

ความต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมการเกษตรของ
เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรตำบล จังหวัดเชียงใหม่

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



นายฐานิส วงศ์อินตา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร

พ.ศ. 2546

ลิขสิทธิ์ของโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (ส่งเสริมการเกษตร)

ปริญญา

ส่งเสริมการเกษตร

สาขาวิชา

ส่งเสริมการเกษตร

ภาควิชา

เรื่อง ความต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม
การเกษตรตำบล จังหวัดเชียงใหม่

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

นามผู้วิจัย นายฐานิส วงศ์อินตา

โดยพิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.บุญธรรม เทศนา)

วันที่ 18 เดือน ๑๑ พ.ศ. ๒๕๔๖

กรรมการที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์)

วันที่ 19 เดือน ๑๑ พ.ศ. ๒๕๔๖

กรรมการที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นรเศรษฐ รังกวัด)

วันที่ 19 เดือน ๑๑ พ.ศ. ๒๕๔๖

หัวหน้าภาควิชา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิระพล ทองมา)

วันที่ 19 เดือน ๑๑ พ.ศ. ๒๕๔๖

โครงการบัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงวุฒิ เพ็ชรประดับ)

รองประธานกรรมการโครงการบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติหน้าที่แทน

ประธานกรรมการโครงการบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 29 เดือน ๑๑ พ.ศ. ๔๖

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) ทศนคติในการใช้สื่อทางไกลและความต้องการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในงานส่งเสริมการเกษตร 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.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้จะไม่สามารถลุล่วงลงได้หากปราศจากความช่วยเหลือจาก คณะกรรมการที่ปรึกษา ซึ่งประกอบด้วย รองศาสตราจารย์ ดร.บุญธรรม เทศนา รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์นฤพร รังควัด และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ กิตติชัยชนานนท์ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา และข้อเสนอแนะให้ตลอดการทำงานวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษา ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ในการเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยยังได้รับความช่วยเหลือจาก นายบัณฑิต บุตรราช ผู้เป็นน้ำที่ให้ความช่วยเหลือในการรวบรวมข้อมูลเก็บแบบสอบถาม และที่ขาดไม่ได้ ต้องขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงยิ่ง คือ นายแสนชัย – นางสุพรรณ วงศ์อินตา ผู้ปกครองที่ช่วยให้กำลังใจในการศึกษา การทำการวิจัย และให้ทุนในการทำการวิจัยครั้งนี้ นอกจากนี้ยังมีอีกหลายท่านที่ไม่ได้กล่าวนาม โดยเฉพาะพี่และเพื่อนที่ให้ความช่วยเหลือผู้ทำงานวิจัยในเรื่องต่าง ๆ จึงขอขอบคุณทุกท่านไว้ในโอกาสนี้ด้วย

ฐานิส วงศ์อินตา

สิงหาคม 2546

สารบัญเรื่อง

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญเรื่อง	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(11)
 บทที่ 1 บทนำ	 1
ความสำคัญของปัญหา	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
ขอบเขตของการวิจัย	6
นิยามศัพท์	7
 บทที่ 2 การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง	 9
สื่อทางไกลที่ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตร	9
บทบาทของการใช้สื่อทางไกลกับงานส่งเสริมเกษตร	14
สื่อทางไกลประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตร	17
งานวิจัยและศึกษาเกี่ยวกับสื่อทางไกล	30
ภาคสรุป	33
กรอบแนวความคิดในการวิจัย	34

สารบัญเรื่อง (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	35
สถานที่ดำเนินการวิจัย	35
ประชากร	36
ตัวแปร	36
เครื่องมือในการวิจัย	36
วิธีการรวบรวมข้อมูล	37
การวิเคราะห์ข้อมูล	38
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	39
ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร	40
ตอนที่ 2 สถานภาพแวดล้อมต่อหน้าที่ของเกษตรตำบล	42
ตอนที่ 3 การใช้สื่อของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม	49
ตอนที่ 4 ทักษะคติในการใช้สื่อทางไกลและความต้องการใช้สื่อทางไกลในงาน ส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร	59
ตอนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ ส่งเสริมการเกษตร	67
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	69
สรุปผลการศึกษา	69
ข้อเสนอแนะ	74
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	77
บรรณานุกรม	79
ภาคผนวก	84
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	85
ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย	94

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจำแนกตามลักษณะทางประชากร	41
2 จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจำแนกตามสถานภาพแวดล้อม ต่อหน้าที่ของเกษตรกรตำบล	45
3 จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจำแนกตามลักษณะการใช้สื่อ	50
4 แหล่งที่มาของความรู้เกี่ยวกับสื่อของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม	53
5 จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจำแนกตามการใช้สื่อ	55
6 จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจำแนกตามความรู้เกี่ยวกับการ ใช้สื่อทางไกล	57
7 ระดับความคิดเห็นของเจ้าพนักงานส่งเสริมการเกษตรที่มีต่อสื่อทางไกลด้าน การกระจายข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมาย	61
8 ระดับความต้องการใช้สื่อทางไกลของเจ้าพนักงานส่งเสริมการเกษตร	64
9 ระดับความต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมวิชาการเกษตร	66
10 จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจำแนกตามปัญหาการใช้สื่อทางไกล	68

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

34



บทที่ 1

บทนำ

(INTRODUCTION)

ในยุคการสื่อสารไร้พรมแดนดังเช่นทุกวันนี้ การสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ มีบทบาทที่สำคัญยิ่งในการนำข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แพร่กระจายสู่กลุ่มประชาชนในหลากหลายสื่อและมากมายหลายช่องทางอย่างไม่เคยปรากฏในยุคใดมาก่อน ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เหล่านี้ย่อมมีผลกระทบต่อหน่วยงานทั้งทางตรงและทางอ้อม แน่นนอน ข่าวสารย่อมมีทั้งด้านดีและด้านร้าย ทางด้านดีก็ย่อมช่วยส่งเสริมชื่อเสียง (reputation) ภาพลักษณ์ (image) ของหน่วยงาน ตลอดจนความเชื่อศรัทธาจากมหาชนให้เพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้าม ข้อมูลข่าวสารทางด้านไม่ดีหรือทางลบก็มีส่วนทำลายศรัทธาของมหาชนให้ล่มสลายสิ้นไปในพริบตาได้เช่นกัน (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2544: 40)

งานส่งเสริมการเกษตรของประเทศไทยนั้น เป็นหน้าที่และความรับผิดชอบโดยตรงของกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรสหกรณ์ มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการจัดควบคุม และส่งเสริมการเกษตรกรรมซึ่งในการส่งเสริมการเกษตรของประเทศไทยให้เจริญก้าวหน้าขึ้น จำเป็นจะต้องอำนวยความสะดวกและเผยแพร่วิชาหรือความรู้เกี่ยวกับการเกษตรแผนใหม่ให้ถึงตัวเกษตรกรโดยแพร่หลายและทั่วถึง เพื่อจะช่วยให้เกษตรกรสามารถเพิ่มผลผลิตเพื่อให้ผลผลิตในด้านการเกษตรมีปริมาณและคุณภาพตามความต้องการของตลาด และเพื่อให้มีตลาดสำหรับจำหน่ายผลผลิตอันจะช่วยให้เกษตรกรมีรายได้และฐานะดีขึ้น ซึ่งจะเป็นการช่วยส่งเสริมการเศรษฐกิจส่วนรวมให้มั่นคงยิ่งขึ้น ซึ่ง วิรัช คงกะจันทร์ (2535: 65) กล่าวว่า วิธีการส่งเสริมแบบมวลชนมีประสิทธิภาพมากที่สุดในเรื่องของการเสนอข้อสนเทศหรือข่าวสารต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนจำนวนมากได้รับทราบ สำหรับวิธีการส่งเสริมแบบกลุ่มเป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของเกษตรกร หรือชักจูงให้บุคคลเป้าหมายปฏิบัติในสิ่งที่เราต้องการได้ดีกว่าการส่งเสริมแบบอื่น ๆ ทั้งนี้ก็เพราะว่าคนเรายินดีที่จะปฏิบัติสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามกลุ่มมากกว่าทำโดยลำพัง ส่วนวิธีการส่งเสริมแบบบุคคลนั้นจะเป็นวิธีการส่งเสริมประสิทธิภาพมากที่สุดในเรื่องของการเสนอความรู้ทางทฤษฎีหรือวิชาการให้แก่เกษตรกร และเป็นวิธีการสอนทักษะที่เหมาะสมมาก รวมทั้งสามารถประเมินผลได้ง่ายกว่าวิธีอื่นอีกด้วย

หากจะหันมามองปัญหาการแพร่กระจายเทคโนโลยีเพื่อใช้เป็นเครื่องมือประการหนึ่งในการพัฒนาชนบท กรณีประเทศไทยก็ไม่แตกต่างจากประเทศอื่น ๆ มากนัก เจ้าหน้าที่

ส่งเสริมหน่วยงานต่าง ๆ ได้พยายามเผยแพร่วิทยาการใหม่ ๆ โดยเฉพาะด้านการเกษตรไปยังเกษตรกรและชาวชนบท พยายามใช้การสื่อสารหลายประเภท แต่ผลการเผยแพร่วิทยาการเหล่านั้นยังไม่สัมฤทธิ์ผลดังตั้งใจ (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2541: 7) เมื่อวิทยาการทางด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารเจริญมากขึ้นทำให้โอกาสที่จะนำสื่อประเทศต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับส่งสารแทนตัวบุคคลได้ในระบบทางไกลมาใช้มากขึ้น เช่น กิจกรรมวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์รวมทั้งประเพณีการแสดงผลงานและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตรได้ด้วยดี โดยเฉพาะเป็นสื่อสนับสนุนสื่อบุคคลซึ่งนอกจากจะช่วยให้การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่มีประสิทธิภาพดีขึ้นแล้วยังจะช่วยให้เกษตรกรได้รับผลประโยชน์มากขึ้นด้วย

อย่างไรก็ตามลักษณะของสื่อทางไกลแต่ละประเภทที่นำมาใช้กับงานส่งเสริมการเกษตร ก็มีข้อจำกัดของการนำไปใช้เป็นเฉพาะประเภท เช่น วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ ผู้รับสารจะได้ประโยชน์ก็ต่อเมื่อมีถิ่นฐานอยู่ในรัศมีจะรับได้และมีสื่อรับที่เหมาะสมหนังสือพิมพ์ และสิ่งพิมพ์ ผู้รับสารจะได้รับประโยชน์จากสื่อหนังสือพิมพ์ก็ต่อเมื่อมีอำนาจในการซื้อพอและสามารถอ่านหนังสือเข้าใจ สำหรับสิ่งพิมพ์นั้นจะมีผลต่อเมื่อ ผู้รับสารจะต้องเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากต้องจำกัดจำนวนพิมพ์ตามงบประมาณที่มี เนื้อหาของสิ่งพิมพ์จึงจำเป็นต้องสนองให้ตรงประเด็นปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย และภาพยนตร์ประเภทที่เป็นความรู้หรือสารคดีนั้นยังมีบริการที่ค่อนข้างจำกัดมากเพราะขาดแคลนผู้ผลิตภาพยนตร์ประเภทนี้ ส่วนสื่อทางไกลอย่างอื่นนั้นแม้จะมีประโยชน์ไม่น้อยกว่าสื่ออื่น ๆ แต่เพื่อที่จะให้ได้ผลตอบสนองที่ดีมีประโยชน์แก่เกษตรกร การใช้สื่อประเภทนี้จึงควรจัดขึ้นเป็นครั้งคราวที่เหมาะสมกับเหตุการณ์เท่านั้น อย่างไรก็ตามแล้วแต่ละสื่อจะมีข้อจำกัดในการนำไปใช้อยู่บ้างแต่ก็สามารถแก้ไขปรับปรุงวิธีการนำสื่อบางประเภทมาผสมกันเข้า ก็จะทำให้มีประสิทธิภาพดีขึ้นมากก็ได้ (ทำนอง สิงคาลวณิช, 2531: 30)

ความสำคัญของปัญหา

(Statement of the Problem)

สำหรับการนำสื่อทางไกลประเภทต่าง ๆ ไปใช้ในการส่งเสริมการเกษตรนั้น อาจกล่าวได้ว่าถ้าเป็นการดำเนินงานของหน่วยราชการด้วยกันจะมีการนำสื่อไปใช้ในวัตถุประสงค์เดียวกันทั้งสิ้น คือมุ่งบริการความรู้ทางเกษตรและที่สัมพันธ์กับสื่อมวลชนเกษตร และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกันเป็นกลุ่มเป้าหมาย หากจะมีความแตกต่างกันก็เนื่องมาจากเหตุผลบางประการ คือ ทำนอง สิงคาลวณิช (2531: 25) กล่าวว่า สำหรับมาตรการที่รัฐจะต้องจัดทำโดยย่อก็คือ รัฐจะต้อง

ใช้ความพยายามอย่างมากในการเข้าไปหถึงตัวผู้ประกอบการด้วยการจัดบุคลากรที่มีวุฒิเหมาะสมกับหน้าที่เพื่อนำความรู้ ประสบการณ์และทักษะทางเกษตรไปถ่ายทอดปลูกฝังในความรู้ที่กิดคิดของเกษตรกรให้ยอมรับในแนวความคิด วิธีปฏิบัติและพร้อมที่จะรับไปพัฒนาอาชีพของตน วิธีนี้เจ้าหน้าที่จะต้องไปพบพูดคุยกับเกษตรกรทีละคนหรือพร้อมกันหลายคนก็ได้ และต้องเป็นไปอย่างทั่วถึงทุกคน แต่ก็มีหลายกรณีที่รัฐไม่สามารถจะจัดบุคลากรผู้ทำหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรให้ไปพบหรือเข้าถึงตัวผู้ประกอบการเกษตร ได้เป็นรายคนหรือเป็นหมู่คณะทั่วทุกคนทั้งประเทศ อันเนื่องมาจากสาเหตุหลายประการ ที่สำคัญก็คือ

1. ประเทศไทยมีจำนวนเกษตรกรมาก ซึ่งในสภาพทั่วไปส่วนมากจะเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กมีรายได้น้อยฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมอ่อนแอ ตั้งถิ่นฐานกระจายอยู่ทั่วประเทศ และส่วนมากจะอยู่ในเขตพื้นที่การพัฒนาช้าหลัง หมายความว่าขาดสิ่งสาธารณูปโภค ไม่สะดวกต่อการติดต่อสื่อสารและคมนาคม สภาพภูมิประเทศมีปัญหาต่อการประกอบอาชีพ เช่น ดินไม่ดี น้ำไม่มี ลักษณะเกษตรกรรมต้องอาศัยดิน น้ำ อากาศ จากธรรมชาติทางเดียว ซึ่งหาความแน่นอนไม่ได้ สถานภาพของเกษตรกรจึงเป็นไปในรูปต่างคนต่างอยู่หรือต่างคนต่างทำจึงเป็นการยากที่รัฐจะจัดบุคลากร จำนวนมากเพื่อทำหน้าที่บริการความรู้ทางเกษตรให้ถึงตัวเกษตรกรทั่วทุกคน

2. กรม/กองต่าง ๆ ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ต่างวางแผน ต่างกำหนดกิจกรรม ต่างจัดกิจกรรมลงพื้นที่ ต่างถ่ายทอดความรู้ ขาดการผสมผสานกิจกรรม ขาดการบูรณาการของหน่วยงานของรัฐ/เอกชน ทำให้เกิดการพัฒนาแบบแยกส่วน ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของเกษตรกรได้ครบทุกด้าน งานวิจัยและพัฒนาแม้มีการวิจัยที่หลากหลาย แต่ยังขาดการนำไปสู่กระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการพัฒนา จากแนวทางที่ว่าเกษตรกรเป็นผู้วิเคราะห์ วางแผน กำหนดกิจกรรมด้วยตนเอง และเป็นผู้รับผิดชอบผลประโยชน์ แต่ในทางปฏิบัติเกษตรกรมีส่วนร่วมน้อย และมักถูกชี้นำจากเจ้าหน้าที่ “สถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการเกษตร” (2546: ออนไลน์)

3. ความไม่พร้อมของเกษตรกร บุญธรรม จิตต์อนันต์ (2540: 11) กล่าวว่า เกษตรกรส่วนใหญ่จบการศึกษาภาคบังคับ คือ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 สมัยก่อน หรือประถมศึกษาปีที่ 6 ในปัจจุบัน ถือว่ายังไม่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับเกษตรกรในประเทศที่เจริญแล้ว ซึ่งจบชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือระดับสูงกว่า

4. ลักษณะเกษตรกรรมของไทยขาดระบบ หมายความว่าเกษตรกรคิดจะปลูกพืชชนิดไหน เลี้ยงสัตว์อะไร ก็ปลูกก็เลี้ยงไปตามความคิดของตนเองเป็นสำคัญ มิได้คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ประกอบว่าควรไม่ควรประการใด กรณีการทำเกษตรแบบไม่มีกำหนดเขตปลูกพืชเช่นนี้ ทำให้เจ้าหน้าที่ของรัฐต้องประสบกับการที่จะแสวงหาความรู้หลายอย่างให้สามารถ

ช่วยเหลือเกษตรกรได้ทั่วกัน ซึ่งค่อนข้างยากจากตนเองไม่ใช่สหกรณ์คือผู้รู้หมด จึงจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนทางวิชาการในสิ่งที่ตนไม่มีพอกจากสื่อต่าง ๆ ซึ่งอาจเป็นบุคคล เช่น นักวิชาการ และอื่น ๆ เช่น สิ่งพิมพ์ ได้แก่ เอกสารคำแนะนำ ข่าวสารจากวิทยุกระจายเสียงตามที่เห็นสมควร

5. ความไม่พร้อมของเกษตรกร เนื่องจากเกษตรกรส่วนมากมีระดับการศึกษาต่ำ ฐานะทางเศรษฐกิจหมีนเหมต่อความยากจน ทำให้พื้นฐานความรู้จะรองรับเพื่อจะเชื่อมกับวิทยาการเกษตรสมัยใหม่ไม่พอดีกัน อาจมีขาดตกบกพร่องเป็นช่วงเป็นตอน แม้พฤติกรรมของเกษตรกรจะอยู่ในภาพของการยอมรับแต่ความเข้าใจก็ดี การนำไปปฏิบัติก็อาจจะไม่ได้ประสิทธิภาพเท่าที่ควรอาจต้องใช้เวลาในการถ่ายทอดแนะนำกันมากกว่าปกติก็ได้ ซึ่งการนำความรู้ไปบริการให้เกษตรกรแต่ละบุคคลนั้นเป็นที่เชื่อกันว่าเป็นวิธีการส่งเสริมการเกษตรที่ดีที่สุดเพราะได้มีโอกาสเข้าถึงตัวอย่างใกล้ชิดจริงจัง แต่การไปมาหาสู่กันบ่อยเกินไปจนเสียเวลาการทำงานของเกษตรกรประการหนึ่งส่งเสริมแนะนำในเรื่องเดียวกันหรือคล้ายคลึงกันซ้ำซากอีกอย่างหนึ่ง อาจได้รับการปฏิเสธหรือต่อต้านได้จึงควรที่จะหาวิธีการแบบอื่นบ้าง เช่น การใช้สื่อบุคคลอื่น ใช้สิ่งพิมพ์รูปแบบต่าง ๆ การจัดสาธิต วิทยุกระจายเสียง ในลักษณะที่เหมาะสมกับความสนใจของบุคคลเป้าหมายนั้น

6. ช่วงเวลาของการส่งเสริมการเกษตรมีจำกัด เนื่องจากพื้นที่ทำการเกษตรส่วนมากใช้ในการทำนาข้าว ปลูกพืชไร่ และพืชประเภทล้มลุกหมายถึงพืชที่มีชีพจักรหรือมีชีวิตรสั้นแสดงถึงว่าช่วงเวลาเกษตรกรจะต้องพบกับปัญหานั้นมีเวลาจำกัด คือภายในฤดูกาลเพาะปลูกพืชหรือเพาะเลี้ยงสัตว์เท่านั้น จึงเป็นปัญหาและอุปสรรคต่องานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่ว่าจะจัดบริการแก้ไขและให้ความรู้ใหม่ ๆ แก่เกษตรกรในเวลาจำกัดได้ไม่ทันการณ์ ความจริงแล้วนอกฤดูกาลผลิตก็ดำเนินงานส่งเสริมได้ แต่ช่วงของความกระตือรือร้นและความสนใจจะลดลงเนื่องจากเป็นเวลาที่ไมเหมาะสมสอดคล้องกับเหตุการณ์ที่กำลังปรากฏอยู่เพราะเป็นเรื่องเฉพาะหน้า หากพ้นช่วงของปัญหาไปแล้ว ส่วนมากจะสนใจในการหารายได้เพิ่มเติมเพราะฐานะการเงินขาดแคลน ทั้งต้องเอาใจใส่ต่อแผนการผลิตในฤดูต่อไปหรือการแก้ไขปัญหาหลัก ๆ เป็นต้น ฉะนั้นการที่เกษตรกรมีช่วงเวลาที่เข้มข้นต่อการที่จะขอรับบริการซึ่งมีสภาพความเป็นจริงให้รู้เห็นพร้อมกันนั้น หากเจ้าหน้าที่ของรัฐจะช่วยแก้ปัญหาให้ได้โดยวิธีใดวิธีหนึ่งในขณะนั้น รัฐจะได้รับความเชื่อถือศรัทธามากและสิ่งที่จะร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ของรัฐได้ดีก็คือต้องอาศัยสื่ออย่างอื่นช่วยด้วย

7. อิทธิพลของความรู้จากที่มีให้บริการของรัฐ ดังได้กล่าวไว้ในตอนต้นว่างานส่งเสริมการเกษตรนั้นมีแหล่งบริการความรู้ทั้งของรัฐ ซึ่งมีรูปแบบเป็นวิทยาทานคือมิได้หวังผลตอบแทนเพียงแต่อยากเห็นผลดี ที่เกิดขึ้นจากการกระทำของเกษตรกรเองเพราะรัฐถือว่าเป็นหน้าที่

และจากแหล่งของเอกชนซึ่งมีรูปแบบเป็นธุรกิจ คือหวังผลตอบแทนจากงานส่งเสริมการเกษตรบ้างเพื่อเป็นการเพิ่มกำลังซื้อของเกษตรกร แม้จะมีผลทางอ้อมก็ยังมี แต่ในหลักการการโฆษณา นั้นจำเป็นต้องกล่าวถึงความเป็นเลิศของสินค้าเพื่อการแข่งขัน จนอาจทำให้ผู้ซื้อหลงเชื่อได้ แต่เมื่อนำไปใช้แล้วจะไม่ได้ผลเท่าที่คาดหวังก็เป็นไปได้ หรือสินค้านั้นมีคุณภาพดีจริงตามที่ได้พิสูจน์ หรือสาริตให้เกษตรกรได้เห็นและเชื่อถือในสินค้านั้นรวมทั้งเทคโนโลยีที่จะซื้อไปใช้ แต่ราคาอาจสูงเกินไปสำหรับเกษตรกรบางรายซึ่งอาจใช้ผลิตภัณฑ์บางอย่างที่มีคุณภาพต่ำกว่า ราคาถูกกว่า ผลตอบสนองแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยก็ควรได้รับคำแนะนำ เหตุการณ์เช่นนี้ควรเป็นหน้าที่ของรัฐที่จะออกแถลงทำความเข้าใจเพื่อความเหมาะสมกับฐานานุรูปของเกษตรกร แต่ก็คงทำได้ไม่รวดเร็วเท่าที่ควร หากล่าช้าไปกว่านี้จะสูงงาก็ไหม้ การตัดสินใจผิดก็ดี ความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ก็ดีย่อมหมายความว่าความเสียหายอาจจะเกิดขึ้นกับธุรกิจได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องอาศัยสื่อประเภทอื่น ๆ ที่สามารถกระจายข่าวได้กว้างขวางในเวลาอันรวดเร็ว เข้าสนับสนุนเจ้าหน้าที่ของรัฐจึงจะช่วยให้เกษตรกรปลอดภัยจากการถูกเอารัดเอาเปรียบจากการค้าเอกชนที่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัวมากกว่าส่วนรวม

โดยสรุปแล้วอาจกล่าวได้ว่าความเป็นมาของการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ในงานส่งเสริมการเกษตรนั้นเกิดมาจากสาเหตุหลายประการคือ บริการของรัฐในการจัดหาบุคลากรส่งไปบริการความรู้แก่เกษตรกรให้ทั่วทุกคนนั้นเป็นไปได้โดยยาก เมื่อคำนึงถึงจำนวนเกษตรกรและพื้นที่ทำการเกษตรทั่วประเทศ ขณะเดียวกันลักษณะเกษตรกรรมของไทยทั้งระบบการผลิตและธรรมชาติของสิ่งที่ผลิต คือพืชและสัตว์ที่ปลูกเลี้ยงส่วนมากมีส่วนจำกัดเวลาทำงานส่งเสริมของเจ้าหน้าที่จนไม่อาจปฏิบัติงานได้ทันเวลา ถึงกับทำให้มีผลเสียต่อผู้ประกอบการเพราะขาดความรู้ นอกจากนั้นแล้วพื้นฐานการศึกษาจะรองรับบริการความรู้ที่มีลักษณะเป็นวิชาการหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ก็มีค่อนข้างจำกัด ซ้ำยังมีโอกาสเสียเปรียบจากผู้ทำธุรกิจการค้าปัจจัยการผลิตทางเกษตร ในด้านการให้บริการความรู้ที่แฝงการโฆษณาชวนเชื่อ ซึ่งเป็นการพนันวิสัยที่เจ้าหน้าที่ของรัฐจะดำเนินการแก้ไขได้โดยลำพัง

ดังนั้นจากที่มีเหตุการณ์ขัดขวางงานส่งเสริมการเกษตร ทั้งในด้านประเทศไทยมีจำนวนเกษตรกรมาก ความไม่พร้อมของเกษตรกร ลักษณะเกษตรกรรมของไทยขาดระบบ ช่วงเวลาของเกษตรกรรมมีจำกัด รวมทั้งลักษณะปฏิบัติของการใช้เจ้าหน้าที่ไปบริการความรู้แก่เกษตรกรเป็นรายบุคคล จึงไม่ประสบผลดีเท่าที่ควรจำเป็นต้องหามาตรการอย่างอื่นเข้าช่วยแก้ไขอีกทางหนึ่ง ดังที่รัฐได้ปฏิบัติการอยู่คือโดยการปรับปรุงระเบียบในองค์กรประชาชนเกษตรแนวหนึ่งและปรับปรุงวิธีการ คือการนำสื่ออย่างอื่นมาใช้ประสมประสานกันไปกับสื่อบุคคลอีกแนวหนึ่ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(Objectives of the Study)

การวิจัยถึงความต้องการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรระดับตำบล จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร
2. สถานภาพแวดล้อมค่อน้ำที่ของเกษตรตำบล
3. การใช้สื่อของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร
4. ทศนคติในการใช้สื่อทางไกลและความต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร
5. ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

(Expected Results)

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวคาดว่าจะได้เป็นประโยชน์ต่อบุคคลและองค์กรดังต่อไปนี้

1. เจ้าหน้าที่ส่งเสริมได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและปัญหาหรืออุปสรรคในการใช้สื่อทางไกล
2. ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลที่ศึกษาได้นำไปใช้ในการพัฒนาบุคคลและหน่วยงาน
3. นักวิจัยหรือผู้ที่สนใจสามารถนำผลของการศึกษารั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการวิจัยด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตของการวิจัย

(Scope of the Study)

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตและขีดจำกัดของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา
 - ลักษณะของประชากร ศึกษาเฉพาะ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอายุราชการ เท่านั้น

- ระดับความต้องการใช้สื่อ ศึกษาเฉพาะความต้องการใช้สื่อทางไกลประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์

2. ขอบเขตด้านเวลา

- ข้อมูลที่นำมาศึกษาวิเคราะห์ครั้งนี้ได้มาจากแบบสอบถามโดยผู้วิจัยดำเนินการด้วยตนเองระหว่างเดือน มีนาคม พ.ศ. 2545 ถึง กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2546

3. ขอบเขตด้านประชากร

- ผู้ที่ให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ คือ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรระดับตำบลในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 142 คน เท่านั้น

4. ขอบเขตด้านสถานที่

- ขอบเขตด้านสถานที่ในการวิจัยครั้งนี้ครอบคลุมทั้ง 22 อำเภอ และ 2 กิ่งอำเภอในจังหวัดเชียงใหม่ เท่านั้น

นิยามศัพท์

(Definition of Terms)

เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร หมายถึง ผู้ถ่ายทอดความรู้หรือให้การศึกษาแก่บุคคลเป้าหมาย (Target person) โดยเจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะเป็นตัวกลางเชื่อมระหว่างนักวิชาการจากแหล่งความรู้หรือวิจัยต่าง ๆ กับเกษตรกรหรือบุคคลหรือกลุ่มเป้าหมายโดยนำความรู้จากนักวิชาการมาดัดแปลงเป็นภาษาที่เข้าใจง่ายแล้วนำไปถ่ายทอดให้แก่เกษตรกร ในขณะเดียวกันก็นำปัญหาต่างๆ ที่เกษตรกรได้ประสบมา และเจ้าหน้าที่แก้ไขไม่ได้ มาให้นักวิชาการ เพื่อหาทางแก้ไข และนำไปถ่ายทอดให้บุคคลเป้าหมายต่อไป

เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรตำบล หมายถึง เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรตำบล ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 142 คน เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรประจำตำบล 1 คน รับผิดชอบครอบคลุมเกษตรกรประมาณ 1,000 ครัวเรือน โดยปกติแล้วก็เท่ากับตำบลละ 1 คน ในกรณีที่ตำบลใดมีครอบคลุมเกษตรกรไม่ถึง 1,000 ครัวเรือน และสามารถรวมกับตำบลอื่นที่มีครอบคลุมเกษตรกรน้อยเช่นกัน เพื่อให้มีครอบคลุมเกษตรกรรวมกันได้ประมาณ 1,000 ครัวเรือน ก็ให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรประจำตำบลรับผิดชอบทั้ง 2 ตำบล และเกษตรกรที่ตำบลใดมีครอบคลุมเกษตรกรมากกว่า 1,500 ครัวเรือน ก็ให้เพิ่มเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรประจำตำบลอีก 1 คน

ความต้องการ หมายถึง ความปรารถนาของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่มีต่อสื่อ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม หมายถึง ลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมเกษตรซึ่งได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา และอายุราชการ

