



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (ส่งเสริมการเกษตร)

ปริญญา

ส่งเสริมการเกษตร

ส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง การใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรในกรมส่งเสริมการเกษตร

Using Social Media for Supporting Work of Personnel in Department of
Agricultural Extension

นามผู้วิจัย นายภูริวัจน์ ธนาโรจน์ปิติพร

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รองศาสตราจารย์พิชัย ทองดีเลิศ, ค.ด.)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(รองศาสตราจารย์สาวตรี รังสิภัทร์, Ph.D.)

หัวหน้าภาควิชา

(รองศาสตราจารย์พิชัย ทองดีเลิศ, ค.ด.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์กัญญา ชีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ เดือน พ.ศ.

สิงสีทงิ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

การใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรในกรมส่งเสริมการเกษตร

Using Social Media for Supporting Work of Personnel in
Department of Agricultural Extension

โดย

นายภูริวัจน์ ธนาโรจน์ปิติพร

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ส่งเสริมการเกษตร)

พ.ศ. 2557

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กิริวัฒน์ ธนาโรจน์ปิณฑิพร 2557: การใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรในกรมส่งเสริมการเกษตร ปรินญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (ส่งเสริมการเกษตร) สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์ พิชัย ทองดีเลิศ, ค.ศ. 119 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคล 2) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อสังคม 3) พฤติกรรมในการใช้งานสื่อสังคม 4) การใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากร 5) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากร 6) ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ในสื่อสังคมกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากร 7) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ บุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตรจำนวน 188 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาและ ค่าไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า 1) บุคลากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 57.4) มีอายุอยู่ในช่วง 46–60 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 34.1) การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 50) มีตำแหน่งเป็นนักวิชาการระดับชำนาญการมากที่สุด (ร้อยละ 46.8) 2) มีความรู้ในระดับมาก (ร้อยละ 89.4) 3) ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมจำนวน 4–6 ครั้งต่อวัน (ร้อยละ 36.7) ช่วงเวลาที่มีการใช้งานสื่อสังคมมากที่สุดคือ 8.01–12.00 น. (ร้อยละ 83.5) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้งานสื่อสังคมมากกว่า 3 ปี (ร้อยละ 80.9) อุปกรณ์ในการใช้งานสื่อสังคมได้แก่ คอมพิวเตอร์ (ร้อยละ 88.3) โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน (ร้อยละ 82.4) สถานที่เข้าใช้งานสื่อสังคมมากที่สุดคือที่บ้านหรือหอพัก (ร้อยละ 93.6) ชนิดของสื่อสังคมที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามใช้งานมากที่สุดคือ Facebook (ร้อยละ 93.1) และ Youtube (ร้อยละ 92) 4) บุคลากรส่วนใหญ่มีระดับการใช้งานสื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานอยู่ในระดับมากทางด้านการติดต่อสื่อสาร และในระดับปานกลางทางด้านสารสนเทศและการสร้างสังคมเกษตร และด้านการกระจายข่าวสาร

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า 5) ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร 6) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร 7) ความถี่ในการเข้าใช้งานสื่อสังคม ประสบการณ์ในการใช้งานสื่อสังคม อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 อุปกรณ์อื่นๆ และชนิดของสื่อสังคม Google+ มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

Phuriwat thanarotpitiporn 2014: Using Social Media for Supporting Work of Personnel in Department of Agricultural Extension. Master of Science (Agricultural Extension), Major Field: Agriculture Extension, Department of Agricultural Extension and Communication. Thesis Advisor: Associate Pichai Tongdeelert, Ph.D. 119 pages.

The object of this research were : 1) to study personnel factors, 2) to examine knowledge about social media, 3) to identify behavior in using social media, 4) to indicate using social media for supporting work, and 5) to test the relationship between personnel factor ; knowledge about social media; behavior in using social media and using social media for supporting work. Samples were 188 personnel from Department of Agricultural Extension. Data were collected by using the questionnaire. Statistic to analyze data included the descriptive statistic and Chi-square test.

Research findings revealed that 1) most personnel were female (57.4%), aged between 46-60 years old (34.1%), attained Bachelor's degree (50%), held the position at the expert level (46.8%), 2) They gained knowledge at the high level (89.4%), 3) They used social media 4-6 time/day (36.7%), from 8.01-12.00 am (83.5%). Most of them had experiences in using social media more than 3 years (80.9%). Device for using social media thru computer (88.3%), smart phone (82.4%). They used social media at home or at dormitory (93.6%). Types of social media used mostly were Facebook (93.1%) and Youtube (92%). 4) Most personnel used social media for supporting work on the aspect of communication at the high level. On the aspect of agricultural information technology, agricultural social building, and disseminating information, however, were used by social media for work support at the moderate level.

Hypothesis testing revealed that 5) there were not relationship between personnel factor, Knowledge and using social media for supporting work. On the other hand, frequency, experiences, computer device for using social media were statistically related to using social media for supporting work at 0.05 level of significance. Google+, a type of social media, was also statistically related to using social media for work support at 0.01 level of significance.

Student's signature

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาให้คำปรึกษา ให้คำแนะนำ และตรวจแก้ไขจากรองศาสตราจารย์ดร.พิชัย ทองดีเลิศ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และรองศาสตราจารย์ดร.สาวิตรี รังสิภัทร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม รองศาสตราจารย์ดร.พัฒนา สุขประเสริฐ ประธานการสอบ และผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตรวจสอบแก้ไข วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ มา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อพิศลย์ คุณแม่ปวันรัตน์ ธนาโรจน์ปิติพร และครอบครัว ธนาโรจน์ปิติพร ที่เป็นกำลังใจ และให้การสนับสนุนตลอดระยะเวลาการศึกษา และขอขอบพระคุณบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร เพื่อนานิสิตปริญญาโทสาขาส่งเสริมการเกษตร และเจ้าหน้าที่ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตรที่คอยช่วยเหลือและเป็นกำลังใจที่ดีมาโดยตลอด

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบแด่ครอบครัวธนาโรจน์ปิติพร ที่คอยช่วยเหลือ แนะนำ ให้กำลังใจ และสนับสนุนทุนการศึกษาเป็นอย่างดีตลอดเวลา จนสำเร็จการศึกษา ญาติ พี่น้อง เพื่อนๆ คณะครูอาจารย์ทุกท่านที่คอยสั่งสอนให้ความรู้ คำแนะนำ ให้การศึกษารั้งนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี

ภูริวัจน์ ธนาโรจน์ปิติพร

มิถุนายน 2557

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(3)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	12
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร	12
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	21
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่ายสังคม	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	60
กรอบแนวคิดในการวิจัย	65
สมมติฐานการวิจัย	66
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	67
ประชากร	67
กลุ่มตัวอย่าง	67
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	68
การวัดค่าตัวแปร	69
การสร้างเครื่องมือในการวิจัย	71
การทดสอบเครื่องมือ	71
การเก็บรวบรวมข้อมูล	71
การวิเคราะห์ข้อมูล	72

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์	73
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของบุคลากรผู้ตอบแบบสอบถาม	73
ตอนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคม	75
ตอนที่ 3 พฤติกรรมในการใช้งานสื่อสังคม	77
ตอนที่ 4 การใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน	81
ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน	84
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	97
สรุปผลการวิจัย	97
อภิปรายผล	100
ข้อเสนอแนะ	101
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	103
ภาคผนวก	107
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	108
ภาคผนวก ข การทดสอบเครื่องมือ	114
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	119

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงประชากรและกลุ่มตัวอย่างของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร	68
2	จำนวนและร้อยละของบุคลากรจำแนกตามเพศ	73
3	จำนวนและร้อยละของบุคลากรจำแนกตามช่วงอายุ	74
4	จำนวนและร้อยละของบุคลากรจำแนกตามระดับการศึกษา	74
5	จำนวนและร้อยละของบุคลากรจำแนกตามตำแหน่งหน้าที่	75
6	จำนวนและร้อยละของบุคลากรด้านความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมจำแนกเป็นรายชื่อ	75
7	จำนวนและร้อยละของบุคลากรจำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมโดยรวม	77
8	จำนวนและร้อยละของบุคลากรจำแนกตามความถี่ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมโดยเฉลี่ย	77
9	จำนวนและร้อยละของบุคลากรจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้สื่อสังคม	78
10	จำนวนและร้อยละของบุคลากรจำแนกตามประสบการณ์ในการใช้งานสื่อสังคม	78
11	จำนวนและร้อยละของบุคลากรจำแนกตามอุปกรณ์ที่ใช้งานสื่อสังคม	79
12	จำนวนและร้อยละของบุคลากรจำแนกตามสถานที่ใช้งานสื่อสังคม	79

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
13	จำนวนและร้อยละของบุคลากรจำแนกตามชนิดของสื่อสังคมที่ เข้าใช้งาน	80
14	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของบุคลากรจำแนก ตามระดับการใช้งานสื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน	81
15	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของบุคลากรกับการใช้สื่อสังคมเพื่อ สนับสนุนการทำงาน	84
16	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของบุคลากรกับการใช้สื่อสังคมเพื่อ สนับสนุนการทำงาน	85
17	ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของบุคลากรกับการใช้สื่อ สังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน	87
18	ความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งหน้าที่ของบุคลากรกับการใช้สื่อสังคม เพื่อสนับสนุนการทำงาน	88
19	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) และค่า p-value ระหว่างความรู้ เกี่ยวกับสื่อสังคมการเกษตรของบุคลากรกับการใช้สื่อสังคมเพื่อ สนับสนุนการทำงาน	89
20	ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดย เฉลี่ยกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน	90
21	ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาต่างๆที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการใช้ สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน	91

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
22	ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการใช้งานสื่อสังคมกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน	92
23	ความสัมพันธ์ระหว่างอุปกรณ์ในการใช้งานสื่อสังคมกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน	93
24	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน	94
25	ความสัมพันธ์ระหว่างชนิดของสื่อสังคมที่ใช้งานกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน	94
26	ค่าเฉลี่ยของการพัฒนาเชิงระบบ	101

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและสำคัญของปัญหา

การสื่อสาร เป็นกระบวนการเกิดขึ้นเป็นปกติวิสัยของคนทุกคน และมีความเกี่ยวข้องไปถึงบุคคลอื่น ตลอดจนถึงสังคมที่แต่ละคนเกี่ยวข้องอยู่ ไม่ว่าจะทำสิ่งใด ล้วนต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือช่วยให้บรรลุจุดประสงค์ทั้งสิ้น จะเห็นได้จากการที่คนพยายามคิดค้นและพัฒนาวิธีการสื่อสารมาตั้งแต่สมัยโบราณ ทั้งภาษาพูด ภาษาเขียน ตลอดจนเครื่องมือหรือเทคนิควิธีการต่างๆ ล้วนเกิดจากความพยายามอย่างสูงของคน ต่อเนื่องมาหลายชั่วอายุ หากการสื่อสารไม่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งแล้ว เครื่องมือและวิธีการสำหรับการสื่อสารต่างๆ เหล่านี้ก็คงไม่เกิดขึ้นและพัฒนามาให้เห็นดังเช่นในปัจจุบัน ในสภาพสังคมที่คนจะต้องเกี่ยวข้องกันมากขึ้นโดยเฉพาะสื่อเครือข่ายสังคมที่เข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้นต่อการสื่อสารของคนทุกคนในสังคมซึ่งอาจกล่าวได้ว่าสื่อเครือข่ายสังคมเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการติดต่อสื่อสารของคนในสังคม และถ้าหากคนในสังคมขาดความรู้ความเข้าใจในการสื่อสาร ไม่สามารถถ่ายทอดความรู้ความคิด หรือทำให้เกิดความเข้าใจระหว่างกันซึ่งอาจจะทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ในการใช้สื่อเครือข่ายสังคม ดังนั้นในการใช้สื่อเครือข่ายสังคมบุคคลผู้ใช้สื่อเครือข่ายสังคมจะต้องมีความรู้และความเข้าใจในการสื่อสาร นอกจากนี้ต้องมีความรู้และความเข้าใจในการใช้สื่อเครือข่ายสังคมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น

Social Media หรือ สื่อสังคมเป็นสื่อมีเดียอีกทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยให้การสื่อสารของคนในสังคมเกิดขึ้นได้ ทุกวันนี้สื่อสังคมได้กลายเป็นปัจจัยทางการสื่อสารของมนุษย์ในสังคมทั้งภายในกลุ่มย่อยจนถึงสังคมระดับโลก ด้วยลักษณะของสื่อสังคมที่เป็นการเชื่อมโยงวงกว้างที่เกิดจากการเชื่อมโยงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเข้าด้วยกันเป็นการเชื่อมโยงสังคมในวงเล็กๆ ที่หลากหลายของคนในแต่ละกลุ่มเข้าไว้ด้วยกันจึงทำให้เกิดเครือข่ายสังคมที่มีการขยายตัวอยู่ตลอดเวลา ด้านความรวดเร็วการที่เครือข่ายสังคมทำงานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตดังนั้นความเร็วในการสื่อสารจึงเป็นไปอย่างรวดเร็วแบบทันทีทันใดซึ่งส่งผลให้การสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมเกิดการโต้ตอบได้ทันที ในส่วนของการเข้าถึงสื่อสังคม การที่สื่อสังคมทำงานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งเชื่อมโยงเครือข่ายได้ทั้งแบบการใช้สาย แบบไร้สาย การเชื่อมโยงผ่านสัญญาณดาวเทียม อีกทั้งในปัจจุบันอุปกรณ์ที่รองรับการใช้งาน

สามารถรองรับได้ด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งถือว่าเป็นอุปกรณ์พื้นฐานที่มนุษย์เกือบทุกคนมีไว้ใช้งาน จึงเป็นการเปิดโอกาสให้การเข้าถึงสื่อสังคมไม่มีข้อจำกัดแต่อย่างใด

ในปัจจุบันสื่อสังคมมีบทบาทเพิ่มมากขึ้น และยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นอีกในอนาคต ในด้านการเกษตรสื่อสังคมจัดเป็นหนึ่งในช่องทางในการติดต่อสื่อสารที่มีความสำคัญทั้งในด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการสืบค้นข้อมูล ยกตัวอย่างเช่น ปัจจุบันหน่วยงานรัฐและเอกชนบางหน่วยงานหันมาใช้บริการสื่อเครือข่ายสังคมในการติดต่อกันภายในหน่วยงานเพื่อลดค่าใช้จ่ายและเป็นการประหยัดเวลาในการติดต่อกันภายใน ในส่วนของภาครัฐได้มีการจัดทำแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยมีเป้าหมายมุ่งเน้นในเรื่องการบูรณาการข้อมูล ภาครัฐ ภาคการเกษตร ที่ต้องครบถ้วน แม่นยำ สามารถเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนในระดับประเทศ และระดับนานาชาติได้ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการยกระดับการดำเนินงานและการให้บริการด้าน ICT ของหน่วยงานภาครัฐ ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นและเป็นการลดช่องว่างในการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศและองค์ความรู้ของประชาชน ของกลุ่มคนทั้งในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค โดยเฉพาะประชาชนที่เกี่ยวข้องกับภาคการเกษตร ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหน่วยงานภาครัฐเล็งเห็นถึงความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีการเชื่อมโยงข้อมูลกันในระดับประเทศซึ่งสื่อสังคมก็เป็นหนึ่งในการเชื่อมโยงเทคโนโลยีสารสนเทศ ในส่วนของการส่งเสริมการเกษตรนักส่งเสริมการเกษตรสมัยใหม่จึงควรมีทั้งหน้าที่ในการถ่ายทอดความรู้ สร้างแหล่งความรู้ และช่วยกันปรับปรุงความรู้ทางการเกษตรให้ทันสมัย ด้วยสื่อสังคมหากนักส่งเสริมทุกคนช่วยกันสร้างแหล่งความรู้ ในอนาคตก็จะมีข้อมูลทางการเกษตรครอบคลุมทุกด้านและสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ทันสมัยอยู่ตลอด ในด้านการค้าและธุรกิจเกษตรถือว่าเป็นยุคทองของการใช้สื่อสังคมเพื่อธุรกิจเนื่องจากสื่อเครือข่ายสังคมเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงตัวของผู้ใช้ได้จริง เพราะพฤติกรรมของผู้ใช้สื่อสังคมจะมีการใช้สื่ออยู่แทบทุกวันจึงเป็นโอกาสของผู้ทำธุรกิจในการหาลูกค้าใหม่ และรักษาลูกค้าเก่า ให้มีความรู้สึกใกล้ชิดกันตลอดเวลา เหมือนกับการให้บริการและดูแลหลังการขาย ซึ่งเป็นหลักการที่ดีในการทำธุรกิจ เช่น ปัจจุบันบริษัทเคมีเกษตรหลายบริษัทใช้สื่อสังคมในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าของตนเอง นอกจากนี้ยังใช้สื่อสังคมในการติดต่อกับลูกค้าส่งที่เป็นร้านค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกใกล้ชิดกับบริษัท และยังอาจใช้ในการสั่งสินค้ากับบริษัทอีกด้วย

จากที่กล่าวมาจะเห็นว่าสื่อสังคมมีอิทธิพลต่อการสื่อสารของคนในสังคมเป็นอย่างสูง ในทางการเกษตรเครือข่ายสังคมมีอิทธิพลต่อแหล่งข้อมูลความรู้ การค้าและธุรกิจ ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาการใช้เครือข่ายสังคมในงานส่งเสริมการเกษตร เพื่อต้องการทราบถึงปัจจัยต่างๆในการ

ใช้เครือข่ายสังคมเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการใช้เครือข่ายสังคมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเหมาะสมกับสังคมเกษตรของประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล
2. เพื่อศึกษาความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อสังคม
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้งานสื่อสังคม
4. เพื่อศึกษาการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตร
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ในสื่อสังคมกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตร
7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตร

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตพื้นที่และประชากรในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ เจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมการเกษตร โดยมีรายละเอียดดังนี้ กองพัฒนาการเกษตรพื้นที่เฉพาะ 21 คน กองวิจัยและพัฒนาการส่งเสริมการเกษตร 17 คน ศูนย์สารสนเทศ 26 คน สำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี 95 คน สำนักพัฒนาเกษตรกร 62 คน สำนักพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตร 61 คน สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร 71 คน รวมทั้งสิ้น 353 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น (Independent Variables)

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา และ ตำแหน่งหน้าที่
2. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อสังคม ได้แก่ ประเภทของสื่อสังคม และ คุณลักษณะของสื่อสังคม
3. พฤติกรรมในการใช้งานสื่อสังคม ได้แก่ ความถี่ในการใช้งาน ช่วงเวลาในการใช้งาน ประสิทธิภาพในการใช้งาน อุปกรณ์ในการเข้าใช้งาน สถานที่ในการใช้งาน และ ชนิดของสื่อสังคมที่ใช้งาน

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

การใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรในกรมส่งเสริมการเกษตร ได้แก่ ด้านสารสนเทศเกษตร ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการกระจายข่าวสาร และด้านการสร้างสังคมเกษตร

นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดศัพท์ที่ใช้เพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะขึ้นดังต่อไปนี้

สื่อสังคม (Social Media) หมายถึง สื่อที่ให้บริการสังคมออนไลน์ที่ประกอบกิจกรรมต่างๆ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ และ ไลน์ เป็นต้น

อายุ หมายถึง จำนวนปีเต็มของบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตร

เพศ หมายถึง ลักษณะบ่งชี้ความเป็นเพศชายหรือเพศหญิงแต่กำเนิดของกลุ่มประชากร

ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จการศึกษา แบ่งเป็น

1. มัธยมศึกษา

2. ปวช.- ปวส.

3. อนุปริญญา

4. ปริญญาตรี

5. ปริญญาโท

6. ปริญญาเอก

ตำแหน่งหน้าที่ หมายถึง ประเภทของกลุ่มประชากรที่ได้รับการแต่งตั้ง ได้แก่

1. ประเภททั่วไป ระดับปฏิบัติงาน

2. ประเภททั่วไประดับชำนาญงาน

3. ประเภททั่วไประดับอาวุโส

4. ประเภททั่วไประดับทักษะพิเศษ

5. ประเภทวิชาการระดับปฏิบัติการ

6. ประเภทวิชาการระดับชำนาญการ

7. ประเภทวิชาการระดับชำนาญการพิเศษ

8. ประเภทวิชาการระดับเชี่ยวชาญ

9. ประเภทวิชาการระดับทรงคุณวุฒิ

10. ประเภทอำนวยการระดับต้น

11. ประเภทอำนวยการระดับสูง

12. ประเภทบริหารระดับต้น

13. ประเภทบริหารระดับสูง

ประเภทของสื่อสังคม จำแนกได้ 3 ประเภท ได้แก่

1. แหล่งข้อมูลหรือความรู้
2. การสร้างเครือข่ายทางสังคม
3. การฝากแบ่งปันภาพ

คุณลักษณะของสื่อสังคม หมายถึง ลักษณะของสื่อสังคม 8 ลักษณะ ได้แก่

1. การเชื่อมโยงวงกว้าง
2. การขยายตัว
3. ความรวดเร็ว
4. การเข้าถึง
5. การตอบโต้ได้ทันที
6. การมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน

7. การติดตามสารสนเทศ

8. ผลกระทบสูง

ลักษณะการใช้งาน หมายถึง ลักษณะการใช้งานสื่อสังคมในกิจกรรมต่างๆ ได้แก่

1. ลักษณะการใช้สื่อสังคมเพื่อเผยแพร่ตัวตน
2. ลักษณะการใช้สื่อสังคมเพื่อเผยแพร่ผลงาน
3. ลักษณะการใช้สื่อสังคมเพื่อสืบค้นข้อมูล
4. ลักษณะการใช้สื่อสังคมเพื่อค้นหาบุคคลที่มีความสนใจตรงกัน
5. ลักษณะการใช้สื่อสังคมเพื่อทำงานร่วมกันกับบุคคลอื่น
6. ลักษณะการใช้สื่อสังคมเพื่อสร้างโลกเสมือน

ความถี่ในการใช้งาน หมายถึง จำนวนครั้งเฉลี่ยในการเข้าใช้งานสื่อสังคม แบ่งเป็น

1. 1-3 ครั้งต่อวัน
2. 4-6 ครั้งต่อวัน
3. 7-9 ครั้งต่อวัน
4. มากกว่า 10 ครั้งต่อวัน

ช่วงเวลาในการใช้งาน หมายถึง ช่วงเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้งานสื่อสังคม แบ่งเป็น

1. 08.01–12.00 น.

2. 12.01–16.00 น.

3. 16.01–20.00 น.

4. 20.01–00.00 น.

5. 00.01–04.00 น.

6. 04.01–08.00 น.

ประสบการณ์ในการใช้งาน หมายถึง จำนวนปีในการใช้งานสื่อสังคม แบ่งเป็น

1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี

2. 2–3 ปี

3. มากกว่า 3 ปี ขึ้นไป

อุปกรณ์ในการเข้าใช้งาน หมายถึง เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้งานสื่อสังคม ได้แก่

1. คอมพิวเตอร์

2. โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน

3. แท็บเล็ต

4. อื่นๆ

สถานที่ในการใช้งาน หมายถึง สถานที่ที่มีใช้งานสื่อสังคม ได้แก่

1. ที่บ้านหรือหอพัก
2. ที่ทำงานหรือสำนักงาน
3. ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่
4. อื่นๆ

ชนิดของสื่อสังคมที่ใช้งาน หมายถึง ชนิดของสื่อสังคมที่มีการใช้งาน ได้แก่

1. Facebook
2. Youtube
3. Twitter
4. Line
5. Pinterest
6. Yahoo!Answers
7. LinkedIn
8. Google+
9. Tagged

10. Tumblr

11. Instagram

การใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตร หมายถึง ระดับการใช้สื่อสังคมของบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตร ในการทำกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการทำงานตามที่ได้รับมอบหมาย ได้แก่

1. ด้านสารสนเทศเกษตร หมายถึง การใช้ประโยชน์ทรัพยากรสารสนเทศทางการเกษตร แบ่งเป็น ภาพ เสียง วิดีทัศน์ และบทความ ใน 3 มิติ คือ การรับ การส่ง และการแชร์ (แบ่งปัน)

2. ด้านการติดต่อสื่อสาร หมายถึง ช่องทางการติดต่อสื่อสารผ่านสื่อสังคม 5 ช่องทาง ได้แก่

1. กระดานสนทนา (Webboard)
2. การส่งข้อความ (Message)
3. การสนทนาระหว่างบุคคล (Chat)
4. การสนทนากลุ่ม (Group Chat)
5. การสนทนาแบบเห็นหน้า (Video Call)

3. ด้านการกระจายข่าวสาร หมายถึง การนำข้อมูลที่ผ่านการสังเคราะห์แล้วมากระจายข่าวสาร หรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคม แบ่งเป็น

1. กระจายข่าวสารภายในกลุ่ม
2. กระจายข่าวสารภายนอกกลุ่ม

3. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆของกลุ่ม

4. การให้บริการข่าวสารต่างๆ ของกลุ่ม

4. ด้านการสร้างสังคมเกษตร หมายถึง การนำสื่อสังคมมาเป็นช่องทางในการสร้างกลุ่มเกษตร หรือเครือข่ายเกษตร แบ่งเป็น

1. การจัดตั้งกลุ่มเกษตร

2. การชักชวนบุคคลอื่นเข้าร่วมกลุ่มเกษตร

3. การร่วมกิจกรรมของกลุ่มเกษตร

4. การเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มเกษตรของตนเองกับกลุ่มเกษตรอื่นๆ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยครั้งนี้ประโยชน์ที่จะได้รับคือ

เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการใช้สื่อสังคมเพื่อใช้ในการสนับสนุนการทำงานส่งเสริมการเกษตรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเกิดประโยชน์สูงสุด

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานในการกำหนดแนวทางการศึกษาในครั้งนี้ ได้จัดแบ่งเนื้อหา ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสังคม
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับงานส่งเสริมการเกษตร

ความหมายของการส่งเสริมการเกษตร

งานส่งเสริมการเกษตร ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับงานส่งเสริมการเกษตร ดังนี้

บุญธรรม จิตต์อนันต์ (2536: 34) กล่าวว่า การส่งเสริมการเกษตรหมายถึง การนำความรู้ วิธีการ และเทคนิคใหม่ๆ ทางเกษตรไปแนะนำเผยแพร่ให้แก่ประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรแล้วติดตามให้คำแนะนำช่วยเหลือจนบังเกิดผลสำเร็จ ขณะเดียวกันก็นำเอาปัญหาต่างๆ ทางเกษตรมาวิเคราะห์หาทางแก้ไข โดยมีวิธีการส่งเสริม 3 กลุ่ม คือ วิธีส่งเสริมรายบุคคล (individual methods) ในกรณีติดต่อส่งเสริมกับบุคคลเดียวในการสอน พบปะ หรือให้ความรู้กันเป็นกลุ่ม เรียกว่า วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่ม (group methods) และการทำงานที่เข้าถึงกลุ่มใหญ่ที่ต้องใช้สื่อเช่นเอกสารเผยแพร่

หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือการจัดนิทรรศการเข้าช่วย เรียกว่า วิธีการส่งเสริมมวลชน (mass methods)

ท่านอง สิงคาลวณิช (2518: 182) ได้ให้ความหมายว่า การส่งเสริมการเกษตรเป็นการบริการความรู้ประสบการณ์เกี่ยวกับศิลปะและวิทยาการทางการเกษตร ไปให้ประชาชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกร เพื่อนำไปใช้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงวิธีการผลิตให้ถูกต้อง และได้ผลผลิตตามที่ปรารถนา

ดิเรก ฤกษ์ห่วย (2527:10) อธิบายแนวคิดของงานส่งเสริมคือ ส่งเสริมการเกษตรเป็นกระบวนการในการให้การศึกษาออกโรงเรียน (out of school system) การศึกษาออกโรงเรียนไม่มีการจำกัดพื้นฐานชั้นต่ำของผู้เรียน เพื่อการมีอาชีพใหม่เพิ่มเติม หรือทำให้การประกอบอาชีพเพิ่มขีดความสามารถให้สูงขึ้น ไม่มีการจำกัด อายุ เพศ ของผู้เรียนระยะเวลาและสถานที่เรียนไม่จำกัดซึ่งสามารถเรียนที่ไหนก็ได้ แต่ที่สำคัญก็คือ ผู้เรียนต้องเรียนรู้โดยการปฏิบัติตนเอง

ดังนั้น ความหมายของการส่งเสริมการเกษตรโดยสรุป ก็คือ กระบวนการสอนที่จะทำให้เกษตรกรรู้จัก และสามารถพึ่งตนเองได้

ความสำคัญของการส่งเสริมการเกษตร

1. การส่งเสริมการเกษตร เป็นการให้การศึกษาที่มุ่งเน้นในการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตการเกษตร พร้อมทั้งมีการอนุรักษ์ พัฒนาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นปัจจัยการผลิตอย่างฉลาดที่สอดคล้องกับสถานะและความต้องการของตลาด การอุตสาหกรรม อันจะเป็นการสร้างและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและพื้นฐานทางเศรษฐกิจ สังคมและความมั่นคงประเทศ

