

บทคัดย่อ

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์ เสนอต่อโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ ความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร

ความต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่ ส่งเสริมการเกษตรตำบล จังหวัดเชียงใหม่

โดย

นายฐานิส วงศ์อินตา

สิงหาคม 2546

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.บุญธรรม เทศนา

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร 2) สถานภาพแวดล้อมต่อหน้าที่ของเกษตรตำบล 3) ลักษณะการใช้สื่อของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร 4) ทักษะคิดในการใช้สื่อทางไกลและความต้องการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในงานส่งเสริมการเกษตร ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร และ 5) ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร โดยรวบรวมข้อมูลจากนักส่งเสริมวิชาการเกษตรระดับตำบล จำนวน 142 ราย รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ส่วนข้อมูลที่ได้นำมาถอดรหัสและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS/PC⁺ ผลการวิจัยมีดังนี้

เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ร้อยละ 83.80 เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-50 ปี แต่งงานแล้วและยังคงอยู่ด้วยกัน ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอายุราชการเฉลี่ย 21.87 ปี ดำรงตำแหน่งเจ้าพนักงานการเกษตร 5 โดยดำรงอยู่ในตำแหน่งปัจจุบันเฉลี่ย 10.87 ปี ทำงานอยู่ในพื้นที่ปัจจุบันเฉลี่ย 7.68 ปี ส่วนใหญ่มีพื้นที่รับผิดชอบ 1 ตำบล มีหมู่บ้านในความรับผิดชอบเฉลี่ย 15.31 หมู่บ้าน และมีครัวเรือนในพื้นที่รับผิดชอบเฉลี่ย 2,143.16 ครัวเรือน ส่วนใหญ่มีที่ตั้งสำนักงานอยู่ห่างจากพื้นที่ส่งเสริมประมาณ 16-20 กิโลเมตร อยู่ห่างจากตัวจังหวัดมากกว่า 20 กิโลเมตร และใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นยานพาหนะปฏิบัติงานในพื้นที่

ความรู้เกี่ยวกับสื่อทางไกล โดยรับความรู้เกี่ยวกับสื่อจากหนังสือเรียนมากที่สุด รองลงมาคือ การฝึกอบรม นิเทศสาร/วารสาร วิทยุ และโทรทัศน์ ส่วนใหญ่นิยมใช้สื่อวัสดุสิ่งพิมพ์ ในงานส่งเสริม รองลงมาคือ นิทรรศการ และสื่อของจริงหรือของจำลอง เจ้าหน้าที่ส่งเสริม ร้อยละ 95.77 เคยได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกล โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 23.94 ที่มีความรู้ เกี่ยวกับการใช้และผลิตสื่อวิทยุกระจายเสียง แต่มีเพียงร้อยละ 2.11 มีความรู้เกี่ยวกับการใช้และ ผลิตสื่อวิทยุโทรทัศน์

ทัศนคติต่อการใช้สื่อทางไกล เจ้าหน้าที่ส่งเสริมมีทัศนคติ “ระดับเห็นด้วย” กับการใช้ สื่อทางไกลในการกระจายข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมาย เพราะ สื่อทางไกลสามารถส่งกระจายข่าวสาร ไปได้ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมาย ช่วยประหยัดเวลาในการออกส่งเสริมของเจ้าหน้าที่ และสามารถสร้าง การรับรู้ให้กับบุคคลกลุ่มเป้าหมายได้ก่อนที่จะออกส่งเสริมแบบรายบุคคล การนำสื่อทางไกลผสม กับสื่อส่งเสริมประเภทอื่นจะทำให้งานส่งเสริมมีประสิทธิภาพขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อวิทยุกระจายเสียงผสมกับสื่อส่งเสริมประเภทอื่น

ระดับความต้องการใช้สื่อทางไกล ระดับความต้องการใช้สื่อทางไกลโดยเฉพาะสื่อวิทยุ กระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์ ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมวิชาการเกษตรตำบล จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมมีความต้องการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงสำหรับใช้งานส่งเสริมอยู่ในระดับ “มาก” ค่าเฉลี่ย 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.816 มีความต้องการใช้สื่อทางไกลประเภท วิทยุโทรทัศน์อยู่ในระดับ “มาก” ค่าเฉลี่ย 3.94 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.94 ซึ่งจะสังเกตว่า ระดับ ความต้องการใช้สื่อทางไกลประเภทสื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์อยู่ในระดับมาก

ปัญหาเกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกล เกิดจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมไม่รู้วิธีการใช้สื่อไม่รู้วิธี การผลิตสื่อ ส่วนปัญหาอื่น ๆ คือ ไม่มีเครื่องมืออุปกรณ์สำหรับใช้และผลิตสื่อ ขาดงบประมาณ ขาดความต่อเนื่อง และพื้นที่ส่งเสริมอยู่ในหุบเขาไม่สามารถรับสื่อได้

ABSTRACT

Abstract of thesis submitted to the Graduate School Project of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science in Agricultural Extension

NEEDS FOR DISTANT MASS COMMUNICATION BY TAMBON EXTENSION AGENTS IN CHIANG MAI PROVINCE

By

TANIT WONGINTA

AUGUST 2003

Chairman: Associate Professor Dr.Boontham Tesna

Department/Faculty: Department of Agricultural Extension, Faculty of Agricultural Business

This research was conducted to find out 1) demographic features of extension agents; 2) Tambon extension agents working circumstances; 3) their use of media; 4) their attitudes towards and needs for the use of distant mass communication media in their jobs; and 5) their problems and recommendations for the use of distant mass communication media. The data were collected by means of questionnaires from 142 tambon extension agents in Chiang Mai province, decoded and analyzed by using the SPSS/PC⁺.

The results revealed that 83.80% of the extension agents were male, 41 to 50 years old, married, had completed a bachelor level of education, and have been in governmental service for an average of 21.87 years. Most of them were level-5 agricultural officers, and have been in such position for an average of 10.87 years and in the present area for 7.67 years. Most of them were responsible for one tambon, with an average of 15.31 villages and 2143.16 households. The offices were 16-20 km from extension areas and over 20 km from the city. They used their own cars in working.

Knowledge of distant mass communication. Most extension agents obtained the greatest amount of knowledge from instruction media, followed by training, journal, radio and television. The most popular media used in extension were printed matters, followed by exhibitions, real objects and models. It was found that 95.77% of the extension agents obtained

information about distant mass communication, 23.94% could use and produce radio media, 2.11% could use and produce television media

Attitudes towards the use of distant mass communication. The extension agents had positive attitudes towards the use of distant mass communication in their extension since distant mass communication can disseminate information to all target people and save time. They trusted that the use of distant mass communication media, especially radio and television media, together with other media will lead to greater efficiency in extension work.

Level of needs for the use of distant mass communication. The extension agents' needs, particularly those for radio and television media, were at a high level (mean: 4.09 and SD: 0.816). Their needs for the use of television media were also high (mean: 3.94 and SD: 0.94).

Problems in using distant mass communication. The problems were lack of knowledge of producing and using distant mass media by extension agents, insufficient materials and equipment for production of media, insufficient budgets, and valley extension areas unable to receive media.