สถานภาพแวดล้อมต่อหน้าที่ของเกษตรตำบล หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ ต่อลักษณะที่เกี่ยวข้องกับเจ้าพนักงานเกษตรตำบล ซึ่งแบ่งแยกออกเป็นลักษณะต่าง ๆ เช่น อายุราชการ ตำแหน่งหน้าที่ที่รับผิดชอบ ระยะห่างระหว่างสำนักงานกับพื้นที่ส่งเสริมและรวมไปถึงพาหนะที่ใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ เท่านั้น

ลักษณะทางสังคมและจิตวิทยาของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม หมายถึง ลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลทางด้านสังคมและจิตวิทยาของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมเกษตรซึ่งได้แก่ ทักษะคิด ความรู้ และพื้นที่ตั้งสำนักงาน

สื่อทางไกล หมายถึง สิ่งนี้อ่านวยต่อผู้ทำหน้าที่ส่งสารกับผู้ทำหน้าที่รับสารให้ติดต่อสื่อสารกันได้ตามวัตถุประสงค์ โดยมีได้พบหน้ากันในงานนี้เน้นเฉพาะ สื่อทางไกลประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ เท่านั้น

วิทยุกระจายเสียง หมายถึง เป็นสื่อที่สามารถส่งสารโดยการเผยแพร่กระจายไปยังมวลชนได้รวดเร็วที่สุด โดยไม่จำกัดพื้นที่และเสียค่าใช้จ่ายน้อยมวลชลประเภทเสียงที่จัดส่งออกอากาศไปด้วยระบบคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า ด้วยเครื่องส่งวิทยุที่สามารถกระจายออกไปรอบทิศทางเข้าถึงกลุ่มชนที่มีเครื่องรับวิทยุได้เป็นจำนวนมาก ๆ ในเวลาเดียวกัน

วิทยุโทรทัศน์ หมายถึง เป็นเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ (electronics) ที่ทันสมัยสามารถให้ทั้งภาพและเสียง เหตุการณ์ทั้งในอดีต และปัจจุบันทันด่วน

บทที่ 2

การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง

(REVIEW OF RELATED LITERATURES)

การศึกษาระดับความต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรระดับตำบล ในจังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาถึงระดับความต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมการเกษตร ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้สื่อทางไกล โดยอาศัยทฤษฎีแนวความคิดของนักวิชาการต่าง ๆ และเอกสารของทางวิชาการที่จัดทำไว้เพื่อให้เกิดการเข้าใจต่อปัญหาที่จะทำการศึกษาค้นคว้าได้อย่างถูกต้องกระชับชัดเจน โดยผู้วิจัยได้ตรวจเอกสารต่าง ๆ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็นระดับความต้องการและประเภทสื่อทางไกลในการส่งเสริมดังนี้

1. สื่อทางไกลที่ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตร
2. บทบาทของการใช้สื่อทางไกลกับงานส่งเสริมการเกษตร
3. สื่อทางไกลประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตร
4. งานวิจัยและศึกษาเกี่ยวกับสื่อทางไกล

1. สื่อทางไกลที่ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตร

สื่อในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2525: 842) หมายถึง ทำการติดต่อให้ถึงกันชักนำให้รู้จักกัน ผู้หรือสิ่งที่ทำการติดต่อให้ถึงกันหรือชักนำให้รู้จักกัน สื่อแบ่งได้ 3 ประเภท ดังนี้

สื่อ : ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2525: 842) หมายถึง ทำการติดต่อให้ถึงกัน ชักนำให้รู้จักกัน โดยสอดคล้องกัน ณรงค์ สมพงษ์ (2535: 30) กล่าวว่า “สื่อ หมายถึง ผู้หรือสิ่งของที่ทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารถึงกันหรือชักนำให้รู้จักกัน เช่นเดียวกับ วิทยา คำกริยาวิเศษณ์ (2541: 48) สื่อ คือ สิ่งที่น่าสาร หรือถ่ายทอดสารของผู้ส่งสาร เช่น เมื่อเราดูโทรทัศน์ สื่อ ก็คือคลื่นแสง คลื่นเสียง และจอโทรทัศน์

สรุปได้ว่าสื่อ คือ สิ่งที่น่าสารหรือถ่ายทอดของผู้ส่งสาร จาก ผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ผู้ส่งจะส่งข่าวสารไปได้ก็ต้องอาศัยสื่อที่จะถ่ายทอดข่าวสารออกไป และข่าวสารจะไปถึงมือผู้รับได้ก็ต้องอาศัยสื่อพาไป เช่น คลื่นวิทยุในอากาศนำเสียงพูดไปให้ผู้ฟัง กระดาษนำตัวอักษรและภาพที่ปรากฏไปให้ผู้รับอ่าน เป็นต้น ทางด้านผู้รับก็เช่นเดียวกันต้องอาศัยในการรับสารนั้น ๆ เช่น ผู้รับต้องมีเครื่องรับวิทยุและมีความสามารถที่จะอ่านหนังสือรู้เรื่อง สื่ออาจแบ่งออกได้เป็น

2 ประเภท ใหญ่คือ 1) สื่อบุคคล หมายถึง สื่อต่าง ๆ ที่สามารถจะนำไปใช้ในการถ่ายทอดข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบซึ่งหน้า เช่น คำพูด ท่าทาง 2) สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่จะใช้ในการถ่ายทอดข่าวสารที่ไปยังมหาชนได้ เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ และภาพยนตร์

มวลชน หมายถึง คนจำนวนมากทั้งที่อยู่รวมกันเป็นกลุ่มขนาดใหญ่มาก และคนเหล่านั้นไม่มีความสัมพันธ์กันหรือรู้จักกัน หรือไม่ควรทราบว่าเป็นใคร เช่น ประชาชนไปฟังคำปราศรัยทางการเมือง หรือขบวนการแห่งขนาดใหญ่ มวลชนอีกลักษณะหนึ่งก็ได้แก่ประชาชนที่กระจัดกระจายกันอยู่ตามท้องถิ่นทั่วไป ไม่ทราบว่าใครจะอยู่แห่งหนตำบลใด ซึ่งมวลชนทั้งสองลักษณะนั้นอาจสนใจในการรับสารอย่างเดียวกันก็ได้ เช่น การฟังข่าวสารบ้านเมือง หรืออาจสนใจได้รับข่าวสารแตกต่างกันก็ได้ เช่น การเกษตร การพัฒนาชนบท การบันเทิง เป็นต้น

สื่อมวลชนตามความหมายของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักงานรัฐมนตรี ได้แก่วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์และภาพยนตร์

ขณะเดียวกันก็ได้มีนักวิชาการบางท่านแบ่งสื่อมวลชนออกเป็น 2 ประเภทกว้าง ๆ คือ

1. ประเภทอิเล็กทรอนิกส์และไฟฟ้า ได้แก่วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น
2. ประเภทสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร เอกสารข่าว แผ่นพับ แผ่นปลิวหรือใบปลิว เป็นต้น

ถึงแม้ว่าสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ดังกล่าวสามารถใช้เครื่องมือบริการข่าวสารได้อย่างกว้างขวาง และมีประสิทธิภาพแล้วก็ตาม แต่มีกรณีที่ยังไม่อาจสนองเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ตามปรารถนาทำให้ผู้ส่งสารต้องคิดค้นหรือสร้างสื่ออย่างอื่นขึ้นมาเสริมหรือใช้แทน เพื่อให้ได้ผลบรรลุตามวัตถุประสงค์ เช่น อาจเป็นสื่อประเภทเดียว เช่น สื่อบุคคลในระบบปากต่อปาก หรือการพูดต่อ ๆ กันไป หรือจัดเป็นรูปแบบสื่อประสม เช่น การจัดนิทรรศการ การจัดแสดงงานพิธีต่าง ๆ เป็นต้น มีลักษณะเป็นกิจกรรมที่สร้างขึ้นมามีหน้าที่เป็นสื่อมวลชนชนิดหนึ่ง ซึ่งอาจกำหนดให้ประเภทที่ 3 เรียกว่า ประเภทกิจกรรมหรือมหกรรม

สาร ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2493 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2493) หมายถึง ข้อใหญ่ใจความ ถ้อยคำ หนังสือ จดหมาย ฯลฯ

สื่อสาร ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2493 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2493) หมายถึง การนำหนังสือหรือข้อความของฝ่ายหนึ่งไปให้อีกฝ่ายหนึ่ง การติดต่อ ฉะนั้นตาม

นัยของคำว่า ติดต่อสื่อสารที่ใช้กันอยู่มากในปัจจุบันจึงน่าจะมีความหมายซ้อนกัน แต่เนื่องจากความชัดเจนของคำและความเคยชิน จนเป็นที่นิยมใช้กันอย่างกว้างขวางแล้วก็ควรอนุโลมใช้กันต่อไปเพื่อป้องกันความลังเล

การติดต่อสื่อสาร แปลมาจากคำว่า Communication มีรากศัพท์มาจากภาษา Latin ว่า Communis แปลว่า เหมือนกัน รวมกัน ดังนั้นในการติดต่อสื่อสาร จึงต้องสร้างความเหมือนกัน หรือร่วมกัน ความคิดเห็นและทรรศนะเท่าที่เดียวกัน” นอกจากนั้นยังได้สรุปเป็นคำจำกัดความจากที่อื่น ๆ อีกดังนี้

การติดต่อสื่อสาร คือ การให้และรับทราบเรื่องราว ความคิด ความเห็น และความรู้ สึกของคนทั้งสองฝ่าย

การติดต่อสื่อสารคือ การแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ซึ่งเรื่องราว ความคิด ความเห็น และความรู้ สึก ความจริง และอารมณ์

สื่อทางไกล ตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2493 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2493) คำว่า ทาง หมายความว่า แนว ถนน ช่อง คลอง ฝ่าย ฯลฯ เช่น แนวทาง ทางการ และ คำว่า ไกล หมายความว่า ห่าง ยืดยาว นาน จากความหมายของคำที่ดี สภาพความเป็นจริง คำว่า สื่อทางไกลน่าจะตีความและนำไปใช้ได้เป็น 2 นัย คือ

1. ใช้กับระยะทาง ในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งห่างไกลกันจนเกินกำลังที่บุคคลจะไป มาหาสู่แบบพบและพูดกันได้ตามความต้องการ จำเป็นต้องใช้สื่ออย่างอื่นช่วย เช่น การส่งจดหมาย ทางไปรษณีย์ โทรศัพท์ วิทยุกระจายเสียง
2. ใช้กับระยะเวลา ในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งต้องใช้เวลานานเกินกว่าที่ควรแม้ระยะทางจะไม่ห่างไกลกันมาก แต่โอกาสที่จะพบและพูดกันตามความต้องการไม่มีหรือมี หากไม่ถูกต้องด้วยกาลเทศะหรือจังหวะเวลา ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีเวลาที่พบ พูดไม่พ้องกัน จึงทำให้ดูเหมือนว่าอยู่ห่างไกลกัน จำเป็นต้องใช้สื่อสารอย่างอื่นช่วย เช่น ถ้าเป็นการติดต่อสื่อสาร เฉพาะตัวหรือคนต่อคน ก็อาจต้องใช้จดหมาย หรือโทรศัพท์เป็นสื่อ หากเป็นมวลชนก็อาจต้องใช้ สื่อประเภททางไกล เช่น วิทยุ หรือสิ่งพิมพ์เป็นสื่อช่วย

มีอุทาหรณ์ซึ่งเกิดจากนักศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มีบ้านพักไม่ไกล จากมหาวิทยาลัย ไปขอซื้อใบสมัครจากเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยฯ แต่ได้รับการแนะนำให้ ติดต่อทางไปรษณีย์ ทั้งนี้เนื่องจากระบบการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยเป็นผู้กำหนดให้เปลี่ยนจากการใช้สื่อทางไกลเป็นสื่อทางไกลดังนั้น ความหมายของการสื่อทางไกล จึงเป็นไปได้โดย หลายนัยดังนี้

จำนวนสถานีวิทยุในปัจจุบัน เมื่อรวมจำนวนสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยและสถานีวิทยุของส่วนราชการต่าง ๆ และของรัฐวิสาหกิจแล้ว ปัจจุบันประเทศไทยมีสถานีวิทยุกระจายเสียงจำนวน 524 สถานี

เป็นสถานีวิทยุระบบ เอ เอ็ม	211 สถานี
สถานีวิทยุระบบ เอฟ เอ็ม	313 สถานี
เฉพาะ กทม.ฯ มีสถานีวิทยุกระจายเสียง	78 สถานี
เป็นสถานีวิทยุระบบ เอ เอ็ม	38 สถานี
เป็นสถานีวิทยุระบบ เอฟ เอ็ม	40 สถานี

ที่มา: “สถานีวิทยุกระจายเสียงทั่วประเทศไทย (2546: ออนไลน์)”

เนื่องจากทรัพยากรด้านสื่อมวลชนของประเทศไทยที่นำไปใช้ระบบสื่อสารทางไกลกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ และภาพยนตร์ซึ่งนับว่าเป็นบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพประชากรให้สามารถปรับตนเองเข้ากับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอได้ดีขึ้น เพราะ

1. วิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อที่สามารถส่งสารโดยการเผยแพร่กระจายไปยังมวลชนได้รวดเร็วที่สุด ไกลที่สุด โดยไม่จำกัดพื้นที่ และเสียค่าใช้จ่ายน้อย ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2537: 223) กล่าวว่า วิทยุเป็นสื่อที่นิยมใช้สำหรับการโฆษณาในท้องถิ่น แต่อย่างไรก็ตามการโฆษณาระดับชาติก็มีการนำไปใช้เช่นเดียวกัน วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2541: 480) กล่าวว่า วิทยุสามารถเข้าไปถึงเกือบทุกแห่ง ไม่ว่าจะเป็นเมืองหรือชนบท บุคคลสามารถฟังรายการวิทยุ ไม่ว่าจะอยู่ในบ้าน ในรถ ในห้างหรือกำลังขี่ควาย ฯลฯ

นอกจากนั้น ยังสามารถรับฟังวิทยุได้ขณะที่ทำงานอย่างอื่นควบคู่ไปด้วย เช่น แม่บ้านอาจรับฟังขณะซักผ้า เกษตรกรรับฟังขณะให้อาหารสัตว์ ซ่อมเครื่องยนต์ หรือปฏิบัติงานอื่น ๆ ในฟาร์ม กรณีนี้นอกจากจะสามารถส่งข่าวสารแล้วยังทำหน้าที่เป็นเพื่อนแก้เหงาและให้ความบันเทิงอีกด้วย

สะอาด ตันสุกผล (2537: 82) กล่าวว่า วิทยุกระจายเสียงมีคุณสมบัติที่สำคัญ

1. สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกจุด
2. ราคาถูก สร้างความสนุกเพลิดเพลินควบคู่ไปได้
3. ถึงผู้รับได้อย่างรวดเร็ว
4. ผู้รับหรือผู้ฟังมีความรู้สึกใกล้ชิดเหมือนพูดคุยกันอยู่ตรงหน้า
5. มีประสิทธิภาพกว้างไกล ออกอากาศทีเดียวได้ฟังพร้อมกันหมด

2. วิทยุโทรทัศน์ เป็นสื่อที่มีลักษณะคล้ายภาพยนตร์ ซึ่งนับวันจะมีอิทธิพลต่อผู้รับมากขึ้น เพราะบริการให้ไต่ทั้งภาพเคลื่อนไหวและเสียงในขณะเดียวกัน ซึ่งก่อให้เกิดแรงกระตุ้นความสนใจสูง หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้ดีที่สุด

พิบูล ทิปะปาล (2536: 95) กล่าวว่า โทรทัศน์ (television) เป็นสื่อโฆษณาที่ได้รับคามนิยมสูงสุดเพราะเป็นสื่อที่ให้ทั้งภาพที่มองเห็นได้ (sight) เสียง (sound) การเคลื่อนไหว (motion) และสีสันทัน (color) ปัจจุบันในประเทศไทยเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้ชมได้เป็นจำนวนมากเกือบทั่วประเทศ เพราะมีสถานีโทรทัศน์กระจายอยู่ทั่วไปทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด

3. หนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อที่ส่งสารไปยังผู้รับ เป็นลายลักษณ์อักษรและภาพประกอบ สารที่ส่งด้วยหนังสือพิมพ์ที่ดี สิ่งพิมพ์ที่ดี ผู้รับไม่จำเป็นต้องมีกำหนดเวลารับสาร เช่น การฟังวิทยุกระจายเสียง การดูวิทยุโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ ซึ่งมีกำหนดเวลาส่งสารนอกจากนั้นยังสามารถทบทวนหรืออ่านทวนให้มีความเข้าใจดีขึ้นได้หลาย ๆ ครั้ง หรืออาจตัดเก็บไว้เป็นหลักฐานเมื่อมีความจำเป็นต้องอ้างอิงก็ได้

4. ภาพยนตร์ เป็นสื่อที่แสดงให้เห็นถึงความเคลื่อนไหว สามารถคลี่คลายขยายข่าวสารให้เห็นเป็นช่วง ตอนของเหตุการณ์ในเวลาต่าง ๆ ทำนองบันทึกเหตุการณ์ไว้อย่างละเอียดถี่ถ้วนช่วยสร้างความเข้าใจได้สูงกว่าวิทยุกระจายเสียง

ด้วยคุณสมบัติพิเศษของสื่อมวลชนที่ใช้ในระบบทางไกล หรืออาจเรียกว่าสื่อทางไกลดังได้กล่าวแล้วนั้น ประกอบด้วยสภาวะทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ของเกือบทุกประเทศในโลก มีการผันผวนกันอย่างรวดเร็ว ขณะเดียวกันความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ก็มีได้หยุดยั้งอันจะเป็นผลให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจสาขาสำคัญ ๆ มากขึ้น เช่น การเกษตรกรรม อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม ฯลฯ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่เร้าใจให้มนุษย์ตื่นตัวและกระหายจะทราบข่าวสาร เรื่องราว หรือพบเห็นสิ่งเหล่านั้นอย่างทันเหตุการณ์ เพื่อจะได้ปรับปรุงสถานภาพตนเองให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมที่ทันสมัย สำหรับประเทศไทยยังมีปัญหาเกี่ยวกับประชากรปรับตัวได้ไม่ทันสภาพการณบ้านเมือง ก็เนื่องมาจากการพัฒนามิได้กระจายไปอย่างทั่วถึงทั้งประเทศทำให้ความเป็นอยู่ของประชาชนยังล้าหลังและมีฐานะยากจนอย่างเห็นได้ชัดอีกจำนวนมาก ซึ่งประมาณว่าจะไม่ต่ำกว่า 10 ล้านคน ฉะนั้นเมื่อสื่อทางไกลสามารถรายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่มีเนื้อหาสาระอันเป็นประโยชน์ จากแหล่งข่าวทุกมุมเมืองและทุกมุมโลกได้ในเวลาที่ใกล้เคียงกันหรือเวลาเดียวกันกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ข้ายังสามารถกระจายข่าวสารไปถึงบุคคลจำนวนมากอีกด้วย บทบาทของสื่อทางไกล จึงมีความสำคัญต่อการฟื้นฟูความเป็นอยู่ของประชากรที่ยังมิได้มีโอกาสรับผลการพัฒนาจากรัฐทั้งในด้าน โครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ และการบริการข่าวสารความรู้ด้านต่าง ๆ อันเป็นผลให้ประชาชนในพื้นที่มีฐานะทางด้านเศรษฐกิจอ่อนแออีก

จำนวนมากอย่างยิ่งยวด แต่ทั้งนี้ก็ต้องเร่งรัดให้ประชากรยากจนเหล่านั้น ได้มีความเป็นอยู่ขั้นพื้นฐานรายได้พอที่จะจัดหาสื่อรับสารเป็นรายบุคคล หรือในสภาพเป็นกลุ่มบุคคลก่อนเพื่อความพร้อมรับสาร

สำหรับสภาพทั่วไปเกี่ยวกับคุณภาพประชากรของไทยนั้น นอกจากจะยังขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในสาขาต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาประเทศอีกจำนวนมากแล้วพื้นฐานการศึกษา ความรู้ ประสบการณ์ของประชาชนส่วนใหญ่จะนำไปใช้ในการพัฒนาอาชีพด้านต่างๆ ก็ยังนับว่ามีไม่พอ ทำให้รัฐจำเป็นต้องรีบเร่งที่จะพัฒนาประชากรของตนให้มีความรู้ความสามารถ ทันท่วงทีกับความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีโดยเร็ว ซึ่งก็มีมาตรการเดียวที่รัฐจะนำมาใช้ดำเนินการแก้ไขได้ในระยะเวลาอันสั้น คือ การนำสื่อทางไกลประเภทต่าง ๆ ไปใช้เป็นเครื่องมือ ในการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ ตลอดจนการชี้แจงนโยบาย การพัฒนาประเทศของรัฐไปสู่มวลชนอย่างกว้างขวางและทั่วถึง อันจะยังผลให้การพัฒนาความรู้ของประชากรเพื่อให้เกิดความคิด ความร่วมมือกับพัฒนาบ้านเมือง โดยมีชักช้า

โดยสรุปแล้วอาจกล่าวได้ว่าสื่อทางไกลนั้น สามารถอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะมวลชนที่อยู่ห่างไกลความเจริญ ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประชากรทั่วประเทศและมีความเสียเปรียบในการรับบริการต่าง ๆ จากรัฐนานาประการ ได้มีโอกาสรับบริการข่าวสารความรู้ต่าง ๆ เพื่อพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ได้เท่าเทียมกับคนอื่น ๆ ทั้งประเทศด้วย อันจะยังได้รับความเสมอภาคในทางการศึกษา เศรษฐกิจ สังคม และการปกครองเท่าเทียมกัน

2. บทบาทของการใช้สื่อทางไกลกับงานส่งเสริมเกษตร

ทำนอง สิงคาลวณิช (2531: 24) กล่าวว่า งานส่งเสริมการเกษตร มีความหมายโดยย่อคือการจัดบริการความรู้ทางการเกษตร และที่สัมพันธ์กัน เช่น ธุรกิจการเกษตร อุตสาหกรรมการเกษตร ฯลฯ เสริมหรือเพิ่มให้แก่ผู้ประกอบการเกษตรและผู้สนใจ ซึ่งเป็นบุคคลเป้าหมาย ทั้งในด้านหลักวิชาและการปฏิบัติเพื่อให้เกิดการเรียนรู้การเข้าใจและการนำไปใช้ให้มีประสิทธิภาพในการผลิตเพิ่มขึ้น บังเกิดผลในทางพัฒนาการผลิต การจัดการทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม อันจะยังให้ผู้ประกอบการมีรายได้สูงขึ้น มีมาตรการครองชีพดีขึ้น

เนื่องจากลักษณะของการเกษตรตั้งแต่มีมาในอดีตจนถึงปัจจุบัน ได้วิวัฒนาการขยายตัวออกเป็นวงกว้างขึ้นเป็นลำดับ จนยากที่จะกำหนดขอบเขตและให้ความหมายครอบคลุมให้ครบถ้วนกระบวนการตามความหมายดั้งเดิมคือการเพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ไว้เพียงเพื่อการยังชีพ ครั้น

เมื่อผลิตได้พอใช้พอกินจนมีเหลือก็ต้องจัดการกับผลิตผล ไม่โดยวิธีแจก แลกก็ต้องจำหน่าย เมื่อมีการจำหน่ายได้กำไรบ้างโดยไม่มีอุปสรรคย่อมจะจูงใจให้ผลิตมากขึ้น ประกอบกับภาวะทางเศรษฐกิจผันแปร เนื่องจากกลุ่มประเทศอาณานิคมอันเป็นแหล่งอาหารของประเทศมหาอำนาจได้รับการปลดปล่อยให้เป็นอิสระมากขึ้น บรรดาประเทศมหาอำนาจซึ่งเคยมุ่งแต่การพัฒนาอุตสาหกรรมจำต้องแสวงหาแหล่งผลิตอาหารซึ่งเป็นสินค้าเกษตรกรรมเพื่อช่วยตนเอง ส่งผลให้ผลิตผลทางเกษตรของไทยมีโอกาสจำหน่ายในตลาดโลกมากขึ้นจึงเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ดึงดูดให้เร่งรัดการผลิตเพื่อเพิ่มการจำหน่าย

โดยสรุปแล้วอาจกล่าวได้ว่าความเป็นมาของการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ในงานส่งเสริมการเกษตรนั้นเกิดมาจากสาเหตุนานาประการคือ บริการของรัฐในการจัดหาบุคลากรส่งไปบริการความรู้แก่เกษตรกรให้ทั่วทุกคนนั้นเป็นไปได้โดยยาก เมื่อคำนึงถึงจำนวนเกษตรกรและพื้นที่ทำการเกษตรทั่วประเทศ ขณะเดียวกันลักษณะเกษตรกรรมของไทยทั้งระบบการผลิตและธรรมชาติของสิ่งที่ผลิต คือพืชและสัตว์ที่ปลูกเลี้ยงส่วนมากมีส่วนจำกัดเวลาทำงานส่งเสริมของเจ้าหน้าที่จนไม่อาจปฏิบัติงานได้ทันเวลา ถึงกับทำให้มีผลเสียต่อผู้ประกอบการเพราะขาดความรู้ นอกจากนั้นแล้วพื้นฐานการศึกษาจะรองรับบริการความรู้ที่มีลักษณะเป็นวิทยาการหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ก็มีค่อนข้างจำกัด ช้ำยังมีโอกาสเสียเปรียบจากผู้ทำธุรกิจการค้าปัจจัยการผลิตทางเกษตร ในด้านการให้บริการความรู้ที่แฝงการโฆษณาชวนเชื่อ ซึ่งเป็นการพันวิสัยที่เจ้าหน้าที่ของรัฐจะดำเนินการแก้ไขได้โดยลำพัง

ดังนั้นจากที่มีเหตุการณ์ขัดขวางงานส่งเสริมการเกษตร ในลักษณะปฏิบัติของการใช้เจ้าหน้าที่ไปบริการความรู้แก่เกษตรกรเป็นรายบุคคล จึงไม่ประสบผลดีเท่าที่ควรจำเป็นต้องหามาตรการอย่างอื่นเข้าช่วยแก้ไขอีกทางหนึ่ง ดังที่รัฐได้ปฏิบัติการอยู่คือโดยการปรับปรุงระเบียบในองค์กรประชาชนเกษตรแนวหนึ่งและปรับปรุงวิธีการ คือการนำสื่ออย่างอื่นมาใช้ประสมประสานกันไปกับสื่อบุคคลอีกแนวหนึ่ง

วิรัช คงคะจันทร์ (2535: 65) กล่าวว่า วิธีการส่งเสริมแบบมวลชนมีประสิทธิภาพมากที่สุดในเรื่องของการเสนอข้อเสนอแนะหรือข่าวสารต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนจำนวนมากได้รับทราบ สำหรับวิธีการส่งเสริมแบบกลุ่มเป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของเกษตรกรหรือชักจูงให้บุคคลเป้าหมายปฏิบัติในสิ่งที่เราต้องการได้ดีกว่าการส่งเสริมแบบอื่น ๆ ทั้งนี้ก็เพราะว่าคนเรายินดีที่จะปฏิบัติสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามกลุ่มมากกว่าทำโดยลำพัง ส่วนวิธีการส่งเสริมแบบบุคคลนั้นจะเป็นวิธีการส่งเสริมประสิทธิภาพมากที่สุด ในเรื่องของการเสนอความรู้ทางทฤษฎีหรือวิชาการให้แก่เกษตรกร และเป็นวิธีการสอนทักษะที่เหมาะสมมาก รวมทั้งสามารถประเมินผลได้ง่ายกว่าวิธีอื่นอีกด้วย

จากการสำรวจของสำนักวิจัยต่าง ๆ มักจะติดอันดับว่าเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเชื่อถือจากประชาชนผู้บริโภค ข่าวสารมากที่สุด เพราะผู้ชมสามารถสัมผัสได้ทั้งภาพและเสียง อีกทั้งยังเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่ชาวชนบทที่ได้มีโอกาสเข้าถึงสื่อจากส่วนกลาง...

