

แบบรายงานสรุปผลการจัดการความรู้ ปี ๒๕๖๘  
สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก



EST. 1967

**DEPARTMENT OF AGRICULTURAL EXTENSION**

สถาปนากรมส่งเสริมการเกษตร

กลุ่มยุทธศาสตร์และสารสนเทศ  
สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก

## คำนำ

สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก มีภารกิจในการถ่ายทอดเทคโนโลยีและบริการความรู้และข้อมูลข่าวสารให้แก่เกษตรกร จึงมีความจำเป็นที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรทุกระดับต้องมีความรู้และความพร้อมในการปฏิบัติงาน การจัดการความรู้ (KM) ถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้งานบรรลุผลสำเร็จ สอดคล้องกับแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการงานส่งเสริมการเกษตร สู่ระบบราชการ ๔.๐ โดยการรวบรวมองค์ความรู้อย่างเป็นระบบเพื่อใช้ในการเรียนรู้ พัฒนา และต่อยอด เชื่อมโยงกับข้อมูลและองค์ความรู้จากภายนอก เพื่อแก้ปัญหาและสร้างนวัตกรรม สามารถนำองค์ความรู้ไปใช้ในการปรับปรุงให้เกิดกระบวนการที่เป็นเลิศ และสร้างมูลค่าเพิ่มสู่ประชาชน เพื่อให้หน่วยงานในสังกัดปฏิบัติหน้าที่บรรลุเป้าหมายและวิสัยทัศน์ในการพัฒนาให้เกษตรกรให้มีความเข้มแข็ง มีคุณภาพชีวิตที่ดี และมีรายได้เพิ่มขึ้น

คณะกรรมการจัดการความรู้ของสำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก จึงได้ดำเนินการจัดการความรู้ในงานส่งเสริมการเกษตร เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร และได้นำกระบวนการจัดการความรู้ไปใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ให้เกิดประสิทธิผลตามภารกิจ ยุทธศาสตร์ และแนวทางดำเนินงาน ตลอดจนสร้างสังคมการทำงานเพื่อเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ต่อไป

คณะกรรมการจัดการความรู้  
สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก  
มีนาคม ๒๕๖๘

## สารบัญ

|   | หน้า |
|---|------|
| <b>ส่วนที่ ๑ เป้าหมายการจัดการความรู้</b>   |      |
| ๑.๑ ที่มาของการจัดการความรู้ ปัญหาหรืออุปสรรคที่พบในการปฏิบัติงาน   | ๑    |
| ๑.๒ ความต้องการพัฒนางานตามภารกิจ ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ นโยบาย<br>หรือแนวทางการดำเนินงานของกรมส่งเสริมการเกษตร ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๘ (KV) | ๑    |
| ๑.๓ แผนการจัดการความรู้ (KM action plan)  | ๓    |
| <b>ส่วนที่ ๒ ผลการจัดการความรู้</b>   |      |
| ๒.๑ วิธีการจัดการความรู้ (KS)   | ๕    |
| ๒.๒ รายละเอียดองค์ความรู้ ตามแบบฟอร์มจัดเก็บองค์ความรู้   | ๗    |
| ๒.๓ ช่องทางการจัดเก็บองค์ความรู้ของหน่วยงาน (KA)  | ๘    |
| <b>ส่วนที่ ๓ สรุปและข้อเสนอแนะ</b>  |      |
| ๓.๑ สรุปผลประเมินการเรียนรู้จากการจัดการความรู้ของหน่วยงาน  | ๙    |
| ๓.๒ ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ   | ๑๐   |
| <b>ภาคผนวก</b>  |      |
| - คำสั่งสำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก  | ๑๒   |
| - ภาพการดำเนินกิจกรรมการจัดการเรียนรู้  | ๑๔   |

## ส่วนที่ ๑

### เป้าหมายการจัดการความรู้

#### ๑.๑ ที่มาของการจัดการความรู้ ปัญหาหรืออุปสรรคที่พบในการปฏิบัติงาน

การจัดการความรู้ (Knowledge Management) เป็นกระบวนการที่ช่วยให้หน่วยงานหรือองค์กรสามารถรวบรวมและกระจายความรู้ที่มีค่าเพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในบริบทของงานประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการเกษตร ที่มาของการจัดการความรู้จะมีดังนี้

๑. การถ่ายทอดความรู้จากผู้เชี่ยวชาญ การจัดการความรู้ในงานประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการเกษตรมีที่มาจากประสบการณ์จากผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านการเกษตร เช่น เกษตรกร ผู้เชี่ยวชาญทางการเกษตร และเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ความรู้เหล่านี้ถูกจัดเก็บและแบ่งปันให้กับบุคลากรและเกษตรกรทั่วไปผ่านการประชาสัมพันธ์หรือการฝึกอบรมต่างๆ

๒. การรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม ข้อมูลจากการเก็บเกี่ยวข้อมูลจริงในภาคสนาม เช่น การสำรวจผลผลิต การใช้เทคนิคการเกษตรต่างๆ หรือการพบปัญหาที่เกษตรกรเผชิญในแต่ละพื้นที่ ถือเป็นแหล่งความรู้ที่สำคัญ

๓. การพัฒนาความรู้จากงานวิจัย งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร เช่น การวิจัยพืชพันธุ์ใหม่ เทคโนโลยีการเกษตร หรือการพัฒนาเครื่องมือและอุปกรณ์ใหม่ๆ เป็นแหล่งสำคัญในการสร้างความรู้ใหม่ที่สามารถนำไปเผยแพร่และใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมการเกษตร

๔. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยี เช่น ระบบการจัดการฐานข้อมูลออนไลน์หรือแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ สามารถช่วยรวบรวมและเผยแพร่ความรู้ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

#### ปัญหาหรืออุปสรรคที่พบในการปฏิบัติงานข่าวเพื่อการเผยแพร่ในงานประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการเกษตร

๑. การขาดแคลนทรัพยากรในการสื่อสาร หน่วยงานหรือองค์กรอาจขาดทรัพยากรที่เพียงพอในการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ เช่น ขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการเขียนข่าว หรือขาดอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิตสื่อ

๒. ปัญหาด้านการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การเผยแพร่ข่าวอาจไม่ได้เข้าถึงกลุ่มเกษตรกรหรือผู้ที่ต้องการรับข้อมูลข่าวสารในพื้นที่ห่างไกลได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากการขาดโครงข่ายการสื่อสารที่ครอบคลุม หรือผู้รับสารอาจขาดทักษะในการเข้าถึงข้อมูลออนไลน์

