

แนวการศึกษา

ชุดวิชาการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

หลักสูตรการเสริมสร้างสมรรถนะนักส่งเสริมการเกษตรระดับชำนาญการพิเศษ

จัดทำโดย

คณะทำงานพัฒนาหลักสูตรการเสริมสร้างสมรรถนะ
นักส่งเสริมการเกษตร ระดับชำนาญการพิเศษ
กรมส่งเสริมการเกษตร และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. ๒๕๖๑

คณะทำงานพัฒนาหลักสูตรการเสริมสร้างสมรรถนะนักส่งเสริมการเกษตร ระดับชำนาญการพิเศษ
ชุดวิชาการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

๑. นางสาวยุพา แซ่ชื้อ	กรมส่งเสริมการเกษตร	ประธานคณะทำงาน
๒. นางรุจิพร จารุพงศ์	กรมส่งเสริมการเกษตร	คณะทำงาน
๓. นางสาวประหยัด มะโนพะเส้า	กรมส่งเสริมการเกษตร	คณะทำงาน
๔. นายศักดิ์ชัย เกษประทุม	กรมส่งเสริมการเกษตร	คณะทำงาน
๕. นางสาวอัจฉรา สุขสมบูรณ์	กรมส่งเสริมการเกษตร	คณะทำงาน
๖. นางสาววิรังรอง มณีภัคนันท์	กรมส่งเสริมการเกษตร	คณะทำงาน
๗. นางสาวมนฤดี บ่อคำเขียว	กรมส่งเสริมการเกษตร	คณะทำงาน
๘. นางสาวศศิวิมล บุญประเสริฐ	กรมส่งเสริมการเกษตร	เลขานุการคณะทำงาน

คำนำ

ชุดวิชาการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร เป็นชุดวิชาที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสาร การประสานงาน เพื่อให้เกิดการร่วมมือในการทำงานส่งเสริมการเกษตรทั้งภายในองค์กร และภายนอกองค์กร เพื่อนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเนื้อหาสาระจำแนกเป็น ๖ บท คือ

๑. ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารและการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร
๒. กระบวนการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ
๓. แนวทางการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร
๔. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร
๕. การพัฒนานักส่งเสริมการเกษตรในการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร
๖. กรณีศึกษาการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

คณะทำงานผลิตชุดวิชาการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร หวังว่าผู้เรียน และผู้สนใจเอกสารการสอนชุดวิชานี้ จะมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในการทำงานส่งเสริมการเกษตรให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามที่มุ่งหวังได้ต่อไป

คณะทำงานพัฒนาหลักสูตรการเสริมสร้างสมรรถนะ
นักส่งเสริมการเกษตร ระดับชำนาญการพิเศษ
ชุดวิชาการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

สารบัญ

รายการ **หน้า**

คำนำ

รายละเอียดชุดวิชาการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร ก
คำอธิบายชุดวิชา
วัตถุประสงค์
รายชื่อบทการเรียนรู้ ก
คำชี้แจงการเรียนรู้ ข
การดำเนินการเรียนรู้
การทำกิจกรรม e-Learning
การประเมินผลการเรียนรู้
คำแนะนำการเข้าใช้ e-Learning ค
เอกสาร/สื่อคัดสรรและแนะนำ

บทที่ ๑ ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารและการประสานความร่วมมือ **๑**
ตอนที่ ๑.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร ๑
เรื่องที่ ๑.๑.๑ ความหมาย และความสำคัญของการสื่อสาร ๑
เรื่องที่ ๑.๑.๒ องค์ประกอบของการสื่อสาร ๒
เรื่องที่ ๑.๑.๓ ประเภทของการสื่อสาร ๕
เรื่องที่ ๑.๑.๔ อุปสรรคในการสื่อสาร ๘
ตอนที่ ๑.๒ แนวคิดเกี่ยวกับการประสานความร่วมมือ ๙
เรื่องที่ ๑.๒.๑ ความหมาย และความสำคัญของการประสานความร่วมมือ ๙
เรื่องที่ ๑.๒.๒ องค์ประกอบของการประสานความร่วมมือ ๑๐
เรื่องที่ ๑.๒.๓ วิธีการประสานความร่วมมือ ๑๓
เรื่องที่ ๑.๒.๔ อุปสรรคในการประสานความร่วมมือ ๑๔
ตอนที่ ๑.๓ ความสำคัญ และพัฒนาการของการสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือ ๑๖
เรื่องที่ ๑.๓.๑ ความสำคัญของการสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือ ๑๖
เรื่องที่ ๑.๓.๒ พัฒนาการของการสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือ ๑๗

สารบัญ (ต่อ)

รายการ **หน้า**

บทที่ ๒ กระบวนการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ ๓๔

ตอนที่ ๒.๑ ผู้ส่งสาร (Sender) หรือ แหล่งสาร (Source) ในงานส่งเสริมการเกษตร ๓๕

เรื่องที่ ๒.๑.๑ ปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อการสื่อสารให้ประสบผลสำเร็จ ๓๕

เรื่องที่ ๒.๑.๒ บทบาทของนักส่งเสริมการเกษตรในการสื่อสาร ๓๗

เรื่องที่ ๒.๑.๓ คุณสมบัติและทักษะของผู้ส่งสารที่ดีเพื่อให้การสื่อสารบรรลุเป้าหมาย ๔๑

ตอนที่ ๒.๒ สาร (Message) หรือข้อมูลในงานส่งเสริมการเกษตร ๔๓

เรื่องที่ ๒.๒.๑ ประเภทของสาร (Message) หรือข้อมูลในงานส่งเสริมการเกษตร ๔๓

เรื่องที่ ๒.๒.๒ การเก็บรวบรวมและจัดการข้อมูลในงานส่งเสริมการเกษตร ๔๖

เรื่องที่ ๒.๒.๓ การนำเสนอข้อมูลเพื่อประโยชน์ในงานส่งเสริมการเกษตร ๔๘

ตอนที่ ๒.๓ สื่อ หรือช่องทาง (Media or Channel) ในงานส่งเสริมการเกษตร ๕๑

เรื่องที่ ๒.๓.๑ ประเภทของสื่อ หรือช่องทาง (Media or Channel) ในงานส่งเสริมการเกษตร ๕๑

เรื่องที่ ๒.๓.๒ แนวทางการใช้สื่อหรือช่องทาง (Media or Channel) ในงานส่งเสริมการเกษตร ๕๓

ตอนที่ ๒.๔ กลุ่มเป้าหมาย หรือผู้รับสาร (Receiver) ในงานส่งเสริมการเกษตร ๕๖

เรื่องที่ ๒.๔.๑ ลักษณะของกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสาร (Receiver) ๕๖

เรื่องที่ ๒.๔.๒ การจำแนกประเภทของกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสาร (Receiver) ๕๘

ตอนที่ ๒.๕ การประเมินผลการสื่อสารในงานส่งเสริมการเกษตร ๖๑

เรื่องที่ ๒.๕.๑ วัตถุประสงค์ของการประเมินผลทางการสื่อสาร ๖๑

เรื่องที่ ๒.๕.๒ เครื่องมือที่ช่วยประเมินผลการสื่อสาร ๖๑

เรื่องที่ ๒.๕.๓ ประเภทของการประเมินผลทางการสื่อสาร ๖๒

สารบัญ (ต่อ)

รายการ **หน้า**

บทที่ ๓ แนวทางการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร ๖๔

ตอนที่ ๓.๑ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือภายในองค์กร ๖๔

เรื่องที่ ๓.๑.๑ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือกับผู้บังคับบัญชา ๖๔

เรื่องที่ ๓.๑.๒ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือกับ ผู้ใต้บังคับบัญชา ๖๘

เรื่องที่ ๓.๑.๓ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือกับเพื่อนร่วมงาน ๗๓

ตอนที่ ๓.๒ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือภายนอกองค์กร ๘๐

เรื่องที่ ๓.๒.๑ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือกับคณะกรรมการขับเคลื่อนงานนโยบายสำคัญ และการแก้ไขปัญหาภาคเกษตรระดับจังหวัด (Chief of Operation : COO) ๘๐

เรื่องที่ ๓.๒.๒ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือกับคณะทำงานปฏิบัติการขับเคลื่อน งานนโยบายสำคัญและการแก้ไขปัญหาการเกษตรระดับอำเภอ (Operation Team : OT) ๘๙

เรื่องที่ ๓.๒.๓ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือกับเกษตรกรและองค์กรเกษตรกร ๙๔

เรื่องที่ ๓.๒.๔ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย ๙๙

เรื่องที่ ๓.๒.๕ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือกับสื่อมวลชน ๑๐๔

บทที่ ๔ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร ๑๐๘

ตอนที่ ๔.๑ แนวคิด กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร ๑๐๘

เรื่องที่ ๔.๑.๑ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพ : กลยุทธ์สู่ความสำเร็จขององค์กร ๑๑๐

เรื่องที่ ๔.๑.๒ ปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร ๑๑๒

ตอนที่ ๔.๒ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรในภาวการณ์ต่างๆ ๑๑๗

เรื่องที่ ๔.๒.๑ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในภาวะขัดแย้ง ๑๑๘

เรื่องที่ ๔.๒.๒ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในการขยายภาคีเครือข่าย ๑๒๓

สารบัญ (ต่อ)

รายการ **หน้า**

เรื่องที่ ๔.๒.๓ ตัวอย่างการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ๑๒๕

เรื่องที่ ๔.๒.๔ ตัวอย่างการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในศูนย์การเรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) และแปลงใหญ่ จังหวัดลาพูน ๑๓๖

บทที่ ๕ การพัฒนานักส่งเสริมการเกษตรในการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร ๑๔๖

ตอนที่ ๕.๑ คุณสมบัติและทักษะของนักส่งเสริมการเกษตรในการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร ๑๔๖

เรื่องที่ ๕.๑.๑ คุณสมบัติของนักส่งเสริมการเกษตรในการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร ๑๔๖

เรื่องที่ ๕.๑.๒ ทักษะของนักส่งเสริมการเกษตรในการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร ๑๕๑

เรื่องที่ ๕.๑.๓ คุณสมบัติของนักส่งเสริมการเกษตรยุค Gen Y ๑๖๑

ตอนที่ ๕.๒ การสื่อสารเชิงรุกในงานส่งเสริมการเกษตร ๑๖๘

เรื่องที่ ๕.๒.๑ ความหมายและความสำคัญของการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ๑๖๘

เรื่องที่ ๕.๒.๒ แนวคิดในการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ๑๖๙

บทที่ ๖ กรณีศึกษาการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร **๑๗๓**

ตอนที่ ๖.๑ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรภายในองค์กร ๑๗๓

เรื่องที่ ๖.๑.๑ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรในส่วนกลาง ๑๗๓

เรื่องที่ ๖.๑.๒ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรในระดับเขต ๑๗๕

เรื่องที่ ๖.๑.๓ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรในระดับจังหวัด ๑๗๘

สารบัญ (ต่อ)

รายการ **หน้า**

ตอนที่ ๖.๒ กรณีศึกษาการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรภายนอกองค์กร ๑๘๐

เรื่องที่ ๖.๒.๑ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรในระดับอำเภอ ๑๘๐

เรื่องที่ ๖.๒.๒ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรในระดับตำบล ๑๘๓

บรรณานุกรม

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

ตารางที่ ๑.๑ เกณฑ์การจำแนกประเภทของสื่อ ๔
ตารางที่ ๑.๒ เกณฑ์การจำแนกประเภทของการสื่อสาร ๖
ตารางที่ ๑.๓ ข้อดีและข้อจำกัดของระบบการสื่อสารบนเครือข่ายอินเตอร์เน็ต ๒๒
ตารางที่ ๑.๔ ข้อดีข้อจำกัดของโปรแกรมการสื่อสาร (Application) ๓๐

สารบัญภาพ

แผนภาพที่ **หน้า**

ภาพที่ ๑.๑ องค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสาร ๒
ภาพที่ ๑.๒ เว็บไซต์หน่วยงาน (Website) ๑๙
ภาพที่ ๑.๓ ระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงาน (Webmail) ๒๐
ภาพที่ ๑.๔ ระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพ (Video Conference) ๒๑
ภาพที่ ๑.๕ ระบบการถ่ายทอดสดผ่านเว็บไซต์หน่วยงาน (Broadcast Streaming) ๒๑
ภาพที่ ๑.๖ ตัวอย่าง Smartphone ที่นิยมใช้งาน ๒๕
ภาพที่ ๑.๗ ตัวอย่าง Tablet ที่นิยมใช้งาน ๒๕
ภาพที่ ๑.๘ การใช้โปรแกรม Line ๒๖
ภาพที่ ๑.๙ การใช้โปรแกรม Facebook ๒๗
ภาพที่ ๑.๑๐ การใช้โปรแกรมเพจ Facebook ๒๘
ภาพที่ ๑.๑๑ การใช้โปรแกรม Skype ๒๘
ภาพที่ ๑.๑๒ การใช้โปรแกรม Twitter ๒๙
ภาพที่ ๑.๑๓ การใช้โปรแกรม Instagram ๓๐
ภาพที่ ๒.๑ แสดงรูปแบบจำลองการสื่อสาร SMCR Model ตามแนวคิดของเบอร์โล ๓๔
ภาพที่ ๓.๑ การปฏิบัติงานของ Chief of Operation และ Operation Team ๘๔
ภาพที่ ๓.๒ แนวทางการปฏิบัติงานของคณะฯ COO ๘๙
ภาพที่ ๓.๓ แนวทางการปฏิบัติงานของคณะฯ OT ๙๓
ภาพที่ ๔.๑ หน่วยงานภาคีเครือข่ายทั้งในและนอกชุมชน ๑๒๕
ภาพที่ ๔.๒ ชื่อและสัญลักษณ์เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ๑๒๖
ภาพที่ ๔.๓ การเปิดป้ายสำนักงานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ๑๒๗
ภาพที่ ๔.๔ ต้อนรับผู้บริหารจากกรมส่งเสริมการเกษตร ๑๒๘
ภาพที่ ๔.๕ การส่งเสริมกระบวนเรียนรู้ให้กับสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ๑๒๙
ภาพที่ ๔.๖ การจัดเวทีเรียนรู้การเพื่อสร้างความเข้มแข็งเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ๑๒๙
ภาพที่ ๔.๗ การจัดโครงสร้างองค์กรเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ๑๓๐
ภาพที่ ๔.๘ ที่ปรึกษาและคณะกรรมการผู้นำรุ่นใหม่เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ๑๓๑
ภาพที่ ๔.๙ ทำเนียบสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ๑๓๑
ภาพที่ ๔.๑๐ ทำเนียบสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ๑๓๒
ภาพที่ ๔.๑๑ ทำเนียบสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน (ต่อ) ๑๓๒
ภาพที่ ๔.๑๒ จดหมายข่าวประชาสัมพันธ์ผลงานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ๑๓๓
ภาพที่ ๔.๑๓ จดหมายข่าวประชาสัมพันธ์ผลงานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน (ต่อ) ๑๓๓

แผนภาพที่ **หน้า**

ภาพที่ ๔.๑๔ แผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ๑๓๔
ภาพที่ ๔.๑๕ การแบ่งบทบาทตามแผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ๑๓๕
ภาพที่ ๔.๑๖ หน่วยงานภาคีที่สนับสนุนการดำเนินงานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ๑๓๕
ภาพที่ ๔.๑๗ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในการขยายภาคีเครือข่าย ๑๓๖
ภาพที่ ๔.๑๘ องค์ประกอบของศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) ๑๓๘
ภาพที่ ๔.๑๙ ที่ตั้งของศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) จังหวัดลำพูน ๑๓๘
ภาพที่ ๔.๒๐ องค์ประกอบของการส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ ๑๔๐
ภาพที่ ๔.๒๑ การส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ของจังหวัดลำพูน ๑๔๑
ภาพที่ ๔.๒๒ รูปแบบของการขับเคลื่อนของแปลงใหญ่ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ๑๔๑
ภาพที่ ๔.๒๓ การขับเคลื่อน ศพก.และแปลงใหญ่ด้วยระบบ T & V จังหวัดลำพูน ๑๔๓
ภาพที่ ๔.๒๔ การขับเคลื่อน ศพก.สู่แปลงใหญ่จังหวัดลำพูน ๑๔๓
ภาพที่ ๔.๒๕ การประชุมขับเคลื่อน ศพก.และแปลงใหญ่ด้วยระบบ T & V จังหวัดลำพูน ๑๔๔
ภาพที่ ๔.๒๖ การเผยแพร่การขับเคลื่อน ศพก.และแปลงใหญ่จังหวัดลำพูนผ่านบทความ ๑๔๔
ภาพที่ ๔.๒๗ กระบวนการขับเคลื่อน ศพก.และแปลงใหญ่ด้วยระบบ T & V จังหวัดลำพูน ๑๔๕
ภาพที่ ๔.๒๘ ภาคีเครือข่ายในการขับเคลื่อน ศพก.สู่แปลงใหญ่จังหวัดลำพูน ๑๔๕

รายละเอียดชุดวิชา

คำอธิบายชุดวิชา การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

ความหมาย ความสำคัญ องค์ประกอบของการสื่อสาร การประสานความร่วมมือ บทบาท ภารกิจและความสำคัญของการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร แนวทางกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร และการพัฒนาตนเองเพื่อการสื่อสารประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดของการสื่อสาร การประสานความร่วมมือ และความสำคัญของการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

๒. เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อ การประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

๓. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ในงานส่งเสริมการเกษตรได้

รายชื่อบทการเรียนรู้

บทที่ ๑ ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารและการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

บทที่ ๒ กระบวนการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ ๓ แนวทางการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

บทที่ ๔ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

บทที่ ๕ การพัฒนานักส่งเสริมการเกษตรในการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

บทที่ ๖ กรณีศึกษาการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

คำชี้แจงการเรียนรู้

๑. การดำเนินการเรียนรู้

ดำเนินการเรียนรู้ดังนี้

๑) ศึกษาแนวการเรียนรู้

๒) ศึกษาตามประเด็นเนื้อหาสาระ

๓) ทำกิจกรรมการเรียนรู้ตามที่กำหนด

๒. การทำกิจกรรม e-learning

๑. ให้ผู้เรียนทำกิจกรรม e-Learning ในประเด็นต่าง ๆ ในแต่ละสัปดาห์ ดังนี้

สัปดาห์ที่ ๑ ปฐมนิเทศวิชาและการประเมินผลตนเองก่อนเรียน
สื่อเทปวีดิทัศน์ เวลา ....๓๐.... นาที

สัปดาห์ที่ ๒ บทที่ ๑
สื่อเทปวีดิทัศน์ เวลา ....๔๕.... นาที

สัปดาห์ที่ ๓ บทที่ ๒
สื่อเทปวีดิทัศน์ เวลา ....๔๕.... นาที

สัปดาห์ที่ ๔ บทที่ ๓
สื่อเทปวีดิทัศน์ เวลา ....๔๐.... นาที

สัปดาห์ที่ ๕ บทที่ ๔
สื่อเทปวีดิทัศน์ เวลา ....๕๐.... นาที

สัปดาห์ที่ ๖ บทที่ ๕
สื่อเทปวีดิทัศน์ เวลา ....๖๐.... นาที

สัปดาห์ที่ ๗ บทที่ ๖
สื่อเทปวีดิทัศน์ เวลา ....๖๕.... นาที

สัปดาห์ที่ ๘ สรุปและประเมินผลหลังเรียน
สื่อเทปวีดิทัศน์ เวลา ....๒๕.... นาที

๓. การประเมินผลการเรียนรู้

๑) การเข้าร่วมการเรียนรู้ทุกสัปดาห์

๒) การทำกิจกรรมในการเรียนรู้ทุกบท

๓) การประเมินผลจากการสอบวิชาได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๖๐

ผลการตัดสินการเรียนรู้

P = ผ่าน

U = ไม่ผ่าน

I = ไม่สมบูรณ์

๔. คำแนะนำการเข้าใช้ e-learning

ให้ผู้เรียนศึกษาการเรียนรู้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตโดยปฏิบัติตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ที่เว็บไซต์http://www.e-learning.doae.go.th

๕. เอกสาร/สื่อคัดสรรและแนะนำ

-

บทที่ ๑
ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารและการประสานความร่วมมือ

ตอนที่ ๑.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

เรื่องที่ ๑.๑.๑ ความหมาย และความสำคัญของการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต มนุษย์จำเป็นต้องติดต่อสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลา การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง นอกเหนือจากปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ การสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์มาก การสื่อสารมีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบัน ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นยุคโลกาภิวัตน์ เป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารมีประโยชน์ทั้งในแง่บุคคลและสังคม การสื่อสารทำให้คนมีความรู้ และโลกทัศน์ที่กว้างขวางขึ้น การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ทำให้สังคมเจริญก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้มนุษย์สามารถสืบทอดพัฒนา เรียนรู้และรับรู้วัฒนธรรมของตนเองและสังคมได้ การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาประเทศ สร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าแก่ชุมชน และสังคมในทุกด้าน

ความหมายของการสื่อสาร

คำว่า การสื่อสาร (communication) มีที่มาจากรากศัพท์ภาษาลาตินว่า communis หมายถึง ความเหมือนกันหรือร่วมกัน การสื่อสาร (communication) หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ความรู้สึก ความคิดเห็น ความต้องการจากผู้ส่งสาร โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ที่อาจเป็นการพูด การเขียน สัญลักษณ์อื่นใด การแสดงหรือการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ไปยังผู้รับสาร ซึ่งอาจจะใช้กระบวนการสื่อสารที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสม หรือความจำเป็นของตนเอง และคู่สื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดการรับรู้ร่วมกัน และมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อกัน บริบททางการสื่อสารที่เหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผล

ความสำคัญของการสื่อสาร

๑. การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ทุกเพศ ทุกวัย ไม่มีใครที่จะดำรงชีวิตได้โดยปราศจากการสื่อสาร ทุกสาขาอาชีพก็ต้องใช้การสื่อสารในการปฏิบัติงาน การทำธุรกิจต่าง ๆ โดยเฉพาะ สังคมมนุษย์ที่มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตลอดเวลา พัฒนาการทางสังคมจึงดำเนินไปพร้อม ๆ กับพัฒนาการทางการสื่อสาร

๒. การสื่อสารก่อให้เกิดการประสานสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลและสังคม ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคนในสังคมช่วยสืบทอดวัฒนธรรมประเพณี สะท้อนให้เห็นภาพความเจริญรุ่งเรืองวิถีชีวิตของผู้คน ช่วยธำรงสังคมให้อยู่ร่วมกันเป็นปกติสุขและอยู่ร่วมกันอย่างสันติ

๓. การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าทั้งตัวบุคคล และสังคม การพัฒนาทางสังคมในด้านคุณธรรม จริยธรรม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ฯลฯ รวมทั้งศาสตร์ในการสื่อสารจำเป็นต้องพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง

วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

๑. เพื่อแจ้งให้ทราบ (inform) ผู้ทำการสื่อสารควรมีความต้องการที่จะบอกกล่าว หรือชี้แจงข่าวสารเรื่องราว เหตุการณ์หรือสิ่งอื่นใดให้ผู้รับสารได้รับทราบ

๒. เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (teach or education) ผู้ทำการสื่อสารอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อจะถ่ายทอดวิชาความรู้ หรือเรื่องราวเชิงวิชาการ เพื่อให้ผู้รับสารได้มีโอกาสพัฒนาความรู้ให้เพิ่มพูนยิ่งขึ้น

๓. เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (please of entertain) ผู้ทำการสื่อสารอาจใช้วัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจ หรือให้ความบันเทิงแก่ผู้รับสาร โดยอาศัยสารที่ตนเองส่งออกไป ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของการพูด การเขียน หรือการแสดงกิริยาต่าง ๆ

๔. เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (Propose or persuade) ผู้ทำการสื่อสารอาจใช้วัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อให้ข้อเสนอแนะ หรือชักจูงใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่อผู้รับสาร และอาจชักจูงใจให้ผู้รับสารมีความคิดคล้อยตาม หรือยอมปฏิบัติตามการเสนอแนะของตน

๕. เพื่อเรียนรู้ (learn) วัตถุประสงค์นี้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้รับสาร การแสวงหาความรู้ของผู้รับสาร โดยอาศัยลักษณะของสาร ในกรณีนี้มักจะเป็นสารที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวิชาความรู้ เป็นการหาความรู้เพิ่มเติมและเป็นการทำความเข้าใจกับเนื้อหาของสารที่ผู้ทำการสื่อสารถ่ายทอดมาถึงตน

๖. เพื่อกระทำหรือตัดสินใจ (dispose or decide) ในการดำเนินชีวิตของคนมีสิ่งหนึ่งที่ต้องกระทำอยู่เสมอ ก็คือ การตัดสินใจกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งการตัดสินใจนั้นอาจได้รับการเสนอแนะหรือชักจูงใจให้กระทำอย่างนั้นอย่างนี้จากบุคคลอื่นอยู่เสมอ ทางเลือกในการตัดสินใจจึงขึ้นอยู่กับข้อเสนอแนะนั้น

การสื่อสารนับว่ามีความสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ มีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่องควบคู่กับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ฯลฯ การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาคน พัฒนาสังคม ตลอดจนนวัตกรรมด้านต่าง ๆ รวมทั้งด้านการสื่อสารด้วย กล่าวได้ว่า การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของมนุษย์และพัฒนาความเจริญก้าวหน้าในด้านต่าง ๆ อย่างไม่หยุดยั้ง

เรื่องที่ ๑.๑.๒ องค์ประกอบของการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นกิจกรรมร่วมกันที่มีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยผู้ส่งสารต้องการสื่อสาร หรือสิ่งต่าง ๆ ที่อาจอยู่ในรูปของข้อมูล ความรู้ ความคิด ความต้องการไปยังผู้รับสาร โดยผ่านช่องทางหรือสื่อเป็นพาหนะนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ดังภาพที่ ๑.๑



ภาพที่ ๑.๑ องค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสาร

องค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสาร มี ๔ ประการ ดังนี้

๑. ผู้ส่งสาร (sender) หรือ แหล่งสาร (source) หมายถึงบุคคล กลุ่มบุคคล หรือ หน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งสาร หรือเป็นแหล่งกำเนิดสารที่เป็นผู้เริ่มต้นส่งสารด้วยการแปลสารนั้นให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้นแทนความคิดได้แก่ ภาษาและอากัปกิริยาต่าง ๆ เพื่อสื่อสารความคิด ความรู้สึก ข่าวสารความต้องการ และวัตถุประสงค์ของตนไปยังผู้รับสารด้วยวิธีการใด ๆ หรือส่งผ่านช่องทางใดก็ตาม จะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม เช่น ผู้พูด ผู้เขียน กวี ศิลปิน นักจัดรายการวิทยุ โฆษกรัฐบาล องค์การ สถาบัน สถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีวิทยุโทรทัศน์ กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ หน่วยงานของรัฐ บริษัท สถาบันสื่อมวลชน เป็นต้น

คุณสมบัติของผู้ส่งสาร

๑.๑ เป็นผู้ที่มีเจตคติแน่ชัดที่จะให้ผู้อื่นรับรู้จุดประสงค์ของตนในการส่งสารแสดงความคิดเห็น หรือวิจารณ์ ฯลฯ

๑.๒ เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปเป็นอย่างดี

๑.๓ เป็นผู้ที่มีบุคลิกลักษณะที่ดี มีความน่าเชื่อถือ แคล่วคล่องเปิดเผยจริงใจ และมีความรับผิดชอบ ในฐานะเป็นผู้ส่งสาร

๑.๔ เป็นผู้ที่สามารถเข้าใจความพร้อม และความสามารถในการรับสารของผู้รับสาร

๑.๕ เป็นผู้รู้จักเลือกใช้กลวิธีที่เหมาะสมในการส่งสารหรือนำเสนอสาร

๒. สาร (message) หมายถึงเรื่องราวที่มีความหมาย หรือสิ่งต่าง ๆ ที่อาจอยู่ในรูปของข้อมูลความรู้ ความคิดความต้องการ อารมณ์ ฯลฯ ซึ่งถ่ายทอดจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารให้ได้รับรู้ และแสดงออกมาโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ใด ๆ ที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ เช่น ข้อความที่พูด ข้อความที่เขียน บทเพลงที่ร้อง รูปที่วาด เรื่องราวที่อ่าน ท่าทางที่สื่อความหมาย เป็นต้น

๒.๑ รหัสสาร (message code) ได้แก่ ภาษา สัญลักษณ์ หรือสัญญาณที่มนุษย์ใช้เพื่อแสดงออกแทนความรู้ ความคิด อารมณ์ หรือความรู้สึกต่าง ๆ

๒.๒ เนื้อหาของสาร (message content) หมายถึง บรรดาความรู้ความคิดและประสบการณ์ที่ผู้ส่งสารต้องการจะถ่ายทอด เพื่อการรับรู้ร่วมกันแลกเปลี่ยนเพื่อความเข้าใจร่วมกันหรือโต้ตอบกัน

๒.๓ การจัดสาร (message treatment) หมายถึงการรวบรวมเนื้อหาของสาร แล้วนำมาเรียบเรียงให้เป็นระบบ เพื่อให้ได้ใจความตามเนื้อหาที่ต้องการด้วยการเลือกใช้รหัสสารที่เหมาะสม

๓. สื่อหรือช่องทาง (media or channel) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการสื่อสารหมายถึง สิ่งที่เป็นพาหนะของสาร ทำหน้าที่นำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ผู้ส่งสารต้องอาศัยสื่อหรือช่องทาง ทำหน้าที่นำสารไปสู่ผู้รับสาร การจำแนกประเภทของสื่อ สามารถจำแนกได้ตามเกณฑ์ ดังตารางที่ ๑.๑

ตารางที่ ๑.๑ เกณฑ์การจำแนกประเภทของสื่อ

เกณฑ์	ประเภทของสื่อ	ตัวอย่าง
๑. วิธีการเข้า และถอดรหัส	สื่อวัจนะ (verbal) สื่ออวัจนะ (nonverbal)	คำพูด ตัวเลข สีหน้า ท่าทาง น้ำเสียง หนังสือพิมพ์ รูปภาพ
๒. ประสาทการรับรู้	สื่อที่รับรู้ด้วยการเห็น สื่อที่รับรู้ด้วยการฟัง สื่อที่รู้ด้วยการเห็นและการฟัง	นิตยสาร เทป วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ วีดิทัศน์
๓. ระดับการสื่อสาร หรือจำนวนผู้รับสาร	สื่อระหว่างบุคคล สื่อในกลุ่ม สื่อสารมวลชน	โทรศัพท์ จดหมาย ไมโครโฟน โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์
๔. ยุคสมัย	สื่อดั้งเดิม สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่ออินเตอร์เน็ต	เสียงกลอง ควันไฟ ภาษาท่าทาง หนังสือ นิตยสาร ใบปลิว วิทยุ โทรทัศน์ วีดิทัศน์ โทรศัพท์ เว็บไซต์ อีเมล์ การประชุมทางไกลผ่านจอภาพ การถ่ายทอดสด
๕. การใช้งาน	สื่อสำหรับงานทั่วไป สื่อเฉพาะกิจ	จดหมายเวียน โทรศัพท์ วารสาร จุลสาร วีดิทัศน์
๖. การมีส่วนร่วมของผู้รับสาร	สื่อร้อน สื่อเย็น	การพูด การอ่าน

๔. ผู้รับสาร (receiver) หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคลหรือมวลชนที่รับเรื่องราวข่าวสารจากผู้ส่งสารและแสดงปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) ต่อผู้ส่งสาร หรือส่งสารต่อไปถึงผู้รับสารคนอื่น ๆ ตามจุดมุ่งหมายของผู้ส่งสาร เช่น ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้ฟังรายการวิทยุ กลุ่มผู้ฟังการอภิปราย ผู้อ่านบทความจากหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

คุณสมบัติของผู้รับสาร

๔.๑ เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความสนใจ และความพร้อมในสารและข้อมูลที่ได้รับ

๔.๒ เป็นผู้มีเจตคติความรู้สึกนึกคิด

- เจตคติต่อตนเอง มีความเชื่อมั่นในตัวเองทำให้การรับสารเป็นไปอย่างตั้งใจและสนใจ
- เจตคติต่อสารคือความรู้สึกที่ตนได้รับนั้นเป็นสิ่งที่ดี และน่าสนใจเพียงใด
- เจตคติต่อผู้ส่งสารมีความรู้สึกที่ดี หรือมีอคติต่อผู้ส่งสารหรือไม่

๔.๓ เป็นผู้มีความรู้พื้นฐานเรื่องสารที่ได้รับ

๔.๔ เป็นผู้มีความสามารถในการแปลความหมายของสาร

๔.๕ เป็นผู้มีความสามารถแสดงปฏิกิริยาตอบกลับหรือปฏิกิริยาย้อนกลับต่อสารที่ได้รับ

การสื่อสารจะประสบความสำเร็จตรงตามจุดประสงค์หรือไม่ ผู้ส่งสารควรคำนึงถึงหลักการสื่อสาร ดังนี้

๑) ผู้ที่จะสื่อสารให้ได้ผลและเกิดประโยชน์จะต้องทำความเข้าใจเรื่ององค์ประกอบในการสื่อสารและปัจจัยทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับระบบการรับรู้ การคิด การเรียนรู้ การจำ ซึ่งมีผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสาร

๒) ผู้ที่จะสื่อสารต้องคำนึงถึงบริบทในการสื่อสาร บริบทในการสื่อสาร หมายถึง สิ่งที่อยู่แวดล้อมที่มีส่วนในการกำหนดความหมายหรือความเข้าใจในการสื่อสาร

๓) คำนึงถึงกรอบแห่งการอ้างอิง (Frame of reference) มนุษย์ทุกคนจะมีพื้นความรู้ทักษะ เจตคติ ค่านิยม สังคม ประสบการณ์ ฯลฯ เรียกว่าภูมิหลังแตกต่างกัน ถ้าคู่สื่อสารใดมีกรอบแห่งการอ้างอิงคล้ายกันใกล้เคียงกัน จะทำให้การสื่อสารง่ายขึ้น

๔) การสื่อสารจะมีประสิทธิผล เมื่อผู้ส่งสารส่งสารอย่างมีวัตถุประสงค์ชัดเจน ผ่านสื่อหรือช่องทางที่เหมาะสมถึงผู้รับสารที่มีทักษะในการสื่อสาร และมีวัตถุประสงค์สอดคล้องกัน

๕) ผู้ส่งสารและผู้รับสาร ควรเตรียมตัวและเตรียมการล่วงหน้าเพราะจะทำให้การสื่อสารราบรื่น สะดวก รวดเร็วเป็นไปตามวัตถุประสงค์ และสามารถแก้ไขได้ทันท่วงที หากจะเกิดอุปสรรค์ที่จุดใดจุดหนึ่ง

๖) คำนึงถึงการใช้ทักษะภาษาเป็นสัญลักษณ์ที่มนุษย์ตกลงใช้ร่วมกันในการสื่อความหมาย ซึ่งถือได้ว่าเป็นหัวใจในการสื่อสาร คู่สื่อสารต้องศึกษาเรื่องการใช้ภาษาและสามารถใช้ภาษาให้เหมาะสมกับกาลเทศะ บุคคล เนื้อหาของสาร และช่องทางหรือสื่อที่ใช้ในการสื่อสาร

๗) คำนึงถึงปฏิกิริยาตอบกลับตลอดเวลา (Feedback) ถือเป็นการประเมินผลการสื่อสารที่จะทำให้คู่สื่อสารรับรู้ผลของการสื่อสารว่าประสบผลดีตรงตามวัตถุประสงค์หรือไม่ ควรปรับปรุงเปลี่ยนแปลง หรือแก้ไขข้อบกพร่องใด เพื่อที่จะทำให้การสื่อสารเกิดผลตามที่ต้องการ

ในกระบวนการสื่อสาร นอกจากองค์ประกอบการสื่อสารทั้ง ๔ ประการที่กล่าวข้างต้นแล้ว อันได้แก่ ผู้ส่งสาร (sender) สาร (message) สื่อหรือช่องทาง (media or channel) และผู้รับสาร (receiver) มีองค์ประกอบเพิ่มเติมอีก ๒ ประการ ที่จะทำให้กระบวนการติดต่อสื่อสารมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คือ ปฏิกิริยาตอบกลับหรือปฏิกิริยาสะท้อนกลับ (Feedback) และกรอบแห่งการอ้างอิง (Frame of reference) หรือสนามแห่งประสบการณ์ร่วม (Field of experience) ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารนั้น ๆ

เรื่องที่ ๑.๑.๓ ประเภทของการสื่อสาร

การจำแนกประเภทของการสื่อสาร มีผู้จำแนกไว้หลายประเภท โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะนำเสนอดังตารางที่ ๑.๒

ตารางที่ ๑.๒ เกณฑ์การจำแนกประเภทของการสื่อสาร

เกณฑ์	ประเภทของการสื่อสาร	ตัวอย่าง
๑. จำนวนผู้ทำการสื่อสาร	๑.๑ การสื่อสารภายในตัวบุคคล (intrapersonal communication)	- การพูดกับตัวเอง - การคิดคำนึงเรื่องต่าง ๆ - การร้องเพลงฟังเอง - การคิดถึงงานที่จะทำ เป็นต้น
	๑.๒ การสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication)	- การพูดคุยระหว่างบุคคล ๒ คน ขึ้นไป - การพูดคุย - การเขียนจดหมาย - การโทรศัพท์ - การประชุมกลุ่มย่อย เป็นต้น
	๑.๓ การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (large group communication)	- การอภิปรายในหอประชุม - การพูดหาเสียงเลือกตั้ง - การปราศรัยในงานสังคม - การกล่าวปาฐกถาในหอประชุม - การบรรยายทางวิชาการ ณ ศูนย์เรียนรวม เป็นต้น
	๑.๔ การสื่อสารในองค์การ (organizational communication)	- การสื่อสารในบริษัท - การสื่อสารในหน่วยงานราชการ - การสื่อสารในโรงงาน - การสื่อสารของธนาคาร เป็นต้น
	๑.๕ การสื่อสารมวลชน (mass communication)	- หนังสือพิมพ์, นิตยสาร - วิทยุ - โทรทัศน์ - ภาพยนตร์ เป็นต้น
๒. การเผชิญหน้า	๒.๑ การสื่อสารแบบเผชิญหน้า (face to face communication)	- การสนทนาต่อหน้ากัน - การประชุมสัมมนา - การสัมภาษณ์เฉพาะหน้า - การเรียนการสอนในชั้นเรียน - การประชุมกลุ่มย่อย เป็นต้น
	๒.๒ การสื่อสารแบบไม่เผชิญหน้า (interposed communication)	เอกสารการสื่อสารที่ผ่านสื่อมวลชนทุกชนิด ได้แก่ - หนังสือพิมพ์

เกณฑ์	ประเภทของการสื่อสาร	ตัวอย่าง
		- วิทยุ - โทรทัศน์
๓. ความสามารถในการโต้ตอบ	๓.๑ การสื่อสารทางเดียว (one-way communication)	การสื่อสารที่ผ่านสื่อมวลชนทุกชนิด คือ - วิทยุ/โทรทัศน์/วีดิทัศน์ - โทรเลข/โทรสาร - ภาพยนตร์ เป็นต้น
	๓.๒ การสื่อสารสองทาง (two-way communication)	- การสื่อสารระหว่างบุคคล - การสื่อสารในกลุ่ม - การพูดคุย/การสนทนา เป็นต้น
๔. ความแตกต่างระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร	๔.๑ การสื่อสารระหว่างเชื้อชาติ (interracial communication)	- ชาวไทยสื่อสารกับคนต่างประเทศ - คนจีน มาเลย์ อินเดีย ในประเทศมาเลเซีย สื่อสารกัน เป็นต้น
	๔.๒ การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (gosscultural communication)	- การสื่อสารระหว่างคนไทยภาคใต้กับภาคเหนือหรือภาคอื่น ๆ - ชาวไทยสื่อสารกับชาวเขา เป็นต้น
	๔.๓ การสื่อสารระหว่างประเทศ (international communication)	- การเจรจาติดต่อสัมพันธ์ทางการทูต - การเจรจาในฐานะตัวแทนรัฐบาล เป็นต้น
๕. การใช้ภาษา	๕.๑ การสื่อสารเชิงวัจนภาษา (verbal communication)	- การพูด, การบรรยาย - การเขียนจดหมาย บทความ เป็นต้น
	๕.๒ การสื่อสารเชิงอวัจนภาษา (non-verbal communication)	- การสื่อสารโดยไม่ใช้ถ้อยคำคำพูด - อาการภาษา กาลภาษา เทศภาษา สัมผัสภาษา เนตรภาษา วัตถุภาษาและปริภาษา เป็นต้น

โดยทั่วไปในการติดต่อสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล กลุ่มคน องค์การ มวลชน โดยมีการติดต่อสื่อสาร ๒ แบบ ได้แก่

แบบที่ ๑ การติดต่อสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) หมายถึง การที่ผู้ส่งสารได้แจ้ง หรือเสนอข้อมูลให้ผู้รับทราบ เพื่อแนะนำ บอกกล่าวหรือสั่งให้ปฏิบัติการ ซึ่งฝ่ายรับจะไม่มีโอกาสได้สอบถามหรือปรึกษาหารือกับผู้ส่งสารเลย

แบบที่ ๒ การติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารทำความเข้าใจกันมีการโต้ตอบระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยที่ทั้งสองฝ่ายมีโอกาสพบปะ ชี้แจง ทำการตกลง ทบทวนความเข้าใจ

ถึงแม้ว่าการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) เป็นการสื่อสารที่ดีกว่าสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) เพราะเป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถทำความเข้าใจ และโต้ตอบกันได้ในทันทีโดยที่ต่างฝ่ายต่างผลัดกันทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับในเวลาเดียวกัน แต่การสื่อสารจะประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือไม่ขึ้นอยู่กับ ผู้ส่งสารสามารถพิจารณาเลือกรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมกับสาร ผู้รับสาร และสภาวะแวดล้อม ในการสื่อสารนั้น

เรื่องที่ ๑.๑.๔ อุปสรรคในการสื่อสาร

อุปสรรคในการสื่อสาร หมายถึง สิ่งที่ทำให้การสื่อสารไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและผู้รับสาร อุปสรรคในการสื่อสารอาจเกิดขึ้นได้ทุกขั้นตอนของกระบวนการสื่อสาร ดังนี้

๑. อุปสรรคที่เกิดจากผู้ส่งสาร

๑.๑ ผู้ส่งสารมีความรู้ความเข้าใจตลอดจนมีข้อมูลเกี่ยวกับสารที่ต้องการสื่อไม่เพียงพอทำให้เกิดความเข้าใจผิดพลาด เกิดความลังเลไม่แน่ใจ

๑.๒ ผู้ส่งสารขาดกลวิธีในการถ่ายทอด หรือการนำเสนอที่ดี กลวิธีในการถ่ายทอด หรือการนำเสนอที่ดีที่เหมาะสม จะทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจกระตือรือร้น และรับสารได้ถูกต้องรวดเร็วขึ้น

๑.๓ บุคลิกภาพของผู้ส่งสารผู้ส่งสารที่มีบุคลิกภาพที่ดี เช่น แต่งกายดี น้ำเสียงน่าฟังใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใสย่อมช่วยปลุกเร้าให้ผู้รับสารเกิดความสนใจที่จะรับสารยิ่งขึ้น

๑.๔ ทัศนคติของผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารที่มีทัศนคติที่ดีต่อทั้งตนเองต่อผู้รับสารย่อมทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

๒. อุปสรรคที่เกิดจากสาร

๒.๑ สารยากเกินไปสำหรับผู้รับสาร เช่น เป็นเรื่องที่ผู้รับสารไม่เคยมีภูมิหลังมาก่อนหรือสารมีความสลับซับซ้อน มีข้อมูลหรือการอ้างอิงที่ยุ่งยาก

๒.๒ สารขาดการจัดลำดับที่ดี ทำให้เกิดความสับสน และขาดความน่าสนใจ

๒.๓ สารที่ขัดกับค่านิยม หรือความเชื่อ หรือขัดต่อระบบความคิดของผู้รับสารหรือของผู้ส่งสารเอง เช่น กำหนดให้พูดในเรื่องที่ผู้ส่งสารไม่ศรัทธาไม่มีความเชื่อถือ จะทำให้การพูดไม่มีชีวิตชีวา

๓. อุปสรรคที่เกิดจากสื่อหรือช่องทาง ภาษาพูด และภาษาเขียนอาจทำให้เกิดปัญหาในการสื่อสารด้วยสาเหตุการใช้ภาษาพูด และภาษาเขียนไม่ชัดเจน เช่น พูดออกเสียงไม่ชัด การเลือกใช้คำไม่ตรงกับความหมาย การแบ่งวรรคตอน จังหวะการพูด การพูดหรือเขียนสั้นเกินไป หรือยาวเกินไป เป็นต้น

ปัญหาในการสื่อสารอาจมีสาเหตุมาจากสื่อมีขนาดเล็กเกินไป ความไม่ชัดเจนของสื่อ เช่นรูปภาพ สัญลักษณ์ วัตถุสิ่งของ การทำสัญญาณการเคลื่อนไหว การทำท่าทาง เป็นต้น

๔. อุปสรรคที่เกิดจากผู้รับสาร

๔.๑ ผู้รับสารขาดความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสารที่ตนได้รับ เช่น ไม่เคยได้ยินได้ฟังมาก่อน หรือผู้รับสารมีภูมิความรู้ที่น้อยหรือมากเกินไป

๔.๒ ผู้รับสารมีทัศนคติที่ไม่ดี เช่น มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อผู้ส่งสาร ต่อสาร ทำให้ความสนใจลดน้อยลงหรืออาจจะไม่สนใจเลย

๔.๓ ผู้รับสารตั้งความคาดหวังไว้สูงเกินไป เช่น คาดหวังว่าจะได้รับฟังจากนักพูด ที่มีชื่อเสียง แต่เมื่อถึงเวลาเข้าจริงกลับไม่เป็นอย่างนั้น

การสื่อสารบางครั้งอาจเกิดอุปสรรค ไม่ราบรื่นตามที่กำหนดไว้ ผู้ส่งสารควรสงบจิตใจ ทำใจให้เป็นกลาง และไม่หวั่นไหวไปกับการสับสนที่เกิดขึ้นกับการสื่อสารนั้นค่อย ๆ พิจารณาอย่าด่วนสรุปว่าตัวสารหรือผู้รับสารเป็นต้นเหตุ อุปสรรคของการสื่อสารโดยพิจารณาที่ตัวเราเองก่อนว่าเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับการนำเสนอหรือไม่ ซึ่งจะช่วยให้เกิดการพัฒนาปรับปรุงตนเองให้มีความพร้อมยิ่งขึ้น ไม่เกิดการขุ่นข้องหมองใจแก่ทุกฝ่าย จากนั้นจึงพิจารณาถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่อาจเป็นอุปสรรคของการสื่อสาร เช่น กาลเทศะและสภาพแวดล้อมในการสื่อสาร ซึ่งผู้ส่งสารต้องคำนึงถึงระยะเวลา และช่วงเวลาในการสื่อสารให้เหมาะสมกับกาลเทศะและสภาพแวดล้อม เป็นต้น

ตอนที่ ๑.๒ แนวคิดเกี่ยวกับการประสานความร่วมมือ

เรื่องที่ ๑.๒.๑ ความหมาย และความสำคัญของการประสานความร่วมมือ

ความหมายของการประสานงาน

สมิต สัชฌุกร : กล่าวว่าการประสานงาน คือ การที่บุคคลหรือหน่วยงานในองค์การทำงานร่วมกับบุคคลและหน่วยงานอื่น เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน มีลักษณะเป็นกระบวนการที่ต้องกระทำต่อเนื่อง สอดคล้องกันไปเพื่อให้งานสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ ในทางราชการได้มีนักวิชาการให้ความหมายไว้ว่าการประสานงานหมายถึง “การจัดระเบียบวิธีการทำงานเพื่อให้งานและเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ ร่วมมือปฏิบัติงานเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวไม่ทำให้งานซ้อนกัน ขัดแย้งกัน หรือเหลื่อมล้ำกัน ทั้งนี้ เพื่อให้งานดำเนินไปอย่างราบรื่นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนโยบายขององค์การอย่างสมานฉันท์และมีประสิทธิภาพ”

ส่วนทางธุรกิจให้ความหมายว่าการประสานงานหมายถึง “การติดต่อสื่อสารให้เกิดความคิดความเข้าใจตรงกันในการร่วมมือปฏิบัติงานให้สอดคล้องทั้งเวลาและกิจกรรมที่จะต้องกระทำให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างสมานฉันท์ เพื่อให้งานดำเนินไปอย่างราบรื่นไม่เกิดการทำงานซ้ำซ้อนขัดแย้งหรือเหลื่อมล้ำกัน”

ความหมายของความร่วมมือ

การประสานงานกับความร่วมมือ มีส่วนเกี่ยวข้องกัน แต่ความหมายแตกต่างกัน มีนักบริหารและนักวิชาการให้ความหมายของความร่วมมือไว้ ดังนี้

ความร่วมมือ หมายถึง ความเต็มใจของแต่ละคนในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

ความร่วมมือ หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่ทำร่วมกัน หรือช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อไปสู่เป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่ง

ความร่วมมือ หมายถึง การทำงานร่วมกับคนอื่นในทางต่าง ๆ เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายขององค์การหรือหน่วยงาน

ความร่วมมือ หมายถึง บุคคลในหน่วยงานหรือองค์การ ซึ่งทำงานช่วยเหลือซึ่งกัน ด้วยความเต็มใจเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์อย่างเดียวกัน

ความสำคัญของการประสานความร่วมมือ

การประสานความร่วมมือเป็นศิลปะ เป็นเทคนิคในการบริหาร และเป็นผลิตผลของนักบริหารที่มีความสามารถ มีความตั้งใจจริงในการบริหารงาน เพื่อประโยชน์ส่วนรวม การที่จะพยายามทำให้คนหลายคนมาร่วมมือทำงานกัน หรือต่างหน่วยงานกันมาให้ความร่วมมือกัน เพื่อให้งานสำเร็จจึงนับว่าต้องใช้ความพยายาม ความตั้งใจจริง ความจริงใจเป็นอย่างมาก และสิ่งที่สำคัญ คือ ทัศนคติในการปฏิบัติหน้าที่ราชการที่ตรงกันในหลายหน่วยงาน เราจะพบว่าผู้ปฏิบัติงานแต่ละคนจะนึกถึงแต่เฉพาะเป้าหมายของหน่วยงานของตน นึกถึงศักดิ์ศรีหน้าที่ และความรับผิดชอบมักมอง ไม่เห็นความสำคัญของผู้อื่นหรือหน่วยงานอื่น และประการสำคัญมักมองไม่เห็นความเสียหายที่อาจเกิดจากการไม่ประสานความร่วมมือกัน การประสานความร่วมมือมี ๓ ลักษณะ ดังนี้

ลักษณะที่ ๑ เป็นเรื่องเกี่ยวกับการร่วมมือร่วมใจการปฏิบัติจัดระเบียบให้เรียบร้อย ให้สอดคล้องกลมกลืนกัน เพื่อให้งานสมดุลและสำเร็จตามเป้าหมายในเวลากำหนด ต้องปราศจากการขัดแย้งหรือเหลื่อมล้ำ หรือซ้ำซ้อนกัน ถูกต้องตามจังหวะเวลา สถานที่ปราศจากข้อขัดแย้ง ก็คือไม่มีขัด ไม่มีแย้ง ไม่เหลื่อมล้ำ ทำงานได้โดยไม่มีอุปสรรคและไม่เกิดการสูญเปล่า

ลักษณะที่ ๒ เป็นเรื่องเกี่ยวกับความร่วมมือการทำงาน จำเป็นที่จะต้องมีการประสานความร่วมมือในหน่วยงาน มนุษย์เรามีการประสานงานกันอยู่ตามธรรมชาติ องค์การที่จะประสบผลสำเร็จต้องมีความร่วมมือ และความร่วมมือจะเกิดขึ้นได้ต้องมองเห็นเป้าหมายของงาน และความรับผิดชอบข้อมูลข่าวสารที่มีต้องตรงไปตรงมา

ลักษณะที่ ๓ เป็นเรื่องของเทคนิคการบริหารเพื่อให้เกิดความร่วมมือของบุคลากรในองค์การ โดยลักษณะการประสานความร่วมมือดังกล่าว สามารถกระทำได้ทั้งอย่างเป็นทางการ หรือไม่เป็นทางการก็ได้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ สำหรับการประสานงานอย่างเป็นทางการ หมายถึง การประสานงานแบบมีพิธีที่ต้องปฏิบัติ เช่น มีหนังสือติดต่อหรือต้องแจ้งให้คณะกรรมการเฉพาะกิจรับรู้ และขอความเห็นชอบทำเป็นลายลักษณ์อักษร หรือการเสนอรายงานเป็นลำดับขั้น เป็นต้น ส่วนการประสานงานอย่างไม่เป็นทางการ หมายถึง การประสานงานอย่างไม่มีพิธีรีตองเพียงแต่ทำความตกลงให้ทราบถึงการที่จะปฏิบัติให้เป็นไปในจังหวะเวลาเดียวกันด้วยจุดประสงค์เดียวกัน การดำเนินการจะอาศัยความใกล้ชิดสนิทสนมเป็นส่วนตัว ระหว่างบุคคลมีการอะลุ้มอล่วยไม่มีระเบียบแบบแผนการติดต่อแบบนี้จะเป็นการเผชิญหน้าซึ่งและกัน ผลดีก็คือสามารถมีความเข้าใจที่ตรงกันและชัดเจนที่สุดเพราะสามารถจะซักถามได้ เช่น การประสานงานด้วยวาจาทางโทรศัพท์การเข้าพบผู้ที่ติดต่อโดยตรง

เรื่องที่ ๑.๒.๒ องค์ประกอบของการประสานความร่วมมือ

การประสานความร่วมมือ เพื่อไม่ให้เกิดการขัดแย้ง ได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ระดับเดียวกัน และระหว่างหน่วยงานที่อยู่

ต่างระดับกัน ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ อาจพิจารณาองค์ประกอบที่สำคัญของการประสานความร่วมมือ ดังนี้

๑. ความร่วมมือจะต้องสร้างสัมพันธภาพในการทำงานร่วมกันของทุกฝ่าย โดยอาศัยความเข้าใจหรือการตกลงร่วมกัน มีการรวบรวมกำลังความคิดวิธีการเทคนิค และระดมทรัพยากรมาสนับสนุนงานร่วมกันเป็นการปฏิบัติงาน เพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายเดียวกันเต็มใจที่จะทำงานร่วมกันและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อไปสู่เป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่ง

๒. จังหวะเวลาจะต้องปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบของแต่ละคนตามกำหนดเวลาที่ตกลงกัน

๓. ความสอดคล้องจะต้องพิจารณาความพอเหมาะพอดีไม่ทำงานซ้อนกันเพื่อช่วยให้การบริหารงานประสบความสำเร็จ

๔. ระบบการสื่อสารจะต้องมีการสื่อสารที่เข้าใจตรงกันอย่างรวดเร็ว และราบรื่นการติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการประสานงานในการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริงความคิดเห็นหรือความรู้สึก และเป็นสื่อกลางที่จะเชื่อมโยงบุคคลต่าง ๆ ภายในหรือระหว่างหน่วยงาน หรือองค์การให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

๕. ผู้ประสานงานจะต้องสามารถดึงทุกฝ่ายเข้าร่วมทำงานและสามารถขอความร่วมมือ เพื่อตรงไปสู่จุดหมายเดียวกันตามที่กำหนดเป็นวัตถุประสงค์ของงาน

สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการประสานความร่วมมือ

การประสานความร่วมมือนั้น มีความหลากหลายในเรื่องที่จะประสานกัน ซึ่งจะต้องพิจารณารูปแบบของการประสานงานให้เหมาะสม โดยทั่วไปมีสิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการประสานงานในแต่ละกรณีดังต่อไปนี้

๑) วัตถุประสงค์การประสานงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ต้องอาศัยความร่วมมือและจังหวะเวลาในการปฏิบัติจากผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย ตัวอย่างเช่น งานกฎหมายส่วนว่าคดีของธนาคาร ในการเตรียมฟ้องจะต้องประสานไปยังศาล เพื่อขอเอกสารและขอความร่วมมือให้จัดทำการ์ดบัญชีมาเป็นเอกสารพยาน ตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องในการคิดคำนวณดอกเบี้ยตามกฎหมาย ในประการสำคัญจะต้องส่งมาให้ทันกำหนด เพื่อจะได้ไม่ต้องเลื่อนฟ้องและทนายความมีเวลาตรวจสอบความถูกต้องในทางกฎหมายได้

๒) กระบวนการการประสานงานในเรื่องที่มีขั้นตอนการปฏิบัติอย่างเป็นกระบวนการจะต้องกระทำให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ซึ่งเป็นสิ่งที่จะต้องระมัดระวังอย่างยิ่ง เพราะงานที่มีวัตถุประสงค์ดีแต่มีการปฏิบัติผิดขั้นตอน ก็จะทำให้ไม่ได้รับผลตามต้องการ ตัวอย่างเช่น การจัดให้พนักงานร่วมบริจาคโลหิตเพื่ออุทิศถวายเป็นพระราชกุศล เป็นกิจกรรมซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่ดี จะต้องดำเนินการเชิญชวนพนักงานให้ร่วมบริจาคโลหิต ด้วยการประสานงานกับศูนย์รับบริจาคโลหิต สภากาชาดไทยในการกำหนดวัน เวลา และสถานที่ให้เหมาะสม มีความสะดวกทั้งทางหน่วยงานต่าง ๆ ที่จะอนุญาตให้พนักงานละจากหน้าที่มาบริจาคโลหิตและพนักงานผู้บริจาคเองก็สะดวกในขั้นตอนต่อไปก็จะต้องแจ้งเชิญชวนให้พนักงานทราบกำหนดวัน เวลา และสถานที่ จะต้องติดต่อขออนุญาตฝ่ายสถานที่และขอความร่วมมือในการจัดสถานที่ล่วงหน้า ติดต่อฝ่ายอาหาร เพื่อจัดเลี้ยงอาหารว่าง และเครื่องดื่ม เพื่อให้เกิดความพร้อมในการดำเนินการ

๓) เจ้าหน้าที่กับเจ้าหน้าที่การประสานงานระหว่างคน ต้องคำนึงถึงความเข้าใจ และความรู้สึกที่ดีต่อกันในเบื้องต้นจะต้องมีการยอมรับระหว่างกัน เพื่อจะได้มีทัศนคติที่ดีต่อกันความร่วมมือก็จะ

เกิดตามมา เจ้าหน้าที่ซึ่งรับผิดชอบในงานที่ต้องร่วมกันทำเป็นทีมก็จะต้องให้ความร่วมมือกัน โดยลักษณะของการทำงานอยู่แล้ว แต่เจ้าหน้าที่ซึ่งอยู่ต่างหน่วยงานกันมักจะเข้าใจว่าอยู่ต่างทีมงานกัน แท้ที่จริงผู้ซึ่งอยู่ต่างหน่วยงานกัน แต่ต้องติดต่อประสานงานกัน ก็คือเป็นทีมงานเดียวกันได้ ทั้งนี้จะต้องทำความเข้าใจวัตถุประสงค์ให้ตรงกัน และรู้บทบาทหน้าที่ของตนในงานที่จะประสานกันมีความร่วมมือให้แก่กัน ตัวอย่างเช่น การประสานงานในการย้ายสำนักงาน ก็จะต้องทำความเข้าใจกันระหว่างเจ้าหน้าที่ของสถานที่เดิมกับเจ้าหน้าที่ของสถานที่ใหม่ มีการตกลงในเรื่องวัน เวลา และชี้แจงข้อมูลอันจำเป็นให้แก่กัน เพื่อจะได้เกิดความเข้าใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อกัน

๔) หน่วยงานต่อหน่วยงานการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่อหน่วยงาน ตัวอย่างเช่น การรับงานออกแบบจากฝ่ายศิลป์ของบริษัท ส่งให้ทางโรงพิมพ์ แก้สีทำเพลท นำกลับมาให้ฝ่ายศิลป์ปรู๊ฟสี และส่งให้ผู้บริหารอนุมัติ การจัดพิมพ์และบรรจุหีบห่อให้เรียบร้อยจัดส่งให้แก่หน่วยงานต่าง ๆ ตามกำหนดเวลาที่ได้ตกลงกัน เพื่อให้หน่วยงานต่าง ๆ จัดส่งถึงลูกค้าต่อไป

๕) นโยบายกับวิธีปฏิบัติ นโยบายถูกกำหนดขึ้นโดยฝ่ายจัดการ หรือผู้บริหารสูงสุด การปฏิบัติด้วยวิธีการใด ๆ จะต้องไม่ขัดกับนโยบาย แม้จะให้ผลตรงตามวัตถุประสงค์ และบรรลุเป้าหมาย ตัวอย่างเช่น การให้สินเชื่อของธนาคารซึ่งกำหนดนโยบายไว้ว่าจะไม่ส่งเสริมการสร้างอาคารชุด เพราะถ้ามีธุรกิจอาคารชุดมากเกินความจำเป็น เมื่อประชาชนไม่ต้องการที่อยู่อาศัย ในลักษณะนี้ธุรกิจ ก็จะไม่สามารถใช้หนี้คืนธนาคารได้ ดังนั้น สาขาของธนาคารก็จะต้องไม่ให้การอนุมัติสินเชื่อแก่ธุรกิจอาคารชุด แม้ว่าจะเป็นวิธีการที่ทำให้ยอดวงเงินสินเชื่อเข้าเป้า

๖) นโยบายกับการปฏิบัติเป็นการประสานเพื่อนำนโยบายอันได้แก่หลักการที่กำหนดไว้ล่วงหน้าเพื่อใช้เป็นกรอบหรือแนวทางปฏิบัติสู่ผู้ปฏิบัติ ซึ่งจะต้องทำให้ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้รับรู้ มีความเข้าใจและปฏิบัติได้ถูกต้องตรงกัน

๗) การปฏิบัติกับการปฏิบัติ ในการประสานงานใด ๆ จะมีการปฏิบัติหลายกิจกรรม ซึ่งแต่ละกิจกรรมก็จะดำเนินไปในแนวทางที่จะให้เกิดประสิทธิผลอย่างมีประสิทธิภาพและประหยัด แต่ถ้าไม่มีการประสานการปฏิบัติก็อาจจะไม่สอดคล้องกัน และไม่ถูกจังหวะเวลาเป็นผลให้งานโดยส่วนรวมเสียหายได้

โดยผู้เกี่ยวข้องในการทำงานร่วมกันควรมีสิ่งที่จะยึดถือเป็นแนวปฏิบัติ ดังนี้

๑) เต็มใจที่จะติดต่อกับผู้อื่นก่อน

๒) แสดงความมีน้ำใจต่อผู้อื่นก่อน สร้างสัมพันธ์ที่ดี มีความไว้วางใจกัน

๓) ฟังผู้อื่นพูดให้มาก

๔) หลีกเลี่ยงการโต้แย้ง

๕) ซักซ้อมการทำงานให้เข้าใจวัตถุประสงค์ตรงกัน

๖) ทำความเข้าใจขั้นตอนการปฏิบัติและจังหวะเวลาให้รับกัน

๗) เสริมสร้างมิตร ไมตรี และความเป็นกันเอง

๘) ติดต่อตามสายงาน และช่องทางการสื่อสารที่ถูกต้อง

การประสานความร่วมมือ เกิดจากความต้องการที่จะให้งานหรือกิจกรรมที่จะทำให้เกิดผลสำเร็จบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนด โดยการปฏิบัติที่สอดคล้องในจังหวะเวลาเดียวกัน เพื่อให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่เป็นไปตามข้อกำหนด ประหยัดเวลา และทรัพยากร ในการปฏิบัติงานทั้งนี้ การบรรลุเป้าหมายเป็นมาตรการของการวัดความสำเร็จและความล้มเหลว ดังนั้น ก่อนการ

ประสานงานจึงควรกำหนดความต้องการให้แน่ชัดว่าจะประสานงานให้เกิดอะไร หรือจะทำให้ได้ผลรับอย่างไร เพราะหากว่าไม่มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน อาจจะประสานงานไปผิดจากที่ควรจะเป็น

เรื่องที่ ๑.๒.๓ วิธีการประสานความร่วมมือ

การประสานความร่วมมือไม่ควรจะกระทำ โดยใช้อำนาจสั่งการแต่อย่างเดียว ควรใช้ความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันเป็นหลัก เพราะความมีน้ำใจต่อกัน ไว้วางใจกันจะเป็นผลให้เกิดการร่วมใจมากกว่าการใช้อำนาจหน้าที่ พยายามผูกมิตรตั้งแต่ต้นและป้องกันไม่ให้เกิดความรู้สึกเป็นปฏิปักษ์ มีความหวาดระแวงหรือกินแหนงแคลงใจกัน ให้การยอมรับซึ่งกันและกัน ไม่นินทาว่าร้ายกัน ไม่โยนความผิดให้แก่ผู้อื่น เมื่อมีสิ่งใดจะช่วยเหลือแนะนำกันได้ก็อย่าลังเล และพร้อมจะรับฟังคำแนะนำของผู้เกี่ยวข้องแม้จะไม่เห็นด้วยก็อย่าแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงก็ต้องแจ้งให้ทราบ

วิธีการประสานความร่วมมืออาจใช้แนวทางปฏิบัติ ดังนี้

๑. ชี้ให้เห็นประโยชน์ร่วมกันทำให้บุคคลที่เกี่ยวข้องมีความรู้สึกต่องานตรงกันด้วยการรับฟังความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องและทำความเข้าใจถึงผลงานที่จะเป็นประโยชน์ร่วมกัน การชักจูงให้เห็นประโยชน์ของส่วนรวมอาจใช้ไม่ได้กับคนบางคน จึงต้องชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ทางอ้อมที่ผู้เกี่ยวข้องในการประสานงานจะได้รับด้วย

๒. ผูกมิตรไมตรีต่อกันทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีน้ำใจที่จะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ด้วยวิธีให้ผู้เกี่ยวข้องร่วมแสดงความคิดเห็นถึงปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไข เพื่อให้งานบรรลุผลสำเร็จ โดยย้ำให้เห็นว่าเป็นความสำเร็จร่วมกัน

๓. แนะนำกันทำให้ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกันมีความสามารถทัดเทียมกันด้วยการพิจารณาความสามารถของผู้ร่วมปฏิบัติในการประสานงาน ทั้งด้านความสามารถในการสื่อสาร ความสามารถเฉพาะด้านหรือความถนัดในงาน และให้ข้อแนะนำกับผู้เกี่ยวข้องที่มีความสามารถในระดับเดียวกันหรือใกล้เคียงกันเพื่อจะได้ทำงานไปด้วยกันได้

๔. มีการสื่อสารที่ดีทำให้เกิดประสบการณ์ร่วมกัน หรือสร้างสภาวะคล้ายคลึง ด้วยการร่วมกันคิด หากสามารถร่วมวางแผนปฏิบัติการด้วยกันตั้งแต่ต้น จะช่วยให้มีกรอบแห่งการอ้างอิง (Frame of reference) ร่วมกันทำงานอยู่ในกรอบประสบการณ์ที่มีสภาวะคล้ายคลึงกัน

๕. เพิ่มความใกล้ชิดทำให้มีการพบปะหารือกันอยู่เสมอเพื่อให้เกิดความไว้วางใจกัน เพราะความใกล้ชิดจะช่วยให้เปลี่ยนความคิด และถ่ายทอดความรู้สึกถึงกัน ยิ่งใกล้ชิดกันมากเท่าใด ก็จะเกิดความเข้าใจและรู้จักคุ้นเคยกันมากขึ้น ถ้ามีความหวังดีต่อกันมีเจตนาที่บริสุทธิ์ และจริงใจก็จะเพิ่มความเชื่อถือไว้วางใจกันยิ่งขึ้น

ปัจจัยที่จำเป็นต่อการประสานความร่วมมือ มีดังนี้

๑) คน หมายถึง ผู้ซึ่งจะทำให้งานเป็นผลขึ้นมาการประสานงานที่แท้จริง คือ การประสานคนให้ร่วมใจร่วมกำลังด้วยการนำความสามารถของคนมาทำให้เกิดผลงานในจุดมุ่งหมายเดียวกัน ความสามารถของคนพิจารณาได้สองด้าน คือ ด้านความรู้และด้านความสัมพันธ์กับผู้อื่น ผู้ประสานงานต้องมีความรู้ความสามารถมองการณ์ไกลมีมนุษย์สัมพันธ์ดีมีทัศนคติที่ดี

๒) เงิน หมายถึง ตัวเงินและสิ่งอื่นซึ่งสามารถใช้เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนได้ ในการประสานงานจะต้องมีกำลังเงินสนับสนุนการปฏิบัติงาน

๓) วัสดุ หมายถึง สิ่งของเครื่องมือและเครื่องใช้ต่าง ๆ ในการประสานงานจะต้องมีวัสดุ อุปกรณ์ช่วยในการประสานงานอย่างพอเพียง

๔) วิธีการทำงาน หมายถึง การบริหารงานให้สามารถบรรลุผลสำเร็จตามจุดประสงค์ที่กำหนดเป็นเป้าหมายไว้ มีการกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบชัดเจน มีการมอบหมายงานและการควบคุมงานที่ดี

การประสานความร่วมมืออาจทำได้หลายวิธี ซึ่งแต่ละวิธีย่อมให้ผลแตกต่างกันไปตามเงื่อนไขของสถานการณ์ที่แตกต่างกัน อาจมีการประสานงานด้วยระบบ หรือประสานงานด้วยคน หรืออาจใช้ทั้งระบบและคนควบคู่กันไป การประสานงานอาจมีบุคคลคนเดียวเป็นผู้ประสาน เพื่อความคล่องตัวและการตัดสินใจแก้ปัญหาที่รวดเร็วฉับไว แต่ถ้าเป็นงานที่มีระบบซับซ้อนและมีขอบเขตกว้างขวางเกินกว่าคนเพียงคนเดียวจะประสานงานได้ ก็ต้องจัดตั้งเป็นคณะผู้ประสานงาน

เรื่องที่ ๑.๒.๔ อุปสรรคในการประสานความร่วมมือ

การประสานความร่วมมือ อาจเกิดอุปสรรคได้ในทุกองค์ประกอบของการประสานความร่วมมือ อาทิ ความไม่เข้าใจในวัตถุประสงค์ ความคิดเห็นที่แตกต่างกัน มีอคติต่อกัน หรือปิดบังข้อมูลทำให้เกิดความล้มเหลวในการประสานความร่วมมือ โดยสามารถจัดหมวดหมู่อุปสรรคที่เกิดขึ้นตามองค์ประกอบของการประสานความร่วมมือ ดังนี้

๑. อุปสรรคเกี่ยวกับความร่วมมือ ในการประสานความร่วมมืออาจเกิดอุปสรรคระหว่างการดำเนินการ เนื่องจากสาเหตุ ดังนี้

๑.๑ ไม่ไว้วางใจซึ่งกันและกัน

๑.๒ ไม่สนใจงานที่ต้องทำร่วมกัน

๑.๓ ไม่ยอมรับเป็นหน้าที่

๑.๔ ไม่เข้าใจในวัตถุประสงค์

๑.๕ ไม่เห็นด้วยในวิธีการ

๒. อุปสรรคเกี่ยวกับจังหวะเวลา การประสานงาน นอกจากการให้ความร่วมมือกันแล้ว จะต้องคำนึงถึงการปฏิบัติให้ถูกจังหวะเวลาด้วย การประสานงานที่พลาดจังหวะเวลามีสาเหตุ ดังนี้

๒.๑ ไม่ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย

๒.๒ ไม่ตัดสินใจทำให้พลาดจังหวะ

๒.๓ ไม่ลงมือทำทันทีรอจนใกล้กำหนด

๒.๔ ไม่ได้รับข่าวสารทันเวลา

๒.๕ ไม่ได้กำหนดเวลาให้แน่นอน

๓. อุปสรรคเกี่ยวกับความสอดคล้อง การประสานงานแม้จะให้ความร่วมมือทำงานอย่างดี ถูกจังหวะเวลาก็ตาม จะต้องคำนึงถึงการปฏิบัติให้สอดคล้องกันตามวัตถุประสงค์ของงาน สาเหตุที่การปฏิบัติไม่สอดคล้องกันมี ดังนี้

๓.๑ ขาดความเข้าใจในวัตถุประสงค์

๓.๒ ไม่ได้รับคำชี้แจงในแผนงาน

๓.๓ ไม่คุ้นเคยกับงานที่จะปฏิบัติ

๓.๔ ไม่พอใจจะปฏิบัติตามวิธีการที่ได้รับคำสั่ง

๓.๕ ไม่มีความสามารถในงานที่ต้องปฏิบัติอย่างเพียงพอ

๔. อุปสรรคเกี่ยวกับการสื่อสาร การประสานงาน แม้จะได้รับความร่วมมือด้วยดี หากแต่การสื่อสาร

ระหว่างกันไม่เป็นที่เข้าใจตรงกัน ต่างฝ่ายต่างมีประสบการณ์ที่ต่างกัน ไม่มีขอบข่ายแห่งการรับรู้ (Frame of reference) มีสาเหตุ ดังนี้

๔.๑ ข่าวสารส่งช้าไม่ถึงผู้รับสารตามกำหนดเวลา

๔.๒ ข่าวสารตกหล่นสูญหายเพราะการสื่อสารผิดช่องทาง

๔.๓ ข่าวสารไม่เป็นที่เข้าใจหรือตีความได้เป็นหลายความหมาย

๔.๔ ข่าวสารก่อให้เกิดความเข้าใจผิด

๕. อุปสรรคเกี่ยวกับผู้ประสานงาน การประสานงานจำเป็นต้องมีบุคคลผู้ทำหน้าที่ประสานงาน ที่มีลักษณะประจำตัวอันเหมาะสมในการที่จะช่วยให้การประสานงานเป็นไปด้วยดี แต่ผู้ประสานงานขาดคุณสมบัติ ด้วยสาเหตุดังนี้

๕.๑ ไม่มีความรับผิดชอบ

๕.๒ ไม่รู้ข้อมูลที่แท้จริง

๕.๓ ไม่เข้าใจระเบียบแบบแผนประเพณีปฏิบัติ

๕.๔ ไม่ตรวจสอบข้อมูลให้ครบถ้วน

๕.๕ ไม่มีมนุษย์สัมพันธ์

การป้องกันอุปสรรคของการประสานความร่วมมือ

ในการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาการประสานความร่วมมือ นอกจากจะมีการจัดทำระบบการประสานงานไว้เป็นพื้นฐานแล้ว จะต้องคาดการณ์ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นล่วงหน้า และจัดให้มีมาตรการป้องกัน หรือแก้ไขปัญหาไว้ให้พร้อม ดังนี้

๑) จัดทำแผนปฏิบัติงานร่วมกันเพื่อให้มีการปฏิบัติที่เข้าใจตรงกัน ในบางกรณีจะต้องจัดทำตารางเวลาการปฏิบัติงาน โดยมีรายละเอียดที่ครบถ้วนสมบูรณ์

๒) กำหนดระเบียบวิธีปฏิบัติไว้เป็นบรรทัดฐานในการปฏิบัติงาน

๓) กำหนดจุดติดต่อประสานงานให้เป็นที่เข้าใจโดยแน่ชัด

๔) จัดทำบันทึกข้อตกลงในความร่วมมือ เพื่อความเข้าใจและไม่ให้ข้อมูลตกหล่น จนอาจเกิดความขัดแย้งในภายหลัง

๕) จัดให้มีการประชุมก่อนลงมือปฏิบัติตามแผนงานทุกครั้ง เพื่อกำหนดขอบเขตงานและผู้รับผิดชอบ

๖) มีการฝึกซ้อมการปฏิบัติและแก้ไขข้อบกพร่อง เขียนแนวทางการปฏิบัติหลังการแก้ไขและยืนยันให้ปฏิบัติตามที่เขียนไว้

๗) ชี้แจงข้อปฏิบัติเกี่ยวกับงานที่จะต้องทำร่วมกันให้ผู้เกี่ยวข้องเข้าใจอย่างชัดเจน

๘) จัดสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานให้เพียงพอและมีอุปกรณ์เสริมเพื่อให้การปฏิบัติงานดำเนินไปได้โดยเรียบร้อย

๙) ยืนยันกำหนดเวลาในการปฏิบัติงานให้แน่นอน

๑๐) มีการติดตามผลเป็นระยะ หากมีข้อขัดข้องจะต้องมีการดำเนินการแก้ไขโดยทันที

นอกจากอุปสรรคในการประสานความร่วมมือข้างต้น สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเพื่อให้เกิดผลสำเร็จในการประสานความร่วมมือ ประกอบด้วย การทำความเข้าใจในวัตถุประสงค์ให้แน่ชัด กำหนดเป้าหมายที่ต้องการให้ชัดเจน การคัดเลือกผู้ประสานงานให้ถูกต้อง การกำหนดแนวทางปฏิบัติในการ

ประสานงานอย่างเป็นขั้นตอน การมอบอำนาจหน้าที่แก่ผู้ประสานงานอย่างเพียงพอ การเลือกวิธีประสานงานให้เหมาะสม และใส่ใจจริงจังกับการประสานงาน

ตอนที่ ๑.๓ ความสำคัญและพัฒนาการของการสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือ

เรื่องที่ ๑.๓.๑ ความสำคัญของการสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือ

การประสานความร่วมมือมีความสำคัญ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุ และประสบความสำเร็จตามระยะเวลาที่กำหนด จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารที่ดี ทั้งนี้ ผู้ประสานความร่วมมือ (ผู้ส่งสาร) ต้องมีความรู้ความเข้าใจและข้อมูลเกี่ยวกับเรื่อง (สาร) ที่จะประสานความร่วมมือ โดยต้องจัดทำเนื้อหาให้ชัดเจน ไม่ซ้ำซ้อน ง่ายต่อการเข้าใจและเลือกใช้สื่อ (ช่องทาง) ให้เหมาะสมกับการนำเสนอ เพื่อให้ผู้รับการประสาน (ผู้รับสาร) สามารถเข้าใจประเด็นเนื้อหาตรงกับที่ผู้ประสานความร่วมมือต้องการ โดยมีหลักการในการประสานความร่วมมือ ๓ ประการ ดังนี้

๑. **“เข้าถึง”** หมายความถึงการเปิดโอกาสเปิดช่องทางในการที่จะให้ประชาชนชุมชนท้องถิ่นและ ทุกภาคส่วนสามารถติดต่อให้ข้อมูลข่าวสารได้โดยตรงทุกช่องทางไม่ว่าจะเป็นทางโทรศัพท์มือถือ โทรศัพท์สำนักงาน โทรสาร เว็บไซต์อีเมล์ การแจ้งเป็นหนังสือการเข้าพบ การส่งบัตรสนเท่ห์ รวมทั้งการเดินทางด้วยตนเอง ไปพบ ไปเยี่ยมคารวะ ไปขอคำปรึกษา ขอความเห็น คำแนะนำ ฯลฯ เทคนิคในการ “เข้าถึง” เพื่อให้เข้าถึงประชาชน ชุมชน ท้องถิ่น และภาคราชการอย่างแท้จริงต้องมีเทคนิคในการเข้าถึง ดังนี้

๑.๑ ต้องรู้จักคน รู้จักงาน หมายถึง การที่ต้องรู้จักหน้าตาคนที่จะไปพบก่อนที่จะได้พบบุคคลผู้นั้นรู้รายละเอียดของเรื่องที่จะไปพูดคุยเป็นการสร้างความประทับใจครั้งแรกในการได้พบกัน (First Impression)

๑.๒ มารยาท (Manner) ในการเข้าพบการพูดเป็นสิ่งที่สำคัญรวมไปถึงการรักษาเวลาตรงต่อเวลาเป็นเรื่องที่ผู้ประสานงานที่ดีต้องปฏิบัติ

๑.๓ การเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรม (Participation) ของประชาชนชุมชนท้องถิ่นหรือภาคราชการที่จัดขึ้น หรือจัดกิจกรรมของหน่วยงานโดยเชิญข้าราชการหลายหน่วย ประชาชนทั่วไป เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อประสานความสัมพันธ์อันดี สร้างศรัทธาและความเชื่อมั่นต่อผู้บริหารและหน่วยงาน

๑.๔ มีการประสานงาน (Coordinating) ทุกระดับภายในหน่วยงานราชการด้วยกันเองทั้งในแนวดิ่ง และแนวราบ

๑.๕ เปิดช่องทางในการติดต่อสื่อสาร (Communication) ทุกช่องทาง เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารข้อเท็จจริงความคิดเห็นหรือความรู้สึกรวมทั้งการเปิดโอกาสให้ได้เข้าพบโดยสะดวกไม่ว่าจะเป็นประชาชนชุมชนท้องถิ่น ข้าราชการหน่วยงานอื่น

๒. **“เข้าใจ”** หมายความถึง การรับฟังข้อมูลเหตุผลความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ข้อร้องเรียน จากประชาชนชุมชนท้องถิ่น และทุกภาคส่วนแล้วนำมาวิเคราะห์ ประชุมปรึกษาหารือผู้เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาตามข้อเท็จจริง ข้อกฎหมายและความถูกต้องชอบธรรมเทคนิคในการ “เข้าใจ” สามารถดำเนินการได้ดังนี้

๒.๑ มีการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเพื่อให้เข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างแท้จริง

๒.๒ ดำเนินการโครงการต่าง ๆ โดยให้ประชาชนทั่วไป ข้าราชการหน่วยงานอื่น เข้ามามีส่วนร่วมรับฟังความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ

๒.๓ จัดการประชุมร่วมกันระหว่างประชาชนทั่วไปหน่วยงานราชการ เพื่อเข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้น และสร้างความร่วมมือประสานงานกันทำงาน

๓. **“ขอความร่วมมือ”** หมายความถึง การแสวงหาความร่วมมือจากประชาชนชุมชนท้องถิ่นและทุกภาคส่วน ทั้งในการให้ข้อมูลและการดำเนินการ เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาเทคนิคในการ “ขอความร่วมมือ” สามารถดำเนินการได้ดังนี้

๓.๑ ร่วมกิจกรรมช่วยเหลือให้บริการให้คำปรึกษาที่ดีกับประชาชน ข้าราชการหน่วยงานอื่น เพื่อสร้างความศรัทธา ความเชื่อมั่นและจะได้ความร่วมมือที่ดีจากทุกภาคส่วน

๓.๒ ทำความเข้าใจร่วมกันระหว่างบุคคลภายใน หรือระหว่างหน่วยงานเมื่อเกิดเหตุการณ์เข้าใจผิดหรือเหตุที่ทำให้เกิดความขัดแย้งกัน เพื่อประสานความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้น สร้างความเป็นมิตรไมตรีระหว่างกัน เพื่อความร่วมมือในการทำงานในอนาคต

๓.๓ การประสานงานต้องมีความชัดเจนในการแบ่งงานปฏิบัติ

การสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือให้มีประสิทธิภาพ จัดได้ว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างยิ่งและสามารถส่งผลต่อความสำเร็จขององค์การ ทั้งในการทำงานส่วนบุคคลและในการทำงานเป็นทีม ระหว่างหน่วยงานกับหน่วยงาน ระหว่างหน่วยงานกับองค์การ การสื่อสารและการประสานงานที่มีประสิทธิภาพนั้น ยังเป็นเครื่องมือที่ใช้ส่งเสริมและสร้างสรรค์สัมพันธภาพ รวมทั้งการสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานร่วมกัน ทำให้สามารถลดปัญหาหลาย ๆ อย่างที่เกิดจากความขัดแย้ง ความไม่เข้าใจ ทัศนคติเชิงลบของบุคลากร อันมีผลกระทบต่องานโดยตรง หากหน่วยงานหรือองค์การใด สามารถสร้างและส่งเสริมให้บุคลากรของตนได้ตระหนักถึงความสำคัญ ของการสื่อสารและการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ หน่วยงานหรือองค์การนั้นย่อมได้รับความร่วมมืออันนำมาซึ่งผลสำเร็จของหน่วยงานหรือองค์การ

เรื่องที่ ๑.๓.๒ พัฒนาการของการสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือ

ในอดีตจากยุคเริ่มต้นของการสื่อสารจนถึงปัจจุบัน การสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงและแตกต่างไปจากสมัยโบราณมาก เนื่องจากในยุคเริ่มต้นโครงสร้างและสภาพสังคมมีขนาดเล็กที่ไม่สลับซับซ้อนมาก รูปแบบการสื่อสารจึงค่อนข้างจำกัด เพราะขนาดของพื้นที่การสื่อสารได้พัฒนาขึ้นตามสภาพสังคมที่ขยายตัว มีการคิดสร้างภาษา และสัญลักษณ์ต่าง ๆ เกิดอักษรภาพหรือการเขียนหนังสือลงกระดาษ แต่การสื่อสารก็ยังคงจำกัดอยู่ในเฉพาะกลุ่มคนที่สามารถเข้าถึงได้ และยังมีความซับซ้อนไม่มาก เมื่อโลกก้าวเข้าสู่ยุคที่มีการค้นพบในเรื่องการพิมพ์ทำให้การสื่อสารแพร่ขยายออกสู่วงกว้างอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะเมื่อได้มีการพิมพ์หนังสือพิมพ์เพื่อมวลชนขึ้น ซึ่งเป็นสารที่สามารถเข้าถึงคนจำนวนมากในสังคมได้ เนื่องจากหนังสือพิมพ์สามารถถ่ายทอดสารได้ครบถ้วน จึงมีอิทธิพลต่อความคิดของคนในสมัยนั้นมากจนเกิดเป็นวัฒนธรรมมวลชนขึ้น จากนั้นเข้าสู่ยุคเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีการพัฒนาเรื่อยมาจนเกิดวิทยุ โทรทัศน์ซึ่งอิทธิพลสูงในการส่งสารและจูงใจผู้บริโภคให้คล้อยตามด้วยการใช้หลักของการโฆษณาชวนเชื่อ รวมทั้งการสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือ เช่น การรณรงค์ประหยัดพลังงาน เป็นต้น

ยุคปัจจุบันเป็นยุคที่เส้นขีดแบ่งชนิดของสื่อต่าง ๆ ได้จางลง เนื่องจากสื่อสมัยใหม่ (New Media) คือ อินเตอร์เน็ตเป็นสื่อที่สามารถครอบคลุมสารได้ครบถ้วนทั้งโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ และเครื่องเล่นดีวีดี และคนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยสามารถใช้บริการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเตอร์เน็ตได้หลากหลาย ได้แก่

๑. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นสื่อที่ใช้กันอย่างกว้างขวางสามารถส่งข่าวสารถึงกันได้ทั่วโลก มีความเร็วในการส่งข่าวสารถึงกันได้มากกว่าส่งทางไปรษณีย์ปกติ

๒. การสนทนาแบบเชื่อมตรง ผู้ใช้งานบนเครือข่ายสามารถคุยกับคนอื่นในลักษณะโต้ตอบกันผ่านทางจอภาพ และแป้นพิมพ์อักขระการพูดคุยผ่านทางตัวหนังสือมีความชัดเจน และเข้าใจกันได้เป็นอย่างดี

๓. การค้นหาข้อมูล อินเตอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่มากซึ่งข้อมูลเหล่านั้นเป็นข้อมูลที่สะสม และได้มาจากผู้ที่ต้องการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าว ให้ผู้ใช้งานทั่วไปได้รับทราบและใช้ประโยชน์ต่อไป

๔. กระดานข่าว บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการจัดตั้งกระดานข่าวจำนวนมาก ทุก ๆ วัน จะมีผู้ส่งข่าวสารกันผ่านกระดานข่าว กระดานข่าวส่วนใหญ่แบ่งเป็นกลุ่ม เช่น กลุ่มผู้สนใจดนตรีก็มีการฝากเพลงหรือเรื่องราวเกี่ยวกับดนตรี กลุ่มวัฒนธรรม กลุ่มผู้สนใจจักรยาน

๕. เกมและนันทนาการ มีการเล่นเกมแบบเครือข่ายเกมที่รู้จักกันดี คือ เกมเอ็มยูดี (Multi User Dungeon: MUD) เกมผจญภัยต่าง ๆ ที่เล่นในเครือข่ายมีการสนทนาโต้ตอบกันในระยะไกล

กรมส่งเสริมการเกษตรได้นำความสามารถของอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการบริหารจัดการองค์การ และให้บริการ เช่น การจัดทำเว็บไซต์หน่วยงาน (Website) เพื่อให้บริการภายนอกผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการบริหารจัดการองค์การผ่านเครือข่ายอินทราเน็ต การติดตั้งระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงาน (Webmail) การติดตั้งระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพ (Video Conference) เพื่อสื่อสารระหว่างกรมส่งเสริมการเกษตรกับสำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขต เป็นการลดความเสี่ยงและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง การติดตั้งระบบการถ่ายทอดสดผ่านเว็บไซต์ของหน่วยงาน (Broadcast Streaming) เพื่อถ่ายทอดสดการอบรมสัมมนาการให้นโยบายต่าง ๆ ให้หน่วยงานในสังกัดได้รับทราบอย่างทั่วถึง เป็นต้น ซึ่งแต่ละระบบมีลักษณะการใช้งานแตกต่างกัน ดังนี้

เว็บไซต์หน่วยงาน (Website)

กรมส่งเสริมการเกษตร ได้จัดทำเว็บไซต์กรมส่งเสริมการเกษตร (www.doae.go.th) ขึ้น เพื่อให้บริการและเผยแพร่ความรู้ด้านการเกษตร และความรู้ต่าง ๆ ตลอดจนเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน หน่วยงานราชการ หน่วยงานธุรกิจ และสถาบันการศึกษา ตามหลักการที่กล่าวว่า “ที่เดียว ทันใด ทั่วไทย ทุกเวลา ทั่วถึง เท่าเทียม และธรรมาภิบาล” มาตั้งแต่ปี ๒๕๔๐ และมีการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอให้ทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์และเทคโนโลยีมาโดยตลอด ในปี ๒๕๕๔ ได้ทำการพัฒนาเว็บไซต์กรมส่งเสริมการเกษตรในรูปโฉมใหม่ โดยใช้เทคโนโลยีในกลุ่มของ Open Source Software ในการพัฒนาประกอบด้วย Codeigniter Web Framework, jQuery และ Mooltools JavaScript library รวมถึงการนำ CSS๓ และ Grid๙๖๐ มาช่วยพัฒนาหน้าเว็บไซต์ ทำให้ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น เปิดให้บริการเมื่อวันที่ ๒๗ เมษายน ๒๕๕๔ เป็นต้นมา

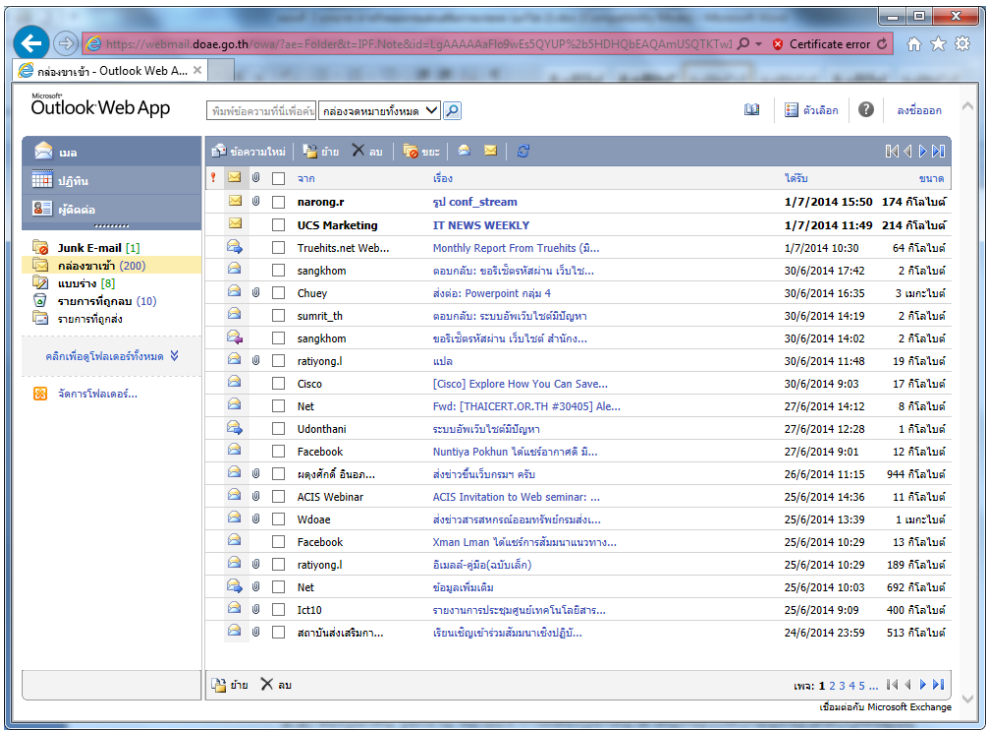
ดังภาพที่ ๑.๒



ภาพที่ ๑.๒ เว็บไซต์หน่วยงาน (Website)
ที่มา : https://www.doae.go.th/doae

ระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงาน (Webmail)

กรมส่งเสริมการเกษตรได้ติดตั้งระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงาน (_@doae.go.th) เพื่อเป็นการสนับสนุนการทำงานของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานทั้งในสังกัดส่วนกลางและส่วนภูมิภาคให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความคล่องตัวในการติดต่อประสานงานระหว่างเจ้าหน้าที่ เพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในหน่วยงาน รวมถึงตอบสนองต่อนโยบายกรมส่งเสริมการเกษตร ที่ต้องการลดค่าใช้จ่ายงบประมาณด้านสาธารณูปโภคในการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ แทนวิธีการส่งจดหมายแบบดั้งเดิม มีการประยุกต์ใช้ระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บบราวเซอร์ (Webmail) ของกรมในการทำงาน โดยเริ่มใช้งานตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๑ เป็นต้นมา และได้มีการพัฒนาปรับปรุงระบบดังกล่าวมาอย่างต่อเนื่องดังภาพที่ ๑.๓



ภาพที่ ๑.๓ ระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงาน (Webmail)

ระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพ (Video Conference)

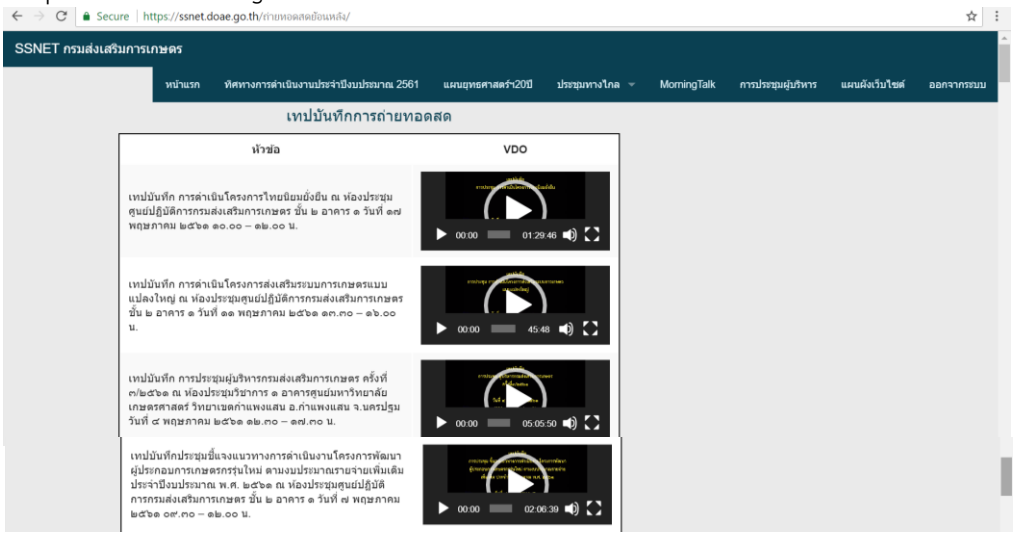
ระบบ Video Conference เป็นระบบการสื่อสารทางไกลผ่านจอภาพแบบสองทาง (Two – Way Communication) ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถรับส่งข้อมูลภาพ (ภาพผู้ร่วมประชุมและเอกสารที่นำเสนอ) และข้อมูลเสียง ซึ่งสามารถจัดการประชุมได้ระหว่างจุดต่อจุด (Point to Point) โดยใช้กล้อง Video Conference เชื่อมต่อกันโดยตรง หรือจุดต่อหลาย ๆ จุด (Point to Multi-Point) โดยมีอุปกรณ์ควบคุมกลาง (Multipoint Control Unit: MCU) ใช้สำหรับบริหารจัดการกล้อง Video Conference แต่ละจุด ซึ่งลักษณะการทำงานจะเป็นการประชุม มีการสนทนาโต้ตอบซึ่งกันเสมือนทำการประชุมอยู่ในห้องเดียวกัน สามารถเห็นเอกสารนำเสนอไปพร้อม ๆ กันได้ ทุก ๆ จุดการประชุม กรมส่งเสริมการเกษตรได้ติดตั้งระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพที่ส่วนกลาง ๑ จุด และที่สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขต ๖ เขต (จังหวัดชัยนาท จังหวัดราชบุรี จังหวัดระยอง จังหวัดขอนแก่น จังหวัดสงขลา จังหวัดเชียงใหม่) มาตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๘ และได้ขยายจุดติดตั้งที่สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตเพิ่มอีก ๓ จุด (จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดพิษณุโลก) ตามการปรับปรุงโครงสร้างส่วนราชการและการแบ่งงานภายในกรมส่งเสริมการเกษตร ตามคำสั่งกรมส่งเสริมการเกษตรที่ ๓๒๖/๒๕๕๗ ลงวันที่ ๗ พฤษภาคม ๒๕๕๗ ดังภาพที่ ๑.๔



ภาพที่ ๑.๔ ระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพ (Video Conference)
ที่มา : https://ssnet.doae.go.th/ถ่ายทอดสด

ระบบการถ่ายทอดสดผ่านเว็บไซต์หน่วยงาน (Broadcast Streaming)

การถ่ายทอดสดผ่านเว็บไซต์หน่วยงาน เป็นการประยุกต์ใช้กล้องวีดีโอ กับเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว (One – Way Communication) เช่นเดียวกับวิทยุ หรือ โทรทัศน์ทั่วไป เพียงแต่เปลี่ยนจากการส่งสัญญาณภาพและเสียงผ่านเครือข่ายดังกล่าวมาบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีราคาถูกเมื่อเทียบกับวิทยุ หรือโทรทัศน์ทั่วไป โดยสามารถประยุกต์ใช้อุปกรณ์ที่มีอยู่ในสำนักงาน เช่น กล้องวีดีโอ เครื่องคอมพิวเตอร์ สัญญาณอินเทอร์เน็ตหน่วยงาน และเว็บไซต์หน่วยงาน สำหรับกรมส่งเสริมการเกษตรได้มีการประยุกต์ใช้ระบบดังกล่าวตั้งแต่ ปี ๒๕๔๙ เป็นต้นมา ปัจจุบันสามารถเข้ารับชมถ่ายทอดสด และเทปบันทึกย้อนหลังได้ที่ https://ssnet.doae.go.th/ถ่ายทอดสดย้อนหลัง ดังภาพที่ ๑.๕



ภาพที่ ๑.๕ ระบบการถ่ายทอดสดย้อนหลังผ่านเว็บไซต์หน่วยงาน (Broadcast Streaming)
ที่มา : https://ssnet.doae.go.th/ถ่ายทอดสดย้อนหลัง

โดยได้สรุปข้อดีและข้อจำกัดของระบบการสื่อสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทั้ง ๔ ระบบ ดังตารางที่ ๑.๓

ตารางที่ ๑.๓ ข้อดีและข้อจำกัดของระบบการสื่อสารบนเครือข่ายอินเตอร์เน็ต

ลำดับที่	ระบบการสื่อสาร	ข้อดี	ข้อจำกัด
๑	เว็บไซต์หน่วยงาน (Website)	๑. สามารถเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ผลงานหน่วยงาน หรือสินค้าต่าง ๆ ได้ทั่วโลก ๒. สามารถเข้าถึงข้อมูลเว็บไซต์ได้ทุกที่ ทุกเวลา ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ๓. เพิ่มช่องทางในการติดต่อทั้งทางตรงและทางอ้อม ๔. ต้นทุนในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่ำ ๕. ผู้ดูแลเว็บไซต์สามารถบริหารจัดการ หรืออัพเดตเนื้อหาเว็บไซต์ได้ทุกที่ ทุกเวลา	๑. ต้องคอยอัพเดตข้อมูลเป็นประจำเพื่อให้ข้อมูลทันสมัย ๒. การเข้าถึงข้อมูลในเว็บไซต์ต้องเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ๓. มีความเสี่ยงต่อภัยคุกคามทางอินเตอร์เน็ต ๔. จำเป็นต้องมีผู้มีความรู้ในการจัดการดูแลเว็บไซต์ ๕. ค่าใช้จ่ายในการเช่าบริการพื้นที่เว็บไซต์ (Web Hosting) และชื่อเว็บไซต์ (Domain Name)
๒	จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงาน (Webmail)	๑. ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย เนื่องจากมีความรวดเร็วต่อการรับและส่งอีเมล์ ๒. สามารถส่งอีเมล์ไปยังปลายทางได้หลาย ๆ คนพร้อม ๆ กัน ๓. สามารถใช้งานอีเมล์ได้ทุกที่ทุกเวลา ๔. สามารถส่งข้อมูลในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น ข้อความ ภาพเสียง และเอกสารแนบต่าง ๆ ๕. มีความปลอดภัยในการส่งข้อมูล เพราะมีการลงทะเบียนใช้งานก่อนใช้งานอีเมล์สามารถยืนยันตัวบุคคลได้	๑. ผู้ใช้งานต้องเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ต ๒. สำหรับผู้ใช้งานฟรีเมล์ - มีความเสี่ยงต่อความปลอดภัยต่อข้อมูลสำคัญ - มีความเสี่ยงต่อการบุกรุกโจมตีจากผู้ไม่ประสงค์ดี จากการรับและเปิดอ่านอีเมล์ - ไม่รับรองการส่งข้อมูลว่าถึงผู้รับอีเมล์หรือไม่ - เป็นช่องทางการโจรกรรมข้อมูลจากช่องโหว่ของโปรแกรมอีเมล์ หรือโปรแกรมที่เกี่ยวข้อง

ลำดับที่	ระบบการสื่อสาร	ข้อดี	ข้อจำกัด
๓	การประชุมทางไกลผ่านจอภาพ (Video Conference)	๑. สามารถสื่อสารแบบสองทาง คือ สนทนาโต้ตอบกันได้ทันที และเห็นภาพผู้เข้าร่วมสนทนา ๒. สามารถนำเสนอเอกสารผ่านระบบ ให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้รับทราบ ๓. สามารถประชุมพร้อมกันได้ทุกจุดให้บริการ (Point to Multi-point) โดยมีจุดให้บริการศูนย์กลางเป็นตัวควบคุม (Multipoint Control Unit)หรือประชุมระหว่างจุดให้บริการด้วยกัน (Point to Point) ๔. ประหยัดค่าใช้จ่าย เวลา และลดอุบัติเหตุอันเกิดจากการเดินทางเข้าร่วมประชุม	๑. ต้นทุนการลงทุนด้านอุปกรณ์และช่องสัญญาณสูง ๒. ขั้นตอนการเซตอัพมีความยุ่งยากซับซ้อนเนื่องจากมีอุปกรณ์หลายส่วน ๓. ต้องมีเจ้าหน้าที่ทางด้านเทคนิคประจำจุดให้บริการ ๔. การเคลื่อนย้ายจุดให้บริการทำได้ยาก ๕. ใช้สัญญาณอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และเสถียร
๔	การถ่ายทอดสดผ่านเว็บไซต์หน่วยงาน (Broadcast Streaming)	๑. สามารถถ่ายทอดสัญญาณภาพและเสียงบนเว็บไซต์ให้กับผู้สนใจได้เป็นจำนวนมาก ๒. ผู้รับฟังอยู่ที่ไหนก็สามารถรับฟังการถ่ายทอดสดได้ ๓. ประหยัดต้นทุนการชี้แจงโครงการ หรือประชาสัมพันธ์ ๔. สามารถดูเทปย้อนหลังได้	๑. สื่อสารได้ทางเดียวไม่สามารถสอบถามโต้ตอบระหว่างกันได้ ๒. ผู้รับฟังและชมต้องสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ๓. ความชัดเจนของเสียงและสัญญาณภาพ จะมีคุณภาพมากน้อยขึ้นอยู่กับความเร็วอินเทอร์เน็ต ๔. การขอใช้บริการยังมีจำกัดเฉพาะส่วนกลาง (กรมส่งเสริมการเกษตร)

นอกจากการนำความสามารถของอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์ใช้แล้ว หลายองค์การได้มีนโยบายในการบริหารและดำเนินงานขององค์การให้เกิดความคล่องตัว โดยสามารถทำงานได้ทุกสถานที่ทุกเวลา เพียงนำเครื่องคอมพิวเตอร์ โน๊ตบุ๊กเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่โต๊ะทำงานห้องประชุม ห้องสมุด จนถึงมุมกาแฟเล็ก ๆ ภายในอาคารสำนักงาน หรือแม้แต่นำกลับไปใช้งานที่บ้าน ซึ่งก็ดูเป็นเรื่องปกติในชีวิตประจำวันของทุกคนกันแล้ว อย่างไรก็ดีในวิถีชีวิตที่กลับกันนอกจากการนำอุปกรณ์สำนักงานที่นำไปใช้งานได้ทุกที่ การนำอุปกรณ์ส่วนตัว ทั้งโน๊ตบุ๊ก สมาร์ตโฟน แท็บเล็ต มาใช้เชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของสำนักงานได้ด้วยเช่นกัน ซึ่งนำมาสู่แนวคิดที่เรียกว่า BYOD หรือ Bring Your Own Device ซึ่งถือเป็นแนวคิดสำคัญที่องค์การอนุญาตให้เจ้าหน้าที่นำอุปกรณ์ส่วนตัวมาใช้ที่ทำงานได้ และสามารถเชื่อมต่อเครือข่ายไร้สายขององค์การได้อีกด้วย เพราะคิดว่าจะช่วยเสริม

ประสิทธิภาพการทำงานของเจ้าหน้าที่ให้ดียิ่งขึ้นได้ แต่หลักการของ BYOD ก็มาพร้อมกับจุดอ่อนและการเปิดช่องโหว่ให้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตขององค์การถูกโจมตีได้ง่าย เพราะหากพิจารณาโดยหลักการทั่วไปแล้วเครื่องคอมพิวเตอร์ของสำนักงานมักจะได้รับการดูแลโดยฝ่ายไอทีขององค์การ มีการติดตั้งซอฟต์แวร์ที่จำเป็น เพื่อปกป้องและรักษาความมั่นคงปลอดภัย และกรณีต้องเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจากภายนอก ก็จะมีการป้องกันภัยคุกคามไว้แล้วในระดับหนึ่งต่างจากอุปกรณ์ส่วนตัวที่อาจขาดความตระหนักในการดูแลอุปกรณ์หรือติดตั้งซอฟต์แวร์ที่สำคัญและมีความจำเป็นลงในเครื่องเพื่อปกป้องความเป็นส่วนตัวหรือความปลอดภัย ดังนั้น เมื่ออนุญาตให้นำอุปกรณ์ส่วนตัวมาใช้เชื่อมต่อกับเครือข่ายไร้สายภายในองค์การได้อย่างอิสระ ต้องมีการกำหนดนโยบายการใช้งานอุปกรณ์ส่วนตัวเหล่านั้น มิฉะนั้นอาจลดประสิทธิภาพในการทำงานเพราะถูกนำไปใช้ในทางที่ไม่เหมาะสม ทำให้เกิดการเบียดบังทรัพยากรระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตขององค์การ และในที่สุดก็ส่งผลต่อประสิทธิภาพของแอปพลิเคชัน หรือระบบการให้บริการหลัก ๆ ขององค์การที่มีความล่าช้าและประสิทธิภาพด้อยลง ไม่เพียงเท่านั้นหากอุปกรณ์นั้น ๆ ไม่มีการป้องกันไว้อย่างดีก็อาจเป็นช่องโหว่ที่ทำให้ระบบเครือข่ายขององค์การโดนโจมตีได้ง่ายยิ่งขึ้น สำหรับอุปกรณ์ส่วนตัวที่นำมาเชื่อมต่อกับเครือข่ายไร้สายที่นิยม ได้แก่ สมาร์ตโฟน (Smartphone) แท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ (Tablet Computer หรือ Tablet) เป็นต้น

๑) สมาร์ตโฟน (Smartphone)

Smartphone คือ โทรศัพท์มือถือที่มีความสามารถพิเศษมีความฉลาดอยู่ในตัวมันเอง มีส่วนเพิ่มเติมของ PDA เข้าไป ทำให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น รับส่งอีเมล์ มีปฏิทินจัดทำตาราง นัดหมาย และ contact เป็นต้น เรียกได้ว่า Smartphone เป็นคอมพิวเตอร์ขนาดย่อมเลยทีเดียว ด้วยการทำงานของ Smartphone ที่มีความหลากหลายและใกล้เคียงกับคอมพิวเตอร์ สามารถติดตั้งโปรแกรมเพิ่มเติมเข้าไปได้ กล่าวได้ว่า Smartphone ก็คือ โทรศัพท์มือถือที่มีคุณสมบัติที่พร้อมจะตอบสนองการใช้งานที่เกือบจะเทียบเท่าคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่ง โดยมีระบบปฏิบัติการรุ่นใหม่ ๆ เช่น Android, iOS, Windows mobile เวอร์ชั่นต่าง ๆ นอกจากนี้จะมีโปรแกรมต่าง ๆ ที่ติดตั้งมาพร้อมกับเครื่องโทรศัพท์จำนวนหนึ่ง โปรแกรมเหล่านี้มักถูกเรียกว่า "แอป (App)" หรือ “แอปพลิเคชัน (Application)” โดยมีทั้งแบบที่สามารถ Download มาใช้งานได้ฟรี และแบบที่ต้องซื้อหามาใช้ สิ่งสำคัญที่ต้องมีคู่กับ Smartphone ก็คือ อินเทอร์เน็ต ซึ่งปัจจุบันมีผู้ให้บริการหลายค่าย และมีความเร็วต่าง ๆ ให้ได้เลือกใช้งาน เช่น Wifi, EDGE/GPRS, 3G เป็นต้น ดังนั้นหากมีความประสงค์ต้องการหาโทรศัพท์เครื่องใหม่ แนะนำให้เลือกซื้อโทรศัพท์ที่เป็น Smartphone ซึ่งสามารถอำนวยความสะดวกต่อการใช้งานในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้นดังภาพที่ ๑.๖



ภาพที่ ๑.๖ ตัวอย่าง Smartphone ที่นิยมใช้งาน
ที่มา : http://www.siamphone.com

๒) แท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ (Tablet Computer หรือ Tablet)

แท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ หรือที่เรียกชื่อสั้น ๆ ว่า “แท็บเล็ต” คือ เครื่องคอมพิวเตอร์ที่สามารถใช้ขณะเคลื่อนที่ได้มีขนาดกลางกะทัดรัดและใช้หน้าจอสัมผัสในการทำงานเป็นลำดับแรก มีคีย์บอร์ดเสมือนจริงหรือปากกาดิจิตอลในการใช้งานแทนที่แป้นพิมพ์หรือคีย์บอร์ด และมีความหมายครอบคลุมไปถึงโน๊ตบุ๊คแบบ Convertible ที่มีหน้าจอแบบสัมผัสและมีแป้นพิมพ์คีย์บอร์ดเสมือนจริงติดมาด้วย แท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไปถูกผลิตขึ้นมาโดยบริษัทยักษ์ใหญ่ของเครื่องคอมพิวเตอร์ คือ Apple ซึ่งเป็นผู้ผลิต “ไอแพด (iPad)” และเรียกอุปกรณ์ของตัวเองว่าเป็น “แท็บเล็ต (Tablet)” ดังภาพที่ ๑.๗



ภาพที่ ๑.๗ ตัวอย่าง Tablet ที่นิยมใช้งาน
ที่มา : http://www.siamphone.com

นอกจากบริษัท Apple ซึ่งเป็นค่ายยักษ์ใหญ่ของการผลิตแท็บเล็ตประเภท iPad จนเป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไปแล้ว ปัจจุบันแท็บเล็ต (Tablet PC) ได้ผลิตขึ้นมาในหลากหลายบริษัท สำหรับการแข่งขันทางธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งมีรูปแบบและมีศักยภาพในการปรับใช้ที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ความต้องการของผู้ใช้ เช่น บริษัท Samsung, ASUS, Black Berry, Toshiba เหล่านี้ เป็นต้น เหตุผลสำคัญที่แท็บเล็ต (Tablet PC) กำลังเป็นที่นิยมในขณะนี้ เนื่องมาจากคุณประโยชน์อันหลากหลาย และรูปแบบที่ทันสมัยพกพาได้สะดวกสบาย ใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย เช่น ใช้ต่ออินเตอร์เน็ตได้ ถ่ายรูปได้ เป็นแหล่งค้นคว้าหาความรู้ ตรวจสอบข้อมูลข่าวสาร อ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) เป็นต้น

ประโยชน์ของ Smartphone และ Tablet

๑) ใช้ในการอ่านเอกสาร File PDF ผ่านอุปกรณ์ โดยไม่ต้องเปิดคอมพิวเตอร์

๒) ส่งข้อมูลหรือข้อความเป็นไฟล์ Multimedia ความเร็วสูงผ่านระบบอินเตอร์เน็ต

๓) สามารถดาวน์โหลด Application หรือส่วนของโปรแกรมเสริมการใช้งานเทียบเท่ากับการลงโปรแกรมคอมพิวเตอร์

๔) เปิด Application ในการใช้เป็นเครื่องนำทางคล้ายระบบ GPRS

๕) ในกรณีเครื่องหายจะมีระบบสั่งการจากอีกหนึ่งเครื่องไปยังเครื่องที่หาย และสามารถค้นหาตำแหน่งบนพื้นโลกได้อย่างชาญฉลาด

โปรแกรมเสริมการใช้งานด้านการสื่อสาร (Applications)

โปรแกรมเสริมการใช้งานด้านการสื่อสาร ที่นิยมในการใช้งานกันมาก ได้แก่ ไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก (Facebook) สไคป์ (Skype) ทวิตเตอร์ (Twister) และ อินสตาแกรม (Instagram) เป็นต้น ซึ่งแต่ละแอพพลิเคชั่นมีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน ดังนี้

๑) ไลน์ (Line)

Line เป็นแอปพลิเคชันที่มีความสามารถในการสนทนา เช่น การแชท การส่งข้อความ การแชร์ไฟล์ การสร้างกลุ่มพูดคุย หรือการสนทนาผ่านเสียง ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนอุปกรณ์ประเภทพกพา (Mobile Devices) เช่น สมาร์ตโฟน แท็บเล็ต เป็นต้น นอกจากนี้ Line ยังสามารถติดตั้งและใช้งานบนเครื่องคอมพิวเตอร์ทั่วไปได้ด้วย ดังภาพที่ ๑.๘

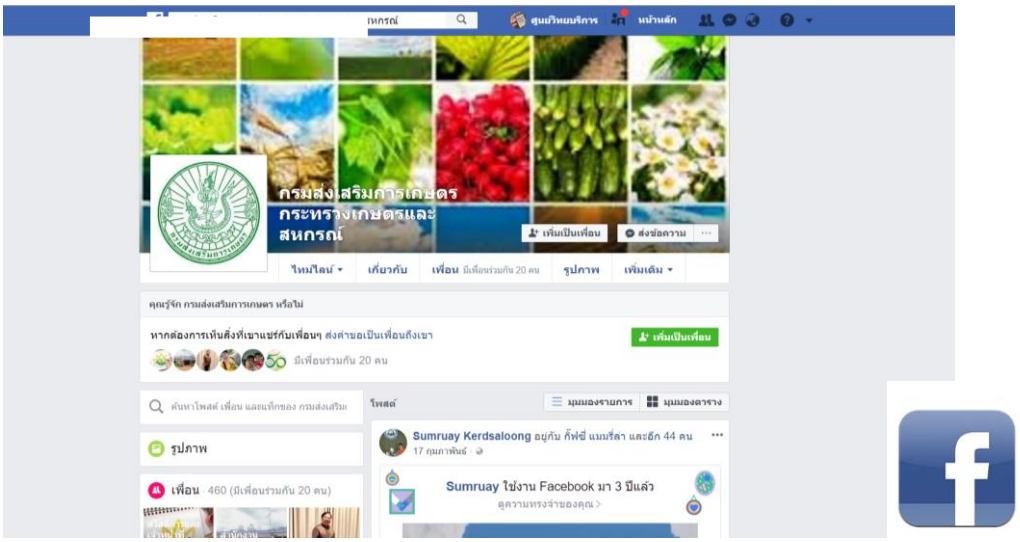


ภาพที่ ๑.๘ การใช้โปรแกรม Line
ที่มา : https://linecorp.com/th

กรมส่งเสริมการเกษตรได้นำความสามารถของ Line มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการบริหารจัดการองค์การ เพื่อการประสานงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยจัดทำเป็นกลุ่ม Line ในระดับต่าง ๆ เช่น Boss กสก (สำหรับผู้บริหารกรมส่งเสริมการเกษตร) PR DOAE (สำหรับเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ระดับเขตและจังหวัด) e-learning ๒๕๖๑ (สำหรับผู้เกี่ยวข้องในการจัดทำหลักสูตรปี ๒๕๖๑) เป็นต้น

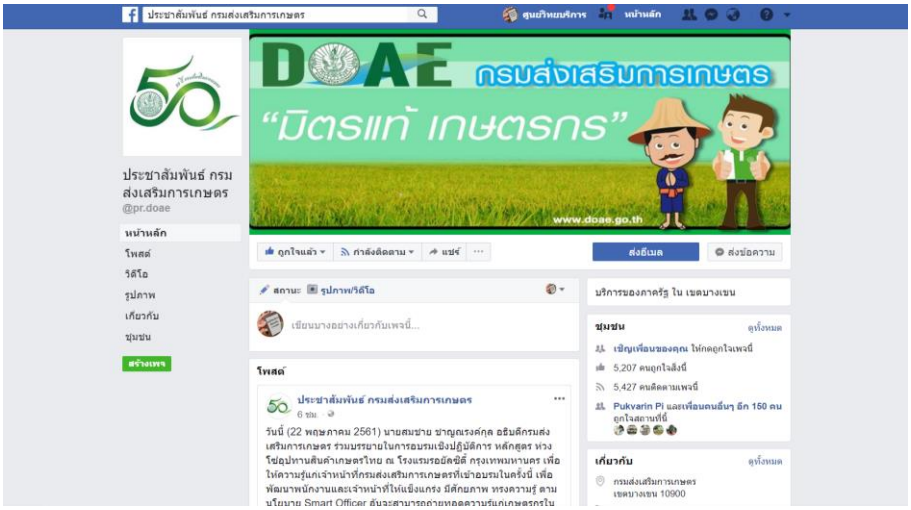
๒) เฟซบุ๊ก (Facebook)

Facebook เป็นแอปพลิเคชันที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร พบปะสังสรรค์กับเพื่อน ๆ ทั้งเพื่อนซี้ เพื่อนเก่า เพื่อนร่วมชั้นเรียนในอดีต ไปจนเพื่อนของเพื่อน เพื่อนที่ทำงานเดียวกัน เพื่อนร่วมจังหวัด เพื่อนร่วมประเทศ เพื่อนคอเดียวกัน แล้วพัฒนาความสัมพันธ์กันต่อไปได้เรื่อย ๆ ตามแต่ใจปรารถนาสามารถใช้ติดต่อสื่อสาร และตั้งประเด็นถามตอบในเรื่องที่สนใจ โพสต์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอ เขียนบทความหรือบล็อก แชทออนไลน์ เล่นเกมแบบเป็นกลุ่ม ตลอดจนสามารถทำกิจกรรมอื่น ๆ ดังภาพที่ ๑.๙



ภาพที่ ๑.๙ การใช้โปรแกรม Facebook
ที่มา : https://www.facebook.com/profile.php?id=100009183923207

หน่วยงานในสังกัดกรมส่งเสริมการเกษตร บางหน่วยงานได้มีการนำมาประยุกต์ใช้ โดยจัดทำเป็น Fanpage เพื่อประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวของหน่วย ดังภาพที่ ๑.๑๐



ภาพที่ ๑.๑๐ การใช้โปรแกรมเพจ Facebook
ที่มา : https://www.facebook.com/pr.doae

๓) สไคป์ (Skype)

Skype เป็นโปรแกรมที่ใช้ติดต่อสื่อสารกันผ่านระบบอินเทอร์เน็ตแบบ Real Time สามารถสื่อสารกันได้ทั้งข้อความเสียง และภาพจากกล้องเว็บแคม (Webcam) มีลักษณะคล้ายกับโปรแกรม Windows Live Messenger หรือ MSN แต่จะมีคุณภาพของภาพและเสียงที่คมชัดกว่า โดยส่วนใหญ่ Skype จะนำมาใช้ทำ Video Conference เพื่อสนทนากันแบบตัวต่อตัว หรือประชุมสายพร้อมกันหลายคนผ่านระบบอินเตอร์เน็ตได้ทั่วโลก โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ และโปรแกรม Skype สามารถติดตั้งบนเครื่องมือถือรุ่นใหม่ ๆ หรือ Ipad ได้ ทำให้สามารถเคลื่อนที่ได้สะดวก แต่โทรศัพท์มือถือเครื่องนั้นต้องสามารถเชื่อมกับระบบอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา หรือสามารถเชื่อมต่อกับ Wi-Fi ที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตดังภาพที่ ๑.๑๑



ภาพที่ ๑.๑๑ การใช้โปรแกรม *Skype*
ที่มา : https://www.skype.com/en

สำหรับหน่วยงานในสังกัดกรมส่งเสริมการเกษตรมีการเช่าใช้อินเทอร์เน็ตทุกหน่วยงานอยู่แล้วสามารถประยุกต์ใช้โปรแกรม Skype เพื่อการติดต่อสื่อสารได้ โดยสามารถติดตั้งโปรแกรม Skype ได้ที่เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (PC) เครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ค (Notebook) แท็บเล็ต (Tablet) หรือโทรศัพท์มือถือ (Smartphone)

๔) ทวิตเตอร์ Twitter

Twitter เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการ Blog สั้น หรือภาษาอังกฤษเรียกว่า Micro-Blog ซึ่งสามารถให้ผู้ใช้ส่งข้อความของตนเองให้เพื่อนที่ติดตาม Twitter ของเราอยู่อ่านได้ และเราเองก็สามารถอ่านข้อความของเพื่อน หรือคนที่เราติดตามอยู่ได้ ทวิตเตอร์ถือได้ว่าเป็นเว็บไซต์ประเภท Social Media อีกอย่างหนึ่ง ผู้ใช้สามารถเขียนข้อความได้ครั้งละไม่เกิน ๑๔๐ ตัวอักษร ซึ่งข้อความนี้ เมื่อเขียนแล้วจะไปแสดงอยู่ในหน้า Profile ของผู้เขียน และจะทำการส่งข้อความนี้ไปยังสมาชิกที่ติดตามผู้เขียนคนนั้นอยู่ (Follower) โดยอัตโนมัติดังภาพที่ ๑.๑๒

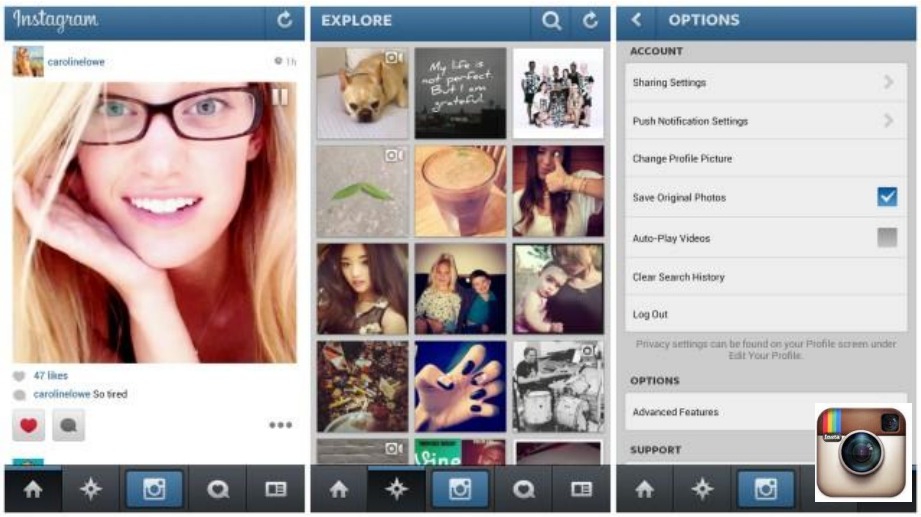


ภาพที่ ๑.๑๒ การใช้โปรแกรม Twitter
ที่มา : https://twitter.com

Twitter เหมาะกับการใช้งานในรูปแบบการส่งข่าวสารหรือข้อความแบบสั้น ๆ ไม่เกิน ๑๔๐ อักษร เช่น การแจ้งข่าวสารด้านการจราจร ข่าวพยากรณ์อากาศ ข่าวด่วน เป็นต้น

๕) อินตราแกรม (Instagram)

Instagram เป็นแอปพลิเคชันถ่ายภาพและแต่งภาพบนสมาร์ทโฟน ที่มาพร้อมกับลูกเล่นการแต่งเติมสีสันให้กับรูปภาพด้วย Filters (ฟิลเตอร์) ต่าง ๆ ที่ให้เราสามารถเลือกปรับภาพได้หลากหลายและสวยงาม แนวอาร์ต ๆ ได้ตามใจชอบทั้งในเรื่องของ สี แสง เรียกได้ว่าสามารถปรับอารมณ์ของรูปภาพได้ตามต้องการ และสามารถแชร์รูปภาพสวย ๆ อวดเพื่อน ๆ ที่อยู่ในสังคมออนไลน์อื่น ๆ เช่น Twitter, Facebook, Tumblr และ Foursquare เป็นต้น และในตัว Instagram เองก็เป็นสังคมออนไลน์ การแบ่งปันภาพถ่าย (Social Photo Sharing) เพราะ Instagram มีระบบ Followers และ Following ให้ผู้ใช้งานสามารถเลือกติดตามชมรูปภาพ ความเคลื่อนไหว การใช้งานของเพื่อน ๆ ที่ใช้งานแอพพลิเคชั่นหากถูกใจ ชอบรูปภาพไหน สามารถกด Like รวมไปถึง Comment รูปภาพนั้นได้ดังภาพที่ ๑.๑๓



ภาพที่ ๑.๑๓ การใช้โปรแกรม Instagram

ที่มา : https://www.instagram.com/?hl=th

Instagram เหมาะสำหรับการถ่ายภาพ แต่งภาพ แชร์ภาพไปยังแหล่งต่าง ๆ ถ่ายวีดีโอสั้น ๆ เพื่อให้เพื่อน ๆ ที่ Follow หรือตามคุณได้ไลค์ (Like) และคอมเม้นท์ (Comment)

โดยได้สรุปข้อดีและข้อจำกัดของโปรแกรมการสื่อสาร (Application) ข้างต้น ดังตารางที่ ๑.๔

ตารางที่ ๑.๔ ข้อดีข้อจำกัดของโปรแกรมการสื่อสาร (Application)

ลำดับที่	โปรแกรมการสื่อสาร	ข้อดี	ข้อจำกัด
๑	Line	๑. ใช้งานง่าย ๒. สามารถใช้งานผ่าน Smartphone ทั้งบนระบบปฏิบัติการแบบ iOS และ Android หรือผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ PC ๓. สามารถโทรหาบุคคลที่อยู่ใน Friend List ในลักษณะเดียวกันกับการใช้งานโทรศัพท์ทั่วไป ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มในส่วนของการโทรออก ๔. ทำ Group Line ตามกลุ่มผู้ใช้งานสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงานเพื่อการประสานงานภายในกลุ่มแต่ละระดับได้เป็นอย่างดี	๑. ทุกบัญชีที่ใช้ *Line* ต้องยึดติดกับหมายเลขโทรศัพท์มือถือที่เป็น Smartphone ๒. ต้องเชื่อมต่อและใช้งานผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ๓. ขาดความเป็นส่วนตัว เนื่องจากทุกคนที่เรามี Contact List บนโทรศัพท์มือถือจะเห็นบัญชี Line ของเรา

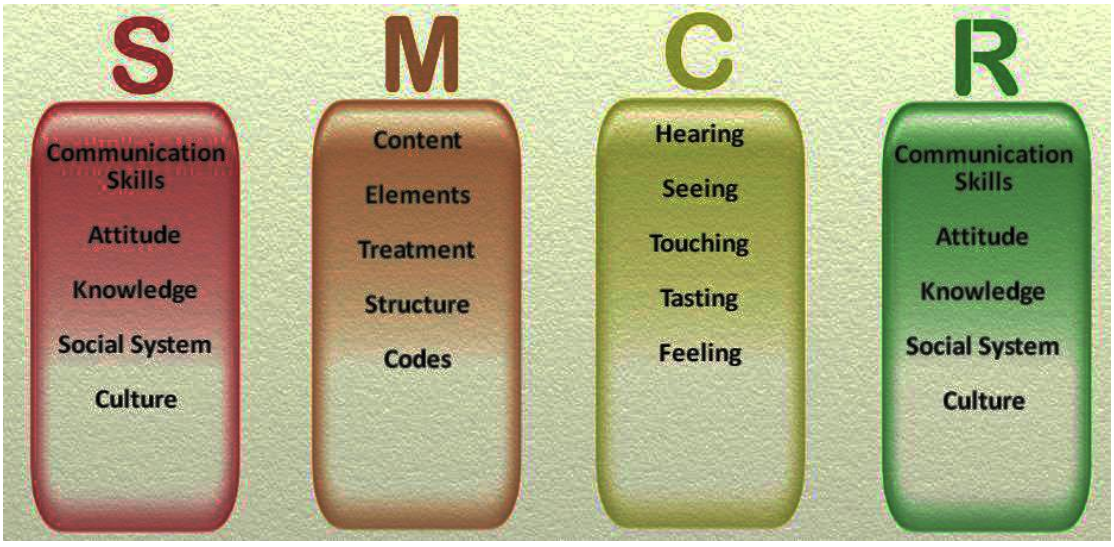
ลำดับที่	โปรแกรมการสื่อสาร	ข้อดี	ข้อจำกัด
๒	Facebook	๑. เป็นการสร้างเครือข่ายและจุดประกายด้านการศึกษาได้อย่างกว้างขวาง หากใช้ได้อย่างถูกวิธี ๒. ทราบความคืบหน้า เหตุการณ์ของบุคคลต่าง ๆ และผู้ที่ใกล้ชิด ๓. ผู้ใช้สามารถสร้างเครือข่ายทางสังคม แฟนคลับหรือผู้ที่มีเป้าหมายเหมือนกัน และทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้ ๔. เป็นซอฟแวร์ที่เอื้อต่อผู้ที่มีปัญหาในการปรับตัวทางสังคม ขาดเพื่อน อยู่โดดเดี่ยว หรือผู้ที่ไม่สามารถออกจากบ้านได้ ให้มีเครือข่ายทางสังคม และเติมเต็มชีวิตทางสังคมได้อย่างดี ไม่เหงา และปรับตัวได้ง่ายขึ้น	๑. การเพิ่มเพื่อนที่ไม่รู้จักดีพอจะทำให้เกิดการลักลอบขโมยข้อมูล หรือการแฝงตัวของขบวนการหลอกลวงต่าง ๆ ได้ ๒. เพื่อนทุกคนในเครือข่ายสามารถเขียนข้อความต่างๆลง Wall ของ FaceBook ได้แต่หากเป็นข้อความที่เป็นความลับ การใส่ร้ายกัน หรือแฝงไว้ด้วยการยั่วยุต่าง ๆ จะทำให้ผู้อ่านที่ไม่มีวุฒิภาวะพอ หลงเชื่อ เกิดความขัดแย้ง และปัญหาตามมาในภายหลัง ๓. การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวทั้งหมดให้กับบุคคลภายนอกที่ไม่รู้จักดีพอ เช่นการลงรูปภาพของครอบครัวหรือลูก อาจนำมาเรื่องปัญหาการปลอมตัว หรือการหลอกลวงอื่น ๆ ที่คาดไม่ถึงได้
๓	Skype	๑. โปรแกรมฟรีไม่มีค่าใช้จ่าย ๒. สามารถสื่อสารได้ ๒ ทาง ส่งสัญญาณได้ทั้งภาพและเสียง ๓. สามารถจัดประชุมเป็นกลุ่มหรือแบบห้องประชุมได้ ๔. สามารถใช้ได้หลายอุปกรณ์ เช่น คอมพิวเตอร์ส่วนบุคล เครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ค เครื่องโทรศัทพ์สมาทโพน หรือแทปเลต ๕. การสนทนาระหว่างบุคคลต่อบุคคลสัญญาณภาพและเสียงจะดีและชัดเจนมาก ๖. ใช้โทรศัพท์ผ่านโปรแกรม skype ได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ๗. สามารถใช้งานได้ทุกที่ที่มีอินเตอร์เน็ต หรือ 3G	๑. คุณภาพของภาพและเสียงขึ้นอยู่กับสัญญาณอินเตอร์เน็ต ๒. คุณภาพเสียงขึ้นอยู่กับอุปกรณ์เสริม เช่น ระบบตัดเสียงย้อนกลับ เนื่องจากเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ๓. ไม่สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ถ้าปลายสายหรือเลขหมายปลายทางไม่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและเปิดโปรแกรม Skype ไว้

ลำดับที่	โปรแกรมการสื่อสาร	ข้อดี	ข้อจำกัด
๔	Twitter	๑. สามารถเข้าถึงคนกลุ่มมากในระยะเวลาอันสั้น และสามารถส่งข่าวสารได้รวดเร็ว โดยการส่งข่าวสารให้กับคนที่ติดตามหรือ Follow ทั้งหมดได้ในลักษณะของข้อความแบบสั้น ๒. ผู้ใช้สามารถอัพเดตเหตุการณ์ที่กำลังเป็นประเด็นที่สำคัญได้ ๓. สามารถแบ่งปันทวิตข้อมูลและข่าวสารที่เป็นประโยชน์ได้โดยการรีทวิต	๑. ส่งข้อความได้ไม่เกิน ๑๔๐ อักษร ๒. หากผู้ใช้ทวิตและรีทวิตหลายข้อความพร้อมๆ กันเป็นจำนวนมากอาจทำให้เกิดการหยุดชะงักทำให้ทวิตและรีทวิตไม่ได้ไปชั่วขณะ ๓. หากผู้ใช้ตั้งค่าบัญชีของตนเป็น Privacy คนที่ไม่ได้เป็นผู้ติดตามจะไม่สามารถอ่านข้อความที่เราทวิตหรือรีทวิตข้อความของเราได้
๕	Instagram	๑. ถ่ายภาพและแต่งภาพด้วย Filters (ฟิลเตอร์) หลากสีสัน ๒๐ แบบ ๒. ถ่ายภาพพร้อมเลือกฟิลเตอร์แบบเรียลไทม์ (Live Filter เลือกฟิลเตอร์ได้ขณะกำลังถ่ายภาพไม่ต้องใส่ทีหลัง) ๓. มีเครื่องมือแต่งภาพ เช่น หมุนภาพ, ใส่กรอบภาพ, เพิ่มแสงให้กับภาพและเบลอภาพ (Tilt-Shift) เฉพาะส่วนที่ต้องการได้ ๔. แชร์รูปภาพไปยังเว็บสังคมออนไลน์ได้ เช่น Facebook, Twitter, Tumblr, Flickr และ Foursqure ๕. อัพโหลดรูปภาพได้ไม่จำกัด มีระบบ Followers และ Following เลือกติดตามบุคคลที่ต้องการได้ ๖. สามารถ Comment และกด Like รูปภาพที่ชื่นชอบได้ ๗. ระบุตำแหน่งที่ถ่ายภาพและแสดงบนแผนที่ (Photo Maps) ๘. เป็นแอปพลิเคชันฟรี	๑. Instagram กำหนดจำนวนคน follow หรือผู้ติดตาม ที่ติดตามได้สูงสุด ๗,๕๐๐ คน ๒. นอกจากการจำกัด follow หรือผู้ติดตามที่ ๗,๕๐๐ คน Instagram ยังกำหนดอัตราจำนวนการติดตาม หรือเลิกติดตามอยู่ที่ ๖๐ คนต่อชั่วโมง หมายความว่าภายใน ๑ ชั่วโมง สามารถ follow และ unfollow ได้ไม่เกิน ๖๐ คน ๓. Instagram จำกัดจำนวนไลค์ต่อชั่วโมงของคนใช้งานอาจกดไลค์ได้แค่ ๑๐-๑๕ ไลค์ต่อเนื่อง

การนำแนวคิด BYOD หรือ Bring Your Own Device มาใช้ในองค์การต้องคำนึงถึง ๒ ส่วน คือผู้ใช้งานเองต้องมีความตระหนักในการนำอุปกรณ์ของตนเองมาใช้งาน เพื่อเชื่อมต่อกับระบบเครือข่ายอินเตอร์เน็ตขององค์การในทางที่ถูกต้องและเหมาะสมคำนึงถึงประโยชน์ขององค์การเป็นสำคัญ และสำหรับองค์การที่นำแนวคิด BYOD มาใช้ ก็ควรสร้างหรือกำหนดนโยบายการใช้งานที่ครอบคลุมทั้งทางด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัย การจำกัดการรองรับการเชื่อมต่ออุปกรณ์กับเครือข่ายภายในการกำหนดนโยบายการใช้งานอินเทอร์เน็ต และลิขสิทธิ์ในการใช้งานซอฟต์แวร์ รวมทั้งจัดหาระบบในการควบคุม ตรวจสอบการใช้งานให้รัดกุม เพื่อความมั่นคงปลอดภัยขององค์การ

บทที่ ๒
การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือ ในงานส่งเสริมการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ

การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรที่ดี จะช่วยสร้างความเข้าใจในนโยบายของผู้บริหาร และเป็นสิ่งเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในองค์กร และเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์กรในทางบวก เพราะนโยบายการบริหารงานการจัดการขององค์กรเป็นส่วนสำคัญ และเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ การสื่อสารจึงเป็นสิ่งจำเป็นยิ่งสำหรับกิจกรรมและการดำเนินงานส่งเสริมการเกษตร ทั้งนี้ หากการสื่อสารดีชัดเจน ก็จะส่งผลให้การประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้รับสารซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายเกิดความพึงพอใจ และเข้าใจนโยบายได้อย่างชัดเจน และส่งผลต่อประสิทธิผล ในการทำงาน ดังนั้น ในกระบวนการทำงานส่งเสริมการเกษตรเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย จะต้องทำให้ ระบบการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลในทุกภาคส่วนทั้งภายในและภายนอกองค์กร เป็นไปอย่างคล่องตัว เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันเกิดความร่วมมือ และการประสานงานในเชิงบูรณาการ เพื่อให้การทำงานส่งเสริมการเกษตรสามารถบรรลุเป้าหมายและประสบผลสำเร็จด้วยดี ดังนั้น ในบทนี้จะกล่าวถึงปัจจัยหลายประการที่ส่งผลต่อการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยให้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับองค์ประกอบต่าง ๆ ของการสื่อสารตามทฤษฎี S M C R ที่เดวิด เค. เบอร์โล (David K.Berlo) ได้พัฒนาขึ้นเพื่อจะได้ทราบว่าผู้ส่งจะส่งสารอย่างไรและผู้รับจะ รับแปลความหมายและมีการโต้ตอบกับสารนั้นอย่างไร โดยจะแสดงให้เห็นถึงความหมาย ของ S M C R ไว้ดังนี้



ภาพที่ ๒.๑ แสดงรูปแบบจำลองการสื่อสาร SMCR Model ตามแนวคิดของเบอร์โล
ที่มา : http://engchindara.blogspot.com/๒๐๑๒/๐๖/๑_๒๒.html

๑. S คือ ผู้ส่งสาร (sender) หรือ แหล่งสาร (source) ต้องมีทักษะในการสื่อสาร ทัศนคติ ความรู้ ระบบสังคม วัฒนธรรม

๒. M คือ ข้อมูลหรือสาร (message) มีส่วนประกอบ โครงสร้าง การจัดสาร เนื้อหา รหัส

๓. C คือ สื่อ หรือช่องทาง (media or channel) คือ การเห็น การได้ยิน การสัมผัส การได้กลิ่น

๔. R คือ ผู้รับสาร (receiver) ต้องมีทักษะการสื่อสาร ทัศนคติ ความรู้ ระบบสังคม วัฒนธรรม

ดังนั้น เพื่อให้มองเห็นภาพองค์ประกอบของการสื่อสารที่เป็นรูปธรรม ในบทนี้จึงเป็นการกล่าวถึงรายละเอียดของการการนำองค์ประกอบการสื่อสารตามของ S M C R Model ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตรรวมถึงการตรวจสอบความสำเร็จของการสื่อสารด้วยการประเมินผลการสื่อสาร

ตอนที่ ๒.๑ ผู้ส่งสาร (Sender) หรือ แหล่งสาร (Source) ในงานส่งเสริมการเกษตร

จากบทที่แล้วได้กล่าวถึง ผู้ส่งสาร (sender) หรือ แหล่งสาร (source) ว่าหมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือ หน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งสาร หรือเป็นแหล่งกำเนิดสาร ที่เป็นผู้เริ่มต้นส่งสารด้วยการแปลสารนั้นให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้นแทนความคิด ได้แก่ ภาษาและอากัปกิริยาต่าง ๆ เพื่อสื่อสารความคิด ความรู้สึก ข่าวสาร ความต้องการและวัตถุประสงค์ของตนไปยังผู้รับสารด้วยวิธีการใด ๆ หรือส่งผ่านช่องทางใดก็ตาม จะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม เช่น ผู้พูด ผู้เขียน กวี ศิลปิน นักจัดรายการวิทยุ โฆษกรัฐบาล องค์การ สถาบัน สถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีวิทยุโทรทัศน์ กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ หน่วยงานของรัฐ บริษัท สถาบันสื่อมวลชน เป็นต้น ในบทนี้ก็จะขยายผลการเป็นผู้ส่งสารที่ดีว่ามีปัจจัยใดบ้างที่จะนำให้การสื่อสารในงานส่งเสริมการเกษตรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

เรื่องที่ ๒.๑.๑ ปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อการสื่อสารให้ประสบผลสำเร็จ

ผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคลที่ส่งหรือถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ ความรู้สึกต่าง ๆ โดยการเข้ารหัส (encoder) ออกไปเป็นสัญญาณ สัญลักษณ์ กิริยาท่าทาง ตามลักษณะของ S M C R Model นี้ มีปัจจัยสำคัญต่อขีดความสามารถของผู้ส่งและผู้รับ ที่จะทำให้การสื่อความหมายนั้นได้ผลสำเร็จหรือไม่เพียงใด ได้แก่

๑. ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skill) อันประกอบด้วยการพูด การฟัง การอ่าน การเขียน และยังรวมถึงการแสดงออกทางท่าทางและกริยาต่าง ๆ เช่น การใช้สายตา การยิ้ม ท่าทางประกอบ และสัญลักษณ์ต่าง ๆ การฝึกฝน ทักษะการสื่อสาร และรู้จักเลือกใช้ทักษะจะช่วยส่งผลให้ประสบความสำเร็จในการสื่อสารได้ทางหนึ่ง ทักษะในการสื่อสารที่ดี ได้แก่

๑.๑ Attending คือ การตั้งใจ ให้ความสำคัญต่อการส่งและรับสื่อ เช่น การพูดอย่างตั้งใจ การแสดงความสนใจ การสบตา การแสดงท่าที่กระตือรือร้น สนใจ เช่น การขยับตัวเข้าไปใกล้ การผงกศีรษะ แสดงความเข้าใจ เป็นต้น

๑.๒ Paraphrasing คือ การพูดทวนการสะท้อนคำพูด เป็นการแสดงความสนใจและความต้องการที่จะรู้เพิ่มเติม

๑.๓ Reflection of feeling คือ การสะท้อนอารมณ์ที่อีกฝ่ายแสดงออกมา กลับไปให้ผู้นั้นเข้าใจอารมณ์ของตนเองมากขึ้น

๑.๔ Summarizing คือ การสรุปความ ประเด็นที่สำคัญเป็นระยะ เพื่อความเข้าใจที่ตรงกัน

๑.๕ Probing คือ การซักเพิ่มเติมประเด็นที่สนใจ เพื่อหาความชัดเจนเพิ่มขึ้น

๑.๖ Self disclosure คือ การแสดงท่าทีเปิดเผยเป็นมิตรของผู้ส่งสาร โดยการแสดงความคิดเห็นหรือความรู้สึกของตน ที่ไม่ใช่การขัดแย้ง หรือตำหนิ

๑.๗ Interpretation คือ การอธิบายแปรความหมายในประสบการณ์ที่อีกฝ่ายแสดงออก เพื่อให้เกิดความเข้าใจ รู้ในสิ่งที่มีอยู่นั้นมากขึ้น

๑.๘ Confrontation คือ การนำประเด็นที่ผู้ส่งสารพูดหรือแสดงออกด้วยท่าทาง ที่เกิดจากความขัดแย้ง สับสน ภายในของผู้ส่งสารเองกลับมา ให้ผู้ส่งสารได้เผชิญกับความขัดแย้ง สับสนที่มีอยู่ในตนเอง เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจในตนเองเพิ่มขึ้น

๒. ทัศนคติ (Attitudes) หมายถึง ความรู้สึกอย่างใดอย่างหนึ่งที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งในการสื่อสารของมนุษย์นั้น ทัศนคติของผู้ส่งสารเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถเพิ่มหรือลดประสิทธิผลของการสื่อสาร ประกอบด้วย

๒.๑ ทัศนคติต่อตนเอง เป็นการประเมินตนเอง รวมถึงความมั่นใจในตัวเอง ซึ่งจะทำให้ผู้ส่งสารประสบผลสำเร็จในการสื่อสารได้มาก

๒.๒ ทัศนคติต่อเรื่องที่จะสื่อสาร ในการสื่อสารผู้ส่งสารจะต้องมีความเชื่อถือ เลื่อมใส พอใจ มีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องที่จะทำการสื่อสาร เพื่อให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จ

๒.๓ ทัศนคติต่อผู้รับสาร ทัศนคติที่ผู้ส่งสารมีต่อผู้รับสาร จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการสื่อสารและจะส่งผลถึงผลสำเร็จของการสื่อสารด้วย

การมีทัศนคติที่ดีต่อการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นต่อตนเอง ต่อเรื่องที่ทำการสื่อสาร หรือแม้กระทั่งต่อช่องทางและตัวผู้รับสาร มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสาร ถ้าผู้ส่งและผู้รับ มีทัศนคติที่ดีต่อกันจะทำให้การสื่อสารได้ผลดี ทั้งนี้เพราะทัศนคติย่อมเกี่ยวโยงไปถึงการยอมรับซึ่งกันและกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับด้วย เช่น ถ้าผู้ฟังมีความนิยมชมชอบในตัวผู้พูดก็มักจะมีความเห็นคล้อยตามไปได้ง่าย แต่ในทางตรงข้าม ถ้าผู้ฟังมีทัศนคติไม่ดีต่อผู้พูด ก็จะฟังแล้วไม่เห็นชอบด้วยและมีความเห็นขัดแย้งในสิ่งที่พูดมานั้น หรือถ้าทั้งสองฝ่ายมีทัศนคติไม่ดีต่อกัน ท่วงทำนองหรือน้ำเสียงในการพูดก็อาจจะห้วนห้าวไม่น่าฟัง แต่ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อกันแล้ว มักจะพูดกันด้วยความไพเราะอ่อนหวานน่าฟัง เหล่านี้ เป็นต้น

๓. ความรู้ (Knowledge) ประกอบด้วยความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาสาระของเรื่องที่จะสื่อสารและความรู้ในเรื่องกระบวนการสื่อสาร ซึ่งผู้ส่งสารที่มีประสิทธิภาพ จึงต้องมีความรู้ความเข้าใจเรื่องที่จะพูดเป็นอย่างดี และมีความรู้ความสามารถในการที่จะวิเคราะห์ตัวเอง สาร สื่อ และผู้รับสารเป็นอย่างดี ของตัวผู้ส่งสารและผู้รับสารเองก็มีผลต่อการสื่อสาร ทั้งความรู้ในเนื้อหาที่จะสื่อสาร ถ้าไม่รู้จริงก็ไม่สามารถสื่อสารให้ชัดเจน หรือทำให้ผู้รับสารเข้าใจได้ ผู้รับสารเองหากขาดความรู้ก็ไม่สามารถทำความเข้าใจตัวสารได้ อีกด้านหนึ่งก็คือความรู้ในกระบวนการสื่อสาร ถ้าไม่รู้ในส่วนนี้ก็ไม่สามารถวางแผนทำการสื่อสารให้สำเร็จได้เช่นกัน ระดับความรู้ (knowledge levels) ก็เช่นกัน ถ้าผู้ส่งและผู้รับมีระดับความรู้เท่าเทียมกันก็จะทำให้การสื่อสารนั้นลุล่วงไปด้วยดี แต่ถ้าหากความรู้ของผู้ส่งและผู้รับมีระดับที่แตกต่างกันย่อมจะต้องมีการปรับปรุงความยากง่ายของข้อมูลที่จะส่งในเรื่องความยากง่ายของภาษาและถ้อยคำสำนวนที่ใช้ เช่น ไม่ใช้คำศัพท์ทางวิชาการ ภาษาต่างประเทศ หรือถ้อยคำยาว ๆ สำนวนสลับซับซ้อน ทั้งนี้ เพื่อให้สะดวกและง่ายต่อความเข้าใจ ตัวอย่าง เช่น การที่นักส่งเสริมการเกษตรพูดแต่คำศัพท์ทางวิชาการด้านการเกษตรกับเกษตรกรย่อมทำให้เกษตรกรไม่เข้าใจ ดังนั้น ต้องสื่อสารด้วยถ้อยคำภาษาง่าย ๆ หรือใช้ภาษาท้องถิ่นก็จะทำให้

เกษตรกรเข้าใจง่ายขึ้น หรือในกรณีของการใช้ภาษามือของผู้พิการทางโสต ถ้าผู้รับไม่เคยได้เรียนภาษามือมาก่อนทำให้ไม่เข้าใจและไม่สามารถสื่อสารกันได้ เหล่านี้เป็นต้น

๔. สถานภาพทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture) สถานภาพของตัวเองในสังคม เช่นตำแหน่งหรือหน้าที่การงาน จะมามีส่วนกำหนดเนื้อหาและวิธีการในการสื่อสาร ด้านวัฒนธรรม ความเชื่อ ค่านิยม วิถีทางในการดำเนินชีวิตก็จะมีส่วนในการกำหนดทัศนคติ ระบบความคิด ภาษาการแสดงออกในการสื่อสารด้วยเช่นกัน เช่นสังคมและวัฒนธรรมของเอเชียและยุโรปทำให้มีรูปแบบการสื่อสารที่ต่างกัน หรือแม้กระทั่งสังคมเมืองกับสังคมชนบทก็มีความแตกต่างกันระบบสังคมและวัฒนธรรม (socio - culture systems) ในแต่ละท้องถิ่นเป็นสิ่งที่มีส่วนกำหนดพฤติกรรมของประชาชนในท้องถิ่นนั้น ซึ่งเกี่ยวข้องไปถึงขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติ เช่น วัฒนธรรมการกินอยู่ การทำการเกษตร การปลูกข้าว เป็นต้น ฯลฯ ดังนั้น ในการติดต่อสื่อสารกับเกษตรกรที่มีความแตกต่างกันทางสังคมและวัฒนธรรม จะต้องมีการศึกษาถึงวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ค่านิยม ความเชื่อซึ่งมีผลต่อการยอมรับและเข้าใจในสารอย่างมาก

จึงสรุปได้ว่าการเป็นผู้ส่งสารที่ดีได้นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อการสื่อสารให้ประสบผลสำเร็จซึ่งมีหลายประการ ได แก มีทักษะในการสื่อสาร(Communication skill) มีทัศนคติ (Attitude) ที่ดีตอกัน การสงและการรับสารต้องคำนึงถึงระดับความรู (Knowledge) หากผูสงสารและผูรับสารมีความรูใกลเคียงกันในเรื่องที่ต้องการจะสื่อสารก็เป็นการง่ายต่อความเข้าใจ ยอมมีโอกาสประสบความสำเร็จไปแล้วครึ่งหนึ่งผนวกกับการมีความเข้าใจในระดับสังคมและวัฒนธรรม (Social Cultural System) ระหว่างผูสงสารและผูรับสารก็ยิ่งเอื้อต่อการสื่อสารได้สำเร็จยิ่งขึ้น

เรื่องที่ ๒.๑.๒ บทบาทของนักส่งเสริมการเกษตรในการสื่อสาร

นักส่งเสริมการเกษตร คือ ผู้นำความรู้ไปสู่บุคคลเป้าหมายเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง ซึ่งได้กำหนดให้ความสามารถในการติดต่อสื่อสารเป็นคุณสมบัติเฉพาะที่สำคัญ สำหรับนักส่งเสริมการเกษตร หมายถึง ต้องมีความสามารถในการติดต่อกับบุคคลเป้าหมายอันได้แก่ เกษตรกรและสมาชิกในครอบครัวหรือบุคคลอื่นได้เป็นอย่างดี มีศิลปะในการพูด การเขียน รู้หลักจิตวิทยาในการติดต่อหรือเผยแพร่ความรู้กับบุคคลเป้าหมาย รู้ว่าเขามีลักษณะอย่างไร ควรใช้ศิลปะหรือเทคนิคอะไรที่จะทำให้เขาเข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ ได้ง่าย และเกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน เช่น ทำตัวเป็นกันเอง ใช้ภาษาง่าย ๆ สุภาพนุ่มนวล หากสามารถพูดภาษาพื้นเมืองได้ก็จะสะดวกมาก การรู้จักใช้สื่อ (Communication media) ประกอบ ทำให้เกิดความเข้าใจยิ่งขึ้น ฉะนั้น เมื่อได้รู้เขารู้เราอย่างชัดเจนแล้ว และไม่มีข้อขัดแย้งในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน งานส่งเสริมการเกษตรก็จะดำเนินไปด้วยความเรียบร้อยและสัมฤทธิผลดังที่มุ่งหวัง ดังนั้น จะเห็นได้ว่านักส่งเสริมการเกษตรมีบทบาทเกี่ยวข้องกับการสื่อสารในทุกภารกิจ ได้แก่

๑. บทบาทของการเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้โดยใช้การติดต่อสื่อสาร คือ การถ่ายทอดให้ความรู้และการแนะนำเทคโนโลยีทางการเกษตรแก่เกษตรกร ซึ่งนักส่งเสริมการเกษตร นอกจากจำเป็นมีความรู้กว้างขวางในด้านการเกษตรแล้ว ยังต้องมีความรู้ความสามารถในการสื่อสารทั้งการพูด การเขียน การนำโสตทัศนูปกรณ์มาใช้ประกอบการถ่ายทอดวิทยาการการเกษตร การสื่อสารถ่ายทอดความรู้จากแหล่งวิชาการไปสู่เกษตรกรกลุ่มเป้าหมาย (Farmer Clienteles) เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรม อาศัยกระบวนการถ่ายทอดความรู้ทางการเกษตรไปสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยใช้กระบวนการ

สื่อสารที่เหมาะสม นักส่งเสริมการเกษตรจึงมีความรู้ความสามารถในการสื่อสารทั้งการพูดการเขียน การนำโสตทัศนูปกรณ์มาใช้ประกอบการถ่ายทอดวิทยาการการเกษตร

๒. บทบาทเป็นที่ปรึกษา ผู้ชี้แนะและร่วมแก้ไขปัญหาแก่เกษตรกร ทั้งด้านปัญหาที่เกษตรกรมักประสบอยู่เสมอ เช่น หน้าแล้งขาดน้ำใช้ในการเกษตรรวมทั้งปัญหาใหม่ที่เกษตรกรประสบ เช่น ผลผลิตข้าวตกต่ำ ซึ่งนักส่งเสริมการเกษตรร่วมกับเกษตรกรวิเคราะห์สาเหตุและหาแนวทางแก้ไข เป็นต้น ซึ่งนักส่งเสริมการเกษตร ต้องเป็นผู้ให้คำปรึกษาให้แก่เกษตรกรตลอดจนบุคคลที่เกี่ยวข้องได นักส่งเสริมการเกษตรจึงต้องมีความรู้และความเข้าใจในวิชาชีพอย่างถูกต้องแม่นยำ สามารถเชื่อมโยงกับสาขาอื่น และเป็นที่พึ่งแก่เกษตรกรสามารถแก้ไขปัญหา สามารถสื่อสาร และ สื่อภาษาได้เข้าใจตรงกัน

๓. บทบาทเป็นนักประชาสัมพันธ์ ควรเป็นนักประชาสัมพันธ์ที่ดี สามารถสื่อสาร และอธิบายลักษณะของงาน ผลการปฏิบัติงานได้อย่างกว้างขวางแพร่หลาย ให้สาธารณชนได้รับรู้รับทราบความเคลื่อนไหว การเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการ นักส่งเสริมการเกษตร จึงต้องเป็นผู้ที่มีความรอบรู้หลายด้าน นอกเหนือจากวิชาชีพเกษตรเพียงอย่างเดียว

๔. บทบาทเป็นผู้ประสาน โดยประสานกับเกษตรกรซึ่งเป็นบุคคลเป้าหมายในงานส่งเสริมการเกษตร ประสานกับหน่วยราชการภาคี ด้าน พืช สัตว์ ประมง เงินทุน ปัจจัยการผลิต และประสานกับภาคเอกชน ด้านการตลาด สนับสนุนปัจจัยการผลิตซึ่งนักส่งเสริมการเกษตรจะต้องเป็นผู้ที่มีการประสานงานที่ดีกับคนอื่น ๆ และหน่วยงานต่าง ๆ รู้จักสานประโยชน์ภาครัฐ ภาคเอกชน และเกษตรกรเข้าด้วยกัน เพื่อนำไปสู่การจัดการด้านผลประโยชน์ที่สมดุล สร้างสันติสุขให้เกิดขึ้นในสังคมอย่างปราศจากข้อขัดแย้ง

๔.๑ ทำหน้าที่ประสานแผน ประสานกิจกรรมต่าง ๆ ตามนโยบายของหน่วยงานเพื่อให้กิจกรรมหรือแผนนั้น ๆ ดำเนินไปตามวัตถุประสงค์และเกิดประสิทธิผล

๔.๒ ประสานของความร่วมมือ ในการดำเนินโครงการจากทั้งภาครัฐบาล และจากภาคเอกชน เพื่อขอความสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ตามแต่สมควร

๔.๓ ประสานงานกับบุคคลผู้นำในท้องถิ่นให้เป็นผู้นำในการรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร

๔.๔ มีการติดตามอย่างใกล้ชิดเพื่อมั่นใจได้ว่ากิจกรรมหรือแผนงานที่ขอความสนับสนุนหรือขอความร่วมมือไปนั้น ได้รับการสนองตอบทันช่วงเวลา หรือมีข้อติดขัด ปัญหาและอุปสรรคอย่างไร เพื่อดำเนินการปรับแผนหรือหาลู่ทางสนับสนุนและประสานแผนได้ทันท่วงที

ในบทบาทของการเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้มีข้อควรทราบถึงองค์ประกอบที่สำคัญของประสบการณ์ในการเรียนรู้ของเกษตรกร ได้แก่

๑. นักส่งเสริมการเกษตรซึ่งเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ มีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของเกษตรกรอย่างมาก นักส่งเสริมการเกษตรก็มีหน้าที่และบทบาทในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของเกษตรกรเช่นเดียวกัน โดยการถ่ายทอดความรู้ที่เรียกว่าการศึกษานอกระบบโรงเรียน นักส่งเสริมการเกษตรจำเป็นต้องถามตนเองเพื่อสร้างความเข้าใจก่อนที่จะถ่ายทอดความรู้แก่เกษตรกร เช่น เกษตรกรต้องการเรียนรู้อะไร เกษตรกรต้องการเรียนรู้ในเรื่องนั้น ๆ มาก-น้อยเพียงใด

๒. เนื้อหาที่จะเรียนรู้ เมื่อนักส่งเสริมการเกษตรทราบถึงความต้องการเรียนรู้ของเกษตรกรแล้ว ต้องเตรียมตัวหาข้อมูลในเรื่องที่จะถ่ายทอดความรู้แก่เกษตรกร จึงจะทำให้การถ่ายทอดความรู้ครั้งนั้นประสบความสำเร็จ การนำวิธีการจูงใจ (Motivation) เพื่อให้เกษตรกรเกิดความสนใจในเรื่อง

ที่กำลังเรียน โดยทั่ว ๆ ไปแล้วเรื่องที่จะนำมาถ่ายทอดความรู้แก่เกษตรกร ควรเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานอาชีพที่เกษตรกรทำอยู่หรือเป็นปัญหาที่เกษตรกรกำลังประสบอยู่ และควรจะเน้นภาคปฏิบัติให้มากด้วย

๓. ผู้รับสาร ในงานส่งเสริมการเกษตรผู้รับสารที่เป็นบุคลเป้าหมายหลักคือ เกษตรกร ดังนั้น การถ่ายทอดความรู้แก่เกษตรกรและการสร้างบรรยากาศในการเรียนรู้จึงแตกต่างไปจากการสอนนักเรียนโดยทั่วไป เกษตรกรที่เข้ามารับการถ่ายทอดต้องการสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่องานอาชีพของเขา ดังนั้น ถ่ายทอดความรู้แก่เกษตรกร จึงต้องคำนึงถึงผู้รับการถ่ายทอดความรู้ ซึ่งเป็นเกษตรกรอยู่ในวัยผู้ใหญ่หรือวัยกลางคน

๔. สื่อ อุปกรณ์และตัวอย่างประกอบถ่ายทอดความรู้ การเรียนรู้ในชีวิตประจำวันของเกษตรกรเรียนรู้ด้วยการทำจริงและมีของจริงประกอบการปฏิบัติด้วย จะทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ อย่างรวดเร็ว ถ่ายทอดความรู้แก่เกษตรกร จะต้องยกตัวอย่างเป็นของจริง หรือนำตัวอย่างของจริง ไปใช้ในการประกอบถ่ายทอดด้วย ดังนั้น การเตรียมตัวสำหรับการถ่ายทอดความรู้แก่เกษตรกร จะต้องเน้นในเรื่องของสื่อ อุปกรณ์ช่วยสอนและตัวอย่างของจริงในการประกอบการถ่ายทอดความรู้ ให้มาก ๆ

๕. สภาพแวดล้อมในการเรียนรู้ สภาพแวดล้อมในการถ่ายทอดความรู้แก่เกษตรกร แบ่งได้เป็น ๒ ประเภท คือ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมทางสังคม สถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทอดความรู้แก่เกษตรกรนั้นควรจัดให้เหมาะสม เช่น ห้องบรรยายควรเป็นโต๊ะกลม แสงสว่างเพียงพอ ไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก ส่วนสภาพแวดล้อมทางสังคมนั้น ต้องสร้างบรรยากาศให้เกิดความเป็นมิตรภาพในกลุ่มคนที่มาร่วมรับการถ่ายทอด กลุ่มคนที่ร่วมเรียนรู้ไม่ควรมีมากเกินไป เพราะกลุ่มจะเป็นตัวกำหนดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

ในการสื่อสารหรือถ่ายทอดความรู้แก่เกษตรกร สิ่งที่นักส่งเสริมการเกษตรพึงระวังการป้องกันไม่ให้เกิดข้อบกพร่องในการสื่อสารโดยสาเหตุจากตัวเกษตรกรผู้รับสาร ได้แก่

๑. สมาธิการฟังของผู้รับสาร หากเกษตรกรหรือผู้รับสารไม่มีสมาธิในการฟัง ไม่ได้ตั้งใจหรือสนใจในการฟังเนื้อหาหรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่ผู้ส่งสารส่งมาให้แล้ว ผู้รับสารอาจรับสารได้ไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ตามที่ผู้ส่งต้องการ

๒. ความจำกัดด้านความจำ เนื่องจากคนเรามีความจำกัดในเรื่องความจำ ดังนั้นผู้รับสารอาจได้รับสารไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ตามที่ผู้ส่งต้องการ เนื่องจากจำได้แต่เพียงบางส่วน หรือลืมบางส่วนไป

๓. ความจำกัดด้านการรับรู้ คนเรานั้นมักจะเลือกรับรู้ในสิ่งที่ตนเองเห็นว่ามีความสำคัญหรือกำลังสำคัญอยู่ในขณะนั้น ดังนั้น ในการรับสารจากผู้ส่งสาร ผู้รับสารอาจเลือกที่จะรับรู้เฉพาะที่ตนสนใจหรือเห็นว่าสำคัญเท่านั้นสิ่งที่ตนไม่คิดว่าเป็นเรื่องที่สำคัญก็จะถูกลืมหรือละเลยไป

๔. สภาวะด้านจิตใจของผู้รับสารขณะรับสาร หากผู้รับสารมีสภาวะจิตใจที่ไม่ปกติ เช่น มีความรู้สึกตื่นเต้นตกใจ ประหม่า กลัว หรือวิตกกังวลอยู่กับบางเรื่อง ความรู้สึกเหล่านี้มีผลทำให้การรับสารขาดความสมบูรณ์ไปได้ เช่น อาจจะรู้สึกตื่นเต้นจนฟังไม่รู้เรื่อง เป็นต้น

๕. การแปลความหมายของผู้รับสาร ผู้รับสารอาจแปลความหมายของสารที่ส่งมาผิดไปจากความประสงค์ของผู้ส่งสารได้ เนื่องจากประสบการณ์ของทั้งสองฝ่ายต่างกัน

๖. ทัศนคติของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร ความรู้สึกของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารทั้งในทางบวกและทางลบมีผลต่อการรับฟังและการแปลความหมายของสิ่งที่รับฟังของผู้รับ

๗. ความสนใจของผู้รับสารในสารที่ส่งมา หากเรื่องที่ผู้พูดส่งมาไม่เป็นที่สนใจของผู้รับ ก็คงจะไม่เต็มที่เท่าที่ควร โดยเฉพาะถ้าสารที่ส่งมานั้น ผู้รับไม่เคยมีประสบการณ์หรือพื้นฐานที่จะเข้าใจ มาก่อน

องค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อวิธีการสื่อสารกับเกษตรกรในงานส่งเสริมการเกษตร

นักส่งเสริมการเกษตร ควรพิจารณาถึงองค์ประกอบที่มีผลทำให้วิธีการสื่อสารมีประสิทธิภาพ หากจะให้การสื่อสารในงานส่งเสริมการเกษตรได้ผลและมีประสิทธิภาพต้องพิจารณาสถานการณ์รอบด้าน ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญที่นักส่งเสริมการเกษตรต้องพิจารณาวิธีการสื่อสารแบบต่าง ๆ เพื่อประยุกต์ใช้ ให้เหมาะสม มีดังต่อไปนี้

๑. ลักษณะของเนื้อหาที่จะสื่อสารและเป้าหมายที่ตั้งไว้ มีการแปรเปลี่ยนในเนื้อหาที่จะสื่อสารกับเกษตรกรค่อนข้างมาก ถ้าวัตถุประสงค์ของการสื่อสารต้องการจะให้เกษตรกรเกิดทักษะความชำนาญแล้ว ควรมีการสาธิตให้ดูอย่างทั่วถึง และให้โอกาสฝึกปฏิบัติด้วย แต่วิธีการสาธิตและการปฏิบัติไม่สามารถใช้ในการพัฒนาความเข้าใจ ในเรื่องการวางแผนการผลิต ซึ่งในกรณีหลังควรใช้วิธีการสื่อสารในลักษณะแบบอภิปราย บรรยาย โดยวิทยากรที่เป็นเกษตรกรผู้ที่มีประสบการณ์จะได้ผลดีกว่า

๒. จำนวนเกษตรกรที่มาร่วมรับการส่งเสริม ถ้ากลุ่มของเกษตรกรที่มาเรียนรู้มีเป็นจำนวนมาก วิธีการสื่อสารควรเป็นการบรรยาย หรือการฉายวีดิทัศน์ ส่วนวิธีการอภิปรายหรือฉายสไลด์อาจจะไม่เหมาะสม หรือถ้าเป็นการสื่อสารกับเกษตรกรเพียงคนเดียวใช้วิธีการให้ฝึกปฏิบัติจะได้ผลดีกว่า

๓. ความพอเพียงของเวลา เวลาเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่กำหนดวิธีการสื่อสาร เช่น ถ้ามีเวลามาก วิธีการอภิปรายให้เกษตรกรมีส่วนร่วมจะเหมาะสม แต่ถ้ามีเวลาจำกัดอาจจะใช้วิธีการบอกเล่าหรือบรรยายจะเหมาะสมกว่า เป็นต้น

๔. เครื่องอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ประกอบการสื่อสาร เครื่องอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ประกอบการสื่อสาร จะเป็นสิ่งที่ทำให้การสื่อสารกับเกษตรกรมีประสิทธิภาพ เช่น สถานที่ โสตทัศนูปกรณ์ ฯลฯ ตลอดจนอุปกรณ์ที่ของจริงใช้ทำการเกษตรต่าง ๆ เช่น รถแทรคเตอร์ เครื่องสูบน้ำ เครื่องพ่นยา เป็นต้น

๕. ความสนใจและความสามารถของผู้ส่งสาร นักส่งเสริมการเกษตรหรือผู้ส่งสาร ส่วนมากจะมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกันไป ซึ่งนักส่งเสริมการเกษตรคงจะพิจารณาเลือกวิธีการสื่อสารที่เขาถนัดมากที่สุด แต่ก็ควรให้ความสนใจในวิธีการสื่อสารรูปแบบอื่น ๆ ด้วย เพื่อพัฒนานักส่งเสริมการเกษตรให้มีความสามารถมากขึ้นและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ มากขึ้น

๖. ความมีประสิทธิภาพของวิธีการสื่อสาร โดยทั่ว ๆ ไปแล้วการเลือกวิธีการสื่อสารในงานส่งเสริมการเกษตรนั้น ขึ้นอยู่กับผลการวิจัยวิธีการสื่อสารรูปแบบนั้นๆ ว่าวิธีการสื่อสารแบบนี้เหมาะสมและใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพในกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะอย่างไร หรือวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการสื่อสารเป็นอย่างไร แต่อย่างไรก็ดีผลการวิจัยคงไม่ได้บอกว่าวิธีการไหนดีที่สุด นักส่งเสริมการเกษตร ควรจะประเมินผลวิธีการส่งเสริมและใช้ประสบการณ์ที่ตนเองได้ทำมาเพื่อพิจารณาเลือกวิธีการสื่อสารในงานส่งเสริมการเกษตรที่เหมาะสม ประกอบกับผลงานวิจัยที่มีอยู่

กล่าวโดยสรุปจะเห็นได้ว่านักส่งเสริมการเกษตรมีบทบาทในฐานะผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสารเพราะเป็นทั้งผู้ถ่ายทอดความรู้เป็นที่ปรึกษา ผู้ชี้แนะและร่วมแก้ไขปัญหาแก่เกษตรกรเป็นนักประชาสัมพันธ์ผู้ประสาน ในบทบาทของการเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ มีข้อควรทราบถึงองค์ประกอบที่สำคัญของประสบการณ์ในการเรียนรู้ของเกษตรกร ได้แก่จำเป็นต้องทราบว่าเกษตรกรต้องการเรียนรู้เรื่องอะไร เตรียมเนื้อหา คำนึงถึงวัยใช้สื่อที่เหมาะสม สร้างบรรยากาศที่เหมาะกับการเรียนรู้ใส่ใจในตัวผู้รับสาร สังเกตว่ามีสมาธิในการฟังหรือไม่ มีข้อจำกัดด้านความจำการรับรู้หรือปล่า มีสภาวะจิตใจ

ปกติดีไหม การแปลความหมายถูกต้องหรือไม่มีทัศนคติของอย่างไร มีพื้นฐานประสบการณ์การเรียนรู้มากน้อยแค่ไหนเป็นต้น

องค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อผลทำให้วิธีการสื่อสารมีประสิทธิภาพเพื่อประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม ได้แก่ ควรมีการสาธิตให้ดู และให้โอกาสฝึกปฏิบัติด้วย ใช้วิธีการสื่อสารที่เหมาะสมกับจำนวนเกษตรกรที่มาร่วมรับการส่งเสริม ความพอเพียงของเวลา มีเครื่องอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ประกอบการสื่อสาร ความสนใจและความสามารถของผู้ส่งสาร ควรให้ความสนใจในวิธีการสื่อสารรูปแบบอื่น ๆ ด้วย เพื่อพัฒนาตัวนักส่งเสริมการเกษตรเองให้มีความสามารถมากขึ้นและเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของวิธีการสื่อสาร

เรื่องที่ ๒.๑.๓ คุณสมบัติและทักษะของผู้ส่งสารที่ดีเพื่อให้การสื่อสารบรรลุเป้าหมาย

การเป็นผู้ส่งสารไม่ว่าจะในการสื่อสารประเภทและระดับใดก็ตาม ย่อมต้องมีบทบาทและหน้าที่ในการสื่อสารที่สำคัญ คือ การสื่อสารที่ดี ผู้ที่สื่อสารต้องให้ความสำคัญกับผู้ฟังให้มากกว่าตัวเราเอง เพราะจุดประสงค์ของการสื่อสาร คือ ทำให้ผู้ฟังเข้าใจและคล้อยตามแนวความคิด ดังนั้นหากเราสื่อสารได้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังแล้ว ย่อมทำให้การสื่อสารสมบูรณ์ ในการที่นักส่งเสริมการเกษตรจะเป็นผู้ส่งสารที่ดีควรมีคุณสมบัติและทักษะของผู้ส่งสารที่ดี เพื่อให้การสื่อสารบรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งคุณสมบัติดังกล่าวมีดังนี้

๑. การมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่แจ่มชัด ผู้ส่งสารที่ดีจะต้องมีวัตถุประสงค์ชัดเจนในการสื่อสารและมีเจตนาแน่ชัดที่ จะให้ผู้อื่นรับรู้วัตถุประสงค์ของตนในการส่งสารแสดงความคิดเห็นหรือวิจารณ์ ฯลฯ

๒. การเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจเพียงพอในเนื้อหาของเรื่องราวที่ตนจะสื่อสารกับผู้อื่น ผู้ส่งสารที่ดีจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปเป็นอย่างดี หรือแจ่มชัด

๓. การเป็นผู้มีความรับผิดชอบ ผู้ส่งสารที่ดีควรมีบุคลิกลักษณะที่ดี มีความน่าเชื่อถือ แคล่วคล่อง เปิดเผย จริงใจและมีความรับผิดชอบในฐานะเป็นผู้ส่งสาร

๔. การเป็นผู้มีความพยายามที่จะเข้าใจความสามารถและความพร้อมในการรับสารของผู้ที่ตนสื่อสารด้วยผู้ส่งสารที่ดีควรเป็นผู้ที่สามารถเข้าใจความพร้อม และความสามารถในการรับสารของผู้รับสาร

๕. การเป็นผู้รู้จักเลือกใช้วิธีการในการสื่อสารให้เหมาะสมกับเรื่องโอกาส และผู้รับสารของตน ผู้ส่งสารที่ดีควรเป็นผู้รู้จักเลือกใช้กลวิธีที่เหมาะสมในการส่งสารหรือนำเสนอสารให้ผู้รับสาร

ส่วนทักษะทางการสื่อสารที่จะเอื้อให้นักส่งเสริมการเกษตรมีคุณสมบัติของการเป็นผู้ส่งสารที่ดีดังกล่าวข้างต้น ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญและควรนำมาใช้ในการพัฒนาตัวเอง เพื่อให้เป็นนักสื่อสารที่ดี ทักษะด้านการสื่อสารที่นักส่งเสริมการเกษตรควรมี ได้แก่

๑. การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี นักสื่อสารจะสร้างความสัมพันธ์ก่อนการสื่อสารโดยการเข้าใจความต้องการของผู้ฟัง พูดในเรื่องที่ผู้ฟังสนใจ อยู่ในโลกของผู้ฟัง มีความรักให้กับผู้ฟัง อยากช่วยเหลือผู้ฟัง มากกว่าความต้องการของผู้สื่อสารเพียงอย่างเดียว ทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกที่ดี และความเข้าใจในเจตนาของผู้สื่อสารว่าต้องการสื่อสารเพื่อจุดประสงค์ใด ถ้าผู้สื่อสารเปิดใจก่อน ก็จะได้รับการเปิดใจจากผู้ฟังเช่นเดียวกัน

๒. การพูดให้จูงใจผู้ฟัง นักสื่อสารที่ดีจะเริ่มต้นการพูดน่าสนใจ มีพลังในการสื่อสารกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความกระตือรือร้นที่จะรับฟัง โดยการทำให้ผู้ฟังมองเห็นสิ่งต่าง ๆ ได้ชัดเจน เห็นคุณค่าและ

ประโยชน์จะเกิดขึ้นเมื่อนำไปปฏิบัติ เป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับผู้ฟังมากกว่าเรื่องของผู้สื่อสาร หากเป็นเรื่องของผู้สื่อสารก็เป็นเพียงประสบการณ์ที่อยากให้ผู้ฟังได้นำไปคิดและประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ฟังอีกทีหนึ่ง

๓. การรับฟังความต้องการของผู้ฟัง นักสื่อสารบางคนพยายามที่จะสื่อสารความต้องการของตัวเอง จนลืมทำหน้าที่รับฟัง ทำให้ผู้ฟังปิดรับการสื่อสารด้วยเช่นกัน เพราะผู้ฟังก็อยากให้ผู้สื่อสารเข้าใจความต้องการของเขาด้วยเช่นเดียวกัน ดังนั้น นักสื่อสารที่ดีจะสนใจความต้องการของผู้ฟัง และสื่อสารข้อความหรือข้อมูลที่ตรงกับความต้องการ การสื่อสารก็จะเกิดประโยชน์ทั้ง ๒ ฝ่าย ทำให้ข้อมูลไม่ตกหล่น เนื่องจากเป็นสิ่งที่ผู้ฟังต้องการจะรับฟังอยู่แล้ว

๔. การเรียนรู้และเข้าใจธรรมชาติของมนุษย์ การสื่อสารที่ดี ถ้าเราเข้าใจธรรมชาติของมนุษย์ ซึ่งผู้ฟังอยากได้รับความสนใจ อยากได้รับการยอมรับ และชอบคำชมมากกว่าคำตำหนิ หากนักสื่อสารเรียนรู้และเข้าใจธรรมชาติของผู้ฟัง และปฏิบัติตัวดังที่มนุษย์ทุกคนต้องการ ก็จะทำให้นักสื่อสารสามารถต่อเชื่อมกับผู้ฟังได้ง่าย และตรงตามที่ผู้ฟังต้องการ จะทำให้ข้อความหรือข้อมูล และวิธีการที่ใช้ในการสื่อสาร เหมาะสมกับผู้ฟังมากยิ่งขึ้น แต่หากนักสื่อสารหลีกเลี่ยง หรือไม่สนใจธรรมชาติของมนุษย์ สนใจในสิ่งที่ต้องการสื่อสารเพียงอย่างเดียว ย่อมทำให้ไม่ได้รับการตอบสนองจากผู้ฟังเต็มประสิทธิภาพ

นอกจากคุณสมบัติและทักษะของผู้ส่งสารที่ดีที่นักส่งเสริมการเกษตรพึงมีดังกล่าวแล้วนั้น ยังมีเทคนิคในการพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารให้ดีขึ้นอีก ๕ ขั้นตอนดังนี้

๑. สังเกตตัวเองอันดับแรกที่ควรทำ คือ การสำรวจตัวเอง เพื่อหาจุดแข็งและจุดบอดก่อนว่ามีสิ่งไหนที่ต้องแก้ไขปรับปรุงบ้าง หรือสิ่งไหนที่ดีอยู่แล้วจะสามารถพัฒนาให้ดีกว่าเดิมได้หรือไม่ โดยการฝึกซ้อมพูดกับตัวเองหน้ากระจก ลองดูสิว่าคุณมีลีลาท่าทางการพูดเป็นอย่างไรบ้าง ดูเก้ ๆ กัง ๆ หรือเปล่า ถ้ามีส่วนไหนบกพร่องก็พยายามปรับให้ดีขึ้น

๒. เรียนรู้เทคนิคจากคนอื่น ๆ ลองเรียนรู้เทคนิคการสื่อสารจากนักพูดมืออาชีพ เพื่อน หรือกระทั่งเจ้านายของคุณดูสิ แล้วลองหยิบเอาส่วนดี ๆ ที่นำไปใช้ได้มาปรับให้เข้ากับสไตล์ของตัวเอง แต่ไม่แนะนำให้เลียนแบบลักษณะท่าทางของพวกเขาเหล่านั้นมาทั้งหมด เพราะเมื่อถึงเวลาที่คุณต้องสื่อสารกับผู้อื่น คุณจะดูไม่เป็นธรรมชาติอย่างเห็นได้ชัด ควรนำเทคนิคบางส่วนมาใช้ก็พอแล้วล่ะครับ

๓. ลองเปลี่ยนกลยุทธ์ในการสื่อสารบ้าง เนื่องจากในชีวิตปกติของคนเรานั้นจะมีการสื่อสารกับกลุ่มคนหลากหลายกลุ่ม อยู่ทุกวัน ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนที่ทำงาน เจ้านาย เพื่อนสนิท หรือคนในครอบครัว ซึ่งวิธีการพูดคุยกับแต่ละกลุ่มคนก็ย่อมแตกต่างกันออกไป ไม่จำเป็นต้องยึดติดกับวิธีใดวิธีหนึ่งเพียงอย่างเดียว ดังนั้น คุณจึงควรเรียนรู้ที่จะปรับเปลี่ยนเทคนิคการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มคนที่พูดด้วย เพื่อไม่ให้ดูเหินห่าง หรือดูสนิทสนมมากจนเกินไป

๔. ฝึกฝนบ่อย ๆ ให้คุ้นชิน "Practice makes perfect" ยิ่งฝึกมากเท่าไหร่ ยิ่งสมบูรณ์แบบมากเท่านั้น คำกล่าวนี้คงไม่เกินจริงไปนัก ไม่มีใครเก่งหรือคล่องแคล่วมาตั้งแต่เกิด ทุกคนล้วนผ่านการฝึกฝนและเรียนรู้มาทั้งนั้น ไม่ว่าจะในเรื่องของการพูด การฟัง หรือการเขียนก็ตาม เพื่อให้เวลาที่ต้องสื่อสารจริง ๆ เป็นไปด้วยความราบรื่น เช่น ฝึกพูดต่อหน้ากระจกหรือกลุ่มเพื่อนเล็ก ๆ เป็นประจำ พอถึงเวลาที่คุณต้องออกไปพูดต่อหน้าคนจำนวนมากจะได้ไม่ตื่นเต้นหรือรู้สึกขัดเขินมาก

๕. สร้างความมั่นใจให้กับตัวเอง จริง ๆ แล้วการสร้างความมั่นใจให้กับตัวเอง อาจเป็นผลสืบเนื่องมาจากข้อที่เพิ่งกล่าวไปเมื่อสักครู่ ซึ่งนับว่าเป็นเทคนิคที่มีความสำคัญมากที่สุดข้อหนึ่งเลย

ทีเดียว เมื่อคุณฝึกฝนทักษะการสื่อสารบ่อย ๆ สิ่งที่ตามมาก็คือ ความมั่นใจนั่นเอง และเมื่อมีความมั่นใจแล้ว การสื่อสารกับผู้อื่นก็ไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป

กล่าวโดยสรุปจะเห็นได้ว่านักส่งเสริมการเกษตรจะเป็นนักสื่อสารที่ดีด้วย ต้องมีทั้งคุณสมบัติและทักษะของการสื่อสารที่ดี หลังจากที่ได้ทราบคุณสมบัติและทักษะรวมทั้งเทคนิคง่าย ๆ ในการพัฒนาตนเองให้มีความ สามารถในการสื่อสารกันไปเรียบร้อยแล้ว ที่เหลือคงเป็นหน้าที่ของนักส่งเสริมการเกษตรแต่ละท่านแล้ว ที่ควรจะนำเทคนิคดังกล่าวไปพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ประยุกต์ใช้ในชีวิตและงานประจำวัน หากท่านสามารถปฏิบัติตามได้ สุดท้ายก็จะกลายเป็นธรรมชาติในตัวเอง การพัฒนาการสื่อสารของตัวเองไม่ยาก เพราะท่านมีโอกาสที่จะสื่อสารกับบุคคลทั่ว ๆ ไปอยู่ตลอดเวลา หากฝึกฝนและปรับปรุงให้ดีขึ้นไปเรื่อย ๆ คาดว่าท่านจะสามารถจะสื่อสารและเข้าใจผู้อื่นได้ดียิ่งขึ้นแน่นอน ผลลัพธ์ที่ได้ คือ ทำให้ท่านกลายเป็นนักสื่อสารที่ดีและประสบความสำเร็จในการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรแน่นอน

ตอนที่ ๒.๒ สาร (Message) หรือ ข้อมูลในงานส่งเสริมการเกษตร

สาร (Message) หรือข้อมูลคือ ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเหตุการณ์ หรือข้อมูลดิบที่ยังไม่ผ่านการประมวลผล ยังไม่มีความหมายในการนำไปใช้งาน ข้อมูลอาจเป็นตัวเลข ตัวอักษร สัญลักษณ์ รูปภาพ เสียง หรือภาพเคลื่อนไหว แต่ข้อมูลที่ดีต้องแปลเป็นรหัสเพื่อสะดวกในการส่ง การรับและการตีความเนื้อหาข้อมูลให้สื่อ ความหมายได้ง่ายขึ้น ให้มีความเหมาะสมกับผู้รับสาร มีการจัดลำดับที่ดี ไม่สลับซับซ้อน มีความชัดเจน สำหรับงานส่งเสริมการเกษตร เป็นงานที่ให้บริการข้อมูล ด้านความรู้และสนับสนุนเกษตรกรในการผลิตและการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกษตรกรสามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของตนให้สูงขึ้น และสามารถพึ่งพาตนเองในการประกอบอาชีพการเกษตรได้อย่างมั่นคงถาวรตลอดไป

เรื่องที่ ๒.๒.๑ ประเภทของสาร (Message) หรือข้อมูลในงานส่งเสริมการเกษตร

การที่จะทำให้งานส่งเสริมการเกษตรบรรลุเป้าหมายได้ นักส่งเสริมการเกษตรและเกษตรกรต้องมีสาร (Message) หรือข้อมูลเพื่อประกอบการวางแผนและการตัดสินใจ ซึ่งในการวางแผนงาน/โครงการ ข้อมูลมีทั้งปริมาณและข้อมูลที่เป็นจริงเกี่ยวกับสภาวะที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ข้อมูลที่ถูกต้องและสมบูรณ์ย่อมมีส่วนสำคัญต่อกระบวนการวางแผน ตั้งแต่การกำหนดปัญหาและความต้องการ การกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ การติดตามผลและประเมินผล ตลอดจนการรายงานผลการปฏิบัติงานตามแผน ทั้งนี้ โดยทั่วไปจำแนกประเภทข้อมูลตามลักษณะของข้อมูลได้เป็น ๒ ประเภท คือ ข้อมูลในเชิงปริมาณและข้อมูลในเชิงคุณภาพ ซึ่งในงานส่งเสริมการเกษตรยังมีความจำเป็นที่จะต้องใช้ข้อมูลทั้ง ๒ ประเภทประกอบกันดังนี้

๑. ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative data) ข้อมูลในเชิงปริมาณจะแสดงให้ทราบถึงลักษณะของวัตถุสิ่งของที่เป็นตัวเลข (Numbers) เช่น ในตำบลนี้มีเกษตรกร ๕๐ ครัวเรือน มีพื้นที่การเกษตร ๒๕,๐๐๐ ไร่ หรือเกษตรกรในพื้นที่นี้มีผลผลิตข้าวเฉลี่ย ๘๐ ถังต่อไร่ เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้ช่วยให้

นักส่งเสริมการเกษตรเข้าใจสถานการณ์ที่เป็นรูปธรรมชัดเจนมากยิ่งขึ้นกว่าข้อมูลในเชิงคุณภาพ แต่อย่างไรก็ดีวัตถุหรือสิ่งของบางอย่าง ไม่สามารถวัดหรือนับได้ในเชิงปริมาณได้ เช่น ดินบริเวณนี้คุณภาพไม่ดี เป็นดินปนหิน ความอุดมสมบูรณ์ต่ำ เกษตรกรรู้สึกอ่อนเพลียจากการทำงาน สภาพบ้านเรือนรกรุงรัง เป็นต้น

๒. ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) คือ ข้อมูลที่ไม่ใช่ตัวเลข ไม่ได้มีการให้รหัสตัวเลขที่จะนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ แต่เป็นข้อความหรือข้อสนเทศซึ่งหมายถึงข้อมูลที่อธิบายคุณลักษณะของคน สิ่งของ ที่แสดงให้เห็นว่า “ดี” “เลว” “สูง” “ต่ำ” “ใหญ่” “เล็ก” “มาก” “น้อย” เป็นต้น เช่น

- ในตำบลนี้มีการทำนากันเป็นจำนวนมาก
- ผลผลิตถั่วเหลืองของเกษตรกรในพื้นที่นี้ค่อนข้างสูง
- เกษตรกรใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพดีปลูก

ข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สามารถนำไปพิจารณาเป็นปัญหาหรือความต้องการในการวางแผนได้ไม่มากนัก เพราะเป็นข้อมูลที่มีลักษณะยังไม่ชัดเจน เพราะไม่ได้บอกถึงขนาดของสภาพการณ์นั้น ๆ เช่น ทำนาเป็นจำนวนมากเท่าใด ผลผลิตถั่วเหลืองสูงเพียงใด เมล็ดพันธุ์ข้าวคุณภาพดีเพียงใด เป็นต้น ข้อมูลที่อยู่ในลักษณะเชิงคุณภาพ มักจะทำให้ผู้รับสารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าใจและให้ความหมายที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับระดับความรู้และประสบการณ์ของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ

ข้อสังเกตสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ จะพบว่า ข้อมูลบางอย่างมีลักษณะคล้ายกันมากแต่จัดอยู่คนละประเภท ลองพิจารณาตัวอย่างต่อไปนี้ จากการสำรวจความรู้สึกของเกษตรกรที่เข้ามารับบริการของคลินิกเกษตรเคลื่อนที่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิดเซตของกระทงคำถามกลุ่มหนึ่งให้ผู้ตอบเลือกคำตอบได้ ๒ ประการคือ “พอใจ” กับ “ไม่พอใจ” เซตของกระทงคำถามอีกกลุ่มหนึ่งกำหนดลำดับของความรู้สึกเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ “พอใจมาก” “พอใจ” “ไม่ค่อยพอใจ” และ “ไม่พอใจเลย” จากตัวอย่างที่ยกมา ข้อมูลจากกระทงคำถามทั้งสองกลุ่มมีลักษณะคล้ายกันมาก คือเป็นระดับความรู้สึกของผู้ตอบที่มีต่อบริการของคลินิกเกษตรเคลื่อนที่ แต่จะเห็นว่ามี ข้อแตกต่างกันที่ คำตอบ ในกลุ่มแรกจะแสดงถึงความแตกต่างของความรู้สึก ส่วนคำตอบในกลุ่มที่สองจะแสดงน้ำหนักของความรู้สึกซึ่งเปรียบเทียบกันในลักษณะมาก - น้อยได้ ดังนั้น ข้อมูลจากคำถามกลุ่มแรกจึงจัดเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ และข้อมูลจากคำถามในกลุ่มที่สองเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ

นอกจากนี้ หากพิจารณาจากตามแหล่งที่มาของข้อมูลหรือแหล่งที่ได้จัดเก็บข้อมูลไว้ด้วยเหตุผลเพื่อการสื่อสาร เผยแพร่ หรือการวิเคราะห์วิจัย หรือเพื่อเก็บไว้เป็นหลักฐานประกอบการตัดสินใจในการทำกิจการอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง ได้แก่ บุคคล เช่น เกษตรกรผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้กรอกแบบสอบถาม บุคคลที่ถูกสังเกต เอกสารทุกประเภท และข้อมูลสถิติจากหน่วยงาน รวมไปถึง ภาพถ่าย แผนที่ แผนภูมิ หรือแม้แต่วัตถุ สิ่งของ ก็ถือเป็นแหล่งข้อมูลได้ทั้งสิ้น ในการจัดประเภทข้อมูลตามแหล่งที่มาจำแนกกว้าง ๆ ได้ ๒ ประเภท คือ

๑. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลที่นักส่งเสริมการเกษตรเก็บขึ้นมาใหม่เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ความจำเป็นในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลในเรื่องนั้น ๆ โดยเฉพาะ เป็นแหล่งข้อมูลที่จัดเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ตามระเบียบวิธีของการจัดเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ เช่น การสร้างแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ หรืออื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงกับจุดประสงค์ของผู้ที่ศึกษา ข้อมูลที่ได้นี้เรียกว่า ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เช่น การตรวจเลือดเกษตรกรในเขตที่ใช้สารเคมี

เพื่อหาจำนวนเกษตรกรที่มีสารเคมีตกค้างในกระแสเลือด การวิเคราะห์หาสารหนักที่ตกค้างในน้ำเพื่อประเมินคุณภาพน้ำในเขตเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น ข้อดีของข้อมูลปฐมภูมิ คือ ได้ข้อมูลที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้โดยตรงตามจุดประสงค์ของการศึกษาครั้งนั้น ส่วนข้อเสีย คือ ต้องใช้เวลาและงบประมาณในการจัดเก็บค่อนข้างมาก การเลือกใช้ข้อมูลแบบปฐมภูมิ นักส่งเสริมการเกษตรจะสามารถเลือกเก็บข้อมูลได้ตรงตามความต้องการและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ตลอดจนเทคนิคการวิเคราะห์ แต่มีข้อเสียตรงที่สิ้นเปลืองเวลา ค่าใช้จ่าย และอาจมีคุณภาพไม่ดีพอ ไม่ตรงตามข้อมูลที่เป็นจริง หากเกิดความผิดพลาดในการเก็บข้อมูลภาคสนามทั้งนี้ แหล่งข้อมูลสำคัญที่นักส่งเสริมการเกษตรดำเนินการจัดเก็บได้โดยตรง ได้แก่

๑.๑ เกษตรกรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เกษตรกรที่เป็นพื้นที่เป้าหมาย ย่อมเป็นผู้ให้ข้อมูลที่ดีและถูกต้องเป็นจริงมากที่สุด เกี่ยวกับสภาพความเป็นอยู่ของเกษตรกรในหมู่บ้าน สภาพท้องที่ถิ่นที่อยู่อาศัย ทรัพยากรต่าง ๆ ในท้องถิ่นที่สามารถนำมาใช้เพื่อการพัฒนา ความสามารถและประสิทธิภาพในการทำงานของเกษตรกรในพื้นที่ ตลอดจนสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชนของเกษตรกร ข้อมูลที่ได้มาจากการบอกเล่าของเกษตรกรจะเป็นเรื่องที่เป็นจริงและถูกต้อง สามารถนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการวางแผนดำเนินงานส่งเสริมการเกษตรได้เป็นอย่างดี

๑.๒ เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีเขตปฏิบัติงานในพื้นที่นั้น ๆ ทั้งนักส่งเสริมการเกษตรและเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดกับเกษตรกร มีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ ในพื้นที่เป็นอย่างดี มีความเข้าใจในปัญหาของท้องถิ่นทั้งที่เป็นปัญหา ที่เกษตรกรสามารถบอกได้ และปัญหาที่เกษตรกรบางครั้งไม่สามารถบอกได้ เพราะเป็นปัญหาที่ต้องการการพัฒนา แต่เกษตรกรเคยชินกับปัญหานั้นมานาน จึงไม่รู้ว่าเป็นปัญหาของตนเองและของชุมชน

๒. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ เป็นแหล่งข้อมูลที่ไม่ได้จัดเก็บข้อมูลครั้งแรกเอง แต่เป็นข้อมูลต่าง ๆ ที่มีผู้เก็บหรือรวบรวมไว้ก่อนแล้ว หรือข้อมูลที่รวบรวมได้มาจากข้อมูลที่ผ่านการรวบรวมและจัดระบบไว้ก่อนแล้ว จึงไม่ได้จัดเก็บตามจุดประสงค์ของการศึกษาโดยตรง เพียงแต่นักส่งเสริมการเกษตรนำข้อมูลเหล่านั้นมาศึกษาใหม่ เช่น ข้อมูลสำมะโนด้านการเกษตร ซึ่งสำนักงานเกษตรจังหวัดรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประวัติด้านการผลิตของเกษตรกรโดยวิธีรวบรวมจากทะเบียนเกษตรกรที่ได้บันทึกไว้ สำนักงานเกษตรกรจังหวัดถือว่าเป็นแหล่งทุติยภูมิ ส่วนข้อมูลที่รวบรวมมาเรียกว่า ข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งถ้าข้อมูลที่จัดเก็บสอดคล้องกับจุดประสงค์ของการศึกษาจะทำให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายจำนวนมาก เพราะเป็นข้อมูลที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ทันที แต่ต้องคัดเลือกเฉพาะชนิดและประเภทข้อมูลที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับเรื่องที่ต้องการ ข้อมูลประเภทนี้จำเป็นต้องได้รับการตรวจสอบว่า มีรายละเอียดครอบคลุมเรื่องที่ต้องการเพียงใด ถ้ายังขาดตกบกพร่องอยู่ก็สามารถจัดเก็บเพิ่มเติมในส่วนที่ยังขาดอยู่ได้ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่ายและลดเวลาที่ต้องใช้ในการเก็บรวบรวม อีกทั้งเป็นการป้องกันการเก็บข้อมูลซ้ำซ้อน ซึ่งบางครั้งอาจได้ข้อมูลที่มีลักษณะขัดแย้งกันก็เป็นได้ ช่วยให้นักส่งเสริมการเกษตรประหยัดค่าใช้จ่าย ไม่ต้องเสียเวลากับการเก็บข้อมูลใหม่ และสามารถศึกษาย้อนหลังได้ ทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลง และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์ที่ศึกษา แต่จะมีข้อจำกัดในเรื่องความครบถ้วนสมบูรณ์ เนื่องจากบางครั้งข้อมูลที่มีอยู่แล้วแต่ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของเรื่องที่นักส่งเสริมการเกษตรต้องการ และปัญหาเรื่องความน่าเชื่อถือของข้อมูล ก่อนจะนำไปใช้จึงต้องมีการตรวจสอบ ปรับปรุงแก้ไขข้อมูลและเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งอื่นในบางส่วนที่ไม่สมบูรณ์เพื่อให้เป็นข้อมูลที่ถูกต้องสมบูรณ์เป็นปัจจุบัน

กล่าวโดยสรุป ประเภทของสาร (Message) หรือข้อมูลเมื่อจำแนกตามลักษณะของข้อมูล สามารถแบ่งออกได้เป็น ๒ ชนิด คือ ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) สามารถวัดค่าได้ ว่ามีค่ามากหรือน้อยซึ่งสามารถวัดค่าออกมาเป็นตัวเลขและข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ไม่สามารถบอกได้ว่า มีค่ามากหรือน้อย แต่จะสามารถบอกได้ว่าดีหรือไม่ดี หากจำแนกตามแหล่งที่มาของข้อมูล สามารถแบ่งออกได้เป็น ๒ ชนิด คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้ใช้ เป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลขึ้นเอง เป็นข้อมูลที่มีรายละเอียดตรงตามที่ผู้ใช้ต้องการ แต่มักจะเสียเวลาในการจัดหาและมีค่าใช้จ่ายสูงและข้อมูลทุติยภูมิ (Second Data) เป็นข้อมูลที่ผู้ใช้นำมาจากการที่ผู้อื่นได้ทำการเก็บรวบรวมมาแล้ว การนำเอาข้อมูลทุติยภูมิมาใช้เป็นการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย แต่ในบางครั้งข้อมูลอาจจะไม่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ หรือมีรายละเอียดไม่เพียงพอที่จะนำไปใช้ อีกทั้งข้อมูลนั้นอาจมีความผิดพลาดและผู้ใช้มักจะไม่ทราบข้อผิดพลาดดังกล่าว ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อการสรุปผล ดังนั้น ผู้ที่จะนำข้อมูลทุติยภูมิมาใช้ควรระมัดระวังและตรวจสอบคุณภาพข้อมูลก่อนที่จะนำไปใช้

เรื่องที่ ๒.๒.๒ การเก็บรวบรวมและจัดการข้อมูลในงานส่งเสริมการเกษตร

การเก็บรวบรวมข้อมูลหรือการจัดสาร (message treatment) หมายถึง การรวบรวมเนื้อหาของสาร แล้วนำมาเรียบเรียงให้เป็นไปอย่างมีระบบ เพื่อให้ได้ใจความตามเนื้อหา ที่ต้องการด้วยการเลือก ใช้รหัสสารที่เหมาะสมเป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการทางสถิติด้านส่งเสริมการเกษตรที่มีความสำคัญ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ และสอดคล้องกับกรอบแนวความคิด สมมุติฐาน เทคนิคการวัด และการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งหมายรวมทั้ง การเก็บข้อมูล (Data Collection) คือ การเก็บข้อมูลขึ้นมาใหม่ และการรวบรวมข้อมูล (Data Compilation) ซึ่งหมายถึง การนำเอาข้อมูลต่าง ๆ ที่ผู้อื่นได้เก็บไว้แล้ว หรือรายงานไว้ในเอกสารต่าง ๆ มาทำการศึกษาวิเคราะห์ต่อ

ระบบข้อมูลด้านส่งเสริมการเกษตรก็เช่นเดียวกัน ได้พัฒนาในด้านของความครอบคลุมในระบบการรวบรวมข้อมูลที่สำคัญ มาเป็นระยะเวลายาวนาน โดยปรับปรุงระบบให้ทันกับยุคโลกาภิวัฒน์ โดยเริ่มต้นจัดระบบงานข้อมูลด้านการส่งเสริมการเกษตร ตามข้อตกลงร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ องค์ประกอบของระบบข้อมูลด้านส่งเสริมการเกษตรในอดีตมี ๓ เรื่อง ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารที่ต้องการเพื่อประกอบการวางแผนการตัดสินใจ การไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารไปสู่กลุ่มบุคคลเป้าหมาย และ ระเบียนตลอดจนรายงานต่างๆ จนถึงปัจจุบันได้พัฒนาระบบการจัดการข้อมูลด้านการส่งเสริมการเกษตร โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เพื่อเป็นการประหยัดเวลาในการจัดเก็บรวบรวม ได้พัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารการเกษตรจากระบบการส่งรายงานเป็นระบบฐานข้อมูลที่ดี เชื่อถือได้ ทันสมัย และถูกจัดเก็บอย่างเป็นระบบ ซึ่งผู้ใช้สามารถเข้าถึงและใช้งานได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ดังนั้น ฐานข้อมูลจึงเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ช่วยให้ระบบข้อมูลข่าวสารด้านส่งเสริมการเกษตรมีความสมบูรณ์ และนำไปใช้เพื่อปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล อาจแบ่งเป็นวิธีการใหญ่ ๆ ได้ ๓ วิธี คือ

๑. การสังเกตการณ์ (Observation) ทั้งการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) หรืออาจจะแบ่งเป็น การสังเกตการณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Observation) และการสังเกตการณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Observation)

๒. การสัมภาษณ์ (Interview) นิยมมากในทางสังคมศาสตร์ โดยเฉพาะการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) หรืออาจจะจำแนกเป็นการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล และการสัมภาษณ์เป็นกลุ่ม เช่น เทคนิคการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ซึ่งนิยมใช้กันมาก

๓. การรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร เช่น หนังสือ รายงานวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลควรดำเนินการอย่างถูกต้องตามขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ มีการกำหนดข้อมูลและตัวชี้วัดกำหนดแหล่งข้อมูลเลือกกลุ่มตัวอย่างเลือกวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลนำเครื่องมือรวบรวมข้อมูลไปทดลองใช้และลงมือเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมประมวลผลข้อมูลอย่างเป็นระบบและถูกต้อง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผน การตัดสินใจ และการคาดการณ์ ในอนาคตได้ จะเรียกว่าสารสนเทศซึ่งอาจแสดงในรูปของข้อความ ตาราง แผนภูมิ รูปภาพหลากหลาย ซึ่งระบบสารสนเทศ มีประโยชน์ได้หลากหลาย แต่หากสรุปในรูปแบบของประสิทธิภาพ (Efficiency) และด้านประสิทธิผล (Effectiveness) จะสามารถจำแนกได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ดังนี้

๑. ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency)

๑.๑ ทำให้การปฏิบัติงานมีความรวดเร็วมากขึ้น โดยใช้กระบวนการประมวลผลข้อมูลซึ่งจะทำให้สามารถเก็บรวบรวม ประมวลผลและปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยได้อย่างรวดเร็วระบบสารสนเทศช่วยในการจัดเก็บข้อมูลที่มีขนาดใหญ่ หรือมีปริมาณมากและช่วยทำให้การเข้าถึงข้อมูล (access) เหล่านั้นมีความรวดเร็วด้วย

๑.๒ ช่วยลดต้นทุน การที่ระบบสารสนเทศช่วยทำให้การปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลซึ่งมีปริมาณมากมีความสลับซับซ้อนให้ดำเนินการได้โดยเร็ว หรือการช่วยให้เกิดการติดต่อสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการประหยัดต้นทุนการดำเนินการอย่างมาก

๑.๓ ช่วยให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว การใช้เครือข่ายทางคอมพิวเตอร์ทำให้มีการติดต่อได้ทั่วโลกภายในเวลาที่รวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์กับเครื่องคอมพิวเตอร์ด้วยกัน (machine to machine) หรือคนกับคน (human to human) หรือคนกับเครื่องคอมพิวเตอร์ (human to machine) และการติดต่อสื่อสารดังกล่าวจะทำให้ข้อมูลที่เป็นทั้งข้อความ เสียง ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวสามารถส่งได้ทันที

๑.๔ ระบบสารสนเทศช่วยทำให้การประสานงานระหว่างฝ่ายต่าง ๆ เป็นไปได้ด้วยดี โดยเฉพาะหากระบบสารสนเทศนั้นออกแบบเพื่อเอื้ออำนวยให้หน่วยงานทั้งภายในและภายนอกที่อยู่ในระบบของซัพพลายทั้งหมด จะทำให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดสามารถใช้ข้อมูลร่วมกันได้ และทำให้การประสานงาน หรือการทำความเข้าใจเป็นไปได้ด้วยดียิ่งขึ้น

๒. ด้านประสิทธิผล (Effectiveness)

๒.๑ ช่วยในการตัดสินใจ ระบบข้อมูลหรือสารสนเทศที่ออกแบบสำหรับผู้บริหาร เช่น ระบบสารสนเทศที่ช่วยในการสนับสนุนการตัดสินใจ (Decision support systems) หรือระบบสารสนเทศสำหรับผู้บริหาร (Executive support systems) จะเอื้ออำนวยให้ผู้บริหารมีข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจได้ดีขึ้น อันจะส่งผลให้การดำเนินงานสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ไว้ได้

๒.๒ ช่วยในการเลือกผลิตสินค้า/บริการที่เหมาะสมระบบสารสนเทศจะช่วยทำให้องค์การทราบถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับต้นทุน ราคาในตลาดรูปแบบของสินค้า/บริการที่มีอยู่ หรือช่วยทำให้หน่วยงานสามารถเลือกผลิตสินค้า/บริการที่มีความเหมาะสมกับความเชี่ยวชาญ หรือทรัพยากรที่มีอยู่

๒.๓ ช่วยปรับปรุงคุณภาพของสินค้า/บริการให้ดีขึ้น ระบบสารสนเทศทำให้การติดต่อระหว่างหน่วยงานและลูกค้าสามารถทำได้โดยถูกต้องและรวดเร็วขึ้น ดังนั้น จึงช่วยให้หน่วยงานสามารถปรับปรุงคุณภาพของสินค้า/บริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น และรวดเร็วขึ้นด้วย

๒.๔ ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ปัจจุบัน ระบบสารสนเทศได้มีการนำมาให้ตลอดทั้งระบบซัพพลายเชน (Supply Chain) เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

๒.๕ คุณภาพชีวิตการทำงาน (Quality of Working Life) ระบบสารสนเทศจะต้องได้รับการออกแบบออกมาเพื่อให้เกิดความสมดุล ระหว่างความต้องการของมนุษย์และประสิทธิภาพของเทคโนโลยีด้วย

กล่าวโดยสรุป การรวบรวมข้อมูล หมายถึง วิธีการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อทำให้ได้ข้อมูลมา ซึ่งการรวบรวมข้อมูลนั้น เราควรจะพิจารณาใช้วิธีการที่เสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด หากยังได้ข้อมูลที่ต้องการไม่เพียงพอ ก็ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลแบบอื่นต่อไป ซึ่งวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลมีอยู่หลายวิธี ได้แก่ การสังเกตการณ์ (Observation) แล้วจดบันทึกไว้ การสัมภาษณ์เมื่อเราต้องการทราบข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล ก็ให้ใช้วิธีการสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นวิธีการรวบรวมข้อมูลโดยตรง การรวบรวมข้อมูลที่ผู้อื่นรวบรวมไว้แล้ว เป็นการรวบรวมข้อมูลที่เสียค่าใช้จ่ายน้อย เพราะมีผู้ได้ทำการรวบรวมข้อมูลไว้แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ สรุปประมวลเพื่อสามารถนำใช้งานได้ต่อไป สรุปประโยชน์ของการเก็บรวบรวมและจัดการข้อมูลใช้ในการวางแผน ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ช่วยให้สามารถเรียกใช้ได้อย่างสะดวกช่วยในการเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพมากขึ้น ช่วยในการสื่อสารระหว่างกันได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ลดอุปสรรคเกี่ยวกับเวลา

เรื่องที่ ๒.๒.๓ การนำเสนอข้อมูลเพื่อประโยชน์ในงานส่งเสริมการเกษตร

การนำเสนอข้อมูล หมายถึง การสื่อสารเพื่อเสนอข้อมูล ความรู้ ความคิดเห็นหรือ ความต้องการไปสู่ผู้รับสารโดยใช้เทคนิคหรือวิธีการต่าง ๆ อันจะทำให้บรรลุผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายของการนำเสนอ ในปัจจุบันการนำเสนอข้อมูลเข้ามามีบทบาทสำคัญในทุกองค์กร ทั้งหน่วยงานของรัฐ และเอกชนทุกแห่งก็ต้องอาศัยวิธีการนำเสนอเพื่อสื่อสารข้อมูล เสนอความเห็น เสนอขออนุมัติ หรือเสนอข้อสรุปผลการดำเนินงานต่าง ๆ ผู้มีหน้าที่เกี่ยวกับการสื่อสาร เช่นการแนะนำเพื่อการเยี่ยมชม การฝึกอบรม การประชุม หรือผู้ที่เป็นหัวหน้างานทุกระดับจะต้องรู้จักวิธีการนำเสนอ เพื่อนำไปใช้ให้เหมาะสมกับงานต่าง ๆ และเพื่อผลสำเร็จของการพัฒนางานของตน หรือขององค์กร และหน่วยต่าง ๆ จุดมุ่งหมายในการนำเสนอได้แก่

๑. เพื่อให้ผู้รับสารรับทราบความคิดเห็นหรือความต้องการ

๒. เพื่อให้ผู้รับสารพิจารณาเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

๓. เพื่อให้ผู้รับสารได้รับความรู้จากข้อมูลที่นำเสนอ

๔. เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง

ดังนั้น ก่อนที่จะมีการนำข้อมูลไปใช้ควรมีการตรวจสอบข้อมูลทุกครั้ง เมื่อนักส่งเสริมการเกษตรได้ข้อมูลมาแล้วต้องให้ความสำคัญของข้อมูลที่ได้มา ต้องมีการตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจว่าเป็นข้อมูลที่ดี สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในงานการส่งเสริมการเกษตรได้อย่างเหมาะสม ซึ่งข้อมูลที่ดีควรมีลักษณะ ดังนี้ คือ

๑. ความชัดเจนของสาร หากสารหรือเนื้อหาที่ผู้ส่งสารส่งไปให้ผู้รับขาดความชัดเจน ผู้รับย่อมได้รับสารนั้นอย่างไม่ชัดเจนด้วย ถึงแม้ว่าผู้ส่งจะมีความสามารถและส่งสารได้ดีเพียงใดก็ตาม

๒. ความต่อเนื่องของสาร หากสารนั้นมีเนื้อหาที่ชัดเจนมีความต่อเนื่องกันอย่างดี การส่งสารนั้น ย่อมทำให้ผู้รับสารรับได้อย่างรวดเร็ว และเข้าใจได้ดี แต่หากสารนั้นมีเนื้อหาซึ่งไม่ต่อเนื่องกัน อาจมีผลให้ทั้งผู้ส่งและผู้รับ ส่งและรับสารนั้นไม่สมบูรณ์ครบถ้วน

๓. ความยาวของสาร เนื่องจากคนเรามีความจำกัดในเรื่องความจำและสมาธิ การรับฟัง ดังนั้น หากสารนั้นมีเนื้อหาสาระที่ยาวเกินไปกว่าความสามารถของผู้รับที่จะฟังหรือจดจำได้ ความสมบูรณ์ในการรับสารและส่งสารก็จะลดน้อยลงไปด้วย

๔. สาระสำคัญและความละเอียดของสาร หากสารที่ส่งไปมีรายละเอียดปลีกย่อยมาก โอกาสที่สารจะบิดเบือนหรือตกหล่นขาดหายไปย่อมมีมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสารนั้นขาดความหรือสาระสำคัญที่ผู้รับจะยึดเป็นหลักในการทำความเข้าใจได้

๕. ความน่าสนใจของสาร หากสารที่ส่งไปนั้นขาดความน่าสนใจที่จะชักจูงใจผู้รับให้ฟังอย่างตั้งใจ โอกาสที่ผู้รับฟังจะขาดสมาธิในการฟังจะมีมากขึ้น

จากที่นักส่งเสริมการเกษตรได้ให้ความสำคัญของข้อมูลให้มีลักษณะของข้อมูลที่ดีดังกล่าวข้างต้นแล้ว จึงสามารถนำไปใช้สื่อสารเพื่อเป็นส่วนประกอบในการพิจารณา เพื่อวางแผน รวมถึง การติดตามและประเมินผล เราเรียกกระบวนการนำข้อมูลไปใช้ในการสื่อสารดังกล่าวนี้ว่า การนำเสนอข้อมูล (Data Presentation)

การนำเสนอข้อมูล เป็นการนำเอาข้อเท็จจริง ข้อมูล รายละเอียดต่าง ๆ ที่เก็บรวบรวมข้อมูลมาจัดให้เป็นระเบียบ เพื่อมุ่งที่ให้ผู้ใช้ข้อมูลมองเห็นลักษณะสำคัญของข้อมูลเหล่านั้น และสามารถอ่านรายละเอียด หรือเปรียบเทียบข้อเท็จจริง ข้อมูล รายละเอียดเหล่านั้นได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วและตรงตามความต้องการของผู้ใช้ข้อมูล อาจกล่าวได้ว่า วัตถุประสงค์สำคัญของการนำเสนอข้อมูลก็เพื่อจะนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ มาเสนอหรือเผยแพร่ให้ผู้สนใจข้อมูลนั้น ๆ ทราบ หรือ สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ได้

การนำเสนอข้อมูลเป็นขั้นตอนในการเตรียมข้อมูลให้พร้อมสำหรับ นำไปใช้ในการตัดสินใจสำหรับการดำเนินงานส่งเสริมการเกษตรต่อไป โดยทั่วไปการนำเสนอข้อมูลอาจทำได้ใน ๒ ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

๑. การนำเสนอข้อมูลอย่างไม่เป็นแบบแผน (Informal Presentation) หมายถึง การนำเสนอข้อมูลที่ไม่มีกฎเกณฑ์ หรือแบบแผนที่แน่นอนตายตัว เป็นการอธิบายลักษณะของข้อมูลตามเนื้อหาข้อมูล ที่นิยมใช้มีสองวิธี คือ การนำเสนอข้อมูลในรูปบทความหรือข้อความเรียง และการนำเสนอข้อมูล ในรูปบทความกึ่งตาราง

๒. การนำเสนอข้อมูลอย่างเป็นแบบแผน (Formal Presentation) หมายถึง การนำเสนอข้อมูลที่มีกฎเกณฑ์ซึ่งจะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดไว้เป็นแบบอย่าง การนำเสนอข้อมูลประเภทนี้ที่นิยมคือ การนำเสนอข้อมูลในรูปตาราง การนำเสนอข้อมูลในรูปกราฟหรือแผนภูมิ

การจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบไว้ในรูปแบบของฐานข้อมูล หรือระบบสารสนเทศมีประโยชน์ ดังนี้

๑. ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ เนื่องจากข้อมูลถูกจัดเก็บและบริหารเป็นระบบ ทำให้สามารถจะเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วในรูปแบบที่เหมาะสม และสามารถนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ได้ทันต่อความต้องการ

๒. ช่วยผู้ใช้ในการกำหนดเป้าหมายกลยุทธ์และการวางแผนปฏิบัติการ โดยจะสามารถนำข้อมูลที่ได้จัดเก็บจากระบบข้อมูลมาช่วยในการวางแผน และกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงาน

เนื่องจากสารสนเทศถูกเก็บรวบรวมและจัดการอย่างเหมาะสม ทำให้มีประวัติของข้อมูลอย่างต่อเนื่อง สามารถที่จะชี้แนวโน้มของการดำเนินงานได้ว่าน่าจะเป็นไปในลักษณะใด

๓. ช่วยผู้ใช้ในการตรวจสอบประเมินผลการดำเนินงาน เมื่อแผนงานถูกนำไปปฏิบัติในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ผู้ควบคุมจะต้องตรวจสอบผลการดำเนินงาน โดยนำข้อมูลบางส่วนมาประมวลผลประกอบการประเมิน สารสนเทศที่ได้จะแสดงให้เห็นผลการดำเนินงานว่าสอดคล้องกับเป้าหมายที่ต้องการเพียงไร

๔. ช่วยผู้ใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา ผู้บริหารสามารถใช้ระบบสารสนเทศประกอบการศึกษาและการค้นหาสาเหตุ หรือข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นในการดำเนินงาน ถ้าการดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนที่วางเอาไว้ อาจจะเรียกข้อมูลเพิ่มเติมออกมาจากระบบ เพื่อให้ทราบว่าข้อผิดพลาดในการทำงานเกิดขึ้นมาจากสาเหตุใด หรือจัดรูปแบบสารสนเทศในการวิเคราะห์ปัญหาใหม่

๕. ช่วยให้ผู้ใช้สามารถวิเคราะห์ปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้น เพื่อหาวิธีควบคุม ปรับปรุงและแก้ไขปัญหา สารสนเทศที่ได้จากการประมวลผล จะช่วยให้วิเคราะห์ว่าการดำเนินงานในแต่ละทางเลือกจะช่วยแก้ไข หรือควบคุมปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างไร ธุรกิจต้องทำอย่างไรเพื่อปรับเปลี่ยนหรือพัฒนาให้การดำเนินงานเป็นไปตามแผนงานหรือเป้าหมาย

๖. ช่วยลดค่าใช้จ่าย ระบบข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ ช่วยให้ลดเวลา แรงงานและค่าใช้จ่ายในการทำงานลง เนื่องจากระบบข้อมูลสามารถรับภาระงานที่ต้องใช้แรงงานจำนวนมาก ตลอดจนช่วยลดขั้นตอนในการทำงาน ส่งผลให้สามารถลดจำนวนคนและระยะเวลาในการประสานงานให้น้อยลง โดยผลงานที่ออกมาอาจเท่าหรือดีกว่าเดิม ซึ่งจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพ และศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ

การนำเสนอมีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานทุกประเภท เพราะช่วยในการตัดสินใจในการดำเนินงานใช้ในการพัฒนางาน ตลอดจนเผยแพร่ความก้าวหน้าของงานต่อผู้บังคับบัญชาและบุคคลผู้ที่สนใจ

กล่าวโดยสรุป การนำเสนอข้อมูล หมายถึง การสื่อสารเพื่อเสนอข้อมูล ความรู้ ความคิดเห็นหรือความต้องการไปสู่ผู้รับสาร โดยใช้เทคนิคหรือวิธีการต่าง ๆ อันจะทำให้บรรลุผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายของการนำเสนอ ได้แก่ เพื่อให้ผู้รับสารรับทราบความคิดเห็นหรือความต้องการพิจารณาเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ได้รับความรู้จากข้อมูลที่นำเสนอ และ เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องซึ่งข้อมูลที่นำเสนอควรมีลักษณะที่ดี กล่าวคือ มีความชัดเจนของสาร มีความต่อเนื่องของสาร มีความยาวของสาร ที่เหมาะสม สรุปสาระสำคัญและมีความน่าสนใจของสาร หากสารที่ส่งไปนั้นขาดความน่าสนใจที่จะชักจูงใจผู้รับให้ฟังอย่างตั้งใจ โอกาสที่ผู้รับฟังจะขาดสมาธิในการฟังจะมีมากขึ้น การนำเสนอข้อมูลอาจทำได้ใน ๒ ลักษณะใหญ่ ๆ คือ การนำเสนอข้อมูลอย่างไม่เป็นแบบแผน (Informal Presentation) และ การนำเสนอข้อมูลอย่างเป็นแบบแผน (Formal Presentation)

ส่วนการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบมีประโยชน์คือ ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ ช่วยในการวางแผนและกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงาน ช่วยในการตรวจสอบประเมินผลการดำเนินงาน ช่วยในการศึกษาและวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา ช่วยลดค่าใช้จ่ายตลอดจนช่วยลดขั้นตอนในการทำงาน ซึ่งจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพ และศักยภาพในการแข่งขัน

ตอนที่ ๒.๓ สื่อ หรือช่องทาง (Media or Channel) ในงานส่งเสริมการเกษตร

ในการดำเนินงานส่งเสริมการเกษตรจากอดีตจนถึงปัจจุบัน เราพบว่า สื่อ หรือช่องทาง (media or channel) มีบทบาทและเป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงเวลาที่นักส่งเสริมการเกษตรจะต้องติดต่อสื่อสาร เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ หรือถ่ายทอดความรู้ต่าง ๆ ให้กับเกษตรกรเป้าหมาย เพื่อให้เกษตรกรเกิดการเรียนรู้และนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ในการดำเนินกิจกรรมการเกษตรและพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของตนเอง และครอบครัวให้ดีขึ้นต่อไป เพราะสื่อทำหน้าที่เป็นตัวนำข้อมูลข่าวสารจากนักส่งเสริมการเกษตรถ่ายทอดไปสู่เกษตรกร และหากขาดสื่อหรือพาหะนำข้อมูลข่าวสารดังกล่าวนี้แล้ว การติดต่อสื่อสาร และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ รวมถึงการถ่ายทอดความรู้ต่าง ๆ ก็ไม่สามารถไปสู่ผู้รับสารหรือตัวเกษตรกรได้ และทำให้การดำเนินงานส่งเสริมการเกษตรไม่บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ สื่อหรือช่องทางการสื่อสารที่นักส่งเสริมการเกษตรนิยมใช้อยู่ในรูปแบบเอกสาร/สิ่งตีพิมพ์ เว็บไซต์ ชุดนิทรรศการ และเวทีนำเสนอผลงาน เป็นต้น พบว่า สื่อมีบทบาทสำคัญในการสื่อสาร เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม และองค์ความรู้ด้านส่งเสริมการเกษตร ทำให้เกษตรกรเป้าหมาย นักวิชาการ และบุคคลทั่วไปที่สนใจได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม ความเคลื่อนไหว ตลอดจนวิทยาการใหม่ ๆ สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ ในการทำงานและชีวิตประจำวันต่อไป และส่งผลให้การดำเนินงานส่งเสริมการเกษตรเป็นไปตามเป้าหมายและสัมฤทธิ์ผลตามที่ตั้งไว้

เรื่องที่ ๒.๓.๑ ประเภทของสื่อ หรือช่องทาง (Media or Channel) ในงานส่งเสริมการเกษตร

สื่อ หรือช่องทาง (Media or Channel) ที่ใช้ในการสื่อสารข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม และองค์ความรู้ในงานส่งเสริมการเกษตร ที่นักส่งเสริมการเกษตรได้นำไปใช้มีมากมายหลากหลาย อาทิเช่น สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อมวลชน และสื่อโสตทัศน์ รวมถึงสื่อใหม่ (New Media) มาใช้ในสื่อสารการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม และองค์ความรู้ในงานส่งเสริมการเกษตร และสื่อที่พบว่านักส่งเสริมการเกษตรนิยมใช้ ได้แก่

๑. สื่อบุคคล คือ นักส่งเสริมการเกษตรและวิทยากรเกษตรกร มีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานการสื่อสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม และองค์ความรู้ในงานส่งเสริมการเกษตร การใช้สื่อบุคคลนั้น สำหรับนักส่งเสริมการเกษตรถือเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบ และส่วนวิทยากรเกษตรกรนั้น ถือเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถเชี่ยวชาญเฉพาะทาง สามารถที่จะสื่อสารอธิบายให้เกษตรกรด้วยกัน เกิดความเข้าใจและสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ได้โดยง่าย และถือเป็นการเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อไม่ให้เกษตรกรรู้สึกเบื่อหน่ายที่จะต้องพบนักส่งเสริมการเกษตรทุกครั้งที่มีการถ่ายทอดความรู้ในการส่งเสริมการเกษตรเฉพาะด้าน

๒. ป้ายกระดาษ เป็นอุปกรณ์สำคัญที่ใช้สำหรับเขียนเพื่อชี้แจงหรือบรรยายในที่ประชุมกลุ่มเล็กๆ ในการประชุมเกี่ยวกับการจัดการความรู้สำหรับป้ายกระดาษเป็นอุปกรณ์ที่หาได้ง่าย ราคาถูก และสามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก ซึ่งเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมาก

๓. บอร์ดประชาสัมพันธ์ ติดตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าหรือด้านในของสำนักงานหน่วยงานในสังกัดกรมส่งเสริมการเกษตรทุกระดับ ซึ่งในบอร์ดประชาสัมพันธ์จะมีการสื่อสาร เผยแพร่

ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารกิจกรรม และองค์ความรู้ด้านส่งเสริมการเกษตรเฉพาะด้านอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ สำหรับบอร์ดประชาสัมพันธ์ ถือเป็นจุดสำคัญที่รวบรวมข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรม และองค์ความรู้ด้านส่งเสริมการเกษตร เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แก่บุคคลทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน

๔. การประชุมสัมมนาและการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีการประชุมสัมมนาและการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการส่งเสริมการเกษตรระดับอำเภอ (DW) และระดับจังหวัด (PW) รวมถึงเวทีสัมมนาเชิงปฏิบัติการการจัดการความรู้ระดับจังหวัดนอกสถานที่ ในการประชุมสัมมนาและการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ถือเป็นสื่อกิจกรรมที่ช่วยให้นักส่งเสริมการเกษตรได้มีโอกาสชี้แจง นำเสนอ และแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อคิดเห็นต่างๆ รวมถึงเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม และองค์ความรู้ด้านส่งเสริมการเกษตร ระหว่างนักส่งเสริมการเกษตรด้วยกันเอง และกับเกษตรกรด้วย

๕. เอกสาร/สิ่งตีพิมพ์ นักส่งเสริมการเกษตรต้องมีการจัดทำเอกสาร แผ่นพับ คู่มือรายงานข่าว ภาพข่าวกิจกรรม บทความ และจดหมายข่าว เป็นต้น เพื่อเป็นการสื่อสาร เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม และองค์ความรู้ด้านส่งเสริมการเกษตร เอกสาร/สิ่งตีพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและแพร่หลาย สามารถผลิตได้เป็นจำนวนมาก สามารถศึกษาได้หลายครั้ง และเก็บรักษาไว้ได้นาน แต่มีข้อควรระวัง การนำเอกสาร/สิ่งตีพิมพ์มาใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จะต้องคำนึงถึงระดับการศึกษาของกลุ่มเป้าหมาย ภาษาและถ้อยคำที่ใช้จะต้องสอดคล้องกับระดับการรับรู้และความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมาย และต้นทุนในการผลิตมีราคาสูง รวมถึงข้อมูลล้าสมัยง่าย

๖. นิทรรศการ นิทรรศการเป็นสื่อกิจกรรมชนิดหนึ่ง ซึ่งมีลักษณะเด่น คือ การเป็นสื่อประสมที่มีการใช้สื่ออื่น ๆ ประกอบสื่อบุคคล จึงทำให้มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักส่งเสริมการเกษตรกับเกษตรกรมากขึ้น และเกษตรกรสามารถซักถามหรือสอบถามข้อสงสัยและปัญหาต่าง ๆ จากนักส่งเสริมการเกษตรได้โดยตรง ซึ่งการจัดนิทรรศการสามารถนำมาใช้ได้ในทุกกิจกรรม ทั้งในการจัดการอบรม การจัดงานการเกษตรซึ่งควรเป็นทั้งนิทรรศการที่เป็นความรู้วิชาการ และเป็นนิทรรศการตัวอย่างของจริง

๗. วีดิทัศน์ เป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่เรื่องราวต่างๆ ที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีการรับรู้ที่ดี สื่อสารง่าย นักส่งเสริมการเกษตรควรนำมาใช้เพื่อเสนอเรื่องราว กิจกรรมเด่น ที่ได้ดำเนินงานไป ทั้งนี้เนื่องจากเป็นสื่อที่มีลักษณะเด่น สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก และสร้างความสนใจกับกลุ่มเป้าหมายได้ดี เพราะมีทั้งภาพและเสียงที่เหมือนจริง แต่อย่างไรก็ตาม สื่อวีดิทัศน์ยังเป็นสื่อที่ถือได้ว่ามีกระบวนการการผลิตที่ยุ่งยากและซับซ้อน นักส่งเสริมการเกษตรอาจไม่สามารถผลิตด้วยตนเองได้เพราะมีความยุ่งยากในการผลิตต้องใช้อุปกรณ์ เครื่องมือและความรู้ความสามารถในการผลิต

๘. เว็บไซต์ ของหน่วยงานส่งเสริมการเกษตร ซึ่งปัจจุบันได้มีทุกระดับ ซึ่งนักส่งเสริมการเกษตรสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรม และองค์ความรู้ด้านส่งเสริมการเกษตรผ่านเว็บไซต์ได้อย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ พร้อมกับการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารให้เป็นปัจจุบัน จุดเด่นของสื่อเว็บไซต์ คือ ผลิตง่ายและรวดเร็ว สามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้ สื่อสารโต้ตอบกันได้ เชื่อมโยงข้อมูลกันได้ เรียกดูข้อมูลข่าวสารซ้ำได้ และไม่จำกัดเวลาและสถานที่ในการใช้งาน

แต่สื่อเว็บไซต์ยังมีข้อจำกัดที่สำคัญ ๒ ประการ คือ

๘.๑ ข้อจำกัดของกลุ่มผู้ใช้ เนื่องจากการใช้งานเว็บไซต์ ผู้ใช้งานจะต้องมีความรู้เบื้องต้น

เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต รวมถึงจะต้องมีคอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์ในการเชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ต ทำให้การใช้งานเว็บไซต์ยังจำกัดการใช้งานเฉพาะกลุ่มผู้ที่มีความรู้และอุปกรณ์ดังกล่าว

๘.๒ ข้อจำกัดด้านการรับข้อมูล เนื่องจากสื่อเว็บไซต์มีข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในแต่ละวันเป็นจำนวนมาก และสื่อเว็บไซต์มีจำนวนมากมายหลากหลายเว็บไซต์ และถึงแม้ผู้ใช้งานจะมีเครื่องมือในการสืบค้นข้อมูลข่าวสารก็คงไม่เพียงพอที่จะเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์บนสื่อเว็บไซต์ในวงกว้างเช่นนี้ได้

๙. จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรืออีเมล์ ปัจจุบันนักส่งเสริมการเกษตรได้ใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์หรืออีเมล์ เป็นสื่อในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม และองค์ความรู้ด้านส่งเสริมการเกษตรภายในหน่วยงาน ต่างหน่วยงาน และสู่บุคคลเป้าหมาย เช่น เกษตรกร นักข่าวและองค์กรภาคเอกชน เป็นต้น แทนการใช้จดหมายธรรมดา เครื่องรับโทรศัพท์ธรรมดา และเครื่องโทรสาร (แฟกซ์) เนื่องจากมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า นอกจากนี้อีเมล์ยังสามารถเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็วในเวลาที่จำกัด สามารถส่งข่าวสารถึงตัวผู้รับกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง และไม่มีข้อจำกัดในด้านเวลา และสถานที่

๑๐. การประชุมทางไกล กรมส่งเสริมการเกษตรได้นำเอาเทคโนโลยีทางการสื่อสารโทรคมนาคมมาใช้ในการประชุมผู้บริหารและการประชุมเพื่อสื่อสารการดำเนินโครงการต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและเพื่อการประหยัดงบประมาณ ในการดำเนินการและการบริหารงานของกรมส่งเสริมการเกษตรได้เป็นอย่างดี แต่ปัจจุบันยังมีข้อจำกัดที่มีการประชุมจากที่ส่งตรงจากส่วนกลางเท่านั้น

๑๑. แอปพลิเคชั่น กรมส่งเสริมการเกษตรได้นำแอปพลิเคชั่นเข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ รวมไปถึงอำนวยความสะดวกให้กับเกษตรกร เช่น DOAE Smartcheck , DOAE Farmbook และ Line เป็นต้น

จากสื่อประเภทต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า สื่อ หรือช่องทาง (media or channel) ที่นำมาใช้ในงานส่งเสริมการเกษตรมีหลากหลายประเภท เช่น สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อมวลชน และสื่อโสตทัศน์ รวมถึงสื่อใหม่ (New Media) ได้แก่ เว็บไซต์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์หรืออีเมล์และการประชุมทางไกล เป็นต้น ทั้งนี้ ก็เนื่องจากสื่อแต่ละประเภทต่างมีข้อดีข้อจำกัดแตกต่างกัน และบุคคลเป้าหมายหรือเกษตรกรที่เราจะต้องติดต่อสื่อสารและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์มีหลายระดับ มีความรู้ความสามารถในการสื่อสารและเข้าถึงข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน ดังนั้น นักส่งเสริมการเกษตรควรมีการใช้สื่อหลายประเภทผสมผสานร่วมกันที่เราเรียกว่า “การใช้สื่อประสม (Integrated Media)” ในการติดต่อสื่อสารและการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผลการส่งเสริมศักยภาพของสื่อแต่ละประเภท เสริมความเข้าใจ และการยอมรับของบุคคลและกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การดำเนินงานดังกล่าวบรรลุเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนด

เรื่องที่ ๒.๓.๒ แนวทางการใช้สื่อหรือช่องทาง (Media or Channel) ในงานส่งเสริมการเกษตร

สื่อหรือช่องทาง (Media or Channel) เป็นตัวกลางที่จะนำเนื้อหาสาระและประสบการณ์ต่าง ๆ จากนักส่งเสริมการเกษตรถ่ายทอดไปสู่ผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมาย เป็นสิ่งที่จะช่วยให้เกิดการรับทราบและรับรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้ผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายเกิดความเข้าใจใน

ความหมายของสิ่งที่สื่อสารได้อย่างชัดเจนตรงตามที่นักส่งเสริมการเกษตรต้องการ ช่วยลดระยะเวลาในการสื่อสาร และเอื้ออำนวยความสะดวกในการรับรู้ ทั้งยังช่วยสร้างบรรยากาศที่ดีในการถ่ายทอดอีกด้วย อย่างไรก็ตาม สื่อก็มีหลายประเภท สื่อแต่ละประเภทต่างก็มีลักษณะเฉพาะและคุณค่าในตัวของตัวมันเอง ซึ่งไม่เหมือนกันในการใช้สื่อนั้น ผู้ถ่ายทอดจำเป็นต้องศึกษาถึงลักษณะเฉพาะ และคุณสมบัติของสื่อแต่ละชนิดเพื่อที่จะเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับลักษณะเนื้อหาที่จะถ่ายทอด วัตถุประสงค์ และผู้รับสาร นอกจากนั้นผู้ถ่ายทอดยังต้องมีการวางแผนอย่างเป็นระบบในการใช้สื่อเพื่อให้กระบวนการถ่ายทอดดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและให้ผลการรับรู้ได้มากที่สุด

การใช้สื่อหรือช่องทาง (Media or Channel) ในการสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม และองค์ความรู้ด้านส่งเสริมการเกษตรสู่บุคคลและกลุ่มเป้าหมายให้เกิดประสิทธิภาพ บรรลุเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนด มีแนวทางที่สำคัญ ดังนี้

๑. การศึกษาข้อมูลเพื่อการวางแผนการใช้สื่อ นักส่งเสริมการเกษตรผู้ใช้สื่อจำเป็นจะต้องศึกษาหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เพื่อประกอบการวางแผนการใช้สื่อให้มีประสิทธิภาพ โดยทำการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ เช่น นโยบาย เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน แผนประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน บุคคลและกลุ่มเป้าหมาย และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เมื่อนักส่งเสริมการเกษตรเป็นผู้ใช้สื่อทำการศึกษาข้อมูลในส่วนดังกล่าวแล้ว ก็จะต้องนำข้อมูลเหล่านั้นมาทำการพิจารณาขั้นต้นในการกำหนดสื่อที่จะใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ครั้งนั้น ๆ โดยอาจจะอาศัยข้อมูลจากการศึกษาวิจัยต่าง ๆ และประสบการณ์ของตนเองประกอบการพิจารณา เพื่อว่าควรจะใช้สื่อประเภทไหนอย่างไรในขั้นต้นนี้

๒. การวางแผนการใช้สื่อ เป็นการพิจารณาและตัดสินใจขั้นสุดท้ายหลังจากที่ได้ผ่านการพิจารณาในขั้นต้น ในเรื่องของเป้าหมายการใช้สื่อ ความต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และการวิเคราะห์สถานภาพการใช้สื่อขององค์กรที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณา ใน ๒ ประเด็น คือ

๒.๑ การเลือกสื่อ เป็นการวางแผนการเลือกหรือการผลิตสื่อ ซึ่งต้องดูจากองค์ประกอบของเนื้อหาสื่อ ประเภทของสื่อและชนิดของสื่อ ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสภาพแวดล้อม ดังนี้

๒.๑.๑ อุปกรณ์การสื่อสารที่ช่วยให้การส่งสารและรับสารเป็นไปอย่างชัดเจน เช่น ในห้องที่ใหญ่มีคนมาก การพูดสื่อความหมายกัน หากขาดไมโครโฟนที่จะช่วยขยายเสียงให้ดังขึ้นแล้ว ผู้รับอาจไม่ได้ยินสารที่ผู้พูดส่งก็ได้ การไม่ได้ยินหรือได้ยินไม่ชัดเจนนี้อาจทำให้การรับสารขาดความสมบูรณ์หรือบิดเบือนไปได้

๒.๑.๒ สื่อที่มีความเหมาะสม เช่น การใช้รูปภาพประกอบการส่งสาร แต่รูปภาพนั้นมีขนาดเล็กเกินไป ทำให้ผู้รับสารมองไม่เห็น จึงอาจทำให้การส่ง–รับสารของทั้งสองฝ่ายขาดประสิทธิภาพได้

๒.๑.๓ การใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ สื่อที่ใช้ช่วยในการส่ง – รับอาจมีความเหมาะสม แต่ถ้าหากผู้ใช้ไม่สามารถที่จะใช้สื่อนั้นอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ประสิทธิภาพของการส่ง–รับก็ลดลงด้วย เช่น การใช้เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะเพื่อช่วยให้ผู้รับเห็นสารที่ส่งไปได้ชัดเจน แต่ถ้าผู้ใช้ไม่รู้จักปรับขนาดและโฟกัสให้เหมาะสม ประสิทธิภาพของสื่อนั้นก็ย่อมลดลงไปด้วย

๒.๒ การใช้สื่อ เป็นการพิจารณาว่าสื่อที่เราได้เลือกนั้น เราจะใช้อย่างไร ใช้เมื่อไร ในช่วงเวลาอย่างไรบ้าง กี่ครั้ง รวมถึงการประเมินประสิทธิภาพการใช้งบประมาณในการใช้สื่อของเราด้วย โดยในการวางแผนการใช้สื่อนั้น นักส่งเสริมการเกษตรผู้ใช้สื่อจะต้องคำนึงถึงประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

๒.๒.๑ การเน้นใช้สื่อบางประเภทให้มากกว่าสื่อประเภทอื่นที่ได้เลือกไว้แล้ว เพื่อให้มีสื่อที่เด่น และกลุ่มเป้าหมายสามารถจดจำข้อมูลเนื้อหาของการสื่อสาร

๒.๒.๒ การสร้างความเด่นให้กับชิ้นงานเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อ เช่น การเลือกช่วงเวลาตอนเย็นที่เกษตรกรเลิกงาน หรือช่วงเวลาหลังข่าวภาค ๒ ทุ่ม เพื่อเผยแพร่งานประชาสัมพันธ์

๒.๒.๓ ระยะเวลาของการจัดตารางสื่อ จะเสร็จสิ้นกี่เดือน และวิธีการจัดตารางสื่อ คือ รูปแบบการจัดตารางเวลาว่า สื่อทุกประเภทที่เลือกไว้นั้นจะจัดลงตารางในเวลาใดบ้าง และเจาะเวลาใดบ้าง

๓. การใช้สื่อประสม เนื่องจากสื่อแต่ละประเภทมีข้อดี ข้อจำกัด แตกต่างกัน และกลุ่มเป้าหมายในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์มีหลายระดับ มีความรู้ ความสามารถในการรับรู้เข้าถึงสารประชาสัมพันธ์ได้แตกต่างกัน ดังนั้น การใช้สื่อหลายประเภทที่เรียกว่า “การใช้สื่อประสม” จะช่วยให้การสื่อสาร เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม และองค์ความรู้ด้านส่งเสริมการเกษตรเฉพาะด้านสู่บุคคลและกลุ่มเป้าหมายมีประสิทธิภาพมากขึ้น บุคคลและกลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้เข้าใจ และเข้าถึงสิ่งที่ต้องการสื่อสารได้มากกว่าการใช้สื่อเพียงประเภทเดียว

ยกตัวอย่างการใช้สื่อประสม เช่น การส่งเสริมการผลิตส้มโอคุณภาพตามแนวทางเกษตรดีที่เหมาะสม (Good Agricultural Practice : GAP) ผสมผสานภูมิปัญญาชาวบ้าน หรือเทคโนโลยีชาวบ้านให้กับเกษตรกร ก็จะเริ่มจากการสื่อสารด้วยเอกสาร คือ นักส่งเสริมการเกษตรระดับจังหวัดทำหนังสือแจ้งสำนักงานเกษตรอำเภอเพื่อรับสมัครเกษตรกรเข้าร่วมกิจกรรม โดยส่งหนังสือทางอีเมล์ ต่อจากนั้นนักส่งเสริมการเกษตรระดับเกษตรอำเภอแจ้งข่าวสารการรับสมัครให้เกษตรกรทราบโดยผ่านบอร์ดประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเกษตรอำเภอ ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล (ศบกต.) และองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ผู้นำชุมชน และหอกระจายข่าวหมู่บ้าน เป็นต้น ในส่วนของกิจกรรมก็จะมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และองค์ความรู้การผลิตส้มโอคุณภาพในรูปแบบการศึกษาดูงาน โดยนักส่งเสริมการเกษตรที่มีความรู้ความชำนาญด้านการผลิตส้มโอคุณภาพจะเป็นสื่อหลักในการส่งสารประชาสัมพันธ์ให้กับเกษตรกร โดยการนำเกษตรกรเข้าชมนิทรรศการและแปลงสาธิตพร้อมกับแจกคู่มือการผลิตส้มโอคุณภาพให้กับเกษตรกรเพื่อใช้ประกอบการศึกษาดูงานหรือศึกษาเพิ่มเติมในภายหลัง เป็นต้น

๔. การประเมินผลการใช้สื่อ เป็นการดำเนินงานเพื่อให้ทราบถึงสภาวการณ์ของสื่อว่าสามารถใช้ได้ตามวัตถุประสงค์หรือไม่ เนื้อหาเหมาะสมเพียงใด ผู้ใช้สื่อมีทัศนคติต่อสื่ออย่างไร มีประสิทธิผลมากน้อยเพียงใด และมีปัญหาอย่างไร เป็นต้น การประเมินผลเป็นการตัดสินคุณค่าของสื่อที่ใช้อยู่ เป็นหัวใจที่จะนำไปสู่การตัดสินใจหาแนวทางการพัฒนาสื่อให้มีความเหมาะสม ความถูกต้องและกลุ่มเป้าหมายผู้รับสารหรือเกษตรกรสามารถเข้าถึงหรือใช้ประโยชน์มากที่สุด ซึ่งขอบเขตของการประเมินผล ประกอบด้วย การประเมินคุณลักษณะของสื่อ เนื้อหาของสื่อ และประสิทธิผลของสื่อ

๕. การพัฒนาศักยภาพของสื่อ เป็นการพัฒนาความสามารถ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลอาจดำเนินการได้ ๓ ลักษณะคือ

๕.๑ การพัฒนาสื่อเดิม โดยการพัฒนาสื่อประเภทต่าง ๆ ที่ใช้อยู่ทั้งสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อมวลชนและโสตทัศนูปกรณ์ ซึ่งอาจมีจุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรคอยู่ เช่น ข้อมูลข่าวสารที่สำนักงานเกษตรในแต่ละระดับมีอยู่ อาจจะมีข้อมูลบางส่วนไม่ทันสมัย ไม่เป็นปัจจุบัน มีการพิมพ์ผิดพิมพ์ตกและตัวอักษรที่ใช้มีขนาดเล็กเกินไป เราก็ปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาข้อบกพร่องดังกล่าวให้ดีขึ้น เป็นต้น

๕.๒ การพัฒนาสื่อใหม่ นักส่งเสริมการเกษตรผู้ใช้สื่ออาจพัฒนาสื่อใหม่ ๆ ขึ้นมาใช้แทนสื่อเดิมหรือใช้เพิ่มเติม เพราะสื่อเดิมบางอย่างอาจล้าสมัยหรือไม่เป็นที่นิยมของเกษตรกร เช่น เว็บไซต์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรืออีเมล์

๕.๓ การพัฒนาศักยภาพการนำสื่อไปใช้ เป็นการให้บริการสื่ออย่างทั่วถึง ตรงตามความต้องการของเกษตรกรแต่ละพื้นที่ ครอบคลุมกระบวนการยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกร

จากที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่า สื่อมีบทบาทและเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสื่อสารข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม และองค์ความรู้ด้านส่งเสริมการเกษตรสู่บุคคลและกลุ่มเป้าหมาย และในการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตรนั้นนักส่งเสริมการเกษตรจะต้องมีการศึกษาข้อมูลเพื่อประกอบการวางแผนการใช้สื่อ มีการวางแผนการเลือกและใช้สื่ออย่างเหมาะสม มีการใช้สื่อหลายประเภทประกอบกันหรือใช้สื่อประสม และมีการประเมินผลการใช้สื่อ รวมถึงการพัฒนาศักยภาพของสื่อ เพื่อให้การดำเนินงานสื่อสารในงานส่งเสริมการเกษตรครอบคลุมและเข้าถึงบุคคลและกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะส่งผลให้บรรลุเป้าหมายและสัมฤทธิ์ผลตามที่ตั้งไว้ต่อไป

ตอนที่ ๒.๔ กลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสาร (Receiver) ในงานส่งเสริมการเกษตร

ผู้รับสาร (receiver) มีปัจจัยที่เอื้อต่อการสื่อสารในลักษณะเดียวกับผู้ส่งสารประกอบด้วย

๑. ทักษะในการสื่อสาร (communication skills) เป็นทักษะในการรับสาร ซึ่งผู้รับสารจะต้องมีความสามารถในการอ่าน ฟัง และคิด เพื่อให้สามารถรับและถอดรหัสสารของผู้ส่งสารได้

๒. ทัศนคติ (attitudes) ทัศนคติของผู้รับสารแบ่งได้เป็น

๒.๑ ทัศนคติต่อตนเอง หากผู้รับสารมีทัศนคติที่ดีต่อตนเอง มีความเชื่อมั่นในตัวเอง โอกาสที่จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจสารของผู้ส่งสารก็จะมีมาก

๒.๒ ทัศนคติต่อสาร ทัศนคติที่ผู้รับสารมีต่อสารก็เป็นปัจจัยสำคัญที่จะสามารถเพิ่มหรือลดประสิทธิผลของการสื่อสารได้

๒.๓ ทัศนคติต่อผู้ส่งสาร หากผู้รับสารมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ส่งสาร มีความเชื่อถือเลื่อมใสในความรู้ความสามารถ ความจริงใจของผู้ส่งสาร มีความชอบประทับใจในบุคคลิกของผู้ส่งสาร โอกาสที่การสื่อสารจะประสบผลสำเร็จก็จะมีมาก

๓. ความรู้ (knowledge) ความรู้ของผู้รับสารจะแบ่งออกเป็นความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาของสารและความรู้เรื่องกระบวนการการสื่อสาร

๔. ระบบสังคม (social system) เช่นเดียวกับผู้ส่งสาร ผู้รับสารต้องมีระบบสังคม หรือสถานภาพในสังคม ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับสาร และการตีความหมายของผู้รับสาร และมีผลกระทบต่อประสิทธิผลของการสื่อสารด้วย

๕. วัฒนธรรม (culture) จะมีลักษณะเช่นเดียวกับผู้ส่งสาร ซึ่งจะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิผลมากหรือน้อยแตกต่างกันด้วย

เรื่องที่ ๒.๔.๑ ลักษณะของกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสาร (Receiver)

กลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสาร (Receiver) เป็นองค์ประกอบประการสุดท้ายในกระบวนการของการสื่อสารและเป็นองค์ประกอบสำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ ทั้งนี้ เพราะการสื่อสารใด ๆ ก็ตามจะไม่ประสบผลสำเร็จได้เลยหรืออาจประสบผลสำเร็จไม่เต็มที่ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจหน้าที่และบทบาทของตนเอง ที่มีต่อการสื่อสาร ในกระบวนการสื่อสารนั้น นอกจากผู้รับสารควรคำนึงมีปัจจัยที่เอื้อต่อการสื่อสารแล้วยังมีบทบาทขั้นพื้นฐาน ๒ ประการ คือ

๑. การรู้ความหมายตามเรื่องราวที่ผู้ส่งสาร ส่งผ่านสื่ออย่างใดอย่างหนึ่งมาถึงตน

๒. การแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อผู้ส่งสาร

ดังนั้น ในกระบวนการสื่อสารใด ๆ ก็ตาม การสื่อสารจะเกิดประสิทธิผลได้ก็ต่อเมื่อผู้รับสารได้พัฒนาตนเองให้เป็นผู้ที่มีทักษะในการสื่อสาร ได้แก่ การเป็นผู้ฟัง ผู้อ่าน ตลอดจนการเป็นผู้ที่สามารถคิดและรับรู้ความหมายได้ การมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ส่งสาร ต่อเรื่องที่สื่อสารตลอดจนการเป็นผู้มีความพยายามในการรับสารและสามารถแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อผู้ส่งสาร ทั้งนี้เพื่อให้การสื่อสารบรรลุเป้าหมายนั่นเอง

ในการพิจารณาองค์ประกอบทางด้านผู้ส่งสารและผู้รับสารนั้น ในความเป็นจริงแล้วทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ก็คือ บุคคลอย่างน้อย ๒ คน ที่มีบทบาทร่วมกันอยู่ในกระบวนการสื่อสาร ถ้าไม่มีผู้ส่งสารและผู้รับสารแล้ว การสื่อสารก็จะเกิดขึ้นไม่ได้ หรือถ้ามีแต่ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดเพียงฝ่ายเดียวก็เช่นกัน การสื่อสารก็จะไม่เกิดขึ้น

ข้อสำคัญ ก็คือ ในกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น เราไม่อาจชี้ให้ตายตัวลงไปได้ว่าใครเป็นผู้ส่งสาร และใครเป็นผู้รับสาร เพราะจริง ๆ แล้ว บุคคลที่ทำการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face to Face) ระหว่างบุคคล ๒ คน ทั้งสองคนต่างก็มีบทบาทเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร เกือบจะในเวลาเดียวกัน ซึ่งเราอาจเรียกได้ว่าทั้ง ๒ คน แสดงบทบาทในฐานะที่เป็นคู่ของการสื่อสาร ต่างก็ทำหน้าที่ในการเข้ารหัส ตีความ และถอดรหัสโดยสลับเปลี่ยนหมุนเวียนกันไปจนกว่าการสื่อสารจะบรรลุเป้าหมาย

สำหรับกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสาร (Receiver) ในการสื่อสารในงานส่งเสริมการเกษตร นอกจากนักส่งเสริมการเกษตรด้วยกันเองแล้วก็หมายรวมถึง เกษตรกร สถาบันและองค์กรเกษตรกร หรือประชาชนและมวลชนที่รับเรื่องราวข่าวสาร จากกรมส่งเสริมเกษตร และแสดงปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) ต่อกรมส่งเสริมการเกษตร หรือสื่อสารถ่ายทอดต่อไปถึงผู้รับสารคนอื่น ๆ ตามจุดมุ่งหมายของกรมส่งเสริมการเกษตร เช่น ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้ฟังรายการวิทยุ กลุ่มผู้ฟังการอภิปราย ผู้เข้ารับการอบรม ผู้อ่านบทความจากหนังสือพิมพ์ ผู้ชมรายการโทรทัศน์ เป็นต้น ดังนั้น กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ที่นักส่งเสริมการเกษตรมุ่งหวังให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารที่จะรับ มีความพร้อมที่จะรับข้อมูลข่าวสารและมีทัศนคติที่ดีต่องานส่งเสริมการเกษตร

ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารในงานส่งเสริมการเกษตรนั้น อาจมีความหมายถึงบุคคลคนเดียว (individual) หรืออาจมีความหมายถึงกลุ่มบุคคล (group) และอาจหมายถึงมวลชน (mass) ได้ ทั้งนี้ สิ่งที่ผู้รับสารมีวัตถุประสงค์ร่วมกันคือ เพื่อรับทราบ เพื่อเรียนรู้ เพื่อความบันเทิงและเพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ เป็นต้น กลุ่มเป้าหมายอาจจะมีอิทธิพลต่อการทำงาน ของกรมส่งเสริมการเกษตรได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม อิทธิพลของกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้รับสาร โดยทางตรงก็คือการแสดงความคิดเห็นในทางชื่นชอบหรือติเตียนต่อการดำเนินงานส่งเสริมการเกษตรต่าง ๆ ส่วนอิทธิพลทางอ้อมก็คือจำนวนของกลุ่มเป้าหมายผู้รับสารในแต่ละกิจกรรม/โครงการ ที่จะทราบได้จาก

การทำสำรวจ อันมีผลทำให้การดำเนินกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ เป็นที่รู้จัก ยอมรับ ให้การสนับสนุน

ดังที่ได้เคยกล่าวไว้ในบทก่อนแล้วว่ากลุ่มเป้าหมายผู้รับสารจะมีวัตถุประสงค์หลัก ๆ ในการรับสารจากการสื่อสาร ดังนี้

๑. เพื่อทราบ (Understand) ในการเข้าร่วมกิจกรรมทางการสื่อสารนั้น ผู้รับสารมีความต้องการที่จะทราบเรื่องราว ข้อมูล ข่าวสาร เหตุการณ์ หรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีผู้แจ้ง หรือรายงาน หรือชี้แจงให้ทราบ

๒. เพื่อเรียนรู้ (Learn) หมายถึง การแสวงหาความรู้ของผู้รับสารจากสารที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวิชาความรู้ และวิชาการ อันเป็นการหาความรู้เพิ่มเติม และเป็นการทำความเข้าใจกับเนื้อหาสาระในการถ่ายทอดความรู้ของผู้ส่งสาร

๓. เพื่อความพอใจ (Enjoy) โดยปกติคนเรานั้น นอกจากจะต้องทราบข่าวคราว เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม และต้องการศึกษาเพื่อหาความรู้แล้ว ยังมีความต้องการในเรื่องความบันเทิงเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจด้วย เช่น ผู้รับสารอาจจะทำการสื่อสารด้วยการฟังเพลง ฟังละครวิทยุ อ่านหนังสือพิมพ์หน้าบันเทิง ชมรายการโทรทัศน์ หรือเกมโชว์ เป็นต้น

๔. เพื่อกระทำ หรือตัดสินใจ (Dispose or Decide) หมายถึงว่า ในการตัดสินใจของคนนั้นมักจะได้รับการเสนอแนะ หรือชักจูงใจให้กระทำอย่างนั้น อย่างนี้ จากบุคคลอื่นอยู่เสมอ ดังนั้นทางเลือกในการตัดสินใจของคนเรานี้ จึงขึ้นอยู่กับข้อเสนอแนะนั้น ๆ ว่าจะมีความน่าเชื่อถือ และมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด นอกเหนือจากนี้แล้ว การตัดสินใจของคนเรายังต้องคำนึงถึง การรับข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ และความเชื่อของแต่ละบุคคลที่ได้สั่งสมกันมาด้วย

กล่าวโดยสรุปกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสาร (Receiver) มีความสำคัญในกระบวนการสื่อสาร มีบทบาทขั้นพื้นฐาน ๒ ประการ คือการรู้ความหมายตามเรื่องราวที่ผู้ส่งสาร ส่งผ่านสื่ออย่างใดอย่างหนึ่งมาถึงตน และการแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อผู้ส่งสาร มีวัตถุประสงค์หลัก ๆ ในการรับสารจากการสื่อสาร คือ เพื่อทราบ (Understand) เพื่อเรียนรู้ (Learn) เพื่อความพอใจ (Enjoy) เพื่อกระทำ หรือตัดสินใจ (Dispose or Decide)

เรื่องที่ ๒.๔.๒ การจำแนกประเภทของกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสาร (Receiver)

กลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสาร (Receiver) มีความแตกต่างกัน จึงได้มีการการจำแนกประเภทของกลุ่มเป้าหมายผู้รับสารเพื่อจะได้ทำการสื่อสารที่ถูกต้องเหมาะสมซึ่งมีการจำแนกดังนี้

จำแนกตามประเภทของผู้รับสารตามลักษณะของการสื่อสาร ซึ่งแบ่งได้เป็น ๔ ลักษณะ คือ

๑. ประเภทผู้รับสารจำแนกตามลักษณะผู้รับสาร

๑.๑ ผู้รับสารในการสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้รับสารลักษณะนี้อาจจะเป็นผู้ที่เป็นฝ่ายรับข่าวสารประเภทเดียวที่ไม่ค่อยมีอิทธิพลในการสื่อสารหรือมีอิทธิพลมากในการสื่อสาร ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับลักษณะของการสื่อสารว่าจะเป็นการบอกกล่าวหรือให้ความรู้ การซักถามหรือสัมภาษณ์ การแลกเปลี่ยนความรู้และทัศนคติอย่างไรก็ตามไม่ว่าผู้รับสารจะมีอิทธิพลต่อการสื่อสารลักษณะนี้มากหรือน้อย ประสิทธิภาพในการสื่อสารยังขึ้นอยู่กับการเข้ารหัส (encoding) ของผู้ส่งสาร และการถอดรหัส (decoding) ของผู้รับสารด้วย

๑.๒ ผู้รับสารในการสื่อสารกลุ่มเล็ก การสื่อสารลักษณะนี้จะคล้ายกับการสื่อสารระหว่างบุคคล แต่การสื่อสารกลุ่มเล็กจะมีผู้รับสารจำนวนมากขึ้น ปกติจะมีประมาณ ๕-๙ คน (หรือมากน้อย

กว่าจำนวนนี้เล็กน้อย) ผู้รับสารของการสื่อสารลักษณะนี้มีคุณสมบัติที่เหมือนกัน (homogeneous) หรือแตกต่างกัน (heterogeneous) ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของการสื่อสารว่า มีลักษณะเป็นการบอกกล่าวหรือให้ความรู้หรือการสื่อสารที่มีลักษณะแลกเปลี่ยนความรู้และทัศนคติ

๑.๓ ผู้รับสารในการสื่อสารสาธารณชน ลักษณะของการสื่อสารประเภทนี้จะมีผู้รับสารจำนวนมากตั้งแต่ ๓๐-๔๐ คนไปจนถึงพัน ๆ คน แล้วแต่สถานการณ์ของการสื่อสารนั้นๆ ดังนั้น โอกาสที่ผู้รับสารจะแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบจึงอยู่ในขอบเขตจำกัด กล่าวคือ ผู้รับสารจะสามารถแสดงออกได้ด้วยการตบมือ หัวเราะ หรือให้ความสนใจ แต่การแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบที่ลึกซึ้ง หรือการแลกเปลี่ยนความรู้หรือทัศนคตินั้นมีน้อยมาก ดังนั้น ประสิทธิภาพในการสื่อสารจึงขึ้นอยู่กับผู้ส่งสารเป็นสำคัญ และยังมีความผันแปรไปตามจุดมุ่งหมายของการสื่อสารด้วย

๑.๔ ผู้รับสารในการสื่อสารมวลชน ผู้รับสารในการสื่อสารประเภทนี้มีลักษณะเด่น ๓ ประการ คือ

๑.๔.๑ มีความแตกต่างกัน เนื่องจากสื่อสารมวลชนครอบคลุมผู้รับสารได้กว้างไกล และไม่สามารถจะสร้างขอบเขตจำกัดการสื่อสารเพื่อผู้รับสารกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะได้ จึงทำให้มีผู้รับสารจำนวนมากและแน่นอนว่าจะต้องส่งผลไปยังผู้รับสารที่มีความแตกต่างกันทั้งเพศ อาชีพ อายุ สถานที่ สถานะทางสังคม เศรษฐกิจ ฯลฯ

๑.๔.๒ ไม่รู้จักกัน สื่อสารมวลชนอาศัยสื่อมวลชน (mass media) เป็นสื่อกลางในการสื่อสารทำให้ผู้รับสารและผู้ส่งสารไม่พบหน้ากัน โอกาสที่จะทำความรู้จักกันจึงมีน้อย

๑.๔.๓ มีข้อจำกัดในการแสดงออกจากการที่ผู้รับสารในการสื่อสารประเภทนี้มีจำนวนมาก และมีความหลากหลายแตกต่างกัน ดังนั้น โอกาสในการแสดงความคิดเห็นหรือมีปฏิกิริยาโต้กลับ (feedback) ต่อการสื่อสารจึงมีน้อยมาก

๒. ประเภทผู้รับสารจำแนกตามผลกระทบของการสื่อสาร

ผลกระทบของการสื่อสารทำให้สามารถจำแนกผู้รับสารออกได้เป็น ๒ ประเภท คือ

๒.๑ ผู้รับสารที่เป็นผู้ถูกกระทำ (passive receiver) หมายถึง กลุ่มเป้าหมายผู้รับสารที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติ และพฤติกรรม เนื่องจากการสื่อสาร ซึ่งอาจเกิดผลของการเปลี่ยนแปลงโดยตรงทันทีหรือโดยทางอ้อมและใช้เวลาก็ได้

แนวความคิดเกี่ยวกับผู้รับสารที่มีลักษณะเป็นผู้ถูกกระทำนี้ เริ่มตั้งแต่ต้นคริสต์ศตวรรษที่ ๒๐ โดยทฤษฎีเข็มฉีดยา (hypodermic needle theory) หรือเป็นที่รู้จักกันว่า ทฤษฎีกระสุนปืน (bullet theory) ซึ่งกล่าวว่าการสื่อสารมีพลังที่จะสามารถเปลี่ยนแปลงความคิด ความเชื่อ ทัศนคติ และพฤติกรรมของคนได้

๒.๒ ผู้รับสารที่เป็นผู้กระทำ (active receiver) หมายถึง ผู้รับสารที่มีอิทธิพลในการกำหนดการสื่อสารได้ เช่น กำหนดผู้ส่งสาร กำหนดข่าวสารและกำหนดสื่อ เป็นต้น

แนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะของผู้รับสารกลุ่มนี้ เกิดขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าและข้อเท็จจริงที่ว่าผู้รับสารไม่ได้เป็นผู้ถูกกระทำเสมอไป และการสื่อสารไม่มีผล หรือมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารด้วย

๓. ประเภทของผู้รับสารจำแนกตามกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร

ความเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม เศรษฐกิจและการเมือง ประจวบกับวิวัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีและวิทยาการการสื่อสารสมัยใหม่ เป็นเหตุให้การสื่อสารในปัจจุบันมีความซับซ้อนมากขึ้น และผลที่ได้อย่างหนึ่งจากการเปลี่ยนแปลงเช่นนี้ คือ มีการจำแนกผู้รับสารออกเป็น ๒ ประเภท คือ

๓.๑ ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย (target audience) ซึ่งมีลักษณะเด่นดังนี้

๓.๑.๑ มีจำนวนที่คาดคะเนได้ (predictable size) กล่าวคือ เมื่อนักส่งเสริมผู้ส่งสารมีจุดมุ่งหมายในการสื่อสารเพื่อบุคคลหรือเกษตรกรกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดแล้ว เขาก็พอจะคาดคะเนได้ว่าบุคคลหรือเกษตรกรกลุ่มนี้มีจำนวนประมาณเท่าไรเช่น เกษตรกรกลุ่มปลูกผักอินทรีย์มีสมาชิก ๒๐ คน ก็คะเนว่าอาจไม่มาเต็มจำนวนแต่ก็พอคาดเดาจำนวนที่จะมาเป็นผู้รับสารได้

๓.๑.๒ มีลักษณะที่เหมือนกัน (homogeneous) กล่าวคือ อาจมีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่เหมือนกัน หรืออย่างน้อยจะต้องมีความสนใจข่าวสารร่วมกัน

๓.๑.๓ มีความเห็นที่เป็นที่ยอมรับ (accepted expression) ในเมื่อจุดมุ่งหมายของการสื่อสารเพื่อกลุ่มเป้าหมายนี้ ดังนั้น ข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะ คำติชมหรือปฏิกิริยาโต้ตอบในรูปต่าง ๆ มักเป็นที่ยอมรับในการพิจารณา

๓.๒ ผู้รับสารทั่วไป (general audience) แตกต่างจากผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

๓.๒.๑ มีจำนวนที่คาดคะเนไม่ได้ (unpredictable size) คือ ไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนชัดเจนของผู้รับสารได้ โดยเฉพาะการสื่อสารต่อสาธารณชนหรือการสื่อสารมวลชน

๓.๒.๒ มีลักษณะที่แตกต่างกัน (heterogeneous) เนื่องจากผู้รับสารทั่วไปมีจำนวนมาก จึงมีความหลากหลายแตกต่างกันในตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ ความสนใจ ความเชื่อ ค่านิยม ฯลฯ

๓.๒.๓ มีข้อจำกัดในการแสดงความคิดเห็น (limit-ted expression) เนื่องจากไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายโดยตรง ถึงแม้จะมีปฏิกิริยาโต้ตอบมาบ้าง ปฏิกิริยาดังกล่าวมักจะไม่มีความหมายต่อผู้ส่งสารมาก ยกเว้นในกรณีที่มีปฏิกิริยาโต้ตอบมากๆ และเป็นกลุ่ม

๔. ประเภทของผู้รับสารจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

การจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ การจัดแบ่งผู้รับสารออกเป็นกลุ่มตามลักษณะต่าง ๆ ที่สำคัญ คือ อายุ เพศ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคม อาชีพ ถิ่นที่อยู่ โดยเชื่อว่าผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรม ความสนใจ ในการรับข่าวสารแตกต่างกันไปด้วย (พรทิพย์ วรกิจโภคาทร ๒๕๒๙ : ๓๑๒-๓๑๖)

๔.๑ อายุ เช่น เกษตรกรที่อยู่ในวัยหนุ่มสาวจะใช้เวลาในการรับสารได้ดีกว่า เกษตรกรวัยสูงอายุ และโดยทั่วไปการสื่อสาร ทำความเข้าใจหรือชักชวน โน้มน้าวจิตใจเกษตรกรที่อยู่ในวัยหนุ่มสาวจะทำได้ง่ายกว่าเกษตรกรอายุมาก

๔.๒ เพศ เช่น การศึกษาพบว่าเกษตรกรเพศชายสนใจทำการเกษตรเชิงเดี่ยวประเภทยืนต้น และเกษตรกรเพศหญิงสนใจทำการเกษตรผสมผสาน เป็นต้น

๔.๓ การศึกษา เช่น เกษตรกรที่ยิ่งมีการศึกษาสูงจะมีความสนใจในข่าวสารการเกษตรอย่างกว้างขวาง และข่าวสารต้องมีหลักฐาน เหตุผลสนับสนุนเพียงพอจึงจะเชื่อ และเกษตรกรผู้มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ มากกว่าสื่อวิทยุ และโทรทัศน์ ส่วนเกษตรกรที่มีการศึกษาน้อยต้องใช้ความพยายามในการสื่อสารมากยิ่งขึ้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจในเรื่องที่สื่อสาร เป็นต้น

๔.๔ ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น การศึกษาพบว่า เกษตรกรที่มีการศึกษาสูงมีความพร้อมในการอ่านมากกว่าเกษตรกรมีระดับการศึกษาน้อย เป็นต้น

๔.๕ ถิ่นที่อยู่ เช่น การศึกษาพบว่า เกษตรกรที่อยู่ในเขตภาคกลางหรือในพื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีทักษะเบื้องต้นทางการสื่อสารสูงกว่าเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ๒ เท่า เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปผู้รับสารจำแนกตามประเภทของผู้รับสารตามลักษณะของการสื่อสาร ซึ่งแบ่งได้เป็น ๔ ลักษณะ คือจำแนกตามลักษณะผู้รับสาร จำแนกตามผลกระทบของการสื่อสาร จำแนกตามกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร และจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตอนที่ ๒.๕ การประเมินผลการสื่อสารในงานส่งเสริมการเกษตร

เรื่องที่ ๒.๕.๑ วัตถุประสงค์ของการประเมินผลทางการสื่อสาร

ภายหลังการปฏิบัติงานทุกอย่างควรจะต้องมีการประเมินผล เพื่อให้ได้รู้ถึงผลการปฏิบัติงานต่าง ๆ ที่ผ่านมา มีผลตอบรับอย่างไร แต่ก่อนที่จะมีการประเมินผลอะไร เราควรทราบถึงวัตถุประสงค์ของการประเมินนั้น รวมไปถึงการประเมินผลการสื่อสารก็เช่นกัน เราควรจะรู้ถึงวัตถุประสงค์ของการประเมินเสียก่อน ดังนี้

๑. เพื่อตรวจสอบผลสำเร็จการปฏิบัติงาน ดูว่าผลการปฏิบัติงานตามแผนการสื่อสารได้ช่วยให้องค์กร/หน่วยงานได้รับผลสำเร็จตรงตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ ดังนั้น จึงควรมีการตรวจสอบและประเมินผลไปพร้อม ๆ กันด้วย

๒. เพื่อตรวจสอบความคุ้มค่าผลงานการสื่อสารที่ได้ปฏิบัติลงไปนั้นว่าได้ผลคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ เนื่องจากในบางรูปแบบของการสื่อสาร ที่มีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง จึงเป็นสิ่งที่พึงต้องระวังในหลายปัจจัยด้วยกัน ดังนั้น เมื่อยอมลงทุนที่ใช้งบประมาณจำนวนมากไปแล้ว ก็ต้องมีการตรวจดูผลงานนั้นด้วยว่าได้ผลคุ้มค่า คุ้มทุนหรือไม่อย่างไร

๓. เพื่อเป็นข้อมูลเป็นพื้นฐานช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหารได้ชัดเจนขึ้นในการวางนโยบายและการบริหารงาน ตลอดจนการวางแผนงบประมาณในการปฏิบัติงานทางการสื่อสารว่าควรเน้นในด้านใด เพราะข้อมูลที่จะช่วยในการวางแผน การตัดสินใจของผู้บริหารได้นั้น ล้วนเกิดจากการนำเอาผลจากการประเมินผลมาวิเคราะห์ และประกอบการตัดสินใจที่ถูกต้อง และแม่นยำเนื่องจากข้อมูลที่จะใช้นี้เกิดจากการผ่านการปฏิบัติงานจริงมาแล้ว

๔. เพื่อการศึกษา และประเมินปฏิกิริยาโต้ตอบของกลุ่มเป้าหมายมีปฏิกิริยาโต้ตอบอย่างไร เนื่องจากในบางครั้ง กลุ่มเป้าหมายที่ไม่ได้มีปฏิกิริยาโต้ตอบกลับอย่างรวดเร็ว หรือเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ยังขาดความชัดเจน จะทำอย่างไรให้ได้รับรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายเหล่านี้มีความรู้สึก ความคิดเห็น ความต้องการอย่างไร จึงจำเป็นจะต้องมีการประเมินผล

๕. เพื่อต้องการทราบปริมาณการใช้ทรัพยากรว่าทรัพยากรทั้งหลายอยู่ในลักษณะที่เพียงพอหรือไม่ เพราะในบางครั้งทรัพยากรบางอย่างอาจถูกนำมาใช้อยู่บ่อยครั้ง และสม่ำเสมอ หรือนำมาใช้โดยเร่งด่วนเพื่อแก้ไขปัญหา ส่งผลต่อทรัพยากรทั้งด้านบุคลากร เครื่องมือ งบประมาณ และแนวทางในการบริหารงานสื่อสารองค์กร

เรื่องที่ ๒.๕.๒ เครื่องมือที่ช่วยประเมินผลการสื่อสาร

การทำให้การสื่อสารนั้นมีความสะดวกรวดเร็ว จำเป็นต้องอาศัยเครื่องมือต่าง ๆ ที่มีประโยชน์มาช่วย ไม่ว่าจะเป็น

๑. การรวบรวมข่าวตัดจากสื่อต่าง ๆ (News Monitoring, News Clipping) เป็นการรวบรวมข่าวที่ได้ทำการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน วิธีการที่ดีคือ การรวบรวมข่าวได้ทุกวัน และจัดด้วยระบบคอมพิวเตอร์ไว้เป็นหมวดหมู่ คือ มีการปรับปรุงข้อมูลอยู่ตลอดเวลา

๒. การศึกษาความสนใจของผู้รับสาร (Receiver Studies) จะทำให้ทราบว่า โดยปกติผู้รับสารทราบอะไร เพื่อจะได้สามารถวางแผนการสื่อสารได้ถูกต้องดีขึ้น เช่น ความชอบ และความสนใจของผู้รับสารในแต่ละกลุ่ม เป็นต้น

๓. ศึกษาความสามารถในการเข้าใจ (Interest/Understand Test) เป็นการวัด และประเมินผลความง่าย – ยากของข่าวสาร และรูปแบบการใช้ภาษาที่ได้เผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมาย หากการสื่อสารนั้นใช้ภาษาที่ยากเกินไปสำหรับกลุ่มเป้าหมาย ก็จะส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายไม่สามารถเข้าใจการสื่อสารนั้นได้

๔. การวิจัยด้านการสื่อสาร (Research) ซึ่งมีวิธีการในการวัด และประเมินผู้ชมทางสื่อทั้งทางด้านขนาดประชากร การรับรู้ ความสนใจ ตลอดจนทัศนคติ

ไม่ว่าจะประเมินผลออกมาอย่างไร จะใช้เครื่องมือใด ตอบโจทย์อะไรบ้าง สื่อสารอย่างไร ประเมินช่วงเวลาไหน กลุ่มเป้าหมายมีความคิด ความรู้สึกอย่างไร มีผลกระทบอะไรเกิดขึ้นบ้าง มีการปรับเปลี่ยนแผนหรือไม่ อย่างไร จะโน้มน้าวใจอย่างไรให้กลุ่มเป้าหมายสนใจในผลิตภัณฑ์นั้นมากยิ่งขึ้น หรือควรมีการสื่อสารให้ตรงกลุ่มเป้าหมายอย่างไร จึงจะทำให้การสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จ สิ่งเหล่านี้ คือ ปัจจัยหรือองค์ประกอบหนึ่งที่จะช่วยให้การประเมินผลนั้น นำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุง และกำหนดแผนการสื่อสารครั้งต่อไป แต่จะทำอย่างไรที่จะทำให้การประเมินผลนั้นอยู่ภายใต้พื้นฐานการประเมินผลจากข้อเท็จจริง เห็นผลจริง นำมาใช้ได้จริง เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างแท้จริง และเกิดผลลัพธ์ได้ นั่นคือ การสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จ

เรื่องที่ ๒.๕.๓ ประเภทของการประเมินผลทางการสื่อสาร

การประเมินผลนั้นส่วนใหญ่จะทำออกมาในรูปของการสรุปผลงาน ในขณะเดียวกันก็สามารถประเมินผลความก้าวหน้า เพื่อจะมองต่อไปว่า การดำเนินการนั้นเป็นไปในทิศทางใด ซึ่งแต่ละประเภทมีความแตกต่างกันดังนี้คือ

การประเมินความก้าวหน้า (Formative Evaluation) เป็นการประเมินผลความก้าวหน้าของแผนสื่อสารระหว่างที่กำลังดำเนินการ หรือปฏิบัติตามแผน เช่นเดียวกับกระบวนการเริ่มต้นทำแผน ซึ่งจะต้องนำเอาการประเมินผลในแต่ละครั้งมารวบรวม และวิเคราะห์เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนการสื่อสารนั้น ซึ่งจะทำกระบวนการอย่างนี้ต่อไปตลอดทั้งกระบวนการที่ลงมือปฏิบัติ เพื่อปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงาน เมื่อใดก็ตามที่ประเมินแล้วว่า ความคืบหน้านั้นจะเกิดไปในทิศทางหรือแนวทางใด หากไม่ตรงตามที่ได้วางแผนเอาไว้ ก็สามารถปรับแก้ไขแผน ก่อนที่จะดำเนินงานไปจนกระทั่งสิ้นสุดกระบวนการสื่อสาร

การประเมินผลสรุปของงาน (Summative Evaluation) เป็นการประเมินผลเพื่อตัดสินคุณค่าของโครงการ/กิจกรรมทางการสื่อสารทั้งหมด ทุกองค์กรไม่ว่าจะเป็นองค์กรของรัฐหรือเอกชนต่างก็มีกลุ่มงานหรือฝ่ายประเมินผล ที่จะทำหน้าที่สรุปผลจากการดำเนินงานหรือลงมือปฏิบัติงานไปตามแผนที่ได้วางเอาไว้นั้น ว่าเป็นอย่างไร ซึ่งการประเมินผลนี้ สามาราถนำเสนอในรูปของตัวเลขสถิติ แสดงกราฟ เปรียบเทียบผลการดำเนินงาน หรือแม้กระทั่งสรุปว่ากิจกรรม/โครงการนั้น

ได้สื่อสารประสบความสำเร็จหรือไม่ ภายใต้พื้นฐานการนำข้อมูล อ้างอิงจากการประเมินผลมาสรุปให้เห็นผลงาน

กล่าวโดยสรุปว่า การปฏิบัติงานทุกอย่างควรจะต้องมีการประเมินผลเพราะการประเมินผลเป็นเครื่องมือคุณภาพที่จะตอบได้ว่าการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรที่นักส่งเสริมการเกษตรได้ดำเนินมามีประสิทธิภาพหรือไม่ วัตถุประสงค์ของการประเมินผลทางการสื่อสารเพื่อตรวจสอบผลสำเร็จการปฏิบัติงาน เพื่อตรวจสอบความคุ้มค่าผลงาน เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหารเพื่อการศึกษา และประเมินปฏิกิริยาโต้ตอบของกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อต้องการทราบปริมาณการใช้ทรัพยากร เครื่องมือที่ช่วยประเมินผลการสื่อสาร ได้แก่ การรวบรวมข่าวตัดจากสื่อต่าง ๆ การศึกษาความสนใจของผู้รับสาร ศึกษาความสามารถในการเข้าใจ การวิจัยด้านการสื่อสารประเภทของการประเมินผลทางการสื่อสาร การประเมินความก้าวหน้า การประเมินผลสรุปของงาน

สรุปท้ายบท

ในบทนี้ได้กล่าวถึงแบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล ซึ่งได้ขยายความการให้ความสำคัญในปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทัศนคติ ระดับความรู้ ระบบสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งผู้รับและผู้ส่งต้องมีตรงกันเสมอ ตาม S M C R Model อันประกอบด้วย

๑. ผู้ส่ง (Source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถใน "การเข้ารหัส" (Encode) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสาร มีความรู้อย่างดีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรมีความสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนมีพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย

๒. ข่าวสาร (Message) เกี่ยวข้องทางด้านเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่งข่าวสารนั้น

๓. ช่องทางในการส่ง (Channel) หมายถึง วิธีการที่จะส่งข่าวสารโดยการให้ผู้รับข่าวสารข้อมูลผ่านประสาทสัมผัสทั้ง ๕ หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง เช่น การฟัง การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น

๔. ผู้รับ (Receiver) ต้องเป็นผู้มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถใน "การถอดรหัส" (Decode) สาร เป็นผู้มีทัศนคติ ระดับความรู้ และพื้นฐานทางสังคม วัฒนธรรมเช่นเดียวกันหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่ง จึงจะทำให้การสื่อสารนั้นได้ผล

ประสิทธิภาพในการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร ขึ้นอยู่กับปจจัยหลายประการ ไดแก ระดับความรู (Knowledge) ผูสงสาร และผูรับสารที่มีความรูใกลเคียงกันในเรื่องที่ต้องการจะสื่อสาร เพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจ มีทัศนคติ (Attitude) ที่ดีตอกัน การสงและการรับ ยอมมีโอกาสประสบความสำเร็จไปแล้วครึ่งหนึ่งผนวกกับการมีความเข้าใจในระดับสังคมและวัฒนธรรม (Social Cultural System) ระหว่างผูสงสารและผูรับสารก็เอื้อต่อการที่จะสามารถเลือกวิธีการ จัดเนื้อหาสาระ รูปแบบที่ติดตอใหสอดคลองเหมาะสมได การสื่อสาร มีองค์ประกอบในด้านต่าง ๆ ดังกล่าวมาแล้ว องค์ประกอบแต่ละด้านล้วนเป็นปัจจัยที่จะส่งผลให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จ หรือล้มเหลวได้ทั้งสิ้น องค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลอย่างสูงต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร ได้แก่ คุณสมบัติของผู้สื่อสาร การใช้สื่อและเทคนิควิธี ในการสื่อสาร การสื่อสารเป็นศาสตร์ที่ต้องอาศัยทั้งบุคคล วัสดุเครื่องมือ และเทคนิควิธีการในการสื่อสาร ดังนั้น ความสำเร็จในการ

สื่อสารส่วนหนึ่งจึงขึ้นอยู่กับการเลือก และการใช้สื่ออย่างเหมาะสมจึงจะทำให้กลุ่มเป้าหมายสามารถรับสารได้อย่างถูกต้องชัดเจน

ในขณะเดียวกันจำเป็นต้องมีการประเมินผลการสื่อสารเพื่อวัดประสิทธิภาพของการสื่อสารจะช่วยให้องค์กรดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

บทที่ ๓
แนวทางการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

งานส่งเสริมการเกษตรเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับคนเป็นจำนวนมาก ได้แก่ ผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติการเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร สื่อมวลชนหรือผู้ที่สนใจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น บริษัท/ห้างร้าน ตลอดจนบุคลากรในหน่วยงานอื่น ๆ และงานส่งเสริมการเกษตรเป็นงานที่ต้องทุ่มเทกำลังกาย กำลังใจ ต้องทำงานทั้งในท้องที่ที่มีความเจริญและท้องที่ทุรกันดาร ทำงานร่วมกับบุคคลหลากหลายประเภท นับว่าเป็นงานที่ค่อนข้างยากและมีขอบเขตที่กว้างขวาง ดังนั้น เพื่อให้การสื่อสารประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรบังเกิดประโยชน์สูงสุด หรือมีประสิทธิภาพมากที่สุดในงานส่งเสริมการเกษตร จึงจำเป็นต้องมีการสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมภายในองค์กรและการสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือกับภายนอกองค์กรเชิงบูรณาการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ ๓.๑ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือภายในองค์กร

เรื่องที่ ๓.๑.๑ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือกับผู้บังคับบัญชา

การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือภายในองค์กรของกรมส่งเสริมการเกษตร เป็นการสร้างมนุษยสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา ระหว่างเพื่อนร่วมงานด้วยกัน ทั้งนี้ เพื่อสร้างความสมานสามัคคี ลดการขัดแย้ง ทำให้เกิดความเข้าใจและความเคารพนับถือกัน ตลอดจนการให้ความร่วมมือกันในการทำงานให้บรรลุผลสำเร็จ นอกจากนี้แล้วยังเป็นเรื่องของการสร้างมนุษยสัมพันธ์ในเชิงการบริหารจัดการองค์กร ในด้านนโยบาย กฎระเบียบ สิ่งแวดล้อมภายในองค์กร ที่ทำให้บุคลากรทุกฝ่ายมีแรงจูงใจในการทำงาน รู้สึกรักองค์กร ต้องการเห็นความเจริญเติบโตก้าวหน้าขององค์กร ตลอดจนมีขวัญและกำลังใจที่จะทุ่มเทการทำงานให้องค์กรมีผลผลิตหรือผลงานเพิ่มขึ้น

นักส่งเสริมการเกษตรในฐานะผู้ใต้บังคับบัญชา มีความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ที่จะทำงานให้ดีให้ถูกใจผู้บังคับบัญชา เพื่อที่จะทำงานร่วมกันได้เป็นอย่างดี ทำให้ผู้บังคับบัญชาพึงพอใจ และทำให้ตนเองมีความสุขในการทำงาน ผู้ใต้บังคับบัญชาที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับผู้บังคับบัญชาได้เป็นอย่างดีก็มีโอกาสเจริญก้าวหน้าในการทำงานมากขึ้น การสร้างมนุษยสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาจึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็น ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

๑. การสร้างมนุษยสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา

ในการทำงานส่งเสริมการเกษตร เราต้องประสานความร่วมมือกับผู้บังคับบัญชา ทั้งในด้านวิชาการการบริหารโครงการส่งเสริมการเกษตร ด้านงบประมาณเพื่อใช้ในการปฏิบัติงาน หรือสนับสนุนบุคลากรในการช่วยปฏิบัติงาน ตลอดจนการบริหารงานบุคคล สิ่งที่นักส่งเสริมการเกษตรควรรู้และนำมาพัฒนาตนเองเพื่อประสานความร่วมมือกับผู้บังคับบัญชา ดังต่อไปนี้

๑.๑ เรียนรู้นิสัยผู้บังคับบัญชา โดยการศึกษาว่าผู้บังคับบัญชาของเราเป็นคนอย่างไร ประเภทไหน มีนิสัยอย่างไร เช่น ผู้บังคับบัญชาเป็นคนที่ชอบคิดและปรับปรุงงานอยู่เสมอ ผู้ใต้บังคับบัญชาต้องทำงานด้วยข้อมูลที่ถูกต้อง รอบคอบและเป็นงานส่งเสริมการเกษตรในเชิงรุก เช่น ส่งเสริมให้เกษตรกร

ผลิตสินค้าเกษตรที่ปลอดภัยจากสารพิษ เป็นต้น การเรียนรู้นิสัยของผู้บังคับบัญชาจะทำให้ทำงานได้เป็นที่พอใจของผู้บังคับบัญชา

๑.๒ ทำงานให้ดีหลีกเลี่ยงการประจบสอพลอ ผู้ใต้บังคับบัญชาที่ดีควรมีความคิดริเริ่มหรือนำแนวคิดใหม่มาใช้ในการปฏิบัติงาน มีข้อมูลที่ดี ถูกต้องและเป็นปัจจุบัน เอาใจใส่ในการทำงานจะทำให้งานประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี ผู้บังคับบัญชาเกิดความไว้วางใจและอาจมอบหมายงานสำคัญให้ทำ และเป็นที่พึงพอใจของผู้บังคับบัญชา นักส่งเสริมการเกษตรในฐานะผู้ใต้บังคับบัญชาต้องพยายามปฏิบัติงานให้ดีก็เท่ากับว่าเป็นการช่วยให้ผู้บังคับบัญชาประสบความสำเร็จได้เร็วขึ้น

๑.๓ ทำให้ความคิดของผู้บังคับบัญชาบังเกิดผล ผู้ใต้บังคับบัญชาต้องช่วยกันทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร นักส่งเสริมการเกษตรที่มีความต้องการจะสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้บังคับบัญชา จะต้องช่วยผู้บังคับบัญชาให้ประสบความสำเร็จในการทำงาน ผู้ใต้บังคับบัญชาที่ดีจะต้องเป็นผู้ช่วยเหลือกิจการงานของผู้บังคับบัญชาตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถ เมื่อผู้บังคับบัญชาริเริ่มที่จะทำโครงการใด นักส่งเสริมการเกษตรต้องช่วยเหลือทำงานหรือทำโครงการนั้นให้สำเร็จ การช่วยเหลืออาจทำได้โดยการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง การแสดงความคิดเห็น การคัดค้าน เมื่อเห็นว่าปฏิบัติไม่ถูกกฎระเบียบด้วยการชี้แจงแสดงเหตุผลว่าขัดข้องอย่างไร สิ่งนั้นทำได้หรือไม่ได้ ถ้าทำให้ถูกต้องมีวิธีการอย่างไร การให้ข้อคิดเห็นเช่นนี้จะช่วยป้องกันมิให้เกิดความผิด และหาวิธีที่ถูกต้องเป็นทางออก ซึ่งผู้บังคับบัญชาจะเป็นผู้ตัดสินใจเองว่าควรจะทำอย่างไร ตัวอย่างเช่น ผู้บังคับบัญชาต้องการส่งเสริมให้เกษตรกรลดต้นทุนการผลิตโดยการลดการใช้สารเคมี นักส่งเสริมการเกษตรต้องนำแนวคิดนี้ไปสู่การปฏิบัติซึ่งอาจเริ่มต้นจากการส่งเสริมในกลุ่มของเกษตรกรประเภทหัวไวใจสู้ ชอบการทดสอบ ทดลอง เป็นต้น

๑.๔ สร้างลักษณะนิสัยที่พึงประสงค์ รุจ ศิริสัญลักษณ์ (๒๕๕๖) กล่าวว่า ผู้บังคับบัญชาย่อมคาดหวังให้ผู้ใต้บังคับบัญชาหรือลูกน้องมีนิสัยการทำงานที่ดี เพื่อที่จะให้เขาเหล่านั้นปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลักษณะนิสัยการทำงานอันเป็นที่พึงปรารถนาของผู้บังคับบัญชาได้แก่การมีความรู้ความสามารถดี มีความจงรักภักดีไว้วางใจได้ มีความซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบ และขยันทำงาน นักส่งเสริมการเกษตรในฐานะผู้ใต้บังคับบัญชาควรปรับปรุงตนเองให้มีลักษณะนิสัยการทำงานที่ดีในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

๑.๔.๑ ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน (Competence) ผู้บังคับบัญชาคาดหวังว่าผู้ใต้บังคับบัญชาจะต้องมีความรู้ความสามารถดี คือ มีความรู้เป็นอย่างดีในงานที่ทำ และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ต้องมีความรู้วิชาการเกษตร ความรู้เกี่ยวกับการถ่ายทอดความรู้ ความรู้เกี่ยวกับการบริหารโครงการส่งเสริมการเกษตร เป็นต้น

๑.๔.๒ ความจงรักภักดี (Loyalty) ผู้ใต้บังคับบัญชาที่มีความจงรักภักดีต่อองค์กรมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรและต่ออาชีพของตน เมื่อมีปัญหาข้อสงสัยหรือความไม่พอใจในเรื่องการทำงานในองค์กร ผู้ใต้บังคับบัญชาควรที่จะบอกให้ผู้บังคับบัญชาทราบ เพื่อที่จะได้ช่วยกันแก้ไขข้อบกพร่องซึ่งดีกว่าที่จะนำความไม่พอใจในองค์การไปเล่าให้คนอื่นฟัง ตัวอย่างเช่น มีบุคคลภายนอกมาสอบถามว่าหน่วยงานส่งเสริมการเกษตรของเรา มีปัญหาข้อขัดแย้งของบุคลากรในการปฏิบัติงาน เราต้องชี้แจงให้เขาทราบว่าไม่ได้มีปัญหาภายในองค์กรตามที่เขาเข้าใจ เราต้องรักษาภาพลักษณ์ขององค์กร

๑.๔.๓ ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) ในบางครั้งผู้บังคับบัญชาต้องการ ที่จะมอบหมายงานพิเศษที่ต้องให้คนที่สามารถไว้วางใจได้เป็นผู้ดำเนินการ เมื่อผู้บังคับบัญชาเกิดความไว้ใจใครสักคนย่อมหมายถึงเขาสามารถขอให้คนนั้นทำงานบางสิ่งที่อยู่นอกเหนือหน้าที่การงาน และ

คาดหวังว่าคนนั้นจะทำงานสำเร็จได้ ถ้าผู้ใต้บังคับบัญชาสามารถทำงานพิเศษนั้นได้สำเร็จ ย่อมได้รับความไว้วางใจจากผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจนี่แหละที่จะนำไปสู่การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา

๑.๔.๔ ความซื่อสัตย์สุจริต (Honesty) นักส่งเสริมการเกษตรต้องสร้างชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือได้ให้กับตนเองด้วยการเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์สุจริต เป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการสร้างมนุษยสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ความซื่อสัตย์สุจริต เช่น ปฏิบัติงานกับเกษตรกรแบบไม่เลือกปฏิบัติ ไม่คดโกงเงินของทางราชการหรือเกษตรกร ไม่หลอกลวงเกษตรกรหรือผู้ที่มาติดต่องาน ตลอดจนพูดความจริงในเรื่องต่าง ๆ กับผู้บังคับบัญชา ซึ่งจะทำให้ผู้บังคับบัญชาหรือคนในองค์กรอยากคบหาสมาคมหรือร่วมทำงานด้วย

๑.๔.๕ ความรับผิดชอบ (Responsibility) ผู้ใต้บังคับบัญชาควรสร้างนิสัยของการเป็นคนที่มีความรับผิดชอบในหน้าที่การงาน ผู้บังคับบัญชาย่อมชอบที่จะทำงานร่วมกับผู้มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่การงานและทำงานได้สำเร็จตามปกติ ผู้บังคับบัญชามักมอบหมายงานที่ไม่ค่อยสำคัญให้ลูกน้องทำในตอนแรกแล้วค่อยๆ ให้รับผิดชอบงานในงานที่มีความสำคัญมากขึ้น การมอบหมายงานที่สำคัญมากขึ้นเป็นทางที่ก้าวไปสู่การมีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชาเช่น ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้แทนในการเข้าประชุมในเรื่องการจัดทำงบประมาณตามแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน หรือจัดทำงบประมาณของจังหวัด เป็นต้น

๑.๔.๖ ขยันทำงาน (Industriousness) ผู้ใต้บังคับบัญชาต้องมีความขยันหมั่นเพียรในหน้าที่การงาน มีความอุตสาหพยายามที่จะทำงานให้สำเร็จลุล่วงภายในเวลาที่กำหนดไว้ และพยายามสร้างผลงานอย่างสม่ำเสมอ ผู้ใต้บังคับบัญชาที่ดีไม่ควรบ่นถึงความยากลำบากต่อหน้าผู้บังคับบัญชา การบ่นว่างานยากลำบากเยอะจะทำให้ผู้บังคับบัญชาไม่อยากมอบหมายงานให้จึงพลาดโอกาสที่จะได้แสดงความสามารถ ดังนั้น เมื่อได้รับมอบหมายงานควรศึกษาข้อเท็จจริง ใช้สติปัญญาเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นต้องใช้ความอุตส่าห์พยายามหาทางแก้ไข ตัวอย่างเช่น การขึ้นทะเบียนเกษตรกร (ทบก.) จังหวัดและอำเภอดำเนินการพิมพ์สมุดทะเบียนเกษตรแล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กรมส่งเสริมการเกษตรกำหนด เป็นต้น

๑.๕ ประเมินตนเองเป็นระยะ ๆ ทองทิพพา วิริยะพันธุ์ (๒๕๕๐) กล่าวว่า ผู้ใต้บังคับบัญชาที่ดีควรตรวจสอบตนเองอยู่เสมอว่า มีความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาอย่างไร เคยถูกเรียกไปไต่ถามเรื่องงานบ้างหรือไม่ เคยได้รางวัลหรือได้รับความดีความชอบอะไรบ้างหรือไม่ เคยถูกตำหนิเรื่องใดหรือไม่ และผู้บังคับบัญชารู้จักเรามากน้อยเพียงใด การสำรวจตัวเองเช่นนี้ จะทำให้เรารู้ว่าเราประพฤติปฏิบัติตนดีหรือไม่ดีในด้านใดบ้าง จะได้ปรับปรุงแก้ไขตนเองให้ดียิ่งขึ้น เป็นการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา

๒. การครองใจผู้บังคับบัญชา

ประวีณ ณ นคร (๒๕๔๘) ได้ให้แนวทางปฏิบัติเพื่อครองใจผู้บังคับบัญชาโดยให้ความหมายของการครองใจว่า เป็นการผูกใจให้รักกันระหว่างหัวหน้างานกับลูกน้อง โดยมีปัจจัยที่สำคัญที่จะผูกใจให้หัวหน้ารักลูกน้องได้ คือ ความพอใจที่หัวหน้ามีต่อลูกน้อง ดังนั้น แนวทางที่ลูกน้องจะครองใจหัวหน้าได้ก็คือ ทำให้หัวหน้าพอใจ ซึ่งในการสร้างความพอใจลูกน้องหรือผู้ใต้บังคับบัญชา ต้องปฏิบัติตนและปฏิบัติงานให้หัวหน้าพอใจ ในการสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานนักส่งเสริมการเกษตรต้องปฏิบัติในสิ่งที่กล่าวดังต่อไปนี้

๒.๑ การปฏิบัติตน การปฏิบัติตนดีมีองค์ประกอบ ๓ ส่วน คือ กาย วาจา และจิตใจกายดี นักส่งเสริมการเกษตรจะต้องพัฒนาร่างกายให้ดีทั้งภายในและภายนอก กล่าวคือ ภายในต้องรักษาสุขภาพอนามัยให้ดี หัวหน้าจะพอใจที่ได้เห็นลูกน้องมีสุขภาพอนามัยดี ไม่เจ็บไข้ได้ป่วยในลักษณะ “สามวันดีสี่วันไข้” ส่วนการพัฒนาร่างกายภายนอกนั้นหมายถึง มีการแต่งกายดี สะอาด เรียบร้อย ไม่รุ่มร่าม หรือยับยู่ยี่ เหมาะกับกาลเทศะงานหรือโอกาส และแต่งกายให้ถูกต้องตามระเบียบประเพณีนิยม

วาจาดี หมายถึง พูดจาไพเราะ น้ำเสียงนุ่มนวล ใช้ถ้อยคำที่เหมาะสมกับกาลเทศะใช้คำสุภาพ ไม่หยาบ พูดในเรื่องที่น่าสนใจ ถ่อมตัว ไม่โอ้อวด ตลอดจนพูดถูกจังหวะจะโคลน ไม่ทะลุกลางปล้อง และพูดอยู่กับร่องกับรอยด้วยความจริงใจ

จิตใจดี คือ จิตใจที่คิดแต่ในแง่ดีและมองในแง่ดี เช่น คิดว่าหัวหน้ารักตนหวังดีต่อตนไม่คิดว่าหัวหน้าจะหวังร้ายต่อตน คิดว่าหัวหน้าเป็นคนดีมีความสามารถ และคิดว่าเป็นผู้นำหรือบังคับบัญชาเราได้

๒.๒ การปฏิบัติต่อหัวหน้าการปฏิบัติดีต่อหัวหน้านั้นทำได้โดยช่วยแบ่งเบาภาระของหัวหน้าให้ความร่วมมือกับหัวหน้าช่วยระวังความปลอดภัยให้หัวหน้า เป็นที่พึ่งของหัวหน้าให้รายละเอียดและมีน้ำใจไมตรีต่อหัวหน้า

การช่วยแบ่งเบาภาระของหัวหน้า หัวหน้างานจะมีภาระการงานอยู่หลายด้านงานบางอย่างมีขั้นตอนที่จะต้องดำเนินการหลายขั้นตอน เช่น รวบรวมข้อมูล ศึกษาเรื่อง วิเคราะห์เรื่อง ตัดสินใจดำเนินการหรือสั่งการ ภาระงานเหล่านี้ลูกน้องอาจช่วยแบ่งเบาภาระของหัวหน้าได้ เช่น การรวบรวมข้อมูลศึกษา เรื่องวิเคราะห์เรื่อง หรือเตรียมเรื่องเพื่อพิจารณาหรือเข้าประชุม การช่วยแบ่งเบาภาระดังกล่าวจะทำให้หัวหน้างานสามารถตัดสินใจดำเนินการหรือสั่งการได้สะดวก รวดเร็วขึ้น

การให้ความร่วมมือร่วมใจกับหัวหน้า การทำงานในหน่วยงานกับหัวหน้าแต่เพียงลำพังไม่อาจทำงานให้สำเร็จเป็นผลดีได้ ต้องอาศัยลูกน้องร่วมใจทำงานเป็นทีม ซึ่งนักส่งเสริมสามารถแสดงความร่วมมือกับผู้บังคับบัญชาโดยการยินดีทำตามนโนบายหรือแผนงาน หรือคำสั่งที่หัวหน้ากำหนดให้ทำด้วยความเต็มใจ เมื่อหัวหน้ามอบหมายงานมาให้ก็ต้องรับทำและตั้งใจทำให้สำเร็จเรียบร้อยและเป็นผลดี หรือหัวหน้าให้ทำงานร่วมกันเป็นทีมกับคนอื่นก็ร่วมมือร่วมใจทำงานประสานงานกับทุกคนในทีมงาน การมีน้ำใจไมตรีต่อหัวหน้า การที่นักส่งเสริมแสดงความมีน้ำใจไมตรีต่อหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา แต่พอควรพอเหมาะ ไม่ถึงขนาดประจบให้เป็นที่ไม่พอใจของคนอื่นนั้น จะเป็นพฤติกรรมที่หัวหน้าพอใจและไม่เสื่อมเสียแต่อย่างใด เช่น แสดงความเสียใจเมื่อหัวหน้าประสบเคราะห์กรรมหรือสูญเสียสิ่งสำคัญ หรือแสดงความยินดีต่อหัวหน้าเมื่อได้ลาภหรือประสบความสำเร็จในเรื่องสำคัญหรือโต้เถียงชี้แจงปกป้องหัวหน้าเมื่อผู้อื่นกล่าวร้ายต่อหัวหน้าโดยไม่เป็นธรรม เป็นต้น

๒.๓ การปฏิบัติงานโดยทั่วไปหัวหน้าจะเป็นผู้มอบหมายงานให้ลูกน้องทำ โดยหัวหน้าเป็นผู้ควบคุมการทำงานของลูกน้องคอยตรวจแก้ปรับปรุงงานที่ลูกน้องทำให้ดียิ่งขึ้น และคอยแก้ปัญหาและตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ฉะนั้นลูกน้องหรือผู้ใต้บังคับบัญชาจะต้องทำงานในเบื้องต้นให้ดีที่สุดแล้วเสนอให้หัวหน้าตรวจ โดยลูกน้องจะต้องแสดงฝีมือในการทำงานให้เป็นที่พอใจของหัวหน้า และสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จเป็นผลดี

กล่าวโดยสรุป การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือกับผู้บังคับบัญชาโดยการสร้างมนุษยสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา เป็นสิ่งจำเป็นที่นักส่งเสริมการเกษตร ในฐานะผู้ใต้บังคับบัญชาต้องเรียนรู้เพราะจะทำให้นักส่งเสริมการเกษตร สามารถทำงานเข้ากันได้ดีกับผู้บังคับบัญชา และเกิดความ

สบายใจในการทำงาน การได้รับความพึงพอใจจากผู้บังคับบัญชาและได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาจะทำให้นักส่งเสริมการเกษตรทำงานได้อย่างราบรื่น มีความก้าวหน้าในอาชีพการงาน และมีผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร

เรื่องที่ ๓.๑.๒ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือกับผู้ใต้บังคับบัญชา

นักส่งเสริมการเกษตร อาจมีตำแหน่งหน้าที่เป็นผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานในองค์กรหนึ่ง ย่อมมีความเกี่ยวข้องกับสิ่งสำคัญ ๒ อย่างได้แก่ การทำงานให้สำเร็จและการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน การที่ผู้บังคับบัญชาจะประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานนั้น ต้องให้ความสำคัญทั้งในเรื่องงานและคนในองค์กร มีส่วนผลักดันให้เกิดความสำเร็จของงาน ทักษะทางด้านมนุษยสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้บริหารงานทุกระดับ เพราะพวกเขาจะต้องให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การปกครอง และความสามารถในการจูงใจ เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือจากผู้ใต้บังคับบัญชาและผู้ร่วมงาน ดังนั้น ผู้บังคับบัญชาที่ดีจึงต้องรู้จักใช้หลักมนุษยสัมพันธ์ในการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความจำเป็นจะต้องเรียนรู้และเข้าใจในเรื่องนี้อย่างถ่องแท้ เพื่อส่งผลให้การสื่อสาร เพื่อการประสานความร่วมมือกับผู้ใต้บังคับบัญชาบังเกิดผลดีต่อองค์กร โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถในการจัดการงาน การสร้างมนุษยสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชาจะเป็นอย่างราบรื่น ต่อเมื่อผู้บังคับบัญชาแสดงให้เห็นถึงความรู้ความสามารถในการจัดการงานที่ดี ซึ่งทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความเลื่อมใสศรัทธา เกิดความรู้สึกมั่นคง ปลอดภัย มีความมั่นใจว่าสามารถนำเขาไปสู่ความสำเร็จได้ ตลอดจนเกิดความพึงพอใจที่จะให้ความร่วมมือและเข้ามาปฏิสัมพันธ์ด้วย ผู้บังคับบัญชาควรมีพฤติกรรมการจัดการงานเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใต้บังคับบัญชา ดังนี้

๑.๑ ทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเชื่อมั่นศรัทธาในความสามารถและยอมรับนับถือแสดงความสามารถให้ประจักษ์ ต้องรู้งาน รู้กฎระเบียบข้อบังคับขององค์กร และสามารถจดจำได้อย่างมั่นใจ มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล ปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม ติดตามความก้าวหน้าในเชิงวิชาการและข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจอย่างรวดเร็วและถูกต้อง ตัวอย่างเช่น มีความรู้ความเข้าใจพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติ เป็นต้น

๑.๒ สั่งงานอย่างชัดเจน ถ้าเป็นเรื่องสำคัญหรือตัวเลขควรสั่งเป็นบันทึก เพื่อป้องกันความเข้าใจผิดและการผิดพลาดของคำสั่ง การสั่งงานควรอธิบายให้ถูกต้องชัดเจนปราศจากข้อสงสัย เพราะถ้าผู้ใต้บังคับบัญชาไม่เข้าใจแล้ว อาจทำไปไม่ตรงวัตถุประสงค์ที่ผู้บังคับบัญชาต้องการ ซึ่งจะกลายเป็นความขัดแย้งภายหลังได้ ควรกำหนดระยะเวลาที่ต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จให้ทราบด้วย เมื่อสั่งการแล้วควรให้เขามีอิสระในการปฏิบัติงาน ไม่ควรควบคุมหรือใกล้ชิดมากเกินไปเพียงแต่สนใจถามว่ามีปัญหาเกิดขึ้นในระหว่างปฏิบัติงานหรือไม่ แล้วให้ความช่วยเหลือซึ่งจะทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความอบอุ่นใจว่ามีคนคอยช่วยเหลือ ตัวอย่างเช่น กรอบเวลาการขึ้นทะเบียนเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ควรจัดทำเป็นตารางแยกขั้นตอนและระยะเวลาให้ชัดเจนเพื่อผู้ปฏิบัติจะเข้าใจได้ง่ายขึ้น

๑.๓ มอบหมายงานให้เหมาะสม ผู้บังคับบัญชาจำเป็นต้องศึกษาเพื่อให้เข้าใจในตัวผู้ใต้บังคับบัญชา เช่น ในด้านความรู้ความสามารถ ลักษณะนิสัยความถนัด ทั้งนี้เพื่อที่จะได้มอบหมายงานให้อย่างเหมาะสม รวมทั้งการเข้าใจถึงความต้องการของเขาเพื่อที่จะได้กระทำในสิ่งที่

ตอบสนองต่อความต้องการนั้น ๆ ตัวอย่างเช่น นักส่งเสริมการเกษตรมีความสามารถในการพูดในที่ชุมชนเราอาจมอบหมายให้ทำหน้าที่เจ้าหน้าที่เกษตรสัมพันธ์ หรือพิธีกรในการจัดประชุมสัมมนา เป็นต้น

๑.๔ ชี้แจงความเคลื่อนไหวในวงงานให้ทราบ ผู้บังคับบัญชาต้องหมั่นประชุมชี้แจงนโยบาย วัตถุประสงค์ แผนงาน ปัญหาเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทราบความเคลื่อนไหวตลอดเวลาอย่าทราบแต่ผู้เดียวและไม่ถ่ายทอดให้ผู้อื่น การไม่ชี้แจงข้อเท็จจริงหรือข้อมูลข่าวสารให้ผู้ใต้บังคับบัญชา อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดเกิดความไม่ไว้วางใจเกิดข่าวลือต่าง ๆ ขึ้นมาได้ การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ที่มีผลกระทบต่อตัวผู้ใต้บังคับบัญชาต้องชี้แจงให้เข้าใจล่วงหน้า เช่น การเปลี่ยนแปลงตำแหน่งหน้าที่การงาน เพื่อที่เขาจะได้มีเวลาเตรียมตัวและรู้สึกว่าตนได้รับเกียรติและมีความสำคัญ เช่น ชี้แจงนโยบายการปฏิบัติงานของกรมส่งเสริมการเกษตร ชี้แจงระบบส่งเสริมการเกษตรโดยใช้เครื่องมือ MRCF หรือ Smart Extension Officer เป็นต้น

๑.๕ สร้างความยืดหยุ่นในการทำงาน ผู้บังคับบัญชาไม่ควรกำหนดเส้นตายของงานโดยพร่ำเพรื่อไม่จำเป็น และไม่ควรคาดโทษไว้ว่าถ้าทำไม่ได้ตามกำหนดจะได้รับโทษอย่างนั้นอย่างนี้ ควรจะสร้างความสำนึกในหน้าที่รับผิดชอบ และควรให้โอกาสผู้ใต้บังคับบัญชาได้แก้ตัวบ้างในบางโอกาส

๑.๖ มีความยุติธรรม ผู้บังคับบัญชาควรวางตนให้เป็นกลางไม่เอนเอียงในการที่จะก่อให้เกิดประโยชน์หรือเป็นโทษต่อผู้ใดผู้หนึ่ง อย่าเลือกที่รักมักที่ชัง โดยแสดงให้ลูกน้องเห็นว่ารักไม่เท่ากัน ผู้บังคับบัญชาจึงควรระวังการกระทำและคำพูด อย่าให้เห็นว่าเราพอใจคนใดคนหนึ่ง ไปไหนก็พาไปด้วยบ่อย ๆ มีสิ่งของอะไรก็แบ่งให้แต่คนนั้นหรือเลือกใช้และนึกถึงแต่คนนั้น จะทำให้ลูกน้องเกิดความอิจฉากัน ทำให้ลูกน้องคนอื่น ๆ น้อยใจหวาดระแวง ขวัญเสีย ผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้าจะต้องปฏิบัติตนให้เกิดความรักใคร่ชอบพอโดยทั่วถึงกัน จึงจะได้รับความร่วมมือและความรักจากลูกน้องทุกคน เช่น การประเมินผลการเลื่อนเงินเดือนโดยใช้ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานตามบันทึกข้อตกลง ไม่ใช้ความรู้สึกของตนเองในการพิจารณาความดีความชอบ เป็นต้น

๑.๗ จัดหาเครื่องใช้เครื่องมือต่าง ๆ ให้ผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างพอเพียง ไม่เป็นผู้เอาแต่ผลงานแต่ไม่ยอมให้การสนับสนุนปัจจัยต่าง ๆ แก่ผู้ใต้บังคับบัญชา ควรคำนึงถึงความสะดวกสบายในการทำงานของผู้ใต้บังคับบัญชาโดยจัดหาวัสดุอุปกรณ์และเครื่องอำนวยความสะดวกให้เพียงพอแก่ความต้องการหรือให้เหมาะสมแก่การปฏิบัติงานนั้น ๆ เช่น จัดหาเครื่องพิมพ์คอมพิวเตอร์ให้เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน

๑.๘ แก้ไขความขัดแย้งโดยเร็ว เมื่อเกิดความไม่ลงรอยหรือขัดแย้งใด ๆ ขึ้นในองค์การให้หาทางขจัดหรือมีการประนีประนอมโดยทันที หากมีปัญหาขัดแย้งกัน ผู้บังคับบัญชาต้องหาทางไกล่เกลี่ยให้เข้าใจกันในขั้นต้นก่อน อย่าปล่อยให้ลุกลามหรือปล่อยให้ผู้บังคับบัญชาในชั้นสูงกว่ามาจัดการ ควรร่วมกันแก้ไขปัญหาโดยหาทางให้มีการพูดจากันให้เข้าใจถึงจุดหมายร่วมกัน ให้มีการวิพากษ์วิจารณ์กันอย่างตรงไปตรงมา ถ้าผู้อื่นมีเหตุผลดีพอควรจะได้เปลี่ยนท่าทีความคิดเห็นของตนแล้วเลิกขัดแย้งกันเพื่อให้เกิดความพอใจทั้งสองฝ่าย

๑.๙ รักษาผลประโยชน์ของผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชาจะรู้สึกดีใจและซาบซึ้งในบุญคุณของผู้บังคับบัญชา ถ้าทราบว่าผู้บังคับบัญชาต่อสู้เพื่อผลประโยชน์ของเขา ผู้บังคับบัญชาควรสนใจและเอาใจใส่ในประโยชน์ที่ผู้ใต้บังคับบัญชาควรจะได้รับ เช่น การเลื่อนขั้นเงินพิเศษ เลื่อนชั้นเลื่อนตำแหน่ง เหรียญตรา สิทธิพิเศษต่าง ๆ สวัสดิการ เป็นต้น จะต้องหาทางสนับสนุนตามความรู้

ความสามารถ การดูแลผลประโยชน์ของผู้ใต้บังคับบัญชาในสิ่งที่เขาควรมีควรได้ จะเป็นการบำรุงขวัญ ทำให้เขาทราบถึงความมีน้ำใจ ความหวังดีและเกิดความรู้สึกที่ดีต่อผู้บังคับบัญชา

๒. ทำตนเป็นคนน่าคบ ผู้บังคับบัญชาที่ดีย่อมประสบความสำเร็จใน ๒ ด้าน คือ งานกับความสัมพันธ์กับบุคคลต่าง ๆ การมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับการประพฤติปฏิบัติตนของผู้บังคับบัญชา ถ้าทำตนเป็นคนที่คนอื่นอยู่ใกล้หรือทำงานด้วยแล้วสบายใจ คนก็อยากคบหาสมาคมด้วย ผู้บังคับบัญชาควรทำตนให้เป็นคนน่าคบด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

๒.๑ มีความจริงใจต่อผู้ใต้บังคับบัญชา อย่าเสแสร้งแกล้งทำเป็นรัก สนใจ หรือเห็นใจผู้ใต้บังคับบัญชาเพื่อหลอกใช้งานที่ตนมุ่งหมายให้สำเร็จเท่านั้น ถ้าผู้ใต้บังคับบัญชารู้ว่าไม่จริงใจต่อเขา เขาจะเสียใจ ขาดความเชื่อถือในตัวผู้บังคับบัญชา

๒.๒ ประพฤติตนเป็นคนดี ผู้บังคับบัญชาไม่ควรประพฤติตนในทางเสื่อมเสียในเรื่องศีลธรรม เพราะถ้ามีข่าวหรือประวัติอะไรที่ไม่ดีเกี่ยวกับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชาจะขาดความนับถือ ไม่เกรงใจ การปกครองจะเสียต้องเป็นคนคิดบวก ครองตนโดยยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

๒.๓ วางตัวให้เหมาะสม มิใช่วางตัวเป็นนายอยู่ร่ำไป หรือปฏิบัติต่อผู้ใต้บังคับบัญชาเยี่ยงทาส พึงระลึกไว้เสมอว่าทุกคนย่อมมีศักดิ์ศรีในความเป็นมนุษย์ด้วยกันทั้งนั้น ฉะนั้นต้องมีศิลปะในการพูด การฟัง และการวิพากษ์วิจารณ์ผู้อื่น

๒.๔ อย่าหลงตนเองว่าเก่งกว่าคนอื่น บางคนชอบแสดงว่าฉันเก่งกว่า รู้ดีและความสามารถมากกว่าไม่มีลูกน้องคนไหนรู้ดีเท่าฉัน แม้ความจริงจะเป็นเช่นนั้นก็ไม่ควรจะแสดงออก เพราะในบางเรื่องลูกน้องอาจรู้ดีกว่าและทำได้ดีกว่าเราเสียด้วยซ้ำไป ถ้าเรายกย่องให้เกียรติและให้โอกาสแก่เขา ก็จะเป็นประโยชน์แก่งานเป็นการเสริมสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานให้แก่ลูกน้องและเป็นการขยายขีดความสามารถของผู้บังคับบัญชาให้กว้างขวางออกไป ตัวอย่างเช่น นักส่งเสริมการเกษตรมีความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี เราควรใช้จุดแข็งของเขาช่วยปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น

๒.๕ อย่าอวดรู้ทั้งที่ไม่รู้ เมื่อผู้บังคับบัญชาไม่รู้ก็ควรจะรับเสียโดยตรงอย่างเปิดอกแล้วค่อยศึกษาหาความรู้ทีหลัง อย่าลืมว่าความรู้สามารถเรียนทันกันได้ และไม่มีใครรู้ไปหมดทุกเรื่อง อย่ามุทะลุดุดันด้วยเกรงว่าจะเสียหน้า เมื่อผู้ใต้บังคับบัญชารู้ดีกว่า ต้องยอมรับและต้องใจกว้าง ยอมรับฟังความคิดเห็นของเขา และอย่ากลัวว่าผู้ใต้บังคับบัญชาจะเก่งเกินหน้าเกินตาตน

๓. ประพฤติตนเป็นที่ยอมรับของผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้บังคับบัญชาต้องปฏิบัติตนให้เป็นคนดีเพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชายอมรับนับถือ ดังนี้

๓.๑ ทำตนเป็นตัวอย่างที่ดีในทุกเรื่องที่ต้องการให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติ การที่จะทำให้ลูกน้องทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจำเป็นที่หัวหน้าจะต้องแสดงออกหรือทำให้ได้ก่อนเพื่อเป็นตัวอย่างที่ดี เช่น ต้องการให้นักส่งเสริมการเกษตรแต่งกายให้สุภาพ ผู้บังคับบัญชาต้องแต่งกายให้สุภาพเป็นตัวอย่าง

๓.๒ ใช้ศิลปะของการวิพากษ์วิจารณ์ที่ดี อย่าวิพากษ์วิจารณ์ใครต่อหน้าคนอื่น ควรทำในที่ลับตาตัวต่อตัว พูดเรื่องดีของเขาเสียก่อน แล้วจึงตำหนิภายหลัง ไม่ควรตำหนิเมื่อผู้ใต้บังคับบัญชาทำผิดอันเกิดจากเหตุสุดวิสัยให้โอกาสเขาแสดงเหตุผลและเคารพรับฟังความคิดเห็นของเขา วิพากษ์วิจารณ์ด้วยอาการสุภาพและให้คำแนะนำแก้ไขภายหลัง ตัวอย่างเช่น เชิญนักส่งเสริมการเกษตรมาพูดคุยเพื่อให้เขาปรับปรุงการใช้คำพูดในการให้บริการเกษตรกร หรือบุคคลต่าง ๆ ให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ

๓.๓ เมื่อทำดีต้องยกย่องสรรเสริญ เมื่อผู้ใต้บังคับบัญชาทำดี ผู้บังคับบัญชาต้องยกย่องชมเชยต่อหน้าผู้อื่นควรทำเป็นบันทึกเพื่อเป็นหลักฐาน ถ้าเป็นเรื่องที่สำคัญควรรายงานให้ผู้บังคับบัญชาชั้นสูงทราบด้วย พยายามรับรู้และยกย่องชมเชย ตลอดจนให้รางวัลเมื่อผู้ใต้บังคับบัญชาทำงานดี เพื่อเสริมสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

๓.๔ ต้องขอโทษเมื่อทำผิด ผู้บังคับบัญชาไม่ควรคิดว่าการขอโทษผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นการเสียเกียรติหลายท่านขอโทษลูกน้องไม่เป็น ผู้ใต้บังคับบัญชาจะภูมิใจและนับถือผู้บังคับบัญชามากขึ้น ถ้าผู้บังคับบัญชารับผิดและไม่ซัดทอดใคร ตัวอย่างเช่น หน่วยงานเสนอเรื่องให้ผู้บังคับบัญชาระดับสูงเพื่อพิจารณาลงนาม แต่ให้กลับมาแก้ไข ก็ไม่ควรตำหนิว่าเป็นความผิดของผู้ใต้บังคับบัญชา เป็นต้น

๓.๕ ไม่โยนความผิดให้ผู้ใต้บังคับบัญชา เมื่อเกิดความผิดพลาดขึ้นในหน่วยงานผู้บังคับบัญชาต้องรับผิดชอบ ไม่ควรเอาตัวรอดแต่ผู้เดียวแล้วโยนความผิดไปให้ผู้ใต้บังคับบัญชา ควรเป็นผู้รับ

๓.๖ อย่าจุกจิกจู้จี้กับผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้บังคับบัญชาอารมณ์เสีย หรือเกิดความระวังและกลัวความผิดในเรื่องเล็ก ๆ น้อย มากเกินไปจนไม่กล้าตัดสินใจ การจุกจิกจู้จี้จะทำให้ลูกน้องรำคาญผู้บังคับบัญชาที่ชอบบ่น ชอบเอาระเบียบมาตีความ จะทำให้เป็นอุปสรรคในการทำงานของผู้ใต้บังคับบัญชา ทำให้เสียเวลาและเสียกำลังใจคนทำงาน

๓.๗ อย่าตัดสินใจเวลาโกรธ ผู้บังคับบัญชาที่กำลังโกรธมักจะขาดเหตุผล ทำอะไรไปตามอารมณ์โกรธเพื่อแก้แค้นหรือระบายความโกรธ ทำให้ตัดสินใจผิดพลาดรุนแรงเกินเหตุ ขาดการไตร่ตรองขาดความรอบคอบ เกิดความเสียหายได้ง่าย

๓.๘ ให้อภัยผู้อื่น ทองทิพภา วิระยะพันธ์ (๒๕๕๐) กล่าวว่า การให้อภัยเป็นวิธีการหนึ่งของการรักษาความสัมพันธ์ที่มีต่อกันเอาไว้ให้ยาวนาน โดยไม่ถือโกรธจนเป็นเหตุให้เลิกคบหาสมาคมหรือตัดความสัมพันธ์กับผู้ที่ทำให้ขุ่นข้องหมองใจนั้น ๆ ผู้ที่รู้จักการให้อภัยจะเป็นผู้ที่สามารถใช้ชีวิตให้เป็นสุขได้โดยง่ายตามหลักธรรมะที่ว่า “อภัยทานเป็นทานอันประเสริฐสูงสุดที่จะทำให้ผู้ให้มีความสุขใจอย่างแท้จริง”

ในการทำงานร่วมกัน ถ้าผู้ใต้บังคับบัญชาทำงานผิดพลาดขึ้น ผู้บังคับบัญชาควรให้อภัยโดยไม่มีอคติไม่ยึดถือว่าความผิดพลาดที่เกิดขึ้นเป็นข้อตำหนิที่ต้องติดตัวผู้ใต้บังคับบัญชาไปตลอดชีวิตจนเป็นเหตุให้หมดโอกาสที่จะเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงานความผิดพลาดมักเกิดขึ้นได้เสมอและสามารถแก้ไขได้ เพียงแต่ผู้บังคับบัญชาจะต้องฝึกการมีจิตเมตตาต่อผู้อื่นเพื่อจะได้ทำให้รู้สึกให้อภัยผู้อื่นได้ง่ายขึ้น การจดจำความผิดของผู้ใต้บังคับบัญชา และนำมาตำหนิว่ากล่าวตลอดเวลา จะทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเสียขวัญและกำลังใจ

๔. เปิดโอกาสให้มีการติดต่อสัมพันธ์ มนุษยสัมพันธ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ต่อเมื่อมีการติดต่อสัมพันธ์กัน ถึงแม้บุคคลหนึ่งจะเป็นคนที่มีความสามารถ เป็นคนดี น่าคบหาสมาคมเพียงใดก็ตาม ถ้าเขาไม่เปิดโอกาสให้คนอื่นได้พบหรือไม่ไปหาคนอื่น ก็จะไม่มีโอกาสเกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันได้ ดังนั้น ผู้บังคับบัญชาควรเป็นคนที่เปิดตัว ติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่น และสร้างบรรยากาศในที่ทำงานให้เอื้อต่อการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างมวลสมาชิก ดังนี้

๔.๑ ควรเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเข้าถึงได้ง่าย ทั้งในเรื่องส่วนตัวและเรื่องหน้าที่การงาน ผู้บังคับบัญชาควรแบ่งเวลาหรือจัดทำตารางเวลา หรือทำตัวให้ลูกน้องทราบว่าตนมีเวลาว่างเมื่อใดเพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้เข้าพบเพื่อปรึกษาหารือในเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว หรือแม้แต่การไปทักทายปราศรัยกัน อย่าทำตัวเคร่งเครียดหรือยุ่งกับงานทั้งวันจะทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาไม่กล้าเข้าพบ

ควรเปิดแง้มประตูห้องทำงานไว้บ้างเป็นบางเวลา เพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเห็นว่าไม่มีคนอยู่ด้วยหรือไม่ได้ทำงานยุ่งอยู่ เผื่อเขามีเรื่องเดือดร้อนใจหรือมีปัญหาเรื่องงานที่ต้องการความช่วยเหลือ

๔.๒ ทักทายผู้ใต้บังคับบัญชาก่อน ผู้บังคับบัญชาควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกน้องของตนโดยเข้าไปทักทาย ไต่ถามความทุกข์สุข แสดงความสนใจและเห็นใจในเรื่องราวของคนรอบข้าง หรืออาจยกประเด็นขึ้นมาถามความคิดเห็นหรือพูดคุยกันในช่วงสั้น ๆ เช่น อาจถามลูกน้องว่าเมื่อคืนได้ดูฟุตบอลโลกหรือไม่ชอบทีมชาติใด คาดว่าทีมใดจะได้เป็นแชมป์โลกในปีนี้ การทำเช่นนี้เป็นการสร้างความเป็นกันเองกับผู้ใต้บังคับบัญชา ทำให้เขาไม่เครียดและมีความกล้าหรือเกิดความอยากที่จะเข้ามาพูดคุยติดต่อสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา

๔.๓ จัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ทุกคนในที่ทำงานได้พบปะกัน ผู้บังคับบัญชาควรสร้างโอกาสที่จะให้ทุกคนในหน่วยงาน ได้มีโอกาสพบปะพูดคุยและสังสรรค์กัน ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น การจัดประชุมแบบไม่เป็นทางการ การอภิปราย การระดมความคิดเห็นเพื่อแก้ไขปัญหาร่วมกัน หรือการเลี้ยงสังสรรค์ในเทศกาลปีใหม่ สังสรรค์ต้อนรับผู้ที่ย้ายมาใหม่ เป็นต้น ควรเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาแสดงความคิดเห็น ซักถาม และวิพากษ์วิจารณ์ได้ ควรรับฟังความคิดเห็นของผู้ใต้บังคับบัญชา และขอความร่วมมือช่วยกันแก้ไขปัญหา ถ้าเป็นงานแบบไม่เป็นทางการต้องแสดงความเป็นกันเอง และร่วมรื่นเริงสนุกสนานอย่างเต็มที่เพื่อให้เกิดความสมานไมตรีมีความสุขกันทั่วทุกคน

๕. ช่วยเหลือผู้ใต้บังคับบัญชา ความสัมพันธ์ที่ดีสามารถเกิดขึ้นได้จากน้ำใจไม่ตรีหรือความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ที่ผู้บังคับบัญชาหยิบยื่นให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้บังคับบัญชาควรใส่ใจในทุกข์สุขของผู้ใต้บังคับบัญชาและให้ความช่วยเหลือตามควรแก่อัตภาพ ดังนี้

๕.๑ สนใจในสวัสดิการของผู้ใต้บังคับบัญชาโดยทั่วถึง ผู้บังคับบัญชาควรสนใจที่จะทราบถึงชีวิตความเป็นอยู่ของครอบครัวผู้ใต้บังคับบัญชา แต่มิใช่เข้าไปก้าวก่ายในเรื่องส่วนตัวของเขา ถ้าหากพบว่าผู้ใต้บังคับบัญชาได้รับความเดือดร้อนก็ควรให้ความช่วยเหลือตามควรแก่อัตภาพ ควรดูแลทุกข์สุขและความสะดวกสบายของลูกน้องรวมทั้งความเป็นอยู่สวัสดิการต่าง ๆ ที่จะพยายามจัดหาให้และรักษาผลประโยชน์ของลูกน้อง พร้อมทั้งปรับปรุงสภาพการทำงานให้ดี เช่น จัดหาพัดลมเพื่อช่วยระบายอากาศในห้องทำงาน

๕.๒ เอาใจใส่ดูแลความยากลำบากในการทำงานของผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้บังคับบัญชาควรให้ความสนใจไต่ถามปัญหา อุปสรรคในการทำงานของผู้ใต้บังคับบัญชาเมื่อพบปัญหาที่ยากเกินความสามารถของผู้ใต้บังคับบัญชาจะจัดการได้ ควรช่วยเหลือให้งานนั้นลุล่วงไปได้ เช่น นักส่งเสริมการเกษตรไปปฏิบัติงานร่วมกับองค์กรปกครองท้องถิ่น ผู้บังคับบัญชาควรช่วยประสานผู้บริหารท้องถิ่นเพื่ออำนวยความสะดวก

๕.๓ ส่งเสริมความก้าวหน้าของผู้ใต้บังคับบัญชา ถ้าผู้ใต้บังคับบัญชาทำงานได้ผลดีหรือได้รับความสำเร็จที่จะก้าวไปในตำแหน่งที่ดีกว่า ควรจะช่วยเหลือผลักดันให้เขาก้าวขึ้นไปอยู่ในตำแหน่งที่สูงขึ้น เมื่อผู้ใต้บังคับบัญชามีความต้องการที่จะเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ ควรส่งเสริมให้เข้ารับการฝึกอบรม หรือถ้าต้องการจะศึกษาต่อก็ควรให้การสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้ ผู้บังคับบัญชาไม่ควรกดหน่วงเหนี่ยวลูกน้องไม่ให้ก้าวหน้าเพราะกลัวลูกน้องจะได้ดีกว่า เช่น สนับสนุนให้เข้ารับการอบรมหลักสูตรนักบริหารงานส่งเสริมการเกษตร (นสก.) หลักสูตรนักบริหารการพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์ระดับกลาง (นบก.) หรือสนับสนุนให้เข้าสู่ตำแหน่งเกษตรอำเภอ หรือหัวหน้ากลุ่มฯ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป นักส่งเสริมการเกษตรในฐานะผู้บังคับบัญชา มีความจำเป็นที่จะต้องสร้างมนุษยสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการทำงานร่วมกัน และผู้ใต้บังคับบัญชาก็เกิดความอบอุ่นและภาคภูมิใจในตัวผู้บังคับบัญชาตลอดจนทำให้งานสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี นักส่งเสริมสามารถสร้างมนุษยสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชาได้โดยปฏิบัติตนตามแนวทาง ๕ ประการ อันได้แก่ การมีความสามารถในการจัดการงาน ทำตนเป็นคนน่าคบ ประพฤติตนให้เป็นที่ยอมรับของผู้ใต้บังคับบัญชา เปิดโอกาสให้มีการติดต่อสัมพันธ์กันในองค์การและให้ความช่วยเหลือผู้ใต้บังคับบัญชาซึ่งเน้นหนักไปในด้านการตอบสนอง ความต้องการของผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นส่วนใหญ่

เรื่องที่ ๓.๑.๓ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือกับเพื่อนร่วมงาน

ในการปฏิบัติงานส่งเสริมการเกษตร เพื่อนร่วมงานถือว่ามีอิทธิพลในการทำงาน จากอดีตเราจะพบว่านักส่งเสริมการเกษตรทำงานเป็นทีมมาตลอด ทั้งในงานส่งเสริมการผลิตพืช งานส่งเสริมกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร หรืองานส่งเสริมยุวเกษตรกร ตลอดจนงานกลุ่มส่งเสริมอาชีพ เช่น กลุ่มส่งเสริมการปลูกมะม่วงเพื่อการส่งออก กลุ่มส่งเสริมการปลูกพืชผักปลอดภัยจากสารพิษ ปัจจุบันมีการส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘ การทำงานส่งเสริมการเกษตรก็ยังคงต้องใช้ทีมงาน เหตุผลก็อาจจะเนื่องมาจากในการทำงานดังกล่าวมีหลายประเด็นที่จะต้องให้คำแนะนำ ส่งเสริม บุคลากรย่อมมีความถนัดหรือทักษะที่แตกต่างกัน ดังนั้น การให้เพื่อนช่วยทำงานที่เขาถนัดจะทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ รุจ ศิริสัญลักษณ์ (๒๕๕๖) กล่าวว่าในหน่วยงานใดก็ตามทักษะที่สำคัญที่สุดที่จะต้องศึกษาหรือพัฒนา คือ ทำอย่างไรจึงจะเข้ากันได้ดีกับเพื่อนร่วมงาน ถ้านักส่งเสริมการเกษตรสามารถเรียนรู้ถึงการเข้ากันได้ดีกับเพื่อนร่วมงานแล้ว ย่อมจะประสบผลสำเร็จในหน้าที่การงานและทำงานในองค์กรได้อย่างราบรื่น

การสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานสามารถทำได้โดยทำตนเป็นที่ยอมรับของเพื่อนร่วมงาน ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของที่ทำงาน รับผิดชอบงานของตนให้ดี ทนต่อพฤติกรรมที่ไม่ดีของเพื่อนร่วมงานสร้างความก้าวหน้าในงาน โดยรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อน ช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานมือใหม่ และผูกมิตรกับเพื่อนต่างชาติ ซึ่งแต่ละประเด็นมีวิธีการสร้างมนุษยสัมพันธ์ ดังนี้

๑. ทำตนเป็นที่ยอมรับของเพื่อนร่วมงาน การถูกยอมรับโดยเพื่อนร่วมงาน หมายถึง ทุกคนในที่ทำงานยอมรับเราเข้าเป็นสมาชิกคนหนึ่งของหน่วยงาน โดยเขาจะยอมรับในความคิดเห็นของเราและยอมรับในความเป็นตัวเรา ทุกคนในองค์การปรารถนาที่จะได้รับการยอมรับจากคนอื่น ๆ ถ้าไม่ได้รับการยอมรับเขาจะทำงานอย่างไม่มีความสุขและไม่เจริญก้าวหน้า ตรงกันข้ามหากได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานแล้วเขาจะมีความสุขและได้รับความพึงพอใจ ทำให้เขาไม่อยากทิ้งงานไปและย่อมได้รับการสนับสนุนให้เจริญก้าวหน้าในอาชีพการงานด้วยการที่จะได้รับการยอมรับจากผู้อื่นต้องใช้เวลาพอสมควร แต่เราสามารถทำให้เพื่อนร่วมงานยอมรับเราได้เร็วขึ้น ด้วยการใช้เทคนิคบางประการ ได้แก่

๑.๑ ต้องยอมรับในวิถีชีวิตของคนอื่น วิถีชีวิต หมายถึง หนทางที่บุคคลใช้ชีวิตอันเป็นลักษณะของตัวเขา ซึ่งรวมถึงความเชื่อของบุคคลนั้น นิสัยการกิน ลักษณะที่อยู่อาศัย การศึกษา งานอดิเรก รสนิยมการแต่งตัว และกิจกรรมประจำวันของบุคคลนั้น ในที่ทำงานจะมีปรากฏให้เห็นมากมายในวิถีชีวิตของแต่ละคน สิ่งสำคัญ คือ เราต้องเคารพและยอมรับในวิถีทางที่แต่ละคน เลือกที่จะใช้ชีวิตหรือประพฤติตน เราไม่ควรที่จะไปหัวเราะหรือดูหมิ่นผู้อื่นเกี่ยวกับการพูด การแต่งตัว ความเชื่อด้าน

ศาสนา ที่อยู่อาศัย ความคิดเห็น เราต้องเคารพในสิทธิในการเลือกใช้ชีวิตของผู้อื่น ซึ่งแตกต่างไปจากเราหรือคนทั่วไป เมื่อเราเต็มใจยอมรับในวิถีชีวิตของคนอื่น ๆ สิ่งนี้จะถูกสังเกตอย่างรวดเร็วจากคนรอบข้าง แล้วเขาเหล่านั้นก็จะยอมรับตัวเราหรือวิถีชีวิตของเรา

๑.๒ หลีกเลี่ยงการคาดการณ์ผู้อื่นอย่างไม่ถูกต้อง เราต้องรู้จักศิลปะในการเรียนรู้ที่จะไม่มองผู้อื่นผิดไปจากความเป็นจริง การคาดการณ์ผู้อื่นไม่ถูกต้อง หมายถึง การตัดสินคนโดยไม่พิจารณาจากข้อเท็จจริง เช่น คาดว่าเพื่อนร่วมงานคนหนึ่งยากจนจากการแต่งตัวของเขา หรือดูความฉลาดของคนจากรูปร่างหน้าตาของเขา เป็นต้น บ่อยครั้งที่คนเราขุ่นเคืองใจ เพราะถูกคนอื่นมองอย่างผิด ๆ สิ่งนี้จะนำมาสู่ความสัมพันธ์ที่ไม่ดีต่อกัน ดังนั้น จงระวังอย่าได้คาดการณ์คนอื่นอย่างไม่ถูกต้อง เพราะไม่ศึกษาข้อมูลความจริงให้ดีเสียก่อน

๑.๓ ทำให้ตนแลดูดีเสมอ ลักษณะท่าทางที่ปรากฏของเรา สามารถมีผลต่อการยอมรับในที่ทำงานอย่าลืมว่าเราสร้างความประทับใจครั้งแรกได้เพียงหนเดียวเท่านั้น ความประทับใจครั้งแรกที่ดีงามจะช่วยให้เราถูกยอมรับจากคนรอบข้างได้ง่าย สำรวจเสื้อผ้าและการแต่งตัวของเราว่าสะอาดเรียบร้อยและเหมาะสมหรือไม่ ลองสังเกตดูว่าคนที่ทำงานเขาแต่งตัวกันอย่างไร แล้วแต่งตัวให้ใกล้เคียงกับเขา แต่งตัวให้ดูพอดีอย่าให้ดีเลิศเป็นทางการเกินไป หรือย่ำแย่แบบปล่อยตัวตามสบายหลายๆ ครั้ง ท่านจะประหลาดใจว่าคนเป็นจำนวนมากตัดสินยอมรับหรือต่อต้านคนอื่นจากการดูเพียงแค่การแต่งตัวหรือรูปร่างภายนอกเท่านั้น

๑.๔ เป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดี ทัศนคติเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในบรรดาปัจจัยแวดล้อมของการทำงานที่มีผลต่อการยอมรับในตัวของบุคคล ทัศนคติในการทำงานของท่านจะเป็นตัวบอกว่าท่านรู้สึกและกระทำเช่นใดต่องานที่รับผิดชอบและเพื่อนร่วมงานของท่าน คนในที่ทำงานส่วนใหญ่จะยอมรับบุคคลที่มีทัศนคติที่ดีต่องานหรือหน่วยงานเท่านั้น การมีทัศนคติที่ดีต่องาน หมายถึงการเต็มใจที่จะทำงานหนักด้วยความพยายามอย่างยิ่ง การพยายามทำให้ผู้อื่นพอใจ ตลอดจนพยายามที่จะแสดงความสุภาพอ่อนโยนและให้ความเคารพกับคนที่เราร่วมทำงานด้วย ซึ่งรวมถึงการพยายามที่จะไม่ทำตนเป็นคนรู้ดีไปหมดทุกเรื่องหรือเปราะบาง โกรธง่าย เมื่อใครมาสะกิดปมด้อย ประการสุดท้ายการมีทัศนคติที่ดีเป็นการแสดงให้เห็นว่าท่านห่วงใยในความรู้สึกของผู้อื่น

๒. สังเกตและปฏิบัติตามกฎกติกาของที่ทำงาน ผู้บริหารส่วนใหญ่มีกฎข้อบังคับที่เขียนขึ้นมาเพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติตามในหลายๆ หน่วยงาน ท่านจะพบว่ามีกฎกติกาบางอย่างที่ไม่ได้เขียนไว้เป็นลายลักษณ์อักษร แต่ทุกคนควรปฏิบัติตาม การสังเกตกฎเกณฑ์ดังกล่าวก่อให้เกิดการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีขึ้น และช่วยทำให้องค์การก้าวหน้าไปเป็นอย่างดี การอ่านและปฏิบัติตามกฎที่เขียนไว้จะทำให้ท่านปฏิบัติตนไม่ผิดแปลกไปจากคนอื่น ๆ และทำงานเข้ากับเพื่อนร่วมงานได้ดี ส่วนกฎที่ไม่ได้เขียนไว้เป็นลายลักษณ์อักษรนั้น เราจะถูกคาดหวังจากคนในที่ทำงานว่าต้องปฏิบัติตาม ถ้าเราต้องการเข้ากันได้ดีกับพวกคนเหล่านั้น เราจะรู้ได้อย่างไรว่ากฎที่ได้เขียนไว้นี้คืออะไร และมันสำคัญอย่างไร โดยส่วนใหญ่แล้วกฎที่ไม่ได้เขียนไว้มักมีรากฐานมาจากปัจจัย ๓ ประการ คือ ระบบอาวุโส สิทธิในอาณาเขต และการคำนึงถึงผู้อื่นแต่ละปัจจัยสามารถอธิบายได้ดังนี้

๒.๑ ระบบอาวุโส (Seniority System) ระบบอาวุโสในที่ทำงานเกี่ยวข้องกับระยะเวลาที่บุคคลหนึ่งถูกจ้างงานในองค์การ คนที่ทำงานในองค์การมาแล้ว ๑๐ ปี ย่อมมีความอาวุโสกว่าคนที่ทำงานในองค์การนั้นมาแค่ ๒ ปี ในหลายองค์การพบว่าผู้อาวุโสที่สุดมักได้รับสิทธิพิเศษ เช่น ได้รับการพักนอกเวลาก่อนคนอื่น เขาอาจจะเป็นผู้ที่ได้รับสิทธิให้เป็นคนแรกที่ได้ทำงานล่วงเวลาเพื่อได้เงิน

พิเศษ เขาอาจเป็นคนแรกที่สามารถเลือกช่วงพักร้อนได้ก่อนผู้อื่นการเต็มใจให้ความเคารพแก่กฎกติกาในเรื่องอาวุโสนี้จะช่วยให้ท่านทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี

๒.๒ สิทธิในอาณาเขต (Territorial Rights) หมายถึง อาณาบริเวณที่บุคคลหนึ่งครอบครองหรือมีสิทธิในบริเวณนั้น การได้มาซึ่งสิทธิในบริเวณนั้นต้องอาศัยเวลาในการสร้างสมพอสมควร เมื่อเราอยู่ในบริเวณที่เป็นอาณาเขตครอบครองโดยคนอื่น เราย่อมถูกคาดหวังว่าต้องเคารพในสิทธิของบุคคลนั้น เช่น ถ้าเราอยู่ในฝ่ายขายของบริษัทเราไม่ควรไปใช้รถยนต์ของฝ่ายติดตามหนี้สินโดยไม่ขออนุญาตเขาก่อน หรือถ้าหากเราเป็นเจ้าของห้างทำงานและมีลิ้นชักพิเศษส่วนตัวหรือเก้าอี้พิเศษที่เราชอบนั่งเราคงจะรู้สึกอึดอัดใจหรือไม่ชอบใจถ้ามีคนจากแผนกอื่นเข้ามา ในห้องของเราและเที่ยวเปิดลิ้นชักหาเอกสารต่างๆ การรู้ถึงอาณาเขตดินแดนในที่ทำงาน เคารพและไม่ล่วงล้ำเขตหรือสิทธิของผู้อื่นและสิ่งนี้เป็นสิ่งเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานและเป็นการป้องกันมิให้เราทำลายความสัมพันธ์ที่ดีโดยไม่รู้ตัว

๒.๓ การคำนึงถึงผู้อื่น (Consideration) สิ่งหนึ่งที่สำคัญที่สุดในกฎกติกาที่ไม่ได้เขียนไว้ในหน่วยงานก็คือ การคิดคำนึงถึงผู้อื่นหรือการเอาใจใส่ระลึกถึงผู้อื่นในที่ทำงาน สิ่งนี้อาจแสดงออกโดยการช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานเมื่อเห็นว่าเขาต้องรับภาระยุ่งยากจนตั้งตัวไม่ติด การช่วยผู้อื่นยกของหนักหรือการขออนุญาตผู้อื่นก่อนที่จะใช้เครื่องมือในสำนักงาน นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการคิดพิจารณาก่อนที่จะทำอะไรลงไปว่ามีผลกระทบต่อผู้อื่นหรือไม่ถ้าเราเป็นคนที่คำนึงถึงผู้อื่นเราจะพบว่าเราสามารถเข้ากับพวกเขาได้ดี

๓. รับผิดชอบงานของตนให้ดี การที่จะเข้ากับผู้อื่นได้ดีในที่ทำงานนั้น สิ่งสำคัญคือเราต้องมีส่วนช่วยในการทำงานไม่เอาเปรียบคนอื่น ต้องทำงานในส่วนที่เรารับผิดชอบให้ดีที่สุด เราควรรู้ศิลปะในการถามผู้อื่นว่าเขาคาดหวังให้เราทำอย่างไรและไม่อยากให้เราทำสิ่งใดอีกประการหนึ่งคือ ไม่โยนงานที่ตนรับผิดชอบไปให้ผู้อื่น

๓.๑ อย่าเอาเปรียบเพื่อนร่วมงาน ถ้าเราไม่ต้องการทำลายความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานจงรับผิดชอบงานของเราให้ดีและอย่าเอาเปรียบผู้อื่น คนบางคนเอาเปรียบเพื่อนร่วมงานด้วยการกระทำดังต่อไปนี้

๓.๑.๑ ลางานโดยอ้างว่าป่วย บางหน่วยงานมีระเบียบว่าพนักงานสามารถหยุดงานได้ถ้าเกิดการเจ็บป่วยและอาจให้สิทธินั้นแก่พนักงานลาพักได้ไม่เกิน ๓ วัน บางคนเมื่อทำงานมาเกือบครบปีแล้วไม่เคยเจ็บป่วย ก็อยากได้สิทธินั้น โดยการหยุดงานทั้ง ๆ ที่ไม่ได้ป่วยแล้วโทรมาบอกที่ทำงานว่าไม่สบาย การทำเช่นนี้เป็นสิ่งไม่ดีเพราะเขากำลังคดโกงหน่วยงานและเขาได้เอาเปรียบเพื่อนร่วมงานเพราะคนอื่นต้องมารับผิดชอบงานแทนเขา

๓.๑.๒ ยืดเวลาช่วงพักงาน บางหน่วยงานต้องผลัดเปลี่ยนกันไปพักผ่อน ซึ่งอาจให้เวลาคนละครึ่งชั่วโมง บางคนได้พักก่อนแต่ยืดเวลาออกไปอีก ๑๕ หรือ ๒๐ นาที ทำให้เพื่อนต้องรอให้กลับมาก่อนถึงจะออกจากห้องทำงานไปได้ และเหลือเวลาพักไม่ถึงครึ่งชั่วโมง การทำเช่นนี้ย่อมทำให้ความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันเสื่อมคลายไปได้

๓.๑.๓ ละเลยที่จะให้ความช่วยเหลือผู้อื่น การทำงานด้วยกันเป็นทีมบางครั้งหรือบางเวลาอาจมีใครคนใดคนหนึ่งรู้สึกย่ำแย่ และไม่สามารถทำงานได้ โดยที่เขาอาจจะมีเรื่องร้ายแรงที่เกิดขึ้นกับคนในครอบครัว จึงจำเป็นต้องมีคนอื่นเข้าไปทำแทน บางคนไม่ยอม หรือไม่มีน้ำใจที่จะช่วยในเรื่องนี้ จึงทำให้คนอื่นเข้ามาทำแทน ซึ่งคนที่เข้ามานั้นอาจเป็นคนคนเดียวกับที่ถูกเอาเปรียบมาโดยตลอดก็ได้

๓.๑.๔ เป็นผู้ที่มาทำงานสายแต่เลิกงานก่อนเพื่อน การทำตนเช่นนี้ นับว่าเป็นการเอาเปรียบเพื่อนร่วมงานอย่างยิ่ง และไม่มีใครอยากคบหาสมาคมด้วย พฤติกรรมเอาเปรียบเพื่อนร่วมงานดังกล่าวเป็นสิ่งที่ไม่สมควรทำอย่างยิ่ง

๓.๒ ใช้ศิลปะในการปฏิเสธ การปฏิเสธโดยไม่ให้เสียเพื่อนร่วมงาน ถ้านักส่งเสริมเจอปัญหาในลักษณะที่เพื่อนร่วมงานขอความช่วยเหลือ แต่เราไม่สามารถช่วยได้จริง ๆ เพราะมีงานจำนวนมากที่ต้องทำให้เสร็จ และเป็นงานที่ไม่สามารถเลื่อนเวลาไปทำในวันต่อไปได้ ถ้าเราอยู่ในสภาพเช่นนี้ คงเป็นภาวะ “กลืนไม่เข้าคายไม่ออก” เพราะถ้าเราปฏิเสธไม่ช่วยเหลือเพื่อนอาจไม่เข้าใจ คิดว่าเราไม่มีน้ำใจ ในขณะเดียวกัน ถ้าเราเข้าไปช่วยเหลือด้วยความเกรงใจ งานของเราก็ไม่เสร็จ ทำให้ถูกตำหนิจากผู้บังคับบัญชา เราจะอยู่ในภาวะ คับข้องใจหรือไม่สบายใจ คือ ถ้าไม่ทำก็กลัวจะเสียเพื่อนถ้าทำเราก็เสียงานและจะคิดว่าเราไม่น่าช่วยเพื่อนเลย ถ้าช่วยเพื่อนทำแล้วเราคิดว่าต่อไปจะไม่ช่วยอีกก็จะทำให้ความสัมพันธ์ของเรากับเพื่อนเกิดความขุ่นเคืองใจกันในอนาคต ทางออกที่ดีที่สุด คือ เราควรเลือกทางที่ทำให้เราไม่ต้องเสียทั้ง ๓ สิ่งคือ ไม่ต้องเสียงานของเราไม่ต้องเสียงานของเพื่อน และไม่ต้องเสียเพื่อนร่วมงานที่ดีไป เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (๒๕๕๑) อ้างโดยรุจ ศิริสัญลักษณ์ (๒๕๕๖) ได้ให้ข้อแนะนำในการแก้ปัญหาดังกล่าว ดังนี้ รับฟังคำขอร้องด้วยความเข้าใจ การที่เพื่อนเอ่ยปากขอร้องเรา เราควรตระหนักว่าเพื่อนย่อมมีปัญหาจริง ๆ ถ้าเราคิดถึงแต่งานของเรา และปฏิเสธไม่ช่วยเหลือเพื่อนทันที เพื่อนย่อมจะเกิดความรู้สึกว่าเราไม่มีน้ำใจ ทางที่ดีเราต้องแสดงออกให้เพื่อนสัมผัสได้ว่าเราสนใจปัญหาของเขาทั้งสีหน้า แววตา ท่าทาง เพื่อป้องกันไม่ให้เพื่อนเข้าใจผิด ว่าเราไม่พยายามให้ความช่วยเหลือเขา

๓.๒.๑ อธิบายความจำเป็นว่าเรายินดีช่วยเหลือแต่ไม่สามารถช่วยได้ เราไม่ควรตอบปฏิเสธทันดี แต่ควรกล่าวออกมาจากใจก่อนว่าเรายินดีช่วยเหลือและหลังจากนั้น จึงพยายามหาช่องทางปฏิเสธอย่างนิ่มนวล โดยอธิบายความจำเป็นของเรา ที่เราจะต้องรับผิดชอบงานเร่งด่วนที่ผู้บังคับบัญชามอบหมายให้ทำ เกรงว่าถ้าหากรับปากช่วยเหลือเพื่อนแล้วทำไม่ได้ งานของเขาก็จะเสียจะยิ่งทำให้เกิดความเสียหายมากขึ้น เพื่อนจะได้ทราบถึงความจำเป็นของเรา และเห็นว่าเราปรารถนาดีต่อเขา เขาจะได้ไม่เสียความรู้สึกที่เราปฏิเสธไม่ช่วยเขา

๓.๒.๒ ช่วยคิดหาวิธีช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน เราควรพยายามแสดงออกด้วยการเสนอทางออกที่เหมาะสมสำหรับการแก้ปัญหาให้เพื่อน เช่น ช่วยปรึกษาหัวหน้าถึงความจำเป็นของเพื่อนเพื่อขอให้เลื่อนกำหนดส่งงาน หรือช่วยหาคนที่พอมีเวลาว่างมาช่วยเพื่อน ในขณะเดียวกันเราควรพยายามเจียดเวลาเพื่อช่วยงานของเพื่อนบางงานเท่าที่ทำได้

๓.๒.๓ ขอโอกาสช่วยงานเพื่อนในครั้งหน้า เพื่อรักษาสัมพันธ์อันดี การปฏิเสธด้วยวิธีดังกล่าวอาจทำให้เพื่อนไม่กล้าเอ่ยปากขอความช่วยเหลือจากเราในอนาคต เราจึงพึงสานต่อความสัมพันธ์โดยบอกเพื่อว่าในครั้งหน้าหากเราสะดวกเรื่องเวลา เรายินดีช่วยเหลือเพื่ออย่างเต็มที่ วิธีการนี้จะเป็นการเปิดโอกาสให้เพื่อนรวมทั้งเปิดช่องของความสัมพันธ์ที่มีต่อกันไว้

๔. ฝึกตนให้เป็นผู้ที่มีความอดคนต่อพฤติกรรมไม่ดีของเพื่อนร่วมงาน มนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อกันในบางครั้งมักจะมีข้อจำกัด เพราะบางคนไม่สามารถที่จะทนต่อพฤติกรรมหรือท่าทางที่ไม่ดีของเพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมงานบางคนอาจมีนิสัยหรือการกระทำที่ก่อความรำคาญ เช่น พูดเสียงดัง คุยโวโอ้อวด ชอบบ่น อิจฉาริษยา ชอบนินทา พูดซ้ำซาก พูดหยาบคาย เสียผมตลอดวัน เป็นต้น ถ้าเราอดทนต่อสิ่งเหล่านี้ของเพื่อนร่วมงานได้ ก็จะทำให้เราทำงานร่วมกับเขาได้ดี

๕. สร้างความก้าวหน้าในการทำงานโดยรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อน ความก้าวหน้าในการงานอาจมีความหมายแตกต่างกันไปตามความแตกต่างของบุคคล สำหรับบางคน ความก้าวหน้าหมายถึง มีรายได้เพิ่มขึ้น บางคนหมายถึงการได้รับการยอมรับเมื่อทำงานสำเร็จด้วยดี และบางคนคิดว่าเป็นสถานการณ์ที่ตนเองได้รับชัยชนะ หรือสูญเสียอะไรไปโดยชนะ ก็คือความก้าวหน้า แพ้หรือสูญเสียก็คือการอยู่กับที่การทำงานร่วมกับผู้อื่น ท่านควรทราบว่าทำไมคนถึงอยากก้าวหน้า ทำไมคนเราถึงพูดหรือทำอะไรเพื่อความก้าวหน้า และทำอย่างไรจึงจะก้าวหน้าไปพร้อมกับมีความสัมพันธ์ที่ดีกับคนอื่น ซึ่งสามารถพิจารณาได้ดังนี้

๕.๑ เหตุผลที่คนในที่ทำงานต้องก้าวไปข้างหน้า มีสาเหตุมากมายที่คนเราต้องการความก้าวหน้า แต่โดยส่วนใหญ่แล้วจะเกี่ยวข้องกับปัจจัย ๓ ประการ คือ เงิน การยอมรับ และความพอใจส่วนบุคคล

๕.๑.๑ เงิน บางคนต้องการมีรายได้เพิ่มเพราะสามารถซื้อสิ่งต่างๆ ได้ ตามที่ต้องการ

๕.๑.๒ การยอมรับ บางคนต้องการการยอมรับมากกว่าต้องการเงิน หรือ เมื่อเขามีเงินพอเพียงและเขาต้องการให้คนอื่นยอมรับผลงานหรือความสามารถของเขา การได้เลื่อนตำแหน่งมักหมายถึงการมีภาระรับผิดชอบเพิ่มขึ้น ซึ่งมักจะรวมถึงการได้รับการยอมรับและการมีรายได้เพิ่มขึ้น

๕.๑.๓ ความพอใจส่วนบุคคล ความพอใจส่วนบุคคลเป็นเรื่องเฉพาะภายในตัวของบุคคลที่เขาทำแล้วเกิดความรู้สึกภูมิใจในตนเอง บางคนทำงานก้าวหน้าหรือสร้างผลงานที่มีคุณค่าโดยไม่ได้หวังอะไรตอบแทน เป็นเพียงเพราะอยากจะทำหรือทำแล้วตนเองเกิดความพอใจ

๕.๒ สิ่งที่คนเราพูดหรือทำเพื่อความก้าวหน้า การที่จะสร้างความก้าวหน้าให้แก่ตนเองนั้นมีทั้งหนทางที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง บางคนก้าวหน้าไปด้วยดีโดยยังคงรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน ในขณะที่บางคนก้าวหน้าไปโดยต้องทะเลาะเบาะแว้งหรือสร้างความเจ็บแค้นใจให้คนอื่น ๆ คำพูดหรือการกระทำใดก็ตามที่ทำแล้วสร้างความเดือดร้อนกับผู้อื่น แล้วทำให้บุคคลนั้นก้าวหน้าในการงานเขาย่อมรักษาความก้าวหน้านั้นไว้ได้ไม่นาน หรืออาจจะไม่มีความสุขกับสิ่งที่เขาได้มา ทั้งนี้เพราะคำพูดหรือการกระทำนั้นไปทำลายความสัมพันธ์อันดีกับคนรอบข้างในที่ทำงาน

๕.๓ วิธีการที่จะทำให้เราก้าวหน้าไปพร้อมกับรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน ความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญมากที่สุด ต่อไปนี้คือวิธีการที่จะช่วยให้เรายังคงมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน ในขณะที่เรามีความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

๕.๓.๑ รับการสรรเสริญด้วยมารยาทที่ดี เมื่อผู้บังคับบัญชาสรรเสริญเราในความสำเร็จ จงรับไว้ด้วยเกียรติด้วยการสบตาผู้บังคับบัญชา แล้วกล่าวคำขอบคุณอย่าประเมินค่าตนเองด้วย จงพูดว่า “ใคร ๆ ก็สามารถทำในสิ่งที่ผมทำได้สำเร็จครับ” และจงหลีกเลี่ยงที่จะแสดงให้เพื่อนร่วมงานรู้ว่าตนเองได้รับความสำเร็จหรือก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ควรปล่อยให้ผู้บังคับบัญชาหรือเพื่อนร่วมงานบางคนที่รู้เรื่องเป็นผู้บอกกล่าวคนอื่นจะดีกว่า

๕.๓.๒ ให้ผู้อื่นมีส่วนร่วมในชื่อเสียง ความสำเร็จบางอย่างเกิดจากการร่วมกันทำงาน ถ้าเราได้รับคำชมเชยจากผลงานที่มีคนอื่นช่วยทำหรือร่วมทีมด้วย เราต้องให้ผู้อื่นได้รับชื่อเสียงนั้นด้วย รับคำชมเชยจากผลงานที่มีคนอื่นช่วยทำหรือร่วมทีมด้วย เราต้องให้ผู้อื่นได้รับชื่อเสียงนั้นด้วย รับคำขอบคุณส่วนที่เราทำ แต่อย่าลืมกล่าวถึงความช่วยเหลือของคนอื่น ๆ ด้วย

๕.๓.๓ ยกย่องสรรเสริญเพื่อนร่วมงานด้วยความจริงใจ คนส่วนใหญ่ต้องการได้ยิน

เรื่องดี ๆ ที่พูดถึงตนเอง เมื่อเรายกย่องสรรเสริญเยินยอใครสักคนควรทำเพราะเราอยากจะทำ ไม่ใช่ด้วยความจำใจหรือทำไปเพราะคนนั้นสามารถทำให้เราก้าวหน้าในอาชีพการงานได้ ถ้าเราเป็นคนประจบสอพลอเช่นนี้แล้วได้รับความก้าวหน้าเพื่อนร่วมงานไม่อยากจะคบด้วย

๕.๓.๔ อย่าโอ้อวดสิทธิพิเศษที่ได้รับ เมื่อเรามีความก้าวหน้าในหน้าที่การงานเท่ากับว่าเราได้รับการมอบหมายให้รับผิดชอบการงานมากขึ้น ผู้บังคับบัญชามักจะมอบสิทธิพิเศษบางอย่างให้เราด้วย เช่น ห้องทำงานพิเศษ รถประจำตำแหน่ง เราควรรับสิ่งเหล่านี้อย่างเงียบ ๆ อย่าแสดงความดีใจอย่างออกหน้าออกตาต่อหน้าเพื่อนร่วมงาน เรายอมมีสิทธิที่จะภูมิใจในสิ่งนั้นแต่อย่าไปแสดงออกต่อหน้าเพื่อนร่วมงานเลย

๕.๓.๕ ให้ทุกคนเป็นผู้ชนะด้วยกัน ความก้าวหน้าไม่ได้หมายความว่าเราก้าวไปไกลกว่าผู้อื่นในทุกด้าน แต่หมายถึงร่วมกันก้าวหน้า ไม่ควรก้าวไปโดยกดเพื่อนร่วมงานให้ตกต่ำไป การทำเช่นนี้เป็นอันตรายยิ่งนักในที่ทำงาน ย่อมยากที่จะมีใครยอมเป็นผู้แพ้เพื่อทำให้ใครบางคนเป็นผู้ชนะ ถ้าเราคิดว่าเพื่อนร่วมงานของเราเป็นผู้แพ้ เขาจะทำให้เราเป็นผู้แพ้ร่วมกับเขาด้วย แต่ถ้าเราคิดหรือปฏิบัติต่อเขาว่าเป็นผู้ชนะร่วมกับเรา เราจะร่วมงานได้ดีกับเพื่อนร่วมงานของเขา

๖. ช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานมือใหม่ ในองค์กรที่เราทำงานอยู่อาจรับนักส่งเสริมการเกษตรใหม่เข้ามาทำงาน นักส่งเสริมการเกษตรบางคนอาจจะเป็นผู้ที่ขาดประสบการณ์ หรือขาดความรู้และทักษะในการทำงานร่วมกับเรา ทำให้เพื่อนร่วมงานต้องเสียเวลาในการบอก สอน หรือคอยแก้ไขความผิดพลาดให้ ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดความหงุดหงิด รำคาญ ทำให้บางคนไม่อยากร่วมทำงานด้วย หรือไม่อยากเรียกใช้งาน หรือทำหน้าบึ้งตึงเมื่อหัวหน้าให้สอนงาน ตลอดจนอาจบ่นต่อว่า เมื่อเห็นนักส่งเสริมการเกษตรใหม่ทำงานผิดพลาด เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (๒๕๕๑) อ้างโดย รุจ ศิริสัญลักษณ์ (๒๕๕๖) แนะนำว่าหากเรามีเพื่อนร่วมงานมือใหม่ที่มีสภาพดังกล่าว เราควรเข้าใจว่า การเริ่มต้นสิ่งใดใหม่ย่อมไม่มีใครเริ่มต้นด้วยความสมบูรณ์ แต่มักเริ่มต้นด้วยการลองผิดลองถูก และเรียนรู้จากความผิดพลาดของตนเสมอ เราควรอดทนและให้โอกาสแก่เขา ให้มากเพียงพอ รวมทั้งเสียสละ ทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงที่คอยสอน คอยดูและคอยแนะนำให้คำปรึกษาในเรื่องการทำงาน ซึ่งเราควรจะทำหน้าที่นี้อย่างไม่เป็นทางการ เพื่อให้เพื่อนร่วมงานมือใหม่ไม่รู้สึกว่าเราทำตัวเป็นหัวหน้าหรือใช้อำนาจในฐานะผู้มีประสบการณ์มากกว่าข่มเขา แต่ควรทำด้วยความรู้สึกว่าอยากช่วยเหลือเพื่อนด้วยความจริงใจ ซึ่งจะทำให้เขาพัฒนาตนเองในการทำงานพร้อม ๆ กับการพัฒนามิตรภาพ ในฐานะเพื่อนร่วมงานได้แน่นแฟ้นมากขึ้นในระยะยาว

๗. มีความเสมอภาค เคารพนับถือ ให้เกียรติกัน กลุ่มงานช่วยวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ (๒๕๕๔) ได้สรุปว่า เพื่อนร่วมงานต้องเคารพให้เกียรติกัน ลดความเหลื่อมล้ำ ทุกหน่วยงานต้องมีแนวปฏิบัติเหมือนกันระหว่างเจ้าหน้าที่กับคนงาน ลดทิฐิมานะ เรียนรู้ซึ่งกันและกัน

๘. การผูกมิตรกับเพื่อนต่างชาติ ในการทำงานส่งเสริมการเกษตร บางครั้งในหน่วยงานของเราอาจมีผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศเข้ามาร่วมทำงานกับเราในลักษณะของการให้ความช่วยเหลือแนะนำ หรือชาวต่างชาติที่เข้ามาเรียนรู้จากเราหรือหาประสบการณ์ร่วมกันกับหน่วยงานของเรา ดังนั้น หากนักส่งเสริมต้องมีปฏิสัมพันธ์กับชาวต่างชาตินักส่งเสริมควรสร้างความประทับใจแก่บุคคลเหล่านั้นเพื่อเป็นการสร้างมิตรภาพที่ดี อันเป็นประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์แก่ตัวเรา ในปัจจุบันและในอนาคต ถ้าเผื่อว่าเรามีโอกาสได้ไปทำงานในหน่วยงานในต่างประเทศ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (๒๕๕๑) อ้างโดย รุจ ศิริสัญลักษณ์ (๒๕๕๖) ได้เสนอแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานต่างชาติ ดังนี้

๘.๑ เริ่มสร้างความสัมพันธ์ด้วยรอยยิ้ม คนส่วนใหญ่ชอบคนอารมณ์ดี การยิ้มแสดงให้เห็นถึงการมีความสุข การต้อนรับเป็นมิตร เป็นการแสดงการมีจิตใจโอบอ้อมอารี ทำให้ผู้ที่พบเห็นอยากคบค้าสมาคมด้วย ที่สำคัญคือนักส่งเสริมจะต้องยิ้มออกมาด้วยความจริงใจ

๘.๒ ศึกษาเกี่ยวกับตัวเขาก่อนที่เราจะรู้จักเขา นักจิตวิทยาค้นพบว่าคนเราไม่ว่าชาติใดชอบให้คนอื่นเอาใจใส่ สนใจ และจะมีความภูมิใจเมื่อมีผู้กล่าวถึงตัวเขา ชื่อเสียงและประเทศของเขาในส่วนที่ดี ๆ ดังนั้น ก่อนที่นักส่งเสริมจะสร้างมนุษยสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานชาวต่างชาติ ควรรู้จักก่อนว่าเขาเป็นใครมาจากไหน วัฒนธรรมอะไรที่เราควรรู้ ประเทศเขาเป็นอย่างไรมีสิ่งดีอะไรให้ชื่นชมบ้าง เพื่อว่าเมื่อพบกันจะสามารถทักชื่อเขาได้อย่างถูกต้อง สามารถทักทายตามวัฒนธรรมเขาได้ กล่าวชื่นชมประเทศเขา การปฏิบัติเช่นนี้ย่อมช่วยเสริมสร้างความประทับใจในการพบกันในครั้งแรกได้

๘.๓ ใช้ความสุภาพในการสร้างมิตรภาพ มีคำกล่าวว่า “ไม่มีใครเลยที่จะเสียสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากการแสดงความสุภาพเรียบร้อย” คนทุกชาติ ทุกภาษา ทุกระดับ ชอบความสุภาพเรียบร้อยทั้งนั้น ถือว่าเป็นการแสดงออกที่ให้เกียรติเขาและเคารพในความเป็นมนุษย์ของเรา

๘.๔ เลือกหัวข้อสนทนาที่เขาชอบ ถ้านักส่งเสริมทราบว่าเพื่อนต่างชาติ สนใจในเรื่องใดแล้วทำการสนทนาในเรื่องที่เขาชอบ จะช่วยส่งเสริมความเข้าใจ และความสัมพันธ์ที่ดีซึ่งกันและกัน หัวข้อสนทนาที่คนส่วนใหญ่ ชอบพูดคุยกัน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว เรื่องสังคม การเมืองในประเทศ งานอดิเรก กีฬา ฯลฯ แต่พึงระวังอย่าซักถามในเรื่องส่วนตัว หรือเรื่องครอบครัวเขา ถ้าเขาสื่อให้เราเข้าใจได้ว่าเขาไม่ต้องการให้พูดถึง

๘.๕ สร้างมิตรภาพด้วยการร่วมรับประทานอาหาร ศาสตราจารย์ ดร.นิล บราวน์ คณบดีของ School of Communication มหาวิทยาลัยรีเจ้นท์ (Regent University) สหรัฐอเมริกา (อ้างถึงในเกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ ๒๕๕๑) อ้างโดย รุจ ศิริสัญลักษณ์ (๒๕๕๖) กล่าวว่า ช่วงเวลาที่คนเราจะรู้จักกันดีที่สุด คือ เวลารับประทานอาหารร่วมกัน และเราเวลานั้นเป็นเหมือนช่วงพักผ่อน ขณะที่รับประทานอาหารร่วมกันคนเราจะชอบพูดคุยกันด้วยเรื่องเบา ๆ สนุกสนานมากกว่า เรื่องที่จริงจังเป็นการเป็นงาน และเป็นบรรยากาศที่คนจะเปิดเผยความเป็นตัวของตัวเองได้ง่ายขึ้น จึงเป็นเวลาที่ช่วยให้เราทำความรู้จักกันได้ดีมากยิ่งขึ้นซึ่ง นิล บราวน์ เรียกว่า เป็นการ “เปิดปาก เปิดใจ” ดังนั้น นักส่งเสริมการเกษตรจะสนิทสนมกับเพื่อนชาวต่างชาติได้มากขึ้น ถ้าหากเราพาเขาไปรับประทานอาหารด้วยกัน ซึ่งหน่วยงานบางแห่งเห็นความสำคัญของกิจกรรมนี้ จึงจัดงบประมาณไว้สำหรับ เลี้ยงรับรองชาวต่างชาติ ในกรณีที่เขามาเยี่ยมเยือนหรือเข้ามาร่วมทำงานในหน่วยงานนั้น

กล่าวโดยสรุป การสร้างมนุษยสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้นักส่งเสริมการเกษตรทำงานได้อย่างมีความสุขและเกิดความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน หลักสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน คือ ทำตนให้เป็นที่ยอมรับของคนในที่ทำงาน นักส่งเสริมการเกษตรจะต้องศึกษาสังเกตถึงความต้องการ ความคาดหวังของคนในหน่วยงานว่าเขาต้องการให้เราทำอะไรและไม่อยากให้เราทำในสิ่งใด ถ้าเราปรับตัวให้เข้ากับเขาได้และให้ความช่วยเหลือ ตลอดจนไม่ทำตนให้แตกต่างไปจากเพื่อนร่วมงานแล้ว ย่อมจะเป็นที่ยอมรับและสามารถทำงานเข้ากันได้ดีอย่างมีความสุขกับทุกคนในที่ทำงาน

ตอนที่ ๓.๒ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือภายนอกองค์กร

การปฏิบัติงานส่งเสริมการเกษตร มีส่วนเกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วน ทั้งภายในองค์กรของกรมส่งเสริมการเกษตรและภายนอกองค์กร ซึ่งประกอบด้วยภาคราชการ เอกชน เกษตรกร กลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตร สถาบันเกษตรกร ผู้ประกอบการ จำเป็นต้องมีการประสานความร่วมมือกับภายนอกองค์กรเชิงบูรณาการ เพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ดังนี้

เรื่องที่ ๓.๒.๑ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือกับคณะกรรมการขับเคลื่อนงานนโยบายสำคัญ และการแก้ไขปัญหาภาคเกษตรระดับจังหวัด (Chief of Operation : CoO)

๑. บทนำ

๑.๑ ที่มาและความสำคัญ

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีนโยบายให้ปรับระบบการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานในการพัฒนาการเกษตร ทั้งงานนโยบายสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (Agenda Based) และการแก้ไขปัญหาการเกษตรในพื้นที่ (Area Based) โดยยังคงดำเนินการตามนโยบายสำคัญที่ได้มีการ ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง และให้ยึดหลัก ๓ ต. (ต่อ – เติม – แต่ง) ได้แก่

- ต่อ : นำนโยบายเดิมที่ทำอยู่แล้ว ได้ผลดี และเกิดประโยชน์มาทำต่อ และขยายผลให้ครอบคลุม ทั้งประเทศ

- เติม : งานที่ทำอยู่แล้วควรจะเพิ่มเติมอะไรที่จำเป็นเข้าไป เพื่อให้ได้ผลการดำเนินงานที่ดียิ่งขึ้น

- แต่ง : โครงการเดิมที่ไม่ดี/ไปต่อไม่ได้ ให้นำมาปรับปรุง/เปลี่ยนแปลง/บูรณาการกันให้ดียิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ยังมีนโยบายให้ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ปรับความคิดและปรับบทบาท ในการทำงาน โดยยึดหลัก “การตลาดนำการผลิต” โดยตลาดจะกำหนดว่าต้องการสินค้าอะไร ปริมาณเท่าใด หากเกษตรกรผลิตได้ตรงกับความต้องการของตลาดจะได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสม ส่วนข้าราชการ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต้องบูรณาการการทำงานร่วมกัน ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ให้เป็น “ทีมเกษตรและสหกรณ์” ที่เข้มแข็ง เพื่อทำหน้าที่เชื่อมโยงนโยบายและโครงการสำคัญของกระทรวงเกษตรฯ และรัฐบาลกับหน่วยงานภายนอก ทั้งภาคเอกชน และภาคประชาสังคม โดยสามารถวิเคราะห์ สถานการณ์ การเกษตรในพื้นที่เข้าใจปัญหาของเกษตรกร สามารถชี้เป้าการผลิตให้เกษตรกร ส่งเสริมการแปรรูปผลผลิต/ พัฒนาผลิตภัณฑ์ และวางแผนการตลาดให้เกษตรกร ต้องรู้จริงทำจริง ทุ่มเทและมุ่งมั่นในการทำงานสู่เป้าหมายความสำเร็จเดียวกัน

หากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีการปรับแนวทางการปฏิบัติงาน และปรับแนวคิด/บทบาทของ ข้าราชการตามที่กล่าวมาข้างต้น จะส่งผลให้การพัฒนาการเกษตรประสบความสำเร็จ เกษตรกรหลุดพ้น จากความยากจน เกิดสังคมและชุมชนเกษตรแบบพอเพียงทั่วทั้งประเทศ มีระบบสหกรณ์/วิสาหกิจชุมชน ที่เข้มแข็ง นำไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนแก่เกษตรกรไทย โดยมีกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นที่ปรึกษาของเกษตรกร

การปรับแนวทางและบทบาทของข้าราชการจะประสบความสำเร็จได้ จำเป็นต้องมีแนวทางการ ปฏิบัติงานที่ชัดเจนสำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติ โดยเฉพาะในระดับพื้นที่ซึ่งเป็นผู้ที่ปฏิบัติงานใกล้ชิดกับเกษตรกร และเนื่องจากเกษตรจังหวัดและเกษตรอำเภอได้รับมอบหมายให้เป็นหัวหน้าทีมปฏิบัติการในระดับพื้นที่ ดังนั้น กรมส่งเสริมการเกษตรจึงได้จัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน Chief of Operation และ Operation Team เพื่อใช้ ในการปฏิบัติงานต่อไป

๑.๒ วัตถุประสงค์

๑) เพื่อให้มีแนวทางในการปฏิบัติงานสำหรับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกระดับในการขับเคลื่อนงานนโยบาย สำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์และการแก้ไขปัญหาการเกษตรให้มีประสิทธิภาพ

๒) เพื่อให้เกิดการบูรณการการทำงานของทุกภาคส่วน ทั้งกับหน่วยงานภายในกระทรวงเกษตรฯ และหน่วยงานภายนอก รวมทั้งมีกลไกในการพัฒนาการเกษตรในพื้นที่อย่างเป็นระบบ

๑.๓ ผลสำเร็จที่คาดหวัง

๑) งานตำมนโยบายกระทรวงเกษตรและสหกรณ์บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนด เกิดประโยชน์กับเกษตรกร และปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อเกษตรกรและภาคการเกษตรได้รับการแก้ไข

๒) เกิดเครือข่ายที่เข้มแข็งในพื้นที่ มีการบูรณาการการทำงาน มีความพร้อมในการรับมือ และจัดการกับปัญหาต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒. งาน/ภารกิจที่ต้องดำเนินการขับเคลื่อน

งาน/ภารกิจที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มอบหมายให้คณะกรรมการขับเคลื่อนงานนโยบายสำคัญ และการแก้ไขปัญหาภาคเกษตรระดับจังหวัด (Chief of Operation : CoO) และคณะทำงานปฏิบัติการขับเคลื่อน งานนโยบายสำคัญและการแก้ไขปัญหาการเกษตรระดับอำเภอ (Operation Team : OT) รับผิดชอบในการ ดำเนินการประกอบด้วย ๒ ส่วนหลักคือ การขับเคลื่อนนโยบายสำคัญ และการแก้ไขปัญหาการเกษตรในพื้นที่

๒.๑ นโยบายกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ประกอบด้วยงานนโยบายสำคัญจำนวน ๑๕ นโยบาย ซึ่งได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการกำหนดหน่วยงานเจ้าภาพ หน่วยงานสนับสนุน/ร่วมดำเนินการ และมีการบูรณาการการทำงาน/งบประมาณ รวมทั้งมีระบบการติดตามและรายงานในช่วง ๑- ๒ ปีที่ผ่านมา สำหรับการดำเนินการในปีงบประมาณ ๒๕๖๑ จะยังคงดำเนินการตามแนวทางดังกล่าว นโยบายสำคัญทั้ง ๑๕ นโยบายและหน่วยงานเจ้าภาพ มีดังนี้

๑) การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ กรมชลประทาน

๒) การจัดระเบียบประมงให้เป็นไปตามมาตรฐาน กรมประมง

๓) แผนการผลิตและการตลาดข้าวครบวงจร กรมการข้าว

๔) การช่วยเหลือด้านหนี้สินสมาชิกสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร กรมส่งเสริมสหกรณ์

๕) การพัฒนาสถาบันเกษตรกรรูปแบบประชำรัฐ กรมส่งเสริมสหกรณ์

๖) การส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าสินค้าและการใช้เครื่องจักรกลทางการเกษตรทดแทนแรงงาน กรมส่งเสริมสหกรณ์

๗) ธนาคารสินค้าเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์

๘) เกษตรอินทรีย์ กรมวิชาการเกษตร

๙) ระบบส่งเสริมเกษตรแบบแปลงใหญ่ กรมส่งเสริมการเกษตร

๑๐) ศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร

๑๑) การพัฒนาเกษตรกรสู่ Smart Farmer กรมส่งเสริมการเกษตร

๑๒) บริหารจัดการพื้นที่เกษตรตามแผนที่การเกษตรเชิงรุก (Zoning by Agri-Map) กรมพัฒนาที่ดิน

๑๓) การส่งเสริมเกษตรทฤษฎีใหม่ สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

๑๔) ตลาดสินค้าเกษตร องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร

๑๕) การพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตรสู่มาตรฐาน (GAP) สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ

๒.๒ การแก้ไขปัญหาการเกษตรในพื้นที่

๒.๒.๑ การแก้ไขปัญหาการผลติและการตลาดสินค้าเกษตร

เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นโดยทั่วไปในการผลิตและในบางกรณีสามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ เช่น ต้นทุนการผลิตสูง ผลผลิตต่อไร่ต่ำ การปลูกพืชในพื้นที่ไม่เหมาะสม สินค้าเกษตรไม่มีคุณภาพ/มาตรฐาน ผลผลิตล้นตลาด ราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ/ไม่แน่นอน เกษตรกรไม่มีแหล่งจำหน่ายผลผลิต เกษตรกรขาด เทคโนโลยี/องค์ความรู้/ข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ ปัญหาดังกล่าวสามารถป้องกันและแก้ไขได้ หากมีการบริหาร จัดการที่ดี และมีระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ครอบคลุมตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต จนถึงการตลาด มีการบูรณาการ การทำงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การแปรรูป/พัฒนา ผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และการตลาด มีการบริหารจัดการสินค้าเกษตรอย่างครบวงจร ตลอดจนการ สร้างอาชีพเสริมเพื่อลดความเสี่ยง แก้ไขปัญหาในการประกอบอำชีพ และสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร ซึ่งเป็น ภารกิจสำคัญที่คณะฯ CoO และคณะฯ OT ต้องดำเนินการให้เกิดผลสำเร็จตามที่ได้รับมอบหมาย

๒.๒.๒ การแก้ไขปัญหาในกรณีเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน

เป็นปัญหาที่ไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้อย่างชัดเจน แต่ถ้ามีระบบการติดตามเฝ้าระวัง สถานการณ์ในพื้นที่และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน จะทำให้สามารถ แก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที ซึ่งจะช่วยบรรเทาความเสียหาย/ความเดือดร้อนของเกษตรกรได้ ลักษณะของ ปัญหาในกรณีฉุกเฉิน ได้แก่ ปัญหาภัยแล้ง อุทกภัย วาตภัย และศัตรูพืชระบาด รวมถึงปัญหาเฉพาะเหตุการณ์ ในพื้นที่ เช่น การขายปุ๋ยปลอม สารเคมีการเกษตร และเมล็ดพันธุ์พืชที่ไม่มีคุณภาพให้แก่เกษตรกร รวมทั้งการหลอกลวงเกษตรกรในรูปแบบอื่นๆ ที่ทำให้เกษตรกรได้รับความเดือดร้อนและความเสียหาย

๓. กลไกการขับเคลื่อน

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้กำหนดกลไกการขับเคลื่อนการดำเนินงานของกระทรวงฯ ประกอบด้วย ๒ ส่วน คือ กำรบริหารงานระดับนโยบาย และการขับเคลื่อนในพื้นที่ แต่ละส่วนมีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

๓.๑ การบริหารงานระดับนโยบาย : คณะกรรมการบริหารการขับเคลื่อนงานนโยบายสำคัญและแก้ไขปัญหาภาคเกษตร

๓.๑.๑ ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นประธานกรรมการ

๓.๑.๒ รองอธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตร ผู้ช่วยปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ รองเลขาธิการสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร เป็นเลขานุการคณะกรรมการร่วม

๓.๒ การขับเคลื่อนในพื้นที่

การขับเคลื่อนในพื้นที่ ประกอบด้วย ๒ ฝ่าย คือฝ่ายอำนวยการ และฝ่ายปฏิบัติการ

๓.๒.๑ ฝ่ายอำนวยการ : คณะอนุกรรมการพัฒนาเกษตรและสหกรณ์ของจังหวัด

๑) ผู้ว่าราชการจังหวัด เป็นประธาน

๒) เกษตรและสหกรณ์จังหวัด เป็นเลขานุการ

๓.๒.๒ ฝ่ายปฏิบัติการ

๑) คณะกรรมการอำนวยการขับเคลื่อนงานนโยบายและการแก้ไขปัญหาภาคเกษตร ระดับจังหวัด (Chief of Operation)

(๑) เกษตรจังหวัด เป็นประธานกรรมการ

(๒) เกษตรและสหกรณ์จังหวัด เป็นรองประธานกรรมการ

(๓) หัวหน้าส่วนราชการในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นกรรมการ

(๔) หัวหน้ากลุ่มยุทธศาสตร์และสารสนเทศของสำนักงานเกษตรจังหวัด เป็นเลขานุการ

(๕) หัวหน้ากลุ่มของสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดที่ได้รับมอบหมาย เป็นผู้ช่วยเลขานุการ

๒) คณะทำงานปฏิบัติการขับเคลื่อนงานนโยบายสำคัญและแก้ไขปัญหาการเกษตร ระดับอำเภอ (Operation team)

(๑) นายอำเภอ เป็นที่ปรึกษา

(๒) เกษตรอำเภอ เป็นประธานคณะทำงาน

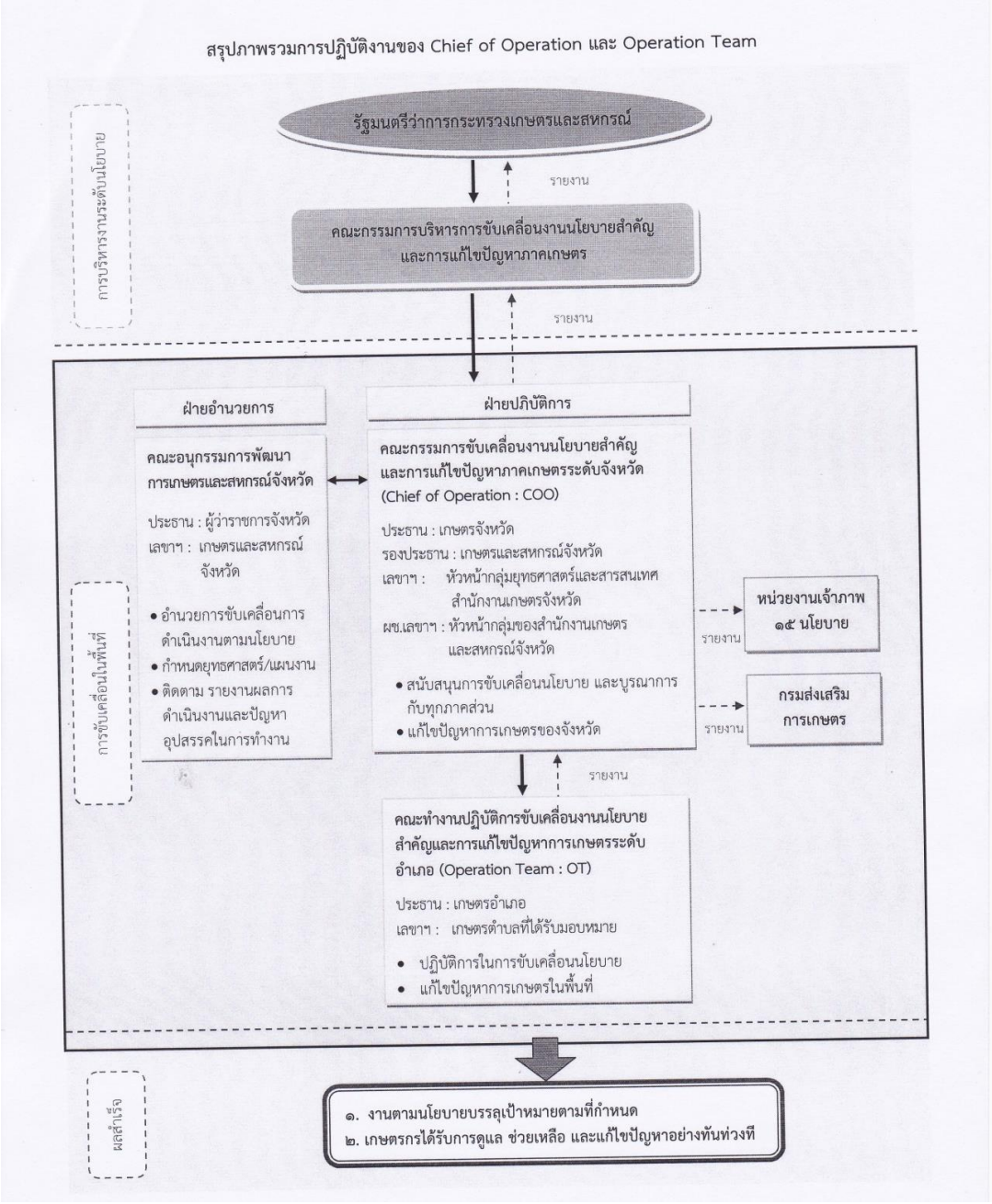
(๓) ผู้แทนนายอำเภอ เป็นรองประธานคณะทำงาน

(๔) หัวหน้าส่วนราชการระดับอำเภอ หรือเทียบเท่าของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่ได้รับมอบหมาย เป็นคณะทำงาน

(๕) นายกองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นหรือผู้แทน เป็นคณะทำงาน

(๖) เกษตรตำบลที่ได้รับมอบหมาย เป็นคณะทำงานและเลขานุการ

จากกลไกขับเคลื่อนการดำเนินงานในแต่ละระดับตามที่กล่าวมาข้างต้น สรุปเป็นภาพรวมการปฏิบัติงานของ Chief of Operation และ Operation Team ตามแผนภาพดังนี้



ภาพที่ ๓.๑ การปฏิบัติงานของ Chief of Operation และ Operation Team

๔. แนวทางการปฏิบัติงาน

๔.๑ แนวทางการปฏิบัติงานของ Chief of Operation

แนวทางการปฏิบัติงานของคณะกรรมการอำนวยการขับเคลื่อนงานนโยบายสำคัญและการแก้ไข ปัญหาภาคเกษตรระดับจังหวัด (Chief of Operation : CoO) ประกอบด้วย ๖ ขั้นตอนหลัก ได้แก่ (๑) การเตรียมการ (๒) วิเคราะห์ข้อมูล/สถานการณ์ (๓) จัดทำแผนการขับเคลื่อน (๔) ดำเนินการตามแผน (๕) กำกับ ติดตาม สนับสนุน แก้ไขปัญหา (๖) การรายงาน ซึ่งภายใต้แต่ละขั้นตอนหลักได้กำหนดขั้นตอนย่อยหรือวิธีการ ปฏิบัติงาน ทั้งนี้ ในการดำเนินการตามแนวทางดังกล่าวสามารถปรับรวมหรือดำเนินการไปพร้อมกันทีละหลาย ขั้นตอนได้ โดยให้พิจารณาตามความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่และคำนึงถึงผลสำเร็จของงานเป็นสำคัญ รายละเอียดกำรดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนมีดังนี้

การเตรียมการ

๑. ประสาน/รวบรวมรายชื่อ CoO และ OT

๑.๑ ประสาน/รวบรวมรายชื่อผู้แทนของทุกหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ตำมคำสั่งแต่งตั้งคณะฯ CoO และคณะฯ OT

๑.๒ ตรวจสอบและจัดทำบัญชีรายชื่อแนบท้ายคำสั่งแต่งตั้งคณะฯ CoO

๑.๓ แจ้งคำสั่งและรายชื่อผู้แทนในคณะฯ CoO ให้หน่วยงาน/ผู้เกี่ยวข้องทราบ

๒. จัดส่งรายชื่อของคณะฯ OT ให้สำนักงานเกษตรอำเภอ

๒.๑ ตรวจสอบและจัดทำบัญชีรายชื่อแนบท้ายคำสั่งแต่งตั้งคณะฯ OT

๒.๒ แจ้งคำสั่งและรายชื่อผู้แทนในคณะฯ OT ให้สำนักงานเกษตรอำเภอ

๓. ชี้แจงทำความเข้าใจแก่คณะฯ CoO

๓.๑ จัดประชุมชี้แจง/ทำความเข้าใจแก่คณะฯ CoO

๓.๒ ประเด็นสำคัญในการชี้แจง ได้แก่

๑) คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการ/คณะทำงานทุกระดับ พร้อมด้วยบทบาทหน้าที่

๒) คู่มือการปฏิบัติงานของ Chief of Operation และ Operation Team

๓) สาระสำคัญของนโยบายกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ๑๕ นโยบาย

๓.๓ งบประมาณในการจัดประชุมคณะฯ CoO เบิกจ่ายจำกสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด

๔. มอบหมาย CoO รับผิดชอบในการกำกับดูแลคณะฯ OT แต่ละอำเภอ

๔.๑ กำหนดให้มี CoO รับผิดชอบในการประสานงาน กำกับดูแล และสนับสนุนการปฏิบัติงาน ของคณะฯ OT ในแต่ละอำเภอ

๔.๒ CoO ศึกษาทำความเข้าใจข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของคณะฯ OT ที่อยู่ในความรับผิดชอบ และเตรียมการในดำเนินงานร่วมกัน

ผลสำเร็จ : คณะกรรมการอำนวยการขับเคลื่อนงานนโยบายสำคัญและการแก้ไขปัญหาภาคเกษตรระดับจังหวัด (Chief of Operation) มีความพร้อมในการปฏิบัติงาน

วิเคราะห์ข้อมูล/ สถานการณ์

๕. ประชุมหารือร่วมกับพาณิชย์จังหวัด ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๕.๑ ประสานสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดดำเนินการจัดประชุมหารือร่วมกับหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง เช่น พาณิชย์จังหวัด ภาคเอกชน และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการตลาดสินค้ำ เกษตรในจังหวัด

๕.๒ ประสาน/รวบรวมข้อมูลที่ต้องใช้ในการประชุมหารือ

๑) สถานการณ์การผลิตสินค้าเกษตรสำคัญของจังหวัด

๒) สถานการณ์ด้านการตลาด

๓) ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อเกษตรกรและการพัฒนาการเกษตร

๔) แผนพัฒนาการเกษตรของจังหวัด

๕) นโยบายที่เกี่ยวข้อง

๖) อื่นๆ

๖. วิเคราะห์ข้อมูล ปัญหา และสถานการณ์การผลิต/การตลาด

๖.๑ ร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูลและสถานการณ์การผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรในจังหวัด

๖.๒ วิเคราะห์ปัญหาที่อาจจะส่งผลกระทบต่อเกษตรกรและการพัฒนา การเกษตร

๖.๓ วิเคราะห์สถานการณ์หรือกรณีฉุกเฉินที่อาจจะเกิดขึ้นและสร้างความเสียหายในพื้นที่

๖.๔ นำนโยบายมาประกอบกำรวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลอื่นๆ

๗. สรุป Demand – Supply และปัญหาการเกษตรของจังหวัด

๗.๑ นำผลจากการวิเคราะห์มาประมวลและจัดทำสรุปข้อมูลการผลิต (Supply) และความต้องการของตลาด (Demand) สินค้าเกษตรของจังหวัด

๗.๒ สรุปประเด็นที่เป็นปัญหาการเกษตร ทั้งปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาการเกษตร และปัญหาในกรณีฉุกเฉินที่สร้างความเสียหายแก่เกษตรกร

๗.๓ จัดเตรียมข้อมูลในรูปแบบที่พร้อมสำหรับใช้ประกอบการจัดทำแผนขับเคลื่อนการดำเนินงาน

ผลสำเร็จ : มีข้อมูลความต้องการสินค้าเกษตร (Demand) ปริมาณผลผลิต (Supply) และปัญหาการเกษตรของจังหวัด

จัดทำแผนการขับเคลื่อน

๘. จัดทำแผนบูรณาการขับเคลื่อน ๑๕ นโยบาย

๘.๑ นำแผนการดำเนินงาน ๑๕ นโยบาย มาจัดทำเป็นแผนบูรณาการเพื่อร่วมกันขับเคลื่อนในระดับจังหวัด

๘.๒ ให้มีการบูรณาการสู่การปฏิบัติให้ได้ และควรรู้ประเด็นสำคัญของแต่ละนโยบายการดำเนินการของหน่วยงานเจ้าภาพ ว่าดำเนินการไปแล้วมาก/น้อยเพียงใด และจะต้องดำเนินการต่อไปอย่างไร

๙. จัดทำแผน/มาตรการแก้ไขปัญหาการเกษตรของจังหวัด

๙.๑ จัดทำแผน/มาตรการป้องกันและแก้ไขปัญหาการเกษตร โดยยึดหลัก “การตลาดนำการผลิต” และกำรบริหารจัดการสินค้าเกษตรอย่างครบวงจร

๙.๒ จัดทำแผน/แนวทางปฏิบัติในการรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ และมอบหมายผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจนในระดับจังหวัด

๑๐. จัดระบบการติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์

๑๐.๑ จัดให้มีการติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ด้านการเกษตรของจังหวัด เพื่อให้มีการรายงาน และแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงที

๑๐.๒ ให้ทุกหน่วยงานมอบหมายผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจน เพื่อทำหน้าที่ในการติดตาม เฝ้าระวัง สถานการณ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของหน่วยงาน และสร้างเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงการทำงานในทุกระดับ

๑๐.๓ จัดระบบการติดต่อสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ เมื่อเกิดเหตุการณ์ขึ้นหน่วยงานหลักที่จะต้อง แก้ไขปัญหา สามารถเข้าไปแก้ไขปัญหาได้ทันที ซึ่งจะส่งผลในทางจิตวิทยาให้เกิดการยอมรับในการปฏิบัติงาน ในภาพรวมของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

๑๐.๔ สื่อสาร/ทำความเข้าใจ/ซักซ้อม แก่เครือข่ายและผู้เกี่ยวข้อง เพื่อให้มีความพร้อมในการปฏิบัติงาน

ผลสำเร็จ : มีแผนขับเคลื่อนนโยบายกระทรวงเกษตรฯ ทั้ง ๑๕ นโยบาย และแผน/มาตรการแก้ไขปัญหาการเกษตรของจังหวัด

ดำเนินตามแผน

๑๑. ดำเนินการตามแผนบูรณาการขับเคลื่อน ๑๕ นโยบาย

๑๑.๑ ผู้ที่ได้รับมอบหมายดำเนินการตามแผนในส่วนที่เกี่ยวข้อง โดย

๑) ในฐานะหน่วยงานเจ้าภาพ ๓ นโยบาย : ให้ดำเนินการตามกิจกรรมในส่วนของกรมฯ และประสาน/สนับสนุน/บูรณาการการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่ร่วมดำเนินการเพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามที่กำหนด

๒) ในฐานะหน่วยงานร่วมดำเนินการ : ให้ดำเนินการตามกิจกรรมในส่วนของกรมฯ และ สนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานเจ้าภาพ (กสก. ร่วมดำเนินการบางนโยบาย)

๓) ในฐานะผู้ประสานการขับเคลื่อนทุกนโยบาย : ต้องรู้สถานการณ์การดำเนินงานของทุกนโยบาย และประสาน/สนับสนุน/อำนวยความสะดวก ให้การปฏิบัติงานเกิดผลสำเร็จ

๑๑.๒ ประสานและแสวงหาความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม เพื่อขับเคลื่อนทุกนโยบายของกระทรวงเกษตรฯ ที่ดำเนินการในพื้นที่จังหวัด

๑๑.๓ สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ ๑ – ๙ และศูนย์ปฏิบัติการ ให้การสนับสนุน ทางวิชาการในการขับเคลื่อนงานนโยบายที่ดำเนินการในพื้นที่จังหวัดที่รับผิดชอบ

๑๒. ดำเนินการตามแผน/มาตรการแก้ไขปัญหาการเกษตร

๑๒.๑ ผู้ที่ได้รับมอบหมายดำเนินการตามแผน/มาตรการแก้ไขปัญหาการเกษตร

๑๒.๒ กรณีเกิดปัญหา ให้ดำเนินการแก้ไขปัญหาให้เบ็ดเสร็จในพื้นที่

๑๒.๓ หากเป็นปัญหาที่ไม่สำมารถแก้ไขได้ในระดับพื้นที่ ให้ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าไป ดำเนินการแก้ไข โดยให้ CoO ดำเนินการดังนี้

๑) ประสานให้คณะอนุกรรมการพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์จังหวัด ซึ่งมีผู้ว่าราชการ จังหวัด เป็นประธาน พิจารณาแก้ไข

๒) ผู้แทนของแต่ละหน่วยงานในคณะฯ CoO ประสานหน่วยงานต้นสังกัดในส่วนกลางโดยตรง

๓) กรณีปัญหาในส่วนของ กสก. ให้แจ้งกองแผนงาน เพื่อประสานให้กอง/สำนักที่เกี่ยวข้อง เข้าไปดำเนินการแก้ไขปัญหา

ผลสำเร็จ : การดำเนินงานตามนโยบายกระทรวงฯ และแก้ไขปัญหาเป็นไปตามแผนที่กำหนด

กำกับ ติดตาม สนับสนุน แก้ไขปัญหา

๑๓. กำกับ ติดตามการปฏิบัติงาน ของคณะทำงาน OT

๑๓.๑ กำหนดให้มีการประชุมคณะฯ CoO เป็นประจำทุกเดือน เพื่อกำกับ ติดตามการดำเนินงาน และรับทราบปัญหาอุปสรรคเพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขอย่างทันท่วงที

๑๓.๒ ใช้ช่องทางต่างๆ ในการกำกับ ติดตามการดำเนินงาน โดยเฉพาะเวทีตามระบบส่งเสริมการเกษตร T&V System เช่น เวทีการประชุมเกษตรอำเภอประจำเดือน (MM) และใช้เครือข่าย Social Media เป็นต้น

๑๓.๓ CoO ที่รับผิดชอบแต่ละอำเภอ กำกับ ติดตาม การปฏิบัติงานของคณะฯ OT ที่อยู่ในความรับผิดชอบ

๑๓.๔ สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ ๑ – ๙ กำกับ ติดตาม สนับสนุนและช่วยแก้ไขปัญหา

๑๔. สนับสนุนและช่วยแก้ไขปัญหาการปฏิบัติงานของคณะฯ OT

๑๔.๑ คณะฯ CoO อำนวยความสะดวก และจัดสรรทรัพยากรสนับสนุนการปฏิบัติงาน

๑๔.๒ ช่วยแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงาน

ผลสำเร็จ : คณะทำงานปฏิบัติการขับเคลื่อนงานนโยบายสำคัญและแก้ไขปัญหาการเกษตร ระดับอำเภอ (Operation Team) สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การรายงาน

๑๕. รายงานผลการดำเนินงาน

๑๕.๑ ใช้แบบฟอร์ม/รูปแบบการรายงานตามที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน โดยในช่วงแรกกำหนดให้รายงาน ความก้าวหน้าการดำเนินงานทุก ๒ สัปดาห์ หลังจากดำเนินการไประยะหนึ่งแล้วให้รายงานเป็นประจำทุกเดือน

๑๕.๒ หน่วยงานเจ้าภาพรวบรวมและจัดทำรายงานผลการดำเนินงานในภาพรวมของแต่ละนโยบาย ส่งให้คณะฯ CoO และให้คณะฯ CoO ประเมิน/วิเคราะห์ และจัดส่งให้

๑) คณะกรรมการบริหารการขับเคลื่อนงานนโยบายสำคัญและการแก้ไขปัญหาภาคเกษตร

๒) สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด

๓) หน่วยงานเจ้าภาพ ๑๕ นโยบาย

๔) กรมส่งเสริมการเกษตร

๑๕.๓ กองแผนงานรวบรวม/ประมวล/สรุปภาพรวม เสนอกรมฯ

๑๖. สรุปบทเรียนเพื่อนำ ไปขยายผลและปรับปรุงการดำเนินงาน

๑๖.๑ สรุปบทเรียนที่ได้จากการดำเนินงาน ทั้งกรณีที่ประสบความสำเร็จและกรณีที่มีปัญหา

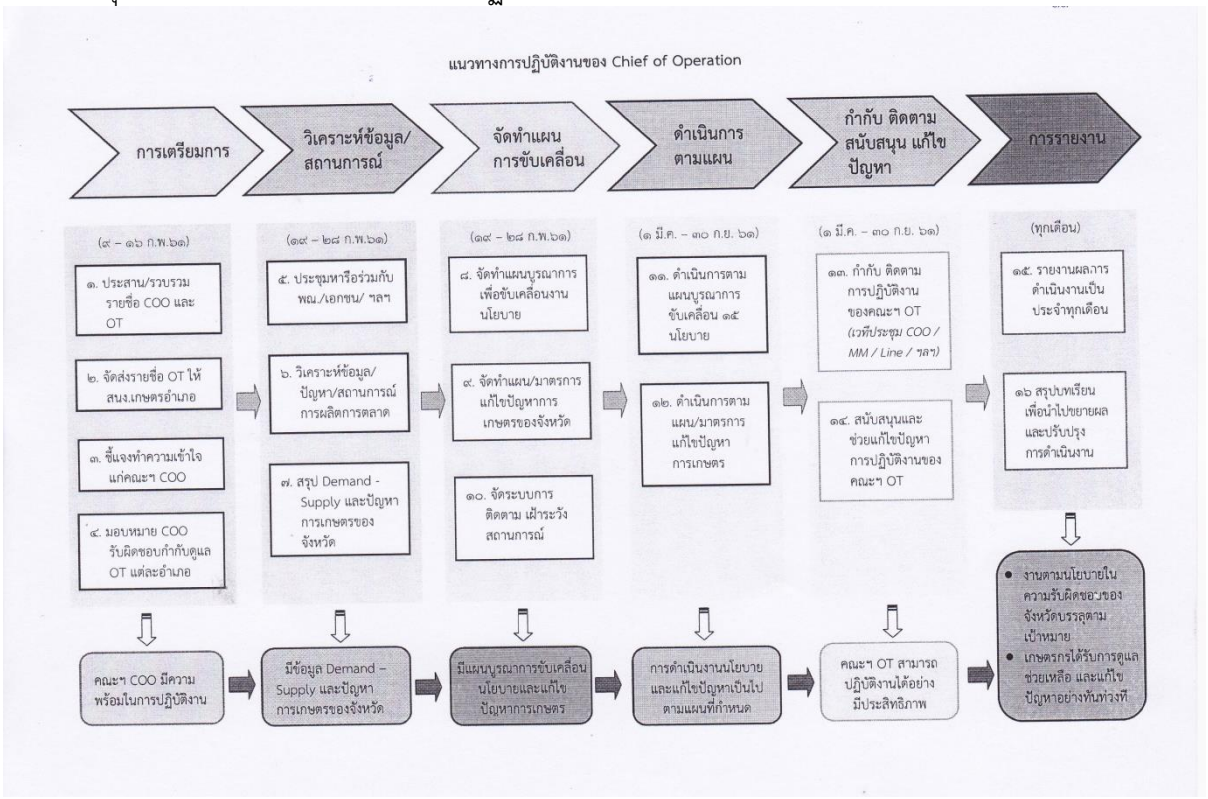
๑๖.๒ นำผลที่ได้มาขยายผลและปรับปรุงการดำเนินงานในระยะต่อไป

ผลสำเร็จ :

๑. งานตามนโยบายในความรับผิดชอบของจังหวัดบรรลุตามเป้าหมาย

๒. เกษตรกรได้รับการดูแล ช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงที

จากรายละเอียดการดำเนินงานของคณะกรรมการอำนวยการขับเคลื่อนงานนโยบายสำคัญและ การแก้ไขปัญหาภาคเกษตรระดับจังหวัด (Chief of Operation : CoO) ตามที่กล่าวมาข้างต้น สรุปเป็น ภาพรวมของแนวทางการปฏิบัติงานของคณะฯ CoO ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ ๓.๒ แนวทางการปฏิบัติงานของคณะฯ CoO

กล่าวโดยสรุป การดำเนินงานของคณะกรรมการอำนวยการขับเคลื่อนงานนโยบายสำคัญและการแก้ไขปัญหาภาคเกษตรระดับจังหวัด (Chief of Operation : CoO) ประกอบด้วย ๖ ขั้นตอนหลัก ได้แก่ การเตรียมการ วิเคราะห์ข้อมูล/สถานการณ์ จัดทำแผนการขับเคลื่อน ดำเนินการตามแผน กำกับติดตาม สนับสนุน แก้ไขปัญหา และการรายงาน ซึ่งแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียดในการปฏิบัติงานเพื่อขับเคลื่อนงานนโยบายสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

เรื่องที่ ๓.๒.๒ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือกับคณะทำงานปฏิบัติการขับเคลื่อนงานนโยบายสำคัญและการแก้ไขปัญหาการเกษตรระดับอำเภอ (Operation Team : OT)

แนวทางการปฏิบัติของ Operation Team

แนวทางการปฏิบัติงานของคณะทำงานปฏิบัติการขับเคลื่อนงานนโยบายสำคัญและการแก้ไขปัญหาการเกษตรระดับอำเภอ (Operation Team : OT) ประกอบด้วย ๖ ขั้นตอนหลัก ได้แก่ (๑) การเตรียมการ (๒) วิเคราะห์ข้อมูล/สถานการณ์ (๓) จัดทำแผนการขับเคลื่อน (๔) ดำเนินการตามแผน (๕) ติดตาม สนับสนุน และแก้ไขปัญหา (๖) การรายงาน ซึ่งภายใต้แต่ละขั้นตอนหลักได้กำหนดขั้นตอนย่อยหรือวิธีการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ ในการดำเนินการตามแนวทางดังกล่าวสามารถปรับรวม หรือดำเนินการไปพร้อมกันทีละหลายขั้นตอนได้ โดยให้พิจารณาตามความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่และคำนึงถึงผลสำเร็จของงานเป็นสำคัญ รายละเอียดการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนมีดังนี้

การเตรียมการ

๑. รวบรวมรายชื่อผู้แทนตามคำสั่งแต่งตั้งคณะฯ OT

๑.๑ ประสานสำนักงานเกษตรจังหวัด/รวบรวมรายชื่อผู้แทนของทุกหน่วยงานในสังกัดกระทรวง เกษตรและสหกรณ์ตามคำสั่งแต่งตั้งคณะฯ OT

๑.๒ ตรวจสอบ/ยืนยันรายชื่อ และจัดทำบัญชีรายชื่อแนบท้ายคำสั่งแต่งตั้งคณะฯ OT

๑.๓ แจ้งคำสั่งและรายชื่อผู้แทนในคณะฯ CoO ให้หน่วยงาน/ผู้เกี่ยวข้องทราบ

๒. ชี้แจงทำความเข้าใจแก่คณะฯ OT

๒.๑ จัดประชุมชี้แจง/ทำความเข้าใจแก่คณะฯ OT โดยเชื่อมโยงและบูรณาการกับการดำเนินงาน ของศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.)

๒.๒ ประเด็นสำคัญในการชี้แจง ได้แก่

๑) คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการ/คณะทำงานทุกระดับ พร้อมด้วยบทบาทหน้าที่

๒) คู่มือการปฏิบัติงานของ Chief of Operation และ Operation Team

๓) สาระสำคัญของนโยบายกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่ดำเนินการในพื้นที่อำเภอ

๓. เตรียมความพร้อมของเครือข่ายการปฏิบัติงานในพื้นที่

๓.๑ รวบรวมและตรวจสอบเครือข่ายในพื้นที่ เช่น ศพก. ศบกต. อกม. Smart Farmer และ Young Smart Farmer เป็นต้น

๓.๒ จัดให้มีชุดปฏิบัติการฉุกเฉินเพื่อแก้ไขปัญหาในกรณีที่เกิดเหตุการณ์เร่งด่วน/ฉุกเฉิน

๓.๓ ชี้แจงทำความเข้าใจแนวทางการปฏิบัติงานแก่เครือข่าย

๔. สื่อสาร/สร้างการรับรู้แนวทางการปฏิบัติงาน

๔.๑ สื่อสารและสร้างการรับรู้แก่ผู้เกี่ยวข้อง ทั้งคณะฯ OT เครือข่าย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๔.๒ ตอบข้อซักถาม/ให้คำอธิบายเพิ่มเติมในกรณีที่มีข้อสงสัยเกี่ยวกับแนวทางการปฏิบัติงาน

ผลสำเร็จ : คณะทำงานปฏิบัติงานนโยบายสำคัญและการแก้ไขปัญหาภาคการเกษตรระดับอำเภอ (Operation Team) และเครือข่ายมีความพร้อมในการปฏิบัติงาน

วิเคราะห์ข้อมูล/สถานการณ์

๕. ประชุมหารือร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๕.๑ ประชุมหารือร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน

๕.๒ ประสาน/รวบรวม/จัดเตรียมข้อมูลที่ต้องใช้ในการประชุมหารือ

๑) สถานการณ์การผลิตสินค้าเกษตรสำคัญของอำเภอ

๒) สถานการณ์ด้านการตลาด

๓) ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อเกษตรกรและการพัฒนาการเกษตรในพื้นที่

๔) แผนพัฒนาการเกษตรของอำเภอ

๕) นโยบายที่เกี่ยวข้อง

๖) อื่นๆ

๖. วิเคราะห์ข้อมูล ปัญหา และสถานการณ์การเกษตรของอำเภอ

๖.๑ ร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูลและสถานการณ์การผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรของอำเภอ

๖.๒ วิเคราะห์ปัญหาที่อาจจะส่งผลกระทบต่อเกษตรกรและการพัฒนาการเกษตร

๖.๓ วิเคราะห์สถานการณ์หรือกรณีฉุกเฉินที่อาจจะเกิดขึ้นและสร้างความเสียหายในพื้นที่

๖.๔ นำนโยบายมาประกอบการวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลอื่นๆ

๗. กำหนดทิศทาง/เป้าหมายการขับเคลื่อนและแก้ไขปัญหาการเกษตรของอำเภอ

๗.๑ นำผลจากการวิเคราะห์มาประมวลและจัดทำสรุปข้อมูลการผลิต (Supply) และความต้องการของตลาด (Demand) สินค้าเกษตรของจังหวัด

๗.๒ สรุปประเด็นที่เป็นปัญหาการเกษตร ทั้งปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาการเกษตร และ ปัญหาในกรณีฉุกเฉินที่สร้างความเสียหายแก่เกษตรกร

๗.๓ กำหนดทิศทาง/เป้าหมายการขับเคลื่อนและแก้ไขปัญหาการเกษตร และจัดเตรียมข้อมูล ในรูปแบบที่พร้อมสำหรับใช้ประกอบการจัดทำแผนการดำเนินงาน

ผลสำเร็จ : มีข้อมูลความต้องการสินค้าเกษตร (Demand) ปริมาณผลผลิต (Supply) และปัญหาการเกษตรของอำเภอ

จัดทำแผนการขับเคลื่อน

๘. จัดทำแผนบูรณาการการขับเคลื่อนงานนโยบาย

๘.๑ นำแผนการดำเนินงานนโยบายที่ดำเนินการในพื้นที่อำเภอ มาจัดทำเป็นแผนบูรณาการเพื่อร่วมกันขับเคลื่อนในระดับอำเภอ

๘.๒ ให้มีการบูรณาการสู่การปฏิบัติให้ได้ และควรรู้ประเด็นสำคัญของแต่ละนโยบายการดำเนินการ ของหน่วยงานเจ้าภาพ ว่าดำเนินการไปแล้วมาก/น้อยเพียงใด และจะต้องดำเนินการต่อไปอย่างไร

๙. จัดทำแผน/มาตรการแก้ไขปัญหาการเกษตรของอำเภอ

๙.๑ จัดทำแผน/มาตรการป้องกันและแก้ไขปัญหาการเกษตรของอำเภอ โดยยึดหลัก “การตลาด นำการผลิต” และการบริหารจัดการสินค้าเกษตรอย่างครบวงจร

๙.๒ จัดทำแผน/แนวทางปฏิบัติในการรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ และมอบหมายผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจนในระดับอำเภอ

๑๐. จัดระบบการติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ในพื้นที่

๑๐.๑ จัดระบบการติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ในพื้นที่ ทั้งระดับอำเภอ ตำบล หมู่บ้าน/ชุมชน เพื่อให้มีการรายงานและแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงที

๑๐.๒ ให้ทุกหน่วยงานมอบหมายผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจน เพื่อทำหน้าที่ในการติดตาม เฝ้าระวัง สถานการณ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของหน่วยงาน และสร้างเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงการทำงานในทุกระดับ

๑๐.๓ จัดระบบการติดต่อสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ เมื่อเกิดเหตุการณ์ขึ้นหน่วยงานหลักที่จะต้อง แก้ไขปัญหา สามารถเข้าไปแก้ไขปัญหาได้ทันที ซึ่งจะส่งผลในทางจิตวิทยาให้เกิดการยอมรับในการปฏิบัติงาน ในภาพรวมของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

๑๐.๔ สื่อสาร/ทำความเข้าใจ/ซักซ้อม แก่เครือข่ายและผู้เกี่ยวข้องเพื่อให้มีความพร้อมในการปฏิบัติงาน

ผลสำเร็จ : มีแผนบูรณาการขับเคลื่อนงานนโยบาย และแผน/มาตรการแก้ไขปัญหาการเกษตรของอำเภอ

ดำเนินการตามแผน

๑๑. ดำเนินการตามแผนขับเคลื่อนงานนโยบาย

๑๑.๑ ผู้ที่ได้รับมอบหมายดำเนินการตามแผนในส่วนที่เกี่ยวข้อง โดย

๑) ในฐานะหน่วยงานเจ้าภาพ ๓ นโยบาย : ให้ดำเนินการตามกิจกรรมในส่วนของกรมฯ และประสาน/สนับสนุน/บูรณาการการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่ร่วมดำเนินการเพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามที่กำหนด

๒) ในฐานะหน่วยงานร่วมดำเนินการ : ให้ดำเนินการตามกิจกรรมในส่วนของกรมฯ และ สนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานเจ้าภาพ (กสก. ร่วมดำเนินการบางนโยบาย)

๓) ในฐานะผู้ประสานการขับเคลื่อนทุกนโยบาย : ต้องรู้สถานการณ์การดำเนินงานของทุกนโยบาย และประสาน/สนับสนุน/อำนวยความสะดวก ให้การปฏิบัติงานเกิดผลสำเร็จ

๑๑.๒ ประสานและแสวงหาความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม เพื่อขับเคลื่อนทุกนโยบายที่ดำเนินการในพื้นที่อำเภอให้เกิดผลสำเร็จ

๑๒. ดำเนินการตามแผน/มาตรการแก้ไขปัญหาการเกษตร

๑๒.๑ ผู้ที่ได้รับมอบหมายดำเนินการตามแผน/มาตรการแก้ไขปัญหาการเกษตร

๑๒.๒ กรณีเกิดปัญหา ให้ดำเนินการแก้ไขปัญหาให้เบ็ดเสร็จในพื้นที่อำเภอ

๑๒.๓ หากเป็นปัญหาที่ไม่สามารถแก้ไขได้ในระดับพื้นที่ ให้รายงานคณะฯ CoO เพื่อประสานให้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าไปดำเนินการแก้ไข

๑๓. ชุดปฏิบัติการเฉพาะกิจดำเนินการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ฉุกเฉิน

๑๓.๑ ประสานกับเครือข่ายเฝ้าระวังในพื้นที่เพื่อรับทราบข้อมูลสถานการณ์ฉุกเฉินที่เกิดขึ้น

๑๓.๒ ออกปฏิบัติการ โดยดำเนินการตามแนวทางการปฏิบัติงานที่ได้กำหนดไว้

ผลสำเร็จ : การดำเนินงานตามนโยบาย และการแก้ไขปัญหาการเกษตรของอำเภอเป็นไปตามแผนที่กำหนด

ติดตาม สนับสนุน และแก้ไขปัญหา

๑๔. ติดตาม และสนับสนุนการปฏิบัติงานของเครือข่าย

๑๔.๑ กำหนดให้มีการประชุมคณะฯ OT เป็นประจำหรือตามที่คณะฯ OT ได้ตกลงร่วมกัน โดย เชื่อมโยง/บูรณาการกับ ศพก. เพื่อกำกับ ติดตามการดำเนินงาน และรับทราบปัญหาอุปสรรคเพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขอย่างทันท่วงที

๑๔.๒ ใช้ช่องทางต่างๆ ในการติดตามการดำเนินงาน โดยเฉพาะเวทีตามระบบส่งเสริมการเกษตร T&V System และใช้เครือข่าย Social Media เป็นต้น

๑๔.๓ สนับสนุนเครือข่ายให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๑๕. ออกเยี่ยมเยียน ดูแล และแก้ไขปัญหาแก่เกษตรกร

๑๕.๑ ออกเยี่ยมเยียนเกษตรกร โดยบูรณาการกับแผนการเยี่ยมเกษตรกรตามระบบส่งเสริมการเกษตร T&V System

๑๕.๒ เข้าพื้นที่เพื่อเยี่ยมเยียน ช่วยเหลือ และดูแลเกษตรกรโดยเร่งด่วนเมื่อเกิดปัญหา

๑๕.๓ มีการติดตามผลการช่วยเหลือ/แก้ไขปัญหาแก่เกษตรกร

ผลสำเร็จ : เกษตรกรดำเนินการตามคำแนะนำ และปัญหาของเกษตรกรได้รับการแก้ไข

การรายงาน

๑๖. รายงานผลการดำเนินงาน

๑๖.๑ ใช้แบบฟอร์ม/รูปแบบการรายงานตามที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

๑๖.๒ รวบรวมข้อมูลผลการดำเนินงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในส่วนของผลการขับเคลื่อนนโยบาย และการแก้ไขปัญหาการเกษตรในพื้นที่

๑๖.๓ จัดทำรายงานผลการดำเนินงานและจัดส่งให้ CoO โดยในช่วงแรกกำหนดให้รายงานทุก ๒ สัปดาห์ หลังจากดำเนินการไประยะหนึ่งแล้วให้รายงานเป็นประจำทุกเดือน

๑๗. สรุปบทเรียนเพื่อนำไปขยายผลและปรับปรุงการดำเนินงาน

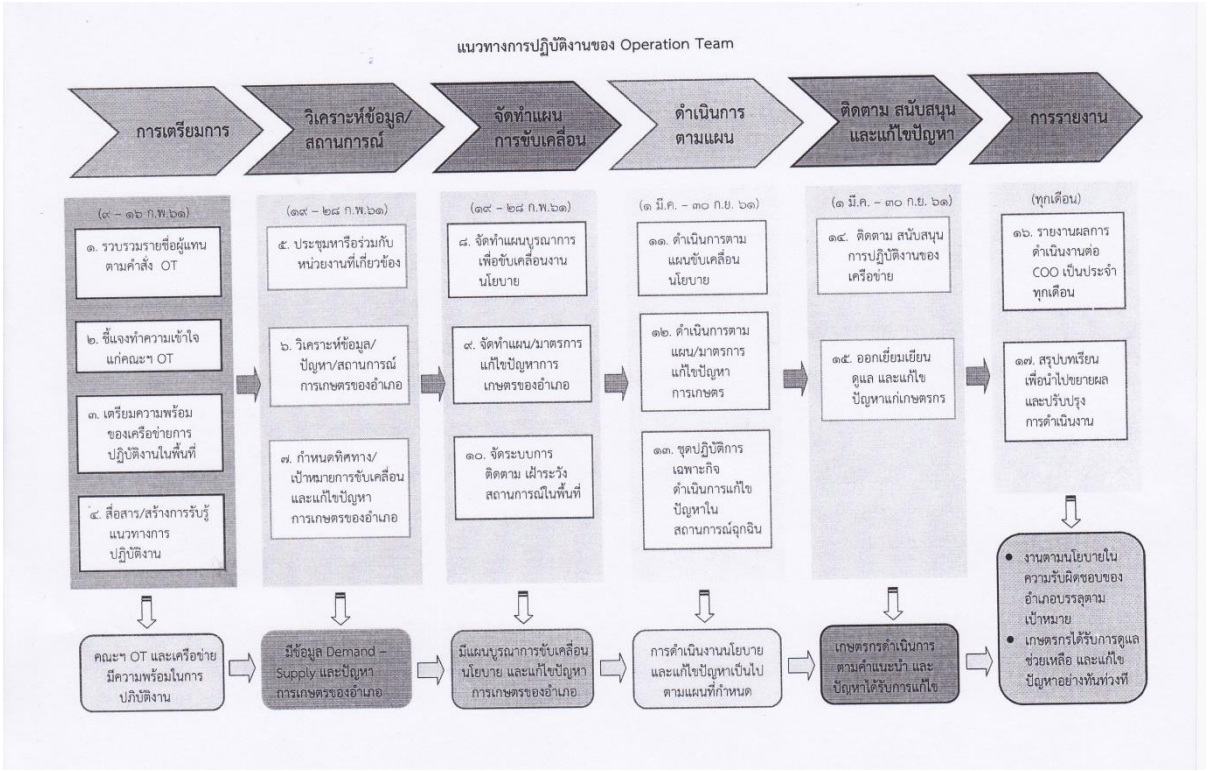
๑๗.๑ สรุปบทเรียนที่ได้จากการดำเนินงานในพื้นที่ ทั้งกรณีที่ประสบความสำเร็จและกรณีที่มีปัญหา

๑๗.๒ นำผลที่ได้มาขยายผลและปรับปรุงการดำเนินงานในระยะต่อไป

ผลสำเร็จ : ๑. งานตามนโยบายในความรับผิดชอบของอำเภอบรรลุตามเป้าหมาย

๒. เกษตรกรได้รับดูแล ช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงที

จากรายละเอียดการดำเนินงานของคณะทำงานปฏิบัติการขับเคลื่อนงานนโยบายสำคัญและการแก้ไขปัญหาการเกษตรระดับอำเภอ (Operation Team : OT) ตามที่กล่าวมาข้างต้น สรุปเป็นภาพรวมของแนวทางการปฏิบัติงานของคณะฯ OT ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ ๓.๓ แนวทางการปฏิบัติงานของคณะฯ OT

กล่าวโดยสรุปการดำเนินงานของคณะทำงานปฏิบัติการขับเคลื่อนงานนโยบายสำคัญและการแก้ไขปัญหาการเกษตรระดับอำเภอ (Operation Team : OT) ประกอบด้วย ๖ ขั้นตอนหลัก ได้แก่ การเตรียมการ วิเคราะห์ข้อมูล/สถานการณ์จัดทำแผนการขับเคลื่อน ดำเนินการตามแผน ติดตาม สนับสนุน และแก้ไขปัญหาและการรายงาน ซึ่งแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียดในการปฏิบัติงานเพื่อขับเคลื่อนงานนโยบายสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

เรื่องที่ ๓.๒.๓ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือกับเกษตรกรและองค์กรเกษตรกร

เกษตรกรเป็นบุคคลเป้าหมายที่สำคัญของงานส่งเสริมการเกษตร งานส่งเสริมการเกษตรจะสำเร็จได้ต้องได้รับความร่วมมือจากเกษตรกร การที่เกษตรกรจะให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ ย่อมมีพื้นฐานมาจากการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักส่งเสริมการเกษตร ถ้านักส่งเสริมการเกษตรสามารถสร้างมนุษยสัมพันธ์กับเกษตรกรจนเกิดความคุ้นเคยกัน เกษตรกรเกิดความประทับใจ และไว้วางใจในตัวนักส่งเสริมการเกษตรแล้ว ย่อมสามารถชักชวนหรือขอความร่วมมือกับเกษตรกรได้ง่าย เกษตรกรจะเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยความสมัครใจและทำงานร่วมกับนักส่งเสริมการเกษตรอย่างมีความสุข การสร้างมนุษยสัมพันธ์กับเกษตรกรสามารถทำได้ ๒ รูปแบบคือ การสร้างมนุษยสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการ และการสร้างมนุษยสัมพันธ์แบบเป็นทางการ ดังต่อไปนี้

๑. การสร้างมนุษยสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการกับเกษตรกร

การสร้างมนุษยสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการกับเกษตรกร หมายถึง การสร้างมนุษยสัมพันธ์อย่างไม่มีพิธีรีตองไม่มีแบบแผนหรือขั้นตอนที่แน่นอนเหมือนกับแผนปฏิบัติงานที่กำหนดขึ้นในองค์การ เป็นการสร้างความสัมพันธ์ตามโอกาสที่สะดวก ทั้งนี้ เพื่อทำความรู้จักสร้างความคุ้นเคยและเกิดความรู้สึกที่ดีต่อกัน อันเป็นรากฐานของความสัมพันธ์อันดีที่จะนำไปสู่การทำงานร่วมกันอย่างเป็นทางการต่อไป การสร้างมนุษยสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการมีลักษณะสำคัญ ดังต่อไปนี้

- เป็นการสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่เกิดจากความต้องการของนักส่งเสริมการเกษตร ไม่ใช่ถูกกำหนดให้ทำตามหน้าที่รับผิดชอบ
- เป็นไปตามความสะดวก แล้วแต่จังหวะและโอกาสหรือเป็นเหตุการณ์เฉพาะหน้า
- เป็นน้ำใจไมตรีไม่ได้หวังผลตอบแทน
- ส่วนใหญ่มักทำตามขนบธรรมเนียมประเพณีของสังคม
- ไม่เกี่ยวข้องกับงบประมาณ เวลา สถานที่ และวัสดุอุปกรณ์ของหน่วยงาน

วิธีการสร้างมนุษยสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการ เกษตรกรสามารถสร้างความสัมพันธ์ได้ตามกิจกรรมต่าง ๆ ที่เปิดโอกาสให้นักส่งเสริมการเกษตรได้ติดต่อพบปะสัมพันธ์กับเกษตรกร ดังต่อไปนี้

๑) การแนะนำตัวหรือการทักทาย ก่อนเข้าไปในท้องที่ใด นักส่งเสริมการเกษตรควรแนะนำตนให้เป็นที่รู้จักแก่เกษตรกรก่อน นักส่งเสริมการเกษตรต้องเป็นฝ่ายเข้าไปแนะนำตน โดยเข้าไปพบบุคคลที่เกษตรกรทั่วไปให้ความเคารพนับถือ เช่น เจ้าอาวาส ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นต้น การแนะนำตัวกับผู้ใหญ่ควรมีสัมมาคารวะ อ่อนน้อมถ่อมตน แสดงความเคารพต่อผู้ใหญ่ ไม่ตีตนเสมอท่าน เมื่อผู้อาวุโสเกิดความรู้สึกที่ดีต่อนักส่งเสริมการเกษตรจนถึงขั้นชอบพอหรือยอมรับแล้ว ย่อมเป็นแนวทางที่จะสร้างสัมพันธ์กับเกษตรกรรายอื่น ๆ ได้ง่าย สำหรับคนที่รู้จักกันแล้ว เมื่อพบหน้ากันก็ต้องทักทายกันพูดจากันอย่างน้อยก็โบกไม้โบกมือให้กันหรือยิ้มให้กัน นักส่งเสริมการเกษตรควรพยายามจำชื่อเกษตรกรให้ได้และทักทายด้วยการเรียกชื่อเขา เดล คาร์เนกิ (Dale Carnegie ๑๙๖๑) อ้างโดย รุจ ศิริสัญลักษณ์ (๒๕๕๖) กล่าวว่า ชื่อของบุคคลใดก็ตามสำหรับบุคคลนั้นเป็นสำเนียงที่

หวานที่สุดและสำคัญที่สุดในภาษามนุษย์ ข้อควรระวังเกี่ยวกับการทักทายเกษตรกร คือ อย่าทำเป็นมองไม่เห็นหรือ หลบหน้า เพราะการทำเช่นนี้นอกจากจะทำให้เกษตรกรเสียความรู้สึกที่ดีต่อนักส่งเสริมการเกษตรแล้วยังทำให้นักส่งเสริมการเกษตรไม่ได้รับความสำเร็จด้านมนุษยสัมพันธ์ แม้ตนจะมีคุณสมบัติด้านอื่นดีเพียงใดก็ตาม

๒) การเยี่ยมเพื่อสานสัมพันธ์ หลังจากนักส่งเสริมการเกษตรรู้จักกับเกษตรกรแล้ว ถ้ารู้สึกต้องอัธยาศัยกับเกษตรกร อาจถูกชักชวนให้ไปเที่ยวที่บ้าน เมื่อนักส่งเสริมการเกษตรได้รับการชักชวนแล้วตามมารยาทสัมพันธ์ ควรนัดหมายให้เจ้าของบ้านทราบล่วงหน้าว่าจะไปเมื่อไร ถ้ามีการเชิญรับประทานอาหาร ที่บ้านเกษตรกร นักส่งเสริมการเกษตรควรมีของติดมือไปด้วย เช่น เครื่องดื่ม ของขบเคี้ยว เป็นต้น การเยี่ยมเป็นการไปมาหาสู่เพื่อถามข่าวคราวในยามสุขหรือยามเจ็บไข้ได้ทุกข์ หลังจากทักทายแสดงความดีใจหรือเสียใจกันแล้ว ไม่ควรปล่อยบรรยากาศเงียบลงไป ควรมีการสนทนากันในเวลาพอสมควร การสนทนาเป็นสิ่งจำเป็นในการเสริมสร้างมนุษยสัมพันธ์ การเป็นนักสนทนาที่ดีจะช่วยให้การผูกมิตรกับเกษตรกรเป็นไปได้ง่าย และรวดเร็วขึ้นเรื่องที่นำมาสนทนากันควรเป็นเรื่องทั่ว ๆ ไป เช่น ดินฟ้าอากาศ เหตุการณ์ต่าง ๆ ข่าวสารตามสื่อต่าง ๆ เป็นต้น

๓) การร่วมกิจกรรมและให้ความช่วยเหลือในชุมชน สังคมชนบทเป็นสังคมที่ต้องพึ่งพาอาศัยกัน มีการไปมาหาสู่เพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ถ้าใครอยู่โดดเดี่ยวไม่ยุ่งเกี่ยวกับผู้อื่นมักจะไม่มีใครอยากคบหาสมาคมด้วย การช่วยเหลือเกื้อกูลผู้อื่นจะมีโอกาสได้แสดงออก โดยการเข้าไปร่วมงานหรือกิจกรรมที่เกี่ยวกับศาสนา เช่น งานบวช งานแต่งงาน งานศพ เป็นต้น นักส่งเสริมจะต้องประพฤติตนเป็นผู้มีน้ำใจให้ความช่วยเหลือ หรือร่วมรับรู้ในความรู้สึกของแต่ละครอบครัวในสังคมนั้น ถ้าไม่ไปร่วมงานบ่อยครั้ง อาจเกิดความเสียหายขนาดขาดมารยาททางสังคมหรือขาดความนับถือได้

นักส่งเสริมการเกษตรควรให้ความร่วมมือช่วยเหลืองาน โดยให้คำปรึกษาหรือช่วยแสดงความคิดเห็น ช่วยในด้านแรงงานหรือให้ยืมวัสดุอุปกรณ์ เช่น เทปเพลง เครื่องเล่นสเตอริโอ หรือนำรถของตนไปช่วยขนของ รับส่งพระสงฆ์จะเป็นการสร้างความประทับใจแก่เกษตรกรได้ นอกจากนี้ควรร่วมเงินทำบุญ ซึ่งเป็นประเพณีหรือมารยาททางสังคมที่ควรกระทำ เพราะงานดังกล่าวย่อมมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้น และที่สำคัญชาวบ้านถือว่าได้อานิสงค์ผลบุญด้วย

๔) การร่วมงานประเพณีของชุมชน งานส่งเสริมการเกษตรเป็นการทำงานร่วมกับมวลชนเกษตรกรนักส่งเสริมการเกษตรจะต้องทำตนให้สังคมยอมรับ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับมวลชนเกษตรกรจะทำให้นักส่งเสริมการเกษตรเป็นที่เคารพเชื่อถือของเกษตรกร ส่งผลให้เกิดความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ ของงานส่งเสริมการเกษตรได้ นักส่งเสริมการเกษตรจะต้องออกไปสังคมกับเกษตรกรต้องปรับตัวเพื่อการสังคม ควรศึกษาขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ระเบียบแบบแผนของสังคม และปฏิบัติตามแบบแผนของสังคมนั้น โดยไม่ทำสิ่งที่ขัดต่อขนมธรรมเนียมประเพณีของเกษตรกร เพราะจะทำให้ถูกต่อต้านและไม่ยอมรับในตัวนักส่งเสริมการเกษตร ในด้านงานประเพณีของชุมชน ได้แก่ งานทอดกฐิน งานบุญต่าง ๆ ประเพณี แข่งเรือ สงกรานต์ นั้น นักส่งเสริมการเกษตรควรให้ความร่วมมือ เช่น เป็นกรรมการจัดงาน เป็นกรรมการตัดสินการประกวดต่าง ๆ นักส่งเสริมการเกษตรต้องเข้าร่วมงานด้วยความยินดี ช่วยเหลืองานเต็มกำลังความสามารถ และร่วมสนุกสนานอย่างเต็มที่ ขณะเดียวกันต้องประพฤติตนเป็นคนดี มีมรรยาท พูดจาสุภาพให้เกียรติแก่เกษตรกรทุกคน และช่วยเหลืองานโดยเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าแสวงหาประโยชน์ส่วนตัว

๕) การสร้างมิตรภาพกับกลุ่มเกษตรกร การสร้างมนุษยสัมพันธ์แบบนี้เป็นการสร้างความสัมพันธ์หรือสร้างมิตรภาพกับกลุ่มเกษตรกรอย่างไม่เป็นทางการ อาจเริ่มต้นจากการที่นักส่งเสริมการเกษตรเข้าไปพบปะสนทนากับเกษตรกรคนหนึ่ง แล้วมีเพื่อนบ้านหรือคนรู้จักเข้ามาร่วมวงคุยด้วย เมื่อถูกอัธยาศัยกันก็นัดมาคุยสังสรรค์กันอีกครั้ง หรือความสัมพันธ์แบบนี้อาจจะเกิดขึ้นได้จากนักส่งเสริมการเกษตร เคยทำงานร่วมกับเกษตรกรกลุ่มหนึ่งแล้วเกิดความสนิทสนมกัน หลังจากเสร็จกิจกรรมแล้วก็นัดพบปะสังสรรค์กัน การร่วมสมาคมกับกลุ่มเกษตรกรเช่นนี้ เป็นการสร้างมิตร ทำให้นักส่งเสริมการเกษตรมีเพื่อนมีคนรู้ใจ ทำให้คลายเครียดจากการทำงาน ถ้าทำงานด้วยกันใหม่อีกครั้งก็จะรู้นิสัยใจคอกัน ทำให้ทำงานร่วมกันได้ราบรื่นยิ่งขึ้น การสร้างมนุษยสัมพันธ์กับกลุ่มที่ไม่เป็นทางการนี้ ส่วนใหญ่เป็นไปในลักษณะสนทนากัน ซึ่งบรรยากาศที่ดีของการสนทนาจะนำมาสู่มิตรภาพ เกิดความสนิทสนมกลมเกลียวกัน ทำให้ได้เพื่อนที่ดีเพิ่มขึ้นการสนทนายังเกิดประโยชน์และมีคุณค่าในการแลกเปลี่ยนทัศนะ ความรู้ ความคิดเห็นซึ่งกันและกัน และช่วยเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ในสังคมหรือหมู่มิตรสหาย ทั้งนี้ เพราะการสนทนาเป็นการช่วยระบายหรือผ่อนคลายความตรึงเครียดทางอารมณ์ ตลอดจนความทุกข์กังวลต่าง ๆ ทำให้เกิดความสบายใจแก่ผู้สนทนาได้

๒. การสร้างมนุษยสัมพันธ์แบบเป็นทางการกับเกษตรกร

การสร้างมนุษยสัมพันธ์แบบเป็นทางการกับเกษตรกร หมายถึง การสร้างมนุษยสัมพันธ์กับเกษตรกรตามขอบเขตภาระหน้าที่ของงานที่กำหนดไว้ในองค์การ ทั้งนี้ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีในขณะปฏิบัติงาน อันเป็นสภาวการณ์ที่เสริมให้การทำงานร่วมกันระหว่างนักส่งเสริมการเกษตรกับเกษตรกรบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้ง่ายขึ้นลักษณะสำคัญของการสร้างมนุษยสัมพันธ์แบบเป็นทางการกับเกษตรกร ดังนี้

- เป็นการสร้างความสัมพันธ์ตามบทบาทหน้าที่ที่กำหนดไว้ในองค์การ
- เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในขณะปฏิบัติงาน
- เป็นกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ที่ได้วางแผนมาก่อน

มีจุดเริ่มต้นและสิ้นสุดตามกำหนดเวลาและสถานที่ที่วางไว้ มีการเรียบเรียงขั้นตอนการทำงานมีการสนับสนุนด้านงบประมาณและวัสดุอุปกรณ์เป็นการปฏิบัติงานตามแผนหรือโครงการที่ร่างไว้

- มีการคาดหวังประโยชน์ที่จะได้รับจากการสร้างความสัมพันธ์ เช่น ช่วยให้งานเสร็จเร็วขึ้น ทำให้เกษตรกรมีทัศนคติที่ดีต่อนักส่งเสริมการเกษตร
- มีการติดต่อสื่อสารอย่างเป็นทางการระหว่างนักส่งเสริมการเกษตรกับเกษตรกร เช่น ส่งหนังสือเชิญประชุม แจ้งผลการดำเนินงานเป็นลายลักษณ์อักษร เป็นต้น

วิธีการสร้างมนุษยสัมพันธ์แบบเป็นทางการกับเกษตรกร สามารถพิจารณาได้ตามวิธีการส่งเสริมการเกษตร ซึ่งบุญธรรม จิตต์อนันต์ (๒๕๔๐) กล่าวว่า เป็นวิธีการที่นักส่งเสริมการเกษตรติดต่อกับบุคคลเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสอน ให้ความรู้ แจ้งข่าวสารแนะนำ จูงใจให้ปฏิบัติหรือรับฟังข้อคิดเห็นต่าง ๆ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น ๓ วิธี ได้แก่ การส่งเสริมรายบุคคล การส่งเสริมแบบกลุ่ม และการส่งเสริมมวลชน

ดังนั้น นักส่งเสริมการเกษตรสามารถสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับเกษตรกรโดยการติดต่อสัมพันธ์กับเกษตรกรตามวิธีการดังกล่าว ดังต่อไปนี้

๑) การติดต่อสัมพันธ์เป็นรายบุคคล เป็นการติดต่อระหว่างนักส่งเสริมการเกษตรกับเกษตรกรเป็นรายบุคคล เช่น การเยี่ยมเยียนที่ไร่นาของเกษตรกร ติดต่อที่สำนักงานการขอคำปรึกษาทางโทรศัพท์และการเขียนจดหมายตอบคำถามเกษตรกร การติดต่อสัมพันธ์ในรูปแบบดังกล่าว นักส่งเสริมการเกษตรสามารถสร้างมนุษยสัมพันธ์กับเกษตรกรโดยมีแนวทางปฏิบัติดังนี้

๑.๑ ตรงต่อเวลาตามที่นัดหมาย เมื่อมีการนัดหมายเกษตรกร นักส่งเสริมการเกษตรกรต้องมาติดต่อสัมพันธ์ให้ตรงเวลา อย่าปล่อยให้เกษตรกรคอยนาน

๑.๒ ปฏิบัติต่อเกษตรกรที่มาติดต่อขอความช่วยเหลืออย่างเท่าเทียมกันด้วยความยุติธรรมและได้รับในสิ่งที่ถูกต้อง ไม่มีอคติ หรือเห็นแก่สินจ้างรางวัล

๑.๓ อำนวยความสะดวกแก่เกษตรกรผู้มาติดต่อ หน่วยงานที่ให้บริการ ควรมีสถานที่จอดรถที่ปลอดภัย มีห้องน้ำที่สะอาด มีโทรศัพท์สาธารณะ มีสถานที่นั่งรอที่เพียงพอกับจำนวนเกษตรกร มีน้ำดื่ม มีการจัดเตรียมอุปกรณ์การเขียน

๑.๔ มีสัมมาคารวะ นักส่งเสริมการเกษตรต้องรู้จักเคารพผู้อาวุโสและเคารพต่อขนบธรรมเนียมประเพณีของเกษตรกร มีความอ่อนน้อมถ่อมตน ไม่เย่อหยิ่ง ถือตัว ถือยศศักดิ์จนเกินไป

๑.๕ ใช้ถ้อยคำที่เหมาะสม การพูดคุยกับเกษตรกรต้องระมัดระวังคำพูดที่ไวต่อความรู้สึกไม่ควรใช้คำพูดที่ก้าวร้าวหยาบคายโดยไม่รู้ตัว นักส่งเสริมการเกษตรควรพูดด้วยถ้อยคำที่สุภาพ มีน้ำเสียงที่อ่อนโยนเป็นธรรมชาติ

๑.๖ สร้างความเป็นกันเอง การสร้างความเป็นกันเองกับเกษตรกรทำให้เกิดความสัมพันธ์หรือความคุ้นเคยกันได้ง่ายขึ้น เพราะบรรยากาศแห่งความเป็นกันเองจะทำให้เกษตรกรไม่เครียดหรือเกร็ง ทำให้เกษตรกรมีความกล้าและมีความมั่นใจที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับนักส่งเสริมการเกษตร

๑.๗ ควบคุมอารมณ์ นักส่งเสริมการเกษตรต้องรู้จักควบคุมอารมณ์ ควรเป็นคนที่มีอารมณ์ดีสม่ำเสมอ ไม่แสดงกิริยาบึ้งตึงหรืออารมณ์ขุ่นมัวต่อเกษตรกรสามารถควบคุมอารมณ์ได้ในขณะโกรธ

๑.๘ แสดงความกระตือรือร้น สนใจ และให้แต่สิ่งที่เป็นประโยชน์แก่เกษตรกร นักส่งเสริมการเกษตรควรสนใจเกษตรกรที่มาติดต่อให้เกษตรกรพูดหรือร้องเรียนเรื่องราวต่าง ๆ จนพอใจ แล้วควรจัดการแก้ไขเรื่องราวเหล่านั้นด้วยความเห็นใจ

๒) การติดต่อสัมพันธ์กับกลุ่มเกษตรกร การสร้างมนุษยสัมพันธ์แบบเป็นทางการกับกลุ่มเกษตรกร เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเกษตรกรในขณะปฏิบัติหน้าที่ในการส่งเสริมแบบเป็นกลุ่ม เช่น การสาธิต การประชุม การบรรยาย การฝึกอบรม การทำงานร่วมกับเกษตรกร เป็นต้น การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มจะช่วยชักจูงให้เกษตรกรให้ความร่วมมือในการทำงาน และรู้สึกเพลิดเพลินในการร่วมกิจกรรม นักส่งเสริมการเกษตรในฐานะผู้ประสานงานในกลุ่มจะต้องเข้าใจวิธีสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่ม ดังนี้

๒.๑ ให้สมาชิกกลุ่มทราบวัตถุประสงค์ของงาน มีการกำหนดบทบาทหนึ่งของสมาชิกกลุ่มอย่างชัดเจนและสอดคล้องกับความรู้ความสามารถของแต่ละคน

๒.๒ เป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์อย่างแท้จริง สามารถตอบปัญหาหรือข้อข้องใจต่าง ๆ แก่เกษตรกรได้ จะทำให้เกษตรกรไม่เกิดการสงสัยและมั่นใจในตัวนักส่งเสริมการเกษตร

๒.๓ มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ นักส่งเสริมการเกษตรต้องมีความตั้งใจในการทำงานร่วมกับเกษตรกรและเต็มใจให้ความช่วยเหลือเกษตรกร สามารถระงับอารมณ์ความรู้สึกที่ไม่พอใจต่อบางสิ่งบางอย่างที่สมาชิกกลุ่มแสดงออกมา

๒.๔ สร้างบรรยากาศให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี บรรยากาศในกลุ่มควรเป็นบรรยากาศที่อบอุ่นให้การยินดีต้อนรับนักส่งเสริมการเกษตรต้องพยายามรักษาบรรยากาศภายในกลุ่มให้อยู่ในสภาพที่เอื้อต่อการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

๒.๕ สร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน วิจิตร อาวะกุล (๒๕๒๘) อ้างโดย รุจ ศิริสัญลักษณ์ (๒๕๕๖) ได้ให้ความหมายของการสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกันว่าเป็นการที่บุคคลพยายามทำความเข้าใจในพฤติกรรม ทักษะ และความต้องการของผู้อื่นเพื่อให้เกิดการอภัยกันและรู้จักปรับตัวยืดหยุ่นผ่อนสั้นผ่อนยาวในการปฏิบัติต่อกัน

๒.๖ ไว้ใจกันและการเคารพซึ่งและกัน เบรก และมูทัน (๑๙๗๘) อ้างใน บาร์รี แอล รีส และรอนดาบรานท์ (๑๙๘๔) กล่าวว่า การไว้ใจกันและการเคารพซึ่งกันและกัน เป็นตัวผลักดันให้เกิดมนุษยสัมพันธ์ได้อย่างดียิ่ง

๓) การติดต่อสัมพันธ์กับมวลชนเกษตรกร การสร้างมนุษยสัมพันธ์กับมวลชนเกษตรกรเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับมวลชนเกษตรกนในระหว่างการทำสื่อสารหรือถ่ายทอดความรู้โดยผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ เพื่อให้เกษตรกรเกิดความสนใจที่จะรับข่าวสารอย่างต่อเนื่องและเกิดความพึงพอใจในขณะรับข่าวสารนั้น ตลอดจนนำความรู้หรือข่าวสารที่ได้รับนั้นไปปฏิบัติตามสื่อมวลชนที่ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตร ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิทรรศการต่าง ๆ เป็นต้น ไม่ว่านักส่งเสริมจะใช้สื่อใดก็ตาม ควรมีวิธีการสร้างมนุษยสัมพันธ์กับมวลชนเกษตรกรดังต่อไปนี้

๓.๑ ให้ข่าวสารที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์แก่เกษตรกร ข่าวสารควรเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของเกษตรกร มีประโยชน์สามารถนำไปปฏิบัติได้ อย่าเสนอข่าวสารที่ไกลตัวเกษตรกรและไม่เกิดสารประโยชน์ นอกจากจะทำให้เกษตรกรไม่สนใจแล้ว ยังทำให้เสียเวลาและงบประมาณด้วย

๓.๒ ทำความเข้าใจในเนื้อหาสาระให้แจ่มแจ้งเสียก่อนสื่อข้อความไปยังเกษตรกร นักส่งเสริมการเกษตรต้องมีความจริงในเรื่องที่จะนำเสนอ ข่าวสารควรถูกต้องเสมอ ไม่ควรเผยแพร่เรื่องที่ตนไม่แน่ใจ เพราะจะทำให้เกษตรกรเกิดการเข้าใจผิดและเกิดความเสียหาย เมื่อนำไปปฏิบัติตามซึ่งจะมีผลทำให้เกษตรกรเสื่อมศรัทธาต่อนักส่งเสริมการเกษตร รวมทั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบด้วย

๓.๓ ตรวจทาน แก้ไขข่าวสารเสียก่อนที่จะทำการเผยแพร่ออกไปสู่มวลชน เพื่อให้ข้อความต่าง ๆ นั้นมีความสมบูรณ์ในด้านเนื้อหา เข้าใจได้ง่าย และไม่กระทบกระเทือนในทางเสื่อมเสียต่อสังคม วัฒนธรรม ประเพณีที่ดีงามของเกษตรกร

๓.๔ ใช้ถ้อยคำธรรมดาที่อ่านง่าย เข้าใจง่ายนำเสนอในลักษณะของการพูดกันกับเกษตรกรอย่างเป็นกันเอง โดยไม่เป็นเชิงวิชาการมากนัก ซึ่งจะทำให้ข่าวสารนั้นน่าสนใจชวนให้ติดตาม แนพ และแวนจีลิสที (Knapp and Vangelisti, ๑๙๙๖) อ้างโดย รุจ ศิริสัญลักษณ์ (๒๕๕๖) ให้ข้อเสนอ แนะนำเกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์ โดยสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพว่า ถ้าท่านต้องการให้ผู้รับข่าวสารเข้าใจในสิ่งที่ท่านนำเสนอ จงอย่ายัดเยียดข่าวสารให้เขามากเกินไป จนเกินความสามารถของเขา พยายามหลีกเลี่ยงเสนอสิ่งที่เป็นนามธรรมที่เข้าใจได้ยาก ควรสรุปให้ผู้รับได้เข้าใจเมื่อเห็นว่าข่าวสารมีเนื้อหาซับซ้อน ควรเริ่มเรื่องจากง่ายไปหายาก และจงทำความคิดเห็นของท่านให้เป็นที่เข้าใจของผู้รับ โดยการให้รายละเอียดเพิ่มเติมเท่าที่ทำได้

๓.๕ เลือกส่งข่าวสารในช่วงเวลาที่เหมาะสม อันเป็นช่วงที่เกษตรกรชอบรับฟัง อ่าน หรือชมมากที่สุด ซึ่งอาจจะแตกต่างกันไปในแต่ละท้องที่

๓.๖ ระมัดระวังในขณะทำการสื่อสารข้อความแต่ละครั้ง ในการสื่อข้อความนั้น น้ำเสียง อากัปกิริยาลักษณะท่าทางของผู้ส่งสาร จะมีผลกระทบต่อผู้รับข่าวสารเป็นอย่างมาก นักส่งเสริมการเกษตรต้องเลือกข้อความที่มีความหมายชัดเจน ไม่กำกวม และไวต่อความรู้สึกของเกษตรกร การสื่อสารด้วยน้ำเสียง หรือกิริยาที่สุภาพเรียบร้อยจะทำให้ผู้รับเกิดความศรัทธาในตัวผู้ที่ส่งสารมากขึ้น ก่อนสื่อข้อความหรือแสดงอากัปกริยาอะไรออกไปควรคิดให้รอบคอบว่าจะมีผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้รับอย่างไร บาร์รี แอล รีซ และรอนดา บรานท์ (๑๙๘๔) อ้างโดย รุจ ศิริสัญลักษณ์ (๒๕๕๖) กล่าวว่าความประทับใจที่คนอื่นมีต่อเรานั้นมีรากฐานมาจากการที่เขาได้ยินสิ่งที่เราพูด และเห็นในสิ่งที่เราทำเขาไม่รู้หรอกว่าที่แท้จริงแล้วเราเป็นอย่างไร เขาเพียงแต่ตัดสินใจตัวเราจากคำพูดและการกระทำที่เขาพบเห็นเท่านั้น

๓.๗ สื่อข้อความให้สัมพันธ์สอดคล้องกันกับการแสดงท่าที การสื่อข้อความต่าง ๆ ไม่ใช่อยู่ที่คำพูดอย่างเดียว แต่อยู่ที่การกระทำด้วย เมื่อการกระทำของบุคคลหรือกิริยาท่าทางตรงกันข้ามกับคำพูด จะทำให้ผู้รับข่าวสารไม่เชื่อถือในตัวผู้พูดและไม่เชื่อในคำพูดนั้น

๓.๘ สื่อสารให้น่าสนใจ ชวนติดตาม และได้ประโยชน์ ถ้าเป็นสื่อวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ควรพูดด้วยน้ำเสียงที่มีชีวิตชีวา อย่าพูดเฉื่อย ๆ เหมือนคนไข้ และควรให้เสียงที่เป็นธรรมชาติ ไม่ใช่เสียงอ่านหนังสือซึ่งอาจทำให้ผู้ฟังหงุดหงิด เสียอารมณ์ ควรใช้เสียงของโฆษกให้เข้ากับเรื่องที่จะเสนอ เช่น ให้เสียงผู้หญิงกับรายการที่เป็นแม่บ้านการเรือน เสียงผู้ชายสำหรับรายการช่างเครื่องยนต์กลไก เป็นต้น และที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือ นักจัดรายการควรให้คำแนะนำ และสรุปประเด็นที่เป็นแก่นสาระสำคัญของเนื้อหาให้แก่ผู้รับข่าวสารด้วย

๓.๙ แนะนำแหล่งความรู้เพิ่มเติมให้แก่เกษตรกร ในกรณีที่ไม่สามารถให้รายละเอียดหรืออธิบายให้เกิดภาพพจน์อย่างชัดเจนได้ นักส่งเสริมการเกษตรในฐานะผู้จัดรายการควรแนะนำสถานที่หรือหน่วยงานที่เกษตรกรสามารถติดต่อขอรายละเอียดเพิ่มเติมได้ หรือผู้ดำเนินรายการนั้นเปิดโอกาสให้เกษตรกรได้ซักถามหรือขอรายละเอียด โดยทางจดหมายหรือโทรศัพท์ หรือมาพบโดยตรงที่สำนักงานก็ได้

๓.๑๐ ติดตามผลของการสื่อข้อความว่าได้ผลอย่างไร การส่งข้อความใด ถ้าเราไม่ทราบว่าข้อความนั้นถูกต้องทั้งเนื้อหาสาระ และส่งไปได้ถึงไหน ผู้รับเข้าใจถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งหรือไม่ นับว่าการสื่อสารนั้นยังไม่สมบูรณ์แบบ การติดตามผลจะทำให้ผู้ส่งสารได้รับคำตอบจากสิ่งที่สงสัย เราสามารถประเมินผลจากการตอบสนองของผู้รับ โดยเปิดโอกาสให้ผู้รับได้แสดงความคิดเห็นต่อข่าวสารหรือให้ผู้รับมีส่วนร่วมในรายการ โดยทางโทรศัพท์ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) ด้วย

จากที่กล่าวมาทั้งหมดในเรื่องการสร้างมนุษยสัมพันธ์กับเกษตรกร สรุปได้ว่ามีวิธีการสร้างความสัมพันธ์กับเกษตรกร ๒ รูปแบบ คือ แบบไม่เป็นทางการและแบบเป็นทางการ+ทั้งสองรูปแบบแม้จะมีความแตกต่างกันในรายละเอียด แต่ก็มีหลักการทางมนุษยสัมพันธ์ที่คล้ายคลึงกัน คือ นักส่งเสริมการเกษตรจะต้องเป็นผู้ที่มีความรัก และความปรารถนาดีต่อเกษตรกร มีความจริงใจที่จะสร้างความสัมพันธ์กับเกษตรกร มีความเคารพในศักดิ์ศรีและความคิดเห็นของเกษตรกร และมีความอดทนตลอดจนการเสียสละ เพื่อก่อให้เกิดมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน งานส่งเสริมการเกษตรมีความจำเป็นต้อง

ใช้วิธีการสร้างความสัมพันธ์ทั้ง ๒ รูปแบบควบคู่กันไป การที่จะเลือกใช้แบบใดนั้นขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ โอกาส เวลา สถานที่ ปัจจัยสนับสนุน และจำนวนมากน้อยของเกษตรกร

เรื่องที่ ๓.๒.๔ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย

รุจ ศิริสัญลักษณ์ (๒๕๕๖) กล่าวว่า ในการทำงานส่งเสริมการเกษตร นอกจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจะต้องทำงานร่วมกันกับบุคลากรภายในองค์การส่งเสริมการเกษตรและเกษตรกรเป้าหมายแล้ว ยังต้องติดต่อสัมพันธ์และประสานงานร่วมกับบุคลากรของหน่วยงานอื่น ๆ เช่น กรมวิชาการเกษตร กรมปศุสัตว์ กรมการพัฒนาชุมชน สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ธนาคารพาณิชย์ บริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตร มูลนิธิ หรือสมาคมต่าง ๆ เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากงานส่งเสริมการเกษตรเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ซึ่งรัฐบาลมีนโยบาย ให้หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมมือกันในการพัฒนา การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการประหยัดงบประมาณ เวลา แรงงาน วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ทำให้การทำงานไม่ซ้ำซ้อนกันหรือแข่งขันกัน ช่วยให้ทุกฝ่ายเข้าใจนโยบายและวัตถุประสงค์ในการทำงานร่วมกัน ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานและก่อให้เกิดผลงานที่เป็นประโยชน์เพิ่มขึ้น ในการสร้างมนุษยสัมพันธ์กับบุคลากรของหน่วยงานอื่น จะกล่าวถึงรูปแบบการติดต่อสัมพันธ์ของบุคคลระหว่างองค์กร วิธีการสร้างมนุษยสัมพันธ์กับบุคลากรของหน่วยงานอื่น และการรักษาสัมพันธ์ที่ดีกับบุคลากรในหน่วยงานอื่นให้ยั่งยืน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๑. รูปแบบการติดต่อสัมพันธ์ของบุคคลระหว่างองค์การต่าง ๆ ตามปกติคนเราย่อมมีเพื่อน ฝูงหรือญาติพี่น้องทำงานอยู่ตามองค์การต่าง ๆ และเป็นธรรมดาของมนุษย์ที่ต้องติดต่อสื่อสารและสร้างสัมพันธ์ไมตรีต่อกัน บางครั้งอาจมีการถามไถ่หรือปรึกษาเรื่องงานกันและมักมีการขอความช่วยเหลือหรือให้ความช่วยเหลือแก่กัน การติดต่อสัมพันธ์ขั้นต้นนี้จะนำไปสู่การขอร้องหรือชักชวนให้อีกฝ่ายหนึ่งช่วยเหลือหรือร่วมงานกัน ทำให้เกิดผลงานขึ้นมา อันเป็นประโยชน์ต่อองค์การ ถ้ามองในมิติที่ใหญ่ขึ้นมาจะเห็นว่าองค์การต่าง ๆ ต่างต้องพึ่งพาอาศัยกันในการทำงานและมีอิทธิพลแก่กันและกัน Pfeffer and Salancik (๑๙๗๘) อ้างถึงในนิตยา (๒๕๔๐) อ้างโดยรุจ ศิริสัญลักษณ์ (๒๕๕๖) กล่าวว่า ไม่มีองค์การใดที่จะเลี้ยงตนเองได้โดยลำพังพร้อมทั้งมีอำนาจด้วย แต่จะได้รับอิทธิพลจากองค์การอื่น ๆ ทุกองค์การจะมีการแลกเปลี่ยนทรัพยากรกับองค์การอื่น ๆ ในรูปแบบของปัจจัยนำเข้าและผลิตภัณฑ์ ยิ่งขนาดและความสำคัญของการแลกเปลี่ยนมีมากย่อมทำให้องค์การภายนอกมีอำนาจเหนือองค์การนั้น ๆ จากกระแสและแรงผลักดันของการพึ่งพากัน ทำให้ผู้บริหารองค์การหนึ่งต้องเสนอโครงการที่มีการแลกเปลี่ยนทรัพยากรกับองค์การอื่น ๆ เพื่อร่วมกันผลิตหรือสร้างผลงานขึ้นมาอันเป็นประโยชน์ร่วมกันระหว่างองค์การจึงทำให้บุคคลากรขององค์การหนึ่งมีโอกาสติดต่อสัมพันธ์หรือทำงานร่วมกับบุคลากรขององค์การอื่น ๆ ดังนั้น บุคลากรในองค์การหนึ่งจะมีรูปแบบในการติดต่อสัมพันธ์กับบุคลากรของอีกองค์การหนึ่งดังต่อไปนี้

๑.๑ การติดต่อสัมพันธ์ส่วนบุคคล เป็นการติดต่อสัมพันธ์ของคนที่เคยรู้จักกันมาก่อน หรือคนที่ถูกแนะนำให้รู้จัก วัตถุประสงค์ของการติดต่ออาจเป็นเรื่องส่วนตัวหรือเรื่องงานที่จะต้องทำร่วมกันหรือขอร้องให้ช่วยเหลือ การติดต่อสัมพันธ์เช่นนี้แม้ว่าจะไม่เป็นทางการแต่ก็เป็นการปูพื้นฐานหรือแนวทางที่จะสานสัมพันธ์ในการทำงานร่วมกันระหว่างองค์การในภายภาคหน้า

๑.๒ การเชื้อเชิญบุคคล เป็นการติดต่อขอความร่วมมือหรือการเชื้อเชิญให้บุคคลจากองค์การหนึ่งไปช่วยงานอีกองค์การหนึ่ง เช่น การเชิญบุคคลที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญพิเศษจาก

หน่วยงานหนึ่งไปเป็นวิทยากรในกิจกรรมต่าง ๆ ที่อีกหน่วยงานหนึ่งจัดขึ้น การติดต่อสัมพันธ์แบบนี้มักเป็นแบบทางการ คือ การเชิญโดยทำเป็นหนังสือเชิญจากองค์การนั้น บ่อยครั้งการเชิญสิทยากรมักเริ่มจากรูปแบบที่ไม่เป็นทางการโดยทาบทามในฐานะเพื่อนหรือผู้ที่เคยรู้จักมักคุ้นกันมาก่อนแล้วทำหนังสือเชิญทีหลัง

๑.๓ การทำบันทึกข้อตกลงร่วมกัน (Memorandum of Understanding) องค์การส่งเสริมการเกษตร บางครั้งได้มีการทำสัญญาหรือข้อตกลงระยะยาวกับบริษัทต่าง ๆ ที่ให้ปัจจัยนำเข้า (Input) ผลิตภัณฑ์ (output) จึงมีการทำสัญญาที่เป็นทางการกับบริษัทจัดจำหน่ายวัตถุดิบต่าง ๆ เช่น ปุ๋ย สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชเพื่อให้ได้วัตถุดิบมาใช้ในโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ และบางครั้งจะมีการทำสัญญากับองค์การ หรือบริษัทต่าง ๆ ที่จะรับซื้อผลิตภัณฑ์จากโครงการส่งเสริมการเกษตร สัญญาดังกล่าวจะเป็นกลไกในการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์การ

๑.๔ การทำงานร่วมกันในรูปแบบของคณะกรรมการ องค์การต่าง ๆ ที่ทำงานเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตรหรือการพัฒนาชนบทมักเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ ร่วมกัน เช่น การทำงานซ้ำซ้อนกัน ปัญหาด้านการตลาด เป็นต้น การชักชวนให้หน่วยงานต่าง ๆ ส่งตัวแทนเข้ามาร่วมคิด ร่วมแก้ไขปัญหากันในรูปของคณะกรรมการ จะทำให้เกิดการพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและสร้างความเข้าใจปัญหาของกันและกัน และยังทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างองค์การที่ทำหน้าที่ต่างกัน การร่วมกันทำงานรูปคณะกรรมการนี้ สามารถทำได้ในลักษณะเป็นคณะกรรมการชั่วคราว เพื่อทำหน้าที่แก้ไขปัญหาเฉพาะเรื่อง และเป็นคณะกรรมการระยะยาวซึ่งต้องทำงานร่วมกันเป็นเวลานาน

๑.๕ การทำโครงการร่วมกัน หลายครั้งที่องค์การต่าง ๆ ได้เข้ามาร่วมกันทำงานภายใต้โครงการที่จัดตั้งขึ้นตามแผนพัฒนาหรือนโยบายของรัฐบาล ดังนั้น หน่วยงานที่มีบทบาทหน้าที่หรือขอบเขตของงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการที่กำหนดขึ้น จึงมีโอกาสที่จะได้เข้ามาทำงานร่วมกันเป็นอย่างมาก เช่น โครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีสินค้าเกษตร ซึ่งประกอบไปด้วยหลายองค์การ เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร กรมวิชาการเกษตร กรมการพัฒนาที่ดิน กรมประมง สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร มหาวิทาลัยเกษตรศาสตร์ และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เป็นต้น

๑.๖ การประชุมหรือสัมมนา บุคลากรจากหน่วยงานต่าง ๆ มีโอกาสพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์กันจากการเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนาที่องค์การใดองค์การหนึ่งจัดขึ้นเพื่อให้มีการช่วยเหลือหรือประสานงานกัน

๒. วิธีการสร้างมนุษยสัมพันธ์กับบุคลากรของหน่วยงานอื่น การสร้างมนุษย์สัมพันธ์กับบุคลากรของหน่วยงานอื่น เป็นการติดต่อสัมพันธ์ทั้งในลักษณะที่ไม่เป็นทางการและแบบเป็นทางการ ในรูปแบบไม่เป็นทางการ เป็นการติดต่อสัมพันธ์กันอย่างง่าย ๆ ไม่เป็นพิธีการ เช่น การโทรศัพท์พูดคุยกัน ซึ่งอาจจะเป็นเรื่องงานหรือเรื่องส่วนตัวการไปเยี่ยมกันถึงที่ทำงาน หรือการนัดพบปะสังสรรค์กันตามสถานที่ต่าง ๆ ส่วนการติดต่อสัมพันธ์แบบเป็นทางการนั้น เป็นการสร้างความสัมพันธ์โดยเริ่มจากการเขียนเป็นลายลักษณ์อักษร เช่น หนังสือขอความร่วมมือ คำสั่งการซึ่งจะตามมาด้วยการปฏิบัติงานร่วมกับบุคลากรจากองค์การต่าง ๆ จะมีการติดต่อสัมพันธ์หรือปฏิบัติกิจกรรมร่วมกันในฐานะเป็นผู้ชักชวนขอความร่วมมือ หรือเป็นผู้ให้ความร่วมมือ ซึ่งบุคคลทุกระดับตั้งแต่ผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาไปจนถึงผู้ใต้บังคับบัญชา หรือผู้ปฏิบัติงานจะมีส่วนร่วมในการสร้างความสัมพันธ์ต่อกันตามบทบาทหน้าที่ของตนในการสร้างมนุษยสัมพันธ์กับบุคลากรในองค์การอื่น ๆ ควรพิจารณาตามวิธีการดังต่อไปนี้

๒.๑ การสร้างมนุษยสัมพันธ์บุคลากรของหน่วยงานอื่นแบบไม่เป็นทางการ การสร้างมนุษยสัมพันธ์กับคนที่เรารู้จักมักคุ้นหรือคนที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน ควรคำนึงด้านการเคารพในศักดิ์ศรีความเป็นคนของผู้อื่น ความจริงใจและกาลเทศะ ดังนี้

๒.๑.๑ ให้เกียรติแก่คนที่เราติดต่อสัมพันธ์ด้วย การโทรศัพท์ การไปเยี่ยมเยียนถึงที่ทำงาน เมื่อจะพูดโทรศัพท์ถึงใคร หรือจะมาพบใคร ควรจะเรียกเขาตามตำแหน่งหน้าที่หรือเรียกโดยใช้คำนำหน้าชื่อที่สุภาพ เช่น ท่านผู้อำนวยการ หัวหน้าฝ่าย หรือคุณสุมาลี เป็นต้น ในกรณีที่เป็นคนรู้จักกันไม่ควรแสดงให้คนในหน่วยงานอื่นเห็นว่าเราสนิทกับบุคคลที่จะติดต่อมากเกินไป เพราะคนอื่น ๆ ในหน่วยงานนั้นอาจจะไม่รู้จักเรา การเรียกเพื่อนด้วยความสนิทบางครั้งอาจจะไม่สุภาพหรือการล้อเลียนเพื่อนต่อหน้าผู้ใต้บังคับบัญชาของเขา อาจจะทำให้เพื่อนของเรากระอักกระอ่วนใจหรืออาจทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาขาดความเคารพได้ ในขณะเดียวกันก็ไม่ควรยกตนข่มท่าน ถ้าเราเป็นฝ่ายต้อนรับบุคคลที่มาเยี่ยมเยียนเรา ก็จงให้เกียรติเขาโดยแนะนำให้ผู้อื่นรู้จักตามตำแหน่งหน้าที่ หรืออาจบอกว่า คุณวิชิต เป็นเพื่อนที่สนิทกันมากครั้งเมื่อสมัยเรียนมัธยมด้วยกัน อีกอย่างหนึ่งคือ พยายามเอาใจใส่บุคคลที่ติดต่อกับเราโดยอย่าปล่อยให้รอโทรศัพท์หรือนั่งคอยนานเกินไป

๒.๑.๒ มีความจริงใจต่อผู้ที่เราติดต่อด้วย เมื่อเราจะติดต่อขอความช่วยเหลือหรือความร่วมมือควรบอกวัตถุประสงค์ให้ชัดแจ้ง อย่ามีสิ่งอื่น ๆ ที่ไม่เหมาะสมแอบแฝงอยู่ อย่าทำให้คนที่เราติดต่อด้วยต้องเดือนร้อนหรือเสียชื่อเสียงทีหลัง ควรแสดงความเอาใจใส่ และกระตือรือร้นที่จะให้ความช่วยเหลือหรือให้ความร่วมมือ เมื่อเห็นว่าสิ่งนั้นมีความเป็นไปได้ และไม่ทำให้ตนหรือผู้อื่นเดือดร้อน และไม่ควรปฏิเสธหรือบอกปัดโดยเร็วนัก เมื่อเห็นว่าเรื่องที่จะให้ความช่วยเหลือจะนำความเดือดร้อนมาให้ ควรช่วยกันคิดแก้ไขหรือเสนอแนวทางอื่นที่ดีกว่าและเป็นที่พอใจทั้งสองฝ่าย ความจริงใจอย่างหนึ่งที่เห็นได้ คือ การยินดีเมื่อเห็นคนที่เรารู้จักมีความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เช่น ได้เลื่อนตำแหน่งหรือได้รับรางวัลต่าง ๆ ควรแสดงความยินดีอย่างจริงใจในความสำเร็จของเขา ถ้าหากมีความอิจฉาเกิดขึ้นจงระลึกว่าความอิจฉาริษยาเป็นพลังบ่อนทำลายการพัฒนาในทุกสิ่งทั้งตนเองและผู้อื่น ตลอดจนองค์การควรเปลี่ยนความรู้สึกอิจฉาเป็นการพัฒนาตนองให้ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบันจะดีกว่า

๒.๑.๓ รู้จักกาลเทศะในการติดต่อสัมพันธ์ การติดต่อสัมพันธ์กับบุคลที่เรารู้จักในหน่วยงานอื่นควรมีพื้นฐานของความเกรงใจ โดยไม่ทำให้ผู้อื่นต้องลำบากใจ รำคาญหรือได้รับความเดือดร้อน ควรหาช่วงเวลาหรือสถานที่ที่ทำให้ผู้ที่เราต้องการพบปะพูดคุยด้วยเกิดความสบายใจและสะดวกที่จะพูดคุยด้วย โดยไม่มีความกังวลใจในเรื่องงานหรือเรื่องส่วนตัว ถ้าเป็นไปได้ควรโทรศัพท์นัดหมายก่อนที่จะพบ และในขณะเดียวกันถ้าเราเป็นฝ่ายที่ถูกผู้อื่นนัดติดต่อมา ควรให้ความสนใจที่จะหาเวลาไปพบปะ อย่าปฏิเสธบ่อยครั้งจนเขาเอือมระอาจนเลิกติดต่อไป

๒.๒ การสร้างมนุษยสัมพันธ์กับบุคลากรในหน่วยงานอื่นแบบเป็นทางการ เป็นการติดต่อสัมพันธ์หรือเป็นการประสานงานที่ทำเป็นหนังสือ คำสั่ง ที่ขอความร่วมมืออย่างเป็นทางการ เป็นการสร้างมนุษยสัมพันธ์ระหว่างองค์การที่เกิดจากอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบร่วมกันซึ่งมีแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ดังนี้

๒.๒.๑ ร่างหนังสือ คำสั่ง ให้ถูกต้องตามหลักราชการ หรือหลักสากล เขียนชื่อผู้รับพร้อมทั้งตำแหน่งให้ถูกต้อง บอกวัตถุประสงค์ของการติดต่อให้ชัดเจน เพื่อไม่ให้ผู้รับเกิดความสับสนหรือหงุดหงิดใจ ข้อความควรจะสั้นกะทัดรัดแต่ได้ใจความครบถ้วน เพื่อไม่ให้เป็นการรบกวนเวลาของผู้อ่านมากนัก

๒.๒.๒ จัดเตรียมความพร้อมในการทำงานร่วมกัน ได้แก่

๑) จัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่สะดวก และพาหนะในการติดต่อประสานงาน เป็นต้น

๒) ตั้งคณะกรรมการกลาง เพื่อให้มีตัวแทนจากองค์การต่าง ๆ เข้ามาวางแผนปฏิบัติงานร่วมกัน ทำให้ผู้ร่วมงานมีทิศทางของการทำงาน ทราบวัตถุประสงค์ของงานชัดเจน มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบแต่ละฝ่ายให้ชัดเจน เพื่อป้องกันการทำงานซ้ำซ้อน หรือก้าวก่ายงานของผู้อื่น และทำให้ทุกฝ่ายปฏิบัติงานได้อย่างสอดคล้องและถูกต้อง

๓) เตรียมความพร้อมด้านบุคลากร เพื่อให้มีความรู้ความสามารถและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้ใกล้เคียงกับบุคลากรขององค์การอื่น ๆ ที่จะทำงานร่วมกัน ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขเทคนิคและวิธีการปฏิบัติงานในองค์การให้สอดคล้องกับองค์การอื่น ทั้งนี้ เพราะความแตกต่างด้านความสามารถของบุคลากร ตลอดจนเทคนิควิธีการปฏิบัติงานที่ต่างกัน ย่อมก่อให้เกิดความขัดแย้งได้ง่าย และงานไม่สามารถดำเนินไปด้วยความสอดคล้องสัมพันธ์อย่างเหมาะสม

๒.๒.๓ สร้างสัมพันธ์ที่ดีในการทำงานร่วมกัน ความราบรื่นและความสำเร็จของงานจะเกิดขึ้นได้ยาก ถ้าผู้ร่วมงานขาดมนุษยสัมพันธ์ในการปฏิบัติงาน บุคลากรของทุกฝ่ายควรสร้างมนุษยสัมพันธ์ตามแนวทาง ดังนี้

๑) สร้างสำนึกในความรับผิดชอบร่วมกันทำให้บุคลากรทุกฝ่ายเกิดความรู้สึกว่าเป็นเจ้าของโครงการ ทำให้ทุกคนเห็นถึงความสำคัญของโครงการ และจูงใจให้เขาทำงานโดยการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมและเป็นเจ้าของในความสำเร็จของงาน

๒) สร้างนิสัยให้ความร่วมมือกับผู้อื่น ด้วยการเปิดตนเองให้มีโอกาสทำงานร่วมกับผู้อื่น มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีน้ำใจ ช่วยเหลือผู้อื่น ยอมรับในความสามารถของผู้อื่น

๓) มีความยืดหยุ่นและประสานประโยชน์ในการทำงาน ควรปรับตัวเข้ากับผู้อื่น ยอมรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะตลอดจนประนีประนอมกับผู้อื่นเพื่อที่จะสานผลประโยชน์ร่วมกัน โดยยึดหลักสายกลางในด้านความพอดี ความถูกต้องของหลักการ สังคม และความสำคัญของคน

๔) ขยันทำงานและแสดงความสามารถให้ปรากฏ พยายามทำให้ผู้ร่วมงานศรัทธาในตัวเราด้วยการไม่เอาเปรียบหรือหลบเลี่ยงงาน จงทำงานให้มากขึ้นให้ได้ผลงานออกมามากที่สุด และแสดงออกให้ปรากฏว่าเรามีความสามารถและทำงานได้จริง ในขณะเดียวกันก็ไม่คุยเขื่องจนทำให้ผู้ร่วมงานเกิดความรู้สึกว่าด้อยกว่าเราหรือเอือมระอาและไม่อยากร่วมทำงานด้วย

๕) ทำตนให้เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น การทำตนให้เป็นประโยชน์ ให้ความช่วยเหลือบริการหรืออำนวยความสะดวกแก่ผู้อื่น เพื่อให้เขาทำงานสำเร็จ และไม่ทำตนให้เป็นภาระของผู้อื่นย่อมทำให้คนรอบข้างอยากร่วมทำงานด้วย

๖) สร้างความไว้วางใจต่อกัน ผู้ที่ทำหน้าที่ประสานงานในการทำงานร่วมกันควรสร้างความไว้วางใจกันระหว่างบุคลากรที่จะทำงานร่วมกันขององค์การต่าง ๆ ควรชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับร่วมกัน การทำงานภายใต้หลักของความยุติธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้ เพื่อลดปัญหาการระแวงสงสัย ซึ่งจะนำไปสู่ความขัดแย้ง แตกความสามัคคี อันเป็นผลเสียต่อการร่วมมือกันในการทำงาน

๗) อย่าหวงแหน กีดกัน แบ่งพรรค แบ่งพวก รังเกียจผู้อื่นที่จะเข้ามาช่วยทำงาน

การทำงานร่วมกับผู้ที่มีความพร้อมน้อยกว่าเรา ควรให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลและยอมรับในบางสิ่งที่เป็นส่วนดีของเขา เช่น ความจริงใจ ความอดทน และพยายามประสานในส่วนดีของเขาเพื่อให้เกิดความสำเร็จของงานร่วมกัน

๓. การรักษาสัมพันธ์ที่ดีกับบุคลากรในหน่วยงานอื่นให้ยั่งยืน มนุษยสัมพันธ์เป็นสิ่งที่ดีงามที่เกิดจากการสร้างความดีต่อกันของมนุษย์ ซึ่งต้องใช้เวลาในการสร้างสมมานานพอสมควร แต่สรรพสิ่งในโลกนี้ย่อมมีการเสื่อมสลายไป ไม่มีสิ่งใดที่คงอยู่ตลอดไปได้ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องฟื้นฟูรักษาความสัมพันธ์อันดีดังกล่าวให้ตั้งอยู่ได้นานเพื่อประโยชน์ของการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ การรักษาความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันไว้ สามารถทำได้โดยอาศัยแนวทาง ดังต่อไปนี้

๓.๑ การแสดงความขอบคุณผู้ที่ให้ความช่วยเหลือร่วมมือ หลังจากเสร็จสิ้นการทำงานร่วมกันแล้วผู้ประสานงานระหว่างองค์การควรกล่าวขอบคุณ

๓.๒ สร้างความยุติธรรมในผลประโยชน์ร่วมกัน ความสัมพันธ์ระหว่างองค์การส่วนหนึ่งมักเกิดจากการสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน เมื่อเสร็จสิ้นกิจกรรม หรือโครงการแล้วผู้ประสานงานควรจะแบ่งปันผลประโยชน์ที่ได้รับอย่างยุติธรรม มีการชี้แจงและแสดงข้อมูลให้ผู้ร่วมงานทุกคนได้เห็นอย่างชัดแจ้งและเกิดความพอใจ ควรประชาสัมพันธ์ความสำเร็จของโครงการโดยให้เห็นถึงความสามารถของทุกองค์การไม่ใช่เน้นเฉพาะบางองค์การ ทั้งนี้ เพื่อความรู้สึกที่ดีและเป็นกำลังใจแก่บุคลากรขององค์การต่าง ๆ ในการที่จะทำงานร่วมกันต่อไปในภายภาคหน้า

๓.๓ สร้างความรำลึกถึงกันหรือเตือนความทรงจำ ด้วยการส่งบัตรอวยพรในโอกาสต่าง ๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสำคัญขององค์การ ส่งการ์ดแสดงความยินดี เมื่อองค์การนั้นได้รับรางวัลผลงานดีเด่น อีกอย่างหนึ่งสามารถทำได้ด้วยการนัดพบปะสังสรรค์ระหว่างสมาชิกที่ภัตตาคารหรือบ้านของสมาชิกคนใดคนหนึ่ง

๓.๔ สร้างประเพณีนิยมในองค์การเพื่อสืบทอดไปยังคนรุ่นต่อไป กิจกรรมบางอย่างที่เป็นสิ่งที่ดีงามและเป็นที่ยอมรับของคนในองค์การ ควรที่จะมีการสร้างสรรค์ขึ้นมาและธำรงรักษาไว้ต่อไป เช่น ประเพณีการแข่งกีฬาเชื่อมความสามัคคีระหว่างองค์การ เป็นต้น

๓.๕ สร้างความต่อเนื่องของกิจกรรมที่เคยทำร่วมกัน หลังจากประสบความสำเร็จในการทำกิจกรรมร่วมกันแล้วควรคิดสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ที่มีประโยชน์ และไม่น่าเบื่อแล้วชักชวนให้องค์การต่าง ๆ เข้ามาทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ นอกจากจะเป็นการสานต่อความสัมพันธ์ระหว่างกันแล้ว ยังเป็นการเพิ่มความรู้ความชำนาญแก่บุคลากร

โดยสรุปการสร้างมนุษยสัมพันธ์กับบุคลากรในหน่วยงานอื่น ๆ เป็นการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์การหนึ่งกับบุคคล หรือกลุ่มคนของอีกองค์การหนึ่ง การติดต่อสัมพันธ์ดังกล่าวสามารถทำได้ทั้งในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการและเป็นทางการ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันก่อให้เกิดการร่วมมือกันทำงานทำให้งานสำเร็จได้ อย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างองค์การ การร่วมมือกันทำงานอาจเริ่มต้นจากการสร้างมนุษยสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการระหว่างบุคคลก่อน แล้วพัฒนาไปสู่รูปแบบของการติดต่อ ก่อให้เกิดการร่วมมือกันทำงาน ทำให้งานสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันระหว่างองค์การ การร่วมมือกันทำงานอาจเริ่มต้นจากการสร้างมนุษยสัมพันธ์แบบ ไม่เป็นทางการระหว่างบุคคลก่อน แล้วพัฒนาไปในรูปแบบของการติดต่อสร้างความสัมพันธ์อย่าง เป็นทางการ บางครั้งการสร้างความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการอาจจะไม่ราบรื่นหรือคล่องตัวเท่าที่ควร จึงต้องมีการใช้ความสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการเข้ามาเสริมเพื่อให้เกิดความผ่อนคลายและสนิทสนมกันมากขึ้น และยังเป็นการรักษาความสัมพันธ์อันดีต่อกันให้

ยาวนาน ดังนั้น นักส่งเสริมการเกษตรจึงจำเป็นที่จะต้องมีความรู้และทักษะในการสร้างมนุษยสัมพันธ์ทั้งรูปแบบไม่เป็นทางการ และเป็นทางการ กับบุคลากรในองค์การอื่น ๆ ดังกล่าว

เรื่องที่ ๓.๒.๕ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือกับสื่อมวลชน

การสื่อสารมวลชน เป็นกระบวนการหนึ่งของการสื่อสารที่เกิดขึ้นในสังคมระดับกว้าง เกี่ยวข้องกับผู้คนและช่วงเวลามากกว่ากระบวนการสื่อสารระดับอื่น อย่างไรก็ตาม การสื่อสารมวลชนอาจเกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารระดับอื่น ๆ ด้วย เช่น ปัจเจกชนอาจจะได้รับข่าวสารโดยตรงจากสื่อมวลชน หรือ บุคคลสนทนากันเกี่ยวกับเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อมวลชน เป็นต้น นอกจากนี้สื่อมวลชนยังอาจเป็นตัวสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ภายในสังคม กลุ่ม หรือสถาบันอื่น ๆ ได้ ผู้รับสารโดยทั่วไปมักจะได้รับประสบการณ์ตรงจากสื่อ นอกเหนือจากนั้นตัวองค์กรและสถาบันหลายแห่งก็ใช้สื่อมวลชน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การและสถาบันนั้น ๆ เพราะเหตุว่าการสื่อสารมวลชนเป็นสิ่งที่ผูกพันกับสภาพชีวิตของคนในสังคมและมีอิทธิพลกับวิถีชีวิตของมนุษย์ ทำนองเดียวกันการสื่อสารมวลชนก็ได้รับอิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ด้วยเช่นกัน (http://e-book.ram.edu/e-book/m/mc๑๑๑/mc๑๑๑_๐๕_๐๕.html)

ความเชื่อมโยงระหว่างองค์กรสื่อมวลชนและสาธารณชนต่าง ๆ สื่อมวลชนนอกจากจะมีส่วนเชื่อมกันกับสาธารณชนในด้านการเสนอข่าวเนื้อหาแล้ว เนื้อหาของข่าวสารข้อมูลจะสอดคล้องกับความสนใจของผู้ดู โดยสื่อมวลชนทราบจากการติดต่อเป็นการส่วนตัว จากการเก็บข้อมูล จากยอดขาย จากจดหมาย และโทรศัพท์ จากผู้ดู ผู้ฟัง ตามหลักการแล้ว ส่วนเชื่อมโยงกันนี้ควรจะถ่วงดุลกัน แต่ความเป็นจริงเนื่องจากธรรมชาติ ผู้ชม ผู้ฟังกระจัดกระจาย ไม่เป็นองค์กร และการที่องค์กรสื่อมีอำนาจในการตัดสินในการเสนอข่าว (ว่าจะเลือกเสนอข่าวอะไร จะเสนอภาพไหน คำพูดใด) สื่อมวลชนจึงเป็นฝ่ายควบคุมและชี้นำสาธารณชนมากกว่า แสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนต้องพึ่งพาสถาบันต่าง ๆ ของสังคม ส่วนสาธารณชนก็ต้องพึ่งพาอาศัยสื่อมวลชนมากกว่าที่จะเป็นฝ่ายควบคุม (http://e-book.ram.edu/e-book/m/mc๑๑๑/mc๑๑๑_๐๕_๐๕.html)

ในการทำงานส่งเสริมการเกษตร มีความจำเป็นต้องใช้การสื่อสารมวลชน เพื่อประชาสัมพันธ์ภารกิจของกรมส่งเสริมการเกษตร ประชาสัมพันธ์โครงการที่สำคัญให้เกษตรกรได้รับทราบในวงกว้าง เช่น การขึ้นทะเบียนเกษตรกร (ทบก.) การต่อทะเบียนวิสาหกิจชุมชน โครงการ Smart Farmer เป็นต้น นอกจากนั้นในการเผยแพร่เกษตรกรดีเด่นในสาขาอาชีพต่าง ๆ การถ่ายทอดความรู้ โดยการจัดงานมหกรรมสินค้าเกษตรตามฤดูกาล ก็ต้องใช้สื่อมวลชนเพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายให้รับข้อมูลข่าวสาร ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่นักส่งเสริมการเกษตรจะต้องประสานงานกับสื่อมวลชน เพื่อให้งานส่งเสริมการเกษตรเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งสถาบันดำรงราชานุภาพ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย (๒๕๕๓) ได้อธิบายว่าการประสานงาน อาจทำได้ ๒ ลักษณะ คือ

๑. การประสานอย่างเป็นทางการ หมายถึง การประสานงานแบบมีพิธีรีตองที่ต้องปฏิบัติ เช่น มีหนังสือติดต่อหรือต้องแจ้งให้คณะกรรมการเฉพาะกิจรับรู้ และขอความเห็นชอบ ทำเป็นลายลักษณ์อักษรหรือการเสนอรายงานเป็นลำดับชั้น เป็นต้น

๒. การประสานอย่างไม่เป็นทางการ หมายถึง การประสานงานอย่างไม่มีพิธีรีตอง เพียงแต่ทำความตกลงให้ทราบถึงการที่จะปฏิบัติ ให้เป็นไปในจังหวะเวลาเดียวกันด้วยจุดประสงค์เดียวกัน การดำเนินการจะอาศัยความใกล้ชิดสนิทสนมเป็นส่วนตัวระหว่างบุคคล มีการอะลุ้มอล่วย ไม่มีระเบียบแบบแผน การติดต่อแบบนี้จะเป็นการเผชิญหน้าซึ่งกันและกัน ผลดีก็คือ สามารถมีความเข้าใจ

ที่ตรงกันและชัดเจนที่สุด เพราะสามารถจะซักถามได้ เช่น การประสานงานด้วยวาจาทางโทรศัพท์ การเข้าพบผู้ที่ติดต่อโดยตรง

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าการประสานงานมีความสำคัญและเปรียบเสมือนฟันเฟืองของเครื่องจักร ที่มีความเหมาะสมกลมกลืนกัน ทำให้เครื่องจักรทุกชิ้นทุกส่วนทำงานอย่างราบรื่น องค์กรหรือหน่วยงานที่ขาดการประสานงานก็เหมือนเครื่องจักรที่ฟันเฟืองชำรุดดำเนินงานไม่ราบรื่น ส่งผลให้เครื่องจักรพังทลาย ดังนั้น ในหน่วยงานการประสานงานจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง จะประสานหน่วยงาน ต้องประสานคน จะประสานคนต้องประสานใจ

สิ่งที่ต้องประสานงาน

การประสานงานนั้น มีความหลากหลายในเรื่องที่จะประสานกัน ซึ่งจะต้องพิจารณารูปแบบของการประสานงานให้เหมาะสม โดยทั่วไปมีสิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการประสานในแต่ละกรณี ดังต่อไปนี้

๑. วัตถุประสงค์ การประสานงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ ต้องอาศัยความร่วมมือและจังหวะเวลาในการปฏิบัติจากผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย

๒. กระบวนการ การประสานงานในเรื่องที่มีขั้นตอนการปฏิบัติอย่างเป็นกระบวนการ จะต้องทำให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ซึ่งเป็นสิ่งที่จะต้องระมัดระวังเป็นอย่างยิ่ง เพราะงานที่มีวัตถุประสงค์ดี แต่มีการปฏิบัติผิดขั้นตอน ก็จะทำให้ไม่ได้รับผลตามต้องการ

๓. เจ้าหน้าที่กับเจ้าหน้าที่ การประสานงานระหว่างคน ต้องคำนึงถึงความเข้าใจ และความรู้สึกที่ดีต่อกัน ในเบื้องต้นจะต้องมีการยอมรับระหว่างกันเพื่อจะได้มีทัศนคติที่ดีต่อกัน ความร่วมมือก็จะเกิดตามมา เจ้าหน้าที่ซึ่งรับผิดชอบในงานที่ต้องร่วมกันทำเป็นทีม ก็จะต้องให้ความร่วมมือกัน โดยลักษณะของการทำงานอยู่แล้ว แต่เจ้าหน้าที่ซึ่งอยู่ต่างหน่วยงานกันมักจะเข้าใจว่าอยู่ต่างทีมกัน แท้ที่จริงผู้ซึ่งอยู่ต่างหน่วยงานกันแต่ต้องติดต่อประสานงานกันก็คือ เป็นทีมงานเดียวกันได้ ทั้งนี้ จะต้องทำความเข้าใจวัตถุประสงค์ให้ตรงกันและรู้บทบาทหน้าที่ของตนในงานที่จะประสานกัน มีความร่วมมือให้แก่กัน

๔. หน่วยงานต่อหน่วยงาน การประสานงานระหว่างหน่วยงานต่อหน่วยงาน

๕. นโยบายกับการปฏิบัติ นโยบายถูกกำหนดขึ้นโดยผู้บริหารสูงสุด การปฏิบัติด้วยวิธีการใด ๆ จะต้องไม่ขัดกับนโยบายแม้จะให้ผลตรงตามวัตถุประสงค์และบรรลุเป้าหมาย โดยมีการประสานนโยบาย อันได้แก่ หลักการที่กำหนดไว้ล่วงหน้าเพื่อใช้เป็นกรอบหรือแนวทางปฏิบัติ ซึ่งจะต้องทำให้ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้รับรู้ มีความเข้าใจ และปฏิบัติได้ถูกต้องตรงกัน เป็นการประสานนโยบายกับการปฏิบัติ

๖. การปฏิบัติกับการปฏิบัติ ในการประสานงานใด ๆ จะมีการปฏิบัติหลายกิจกรรมซึ่งแต่กิจกรรมก็จะดำเนินไปในแนวทางที่จะให้เกิดประสิทธิผลอย่างมีประสิทธิภาพและประหยัด แต่ถ้าไม่มีการประสาน การปฏิบัติก็อาจจะไม่สอดคล้องกัน ไม่ถูกจังหวะเวลา และเป็นผลให้งานโดยส่วนรวมเสียหายได้

เทคนิควิธีในการประสานงาน

๑. การใช้เครื่องมือสื่อสาร เช่น โทรศัพท์ โทรสาร จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เป็นเครื่องมือสื่อสารที่รวดเร็ว ประหยัดเวลา มีแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

- ก่อนเริ่มประสาน คิดก่อนว่า เราต้องการอะไร เมื่อไร ที่ไหน อย่างไร ควรติดต่อใครหน่วยงานใด
- ควรมีบัญชีโทรศัพท์ของบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไว้เป็นส่วนตัวและส่วนกลาง

- เมื่อติดต่อกับผู้ใด ควรจดชื่อและเบอร์โทรศัพท์ของผู้นั้นไว้ใช้ติดต่อในโอกาสต่อไป บางครั้งทำเป็นบัญชีไว้ในปกแฟ้มเรื่องนั้น ๆ

- ควรประสานกับระดับเดียวกัน หรือต่ำกว่าก่อน

- ใช้คำพูดสุภาพ ให้เกียรติคู่สนทนา แม้รู้ว่าเขามีตำแหน่งต่ำกว่า ไม่พูดยกตนข่มท่าน

- อาจหาข้อมูลก่อนว่า ผู้ที่เราจะโทรติดต่อเป็นผู้ใด ตำแหน่งหน้าที่ใด อายุเท่าใด เมื่อสนทนากัน อาจเรียก พี่ น้อง ท่าน จะทำให้เขารู้สึกดี

- การอ่อนน้อมถ่อมตนด้วยความจริงใจ มักเป็นที่พอใจของผู้อื่น

- ในการประสานครั้งที่ ๒ หลังจากรู้จักกันแล้วอาจทักทายหรือซักถามด้วยความห่วงใยจริงใจ เกี่ยวกับเรื่องสุขภาพ การงาน ฯลฯ ก่อนประสานเรื่องงาน

- กล่าวคำขอบคุณทุกครั้ง ก่อนจบการสนทนา

- เมื่อรับปากเรื่องใดไว้ ต้องรีบทำ เช่น จะรีบส่งโทรสารไปให้ จะรีบทำหนังสือไป

๒. การประสานด้วยหนังสือ การประสานด้วยหนังสือใช้ในกรณีที่เป็นงานประจำที่ทั้งสองหน่วยงานทราบระเบียบปฏิบัติอยู่แล้ว มีแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

- หากเป็นเรื่องใหม่ ควรประสานทางโทรศัพท์ก่อนเสมอ

- ตัวอย่างเรื่องที่อาจต้องมีหนังสือไป หลังจากโทรติดต่อด้วยวาจาแล้ว เช่น ขอทราบข้อมูล ขอหารือ ขอทราบความต้องการ ขอรับการสนับสนุน ขอความอนุเคราะห์ ฯลฯ

- การร่างหนังสือควรให้ถูกหลักการ ถูกต้อง ถูกใจ (ผู้รับ)

- การร่างหนังสือขอรับการสนับสนุน หรือขอความอนุเคราะห์ควรประกอบด้วย (๑) เหตุที่มีหนังสือมา (๒) ยกย่องหน่วยงานที่จะขอรับการสนับสนุน/ขอความอนุเคราะห์ (๓) เรื่องราวที่ต้องการขอรับการสนับสนุน/ขอความอนุเคราะห์ (๔) ตั้งความหวังที่จะได้รับการสนับสนุน/ขอความอนุเคราะห์ และ (๕) ขอบคุณ

- การร่างหนังสือขอความร่วมมือ ควรประกอบด้วย (๑) เหตุที่มีหนังสือมา (๒) ความจำเป็นและเรื่องที่จะขอความร่วมมือ (๓) เรื่องราวที่ต้องการขอความร่วมมือ (๔) ตั้งความหวังที่จะได้รับความร่วมมือ และ (๕) ขอบคุณ

- เมื่อได้รับการสนับสนุน การอนุเคราะห์ แล้ว ควรมีหนังสือไปขอบคุณหน่วยงานนั้น ๆ เสมอ เพื่อสานความสัมพันธ์ไว้สำหรับโอกาสต่อไป

๓. การพบปะด้วยตนเอง การพบปะด้วยตนเอง

การพบปะด้วยตนเอง เป็นการประสานงานที่ดีที่สุดเพราะได้พบหน้า ได้เห็นบุคลิกลักษณะ สีหน้าท่าทางของผู้ติดต่อทั้งสองฝ่ายมีเวลาในการซักถามทำความเข้าใจกันได้อย่างพอเพียง เพราะทั้งสองฝ่ายต้องวางมือจากงานอื่น ๆ ทั้งหมด มีข้อเสีย คือ ใช้เวลามาก มักใช้การพบปะ ในกรณีที่เป็นเรื่องนโยบาย เป็นเรื่องสำคัญ หรือมีรายละเอียดมาก หรือต้องการให้เกียรติให้ความสำคัญแก่อีกฝ่ายหนึ่ง หรือต้องการสร้างความรู้สึกที่ดีแก่อีกฝ่ายหนึ่ง ให้เขารู้สึกว่า เราให้ความสำคัญแก่เขาด้วยการมาพบด้วยตนเองมีแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

- ควรเตรียมหัวข้อหารือไปให้พร้อม และจดบันทึกไว้ หากอีกฝ่ายไม่ได้บันทึก เราอาจบันทึกสั้นๆ ใส่กระดาษโน้ตไว้ให้เขา หรือเตรียมพิมพ์รายการไปล่วงหน้า เพื่อให้เขามีบันทึกช่วยจำ และใช้สั่งการขั้นต้นแก่บุคลากรในหน่วยงานของเขาได้

- เมื่อรับปากเรื่องใดไว้ ต้องรีบทำ เช่น จะรีบส่งเอกสารไปให้หรือจะรีบทำหนังสือไป

สรุป

การประสานงาน เป็นศิลปะอย่างหนึ่ง ซึ่งต้องอาศัยความสุภาพ อ่อนน้อมถ่อมตน ความจริงใจ ความอดทนอดกลั้น ความยิ้มแย้มแจ่มใส ในการติดต่อกับบุคคลอื่นเพื่อขอรับการสนับสนุนขอความร่วมมือเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน

การประสานงานที่ดี ช่วยให้การทำงานบรรลุเป้าหมายได้อย่างราบรื่นและรวดเร็ว ทุกคนทุกฝ่ายมีความเข้าใจถึงนโยบายและวัตถุประสงค์ของหน่วยงานได้ดียิ่งขึ้น ช่วยประหยัดเวลา เงิน วัสดุและสิ่งของต่าง ๆ ในการทำงาน ทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มผลสัมฤทธิ์ของงานมากขึ้น และยังสร้างความกลมเกลียว ความเข้าใจอันดีและความสามัคคี อีกทั้งช่วยขจัดข้อขัดแย้งในการทำงาน ป้องกันการก้าวก่ายหน้าที่ ขจัดปัญหาการทำงานซ้ำซ้อนหรือเหลื่อมล้ำกัน ก่อให้เกิดการทำงานเป็นทีม สร้างความสำนึกในการรับผิดชอบร่วมกัน รวมถึงเข้าใจข้อเท็จจริงและปัญหาของหน่วยงานอื่นนำไปสู่การกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และลู่ทางการปรับปรุงงานต่อ

บทที่ ๔
กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานอย่างมีประสิทธิภาพ จัดได้ว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างยิ่ง และสามารถส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร ทั้งในการทำงานส่วนบุคคลและในการทำงานเป็นทีมระหว่างหน่วยงานกับหน่วยงาน ระหว่างหน่วยงานกับองค์กร ระหว่างองค์กรกับหน่วยงานภาคีเครือข่าย การสื่อสารและการประสานงานที่มีประสิทธิภาพนั้น ยังเป็นเครื่องมือที่ใช้ส่งเสริมและสร้างสรรค์สัมพันธภาพรวมทั้งการสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานร่วมกัน ทำให้สามารถลดปัญหาหลาย ๆ อย่างที่เกิดจากความขัดแย้ง ความไม่เข้าใจ ทัศคติเชิงลบของบุคลากรอันมีผลกระทบต่องานโดยตรง เมื่อหน่วยงานหรือองค์กรนั้น ๆ สามารถสร้างและส่งเสริมให้บุคลากรของตนได้ตระหนักถึงความสำคัญ ของการสื่อสารและการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพจนเกิดประสิทธิผล ดังนั้น การสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร ก็มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่นักส่งเสริมการเกษตรทุกระดับต้องให้ความสำคัญและคำนึงถึง

ตอนที่ ๔.๑ แนวคิด กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

แนวคิดกลยุทธ์การสื่อสาร

การสื่อสารภายในองค์กร (internal communication) หรือ การสื่อสารระหว่างองค์กรกับพนักงาน (employee communication) กำลังพัฒนาขึ้นมาเป็นสาขาหนึ่งของการสื่อสารองค์กรที่กำลังได้รับความสนใจอย่างมาก หน้าที่ของการสื่อสารภายในองค์กร คือ การส่งและการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในองค์กร การประสานงานกิจการประจำวันขององค์กร การพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ของพนักงานในองค์กร การจูงใจให้พนักงานเกิดขวัญและกำลังใจที่ดี การสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน และการกระตุ้นให้พนักงานสร้างนวัตกรรม รายงานการศึกษาหลายชิ้นยืนยันความสำคัญของการสื่อสารภายในองค์กรว่า องค์กรที่มีการสื่อสารกับพนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ พนักงานจะมีแรงจูงใจในการทำงานและมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่า การจัดการการสื่อสารภายในองค์กร จึงมีผลต่อผลการดำเนินงานโดยรวมขององค์กร และกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร ควรเป็นส่วนหนึ่งของแผนเชิงกลยุทธ์ขององค์กร การจัดการการสื่อสารภายในเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การดำเนินงานขององค์กร ต้องการการวางแผนเชิงกลยุทธ์และกระบวนการที่เชื่อมประสานกันเป็นอย่างดีนัก การสื่อสารมืออาชีพจึงควรมีบทบาทเชิงกลยุทธ์ในองค์กรมากขึ้น

บุหงา โปซิว (๒๕๕๕) ระบุว่า แนวคิดว่าการสื่อสารภายในสามารถจัดการได้ และนำการจัดการเชิงกลยุทธ์มาใช้ในการจัดการการสื่อสารภายใน พร้อมทั้งบูรณาการเข้ากับแผนกลยุทธ์ทั้งหมดขององค์กร ทำให้การจัดการองค์กรโดยรวม มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น จะเห็นได้ว่าการจัดการการสื่อสารภายในเชิงกลยุทธ์ดังกล่าวมีจุดแข็งที่น่าจะนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กรได้ดังนี้

๑. การให้ความสำคัญกับพนักงานในการเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการสื่อสารองค์กร การที่บริษัทต่างประเทศให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายในก็เพราะมีแนวคิดว่า พนักงานเป็นตัวจักร

ที่สำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปในทิศทางที่ต้องการ มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่าลูกค้า ซึ่งมักถือเป็นเป้าหมายหลักของการสื่อสารของบริษัทส่วนใหญ่ องค์กรสามารถใช้การสื่อสารภายใน ในการสร้างความตระหนักและความเข้าใจในค่านิยม นโยบาย กลยุทธ์ขององค์กรแก่พนักงาน และกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมที่ต้องการ บริษัทสามารถวางแผนใช้การสื่อสารภายในองค์กรในการประสานพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของพนักงานกับกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้

๒. ความเป็นเอกภาพในการดำเนินการการวางแผนการสื่อสารภายในอย่างเป็นระบบ โดยมีการตั้งวัตถุประสงค์ เป้าหมาย อย่างชัดเจนรวมถึงการมีนโยบายการสื่อสารภายในเป็นลายลักษณ์อักษร จะทำให้เกิดเอกภาพในการจัดการการสื่อสารภายในทั้งองค์กร ซึ่งจะทำให้องค์กรสามารถสื่อสารข้อมูลในประเด็นสำคัญได้อย่างชัดเจน กระชับ ถูกต้องและทันเหตุการณ์ เพื่อช่วยลดความไม่เข้าใจที่อาจจะเกิดขึ้น อันจะมีผลต่อการจูงใจและความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร

๓. การมีหน่วยงานตรงรับผิดชอบการจัดการการสื่อสารภายใน บริษัทในต่างประเทศจะมีหน่วยงานตรงรับผิดชอบการจัดการการสื่อสารภายใน โดยอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของผู้อำนวยการ/ผู้จัดการสื่อสารภายในองค์กร และมักจะรายงานตรงต่อซีอีโอของบริษัท ซึ่งสะท้อนให้เห็นบทบาทเชิงกลยุทธ์และความสำคัญของฝ่ายนี้ สำหรับประเทศไทยมีแนวโน้มว่าองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ให้ความสำคัญและมีการดำเนินการการสื่อสารภายในองค์กรในเชิงรุกมากขึ้น

๔. บทบาทของนักการสื่อสารยุคใหม่ นักการสื่อสารยุคใหม่จะมีบทบาทเชิงกลยุทธ์ในองค์กรอย่างมาก และมีหน้าที่ที่สำคัญในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสนับสนุนผู้บริหารระดับสูง และระดับต่าง ๆ ในองค์กร ให้สามารถสื่อสารกับผู้ใต้บังคับบัญชาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจน การประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ เพื่อให้การสื่อสารภายในองค์กรดำเนินไปตามแผนกลยุทธ์ที่วางไว้ และเพื่อให้พนักงานมีทัศนคติและพฤติกรรมการทำงานเป็นไปตามที่องค์กรต้องการ นอกจากความรู้ทาง ด้านทฤษฎีการสื่อสาร นักการสื่อสารยุคใหม่ จึงต้องมีความรู้ในเรื่องการจัดการเชิงกลยุทธ์ ตลอดจนความสามารถในการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ซึ่งมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมากในการสื่อสารกับพนักงาน นักการสื่อสารในประเทศไทยจึงควรพัฒนาตนเองและติดตามความก้าวหน้าในสายงานอาชีพนี้อย่างต่อเนื่อง

๕. การนำวิธีการวิจัยมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จะเห็นได้ว่าการวิจัยเป็นเครื่องมือสำคัญที่องค์กรในต่างประเทศนำมาใช้ในการให้ได้มาซึ่งข้อมูลต่าง ๆ นับตั้งแต่ข้อมูล สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการลูกค้า ข้อมูลผลการประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงาน ตลอดจนข้อมูลองค์กรที่มีแนวปฏิบัติที่ดีสำหรับองค์กรในประเทศไทย ควรมีการวางแผนอย่างเป็นระบบเพื่อให้การเก็บข้อมูลในส่วนต่าง ๆ สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ทันเหตุการณ์และมีประสิทธิภาพ

๖. การให้ความสำคัญกับการประเมินผลการดำเนินการ บริษัทต่างประเทศให้ความสำคัญกับการประเมินผลการดำเนินงานอย่างมาก โดยมีการประเมินทั้งก่อนและหลังการดำเนินงาน ทั้งยังกำหนดให้การประเมินผลการดำเนินงาน เป็นส่วนหนึ่งของแผนการสื่อสารภายในเชิงกลยุทธ์ การประเมินผลการดำเนินการในส่วนของการจัดการการสื่อสารภายในช่วยให้องค์กรได้มีโอกาสทบทวนการปฏิบัติงานที่ผ่านมา เรียนรู้จุดอ่อนและจุดแข็งของตนเอง แล้วนำมาปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดการ

ดังนั้น กลยุทธ์ในการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือ จึงต้องให้ความสำคัญกับการวางแผนการสื่อสารภายในซึ่งเป็นเรื่องซับซ้อน เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทั้งในส่วนของข้อมูลข่าวสารในองค์กรและความสัมพันธ์ของพนักงานในองค์กร ตลอดจนเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทุกฝ่าย

ในองค์กร ต้องการการประสานความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง การวางแผนอย่างเป็นระบบจะช่วยให้องค์กรได้นำหน้าที่หลักของการสื่อสารภายในไม่ว่าจะเป็นการส่งและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในองค์กรการประสานงานกิจการประจำวันขององค์กร การพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์อันดีของพนักงานในองค์กร การจูงใจให้พนักงานเกิดขวัญและกำลังใจที่ดี การสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน และการกระตุ้นให้พนักงานสร้างนวัตกรรมมาใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่แต่ที่สำคัญก็คือ การจัดการการสื่อสารภายในเชิงกลยุทธ์จะเกิดขึ้นไม่ได้เลย ถ้าไม่ได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง เพราะต้องเป็นผู้กำหนดนโยบายตั้งแต่แรก และเป็นผู้ผลักดันให้ฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กรบูรณาการการจัดการสื่อสารเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของแผนการดำเนินการ

เรื่องที่ ๔.๑.๑ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพ : กลยุทธ์สู่ความสำเร็จขององค์กร

วิโรจน์ โสวัณนะ (๒๕๔๕) ได้กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกลยุทธ์หรือกระบวนการหรือเครื่องมือที่จะนำไปสู่ความเข้าใจในการติดต่อและการทำงานร่วมกันของบุคคลในองค์กร เพื่อบรรลุเป้าหมาย แต่หากไม่เรียนรู้และเข้าใจความต้องการของตนเอง ไม่เข้าใจผู้อื่นแล้วไม่ว่าจะมีกระบวนการสื่อสารที่ดี และมีอุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัยเพียงใดก็ไร้คุณค่า นอกจากนี้การสื่อสารจำเป็นจะต้องเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล เมื่อบุคคลมีความแตกต่างกัน การสื่อสารที่ดีจะต้องใช้ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีควบคู่กันไปด้วย จึงจะทำให้การสื่อสารนั้นประสบผลสำเร็จ

Szilagyi & Wakkace (๑๙๙๐) อ้างใน วันชัย มีชาติ (๒๕๔๘) ระบุว่า เนื่องจากการสื่อสารที่ผิดพลาดจะส่งผลกระทบต่อการบรรลุประสิทธิผลขององค์กรเสมอ การสร้างระบบการสื่อสารภายในองค์กรที่ดีจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมาก หน้าที่สำคัญประการหนึ่งของผู้บริหารทุกองค์กร คือ การจัดระบบการสื่อสารตลอดจนการไหลของข้อมูลข่าวสารในองค์กร และลดความผิดพลาดหรืออุปสรรคในการสื่อสาร

การเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร (improving organizational communication) ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธีสรุปได้ดังนี้

๑. การติดตามผลและให้ข้อมูลย้อนกลับ (follow–up and feed back) เป็นวิธีการที่ใช้ในการตรวจสอบข้อมูลที่ส่งไปว่าผู้รับเข้าใจตรงกับผู้ส่งเพียงไร วิธีการนี้จะทำให้กระบวนการสื่อสารเป็นแบบ two–way ซึ่งอาจเกิดขึ้นในการพบปะกัน หรือหากเป็นการใช้เอกสารติดตามผล และข้อมูลย้อนกลับอาจตรวจสอบได้จากการโต้ตอบ การแสดงออกของผู้รับสารจะทำให้เราทราบว่า การสื่อสารมีความถูกต้องเพียงไร

๒. การใช้การสื่อสารหลายวิธี (parallel channels and repetition) การใช้วิธีการสื่อสารและช่องทางการสื่อสารหลายวิธี ทำให้การติดต่อสื่อสารมีความถูกต้องยิ่งขึ้น เช่น มีการสั่งการด้วยเอกสารเป็นลายลักษณ์อักษรแล้ว และยังมีการประชุมและสั่งการด้วยวาจา และใช้โอกาสพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการด้วย ก็จะทำให้การสื่อสารถูกต้องมากยิ่งขึ้น

๓. ระยะเวลา (timing) ปัญหาด้านระยะเวลาเป็นสาเหตุหนึ่งของการสื่อสารที่เบี่ยงเบนไปทั้งในแง่ของความกดดันด้านเวลาและความไม่เหมาะสม ในการสื่อสารเวลาหนึ่ง ๆ องค์กรและกลุ่มอาจกำหนดมาตรฐานด้านเวลา เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าวได้ เช่น ระบุไว้ล่วงหน้าว่าจะทำงานหนึ่งให้เสร็จเมื่อใด เพื่อเป็นเกณฑ์ในการจัดแบ่งเวลาและติดต่อระหว่างกันในการรายงานและสั่งการใน

องค์กร นอกจากนี้ยังต้องแยกระหว่างงานประจำกับงานจร ซึ่งจะช่วยลดแรงกดดันด้านเวลาอันจะทำให้การสื่อสารมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น

๔. ให้ความสนใจกับภาษา (attention to language) ในการสื่อสารนั้น การเลือกใช้ศัพท์ ระดับของคำ และความหมายของคำเป็นวิธีการหนึ่งที่จะลดความผิดพลาดในการสื่อสารได้ การเลือกใช้คำและระดับของภาษานี้จะเกี่ยวข้องกับการทำความเข้าใจกับผู้ที่เราจะสื่อสารด้วยว่าควรจะใช้ภาษาในระดับใด

๕. ศูนย์กลางข้อมูล (information communication and information centers) การสื่อสารโดยวิธีการนี้จะเป็นการสื่อสารที่รวดเร็วและยืดหยุ่น และมีความถูกต้องของข้อมูลมาก ซึ่งองค์กรอาจใช้ศูนย์กลางข้อมูลเป็นแหล่งกระจายข่าวโดยไม่ผ่านช่องทางที่เป็นทางการขององค์กรก็อาจจะทำให้การสื่อสารมีความถูกต้องและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

๖. การให้รู้เท่าที่จำเป็น (the exception principle and the need to know) เป็นการวางระบบในการสื่อสารในองค์กร ให้มีการสื่อสารในกรณีพิเศษและให้มีการรับข้อมูลเฉพาะที่จำเป็น โดยการเสนอข้อมูลไปยังฝ่ายบริหารเฉพาะที่ฝ่ายบริหารต้องการ ในขณะเดียวกันฝ่ายบริหารก็ให้ข้อมูลหรือสื่อสารกับพนักงานเฉพาะสิ่งที่พนักงานจำเป็นต้องรู้เท่านั้น ซึ่งจะทำให้การสื่อสารไม่มีข้อมูลมากเกินไป วิธีการนี้จะเหมาะกับองค์กรที่มีสายการบังคับบัญชาสูง

๗. การใช้ธรรมเนียมปฏิบัติในการสื่อสาร (communication etiquette) เป็นความพยายามที่จะวางระบบในการสื่อสาร โดยใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร เช่น โทรสาร ให้ใช้สื่อสารเฉพาะในเรื่องที่จำเป็นและเร่งด่วน ซึ่งการใช้เครื่องมือโดยไม่จำเป็นอาจจะทำให้การสื่อสารผิดพลาดหรือมีมากเกินความจำเป็น การสร้างธรรมเนียมปฏิบัติที่เหมาะสมจึงเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสื่อสารได้

๘. การฟังอย่างตั้งใจ (listen actively) เป็นการลดความผิดพลาดจากการสื่อสาร การตั้งใจฟังจะทำให้ข้อมูลที่ผู้ส่งสารต้องการจะส่งถึงผู้รับสารครบถ้วน ในขณะเดียวกันการฟังอย่างตั้งใจนั้นผู้รับสารสามารถคิดต่อและไตร่ตรองสิ่งที่ได้ฟัง และอาจมีการสอบถามหรือทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น นอกจากนี้การฟังอย่างตั้งใจจะทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีระหว่างผู้ที่สื่อสาร และเกิดการยอมรับกัน ซึ่งจะเป็นการพัฒนาระบบความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรภายในองค์กรตามมาด้วย

การสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือในงานอย่างมีประสิทธิภาพ

นฤมล จารุสัมฤทธิ์ (๒๕๕๔) ได้ให้แนวคิดเรื่อง การสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือในงานอย่างมีประสิทธิภาพว่าการสร้างจิตสำนึกในงานให้บริการจะต้องมีการพัฒนาตนเอง พัฒนาองค์กรในทุกด้าน เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดประสิทธิผล จะต้องคำนึงถึงเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

๑. กระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล

ประกอบด้วยผู้ส่งข่าว ข่าว การแปลงข่าวเป็นคำพูดหรือสัญลักษณ์ สื่อที่ใช้ ผู้รับข่าว การแปลงข่าวหรือการทำความเข้าใจ การโต้ตอบจากผู้รับข่าว ซึ่งอาจพบปัญหาอุปสรรค์ในการติดต่อสื่อสารหลายด้าน แต่จะต้องมีวิธีแก้ปัญหาเหล่านั้น ให้การสื่อสารเกิดประสิทธิภาพซึ่งอาจได้แก่ การใช้ภาษาง่าย ๆ การตั้งใจรับฟัง การให้โอกาสผู้รับข่าวสารได้โต้ตอบ การระงับอารมณ์ความรู้สึก หรือการสังเกตอากัปกิริยาของคู่สนทนา

๒. กลยุทธ์การเขียนที่ชัดเจนและทักษะการฟังที่หวังผลได้

กลยุทธ์การเขียนควรมีความสั้น ง่าย ชัดเจน ตรงไปตรงมา ถูกต้องครบถ้วน กลยุทธ์การฟังที่หวังผลได้ ควรจะจำและฟังความหมายทั้งหมด และมีความรู้สึกสนองตอบ

๓. หลักจิตวิทยา – จูงใจลูกน้อง

หลักการบริหารลูกน้อง คือ ต้องให้การยอมรับในความสามารถของแต่ละบุคคล สร้างแนวทางการสร้างความสามัคคีภายในองค์กร รู้หลักการทำงานร่วมกัน สร้างมนุษย์สัมพันธ์ และทัศนคติอย่างมีจริยธรรม

๔. มนุษย์สัมพันธ์กับการสื่อสารประสานงานภายในและภายนอกองค์กร

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะช่วยสร้างบรรยากาศการทำงานและสร้างมนุษยสัมพันธ์ ในหมู่คณะ ซึ่งการสื่อสารควรจะเป็น ดังนี้

๔.๑ รู้กระบวนการขั้นตอนการสื่อสาร

๔.๒ ใช้สื่อและภาษาธรรมดา

๔.๓ พยายามเข้าใจธรรมชาติของผู้ส่ง และผู้รับ

๔.๔ พยายามเข้าใจกริยาท่าทาง

๔.๕ พัฒนาประสิทธิภาพการฟังที่ดี

๔.๖ สื่อ และเครื่องมือในการสื่อสารต้องเอื้ออำนวย

๔.๗ ควรมีการวางแผนและเตรียมตัวที่ดี

๕. การประยุกต์ใช้การสื่อสารในที่ทำงาน

การสื่อสารประกอบด้วย

- ผู้ส่งสาร ซึ่งได้แก่ บุคคลองค์กร
- สาร ได้แก่ เรื่องราว
- ตัวเข้ารับสาร ได้แก่ คำพูดท่าทาง สัญญาณ คอมพิวเตอร์
- การแปลงสาร ได้แก่ การแปลงความหมายของข่าวสาร
- ผู้รับ ซึ่งต้องมีทักษะการสื่อสารเรื่องเดียวกับผู้ส่ง จึงจะสามารถช่วยให้การสื่อสารบรรลุผลอย่างสมบูรณ์
- ปฏิกิริยาของผู้รับสารและการสนองตอบ คือ ปฏิกิริยาสนองตอบต่อสารนั้นอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่นเห็นด้วย ไม่เห็นด้วย คล้อยตาม หรือต่อต้าน

ดังนั้น การสื่อสารที่ดีจะต้อง

- ชัดเจน
- สมบูรณ์
- กะทัดรัด
- เป็นรูปธรรม
- เหมาะสมกับโอกาส
- ถูกต้อง
- น่าเชื่อถือ

๖. การสร้างจิตสำนึกในการทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุเป้าหมาย

การปฏิบัติงานได้บรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จ ต้องอาศัยบุคลากรที่มีความสามารถมีคุณภาพ คุณธรรม มีบุคลิกภาพที่ดี น่าประทับใจ น่าเชื่อถือ มีการสื่อสารประสานงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ

การสื่อสารที่ดีจึงเป็นกลยุทธ์ที่จะสามารถกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพและเกิดผลสำเร็จแก่องค์กร การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่สุด คือ การสื่อสารที่เข้าใจง่าย ใช้วิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในการกระตุ้นพลังในการทำงานและเพิ่มประสิทธิผลของบุคลากรในองค์กร เพื่อให้สามารถร่วมกันนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายได้อย่างสูงสุด อย่างไรก็ตามแม้ว่าการสื่อสารจะเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่สุดในการบริหารจัดการองค์กร หากผู้บริหารไม่มีภาวะผู้นำและไม่สามารถนำกลยุทธ์การสื่อสารมาใช้อย่างชาญฉลาด และมีประสิทธิภาพแล้ว ย่อมจะนำพาองค์กรไปสู่ความล้มเหลวได้ ไม่ว่าองค์กรจะมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร และผู้บริหารขององค์กรจะใช้กลยุทธ์ใดในการบริหารจัดการก็ตาม ภาวะผู้นำของผู้บริหารที่จะสามารถนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จนั้น ยังคงเป็นศาสตร์และศิลป์ที่มีความสำคัญอยู่อย่างไม่เปลี่ยนแปลง

สำหรับการสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร เป็นการสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือระหว่างองค์กรและกลุ่มบุคคลเป้าหมาย ได้แก่ ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ผู้ใต้บังคับบัญชา เกษตรกรและองค์กรเกษตรกร หน่วยงานภาคีเครือข่าย ตลอดจนสื่อมวลชนต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจ ความเชื่อถือ ศรัทธา ให้มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และเป็นการสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน อันจะส่งผลให้งานส่งเสริมการเกษตรประสบผลสำเร็จ

เรื่องที่ ๔.๑.๒ ปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

การสื่อสารเพื่อการประสานงาน เป็นการจัดระเบียบวิธีการทำงาน เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน ไม่ขัดแย้งกันหรือก้าวก่ายงานกัน ป้องกันการทำงานซ้ำซ้อน และยังช่วยให้ตรวจสอบผลงานได้ทุกระยะอีกด้วย ช่วยให้ทำงานนั้นดำเนินไปอย่างราบรื่น การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือที่ดี ต้องเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication) เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน ไม่เกิดความเข้าใจผิดพลาด การประสานงานสามารถทำได้ในทุก ๆ ระดับในสำนักงาน ทั้งรูปแบบอย่างเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ

พิชัย ทองดีเลิศ (๒๕๔๗) ได้ให้ความเห็นว่า การสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือในสำนักงานเป็นเรื่องที่ก่อให้เกิดความสำเร็จหรือล้มเหลวได้พอ ๆ กัน การใช้เทคนิคบางอย่างเข้ามาช่วยในการประสานงานจะทำให้การประสานงานประสบผลสำเร็จมากขึ้น

ปัจจัยที่ช่วยทำให้เกิดการสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือในงานที่ดี ได้แก่

๑. มีระบบการสื่อสารที่ดี เช่น การพบปะพูดคุย การเผชิญหน้า การปรึกษาหารือ การประชุม ซึ่งการติดต่อสื่อสารที่ดี เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two –Way Communication) และการใช้การสื่อสารแบบเป็นลายลักษณ์อักษรที่มีความชัดเจน และเป็นหลักฐาน หรืออาจใช้การติดต่อสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ โดยอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัวสร้างความเข้าใจในขั้นต้นก่อน

๒. การอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากทุกฝ่ายด้วยความเต็มใจที่จะทำงาน ถือเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบที่จะต้องกระทำให้สำเร็จลุล่วง คำนึงถึงเป้าหมายเดียวกันและมุ่งให้งานสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

๓. การเสริมสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่บุคลากร โดยผู้บริหารสำนักงานจัดหารางวัลค่าตอบแทนพิเศษอื่น ๆ จูงใจในความเสียสละ และตั้งใจทำงานของพนักงานที่ได้อุทิศแรงกายแรงใจในการทำงานโดยรางวัลนั้นอาจเป็นตัวเงินหรือมิใช่ตัวเงินก็ได้

๔. การสั่งการของผู้บังคับบัญชามีความชัดเจนเข้าใจง่าย ไม่ขัดแย้งกัน พนักงานทราบและเข้าใจอย่างถูกต้อง ไม่รู้สึกคลุมเครือในคำสั่ง และสามารถปฏิบัติตามได้

๕. การวางแผนการทำงานไว้ล่วงหน้าจะทำให้ทุกฝ่ายทราบขั้นตอนการทำงานตามลำดับก่อนหลัง ทำให้การประสานงานทำให้ง่ายขึ้น เพราะเป็นไปตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ และยังสามารถจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ ใช้ร่วมกันได้หากได้รับการวางแผนไว้อย่างดี

ประโยชน์ของการสื่อสาร เพื่อประสานความร่วมมือในงานที่ดีส่งผลให้เกิด ดังนี้

๑. ช่วยให้การทำงานบรรลุตามเป้าหมายได้อย่างราบรื่น รวดเร็วขึ้น

๒. ช่วยให้ประหยัดทรัพยากรในการทำงาน สามารถนำมาใช้ร่วมกันได้ ประหยัดเวลา ประหยัดแรงงาน ความสิ้นเปลืองลดน้อยลง

๓. ช่วยให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อกัน มีความสามัคคีเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน

๔. ช่วยเสริมสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน

๕. ช่วยลดข้อขัดแย้งต่าง ๆ ที่เกิดจากความเข้าใจไม่ตรงกัน หรือขัดแย้งอื่น ๆ ที่อาจมีขึ้นจะลดน้อยลง

๖. ช่วยป้องกันการทำงานซ้ำซ้อนกัน ทำงานสำเร็จได้รวดเร็วขึ้น ไม่เสียเวลาโดยไม่จำเป็น

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือในงานได้แก่

๑. ขาดความเข้าใจอันดีต่อกัน เกิดความขัดแย้งกันทำให้การสื่อสารเกิดความเข้าใจไม่ตรงกัน มีความขัดแย้งส่วนตัว

๒. ขาดผู้นำที่มีความสามารถในการเชื่อมโยงความสัมพันธภาพระหว่างหน่วยงาน ไม่มีการวางแผนการทำงาน ไม่คำนึงถึงผลกระทบต่าง ๆ

๓. การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบไม่ชัดเจน เกิดการก้าวก่ายงานกัน หรือทำงานซ้ำซ้อนกันขาดความรับผิดชอบที่แน่นอน

๔. การติดต่อสื่อสารไม่ประสบความสำเร็จ ขาดการสื่อสารแบบสองทาง ไม่ทราบการเปลี่ยนแปลงหรืออุปสรรคของอีกฝ่ายหนึ่ง

ผลกระทบของการสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

กรมส่งเสริมการเกษตร (๒๕๕๗) ระบุว่า กรมส่งเสริมการเกษตรเป็นองค์กรขนาดใหญ่ มีภารกิจที่หลากหลาย และครอบคลุมในพื้นที่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีส่วนทำให้บทบาทของนักส่งเสริมการเกษตรไม่ชัดเจนในสายตาของคนภายนอก ดังนั้น หลักการสำคัญของนโยบายส่งเสริมการเกษตรมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เห็นบทบาท ตัวตน และอัตลักษณ์ของนักส่งเสริมการเกษตรอย่างชัดเจน ในฐานะ ผู้จัดการเกษตรในพื้นที่ และผู้นำการเปลี่ยนแปลง จึงได้กำหนดนโยบายการดำเนินงานส่งเสริมการเกษตร ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๗ ไว้ ๓ ประเด็นคือ ๑) การบริหารจัดการส่งเสริมการเกษตรในพื้นที่ ๒) การบริหารจัดการข้อมูล และ ๓) การบริหารจัดการองค์กร สำหรับการบริหารจัดการส่งเสริมการเกษตรในพื้นที่นั้น นักส่งเสริมการเกษตรเป็นแกนหลักในการประสาน

และเชื่อมโยงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาร่วมกันทำงานในพื้นที่ โดยทุกคนได้รับประโยชน์ร่วมกัน (Win – Win)

พิชัย ทองดีเลิศ (๒๕๔๗) ได้ให้ความเห็นว่านโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสังคมในทุกด้านและกระทบต่อการดำเนินงานทั้งในภาครัฐและเอกชน ลักษณะและวิธีการทำงานได้มีการปรับเปลี่ยนไปจากเดิม การใช้ทรัพยากรมนุษย์แต่เพียงอย่างเดียวก็ได้มีการนำเอาทรัพยากรทางเทคโนโลยีและอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาช่วย ทำให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามทรัพยากรมนุษย์กลับถูกลดบทบาท และลดจำนวนลง การปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีในการทำงานจึงเปรียบเสมือนสะพานเชื่อมโยงแห่งยุคเพื่อให้ทำงานร่วมกันได้อย่างราบรื่น ในภาครัฐหน่วยงานต่าง ๆ ในทุกกระทรวง ทบวง กรม รวมถึงหน่วยราชการในส่วนท้องถิ่นก็ได้มีนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาใช้ในการดำเนินงานตามนโยบาย e-Government หรือรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นนโยบายโดยตรง ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้เข้ากับยุคสมัยและก้าวทันกระแสโลก โดยเน้นการบูรณาการในการบริหารงาน และปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพทัดเทียมกับภาคเอกชน จึงเป็นการหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่การดำเนินงานในทุกระบบจึงต้องเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้เองได้ส่งผลกระทบให้เกิดในหลายด้านในส่วนของภาคการเกษตรเองก็ได้รับผลกระทบที่เกิดขึ้นนี้เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของระดับการบริหารงาน และระดับการปฏิบัติการ ผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เกิดขึ้นในส่วนของงานส่งเสริมการเกษตรที่เห็นได้อย่างชัดเจนก็ได้แก่ ด้านบุคลากรในงานส่งเสริมการเกษตร ด้านวิธีการส่งเสริมการเกษตร และด้านตัวเกษตรกร

ผลกระทบด้านบุคลากรในงานส่งเสริมการเกษตร

บุคลากรในงานส่งเสริมนี้นับเป็นส่วนสำคัญที่เกิดผลกระทบมาก เนื่องจากเทคโนโลยีเข้ามาเปลี่ยนวิถีการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นโดยตรง คือ ต้องมีการปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานที่เคยทำมาจนเคยชินและต้องปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยี แต่เดิมอาจจะเคยชินกับงานเอกสารบนแผ่นกระดาษตั้งแต่ขั้นตอนการพิมพ์ไปจนถึงขั้นการส่งเอกสารเวียนไปยังฝ่ายต่าง ๆ ก็มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบมาเป็นเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ด้วยการส่งผ่านอีเมล์ ซึ่งไม่จำเป็นต้องใช้กระดาษเลย อาจเหลือเพียงเฉพาะเอกสารสำคัญ ๆ เท่านั้นที่ยังคงใช้เอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร ที่ทำงานก็เต็มไปด้วยอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์การสื่อสาร โดยในปัจจุบันยังคงเห็นภาพของการใช้สายเคเบิล เพื่อเชื่อมต่ออุปกรณ์ต่าง ๆแต่ในอนาคตก็จะหายไป อาจเหลือไว้แค่เพียงรูปแบบการเชื่อมต่อแบบไร้สาย (Wireless)

ผลที่กระทบที่เกิดขึ้นกับบุคลากรในงานส่งเสริม ก็คือ ต้องมีการปรับตัวให้เข้าสภาพแวดล้อมการทำงานที่เปลี่ยนไป จำเป็นต้องขวนขวายหาความรู้เพื่อปรับตัวเองให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในยุคที่อุปกรณ์ด้านไอทีเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงาน การเสาะแสวงหาความรู้เพิ่มเติมจากสถาบันการศึกษา การฝึกอบรมภายในหน่วยงานในลักษณะของ e-Training หรือแม้กระทั่งการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งกันและกัน ภายในหน่วยงาน (Learning organization) ก็จะเป็นวิธีการที่เกิดขึ้นและถูกนำมาใช้เพื่อพัฒนาบุคลากรในงานส่งเสริมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

บุคลากรในงานส่งเสริมจะต้องถูกสร้างให้มีวิสัยทัศน์ในด้านไอทีเพื่อรองรับลักษณะงานที่จำต้องมีการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และเพื่อสร้างรูปแบบการทำงานใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นตามเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น ภาพของบุคลากรในงานส่งเสริมด้านการส่งเสริมการเกษตรในอนาคตจะมีลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมค่อนข้างมาก คือ จะต้องมีวิสัยทัศน์ในด้านไอที

มีความรอบรู้และสามารถปรับตัว และการปฏิบัติในสภาพแวดล้อมของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปได้ อีกทั้งจะต้องรู้จักวิธีพัฒนากลุ่มเป้าหมายให้สามารถรับรู้ข้อมูลและเข้าใจวิธีการทำงานส่งเสริมในยุคสารสนเทศได้ และที่สำคัญต้องรู้จักวิธีการประยุกต์การทำงานแบบร่วมสมัยได้ คือ สามารถทำงานได้ทั้งในสภาพแวดล้อมที่รอบล้อมด้วยเทคโนโลยีและในสภาพแวดล้อมแบบดั้งเดิมได้อีกด้วยเรียกได้ว่ามีศักยภาพด้านไอทีแต่สามารถปฏิบัติงานได้ทุกสถานการณ์

ผลกระทบด้านวิธีการส่งเสริมการเกษตร

วิธีการส่งเสริมการเกษตรในรูปแบบที่เคยชินอันได้แก่ การส่งเสริมรายบุคคล การส่งเสริมแบบกลุ่ม และการส่งเสริมแบบมวลชน จะต้องมีการปรับเปลี่ยน เนื่องจากผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เนื่องจากอุปกรณ์ที่เป็นผลพวงจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีได้เกิดขึ้นมากมาย อุปกรณ์ที่สามารถแสดงผลได้ทั้งในรูปแบบของมัลติมีเดีย อุปกรณ์ที่มีขนาดเล็กลงพกพาไปมาได้ด้วยความสะดวก อุปกรณ์ที่สามารบรรจุข้อมูลได้มากขึ้น ในรูปแบบดิจิตอล คงอีกไม่นานที่จะได้เห็นนักส่งเสริมการเกษตรของเรา จากรูปแบบเดิมกลายเป็นนักส่งเสริมในยุคดิจิตอลที่ใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ขนาดเล็ก เช่น คอมพิวเตอร์ขนาดเล็ก พีดีเอหรือแม้กระทั่งโทรศัพท์มือถือเชื่อมโยงสัญญาณในการแสดงข้อมูลต่าง ๆ ทางการเกษตรหรือสามารถสาธิตวิธีการ โดยใช้วิดีโอคลิปในการแสดงข้อมูลต่อเกษตรกร นอกจากนี้อาจจะยังสามารถใช้การสื่อสารข้อมูลและตอบโต้ซักถามกับผู้เชี่ยวชาญผ่านเครือข่ายการสื่อสารในแบบเวลาเดียวกันได้อีกด้วย และด้วยการมีอินเทอร์เน็ตในระดับตำบลใช้งานรูปแบบของการส่งเสริมการเกษตรผ่านเครือข่ายจึงเกิดขึ้นได้ไม่ยาก แต่ที่สำคัญกว่านั้นการส่งเสริมการเกษตรที่เกิดขึ้นจะมีความแตกต่างกว่าเดิม คือ สามารถมีปฏิสัมพันธ์ สามารถตอบโต้ข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เกษตรกรจะมีบทบาทมากขึ้นในรูปแบบของกลุ่มในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและอาจไปถึงในขั้นของการอภิปราย เพื่อร่วมกันแก้ปัญหา และท้ายที่สุดจะทำให้เกิดชุมชนเกษตรกรบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นชุมชนที่ร่วมกันใช้ข้อมูล สร้างข้อมูลและร่วมกันช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละพื้นที่ โดยมีนักส่งเสริมเป็นผู้คอยให้คำแนะนำช่วยเหลือและร่วมวิเคราะห์แก้ไขปัญหา

ผลกระทบด้านเกษตรกร

ผลกระทบในด้านนี้นับว่าเป็นสิ่งที่ค่อนข้างน่าเป็นห่วงอยู่มาก เนื่องจากในความเป็นจริงเกษตรกรในประเทศไทยเรานั้นยังค่อนข้างมีข้อจำกัดทางด้านการศึกษา เมื่อเทียบกับเกษตรกรในประเทศกำลังพัฒนาในบางประเทศ ซึ่งถึงแม้ว่าทางภาครัฐได้มีนโยบายในการขยายโอกาสทางการศึกษา แต่ก็ยังครอบคลุมและให้การศึกษากับกลุ่มเกษตรกรไทยด้วยทั้งหมด ตรงนี้จึงเป็นข้อจำกัดด้วยตัวของเกษตรกรเอง ซึ่งถ้าขาดทักษะในการอ่านออกเขียนได้ก็เป็นอุปสรรคที่สำคัญในด้านของการใช้ไอที เพื่อการส่งเสริมการเกษตรเพราะสารสนเทศส่วนใหญ่ จะอยู่ในรูปของภาพและตัวอักษรซึ่งต้องใช้ความสามารถพื้นฐานในการอ่านออกเขียนได้ จึงจะเข้าถึงสารสนเทศเหล่านั้นได้อีก ทั้งยังต้องใช้ทักษะพื้นฐานด้านไอที เช่น สามารถใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตได้ จึงจะสามารถเข้าสู่แหล่งข้อมูลได้ในด้านนี้นับเป็นผลกระทบที่เป็นภาระของภาครัฐ ต้องดำเนินการแก้ไขไม่ว่าจะเป็นการให้ความรู้และทักษะแก่เกษตรกรโดยตรงหรือการให้การช่วยเหลือโดยมีผู้ช่วยเหลือ หรือมีศูนย์กลางคอยอำนวยความสะดวกในพื้นที่ที่สามารถช่วยเหลือให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ โดยเพราะถึงแม้จะสามารถส่งเสริมข้อมูลได้ไปถึงเกษตรกร แต่เกษตรกรไม่สามารถใช้และเข้าถึงข้อมูลนั้นได้ ก็คงจะไม่มีประโยชน์และเป็นการสูญเปล่าในการดำเนินงาน อีกทั้งจะสร้างความเบื่อหน่าย

ความสับสนและอาจกลายเป็นการต่อต้านไม่ยอมรับข้อมูล ขาดความเชื่อถือต่อวิธีการส่งเสริมการเกษตรสมัยใหม่ตามมาภายหลัง

จากผลกระทบเหล่านี้จึงเป็นข้อที่ควรตระหนักว่า ในการดำเนินงานส่งเสริมการเกษตรด้วยเทคโนโลยีที่มีความล้ำหน้าและทันสมัยนั้น มิใช่ว่าจะมีแต่ผลในทางบวกแต่เพียงอย่างเดียว แต่ผลในทางลบก็มีคู่ขนานกันมา หากแต่ว่าควรต้องพิจารณาอย่างถี่ถ้วน มิเช่นนั้นอาจประสบความล้มเหลวในการดำเนินการได้ ผลกระทบที่เกิดขึ้นส่งผลให้ระบบการส่งเสริมการเกษตรที่กำลังเกิดขึ้น หรือจะเกิดขึ้นควรต้องมองให้เห็นภาพที่จะเกิดขึ้นและพยายามดำเนินวิธีการแก้ไขป้องกันควบคู่กันไป จึงจะช่วยให้สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตอนที่ ๔.๒ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรในสภาวการณ์ต่าง ๆ

การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรให้ประสบผลสำเร็จ การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริม ถ่ายทอดความรู้เทคโนโลยี หรือ วิทยาการต่าง ๆ สู่เกษตรกรและประชาชน โดยการสื่อสารมีบทบาทต่อการส่งเสริม ทั้งในเรื่องของการรายงานสภาวะสิ่งแวดล้อมและข่าวสาร การประสานส่วนต่าง ๆ ในสังคมการถ่ายทอดมรดกทางสังคมการถ่ายทอดความรู้ วิทยาการใหม่ การแสดงความคิดเห็นหรือการชักจูง โดยเฉพาะการประสานความร่วมมือให้งานประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ แต่ในบางครั้งอาจจะประสบปัญหาเรื่องของการสื่อสารได้ หากสถานการณ์ไม่ปกติ อาทิเช่น ปัญหาภัยธรรมชาติ ปัญหาสถานการณ์ทางการเมือง ปัญหาทางอาชญากรรมหรือด้านสังคม เป็นต้น

พจน์ ใจชาญสุขกิจ (๒๕๕๔) ระบุว่าการสื่อสารท่ามกลางสภาวการณ์เปลี่ยนแปลงที่ผ่านมาประเทศไทยต้องเผชิญปัญหาหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาความเคลื่อนไหวทางการเมือง ปัญหาอาชญากรรม ปัญหาความสงบทางภาคใต้ ผลกระทบดังกล่าวได้ส่งผลให้ไปยังภาครัฐ และธุรกิจเอกชน รวมถึงภาคประชาชนอย่างถ้วนหน้า ดังนั้น ทุกภาคส่วนต้องเร่งแก้ไข และปรับกระบวนการสื่อสารในภาวะวิกฤตให้ถูกต้อง จึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็น ภาวะวิกฤต (Crisis) เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่ได้คาดคิด แต่อาจจะส่งผลเสียระยะยาวถึงภาพลักษณ์ ชื่อเสียงขององค์กร เช่น อุบัติภัย ภัยธรรมชาติ น้ำท่วม ฝนแล้ง แมลงระบาด ผลกระทบจากสิ่งแวดล้อม การเผชิญกับภาวะกดดันของกลุ่มชน เป็นต้น เหตุการณ์หรือภาวะดังกล่าวที่เกิดขึ้นโดยที่ไม่ได้คาดการณ์ล่วงหน้า เมื่อเกิดขึ้นแล้วมักจะเกิดผลเชิงลบกับองค์กรในระยะยาว ซึ่งการบริหารภาวะวิกฤต (Crisis Management) ต้องยึดหลักการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เป็นกลยุทธ์ที่ต้องดำเนินการอย่างรวดเร็ว และให้เกิดผลเสียหายน้อยที่สุด การบริหารภาวะวิกฤตที่ดี ควรมีการดำเนินการภายใต้แนวคิด ดังนี้

๑. อย่าคิดว่าโอกาสในการเกิดภาวะวิกฤตเป็นศูนย์ เพื่อการไม่ประมาท และมีการเตรียมการที่จะเผชิญภาวะวิกฤตล่วงหน้า

๒. คาดการณ์อนาคตและการเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีต แล้วจัดให้มีการวางแผนล่วงหน้า วางเครือข่ายการรับมือกับสถานการณ์อย่างเป็นขั้นเป็นตอน

๓. จัดให้มีผู้รับผิดชอบการสื่อสารขององค์กร ที่สามารถบริหารเหตุการณ์ จัดการระบบสื่อสาร

ให้ข่าวหรือออกแถลงการณ์ อย่าปล่อยให้สื่อหาข่าวจากบุคคลภายนอก ฝ่ายตรงข้าม หรือผู้เสียประโยชน์เพียงอย่างเดียว

๔. การกำหนดท่าทีขององค์กรอย่างรวดเร็ว แนวทางสื่อสารในแต่ละประเด็น แต่ละกลุ่ม เพื่อมิให้เกิดความเสียหายทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

สำหรับกลยุทธ์การรับมือกับภาวะวิกฤตองค์กรนั้น พจน์ ใจชาญสุขกิจ (๒๕๕๔) ได้ให้ความเห็นว่า การแก้ไขปัญหาวิกฤต จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขในทุกมิติทั้งภายนอกและภายในองค์กร กลยุทธ์การรับมือมีหลากหลายแนวทาง ดังนี้

๑) เชิงตั้งรับ ด้วยการให้ข้อมูล ถามมาตอบไป อยากเห็นก็จะเปิดให้ดู แสดงความชัดเจน

๒) เชิงรุก ด้วยการเข้าควบคุม ยุติสถานการณ์ มีการจัดการกับเหตุการณ์ ต้องหยุดอย่างถอนรากถอนโคน เพื่อลดความเสี่ยงต่อการเกิดวิกฤตได้อีก

๓) เชิงยุทธ์ ด้วยการเข้าถึงเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ตามช่องทาง ระยะเวลา ความถี่ คือ ดูทางหนีทีไล่ วิเคราะห์ว่า คุ้ม/ไม่คุ้ม แล้วจึงกำหนดวิธี ซึ่งอาจจะทำได้หลาย ๆ อย่างพร้อม ๆ กัน เป็นช่วงเวลา อาจปรับสถานการณ์ให้กลับมาเป็นบวก พร้อมกับจัดการคู่แข่งขันด้วยการพลิกสถานการณ์หรือเปิดประเด็นใหม่

สิ่งที่ผู้บริหารควรจะมีในการสื่อสาร คือ การใช้เทคนิคของการนำเสนอข้อมูล และไม่ให้มีสิ่งที่ไม่ดีค้างอยู่ในใจของผู้รับฟัง การสื่อสารชี้แจงตรงเข้าสู่ประเด็น (Right to the point) เปิดเผยข้อเท็จจริงให้สาธารณชนและคนในองค์กรได้รับทราบ เพื่อให้เกิดการรวมพลัง ร่วมมือ ให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

เรื่องที่ ๔.๒.๑ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในภาวะขัดแย้ง

ยุทธนา พรมมณี (๒๕๕๕) ระบุว่า ความขัดแย้ง (Conflict) หมายถึง สภาพการณ์หรือสถานการณ์ที่เป็นความแตกต่างที่บุคคล ๒ คน หรือมากกว่า แสดงพฤติกรรมเปิดเผยออกมาอย่างแตกต่างกัน สภาพการณ์เหล่านี้ คือ ความขัดแย้ง ซึ่งอาจจะเกิดจากมีการรับรู้ในเป้าหมายที่แตกต่างกัน มีความเข้าใจผิดหรือไม่เข้าใจวัตถุประสงค์ มีความต้องการที่แตกต่างกัน หรือแย่งชิงกันในสิ่งเดียวกัน หรือต้องการความเท่าเทียมกัน ทั้งด้านวัตถุประสงค์และคุณค่า เกิดความรู้สึกต้องการชนะหรือทำให้ฝ่ายตรงข้ามไม่พึงพอใจ สูญเสียหรือถูกกดดัน หรือเกิดจากความต้องการที่จะมีสถานภาพที่เหนือกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง สถานการณ์เหล่านี้จะทำให้เกิดความตึงเครียด เพราะความไม่เห็นด้วยหรือไม่ตกลงด้วยและมีแนวโน้มทำให้แต่ละฝ่ายมีทิศทางตรงกันข้าม นอกจากนี้ความขัดแย้งอาจเกิดจากความขาดแคลนทรัพยากร หรือความซับซ้อนของการติดต่อสัมพันธ์ที่ต้องเกี่ยวพันระหว่างบุคคล กลุ่ม องค์การ หรือนานาชาติ ความขัดแย้งอาจเกิดจากค่านิยมในการดำเนินวิถีชีวิตของบุคคลแต่ละเพศ แต่ละวัย และแต่ละเชื้อชาติ ผลจากทฤษฎี และงานวิจัยหลายฉบับ

ลักษณะรูปแบบของพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากความขัดแย้ง

สรุปลักษณะรูปแบบของพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากความขัดแย้งออกเป็น ๕ รูปแบบ ดังต่อไปนี้

๑. การหลีกเลี่ยง (avoiding) การหลีกเลี่ยงความขัดแย้งเป็นวิธีการหนึ่ง ซึ่งทำให้บุคคลไม่ต้องได้รับผลกระทบทางด้านจิตใจ บางคนอาจจำความเจ็บช้ำที่เกิดจากความขัดแย้งในอดีตที่เพิ่งผ่านมาและไม่อยากให้สภาพความรู้สึกอย่างนั้นเกิดขึ้นอีก พวกเขาอาจหลีกเลี่ยงปฏิเสธไม่เข้าร่วมกิจกรรมที่เห็นว่าจะมีความขัดแย้งพฤติกรรมการหลีกเลี่ยง เป็นผลมาจากความเชื่อที่ว่าความขัดแย้ง

เป็นสิ่งไม่ดี ควรจะหลีกเลี่ยงหรือกำจัดให้หมดสิ้นไป นอกจากนั้นบางคนยังมองว่าการโต้แย้ง หรือการถกเถียงกันเป็นพฤติกรรมแบบเด็กน่ารำคาญก่อให้เกิดปัญหาไม่สิ้นสุด ผู้ใหญ่ คือ ผู้ที่วางตัวเป็นกลางหรือประเภท "ลอยตัวเหนือปัญหา" ปล่อยให้คนอื่นทะเลาะกันจนล้าไปเอง แล้วตนเองค่อยสวมรอยเข้าไปตรงกลางหรือเลือกเข้าข้างฝ่ายชนะจะดีกว่า

๒. การยินยอมให้ผู้อื่น (accommodating) พฤติกรรมการยินยอมให้ผู้อื่นเข้าลักษณะ " แพ้เป็นพระชนะเป็นมาร " บุคคลที่เลือกรูปแบบพฤติกรรมนี้มักจะเป็นผู้ที่แคร์ต่อความรู้สึกผู้อื่นเกรงว่าสัมพันธภาพที่มีอยู่จะเลวร้ายลงไป การยินยอมให้ผู้อื่นแสดงถึงความอดทนอดกลั้นมีความเป็นผู้ใหญ่ ความขัดแย้งหรือการแย่งชิงกันเป็นสิ่งที่น่ารังเกียจ เป็นลักษณะของคนที่เห็นแก่ตัว ไม่รู้จักเสียสละ อย่างไรก็ตาม ถ้ามองในอีกแง่หนึ่งคนที่ทำตามคนอื่นเสมอแสดงถึงการเป็นคนที่ไม่มีความเชื่อมั่นในตนเองมีพฤติกรรมที่ชอบเชื่อฟังบุคคลอื่น ซึ่งเป็นลักษณะพฤติกรรมเหมือนเด็กที่ต้องเชื่อฟังผู้ใหญ่ตลอดเวลา

๓. การแข่งขัน (competing) ในทัศนะของบุคคลซึ่งเลือกรูปแบบนี้จะมองว่าการทำงานก็เหมือนกับการเล่นเกมส์ ทุกคนจะต้องมุ่งสู่ชัยชนะด้วยวิธีการต่าง ๆ เท่าที่จะสามารถทำได้ เพื่อตนเองจะได้รับผลประโยชน์ตอบแทนมากกว่าคนอื่น คนชนะ คือ ผู้เข้มแข็ง ผู้ประสบความสำเร็จหรือผู้มีความสามารถ ส่วนคนแพ้ คือ ผู้อ่อนแอ ล้มเหลวและไร้ความสามารถพวกเขารู้ว่าเมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้น จะต้องมีผู้ชนะและผู้แพ้ และแน่นอนพวกเขาไม่อยากเป็นผู้แพ้ วิธีการต่าง ๆ ถูกงัดขึ้นมาใช้ ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ การใช้อำนาจ การโต้เถียง การชักจูงโน้มน้าวหรือแม้กระทั่งการใช้เล่ห์เหลี่ยม ต่าง ๆ นานา ความร่วมมือหรือการประสานงานกับฝ่ายตรงกันข้ามไม่มีเลย ทุกคนมุ่งเพื่อตัวเองทั้งสิ้น สิ่งเหล่านี้จะขัดต่อบรรยากาศของการทำงานแบบเป็นทีมอย่างยิ่ง ความจริงแล้วการแข่งขันหรือบรรยากาศประเภทแพ้ชนะ (win-lose) มีส่วนกระตุ้นแรงจูงใจส่วนบุคคลซึ่งเป็นเรื่องที่ดี แต่ถ้าทำแล้วก่อให้เกิดการแตกแยกย่อมไม่เป็นผลดี เมื่อมีผู้ชนะ (the winner) ย่อมมีผู้แพ้ (the loser) ซึ่งถ้าไม่ยอมกันก็จะแก้แค้นหรือขัดขวางกันต่อไปเรื่อย ๆ

๔. การประนีประนอม (compromising) การประนีประนอมเป็นทางสายกลาง ซึ่งทั้งสองฝ่ายจะต้องได้และเสียในบางอย่าง ไม่ได้ครบตามที่ตนปรารถนา จัดเป็นวิธีการที่ทำให้ทุกฝ่ายสามารถอยู่ร่วมกันต่อไปได้อย่างสันติ วิธีการในการประนีประนอมอาจใช้เทคนิคการเจรจาต่อรอง (bargaining) การไกล่เกลี่ยโดยผู้บังคับบัญชาหรือบุคคลที่สาม (the third person) เป็นต้น

๕. การร่วมมือซึ่งกันและกัน (collaborating) บุคคลซึ่งเลือกรูปแบบนี้ คือ บุคคลที่มีความปรารถนาที่จะทำให้ทั้งความต้องการส่วนตนและความต้องการของผู้อื่นบรรลุผลร่วมกัน ทั้งสองฝ่ายจะเรียนรู้ว่าถ้าต่างฝ่ายต่างมุ่งเอาชนะกัน โอกาสที่จะบรรลุตามความต้องการส่วนตนเป็นเรื่องยาก แต่ถ้าพวกเขาร่วมมือกันโอกาสที่จะบรรลุเป้าหมายของทั้งสองฝ่ายมีความเป็นไปได้สูง ดังนั้น พวกเขาจะต้องร่วมมือกัน โดยการทำงานอย่างเต็มที่บนพื้นฐานของความเปิดเผยและไว้วางใจซึ่งกันและกัน โดยอาศัยกระบวนการแก้ปัญหาและการวินิจฉัยสั่งการแบบมีส่วนร่วมจากทุกฝ่าย

วิธีการแก้ไขความขัดแย้ง

ทองหล่อ เดชชัย (๒๕๔๐) ได้กล่าวถึงวิธีแก้ไขความขัดแย้งแบ่งเป็นสองวิธี คือวิธีการที่ใช้ในการแก้ไขความขัดแย้งเกี่ยวกับบุคคลและวิธีการแก้ไขความขัดแย้งที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างองค์การ ซึ่งแต่ละด้านมี ๒ วิธี ดังต่อไปนี้

๑. วิธีการแก้ไขความขัดแย้งที่เกี่ยวกับบุคคล

๑) การบังคับ (Force) วิธีการนี้ผู้จัดการหรือฝ่ายหนึ่งจะสั่งว่าจะทำอะไร คำสั่งนั้นอาจไม่ถูกต้อง แต่เนื่องจากผู้สั่งมีอำนาจหรือตำแหน่งสูงกว่าลูกน้องหรืออีกฝ่ายหนึ่งจึงต้องทำตาม ถ้าบุคคลนั้นยังต้องการอยู่ในองค์การนั้น วิธีการแก้ไขแบบนี้จะเป็นผู้ชนะ และอีกฝ่ายหนึ่งจะเป็นผู้แพ้ ผลการแก้ไขจะมีลักษณะของ **Win – Lose** เป็นวิธีการแก้ไขความขัดแย้งที่ไม่ก่อให้เกิดความร่วมมือและเป็นการทำงานที่ต่อต้านความต้องการของฝ่ายตรงข้าม ไม่แก้ไขความขัดแย้งที่สาเหตุ ความขัดแย้งแบบดั้งเดิม จึงเกิดขึ้นได้อีกเสมอ เพราะยังไม่ได้รับการตอบสนองที่พึงพอใจทั้งสองฝ่าย

๒) การหลบหนี (Withdrawal หรือ Avoidance) วิธีการนี้ผู้จัดการใช้วิธีการหลีกจากปัญหาหรือบุคคลที่เป็นต้นเหตุของความขัดแย้ง โดยการไม่ร่วมมือ และไม่รุกราน ไม่เห็นด้วย ถอนตัวจากเหตุการณ์ หรือทำตัววางเฉยไม่ยุ่งเกี่ยวกับเหตุการณ์ไม่ว่ากรณีใด ผลของการใช้วิธีการหลบหนีจะให้ผลเสียต่อทั้งผู้จัดการและฝ่ายตรงข้ามหรือให้ผลเสียต่อทั้งสองฝ่าย เกิดผลแบบ **Lose – Lose** ไม่มีฝ่ายใดได้รับสิ่งที่ต้องการหรือพึงพอใจ สาเหตุของความขัดแย้งยังคงอยู่และมีแนวโน้มจะปรากฏความขัดแย้งให้เห็นได้อีกในอนาคต แม้ขณะนั้นจะดูเหมือนไม่มีความขัดแย้งเพราะทุกคนแกล้งทำเป็นว่าไม่มีความขัดแย้งและหวังให้ความขัดแย้งหายไปในที่สุด

๓) การประนีประนอม (Compromise) วิธีการนี้ส่วนใหญ่ใช้สำหรับจัดการด้านแรงงาน ซึ่งเป็นการตกลงประนีประนอมข้อเสนอและข้อต่อรองของทั้งสองฝ่าย โดยมุ่งให้ผลส่วนใหญ่ออกมาในลักษณะสมน้ำสมเนื้อ เป็นการแก้ไขที่มีความร่วมมือในระดับปานกลางและได้ผล แต่ไม่ถึงขั้นที่พึงพอใจทั้งสองฝ่าย คำตอบหรือผลลัพธ์จากวิธีการแก้ไขปัญหาแบบประนีประนอมจะทำให้แต่ละฝ่ายมีชัยชนะคนละนิดและสูญเสียคนละหน่อย ดังนั้น ความขัดแย้งที่มีซึ่งยังไม่ได้แก้ที่สาเหตุที่แท้จริง เพียงแต่ได้ความพึงพอใจมาระดับหนึ่ง เมื่อเวลาผ่านไปความขัดแย้งเดิมจะปรากฏขึ้นใหม่อีก ผลจากการใช้วิธีนี้ยังมีลักษณะเป็น **Win – Lose**

๔) การปรองดอง (Accommodation) วิธีการนี้เป็นการให้ความร่วมมือ แต่ไม่ยืนยันแน่แน่ ปล่อยให้ฝ่ายหนึ่งตั้งกฎเกณฑ์ตามที่ต้องการสงบเงียบ ความแตกต่างเพื่อรักษาความเป็นพวกเดียวกันอย่างเหนียวแน่น ทำตนเสมือนไม่มีความขัดแย้งซึ่งจะสร้างให้ผลจากการใช้วิธีการนี้ในการแก้ไขความขัดแย้งได้ผลในลักษณะ Lose – Lose ไม่มีใครได้รับการตอบสนองความต้องการที่แท้จริงและสาเหตุที่แท้จริงของความขัดแย้งยังคงซ่อนตัวอยู่อย่างเหนียวแน่น เพราะทั้งสองฝ่ายจะเพิกเฉยต่อสาระสำคัญของความขัดแย้ง มุ่งเพียงรักษาสัมพันธภาพและสงบ โดยทำทุกอย่างไปตามหน้าที่หรือภาระความจำเป็นหรือความรู้สึกเป็นหนี้บุญคุณ

๕) การแก้ปัญหาหรือการร่วมมือกัน (Problem Solving หรือ Collaboration) วิธีการนี้เป็นวิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดสำหรับแก้ไขความขัดแย้ง เพราะทั้งสองฝ่ายร่วมมือกันคิด เป็นวิธีการที่รักษาความสัมพันธ์และความเป็นมิตรระหว่างสองฝ่ายไว้ได้ โดยไม่ทำให้เกิดความรู้สึกว่าฝ่ายหนึ่งชนะอีกฝ่ายหนึ่งแพ้ ผลการแก้ไขความขัดแย้งจะออกมาในลักษณะ Win – Win เหตุการณ์ที่ขัดแย้ง จะได้รับการแก้ไขโดยยึดหลักผลประโยชน์ที่เท่าเทียมกัน ซึ่งในการแก้ไขทั้งสองฝ่ายจะต้องเผชิญหน้ากับปัญหา มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างเปิดเผยและเชื่อถือได้ มุ่งแก้ไขปัญหาที่สาเหตุ วิธีการนี้จึงเป็นวิธีที่ดีที่สุดและเป็นรากฐานการเจรจาต่อรอง

๒. การจัดการความขัดแย้งเกี่ยวกับโครงสร้างความขัดแย้งด้านโครงสร้าง ซึ่งแก้ปัญหาได้โดยใช้วิธีการต่อไปนี้

๑) เปลี่ยนแปลงกระบวนการ (Procedural Changes) บางครั้งปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้นเนื่องจากกระบวนการไม่ต่อเนื่องหรือล่าช้าหรือไม่เหมาะสม เช่น ความขัดแย้งระหว่าง

ผู้จัดการฝ่ายบุคคลและผู้จัดการฝ่ายผลิตเกิดขึ้น เนื่องจากขั้นตอนไม่ระบุให้ผู้จัดการฝ่ายผลิตพิจารณาใบสมัครก่อนที่จะทำการว่าจ้างพนักงาน ซึ่งเมื่อปรับปรุงกระบวนการก็จะแก้ปัญหาความขัดแย้งได้

๒) เปลี่ยนแปลงโครงสร้างขององค์การ (Organizational Structure Changes) ความขัดแย้งบางอย่างเกิดขึ้น เนื่องจากการกำหนดโครงสร้างขององค์การในการบริหาร เช่น ความขัดแย้งระหว่างแผนกต่าง ๆ เช่น บางองค์การได้แยกแผนกขายและแผนกขนส่งออกจากกัน โดยให้แต่ละแผนกเป็นสายงานโดยตรงไปยังผู้จัดการอาวุโส ซึ่งมักปรากฏว่าเป็นการสร้างความขัดแย้งเนื่องจากฝ่ายขายต้องการให้มีการขนส่งถึงลูกค้าเร็วที่สุดและเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า ขณะที่ฝ่ายขายส่งต้องการขนสินค้าในลักษณะที่มีเต็มจำนวนรถขนส่งเพื่อลดค่าใช้จ่าย ความขัดแย้งแบบนี้อาจแก้ไขได้โดยการรวมทั้ง ๒ แผนกนี้ให้ขึ้นโดยตรงต่อผู้จัดการฝ่ายการตลาด ซึ่งโดยปกติแล้วจะเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ทั้งด้านการขายและการขนส่งสินค้า

๓) เปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมขององค์การ (Physical Layout Changes) การจัดการรูปแบบสำนักงานมีผลต่อการลดหรือขจัดปัญหาความขัดแย้งโดยที่อาจมีการจัดรูปแบบของพื้นที่นั่งในลักษณะที่มุ่งให้มีการติดต่อกันอย่างสะดวกหรือติดต่อกันได้ยากขึ้น เช่น การใช้โต๊ะทำงานเป็นเครื่องกั้น หรือมีฉากกั้นระหว่างผู้ปฏิบัติงานแต่ละคน แต่อย่างไรก็ตามถ้าต้องการที่จะกระตุ้นการแก้ปัญหา ส่วนใหญ่ผู้จัดการจะจัดพื้นที่เปิดให้ติดต่อกันได้สะดวก สำหรับการจัดเก้าอี้ของผู้พบให้เป็นแบบนั่งด้านข้างของโต๊ะจะลดการขัดแย้งได้ดีกว่าการจัดให้นั่งตรงกันข้ามกับคู่ต่อสู้

การบริหารความขัดแย้งในองค์กร เป็นหน้าที่ของผู้บริหารหรือหัวหน้าที่จะต้องทราบและเข้าใจทั้งสาเหตุและวิธีการจัดการซึ่งอาจจะพิจารณาขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

๑. ให้ความสนใจกับประเภทต่างของความขัดแย้ง เช่น ความขัดแย้งระหว่างบุคคลภายในความขัดแย้งภายในหน่วยงาน ความขัดแย้งระหว่างกลุ่มงาน ความขัดแย้งขององค์การจะได้ทราบความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันเสมอ

๒. การติดต่อสื่อสารที่ชัดเจนต่อเนื่อง (Articulate Communication) ผู้บริหารจำเป็นที่จะต้องพยายามหาวิธีการจัดการที่จะช่วยให้มีการติดต่อสื่อสารกันขึ้นมาใหม่ เน้นการติดต่อสื่อสารที่เป็นประเด็นปัญหาสำคัญและอยู่บนพื้นฐานแห่งความถูกต้องและเป็นจริง

๓. การสร้างเป้าประสงค์หรือค่านิยมร่วม (Build a superodinate Gold) ในบางครั้งต้องพยายามทำให้เกิดความรวมตัวกันหรือมีค่านิยมหรือเป้าประสงค์ของบุคคลให้เป็นส่วนหนึ่งและเป้าประสงค์หลักขององค์การเพื่อความเจริญก้าวหน้าขององค์การในอนาคต ซึ่งวิธีการได้มาซึ่งเป้าประสงค์หลักหรือค่านิยมร่วมนั้น จะมาจากการที่บุคคลมีส่วนร่วมในการกำหนดขึ้น โดยมีการยอมรับและความพึงพอใจเป็นที่ตั้ง

๔. พิจารณาธรรมชาติของความเป็นอิสระซึ่งกันและกัน (Examine the nature of Independence) ผู้บริหารต้องพยายามเปลี่ยนลักษณะความเป็นอิสระที่ทำให้เกิดการแข่งขันกัน เป็นการส่งเสริมสนับสนุนกัน เพราะการยอมรับในเป้าประสงค์หรือค่านิยมร่วมของบุคคลและการส่งเสริมสนับสนุนนั้น มักจะเป็นไปในทิศทางเดียวกันถ้าทั้งสองสิ่งนี้เกิดการแยกกันก็จะเกิดเป็นแนวโน้มการเกิดความขัดแย้ง

๕. ต้องพร้อมที่จะเสี่ยง (Take Risk) ขั้นตอนที่สำคัญประการหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ความขัดแย้งให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน ก็คือต้องเสี่ยงต่อความสูญเสียหรือความผิดหวัง ดังนั้น ต้องเตรียมบุคคลให้เกิดความรู้สึกมั่นใจ และเป็นที่ยอมรับของผู้ร่วมงานด้วย โดยเฉพาะบุคคลที่มีความอ่อนไหวและไม่มีความมั่นใจในตัวเอง จำเป็นจะต้องใช้วิธีการที่แยบยล ซึ่งก็คือการทำให้

เกิดการยอมรับนับถือซึ่งกันและกันในความพยายามเพื่อพัฒนาความเข้มแข็งมั่นคงให้แก่ผู้ที่มีความอ่อนไหวและอ่อนแอกว่า

๖. แสดงความมีอำนาจ (Demonstrate Power) เพื่อการยุติการเอาเปรียบซึ่งกันและกัน ผู้บริหารต้องพยายามหาทางป้องกันสิ่งเหล่านั้นด้วยการใช้กำลังอำนาจที่มีอยู่

๗. ต้องจำกัดขอบเขตในสิ่งที่ทำสำเร็จแล้ว (Confine to fail accompli) เมื่อกลุ่มที่มีความขัดแย้งยอมรับสถานการณ์ที่เขาสามารถอยู่ร่วมกันได้แล้ว ความรู้สึกแห่งความร่วมมือก็จะเริ่มต้นขึ้น เมื่อเวลาผ่านไปก็จะเริ่มรู้สึกพึงพอใจซึ่งกันและกัน การจำกัดขอบเขตร่วมกันจะช่วยในการพัฒนาการติดต่อสื่อสารและความเข้าใจที่ดียอมรับซึ่งกันและกัน ลดอคติต่าง ๆ สาเหตุแห่งความขัดแย้งก็จะลดลง

๘. การสร้างความเชื่อมั่นร่วมกัน (Build Mutual Trust) แต่ละคนต้องแลกเปลี่ยนความเชื่อและความคิดเห็น เปิดใจซึ่งกันและกัน พร้อมที่ให้และรับแนวคิดต่าง ๆ อย่างจริงใจ

๙. ความสมดุลถูกต้องในการจูงใจ (Legitimize complex Motivation) เนื่องจากบุคคลแต่ละคนมีความต้องการและการจูงใจที่แตกต่างกัน ซึ่งพบว่ามีความสัมพันธ์กับความขัดแย้ง เมื่อการจูงใจของกลุ่มสองกลุ่มเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

๑๐. การสร้างความเห็นอกเห็นใจ (Build Empathy) ในสถานการณ์แห่งความขัดแย้งนั้น แต่ละกลุ่มจะตระหนักถึงเป้าประสงค์ความสนใจและความรู้สึกสำหรับกลุ่มตนเอง น้อยครั้งที่กลุ่มอื่นจะเข้าใจด้วย ดังนั้น ต้องให้แต่ละคนสามารถที่จะคิดเข้าใจความต้องการของผู้อื่นก็จะสามารถลดความขัดแย้งได้

ผลของการแก้ไขความขัดแย้ง วิธีการแก้ไขปัญหาของความขัดแย้งอาจทำให้เกิดผลออกมา ๔ ประการ ดังนี้

กรณีที่ ๑ แพ้ – แพ้ (Lose – Lose) เกิดจากการแก้ปัญหาที่ทำให้เกิดการสูญเสียที่เลวร้ายกว่าความขัดแย้ง เช่น การที่บริษัทสั่งปลดพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญที่รู้ความลับของบริษัทในการผลิต ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ วิธีการที่ใช้แล้วให้ผล แพ้ – แพ้ ได้แก่ การหลีกหนี และการปรองดอง ทั้งสองวิธีจัดอยู่ในกลุ่มนี้เพราะทั้งสองฝ่ายต่างก็ไม่ได้รับผลตามที่ต้องการที่ตั้งเป้าหมายไว้ ดังนั้น แม้จะดูเสมือนแก้ปัญหาแต่เป็นการแก้ปัญหาได้ขณะหนึ่งและอาจจะเกิดปัญหานั้นขึ้นได้อีกในระยะต่อมา เพราะสาเหตุที่แท้จริงของความขัดแย้งไม่ได้รับการแก้ไข

กรณีที่ ๒ แพ้ – ชนะ และ ชนะ – แพ้ (Win – Lose and Lose – Win) ผลของการแก้ปัญหาความขัดแย้งบางครั้งจะทำให้ฝ่ายหนึ่งได้รับชัยชนะ ขณะที่อีกฝ่ายหนึ่งแพ้หรือฝ่ายหนึ่งได้รับผลประโยชน์ขณะที่อีกฝ่ายหนึ่งเสียผลประโยชน์หรือไม่ได้รับประโยชน์ วิธีการจัดการความขัดแย้งที่จะได้ผล แพ้ – ชนะ หรือ ชนะ – แพ้ คือ การบังคับ หรือการใช้เป้าหมายอื่นที่สำคัญกว่า วิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้ไม่สามารถแก้สาเหตุของความขัดแย้งเพียงแต่ทำให้การขัดแย้งหมดไปในขณะนั้น ผลคือความขัดแย้งจะยังคงอยู่และจะเกิดขึ้นอีก

กรณีที่ ๓ ชนะ – ชนะ (Win – Win) เป็นผลการแก้ปัญหาความขัดแย้งที่พึงปรารถนามากที่สุด โดยทั้งสองฝ่ายมีความรู้สึกหรือได้รับผลในแง่ชนะทั้งสองฝ่าย นั่นคือ การแก้ปัญหาแบบมุ่งที่จะให้ทุกฝ่ายตระหนักว่ามีอะไรผิดพลาดและต้องมีการแก้ไข การแก้ความขัดแย้งแบบชนะ – ชนะ เป็นการแก้ความขัดแย้งโดยการพิจารณาเหตุของความขัดแย้งและพยายามขจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้ความขัดแย้งมีอยู่หรือเกิดขึ้น

การแก้ปัญหาความขัดแย้งที่ด้วยวิธี Problem solving ทั้งสองฝ่ายจะต้องมาอภิปรายชี้แจงสถานการณ์ร่วมกัน ต้องใช้การสื่อสารที่แสดงข้อเท็จจริง วิธีการ ตลอดจนเป้าหมายที่ต่างกันที่มีผลทำให้เกิดความขัดแย้ง เมื่อสามารถแจกแจงสาเหตุที่ทำให้เกิดความขัดแย้งได้แล้ว จึงพยายามหาวิธีการที่ขจัดหรือทำให้เกิดความขัดแย้งน้อยที่สุด

หลักการที่จะแก้ความขัดแย้งแล้วได้ผล ชนะ – ชนะ จะต้องอยู่บนข้อตกลงเบื้องต้น ต่อไปนี้

๑. ความขัดแย้งเป็นเรื่องปกติ และอาจเกิดขึ้นได้เสมอ
๒. ทั้ง ๒ ฝ่าย มีทัศนคติในการช่วยกันแก้ปัญหามากกว่ามุ่งเอาชนะกันและกัน
๓. มีความจริงใจที่แสดงความต้องการที่แท้จริงออกมา
๔. หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อช่วยการตัดสินใจ
๕. หลีกเลี่ยงการใช้คะแนนเสียงข้างมากเป็นข้อยุติ
๖. เอาใจใส่ซึ่งกันและกันและไม่เห็นแก่ตัว

สำหรับการดำเนินงานส่งเสริมการเกษตร ย่อมมีการสื่อสารและประสานความร่วมมือกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรทุกระดับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งที่อยู่ในกรมส่งเสริมการเกษตร และหน่วยงานภาคีเครือข่าย บุคคลเป้าหมาย อันได้แก่ เกษตรกรและองค์กรเกษตรกร เมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้น ไม่ว่าในรูปแบบใด อาจเกิดขึ้นได้ในหลายระดับ เช่น ระหว่างคนกับคน คนกับกลุ่ม กลุ่มกับกลุ่ม หรือองค์การกับองค์การ ดังนั้น การสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือในภาวะขัดแย้ง ในการจัดการกับความขัดแย้งนั้น ผู้บริหารขององค์กรต้องมีแนวทางในการสื่อสารเพื่อการประสานงานสร้างความร่วมมือในการขับเคลื่อนงานส่งเสริมการเกษตร เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

เรื่องที่ ๔.๒.๒ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในการขยายภาคีเครือข่าย

การทำงานในองค์กรที่ประสบผลสำเร็จ ส่วนหนึ่งมาจากความร่วมมือและสร้างเครือข่ายในการทำงาน ความสำคัญของการมีภาคีเครือข่ายนั้น ช่วยให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ทักษะ ความรู้ ประสบการณ์ เครื่องมือ และสื่อ ช่วยลดการทำงานและการใช้ทรัพยากรซ้ำซ้อน เกิดความเข้าใจกันมากขึ้น นำไปสู่การทำงานร่วมกัน เพื่อประโยชน์ของทุกฝ่าย ให้ความต้องการของประชาชนได้รับการตอบสนองจากรัฐ ช่วยชี้ให้เห็นปัญหาและประเด็นการพัฒนา ที่ซับซ้อนและท่วมท้นในหมู่บ้าน ช่วยเชื่อมหน่วยงานวิชาการและแหล่งทุนกับผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือ ทำให้คนและองค์กรได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อน ได้รับกำลังใจ การจูงใจ และการยอมรับในการสร้างเครือข่ายนั้น เป็นการสร้างการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือด้วยความสมัครใจและสานความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นด้วยกิจกรรมร่วม

จีระวิทย์ มั่นคงวัฒนะ (๒๕๕๐) ได้ให้ความหมายของภาคีเครือข่าย หมายถึง กลุ่มบุคคล องค์กรที่มีเป้าหมายร่วมกัน มารวมตัวกันด้วยความสมัครใจ เพื่อทำกิจกรรมให้บรรลุเป้าหมาย (ร่วมคิด/วางแผน ร่วมทำ ร่วมประเมินผล) โดยมีความสัมพันธ์แนวราบ มีความเสมอภาค และเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง สำหรับตัวชี้วัดความเข้มแข็งของภาคีเครือข่ายนั้น วัดได้จาก

- มีเป้าหมายร่วมกันชัดเจน
- มีระบบบริหารจัดการที่ดี
- มีกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

- มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน
- มีการไหลเวียนข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง
- มีนวัตกรรมที่เกิดจากการทำงานเครือข่าย
- มีการสรุปบทเรียนร่วมกัน (เพื่อจัดทำแผนปีต่อไป)

นอกจากนี้ในการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานหรือองค์กรอื่นในลักษณะของเครือข่ายย่อมขึ้นอยู่กับระดับของความร่วมมือ คือ

๑. การประสานงาน (Coordination) หมายถึง วิธีซึ่งคนจำนวนมาก มาร่วมกันทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ได้ตกลงกันไว้ โดยกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ ออกเป็นหมวดหมู่ เพื่อมอบหมายให้ผู้รับผิดชอบปฏิบัติด้วยความสามัคคี สมานฉันท์ และมีประสิทธิภาพที่สุด หรืออาจกล่าวได้ว่าการประสานงาน หมายถึง การจัดระเบียบวิธีการทำงาน เพื่อให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ ร่วมมือปฏิบัติงานเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน เพื่อให้งานหรือกิจกรรมดำเนินไปอย่างราบรื่นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และนโยบายขององค์กรนั้นอย่างสมานฉันท์และ

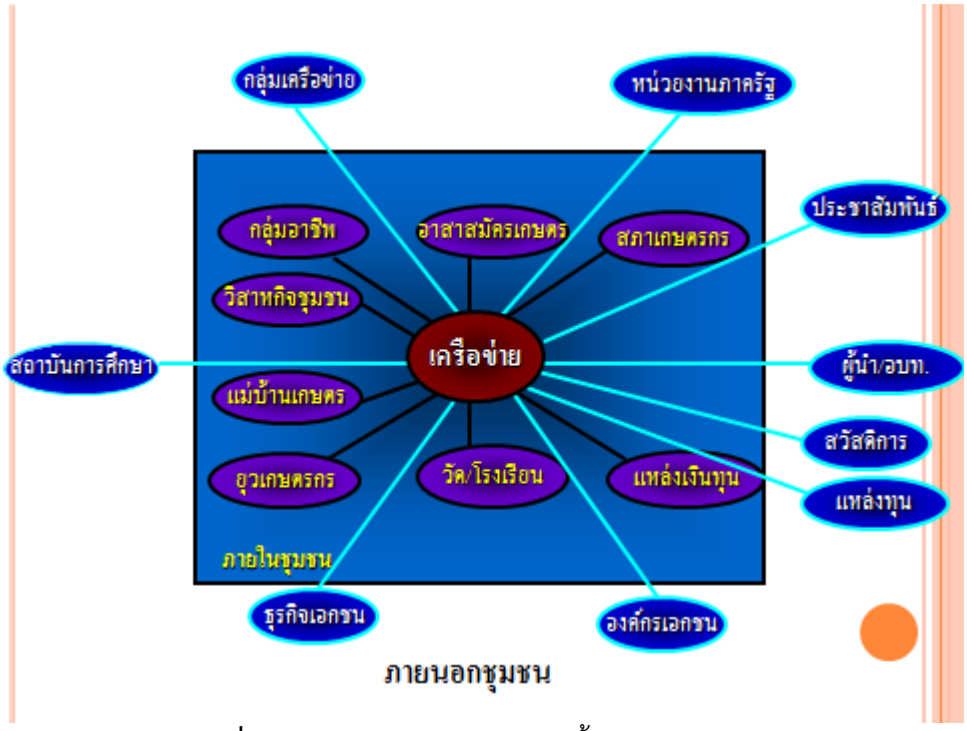
๒. ความร่วมมือ (Cooperation) หมายถึง ความเต็มใจของแต่ละคนในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อไปสู่เป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่ง ตามเป้าหมายขององค์การหรือหน่วยงานความร่วมมือจะเป็นการที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเป็น “เจ้าของหรือเจ้าภาพ” งานหรือกิจกรรมนั้น ๆ แล้วขอให้ฝ่ายอื่นเข้ามาร่วม มีลักษณะเกิดขึ้นเป็นครั้ง ๆไป ไม่มุ่งความต่อเนื่องและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เข้าร่วมกิจกรรม แต่มุ่งจะให้กิจกรรมนั้น ๆ แล้วเสร็จตามความต้องการของฝ่ายเจ้าของงาน ความร่วมมือเป็นการช่วยเหลือด้วยความสมัครใจ แม้จะไม่มีหน้าที่โดยตรง อาจจะทำเรื่องเดียวกันในเวลาเดียวกันหรือต่างเวลาก็ได้ แม้กระทั่งอาจให้ความร่วมมือทำบางเรื่องบางเวลา

๓. การทำงานร่วมกัน (Collaboration) หมายถึง การที่บุคคล ตั้งแต่ ๒ คนขึ้นไป หรือองค์กรตั้งแต่ ๒ องค์กรขึ้นไป มาทำงานร่วมกัน มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในกลุ่ม และรับรู้ว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มตามโครงสร้างที่มีอยู่ในองค์กร รวมทั้งเข้าใจวัตถุประสงค์ของการทำงานร่วมกัน เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ และผู้ปฏิบัติงานต่างก็เกิดความพอใจในการทำงานนั้น

๔. การมีส่วนร่วม (Participation)หมายถึง การที่สมาชิก ทุกคนของหน่วยงานหรือองค์กรร่วมกันดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยมีลักษณะของกระบวนการ (Process) มีขั้นตอนที่มุ่งหมายจะให้เกิดการเรียนรู้ (Learning) อย่างต่อเนื่อง มีพลวัต (Dynamic) กล่าวคือ มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ มีการแก้ปัญหา การร่วมกันกำหนดแผนงานใหม่ ๆ เพื่อสร้างความยั่งยืนในความสัมพันธ์ของทุกฝ่ายที่เข้าร่วมดำเนินการ การมีส่วนร่วมก่อให้เกิดผลดีต่อการขับเคลื่อนองค์กรหรือเครือข่าย ผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมย่อมเกิดความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการบริหาร และที่สำคัญผู้ที่มีส่วนร่วมจะมีความรู้สึกเป็นเจ้าของเครือข่าย ความรู้สึกเป็นเจ้าของจะเป็นพลังในการขับเคลื่อนเครือข่ายที่ดีที่สุด

เครือข่ายในงานส่งเสริมเกษตร เป็นการประสานเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างบุคคลกลุ่มและองค์กรที่มีกิจกรรมคล้ายคลึงกัน และเชื่อมโยงขยายผลการทำงานหรือแนวคิดไปสู่กลุ่มองค์กรอื่น ๆ เพื่อเสริมสร้างพลังในการแก้ไขปัญหาและการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน การมีส่วนร่วม และกระบวนการกลุ่ม ที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายร่วมกันของทุกฝ่าย ซึ่งเครือข่ายประกอบด้วย หน่วยหรือสมาชิกของเครือข่าย มีจุดมุ่งหมายร่วมกัน การทำหน้าที่ต่อกันของสมาชิกอย่างมีจิตสำนึก การมีส่วนร่วมในกิจกรรมและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การมีปฏิสัมพันธ์ และการสื่อสารร่วมกัน กระบวนการเสริมสร้าง

ซึ่งกันและกัน ความเท่าเทียมของฝ่ายต่าง ๆ และการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดจากการทำงานร่วมกัน พัฒนาการของเครือข่ายมักถูกนำไปเปรียบเทียบกับพัฒนาการของชีวิต กระบวนการทำงานกับเครือข่ายที่มีจุดก่อเกิดทำงาน และพัฒนาสู่ความเข้มแข็งสำหรับภาคีเครือข่ายในงานส่งเสริมการเกษตรมีทั้งหน่วยงานที่อยู่ทั้งภายใน ภายนอก องค์กรและชุมชน ดังภาพ



ภาพที่ ๔.๑ หน่วยงานภาคีเครือข่ายทั้งในและนอกชุมชน

เรื่องที่ ๔.๒.๓ ตัวอย่างการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

แปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนแปรรูปลำไยเนื้อสีทอง อำเภอเมืองลำพูน ได้มีการริเริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ ๘ กันยายน ๒๕๕๒ และได้ยื่นจดทะเบียนเป็นเครือข่าย เมื่อวันที่ ๒๕ ธันวาคม ๒๕๕๒ โดยประกอบด้วยสมาชิกวิสาหกิจชุมชนจำนวน ๔๒ แห่ง จาก ๖ ตำบลในเขตอำเภอเมืองลำพูน จำนวนสมาชิก ๓๐๒ คนและจำนวนเตาอบลำไยสีทองจำนวน ๓๕๘ เตา

สำนักงานของเครือข่ายฯ ตั้งอยู่ ณ เลขที่ ๒๔๒ หมู่ ๗ ต.มะเขือแจ้ อ.เมือง จ.ลำพูน ๕๑๐๐๐

วัตถุประสงค์ของเครือข่ายฯ

๑) เป็นตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปลำไยในเขตอำเภอเมืองลำพูน

๒) เพื่อส่งเสริมช่วยเหลือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในด้านแหล่งเงินทุนสำหรับใช้เป็นทุนหมุนเวียนในการอบลำไยแห้ง

๓) เพื่อส่งเสริมช่วยเหลือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในด้านพัฒนามาตรฐานการผลิตลำไยอบแห้งให้มีคุณภาพดีขึ้น

๔) เพื่อส่งเสริมช่วยเหลือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการประหยัด

พลังงานเชื้อเพลิง เนื่องจากในการผลิตลำไยอบแห้ง ใช้เชื้อเพลิงในการผลิตค่อนข้างมาก และราคาเชื้อเพลิงมีราคาสูง

๕) เป็นองค์กรกลางในการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐ สถาบันเกษตรรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจเอกชน หรือ องค์กรอื่นทั้งในและต่างประเทศ เพื่อแก้ไขปัญหาการผลิต การแปรรูป การตลาดและอุปสรรคในกระบวนการผลิตลำไยอบแห้ง

๖) ส่งเสริมความสามัคคีในกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ ที่เข้าร่วมเครือข่าย

๗) ส่งเสริมวัฒนธรรมและจารีตประเพณีการอบลำไยที่สืบทอดต่อกันมาจากรุ่นปู่ ย่า ตา ยายของเรา ให้คงความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมไว้ให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้ต่อไป

๘) รับปรึกษาและให้ข้อแนะนำแก่กลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ เกี่ยวกับการค้า การเงิน การบัญชี และช่วยอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนฯ ที่สนใจ

๙) ประสานงานในทางการค้าระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ กับทางเจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้อง

๑๐) ให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ และรัฐบาลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ



ภาพที่ ๔.๒ ชื่อและสัญลักษณ์เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ (๒๕๕๓) ระบุว่า เครือข่ายในงานส่งเสริมการเกษตร ช่วยเสริมสร้างพลังในการแก้ไขปัญหาและการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน การมีส่วนร่วมและกระบวนการกลุ่มที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายร่วมกันของทุกฝ่าย โดยมีพัฒนาการของเครือข่ายในการพัฒนาชุมชนเกษตร ๔ ระยะด้วยกัน คือ ระยะเตรียมการ/ก่อเกิดระยะก่อตั้งระยะการดำเนินกิจกรรม และระยะขยายเครือข่าย ดังนั้น นักส่งเสริมการเกษตรควรเลือกใช้เทคนิควิธีการทำงานกับกลุ่มและเครือข่ายให้เหมาะสม สอดคล้องกับระยะ

ต่างๆ ของพัฒนาการของกลุ่มและเครือข่ายในส่วนของการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนแปรรูปลำไยอบแห้งเนื้อสีทองก็เช่นเดียวกัน ได้ยึดหลักตามพัฒนาการก่อเกิดเครือข่าย ดังนี้

๑. ระยะเตรียมการ/ก่อเกิด เป็นระยะเริ่มต้นของการพัฒนาให้เกิดเครือข่ายในระยะนี้ ได้มีการดำเนินการในประเด็นต่อไปนี้

๑.๑ ศึกษาข้อมูลและสภาพการณ์ สถานการณ์กลุ่มว่ามีทรัพยากรอะไรบ้าง เรามีดีอะไร เราเป็นอย่างไรและปัญหาที่กลุ่มต่าง ๆ พบมีอะไรบ้าง และปัญหาอะไรที่กลุ่มไม่สามารถจัดการได้ในระดับกลุ่ม แสวงหาข้อมูลทางเลือกค้นหาความต้องการและจุดร่วมของกลุ่ม

๑.๒ หาแนวร่วม ค้นหากลุ่มเป้าหมายที่สนใจร่วมกัน ค้นหาภาคีองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องแต่ละภาคีหรือองค์กรมีบทบาทหน้าที่อย่างไร

๑.๓ ส่งเสริมให้ทำความรู้จักกันและกันแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันสร้างความเข้าใจร่วมกันว่าทำไมถึงต้องรวมเป็นเครือข่าย



ภาพที่ ๔.๓ การเปิดป้ายสำนักงานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน



ภาพที่ ๔.๔ ต้อนรับผู้บริหารจากกรมส่งเสริมการเกษตร

๒. ระยะก่อตั้งเป็นเครือข่าย เป็นระยะที่มีการสร้างพันธกรณีระหว่างกัน แต่ยังไม่ชัดเจน ซึ่งในระยะนี้อาจเริ่มจากการเป็นเครือข่ายเรียนรู้ ซึ่งนักส่งเสริมการเกษตรควรมีการดำเนินการ ดังนี้

๒.๑ ส่งเสริมให้กลุ่มต่าง ๆ มาพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประเด็นปัญหาต่าง ๆ ที่ประสบมาร่วมกัน

๒.๒ ส่งเสริมให้กำหนดวัตถุประสงค์และข้อตกลงร่วมกันกำหนดบทบาทหน้าที่และวางผังเครือข่าย

๒.๓ การเริ่มสร้างและการพัฒนาผู้นำในกรณีที่ยังไม่มีผู้นำที่ชัดเจนจำเป็นต้องมีการสร้างผู้นำเพื่อเป็นตัวเชื่อมร้อยระหว่างเครือข่ายด้วยกัน

๒.๔ การจัดระบบติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกและเครือข่าย อาจกำหนดให้มีแม่ข่ายและลูกข่ายย่อยที่เชื่อมโยงถึงกันอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

๒.๕ การส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง โดยนักส่งเสริมการเกษตรต้องมีเวทีให้เครือข่ายได้พบกันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันอย่างสม่ำเสมอ



ภาพที่ ๔.๕ การส่งเสริมกระบวนเรียนรู้ให้กับสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

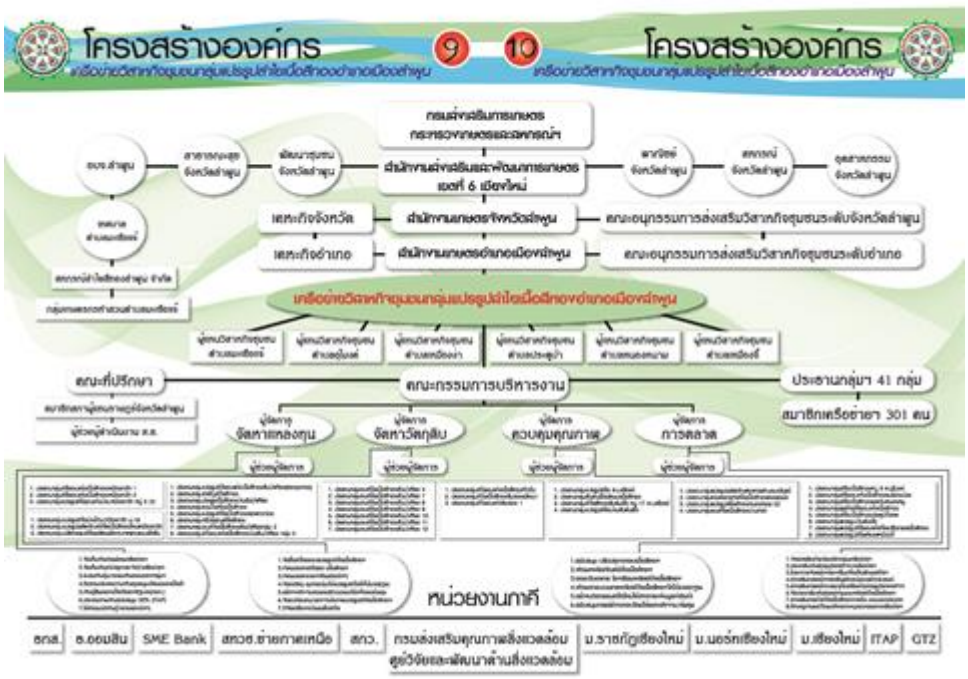


ภาพที่ ๔.๖ การจัดเวทีเรียนรู้การเพื่อสร้างความเข้มแข็งเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

๓. ระยะการดำเนินกิจกรรม ในระยะนี้บางครั้งเราเรียกว่า เครือข่ายกิจกรรม เครือข่ายย่อย จะมีการมาทำกิจกรรมร่วมกัน การเสริมสร้างกิจกรรมสาธารณะและเวทีแห่งการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสร้างความรู้ใหม่ การจัดการความรู้ที่ต่อเนื่อง ในระยะนี้แบ่งออกเป็น ๒ กิจกรรมย่อย

๓.๑ การพัฒนาความสัมพันธ์เครือข่าย เครือข่ายจะมีความเป็นทางการมากขึ้น มีการตั้งคณะกรรมการเครือข่ายนักพัฒนาควรมีการกำหนดช่องทางการประสานเครือข่าย กำหนดช่วงเวลาที่เครือข่ายมาประชุมร่วมกัน รวมทั้งแนวทางในการทำกิจกรรมของเครือข่าย

๓.๒ การรักษาความสัมพันธ์เครือข่าย ควรมีการจัดกิจกรรมที่ต่อเนื่อง การรักษาสัมพันธภาพที่ดีระหว่างสมาชิก การเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ การกำหนดและสร้างระบบจูงใจในการทำงานกับเครือข่าย มีการบริหารจัดการข้อมูล และการสร้างเสริมผู้นำรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ ๔.๗ การจัดโครงสร้างองค์กรเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน



ภาพที่ ๔.๘ ที่ปรึกษาและคณะกรรมการผู้นำรุ่นใหม่เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน



ภาพที่ ๔.๙ ทำเนียบสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ชุดที่ ๑ และชุดที่ ๒



ภาพที่ ๔.๑๐ ทำเนียบสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ชุดที่ ๓ และชุดที่ ๔



ภาพที่ ๔.๑๑ ทำเนียบสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ชุดที่ ๕ และชุดที่ ๖

๔. ระยะขยายเครือข่าย เป็นระยะที่เครือข่ายสามารถพึ่งตนเองได้ในที่สุด เมื่อเครือข่ายมีความเข้มแข็ง จะขยายเครือข่ายไปสู่กลุ่มอื่นๆ ที่ทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกันและเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน ในระยะนี้นักพัฒนาควรดำเนินการ ดังนี้

๔.๑ จะใช้วิธีประสานความร่วมมือโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย

๔.๒ การส่งเสริมและดำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์ ให้กำลังใจซึ่งกันและกัน

๔.๓ การติดตามและประเมินผลแบบมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้สมาชิกเครือข่ายได้ติดตามและประเมินผลการทำงานร่วมกัน



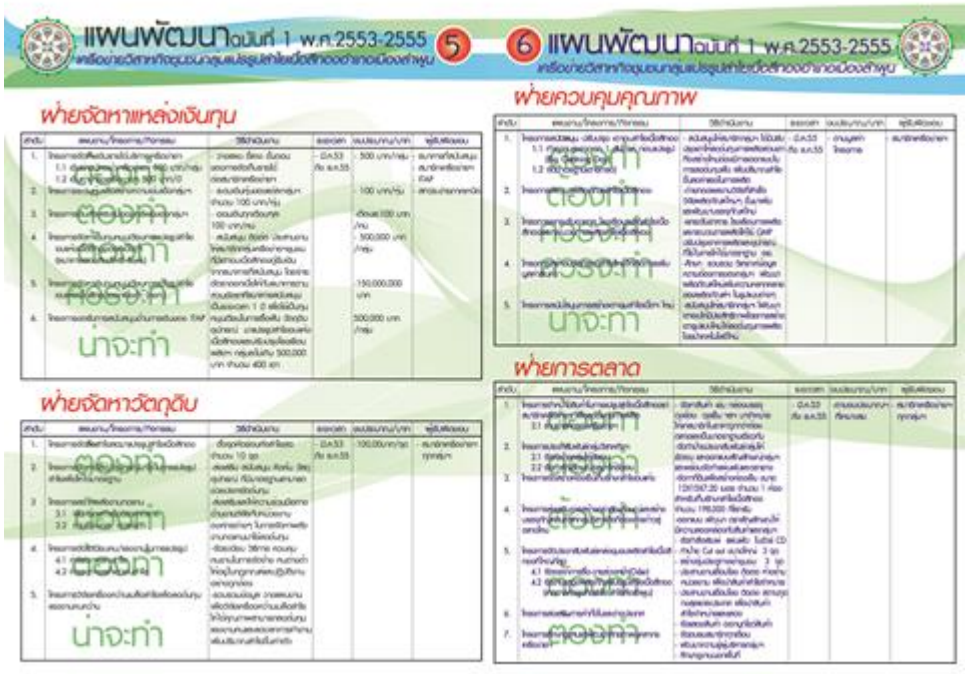
ภาพที่ ๔.๑๒ จดหมายข่าวประชาสัมพันธ์ผลงานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน



ภาพที่ ๔.๑๓ จดหมายข่าวประชาสัมพันธ์ผลงานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน (ต่อ)



ภาพที่ ๔.๑๔ แผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน



ภาพที่ ๔.๑๕ การแบ่งบทบาทตามแผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน



ภาพที่ ๔.๑๖ หน่วยงานภาคีที่สนับสนุนการดำเนินงานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในการขยายภาคีเครือข่าย และการทำงานกับเครือข่ายในงานส่งเสริมการเกษตร เป็นการทำงานที่เชื่อมประสานจากจุดเล็กและขยายไปสู่หน่วยใหญ่ ส่งเสริมให้มีการสร้างวัฒนธรรมเครือข่าย การส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย การสร้างผลของกิจกรรมที่เกิดขึ้นให้เป็นรูปธรรม การมีพันธะสัญญาที่หนักแน่นระหว่างกัน เป้าหมายทิศทางต้องชัดเจน ต้องพัฒนากลุ่มลูกข่ายให้มีความเข้มแข็ง การสื่อสารระหว่างสมาชิกและภาคี การมีช่องทางสื่อสารที่หลากหลาย มีกลุ่มแกนนำทำหน้าที่ประสาน และคำนึงถึงกิจกรรมที่กลุ่มหรือหน่วยย่อยทำอยู่ส่วนการทำงานกับเครือข่ายนั้น นักส่งเสริมการเกษตรควรทำความเข้าใจในระยะต่าง ๆ ของพัฒนาการของเครือข่าย เพื่อที่จะได้เลือกใช้เทคนิควิธีการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในการขยายภาคีเครือข่าย ทำงานกับเครือข่ายได้อย่างเหมาะสม



ภาพที่ ๔.๑๗ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในการขยายภาคีเครือข่าย

เรื่องที่ ๔.๒.๔ ตัวอย่างการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) และแปลงใหญ่ จังหวัดลำพูน

๑) ศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.)

ในปี ๒๕๕๗ คณะรักษาความสงบแห่งชาติ มีนโยบายที่ต้องการให้มีศูนย์เรียนรู้ด้านการเกษตรในระดับชุมชนที่เป็นเครื่องมือในการพัฒนาการเกษตร ดูแลเกษตรกร และช่วยแก้ปัญหาด้านการเกษตรต่างๆ ในพื้นที่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์จึงมีนโยบายให้กรมส่งเสริมการเกษตรในฐานะที่เป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร ครอบครัวเกษตรกร องค์กรเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง พึ่งพาตนเองได้ จัดตั้งศูนย์เรียนรู้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) ในระดับชุมชน อำเภอละ ๑ ศูนย์ รวม ๘๘๒ ศูนย์ การคัดเลือกศูนย์เรียนรู้ใช้หลักการ Zoning ซึ่งมีการจำแนกพื้นที่ที่มีความเหมาะสมมาก เหมาะสมปานกลาง เหมาะสมน้อยและไม่เหมาะสม ร่วมกับความต้องการของเกษตรกร จึงมีประเด็นการเรียนรู้ทั้งจากการพัฒนา และการเปลี่ยนกิจกรรมตามหลักของ Zoning เพื่อเป็นแหล่งศึกษาและเรียนรู้ของเกษตรกรและประชาชนที่สนใจในด้านการเกษตรจากสถานที่จริง เรียนรู้จากเกษตรกรต้นแบบที่ทำอาชีพการเกษตรและประสบความสำเร็จ สามารถลดต้นทุนการผลิต ผลผลิตที่ได้เพิ่มขึ้นและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น โดยเน้นการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสม การปรับปรุงบำรุงดิน พร้อมทั้งการน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อนำไปสู่กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การพัฒนา ศพก. ภายใต้หลักคิด “เกษตรกรพัฒนาเกษตรกรด้วยกันเอง จึงจะเกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน” ดังนั้น ศพก. จึงเป็นศูนย์ของเกษตรกรและชุมชนในระดับอำเภอ มีการดำเนินงานที่สำคัญ คือ ๑) การพฒนาศักยภาพของ ศพก. ให้พร้อมที่จะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ๒) การให้บริการต่างๆ รวมถึงการแก้ปัญหาด้านการเกษตรแก่เกษตรกรและชุมชน และ ๓) การพัฒนาชีวิต ความเป็นอยู่และการประกอบอาชีพของเกษตรกรตามแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการและสถานการณ์ในพื้นที่ โดยมี ศพก. เป็นหลักในการดำเนินงานและมีศูนย์การเรียนรู้หรือจุดเรียนรู้อื่นๆ ที่เป็นจุดเรียนรู้เฉพาะทาง เช่น ศูนย์จัดการศัตรูพืชชุมชน (ศจช.) ศูนย์จัดการดินปุ๋ยชุมชน (ศดปช.) ศูนย์เรียนรู้ด้านประมง ศูนย์เรียนร็ด้านปศุสัตว์ ฯลฯ เป็นเครือข่ายในการเสริมหนุนกระบวนการเรียนรู้ให้สมบูรณ์และครอบคลุมหลากหลายสาขาทางการเกษตร และตรงกับความต้องการของเกษตรกรในชุมชน ซึ่งภาคราชการจะต้องเข้าไปร่วมดำเนินการในลักษณะการขับเคลื่อนและสนันสนุนให้ ศพก. สามารถปฏิบัติงานได้และมีความเข้มแข็ง รวมถึงการประสานเชื่อมโยงภาครัฐ เอกชน และชุมชนตามแนวทางประชารัฐ การขับเคลื่อนการดำเนินงาน ศพก. จึงต้องมีการพัฒนาและสนับสนุนการดำเนินงานทั้งศูนย์หลักและศูนย์เครือข่ายให้มีความพร้อมในการดำเนินงาน สามารถให้บริการด้านการเกษตรแก่เกษตรกรได้อย่างแท้จริง มีการประสานงานกันระหว่าง ศพก. เป็นเครือข่าย ทั้งในระดับจังหวัด เขต และประเทศ รวมทั้งให้มีการบูรณาการและเป็นเอกภาพในการขับเคลื่อนการดำเนินงาน ศพก. ร่วมกัน สรุปแล้ววัตถุประสงค์ของการจัดตั้ง ศพก. เพื่อพัฒนาศักยภาพของ ศพก. ๘๘๒ ศูนย์และศูนย์เครือข่าย ให้มีความพร้อมในการให้บริการการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต การบริหารจัดการและการตลาดแก่เกษตรกร รวมทั้งการให้บริการทางการเกษตรด้านต่างๆ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในพื้นที่ รวมทั้งเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการเกษตรของชุมชน โดยมีเกษตรกรต้นแบบเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ และเพื่อเป็นกลไกในการบูรณาการการทำงานของหน่วยงานต่างๆ ในการแก้ปัญหาและพัฒนาการเกษตรพื้นที่

สำหรับจังหวัดลำพูน พืชเศรษฐกิจหลักคือลำไย และในช่วงหลายปีที่ผ่านมาเกษตรกรผู้ปลูกลำไยหันมาแบ่งสวน แบ่งส่วนทำลำไยนอกฤดู ทั้งที่เป็นลำไยก่อนฤดู หลังฤดู และนอกฤดู ศพก. หลักของจังหวัดลำพูน จึงเน้นเกษตรกรเจ้าของศูนย์ที่มีเทคโนโลยีการเกษตรการผลิตลำไยนอกฤดู ทั้ง ๘ ศูนย์ ใน ๘ อำเภอ ดังภาพที่ ๔.๑๙



ภาพที่ ๔.๑๘ องค์ประกอบของศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.)



ภาพที่ ๔.๑๙ ที่ตั้งของศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) จังหวัดลำพูน

๒) การส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่

ตามที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาของกระทรวง (Road map) โดยมีโครงการที่สำคัญคือ การปรับโครงสร้างการผลิตสินค้าเกษตร ด้านสินค้าพืช ปศุสัตว์ และ

สินค้าประมง ประกอบกับรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (พลเอก ฉัตรชัย สาริกัลป์ยะ) ได้มอบนโยบาย เมื่อวันที่ ๒๖ สิงหาคม ๒๕๕๘ เน้นให้ความสำคัญในเรื่อง การลดต้นทุนการผลิต โดยการรวมแปลงเป็นแปลงใหญ่ก่อให้เกิดกิจกรรมลดต้นทุนการผลิตตามที่กำหนด และสามารถวัดผลสัมฤทธิ์ได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสในการแข่งขันให้กับสินค้าเกษตร ทั้งนี้ การปรับโครงสร้างสินค้าที่สำคัญดังกล่าว จะต้องทำการผลิตในพื้นที่ที่มีความเหมาะสม ตามที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ประกาศเขตพื้นที่เหมาะสมสำหรับ การผลิตสินค้า ๒๐ ชนิดไว้แล้ว โดยมีหลักการคือการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต อาทิ ลดต้นทุนการผลิต เพิ่มผลผลิตต่อพื้นที่ รวมทั้งผลผลิตมีคุณภาพได้มาตรฐาน ตรงตามความต้องการของตลาด มีการผลิตร่วมกันเป็นกลุ่มและมีการเชื่อมโยงกับตลาดเพื่อบริหารจัดการให้เกิดสมดุลระหว่างอุปทานและอุปสงค์ของสินค้า แก้ปัญหาเรื่องสินค้าล้นตลาดและราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ

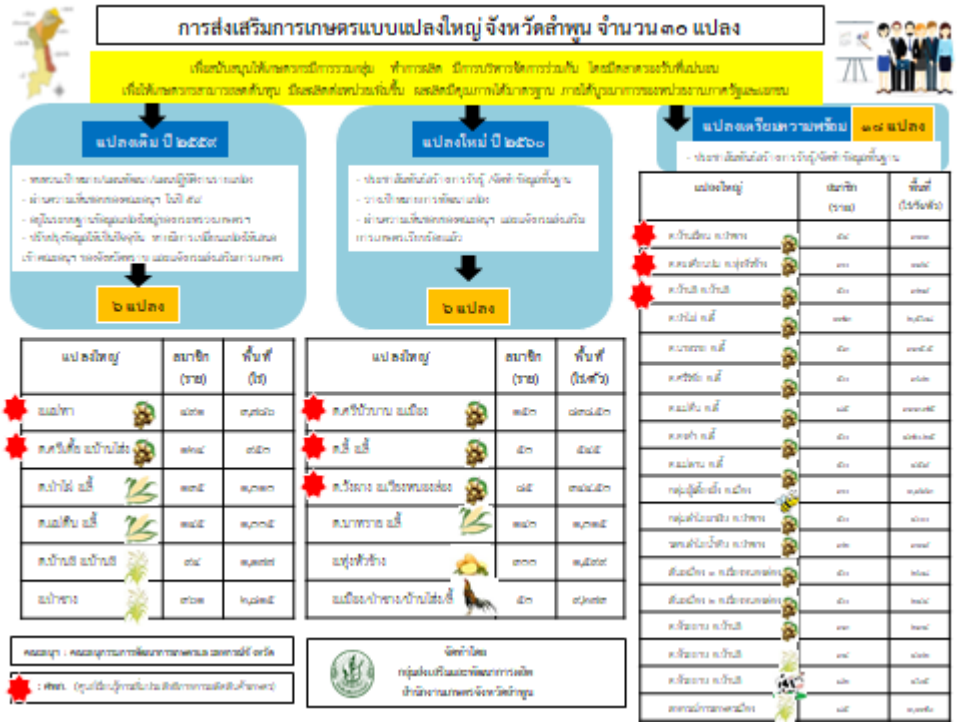
อย่างไรก็ตาม โครงสร้างภาคการเกษตรของไทย โดยส่วนใหญ่เป็นครัวเรือนเกษตรกรรายย่อยที่มีพื้นที่ถือครองทางการเกษตรขนาดเล็ก และเป็นการผลิตที่มีลักษณะต่างคนต่างทำ การดำเนินการลักษณะดังกล่าวทำให้ภาคเกษตรต้องเผชิญกับปัญหาและข้อจำกัดต่างๆ ซึ่งจะส่งผลต่อรายได้และความเป็นอยู่ของเกษตรกร เช่น ปัญหาด้านต้นทุนการผลิต ได้แก่ ค่าพันธุ์พืช ปุ๋ยเคมี สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ค่าใช้จ่ายของเครื่องจักรกลการเกษตร และค่าจ้างแรงงานด้านการเกษตร รวมทั้ง ปัญหาการขาดอำนาจการต่อรองของเกษตรกรตลอดกระบวนการผลิต (Production Process) การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain) และปัญหาด้านการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่ยังไม่เข้าถึงตัวเกษตรกรได้เท่าที่ควร เพื่อเป็นการลดข้อจำกัดดังกล่าว จะต้องส่งเสริมให้เกษตรกรมีการรวมกลุ่มการผลิต และการบริหารจัดการร่วมกัน

ดังนั้น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้มอบหมายให้กรมส่งเสริมการเกษตร ซึ่งมีภารกิจในการส่งเสริมและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร ส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรของเกษตรกรให้มีคุณภาพได้มาตรฐานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตร และเพิ่มรายได้ของเกษตรกร ตลอดจนดูแลคุณภาพชีวิตของเกษตรกร จึงได้จัดทำโครงการระบบส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ ที่มีการบริหารจัดการร่วมกัน ให้เกษตรกรเป็นศูนย์กลางในการดำเนินงาน ผลักดันให้เกษตรกรรวมกลุ่มในการผลิตเพื่อร่วมกันจัดหาปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพดี ราคาถูก อาทิ พันธุ์ ปุ๋ย และการใช้เทคโนโลยีการเกษตรที่เหมาะสม เช่น เครื่องจักรกลการเกษตร (Motor Pool) เพื่อลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตการผลิตสินค้าเกษตร ตลอดจนการจัดการด้านการตลาดโดยหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนและอำนวยความสะดวก โดยสรุปแล้ววัตถุประสงค์ของดำเนินการส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ เพื่อสนับสนุนให้เกษตรกรมีการรวมกลุ่ม มีการบริหารจัดการร่วมกัน เพื่อให้เกิดการรวมกันผลิตและรวมกันจำหน่ายโดยมีตลาดรองรับที่แน่นอน รวมทั้งเพื่อให้เกษตรกรสามารถลดต้นทุนการผลิตและมีผลผลิตต่อหน่วยเพิ่มขึ้น รวมทั้งผลผลิตมีคุณภาพได้มาตรฐาน ภายใต้การบูรณาการของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน



ภาพที่ ๔.๒๐ องค์ประกอบของการส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่

สำหรับจังหวัดลำพูนได้มีการส่งเสริมการเกษตรในรูปแบบแปลงใหญ่ตั้งแต่ปี ๒๕๕๙ ซึ่งมีอยู่จำนวน ๖ แปลง ๓ ชนิดสินค้าได้แก่ ลำไย ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และข้าว จนถึงปี ๒๕๖๑ ได้มีการส่งเสริมเพิ่มเติมใน ๘ อำเภอ จำนวน ๓๑ แปลง ๗ ชนิดสินค้าได้แก่ ลำไย ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ข้าว มันฝรั่ง ผึ้ง ไก่พื้นเมือง และโคนม รายละเอียดตามภาพที่ ๔.๒๑ และแสดงให้เห็นภาพของการขับเคลื่อนระบบการส่งเสริมการเกษตรในรูปแบบแปลงใหญ่ โดยนำเสนอรูปแบบของการขับเคลื่อนของแปลงใหญ่ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ดังภาพที่ ๔.๒๒



ภาพที่ ๔.๒๑ การส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ของจังหวัดลำพูน



ภาพที่ ๔.๒๒ รูปแบบของการขับเคลื่อนของแปลงใหญ่ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน

๓) การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) และแปลงใหญ่ จังหวัดลำพูน

การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) และแปลงใหญ่ จังหวัดลำพูนนั้น มีการส่งเสริมภายใต้กรอบของระบบส่งเสริมการเกษตร โดยใช้ระบบ T & V System เป็นกรอบในการทำงาน มีการจัดเวทีเชื่อมโยงเครือข่ายศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานเครือข่าย ศพก. และแปลงใหญ่ ให้เกิดผลเป็นรูปธรรม คณะกรรมการ เครือข่าย ศพก. จำเป็นต้องมีเวทีสำหรับการพบปะ แลกเปลี่ยนเรียนรู้และเชื่อมโยงการดำเนินงานกันทุกระดับ ทั้งระดับประเทศ เขต และจังหวัด ประกอบด้วย

๑) สำนักงานเกษตรจังหวัด ใช้เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระดับจังหวัด (Provincial Workshop : PW) เพื่อให้เกษตรอำเภอ หัวหน้ากลุ่มฝ่าย และนักส่งเสริมการเกษตรในสำนักงานเกษตรจังหวัด ร่วมกันทำความเข้าใจ วางแผนการขับเคลื่อนงานโครงการส่งเสริมการเกษตรต่างๆ และเวทีการประชุมต่างๆ (Provincial Meeting : PM, Monthly Meeting : MM) เพื่อใช้ในการพัฒนาเชิงบริหารภายในจังหวัด เวทีการประชุมประจำเดือน (MM) สำนักงานเกษตรจังหวัดต้องเผชิญผู้อำนวยการศูนย์ปฏิบัติการที่รับผิดชอบในพื้นที่ตนเองมาร่วมประชุม เพื่อร่วมกันกำหนดแนวทาง และวางแผนการขับเคลื่อนงานด้วยในระดับพื้นที่

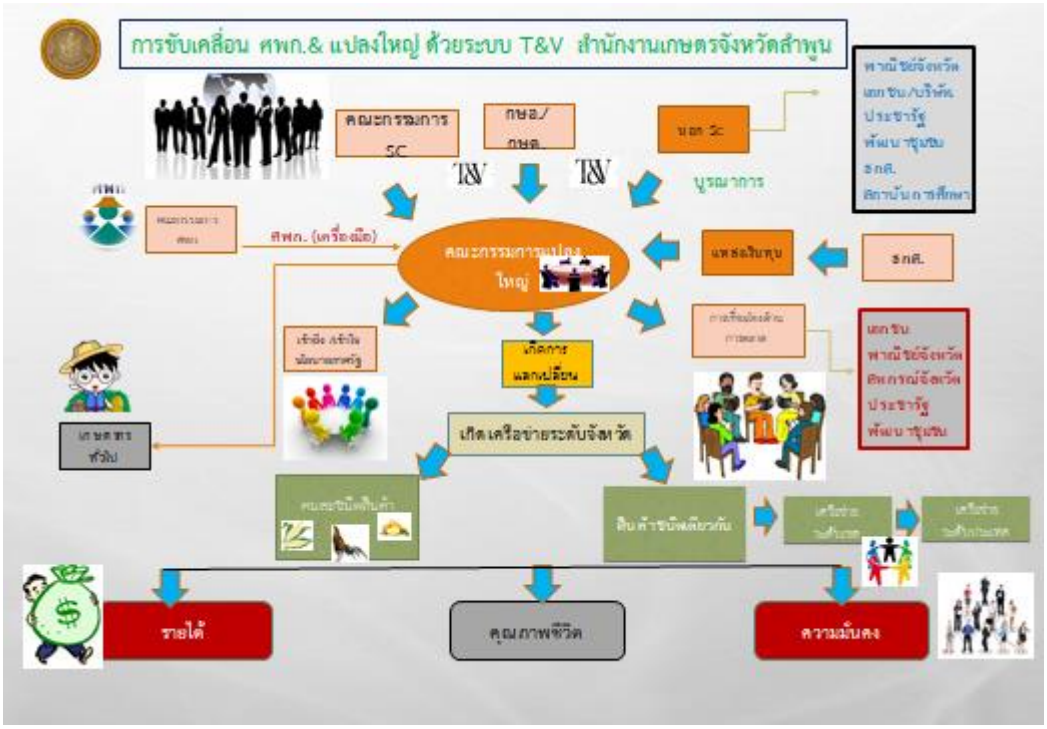
๒) สำนักงานเกษตรอำเภอและนักส่งเสริมการเกษตรในสำนักงานเกษตรอำเภอ ใช้เวทีการประชุมสำนักงานเกษตรอำเภอ (District Meeting : DM) ทุกเดือน ในการส่งต่อนโยบายสู่การปฏิบัติงานในพื้นที่ และใช้เวทีการประชุมประจำสัปดาห์ (Weekly Meeting : WM) โดยอาจจะกำหนดจัดทุกเช้าวันจันทร์ (ปรับตามความเหมาะสม) เพื่อร่วมกัน กำหนดเป้าหมาย วางแผนกลยุทธ์ในการทำงาน พูดคุยแลกเปลี่ยน ปัญหา อุปสรรคในงานส่งเสริมการเกษตร และร่วมคิดแนวทางปรับปรุง พัฒนางานส่งเสริมการเกษตรในพื้นที่

๓) ประชุมคณะกรรมการเครือข่าย ศพก. ระดับจังหวัด สำนักงานเกษตรจังหวัดเป็นผู้จัดการประชุมคณะกรรมการเครือข่าย ศพก. ระดับจังหวัด เพื่อเป็นการประสานเชื่อมโยงการขับเคลื่อน ศพก. ของอำเภอต่างๆ ในจังหวัด เพื่อให้เกิดการประสานเชื่อมโยง การทำงานเครือข่ายด้านการผลิตด้านการตลาด รวมทั้งองค์ความรู้ต่างๆ เพื่อให้ ศพก. เป็นฐานเรียนรู้ และเป็นแหล่งองค์ความรู้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรแปลงใหญ่ ตลอดจนเป็นที่บ่มเพาะเกษตรกร ที่จะเข้าเป็นสมาชิกแปลงใหญ่ต่อไป เนื้อหาสาระในการประชุม ประกอบด้วย ๑) การขับเคลื่อนการดำเนินงาน ศพก. และเครือข่ายในการสนับสนุนนโยบายรัฐ ๒) การพัฒนา ศพก. และเครือข่ายให้ศูนย์การเรียนรู้ที่มีความเข้มแข้ง ๓) การบริหารจัดการการให้บริการ ศพก. ๔) การเชื่อมโยง ศพก. กับแปลงใหญ่ ๕) การแก้ไขปัญหา อุปสรรค การดำเนินงานของ ศพก. และ ๖) เรื่องอื่นๆ

๔) เน้นให้มีการบูรณาการการทำงานร่วมกันของทุกหน่วยงานภายในกระทรวงเกษตร และสหกรณ์ และสอดคล้องกับระบบส่งเสริมการเกษตร (T&V System) สำนักงานเกษตรจังหวัดจัดการให้มีการบูรณาการทีมงานในทุกกลุ่ม เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของสำนักงานเกษตรอำเภอ

๕) ศพก. และแปลงใหญ่ ร่วมกันทำงานโดยคณะกรรมการ ศพก.และคณะกรรมการแปลงใหญ่ มีการสื่อสาร ประสานความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายในชุมชน เช่น องค์กรเกษตรกรและสถาบัน

เกษตรกร ต่างๆ ซึ่งการขับเคลื่อนความเชื่อมโยงของการทำงาน รายละเอียดตามภาพที่ ๔.๒๓ ถึง ภาพที่ ๔.๒๘



ภาพที่ ๔.๒๓ การขับเคลื่อน ศพก.และแปลงใหญ่ด้วยระบบ T & V จังหวัดลำพูน



ภาพที่ ๔.๒๔ การขับเคลื่อน ศพก.สู่แปลงใหญ่จังหวัดลำพูน



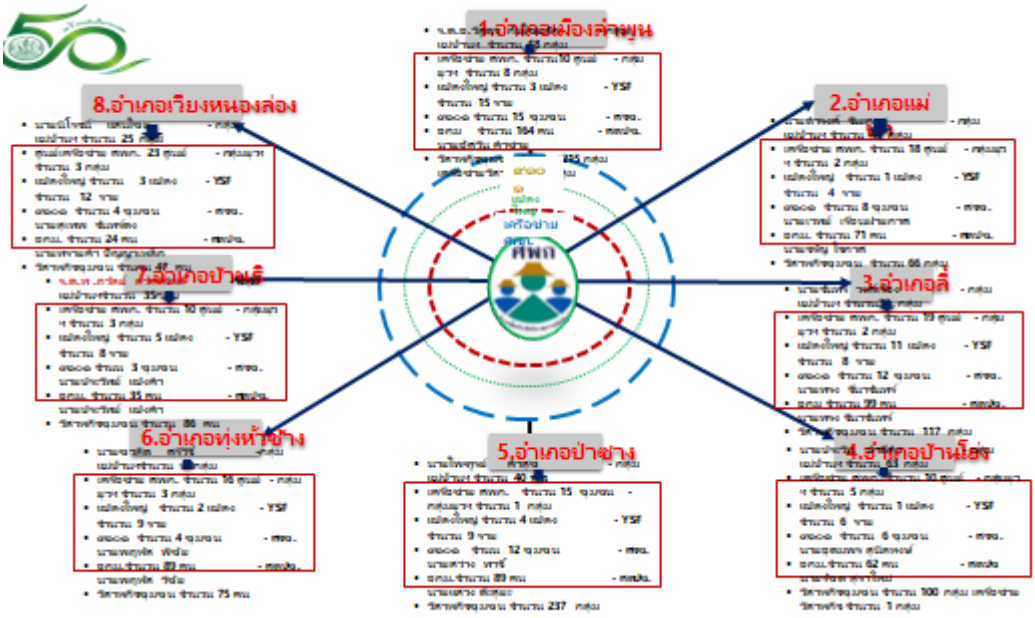
ภาพที่ ๔.๒๕ การประชุมขับเคลื่อน ศพก.และแปลงใหญ่ด้วยระบบ T & V จังหวัดลำพูน



ภาพที่ ๔.๒๖ การเผยแพร่การขับเคลื่อน ศพก.และแปลงใหญ่จังหวัดลำพูนผ่านบทความ



ภาพที่ ๔.๒๗ กระบวนการขับเคลื่อน ศพก.และแปลงใหญ่ด้วยระบบ T & V จังหวัดลำพูน



ภาพที่ ๔.๒๘ ภาคีเครือข่ายในการขับเคลื่อน ศพก.สู่แปลงใหญ่จังหวัดลำพูน

บทที่ ๕
การพัฒนานักส่งเสริมการเกษตรในการสื่อสาร เพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในการสื่อสารและประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร คือ ตัวบุคคล หรือผู้ส่งสาร เพราะในความหมายและองค์ประกอบของการสื่อสาร ได้ให้ความสำคัญกับผู้ส่งสาร (sender) หรือ แหล่งสาร (source) ซึ่งหมายถึงบุคคล กลุ่มบุคคล หรือ หน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งสาร หรือเป็นแหล่งกำเนิดสาร ส่วนด้านการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร ให้การดำเนินงานบรรลุและประสบความสำเร็จนั้น ก็ต้องอาศัยการติดต่อสื่อสาร ให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ร่วมมือปฏิบัติงานให้สอดคล้องกัน ลดปัญหาความซ้ำซ้อนและลดความขัดแย้งในการปฏิบัติงาน โดยผู้ทำหน้าที่ประสานความร่วมมือ ต้องมีคุณสมบัติของนักสื่อสารและประสานความร่วมมือที่ดี รวมถึงต้องมีทักษะในการเข้าถึง การเข้าใจ การขอความร่วมมือ การประสานงาน รวมถึงทักษะความยืดหยุ่นผ่อนปรนและทักษะความเข้าใจในองค์กร

ดังนั้น ตัวบุคคล หรือผู้ส่งสาร ซึ่งในที่นี่ หมายถึง นักส่งเสริมการเกษตร จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีคุณสมบัติและพัฒนาทักษะในการสื่อสารและประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์

ตอนที่ ๕.๑ คุณสมบัติและทักษะของนักส่งเสริมการเกษตรในการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

การติดต่อสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมเสริมการเกษตร ในปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคแห่งสังคมข้อมูลข่าวสาร มีการพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน หากนักส่งเสริมการเกษตรขาดคุณสมบัติที่ดีในการสื่อสาร องค์กรไม่ได้เพิ่มทักษะด้านการสื่อสารแก่เจ้าหน้าที่ ก็อาจเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารในยุคปัจจุบันได้ ดังนั้น จำเป็นอย่างยิ่ง ที่นักส่งเสริมการเกษตร ต้องมีความรู้และทักษะในการสื่อสาร การใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตรที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และการพัฒนาการใช้สื่ออินเตอร์เน็ตในงานส่งเสริมการเกษตร เพื่อความสะดวกรวดเร็ว ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สร้างความเข้าใจและประสานความร่วมมือกับกลุ่มเป้าหมาย และยังสามารถขยายผลการสื่อสารไปสู่การสร้างเครือข่ายการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันได้

เรื่องที่ ๕.๑.๑ คุณสมบัติของนักส่งเสริมการเกษตรในการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

จากนโยบายปรับปรุงระบบส่งเสริมการเกษตรโดยใช้รูปแบบ MRCF system ในปี ๒๕๕๗ ที่ให้ความสำคัญกับ การทำงานบนพื้นฐานของข้อมูล และมีพื้นที่เป้าหมายการส่งเสริมที่ชัดเจน โดยผลักดันให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรเป็นผู้จัดการการเกษตรในพื้นที่นั้นเป็นสิ่งที่ตอกย้ำความสำคัญของตัว

บุคคลในองค์กร ซึ่งกรมส่งเสริมการเกษตร คาดหวังให้นักส่งเสริมการเกษตร โดยเฉพาะเกษตรตำบลและเกษตรอำเภอ ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ที่อยู่ใกล้ชิดเกษตรกรมากที่สุด ให้เป็น Smart Officer

คุณสมบัติของนักส่งเสริมการเกษตรในการสื่อสารและประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร เป็นสิ่งที่จำเป็นในการพัฒนาตนเองของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ให้มีความพร้อมในการเป็น Smart Officer ที่มีจิตวิญญาณนักส่งเสริมการเกษตรและเป็นมิตรแท้ของเกษตรกร

ระพี สาคริก โดย นันทกา แสงจันทร์ (๒๕๔๘) กล่าวถึง บทบาทของนักส่งเสริมฯ ที่ควรตระหนักในปัจจุบัน คือ

๑. ทุกคนมีความสำคัญเท่าเทียมกัน ไม่แบ่งแยกว่าคนนี้เป็นนักวิชาการ คนนั้นเป็นชาวบ้าน และไม่มีคำว่า **“นักอะไร”** ทุกคนเป็น **“คน”** เท่าเทียมกัน ทำให้เกิดการเคารพซึ่งและกันสามารถเรียนรู้ซึ่งกันและกันได้ง่ายขึ้น

๒. นักส่งเสริมฯ ต้องรู้ตัวเอง อย่ายึดติดกับเทคโนโลยีถ้ารู้ตัวเองก็รู้ได้ทุกเรื่อง

๓. ส่งเสริมให้เกษตรกรรู้ตัวเอง คือ ช่วยเหลือตัวเองและพึ่งตัวเองได้

คุณสมบัติของนักส่งเสริมฯ ที่ต้องมี

๑. อ่อนน้อมถ่อมตน ยกคนอื่นไว้เหนือตนเสมอ

๒. มีฐานในการทำงาน ตัวฐานอยู่ที่ใจเราเอง หมายความว่า ใจเราอยู่ตรงนี้ ไม่หลงอยู่กับเทคโนโลยีอย่าให้ถูกเทคโนโลยีครอบ

๓. ใจต้องหนักแน่น คำว่า **“หนักแน่น”** มีหลักอยู่อันเดียว คือ เอาชนะใจตนเองให้ได้ต้องซื่อสัตย์ต่อตนเอง

๔. ไม่นิ่งดูดาย คำว่า **“ไม่นิ่งดูดาย”** คือ ไม่ใช่ว่าคนนี้ไม่รู้จักก็ไม่ช่วยเหลือเขา

๕. มีศรัทธา ศรัทธาทำให้ทุกอย่างไปได้ ศรัทธาไม่ต้องสร้างแต่ขอให้ทำงานอย่างมีความสุข ทำงานกับทุกคนได้ทำงานด้วยความจริงใจ ถ้าเราจริงใจ เราก็มีความสุขศรัทธามันเกิดขึ้นเอง

๖. มีความรับผิดชอบ ความรับผิดชอบนี้ไม่ได้หมายถึงความรับผิดชอบในค่าจ้างหรือในตำแหน่งหน้าที่แต่รับผิดชอบในความเป็นคน เมื่อทำอะไรพลาดไป มันเสียหายกับเขา ก็ขอโทษเขา ขอให้มีความกล้า คือ กล้าเผชิญความจริง

๗. ให้ข้อมูลตามความเป็นจริงแก่เกษตรกร ไม่ว่าผลที่เกิดขึ้นจะเป็นบวกหรือเป็นลบ ก็ตาม เพราะผลที่เราคิดว่าเป็นลบอาจเป็นบวกสำหรับเขาก็ได้

๘. อดทน ซื่อสัตย์ วางเฉย ใจกว้าง และให้อภัย อดทน คือ ให้ทำในสิ่งที่ถูกต้องเท่านั้น ถนอมใจตัวเองเอาไว้ว่าให้ซื่อสัตย์ถึงจะปฏิบัติขัดแต่ไม่ขัดใจ เพราะเราไม่พูดทะเลาะกับใคร ให้วางเฉย และที่สำคัญต้องใจกว้างและให้อภัยเขา

๙. ต้องมีคุณสมบัติของความเป็นครู ต้องรู้ตัวเองเสมอว่า เราไม่ได้ให้ใครแต่ใจมันตรงกันต่างหากถึงรับได้

การเข้าถึงเกษตรกร

ให้ความสำคัญกับทุกคนอย่างเท่าเทียมกันไม่มีคำว่านักวิชาการ ชาวบ้านหรือเกษตรกร และไม่แบ่งประเภทของกลุ่มคนใด ส่วนการเปิดรับหรือการเข้าถึงกันระหว่างนักส่งเสริมฯ กับเกษตรกรนั้น ขอให้เราทำจากใจให้ดีที่สุด แล้วก็ความดีเรามีอยู่ในใจ ใครที่เขามีใจตรงกับเราเขารับได้ก่อน มันเรื่องของเขา ไม่ต้องไปเจาะจงต่อกัน อย่างที่เขาบอกว่า **"ไม่เลือกที่รักมักที่ชัง”**

การปฏิบัติตนของนักส่งเสริมการเกษตรในการทำงานร่วมกับคนทุกสาขาอาชีพ

๑. ลดตัวลงมา แล้วก็อย่าไปดูถูกเขา

๒. ใช้อำนาจให้ถูกด้าน ธรรมชาติของคนที่มีอำนาจ พอลงมาทำงานร่วมกับคนข้างล่างแล้วจิตใจมันซาบซึ้ง

๓. จิตใจต้องอ่อนน้อมถ่อมตน แต่ไม่ใช่มายาภาพ

๔. ต้องมีเมตตา

๕. มองทุกคนเป็นคนดี ถ้าใจเราดี เราก็เห็นความดีของคนให้ใช้หลัก **"น้ำดีไล่น้ำเสีย"** หมายความว่า แม้คนเราจะมีความดีนิดเดียวถ้าเราชี้ให้เขาเห็นความดีของเขาเอง เขาก็จะภูมิใจแล้วส่วนที่ไม่ดีของเขาจะออกไปเอง

๖. ทำงานลงพื้นดิน ถ้าทำงานอยู่กับพื้นดิน มันเกิดปัญญา คนเราเกลียดพื้นดิน ปัญญามืดบอดคิดแต่จะได้อย่างเดียว

จากบทบาทของนักส่งเสริมการเกษตรที่ควรตระหนักในปัจจุบันแสดงให้เห็นว่า นักส่งเสริมการเกษตร ต้องมีจิตใจเป็นผู้ให้ ทั้งให้ข้อมูลความรู้ในการพัฒนาอาชีพการเกษตร ให้ความช่วยเหลือดูแลทุกข์สุขเกษตรกรเสมือนญาติ ซึ่งสอดคล้องกับคุณสมบัติของ Smart Officer ที่หวังให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีจิตวิญญาณนักส่งเสริมการเกษตรและเป็นมิตรแท้ของเกษตรกร

รศ.ดร. สุรพล เศรษฐบุตร กล่าวถึง บทบาทโดยทั่ว ๆ ไปของนักส่งเสริมการเกษตร มีดังนี้

๑. เป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ นักส่งเสริมการเกษตรเปรียบเสมือนเป็นสื่อกลางระหว่างแหล่งความรู้กับเกษตรกรเป้าหมาย กล่าวคือ นักส่งเสริมการเกษตร เป็นผู้นำเอาความรู้เทคโนโลยีทางการเกษตรจากแหล่งความรู้ หรือแหล่งวิจัย เช่น กรมวิชาการเกษตร กรมปศุสัตว์ กรมประมง สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ มหาวิทยาลัย ฯลฯ มาถ่ายทอดหรือนำมาปรุงแต่งให้เหมาะสมกับสภาพท้องถิ่น และลักษณะของการใช้ของเกษตรกร และถ่ายทอดความรู้ ซึ่งนักส่งเสริมการเกษตรจะต้องมีความรู้ในเรื่องการติดต่อสื่อสารเป็นอย่างดี เพื่อเอาปัญหาทางการเกษตรกลับไปสู่แหล่งความรู้เพื่อการศึกษาวิจัย ปรับปรุงแก้ไขปัญหานั้นกลับไปสู่เกษตรกร ในลักษณะการสื่อสารสองทาง (Two Way Communication) ทั้งนี้ เพื่อให้ความรู้และเทคโนโลยีการเกษตรมีความเหมาะสมกับสภาพการใช้ของเกษตรกรและเกิดประโยชน์สูงสุดนั่นเอง

๒. เป็นผู้ชี้แนะและร่วมแก้ไขปัญหา โดยเฉพาะปัญหาของเกษตรกรในพื้นที่ที่นักส่งเสริมการเกษตรรับผิดชอบอยู่ เช่น ปัญหาผลผลิตต่อไร่ค่อนข้างต่ำ ปัญหาการระบาดของโรคและแมลงต่าง ๆ ซึ่งปัญหาเหล่านี้

นักส่งเสริมการเกษตรต้องชี้แนะในสิ่งที่ถูกต้องแก่เกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรเกิดความศรัทธาและมีความเชื่อมั่นในตัวของนักส่งเสริมการเกษตร

๓. เป็นผู้ประสานงาน การประสานงาน หมายถึง การจัดระเบียบงานเพื่อให้ส่วนต่าง ๆ เข้ารวมกัน และให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ ร่วมมือปฏิบัติการเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ไม่ทำงานซ้ำซ้อนขัดแย้งหรือเหลื่อมล้ำกัน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ งานส่งเสริมการเกษตรมีลักษณะที่ต้องปฏิบัติเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับบุคคลต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ดังนั้น การประสานงานจึงมีความสำคัญต่องานส่งเสริมการเกษตรมาก กล่าวคือ การประสานงานจะช่วยให้การปฏิบัติงานมีลักษณะร่วมมือร่วมใจกันทำงานเป็นคณะ การประสานงานเป็นเทคนิคในการบริหารงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านคน วัสดุ อุปกรณ์ และงบประมาณ นอกจากนี้แล้วยังช่วยให้

เกิดการประสานงานระหว่างแผนปฏิบัติการ และนโยบายให้สอดคล้องกันอีกด้วย การประสานงานส่งเสริมการเกษตรเป็นเรื่องของการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลภายในหน่วยงานเดียวกัน ต่างหน่วยงานของรัฐและเอกชน ทั้งนี้ เพื่อให้งานหรือโครงการส่งเสริมการเกษตรสามารถดำเนินไปด้วยดี บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

นักส่งเสริมการเกษตรต้องมีบทบาทในการประสานงานกับกลุ่มคน ๓ กลุ่ม คือ

๑. เกษตรกร

๒. หน่วยงานราชการในหน่วยเดียวกันหรือต่างหน่วยงาน

๓. ภาคเอกชน

คุณสมบัติเฉพาะที่สำคัญสำหรับนักส่งเสริมการเกษตร มีดังนี้

๑. มีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร

๒. มีความคิดริเริ่มและเชื่อมั่นในตนเอง

๓. มีความกระตือรือร้นในการทำงานและทำด้วยความจริงใจ

๔. มีความรับผิดชอบและกระทำตนให้เป็นที่เชื่อถือศรัทธา

๕. รู้จักถ่อมตนและมีทัศนคติที่ดีต่อบุคคลอื่น

๖. มีความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจคนอื่น

๗. มีความอดทนและพยายาม

๘. ไม่ถือสันโดษและเต็มใจให้ความช่วยเหลือบุคคลอื่น

๙. มีความเสียสละ

๑๐.ปรับปรุงตนเองให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ

คุณสมบัติที่ดีของนักส่งเสริมการเกษตรในการสื่อสารและประสานงานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

การเป็นนักสื่อสารที่ดีในงานส่งเสริมการเกษตร ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

๑. จิตบริการ ประกอบด้วย

๑.๑ ควรเป็นผู้มีจิตอาสา

๑.๒ มีความเอาใจใส่และรับผิดชอบ

๑.๓ ควรพูดให้ไพเราะ และรู้จักกาลเทศะ

๑.๔ มีการสื่อสารที่ชัดเจน

๑.๕ มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี

๑.๖ เป็นผู้ที่ยิ้มแย้มแจ่มใสอยู่เสมอ

๑.๗ เป็นผู้ที่มีความอดทนอดกลั้นและมีสติ

๑.๘ มองโลกในแง่ดี หรือคิดบวก (positive thinking)

๒. ทักษะเฉพาะบุคคล ประกอบด้วย

๒.๑ มีบุคลิกภาพที่ดี และรักษาสุขภาพให้สมบูรณ์แข็งแรง

๒.๒ มีความรู้รอบตัว และทันเหตุการณ์อยู่เสมอ

๒.๓ มีการวางแผนอย่างเป็นระบบ

๒.๔ มีความละเอียดรอบคอบ

๒.๕ แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

๒.๖ มีทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ดี

๒.๗ มีทักษะในด้านการฟัง การตีความ และการจดจำ

๒.๘ มีทักษะในการสื่อสาร และด้านการใช้ภาษา

๒.๙ มีการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอก

๒.๑๐ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รวมถึงการมีเทคนิควิธีการใหม่ในการพัฒนางาน

๓. ข้อมูล ประกอบด้วย

๓.๑ ควรมีการศึกษาและทำความเข้าใจกับข้อมูลดังกล่าวให้ชัดเจน

๓.๒ ไม่ควรเพิ่มเติมข้อความหรือคำพูดที่อาจจะทำให้เกิดความขัดแย้งขึ้น

๓.๓ ควรมีความรอบรู้ในเรื่องนั้น ๆ

๓.๔ ควรมีความชัดเจน ตรงประเด็น เช่น ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไร

๔ วิธีการสื่อสาร ประกอบด้วย

๔.๑ มีทักษะในการสื่อสาร

๔.๒ มีความสามารถในการควบคุมอารมณ์ในการสื่อสารหากเกิดปฏิกิริยาที่ไม่ดีเกิดขึ้นระหว่างการสื่อสาร

๔.๓ เป็นผู้มีจิตบริการที่ดี

๔.๔ เป็นผู้ที่มีกัลยาณมิตร ในการติดต่อประสานบงาน

๔.๕ มีการวางแผนในการดำเนินการประสานงาน

๔.๖ มีการสร้างเครือข่ายทั้งในและระหว่างองค์กร เพื่อความเข้าใจในการสื่อสาร

๕ ช่องทางการสื่อสารประกอบด้วย

๕.๑ ควรหาช่องทางในการติดต่อสื่อสารโดยตรง

๕.๒ การติดต่อสื่อสารด้วยโทรศัพท์ เนื่องจากในปัจจุบันเกือบทุกคนจะมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ติดตัวอยู่แล้ว

๕.๓ ใช้ระบบการสื่อสารผ่าน e-document หรือระบบ social network

๖. ผลการประสานงาน ประกอบด้วย

๖.๑ มีการติดตามการประสานงานจนงานที่ดำเนินการหรือได้รับมอบหมายสำเร็จตามวัตถุประสงค์

๑.๒ สรุปผลการติดต่อประสานงาน ให้ผู้ที่มอบหมายได้รับทราบว่าการดำเนินการดังกล่าวมีปัญหาหรือบรรลุผลสำเร็จแล้วหรือยัง

การเป็นผู้ประสานงานที่ดีในงานส่งเสริมการเกษตรต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

ต้องมีภาวการณ์เป็นผู้นำ

ต้องกล้าตัดสินใจ

ต้องรู้รายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ อย่างเพียงพอ

ต้องรู้ถึงหน้าที่ ความรับผิดชอบของบุคคลที่จะติดต่อด้วย

ต้องยึดประโยชน์ขององค์การเป็นหลัก

ต้องยอมรับว่าความแตกต่างกันเป็นเรื่องปกติ อย่าคาดหวังสูง

ต้องมีบุคลิกภาพที่ดี สร้างความประทับใจเมื่อแรกพบ

ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พร้อมจะยืดหยุ่น/เปลี่ยนแปลงโดยไม่เสียงาน

ต้องมีศิลปะในการเจรจา ต่อรอง ไม่ใช้อารมณ์ในการแก้ปัญหา

ต้องใช้การประสานงานอย่างไม่เป็นทางการร่วมด้วย โดยใช้ความเป็นกันเองให้เกิดประโยชน์

ต้องรู้จักบริหารเวลา/มีการนัดหมายล่วงหน้า
ต้องแสดงความจริงใจในการทำงานร่วมกัน
ต้องรู้จักเทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสาร เพื่อความประหยัดและรวดเร็ว
ต้องมี ๕ น. เสมอ (นอบน้อม นุ่มนวล แน่นอน แนบเนียน หนักแน่น)
ต้องมีการติดตามผลเป็นระยะ ๆ

สรุปได้ว่า นักส่งเสริมการเกษตรมีบทบาทในการเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ เป็นผู้ชี้แนะและร่วมแก้ปัญหา รวมถึงเป็นผู้ประสานงาน ทั้ง ๓ บทบาทนี้ นักส่งเสริมการเกษตร ต้องมีคุณสมบัติและทักษะในการสื่อสารเพื่อการประสานงานกับกลุ่มคน ๓ กลุ่ม คือ เกษตรกร หน่วยงานราชการภายในและนอกองค์กร และหน่วยงานภาคเอกชน โดยนักส่งเสริมการเกษตรต้องมีคุณสมบัติของผู้สื่อสารที่ดี คือ มีจิตบริการ มีทักษะเฉพาะตัวบุคคลในการสื่อสาร เช่น บุคลิกดี พูดดี ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ดี มีข้อมูลที่ถูกต้องทันสมัย มีวิธีการสื่อสารที่ดี มีช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัย เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงมีการติดตามผลการประสานงาน หากพบปัญหาหรืออุปสรรค ควรดำเนินการแก้ไข ส่วนคุณสมบัติของนักประสานงานที่ดี ต้องมีภาวการณ์เป็นผู้นำ มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี มีศิลปะในการเจรจา และมีการติดตามผลการประสานงานอย่างต่อเนื่อง

เรื่องที่ ๕.๑.๒ ทักษะของนักส่งเสริมการเกษตรในการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

ทักษะนักส่งเสริมการเกษตรในการสื่อสาร เพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร เป็นทักษะที่สามารถเรียนรู้และพัฒนาได้ด้วยตนเอง โดยนักส่งเสริมการเกษตรต้องปรับตัวให้มีความสามารถในการใช้เครื่องมือการสื่อสารที่ทันสมัย เช่น การใช้อินเตอร์เน็ต การรวบรวม ประมวลผลข้อมูล การติดต่อสื่อสาร ด้วยสื่อออนไลน์ และความสามารถในการใช้สื่ออื่น ๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยนักส่งเสริมการเกษตรควรแสวงหาช่องทางในการสื่อสารที่เหมาะสม เช่น การพูด การบรรยาย การชี้แจง ข้อมูลข่าวสารแก่เกษตรกร การใช้สื่อวิทยุท้องถิ่น โดยการส่งข้อมูลข่าวให้กับสถานี และพัฒนาตนเองไปเป็นผู้จัดรายการวิทยุ การเขียนข่าวและบทความเผยแพร่ในสื่อสิ่งพิมพ์ การจัดทำข้อมูลสำหรับผู้บริหารสำหรับการให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน เป็นต้น ซึ่งทักษะในการพูด การเขียน และการใช้เครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัยเหล่านี้ ต้องมีการฝึกฝนจนเกิดเป็นความชำนาญ จะช่วยให้ได้รับความร่วมมือ สนับสนุนจากทุกภาคส่วน ได้แก่ เกษตรกร ผู้นำชุมชน ท้องถิ่น และภาคราชการ

ทักษะในการสื่อสารในงานส่งเสริมการเกษตร

การสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตร คือ วิธีการและการติดต่อสื่อสารขององค์กร กับกลุ่มเป้าหมาย ทั้ง ๓ กลุ่ม อันได้แก่ เกษตรกร หน่วยงานราชการการทั้งภายในและภายนอกองค์กร และหน่วยงานภาคเอกชน เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร และสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน อันจะก่อให้เกิดความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน เพื่อให้การดำเนินงานส่งเสริมการเกษตรบรรลุวัตถุประสงค์

ทักษะที่สำคัญสำหรับนักส่งเสริมการเกษตรในการติดต่อสื่อสาร รวมถึงการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย ๓ ด้านหลัก คือ ทักษะด้านการพูด ทักษะด้านการเขียน ทักษะการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตร

๑. ทักษะด้านการพูด

ความหมายของการพูด

การพูดเป็นพฤติกรรมทางภาษาที่ควบคู่กับการฟัง เพื่อการสื่อความหมายระหว่างมนุษย์ เป็นการเปล่งเสียงออกมาเป็นภาษา เพื่อถ่ายทอดความรู้ความคิดความรู้สึกหรือความต้องการของผู้พูดไปยังผู้ฟัง โดยใช้ถ้อยคำน้ำเสียงและอากัปกิริยาจนเป็นที่เข้าใจกันได้

การพูดที่ดี คือ การใช้ถ้อยคำน้ำเสียงรวมทั้งกิริยาอาการต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพและถูกต้องตามจรรยามารยาทประเพณีนิยมของสังคม เพื่อถ่ายทอดความคิด ความรู้ ความรู้สึก ความต้องการ ทัศนคติ และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ให้ผู้ฟังได้รับรู้และก่อให้เกิดการตอบสนองตรงตามที่ผู้พูดต้องการ

ความสำคัญของการพูด

๑. เป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญของผู้นำ ผู้บริหาร ผู้แทนกลุ่ม / องค์กรและผู้ที่ต้องพูดกับบุคคลจำนวนมาก เพื่อสร้างความเข้าใจ / โน้มน้าวจูงใจ / สร้างบรรยากาศหรือจรรโลงใจ

๒. มีพลัง / อานุภาพต่อผู้พูดและผู้ฟังอย่างยิ่ง

๓. มีผลกระทบต่อความรู้สึกนึกคิดและผลประโยชน์ของบุคคลหลายฝ่าย

๔. เป็นการทำงานของผู้พูดที่ต้องรู้จักวิธีแสดงออกและใช้จิตวิทยามวลชนให้ผู้ฟังโดยส่วนใหญ่เข้าใจ พอใจ / ประทับใจให้ได้

๕. เป็นศาสตร์ศิลปะและเป็นเทคนิคที่ละเอียดอ่อน สามารถเรียนรู้ฝึกฝนและพัฒนาได้

การพูดหรือคำพูดเป็นสื่อที่จำเป็นในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งนักส่งเสริมการเกษตรต้องใช้อยู่เสมอ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบอกกล่าวให้ทราบและเข้าใจ เพื่อชี้ชวนหรือโน้มน้าวใจ ให้เกษตรกรกรปฏิบัติตาม ซึ่งรูปแบบของการพูดที่นักส่งเสริมการเกษตรนิยมนำไปใช้ มีดังนี้

๑) การประชุม (meeting)

เป็นการส่งเสริมที่เจ้าหน้าที่นัดหมายหรือนำบุคคลเป้าหมายมารวมกลุ่มกัน เพื่อถ่ายทอดวิชาความรู้ทางการเกษตรให้ รวมทั้งเป็นการรับทราบปัญหาและทางแก้ปัญหาด้วยวิธีการถ่ายทอดความรู้ที่ใช้กับการประชุมมีหลายรูปแบบ ได้แก่

๑.๑ การบรรยาย (lecture) เป็นวิธีการถ่ายทอดความรู้โดยใช้คำพูดเป็นสื่อ เพื่อให้บุคคลเป้าหมายเกิดความรู้และเข้าใจนิยมใช้เป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถนำการบรรยายมาใช้ร่วมกับวิธีการอื่น ๆ ได้ เช่น การสาธิต การฝึกอบรม โดยก่อนการบรรยายผู้บรรยายต้องทำการวิเคราะห์ผู้ฟังก่อน ซึ่งวิธีนี้สามารถใช้ได้กับผู้ฟังที่มีจำนวนมากและประหยัดเวลา

๑.๒ อภิปรายกลุ่ม (group discussion) เป็นวิธีการที่จัดขึ้นให้บุคคลเป้าหมาย หรือสมาชิกที่มาร่วมประชุมได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นประสบการณ์ร่วมกัน โดยมีผู้นำกลุ่มเป็นผู้อำนวยความสะดวกและชี้นำ หรือชักชวนให้สมาชิกแสดงความคิดเห็นจากนั้นจึงหาข้อสรุปร่วมกัน

๑.๓ การอภิปรายเป็นคณะ (panel discussion) เป็นการประชุมรูปแบบหนึ่งมีลักษณะเหมือนการบรรยายแต่มีผู้บรรยายมากกว่า ๑ คน ผลัดกันบรรยายและตอบคำถาม โดยมีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ควบคุมรายการ โดยประกอบด้วย ๑) ผู้ดำเนินรายการเป็นประธาน หรือผู้ประสานงาน ๒) ผู้ร่วมอภิปรายหรือวิทยากร ๓) ผู้ฟังอภิปราย

๑.๔ การประชุมเชิงปฏิบัติการ (workshop) เป็นการเปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ ตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นขั้นตอน โดยมากมักจะแบ่งเป็นกลุ่มย่อย ๆ เพื่อให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในการทำงาน เช่น การวิเคราะห์ปัญหาและหาแนวทางแก้ไขร่วมกัน

๒) การสาธิต

การสาธิต เป็นวิธีการส่งเสริมโดยที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมถ่ายทอดความรู้ด้วยการอธิบายและแสดงการปฏิบัติไปพร้อม ๆ กัน เกษตรกรสามารถสอบถามและร่วมกิจกรรมบางอย่างได้ การสาธิตมีอยู่ ๒ รูปแบบคือ

๒.๑. การสาธิตวิธี (Method Demonstration) เป็นการสอนเกษตรกร โดยเจ้าหน้าที่ส่งเสริมเป็นผู้แสดงวิธีการทำสิ่งต่าง ๆ ให้เกษตรกรได้เห็น ได้ฟัง และสอบถามได้ขณะเดียวกันก็บรรยายประกอบตามขั้นตอนการแสดงนั้น เพื่อให้ผู้ชมมีความรู้ความเข้าใจในสิ่งที่สาธิตนั้น ประโยชน์สำคัญก็คือเจ้าหน้าที่ส่งเสริมฯ สามารถอธิบายวิธีการง่าย ๆ ให้กับเกษตรกรจำนวนมากได้ นอกจากนี้เกษตรกรยังสามารถมีส่วนร่วม และฝึกปฏิบัตินอกเหนือจากที่ได้ฟังในชั้นเรียน ซึ่งเป็นวิธีการส่งเสริมที่นักส่งเสริมจะต้องมีความสามารถในการจัดการขั้นตอนของการสาธิตประกอบด้วย ๔ ขั้นตอนคือ

๑) การวางแผนการสาธิต

๒) การตระเตรียมการสาธิต

๓) การแสดงการสาธิต

๔) การติดตามผลหลังการสาธิต

การวางแผนการสาธิตควรจะต้องบันทึกรายการ ต่อไปนี้

Who = What = When = Where = Why = How

<u>การเตรียมการสาธิต</u> นักส่งเสริมการเกษตร หรือผู้สาธิตต้องมีการจัดเตรียมเอกสารประกอบ การกำหนดจุดสำคัญในสิ่งที่ผู้สาธิตตั้งใจว่าจะพูดซึ่งควรจะเป็นไปตามขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซักซ้อม เตรียมวัสดุสิ่งของจัดเตรียมสถานที่จัดหาบุคคลเป้าหมาย

๒.๒ การสาธิตผล (Result Demonstration) การนำผลการสาธิตมาแสดงให้เกษตรกรได้รู้และเข้าใจในสิ่งที่สาธิตนั้น โดยการนำผลของวิทยาการใหม่ ๆ มาแสดงเปรียบเทียบกับวิธีการดั้งเดิม เช่น แปลงสาธิตการทำนาหว่านน้ำตามแผนใหม่ แปลงสาธิตการปลูกมะม่วงระยะชิดบ่อสาธิตการเลี้ยงปลาในนาข้าว เป็นต้น

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงให้เกษตรกรเห็นความแตกต่างของวิธีการแบบดั้งเดิมกับวิธีการแบบใหม่ ๆ เช่น เพื่อให้เห็นว่าเป็นวิธีการที่สามารถปฏิบัติได้จริงเป็นการพิสูจน์ผลงานที่ได้จากการทดลองวิจัย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับเกษตรกรเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ที่สามารถนำไปปฏิบัติในท้องถิ่นอย่างได้ผล ทำให้บุคคลเป้าหมายเชื่อในสิ่งที่เห็นเกษตรกรมีโอกาสได้กระทำ หรือปฏิบัติด้วยตนเอง ซึ่งจำเป็นต้องเรียกความสนใจจากเกษตรกรก่อนโดยใช้วิธีอื่น ๆ ประกอบ เช่น แจกเอกสารรายการวิทยุ

<u>การพูดแสดงการสาธิต</u>

- กล่าวนำอธิบายและแสดงประกอบทีละขั้นช้า ๆ ตามลำดับ
- ใช้คำพูดเป็นกันเองใช้คำง่าย ๆ และเสียงชัดเจน
- ตามองผู้ชมและมั่นใจว่าผู้ชมมองเห็นการแสดง
- เน้นจุดสำคัญ
- เปิดโอกาสให้ซักถาม
- กล่าวสรุป
- แจกเอกสารหรือให้ผู้ชมทดลอง

๓) การพูดชี้แจงเหตุผล คือ การพูดที่ผู้พูดมุ่งให้ผู้ฟังเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ ได้ตรงกัน หรือให้ผู้ฟังสามารถปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง หรือชี้แจงให้ทราบว่า มีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้น ที่ไหน เมื่อไร และเกิดขึ้นได้อย่างไร เช่น การชี้แจงขอความร่วมมือในเรื่องต่าง ๆ เป็นต้น ดังนั้น นักส่งเสริมการเกษตรจึงควรศึกษาวิธีการชี้แจงที่มีประสิทธิภาพ ดังนี้

๓.๑ ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่ตนเองจะต้องชี้แจงให้ผู้อื่นฟังให้ถ่องแท้ก่อนที่จะพูด

๓.๒ รวบรวมประเด็นสำคัญ ๆ ที่ต้องการจะแนะนำหรือชี้แจงให้ครบถ้วน

๓.๓ วางแผนขั้นตอนในการชี้แจงให้ชัดเจนว่าจะชี้แจงส่วนใดก่อน เช่น อาจเริ่มด้วยปัญหา ขอบเขตของปัญหา วิธีแก้ปัญหา และสรุป

๓.๔ แสดงขั้นตอนของสิ่งที่ต้องการให้ผู้ฟังปฏิบัติตามให้ชัดเจน ซึ่งอาจต้องใช้เอกสารแผนภูมิประกอบการพูดด้วย

๓.๕ ใช้ภาษาง่าย ๆ เพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจ พูดตรงประเด็น ไม่อ้อมค้อม น้ำเสียงแจ่มใส ชัดเจนหนักแน่นน่าเชื่อถือ

๓.๖ ควรเปิดโอกาสให้ผู้ฟังซักถามข้อข้องใจได้

๔) การพูดโทรศัพท์ (telephone call)

นับเป็นวิธีที่สะดวกและรวดเร็ว เนื่องจากเป็นการติดต่อแบบ ๒ ทาง เกษตรกรและเจ้าหน้าที่สามารถโต้ตอบกันได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว การใช้โทรศัพท์ติดต่อสอบถามปัญหา หรือขอความช่วยเหลือต่าง ๆ นับเป็นวิธีการที่สะดวกรวดเร็ว และใช้กันมากในประเทศที่พัฒนาแล้ว

การรับโทรศัพท์อย่างมืออาชีพเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ซึ่งนักส่งเสริมการเกษตรจำเป็นต้องมีทักษะในการพูดคุยกับเกษตรกรผ่านทางโทรศัพท์ เพื่อให้เกษตรกรได้รับความพึงพอใจและความประทับใจ สร้างความรู้สึกดีในการติดต่อสื่อสารในฐานะเป็นทัพหน้าประจำเมืองหน้าด่าน ดังนั้น จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการโทรศัพท์ ดังต่อไปนี้

๔.๑ การพูดคุยทางโทรศัพท์ เป็นการสื่อสารผ่านคำพูด ผู้ที่อยู่อีกฟากฝั่งหนึ่งไม่สามารถเห็นสีหน้า หรือท่าทางของเราได้ ดังนั้น การสื่อสารที่ชัดถ้อยชัดคำด้วยน้ำเสียงที่เป็นมิตรและเป็นมืออาชีพเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง น้ำเสียงที่ใช้ควรเป็นน้ำเสียงปกติ ไม่ตะโกนและไม่ใส่อารมณ์ในขณะที่พูดโทรศัพท์

๔.๒ ไม่รับประทานอาหารหรือดื่มน้ำขณะปฏิบัติหน้าที่ เพราะการรับโทรศัพท์ในขณะที่มีอาหารอยู่ในปาก แสดงถึงความไม่สุภาพไม่ให้เกียรติเกษตรกร และไม่เป็นมืออาชีพ

๔.๓ ไม่ควรใช้ศัพท์สแลง คำหยาบ หรือแม้แต่คำสบถสาบาน ภาษาที่เหมาะสม คือ ภาษาพูดที่เป็นทางการ

๔.๔ ทักษะในการฟังเป็นสิ่งที่จำเป็นมาก ต้องรู้จักรับฟังว่าเกษตรกรต้องการสิ่งใดและกล่าวทวนข้อความอีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้แน่ใจว่าสามารถรับข้อมูลมาอย่างถูกต้องครบถ้วน

๔.๕ หากเกษตรกรรู้สึกไม่พอใจ ให้รับฟังด้วยความอดทน โดยไม่พูดแทรก ย้อนคำเถียง หรือแสดงพฤติกรรมที่เป็นการไม่ให้เกียรติ เมื่อเกษตรกรพูดจบให้แสดงความกระตือรือร้นที่จะให้ข้อมูลต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่เกษตรกร

๔.๖ หากต้องรับสายพร้อมกันหลายสาย ควรกล่าวอย่างสุภาพหากต้องการให้เกษตรกรรอสายและไม่ควรให้รอสายเป็นเวลานาน

๔.๗ มีสมาธิกับเกษตรกรที่อยู่ในสายหากมีใครแทรกแซงในขณะที่ติดสายอยู่ให้กล่าวอย่างสุภาพว่ากำลังติดสายอยู่ และจะรีบไปหาเขาหรือโทรกลับไปทันทีที่คุณวางสาย

ที่กล่าวมาทั้งหมดเป็นการให้ความสำคัญกับเกษตรกรที่ติดต่อมาทางโทรศัพท์ถึงแม้จะไม่ได้เห็นหน้ากันแต่คำพูดและน้ำเสียงก็สามารถสร้างความรู้สึกทางบวกหรือทางลบให้กับเกษตรกรได้เท่า ๆ กัน ดังมีคนกล่าวไว้ว่า ๓ สิ่งที่ผ่านไปแล้ว ไม่สามารถย้อนกลับมาได้อีก คือ เวลา โอกาส และคำพูด

๒. ทักษะด้านการเขียน

ทักษะการเขียนในการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตร ส่วนใหญ่เป็นการเขียนข่าวและบทความส่งเสริมการเกษตร การเขียนบรรยายสรุป การเขียนผลงานทางวิชาการ การเขียนคำปราศรัย สุนทรพจน์ เป็นต้น ทั้งนี้ การเขียนในการสื่อสารเพื่อการประสานงานส่งเสริมการเกษตรที่นักส่งเสริมการเกษตร ต้องเขียนบ่อย ๆ คือ การเขียนข่าว และการเขียนบทความ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และสร้างความเข้าใจอันดีกับกลุ่มเป้าหมาย ผ่านสื่อมวลชน

การเขียนข่าว

ข่าวส่งเสริมการเกษตร เป็นการรายงานเหตุการณ์ ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น แบ่งประเภทตามลักษณะข้อมูลที่จะเผยแพร่ของกรมส่งเสริมการเกษตร สามารถแบ่งได้เป็น ๒ ประเภท คือ ๑) ข่าวนโยบาย เป็นข่าวที่นำเสนอข้อมูล และสถานการณ์ที่สอดคล้องกับการดำเนินงานตามนโยบายหรือโครงการส่งเสริมการเกษตร โดยประเด็นเนื้อหาจะนำเสนอ แนวทางการดำเนินงาน ผลการดำเนินงาน ผลกระทบ (ประโยชน์ที่เกษตรกรได้รับ) และการขยายผลการดำเนินงานของโครงการ นั้น ๆ บุคคลที่จะให้ข่าว คือ ผู้บริหารขององค์กร ๒) ข่าวคำแนะนำ เป็นข่าวที่นำเสนอสถานการณ์ วิธีการปฏิบัติดูแลพืชผลในไร่นา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการรายงานสถานการณ์ การเฝ้าระวังภัยต่าง ๆ และการระบาดของแมลงศัตรู และโรคพืช พร้อมทั้งให้ข้อมูล วิธีป้องกันและกำจัดบุคคลที่จะให้ข่าว คือ ผู้บริหารและนักวิชาการที่เกี่ยวข้อง

การสื่อข่าว หมายถึง การแสวงหาข่าวด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น สอบถามสัมภาษณ์ สังเกตการณ์จากแหล่งข่าวซึ่งอาจเป็นบุคคลที่อยู่ในเหตุการณ์ บุคคลที่อยู่ในความสนใจของประชาชน บุคคลที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น ๆ โดยตรง เพื่อนำข้อมูลรายละเอียดของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมาเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนไปยังประชาชนทั่วไป

ผู้สื่อข่าวควรจะต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

๑. ต้องรู้จักแหล่งข่าวอย่างกว้างขวางต้องทราบว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นควรจะสอบถามสัมภาษณ์และหาข้อมูลจากใคร

๒. ต้องศึกษาเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่จะนำมาเป็นข่าว ต้องศึกษาเรื่องราวที่เกิดขึ้นหรือข้อมูลต่าง ๆ อย่างละเอียดลึกซึ้ง และควรรู้เหตุการณ์เบื้องหน้าเบื้องหลังของข่าวนั้น ๆ เป็นอย่างดี

๓. ต้องมีความสุภาพเรียบร้อย เพื่อสร้างความประทับใจให้กับแหล่งข่าวและเพื่อประโยชน์ในการแสวงหาข่าวจากบุคคลต่าง ๆ

๔. ต้องมีจรรยาบรรณในการเสนอข่าว ต้องรายงานข่าวตามความเป็นจริงไม่บิดเบือนไม่ลำเอียง

๕. ต้องมีจมูกไวสำหรับข่าวหรือเรียกว่า NOSE FOR NEWS รู้ว่าเหตุการณ์ใดควรจะเป็นข่าวได้

๖. ต้องรู้จักติดตามข่าวเมื่อเหตุการณ์หนึ่งเกิดขึ้น แต่ยังไม่ยุติจะต้องติดตามมารายงานให้ได้ว่าผลของเหตุการณ์นั้นเป็นอย่างไร แม้ว่าจะต้องใช้ระยะเวลาที่ยาวนานก็ตาม

๗. ระมัดระวังความผิดพลาดข่าวที่ออกไป จะต้องถูกทั้งเนื้อเรื่อง ภาษา ชื่อ และตัวสะกดต่าง ๆ

การเขียนข่าวส่งเสริมการเกษตร ใช้รูปแบบของการเขียนข่าวเหมือนข่าวทั่ว ๆ ไป แต่ความสำคัญของข่าวเกษตรอยู่ที่การเผยแพร่ข่าวให้ทันเวลา มีความถี่ และใช้สื่อผสมผสานอย่างเหมาะสม เช่น ประเด็นการเตือนภัย การขึ้นทะเบียนเกษตรกร ต้องใช้สื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุชุมชน และต้องเผยแพร่ก่อนกำหนดเวลาพอสมควร เพื่อให้เกษตรกรมีการเตรียมการ และมีเวลาเพียงพอในการมารับบริการ

ข่าวส่งเสริมการเกษตรที่ดี ต้องมีองค์ประกอบสำคัญ คือ **การพาดหัวข่าว** เป็นข้อความสั้นกะทัดรัด ได้ใจความ **บทนำ** เป็นประโยคหรือสองประโยคแรกของข่าว ซึ่งบทนำในสิ่งพิมพ์ มักใช้ความนำที่ประกอบด้วย ๕ W และ ๑ H **ตัวเชื่อม** เป็นข้อความที่ระบุชื่อบุคคล สถานที่ อ้างอิง เชื่อมระหว่างบทนำ กับเนื้อหา และ **เนื้อหาของข่าว** เป็นรายละเอียด เนื้อหา ลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย

- การจัดลำดับเนื้อเรื่องตามลำดับเวลา ซึ่งเป็นวิธีการที่ดีที่สุดและง่ายที่สุด สำหรับข่าวที่มีลำดับเหตุการณ์ โดยอธิบายทีละขั้น จากสาเหตุไปสู่ผลกระทบ
- การจัดลำดับเนื้อเรื่อง จากผลย้อนไปสู่เหตุ คือ การนำเสนอข่าวที่จะให้ผลที่เกิดจากเหตุเป็นลำดับแรกเสมอ และเมื่อแสดงถึงผลที่เกิดแล้ว จึงกลับมาอธิบายสาเหตุและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น
- การจัดลำดับเนื้อเรื่องตามลำดับประเด็น มีแนวทางคล้ายคลึงกับการจัดลำดับเนื้อเรื่องจากผลย้อนไปสู่เหตุ แต่นิยมใช้กับข่าวที่มีการแสดงทัศนคติต่อประเด็นข่าวจำนวนมาก

รูปแบบการเขียนข่าว มีทั้งการเขียนข่าว ๑) แบบปิรามิดหัวกลับ (Inverted - Pyramid Style) เป็นการเขียนโดย นำเอาเหตุการณ์ที่สำคัญที่สุดขึ้นมาก่อน แล้วจึงตามด้วยเรื่องราวที่มีความสำคัญรองลงไปตามลำดับ เป็นการกระตุ้นให้ผู้อ่านได้ทราบรายละเอียดของเหตุการณ์นั้น เหมาะสำหรับข่าวที่มีพื้นที่ตีพิมพ์น้อย ๒) แบบปิรามิดหัวตั้ง (Upright Pyramid Style) เป็นรูปแบบการเขียนข่าวที่ตรงกันข้ามกับแบบแรก กล่าวคือ จะเริ่มจากการกล่าวถึงข้อเท็จจริงที่มีความสำคัญน้อย แล้วค่อย ๆ นำเสนอข้อเท็จจริงที่มีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ จนถึงย่อหน้าสุดท้ายที่มีความสำคัญที่สุด หรืออาจนับได้ว่าเป็นช่วง “ไขประเด็นข่าว” (climax) ก็ว่าได้ในปัจจุบันหนังสือพิมพ์มักนำรูปแบบการเขียนข่าวปิรามิดหัวตั้งมานำเสนอข่าวสั้น ๓) แบบนาฬิกาทราย (Hourglass Style) เป็นการเขียนเนื้อเรื่องโดยเปิดเรื่องด้วยใจความสำคัญของเรื่องในย่อหน้าแรก ๆ แบบเดียวกันกับแบบปิรามิดหัวกลับ หลังจากนั้นจะเรียงลำดับข้อมูลที่มีความสำคัญลดลงไปตามลำดับ จนถึงย่อหน้า ที่จะเริ่มเล่าตามลำดับเวลาของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น การเขียนข่าวแบบนาฬิกาทราย สามารถเขียนบรรยายได้มาก โดยเฉพาะการเน้นย้ำข้อมูลที่มีความสำคัญทำให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจข้อมูลได้มากกว่ารวมทั้งเป็นรูปแบบการเขียน ที่ทำให้โครงสร้างของน้ำหนักของข้อมูลที่นำเสนอมีความสมดุลตลอด ทั้งเรื่อง เหมาะสำหรับข่าวที่มีพื้นที่ตีพิมพ์มาก

การเขียนบทความ

บทความส่งเสริมการเกษตร เป็นการนำเสนอผลการดำเนินงาน และปัจจัยความสำเร็จของงานส่งเสริมการเกษตร โดยให้ตัวบุคคล หรือองค์กร เช่น เกษตรกร นักส่งเสริมการเกษตร ผู้นำชุมชน กลุ่มและองค์กรเกษตรกร เป็นตัวอย่างของความสำเร็จ

บทความส่งเสริมการเกษตรแตกต่างจากการเขียนข่าว คือ ข่าว เป็นการแสดงข้อมูล ข้อเท็จจริง รายงานสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง และเผยแพร่อย่างรวดเร็วขณะสถานการณ์ยังคงอยู่ หรือรายงานผลของสถานการณ์ ที่เพิ่งจบไป และยังมีผลกระทบต่อเกษตรกร หรือประชาชนในวงกว้าง ส่วนบทความ

เป็นการแสดงข้อมูล ข้อเท็จจริง และความคิดเห็นของบุคคล หรือองค์กรที่มีอิทธิพลต่อสถานการณ์นั้น โดยผู้เขียนต้องรวบรวมข้อมูลในการนำเสนอ และเรียบเรียงเป็นลำดับขั้นตอน หากเป็นบทความเผยแพร่ทางสื่อสิ่งพิมพ์ ควรมีภาพประกอบ และบทความทางวิทยุ ควรมีเสียงสัมภาษณ์ประกอบ

บทความโดยทั่วไป แบ่งได้หลายประเภท เช่น **บทความทางวิชาการหรือกึ่งวิชาการ** มีจุดประสงค์จะให้ความรู้ ความเข้าใจ และข้อคิดเห็นในเรื่องนั้น ๆ แก่ผู้อ่านที่เกี่ยวข้องหรืออยู่ในแวดวงวิชาการ **บทความประเภทที่เป็นเรื่องปัญหาโต้แย้ง หรือถกเถียงกันในสังคม** บทความประเภทนี้มักจะเป็นบทความประเภทที่เกี่ยวข้องกัน ปัญหาเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นข้อโต้แย้งหรือถกเถียงกันในสังคมในขณะนั้น **บทความประเภทสาระเบา ๆ** บทความประเภทนี้มักเป็นบทความที่เป็นเรื่องสัพเพเหระสิ่งละอันพันละน้อยทั่วไป แต่ก็มีสาระและข้อคิดแทรกอยู่พอสมควร **บทความประเภทเชิงสัมภาษณ์** เป็นบทความที่ผู้เขียน ๆ ขึ้นโดยสัมภาษณ์บุคคลที่เป็นต้นตอของเรื่องนั้น ๆ หรือบุคคลที่ใกล้ชิดเหตุการณ์หรือเรื่องราวนั้น ๆ มากที่สุด

การเขียนบทความส่งเสริมการเกษตร ลำดับแรกผู้เขียนต้องรู้ว่า **จะเขียนเรื่องอะไร** เพื่อตรวจสอบว่าผู้เขียนมีข้อมูล มีความรู้เพียงพอหรือไม่ วางโครงเรื่อง **จะเขียนไปทำไม** เพื่อกำหนดมุ่งหมายและกรอบของการเขียน **จะเขียนให้ใครอ่าน** เพื่อให้ทราบกลุ่มเป้าหมายของผู้อ่าน ซึ่งผู้เขียนจะได้ใช้ข้อมูลและใช้ภาษาได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และ**จะเขียนอย่างไร** เป็นการวางโครงเรื่อง การเรียงลำดับเนื้อหาเพื่อให้น่าสนใจ ชวนให้ติดตาม

วิธีเขียนบทความส่งเสริมการเกษตร (อัจฉรา สุขสมบูรณ์ ๒๕๔๘) อธิบายถึง การเขียนบทความไว้ดังนี้

การเขียนบทความก็เหมือนการเขียนความเรียงทั่วไป ซึ่งจะต้องประกอบด้วยส่วนที่สำคัญต่าง ๆ คือ ชื่อเรื่อง บทนำ เนื้อเรื่องและสรุป ดังนี้

๑. ชื่อเรื่อง การตั้งชื่อเรื่องมีความสำคัญ เพราะชื่อเรื่องจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจให้คนอยากอ่านข้อเขียนของเรา ได้การตั้งชื่อเรื่อง จึงต้องพยายามหาคำที่สามารถทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจให้ได้ อาจเป็นการใช้คำหรือประโยคที่นิยมพูดกันอยู่ในขณะนั้น ใช้ประโยคคำถาม คำเปรียบเทียบ ประโยคที่สร้างความสงสัยให้กับผู้อ่าน เป็นต้น

๒. คำนำหรือบทนำ เป็นการอารัมภบทหรือเกริ่นเริ่มแรก เพื่อให้ผู้อ่านได้รู้แนว ในเรื่องที่จะเขียน หลังจากที่รู้ชื่อเรื่องแล้ว เป็นการนำหรือพาผู้อ่านเพื่อก้าวเข้าสู่ตัวเรื่อง การเขียนคำนำเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญ เพราะเป็นจุดเริ่มแรกเรียกร้องความสนใจของผู้อ่าน รองมาจากชื่อเรื่อง คำนำจึงเปรียบเสมือนหน้าตาของคนเรา ซึ่งคนเราส่วนมากมักชอบมองเพียงหน้าตาก่อน ที่จะศึกษา หรือมองถึงนิสัยใจคอภายในคนที่หน้าตาดี ย่อมดึงดูดให้สนใจมองได้ฉันใด ข้อเขียนที่มีคำนำดีย่อมเชิญชวนให้สนใจติดตามอ่านฉันนั้น การเขียนคำนำจึงควรขึ้นต้นให้น่าอ่านเสมอ

๓. เนื้อเรื่อง คือ ส่วนที่กล่าวถึงตัวเรื่องของเรื่องนั้น ๆ หรือรายละเอียดในเรื่องนั้น ๆ การเขียนเนื้อเรื่อง ผู้เขียนจะต้องเขียนให้ตรงจุดประสงค์ และความคิดสำคัญ (main idea) ต้องการแสดง หรือประสงค์จะสื่อสารพร้อมทั้งอธิบายหรือขยายความประกอบด้วย นอกจากนี้ยังอาจจะต้องให้รายละเอียดต่าง ๆ รวมทั้งข้อมูลสถิติ หลักการวิชาการ ข้อสนับสนุน อ้างอิง ฯลฯ ถ้าจำเป็นเพื่อทำให้เรื่องที่เขียนมีน้ำหนักยิ่งขึ้นอันจะเป็นผลให้ผู้อ่านเกิดความเชื่อถือและเห็นคล้อยตามด้วย

๔. สรุปหรือบทลงท้าย เป็นการสรุปทิ้งท้ายเพื่อเน้นหรือย้ำยืนยันความคิดเห็นของผู้เขียนที่เสนอมาตั้งแต่ต้นอย่างรวบรัดอีกครั้งหนึ่ง หรืออาจเป็นการสรุปเรื่องแล้วทิ้งท้ายข้อคิดบางสิ่งบางอย่างให้ผู้อ่านนำไปคิดวินิจฉัยเพื่อช่วยกันหาลู่ทางแก้ไขต่อไป การสรุปนั้นควรจะทิ้งท้ายอย่างมีน้ำหนักแต่

นุ่มนวลประทับใจไม่ควรเขียนชนิดจบลงอย่างไม่มีปี่มีขลุ่ยหรือจบลงกระทันหันกลางคันแบบห้วน ๆ จะทำให้บทความนั้นขาดความสมบูรณ์ไปอย่างน่าเสียดาย

ทักษะการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตร

ณรงค์ สมพงษ์ และสิน พันธุ์พินิจ (๒๕๕๖) กล่าวว่า สำหรับในการส่งเสริมการเกษตรนั้น รูปแบบของสื่อนิยมใช้ในการเผยแพร่ความรู้มีดังนี้

๑. สื่อของจริงและของจำลองเป็นสื่อที่ใช้สำหรับการส่งเสริมทุกวิธี และมีความเป็นรูปธรรมมากกว่าสื่ออื่น

๒. สื่อประเภทสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตรมากที่สุด ในปัจจุบันสื่อในลักษณะนี้เป็นได้ทั้งภาพ และตัวหนังสือที่สามารถจะนำเสนอเฉพาะภาพ เฉพาะตัวหนังสือ หรือทั้งสองอย่างผสมกันก็ได้ แล้วแต่เทคนิคการนำเสนอแต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาถึงกลุ่มเป้าหมายด้วย เพราะถ้าเป็นแต่เพียงตัวหนังสืออย่างเดียว ก็จะเป็นข้อจำกัดอย่างมากสำหรับคนไม่รู้หนังสือ อย่างไรก็ตามสื่อสิ่งพิมพ์นี้ สามารถนำเสนอได้หลายรูปแบบ คือ โปสเตอร์ (Poster) แผ่นพับ (Folder, Brochure) จดหมายเวียนและจดหมายข่าว (Newsletter) หนังสือ และตำรา (Book and Text) นอกจากนี้ยังมีสิ่งพิมพ์อื่น ๆ อีก เช่น แผ่นปลิว จุลสาร นิตยสาร วารสารหนังสือคู่มือ หนังสือภาพ เป็นต้น

๓. สื่อมวลชนเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมการเกษตรมากขึ้น ในปัจจุบัน ซึ่งได้แก่ สื่อวิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น

๔. เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ อินเตอร์เน็ต เทคโนโลยีสื่อผสม (Multimedia Technique) สารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System) และฐานข้อมูลการสืบค้น เป็นต้น จะเห็นว่าในปัจจุบันมีการใช้สื่อประเภทนี้กันมากขึ้น ในองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ในการเกษตร ถึงแม้ว่าจะยังไม่แพร่หลายเข้าไปยังกลุ่มเกษตรกรก็ตาม แต่สื่อเหล่านี้ก็เข้ามามีความสำคัญในการส่งเสริมการเกษตรมากขึ้นในปัจจุบัน

๕. สื่อกิจกรรมเป็นลักษณะการนำกิจกรรมเข้ามาใช้ในการส่งเสริมการเกษตรซึ่งการเลือกกิจกรรม ควรเลือกกิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งคือเกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องมีความสนใจ โดยเน้น ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับทั้งสาระตามวัตถุประสงค์ และความบันเทิงไปพร้อมกัน กิจกรรมที่นิยมใช้ในงานส่งเสริมการเกษตร ได้แก่ การจัดวันและสัปดาห์พิเศษ การจัดแสดงและนิทรรศการ การพบปะและการประชุม การจัดประกวด การจัดขบวนแห่ การจัดทัศนศึกษา หรือ การศึกษานอกสถานที่ เป็นต้น

สำนักงานเกษตรจังหวัดนราธิวาส (๒๕๕๖) ได้สรุปแนวทางการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม และองค์ความรู้ด้านส่งเสริมการเกษตรให้บรรลุเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนดไว้ ดังนี้

๑. การศึกษาข้อมูลเพื่อการวางแผน การใช้สื่อ ผู้ใช้สื่อจำเป็นจะต้องศึกษาหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพื่อประกอบการวางแผน การใช้สื่อให้มีประสิทธิภาพ โดยทำการศึกษาประเด็นต่าง ๆ เช่น นโยบาย เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน แผนประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน บุคคลและกลุ่มเป้าหมายและสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

๒. การวางแผนการใช้สื่อ เป็นการพิจารณาและตัดสินใจขั้นสุดท้ายหลังจากที่ได้ผ่านการพิจารณาในขั้นต้น ในเรื่องของเป้าหมายการใช้สื่อ ความต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และการวิเคราะห์สถานภาพการใช้สื่อขององค์กรที่เกี่ยวข้อง การพิจารณาและการตัดสินใจขั้นสุดท้ายดังกล่าว เพื่อวางแผนสื่อจะต้องมีการพิจารณาใน ๒ ประเด็น คือ

๒.๑ การเลือกสื่อ เป็นการวางแผนเกี่ยวกับการจัดสรรงบประมาณสำหรับสื่อ การเลือกประเภทของสื่อและการเลือกชนิดของสื่อ

๒.๒ การใช้สื่อ เป็นการพิจารณาว่าสื่อที่เราเลือกนั้น จะใช้อย่างไร ใช้เมื่อไร ในช่วงเวลาใด จำนวนครั้ง รวมถึงการประเมินประสิทธิภาพการใช้สื่อด้วยสื่อ สามารถดำเนินการได้ ๓ ลักษณะ คือ

๑) การพัฒนาสื่อเดิม โดยการพัฒนาสื่อประเภทต่าง ๆ ที่ใช้อยู่ ทั้งสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อมวลชนและโสตทัศน์ ซึ่งอาจมีจุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรคอยู่ เช่น ข้อมูลบางส่วนไม่ทันสมัยไม่เป็นปัจจุบันก็ปรับปรุงแก้ไข

๒) การพัฒนาสื่อใหม่ ผู้ใช้สื่ออาจพัฒนาสื่อใหม่ ๆ ขึ้นมาแทนสื่อเดิม หรือใช้เพิ่มเติม เพราะสื่อเดิมบางอย่างอาจล้าสมัยหรือไม่เป็นที่นิยมของเกษตรกร เช่น เว็บไซด์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์

๓) การพัฒนาศักยภาพการนำสื่อไปใช้ เป็นการให้บริการสื่ออย่างทั่วถึง ตรงตามความต้องการของเกษตรกรแต่ละพื้นที่ ครอบคลุมกระบวนการยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกร

ทักษะในการประสานงานในงานส่งเสริมการเกษตร

นักส่งเสริมการเกษตร ควรมีทักษะในการประสานงาน ดังนี้

๑. ทักษะการ “เข้าถึง” เป็นการเปิดช่องทางในการติดต่อสื่อสารเพื่อการประสานงานกับกลุ่มคน ๓ กลุ่ม คือ เกษตรกร หน่วยงานราชการภายในและนอกองค์กร และหน่วยงานภาคเอกชน โดยนักส่งเสริมการเกษตรสามารถใช้สื่อ เช่น สิ่งพิมพ์ ป้ายประกาศ สื่ออินเตอร์เน็ต สื่อหอกระจายข่าว วิทยุชุมชน หรือบุคคล ที่เป็นผู้นำชุมชน อกม. เป็นต้น และกิจกรรมส่งเสริมการเกษตร เช่น การถ่ายทอดความรู้ การตรวจเยี่ยมแปลงเกษตรกร การสาธิต การศึกษาดูงานส่งเสริมการเกษตร

ในการ “เข้าถึง” เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มคนทั้ง ๓ กลุ่ม นักส่งเสริมการเกษตรต้องมีเทคนิคในการเข้าถึง ดังนี้

๑.๑ ต้องรู้จักคน รู้จักงาน หมายถึง การที่ต้องรู้จักหน้าตาคนที่จะไปพบก่อนที่จะได้พบบุคคลผู้นั้น รู้รายละเอียดของเรื่องที่จะไปพูดคุย เป็นการสร้างความประทับใจครั้งแรกในการได้พบกัน (First Impression)

๑.๒ มารยาท (Manner) ในการเข้าพบ การพูดเป็นสิ่งที่สำคัญรวมไปถึงการรักษาเวลา ตรงต่อเวลา เป็นเรื่องที่ผู้ประสานงานที่ดีต้องปฏิบัติ

๑.๓ การเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรม (Participation) ของเกษตรกรชุมชน หรือ ภาคราชการที่จัดขึ้น หรือจัดกิจกรรมของหน่วยงาน โดยเชิญข้าราชการหลายหน่วย ประชาชนทั่วไปเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อประสานความสัมพันธ์อันดี สร้างศรัทธา และความเชื่อมั่นในตัวผู้บริหาร และหน่วยงาน

๑.๔ มีการประสานงาน (Coordinating) ทุกระดับภายในหน่วยราชการด้วยกันเอง ทั้งในแนวดิ่งและแนวราบ

๑.๕ เปิดช่องทางในการติดต่อสื่อสาร (Communication) ทุกช่องทาง เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ข้อเท็จจริง ความคิดเห็นหรือความรู้สึก รวมทั้งการเปิดโอกาสให้ได้เข้าพบโดยสะดวก ไม่ว่าจะเป็นประชาชน ชุมชน ท้องถิ่นข้าราชการอื่น

๒. ทักษะการ “เข้าใจ” เป็นทักษะที่นักส่งเสริมการเกษตรต้องรับฟังข้อมูล ความคิดเห็นและความต้องการจากกลุ่มคนทั้ง ๓ กลุ่ม ต้องนำสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายต้องการมาศึกษา วิเคราะห์ เพื่อหาแนวทางการดำเนินการตามความต้องการนั้น ๆ

ในการ “เข้าใจ” นักส่งเสริมการเกษตรต้องมีเทคนิค ดังนี้

๒.๑ มีการรับฟังความคิดเห็นของเกษตรกร เพื่อให้เข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างแท้จริง

๒.๒ ดำเนินการโครงการต่าง ๆ โดยให้ประชาชนทั่วไป ข้าราชการหน่วยงานอื่นเข้ามามีส่วนร่วม รับฟัง ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ

๒.๓ จัดการประชุมร่วมกันระหว่างประชาชนทั่วไป หน่วยงานราชการเพื่อเข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้น และสร้างความร่วมมือประสานงานกันทำงาน

๓. ทักษะ “ขอความร่วมมือ” เป็นทักษะที่นักส่งเสริมการเกษตรต้องแสวงหาความร่วมมือกับบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานโครงการส่งเสริมการเกษตร

ในการ “ขอความร่วมมือ” นักส่งเสริมการเกษตรต้องมีเทคนิค ดังนี้

๓.๑ ร่วมกิจกรรม ช่วยเหลือ ให้บริการ ให้คำปรึกษาที่ดีกับเกษตรกรข้าราชการหน่วยงานอื่น เพื่อสร้างความศรัทธา ความเชื่อมั่น และจะได้ความร่วมมือที่ดีจากทุกภาคส่วน

๓.๒ ทำความเข้าใจร่วมกันระหว่างบุคคลภายในหรือระหว่างหน่วยงาน เมื่อเกิดเหตุการณ์เข้าใจผิด หรือเหตุที่ทำให้เกิดความขัดแย้งกัน เพื่อประสานความเข้าใจ

๓.๓ การประสานงาน ต้องมีความชัดเจนในการแบ่งงานปฏิบัติ

๔. ทักษะ “การประสานงาน” (Coordinating) การประสานงาน จะประสบความสำเร็จได้ต้องประกอบด้วยการประสานงาน ๓ มิติ คือ

๔.๑ การประสานงานระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา (การประสานงานในแนวดิ่ง) หมายถึง ความร่วมมือ ร่วมใจกันทำงานภายในหน่วยงานของตนเอง มีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในลักษณะงาน เป็นเสมือนหางเสือเรือที่บังคับทิศทางการทำงานของหน่วยงาน ต้องเข้าถึงและเข้าใจผู้ใต้บังคับบัญชา โดยผู้ใต้บังคับบัญชาเต็มใจให้ความร่วมมือทุกอย่างในการทำงาน โดยมีจุดมุ่งหมายร่วมกันที่ชัดเจนในการทำงาน คือ เพื่อเกษตรกร

๔.๒ การประสานงานระหว่างผู้บังคับบัญชากับเกษตรกร ชุมชน ท้องถิ่นและหน่วยราชการอื่น (การประสานงานในแนวราบ) หมายถึง การประสานงานในระดับหน่วยงานโดยการประสานงานต้องสร้างความศรัทธา และเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นทั้งภาคเกษตรกร และภาคราชการ โดยมีจุดมุ่งหมายเดียวกันในการร่วมกันทำงาน การทำงานต้องทำงานไปในแนวทางเดียวกัน

๔.๓ การประสานงานระหว่างผู้ใต้บังคับบัญชากับเกษตรกร ชุมชน ท้องถิ่นและหน่วยราชการอื่น (การปฏิบัติการตามแผนที่ประสานงาน) หมายถึง การดำเนินการตามแผนที่ได้ประสานงานในเบื้องต้นไว้แล้ว โดยการดำเนินการต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน

๕. ทักษะศิลปะในการสื่อสารจูงใจ (Communication & Influencing-CI) คือ ความตั้งใจที่จะสื่อความ ด้วยการเขียน พูด โดยใช้สื่อต่าง ๆ ตลอดจนการชักจูง หว่านล้อม โน้มน้าวบุคคลอื่นและทำให้ผู้อื่นประทับใจหรือเพื่อให้สนับสนุนความคิดของตน

๖. ทักษะความยืดหยุ่นผ่อนปรน (Flexibility-FLX) คือ ความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และกลุ่มคนที่หลากหลาย ในขณะที่ยังคงปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ หมายความรวมถึงการยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น และปรับเปลี่ยนวิธีการเมื่อสถานการณ์แวดล้อมเปลี่ยนไป

๗. ทักษะความเข้าใจองค์กรและระบบราชการ (Organizational Awareness-OA) คือ ความเข้าใจและสามารถประยุกต์ใช้ความสัมพันธ์เชื่อมโยงของกระแสอำนาจ ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการในองค์กรของตนและองค์กรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ให้

บรรลุผล ความเข้าใจนี้รวมถึงความสามารถคาดการณ์ได้ว่านโยบายภาครัฐ แนวคิดใหม่ ๆ ทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมเทคโนโลยี ฯลฯ ตลอดจนเหตุการณ์หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อุบัติขึ้นจะมีผลต่อองค์กรและภารกิจที่ตนปฏิบัติอยู่อย่างไร

สรุปได้ว่า ทักษะของนักส่งเสริมการเกษตร ในการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร ประกอบด้วย ทักษะในการสื่อสาร ๓ ด้านหลัก คือ **ทักษะในการพูด** นักส่งเสริมการเกษตรต้องใช้ทักษะในการพูดเพื่อถ่ายทอดความรู้ พูดเพื่อแสวงหาความร่วมมือ พูดเพื่อชี้แจงทำความเข้าใจ และพูดเพื่อลดความขัดแย้ง ทั้งนี้ทักษะในการพูดที่ใช้มากที่สุด คือ การพูดในที่ประชุม การพูดบรรยายหรือการสาธิต และปัจจุบัน คือการพูดทางโทรศัพท์ การเตรียมการสำหรับการพูดเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด โดยผู้พูดต้องทราบจุดประสงค์และเป้าหมายในการพูดอย่างชัดเจน มีการเตรียมข้อมูล การเรียบเรียงข้อมูลที่ครบถ้วน และในขณะพูดต้องมีทักษะในการฟังควบคู่ไปด้วย **ทักษะการเขียนในงานส่งเสริมการเกษตร** ได้ให้ความสำคัญกับการเขียนข่าวและบทความส่งเสริมการเกษตร ซึ่งการเขียนทั้ง ๒ รูปแบบนี้ เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ประเด็นเนื้อหา ผ่านสื่อมวลชน อันจะช่วยกระจายข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้างและรวดเร็ว แม้ว่าสื่อมวลชนจะมีสื่อประเภทวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ แต่การเขียนข่าวและบทความ ก็ยังเป็นข้อมูลที่สื่อมวลชนทุกประเภทต้องการ **และทักษะการใช้สื่อในงานส่งเสริมการเกษตร** นักส่งเสริมการเกษตรจำเป็นต้องมีทักษะในการใช้สื่อส่งเสริมการเกษตร โดยต้องรู้จักคุณสมบัติ ข้อดี ข้อจำกัดของสื่อแต่ละประเภท ความนิยมการรับข่าวสารของเกษตรกร และเลือกใช้อย่างเหมาะสม ตรงกับช่วงเวลา จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ส่วนทักษะในการประสานงาน การที่ต้องศึกษาและรู้จักรายละเอียดของคนและงานนั้น ๆ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ การประสานงานกันอยู่บ่อย ๆ หรือการมีช่องทางติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ล้วนทำให้นักส่งเสริมการเกษตรสามารถ**เข้าถึง**กลุ่มเป้าหมายได้อย่างดี ส่วนการ**เข้าใจ**นั้น นักส่งเสริมการเกษตรต้องรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและนำความคิดเห็นมาวิเคราะห์ความต้องการได้ และการ**ขอความร่วมมือ** กับกลุ่มเป้าหมายนั้น ต้องมีความชัดเจนในแผนปฏิบัติงาน สร้างความศรัทธาและความเชื่อมั่น โดยการให้ความจริงใจในการช่วยเหลือและให้บริการแก่กลุ่มเป้าหมาย

เรื่องที่ ๕.๑.๓ คุณสมบัติของนักส่งเสริมการเกษตรยุค Gen Y

ในยุคปัจจุบันการทำงานส่งเสริมการเกษตรมีบุคลากรอยู่ร่วมกันในสถานที่ทำงานหลากรุ่นหลายวัย ซึ่งการศึกษาทำความเข้าใจในเรื่องของ Generation นั้นเป็นเรื่องที่มีผู้ให้ความสนใจกันมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในทางสังคมศาสตร์ เช่น สาขาที่เกี่ยวข้องกับสังคมวิทยา ศาตสร์ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและนิเทศศาสตร์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการสื่อสาร ไม่เว้นแม้แต่ในแวดวงการทำงานด้านส่งเสริมการเกษตร เป็นต้น

สำหรับมุมมองและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ Generation คือ ยุคสมัยที่จัดแบ่งกลุ่มตามช่วงอายุทางวิชาประชากรศาสตร์ที่อเมริกาชนใช้และได้มีการเผยแพร่ไปทั่วโลก ดังนั้น นักส่งเสริมการเกษตรควรได้ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับกลุ่มคนหลายรุ่นในสถานที่ทำงานว่ามีลักษณะนิสัย พฤติกรรม และความคิดอย่างไร จะได้เรียนรู้วิธีในการทำงาน ปรับตัวและอยู่ร่วมกันกับคนรุ่นอื่นๆ หรือแม้แต่รุ่นเดียวกันในสถานที่ทำงานได้อย่างราบรื่น มีความสุข และทำให้งานประสบผลสำเร็จ

ชัชพล นิลกำแหง (๒๕๕๙ : ออนไลน์) ได้กล่าวถึงแนวคิดการทำงานร่วมกับคน Gen Y ว่า คน Gen Y มักถูกพูดถึงในด้านการทำงานที่ไม่ค่อยจะดีนัก เช่น ไม่มีความอดทนในการทำงาน ชอบเปลี่ยนงานบ่อย หนักไม่เอาเบาไม่สู้ เป็นตัวของตัวเองเกินไป ซึ่งไม่ว่าจะอย่างไรก็ตาม การทำงานในสถานที่ต่างๆ ย่อมต้องเจอกับคนหลายๆ รุ่น ตั้งแต่ Baby Boomer (Gen B), Gen X รวมถึง Gen Y ดังนั้นจึงควรที่จะต้องทำความเข้าใจว่าคนหลายๆ รุ่นที่เราต้องพบเจอในสถานที่ทำงาน มีการแบ่งกลุ่มคนหรือ Generation ไว้อย่างไร

กลุ่ม Gen B

Generation Boomer หรือ Baby Boomer Generation หมายถึง คนที่เกิดอยู่ในระหว่างปี พ.ศ. ๒๔๘๙–๒๕๐๗ ถ้านับอายุแล้ว ปัจจุบันจะมีอายุระหว่าง ๕๔-๗๒ ปี คนในวัยนี้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้บริหารระดับสูง เป็นเจ้าของกิจการ หรือเป็นพ่อแม่ผู้ปกครองของ Gen X และ Gen Y เหตุที่ได้ชื่อนี้เพราะว่า เป็นยุคหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ซึ่งแต่ละประเทศได้สูญเสียกำลังคนในสงครามไปมาก จึงมีค่านิยมให้แต่ละครอบครัวในยุคนั้นมีลูกเยอะๆ เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศในอนาคตต่อไป คนในรุ่นนี้จะมีลักษณะนิสัยมีความอดทนสูง สู้งาน ประหยัด รอบคอบ และทุ่มเทให้กับการทำงานในองค์กรมาก เนื่องจากคนรุ่นนี้เป็นคนที่เคร่งครัดในขนบธรรมเนียมประเพณีที่ถูกสั่งสอนและสืบต่อกันมา จึงทำให้บางครั้งอาจถูกมองว่าเป็นพวกอนุรักษ์นิยม หรือหัวโบราณ

กลุ่ม Gen X

Generation X หมายถึง คนที่เกิดอยู่ในระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๐๘–๒๕๒๒ ถ้านับอายุแล้ว ปัจจุบันจะมีอายุระหว่าง ๓๙-๕๓ ปี คนในวัยนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นหัวหน้างาน ผู้จัดการ หรือบางคนอาจได้เป็นผู้บริการระดับสูง และเป็นเจ้าของกิจการแล้ว (เป็นรุ่นพ่อหรือแม่หรือพี่ Gen Y ก็มี) เนื่องจากคนรุ่น Baby Boomer มีจำนวนมาก ประกอบกับมีการพัฒนาด้านอุตสาหกรรม ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติลดลงอย่างมาก คนรุ่น Gen X จึงเป็นยุคที่เริ่มมีการคุมกำเนิด ตรงข้ามกับรุ่น Baby Boomer ในยุคนี้ เป็นยุคของการเริ่มมีอุตสาหกรรมเข้ามาแทนที่เกษตรกรรมแบบเก่า มีการเริ่มใช้ระบบไอทีและคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วย คนรุ่นนี้จึงชอบเทคโนโลยีใหม่ๆ ไม่ค่อยยึดติดกับแนวความคิดแบบเก่าเท่าไร สามารถทำอะไรได้เพียงลำพัง สามารถยอมรับสิ่งใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นได้ทันที

กลุ่ม Gen-Y

Generation Y หมายถึง คนที่เกิดอยู่ในระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๒๓-๒๕๔๐ ถ้านับอายุแล้ว ปัจจุบันจะมีอายุระหว่าง ๒๑-๓๘ ปี คนในวัยนี้ เป็นวัยเริ่มทำงานและกำลังค้นหาตัวเอง บางคนอาจจะเป็นหัวหน้าหรือเจ้าของกิจการแล้ว คนรุ่นนี้เติบโตมากับเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าแล้ว และชอบไอทีหรือคอมพิวเตอร์มาก สามารถใช้เทคโนโลยีทางด้านไอทีได้อย่างคล่องแคล่วเรียนรู้จากหลายๆ ทาง ไม่เน้นดูทีวีเหมือนคนรุ่นก่อนๆ ชอบการติดต่อสื่อสาร มีความคิดเป็นของตัวเองไม่ชอบตามกรอบในอดีต สามารถทำงานหลายๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน เนื่องจากคนรุ่นนี้มีตัวเลือกเยอะ ไม่ว่าจะเป็นสื่อต่างๆ หรือการทำงาน จึงทำให้ถูกมองว่าไม่ค่อยมีความอดทน ไม่สู้งาน จึงมีเสียงบ่นมาจากคนรุ่นก่อนๆ อยู่เสมอว่าคนในวัยนี้ หรือ คน Gen-Y ทำงานไม่ทน ไม่ค่อยฟัง ไม่ทำตามสิ่งที่บอก เป็นต้น

จากลักษณะของคนแต่ละรุ่นที่กล่าวมาข้างต้น พอจะสรุปได้ว่า นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรรุ่นใหม่ หรือกลุ่ม Gen Y ซึ่งเข้ามาทำงานในกรมส่งเสริมการเกษตร นับเป็นคนวัยทำงานที่มีศักยภาพสูงมากในการเรียนรู้มากกว่าคนรุ่นใดๆ ที่ผ่านมา โดยกลุ่ม Gen Y มีพลังในตัวเองมาก และมักคิดนอกกรอบ พวกเขามักมีความคิดที่แปลกแหวกแนวและมีความมั่นใจในตัวเองค่อนข้างสูง ความสามารถของกลุ่ม Gen Y ไม่ว่าจะเป็นในนวัตกรรมใหม่ๆ ด้านต่างๆ ทั้งเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และการสื่อสาร

อิเล็กทรอนิกส์ ล้วนเป็นความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการทำงานในโลกยุคไร้พรมแดนเช่นในปัจจุบัน กลุ่ม Gen Y ส่วนใหญ่มักมีความสามารถในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่หลากหลาย สามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็วและพร้อมพัฒนาตนเองอยู่เสมอ

ด้านการศึกษาของกลุ่ม Gen Y จะพบว่าได้รับการศึกษาที่ค่อนข้างสูง และอยู่ในสถานศึกษาที่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นของตัวเองมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับแนวทางการเรียนรู้ของกลุ่ม Gen X พวกเขาจะกล้าแสดงออกในขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น คนกลุ่ม Gen Y สามารถเรียนรู้ได้ดีกับคนกลุ่ม Baby Boomer หรือ Gen B โดยเฉพาะถ้าความสัมพันธ์ไม่ได้เป็นแบบทางการมากนัก หากคน Gen B ให้โอกาสปรึกษาหารือพูดคุย และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ก็อาจทำให้การเรียนรู้ของคน Gen Y มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้

ด้านการทำงาน คน Gen Y ต้องการความชัดเจนในการทำงานว่าสิ่งที่ทำมีผลต่อตนเองและต่อหน่วยงานอย่างไร เป็นกลุ่มคนที่ต้องการเรียนรู้ในประสบการณ์ที่หลากหลาย ต้องการประสบการณ์และการเรียนรู้ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา มีความสามารถในการทำงานหลายด้านที่เกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ๆ คอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และสื่ออีกหลายประเภท อีกทั้งยังมีความสามารถในการทำงานหลายๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง สามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลง ต้องการทำงานที่มีความก้าวหน้า สามารถแสดงความคิดเห็นและบริหารจัดการด้วยตนเอง ทั้งในเรื่องเวลาและสถานที่ จึงมองว่าเขาสามารถทำงานที่ไหน หรือตอนไหนก็ได้ โดยเมื่อถึงกำหนดเขาก็จะสามารถส่งงานได้ตามเวลา ดังนั้น องค์กรที่ต้องการดึงดูดคน Gen Y มาทำงานด้วย หากสามารถเข้าใจถึงอุปนิสัยของพวกเขาจะสามารถดึงศักยภาพต่างๆ เหล่านี้มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หลักการทำงานของนักส่งเสริมการเกษตร Gen Y ร่วมกับคนรุ่นต่างๆ

๑) นักส่งเสริมการเกษตร Gen Y กับ นักส่งเสริมการเกษตร Gen B (Baby Boomer) : เนื่องจากทั้งสองรุ่นนี้ค่อนข้างแตกต่างกันทางความคิดอยู่มาก เช่น Gen B ชอบในกรอบ Gen Y ชอบนอกกรอบ การทำงานร่วมกันบางครั้งอาจจะมีปัญหากันบ่อยๆ อย่างแรกคน Gen Y ต้องทำความเข้าใจกับ Gen B ตามที่ได้กล่าวไปข้างต้น หากตนมีความคิดเห็นที่จะเสนอ ก็ควรจะนำเสนอพร้อมกับเหตุผลที่สามารถทำให้คน Gen B รับฟังได้ หรือบางครั้งอาจจะจำเป็นต้องลองเสี่ยงทำ เพื่อให้คน Gen B เห็นและยอมรับในฝีมือของคน Gen Y ก่อน ซึ่งเมื่อเราสามารถสร้างผลงานได้แล้ว คน Gen B ก็จะไว้วางใจ และมอบหมายงานที่ท้าทายใหม่ๆ มาให้กับคน Gen Y ซึ่งจะทำให้การทำงานร่วมกันเป็นไปอย่างราบรื่นและมีความสุข แต่ถ้าคน Gen Y ไปเจอกับ Gen B ที่หัวแข็งจนเกินไป เราแสดงผลงานให้เห็นแล้วก็ยังไม่เชื่อใจหรือไว้วางใจ เราก็ควรจะออกห่างๆ จากคนๆ นั้นและหาที่ๆ พร้อมให้คน Gen Y พิสูจน์ฝีมือน่าจะดีกว่า