อย่างไรก็ตามลักษณะของสื่อทางไกลแต่ละประเภทที่นำมาใช้กับงานส่งเสริมการเกษตร ก็มีข้อจำกัดของการนำไปใช้เฉพาะประเภท เช่น วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ ผู้รับสารจะได้ประโยชน์ก็ต่อเมื่อมีถิ่นฐานอยู่ในรัศมีที่จะได้รับและมีสื่อรับเหมาะสม หนังสือพิมพ์ และสิ่งพิมพ์ ผู้รับสารจะได้รับประโยชน์จากสื่อหนังสือพิมพ์ก็ต่อเมื่อมีอำนาจในการซื้อพอและสามารถอ่านหนังสือเข้าใจ สำหรับสิ่งพิมพ์นั้นจะมีผลต่อเมื่อผู้รับสารจะต้องเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากต้องจำกัดจำนวนพิมพ์ตามงบประมาณที่ได้ เนื้อหาของสิ่งพิมพ์จึงจำเป็นต้องสนองให้ตรงประเด็นปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย และภาพยนตร์ประเภทที่มีความรู้ลึกหรือสารคดีนั้นยังมีบริการที่ค่อนข้างจำกัดมากเพราะขาดแคลนผู้ผลิตภาพยนตร์ประเภทนี้ ส่วนสื่อทางไกลอย่างอื่นนั้นแม้จะมีประโยชน์ไม่น้อยกว่าสื่ออื่น ๆ แต่เพื่อที่จะให้ได้ผลตอบสนองที่ดีมีประโยชน์แก่เกษตรกร การใช้สื่อประเภทนี้จึงควรจัดขึ้นเป็นครั้งคราวที่เหมาะสมกับเหตุการณ์เท่านั้น อย่างไรก็ตามก็ดีถึงแม้ว่าแต่ละสื่อจะมีข้อจำกัดในการนำไปใช้อยู่บ้างแต่ก็สามารถแก้ไขปรับปรุงวิธีการนำสื่อบางประเภทมาประสมกันเข้า

เกษม จันทรน้อย (2537: 48) กล่าวว่า ตัวแปรในการเลือกสื่อ มีข้อพิจารณาดังนี้
วัตถุประสงค์และเนื้อหาของการประชาสัมพันธ์

1. วัตถุประสงค์และเนื้อหา
2. ผลการวิจัย คุณสมบัติของสื่อ
3. เวลา
4. งบประมาณ
5. ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

ซึ่งจากการใช้สื่อทางไกลนั้นสามารถสร้างให้กลุ่มบุคคลกลุ่มเป้าหมายสามารถได้รับ
รู้ข่าวสารที่นักส่งเสริมวิชาการเกษตรต้องการที่จะทำการสื่อเพื่อให้บุคคลกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้โดย
ไม่ต้องเสียกำลังแรงกายและแรงทุนมากโดยใช้วิธีการสื่อสารแบบมวลชน เพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้

กลุ่มบุคคลเป้าหมายได้เกิดการรับรู้และตื่นตากับข่าวสารหรือนวัตกรรมใหม่ๆที่เกิดขึ้นเหมือนกับคำพูด เสรี วงษ์มณฑา (2540: 57) กล่าวว่าจุดมุ่งหมายและประโยชน์ที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างให้เกิดการรับรู้ (perception) และเกิดทัศนคติ (attitude) ที่ดีสิ่งนี้เรียกว่า เกิดภาพพจน์ที่ดีกับหน่วยงานและผลิตภัณฑ์

3. สื่อทางไกลประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตร

สำหรับการนำสื่อทางไกลประเภทต่าง ๆ ไปใช้ในงานส่งเสริมการเกษตรนั้น อาจกล่าวได้ว่า ถ้าเป็นการดำเนินงานของหน่วยงานราชการด้วยกันจะมีการนำสื่อไปใช้ในวัตถุประสงค์เดียวกันทั้งสิ้น คือมุ่งบริการความรู้ทางเกษตรและที่สัมพันธ์กับสื่อมวลชนเกษตร และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกันเป็นกลุ่มเป้าหมาย และหากจะมีความแตกต่างกันก็เนื่องมาจากเหตุผลบางประการคือ

1. การมีทรัพยากรสื่อทางไกลไม่เท่ากัน เช่น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีสถานีวิทยุ ปชส. วิทยุการเกษตร และกระทรวงพาณิชย์มีหนังสือพิมพ์ข่าวพาณิชย์เป็นสื่อหลัก แต่กระทรวงอื่นไม่มีเป็นต้น ซึ่งจากผลการตรวจสอบว่า ผู้ครอบครองสื่อวิทยุกระจายในปัจจุบัน เป็นของกองทัพ 213 คลื่น กรมประชาสัมพันธ์ 147 คลื่น อสมท. 62 คลื่น ดำรง 44 คลื่น รัฐสภา 16 คลื่น กรมไปรษณีย์โทรเลข 13 คลื่น ทบวงมหาวิทยาลัย 12 คลื่น กรมอุตุนิยมวิทยา 6 คลื่น กระทรวงเกษตร 5 คลื่น กระทรวงศึกษาธิการ 3 คลื่น สำนักพระราชวัง 2 คลื่น กรุงเทพมหานคร 1 คลื่น “สถานีวิทยุกระจายเสียงทั่วประเทศไทย” (2546: ออนไลน์)

2. ความมีบทบาทน้อยในงานส่งเสริมการเกษตร เนื่องจากงานส่งเสริมการเกษตรมีหน้าที่บริการความรู้ทางเกษตรแก่เกษตรกร อันเป็นแก่นของงาน และแหล่งผลิตความรู้ทางเกษตรที่สำคัญก็คือ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ แม้หน่วยงานราชการบางแห่งจะมีส่วนในการผลิตความรู้ทางวิชาการเกษตรด้วย เช่น มหาวิทยาลัย วิทยาลัยบางแห่ง สถาบันวิจัยทางวิทยาศาสตร์ประยุกต์เป็นต้น ซึ่งแม้ว่าจะมีบทบาทน้อยกว่า แต่ก็มีการใช้สื่อทางไกลเผยแพร่ความรู้ทางเกษตรที่เป็นประโยชน์แก่เกษตรกรด้วยเช่นกัน ขณะเดียวกันหน่วยงานราชการอื่นที่มีส่วนในการถือฤดูแล้งในงานส่งเสริมการเกษตรได้ประสบผลดี ก็มีการใช้สื่อในบทบาทที่เกี่ยวข้องมากน้อยตามแต่กรณี

3. นโยบายของแต่ละรัฐบาลที่จะเน้นประเด็นใดประเด็นหนึ่งในงานส่งเสริมการเกษตรอันจะมีผลถึงการได้รับความสนับสนุนในด้านงบประมาณ กำลังคน ความสามารถในการจัดหาสร้างหรือซ่อมเครื่องมือสื่อ ตลอดจนโอกาสที่จะนำสื่อต่าง ๆ ไปใช้ให้สอดคล้องกับนโยบาย

ซึ่งย่อมจะกระทบถึงขีดความสามารถในการใช้สื่อทางไกลของแต่ละหน่วยราชการว่ามีไม่เท่ากัน ดังจะสังเกตได้จาก การนำสื่อทางไกลประเภทต่าง ๆ ไปใช้ในสภาพทั่วไปว่ามีมากน้อยแตกต่างกันอย่างไร

ประเภทของสื่อทางไกลที่ใช้กับงานส่งเสริมการเกษตร ซึ่งมีอยู่มากมายหลายประเภทนั้นแต่ละประเภทของสื่อจะมีความเหมาะสมกับลักษณะของงาน และปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ เช่น ขอบเขตความสามารถของสื่อที่จะส่งและรับสาร ลักษณะของสาร กลุ่มผู้รับสาร สภาพภูมิประเทศเป็นต้น จึงสมควรที่จะแยกอธิบาย การใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมการเกษตรเป็นประเภท ๆ ไปเพื่อจักได้มองเห็นถึงสภาพการไปใช้ที่แตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

1. วิทยุกระจายเสียง

การนำวิทยุกระจายเสียงมาใช้ในการงานส่งเสริมการเกษตร เริ่มแพร่หลายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ถึงราว พ.ศ. 2490 และผู้ที่สมควรได้รับเกียรติจากการนำสื่อทางไกลประเภทวิทยุกระจายเสียงมาใช้ในการงานส่งเสริมการเกษตรคนแรกที่ประสบความสำเร็จคือ หลวงสุวรรณวาจกสิทิจ (นายทองดี เรศานนท์) ในสมัยดำรงตำแหน่งอธิการบดี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้ส่งเสริมการเลี้ยงไก่พันธุ์ดี ซึ่งนอกจากจะจัดเป็นรายการบทเรียนทางอากาศเรื่องการเลี้ยงไก่แล้วยังได้จัดเป็นรายการแสดงประเภทลิเก และละครทางวิทยุกระจายเสียงสอดคล้องไปกับการใช้สื่อประเภทอื่น ๆ สิ่งพิมพ์ การสาธิต การประกวดแข่งขัน ฯลฯ พร้อมกันนั้นก็ร่วมมือกับหน่วยราชการที่เกี่ยวข้องยังผลให้ประชาชนทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคนิยมเลี้ยงไก่พันธุ์ดีชนิดต่าง ๆ กันอย่างแพร่หลาย ต่อมาท่านก็ได้จัดรายการเลี้ยงสุกร การเลี้ยงปลา จนพื้นที่ราชการไป

วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2541: 481) กล่าวว่า วิทยุยังทำให้เกษตรกรที่เปิดเครื่องรับฟังรายการอยู่มีความรู้สึกเสมือนตนเองมีส่วนร่วมอยู่ในรายการนั้นด้วย เป็นการสร้างความผูกพันใกล้ชิดให้กับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมผู้จัดรายการและเกษตรกร แม้ว่าความจริงแล้วทั้งสองฝ่ายจะอยู่ห่างไกลกัน การสื่อสารทางวิทยุยังมีความรวดเร็ว สั้นเปลืองค่าใช้จ่ายน้อยกว่าวิธีการส่งเสริมการเกษตรอีกหลายแบบเมื่อพิจารณาถึงค่าแรงงานและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ รายการวิทยุยังสามารถใช้เทปบันทึกไว้เพื่อเปิดทบทวน ทำให้ใช้ได้หลาย ๆ ครั้ง

จากการวิจัยพบว่าในกระบวนการยอมรับของบุคคล วิทยุและสื่อสารมวลชน มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการเริ่มต้นตัว (เมื่อบุคคลได้รับข่าวสารความรู้ และขึ้นสร้างความสนใจ)

สิ่งที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการขึ้นประเมินผล ทดลอง และขึ้นยอมรับคือ มิตร เพื่อน บ้านและประสบการณ์ของตนเอง อย่างไรก็ดี วิทยุก็สามารถแสดงบทบาทสำคัญทั้งห้าขั้นตอนโดยการรักษาความสนใจของบุคคลให้คงอยู่ต่อความคิดหรือแนวปฏิบัติ ช่วยกระตุ้นให้บุคคลตัดสินใจ

ต่อไปจนกระทั่งถึงขั้นยอมรับแนวปฏิบัติ การวิจัยยังพบว่า ผู้นำชุมชนซึ่งยอมรับนวัตกรรมครั้งแรกนั้น ได้รับข้อมูลส่วนใหญ่จากสื่อสารมวลชน แม้ว่าการติดต่อส่วนตัวและประสบการณ์ของแต่ละบุคคลจะมีอิทธิพลมากในการตัดสินใจยอมรับแต่การออกอากาศสัมภาษณ์บุคคล ที่ประสบผลสำเร็จในการยอมรับนวัตกรรม เพื่อเป็นการยืนยันและสร้างความเชื่อมั่นในความสำเร็จ จะมีผลต่อผู้ฟังมากกว่าเพียงการสร้างแรงบันดาลใจ

วิทยุชุมชนเป็นผลผลิตของ รัฐธรรมนูญฉบับประชาชน ปี 2540 ซึ่งกำหนดไว้ในมาตรา 40 ว่า

คลื่นความถี่ที่ใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และโทรคมนาคม เป็นทรัพยากรการสื่อสารของชาติเพื่อประโยชน์สาธารณะ

ให้มืองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระจัดสรรคลื่นความถี่ตามวรรคหนึ่ง และกำกับดูแลการประกอบกิจการ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ

การดำเนินการตามวรรคสองต้องคำนึงประโยชน์ของประชาชนในระดับชาติ และระดับท้องถิ่น ทั้งในด้านการศึกษา วัฒนธรรม ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์อื่นรวมทั้งการแข่งขันเสรีอย่างเป็นธรรม...

โดยจัดสรรให้ภาคประชาชนมีสิทธิใช้สื่อ 20% ส่วนภาครัฐ 40% และเอกชน 40%

“วิทยุชุมชน เพื่อชุมชน” (2546: ออนไลน์)

นำมาซึ่งปรัชญา และแนวคิดที่ว่า

การที่ชุมชนต้องมีสถานีวิทยุเป็นของตนเอง และวิทยุชุมชน คือ การนำเรื่องราวที่คนในชุมชน พูดถึงเรื่องของชุมชน ให้ชุมชนฟัง เมื่อชุมชนเป็นเจ้าของสถานีเอง มีสิทธิอำนาจในสถานีวิทยุ การกำหนดรายการเป็นของประชาชนและของชุมชนโดยแท้...

ภายใต้หลักการ วิทยุชุมชนเป็นสมบัติสาธารณะในชุมชน ที่ให้สิทธิกับคนในชุมชนได้บริหารจัดการ โดยไม่แสวงหาผลกำไร เป็นช่องทางสื่อสาร เพื่อชีวิตของคนในชนบท และเปิดโอกาสให้ทุกกลุ่มองค์กร หรือผู้ด้อยโอกาสในชุมชน “วิทยุชุมชน เพื่อชุมชน” (2546: ออนไลน์) ซึ่งจากแนวคิดและหลักการข้างต้น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรสามารถนำเอาวิทยุชุมชนมาเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข่าวสารสู่ชุมชนได้อย่างเป็นอย่างดี เนื่องจากหัวใจสำคัญของวิทยุชุมชน คือ

- คนในชุมชน เป็นผู้ผลิต หรือผู้ฟัง
 - เข้าถึงง่าย หมายถึง เปิด/ปิดง่าย ใช้ภาษาถิ่น ต้นทุนต่ำ เครื่องมือที่ใช้ไม่ซับซ้อน และผลิตรายการจากสถานการณ์ใกล้บ้าน
 - เป็นสมบัติสาธารณะ (สมบัติทางอากาศ)
 - ใช้ระบบอาสาสมัครในการดำเนินการ
 - ไม่แสวงหากำไร แต่สร้างทุนทางสังคม และ
 - คนในชุมชนร่วมกันจัดตั้ง และรวมเป็นเป็นเจ้าของคลื่นความถี่
- “วิทยุชุมชน เพื่อชุมชน” (2546: ออนไลน์)

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ ประธานคณะกรรมการณรงค์เพื่อการปฏิรูปสื่อ (คปส.) กล่าวถึงการเกิดของวิทยุชุมชนในประเทศไทยว่า ประชาชนมีความตื่นตัวค่อนข้างมาก และขณะนี้ก็มีจำนวนสถานีกว่า 140 สถานีที่ออกอากาศ โดยยึดหลักเสรีภาพในการสื่อสารตามรัฐธรรมนูญ แต่ยังถือว่าผิดกฎหมายอยู่ “สัมมนา วิทยุชุมชนแลกเปลี่ยนประสบการณ์ไทย-สหรัฐ (2546: ออนไลน์) โดย จิรพร วิทยุศักดิ์พันธ์ ประธานกรรมการเครือข่ายองค์กรวิทยุชุมชนเชียงใหม่ กล่าวว่า ขณะนี้วิทยุชุมชน ดำเนินการใน 2 รูปแบบคือ การจัดตั้งสถานีเองโดยใช้คลื่นความถี่กำลังส่งต่ำ 30 วัตต์ รัศมีการกระจายเสียง 15-20 กิโลเมตร โดยอาศัยเงินทุนสนับสนุนจากองค์กรระหว่างประเทศ หรือองค์กรทุนด้านการพัฒนาสังคม หรือแบบที่ 2 คือ อาศัยเวลาของสถานีวิทยุกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อจัดรายการในรูปแบบวิทยุชุมชน คือให้ประชาชนมีส่วนร่วม ในการกำหนดเนื้อหา รูปแบบ ฯลฯ สำหรับพื้นที่ภาคเหนือ ปัญหาประการหนึ่งคือ ประชาชนตื่นตัว มีหลากหลายกลุ่มและมีแหล่งทุนสนับสนุนการทำงานในรูปแบบวิทยุชุมชนที่หลากหลาย พัฒนาการจึงแตกต่างกัน “นักวิชาการด้านวิทยุชุมชนยอมรับ อำนาจรัฐแทรกแซงวิทยุชุมชน (2546: ออนไลน์)

วิรัช คงกะจันทร์ (2535: 65) กล่าวว่า วิธีการส่งเสริมแบบมวลชนมีประสิทธิภาพมากที่สุดในเรื่องของการเสนอข้อเสนอสื่อหรือข่าวสารต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนจำนวนมากได้รับทราบ สำหรับวิธีการส่งเสริมแบบกลุ่มเป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของเกษตรกร หรือชักจูงให้บุคคลเป้าหมายปฏิบัติในสิ่งที่เราต้องการ ได้ดีกว่าการส่งเสริมแบบอื่น ๆ ทั้งนี้ก็เพราะว่า คนเรายินดีที่จะปฏิบัติตามสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามกลุ่มมากกว่าทำตามลำพัง ส่วนวิธีการส่งเสริมแบบบุคคลนั้นจะเป็นวิธีการส่งเสริมประสิทธิภาพมากที่สุด ในเรื่องของการเสนอความรู้ทางทฤษฎีหรือวิชาการให้แก่เกษตรกร และเป็นวิธีการสอนทักษะที่เหมาะสมมาก รวมทั้งสามารถประเมินผลได้ง่ายกว่าวิธีอื่นอีกด้วย เมื่อเปรียบเทียบวิทยุชุมชนกับวิทยุกระจายเสียงทั่วไปจะเห็นความแตกต่างที่ค่อนข้างชัดเจน คือ

วิทยุกระจายเสียงทั่วไป

- รัฐเป็นเจ้าของ เอกชนรับช่วงสัมปทาน
- เงินลงทุนสูงประมาณ 10-20 ล้านบาท
- อาคารถาวร
- ผลิตรายการโดยเจ้าหน้าที่ราชการ / เอกชน
- กำลังส่งของเครื่องส่ง 1 กิโลวัตต์
- ค่าไฟฟ้าประมาณเดือนละ 20,000 บาท
- แสวงหากำไรเชิงธุรกิจ นำเสนอเรื่องใหญ่ ๆ โกลด์ว และซบซออน
- ชุมชนมีส่วนร่วมยาก เนื่อกำหนดโดยเจ้าของรายการ หรือเจ้าของสถานี
- รัศมีทำการ 70-80 กิโลเมตร
- ออกอากาศตามผังรายการ

วิทยุชุมชน

- ชุมชนเป็นเจ้าของ
- ลงทุนน้อยประมาณ 60,000 บาทต่อสถานี
- อาคารของชุมชนเป็นที่ตั้งสถานี
- ผลิตรายการโดยอาสาสมัครในชุมชน
- กำลังส่ง 20-30 วัตต์
- เสียค่าไฟฟ้า ไม่เกิน 500 บาทต่อเดือน
- ไม่แสวงหากำไรเชิงธุรกิจ เน้นการสร้างทุนทางสังคม (พัฒนาคม พัฒนาชุมชน)
- นำเสนอเรื่องราวตรงใจ ใกล้ตัวชาวบ้าน
- ชุมชนมีส่วนร่วมทุกขั้นตอน (ตั้งแต่ก่อตั้งสถานี ไปจนถึงบริหารสถานี และจัดรายการ)
- ออกอากาศในรัศมี 5-10 กิโลเมตร

ที่มา: “วิทยุชุมชน เพื่อชุมชน” (2546: ออนไลน์)

2. วิทยุโทรทัศน์

วิทยุโทรทัศน์ เป็นสื่อที่มีอิทธิพล และมีรูปแบบ การนำเสนอ หลากหลาย นั้นแบ่งเป็น ประเภทที่ไม่ต้องบอกรับ (free TV.) และประเภทบอกรับ โดยการเป็นสมาชิก และเสียค่าบริการ ประเภทไม่ต้องบอกรับ (free TV.) มีทั้งหมด 14 สถานี ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร 6 สถานี คือ สถานี วิทยุโทรทัศน์ ไทยทีวีสี ช่อง 3 สถานีวิทยุ โทรทัศน์ กองทัพบก ช่อง 5 สถานีวิทยุโทรทัศน์สี กองทัพบก ช่อง 7 สถานีวิทยุ โทรทัศน์ ไทยทีวีสี ช่อง 9 อสมท. สถานีวิทยุโทรทัศน์ แห่งประเทศไทย ช่อง 11 และ ITV นอกจากนั้น ตั้งอยู่ในภูมิภาคต่างอีก 8 สถานี วิทยุโทรทัศน์แบบบอกรับ (Cable TV.) เท่าที่มีการสำรวจ มีการจดทะเบียนแล้ว ประมาณ 700 ราย แต่ที่เปิดให้บริการแล้ว มีเพียง 30 - 40 ราย ซึ่งส่วนใหญ่ ให้บริการ อยู่ในจังหวัด โดยผู้ที่ให้บริการ ค่าใหญ่ที่สุด อยู่ที่ กรุงเทพมหานคร คือ สถานี UBC เพียงรายเดียว ซึ่งนำเสนอ ทั้งข่าว สารคดี กีฬา และบันเทิง หลากหลายรูปแบบ “สื่อมวลชนในประเทศไทย” (2546: ออนไลน์)

วิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อทางไกลที่สามารถสร้างความสนใจและเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างองค์ความรู้ เนื่องจากสามารถนำภาพของจริง เรื่องใกล้ตัวหรือเรื่องสลับซับซ้อนและกระบวนการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ มาสู่ผู้เรียนรู้หรือผู้ชมได้ ซึ่ง นภาพร อดิเรกกุล (2535: 16) ได้กล่าวว่า

วิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีส่วนในการพัฒนาการศึกษาของประชาชนโดยวิธีการถ่ายทอดความรู้ หรือข่าวสารที่ง่ายและรวบรัด แต่มีความเร็วทันเหตุการณ์ ผู้รับไม่จำเป็นต้องมีทักษะพิเศษก็สามารถรับได้ เช่น อ่านไม่ออกเขียนไม่ได้ ก็สามารถเข้าใจได้ ผู้รับไม่ต้องมีทักษะพิเศษในการรับรู้สิ่งที่เห็น และได้ยินในเหตุการณ์ที่ดูโทรทัศน์ก็สามารถเข้าใจได้ เพราะระบบการสื่อสารนั้นทำให้ได้ด้วยการเห็นและได้ยินเสียง . . .

ด้วยคุณสมบัติเด่นของสื่อวิทยุโทรทัศน์ที่สามารถเผยแพร่ข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภาครัฐจึงให้ความสำคัญกับสื่อวิทยุโทรทัศน์โดยใช้เป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของประชาชน ในรูปของ สถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อการศึกษากระทรวงศึกษาธิการ สำหรับการจัดการศึกษาในปัจจุบัน และอนาคตภายใต้พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 สถานศึกษาที่เข้าสู่ระบบประกันคุณภาพ และครูอาจารย์ ที่ต้องปรับบทบาทเมื่อทำหน้าที่จัดบรรยากาศ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ เพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ตามศักยภาพ ด้วยรูปแบบและกระบวนการที่หลากหลาย จึงจำเป็นต้องใช้สื่อเทคโนโลยีทางการศึกษาเข้ามาช่วย และ ETV จะเป็นทางเลือกอีกทางหนึ่ง โดย เชาวลิต ตนนานนท์ชัย (2544: 29) ได้อธิบายว่า

สถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อการศึกษากระทรวงศึกษาธิการ (educational television) หรือ ETV เพื่อนำมาใช้ในเรื่องการสนับสนุนการเรียนรู้ในชั้นเรียนให้กับผู้เรียน เกิดขึ้นภายใต้โครงการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ภายใต้ความร่วมมือระหว่าง กรมการศึกษานอกโรงเรียน กระทรวงศึกษาธิการกับมูลนิธิไทยคม เผยแพร่สัญญาณภาพรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา ด้วยสัญญาณในระบบดิจิทัล หรือ DSTV เป็นระบบส่งตรงถึงบ้าน หรือ DTH ใช้สัญญาณที่คมชัดทั้งภาพและเสียง รวมทั้งมีระบบการรับชมครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศโดยไม่มีอุปสรรค มีข้อมูลที่เป็นที่ประจักษ์พยานถึงคุณค่าที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย ETV สามารถสร้างความสนใจและเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างองค์ความรู้เนื่องจากสามารถนำภาพของจริง เรื่องใกล้ตัวหรือเรื่องสลับซับซ้อนและกระบวนการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ มาสู่ผู้เรียนรู้หรือผู้ชมได้ สถานศึกษาที่อยู่ห่างไกลยังสามารถใช้สื่อ ETV ขาดแคลนครูได้อีกด้วย . . .

สื่อวิทยุโทรทัศน์มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความรู้และวิทยาการใหม่ ๆ ไปสู่ชุมชนอย่างมาก ศุภวรรณ ลัจจงศักดิ์ (2534: บทคัดย่อ) กล่าวว่า สื่อโทรทัศน์ได้รับความเชื่อถือจากประชาชนมากที่สุด ในกรณีที่สื่อต่าง ๆ เสนอข่าวสาร โดยมีรายละเอียดเนื้อหาไม่ตรงกันและในกรณีที่สามารถเลือกแหล่งข่าวสารได้แหล่งเดียว ประชาชนส่วนใหญ่จะเลือกโทรทัศน์

ในอดีตสื่อประเภทนี้ยังไม่กว้างขวางในสภาพท้องถิ่นเกษตรกรรมอาจมีบางสถานที่ที่สามารถจะจัดบริการได้บ้าง แต่สภาพของข่าวสารที่ผู้รับได้ยืมได้เห็นมีคุณภาพต่ำมาก มีผลทำให้เกษตรกรผู้รับสารผ่านสื่อทางไกลประเภทนี้มีความเสียเปรียบผู้มีอาชีพอย่างอื่น แต่ในปัจจุบันสื่อโทรทัศน์ให้ความสำคัญกับภาคเกษตรกรรมมากขึ้น พิจารณาจากลักษณะของรายการที่เกี่ยวข้องกับงานส่งเสริมการเกษตรที่ดำเนินอยู่ในปัจจุบันนี้คือ

สถานีโทรทัศน์	ชื่อรายการ	วันที่เผยแพร่	เวลาที่เผยแพร่
สถานีโทรทัศน์ช่อง 3	1. เศรษฐกิจพอเพียง ช่วงเมืองไทยวันนี้	ไม่ประจำ	- ข่าวภาคค่ำ (หลังเบรคทุ่มครึ่ง 19.30 น.)
	2. ช่วงชีพจรข่าว	ไม่ประจำ	- ข่าวภาคค่ำ
	3. ไทยแลนด์รีพอร์ท	วันจันทร์	- ข่าวภาคเที่ยงวัน (12.00 น.)
สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5	1. ข่าวเกษตร	ทุกวัน	- ข่าวภาคเช้า (05.30 น.)
สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7	1. ข่าวเกษตรกร	ทุกวัน	- ข่าวภาคเช้า (05.45-06.00 น.)
	2. สารคดีเกษตร	ทุกวัน	- ข่าวภาคเช้า (06.10-06.30 น.)
	3. เศรษฐกิจพอเพียง	ทุกวัน	- ข่าวภาคค่ำ
สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	1. เพื่อนเกษตร	จันทร์-เสาร์	- ข่าวภาคค่ำ (19.50-19.55 น.)
	2. เจาะลึกเพื่อนเกษตร	จันทร์-ศุกร์	- ข่าวภาคเช้า (06.10-06.30 น.)
	3. ครอบครัวเพื่อนเกษตร	จันทร์-ศุกร์	- ข่าวภาคเช้า (06.10-06.30 น.)
สถานีโทรทัศน์ช่อง 11	1. พออยู่พอกิน	วันจันทร์	18.00-18.30
	2. เกษตรพาที	วันอังคาร	18.00-18.30
	3. สืบในน้ำ	วันพุธ	18.00-18.30
	4. ศาลาวิมสวน	วันพฤหัสบดี	18.00-18.30
	5. เกษตรก้าวหน้า	วันศุกร์	18.00-18.30
	(สัปดาห์ที่ 1 และ 3 ของเดือน)		
	6. เกษตรสาร	วันศุกร์ 1	18.00-18.30
	(สัปดาห์ที่ 4 ของเดือน)		
สถานีโทรทัศน์ ไอทีวี	1. เกษตรลูกทุ่ง	วันจันทร์-ศุกร์	17.00-17.30

ที่มา: “ตารางเผยแพร่รายการโทรทัศน์ทางการเกษตร” (2546: ออนไลน์)

ซึ่งลักษณะรายการเกษตรส่วนใหญ่สอดคล้องกับสภาวะการณ์ของผลิตรวมทาง การเกษตรและที่เป็นความรู้เกี่ยวกับการเกษตรทั่วไป ซึ่งทางสถานีจัดไว้ให้เป็นบริการประจำ ตามที่ทำความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการเกษตรทั่วไป จัดเป็นรายการเฉพาะคราว หรือจัดทำเป็นข่าวการเกษตร ร่วมไปกับข่าวทั่วไป ในเรื่องที่เกษตรกรควรได้ทราบหรือเป็นการติดตามเหตุการณ์ในท้องถิ่นที่ สำคัญๆ อาจจัดขึ้นโดยเจ้าหน้าที่ของสถานีวิทยุโทรทัศน์เองหรือโดยเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องในลักษณะของรายงานเหตุการณ์ ซึ่งการจัดเป็นรายการสารคดี เนื่องจากผู้รับสามารถได้ ยืนฟังเสียงและเห็นภาพและการส่งเสริมการเกษตร โดยวิธีสารคดีเป็นวิธีนำความรู้ ความเข้าใจให้ กับเกษตรกรที่ดีที่สุด เช่น สารคดีการขยายพันธุ์ ด้วยการตอนกิ่ง ทาบกิ่ง การใช้เครื่องมือทดสอบ คุณภาพปุ๋ย ฯลฯ แต่การใช้สื่อทางไกลประเภทนี้ในงานส่งเสริมการเกษตรทำได้ค่อนข้างจำกัด เนื่องจากกิจการวิทยุโทรทัศน์เป็นธุรกิจที่มีค่าของเวลาแพงมาก รัฐไม่อาจจัดสรรงบประมาณให้ หน่วยงานซื้อเวลา เพื่อการเผยแพร่ความรู้ได้โดยเฉพาะในสภาพการคลังปัจจุบัน แต่ที่ทางราชการ ได้มีโอกาสเข้าไปใช้สื่อประเภทนี้ อยู่ในเวลานี้ก็ด้วยความร่วมมือในฐานะสถานีวิทยุโทรทัศน์ ทุกแห่งมีสภาพเสมือนราชการอยู่ด้วย แต่ก็คงให้ความร่วมมือได้ภายในขอบเขต เพราะ งบประมาณอุดหนุนมีจำกัดจำต้องหารายได้เพิ่มเพื่อเลี้ยงตนเอง

4. หนังสือพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งหมายรวมทั้ง หนังสือพิมพ์รายวัน รายสัปดาห์ นิตยสาร และวารสาร ต่างๆ เท่าที่มี การรวบรวม โดยหน่วยงาน ของรัฐ ณ เดือนมิถุนายน 2542 มีรวมกัน ทั่วประเทศกว่า 3,000 ฉบับ โดยเฉพาะ หนังสือพิมพ์ รายวันทั่วประเทศ มีประมาณ 500 ฉบับ แต่หนังสือพิมพ์ ที่ได้ รับ ความนิยม แพร่หลาย และดีพิมพ์ วันละ 100,000 ฉบับ ขึ้นไปนั้น จะอยู่ใน กรุงเทพมหานคร ซึ่งมี มากกว่า 30 ฉบับ หนังสือพิมพ์ รายวัน ในประเทศไทย นอกจาก ที่ตีพิมพ์ เป็นภาษาไทย แล้ว ยังมี ที่ตีพิมพ์ เป็นภาษาอังกฤษ และภาษาจีน อีกด้วย ซึ่งมีอยู่ ประมาณ 15 ฉบับ “สื่อมวลชนใน ประเทศไทย” (2546: ออนไลน์) สำหรับการใช้เป็นสื่อทางไกล บริการมวลชนทางด้านความรู้ ทางเกษตรนั้น นับได้ว่ายังไม่กว้างขวางเท่าที่ควร เนื่องจากจำนวนการจำหน่ายก็ดี การกระจายก็ดี มีจำนวนไม่มากเมื่อเทียบกับสัดส่วนของจำนวนประชากรทั้งประเทศ ประกอบการดำเนินงาน หนังสือพิมพ์มีสภาพเป็นธุรกิจเช่นเดียวกับกิจการวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ คือต้องหา รายได้ซึ่งได้จากการโฆษณาทางหนึ่งและจากการขายหนังสือพิมพ์อีกทางหนึ่ง ฉะนั้นการที่หนังสือ พิมพ์ต้องทำหน้าที่เสมือนสื่อสาธารณะ จึงต้องบรรจุนี้อาหารที่จะให้มวลชนต่างวุฒิ ต่างวัย ได้ มีโอกาสหาอ่านได้ทั่วไป เพื่อเป็นการจูงใจผู้ซื้อ ด้วยสาเหตุสำคัญ 2 ประการดังนี้ ทำให้ข่าวสาร ในงานเกษตรก็มีประโยชน์แก่ผู้อ่านจำนวนไม่น้อย ย่อมสามารถสนับสนุนหรือเพิ่มจำนวน

