

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยเผยแพร่ข้อมูล กระจายข่าวสาร รวมถึงบอกกล่าวการดำเนินงานหรือผลงานต่างๆ สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร เกิดการยอมรับและได้รับความร่วมมือจากประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ ปัจจุบันองค์กรต่างๆ จึงให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์มากขึ้น โดยเฉพาะในงานส่งเสริมการเกษตร ที่มีพื้นฐานการทำงานอยู่บนแนวคิดที่จะเข้าไปผลักดันให้เกิดการปรับเปลี่ยนทัศนคติ เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ พัฒนาการทำการเกษตร และยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการด้านการสื่อสาร นำพาสารที่ต้องการพัฒนานั้นไปสู่เกษตรกรอย่างมีประสิทธิภาพ และได้ผล สื่อ จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยอำนวยความสะดวกและเป็นปัจจัยเสริมแรงให้การสื่อสารให้เกิดผล ซึ่งการเลือกสื่อและใช้สื่อที่มีพลังอำนาจเพียงพอจะส่งผลต่อการยอมรับและน้อมนำสารไปใช้ได้ (ณัฐ รัตนเจริญ 2555: 7-6)

สำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี กรมส่งเสริมการเกษตร เป็นองค์กรที่มุ่งพัฒนาบุคลากรให้เป็นมืออาชีพ ถ่ายทอดองค์ความรู้การเกษตรอย่างเป็นระบบ ผลិតสื่อและประชาสัมพันธ์ แก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ได้กำหนดยุทธศาสตร์การเพิ่มประสิทธิภาพ การเผยแพร่ข่าวสารและให้บริการข้อมูลความรู้การเกษตร ที่มุ่งเน้นการผลิตสื่อ การให้บริการ ข้อมูลข่าวสารองค์ความรู้ และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรให้มีประสิทธิภาพ (สำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี กรมส่งเสริมการเกษตร 2556: ข-ค) ซึ่งในงานประชาสัมพันธ์ ของกรมส่งเสริมการเกษตร นอกจากจะมีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้านการพัฒนาสื่อส่งเสริมการเกษตร และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อยู่ที่ส่วนกลางแล้ว ยังได้มอบหมายให้มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงาน ประชาสัมพันธ์ที่สำนักงานเกษตรจังหวัดทั้ง 77 จังหวัด ดำเนินงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารและผลงานของกรมส่งเสริมการเกษตร ไปสู่เกษตรกรและสาธารณชน

สื่อประชาสัมพันธ์แทบทุกประเภทถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการทำงานของนัก ส่งเสริมการเกษตร ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่นักส่งเสริมการเกษตรจะต้องรู้จักการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ให้ได้ผล และมีการปรับตัวให้มีความรู้ความสามารถตามทันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป การใช้สื่อ

ประชาสัมพันธน์จึงมีความเกี่ยวข้องและมีความสำคัญต่อนักส่งเสริมการเกษตร ดังนั้น เพื่อให้การทำงาน of นักส่งเสริมการเกษตรบรรลุเป้าหมาย สามารถรองรับภารกิจต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การศึกษาถึงการใช้สื่อประชาสัมพันธน์ของเจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมการเกษตร ว่ามีการใช้สื่อเป็นอย่างไร มีความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อเพียงใด รวมไปถึงมีความต้องการเพื่อพัฒนาการใช้สื่อประชาสัมพันธน์ให้ได้ผลอย่างไรจึงมีความสำคัญ เป็นข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาบุคลากรให้สามารถใช้สื่อประชาสัมพันธน์สนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้นต่อไป

