



ใบรับรองวิทยานิพนธ์  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (ส่งเสริมการเกษตร)

ปริญญา

ส่งเสริมการเกษตร

ส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและเผยแพร่รายการ โทรทัศน์เชิงเกษตรในประเทศไทย

Factors Affecting Agricultural Television Program Production and Broadcasting in Thailand

นามผู้วิจัย นายสุรฤทธิ สุวรรณรัตน์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

( รองศาสตราจารย์พิชัย ทองดีเลิศ, ค.ด. )

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

( รองศาสตราจารย์สาวิตรี รั้งสิทธิ์, Ph.D. )

หัวหน้าภาควิชา

( รองศาสตราจารย์พิชัย ทองดีเลิศ, ค.ด. )

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

( รองศาสตราจารย์กัญญา ชีระกุล, D.Agr. )

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ ..... เดือน ..... พ.ศ. ....

สิงสิงห์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรในประเทศไทย

Factors Affecting Agricultural Television Program Production and Broadcasting in Thailand

โดย

นายสุรฤทธิ์ สุวรรณรัตน์

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ส่งเสริมการเกษตร)

พ.ศ. 2553

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สุรฤทธิ์ สุวรรณรัตน์ 2553: ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตร  
ในประเทศไทย ปรินญาวิทยาสตรมหาบัณฑิต (ส่งเสริมการเกษตร)  
สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์พิชัย ทองดีเลิศ, ค.ศ. 111 หน้า

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์  
เชิงเกษตร ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตร และเพื่อศึกษาข้อเสนอแนะ  
จากนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกบุคคล 3 กลุ่มคือ กลุ่มผู้ผลิตรายการ  
โทรทัศน์เชิงเกษตร กลุ่มผู้จัดของสถานีโทรทัศน์ และนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับงานด้านสื่อสารมวลชน  
ของหน่วยงานด้านการเกษตรหรืออาจารย์ด้านสื่อสารมวลชนจากสถาบันอุดมศึกษาที่มีความน่าเชื่อถือ

ผลการศึกษาพบว่า รายการต้นไม้ใบหญ้า ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์  
เป็นรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ออกอากาศนานที่สุด เป็นเวลา 216 เดือน รองลงมาเป็นรายการ  
ก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ เป็นเวลา 192 เดือน  
ช่วงเวลา 05.00 น. ถึง 05.30 น. และ 05.30 น. ถึง 06.00 น. เป็นช่วงเวลาที่มียุทธการโทรทัศน์เชิงเกษตร  
ออกอากาศมากที่สุดช่วงละ 3 รายการ ความยาวของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ออกอากาศผ่าน  
สถานีโทรทัศน์ มากที่สุดคือ 30 นาทีจำนวน 7 รายการ และ รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรใช้บุคลากรใน  
การผลิตจำนวน 4 คนถึง 5 รายการ

ปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดของการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร ได้แก่ เนื้อหาของรายการ  
เนื่องจากภาคการเกษตรมีเนื้อหาที่หลากหลาย ผู้ผลิตต้องเลือกเนื้อหาที่ดี มีประโยชน์ น่าสนใจ และ  
ตรงกลุ่มเป้าหมาย ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดในการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรผ่าน  
สถานีโทรทัศน์ ได้แก่ นโยบายของสถานี เนื่องจาก นโยบายจะเป็นแนวทางในการกำหนดการเผยแพร่  
รายการต่างๆ ของสถานี รายการที่จะออกอากาศต้องมีความสอดคล้องกับนโยบายของสถานีโทรทัศน์

สำหรับข้อเสนอแนะของนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน มีความเห็นในทิศทางเดียวกันว่า  
ทางรัฐบาลและสถานีโทรทัศน์ต้องให้ความสำคัญกับรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรมากกว่าที่เป็นอยู่ใน  
ปัจจุบัน ผู้ผลิตรายการต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาที่แท้จริงของการเกษตร

ลายมือชื่อนิติ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

Surarit Suwannarat 2010: Factors Affecting Agricultural Television Program Production and Broadcasting in Thailand. Master of Science (Agricultural Extension), Major Field: Agricultural Extension, Department of Agricultural Extension and Communication. Thesis Advisor: Associate Professor Pichai Tongdeelert, Ed.D. 111 pages.

The purpose of studying is to study basic information of producers in producing agricultural television programs, the factors of producing and broadcasting and the suggestions from mass media academics. The method of study is the focus interview on three groups of people :- 1. A group of agricultural television program producers. A group of managing directors of television stations. A group of academics for agriculture mass media or mass media instructors from universities.

On the result of study, the longest broadcasting agricultural program is “Ton Mai Bai Ya” on channel MCOT 9, broadcasted so long for 216 months. Next, the program “Kao Kai with Department of Agriculture is broadcasted for 192 months. On the period of broadcasting, three programs are broadcasted at 5.00 – 5.30 a.m. and the other three programs are at 5.30 – 6.00 a.m. 5 days a week. For the length of program, seven programs are broadcasted for 30 minutes. For the number of staff producing, five programs are operated by four people each.

The most important factor on producing agricultural television program is about all content because of a great variety of agriculture information. Producers must choose the interesting and useful information for specific target.

The most important factor on broadcasting is the television station’s policy because the policy is the guide line to set up many different programs broadcasted on television.

For mass media academics’s suggestions, they have only the same opinion that the government and television station managing directors should attract attention on agricultural television programs more importantly than in the present. The producers must know and understand agriculture content really.

---

Student’s signature

---

Thesis Advisor’s signature

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และตรวจ  
แก้ไขจาก รองศาสตราจารย์ ดร. พิชัย ทองดีเลิศ ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
รองศาสตราจารย์ ดร. สาวิตรี รังสิภัทร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ  
ท่านอาจารย์ทุกท่านที่ได้กล่าวนามมาแล้ว ไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่เป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนตลอดระยะเวลา  
การศึกษาและขอขอบพระคุณผู้จัดพิมพ์รายการของสถานีโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการเกษตร นักวิชาการที่  
ได้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน ขอขอบพระคุณภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตรที่มอบทุนสนับสนุน  
งานวิจัย

ขอขอบคุณ นายอภิวัฒน์ คำสิงห์ นายปาทงษ์ ชงชัย นางสาวธิดารัตน์ รุ่งเรืองชัยคงมี ที่ให้  
ความช่วยเหลือในการทำการวิจัยและเก็บข้อมูล ขอขอบคุณ เพื่อนๆ ปริญญาโทสาขาส่งเสริมการเกษตร  
ที่คอยช่วยเหลือและเป็นกำลังใจในการศึกษาและจัดทำวิทยานิพนธ์มาโดยตลอด

คุณค่าประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ขอบบอบแต่ บิดา มารดา ครูอาจารย์ ตลอดจน  
ผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน และเป็นกำลังใจในการศึกษาครั้งนี้จนประสบ  
ผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รองศาสตราจารย์ ดร. พิชัย ทองดีเลิศ ที่ให้ความอนุเคราะห์สนับสนุน  
ช่วยเหลือ เป็นกำลังใจ และตรวจแก้ไขในการทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

สุรฤทธิ สุวรรณรัตน์

เมษายน 2553

## สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตการวิจัย	3
ข้อจำกัดงานวิจัย	4
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ	4
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	6
แนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร	6
แนวความคิดเกี่ยวกับโทรทัศน์	12
ความสำคัญของโทรทัศน์ต่อเกษตรกร	38
ปัจจัยต่างๆ ในการผลิตรายการโทรทัศน์	41
การใช้สื่อโทรทัศน์ในงานส่งเสริมการเกษตร	48
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	52
กรอบแนวคิดการวิจัย	54
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	55
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	55
การเก็บรวบรวมข้อมูล	56
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	57
การวิเคราะห์ข้อมูล	58
บทที่ 4 ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์	59
ผลการวิจัย	59

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ข้อวิจารณ์	95
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	97
สรุปผลการวิจัย	97
ข้อเสนอแนะ	101
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	103
ภาคผนวก	105
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	106
ภาคผนวก ข แผนที่ความคิงานวิจัย	109
ประวัติการศึกษา และการทำงาน	111

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ระยะเวลาออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์	60
2	ช่วงเวลาที้ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์	61
3	ความยาวของรายการที้ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์	61
4	จำนวนบุคลากรที่ใช้ในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที้ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์	62
5	ปัจจัยด้านเงินทุนในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร	63
6	ปัจจัยด้านบุคลากรและความรู้ด้านการเกษตรในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร	64
7	ปัจจัยด้านทรัพยากรในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร	66
8	ปัจจัยด้านเนื้อหาและรูปแบบรายการในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร	67
9	ปัจจัยเกี่ยวกับเวลาในการออกอากาศของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร	69
10	ปัจจัยด้านนโยบายของสถานีโทรทัศน์ต่อการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร	70
11	ปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร	72

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
12	การคาดการณ์รายการเกษตรในอนาคต	74
13	นโยบายของสถานีโทรทัศน์ที่มีต่อรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร	76
14	รูปแบบรายการเชิงเกษตรที่สถานีโทรทัศน์ต้องการ	78
15	ความยาวของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่เหมาะสมต่อการเผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์	80
16	ช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการออกอากาศรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่เผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์	82
17	ปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรผ่านสถานีโทรทัศน์	84
18	การคาดการณ์สถานการณ์รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรในอนาคต	86
19	ปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตร	88
20	ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร	89
21	เวลาที่เหมาะสมสำหรับการออกอากาศรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร	91
22	การคาดการณ์สถานการณ์รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรในอนาคต	92

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดการวิจัย	54
ภาพผนวกที่		
1	แผนที่ความคิดงานวิจัย	110



# บทที่ 1

## บทนำ

### ความสำคัญของปัญหา

สังคมในยุคปัจจุบันที่ทุกคนแสวงหาข่าวสาร ข้อมูล เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปทุกนาที ทุกคนในสังคมทุกอาชีพไม่ว่าจะเป็นข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ เอกชน รวมไปถึงเกษตรกร จำเป็นต้องติดตามข้อมูล ข่าวสารต่างๆ จากสื่อที่มีอยู่มากมายไม่ว่าจะเป็นวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และโทรทัศน์ เมื่อมองจากคุณสมบัติในการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ให้เข้าถึงประชาชนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว และครบถ้วน กล่าวได้ว่าสื่อโทรทัศน์จัดเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้ทุกเพศ ทุกวัย และทำให้ผู้ชมได้ข้อมูลอย่างสะดวกสบาย อีกทั้งยังสามารถนำเหตุการณ์ข้อมูลจากต่างแดนที่ชัดเจนมาสู่ผู้ชมได้ถึงบ้าน จุดเด่นที่สำคัญของโทรทัศน์คือความรวดเร็วในการนำเสนอข้อมูล เหตุการณ์ต่างๆ ที่ผ่านสื่อโทรทัศน์มีความเข้าใจในตัวเองมากกว่าสื่ออื่นๆ เพราะประกอบด้วยภาพและเสียงในเวลาเดียวกัน รวมทั้งรายละเอียดของเนื้อหาที่สามารถเสนอได้ง่ายและละเอียดกว่าสื่อประเภทอื่นๆ

สื่อโทรทัศน์นับเป็นสื่อที่มีบทบาทและมีอิทธิพลสูง เนื่องจากโทรทัศน์สามารถส่งข้อมูลต่างๆ ไปยังผู้ชมจำนวนมากได้ทุกแห่งหนในเวลาอันรวดเร็ว และพร้อมกัน โดยที่ผู้ชมไม่จำเป็นต้องรู้หนังสือก็สามารถรับชมได้ส่งผลให้สื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลเหนือกว่าสื่อมวลชนชนิดอื่นๆ ในการดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้เป็นอย่างดี ดังที่เดล (Dale, 1969) ได้กล่าวว่า การรับรู้ของคนเราเกิดภาพเห็น 75% การได้ยิน 13% การสัมผัส 6% กลิ่น 3% จะเห็นได้ว่าโทรทัศน์นั้นนำเสนอได้ทั้งการเห็นและการได้ยินรวมกัน 88% ของประสาทสัมผัสการรับรู้ของมนุษย์เรา

ในสภาวะปัจจุบันที่สื่อโทรทัศน์มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นช่องทางเลือกใหม่ๆ ให้กับผู้รับข่าวสาร กล่าวคือ นอกจากจะมีสถานีโทรทัศน์ที่รับส่งโดยไม่ต้องเสียค่าสมาชิก (Free Tv) จำนวน 6 สถานี คือ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 สถานีโทรทัศน์กรมประชาสัมพันธ์ ช่องสทท (ช่อง 11 เดิม) และสถานีโทรทัศน์ TPBS แล้วยังมีระบบโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (True Vision) และเคเบิลทีวี เป็นช่องทางเลือกให้แก่ประชาชนผู้รับสารทั่วไปที่ยอมเสียค่าสมาชิก

รายเดือน ซึ่งสถานีโทรทัศน์แบบฟรีทีวีที่ดำเนินงานในลักษณะธุรกิจและบริหารงานโดยภาคเอกชน คือสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และช่อง 7 ที่ดำเนินงานในรูปแบบธุรกิจ ส่วนสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 ,ช่อง 9 ,ช่อง สทท และช่อง TPBS จัดเป็นแบบของรัฐวิสาหกิจ และราชการตามรูปแบบของการดำเนินงาน

แต่ในปัจจุบันธุรกิจด้านวิทยุโทรทัศน์มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เกิดการแข่งขันกันมากขึ้นเพื่อให้ได้รับความสนใจของผู้ชม ทำให้ผู้ผลิตรายการ และสถานีโทรทัศน์ มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนออยู่ตลอดเวลา รายการใดได้รับความสนใจน้อย มีโอกาสที่จะถูกถอดออกจากรายการ หรือปรับเปลี่ยนเวลาออกอากาศ สำหรับรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร จัดเป็นรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆทางด้านการเกษตร เพื่อมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายคือเกษตรกร ให้ได้รับความรู้ ข่าวสารต่างๆ ที่ทางรายการต้องการนำเสนอ ส่วนสถานีโทรทัศน์ของรัฐวิสาหกิจและหน่วยงานราชการ ยังมีการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ข่าวสารของทางหน่วยงานให้แก่เกษตรกร ในปัจจุบันรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร ได้มีจำนวนน้อยลงไปหรือบางรายการถูกปรับเปลี่ยนเวลาออกอากาศให้อยู่ในช่วงเวลาที่มีกลุ่มผู้ชมจำนวนไม่มาก เช่น ช่วงเวลา 04.30 ถึง 05.00 น. ซึ่งเป็นเวลาที่มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนคือเกษตรกร ทำให้ผู้สนับสนุนรายการส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าทางการเกษตรเป็นส่วนใหญ่ ทำให้รายได้ของผู้ผลิตรายการมีน้อยจนไม่สามารถที่จะผลิตรายการได้ต่อไป รายการโทรทัศน์เชิงเกษตร ได้เหลือน้อยลงไปเรื่อยๆ บางครั้งรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรจึงถูกจับไปรวมกับช่วงข่าวต่างๆของทางสถานีเป็นช่วงเวลาเพียงสั้นๆ

จากความสำคัญและสภาพปัญหาของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่กล่าวมา เห็นได้ว่ารายการโทรทัศน์เชิงเกษตรมีความสำคัญต่อการรับทราบ ข้อมูล ข่าวสาร และเทคโนโลยีใหม่ๆที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ในอนาคตถ้าเกษตรกรไม่มีรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรให้รับชม การพัฒนาการเกษตรของประเทศไทยจะขาดประสิทธิภาพ ผู้ศึกษาเห็นความสำคัญของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร จึงสนใจที่จะทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรของประเทศไทย เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้เสนอเป็นแนวทางให้แก่บุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ให้สามารถวางแผน จัดทำรายการเกษตรผ่านสื่อโทรทัศน์และสามารถพัฒนาทรัพยากรบุคคล เพื่อให้รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรอยู่คู่กับงานด้านการส่งเสริมการเกษตรต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะจากนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนจากหน่วยงานราชการและอาจารย์สถาบันอุดมศึกษา

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง วางแผนการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรให้มีคุณภาพ ตรงตามความต้องการของสถานีโทรทัศน์ เพื่อให้รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรสามารถให้ความรู้ ข่าวสาร แก่เกษตรกรได้ต่อไป

### ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและออกอากาศของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร ผ่านสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม (Free TV) โดยเป็นการศึกษาความคิดเห็นของ

1. ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม (Free TV)
2. ผู้จัดของสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม (Free TV) ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. (โมเดิร์นไนน์) และสถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS
3. นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนจากหน่วยงานราชการและอาจารย์สถาบันอุดมศึกษา

ประเด็นคำถามในแต่ละกลุ่มจะมีความแตกต่างกัน ตามความเหมาะสมและลักษณะของงานที่ปฏิบัติของแต่ละกลุ่ม

### ข้อจำกัดงานวิจัย

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ จะเก็บข้อมูลเฉพาะหน่วยงานหรือบริษัท ที่สมัครใจให้ข้อมูลเท่านั้น

### นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

**รายการโทรทัศน์เชิงเกษตร** หมายถึง รายการโทรทัศน์ที่นำเสนอเรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับการเกษตรมากกว่า 80% ของเนื้อหารายการ

**การผลิตและการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตร** หมายถึง กระบวนการในการผลิตสื่อวิทยุโทรทัศน์ได้แก่ การวางแผน การเตรียมการ การดำเนินการผลิตและหลังการผลิต จนกระทั่งออกอากาศของรายการ โทรทัศน์เชิงเกษตรผ่านสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม

**สถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม** หมายถึง สถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศโดยที่ผู้รับชมไม่ต้องเสียค่าสมาชิกในการรับชม (Free TV) ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. (โมเดิร์น ไนน์) และสถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS

**ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร** หมายถึง บุคคลหรือบริษัทตัวแทนที่ทำการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อนำออกเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์

**ผู้จัดของสถานีโทรทัศน์** หมายถึง ผู้บริหารหรือผู้ที่มีส่วนในการดำเนินงานวางนโยบายต่างๆ ของสถานีโทรทัศน์ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์น ไนน์ และสถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS

**ข้อมูลเบื้องต้นของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร** หมายถึง ระยะเวลาเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรผ่านสถานีโทรทัศน์ ช่วงเวลาที่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรเผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์ ความยาวของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่เผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์ จำนวนบุคลากรที่ใช้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร

**เงินทุน** หมายถึง เงินที่ได้รับการสนับสนุนจากบริษัทหน่วยงานต่างๆ ในการนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ

**บุคลากร** หมายถึง บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์

**ทรัพยากร** หมายถึง อุปกรณ์ต่างๆ ที่ในการผลิตรายการโทรทัศน์ เช่น กล้อง เครื่องตัดต่อ เครื่องบันทึกเสียง เป็นต้น

**การจัดการวางแผน** หมายถึง การวางแผนการดำเนินงานก่อนการเริ่มถ่ายทำรายการ

**เนื้อหารายการ** หมายถึง เนื้อหา ข้อมูลต่างๆ ที่นำเสนอผ่านรายการ

**รูปแบบของรายการ** หมายถึง ลักษณะของรายการที่เสนอผ่านสถานีโทรทัศน์

**เวลาออกอากาศ** หมายถึง วันและช่วงเวลาออกอากาศของรายการโทรทัศน์

**นโยบายของสถานีโทรทัศน์** หมายถึง แนวทางที่สถานีโทรทัศน์มอบให้ผู้ผลิตรายการเกษตรที่ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม

**นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน** หมายถึง นักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับงานด้านสื่อสารมวลชน ด้านการเกษตรหรืออาจารย์ด้านสื่อสารมวลชน ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร ในสถาบันศึกษาที่มีความน่าเชื่อถือ

## บทที่ 2

### การตรวจเอกสาร

การทำงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
2. แนวความคิดเกี่ยวกับโทรทัศน์
3. ความสำคัญของโทรทัศน์ต่อเกษตรกร
4. ปัจจัยต่างๆ ในการผลิตรายการโทรทัศน์
5. การใช้สื่อโทรทัศน์ในงานส่งเสริมการเกษตร
6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

ได้มีผู้ให้ความหมายของการสื่อสารแตกต่างกันออกไป

บุญเลิศ สุภคิลล (2523) ได้กล่าวว่า "การสื่อสาร" (Communication) มาจากภาษาละตินว่า "Communis" ซึ่งหมายถึงร่วมกัน (คล้ายคลึงกัน) ถ้าแปลตามรากศัพท์เดิม หมายถึง สิ่งที่มีส่วนทำให้เกิดความร่วมมือกัน ระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้อง หรือกล่าวโดยบุคคลทั่วไปก็คือ การสื่อสารเป็นกระบวนการในการส่งเสริมที่เกี่ยวข้อง หรือแลกเปลี่ยนข่าวสาร หรือความคิดระหว่างบุคคลต่อบุคคล

Schannon and Weaver (1948) กล่าวว่า การสื่อสารมีความหมายกว้างขวาง ครอบคลุมถึงวิธีการต่างๆ เป็นการแสดงออกเพื่อเป็นการสื่อความรู้สึกนึกคิดของบุคคลหนึ่งไปกระทบต่อบุคคลหนึ่ง วิธีการต่างๆ นั้นไม่ได้เฉพาะการพูดและการเขียนเท่านั้น แต่ยังแสดงถึงรูปภาพและละคร การแสดงออกถึงท่าทางต่างๆ ของมนุษย์อีกด้วย

Roger (1973) ได้ให้ความหมายว่า การสื่อสารคือ การที่ผู้ส่งสาร (source) ส่งสารไปยังผู้รับ (receiver) โดยมีวัตถุประสงค์ในการส่งสารเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวของผู้รับ ด้านความรู้ ทักษะคติ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับ

จากความหมายของการสื่อสารที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารเป็นการติดต่อ เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันด้วยวิธีต่างๆ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในผู้รับสาร

### องค์ประกอบของการสื่อสาร

Berlo (1960) ได้อธิบายถึง โครงสร้างกระบวนการสื่อสารไว้ เรียกว่า S M C R Model ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผู้ส่งข่าวสาร (Source : S) คือผู้สื่อสาร หรือผู้เป็นต้นข่าวอาจจะเป็นบุคคลเดี่ยวหรือคณะบุคคล หน่วยงานสถาบันต่างๆ ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ส่งข่าวสาร และในขณะเดียวกันก็อาจจะเป็นผู้รับข่าวสารก็ได้ ถ้าข่าวสารถูกส่งกลับเป็นการตอบโต้ซึ่งกันและกัน หรือที่เรียกว่า ยุคลวิถี (Two-way communication)
2. ข่าวสาร (Message : M) คือเรื่องและผู้ส่งข่าวสารต้องการส่งไปให้ผู้รับข่าวสาร ได้แก่ ความรู้ ข่าวสาร เรื่องราว หรือคำพูด ซึ่งอาจจะต้องมีการนำมาเข้ารหัส (Encoder) ออกมาเป็นรูปสัญลักษณ์ สัญลักษณ์ หรือกิริยาท่าทางต่างๆ และผู้รับจะถอดรหัส (Decoder) ออกมาในรูปที่ผู้รับสามารถเข้าใจ
3. ช่องทางของข่าวสาร (Channel : C) หรือสื่อกลาง เป็นสื่อที่ทำให้ผู้รับสารเกิดการมองเห็น การได้ยิน การสัมผัส การได้กลิ่น และการได้ทดสอบ ซึ่งขึ้นอยู่กับผู้ส่งสารจะเลือกส่งสารชนิดไหน ส่งให้แก่ผู้รับสาร ที่มีความแตกต่างกัน
4. ผู้รับข่าวสาร (Receiver : R) หรือจุดหมายปลายทางของผู้ส่งสาร ซึ่งอาจจะเป็นบุคคลเดี่ยว หรือกลุ่มบุคคลก็ได้ ในขณะที่เป็นผู้รับสารก็สามารถเป็นผู้ส่งข่าวสารได้ หากเป็นการสื่อสารแบบยุคลวิถีที่มีลักษณะตอบโต้กัน

## กระบวนการติดต่อสื่อสาร

ปรมะ สตะเวทิน (2539) กล่าวว่า กระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication process) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการพูด การเขียน การฟัง การแลกเปลี่ยนทักษะ ข้อเท็จจริง ความคิดเห็น และประสบการณ์ อันก่อให้เกิดปฏิภรียาสัมพันธ์ในบรรดานุคคลที่อยู่ในสังคม วิธีการส่งเสริม และเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตร จึงเป็นวิธีการสื่อสารแทบทั้งสิ้น ซึ่งอาจจำแนกได้ 2 แบบ คือ

1. แบบเอกวิถี (One-way communication process) หรือแบบทิศทางเดียวเป็นกระบวนการติดต่อสื่อสารขั้นพื้นฐานที่สุด กระบวนการประกอบไปด้วย ผู้ส่งจะส่งข่าวสารไปยังผู้รับเท่านั้น



2. แบบยุกคลิวิถี (Two-way communication process) เป็นการติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง กระบวนการนี้เกิดขึ้นโดยการส่งข้อมูลย้อนกลับ (Feed back) ออกมาในรูปข่าวสาร แล้วผู้รับได้ส่งกลับไปยังผู้ส่งในทันทีทันใด โดยอาจผ่านสื่อชนิดเดียวกัน หรือต่างกันได้



## โครงสร้างของกระบวนการติดต่อสื่อสาร

โครงสร้างของการติดต่อสื่อสารนั้นมีผู้ได้ให้แนวคิดไว้ 3 ลักษณะ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. กระบวนการติดต่อสื่อสารตามแนวคิดของ Schramm ได้มีแนวความคิดว่า ผู้ส่งสารจะต้องดำเนินการเข้ารหัสด้วยวิธีการอย่างใดอย่างหนึ่งเสียก่อน แล้วจึงส่งสารออกไปเป็นสัญญาณตามระบบของการเข้ารหัสนั้น ขึ้นต่อมาในด้านผู้รับก็จะถอดรหัสสัญญาณดังกล่าว โดยออกมาเป็นข้อมูล เพื่อให้เข้าใจในความหมายนั้น ซึ่งพื้นฐานประสบการณ์ของผู้ส่งสารและผู้รับจะมีอิทธิพลต่อกระบวนการติดต่อสื่อสาร เช่น พื้นฐานความรู้ ทักษะ ประสิทธิภาพในชีวิต สภาพสังคมที่ตนประสพอยู่ และความสามารถในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งผู้ส่งและผู้รับแต่ละคนมีไม่เท่ากัน หรือ

กว้างขวางไม่เหมือนกัน ขอบเขตในเรื่องดังกล่าวที่แต่ละคนมี เราเรียกว่า กรอบแห่งการอ้างอิง หรือ กรอบแห่งภูมิหลัง (Frame of reference)

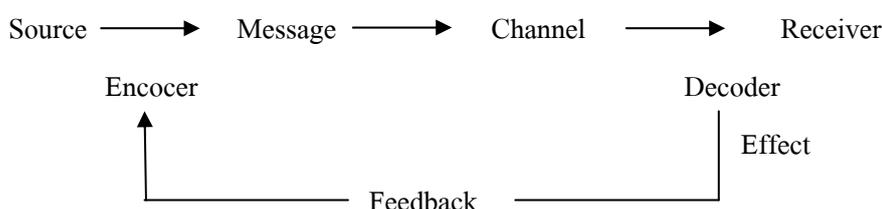


กรอบแห่งการอ้างอิง

3. กระบวนการตามแนวความคิดของ Berlo (1960) หรือที่เรียกกันว่า S-M-C-R เป็นรูปแบบที่พัฒนาขึ้นโดยการอาศัยพื้นฐานทางทฤษฎีพฤติกรรมศาสตร์และการวิจัยจากองค์ประกอบของผู้ส่งข่าวสาร ซึ่งประกอบไปด้วยทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ระดับความรู้ สถานะทางสังคม และวัฒนธรรม ข่าวสารประกอบด้วยปัจจัยด้านรหัส เนื้อหา การจัดระเบียบ ข่าวสารและแนวทางข่าวสาร ช่องทางของข่าวสาร สารจะไปถึงผู้รับด้วยช่องทางธรรมชาติ การได้ดู การได้ยิน การได้กลิ่น การสัมผัส การชิมรส ผู้รับข่าวสารจะมีลักษณะเหมือนกับผู้ส่งข่าวสาร ด้านผู้ส่งและผู้รับจะมีพื้นฐานประสบการณ์แตกต่างกัน และจะมีปฏิกิริยาตอบกลับ



4. กระบวนการตามแนวคิดของ Rogers and Shoemaker (1971) เป็นบทสรุปความคิดของ Berlo โดยการเพิ่มผล (Effect : E) เข้ามาอีกอย่างหนึ่ง จึงอาจเรียกสั้นๆ ว่า S-M-C-R-E Model และเพิ่มปฏิกิริยาตอบกลับ เข้าไปอีก



## ประเภทการติดต่อสื่อสาร

ประมะ สตะเวทิน (2535) ได้จำแนกประเภทของการสื่อสารดังนี้คือ

1. การติดต่อสื่อสารภายในตัวบุคคลเอง (Intrapersonal communication) เป็นการติดต่อสื่อสารที่ไม่ต้องการให้ผู้อื่นได้รับทราบ โดยที่การติดต่อสื่อสารนั้นเกิดขึ้นภายในตัวของผู้ส่งข่าวสารเอง

เข้ารหัส → ตีความข่าวสาร → ผู้รับข่าวสาร

2. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล หรือบุคคลหนึ่งต่อบุคคลหลายๆ บุคคล ในลักษณะของการเผชิญหน้ากันที่เรียกว่า Face to Face ซึ่งผู้ส่งและผู้รับสามารถแสดงกิริยาตอบโต้ข่าวสารนั้นได้ทันที

ผู้ส่งสาร → ข่าวสาร → ผู้รับสาร  
← ถอดรหัส ←

3. การติดต่อสื่อสารแบบมวลชน (Mass communication) เป็นการติดต่อสื่อสารโดยผู้ส่งข่าวสารผ่านสื่อไปยังผู้รับข่าวสารที่เป็นกลุ่มบุคคลจำนวนมากมาย ซึ่งผู้ส่งสารไม่อาจทราบได้ว่าเป็นใครบ้าง ซึ่งกระจายอยู่ในที่ต่างๆ โดยที่กลุ่มมวลชนนั้นมีความแตกต่างกันอย่างมาก ทั้งเรื่องเพศ อายุ ระดับการศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ ผู้ส่งข่าวสารอาจจะไม่ได้รับข้อมูลกลับมาเลยว่า ข่าวสารที่ส่งออกไปมีข้อดีข้อเสียอย่างไร เป็นวิธีการติดต่อสื่อสารแบบทางเดียว ผลดีคือสามารถกระจายข่าวสารไปได้ครั้งเดียวให้กับผู้รับข่าวสารเป็นจำนวนมากๆ แต่มีผลเสีย คือไม่ทราบข่าวสารที่กระจายออกไปนั้น มีประโยชน์กับผู้รับอย่างไร นอกจากจะมีการติดตามประเมินผล หรือได้รับจดหมายตอบกลับจากผู้ฟัง

สถานีวิทยุ → การเข้ารหัส  
และ → ข่าวสาร → ตีความข่าวสาร → ผู้รับข่าวสาร  
โทรทัศน์ → ถอดรหัส

## การติดต่อสื่อสารกับการส่งเสริมการเกษตร

บุญสม เอกวาราศิริ (2529) กล่าวถึงการติดต่อสื่อสารกับการส่งเสริมการเกษตรว่า การส่งเสริมการเกษตรเป็นกระบวนการเรียนการสอน และบริการที่จะให้เกษตรกร และบุคคลเป้าหมาย มีการเปลี่ยนแปลงเป้าหมาย เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เพื่อพัฒนาการเกษตร และความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมในฐานะผู้ทำงานใกล้ชิดกับเกษตรกร ทำหน้าที่เสนอแนะความรู้ วิชาการและแก้ไขปัญหา ร่วมกับเกษตรกร ซึ่งจะต้องมีความรู้ด้านวิชาการ ความเข้าใจถึงเทคนิค และวิธีการต่างๆ ที่จะถ่ายทอดความรู้ ความคิดและข่าวสารต่างๆ ไปสู่เกษตรกร ไม่ว่าจะเป็นรายบุคคล หรือกลุ่มบุคคลก็ตาม โดยรับความคิดปัญหาอุปสรรคของเกษตรกร เพื่อหาทางแก้ปัญหาเหล่านั้นให้บรรลุจุดมุ่งหมายที่ต้องการ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจึงต้องทราบหลักการ กระบวนการ องค์ประกอบ ปัญหาอุปสรรคของการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้เลือกใช้รูปแบบของการสื่อสารที่ใช้ในการถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ ประสบการณ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ส่งเสริมกับเกษตรกร เป็นไปอย่างถูกต้องสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ ในบางครั้งอาจเกิดการล้มเหลว (Communication breakdown) เกิดขึ้น เมื่อมีการถ่ายทอดแนวความคิดและข่าวสารออกไปแล้ว ปรากฏว่าผู้รับข่าวสารมีความคิด ความเข้าใจไม่ตรงกับผู้ส่งสารต้องการ จึงเป็นปัญหาที่จะทำอย่างไรให้เกษตรกรเกิดความเข้าใจไปในทางเดียวกันกับเจ้าหน้าที่

การประยุกต์ทฤษฎี และหลักการติดต่อสื่อสารมาใช้ในการส่งเสริมการเกษตรนั้น ควรยึดกลุ่มเป้าหมายที่ตัวเกษตรกร โดยแบ่งออกได้ 3 ลักษณะคือ

1. การติดต่อสื่อสารกับเกษตรกรเป็นรายบุคคล เป็นการติดต่อสื่อสารโดยตรงระหว่างเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรกับเกษตรกรแต่ละคน ด้วยกระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นส่วนใหญ่ จะทำให้เกษตรกรเกิดความอบอุ่นใจ ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร การติดต่อสื่อสารแบบนี้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจะสามารถทราบได้ทันทีว่า เกษตรกรเข้าใจข่าวสารที่ได้รับหรือไม่ หรือถ้าไม่เข้าใจก็จะมีการส่งข่าวสารใหม่ มีการโต้ตอบกับข้อซักถามจากเกษตรกร
2. การติดต่อสื่อสารกับเกษตรกรเป็นกลุ่ม โดยหมายถึงกลุ่มย่อยๆ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะมีโอกาสทักทายพูดคุยกับเกษตรกรได้ทั่วถึงคงไม่เกิน 50 คน โดยปกติกลุ่มย่อยประมาณ 20 คน ผลดีของการติดต่อสื่อสารแบบนี้ จะทุ่นเวลาในการติดต่อสื่อสาร และให้ข่าวสารแต่ละครั้งกับผู้รับจำนวนมาก สามารถถ่ายทอดต่อไปได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งมีลักษณะของการบรรยาย การแสดง การ

สาธิตวิธี และสาธิตผล จะช่วยให้เกษตรกรในกลุ่มได้เป็นขั้นตอนการปฏิบัติอย่างละเอียด และเห็นผลที่จะเกิดขึ้นต่อการนำไปปฏิบัติ หรืออาจจะใช้วิธีการพาไปทัศนศึกษา ดูงานนอกสถานที่ จะทำให้กลุ่มเกษตรกรได้เห็นทางปฏิบัติที่ประสบความสำเร็จ

3. การติดต่อสื่อสารกับมวลชนเกษตร เป็นลักษณะการติดต่อสื่อสารของคนกลุ่มใหญ่ที่ไม่สามารถจะนับได้ และนำมารวมกันทีเดียวในเวลาเดียวกัน เพื่อรับความรู้จากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมได้ จึงจำเป็นต้องอาศัยสื่อในลักษณะต่างๆ เพื่อช่วยให้การติดต่อสื่อสารแบบมวลชนประสบความสำเร็จ สื่อที่จะนำมาช่วยมีหลายแบบ เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ และเอกสารสิ่งพิมพ์ การติดต่อสื่อสารแบบนี้มีข้อดี คือสามารถส่งสารไปถึงกลุ่มเกษตรกรได้แทบทุกพื้นที่ของประเทศเป็นจำนวนมากๆ ในเวลาอันรวดเร็ว โดยที่ทุกคนได้รับข่าวสารในเวลาเดียวกัน เป็นการติดต่อสื่อสารแบบเอกวิถี (One-way communication) ส่วนข้อเสียของการติดต่อสื่อสารแบบนี้ ผู้รับข่าวสารไม่สามารถตอบสนองได้ในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้เจ้าหน้าที่ไม่มีโอกาสทราบว่าข่าวสารที่ได้ส่งออกไปนั้น เกษตรกรเข้าใจหรือไม่ ตลอดจน ฐานะทางเศรษฐกิจที่ยากจนของเกษตรกร ทำให้ไม่สามารถจัดหาสื่อบางอย่างได้ และการศึกษาที่น้อย อาจจะไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาบางอย่างที่ถูกส่งผ่านสื่อเหล่านั้นได้

### แนวความคิดเกี่ยวกับโทรทัศน์

#### ประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งโทรทัศน์

โทรทัศน์ หมายถึง สื่อที่ใช้ในการรับภาพด้วยคลื่นวิทยุในย่านความถี่คลื่น 54-74.6 174-216 470-585 610-890 เมกะเฮิร์ตซ์ หรือส่งภาพทางสาย ให้เข้าถึงมวลชนโดยตรงทั้งภาพ และเสียง

ประวัติการก่อตั้งโทรทัศน์นั้นได้เริ่มมีผู้คิดค้นหลายร้อยปีมาแล้ว ตั้งแต่สมัยที่นักวิทยาศาสตร์คนแรกได้ทดลองกับเรื่องอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่ง สมคิด ชิริศิลป์ (2525) ได้เรียบเรียงไว้ดังนี้

ในปี ค.ศ. 1884 Pual Gotlite Nipcal ชาวเยอรมัน ได้เสนอแนวความคิดในการทำโทรทัศน์ โดยใช้ระบบ Mechanical device แทน Electronic device ด้วยการเจาะ Mechanical disc เป็นรูๆ คล้ายใยแมงมุม วางคั่นระหว่างวัตถุกับพลังแสงไฟ เมื่อจานหมุนแสงจะผ่านลวดรูที่ 1 บนจานไปยัง

ส่วนบนสุดของวัตถุ เมื่อจางหมดต่อไปเรื่อยๆ แสงก็จะส่องลอดผ่านรูที่ 3 และ 4 และไปยังส่วน  
ของวัตถุที่อยู่ถัดมาเรื่อยๆ และจะปรากฏบนแผ่นจางอีกแผ่นหนึ่ง ผ่านกระบวนการหลายขั้นตอน  
จนกระทั่งทำให้ภาพเป็นเส้น เป็นทางปรากฏบนจอได้ ต่อมาในปี ค.ศ. 1817 Baron Holl นักเคมีชาว  
สวีเดน ได้ค้นพบแร่ธาตุชนิดหนึ่ง เรียกว่า ซีลีเนียม เป็นบ่อเกิดแห่งการพัฒนา Photoelectric ซึ่ง  
สามารถเปลี่ยนความเข้มของแสงที่ไม่เท่ากันเป็นคลื่นกระแสไฟฟ้า ในปี ค.ศ. 1888 ได้มีผู้ประดิษฐ์  
Photoelectric cells ขึ้น ต่อมาในปี ค.ศ. 1926 Bird ได้แพร่ภาพโทรทัศน์ให้นักวิทยาศาสตร์และ  
บุคคลสำคัญของอังกฤษชมเป็นครั้งแรก และในปี ค.ศ. 1956 เริ่มมีสถานีโทรทัศน์สีเผยแพร่ทั่วโลก  
โดยเริ่มที่เมืองชิคาโก รัฐอิลลินอยส์

### ประวัติโทรทัศน์ในประเทศไทย

ประเทศไทยได้ให้ความสนใจในกิจการโทรทัศน์ และนำมาทดลองใช้ครั้งแรกในสมัย  
รัชกาลที่ 7 (พ.ศ. 2475) โดยพระเจ้าบรมวงศ์เธอพระยากำแพงเพชรอัครโยธิน ได้ติดต่อกับบริษัท  
วิทยุในสหรัฐอเมริกา ให้เข้ามาทดลองการส่งและการรับโทรทัศน์ในประเทศไทย แต่การ  
ทดลองมีอันระงับเพราะเกิดการเปลี่ยนแปลงการปกครองเสียก่อน

ในปี พ.ศ. 2495 มีการรื้อฟื้นเรื่องจัดตั้งกิจการโทรทัศน์อีกครั้งโดย จอมพล ป. พิบูลย์สงคราม  
ได้เล็งเห็นความสำคัญของการสื่อสารประเภทนี้ว่า จะมีประโยชน์ในด้านการศึกษา และการ  
ประชาสัมพันธ์ รัฐบาลจึงอนุญาตให้ดำเนินการทางด้านโทรทัศน์ โดยให้อยู่ในรูปของบริษัทจำกัด  
การก่อตั้งในครั้งนั้นเป็นจุดเริ่มต้นของวิวัฒนาการ การสื่อสารประเภทนี้มาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งสรุป  
ได้ดังนี้

1. ยุคของการทดลองให้การสื่อสารที่เห็นทั้งภาพและเสียง ปี พ.ศ. 2495 ได้มีการทดลอง  
นำอุปกรณ์การถ่ายโทรทัศน์ยี่ห้อ พี.วี.อี. ของอังกฤษมาทำการแพร่ภาพ โดยใช้ห้อง  
วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เป็นห้องทดลองส่งการแพร่ภาพครั้งแรก เป็นการส่งภาพไปให้  
จอมพล ป. พิบูลย์สงคราม ที่ทำเนียบรัฐบาล ผลการทดลองเป็นที่น่าพอใจ แต่ก็มีปัญหาการเรียกชื่อ  
ภาษาไทยของ เทเลวิชั่น ซึ่งต่อมาได้ตั้งชื่อเป็นภาษาไทยว่า “วิทยุโทรทัศน์” โดยกรมหมื่นนราธิป  
พงศ์ประพันธ์ รัฐมนตรีต่างประเทศในขณะนั้นทรงตั้งขึ้น และใช้กันมาจนปัจจุบัน แต่คนส่วนใหญ่  
มักเรียกว่า “โทรทัศน์”

2. ยุคของการจัดตั้งบริษัทไทยโทรทัศน์จำกัด ภายหลังจากการทดลองเผยแพร่ภาพ และผลที่ได้เป็นที่น่าพอใจ ก็ได้มีการจัดทำหนังสือบริคณห์สนธิจดทะเบียนบริษัทไทยโทรทัศน์ โดยมีการประชาสัมพันธุ์ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 55 ของหุ้นทั้งหมด การถือหุ้นรายใหญ่ของกรมประชาสัมพันธุ์ ทำให้การดำเนินการต่างๆ ของบริษัท อาร์.ซี.เอ. แห่งสหรัฐอเมริกาที่มีขนาดเครื่องส่ง 10 กิโลวัตต์ ในราคา 19.025 ล้านบาท และสถานที่ก่อสร้างสถานีครั้งแรกอยู่ ณ ธนาคารแห่งประเทศไทย สีแยกบางขุนพรหม และแพร่ภาพ ขาว-ดำ เป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2498 ซึ่งเป็นวันชาติในสมัยนั้น โดยใช้ชื่อ “สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวี” (ท.ท.บ.) ออกอากาศทางช่อง 4 ซึ่งส่วนใหญ่เรียกกันว่า “ช่อง 4 บางขุนพรหม”

3. ยุคแห่งการขยายตัวของกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย ภายหลังจากการแพร่ภาพของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 4 แล้ว ต่อมาในปี พ.ศ. 2500 จอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ ผู้บัญชาการทหารบกในขณะนั้น ได้เริ่มสร้างสถานีโทรทัศน์ขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์ทางการทหาร โดยความรับผิดชอบของกองทัพบก ซึ่งได้ก่อสร้างและแพร่ภาพครั้งแรกในปี พ.ศ. 2501 โดยมีอาคารถ่ายทอดสถานีอยู่ที่กองพลทหารม้าสนามเป้า ใช้ชื่อว่า “สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ท.ท.ท.)” แพร่ภาพทางช่อง 7 เป็นภาพ ขาว-ดำ

ในขณะนั้น ถึงแม้จะมีสถานีโทรทัศน์ถึง 2 สถานีแล้วก็ตาม แต่การถ่ายทอดครอบคลุมพื้นที่ได้เพียง 32 จังหวัดเท่านั้น คณะรัฐมนตรีจึงมีมติให้ก่อสร้างสถานีวิทยุโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธุ์ขึ้น 3 แห่งในส่วนภูมิภาค เพื่อเป็นการขยายระบบการสื่อสารประเภทนี้ออกสู่ชนบท โครงการนี้ก่อสร้างแล้ว และเริ่มแพร่ภาพเป็นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2505 ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 8 ลำปาง สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 5 ขอนแก่น และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 9 หาดใหญ่ โดยการใช้รัศมีส่งสัญญาณระบบรีเฟล็ก

ในปี พ.ศ. 2510 เป็นปีแห่งพัฒนาการครั้งใหญ่ของวงการโทรทัศน์ในประเทศไทย โดยมีการแพร่ภาพออกอากาศเป็นภาพสี ซึ่งดำเนินการ โดยบริษัทกรุงเทพโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 (ขาว-ดำ) สนามเป้า จนถึงปี พ.ศ. 2513 สถานีแพร่ภาพได้ก่อสร้างแล้วเสร็จอยู่บริเวณหลังสถานีขนส่งสายเหนือ และได้ตั้งชื่อว่า “สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7”

ในปี พ.ศ. 2511 บริษัทไทยโทรทัศน์ร่วมกับบริษัทบางกอกเอนเตอร์เทนเมนต์จำกัด ตกลงทำสัญญาก่อตั้งสถานีโทรทัศน์สีขึ้น โดยในสัญญาระบุให้อยู่ในความควบคุมดูแลของกรม

ประชาสัมพันธน์ สถานีแห่งนี้เริ่มก่อสร้างแล้วเสร็จและแพร่ภาพครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2513 ใช้ชื่อว่า “สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3” โดยสถานที่ตั้งของสถานีอยู่ที่หนองแขม ถนนเพชรเกษม

ในปี พ.ศ. 2513 เมื่อสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เริ่มแพร่ภาพ ขาว-ดำ ก็ได้เริ่มทำการปรับปรุงการแพร่ภาพเป็นสี โดยสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 (ขาว-ดำ) เปลี่ยนเป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5 ซึ่งในปัจจุบันสถานีโทรทัศน์ทั่วประเทศก็ส่งสัญญาณเป็นภาพสีแล้วทั้งสิ้น ซึ่งในขณะนั้นยังมีโทรทัศน์ ขาว-ดำ ใช้กันอยู่เป็นจำนวนมาก เนื่องจากราคาถูกกว่า

ในปี พ.ศ. 2520 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 ซึ่งดำเนินการโดยบริษัทไทยโทรทัศน์ได้ยุบและเลิกกิจการไป ในขณะเดียวกันก็ได้มีพระราชกฤษฎีกาตั้งองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยขึ้น (อ.ส.ม.ท.) โดยนำเอากิจการและทรัพย์สินของบริษัทไทยโทรทัศน์โอนมาเป็นของ อ.ส.ม.ท. ทั้งหมด อีกทั้งได้ย้ายที่ทำการจากสี่แยกบางขุนพรหมมาอยู่ที่ถนนรัชดาภิเษก เรียกสถานีใหม่นี้ว่า สถานีโทรทัศน์สีช่อง 9 ขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย หรือที่เรียกว่า ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

ในปี พ.ศ. 2525 กรมประชาสัมพันธ์เริ่มจัดทำโครงการเพื่อจัดตั้งสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยขึ้น โดยจะออกอากาศทางช่อง 11 ทั้งนี้เพื่อเป็นแม่ข่ายในส่วนกลาง และเป็นการเชื่อมโยงสถานีเครือข่ายที่มีอยู่ในภูมิภาคให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น สถานีช่อง 11 นี้ได้เริ่มทดลองแพร่ภาพแล้วเมื่อปลายปี 2528

### สถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย

สุรพงษ์ โสทรพรเสถียร (2551) กล่าวว่าในปัจจุบันสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยมีจำนวน 6 สถานี ดังนี้

1. สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.

ในการแบ่งการบริหารของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้แบ่งออกเป็น 19 ฝ่าย ประกอบด้วย ฝ่ายบริหาร ฝ่ายผลิตรายการฝ่ายศิลปกรรม ฝ่ายไฟฟ้ากำลัง ฝ่ายข่าว ฝ่ายวิศวกรรม ฝ่ายควบคุมอุปกรณ์และซ่อมบำรุง ฝ่ายการเงิน ฝ่ายบัญชี ฝ่ายรายการ ฝ่ายเทคนิคโทรทัศน์ ฝ่ายวิทยุกระจายเสียง ฝ่ายออกอากาศ ฝ่ายแผนงานวิชาการ ฝ่ายโฆษณา ฝ่ายการตลาด ฝ่ายธุรการ ฝ่าย

บุคคล และฝ่ายประชาสัมพันธ์ แต่ละฝ่ายก็จะมีหัวหน้าฝ่าย และรองหัวหน้าฝ่ายเป็นผู้บริหารการทำงาน และควบคุมการทำงานในแต่ละฝ่าย เช่น ฝ่ายศิลปกรรมมีหน้าที่หลักในการสร้างฉากเพื่อให้รายการมีความสวยงาม ฝ่ายข่าว มีหน้าที่หลักในการเตรียมการนำเสนอ และรายงานเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น ให้ผู้รับชมได้รับรู้ทั้งในเรื่องของการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การศึกษา ส่วนฝ่ายผลิตรายการและฝ่ายรายการ มีหน้าที่หลักในการเตรียมรายการทางด้านความบันเทิง เช่น รายการละคร รายการเกมส์โชว์ รายการปิกนิกะ บันเทิง รวมทั้งสารคดี นอกจากนั้นยังมีหน้าที่ในการพิจารณาผู้แสดงในละครแต่ละเรื่องด้วย ในขณะที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่หลักคือ การประชาสัมพันธ์เชิงธุรกิจในเรื่องรายการของสถานี ซึ่งการแบ่งเป็นฝ่ายๆ นั้นก็เพื่อให้ของเขตของงานในแต่ละส่วนชัดเจนและไม่เหลื่อมล้ำกัน เพื่อลดปัญหาความขัดแย้งที่อาจมาจากการทำงานที่ล่าช้า ขอบเขตความรับผิดชอบ แต่ถึงแม้ว่าการทำงานในแต่ละส่วนนั้นจะแยกจากกัน แต่ก็ต้องมีความสัมพันธ์ในการปฏิบัติงานร่วมกัน เพื่อให้บรรลุกับเป้าหมายของบริษัท

สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นธุรกิจภาคเอกชนที่ได้รับสัมปทานจากองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย หรือ อ.ส.ม.ท. โดยเป็นคู่สัญญากับบริษัทบางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด เป็นธุรกิจสื่อภาคเอกชนที่มีครอบครัวมาลินนท์ เป็นเจ้าของผูกขาด ต่อมาระหว่างปี พ.ศ. 2538 ก็ได้เริ่มจัดตั้ง “กลุ่มบีอีซี เวิลด์” โดยการรวมเอาบริษัทของตระกูลมาลินนท์ ที่ดำเนินการเกี่ยวข้องกับธุรกิจดำเนินการออกอากาศและสื่อโฆษณา กับ ธุรกิจการจัดหาและผลิตรายการ โทรทัศน์ เข้าด้วยกัน สามารถรวมเสร็จสิ้น และจัดตั้งได้ ณ มีนาคม 2549 ซึ่งประกอบไปด้วยบริษัททั้งหมดรวม 29 บริษัท ได้แก่ บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) บริษัทย่อย 23 บริษัท บริษัทร่วม 5 บริษัท (ไม่รวมบริษัทย่อยของบริษัทร่วม) โดยมี บริษัทบีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทใหญ่ สามารถแยกออกเป็นกลุ่มตามลักษณะของธุรกิจที่ดำเนินการได้ดังนี้

## 1.1 กลุ่มธุรกิจดำเนินการออกอากาศและสื่อโฆษณา

### 1.1.1 ออกอากาศโทรทัศน์

กลุ่มดำเนินงานธุรกิจบริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ดำเนินการโดยบริษัทบางกอก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ซึ่งมีสัญญาร่วมดำเนินการส่งโทรทัศน์สี กับบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ซึ่งได้รับโอนสิทธิมาจากองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ที่ได้ยุบเลิกไปแล้ว ถึงเดือนมีนาคม 2563 โดยบริษัทเป็นเจ้าของเวลาออกอากาศทั้งหมด มีหน้าที่จัดผังรายการออกอากาศให้เหมาะสม ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้มีจำนวนผู้ชมสูงสุดตลอดเวลา

### 1.1.2 ออกอากาศวิทยุ

กลุ่มดำเนินงานธุรกิจวิทยุผ่านบริษัทบางกอก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด บริษัท ยูแอนดีไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด และบริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) โดยมี บริษัทเวอร์จิน บีอีซี-เทโร เรดิโอ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นการร่วมทุนของ บีอีซี-เทโร กับเวอร์จิน เรดิโอ เอเชีย เป็นผู้ขายเวลาโฆษณาและที่ปรึกษาด้านการพัฒนารายการ ออกอากาศวิทยุทางคลื่นเอฟเอ็ม 3 สถานี ทางสถานีวิทยุเอฟเอ็ม 95.5 , 103.0 และ 105.5 เมกะเฮิร์ตซ์ โดยที่คลื่นเอฟเอ็ม 95.5 เป็นคลื่นซึ่งร่วมผลิตกับกรมประชาสัมพันธ์ สัญญาสิ้นสุด ธันวาคม 2549 ส่วนคลื่นเอฟเอ็ม 103 เป็นคลื่นซึ่งร่วมผลิตรายการกับสถานีวิทยุกระจายเสียงจเรทหารสื่อสาร สัญญาสิ้นสุด ธันวาคม 2549 ในขณะที่สถานีวิทยุเอฟเอ็ม 105.5 มีสัญญาให้ดำเนินการจนถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563

### 1.1.3 ธุรกิจสื่อใหม่

กลุ่มดำเนินงานธุรกิจสื่อใหม่ ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการรับ-ส่ง ข้อมูลภาพ และเสียงผ่านระบบสัญญาณโทรศัพท์ และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือ โดยดำเนินการผ่านบริษัทบีอีซีไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด บริษัทไทยอดิโอสเท็กซ์ เซอร์วิส จำกัด บริษัทบีอีซี มันทิมิเดีย จำกัด บริษัทโมบี (ไทย) จำกัด และบริษัทดิจิทัล พลิกทอรี่ จำกัด อีกทั้งกำลังมองหาช่องทางดำเนินธุรกิจ รับ-ส่ง สัญญาณผ่านดาวเทียม

## 1.2 ธุรกิจดำเนินการจัดหา ผลิตรายการ และจัดจำหน่ายรายการ

### 1.2.1 จัดหา ผลิตและจัดจำหน่ายรายการบันเทิงและสารคดี

กลุ่มดำเนินงานจัดหา ผลิตและจัดจำหน่ายรายการผ่าน บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) บริษัท รังสิโรตม์วันิช จำกัด บริษัทนิวเวิลด์ โปรดักชั่น จำกัด บริษัท บีอีซี อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล ดิสทริบิวชั่น จำกัด บริษัททีวีบี 3 เน็ตเวิร์ค จำกัด บริษัท บางกอกเทเลวิชั่น จำกัด บริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งแยกออกเป็นหน่วยธุรกิจย่อย ตามลักษณะรายการที่ผลิต ซึ่งได้แก่ บอกรอกกอดรามา บางกอกคอมมิตี้ บางกอกทีวี รายการที่จัดหา และผลิตส่วนใหญ่เป็นรายการสาระบันเทิง เพื่อใช้ในการออกอากาศทางไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นส่วนใหญ่

### 1.2.2 ผลิตรายการแสดง ผลิตและส่งเสริมการจำหน่ายเพลง และจัดกิจกรรมรณรงค์

กลุ่มดำเนินงานผลิตการแสดง และจัดกิจกรรมรณรงค์ต่างๆ ผ่านบริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเน้นการจัดแสดงคอนเสิร์ตและการแสดงจากต่างประเทศ รวมถึงงานส่งเสริมการตลาด และจัดการแข่งขันกีฬา ในส่วนของธุรกิจสนับสนุนการผลิตรายการแสดงนั้น บีอีซี-เทโร ได้บริหารพื้นที่ BEC-TERO Hall เพื่อการให้เช่าพื้นที่จัดกิจกรรมต่างๆ และมีบริษัทไทยทิกเก็ตมาสเตอร์.คอม จำกัด ให้บริการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ บริการรับจองและขายบัตรเข้าชมการแสดง ด้านงานพัฒนา สร้าง และจัดการแสดงทั่วโลกนั้น ดำเนินการโดยบริษัทร่วมชื่อ Theme Star Limited ธุรกิจให้บริการจัดกิจกรรม งานแสดงสินค้า รวมถึงธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมและงานแสดงสินค้า ดำเนินการโดยบริษัทย่อยชื่อ บีอีซี-เทโร เอ็กซ์ซิชั่น จำกัด ธุรกิจบริหารจัดการทีมฟุตบอล และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอล เช่น การฝึกอบรมการขายของที่ระลึก ดำเนินการโดยบริษัท บีอีซี-เทโร อาร์เซนอล จำกัด และธุรกิจผลิตและส่งเสริมการจัดจำหน่ายเพลง ดำเนินงานโดยบริษัท โซนี่ มิวสิก บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนกับบริษัท โซนี่ มิวสิก (เอเชีย) จำกัด โดยมีบริษัท เอสเอ็มบีที พับลิชซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้ดูแล และจัดการลิขสิทธิ์เพลงที่ผลิตในประเทศ

### 1.2.3 ธุรกิจต่อเนื่องและสนับสนุน

ได้แก่ ธุรกิจให้บริการสารสนเทศภายใน ดำเนินการโดยบริษัท บีอีซี ไอที โซลูชั่น จำกัด ธุรกิจถือครอง และให้เช่าทรัพย์สินดำเนินการโดยบริษัท บีอีซี แอสเซท จำกัด และธุรกิจให้บริการในการดำเนินการให้บริการการผลิต ให้เช่าสตูดิโอ หรืออุปกรณ์สตูดิโอเพื่อการผลิต และให้บริการ Post Production โดยบริษัท บีอีซี สตูดิโอ จำกัด ธุรกิจผลิตรายการข่าว ซึ่งจะแยกฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีวิทยุขึ้นมาเป็นหน่วยงานอิสระ ทำหน้าที่ผลิตข่าวเพื่อออกอากาศทั้งทางวิทยุและโทรทัศน์ ตลอดจนถึงข่าวที่จะขายให้แก่สำนักข่าวอื่นๆ ในนามบริษัท สำนักข่าว บีอีซี จำกัด นอกจากนี้กลุ่มบริษัท บีอีซี เวิลด์ ได้เข้าถือหุ้นร้อยละ 20 ในบริษัท ซีวีดี เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) บริษัทแม่ของกลุ่ม ซีวีดี ซึ่งดำเนินธุรกิจจัดหาและจัดจำหน่ายลิขสิทธิ์ภาพยนตร์จากค่ายต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ จัดจำหน่ายและให้เช่าวีดีโอเทป วีซีดี และดีวีดี โดยเน้นเพื่อความบันเทิงภายในบ้านเป็นหลัก

ปัจจุบันบริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) มีทุนจดทะเบียน 2,000 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 2,000 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท หุ้นของบริษัทได้เริ่มทำการซื้อ

ขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมาตั้งแต่เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2539 โดยใช้ชื่อว่า “BEC” ณ วันที่สิ้นปี 2548 กลุ่มบีอีซี เวิลด์ มีพนักงานทั้งสิ้น 1,789 คน

บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่เข้าดำเนินการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 30-34 เลขที่ 3199 ถนนพระรามสี่ แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ ถือเป็นบริษัทแม่ของบริษัทบางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนท์ แต่ในความเป็นจริงแล้ว บริษัท บีอีซี เวิลด์ เป็นบริษัทที่ก่อตั้งขึ้นมาจากรากฐานของธุรกิจหลัก คือ บริษัทบางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนท์ ที่ดำเนินธุรกิจสื่อสารมวลชน คือสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยรายชื่อผู้บริหารที่ดำรงตำแหน่งในบริษัทบีอีซี เวิลด์ ส่วนใหญ่ก็จะเป็นรายชื่อเดียวกับผู้บริหารในสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 นั่นเอง

ธุรกิจของบริษัทบางกอก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด และกลุ่มบีอีซี เวิลด์ จำกัด ต้องอาศัยแหล่งเงินทุนใหญ่คือ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โครงสร้างการบริหารจึงมีคณะกรรมการ (Board of Director) 2 ชุด เพื่อการควบคุมผลการดำเนินงาน ซึ่งบอร์ดชุดแรก คือคณะกรรมการบริษัท จำนวน 10 คน โดยมีคุณชาติโร โสภณพานิช ผู้บริหารระดับสูงของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการ คณะกรรมการที่รองลงมาคือ คณะกรรมการบริหาร จำนวน 9 คน มีคุณวิชัย มาลีนนท์ ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ขึ้นมา และเป็นหัวหน้าครอบครัว ของตระกูลมาลีนนท์ ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการ และมีคุณประวิทย์ มาลีนนท์ เป็นกรรมการผู้จัดการ บริหารงานฝ่ายต่างๆ ทั้งหมด

## 2. สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เกิดขึ้นมาจากข้อบังคับของกระทรวงกลาโหม สมัยจอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นผู้บัญชาการทหารบก เริ่มออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2501 นับเป็นสถานีโทรทัศน์แห่งแรกในเอเชีย ที่ตั้งเว็บไซต์อินเทอร์เน็ต เพื่อเผยแพร่รายการไปตามเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และเป็นสถานีฯ แรกในประเทศไทยที่ใช้ระบบออกอากาศเป็นระบบดิจิทัลทั้งหมด รวมทั้งมีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม Thai Global Network (TGN) ที่มีฐานผู้ชมอยู่กว่า 170 ประเทศ

วัตถุประสงค์และความมุ่งหมายในการดำเนินงานด้านโทรทัศนนั้นก็เพื่อ

เป็นเครื่องมือในการแข่งขัน

เผยแพร่กิจการของกองทัพบกและส่วนราชการอื่นๆ

ต่อต้านการโฆษณาของฝ่ายตรงข้าม

ดำเนินการทางด้านจิตวิทยาในความอำนาจการของกองทัพ

เผยแพร่นโยบายของรัฐ

บำรุงความรู้ความบันเทิงแก่ทหารและประชาชน

สนับสนุนการอบรมศีลธรรมของชาติแก่ทหารและประชาชน

กระจายข่าวสารทั้งภายในและภายนอกประเทศ

ส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างทหารกับประชาชน

ส่งเสริมให้หน่วยงานต่างๆ มีความรู้ ความชำนาญทางวิทยุโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เป็นสถานีฯ แบบราชการที่มีปัญหาในเรื่องสภาพคล่องตัวในระบบการเงินและระบบราชการเช่นกัน ในปี พ.ศ. 2540 ผู้บริหารมีความพยายามที่จะปรับโครงสร้างองค์การครั้งใหญ่ คือได้จัดตั้งเป็นบริษัท ททบ.5 จำกัด เป็นบริษัท โฮลดิ้งคอมปานี ร่วมกับบริษัทเอกชน โดยก่อตั้งบริษัทลูกประมาณ 8 บริษัท เพื่อทำธุรกิจเกี่ยวกับโทรทัศน์และรองรับในอนาคต โดยในแต่ละบริษัทลูก ทาง ททบ.5 จำกัด จะถือหุ้น 80% อีก 20% เป็นเอกชนเข้าร่วม ซึ่งมีบริษัทลูก เช่น บริษัท ททบ.5 มาเก็ตติ้ง จำกัด บริษัท ททบ.5 พับลิชซิ่ง จำกัด ททบ.5 อินเทอร์เน็ต จำกัด ททบ.5 โปรดักชั่น จำกัด บริษัท ททบ.5 เรดิโอ จำกัด เทเลไฟว์โกลบอลเน็ตเวิร์ค จำกัด ฯลฯ ซึ่งบริษัทลูกเหล่านี้จะบริหารงานอิสระในรูปแบบของเอกชน ไม่ต้องขึ้นกับกฎระเบียบของราชการ แต่ว่าภายหลังวิกฤติเศรษฐกิจได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจเป็นลูกโซ่ และธุรกิจโทรทัศน์ก็ประสบผลนั้นด้วยเช่นกัน ทำให้ยอดบิลถึงโฆษณาของทุกสถานีฯ ลดลงเกือบครึ่ง ทำให้การจัดตั้งบริษัทฯ ดังกล่าวเกิดปัญหาขึ้นทันที เพราะอยู่ระหว่างดำเนินการ และยังไม่สามารถจะเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ และแก้ปัญหาในเรื่องรายได้ของช่อง 5 ทำให้การจัดตั้งองค์การในครั้งนั้นประสบปัญหาการขาดทุนและล้มเหลวในที่สุด ภายหลังมีการเปลี่ยนตัวผู้บริหารกันตามวาระหลายครั้ง จนช่วงปี พ.ศ. 2546 หลีกจากมีปัญหาในเรื่องโครงสร้างของตัวบริษัท บริษัท ททบ.5 จำกัด (มหาชน) ก็ได้เปลี่ยนชื่อมาเป็น บริษัทอาร์ทีเอ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) โดยทางช่อง 5 ก็เป็นทั้งผู้ให้และผู้รับสัมปทานในเวลาเดียวกัน และเตรียมจะระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์เพื่อปลดเปลื้องภาระหนี้สินของบริษัทฯ จากประเด็นดังกล่าวให้เกิดเสียงวิพากษ์วิจารณ์ว่าการดำเนินการดังกล่าวอาจทำให้เกิดความเสียหายต่อกองทัพบก และอาจเป็นการเอื้อประโยชน์ให้กับนักลงทุนเอกชนที่



ปฏิบัติงานลงได้ ได้แก่ ยุบ ปรับเปลี่ยนสำนักงานเลขานุการฝ่ายงบประมาณและฝ่ายส่งกำลัง รวมกับฝ่ายบุคคลและธุรการ ฝ่ายแผนงานและโครงการ และฝ่ายบริการและสนับสนุน ตามลำดับ

2.3 จัดกลุ่มงานในการปฏิบัติงานเป็น 3 กลุ่มหลัก เพื่อให้ง่ายต่อการควบคุมและบังคับบัญชา โดยจัดลักษณะงานของฝ่ายที่สัมพันธ์กันอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ดังนี้

2.3.1 ส่วนเทคนิค ได้แก่ ฝ่ายเทคนิค โดยมีรองผู้อำนวยการที่ 1 เป็นผู้กำกับดูแล

2.3.2 ส่วนบริหารและสนับสนุน ได้แก่ ฝ่ายบุคคลและธุรการ ฝ่ายแผนและโครงการ ฝ่ายการเงิน ฝ่ายตรวจสอบทั่วไป ฝ่ายบริการและสนับสนุน โดยมีรองผู้อำนวยการที่ 2 เป็นผู้กำกับดูแล

2.3.3 ส่วนปฏิบัติงาน ได้แก่ ฝ่ายข่าว ฝ่ายสารสนเทศ ฝ่ายรายการ ฝ่ายการตลาด และสถานีกระจายเสียง โดยมีรองผู้อำนวยการที่ 3 เป็นผู้กำกับดูแล

2.4 จากการยุบ และปรับเปลี่ยนฝ่ายรวมเข้าด้วยกัน ทำให้สามารถปรับลดอัตราเต็มของเจ้าหน้าที่จากเดิม 1,774 อัตรา เป็น 1,419 อัตรา ลดลง 355 อัตรา

2.5 เพิ่มหน้าที่และความรับผิดชอบของฝ่าย และแผนกรวมทั้งเจ้าหน้าที่เฉพาะตำแหน่งของเจ้าหน้าที่ทุกคนในอัตราเฉพาะกิจให้มีความครบถ้วนสมบูรณ์ เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อน หรือ สับสนใจการปฏิบัติงาน

2.6 จัดตั้งฝ่ายการตลาด โดยแปรสภาพจากฝ่ายโทรทัศน์ดาวเทียมเพื่อรับผิดชอบการพัฒนา และเพิ่มพูนรายได้ให้กับสถานีในการหาผู้เช่าเวลาออกอากาศ เช่าห้องส่งและอุปกรณ์ต่างๆ ที่สถานีมีอยู่ รวมทั้งดำเนินการพัฒนา และเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้จัดรายการอย่างต่อเนื่อง

2.7 เพิ่มอัตราให้กับศูนย์ผลิตรายการของฝ่ายรายการเพื่อรองรับการผลิตรายการที่สถานีจะดำเนินการเองในอนาคต รวมทั้งจัดให้แผนกปฏิบัติการออกอากาศโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมอยู่ในความรับผิดชอบของฝ่ายรายการ ซึ่งจะช่วยให้ฝ่ายรายการเป็นหน่วยปฏิบัติในการออกอากาศทั้งรายการของสถานีตามปกติ และรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม

2.8 จัดตั้งแผนตรวจสอบภายใน โดยขึ้นกับฝ่ายตรวจสอบทั่วไป เพื่อรับผิดชอบในการตรวจสอบการดำเนินการด้านงบประมาณ การเงิน การพัสดุ การใช้ทรัพยากร การปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับ หรือการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการตรวจสอบขั้นตอนการทำงานของฝ่ายต่างๆ ทั้งนี้เพื่อให้ภาพรวมในการปฏิบัติงานของสถานีก่อเกิดประสิทธิภาพอย่างสูงสุด

### 3. สถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด เป็นบริษัทที่ได้รับสัมปทานในการบริหารคลื่นความถี่จากกองทัพบก สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 หรือ ช่อง 7 สี เริ่มแพร่ภาพตามมาตรฐาน CCIR 625 เส้น ระบบ PAL เป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2510 ด้วยการถ่ายทอดสดการประกวดนางสาวไทยในงานวชิราวุธานุสรณ์ จากบริเวณวังสราญรมย์ บริษัทกรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ถูกจัดตั้งขึ้นมาเพื่อดำเนินการบริหารสถานีโทรทัศน์สีแห่งแรกของประเทศไทย ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการควบคุมวิทยุและโทรทัศน์ของกองทัพบก ยุคจอมพล ประภาส จารุเสถียร เป็นผู้บัญชาการทหารบก โดยได้ยื่นขอจดทะเบียนบริษัทเมื่อวันที่ 13 กันยายน 2510 ด้วยทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท แบ่งเป็น 1,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 หมื่นบาท

ต่อมาในปี 2516 ช่อง 7 สี ได้เริ่มจัดตั้งสถานีถ่ายทอดสัญญาณในต่างจังหวัด และในปี 2521 ได้ริเริ่มการออกอากาศโดยการถ่ายทอดสัญญาณผ่านดาวเทียมจากกรุงเทพฯ ไปสู่สถานีเครือข่ายในทุกภูมิภาคเป็นสถานีแรกของประเทศไทย ปัจจุบันมีสถานีเครือข่ายถ่ายทอดสัญญาณรวม 37 สถานี แพร่ภาพครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ และบริเวณชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 มีศูนย์ข่าวกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ รวม 9 ศูนย์ คือที่ ขอนแก่น นครราชสีมา อุบลราชธานี เชียงใหม่ นครสวรรค์ หาดใหญ่ สุราษฎร์ธานี ภูเก็ต และระยอง โดยใช้ศูนย์ข่าวภูมิภาคสี่แห่งด้วยกันคือ นครราชสีมา เชียงใหม่ หาดใหญ่ และระยอง เป็นศูนย์กลาง พร้อมด้วยทีมงานข่าว ผู้ประกาศ และสตูดิโอในการรายงานข่าวจากภูมิภาค นอกจากนี้ ช่อง 7 สี ยังใช้ดาวเทียมนานาชาติ (International Satellite) หรือเรียกชื่อย่อว่า INTELSAT ถ่ายทอดเหตุการณ์จากทั่วทุกมุมโลกมายังประเทศไทย ขณะเดียวกันได้ริเริ่มนำรถถ่ายทอดสัญญาณดาวเทียมใช้ข่ายความถี่สูง (Ku-Band) และรถถ่ายทำนอกสถานที่ (OB van) ให้ย่านความถี่ C-Band ทำหน้าที่เป็นสถานีแม่ข่ายชั่วคราวถ่ายทอดงานประเพณี กีฬา และเหตุการณ์สำคัญตามสถานที่ต่างๆ ทั่วประเทศ

โครงสร้างการบริหารงานของสถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีผู้ถือหุ้นใหญ่คือ ตระกูลรัตนรักษ์ รองลงมาคือ ตระกูลกรรณสูตร โดยมีประธานกรรมการซึ่งเป็นผู้บริหารสูงสุดของ

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) คือ คุณกฤต รัตนรักษ์ และมีผู้ช่วยประจำสำนักประธาน กรรมการ 1 คน และมีตำแหน่งกรรมการผู้จัดการคือ คุณสุรางค์ เปรมปรีดิ์ ที่มีสิทธิขาดในการ บริหารงานอย่างเต็มที่ จากนั้นก็จะมีกรรมการรองผู้จัดการ และผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ส่วน โครงสร้างถัดลงมาก็ประกอบด้วยฝ่ายต่างๆ 10 ฝ่าย และสำนักทั้งสิ้นด้วยกัน คือ สำนักกรรมการ ผู้จัดการ และฝ่ายต่างๆ ดังนี้ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายรายการ ฝ่ายผลิตรายการ ฝ่ายข่าว ฝ่ายการเงินและ บัญชี ฝ่ายธุรการ ฝ่ายการพนักงาน ฝ่ายเทคนิควิศวกรรมและวางแผน ฝ่ายดาวเทียมและเครื่องส่ง ส่วนงานทั้งหมดนี้ต่างขึ้นตรงต่อกรรมการผู้จัดการ

#### 4. สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

บริษัทมหาชนจำกัด องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย หรือ บมจ. อสมท เป็นผู้ ประกอบกิจการด้านสื่อสารมวลชนรายใหญ่ที่มีสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุเป็นของตัวเอง มี หลักทรัพย์ของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2548 บมจ. อสมท มีทุนจดทะเบียน 3,835,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ จำนวน 767,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท ทุนชำระแล้ว 3,435,496,050 บาท ประกอบด้วยหุ้นจำนวน 687,099,210 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 5 บาท

##### 4.1 บมจ. อสมท มีธุรกิจหลักที่ดำเนินการอยู่ภายใต้บริษัทมหาชนแห่งนี้ด้วยกันคือ

4.1.1 กิจการสถานีโทรทัศน์ โมเดิร์นไนน์ทีวี แพร่ภาพออกอากาศ 24 ชั่วโมง ด้วย ระบบสี 625 เส้น มีเครือข่ายทั้งสถานีแม่ข่ายในกรุงเทพมหานคร และภูมิภาครวม 35 สถานี โดยมี พื้นที่ครอบคลุมเกือบทั่วประเทศ

4.1.2 กิจการสถานีวิทยุกระจายเสียง ส่งกระจายเสียงทั้งในส่วนกลาง และภูมิภาค โดยในส่วนกลางส่งกระจายเสียงด้วยระบบ FM จำนวน 7 สถานี พื้นที่บริการครอบคลุมทั้งใน กรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง และในระบบ AM จำนวน 2 สถานี พื้นที่บริการครอบคลุม ทั่วประเทศ สำหรับภูมิภาคส่งกระจายเสียงด้วยระบบ FM จำนวน 53 สถานี กระจายอยู่ในภูมิภาค ต่างๆ ทั่วประเทศ

4.1.3 สำนักข่าวไทย ดำเนินการผลิต และรายการข่าวสาร จัดเก็บ รวบรวมและ วิเคราะห์ ทั้งทางสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

4.2 ธุรกิจสถานีโทรทัศน์ คือ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ที่ถือเป็นธุรกิจหลักที่สำคัญของบริษัท ซึ่งวิวัฒนาการมาจากไทยทีวีสีช่อง 4 ของบริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด ที่ให้บริการแพร่ภาพออกอากาศในระบบ ขาว-ดำ เป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2498 และเป็นสถานีโทรทัศน์แห่งแรกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเป็นสถานีโทรทัศน์แห่งที่สองในภูมิภาคเอเชีย รองจากประเทศญี่ปุ่น ต่อมาในเดือน มิถุนายน 2517 ได้ยกเลิกระบบ ขาว-ดำ และเปลี่ยนไปทำการออกอากาศด้วยระบบสี 625 เส้น และเปลี่ยนชื่อไปเป็นสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 และในปี พ.ศ. 2520 ก็อยู่ภายใต้การดำเนินงานขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) จนถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2545 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 ได้ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ และบริหารจัดการองค์กรใหม่ ภายใต้แนวคิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ และได้ทำการเปลี่ยนชื่อเป็น “สถานีโทรทัศน์แห่งความทันสมัย หรือ โมเดิร์นไนน์ทีวี (Modern nine TV)” มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอให้ทันสมัย ด้วยการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้กับการออกอากาศรายการในลักษณะ Integrated Media Program

ธุรกิจสถานีวิทยุกระจายเสียง เป็นอีกหน่วยธุรกิจหนึ่งที่สำคัญของบริษัท โดยมิพัฒนาการมาจากสถานีวิทยุ ท.ท.ท. ของบริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด เริ่มกระจายเสียงครั้งแรกเมื่อวันที่ 31 มกราคม 2497 ด้วยระบบ AM 1494 KHz ต่อมาเมื่อปี 2521 ได้เปลี่ยนเป็นสถานีวิทยุกระจายเสียง อ.ส.ม.ท. ส่งกระจายเสียงทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ด้วยระบบ AM และ FM มีจำนวนทั้งหมด 62 สถานี โดยส่วนกลางออกอากาศในกรุงเทพมหานคร ส่งกระจายเสียงด้วยระบบ FM จำนวน 7 สถานี และ AM 2 สถานี และส่วนภูมิภาคส่งกระจายเสียงด้วยระบบ FM 53 สถานี สามารถให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศได้ประมาณร้อยละ 92.4 มีประชากรในเขตบริการอยู่ประมาณร้อยละ 93.8 มีการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายเหล่านี้เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารให้แก่ประชาชนทั่วประเทศรับรู้ โดยผ่านรายการข่าวที่ออกอากาศทุกคืนชั่วโมง ภายหลังจากเป็นบริษัทมหาชนแล้วได้มีการกำหนดนโยบายในการบริหารและผลิตรายการสถานีวิทยุเองทั้งหมด เพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540 ในมาตรา 40 โดยมีการทยอยของคืนคลื่นวิทยุกลางจำนวน 6 คลื่น เพื่อนำร่องการบริหารจัดการรูปแบบใหม่ ก่อนขยายไปยังสถานีวิทยุส่วนภูมิภาคทั่วประเทศ สถานีวิทยุส่วนกลาง บมจ. อสมท ได้ปรับเปลี่ยนวิธีการบริหารจัดการคลื่นวิทยุระบบ FM ส่วนกลางให้เป็นสถานีวิทยุแห่งความทันสมัย หรือ “Modern Radio” ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2547 จนถึงปี พ.ศ. 2548 มีการปรับรูปแบบแต่ละคลื่นให้มีความทันสมัย ทันเหตุการณ์ พร้อมทั้งสาระที่หลากหลาย โดยตั้งเป้าหมายไว้สู่ความเป็นสถานีข่าวและสาระ ที่มีกำลังสนับสนุนด้านข่าวสารจากสำนักข่าวไทย ข่าวท้องถิ่นของแต่ละจังหวัด และสำนักข่าวพันธมิตรจากทั่วโลก โดยสถานีวิทยุ FM ส่วนกลางแยกการนำเสนอตามบุคลิกต่างๆ ดังนี้

4.2.1 FM 95 MHz “ลูกทุ่งมหานคร” เป็นสถานีลูกทุ่งที่นำเสนอเพลงฮิตไม่จำกัด ค่ายเพลง และเป็นสถานีที่ออกอากาศด้วยระบบเน็ตเวิร์คสมบูรณ์แบบทั่วประเทศ รวมถึงการ ถ่ายทอดสดผ่านอินเทอร์เน็ตที่ [www.mcot.net](http://www.mcot.net) เพื่อให้คนไทยในต่างแดนทั่วโลกได้รับฟัง

4.2.2 FM 96.5 MHz “คลื่นความคิด” มุ่งเน้นที่จะเป็นคลังสมองของคนยุคใหม่ มี เนื้อหารายการที่เสนอข่าวสาร เศรษฐกิจ การบริหารสุขภาพ สังคมและครอบครัว

4.2.3 FM 97.5 MHz “SEED 97.5 FM” รายการวิทยุของคนรุ่นใหม่ นำเสนอเพลง ฮิตที่อยู่ในกระแสนิยม เน้นความเป็นกลางที่เปิดเพลงทุกค่ายพร้อมแทรกด้วยเพลงอินดี้ และเพลง สากลที่น่าสนใจ

4.2.4 FM 99.0 MHz “เมืองไทยแข็งแรง” เป็นรายการที่มุ่งสร้างเสริมให้ประชาชน มีสุขภาพดี เป็นสื่อกลางในการปลูกจิตสำนึก และสร้างกระแสให้คนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ รวมทั้งเป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่ความรู้ ข้อมูล ข่าวสาร ด้านท่องเที่ยว สุขภาพ และกีฬา

4.2.5 FM 100.5 MHz อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของ บริษัทบางกอกเอ็นเตอร์เทนเม้นท์ จำกัด (มหาชน) หรือ BEC ตามสัญญาร่วมดำเนินกิจการ

4.2.6 FM 107 MHz “Metropolis” เป็นสถานีวิทยุนำร่องสถานีแรกของบริษัทในการปรับเปลี่ยนเพื่อเข้าสู่ความเป็นสถานี โมเดิร์นเรดิโอเต็มรูปแบบ โดยออกอากาศเป็น ภาษาอังกฤษทั้งหมด เน้นการถ่ายทอดข่าวโดยตรงจากสำนักข่าวชั้นนำของโลก เช่น CNN NHK BBC ABC VOA มุ่งเป้าหมายผู้ฟังที่เป็นชาวต่างชาติที่อยู่ในประเทศไทย นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่ สนใจภาษาอังกฤษ โดยนำเสนอเพลงสากลในยุค 70 และ 80

นอกจากนั้น ยังมีการดำเนินการออกอากาศครอบคลุมพื้นที่ทั่วไปในรูปแบบ Nationwide โดยสถานี FM ในกรุงเทพฯ 3 ความถี่ เป็นแม่ข่ายออกอากาศรายการไปยังเครือข่ายใน ส่วนภูมิภาค 53 สถานีในช่วงเวลาดังนี้

4.2.7 FM 95 MHz ลูกทุ่งมหานคร ช่วงเวลา 00.30 – 06.00 น. สำหรับวันจันทร์- ศุกร์ 00.00 – 06.00 น. วันเสาร์-อาทิตย์ เป็นการรายงานความช่วยเหลืออุบัติเหตุจากศูนย์ข่าวต่างๆ

4.2.8 SEED 97.5 FM ทุกวัน ช่วงเวลา 20.00 – 24.00 น.

4.2.9 FM 100.5 MHz สถานีข่าว ทุกวันช่วงเวลา 07.30 – 07.55 น. ก้าวทันข่าว / 12.00 – 12.30 น. ข่าวเที่ยงวัน / 18.00 – 19.00 คิวข่าวมาคุย และ 19.30 – 20.00 น. ถ่ายทอดข่าว จาก BBC และข่าวต้นชั่วโมงทุกวัน วันละ 13 ช่วง ช่วงละ 5 นาที

สถานีวิทยุ ส่วนภูมิภาค ระบบ FM จำนวน 53 สถานี ดำเนินงานในหลายรูปแบบ เช่นเดียวกับสถานีวิทยุ อสมท ส่วนกลาง คือมีทั้งสถานีวิทยุ ที่บริษัทดำเนินการบริหารจัดการเอง ทั้งหมด ดำเนินการร่วมกับเอกชนที่เป็นคู่สัญญา และให้ผู้ประกอบการเอกชนเช่าเวลาไปดำเนินการผลิตเพื่อออกอากาศเอง โดยมุ่งให้เป็นสถานีวิทยุ อสมท ส่วนภูมิภาคเป็นสถานีวิทยุเพื่อมวลชน ท้องถิ่น โดยเน้นออกอากาศรายการเพื่อประโยชน์ในระดับท้องถิ่นเป็นหลัก สอดแทรกรายการข่าว และสาระเพื่อสาธารณประโยชน์ในระดับชาติ ที่ออกอากาศจากสถานีวิทยุส่วนกลาง โดย สอดแทรกสาระความรู้พร้อมกับให้ความบันเทิง (Edutainment) เปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็นและร้องเรียนปัญหาต่างๆ ได้

4.3 สำนักข่าวไทย เป็นสำนักข่าวแห่งแรกของประเทศไทย จัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2520 มีสถานะเสมือนหนึ่งเป็นสำนักข่าวแห่งชาติ และเป็นผู้ผลิตหลักที่เป็นหนึ่งในข้อได้เปรียบทางธุรกิจ ของ บมจ. อสมท มีหน้าที่รับผิดชอบการผลิต รวบรวม จัดเก็บ วิเคราะห์ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ที่เน้นความเป็นกลาง ถูกต้อง เชื่อถือได้ รวดเร็วทันเหตุการณ์ โดยผ่านสื่อของบริษัทฯ ที่มี หลากหลาย ได้แก่ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ สถานีวิทยุฯ โมเดิร์นเรดิโอ และเครือข่ายสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ [www.mcot.net](http://www.mcot.net) โดยจัดสร้างเว็บเพจ TNA STATION อัปเดตข่าว ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้บริการแก่ประชาชน และให้บริการส่งข่าวเข้าระบบโทรศัพท์มือถือ และ สื่ออื่นๆ ผ่านทางสื่อคอมพิวเตอร์ออนไลน์

สำนักข่าวไทย นอกจากจะมีศูนย์ข่าวในส่วนกลางแล้ว ยังมีศูนย์ข่าวกระจายอยู่ใน ส่วนภูมิภาคอีก 4 ศูนย์ คือ ศูนย์ข่าวเชียงใหม่ ศูนย์ข่าวขอนแก่น ศูนย์ข่าวหาดใหญ่ และศูนย์ข่าว ระยอง นอกจากนั้นยังขยายความร่วมมือด้านข้อมูลข่าวสาร และอื่นๆ กับพันธมิตรสื่อต่างประเทศที่ สำคัญๆ ของโลกจำนวนมากเช่น

4.3.1 สถานีโทรทัศน์ CNN (USA), CCTV (China), NHK (Japan), TV5 (France), DW (Germany), RAI (Italy)

4.3.2 สถานีวิทยุ ABC (Australia), BBC (U.K.), VOA (USA), CNN Radio (USA)

4.3.3 กลุ่มองค์กรความร่วมมือ 3 กลุ่ม ได้แก่

ก. สำนักข่าวแห่งเอเชียและแปซิฟิก (OANA) ซึ่งมีสมาชิก 37 สำนักข่าวจาก 30 ประเทศ

ข. เครือข่ายแลกเปลี่ยนข่าวโทรทัศน์ในเอเชียแปซิฟิก (Asia vision) ซึ่งมีสมาชิกเป็นสถานีโทรทัศน์ 16 ประเทศ

ค. พันธมิตรของ EBU (European Broadcasting Union)

ธุรกิจตามสัญญาาร่วมดำเนินกิจการและบริษัทย่อย บริษัท บมจ. อสมท ดำเนินกิจการกับผู้ประกอบการเอกชนต่างๆ ตามสัญญาาร่วมดำเนินกิจการ โดยได้รับรายได้ในรูปของค่าตอบแทนในการร่วมดำเนินกิจการ (สัมปทาน) ซึ่ง บมจ. อสมท มีกิจการในลักษณะดังกล่าวประกอบด้วย 2 กิจการหลักที่สำคัญ คือ ร่วมกับบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (BEC) ดำเนินกิจการโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อสมท รวมทั้งให้เช่าเวลาจัดรายการ และโฆษณาทางสถานีวิทยุ FM 105.5 MHz และร่วมกับบริษัท ยูไนเต็ด บรอดคาสติงเน็ตเวิร์ค จำกัด (มหาชน) หรือกลุ่มยูบีซี ดำเนินกิจการโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก (ปัจจุบันได้ควบรวมกิจการกับบริษัททงูไปแล้ว) นอกจากนี้ยังมีธุรกิจบริษัทย่อยในการผลิตรายการและสารคดีโทรทัศน์ คือบริษัทพาโนรามา เวิลด์วี จำกัด ซึ่งได้จดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัท จำกัด เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2546 โดยบริษัทฯ มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 49.0

5. สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ (NBT)

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์หลักที่ทำหน้าที่เป็นสื่อหลักของรัฐบาลอย่างแท้จริง ภายใต้การดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์ และสนับสนุนนโยบายของรัฐ และเพื่อแก้ไขระบบเครือข่ายวิทยุโทรทัศน์ให้ครอบคลุมและได้มาตรฐานทั่วประเทศ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ถูกจัดตั้งชั่วคราวที่อาคารศูนย์ระบบโทรทัศน์ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ ภายในวงเงิน 8 ล้านบาท เริ่มแพร่ภาพออกอากาศเป็นประจำ ในวันที่ 1 มกราคม 2529 จนถึง 31 มีนาคม 2531 ตั้งแต่เวลา 16.30 – 21.00 น. จากข้อจำกัดด้านงบประมาณ กรม

ประชาสัมพันธ์จึงของความช่วยเหลือจากประเทศญี่ปุ่น (JICA) ซึ่งรัฐบาลได้อนุมัติโครงการช่วยเหลือแบบให้เปล่าในวงเงิน 2,062 ล้านบาท หรือประมาณ 300 ล้านบาท และได้เริ่มทดลองแพร่ภาพออกอากาศรายการข่าวและเพื่อการศึกษา และถ่ายทอดรายการไปยังสถานีวิทยุโทรทัศน์ในเครือข่ายเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2531

โครงสร้างการบริหารงานของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ มีลักษณะการบริหารงานที่เป็นระบบราชการเต็มตัว และอยู่ภายใต้การกำกับนโยบายโดยสำนักนายกรัฐมนตรี ให้เป็นไปตามกรอบนโยบายของสำนักนายกรัฐมนตรี มีอำนาจสั่งการมายังผู้อำนวยการสถานี โดยผ่านรองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ทั้ง 3 ท่าน ตัวสถานีตามโครงสร้างบริหารงานนั้นมีฐานะเทียบเท่าสำนัก มีการแบ่งการบริหารงานออกเป็น 2 ฝ่าย และ 3 ส่วน

#### โครงสร้างภายในหน่วยงาน และการจัดการดำเนินงาน

5.1 ฝ่ายบริหารทั่วไป มีหน้าที่ และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการบริหารงาน และการจัดการด้านการบริหารทั่วไป งานด้านบุคลากร และสวัสดิการ งานการเงินและบัญชี งานพัสดุ งานอาคารสถานที่และยานพาหนะ รวมทั้งงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร การดำเนินการ และรายการต่างๆ ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

5.2 ฝ่ายแผนงานและประสานงานมีหน้าที่รับผิดชอบการกำหนดนโยบาย ทิศทางวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกลยุทธ์ในการวางแผนปฏิบัติงาน การใช้สื่อวิทยุโทรทัศน์ในการเผยแพร่ข่าวสาร ซึ่งแบ่งออกเป็นงานแผนงานและประสานเครือข่าย และงานข้อมูล

5.3 ส่วนจัดและควบคุมรายการมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำรายการ โดยประสานงานร่วมกับส่วนผลิตรายการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับทั้งภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในประเทศไทยและต่างประเทศ เพื่อนำรายการที่จะแพร่ภาพออกอากาศมาตรวจสอบ ศึกษาวิเคราะห์ความเหมาะสมในเนื้อหาให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐ ว่ามีผลกระทบต่อสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ การเมืองการปกครอง เศรษฐกิจและสังคมมากน้อยเพียงใด และกำกับดูแลการแพร่ภาพออกอากาศให้เป็นไปตามผังรายการประจำวัน ซึ่งมีการแบ่งออกเป็น 3 ฝ่าย ดังนี้

5.3.1 ฝ่ายจัดรายการ มีหน้าที่รับผิดชอบการจัดทำแผนผังรายการประจำปี ประจำ ไตรมาสและประจำเดือน โดยการกำหนดสัดส่วนของรายการ ศึกษา วิเคราะห์ เนื้อหา สาระ รูปแบบ คุณภาพ เพื่อขออนุมัติร่วมผลิตรายการ ประมวลข้อมูลความคิดเห็นจากกลุ่มผู้ชมรายการ และสื่อมวลชน เพื่อปรับปรุงรายการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

5.3.2 ฝ่ายตรวจสอบและวิเคราะห์รายการ รับผิดชอบในการวิเคราะห์ตรวจสอบ รายการโทรทัศน์ที่จะนำมาเผยแพร่ออกอากาศ ในด้านเนื้อหาสาระ รูปแบบและคุณภาพ ให้เป็นไปตามนโยบาย และตามระเบียบของงานคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ แห่งชาติ (กทช.) รวมทั้งกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

5.3.3 ฝ่ายปฏิบัติการและข้อมูลการออกอากาศ มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำ แผนผังรายการ สำหรับแพร่ภาพออกอากาศประจำวัน ทั้งรายการปกติ และรายการพิเศษเฉพาะกิจ จัดเตรียมความพร้อมและดำเนินรายการด้านผู้ประกาศ พิธีกร อุปกรณ์ต่างๆ เช่น เทปโทรทัศน์ แผ่นเสียง ฯลฯ รวมทั้งควบคุม และกำกับรายการในแต่ละช่วงร่วมกับส่วนเทคโนโลยี ส่วนผลิต รายการ สถานีเครือข่ายทั่วประเทศ และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

5.4 ส่วนผลิตรายการ มีหน้าที่ผลิตรายการต่างๆ ให้เป็นไปตามนโยบายและแผนงาน ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย โดยรวบรวมศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารและความรู้ ทั่วไป เพื่อจัดทำแผนงาน โครงการและแผนผลิตรายการโทรทัศน์ทุกประเภท โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มงาน และ 1 ฝ่าย ดังนี้

5.4.1 กลุ่มงานผลิตรายการ มีหน้าที่ติดตามแสวงหา ค้นคว้า ศึกษาวิเคราะห์ ข่าวสารด้านการเมือง สังคม เศรษฐกิจศิลปวัฒนธรรม กีฬาและบันเทิง ฯลฯ เพื่อกำหนดรูปแบบ และวิธีการผลิต รวมทั้งประเมินผลและพัฒนาเทคโนโลยีผลิตสื่อ โทรทัศน์ให้มีประสิทธิภาพ

5.4.2 กลุ่มออกแบบและสร้างสรรค์ มีหน้าที่เกี่ยวกับการรวบรวมข้อมูล ศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์วิจัย คิดค้นและพัฒนาารูปแบบรายการ วิธีผลิตรายการ โดยการประเมินผลและพัฒนาารูปแบบการผลิตรายการใหม่ๆ ให้มีประสิทธิภาพอย่างเป็นระบบต่อเนื่อง

5.4.3 ฝ่ายศิลปกรรม มีหน้าที่ออกแบบ สร้างและควบคุมการตกแต่ง ติดตั้ง วัสดุ orton ฉากที่ใช้ในการผลิตรายการทั้งภายในและภายนอกสถานที่ ออกแบบศิลปะสำหรับการผลิต

รายการ และใช้ในงานอื่นๆ ของสถานี หรือให้คำปรึกษาแนะนำในการแต่งกาย แต่งหน้า ทรงผม ฯลฯ สำหรับผู้แสดง พิธีกร ผู้ประกาศ เป็นต้น

5.5 ส่วนเทคโนโลยี มีหน้าที่รับผิดชอบในการควบคุมการทำงานอุปกรณ์ เครื่องส่ง วิทยุโทรทัศน์ อุปกรณ์ส่วนควบคุมเครื่องส่งฯ และห้องส่ง โดยการควบคุมสัญญาณภาพและเสียง ให้เป็นไปตามมาตรฐานและมีประสิทธิภาพ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและรายการต่างๆ ตามแผนผังรายการของสถานีฯ คิดค้นพัฒนาเทคโนโลยีการเชื่อมโยงไปยังสถานีเครือข่ายและสถานีวิทยุโทรทัศน์ในภูมิภาคและเอเชียแปซิฟิก ควบคุมการปฏิบัติงานการใช้อุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ สำหรับการผลิตรายการทั้งในและนอกสถานที่ จำทำแผนการหา และพัฒนาอุปกรณ์การผลิตโสตทัศนูปกรณ์ เครื่องมือสำหรับการเผยแพร่ออกอากาศทั้งภายใน และห้องเครื่องส่งทดแทน ตลอดจนซ่อมบำรุงรักษาให้พร้อมที่จะใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแบ่งออกเป็น 3 ฝ่าย และ 1 กลุ่มงาน ดังนี้

5.5.1 ฝ่ายควบคุมการออกอากาศ รับผิดชอบในการควบคุมการทำงานในการใช้อุปกรณ์เครื่องส่งวิทยุโทรทัศน์ ควบคุมการทำงานของอุปกรณ์สำหรับแพร่ภาพ เช่น กล้องโทรทัศน์ ระบบเครื่องเทปบันทึกภาพ ระบบเสียง และระบบไฟฟ้า

5.5.2 ฝ่ายสถานีเครือข่าย รับผิดชอบในการควบคุมการทำงาน รับ-ส่งการเชื่อมโยงสัญญาณไปยังสถานีเครือข่ายส่วนภูมิภาค และสถานีวิทยุโทรทัศน์ในประเทศภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก รวมทั้งคิดค้นด้านเทคนิควิธีการเพื่อพัฒนาระบบสัญญาณให้มีประสิทธิภาพ

5.5.3 ฝ่ายสนับสนุนการผลิตรายการ มีหน้าที่ในการควบคุมการทำงาน การใช้ อุปกรณ์เทคนิค และการใช้เทคโนโลยีเพื่อการผลิตรายการ

5.5.4 กลุ่มงานวิศวกรรมและบำรุงรักษา รับผิดชอบในการวางแผนการจัดการซ่อมบำรุงอุปกรณ์เพื่อเผยแพร่ออกอากาศ เครื่องรับ เครื่องส่ง และอุปกรณ์ระบบเชื่อมโยง อุปกรณ์สื่อสารและระบบไฟฟ้ากำลัง

## 5.6 สำนักข่าว (สนข.)

จัดตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 21 มกราคม 2540 และตามพระราชกฤษฎีกา แบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ. 2540 แต่เดิมสำนักข่าวอยู่ภายใต้โครงสร้างของสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 แต่ปัจจุบันถูกแยกการบริหาร ออกเป็นอิสระจากสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 และมีลักษณะการบริหารงานแบบสำนัก ทำหน้าที่ผลิตข่าวเพื่อป้อนสถานีโทรทัศน์ สถานีวิทยุกระจายเสียง และสื่อใหม่ทางอินเทอร์เน็ต ศูนย์ข่าวเพื่อประชาชน <http://www.thainews.com> มีโครงสร้างการบริหารงานแบ่งออกเป็น 4 ส่วน 1 ฝ่าย ได้แก่

ส่วนสื่อข่าวและรายงานข่าว

ส่วนผลิตรายการข่าว

ส่วนเทคนิคข่าว

ส่วนข้อมูลและเอกสารข่าว

ฝ่ายบริหารทั่วไป

มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการดำเนินการด้านข่าวของกรมประชาสัมพันธ์ สื่อข่าวและผลิตข่าวเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เผยแพร่ทางสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ คือ ข่าวทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11

ข่าวภาคเช้า เวลา 07.00 – 08.30 น.

ข่าวภาคค่ำ เวลา 18.30 – 20.20 น.

ข่าวคืนชั่วโมง เวลา 09.00 – 23.00 น. (ทุกคืนชั่วโมง)

### 5.6.1 รายการข่าวที่ร่วมผลิตกับเอกชน

รายการทันข่าวเช้านี้ ออกอากาศเวลา 06.00–08.00 น. ทุกวัน

## 5.6.2 ข่าวทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.)

### ก. ภาคภาษาไทย

1) ข่าวภาคบังคับถ่ายทอดทุกสถานีทั่วประเทศ เวลา 07.00 – 07.30 น.  
และเวลา 19.00 – 19.30 น.

2) ข่าวภาคบังคับถ่ายทอดสถานีในเครือข่ายทั่วประเทศ

ภาคเช้า เวลา 07.30 – 08.00 น.

ภาคเที่ยง เวลา 12.00 – 13.00 น.

ภาคค่ำ เวลา 20.00 – 20.30 น.

3) ข่าวทุกต้นชั่วโมง ตั้งแต่เวลา 09.00 – 22.00 น.

4) ข่าวประกวดราคาทาง สวท. AM 894 ทุกวันทำการ เวลา 13.15–14.00 น.

### ข. ภาคภาษาอังกฤษ

สำนักข่าวจัดทำข่าว และบทความภาษาอังกฤษ เผยแพร่ทาง สวท. ภาค  
ภาษาต่างประเทศ (Radio Thailand) วันละ 4 ภาค คือ เวลา 07.00 น. เวลา 12.30 น. เวลา 19.00 น.  
และเวลา 20.00 น. โดยผู้ฟังต่างประเทศรับฟังได้ที่คลื่นสั้น 9.655 MHz และ 11.905 ส่วนผู้ฟังใน  
ประเทศรับฟังได้ที่คลื่น FM 95.5, FM 105 และ AM 918

## 5.7 เครื่องข่ายอินเทอร์เน็ต ศูนย์ข่าวเพื่อประชาชน (<http://thainews.com>)

สำนักข่าวได้จัดทะเบียนจัดตั้งเว็บไซต์ <http://thainews.com> ให้บริการข่าวประจำวัน  
ทั้งภาษาไทยและอังกฤษ ที่มีเนื้อหาสาระแบ่งตามหมวดหมู่อย่างชัดเจนดังนี้

### 5.7.1 ข่าวเด่นประจำวัน

### 5.7.2 รายงานพิเศษ

### 5.7.3 ข่าวทันเหตุการณ์ (Breaking News)

### 5.7.4 ผลการประชุมคณะรัฐมนตรี

### 5.7.5 เอกสารข่าวกรมประชาสัมพันธ์

### 5.7.6 Daily News

5.7.7 เพื่อแผ่นดินไทย ส่งเสริมให้มีจิตสำนึกในเรื่องของชาติ ศาสนา  
พระมหากษัตริย์

5.7.8 ปฏิทินข่าว ให้บริการกำหนดการกิจกรรมต่างๆ ที่สำคัญ สำหรับสื่อมวลชน  
และผู้สนใจ

นอกจากนี้ผู้ชมเว็บไซต์ <http://thainews.com> ยังสามารถรับชมและรับฟังรายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ได้พร้อมกับการออกอากาศของสถานีดังกล่าวในแบบ Real time แบบสดๆ และยังรับชม-รับฟัง รายการข่าวภาคต่างๆ และรายการเด่นๆ ได้แก่ รายการบันทึกสถานการณ์ รายการกรงสถานการณ์ รายการทิศทางทางเศรษฐกิจ และรายการ News line ย้อนหลังได้จนถึงการออกอากาศครั้งใหม่ได้อีกด้วย

## 5.8 ข่าวทางสื่อสิ่งพิมพ์

เอกสารข่าวกรมประชาสัมพันธ์ และ Thailand News Bulletin

## 5.9 สำนักประชาสัมพันธ์เขต

เป็นราชการบริหารส่วนกลาง ในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ ปัจจุบันการจัดตั้งสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1-8 ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ดังนี้ คือ

กำกับดูแลการปฏิบัติงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

ประสานการดำเนินงานด้านนโยบายและแผนงานระหว่างหน่วยงานของกรมในราชการบริหารส่วนกลาง กับราชการบริหารส่วนภูมิภาค

ดำเนินการฝึกอบรม และพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนให้คำปรึกษาทางด้านวิชาการแก่หน่วยงานของรัฐ

ปฏิบัติงานร่วมหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือได้รับมอบหมาย

สถานีโทรทัศน์ระดับภูมิภาคทั้ง 10 สถานี ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 อยู่ภายใต้การบริหารงานของสำนักประชาสัมพันธ์เขตทั้ง 8 เขต โดยมีเขตพื้นที่ให้บริการทั่วประเทศดังนี้

### 5.9.1 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (กรุงเทพมหานคร)

ดูแลบริหารโดยผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ครอบคลุมพื้นที่ 11 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม พระนครศรีอยุธยา สระบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง และนครปฐม

### 5.9.2 สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 (สทท.ขอนแก่น)

ดูแลบริหารโดย ผอ.สพข. 1 ครอบคลุมพื้นที่ 10 จังหวัดอีสานตอนบน ได้แก่ ขอนแก่น นครราชสีมา สกลนคร เลย หนองคาย มหาสารคาม ชัยภูมิ กาฬสินธุ์ อุดรธานี และหนองบัวลำภู มีเครือข่ายสถานีเครื่องส่ง 5 สถานี คือ ขอนแก่น นครราชสีมา สกลนคร อุดรธานี และเลย

### 5.9.3 สำนักประชาสัมพันธ์เขต 2 (สทท.อุบลราชธานี)

ดูแลบริหาร โดย ผอ.สพข. 2 ครอบคลุมพื้นที่ 9 จังหวัดอีสานตอนล่าง ได้แก่ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ สุรินทร์ บุรีรัมย์ ยโสธร นครพนม ร้อยเอ็ด มุกดาหาร และอำนาจเจริญ

### 5.9.4 สำนักประชาสัมพันธ์เขต 3 (สทท.เชียงใหม่)

ดูแลบริหาร โดย ผอ.สพข. 3 ครอบคลุมพื้นที่ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน ได้แก่ ลำปาง เชียงใหม่ เชียงราย แพร่ น่าน ลำพูน พะเยา และแม่ฮ่องสอน มีเครือข่ายสถานี เครื่องส่ง 6 สถานี คือ เชียงใหม่ ลำปาง เชียงราย แม่ฮ่องสอน แพร่ และน่าน

### 5.9.5 สำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 (สทท.พิษณุโลก)

ดูแลบริหาร โดย ผอ.สพข. 4 ครอบคลุมพื้นที่ 9 จังหวัด ได้แก่ พิษณุโลก นครสวรรค์ พิจิตร อุตรดิตถ์ กำแพงเพชร ตาก สุโขทัย เพชรบูรณ์ และอุทัยธานี มีเครือข่ายสถานี เครื่องส่ง 4 สถานี คือ พิษณุโลก นครสวรรค์ เพชรบูรณ์ และตาก

### 5.9.6 สำนักประชาสัมพันธ์เขต 5 (สทท.สุราษฎร์ธานี)

ดูแลบริหาร โดย ผอ.สพข. 5 ครอบคลุมพื้นที่ 8 จังหวัดภาคใต้ ได้แก่ สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช ภูเก็ต กระบี่ พังงา ระนอง ชุมพร และประจวบคีรีขันธ์ มีเครือข่าย สถานีเครื่องส่ง 2 สถานี คือ ชุมพร และระนอง

สถานีเครือข่ายในพื้นที่ 2 สถานี ได้แก่

ก. สทท.นครศรีธรรมราช พื้นที่รับผิดชอบ 4 จังหวัดภาคใต้ตอนกลาง ได้แก่ นครศรีธรรมราช พัทลุง กระบี่ และตรัง มีเครือข่ายสถานีเครื่องส่ง 1 สถานี (ทุ่งสง)

ข. สทท.ภูเก็ต พื้นที่รับผิดชอบ 3 จังหวัดภาคใต้ ได้แก่ ภูเก็ต กระบี่ และ พังงา มีเครือข่ายสถานีเครื่องส่ง 1 สถานี (ตะกั่วป่า)

### 5.9.7 สำนักประชาสัมพันธ์เขต 6 (สทท.สงขลา)

ดูแลบริหาร โดย ผอ.สพข. 6 ครอบคลุมพื้นที่ 7 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง ได้แก่ สงขลา ตรัง สตูล พัทลุง ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส มีสถานีเครือข่ายในพื้นที่ 2 สถานี ได้แก่ สทท.ส่วนแยกยะลา และตรัง และเครือข่ายสถานีเครื่องส่ง 1 สถานี (ยะลา)

### 5.9.8 สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 (สทท.จันทบุรี)

ดูแลบริหาร โดย ผอ.สพข. 7 ครอบคลุมพื้นที่ 9 จังหวัดภาคตะวันออก ได้แก่ ระยอง ชลบุรี จันทบุรี ตราด สระแก้ว ปราจีนบุรี นครนายก ฉะเชิงเทรา และสมุทรปราการ มีเครือข่ายสถานีเครื่องส่ง 4 สถานี คือ ระยอง ตราด สระแก้ว และพัทลุง

### 5.9.9 สำนักประชาสัมพันธ์เขต 8 (สทท.กาญจนบุรี)

ดูแลบริหาร โดย ผอ.สพข. 8 ครอบคลุมพื้นที่ 10 จังหวัดภาคกลาง ได้แก่ กาญจนบุรี เพชรบูรณ์ ราชบุรี ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และสระบุรี มีเครือข่ายสถานีเครื่องส่ง 6 สถานี คือ กาญจนบุรี อ.ทองผาภูมิ อ.สังขละบุรี ประจวบคีรีขันธ์ อ.หัวหิน และสิงห์บุรี

## 6. สถานีวิทยุโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

เป็นสถานีโทรทัศน์สาธารณะเกิดขึ้นตามพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 ภายใต้การดูแลขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (Thai Public Broadcasting Service – TPBS) ซึ่งองค์การดังกล่าวมีวัตถุประสงค์คือ ดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่สนับสนุนการพัฒนาสังคมที่มีสาระประโยชน์ทางการศึกษา และสาระบันเทิงที่มีสัดส่วนอย่างเหมาะสมและมีคุณภาพสูง เน้นความหลากหลายในมิติต่างๆ โดยมุ่งดำเนินการอย่างปราศจากอคติทางการเมือง และผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ และยึดถือผลประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ ส่งเสริมเสรีภาพในการรับรู้ข่าวสารเพื่อสร้างสังคมประชาธิปไตย และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน

องค์กรนี้มีฐานะเป็นหน่วยงานของรัฐ แต่ไม่ใช่หน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ได้รับเงินบำรุงองค์การจากภาษีสุราและยาสูบ ออกอากาศรายการสารคดีต่อเนื่องจาก สถานีโทรทัศน์ทีไอทีวี ตั้งแต่วันที่ 15 มกราคม 2551 ออกอากาศอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2551 ใช้ชื่อสถานีว่า สถานีโทรทัศน์ทีไอทีวีไทย ทีไอทีวีสารณะ รายการที่ออกอากาศส่วนใหญ่เป็นรายการสารคดีและข่าว ไม่มีโฆษณา

### ความสำคัญของโทรทัศน์ต่อเกษตรกร

อรทัย ศรีสันติสุข (2529) กล่าวว่า โทรทัศน์มีความสำคัญต่อเกษตรกรเนื่องจากประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร อาศัยอยู่ในชนบททั่วประเทศ มีจำนวนไม่น้อยที่ประกอบอาชีพที่ได้รับถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ เกษตรกรมักไม่มีความรู้สมัยใหม่ ขาดความเคลื่อนไหวในเหตุการณ์บ้านเมือง ที่จะมาปรับใช้กับชีวิตประจำวันได้ ประกอบกับถิ่นที่อยู่อาศัยนั้นห่างไกลความเจริญ โอกาสที่เจ้าหน้าที่จะนำความรู้ข่าวสารเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้าไปเผยแพร่ก็เป็นไปด้วยความลำบาก การสื่อสารมวลชนมีความจำเป็นสำหรับเกษตรกรที่จะรับรู้เทคโนโลยีที่เหมาะสม เพราะการสื่อสารมวลชนแพร่กระจายได้รวดเร็วกว้างขวาง ดังนั้นโทรทัศน์จึงมีบทบาทขึ้นทุกขณะ ประชาชนในกรุงเทพฯ เปิดรับโทรทัศน์เป็นกิจวัตร ในชนบทเกษตรกรผู้มีฐานะก็พยายามขวนขวายมีเครื่องรับโทรทัศน์ไว้ ขณะนี้สถานีโทรทัศน์ก็พยายามปรับปรุงขยายสถานีถ่ายทอดเพิ่มขึ้น โดยโทรทัศน์มีความสำคัญต่อสังคมไทย ดังนี้

1. ความสำคัญในการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในโลก โดยเป็นเครื่องมือการส่งสารในรูปของข่าว ด้วยการส่งสัญญาณผ่านดาวเทียม เพื่อให้ทั่วโลกได้รับรู้เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น ที่ไหน เมื่อใด อย่างไร และทำไม ซึ่งทำให้ชาวโลกได้มีโอกาสรับรู้เหตุการณ์ หรือความก้าวหน้าได้พร้อมๆ กัน

2. ความสำคัญในการเผยแพร่แลกเปลี่ยนความรู้ ความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ โดยอาศัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทางการสื่อสาร ในรูปของการถ่ายทอดผ่านดาวเทียม การบันทึกวิดีโอเทป (Video tape) หรือวีดีโอดิสก์ (Video disc) ทำให้ประชาชนในประเทศต่างๆ ของโลก มีโอกาสและสามารถรับรู้ ความบันเทิงอย่างเดียวกันได้และอย่างรวดเร็ว จึงนับว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่สร้างความรู้ ความบันเทิงให้แก่ประชากรของโลกอย่างกว้างขวาง

3. ความสำคัญในการใช้เป็นสื่อที่ทำให้เกิดการพึ่งพาซึ่งกันและกันทั่วทั้งโลก (Global interdependence) ด้วยความต้องการของมนุษย์ในการติดต่อสื่อสารกันให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นเรื่อยๆ จึงเกิดเป็นลักษณะการถ่ายโอนเทคโนโลยีการสื่อสาร จากประเทศที่พัฒนาเรื่องข่าวสารไปยังประเทศขาดแคลน เป็นผลให้เกิดการพึ่งพาช่วยเหลือซึ่งกันและกันขึ้นได้ เช่น ในกรณีเกิดภาวะความอดอยากในประเทศเอธิโอเปีย เมื่อข่าวนี้กระจายออกไป ทั่วโลกก็ได้ให้ความร่วมมือและช่วยเหลือ

### ประเภทรายการโทรทัศน์

สมคิด ชีรศิลป์ (2523) แบ่งประเภทรายการโทรทัศน์ ที่ส่งออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ได้เป็น 3 ประเภทคือ

1. รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา (Educational television) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไป เช่น รายการสารคดี วรรณคดี ภาษา สังคม ดนตรี
2. รายการโทรทัศน์เพื่อการสอน (Instructional television) มีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัย วิทยาลัย หรือ โรงเรียน การสอนนี้อาจใช้ได้ทั้งภายในสถานศึกษาหรือภายนอกสถานศึกษา เช่น การบรรยายทางวิชาการต่างๆ ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. และสถานีโทรทัศน์ทุกช่องของกรมประชาสัมพันธ์
3. รายการโทรทัศน์เพื่อธุรกิจการค้า (Commercial television) มีวัตถุประสงค์เพื่อหากำไร รายการเน้นหนักไปทางด้านบันเทิง รายได้หลักของทางสถานีได้มาจากค่าโฆษณาสินค้า หรือค่าเช่าเวลา บางสถานีตั้งขึ้นมาโดยอาศัยสถานีที่ตั้งมาก่อนเป็นหลัก เช่น สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 สี อาศัยสถานีโทรทัศน์สี่ช่อง 5 ของกองทัพบก

นอกจากนี้มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช(2529) ยังได้แบ่งประเภทรายการโทรทัศน์ออกตามวัตถุประสงค์ของรายการที่จัดแล้วได้ 5 ประเภท ดังนี้

1. รายการประเภทความรู้ (Educational programs) เป็นรายการโทรทัศน์มุ่งเน้นในการให้ความรู้และประสบการณ์แก่ผู้ชม รายการประเภทนี้มักจัดเพื่อบุคคลทั่วไป ไม่ได้จำกัดผู้ชมเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น เช่น รายการสารคดี รายการสัมภาษณ์บุคคลที่น่าสนใจ ตลอดจนรายการ

สนทนาของบุคคลที่มีชื่อเสียงในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การจัดรายการทางการศึกษา นอกจากจะให้ความรู้โดยตรงแล้ว ก็จะมีความบันเทิงสอดแทรกอยู่ด้วย เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้ติดตามรายการ โดยตลอด โดยไม่เปลี่ยนไปคู่อื่น

2. รายการทางการสอน (Instructional programs) เป็นรายการโทรทัศน์ที่จัดขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในเรื่องการเรียนการสอน โดยยึดหลักสูตรจากการจัดการศึกษาของแต่ละสถานศึกษา เช่น การใช้รายการโทรทัศน์ในระบบการสอนทางไกลของมหาวิทยาลัย การจัดรายการจะมุ่งเน้นเพื่อผู้ดีเฉพาะกลุ่ม คือผู้ที่เรียนในสาขาวิชาต่างๆ ของมหาวิทยาลัยนั้นๆ ลักษณะของรายการจะเป็นการนำเสนอบทเรียนโดยเน้นเนื้อหาสาระเพียงอย่างเดียว และมีแนวการสอนหลายๆรูปแบบ เช่น อาจเป็นความหมายของผู้สอนโดยตรง การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน การแสดงละคร หรือ การทำเป็นภาพยนตร์ประกอบการสอน

3. รายการข่าว (News programs) เป็นรายการที่เสนอเหตุการณ์ที่เพิ่งจะเกิดขึ้นซึ่ง อยู่ในความสนใจของประชาชนทั่วไป และมีผลกระทบต่อบุคคลในสังคม โดยการนำเสนอตามที่เป็นจริง ไม่มีการใส่ความคิดเห็นลงไป ได้แก่ รายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง ส่วนรายการวิจารณ์ข่าวไม่ได้เป็นรายการข่าว แต่เป็นรายการวิเคราะห์ข่าว ซึ่งจัดอยู่ในประเภทความรู้แบบหนึ่ง เนื่องจากมีการใส่ความคิดเห็นของตนเองลงไปด้วย

4. รายการบันเทิง (Entertainment programs) เป็นรายการที่เน้นความสนุกสนานเพลิดเพลินเป็นหลัก เช่น รายการละคร ภาพยนตร์ รายการเพลง เกมโชว์ต่างๆ

5. รายการโฆษณา (Advertising programs) รายการประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเป็นการโฆษณาชักชวนให้ซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ของผู้อุปถัมภ์รายการ โดยอาจทำเป็นสปอตโฆษณาสั้นๆ ประมาณ 30 นาที หรือแทรกอยู่ในรายการบันเทิง ข่าวธุรกิจ กิจกรรมการเคลื่อนไหวของบริษัทร้านค้าต่างๆ ทั้งนี้เพื่อสร้างผลทางจิตวิทยา ให้เกิดความศรัทธาจากลูกค้า

การจัดรายการประเภทต่างๆ เหล่านี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่ง โดยทั่วไปแล้วจะมีชื่อเรียกสถานีตามลักษณะการดำเนินงานของสถานีคือ

1. โทรทัศน์การศึกษา (ETV : Education television) เป็นสถานีโทรทัศน์เพื่อให้ความรู้ทั่วไป ในประเทศมีอยู่เพียงสถานีเดียว คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ของกรมประชาสัมพันธ์ ตั้งอยู่ใน

กรุงเทพฯ เริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2528 แต่มีกำลังต่ำมากเพียง 10 กิโลวัตต์เท่านั้น (ขณะนี้ได้ทำการปรับปรุงเครื่องส่งขยายกำลังให้มากขึ้น) สถานประเภทนี้ ไม่มีการโฆษณา แต่จะอาศัยเงินสนับสนุนจากรัฐบาล

2. โทรทัศน์การสอน (ITV : Instructional television) เป็นสถานีโทรทัศน์เพื่อทำการสอนอย่างเดียว ในประเทศไทยยังไม่มีสถานีประเภทนี้

3. โทรทัศน์วงจรปิด (CCTV : Closed circuit television) เป็นโทรทัศน์ที่ติดตั้งตามสถานศึกษาต่างๆ ตลอดจนหน่วยงานบางหน่วยงาน โดยมากจะทำการผลิตรายการทางการสอนแล้วส่งภาพทางสาย (Micro Teaching) เพื่อตรวจเช็ค (Preview) หรือวิจารณ์การสอน การติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิดในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น การจัดอบรม หรือสัมมนา ซึ่งมีคนฟังมากๆ จำเป็นต้องส่งสัญญาณภาพและเสียงตามสายไปยังห้องอื่นๆ

4. โทรทัศน์ตามสาย (CATV : Community attend television) เป็นสถานีที่ก่อตั้งขึ้นเป็นพิเศษ ซึ่งมีลูกค้าเป็นผู้รับโดยเฉพาะ สถานีจะส่งออกอากาศไปยังบ้านของผู้รับที่มีเสารับสัญญาณพิเศษนี้โดยเฉพาะ ในเมืองไทยโทรทัศน์ตามสายในระบบต่อสายในระยะไกล ซึ่งต้องใช้สายพาดไปตามเสาไฟฟ้า หรือใต้ชายคา ที่มีลักษณะแตกต่างไปจากโทรทัศน์ที่กล่าวถึง

### ปัจจัยต่างๆ ในการผลิตรายการโทรทัศน์

อูษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์ (2552) กล่าวว่า การผลิตรายการโทรทัศน์จะมีขั้นตอนไม่ว่าจะเป็นรายการลักษณะใดก็ตาม จะมีขั้นตอนการดำเนินการใกล้เคียงกันคือ มีขั้นตอนที่ต้องดำเนินการ 4 ขั้นตอนใหญ่ๆ ดังนี้

1. การวางแผนก่อนการผลิตรายการ (planning) เป็นขั้นตอนที่ทีมผู้ผลิตรายการต้องร่วมกันคิดปรึกษาหารือเพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย เป้าหมาย แนวทางและวิธีการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ กำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรทั้งหมด กำหนดปัจจัยการผลิตที่จำเป็นต้องใช้งบประมาณตลอดจนเทคนิควิธีการติดตามประเมินผล ขั้นตอนการวางแผนการผลิต มีสิ่งที่จะต้องทำดังนี้

1.1 แสวงหาแนวความคิด เป็นการหาความคิดเพื่อนำมาทำรายการ เป็นงานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ผู้ผลิตรายการต้องมีความคิดที่กว้างไกลและลุ่มลึก เพื่อให้เกิดรายการที่น่าสนใจ

1.2 กำหนดวัตถุประสงค์ เป็นการคาดหวังจากผู้ผลิตว่าหลังจากที่ผู้ชมได้ชมรายการแล้วจะได้รับอะไรหรือเกิดผลอะไร

1.3 วิเคราะห์ผู้ชมเป้าหมาย เป็นการทำความเข้าใจผู้ชมในแง่ต่างๆ เพื่อให้สามารถผลิตรายการได้ตรงกับความต้องการมากที่สุด เราอาจผลิตรายการที่มุ่งเน้นผู้ชมแนวอนคือ ทุกเพศทุกวัย หรือมุ่งเน้นแนวตั้ง คือบางกลุ่มแยกตามเพศหรือวัย หรืออาชีพ เป็นต้น

1.4 วิเคราะห์เนื้อหาหรือข้อมูล เป็นการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะทำรายการ นำมาวิเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ทันสมัยตรงกับความสนใจกับผู้ชม เป็นหน้าที่ของทีมผู้ผลิต

1.5 เขียนบท เป็นการกำหนดลำดับก่อนหลังของการเสนอภาพและเสียงเพื่อให้ผู้ชมได้เนื้อหาสาระตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้โดยระบุลักษณะภาพและเสียงไว้เด่นชัด

1.6 กำหนดฉากและวัสดุประกอบฉาก เป็นการเขียนรายละเอียดของฉากที่ต้องการใช้และวัสดุประกอบฉาก เพื่อให้ฝ่ายฉากออกแบบและสร้างหรือจัดหาเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ผลิต

1.7 กำหนดวัสดุรายการ(programmematerials) วัสดุรายการหมายถึง วัสดุเนื้อหาประเภทรูปภาพ แผนภูมิ สไลด์ กราฟิก การ์ตูน เป็นต้น ที่จะนำมาประกอบในรายการ ต้องมีการวางแผนว่าจะต้องใช้วัสดุรายการอะไรบ้าง

1.8 กำหนดผู้แสดงหรือผู้ที่ต้องปรากฏตัว ผู้ปรากฏตัวทางรายการ ได้แก่ พิธีกร ผู้อภิปราย ผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการ เป็นต้นวางแผนว่าจะเชิญใครมาเป็นผู้ปรากฏตัวในรายการบ้างเพื่อให้รายการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

1.9 ทำแผนผังเวทีหรือแผนผังไฟ การทำแผนผังเวที (floor plan) หมายถึง การกำหนดตำแหน่งคน ฉาก สิ่งของที่ต้องใช้

1.10 ท่างประมาณ ในการผลิตรายการต้องมีค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ จำนวนมาก อาทิ ค่าจ้างผู้ผลิตรายการ ผู้กำกับรายการ ผู้เขียนบท นักแสดง ค่าเช่าสถานที่และอุปกรณ์ต่างๆ ค่าผลิตงานด้านกราฟิก สร้างฉาก ค่าอาหาร ค่าเดินทาง เป็นต้น ขึ้นวางแผนที่มงานจะต้องประมาณการค่าใช้จ่ายดังกล่าวและจัดหางบประมาณให้พอเพียง

หากเป็นผู้ผลิตรายการอิสระไม่ใช่ผู้ผลิตรายการของสถานีโทรทัศน์ที่ต้องผลิตรายการตามที่ฝ่ายจัดรายการกำหนดมา ผู้ผลิตรายการอิสระต้องนำแผนการผลิตรายการของตนไปนำเสนอต่อผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ รวมไปถึงบริษัทตัวแทนโฆษณาหากแผนดังกล่าวได้รับความสนใจ หมายความว่า สถานีโทรทัศน์รับรายการดังกล่าวบรรจุลงในผังรายการ รายการมีผู้สนับสนุนรายการ จึงจะนำไปสู่ขั้นตอนต่อไป

2. การเตรียมการและการฝึกซ้อมการผลิตรายการ (preparation) เป็นขั้นตอนที่นำแผนซึ่งวางไว้แล้วมาสร้าง ผลิตหรือจัด ให้พร้อมก่อนถึงวันเวลาผลิตรายการ การเตรียมการครอบคลุมการจัดความพร้อมในด้านบุคลากร ได้แก่การกำหนดผู้รับผิดชอบในตำแหน่งต่างๆ การเตรียมสถานที่ ทั้งภายในและภายนอกสถานที่ หมายถึง การเลือกสถานที่และบางสถานที่ต้องขออนุญาตใช้สถานที่ไว้ล่วงหน้า การเตรียมอุปกรณ์การผลิต เช่น กล้องโทรทัศน์ เครื่องบันทึกเทป ระบบแสง เสียง เป็นต้น การเตรียมฉาก วัสดุประกอบฉาก เครื่องแต่งตัว และแต่งหน้า การเตรียมวัสดุกราฟิกและวัสดุรายการ การเตรียมการแสดง การติดตั้งอุปกรณ์การผลิต ในขั้นตอนนี้บางครั้งรวมไปถึงการเตรียมทำประชาสัมพันธ์รายการด้วย นอกจากนี้ ยังรวมไปถึงการซักซ้อมก่อนดำเนินการผลิตรายการด้วย

3. ดำเนินการผลิต (production) เป็นการนำแผนงานและปัจจัยการผลิตที่ได้จัดเตรียมไว้ในดำเนินการผลิตให้ผลสำเร็จออกมาเป็นรายการโทรทัศน์ ผู้รับผิดชอบในขั้นตอนนี้คือผู้กำกับรายการ สิ่งที่ต้องทำในขั้นตอนนี้ได้แก่ การติดตั้งอุปกรณ์ (set up) การถ่ายทำรายการ (shooting & recording) ซึ่งบางรายการอาจจะบันทึกรายการไว้ตัดต่อภายหลัง

4. หลังการผลิตรายการ (post-production) เมื่อดำเนินการผลิตรายการเรียบร้อยแล้วขั้นหลังการผลิตรายการจะเกี่ยวกับงาน 2 ประการดังนี้

4.1 การตัดต่อลำดับภาพ หากไม่เป็นรายการสดที่ไม่เสร็จสมบูรณ์ในห้องผลิตรายการโทรทัศน์จะต้องนำรายการที่บันทึกไว้มาตัดต่อลำดับภาพ ทำเทคนิคพิเศษ ซ้อนอักษร ซ้อนภาพ บันทึกเสียงบรรยาย บันทึกเสียงดนตรี และการผสมเสียง เมื่อผลิตรายการเสร็จแล้วต้องมีการ

ตรวจสอบรายการ ซึ่งแบ่งออกเป็นตรวจสอบด้านเทคนิคและตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา แล้วจึงนำไปออกอากาศ

4.2 การประเมินรายการ(evaluation) เป็นการพิจารณาค่าของรายการโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้นมาว่ารายการมีคุณภาพควรแก่การออกอากาศหรือไม่ ต้องปรับปรุงอะไร รวมทั้งตรวจสอบว่าออกอากาศแล้วมีผลย้อนกลับจากผู้ชมอย่างไร มีประโยชน์ต่อการพัฒนางานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ การประเมินสามารถประเมินได้หลายลักษณะ เช่น ประเมินรายการ(programme evaluation) เป็นการประเมินคุณค่าของรายการที่ผลิตขึ้นมา ทางด้านเทคนิค เนื้อหารายการ ทางด้านรูปแบบและการนำเสนอ การประเมินผู้ชมรายการ(audience evaluation) เป็นการติดตามผลการรับชมหลังการออกอากาศของผู้ชมรายการ มักวัดความพึงพอใจ ความนิยมของผู้ชม เป็นต้น และการประเมินผลกระทบทางสังคม (social impact evaluation) เป็นการติดตามผลหลังออกอากาศไปแล้วว่ามีผลกระทบต่อสังคมอย่างไรเป็นการมองภาพรวมของสังคม

สำหรับวิธีการประเมินทำได้โดยการสุ่มตัวอย่างให้ตอบแบบสอบถาม โทรศัพท์สอบถาม เก็บข้อมูลจากจดหมายหรือโทรศัพท์ที่เข้ามาติชม หรือจากการวิพากษ์วิจารณ์ของสื่อมวลชน อาจจะใช้บริษัทเอกชนหรือสถาบันการศึกษามาทำวิจัยประเมินผล

ขั้นตอนการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ทั้งหมดนี้แต่ละรายการใช้เวลาไม่น้อยไม่เท่ากัน เช่น รายการสารคดีธรรมชาติหรือวิถีชีวิตของผู้คนอาจจะใช้เวลาในการผลิตยาวนานเนื่องจากต้องบันทึกภาพไปตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นไม่สามารถกำหนดเวลาได้แน่นอนว่าต้องเป็นเวลาเท่าใด หากเป็นการผลิตการ์ตูนหรือรายการที่ต้องใช้เทคนิคพิเศษมากๆ(special effect) ก็ต้องใช้เวลาไปกับขั้นตอนหลังการผลิตรายการ เป็นต้น

### บุคลากรผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์

การผลิตรายการโทรทัศน์เป็นการประมวลความรู้ความสามารถในเชิงเทคนิค ความคิดสร้างสรรค์ อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องมือต่างๆ ตลอดจนสิ่งที่ยาคไม่ได้เลยคือ บุคลากรในการทำงาน ซึ่งมีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบออกเป็นฝ่าย

## 1. องค์กรวิทยุโทรทัศน์

โดยทั่วไปสถานีวิทยุโทรทัศน์แต่ละแห่งจะแบ่งงานออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ฝ่ายรายการ และฝ่ายข่าวทำหน้าที่ด้านการผลิตรายการต่างๆ ทั้งสาระและบันเทิงให้กับสถานี โดยฝ่ายผลิต รายการด้านบันเทิงเช่น ละคร เพลง คนตรี เกมส์ ทอล์กโชว์ และรายการปกิณกะบันเทิง ส่วนฝ่าย ข่าวผลิตรายการข่าว วิเคราะห์ข่าว สนทนา อภิปราย และสารคดี

ฝ่ายผลิตและเทคนิครับผิดชอบด้านการผลิตและหลังการผลิต ด้านเทคนิคการ ออกอากาศ ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ประจำห้องส่งในตำแหน่งต่างๆ เจ้าหน้าที่ประจำรถถ่ายทำ รายการโทรทัศน์นอกสถานที่ เจ้าหน้าที่ดูแลเครื่องส่งและถ่ายทอดสัญญาณ

ฝ่ายการเงินและสำนักงานทำหน้าที่รับผิดชอบด้านการเงินและบัญชีรายรับรายจ่ายของ องค์กร และฝ่ายสำนักงานทำงานด้านเอกสาร ข้อมูล และการประสานงานต่างๆ เพื่อสนับสนุนการ ดำเนินงานและการทำงานของฝ่ายอื่นๆ และฝ่ายโฆษณาและการตลาดทำหน้าที่รับผิดชอบการหา รายได้และวางแผนการตลาดให้กับสถานี เพื่อให้มีรายได้เพียงพอกับการผลิตรายการประเภทต่างๆ และการดำเนินงานของสถานี ทั้งนี้ทุกฝ่ายจะอยู่ภายใต้การควบคุมของฝ่ายบริหารซึ่งมีหน้าที่บริหาร สถานีโทรทัศน์ให้ดำเนินไปตามวัตถุประสงค์และนโยบายที่ตั้งไว้ และตามระเบียบข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

## 2. บุคลากรผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์

จะเห็นได้ว่ามีผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการ โทรทัศน์เป็นจำนวนมาก บุคลากรในแต่ละ ตำแหน่งมีหน้าที่รับผิดชอบที่แตกต่างกัน ดังนี้

2.1 ผู้อำนวยการบริหารการผลิต (executive producer) เป็นหัวหน้าฝ่ายผลิตรายการ ควบคุมและประสานงานการบริหารธุรกิจ งบประมาณ การบริหารงานองค์กร การวางแผนนโยบาย หากเป็นสถานีโทรทัศน์จะหมายถึง ผู้บริหารสถานี หรือผู้บริหารของบริษัทที่ผลิตรายการ โทรทัศน์ ซึ่งมีอำนาจสั่งการอนุมัติหรือยกเลิกการผลิตรายการหนึ่งรายการใดก็ได้

2.2 ผู้อำนวยการผลิต (producer) ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกและประสานงานกับบุคลากรการ ผลิตรายการกลุ่มอื่นๆ ไปตามแผนการผลิตที่วางไว้ จัดเตรียมองค์ประกอบต่างๆ ในการผลิตรายการ

ตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงการประเมินผล หากเป็นสถานีโทรทัศน์ขนาดใหญ่ผู้อำนวยการผลิตมีงานมากอาจจะมีรองผู้อำนวยการผลิต เพิ่มขึ้นอีกตำแหน่งหนึ่ง

2.3 ผู้กำกับรายการ (director or production director) คือผู้ที่รับผิดชอบการผลิตรายการโทรทัศน์หนึ่งรายการ ตั้งแต่เริ่มความคิดจนกระทั่งเสร็จเรียบร้อย มีผู้เปรียบเทียบว่าในกระบวนการผลิต ผู้กำกับทำหน้าที่เหมือนแม่ทัพควบคุมและกำกับงานในขั้นตอนการผลิตรายการ เช่น ในช่วงถ่ายทำหน้าที่ส่งกล้อง ส่งตัวแสดง ฝ่ายฉาก แสง เสียง ล้วนอยู่ในความดูแลของผู้กำกับทั้งสิ้น หากเป็นการผลิตรายการละครเราจะเรียกบุคลากรในตำแหน่งนี้ว่าผู้กำกับการแสดง สำหรับสถานีโทรทัศน์ขนาดเล็กบางครั้งผู้อำนวยการผลิตและผู้กำกับรายการอาจเป็นคนเดียวกัน หากเป็นเช่นนี้จะเรียกว่าผู้จัดและกำกับรายการ (producer – director)

2.4 ผู้เขียนบทวิทยุโทรทัศน์ (script writer) ทำหน้าที่แปรความคิดรายการของผู้อำนวยการผลิตให้ออกมาเป็นบทโทรทัศน์ ผู้เขียนบทจะต้องศึกษาค้นคว้าข้อมูล ติความเนื้อหา ลำดับการนำเสนอ และเขียนเป็นบทโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์ขนาดเล็กบางแห่งผู้อำนวยการผลิตหรือผู้กำกับการเขียนบทโทรทัศน์ด้วยตัวเอง

2.5 ผู้กำกับการผลิตฝ่ายศิลปกรรมหรือผู้กำกับศิลปกรรม (art director) ทำหน้าที่รับผิดชอบการสร้างสรรค์และออกแบบงานศิลปกรรมทั่วไปของรายการ เช่น ออกแบบฉากและสร้างฉาก ออกแบบและประสานงานเกี่ยวกับการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ประกอบฉาก การกำกับและควบคุมงานศิลป์ การให้แนวคิดในการจัดหาเสื้อผ้า แบบผม และอื่นๆ ผู้กำกับฝ่ายศิลปกรรมจะมีเจ้าหน้าที่ประจำฝ่าย เป็นช่างที่ทำหน้าที่ผลิตฉากต่างๆและจัดหาอุปกรณ์ประกอบฉาก และช่างแต่งหน้าแต่งตัว

2.6 เจ้าหน้าที่ฝ่ายฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก รับคำสั่งของผู้กำกับศิลปกรรม ออกแบบและผลิตฉาก รวมถึงจัดหาอุปกรณ์ประกอบฉาก

2.7 เจ้าหน้าที่ฝ่ายเสื้อผ้าและฝ่ายแต่งหน้า (costume & make up) รับคำสั่งจากผู้กำกับศิลปกรรม จัดหาและดูแลเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การแต่งหน้า ทำผม

2.8 เจ้าหน้าที่ผลิตงานกราฟิก เป็นบุคลากรในฝ่ายศิลปกรรมทำหน้าที่เตรียมงานกราฟิกทุกชนิดในการผลิตรายการ เช่น ภาพจำลอง ชื่อรายการ ตัวอักษรต่างๆ เป็นต้น

2.9 ผู้กำกับเวที (floor manager) ทำหน้าที่คอยดูแลความเรียบร้อยขณะบันทึกเทปในบริเวณห้องส่งหรือเวที ช่วยถ่ายทอดคำสั่งของผู้กำกับรายการไปสู่ผู้แสดงและช่างกล้อง คอยดูแลให้พิธีกรหรือนักแสดงติดไมโครโฟนไว้สายไว้กับตัวและเช็คเสียง นอกจากนี้บางครั้งผู้กำกับเวทียังคอยเชียร์อัพ (cheer up) คนดูภายในห้องส่งให้รู้สึกสนุกสนานมีส่วนร่วมไปกับรายการด้วยหรือคอยเขียนแผ่นป้าย โดยสรุปผู้กำกับเวทีคือ หัวหน้าเจ้าหน้าที่กำกับและประสานงานด้านเวทีทั้งหมด

2.10 ผู้ช่วยประสานงานการผลิต (production assistant) ทำหน้าที่การประสานงานการผลิตทุกด้าน ระหว่างผลิตรายการผู้ประสานจะต้องจับบันทึกปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น

2.11 ผู้กำกับรายการฝ่ายเทคนิคหรือผู้กำกับเทคนิค (Technical Director – TD) เป็นผู้ควบคุมการทำงานของสวิตเซอร์ในห้องควบคุมการผลิตรายการ โดยเลือกภาพจากกล้องต่างๆ ตามคำสั่งของผู้กำกับรายการ ทำหน้าที่ประสานงานกับผู้ควบคุมอุปกรณ์ต่างๆ ในการผลิต

2.12 ช่างควบคุมกล้องหรือช่างภาพ (camera man) คือ ผู้ควบคุมให้สามารถถ่ายภาพได้ตามที่ผู้กำกับรายการต้องการ ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้การถ่ายภาพเป็นอย่างดี รู้จักการวางองค์ประกอบภาพให้สวยงามสื่อความหมายได้

2.13 ผู้กำกับภาพหรือช่างเทคนิคด้านภาพ (video engineer) ทำหน้าที่ควบคุมภาพที่ศูนย์ควบคุมการทำงานของกล้องหรือซีซียู (CCU – Camera Control Units) ปรับแต่งภาพที่ปรากฏให้มีคุณภาพที่ดี สีถูกต้อง ผู้กำกับภาพทำงานประสานกับผู้กำกับรายการและผู้กำกับเทคนิคอย่างใกล้ชิด เพื่อคุณภาพที่ดีในการนำสัญญาณส่งออกอากาศ

2.14 ผู้กำกับแสง (lighting director) เป็นบุคลากรฝ่ายเทคนิคที่มีหน้าที่ออกแบบแสงไฟ และควบคุมไฟเพื่อสร้างบรรยากาศ ตามผู้กำกับต้องการ ในส่วนนี้จะมีช่างแสงคอยทำหน้าที่ช่วยเหลือผู้กำกับแสง

2.15 ผู้กำกับเสียง (audio engineer) เป็นบุคลากรฝ่ายเทคนิคที่มีหน้าที่ควบคุมและผสมเสียงจากแหล่งเสียงต่างๆ เช่น เสียงดนตรีต้องคลอบรรเลงไปพร้อมกับการพูดของพิธีกร เป็นต้น เพื่อให้รายการโทรทัศน์มีเสียงที่มีคุณภาพ

2.16 เจ้าหน้าที่ตัดต่อลำดับภาพ (editor) เป็นบุคลากรฝ่ายเทคนิคที่มีหน้าที่ตัดต่อลำดับภาพรายการที่มีการบันทึกภาพไว้เพื่อให้ความยาวรายการพอดีกับเวลาออกอากาศ เพื่อให้รายการสั้นกระชับหรือเพื่อตัดบางส่วนที่ไม่เหมาะสมออก ทั้งนี้เพื่อให้รายการเหมาะสมกับการออกอากาศ

2.17 ผู้ปรากฏตัวทางโทรทัศน์ (talent) ผู้ปรากฏตัวทางโทรทัศน์มีหลายประเภท เช่น ผู้ดำเนินรายการ (moderator) พิธีกร (Master of Ceremony – MC) ผู้ประกาศ (announcer) ผู้ร่วมรายการ นักแสดง (actor or actress)

นอกจากบุคลากรตามที่ได้กล่าวข้างต้นแล้วยังมีบุคลากรที่เกี่ยวข้องอีก เช่น หากใช้ไมโครโฟนบูมก็ต้องมีเจ้าหน้าที่ควบคุมไมโครโฟน เจ้าหน้าที่ทำเทคนิคภาพพิเศษ เป็นต้น ทั้งนี้บุคลากรผลิตรายการของหน่วยงานหนึ่งๆ จะมีจำนวนมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับประเภทของการผลิตรูปแบบรายการ ตลอดจนงบประมาณการลงทุน

### การใช้สื่อโทรทัศน์ในงานส่งเสริมการเกษตร

เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสามารถใช้โทรทัศน์ในโอกาสพิเศษต่างๆ เพื่อกระตุ้นเร่งเร้าให้สาธารณชนได้ทราบข่าวสารบางอย่าง เช่น การระบาดของแมลงศัตรูพืช การเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ หรือการแพร่กระจายของโรคสัตว์และพืช ภายใต้อาณัติเช่นนี้ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมอาจจะจัดให้มีการสาธิต หรือแถลงชี้แจงแนะนำแนวทางในการปฏิบัติ สำหรับกลุ่มเกษตรกรในท้องถิ่นที่มีการระบาดของโรค ผ่านทางรายการโทรทัศน์

การจัดโปรแกรมประจำ ควรพิจารณาตามความเหมาะสม โดยจัดรายการอื่นๆ เป็นประจำทุกวันหรือจัดรายการสัปดาห์ละครั้ง โดยเชิญบุคคลที่สำคัญมาร่วมรายการ เว้นกันไป หากเป็นรายการที่ยาวๆ ก็จำเป็นต้องมีผู้ร่วมรายการหลายๆ คน ถ้าเป็นรายการสั้นๆ อาจต้องการผู้ร่วมรายการเพียงคนเดียว ซึ่งเลือกมาจากท้องถิ่นต่างๆ หรือใช้ระบบหมุนเวียนจากบุคคลสำคัญในจังหวัด

ในโอกาสพิเศษบางโอกาส เช่น งานเทศกาลต่างๆ งานแสดงสินค้าเกษตร และงานเกษตรกร จะช่วยให้น่าสนใจมากขึ้น ถ้าหากมีการบันทึกภาพนำมาออกรายการ มีการสัมภาษณ์บุคคลสำคัญในงาน ลักษณะรายการแบบนี้ต้องการบุคคลหลายคน และการเตรียมตัวในการผลิตอย่างมาก

รายการอื่นๆ ที่อาจผลิตขึ้นได้น่าสนใจกว่าวิธีการที่กล่าวมา โดยการเข้าไปถ่ายทำในไร่นาของเกษตรกร หรือไปดูการทำมาหากินของบุคคลต่างๆ ในพื้นที่ การเตรียมอุปกรณ์เข้าไปถ่ายในสถานที่นั้น โดยรถเคลื่อนที่ หรือรถถ่ายทำนอกสถานที่ ซึ่งเรียกกันว่า OB van (Outside broadcasting van) ในรถจะมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอย่างพร้อมเพียง ทำให้สามารถเข้าไปถ่ายทำในจุดที่สำคัญได้ เช่น ในฟาร์ม สถานีทดลองในห้องปฏิบัติการ และในสถานที่อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง การถ่ายทำรายการจากภายนอกจะให้ความรู้สึกเป็นจริงเป็นจัง และเห็นภาพได้ชัดเจนกว่าถ่ายทำรายการในห้องสตูดิโอ

การผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อเผยแพร่อีกแบบหนึ่งคือ การทำสปอตโฆษณา (Spot announcements) โดยใช้เวลานับวินาที ตั้งแต่ 10 วินาที จนถึง 60 วินาที เพื่อออกฉายคั่นระหว่างรายการหรือไม่ ช่วงเวลาที่สถานีมีเวลาเหลือพอจะนำไปแทรก ในบางรายการได้การเสนอสปอตสามารถทำได้หลายครั้ง และใช้ไปได้นาน ในประเทศไทยหลายหน่วยงานที่เห็นความสำคัญของสปอตโฆษณา เช่น หน่วยงานป้องกันปราบปรามยาเสพติด ผลิตสปอตให้เห็นโทษของยาเสพติดเพียง 30 วินาที คณะกรรมการป้องกันอุบัติเหตุแห่งชาติเสนอรายการสัมผัสน้ำที่ 6 เดือนให้ผู้ชมยังคิดถึงอุบัติเหตุที่อาจจะเกิดขึ้นได้ สถานีโทรทัศน์สีช่อง 3 เสนอ สปอตโฆษณาชุด แคน้องผู้หิวโหย เพื่อให้ผู้ดูเกิดความสงสารเด็กชนบทที่ยากจน และบริจาคเงิน โครงการอาหารกลางวัน

การจัดรายการโทรทัศน์เพื่อการเกษตร ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบดังนี้ ในเรื่องของวัตถุประสงค์ เนื้อหาสาระ รูปแบบการนำเสนอ เวลาในการนำเสนอ

1. วัตถุประสงค์ของการจัดรายการ จุดประสงค์หลักในการให้ความรู้เกษตรกร ควรให้ความรู้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่ออาชีพ และการดำรงชีวิตอย่างมีความสุขตามอัตภาพ
2. เนื้อหาสาระของรายการ เกษตรกรมักสนใจในสิ่งใกล้ตัวในชีวิตประจำวัน ถ้าเป็นเรื่องเกี่ยวกับอาชีพ ก็ได้แก่เรื่องเกี่ยวกับเกษตรกรรมทุกประเภท
3. รูปแบบการนำเสนอ รายการประเภทความรู้จะนำเสนอในรูปแบบของสารคดี การสาธิต การอภิปราย นิยายสาร รายการประเภทข่าว เสนอในรูปแบบการอ่านข่าว การรายงานข่าว สัมภาษณ์
4. เวลาในการนำเสนอ เกษตรกรมักตื่นแต่เช้า นอนหัวค่ำ กลางวันทำงาน โอกาสที่จะดูจึงเป็นเวลาเข้านมด ตอนเย็นก็คือเวลากลับจากท้องนา ซึ่งเป็นเวลาที่เหนื่อยมาก ต้องการพักผ่อน ดังนั้น

ในการจัดรายการ เวลาที่เหมาะสม คือ 05.00 – 06.00 น. หรือช่วงเวลาค่ำคือ 17.00 – 21.00 น.  
เป็นต้น

### รายการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการเกษตร

ลักษณะของรายการที่เกี่ยวข้องกับงานส่งเสริมการเกษตรที่ดำเนินอยู่ในปัจจุบัน ดังนี้

1. จัดทำเป็นรายการเกษตร ที่สอดคล้องกับสถานะการผลิตทางการเกษตร และที่เป็นความรู้เกี่ยวกับการเกษตรต่างๆ ไป ซึ่งสถานีจัดไว้ให้เป็นบริการประจำตามที่ตกลงกันไว้ล่วงหน้า หรือจัดเป็นรายการเฉพาะคราวในกรณีให้เห็นเป็นประโยชน์แก่เกษตรกร หรืออาจเป็นคำสั่งผู้ควบคุมนโยบาย
2. จัดทำเป็นข่าวสารการเกษตร รวมไปถึงข่าวทั่วไป ในเรื่องที่เกษตรกรควรได้ทราบ หรือเป็นการติดตามเหตุการณ์ในท้องถิ่นที่สำคัญๆ ซึ่งอาจจัดขึ้นโดยเจ้าหน้าที่ของสถานีโทรทัศน์เอง หรือเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในลักษณะของรายงานเหตุการณ์ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างเจ้าหน้าที่ของรัฐและเกษตรกร เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องได้ทราบทั่วกัน
3. จัดเป็นรายการสาธิต เนื่องจากผู้รับสารสามารถได้ยินทั้งเสียง และเห็นภาพ ซึ่งการส่งเสริมการเกษตร โดยวิธีสาธิต เป็นวิธีนำความรู้ความเข้าใจให้เกษตรกรได้ดีที่สุด เช่น สาธิตการขยายพันธุ์พืชด้วยการตอนกิ่ง ทาบกิ่ง การใช้เครื่องมือทดสอบคุณภาพปุ๋ย

นอกจากนี้ก็เป็นรายการเบ็ดเตล็ด เช่น ภาพข่าวส่งเสริมการเกษตรสั้นๆ ประกาศเฉพาะกิจกรรมของการรณรงค์

### รูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการเกษตร

นิพนธ์ สิมลา (2534) กล่าวว่า รูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสอน หรือเพื่อการศึกษา นั้นมิได้หมายถึง ครูโทรทัศน์มาขึ้นบรรยายอยู่หน้ากล้องโทรทัศน์เพียงอย่างเดียว อาจสร้างสรรค์ออกมาในรูปแบบอื่นก็ได้ เหมือนกับรายการโทรทัศน์ประเภทอื่นๆ เช่น รายการละคร รายการข่าว รายการสัมภาษณ์ รายการทนายปัญหา รายการเพลง รายการแม่กาศรินทร์ ฯลฯ ซึ่งกรรมการผลิตรายการ

(โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้กำกับรายการ) จะต้องพิจารณาว่าจะถ่ายทอดเนื้อหาออกไปในรูปแบบใดจึงจะเป็นที่น่าสนใจ และเหมาะกับเนื้อหา

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2525) ได้ให้ความหมายของคำว่า “รูปแบบ” หมายถึง วิธีการ และลีลา การเสนอเนื้อหาสาระ และสิ่งที่อยู่ในรายการ โทรทัศน์ จำแนกรูปแบบได้หลายวิธีตามประเภทของ รายการ ซึ่งจะนำเสนอรูปแบบที่ใช้กันมาก ได้แก่

1. รูปแบบบุคคลเดี่ยว หรือพูดเดี่ยว เป็นรายการที่มีผู้ปรากฏตัวผู้พูดคุยกับผู้ชมคนเดียว ส่วนมากมีภาพประกอบ
2. รูปแบบสนทนา มีคนมาพูดคุยกัน 2 คน โดยมีผู้ถามและถูกสนทนา แสดงความคิดเห็น ประเด็นที่น่าสนใจ ทั้งคู่จะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้
3. รูปแบบอภิปราย เป็นรูปแบบที่มีผู้ดำเนินรายการอภิปรายหนึ่งคน ป้อนประเด็น หรือคำถามให้ผู้ร่วมอภิปรายตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป แต่ไม่ควรเกิน 4 คน โดยผู้อภิปรายแต่ละคนจะแสดง ความคิดเห็นของตนเองในประเด็นต่างๆ
4. รูปแบบสัมภาษณ์ เป็นรายการที่มีผู้สัมภาษณ์ และผู้ถูกสัมภาษณ์เกี่ยวกับเรื่องที่ต้องการ ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เล่าให้ฟัง
5. รูปแบบเกมส์ หรือตอบปัญหา เป็นรายการที่จัดให้มีการแข่งขันระหว่างคน 2 กลุ่ม มาเล่น เล่นเกมส์ หรือตอบปัญหา ฝ่ายชนะก็จะได้รับรางวัล และฝ่ายแพ้ก็จะได้รับรางวัลปลอบใจ
6. รูปแบบสารคดี เป็นรูปแบบที่เสนอเนื้อหาสาระด้วยภาพและเสียงบรรยายตลอดรายการ โดยไม่มีผู้ดำเนินรายการ
7. รูปแบบละคร เป็นรายการที่ผสมผสานรูปแบบละคร หรือการนำละครมาประกอบการ เสนอสาระบางส่วน มิใช่เสนอเป็นละครทั้งรายการ
8. รูปแบบสาธิตและทดลอง เป็นรายการที่เสนอวิธีทำอะไรสักอย่างหนึ่ง เพื่อให้ผู้ชมได้ แนวทางที่จะนำไปทำจริง

## 9. รูปแบบเพลงและดนตรี

10. รูปแบบนิตยสาร คือรายการที่เสนอหลายประเด็น หลายรูปแบบ ในรายการเดียวโดยใส่ไว้เป็นชุดๆ

## 11. รูปแบบรายการถ่ายทอดสด

### ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัญญา เมฆบุตร (2534) ได้ศึกษาความคิดเห็นของเกษตรกรต่อการได้รับความรู้ทางการเกษตรจากสื่อมวลชนในเขตอำเภอไชโย จังหวัดอ่างทอง พบว่า ความคิดเห็นของเกษตรกรต่อสื่อมวลชนด้านวิทยุโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์นั้น วิทยุให้ความรู้ด้านการเกษตรมากที่สุด รองลงมาได้แก่ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ส่วนความคิดเห็นการนำความรู้จากสื่อมวลชนไปปฏิบัติเพื่อปรับปรุงอาชีพ เกษตรกรมีความเห็นว่า โทรทัศน์สามารถนำไปปฏิบัติได้ร้อยละ 83.5 วิทยุร้อยละ 78 หนังสือพิมพ์ร้อยละ 72 และเกษตรกรชอบดูโทรทัศน์ช่อง 7 มากที่สุด ร้อยละ 62 และรายการข่าวเกษตรกร เกษตรกรสนใจข่าวเกษตรทางช่อง 7 มากที่สุด ร้อยละ 55 สำหรับปัญหาจากการรับชมโทรทัศน์ พบว่า ภาพไม่ชัดเจนและไม่มีโทรทัศน์เป็นของตนเอง

กฤติพล แก้วโพธิ์ (2536) ได้ศึกษาความต้องการและปัญหาของเกษตรกรในการรับรู้ข่าวสารการเกษตร จากวิทยุโทรทัศน์ อำเภอพร้าวกะเทียม จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เกษตรกรได้รับข่าวสารการเกษตรจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาวิทยุกระจายเสียง และหนังสือพิมพ์รายวัน เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 44 รับชมข่าวภาคค่ำรายการเดียว รองลงมาร้อยละ 29.5 ชมรายการข่าวเกษตรกรช่อง 7 ภาคค่ำ กับรายการไม่ลองไม่รู้ ช่อง 9 โดยร้อยละ 73.9 ระบุว่านิยมรายการข่าวเกษตรภาคค่ำมากที่สุด รูปแบบรายการเกษตรที่เกษตรกรต้องการจากมากไปหาน้อย คือ รายการสารคดีเกษตร รายการสารคดีการเกษตร ตามตอบปัญหาทางการเกษตร เนื้อหาสาระส่วนใหญ่เป็นเรื่องใกล้ตัวหรือเกี่ยวข้องกับอาชีพ ช่วงเวลาที่เหมาะสมคือ 18.00 – 20.00 น. ลักษณะของรายการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอาชีพ เกษตรกรส่วนใหญ่ นำความรู้ทางการเกษตร จากการชมรายการไปใช้ในการปรับปรุงอาชีพ และไปเผยแพร่กับเพื่อนบ้านใกล้เคียง

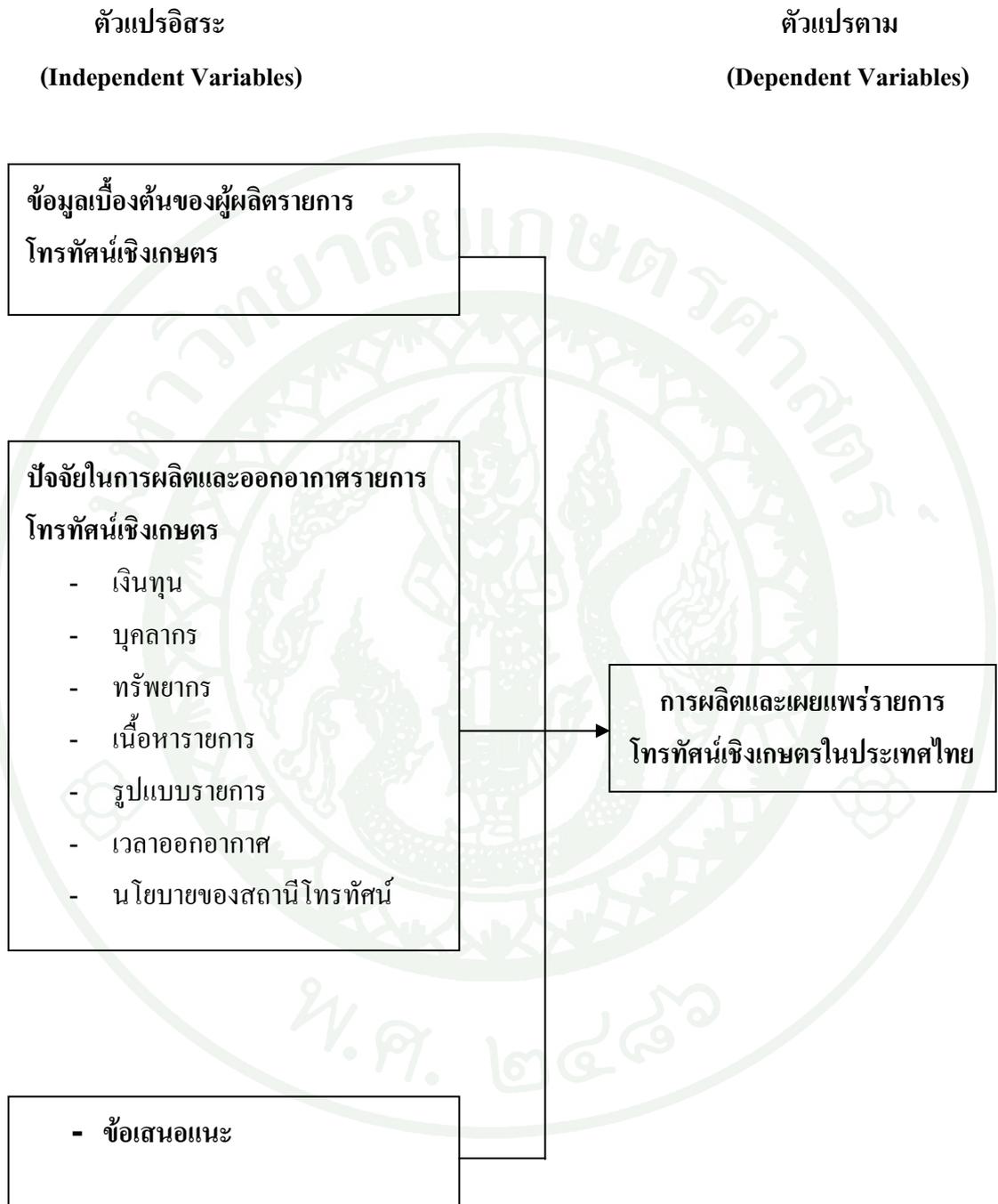
สมพงษ์ เอี่ยมวิริยวัฒน์ และ อุดลย์ อภินันท์ (2537) ทำการศึกษาความคิดเห็นและความต้องการของเกษตรกรต่อการชมรายการโทรทัศน์ด้านการเกษตร พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มี

โทรทัศน์สี สถานีโทรทัศน์ที่ชอบชม คือ ช่อง 3 7 5 9 และ 11 ตามลำดับ รายการโทรทัศน์ที่ชอบชมมีดังนี้ รายการข่าว รายการบันเทิง รายการสารคดี รายการกีฬา และรายการเกมส์โชว์ และเกษตรกรส่วนใหญ่จะรับชมรายการโทรทัศน์ 5 วันต่อสัปดาห์

จิรภัทร มหาสุคนธ์ (2535) ทำการศึกษาการเปิดรับรายการโทรทัศน์ทางการเกษตร ของเกษตรกร อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา พบว่า เกษตรกรร้อยละ 85.09 เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 41.46 มีการศึกษาระดับประถมศึกษาร้อยละ 74.54 มีรายได้เฉลี่ย 68,235.13 บาทต่อปี รับชมรายการโทรทัศน์ทุกวันร้อยละ 77.02 ระยะเวลาในการรับชมเฉลี่ย 2.18 ชั่วโมง จำนวนรายการที่รับชมเฉลี่ย 4 รายการ รายการโทรทัศน์ทางการเกษตรที่รับชมมากที่สุด คือ รายการข่าวเกษตรกรช่อง 7 ร้อยละ 93.79 ส่วนเกษตรกรที่มีเพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ เกษตร และขนาดพื้นที่ถือครองทางการเกษตรที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับชมรายการเกษตรไม่แตกต่างกันที่นัยสำคัญ 0.05 สรุปผลการศึกษา พบว่า เนื้อหาเกษตรที่นำเสนอผ่านรายการโทรทัศน์ เกษตรกรส่วนใหญ่สนใจเนื้อหาการเพาะปลูก เป็นเนื้อหาตรงกับอาชีพที่ทำอยู่ และสนใจเนื้อหา การเลี้ยงสัตว์เป็นลำดับรอง

สัญญา พรหมจามร (2545) ได้ศึกษาความต้องการของเกษตรกรต่อรายการวิทยุโทรทัศน์ ด้านการเกษตรในจังหวัดยโสธร พบว่า เกษตรกรต้องการนำเสนอในรูปแบบละครสอดแทรก ความรู้ทางด้านเกษตร เนื้อหารายการที่ต้องการได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์ เนื้อหาเกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์น้ำ เนื้อหาเกี่ยวกับราคาและตลาดสินค้าเกษตร ช่วงเวลาที่รับชมอยู่ระหว่าง 05.00-07.00 น. ระยะเวลาของรายการ 30 นาที ความถี่บ่อยในการออกอากาศ 3-4 วัน ต่อสัปดาห์ ต้องการผู้ดำเนินรายการเป็นเพศหญิงที่มีคุณสมบัติเป็นนักวิชาการเกษตร ด้านการมีส่วนร่วมในรายการให้สร้างความสนใจในการรับชมรายการ ด้วยการให้ของสมนาคุณแก่ผู้ชมรายการ

## กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรในประเทศไทย ใช้วิธีการศึกษาคือ การศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Approach) ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ด้วยคำถามปลายเปิดแบบมีโครงสร้าง

#### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาผู้วิจัยได้แบ่งประชากรที่ใช้ในการวิจัย ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม (Free TV) จำนวน 8 คน ได้แก่
  - 1.1 ผู้ผลิตรายการ เกษตรทั่วไทย ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
  - 1.2 ผู้ผลิตรายการ เกษตรไทยน่ารู้ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
  - 1.3 ผู้ผลิตรายการ ส่องโลกเกษตร ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
  - 1.4 ผู้ผลิตรายการ คนไทยหัวใจเกษตร ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อสมท.
  - 1.5 ผู้ผลิตรายการ เกษตรอาสา ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท.
  - 1.6 ผู้ผลิตรายการ ก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อสมท.
  - 1.7 ผู้ผลิตรายการ ต้นไม้ใบหญ้า ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท.
  - 1.8 ผู้ผลิตรายการ บ้านทุ่งลุงเกษตร ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS
2. กลุ่มผู้จัดของสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม (Free TV) จำนวน 5 คน ได้แก่
  - 2.1 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
  - 2.2 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

- 2.3 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7
- 2.4 สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. (โมเดิร์นไนน์)
- 2.5 สถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS

3. นักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับงานด้านสื่อสารมวลชนด้านการเกษตรหรืออาจารย์ด้านสื่อสารมวลชน ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร ในสถาบันศึกษาที่มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 5 คน ได้แก่

3.1 ผู้อำนวยการ สำนักส่งเสริมและฝึกอบรมมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

3.2 นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน สำนักส่งเสริมและฝึกอบรมมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

3.3 อาจารย์ประจำภาควิชาส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3.4 อาจารย์ประจำภาควิชาส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

3.5 อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In-Depth Interview) ซึ่ง จะทำการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร รวมจำนวน 8 คน
2. ผู้ที่เป็นผู้จัดของสถานีหรือผู้ที่ควบคุมรายการที่ออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ที่ผู้ชมไม่ ต้องเสียค่าใช้จ่าย ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ สถานีโทรทัศน์ภาครัฐ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์กองทัพ

บช่องทาง 5 สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. สถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS และสถานีโทรทัศน์ภาคเอกชน ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 รวมจำนวน 5 คน

3. นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวข้องกับ การส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตรใน สถาบันอุดมศึกษา รวมจำนวน 5 คน

การสัมภาษณ์เป็นไปในลักษณะที่มีโครงสร้างแน่นอน (Structured Interview) เป็นการ ชักถามไปตามเนื้อเรื่องและผู้วิจัยวางแผนล่วงหน้าว่าจะสัมภาษณ์ประเด็นอะไร โดยประเด็นในการ สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

1. จำนวนบุคลากรที่ใช้ในการผลิตรายการ ระยะเวลาเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตร ช่วงเวลาที่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรเผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์ ความยาวของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่เผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์
2. ขั้นตอนในการผลิตรายการ รวมทั้งวิธีดำเนินการ
3. ปัจจัยซึ่งได้แก่ เงินทุน บุคลากร ทรัพยากร การจัดการวางแผน เนื้อหารายการ รูปแบบรายการ เวลาออกอากาศ นโยบายของสถานีโทรทัศน์ ปัจจัยเหล่านี้ มีผลอย่างไรบ้างกับการ ผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตร
4. การคาดการณ์อนาคตของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรในประเทศไทย
5. ข้อเสนอแนะ จากนักวิชาการ

#### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร ผู้จัดของ สถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชมและนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน

### การวิเคราะห์ข้อมูล

เนื่องจากการในครั้งนี้ เป็นการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In-Depth-Interview) เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ครบถ้วน จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลรวมกันว่าจากคำสัมภาษณ์ของแต่ละคน มีความเชื่อมโยงกันหรือไม่ โดยการสรุปภายใต้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอในรูปแบบของสถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ ข้อมูลเบื้องต้น การบรรยาย และพรรณนาเกี่ยวกับข้อมูลที่ได้ไปสัมภาษณ์



## บทที่ 4

### ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

#### ผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรในประเทศไทย ในบทนี้จะกล่าวถึง ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่เผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่เผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม

ผลการศึกษาในตอนที่ 1 ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่เผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม(Free TV) จำนวน 8 คน ได้แก่

1. ผู้ผลิตรายการ คนไทยหัวใจเกษตร ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์
2. ผู้ผลิตรายการ ดันไม้ไผ่หญา ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์
3. ผู้ผลิตรายการ เกษตรอาสา ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์
4. ผู้ผลิตรายการก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตรออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์
5. ผู้ผลิตรายการ เกษตรทั่วไทย ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 5

6. ผู้ผลิตรายการเกษตรไทยนำรัฐ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 5
7. ผู้ผลิตรายการส่องโลกเกษตร ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 5
8. ผู้ผลิตรายการ บ้านทุ่งลุงเกษตร ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ TPBS

โดยนำเสนอข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ระยะเวลาออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์

รายการ	สถานีโทรทัศน์(ช่อง)	ระยะเวลาออกอากาศ(เดือน)
ต้นไม้ใบหญ้า	โมเดิร์นไนน์	216
ก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร	โมเดิร์นไนน์	192
เกษตรอาสา	โมเดิร์นไนน์	60
บ้านทุ่งลุงเกษตร	TPBS	14
เกษตรทั่วไทย	ททบ.5	9
เกษตรไทยนำรัฐ	ททบ.5	6
ส่องโลกเกษตร	ททบ.5	6
คนไทยหัวใจเกษตร	โมเดิร์นไนน์	5

จากตารางที่ 1 พบว่า รายการต้นไม้ใบหญ้า ที่ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ เป็นรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ออกอากาศนานที่สุด เป็นเวลา 216 เดือน รองลงมา เป็นรายการ ก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ เป็นเวลา 192 เดือน รายการคนไทยหัวใจเกษตรเป็นรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่เพิ่งออกอากาศทางช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ จึงเป็นรายการที่ออกอากาศน้อยที่สุด เป็นเวลา 5 เดือน

ตารางที่ 2 ช่วงเวลาที่ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์

รายการ	สถานีโทรทัศน์	วันที่ออกอากาศ	ช่วงเวลาที่ออกอากาศ
บ้านทุ่งลุงเกษตร	TPBS	วันจันทร์	13.30 - 14.00
คนไทยหัวใจเกษตร	โมเดิร์นไนน์	วันจันทร์ ถึงวันศุกร์	05.30 - 06.00
ต้นไม้ใบหญ้า	โมเดิร์นไนน์	วันจันทร์ ถึงวันศุกร์	06.00 - 06.03
เกษตรอาสา	โมเดิร์นไนน์	วันเสาร์	05.30 - 06.00
ก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร	โมเดิร์นไนน์	วันอาทิตย์	05.30 - 06.00
เกษตรทั่วไทย	ททบ. 5	วันจันทร์	05.00 - 05.30
เกษตรไทยน่ารู้	ททบ. 5	วันพุธ	05.00 - 05.30
ส่องโลกเกษตร	ททบ. 5	วันอังคาร	05.00 - 05.30

จากตารางที่ 2 พบว่า ช่วงเวลา 05.00 น. ถึง 05.30 น. และ 05.30 ถึง 06.00 น. เป็นช่วงเวลาที่มียุทธการโทรทัศน์เชิงเกษตรออกอากาศมากที่สุด ช่วงละ 3 รายการ ส่วนช่วงเวลา 06.00 น. ถึงเวลา 06.03น.และช่วงเวลา 13.30 น. ถึง 14.00 น.เป็นช่วงเวลาที่มียุทธการโทรทัศน์เชิงเกษตรออกอากาศ 1 รายการ

ตารางที่ 3 ความยาวของรายการที่ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์

รายการ	สถานีโทรทัศน์	ความยาวของรายการที่ออกอากาศ ( นาที)
บ้านทุ่งลุงเกษตร	TPBS	30
คนไทยหัวใจเกษตร	โมเดิร์นไนน์	30
ต้นไม้ใบหญ้า	โมเดิร์นไนน์	3
เกษตรอาสา	โมเดิร์นไนน์	30
ก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร	โมเดิร์นไนน์	30
เกษตรทั่วไทย	ททบ. 5	30
เกษตรไทยน่ารู้	ททบ. 5	30
ส่องโลกเกษตร	ททบ. 5	30

จากตารางที่ 3 พบว่า ความยาวของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ออกอากาศผ่าน สถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม(Free TV) มากที่สุดคือ 30 นาที จำนวน 7 รายการ และส่วนความยาวของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่สั้นที่สุด 3 นาทีจำนวน 1 รายการ

**ตารางที่ 4** จำนวนบุคลากรที่ใช้ในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ออกอากาศผ่าน สถานีโทรทัศน์

รายการ	สถานีโทรทัศน์	บุคลากรที่ใช้ในการผลิต(คน)
คนไทยหัวใจเกษตร	โมเดิร์นไนน์	21
ก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร	โมเดิร์นไนน์	6
ต้นไม้ใบหญ้า	โมเดิร์นไนน์	4
เกษตรอาสา	โมเดิร์นไนน์	4
เกษตรไทยน่ารู้	ททบ. 5	4
ส่องโลกเกษตร	ททบ. 5	4
บ้านทุ่งลุงเกษตร	TPBS	4
เกษตรทั่วไทย	ททบ. 5	3

จากตารางที่ 4 พบว่า มีรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรใช้บุคลากรจำนวน 4 คนมากที่สุด จำนวน 5 รายการ รายการคนไทยหัวใจเกษตรเป็นรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ใช้บุคลากรมากที่สุด 21 คนเนื่องจากเป็นรายการถ่ายทอดสด และรายการเกษตรทั่วไทย เป็นรายการที่ใช้บุคลากรน้อยที่สุด จำนวน 3 คน

**ตอนที่ 2** ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ออกอากาศผ่าน สถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม

ผลการศึกษาในตอนที่ 2 ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก บุคคล 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่เผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม (Free TV) จำนวน 8 คน

2. ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม (Free TV) จำนวน 5 คน

3. นักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับงานสื่อสารมวลชนด้านเกษตร จำนวน 5 คน

โดยนำเสนอข้อมูลได้ดังนี้

1. ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการ โทรทัศน์เชิงเกษตรที่เผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม

ตารางที่ 5 ปัจจัยด้านเงินทุนในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร

รายการ	แหล่งเงินทุน	ปัจจัยด้านเงินทุน
บ้านทุ่งลุงเกษตร	รัฐบาล	ไม่สำคัญ
เกษตรอาสา	ราชการ	ไม่สำคัญ
ก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร	ราชการ	ไม่สำคัญ
เกษตรทั่วไทย	เอกชน	สำคัญมาก
เกษตรไทยน่ารู้	เอกชน	สำคัญมาก
ส่องโลกเกษตร	เอกชน	สำคัญมาก
คนไทยหัวใจเกษตร	เอกชน	สำคัญมาก
ต้นไม้ใบหญ้า	เอกชน	สำคัญแค่ในระยะแรก

จากตารางที่ 5 พบว่ามีรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรจำนวน 4 รายการมีความคิดเห็นว่าเงินทุนมีความสำคัญมากต่อการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร และมีรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรจำนวน 3 รายการมีความคิดว่าเงินทุนไม่ใช่ปัจจัยที่สำคัญสำหรับการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร แต่รายการ ต้นไม้ใบหญ้ามีความคิดเห็นที่แตกต่างออกไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

ปาริฉัจจ์ หุนดี ผู้ผลิตรายการต้นไม้ใบหญ้า ได้ให้รายละเอียดที่แตกต่างออกไปว่า “...เงินทุนก็มีความสำคัญแค่ในช่วงแรกๆ เราเป็นรายการที่อยู่มานานทำให้คงที่แล้วเรื่องเงินทุนจึงไม่ใช่ปัญหาสำหรับเราอยู่ที่จะผ่านช่วงแรกได้อย่างไร”

นพ. ชัชวาลกิจกุล ผู้จัดการรายการเกษตรทั่วไทย ได้ให้รายละเอียดที่น่าสนใจว่า “...ระบบการจัดการ ปัจจัยแรกของงานก็คือ เงินทุน สำหรับรายการเกษตรแล้ว พื้นที่สำหรับการทำเกษตรจะอยู่รอบเมือง หรือนอกเมือง ส่วนเราทำงานอยู่ใจกลางเมือง ในการออกพื้นที่แต่ละครั้งก็ต้องมีค่าใช้จ่ายที่สูง แต่ปัจจุบันด้วยเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย และสะดวกสบาย ก็สามารถลดค่าใช้จ่ายในการถ่ายทำลงไปได้บ้างกรณีถ้าเรามีเงินทุนของเราเอง เราก็อยากให้ผู้สนับสนุนรายการเป็นเพียงแค่ผู้สนับสนุนเท่านั้น ไม่ต้องการเงินทุนของเขา ซึ่งการมีเงินทุนของเราเอง จะสามารถสร้างเนื้อหาที่เป็นสาระประโยชน์ให้กับคนดูได้มากกว่านี้ ไม่ต้องมานั่งขายของให้ประชาชนดู อีกทั้งสามารถที่จะผลิตรายการที่น่าสนใจกว่านี้ออกมาได้ และด้วยสถานการณ์บ้านเมืองในปัจจุบันทำให้งบประมาณการผลิตของเราถูกตัดลงไป ทำให้คุณภาพของงานเราลดลงไปด้วยเช่นกัน”

จากผลการศึกษารูปได้ว่ารายการ โทรทัศน์เชิงเกษตรที่มีผู้สนับสนุนรายการเป็นบริษัทเอกชนจะให้ความสำคัญเรื่องเงินทุนเป็นอย่างมากเนื่องจากต้องผลิตรายการให้ตรงกับความต้องการของผู้สนับสนุนรายการ ถ้าผลิตรายการไม่ตรงกับความต้องการของผู้สนับสนุนรายการ อาจจะไม่จ้างผู้ผลิตให้ผลิตรายการต่อไป แต่รายการที่มีผู้สนับสนุนรายการเป็นหน่วยงานราชการหรือรัฐบาล มีความเห็นว่า เงินทุนไม่ใช่สิ่งที่สำคัญมากสำหรับการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร เนื่องจากมีการเซ็นสัญญากับทางราชการเป็นรายการปีทำให้มีรายได้ที่แน่นอน

#### ตารางที่ 6 ปัจจัยด้านบุคลากรและความรู้ด้านการเกษตรในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร

รายการ	ปัจจัยด้านบุคลากร	ความรู้ด้านการเกษตร
บ้านทุ่งลุงเกษตร	ไม่สำคัญ	ไม่สำคัญ
คนไทยหัวใจเกษตร	สำคัญ	สำคัญ
ต้นไม้ใบหญ้า	สำคัญ	ไม่สำคัญ
เกษตรอาสา	สำคัญ	สำคัญ
ก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร	สำคัญ	ไม่สำคัญ
เกษตรทั่วไทย	สำคัญ	สำคัญ
เกษตรไทยน่ารู้	สำคัญ	สำคัญ
ส่องโลกเกษตร	สำคัญ	สำคัญ

จากตารางที่ 6 พบว่า มีรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร ถึง 7 รายการ มีเพียงรายการบ้านทุ่งลุงเกษตร มีความเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรไม่สำคัญ ส่วนความจำเป็นที่บุคลากรที่ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรต้องมีความรู้ด้านการเกษตร พบว่า มีความเห็นที่แตกต่างกันว่าบุคลากรที่ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรควรมีความรู้ด้านการเกษตรจำนวน 5 รายการ และไม่จำเป็นต้องมีความรู้ด้านการเกษตร 3 รายการ โดยมีรายละเอียดที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

ตุลชัย ธรรมคุณธิ ผู้ดำเนินรายการบ้านทุ่งลุงเกษตร ให้รายละเอียดว่า “...ไม่สำคัญมาก เพราะทุกคนในทีมงานจะเป็นการจ้างแบบไม่ประจำ เป็นการจ่ายเงินจ้างเป็นครั้งๆไป และความรู้ด้านการเกษตรก็ไม่สำคัญมากเพราะเป็นรายการไม่ลึก”

ปาริฉัจจ์ หุ่นดี ผู้ผลิตรายการต้นไม้ใบหญ้า ให้รายละเอียดว่า “...บุคลากรที่ผลิตรายการเกษตรเป็นเรื่องที่สำคัญต้องใช้ประสบการณ์ในการทำงาน เพราะเป็นรายการรูปแบบเฉพาะ บุคลากรที่ไม่มีความรู้ด้านการเกษตรอาจจะเป็นปัญหาแค่ช่วงแรกเรื่องการไม่รู้ข้อมูลแต่ใช้การทำงานเป็นทีมและทำกันมานานจึงเข้าใจกันความรู้ด้านการเกษตรจึงไม่สำคัญเท่าไร”

อนันต์ ศิริมุสิกะ รักษาการรองกรรมการผู้จัดการ บริษัท Farm Channel ผู้ผลิตรายการคนไทยหัวใจเกษตร ให้รายละเอียดว่า “...บุคลากรมีความสำคัญต้องมีความพร้อมเต็มร้อย ชัดเจน ข้อมูลแน่น และมีความรู้ทางด้านทางการเกษตร ส่วนอีกกลุ่มก็จะเป็นในส่วนของการผลิตที่ต้องมีความรู้ด้านการผลิตรายการ รายการถึงจะออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ”

สรนันท์ ร. เอกวัฒน์ ผู้ดำเนินรายการเกษตรไทยน่ารู้และส่องโลกเกษตร ให้รายละเอียดว่า “...เป็นปัจจัยที่สำคัญมาก สำคัญทุกตำแหน่ง ยิ่งคนในยุคใหม่ที่ถนัดด้านนี้ใช้กล้องเป็นร้อยละ 90 แต่อย่างคนที่ถ่ายละครได้ ถ้ามว่าถ่ายรายการเกษตรให้ออกมาดีได้หรือป่าวถ้าไม่มีความรู้ด้านการเกษตร อย่าลืมว่าการขายสารคดีด้วยภาพสำคัญมาก ทุกคนในทุกส่วนการผลิตมีความสำคัญแล้วต้องรู้งานแล้วต้องมีความถนัด”

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า บุคลากรจัดเป็นปัจจัยที่สำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร ส่วนบุคลากรที่ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร ควรมีความรู้ด้านการเกษตรเพื่อนำเสนอภาพและข้อมูลที่ถูกต้อง ส่วนทางด้านรายการบ้านทุ่งลุงเกษตรที่มีความเห็นว่า บุคลากรไม่

สำคัญเพราะเป็นการจ้างบุคลากรแบบไม่ประจำ และไม่จำเป็นต้องมีความรู้ด้านการเกษตรเนื่องจากเป็นการนำเสนอในเนื้อหาที่เกี่ยวกับอาชีพ ตามนโยบายของสถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS

#### ตารางที่ 7 ปัจจัยด้านทรัพยากรในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร

รายการ	ปัจจัยด้านทรัพยากร
บ้านทุ่งลุงเกษตร	ไม่มีความสำคัญ
คนไทยหัวใจเกษตร	ไม่มีความสำคัญ
ต้นไม้ใบหญ้า	ไม่มีความสำคัญ
ก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร	ไม่มีความสำคัญ
เกษตรทั่วไทย	ไม่มีความสำคัญ
เกษตรอาสา	มีความสำคัญ
เกษตรไทยน่ารู้	มีความสำคัญ
ส่องโลกเกษตร	มีความสำคัญ

หมายเหตุ: ทรัพยากรในการผลิตรายการหมายถึง อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตรายการโทรทัศน์ เช่น กล้อง เครื่องมือตัดต่อ ไฟที่ใช้ในการถ่ายทำ เป็นต้น

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรจำนวน 5 รายการ มีความคิดเห็นว่า ทรัพยากรไม่ใช่ปัจจัยที่สำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร ส่วนผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรจำนวน 3 รายการ มีความคิดเห็นว่า ทรัพยากรเป็นปัจจัยที่สำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร โดยมีรายละเอียดดังนี้

อนันต์ ศิริมุสิกะ รักษาการรองกรรมการผู้จัดการ บริษัท Farm Channel ผู้ผลิตรายการคนไทยหัวใจเกษตร ได้ให้รายละเอียดว่า "...สำหรับเราแล้วทรัพยากรไม่ใช่สิ่งที่สำคัญมาก เพราะบริษัทเราอยู่ในเครื่องกันตนาเราใช้อุปกรณ์เก่าที่โละมาจากการถ่ายทำละคร แต่เราก็สามารถผลิตรายการที่มีคุณภาพได้"

ตุลชัย ธรรมคุณฎี ผู้ดำเนินรายการบ้านทุ่งลุงเกษตร ได้ให้รายละเอียดว่า "...เน้นเป็นการเช่าเนื่องจากถ้าซื้อต้องมาดูแลรักษาภายหลังอีกแต่ถ้าเช่าเสร็จแล้วเสร็จเลย และถ้าซื้อมันเลี้ยงเพราะถ้ารายการประเมินทุกเดือนไม่ผ่านก็เท่ากับขาดทุนไป เลยไม่ค่อยสำคัญกับเราเท่าไร"

อรุณี ไทยบัณฑิต ผู้ผลิตรายการก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร ได้ให้รายละเอียดว่า "...ในปัจจุบันทรัพยากรด้านอุปกรณ์มีราคาที่ถูกลงกว่าเมื่อก่อนมาก ทำให้ต้นทุนเราไม่สูงตามไปด้วยแล้ว จะเช่าก็มีราคาที่ถูกลงทำให้ไม่ส่งผลกระทบต่อการผลิตเท่าไร"

สรนันทน์ ร. เอกวัฒน์ ผู้ดำเนินรายการเกษตรไทยน่ารู้และส่องโลกเกษตร ได้ให้รายละเอียดว่า "...จัดเป็นต้นทุนอีกอันหนึ่งถ้าต้นทุนของเราเพิ่มขึ้นเพราะทรัพยากรเราไม่พอ ก็ต้องไปเช่าเค้า ในเบื้องต้นถ้าต้องลงทุนทุกวันต้นทุนก็จะสูงขึ้น เนื่องจากรายการเรามีทุนที่ไม่สูง"

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านทรัพยากรไม่ใช่ปัจจัยที่สำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร เพราะในปัจจุบันทรัพยากรด้านการผลิตรายการโทรทัศน์มีราคาที่ถูกลงกว่าในอดีต ทำให้ผู้ผลิตมีทางเลือกมากขึ้นทั้งด้านการซื้อขายหรือการเช่า และรายการเกษตรเป็นรายการที่ไม่เน้นการใช้ทรัพยากรขั้นสูงในการผลิต

#### ตารางที่ 8 ปัจจัยด้านเนื้อหาและรูปแบบรายการในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร

รายการ	เนื้อหาและรูปแบบรายการ
บ้านทุ่งลุงเกษตร	มีความสำคัญ
คนไทยหัวใจเกษตร	มีความสำคัญ
ต้นไม้ใบหญ้า	มีความสำคัญ
เกษตรอาสา	ไม่มีความสำคัญ
ก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร	ไม่มีความสำคัญ
เกษตรทั่วไทย	มีความสำคัญ
เกษตรไทยน่ารู้	มีความสำคัญ
ส่องโลกเกษตร	มีความสำคัญ

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรจำนวน 6 รายการมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านเนื้อหาและรูปแบบรายการมีความสำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร ส่วนผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรจำนวน 2 รายการมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านเนื้อหาและรูปแบบรายการไม่มีความสำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

สรนันท์ ร. เอกวัฒน์ ผู้ดำเนินรายการเกษตรไทยน่ารู้และส่องโลกเกษตร ได้ให้รายละเอียดว่า "...มีความสำคัญที่สุด เพราะการเกษตรมีเนื้อหาที่กว้างและลึก รายการเราต้องหาเนื้อหารายการที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้สนับสนุนของเรา ถ้าคุณจะทำรายการที่มีเนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของเราคุณก็ต้องข้ามมัน ไปจะต้องไม่ให้ความสำคัญกับมัน รูปแบบรายการจะต้องทำให้ผู้สนับสนุนของเราโอเค และออกอากาศไปแล้วคนดูต้องไม่เบื่อ"

อนันต์ ศิริมุสิกะ รักษาการรองกรรมการผู้จัดการ บริษัท Farm Channel ผู้ผลิตรายการคนไทยหัวใจเกษตร ได้ให้รายละเอียดว่า "...เนื้อหาของรายการ มีความสำคัญพอๆ กับภาพที่ใช้ในการออกอากาศ เพราะต้องมีความสัมพันธ์ และสอดคล้องกัน ถ้าภาพกับเนื้อหาไม่ตรงกัน ก็ถือว่ารายการเราใช้ไม่ได้ และเราจะไม่ได้รับความเชื่อถือจากคนดู ดังนั้น เมื่อเนื้อหากล่าวถึงอะไรในตอนนั้น ภาพที่ออกมาจะต้องเป็นภาพที่เกี่ยวข้องกัน ชัดเจน ดูแล้วเข้าใจได้ว่าเป็นเรื่องเดียวกัน คนดูก็จะารู้สึกถึงความน่าเชื่อถือ ไปด้วยแต่ถ้าเนื้อหาเราดีแล้ว แต่รูปแบบรายการเราไม่น่าสนใจมันจะทำเราไม่มีคนดู"

ตุลชัย ธรรมคุณฤ ผู้ดำเนินรายการบ้านทุ่งลุงเกษตร ได้ให้รายละเอียดว่า "...มีความสำคัญกับเรามากทั้งรูปแบบรายการและเนื้อหา เพราะเราต้องทำให้สอดคล้องกับนโยบายของสถานี รูปแบบต้องมีความน่าเชื่อถือ เนื้อหาต้องมีความชัดเจน ถ้าเนื้อหาและรูปแบบของเราไม่ดีอาจจะโดนถอดออกจากผังรายการได้"

ดารณี แสงเพชร ผู้ผลิตรายการเกษตรอาสา ได้ให้รายละเอียดว่า "...เนื่องจากรายการของเราเป็นรายการที่มีทางราชการเป็นคนให้เนื้อหา เรามีหน้าที่แค่ไปหาข้อมูลมาให้หน่วยงานตรวจสอบอีกครั้ง รูปแบบรายการเราก็นำเสนอไปทางราชการว่าเค้าเห็นด้วยไหม ถ้าเค้าเห็นด้วยเราก็มีหน้าที่ผลิต จึงไม่มีความสำคัญกับเรามาก"

จากผลการศึกษารูปได้ว่า เนื้อหาและรูปแบบรายการมีความสำคัญต่อการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร เพราะรายการที่มีผู้สนับสนุนรายการเป็นเอกชนต้องมีการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับผู้สนับสนุนของรายการ และรายการเกษตรต้องมีการนำเสนอเนื้อหาที่ชัดเจน มีความน่าเชื่อถือเพราะเป็นรายการที่ให้ความรู้แก่คนดู สำหรับรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่มีหน่วยงานจากราชการเป็นผู้สนับสนุน เนื้อหาและรูปแบบรายการไม่มีความสำคัญต่อการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร เนื้อหาและรูปแบบของรายการหน่วยงานราชการจะเป็นผู้มาให้ผู้ผลิตมีหน้าที่แค่การผลิตตามความต้องการของหน่วยงานเท่านั้น

ตารางที่ 9 ปัจจัยเกี่ยวกับเวลาในการออกอากาศของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร

รายการ	เวลาในการออกอากาศ	เวลาที่เหมาะสม
บ้านทุ่งลุงเกษตร	มีความสำคัญ	05.00 - 06.00
คนไทยหัวใจเกษตร	มีความสำคัญ	05.00 - 06.00
ต้นไม้ใบหญ้า	มีความสำคัญ	06.00
เกษตรอาสา	มีความสำคัญ	18.00
ก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร	มีความสำคัญ	17.00
เกษตรทั่วไทย	มีความสำคัญ	05.00 - 06.00
เกษตรไทยน่ารู้	มีความสำคัญ	07.00
ส่องโลกเกษตร	มีความสำคัญ	07.00

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรทุกรายการ คิดว่าปัจจัยเกี่ยวกับเวลาในการออกอากาศของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรมีความสำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร และมีผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรจำนวน 3 รายการ คิดว่าเวลาที่เหมาะสมต่อการเผยแพร่รายการโทรทัศน์คือช่วงเวลา 05.00 น. ถึง 06.00 น. โดยมีรายละเอียดดังนี้

คุณชัย ธรรมคุณฤ ผู้ดำเนินรายการบ้านทุ่งลุงเกษตร ได้ให้รายละเอียดว่า "...เรื่องของเวลาเป็นเรื่องที่สำคัญอีกเรื่องหนึ่ง ถ้าเวลาออกอากาศรายการของเราไปตรงกับละครหรือวาไรตี้ต่างๆรายการของเราจะไม่มีคนดู จึงต้องเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมคือ 05.00 น. ถึง 06.00 น. เป็นเวลาที่เกษตรกรน่าจะดูมากที่สุด"

อนันต์ ศิริมุสิกะ รักษาการรองกรรมการผู้จัดการ บริษัท Farm Channel ผู้ผลิตรายการ คนไทยหัวใจเกษตร ได้ให้รายละเอียดว่า "...ช่วงเวลาเช้า 05.00 น. ถึง 06.00 น. เป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุด เนื่องจากทางสถานีได้ตั้งเวลาการออกอากาศไว้ในตอนนั้น จากการสำรวจความต้องการของเกษตรกร เพราะถ้าไปออกในช่วงเย็นที่มีรายการหลากหลายรายการเกษตรกรอาจไม่มีคนดูเลยก็ได้"

นพ. ชัชวาลกิจกุล ผู้กำกับรายการเกษตรทั่วไทย ได้ให้รายละเอียดว่า "...รายการเกษตรทั่วไทยสถานีจะจัดอยู่ในช่วงเช้าซึ่งถือว่าเหมาะสมแล้ว ช่วงเวลา 05.00 น. ถึง 06.00 น. กำลังดีเพราะเกษตรกรจะได้ดูก่อนออกไปทำงาน ช่วงเวลาออกอากาศจึงมีความสำคัญมากเพราะเป็นการกำหนดกลุ่มคนดูไปด้วย"

จากผลการศึกษารูปได้ว่า ปัจจัยเกี่ยวกับเวลาในการออกอากาศของรายการ โทรทัศน์เชิงเกษตรมีความสำคัญในการผลิตรายการ โทรทัศน์เชิงเกษตร เพราะรายการ โทรทัศน์เชิงเกษตรเป็นรายการ โทรทัศน์ที่มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนคือเกษตรกร ทำให้รายการ โทรทัศน์เชิงเกษตรต้องเผยแพร่ในช่วงเช้าเพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ และช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดคือ 05.00 น. ถึง 06.00 น.

#### ตารางที่ 10 ปัจจัยด้านนโยบายของสถานีโทรทัศน์ต่อการผลิตรายการ โทรทัศน์เชิงเกษตร

รายการ	นโยบายของสถานีโทรทัศน์
บ้านทุ่งลุงเกษตร	มีความสำคัญ
คนไทยหัวใจเกษตร	มีความสำคัญ
ก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร	มีความสำคัญ
เกษตรไทยน่ารู้	มีความสำคัญ
ส่องโลกเกษตร	มีความสำคัญ
ต้นไม้ใบหญ้า	ไม่มีความสำคัญ
เกษตรอาสา	ไม่มีความสำคัญ
เกษตรทั่วไทย	ไม่มีความสำคัญ

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรจำนวน 5 รายการมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านนโยบายของ สถานีโทรทัศน์มีความสำคัญต่อการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร และผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรจำนวน 3 คน มีความคิดเห็นว่า นโยบายของสถานีโทรทัศน์ไม่มีความสำคัญต่อการผลิต รายการโทรทัศน์เชิงเกษตร โดยมีรายละเอียดที่แตกต่างกัน ดังนี้

ตุลชัย ธรรมคุณฐิ ผู้ดำเนินรายการบ้านทุ่งลุงเกษตร ได้ให้รายละเอียดว่า "...นโยบายมีความสำคัญกับรายการของเรามากที่สุดเนื่องจากช่องเราเป็นช่องของรัฐบาล การผลิตรายการต้องเป็นไปตามนโยบายของสถานี"

สรนันท์ ร. เอกวัฒน์ ผู้ดำเนินรายการเกษตรไทยน่ารู้และส่องโลกเกษตร ได้ให้รายละเอียดว่า "...สมมุติว่าคุณมีเงินผลิตรายการที่ดีมากแต่ไม่สอดคล้องกับนโยบายของสถานี ยังไง สถานีเค้าก็ไม่ให้คุณออก นโยบายจึงมีความสำคัญ"

อารุณี ไทยบัณฑิตย์ ผู้ผลิตรายการก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร ได้ให้รายละเอียดว่า "...นโยบายของสถานีมีความสำคัญมากโดยเฉพาะเรื่องของเวลาออกอากาศ สถานีจะมีนโยบายมาอยู่แล้วว่ารายการเกษตรจะได้ออกอากาศในช่วงไหน คุณไม่สามารถออกนอกเหนือกว่านี้ได้"

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านนโยบายของสถานีโทรทัศน์มีความสำคัญต่อการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร เพราะนโยบายของสถานีโทรทัศน์แต่ละช่องจะเป็นปัจจัยที่กำหนดลักษณะของรายการโทรทัศน์ที่จะเผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์ช่องนั้น ทั้งเรื่องคุณสมบัติรายการ ช่วงเวลาออกอากาศของรายการ

ตารางที่ 11 ปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร

รายการ	ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการผลิตรายการเกษตร
บ้านทุ่งลุงเกษตร	เนื้อหารายการ
คนไทยหัวใจเกษตร	เวลาการทำงาน
ต้นไม้ใบหญ้า	เนื้อหารายการ
เกษตรอาสา	การวางแผน
ก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร	นโยบายเรื่องเวลาของสถานีโทรทัศน์
เกษตรทั่วไทย	เนื้อหารายการ
เกษตรไทยน่ารู้	เนื้อหารายการ
ส่องโลกเกษตร	เนื้อหารายการ

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรจำนวน 5 รายการ มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านเนื้อหาเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร และมีผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรจำนวน 3 รายการที่มีความคิดเห็นแตกต่างออกไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตุลชัย ธรรมคุณฎี ผู้ดำเนินรายการบ้านทุ่งลุงเกษตร ได้ให้รายละเอียดว่า "...เนื้อหาคือ สิ่งที่สำคัญที่สุด เพราะมันจะบอกถึงรูปแบบรายการได้ ถ้าเนื้อหารายการดี เกษตรกรมีความสนใจก็จะหันกลับมาชมรายการ"

ปาริฉัจจ์ หนูดี ผู้ผลิตรายการต้นไม้ใบหญ้า ให้รายละเอียดว่า "...รายการเราเป็นรายการที่สั้นแค่ 3 นาทีเราต้องหาเนื้อหามาเสนอให้เกษตรกรได้ความรู้มากที่สุดในเวลาอันสั้น เนื้อหาจึงเป็นเรื่องที่สำคัญมาก"

นพ ชัชวาลกิจกุล ผู้กำกับรายการเกษตรทั่วไทย ได้ให้รายละเอียดว่า "...รายการเรามีผู้สนับสนุนเป็นเอกชน ซึ่งผลิตสินค้าด้านการเกษตร เนื้อหาจึงเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดสำหรับเรา ต้องหาเนื้อหาที่สอดคล้องกับผู้สนับสนุนของรายการ จะไปเอาเนื้อหาด้านการประมง ปศุสัตว์ ก็ไม่ได้"

สรนันท์ ร. เอกวัฒน์ ผู้ดำเนินรายการเกษตรไทยน่ารู้และส่องโลกเกษตร ได้ให้รายละเอียดว่า "...เนื้อหาของรายการเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับเรา เพราะรายการเราต้องนำเสนอเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้สนับสนุนรายการของเรา ถ้าคุณทำรายการโดยเนื้อหาที่ไม่เกี่ยวกับผู้สนับสนุน เค้าก็ไม่จ้างเราต่อ เราก็ไม่สามารถผลิตรายการได้"

อนันต์ ศิริมุสิกะ รักษาการรองกรรมการผู้จัดการ บริษัท Farm Channel ผู้ผลิตรายการคนไทยหัวใจเกษตร ได้ให้รายละเอียดว่า "...เรื่องของเวลาการทำงานเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับเรา เพราะรายการเราเป็นรายการสด ต้องทำงานแข่งกับเวลา การทำงานยิ่งต้องผิดพลาดน้อยที่สุด"

ดารณี แสงเพชร ผู้ผลิตรายการเกษตรอาสา ได้ให้รายละเอียดว่า "...การวางแผนสำคัญที่สุด ถ้าเรามีการวางแผนในการดำเนินงานด้านต่างๆที่ดีแล้วงานของเราจะออกมาดี และความผิดพลาดก็จะเกิดน้อย การใช้เงินทุนก็จะน้อยลงไปด้วย"

อรุณี ไทยบัณฑิต ผู้ผลิตรายการก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร ได้ให้รายละเอียดว่า "...นโยบายของสถานีในเรื่องของเวลาออกอากาศสำคัญที่สุดสำหรับรายการเรา เพราะรายการเราเป็นรายการของราชการเรามีหน้าที่ผลิตอย่างเดียว ถ้าทางสถานีให้เวลาที่ดีกว่าที่เป็นอยู่รายการเราก็จะมีผู้ชมมากขึ้น"

จากผลการศึกษารูปได้ว่า ปัจจัยด้านเนื้อหาเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร เพราะการเกษตรมีเนื้อหาที่กว้าง แต่ผู้ผลิตรายการต้องเลือกเนื้อหาที่เหมาะสมกับผู้สนับสนุนรายการ ต้องมีความชัดเจนของเนื้อหาที่จะนำเสนอออกไป ถ้าเนื้อหาของรายการดีและเป็นที่น่าสนใจ ส่งผลให้มีผู้สนใจชมรายการมาก และเนื้อหาของรายการจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบของรายการที่เหมาะสม

## ตารางที่ 12 การคาดการณ์รายการเกษตรในอนาคต

รายการ	การคาดการณ์รายการเกษตรในอนาคต
บ้านทุ่งลุงเกษตร	ทาง Free TV จะลดลง ไปเพิ่มขึ้นที่ตลาดเคเบิลทีวี
คนไทยหัวใจเกษตร	รายการเกษตรจะเพิ่มขึ้น และมีคุณภาพมากขึ้น
ต้นไม้ใบหญ้า	รายการเกษตรจะเพิ่มขึ้นในตลาดเคเบิลทีวี
เกษตรอาสา	รายการเกษตรจะเพิ่มขึ้นในตลาดเคเบิลทีวี
ก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร	รายการเกษตรจะลดลงในอนาคต
เกษตรทั่วไทย	รายการเกษตรจะเพิ่มขึ้นทาง Free TV
เกษตรไทยน่ารู้	รายการเกษตรจะเพิ่มขึ้นในตลาดเคเบิลทีวี
ส่องโลกเกษตร	รายการเกษตรจะเพิ่มขึ้นในตลาดเคเบิลทีวี

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ผลิตรายการเกษตรจำนวน 5 รายการมีความเห็นว่าในอนาคต รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรจะเพิ่มมากขึ้นทางช่องเคเบิลทีวี ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรจำนวน 2 รายการมีความเห็นว่า รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรจะเพิ่มขึ้นทางสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม (Free TV) และผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรจำนวน 1 รายการมีความคิดเห็นว่ารายการโทรทัศน์เชิงเกษตรจะลดลงในอนาคต โดยมีรายละเอียดดังนี้

ศุภชัย ชรรรมคุณฤ ผู้ดำเนินรายการบ้านทุ่งลุงเกษตร ได้ให้รายละเอียดว่า "...ในฟรีทีวี รายการเกษตรจะแย่งลงทุกวันๆ เพราะ โฆษณาไม่เห็นความสำคัญ สำหรับรายการเกษตรก็จะเป็นสารเคมี พอเอกชนเข้ามาก็หวังผลประโยชน์ก็ต้องมีการแอบแฝงโฆษณาชวนเชื่อ ถ้ารัฐไม่สนับสนุนรายการเกษตรก็จะน้อยลง และมีโอกาสไปเล่นตลาดเคเบิลเพราะเคเบิลทีวีโฆษณาได้ไม่อันจะโฆษณายังไงก็ได้ไม่มีระบบเซ็นเซอร์ ถ้ามีคนดูเยอะขึ้นรัฐต้องลงมาช่วยดูแล รัฐบาลน่าจะเป็นผู้ผลิตเอง และช่องของรัฐก็เป็นช่องทางที่ดีที่จะเผยแพร่"

ปาริฉัจจ์ หุ่นดี ผู้ผลิตรายการต้นไม้ใบหญ้า ให้รายละเอียดว่า "...เรื่องของรูปแบบทุกอย่างขึ้นอยู่กับผู้สนับสนุน ในอนาคตคาดว่ารายการเกษตรจะเพิ่มขึ้น และอาจจะเพิ่มขึ้นในเคเบิลทีวี ตลาดล่างก็จะเกิดขึ้น ต่อไปคนไทยจะมีเคเบิลทีวีเกือบทุกบ้าน แต่ที่น่าเป็นห่วงคือเมื่อไหลไปเคเบิลทีวีอาจจะการเป็นเรื่องของการขายของมอมเมาโดยที่หาเนื้อหาสาระไม่ได้มีแต่การโฆษณา

ผู้เกี่ยวข้องรับต้องวางมาตรการรองรับคอยตรวจสอบเนื้อหา เพราะไม่เช่นนั้นเนื้อหาที่ออกไปจะทำให้เกษตรกรหลงทางได้ เมื่อก่อนมีนักวิชาการที่คอยเฝ้าระวังในเรื่องพวกนี้แต่ปัจจุบันไม่ค่อยมี”

สรนันท์ ร. เอกวัฒน์ ผู้ดำเนินรายการเกษตรไทยน่ารู้และส่องโลกเกษตร ได้ให้รายละเอียดว่า “...นำไปอยู่ที่เคเบิลทีวีมากขึ้น เพราะโอกาสมันง่ายกว่าฟรีทีวี ฟรีทีวีหาสปอนเซอร์ยาก หาสถานียาก จึงไปที่เคเบิลสปอนเซอร์ได้ ค่าเวลาไม่แพง”

อนันต์ ศิริมุสิกะ รักษาการรองกรรมการผู้จัดการ บริษัท Farm Channel ผู้ผลิตรายการคนไทยหัวใจเกษตร ได้ให้รายละเอียดว่า “...ช่องฟรีทีวีเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับการเกษตรมากขึ้นแล้ว ทำให้รายการเกษตรในอนาคตน่าจะมีประมาณที่มากขึ้นและมีคุณภาพสูงขึ้นด้วย ขึ้นอยู่กับกระแสการแข่งขันในการทำรายการเพื่อเพิ่มเรตติ้ง”

อารุณี ไทยบัณฑิตย์ ผู้ผลิตรายการก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร ได้ให้รายละเอียดว่า “...สถานีไม่ค่อยให้ออกอากาศที่จะอยู่ได้ก็แค่เอกชนขายปุ๋ย ยาฆ่าแมลง คิดว่าต่อไปรายการเกษตรจะลดลง ถ้าเป็นรายการที่ดี ที่ไม่แฝงโฆษณาจะอยู่ไม่ได้ อีกอย่างคือเวลาเช้าเกินไปไม่มีคนดู”

จากผลการศึกษารูปได้ว่า ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรมีการคาดการณ์ว่า ในอนาคตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรมีโอกาสจะขยายตัวในช่องเคเบิลทีวี เนื่องจากมีค่าเช่าเวลาที่ถูกกว่าสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม(Free TV) การโฆษณาสินค้าของผู้สนับสนุนรายการสามารถทำได้ง่ายกว่า ทำให้หาผู้สนับสนุนรายการได้ง่ายกว่า ส่งผลให้เนื้อหาที่ออกไปเป็นการโฆษณาชวนเชื่อ มีโอกาสที่เกษตรกรผู้ได้รับข่าวสารจะได้ข้อมูลที่ขาดความน่าเชื่อถือ รัฐบาลต้องมีมาตรการในการดูแลการออกอากาศรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรผ่านระบบเคเบิลทีวี

2. ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม

ตารางที่ 13 นโยบายของสถานีโทรทัศน์ที่มีต่อรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร

สถานีโทรทัศน์(ช่อง)	นโยบายของสถานีโทรทัศน์ที่มีต่อรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร
3	เน้นการเสนอข่าวให้ครบทุกแง่มุม ต้องมีข่าวเกษตรที่ทันสมัยตอบสนองคนเมือง
5	เน้นบริการสาธารณะ ให้ความรู้ในทุกๆ ด้าน
7	เน้นความสำคัญแก่รายการเกษตรในรูปแบบของสารคดีข่าว ที่เป็นกลาง
โมเดิร์นไนน์	เน้นรายการที่ให้ความรู้แก่สังคม ที่ทุกคนในครอบครัวดูได้ ดูสนุก
TPBS	เน้นผลิตรายการเพื่อบริการสาธารณะ ลักษณะส่งเสริมอาชีพและมีส่วนร่วมของสังคม

จากตารางที่ 13 พบว่าสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีมีนโยบายด้านรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่แตกต่างกันออกไป สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีนโยบายผลิตรายการเกษตร ในรูปแบบของสารคดีข่าว โดยมีรายละเอียด ดังนี้

วิษณุ โปธิ์ประสาธ ผู้รับผิดชอบรายการเกษตร Hot New สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 กล่าวว่า "... เดิมทีในช่วงที่ผ่านมา รายการข่าว เรื่องเด่นเย็นนี้ จะเริ่มออนแอร์เวลา 16.30 น. โดยรายการได้เวลาเพิ่มมา 10 นาที ซึ่งทางผู้บริหารอยากให้เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับการเกษตร จึงมอบหมายให้ฝ่ายข่าวคิดที่จะนำเสนอข่าวที่เป็นลักษณะข่าวเกษตร ที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับการเกษตร โดยมองว่ากลุ่มเป้าหมายที่กำลังดูเราอยู่คือ คนเมือง เพราะฉะนั้นถ้าเราไปเจาะแต่กลุ่มเกษตรกร อาจจะไปกระทบต่อกลุ่มคนเมือง ทำให้เขาเปลี่ยนไปดูรายการอื่น จึงจำเป็นที่จะต้องเจาะกลุ่มคนเมือง ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของเราเอาไว้ จากนั้นค่อยขยายไประดับรากหญ้า"

พรภัสสร นาคปานเสื่อ เจ้าหน้าที่แผนกควบคุมรายการฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 กล่าวว่า "... ช่อง 5 ของเราเน้นบริการสาธารณะ และมีความรู้ให้ผู้ชมในทุกๆด้าน

ทุกอาชีพ ทุกเพศและทุกวัย เกษตรกร ก็จัดเป็นอาชีพหนึ่งที่สำคัญอยู่กับประเทศไทยมานาน เพราะฉะนั้นเราต้องมีรายการเกษตรไว้ในผังรายการของเราอยู่แล้ว"

พจนานัฐ เจริญภิญโญยิ่ง ผู้ช่วยกองบรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีทองทัพบกช่อง 7 กล่าวว่า "... เป็นนโยบายที่ทางผู้บริหารมองมาตั้งนานแล้ว ในส่วนของรายการเกษตร ที่มีมา 30 กว่าปี ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งสถานี ที่ผู้บริหารมองว่าภาคการเกษตรมีความสำคัญ ซึ่งในอดีตข่าวการเกษตร ได้รับความสำคัญมาก ก็คือให้เวลาในการออกอากาศเยอะ โดยให้เวลาประมาณ 5 นาทีต่อ 1 ข่าว โดยมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการต่างๆ ว่าจะอย่างไรให้ได้ผลผลิตดี เป็นข่าวที่ทำออกมาแล้วมีผู้คนยอมรับเป็นส่วนใหญ่ แต่พอช่วงหลังๆ ประมาณ 5 ปีที่ผ่านมา ก็ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบว่ามันควรจะมีการนำเสนอที่มีความทันสมัยขึ้น โดยการใช้ภาษาในการสื่อสารที่มันง่ายขึ้น มีเรื่องของเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยที่เมื่อก่อนจะมีการลงพื้นที่ เน้นที่เกษตรกร และหน่วยงานราชการเป็นหลัก แต่จะไม่เน้นในส่วนของเรา เพราะเราถือว่าเราเป็นการขายของแฝง ซึ่งข่าวเกษตรช่อง 7 จะไม่ทำเด็ดขาด"

พิชชา บุญสมธรรม ผู้จัดการส่วนพัฒนาและส่งเสริมรายการฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ กล่าวว่า "...ช่อง 9 ของเราให้ความสำคัญกับรายการเกษตร เนื่องจากเราจะเน้นเสนอรายการในพระราชดำริ และกลุ่มเกษตรกรถือเป็นกลุ่มสำคัญของประเทศ เราก็อยากจะให้ ความรู้กับเขา ซึ่งคอนเซ็ปต์ของเราคือช่องสังคม อุดมปัญญา ก็เป็นการบ่งบอกอยู่แล้วว่าเป็นการให้ ความรู้ที่ครอบคลุม แต่ก็จะเป็นความรู้ที่ดูสนุก ตามสไตล์แกนของช่องเราก็คือ ครอบครัวดูสนุก เป็น สุขมีสาระ เพราะฉะนั้นเราจะเน้นให้ความสำคัญที่ครอบครัว และสำหรับคนไทย ครอบครัวยุคใหม่ ครอบครัวยุคเกษตร เราก็จะมีรายการที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร ซึ่งจะเห็นได้ว่าเรามีทุกวัน"

เทินพันธ์ แผนสมบัติ ผู้จัดการฝ่ายรายการสารบันเทิงสถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS กล่าวว่า "...ทางสถานีมุ่งเน้นรายการที่อยู่ในลักษณะของการส่งเสริมอาชีพ รวมถึงเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ ต่อกลุ่มเกษตรกร ซึ่งแผนระยะยาวของสถานีก็คือ เปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม ไม่ว่าจะเป็น กลุ่มคนในพื้นที่ไหนก็ตาม จึงไม่ได้เป็นการตอบโจทย์ของกลุ่มเกษตรกรอย่างเดียว แต่คนอื่นๆ ที่สนใจก็สามารถเข้าถึงรายการของเราได้เช่นเดียวกัน โดยมีการนำเสนอในรูปแบบที่หลากหลาย ออกไป"

สรุปได้ว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีทองทัพบกช่อง 7 มีนโยบายที่จะ เน้นการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรในลักษณะของสารคดีข่าวเพื่อให้เข้ากับนโยบายเรื่องเวลา

ของสถานีสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ มีนโยบายที่มีลักษณะคล้ายกันคือ เป็นสถานีโทรทัศน์ที่ต้องการนำเสนอสาระแก่ผู้ชมในทุกๆด้าน ส่วนสถานีโทรทัศน์ TPBS จัดเป็นสถานีโทรทัศน์ของรัฐบาลที่เน้นการผลิตรายการในลักษณะส่งเสริมอาชีพและการมีส่วนร่วมของสังคม