การจำหน่ายด้วยก็ได้ ทำนองคำพังเพยที่ว่า “น้ำพึ่งเรือ เสือพึ่งป่า อชฌาสัย” ทำให้มีโอกาสดำเนินสื่อทางไกลประเภทนี้ ในงานส่งเสริมการเกษตรบ้างไม่มากก็น้อย ในรูปลักษณะต่างๆ เช่นบทความข่าวสารสั้น ๆ รายงานเหตุการณ์และ ข้อคิดเห็นซึ่งที่มาจาก 3 ทางคือ ทางราชการ ผู้อื่นและผู้สื่อข่าวของหนังสือพิมพ์เอง โดยสรุปอาจกล่าวได้ว่าถึงแม้เนื้อหาที่เกี่ยวกับการเกษตรที่ปรากฏในสื่อทางไกลประเภทหนังสือพิมพ์จะมีปริมาณไม่มากนัก และไม่สม่ำเสมอ แต่เนื่องจากสื่อประเภทนี้มีบริการทุกวัน หรือสม่ำเสมอประการหนึ่ง และมีจำนวนหนังสือพิมพ์มากมายหลายฉบับอีกประการหนึ่ง ย่อมจะช่วยให้การเผยแพร่ความรู้ทางเกษตรให้มวลชนเกษตรและผู้สนใจได้กว้างขวางด้วยเช่นกัน หากจะมีข้อจำกัดบ้างก็คือสื่อประเภทหนังสือพิมพ์มีราคาสูงจำกัดผู้อ่านอย่างไรก็ดีรัฐก็ได้ช่วยแก้ปัญหาในการจัดตั้งห้องสมุดประชาชนหรือที่อ่านหนังสือขึ้นทั่วไป นับว่าเป็นการเพิ่มปริมาณผู้รับสารจากสื่อประเภทนี้ได้มากขึ้นทางหนึ่งด้วย

โดยสรุปอาจกล่าวได้ว่า บทบาทของสื่อทางไกลประเภทสิ่งพิมพ์ต้องงานส่งเสริมการเกษตรของราชการนั้น จะได้ผลมากน้อยในบางรูปแบบ เช่น สิ่งพิมพ์ประเภทวารสารซึ่งอาจมีเนื้อหาแต่มีหนักไปในทางวิชาการ ทำให้เจาะจงตัวผู้รับสาร ซึ่งมีจำนวนค่อนข้างจำกัดสำหรับสิ่งพิมพ์อย่างอื่นนั้น เนื้อหาอาจไม่มากแต่สามารถกระจายไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเป็นบริการที่มีได้คิดมูลค่าของสิ่งพิมพ์ก็ได้ ปัจจุบันกำลังประสบกับปัญหาค่าพิมพ์ ซึ่งนับว่าจะมีราคาสูงขึ้นไปเป็นลำดับ จนเกรงว่าจะเกินกำลังความสามารถทั้งราชการและเอกชนจะขยายการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ให้กว้างขวางกว่าที่เป็นอยู่ในขณะนี้ได้ แต่ก็อาจแก้ไขได้บ้างโดยพยายามแจกจ่ายสิ่งพิมพ์ให้ได้ตรงบุคคลเป้าหมายให้มากกว่าจะแยกเอาปริมาณ ซึ่งนอกจากจะได้รับผลดีกว่าแล้วยังเป็นการประหยัดด้วย

สำหรับการใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ของเอกชนในด้านงานส่งเสริมการเกษตรนั้น ส่วนมากจะเป็นไปในแนวเดียวกันกับทางราชการ แต่ไม่อาจหลีกเลี่ยงที่จะแฝงการบริการธุรกิจโฆษณาสินค้าได้ สำหรับสิ่งพิมพ์ประเภทวารสารอาจแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ บริการให้เปล่าทั้งที่มีเนื้อหาสาระข้อมูลต่าง ๆ ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตรได้ดี ได้แก่ วารสารของสถาบันการเงินต่าง ๆ เพราะมีฐานะการเงินดีรูปแบบหนึ่ง แต่เจาะจงกลุ่มผู้รับสาร ส่วนอีกรูปแบบหนึ่งดำเนินการในลักษณะธุรกิจโดยตรง คือ ผลิตเพื่อจำหน่ายเนื้อหาสาระก็มีประโยชน์ต่องานส่งเสริมการเกษตรอยู่มาก แต่ก็คงต้องจำกัดกลุ่มผู้รับสาร เพราะเป็นของซื้อของขาย กรณีของสิ่งพิมพ์ลักษณะอื่น เช่น แผ่นพับ จดหมายเวียน ประกาศ ในภาคเอกชนจะใช้กันมาก แต่จะมุ่งส่งให้กับลูกค้า หรือบุคคลเป้าหมายเฉพาะราย ซึ่งแม้ว่าจะได้ผลบ้าง แต่ไม่อาจบริการได้กว้างขวางเพราะต้องระมัดระวังถึงระบบงานธุรกิจ คือ การลงทุนที่คุ้มค่า

สถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการเกษตร

สถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการเกษตร เดิมมีชื่อว่าสถานีวิทยุ ปชส. 8 วิทยุการเกษตร จัดตั้งขึ้นโดยความร่วมมือของกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้มอบเครื่องส่งและอุปกรณ์ในห้องส่งให้ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานปลัดกระทรวง เกษตรและสหกรณ์ ต่อมาในปี 2509 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้มอบให้กรมกสิกรรม ดำเนินงานสถานีวิทยุฯ จนกระทั่งถึงปี 2511 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้มอบงานสถานีวิทยุฯ ให้ กรมส่งเสริมการเกษตรดำเนินการเป็นต้นมา ขณะนี้อยู่ในความรับผิดชอบของฝ่ายวิทยุการเกษตร กองเกษตรสัมพันธ์ กรมส่งเสริมการเกษตร มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ งาน ส่งเสริมการเกษตร ให้บริการข่าวสารและความรู้ทางการเกษตรไปยังเกษตรกรและประชาชน ทั่วไป โดยหน่วยงานต่าง ๆ ในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ รวมทั้งเป็นสถานที่ฝึกอบรมให้แก่ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ได้รู้จักการใช้สื่อสารมวลชน โดยเฉพาะด้านวิทยุกระจายเสียง ให้เป็น ประโยชน์ในส่วนภูมิภาค สถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการเกษตร ทำการกระจายเสียงวันละ 18 ชั่วโมง ตั้งแต่เวลา 05.00 - 23.00 ทุกวัน ด้วยกำลังส่ง 10 กิโลวัตต์ ความถี่ 1386 กิโลเฮิรตซ์ ในระบบ เอ. เอ็ม. มีรัศมีการกระจายเสียงครอบคลุม 29 จังหวัด “สถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการ เกษตร” (2546: ออนไลน์)

รูปแบบของการใช้วิทยุกระจายเสียงเพื่อการเกษตร

ทำนอง สิงคาลวนิช (2531: 45) รายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อการเกษตร เป็นราย การสำหรับผู้ฟังเฉพาะกลุ่มคือ ตัวเกษตรกรและสมาชิกในครัวเรือน หรือผู้ที่สนใจก็ฟังได้ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่นักจัดรายการวิทยุเพื่อเกษตรกรจะต้องใช้วิธีการ และประสบการณ์ที่มีอยู่ ทั้งหมดในการจัดรายการให้เป็นที่สนใจแก่เกษตรกรจริงจัง ทั้งนี้ ก็เพื่อที่จะให้เกษตรกรเหล่านั้นได้ รับประโยชน์อย่างแท้จริงในสาระที่เราจัดให้เขา เมื่อทำเช่นนี้ได้ ปัญหาที่เกษตรกรจะหมุนกลับไป ฟังสถานีอื่นก็หมดไป การที่จะจัดรายการวิทยุเพื่อการเกษตรให้เป็นที่สนใจ และมีคุณภาพ ก็ ต้องคำนึงถึงสิ่งเตือนใจ 3 ประการคือ

1. สิ่งแรกของการจัดรายการวิทยุเพื่อเกษตรกร ไม่จำเป็นว่าจะต้องพูดถึงเฉพาะวิชา การของแต่ละพืช แต่อย่างเดียวก็น่าจะจบแค่นั้น แต่จะต้องพูดถึงในเรื่องราวทั่ว ๆ ไปที่เกี่ยวกับชีวิต ประจำวันรอบ ๆ ตัวของเกษตรกรด้วย โดยนักจัดรายการจะต้องมีแผนการกระจายเสียงที่มอง การณ์ไกล หมายถึง เรื่องราวหรือข่าวสารต้องต่อเนื่อง และเป็นข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง กับชีวิตประจำวันของเกษตรกรด้วย

2. ด้านเนื้อหาของการกระจายเสียง มีลักษณะการเสนอรายการเพื่อเกษตรกร ต้องทำให้มาตรฐานของการพูดจาแบบผู้ใหญ่ ไม่ใช่เสนอรายการแบบครูสอนนักเรียนมาใช้ ซึ่งจะเป็นจุดอันตรายระหว่างผู้จัด และผู้ฟังอย่างยิ่ง

3. รายการที่เสนอในรายการกระจายเสียงเพื่อการเกษตร ควรจะเป็นเรื่องราวที่เกษตรกรต้องการจะรู้เท่านั้น ไม่ใช่ขัดเคืองเรื่องราวที่เขาไม่ต้องการไปให้ ส่วนใหญ่นักจัดรายการมักจะไม่ค่อยคำนึงถึงเรื่องนี้ ผู้จัดรายการเพื่อเกษตรกรจะต้องนึกอยู่เสมอว่า จะต้องจัดรายการให้สาระแก่ผู้ฟังของเขาให้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นแบบกลุ่มอภิปราย (group discussion) หรือผู้ฟังเดี่ยว ๆ โดยให้นึกอยู่เสมอว่า เราผู้จัดกำลังพูดคุยกับเกษตรกรเหมือนกับได้เชิญเกษตรกรมาสนทนากันในห้องส่งออกอากาศทีเดียว

หน่วยงานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตรก็เข้าใจถึงรูปแบบรายการที่เกษตรกรต้องการ โดยหน่วยงานมีการนำเสนอรายการที่ตอบสนองความต้องการของเกษตรกรในช่วงเวลาต่าง ๆ ตั้งแต่วันจันทร์ – เสาร์ เวลา 19.32-19.57 น. ซึ่งมีตารางออกอากาศดังนี้

วันจันทร์	รายการเกษตรคู่บ้าน จัดโดย น.ส.ชนินท์พรรณ ชำนาญกิจ กองเกษตรสารนิเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงฯ
วันอังคาร	รายการสารคดีเพื่อการเกษตร จัดโดย น.ส. พงพันธ์ ชันทวงษ์ ฝ่ายวิทยุการเกษตร กองเกษตรสัมพันธ์ กรมส่งเสริมการเกษตร
วันพุธ	รายการปศุสัตว์พัฒนา จัดโดย น.ส.พริ้มพราย วิไลรัตนภรณ์ กรมปศุสัตว์
วันพฤหัสบดี	รายการพัฒนาที่ดินเพื่อเกษตรกรรม จัดโดย น.ส.นันทกา แสงจันทร์ กรมพัฒนาที่ดิน
วันศุกร์	รายการชลประทานเพื่อการเกษตร จัดโดย น.ส. ยุคล นูมาศ กรมชลประทาน
วันเสาร์	รายการนาที่ทองประมุง จัดโดย นางยุพิน วิวัฒนชัยเศรษฐ์ กรมประมง

รายการเกษตรสัมพันธ์ จันทร์ - เสาร์ เวลา 18.30 - 18.55 น.

วันจันทร์	จัดโดย ฝ่ายวิทยุการเกษตร
วันอังคาร	จัดโดย ฝ่ายวิทยุการเกษตร
วันพุธ	จัดโดย ฝ่ายวิทยุการเกษตร

วันพฤหัสบดี จัดโดย ฝ่ายวิทยุการเกษตร

วันศุกร์ จัดโดย นายทรงสนะ ลากรวย กองส่งเสริมพืชไร่นา

วันเสาร์ รายการป่าเขาลำเนาไพร จัดโดย น.ส.ยุคลธร ไกรวสิน กรมป่าไม้

ที่มา: “ตารางรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อการเกษตร” (2546: ออนไลน์)

รายการกระจายเสียงเพื่อเกษตรกร จะต้องเป็นรายการที่ต่อเนื่อง มีขบวนการที่ไม่อยู่นิ่งเฉยมีการเคลื่อนไหว และเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา แต่ไม่ซ้ำซาก ในปัจจุบันนับว่าค่อนข้างจะโชคดีที่เกษตรกรชาวชนบท ได้มีการพัฒนาเป็นบุคคลที่ขอมรับความรู้ และสิ่งที่เป็นประโยชน์ง่ายกว่าสมัยก่อน เขาจะรู้สึกภาคภูมิใจในสิ่งที่เรารู้จัดยื่นให้เขา เขาจะถามหาเมื่อผู้จัดเรียบหายหน้าไป และเขาจะเขียนจดหมายมาถามในสิ่งที่เขายังไม่ได้ข้อมูลของจุดสำคัญตามที่เขาดต้องการเมื่อเป็นเช่นนี้ก็แสดงว่า เขาได้เป็นผู้ฟังที่ดีครายการของผู้จัดแล้ว ผู้จัดที่ดีจะต้องปฏิบัติต่อผู้ฟังเป็นอย่างดี โดยให้เกียรติและให้ความเคารพแก่ผู้ฟังเสมอ จะทำให้รายการกระจายเสียงเพื่อเกษตรกรจะได้บรรลุจุดมุ่งหมายที่วางไว้

รายการวิทยุโทรทัศน์ที่เกษตรกรเปิดรับ

การเปิดรับรายการวิทยุโทรทัศน์ของเกษตรกรนั้นมีปัจจัยหลายประการด้วยกันที่เป็นผลกระทบต่อการเปิดรับ คือ

1. ประโยชน์ของวิทยุโทรทัศน์ต่ออาชีพเกษตรกร
2. ปัจจัยเกี่ยวกับทัศนคติและความเชื่อถือของเกษตรกรที่มีต่อวิทยุโทรทัศน์
3. งานวิจัยและศึกษาเกี่ยวกับสื่อทางไกล

1. ประโยชน์ของวิทยุโทรทัศน์ต่ออาชีพเกษตรกร

นภาพรณ์ อัจฉริยะกุล (2535: 42) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของวิทยุโทรทัศน์ต่ออาชีพเกษตรกรว่า ข่าวสารและเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อนำมาพัฒนาทางด้านเกษตรกรรมจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือสื่อประเภทอื่นได้สะดวก ในอนาคตสื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์มีแนวโน้มที่มีบทบาทต่อเกษตรกรมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพราะเป็นที่รับรู้กันโดยทั่วไปว่าวิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อที่นำคุณประโยชน์มาสู่เกษตรกรได้หลายประการดังนี้ คือ

1. วิทยุโทรทัศน์ให้ทั้งภาพและเสียงพร้อม ๆ กัน มีความเคลื่อนไหว แสดงลำดับขั้นตอน ตำแหน่งหน้าที่ได้อย่างชัดเจน ทำให้เกิดความกระจ่างในเนื้อหา ประกอบกับมีสีสันที่

เหมือนจริงตามธรรมชาติ จึงสามารถสร้างความศรัทธา เลื่อมใส และสร้างความเข้าใจได้ง่ายกว่าสื่ออื่น สามารถเสนอข้อมูลได้หลายรูปแบบ เช่น การบรรยาย สารคดี อภิปราย เป็นต้น และสามารถบันทึกสิ่งที่ต้องการไว้ล่วงหน้าแล้วก็นำมาแสดงแทรกตามเนื้อหาที่ต้องการเพื่อเพิ่มความเข้าใจได้ดีขึ้น

2. สามารถเสนอข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ เหมาะสมกับเกษตรกรที่อยู่ห่างไกลการคมนาคม เพราะสามารถรับข้อมูลข่าวสารจากโลกภายนอกได้ทันทั่วทั้งที่ นอกจากนี้ยังสามารถนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ไม่สามารถถ่ายทอดได้ด้วยสื่อบุคคลหรือประเภทอื่นมาสู่เกษตรกรในชนบทในท้องถิ่นห่างไกลด้วย

3. วิทยุโทรทัศน์มีประโยชน์ต่อเกษตรกรอย่างยิ่ง เพราะเกษตรกรส่วนใหญ่ของประเทศมีโอกาสได้รับการศึกษาน้อย โอกาสในการอ่านออกเขียนได้จึงสู้ประชากรอาชีพอื่นไม่ได้ แต่การรับข่าวสารความรู้ข้อมูลจากสื่อวิทยุโทรทัศน์ไม่จำเป็นต้องอาศัยการอ่านออกเขียนได้มากนัก เพียงประสาทสัมผัสของการฟังและการเห็นรับได้ก็สามารถสื่อความหมายได้และสามารถจะสื่อความหมายได้ดีกว่าสื่ออื่นด้วย เพราะทำให้เกษตรกรเกิดความรู้ความเข้าใจได้เป็นอย่างดีด้วยภาพและเสียง

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าวิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อที่น่าประโยชน์มาสู่ผู้รับ โดยเกษตรกรเป็นอย่างมาก และเป็นสื่อที่กำลังจะมีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันโดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาอย่างประเทศไทยมากขึ้นทุกที ทั้งนี้เพราะวิทยุโทรทัศน์จะช่วยสร้างแนวคิด สร้างความเข้าใจ และทัศนคติต่อประชาชน ได้อย่างดี อีกทั้งยังสามารถสร้างสิ่งที่เป็นนามธรรมให้มีความเป็นรูปธรรมได้ด้วยเทคนิคของการผลิต ทำให้ผู้รับทำความเข้าใจกับเนื้อหาได้ง่าย สื่อวิทยุโทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่มีประโยชน์อย่างมาก

2. ปัจจัยเกี่ยวกับทัศนคติและความเชื่อถือของเกษตรกรที่มีต่อวิทยุโทรทัศน์

สมควร กวียะ (2523: 58-79) ได้ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติและความเชื่อถือของเกษตรกรที่มีต่อสื่อมวลชน ผลปรากฏว่า

1.1 กลุ่มเกษตรกรรับจ้าง มีความเชื่อถือทางด้านวิทยุโทรทัศน์ เป็นอันดับ 3 รองจากวิทยุกระจายเสียงและหนังสือพิมพ์ ส่วนชาวชนบทที่มีอาชีพรับราชการ จะมีความเชื่อถือวิทยุโทรทัศน์เป็นอันดับ 2 รองจากวิทยุกระจายเสียง

1.2 การให้ข่าวสารนั้น ชาวชนบทเห็นว่าทางรัฐบาลให้ความรู้เป็นประโยชน์ต่ออาชีพอยู่แล้ว ดังนั้นวิทยุโทรทัศน์จะมาเป็นอันดับ 3 รองจากวิทยุกระจายเสียง และหนังสือพิมพ์ ส่วนทางด้านการบันเทิง วิทยุโทรทัศน์มาเป็นอันดับ 2 รองจากวิทยุกระจายเสียง ซึ่งทั้งนี้อาจจะ

เป็นเพราะว่าวิทยุกระจายเสียงสามารถเปิดรับฟังรายการได้ตลอดวัน ส่วนวิทยุโทรทัศน์นั้น มีรายการเฉพาะช่วงกลางวัน ยกเว้นวันหยุดราชการ และในวันธรรมดานั้นเกษตรกรหรือข้าราชการก็ไม่สามารถที่จะนำวิทยุโทรทัศน์ไปทำงานได้

เรื่องทัศนคติเกี่ยวกับวิทยุโทรทัศน์นั้น วัลภา อยู่ทอง ได้ทำการสำรวจทัศนคติของเกษตรกรในจังหวัดลำปางและสกลนคร ผลปรากฏว่าสาเหตุที่เกษตรกรเปิดรับรายการวิทยุโทรทัศน์ เป็นเพราะว่ารายการวิทยุโทรทัศน์นั้นน่าสนใจ เคยนำไปใช้แล้วได้ผล และสามารถเพิ่มเติมความรู้ได้ดี เพราะมีภาพประกอบ

3. งานวิจัยและศึกษาเกี่ยวกับสื่อทางไกล

พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์ (2537: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจรายการข่าวโทรทัศน์ และมีความต้องการข่าวสารจากรายการโทรทัศน์เป็นประจำทุกวัน รวมทั้งมีความจำเป็นต้องใช้ข่าวสารจากรายการข่าวในชีวิตประจำวัน โดยข่าวสารที่จำเป็นต้องใช้ 5 ลำดับแรกคือ ข่าวการเมือง ข่าวสังคม ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวต่างประเทศ และข่าวกีฬา โดยมีมูลเหตุจูงใจในการรับชม คือ ต้องการนำข่าวสารไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อเพิ่มพูนความรู้ และเพื่อนำไปสนทนากับผู้อื่น สอดคล้องกับ สุภวรรณ สังขพงศ์ (2534: บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวสาร การคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจในพฤติกรรมการเปิดรับฟังข่าวสารของประชาชน ผลการวิจัยพบว่า สื่อโทรทัศน์ได้รับความน่าเชื่อถือจากประชาชนมากที่สุด

เจริญ นิยม (2545: บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของเกษตรกร ตำบลบ้านกลาง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อรายการการเกษตร ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 พบว่า รูปแบบรายการการเกษตรที่เกษตรกรพึงพอใจมากที่สุด คือ รายการสารคดีการเกษตร ช่วงเวลาที่ออกอากาศ คือ 18.30 – 20.00 น. และช่วง 07.30 – 08.00 น. ภาษาที่ใช้ควรเป็นภาษาพื้นเมืองหรือภาษากลางก็ได้ แต่เน้นที่สาระประโยชน์ เกษตรกรส่วนใหญ่จำเนื้อหาของรายการได้ประมาณครึ่งหนึ่ง และนำความรู้ที่ได้จากการรับชมไปใช้เพิ่มผลผลิตทางการเกษตร ส่วนรูปแบบรายการการเกษตรที่เกษตรกรคาดหวังคือ รายการสารคดีเกษตรที่เกี่ยวกับการปลูกข้าว การดูแลรักษา การแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตร โดยต้องการให้นำเสนอ 2-3 วันต่อสัปดาห์ ออกอากาศช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 16.00 – 18.00 น. และควรจบในตอนเดียว

กฤติพล แก้วโพธิ์ (2536: 56) ได้วิจัยเรื่อง ความต้องการและปัญหาของเกษตรกร ในการรับรู้ข่าวสารการเกษตรจากวิทยุโทรทัศน์ อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ช่วงเวลา สำหรับรายการวิทยุโทรทัศน์การเกษตรที่เกษตรกรต้องการระดับมาก คือ ช่วงเวลา 18.00 – 20.00 น. และช่วงเวลารายการวิทยุโทรทัศน์การเกษตรที่เกษตรกรต้องการระดับปานกลาง คือ ช่วงเวลา 20.0 – 22.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เกษตรกรกำลังพักผ่อนหาความรู้จากการรับชมรายการวิทยุโทรทัศน์

รังสฤษฎี มีชูวาท (2537: 63) ได้วิจัยเรื่อง ความต้องการฝึกอบรมการใช้สื่อในงาน ส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจังหวัดลำพูน พบว่า เจ้าหน้าที่ที่ต้องการให้มีการ อบรมในเรื่องการวางแผนการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตร การตั้งจุดมุ่งหมายในการผลิตสื่อ การอบรมเรื่องรูปแบบการนำเสนอโดยผ่านสื่อ และการจัดเตรียมงบประมาณในการผลิตสื่อ อยู่ใน ระดับปานกลาง มีเพียงเรื่องการอบรมรูปแบบการนำเสนอสื่อโดยวิธีทัศน์เท่านั้น ที่ผู้ให้ข้อมูล ต้องการให้อบรมในระดับมาก ด้านความต้องการฝึกอบรมด้านการเตรียมการใช้สื่อในงานส่งเสริม การเกษตร พบว่าเจ้าหน้าที่ที่ต้องการฝึกอบรมในเรื่องการวางแผนโครงการและการเขียนบทความตาม เนื้อหาของสื่อในระดับปานกลาง แต่ต้องการอบรมเรื่องส่วนประกอบของสื่อและวัสดุอุปกรณ์ ของสื่อชนิดต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก

กังสดาล ชัยยศ (2537: 58) ได้วิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการ เกษตร ในจังหวัดอุดรธานี และจังหวัดเลย ที่มีต่องานเกษตรสัมพันธ์ พบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการ เกษตรมีทักษะในการสื่อสารน้อย (คะแนนเฉลี่ย 2.12) เนื่องจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรไม่ ได้ศึกษาทางด้านสื่อสารมาโดยตรง สำหรับความน่าเชื่อถือในตัวเจ้าหน้าที่เกษตรสัมพันธ์ พบว่า เกษตรกรให้ความเชื่อถือเจ้าหน้าที่เกษตรสัมพันธ์ในลักษณะความเป็นผู้รู้จักคุ้นเคย คือ เป็นคนที่ ปรึกษาหารือได้ง่าย สะดวก และมีมนุษยสัมพันธ์ดี

ด้านการผลิตเอกสารสิ่งพิมพ์เพื่อสนับสนุนการเผยแพร่ พบว่า เจ้าหน้าที่เกษตร ร้อยละ 37.41 ต้องการเพิ่มเอกสารวิชาการต่าง ๆ ให้มากกว่าเดิม เนื่องจากขาดแคลน และควรผลิต เอกสารสิ่งพิมพ์ให้เหมาะสมกับพื้นที่เพาะปลูก และตรงตามฤดูกาล กล่าวได้ว่า งานเกษตร สัมพันธ์ด้านการผลิตเอกสารสิ่งพิมพ์เพื่อสนับสนุนเผยแพร่ ควรเพิ่มจำนวนเอกสารสิ่งพิมพ์รวมทั้ง เนื้อหาวิชาการควรให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่เพาะปลูกและตรงตามฤดูกาล เพื่อที่เกษตรกรจะได้ นำ ไปใช้ประโยชน์ได้ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ก็จะพึงพอใจและเห็นด้วยกับการดำเนินงาน เกษตรสัมพันธ์

เกรียงศักดิ์ ปัทมรเชา (2543: บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง การเชื่อมโยงการวิจัยและการส่งเสริม : พฤติกรรมการติดต่อสื่อสารระหว่างนักวิชาการเกษตรกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร และแนวคิดที่มีต่อการวิจัยและการส่งเสริมการเกษตร พบว่า ส่วนใหญ่ของนักวิชาการเกษตรและเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมี การติดต่อสื่อสารระหว่างกันในรูปแบบของการเดินทางไปหาการโทรศัพท์ และพบกันในที่ประชุมต่าง ๆ ทั้งนักวิชาการเกษตรและ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีความคิดเห็นที่เห็นด้วยต่อตัวแปรความคิดที่มีต่อการวิจัยการส่งเสริม และการเชื่อมโยงการวิจัยกับการส่งเสริม เกี่ยวกับการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่าการได้รับความดีความชอบและแรงจูงใจในการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวก กับการติดต่อสื่อสาร ส่วนการเปรียบเทียบความแตกต่าง พบว่า นักวิชาการมีการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการมากกว่าเจ้าหน้าที่ ส่งเสริมการเกษตร ขณะเดียวกันเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรก็มีความคิดเห็นที่มีต่อการส่งเสริมในระดับที่สูงกว่านักวิชาการเกษตร

กัลยารัตน์ อธิวรัตน์ (2522: 60) ได้ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่อสื่อมวลชนในหมู่ 3 ตำบลดอนมะเกลือ อำเภอดูหมัด จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า รายการที่เกษตรกรมีความนิยมเป็นอันดับแรกคือรายการบันเทิง รองลงมาคือรายการความรู้ทางการเกษตร และรายการข่าว สถานที่ที่เกษตรกรนิยมเปิดรับรายการวิทยุโทรทัศน์ คือโทรทัศน์ช่อง 7 เวลาในการรับฟังวิทยุโทรทัศน์ เวลาที่เกษตรกรชอบดูโทรทัศน์คือในภาคค่ำระหว่างเวลา 19.00 – 21.00 น.ระยะเวลาการรับชมวิทยุโทรทัศน์ ติดต่อกันประมาณ 1-2 ชั่วโมง เฉลี่ยแล้วเกษตรกรดูวิทยุโทรทัศน์ประมาณ 1.86 ชั่วโมงต่อวัน การนำความรู้ทางการเกษตรไปใช้พัฒนาปรับปรุงอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่ไม่สามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงอาชีพได้ มีเพียงร้อยละ 3.49 เท่านั้นที่สามารถนำไปปรับปรุงพัฒนาอาชีพได้ สาเหตุที่ว่าไม่สามารถนำไปปรับปรุงอาชีพได้ร้อยละ 10.47 ตอบว่าไม่เหมาะสมกับสภาพหมู่บ้าน ร้อยละ 5.81 ตอบไม่ตรงกับอาชีพร้อยละ 3.49 ตอบว่าไม่มีเวลาและร้อยละ 1.16 เท่านั้นตอบว่าไม่เข้าใจรายละเอียดและลงทุนสูง ส่วนความรู้ที่เคยนำมาปฏิบัติ ร้อยละ 2.23 เคยนำความรู้ด้านปุ๋ยมาปฏิบัติ ร้อยละ 1.16 นำความรู้ด้านยาปราบศัตรูพืชมาปฏิบัติ

