



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์กรมส่งเสริมการเกษตร
Mass Media Utilization for Public Relations by the Officials of Agricultural Extension Department
Who were Assigned to Take Responsibility for the Public Relations

มานิต ลาเกลี้ยง (Manit Laklieng)¹ บำเพ็ญ เขียวหวาน (Bumpen Keowan)²สินีนุช ทรูทเมือง แสนเสริม (Sineenuch Khrutmuang Sanserm)³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพพื้นฐานของเจ้าหน้าที่ 2) ความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ 3) การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ 4) ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ต่อการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ 5) ความต้องการใช้สื่อและความต้องการพัฒนาเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ และ 6) ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ประชากรที่ศึกษา คือ เจ้าหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเกษตรจังหวัดทุกจังหวัด จำนวน 77 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยแจกแจงความถี่ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า (1) เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ร้อยละ 62.3 เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด โดยมีอายุเฉลี่ย 39.35 ปี ร้อยละ 61.0 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 40.2 มีอายุราชการน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี โดยมีอายุราชการเฉลี่ย 11.78 ปี ร้อยละ 51.9 มีระยะเวลาที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ 1-2 ปี โดยมีระยะเวลาที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์เฉลี่ย 4.53 ปี ร้อยละ 90.9 เคยได้รับการพัฒนาทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ มีส่วนน้อย ร้อยละ 9.1 ยังไม่เคยได้รับการพัฒนาทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ (2) ความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร พบว่า เจ้าหน้าที่ตอบได้คะแนนเฉลี่ยจำนวน 12.64 คะแนน จากคะแนนเต็ม 15 คะแนน (3) การใช้สื่อประชาสัมพันธ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สื่อที่ใช้มากที่สุด คือ สื่อบุคคล โดยสื่อทุกประเภทถูกใช้เพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้มากที่สุด (4) ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ที่มีต่อประโยชน์และความจำเป็นในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตรในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.58) (5) ความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) โดยสื่อที่ต้องการใช้มากที่สุด คือ สื่อบุคคล และเจ้าหน้าที่มีความต้องการในการพัฒนาด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ด้วยการจัดฝึกอบรมพัฒนาความรู้และทักษะมากที่สุด (6) ปัญหาและข้อเสนอแนะ โดยภาพรวมเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรประสบปัญหาเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัญหาที่พบมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีภารกิจอื่นมากจนเป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ส่วนข้อเสนอแนะ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรควรให้ความสำคัญกับการใช้แอปพลิเคชันทางการเกษตร หน่วยงานควรฝึกอบรมพัฒนาความรู้และทักษะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเป็นสื่อบุคคลและผลักดันให้เจ้าหน้าที่ใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อการเกษตร

คำสำคัญ การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

1 นักศึกษาหลักสูตรเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช manitpnr@hotmail.com

2 รองศาสตราจารย์ ประจำสาขาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช Bumpen.keo@stou.ac.th

3 รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช sineenuch.san@stou.ac.th



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

Abstract

The objectives of this study were 1) to study fundamental state of the officials of Agricultural Extension Department 2) to study their knowledge of mass media utilization for public relations 3) to study their mass media utilization for public relations 4) to study their opinions on the mass media utilization for public relations 5) to study their need for utilizing and brushing up on the mass media utilization for public relations and 6) to study their problems and suggestions on the mass media utilization for public relations. The population in this study was all 77 officials of Agricultural Extension Department who were assigned to take responsibility for the public relations of all of the provincial agriculture offices. The data were collected by using questionnaires. The statistical methodology used to analyze the data by computer programs were frequency, minimum value, maximum value, percentage, mean, and standard deviation. The findings of this study were as follows: (1) 62.3% of the officials of Agricultural Extension Department were female, aged between 31-40 years most. Their average age was 39.35 years. 61.0% of them were educated at bachelor degree level. The period of being a civil servant of 40.2% of them was less than or equal to 5 years, while the average period of their being a civil servant was 11.78 years. The period of taking responsibility for the public relations of 51.9% of them was 1-2 years, while the average period of their taking responsibility for the public relations was 4.53 years. 90.9% of them used to be brushed up on their skills in mass media utilization for public relations, while 9.1% of them did not use to. (2) Considering their knowledge of mass media utilization for public relations, it was found that they could answer the questions in the questionnaires correctly at average 12.64 marks from 15 marks. (3) They generally utilized mass media for public relations at medium level. The media they utilized most was personal media. Every category of media was utilized in order to make agricultural information and knowledge public most. (4) Their opinions on the utility and necessities of utilizing mass media for public relations in the field of agricultural extension were generally at the highest level (at average 4.58). (5) Their need for mass media utilization for public relations was generally at high level (at average 3.95). The media they needed most were personal media. And they wanted to be brushed up on mass media utilization for public relations by setting training courses for them in order that their knowledge and skills would have been improved. (6) The studied officials generally had problems on mass media utilization for public relations at high level (at average 3.66). They mostly had problems that they had usually been assigned so many duties that they had no time to do their job as public relations officer. They suggested that the officials should have been pushed to use applications for agriculture; the related public sectors should have set training courses for them to brush up on their knowledge and skills in order to be efficient personal media; and they should have been pushed to utilize mass media such as broadcasting for agriculture.

Keywords: Mass media utilization for public relations, Official of Agricultural Extension Department



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

บทนำ

การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยเผยแพร่ข้อมูล กระจายข่าวสาร รวมถึงบอกกล่าวการดำเนินงานหรือผลงานต่างๆ สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร เกิดการยอมรับและได้รับความร่วมมือจากประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ ปัจจุบันองค์กรต่างๆ จึงให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์มากขึ้น โดยเฉพาะในงานส่งเสริมการเกษตร ที่มีพื้นฐานการทำงานอยู่บนแนวคิดที่จะเข้าไปผลักดันให้เกิดการปรับเปลี่ยนทัศนคติ เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ พัฒนาการทำการเกษตร และยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการด้านการสื่อสาร นำพาสารที่ต้องการพัฒนานั้นไปสู่เกษตรกรอย่างมีประสิทธิภาพและได้ผล สื่อ จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยอำนวยความสะดวกและเป็นปัจจัยเสริมแรงให้การสื่อสารให้เกิดผล ซึ่งการเลือกสื่อและใช้สื่อที่มีพลังอำนาจเพียงพอจะส่งผลต่อการยอมรับและน้อมนำสารไปใช้ได้ (ณัฐ รัตนเจริญ, 2555, น.7-6) สำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี กรมส่งเสริมการเกษตร เป็นองค์กรที่มุ่งพัฒนานวัตกรรมให้เป็นมืออาชีพ ถ่ายทอดองค์ความรู้การเกษตรอย่างเป็นระบบ ผลิตรายการและประชาสัมพันธ์แก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ได้กำหนดยุทธศาสตร์การเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข่าวสารและให้บริการข้อมูลความรู้การเกษตร ที่มุ่งเน้นการผลิตรายการ การให้บริการข้อมูลข่าวสารองค์ความรู้ และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรให้มีประสิทธิภาพ (สำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี กรมส่งเสริมการเกษตร, 2556, น. ข-ค) ซึ่งในงานประชาสัมพันธ์ของกรมส่งเสริมการเกษตร นอกจากจะมีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้านการพัฒนาสื่อส่งเสริมการเกษตร และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อยู่ส่วนกลางแล้ว ยังได้มอบหมายให้เจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ที่สำนักงานเกษตรจังหวัดทั้ง 77 จังหวัด ดำเนินงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและผลงานของกรมส่งเสริมการเกษตร ไปสู่เกษตรกรและสาธารณชน

สื่อประชาสัมพันธ์แทบทุกประเภทถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการทำงานของนักส่งเสริมการเกษตร ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่นักส่งเสริมการเกษตรจะต้องรู้จักการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ให้ได้ผล และมีการปรับตัวให้มีความรู้ความสามารถตามทันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป การใช้สื่อประชาสัมพันธ์จึงมีความเกี่ยวข้องและมีความสำคัญต่อนักส่งเสริมการเกษตร ดังนั้น เพื่อให้การทำงานของนักส่งเสริมการเกษตรบรรลุเป้าหมาย สามารถรองรับภารกิจต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การศึกษาถึงการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมการเกษตร ว่ามีการใช้สื่อเป็นอย่างไร มีความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อเพียงใด รวมไปถึงมีความต้องการเพื่อพัฒนาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ให้ได้ผลอย่างไรจึงมีความสำคัญ เป็นข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนานวัตกรรมให้สามารถใช้สื่อประชาสัมพันธ์สนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพพื้นฐานของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร
2. เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร
3. เพื่อศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร
4. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่มีต่อการใช้สื่อประชาสัมพันธ์



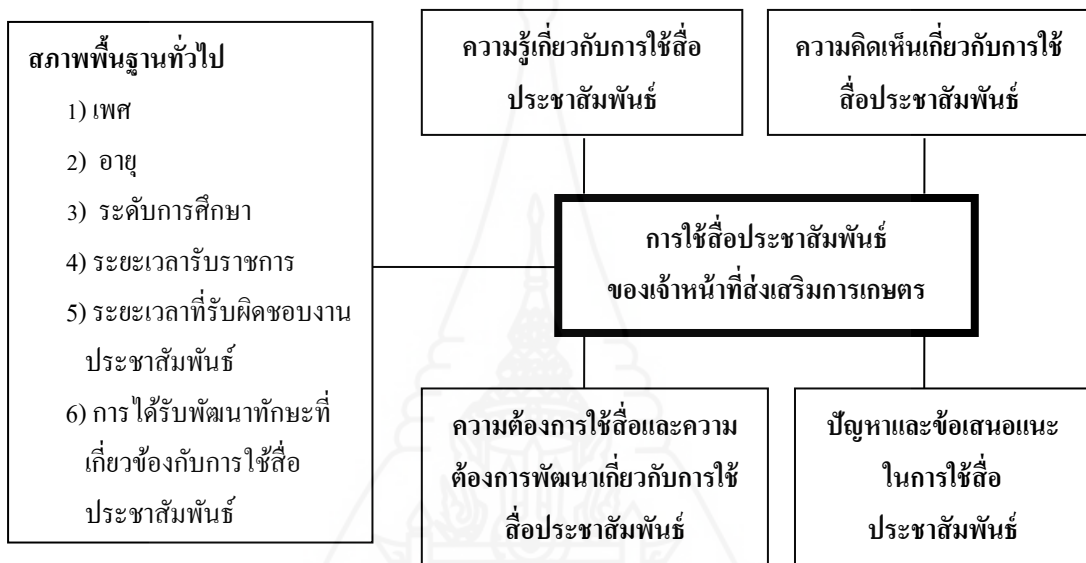
การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

5. เพื่อศึกษาความต้องการใช้สื่อและความต้องการพัฒนาเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

6. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ประชากรที่ศึกษาคือเจ้าหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเกษตรจังหวัดทุกจังหวัดฯ ละ 1 คน ศึกษาจากประชากรทั้งหมดรวมจำนวน 77 ราย เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามที่มีคำถามทั้งปลายปิดและปลายเปิด ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบด้วย 6 ตอน คือ (1) ลักษณะพื้นฐานทั่วไปของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร (2) ความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร (3) การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร (4) ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรต่อการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ (5) ความต้องการใช้สื่อและความต้องการพัฒนาเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร และ (6) ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ตอนที่ 3-6 แต่ละตอนมีความเชื่อมั่นมากกว่า 0.800 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ทำการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

ผลการวิจัย

1. ลักษณะพื้นฐานทั่วไปของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

ลักษณะพื้นฐานทั่วไปของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร พบว่าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ร้อยละ 62.3 เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด โดยมีอายุเฉลี่ย 39.35 ปี ร้อยละ 61.0 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 40.2 มีอายุราชการน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี โดยมีอายุราชการเฉลี่ย 11.78 ปี ร้อยละ 51.9 มีระยะเวลาที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ 1-2 ปี มีระยะเวลาที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ เฉลี่ย 4.53 ปี ร้อยละ 90.9 เคยได้รับการพัฒนาทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ โดยได้รับจากการฝึกอบรมความรู้มากที่สุด มีส่วนน้อย ร้อยละ 9.1 ยังไม่เคยได้รับการพัฒนาทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์

2. ความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

ความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรซึ่งเป็นความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ จำนวน 15 ข้อ คะแนนเต็ม 15 คะแนน ผลการวิจัยพบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ตอบได้ถูกต้องได้คะแนน 12-13 คะแนนมากที่สุด (ร้อยละ 49.3) โดยตอบถูกต้องเฉลี่ย 12.64 คะแนน ทั้งนี้ ในทุกประเด็นคำถามเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมากกว่าร้อยละ 60.0 ตอบได้ถูกต้อง สำหรับความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรตอบได้ถูกต้องมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การเลือกใช้อิเล็กทรอนิกส์ในงานส่งเสริมการเกษตร จะต้องคำนึงถึงความสะดวกคล่องกับความรู้ความสามารถของผู้นำสื่อไปใช้ด้วย (ร้อยละ 100.0) รองลงมา คือ รูปแบบโปสเตอร์ที่ดีที่สุดสำหรับเกษตรกร คือโปสเตอร์ที่เต็มไปด้วยเนื้อหาทางวิชาการ และการใช้สื่อประเภทใดก็ตาม ควรพิจารณาถึงกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการจะสื่อสารด้วยเป็นหลัก (ร้อยละ 98.7) ส่วนประเด็นที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรตอบผิดมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ วิทยุกระจายเสียงระบบ FM สามารถส่งสัญญาณกระจายเสียงได้ไกลกว่าระบบ AM (ร้อยละ 61.0) หากต้องการนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้เกษตรกรร่วมคิดหรือวิเคราะห์ในเรื่องที่ยากและซับซ้อน ควรใช้สื่อที่มีลักษณะการไหลหรือแพร่กระจายข้อมูลไหลลื่นไปอย่างรวดเร็ว เช่น วิทยุกระจายเสียง เป็นต้น (ร้อยละ 64.9) และแอปพลิเคชัน Protect plants เป็นแอปพลิเคชันที่กรมส่งเสริมการเกษตรคิดค้นขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์เฉพาะสำหรับเจ้าหน้าที่นักส่งเสริมการเกษตร (ร้อยละ 66.2)

3. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

3.1 การใช้สื่อประชาสัมพันธ์

การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในการทำงานของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อแบ่งตามประเภทของสื่อ พบว่า มีการใช้สื่อบุคคลมากที่สุด รองลงมา คือ สื่อกิจกรรม สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตามลำดับ ทั้งนี้ หากแบ่งตามชนิดของสื่อแต่ละประเภท พบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้มากที่สุดคือ คือ วนิด สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้มากที่สุด คือ วิทยุกระจายเสียงระบบ FM สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ใช้มากที่สุด คือ เว็บไซต์ สื่อกิจกรรมที่ใช้มากที่สุด คือ การจัดนิทรรศการ/จัดแสดง/สาธิตทางการเกษตร และสื่อบุคคลที่ใช้มากที่สุด คือ บุคคลภายในหน่วยงาน



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

3.2 การใช้สื่อตามวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์

ในภาพรวมเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรใช้สื่อตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแยกตามวัตถุประสงค์ พบว่า ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้ มีการใช้สื่อกิจกรรมมากที่สุด การสร้างความนิยมเชื่อถือศรัทธา ใช้สื่อกิจกรรมและสื่อบุคคลมากที่สุด ส่วนการปกป้องและรักษาภาพลักษณ์องค์กร และการสร้างความสัมพันธ์ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ใช้สื่อบุคคลมากที่สุดในขณะเดียวกันเมื่อพิจารณาตามประเภทของสื่อ พบว่า สื่อทุกประเภท ถูกนำไปใช้เพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้มากที่สุด

4. ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรต่อการใช้สื่อประชาสัมพันธ์

ในภาพรวมเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเห็นด้วยในระดับมากที่สุดในทุกประเด็น เรียงตามลำดับคือ สื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาความรู้ความเข้าใจของเกษตรกร สื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยปรับทัศนคติของเกษตรกรไปในทิศทางที่ดีขึ้น นักส่งเสริมการเกษตรจำเป็นต้องมีความรู้และทักษะเรื่องการใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ สื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้เกษตรกรเกิดความรู้ความเข้าใจในวัตถุประสงค์และกระบวนการในการส่งเสริมการเกษตร สื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นเครื่องมือสำคัญทำให้เกษตรกรเกิดการตื่นตัวและสนใจที่จะรับรู้หรือแก้ปัญหา สื่อประชาสัมพันธ์ช่วยแก้ความเข้าใจผิดของเกษตรกร สื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยเพิ่มพูนทักษะการทำงานแก่เกษตรกร และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ช่วยให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานได้ตรงตามนโยบาย

5. ความต้องการใช้สื่อและความต้องการในการพัฒนาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

ในภาพรวมเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก และอยู่ในระดับมากทุกประเภทสื่อเรียงตามลำดับ คือ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งนี้ หากแบ่งตามประเภทของสื่อ จะพบว่าสื่อสิ่งพิมพ์ที่ต้องการใช้มากที่สุด คือ เอกสารเผยแพร่ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ต้องการใช้มากที่สุด คือ โทรทัศน์ภาคพื้นดินช่อง 3, 5, 7, 9, NBT และ ThaiPBS สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องการใช้มากที่สุด คือ เว็บไซต์ สื่อกิจกรรมที่ต้องการใช้มากที่สุด คือ การจัดนิทรรศการ/จัดแสดง/สาธิตทางการเกษตร และสื่อบุคคลที่ต้องการใช้มากที่สุด คือ บุคคลภายในหน่วยงาน

ในส่วนของความต้องการในการพัฒนาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรต้องการให้มีการพัฒนาการใช้สื่ออยู่ในระดับมากในทุกวิธี เรียงตามลำดับ คือ การจัดฝึกอบรมพัฒนาความรู้และทักษะ การศึกษาดูงานจากแหล่งต่างๆ การศึกษาเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสื่อสารสนเทศ และการศึกษาเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านเอกสารคู่มือต่างๆ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาแยกตามประเภทของสื่อ พบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรต้องการให้มีการพัฒนาการใช้สื่อทุกสื่อทุกประเภทอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

6. ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

โดยภาพรวมเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรประสบปัญหาเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.66 โดยปัญหาพบมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีภารกิจอื่นมากจนเป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ รองลงมา คือ ขาดงบประมาณในการจัดซื้อและผลิตสื่อบุคลากรในหน่วยงานไม่เห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ ขาดผู้ให้คำปรึกษาในการใช้สื่อ เจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ขาดความรู้และทักษะด้านการใช้สื่อ เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์มีไม่เพียงพอ

ส่วนข้อเสนอแนะ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรร้อยละ 5.19. ระบุว่าเจ้าหน้าที่ในองค์กรควรมีส่วนร่วมในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 3.90 ระบุว่าควรมีงบประมาณสำหรับกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน ร้อยละ 2.60 ระบุว่า ควรจัดหาวัสดุอุปกรณ์จำเป็นที่ทันสมัยให้กับเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ เช่น กล้องถ่ายภาพ เครื่องพิมพ์ และเครื่องคอมพิวเตอร์

อภิปรายผลการวิจัย

1. ลักษณะพื้นฐานทั่วไปของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้พบว่าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ร้อยละ 62.3 เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 39.35 ปี และมีอายุราชการเฉลี่ย 11.78 ปี แตกต่างจากกระวีรัตน์จิตต์ ล้าเลิศ (2549, น.81) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรต่อการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อการส่งเสริมการเกษตร พบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรร้อยละ 61.9 เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 44.6 ปี มีระยะเวลารับราชการ เฉลี่ย 20 ปี และบรรพพันธุ์ เพ็ชรสิงห์ (2549, น.92) ได้ทำการศึกษาการใช้ประโยชน์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจังหวัดสงขลา พบว่า เป็นเพศชายมากที่สุด อายุเฉลี่ย 46 ปี รับราชการเฉลี่ย 22 ปี ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับแล้ว จะเห็นได้ว่าการวิจัยครั้งนี้ อายุเฉลี่ยและอายุราชการเฉลี่ย มีแนวโน้มลดลง และการวิจัยครั้งนี้ พบเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย สอดคล้องกับข้อมูลอัตรากำลังคนของกรมส่งเสริมการเกษตรปีพ.ศ.2548-2556 ที่สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนระบุว่า มีแนวโน้มสัดส่วนอัตรากำลังคนที่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเพิ่มมากขึ้น (เว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2558)

เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 90.9 เคยได้รับการพัฒนาทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ แสดงให้เห็นว่ากรมส่งเสริมการเกษตรได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะเจ้าหน้าที่เป็นไปตามที่รุจิพร จารุงพงศ์ (2558) ได้กล่าวไว้ว่า กรมส่งเสริมการเกษตรได้จัดให้มีการสัมมนาเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถ อันเป็นประโยชน์ในการปฏิบัติงานเป็นเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์เรื่อยมาในทุกปีๆ ส่วนที่เหลือที่เป็นส่วนน้อย (ร้อยละ 9.1) ยังไม่เคยได้รับการพัฒนาทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์นี้อาจเนื่องมาจากเพิ่งได้รับการมอบหมายให้รับผิดชอบงานด้านนี้ ดังนั้น การพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่องทุกปีจึงยังคงมีความจำเป็นเพื่อให้เจ้าหน้าที่ได้รับการพัฒนาอย่างครอบคลุมและต่อเนื่อง



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

2. ความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรตอบได้ถูกต้องเฉลี่ย 12.64 คะแนน จากคะแนนเต็ม 15 คะแนน แสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่ค่อนข้างมีความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ อย่างไรก็ตาม ณัฐ รัตนเจริญ (2555, น.7-2) กล่าวว่า สื่อที่ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตรมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ซึ่งเป็นเหตุมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาที่เปลี่ยนไป ในขณะที่ เมธาวุฒิ พิรพรวิฑูร (2551, อ้างถึงในพนัย ทองสวัสดิ์วงศ์ 2551, น.12) กล่าวว่า พัฒนาการของวิทยาการและความก้าวหน้าต่างๆ ในปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เมื่อเรียนรู้ไปไม่นานก็ต้องเรียนรู้ใหม่เพราะสิ่งที่เคยรู้ล้าสมัยไปแล้วอย่างรวดเร็ว เราจึงต้องศึกษาเรียนรู้ให้ทันการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและต่อเนื่องตลอดชีวิตเพื่อจะได้ทันการเปลี่ยนแปลงใดๆ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร จะต้องได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันความเปลี่ยนแปลงในการทำงานยุคปัจจุบัน

3. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรใช้สื่อบุคคลมากที่สุด สอดคล้องกับสุจิตรา กิจเจริญ (2547, น.160) ทำการวิจัย พบว่า ประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ผู้อำนวยการศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล สำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร เขตที่ 2 ใช้มากที่สุด คือ สื่อบุคคล และจากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า สื่อบุคคลที่ใช้มากที่สุด เป็นบุคคลภายในกรมส่งเสริมการเกษตรเอง แสดงให้เห็นว่า สื่อบุคคลโดยเฉพาะนักส่งเสริมการเกษตร นับว่าเป็นเครื่องมือหรือเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่สำคัญในการทำงานส่งเสริมการเกษตรมากกว่าการใช้สื่อประเภทอื่นๆ ซึ่งเฉลิมศักดิ์ คุ้มศิริ (2554, น.2-38) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตร นักส่งเสริมเป็นผู้มีความสำคัญในฐานะที่เป็นสื่อบุคคลที่ทรงพลังในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของเกษตรกร รวมทั้งการเลือกใช้สื่อต่างๆ นักส่งเสริมการเกษตรจึงต้องมีการพัฒนาตัวเองในด้านต่างๆ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตรประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น ดังนั้น นักส่งเสริมการเกษตรในฐานะที่เป็นสื่อบุคคลที่มีบทบาทสำคัญซึ่งใช้อยู่ในระดับมากทั้งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้ การสร้างความนิยมเชื่อถือและศรัทธาแก่องค์กร การปกป้องและรักษาภาพลักษณ์ขององค์กร และการสร้างความสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร จึงจำเป็นต้องพัฒนาตนเองในด้านต่างๆ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตรประสบความสำเร็จ

4. ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรต่อการใช้สื่อประชาสัมพันธ์

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ในภาพรวมเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรเห็นความสำคัญของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีความรู้สึกและมีความเชื่อว่าการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือช่วยให้การทำงานประสบผลสำเร็จ เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาความรู้ความเข้าใจของเกษตรกร ช่วยปรับทัศนคติของเกษตรกรไปในทิศทางที่ดีขึ้น ช่วยทำให้เกษตรกรเกิดความรู้ความเข้าใจในวัตถุประสงค์และกระบวนการในการส่งเสริมการเกษตร ทำให้เกษตรกรเกิดการตื่นตัวและสนใจที่จะรับรู้หรือแก้ปัญหา ช่วยแก้ความเข้าใจผิดของเกษตรกร ช่วยเพิ่มพูนทักษะการทำงานแก่เกษตรกร และช่วยทำให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานได้ตรงตามนโยบาย ดังนั้น การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตรจึงเป็นเรื่องสำคัญที่นักส่งเสริมการเกษตรจำเป็นต้องรู้จักคุณลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทเพื่อจะ



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

ได้ใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ ตามที่อรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553, น.65) ได้กล่าวไว้และจำเป็นต้องเรียนรู้หลักการบางประการเพื่อประกอบการตัดสินใจใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพตามที่พรชูลย์ นิลวิเศษ (2554, น. 8-20) ได้กล่าวถึง

5. ความต้องการใช้สื่อและความต้องการในการพัฒนาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

สื่อประชาสัมพันธ์ที่เจ้าหน้าที่ต้องการใช้มากที่สุด คือ สื่อบุคคล สอดคล้องกับที่สุจิรา กิจเจริญ (2547, น.96) ทำการศึกษาความต้องการในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของผู้อำนวยการศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล สำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร เขตที่ 2 พบว่า สื่อที่ต้องการมากที่สุด คือ สื่อบุคคล ทั้งนี้ จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่าเจ้าหน้าที่ต้องการให้มีการพัฒนาด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทุกประเภท ด้วยการจัดฝึกอบรมพัฒนาความรู้และทักษะมากที่สุด แต่อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกับการพัฒนาด้วยวิธีการอื่นๆ ทั้งการศึกษาดูงานจากแหล่งต่างๆ การศึกษาเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสื่อสารสนเทศ และการศึกษาเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านเอกสารคู่มือต่างๆ ดังนั้นการพัฒนาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรทุกวิธีการดังกล่าวข้างต้น จึงมีความสำคัญมากต่อเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ข้อเสนอแนะต่อเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

1) เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ที่ยังไม่เคยรับการพัฒนาความรู้และทักษะ ควรหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ โดยอาจเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ

2) การใช้แอปพลิเคชัน ที่คิดค้นโดยหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ยังใช้อยู่ในระดับน้อย ดังนั้น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรควรศึกษาเรียนรู้และให้ความสำคัญกับการใช้แอปพลิเคชันดังกล่าว พร้อมทั้งแนะนำให้เกษตรกร ได้รู้จักและทดลองใช้ เนื่องจาก เป็นสื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่สามารถเข้าถึงได้รวดเร็วทุกที่ทุกเวลา เป็นเครื่องมือที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้อีกทางหนึ่ง

1.2 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงาน

1) สื่อบุคคล โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรของกรมส่งเสริมการเกษตร เป็นสื่อที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรใช้มากที่สุด ต้องการใช้มากที่สุด และต้องการให้มีการพัฒนามากที่สุด จึงควรจัดให้มีการฝึกอบรมพัฒนาความรู้และทักษะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเป็นสื่อบุคคลที่มีคุณภาพทั้งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารความรู้ การสร้างความนิยมเชื่อถือและศรัทธาแก่องค์กร การปกป้องและรักษาภาพลักษณ์ขององค์กร และการสร้างความสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

2) จากปัญหาที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรพบมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ได้รับมอบหมายภารกิจอื่นมากจนเป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ดังนั้น หน่วยงานจึงควรพิจารณาถึงปริมาณงานที่มอบหมายหรือภารกิจต่างๆ ให้กับเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ จากการวิจัยยังพบว่าปัญหาที่พบอยู่ในระดับมาก ซึ่งหน่วยงานควรพิจารณาดำเนินการ ได้แก่ การจัดสรรงบประมาณในการ



