

แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์สำนักงานเกษตรจังหวัดเลย

Guidelines for Enhancing the Efficiency of Public Relations Officers

in the Agricultural Office of Loei Province

นายธีรชัย เชี่ยวชาญศิลป์ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ

สำนักงานเกษตรอำเภอท่าลี่ เลขที่ 190 หมู่ 2 ถนนทรงพระศิรี ตำบลท่าลี่ อำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย 42140

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์สำนักงานเกษตรจังหวัดเลย มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความรู้และทักษะในการประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ 2) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการพัฒนาของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ กลุ่มเป้าหมายในการศึกษา คือ เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์สำนักงานเกษตรจังหวัดและสำนักงานเกษตรอำเภอในพื้นที่จังหวัดเลย จำนวน 15 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบทดสอบความรู้ แบบสอบถาม และการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละ จัดหมวดหมู่ข้อมูล การวัดความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์และสังเคราะห์สรุปข้อมูลประกอบการอธิบายความ

ผลการวิจัย พบว่า 1) เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์มีความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ค่อนข้างดี โดยสามารถทำแบบประเมินความรู้ได้ถูกต้องเฉลี่ย 12 คะแนน จากคะแนนเต็ม 15 คะแนน 2) เจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.33 ดำรงตำแหน่งนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร ร้อยละ 91.67 มีอยู่ในช่วงอายุ 25 – 30 ปี ร้อยละ 41.67 จบการศึกษาในระดับปริญญาโทมากที่สุด ร้อยละ 66.67 ระยะเวลาที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์มากกว่า 3 ปี ร้อยละ 41.67 ระยะเวลาปฏิบัติหน้าที่น้อยที่สุด คือ น้อยกว่า 3 เดือน 3) เจ้าหน้าที่ไม่มีประสบการณ์และไม่เคยได้รับการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 76.67 เครื่องมือที่เจ้าหน้าที่นิยมใช้ในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ คือ โปรแกรม Power Point และโปรแกรม Canva รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ที่นิยมใช้มากที่สุด คือ Infographic ในส่วนของช่องทางในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่เผยแพร่บน Facebook และแอปพลิเคชัน Line 4) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ได้แก่ ประสบการณ์ด้านงานประชาสัมพันธ์ องค์ความรู้ด้านงานประชาสัมพันธ์ การเปลี่ยนแปลงเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงาน เครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ความพร้อมด้านอุปกรณ์ ความพร้อมด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ 5) ความต้องการในการพัฒนาของเจ้าหน้าที่ คือ การอบรมความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ในประเด็นของการเขียนข่าวตามหลักวิชาการ การออกแบบสื่อสารสนเทศ การนำเสนองานประชาสัมพันธ์ การเพิ่มพูนทักษะการใช้เครื่องมือสำหรับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ การพัฒนาเทคนิคการถ่ายภาพในงานประชาสัมพันธ์ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AI ในงานประชาสัมพันธ์ นำไปสู่การเสนอแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ 3 ด้าน ประกอบด้วย

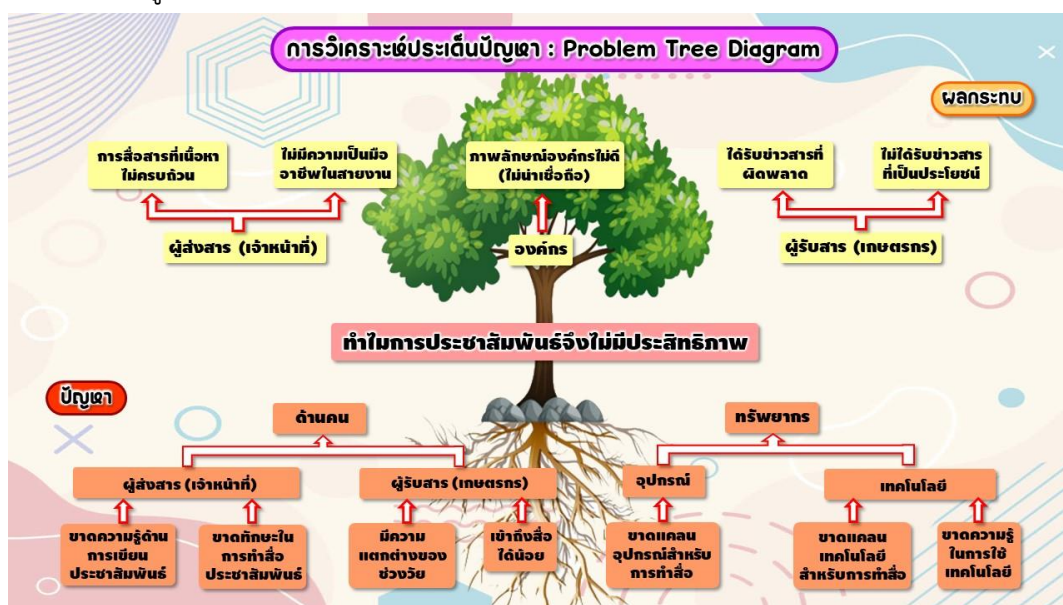
1) การพัฒนาด้านทักษะ (Skill) โดยการฝึกอบรมผ่านจัดทำโครงการพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ระดับจังหวัด การถอดบทเรียนและจัดการความรู้ (KM) เพื่อเป็นคลังความรู้สำหรับการเรียนรู้และพัฒนา งานประชาสัมพันธ์ 2) การพัฒนาด้านองค์ความรู้ (Knowledge) โดยการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีด้านการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการพัฒนาทักษะการใช้โปรแกรมและเทคโนโลยีเพื่อการการเขียนข่าว และสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ โดยวิทยากรจากส่วนราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 3) การพัฒนา ด้านทัศนคติ (Attitude) โดยการสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ เกิดความภาคภูมิใจ ในฐานะของผู้แทนองค์กรและสร้างคุณค่าในตนเอง ผ่านกิจกรรมตลาดนัดประชาสัมพันธ์และเวที แลกเปลี่ยนเรียนรู้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์