๓. การขาดการรับรองความถูกต้องของข้อมูล ในบางกรณี ข่าวที่เผยแพร่อาจมีข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่ตรงกับความเป็นจริง ซึ่งจะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือขององค์กรและทำให้เกิดความเข้าใจผิดในหมู่เกษตรกร

๔. ปัญหาความหลากหลายของช่องทางสื่อ ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เช่น โซเชียลมีเดีย, วิทยุ, โทรทัศน์ หรือสิ่งพิมพ์ อาจทำให้การเผยแพร่ข่าวต้องคำนึงถึงการเลือกช่องทางที่เหมาะสมเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด ซึ่งอาจเป็นเรื่องท้าทายในการเลือกใช้ช่องทางที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

๕. การขาดการเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน การส่งเสริมการเกษตรที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีการร่วมมือจากทั้งภาครัฐและเอกชน หากไม่มีการประสานงานที่ดี การเผยแพร่ข่าวหรือข้อมูลอาจไม่ได้รับความสนใจหรือการสนับสนุนจากภาคธุรกิจและเกษตรกร

๖. การขาดความรู้ด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ในบางพื้นที่ เกษตรกรบางส่วนอาจขาดความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือการสื่อสารผ่านช่องทางใหม่ๆ เช่น โซเชียลมีเดีย ทำให้การรับรู้ข่าวสารจากองค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ อาจไม่ทั่วถึง

การเผชิญกับปัญหาหรืออุปสรรคเหล่านี้จะต้องใช้การวางแผนอย่างรอบคอบ รวมถึงการพัฒนาทักษะและเครื่องมือที่ช่วยให้การเผยแพร่ข่าวในงานประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการเกษตรมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

## การนำไปใช้ในงานข่าวเพื่อการเผยแพร่ในงานประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการเกษตร

การจัดการความรู้เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยในการพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งในด้านงานประชาสัมพันธ์ งานส่งเสริมการเกษตร โดย สร้างระบบการรวบรวมและแบ่งปันความรู้ที่มีคุณค่าในชุมชนเกษตรกร จัดกิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกันเพื่อเพิ่มพูนทักษะและความรู้ที่จำเป็น ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนามาตรฐาน การเขียนข่าว การสร้างสื่อเพื่อการเผยแพร่ในงานประชาสัมพันธ์ นำผลการประเมินและข้อเสนอแนะมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการเขียนข่าว การสร้างสื่อ และช่องทางการนำเสนอให้มีคุณภาพ เพื่อการเผยแพร่ในงานประชาสัมพันธ์ แนวทางการจัดการความรู้เหล่านี้มีที่มาและพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากประสบการณ์ในภาคธุรกิจและการพัฒนาองค์กร ซึ่งสามารถนำมาใช้ในภาคการเกษตรเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและยกระดับมาตรฐานงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### ๑.๒ ความต้องการพัฒนางานตามภารกิจ ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ นโยบาย หรือแนวทางการดำเนินงานของกรมส่งเสริมการเกษตร ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๘ (KV)

สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก โดยคณะกรรมการจัดการความรู้ของสำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลกได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานการจัดการความรู้ เพื่อให้บุคลากรใช้เป็นกรอบในการทำงาน มุ่งเน้นพัฒนางานให้ตอบเป้าหมาย/ตัวชี้วัด และเกิดผลสัมฤทธิ์ตามแผนปฏิบัติการของกรมส่งเสริมการเกษตร นโยบายกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และการขับเคลื่อนงานภาคการเกษตรทุกระดับ ตลอดจนการพัฒนาองค์กรเกษตรกร สถาบันเกษตรกร เชิดชูเกียรติสร้างความภาคภูมิใจให้กับเกษตรกรในการประกอบอาชีพ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของงานส่งเสริมการเกษตร สร้างการรับรู้แก่บุคลากรทุกระดับให้มีความเข้าใจและร่วมกันขับเคลื่อน รวมทั้งบูรณาการการทำงานกับทุกภาคส่วน ตามแนวคิด “Keep Going, Keep Growing” ก้าวต่อไป เติบโตอย่างต่อเนื่อง มุ่งขับเคลื่อน BCG สู่ความยั่งยืนของภาคเกษตร แนวทางการดำเนินงานกรมส่งเสริมการเกษตร ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๖ ประกอบด้วย ๙ แนวทางหลัก ดังนี้

๑. ขยายผลโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริและส่งเสริมเกษตรกรกรมยั่งยืน
๒. มุ่งพัฒนากกรมส่งเสริมการเกษตรสู่การเป็น Digital DOAE
๓. พัฒนาเข้าสู่เกษตรสมัยใหม่และเกษตรมูลค่าสูงด้วย BCG Model
๔. ขยายผลการส่งเสริมการเกษตรเชิงพื้นที่
๕. สร้างผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่
๖. ส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร
๗. สร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายการทำงานในพื้นที่
๘. พัฒนารูปแบบการส่งเสริมการเกษตรในเมือง
๙. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการงานส่งเสริมการเกษตร

โดยสำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก ได้นำแนวทางที่ ๖ แนวทางที่ ๗ และแนวทางที่ ๙ เรื่องส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร สร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายการทำงานในพื้นที่ และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการงานส่งเสริมการเกษตร มาใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการเกษตร เพื่อพัฒนาการทำงานเจ้าหน้าที่ควบคู่กับการพัฒนาร่วมกับหน่วยงานภาคี ตลอดจนองค์กรและสถาบันเกษตรกรให้มีความภาคภูมิใจในอาชีพ ดังนั้นสำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลกจึงได้กำหนดแผนการจัดการความรู้ ดังนี้