#### ตารางที่ 14 รูปแบบรายการเชิงเกษตรที่สถานีโทรทัศน์ต้องการ

สถานีโทรทัศน์ (ช่อง)	รูปแบบรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่สถานีโทรทัศน์ต้องการ
3	ลักษณะของรายการข่าว ทันสมัย ให้ข้อมูลที่เข้าใจง่ายชัดเจน
5	ลักษณะรายการที่ทุกคนสามารถดูได้ไม่น่าเบื่อ
7	ลักษณะของสารคดีเชิงข่าว ให้อิสระในการคิดรูปแบบของรายการนำเสนอ ข้อมูลที่เป็นกลางไม่อิงเอกชน
โมเดิร์นไนน์	ลักษณะรายการที่ทุกคนในครอบครัวดูสนุก และมีสาระ
TPBS	ไม่มีการกำหนดที่ชัดเจน ไม่มุ่งเน้นในเรื่องเฉพาะเจาะจงสำหรับเกษตรกรอย่าง เดียว

จากตารางที่ 14 พบว่า สถานีโทรทัศน์ส่วนใหญ่ให้อิสระแก่ผู้ผลิตรายการ ในเรื่องรูปแบบรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร แต่เนื้อหาที่นำเสนอต้องเป็นเนื้อหาที่ให้ประโยชน์แก่เกษตรกรอย่างแท้จริงไม่แฝงโฆษณาสินค้า

พิชชา บุญสมธรรม ผู้จัดการส่วนพัฒนาและส่งเสริมรายการฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ ได้ให้รายละเอียดว่า “...เราไม่ได้ปิดกั้นในเรื่องรูปแบบที่จะนำเสนอ แต่จะต้องทำรายการให้อยู่ภายใต้สโลแกน ครอบครัวดูสนุก เป็นสุข มีสาระ ดังนั้นผู้ผลิตสามารถใส่ทุกอย่างได้เต็มที่โดยไม่มีการมากำหนดตายตัวต้องเป็นรูปแบบไหน แต่สิ่งที่สำคัญเนื้อหาของรายการต้องมีประโยชน์แก่คนดูไม่ใช่แฝงโฆษณา”

พรภัสสร นาคปานเสื่อ เจ้าหน้าที่แผนกควบคุมรายการฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ได้ให้รายละเอียดว่า “...เราไม่ได้กำหนดว่าจะต้องเป็นรูปแบบอย่างไร ตามแต่ผู้ผลิตจะทำแบบไหน เพราะเราให้อิสระทางความคิดแก่ผู้ผลิต แต่ทุกคนสามารถดูได้ไม่น่าเบื่อ แต่เราต้องควบคุมเนื้อหาไม่ให้มีโฆษณาแฝงเข้ามา”

เทินพันธ์ แผนสมบัติ ผู้จัดการฝ่ายรายการสาระบันเทิงสถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS ได้ให้รายละเอียดว่า “...ด้านสถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS ซึ่งเป็นสื่อของรัฐบาลไม่ได้กำหนดรูปแบบรายการที่ชัดเจน แต่เนื้อหาของรายการให้มีส่วนร่วมจากภาคประชาชนตามนโยบายหลักของสถานี”

ส่วนสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีความต้องการรูปแบบรายการที่ชัดเจนคือรูปแบบสารคดีข่าว เมื่อรูปแบบเป็นสารคดีข่าวแล้วการนำเสนอข้อมูลจะต้องเป็นกลาง โดยมีรายละเอียดดังนี้

วิษณุ โปธิ์ประสาท ผู้รับผิดชอบรายการเกษตร Hot New สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้ให้รายละเอียดว่า “...ทางสถานีต้องการรายการเกษตรในรูปแบบสารคดีข่าว ที่มีความทันสมัย เพราะต้องการให้คนเมืองสามารถดูได้ไม่น่าเบื่อ มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการนำเสนอ เช่น เทคโนโลยีทางด้านกราฟิกในการนำเสนอ และเนื้อหาต้องชัดเจนเข้าใจง่าย ไม่ใช้วิธีการของนักวิชาการ แต่จะเอาข้อมูลของนักวิชาการมานำเสนอในแง่มุมที่เข้าใจง่าย”

พจนานัฐ เจริญภิญโญยิ่ง ผู้ช่วยกองบรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้ให้รายละเอียดว่า “...ทางสถานีโทรทัศน์ให้อิสระในการคิดรูปแบบรายการ แต่ให้อยู่ในรูปแบบสารคดีข่าว นำเสนอในสิ่งที่ถูกต้อง เป็นกลาง ไม่ได้เอนเอียงไปในทางไหน ไม่นำข้อมูลที่ได้ออกชน และพยายามจะให้มีการนำเสนอในเรื่องของสิ่งแวดล้อม ซึ่งมันสอดคล้องกับนโยบายของสถานี ที่ทำในเรื่องของรักษ์โลก”

จากผลการศึกษา สรุปได้ว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ และสถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS มีการให้อิสระทางความคิดแก่ผู้ผลิต ไม่มีการกำหนดรูปแบบรายการที่ชัดเจนแต่เนื้อหาของรายการต้องเป็นประโยชน์แก่ผู้ชมและต้องไม่มีการแฝงโฆษณา ส่วนทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีความต้องการรูปแบบรายการใน

ลักษณะของสารคดีข่าวตามนโยบายของสถานี โดยจะต้องมีเนื้อหาที่เป็นกลางชัดเจนเข้าใจง่าย ไม่อิงเอกชน

ตารางที่ 15 ความยาวของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่เหมาะสมต่อการเผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์ (ช่อง)	ความยาวของรายการเกษตรที่เหมาะสมที่สุด (นาที)
3	10
5	30
7	3
โมเดิร์นไนน์	30
TPBS	30

จากตารางที่ 15 พบว่า สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ และสถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS มีความเห็นตรงกัน ส่วนสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

พรภัสสร นาคปานเสื่อ เจ้าหน้าที่แผนกควบคุมรายการฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ได้ให้รายละเอียดว่า “...เรื่องเป็นเวลาในการออกอากาศที่เหมาะสม จะอยู่ในช่วงเวลาประมาณ 30 นาที เพราะถ้าหากนานกว่านั้นรูปแบบรายการจะเปลี่ยนไป และทำให้รายการดูน่าเบื่อ ไม่ได้สาระ แล้วคนดูก็จะเริ่มไม่สนใจจนสุดท้ายก็จะเปลี่ยนช่องหนี”

พิชชา บุญสมธรรม ผู้จัดการส่วนพัฒนาและส่งเสริมรายการฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ ได้ให้รายละเอียดว่า “...ขึ้นอยู่กับรายการว่าเป็นรายการประเภทไหน จะไปกำหนดตายตัวไม่ได้ ถ้ารายการทำได้น่าสนใจมากๆ 1 ชม. ก็สามารทำได้ ก็หมายรวมไปถึงว่ารูปแบบการนำเสนอของเราดี และเนื้อหาของเราก็ดีด้วย ทำให้คนดูได้รับประโยชน์สูงสุด จนคนดูไม่เปลี่ยนช่องไปไหน ซึ่งสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ เราดูเรื่องคุณภาพของเนื้อหา และตัวรายการโดยอ้างอิงจากข้อมูลทางวิชาการ แต่ในปัจจุบันรายการเกษตรที่เผยแพร่ผ่านช่องของเรา มีความยาวประมาณ 30 นาทีเราคิดว่าน่าจะเหมาะสมที่สุดแล้วสำหรับรายการเกษตร เพราะคนดูจะได้ไม่เบื่อมากไปกว่านี้อาจจะทำให้ดูเบื่อได้”

เทินพันธ์ แผนสมบัติ ผู้จัดการฝ่ายรายการสาระบันเทิงสถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS ได้ให้รายละเอียดว่า “...ในเรื่องของระยะเวลาของการทำรายการก็จะขึ้นอยู่กับรูปแบบของรายการว่า เป็นรายการแบบไหน ถ้าเป็นในช่วงของรายการข่าว ก็ควรจะอยู่ในช่วงเวลา 4 - 5 นาที แต่ถ้าเป็นสื่อที่เข้าถึงง่าย เช่น ละคร หรือวาไรตี้ ที่น่าสนใจ ก็ไม่น่าจะต่ำกว่า 30 นาที ซึ่งรายการเกษตรที่ออกอากาศผ่านสถานีของเราก็น่าจะมีความยาวไม่ต่ำกว่า 30 นาทีเพื่อให้คนดูได้เนื้อหาครบถ้วน”

วิญญู โปธิ์ประสาธ ผู้รับผิดชอบรายการเกษตร Hot New สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้ให้รายละเอียดว่า “...ผมว่าสำหรับช่อง 3 เราแล้ว เวลาทุกวินาทีจะมีความสำคัญสูงมาก แต่ถ้าได้เวลามา 10 นาที จะทำให้ได้เนื้อหาในรายละเอียดได้มากขึ้น จะได้สัมภาษณ์คนที่มีความรู้ได้มากขึ้น แต่ในตอนนี้เรามีเวลา 6 นาที ก็จะแบ่งส่วนเป็น สกู๊ป 2 นาที ที่เหลือก็จะเป็นเรื่องอื่นๆ คือข่าว การวิเคราะห์ปัญหา และการชีวิต”

พจนานัฐ เจริญภิญโญยิ่ง ผู้ช่วยกองบรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีทองทัพบกช่อง 7 ได้ให้รายละเอียดว่า “...ส่วนเวลาในการนำเสนอข่าวที่เหมาะสมสำหรับข่าวการเกษตร จะอยู่ที่ประมาณ 3 นาทีก็เพียงพอแล้ว เพราะถ้ามากกว่านี้มันจะเย็นเขื่อน่าเบื่อ เพราะเราต้องการอะไรที่มันแน่นๆ เนื้อๆ และตรงเฉพาะจุดจริงๆ”

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ และสถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS มีความเห็นตรงกันว่า ความยาวของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่เหมาะสมต่อการเผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์คือ 30 นาที แต่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีทองทัพบกช่อง 7 ซึ่งนำเสนอรายการเกษตรในรูปแบบสารคดีข่าวเกษตร มีความเห็นที่แตกต่างออกไปว่าความยาวของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่เหมาะสมต่อการเผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์คือ 10 นาทีและ 3 นาทีตามลำดับ

ตารางที่ 16 ช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการออกอากาศรายการ โทรทัศน์เชิงเกษตรที่เผยแพร่ผ่าน สถานีโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์ (ช่อง)	ช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุด (นาฬิกา)
3	18.00
5	05.00
7	05.30
โมเดิร์นไนน์	05.30
TPBS	13.00

จากตารางที่ 16 พบว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 และ สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ มีความคิดเห็นที่คล้ายกัน ส่วนสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และ สถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS มีความคิดเห็นที่แตกต่างออกไป ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

พจนานู เจริญภิญโญยิ่ง ผู้ช่วยกองบรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้ให้รายละเอียดว่า “...จากการที่เราไปทำข่าวในพื้นที่ เราก็ได้ถามเกษตรกรว่าช่วงเวลาที่เขาได้ดูก็คือ ช่วงเวลา 05.30 น. เป็นเวลาที่จะมีเกษตรกรดูรายการมากที่สุด เพราะว่าเขาดันแล้ว เป็นช่วงเวลาที่เขากำลังรับประทานอาหารเช้าเพื่อเตรียมตัวออกไปทำงาน”

พิชชา บุญสมธรรม ผู้จัดการส่วนพัฒนาและส่งเสริมรายการฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ ได้ให้รายละเอียดว่า “...ช่วงเวลาสำหรับการออกอากาศที่ดีที่สุดก็คือช่วงที่กลุ่มเป้าหมายของเราก็คือช่วงประมาณ 05.30 น. ซึ่งเขาดันขึ้นมากำลังหุงข้าวกินก่อนที่จะออกไปทำงานทำของเขา น่าจะเป็นเวลาที่ดีที่สุดที่เค้าจะดูและช่องอื่นส่วนใหญ่เค้าก็จะมีการเกษตรเวลานี้เหมือนกัน”

พรภัสสร นาคปานเสื่อ เจ้าหน้าที่แผนกควบคุมรายการฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ได้ให้รายละเอียดว่า “...ทำไมเราต้องเอาไว้ตอนตี 5 เพราะเราคิดว่าเป็นช่วงที่เกษตรกรเขาดันขึ้นมา เพื่อที่เตรียมตัวออกไปทำงานในตอนเช้า ถ้าช้ากว่านี้คิดว่าเกษตรกรคงจะไม่ทันดู เพราะอยู่ในช่วงเวลาทำงานของเขา ตอนเช้าตรูจึงน่าจะเป็นช่วงเวลาที่ดีที่สุด ซึ่งเมื่อก่อนรายการจะอยู่ช่วงบ่าย 2 - 3 โมง ปรากฏว่า ไม่มีผู้สนับสนุนรายการเข้ามาเลย ค่าเช่าเวลาก็แพง และ

ผู้สนับสนุนรายการน้อย ทำให้รายการต้องหยุดไป สุดท้ายก็ต้องมาลงที่เวลานี้ ทั้งผู้ผลิตรายการ ผู้สนับสนุนรายการ และคนดูก็โอเค”

วิญญู โปธิ์ประสาท ผู้รับผิดชอบรายการเกษตร Hot New สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้ให้รายละเอียดว่า “...ช่วงเวลาในการออกอากาศของรายการเกษตรควรจะเป็นตอน 6 โมงเย็น เพราะเป็นช่วงเวลาที่เกษตรกรกลับมาจากการทำงานและผ่อนคลายด้วยการดูโทรทัศน์ จึงน่าจะมีการนำเสนอรายการเกษตร”

เทินพันธ์ แผนสมบัติ ผู้จัดการฝ่ายรายการสารบบนเทิงสถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS ได้ให้รายละเอียดว่า “...ในช่วง 13.00 น. หลังจากรับประทานอาหารกลางวันแล้วทุกคนก็อาจจะได้ดูโทรทัศน์ก่อนที่จะออกไปทำงาน ซึ่งในช่วงบ่ายเราจะเป็นรายการที่เน้นการส่งเสริมด้านการทำอาชีพเป็นหลัก ก็จะเป็นในเรื่องของชุมชน การทำอาชีพ และการทำมาหากิน”

จากผลการศึกษารูปได้ว่า ช่วงเวลา 05.30 น. เป็นช่วงเวลาที่สถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง 7 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ มีความเห็นเหมือนกันว่าเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการเผยแพร่รายการ โทรทัศน์เชิงเกษตรผ่านสถานีโทรทัศน์ ทางด้าน สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มีความคิดเห็นที่ใกล้เคียงกันว่าช่วงเวลา 05.00 น. เป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมต่อการเผยแพร่รายการ โทรทัศน์เชิงเกษตรผ่านสถานีโทรทัศน์ ส่วนสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS มีความคิดเห็นที่แตกต่างออกไปคือสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มีความคิดเห็นว่าเป็นช่วงเวลา 18.00 น. เป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการเผยแพร่รายการ โทรทัศน์เชิงเกษตร และ สถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS มีความคิดเห็นว่าเป็นช่วงเวลา 13.00 น. เป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการเผยแพร่รายการ โทรทัศน์เชิงเกษตร

ตารางที่ 17 ปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรผ่านสถานีโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์ (ช่อง )	ปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรผ่าน สถานีโทรทัศน์
3	นโยบายของสถานี การตอบรับจากผู้ชม รูปแบบรายการ
5	ผู้ซื้อเวลา นโยบายของสถานี เนื้อหารายการ
7	นโยบายของสถานี การตอบรับจากผู้ชม รูปแบบรายการ
โมเดิร์นไนน์	เนื้อหารายการ นโยบายของสถานี ผู้ซื้อเวลา
TPBS	นโยบายของสถานี รูปแบบรายการ

จากตารางที่ 17 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรของแต่ละสถานีโทรทัศน์ มีปัจจัยบางประการที่เหมือนกัน โดยแต่ละสถานีได้ให้รายละเอียดดังนี้

พรภัสสร นาคปานเสื่อ เจ้าหน้าที่แผนกควบคุมรายการฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ได้ให้รายละเอียดว่า “...ปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้รายการเกษตรเผยแพร่ในช่องเราได้ นโยบายของช่องเราที่ได้วางไว้ว่าต้องมีรายการสาระที่ให้กับผู้ชม รายการเกษตรจึงจัดอยู่ในรายการประเภทนี้ ส่วนตัวต่อมาก็คือผู้ที่มาซื้อเวลาของสถานี ที่จะต้องมีเนื้อหารายการที่ให้ประโยชน์แก่ผู้ชมและเป็นไปตามนโยบายของสถานี”

พิชชา บุญสมธรรม ผู้จัดการส่วนพัฒนาและส่งเสริมรายการฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ ได้ให้รายละเอียดว่า “...นโยบายของสถานีถือเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินงานของสถานีเรา รูปแบบรายการต้องสอดคล้องกับนโยบาย ผู้ที่มาซื้อเวลาของสถานีต้องเข้าใจนโยบายของเรา”

เทินพันธ์ แผนสมบัติ ผู้จัดการฝ่ายรายการสาระบันเทิงสถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS ได้ให้รายละเอียดว่า “...ด้วยสถานีเรามีแนวทางและนโยบายที่ชัดเจนคือเน้นการมีส่วนร่วมของทุกคนในสังคม ดังนั้นรูปแบบรายการที่นำเสนอออกไปต้องเข้าใจและสอดคล้องกับนโยบายของสถานี”

วิษณุ โปธิ์ประสาท ผู้รับผิดชอบรายการเกษตร Hot New สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้ให้รายละเอียดว่า “...ปัจจัยที่มีความสำคัญในการเผยแพร่รายการเกษตรของเราคือนโยบายของ

ผู้บริหารว่ามีความคิดที่จะเผยแพร่รายการข่าวเกษตรหรือไม่ แต่เมื่อได้เผยแพร่ออกไปแล้วต้องมีรูปแบบที่ทันสมัยและมีการตอบรับจากผู้ชมที่ดี”

พจนานัฐ เจริญภิญโญยิ่ง ผู้ช่วยกองบรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้ให้รายละเอียดว่า “...นโยบายของสถานีมีความสำคัญมากจัดเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของเรา ที่ช่อง 7 ของเรามีนโยบายที่ให้ความสำคัญกับรายการเกษตรมานานแล้ว เมื่อรายการเผยแพร่ออกไปเราต้องคอยพัฒนารูปแบบของรายการให้มีความทันสมัยและน่าสนใจอยู่ตลอดเวลา สุดท้ายเราต้องฟังเสียงสะท้อนจากผู้ชมเพราะถ้าไม่มีผู้ชมเราก็ไม่รู้อะไรที่จะเผยแพร่ให้ใครดู ทั้ง 3 ปัจจัยนี้ต้องไปด้วยกันขาดอันใดอันหนึ่งเป็นไปไม่ได้”

จากผลการศึกษารูปได้ว่า นโยบายของสถานีโทรทัศน์เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดในการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรผ่านสถานีโทรทัศน์ เนื่องจากสถานีโทรทัศน์ทุกช่องมีความคิดเห็นเหมือนกันว่า นโยบายของสถานีเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตร เพราะนโยบายจะเป็นแนวทางในการกำหนดการเผยแพร่รายการต่างๆ ผ่านสถานี รายการที่จะออกอากาศต้องมีความสอดคล้องกับนโยบายของสถานี สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ที่มีการขายเวลาให้แก่ผู้สนใจเข้ามาซื้อเวลามีปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่เหมือนกันคือ นโยบายของสถานี เนื้อหาของรายการ ผู้ซื้อเวลา สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ซึ่งมีรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรในลักษณะของสารคดีเชิงข่าว มีปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่เหมือนกันคือ นโยบายของสถานี การตอบรับจากผู้ชม รูปแบบรายการ ส่วนสถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ของรัฐบาล มีปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรคือ นโยบายของสถานี และรูปแบบของรายการ

ตารางที่ 18 การคาดการณ์สถานการณ์รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรในอนาคต

สถานีโทรทัศน์ (ช่อง)	การคาดการณ์สถานการณ์รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรในอนาคต
3	ขึ้นอยู่กับผู้บริหารสถานี
5	ทรงตัวไม่มีเพิ่มไปมากกว่านี้แล้ว
7	มีความสำคัญมากขึ้นและมีการพัฒนาไปเรื่อยๆ
โมเดิร์นไนน์	มีรายการเกษตรเพิ่มมากขึ้น
TPBS	รายการเกษตรจะไม่เพิ่มมากขึ้น

จากตารางที่ 18 พบว่า สถานีโทรทัศน์ มีความคิดเห็นในเรื่องอนาคตของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่แตกต่างกัน มีเพียงสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS มีความคิดเห็นตรงกัน โดยแต่ละสถานีได้ให้รายละเอียด ดังนี้

วิษณุ โปธิ์ประสาท ผู้รับผิดชอบรายการเกษตร Hot New สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้ให้รายละเอียดว่า “...อนาคตเป็นเรื่องที่มองลำบากมาก เพราะมันขึ้นอยู่กับผู้บริหารของแต่ละสถานีว่าจะมองนโยบายในเรื่องของการเกษตรว่าอย่างไร จะมีการสนับสนุนต่อไป หรือจะตัดทิ้ง และก็ขึ้นอยู่กับเรตติ้งรายการด้วยว่าจะมีมากน้อยแค่ไหน เพราะขนาดช่องที่เป็นของรัฐยังไม่เน้นในเรื่องของข่าวสารด้านการเกษตรเลย ทั้งๆ ที่มีเวลามากในการทำรายการแบบนี้ โดยที่ไม่ได้มีข้อบังคับในเรื่องของการทำธุรกิจ”

พรภัสสร นาคปานเสื่อ เจ้าหน้าที่แผนกควบคุมรายการฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ได้ให้รายละเอียดว่า “...รายการเกษตรคงไม่เพิ่มขึ้นในช่วง 2 ปีนี้แน่นอนเพราะมันมีการแข่งขันของตลาดที่สูงแล้วรายการเกษตรเป็นรายการที่มีกลุ่มคนดูค่อนข้างเฉพาะ ไม่ได้มีการตลาดที่กว้างทำให้สถานีไม่สามารถเพิ่มช่วงหรือเวลาให้รายการในลักษณะนี้ได้ แต่จากสภาพจริงที่เป็นอยู่รายการเกษตรจำเป็นที่จะต้องมีการเผยแพร่เพราะเป็นนโยบายของสถานี ดังนั้นก็จะทรงตัวอยู่แค่นี้ไม่เพิ่มขึ้นและไม่ลดลง”

พจนานัฐ เจริญภิญโญยิ่ง ผู้ช่วยกองบรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้ให้รายละเอียดว่า “...มันจะเป็นอะไรที่มีความสำคัญมากขึ้น ดูจากตอนนี้ในทุกๆ ช่องเริ่มจะทำตามเราแล้ว เรารู้เลยว่าทุกๆ ช่อง เห็นเราทำแล้วก็ทำตาม คือการประเมิน วิเคราะห์หรืออะไรก็

แล้วแต่ ทุกคนยังขาดในเรื่องของการเกษตร เขาก็เลยพยายามที่จะดันในส่วนของการเกษตรของช่องเขาให้ขึ้นมา ที่เห็นได้ชัดก็คือช่อง 9 เป็นช่องที่ทำตามเรามาตั้งแต่แรก คือเขาก็มีของเขานั้นแหละ แต่ไม่เคยอะ มาช่วงหลังๆ นี้ เขามาตีตลาดกับเราเลย มาชนกับเราในเวลาเดียวกัน แต่รูปแบบรายการของเขาไม่ใช่ในเชิงข่าวเกษตรจริงๆ แต่จากการที่ช่อง 3 ประกาศตัวว่าจะทำข่าวเกษตร ทำให้เรารู้สึกว่าเรามีคู่แข่งเพิ่มขึ้น จากที่เมื่อก่อนเราไม่มีคู่แข่งเลย เราก็ต้องมั่นใจว่าเราจะสามารถทำข่าวให้ได้ดีกว่าที่อื่น โดยการดึงคนดูกลุ่มเดิมของเราเอาไว้ เพื่อให้เขายังคงดูเราต่อไป ให้มีการเปรียบเทียบว่าดูแล้วคนดูของเราได้มากกว่า รูปแบบมันจึงต้องมีการพัฒนาต่อไปเรื่อยๆ”

พิชชา บุญสมธรรม ผู้จัดการส่วนพัฒนาและส่งเสริมรายการฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ ได้ให้รายละเอียดว่า “...ต่อไปในอนาคต รายการที่จะมีเพิ่มมากขึ้น สื่อจะเพิ่มขึ้น มีเดียจะขยายวงกว้างมากขึ้น ส่งผลให้มีช่องเกี่ยวกับการเกษตร โดยเฉพาะเพิ่มมากขึ้นด้วย เพราะต้นทุนในการทำรายการที่วีต่างๆ จะมีราคาต่ำลง ทำให้มีกำลังในการผลิตรายการต่างๆ เพิ่มขึ้น และยังกระแสรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้นจะส่งผลให้มีรายการเกษตรที่มากขึ้นตามไปด้วย”

เทินพันธ์ แผนสมบัติ ผู้จัดการฝ่ายรายการสารบบนเทิงสถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS ได้ให้รายละเอียดว่า “...เมื่อก่อนคนชอบมองว่ารายการเกษตรเป็นเรื่องตลก แต่ปัจจุบันผู้คนต้องการในเรื่องของข้อมูลที่เป็นประโยชน์มากขึ้น ซึ่งอนาคตรายการเกษตรไม่น่าจะเพิ่มมากขึ้นสักเท่าไรนัก เพราะมันจะเป็นไปในรูปแบบของกลไกการตลาด เพราะการผลิตรายการเกษตรมันต้องใช้ต้นทุนสูง ถ้าเอกชนจะไปผลิตเองก็คงจะไม่คุ้มค่า แต่ในส่วนองสถานีก็สามารถผลิตได้อยู่แล้วเพราะถือเป็นการบริการสาธารณะ เพื่อให้ประโยชน์กับประชาชน แต่ถ้าเนื้อหาการเกษตรนี้ไปอิงกับเรื่องอื่นๆ ก็จะสามารถนำกลับมาทำได้อีกเรื่อยๆ”

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ มีความคิดเห็นที่คล้ายกันว่า ในอนาคตรายการ โทรทัศน์เชิงเกษตรจะมีความสำคัญมากขึ้นและมีจำนวนเพิ่มขึ้น ซึ่งต่างจากสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS มีความคิดเห็นที่ต่างออกไปว่า ในอนาคตรายการเกษตรจะไม่เพิ่มขึ้นไปกว่านี้และจะไม่ลดลงกว่านี้แล้ว เพราะเป็นเหตุผลด้านการตลาดของรายการ โทรทัศน์เชิงเกษตร

### 3. นักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับงานสื่อสารมวลชนด้านเกษตร

ตารางที่ 19 ปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตร

นักวิชาการ	ปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตร
ผศ. อนุพร	นโยบายของภาครัฐและนโยบายของสถานี
อาจารย์ ไพโรจน์	นโยบายของภาครัฐและนโยบายของสถานี
รศ.ดร. ณรงค์	นโยบายของรัฐบาล
ผศ.ดร. สมศักดิ์	นโยบายของรัฐบาล
รศ.ดร. กมลรัฐ	นโยบายของภาครัฐและนโยบายของสถานี

จากตารางที่ 19 พบว่านักวิชาการมีความเห็นที่ตรงว่า นโยบายทั้งของภาครัฐและนโยบายของสถานีโทรทัศน์มีผลต่อการเผยแพร่รายการเกษตร โดยนักวิชาการได้ให้รายละเอียดดังนี้

ผศ. อนุพร สุวรรณวาทกิจ ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...ภาครัฐไม่ได้ให้ความสำคัญกับภาคการเกษตรอย่างแท้จริง หรือแม้แต่นโยบายในการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐไม่ได้มีความต่อเนื่องในเรื่องของการแก้ปัญหาต่างๆ ของกลุ่มเกษตรกร ในส่วนของสถานีก็เน้นไปที่รายการเชิงธุรกิจเสียมากกว่า”

อาจารย์ ไพโรจน์ สังข์เดช ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...นโยบายนับเป็นเรื่องที่สำคัญ ในการออกอากาศของรายการเกษตร เนื่องจากแต่ละสถานีมีนโยบายที่แตกต่างกัน ยกตัวอย่าง ช่อง 3 มุมมองในด้านทางการเกษตรแทบจะไม่มี แต่จำเป็นจะต้องทำเพื่อให้ครบองค์ประกอบของทางสถานี โดยความเป็นจริงแล้วสถานีนี้เน้นหนักไปในเรื่องของความบันเทิง และการแข่งขันในทางธุรกิจมากกว่า ในส่วนเรื่องของการพัฒนาด้านการเกษตรของรัฐบาลนั้น ผมมองว่าหน่วยงานของรัฐควรให้ความสำคัญไปพร้อมๆ กัน ไม่ใช่การมองผลประโยชน์จากการหาเสียงของนักการเมือง ควรให้ความสำคัญต่อกลุ่มเกษตรกรอย่างแท้จริง เพราะถ้ารัฐบาลออกนโยบายในเรื่องนี้ทุกช่องก็จะตื่นตัวอย่างที่เคยทำนโยบายเรื่องรายการเด็ก”

รศ.ดร. ณรงค์ สมพงษ์ ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...ถ้ารัฐบาลมีนโยบายที่ให้ความสำคัญกับรายการเกษตรมากขึ้น จะมีผลทำให้มีรายการเกษตรออกอากาศมากขึ้นตามไปด้วย เพราะแต่ละสถานีต้องทำตามนโยบายของรัฐบาลอยู่แล้ว แต่ปัจจุบันไม่มีนโยบายที่ชัดเจนด้านรายการเกษตร

ทำให้มีรายการเกษตรเผยแพร่สู่เกษตรกรอย่างที่เราเห็นในปัจจุบัน ซึ่งน้อยมากถ้าเทียบกับรายการประเภทอื่นๆ”

ผศ.ดร. สมศักดิ์ คูหาสวรรค์เวช ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...นโยบายของรัฐบาลมีความสำคัญต่อรายการเกษตรอย่างแท้จริง เพราะถ้ารัฐบาลหรือกระทรวงเกษตรหันกลับมาให้ความสำคัญในเรื่องนี้ สถานีโทรทัศน์ก็ต้องให้ความร่วมมือด้วย”

รศ.ดร. กมลรัฐ อินทรทัศน์ ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...นโยบายทั้งของรัฐและสถานี ถือว่ามีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งสำหรับรายการเกษตร เพราะถ้าไม่มีนโยบายที่ชัดเจน แน่แน่นอนว่ารายการเกษตรที่ดีก็ไม่สามารถที่จะอยู่ได้ ดังที่เป็นอยู่ในปัจจุบันรายการส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่แฝงธุรกิจ”

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า นโยบายของรัฐบาล เป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตร เนื่องจากถ้ารัฐบาลมีนโยบายที่ให้ความสำคัญกับรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ชัดเจนแล้ว นโยบายของสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีต้องมีการปรับให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลตามไปด้วย ทำให้รายการเกษตรที่ดี มีคุณภาพมีโอกาสได้ออกอากาศมากขึ้น

ตารางที่ 20 ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร

นักวิชาการ	ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร
ผศ. อนุพร	เนื้อหาของรายการ
อาจารย์ ไพโรจน์	เนื้อหาของรายการ
รศ.ดร. ณรงค์	เงินทุน
ผศ.ดร. สมศักดิ์	เนื้อหารายการ
รศ.ดร. กมลรัฐ	เนื้อหารายการ

จากตารางที่ 20 พบว่า นักวิชาการมีความคิดเห็นเหมือนกันจำนวน 4 คน ว่าเนื้อหาของรายการเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร และมีนักวิชาการมีความคิดเห็นที่แตกต่างออกไปว่า เงินทุนมีผลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร โดยมีรายละเอียดที่ต่างกันอย่างนี้

ผศ. อนุพร สุวรรณวาทกิจ ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...การเกษตรมีศาสตร์ที่หลากหลายทั้งด้านพืช ด้านสัตว์ ด้านประมง มีเนื้อหาที่กว้าง ผู้ผลิตต้องดึงเนื้อหาที่น่าสนใจมานำเสนอแก่เกษตรกรให้ได้ รายการจึงจะน่าสนใจและมีคนติดตามชม”

อาจารย์ ไพโรจน์ สังข์เดช ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...จริงๆแล้วทุกกระบวนการในการผลิตสำคัญทุกกระบวนการ แต่เรื่องของเนื้อหาเป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับการผลิตรายการเกษตร เพราะเป้าหมายในการนำเสนอรายการเกษตรเพื่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ให้แก่เกษตรกร แต่ถ้าเนื้อหาของรายการมุ่งเน้นการแฝงโฆษณา เกษตรกรก็จะได้ข่าวสารข้อมูลที่เชื่อถือไม่ได้”

รศ.ดร. กมลรัฐ อินทรทัศน์ ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...สำหรับผู้ผลิตแล้วต้องมีความเข้าใจอย่างแท้จริงเกี่ยวกับระบบเกษตรกรรม เรื่องของเนื้อหาจึงต้องมีความสำคัญผู้ผลิตต้องเข้าใจในเนื้อหาอย่างแท้จริงก่อนที่จะนำเสนอถึงผู้ชมให้ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน”

ผศ.ดร. สมศักดิ์ คูหาสวรรค์เวช ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...จริงๆแล้วเรื่องเนื้อหาเป็นเรื่องที่สำคัญมาก การจะดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเกษตรกร ก็ถือเป็นเรื่องยาก เนื่องจากว่าเกษตรกรนั้นมีหลายกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเลี้ยงสัตว์ ประมง ปลุกพืช ทำไร่ และทำนา ถ้าเราเลือกที่จะทำเนื้อหาที่เน้นกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง กลุ่มอื่นๆ ก็จะไม่สนใจที่จะดูรายการเช่นกัน เพราะฉะนั้นรายการเกษตรต้องทำออกมาแล้วสามารถมองเห็นภาพรวมได้ทั้งหมด มีเนื้อหาครอบคลุมทุกส่วน และเกษตรกรดูได้ทุกกลุ่ม ก็จะถือเป็นเรื่องดี”

รศ.ดร. ณรงค์ สมพงษ์ ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...เงินทุน เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการผลิตมากที่สุด เพราะถ้าไม่มีเงินทุนสนับสนุนในการผลิตรายการ รายการก็จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ ถ้าเงินทุนมาจากเอกชน เขาก็จะต้องการผลกำไรจากเงินทุนที่เขาได้สนับสนุนการผลิตรายการ แต่ถ้าเป็นเงินทุนที่ได้จากหน่วยงานราชการ เนื้อหาสาระก็จะเน้นไปที่ผลประโยชน์ของผู้ชม โดยมีการอ้างอิงจากข้อมูลจากหน่วยงานนั้นๆ เพราะฉะนั้นเงินทุนก็จะเป็นสิ่งหนึ่งที่จะสามารถบอกทิศทางของรายการได้ว่าออกมาในรูปแบบไหน และผลประโยชน์ส่วนใหญ่จะไปตกอยู่ที่ใคร”

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า เนื้อหารายการเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการ โทรทัศน์เชิงเกษตร เพราะรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรมีเป้าหมายเพื่อนำเสนอข้อมูล ข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ผู้รับชม ดังนั้นถ้าเนื้อหารายการเป็นประโยชน์และน่าสนใจ ก็จะมีผู้ติดตามชมรายการมากขึ้น

และการเกษตรมีเนื้อหาหลายด้านทั้งการปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์ การประมง การนำเสนอเนื้อหาต้องครอบคลุมทุกกลุ่มเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายกว้างขึ้น ไม่เฉพาะเจาะจงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

#### ตารางที่ 21 เวลาที่เหมาะสมสำหรับการออกอากาศรายการ โทรทัศน์เชิงเกษตร

นักวิชาการ	เวลาที่เหมาะสมสำหรับการออกอากาศ
ผศ. อนุพร	ไม่กำหนดเวลา
อาจารย์ ไพโรจน์	05.00 น. – 06.00 น.
รศ.ดร. ณรงค์	05.00 น. – 06.00 น.
ผศ.ดร. สมศักดิ์	05.00 น. – 06.00 น.
รศ.ดร. กมลรัฐ	05.00 น. – 06.00 น.