คำสำคัญ : การเพิ่มประสิทธิภาพ การประชาสัมพันธ์ งานส่งเสริมการเกษตร

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การประชาสัมพันธ์เป็นงานเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างหน่วยงานกับกลุ่ม ของประชาชนที่เกี่ยวข้อง ในส่วนของกรมส่งเสริมการเกษตรจะหมายถึงการสื่อสารกันระหว่างส่วนราชการ ในสังกัดกับกลุ่มเกษตรกร ซึ่งปัจจุบันได้กำหนดให้เป็นนโยบายและตัวชี้วัดในการปฏิบัติหน้าที่ราชการ ของหน่วยงานทุกระดับ

ในส่วนของหน่วยงานระดับภูมิภาค ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัดและสำนักงานเกษตรอำเภอ ได้ดำเนินการแต่งตั้งให้มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าหน้าที่ ที่ได้รับการบรรจุแต่งตั้งใหม่หรือโยกย้ายมาปฏิบัติราชการใหม่ ทำให้ส่วนงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน ประสบกับปัญหาการประชาสัมพันธ์ไม่เกิดประสิทธิภาพเท่าที่ควร ส่งผลให้การสื่อสารเกิดความผิดพลาด ผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารที่ไม่ครบถ้วน ส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือรวมถึงภาพลักษณ์ขององค์กร



เมื่อวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ โดยใช้ต้นไม้ปัญหา (Problem Tree Diagram) พบว่า ปัญหาหรือปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ประกอบด้วยสองด้าน คือ ด้านคนและด้านทรัพยากร เมื่อพิจารณาถึงปัญหาด้านคน พบว่า ผู้ส่งสารหรือเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ยังไม่มีความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์และขาดทักษะในการทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารกับเกษตรกร ซึ่งปัจจุบันมีความแตกต่างของช่วงวัยค่อนข้างมากและส่วนใหญ่มิมีความสามารถเข้าถึงสื่อสารสนเทศได้น้อย ในส่วนของปัญหาด้านทรัพยากร พบว่า ปัจจุบันเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ต้องใช้งบประมาณส่วนตัวในการซื้ออุปกรณ์และเทคโนโลยีสำหรับการปฏิบัติงาน เนื่องจากองค์กรมีอุปกรณ์และเทคโนโลยีไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน รวมถึงไม่ได้รับงบประมาณในการสนับสนุน

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้น จึงนำไปสู่การศึกษาเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหามหาสัมพันธ์ เริ่มดำเนินการเพิ่มประสิทธิภาพเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์สำนักงานเกษตรจังหวัดเลย ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ระดับจังหวัด จำนวน 1 คน และเจ้าหน้าที่ระดับอำเภอ จำนวน 14 คน รวมทั้งสิ้น 15 คน เป็นลำดับแรก โดยมีขอบเขตการศึกษาวิจัยในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ความรู้และทักษะในงานประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ เครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ ความต้องการ ในการเรียนรู้ด้านงานประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ เพื่อนำมากำหนดเป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพงานประชาสัมพันธ์และสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ระดับพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพและเกิดผลสัมฤทธิ์สูงต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความรู้และทักษะในการประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์
- 2.2 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการพัฒนาของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์
- 2.3 เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 3.1 ได้ทราบถึงระดับของความรู้ รวมถึงทักษะและเทคโนโลยีที่เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ใช้ในงานประชาสัมพันธ์
- 3.2 ได้ทราบถึงความต้องการในการพัฒนาเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์
- 3.3 ได้แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์

4. ขอบเขตการวิจัย

4.1 ด้านเนื้อหา

- 4.1.1 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์

4.1.2 ความรู้และทักษะที่จำเป็นของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย องค์ความรู้และทักษะในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร และการเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่

4.1.3 ความต้องการพัฒนาของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ เพื่อกำหนด แนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงาน

4.2 ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาในครั้งนี้ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ที่ปฏิบัติหน้าที่สำนักงานเกษตรจังหวัด จำนวน 1 คนและสำนักงานเกษตรอำเภอ จำนวน 14 คน รวมทั้งสิ้น 15 คน

4.3 ด้านสถานที่

ดำเนินการศึกษา ณ สำนักงานเกษตรจังหวัดเลย สำนักงานเกษตรอำเภอ 14 อำเภอ และการจัดเวทีสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ผ่านระบบออนไลน์

4.4 ด้านระยะเวลา

การศึกษาวิจัยดำเนินการระหว่างวันที่ 1 เมษายน 2567 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2567

5. นิยามศัพท์

5.1 เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง ข้าราชการที่ดำรงตำแหน่งนักวิชาการ ส่งเสริมการเกษตร เจ้าพนักงานเคหกิจเกษตร เจ้าพนักงานธุรการ และพนักงานราชการที่ดำรงตำแหน่ง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร เจ้าพนักงานเคหกิจเกษตร เจ้าพนักงานธุรการ ผู้ซึ่งได้รับมอบหมาย ให้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานเกษตรในพื้นที่จังหวัดเลย

