

ชื่อภาคานิพนธ์ : ประสิทธิภาพของการใช้สื่อคำเขียนในการประชาสัมพันธ์ส่วนร่วมในงานเทศกาลเกษตรยั่งยืนของโรงเรียน – โรงเรียน จังหวัดอุบลราชธานี

ชื่อผู้เขียน : นายอาทิตย์ สุวนาม

ชื่อปริญญา : ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม)

ปีการศึกษา : 2545

การศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของการใช้สื่อคำเขียนในการประชาสัมพันธ์ส่วนร่วมในงานเทศกาลเกษตรยั่งยืนของโรงเรียน – โรงเรียน จังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ

1. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของสื่อคำเขียนในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ส่วนร่วมในงานเทศกาลเกษตรยั่งยืนของโรงเรียน-โรงเรียน จังหวัดอุบลราชธานี
 2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของประสิทธิภาพของสื่อคำเขียนในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ส่วนร่วมในงานเทศกาลเกษตรยั่งยืนของโรงเรียน – โรงเรียน จังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนกตามลักษณะของภูมิหลัง
 3. เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาใช้ในการปรับปรุงการใช้สื่อคำเขียนในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ส่วนร่วมในงานเทศกาลเกษตรยั่งยืนของโรงเรียน – โรงเรียน จังหวัดอุบลราชธานี
- กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ เกษตรกรที่เข้าร่วมกิจกรรมในโครงการให้บริการทางวิชาการของสมาคมพัฒนาสังคม (นิค้ำ) ณ งานเทศกาล เกษตรยั่งยืนของโรงเรียน – โรงเรียน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอุบัติเหตุ (Accidental Sampling) ศึกษาจากเกษตรกร จำนวน 195 คน ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า

1. สื่อคำเขียนที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในการประชาสัมพันธ์ส่วนร่วมในงานเทศกาลเกษตรยั่งยืนของโรงเรียน-โรงเรียน มากที่สุด คือ ใบปลิว / แผ่นพับ รองลงมาคือ ป้ายผ้า ป้ายแห่ คัดเอาท์ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
2. เกษตรกรที่มีความแตกต่างกันตามเพศ อายุ การศึกษา เทคโนโลยีที่ใช้การเกษตร และสถานภาพทางสังคมมีการรับรู้สื่อคำเขียนในการประชาสัมพันธ์ส่วนร่วมในงานเทศกาลเกษตรยั่งยืนของโรงเรียน-โรงเรียน แตกต่างกัน

3. เกษตรกรเกือบทั้งหมดทำน่าน้ำฝน โดยเฉพาะเกษตรกรทำน่าน้ำฝนรายย่อยขนาดเล็ก รองลงมาคือ เกษตรกรทำน่าน้ำฝนรายย่อยขนาดกลาง และน้อยที่สุด คือ เกษตรกรทำน่าน้ำชลประทานขนาดกลาง

4. เกษตรกรประมาณครึ่งหนึ่งเป็นเพศชาย สำเร็จการศึกษาภาคบังคับ และสูงกว่าภาคบังคับ เกษตรกรครึ่งหนึ่งใช้ควายทำการเกษตร สมาชิกในครอบครัวมี 3 – 4 คน และอยู่ในวัยทำงานหารายได้ให้แก่ครอบครัว มี 2 คน คือ สามี – ภรรยา แหล่งรายได้มีพอๆ กับ รายจ่าย เกษตรกรส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 83.60 เป็นหนี้สถาบันการเงิน คือ ธ.ก.ส มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.50 เหลืออยู่ในระดับหนี้เบา รายจ่ายส่วนใหญ่ใช้กับค่ากินอยู่ ค่าเล่าเรียนของบุตรหลาน และลงทุนในการเกษตร