จากผลการศึกษาของหลาย ๆ ฝ่าย พอจะสรุปได้ว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เคยชมรายการวิทยุโทรทัศน์ แต่การมีเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ในครอบครองนั้นยังมีจำกัด การไปชมรายการโดยปกติจะไปชมที่บ้านเพื่อนและที่ร้านกาแฟ ส่วนรายการเกี่ยวกับการเกษตรทางวิทยุโทรทัศน์ยังมีน้อย นอกจากนั้นรายการเกษตรดังกล่าวก็ไม่อาจสนองความต้องการของเกษตรกรได้ ทั้งนี้เนื่องจากเนื่องจากสถานีวิทยุโทรทัศน์มีจำนวนจำกัด การจัดหารายการก็ไม่สามารถสนองความต้องการของผู้ชมที่มีจำนวนมาก ๆ ได้ นอกจากนั้นเวลาที่ออกอากาศรายการเกษตรมีจำนวนน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับเวลาการกระจายเสียงทั้งหมดของสถานี

ภาคสรุป (OVERVIEW)

จากการตรวจเอกสารแนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนงานวิจัย ความต้องการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมวิชาการเกษตรตำบล จังหวัดเชียงใหม่ โดยสามารถสรุปเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยครั้งนี้คือ

1. สื่อทางไกลโดยเฉพาะวิทยุและโทรทัศน์ เป็นเครื่องมือช่วยให้เกิดการเรียนรู้ เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข่าวสาร และความรู้ที่มีประสิทธิภาพสูง เนื่องจากสามารถครอบคลุมพื้นที่เป้าหมายได้ค่อนข้างทั่วถึง การนำสื่อทางไกลมาใช้ในการส่งเสริมการเกษตรสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างกว้างขวาง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการส่งสารในรูปแบบของรายการเกษตรทางวิทยุชุมชน วิทยุเกษตร หรือรายการเกษตรทาง โทรทัศน์ ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ คือ เนื้อหาสาระ ประสิทธิภาพในการรับข่าวสาร และความรวดเร็วในการนำเสนอ ทำให้เกษตรกรสามารถรับรู้และนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างรวดเร็ว

2. เพื่อให้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการเกษตรและพื้นที่ ถูกถ่ายทอดไปสู่ชุมชนเป้าหมาย เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะต้องมีเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร และวิทยาการใหม่อย่างทั่วถึง อันจะมีผลถึงการได้รับความสนับสนุนในด้านงบประมาณกำลังคน ความสามารถในการจัดหาสร้างหรือซ่อมเครื่องมือสื่อ ตลอดจนโอกาสที่จะนำสื่อต่าง ๆ ไปใช้ให้สอดคล้องกับนโยบายซึ่งย่อมจะกระทบถึงขีดความสามารถในการใช้สื่อทางไกลของแต่ละหน่วยราชการว่ามีไม่เท่ากัน ซึ่งสื่อทางไกลเป็นทางเลือกที่ค่อนข้างตอบสนองความต้องการของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

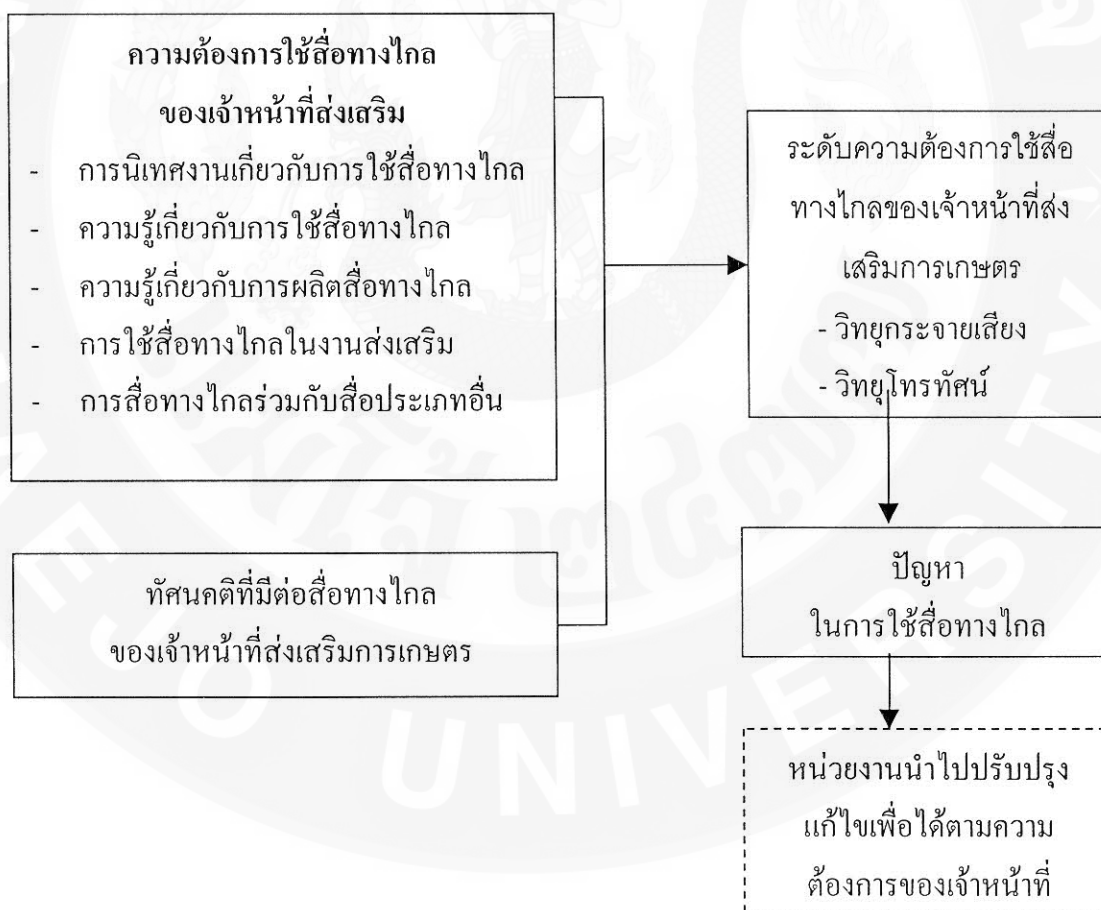
ดังนั้นการศึกษานี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงความต้องการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมวิชาการเกษตรตำบล และทราบปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ เพื่อสามารถแก้ไขปัญหานั้นและนำไปปรับปรุงแก้ไขตามความต้องการของเจ้าหน้าที่ อันจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติส่งเสริมวิชาการเกษตรต่อไป

กรอบแนวความคิดในการวิจัย (Conceptual Framework of the Study)

กรอบแนวความคิดในการวิจัยเรื่องนี้ได้ใช้แนวความคิดเกี่ยวกับความต้องการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร โดยเน้นศึกษาถึงระดับความต้องการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ

- ระดับความต้องการใช้สื่อของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร
- ปัญหาในการใช้สื่อทางไกล

โดยผลการศึกษาจะทำให้ทราบถึงระดับความต้องการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ซึ่งผลการศึกษาสามารถนำมาใช้ในการปรับปรุงลักษณะการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

(RESEARCH METHODOLOGY)

การวิจัย สภาพการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรระดับตำบล ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้กำหนดวิธีการดำเนินการดังนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย

(Locale of the Study)

หน่วยงานส่งเสริมการเกษตรระดับตำบลของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับเกษตรกรในด้านการส่งเสริมวิชาการเกษตรเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกร ผู้วิจัยมุ่งศึกษาวิจัยได้กำหนดการดำเนินการวิจัยทั้งหมด 22 อำเภอและ 2 กิ่งอำเภอในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

- | | |
|------------------------|----------------------|
| 1. อำเภอเมืองเชียงใหม่ | 13. อำเภอสอด |
| 2. อำเภอฝาง | 14. อำเภอหางดง |
| 3. อำเภอสันป่าตอง | 15. อำเภอสะเมิง |
| 4. อำเภอสันกำแพง | 16. อำเภอดอยเต่า |
| 5. อำเภอสารภี | 17. อำเภอแม่แจ่ม |
| 6. อำเภอแม่แตง | 18. อำเภอแม่อาว |
| 7. อำเภอดอยหล่อ | 19. อำเภอดอยสะเก็ด |
| 8. อำเภอเชียงดาว | 20. อำเภอเวียงแหง |
| 9. อำเภอแม่ริม | 21. อำเภอไชยปราการ |
| 10. อำเภอพร้าว | 22. อำเภอแม่วาง |
| 11. อำเภอสันทราย | 23. กิ่งอำเภอแม่ออน |
| 12. อำเภอดอยสะเก็ด | 24. กิ่งอำเภอดอยหล่อ |

ประชากร (The Population)

การวิจัยครั้งนี้ จะเก็บข้อมูลจากนักส่งเสริมวิชาการเกษตรระดับตำบลทุกคนโดยไม่มีการสุ่มตัวอย่างเนื่องจากจำนวนนักส่งเสริมวิชาการเกษตรระดับตำบลที่วิจัยครั้งนี้มีจำนวนไม่มาก ผู้วิจัยสามารถที่จะเก็บข้อมูลจากนักส่งเสริมวิชาการเกษตรระดับตำบล ซึ่งจำนวนประชากรในการวิจัยครั้งนี้มีทั้งหมด 142 คน

ตัวแปร (Variables)

เพศ หมายถึง เพศหญิงหรือชาย ซึ่งเป็นลักษณะที่แตกต่างกันของผู้ให้ข้อมูล

อายุ หมายถึง อายุครบบริบูรณ์ของผู้ให้ข้อมูลคือเป็นจำนวนปี ตั้งแต่เกิดจนถึงเวลาบันทึกข้อมูล เศษเกินหกเดือนจึงนับเป็นปี

การศึกษา หมายถึง คุณวุฒิทางการศึกษาขั้นสูงสุดของผู้ให้ข้อมูลที่ได้รับการสูงสุด

ตำแหน่ง หมายถึง ตำแหน่งทางด้านสายวิชา

อายุราชการ หมายถึง ระยะเวลาที่เป็นปีที่รับราชการในสำนักงานเกษตรอำเภอ

สื่อทางไกล หมายถึง สื่อทางไกลประเภทอิเล็กทรอนิกส์ คือ วิทยุกระจายเสียง และ วิทยุโทรทัศน์

เครื่องมือในการวิจัย (The Research Instrument)

การวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแนววัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (close – ended question) และคำถามแบบปลายเปิด (open - ended question) โดยจะแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรเป็นคำถามปลายปิด (close-ended question)

ตอนที่ 2 เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพแวดล้อมต่อหน้าที่ของเกษตรตำบล

ตอนที่ 3 เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการใช้สื่อของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

ตอนที่ 4 เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติและระดับความต้องการในการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรตำบล เป็นคำถามปลายปิด (close-ended question) ใช้ rating scale ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ต้องการมากที่สุด ต้องการมาก ต้องการปานกลาง ต้องการน้อย และไม่มีความต้องการ

ตอนที่ 5 เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้สื่อทางไกลเป็นคำถามแบบผสมระหว่างคำถามปลายปิด (close-ended question) และคำถามปลายเปิด (open-ended question)

วิธีการรวบรวมข้อมูล

(Data Collection Procedure)

การรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองโดยวางแผนขั้นตอนการดำเนินการไว้ดังนี้

1. ทำหนังสือขอความร่วมมือในการจัดเก็บข้อมูลจากโครงการบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ถึงหัวหน้าสำนักงานเกษตรอำเภอ เพื่อขออนุญาตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

2. รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire)

3. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามวัน เวลา สถานที่ ที่กำหนดไว้

4. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ แปลความ สรุปผล สรุปความและเขียนรายงานผล

การวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis of Data)

การวิจัยครั้งนี้ เมื่อรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์แล้ว ผู้วิจัยจะต้องนำข้อมูลมาถอดรหัส เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์ทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Science : SPSS/PC⁺) โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์คือ

1. ลักษณะทางประชากรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ใช้สถิติบรรยาย (Descriptive statistics) การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง (Measure of central tendency) ได้แก่ มัชฌิมเลขคณิต (Arithmetic mean) ฐานนิยม (Mode)

2. ความต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมวิชาการเกษตร ตำบล จังหวัดเชียงใหม่ ใช้มาตราจัดอันดับ (Rating scale) เป็นแบบสอบถามที่ลักษณะการตอบเป็นการประเมินความมากน้อย ใช้มาตรวัดทัศนคติตามวิธีของลิเคิร์ต กำหนดช่วงความรู้สึกรู้สึกของคนเป็น 5 ช่วง ตาม แล้วนำมาคำนวณน้ำหนักคะแนนเฉลี่ย (Weight Mean Score; WMS) แล้วนำมาทดสอบความแตกต่างของระดับความต้องการใช้สื่อทางไกลเพื่องานส่งเสริมการเกษตร

ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่
4.21 - 5.00	ต้องการมากที่สุด
3.41 - 4.20	ต้องการมาก
2.61 - 3.40	ต้องการปานกลาง
1.81 - 2.60	ต้องการน้อย
1.00 - 1.80	ไม่มีความต้องการเลย

(พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543: 114)

3. ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้สื่อทางไกล ใช้สถิติบรรยาย (Descriptive statistics) เพื่อวิเคราะห์และบรรยายลักษณะปัญหาของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

(RESULTS AND DISCUSSION)

การวิจัยเรื่อง “ความต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมวิชาการเกษตรตำบล จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรต่อผลงาน ความต้องการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ระดับความต้องการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียง และโทรทัศน์ในงานส่งเสริมการเกษตร ลักษณะทางสังคมและจิตวิทยาของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร รวมถึงปัญหาและข้อเสนอในการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร โดยรวบรวมข้อมูลจากนักส่งเสริมวิชาการเกษตรระดับตำบล จำนวน 142 ราย โดยไม่มีการสุ่มตัวอย่าง การนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปตารางข้อมูล ประกอบคำบรรยายและวิจารณ์ผลการวิจัยในขอบเขตของข้อมูลที่รวบรวมมาได้ดังนี้

- ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร
- ตอนที่ 2 สถานภาพแวดล้อมต่อหน้าที่ของเกษตรตำบล
- ตอนที่ 3 การใช้สื่อของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร
- ตอนที่ 4 ทักษะคิดในการใช้สื่อทางไกลและความต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร
- ตอนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

ผลการศึกษา มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

เพศ

จากการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 83.80 เป็นเพศชาย ส่วนที่เหลืออีก ร้อยละ 16.20 เป็นเพศหญิง (ตารางที่ 1)

อายุ

จากการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมี ร้อยละ 83.80 มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี รองลงมา ร้อยละ 8.45 มีอายุ 51 ปีขึ้นไป และส่วนที่เหลืออีก ร้อยละ 7.75 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี (ตารางที่ 1)

สถานภาพการสมรส

จากการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 80.28 แต่งงานและอยู่ด้วยกัน รองลงมา มีสถานภาพโสด หม้าย และแต่งงานแล้วแยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 11.97 4.93 และ 2.82 ตามลำดับ (ตารางที่ 1)

ระดับการศึกษา

จากการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 54.23 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมา มีการศึกษาระดับ ปวส. และ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 27.46 และ 7.04 ตามลำดับ โดยส่วนที่เหลืออีก ร้อยละ 11.27 ระบุว่ามีการศึกษาระดับปริญญาโท (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจำแนกตามลักษณะทางประชากร

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		จำนวนคน (N = 142)	ร้อยละ
เพศ			
ชาย		119	83.80
หญิง		23	16.20
อายุ			
31 – 40 ปี		11	7.75
41 – 50 ปี		119	83.80
51 ปีขึ้นไป		12	8.45
สถานภาพสมรส			
โสด		17	11.97
แต่งงานและอยู่ด้วยกัน		114	80.28
หม้าย		7	4.93
แต่งงานแล้วแยกกันอยู่		4	2.82
ระดับการศึกษา			
ปวช.		10	7.04
ปวส.		39	27.46
ปริญญาตรี		77	54.23
อื่น ๆ		16	11.27

ตอนที่ 2 สถานภาพแวดล้อมต่อหน้าที่ของเกษตรกรตำบล

อายุราชการ

จากการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีอายุราชการเฉลี่ย 21.87 ปี มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.31 ปี ผู้ให้ข้อมูลที่มีอายุราชการสูงสุด คือ 27 ปี และต่ำสุด 3 ปี โดยผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 69.01 มีอายุราชการระหว่าง 21 – 25 ปี รองลงมาร้อยละ 21.13 มีอายุราชการระหว่าง 15 – 20 ปี ส่วนที่เหลือมีอายุระหว่างไม่เกิน 15 ปี และ 26 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.93 เท่ากัน (ตารางที่ 2)

ตำแหน่งปัจจุบัน

จากการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 93.66 ปัจจุบันดำรงตำแหน่งเจ้าพนักงานการเกษตร 5 รองลงมาดำรงตำแหน่งเจ้าพนักงานการเกษตร 2 และเจ้าพนักงานการเกษตร 3 คิดเป็นร้อยละ 0.70 เท่ากัน โดยส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 4.93 ระบุว่า ดำรงตำแหน่งเจ้าพนักงานเทคนิคเกษตร (ตารางที่ 2)

ระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่งปัจจุบัน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลดำรงอยู่ในตำแหน่งปัจจุบันเป็นระยะเวลาเฉลี่ย 10.87 ปี ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 6.18 ปี ผู้ให้ข้อมูลที่ยังดำรงอยู่ในตำแหน่งปัจจุบันสูงสุด คือ 27 ปี และผู้ให้ข้อมูลที่ดำรงอยู่ในตำแหน่งปัจจุบันต่ำสุด คือ 1 ปี โดยคิดเป็นร้อยละ 44.37 ดำรงอยู่ในตำแหน่งปัจจุบันระหว่าง 6 – 10 ปี รองลงมา มีระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่งปัจจุบันไม่เกิน 5 ปี และ 16 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 19.01 เท่ากัน โดยส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 17.61 มีระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่งปัจจุบันระหว่าง 11 – 15 ปี (ตารางที่ 2)

ระยะเวลาทำงานในพื้นที่ปัจจุบัน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลทำงานอยู่ในพื้นที่ปัจจุบันเฉลี่ย 7.68 ปี ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 6.59 ปี ผู้ให้ข้อมูลที่ยังทำงานอยู่ในพื้นที่สูงสุด คือ 25 ปี และผู้ให้ข้อมูลที่ยังทำงานอยู่ในพื้นที่ต่ำสุด คือ 1 ปี โดยผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 52.11 ทำงานอยู่ในพื้นที่ไม่เกิน 5 ปี รองลงมา ร้อยละ 23.94 ทำงานอยู่ในพื้นที่ระหว่าง 6 – 10 ปี ส่วนที่เหลือระบุว่า ทำงานอยู่ในพื้นที่มากกว่า 16 ปี และทำงานในพื้นที่ระหว่าง 11 – 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.38 และ 10.56 ตามลำดับ (ตารางที่ 2)

การย้ายไปประจำอำเภออื่น

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 88.73 เคยย้ายไปประจำอำเภออื่น โดยมีผู้ให้ข้อมูลเพียงร้อยละ 11.27 เท่านั้นที่ไม่เคยย้ายไปประจำอำเภออื่น (ตารางที่ 2)

จำนวนตำบลที่รับผิดชอบ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 61.97 มีตำบลที่รับผิดชอบ 1 ตำบล รองลงมา ร้อยละ 33.80 มีตำบลรับผิดชอบ 2 ตำบล และมีผู้ให้ข้อมูลเพียงร้อยละ 4.23 เท่านั้นที่มีตำบลรับผิดชอบ 3 ตำบล (ตารางที่ 2)

จำนวนหมู่บ้านที่รับผิดชอบ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีหมู่บ้านที่รับผิดชอบเฉลี่ย 15.31 หมู่บ้าน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 7.56 หมู่บ้าน ผู้ให้ข้อมูลที่มีหมู่บ้านรับผิดชอบสูงสุด คือ 39 หมู่บ้าน และผู้ให้ข้อมูลที่มีหมู่บ้านรับผิดชอบต่ำสุด คือ 6 หมู่บ้าน โดยผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 47.18 มีหมู่บ้านรับผิดชอบ 11 – 20 หมู่บ้าน รองลงมา ร้อยละ 32.39 มีหมู่บ้านรับผิดชอบไม่เกิน 10 หมู่บ้าน ส่วนที่เหลือระบุว่า มีหมู่บ้านรับผิดชอบ 21 – 30 หมู่บ้าน และ 31 หมู่บ้านขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 11.97 และ 8.45 ตามลำดับ (ตารางที่ 2)

จำนวนครัวเรือนในพื้นที่รับผิดชอบ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีจำนวนครัวเรือนในพื้นที่รับผิดชอบเฉลี่ย 2,143.16 ครัวเรือน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1,571.61 ผู้ให้ข้อมูลที่มีจำนวนครัวเรือนในพื้นที่รับผิดชอบสูงสุด คือ 13,000 ครัวเรือน และผู้ให้ข้อมูลที่มีจำนวนครัวเรือนในพื้นที่รับผิดชอบต่ำสุด คือ 550 ครัวเรือน โดยส่วนใหญ่ ร้อยละ 47.18 มีจำนวนครัวเรือนในพื้นที่รับผิดชอบ 1,001-2,000 ครัวเรือน รองลงมา มีจำนวนครัวเรือนในพื้นที่รับผิดชอบ 2,001-3,000 ครัวเรือน 3,001-4,000 ครัวเรือน และไม่เกิน 1,000 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 17.61 13.38 และ 11.97 ตามลำดับ โดยมีผู้ให้ข้อมูลเพียงร้อยละ 9.86 เท่านั้นที่มีครัวเรือนในพื้นที่รับผิดชอบมากกว่า 4,000 ครัวเรือน (ตารางที่ 2)

ระยะห่างไกลที่สุดจากพื้นที่ส่งเสริมกับสำนักงาน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 30.99 มีพื้นที่ส่งเสริมที่อยู่ไกลจากสำนักงานมากที่สุดประมาณ 16-20 กิโลเมตร รองลงมา ร้อยละ 28.87 มีระยะห่างมากกว่า 20 กิโลเมตร ส่วนที่เหลือมีระยะห่างจากสำนักงานประมาณ 6-10 กิโลเมตร และ 11-15 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ

21.13 และ 14.08 ตามลำดับ โดยมีผู้ให้ข้อมูลเพียงร้อยละ 4.93 เท่านั้นที่มีพื้นที่ส่งเสริมอยู่ไกลที่สุดจากสำนักงานเพียง 1-5 กิโลเมตร (ตารางที่ 2)

ระยะห่างระหว่างสำนักงานกับตัวจังหวัด

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 60.56 มีสำนักงานอยู่ห่างจากตัวจังหวัดมากกว่า 20 กิโลเมตร รองลงมา มีสำนักงานห่างจากตัวจังหวัด 11-15 กิโลเมตร และ 16-20 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 14.79 และ 11.27 ตามลำดับ โดยมีผู้ให้บางส่วนเท่านั้นที่มีสำนักงานอยู่ห่างจากตัวจังหวัด 1-5 กิโลเมตร และ 6-10 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 7.04 และ 6.34 ตามลำดับ (ตารางที่ 2)

พาหนะที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลเกือบทั้งหมด ร้อยละ 98.59 มียานพาหนะสำหรับใช้ในการปฏิบัติงาน มีเพียงร้อยละ 1.41 เท่านั้นที่ไม่มีพาหนะใช้ในการปฏิบัติงาน (ตารางที่ 2)

กรรมสิทธิ์ในพาหนะ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 97.89 ใช้พาหนะส่วนตัวในการปฏิบัติงาน มีเพียงร้อยละ 2.11 เท่านั้นที่ใช้พาหนะของราชการในการปฏิบัติงาน (ตารางที่ 2)

ประเภทยานพาหนะ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 65.49 ใช้รถยนต์เป็นพาหนะในการปฏิบัติงาน ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 34.51 ใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะ (ตารางที่ 2)

สรุปลักษณะทางประชากรศาสตร์และสถานภาพแวดล้อมต่อหน้าที่ของเกษตรตำบล

จากการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-50 ปี แต่งงานแล้วและยังคงอยู่ด้วยกัน ด้านการศึกษาพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอายุราชการเฉลี่ย 21.87 ปี ดำรงตำแหน่งเจ้าพนักงานการเกษตร 5 โดยดำรงอยู่ในตำแหน่งปัจจุบันเฉลี่ย 10.87 ปี และทำงานอยู่ในพื้นที่ปัจจุบันเฉลี่ย 7.68 ปี ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เคยไปประจำอยู่อำเภออื่น ในส่วนของพื้นที่รับผิดชอบผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่จะมีพื้นที่รับผิดชอบ 1 ตำบล มีพื้นที่รับผิดชอบเฉลี่ย 15.31 หมู่บ้าน และมีครัวเรือนในพื้นที่รับผิดชอบเฉลี่ย 2,143.16 ครัวเรือน ด้านที่ตั้งสำนักงานส่งเสริมพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีพื้นที่ส่งเสริมที่อยู่ห่างจากสำนักงานมากที่สุดประมาณ 16-20 กิโลเมตร และสำนักงานอยู่ห่างจากตัวจังหวัดมากกว่า 20 กิโลเมตร โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นยานพาหนะปฏิบัติงานในพื้นที่

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ผู้ให้ข้อมูลมีอายุราชการราชการเฉลี่ยมากกว่า 20 ปี และปฏิบัติงานอยู่ในพื้นที่ส่งเสริมกว่า 10 ปี อีกทั้งส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี แสดงให้เห็นว่าผู้ให้ข้อมูลน่าจะเป็นผู้ที่รับรู้เข้าใจในปัญหาและข้อจำกัดของงานส่งเสริมในพื้นที่ของตนเองได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นผู้ที่รับทราบโดยละเอียดถึงความต้องการของประชากรในพื้นที่รับผิดชอบ ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน อีกทั้งผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงน่าจะเป็นตัวกลางเชื่อมระหว่างนักวิชาการ และแหล่งความรู้หรืองานวิจัยต่าง ๆ กับเกษตรกรหรือนุคคลในกลุ่มเป้าหมายให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น ในส่วนของความรับผิดชอบของประชากรจะเห็นว่าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมมีเกษตรกรหรือกลุ่มเป้าหมายในความรับผิดชอบสูงเกินความมาตรฐาน สังเกตได้จากจำนวนครัวเรือนในพื้นที่เฉลี่ยรับผิดชอบสูงถึง 2,143.16 ครัวเรือน หรือ 2 เท่าตัว ซึ่งกรมส่งเสริมกำหนดความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรระดับตำบลไว้เพียง 1,000 ครัวเรือนต่อเจ้าหน้าที่ส่งเสริม 1 คน แสดงให้เห็นถึงข้อจำกัดในการปฏิบัติงานทำให้ประสิทธิภาพการทำงานลดลงและไม่ทั่วถึง สาเหตุหลักน่าจะมาจากงบประมาณที่ไม่เพียงพอ ทำให้เจ้าหน้าที่ต้องช่วยเหลือตนเองโดยส่วนใหญ่จะการนำรถยนต์ส่วนตัวมาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้ครอบคลุมพื้นที่รับผิดชอบ สอดคล้องกับ วิศิษฐ์ชัย นุใหม่ (2537: 72) ที่ระบุว่าปัญหาสำคัญของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม คือ ความไม่เพียงพอของงบประมาณที่ได้รับจัดสรร

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจำแนกตามสถานภาพแวดล้อมต่อหน้าที่ของเกษตรตำบล

สถานภาพแวดล้อมต่อหน้าที่ของเกษตรตำบล	จำนวนคน (N = 142)	ร้อยละ
อายุราชการ		
ไม่เกิน 15 ปี	7	4.93
15 – 20 ปี	30	21.13
21 – 25 ปี	98	69.01
26 ปีขึ้นไป	7	4.93
อายุราชการเฉลี่ย 21.87 ปี	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3.31 ปี	
อายุราชการสูงสุด 27 ปี	อายุราชการต่ำสุด 3 ปี	

ตารางที่ 2 (ต่อ)

สถานภาพแวดล้อมต่อหน้าที่ของเกษตรกรตำบล	จำนวนคน (N = 142)	ร้อยละ
ตำแหน่งปัจจุบัน		
เจ้าพนักงานการเกษตร 2	1	0.70
เจ้าพนักงานการเกษตร 3	1	0.70
เจ้าพนักงานการเกษตร 5	133	93.66
อื่น ๆ	7	4.93
ระยะเวลาในตำแหน่งปัจจุบัน		
ไม่เกิน 5 ปี	27	19.01
6 – 10 ปี	63	44.37
11 – 15 ปี	25	17.61
16 ปีขึ้นไป	27	19.01
เวลาดำรงตำแหน่งปัจจุบันเฉลี่ย 10.87 ปี	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 6.18 ปี	
เวลาดำรงตำแหน่งปัจจุบันสูงสุด 27 ปี	เวลาดำรงตำแหน่งปัจจุบันต่ำสุด 1 ปี	
ระยะเวลาทำงานในพื้นที่ปัจจุบัน		
ไม่เกิน 5 ปี	74	52.11
6 – 10 ปี	34	23.94
11 – 15 ปี	15	10.56
16 ปีขึ้นไป	19	13.38
ระยะเวลาอยู่ในพื้นที่ปัจจุบันเฉลี่ย 7.68 ปี	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 6.59 ปี	
ระยะเวลาอยู่ในพื้นที่ปัจจุบันสูงสุด 25 ปี	ระยะเวลาอยู่ในพื้นที่ปัจจุบันต่ำสุด 1 ปี	
การย้ายไปประจำอำเภออื่น		
เคย	126	88.73
ไม่เคย	16	11.27

ตารางที่ 2 (ต่อ)

สถานภาพแวดล้อมต่อหน้าที่ของเกษตรกรตำบล	จำนวนคน (N = 142)	ร้อยละ
จำนวนตำบลที่รับผิดชอบ		
1 ตำบล	88	61.97
2 ตำบล	48	33.80
3 ตำบล	6	4.23
จำนวนหมู่บ้านที่รับผิดชอบ		
ไม่เกิน 10 หมู่บ้าน	46	32.39
11 – 20 หมู่บ้าน	67	47.18
21 – 30 หมู่บ้าน	17	11.97
31 หมู่บ้านขึ้นไป	12	8.45
จำนวนหมู่บ้านรับผิดชอบเฉลี่ย 15.31 หมู่บ้าน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 7.56 หมู่บ้าน	
จำนวนหมู่บ้านรับผิดชอบสูงสุด 39 หมู่บ้าน	จำนวนหมู่บ้านรับผิดชอบต่ำสุด 6 หมู่บ้าน	
จำนวนครัวเรือนในพื้นที่รับผิดชอบ		
ไม่เกิน 1,000 ครัวเรือน	17	11.97
1,001 – 2,000 ครัวเรือน	67	47.18
2,001 – 3,000 ครัวเรือน	25	17.61
3,001 – 4,000 ครัวเรือน	19	13.38
มากกว่า 4,000 ครัวเรือน	14	9.86
ครัวเรือนในพื้นที่เฉลี่ย 2,143.16 ครัวเรือน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1,571.61 ครัวเรือน	
ครัวเรือนในพื้นที่สูงสุด 13,000 ครัวเรือน	ครัวเรือนในพื้นที่ต่ำสุด 550 ครัวเรือน	