5.2 งานประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสื่อสารและประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตร หรืองานต่าง ๆ ภายใต้การกำกับดูแลของกรมส่งเสริมการเกษตร ประกอบด้วยจดหมายข่าว Infographic วิดีทัศน์ และสื่อสารสนเทศอื่น ๆ ที่เป็นการสื่อสารและเผยแพร่ให้กับเกษตรกรและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อการประกาศ การแจ้งให้ทราบ การเตือนภัย การให้ความรู้ และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

5.3 การเพิ่มประสิทธิภาพ หมายถึง การพัฒนาเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ให้มีขวัญกำลังใจ มีสมรรถนะในการทำงาน มีระบบวิธีการทำงานและกระบวนการปฏิบัติงาน ด้วยทรัพยากรที่มีอยู่จำกัดให้ได้ผลลัพธ์ที่มากขึ้น

6. การตรวจเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

6.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

6.1.1 ความหมายและองค์ประกอบของการสื่อสาร

ราชบัณฑิตยสถาน (2556) ให้ความหมายว่าการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสาร เพื่อส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องต่อกัน นิตยา วิศิษฐ์รัตนกุล (2560) ระบุว่า การประชาสัมพันธ์

หรือ Public Relations มาจากคำศัพท์ คือ Public หมายถึง สาธารณะหรือประชาชน และ Relations หมายถึง สัมพันธ์ เมื่อรวมกันจึงมีความหมายหลัก คือ การสร้างความสัมพันธ์กับสาธารณชน ทศนิยม โกล (2558) อ้างถึงใน สุธัญญา กฤตาคม (2564) ระบุว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสร้างสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มบุคคล ทุกคน ทุกองค์กร สามารถใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อให้ภารกิจหลักเป็นไปอย่างราบรื่น ลดทอนปัญหาอุปสรรคลงให้น้อยที่สุด มานิต ลาเกลี้ยง (2558) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการบริหารข้อมูลข่าวสาร ให้เกิดการสื่อสารที่ดี เกิดทัศนคติและความเข้าใจที่ดีระหว่างผู้เกี่ยวข้อง เพื่อได้รับการสนับสนุนและความร่วมมืออันดีจากประชาชน

6.1.2 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

ปรัชญาวรรณ จันทะขาน (2564) ระบุว่า การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมากต่อการดำเนินงานต่อองค์กรภาครัฐ ภาคธุรกิจ และประชาชน การประชาสัมพันธ์เป็นกลไกขับเคลื่อนให้องค์กรประสบความสำเร็จ บรรลุเป้าหมาย สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ 1) ทำให้ประชาชนทั่วไปและกลุ่มเป้าหมายได้รู้จักและตระหนักถึงชื่อเสียงเกียรติคุณขององค์กร ตลอดจนมีความรู้ความเข้าใจในงานและกิจการที่องค์กรปฏิบัติ นำไปสู่การเกิดทัศนคติที่ดีและเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับประชาชน 2) สามารถชักจูงใจให้ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายได้เห็นถึงคุณค่าขององค์กร ส่งผลให้เกิดความน่าเชื่อถือและความศรัทธาต่อองค์กรต่อเนื่องในระยะยาว รวมถึงการให้ความร่วมมือและสนับสนุนกับสิ่งที่องค์กรดำเนินการ 3) ช่วยให้องค์กรสามารถปกป้องตนเองให้พ้นจากความผิดพลาด แก้ไขความเข้าใจผิดและการต่อต้าน ซึ่งการประชาสัมพันธ์มีบทบาทในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและการอธิบายข้อเท็จจริง และ 4) การควบคุมทิศทางของข่าวสารที่องค์กรในการเผยแพร่ในทางที่ถูกต้องและเหมาะสม ซึ่งจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร

6.1.3 องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

ปรัชญาวรรณ จันทะขาน (2564) รายงานว่า การประชาสัมพันธ์มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) องค์กรหรือสถาบัน เป็นฝ่ายเริ่มต้นในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มประชาชนเพื่อก่อให้เกิดความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี ตลอดจนก่อให้เกิดความราบรื่นในการดำเนินงาน นำไปสู่ความเลื่อมใส ศรัทธา เกิดความเชื่อถือ เชื่อมมั่นต่อองค์กร และได้รับการสนับสนุนร่วมมือด้วยดีจากกลุ่มประชาชน 2) ข่าวประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยเนื้อหาสาระ เรื่องราว สัญลักษณ์ รูปภาพ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอข่าวสารเพื่อให้ประชาชนทราบข้อเท็จจริงและรายละเอียดขององค์กรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ 3) เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ เป็นสื่อที่ผู้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์นำมาใช้ในการนำเสนอข่าวสารการประชาสัมพันธ์ขององค์กรไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ ประกอบด้วยสื่อมวลชน สื่อบุคคลหรือสื่อคำพูด สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกราฟิก สื่อกิจกรรม เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อช่วยในการถ่ายทอดข่าวสารประชาสัมพันธ์ ช่วยให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ช่วยเสริมสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีแก่หน่วยงาน และ 4) กลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ เป็นกลุ่มผู้รับสารที่เป็นเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายนั้น

เกิดความรู้ ความเข้าใจ เกิดการยอมรับ และมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร โดยสามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 ประเภท คือ กลุ่มเป้าหมายภายใน และกลุ่มเป้าหมายภายนอก

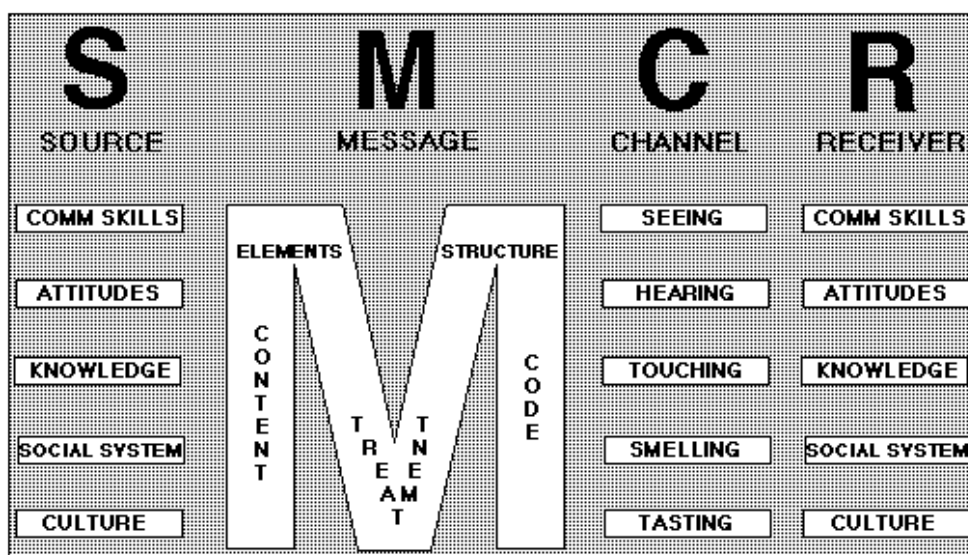
6.2 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการสื่อสาร

6.2.1 ความหมายและองค์ประกอบของการสื่อสาร

ณัฐชดา วิจิตรจามรี (2566) ระบุว่า การสื่อสาร (Communication) มีบทบาทสำคัญมากต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์ กิจกรรมต่าง ๆ ล้วนต้องใช้การสื่อสาร ทั้งในการทำงาน การเรียน การประกอบกิจวัตรประจำวัน การสื่อสารจึงมีความหมายหลากหลายตามมุมมองที่แตกต่าง โดยพื้นฐานแล้วการสื่อสารเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนของการส่งสาร การรับสาร และการตีความสาร คำนิยามเพียงหนึ่งคำนิยามไม่สามารถอธิบายการสื่อสารของมนุษย์ได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ Dance and Larson (1976) อ้างถึงใน ณัฐชดา วิจิตรจามรี (2566) ได้รายงานคำนิยามการสื่อสารใน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ระดับของการสังเกต (Level of observation) หมายถึง ขอบเขตสิ่งที่จัดว่าเป็นการสื่อสาร เช่น การสื่อสารเป็นการทำให้เกิดการตอบสนองผ่านระบบวจนภาษา 2) ความตั้งใจ (Intentionally) หมายถึง สถานการณ์ที่แหล่งสารถ่ายทอดไปยังผู้รับสารโดยมีความตั้งใจที่จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้รับสาร และ 3) การพิจารณาผลของการสื่อสาร (Normative judgement) หมายถึง การพิจารณามติในด้านของความสำเร็จหรือความถูกต้องของการสื่อสาร Griffin, Ledbetter and Spark (2015) อ้างถึงใน ณัฐชดา วิจิตรจามรี (2566) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของหลักการสื่อสารไว้ 5 องค์ประกอบ คือ สาร (Message) การสร้างสาร (Creation of Messages) การตีความหมายสาร (Interpretation of Messages) กระบวนการเชิงความสัมพันธ์ (Relation Process) และการตอบสนอง (Response)

6.2.2 แบบจำลองการสื่อสารของเดวิส เค เบอร์โล (Davis K. Berlo Model)

Berlo (1960) ได้พัฒนาแบบจำลองการสื่อสารในเชิงกระบวนการที่มีองค์ประกอบหลักสี่ส่วน ได้แก่ 1) ผู้ส่งสาร (Source) 2) ข้อความ (Message) 3) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และ 4) ผู้รับสาร (Receiver) โดยมีชื่อเรียกโดยย่อว่า "SMCR Model" ปัจจุบันเป็นแบบจำลองที่ได้รับความนิยมและใช้ศึกษาในวงการสื่อสารอย่างแพร่หลาย



6.3 งานประชาสัมพันธ์ของส่งเสริมการเกษตร

6.3.1 ยุทธศาสตร์ด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมส่งเสริมการเกษตร

มานิต ลาเกลี้ยง (2558) รายงานว่า สำนักงานพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี กรมส่งเสริมการเกษตร ได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร การผลิตสื่อและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้ และการพัฒนาศูนย์บริการ และถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร เป็นแนวทางในการดำเนินงานสนับสนุนการขับเคลื่อนการดำเนินงาน กรมส่งเสริมการเกษตร โดยได้กำหนดวิสัยทัศน์ว่า “เป็นองค์กรที่มีความเป็นเลิศในการพัฒนาบุคลากร ให้เป็นมืออาชีพ ถ่ายทอดองค์ความรู้การเกษตรอย่างเป็นระบบ และผลิตสื่อและประชาสัมพันธ์ แก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยมียุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการผลิตสื่อการให้บริการ ข้อมูลข่าวสาร สารองค์ความรู้ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรให้มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 1) เพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ 2) พัฒนาสื่อส่งเสริมการเกษตร และ 3) เป็นศูนย์กลาง ให้บริการข่าวสาร ข้อมูลความรู้ของกรมส่งเสริมการเกษตร

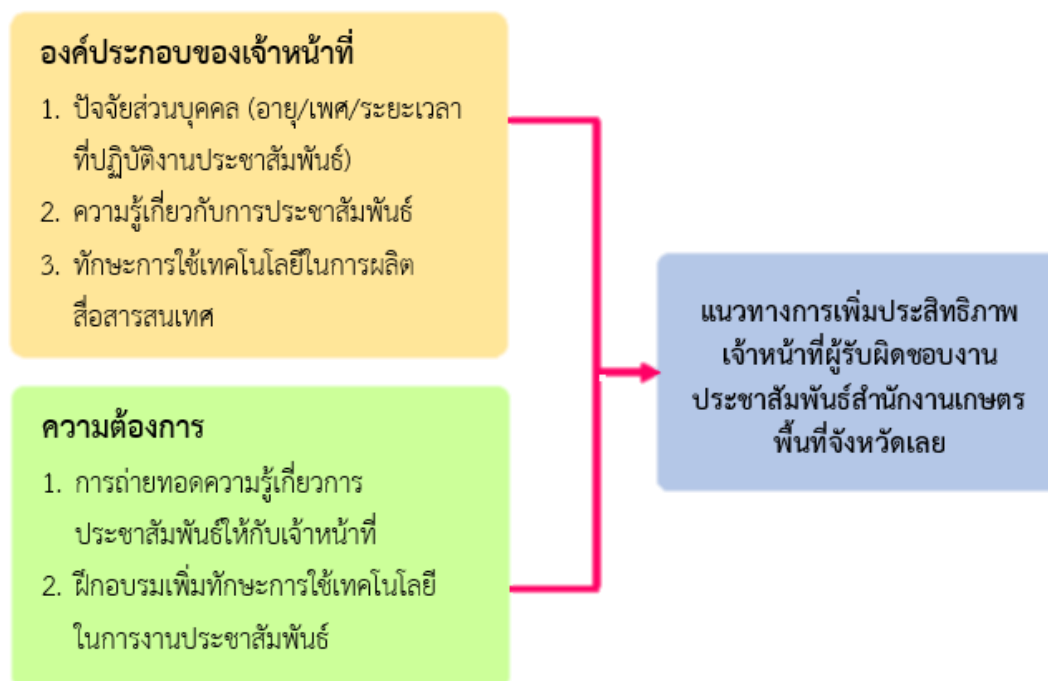
6.3.2 เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของกรมส่งเสริมการเกษตร

กรมส่งเสริมการเกษตร มีนโยบายดำเนินการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ผลงานของกรมส่งเสริมการเกษตรในเชิงรุก โดยให้มีการประสานงานระหว่างส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค อย่างเป็นระบบเพื่อให้การสื่อสารเป็นเอกภาพ จึงได้ขอให้มีการแต่งตั้งเจ้าหน้าที่เกษตรสัมพันธ์ จังหวัดละ 1 คน ทำหน้าที่เผยแพร่และประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของสำนักงานเกษตรจังหวัด และได้มีการมอบหมายให้มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์อำเภอทำหน้าที่เผยแพร่ และประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรของสำนักงานเกษตรอำเภอ (มานิต ลาเกลี้ยง, 2558)

6.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มานิต ลาเกลี้ยง (2558) ศึกษาวิจัยเรื่องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ความรู้และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ความคิดเห็น และความต้องการพัฒนาเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ประชากรคือ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเกษตรจังหวัด ทุกจังหวัด จำนวน 77 คน ผลการศึกษาพบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรร้อยละ 62.3 เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 39.35 ปี ร้อยละ 61.0 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อายุราชการเฉลี่ย 11.78 ปี ร้อยละ 51.9 ระยะเวลาที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์เฉลี่ย 4.53 ปี ร้อยละ 90.9 ได้รับการพัฒนาทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ การประเมินความรู้ด้านประชาสัมพันธ์ พบว่า เจ้าหน้าที่ตอบได้คะแนนเฉลี่ย 12.64 คะแนน จากคะแนนเต็ม 15 คะแนน การสื่อประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สื่อที่ใช้มากที่สุด คือ สื่อบุคคลความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเจ้าหน้าที่มีความต้องการในการพัฒนาด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ด้วยการจัดฝึกอบรมพัฒนาความรู้และทักษะ

6.5 กรอบแนวความคิดการวิจัย



7. วิธีการวิจัย

7.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์สำนักงานเกษตรอำเภอจำนวน 14 คน และผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์สำนักงานเกษตรจังหวัด จำนวน 1 คน รวมทั้งสิ้น 15 คน

7.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

7.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลความรู้พื้นฐานด้านการประชาสัมพันธ์เป็นแบบประเมินแบบปลายปิด 4 ตัวเลือก จำนวน 15 ข้อ

7.2.2 แบบสอบถามทั้งชนิดปลายเปิดและปลายปิด ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบด้วย 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 ลักษณะพื้นฐานของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ตอนที่ 2 ความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ และตอนที่ 4 ความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์

7.3 การรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบประเมินความรู้ แบบสอบถาม และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ในส่วนของการรวบรวมข้อมูล ได้ดำเนินการด้วยตนเอง ประกอบด้วย แบบประเมินความรู้แบบสอบถามออนไลน์ และสนทนากลุ่ม (Focus Group) ซึ่งการรวบรวมข้อมูลดำเนินการผ่านระบบออนไลน์ทั้งในส่วนของการแบบสอบถามและการสนทนากลุ่ม ดังนั้น การให้ข้อมูลจึงขึ้นอยู่กับความสมัครใจของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ มีผู้สมัครใจเข้าร่วมดำเนินการ จำนวน 12 คน

7.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล นำเข้าข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละ จัดหมวดหมู่ข้อมูล การวัดความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์และสังเคราะห์สรุปข้อมูลประกอบการอธิบายความ

8. สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัย เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.67 เป็นเพศชาย ร้อยละ 41.67 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.33 ส่วนใหญ่มีอยู่ในช่วงอายุ 25 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.67 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาโทมากที่สุด ร้อยละ 66.67 ระยะเวลาที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์มากกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.67 ระยะเวลาปฏิบัติหน้าที่น้อยที่สุด คือ น้อยกว่า 3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 8.33

8.1 ระดับของความรู้ ทักษะและเทคโนโลยีของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์

จากผลการศึกษาวิจัย เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์สามารถทำแบบประเมินได้คะแนน 12 – 13 คะแนน มากที่สุด (ร้อยละ 50) โดยมีคะแนนต่ำที่สุด คือ 7 คะแนน สูงสุด 15 คะแนน คะแนนเฉลี่ย 12 คะแนน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.47 และมีค่าความแปรปรวนเท่ากับ 6.09 โดยมีข้อคำถามที่เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ตอบผิดมากที่สุด 3 ข้อ ได้แก่ ข้อคำถามเรื่องจุดมุ่งหมายของงานประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 50) ข้อคำถามเรื่องผู้ที่ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ ควรมีความเข้าใจในเรื่องใด (ร้อยละ 41.66) และข้อคำถามเรื่องการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ ควรเริ่มจากอะไร (ร้อยละ 50)

เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์และไม่เคยได้รับการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 76.67 ในส่วนของเจ้าหน้าที่ที่ได้รับโอกาสฝึกอบรม ได้รับการอบรมในหลักสูตรเทคนิคการถ่ายภาพในงานประชาสัมพันธ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.67 เครื่องมือที่เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์นิยมใช้ในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ คือ โปรแกรม Power Point และโปรแกรม Canva คิดเป็นร้อยละ 83.33 เท่ากัน รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ที่เจ้าหน้าที่นิยมใช้มากที่สุด คือ Infographic คิดเป็นร้อยละ 83.33 ในส่วนของช่องทางในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่เผยแพร่บน Facebook คิดเป็นร้อยละ 100 และแอปพลิเคชัน Line ร้อยละ 91.67 ตามลำดับ

เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์มีความคิดเห็นว่า ประสบการณ์ด้านงานประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 50 องค์ความรู้ด้านงานประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่มีผลกระทบในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 50 ทักษะในการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีสำหรับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่มีผลกระทบในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 41.67 การมีเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์มีผลกระทบในระดับน้อย – ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 41.67 การเปลี่ยนแปลงเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์บ่อยครั้งมีผลกระทบ

ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 58.33 ความพร้อมด้านอุปกรณ์สำหรับการผลิตสื่อสารสนเทศ มีผลกระทบในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 41.67 และความพร้อมด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ด้านการผลิตสื่อสารสนเทศมีผลกระทบในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 50

8.2 ความต้องการในการพัฒนาเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์

จากผลการศึกษาวิจัย เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ได้เสนอความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพเจ้าหน้าที่ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) องค์ความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ มีความต้องการให้มีการอบรมความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ การเขียนข่าวตามหลักวิชาการ และการออกแบบสื่อสารสนเทศและการนำเสนองานประชาสัมพันธ์ 2) ความรู้และทักษะการใช้เครื่องมือสำหรับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ มีความต้องการเรียนรู้เทคนิคการถ่ายภาพในงานประชาสัมพันธ์ การใช้โปรแกรม Photoshop และ Canva ในการออกแบบกราฟฟิก โลโก้ และสร้าง Infographic การถ่ายคลิป และการตัดต่อวีดิทัศน์ และ 3) ความรู้และทักษะการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในงานประชาสัมพันธ์ มีความต้องการเรียนรู้การใช้ระบบ AI เช่น Chat GPT มาประยุกต์ใช้ในงานประชาสัมพันธ์ การเขียนข่าว และการเขียนบทความข่าว เป็นต้น

8.3 แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์

จากผลการศึกษาวิจัย เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ได้ร่วมกันเสนอแนวคิดในการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มประสิทธิภาพเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ได้แก่ 1) การถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีด้านการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการพัฒนาทักษะการใช้โปรแกรมและเทคโนโลยีเพื่อการการเขียนข่าวและสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ โดยวิทยากรจากส่วนราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด และสำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี กรมส่งเสริมการเกษตร 2) จัดทำโครงการพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ระดับจังหวัด โดยการเสนอผ่านโครงการงบประมาณจังหวัด 3) การถอดบทเรียนงานประชาสัมพันธ์จากเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ที่มีประสบการณ์และมีผลงานโดดเด่น จัดการความรู้ (KM) เพื่อเป็นคลังความรู้สำหรับการเรียนรู้และพัฒนางานประชาสัมพันธ์ และ 4) การจัดตลาดนัดประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ และเป็นเวทีให้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์นำเสนอผลงาน เพื่อสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ เกิดความภาคภูมิใจในฐานะของผู้แทนองค์กรและสร้างคุณค่าในตนเอง

9. อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 58.33 เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 25 – 35 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโท ร้อยละ 91.67 ดำรงตำแหน่ง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร ร้อยละ 91.67 ระยะเวลาที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์น้อยที่สุด คือ น้อยกว่า 3 เดือน ร้อยละ 8.33 สอดคล้องกับมานิต ลาเกลี้ยง (2558) ได้ทำการศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร พบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรร้อยละ 62.3 เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 39.35 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโท ร้อยละ 39 ระยะเวลาที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์น้อยที่สุด

คือ 1 ปี แสดงให้เห็นว่างานประชาสัมพันธ์ ถูกมอบหมายให้เจ้าหน้าที่ที่ได้รับการบรรจุแต่งตั้งใหม่ มีอายุราชการน้อย

9.1 ระดับของความรู้ ทักษะและเทคโนโลยีของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาวิจัย เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์สามารถทำแบบประเมินความรู้ ได้ถูกต้องเฉลี่ย 12 คะแนน จากคะแนนเต็ม 15 คะแนน แสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่ค่อนข้างมีความรู้ เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับมานิต ลาเกลี้ยง (2558) ระบุว่า ปัจจุบันมีความก้าวหน้า ทางเทคโนโลยี มีสื่อการเรียนรู้ที่หลากหลาย เจ้าหน้าที่สามารถเข้าถึงแหล่งการเรียนรู้และสามารถเรียนรู้ ด้วยตนเองได้ อย่างไรก็ตาม เจ้าหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายงานส่วนมากคือ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในสายงานประชาสัมพันธ์โดยตรง จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่เจ้าหน้าที่ ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ จะต้องได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ อย่างต่อเนื่อง

ผลจากการศึกษาวิจัย แสดงให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ ไม่เคยมีประสบการณ์และไม่เคยได้รับการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 76.67 แตกต่างจาก มานิต ลาเกลี้ยง (2558) ได้ทำการศึกษาพบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรส่วนใหญ่ ร้อยละ 90.9 เคยได้รับการพัฒนาทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ อย่างไรก็ตาม ในส่วนของ เจ้าหน้าที่ที่เคยได้รับโอกาสฝึกอบรม ได้รับการอบรมในหลักสูตรเทคนิคการถ่ายภาพในงานประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 41.67 เครื่องมือที่เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์นิยมใช้ในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ คือ โปรแกรม Power Point และโปรแกรม Canva คิดเป็นร้อยละ 83.33 เท่ากัน รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ ที่เจ้าหน้าที่นิยมใช้มากที่สุด คือ Infographic คิดเป็นร้อยละ 83.33 ในส่วนของช่องทางในการเผยแพร่ สื่อประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่เผยแพร่บน Facebook คิดเป็นร้อยละ 100 และแอปพลิเคชัน Line ร้อยละ 91.67 ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปตามที่ รุจิพร จารุงศ์ (2558) อ้างถึงใน มานิต ลาเกลี้ยง (2558) ได้ระบุไว้ว่า กรมส่งเสริมการเกษตรได้จัดให้มีการสัมมนาเพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถ อันเป็นประโยชน์ ในการปฏิบัติงานเป็นเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์เรื่อยมาในทุก ๆ ปี

นอกจากนี้ ผลการศึกษาวิจัยยังแสดงให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ มีความคิดเห็นว่า 1) ประสิทธิภาพด้านงานประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง เนื่องจากการประสิทธิภาพในการสื่อสารจำเป็นจะต้องอาศัย ประสิทธิภาพและความชำนาญในงาน 2) องค์ความรู้ด้านงานประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่มีผลกระทบ ในระดับน้อย เนื่องจากเทคโนโลยีในปัจจุบันเอื้ออำนวยให้เจ้าหน้าที่สามารถเรียนรู้ด้วยตนเองรวมถึงสามารถ เข้าถึงสื่อการเรียนรู้ได้ง่าย 3) ทักษะในการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีสำหรับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ของเจ้าหน้าที่มีผลกระทบในระดับปานกลาง เนื่องจากเป็นทักษะพื้นฐานในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ให้มีความโดดเด่นมีความน่าสนใจ และจูงใจให้ผู้รับสารในการรับข้อมูลข่าวสาร 4) การมีเครือข่าย ด้านการประชาสัมพันธ์มีผลกระทบในระดับน้อย – ปานกลาง เนื่องจากปัจจุบันมีเทคโนโลยีเครือข่าย อินเทอร์เน็ตที่สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายต่าง ๆ ทำให้สามารถสร้างและเชื่อมโยงเครือข่ายได้ง่าย

5) การเปลี่ยนแปลงเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์บ่อยครั้งมีผลกระทบในระดับปานกลาง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงเจ้าหน้าที่ทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์ 6) ความพร้อมด้านอุปกรณ์สำหรับการผลิตสื่อสารสนเทศมีผลกระทบในระดับปานกลาง เนื่องจากปัจจุบันสำนักงานเกษตรทั้งในระดับอำเภอและระดับจังหวัด ไม่มีอุปกรณ์ในการสนับสนุนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ส่งผลให้เจ้าหน้าที่ต้องใช้อุปกรณ์ส่วนตัวมาใช้ในการปฏิบัติงาน และ 7) ความพร้อมด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการผลิตสื่อสารสนเทศมีผลกระทบในระดับปานกลาง เนื่องจากเทคโนโลยีในปัจจุบันมีความก้าวหน้ามากขึ้น ส่งผลให้มีปรับปรุงโปรแกรมหรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ บ่อยครั้ง และเทคโนโลยีบางกลุ่มจะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ซึ่งเจ้าหน้าที่จะต้องใช้งบประมาณส่วนตัวดำเนินการในส่วนนี้