5. ในงานเทศกาลเกษตรยั่งยืนของโรงเรียน – โรงนา อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่รับรู้การจัดงานเทศกาลเกษตรยั่งยืน คิดเป็นร้อยละ 94.80 และในบรรดากิจกรรมต่าง ๆ เกษตรกรให้ความสนใจด้านวิชาการและสังคม คิดเป็นร้อยละ 57.40 ในด้านวิชาการพบว่าเกษตรกรสนใจการเลี้ยงนกกระทา คิดเป็นร้อยละ 30.20 รองลงมาคือ การปลูกข้าวหอมมะลิไร้สารพิษ คิดเป็นร้อยละ 27.60 ด้านสังคมและบันเทิง พบว่าเกษตรกรสนใจกิจกรรม พิธีสู่ขวัญควาย คิดเป็นร้อยละ 26.70 สาเหตุส่วนใหญ่ที่ทำให้เกษตรกรสนใจกิจกรรม คือ จุบรวมผลประโยชน์ คิดเป็นร้อยละ 78.90

ข้อเสนอแนะ

1. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ควรใช้สื่อผสมผสานกันหลายประเภทและหลายรูปแบบ และมีความชัดเจนที่จะจูงใจกลุ่มเป้าหมาย
2. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ควรตั้งอยู่ในเขตที่มีประชาชนอาศัยอยู่หนาแน่นและรูปแบบมีความน่าสนใจ
3. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ควรเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวแทนของชุมชนประชาคม กลุ่มอาชีพ เข้ามามีส่วนร่วมคิดร่วมทำ เพราะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพ
4. การเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ควรเลือกให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เพราะการรับรู้สื่อของแต่ละกลุ่มจะไม่เหมือนกัน

Title of Research Paper : Effectiveness of Written Media in Campaigning
For People's Participation in Rongrean-
Rongna's Sustainable Agriculture Festival,
Muang District, Ubonratchathani Province

Author : Mr. Artit Suwanam

Degree : Master of Arts (Social Development)

Year : 2002

The study on "Effectiveness of Written Media in Campaigning for People's Participation in Rongrean-Rongna's Agriculture Festival, Muang District, Ubonratchathani Province" had three objectives as follows :

1. to study effectiveness of written media in campaigning for people's participation in Rongrean-Rongna's Sustainable Agriculture Festival in Ubonratchathani province.
2. to explore differences of effectiveness of the written media in accordance with background of the samples.
3. to utilize findings of the study for improving the use written media in campaigning for people's participation in Rongrean-Rongna's Sustainable Agriculture Festival in Ubonratchathani Province.

Samples of the study were farmers who had participated in Technical Assistance Project of Social Development Association (NIDA) in Rongrean-Rongna's Sustainable Agriculture Festival. Accidental Sampling technic was employed to collect data from 195 farmers.

Findings**The study found that :**

1. The most effective written media in campaigning for people's participation was leaflet/brochure. Other less effective tools were campaigning screen and frame, cardboard cut-out and local newspaper.

2. Farmers in different background i.e., sex, education, production technology and social status had different level of perception on written media in campaigning for people's participation in Rongrean-Rongna's Sustainable Agriculture Festival.

3. Almost farmers were seasonal rice cultivation farmers depending on water in rainy season only. The highest number was small scale farmers ; the less number were medium scale seasonal farmers ; the least number was medium scale irrigated rice cultivation farmers.

4. A half of farmers were male and had compulsory education and higher. A half of them used buffalo technology. Family size was 3-4 which 2 of them (husband and wife) were in working age, earning income for family. Most farmers or 83.60 percent of total farmers had debt mostly (60.50 percent) to Bank of Agriculture and Cooperatives. Average amount of debt was 10,000 baht.

5. During Sustainable Agriculture Festival, the study found that 94.80 percent of farmers recognized the arrangement of the festival 57.40 percent of them was interested in technical assistant services. Regarding technical assistant services, farmers were interested in francolin farming (30.20 percent), and chemical-free jasmine rice cultivation (27.60 percent). For social and entertainment activities, farmers were interested in "Protection of Buffaloes Spirit" (26.70 percent). Major cause of attention was common interest (78.90 percent).

Recommendations.

1. Campaign media should be integrated among various forms of media and its message should be clear and persuasive.
2. The use of campaign media should be disseminated in high density population area. Its forms should be interesting.
3. Local people through representatives of community groups, civil society organization and occupation groups should have chances to participate in the process of producing and using of media. This is a major factor contributing to efficient campaign.
4. The use of each type of media should be consistent to each type of target groups because perception of each target group is different from one another.