ตารางที่ 2 (ต่อ)

สถานภาพแวดล้อมต่อหน้าที่ของเกษตรกรตำบล	จำนวนคน (N = 142)	ร้อยละ
ระยะห่างไกลที่สุดจากพื้นที่ส่งเสริม		
1 – 5 กิโลเมตร	7	4.93
6 – 10 กิโลเมตร	30	21.13
11 – 15 กิโลเมตร	20	14.08
16 – 20 กิโลเมตร	44	30.99
มากกว่า 20 กิโลเมตร	41	28.87
ระยะห่างระหว่างสำนักงานกับตัวเมืองจังหวัด		
1 – 5 กิโลเมตร	10	7.04
6 – 10 กิโลเมตร	9	6.34
11 – 15 กิโลเมตร	21	14.79
16 – 20 กิโลเมตร	16	11.27
มากกว่า 20 กิโลเมตร	86	60.56
พาหนะที่ใช้ในการปฏิบัติงาน		
มี	140	98.59
ไม่มี	2	1.41
กรรมสิทธิ์ในยานพาหนะ		
พาหนะส่วนตัว	139	97.89
พาหนะของราชการ	3	2.11
ประเภทยานพาหนะที่ใช้		
รถมอเตอร์ไซด์	49	34.51
รถยนต์	93	65.49

ตอนที่ 3 การใช้สื่อของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม

วิธีการส่งเสริมที่ส่วนใหญ่นิยมใช้

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 84.51 ใช้วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่ม รองลงมา ใช้วิธีการส่งเสริมแบบบุคคล และวิธีการส่งเสริมแบบมวลชน คิดเป็นร้อยละ 56.34 และ 26.05 ตามลำดับ (ตารางที่ 3)

วิธีการส่งเสริมแบบบุคคลที่เคยใช้

ผลการวิจัย พบว่า วิธีการส่งเสริมแบบบุคคลที่ผู้ให้ข้อมูลเคยใช้ ร้อยละ 56.34 คือ การไปเยี่ยมที่บ้านหรือไร่นา รองลงมาเป็นการติดต่อทางโทรศัพท์ และบุคคลมาพบ ณ สำนักงาน คิดเป็นร้อยละ 44.37 และ 35.21 ตามลำดับ โดยมีผู้ให้ข้อมูลเพียงร้อยละ 9.86 เท่านั้นที่เคยใช้วิธีการส่งเสริมแบบบุคคลโดยการติดต่อทางจดหมาย (ตารางที่ 3)

วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่มที่เคยใช้

ผลการวิจัยพบว่า วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่มที่ผู้ให้ข้อมูลเคยใช้ ร้อยละ 4.51 คือการจัดฝึกอบรม รองลงมาร้อยละ 61.97 เป็นการประชุมเกี่ยวกับการส่งเสริม ส่วนที่เหลือเป็นการส่งเสริมแบบกลุ่มโดยการสาธิต ทักษะศึกษา จัดงานวันเกษตร และการทดสอบในท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 42.96 33.10 30.99 และ 17.61 ตามลำดับ (ตารางที่ 3)

วิธีการส่งเสริมแบบมวลชนที่เคยใช้

ผลการวิจัยพบว่า วิธีการส่งเสริมแบบมวลชนที่ผู้ให้ข้อมูลเคยใช้ ร้อยละ 23.94 คือวิทยุ โดยมีผู้ให้ข้อมูลเพียงบางส่วนเท่านั้นที่เคยใช้วิธีส่งเสริมแบบมวลชนผ่านทางสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 2.11 (ตารางที่ 3)

การส่งเสริมและถ่ายทอดความรู้ทางเกษตรแก่เกษตรกร

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 66.90 ออกปฏิบัติงานส่งเสริมคนเดียว ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 33.10 จะออกปฏิบัติงานส่งเสริมเป็นกลุ่มหรือเป็นทีม (ตารางที่ 3)

สรุปลักษณะการใช้สื่อทางไกล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่นิยมใช้วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่ม โดยวิธีการส่งเสริมแบบกลุ่มที่ส่วนใหญ่เคยใช้คือการจัดฝึกอบรม การจัดประชุมเกี่ยวกับการส่งเสริม และการสาธิต ส่วนการส่งเสริมแบบบุคคลเป็นการไปเยี่ยมที่บ้านหรือไร่นาของกลุ่มเป้าหมาย สำหรับการส่งเสริมแบบมวลชนที่ส่วนใหญ่เคยใช้คือ วิทยุกระจายเสียง โดยการปฏิบัติงานส่งเสริม ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่จะออกปฏิบัติการคนเดียว

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมนิยมใช้วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่ม เช่น การฝึกอบรม หรือการประชุมเกี่ยวกับการส่งเสริม มากกว่าการเสริมแบบบุคคล เช่น การไปเยี่ยมเกษตรกรหรือกลุ่มเป้าหมายที่บ้านหรือไร่นา ทั้งนี้จะมีสาเหตุเนื่องจาก เจ้าหน้าที่ส่งเสริมมีพื้นที่รับผิดชอบกว้างและค่อนข้างห่างไกลจากสำนักงาน อีกทั้งมีครวัเรือนในความรับผิดชอบเป็นจำนวนมาก การจัดฝึกอบรม หรือจัดประชุมจึงเป็นวิธีการที่จะทำให้การส่งเสริมสามารถทำได้สะดวกและทั่วถึง สามารถครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก และใช้งบประมาณน้อยกว่าวิธีการอื่นๆ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจำแนกตามลักษณะการใช้สื่อ

ลักษณะการใช้สื่อ	จำนวนคน (N = 142)	ร้อยละ
วิธีการส่งเสริมที่ส่วนใหญ่นิยมใช้^(*)		
วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่ม	120	84.51
วิธีการส่งเสริมรายบุคคล	80	56.34
วิธีการส่งเสริมแบบมวลชน	37	26.05
วิธีการส่งเสริมรายบุคคลที่เคยใช้^(*)		
การเยี่ยมที่บ้านและไร่นา	80	56.34
การติดต่อทางโทรศัพท์	63	44.37
บุคคลมาพบ ณ สำนักงาน	50	35.21
การติดต่อทางจดหมาย	14	9.86

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ลักษณะการใช้สื่อ	จำนวนคน (N = 142)	ร้อยละ
วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่มที่เคยใช้^(*)		
การจัดฝึกอบรม	120	84.51
การประชุมเกี่ยวกับการส่งเสริม	88	61.97
การสาธิต	61	42.96
ทัศนศึกษา	47	33.10
การจัดงานวันเกษตร	44	30.99
การทดสอบในท้องถิ่น	25	17.61
วิธีการส่งเสริมแบบมวลชนที่เคยใช้^(*)		
วิทยุ	34	23.94
โทรทัศน์	3	2.11
การออกส่งเสริมและถ่ายทอดความรู้ทางเกษตรแก่เกษตรกร		
คนเดียว	95	66.90
เป็นกลุ่ม / ทีม	47	33.10

หมายเหตุ ^(*) ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

แหล่งความรู้เกี่ยวกับสื่อ

จากผลการวิจัยในตารางที่ 4 ลำดับแหล่งความรู้เกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในงานส่งเสริม หมายถึง ให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรเรียงลำดับแหล่งความรู้เกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในงานส่งเสริมจากมากไปหาน้อย โดยแหล่งความรู้เกี่ยวกับสื่อที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมได้รับมากที่สุดให้เลือกเป็นลำดับที่ 1 ส่วนแหล่งความรู้อื่นๆ ก็จะอยู่ในลำดับถัดไป จากนั้นนำลำดับแหล่งความรู้เกี่ยวกับสื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม (ลำดับที่ 1 ถึง 5) มาคำนวณน้ำหนักเฉลี่ย โดยให้คะแนนความรู้ดังนี้ ลำดับที่ 1 = 5 คะแนน ลำดับที่ 2 = 4 คะแนน ลำดับที่ 3 = 3 คะแนน ลำดับที่ 4 = 2 คะแนน และลำดับที่ 5 = 1 คะแนน นำค่าคะแนนเฉลี่ยที่ได้มาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ผลการวิจัยพบว่า

ผู้ให้ข้อมูลได้รับความรู้เกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในงานส่งเสริมจากหนังสือเรียนมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมาคือ คือ การฝึกอบรม เลือกเป็นลำดับที่ 2 มีคะแนนเฉลี่ย 3.89 นิตยสาร/วารสาร เลือกเป็นลำดับที่ 3 มีคะแนนเฉลี่ย 3.55 วิทยุ เลือกเป็นลำดับที่ 4 คะแนนเฉลี่ย 2.24 และโทรทัศน์ เลือกเป็นลำดับที่ 5 คะแนนเฉลี่ย 2.19 ตามลำดับ

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ค่ายาเรียน ยังคงเป็นแหล่งความรู้ที่สำคัญของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม เช่นเดียวกับการฝึกอบรม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะวิทยาการสมัยใหม่มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้รูปแบบของสื่อได้รับการปรับปรุงให้ทันสมัยยิ่งขึ้น แต่การพัฒนาที่ยังคงตั้งอยู่บนพื้นฐานทางวิชาการ เพราะฉะนั้นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมซึ่งเป็นตัวกลางระหว่างนักวิชาการกับชาวบ้าน และส่วนใหญ่เป็นผู้การศึกษาสูงจึงมีความถนัดและเคยชินกับการค้นคว้าจากตำราวิชาการเนื่องจากทำได้ง่ายและสะดวก ไม่มีข้อจำกัดของเวลา เมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งความรู้อื่น ๆ เช่น การฝึกอบรม รายการวิทยุ หรือโทรทัศน์ ซึ่งมีช่วงเวลาออกอากาศที่แน่นอน ทำให้เกิดข้อจำกัดในการรับความรู้ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมได้ ซึ่งในจุดนี้ถ้าหน่วยงานต้นสังกัดของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม เช่น สำนักงานพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยี หรือศูนย์สารสนเทศ ของกรมส่งเสริมการเกษตรสามารถผลิตสื่อวิทยุโทรทัศน์ให้ตอบสนองความต้องการของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมได้ ก็จะช่วยให้งานของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมมีแหล่งข้อมูลสำหรับพัฒนาเกษตรกรกลุ่มเป้าหมายให้พัฒนาต่อไป แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจโดยผู้มีอำนาจ (authority innovation-decisions) ซึ่งเป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมโดยผู้ที่อยู่ในตำแหน่งสูงกว่าคนอื่นภายในองค์กร เพราะมีบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 4 แหล่งที่มาของความรู้เกี่ยวกับสื่อของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม

แหล่งความรู้	ลำดับที่					คะแนน	คะแนน
	1	2	3	4	5	รวม	เฉลี่ย
หนังสือเรียน	61 (48.41)	44 (34.92)	17 (13.49)	4 (3.17)	- (-)	538	4.29
ฝึกอบรม	37 (32.46)	43 (37.72)	20 (17.54)	12 (10.53)	2 (1.75)	433	3.89
นิตยสาร/วารสาร	30 (38.46)	10 (12.82)	20 (25.64)	9 (11.54)	9 (11.54)	270	3.55
วิทยุ	9 (11.39)	3 (3.80)	15 (18.99)	23 (29.11)	29 (36.71)	156	2.24
โทรทัศน์	3 (3.90)	8 (10.39)	13 (16.88)	30 (38.96)	23 (29.87)	141	2.19

สื่อที่นิยมใช้งานส่งเสริม

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 84.51 นิยมใช้สื่อวัสดุสิ่งพิมพ์ในงานส่งเสริม รองลงมาคือ นิทรรศการ ร้อยละ 75.35 สื่อของจริงและของจำลอง ร้อยละ 65.49 แผ่นป้าย ร้อยละ 63.38 และสื่อภาพนิ่ง ร้อยละ 29.58 ในขณะที่สื่ออื่น ๆ คือ วิทยุ และโทรทัศน์ ถูกใช้งานโดยเจ้าหน้าที่ส่งเสริมค่อนข้างน้อย โดยมีสัดส่วนการใช้เพียงร้อยละ 23.94 และ 2.11 ตามลำดับ (ตารางที่ 5) ทั้งอาจเป็นเพราะสื่อประเภทวิทยุและโทรทัศน์ ส่วนใหญ่ถูกผลิตจากสื่อส่วนกลาง เจ้าหน้าที่ส่งเสริมส่วนใหญ่จะเป็นผู้รับสื่อประเภทนี้มากกว่าเป็นผู้ผลิตสื่อ

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่า สื่อสิ่งพิมพ์ นิทรรศการ และสื่อของจริงหรือแบบจำลอง ได้รับความนิยมจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมเป็นลำดับต้น ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเจ้าหน้าที่ส่งเสริมส่วนใหญ่มีความชำนาญในการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ อีกทั้งสื่อสิ่งพิมพ์สามารถจัดทำได้ง่าย มีความสะดวกในการนำไปใช้ มีข้อจำกัดในตัวสื่อค่อนข้างน้อย มีต้นทุนในการผลิตค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบ

กับสื่ออื่น ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ นอกจากนี้สื่อสิ่งพิมพ์ยังมีจุดเด่นอยู่ที่การผลิตทำได้ง่าย สามารถปรับปรุงแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเหมาะสมกับสื่อสำหรับงานส่งเสริมที่จะต้องปรับปรุงให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันอยู่เป็นประจำ ในส่วนของสื่อประเภทวิทยุกระจายเสียง ซึ่งเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ข่าวสารได้รวดเร็วและครอบคลุมพื้นที่กว้างขวาง แต่การผลิตต้องใช้ต้นทุนและงบประมาณค่อนข้างสูง การผลิตส่วนใหญ่มาจากส่วนกลางมากกว่า การผลิตโดยเจ้าหน้าที่ส่งเสริมซึ่งถือเป็นข้อจำกัดสำคัญ

แต่ในปัจจุบันข้อจำกัดดังกล่าวถูกลดบทบาทลงไป เพราะรัฐธรรมนูญ ฉบับปัจจุบันเปิดโอกาสให้ชุมชนมีสถานีวิทยุเป็นของตนเองภายใต้แนวคิด การนำเรื่องราวที่คนในชุมชน พูดในเรื่องของชุมชน ให้ชุมชนฟัง ซึ่งจุดเด่นของวิทยุชุมชน คือ ชุมชนเป็นเจ้าของ ลงทุนน้อย ประมาณ 60,000 บาทต่อสถานี ใช้กำลังส่ง 20-30 วัตต์ มีรัศมีออกอากาศ 10-30 กิโลเมตร ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ส่งเสริมของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรส่วนใหญ่ ถ้าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมสามารถร่วมกับชุมชนจัดตั้งสถานีวิทยุชุมชนขึ้นในพื้นที่รับผิดชอบ ก็จะเกิดประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ และชุมชนเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

การใช้สื่อของหน่วยงานส่งเสริม

ผลการวิจัย หน่วยงานต้นสังกัดของผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 80.28 ไม่มีการเจาะจงประเภทของสื่อที่ใช้ในงานส่งเสริมเป็นการเฉพาะ มีเพียง ร้อยละ 19.72 เท่านั้นที่เน้นประเภทของสื่อสำหรับงานส่งเสริมเป็นการเฉพาะ ประกอบด้วย สื่อวัสดุสิ่งพิมพ์มากที่สุด ร้อยละ 7.75 รองลงมาคือ นิทรรศการ ร้อยละ 3.52 ส่วนที่เหลือเป็นสื่อแผ่นป้าย สื่อของจริงหรือแบบจำลอง และสื่อวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 2.82 เท่ากัน

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่า การใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตร หน่วยงานต้นสังกัดจะไม่กำหนดรูปแบบของสื่อที่เฉพาะเจาะจงลงไป ทั้งนี้ก็น่าจะเป็นเหตุผลทางด้านความสะดวก และความเหมาะสมของเนื้อเรื่องที่ทำการส่งเสริม ซึ่งส่วนใหญ่การเลือกใช้สื่อน่าจะขึ้นอยู่กับวิจารณญาณของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมเองภายในข้อจำกัดต่างๆ ที่มีอยู่ ก็เป็นที่น่าสังเกตว่า ในหน่วยงานที่ระบุประเภทสื่อที่ชัดเจน สื่อวัสดุสิ่งพิมพ์ก็ยังคงเป็นตัวเลือกลำดับแรกที่น่าจะเลือกใช้ ซึ่งน่าจะเนื่องมาจากเหตุผลที่นักส่งเสริมวิชาการเกษตรส่วนมากจะมีความรู้ที่เกี่ยวกับการจัดทำวัสดุสิ่งพิมพ์ เพราะในการจัดทำวัสดุสิ่งพิมพ์เป็นการจัดทำที่ง่ายมีขั้นตอนไม่ยุ่งยากนัก เพียงแค่ทำทฤษฎีหรือหลักการรวมไปถึงผลงานที่วิจัยที่มีอยู่นำมาดัดแปลงปรับปรุงเนื้อหาลงบนแผ่นกระดาษก็สามารถใช้เป็นวัสดุสิ่งพิมพ์ที่สามารถนำออกไปใช้งานในงานส่งเสริมได้ ซึ่งเมื่อเทียบกับสื่อทาง

ไกลประเภทวิทยุขายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งมีรูปแบบในการผลิตที่ค่อนข้างยุ่งยาก และด้านสภาพการคลังของประเทศมีการให้การสนับสนุนที่ไม่ดีพอจึงทำให้หน่วยงานส่งเสริมต้องจำกัดสื่อที่ต้องใช้เพียงแค่อุปกรณ์ประเภทวัสดุสิ่งพิมพ์ นิทรรศการ แผ่นป้ายอยู่ลำดับแรก ๆ

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจำแนกตามการใช้สื่อ

การใช้สื่อ	จำนวนคน (N = 142)	ร้อยละ
สื่อที่นิยมใช้ในงานส่งเสริม (*)		
วัสดุสิ่งพิมพ์	120	84.51
นิทรรศการ	107	75.35
ของจริงและของจำลอง	93	65.49
แผ่นป้าย	90	63.38
ภาพนิ่ง	42	29.58
วิทยุ	34	23.94
โทรทัศน์	3	2.11
หน่วยงานเน้นการใช้สื่อเฉพาะ		
ไม่มี	114	80.28
มี (ระบุ)		
วัสดุสิ่งพิมพ์	11	7.75
นิทรรศการ	5	3.52
แผ่นป้าย	4	2.82
ของจริงและของจำลอง	4	2.82
วิทยุ	4	2.82

หมายเหตุ (*) ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการใช้สื่อ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 95.77 เคยได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการใช้สื่อ มีเพียงร้อยละ 4.23 เท่านั้นที่ระบุว่าไม่เคย (ตารางที่ 6)

ความรู้เกี่ยวกับการใช้และผลิตสื่อวิทยุกระจายเสียง

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมากกว่าครึ่ง ร้อยละ 55.45 ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการใช้และผลิตสื่อวิทยุกระจายเสียง แต่ก็มีผู้ให้ข้อมูลถึงร้อยละ 41.55 ที่มีความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียง โดยอาจเป็นความรู้จากการศึกษาด้วยตนเอง หรือจากการนิเทศโดยส่วนกลาง (ตารางที่ 6)

ความรู้เกี่ยวกับการใช้และผลิตสื่อวิทยุโทรทัศน์

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 66.20 ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการใช้และผลิตสื่อวิทยุโทรทัศน์ แต่ก็มีผู้ให้ข้อมูลถึงร้อยละ 33.80 ที่มีความรู้เกี่ยวกับการใช้และผลิตสื่อวิทยุโทรทัศน์ (ตารางที่ 6)

แหล่งข่าวสารการใช้สื่อทางไกล

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 52.82 รับรู้ข่าวสารการใช้สื่อทางไกลจากโทรทัศน์ รองลงมา ร้อยละ 40.85 ระบุว่ารับรู้ข่าวสารจากสื่อวิทยุ ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 6.34 ระบุว่าไม่เคยรับรู้ข่าวสารการใช้สื่อทางไกลจากแหล่งใดเลย (ตารางที่ 6)

การนิเทศงานให้ใช้สื่อทางไกล

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 57.04 ไม่เคยได้รับการนิเทศงานให้ใช้สื่อทางไกล ส่วนผู้ให้ข้อมูลที่เหลืออีกร้อยละ 42.96 ระบุว่าเคยได้รับการนิเทศให้ใช้สื่อทางไกล (ตารางที่ 6)

นโยบายการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงของหน่วยงาน

ผลการวิจัย พบว่า หน่วยงานของผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 70.42 มีนโยบายให้ใช้สื่อวิทยุกระจายเสียง มีเพียงร้อยละ 29.58 เท่านั้นที่ไม่มีนโยบาย (ตารางที่ 6)

นโยบายการใช้สื่อวิทยุโทรทัศน์ของหน่วยงาน

ผลการวิจัย พบว่า หน่วยงานของผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 53.52 มีนโยบายให้ใช้สื่อวิทยุโทรทัศน์ ในขณะที่ร้อยละ 46.48 ไม่มีนโยบายให้ใช้สื่อวิทยุโทรทัศน์ (ตารางที่ 6)

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมส่วนใหญ่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการใช้และการผลิตสื่อประเภทวิทยุกระจายเสียง เช่นเดียวกับสื่อทางไกลประเภทวิทยุโทรทัศน์ อาจเนื่องจากไม่มีอุปกรณ์สำหรับใช้ผลิตสื่อ หรือขาดงบประมาณในการผลิตสื่อ อีกทั้งเจ้าหน้าที่ส่งเสริมส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับการนิเทศงานให้ใช้สื่อทางไกล และไม่เคยมีประสบการณ์จริงในการใช้สื่อทางไกลประเภทวิทยุโทรทัศน์ ทำให้เจ้าหน้าที่ไม่มีความชำนาญ แม้ว่าจะมีความรู้จากการติดตามข่าวสารทางโทรทัศน์แต่ก็เป็นในเชิงทฤษฎีมากกว่าการปฏิบัติจริง จึงทำให้เจ้าหน้าที่ไม่มีความต้องการใช้สื่อดังกล่าวในงานส่งเสริม

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจำแนกตามความรู้เกี่ยวกับใช้สื่อทางไกล

ความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกล	จำนวนคน (N = 142)	ร้อยละ
การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการใช้สื่อ		
เคย	136	95.77
ไม่เคย	6	4.23
ความรู้เกี่ยวกับการใช้และผลิตสื่อวิทยุกระจายเสียง		
มี	59	41.55
ไม่มี	83	58.45
ความรู้เกี่ยวกับการใช้และผลิตสื่อวิทยุโทรทัศน์		
มี	48	33.80
ไม่มี	94	66.20

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกล	จำนวนคน (N = 142)	ร้อยละ
เคยรู้ข่าวสารการใช้สื่อทางไกลจากแหล่งใด		
ไม่เคย	9	6.34
วิทยุ	58	40.85
โทรทัศน์	75	52.82
ได้รับการนิเทศงานให้ใช้สื่อทางไกล		
เคย	61	42.96
ไม่เคย	81	57.04
หน่วยงานมีนโยบายให้ใช้สื่อ <u>วิทยุกระจายเสียง</u>		
มี	100	70.42
ไม่มี	42	29.58
หน่วยงานมีนโยบายให้ใช้สื่อ <u>วิทยุโทรทัศน์</u>		
มี	76	53.52
ไม่มี	66	46.48

ตอนที่ 4 ทักษะในการใช้สื่อทางไกลและความต้องการใช้สื่อทางไกล ในงานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

4.1 ความคิดเห็นต่อการใช้สื่อทางไกล

ระดับความคิดเห็นของเจ้าพนักงานส่งเสริมการเกษตรที่มีต่อการใช้สื่อทางไกลในการกระจายข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้แบ่งระดับทัศนคติออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ช่วงคะแนน	ระดับความคิดเห็น
4.21 – 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.61 – 4.20	เห็นด้วย
2.81 – 3.60	ไม่แน่ใจ
1.81 – 2.80	ไม่เห็นด้วย
1.00 – 1.80	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การใช้สื่อทางไกลในการกระจายข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมาย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูล “เห็นด้วย” (คะแนนเฉลี่ย 4.02) กับการใช้สื่อทางไกลในการกระจายข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นว่า สื่อทางไกลสามารถส่งกระจายข่าวสารไปได้ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 4.17) รองลงมา คือการใช้สื่อทางไกลช่วยประหยัดเวลาในการออกส่งเสริมของเจ้าหน้าที่ (คะแนนเฉลี่ย 4.11) สามารถสร้างการรับรู้ให้กับบุคคลกลุ่มเป้าหมายได้ก่อนที่จะออกส่งเสริมแบบรายบุคคล (คะแนนเฉลี่ย 4.08) สามารถครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วถึงยิ่งขึ้น (คะแนนเฉลี่ย 4.00) สามารถส่งข่าวสารเร่งด่วนไปยังบุคคลเป้าหมายได้ทันทั่วทั้ง (คะแนนเฉลี่ย 4.03) นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลยังเห็นด้วยว่า เกษตรกรในปัจจุบันสามารถเปิดรับข่าวสารด้านการเกษตรได้จากสื่อทางไกล (คะแนนเฉลี่ย 4.03) และมีกำลังซื้อเพียงพอที่จะจัดหาเครื่องรับข่าวสารด้านสื่อทางไกลได้เกือบทุกครัวเรือน (คะแนนเฉลี่ย 3.70) (ตารางที่ 7)

จะพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นด้วยกับประสิทธิภาพในการกระจายข้อมูลข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย แสดงว่าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมมองเห็นถึงข้อดีของสื่อทางไกลในการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ทั้งในส่วนของ การประหยัดเวลาในการส่งเสริม การครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย และการนำเสนอนวัตกรรมใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งน่าจะทำให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมยอมรับ

การใช้สื่อทางไกลมากขึ้น ในจุดนี้กรมส่งเสริมควรเข้ามาให้การสนับสนุนการผลิตสื่อ หรือสนับสนุนการพัฒนาความรู้ในการผลิตสื่อให้กับเจ้าหน้าที่ส่งเสริม เนื่องจากเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่พร้อมจะรับการสนับสนุนเทคโนโลยีเกี่ยวกับสื่อทางไกลอยู่แล้ว

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการใช้สื่อทางไกลในการกระจายข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งอาจเนื่องจากรับรู้และเข้าใจถึงประโยชน์ของการใช้สื่อทางไกลที่ช่วยให้การปฏิบัติงานส่งเสริมมีประสิทธิภาพครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งวิทยาการสมัยใหม่ทำให้การใช้และผลิตสื่อทางไกลมีความสะดวกยิ่งขึ้น ความก้าวหน้าของเทคนิคต่าง ๆ ทำให้มีการพัฒนาความรู้และความบันเทิงแก่กลุ่มเป้าหมาย สามารถถ่ายทอดไปยังผู้รับตามสถานที่ต่าง ๆ ที่มีอยู่ห่างไกลโดยไม่ต้องมีขอบเขตทำให้ประชาชนในชนบทได้รับความรู้ข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ได้ ซึ่งทำนอง สิงคาลวณิช ที่กล่าวว่า เมื่อวิทยาการทางด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารเจริญมากขึ้น ทำให้โอกาสที่จะนำสื่อประเภทต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับส่งสารแทนตัวบุคคลได้ในระบบทางไกลมีมากขึ้น เช่น กิจกรรมวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตรได้ด้วยดี โดยเฉพาะเป็นสื่อสนับสนุนสื่อบุคคลช่วยให้การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่มีประสิทธิภาพดีขึ้น เช่นเดียวกับ สวรรค์วี กระจิระ ได้วิจัยพบว่า สื่อโทรทัศน์มีบทบาทในการเปิดรับข่าวสาร ประชาชนจะเชื่อข่าวสารที่ได้จากโทรทัศน์มากกว่าสื่อประเภทอื่น เนื่องจากลักษณะของสื่อประเภทนี้จะสามารถเห็นได้ทั้งภาพและฟังเสียงการปรับปรุงทางด้านการเสนอข่าวเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ประเภทรายการที่เป็นประโยชน์จะช่วยให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งการนำภาพยนตร์มาเสนอทางโทรทัศน์ จะช่วยให้ประชาชนเกิดความทันสมัย เกิดความมุ่งหวังในการประกอบอาชีพ การเข้าใจผู้อื่น มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 7 ระดับความคิดเห็นของเจ้าพนักงานส่งเสริมการเกษตรที่มีต่อสื่อทางไกลด้านการกระจายข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมาย

ความคิดเห็นต่อสื่อทางไกล ด้านการกระจายข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมาย	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. สื่อทางไกลสามารถส่งกระจายข่าวสารไปได้ทั่วถึงกลุ่ม บุคคลเป้าหมาย	4.17	0.62	เห็นด้วย
2. การใช้สื่อทางไกลจะเป็นการประหยัดระยะเวลาในการ ออกส่งเสริมของเจ้าหน้าที่	4.11	0.64	เห็นด้วย
3. สื่อทางไกลสามารถสร้างการรับรู้แก่บุคคลกลุ่มเป้าหมาย ได้ก่อนที่จะออกส่งเสริมแบบรายบุคคล	4.08	0.66	เห็นด้วย
4. ข่าวสารที่เร่งด่วนสื่อทางไกลสามารถส่งไปถึงยังบุคคล กลุ่มเป้าหมายได้ทันทั่วทั้งที่	4.03	0.71	เห็นด้วย
5. เกษตรกรยุคนี้สามารถเปิดรับข่าวสารด้านการเกษตร จากสื่อทางไกลได้	4.03	0.68	เห็นด้วย
6. การใช้สื่อทางไกลจะช่วยทรัพยากรบุคคลในการส่ง เสริมจากที่เคยรับผิดชอบเจ้าหน้าที่เกษตรตำบล 1 คน ต่อเกษตรกรประมาณ 1,000 ครัวเรือน	4.00	0.71	เห็นด้วย
7. เกษตรกรในยุคนี้สามารถมีกำลังในการจับจ่ายซื้อ เครื่องรับข่าวสารด้านสื่อทางไกลได้เกือบทุกครัวเรือน	3.70	0.82	เห็นด้วย
รวม	4.02	0.50	เห็นด้วย