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

จัดซื้อและผลิตสื่อ การชี้แจงหรือบอกกล่าวให้บุคลากรในหน่วยงานทุกคนเห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ การจัดให้มีผู้ให้คำปรึกษาในการใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาความรู้และทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ และการเพิ่มจำนวนผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์

3) กรมส่งเสริมการเกษตรมีสถานีวิจัยกระจายเสียงเพื่อการเกษตรกระจายเสียงในระบบ AM แต่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรยังใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงในระบบ AM อยู่ในระดับน้อย ดังนั้น กรมส่งเสริมการเกษตร จึงควรผลักดันให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรใช้ประโยชน์จากสถานีวิจัยกระจายเสียงเพื่อการเกษตรให้มากขึ้น

4) การใช้วิทยุสื่อสาร และวารสาร ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรพบว่าปัจจุบันใช้อยู่ในระดับน้อยที่สุด และมีความต้องการใช้ในระดับปานกลางเท่านั้น ซึ่งเป็นระดับความต้องการที่น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับสื่ออื่นๆ ดังนั้น หากหน่วยงานมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อผลิตหรือใช้วิทยุสื่อสารและวารสารในงานส่งเสริมการเกษตร จึงควรทำการศึกษาเพิ่มเติมหรือพิจารณาถึงสาเหตุทำให้ที่มีการใช้สื่อนี้น้อยกว่าสื่ออื่นๆ เพื่อการจัดสรรงบประมาณในการผลิตและใช้สื่ออย่างคุ้มค่าต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ และความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตรจากเกษตรกร เพื่อจะได้ใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ และเพื่อให้หน่วยงานมีข้อมูลประกอบการพิจารณาจัดสรรงบประมาณสำหรับผลิตและใช้สื่อประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์มากที่สุด

2) ควรศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรทั้งในส่วนกลาง ระดับเขต และในระดับอำเภอหรือตำบล เนื่องจาก กรมส่งเสริมการเกษตรมีหน่วยงานและบุคลากรที่ปฏิบัติงานส่งเสริมการเกษตรจนถึงในระดับพื้นที่ ซึ่งอาจมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกันไป เพื่อจะได้เป็นข้อมูลสำหรับการผลิตและใช้สื่อประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

เฉลิมศักดิ์ ตุ่มหิรัญ. (2554). ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตร. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาสารสนเทศและสื่อที่ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตร ฉบับปรับปรุง* (หน่วยที่ 2). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2-1 และ 2-31 – 2-39.

ณัฐ รัตนเจริญ. (2555). สื่อในงานส่งเสริมการเกษตร. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพส่งเสริมการเกษตร* (หน่วยที่ 7). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช , 7-2 - 7-63.

บวรพันธ์ เพ็ชรสิงห์. (2549). การใช้ประโยชน์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารการเกษตรของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจังหวัดสงขลา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช), นนทบุรี.

พรชุลย์ นิลวิเศษ. (2554). สื่อที่ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตร. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาสารสนเทศและสื่อที่ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตร ฉบับปรับปรุง* (หน่วยที่ 8). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 8-20 – 8-38.



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

- เมธาวุฒิ พิรพรวิฑูร. (2551). ความสามารถสัมฤทธิ์ องค์ประกอบด้านความรู้และทักษะ. *วารสารทรัพยากรมนุษย์* 4,1 (มกราคม-มิถุนายน), 4-20.
- ระรินจิต ลำเลิศ. (2549). *ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรต่อการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อการส่งเสริมการเกษตร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี
- รุจิพร จารุพงศ์. (2558. 16 มกราคม). ผู้อำนวยการกลุ่มเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (บทสัมภาษณ์) เว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2558)เอกสารเผยแพร่: กำลังคนภาครัฐ สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2558 จาก http://www.ocsc.go.th/ocsc/th/index.php?option=com_content&view=article&id=173:2011-07-02-11-17-50&catid=111:2011-06-29-15-17-54&Itemid=198.
- สำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี กรมส่งเสริมการเกษตร. (2556). *แผนยุทธศาสตร์สำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี พ.ศ.2557-2559*.
- สุจิรา กิจเจริญ. (2547). *การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล สำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร เขตที่ 2 (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เกษตรศาสตร์))*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. (2553). *สื่อประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: วี พรินท์ (1991) จำกัด.