**แผนการจัดการความรู้ (KM Action Plan) ปี ๒๕๖๘**  
**หน่วยงาน สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก**

|   |   |  |   |
|---|---|--|---|
| ยุทธศาสตร์/แนวทางดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง                 | เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการงานส่งเสริมการเกษตร  |  |   |
| เป้าหมายการพัฒนา (ปัญหา/โอกาส)                          | <p><b>เป้าหมาย</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>เจ้าหน้าที่ มีทักษะในการจัดทำสื่อที่มีความหลากหลาย ถูกต้อง ตรงประเด็นมีความน่าสนใจ</li> <li>เกษตรกรสามารถเข้าถึงสื่อ หลากหลายช่องทางการนำเสนอ</li> <li>การสร้างทีมงานประชาสัมพันธ์ระดับจังหวัด/อำเภอ</li> <li>เผยแพร่และประชาสัมพันธ์กิจกรรมตามแนวทางการส่งเสริม และประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตร</li> </ol> <p><b>ปัญหา</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>เจ้าหน้าที่ ขาดความรู้และทักษะในการจัดทำสื่อที่มีความหลากหลาย</li> <li>การออกแบบเนื้อหาขาดความน่าสนใจ</li> <li>การใช้รูปภาพและกราฟิก สื่อไม่ตรงประเด็น</li> <li>การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล</li> </ol> <p><b>โอกาส</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>มีหน่วยงานภาคี ช่องทางการนำเสนอสื่อในพื้นที่ เช่น สถานีโทรทัศน์ และวิทยุ</li> <li>การสร้างการมีส่วนร่วม</li> <li>การประชาสัมพันธ์ภารกิจของหน่วยงาน</li> <li>การเพิ่มการติดตามในสื่อออนไลน์</li> </ol> |  |   |
| ความต้องการองค์ความรู้<br>(๑ เรื่อง หรือมากกว่า)        | <b>ข่าวเพื่อการเผยแพร่ในงานประชาสัมพันธ์</b>  |  |   |
| ประโยชน์ที่ได้รับ                                       | <ol style="list-style-type: none"> <li>ส่งเสริมและกระตุ้นให้เกษตรกรสนใจพัฒนาผลผลิต</li> <li>เจ้าหน้าที่มีทักษะในการพัฒนาสื่อที่มีคุณภาพ และหลากหลาย</li> <li>กระตุ้นให้เกษตรกรเกิดความมุ่งมั่น พัฒนาผลผลิตให้มีคุณภาพ</li> <li>สร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร เพราะถือว่าการเผยแพร่จากแหล่งข้อมูลที่ได้รับการยอมรับ</li> </ol>  |  |   |
| <b>กิจกรรม</b>  | <b>เป้าหมาย</b>   | <b>ช่วงเวลา</b>                              | <b>ผลลัพธ์</b>  |
| ๑. ค้นหาความต้องการความรู้(KV)                          | <ol style="list-style-type: none"> <li>การบ่งชี้ความรู้ /๑ เรื่อง</li> <li>การสร้างและแสวงหาความรู้ / ๑ เรื่อง<br/>- รวบรวมความรู้จากแหล่งข้อมูล</li> </ol>   | <p>ม.ค. - ก.พ. ๖๘</p> <p>ก.พ. - มี.ค. ๖๘</p> | - รายงานการประชุม<br>คณะทำงาน   |
| ๒. จัดกิจกรรมจัดการความรู้ให้แก่บุคลากรของหน่วยงาน (KS) | <ol style="list-style-type: none"> <li>กิจกรรมการจัดการความรู้ /๑ เรื่อง</li> <li>การประมวลและกลั่นกรอง องค์ความรู้</li> </ol>  | <p>ก.พ. - มี.ค. ๖๘</p> <p>มี.ค. ๖๘</p>       | - ข่าวประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมจัดการความรู้ เช่น จดหมายข่าว หรือเผยแพร่ใน website หรือ facebook สร้างภาพลักษณ์ ที่ดีของ |

|  | /๑ เรื่อง  |   | หน่วยงาน  |
|--|--|---|---|
| ๓. ประเมินผลการเรียนรู้                  | ๑. มุ่งมั่นความรู้ในการจัดทำสื่อ<br>การเขียนข่าว ที่มีความถูกต้อง<br>และสามารถถ่ายทอดได้<br>๒. ประเมินความพึงพอใจ/<br>ปัญหา/ข้อเสนอแนะ/แนว<br>ทางการพัฒนา                          | มี.ค.- พ.ค.<br>๖๘                               | - ประเมินตนเองของหน่วยงาน<br>ในประเด็น ๒<br>๑) การมีส่วนร่วมหรือทำงาน<br>เป็นทีม<br>๒) การนำไปใช้ประโยชน์ |
| ๔. สรุปผลการจัดการความรู้ของ<br>หน่วยงาน | - เจ้าหน้าที่ระดับจังหวัด/<br>อำเภอ มีรูปแบบในการทำ<br>สื่อ เช่น การสร้าง<br>Infographic กระดานข่าว<br>การตัดคลิปวิดีโอ หรือ<br>สร้างสื่ออย่างใดอย่างหนึ่ง<br>เพื่อเป็นสื่อเผยแพร่ | มี.ค. - พ.ค.<br>๖๘                              | - รายงานสรุปผลการจัดการ<br>ความรู้  |
| ๕. จัดเก็บและแบ่งปันองค์ความรู้ (KA)     | ๑. การเข้าถึงองค์ความรู้<br>๒. กิจกรรมจัดการความรู้<br><br>๓. การแบ่งปันแลกเปลี่ยน<br>ความรู้<br>๔. การเรียนรู้  | ก.ค. ๖๘<br><br>ก.ค.-ก.ย. ๖๘<br><br>ก.ค.-ก.ย. ๖๘ | - สรุปภาพองค์ความรู้<br>Infographic<br>- ระบุช่องทางการเผยแพร่  |

#### คำอธิบายเพิ่มเติม

- ๑) การบ่งชี้ความรู้คือ การระบุประเด็นความรู้ รูปแบบ และผู้รู้ที่สอดคล้องกับนโยบาย ขอบเขต และเป้าหมายขององค์กร
- ๒) การสร้างและแสวงหาความรู้คือ การรวบรวมความรู้ใหม่ รักษาความรู้เดิม และกรองความรู้ ที่ไม่ใช่ข้อมูลจากแหล่งรวบรวม
- ๓) การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ คือ การวิเคราะห์และคัดแยกความรู้เป็นกลุ่มประเด็นให้ง่ายต่อการเข้าถึงอย่างมีขั้นตอน
- ๔) การประมวลและกลั่นกรองความรู้คือ การปรับปรุงให้ความรู้มีรูปแบบมาตรฐาน ไม่ซ้ำซ้อน มีความสมบูรณ์ มีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือ
- ๕) การเข้าถึงความรู้คือ การสร้างแหล่งเผยแพร่ที่สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา
- ๖) การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ คือ การนำความรู้เข้าสู่เวทีแลกเปลี่ยนที่มีฐานความรู้ หรือฐานข้อมูลรองรับให้ง่ายต่อการเข้าถึงและสืบค้น
- ๗) การเรียนรู้คือ การใช้ความรู้เป็นส่วนหนึ่งของงาน เป็นวงจรความรู้ที่มีการเรียนรู้และพัฒนา ให้เกิดประสบการณ์ใหม่เสมอ