4.2 ระดับความต้องการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมวิชาการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาระดับความต้องการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมวิชาการเกษตรระดับตำบล ในจังหวัดเชียงใหม่ แบ่งการศึกษาออกเป็น 5 ด้าน คือ งานนิเทศเกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกล ความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกล ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อทางไกล การสื่อทางไกลในงานส่งเสริม และการใช้สื่อทางไกลร่วมกับสื่อประเภทอื่น โดยแบ่งระดับความต้องการออกเป็น 5 ระดับ ตามคะแนนที่ผู้ให้ข้อมูลระบุ แล้วนำมาคำนวณน้ำหนักคะแนนเฉลี่ย (Weight Mean Score; WMS) ตามเกณฑ์ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับความต้องการ
4.21 - 5.00	มากที่สุด
3.41 - 4.20	มาก
2.61 - 3.40	ปานกลาง
1.81 - 2.60	น้อย
1.00 - 1.81	น้อยที่สุด

ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ร้อยละ 48.59 ต้องการการนิเทศงานเกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกลในระดับมาก รองลงมา ร้อยละ 27.46 มีความต้องการระดับปานกลาง ร้อยละ 16.90 มีความต้องการระดับมากที่สุด โดยมีผู้ให้ข้อมูลเพียงร้อยละ 7.04 เท่านั้นที่มีความต้องการระดับน้อย (ตารางที่ 8) แสดงให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมต้องการได้รับการนิเทศงานเกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกล

ด้านความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกล ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ร้อยละ 44.37 ต้องมีเพิ่มความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกลในระดับมาก รองลงมา ร้อยละ 28.17 มีความต้องการระดับปานกลาง ร้อยละ 23.94 มีความต้องการระดับมากที่สุด โดยมีผู้ให้ข้อมูลเพียงบางส่วนเท่านั้นที่มีความต้องการระดับน้อย และน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.11 และ 1.41 ตามลำดับ (ตารางที่ 8) แสดงให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกลมากขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ในปัจจุบันสื่อทางไกลมีวิวัฒนาการก้าวหน้าไปอย่างมาก ถ้าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมไม่หาความรู้เกี่ยวกับสื่อเพิ่มเติม อาจไม่สามารถใช้สื่อเป็นเครื่องมือส่งเสริมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ร้อยละ 36.62 ต้องการความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อทางไกลในระดับมาก รองลงมามีความต้องการระดับปานกลาง และระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.35 และ 23.24 ตามลำดับ (ตารางที่ 8) แสดงให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อทางไกล ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยข้างต้น ทั้งนี้เนื่องจากเทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้การผลิตสื่อมีความสะดวกยิ่งขึ้น แต่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมก็จำเป็นต้องพัฒนาความรู้เกี่ยวกับเครื่องมือในการผลิตสื่อด้วย เพื่อให้การผลิตสื่อเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความต้องการของทั้งเจ้าหน้าที่ส่งเสริมและกลุ่มเป้าหมาย

ด้านการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริม ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ร้อยละ 48.59 ต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมอยู่ในระดับมาก รองลงมาร้อยละ 24.65 มีความต้องการระดับมากที่สุด และร้อยละ 23.24 มีความต้องการระดับปานกลาง มีเพียงร้อยละ 3.52 เท่านั้นที่มีความต้องการใช้สื่อทางไกลในระดับน้อย (ตารางที่ 8) แสดงให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมส่วนใหญ่ต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริม ทั้งนี้เพราะสื่อทางไกลช่วยให้เจ้าหน้าที่ทำงานส่งเสริมได้สะดวกยิ่งขึ้น เช่น การใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงแจ้งข้อมูลข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนเข้าไปดำเนินการส่งเสริมแบบบุคคล เป็นต้น

ด้านการใช้สื่อทางไกลร่วมกับสื่อประเภทอื่น ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ร้อยละ 47.18 ต้องการใช้สื่อทางไกลร่วมกับสื่อประเภทอื่นในระดับมาก รองลงมาร้อยละ 30.28 ต้องการในระดับมากที่สุด และร้อยละ 18.31 ต้องการในระดับปานกลาง (ตารางที่ 8) แสดงให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมส่วนใหญ่ต้องการใช้สื่อทางไกลร่วมกับสื่อประเภทอื่น ทั้งนี้อาจเนื่องจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมเข้าใจถึงข้อจำกัดเฉพาะตัวของสื่อทางไกลแต่ละประเภทเป็นอย่างดี จึงต้องการใช้สื่อส่งเสริมในลักษณะของสื่อทางไกลผสมกับสื่ออื่น ๆ เพื่อลดข้อจำกัดและเพิ่มประสิทธิภาพงานส่งเสริมให้ดียิ่งขึ้น

ตารางที่ 8 ระดับความต้องการใช้สื่อทางไกลของเจ้าพนักงานส่งเสริมการเกษตร

ระดับความต้องการ ใช้สื่อทางไกลของ เจ้าพนักงานส่งเสริม การเกษตร	การใช้สื่อทางไกลเพื่องานส่งเสริมการเกษตร									
	การนิเทศงานเกี่ยวกับ การใช้สื่อทางไกล		ความรู้เกี่ยวกับ การใช้สื่อทางไกล		ความรู้เกี่ยวกับ การผลิตสื่อทางไกล		การใช้สื่อทางไกล ในงานส่งเสริม		การใช้สื่อทางไกลร่วม กับสื่อประเภทอื่น	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	24	16.90	34	23.94	33	23.24	35	24.65	43	30.28
มาก	69	48.59	63	44.37	52	36.62	69	48.59	67	47.18
ปานกลาง	39	27.46	40	28.17	36	25.35	33	23.24	26	18.31
น้อย	10	7.04	3	2.11	20	14.08	5	3.52	4	2.82
น้อยที่สุด	-	-	2	1.41	1	0.70	-	-	2	1.41

จากผลการศึกษาข้างต้น สามารถแยกพิจารณาถึงรายละเอียดระดับความต้องการใช้สื่อทางไกลโดยเฉพาะสื่อวิทยุกระจาย และสื่อวิทยุโทรทัศน์ ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมวิชาการเกษตร ตำบล จังหวัดเชียงใหม่ ได้ดังนี้

ความต้องการใช้สื่อทางไกล

จากผลการศึกษาความต้องการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร โดยเฉพาะสื่อทางไกลประเภทวิทยุกระจาย และวิทยุโทรทัศน์ พบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมมีความต้องการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงสำหรับใช้งานส่งเสริมอยู่ในระดับ “มาก” ค่าเฉลี่ย 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82 มีความต้องการใช้สื่อทางไกลประเภทวิทยุโทรทัศน์อยู่ในระดับ “มาก” ค่าเฉลี่ย 3.94 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.94 ซึ่งจะสังเกตว่า ระดับความต้องการใช้สื่อทางไกลประเภทสื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์อยู่ในระดับมากเหมือนกัน (ตารางที่ 9) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเจ้าหน้าที่ส่งเสริมมองเห็นถึงประโยชน์ของการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริม ว่าสามารถทำให้การปฏิบัติ ส่งเสริมมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เมื่อแยกพิจารณาความต้องการใช้สื่อทางไกลออกเป็นแต่ละด้าน พบว่า

ด้านการนิเทศงานเกี่ยวกับการใช้สื่อ

ผลการวิจัยพบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมต้องการการนิเทศเกี่ยวกับการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.94) และสื่อวิทยุโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.92) อยู่ใน “ระดับมาก” เหมือนกัน

ด้านความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อ

ผลการวิจัยพบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมต้องการความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียง (ค่าเฉลี่ย 4.01) และสื่อวิทยุโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.87) อยู่ใน “ระดับมาก” เหมือนกัน

ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อทางไกล

ผลการวิจัยพบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมต้องการความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อวิทยุกระจายเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.74) และสื่อวิทยุโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.54) อยู่ใน “ระดับมาก” เหมือนกัน

ความต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริม

ผลการวิจัยพบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมต้องการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียง (เฉลี่ย 4.20) และสื่อวิทยุโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 4.09) อยู่ใน “ระดับมาก” เหมือนกัน

ความต้องการใช้สื่อทางไกลร่วมกับสื่อประเภทอื่น

ผลการวิจัยพบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมต้องการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียง (เฉลี่ย 4.20) และสื่อวิทยุโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ร่วมกับสื่อประเภทอื่นอยู่ใน “ระดับมาก” เหมือนกัน

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมมีความต้องการสื่อทางไกลอยู่ในระดับมาก ทั้งในส่วนของสื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากงานส่งเสริมการเกษตรซึ่งเป็นบริการของรัฐในการจัดหาบุคลากรส่งไปบริการความรู้แก่เกษตรกรให้ทั่วทุกคนเป็นไปได้โดยยาก เมื่อคำนึงถึงจำนวนเกษตรกรและพื้นที่ทำการเกษตร ขณะเดียวกันลักษณะการเกษตรกรรมของไทยทั้งระบบการผลิตและธรรมชาติการผลิต เช่น ฤดูกาลผลิตพืช ที่ส่วนใหญ่จะทำการผลิตพร้อม ๆ กัน มีส่วนทำให้เกิดขึ้นข้อจำกัดด้านเวลาทำงานส่งเสริมของเจ้าหน้าที่ เจ้าหน้าที่จึงจำเป็นต้องหามาตรการต่าง ๆ เข้ามาช่วยแก้ไข ซึ่งการนำสื่อทางไกลก็เป็นแนวทางหนึ่งในการปรับปรุงวิธีการส่งเสริม โดยเฉพาะการนำสื่อทางไกลมาผสมกับสื่อบุคคลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพงานส่งเสริม เช่น การใช้วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการผลิต การตลาด หรือปัญหาโรคระบาดแก่เกษตรกรกลุ่มเป้าหมาย ร่วมกับการนัดหมายจัดประชุมหรือสาธิตวิธีการแก้ไขปัญหา สนับสนุนข้อมูลจากสื่อวิทยุกระจายเสียง เป็นต้น

ตารางที่ 9 ระดับความต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมวิชาการเกษตร

ความต้องการ	ระดับความต้องการใช้สื่อทางไกล					
	สื่อวิทยุกระจายเสียง			สื่อวิทยุโทรทัศน์		
	เฉลี่ย	SD	ระดับ	เฉลี่ย	SD	ระดับ
ด้านการนิเทศงานเกี่ยวกับการใช้สื่อ	3.94	0.92	มาก	3.92	0.99	มาก
ด้านความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อ	4.01	0.90	มาก	3.87	1.05	มาก
ด้านความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อ	3.74	0.99	มาก	3.54	1.10	มาก
ด้านการใช้สื่อทางไกล	4.20	0.82	มาก	4.09	0.91	มาก
ด้านการใช้สื่อทางไกลผสมสื่ออื่น	4.18	0.84	มาก	4.10	0.86	มาก
รวม	4.09	0.82	มาก	3.94	0.94	มาก

ตอนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

ปัญหาการแพร่ข่าวสารไม่ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมาย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 86.62 เคยประสบปัญหาเผยแพร่ข่าวสารไม่ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมาย มีเพียงร้อยละ 13.38 เท่านั้นที่ไม่เคยมีประสบการณ์ดังกล่าว (ตารางที่ 10)

ปัญหาการใช้สื่อส่งเสริม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 73.94 เคยมีปัญหาจากการใช้สื่อในงานส่งเสริม ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 26.06 ระบุว่าไม่เคยมีปัญหาการใช้สื่อ (ตารางที่ 10)

สาเหตุของปัญหาการใช้สื่อ

ผลการวิจัยพบว่า สาเหตุของปัญหาในการใช้สื่อ ร้อยละ 31.69 เกิดจากผู้ให้ข้อมูลไม่รู้วิธีการใช้สื่อ รองลงมาคือ ไม่รู้วิธีการผลิตสื่อ ร้อยละ 30.28 และอีกร้อยละ 11.97 ผู้ให้ข้อมูลประสบกับไม่มีการนิเทศงาน ไม่มีอุปกรณ์ในการผลิตสื่อ

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมส่วนใหญ่เคยประสบเหตุการณ์เผยแพร่ข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ไม่ทั่วถึง เนื่องจากปัญหาการใช้สื่อในงานส่งเสริม ซึ่งสาเหตุของปัญหาส่วนใหญ่เกิดการเจ้าหน้าที่ส่งเสริมไม่รู้วิธีการใช้สื่อ และไม่รู้วิธีการผลิตสื่อ เมื่อพิจารณาจากสื่อประเภทวิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์ จะเห็นว่าลักษณะปัญหาของสื่อทั้งสองประเภทเป็นไปในลักษณะเดียวกัน คือ เกิดจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมไม่มีความรู้ในการใช้สื่อ และไม่มีความรู้ในการผลิตสื่อ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเทคโนโลยีการด้านสื่อมีความก้าวหน้าไปอย่างมาก โดยเฉพาะซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตสื่อ ทำให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมก้าวตามเทคโนโลยีไม่ทัน จึงไม่สามารถใช้งานสื่อสมัยใหม่ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ยังไม่รวมถึงการผลิตสื่อสมัยใหม่ หรือสื่อกราฟฟิกที่มีเครื่องมือหลากหลาย ยากแก่การเข้าใจของผู้ที่ไม่มีเวลาติดตามเทคโนโลยี แต่ทั้งนี้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเองก็ตระหนักในปัญหาและข้อจำกัดที่เกิดขึ้น ดังจะเห็นจะได้จาก ระดับความต้องการความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกล และความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อทางไกล ที่มีคะแนนความต้องการอยู่ในระดับมาก ดังผลการวิจัยข้างต้น ซึ่งในอนาคตสามารถแก้ไขปัญหา 2 ด้านที่กล่าวมาข้างต้นได้ รูปแบบการส่งเสริมย่อมจะมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจำแนกตามปัญหาการใช้สื่อทางไกล

ปัญหาการใช้สื่อทางไกล	จำนวนคน (N = 142)	ร้อยละ
ปัญหาการแพร่ข่าวสารไม่ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมาย		
มีปัญหา	123	86.62
ไม่มีปัญหา	19	13.38
ปัญหาการใช้สื่อในงานส่งเสริม		
มีปัญหา	105	73.94
ไม่มีปัญหา	37	26.06
สาเหตุของปัญหา		
ไม่รู้วิธีการใช้สื่อ	45	31.69
ไม่รู้วิธีการผลิตสื่อ	43	30.28
อื่น ๆ (ไม่มีการนิเทศงานและขาดวัสดุอุปกรณ์ในการผลิต)	17	11.97

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ (SUMMARY AND RECOMMENDATIONS)

การวิจัยเรื่อง “ความต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมวิชาการเกษตรตำบล จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรต่อผลงาน 2) สถานภาพแวดล้อมต่อหน้าที่ของเกษตรตำบล 3) การใช้สื่อของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร 4) ทักษะคติและความต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร และ 5) ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้สื่อทางไกลของ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร โดยรวบรวมข้อมูลจากนักส่งเสริมวิชาการเกษตรระดับตำบล จำนวน 142 ราย โดยไม่มีการสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและผ่านการทดสอบความตรง (validity) ส่วนข้อมูลที่ได้นำมาถอดรหัสและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS PC⁺

สรุปผลการศึกษา (Summary)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-50 ปี แต่งงานแล้วและยังคงอยู่ด้วยกัน ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

สถานภาพแวดล้อมต่อหน้าที่ของเกษตรตำบล

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีอายุราชการเฉลี่ย 21.87 ปี ดำรงตำแหน่งเจ้าพนักงานการเกษตร 5 โดยดำรงอยู่ในตำแหน่งปัจจุบันเฉลี่ย 10.87 ปี และทำงานอยู่ในพื้นที่ปัจจุบันเฉลี่ย 7.68 ปี ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เคยไปประจำอยู่อำเภออื่น ในส่วนของพื้นที่รับผิดชอบผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่จะมีพื้นที่รับผิดชอบ 1 ตำบล มีหมู่บ้านในความรับผิดชอบเฉลี่ย 15.31 หมู่บ้าน และมีครัวเรือนในพื้นที่รับผิดชอบเฉลี่ย 2,143.16 ครัวเรือน ส่วนใหญ่มีที่ตั้งสำนักงานอยู่ห่างจากพื้นที่

ส่งเสริมประมาณ 16-20 กิโลเมตร และอยู่ห่างจากตัวจังหวัดมากกว่า 20 กิโลเมตร ซึ่งผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นยานพาหนะปฏิบัติงานในพื้นที่

ลักษณะการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริม

สรุปลักษณะการใช้สื่อทางไกล

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ใช้วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่ม ในลักษณะของการการจัดฝึกอบรม การจัดประชุมเกี่ยวกับการส่งเสริม และการสาธิต ส่วนการส่งเสริมแบบบุคคลเป็นการไปเยี่ยมที่บ้านหรือไร่เนาของกลุ่มเป้าหมาย สำหรับการส่งเสริมแบบมวลชนที่ส่วนใหญ่เคยใช้คือวิทยุกระจายเสียง โดยการปฏิบัติงานส่งเสริมผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่จะออกปฏิบัติการส่งเสริมเพียงคนเดียว

แหล่งความรู้เกี่ยวกับสื่อ

ลำดับแหล่งความรู้เกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในงานส่งเสริม คือ การเรียงลำดับแหล่งความรู้เกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในงานส่งเสริมจากมากไปหาน้อย ผู้ให้ข้อมูลได้รับความรู้เกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในงานส่งเสริมจากหนังสือเรียนมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมาคือ คือ การฝึกอบรม เลือกเป็นลำดับที่ 2 มีคะแนนเฉลี่ย 3.89 นิตยสาร/วารสาร เลือกเป็นลำดับที่ 3 มีคะแนนเฉลี่ย 3.55 วิทยุ เลือกเป็นลำดับที่ 4 คะแนนเฉลี่ย 2.24 และโทรทัศน์ เลือกเป็นลำดับที่ 5 คะแนนเฉลี่ย 2.19 ตามลำดับ

สื่อทางไกลที่ใช้ในงานส่งเสริม

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่นิยมใช้สื่อวัสดุสิ่งพิมพ์ในงานส่งเสริม รองลงมาคือ นิทรรศการ และสื่อของจริงหรือของจำลอง หน่วยงานต้นสังกัดของผู้ให้ข้อมูล ส่วนใหญ่ไม่มีการเจาะจงประเภทของสื่อที่ใช้ในงานส่งเสริมเป็นการเฉพาะ มีเพียง ร้อยละ 19.72 เท่านั้นที่เน้นประเภทของสื่อสำหรับงานส่งเสริมเป็นการเฉพาะ โดยเน้นที่ สื่อวัสดุสิ่งพิมพ์มากที่สุด รองลงมาคือ นิทรรศการ สื่อแผ่นป้าย สื่อของจริงหรือแบบจำลอง และสื่อวิทยุ ตามลำดับ ในส่วนของการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการใช้สื่อ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ร้อยละ 95.77 เคยได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกล โดยมีผู้ให้ข้อมูลถึงร้อยละ 23.94 ที่มีความรู้เกี่ยวกับการใช้และผลิตสื่อวิทยุกระจายเสียง ในขณะที่มีผู้ให้ข้อมูลเพียงร้อยละ 2.11 เท่านั้น ที่มีความรู้เกี่ยวกับการใช้และผลิตสื่อวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งการรับรู้ข่าวสารการใช้สื่อทางไกลส่วนใหญ่ได้รับจากสื่อโทรทัศน์

รองลงมารับรู้ข่าวสารจากสื่อวิทยุ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ไม่เคยได้รับการนิเทศงานให้ใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริม

นโยบายการใช้สื่อทางไกลของหน่วยงาน

หน่วยงานของผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 70.42 มีนโยบายให้ใช้สื่อวิทยุกระจายเสียง และร้อยละ 53.52 มีนโยบายให้ใช้สื่อวิทยุโทรทัศน์ โดยผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 23.94 เคยใช้สื่อทางไกลประเภทวิทยุกระจายเสียง ในขณะที่มีเพียงร้อยละ 2.11 เท่านั้นที่มีประสบการณ์ใช้สื่อทางไกลประเภทวิทยุโทรทัศน์

ทัศนคติต่อการใช้สื่อทางไกล

การใช้สื่อทางไกลในการกระจายข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ให้ข้อมูล “เห็นด้วย” (คะแนนเฉลี่ย 4.02) กับการใช้สื่อทางไกลในการกระจายข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นว่า สื่อทางไกลสามารถส่งกระจายข่าวสารไปได้ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 4.17) รองลงมา คือการใช้สื่อทางไกลช่วยประหยัดเวลาในการออกส่งเสริมของเจ้าหน้าที่ (คะแนนเฉลี่ย 4.11) สามารถสร้างการรับรู้ให้กับบุคคลกลุ่มเป้าหมายได้ก่อนที่จะออกส่งเสริมแบบรายบุคคล (คะแนนเฉลี่ย 4.08) สามารถครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วถึงยิ่งขึ้น (คะแนนเฉลี่ย 4.00) สามารถส่งข่าวสารเร่งด่วนไปยังบุคคลเป้าหมายได้ทันท่วงที (คะแนนเฉลี่ย 4.03) นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลยังเห็นด้วยว่า เกษตรกรในปัจจุบันสามารถเปิดรับข่าวสารด้านการเกษตรได้จากสื่อทางไกล (คะแนนเฉลี่ย 4.03) และมีกำลังซื้อเพียงพอที่จะจัดหาเครื่องรับข่าวสารด้านสื่อทางไกลได้เกือบทุกครัวเรือน

ระดับความต้องการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมวิชาการเกษตรตำบล

เจ้าหน้าที่ส่งเสริม ร้อยละ 48.59 ต้องการการนิเทศงานเกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกลในระดับมาก รองลงมาร้อยละ 27.46 มีความต้องการระดับปานกลาง ร้อยละ 16.90 มีความต้องการระดับมากที่สุด โดยมีเพียงร้อยละ 7.04 เท่านั้นที่มีความต้องการระดับน้อย แสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมต้องการได้รับการนิเทศงานเกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกล

ด้านความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกล เจ้าหน้าที่ส่งเสริมร้อยละ 44.37 ต้องมีเพิ่มความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกลในระดับมาก รองลงมาร้อยละ 28.17 มีความต้องการระดับ

ปานกลาง ร้อยละ 23.94 มีความต้องการระดับมากที่สุด โดยมีเพียงบางส่วนเท่านั้นที่มีความต้องการระดับน้อย และน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.11 และ 1.41 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกลมากขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ในปัจจุบันสื่อทางไกลมีวิวัฒนาการก้าวหน้าไปอย่างมาก ถ้าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมไม่หาความรู้เกี่ยวกับสื่อเพิ่มเติม อาจไม่สามารถใช้สื่อเป็นเครื่องมือส่งเสริมได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

ด้านความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อ เจ้าหน้าที่ส่งเสริม ร้อยละ 36.62 ต้องการความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อทางไกลในระดับมาก รองลงมามีความต้องการระดับปานกลาง และระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.35 และ 23.24 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อทางไกล ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยข้างต้น ทั้งนี้เนื่องจากเทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้การผลิตสื่อมีความสะดวกยิ่งขึ้น แต่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมก็จำเป็นต้องพัฒนาความรู้เกี่ยวกับเครื่องมือในการผลิตสื่อด้วย เพื่อให้การผลิตสื่อเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความต้องการของทั้งเจ้าหน้าที่ส่งเสริมและกลุ่มเป้าหมาย

ด้านการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริม เจ้าหน้าที่ส่งเสริม ร้อยละ 48.59 ต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมอยู่ในระดับมาก รองลงมาร้อยละ 24.65 มีความต้องการระดับมากที่สุด และร้อยละ 23.24 มีความต้องการระดับปานกลาง มีเพียงร้อยละ 3.52 เท่านั้นที่มีความต้องการใช้สื่อทางไกลในระดับน้อย แสดงให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมส่วนใหญ่ต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริม ทั้งนี้เพราะสื่อทางไกลช่วยให้เจ้าหน้าที่ทำงานส่งเสริมได้สะดวกยิ่งขึ้น เช่น การใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงแจ้งข้อมูลข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนเข้าไปดำเนินการส่งเสริมแบบบุคคล เป็นต้น

ด้านการใช้สื่อทางไกลร่วมกับสื่อประเภทอื่น เจ้าหน้าที่ส่งเสริม ร้อยละ 47.18 ต้องการใช้สื่อทางไกลร่วมกับสื่อประเภทอื่นในระดับมาก รองลงมาร้อยละ 30.28 ต้องการในระดับมากที่สุด และร้อยละ 18.31 ต้องการในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมส่วนใหญ่ต้องการใช้สื่อทางไกลร่วมกับสื่อประเภทอื่น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเข้าใจถึงข้อจำกัดเฉพาะตัวของสื่อทางไกลแต่ละประเภทเป็นอย่างดี จึงต้องการใช้สื่อส่งเสริมในลักษณะของสื่อทางไกลผสมกับสื่ออื่นๆ เพื่อลดข้อจำกัดและเพิ่มประสิทธิภาพงานส่งเสริมให้ดียิ่งขึ้น

จากผลการศึกษา สามารถแยกพิจารณาถึงรายละเอียดระดับความต้องการใช้สื่อทางไกลโดยเฉพาะสื่อวิทยุกระจาย และสื่อวิทยุโทรทัศน์ ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมวิชาการเกษตรตำบล จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมมีความต้องการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงสำหรับใช้งานส่งเสริมอยู่ในระดับ “มาก” ค่าเฉลี่ย 4.09 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน 0.816 มีความต้องการใช้

สื่อทางไกลประเภทวิทยุโทรทัศน์อยู่ในระดับ “มาก” ค่าเฉลี่ย 3.94 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.905 ซึ่งจะสังเกตว่า ระดับความต้องการใช้สื่อทางไกลประเภทสื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์อยู่ในระดับมากเหมือนกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเจ้าหน้าที่ส่งเสริมมองเห็นถึงประโยชน์ของการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริม ว่าสามารถทำให้การปฏิบัติ ส่งเสริมมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เมื่อแยกพิจารณาความต้องการใช้สื่อทางไกลออกเป็นแต่ละด้าน คือ

ด้านการนิเทศงานเกี่ยวกับการใช้สื่อ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมต้องการการนิเทศเกี่ยวกับการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.94) และสื่อวิทยุโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.92) อยู่ใน “ระดับมาก” เหมือนกัน

ด้านความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมต้องการความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียง (ค่าเฉลี่ย 4.01) และสื่อวิทยุโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.87) อยู่ใน “ระดับมาก”

ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อทางไกล เจ้าหน้าที่ส่งเสริมต้องการความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อวิทยุกระจายเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.74) และสื่อวิทยุโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.54) อยู่ใน “ระดับมาก”

ความต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริม เจ้าหน้าที่ส่งเสริมต้องการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียง (เฉลี่ย 4.20) และสื่อวิทยุโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 4.09) อยู่ใน “ระดับมาก”

ความต้องการใช้สื่อทางไกลร่วมกับสื่อประเภทอื่น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมต้องการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียง (เฉลี่ย 4.20) และสื่อวิทยุโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ร่วมกับสื่อประเภทอื่นอยู่ใน “ระดับมาก”

เจ้าหน้าที่ส่งเสริมมีความต้องการสื่อทางไกลอยู่ในระดับมาก ทั้งในส่วนของการใช้วิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการส่งเสริมการเกษตรซึ่งเป็นบริการของรัฐในการจัดหาบุคลากรส่งไปบริการความรู้แก่เกษตรกรให้ทั่วทุกคนเป็นไปได้โดยยากเมื่อคำนึงถึงจำนวนเกษตรกรและพื้นที่ทำการเกษตร ขณะเดียวกันลักษณะการเกษตรกรรมของไทยทั้งระบบการผลิตและธรรมชาติการผลิต เช่น ฤดูกาลผลิตพืช ที่ส่วนใหญ่จะทำการผลิตพร้อม ๆ กันมีส่วนทำให้เกิดขึ้นข้อจำกัดด้านเวลาทำงานส่งเสริมของเจ้าหน้าที่ เจ้าหน้าที่จึงจำเป็นต้องหามาตรการต่าง ๆ เข้ามาช่วยแก้ไข ซึ่งการนำสื่อทางไกลก็เป็นแนวทางหนึ่งในการปรับปรุงวิธีการส่งเสริม โดยเฉพาะการนำสื่อทางไกลมาผสมกับสื่อบุคคลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพงานส่งเสริม การใช้วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการผลิต การตลาด หรือปัญหาโรคระบาดแก่เกษตรกรกลุ่มเป้าหมาย ร่วมกับการนัดหมายจัดประชุมหรือสาธิตวิธีการแก้ไขปัญหาสนับสนุนข้อมูลจากสื่อวิทยุกระจายเสียง เป็นต้น

ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกล

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ร้อยละ 86.62 เคยประสบปัญหาเผยแพร่ข่าวสารไม่ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมาย ร้อยละ 73.94 เคยมีปัญหามาจากการใช้สื่อในงานส่งเสริม สาเหตุของปัญหาในการใช้สื่อส่วนใหญ่ ร้อยละ 31.69 เกิดจากผู้ให้ข้อมูลไม่รู้วิธีการใช้สื่อ รองลงมาคือ ไม่รู้วิธีการผลิตสื่อ ร้อยละ 30.28

ข้อเสนอแนะ

(Recommendations)

ผลการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมวิชาการเกษตรตำบล จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสามารถใช้เป็นข้อมูลสำหรับการบริหารของกรมส่งเสริมการเกษตร นักวิชาการและเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินการส่งเสริมการเกษตรบรรลุตามวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงมีข้อมิเสนอแนะจากการวิจัยดังนี้

จากผลการวิจัยพบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมส่วนใหญ่จะเคยประสบกับปัญหาการแพร่ข่าวสารไม่ถึงกลุ่มบุคคลเป้าหมายถึง ร้อยละ 86.62 และสาเหตุของปัญหาคือส่วนมากแล้วนักส่งเสริมจะนิยมใช้สื่อประเภทวัสดุสิ่งพิมพ์เอกสารแผ่นพับ ซึ่งจากผลการวิจัยมีสูงถึงร้อยละ 90.85 จึงนำใช้ การนำความรู้ไปเผยแพร่และถ่ายทอดสู่กลุ่มเป้าหมายของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมไม่ทั่วถึง และถ้าหันมามองถึงการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมก็มีปัญหาเกิดขึ้นอีก เมื่อพิจารณาจากสื่อประเภท วิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์ จะเห็นว่าปัญหาของสื่อทั้งสองประเภทเป็นไปในลักษณะเดียวกัน คือเกิดจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมไม่มีความรู้ในการใช้สื่อและไม่มีความรู้ในการผลิตสื่อและที่สำคัญคือขาดการได้รับการนิเทศงานเกี่ยวกับสื่อทางไกลถึงร้อยละ 81 ซึ่งจากการที่ขาดการได้รับการนิเทศงานจากหน่วยงานใหญ่แล้ว ทำให้นักส่งเสริมขาดความรู้เกี่ยวกับสื่อทางไกลและเป็นการยากที่จะให้นักส่งเสริมสนใจในค้นคว้าแสวงหาความรู้เกี่ยวกับสื่อทางไกลด้วยตนเอง เนื่องจากว่าจากสื่อที่หน่วยงานมีการเน้นให้ใช้สื่อเฉพาะก็เป็นสื่อจำพวกวัสดุสิ่งพิมพ์ นิทรรศการ แผ่นป้าย จึงทำให้มองเห็นได้ว่าถ้านักส่งเสริมจะสนใจค้นคว้าหาความรู้ นักส่งเสริมจะต้องหาความรู้เกี่ยวกับสื่อประเภทวัสดุสิ่งพิมพ์นิทรรศการ แผ่นป้าย เพราะสื่อจำพวกนี้ผู้บริหารได้มีการเน้นให้ใช้ และถ้านักส่งเสริมจะหันมามองถึงการใช้สื่อทางไกลก็เป็นการยากที่นักส่งเสริมจะมี

โอกาสได้ใช้เพราะเนื่องจากการขาดการสนับสนุนจากรัฐ และอาจเนื่องมาจากเทคโนโลยีการด้านสื่อมีความก้าวหน้าไปอย่างมาก โดยเฉพาะซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตสื่อทำให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมก้าวตามเทคโนโลยีไม่ทัน การผลิตสื่อสมัยใหม่ มีเครื่องมือหลากหลาย ยกแก่การเข้าใจของผู้ที่ไม่มีเวลาติดตามเทคโนโลยี ดังนั้นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมควรมีการปฏิบัติดังนี้

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม

1.1 ระยะเวลาทำงานในพื้นที่ปัจจุบันส่วนใหญ่แล้วมีระยะเวลาทำงานในพื้นที่ปัจจุบันไม่เกิน 5 ปี ถึงร้อยละ 52.11 ดังนั้นผู้บริหารควรจะมีนโยบายให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมทำการรู้จักหาเวลาและโอกาสในการพบปะเกษตรกรหรือกลุ่มบุคคลเป้าหมายเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ และรับทราบถึงปัญหาของเกษตรกรอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งทำให้การใช้สื่อทางไกลสามารถตอบสนองความต้องการของเกษตรกร และที่สำคัญความรู้ที่ได้นั้นทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์สามารถใช้ในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและเป็นประโยชน์อย่างแท้จริง

1.2 จำนวนครัวเรือนที่รับผิดชอบเฉลี่ยเจ้าหน้าที่ 1 คน รับผิดชอบครัวเรือนในพื้นที่เฉลี่ย 2,143.16 ครัวเรือน ถ้าต้องการให้การส่งเสริมมีประสิทธิภาพไปในทางที่ดีและทั่วถึงนั้น เจ้าหน้าที่ส่งเสริม 1 คน ต้องรับผิดชอบเกษตรกร 500 ครัวเรือน ซึ่งขัดแย้งกับผลวิจัย ที่ได้คือรับผิดชอบถึง 2,143 ครัวเรือน ถ้าจะให้งานส่งเสริมมีประสิทธิภาพ สามารถแพร่กระจายข่าวสารได้ทั่วถึงเกษตรกรกลุ่มเป้าหมายทุกคน เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร 1 คน ควรได้รับผิดชอบจำนวนครัวเรือนเกษตรกร 500 ครัวเรือน ดังนั้นผู้บริหาร ควรที่จะมีนโยบายในการจัดบุคลากรในหน่วยงานให้รับผิดชอบในหน้าที่ในการส่งเสริมคือ ให้เจ้าหน้าที่ 1 คน รับผิดชอบเกษตรกร 500 ครัวเรือนหรืออาจจะเพิ่มจำนวนบุคลากรที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร

2. ลักษณะการใช้สื่อทางไกลของนักส่งเสริมวิชาการเกษตร

2.1 การส่งเสริมวิชาการเกษตรส่วนใหญ่แล้วเจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะทำงานเพียงคนเดียวถึงร้อยละ 66.90 ซึ่งจากการที่นักส่งเสริม เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเพียงคนเดียวต้องพิจารณาถึงความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมว่า มีความรู้ความสามารถที่จะแก้ปัญหาและดำเนินการพัฒนาได้มากน้อยเพียงไร ซึ่งถ้าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมไม่สามารถดำเนินการได้ครบวงจรก็จำเป็นต้องเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ส่งเสริมเพิ่มขึ้น เพื่อที่จะช่วยให้งานส่งเสริมการเกษตรมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ดังผู้บริหาร ควรจะมี นโยบายให้นักส่งเสริมออกทำหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรเป็นทีมเพราะว่าในการทำงานระหว่าง การทำงานคนเดียวและการทำงานเป็นกลุ่ม/ทีม งานที่ออกมาแล้วมีผลดีกว่าย่อมเป็น การทำงานเป็นกลุ่ม/ทีม เพราะหลายห้วงย้อมดีกว่าห้วงเดียว และจากที่นักส่งเสริมนิยมให้นักส่งเสริมออกทำงานเป็นทีมเพราะว่าในการส่งเสริมวิชาการเกษตรเชื่อว่าจะมีปัญหาเฉพาะเรื่อง

และเป็นการยากที่นักส่งเสริมคนเดียวจะรู้หมดทุกเรื่อง ถ้าผู้บริหารมีนโยบายให้นักส่งเสริมทำงานเป็นกลุ่ม/ทีม ผู้วิจัยคิดว่างานส่งเสริมวิชาการเกษตรจะมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

2.2 ความรู้เกี่ยวกับสื่อที่ได้นั้นส่วนใหญ่แล้วเจ้าหน้าที่ส่งเสริมได้รับมาจากหนังสือเรียน เป็นลำดับแรก ซึ่งอาจเนื่องมาจากนักส่งเสริมส่วนใหญ่เป็นบุคลากรที่มีความรู้สูงระดับปริญญาตรีสูงถึงร้อยละ 54.23 ซึ่งทำให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมมีความถนัดและความเคยชินกับการหาความรู้จากตำราเรียนหนังสือ เพราะเป็นสื่อที่ใช้ง่ายสะดวกไม่ยุ่งยาก และไม่จำกัดเวลาเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อประเภทวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่จำกัดเวลา จากสื่อที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมได้รับนั้นอาจจะไม่เพียงพอแก่ความต้องการ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมควรมีการร้องขอให้ผู้บริหารจัดการสนับสนุนทั้งด้านความรู้การผลิต การใช้เกี่ยวกับสื่อทางไกล ให้จัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับกับใช้สื่อทางไกลต่าง ๆ เพราะมีเจ้าหน้าที่สูงถึงร้อยละ 57.04 ที่ไม่เคยได้รับการนิเทศงานเกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกล ซึ่งจากที่ผู้วิจัยพบว่า นักส่งเสริมร้อยละ 57.04 ไม่เคยได้รับการนิเทศงานเกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกล ดังนั้นทางผู้บริหารหรือหน่วยงาน ควรที่จะจัดให้มีสนับสนุนงานเจ้าหน้าที่ส่งเสริมในด้านการให้การนิเทศงานเกี่ยวกับความรู้ด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นทั้งด้านความรู้ที่เกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกล การผลิตสื่อทางไกล และอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานหรืองานที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมรับผิดชอบ ซึ่งอาจจะช่วยทำให้งานส่งเสริมวิชาการเกษตรมีประสิทธิภาพสามารถกระจายแพร่ข่าวสารข้อมูลไปได้ทั่วถึงกลุ่มบุคคลเป้าหมาย

3. ทศนคติในการใช้สื่อทางไกลและระดับความต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่ส่งเสริม “เห็นด้วย” กับการใช้สื่อทางไกลผสมกับสื่ออื่น ๆ จะทำให้การทำงานส่งเสริมมีประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะสื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อวิทยุกระจายเสียง และเจ้าหน้าที่ส่งเสริมก็มีความต้องการใช้สื่อทางไกลอยู่ในระดับ “มาก” ดังนั้นหน่วยงานส่งเสริมควรที่จะให้การสนับสนุนในการใช้สื่อทางไกลแก่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมโดยมีการเน้นการใช้สื่อเฉพาะมีนโยบายให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมมีการใช้สื่อผสมระหว่างสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อวิทยุโทรทัศน์ผสมกับสื่อประเภทวัสดุสิ่งพิมพ์ที่มีการใช้มาก่อนหน้านี้แล้ว ซึ่งช่วยให้การส่งเสริมมีประสิทธิภาพสูงยิ่งขึ้น

4. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมส่วนใหญ่ ร้อยละ 86.62 เคยประสบปัญหาเผยแพร่ข่าวสารไม่ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมายและเคยมีปัญหามาจากการใช้สื่อในงานส่งเสริมถึงร้อยละ 73.94 ซึ่งจากการวิจัยพบว่านักส่งเสริมวิชาการเกษตรร้อยละ 86.62 เคยประสบปัญหาเผยแพร่ข่าวสารไปไม่ทั่วถึงกลุ่มบุคคลเป้าหมาย เพราะว่าสื่อที่นักส่งเสริมส่วนใหญ่นิยมใช้จะเป็นวิธีการ

ส่งเสริมแบบกลุ่มถึงร้อยละ 84.51 และสื่อที่นิยมใช้คือ วัสดุสิ่งพิมพ์สูงถึง 84.51% จึงทำให้การดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมวิชาการเกษตรมีปัญหาในการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารไม่ถึงตัวกลุ่มบุคคลเป้าหมายที่ต้องการให้รับข้อมูลดังนั้น ทางหน่วยงานหรือผู้บริหารชั้นสูง ควรที่จะมีนโยบายให้การสนับสนุนนักส่งเสริมในการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมวิชาการเกษตร เพราะในการใช้สื่อทางไกลนั้นจะสามารถช่วยขจัดปัญหาในการส่งข้อมูลไม่ถึงกลุ่มบุคคลเป้าหมายได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(Recommendations for Further Study)

จากผลการวิจัยการ ความต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมวิชาการเกษตรตำบล จังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการทำการศึกษาวิจัยในโอกาสต่อไปดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการศึกษากครั้งต่อไป

1.1 ในการจัดเก็บแบบสอบถามครั้งนี้มีข้อผิดพลาดเกี่ยวกับข้อมูลบางส่วนอาจจะไม่ครบถ้วนเท่าที่ควร ทำให้การเจาะลึกในแต่ละรายการไม่ลึกซึ้ง การศึกษาวิจัยทำนองเดียวกันควรศึกษารายละเอียดเฉพาะเรื่องให้ลึกซึ้งมากขึ้น ทำให้ใช้เวลาในการสัมภาษณ์น้อยลง และสามารถขจัดปัญหาเรื่องความสับสนในการตอบคำถามว่ากำลังพูดถึงเรื่องใดอยู่ ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นจริงมากที่สุด

1.2 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม ซึ่งมีสื่อที่ใช้อยู่หลายประเภท ปัญหาคือ เจ้าหน้าที่บางรายไม่มีประสบการณ์ใช้สื่อดังกล่าว ทำให้ไม่สามารถตอบคำถามได้ชัดเจนเพียงพอ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ลักษณะของคำถามควรจะเป็นแบบปลายเปิด โดยให้ผู้ตอบระบุประเภทสื่อ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของสื่อตามที่ผู้ให้ข้อมูลเคยมีประสบการณ์ ซึ่งจะทำให้ผู้ให้ข้อมูลนำเสนอปัญหาและความต้องการได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเนื้อเรื่องสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มเนื้อหาในส่วนของลักษณะปัญหาและข้อจำกัดจากการใช้สื่อทางไกลแต่ละประเภท เนื่องจากตัวสื่อทางไกลแต่ละประเภทมีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกัน เช่น สื่อวิทยุกระจายเสียง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก แต่ผู้รับสื่ออาจแปลความสื่อที่ได้รับไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้รับสื่อ หรือกรณีของการนิทรรศการ การฝึกอบรม มีจุดเด่นตรงการสร้างความเข้าใจให้กับผู้รับสื่อได้ง่าย แต่ก็มีข้อจำกัดตรงที่ไม่สามารถสื่อข่าวสารให้กลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง ซึ่งจากลักษณะของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยเสนอแนะว่า

2.1 ควรมีการศึกษาถึงประสิทธิภาพของสื่อทางไกลแต่ละประเภทภายใต้ข้อจำกัดต่าง ๆ ทั้งทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคม ของชุมชน เพื่อที่หน่วยงานภาครัฐ หรือเจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะได้ไปใช้ปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบการนำเสนอ ข่าวสาร หรือพัฒนางานส่งเสริมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.2 ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศ มีบทบาทในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารมากขึ้นทุกขณะ อีกทั้งภาครัฐก็ได้มีการสนับสนุนให้รวมศูนย์ข้อมูลต่าง ๆ ภายในตำบลทั่วประเทศ เข้าไว้ด้วยกัน ภายใต้โครงการอินเทอร์เน็ตตำบล ซึ่งในขณะนี้ผู้วิจัยเห็นว่ามีความน่าสนใจที่จะศึกษาถึงบทบาทของโครงการดังกล่าวต่องานส่งเสริมการเกษตร

บรรณานุกรม

- กฤติพล แก้วโพธิ์. 2536. ความต้องการและปัญหาของเกษตรกรในการรับรู้ข่าวสารการเกษตรจากวิทยุโทรทัศน์ อำเภอฟราวน จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้. เชียงใหม่.
- กัสดาล ชัยยศ. 2537. ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในจังหวัดอุดรธานี และจังหวัดเลย ที่มีต่องานเกษตรสัมพันธ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้. เชียงใหม่.
- กัลยารัตน์ อัฐรัตน์. 2522. ทักษะของเกษตรกรที่มีต่อสื่อมวลชนในหมู่ 3 ตำบลดอนมะเกลือ อำเภ่อูทอง จังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้. เชียงใหม่.
- เกษม จันทรน้อย. 2537. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: รุ่งแสงการพิมพ์.
- เกรียงศักดิ์ ปัทมรธา. 2543. การเชื่อมโยงการวิจัยและการส่งเสริม : พฤติกรรมการติดต่อสื่อสารระหว่างนักวิชาการเกษตรกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร และแนวคิดที่มีต่อการวิจัยและการส่งเสริมการเกษตร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. นนทบุรี.
- เจริญ นิยม. 2545. ความพึงพอใจของเกษตรกร ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อรายการการเกษตร ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้. เชียงใหม่.
- ชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี. 2541. บทบาทสื่อมวลชนกับการพัฒนาความเป็นสังคม. ในโลกของสื่อ. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. น.174.
- เชาวลิต ตนานนท์ชัย. 2544. ETV สื่อการศึกษาในยุคปฏิรูป. การศึกษาไทย. 2 (กรกฎาคม): 29-30.
- ณรงค์ สมพงษ์. 2535. สื่อเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์โอ.เอส. พรินติ้งเฮ้าส์.

“ตารางเผยแพร่รายการโทรทัศน์ทางการเกษตร”. 2546. <http://www.baac.or.th/message/tv/tv.htm>. 24/06/46.

“ตารางรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อการเกษตร”. 2546. <http://www.doae.go.th/radio/menu1.html>. 24/06/46.

ทำนอง สิงคาลวณิช. 2531. เอกสารสอนชุดวิชา การใช้สื่อทางไกลทางงานส่งเสริมการเกษตร. (พิมพ์ครั้งที่หก). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

เทพ พงษ์พานิช. 2525. หลักการส่งเสริมการเกษตร. เชียงใหม่: ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.

นภาพรณี อัจฉริยะกุล. 2535. ความหมายและความสำคัญของวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ หน่วย 1 ในเอกสารการสอนชุดวิชา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์. (พิมพ์ครั้งที่สอง). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

“นักวิชาการด้านวิทยุชุมชนยอมรับ อำนาจอรัฐแทรกแซงสื่อวิทยุชุมชน”. 2546. http://www.thaibja.org/radio_detail.asp?id=6. 24/06/46.

บุญธรรม จิตต์อนันต์. 2534. การบริหารงานส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์. (พิมพ์ครั้งที่สี่). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

_____. 2540. ส่งเสริมการเกษตร. (พิมพ์ครั้งที่สอง). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.

บุญสม วราเอกศิริ. 2539. ส่งเสริมการเกษตร : หลักและวิธีการ. (พิมพ์ครั้งที่สี่). เชียงใหม่: ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ประสาน หอมพูล และ ทิพวรรณ หอมพูล. 2532. จิตวิทยาทั่วไป: จิตวิทยาธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์พิศิษฐ์การพิมพ์.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่แปด). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์. 2537. การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.

พิบูล ทีปะปาล. 2536. การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย (Advertisings and Sales Promotion). กรุงเทพมหานคร: อมรการพิมพ์.

พูลศรี กนกวิจิตร และ ธวัชชัย สันติประภา. 2531. เอกสารสอนชุดวิชา การใช้สื่อทางไกลทางงานส่งเสริมการเกษตร. (พิมพ์ครั้งที่หก). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

มลวิภา ทรงวุฒิสิต. 2530. จิตวิทยาทั่วไปขั้นสูง. (พิมพ์ครั้งที่สอง). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

รังสฤษฎ์ มีชูวาศ. 2537. ความต้องการฝึกอบรมการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจังหวัดลำพูน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้. เชียงใหม่.

ราชบัณฑิตยสถาน. 2493. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2493. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์อักษรเจริญทัศน์.

_____. 2525. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2525. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์อักษรเจริญทัศน์.

วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์. 2541. สื่อสารการเกษตร. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

“วิทยุชุมชน: ก้าวเล็กๆ ที่ชัดเจนบนเส้นทางเสรีสื่อ”. 2546.

www.thaingo.org/story3/news_radicommun.htm. 24/06/46.

“วิทยุชุมชน เพื่อชุมชน”. 2546. www.asoke.info/interaction/fm108mhz/radiocommunity.html.

24/06/46.

วิรัช คงกะจันทร์. 2535. หลักการส่งเสริมการเกษตร. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ที.พี.พรินท์ จำกัด.

วิรัช ลภีรัตนกุล. 2540. การประชาสัมพันธ์ **PUBLIC RELATIONS**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____. 2544. นิเทศศาสตร์กับประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดเมธิตรายพรินต์.

วิศิษฐ์ชัย นุใหม่. 2537. การใช้สื่อของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรประจำตำบล ในจังหวัด เพชรบูรณ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้. เชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2537. การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนาการศึกษา.

ศุภวรรณ สัจจงพงศ์. 2534. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจจากรายการเกมโชว์ทาง โทรทัศน์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร.

“สถานีวิทยุกระจายเสียงทั่วประเทศไทย”. 2546. <http://www.prd.go.th/media/radiothai.asp>. 24/06/46.

“สถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการเกษตร”. 2546. www.doae.go.th/radio/. 24/06/46.

สมควร กวียะ. 2523. นิสัยการรับข่าวสารของประชาชนในหมู่บ้านชนบทไทย. เอกสารวิจัยหมายเลข 7. กรุงเทพมหานคร: สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สะอาด ดันสุกผล. 2537. คู่มือการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: ภาคพัฒนาตำราและเอกสาร วิชาการหน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู.

“สัมมนา วิทยุชุมชนแลกเปลี่ยนประสบการณ์ไทย-สหรัฐ”. 2546. http://www.thaibja.org/radio_detail.asp?id=5. 24/06/46.

“สื่อมวลชนในประเทศไทย”. 2546. <http://www.thaimain.org/thai/thailand/media.html>. 24/06/46.

เสรี วงษ์มณฑา. 2540. การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท A.N. การพิมพ์.

อุดม จุฬวรรณ. 2531. เอกสารสอนชุดวิชา การใช้สื่อทางไกลทางงานส่งเสริมการเกษตร.
(พิมพ์ครั้งที่หก). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง

ความต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมวิชาการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม

วิชาการเกษตรระดับตำบล จังหวัดเชียงใหม่

โปรดอ่านคำชี้แจงต่อไปนี้ให้เข้าใจก่อนพลิกหน้าต่อไป

1. แบบสอบถามนี้ต้องการทราบถึงความต้องการใช้สื่อทางไกลประเภท วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ ในงานส่งเสริมวิชาการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมวิชาการเกษตร ระดับตำบล จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงการส่งเสริมวิชาการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น
2. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน คือ
 - ตอนที่ 1 เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร
 - ตอนที่ 2 เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพแวดล้อมต่อหน้าที่ของเกษตรตำบล
 - ตอนที่ 3 เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สื่อของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร
 - ตอนที่ 4 เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติในการใช้สื่อทางไกลและความต้องการใช้สื่อทางไกลของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรระดับตำบล
 - ตอนที่ 5 เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้สื่อทางไกล
3. ขอความกรุณาให้ท่านพิจารณาเลือกคำตอบที่เป็นจริง และตรงกับข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด และกรุณาโปรดตอบคำถามให้ครบทุกข้อ เพราะการเว้นข้อใดข้อหนึ่งจะไม่สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ผลการวิจัยได้

8. ระยะห่างไกลที่สุดจากพื้นที่ส่งเสริมกับสำนักงาน

- () 1 – 5 กิโลเมตร () 6 – 10 กิโลเมตร
 () 11 – 15 กิโลเมตร () 16 – 20 กิโลเมตร
 () อื่นๆ โปรดระบุ.....

9. ระยะห่างระหว่างสำนักงานกับตัวเมืองจังหวัด

- () 1 – 5 กิโลเมตร () 6 – 10 กิโลเมตร
 () 11 – 15 กิโลเมตร () 16 – 20 กิโลเมตร
 () อื่นๆ โปรดระบุ.....

10. มีพาหนะที่ใช้ในการปฏิบัติงานหรือไม่

- () มี () ไม่มี

11. กรรมสิทธิ์ในยานพาหนะ

- () พาหนะส่วนตัว () พาหนะของราชการ

12. ยานพาหนะที่ใช้

- () รถมอเตอร์ไซด์ () รถยนต์
 () อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 3 การใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริม

1. วิธีการส่งเสริมส่วนใหญ่ใช้วิธีการส่งเสริมแบบใด

- () วิธีการส่งเสริมรายบุคคล
 () วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่ม
 () วิธีการส่งเสริมมวลชน

2. เคยใช้วิธีการส่งเสริมแบบรายบุคคลแบบใด

- () ไม่เคย () การเยี่ยมที่บ้านและไร่นา
 () บุคคลมาพบ ณ สำนักงาน () การติดต่อทางจดหมาย
 () การติดต่อทางโทรศัพท์ () อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. เคยใช้วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่มแบบใด

- () ไม่เคย () การประชุมเกี่ยวกับการส่งเสริม
 () การสาธิต () ทักษะคดี
 () การจัดฝึกอบรม () การทดสอบในห้องเรียน
 () การจัดงานวันเกษตร () อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. เคยใช้วิธีการส่งเสริมมวลชนแบบใด

- | | |
|--|--|
| ☐ ไม่เคย | ☐ หนังสือพิมพ์ |
| ☐ นิทรรศการ | ☐ เอกสารเผยแพร่ |
| ☐ วิทยุ | ☐ โทรทัศน์ |
| ☐ อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

5. ในการออกส่งเสริมวิชาการเกษตรส่วนใหญ่ออกส่งเสริม

- | | |
|----------------------------------|--|
| ☐ คนเดียว | ☐ เป็นกลุ่ม/ทีม |
|----------------------------------|--|

6. ความรู้เกี่ยวกับสื่อที่ได้นั้นส่วนใหญ่จะได้มาจากแหล่งใดเรียงจากมากถึงน้อย

- | | |
|---|--|
| ☐ หนังสือเรียน | ☐ ฝึกอบรม |
| ☐ นิตยสาร – วารสาร | ☐ วิทยุ |
| ☐ โทรทัศน์ | ☐ อื่นๆ โปรดระบุ..... |

7. ในการส่งเสริมส่วนใหญ่ใช้สื่อประเภทใด (ตอบได้มากกว่า 1 อย่าง)

- | | |
|---|--|
| ☐ แผ่นป้าย | ☐ วัสดุกราฟฟิก |
| ☐ วัสดุสิ่งพิมพ์ | ☐ ของจริงและของจำลอง |
| ☐ ภาพนิ่ง | ☐ นิทรรศการ |
| ☐ วิทยุ | ☐ ภาพยนตร์ |
| ☐ โทรทัศน์ | ☐ อื่นๆ โปรดระบุ..... |

8. ทางหน่วยงานมีการเน้นเฉพาะเจาะจงให้ใช้เฉพาะสื่อชนิดหนึ่งหรือไม่

- | | |
|---|--|
| ☐ มี (ถ้ามีโปรดระบุ) | |
| ☐ แผ่นป้าย | ☐ วัสดุกราฟฟิก |
| ☐ วัสดุสิ่งพิมพ์ | ☐ ของจริงและของจำลอง |
| ☐ ภาพนิ่ง | ☐ นิทรรศการ |
| ☐ วิทยุ | ☐ ภาพยนตร์ |
| ☐ โทรทัศน์ | ☐ อื่นๆ โปรดระบุ..... |
| ☐ ไม่มี | |

9. เคยรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมการเกษตรหรือไม่

- | | |
|------------------------------|---------------------------------|
| ☐ เคย | ☐ ไม่เคย |
|------------------------------|---------------------------------|

10. มีความรู้เกี่ยวกับการใช้และผลิตสื่อทางไกลประเภทวิทยุกระจายเสียงหรือไม่

- | | |
|-----------------------------|--------------------------------|
| ☐ มี | ☐ ไม่มี |
|-----------------------------|--------------------------------|

11. มีความรู้เกี่ยวกับการใช้และผลิตสื่อทางไกลประเภทวิทยุโทรทัศน์หรือไม่

- | | |
|-----------------------------|--------------------------------|
| ☐ มี | ☐ ไม่มี |
|-----------------------------|--------------------------------|

12. เคยทราบข่าวสารเกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมประเภทไหน
 () เคย () วิทยุ () โทรทัศน์
13. เคยได้รับการนิเทศงานให้ใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมหรือไม่
 () เคย () ไม่เคย
14. ในหน่วยงานมีนโยบายใช้สื่อทางไกลประเภท วิทยุกระจายเสียง หรือไม่
 () มี () ไม่มี
15. ในหน่วยงานมีนโยบายใช้สื่อทางไกลประเภท วิทยุโทรทัศน์ หรือไม่
 () มี () ไม่มี

ตอนที่ 4 เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติในการใช้สื่อทางไกลและความต้องการใช้สื่อทางไกล
 ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรระดับตำบล

4.1 ทัศนคติที่มีต่อสื่อทางไกล

ทัศนคติความคิดเห็น	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. สื่อทางไกลสามารถส่งกระจายข่าวสารไป ได้ทั่วถึงกลุ่มบุคคลเป้าหมาย					
2. สื่อทางไกลสามารถสร้างการรับรู้แก่บุคคล กลุ่มเป้าหมายได้ก่อนที่จะออกส่งเสริม แบบรายบุคคล					
3. การใช้สื่อทางไกลจะเป็นการประหยัดระยะ เวลาในการออกส่งเสริมของเจ้าหน้าที่					
4. การใช้สื่อทางไกลจะช่วยทรัพยากรบุคคล ในการออกส่งเสริมจากที่เคยรับผิดชอบเจ้า หน้าที่เกษตรตำบล 1 คน ต่อเกษตรกร ประมาณ 1,000 ครัวเรือน					
5. ในด้านข่าวสารที่เร่งด่วนสื่อทางไกล สามารถส่งไปถึงยังบุคคลกลุ่มเป้าหมายได้ ทันทั่วถึง					

4.1 ทักษะการที่มีต่อสื่อทางไกล (ต่อ)

ทัศนคติความคิดเห็น	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
6. เกษตรกรในยุคนี้อาจเปิดรับข่าวสาร ด้านการเกษตรจากสื่อทางไกลได้					
7. เกษตรกรในยุคนี้อาจมีกำลังในด้าน การใช้จ่ายซื้อเครื่องรับข่าวสารทางด้าน สื่อทางไกลได้เกือบทุกครัวเรือน					

4.2 ความต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมวิชาการเกษตร

ความต้องการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่ต้องการ
1. การนิเทศงานเกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกล เพื่องานส่งเสริมการเกษตร					
- วิทยุกระจายเสียง					
- วิทยุโทรทัศน์					
2. ความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกลเพื่องาน ส่งเสริมการเกษตร					
- วิทยุกระจายเสียง					
- วิทยุโทรทัศน์					
3. ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อทางไกลเพื่อ งานส่งเสริมการเกษตร					
- วิทยุกระจายเสียง					
- วิทยุโทรทัศน์					
4. ความต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริม					
- วิทยุกระจายเสียง					
- วิทยุโทรทัศน์					

4.2 ความต้องการใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมวิชาการเกษตร (ต่อ)

ความต้องการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่ต้องการ
5. ความต้องการใช้สื่อทางไกล <u>ร่วมกับ</u>					
สื่อประเภทอื่น					
- วิทยุกระจายเสียง					
- วิทยุโทรทัศน์					

ตอนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกล

5.1 ปัญหาในการใช้สื่อ

1. ในการส่งเสริมการเกษตรเคยประสบกับเหตุการณ์ที่แพร่ข่าวสารไม่ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมายหรือไม่
☐ มีปัญหา ☐ ไม่มีปัญหา
2. เคยมีปัญหาในการใช้สื่อในงานส่งเสริมหรือไม่
☐ มีปัญหา ☐ ไม่มีปัญหา
3. ปัญหาที่เกิดกับการใช้สื่อที่เคยใช้อยู่ส่วนใหญ่เป็นประเภทใด
☐ ไม่รู้วิธีการใช้สื่อ ☐ ไม่รู้วิธีการผลิตสื่อ
☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

5.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้สื่อทางไกลประเภทวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ในการส่งเสริมการเกษตร

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในการตอบคำถาม

นายฐานิส วงศ์อินตา

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ภาคผนวก ข
ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล : นายฐานิส วงศ์อินตา

วัน เดือน ปีเกิด : วันที่ 29 พฤศจิกายน 2521

ภูมิลำเนา : จังหวัดร้อยเอ็ด

ประวัติการศึกษา :

พ.ศ. 2540 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนร้อยเอ็ดวิทยาลัย

พ.ศ. 2544 วท.บ (สาขาเกษตรศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี)

สถาบันราชภัฏมหาสารคาม