จากตารางที่ 21 พบว่านักวิชาการจำนวน 4 ท่านมีความเห็นตรงกันว่า เวลาที่เหมาะสมสำหรับการออกอากาศรายการ โทรทัศน์เชิงเกษตร คือ 05.00 น. ถึง 06.00 น. ส่วนผศ. อนุพร สุวรรณวาทกิจ มีความเห็นแตกต่าง โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผศ. อนุพร สุวรรณวาทกิจ ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...ถ้าเป็นรายการที่น่าสนใจจริง ไม่ว่าจะออกอากาศเวลาไหน เกษตรกรก็สามารถดูได้ทั้งนั้น”

อาจารย์ ไพโรจน์ สังข์เดช ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...ช่วงเวลาประมาณ 05.00 - 06.00 น. เหมาะสำหรับการออกอากาศ เพราะเกษตรกรกำลังเตรียมตัวเพื่อจะไปประกอบอาชีพในช่วงเช้า ทำให้มีโอกาสจะได้ดูรายการเกษตรมากที่สุด”

รศ.ดร. กมลรัฐ อินทรทัศน์ ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...เวลาที่เหมาะสมที่สุดคือ เวลาประมาณ 05.00 - 06.00 น. เพราะเป็นเวลาที่ยุทธกรเตรียมความพร้อมก่อนจะออกไปทำการเกษตร ถ้าไปออกในช่วงอื่นเกษตรกรก็ไม่มีสิทธิ์ได้ดู และยังถ้าเป็นช่วงเย็นหรือค่ำก็ดูรายการประเภทอื่นไม่ได้”

ผศ.ดร. สมศักดิ์ กุหาสวรรค์เวช ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...ในช่วงเช้า น่าจะอยู่ประมาณ 05.00 - 06.00 น. เป็นช่วงเวลาที่เกษตรกรตื่นขึ้นมาเตรียมตัวก่อนที่จะออกไปทำงาน”

รศ.ดร. ณรงค์ สมพงษ์ ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...น่าจะเป็นช่วงเช้า เวลา 05.00 - 06.00 น. เพราะเป็นเวลาที่เกษตรกรได้ดูก่อนออกไปทำงาน”

จากผลการศึกษารูปได้ว่า เวลาที่เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตร คือ 05.00 ถึง 06.00 นาฬิกา เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่เกษตรกรมีการเตรียมตัวก่อนจะออกไปประกอบอาชีพ และถ้าไปออกในช่วงเวลาอื่นนอกจากเกษตรกรไม่ได้ดู แล้วยังมีโอกาสที่จะสูั รายการประเภทอื่นไม่ได้

#### ตารางที่ 22 การคาดการณ์รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรในอนาคต

นักวิชาการ	การคาดการณ์รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรในอนาคต
ผศ. อนุพร	ไม่มีการเปลี่ยนแปลง
อาจารย์ ไพโรจน์	ขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจ การเมือง สังคม
รศ.ดร. ณรงค์	ขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจ การเมือง สังคม
ผศ.ดร. สมศักดิ์	ย้ายไปสู่เคเบิลทีวี
รศ.ดร. กมลรัฐ	ขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจ การเมือง สังคม

จากตารางที่ 22 พบว่า นักวิชาการจำนวน 3 ท่านไม่สามารถคาดการณ์รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรในอนาคตได้ และนักวิชาการคาดการณ์ว่า รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรจะไม่เปลี่ยนแปลงไปมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบันและอาจจะย้ายไปสู่ตลาดเคเบิลทีวี โดยมีรายละเอียดดังนี้

อาจารย์ ไพโรจน์ สังข์เดช ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...ในช่วงที่การเมืองไม่มั่นคงแบบนี้ ทำให้มองได้ยากว่าทิศทางของรายการเกษตรนั้นจะเป็นอย่างไร เพราะปัจจัยต่างๆทางสังคมยังหาความแน่นอนไม่ได้”

รศ.ดร. ณรงค์ สมพงษ์ ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจ และ ภาครัฐบาลในปัจจุบันมันอยู่ในช่วงล้มลุกคลุกคลาน ด้วยสภาพเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ อาจจะทำให้มีการสนับสนุนในด้านการเกษตรที่น้อยลง ทำให้รายการเกษตรอยู่ในสภาพที่อยู่ตัว คือไม่ได้รับการสนับสนุนให้มีรายการที่เพิ่มมากขึ้น แต่ก็ไม่น้อยลงไป เนื่องจากนโยบายของทางสถานีที่กำหนดให้ต้องมีรายการเกี่ยวกับการเกษตรอยู่ เพราะฉะนั้นแนวโน้มของรายการเกษตรในอนาคต ก็ยังถือว่า

ไม่แน่นอน ไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าต่อไปจะเป็นอย่างไร หากไม่ได้รับความสำคัญ และการกำหนดนโยบายที่แน่นอนจากรัฐบาล”

รศ.ดร. กมลรัฐ อินทรทัศน์ ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...ไม่สามารถบอกได้ว่ารายการเกษตรจะมีอนาคตไปทางไหนเนื่องจากสังคมด้านต่างๆขาดความแน่นอน ทั้งทางด้านรัฐบาลที่ยังไม่มีความมั่นคง ด้านเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัว จึงไม่สามารถคาดการณ์ได้”

ผศ. อนุพร สุวรรณวาทกสิกิจ ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...จากการคาดการณ์แล้ว รายการเกษตรก็จะยังคงอยู่ในรูปแบบนี้ต่อไป ไม่น่าจะมีมากขึ้นไปกว่านี้ เนื่องจากเป็นรายการที่ไม่ได้รับความสนใจ และไม่ได้รับความสนับสนุนจากรัฐ นอกจากนี้ยังเป็นการรายการที่ทำไปตามหน้าที่เท่านั้น ไม่ได้เป็นรายการของกลุ่มคนที่มีจิตวิญญาณทางการเกษตรที่แท้จริงออกมาทำ”

ผศ.ดร. สมศักดิ์ กุหาสวรรค์เวช ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...ถ้าเป็นช่องฟรีทีวี ก็คงอยู่ประมาณนี้ ไม่น้อยลงไป เพราะเป็นรายการที่ถูกบังคับในเรื่องของนโยบายรัฐบาล และไม่มากขึ้น เนื่องจากเป็นรายการที่ไม่ให้ผลกำไร ส่วนช่องเคเบิล อาจจะมีส่วนที่มีรายการเกษตรเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีค่าเช่าเวลาที่ถูก และไม่มีความหมายมาควบคุมในเรื่องของโฆษณา ตลาดของรายการเกษตรอาจจะย้ายไปอยู่ในส่วนนั้น”

จากการศึกษาพบว่า อนาคตของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรมีความไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับปัจจัย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการเมือง เนื่องจากในปัจจุบัน สภาพทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองขาดความแน่นอน ส่งผลให้อนาคตของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรมีความไม่แน่นอน คาดการณ์ได้ยาก

### ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาในตอนนี้ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรผ่านสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม ของนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับงานสื่อสารมวลชนด้านเกษตร จำนวน 5 คน ซึ่งปรากฏผลดังต่อไปนี้

ผศ. อนุพร สุวรรณวาทกสิกิจ ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...ตามรัฐธรรมนูญปี 50 ได้กล่าวถึงการให้ประชาชนได้มีส่วนร่วม และหน่วยงานได้สร้างภาพลักษณ์ ทั้งสองสิ่งนี้จะเป็สิ่งที่สามารถ

ดึงเงินทุน ที่นำมาผลิตรายการ และทำให้เกิดการพัฒนาได้ อีกสิ่งหนึ่งคือในส่วนของสถานี หากไม่มีช่วงเวลาให้สำหรับการออกอากาศ ผู้ผลิตก็จะไม่สามารถผลิตรายการเกษตรออกมาเผยแพร่ได้ ดังนั้นเจ้าของสถานีควรจะมองเห็นผลในแง่ของการสร้างภาพลักษณ์ของทางสถานีด้วย”

อาจารย์ ไพโรจน์ สังข์เดช ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...อยากให้ทางสถานีโทรทัศน์มีนโยบาย ที่ให้ความสำคัญกับเกษตรกรที่เป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ จะได้มีรายการที่เป็นประโยชน์ เกิดขึ้น เพื่อสนับสนุน และเผยแพร่ข่าวสารทางการเกษตร ต่อกลุ่มเกษตรกรทั่วไป และเพื่อให้เกษตรกรมีรายได้ และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ในส่วนของผู้ผลิตนั้น ควรจะมีทัศนคติที่ดีต่อการทำรายการเกษตร ทุ่มเทและให้ความสำคัญต่อกลุ่มเกษตรกร เพื่อการเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ นอกจากนี้รายการเหล่านั้นจะต้องไม่ตกอยู่ภายใต้การควบคุมของเหล่านายทุน และเพื่อเป็นการสืบทอดพื้นฐานวัฒนธรรมทางด้านการทำเกษตรกรรมให้อยู่ต่อไปจนถึงรุ่นลูกรุ่นหลาน”

รศ.ดร. ณรงค์ สมพงษ์ ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...มันเป็นเรื่องของปากท้อง และความ เป็นอยู่ของคนที่อยู่ในวงการผลิต ถ้าหากว่าเมื่อไหร่ก็ตามที่เขายังไม่สามารถพึ่งพาตัวเองได้ ก็ต้องพึ่งเงินจากเอกชน ก็อาจจะได้รายการที่อยู่ภายใต้พื้นฐานของการทำธุรกิจ แต่ถ้าเป็นในแง่ของ จรรยาบรรณของสื่อมวลชน ก็จะสามารถควบคุมในเรื่องของการสร้างสรรค์สังคมได้อยู่บ้าง ทำให้ มีโอกาสที่จะได้ชมรายการที่มีสาระ ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเกษตรกรอย่างแท้จริงได้”

ผศ.ดร. สมศักดิ์ คุหาสวรรค์เวช ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...อยากรัฐบาลมีการทดลองเปิด ช่องทางสำหรับรายการเกษตร ให้ไปอยู่ในช่วงเวลา Primetime มีการปรับรูปแบบให้เหมาะสม ทันสมัย แล้วลองติดตามเรตติ้งดูว่าจะออกมาในแนวทางไหน”

รศ.ดร. กมลรัฐ อินทรทัศน์ ได้ให้ความคิดเห็นว่า “...ผู้ผลิตรายการและสถานีโทรทัศน์ เกี่ยวกับรายการเกษตรต้องมีความเข้าใจอย่างแท้จริงเกี่ยวกับบริบทที่เป็นองค์รวมของภาค การเกษตร เพราะจะทำให้สามารถที่จะผลิตรายการออกมาได้ตรงกับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย เนื่องจาก เกษตรเองก็มีหลายกลุ่ม หลายระดับ หลายความต้องการ”

จากข้อเสนอแนะของนักวิชาการสรุปได้ว่า นักวิชาการมีความคิดเห็นในทางเดียวกันว่า ทางรัฐบาลและสถานีโทรทัศน์ต้องให้ความสำคัญกับรายการ โทรทัศน์เชิงเกษตรมากกว่าในปัจจุบัน เพื่อเปิดโอกาสให้รายการเกษตรที่ดี มีสาระ ออกอากาศ ส่วนผู้ผลิตรายการต้องมีเข้าใจเกี่ยวกับ

เนื้อหาที่แท้จริงของการเกษตร ผู้ผลิตต้องมีทัศนคติและจรรยาบรรณที่ดีต่อการผลิตรายการ รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ออกอากาศก็จะมีเนื้อหาสาระที่มีประโยชน์แก่เกษตรกร

### ข้อวิจารณ์

จากผลการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรในประเทศไทย ของกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร ผู้ผลิตรายการและนักวิชาการ มีความคิดเห็นตรงกันว่า เนื้อหาของรายการเป็นปัจจัยที่สำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร เนื่องจากรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรเป็นรายการที่ให้ความรู้ เผยแพร่ข้อมูลแก่ผู้รับชม เนื้อหาจึงมีความสำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร รวมทั้งเนื้อหาสำหรับรายการเกษตรมีหลากหลายสาขาทั้งด้าน การปลูกพืช การปศุสัตว์ การประมง ผู้ผลิตต้องนำเสนอเนื้อหาที่ครอบคลุมเกษตรทุกกลุ่ม ส่งผลให้เนื้อหาเป็นปัจจัยที่สำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร ในมุมมองผู้ผลิตและนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน

ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตร ผู้เกี่ยวข้องกับการจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์และนักวิชาการ มีความคิดเห็นตรงกันว่า นโยบายของรัฐบาลและนโยบายของสถานีโทรทัศน์เป็นปัจจัยที่สำคัญในการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตร เนื่องจากนโยบายจะเป็นปัจจัยที่กำหนดทิศทางต่างๆ ของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร สำหรับในการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตร นโยบายจะเป็นปัจจัยที่กำหนดรูปแบบ เนื้อหา ช่วงเวลา ในการออกอากาศของรายการเกษตร ถ้ารัฐบาลมีนโยบายที่ให้ความสำคัญกับการเผยแพร่รายการเกษตร ทางสถานีจะต้องปรับนโยบายเพื่อตอบรับนโยบายของรัฐบาลทำให้ รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ดีมีคุณค่าก็จะมีโอกาสในการเผยแพร่มากขึ้น

จากผลการศึกษาพบว่าช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตร ทั้งผู้จัดของสถานีโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร และนักวิชาการมีความเห็นที่ตรงกันว่า เวลา 05.00 น. ถึง 06.00 น. เป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตร เพราะว่าเป็นช่วงที่เกษตรกรเตรียมตัวก่อนจะออกไปประกอบอาชีพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สัญชัย พรหมจามร (2545) ได้ศึกษาความต้องการของเกษตรกรต่อรายการวิทยุ

โทรทัศน์ด้านการเกษตรในจังหวัดยโสธร พบว่า ช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการรับชมคือ 05.00 – 07.00 น.

การคาดการณ์สำหรับรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรในอนาคต ผู้ผลิตรายการมีความเห็นที่ตรงกันว่า รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรจะไปเผยแพร่ทางช่องเคเบิลทีวีมากขึ้น เพราะค่าเช่าเวลาถูก สามารถโฆษณาสินค้าได้โดยไม่มีข้อจำกัด ถ้าหน่วยงานภาครัฐไม่ให้ความสำคัญในเรื่องนี้ข้อมูลไปถึงเกษตรกรก็จะเป็นข้อมูลที่แฝงโฆษณาและเชื่อถือไม่ได้ แต่สำหรับผู้จัดของสถานีโทรทัศน์กลับมองว่าในอนาคตรายการเกษตรจะเพิ่มขึ้นเนื่องจากทุกคนหันมาตื่นตัวเรื่องการเกษตรและสิ่งแวดล้อมมากขึ้นส่งผลให้มีรายการเกษตรเพิ่มขึ้น ส่วนนักวิชาการกลับมองว่าด้วยสภาพทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองที่ไม่แน่นอนส่งผลให้ไม่สามารถคาดการณ์อนาคตของรายการเกษตรที่ชัดเจนได้

และนักวิชาการได้ให้ข้อเสนอแนะที่น่าสนใจว่า รัฐบาลและสถานีโทรทัศน์ต้องให้ความสำคัญกับรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรมากกว่าในปัจจุบันเพื่อเปิดโอกาสให้รายการเกษตรที่ดี มีสาระ ออกอากาศ ส่วนผู้ผลิตรายการต้องมีเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาที่แท้จริงของการเกษตร ผู้ผลิตต้องมีทัศนคติและจรรยาบรรณที่ดีต่อการผลิตรายการ รายการเกษตรที่ผลิตจะออกมามีคุณภาพและเป็นที่น่าสนใจ

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม และข้อเสนอแนะจากนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนจากหน่วยงานราชการและอาจารย์สถาบันอุดมศึกษา โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกบุคคล 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร กลุ่มผู้จัดของสถานีโทรทัศน์ และนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับงานด้านสื่อสารมวลชนทางการเกษตร ปรากฏผลการศึกษา ดังนี้

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่เผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม

##### 1. ระยะเวลาออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์

รายการต้นไม้ใบหญ้า ที่ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ เป็นรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ออกอากาศนานที่สุด เป็นเวลา 216 เดือน รองลงมาเป็นรายการ ก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ เป็นเวลา 192 เดือน รายการคนไทยหัวใจเกษตรเป็นรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่เพิ่งออกอากาศทางช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ จึงเป็นรายการที่ออกอากาศน้อยที่สุด เป็นเวลา 5 เดือน

##### 2. ช่วงเวลาที่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์

ช่วงเวลา 05.00 น. ถึง 05.30 น. และ 05.30 ถึง 06.00 น. เป็นช่วงเวลาที่มียุทธการโทรทัศน์เชิงเกษตรออกอากาศมากที่สุด ช่วงละ 3 รายการ ส่วนช่วงเวลา 06.00 น. ถึง เวลา 06.03น.

และช่วงเวลา 13.30 น. ถึง 14.00 น. เป็นช่วงเวลาที่มียุทธการโทรทัศน์เชิงเกษตรออกอากาศ 1 รายการ

### 3. ความยาวของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์

ความยาวของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ มากที่สุดคือ 30 นาที จำนวน 7 รายการ และส่วนความยาวของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่สั้นที่สุด 3 นาที จำนวน 1 รายการ

### 4. จำนวนบุคลากรที่ใช้ในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์

มียุทธการโทรทัศน์เชิงเกษตรใช้บุคลากรจำนวน 4 คนมากที่สุด จำนวน 5 รายการ รายการคนไทยหัวใจเกษตรเป็นรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ใช้บุคลากรมากที่สุด 21 คนเนื่องจากเป็นรายการถ่ายทอดสด และรายการเกษตรทั่วไทย เป็นรายการที่ใช้บุคลากรน้อยที่จำนวน 3 คน

### ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม

#### 1. ปัจจัยด้านเงินทุนในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร

รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่มีผู้สนับสนุนรายการเป็นบริษัทเอกชนจะให้ความสำคัญเรื่องเงินทุน แต่รายการที่มีผู้สนับสนุนรายการเป็นหน่วยงานราชการ หรือรัฐบาล มีความเห็นว่างบการเงินทุนไม่ใช่สิ่งที่สำคัญมากสำหรับการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร

#### 2. ปัจจัยด้านบุคลากรในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร

บุคลากรจัดเป็นปัจจัยที่สำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร บุคลากรที่ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร ควรมีความรู้ด้านการเกษตรเพื่อนำเสนอภาพ ข้อมูลที่ถูกต้อง และชัดเจน ทำให้ผู้ชมได้รับประโยชน์จากการรับชมรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร

### 3. ปัจจัยด้านทรัพยากรในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร

ปัจจัยด้านทรัพยากรไม่ใช่ปัจจัยที่สำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร เพราะในปัจจุบันทรัพยากรด้านการผลิตรายการโทรทัศน์มีราคาที่ถูกลงกว่าในอดีต ทำให้ผู้ผลิตมีทางเลือกมากขึ้นทั้งด้านการซื้อขายหรือการเช่า และรายการเกษตรเป็นรายการที่ไม่เน้นการใช้ทรัพยากรขั้นสูงในการผลิต

### 4. ปัจจัยด้านเนื้อหาและรูปแบบรายการในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร

เนื้อหาและรูปแบบรายการมีความสำคัญต่อการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่มีผู้สนับสนุนรายการเป็นเอกชน เพราะต้องมีการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับผู้สนับสนุนของรายการ และรายการเกษตรต้องมีการนำเสนอเนื้อหาที่ชัดเจนมีความน่าเชื่อถือ เพราะเป็นรายการที่ให้ความรู้แก่คนดู แต่สำหรับรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่มีหน่วยงานจากราชการเป็นผู้สนับสนุน เนื้อหาและรูปแบบรายการไม่มีความสำคัญต่อการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร เนื้อหาและรูปแบบของรายการหน่วยงานราชการจะเป็นผู้หามาให้ ผู้ผลิตมีหน้าที่แค่การผลิตตามความต้องการของหน่วยงานเท่านั้น

### 5. ปัจจัยเกี่ยวกับเวลาในการออกอากาศของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร

ปัจจัยเกี่ยวกับเวลาในการออกอากาศของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรมีความสำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร เพราะรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรเป็นรายการโทรทัศน์ที่มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนคือเกษตรกร ซึ่งมีช่วงเวลาในการรับชมโทรทัศน์ที่ชัดเจน ทำให้รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรต้องเผยแพร่ในช่วงเช้าเพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้

### 6. ปัจจัยด้านนโยบายของสถานีโทรทัศน์ต่อการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร

ปัจจัยด้านนโยบายของสถานีโทรทัศน์มีความสำคัญต่อการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร เพราะนโยบายของสถานีโทรทัศน์แต่ละช่องจะเป็นปัจจัยที่กำหนดลักษณะของรายการโทรทัศน์ที่จะเผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์ช่องนั้น ทั้งเรื่องคุณสมบัติรายการ ช่วงเวลาออกอากาศของรายการ

## 7. ปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร

ปัจจัยด้านเนื้อหาเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร เพราะการเกษตรมีเนื้อหาที่กว้าง แต่ผู้ผลิตรายการต้องเลือกเนื้อหาที่เหมาะสมกับผู้สนับสนุนรายการ ต้องมีความชัดเจนของเนื้อหาที่จะนำเสนอออกไป ถ้าเนื้อหาของรายการดีและเป็นที่น่าสนใจ ส่งผลให้มีผู้สนใจชมรายการมาก และเนื้อหาของรายการจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบของรายการที่เหมาะสม ซึ่งตรงกับความคิดเห็นของนักวิชาการสื่อสารมวลชนด้านเกษตร มีความคิดเห็นว่า เนื้อหารายการเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร เพราะรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรมีเป้าหมายเพื่อนำเสนอข้อมูล ข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ผู้รับชม ดังนั้นถ้าเนื้อหารายการเป็นประโยชน์และน่าสนใจ ก็จะมีผู้ติดตามชมรายการมากขึ้น และการเกษตรมีเนื้อหาหลายด้านทั้งการปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์ การประมง การนำเสนอเนื้อหาต้องครอบคลุมทุกกลุ่มเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายกว้างขึ้น ไม่เฉพาะเจาะจงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

## 8. ปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรผ่านสถานีโทรทัศน์

นโยบายของสถานีโทรทัศน์เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดในการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรผ่านสถานีโทรทัศน์ เนื่องจากนโยบายของสถานีเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตร เพราะนโยบายจะเป็นแนวทางในการกำหนดการเผยแพร่รายการต่างๆผ่านสถานี รายการที่จะออกอากาศต้องมีความสอดคล้องกับนโยบายของสถานี แต่นักวิชาการสื่อสารมวลชนด้านเกษตรมีความเห็นว่า นโยบายของรัฐบาล เป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตร เนื่องจากถ้ารัฐบาลมีนโยบายที่ให้ความสำคัญกับรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ชัดเจนแล้ว นโยบายของสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีต้องมีการปรับให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลตามไปด้วย ทำให้รายการเกษตรที่ดี มีคุณภาพมีโอกาสได้ออกอากาศมากขึ้น

## 9. ช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการออกอากาศรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่เผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์

เวลาที่เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่รายการโทรทัศน์เชิงเกษตร คือ 05.00 ถึง 06.00 นาฬิกา เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่เกษตรกรมีการเตรียมตัวก่อนจะออกไปประกอบอาชีพ และถ้าไปออกในช่วงเวลาอื่นนอกจากเกษตรกรไม่ได้ดูแล้วยังมีโอกาสที่จะดูรายการประเภทอื่นไม่ได้

## 10. การคาดการณ์สถานการณ์รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรในอนาคต

ในอนาคตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรมีโอกาสจะขยายตัวในช่องเคเบิลทีวี เนื่องจากมีค่าเช่าเวลาที่ถูกลงกว่าสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม(Free TV) การโฆษณาสินค้าของผู้สนับสนุนรายการสามารถทำได้ง่ายกว่า ทำให้สำหรับผู้สนับสนุนรายการได้ง่ายกว่า ส่งผลให้เนื้อหาที่ออกไปเป็นการโฆษณาชวนเชื่อ มีโอกาสที่เกษตรกรผู้ได้รับข่าวสารจะได้ข้อมูลที่ขาดความน่าเชื่อถือ รัฐบาลต้องมีมาตรการในการดูแลการออกอากาศรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรผ่านระบบเคเบิลทีวี และด้วยเหตุผลด้านการตลาดของรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร ทำให้รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่เผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม(Free TV) จะไม่มีจำนวนเพิ่มขึ้นกว่าในปัจจุบันและจะไม่ลดลงไปกว่านี้แล้ว

### ข้อเสนอแนะ

ทางรัฐบาลและสถานีโทรทัศน์ต้องให้ความสำคัญกับรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรมากกว่าในปัจจุบันเพื่อเปิดโอกาสให้รายการเกษตรที่ดี มีสาระ ออกอากาศ ส่วนผู้ผลิตรายการต้องมีเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาที่แท้จริงของการเกษตร ผู้ผลิตต้องมีทัศนคติและจรรยาบรรณที่ดีต่อการผลิตรายการ รายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ออกอากาศก็จะมีเนื้อหาสาระที่มีประโยชน์แก่เกษตรกร

### ข้อเสนอแนะเพื่องานวิจัยในอนาคต

1. ควรศึกษาความต้องการของผู้ผลิตรายการเกษตรในประเทศไทย เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาพัฒนานโยบายของรัฐบาลและนโยบายของสถานีให้สอดคล้องกับผู้ผลิตรายการ
2. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับชมรายการเกษตรของเกษตรกร เพื่อนำผลที่ได้มาปรับใช้ในการผลิตรายการเกษตรของผู้ผลิตรายการให้ผลิตรายการเกษตรมีความน่าสนใจมากขึ้น
3. ควรศึกษารูปแบบรายการเกษตรที่เกษตรกรต้องการ เพื่อนำผลที่ได้มาเป็นข้อมูลในการผลิตรายการเกษตรให้ตรงกับความต้องการของเกษตรกร

4. ควรศึกษาความพึงพอใจในการรับชมรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่เผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม เพื่อนำผลที่ได้มาเป็นข้อมูลให้แก่สถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตร



## เอกสารและสิ่งอ้างอิง

- กฤติพล แก้วโพธิ์. 2536. ความต้องการและปัญหาของเกษตรกรในการรับรู้ข่าวสารการเกษตร การเกษตรจากวิทยุโทรทัศน์ อำเภอพร้าวจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สาขาส่งเสริมการเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิรภัทร มหาสุคนธ์. 2535. การเปิดรับรายการโทรทัศน์ทางการเกษตรของเกษตรกร อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สาขาส่งเสริมการเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุญเลิศ ศุกคิดก. 2523. “การประชาสัมพันธ์” เอกสารฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ส่วนภูมิภาค รุ่นที่ 1 คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ประมะ สตะเวทิน. 2539. กระบวนการและทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปัญญา เมฆบุตร. 2534. ความคิดเห็นของเกษตรกรต่อการได้รับความรู้ทางการเกษตรจากสื่อมวลชนในเขตอำเภอไชโย จังหวัดอ่างทอง. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สาขาส่งเสริมการเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมคิด ชีรศิลป์. 2525. การถ่ายทำภาพยนตร์เบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- สมพงษ์ เอี่ยมวิริยาวัฒน์ และ อดุลย์ อภินันท์. 2537. ความคิดเห็นและความต้องการของเกษตรกรต่อการชมรายการโทรทัศน์ด้านการเกษตร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สาขาส่งเสริมการเกษตร, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุรพงษ์ โสทรพรเสถียร และ อธิศักดิ์ พลอยศิริชล. 2551. การบริหารงานวิทยุโทรทัศน์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ประสิทธิ์ภัณฑ์แอนด์พริ้นติ้ง.

สัจชัย พรหมจามร. 2545. ความต้องการของเกษตรกรต่อรายการวิทยุโทรทัศน์ด้านการเกษตรใน  
จังหวัดยโสธร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร,  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อรทัย ศรีสันติสุข. 2529. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์. นนทบุรี:  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบุลย์. 2552. หลักการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์. กรุงเทพมหานคร:  
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Berlo, D.K. 1960. **The Process of communication: an introduction to theory and practice.**  
New York: Holt, Rinehart and Winston.

Dale, E. 1969. **Audio – Visual Methods in Teaching.** Illinois: The Dryden Press.

Rogers, E.M. and F.F. Shoemaker. 1973. **Communication Strategies for family Planning.**  
New York: The Free Press.

Shannon, C. and W. Weaver. 1948. **A mathematical theory of communication.** Illinois:  
University of Illinois Press.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก  
รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

**กลุ่มผู้จัดของสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม (Free TV) จำนวน 5 คน ได้แก่**

1. วิษณุ โพธิ์ประสาท ผู้รับผิดชอบรายการเกษตร Hot New สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
2. พรภัสสร นาคปานเสื่อ เจ้าหน้าที่แผนกควบคุมรายการฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
3. พงนาฐ เจริญภิญโญยิ่ง ผู้ช่วยกองบรรณาธิการข่าว สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
4. พิษยา บุญสมธรรม ผู้จัดการส่วนพัฒนาและส่งเสริมรายการฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์
5. เทินพันธ์ แผนสมบัติ ผู้จัดการฝ่ายรายการสาระบันเทิงสถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS

**กลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เชิงเกษตรที่ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม (Free TV) จำนวน 7 คน ได้แก่**

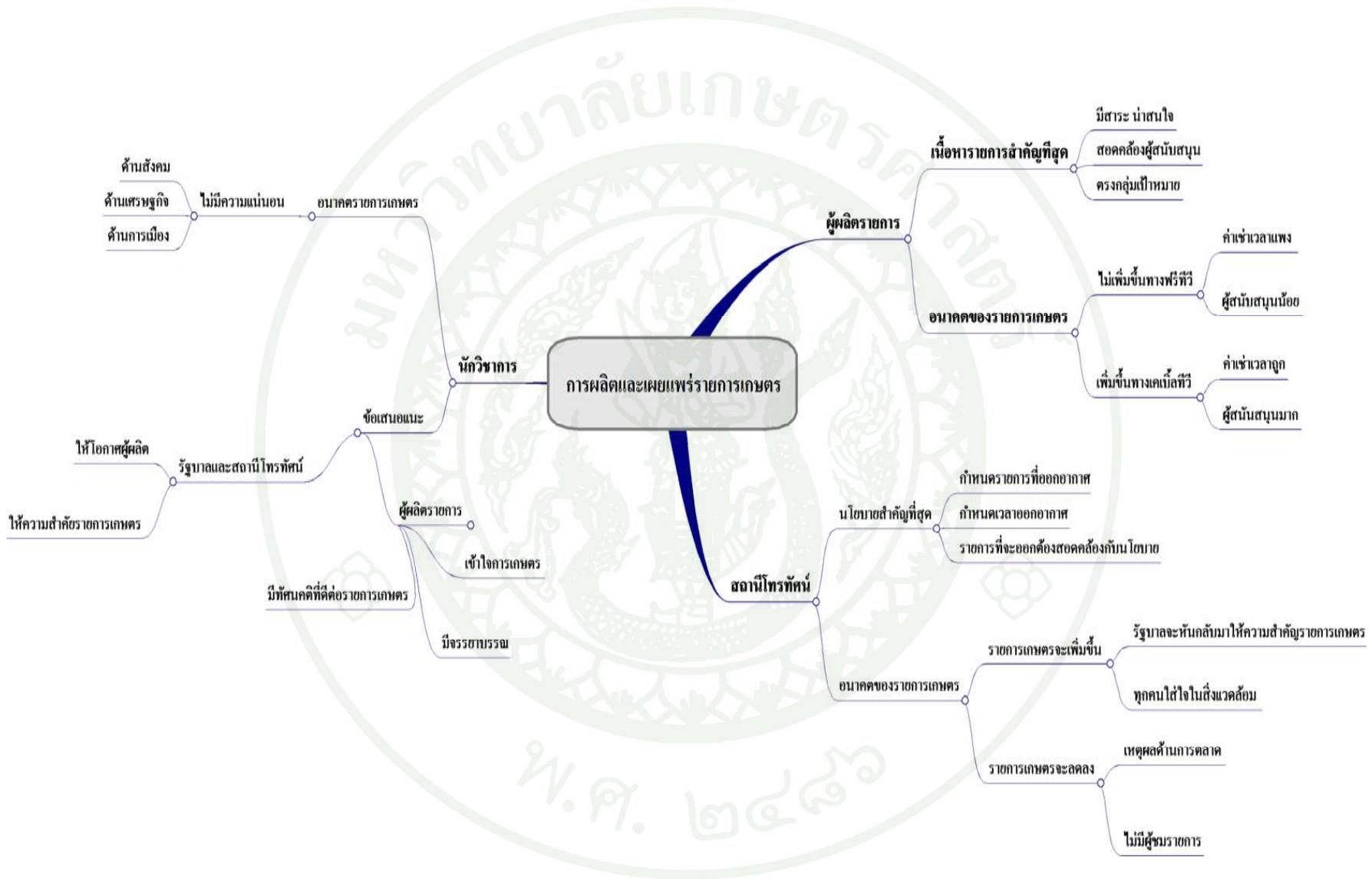
1. ปาริฉัจจ์ หุ่นดี ผู้ผลิตรายการต้นไม้ใบหญ้า ออกอากาศทางช่อง 9 โมเดิร์นไนน์
2. นพ ชัชวาลกิจกุล ผู้จัดการรายการเกษตรทั่วไทย ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
3. ศุภชัย ธรรมคุณธิ ผู้ดำเนินรายการบ้านทุ่งลุงเกษตร ออกอากาศทางช่อง TPBS
4. อนันต์ ศิริมุสิกะ รักษาการรองกรรมการผู้จัดการ บริษัท Farm Channel ผู้ผลิตรายการ คนไทยหัวใจเกษตร ออกอากาศทางช่อง 9 โมเดิร์นไนน์
5. สรนนท์ ร. เอกวัฒน์ ผู้ดำเนินรายการเกษตรไทยน่ารู้และส่องโลกเกษตร ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
6. อารุณี ไทยบัณฑิตย์ ผู้ผลิตรายการก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร ออกอากาศทางช่อง 9 โมเดิร์นไนน์
7. คารณิ แสงเพชร ผู้ผลิตรายการเกษตรอาสา ออกอากาศทางช่อง 9 โมเดิร์นไนน์

นักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับงานด้านสื่อสารมวลชนด้านการเกษตรหรืออาจารย์ด้าน  
สื่อสารมวลชน ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร ในสถาบันศึกษาที่มีความ  
น่าเชื่อถือ จำนวน 5 คน ได้แก่

1. ผศ. อนุพร สุวรรณวาทกิจ ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและฝึกอบรม  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขต บางเขน
2. อาจารย์ ไพโรจน์ สังข์เดช รองผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและฝึกอบรม  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขต บางเขน
3. รศ.ดร. ณรงค์ สมพงษ์ อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขต บางเขน
4. ผศ.ดร. สมศักดิ์ คูหาสวรรค์ เวช อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีการเกษตร สถาบัน  
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
5. รศ.ดร. กมลรัฐ อินทรทัศน์ ประธานสาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช



ภาคผนวก ข  
แผนที่ความคิงานวิจัย



ภาพผนวกที่ 1 แผนที่ความคิดงานวิจัย

## ประวัติการศึกษา และการทำงาน

ชื่อ-นามสกุล

นายสุรฤทธิ สุวรรณรัตน์

วัน เดือน ปี ที่เกิด

วันที่ 14 เดือนมกราคม พ.ศ. 2527

สถานที่เกิด

จังหวัดยะลา

ประวัติการศึกษา

วิทยาศาสตรบัณฑิต (เกษตรศาสตร์)

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