## ส่วนที่ ๒ ผลการจัดการความรู้

### ๒.๑ วิธีการจัดการความรู้

๑) การบ่งชี้ความรู้ : (ระยะต ำเนินการ ม.ค.- ก.พ. ๖๘) ตัวชี้วัดจำนวนแผน/ประเด็น/องค์ความรู้ การประชุมคณะทำงาน KM วันที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘ ณ ห้องประชุมสำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก เรื่อง การปรับปรุง/แต่งตั้งคณะทำงาน KM ปี ๒๕๖๘

๒) มอบหมายภารกิจคณะทำงาน KM จังหวัด เพื่อจัดเก็บข้อมูลเบื้องต้น วิเคราะห์ปัญหา ศึกษา แนวทางการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ออกแบบการจัดการเรียนรู้ เพื่อพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์แก่เจ้าหน้าที่ ระดับจังหวัด/อำเภอ

๓) การสร้างและแสวงหาความรู้ (ช่วง ก.พ – มี.ค ๖๘ ) คณะทำงาน KM ระดับจังหวัด นัดหมาย เจ้าหน้าที่ระดับจังหวัด และเจ้าหน้าที่ระดับอำเภอที่รับงานประชาสัมพันธ์ ร่วมอบรมให้ความรู้ในเรื่อง การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายในการผลิตสื่อ ขั้นตอนการเขียนข่าว การสร้างสรรค์เนื้อหาข่าว การวางแผนการ เผยแพร่ข่าว และการสร้างแพลตฟอร์มการเผยแพร่ข่าว เป็นต้น

๔) เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ระดับอำเภอ ดำเนินการถ่ายทอดความรู้ในเรื่องดังกล่าว (ข้อ ๓) ให้กับ เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรอำเภอในสังกัดของตนเอง

๕) เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรอำเภอแต่ละอำเภอ ส่งผลงานการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอย่างใดอย่างหนึ่งพร้อมทั้งแสดงช่องทางการประชาสัมพันธ์สื่อ อย่างน้อย ๑ ช่องทางการสื่อสาร

๖) คณะทำงานระดับจังหวัด ดำเนินการวิเคราะห์ ประเมินผล/ปรับปรุง/ข้อเสนอแนะ สื่อที่ทางอำเภอ จัดทำ (ตรวจความถูกต้อง ตรงประเด็น ตรงกลุ่มเป้าหมาย ไม่ขัดต่อข้อควรระวังของข่าว) เพื่อให้เป็นแนวทางการสร้าง สื่อให้มีคุณภาพ และมาตรฐานมาตรฐานที่ดี ควบคู่กับการติดตามของผู้รับสาร

๗) การประมวลผลและกลั่นกรององค์ความรู้ เพื่อรวบรวมองค์ความรู้ทั้งหมด ที่เข้าใจง่ายและสมบูรณ์ ที่สุด เพื่อนำไปเผยแพร่เพื่อให้เข้าถึงแหล่งองค์ความรู้ พร้อมแบ่งปันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระยะเวลาดำเนินการ ก.ค – ก.ย ๒๕๖๘

๘) จัดทำสื่อเพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ทางเว็บไซต์ และ Facebook ของสำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก

### ๒.๒ รายละเอียดองค์ความรู้ ตามแบบฟอร์มจัดเก็บองค์ความรู้

องค์ความรู้ ข่าวเพื่อการเผยแพร่ในงานประชาสัมพันธ์

วันที่บันทึกความรู้ ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘

นางสาววลัยพร ชนกกำชัย หัวหน้ากลุ่มงานยุทธศาสตร์และสารสนเทศ สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก กล่าวถึงแนวทางการพัฒนาการสร้างความรู้ความเข้มแข็งในด้านงานประกวดในงานส่งเสริมการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ มีการพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และสร้างความเข้มแข็งให้กับ เจ้าหน้าที่ เกษตรกรและชุมชนในระยะยาว สรุปได้ดังนี้

แนวทางการพัฒนาการสร้างความรู้ความเข้มแข็งในด้านงานประกวดในงานส่งเสริมการเกษตรสามารถใช้หลักการ "Knowledge Management (การจัดการความรู้) โดยเน้นการรวบรวมและใช้ประโยชน์จากความรู้ที่มีอยู่ในชุมชน และกลุ่มเกษตรกร เพื่อพัฒนาและปรับปรุงกิจกรรมการประกวดอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

#### ๑. การรวบรวมและแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing)

- สร้างระบบการรวบรวมข้อมูลจากผู้เข้าร่วมการประกวดในอดีต เช่น เทคนิคการเพาะปลูกหรือการดูแลสัตว์ที่ใช้ในการประกวด การจัดทำบัญชี กิจกรรมการบริหารจัดการกลุ่ม เป็นต้น

- จัดทำเวทีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างเจ้าหน้าที่และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้มีการถ่ายทอดเทคนิคใหม่ๆ และนวัตกรรมในการผลิตสื่อข่าวประชาสัมพันธ์

## ๒. การเรียนรู้ร่วมกัน (Collaborative Learning)

- จัดอบรมและเวิร์กช็อปเสริมทักษะในการผลิตสื่อให้มีความหลากหลายน่าสนใจ ถูกต้องตรงประเด็น สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนช่องทางการนำเสนอสื่อข่าวประชาสัมพันธ์ ให้เข้าถึงอย่างทั่วถึง
- ส่งเสริมการสร้างกลุ่มเครือข่ายทีมงานประชาสัมพันธ์ระดับจังหวัดและอำเภอ สามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์และแนวทางการพัฒนากันได้

## ๓. การพัฒนาเกณฑ์การจัดทำงานประชาสัมพันธ์/สื่อต่างๆให้ชัดเจน (Clear Criteria Development)

- การกำหนดมาตรฐานและวิธีการที่ใช้ในการประเมินและดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้มีความสอดคล้องกับเป้าหมายและสามารถวัดผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในงานประชาสัมพันธ์ที่ต้องการผลลัพธ์ที่สามารถวัดค่าได้ เช่น การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย หรือการเพิ่มการรับรู้ในแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์ ในการพัฒนาเกณฑ์ที่ชัดเจนในงานประชาสัมพันธ์และสื่อต่างๆ สามารถดำเนินการได้ตามขั้นตอนดังนี้:

๑. กำหนดเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน
๒. กำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน
๓. กำหนดรูปแบบและลักษณะของสื่อที่จะใช้
๔. กำหนดเนื้อหาที่จะเผยแพร่
๕. กำหนดเกณฑ์การวัดผล
๖. ประเมินผลและปรับปรุงเกณฑ์อย่างต่อเนื่อง
๗. การพิจารณางบประมาณและทรัพยากรที่มี

## ๔. การส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจ (Promotion and Motivation)

- จัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ เช่น การประกวดแพลตฟอร์มการนำเสนอสื่อ/ข่าวประชาสัมพันธ์ การประกวดเว็บไซต์ เป็นต้น
- ส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมการประกวดได้รับการยอมรับ และร่วมเป็นพี่เลี้ยงหรือเครือข่ายทีมงานประชาสัมพันธ์ด้านการส่งเสริมเกษตรของระดับจังหวัดและระดับอำเภอต่อไป

## ๕. การประเมินและปรับปรุง (Evaluation and Improvement)

- จัดทำระบบการประเมินผลการอบรมให้ความรู้ เช่น การรับฟังความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมและผู้เยี่ยมชม เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับการปรับปรุงในอนาคต
- นำผลการประเมินมาใช้ในการวางแผนพัฒนากิจกรรมในอนาคตเพื่อให้ตรงกับความต้องการและความคาดหวังของเกษตรกร

การจัดการความรู้ (KM) จะช่วยให้การจัดงานประกวดในงานส่งเสริมเกษตรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีการพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและชุมชนในระยะยาว

รายละเอียดองค์ความรู้ตามแบบฟอร์มจัดเก็บองค์ความรู้

| แบบจัดเก็บองค์ความรู้  |   |
|--|---|
| องค์ความรู้ เรื่อง ข้าวเพื่อการเผยแพร่ในงานประชาสัมพันธ์   |   |
| เจ้าของความรู้ หรือผู้ให้ข้อมูล นางสาววลัยพร ชนกก่ำชัย หัวหน้ากลุ่มงานยุทธศาสตร์และสารสนเทศ สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก   |   |
| วันที่บันทึกความรู้ ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘   |   |
| กระบวนการ/ขั้นตอน/วิธีปฏิบัติ<br>ในการจัดการความรู้  | ข้อเสนอแนะ / เอกสารอ้างอิง / คู่มือต่างๆ<br>ที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้   |
| <p>แนวทางการพัฒนาการผลิตสื่อ/ข้าวเพื่อการเผยแพร่ในงานประชาสัมพันธ์ด้านการส่งเสริมการเกษตร เพื่อสร้างความเข้าใจและส่งเสริมภาพลักษณ์หรือการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรม ผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร</p> <p>๑. ดำเนินการแต่งตั้งคณะทำงาน KM ปี ๒๕๖๗ (คำสั่งเดิม) (เอกสารแนบ ๑)</p> <p>๒. ประชุมคณะทำงาน KM เพื่อมอบหมายภารกิจ คณะทำงาน KM ระดับจังหวัด เพื่อจัดเก็บข้อมูลเบื้องต้น วิเคราะห์ปัญหา ศึกษาแนวทางการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ออกแบบการจัดการเรียนรู้</p> <p>๓. คณะทำงาน KM ระดับจังหวัด คณะทำงาน KM ระดับจังหวัด นัดหมายเจ้าหน้าที่ระดับจังหวัด และเจ้าหน้าที่ระดับอำเภอที่รับงานประชาสัมพันธ์ ร่วมอบรมให้ความรู้ในเรื่องการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายในการผลิตสื่อ ขั้นตอนการเขียนข่าว การสร้างสรรค์เนื้อหาข่าว การวางแผนการเผยแพร่ข่าว และการสร้างแพลตฟอร์มการเผยแพร่ข่าว</p> <p>๔. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ระดับอำเภอ ดำเนินการถ่ายทอดความรู้ในเรื่องที่ได้รับการอบรม ให้กับเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรอำเภอในสังกัดของตนเอง (เจ้าหน้าที่จังหวัดที่เลี้ยง)</p> <p>๕) เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรอำเภอแต่ละอำเภอ ดำเนินการการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอย่างใดอย่างหนึ่ง พร้อมเผยแพร่ในช่องทางการประชาสัมพันธ์สื่อ อย่างน้อย ๑ ช่องทางการสื่อสาร</p> <p>๖) คณะทำงานระดับจังหวัด ดำเนินการวิเคราะห์ ประเมินผล/ปรับปรุง/ข้อเสนอแนะ เพื่อให้ได้สื่อที่มีคุณภาพและมาตรฐานมาตรฐานที่ดีที่สุด</p> <p>๕) ปรับปรุงแก้ไข (ตามการให้ความเห็นของคณะทำงาน KM และผู้เชี่ยวชาญ)</p> <p>๖) การประมวลผลและกลั่นกรององค์ความรู้</p> | <p><u>เอกสารอ้างอิง</u></p> <p>๑. พงษ์พัฒน์, ช. (๒๐๒๐). การศึกษาผลกระทบของการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย. <i>วารสารการสื่อสารมวลชน</i>, ๑๒(๓), ๔๕-๕๘.</p> <p>๒. การเสริมสร้างความรู้และทักษะของผู้เข้าประกวด :บทความของ Nonaka &amp; Takeuchi (๑๙๙๕) เกี่ยวกับการสร้างองค์ความรู้ภายในองค์กร</p> <p>๓. การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน : งานวิจัยของ Robert Chambers (๑๙๙๔) ในการพัฒนาชุมชนแบบมีส่วนร่วม</p> <p>๔. การประเมินผลและพัฒนาต่อเนื่อง : แนวคิดของ Deming (๑๙๘๖) ในการใช้วงจร PDCA (Plan-Do-Check-Act) ในการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง</p> <p>๕. การประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ : แนวคิดของ Philip Kotler (๑๙๙๗)</p> |

|   |  |
|---|--|
| <p>เพื่อรวบรวมองค์ความรู้ให้เข้าใจง่ายและสมบูรณ์พร้อมนำไปใช้</p> <p>๓) จัดทำสื่อเพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ทาง เฟสบุ๊ค และเว็บไซต์</p> <p>ของสำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก สำนักงานเกษตร</p> <p>อำเภอ และช่องทางออนไลน์อื่นๆ</p> |  |
| <p>ผู้บันทึกองค์ความรู้ ชื่อนายจีรพงษ์ จุลพันธ์ ตำแหน่ง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรปฏิบัติการ</p>  |  |
| <p>หน่วยงาน สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก โทรศัพท์ ๐๕๕-๓๑๓-๑๒๕</p>   |  |

### สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก

การจัดการความรู้ KM (Knowledge Management) ประจำปี 2568

#### ข่าวเพื่อการเผยแพร่ในงานประชาสัมพันธ์

**ความหมาย**  
ข้อมูลหรือข้อมูลที่ถูกต้องที่เผยแพร่ไปยังสาธารณะหรือกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจุดประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและส่งเสริมภาพลักษณ์หรือการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรม ผลิตภัณฑ์ หรือบริการขององค์กร

**กระบวนการเรียนรู้**

1. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย
2. การวิจัยและรวบรวมข้อมูล: ค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องการเผยแพร่ รวมถึงข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลเชิงลึก
3. การเขียนข่าว: สอนหลักการเขียนข่าวที่ถูกต้องและน่าสนใจ เช่น โครงสร้างของข่าว (SWTH), การใส่ภาพให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
4. การสร้างสรรคเนื้อหา: กระตุ้นให้ผู้เขียนพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอข่าว รวมถึงการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย
5. การวางแผนเผยแพร่: สอนวิธีการวางแผนการเผยแพร่ข่าวผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์
6. การใช้เครื่องมือสื่อสาร: แนะนำเครื่องมือและแพลตฟอร์มที่เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่ข่าว เช่น เว็บไซต์ บล็อก และโซเชียลมีเดีย
7. การประเมินผลและปรับปรุง: สอนวิธีการติดตามและประเมินผลการเผยแพร่ข่าวเพื่อการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ในอนาคต

**เทคนิคองค์ความรู้เกิดผลสำเร็จ**

- การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน
- ▲ การใช้อ็อบและเนื้อหาที่น่าสนใจ
- การเลือกช่องทางเผยแพร่ที่เหมาะสม
- การติดตามและวิเคราะห์ผลการเผยแพร่
- การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

**ความสำเร็จ**

- จำนวนผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย หรือสื่อมวลชน
- เจ้าหน้าที่ มีการจัดทำสื่อที่หลากหลาย และมีความถูกต้อง ชัดเจน ตรงประเด็น
- การมีส่วนร่วมของผู้รับข่าวสาร เช่น ทรกดไลค์ ทรกดคอมเมนต์ หรือการแชร์

ติดตามข้อมูลเพิ่มเติม ☎ 055-313125 🌐 <http://www.phitsanulok.doae.go.th> 📌 สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก

### ข่าวเพื่อการเผยแพร่ในงานประชาสัมพันธ์ (PRESS RELEASE)

**ข่าวเพื่อการเผยแพร่ในงานประชาสัมพันธ์**  
คือ การกระจายข้อมูลข่าวสาร การกิจ ความก้าวหน้าของหน่วยงาน เผยแพร่ให้สาธารณชนรับทราบ

**ข่าว**

- ➔ เหตุการณ์ (Event) ความคิด (Ideas) ความคิดเห็น (Opinion)
- ➔ ข้อเท็จจริง (Fact)
- ➔ ได้รับการหยิบยกขึ้นมารายงาน (Reporting)
- ➔ ช่องทางสื่อ (Media) ที่เป็นทางการ

**สิ่งที่ เป็นข่าว (ELEMENT OF NEWS)**

- ความทันด่วนของข่าว (Timeliness)
- ผลกระทบของข่าว (Impact)
- มีความเด่น (Prominence)
- ความใกล้ชิดของข่าวต่อผู้อ่านหรือผู้ชม (Proximity)
- ประเด็นสาธารณะ (Talk of town)

**หลัก 4R**

**สิ่งสำคัญในการเขียนข่าว**

- ✓ รวดเร็ว
- ✓ เกียงตรง
- ✓ ชัดเจน กระชับ ไม่เว้นเรื่อง
- ✓ ปราศจากอคติ
- ✓ เข้าใจประเด็น

**ข้อควรระวังในการเขียนข่าว**

1. Royal ข่าวที่เกี่ยวข้องวงศ์
2. Religion ข่าวที่เกี่ยวข้องศาสนา
3. Race เรื่องเกี่ยวกับผิวพรรณชาติพันธุ์
4. Rumor ข่าวลือ

สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก

### ๒.๓ ช่องทางการจัดเก็บองค์ความรู้ของหน่วยงาน (KA)

สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลกได้จัดเก็บองค์ความรู้ของหน่วยงาน เรื่องแนวทางการพัฒนาการสร้างความเข้มแข็งในด้านงานประกวดในงานส่งเสริมการเกษตร และได้จัดทำสื่อเพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ทางช่องทางเว็บไซต์สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก <http://www.phitsanulok.doae.go.th> และ Facebook สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก

## ส่วนที่ ๓ สรุปและข้อเสนอแนะ

### ๓.๑ สรุปผลประเมินการเรียนรู้จากการจัดการความรู้ของหน่วยงาน

สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก ได้ดำเนินการจัดการความรู้สู่งานส่งเสริมการเกษตร ปี ๒๕๖๘ เรื่อง **ข่าวเพื่อการเผยแพร่ในงานประชาสัมพันธ์** เจ้าของความรู้ นางสาววลัยพร ชนกก่ำชัย หัวหน้ากลุ่มยุทธศาสตร์และสารสนเทศ สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก

การพัฒนาในเรื่องการทำสื่อ/ข่าวเพื่อการเผยแพร่ในงานประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริม มีผลกระทบทั้งในมิติของเจ้าหน้าที่ระดับจังหวัด เจ้าหน้าที่ระดับอำเภอ และเกษตรกรในหลายด้านที่สำคัญ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

#### ๑. การพัฒนาในมิติของเจ้าหน้าที่ระดับจังหวัด

การพัฒนาในเรื่องการทำสื่อและข่าวเพื่อการเผยแพร่ในงานประชาสัมพันธ์สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับเจ้าหน้าที่ระดับจังหวัดในหลายมิติ เช่น

(๑) พัฒนาทักษะการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี เจ้าหน้าที่ระดับจังหวัดจะได้รับการฝึกฝนในการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร เช่น การใช้สื่อออนไลน์ เว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันมือถือในการเผยแพร่ข้อมูล ซึ่งจะช่วยให้การส่งข่าวสารถึงประชาชนได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

(๒) การสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่างๆ เจ้าหน้าที่ระดับจังหวัดจะพัฒนาทักษะในการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่างๆ เพื่อสร้างแคมเปญประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยให้การเผยแพร่ข้อมูลเกิดการตอบสนองในวงกว้าง

(๓) การประเมินผลและการปรับปรุงการทำงาน เจ้าหน้าที่จะได้เรียนรู้วิธีการประเมินผลการสื่อสารที่เผยแพร่ไปยังประชาชน ซึ่งจะช่วยให้สามารถปรับปรุงและพัฒนาการทำข่าวได้ดีขึ้น และสามารถทำการปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

#### ๒. การพัฒนาในมิติของเจ้าหน้าที่ระดับอำเภอ

ในระดับอำเภอ เจ้าหน้าที่จะได้รับผลกระทบจากการพัฒนาในการทำสื่อและข่าวในหลายมิติที่สำคัญ เช่น

(๑) การปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ เจ้าหน้าที่อำเภอจะสามารถปรับกระบวนการทำงานให้มีความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น โดยการใช้เครื่องมือดิจิทัลต่างๆ เช่น เพจบุ๊ก ไลน์ หรือเว็บไซต์ท้องถิ่นในการเผยแพร่ข่าวสาร ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนในพื้นที่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ต้องการได้ทันที

(๒) การเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารกับประชาชนในพื้นที่ การใช้สื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในระดับท้องถิ่น เช่น การใช้โซเชียลมีเดียหรือสื่อท้องถิ่น ทำให้เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารกับเกษตรกรและชุมชนในพื้นที่ได้ดีขึ้น และสามารถแก้ไขปัญหาหรือให้คำแนะนำได้ทันเวลา

(๓) การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน เจ้าหน้าที่อำเภอสามารถใช้สื่อในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหน่วยงานและประชาชน โดยการให้ข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์และตอบสนองต่อความต้องการของชุมชน เช่น ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการสนับสนุนการเกษตร หรือการส่งเสริมกิจกรรมในท้องถิ่น

#### ๓. การพัฒนาในมิติของเกษตรกร

สำหรับเกษตรกร การพัฒนาการทำสื่อ/ข่าวเพื่อการเผยแพร่ในงานประชาสัมพันธ์ก็มีผลกระทบในหลายด้าน โดยเฉพาะในเรื่องของการเข้าถึงข้อมูลและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เช่น

(๑) การเข้าถึงข้อมูลที่รวดเร็วและมีคุณภาพ เกษตรกรสามารถรับข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์ เช่น การส่งเสริมเทคนิคการเกษตรใหม่ๆ การสนับสนุนจากภาครัฐ หรือโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรกรรมในพื้นที่ได้รวดเร็วและทันต่อสถานการณ์

(๒) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและการดำเนินโครงการ เมื่อมีข่าวสารที่ชัดเจนและโปร่งใส เกษตรกรสามารถมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในโครงการต่างๆ ที่มีผลต่อพวกเขา เช่น การร่วมมือในโครงการพัฒนาเกษตรกรรม หรือการเสนอความคิดเห็นในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร

(๓) การปรับปรุงวิธีการทำเกษตรกรรม การรับข้อมูลจากการเผยแพร่ข่าวและสื่อประชาสัมพันธ์ช่วยให้เกษตรกรสามารถปรับปรุงวิธีการทำเกษตรกรรมของตนเองได้ดีขึ้น เช่น การใช้เทคนิคใหม่ในการปลูกพืชหรือการจัดการทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ

(๔) การสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐและภาคเอกชน เกษตรกรจะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการต่างๆ ที่รัฐหรือหน่วยงานเอกชนจัดขึ้นเพื่อสนับสนุนการเกษตร เช่น การให้เงินสนับสนุน การฝึกอบรม หรือการให้คำปรึกษา ซึ่งช่วยส่งเสริมการพัฒนาการเกษตรของตนเอง

**โดยสรุป** การพัฒนาในการทำสื่อ/ข่าวเพื่อการเผยแพร่ในงานประชาสัมพันธ์มีผลกระทบในหลายมิติที่สำคัญต่อเจ้าหน้าที่ระดับจังหวัด, เจ้าหน้าที่ระดับอำเภอ และเกษตรกร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเพิ่มทักษะการสื่อสาร การใช้เทคโนโลยี การปรับปรุงกระบวนการทำงาน และการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน ซึ่งสามารถส่งเสริมการทำงานของเจ้าหน้าที่และทำให้เกษตรกรมีการเข้าถึงข้อมูลและการสนับสนุนที่ดีขึ้น ช่วยให้เกิดการพัฒนาการเกษตรที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนในพื้นที่

### ๓.๒ ปัญหา อุปสรรค ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

#### ปัญหา/อุปสรรค

๑. การถอดองค์ความรู้ของสำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลกขาดความต่อเนื่อง เนื่องจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีการโยกย้าย

๒. ขาดงบประมาณในการจัดกระบวนการ ได้แก่ การจัดเวที, การจัดตลาดนัดความรู้, งบประมาณการจัดทำเอกสารรูปเล่มผลงาน, องค์ความรู้ และการจัดทำสื่อมัลติมีเดียต่าง ๆ เป็นต้น

๓. การดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ เนื่องจากมีภารกิจเร่งด่วนเข้ามาแทรก และอัตรากำลังเจ้าหน้าที่มีจำนวนจำกัดไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติที่เร่งด่วนในเวลาเดียวกัน

๔. หลักเกณฑ์/ตัวชี้วัดของกรมฯ ในเรื่องการจัดการองค์ความรู้ (KM) มีความล้าช้า ขาดแนวทางที่ชัดเจนในการดำเนินงาน ทำให้ส่งผลการวางแผนการดำเนินงานของส่วนภูมิภาค ในเรื่องระยะเวลา หลักสูตรวิธีการจัดการองค์ความรู้ อาจทำให้เจ้าหน้าที่ไม่สามารถพัฒนาทักษะและความสามารถในการจัดการองค์ความรู้ได้อย่างเต็มที่ตามกรอบเวลาที่กำหนด ส่งผลให้ศักยภาพของบุคลากรในพื้นที่รับการพัฒนาอย่างไม่เต็มประสิทธิภาพ อย่างที่ควรจะเป็น

#### ข้อคิดเห็น/และข้อเสนอแนะ

๑. จัดการอบรมสัมมนาถ่ายทอดความรู้กระบวนการระบบ KM ให้เจ้าหน้าที่รุ่นใหม่ เพื่อสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม

๒. จัดสรรงบประมาณให้ตามสมควร โดยพิจารณาจากแผนงานที่เสนอไว้

๓. สร้าง core team ในการจัดการความรู้ ให้ครอบคลุมทุกอำเภอเพื่อจัดเก็บองค์ความรู้ให้ครอบคลุม

ภาคผนวก

## คำสั่งสำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก

## สำเนาฉบับ

คำสั่งสำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก

ที่ ๐๗ / ๒๕๖๗

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการจัดการความรู้ของสำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก

ด้วยกรมส่งเสริมการเกษตร ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานการจัดการความรู้สู่งานส่งเสริมการเกษตร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อถอดองค์ความรู้จากประสบการณ์การทำงานของเจ้าหน้าที่ในสังกัดหรือถอดบทเรียนการดำเนินงานส่งเสริมการเกษตร ในปีงบประมาณ ๒๕๖๗ ประกอบด้วย ๙ แนวทางหลัก ได้แก่ ๑) ขยายผลโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริและส่งเสริมเกษตรกรรมยั่งยืน ๒) มุ่งพัฒนากกรมส่งเสริมการเกษตรสู่การเป็น Digital DOAE ๓) พัฒนาเข้าสู่การเกษตรสมัยใหม่และเกษตรมูลค่าสูงด้วย BCG Model ๔) ขยายผลการส่งเสริมการเกษตรเชิงพื้นที่ ๕) สร้างผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ ๖) ส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร ๗) สร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายการทำงานในพื้นที่ ๘) พัฒนารูปแบบการส่งเสริมการเกษตรในพื้นที่ ๙) เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการงานส่งเสริมการเกษตร เพื่อรวบรวมจัดเก็บองค์ความรู้ไว้ในคลังความรู้ในระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่เว็บไซต์ของหน่วยงาน ให้เจ้าหน้าที่สามารถนำองค์ความรู้ และประสบการณ์ที่ได้ผลไปใช้ในการปฏิบัติงานส่งเสริมการเกษตรและเชื่อมโยงเครือข่ายการจัดการความรู้ภายในกรมส่งเสริมการเกษตร และเพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะในการดำเนินงานส่งเสริมการเกษตรในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก จึงแต่งตั้งคณะกรรมการจัดการความรู้ของสำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก ดังนี้

## องค์ประกอบ

|                           |                        |
|---------------------------|------------------------|
| ๑. นางสาวลลิตพร ชนกกำชัย  | ประธานคณะกรรมการ       |
| ๒. นางสาวกนกพร จรุงชัย    | คณะกรรมการ             |
| ๓. นางสาวฉัตรแก้ว วิบุตร์ | คณะกรรมการ             |
| ๔. นายจิรวิทย์ พานิชอานวย | คณะกรรมการ             |
| ๕. นางจุฑามาศ รอดสุขเจริญ | คณะกรรมการ             |
| ๖. นายจิรพงษ์ จุลพันธ์    | คณะกรรมการและเลขานุการ |

## อำนาจหน้าที่

- ๒.๑ กำหนดเป้าหมายการจัดการความรู้เพื่อกำหนดทิศทางส่งเสริมการเกษตรของสำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก
- ๒.๒ จัดทำแผนการจัดการความรู้ (KM Action Plan) สู่การส่งเสริมการเกษตรในพื้นที่ของสำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก
- ๒.๓ ชี้แจงทำความเข้าใจ สนับสนุนและผลักดันให้เกิดการส่งเสริมและปฏิบัติตามแนวทางการจัดการความรู้ของสำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลกให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

/๒.๔ ประธานงาน....

- ๒ -

๒.๔ ประสานงานเชื่อมโยงเพื่อให้เกิดการปฏิบัติและส่งเสริมตามแผน KM โดยใช้เวทีตามระบบส่งเสริมการเกษตร (DM/DW/MM) ทั้งนี้ ให้มีการบันทึก/รายงานสรุปเพื่อเป็นหลักฐานของการปฏิบัติ

๒.๕ ติดตาม รวบรวม จัดเก็บ และเผยแพร่องค์ความรู้ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ของสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอนำไปใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงาน

๒.๖ รายงานความก้าวหน้าการจัดการความรู้ตามรอบการประเมินผลการปฏิบัติราชการ ตลอดจนจัดทำรายงานสรุปผลสำเร็จของการจัดการความรู้ในงานส่งเสริมการเกษตร เมื่อเสร็จสิ้นปีงบประมาณให้ กรมส่งเสริมการเกษตรทราบ

สั่ง ณ วันที่ ๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๗



(นายมนัส เสียงก้อง)  
เกษตรจังหวัดพิษณุโลก

จิรพงษ์/ร่าง/พิมพ์

วลัยพร/ทาน

ตรวจ

พิมพ์  
๖ ก.พ. ๖๗

## ภาพการจัดกิจกรรมการจัดการเรียนรู้ (KM)

**ภาพ ๑** การประชุมคณะทำงาน KM เพื่อมอบหมายภารกิจ คณะทำงาน KM ระดับจังหวัด เพื่อจัดเก็บข้อมูลเบื้องต้น วิเคราะห์ปัญหา ออกแบบหลักสูตรการพัฒนา วางแผนกระบวนการถ่ายทอดสู่ระดับอำเภอ



**ภาพ ๒** การประชุมเกษตรกรอำเภอ แนวนวาระการประชุมทำงาน K M ระดับจังหวัด ในเรื่อง ข้าวเพื่อการเผยแพร่ในงานประชาสัมพันธ์ และแนวทางการปฏิบัติการจัดการความรู้ของระดับจังหวัดและอำเภอ



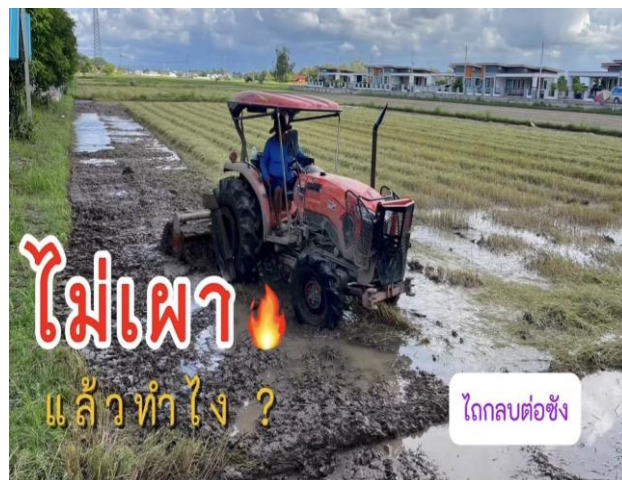
ภาพ ๓ บรรยากาศเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ระดับอำเภอ ดำเนินการถ่ายทอดความรู้ในเรื่องที่ได้รับการอบรมให้กับเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรอำเภอในสังกัดของตนเอง (เจ้าหน้าที่จังหวัดพิจิตร)



### ภาพ ๕ ตัวอย่าง ผลงานการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่จังหวัด/อำเภอ พร้อมเผยแพร่ในช่องทางการประชาสัมพันธ์



<https://youtu.be/sAa7๙๕๕kl๕og>



<https://www.facebook.com/share/v/๑๖๓๗๗ptFDg/>



<https://www.facebook.com/share/v/๑๘๘cDubY๖Ep/>



<https://www.facebook.com/share/v/๑๕๘JtCgp๘๗/>



<https://www.facebook.com/share/v/๑E๒๑WSJp๒๖/>



<https://www.facebook.com/share/p/๑๘PCH๙Fkdn/>