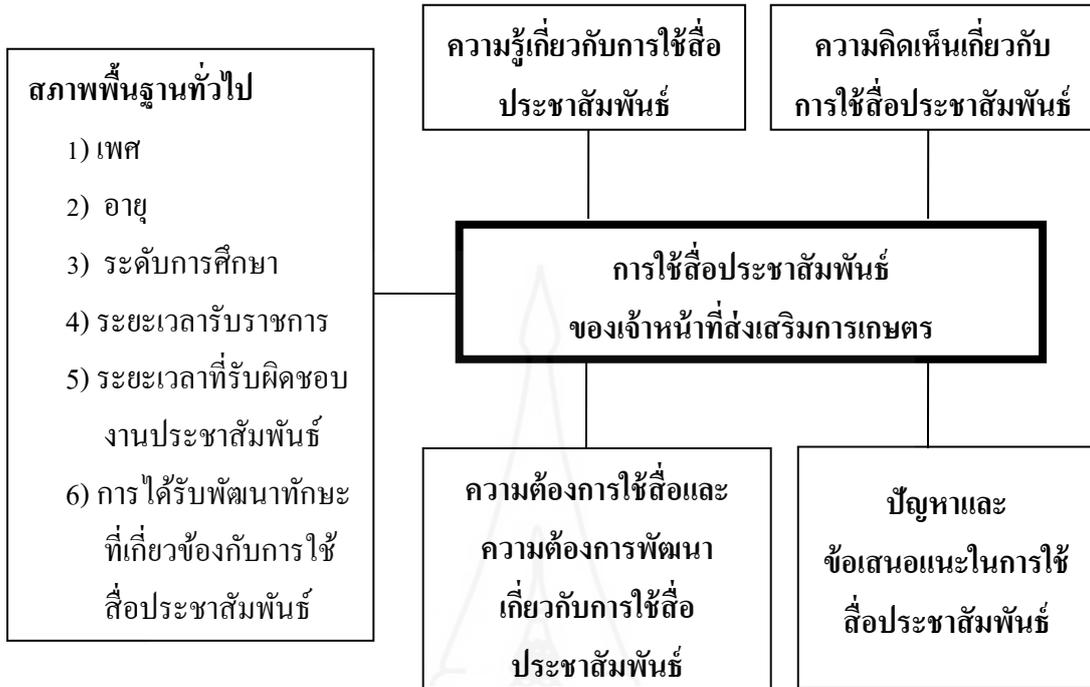
2. วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธน์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 2.1 เพื่อศึกษาสภาพพื้นฐานของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร
- 2.2 เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธน์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร
- 2.3 เพื่อศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธน์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร
- 2.4 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่มีต่อการใช้สื่อประชาสัมพันธน์
- 2.5 เพื่อศึกษาความต้องการใช้สื่อและความต้องการพัฒนาเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธน์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร
- 2.6 เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้สื่อประชาสัมพันธน์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษานี้มีกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธน์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร แสดงในภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร มีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

4.1 ขอบเขตเชิงเนื้อหา ในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตร ประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อกิจกรรม และสื่อบุคคล ทั้งในด้านการใช้สื่อ ความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อ ความต้องการใช้และความต้องการพัฒนาเกี่ยวกับการใช้สื่อ รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เจ้าหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเกษตรจังหวัดทุกจังหวัด จำนวนทั้งสิ้น 77 คน

4.3 ขอบเขตเชิงเวลา ในการวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ในช่วงระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-เมษายน 2558

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร หมายถึง เจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมการเกษตร ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเกษตรจังหวัดทุกจังหวัด

5.2 สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตร ประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อกิจกรรม และสื่อบุคคล

5.3 การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในการทำงานของ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ทั้งเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้ สร้างความนิยมเชื่อถือ ศรัทธา ปกป้องและรักษาภาพลักษณ์ขององค์กร และสร้างความสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก องค์กร

5.4 สื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง สื่อที่ผลิตด้วยการเขียนหรือเทคโนโลยีการพิมพ์ที่ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตร ประกอบด้วย หนังสือพิมพ์รายวัน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น นิตยสาร วารสาร ใบปลิว โปสเตอร์ แผ่นพับ ข่าวดิจิทัล เอกสารเผยแพร่ และ ไลน์

