมัครงานด้านเกษตรมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ใช้ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตร ซึ่งได้ศึกษาตัวแปรการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ หากมีการศึกษาครั้งต่อไป ควรที่จะเลือกศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ความต้องการ ทักษะคิด เป็นต้น เพื่อให้ทราบข้อมูลที่นำมาปรับใช้กับ Facebook กรมส่งเสริมการเกษตรมากยิ่งขึ้น

2. ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มอาชีพที่หลากหลาย โดยมีอาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ มากที่สุด รองลงมาคือ เกษตรกร หากมีการศึกษาครั้งต่อไป ควรที่จะเลือกศึกษาแบบกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้แคบลง เช่น เจาะจงเฉพาะกลุ่มเกษตรกรเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของกรมส่งเสริมการเกษตรมากที่สุด และนำไปสู่การผลิตเนื้อหาเพื่อเผยแพร่ได้ตรงความต้องการมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย และปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2543) *มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่* กรุงเทพฯ : เอ็ดดิสัน เพรสโปรดักส์.

_____ และ นิคม ชัยชุมพล (2555) *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา* กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์จำกัด.

กองแผนงาน กรมส่งเสริมการเกษตร (2565) *แนวทางการดำเนินงาน กรมส่งเสริมการเกษตร ประจำปีงบประมาณ 2566* กองแผนงาน กรมส่งเสริมการเกษตร กรุงเทพฯ: บริษัท นิวัตรมดาการพิมพ์ (ประเทศไทย).

ณัฐชา อิศระกุล และ พัทธราวุธ ศรีบุญเรือง (2562) การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ของเกษตรกรรุ่นใหม่ นวัตกรรมสร้างสรรค์ไทยเพื่อเป้าหมายในการพัฒนาอย่างยั่งยืน *การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 58*. น. 608-615.

ประม อดะเวทิน (2539) *การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี* กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์. _____ (2546) *หลักนิเทศศาสตร์* กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2533) *การวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis)* กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

Atkin, C. K. (1973) *New model for mass communication research* New York : Free Press.

McCombs, M. E., & Becker, L. E. (1979) *Using mass communication theory* New Jersey : Prentice-Hall.

Willo, O.A. Goldhabers, G.M. & Yates, M.P. (1980) *Organization Communication Research: Time for Reflection In Dan Nimmo (ed.)*. Communication Yearbook 4. New Jersey: International Communication Association.

ระบบออนไลน์

SIMON KEMP (2023) *DIGITAL 2023 : THAILAND. Data Reportal*. สืบค้นจาก <https://datareportal.com/reports/digital-2023-thailand>.