9.2 ความต้องการในการพัฒนาเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์

ผลการศึกษาวิจัยแสดงให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์มีความต้องการให้มีการอบรมความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ในประเด็นของการเขียนข่าวตามหลักวิชาการ การออกแบบสื่อสารสนเทศ การนำเสนองานประชาสัมพันธ์ การเพิ่มพูนทักษะการใช้เครื่องมือสำหรับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ การพัฒนาเทคนิคการถ่ายภาพในงานประชาสัมพันธ์ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AI ในงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเจ้าหน้าที่มีความเห็นว่าองค์ความรู้และทักษะต่าง ๆ เหล่านี้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพตัวของเจ้าหน้าที่ในการทำหน้าที่เป็นนักประชาสัมพันธ์ที่ดี ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตรมีประสิทธิภาพมากขึ้นได้

9.3 แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์

จากผลการศึกษาวิจัย สามารถประมวลแนวคิดเพื่อกำหนดเป็นแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ใน 3 มิติ คือ 1) การพัฒนาด้านทักษะ (Skill) โดยการฝึกอบรมผ่านจัดทำโครงการพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ระดับจังหวัด การถอดบทเรียน และจัดการความรู้ (KM) เพื่อเป็นคลังความรู้สำหรับการเรียนรู้และพัฒนางานประชาสัมพันธ์ 2) การพัฒนาด้านองค์ความรู้ (Knowledge) โดยการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีด้านการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการพัฒนาทักษะการใช้โปรแกรมและเทคโนโลยีเพื่อการเขียนข่าวและสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ โดยวิทยากรจากส่วนราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด และสำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี กรมส่งเสริมการเกษตร เป็นต้น และ 3) การพัฒนาด้านทัศนคติ (Attitude) โดยการสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ เกิดความภาคภูมิใจในฐานะของผู้แทนองค์กรและสร้างคุณค่าในตนเองผ่านกิจกรรมตลาดนัดประชาสัมพันธ์ และเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์



10. ข้อเสนอแนะ

10.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

10.1.1 สร้างความตระหนักถึงความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์และความสำคัญของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ที่ยังไม่เคยรับการพัฒนาความรู้และทักษะ ศึกษาความรู้เกี่ยวกับความรู้ด้านประชาสัมพันธ์ด้วยตนเองและเข้ารับการฝึกอบรมตามโอกาสต่าง ๆ

10.1.2 การพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย การถ่ายทอดความรู้พื้นฐานการประชาสัมพันธ์ การฝึกทักษะการใช้โปรแกรมและเทคโนโลยีสารสนเทศในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์

10.1.3 สำนักงานเกษตรจังหวัดจัดทำโครงการพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ระดับจังหวัด และดำเนินการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ผ่านการปฏิบัติจริง เพื่อสรุปเป็น Model ของแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์

10.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

10.2.1 ควรดำเนินการประเมินผลของการดำเนินโครงการเพิ่มประสิทธิภาพเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ เพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุง Model และแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์

10.2.2 ควรมีการขยายผล Model เพื่อกำหนดเป็นแนวทางให้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- ณัฏฐชุตา วิจิตรจามรี. 2566. **ทฤษฎีการสื่อสาร Communication Theories**. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- ทัศนีย์ ผลชานิกโก. 2558. อ้างถึงใน สุธัญญา กฤตาคม. 2564. **กรอบแนวคิดการศึกษากการประชาสัมพันธ์เบื้องต้น**. Journal of Modern Learning Development. ปีที่ 6 ฉบับที่ 5 เดือนกันยายน - ตุลาคม 2564. หน้า 261 – 273.
- นิตยา วิศิษฐ์รัตนกุล. 2560. **แนวทางการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี**. การค้นคว้าอิสระระดับปริญญา มหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปรัชญาวรรณ จันทะขาน. 2564. **การพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการสารสนเทศของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชน**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มานิต ลาเกลี้ยง. 2558. **การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร**. วิทยานิพนธ์เกษตรศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ราชบัณฑิตยสถาน. 2556. **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554**. กรุงเทพฯ : บริษัท ศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้น จำกัด.
- รุจิพร จารุพงศ์. 2558. อ้างถึงใน มานิต ลาเกลี้ยง. 2558. **การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร**. วิทยานิพนธ์เกษตรศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศิริวรรณ หวังดี. 2565. **รายงานการวิจัยเรื่อง ผลสัมฤทธิ์การถ่ายทอดความรู้ให้กับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรเพื่อพัฒนาเกษตรกรในงานส่งเสริมการเกษตร**. สำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี. กรมส่งเสริมการเกษตร.
- Berlo, D. K. 1960. **The Process of Communication : an Introduction to Theory and Practice**. New York : Holt, Rinehart and Winsto.
- Griffin, E., Ledbetter, A. and Sparks, G. 2015. อ้างถึงใน ณัฏฐชุตา วิจิตรจามรี. 2566. **ทฤษฎีการสื่อสาร Communication Theories**. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.