๒) นักส่งเสริมการเกษตร Gen Y กับ นักส่งเสริมการเกษตร Gen X : ทั้งสองรุ่นนี้ ความคิดไม่ค่อยต่างกันมาก เพราะเป็นยุคของเทคโนโลยีเหมือนกัน แต่ว่าคน Gen X จะมีความมั่นใจในตัวเองสูงมาก และยังไม่ไว้ใจเด็กรุ่นหลังง่ายๆ คน Gen Y จึงควรเปิดรับฟังความคิดเห็นของคน Gen X ก่อน จากนั้นลองนำมาพิจารณาดูกับความคิดเห็นของตนเองว่ามีส่วนไหนที่ตรงกัน และไม่ตรงกัน จากนั้นคุยกันด้วยเหตุผล เลือกสิ่งที่ดีที่สุดแล้วประเมินผลออกมา เมื่อทำได้ดังนี้ การทำงานก็จะเป็นไปอย่างดี คน Gen X ส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นคนหัวแข็ง เพียงแต่เขามั่นใจในความคิดของตนเองสูง หากเราสามารถทำลายกำแพงนี้ไปได้ คน Gen X ก็จะมีความไว้ใจ และมอบหมายงานที่เหมาะสมกับเรามาให้เอง ในบางครั้ง คน Gen-Y อาจจะต้องบริหารคน Gen X ที่มีอายุมากกว่า จากที่กล่าวไปข้างต้น คน Gen Y

จำเป็นต้องแสดงความเป็นผู้นำ ให้กับคน Gen X เห็นเสียก่อน ซึ่งเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับคน Gen Y เป็นอย่างยิ่ง

๓) นักส่งเสริมการเกษตร Gen Y กับ นักส่งเสริมการเกษตร Gen Y ด้วยกัน : มาถึงในรุ่นเดียวกัน เป็นสิ่งที่ได้เจอบ่อย เพราะจะเป็นเพื่อนร่วมงาน หรือไม่ก็หัวหน้า และลูกน้อง การทำงานหรือการบริหารความสัมพันธ์นั้น เป็นสิ่งที่ไม่ยากนัก เนื่องจากเราจะเข้าใจกันดี แต่อาจจะมีบางครั้งที่ต่างฝ่ายต่างไม่รับฟังกัน ดังนั้น เราจึงควรพูดคุยและปรึกษากันด้วยเหตุผล พูดถึงข้อดีข้อเสียของแต่ละอย่าง แล้วนำมาวิเคราะห์กัน การที่ต่างฝ่ายต่างชอบการทำอะไรที่ไม่ยึดติดกับกรอบความคิดเดิมๆ บางครั้งอาจจะทำให้ออกทะเลไปบ้าง ดังนั้นเราควรที่จะปรึกษาคนรุ่น Gen X หรือ Gen B ที่มีประสบการณ์มากกว่ามาให้คำแนะนำ เพื่อเป็นทางเลือกในการตัดสินใจ

สิ่งที่นักส่งเสริมการเกษตร Gen Y ควรปรับตัวในการทำงาน

นักส่งเสริมการเกษตร Gen Y ในปัจจุบัน จะเป็นอนาคตที่สำคัญอย่างยิ่งขององค์กรและของประเทศชาติ ดังนั้น สิ่งที่นักส่งเสริมการเกษตรรุ่นนี้ควรปรับตัวในการทำงาน เพื่อการพัฒนาตัวเอง คือ

๑) ฝึกความอดทนให้มากขึ้น เนื่องจากคน Gen Y โตมากับเทคโนโลยีที่เพียบพร้อมอยู่รอบตัว จะทำอะไรก็ง่ายและสะดวกไปหมด ทำให้มีสมาธิสั้น ความอดทนต่ำ ไม่ชอบการรอคอย แต่ในชีวิตการทำงานจริง จำเป็นต้องมีการรอคอย เช่น รอหัวหน้าตอบกลับ รอลูกค้าตอบกลับ ดังนั้น จึงควรปรับทัศนคติว่า เราอยู่ร่วมกันกับคนหลายรูปแบบในสังคม การรอคอยนั้นเป็นเรื่องปกติ หรือหางานอื่นๆ ทำไปด้วยระหว่างรอ ซึ่งเป็นสิ่งที่คน Gen Y ถนัดอยู่แล้ว

๒) อย่ารีบร้อนตัดสินใจเกินไป คน Gen Y ควรพิจารณาแต่ละเรื่องให้ละเอียดถี่ถ้วนจริงๆ เสียก่อน บางอย่างอาจจะต้องใช้เวลาในการคิดหรือรอผล หรือขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ เพื่อประกอบการตัดสินใจ

๓) การเปลี่ยนงานไม่ใช่ทางออกที่ดีที่สุด คน Gen Y เปลี่ยนงานบ่อยและง่าย เนื่องจากมีตัวเลือกค่อนข้างเยอะ บางคนอาจจะบอกว่ากำลังค้นหาตัวเอง แต่จริงๆ แล้ว ไม่ว่าเราจะเปลี่ยนงานไปที่ไหน สังคมในแต่ละที่ก็จะประกอบไปด้วยบุคลากรคล้ายๆ กัน ดังนั้นลองใช้เวลาทำงานไปสักพักก่อน บางทีสิ่งดีๆ อาจจะมาทีหลังก็ได้

๔) เพิ่มความละเอียดรอบคอบในการทำงาน ใส่ใจในการทำงานให้มากขึ้น ตรวจทานการทำงาน หรือแม้แต่การส่งอีเมล์หรือข้อความว่า ได้ส่งไปถูกต้องหรือไม่ เพียงเท่านี้คน Gen Y ก็จะเป็นคนที่ทำงานไม่ตกหล่นบกพร่อง ได้รับคำชมเชยและได้เพิ่มค่าตอบแทนได้ไม่ยากเย็น

๕) เชื่อว่าสิ่งที่มีคนเคยทำแล้วดี มันต้องมีดีจริงๆ การคิดนอกกรอบเป็นสิ่งที่ดี จะทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ขึ้นมา แต่คน Gen Y ควรศึกษาอดีตและประวัติศาสตร์ด้วยว่า สิ่งที่คนรุ่นก่อนทำแล้วดีนั้น จะนำมาใช้ในยุคนี้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้อย่างไร

วิธีบริหารจัดการนักส่งเสริมการเกษตร Gen Y ในที่ทำงานอย่างสร้างสรรค์

ในปัจจุบันพบว่ามีนักส่งเสริมการเกษตรกลุ่ม Gen Y เริ่มเข้ามาเป็นสมาชิกขององค์กรมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และกลายเป็นการทำงานระหว่างคน ๓ รุ่น อย่าง Baby Boomer (Gen B), Gen X และ Gen Y ซึ่งเป็นเรื่องที่ท้าทายขององค์กรในการบริหารคนที่มีความแตกต่างกัน รวมถึงการดึงดูดและรักษาข้าราชการที่มีความสามารถให้เข้ามาร่วมงานโดยเฉพาะกลุ่ม Gen Y ที่มีลักษณะเฉพาะตัวมีความเป็นตัวเองสูง ความอดทนน้อย อยากรู้อยากเห็น ชอบท้าทายกฎระเบียบ คุ้นเคยกับเทคโนโลยี ชอบการเปลี่ยนแปลง กระตือรือร้น มองโลกในแง่ดีมาก มีความคิดสร้างสรรค์ มั่นใจในตัวเองสูง และถูกมองว่าไม่เคารพผู้อาวุโสกว่า

ดังนั้น เพื่อให้การทำงานภายใต้ความหลากหลายของคนในแต่ละ Generation ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักส่งเสริมการเกษตร กลุ่ม Gen Y เราควรมีการกำหนดเป้าหมายเพื่อสร้างความคาดหวังให้กับคน Gen Y ซึ่งคน Gen นี้แม้จะมีความเป็นอิสระและเป็นตัวของตัวเองสูง อย่างไรก็ตามคน Gen นี้ก็คาดหวังการทำงานในองค์กรที่มีความมั่นคง แสวงหาโอกาสในการพัฒนาและก้าวหน้าอยู่เสมอ รวมไปถึงการได้รับค่าตอบแทนที่ยุติธรรม หากองค์กรต้องการดึง Core Competency ของคน Gen Y ออกมาใช้ให้ได้สูงสุด คงต้องมีการเตรียมสภาพแวดล้อมและรักษาภาพลักษณ์ขององค์กรให้มีความน่าเชื่อถือ พร้อมกำหนดเป้าหมายและแจกแจงลักษณะงานด้วยความชัดเจน วัดผลได้ เมื่อรู้เท่าทันคน Gen Y แล้วก็ควรสร้างสะพานเชื่อมโยงมิตรภาพระหว่าง Gen ต่างๆ เข้าด้วยกัน ผลักดันให้คน Gen Y ได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น ขณะเดียวกัน Gen อื่นๆ ก็พร้อมที่จะรับฟัง สนับสนุนและให้คำแนะนำอย่างเหมาะสม ก็จะสามารถดึงเอาข้อดีของ Gen Y มาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและสร้างความสุขให้กับทุกคนในองค์กร

การรับมือกับนักส่งเสริมการเกษตร Gen Y ในที่ทำงาน

๑. มอบเป้าหมายให้ชัดเจน สิ่งที่คน Gen Y รุ่นใหม่ไฟแรงต้องการก็คือ งานใหม่ๆ ที่ท้าทายความสามารถของพวกเขาตลอดเวลา แต่อาจจะต้องระวังหน่อย เพราะถึงแม้จะมีความมั่นใจขนาดไหน แต่ถ้าไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจนให้ พวกเขาจะคิดว่างานที่มอบหมายมานั้นไม่สำเร็จซะที แล้วความมั่นใจก็พาลหมดลงได้ง่ายๆ อีกด้วย เมื่อไหร่ที่ทำให้พวกเขารู้สึกเหมือนวิ่งวนอยู่กับที่ ไม่ว่าเป้าหมายนั้นจะเล็กหรือจะใหญ่ หากมีเป้าหมายก็ควรมอบให้พวกเขาจัดการให้สำเร็จเลย

๒. วางตัวเป็นผู้ให้ คน Gen Y เป็นพวกกระหายความรู้ อะไรที่สามารถนำไปต่อยอดได้ หรือทำงานจริง พวกเขาชอบการถูกเทรนงานใหม่ๆ ให้เสมอ การวางตัวของหัวหน้าจึงควรจะเป็นพี่เลี้ยงที่คอยให้คำปรึกษา มากกว่าหัวหน้าที่คอยสั่ง คอยว่า หัวหน้าที่เอาแต่ดุด่าว่ากล่าว จะทำให้มุมมองการทำงานของคน Gen Y เปลี่ยนไป พวกเขาจะไม่เคารพ ไม่เชื่อถือ และไม่ไว้ใจในตัวหัวหน้า รวมไปถึงไม่รู้สึกว่าเขาจะได้ความรู้จากการทำงานกับหัวหน้าคนนี้ ส่งผลให้คน Gen Y ไม่เชื่อฟัง ไม่สนใจ ไม่อยากทำงานตามคำสั่ง ดังนั้น การวางตัวเป็นสิ่งสำคัญมาก ไม่ว่าจะเป็นการรับฟังปัญหา หรือวิธีการอธิบายงานต่างๆ แม้แต่การประเมินผล เพราะสิ่งเหล่านี้มีผลต่อพฤติกรรมที่ล้วนแล้วแต่สร้างหรือบั่นทอนกำลังใจของพวกเขาทั้งสิ้น

๓. ให้ความสำคัญกับคำว่าทีม คนรอบข้าง เพื่อนร่วมงาน หรือคนในทีมเดียวกัน เป็นเหตุผลหลักที่คน Gen Y จะตัดสินใจอยู่ทำงานต่อหรือไม่ ลักษณะนิสัยของ Gen นี้ คือ มักจะให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน ระหว่างบุคคล มากกว่าบริษัท เป็นเพราะความต้องการให้สังคมยอมรับ และเห็นว่าสังคมเป็นส่วนสำคัญในการทำงานอย่างมีความสุข การมอบหมายให้พวกเขาทำงานเป็นทีมจึงทำให้การทำงานของพวกเขาสนุกมากขึ้น เช่นเดียวกับตอนที่ทำกิจกรรมของคณะ

๔. เป็นที่ปรึกษาหรือที่พึ่งได้ แม้จะไม่ได้ทำงานที่เดียวกัน การรักษาคน Gen Y ให้อยู่กับบริษัทให้นานๆ อาจจะเป็นเรื่องยากสักหน่อย เพราะลักษณะส่วนตัวที่ต้องการความทะเยอทะยาน และอยากเติบโตมากขึ้น ทำให้พวกเขาชอบเปลี่ยนงานอยู่บ่อยๆ การบอกเส้นทางอาชีพ หรือโอกาสก้าวหน้าในบริษัท หรือแม้แต่เข้าใจความสนใจของพวกเขาว่าต้องการทำงานลักษณะไหน ก็เป็นการซื้อใจพวกเขาอีกวิธีหนึ่ง แต่ถ้าองค์กรของเราไม่สามารถหยิบยื่นโอกาสต่างๆ เหล่านี้ให้ได้ ก็อย่าพยายามยื้อพวกเขาไว้ ไม่ให้ไปทำงานที่ใหม่ที่ดีกว่า เพราะการทำแบบนั้นจะเพิ่มความคิดด้านลบในใจของพวกเขามากกว่าจากไปด้วยดี

นอกจากนี้ ณัฐพัชร์ อภิวัฒน์ไพศาล (๒๕๕๗ : ออนไลน์) อ้างถึง บรูซ ทุลแกน (Bruce Tulgan) เจ้าของบริษัทที่ปรึกษาด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลแห่งสหรัฐอเมริกา นักพูด และนักเขียนชื่อดัง ได้เปิดตัวหนังสือ Not Everyone Gets a Trophy บอกเล่าถึงวิธีการบริหารงานคน Gen Y ที่พลิกความเชื่อเก่าๆ ได้หมดจด ถึงขนาดที่ว่ากันว่า นี่เป็นหนังสือเล่มแรกที่ Gen Y ยอมรับว่าเข้าใจพวกเขามากที่สุด ที่สำคัญหนังสือเล่มนี้ทำให้ผู้บริหารรุ่นเก่าได้รู้ว่า จะบริหารงานคน Gen Y ที่มีศักยภาพสูงกลุ่มนี้ได้อย่างไร

๑. ส่ง Gen Y ขึ้นสู่รันเวย์ Gen Y เป็นคนที่ต้องการความสำเร็จในชีวิตมากกว่าคนรุ่นไหนๆ พวกเขาพร้อมทำงานหนัก เพื่อเหินฟ้าขึ้นสู่ความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่องค์กรต้องการอยู่แล้ว ดังนั้น สิ่งที่ผู้บริหารควรทำคือเข้าใจธรรมชาติที่แท้จริงของ Gen Y และพูดคุยตกลงกันตั้งแต่เริ่มแรก ในหัวข้อต่อไปนี้

- ต้องทำให้ Gen Y รู้ว่าองค์กรพิจารณาการเลื่อนตำแหน่งหรือเพิ่มสวัสดิการจากผลงาน มิใช่เส้นสาย ประวัติชีวิต ฯลฯ ถ้ามีเงื่อนไขอื่น ควรแจ้งให้รู้เพื่อที่เขาจะได้เตรียมปรับปรุงตัวเอง
- ต้องทำให้ Gen Y ควบคุมตารางงานของตัวเองได้ โดยบอกเส้นตายและหลักในการพิจารณาที่ชัดเจน
- ต้องยืดหยุ่นเรื่องสถานที่ทำงาน เช่น ปล่อยให้เขาจัดโต๊ะทำงาน เล่นอินเทอร์เน็ต เปิดเพลงเบาๆ เข้างานสาย หรือแม้แต่ทำงานที่บ้านได้ ตราบใดที่ผลงานยังคงยอดเยี่ยม
- ต้องเติมความรู้ให้เจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอ เพราะสิ่งที่ Gen Y กลัวมากที่สุด คือ ความล้าสมัย จึงควรเตรียมคอร์สอบรมหรือเน้นย้ำให้เพื่อนร่วมงานรุ่นพี่ถ่ายทอดวิชาให้
- ต้องทำให้ Gen Y เข้าถึงตัวบอสใหญ่หรือคนที่มีอำนาจในการแก้ปัญหาได้ เพราะ Gen Y ต้องการคำตอบที่แก้ปัญหาได้จริงและทันท่วงที
- ต้องให้เครดิต เพราะ Gen Y เชื่อว่า ความสำเร็จแต่ละอย่างคือขั้นบันไดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จที่สูงกว่า Gen Y ไม่แคร์ว่าบันไดนี้จะทอดยาวขนาดไหน แต่พวกเขาต้องการให้มีคนเห็นว่าพวกเขาง่วนอยู่กับการก่อขั้นบันไดตลอดเวลา
- ต้องให้อำนาจแก่ Gen Y เต็มร้อย เรื่องใดที่อยู่ในขอบข่ายหน้าที่ความรับผิดชอบของลูกน้อง หัวหน้างานต้องให้อำนาจแก่พวกเขาเต็มที่ เพื่อให้พวกเขาควบคุมความสวยสดงดงามของผลงานได้อย่างแท้จริง
- ต้องให้ Gen Y มีอิสระภาพในการแสดงความคิดเห็น แต่ไม่จำเป็นต้องทุกเรื่อง เรื่องใดที่เขาไม่มีสิทธิ์ หัวหน้าควรบอกให้ชัดเจนด้วย

๒. สอนงานอย่างเร่งด่วน Gen Y เป็นคนที่มีความกระตือรือร้นสูงลิบ หัวหน้างานควรสอนงานและบอกเล่าสิ่งที่จำเป็นต่อการทำงานให้ Gen Y เข้าใจอย่างรวดเร็วที่สุด เพื่อให้เขาทำงานของตัวเองได้โดยลำพัง เพราะถ้าหัวหน้างานอ้างว่า “ไม่มีเวลาสอน” พวกเขาจะโต้กลับทันทีว่า “การที่คุณไม่สอนต่างหากที่ทำให้เขาเสียเวลา”

๓. สร้างบรรยากาศที่เป็นมิตร หมายถึง บรรยากาศของความห่วงใยที่ผู้ใหญ่มีให้คนที่อ่อนวัยวุฒิกว่า มีความเป็นพี่เป็นน้องมากกว่าการเป็นเจ้านายกับลูกน้อง ซึ่งหัวหน้างานควรเข้าใจจุดเด่นและจุดด้อยของลูกน้องแต่ละคน คุณอาจเริ่มให้ความใส่ใจพวกเขาด้วยการทักทายกันเมื่อพบหน้า และจบบทสนทนาด้วยคำแนะนำที่มีประโยชน์ ให้ความจริงใจ อีกทั้งต้องพูดคุยปรึกษากับพวกเขา หรือตั้งรางวัลพิเศษสำหรับการทำงานที่เพิ่มขึ้นแต่ละครั้ง นอกจากนี้ ควรให้การยอมรับทั้งในเรื่อง

ความคิดเห็น ตัวบุคคลและวิธีการทำงาน อย่าเข้มงวดจนเกินไป ให้อิสระทางความคิดและการทำงานภายใต้กรอบที่เหมาะสม

๔. แก้ปัญหาการปรับตัว ปัญหาที่ Gen Y มักพบในที่ทำงานคือ การปรับตัว เนื่องจาก Gen Y จะใช้ความเป็นเพื่อนในการปฏิสัมพันธ์กับคน และไม่สนใจลำดับขั้นหรือสายการบังคับบัญชา ดังนั้น หัวหน้างานจึงควรสอนวิธีการปรับตัวและวิธีเอาตัวรอดในที่ทำงานให้พวกเขา เริ่มตั้งแต่การพิจารณาบทบาทและหน้าที่ของตนเอง การทำงานร่วมกับคนอื่น การแก้ปัญหาโดยไม่ต่อสายตรงถึงเจ้านายของหัวหน้างานในทันทีทันใด แต่ให้มีการเปิดประชุมย่อยที่มีเขา มีคุณ และบอสของคุณเข้าร่วมด้วย เป็นต้น

๕. ปลูกฝังการบริการ ประโยคเด็ดที่หัวหน้างานควรบอกลูกน้อง Gen Y คือ “ในที่ทำงานนั้นนอกจากตัวเองแล้ว ให้ถือว่าคนอื่นเป็นลูกค้า” วิธีนี้นอกจากจะสามารถเอาชนะใจลูกค้า ซึ่งเป็นคนที่สำคัญที่สุดสำหรับองค์กรหรือหน่วยงาน (แต่ Gen Y มักมองไม่เห็น) แล้วยังทำให้พวกเขาสามารถแก้ปัญหาการปรับตัวในที่ทำงานอย่างได้ผลด้วย

๖. สอนวิธีบริหารตัวเอง Gen Y ชอบผนวกไลฟ์สไตล์เข้ากับชีวิตการทำงาน และมักมีปัญหาด้านการบริหารเวลา ดังนั้น หัวหน้างานควรสอนให้เขารู้จักแยกแยะสิ่งที่เป็นประโยชน์และไม่เป็นประโยชน์ออกจากกัน อีกทั้งต้องสอนวิธีกำจัดการใช้เวลาอย่างไร้ประโยชน์ออกไป เช่น สอนการวางแผน การทำเช็คลิสต์ การประเมินตนเอง การตัดสินใจ โดยใช้เหตุผลรอบด้าน

๗. เป็นผู้นำที่เข้มแข็ง ลูกน้อง Gen Y ของคุณควรรู้ว่าเขากำลังทำงานอยู่ภายใต้หัวหน้างานที่เจ๋ง

- อย่าบ่นว่าทำไมลูกน้องไม่ทำสิ่งที่ควรทำ แต่ให้บอกพวกเขาไปตรงๆ ว่าคุณต้องการอะไรบ้าง
- เด็ดขาด เมื่อออกกฎใดๆ มาแล้ว คุณต้องรักษากฎอย่างเคร่งครัด ไม่ลำเอียง และจำไว้ว่าการเชิญเจ้าหน้าที่ที่ไม่เอาไหนออกหนึ่งคน จะทำให้เจ้าหน้าที่ที่เหลืออยู่ขยันมากขึ้นทันตาเห็น
- โฟกัสที่วิธีการแก้ปัญหา ไม่ใช่ที่ตัวปัญหา

๘. เก็บรักษาลูกน้องคนเก่ง Gen Y มักโดนค่อนขอดว่า “เปลี่ยนงานบ่อย” แต่หารู้ไม่ว่าพวกเขาจะลาออกก็ต่อเมื่อรู้สึกว่าทำงานแล้วไม่มีความสุข หรือทำงานหนักไปก็ไม่มีอะไรดีขึ้นต่างหาก ดังนั้น ถ้าหัวหน้างานไม่อยากปล่อยให้เจ้าหน้าที่ที่เก่งๆ หลุดมือไป ควรหาวิธีเก็บพวกเขาไว้ด้วยการหาช่องทางหรือโอกาสใหม่ๆ ในการทำงานเพื่อดึงดูดคนพวกนี้ไว้ เป็นการเพิ่มผลประโยชน์แก่องค์กรหรือหน่วยงาน

๙. ปั้นดาวดวงต่อไป หัวหน้างานควรส่งเสริมลูกน้องที่มีแววอย่างสุดตัว โดยมอบหน้าที่ด้านการบริหารและอำนาจที่แท้จริง อีกทั้งต้องทำให้ผู้ร่วมงานคนอื่นๆ ทราบว่า เขา หรือ เธอ คือคนเก่งของเรา นอกจากนี้ควรให้เวลาดูแลพวกเขาอย่างใกล้ชิด เพื่อให้เขาเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง และหมั่นปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ ไม่ว่า Gen Y จะทำให้บรรดาหัวหน้างานลำบากใจแค่ไหนก็ตาม แต่เราต้องอย่าลืมว่า คนรุ่นนี้คือ หัวหน้างาน เจ้านาย หรือ บอส ซึ่งจะขับเคลื่อนสังคมรุ่นต่อไปนั่นเอง

สรุปได้ว่า ปัจจุบันนี้นักส่งเสริมการเกษตรรุ่นใหม่ หรือ กลุ่ม Gen Y มีสัดส่วนเป็น ๑ ใน ๔ ของประชากรทั้งประเทศและกำลังเข้าสู่ตลาดแรงงาน นอกจากนี้ยังเป็น ๑ ใน ๓ ของกลุ่มคนที่ต้องทำงานอยู่ร่วมกันในองค์กรหรือหน่วยงาน และจะกลายเป็นผู้บริหารระดับกลางในอีก ๓ – ๕ ปีข้างหน้า ดังนั้น หากองค์กรหรือหน่วยงานสามารถเข้าใจถึงอุปนิสัยของพวกเขาก็จะสามารถดึงศักยภาพต่างๆ เหล่านี้มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและบริหารความสัมพันธ์ระหว่าง Generation ต่างๆ อย่างลงตัว และมั่นใจได้เลยว่าองค์กรหรือหน่วยงานนั้นๆ จะสามารถดึงดูดและรักษาบุคลากรคุณภาพและจะนำพาองค์กรให้ประสบความสำเร็จได้ในที่สุด

ตอนที่ ๕.๒ การสื่อสารเชิงรุกในงานส่งเสริมการเกษตร

ปัจจุบัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ส่งผลให้การสื่อสาร การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตร ต้องคำนึงถึงสภาวะ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ดังกล่าว การเผยแพร่งานส่งเสริมการเกษตร เมื่อ ๓๐ ปีก่อน กรมส่งเสริมการเกษตรใช้การเผยแพร่เคลื่อนที่ เป็นเครื่องมือการถ่ายทอดความรู้และข้อมูลข่าวสาร โดยการฉายหนังกลางแปลงและสลับการบรรยายความรู้แก่เกษตรกร ปัจจุบันเกษตรกรใช้สมาร์ทโฟน ซึ่งสามารถเลือกรับข้อมูลข่าวสารตามความต้องการได้ ดังนั้น แนวคิดในการสื่อสาร หรือการประชาสัมพันธ์เชิงรุก จึงเป็นรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่องค์กรภาครัฐและภาคเอกชน นำมาใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

เรื่องที่ ๕.๒.๑ ความหมายและความสำคัญของการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

ความหมายของการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

การทำงานเชิงรุก หมายถึง การทำงานที่มีเป้าหมายในอนาคต โดยมีวิธีการที่รวดเร็ว และคุ้มค่า ส่วนงานเชิงรุก ก็หมายถึง การทำงานที่มีกลยุทธ์ เป็นงานที่สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ ส่วนการประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารที่มุ่งหวังให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความเข้าใจข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็น ค่านิยมและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร

จารุพงศ์ พลเดช (๒๕๕๑) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เชิงรุก เป็นการเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายภายในกรม กอง นั้น ๆ ได้แสดงความคิดเห็น ความต้องการของตน เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน และขณะเดียวกัน ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์จะต้องสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงขึ้น โดยสร้างความเข้าใจและแสวงหาความร่วมมือร่วมใจในลักษณะ “ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมกันอย่างบูรณาการ” การทำงานประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่มีความสำคัญอย่างยิ่งของทุกฝ่ายที่ทำงาน และเป็นงานที่ต้องทำไม่มีสิ้นสุด ต้องทำอย่างต่อเนื่องและทุกระยะเวลา เปรียบเหมือนคลื่นทะเลที่จะกระทบฝั่งตลอดเวลา จึงจะประสบความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งในปัจจุบันต้องทำการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกเท่านั้นที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ

เสรี วงษ์มณฑา (๒๕๔๑) ให้ความหมายว่าการประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้าในการที่จะสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี ภาพพจน์ที่ดี อันจะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างหน่วยงานและสาธารณชน ก่อให้เกิดการสนับสนุนและความร่วมมือ

ความสำคัญของการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เชิงรุก มีความสำคัญยิ่งในปัจจุบัน ว่าการทำการประชาสัมพันธ์เชิงรับ เพราะแต่ละหน่วยงานต้องเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ เหตุที่ต้องดำเนินการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพราะ

๑. การแข่งขันของข้อมูลข่าวสาร

การแย่งชิงพื้นที่เผยแพร่ข่าวสารและความต้องการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ทำให้แต่ละองค์กร ต่างแข่งขันการเผยแพร่ข้อมูล โดยเฉพาะกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งการ

ดำเนินการแต่ละโครงการมีการบูรณาการ การดำเนินงานหลายหน่วยงาน แต่ละหน่วยงานต้องเผยแพร่นโยบายและผลการดำเนินงานของหน่วยงานตัวเอง ในขณะที่พื้นที่สื่อมวลชนมีจำกัด หากหน่วยงานใดใช้กลยุทธ์การสื่อสารและประชาสัมพันธ์เชิงรุก ซึ่งหมายถึงการเตรียมตัวก่อนการใช้สื่อและวิธีใหม่ ๆ ย่อมได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนและกลุ่มเป้าหมายผู้รับข่าวสารได้

๑) เทคโนโลยีการสื่อสาร

สื่อสมัยใหม่ เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อผสม สื่อกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งสื่อเหล่านี้เป็นผลมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็วและกว้างขวาง สร้างความน่าสนใจแก่ผู้รับข่าวสาร

๒) ภาพลักษณ์องค์กร

การสร้างความเข้าใจ และการมีทัศนคติที่ดีของกลุ่มเป้าหมายต่อองค์กร นำมาซึ่งการให้ความร่วมมือในกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ทำให้ลดปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานได้

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์เชิงรุก หมายถึง การประชาสัมพันธ์ ที่เน้นการสร้างความเข้าใจล่วงหน้ากับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ตระหนักถึงการเตรียมการ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและร่วมมือในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์เชิงรุก จะต้องมีการวางแผนประชาสัมพันธ์ การสร้างความมีส่วนร่วมระหว่างกลุ่มผู้รับข่าวสาร องค์กร เครือข่ายต่าง ๆ การใช้และพัฒนาสื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพ ส่วนความสำคัญที่ต้องมีการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพราะการแข่งขันด้านข้อมูลข่าวสาร การพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร และการสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงาน

เรื่องที่ ๕.๒.๒ แนวคิดในการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

ในการดำเนินการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ที่มีประสิทธิภาพ หน่วยงานต้องดำเนินการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย จัดการข้อมูลข่าวสารที่มีเอกภาพ กำหนดแผนการดำเนินงาน ซึ่งต้องระบุสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน และสุดท้ายต้องมีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์เพื่อนำข้อสรุปมาพัฒนาการดำเนินงานต่อไป ดังนี้

๑. วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายผู้รับข่าวสาร เป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้รับข่าวสาร ซึ่งทำให้ทราบถึงความต้องการ และพฤติกรรมการรับข่าวสาร เพื่อสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และสื่อที่เผยแพร่ได้ตรงกับความต้องการ เช่น แม่บ้านเกษตรกรให้ความสนใจข่าวสาร เรื่องโภชนาการมากกว่าพ่อบ้าน หรือ บริษัทที่จำหน่ายนม ขนมสำหรับเด็ก ก็ใช้นักแสดงเด็ก เป็น Presenter สินค้าก็จะได้รับความสนใจจากเด็ก ๆ ได้มากกว่า

๒. มีเอกภาพในข้อมูล

ประเด็นเนื้อหา สื่อสารภายในองค์กร ก่อนสื่อสารสู่กลุ่มเป้าหมายเอกภาพของข้อมูลข่าวสาร เป็นการกำหนดประเด็นการสื่อสารที่ชัดเจน เป็นข้อมูลที่มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ มีที่มาการอ้างอิง อย่างถูกต้องและชัดเจน โดยต้องทำความเข้าใจกับคนในองค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันก่อนจะสื่อสารไปยังบุคคลภายนอก เช่น กรมส่งเสริมการเกษตรกำหนดนโยบายขึ้นทะเบียนเกษตรกร เมื่อมีการกำหนดขั้นตอนและทดสอบระบบการดำเนินงานเรียบร้อยแล้ว ต้องมีการจัดทำคู่มือและชี้แจงขั้นตอนการดำเนินงานแก่เจ้าหน้าที่ในทุกระดับ ก่อนเผยแพร่ไปสู่สื่อมวลชน และแจ้งให้เกษตรกรเข้ามารับบริการ

๓. จัดทำแผนการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์

เป็นการกำหนด วัตถุประสงค์ กิจกรรมและกลยุทธ์ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายของหน่วยงาน ทั้งนี้ แผนที่ดี ต้องมีความยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปได้ การทำแผนประชาสัมพันธ์ จะประกอบด้วยแผนหลายระดับ เช่น แผนกลยุทธ์ แผนปฏิบัติการ หรือจะเป็นแผนระยะสั้น แผนระยะยาว

๔. การใช้สื่อที่เหมาะสม ช่วงเวลา ความถี่ที่เหมาะสม สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี

สื่อ ช่วงเวลา และความถี่ ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ต่างมีข้อดี และข้อจำกัดแตกต่างกัน จึงต้องวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย และข้อดี ข้อจำกัดของสื่อแต่ละประเภทและเลือกใช้อย่างเหมาะสม เช่น กรมส่งเสริมการเกษตรประกาศเตือนภัยเกษตรกร ให้ระวังการระบาดของเพลี้ยกระโดดสีน้ำตาล เมื่อมีสภาวะที่เอื้อต่อการระบาดของศัตรูข้าวชนิดนี้ โดยใช้สื่อโทรทัศน์ สำหรับจังหวัดที่มีพื้นที่เสี่ยงต่อการระบาดให้เพิ่มการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด และให้อาสาสมัครเกษตรแจ้งข่าวสารดังกล่าวแก่เกษตรกรโดยตรงด้วย

๕. มีการประเมินผล

การประเมินการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ เป็นการประเมินประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน ซึ่งประกอบด้วย การประเมินแผน กระบวนการ และผลการดำเนินงาน เพื่อรับทราบถึงปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานต่อไป

การสื่อสารเชิงรุกมีผลต่อองค์กรอย่างไร

๑. การมีข้อมูลชัดเจน ประเด็น ใช้สื่อที่ดี ทำให้ดูแตกต่างจากหน่วยงานอื่น สามารถสร้างความสนใจต่อเกษตรกรได้

๒. สื่อที่เข้าถึงเกษตรกร มีประโยชน์ในการพัฒนาอาชีพของเกษตรกร มีความถี่อย่างสม่ำเสมอ สร้างความใกล้ชิดระหว่างเกษตรกร กับหน่วยงานได้

๓. เมื่อเกษตรกรรับข่าวสารเป็นประจำ เกิดความรู้สึกดีต่อหน่วยงาน ส่งผลให้เกิดความร่วมมือในโครงการต่าง ๆ และจดจำหน่ายงานได้

ตัวอย่างหน่วยงานที่ดำเนินการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

ธนากร ก้อนทองดี (๒๕๕๕) ได้ศึกษาโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยได้กำหนดเป้าหมายไว้ ดังนี้

- เพื่อลดปัญหาการไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยอย่างทั่วถึงครอบคลุมทุกหน่วยงาน

- การเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ไม่ทันกำหนดระยะเวลา เนื่องจากการได้รับข้อมูลล่าช้า ข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์ไม่ทันสมัย ไม่น่าสนใจ ไม่ตอบสนองความต้องการ และดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายทั้งประชาคมจุฬาฯ และสื่อมวลชนเพื่อนำเสนอข้อมูลความจริงอย่างชัดเจนและรวดเร็วต่อสาธารณชน

- เพื่อแก้ไขประเด็นปัญหาที่จะก่อให้เกิดผลกระทบวางแผนในการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมายทุกส่วนอย่างรวดเร็วควบคุมการสื่อสารเชิงลบป้องกันข่าวลือต่าง ๆ โดยกำหนดกลยุทธ์ ก่อ-กัน-แก้

ก่อ - สร้างความเข้าใจแก่สังคมภายนอก

กัน - ป้องกันข่าวเชิงลบไม่ให้เผยแพร่สู่ภายนอก

แก้ - แก้ข่าว / ข้อมูลที่เกิดความเข้าใจผิด

สุวิสาข์ เหล่าเกิด (๒๕๕๑) ได้นำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ของมหาวิทยาลัยศิลปากรไว้ ๕ ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นที่ ๑ ศึกษาปัญหาและสภาพการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยศิลปากร โดยใช้การวิจัยเข้ามาเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้ได้ข้อมูล รวบรวมข้อเท็จจริง

ขั้นที่ ๒ การพัฒนาบุคลากรของงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นการฝึกอบรมและศึกษาดูงาน มีจุดมุ่งหมายที่จะเพิ่มพูนความรู้และเพื่อพัฒนาผู้ปฏิบัติงานให้มีความสามารถและทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เปิดทัศนคติใหม่ ๆ แก่บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

ขั้นที่ ๓ วิเคราะห์ผลที่ได้จากการศึกษาสภาพปัญหาด้วยการวิจัย และขั้นตอนการพัฒนาบุคลากรเพื่อจัดทำแผนงานและเขียนโครงการเพื่อการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

ขั้นที่ ๔ การจัดโครงการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร โดยจัดให้มีกิจกรรมการบรรยายความรู้จากวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมการพัฒนาทักษะ การปฏิบัติหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์เบื้องต้น เช่น การเขียนข่าว การถ่ายภาพ เป็นต้น

ขั้นที่ ๕ การประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในขั้นการประเมินผลของการนำรูปแบบมาใช้ควรใช้การรวบรวมข้อมูลที่มีความต่อเนื่องต่อการเปลี่ยนแปลงข้อมูลข่าวสาร การรับรู้ข่าวสาร การเปิดรับสื่อและผลตอบรับที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอก

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกรมส่งเสริมการเกษตร

กรมส่งเสริมการเกษตรได้จัดทำโครงการสร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในงานส่งเสริมการเกษตร ปีงบประมาณ ๒๕๖๑ โดยกลุ่มเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรม ได้กำหนดประเด็นสื่อสารหลักและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อสร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

๑. การตอบสนองนโยบาย (Agenda) ประกอบด้วย

(๑) ศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร

(๒) ระบบส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่

(๓) พัฒนาเกษตรกรและองค์กรเครือข่ายให้เป็น Smart Farmer

(๔) การส่งเสริมการผลิตตามมาตรฐาน GAP

(๕) การส่งเสริมการผลิตตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์

(๖) Zoning by Agri-Map

๒. การดำเนินงานส่งเสริมการเกษตรตามภารกิจ (Function)

๓. งานรณรงค์ส่งเสริมการเกษตรและงานเทศกาลส่งเสริมการเกษตร (Event)

๔. การเฝ้าระวังประเด็นข่าวที่อาจส่งผลต่อกลุ่มเป้าหมายในเชิงลบ และกรณีข่าวเชิงลบที่ต้องชี้แจงข้อเท็จจริงเพื่อสร้างความเข้าใจต่อประชาชน (Information Operations/Watch List)

แนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกรมส่งเสริมการเกษตร มีดังนี้

๑) แต่งตั้งคณะทำงานประชาสัมพันธ์แต่ละระดับทั้งส่วนกลาง เขต จังหวัด และศูนย์ปฏิบัติการฯ

๒) ดำเนินการประชุมเพื่อวางแผนการประชาสัมพันธ์และจัดทำแผนประชาสัมพันธ์รายไตรมาสในระดับส่วนกลาง เขต จังหวัด และศูนย์ปฏิบัติการฯ

๓) ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมสร้างการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ ประกอบด้วย สกู๊ปข่าวโทรทัศน์ ข่าวและบทความทางหนังสือพิมพ์ สัมภาษณ์พิเศษ และสารคดีเชิงข่าวทางสถานีวิทยุกระจายเสียง การจัดกิจกรรมนำสื่อมวลชนดูงานที่ประสบความสำเร็จ การแถลงข่าว และประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่ (Social Media) เป็นต้น

๔) รายงานผลการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมการเกษตร ทางระบบการรายงานข่าวประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมการเกษตร เว็บไซต์ http://reportnews.doae.go.th และให้บันทึกในระบบให้เป็นปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ยังได้นำกลยุทธ์ ก่อ-กัน-แก้ มาใช้ในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของกรมส่งเสริมการเกษตรเกษตรอีกด้วย เช่น

- ก่อ คือ สร้างความเข้าใจแก่สังคมภายนอก ได้แก่ กรณีที่รัฐบาลหรือกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มอบหมายให้หน่วยงานจัดทำโครงการเพื่อสนับสนุนและช่วยเหลือเกษตรกรที่เป็นโครงการใหม่ และใช้งบประมาณในการดำเนินงานค่อนข้างมาก ดังนั้น ต้องมีการจัดประชุมเพื่อชี้แจงโครงการให้เกษตรกรและสังคมได้รับรู้ เพื่อทราบถึงวิธีการ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ซึ่งการสร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารดังกล่าว จำเป็นต้องเชิญสื่อมวลชนเข้ามาร่วมรับทราบด้วย เพื่อที่จะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารออกไป อาจใช้วิธีการแถลงข่าว จัดทำข่าวแจก สัมภาษณ์ผู้บริหาร การนำสื่อมวลชนดูงาน เป็นต้น

- กัน คือ ป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายหรือผลกระทบสู่ภายนอก ได้แก่ การคาดการณ์สถานการณ์ผลผลิต เพื่อเตรียมการจัดหาช่องทางการตลาด หรือพยากรณ์การระบาดศัตรูพืช แจ้งเตือนภัยโรคพืชแก่เกษตรกร ให้เฝ้าระวังพื้นที่ จะได้ไม่เกิดความเสียหาย

- แก้ คือ แก้ข่าว / ข้อมูลที่เกิดความเข้าใจผิด ได้แก่ กรณีสื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวเชิงลบ หรือเกิดการกระทบกระทั่งกันระหว่างเกษตรกรและเจ้าหน้าที่ ดังนั้น ต้องรีบชี้แจงข่าวหรือข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นให้สื่อมวลชนนั้นๆ ทราบ เพื่อมิให้ส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ของหน่วยงาน และรีบรายงานให้ผู้บังคับบัญชาทราบตามลำดับชั้น

สรุปได้ว่า การพัฒนาของเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งผลกระทบต่อบุคคลากรด้านการเกษตร วิธีการส่งเสริมการเกษตร และตัวเกษตรกรเอง ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาแนวคิดและรูปแบบการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อหาวิธีการการใช้สื่อสมัยใหม่ เพื่อให้สื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงและทันสถานการณ์

บทที่ ๖
กรณีศึกษาการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

ตอนที่ ๖.๑ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรภายในองค์กร

เรื่องที่ ๖.๑.๑ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรในส่วนกลาง

๑. การสื่อสารเพื่อการประสานงานส่งเสริมการเกษตร กับหน่วยงานภายในองค์กรสำหรับงานด้านประชาสัมพันธ์

การสื่อสารภายในองค์กรเป็นศูนย์กลางที่ทำให้เจ้าหน้าที่สามารถรับรู้และเข้าใจในสิ่งเดียวกันภายในองค์กร แม้ว่าจะมีการแบ่งย่อยเป็นสำนัก กอง กลุ่ม ฝ่าย อย่างหลากหลาย ตามโครงสร้างของหน่วยงาน การมีวัฒนธรรมและพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรที่ดีจะสามารถสร้างความมั่นคงและเหนียวแน่นเหมือนกาวที่ยึดติดองค์กรให้คงอยู่ได้

ปัจจุบัน กรมส่งเสริมการเกษตรมีระดับการสื่อสารอยู่หลายระดับด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล การประชุม การฝึกอบรม การสัมมนา การชี้แจง การชี้แจงด้านเอกสารวารสารหรือระบบ Internet และ e – mail ภายในองค์กรการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ เป็นต้น

นอกจากนี้ ผู้บังคับบัญชาสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้ใต้บังคับบัญชาและบุคลากรภายในองค์กรทั้งในแนวดิ่ง และแนวราบ โดยใช้การสื่อสารสองทางกับบุคลากรภายในองค์กร (Two –Way Communication) หรือบุคลากรกับบุคลากรภายในองค์กรเดียวกัน

ในการสื่อสารภายในองค์กร ของกรมส่งเสริมการเกษตรนั้นมิใช่การสื่อสารระดับผู้บริหารเท่านั้น บุคลากรทุกระดับทั้งฝ่ายปฏิบัติการและฝ่ายบริหารรับทราบข้อมูลที่สอดคล้องกัน จึงจะสร้างภาพลักษณ์หรือรับรู้ปัญหาขององค์กรได้ทั้งหมด ซึ่งเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ควรให้ความสำคัญ ฉะนั้นการสื่อสารเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างความเข้าใจและสร้างวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถสร้างความมั่นคงให้กับองค์กรและบุคลากรทุกคนร่วมกันทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยบุคลากรทุกคนจะต้องเข้าใจและเข้าถึงกระบวนการสื่อสารเป็นอย่างดี ตัวอย่าง เช่น

อินทราเน็ต (Intranet) เป็นการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร อินทราเน็ตเป็นระบบเครือข่ายภายในที่เชื่อมโยงเครือข่ายย่อยต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และให้ทุกคนในองค์กรใช้ร่วมกัน อินทราเน็ตเป็นรูปแบบของระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ตที่ใช้ในองค์กรเป็นการนำเทคโนโลยีของระบบอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์ใช้ในองค์กร การประยุกต์ใช้อินทราเน็ตในปัจจุบันได้รับการออกแบบมาเพื่อรองรับการทำงานที่หลากหลาย อาทิเช่น การจัดการเอกสารข้อมูล, การตีพิมพ์และกระจายข่าวสาร, การจองห้อง และอุปกรณ์, ห้องสนทนาออนไลน์ (Chat Room), เว็บบอร์ด (Web Board), อัลบั้มรูป, การจัดการสมุดรายชื่อ และข้อมูลการติดต่อและอื่น ๆ อีกมากมาย นอกจากนี้ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) เช่น group line ในระดับต่าง ๆ ทั้งระดับกรม เขต จังหวัด และอำเภอ ซึ่งช่วยประสานการทำงานของบุคลากรภายในกรมที่ตั้งอยู่ห่างไกลกัน ไม่ว่าจะเป็นส่วนกลาง หรือส่วนภูมิภาคให้ใกล้ชิดกันมากยิ่งขึ้น

๒. การสื่อสารเพื่อการประสานงานส่งเสริมการเกษตร กับหน่วยงานภายนอกองค์กร สำหรับงานด้านประชาสัมพันธ์

ที่ผ่านมาจะพบว่าการประชาสัมพันธ์ได้ใช้ยุทธวิธีทางด้านการสื่อสารในรูปแบบที่หลากหลาย แล้วแต่ว่าองค์กรใดจะได้กำหนดแนวทางไปในทิศทางใด ทั้งนี้ มีเป้าหมายหน่วยงานภายนอกที่ชัดเจน คือ **สื่อมวลชน** ที่จะเป็นผู้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารงานส่งเสริมการเกษตรให้บ่อยครั้งที่สุดเท่าที่ทำได้ เพื่อนำสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างรวดเร็ว กว้างขวาง และทั่วถึง การวางกลยุทธ์การสื่อสารที่ถูกต้องแม่นยำ และรอบคอบจึงเป็นกรอบสำคัญที่ส่งเสริมการเกษตรจะใช้ขับเคลื่อนกระบวนการสื่อสารในการสร้างภาพลักษณ์ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

เทคนิคของนักประชาสัมพันธ์กับการประสานงานกับสื่อมวลชน

คุณสมบัติที่สำคัญ คือ ต้องมีทัศนคติที่ดี มีความสามารถ มีบุคลิกภาพที่เหมาะสมที่ขาดไม่ได้ สำหรับนัก PR คือ ความสามารถในการใช้ภาษาไทยในการสื่อสาร ทั้งทักษะในการเขียนและการพูด ต้องพร้อมทำงานหนักอย่างมีความสุข ไม่ย่อท้อต่อปัญหา แต่มองเห็นปัญหาเป็นโอกาสที่ท้าทาย มีใจรักและเชื่อมั่นในสิ่งที่ทำ กระตือรือร้นในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ต้องทำงานอย่างมืออาชีพ มุ่งเน้นที่ผลงาน ไม่ใช่ผลตอบแทน พร้อมที่จะรับผิดชอบและทำหน้าที่ให้คำปรึกษาแนะนำในเรื่องการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมเพื่อประโยชน์ขององค์กร

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ตัวช่วยประสานงานสื่อมวลชน

การประชาสัมพันธ์ในสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และการเพิ่มขึ้นของทีวีดิจิตอล เป็นผลดีทำให้นัก PR มีช่องทางในการเผยแพร่ข่าวที่เพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกันก็จะต้องเตรียมเนื้อหาข่าว ที่น่าสนใจมานำเสนอในสื่อต่าง ๆ ด้วย นอกจากนี้ ยังเป็นเครื่องมือที่ดีเยี่ยมในการประสานงานกับสื่อมวลชนในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้ group line ต่าง ๆ เช่น PR..MOAC เป็นกลุ่มนักประชาสัมพันธ์ทุกกรมของกระทรวงเกษตรที่ใช้สื่อสารติดต่อกันได้อย่างรวดเร็ว ส่วนใหญ่จะใช้รายงานสถานการณ์ กรณีมีข่าวลบขององค์กรใดๆ เพื่อให้มีการแก้ข่าวอย่างฉับไว Line สื่อมวลชนเป็นกลุ่มสื่อมวลชนเกษตรกับกลุ่มนักประชาสัมพันธ์เพื่อใช้ในการส่งข้อมูลข่าวสารเผยแพร่ การเชิญนักข่าว การติดต่อกับสื่อมวลชน เป็นต้น

๑) การสื่อสารข้อมูลความเคลื่อนไหวขององค์กร (Corporate Movement & Information) การสื่อสารเรื่องราวของกรมส่งเสริมการเกษตรทางด้านต่าง ๆ เช่น รูปแบบแนวทาง ทางการบริหาร วิสัยทัศน์ของกรมฯ การแนะนำให้รู้ถึงศักยภาพความรู้ความสามารถของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่รวมถึงการให้ข้อมูล เพื่อประโยชน์ต่อเกษตรกรตลอดจนสาธารชนได้ทราบข้อมูลที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง

๒) การบอกเล่าเรื่องราวขององค์กร (Market Positioning) การกล่าวถึงโครงการ/กิจกรรมการดำเนินงานต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ของกรมส่งเสริมการเกษตร

๓) การแสดงวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร (Executive Vision) เพื่อแสดงถึงประสิทธิภาพความรู้ความเชี่ยวชาญของผู้บริหารองค์กร

๔) การแจ้งกำหนดการสำคัญขององค์กร (Corporate & Marketing Agenda) การแจ้งกำหนดการที่สำคัญของกรมส่งเสริมการเกษตร รวมถึงกำหนดการตารางกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดงานกิจกรรม การจัดประชุม การแถลงข่าวในประเด็นต่าง ๆ

ประเด็นต่างๆเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่กรมส่งเสริมการเกษตร ได้ทำการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ผ่านรูปแบบวิธีการทางการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไปทั้งทางตรงหรือทางอ้อม เพื่อเป็นการสื่อความ และให้ข้อมูลกับกลุ่มเหล่านั้นอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

การประชาสัมพันธ์ได้พัฒนาให้เป็นมากกว่าการจัดทำข่าวสารสู่การจัดการ ประเด็นเนื้อหาข้อมูลต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มีความถี่มากกว่าเดิม เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ และเฟ้นหาช่องทางการเผยแพร่ให้ผู้รับสารได้รับข้อมูลดังกล่าว โดยการใช้กิจกรรมที่เหมาะสมสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและใช้เป็นปัจจัยในการวางแผนการสื่อสารทั้งในด้านประเภทกิจกรรมแนวทางการสื่อสารสถานที่ด้วยการคำนึงถึงความสามารถ ในการขยายผลได้ในหลายมิติพร้อมไปกับการสร้างมาตรการรองรับที่มีการเปลี่ยนแปลงให้ทันกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการเปลี่ยนวิถีการใช้ชีวิตของผู้คนในปัจจุบันที่อยู่ใน Social Network มากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ดีก็ไม่อาจละทิ้งสื่อและช่องทางการสื่อสารแบบเดิมได้

เรื่องที่ ๖.๑.๒ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรในระดับเขต

กรณีศึกษา : นายสุดสาคร ภัทรกุลนิษฐ์ ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตที่ ๒ จังหวัดราชบุรี

๑. ประวัติ และผลงานเด่น

ชื่อ- สกุล นายสุดสาคร ภัทรกุลนิษฐ์
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตที่ ๒ จังหวัดราชบุรี
วุฒิการศึกษาสูงสุด ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขา การวิเคราะห์นโยบาย และ การวางแผนทางสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ กรุงเทพฯ เมื่อ พ.ศ. ๒๕๒๖
อุดมคติในการทำงาน ทำงานให้มีความสุข สนุกกับการทำงาน
ประวัติการทำงาน

๑. เริ่มรับราชการ เมื่อวันที่ ๑ เดือน มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๒๖ตำแหน่งเจ้าพนักงานเกษตร ๒ สังกัด สำนักงานเกษตรอำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี

๒. ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตที่ ๒ จังหวัดราชบุรี

ผลงานที่โดดเด่น

ด้านการสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร ได้แก่ ในสมัยดำรงตำแหน่งเกษตรจังหวัดสมุทรสาคร ได้ดำเนินโครงการสร้างต้นแบบการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ วัฒนธรรมและค่านิยม สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสงครามร่วมกับสถาบันส่งเสริมการบริหารกิจกรรมบ้านเมืองที่ดี ก.พ.ร.

โดยโครงการดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อปรับเปลี่ยน กระบวนทัศน์ วัฒนธรรม และค่านิยม เพื่อให้ข้าราชการมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ หรือ I AM READY ซึ่งประกอบด้วยข้าราชการต้องเป็นผู้ที่ทำงานอย่างมีศักดิ์ศรี (Integrity) ขยันตั้งใจทำงาน (Activeness) มีศีลธรรมและคุณธรรม (Morality) ปรับตัวทันโลก ตรงกับสังคม (Relevancy) มุ่งเน้นประสิทธิภาพ (Efficiency) รับผิดชอบต่อผลงาน ต่อสังคม (Accountability) มีใจและการทำงานที่เป็นประชาธิปไตย มีส่วนร่วม โปร่งใส (Democracy) มุ่งเน้นผลงาน (Yield)

การดำเนินกิจกรรมของสำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสงคราม อาทิ การทบทวนบทบาทหน้าที่, การ X-RAY ครัวเรือนเกษตรกร, การพัฒนาเกษตรกรให้เป็นเครือข่ายในการทำงานร่วมกับ

สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสงคราม, การจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสงคราม การประชุมกำหนดทิศทางเป้าหมายในการดำเนินงานของสำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสงคราม และสำนักงานเกษตรอำเภอทุกอำเภอ

จากการดำเนินโครงการดังกล่าวทำให้สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสาคร ได้รับการคัดเลือกเป็นหน่วยงานนำร่องในการปรับกระบวนทัศน์ วัฒนธรรม และค่านิยม ของข้าราชการเมื่อเจ้าหน้าที่ในองค์กรมีความคิดไปในแนวทางเดียวกันกับองค์กร มีเครือข่ายภายนอกองค์กรในการประสานความร่วมมือในกิจกรรมโครงการต่าง ๆ แล้ว การสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการเกษตรจะเป็นไปอย่างราบรื่น โดยอาศัยเครือข่าย และเจ้าหน้าที่ภายในองค์กรเป็นผู้ขับเคลื่อน

๒. บทวิเคราะห์

๒.๑ แนวทางการดำเนินงาน

ในการดำเนินงานแต่ละครั้งมีการสื่อสารเพื่อให้เกิดการประสานงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของงานส่งเสริมการเกษตร ดังนี้

การสื่อสารเพื่อประสานงานกับผู้ใต้บังคับบัญชา

๑) เริ่มต้นกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ด้วยการประชุมหารือ สร้างบรรยากาศให้ ทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และเสนอแนวทางในการดำเนินงานร่วมกัน ใช้หลักประชาธิปไตยในการทำงาน ไม่เผด็จการ ทำงานแบบพี่น้อง

๒) ใช้การสื่อสารเพื่อประสานงานกับผู้ปฏิบัติงาน ผ่านผู้ใต้บังคับบัญชาชั้นรองลงมาเพื่อให้แนวทางการดำเนินงานลงสู่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่

๓) ในทางกลับกันต้องรับฟังเสียงสะท้อนของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติ หากเกิดปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานต่าง ๆ ด้วย เช่นกัน

๔) หากมีการสื่อสารที่ทำให้เกิดความเข้าใจไม่ตรงกันในองค์กร ต้องเรียกมาไกล่เกลี่ยสร้างความเข้าใจ เพื่อให้เกิดความรักความสามัคคีของคนในองค์กรเดียวกัน

๕) ให้รางวัลผู้ใต้บังคับบัญชาตามผลการปฏิบัติงานที่เป็นที่ประจักษ์

๖) หากเกิดการต่อต้านของผู้ใต้บังคับบัญชา ต้องระลึกไว้เสมอว่าพฤติกรรมดังกล่าวนั้นเกิดจากความเคยชิน ผู้บังคับบัญชาต้องใช้วิธีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมดังกล่าวแบบค่อยเป็นค่อยไป นำเสนอความสำเร็จที่ผ่าน ๆ มาเป็นแบบอย่างให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้เห็นและลงมือทำเป็นแบบอย่าง

๗) สมัยดำรงตำแหน่งเกษตรจังหวัดฉะเชิงเทรา ได้มีการสื่อสารเพื่อให้เกิดการประสานงานกับผู้ใต้บังคับบัญชาด้วยวิธีการทำกิจกรรมร่วมกันทั้งสำนักงาน เช่น ดำเนินโครงการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร จังหวัดฉะเชิงเทรา ๘ ริ้ว ๘ Happy เพื่อเป็นการดูแลบุคลากรให้มีคุณภาพ มีความเข้มแข็งทั้งกาย และใจ ซึ่งประกอบด้วย ๘ กิจกรรม ได้แก่

(๑) Happy Body ด้านสุขภาพดี เจ้าหน้าที่ทุกคนมีสุขภาพดี ด้วยการบริโภคอาหารที่ดี เช่น การส่งเสริมให้บริโภคกล้วยน้ำว้า และ ตรวจสุขภาพทุกสัปดาห์

(๒) Happy Relax ด้านผ่อนคลายดี จัดงานสังสรรค์กลางปี เทศกาลปีใหม่ ทานข้าวกลางวันร่วมกัน

(๓) Happy Heart ด้านน้ำใจดี มีน้ำใจต่อสังคม ต้องรู้จักแบ่งปัน รู้บทบาทของเจ้านาย บทบาทของลูกน้อง

(๔) Happy Soul ด้านจิตวิญญาณดี มีกิจกรรมสวดมนต์ไหว้พระทุกครั้งที่มีการประชุมสำนักงาน ทำบุญสำนักงานทุกปี

(๕) Happy Family ด้านครอบครัวดี มีการรดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ในเทศกาลสงกรานต์ เยี่ยมเยียนครอบครัวผู้ใต้บังคับบัญชา

(๖) Happy Society ด้านสังคมดี ชักชวนกันทำความสะอาดสำนักงานทุกวันศุกร์ช่วงบ่าย

(๗) Happy Brain ด้านใฝ่รู้ดี มีการอบรมพัฒนาศักยภาพให้กับเจ้าหน้าที่ และสร้างมุมวิชาการให้ความรู้กับเจ้าหน้าที่ในสำนักงาน

(๘) Happy Money ด้านสุขภาพเงินดี ส่งเสริมให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีการออมทุกเดือน

จากการดำเนินโครงการดังกล่าวทำให้เกิดความรักความสามัคคีในองค์การ ทำให้การสื่อสารเพื่อการประสานงานต่าง ๆ เป็นไปด้วยดี

การสื่อสารเพื่อประสานงานกับผู้บังคับบัญชาและบุคคลภายนอกองค์กร

๑) เริ่มด้วยการแนะนำตัวให้ผู้ใหญ่รู้จัก

๒) เป็นผู้ประสานงานโดยนำปัญหาจากผู้ปฏิบัติงานหารือกับผู้บริหาร เพื่อหาแนวทางแก้ปัญหาร่วมกัน

๓) สร้างทำความคุ้นเคยกับเกษตรกร โดยทำกิจกรรมร่วมกับเกษตรกร เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์อันดีกับเกษตรกร แจกนามบัตรเพื่อสร้างช่องทางการสื่อสาร

๔) โน้มน้าวให้เกษตรกรร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยวิธีการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ และการใช้ปากต่อปากในการเผยแพร่ผลสำเร็จของกิจกรรมต่าง ๆ

๕) สร้างเครือข่ายด้วยความเป็นเพื่อน

๖) สร้างกิจกรรมความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ

๒.๒ กลยุทธ์การทำงาน

๑) ปรับทัศนคติของผู้ใต้บังคับบัญชาทุกระดับชั้น ให้รู้สึกรัก และหวงแหนองค์กรเสมือนบ้านหลังที่สองของตน

๒) ต้องมีความจริงใจใส่ใจ มีจุดยืนอย่างมีศักดิ์ศรี ยึดมั่นในสิ่งที่ถูกต้อง โปร่งใส ตรวจสอบได้

๓) ยึดคติที่ว่า “ชีวิตคือการต่อสู้” ชีวิตเกิดมาต้องเป็นนักสู้ (Born Fighter) ต้องยึดหลักตนเป็นที่พึ่งแห่งตน จงฝึกฝนให้เป็นที่พึ่งแห่งตนได้ เราเป็นคนธรรมดามิได้ถูกฝึกฝนให้เป็นยอดคน โลกคือ เวทีการต่อสู้ ต้องอดทน เข้มแข็ง อย่าท้อแท้ อย่ายอมแพ้ อย่าหมดกำลังใจ ไม่ว่าร้อยวัน หรือพันวัน ในการต่อสู้ที่เข้มแข็งเท่านั้นจึงจะอยู่รอด ไม่มีอะไรได้มาง่าย ๆ ชีวิตต้องสู้ฝ่าฟันจึงจะได้มา

๒.๓ ปัจจัยความสำเร็จในการสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

๑) ทำงานอย่างมีความสุข สนุกกับการทำงาน

๒) เก็บสิ่งที่เคยพบเห็นว่าไม่ถูก ไม่ดี แล้วเตือนใจตัวเองเสมอว่าอย่าทำสิ่งเหล่านั้น

๓) จดจำผู้ที่เป็นต้นแบบที่ดีในการทำงาน

๔) ไม่ว่าจะทำงานอะไรต้องมีแผน หรือแนวทางในการปฏิบัติ

๕) ใส่ใจการปฏิบัติงานกับผู้ใต้บังคับบัญชาทุกระดับ

๖) ควรสร้างทีมในการทำงาน รู้หน้าที่ ทำงานอย่างมีวิสัยทัศน์

๗) ส่งเสริมให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีความรู้ ความสามารถ โดยการส่งไปอบรมหลักสูตรต่าง ๆ แล้วนำสิ่งที่ได้มาถ่ายทอดให้กับเพื่อนร่วมงาน เพื่อช่วยกันพัฒนาองค์กร

๘) ให้มีการจดบันทึกงานที่ทำเพื่อใช้ในการพิจารณาความดีความชอบ อย่างยุติธรรม

สรุป

นายสุดสาคร ภัทรกุลนิษฐ์ เริ่มต้นด้วยการเข้ารับราชการในตำแหน่งเจ้าพนักงานเกษตร ๒ สังกัด สำนักงานเกษตรอำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี ด้วยความขยัน อดทน รักในองค์กร รู้หน้าที่ และมีวิสัยทัศน์ในการทำงาน จนปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตที่ ๒ จังหวัดราชบุรี

ในการทำงานส่งเสริมการเกษตรท่านได้อาศัยการสื่อสารเพื่อให้เกิดการประสานงานในระดับผู้ใต้บังคับบัญชาด้วยการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ วัฒนธรรม และค่านิยมของเจ้าหน้าที่ในองค์กรเสียก่อน เพื่อให้เกิดความรักและภาคภูมิใจในองค์การ ให้กรมส่งเสริมการเกษตรเปรียบเสมือนบ้านหลังที่สอง อาศัยการพูดคุย การประชุม เพื่อหารือแนวทางในการดำเนินการร่วมกัน รับฟังความคิดเห็น เปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน โดยยึดหลักประชาธิปไตย หากเกิดความขัดแย้งต้องเป็นผู้ไกล่เกลี่ยให้สถานการณ์คลี่คลายไปในทางที่ดีขึ้น มีกิจกรรมร่วมกัน เป็นประจำ ส่วนการสื่อสารกับผู้บังคับบัญชาจะเป็นการสื่อสารเพื่อขอแนวทางในการดำเนินงานและเรียนให้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่เพื่อหารือเกี่ยวกับแนวทางการแก้ปัญหาต่าง ๆ เป็นต้น

เรื่องที่ ๖.๑.๓ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรในระดับจังหวัด

กรณีศึกษา : ถอดบทเรียนเรื่อง การสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรระดับจังหวัด

ว่าที่ รท.วรวุฒิ ขอดจันทึก เกษตรจังหวัดสตูล

๑. ประวัติ / แนวทางการทำงานที่โดดเด่น

ชื่อ - สกุล ว่าที่ รท.วรวุฒิ ขอดจันทึก

ตำแหน่ง เกษตรจังหวัดสตูล (ผู้อำนวยการเฉพาะด้าน(วิชาการส่งเสริมการเกษตร))

วุฒิการศึกษาสูงสุด ปริญญาวิทยาศาสตร์บัณฑิต ส่งเสริมและสื่อสารการเกษตร

ประวัติการทำงาน

๑) เริ่มรับราชการ เมื่อวันที่ ๒๓ เดือน เมษายน พ.ศ. ๒๕๒๓ ตำแหน่งเจ้าพนักงานเกษตร ๒ สังกัด สำนักงานเกษตรจังหวัดนครราชสีมา

๒) ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง เกษตรจังหวัดสตูล (ผู้อำนวยการเฉพาะด้าน(วิชาการส่งเสริมการเกษตร))

เกียรติประวัติ

- ได้รับรางวัลข้าราชการพลเรือนดีเด่น ระดับอำเภอ ประจำปี ๒๕๓๕
- ได้รับรางวัลชนะเลิศการประกวดสำนักงานเกษตรจังหวัดดีเด่น ระดับประเทศ ประจำปี ๒๕๕๖

ผลงานที่โดดเด่น

๑) ได้รับมอบหมายจากกรมส่งเสริมการเกษตรให้ร่วมกับกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ ๔๑ เป็นผู้ประสานงาน ดำเนินการ ก่อสร้างอาคารเรียน “กรมส่งเสริมการเกษตร” ปี ๒๕๕๕

๒) การร่วมปฏิบัติงานปัญหาการชุมชุมเรียกร้องของเกษตรกรด้านราคาผลผลิตตกต่ำ

๓) ดำเนินโครงการขึ้นทะเบียนเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมัน ปี ๒๕๕๖

หลักในการทำงาน

๑) มองโลกด้วยทัศนคติในเชิงบวก คิดว่าการทำงานด้านส่งเสริมการเกษตรเป็นงานที่ท้าทาย แม้จะมีปัญหา แต่ทุกปัญหาย่อมมีทางออกเสมอ

๒) การทำงานอย่างมีส่วนร่วม ทำงานกันเป็นทีม เพื่อให้ทุกคนได้แสดงศักยภาพ ความสามารถ ตลอดจนน้ำใจซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็น

๓) ต้องทำงานด้วยความอดทน ไม่ว่าจะเหน็ดเหนื่อยเพียงใด ยุ่งเหยิงแค่ไหน ต้องอดทน และไม่ท้อถอย ตรงกันข้ามต้องให้กำลังใจลูกน้อง ผู้ใต้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงานเสมอ

๒. บทวิเคราะห์

๒.๑ แนวทางการดำเนินงาน

ในการดำเนินงานแต่ละครั้งมีการสื่อสารเพื่อให้เกิดการประสานงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของงานส่งเสริมการเกษตร ดังนี้

การสื่อสารเพื่อประสานงานกับผู้ใต้บังคับบัญชา

๑) โดยวิธีการประชุมหัวหน้างาน ปรึกษาหารือ สร้างบรรยากาศให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และเสนอแนวทางในการดำเนินงานร่วมกัน

๒) ใช้การสื่อสารเพื่อประสานงานกับผู้ปฏิบัติงาน ผ่านผู้ใต้บังคับบัญชาตามลำดับชั้น เพื่อให้แนวทางการดำเนินงานลงสู่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่

๓) หากมีการสื่อสารที่ทำให้เกิดความเข้าใจไม่ตรงกันในองค์กร ต้องเรียกมาไกล่เกลี่ยสร้างความเข้าใจ เพื่อให้เกิดความรักความสามัคคีของคนในองค์กรเดียวกันใส่ใจผู้ใต้บังคับบัญชา ทุกระดับ

๔) ทำงานด้วยความมุ่งมั่น ทุ่มเท จริงใจ

๕) ให้กำลังใจผู้ใต้บังคับบัญชา และพยายามสร้างความอบอุ่นภายในองค์กรให้เสมือนเป็นบ้านหลังที่ ๒

๒.๒ การสื่อสารเพื่อประสานงานกับผู้บังคับบัญชาและบุคคลภายนอกองค์กร

๑) เริ่มด้วยการแนะนำตัวให้ผู้ใหญ่รู้จัก อ่อนน้อมถ่อมตน ใช้การประชุมหัวหน้าส่วนราชการระดับจังหวัดในการแนะนำตัว

๒) เป็นผู้ประสานงานโดยนำปัญหาจากผู้ปฏิบัติงานหารือกับผู้บริหารเพื่อหาแนวทางแก้ปัญหาร่วมกัน

๓) มีความจริงใจในการสื่อสาร ทำงานอย่างโปร่งใส

๒.๓ กลยุทธการทำงาน

๑) มีความจริงใจใส่ใจ มีจุดยืนอย่างมีศักดิ์ศรี

๒) ยึดมั่นในสิ่งที่ถูกต้อง โปร่งใส ตรวจสอบได้

๓) มุ่งมั่น ทุ่มเท ตื่นตัวในการทำงานตลอดเวลา

๒.๔ ปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร

๑) ทำงานอย่างมีความสุข สนุกกับการทำงาน

๒) ใส่ใจการปฏิบัติงานกับผู้ใต้บังคับบัญชาทุกระดับ

๓) ควรสร้างทีมในการทำงาน รู้หน้าที่ ทำงานอย่างมีวิสัยทัศน์

สรุป

ว่าที่ รท.วรวุฒิ ขอดจันทึก เกษตรจังหวัดสตูล เริ่มต้นด้วยการเข้ารับราชการมากกว่า ๓๐ ปี ด้วยความขยัน อดทน รักในองค์กร รู้หน้าที่ และมีวิสัยทัศน์ในการทำงาน จนปัจจุบันดำรงตำแหน่งเกษตรจังหวัดสตูล

ในฐานะผู้บังคับบัญชาระดับจังหวัด ท่านได้อาศัยการสื่อสารเพื่อให้เกิดการประสานงานในระดับผู้ใต้บังคับบัญชาด้วยการปรับเปลี่ยนทัศนคติของเจ้าหน้าที่ในองค์กรเสียก่อน เพื่อให้เกิดความรักและสามัคคีในองค์การ อาศัยการพูดคุย การประชุม เพื่อหารือแนวทางในการดำเนินการร่วมกัน รับฟังความคิดเห็น เปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน หากเกิดความขัดแย้งต้องเป็นผู้ไกล่เกลี่ยให้สถานการณ์คลี่คลายไปในทางที่ดีขึ้น ส่วนการสื่อสารกับผู้บังคับบัญชาจะเป็นการสื่อสารเพื่อขอแนวทางในการดำเนินงานและเรียนให้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่เพื่อหารือเกี่ยวกับแนวทางการแก้ปัญหาต่าง ๆ

ตอนที่ ๖.๒ กรณีศึกษาการสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรภายนอกองค์กร

เรื่องที่ ๖.๒.๑ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรในระดับอำเภอ

กรณีศึกษา : นางอุไร กาลปักษ์ เกษตรตำบลดีเด่นระดับเขต ปี ๒๕๕๕ สำนักงานเกษตรอำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี

๑. ประวัติ/แนวทางการทำงานที่โดดเด่น

ชื่อ - สกุล นางอุไร กาลปักษ์ อายุ ๔๕ ปี

ตำแหน่ง เกษตรอำเภอบ้านแหลม

วุฒิการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี สาขาส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ประวัติการทำงาน

๔ มกราคม ๒๕๔๓	เจ้าพนักงานการเกษตร ๒ สังกัด ศูนย์ขยายพันธุ์พืชที่ ๒๓ จังหวัดปัตตานี
๘ มิถุนายน ๒๕๔๗	นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ สังกัด สำนักงานเกษตรอำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี
๒๕๕๖ – ปัจจุบัน	นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ (เกษตรอำเภอ) สำนักงานเกษตรอำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี

เกียรติประวัติ

- ได้รับการคัดเลือกเป็นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรประจำอำเภอ (เกษตรตำบล) ดีเด่น ระดับจังหวัด ประจำปี ๒๕๕๒
- ได้รับการคัดเลือกเป็นข้าราชการพลเรือนดีเด่น ระดับจังหวัด ประจำปี ๒๕๕๓
- ได้รับการคัดเลือกเป็นข้าราชการพลเรือนดีเด่น ระดับจังหวัด ประจำปี ๒๕๕๔
- ได้รับการคัดเลือกเป็นข้าราชการพลเรือนดีเด่น ระดับประเทศ ประจำปี ๒๕๕๕

ผลงานที่โดดเด่น ด้านการสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร ได้แก่

การดำเนินงานส่งเสริมการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวพันธุ์ดี (ศูนย์ข้าวชุมชน) ในพื้นที่ตำบลที่รับผิดชอบ ได้แก่ ตำบลสมอพลือ ตำบลไร่มะขาม และตำบลหนองกระเจ็ด อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี เกษตรกรส่วนใหญ่มีอาชีพทำนา ปัญหาที่สำคัญในการผลิตข้าว คือ เกษตรกรขาดแคลนเมล็ดพันธุ์ข้าวพันธุ์ดี ทำให้เกษตรกรปลูกข้าวได้ผลผลิตต่ำ และไม่ได้คุณภาพ ดังนั้น จึงได้ร่วมกับคณะกรรมการศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล จัดทำเวทีประชาคมหมู่บ้าน ให้เกษตรกรเสนอความคิดเห็นด้านการพัฒนาการผลิตข้าว ได้ข้อสรุป คือ เกษตรกรต้องการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวพันธุ์ดีสำหรับใช้ปลูกในชุมชน จึงได้จัดทำโครงการส่งเสริมการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวพันธุ์ดี เสนอขอรับการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ที่รับผิดชอบ ผลการดำเนินงาน ดังนี้

๑) จัดตั้งกองทุนเมล็ดพันธุ์ข้าว โดยดำเนินการจัดทำเวทีชุมชนในพื้นที่ ตำบลไร่มะขาม เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์การดำเนินงานโครงการ และกำหนดกฎระเบียบข้อตกลงในการดำเนินงานโครงการ พร้อมทั้งรับสมัครเกษตรกรผู้สมัครใจเข้าร่วมโครงการฯ ซึ่งมีเกษตรกรสมัครใจเข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น จำนวน ๑๒๒ คน และจัดหาเมล็ดพันธุ์ข้าวเพื่อให้สมาชิกของโครงการยืมไปปลูกเป็นเมล็ดพันธุ์ข้าวพันธุ์ดี ในพื้นที่ ๑,๒๕๐ ไร่ และกระจายเมล็ดพันธุ์ข้าวพันธุ์ดี โดยให้เกษตรกรที่รับเมล็ดพันธุ์ไปปลูกกระจายเมล็ดพันธุ์ดีในพื้นที่ของตนเองในฤดูต่อไป จำนวน ๑๗๐ ตัน เกษตรกร ๘๕๗ ราย รวมพื้นที่ ๘,๕๗๐ ไร่ และกระจายให้เกษตรกรในพื้นที่ใกล้เคียงจำนวน ๑๓๐ ตัน เกษตรกร ๔๓๓ ราย พื้นที่ ๕,๒๐๐ ไร่

๒) การปรับปรุงเมล็ดพันธุ์ข้าว โดยร่วมกับคณะกรรมการและสมาชิกศูนย์ข้าวชุมชน ตำบลไร่มะขาม ปรับปรุงพันธุ์ข้าวขึ้นใหม่ และตั้งชื่อพันธุ์ว่า U-rai โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการปรับปรุงพันธุ์ข้าวให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ในจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งพันธุ์ดังกล่าวสามารถให้ผลผลิต ๑,๔๐๐ กิโลกรัม/ไร่ (น้ำหนักสด) และมีความต้านทานโรค

๓) แก้ปัญหาข้าววัชพืชได้ เนื่องจากการดำเนินการทำเมล็ดพันธุ์ข้าวพันธุ์ดี ต้องกำจัดพันธุ์ปนสมาชิกทุกคนปฏิบัติตามส่งผลให้ปัญหาข้าววัชพืชหมดไป

๔) เกษตรกรสามารถลดต้นทุนการผลิตข้าว

- การใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวปลูกในอัตรา ๓๐-๔๐ กิโลกรัม/ไร่ ลดลงเหลือ ๒๐-๒๕ กิโลกรัม/ไร่ ลดต้นทุนค่าเมล็ดพันธุ์ เป็นเงิน ๑๐๐-๑๕๐ บาท/ไร่
- การใช้ปุ๋ยเคมีเกินอัตรา ซึ่งเดิมเกษตรกรใช้ อัตรา ๕๐-๗๐ กิโลกรัม/ไร่ลดลงเหลือ ๓๐-๔๐ กิโลกรัม/ไร่ลดต้นทุนค่าปุ๋ย ๒๔๐-๓๖๐ บาท/ไร่

๕) เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ของสมาชิกศูนย์ข้าวชุมชนตำบลไร่มะขาม เกษตรกร อาจารย์และนิสิตนักศึกษาจากสถาบันการศึกษาในพื้นที่ใกล้เคียง

จากการดำเนินโครงการดังกล่าวข้างต้น คุณอุไร จะใช้การสื่อสาร เพื่อประสานให้เกิดความร่วมมือในโครงการกับเกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องผ่านกระบวนการของเวทีชุมชน ให้เกษตรกรมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น แสดงความต้องการ เพื่อให้งานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรตอบสนองความต้องการของเกษตรกรในพื้นที่ให้ได้มากที่สุด

๒. บทวิเคราะห์

๒.๑ แนวทางการดำเนินงาน

๑) นักส่งเสริมฯ หน้าที่ คือ การส่งเสริมการเกษตร โดยมีเป้าหมายสำคัญ คือ เกษตรกร หากสิ่งใดเราไม่ถนัด ต้องสื่อสารกับหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อประสานความร่วมมือกัน เพื่อให้งานส่งเสริมลุล่วงไปด้วยดี

๒) สร้างนิสัยคิดบวก เมื่อได้รับมอบหมายงานให้คิดว่านี่คือโอกาสที่เราจะได้เรียนรู้ มีประสบการณ์ต่อไปจะได้ทำเป็น ถ้าไม่รู้ต้องถามอย่ากลัวเสียหน้า บางอย่างรู้แล้วก็ควรถามเพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าควรทำงานนั้นอย่างไร ศึกษากระบวนการทำงานในพื้นที่ มีสัมมาคารวะ รู้จักอ่อนน้อมถ่อมตนเสมอ

๓) เสนอโครงการให้หัวหน้างานพิจารณา ใช้การพูด การสื่อสารให้ผู้ร่วมงานรู้สึกว่าตนมีความสำคัญกับโครงการ

๔) หากพบสถานการณ์ที่เกษตรกรแสดงความไม่พอใจต่อเจ้าหน้าที่ ต้องใช้ใจสู้ เสนอโครงการให้เกษตรกรทราบ และรับฟังความคิดเห็น ความต้องการของเกษตรกร

๕) อย่าท้อ ต้องอดทน ติดตามงานไม่ปล่อย

๖) ให้ความจริงใจกับชาวบ้าน ไม่โกหก โปร่งใส ตรวจสอบได้

๗) ซื้อใจชาวบ้าน ให้ความสำคัญกับผู้นำชุมชน ใส่ใจแม้รายละเอียดเล็กน้อย เช่น อวยพรปีใหม่ วันเกิด งานบุญต่าง ๆ ใช้การสื่อสารให้เกิดความไว้วางใจ เหมือนครอบครัวเดียวกัน

๒.๒ กลยุทธ์การทำงาน

ใช้หลักการทำงานเหมือนเพื่อน จริงใจ ไม่ย่อท้อ เมื่อเรามีงาน เค้าจะมาช่วยเราเอง

๒.๓ ปัจจัยความสำเร็จในการสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือภายในองค์กร

ภายในองค์กร

๑) เป็นผู้ใฝ่รู้อยู่เสมอ ศึกษาวิเคราะห์ เอาความรู้มาพัฒนาเกษตรกร

๒) เป็นผู้มีจิตบริการ ถ่ายทอดความรู้ได้ ส่งเสริมได้

๓) เป็นผู้มีสัมมาคารวะ เคารพรุ่นพี่รุ่นน้อง ทำให้เค้าเห็นความสำคัญของตนเองต่อการดำเนินโครงการต่าง ๆ

ภายนอกองค์กร

แสดงตัวว่าเราต้องการทำประโยชน์ให้กับเกษตรกร พยายามซื้อใจ ด้วยความจริงใจ โปร่งใส ตรวจสอบได้

บทสรุป

คุณอุไร กาลปักษ์ นับเป็นนักส่งเสริมการเกษตรตัวอย่าง ที่อดทนต่อสู้ ผ่านอุปสรรคมาอย่างมากมาย ทั้งโดนชาวบ้านดูถูก ไม่ให้ความร่วมมือ แต่ด้วยความเป็นคนอดทน ไม่ย่อท้อ จนทำให้วันนี้คุณอุไร สามารถครองใจชาวบ้าน ได้รับการยอมรับ เป็นที่พึ่งของชาวบ้านได้ และด้วยเป็นคนที่มีทักษะในการสื่อสาร และประสานงานได้เป็นอย่างดี จึงทำให้สามารถจัดการงานที่ได้รับมอบหมายทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับองค์กร และส่วนที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรเองก็สามารถใช้ทักษะการประสาน

พร้อมกับการเป็นคนมีความมุ่งมั่น มุมานะ จนทำให้ครองใจชาวบ้านเป็นที่รักใคร่ และเคารพของชาวบ้านในที่สุด

เรื่องที่ ๖.๒.๒ การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตรในระดับตำบล

กรณีศึกษา : นายประจัญ ขันพิมล นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ สำนักงานเกษตรอำเภอซำสูง จังหวัดขอนแก่น

๑. ประวัติส่วนตัว

ชื่อ - สกุล นายประจัญ ขันพิมล
ตำแหน่ง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ
วุฒิการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี วทบ. พืชศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์ นครศรีธรรมราช

ประวัติการทำงาน

๑. เริ่มรับราชการ เมื่อวันที่ ๑๒ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๒๗ ในตำแหน่งเจ้าพนักงานการเกษตร ๒ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดสกลนคร
๒. ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ

เกียรติประวัติ

- ได้รับคัดเลือกเป็นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรดีเด่น (ชนะเลิศอันดับ ๑) ระดับจังหวัดและระดับเขต ๔ จังหวัดขอนแก่น ปี ๒๕๕๖
- ได้รับคัดเลือกเป็นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรดีเด่น(ชมเชย) ระดับประเทศ ปี ๒๕๕๖

ผลงานที่โดดเด่น

โครงการอำเภอเกษตรพัฒนา

อำเภอซำสูง ถูกยกให้เป็นพื้นที่นำร่องในโครงการอำเภอเกษตรพัฒนาเพื่อสร้างต้นแบบเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการเกษตรอย่างครบวงจรตามแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดขอนแก่น โดยเริ่มต้นจากการเชิญทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องมาหารือ กำหนดทิศทางการส่งเสริมการเกษตรของอำเภอซำสูง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีแหล่งน้ำใต้ดินขนาดใหญ่ เหมาะกับการปลูกผัก เพียงเกษตรกรขาดความรู้ เพราะส่วนใหญ่ทำนาปีละ ๔ เดือน และทำงานรับจ้างทั่วไป จึงได้ข้อสรุปว่าจะทำอาหารปลอดภัยซึ่งอาหารจะปลอดภัยได้ก็ต้องเริ่มที่ผักปลอดภัย โดยสร้างกฎของกลุ่มผู้ปลูกผักว่า “ผักปลอดภัยจากสารพิษจะไม่เกิดถ้าคนไม่สมัครสมานสามัคคี”

ปัจจุบัน ผักปลอดสารพิษของกลุ่มเกษตรกรซำสูง มีทั้งหมด ๖๒ ชนิด ส่งจำหน่ายได้อาทิตย์ละ ๑๘ รายการ รวม ๑,๒๐๐ กิโลกรัม การจำหน่ายผักจะขายในนามสหกรณ์การเกษตรผู้ปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษอำเภอซำสูง จำกัด ซึ่งก่อนนำไปขายก็จะต้องผ่านโรงคัดแยก จากนั้นจึงส่งให้ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่เป็นหลักโดยผลผลิตที่ได้ตอนนี้ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ

๒. บทวิเคราะห์

๒.๑ แนวทางการดำเนินงาน

๑) การเปลี่ยนกิจกรรมการผลิตที่ให้ผลตอบแทนที่ดีกว่า มีความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และตรงกับความต้องการของตลาด

๒) การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอก

๓) การโน้มน้าวใจของเกษตรกรให้ปรับเปลี่ยนกิจกรรมการผลิต

๔) สื่อและวิธีการในการถ่ายทอดความรู้

๕) เทคนิคการสร้างความสามัคคี

๖) การประสานงานด้านการตลาด

๗) การสื่อสารระหว่างเครือข่ายต่าง ๆ

๒.๒ กลยุทธ์การทำงาน

๑) สามารถถ่ายทอดและเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการได้ชัดเจน

๒) ทำงานให้ดี ด้วยสติปัญญา ความรู้ความสามารถ

๓) มีความคิดสร้างสรรค์ รับผิดชอบต่อหน้าที่

๒.๓ ปัจจัยความสำเร็จในการสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือในงานส่งเสริมการเกษตร

๑) ปฏิบัติตนอยู่ในจรรยาบรรณของข้าราชการ คำนึงถึงประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าส่วนตัว

๒) พึ่งตนเอง ขยัน มีความรับผิดชอบรักษาระเบียบวินัย กฎหมาย

๓) ปฏิบัติตนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง

๔) ยึดหลักธรรมาภิบาล มีความเป็นธรรม

๕) มีความเสมอภาคอ่อนน้อมถ่อมตน รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น

บทสรุป

นายประจัญ ขันพิมล เป็นนักส่งเสริมการเกษตรที่มีความมุ่งมั่นในการพัฒนา จนได้รับคัดเลือกเป็นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรดีเด่น มีผลงานเป็นที่ประจักษ์ ทำให้คนในวงการส่งเสริมการเกษตรและคนทั่วไปได้รู้จัก คือ การส่งเสริมให้เกิดกลุ่มผู้ปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษของเกษตรกรชำสูง จนกลายเป็นสินค้าที่ส่งขายในห้างดังหลายแห่งภายในประเทศ ทำให้เกษตรกรสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

ในการดำเนินงานต่าง ๆ ของ นายประจัญ ขันพิมล ได้อาศัยการสื่อสารเพื่อให้เกิดการประ สานงานในการทำกิจกรรมด้านการส่งเสริมการเกษตรที่รับผิดชอบ เช่น การสื่อสารเพื่อชี้แจง การดำเนินงานโครงการต่าง ๆ ให้เกษตรกรและผู้เกี่ยวข้องเกิดความเข้าใจตรงกัน การใช้การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจเกษตรกรให้ปรับเปลี่ยนกิจกรรมการผลิตรวมถึง การสื่อสารเพื่อถ่ายทอดความรู้ทางวิชาการสู่เกษตรกร และการประสานงานให้เกิดเครือข่ายด้านการตลาด เพื่อรองรับผลผลิต เป็นต้น อย่างไรก็ตามการประสานงานต้องอาศัยความอ่อนน้อมถ่อมตน และความจริงใจเป็นสิ่งสำคัญ การสื่อสารเพื่อประสานงานจึงจะประสบความสำเร็จ

บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมการเกษตร. ๒๕๕๗. **นโยบายและแนวทางการดำเนินงานส่งเสริมการเกษตร.** ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๗.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. ๒๕๕๑. **เทคนิคการวางตัวในการทำงาน:** อ้างโดยรุจ ศิริสัญลักษณ์ ๒๕๕๖. **การสร้างมนุษยสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตร.** ในเอกสารการสอนชุดวิชาการเป็นผู้นำ มนุษยสัมพันธ์ และจิตวิทยาสำหรับเกษตรกร หน่วยที่ ๗ นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์.

จารุพงศ์ พลเดช. ๒๕๕๑. **“การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์”**. แหล่งที่มา: http://new thaimba.blogspot.com/๒๐๐๙/๐๘/hrd-case-study-by-drdanai-thieanphut.html.

ชัชพล นิลกำแหง. ๒๕๕๙. การทำงานร่วมกับคน Gen Y. แหล่งที่มา :

http://www.ideaboy.co.th/article/๑๐.

ณรงค์ สมพงษ์ และสิน พันธุ์พินิจ. อ้างโดย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง (๒๕๕๖). สำนักงานเกษตรจังหวัดนราธิวาส (๒๕๕๖).

ณัฐนันท์ ศิริเจริญ. ๒๕๔๘. มุมมองและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ Generation. แหล่งที่มา :

https://www.manpowerthailand.com/tris/content/detail/๓๘๙

ณัฐพัชร์ อภิวัฒน์ไพศาล. ๒๕๕๗. ๙ วิธีบริหารมนุษย์งาน Gen Y. แหล่งที่มา :

http://www.nuttaputch.com/๙-tips-to-manage-gen-y-at-work/

ทรงธรรม ธีระกุล. ๒๕๔๘. **การสื่อสาร: กลยุทธ์สู่ความสำเร็จขององค์กร.** วารสารปาริชาต มหาวิทยาลัยทักษิณ ปีที่ ๑๘ ฉบับที่ ๑ เมษายน – กันยายน ๒๕๔๘ หน้า ๕๑ – ๖๑.

ทองทิพภา วิริยะพันธ์. ๒๕๕๐. **มนุษยสัมพันธ์กับการบริหาร.** กรุงเทพฯ: บริษัท สหธรรมิก จำกัด.

ทองหล่อ เดชไชย. ๒๕๔๐. แหล่งที่มา: http://www.novabizz.com/NovaAec/Relationship/Conflict_Management.

ธนากร ก้อนทองดี. ๒๕๕๕. แหล่งที่มา: http://www.reg.cmu.ac.th/regkm/fileupload/๑๖.pdf.

นิตยา เงินประเสริฐศรี. ๒๕๔๐. **ทฤษฎีองค์การ แนวการศึกษาเชิงบูรณาการ:** อ้างโดย รุจ ศิริสัญลักษณ์ ๒๕๕๖. การสร้างมนุษย สัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตร. ในเอกสารการสอนชุดวิชาการเป็นผู้นำ มนุษยสัมพันธ์ และจิตวิทยาสำหรับเกษตรกร หน่วยที่ ๗ นนทบุรีมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์.

นฤมล จารุสัมฤทธิ์. **เทคนิคการสื่อสารและประสานงานในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ.** เอกสารประกอบการอบรมเรื่อง ทักษะการสื่อสารและการประสานงานอย่างมืออาชีพ. มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ๑๔ มีนาคม ๒๕๕๔.

นันทา บูรณะธนัง. ๒๕๓๒. **“การส่งเสริมของกรมส่งเสริมการเกษตร.” หลักการส่งเสริมทั่วไป.** บรรณาธิการโดย ชัชรี นฤทุม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมและฝึกอบรมการเกษตรแห่งชาติ.

เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ. ๒๕๕๓. **เอกสารการสอนชุดวิชา การส่งเสริมการเกษตรเพื่อการพัฒนา หน่วยที่ ๑๑** กลุ่มและเครือข่ายในงานส่งเสริมการเกษตร สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

บุหงา โปชิว. ๒๕๕๕. **การจัดการเชิงกลยุทธ์: การสื่อสารภายในองค์กร**. แหล่งที่มา: http: //issuu.com/dr_phot/docs/crisis_๐๙๐๒๒๐๑๑s/๔?e=๐.

บุญธรรม จิตต์อนันต์. ๒๕๔๐. **ส่งเสริมการเกษตร.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บุญธรรม จิตต์อนันต์. ๒๕๔๐. **ส่งเสริมการเกษตร:** อ้างโดยรุจ ศิริสัญลักษณ์ ๒๕๕๖. **การสร้างมนุษยสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตร.** ในเอกสารการสอนชุดวิชาการเป็นผู้นำมนุษยสัมพันธ์และจิตวิทยาสำหรับเกษตรกร หน่วยที่ ๗ นนทบุรีมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์.

ประวีณ ณ นคร. ๒๕๔๘. **ครรลองครองใจ ระหว่างหัวหน้ากับลูกน้อง**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สวัสดิการสำนักงาน ก.พ.

ผศ.พิชัย ทองดีเลิศ จัดทำโฮมเพจโดย: **สำนักบริการคอมพิวเตอร์**, ๓๐ สิงหาคม ๒๕๔๗. www.ku.ac.th.

พิชัย ทองดีเลิศ. ๒๕๔๖. **การเรียนรู้ร่วมกันผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์**: ความสอดคล้องของเทคโนโลยีและวิธีการสำหรับการศึกษายุคใหม่. เอกสารวิทยาสารกำแพงแสน. กุมภาพันธ์ ๒๕๔๖.

พิชัย ทองดีเลิศ. ๒๕๔๗. แหล่งที่มา: http: //www.tpa.or.th.

พจน์ ใจชาญสุขกิจ. ๒๕๕๓. **การสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อบริหารภาพลักษณ์องค์กร.** แหล่งที่มา: http://www.bec.nu.ac.th/bec๒๐๑๓-๒/read๑.php?id=๑๔๘. ๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๓.

พจน์ ใจชาญสุขกิจ. ๒๕๕๔. **กลยุทธ์การรับมือภาวะวิกฤตองค์กร.** แหล่งที่มา: www.drphot.com.

._____. ๒๕๕๗. **การประเมินผลการสื่อสาร.** แหล่งที่มา: http://drphot.com/thinkabout/archives/tag/การประเมินผลการสื่อสาร.

พรชัย ม่วงแจ่ม. ๒๕๕๗. **เทคนิควิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ.** แหล่งที่มา: http://www.kroobannok.com/blog/๓๙๙๒๒. ๒๙ พ.ย. ๒๕๕๓.

พรทิพท์ อุดมสิน. ๒๕๕๓. **เอกสารการสอนชุดวิชา การส่งเสริมการเกษตรเพื่อการพัฒนา หน่วยที่ ๑๓** สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พรทิพย์ วรกิจโภคาทร. ๒๕๒๙. **การเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์**. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พลตำรวจโท วุฒิ พัวเวส. **เทคนิคการประสานงาน**. แหล่งที่มา: http://www.pitlokpolice.com/km/datafile/km ๑๖.doc.๒๐

ปวีณา จันทร์ประดิษฐ์. **การประสานงาน**. แหล่งที่มา:
http://sosk.pres.tsu.ac.th/research/files/๒๕๐๘๒๐๐๙๐๓๒๕๕๒๐๘๒๕-๒.pdf.

มัณฑนา สุรรัตน์. ๒๕๕๓. **การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ**. แหล่งที่มา:
http://www.kroobannok.com/blog/๓๙๙๔๐. ๒๙ พ.ย. ๒๕๕๓.

มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ๒๕๕๔. **คู่มือการประสานงานกลุ่มงานช่วยวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้** (อัดสำเนา).

ยุทธนา พรมมณี. ๒๕๕๕. แหล่งที่มา: http://teacher.snru.ac.th/admin/document/userfiles Management.doc.

รศ.ดร. สุรพล เศรษฐบุตร. **การส่งเสริมการเกษตรกับการพัฒนาชนบท ภาควิชาส่งเสริมและเผยแพร่การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**. www.agecon-extens*.agri.Cmu .ac.th.*

ระพี สาคริก โดย นันทกา แสงจันทร์. **เรียบเรียงจากข้อมูลนิทรรศการงานวันเกษตรแห่งชาติ ปี ๒๕๔๘**. www.rdi.ku.ac.th.

รุจ ศิริสัญลักษณ์. ๒๕๕๖. **การสร้างมนุษยสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตร.** ในเอกสารการสอนชุดวิชาการเป็นผู้นำ มนุษยสัมพันธ์ และจิตวิทยาสำหรับเกษตรกร หน่วยที่ ๗ นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์.

ลักขณา สริวัฒน์. ๒๕๕๖. **มนุษยสัมพันธ์ (Human Relationship)**. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พริ้นติ้ง เฮ้าส์.

วิจิตร อาวะกุล. ๒๕๓๑. **เทคนิคมนุษยสัมพันธ์**: อ้างโดยรุจ ศิริสัญลักษณ์ ๒๕๕๖. **การสร้างมนุษยสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตร.** ในเอกสารการสอนชุดวิชาการเป็นผู้นำ มนุษยสัมพันธ์และจิตวิทยาสำหรับเกษตรกร หน่วยที่ ๗ นนทบุรีมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์.

วิจิตร อาวะกุล. ๒๕๓๕. **หลักการส่งเสริมการเกษตร.** กรุงเทพฯ: โอ. เอส. พริ้นติ้งเฮาส์.

วิเชียร วิทยอุดม. ๒๕๕๐. **ภาวะผู้นำ LEADERSHIP**. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

วันชัย มีชาติ. ๒๕๔๘. **พฤติกรรมการบริหารองค์การสาธารณะ.** กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิโรจน์ โสวัณณะ. ๒๕๔๕. **คู่มือสู่ความสำเร็จอันไร้ขอบเขต.** กรุงเทพฯ: สำนักงานนิตยสารโลกทิพย์.

วัลภา ทับแก้ว. **การประสานงานในองค์กร**. แหล่งที่มา:
http://www.kutong.th.gs/web-k/utong/km/๗pasy.html
http://th.wikipedia.org
www.etda.or.th
http://www.ai.in.th
http://www.mitthai.com.

วัลภา ทับแก้ว. **ทักษะการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ**. (เอกสารเชิงวิเคราะห์).

ศุภรัศมิ์ ฐิติกุลเจริญ. ๒๕๔๐. **สื่อมวลชนและประเภทของทฤษฎีด้านการสื่อสารมวลชน** แหล่งที่มา: http://e-book.ram.edu/e-book/m/mc๑๑๑/mc๑๑๑_๐๕_๐๕.html. ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๗.

สถาบันดำรงราชานุภาพ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย. ๒๕๕๓. **เทคนิคการประสานงาน (Cooperation Technique).** เอกสารความรู้ สดร. ลำดับที่ ๑๘/ปีงบประมาณ ๒๕๕๓ (อัดสำเนา).

สมิต สัชฌุกร. **ทักษะการประสานงาน.** แหล่งที่มา: http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.=php?passTo=aed๑da๕c๑๒๗a๑f๘๑eac๙๓๙๘d๙e๐c๘๐eb&pageid=๓&bookID=๓๙๔&read=true & count=true.

สุวิสาข์ เหล่าเกิด. ๒๕๕๑. **การนำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุก สำหรับงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยศิลปากร**. มหาบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เสรี วงษ์มณฑา. ๒๕๔๑. **๑๐๘ การประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : ไดมอนด์ อิน บิสซิเนส เวิร์ด.

อัจฉรา สุขสมบูรณ์. ๒๕๔๘. **วิธีเขียนบทความส่งเสริมการเกษตร.**

อนันต์ อนันตกูล. ๒๕๔๐. **วิธีคิดของอนันต์กรุงเทพฯ**: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า ประสบการณ์นักปกครองกองการเจ้าหน้าที่กรมการปกครอง.

อเนก แสงสุก. **เทคนิคการประสานงาน.** แหล่งที่มา: http://www.anegsangsoog.com/.

อรสา ปานขาว. ๒๕๕๓. **กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการส่งเสริมการเกษตร.** ในประมวลสาระชุดวิชา**การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร.** หน่วยที่ ๕ นนทบุรี บัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์.

อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี. ๒๕๕๕. **พฤติกรรมและการสื่อสารในองค์การ.** กรุงเทพฯ: บริษัท วี.พริ้นท์ (๑๙๙๑) จำกัด.

Knapp, Mark L A and Vangelisti, Anita L. **Interpersonal Communication and Human Relationships.** ๑๙๙๖.**:** อ้างโดยรุจ ศิริสัญลักษณ์ ๒๕๕๖. **การสร้างมนุษยสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตร.** ในเอกสารการสอนชุดวิชาการเป็นผู้นำ มนุษยสัมพันธ์ และจิตวิทยาสำหรับเกษตรกร หน่วยที่ ๗ นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์.

Reece, Barry L and Brandt, Rhonda. **Effective Human Relation in Organization**. ๑๙๘๔.**:** อ้างโดยรุจ ศิริสัญลักษณ์ ๒๕๕๖. **การสร้างมนุษยสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการเกษตร.** ในเอกสารการสอนชุดวิชาการเป็นผู้นำ มนุษยสัมพันธ์ และจิตวิทยาสำหรับเกษตรกร หน่วยที่ ๗ นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์.