2. การส่งเสริมการเกษตร เป็นการสนับสนุนช่วยเหลือผู้ประกอบการอาชีพเกษตรกรที่เป็นชาวไร่ ชาวนาผู้เลี้ยงปศุสัตว์และประมง ยุวเกษตรกร และแม่บ้านเกษตรกร ที่ทำการผลิตโดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ทั้งในชุมชน ท้องถิ่นชนบท ให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างยั่งยืนในการแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และ เป็นการปรับปรุงของสังคมและเศรษฐกิจของประชาชนและของประเทศให้ดีขึ้น

3. การส่งเสริมการเกษตรที่มีคุณภาพ จะช่วยปรับปรุงและเสริมสร้างประสิทธิภาพ และสมรรถภาพของเกษตรกรในการประกอบอาชีพและการดำรงชีพ การส่งเสริมที่ดีสามารถช่วยให้

เกษตรกรเกิดความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพ เพิ่มทักษะสมรรถภาพ และความสามารถ และประสิทธิภาพในการผลิตของเกษตรกร เป็นการสร้างเสริม กระตุ้นเตือนให้เกิดความปรารถนา อย่างแรงกล้าที่จะเรียนรู้เพื่อการพัฒนา อาชีพและคุณภาพชีวิตของตนเองและครอบครัวตลอดไป

วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการเกษตร

การส่งเสริมการเกษตรมีวัตถุประสงค์หลัก ดังต่อไปนี้

1. เพื่อให้บริการเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการและเทคโนโลยีที่จำเป็นในการพัฒนา พฤติกรรม ของบุคคลเป้าหมายที่เป็นตัวเกษตรกร แม่บ้านเกษตรกร เยาวชนเกษตรกร และผู้สนใจทั่วไปในการพัฒนา ด้วยตนเอง เพื่อตนเองในด้าน

1.1 ความรู้ ความเข้าใจ

1.2 ทักษะการปฏิบัติ

1.3 ทัศนคติที่นิยมชมชอบ

1.4 นิสัยที่ดีในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

1.5 คุณภาพชีวิตที่ดี

2. เพื่อพัฒนามาตรฐานความเป็นอยู่ของครอบครัวของบุคคลเป้าหมายและของประเทศชาติ ในด้าน

2.1 อาหาร

2.2 เลหกิจใน ครัวเรือน

2.3 รายได้

2.4 ความสัมพันธ์ในครัวเรือน

2.5 ประสิทธิภาพในการผลิต

3. เพื่อพัฒนาชุมชนเกษตรให้เจริญก้าวหน้าในด้าน

3.1 ด้านจิตใจ สังคม วัฒนธรรม สันทนาการและชีวิตชุมชนชนบท

3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชน

3.3 การมีอำนาจต่อรอง

3.4 การเข้าถึงการบริการจากรัฐ

3.5 สภาพแวดล้อมของชุมชนที่สามารถพึ่งตนเองได้

4. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและกำไรสุทธิด้านการเกษตรอย่างยั่งยืน โดยใช้เทคนิค
วิธีการผลิตที่เหมาะสมในด้าน

4.1 พันธุ์พืช / สัตว์

4.2 การเตรียมดิน การเพาะปลูก

4.3 การบำรุงดูแลรักษา

4.4 การเก็บเกี่ยวและการจัดการผลผลิต

4.5 การตลาด ป้อนจ่ายการผลิตและผลผลิต

4.6 การใช้ปัจจัยการผลิต

5. เพื่อให้เกษตรกรได้รับข่าวสารข้อมูลและการบริการสนับสนุนที่จำเป็นและเพียงพอต่อการผลิตด้านการเกษตรในด้าน

5.1 ด้านวิชาการเทคโนโลยี

5.2 ด้านการตลาด

5.3 ด้านการแปรรูป

5.4 แหล่งสินเชื่อ เงินทุน

5.5 โรค / แมลงศัตรูพืช

5.6 ด้านอื่นๆ

6. เพื่อให้เกษตรกรรู้จักการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างชาญฉลาดในด้าน

6.1 ทรัพยากรดิน

6.2 ทรัพยากรน้ำ

6.3 ทรัพยากรป่าไม้

6.4 ทรัพยากรสัตว์ป่า

องค์ประกอบของการส่งเสริมการเกษตร

การส่งเสริมการเกษตรมีองค์ประกอบหลัก 6 ส่วน ได้แก่

1. บุคคลผู้ทำหน้าที่ส่งเสริม หมายรวมถึง นักส่งเสริมการเกษตร นักวิชาการเกษตรและเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพ

2. เนื้อหาสาระวิชาการ ทักษะประสบการณ์และเทคโนโลยีที่เหมาะสมที่มุ่งเน้นด้านการปฏิบัติซึ่งจะนำไปถ่ายทอดให้แก่บุคคลเป้าหมาย

3. หน่วยงาน องค์กร สถาบันที่สนับสนุนวิชาการและปัจจัยการผลิตต่างๆ

4. เทคนิควิธีการ วัสดุอุปกรณ์เครื่องมือ โสตทัศนูปกรณ์ที่ใช้ในการส่งเสริมเผยแพร่

5. บุคคลเป้าหมายผู้รับการส่งเสริมทั้งที่เป็นเกษตรกรและผู้สนใจทั่วไป

6. สภาพแวดล้อมทั้งด้านกายภาพ ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ สภาพทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม

สื่อที่ใช้ในการส่งเสริมการเกษตร

สื่อที่ใช้ในการส่งเสริมการเกษตร ประกอบด้วย (พิชัย ทองดีเลิศ, 2544)

1. การสอนการบรรยาย
2. เอกสารสิ่งพิมพ์
3. สื่อดาวเทียม
4. วิทยูกระจายเสียง วิทยูโทรทัศน์ เทปบันทึกภาพ
5. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น อี-เมลล์ (e-mail) เว็บ-ไซต์ (web-site)
6. เหตุการณ์จริง

7. แบบจำลอง หุ่นจำลอง จากของจริง

8. ตัวมนุษย์

คุณสมบัติที่ดีของสื่อที่ใช้ในการส่งเสริมการเกษตร

1. สามารถดึงดูดความสนใจได้ดีในขณะที่ทำการส่งเสริมเผยแพร่เพราะสามารถมองเห็นได้อย่างเด่นชัด หรือ สัมผัสได้ง่าย
2. สามารถแสวงหาได้ง่าย หรือมีอยู่แล้วในท้องถิ่นหรือสามารถทำขึ้นใช้เองได้ในราคาประหยัด
3. มีความเหมาะสมกับลักษณะของเนื้อหาวิชาที่นำไปส่งเสริมเผยแพร่และบุคลิกลักษณะของเกษตรกรผู้เป็นเป้าหมาย
4. สามารถนำไปใช้อย่างได้ผลดีในหลายครั้ง
5. มีเทคนิควิธีการใช้ง่ายและไม่ยุ่งยากซับซ้อน พร้อมทั้งสามารถเก็บรักษาได้ง่าย เคลื่อนย้ายได้สะดวกและรวดเร็ว
6. ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการใช้ประโยชน์

ความสำคัญของกลุ่มในงานส่งเสริมการเกษตร

กลุ่มมีความจำเป็นต่องานส่งเสริมการเกษตร กลุ่มจะช่วยนำพาให้สมาชิกและชุมชนไปสู่จุดหมายที่วางไว้ ถ้ากลุ่มมีความเข้มแข็ง พลังของกลุ่มจะช่วยบรรเทาความทุกข์หรือสภาพปัญหาที่แต่ละบุคคลมีอยู่ซึ่งบางครั้งไม่อาจสามารถแก้ไขได้ด้วยตัวเอง ก็จะสามารแก้ไขได้ด้วยพลังกลุ่ม

บันทึร อ่อนคำ และจิตติ มงคลชัยอรัญญา (อ้างถึงในปาริชาติ วลัยเสถียร, 2543: 392) และ นที ขลิบทอง (2544: 74) ได้อธิบายเกี่ยวกับความสำคัญของกลุ่มเช่นกัน ซึ่งจากแนวคิดดังกล่าว สามารถนำมาสรุปความสำคัญของกลุ่มต่องานส่งเสริมการเกษตร ได้ดังนี้

1. สร้างกระบวนการทัศน์หรือเปิดมุมมองใหม่ๆ ของสมาชิกที่มารวมกลุ่มกัน เพื่อแลกเปลี่ยน ประสบการณ์ ทักษะ การทำงาน การวางแผนในสังคม และสร้างความคิดที่ดี จะทำให้เกษตรกรอยู่ ร่วมกันอย่างสันติมากขึ้น

2. เกิดพลังอำนาจในการคิดริเริ่มและต่อรอง การรวมกลุ่มกันทำให้เกิดพลังอำนาจในการ คิดริเริ่มและต่อรอง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อสมาชิกทางอ้อม เพราะเมื่อมีการรวมกลุ่มกันจะทำให้คน อื่นๆ ที่อยู่นอกกลุ่มเกิดความเกรงใจ ไม่กล้าที่จะเอาเปรียบสมาชิก ซึ่ง บันทึร อ่อนคำ และ วิริยะ น้อยวงศ์ (2533: 140) ได้อธิบายถึงการรวมกลุ่มของเกษตรกรว่า เป็นสิ่งจำเป็นใน กระบวนการพัฒนาชนบทที่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากถ้าไม่มีกลุ่มเกษตรกรแล้วอำนาจต่อรอง ทางด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม ของเกษตรกรก็จะไม่มีอำนาจการต่อรองในด้านต่างๆ ตามมา

3. เป็นศูนย์กลางของการส่งเสริมพัฒนาแก่สมาชิก เป็นแหล่งรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับการประกอบอาชีพของสมาชิกในการส่งเสริมอาชีพการเกษตรแก่ชุมชน เกษตรกร กลุ่มต่างๆ ที่มีในชุมชนเกษตรกรจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยี เมื่อสมาชิกมีปัญหาในการทำอาชีพการเกษตร

4. ช่วยรวบรวมและประสานความสามารถ กลุ่มสามารถประสานให้ผู้มีความรู้ ความสามารถเฉพาะในแต่ละด้านมารวมกันเพื่อสร้างความสำเร็จในงานต่างๆ ให้เกิดขึ้น สมาชิก สามารถเสริมจุดแข็งและชดเชยจุดอ่อนซึ่งกันและกัน จนกลายเป็นความสามารถรอบด้านที่เป็น อันหนึ่งอันเดียวกัน และส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่ม

5. สร้างการตัดสินใจร่วม กลุ่มสามารถเป็นแหล่งกลางที่เอื้ออำนวยให้เกิดความเห็น หลากหลายทั้งที่ตรงกันและไม่ตรงกันโดยสามารถใช้กลุ่มเป็นที่ยุติในการตัดสินใจของทุกฝ่าย ซึ่ง เรียกว่า การตัดสินใจร่วมกัน ผลของการตัดสินใจของกลุ่มจะได้ผลดีและเป็นที่ยอมรับกว่าการ ตัดสินใจโดยลำพัง และทำให้การตัดสินใจที่เกิดขึ้นมีคุณค่าและความหมายในการปฏิบัติมาก เพราะ เป็นการตัดสินใจที่สมาชิกมีส่วนร่วม

6. เพิ่มโอกาสในการแก้ปัญหาแก่สมาชิกและกลุ่ม การที่สมาชิกได้มีโอกาสพบปะกัน ใน การประชุมกลุ่ม ทำให้ทราบถึงความสามารถของกันและกัน ทั้งในแง่ของความรู้และปัจจัยของกลุ่ม

เช่น เงินทุนของกลุ่มสมาชิกบางรายมีความจำเป็นต้องใช้เงินเพื่อการลงทุน แต่ยังคงปัจจัยด้านทุน สมาชิกก็สามารถกู้เงินจากกลุ่มได้ เมื่อชำระเงินคืนเข้ากลุ่มพร้อมดอกเบี้ย ทำให้ทุนนั้นไม่สูญหาย แดงออกเลย พร้อมที่จะเปิดโอกาสให้สมาชิกคนอื่นๆ ได้ใช้ประโยชน์ในภายหลัง

7. ส่งเสริมการพัฒนาสมาชิกให้มีความรู้ความสามารถมากขึ้น ทั้งจากการแลกเปลี่ยน ความรู้ประสบการณ์ ระหว่างกันและกัน และการได้ทำงานร่วมกัน ความรู้ที่ได้นี้มาจากสมาชิก คนใดคนหนึ่งที่มาพูดคุยแลกเปลี่ยนกันในการประชุมกลุ่ม นอกจากนี้กลุ่มยังช่วยกระตุ้นให้สมาชิก ตื่นตัวในการพัฒนาตัวเองได้ข้อมูลที่จะเรียนรู้ด้วยตัวเองและเปรียบเทียบกับมาตรฐานหรือสมาชิก คนอื่น

ลักษณะของการเชื่อมโยงเครือข่าย

จากการให้ความหมายข้างต้นสามารถสรุปถึงลักษณะของการเชื่อมโยงเครือข่ายได้ว่า ประกอบไปด้วยประเด็นสำคัญ 3 ประการ ดังนี้

- 1) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม องค์กร
- 2) ความสัมพันธ์ดังกล่าวเกิดขึ้นจากการมีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ร่วมกันในบาง ประการ จึงทำให้เข้าร่วมกันเป็นเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนทางด้านข้อมูลข่าวสาร หรือทำกิจกรรม ร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ดังกล่าว
- 3) ความสัมพันธ์ภายในเครือข่ายมีลักษณะเป็นอิสระต่อกัน เพราะแต่ละสมาชิกมีเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ของตนอยู่แล้ว การเข้าร่วมกันเป็นเครือข่ายเพียงเพื่อวัตถุประสงค์บางประการที่ ร่วมกันเท่านั้นและโดยทั่วไปจะเป็นความสัมพันธ์ที่แต่ละสมาชิกจะมีความเสมอภาคกัน ไม่เป็น แบบลำดับชั้น (hierarchy)

องค์ประกอบของเครือข่ายในงานส่งเสริมการเกษตร

จากแนวคิดในการอธิบายความหมายและองค์ประกอบของเครือข่ายที่กล่าวมา ความเป็น เครือข่ายในงานส่งเสริมการเกษตรจะเกิดขึ้นได้ต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1. หน่วยหรือสมาชิกของเครือข่าย เป็นองค์ประกอบเบื้องต้นที่มีปฏิสัมพันธ์กันเพื่อก่อให้เกิดเครือข่าย ทั้งนี้สมาชิกเครือข่ายคือกลุ่ม ไม่ใช่ปัจเจกหรือบุคคล
2. มีจุดมุ่งหมายร่วมกัน การเป็นเครือข่ายนั้น สมาชิกต้องมารวมกันเพื่อทำกิจกรรมให้บรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน คือมีการรวมกันอย่างมีจุดหมาย
3. การทำหน้าที่ต่อกันของสมาชิกอย่างมีจิตสำนึกเมื่อแต่ละหน่วยหรือสมาชิกรวมกัน สิ่งที่จะยึดโยงสิ่งต่างๆ เข้าด้วยกันคือ การกระทำหน้าที่ต่อกันอย่างมีจิตสำนึก
4. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ความเป็นเครือข่ายจะเกิดขึ้นได้ สมาชิกจะต้องมีส่วนร่วม การพึ่งพาและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งการมีส่วนร่วมนั้นจะทำให้สมาชิกรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่าย
5. การมีปฏิสัมพันธ์และการสื่อสารร่วมกัน ความเป็นเครือข่ายจะเกิดขึ้นได้นั้นสมาชิกต้องมีการเชื่อมโยงถึงกัน โดยกระบวนการสื่อสารจะทำให้สมาชิกในเครือข่ายเกิดการเรียนรู้ ยอมรับ กระบวนการทำงานและรักษาสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน
6. กระบวนการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน หมายถึง สมาชิกของเครือข่ายต้องเสริมกระบวนการทำงานของกันและกัน โดยใช้จุดแข็งของฝ่ายหนึ่งไปช่วยเหลืออีกฝ่ายหนึ่งที่มีจุดอ่อน เกิดการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน
7. ความเท่าเทียมของฝ่ายต่างๆ กลุ่มหรือสมาชิกที่เข้ามาทำงานเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่าย จะต้องยึดหลักการทำงานบนความเท่าเทียมกันในระหว่างสมาชิกด้วยกัน ไม่มีสมาชิกกลุ่มใดที่ควบคุมการทำงานหรือมีอภิสิทธิ์เหนือสมาชิกกลุ่มอื่น ทุกเครือข่ายย่อยจะมีความเท่าเทียมกัน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

ICT ย่อมาจาก Information and Communication Technology แปลว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หมายถึง เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับข่าวสารข้อมูลและการสื่อสาร นับตั้งแต่การสร้าง การนำมาวิเคราะห์หรือประมวลผล การรับและส่งข้อมูล การจัดเก็บและการนำไปใช้งานใหม่

เทคโนโลยีเหล่านี้มักจะหมายถึง คอมพิวเตอร์ ซึ่งประกอบด้วยส่วนอุปกรณ์ (hardware) ส่วนคำสั่ง (software) และส่วนข้อมูล (data) และระบบการสื่อสารต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ ระบบสื่อสารข้อมูล ดาวเทียมหรือเครื่องมือสื่อสารใด ๆ ที่มีสายและไร้สาย (ความหมายตามที่ให้ไว้ในแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทย พ.ศ. 2545-2549) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวันทุกวันนี้อย่างยิ่ง จึงตั้งหน่วยงานขึ้นรองรับและบริการ เกิดเป็นกระทรวงใหม่ชื่อ "กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร-Ministry of Information and Communication Technology" หรือกระทรวงไอซีที-ICT

จากตัวย่อ ICT มีความหมายพอสังเขปดังนี้

Information (สารสนเทศ)

คำว่า ข้อมูล (Data) และสารสนเทศ (Information) เป็นคำ ที่บางคนเข้าใจผิดว่าเป็นคำ ที่มีความหมายเหมือนกัน มักนิยมใช้คู่กันและบางครั้งก็ใช้ทดแทนกัน จนกระทั่งคนทั่วไปคิดว่าทั้งสองคำ มีความหมายเหมือนกัน แต่แท้ที่จริงแล้วคำ ทั้งสองคำ นั้นมีความหมายแตกต่างกัน คือ

ข้อมูล (Data) คือ ข้อเท็จจริงที่อยู่ในรูปของตัวเลขหรือสัญลักษณ์ที่มีความหมายเฉพาะตัว ไม่ได้แสดงความสัมพันธ์ใด ๆ และ ไม่สามารถนำไปใช้ในการประกอบการตัดสินใจได้โดยตรง

สารสนเทศ (Information) หมายถึง ข้อมูลที่ได้ผ่านการประมวลผลแล้ว สามารถนำ มาใช้ประกอบการตัดสินใจได้ ซึ่งมีความแตกต่างกัน ไม่สามารถใช้แทนกันได้

Communication (การสื่อสาร)

Communication หรือการสื่อสารที่ถูกเรียนรวมเข้ามาในภายหลังจากเมื่อก่อนนี้เราจะได้ยินแค่คำว่า IT หรือ Information Technology เท่านั้น ต่อมาได้นำ ตัวC หรือ Communication เข้ามาร่วมด้วย อันเนื่องจากเหตุผลของเทคโนโลยีการสื่อสารได้พัฒนาไปอย่างมากและรวดเร็ว จนสามารถที่จะนำ สื่อเข้าไปสื่อสารในเทคโนโลยีนี้ได้ สื่อที่ว่านี้ก็คือสารสนเทศนั่นเอง

ระบบการสื่อสารข้อมูล อาจจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. ประเภทมีสาย ได้แก่ สายคู่ไขว้ (Wire pair หรือ Twisted pair หรือสาขา โทรศัพท์), สายตัวนำร่วมแกน (Coaxial Cables), เส้นใยนำแสง หรือไฟเบอร์ออฟติกส์ (Fiber optics) การสื่อสารโดยใช้สายนี้ส่วนใหญ่จะมีประสิทธิภาพสูงประหยัค แต่มีข้อเสียในการเชื่อมต่อระยะไกล เช่น การเชื่อมผ่านข้ามอุปสรรค หุบเขา และมหาสมุทร

2. ประเภทไม่มีสาย ได้แก่ ไมโครเวฟ (Microwave), ดาวเทียม (Satellite Transmission) การสื่อสารแบบไม่ใช้สายจะสะดวกสบายสามารถเชื่อมต่อไปได้ไกลและเชื่อมข้ามผ่านอุปสรรค หุบเขา มหาสมุทร บนอากาศ หรือบนอวกาศ ได้อย่างสบาย แต่มีข้อเสียคือราคาแพงและดูแลรักษายาก

Technology

Technology (Computer) คำว่าเทคโนโลยีในที่นี้ก็คือคอมพิวเตอร์นั่นเอง เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือที่ช่วยการประมวลผลข้อมูลให้ได้ซึ่งสารสนเทศนั่นเอง ข้อมูลที่ต้องการประมวลผลนี้จากเดิมที่ต้องทำ การประมวลผลด้วยมือ อันส่งผลให้ช้าเกิดความผิดพลาดขึ้นมาก ยิ่งหากมีข้อมูลที่มีจำนวนสูงมากแล้วก็ยังผิดพลาดสูงขึ้นมากด้วย

คอมพิวเตอร์มีความสามารถประมวลผลอย่างรวดเร็ว แม่นยำ ชัดเจน อย่างไรก็ตาม คอมพิวเตอร์มิใช่จะประมวลผลได้อย่างที่กล่าวไปแล้วทั้งหมด จริงแล้วมนุษย์เป็นคนสั่งงาน หากมนุษย์สั่งงานผิดพลาดแล้วผลที่ได้จากการประมวลก็จะผิดพลาดตามด้วย นอกจากมนุษย์และคอมพิวเตอร์ยังมี Software ที่เป็นชุดคำสั่ง ซึ่งเป็นตัวคอยกำกับสั่งการคอมพิวเตอร์อีกที่หนึ่งด้วย

เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)

ได้มีผู้ให้ความหมายคำว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ (information technology) ไว้หลายท่าน ดังนี้

ปัญจราชรี ศรีไชย (2531) กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ IT เป็นเทคโนโลยีกลุ่มหนึ่ง ที่มีความสามารถในการประมวลผลและส่งผ่านสารสนเทศ รวมทั้งสามารถจัดเก็บสารสนเทศได้อย่าง

มีระบบ และมีประสิทธิภาพสำหรับการเรียกใช้ ฉะนั้นเทคโนโลยีสารสนเทศ มักจะถูกกล่าวในความหมายรวมถึง ระบบคอมพิวเตอร์และระบบสื่อสารโทรคมนาคม

ยุพา กาญจนกุล (2531) ได้กล่าวถึง เทคโนโลยีสารสนเทศว่าเทคโนโลยีการสื่อสารและคอมพิวเตอร์เมื่อผนวกเข้าด้วยกัน ทำให้เกิดเป็นความสามารถแบบใหม่ๆ ที่มีประโยชน์มหาศาล ซึ่งจะเกิดผลกระทบต่อเราอย่างมากทั้งในชีวิตประจำวัน ธุรกิจและการศึกษาที่จะหนีพ้นได้ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศจะยังไม่หยุดยั้งเพียงเท่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน แต่จะยังคงก้าวไปข้างหน้าอีกยาวนานในอนาคต เทคโนโลยีทั้งสองนี้เมื่อรวมเข้าด้วยกัน ทำให้เกิดผลที่มหัศจรรย์เกินกว่าที่จะเคยคาดคิดมาก่อนได้ และเป็นผลทำให้ปัญหาเรื่องเวลา และการอยู่ในสถานที่ห่างไกล ซึ่งเคยเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานและการบริหารงานเป็นไปอย่างมากในอดีตเกือบทั้งหมดไปโดยสิ้นเชิง

ครรชิต มาลัยวงศ์ (2538) กล่าวว่าเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย เทคโนโลยีสำคัญสองสาขา คือ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคมสำหรับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์นั้นช่วยจัดเก็บ บันทึก และประมวลผลข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง ส่วนเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม ช่วยส่งผลลัพธ์ของการใช้งานคอมพิวเตอร์ไปให้ผู้ใช้งานที่อยู่ห่างไกลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ด้วยเหตุนี้เทคโนโลยีสารสนเทศจึงมีความสำคัญในด้านการขยายสมรรถนะของหน่วยงานออกไปได้อีกมาก ทั้งในด้านเวลาและสถานที่

ระบบสารสนเทศการเกษตร

ระบบสารสนเทศการเกษตร เป็นการนำเอาบุคลากร กระบวนการปฏิบัติงานเครื่องมืออุปกรณ์ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร มาใช้ในการจัดการ ให้ได้มาซึ่งสารสนเทศการเกษตร เพื่อใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตทางการเกษตร การควบคุมการปฏิบัติงาน การวางแผน การกำหนดนโยบาย หรือมาตรการต่างๆ รวมไปถึงการบริหารและการตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาการเกษตร

ประเภทของระบบสารสนเทศการเกษตร

ระบบสารสนเทศของกรมส่งเสริมการเกษตรนั้น สามารถจัดกลุ่มตามกระบวนการต่างๆ ที่มีหน้าที่การทำงานและการใช้ข้อมูลที่สัมพันธ์กันได้ทั้งหมด 3 ระบบ คือ (NECTEC, 2541: 128-134)

1. ระบบฐานข้อมูลเพื่อการส่งเสริม ประกอบด้วยระบบฐานข้อมูลที่เก็บข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านส่งเสริมการเกษตรทุกระบบ โดยแบ่งได้หลายระบบย่อยๆ แต่ทุกระบบจะมี ความเป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งในด้านฐานข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาและรหัสมาตรฐานของ ข้อมูลต่างๆ เพื่อให้สามารถแลกเปลี่ยนและเปรียบเทียบข้อมูลในระบบต่างๆ ได้และใช้ประโยชน์จาก ข้อมูลที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่

1.1 กลุ่มระบบฐานข้อมูลทะเบียนเกษตรกรและข้อมูลพื้นฐาน ประกอบด้วยระบบ ฐานข้อมูลทะเบียนเกษตรกร ข้อมูลพื้นฐานการเกษตร ระบบทะเบียนเกษตรกรและรายงานผลการ ปรับโครงสร้างและระบบการผลิต

1.2 กลุ่มระบบด้านการส่งเสริมการปลูกพืช ประกอบด้วย ระบบการวางแผนปลูกพืชไร่- พืชผัก ระบบสถิติการปลูกไม้ผลไม้ยืนต้น ระบบการยอมรับเทคโนโลยีและระบบความต้องการ วัสดุคิบโรงงาน

1.3 กลุ่มระบบด้านการควบคุมการผลิตและขยายเมล็ดพันธุ์ ประกอบด้วยระบบข้อมูล การขยายเมล็ดพันธุ์ ข้อมูลการปรับสภาพเมล็ดพันธุ์ ข้อมูลคุณภาพเมล็ดพันธุ์ ข้อมูลเมล็ดพันธุ์คง คลังและข้อมูลบัญชีเมล็ดพันธุ์

1.4 กลุ่มระบบด้านสถาบันเกษตรกร ประกอบด้วย ระบบสถิติกลุ่มเกษตรกร และรายงาน ผลการดำเนินงาน สถิติกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร สถิติกลุ่มยุวเกษตรกร ข้อมูลกลุ่มสินค้า จำหน่ายระดับ ธุรกิจ ระบบกิจกรรมแปรรูปผลผลิตการเกษตรและสถิติสมาชิกกลุ่มสหกรณ์การเกษตรเป็นต้น

1.5 กลุ่มระบบด้านการให้ความช่วยเหลือเกษตรกรผู้ประสบภัยธรรมชาติ

1.6 กลุ่มระบบด้านการป้องกันและกำจัดศัตรูพืช รวมทั้งฐานข้อมูลสารเคมีที่ใช้ ประกอบด้วย ระบบสถิติการระบาดของศัตรูพืชและการให้ความช่วยเหลือ ระบบการพยากรณ์การระบาด ศัตรูพืช และระบบสต็อกสารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช

1.7 กลุ่มระบบด้านการเผยแพร่ด้านการส่งเสริมการเกษตร ประกอบด้วยระบบทะเบียน ผลงานวิจัยด้านส่งเสริมการเกษตร ระบบทะเบียนสื่อโสต-เอกสารสิ่งพิมพ์ในงานส่งเสริมการเกษตร และระบบแหล่งพันธุ์พืชและผู้ชนะการประกวดผลผลิตทางการเกษตร

2. ระบบบริหารงานทั่วไป ประกอบด้วยระบบฐานข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการบริหารสำนักงานภายในกรม เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่สนับสนุนให้ระบบฐานข้อมูลหลักเพื่อการส่งเสริมการเกษตรของกรมสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่

2.1 กลุ่มระบบด้านแผนงาน/โครงการ ประกอบด้วย ระบบแผนงาน/โครงการ/งบประมาณในกรมส่งเสริมการเกษตร และระบบบัญชีส่วนราชการ

2.2 กลุ่มระบบด้านฐานข้อมูลฝึกอบรมและวิทยากร ประกอบด้วยประวัติการจัดฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอกองค์กร การจัดอบรมให้แก่เกษตรกรภายใต้แผนงาน/โครงการจัดอบรมของจังหวัดต่างๆ พร้อมทั้งประวัติข้อมูลวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านต่างๆ

2.3 กลุ่มระบบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบุคลากร ประกอบด้วย ระบบฐานข้อมูล บุคลากร ระบบฐานข้อมูลด้านลูกหนี้ระบบ ฐานข้อมูลด้านเงินเดือน ระบบฐานข้อมูลด้านสวัสดิการ

2.4 กลุ่มระบบด้านพัสดุ ประกอบด้วย ระบบทะเบียนครุภัณฑ์ และระบบจัดซื้อ-จัดจ้าง

3. ระบบสารสนเทศสำหรับผู้บริหาร ประกอบด้วย ระบบฐานข้อมูลที่เป็นข้อมูลสรุปจากข้อมูลที่สำคัญต่างๆ จากระบบของฐานข้อมูลทั้งหมด รวมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานภายนอก เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิเคราะห์และการวางแผนของผู้บริหาร ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานทางการเกษตร ข้อมูลจากสถาบันเกษตรกร สถิติการส่งเสริมการปลูกพืช การให้ความช่วยเหลือเกษตรกรผู้ประสบภัยธรรมชาติ การควบคุมและขยายเมล็ดพันธุ์ การป้องกันและกำจัดศัตรูพืช การบริหารงานบุคคล และการบริหารงานบุคคล และการบริหารแผนงาน/โครงการและงบประมาณ

การใช้ประโยชน์จากสารสนเทศการเกษตร

สารสนเทศการเกษตร มีความสำคัญต่อการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ เป็นเครื่องมือช่วยในการควบคุมการปฏิบัติงาน การวางแผน กำหนดนโยบายหรือมาตรการ รวมทั้งการตัดสินใจประโยชน์ของสารสนเทศการเกษตร (อภิชาติ พงษ์ศรีหตุลชัย และคณะ, 2539: 165-177) มีดังนี้

1. ประโยชน์เพื่อการวิจัย โดยการวางแผนการทดลอง เพื่ออ้างอิงผลการทดลองจากผลการทดลองที่ผ่านมา สามารถขยายผลการทดลองจากของเดิมให้กว้างยิ่งขึ้นหรือวิเคราะห์ให้ลึกต่อไปอีกและ

โดยการสำรวจ นำสารสนเทศการเกษตรจากแหล่งต่าง ๆ มาใช้ประกอบการวิจัยเพื่อหาทางเลือกที่เหมาะสมในการตัดสินใจ อ้างอิง สรุปผลงานวิจัยให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2. ประโยชน์เพื่อกำหนดนโยบาย การดำเนินงานขององค์กรใดๆ จำต้องมีนโยบายและมาตรการ เพื่อบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนด ซึ่งนโยบายและมาตรการจะถูกต้องชัดเจนต่อการปฏิบัติ และแก้ปัญหาได้ตรงตามความต้องการมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับสารสนเทศที่นำมาใช้ประกอบว่ามีความครบถ้วน สมบูรณ์ ชัดเจนเพียงใด สามารถบ่งบอกและชี้ชัดได้ว่าเกิดปัญหาแล้วหรือไม่ วิธีการที่จะกำหนดเป็นนโยบายหรือมาตรการก็ต้องศึกษาวิเคราะห์จากสารสนเทศที่นำมาใช้ให้ปัญหาที่เกิดขึ้นเกิดลดลงหรือถูกขจัดไปได้ สารสนเทศการเกษตรที่สำคัญสำหรับนำมาประกอบใช้ในการกำหนดนโยบาย ได้แก่ ข้อมูลการผลิต ต้นทุนการผลิต การตลาด ราคา การค้า ประชากรและแรงงาน ทรัพยากรธรรมชาติ เศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกร โครงสร้างพื้นฐาน เป็นต้น

3. ประโยชน์เพื่อการวางแผน ในการวางแผนพัฒนาการเกษตร สารสนเทศการเกษตรเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ผู้วางแผนจะต้องแสวงหา หรือเก็บรวบรวมให้พร้อม จึงจะทำให้แผนหรือมาตรการต่างๆ ที่กำหนดขึ้นถูกต้อง เหมาะสม สอดคล้องกับข้อเท็จจริง จนถึงผลการปฏิบัติงานตามแผนนั้นๆ บรรลุเป้าหมายในที่สุด ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการวางแผน ได้แก่ ข้อมูลด้านการผลิต ข้อมูลด้านการตลาดและราคา ข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันและองค์กรที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกร ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและความสะอาดพื้นฐานและข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาล

การพัฒนาระบบสารสนเทศการเกษตร

การดำเนินงานเพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศการเกษตร จะใช้กระบวนการและกรรมวิธีตามวงจรของการพัฒนาระบบงาน เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการวางแผน ควบคุมและปฏิบัติในระหว่างการพัฒนากระบวนการ ประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ดังนี้ (NECTEC, 2541: 3.1-3.4)

1. การวิเคราะห์และเข้าใจปัญหา โดยจะต้องทำความเข้าใจถึงปัญหาในระบบ ทั้งในระบบที่ใช้งานอยู่เดิม และความต้องการพัฒนาระบบงานใหม่ให้ทันสมัย ซึ่งในการวิเคราะห์สภาพปัญหานี้ เพื่อใช้เป็นข้อมูลช่วยในการพิจารณาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการพัฒนาระบบ

2. ศึกษาความเป็นไปได้ เป็นการศึกษาว่าจากปัญหาแต่ละด้านที่ประสบนั้น จะสามารถพัฒนาระบบสารสนเทศมาช่วยแก้ปัญหาได้หรือไม่อย่างไร ทั้งนี้ โดยพิจารณาความเป็นไปได้ทั้งเทคนิค งบประมาณ และบุคลากร ในการดำเนินงานเพื่อศึกษาความเป็นไปได้นี้จะต้องจัดเก็บรวบรวมข้อมูลของระบบ คาดคะเนความต้องการ และเสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหาให้ผู้บริหารพิจารณาตัดสินใจดำเนินงานโครงการต่อไป

3. วิเคราะห์ เป็นขั้นตอนที่จะต้องทำความเข้าใจระบบโดยกำหนดรูปแบบของระบบงานเบื้องต้น โดยการวิเคราะห์ระบบนี้ จะได้จากการศึกษาผังโครงสร้างองค์กร ขั้นตอนการดำเนินงาน และการสัมภาษณ์ผู้ใช้ พร้อมทั้งจัดทำรายงานสรุปการวิเคราะห์ระบบ

4. ออกแบบ ได้จากการนำเสนอแนะจากการวิเคราะห์ระบบมาทำการออกแบบระบบงาน วิธีการและขั้นตอนการทำงานของโปรแกรม โดยคำนึงถึงความต้องการใช้งาน ขอบเขตของระบบงาน ความง่ายในการประยุกต์ใช้ระบบ และความปลอดภัยของระบบ หลังจากนั้นจึงจัดทำเป็นเอกสารการออกแบบระบบ

5. สร้างหรือพัฒนาระบบงาน เป็นขั้นตอนที่จะนำคุณสมบัติของการออกแบบระบบทั้งหมดไปเขียนโปรแกรมพัฒนาระบบงาน

6. การปรับเปลี่ยน การนำระบบใหม่มาใช้งานในหน่วยงานควรค่อยเป็นค่อยไป โดยการวางแผนการปรับเปลี่ยนระบบต้องเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้ และต้องเป็นที่เชื่อถือได้ โดยในระยะแรกอาจต้องมีการปฏิบัติงานควบคู่กันไปทั้งระบบใหม่และระบบเดิม

7. บำรุงรักษา เป็นการแก้ไขโปรแกรมหลังจากการใช้งานไปแล้วระยะหนึ่ง ทั้งการแก้ไขข้อผิดพลาดโปรแกรม การเปลี่ยนแปลงลักษณะงาน และความต้องการใช้งาน

ทั้งนี้การพัฒนาระบบสารสนเทศของหน่วยงานใดๆ จะดำเนินการโดยพิจารณาตามแนวทางของการวิเคราะห์ออกแบบระบบงานที่ดี ซึ่งประกอบด้วยแนวทางดังต่อไปนี้

1. บรรลุวัตถุประสงค์ หรือความต้องการของผู้ใช้ระบบ เป็นการพัฒนาบบงานเพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาได้ถูกต้อง และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ระบบอย่างแท้จริง

2. การใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม เป็นการพัฒนาระบบงานที่ใช้งบประมาณ และกำลังคน ให้คุ้มค่าและมีประสิทธิภาพมากที่สุด
3. การหลีกเลี่ยงความซ้ำซ้อน คือ ระบบงานที่พัฒนาจะต้องไม่มีความซ้ำซ้อนของการจัดเก็บข้อมูล ซึ่งจะก่อให้เกิดปัญหาความยุ่งยากในการบำรุงรักษาระบบ
4. ระบบงานมีมาตรฐานเดียวกัน การออกแบบระบบงานให้มีมาตรฐานเดียวกันนั้น จะทำให้ผู้ใช้เกิดความคุ้นเคยต่อระบบงานและเรียนรู้ระบบได้ง่าย
5. ความถูกต้องและเชื่อถือได้ของระบบ ระบบที่พัฒนาต้องมีการทดสอบอย่างดีและมีการควบคุมภายในอย่างดีเพื่อป้องกันความผิดพลาด และเมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้นต้องมีการจัดการอย่างเหมาะสม
6. ความยืดหยุ่นของระบบ ระบบต้องมีการบำรุงรักษาและดัดแปลงได้ง่าย เพื่อให้สามารถรองรับการขยายงานได้ในอนาคต
7. ระบบงานได้ดึงเอาข้อดีจากอดีตมารวบรวมไว้ เป็นการออกแบบระบบใหม่ที่รวบรวมแนวทางการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพของระบบงานเดิมมาไว้ และเป็นการคัดแนวทางที่ไม่ดีออกไป
8. ระบบงานให้ผลลัพธ์ที่เข้าใจได้ต่อผู้ใช้ระบบ ผลลัพธ์ที่ได้จากระบบงานต้องเป็นที่เข้าใจง่ายต่อผู้ใช้ระบบ

จากอำนาจหน้าที่ของสำนักงานเกษตรจังหวัดและสำนักงานเกษตรอำเภอ จะเห็นได้ว่ามีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศการเกษตรในการดำเนินการรวบรวม จัดเก็บ ประมวล การรายงาน การใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ และการนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร ทั้งระบบฐานข้อมูลเพื่อการส่งเสริมการเกษตร ระบบการบริหารงานทั่วไป และระบบสารสนเทศสำหรับผู้บริหาร มาใช้ในการดำเนินการควบคุมการปฏิบัติงาน การวางแผน กำหนดนโยบาย มาตรการ และแก้ไขปัญหาทางด้านการเกษตร กระแสข้อมูลของระบบสารสนเทศการเกษตร จะประกอบไปด้วยการจัดเก็บและบันทึกข้อมูลในพื้นที่เพื่อให้บริการใช้งานในส่วนกลางในภาพรวม

เทคโนโลยีสารสนเทศกับการพัฒนาการเกษตร

เทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร สร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วให้การดำเนินกิจกรรมต่างๆ รวมถึงกระบวนการทางธุรกิจ ทำให้มีการพัฒนาและนำข้อมูลข่าวสารสารสนเทศต่างๆ มาใช้จำนวนมาก ตั้งแต่ขั้นพื้นฐานการใช้คอมพิวเตอร์ในการบันทึกข้อมูล การรับ-ส่ง E-mail การใช้ทรัพยากรทางคอมพิวเตอร์ร่วมกัน ตลอดจนการใช้ Enterprise Resource Planning (ERP) ในธุรกิจต่างๆ เพื่อให้ตอบสนองกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ ซึ่งได้รับแรงกดดันจากการเปลี่ยนแปลงของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และเพื่อความคล่องตัวของธุรกิจและองค์กร

ในทางเกษตรได้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้มากขึ้น โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้ภูมิสารสนเทศ สำหรับการพัฒนาด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ดินในพืชต่างๆ นอกจากนี้การรวบรวมข้อมูลในรูปของ ฐานข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับด้านการเกษตร และเผยแพร่ทางเว็บไซต์มีจำนวนมากขึ้น ทั้งในส่วนของการราชการ เอกชน และ website ส่วนตัว ที่มีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อนำเสนอข้อมูลอย่างแพร่หลาย

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media exposure)

การสื่อสารนั้นจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในชีวิตของมนุษย์ นอกเหนือจากปัจจัยที่มีความจำเป็นต่อความอยู่รอดของมนุษย์ ซึ่งได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่มและยารักษาโรค แม้ว่าการสื่อสารจะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความเป็นความตายของมนุษย์ เหมือนกับปัจจัยสี่ แต่การที่จะให้ได้มาซึ่งปัจจัยสี่เหล่านั้น ย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างแน่นอน มนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ของตน และ เพื่อยู่ร่วมกับคนอื่น ๆ ในสังคม การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของกระบวนการสังคม ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมาก และประกอบด้วยคนจำนวนมากขึ้นเท่าใดการสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้เพราะการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจอุตสาหกรรม และสังคมจะนำมาซึ่งความสลับซับซ้อน หรือความสับสนต่าง ๆ จนอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจแก่สมาชิกของสังคม ดังนั้น จึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหา ดังกล่าว (ยุพดี ฐิติกุลเจริญ, 2537:3)

การเลือกสรรข่าวสารของบุคคลเป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคลว่าความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยามีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร โดยมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ที่แตกต่างกัน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Klapper, J.T., 1960 : page 19-25) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสาร ในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอนตามลำดับดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสาร จากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่นการเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือเป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความ รู้ความ เข้าใจหรือ ทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาของ ผู้ส่งสารเสมอไปเพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตาม ความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาพทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าสนใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไป ถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึคนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือความ

เชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น

ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2531: 23-26) มีความเห็นว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการ เปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน คือ

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและ จิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่พวกเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพ แวดล้อมที่แตกต่างไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับ สติปัญญา ความคิด ทักษะคิด ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การสนใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใด ๆ ก็ตาม นั่นคือ มักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะคิด และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบ การสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้อยคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

แนวคิดกระบวนการไหลของข่าวสาร(Flow of Communication)

ในยุคเริ่มต้นของการศึกษาการสื่อสารมวลชน มีความเชื่อกันว่าการไหลของข่าวสารจากสื่อมวลชนไปยังผู้รับสาร เป็นการไหลแบบขั้นตอนเดียว มีทิศทางที่แน่นอน และสามารถทำนายผลกระทบที่จะเกิดกับผู้รับสารได้ ซึ่งเป็นแนวคิดทฤษฎีแบบเข็มฉีดยา กล่าวว่าการไหลของข่าวสารจากสื่อมวลชนไปยังผู้รับสาร ไม่ได้เป็นการไหลแบบขั้นตอนเดียวเสมอไป ซึ่งสามารถจำแนกลักษณะการไหลของข่าวสารได้ ดังนี้ (ธนวดี บุญลือ, 2528)

1. การสื่อสารแบบขั้นตอนเดียว (One Step Flow Communication)

การสื่อสารแบบนี้มีความเชื่อว่าข่าวสารที่รับสารจากสื่อโดยตรงนั้นมีอิทธิพลมากต่อผู้รับสาร และทุกคนที่ได้รับข่าวสารก็จะเข้าใจได้ไม่เท่ากัน ซึ่งแล้วแต่ภูมิหลังของแต่ละคน และลักษณะการเลือกรับสารที่ต่างกัน ดังนั้น อิทธิพลของข่าวสารที่มีต่อผู้รับสารจึงไม่เท่าเทียมกัน นอกจากนี้อาจกล่าวได้ว่าองค์กรหรือผู้ส่งข่าวสารเป็นผู้มีอำนาจ และมีบทบาทสำคัญที่สุด เพราะเป็นผู้ที่กำหนดข่าวสารและกำหนดวิธีการส่งข่าวสารไปยังผู้รับสาร โดยสามารถคาดคะเนได้ว่าจะเกิดผลอย่างไร คล้ายกับที่หมอฉีดยาให้คนป่วย หมอสามารถคาดคะเนได้ว่าจะฉีดยาอะไรรักษา เพื่อให้ได้ผลตามที่หมอวินิจฉัยไว้ หรือเรียกว่า ทฤษฎีเข็มฉีดยา (Hypodermic needle theory)

2. การสื่อสารแบบสองขั้นตอน (Two Step Flow Communication)

จะเห็นได้ว่า อิทธิพลของข่าวสารที่มีต่อผู้รับสารแต่ละคนไม่เท่ากัน แนวคิดนี้มีความเชื่อว่าข่าวสารที่ถูกส่งออกไปจากองค์กรสื่อมวลชนหรือผู้ส่งสาร ไม่ได้ไปถึงผู้รับสารโดยตรงเสมอไป ในบางครั้งข่าวสารไปถึงผู้รับในลักษณะการส่งต่อกันเป็นสองทอด คือ ลำดับแรก ข่าวสารจะไปถึงผู้นำความคิดบางคนในชุมชนก่อน จากนั้นจึงถูกถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นในกลุ่ม โดยผู้นำความคิดเป็นเพียงสมาชิกคนหนึ่งในกลุ่มสังคมหรือชุมชน ซึ่งแนวคิดนี้ถือว่า เป็นผู้มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาข่าวสาร ส่วนคนอื่นซึ่งส่วนใหญ่เป็นพวกเฉื่อยชา ผู้นำความคิดจะเป็นผู้นำข่าวสารให้ เป็นไปตามแนวคิดของตน และในขณะเดียวกันบุคคลที่ได้ฟังส่วนใหญ่มักจะเป็นบุคคลที่ถูกสนใจได้ง่าย ดังนั้นข่าวสารจากสื่อมวลชนจึงไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อผู้รับสารส่วนใหญ่ หรือเรียกว่า ทฤษฎีสื่อสาร 2 จังหวะ (Two Step Flow Theory)

แนวคิดอิทธิพลของการประชาสัมพันธ์ต่อบุคคล

อิทธิพลของการประชาสัมพันธ์ต่อบุคคลขึ้นอยู่กับปัจจัยดังต่อไปนี้ (Cutlip, Center, & Broom, 1994)

1. ลักษณะส่วนบุคคลนั้นๆ ได้แก่ ลักษณะทางประชากร (เพศ อายุ การศึกษา ฯลฯ) บุคลิกภาพ สภาพทางจิตวิทยา แบบแผนการดำเนินชีวิต

2. สภาพแวดล้อมของบุคคล หมายถึง สถานภาพทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนเทคโนโลยี โดยที่สภาพแวดล้อมนี้มีทั้งในระดับจุลภาค (Micro) และระดับมหภาค (Macro)

3. พฤติกรรมการรับสื่อ อิทธิพลของการประชาสัมพันธ์ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการรับสื่อของบุคคล

แนวคิดเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสาร

การแสวงหาข้อมูลเป็นกระบวนการที่บุคคลค้นหาเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตนต้องการ โดยขั้นตอนการแสวงหาข้อมูลจะเริ่มเมื่อบุคคลรู้ความต้องการของข้อมูลของตน ซึ่งในทางวิจัยนี้ได้แก่ความต้องการข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรที่ตนสนใจสมัครเรียน ขั้นตอนแรกของการแสวงหาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ขั้นตอนมาเป็นการแสวงหาข้อมูลจากเอกสารส่วนตัว หรือเข้าใช้ห้องสมุด ซึ่งในที่นี้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตก็เปรียบได้กับห้องสมุด

เมื่อบุคคลตระหนักถึงความต้องการข้อมูลของตนแล้ว บุคคลจะแสวงหาข้อมูลนั้นจากแหล่งข้อมูล โดยประภาวดี สืบสนธิ์ (2530) ได้จำแนกแหล่งข้อมูลไว้ 2 ประเภท ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลภายในตัวบุคคล ซึ่งหมายถึง ข้อมูลอันเกิดจากการประมวลความคิด ความรู้ ใจความจำประสบการณ์ ตลอดจนข้อมูลที่บุคคลนั้นได้เก็บรวบรวมไว้

2. แหล่งข้อมูลภายนอก ประกอบด้วย

2.1 แหล่งข้อมูลสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์

2.2 แหล่งข้อมูลสถาบัน ซึ่งเป็นแหล่งจัดและให้บริการข้อมูลอย่างเป็นทางการ ได้แก่ ห้องสมุดศูนย์สารสนเทศ โรงเรียน ครู และบรรณารักษ์ โดยในงานวิจัยนี้ถือว่าเว็บไซต์ของหลักสูตรเป็นแหล่งข้อมูลประเภทสถาบัน เนื่องจากได้รวบรวมข้อมูลไว้รอให้ผู้ใช้เข้ามาใช้ประโยชน์จากข้อมูลนั้น

2.3 แหล่งข้อมูลบุคคล ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลอย่างไม่เป็นทางการ เช่น เพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมอาชีพเดียวกัน สมาชิกในครอบครัว และผู้รู้ เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารแบบ CMC (Computer-Mediated Communication)

แนวคิด “การสื่อสารโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง” หรือ CMC ถือเป็นกลุ่มทฤษฎีที่ได้ถูกสร้างและพัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้ศึกษากระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นในสื่ออินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ สอดคล้องกับที่ Denis McQuail (2005) อธิบายว่า “การสื่อสารโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง หมายถึง กระบวนการสื่อสารในรูปแบบใดก็ตามที่กระทำผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์จำนวนสองเครื่องขึ้นไปซึ่งได้เชื่อมโยงกันผ่านทางระบบเครือข่าย” โดยแม้ว่ากระบวนการสื่อสารที่กล่าวถึงจะมุ่งไปยังการสื่อสารที่กระทำผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นหลัก แต่ในทางปฏิบัติแล้ว Thurlow, Lengel and Tomic (2004) อ้างว่ายังรวมถึงการสื่อสารประเภทอื่น ๆ ที่กระทำผ่านสื่อที่ใช้ตัวอักษรในการสื่อสารเช่นกัน เช่น การส่งข้อความขนาดสั้น SMS หรือ MMS ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีของสื่อสังคม

สื่อสังคม

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การสื่อสารการตลาดบนโลกออนไลน์พัฒนาอย่างรวดเร็วคือ การพัฒนาของเทคโนโลยี Web 2.0 และการเกิดขึ้นของสังคมเครือข่าย (Social Network) ที่อินเทอร์เน็ตได้เข้ามากำหนดและปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้รับสารและผู้บริโภคเกือบสิ้นเชิง ทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ๆ เป็นจำนวนมาก ซึ่งส่งผลต่อการสร้างปรากฏการณ์แบบ "บอกต่อ" หรือ "ปากต่อปาก" (Word of Mouth : WOM) และมีใช้เพียงกระแสปากต่อปากธรรมดา (Offline) แต่เป็นปากต่อปากผ่านอินเทอร์เน็ต(Online) หรือ E-Word Of Mouth (E-WOM) จึงเป็นไฟที่ลุกลามไปทั่วโลก การตลาดแบบออนไลน์ จึงเป็นเครื่องมือสื่อสารบนโลกออนไลน์ ซึ่งเป็นพัฒนาการจากการตลาดแบบปากต่อปากแบบธรรมดา มาเป็นการแพร่กระจายแบบไวรัสผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยในระยะเริ่มแรกมี E-mail เป็นช่องทางแพร่กระจายในลักษณะการส่งต่อ และต่อมามี (Social Network) ที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก จึงเป็นช่องทางแพร่กระจายได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ปรากฏการณ์ที่เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์จากอิทธิพลของ (Social Network) คือการชนะการเลือกตั้งประธานาธิบดีคนที่ 44 ของสหรัฐอเมริกา "บารัค โอบามา"

แนวคิดเรื่อง (Social Network) หรือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ มักปรากฏให้เห็นในลักษณะของการนำมาใช้เพื่อดำเนินงานหรือกิจกรรมต่างๆ โดยมีตัวบุคคลหรือหน่วยงานต่างๆ ร่วมกันเป็นเครือข่าย เพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรร่วมกัน แลกเปลี่ยนแบ่งปันทรัพยากร ข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ แต่ปัจจุบันคำว่า (Social Network) จะหมายถึงระบบเครือข่ายบนโลกออนไลน์ หรือการติดต่อสื่อสารถึงกันผ่านอินเทอร์เน็ตนั่นเอง

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2543) กล่าวว่า เครือข่ายสังคมหมายถึง การเชื่อมโยงร้อยรัดเอาความพยายามและการดำเนินงานของฝ่ายต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรมเพื่อปฏิบัติการกิจอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน โดยที่แต่ละฝ่ายยังคงปฏิบัติการกิจหลักของตนเองอย่างไม่สูญเสียเอกลักษณ์และปรัชญาของตนเอง การเชื่อมโยง นี้อาจจะเป็นรูปของการรวมตัวกันแบบหลวม ๆ เฉพาะกิจตามความจำเป็น หรืออาจอยู่ในรูปของการจัดองค์กรที่เป็นโครงสร้างของความสัมพันธ์ที่ชัดเจน เครือข่ายเป็นไปได้ทั้งในระดับปัจเจก องค์กรและสถาบัน

พิชัย ทองดีเลิศ (2544) กล่าวว่า เครือข่ายสังคมมีความหมายคือ สถานะที่เกิดจากความสัมพันธ์ของบุคคลที่อยู่ในระดับต่างๆ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ชุมชน ประเทศ จนถึงความสัมพันธ์ของคนทั้งโลก (globalization) การที่สังคมมีความสัมพันธ์ของบุคคลในระดับต่างๆ นี้ก่อให้เกิดเป็นเครือข่าย (network) ตั้งแต่ขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่ ซึ่งมีกระบวนการในการเชื่อมโยงประสานกันระหว่างบุคคล องค์กร และสถาบันต่างๆ โดยมีพื้นฐานตั้งอยู่บนวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายเดียวกัน จึงเป็นการเชื่อมโยงอย่างมีเป้าหมาย สมาชิกบนเครือข่ายจะมีบทบาท การกิจเฉพาะตัวโดยต้องมีการยึดถือข้อตกลงร่วมกันที่อาจจะอยู่ในรูปของกฎระเบียบ ข้อบังคับ หรือกติกาบางอย่าง เพื่อให้สังคมนั้นอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข และประกอบการกิจให้สำเร็จได้ตามเป้าหมาย ดังนั้นเมื่อเกิดสังคมเพิ่มมากขึ้น ก็จะก่อให้เกิดเครือข่ายเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน ดังนั้นสังคมกับเครือข่ายจึงเป็นสิ่งที่ต้องดำรงอยู่และขับเคลื่อนไปด้วยกันเสมอ

พระมหาสุทิตย์ อาภากรโ (2547: 6) ให้นิยามของ เครือข่ายทางสังคม ว่าหมายถึง ความสัมพันธ์ในสังคมมนุษย์ ทั้งในระดับปัจเจกบุคคล ปัจเจกบุคคลกับกลุ่ม กลุ่มกับกลุ่ม และกลุ่มกับเครือข่าย โดยเป็นการอธิบายถึงพฤติกรรมและความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ เช่น กิจกรรม การสื่อสาร ความร่วมมือ การพึ่งพาอาศัย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่มีโครงสร้างและรูปแบบที่หลากหลาย

ปวีณา มีป้อม (2555) กล่าวว่า Social Network เป็นรูปแบบของเว็บไซต์ที่ให้บริการสร้างสังคมเครือข่ายผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายกันด้วยสายสัมพันธ์ของคนที่มียุทธศาสตร์คล้ายคลึงกันด้วยเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างอิสระไร้พรมแดน จนทำให้เครือข่ายมีขนาดใหญ่และเข้มแข็งขึ้น

Alter and Hage (1993 อ้างใน นฤมล นิราทร, 2543: 6) กล่าวว่า เครือข่าย (Network) คือรูปแบบทางสังคม ที่เปิดโอกาสให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กร เพื่อแลกเปลี่ยน การสร้างความ เป็นอันหนึ่งอันเดียว และการร่วมกันทำงาน เครือข่ายประกอบด้วยองค์กรจำนวนหนึ่งซึ่งมีอาณาเขตที่แน่นอนหรือไม่ก็ได้ และองค์กรเหล่านี้มีฐานะเท่าเทียมกัน

Boissevain (1974: 22) ให้นิยามของ เครือข่ายทางสังคม ว่าหมายถึง ความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคล โดยมีการติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน

ความสำคัญของสื่อสังคม

พิชัย ทองดีเลิศ (2544) กล่าวว่า ทุกวันนี้สื่อสังคมได้กลายเป็นปัจจัยทางการสื่อสารของมนุษย์ในสังคมทั้งภายในกลุ่มย่อยจนถึงสังคมระดับโลก เหตุผลหนึ่งเพราะเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่สามารถขยายขนาดของเครือข่ายเพิ่มขึ้นอย่างทวีคูณ อีกเหตุผลคือความต้องการในการสื่อสารของมนุษย์ได้ถูกตอบสนองความต้องการที่รวดเร็ว เหมาะสมกับสภาพชีวิตที่มีความเร่งรีบ สามารถเอาชนะระยะทางที่ห่างไกล และไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาอย่างลงตัวและสอดคล้องพอดี ดังนั้นจึงแบ่งความสำคัญได้ใน 3 ด้านดังนี้

1. ตอบสนองด้านการสื่อสาร สิ่งที่สามารถพบเห็นในทุกวันนี้คงไม่ใช่เป็นเรื่องน่าแปลกที่เราเห็นมนุษย์ส่วนใหญ่ใช้คอมพิวเตอร์จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ใช้อีเมลล์ในการสื่อสารแทนจดหมาย ใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูล ฟังวิทยุและรายการโทรทัศน์ผ่านทางเว็บไซต์ การทำธุรกรรมทางการเงิน การซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ การเล่นเกมออนไลน์ และทำธุรกรรมสร้างสังคมเสมือนของกลุ่มคนต่างๆ และมีการพัฒนาการเติบโตเป็นสังคมขนาดใหญ่ที่สามารถพูดคุยกันได้ทุกเรื่อง จึงทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนสารสนเทศบนสังคมขนาดใหญ่ที่มีสังคมย่อยๆ รวมกันอยู่มากมาย ซึ่งการเชื่อมโยงที่เกิดขึ้นนี้เกิดจากผลของการทำกิจกรรมร่วมกันผ่านสื่อเครือข่ายสังคมนั่นเอง

2. ตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป สื่อเครือข่ายสังคมน่าจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับยุคนี้ เพราะมนุษย์ยุคปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะสานสัมพันธ์ต่อกันตามธรรมชาติลด

น้อยลง ทั้งนี้เนื่องจากสภาพทางสังคมที่ผลักดันให้ต้องดิ้นรนแข่งขันกันในเวลาจำกัด เทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆที่สามารถตอบสนองในการให้คนได้สื่อสารกันง่ายขึ้นจึงเป็นเรื่องสำคัญ ทำให้โทรศัพท์มือถืออาจกลายเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในยุคปัจจุบัน รวมถึงอีเมลล์การส่งไฟล์เอกสาร ไฟล์ภาพให้กันแทนการส่งจดหมายทางไปรษณีย์ ก็เป็นการแสดงให้เห็นว่าแนวโน้มที่การสื่อสารสมัยใหม่เริ่มเข้ามาแทนที่การสื่อสารแบบเดิมในอดีตที่ผ่านมา

3. ตอบสนองด้านการสร้างสังคมและเครือข่าย สื่อเครือข่ายสังคมเป็นเครือข่ายความสัมพันธ์เสมือนที่ตอบสนองกับการสร้างสายสัมพันธ์ สามารถเชื่อมโยงสมาชิกในสังคม สามารถสร้างสรรค์สังคมใหม่ เชื่อมโยงการสื่อสารภายในองค์กรและภายนอกองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นสิ่งที่ตอบสนองรูปแบบชีวิตของมนุษย์ยุคปัจจุบัน โดยเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารกับองค์กร ผู้บริหารองค์กรขนาดใหญ่จะสามารถสื่อสารกับคนในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

บทบาทของเครือข่ายสังคมที่มีต่อสังคม

บทบาทเชิงพาณิชย์ - ปัจจุบันองค์กรที่ประกอบการทางด้านพาณิชย์ต่าง ๆ จะมี Account ของ Social Network อาทิ facebook, twitter เพราะ media network เหล่านี้ง่ายต่อการกระจายข่าวในด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ อีกทั้งประหยัดงบประมาณด้านการทำประชาสัมพันธ์ได้อีกด้วย

บทบาททางสังคม - Social Network ต่าง ๆ เริ่มเข้ามามีบทบาทในการสร้างกลุ่มสังคมย่อย ๆ บนโลกออนไลน์ ในหัวข้อที่กลุ่มคนต่าง ๆ มีความสนใจตรงกัน รวมถึงเป็นช่องทางใหม่ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันอีกด้วย

บทบาทในการกระจายข่าว -ปัจจุบัน การกระจายข่าวในกลุ่มเพื่อน นัดหมาย พบปะ สังสรรค์ รวมกลุ่ม ก็อาศัย Social Network เป็นช่องทางหลักที่ช่วยให้การกระจายข่าวได้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น

ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์

เครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถจัดแบ่งประเภทตามลักษณะการใช้งานได้ 6 ประเภท ดังนี้

1. ลักษณะการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเผยแพร่ตัวตน (Identity Network)

2. ลักษณะการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเผยแพร่ผลงาน (Creative Network)
3. ลักษณะการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อสืบค้นข้อมูล (Intensive Search Network)
4. ลักษณะการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาบุคคลที่มีความสนใจตรงกัน (Interested Network)
5. ลักษณะการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อทำงานร่วมกันกับบุคคลอื่น (Collaboration Network)
6. ลักษณะการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อโลกเสมือน (Gaming/Virtual Reality)

นฤมล นิราทร (2543: 18-21) ได้จำแนกประเภทของเครือข่ายทางสังคม ตามมิติ 4 มิติ ดังนี้

1. จำแนกตามพื้นที่ดำเนินการ เช่น เครือข่ายระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด ภาค และประเทศ
2. จำแนกตามกิจกรรมหรือประเด็นปัญหา เช่น เครือข่ายที่ทำงานด้านเด็ก สตรี สาธารณสุข เศรษฐกิจ พัฒนาชุมชน สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม
3. จำแนกตามอาชีพหรือสถานภาพทางสังคม เช่น เครือข่ายด้านแรงงาน เครือข่ายกลุ่มพระสงฆ์ เครือข่ายครูพิทักษ์สิทธิเด็ก เครือข่ายสารวัตรนักเรียน
4. จำแนกตามรูปแบบโครงสร้างหรือความสัมพันธ์ ทำให้เกิดเครือข่ายใน 2 ลักษณะ คือ เครือข่ายตามแนวดิ่ง คือ (1) เครือข่ายที่มีโครงสร้างเป็นช่วงชั้น ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภายในเครือข่ายไม่เท่ากัน และ (2) เครือข่ายตามแนวนอน เป็นเครือข่ายที่ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภายในเครือข่ายเท่าเทียมกัน

คุณลักษณะของสื่อเครือข่ายสังคม

พิชัย ทองดีเลิศ (2544) กล่าวว่า คุณลักษณะของสื่อเครือข่ายสังคมเป็นดังนี้

1. การเชื่อมโยงวงกว้าง สื่อเครือข่ายสังคมสร้างความสัมพันธ์ที่เกิดจากการเชื่อมโยงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเข้าด้วยกัน จึงเป็นการเชื่อมโยงสังคมในวงเล็กๆ ที่หลากหลายของคนแต่ละกลุ่ม ที่สนใจเรื่องเดียวกันหรือแตกต่างกันเข้าไว้ด้วยกัน จึงทำให้เกิดสังคมเครือข่ายที่โตขึ้นเรื่อยๆ และควรมีการโต้ตอบไม่หยุดยั้ง

2. การขยายตัว สื่อเครือข่ายสังคมมีการขยายตัวอยู่ตลอดเวลา ถ้าสังเกตจากข้อมูลงานวิจัยด้านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ จะเห็นว่าในทุกหนึ่งนาที มีผู้เข้าใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตและมีเข้ามาสมัครเข้าเป็นสมาชิกของสื่อเครือข่ายสังคม จากการบอกต่อด้วยวาจาและการชักชวนเข้าเป็นสมาชิกของระบบ ซึ่งเหมือนกับลูกโซ่ที่กระจายออกไปเรื่อยๆ

3. ความรวดเร็ว สื่อเครือข่ายสังคมนั้นมีการสื่อสารข้อมูลหรือสารสนเทศบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ดังนั้นความเร็วในการสื่อสารจึงเป็นไปอย่างรวดเร็วแบบทันทีทันใด ซึ่งเป็นการตอบสนองทางการสื่อสารที่เหนือกว่าสื่อประเภทอื่นๆ

4. การเข้าถึง การสื่อสารที่เกิดขึ้นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทุกวันนี้ ถือได้ว่าเป็นการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มคนในทุกระดับ และในทุกพื้นที่ ซึ่งสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายได้ทั้งแบบใช้สาย ไร้สาย การใช้สัญญาณดาวเทียม อีกทั้งอุปกรณ์ที่รองรับการใช้งานสามารถรองรับได้ด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งถือว่าเป็นอุปกรณ์พื้นฐานที่เกือบทุกคนต้องมีไว้ใช้งาน จึงเปิดโอกาสให้การเข้าถึงสื่อเครือข่ายสังคมไม่มีข้อจำกัด

5. การตอบโต้ได้ทันที สื่อเครือข่ายสังคมเปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการสามารถสื่อสารกันได้ และสามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้แบบทันทีในลักษณะทันทีทันใด คือได้ตอบกันได้ในเวลาเดียวกันเหมือนพูดจากันปรกติ อีกทั้งยังแบ่งปันข้อมูลอื่นทั้งเสียง ภาพนิ่ง หรือแม้กระทั่งภาพเคลื่อนไหวไปด้วยพร้อมๆ กัน

6. การมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน การที่สื่อเครือข่ายสังคมมีการขยายตัวปัจจัยหนึ่งคงหนีไม่พ้นเรื่องเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และความชอบของคนที่มีเหมือนกันในแต่ละกลุ่มที่เป็นตัวแปรสำคัญในการดึงดูดสมาชิกให้เข้ามาพูดคุย หรือทำกิจกรรมร่วมกัน

7. การติดตามสารสนเทศ เป็นธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนที่มีความต้องการในการรับรู้และติดตามสารสนเทศโดยเฉพาะสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับตัวเองหรือสิ่งที่ตัวเองสนใจ หรือมีผลกระทบกับตัวเอง ดังนั้นจึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่มีคนเข้าไปติดตามสารสนเทศหรือเนื้อหาในสื่อเครือข่ายสังคมคนส่วนใหญ่เข้าไปโพสต์ กระทู้หรือเนื้อหาสารสนเทศของตนเอง และมักเข้าไปติดตามดูว่ามีผู้เข้ามาติดตามหรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมหรือไม่ กลายเป็นการติดตามต่อเนื่องและเป็นการเพิ่มทวีคูณขึ้นอีก เมื่อมีผู้มาแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมก็ติดตามด้วย

8. ผลกระทบสูง เนื่องจากสื่อเครือข่ายสังคมมีศักยภาพในการเข้าถึงสูง ขยายตัวในวงกว้าง การตอบโต้ได้อย่างทันที การแบ่งปันสารสนเทศได้หลากหลายรูปแบบ จึงให้การรับรู้ของคนที่ได้จากสื่อเครือข่ายสังคมเป็นการรับรู้แบบหลายช่องทาง รวมถึงความถี่ที่ได้รับ การติดตามข้อมูลหรือสารสนเทศ การต่อยอดของข้อมูลหรือสารสนเทศที่ได้ตลอดเวลา ทุกสถานที่ และการมีส่วนร่วมของตนเอง จึงทำให้การรับรู้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผลของการรับรู้ที่เกิดขึ้นจึงมีอิทธิพลต่อจิตใจและความรู้สึกสูง ถ้านำไปใช้อย่างถูกวิธีก็จะเกิดประโยชน์สูง แต่ถ้าเป็นไปในทางตรงกันข้ามก็ย่อมเกิดความเสียหายมากเช่นกัน

แรงจูงใจในการมีส่วนร่วมในการใช้สื่อออนไลน์

Kollock (1999 อ้างใน พิชัย ทองดีเลิศ, 2544) ได้ให้กรอบจำกัดความเรื่องแรงจูงใจในการมีส่วนร่วมในการใช้สื่อออนไลน์ มีอยู่ 4 เหตุผล ได้แก่

1. ความต้องการข้อมูลจากผู้อื่น การที่สมาชิกของเครือข่ายสังคมได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้กับสังคมนั้นบ่อยๆมีแรงจูงใจมาจากการที่ตนเองก็ต้องการได้รับความรู้อื่นกลับคืนมา เช่น โพสต์ข้อความตอบกระทู้บ่อยๆจนมีผู้รู้จัก มีความคุ้นเคยกัน ถ้ามีการถามกระทู้ จะมีคนโพสต์ตอบเร็วกว่ากระทู้ของคนอื่นที่เป็นคนแปลกหน้า

2. ความต้องการมีชื่อเสียงและเป็นที่จดจำของคนในสังคมนั้น เช่น การให้ตำแหน่ง การให้คะแนน ให้ดาวแก่สมาชิกในสังคมที่เข้ามามีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลในสังคม ทำให้คนนั้นมีความรู้ความสามารถเหนือกว่าคนอื่นๆ

3. ความรู้สึกภาคภูมิใจ เช่น การตั้งกระทู้และมีผู้มาโพสต์ตอบตามมาเป็นจำนวนมาก ย่อมรู้สึกดีกว่าตั้งกระทู้แล้วไม่มีสมาชิกสนใจเข้ามาตอบเลย

4. ความต้องการการมีปฏิสัมพันธ์กันหรือการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างสมาชิกในสังคม เช่น เมื่อมีสมาชิกมาตั้งกระทู้อะไรที่เราพอมีความรู้อยู่ ก็ทำให้อยากแสดงความคิดเห็นและความรู้ของตนเองให้กับสมาชิก

การใช้เครือข่ายสังคมเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้นว่า social network มีอะไรบ้าง แต่ในปัจจุบัน social network ที่กำลังเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในประเทศไทยคือ เฟซบุ๊ก ซึ่งเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรและสามารถใช้ประโยชน์ในการติดต่อสื่อสารได้ ไม่ว่าจะเป็นการฝากข้อความเพื่อนัดหมาย สอบถามข้อมูล เกษตรกรสามารถเข้าไปหาข้อมูลในเฟซบุ๊กของหน่วยงานหรือของตัวเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรเอง โดยในนั้นสามารถใส่ข้อมูลไว้ได้ทั้งในรูปแบบของตัวหนังสือ รูปภาพ คลิปวิดีโอต่างๆ นอกจากนั้นยังสามารถสนทนาด้วยการ chat โดยตรงได้อีกด้วย social network จึงเป็นตัวช่วยในการถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรรูปแบบใหม่ที่น่าจับตามอง

รูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคม

Deirdre Breakenridge (2008) และบทความของเศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ (2553) ได้แบ่งประเภทของ Social Network ที่ใช้งานได้จริง เอาไว้ ในรูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Network ขององค์กรที่พบในบริบทของประเทศไทย ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ผ่านบล็อก (Blog) ซึ่งมาจากคำเต็มว่า Weblog เป็นรูปแบบการเขียนบทความ (Weblog) อาจจะเรียกอย่างเข้าใจง่ายๆ ว่าเป็น “สื่อส่วนตัวออนไลน์” ลักษณะของบล็อก (Blog) คือหน้าเว็บที่เจ้าของ Blog ซึ่งเรียกว่า Blogger สามารถเพิ่มเติมเนื้อหาใหม่ๆ เข้าไปได้ตลอดเวลา ทั้งนี้รูปแบบของบล็อกเพื่อการประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1.1 บล็อกที่จัดทำโดยบริษัท (Corporate Blog) เป็นบล็อกที่จัดทำขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสื่อสาร ข้อมูลข่าวสารขององค์กร และสินค้าไปยังกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งองค์กร หรือสินค้าควรจะ มีบล็อกดังกล่าว เพื่อให้ง่ายในการตรวจสอบ และทราบความคิดเห็นของบุคคลต่างๆ ที่มีต่อ องค์กร ต่อสิ่งที่บริษัทนำเสนอขายในตลาด และต่อสินค้า

1.2 ไมโครบล็อก (Micro Blogging) ก็คือบล็อกขนาดเล็ก ที่มีลักษณะเป็นการโพสต์ ข้อความสั้นๆ ไม่เกิน 140 ตัวอักษรและสามารถที่จะส่งข้อความสั้นๆ ไปยังโทรศัพท์มือถือได้โดยที่ ไม่จำเป็นต้องเปิดเข้าไปอ่านผ่านอินเทอร์เน็ตเหมือนบล็อกทั่วไป

2. การประชาสัมพันธ์ผ่านแหล่งข้อมูลหรือความรู้ (Data/ Knowledge) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ รวบรวมข้อมูล ความรู้ในเรื่องต่างๆ ในลักษณะเนื้อหาอิสระ ทั้งวิชาการ ภูมิศาสตร์ประวัติศาสตร์ สินค้า หรือบริการ โดยมุ่งเน้นให้บุคคลที่มีความรู้ในเรื่องต่างๆ เหล่านั้นเป็นผู้เข้ามาเขียนหรือ แนะนำไว้ ส่วนใหญ่มักเป็นนักวิชาการ นักวิชาชีพ หรือ ผู้เชี่ยวชาญ ที่เห็นได้ชัดเจน เช่น วิกิพีเดีย (Wikipedia) ที่เป็นสารานุกรมออนไลน์หลายภาษาเป็นต้น

3. การประชาสัมพันธ์ประเภทชุมชนออนไลน์ (Community) เป็นเว็บที่เน้นการหาเพื่อน ใหม่ หรือการตามหาเพื่อนเก่าที่ไม่ได้เจอกันนาน การสร้าง Profile ของตนเอง โดยการใส่รูปภาพ กราฟฟิคที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของเรา (Identity) ให้เพื่อนที่อยู่ในเครือข่ายได้รู้จักเรามากยิ่งขึ้น และยังมีลักษณะของการแลกเปลี่ยนเรื่องราว ถ่ายทอดประสบการณ์ต่างๆ ร่วมกัน เช่น Facebook, และ MySpace เป็นต้น

4. การประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อ (Media) หมายถึง เว็บที่ใช้ฝากหรือแบ่งปัน (Sharing) ไฟล์ประเภท Multimedia อาทิคลิปวิดีโอ ภาพยนตร์ เพลง ฯลฯ โดยใช้วิธีเดียวกันแบบเว็บฝากภาพ แต่เว็บนี้เน้นเฉพาะไฟล์ที่เป็น Multimedia สำหรับเว็บที่นิยมใช้กันมากที่สุดในโลก ได้แก่ ยูทูบ (YouTube)

ช่องทางการติดต่อสื่อสารของสื่อสังคม

การติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อสังคมเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร จำแนกเป็น 4 ช่องทาง ดังนี้ (Lon Safko and David Brake. 2009)

1. กระดานสนทนา (WebBoard) คือเว็บไซต์ที่ทำหน้าที่ในลักษณะเป็น กระดานสนทนา เป็นกระดานแจ้งข่าวสาร ข้อมูล และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน โดยใช้รูปแบบการแสดงผล HTML ที่นิยมใช้ใน World Wide Web (WWW) ซึ่ง WebBoard อนุญาตให้ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ และผู้พัฒนาเว็บไซต์สามารถตั้งหัวข้อกระทู้ เพื่อประกาศข่าวสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้

2. การสนทนา (PM หรือ Personal Message) นี้ใช้สำหรับสนทนาโต้ตอบกันระหว่างบุคคล ภายในเว็บไซต์สำหรับต้องการความเป็นส่วนตัว การที่จะสามารถส่ง PM ถึงกันได้นั้นทั้งผู้รับและผู้ส่งต้องเป็นสมาชิกอยู่ในเว็บไซต์เดียวกัน

3. แชท (chat) คือ การเขียนบทสนทนาระหว่างคนสองคนหรือมากกว่านั้น โดยใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ (เครือข่ายท้องถิ่น บริการออนไลน์, อินเทอร์เน็ต ฯลฯ) การสนทนานั้น เมื่อผู้สนทนาเขียน และส่งข้อความ คู่สนทนาจะได้รับข้อความในทันที

4. การสนทนาแบบเห็นหน้า (Videotelephony หรือ Video Calling) เป็นเทคโนโลยี โทรคมนาคมสำหรับการรับและส่งสัญญาณเสียงวิดีโอ โดยผู้ใช้ที่อยู่ในสถานที่ที่แตกต่างกันสำหรับการสื่อสารระหว่างผู้คนในรูปแบบเรียลไทม์

ชนิดของสื่อสังคม

รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2556 สำนักนโยบาย และส่งเสริมธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ได้จำแนกชนิดของสื่อสังคมต่างๆ ไว้ ดังนี้

เฟซบุ๊ก (Facebook)

เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นบริการเครือข่ายสังคมและเว็บไซต์ เปิดใช้งานเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 2004 ดำเนินงานและมีเจ้าของคือ บริษัท เฟซบุ๊ก (Facebook, Inc.) จากข้อมูล 4 ตุลาคม 2555 เฟซบุ๊ก มีผู้ใช้ประจำ พันล้านกว่าบัญชี หรือคิดเป็นอัตราส่วน 1 ใน 7 ของคนทั้งโลก ผู้ใช้สามารถสร้างข้อมูลส่วนตัว เพิ่มรายชื่อผู้อื่นในฐานะเพื่อนและแลกเปลี่ยนข้อความ รวมถึงได้รับแจ้งโดยทันทีเมื่อพวกเขาปรับปรุงข้อมูลส่วนตัว นอกจากนั้นผู้ใ้ยังสามารถร่วมกลุ่มความสนใจส่วนตัว จัดระบบตาม สถานที่ทำงาน โรงเรียน มหาวิทยาลัย หรือ อื่น ๆ ชื่อของเฟซบุ๊กนั้นมาจากชื่อเรียกภาษาปาก

ของสมุดที่ให้กับนักเรียนเมื่อ เริ่มแรกเรียนในสถาบันอุดมศึกษา ที่มอบให้โดยคณะบริหารมหาวิทยาลัย ในสหรัฐอเมริกา เพื่อช่วยให้นักเรียนสามารถรู้จักผู้อื่นได้มากขึ้น เฟซบุ๊กอนุญาตให้ใครก็ได้เข้า สัมผัสลงทะเบียนกับเฟซบุ๊ก โดยต้องมีอายุมากกว่า 13 ปีขึ้นไป

ประวัติความเป็นมา

เฟซบุ๊กก่อตั้งขึ้น โดย มาร์ก ซักเคอร์เบิร์ก ร่วมกับเพื่อนร่วมห้องในวิทยาลัยของเขาและเป็น นักเรียนวิทยาศาสตร์ คอมพิวเตอร์ที่ชื่อ เอ็ดวาร์โด ซาเวริน, ดิสติน มอสโควิตซ์ และคริส ฮิวส์ เดิมทีสมาชิกของเว็บไซต์จะจำกัดเฉพาะกลุ่มผู้ก่อตั้งและนักเรียนมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด แต่ต่อมาขยายขยาย ไปสู่มหาวิทยาลัยอื่นในแถบบอสตัน, กลุ่มไอวีลีก และมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด แล้วค่อย ๆ เพิ่ม นักเรียนจากมหาวิทยาลัยอื่น จนกระทั่งเปิดให้กับนักเรียนระดับไฮสคูล จนในที่สุดทุกคนก็สามารถ เข้าสมัครได้โดยอายุมากกว่า 13 ปีขึ้นไป เปิดใช้งานเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 จากการศึกษาของ เว็บ คอมพิ.คอม ในเดือนมกราคม ค.ศ. 2009 เฟซบุ๊กถือเป็นบริการเครือข่ายสังคมที่มีคนใช้มากที่สุด เมื่อดูจากผู้ใช้งานประจำรายเดือน โดยมีผู้ใช้งานต่อเดือนราว 135.1 ล้านคนนับเฉพาะในสหรัฐอเมริกา ข้อมูล ณ วันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2554 จากเฟซบุ๊กมีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 584,628,480 สมาชิกทั่วโลก โดยเป็นสมาชิกจากประเทศไทย รวม 6,914,800 สมาชิก

รายชื่อประเทศที่มีสมาชิกมากที่สุด 15 อันดับ รวมสมาชิกทั้งหมด 966.18 ล้านคน ข้อมูล ณ.วันที่ 19 พฤศจิกายน พ.ศ. 2555

1. สหรัฐอเมริกา 168.64 ล้านคน
2. ประเทศบราซิล 61.81 ล้านคน
3. ประเทศอินเดีย 60.60 ล้านคน
4. ประเทศอินโดนีเซีย 49.88 ล้านคน
5. ประเทศเม็กซิโก 39.58 ล้านคน
6. ประเทศอังกฤษ 33.78 ล้านคน

7. ประเทศตุรกี 31.82 ล้านคน
8. ประเทศฟิลิปปินส์ 29.88 ล้านคน
9. ประเทศฝรั่งเศส 25.29 ล้านคน
10. ประเทศเยอรมัน 25.19 ล้านคน
11. ประเทศอิตาลี 22.98 ล้านคน
12. ประเทศอาร์เจนตินา 20.52 ล้านคน
13. ประเทศแคนาดา 18.60 ล้านคน
14. ประเทศไทย 17.61 ล้านคน
15. ประเทศโคลอมเบีย 17.59 ล้านคน

ความสามารถของเฟซบุ๊ก

1. สำหรับสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์
2. ใช้ติดต่อเพื่อนในกลุ่ม
3. การแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ เช่น ความรู้ ความคิดเห็น ภาพ วิดีโอ ฯลฯ
4. สร้างอัลบั้มภาพส่วน
5. เป็นเว็บไซต์ส่วนตัว
6. เล่นเกม

7. การสร้างกลุ่มเครือข่าย

8. การ Chant Online

9. การสร้างกิจกรรม

10. การสร้าง Fanpage

11. ใช้โฆษณาสินค้า

12. วงการศึกษา เช่น ใช้สร้างเครือข่ายระหว่างครูนักเรียน การจัดงาน การบ้านนักเรียน ฯลฯ

13. การติดต่อเชื่อมโยงกับเว็บอื่นๆ เช่น Wordpress, MSN, Twitter, Slideshare

14. Application ต่างๆ

ส่วนประกอบของเฟซบุ๊ก

ส่วนประกอบของเฟซบุ๊กแบ่งตามลักษณะหน้าจ่อออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 News Feed: เป็นสาระสำคัญที่จะแจกแจงรายละเอียดข่าวสารต่างๆ ว่าเพื่อนของเราในเฟซบุ๊กนั้นทำอะไรกันบ้างในแต่ละวัน ซึ่งประเภทของข่าวสารนั้นแทบจะมีไม่จำกัด

ส่วนที่ 2 Requests กับ Notification : จะบอกว่ามีอะไรที่กำลังรอคอยการตอบสนองหรือที่ควรจะเป็นพิเศษ Request หลักๆ จะมี 2 ประเภท คือ Friend request คือ เวลามีคนคลมาขอแอด เมื่อคลิกเข้าไปก็จะเป็นรายละเอียดว่ามีใครบ้าง และจะรับหรือปฏิเสธ และประเภทที่สองก็คือ Application invitation ก็คือส่วนที่แสดงว่าบุคคลที่เป็นเพื่อนของเราใช้แอปพลิเคชันอะไรอยู่

ส่วนที่ 3 Status Updates: จะเป็นส่วนที่บอกสถานะปัจจุบัน ซึ่งสามารถพิมพ์อะไรก็ได้ที่บอกความรู้สึก หรือสิ่งที่กำลังทำอยู่ขณะนี้ให้เพื่อนรับทราบ

ส่วนที่ 4 อื่นๆ: ตรงนี้ก็จะป็นรายละเอียดอื่นๆ ทั้งที่น่าสนใจและไม่น่าสนใจ เช่นวันนี้เป็นวันเกิดของเพื่อนคนไหนบ้าง รวมถึงข่าวสารอัปเดตต่างๆ ของทางเฟซบุ๊กเอง

การประยุกต์ใช้เฟซบุ๊กเพื่อการจัดการเรียนรู้

เฟซบุ๊ก นับได้ว่าเป็น Social Media ที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ หากมีการนำเอา เฟซบุ๊ก เข้ามาใช้ในการจัดการเรียนรู้ ย่อมจะสามารถเข้าถึงผู้ใช้งานที่เป็นครูอาจารย์และนักเรียนได้อย่างกว้างขวาง มหาวิทยาลัยชั้นนำของโลกหลายแห่ง ได้สร้างหน้า (Page) เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัย รวมทั้งเผยแพร่ความรู้และผลงาน ผ่านทางเฟซบุ๊ก เช่น มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard University), มหาวิทยาลัยออกซฟอร์ด (University of Oxford) เป็นต้น นอกจากสถาบันการศึกษาที่นำ เฟซบุ๊ก มาใช้ในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้แล้ว ยังมีหน่วยงานของรัฐบาลอังกฤษ พัฒนา Teachers TV ผ่านทางเฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่เทคนิควิธีการสอน สื่อการเรียนรู้ เป็นต้น เว็บไซต์ของเฟซบุ๊กสามารถนำไปใช้เป็นช่องทางในการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ได้เช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น หน้าของโรงเรียนเจริญศิลป์ศึกษา “โพธิ์คำอนุสรณ์” จังหวัดสกลนคร (<http://facebook.com/charoensin>) ได้ให้นักเรียนสนทนา และเปลี่ยนความคิดเห็น ส่งการบ้าน และทำกิจกรรมการเรียนรู้ ผ่านทางเว็บบอร์ดในเฟซบุ๊ก เป็นต้น การพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อการศึกษา ถือเป็นอีกวิธีหนึ่งในการประยุกต์ใช้เฟซบุ๊ก ในการจัดการเรียนรู้ แม้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้พัฒนาต่างประเทศ และส่วนใหญ่จะพัฒนาเพื่อความบันเทิงและการค้าเท่านั้น ถ้าหากมีการพัฒนาแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการศึกษา ก็จะช่วยพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียนและลดพฤติกรรมการใช้ Social Media ในทางที่ไม่เหมาะสมได้อีกด้วย

จริยธรรมในการใช้ Facebook

การที่เฟซบุ๊กมีจำนวนผู้ใช้งานหลายสิบล้านคนทั่วโลก ย่อมหมายถึงข้อมูลจำนวนมากมหาศาลที่จะถูกโพสต์บนเฟซบุ๊กในแต่ละวัน และแน่นอนว่าย่อมมีทั้งข้อมูลที่มีประโยชน์และโทษปะปนกันไป ถึงแม้ว่าผู้ดูแลระบบจะมีการดูแลและกลั่นกรองข้อมูลในระดับหนึ่งแต่นั้นก็ไม่เพียงพอที่จะป้องกันอันตรายต่างๆ ที่แฝงมากับ เฟซบุ๊กได้ ดังจะเห็นได้จากข่าวสารเกี่ยวกับผู้ที่ได้รับความเสียหายจากการใช้งานเฟซบุ๊กที่ไม่เหมาะสมอยู่เป็นประจำ การสร้างจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กจึงเป็นอีกทางแก้ที่จะช่วยลดปัญหาการละเมิดสิทธิ์ของผู้อื่นในเฟซบุ๊กได้ โดยทุกครั้งที่มีการโพสต์ข้อมูลต่างๆ จะต้องคำนึงถึงดังต่อไปนี้

1. ใช้ข้อความที่สุภาพ
2. ไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น
3. ไม่สร้างความแตกแยก
4. ไม่หลอกลวงหรือทำให้คนอื่นเข้าใจผิด
5. ไม่ผิดศีลธรรมและวัฒนธรรมอันดีของสังคม

จากที่กล่าวมาข้างต้น ล้วนเป็นสิ่งที่ผู้ใช้งานเฟสบุ๊กทุกคนทราบเป็นอย่างดี แต่ก็ยังมีผู้ใช้งานบางส่วนไม่มีจริยธรรมในการใช้งาน ซึ่งทางผู้ดูแลระบบ ได้เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานเฟสบุ๊กทุกคนมีส่วนร่วมในการสอดส่องดูแล โดยหากพบข้อมูลที่ไม่เหมาะสม ก็สามารถแจ้งลบ หรือรายงานข้อมูลดังกล่าว เพื่อดำเนินการต่อไปได้

ทวิตเตอร์ (Twitter)

ทวิตเตอร์ เป็นบริการส่งข้อความเป็นประโยคสั้นๆ ที่คุณส่งไปนั้นจะเป็นการบอกว่า คุณกำลังทำอะไรอยู่ ในตอนนั้น เพื่อเป็นบันทึก ณ. ช่วงเวลานั้นว่าคุณทำอะไรอยู่ ลงไปในเว็บไซต์ของ Twitter.com เช่น "กำลังจะกินข้าว" "กำลังจะออกจากบ้าน" เป็นต้น และเมื่อคุณส่งประโยคสั้นๆ ไปเรื่อยๆ ในช่วงเวลาที่คุณมีเวลา และสามารถทำได้ เมื่อกลับมาอ่าน ข้อความทั้งหมด ก็จะสามารถประติดประต่อ บอกเรื่องราวว่าคุณทำอะไรไปบ้างช่วงวันหนึ่งๆ

ประวัติของทวิตเตอร์

ทวิตเตอร์ (Twitter) (มาจากรากศัพท์คำว่า tweet ที่แปลว่า เสียงนกกรอ) หมายถึง Unified Message ชนิดหนึ่ง มีลักษณะเป็น Microblogging ที่ให้บริการเพื่อการติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อน ครอบครัวและเพื่อนร่วมงาน สามารถเชื่อมต่อเป็นเครือข่าย และแลกเปลี่ยนข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว แบบ Real Time เพื่อเป็นคำตอบสำหรับคำถามที่ว่า "คุณกำลังทำอะไรอยู่" ซึ่ง Twitter ก่อตั้งขึ้นโดยบริษัท Obvious Corp เมื่อเดือน มีนาคม ค.ศ. 2006 ที่เมืองซานฟรานซิสโก ประเทศสหรัฐอเมริกา พัฒนาขึ้นโดย Evan Williams และ Meg Hourihan Evan Williams คือคนเดียวกับที่สร้างบริการบล็อก

ที่นิยมมากที่สุดในโลก ในขณะนี้ นั่นคือ Blogger.com นั่นเอง หลายคนคงพอทราบกันนะล่ะ ว่า Blogger.com ตั้งแต่แรกเริ่มเดิมทีนั้น อยู่ภายใต้การดูแลของบริษัทเล็กๆ ที่ชื่อว่า Pyra Labs ก่อร่างสร้างตัวขึ้นตั้งแต่สิงหาคม ปี 1999 และหลังจากนั้น 3 ปี ทาง Google ก็เข้ามาขอซื้อกิจการไปในปี 2002 เพื่อไปเติมเต็มบริการ อีกทั้งขยายกลุ่มผู้ใช้ให้ได้มากขึ้น แต่ Williams ถอนตัวออกจาก Google มาร่วมงานกับ Odeo เมื่อ ปี 2004 และเมื่อไม่นานมานี้ Williams ได้ออกมาร่วมงาน กับ Obvious Corp. ในปี 2006 ซึ่งมี Twitter เป็น Product หลักของบริษัท เป้าหมายของ Obvious Corp คือ สร้างสรรค์สิ่งที่น่าสนใจและมีความสำคัญ ต่อโลก Meg Hourihan คือผู้ร่วมก่อตั้งอีกหนึ่งคน ซึ่งเป็นคู่หูของ Evan Williams นั่นเอง ภาพพจน์ของเธอก็ยังเป็นบล็อกเกอร์ อยู่ต่อไป และตอนนี้เธอก็แต่งงานแล้ว กับ Jason Kottke ซึ่งนับแล้วก็เป็นบล็อกเกอร์เหมือนกัน ทั้งสองเคยเป็นบุคคลแห่งปี ที่ทาง PC Magazine มอบให้ในปี 2004 ค.ศ. 2009 ทวิตเตอร์ได้รับความนิยมสูงขึ้นอย่างมาก จนนิตยสาร “ไทม์” ฉบับวันที่ 15 มิ.ย. 2009 ได้นำเอาทวิตเตอร์ขึ้นปก เป็นเรื่องเด่นประจำฉบับ และบทบรรณาธิการกล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงการนำเสนอข่าว ที่มีที่มาจากเทคโนโลยีใหม่อย่างทวิตเตอร์

ส่วนประกอบของทวิตเตอร์

ส่วนประกอบของทวิตเตอร์แบ่งตามลักษณะหน้าจอคอมพิวเตอร์ได้ดังนี้

1. ช่องค้นหาหัวข้อ Tweet, link และเพื่อน ๆ
2. แถบเมนูหลัก
3. ปุ่มลัดไว้สำหรับ Tweet ข้อความ
4. แสดงสถานะ และเครื่องมือการตั้งค่าต่าง ๆ ของผู้ใช้งาน
5. จำนวนข้อความทั้งหมดที่เรา Tweet ไปแล้ว
6. แท็บเครื่องมือ Tweet
7. แสดงรายชื่อ จำนวนเพื่อนที่เราติดตาม (Following) และเพื่อนที่สนใจติดตามเรา (Followers)

8. จำนวนข้อความ Tweet ที่เข้ามาใหม่ และเรายังไม่ได้กดดู

9. ข้อความ Tweet ล่าสุด

10. แนะนำเพื่อนคนดัง หรือจากหัวข้อ Tweet ที่เหมาะกับเรา

11. กระแสหัวข้อการ Tweet ที่มาแรงจากทั่วโลกในแต่ละวัน

ไลน์ (Line)

ไลน์ เป็นโปรแกรมแชทที่สามารถใช้งานได้ทั้งโทรศัพท์มือถือที่มีระบบปฏิบัติการ iOS, Android, Windows Phone ล่าสุดสามารถใช้งานได้นับคอมพิวเตอร์ PC และ Mac ได้แล้ว ด้วยความที่มีลูกเล่นมากมาย สามารถแชท ส่งรูป ส่งไอคอน ส่ง Sticker ตั้งค่าคุยกันเป็นกลุ่ม ฯลฯ ทำให้มีผู้ใช้งานแอปนี้เป็นจำนวนมาก (<http://line.naver.jp/th/>)

สิ่งที่น่าสนใจของ LINE

1. สามารถเพิ่มกลุ่มสนทนาหรือเชิญเพื่อนได้ถึง 100 คน
2. ออกแบบให้สามารถโทร.หากันฟรีแบบ 1 ต่อ 1
3. พัฒนาคุณภาพของการโทร.ให้ดีขึ้น โดยตัดเสียงรบกวนและเสียงแทรกจากบริเวณรอบๆ
4. ส่งวิดีโอ และข้อความเสียงฟรี

การแอดเพื่อนของ LINE สามารถทำได้หลายแบบ ดังนี้

1. Shake It โดยเข้าโปรแกรม LINE ทั้งเราและเพื่อนแล้วให้เขย่าโทรศัพท์ทีละๆ กัน เพียงแค่นี้เพื่อนก็จะถูก แอดเข้ามาในรายชื่อของเราแล้ว

2. แอดเพื่อนจากรายชื่อที่อยู่ในโทรศัพท์ โดยที่สามารถกดเลือกได้เลย

3. แอดเพื่อนด้วย QR code โดยเมื่อเข้าไปแล้วจะมีช่องที่เป็นกล้องให้เราอ่าน QR Code ของเพื่อน

4. แอดเพื่อนโดยการค้นหาไอ디ของเพื่อน

นอกจากนี้ไลน์ยังมีแอปพลิเคชันเสริมต่างๆอีกมากมาย เช่น

1. ไลน์แคมร่า แอปพลิเคชันเสริมแต่งรูปถ่ายของคุณได้ตามใจชอบด้วยสติ๊กเกอร์สวยๆ จาก LINE กว่า 700 แบบและกรอบรูปกว่า 100 รายการ

2. ไลน์บรัช แอปพลิเคชันที่สามารถสร้างอารมณ์ศิลป์ที่น่าประทับใจ ได้จากรูปถ่ายและวาดภาพได้ตามใจประสงค์

3. ไลน์เกม แอปพลิเคชันเกมต่างๆมากมายที่จะทำให้คุณสนุกกับการเล่นเกม และสามารถแชร์สถิติของคุณให้แก่เพื่อนๆ ได้

ยูทูป (YouTube)

ยูทูป เป็นเว็บไซต์ที่มีผู้คนจำนวนมากนำวิดีโอต่างๆ ไปฝากเพื่อแบ่งปันไปยังสมาชิก ปัจจุบันได้เพิ่มคุณภาพวิดีโอรองรับระบบ HD อีกด้วย (มนตรี กำเนิดสิงห์, 2555)

การทำงานของเว็บไซต์แสดงผลวิดีโอผ่านทางในลักษณะ อะโดบี แฟลช ซึ่งเนื้อหาจะมีหลากหลายรวมถึง รายการโทรทัศน์มีสติกวิดีโอ วิดีโอจากทางบ้าน งานโฆษณาทางโทรทัศน์ และบางส่วนจากภาพยนตร์ และผู้ใช้สามารถนำวิดีโอไปใส่ไว้ในบล็อกหรือเว็บไซต์ส่วนตัวได้ ผ่านทางคำสั่งที่กำหนดให้ของยูทูป ยูทูปถือว่าเป็นหนึ่งในเว็บ 2.0 ชั้นนำของอันดับต้น ๆ ของโลก ยูทูปมีนโยบายไม่ให้อัปโหลดคลิปที่มีภาพโป๊เปลือย และคลิปที่มีลิขสิทธิ์นอกเสียจากเจ้าของลิขสิทธิ์ได้อัปโหลดเอง โดยผู้ใช้สามารถทำการแจ้งลบได้

รูปแบบวิดีโอ

ยูทูปใช้งานโดยแสดงผลภาพวิดีโอในลักษณะของ แมโครมีเดีย แฟลช 7 และใช้การถอดรหัสแบบ Sorenson Spark H.263 แฟลชเป็นโปรแกรมเสริมที่ต้องติดตั้งเพิ่มสำหรับเว็บเบราว์เซอร์ทั่วไป โดยแสดงผลที่ขนาดความกว้างและสูง 320 และ 240 พิกเซล ที่ 25 เฟรมต่อวินาที โดยมีการส่งข้อมูลสูงสุดที่ 300 กิโลบิตต่อวินาที ซึ่งการแสดงผลสามารถดูได้ที่ขนาดปกติ หรือขนาดที่แสดงผลเต็มจอ ยูทูปแปลงไฟล์วิดีโอเป็นไฟล์ในลักษณะ แฟลชวิดีโอ ในนามสกุล .FLV ภายหลังจากผู้ใช้ได้อัปโหลดเข้าไป ไม่ว่าผู้อัปโหลดจะโหลดในลักษณะ .WMV .AVI .MOV .3GP MPEG หรือ .MP4

รูปแบบเสียง

ไฟล์ในยูทูปเก็บในลักษณะสตรีมไฟล์MP3 โดยมีการเข้ารหัสแบบโมโนที่ 65 กิโลบิต/วินาที ที่ 22050 เฮิรตซ์ อย่างไรก็ตามยูทูปสามารถเก็บไฟล์เสียงในลักษณะสเตอริโอได้หากมีการแปลงเป็น ไฟล์ FLV ก่อนทำการอัปโหลด

กูเกิลพลัส (Google Plus หรือ Google+)

กูเกิลพลัส เป็นสังคมออนไลน์รูปแบบใหม่ของกูเกิล ซึ่งนับว่าเป็นคู่แข่งที่น่ากลัวของเฟสบุ๊ก มีจุดเด่นคือมีการดึงเอาผลิตภัณฑ์มากมายของกูเกิลเข้ามารวมไว้ ไม่ว่าจะเป็น การส่งอีเมลล์ การสร้างรายงาน การค้นหา(มนตรี กำเนิดสิงห์, 2555)

Google+ ทำงานโดยรวมบริการหลายอย่างของทางกูเกิลเข้าไว้ที่เดียวกัน อาทิ เช่น กูเกิล บัซซ์, กูเกิล โพรไฟล์, กูเกิล ทอล์ก และอีกหลายบริการ ปัจจุบันได้มีการรับรองการทำงานผ่านเว็บเบราว์เซอร์, แอปพลิเคชันของแอนดรอยด์ และ แอปพลิเคชันของไอโอเอส

บริการต่าง ๆ ที่กูเกิลนำเสนอมีดังนี้

1. Circle สำหรับการแบ่งเพื่อนออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ
2. Huddle สำหรับการแชทเป็นกลุ่ม และส่งข้อความสั้น ภายหลังเปลี่ยนชื่อเป็น Messenger

3. Hangout สำหรับการวิดีโอแชทเป็นกลุ่ม มากที่สุดได้ 10 คน

4. Instant upload จะอัปโหลดรูปภาพและวิดีโอที่ถ่ายขึ้นอัลบั้มอัตโนมัติ แต่จะให้ผู้ใช้อัตโนมัติภายหลังว่าจะแบ่งปันให้กับผู้ใด ให้บริการเฉพาะบนระบบแอนดรอยด์เท่านั้น

5. Sparks ให้ผู้ใช้ติดตามหัวข้อและประเด็นต่าง ๆ ที่ตนชอบ

6. Streams ให้ผู้ใช้ดูอัปเดตต่าง ๆ จากเพื่อนได้

ฟลิคเกอร์ (Flickr)

ฟลิคเกอร์ เป็นเว็บสำหรับแบ่งปันรูปภาพและยังเป็นส่วนหนึ่งของ Yahoo ด้วย หากเรามีอีเมลล์ของ Yahoo ก็สามารถล็อกอินเข้าระบบได้เลย (มนตรี กำเนิดสิงห์, 2555)

ประวัติความเป็นมา

ฟลิคเกอร์พัฒนาในบริษัทลูดิคอร์ป (Ludicorp) โดยแคเทอรินา เฟก (Caterina Fake) และ สจวร์ต บัตเตอร์ฟิลด์ (Stewart Butterfield) โดยได้พัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูลโดยคำนึงถึงระดับของผู้ใช้งาน โดยให้มีการเชื่อมโยงข้อมูลเชื่อมถึงกันได้ในทุกส่วน ซึ่งเป็นจุดเด่นของฟลิคเกอร์ที่ทำให้ทางบริษัทยาฮู! สนใจพัฒนาเว็บจัดการภาพของตัวเองมีคุณภาพเทียบเท่า โดยทางยาฮู! ได้จ้างนักศึกษาปริญญาเอกจากสถาบันเทคโนโลยีแมสซาชูเซตส์ (MIT) มาคิดค้นระบบจัดเก็บข้อมูลในลักษณะเดียวกันแต่ไม่ประสบความสำเร็จ จนในเดือน มีนาคม พ.ศ. 2548 บริษัทยาฮู! ได้ซื้อฟลิคเกอร์ พร้อมทั้งบริษัทลูดิคอร์ป ในราคาประมาณ 2 พันล้านบาท

ความสามารถของฟลิคเกอร์

1. แท็ก (tag) - ฟลิคเกอร์มีความสามารถแตกต่างจากเว็บไซต์โหลดภาพทั่วไปคือ กำหนดแท็ก เพื่อสามารถเชื่อมโยงภาพอื่นๆ ที่มีการกำหนดชื่อแท็กเดียวกัน ในอัลบั้มของผู้ใช้เอง หรืออัลบั้มของผู้อื่นที่ใช้ชื่อแท็กเดียวกัน

2. ออร์แกไนเซอร์ (Organizr) - จัดเก็บภาพไว้ในหมวดหมู่ต่างๆ รวมถึงการจัดภาพตามวันที่ การจัดภาพตามแท็ก หรือการจัดภาพตามเวลาที่ทำการถ่ายภาพ

3. โน้ต (note) - การเขียนข้อความไว้ในส่วนหนึ่งส่วนใดของข้อความ เหนือภาพนั้นโดยเมื่อผู้ใช้เลื่อนเมาส์ มาภายในภาพ ข้อความที่กำหนดจะแสดงออกมา

4. ปฏิทิน (calendar) - การเรียกดูรูปตามวันที่ โดยสามารถเลือกตามวันที่ที่มีการอัปโหลดหรือวันที่ที่ทำการถ่ายภาพทั้งหมด

5. นอกจากนี้ความสามารถพื้นฐานเช่นการเขียนข้อความแสดงความคิดเห็นของภาพ รวมถึงการใส่ชื่อเพื่อนไว้ในรายชื่อเพื่อน เหมือนเว็บไซต์สังคมออนไลน์ทั่วไป

พินเทอเรส (Pinterest)

Pinterest มาจากคำว่า **Pin+Interest** คือ การปักหมุด (Pin) รูปภาพที่สนใจลงบนบอร์ดของตนเอง พินเทอเรสจะเป็นเว็บที่มีแต่รูปภาพแต่อย่างเดียวในหน้าบอร์ดพร้อมกับคำบรรยายสั้นๆ ของรูปภาพ (มนตรี กำเนิดสิงห์, 2555)

ประวัติความเป็นมา

พินเทอเรส เปิดตัวมาตั้งแต่เดือนมีนาคม 2010 และสามารถสร้างกระแสได้อย่างรวดเร็ว โดยเติบโตถึง 4000% ภายในระยะเวลาเพียง 6 เดือน และติด 10 อันดับ เว็บโซเชียล เน็ตเวิร์ค มีผู้คนเข้าใช้บริการเกือบ 40 ล้านคนต่อเดือน

ความสามารถของพินเทอเรส

พินเทอเรสใช้ภาพในการสื่อสาร และใส่ตัวอักษรลงไปให้น้อยที่สุด ทำให้การมองหาข้อมูลเป็นไปได้ง่ายและรวดเร็ว เว็บหน้าตาสวยงาม ใช้งานง่าย อีกทั้งยังเชื่อมต่อกับ Twitter, Instagram, และ Facebook ทำให้พินเทอเรสได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง 83% ของผู้เล่นพินเทอเรสในสหรัฐอเมริกาเป็นผู้หญิง ส่วนใหญ่จะใช้เก็บข้อมูลต่างๆ ตามความสนใจ เช่น วางแผน

งานแต่งงาน เก็บรวบรวมทรงผมและแฟชั่นสวยๆ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการใช้ปรีนเทอร์สทำการตลาดด้วย

จุดเด่นของปรีนเทอร์ส

จุดเด่น คือ การ รีพิน(สนใจ) จะแชร์ให้กับคนที่รีพินเท่านั้น

1. มีอัตราการเคลื่อนไหวได้ดีกว่า
2. มีลิงค์กลับไปสู่หน้าหลัก ทำให้ง่ายต่อการใช้งาน
3. ไม่มีโฆษณาหรือแบนเนอร์
4. ช่วยสร้างความสัมพันธ์ เพราะทุกการเคลื่อนไหว ทุกรีพิน ทุกคอมเม้นท์ หรือไลค์ จะบอกได้ถึงความสนใจของคนอื่นๆ
5. สร้างความโดดเด่นให้ติดตาม รูปภาพที่แสดงถึงเอกลักษณ์ได้มากกว่าที่คิด ภาพสามารถทำให้คนจดจำแบรนด์ของเราได้

ยาฮูรูออบ (yahoo!answer)

บริการจาก Yahoo! ที่ออกแนวเว็บบอร์ด คือให้คนตั้งคำถามได้ และเปิดให้คนอื่นมาตอบคำถาม ซึ่งเหมาะสำหรับคนที่พยายามหาคำตอบจากแหล่งต่างๆ แล้วไม่พบ หรือไม่ชอบการค้นหาคำตอบด้วยตัวเองแต่ยินดีรอให้คนอื่นมาตอบให้ สิ่งที่ทำให้ Yahoo! รูออบ แตกต่างออกไปจากเว็บบอร์ดทั่วๆ ไปก็คือระบบการให้คะแนน โดยถ้าใครที่ตอบคำถามได้ดีจนเจ้าของคำถามอ่านแล้วพอใจกับคำตอบ เจ้าของคำถามจะเลือกคำตอบนั้นเป็นคำตอบที่ดีที่สุด ผู้ตอบคำถามก็จะได้รับคะแนนที่เป็นความภาคภูมิใจอย่างหนึ่ง ด้วยกลไกนี้ทำให้เกิดวัฏจักรการช่วยเหลือกันขึ้นมา ทุกคนจะพยายามตอบคำถามให้ดีที่สุดเพื่อให้ได้รับคะแนนจากเจ้าของคำถาม เจ้าของคำถามก็พอใจที่ได้รับคำตอบที่ตัวเองต้องการ เกิดเป็นกระบวนการแบ่งปันความรู้ที่มีความน่าเชื่อถือ (มนตรี กำเนิดสิงห์, 2555)

จุดเด่นของยาสูร้อบ

ระบบการให้คะแนนโดยถ้าใครที่ตอบคำถามได้ดีจนเจ้าของคำถามอ่านแล้วพอใจกับคำตอบ เจ้าของคำถามจะเลือกคำตอบนั้นเป็นคำตอบที่ดีที่สุด ผู้ตอบคำถามก็จะได้รับคะแนน นอกจากนี้ กลไกคะแนนยังช่วยให้คนอื่นๆ เข้าถึงคำตอบที่ถูกต้องได้ง่ายโดยไม่ต้องเสียเวลาลองผิดลองถูกกับคำตอบทั้งหมด

จุดอ่อนของยาสูร้อบ

จุดอ่อนของ ยาสูร้อบ ก็คือมีความเป็นไปได้ที่จะมีการโกงคะแนน หรือหากวิธีที่จะเพิ่มคะแนนให้ตัวเอง ถ้าคนโกงมีคะแนนมากกว่าคนที่ตั้งใจตอบคำถาม ระบบคะแนนก็จะล้มเหลวทันที

ลิงค์อิน (LinkedIn)

ลิงค์อิน เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมที่เน้นด้านเครือข่ายธุรกิจ ถูกใช้เพื่อการสร้างเครือข่ายทางวิชาชีพเป็นหลัก มีผู้ลงทะเบียนใช้งานมากกว่า 200 ล้านคน ใน 150 อุตสาหกรรม และ 400 ภูมิภาคเศรษฐกิจ จุดประสงค์หลักของเว็บไซต์นี้คืออนุญาตให้ผู้ใช้ที่ลงทะเบียนแล้ว สามารถสร้างรายการที่ติดต่อของผู้อื่นที่รู้จักและเชื่อถือในการทำธุรกิจ ผู้คนในรายการนี้เรียกว่า "Connections" (มนตรี กำเนิดสิงห์, 2555)

ประโยชน์ของลิงค์อิน

ผู้ใช้สามารถใช้ในการหางาน หรือหาผู้ร่วมงาน โดยหลักการคือใส่รายละเอียดเกี่ยวกับตัวเรา โดยรายละเอียดของลิงค์อินคือผู้ใช้ที่ลงทะเบียนแล้ว สามารถสร้างรายการติดต่อกับผู้อื่นที่เขารู้จัก ในด้านของธุรกิจ

เป้าหมายหลักของลิ่งคိုင်

1. หาคคนที่เก่ง หรือที่เราต้องการมาทำงานร่วมกับเรา
2. หาที่ดีๆที่เราอยากไปทำงานด้วย

ทัมเบลอร์ (tumblr)

ทัมเบลอร์ เป็นสื่อสังคมชนิดหนึ่ง จะเป็นเหมือนบล็อกทั่วไปที่มีลูกเล่นที่สวยงาม สะดวกในการใช้ รูปแบบของตัวเว็บมีความน่าสนใจ (มนตรี กำเนิดสิงห์, 2555)

จุดเด่นของทัมเบลอร์

1. สามารถเปลี่ยนรูปแบบหน้าตา(Theme) ได้หลากหลายเพื่อบอกถึงตัวตนของผู้ใช้งาน
2. สามารถอัปโหลดและแสดงรูปภาพเคลื่อนไหว(GIF) ได้
3. สามารถอัปโหลดไฟล์ได้หลากหลายมากๆ เช่น ไฟล์ภาพ .png หรือไฟล์วิดีโอ .flv หรือ .mp4 เป็นต้น
4. Reblog เป็นการยกเอาสถานะของผู้ใช้งานอื่นมาไว้บนหน้าสถานะของตนเอง
5. มีความง่ายในการใช้งาน เช่น การแสดงสถานะสามารถเลือก Public (สาธารณะ) กับ Private (ส่วนตัว)
6. สามารถตั้งชื่อ URL ได้ตามใจผู้ใช้ได้ตั้งแต่ขั้นตอนในการสมัครใช้บริการ
7. สามารถใช้งานได้นับอุปกรณ์ที่หลากหลาย

อินสตาแกรม (instagram)

อินสตาแกรม คือ แอปพลิเคชันถ่ายภาพและแต่งภาพบนสมาร์ตโฟน ที่มาพร้อมกับลูกเล่นการแต่งเติมสีสันให้กับรูปภาพด้วย ฟิลเตอร์(Filters) ต่างๆที่ให้เราสามารถเลือกปรับภาพได้หลากหลายและสวยงามได้ตามใจชอบทั้งในเรื่องของ สี แสง และสามารถแชร์รูปภาพสวยๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ (มนตรี คำเน็คสิงห์, 2555)

ประวัติของอินสตาแกรม

อินสตาแกรมได้ถูกคิดค้นขึ้นมาที่เมืองซานฟรานซิสโกโดย เควิน ซิสตรอม และ ไมเคิล ครีเกอร์ โดยคิดค้นโดยเน้นระบบ HTML5 อินสตาแกรมได้เปิดตัวบน แอปสโตร์ ของแอปเปิล ในวันที่ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2553 และในวันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2555 อินสตาแกรมได้เปิดแอปพลิเคชันที่รองรับระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ วันที่ 12 เมษายน พ.ศ. 2555 เฟซบุ๊ก ได้เข้ามาซื้อกิจการในราคา 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดย มาร์ก ซักเคอร์เบิร์ก ประธานบริษัทเฟซบุ๊กกล่าวว่า "committed to building and growing Instagram independently" โดยแปลเป็นภาษาไทยได้ว่าจะมุ่งมั่นเพื่อสร้างอินสตาแกรมให้ก้าวหน้าต่อไป

จุดเด่นของอินสตาแกรม

1. ถ่ายภาพและแต่งภาพด้วยด้วย Filters (ฟิลเตอร์) หลากสีสัน 20 แบบ
2. ถ่ายภาพพร้อมเลือกฟิลเตอร์แบบเรียลไทม์ (Live Filter เลือกฟิลเตอร์ได้ขณะกำลังถ่ายภาพ ไม่ต้องใส่ทีหลัง)
3. เครื่องมือแต่งภาพ เช่น หมุนภาพ, ใส่กรอบภาพ, เพิ่มแสงให้กับภาพและเบลภาพ (Tilt-Shift) เฉพาะส่วนที่ต้องการได้
4. แชร์รูปภาพไปยังเว็บสังคมออนไลน์ได้ เช่น Facebook, Twitter, Tumblr, Flickr และ Foursquare

5. อัปโหลดรูปภาพได้ไม่จำกัด

6. มีระบบ Followers และ Following เลือกติดตามบุคคลที่ต้องการได้

7. สามารถ Comment และกด Like รูปภาพที่ชื่นชอบได้

8. ระบุตำแหน่งที่ถ่ายภาพและแสดงบนแผนที่ (Photo Maps)

9. อินสตาแกรมเป็นแอปพลิเคชันฟรี

จากการศึกษาค้นคว้าผู้วิจัยได้ขอเสนอแนวทางการวิจัยการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของเจ้าหน้าที่ บุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตร ตามทฤษฎีการพัฒนาในเชิงระบบ ดังนี้

1. ปัจจัยเริ่มต้น (Input) ได้แก่ ด้านสารสนเทศเกษตร

2. กระบวนการ (Process) ได้แก่ ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านการกระจายข่าวสาร

3. ผลลัพธ์ (Output) ได้แก่ ด้านการสร้างสังคมเกษตร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตรภรณ์ บุญเกียรติ (2537) ได้ศึกษาความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ ประชากรที่ศึกษา คือ เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ จากการส่งแบบสอบถาม จำนวน 127 ชุด การวิจัยครั้งนี้เพื่อการศึกษาความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงศึกษาธิการ ผลการวิจัยพบว่า เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เห็นด้วยกับการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการเก็บรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลรวมทั้งสถิติข่าวสารที่เกี่ยวข้องทั้งภายในหน่วยงาน ตลอดจนงานบริการข้อมูลข่าวสารเผยแพร่ และสถิติ นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ยังเห็นด้วยว่า การใช้คอมพิวเตอร์จะช่วยให้ทำงานได้รวดเร็ว รวมทั้งทำให้ข่าวสารข้อมูลมีความทันสมัย และทำให้ประหยัดเวลา

จ่านงรักษ์ อุดมเศรษฐ์ และคณะ (2540) ได้ทำการศึกษาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการส่งเสริมการเกษตรของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรในภาครัฐและเอกชน ประชากรใช้ในการวิจัยมีจำนวน 127 คน แบ่งเป็นจากหน่วยงานภาครัฐ 37 คน ภาคเอกชน 90 คน วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย ผลการวิจัยพบว่า ในหน่วยงานภาครัฐ คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์การสื่อสารมีการใช้งานอยู่ในระดับสูงสุด ลักษณะงานด้านการสื่อสารข้อมูลโดยผ่านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ยังถูกจำกัดอยู่ภายในหน่วยงาน ความต้องการอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานยังเป็นความต้องการในระดับสูงสุด ในด้านของปัญหาพบว่างบประมาณ และบุคลากรเป็นปัญหาในระดับสูง หน่วยงานภาคเอกชน คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์การสื่อสาร และอุปกรณ์การสื่อสารแบบไร้สายมีการใช้งานอยู่ในระดับสูงสุด ลักษณะการสื่อสารข้อมูลผ่านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ยังถูกจำกัดอยู่ภายในหน่วยงานเช่นกัน และยังคงมีความต้องการอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูงสุด ส่วนปัญหาทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการส่งเสริมการเกษตรของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรในภาครัฐและเอกชนส่วนใหญ่มีลักษณะใกล้เคียงกัน กล่าวคือการใช้งานอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ยังเป็นการใช้งานในระดับพื้นฐานเช่น พิมพ์เอกสาร ประมวลผล นำเสนอข้อมูลและงานกราฟิกเป็นต้น ส่วนในงานด้านการสื่อสารข้อมูลกับหน่วยงานภายนอก มัลติมีเดียฐานข้อมูล ยังไม่มีการใช้งานอย่างเต็มศักยภาพ แต่ทั้งสองหน่วยงานมีความต้องการที่จะร่วมมือกันและช่วยเหลือกันในด้านข้อมูล อุปกรณ์ และบุคลากรเพื่อเพิ่มความสามารถและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ซึ่งในภาคเอกชนมีความพร้อมในด้านอุปกรณ์ และงบประมาณ ทั้งสองหน่วยงานรู้สึกพอใจกับผลที่ได้จากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงาน

พิศุทธา อารีราษฎร์ (2533) ผลการจัดการเรียนรู้เน้นผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ งานวิจัยเรื่อง การจัดการเรียนรู้เน้นผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการมีส่วนร่วมและการมีปฏิสัมพันธ์ในการเรียนรู้ในประเด็นถาม-ตอบของผู้เรียนในกิจกรรมการเรียนรู้ 2) ศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เครือข่ายสังคมการเรียนรู้เป็นเครื่องมือในการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ และ 3) ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนจากการเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เครือข่ายสังคมการเรียนรู้เป็นเครื่องมือในการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการจัดการเรียนรู้ในชั้นเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 41 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ เครื่องมือการเรียนรู้บนเครือข่ายสังคมการเรียนรู้ Ning แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้เครือข่ายสังคมการเรียนรู้ และแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน สถิติที่ใช้ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ สถิติ t-test ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้เรียน ในกิจกรรมการเรียนรู้ผ่าน เว็บไซต์เครือข่ายสังคมเฉลี่ยโดยรวมร้อยละ 99.07 และผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ในประเด็นถาม-ตอบ เฉลี่ยโดยรวมร้อยละ 113.43 2) ผลการศึกษาความพึงพอใจ

ของผู้เรียนที่มีต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เครือข่ายสังคมการเรียนรู้เป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($=4.55, = 0.52$) และ 3) ผลการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนจาก การเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เครือข่ายสังคมการเรียนรู้เป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่าร้อยละ 75.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2556 ส่วนงานดัชนีและสำรวจ สำนักนโยบายและส่งเสริมธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จากการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ประจำปี 2556 สรุปในแต่ละประเด็นดังนี้

สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตในเรื่องสถานที่ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้เป็นส่วนใหญ่นั้น จากผลการสำรวจ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ที่บ้านและสถานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 79.3 และ 61.3 ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ในปัจจุบันกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้จากบ้านได้มากขึ้น ซึ่งน่าจะเป็นผลมาจากการขยายตัวของบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่ครอบคลุมพื้นที่ได้มากขึ้น และอาจจะมีอัตราค่าบริการที่ต่ำลงด้วย นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้ใช้เคยใช้อินเทอร์เน็ตจากศูนย์ไอซีทีชุมชน หรือสถานที่ที่ภาครัฐจัดไว้ให้ คิดเป็นร้อยละ 4.0 นับเป็นก้าวแรกของความสำเร็จในการให้บริการโครงสร้างพื้นฐานทางด้านอินเทอร์เน็ตแม้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพียงร้อยละ 5.4 ระบุว่าใช้จากอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ เมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ พบว่า กลุ่มนักเรียน/นักศึกษาใช้อินเทอร์เน็ตจากอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ในสัดส่วนสูงที่สุด คือร้อยละ 12.2 ในขณะที่กลุ่มอาชีพอื่นใช้น้อยกว่าร้อยละ 6.0 ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องควรจะทำให้ความสำคัญและวางมาตรการดูแลการให้บริการของสถานที่ดังกล่าวอย่างเข้มงวด เพื่อป้องกันไม่ให้เยาวชนใช้อินเทอร์เน็ตอย่างไม่เหมาะสมได้โดยง่าย

ช่วงเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต จากการสำรวจเกี่ยวกับช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งได้สอบถามผู้ตอบแบบสำรวจ ว่าใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลาใดเป็นส่วนใหญ่ พบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุดในช่วงเวลากลางคืนระหว่างเวลา 20.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 36.9 ในขณะที่ช่วงเวลาที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 0.01-8.00 น. คิดเป็น ร้อยละ 1.0 เท่านั้น ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาการใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลากลางวัน ระหว่างเวลา 8.01-16.00 น. จะเห็นได้ว่าเป็นช่วงเวลาที่มิใช่งานสูงถึงร้อยละ 41.9

การใช้บริการโซเชียลมีเดีย จากจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 23,907 คน มีผู้ที่เคยใช้โซเชียลมีเดีย จำนวน 22,421 คน หรือคิดเป็น ร้อยละ 93.8 มีเพียงร้อยละ 6.2 ที่ระบุว่าไม่เคยใช้ และเมื่อขอให้ระบุถึงเหตุผลที่ไม่ใช้ พบว่า เหตุผลหลักๆ สามารถจำแนกได้สามประการ ประการแรก คือ ความวิตกกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว เนื่องจากไม่เชื่อมั่นในระบบ ไม่

เชื่อมั่นในตัวผู้ให้บริการโซเชียลมีเดียอื่นๆ และกลัวถูกหลอกลวงข้อมูลความเป็นส่วนตัวจนมีผลกระทบต่อธุรกรรมทางการเงินที่ทำออนไลน์ ประการที่สอง คือ ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้โซเชียลมีเดีย เนื่องจากไม่มีความรู้เกี่ยวกับระบบดังกล่าว ไม่เห็นประโยชน์ของการเข้าใช้ และประการสุดท้าย คือ พฤติกรรมในชีวิตประจำวันส่วนตัว เช่น ต้องการพบปะผู้คนจริงๆ มากกว่าเจอกันในสังคมออนไลน์ ไม่มีเวลาสำหรับกิจกรรมดังกล่าว เป็นต้น

อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงโซเชียลมีเดีย จากผลการสำรวจ พบว่า อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงโซเชียลมีเดียบอยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ และคอมพิวเตอร์พกพา คิดเป็นร้อยละ 33.7, 31.6 และ 24.4 ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ปัจจุบันนี้ คนใช้อินเทอร์เน็ตนิยมเข้าถึงโซเชียลมีเดียผ่านสมาร์ทโฟน เนื่องจากสะดวกต่อการพกพา และสามารถเข้าถึงได้ทุกสถานที่ทุกเวลา รวมถึงการขยายตัวของบริการเครือข่ายไร้สายต่างๆ เช่น บริการ Free WiFi, 3G เป็นต้น ในขณะที่การใช้อินเทอร์เน็ตโดยทั่วไป ยังนิยมใช้ผ่านคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะเป็นหลัก

สรเดช จันบ้านโชด และคณะ (2551) ได้ทำการศึกษาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนของนิสิตปริญญาตรีคณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 258 คน พบว่า นิสิตเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.9 และนิสิตเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 34.1 มีอายุเฉลี่ย 21 ปี มีภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานคร และพักอาศัยอยู่ในตัวเมือง ศึกษาอยู่ในหลักสูตรวิทยาศาสตร์เกษตรมากที่สุด และศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 2-4 โดยในแต่ละชั้นปีมีจำนวนใกล้เคียงกันระดับผลการเรียนส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง การร่วมทำกิจกรรมเสริมหลักสูตรส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง มีรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 3000-4000 บาท ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศก่อนเข้าศึกษาระดับอุดมศึกษาและมีทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนได้ชำนาญ วัตถุประสงค์ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนเพื่อใช้ทำรายงานมากที่สุด มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนอยู่ในระดับปานกลาง โดยแบ่งเป็นด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในกิจกรรมการเรียนอยู่ในระดับปานกลางด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศค้นคว้าข้อมูลในการเรียนอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสนับสนุนในการเรียนอยู่ในระดับปานกลาง มีระยะเวลาเฉลี่ยส่วนใหญ่ 1-2 ชม. ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนในแต่ละครั้ง และมีปริมาณความถี่ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียน ส่วนใหญ่จะใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนในช่วงเวลา 17.01-18.00 น. และใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนที่ห้องคอมพิวเตอร์ส่วนกลางของคณะเกษตรมากที่สุด ปัญหาที่พบส่วนใหญ่เป็นเรื่องของ จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ไม่พอต่อความต้องการใช้ ไม่มีโปรแกรมที่จำเป็นต่อการใช้งานจริงของนิสิต จำนวนเครื่องพิมพ์ไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้งาน การใช้งานอินเทอร์เน็ตจากระบบแลนมีความเร็วต่ำสัญญาณของเครือข่ายไร้สาย KUWIN ไม่ครอบคลุมพื้นที่ ของคณะ และขาดการจัดการพื้นที่ใช้สอยที่ดีขาดความเป็นระเบียบ

อังกูร พุทธิเนตร (2549) การพัฒนาชุดฝึกอบรมผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เรื่อง บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อพัฒนาชุดฝึกอบรมผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เรื่องบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน (2) เพื่อหาประสิทธิภาพชุดฝึกอบรมผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เรื่องบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานที่ระดับ 80/80 (3) เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้รับการฝึกอบรมที่เรียนรู้ด้วยชุดฝึกอบรมผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเรื่องบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ที่ไม่เคยเรียนเกี่ยวกับบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนจำนวน 60 คนแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ๆ ละ 30 คน ได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือการวิจัยได้แก่ ชุดฝึกอบรมผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเรื่องบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบค่าที สถิติที่ใช้ในการทดสอบประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เรื่องบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน ได้แก่ E1/E2 ผลการวิจัยพบว่า (1) ชุดฝึกอบรมผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเรื่องบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนที่พัฒนาขึ้นมานี้ เมื่อมาคำนวณหาประสิทธิภาพ E1/E2 พบว่ามีค่า 82.31/85.09 ตามลำดับซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่ 80/80 (2) ผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่เรียนรู้ด้วยชุดฝึกอบรมผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเรื่องบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น โดยมีคะแนนทดสอบหลังเรียนสูงกว่าคะแนนทดสอบก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อุดม เจริญจิตรโสภณ และคณะ (2552) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงานของ นักวิชาการเกษตร กรมวิชาการเกษตร จำนวน 307 ราย สุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 154 ราย พบว่า นักวิชาการเกษตรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอายุราชการระหว่าง 1-10 ปี มีตำแหน่งอยู่ในระดับ 5 และระดับ 6 มีรายได้เฉลี่ยที่ 10,000-20,000 บาทต่อเดือน ระดับความรู้ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ อยู่ในระดับความรู้มาก ประสพการณ์ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ อยู่ในระดับมากเกือบทุกด้าน ปัญหาในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศด้านต่างๆ ที่พบส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) ประสพการณ์เรื่องการใช้เครื่อง Visualizer, Microsoft Access, การเขียนโปรแกรม, การซ่อมบำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์ และ MSN การสนทนาออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงานด้านเครื่องมือและอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01 2) ประสพการณ์เรื่องการใช้เครื่อง Visualizer และเรื่องการเขียนโปรแกรม มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงานด้านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 3) อายุราชการ และประสพการณ์เรื่อง การใช้เครื่อง Visualizer และเรื่องการใช้โปรแกรม Microsoft Word มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงานด้านการใช้อินเทอร์เน็ตที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

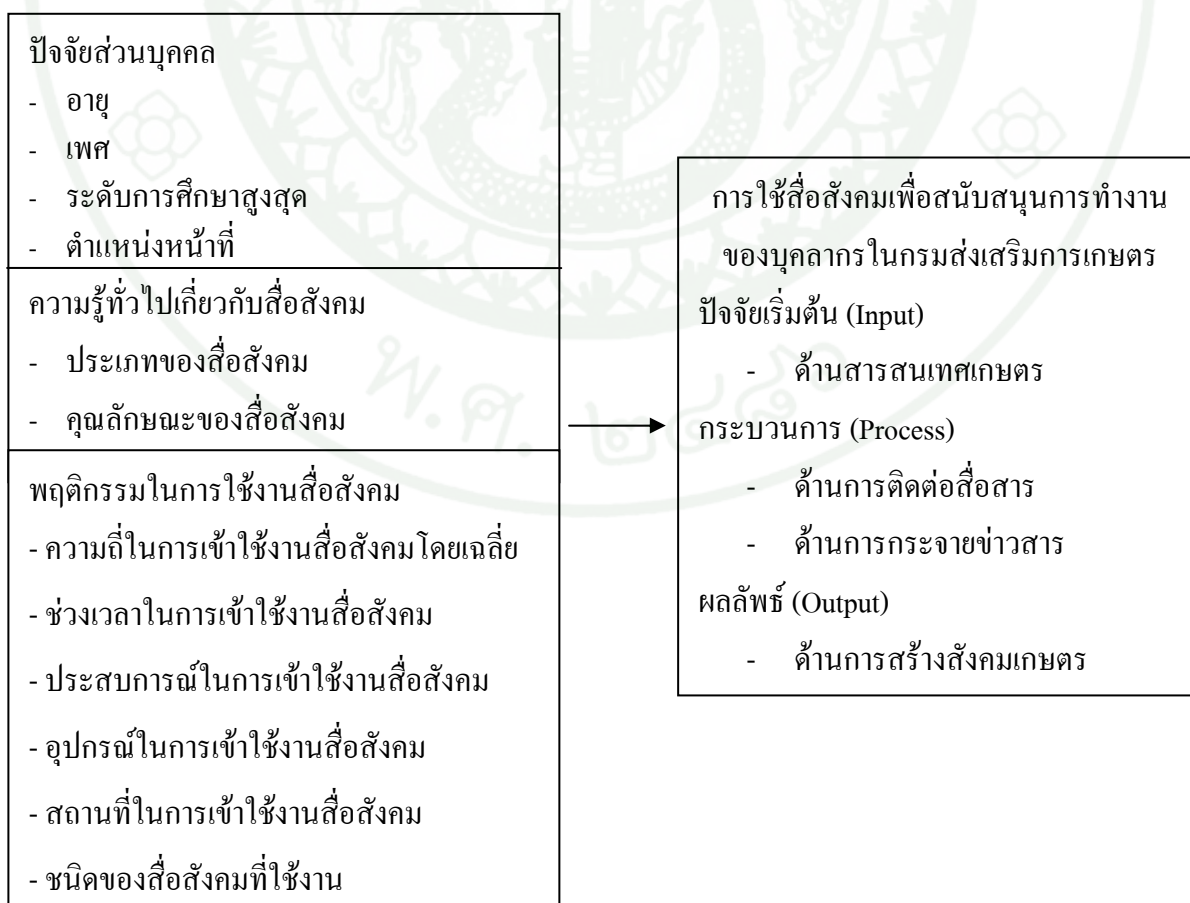
Mokotjo and Kalusopa (2010) ได้ทำการศึกษาการประเมินการให้บริการข้อมูลทางการเกษตร (AIS) ในประเทศเลโซโท จำนวน 215 คน การศึกษาแสดงให้เห็นถึงการให้บริการข้อมูลทางการเกษตรที่ได้ผลขึ้นอยู่กับความเหมาะสม ช่วงเวลา ทำให้ความสามารถในการผลิตเพิ่มขึ้น แต่ก็ไม่ใช่เรื่องง่ายที่เกษตรกรส่วนใหญ่จะเข้าถึง ปัญหาต่างๆเกิดจากความล้มเหลวในการเข้าถึงเกษตรกรในแต่ละพื้นที่ ความเหมาะสมของเวลาการกระจายเสียง ขาดการส่งเสริมของ AIS services ขาดการฝึกอบรมของเกษตรกรเกี่ยวกับการใช้ AIS services การศึกษานี้มีข้อเสนอแนะในเรื่องกฎเกณฑ์ต่างๆ และความต่อเนื่องของการฝึกอบรม กิจกรรมส่งเสริมของ AIS services การแนะนำช่องทางข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสม สนับสนุนให้เกษตรกรเข้าถึง AIS services เกษตรกรก็จะสามารถใช้ประโยชน์จากบริการที่มีอยู่ได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาสามารถนำมาสร้างกรอบแนวคิด (Conceptual Framework) เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตามดังนี้

ตัวแปรต้น (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



สมมติฐานของการวิจัย

ข้อสมมติฐานของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ

1. ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร
2. ความรู้ในสื่อสังคมมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร
3. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร ได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอนต่อไปนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ บุคลากรสังกัดกรมส่งเสริมการเกษตรที่ปฏิบัติงานในส่วนกลาง ตั้งแต่ประเภททั่วไป ระดับปฏิบัติงาน จนถึงประเภทอำนวยการ ระดับสูง จำนวน 353 คน ได้แก่ 1) กองพัฒนาการเกษตรพื้นที่เฉพาะ 2) กองวิจัยและพัฒนางานส่งเสริมการเกษตร 3) ศูนย์สารสนเทศ 4) สำนักพัฒนาถ่ายทอดและเทคโนโลยี 5) สำนักพัฒนาเกษตรกร 6) สำนักพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตร 7) สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าราคา จำนวน 353 คน

กลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณขนาดตัวอย่าง (sample size) โดยใช้สูตรของ Cochran (1966) (สุรินทร์ นิมยางกูร, 2548) จากจำนวนประชากรทั้งหมด 353 คน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 188 คน (ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95) โดยมีวิธีการดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + d^2 N}$$

n = ขนาดตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

โดยที่ d = ความคลาดเคลื่อนเนื่องจากการสุ่มตัวอย่าง (d = 0.05)

$$\text{แทนค่า } n = \frac{353}{1 + (0.05)^2 \times 353} = 187.52$$

ดังนั้น ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 188 คน

ขั้นตอนที่ 2 คำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละระดับของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร ที่ต้องสุ่มตัวอย่างแบบโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ซึ่งการเลือกสุ่มตัวอย่างจากประชากรในแต่ละกลุ่มชั้น โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม} = \frac{\text{จำนวนตัวอย่างทั้งหมด} \times \text{จำนวนประชากรในหน่วยงานนั้น}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}}$$

ตารางที่ 1 แสดงประชากรและกลุ่มตัวอย่างของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

หน่วยงาน	จำนวนข้าราชการ(คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง(คน)
1. กองพัฒนาการเกษตรพื้นที่เฉพาะ	21	11
2. กองวิจัยและพัฒนางานส่งเสริมการเกษตร	17	9
3. ศูนย์สารสนเทศ	26	14
4. สำนักพัฒนาถ่ายทอดและเทคโนโลยี	95	51
5. สำนักพัฒนาเกษตรกร	62	33
6. สำนักพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตร	61	32
7. สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าราคาเกษตร	71	38
รวม	353	188

ขั้นตอนที่ 3 ทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากรายชื่อบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตรสังกัดส่วนกลาง ในแต่ละหน่วยงานตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษารุ่นนี้ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามปลายปิด (closed question) โดยแบ่งเนื้อหาการสอบถาม ออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อสังคม พฤติกรรมในการใช้งานสื่อสังคม ของเจ้าหน้าที่และบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร แบ่งเป็น

ตอนที่ 1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งเป็น อายุ เพศ ระดับการศึกษาสูงสุด และ ตำแหน่งหน้าที่

ตอนที่ 1.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อสังคม แบ่งเป็น ประเภทของสื่อสังคม และคุณลักษณะของสื่อสังคม

ตอนที่ 1.3 พฤติกรรมในการใช้งานสื่อสังคม แบ่งเป็น ความถี่ในการใช้งานสื่อสังคมโดยเฉลี่ย ช่วงเวลาในการเข้าใช้งานสื่อสังคม ประสิทธิภาพในการเข้าใช้งานสื่อสังคม อุปกรณ์ในการเข้าใช้งานสื่อสังคม สถานที่ในการเข้าใช้งานสื่อสังคม และชนิดของสื่อสังคมที่ใช้งาน

ตอนที่ 2 ลักษณะการใช้งานสื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน แบ่งเป็น ด้านสารสนเทศ เกษตร ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการกระจายข่าวสาร และด้านการสร้างสังคมเกษตร

การวัดค่าตัวแปร

การใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร ได้แบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 3 ระดับ และกำหนดคะแนนวัดความคิดเห็นของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตรในการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน ดังนี้

มาก	=	3	คะแนน
ปานกลาง	=	2	คะแนน
น้อย	=	1	คะแนน

การแปลคะแนนของระดับความคิดเห็นต่อการใช้สื่อเครือข่ายสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร มีวิธีการดังนี้

รวบรวมคะแนนที่ได้ทั้งหมด โดยใช้เกณฑ์ในการกำหนดช่วง ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{3 - 1}{3} = 0.66$$

การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ย ช่วงคะแนนเฉลี่ย

$$\text{ใช้มาก} = 2.33 - 3.00$$

$$\text{ใช้ปานกลาง} = 1.67 - 2.32$$

$$\text{ใช้น้อย} = 1.00 - 1.66$$

ข้อมูลระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร (ข้อมูลที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การแบ่งตามชั้นตามวิธีมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) จำนวน 2 ระดับ และความกว้างของชั้น (class interval) ซึ่งสามารถหาได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าพิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{75-25}{2} \\ \text{อันตรภาคชั้น} &= 25.0 \end{aligned}$$

ดังนั้น ในการจัดช่วงคะแนนระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร สามารถจัดได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย ระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน

51.01 – 75.00 ระดับมาก

25.00 - 50.0 ระดับน้อย

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือขึ้นเอง โดยมีวิธีการจัดสร้างเครื่องมือ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ได้ศึกษาเอกสารตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างเครื่องมือ
2. ร่างแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบ แก้ไข แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ
3. เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมจนถูกต้องสมบูรณ์ และใช้เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบเครื่องมือ ดังนี้

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสร็จแล้ว ไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และปรับปรุงแก้ไข จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปทดสอบกับเจ้าหน้าที่และบุคลากรกองแผนงาน กรมส่งเสริมการเกษตร และได้ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามจากนั้นนำไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง เพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ ครบถ้วน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูล มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ทำหนังสือขออนุญาตกรมส่งเสริมการเกษตรเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อขอความร่วมมือโดยใช้แบบสอบถามและจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

2. ผู้วิจัยติดต่อกับฝ่ายทะเบียนของหน่วยงานเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและขอความร่วมมือในการอนุญาตให้บุคลากรที่ได้รับการคัดเลือกทำการตอบแบบสอบถาม

3. ดำเนินการแจกแบบสอบถามผ่านทางฝ่ายทะเบียน และนัดวันเวลาในการรวบรวมข้อมูล (ทำการลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยตัวเองด้วย)

4. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลแล้วคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามชุดที่มีข้อมูลครบถ้วน หากจำนวนแบบสอบถามที่ได้น้อยกว่าขนาดตัวอย่างที่ต้องการ ผู้วิจัยก็จะทำการขออนุญาตทางหน่วยงานเพื่อเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจนได้ครบตามจำนวนที่ต้องการ

5. ภายหลังเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยส่งจดหมายขอบคุณไปยังผู้ที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาจัดกลุ่มประมวลผลวิเคราะห์การคำนวณค่าต่างๆจากแบบสอบถามดังนี้

1. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อธิบายเกี่ยวกับสถานะภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคม พฤติกรรมการใช้สื่อสังคม และการใช้สังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน

2. ใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square Test: χ^2 - test) หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

3. ใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square Test: χ^2 - test) หาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

4. ใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square Test: χ^2 - test) หาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

บทที่ 4

ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

จากการศึกษา เรื่องการใช้งานสื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรใน กรมส่งเสริมการเกษตร แบ่งผลการวิจัยเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของบุคลากรผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อสังคม

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคม

ตอนที่ 4 ลักษณะการใช้งานสื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน

ตอนที่ 5 ปัญหา และข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของบุคลากรผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของบุคลากรจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	80	42.6
หญิง	108	57.4
รวม	188	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากรของกรมส่งเสริมการเกษตรที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 188 คน จำแนกเป็นเพศชายจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 และเป็นเพศหญิงจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 57.4

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของของบุคลากรจำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20 - 34 ปี	61	32.4
35 - 45 ปี	63	33.5
46 - 60 ปี	64	34.1
รวม	188	100.0

อายุเฉลี่ย = 40.74 ปี

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 10.86 ปี

มากที่สุด = 60 ปี น้อยที่สุด = 20 ปี

จากตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของของบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตรจำนวน 188 คน จำแนกตามช่วงอายุเรียงลำดับจากช่วงอายุน้อยไปหาช่วงอายุมากได้ดังนี้ ช่วงอายุ 20-34 ปีมีจำนวน 61 คนคิดเป็นร้อยละ 32.4 ช่วงอายุ 35-45 ปีมีจำนวน 63 คนคิดเป็นร้อยละ 33.5 และช่วงอายุ 46-60 ปีมีจำนวน 64 คนคิดเป็นร้อยละ 34.1 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากที่สุดมีอายุ 60 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยที่สุดมีอายุ 20 ปี และอายุเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดคือ 40.74 ปี

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของบุคลากรจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	16	8.5
ปริญญาตรี	94	50.0
ปริญญาโท	68	36.2
ปริญญาเอก	10	5.3
รวม	188	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตรจำนวน 188 คน จำแนกตามระดับการศึกษาได้ผลดังนี้ ระดับการศึกษา ปวช./ปวส./อนุปริญญา จำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 8.5 ระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 94 คนคิดเป็นร้อยละ 50 ระดับการศึกษาปริญญาโทจำนวน 68 คนคิดเป็นร้อยละ 36.2 และระดับการศึกษาปริญญาเอกจำนวน 10 คนคิดเป็นร้อยละ 5.3

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของบุคลากรจำแนกตามตำแหน่งหน้าที่

ตำแหน่งหน้าที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประเภททั่วไประดับปฏิบัติงาน	57	30.3
ประเภทวิชาการระดับปฏิบัติการ	43	22.9
ประเภทวิชาการระดับชำนาญการ	88	46.8
รวม	188	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตรจำนวน 188 คน จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ได้ผลดังนี้ บุคลากรประเภททั่วไประดับปฏิบัติงานจำนวน 57 คนคิดเป็นร้อยละ 30.3 บุคลากรประเภทวิชาการระดับปฏิบัติการจำนวน 43 คนคิดเป็นร้อยละ 22.9 และบุคลากรประเภทวิชาการระดับชำนาญการจำนวน 88 คนคิดเป็นร้อยละ 46.8

ตอนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคม

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของบุคลากรด้านความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมจำแนกเป็นรายข้อ

(n = 188)		
ความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคม	ตอบถูกต้อง (ร้อยละ)	ตอบผิด (ร้อยละ)
1. Social Media คือกลุ่มคนที่มีความสนใจและมีกิจกรรมร่วมกันบนอินเทอร์เน็ต	161 (85.6)	27 (14.4)
2. กระดานสนทนาของสื่อสังคมมีไว้เพื่อใช้แสดงความคิดเห็น	160 (85.1)	28 (14.9)
3. สื่อสังคมประเภทเผยแพร่ผลงานได้แก่ Youtube	166 (88.3)	22 (11.7)
4. สื่อสังคมประเภทสืบค้นข้อมูลได้แก่ Facebook	157 (83.5)	31 (16.5)

ตารางที่ 6 (ต่อ)

(n = 188)		
ความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคม	ตอบถูกต้อง (ร้อยละ)	ตอบผิด (ร้อยละ)
5. สื่อสังคมสามารถเข้าใช้ได้บนคอมพิวเตอร์เท่านั้น	148 (78.7)	40 (21.3)
6. การใช้งานสื่อสังคมนั้น จำเป็นต้องใช้ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ตในการใช้งาน	149 (79.3)	39 (20.7)
7. สื่อสังคมเป็นที่นิยมใช้ในปัจจุบันเพราะความสะดวกรวดเร็วในการใช้งาน	140 (74.5)	48 (25.5)
8. การใช้สื่อสังคมสามารถใช้เพื่อต้องการเข้าสังคมกับคนที่มีความสนใจตรงกัน	140 (74.5)	48 (25.5)
9. การตั้งสถานะของสื่อสังคม เป็นการแสดงให้เห็นว่าเราทำอะไรที่ไหน และกับใคร	146 (77.7)	42 (22.3)
10. มารยาทพื้นฐานในการใช้สื่อสังคมคือ การใช้ข้อความที่สุภาพ	161 (85.6)	27 (14.4)
11. การใช้สื่อสังคมมากเกินไปจะทำให้ขาดทักษะทางสังคมเช่น การพูดและการฟัง	152 (80.9)	36 (19.1)
12. เกษตรกรสามารถหาความรู้ด้านการเพาะเห็ดฟางได้จากสื่อสังคม Youtube	162 (86.2)	26 (13.8)
13. ในอนาคตกลุ่มเกษตรกรที่มีการใช้สื่อสังคม เช่น Facebook เกษตรกรใช้ Facebook ในการติดต่อดำเนินการหรือทำกิจกรรมต่างๆ ภายในกลุ่ม	176 (93.6)	12 (6.4)
14. สำหรับเกษตรกรกลุ่มก้าวหน้าในพื้นที่การเกษตรที่ห่างไกล ถ้าเจ้าหน้าที่และเกษตรกรมีการใช้สื่อสังคม จะช่วยสื่อสารระหว่างกันสะดวกมากยิ่งขึ้น	165 (87.8)	23 (12.2)
15. สื่อสังคมทำให้เกิดการรวมตัวกันของบุคลากรด้านเกษตรเข้าไว้ด้วยกัน เช่น เฟซบุ๊กเกษตรพอเพียงคอตคอม (เกษตรพอเพียง.คอม)	163 (86.7)	25 (13.3)

จากตารางที่ 6 แสดงจำนวนและ ร้อยละของบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตรด้านความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมจำแนกเป็นรายชื่อได้ผลดังนี้ แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ที่มีจำนวนคนตอบถูกต้องมากที่สุดคือ แบบสอบถามข้อที่ 13. มีจำนวนคนที่ตอบถูกต้องจำนวน 176 คนคิดเป็นร้อยละ 93.6 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และแบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ที่มีจำนวนคนตอบผิดมากที่สุดคือ แบบสอบถามข้อที่ 7. และข้อที่ 8. ซึ่งมีจำนวนผู้ตอบผิดเท่ากันจำนวน 48 คนคิดเป็นร้อยละ 25.5

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของบุคลากรจำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมโดยรวม

ระดับความรู้	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ความรู้ในระดับน้อย (0-5 คะแนน)	0	0.0
ความรู้ในระดับปานกลาง (6-10 คะแนน)	20	10.6
ความรู้ในระดับมาก (11 – 15 คะแนน)	168	89.4
รวม	188	100.0

จากตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความรู้โดยรวมของบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตรจำนวน 188 คน ได้ผลดังนี้ บุคลากรส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับมาก จำนวน 168 คนคิดเป็นร้อยละ 89.4 รองลงมา มีความรู้ในระดับปานกลางจำนวน 20 คนคิดเป็นร้อยละ 10.6 และไม่พบว่ามีบุคลากรที่มีความรู้ในระดับน้อย

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคม

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของบุคลากรจำแนกตามความถี่ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมโดยเฉลี่ย

ความถี่ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมโดยเฉลี่ย (ครั้ง)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 – 3 ครั้งต่อวัน	68	36.2
4 – 6 ครั้งต่อวัน	69	36.7
7 – 9 ครั้งต่อวัน	4	2.1
มากกว่า 10 ครั้ง ต่อวัน	47	25.0
รวม	188	100.0

จากตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตรที่เข้าใช้งานสื่อสังคมโดยเฉลี่ย ดังนี้ ความถี่ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย 1-3 ครั้งต่อวันมีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 ความถี่ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย 4-6 ครั้งต่อวันมีจำนวน 69 คนคิดเป็นร้อยละ 36.7 ความถี่ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย 7-9 ครั้งต่อวันมีจำนวน 4 คนคิดเป็นร้อยละ 2.1 และความถี่ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยมากกว่า 10 ครั้งต่อวันมีจำนวน 47 คนคิดเป็นร้อยละ 25

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของบุคลากรจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้สื่อสังคม

(n = 188)

ช่วงเวลาต่างๆที่ใช้สื่อสังคม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงเวลา 08.01-12.00 น.	157	83.5
ช่วงเวลา 12.01-16.00 น.	88	46.8
ช่วงเวลา 16.01-20.00 น.	147	78.2
ช่วงเวลา 20.01-00.00 น.	127	67.5

* ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตรที่ใช้สื่อสังคมในช่วงเวลาต่างๆ ดังนี้ ช่วงเวลาที่บุคลากรใช้สื่อสังคมมากที่สุดคือช่วงเวลา 8.01-12.00 น. จำนวน 157 คนคิดเป็นร้อยละ 83.5 และช่วงเวลาที่บุคลากรใช้สื่อสังคมน้อยที่สุดคือช่วงเวลา 12.01-16.00 น. จำนวน 88 คนคิดเป็นร้อยละ 46.8

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของบุคลากรจำแนกตามประสบการณ์ในการใช้งานสื่อสังคม

ประสบการณ์ในการใช้งานสื่อสังคม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี	0	0.0
2 – 3 ปี	36	19.1
มากกว่า 3 ปีขึ้นไป	152	80.9

จากตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตร จำแนกตามประสบการณ์ในการใช้งานสื่อสังคม ได้ผลดังนี้ บุคลากรส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมมากกว่า 3 ปีขึ้นไปจำนวน 152 คนคิดเป็นร้อยละ 80.9 รองลงมามีประสบการณ์การใช้งานสื่อสังคม

2-3 ปีจำนวน 36 คนคิดเป็นร้อยละ 19.1 และไม่พบว่ามีบุคลากรที่มีประสบการณ์การใช้สื่อสังคมน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของบุคลากรจำแนกตามอุปกรณ์ที่ใช้งานสื่อสังคม

(n = 188)

อุปกรณ์ที่ใช้ในการใช้งานสื่อสังคม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คอมพิวเตอร์	160	88.3
โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน	155	82.4
I Pad หรือ แท็บเล็ต	109	57.9
อื่นๆ	12	6.4

*ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตร จำแนกตามอุปกรณ์ที่ใช้งานสื่อสังคม ได้ผลดังนี้ บุคลากรใช้คอมพิวเตอร์ในการใช้สื่อสังคมจำนวน 160 คนคิดเป็นร้อยละ 88.3 บุคลากรใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนในการใช้สื่อสังคมจำนวน 155 คนคิดเป็นร้อยละ 82.4 บุคลากรใช้อุปกรณ์ I Pad หรือ แท็บเล็ต จำนวน 109 คนคิดเป็นร้อยละ 57.9 และบุคลากรใช้อุปกรณ์อื่นๆ จำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 6.4

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของบุคลากรจำแนกตามสถานที่ใช้งานสื่อสังคม

(n = 188)

สถานที่ใช้งานสื่อสังคม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ที่บ้านหรือหอพัก	176	93.6
ที่ทำงานหรือสำนักงาน	168	89.4
ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่	66	35.1

*ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตร จำแนกตามสถานที่ใช้งานสื่อสังคม ได้ผลดังนี้ บุคลากรใช้งานสื่อสังคมที่บ้านหรือหอพัก จำนวน 176 คนคิดเป็นร้อยละ 93.6 บุคลากรใช้งานสื่อสังคมที่ทำงานหรือสำนักงาน จำนวน 168 คนคิดเป็นร้อยละ 89.4 และบุคลากรใช้งานสื่อสังคมที่ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของบุคลากรจำแนกตามชนิดของสื่อสังคมที่เข้าใช้งาน

(n = 188)

ชนิดของสื่อสังคมที่เข้าใช้งาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Facebook	175	93.1
Youtube	173	92.0
Twitter	51	27.1
Line	81	43.1
Pinterest	20	10.6
Yahoo Answers	0	0.0
LinkedIn	0	0.0
Google+	160	85.1
Tagged	0	0.0
Tumblr	8	4.2
Instagram	30	15.9

*ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตรจำแนกตามชนิดของสื่อสังคมที่เข้าใช้งาน ได้ผลดังนี้ สื่อสังคมที่มีจำนวนบุคลากรใช้มากที่สุดคือ Facebook จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 93.1 รองลงมาคือ Youtube จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 92.0 สื่อสังคมที่มีจำนวนบุคลากรใช้น้อยที่สุดคือ Tumblr จำนวน 8 คนคิดเป็นร้อยละ 4.2

ตอนที่ 4 การใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน

ตารางที่ 14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของบุคลากรจำแนกตามระดับการใช้งาน สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน

(n = 188)

การใช้สื่อสังคมเพื่อ สนับสนุนการทำงาน	ระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน			$\bar{X}$	S.D.	ระดับ การใช้งาน
	มาก	ปานกลาง	น้อย			
1. ด้านการติดต่อสื่อสาร				2.44	.584	มาก
1.1 ติดต่อสื่อสารโดยใช้ กระดานสนทนา (Webboard) ของสื่อ สังคม	85 (45.2)	85 (45.2)	18 (9.6)	2.36	.650	มาก
1.2 ติดต่อสื่อสารโดยใช้การ ส่งข้อความ (Message) ของสื่อสังคม	72 (38.3)	82 (43.6)	34 (18.1)	2.20	.725	ปานกลาง
1.3 ติดต่อสื่อสารโดยใช้การ สนทนาระหว่างบุคคล (Chat) ของสื่อสังคม	81 (43.1)	103 (54.8)	4 (2.1)	2.41	.535	มาก
1.4 ติดต่อสื่อสารโดยใช้การ สนทนาในกลุ่ม(Group Chat) ของสื่อสังคม	116 (61.7)	71 (37.8)	1 (0.5)	2.61	.499	มาก
1.5 ติดต่อสื่อสารโดยใช้การ สนทนาแบบเห็นหน้า (Video Call) ของสื่อ สังคม	117 (62.2)	69 (36.7)	2 (1.1)	2.61	.510	มาก
2. ด้านสารสนเทศเกษตร				2.17	.069	ปานกลาง
2.1 รับ สารสนเทศประเภท ภาพการเกษตร ผ่านสื่อ สังคม	86 (45.7)	91 (48.4)	11 (5.9)	2.40	.599	มาก
2.2 รับ สารสนเทศประเภท เสียงการเกษตร ผ่านสื่อ สังคม	45 (23.9)	101 (53.7)	42 (22.4)	2.02	.682	ปานกลาง

ตารางที่ 14 (ต่อ)

(n = 188)

การใช้สื่อสังคมเพื่อ สนับสนุนการทำงาน	ระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน			$\bar{X}$	S.D.	ระดับ การใช้งาน
	มาก	ปานกลาง	น้อย			
2.3 รับ สารสนเทศประเภท วิธีทัศนัการเกษตร ผ่าน สื่อสังคม	14 (7.4)	171 (91.0)	3 (1.6)	2.06	.296	ปานกลาง
2.4 รับ สารสนเทศประเภท เอกสารบทความ การเกษตร ผ่านสื่อสังคม	12 (6.4)	169 (89.9)	7 (3.7)	2.03	.318	ปานกลาง
2.5 ส่ง สารสนเทศประเภท ภาพการเกษตร ผ่านสื่อ สังคม	21 (11.2)	146 (77.6)	21 (11.2)	2.00	.474	ปานกลาง
2.6 ส่ง สารสนเทศประเภท เสียงการเกษตร ผ่านสื่อ สังคม	35 (18.6)	123 (65.4)	30 (16.0)	2.03	.589	ปานกลาง
2.7 ส่ง สารสนเทศประเภท วิธีทัศนัการเกษตร ผ่าน สื่อสังคม	94 (50.0)	62 (33.0)	32 (17.0)	2.33	.751	มาก
2.8 ส่ง สารสนเทศประเภท เอกสารบทความ การเกษตร ผ่านสื่อสังคม	91 (48.4)	74 (39.4)	23 (12.2)	2.36	.691	มาก
2.9 แชร์(แบ่งปัน) สารสนเทศประเภทภาพ การเกษตร ผ่านสื่อสังคม	117 (62.2)	54 (28.7)	17 (9.1)	2.53	.657	มาก
2.10 แชร์(แบ่งปัน) สารสนเทศประเภทเสียง การเกษตร ผ่านสื่อสังคม	89 (47.3)	63 (33.5)	36 (19.2)	2.28	.767	ปานกลาง
2.11 แชร์ (แบ่งปัน) สารสนเทศประเภท วิธีทัศนัการเกษตร ผ่านสื่อสังคม	61 (32.4)	81 (43.1)	46 (24.5)	2.08	.752	ปานกลาง

ตารางที่ 14 (ต่อ)

(n = 188)

การใช้สื่อสังคมเพื่อ สนับสนุนการทำงาน	ระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน			$\bar{X}$	S.D.	ระดับ การใช้งาน
	มาก	ปานกลาง	น้อย			
2.12 แชร์(แบ่งปัน) สารสนเทศประเภท เอกสารบทความ การเกษตร ผ่านสื่อสังคม	44 (23.4)	87 (46.3)	57 (30.3)	1.93	.732	ปานกลาง
3. ด้านการสร้างสังคมเกษตร				2.05	.574	ปานกลาง
3.1 ใช้สื่อเครือข่ายสังคมใน การจัดตั้งกลุ่มเกษตร	39 (20.7)	133 (70.7)	16 (8.6)	2.12	.528	ปานกลาง
3.2 ชักชวนบุคคลอื่นเข้าร่วม กลุ่มเกษตร ผ่านสื่อ เครือข่ายสังคม	36 (19.1)	139 (73.9)	13 (7.0)	2.12	.497	ปานกลาง
3.3 ใช้สื่อเครือข่ายสังคมใน การร่วมทำกิจกรรมของ กลุ่มเกษตร	38 (20.2)	110 (58.5)	40 (21.3)	1.99	.646	ปานกลาง
3.4 เชื่อมโยงระหว่างกลุ่ม กับกลุ่มเกษตรอื่นๆ ผ่าน ทางสื่อเครือข่ายสังคม	32 (17.0)	115 (61.2)	41 (21.8)	1.95	.623	ปานกลาง
4. ด้านการกระจายข่าวสาร				2.08	.538	ปานกลาง
4.1 ใช้สื่อเครือข่ายสังคมใน การกระจายข่าวสาร นวัตกรรม พบปะกัน ภายใน กลุ่มเกษตร	34 (18.1)	119 (63.3)	35 (18.6)	1.99	.607	ปานกลาง
4.2 ใช้สื่อเครือข่ายสังคมใน การกระจายข่าวสาร นวัตกรรม พบปะกัน ภายนอกกลุ่มเกษตร	38 (20.2)	135 (71.8)	15 (8.0)	2.12	.518	ปานกลาง
4.3 ใช้สื่อเครือข่ายสังคมใน การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารต่างๆ ของกลุ่ม เกษตร	41 (21.8)	134 (71.3)	13 (6.9)	2.15	.516	ปานกลาง

ตารางที่ 14 (ต่อ)

(n = 188)

การใช้สื่อสังคมเพื่อ สนับสนุนการทำงาน	ระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน			$\bar{X}$	S.D.	ระดับ การใช้งาน
	มาก	ปานกลาง	น้อย			
4.4 ใช้สื่อเครือข่ายสังคมใน การให้บริการข่าวสาร ต่างๆ ของกลุ่มเกษตร	29 (15.4)	139 (73.9)	20 (10.7)	2.05	.510	ปานกลาง

จากตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับการใช้งาน สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตร ดังนี้ มีการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานในด้านการติดต่อสื่อสารอยู่ในระดับมาก มีการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานในด้านการสารสนเทศเกษตรอยู่ในระดับปานกลาง มีการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานในด้านการสร้างสังคมเกษตรอยู่ในระดับปานกลาง และมีการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานในด้านการกระจายข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 15 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของบุคลากรกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน

เพศ	ระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อ สนับสนุนการทำงาน		รวม	χ^2	p-value
	มาก	น้อย			
ชาย	20 (25.0)	60 (75.0)	80 (100)	0.357 (ns)	0.600
หญิง	23 (21.3)	85 (78.7)	108 (100)		
รวม	43 (22.9)	145 (77.1)	188 (100)		

ns หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานเพศของบุคลากรมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของบุคลากรมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตรในตารางที่ 14 คำนวณได้ค่าไคสแควร์เท่ากับ 0.357 โดยมีค่า d.f. เท่ากับ 1 และได้ค่า p-value เท่ากับ 0.600 ผลสรุปคือ เพศของบุคลากรไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

เมื่อพิจารณาค่าร้อยละ พบว่า บุคลากรที่เป็นเพศชายมีระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 25.0 และระดับน้อย ร้อยละ 75.0

เมื่อพิจารณาค่าร้อยละ พบว่า บุคลากรที่เป็นเพศหญิงมีระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 21.3 และระดับน้อย ร้อยละ 78.7

ตารางที่ 16 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของบุคลากรกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน

อายุ	ระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อ สนับสนุนการทำงาน		รวม	χ^2	p-value
	มาก	น้อย			
20 - 34 ปี	16 (26.2)	45 (73.8)	61 (100)	2.633 (ns)	0.268
35 - 45 ปี	10 (15.9)	53 (84.1)	63 (100)		
46 - 60 ปี	17 (26.6)	47 (73.4)	64 (100)		
รวม	43 (22.9)	145 (77.1)	188 (100)		

ns หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานอายุของบุคลากรมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของบุคลากรมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตรในตารางที่ 15 คำนวณได้ค่าไคสแควร์เท่ากับ 2.663 โดยมีค่า d.f. เท่ากับ 2 และได้ค่า p-value เท่ากับ 0.268 ผลสรุปคือ อายุของบุคลากรไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

เมื่อพิจารณาค่าร้อยละ พบว่า บุคลากรที่มีอายุ 20-34 ปี มีระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 26.2 และระดับน้อย ร้อยละ 73.8

เมื่อพิจารณาค่าร้อยละ พบว่า บุคลากรที่มีอายุ 35-45 ปี มีระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 15.9 และระดับน้อย ร้อยละ 84.1

เมื่อพิจารณาค่าร้อยละ พบว่า บุคลากรที่มีอายุ 46-60 ปี มีระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 26.6 และระดับน้อย ร้อยละ 73.4

ตารางที่ 17 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของบุคลากรกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน

ระดับการศึกษา	ระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน		รวม	χ^2	p-value
	มาก	น้อย			
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	2 (12.5)	14 (87.5)	16 (100)	7.359 (ns)	0.061
ปริญญาตรี	17 (18.1)	77 (81.9)	94 (100)		
ปริญญาโท	19 (27.9)	49 (72.1)	68 (100)		
ปริญญาเอก	5 (50.0)	5 (50.0)	10 (100)		
รวม	43 (22.9)	145 (77.1)	188 (100)		

ns หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานระดับการศึกษาของบุคลากรมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของบุคลากรมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตรในตารางที่ 16 คำนวณได้ค่าไคสแควร์เท่ากับ 7.359 โดยมีค่า d.f. เท่ากับ 3 และได้ค่า p-value เท่ากับ 0.061 ผลสรุปคือ ระดับการศึกษาของบุคลากรไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

เมื่อพิจารณาค่าร้อยละ พบว่า บุคลากรที่มีระดับการศึกษาระดับปวช./ปวส./อนุปริญญา มีระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 12.5 และระดับน้อย ร้อยละ 87.5

เมื่อพิจารณาค่าร้อยละ พบว่า บุคลากรที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมีระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 18.1 และระดับน้อย ร้อยละ 81.9

เมื่อพิจารณาค่าร้อยละ พบว่า บุคลากรที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาโทมีระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 27.9 และระดับน้อย ร้อยละ 72.1

เมื่อพิจารณาค่าร้อยละ พบว่าบุคลากรที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาเอกมีระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 50.0 และระดับน้อย ร้อยละ 50.0

ตารางที่ 18 ความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งหน้าที่ของบุคลากรกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน

ตำแหน่งหน้าที่	ระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน		รวม	χ^2	p-value
	มาก	น้อย			
ประเภททั่วไป	15	42	57	1.492	0.474
ระดับปฏิบัติงาน	(26.3)	(73.7)	(100)	(ns)	
ประเภทวิชาการระดับปฏิบัติการ	7	36	43		
ประเภทวิชาการระดับชำนาญการ	(16.3)	(83.7)	(100)		
รวม	21	67	88		
	(23.9)	(76.1)	(100)		
รวม	43	145	188		
	(22.9)	(77.1)	(100)		

ns หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานตำแหน่งหน้าที่ของบุคลากรมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งหน้าที่ของบุคลากรมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตรในตารางที่ 17 คำนวณได้ค่าไคสแควร์เท่ากับ 1.492 โดยมีค่า d.f. เท่ากับ 2 และได้ค่า p-value เท่ากับ 0.474 ผลสรุปคือ ตำแหน่ง

หน้าที่ของบุคลากร ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

เมื่อพิจารณาค่าร้อยละพบว่าบุคลากรที่มีตำแหน่งหน้าที่ประเภททั่วไประดับปฏิบัติงาน มีระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานอยู่ในระดับมากร้อยละ 26.3 และระดับน้อยร้อยละ 73.7

เมื่อพิจารณาค่าร้อยละพบว่าบุคลากรที่มีตำแหน่งหน้าที่ประเภททั่วไประดับปฏิบัติการมีระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 16.3 และระดับน้อย ร้อยละ 83.7

เมื่อพิจารณาค่าร้อยละพบว่าบุคลากรที่มีตำแหน่งหน้าที่ประเภททั่วไประดับชำนาญการมีระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 23.9 และระดับน้อย ร้อยละ 76.1

ตารางที่ 19 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) และค่า p-value ระหว่างความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมการเกษตรของบุคลากรกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	r	p-value	สรุปผลการทดสอบ
ความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมการเกษตรของบุคลากร	การใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน	0.093 ^{ns}	0.206	ไม่มีความสัมพันธ์

ns หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมการเกษตรของบุคลากรมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

จากสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณได้ในตารางที่ 18 พบว่า ความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมการเกษตรของบุคลากร ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

ตารางที่ 20 ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน

ความถี่ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย (ครั้ง)	ระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน		รวม	χ^2	p-value
	มาก	น้อย			
1 – 3 ครั้งต่อวัน	16 (23.5)	52 (76.5)	68 (100)	8.130*	0.017
4 – 6 ครั้งต่อวัน	22 (31.9)	47 (68.1)	69 (100)		
7 ครั้งขึ้นไป	5 (9.8)	46 (90.2)	51 (100)		
รวม	43 (22.9)	145 (77.1)	188 (100)		

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานความถี่ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตรในตารางที่ 20 คำนวณได้ค่าไคสแควร์เท่ากับ 8.130 โดยมีค่า d.f. เท่ากับ 2 และได้ค่า p-value เท่ากับ 0.017 ผลสรุปคือ ความถี่ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เมื่อพิจารณาค่าร้อยละพบว่า บุคลากรที่มีความถี่ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย 1-3 ครั้งต่อวัน มีระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 23.5 และระดับน้อย ร้อยละ 76.5

เมื่อพิจารณาค่าร้อยละพบว่าบุคลากรที่มีความถี่ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย 4-6 ครั้งต่อวัน มีระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 31.9 และระดับน้อย ร้อยละ 68.1

เมื่อพิจารณาค่าร้อยละพบว่าบุคลากรที่มีความถี่ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ย 7 ครั้งขึ้นไป มีระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 9.8 และระดับน้อย ร้อยละ 90.2

ตารางที่ 21 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาต่างๆที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน

ช่วงเวลาต่างๆ ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	ระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน			รวม	χ^2	p-value
	มาก	น้อย	ไม่ใช่			
ช่วงเวลา 08.01-12.00 น.	119 (63.3)	38 (20.2)	31 (16.5)	188 (100)	.957 ^{ns}	0.482
ช่วงเวลา 12.01-16.00 น.	70 (37.2)	18 (9.6)	100 (53.2)	188 (100)	.548 ^{ns}	0.491
ช่วงเวลา 16.01-20.00 น.	114 (60.6)	33 (17.6)	41 (21.8)	188 (100)	0.680 ^{ns}	0.834
ช่วงเวลา 20.01-00.00 น.	98 (52.1)	29 (15.4)	61 (32.5)	188 (100)	.000 ^{ns}	1.000

ns หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานช่วงเวลาต่างๆที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตรพบว่า ช่วงเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามช่วงเวลาต่างๆไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

ตารางที่ 22 ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน

ประสบการณ์ในการเข้าใช้งานสื่อสังคม	ระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน		รวม	χ^2	p-value
	มาก	น้อย			
2 – 3 ปี	13 (36.1)	23 (63.9)	36 (100)	4.424*	0.047
มากกว่า 3 ปีขึ้นไป	30 (19.7)	122 (80.3)	152 (100)		
รวม	43 (22.9)	145 (77.1)	188 (100)		

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานประสบการณ์ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตรในตารางที่ 22 คำนวณได้ค่าไคสแควร์เท่ากับ 4.424 โดยมีค่า d.f. เท่ากับ 1 และได้ค่า p-value เท่ากับ 0.047 ผลสรุปคือประสบการณ์ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เมื่อพิจารณาค่าร้อยละ พบว่า บุคลากรที่มีประสบการณ์ในการเข้าใช้งานสื่อสังคม 2-3 ปี มีระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 36.1 และระดับน้อย ร้อยละ 63.9

เมื่อพิจารณาค่าร้อยละ พบว่า บุคลากรที่มีประสบการณ์ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมมากกว่า 3 ปีขึ้นไปมีระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 19.7 และระดับน้อย ร้อยละ 80.3

ตารางที่ 23 ความสัมพันธ์อุปกรณ์ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน

อุปกรณ์ในการเข้าใช้งานสื่อสังคม	ระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน			รวม	χ^2	p-value
	มาก	น้อย	ไม่ใช่			
คอมพิวเตอร์	128 (68.1)	32 (17.0)	28 (14.9)	188 (100)	5.024*	0.048
โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน	123 (65.4)	32 (17.0)	33 (17.6)	188 (100)	2.483 ^{ns}	0.169
โพน						
I Pad หรือ แท็บเล็ต	85 (45.2)	24 (12.8)	79 (42.0)	188 (100)	0.107 ^{ns}	0.860
อื่นๆ	4 (2.1)	8 (4.3)	176 (93.6)	188 (100)	13.936**	0.001

ns หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานอุปกรณ์ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอุปกรณ์ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร พบว่า อุปกรณ์คอมพิวเตอร์มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร คำนวณได้ค่าไคสแควร์เท่ากับ 5.024 โดยมีค่า d.f. เท่ากับ 1 และได้ค่า p-value เท่ากับ 0.048 ดังนั้น อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และอุปกรณ์อื่นๆมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร คำนวณได้ค่าไคสแควร์เท่ากับ 13.936 โดยมีค่า d.f. เท่ากับ 1 และได้ค่า p-value เท่ากับ 0.001 ดังนั้น อุปกรณ์อื่นๆมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ส่วนอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนและ I Pad หรือ แท็บเล็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

ตารางที่ 24 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน

สถานที่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์	ระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน			รวม	χ^2	p-value
	มาก	น้อย	ไม่ใช้			
ที่บ้านหรือหอพัก	137 (72.9)	39 (20.7)	12 (6.4)	188 (100)	0.795 ^{ns}	0.475
ที่ทำงานหรือสำนักงาน	132 (70.2)	36 (19.1)	20 (10.7)	188 (100)	1.866 ^{ns}	0.171
ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่	52 (27.7)	14 (7.4)	122 (64.9)	188 (100)	0.159 ^{ns}	0.720

ns หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานสถานที่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตรพบว่า สถานที่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

ตารางที่ 25 ความสัมพันธ์ระหว่างชนิดของสื่อสังคมที่ใช้งานกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน

ชนิดของสื่อสังคมที่ใช้งาน	ระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน			รวม	χ^2	p-value
	มาก	น้อย	ไม่ใช้			
Facebook	137 (72.9)	38 (20.2)	13 (6.9)	188 (100)	1.924 ^{ns}	0.178
Youtube	135 (71.8)	38 (20.2)	15 (8.0)	188 (100)	1.011 ^{ns}	0.340

ตารางที่ 25 (ต่อ)

ชนิดของสื่อสังคม ที่ใช้งาน	ระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุน			รวม	χ^2	p-value
	การทำงาน					
	มาก	น้อย	ไม่ใช้			
Twitter	40 (21.3)	11 (5.9)	137 (72.8)	188 (100)	0.067 ^{ns}	0.848
Line	68 (36.2)	13 (6.9)	107 (56.9)	188 (100)	3.756 ^{ns}	0.056
Pinterest	16 (8.5)	4 (2.1)	168 (89.4)	188 (100)	0.105 ^{ns}	1.000
Google+	118 (62.8)	42 (22.3)	28 (14.9)	188 (100)	6.948 ^{**}	0.006
Tumblr	8 (4.3)	0 (0.0)	180 (95.7)	188 (100)	2.478 ^{ns}	0.202
Instagram	23 (12.2)	7 (3.7)	158 (84.1)	188 (100)	0.004 ^{ns}	1.000

ns หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานชนิดของสื่อสังคมที่ใช้งานมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างชนิดของสื่อสังคมที่ใช้งานกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร พบว่า สื่อสังคม Google+ มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตรคำนวณได้ค่าไคสแควร์เท่ากับ 6.948 โดยมีค่า d.f. เท่ากับ 1 และได้ค่า p-value เท่ากับ 0.006 ดังนั้น สื่อสังคม Google+ มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ส่วนชนิดของสื่อสังคมอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

ปัญหา ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ควรมีการวางแผนการใช้กำหนดนโยบายเงื่อนไขการใช้สิทธิและความรับผิดชอบในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ชัดเจน
2. ควรพิจารณารายละเอียดของสื่อและสารที่ส่งออกจากหน่วยงานราชการอย่างรอบคอบ และมีความเป็นกลางโปร่งใสประชาชนสามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงได้
3. ควรมีการตรวจสอบและปรับปรุงเนื้อหาสาระตลอดจนตอบข้อสงสัยที่สอบถามผ่านสื่อออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ
4. ในการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ควรมีการวิเคราะห์กระแสการตอบรับการสื่อสารด้วยว่าสื่อที่นำมาใช้และสารที่ส่งออกไปสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากน้อยเพียงใด

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตร ทำการเก็บข้อมูลจากบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตรส่วนกลาง จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ทำให้ได้ข้อสรุป มีผลที่ควรนำมาอภิปรายและเสนอแนะตามลำดับดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 57.4 มีอายุอยู่ในช่วง 46–60 ปีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 34.1 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 50 มีตำแหน่งเป็นนักวิชาการระดับชำนาญการมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 46.8

ผลการวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับมากคิดเป็นร้อยละ 89.4 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยตอบแบบทดสอบความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมถูกต้องจำนวน 13–15 ข้อ จากแบบทดสอบความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมทั้งหมดจำนวน 15 ข้อ

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมจำนวน 4–6 ครั้งต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 36.7 ช่วงเวลาที่มีการใช้งานสื่อสังคมมากที่สุดคือ 8.01–12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 83.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้งานสื่อสังคมมากกว่า 3 ปีคิดเป็นร้อยละ 80.9 อุปกรณ์ที่ใช้งานสื่อสังคมคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 88.3 โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนคิดเป็นร้อยละ 82.4 สถานที่เข้าใช้งานสื่อสังคมมากที่สุดคือที่ทำงานหรือสำนักงานคิดเป็นร้อยละ 89.4 ชนิดของสื่อสังคมที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามใช้งานมากที่สุดคือ Facebook และ Youtube คิดเป็นร้อยละ 93.1 และ 92.0 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ระดับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการใช้งานสื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานอยู่ในระดับมากทางด้านการติดต่อสื่อสาร และในระดับปานกลางทางด้านสารสนเทศเกษตร ด้านการสร้างสรรค์เกษตร และด้านการกระจายข่าวสาร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของบุคลากรกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร ได้ผลดังนี้ เพศของบุคลากรไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของบุคลากรกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร ได้ผลดังนี้ อายุของบุคลากรไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของบุคลากรกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร ได้ผลดังนี้ คือ ระดับการศึกษาของบุคลากรไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งหน้าที่ของบุคลากรกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร ได้ผลดังนี้ ตำแหน่งหน้าที่ของบุคลากรไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างชนิดของสื่อสังคมที่ใช้งานกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร ได้ผลดังนี้ สื่อสังคม Google+ มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ส่วนชนิดของสื่อสังคมอื่นไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตร ผู้วิจัยได้อภิปรายผลในประเด็นสำคัญ ดังนี้

บุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตรส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีถึงปริญญาโท มีความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมอยู่ในระดับมาก และมีประสบการณ์ในการใช้งานสื่อสังคมมากกว่า 3 ปี ขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานที่อยู่ในระดับมากถึงปานกลาง แสดงให้เห็นว่าบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตรมีความรู้ความสามารถในการใช้งานสื่อสังคมเป็นอย่างดี

บุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตรส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้งานโดยเฉลี่ย 1-6 ครั้งต่อวัน ช่วงเวลาในการใช้งานโดยเฉลี่ยคือช่วงเวลา 08.01-12.00 น. และ 16.01-20.00 น. และสถานที่ใช้งานสื่อสังคมคือที่บ้านหรือหอพัก และที่ทำงานหรือสำนักงาน แสดงให้เห็นว่า บุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตรมีการใช้งานสื่อสังคมของช่วงเวลาในการใช้งานสอดคล้องกับสถานที่ในการใช้งาน คือ ช่วงเวลา 08.01-12.00 น. จะมีการใช้สื่อสังคมในที่ทำงานหรือสำนักงาน และ ช่วงเวลา 16.01-20.00 น. จะมีการใช้สื่อสังคมในบ้านหรือหอพัก โดยอุปกรณ์ที่เข้าใช้งานสื่อสังคมส่วนใหญ่คือคอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน

ในมิติของการพัฒนาในเชิงระบบ สามารถอภิปรายในประเด็นต่างๆได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ยของการพัฒนาในเชิงระบบ

การพัฒนาเชิงระบบ	ค่าเฉลี่ย
ปัจจัยเริ่มต้น ได้แก่ -สารสนเทศเกษตร	2.17
กระบวนการ ได้แก่ - การติดต่อสื่อสาร - การกระจายข่าวสาร	2.27
ผลลัพธ์ ได้แก่ - การสร้างสังคมเกษตร	2.05

จากตารางที่ 26 พบว่า ค่าเฉลี่ยของระดับการใช้งานสื่อสังคมในทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง แต่หากพิจารณาค่าเฉลี่ยของแต่ละด้าน อาจจะสรุปได้ว่า ด้านการสร้างสังคมเกษตรนั้นมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ซึ่งอาจจะหมายความว่า บุคลากรที่นำองค์ความรู้มาใช้ผ่านช่องทางของสื่อสังคมมีการนำมาใช้ได้อย่างไม่เกิดประโยชน์สูงสุด จากตารางที่ 26 จะพบว่าปัจจัยเริ่มต้นมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากระบวนการ อาจจะหมายความว่า กระบวนการนั้นมีศักยภาพที่สูงในการนำมาใช้ประโยชน์ แต่ปัจจัยเริ่มต้น ได้แก่ บุคลากร และองค์ความรู้ อาจจะยังมีศักยภาพไม่เพียงพอต่อการนำเอาสื่อสังคมมาใช้ในการสร้างองค์ความรู้ได้อย่างไม่มีประสิทธิภาพมากพอ ส่งผลให้การนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างสังคมเกษตรไม่มีประสิทธิภาพมากพอ

ข้อเสนอแนะ

ปัญหาข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. การกำหนดกลุ่มตัวอย่างของประชากรควรกำหนดตามอัตรากำลังของหน่วยงานหลังจากการปรับโอน ย้ายตำแหน่งเสร็จสิ้น เพื่อความถูกต้องของข้อมูลที่จะทำการเก็บผลการวิจัย
2. การติดตามข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างควรมีการนัดหมายให้แน่นอน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างบางคนอาจมีภารกิจหรือราชการต้องออกต่างจังหวัด ซึ่งอาจทำให้เกิดความล่าช้า และสูญหายของแบบสอบถาม

3. ควรทำแบบกำหนดลำดับของแบบสอบถามให้ชัดเจน ในกรณีที่แบบสอบถามเกิดสูญหาย เพื่อที่จะได้ทำการเก็บข้อมูลใหม่อีกครั้งได้อย่างถูกต้อง

4. ควรติดตามสถานะทางการเมืองอย่างใกล้ชิดในระหว่างการดำเนินการเก็บข้อมูล ซึ่งอาจส่งผลให้มีการปิดสถานที่ราชการ ซึ่งส่งผลให้การเก็บข้อมูลเกิดความล่าช้า และการสูญหายของแบบสอบถาม

5. ชนิดของสื่อสังคมที่นำมาศึกษาควรมีความทันสมัยอยู่เสมอ เพราะสื่อสังคมมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา สื่อสังคมบางชนิดอาจมีความนิยมเพิ่มขึ้น แต่บางชนิดความนิยมอาจลดลง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การทำวิจัยครั้งต่อไปควรกำหนดชนิดของสื่อที่ใช้อย่างจำเพาะเจาะจง เพื่อที่จะสามารถทำการประเมินชนิดของสื่อเหล่านั้นว่ามีศักยภาพอย่างไรในการนำมาใช้งานได้จริง

2. การทำวิจัยครั้งต่อไปควรทำการประเมินบุคลากร และองค์ความรู้หรือตัวสารที่ใช้ในสื่อสังคม เพราะจากผลการวิจัยในครั้งนี้ซึ่งพบว่าองค์ความรู้หรือตัวสารที่ใช้นั้นยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. 2543. การจัดการเครือข่าย: กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูปการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ชัคเชสมิเดีย จำกัด.

ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. 2531. “สื่อมวลชนกับการสร้างความเป็นจริงทางสังคม”. วารสารนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 11(3): 23-26.

ครรชิต มาลัยวงศ์. 2538. เทคโนโลยีสารสนเทศ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

จ้านงรักษ์ อุดมเศรษฐ์, ศุภพร ไทยภักดี และ พิชัย ทองดีเลิศ. 2540. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการส่งเสริมการเกษตรของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรในภาครัฐและเอกชน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ดิเรก ฤกษ์หรรษา. 2527. การส่งเสริมการเกษตร หลักการ และวิธีการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

ทัศนันท์ พุ่มนุช. 2012. “การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคม (Social Network) เพื่อพัฒนาในการปฏิบัติงานของบุคลากรทางการศึกษาในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครปฐม” *Veridian E-Journal* 5(1): 12-13.

ธนวดี บุญลือ. 2528. การสื่อสารเพื่อพัฒนาชาวเขา. กรุงเทพฯ. ภาพการพิมพ์.

นที ขลิบทอง. 2544. กลุ่ม กระบวนการกลุ่มและพฤติกรรมบุคคล. ประมวลสาระชุดวิชาองค์กรพัฒนาเพื่อการส่งเสริมการเกษตร หน่วยที่ 8. นนทบุรี. สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

นฤมล นิราทร. 2543. การสร้างเครือข่ายการทำงาน: ข้อควรพิจารณาบางประการ. กรุงเทพมหานคร: โครงการระหว่างประเทศว่าด้วยการขจัดปัญหาการใช้แรงงานเด็ก.

บุญธรรม จิตต์อนันต์. 2536. **ส่งเสริมการเกษตร**. กรุงเทพมหานคร: สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บันฑิต อ่อนคำ และวิริยะ น้อยวงศ์ นยางค์. 2533. **ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาชนบท: ประสบการณ์ของประเทศไทย**. สาขาพัฒนาชุมชน คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ. 2544. **การบริหารงานกลุ่ม**. ประมวลสาระชุดวิชาของค์กรพัฒนาเพื่อส่งเสริมการเกษตร หน่วยที่ 10. นนทบุรี. สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ปวีณา มีป่อง. 2555. **Facebook&twitter 2012**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท โปรวิชั่น จำกัด.

ปาริชาติ วลัยเสถียร. 2551. “พลวัตของแนวคิดและปฏิบัติการพัฒนาชุมชน”. **วารสารพัฒนสังคมและชุมชน** 1(1): 29–54.

ปัญจราศี ศรีไชย. 2531. “เรื่องสำคัญของระบบสารสนเทศในประเทศไทยตามทัศนะผู้บริหาร”. **วารสารบริหารธุรกิจ** 13(51): 32-35.

ประภาวดี สืบสนธิ์. 2543. **สารสนเทศในบริบทสังคม**. กรุงเทพฯ. สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทย.

พระมหาสุ ทิตย์ อาภากรโ. 2547. **เครือข่าย: ธรรมชาติ ความรู้ และการจัดการ**. กรุงเทพมหานคร: โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข.

พิชัย ทองดีเลิศ. 2544. **เอกสารการสอนชุดวิชาสารสนเทศและสื่อที่ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตร, หน่วยที่ 11 สื่อ เครือข่ายเพื่อการส่งเสริมการเกษตร**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พิศุทธา อาริราษฎร์. 2553. **การจัดการเรียนรู้เน้นผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายคอมพิวเตอร์**. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

ภาณุวัฒน์ กองราช. 2011. การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่น กรณีศึกษา **Facebook**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มนตรี กำเนิดสิงห์. 2555. **Fackbook ฉบับสมบูรณ์**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท รีไวว่า จำกัด.

ยุพดี จิตกุลเจริญ. 2537. **ทฤษฎีการสื่อสาร**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.

ยุพา กาญจนกุล. 2531. “การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือในการแข่งขัน” ระบบ **ข้อมูลเพื่อการบริหาร**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. 2553. **เครือข่ายสังคม (Social Networking)**. (Online) <http://www.vcharkarn.com/varticle/40698>. 5 กรกฎาคม 2557.

สรเดช จันทันโชด. 2551. **การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนของนิสิตปริญญาตรี คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ส่วนงานดัชนีและสำรวจ. 2556. รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี **2556**. 145.

อภิชาติ พงษ์ศรีหุศลชัย. 2539. **เอกสารการสอนชุดวิชาระบบสารสนเทศและการวิจัยทางธุรกิจการเกษตร**. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

อุดม เจริญจิตรโสภณ. 2552. **ความคิดเห็นต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงานของนักวิชาการเกษตร กรมวิชาการเกษตร**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อังกูร พุทธิเนตร. 2549. **การพัฒนาชุดฝึกอบรมผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เรื่อง บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน**. กลุ่มงานพัฒนาและเผยแพร่นวัตกรรมเทคโนโลยีการศึกษา ฝ่ายเทคโนโลยีทางการศึกษา สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.

Boissevain, J. 1974. **Friends of Friends: Network, Manipulators and Coalitions**. Oxford: Basil Blackwell.

Breakenridge, D. 2008. **PR 2.0 : new media,new tools, new audiences.** USA: Pearson Educations, Inc.

Cutlip, S. M., A.H. Center and G.M. Broom. 1994. **Effective Public Relations.** Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

Klapper, J.T. 1960. **The effects of mass Communication.** New York: Free Press Description.

Kilduff, M. and T. Wenpin. 2003. **Social Networks and Organizations.** London: SAGE Publication Ltd.

Knapp, M.L. and J.A. Daly. 2002. **Handbook of Interpersonal Communication.** University of Texas at Austin

Lon Safko and David Brake. 2009. **The Social Media bible: tactics, tools, and strategies for business success.** USA.

McQuail, D. 2005. **Mass Communication Theory.** London: Sage.

Mokotjo, W. and T. Kalusopa. 2010. **Evaluation of the Agricultural Information Service (AIS) in Lesotho.** University of Botswana, Gaborone, Botswana.





แบบสอบถาม

แบบสอบถามการใช้งานสื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากรใน กรมส่งเสริมการเกษตร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตร
2. เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขการใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงานของบุคลากร กรมส่งเสริมการเกษตร

แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคม และพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคม

ตอนที่ 2 การใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามความรู้เกี่ยวกับสื่อเครือข่ายสังคม และพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง () หรือกรอกข้อความ ที่ตรงกับตัวท่าน

ตอนที่ 1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

() มัธยมศึกษา

() ปวช.-ปวส.

() อนุปริญญา

() ปริญญาตรี

() ปริญญาโท

() ปริญญาเอก

4. ตำแหน่งหน้าที่

- | | |
|-------------------------------------|---------------------------------|
| () ประเภททั่วไประดับปฏิบัติงาน | () ประเภททั่วไประดับชำนาญงาน |
| () ประเภททั่วไประดับอาวุโส | () ประเภททั่วไประดับทักษะพิเศษ |
| () ประเภทวิชาการระดับปฏิบัติการ | () ประเภทวิชาการระดับชำนาญการ |
| () ประเภทวิชาการระดับชำนาญการพิเศษ | () ประเภทวิชาการระดับเชี่ยวชาญ |
| () ประเภทวิชาการระดับทรงคุณวุฒิ | () ประเภทอำนวยการระดับต้น |
| () ประเภทอำนวยการระดับสูง | () ประเภทบริหารระดับต้น |
| () ประเภทบริหารระดับสูง | |

ตอนที่ 1.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อสังคม

โปรดทำเครื่องหมาย / (ถูก) หน้าข้อความที่ถูกต้องและ X (ผิด) หน้าข้อความที่ผิด

- 1) Social Media คือกลุ่มคนที่มีความสนใจและมีกิจกรรมร่วมกันบนอินเทอร์เน็ต
- 2) กระดานสนทนาของสื่อสังคมมีไว้เพื่อใช้แสดงความคิดเห็น
- 3) สื่อสังคมประเภทเผยแพร่ผลงานได้แก่ Youtube
- 4) สื่อสังคมประเภทสืบค้นข้อมูลได้แก่ Facebook
- 5) สื่อสังคมสามารถเข้าใช้ได้บนคอมพิวเตอร์เท่านั้น
- 6) การใช้งานสื่อสังคมนั้น จำเป็นต้องใช้ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ตในการใช้งาน
- 7) สื่อสังคมเป็นที่นิยมใช้ในปัจจุบันเพราะความสะดวกรวดเร็วในการใช้งาน
- 8) การใช้สื่อสังคมสามารถใช้เพื่อต้องการเข้าสังคมกับคนที่มีความสนใจตรงกัน
- 9) การตั้งสถานะของสื่อสังคม เป็นการแสดงให้เห็นว่าเราทำอะไร ที่ไหน และกับใคร
- 10) มารยาทพื้นฐานในการใช้สื่อสังคมคือ การใช้ข้อความที่สุภาพ
- 11) การใช้สื่อสังคมมากเกินไปจะทำให้ขาดทักษะทางสังคมเช่น การพูดและการฟัง
- 12) ท่านสามารถหาความรู้ด้านการเพาะเห็ดฟางได้จากสื่อสังคม Youtube
- 13) ในอนาคตกลุ่มเกษตรกรที่มีการใช้สื่อสังคม เช่น Facebook เกษตรกรใช้ Facebook ในการติดต่อ นัดหมายหรือทำกิจกรรมต่างๆภายในกลุ่ม
- 14) สำหรับเกษตรกรกลุ่มก้าวหน้าในพื้นที่การเกษตรที่ห่างไกล ถ้าเจ้าหน้าที่และเกษตรกรมีการใช้สื่อสังคม จะช่วยสื่อสารระหว่างกันสะดวกมากยิ่งขึ้น
- 15) สื่อสังคมทำให้เกิดการรวมตัวกันของบุคลากรด้านเกษตรเข้าไว้ด้วยกัน เช่น เฟซบุ๊ก เกษตรพอเพียง คอทคอม (เกษตรพอเพียง.คอม)

ตอนที่ 1.3 พฤติกรรมในการใช้งานสื่อสังคม

โปรดทำเครื่องหมาย✓(ถูก) ในช่อง()หรือกรอกข้อความ ที่ตรงกับการใช้สื่อสังคมของท่าน

ตอนที่ 1.3.1 ความถี่ในการเข้าใช้งานสื่อสังคมโดยเฉลี่ย

- () 1-3 ครั้งต่อวัน () 4-6 ครั้งต่อวัน
 () 7-9 ครั้งต่อวัน () มากกว่า 10 ครั้งต่อวัน
 () อื่นๆ โปรดระบุ

ตอนที่ 1.3.2 ช่วงเวลาในการเข้าใช้งานสื่อสังคม (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 08.01–12.00 น. () 12.01–16.00 น.
 () 16.01–20.00 น. () 20.01–00.00 น.
 () 00.01–04.00 น. () 04.01–08.00 น.

ตอนที่ 1.3.3 ประสบการณ์ในการเข้าใช้งานสื่อสังคม

- () น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี
 () 2–3 ปี
 () มากกว่า 3 ปี ขึ้นไป

ตอนที่ 1.3.4 อุปกรณ์ในการเข้าใช้งานสื่อสังคม (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () คอมพิวเตอร์ () โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน
 () I Pad หรือ แท็บเล็ต () อื่นๆ(ระบุ)

ตอนที่ 1.3.5 สถานที่ในการใช้งานสื่อสังคมของท่าน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

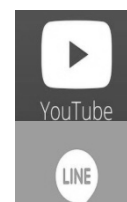
- () ที่บ้าน หรือหอพัก () ที่ทำงาน หรือสำนักงาน
 () ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ () อื่นๆ(ระบุ)

ตอนที่ 1.3.6 ชนิดของสื่อสังคมที่ใช้งาน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

() Facebook



() Youtube



() Twitter



() Line



() Pinterest



() Yahoo!Answers



() LinkedIn



() Google+



() Tagged



() Tumblr



() Instagram



() อื่นๆ(ระบุ)



ตอนที่ 2 ลักษณะการใช้งานสื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน

โปรดทำเครื่องหมาย✓ในข้อที่ตรงกับตัวท่าน

โดย 3 = มาก 2 = ปานกลาง 1 = น้อย

การใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน	ระดับการใช้งานสื่อสังคม		
	3	2	1
ด้านสารสนเทศเกษตร			
1. รับ สารสนเทศประเภทภาพการเกษตร ผ่านสื่อสังคม			
2. รับ สารสนเทศประเภทเสียงการเกษตร ผ่านสื่อสังคม			
3. รับ สารสนเทศประเภทวิดีโอทัศนการเกษตร ผ่านสื่อสังคม			
4. รับ สารสนเทศประเภทเอกสารบทความการเกษตร ผ่านสื่อสังคม			
5. ส่ง สารสนเทศประเภทภาพการเกษตร ผ่านสื่อสังคม			
6. ส่ง สารสนเทศประเภทเสียงการเกษตร ผ่านสื่อสังคม			
7. ส่ง สารสนเทศประเภทวิดีโอทัศนการเกษตร ผ่านสื่อสังคม			
8. ส่ง สารสนเทศประเภทเอกสารบทความการเกษตร ผ่านสื่อสังคม			
9. แชร(แบ่งปัน) สารสนเทศประเภทภาพการเกษตร ผ่านสื่อสังคม			
10. แชร(แบ่งปัน) สารสนเทศประเภทเสียงการเกษตร ผ่านสื่อสังคม			
11. แชร(แบ่งปัน) สารสนเทศประเภทวิดีโอทัศนการเกษตร ผ่านสื่อสังคม			
12. แชร(แบ่งปัน) สารสนเทศประเภทเอกสารบทความการเกษตร ผ่านสื่อสังคม			

การใช้สื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน	ระดับการใช้งานสื่อสังคม		
ด้านการติดต่อสื่อสาร	3	2	1
13. ติดต่อสื่อสารโดยใช้ กระดานสนทนา(Webboard) ของสื่อสังคม			
14. ติดต่อสื่อสารโดยใช้ การส่งข้อความ(Message) ของสื่อสังคม			
15. ติดต่อสื่อสารโดยใช้ การสนทนาระหว่างบุคคล(Chat) ของสื่อสังคม			
16. ติดต่อสื่อสารโดยใช้ การสนทนาดังกล่าว(Group Chat) ของสื่อสังคม			
17. ติดต่อสื่อสารโดยใช้ การสนทนาแบบเห็นหน้า(Video Call) ของสื่อสังคม			
ด้านการกระจายข่าวสาร			
18. ใช้สื่อเครือข่ายสังคมในการกระจายข่าวสาร นัดหมาย พบปะกันภายในกลุ่มเกษตร			
19. ใช้สื่อเครือข่ายสังคมในการกระจายข่าวสาร นัดหมาย พบปะกันภายนอกกลุ่มเกษตร			
20. ใช้สื่อเครือข่ายสังคมในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ ของกลุ่มเกษตร			
21. ใช้สื่อเครือข่ายสังคมในการให้บริการข่าวสารต่างๆ ของกลุ่มเกษตร			
ด้านการสร้างสังคมเกษตร			
22. ใช้สื่อเครือข่ายสังคมในการจัดตั้งกลุ่มเกษตร			
23. ชักชวนบุคคลอื่นเข้าร่วมกลุ่มเกษตร ผ่านสื่อเครือข่ายสังคม			
24. ใช้สื่อเครือข่ายสังคมในการร่วมทำกิจกรรมของกลุ่มเกษตร			
25. เชื่อมโยงระหว่างกลุ่ม กับกลุ่มเกษตรอื่นๆผ่านทางสื่อเครือข่ายสังคม			

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ข
การทดสอบเครื่องมือ

การทดสอบเครื่องมือ

1. ค่า Reliability ของแบบสอบถามตอนที่ 2 ลักษณะการใช้งานสื่อสังคมเพื่อสนับสนุนการทำงาน
ได้ค่า Cronbach's Alpha= 0.943

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded (a)	0	.0
	Total	30	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	25

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q1	45.30	84.010	.580	.942
q2	44.73	90.616	.137	.947
q3	44.70	90.838	.136	.946
q4	44.93	90.961	.105	.947
q5	45.63	89.826	.205	.946
q6	45.20	83.614	.733	.939

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q7	45.43	85.909	.694	.940
q8	45.20	83.407	.751	.939
q9	45.37	85.689	.790	.939
q10	45.37	83.689	.721	.939
q11	45.53	83.982	.835	.938
q12	45.43	84.392	.864	.938
q13	45.23	85.082	.577	.941
q14	45.17	86.695	.545	.942
q15	45.37	86.102	.740	.940
q16	45.30	84.769	.751	.939
q17	45.17	86.075	.607	.941
q18	45.53	84.602	.770	.939
q19	45.50	84.741	.774	.939
q20	45.43	84.116	.787	.939
q21	45.57	84.461	.771	.939
q22	45.43	84.323	.690	.940
q23	45.40	83.697	.700	.940
q24	45.43	84.047	.715	.939
q25	45.43	84.047	.715	.939

2. ค่า KR-20 ของแบบสอบถามตอนที่ 1.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อสังคม

Descriptive Statistics

	N	Mean	Variance
K1	30	.13	.120
K2	30	.70	.217
K3	30	.67	.230
K4	30	.77	.185
K5	30	1.00	.000
K6	30	.93	.064
K7	30	1.00	.000
K8	30	.53	.257
K9	30	.70	.217
K10	30	.97	.033
K11	30	.63	.240
K12	30	.77	.185
K13	30	.53	.257
K14	30	.93	.064
K15	30	.97	.033
TK	30	11.2333	7.564
Valid N (listwise)	30		

วิธีหาค่า KR-20

Mean แต่ละข้อก็คือ p_i สามารถคำนวณค่า $q_i = 1 - p_i$

ดังนั้น $\sum p_i q_i =$

$$(13)(.87) + (0.7)(0.3) + (.67)(.33) + (.77)(.23) + (1.0)(0) + (.93)(.07) + (1.0)(0) + (.53)(.47) + (.70)(.3)$$

$$\begin{aligned}
 & +(.97)(.03)+(.63)(.37)+(.77)(.23)+(.53)(.47)+(.93)(.07)+(.97)(.03) \\
 & = 0.113+0.210+0.221+0.177+0.0+0.065+0.0 \\
 & \quad +0.249+0.210+0.029+0.233+0.177+0.249+0.065+0.029 \\
 & = 2.027
 \end{aligned}$$

$$S_F^2 = 7.564 \cdot 29/30 = 7.564 \cdot 0.966 = 7.307$$

สูตร KR-20
$$r_{tt} = \frac{K}{K-1} \left\{ 1 - \frac{\sum pq}{S_F^2} \right\}$$

โดย K แทน จำนวนข้อสอบทั้งฉบับ

P แทน สัดส่วนของผู้ตอบถูก

q แทน สัดส่วนของผู้ตอบผิด (1 - p)

S_F^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนรวม

$$\text{แทนค่า KR-20} = (15/14)(1-(2.027/7.307)) = 0.774$$

ดังนั้นค่า KR-20 มีค่าเท่ากับ 0.774

ประวัติการศึกษา และการทำงาน

ชื่อ – นามสกุล	นายภูริวัจน์ ธนาโรจน์ปีติพร
วัน เดือน ปี ที่เกิด	4 มีนาคม 2527
สถานที่เกิด	จังหวัดสิงห์บุรี
ประวัติการศึกษา	วิทยาศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ตำแหน่งปัจจุบัน	ผู้ช่วยนักวิจัย
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	กลุ่มบริหารโครงการวิจัย สำนักวิจัยและพัฒนาข้าว กรมการข้าว