5.5 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง สื่อในรูปแบบของเสียง ภาพนิ่งหรือ ภาพเคลื่อนไหว โดยนำเสนอผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ใช้ในงาน ส่งเสริมการเกษตร ประกอบด้วย สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อวีดิทัศน์ ทั้งนี้ วิทยุกระจายเสียง ได้แก่ วิทยุระบบ AM, วิทยุระบบ FM และหอกกระจายข่าว วิทยุโทรทัศน์ ได้แก่ โทรทัศน์ภาคพื้นดินช่อง 3, 5, 7, 9, NBT และ ThaiPBS, โทรทัศน์ภาคพื้นดินช่องอื่นๆ เช่น ไทยรัฐ ทีวี , new tv, bright tv, now26 เป็นต้น, โทรทัศน์ผ่านสัญญาณดาวเทียม และ โทรทัศน์ผ่านสาย เคเบิล

5.6 สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง สื่อที่ใช้งานผ่านอุปกรณ์โทรคมนาคม เช่น คอมพิวเตอร์ หรือสมาร์ตโฟน ที่อาศัยสัญญาณอินเทอร์เน็ตในการเชื่อมต่อเครือข่าย ประกอบด้วย เว็บไซต์ เว็บไซต์เครือข่ายสังคมหรือเฟสบุ๊ก สมาร์ตโฟนผ่านแอปพลิเคชันไลน์ และสมาร์ตโฟน ผ่านแอปพลิเคชันอื่นๆ โดยที่แอปพลิเคชันอื่นๆ เป็นแอปพลิเคชันที่เป็นประโยชน์ทางด้าน การเกษตรที่สร้างสรรค์โดยหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เช่น แอปพลิเคชัน ฝนหลวง Fonluang, Protect Plants, ปุ๋ยรายแปลง เป็นต้น

5.7 สื่อกิจกรรม หมายถึง การจัดกิจกรรมในงานส่งเสริมการเกษตร แบ่งออกเป็น การจัดประกวดทางการเกษตร และการจัดนิทรรศการ/จัดแสดง/สาธิตทางการเกษตร

5.8 สื่อบุคคล หมายถึง บุคคลที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรเชิญมาถ่ายทอดองค์ความรู้ในงานส่งเสริมการเกษตร แบ่งออกเป็น บุคคลภายในหน่วยงาน ซึ่งเป็นบุคลากรสังกัดกรมส่งเสริมการเกษตร และบุคคลภายนอกหน่วยงาน ซึ่งเป็นบุคลากรของหน่วยงานอื่นที่ไม่ใช่กรมส่งเสริมการเกษตร เช่น นักวิชาการ เกษตรกรต้นแบบ เป็นต้น

5.9 ความรู้ หมายถึง ความรู้ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ในด้านการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตร และความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตร

5.10 ความคิดเห็น หมายถึง ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่มีต่อการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตรที่มีต่อประโยชน์และความจำเป็นในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในการทำงานส่งเสริมการเกษตร

5.11 ความต้องการใช้สื่อ หมายถึง ความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นเครื่องมือหรือสื่อกลางในการทำงานด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ทั้งเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้ สร้างความนิยมเชื่อถือศรัทธา ปกป้องและรักษาภาพลักษณ์ขององค์กร และสร้างความสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลที่ได้จากการวิจัยเรื่อง การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร มีดังนี้

6.1 เป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนาหรือเพิ่มพูนความรู้และทักษะในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร เป็นประโยชน์ต่อกรมส่งเสริมการเกษตรในการวางแผนพัฒนาบุคลากร รวมถึงการพัฒนาตามความต้องการของเจ้าหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลมากขึ้น

6.2 เพื่อเป็นข้อมูลในการแก้ไขปัญหา อุปสรรค รวมถึงกำหนดข้อเสนอแนะในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร