



สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

เอกสารโสตทัศนศึกษา 91109 (เล่มที่ 2 หน่วยที่ 9-15)

หลักการส่งเสริมและการพัฒนาการเกษตร

Fundamentals of Agricultural Extension and Development

คณะกรรมการกลุ่มผลิตและบริหารชุดวิชา 91109

หลักการส่งเสริมและการพัฒนาการเกษตร

รายละเอียดชุดวิชา

1. คำอธิบายชุดวิชา

สภาพสังคมเกษตรกร การเปลี่ยนแปลงของสังคมเกษตรกรไทย และนโยบายทางการเกษตร แนวคิด ปรัชญา วัตถุประสงค์ ทฤษฎี หลักการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร การพัฒนาการเกษตรที่ยั่งยืน บทบาท หน้าที่ และการพัฒนาบุคลากร หน่วยงานทางส่งเสริมการเกษตร การพัฒนาเกษตรกร กลุ่ม องค์กร เครือข่าย สถาบันเป้าหมาย อาสาสมัครในงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร รูปแบบช่องทาง เทคโนโลยีการสื่อสาร และวิธีการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร การนิเทศ ติดตามและประเมินผล การบริหารงานและโครงการพัฒนาการเกษตรในเขตเมือง ชานเมือง และชนบท

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในปัญหาพื้นฐาน สภาพสังคมเกษตร แนวโน้ม และนโยบายทั่วไปเกี่ยวกับการเกษตร
2. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี หลักการ เกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร
3. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนา นักส่งเสริม องค์กร การบริหารการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร และกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ต่างๆ

3. รายชื่อหน่วยการสอน

- หน่วยที่ 1. วิชาการทางการเกษตรและการเปลี่ยนแปลงของสังคมเกษตรกรไทย
- หน่วยที่ 2 นโยบาย แนวโน้มด้านการเกษตรและการส่งเสริมการเกษตร
- หน่วยที่ 3 แนวคิดในการพัฒนาการเกษตรที่ยั่งยืน
- หน่วยที่ 4 แนวคิด ปรัชญา วัตถุประสงค์ และหลักการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร
- หน่วยที่ 5 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร
- หน่วยที่ 6 แนวคิด ทฤษฎีเชิงพฤติกรรม การเรียนรู้ และการเปลี่ยนแปลงในงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร
- หน่วยที่ 7 นักส่งเสริมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร
- หน่วยที่ 8 รูปแบบ ช่องทาง และวิธีการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร
- หน่วยที่ 9 นวัตกรรม ในการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรในองค์กร
- หน่วยที่ 10 การพัฒนาเกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิชาทักท้วงชุมชน และเครือข่ายในการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร
- หน่วยที่ 11 ผู้นำและอาสาสมัครในงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร
- หน่วยที่ 12 แผนยุทธศาสตร์ และการจัดการโครงการในการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร
- หน่วยที่ 13 การส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรในเขตเมือง ชานเมือง และชนบท

หน่วยที่ 14 การสร้างสรรค์สื่อเพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์นวัตกรรมในการส่งเสริมและ
พัฒนาการเกษตร

หน่วยที่ 15 การติดตามและการประเมินการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

หน่วยที่ 9

นวัตกรรม ในการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรในองค์กร

โสตทัศน์ที่ # 9.1 นวัตกรรมเทคโนโลยีในองค์กร

1. นวัตกรรม และประเด็นเกี่ยวข้อง

ความหมาย ประเภท องค์ประกอบและความสำคัญของนวัตกรรม (innovation)

1. ความหมายของนวัตกรรม

1.1. นวัตกรรมในองค์กร คือ การเปลี่ยนโฉมความคิดสร้างสรรค์ที่ดีในการคิดใหม่ทำใหม่ทั้งด้านการปฏิบัติและการเงินที่ได้รับการบริหารจัดการที่ดีที่เข้ากับวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ ขอบเขต และทรัพยากรผูกพันกับความรับผิดชอบของคนในการทำงานร่วมกันทั้งองค์กรในการอยู่รอดขององค์กร

1.2 นวัตกรรม (innovation) หมายถึง การสร้างสิ่งใหม่ขึ้นมาหรือการปรับปรุงจากสิ่งเดิมที่มีอยู่ ด้วยความสามารถในการใช้กลุ่มความรู้ และทักษะและประสบการณ์ทางเทคโนโลยี

2. ประเภทของนวัตกรรม มีประเภทหลัก ๆ ได้แก่

2.1 นวัตกรรมที่เน้นการเข้าสู่การพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustaining Innovations)

2.2 นวัตกรรมแบบก้าวกระโดด (Disruptive Innovations)

3. องค์ประกอบนวัตกรรมและความสำคัญ

3.1 มีการสร้าง (หรือหยาบยืมในช่วงเริ่มต้นการพัฒนาองค์กร) นวัตกรรม

3.2 ผู้ริเริ่มสร้างนวัตกรรมในองค์กร

4. ความสำคัญนวัตกรรม

4.1 เป็นการเปลี่ยนแปลงโลกจากสภาวะปกติใหม่ (New Normal)

4.2 นวัตกรรมมีความสำคัญด้านประโยชน์ที่สามารถจดสิทธิบัตร

2. แนวคิดพื้นฐานด้านนวัตกรรมภาคเกษตรและอาหารของประเทศไทย

1. การวิจัย เป็นเครื่องมือการสร้างนวัตกรรมด้านอาหารและอุตสาหกรรมเกษตรที่มีการดำเนินการทั้งระดับเทคโนโลยีสูงและระดับภูมิปัญญาชาวบ้านที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาครัวโลกของภาคการเกษตร

2. การสนับสนุนของรัฐ/เอกชนที่เน้นหน่วยงานรัฐในพื้นที่ซึ่งเป็นแม่ข่ายและเครือข่ายของรัฐในด้านการเกษตรและอาหาร เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวกับการวิจัยระดับชาติที่เกี่ยวข้อง

3. การปลูกฝังการพัฒนาวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมายเกษตรกรให้เกิดการเชื่อมโยงและสมดุลในการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่เริ่มต้นจากชุมชนที่มีความพร้อมในการสร้างจิตวิญญาณในการเป็นผู้ริเริ่มด้วยปัญญาในการเข้าใจรับรู้ปัญหาความต้องการและสภาพอนาคตของชุมชนที่ควรเป็นที่เน้นการสร้างเสริมความเข้มแข็งแก่องค์กรในชุมชน บุคคล/กลุ่มเครือข่ายที่มีความพร้อมในการสร้างนวัตกรรมด้วยการปลูกฝังบ่มเพาะให้ทำงานเชิงรุกและความคิดบวกในการกระทำให้เกิดการเชื่อมโยงกับหน่วยงานรัฐที่สนับสนุนการสร้างนวัตกรรมเพื่อให้เกิดระบบเครือข่ายที่เริ่มต้นจากวิสาหกิจชุมชนในการทำการเกษตรครบวงจรตามห่วงโซ่อุปทานเอสเอ็มอีที่ก้าวหน้า กลุ่มธุรกิจใหม่ (Startup) ที่ก้าวหน้าด้วยเทคโนโลยีในการทำงานเพื่อสร้างสรรนวัตกรรมเพื่อบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์แห่งชาติที่กำหนดไว้ในการเกษตรและอาหาร และการบรรลุเป้าหมายของแต่ละองค์กรธุรกิจ

3. ประเด็นความสำเร็จของนวัตกรรมในองค์กรเครือข่ายเกษตรและอาหารของไทย

ความสำเร็จของการก้าวกระโดดของนวัตกรรมด้านการเกษตรและอาหาร ได้แก่

1. กำหนดกติกาการแข่งขันในรูปแบบทางสายกลางสำหรับธุรกิจการเกษตรและอาหารที่เริ่มต้นจากกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ โอท็อป เอสเอ็มอี ธุรกิจเกิดใหม่ ให้สามารถแข่งขันเพื่อการอยู่รอดได้การมีช่องทางที่เหมาะสมผ่านร้านเสมือนจริงทางออนไลน์ ทั้งไม่ผลักดันให้ธุรกิจไปอยู่ในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการขนาดยักษ์

2. การสนองตอบโจทย์พื้นฐานด้วยกลยุทธ์การลดต้นทุน การเพิ่มมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทาน และการสนองความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมายของนวัตกรรมด้วยห่วงโซ่แห่งคุณค่า การปรับขีดความสามารถในการประกอบการด้วยการใช้นวัตกรรมให้เกิดผลลัพธ์ในการอยู่รอดของธุรกิจที่เหมาะสม

3. การสร้างประสานพลังของคนในองค์กรจะเน้น ความร่วมมือที่เกิดประโยชน์จากการร่วมมือกันการมีมุมมองของการสร้างนวัตกรรม หรือการใช้นวัตกรรมที่หลากหลายที่คัดสรรการก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่พึงปรารถนาในแต่ละสถานการณ์ ทั้งนี้ด้วยแนวทางการแสวงจุดร่วม สงวนจุดต่าง เป็นรากฐานสำคัญ

4. นวัตกรรมในการตอบโจทย์การพัฒนาแบบยั่งยืนเน้นระบบการร่วมมือกันรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่ตระหนักถึงผลลัพธ์ของการสร้างความเข้มแข็งขององค์กรในชุมชนเป็นพื้นฐาน

โสตทัศน์ที่ # 9.2 กลยุทธ์ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมในองค์กร

1. การจัดการการเปลี่ยนแปลงและกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่เหมาะสมในองค์กร

การจัดการเปลี่ยนแปลงด้วยกระบวนการทางการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรนั้น มีประเด็นสำคัญเกี่ยวข้อง เช่น

1. การเข้าใจถึงสาเหตุสำคัญของการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ที่เกิดจากความไม่สมดุลในองค์กรที่มีทั้งปัจจัยนำเข้าขององค์กร เช่น การเกิดนวัตกรรมแบบก้าวกระโดดในสังคมโลกในด้านของดิจิทัล และ

นวัตกรรมอื่น ๆ รวมทั้งการเกิดจากความต้องการภายในระบบขององค์กรเอง

2. การจัดการการเปลี่ยนแปลงด้านนวัตกรรมมีกลยุทธ์สำคัญ เช่น การนำเสนอนวัตกรรมใหม่ แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การมีโมเดลธุรกิจของความสำเร็จขององค์กรที่สำเร็จมาก่อน รวมทั้งตัวอย่างแนวคิดของความสำเร็จขององค์กรในชุมชนในด้านที่เกี่ยวข้อง ไล่เรียงขึ้นไปสู่ความเข้าใจ ในกลยุทธ์ของประเทศที่มีความสำเร็จด้านนวัตกรรมแบบก้าวกระโดดตมมาก่อนที่ไทยใช้เป็นแบบอย่าง นำทางสู่ผลลัพธ์ที่พึงปรารถนาด้านการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในสภาพแวดล้อมของเศรษฐกิจดิจิทัล

2. การลดกระแสด้านการเปลี่ยนแปลงเพื่อก่อให้เกิดกระบวนการที่พึงปรารถนาในกลุ่มเครือข่ายเป้าหมาย

การแก้ไขการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงการยอมรับนวัตกรรมที่เกิดขึ้นไม่มาจากสาเหตุหลักอะไร ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต้องระดมสรรพกำลังที่เป็นความพยายามร่วมกันแก้ไขให้ถูกจุด ด้วยการขับเคลื่อนโลกด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะการใช้โซเชียลมีเดียที่ถือว่าการใช้เทคโนโลยีออนไลน์ที่ให้ผลมากในการก่อให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริงก่อให้เกิดอิทธิพลในการเป็นสังคม แห่งการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ในด้านพลังงานสะอาดลดโลกร้อน ความพึงพอใจและการเพิ่มคุณค่า ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผ่านระบบโซเชียลเน็ตเวิร์คใช้เครื่องมือเหล่านี้ในการทำธุรกิจการเกษตร การส่งเสริมและการพัฒนาการเกษตรได้มากกว่าแต่ที่ถือว่าเป็นเรื่องที่ทำหายคือทำอย่างไรจะสร้างพลัง ดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามาสนใจได้เต็มที่

3. เงื่อนไขสำคัญที่นวัตกรรมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์กร

เงื่อนไขสำคัญของความสำเร็จต่อการยอมรับนวัตกรรมแบบก้าวกระโดดมีประเด็นที่สำคัญคือ

1. มนุษย์ทุกคนมีศักยภาพ เมื่อได้รับโอกาส ถ้าเขาเองมีการกำหนดการก่อตั้งจิตใจที่มีผลต่อการ ดึงศักยภาพที่ซ่อนเร้นออกมาเมื่อได้รับโอกาสจากหน่วยงานรัฐสนับสนุนความรู้สู่ความสำเร็จจากคนหรือ องค์กรที่สำเร็จมาก่อน

2. ยึด

แนวทางการทำไป (ความรู้สู่สำเร็จจากคน/องค์กรที่สำเร็จมาก่อน) จนเกิดความชำนาญและเกิดกลเม็ด ขึ้นมาเองพร้อม ๆ กับการเรียนรู้และเข้าใจอย่างกระจ่างถึงคุณลักษณะที่จำเป็น ต่อความสำเร็จ ด้วยการสร้างอุปนิสัยที่จำเป็นต่อความสำเร็จขึ้นมา เพื่อให้สามารถใช้กลยุทธ์ใน การดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายได้

โสตทัศนที่ # 9.3 การประเมินความสำเร็จของนวัตกรรมเพื่อการปรับเปลี่ยนที่เหมาะสม

1. ตัวอย่างความสำเร็จของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมทางกระบวนการของภาคการเกษตรและอาหาร

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมภายใต้บรรยากาศของเศรษฐกิจดิจิทัล ถือว่าเป็นนวัตกรรมแบบก้าวกระโดดที่ผู้ประกอบการจะต้องติดตามกระแสให้ทันก่อนที่จะถูกทิ้งไว้ข้างหลัง เพราะในอดีตมีนวัตกรรมแบบก้าวกระโดดแค่การปฏิวัติเขียวด้านการเกษตรและอาหารนวัตกรรมทั่วไปมักเกิดจากการค่อย ๆ ปรับต่อยอด และมักขาดการประสานความร่วมมือร่วมใจในการกำหนดกรอบความคิดใหม่ ทำใหม่ รวมทั้งมักเริ่มจากการเลียนแบบ หรือตามกระแส ฝ่ายการตลาดเองใช้เวลาไม่มากในการศึกษากระแสแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค และทิศทางของตลาดอย่างมีระบบ ดังนั้นเมื่อมีกระแสการเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมแบบก้าวกระโดดทั้งในเรื่องเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและเศรษฐกิจดิจิทัล ที่ต้องอาศัยอัตราการเร่งขึ้น ที่ไม่ใช่อัตราความเร็วในการแข่งขัน จึงจำเป็นต้องอาศัยการปฏิบัติที่ได้ผล (Best Practice) ที่ถือเป็นความรู้สู่ความสำเร็จจากคน/องค์ที่สำเร็จมาก่อน รวมทั้งงานวิจัยและพัฒนาของ องค์กร สถาบันการศึกษาและวิจัยที่มีขีดความสามารถสูง ที่สามารถสร้างนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้วยการคาดการณ์ว่านวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่จะสนองแนวโน้มการสร้างนวัตกรรมเกษตรที่ต้องสอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าเป้าหมาย นำเอามาปฏิบัติแบบการทำไปเรียนรู้ไป (Learning by Doing) เอามาปฏิบัติให้เกิดความชำนาญ ที่ถือว่าเป็นทักษะ (Skilled) และเมื่อเกิดกลเม็ด (Trick) ที่เป็นผลจากการทำไปเรียนรู้ไป ก็ถือว่าเป็นการต่อยอดนวัตกรรมแบบก้าวกระโดดนั้นด้วยตนเอง ที่จะนำมาซึ่งการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ในที่สุด

2. การประเมินความสำเร็จขององค์กรเครือข่ายในการยอมรับนวัตกรรม

1. ทุกประเทศทั่วโลกไม่สามารถต่อต้านกระแสความกดดันจากกระแสโลกภายนอกด้วยการละลายต่อกระแสสังคมเพราะนวัตกรรมใดในประเทศแม้ที่น่าสนใจ มีความเป็นต้นแบบเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแต่เมื่อไม่สอดคล้องกับกระแสสังคมขณะนั้นนวัตกรรมนั้นก็ต้องล้มเหลวโดยเฉพาะหากมีการละลายต่อแรงกดดันในสังคมนั้น ๆ

2. การตอบสนองให้เกิดความพร้อมในด้านนวัตกรรมในองค์กรไม่ใช่เกิดจากการมีปัญหาคือความต้องการและความสนใจ หากเน้นการเตรียมพร้อมต่อการรับมือต่อกระแสและแนวโน้มของโลก โดยเฉพาะกระแสของนวัตกรรมแบบก้าวกระโดด

3. การตอบสนองความพร้อมในด้านนวัตกรรมในองค์กรจะเน้นจากพื้นฐานคือ การทำไปเรียนรู้ไปจากความรู้สู่ความสำเร็จของคน/องค์กรที่ประสบผลสำเร็จจากนวัตกรรมแบบก้าวกระโดด ที่รวมทั้งการแสวงหาการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ สถาบันการศึกษาและวิจัยในแต่ละพื้นที่

4. การเตรียมความพร้อมในการรับมือกับนวัตกรรมแบบก้าวกระโดดในฐานที่ประเทศไทย มีรายได้หลักจากการส่งออกถึงร้อยละ 60 ที่ประเทศไทยจำเป็นต้องขายสินค้าและบริการที่สนอง ความคาดหวังโดยเฉพาะกฎเกณฑ์ตามมาตรฐานสากลที่ปรับเปลี่ยนอย่างต่อเนื่องที่เน้นหนัก ด้านความปลอดภัยของผู้บริโภค และสนองการพัฒนาแบบยั่งยืนตามกระแสโลก

5. การเตรียมความพร้อมจึงมักเน้นกลยุทธ์ของการดำเนินการตามเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อน ด้วยนวัตกรรมภายในภาวะเศรษฐกิจดิจิทัล

6. ในแต่ละองค์กรเครือข่ายภาคเกษตรและอาหารจึงต้องมีการกำหนดและสร้างคุณลักษณะ ที่จำเป็นต่อความสำเร็จที่ต้องตามมาด้วยอุปนิสัยที่จำเป็นต่อความสำเร็จความสำเร็จขึ้นมา เพื่อให้เกิด ความพร้อมต่อการรับมือต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมแบบก้าวกระโดดของสังคมโลก ที่ถ้าสังคมใด องค์กรใด ตามกระแสสังคมโลกและตามแรงกดดันภายในสังคมเองไม่ได้ ประเทศนั้นก็ จะ ประสบความสำเร็จหลังก้าวไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและ ต่อเนื่องในอัตราความเร่งที่สูงมากขึ้นเรื่อย ๆ

3. การนำผลการประเมินมาใช้เพื่อการสร้างนวัตกรรมที่เหมาะสม

การประเมินด้านนวัตกรรมแบบก้าวกระโดดเพื่อสร้างนวัตกรรมในสังคมไทยจะมีประเด็นสำคัญ เกี่ยวข้อง ได้แก่

1. ประโยชน์ในการฝึกอบรมและการพัฒนาของบุคลากรเครือข่ายเกษตรกร ในทำงานเชิงรุก เพื่อการเติบโตในการนำไปปรับเปลี่ยนองค์กรเครือข่ายจึงต้องเกี่ยวข้องกับ

1.1 ความคิดนำการกระทำเชิงรุก

1.2 กระบวนการผลิตและการเพิ่มมูลค่าขององค์กร

1.3 ปรับเปลี่ยนองค์กรด้านนวัตกรรมเพื่อสนองต่อบริษัทลูกค้าเป้าหมาย

1.4 การปรับเปลี่ยนคุณลักษณะที่จำเป็นต่อความสำเร็จขององค์กร

1.5 การปรับเปลี่ยนมุมมองการเพิ่มคุณค่าที่นำเสนอต่อลูกค้า (Value Proposition)

2. ต้องรับรู้และเข้าใจวิสัยทัศน์ของไทยตามเป้าหมายทั่วโลกที่จะเกี่ยวข้องกับ Smart Farm ในประเด็นหลักคือ

2.1 ใช้เทคโนโลยีทางการเกษตรที่ก่อให้เกิดความแม่นยำสูง

2.2 การใช้ระบบเทคโนโลยีอัตโนมัติควบคุมเครือข่ายเซ็นเซอร์ไร้สาย

2.3 การทำฟาร์มในโรงเรือนการปลูกพืชจะมีระบบที่มีการวิจัยและพัฒนาขึ้นมามากขึ้น

3. กระแสนวัตกรรมแบบก้าวกระโดดก่อให้เกิดการดำเนินการของบริษัทยักษ์ใหญ่ เช่น ไอบีเอ็ม เริ่มก้าวเข้ามาในอุตสาหกรรมอาหาร นักวิจัยและพัฒนาวิจัยใช้กระแสการนำแมลงมาทำเป็น อาหารด้วยการสร้างเครื่องเลี้ยงแมลงที่ผลิตไว้กินเอง

4. คนไทยต้องปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ในการทำการเกษตรใหม่ ด้วยนวัตกรรมแบบก้าวกระโดดที่มีพื้นฐานของการเอาสิ่งที่มีอยู่แล้ว เป็นฐานของการผลิตความรู้ใหม่ ด้วยการจุดประกายความคิดการยอมรับนวัตกรรมแบบก้าวกระโดด เกษตรอัจฉริยะจะต้องเกิดขึ้นเพราะไทยมีเป้าหมายหลักคือการเป็นครัวโลก จึงต้องมีสมาร์ทฟาร์มและที่สำคัญคือ การปรับเปลี่ยนอย่างรุนแรงของเศรษฐกิจดิจิทัล

หน่วยที่ 10

การพัฒนาเกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และเครือข่ายในการส่งเสริมและ พัฒนาการเกษตร

โสตทัศนศึกษา # 10.1 แนวคิดการพัฒนาเกษตรกร

1. ความหมายและประเภทของเกษตรกร

ความหมายของเกษตรกร

เกษตรกร หมายถึง ผู้ประกอบการเกษตร ซึ่งได้แก่ การปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์ การประมง การทำนาเกลือสมุทร และการทำการเกษตรแบบผสมผสาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการบริโภค จำหน่าย หรือใช้งานในฟาร์ม

ประเภทผู้ประกอบการเกษตร แบ่งได้เป็น 4 ประเภท

1. การปลูกพืช
2. การเลี้ยงสัตว์
3. การประมง
4. การเกษตรแบบผสมผสาน

ประเภทของเกษตรกร

1. เกษตรกรรายย่อยที่มีรายได้ต่ำกว่ามาตรฐานการครองชีพ
2. เกษตรกรรายย่อยผู้ที่มีรายได้ตามมาตรฐานการครองชีพหรือสูงกว่ามาตรฐาน
3. เกษตรกรรายใหญ่ที่ทำการเกษตรเชิงพาณิชย์

การจำแนกกลุ่มของผู้ยอมรับใช้เวลาในการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม

1. กลุ่มหัวก้าวหน้าหรือพวคนำการเปลี่ยนแปลง (innovators)
2. กลุ่มยอมรับเร็ว (early adopters)
3. กลุ่มยอมรับปานกลาง (early majority)
4. กลุ่มยอมรับช้า (late majority)
5. กลุ่มล่าช้า (laggards หรือ late adoption)

2. การพัฒนาเกษตรกร

การพัฒนาเกษตรกรต้องคำนึงถึงเกษตรกรเป้าหมายเกษตรกรแต่ละกลุ่มที่มีความไม่เท่าเทียมกันทางด้านโอกาสและรายได้ ได้แก่

กลุ่มเกษตรกรรายย่อยที่มีรายได้ต่ำกว่ามาตรฐานการครองชีพ ควรสนับสนุนให้เกษตรกรสามารถเลี้ยงตัวเองได้ในระดับที่ประหยัดก่อนด้วยการผลิตแบบเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อสร้างความมั่นคงด้านอาหาร แล้วจึงสร้างความมั่นคงด้านรายได้ โดยการส่งเสริมและฝึกอบรมอาชีพนอกภาคเกษตรให้กับเกษตรกร โดยเฉพาะงานด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับกิจการร้านอาหารและการท่องเที่ยว รวมถึงการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเบื้องต้นที่มีลักษณะเฉพาะเพื่อพัฒนาเป็นสินค้า OTOP เพื่อผลักดันสู่ผู้ประกอบการธุรกิจ Start Up SMEs

กลุ่มเกษตรกรรายย่อยที่มีรายได้ตามมาตรฐานการครองชีพ ควรสนับสนุนการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรให้มีมาตรฐานมากขึ้น เพื่อพัฒนาเกษตรกรกลุ่มนี้ไปสู่เกษตรกรสมัยใหม่ (Smart Farmer) โดยการส่งเสริมการรวมกลุ่มเพื่อลดต้นทุนการผลิตจากการซื้อวัสดุการเกษตรและการใช้เครื่องจักรกลการเกษตรร่วมกัน รวมถึงการสร้างรายได้เสริมด้วยการสนับสนุนการให้บริการ เครื่องจักรกลทางการเกษตรแก่เกษตรกรนอกกลุ่ม ส่งเสริมการปลูกพืชเสริมรายได้ (Cash Crop) การถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรม ทั้งในเรื่องทักษะการผลิต เทคโนโลยีเมล็ดพันธุ์ และการตลาด

กลุ่มเกษตรกรรายใหญ่ที่ทำการเกษตรเชิงพาณิชย์ ควรสนับสนุนให้พัฒนาไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถทั้งด้านการผลิตและการตลาดไปสู่ New S Curve เช่น การทำฟาร์มแบบแม่นยำ การทำเกษตรแบบเทียบเคียงสิ่งที่ดีที่สุด การรวมกลุ่มการผลิตอย่างเชื่อมโยง ตั้งต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ รวมถึงการส่งเสริมการลงทุนทางการเกษตรในต่างประเทศ และสนับสนุนการร่วมทุนด้านการวิจัย เพื่อให้เกิดผลงานวิจัยที่สามารถต่อยอดในเชิงพาณิชย์

3. กรณีศึกษาการพัฒนาเกษตรกร

การพัฒนาเกษตรกรนั้นหลักสำคัญที่ต้องคำนึงถึงการพัฒนาตามศักยภาพของเกษตรกร โดยมีกระบวนการพัฒนาเกษตรกรให้มีความภูมิใจในการเป็นเกษตรกร มีความรอบรู้ในระบบการผลิตด้านการเกษตรแต่ละสาขา มีความสามารถในการวิเคราะห์ เชื่อมโยงและบริหารจัดการการผลิตและการตลาด โดยใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ คำนึงถึงคุณภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค สังคมและสิ่งแวดล้อม 6 ขั้นตอน ได้แก่

1. การสร้างความมั่นคงในการประกอบอาชีพและรายได้ให้แก่เกษตรกร
2. การสร้างองค์ความรู้ให้กับเกษตรกรเพื่อรองรับบริบทการเปลี่ยนแปลง
3. การสร้างขีดความสามารถให้กับเกษตรกรและชุมชนในการรับมือกับความเสี่ยง
4. การสร้างความมั่นคง ปลอดภัยด้านอาหารในครัวเรือนเกษตรกรและชุมชน
5. ส่งเสริมและสนับสนุนเกษตรกรรุ่นใหม่ให้เข้าสู่ภาคเกษตร
6. บริหารองค์ความรู้โดยชุมชน เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์

โสตทัศนที่ # 10.2 การส่งเสริมและพัฒนาสถาบันเกษตรกร

1. การส่งเสริมและพัฒนาการรวมกลุ่มของเกษตรกร

กลุ่ม หมายถึง การที่บุคคล 2 คน หรือ มากกว่ามารวมกัน มีความสัมพันธ์ ปฏิบัติสัมพันธ์ โต้ตอบซึ่งกันและกัน มีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน มีความผูกพัน ความประทับใจ ความพอใจและมีความสนใจในผลประโยชน์ร่วมกันตลอด ทั้งการสร้างกฎระเบียบที่ต้องยึดปฏิบัติร่วมกัน และร่วมกัน ดำเนินกิจกรรมของกลุ่มไปสู่จุดมุ่งหมายด้วยกัน

องค์ประกอบสำคัญของกลุ่ม ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบย่อย ได้แก่

1. เป้าหมายของกลุ่มหรือความสนใจร่วมกัน
2. สมาชิก
3. ผู้นำกลุ่ม
4. กฎระเบียบการอยู่ร่วมกัน
5. กิจกรรม
6. เงินทุนกลุ่ม

กลุ่มสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

1. กลุ่มที่เป็นทางการ (Formal Group) หมายถึง กลุ่มที่เกิดขึ้นจากการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการขององค์การ หรือหน่วยงานให้มาทำงานร่วมกัน เพื่อผลสำเร็จของงานที่ได้รับมอบหมาย โดยมีคนหนึ่งเป็นหัวหน้ากลุ่มอาจมาจากหัวหน้าหน่วยงานหรือคนอื่น

2. กลุ่มที่ไม่เป็นทางการ (Informal Group) ได้แก่ กลุ่มที่ตั้งโดยสมาชิกของกลุ่มหรือพนักงานขององค์การ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาผลประโยชน์ของกลุ่มหรือตอบสนองความต้องการทางสังคมของสมาชิกเป้าหมายของกลุ่ม อาจสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์การก็ได้ บางครั้งสมาชิกของกลุ่มที่ไม่เป็นทางการอาจมาจากหน่วยงานเดียวกัน หรือมาจากคนละหน่วยงาน

2. การส่งเสริมและพัฒนากลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตร

แนวทางดำเนินงานกลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตร ดังนี้

1. ให้กลุ่มมีการจัดโครงสร้างของกลุ่ม การกำหนดคุณสมบัติและบทบาทหน้าที่อย่างเหมาะสม
2. ระเบียบปฏิบัติในการจัดตั้งและยกเลิกกลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตร
3. ผลักดันให้กลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตร มีกิจกรรมการดำเนินงานอย่าง

3. การส่งเสริมและพัฒนาแม่บ้านเกษตรกร

ความหมายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร คือ สตรีที่ทำงานในภาคเกษตรมีความสนใจและตั้งใจรวมตัวกันเป็นกลุ่มเพื่อร่วมกันคิด ร่วมกันตัดสินใจ ร่วมกันทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาความเป็นอยู่และการทำการเกษตร วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ดังนี้

1. สนับสนุนให้สตรีเกษตรกรได้รวมตัวกันเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร แ
2. สามารถเป็นแกนกลางและเป็นกำลังสำคัญในการกระจายความรู้และเคหกิจเกษตรไปสู่ครอบครัวอื่น
3. ให้สตรีเกษตรกรสามารถค้นหาปัญหาที่แท้จริงของตนเองและของชุมชน
4. ให้สตรีเกษตรกรได้รับความรู้ด้านการเกษตร เคหกิจเกษตร ธุรกิจเกษตร

ประโยชน์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

1. ช่วยให้แม่บ้านเกษตรกรเรียนรู้จากกันและกัน
2. สามารถวางแผนงานกิจกรรมได้ผลดีกว่าเดิม
3. ช่วยให้แม่บ้านเกษตรกรได้พัฒนาเต็มศักยภาพ และเข้าร่วมในงานพัฒนาอย่างเสมอภาค
4. แก้ไขปัญหาและปกป้องผลประโยชน์ของสมาชิกโดยอาศัยพลังกลุ่ม
5. ได้รับความเชื่อถือจากองค์กรอื่นทั้งภาครัฐ และเอกชนในฐานะองค์กรตัวแทนของแม่บ้าน

หลักการส่งเสริมกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

1. หลักการเรียนรู้
2. หลักการมีส่วนร่วม
3. หลักการพึ่งพาตนเอง

การส่งเสริมและพัฒนา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีขั้นตอนในการดำเนินการ

1. ขั้นตอนก่อนการเกิดกลุ่มเจ้าหน้าที่จะกระตุ้นให้สมาชิกตระหนักถึงปัญหาและความต้องการเกิดความสนใจในการเข้ากลุ่ม
2. ขั้นตอนการสร้างกลุ่มต้องชี้แจงผู้สนใจที่จะรวมกลุ่มให้เข้าใจในหลักการ วัตถุประสงค์ และประโยชน์ของการรวมกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร
3. สนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มทั้งเป็นที่ปรึกษาและแสวงหาความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม
4. เมื่อกลุ่มดำเนินกิจกรรมมาได้ระยะหนึ่งจะเกิดขึ้นการเติบโตของกลุ่ม เป็นการกระตุ้นให้กลุ่มเกิดแนวคิดในการพัฒนาศักยภาพกลุ่มมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มอื่น ๆ มีการพัฒนาผู้นำและสมาชิกให้มีความรู้ความสามารถในการสืบสานงานของกลุ่ม
5. ประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

4. การส่งเสริมและพัฒนากลุ่มยูวเกษตรกร

แนวทางส่งเสริมและพัฒนากลุ่มยูวเกษตรกร สรุปได้ 4 ประเด็น

1. การส่งเสริมการจัดตั้งกลุ่มยูวเกษตรกร เพื่อกระตุ้นให้เด็กและเยาวชนที่อยู่ในระบบการศึกษาและนอกระบบการศึกษา เห็นความสำคัญและความจำเป็นในการรวมตัวกันเป็นกลุ่มยูวเกษตรกร เพื่อร่วมกันเรียนรู้วิชาการเกษตร เศรษฐกิจเกษตร การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการฝึกทักษะด้านอาชีพจากการปฏิบัติจริง

2. การส่งเสริมความรู้และการฝึกทักษะการปฏิบัติงานกลุ่มยูวเกษตรกร โดยใช้กระบวนการกลุ่มเพื่อค้นหาปัญหาหรือความต้องการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ที่จะแก้ไขปัญหา กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายจัดทำแผนปฏิบัติการของกลุ่ม ดำเนินงานตามแผนงาน ติดตามและประเมินผล และสรุปบทเรียน

3. กำหนดมาตรฐานการดำเนินงานกลุ่มยูวเกษตรกร เพื่อให้การดำเนินงานของกลุ่มยูวเกษตรกรมีการดำเนินงานตามมาตรฐานที่กำหนด โดยกำหนดให้มีการจัดชั้น กลุ่มเป็น 3 ระดับ คือ กลุ่มดี กลุ่มปานกลาง และกลุ่มปรับปรุง เพื่อกระตุ้นกลุ่มยูวเกษตรกรให้มีการพัฒนาการดำเนินงานให้สูงขึ้น และใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินกลุ่มเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนากลุ่มยูวเกษตรกร

4. เพิ่มประสิทธิภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มยูวเกษตรกรได้ร่วมกันพัฒนาแนวทางการดำเนินงานกลุ่มยูวเกษตรกรตั้งแต่ในระดับกลุ่ม อำเภอ จังหวัด และระดับประเทศ ตลอดจนการถ่ายทอดเทคนิค วิธีการทำงานกับกลุ่มยูวเกษตรกรใหม่ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

ไสตท์ศน์ที่ # 10.3 แนวคิดเครือข่าย และการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

1. แนวคิดเครือข่าย

ความหมายของเครือข่าย

เครือข่าย หมายถึง ลักษณะของการเชื่อมโยงระหว่างบุคคลต่อบุคคล บุคคลต่อกลุ่ม และกลุ่มต่อกลุ่มเพื่อสร้างการเรียนรู้ระหว่างกัน แบ่งปันทรัพยากร และร่วมกันเสริมสร้างพลังที่เข้มแข็งในการที่จะกระทำให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน โดยไม่กระทบกระเทือนภาระหน้าที่ปกติ และยังเป็น การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้เพียงพอที่จะขยายผลออกไปในวงกว้าง

ความสำคัญของเครือข่าย

1. เครือข่ายเป็นแหล่งรวบรวมและเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลไปมาระหว่างแหล่งข้อมูลต่าง ๆ
2. เครือข่ายเป็นแหล่งสำหรับการทำงานสนับสนุนต่าง ๆ
3. เครือข่ายเปิดโอกาสให้สมาชิกสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์
4. เครือข่ายเป็นแหล่งสร้างกระบวนการเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน
5. เครือข่ายเป็นเวทีสำหรับการปฏิบัติงานร่วมกัน
6. การสร้างเครือข่ายการทำงานเป็นกลยุทธ์ที่เสริมสร้างจุดแข็งขององค์กร

ประเภทของเครือข่าย

1. เครือข่ายแบ่งตามลักษณะความสัมพันธ์
 - 1.1 เครือข่ายแบบแนวนอน (Horizontal network)
 - 1.2 เครือข่ายแบบแนวตั้ง (Vertical network)
2. เครือข่ายแบ่งตามขอบเขตของชุมชนหรือพื้นที่
 - 2.1 เครือข่ายภายในชุมชน
 - 2.2 เครือข่ายภายนอกชุมชน
3. เครือข่ายแบ่งตามลักษณะเชิงพื้นที่และเชิงประเด็นกิจกรรม
 - 3.1 เครือข่ายระดับหมู่บ้าน
 - 3.2 เครือข่ายระดับตำบล
 - 3.3 เครือข่ายระดับอำเภอและจังหวัด

องค์ประกอบของเครือข่าย

1. สมาชิกของเครือข่าย
2. จุดมุ่งหมายร่วม
3. การปฏิบัติหน้าที่อย่างมีจิตสำนึกต่อส่วนรวม
4. การมีส่วนร่วมในกิจกรรม
5. ระบบความสัมพันธ์และการสื่อสาร
6. ระบบความเท่าเทียมกัน
7. การแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดจากการทำงานร่วมกัน

2. แนวคิดวิสาหกิจชุมชน

ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กระบวนการสร้างสรรค์ทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน เป็นการประกอบการบนพื้นฐานการใช้ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนอย่างรู้คุณค่า เพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน โดยมุ่งประโยชน์ทางสังคมแก่ชุมชนมากกว่าการแสวงหากำไรสูงสุด มุ่งต่อการอยู่ร่วมกันอย่างสงบ การมีสุขภาพอนามัย และคุณภาพชีวิตของชุมชน และมุ่งต่อการรักษาระบบนิเวศของสังคมโดยรวม

ความสำคัญของวิสาหกิจชุมชน

1. เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน
2. เป็นเครื่องมือในการพัฒนาคนควบคู่กับการพัฒนากิจการ
3. เป็นทางเลือกใหม่ที่ช่วยให้คนในชุมชนเกิดการเรียนรู้และมีความเชื่อมั่นที่จะสร้างสรรค์ผลผลิต
4. เป็นหน่วยสร้างงานและสร้างรายได้ในชุมชน
5. เป็นตัวกลางสำคัญที่ทำให้คนในชุมชนได้ทำงานร่วมกัน
6. เป็นตัวอย่างของการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการฟื้นฟูระบบนิเวศโดยรวม

องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน

1. ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ และดำเนินการโดยชุมชน
2. ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน เป็นงานที่เกิดขึ้นภายในชุมชน
3. ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน
4. มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล
5. มีการดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ
6. มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจวิสาหกิจชุมชนเกิดได้ สำเร็จได้ด้วยความรู้และปัญญา
7. มีการพึ่งตนเองเป็นเป้าหมาย

ประเภทของวิสาหกิจชุมชน

1. จำแนกตามขอบข่ายของกิจการที่ประกอบการ
 - 1.1 วิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการเดี่ยว
 - 1.2 วิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการในรูปแบบเครือข่าย
2. จำแนกตามกิจกรรมที่ดำเนินการ
 - 2.1 การแปรรูปหรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลผลิตของ
 - 2.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรและภูมิปัญญาของชุมชน

2.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทดแทนการซื้อจากภายนอกเพื่อลดรายจ่าย

2.4 การพัฒนาระบบการตลาด การบริการ และสวัสดิการชุมชน

3. จำแนกตามระดับการพัฒนา

3.1 วิสาหกิจชุมชนระดับพื้นฐาน

3.2 วิสาหกิจชุมชนระดับพัฒนา

3.3 วิสาหกิจชุมชนระดับก้าวหน้า

3. การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

1. การส่งเสริม สนับสนุนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายจะดำเนินการในลักษณะบูรณาการ ทั้งภายในหน่วยงานและร่วมกับภาคีทุกภาคส่วน เพื่อร่วมกันส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชน มีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้

2. การยื่นขอจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่าย จะเป็นไปโดยความสมัครใจและความพร้อมของชุมชน

3. เจ้าหน้าที่ในภาครัฐและเอกชนทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ควรมีบทบาทเป็นผู้เชื่อมประสาน กับวิสาหกิจชุมชนใน 3 เรื่อง ได้แก่

3.1 การเชื่อมประสานเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ (facilitator)

3.2 การเชื่อมประสานเพื่อให้เกิดกระบวนการเปลี่ยนแปลง (catalyst)

3.3 การเชื่อมประสานเพื่อให้เกิดเครือข่าย (networker)

4. การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจะมุ่งเน้นส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และพัฒนา ศักยภาพของชุมชนในการบริหารจัดการทุนของชุมชน ทั้งที่เป็นเงิน ทรัพยากร ภูมิปัญญาและวัฒนธรรม เพื่อการพึ่งพาตนเอง

5. พัฒนาระบบข้อมูลวิสาหกิจชุมชนและเครือข่าย เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสาร และความรู้ในระหว่างวิสาหกิจชุมชนและเครือข่าย และเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างวิสาหกิจชุมชนกับ หน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง

4. การส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

ความหมายเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่รวมตัวกันเป็นองค์กรชุมชนเพื่อประกอบการ วิสาหกิจชุมชน ในขณะที่ชาวบ้านทั่วไปและองค์กรพัฒนาเอกชนใช้คำนี้เพื่อหมายถึง องค์กรชุมชนต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กันเป็นเครือข่าย แม้จะมีความหมายต่างกัน แต่เนื้อหาสำคัญอันเดียวกัน คือ ความสัมพันธ์ ระหว่างคนหรือองค์กรในท้องถิ่น ซึ่งเกิดขึ้นเพราะมีคนเชื่อมโยงเครือข่าย

ประเภทของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

1. เครือข่ายภายใน เป็นเครือข่ายที่มีการจัดการความสัมพันธ์ในระดับหมู่บ้าน ตำบล
2. เครือข่ายภายนอก เป็นเครือข่ายที่มีความสัมพันธ์ในระดับอำเภอ จังหวัด ภาค

รูปแบบการสร้างและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

1. รูปแบบการสร้างและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนแบบแนวราบ เป็นการประสานบุคคลที่อยู่ในระดับเดียวกัน อาชีพเดียวกัน ให้มาเชื่อมโยงประสานเป็นเครือข่ายกัน รูปแบบของการก่อเกิด คงอยู่ และขยายตัวของเครือข่าย

2. รูปแบบการสร้างและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนแบบแนวตั้ง เนื่องจากสถานการณ์โลกเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว จนองค์กรเกษตรกรหรือวิสาหกิจชุมชน ไม่สามารถอยู่รอดได้อย่างโดดเดี่ยว ต้องมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอด โดยหาพันธมิตรในการดำเนินกิจกรรมร่วมกัน

หลักการในการส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

1. การเชื่อมประสานจากจุดเล็กและขยายไปสู่หน่วยใหญ่
2. ส่งเสริมให้มีการสร้างวัฒนธรรมเครือข่าย
3. การส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้
4. การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิก
5. การสร้างผลของกิจกรรมที่เกิดขึ้นให้เป็นรูปธรรม
6. การมีพันธะสัญญาที่หนักแน่นระหว่างกัน
7. เป้าหมายทิศทางต้องชัดเจน
8. ต้องพัฒนากลุ่มลูกข่ายให้มีความเข้มแข็ง
9. การสื่อสารระหว่างสมาชิกและภาคี
10. การมีชุมทางสื่อสารที่หลากหลาย
11. มีกลุ่มแกนนำทำหน้าที่ประสานหรือมีศูนย์ประสานงานเครือข่าย
12. คำนึงถึงกิจกรรมที่กลุ่มหรือหน่วยย่อยทำอยู่

หน่วยที่ 11

ผู้นำและอาสาสมัครในงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

โสตทัศนที่ # 11.1 ผู้นำกับการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

1. ความหมาย และความสำคัญของผู้นำกับการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

ความหมายของผู้นำ

ผู้นำ หมายถึง บุคคลที่มีความรู้ความสามารถ และได้รับการยอมรับให้เป็นตัวแทนกลุ่ม มีอิทธิพลในการตัดสินใจ โน้มน้าว กระตุ้น ชักจูง ประสานงาน และควบคุมผู้คนให้เข้าสู่ปฏิบัติการ ตามแนวทางหรือแผนที่ตนเองได้กำหนดไว้ ด้วยความเต็มใจ และตั้งใจของผู้คนเหล่านั้น ส่งผลให้เกิดผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ความสำคัญของผู้นำ

1. ช่วยให้กลุ่มบรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่กำหนด
 2. เป็นศูนย์รวมขวัญ กำลังใจ และความร่วมมือของสมาชิก
 3. เป็นที่พึ่งทั้งทางจิตใจ และการทำงานของสมาชิกในกลุ่ม
 4. เป็นศูนย์กลางการประสานงานทั้งภายในและภายนอก
 5. เป็นจุดเริ่มต้นของการเคลื่อนไหวกระบวนกลุ่ม
 6. เป็นส่วนหล่อเลี้ยง และหล่อเลี้ยงให้กระบวนการทำงานดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง
 7. เป็นส่วนกระตุ้นในการพัฒนาปรับปรุง
 8. เป็นแกนกลางในการสร้างความสามัคคี และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน
- ผู้นำในการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรจึงมีความสำคัญ ดังนี้

1. เป็นศูนย์รวมของการรวมกลุ่ม ในการแสวงหาความร่วมมือของเกษตรกรในชุมชนเพื่อนำพา กลุ่มเกษตรกรไปสู่เป้าหมายของความสำเร็จ
2. เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ช่วยในการจูงใจและการประสานงานของกลุ่มเกษตรกรเพื่อให้ บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้
3. ทำหน้าที่ในการตัดสินใจต่าง ๆ ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลขึ้นกับชุมชนเกษตร
4. การสร้างความเจริญก้าวหน้าและพัฒนาสังคม

หน้าที่ของผู้นำ

1. ดำเนินกิจการของกลุ่มให้ประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่วางไว้
2. กำหนดนโยบาย วางแผน ควบคุม ติดตาม และพัฒนางานให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์
3. สร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานและการอยู่ร่วมกัน
4. เปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความรู้ความสามารถ และพัฒนาศักยภาพ
5. ส่งเสริมความคิดริเริ่ม และการมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคน
6. สร้างขวัญ กำลังใจ ตลอดจนความมั่นคงปลอดภัยให้กับสมาชิก
7. ช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ทั้งของกลุ่มและของสมาชิกแต่ละคน
8. บริการข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมแก่สมาชิก
9. เป็นผู้แทนในการประสานงาน และประสานความคิดความเข้าใจ
10. ตัดสินใจ และรับผิดชอบในการดำเนินกิจการของกลุ่ม
11. พัฒนาปรับปรุงกิจการ ให้บรรลุผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้นตลอดเวลา
12. ฝึกฝนและพัฒนาตนเอง และงานที่ต้องรับผิดชอบอยู่เสมอ

ผู้นำในงานส่งเสริมและพัฒนากาเกษตร

1. ด้านงานวิจัยทางการเกษตร (Agricultural Research)
2. ด้านการสนับสนุนวัสดุการผลิต (Supply of Input)
3. ด้านการพัฒนาคุณภาพ (Development of Infrastructure)
 - 3.1 การตลาด (Market)
 - 3.2 แหล่งสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์การผลิตในท้องถิ่น (Retail outlet of Inputs)
 - 3.3 การส่งเสริมสนับสนุนการผลิต (Extension Facility)
 - 3.4 เครดิตสินเชื่อ (Credit and Loan)
 - 3.5 การทดสอบงานวิจัยเพื่อการผลิตในท้องถิ่น (Local Trial)
 - 3.6 การติดต่อคมนาคม ถนนหนทาง (Feeder Road)
4. ด้านการสร้างแรงจูงใจและราคาผลผลิตเกษตรกร (Farmer Incentive and Production Price)
5. ด้านการพัฒนาพื้นที่การผลิต : ดิน (Land Development)
6. ด้านการส่งเสริมและการศึกษาการเกษตร (Agricultural Extension and Education)
7. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology)

2. ประเภทของผู้นำในงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

1. แบ่งตามลักษณะของตำแหน่งทางกฎหมาย

1.1 ผู้นำเกษตรกรอย่างเป็นทางการ

1.1.1 ผู้นำเกษตรกรที่มีผลต่อการพัฒนาการเกษตร หรือเกษตรกรโดยตรง

1.1.2 ผู้นำเกษตรกรที่ได้รับการแต่งตั้งจากราชการให้เป็นผู้นำท้องถิ่น

1.1.3 ผู้นำเกษตรกรที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นประธานของสถาบันทางการเกษตรที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย

1.2 ผู้นำเกษตรกรอย่างไม่เป็นทางการ

1.2.1 ผู้นำเกษตรกรที่ได้รับการยอมรับจากเกษตรกร

1.2.2 ผู้นำเกษตรกรที่ได้รับการแต่งตั้งหรือเลือกขึ้นมาโดยบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

1.2.3 ผู้นำเกษตรกรที่มีอิทธิพลทำให้เกษตรกรเชื่อถือคล้อยตาม

2. แบ่งตามลักษณะของกลุ่ม

2.1 ผู้นำเกษตรกรจากชุมชนเกษตร

2.1.1 ผู้นำของเกษตรกร

2.1.2 ผู้นำแม่บ้านเกษตรกร

2.1.3 ผู้นำเยาวชนเกษตร

2.2 ผู้นำเกษตรกรจากองค์การเกษตรกร

2.2.1 ผู้นำเกษตรกรจากองค์การเกษตรกรที่เป็นทางการ

2.2.2 ผู้นำเกษตรกรจากองค์การเกษตรกรที่ไม่เป็นทางการ

3. แบ่งตามที่มา

3.1 ผู้นำเกษตรกรตามธรรมชาติ

3.2 ผู้นำเกษตรกรเชื้อเชิญ

3.3 ผู้นำเกษตรกรโดยอ้อม

3.4 ผู้นำเกษตรกรโดยตรง

4. แบ่งตามลักษณะงาน

4.1 ผู้นำเกษตรกรในด้านกิจกรรม

4.2 ผู้นำเกษตรกรในการจัดตั้งกลุ่ม/สถาบัน

4.3 ผู้นำเกษตรกรทางวิชาการ

4.4 ผู้นำเกษตรกรในการวางแผนและจัดทำโครงการ

3. บทบาทของผู้นำกับการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

บทบาทของผู้นำ

1. บทบาทผู้นำในอุดมคติของสังคม
2. บทบาทที่ผู้นำเข้าใจหรือรับรู้
3. บทบาทที่ผู้นำแสดงออกจริงหรือเป็นจริง

บทบาทของผู้นำในงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

บทบาททางการสนับสนุนการผลิต

1. ให้ความช่วยเหลือในด้านการวางแผนการผลิต
2. หาแหล่งปัจจัยการผลิตที่มีความเป็นธรรมให้แก่เกษตรกร
3. ชักชวนให้เกษตรกรในท้องถิ่นปรับปรุงปัจจัยพื้นฐานทางการเกษตร
4. กระตุ้นให้เกิดการรวมกลุ่มเกษตรกร

บทบาททางการถ่ายทอดความรู้

1. เป็นตัวอย่างในการนำความรู้ที่ได้รับจากการส่งเสริมมาปฏิบัติ
2. ถ่ายทอดความรู้ที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรให้เกษตรกรในท้องถิ่นได้รับทราบ
3. ให้ความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาให้แก่เกษตรกร
4. รวบรวมข้อมูลทางการเกษตรและที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่น แล้วเสนอให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

บทบาทด้านการประสานงาน

1. ประสานงานให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรและเกษตรกรในท้องถิ่นมีความเข้าใจ
2. ประสานความสัมพันธ์ทั้งระหว่างเกษตรกรภายในท้องถิ่นกับเกษตรกรในท้องถิ่นอื่น
3. ประสานกับบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพเกษตรกร
4. ประสานกับเจ้าหน้าที่ในสังกัดหน่วยราชการอื่น

บทบาททางการพัฒนา

1. เสนอแนะและร่วมพัฒนาท้องถิ่น
2. เสนอแนะและช่วยสนับสนุนการพัฒนาเกษตรกรในท้องถิ่น
3. พัฒนาและฝึกฝนตนเองให้มีความรู้ความสามารถในด้านอาชีพและการเป็นผู้นำอยู่เสมอ
4. ช่วยสนับสนุนส่งเสริมและพัฒนากระบวนการกลุ่มในท้องถิ่น
5. ร่วมวางแผนและจัดทำโครงการพัฒนาท้องถิ่นด้านการเกษตร

บทบาทตามกฎหมาย

นอกจากผู้นำเกษตรกรที่เป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐซึ่งต้องมีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบตามตำแหน่งงานที่กำหนดไว้ตามระเบียบของแต่ละหน่วยงานแล้ว ผู้นำเกษตรกรที่ได้รับการคัดเลือกจากเกษตรกรในบางหน่วยงาน ยังได้มีการกำหนดบทบาทไว้ในระเบียบข้อบังคับของหน่วยงานอีกด้วย

โสตทัศนที่ # 11.2 อาสาสมัครกับการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

1. ความหมาย และความสำคัญของของอาสาสมัคร

ความหมายของอาสาสมัคร และจิตอาสา

อาสาสมัคร คือ การกระทำของบุคคลที่แสดงออกถึงการดูแล ป้องกัน และแก้ปัญหา จิตอาสา คือ ความรู้สึกที่ภายในจิตใจบุคคลที่เกิดจากความเสียสละที่จะสร้างความดีงามให้กับเพื่อนมนุษย์ โดยเต็มใจ สมัครใจ ซาบซึ้งใจ และปิติสุข โดยไม่หวังผลตอบแทนเป็นเงิน หรือสิ่งอื่นใด ซึ่ง 2 คำนี้เปรียบได้กับ ร่างกาย และ จิตใจ ที่ต้องทำงานประสานควบคู่กันโดยตลอดเวลา

ปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดอาสาสมัคร

1. มีความรู้สึกสงสารและเห็นใจผู้ตกทุกข์ได้ยาก
2. มีโอกาสที่จะได้ทำในสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับตน
3. มีความเชื่อว่าถ้าตนได้ช่วยเหลือผู้อื่นจะเกิดความสุขขึ้นกับตนเช่นกัน
4. มีความเชื่อว่าสังคมจะดีขึ้นถ้าผู้คนที่หลายใส่ใจซึ่งกันและกัน
5. มีความรู้สึกที่ดีขึ้นเมื่อตนเองให้ความใส่ใจแก่ผู้อื่น

ความสำคัญของอาสาสมัคร

1. ความสำคัญต่อตัวอาสาสมัครเอง
2. ความสำคัญต่อชุมชน
3. ความสำคัญต่อองค์กร
4. ความสำคัญต่อประเทศชาติ
5. ความสำคัญต่อโลก

2. ประเภทของอาสาสมัครในงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

เหตุผลและความจำเป็นที่ต้องมีอาสาสมัครเกษตร

1. ให้มีส่วนร่วมในการคิดตัดสินใจแก้ไขปัญหาและดำเนินกิจกรรมทางด้านการเกษตรต่างๆ
2. เป็นผู้ประสานงานในการสื่อสารระหว่างเกษตรกรกับเกษตรกร
3. ช่วยสนับสนุนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ซึ่งมีจำนวนไม่สมดุลกับเกษตรกร
4. เป็นศูนย์รวมของเกษตรกรที่มีบทบาทสนับสนุนงานหน่วยงานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ประเภทงานอาสาสมัครเกษตรในปัจจุบัน

1. ครูบัญชีอาสา
2. หมอดินอาสา
3. ประมงอาสา
4. เศรษฐกิจการเกษตรอาสา
5. อาสาพัฒนาทางพารา
6. GAP อาสา
7. อาสาปศุสัตว์
8. อาสาสมัครยุวชลกร
9. อาสาสมัครชลประทาน
10. อาสาปฏิรูปที่ดินเพื่อการเกษตร
11. อาสาสมัครยุวเกษตร
12. อาสาสมัครสหกรณ์
13. อาสาสมัครเกษตรอินทรีย์
14. เกษตรผู้นำ
15. อาสาสมัครชวานาชั้นนำ
16. อาสาสมัครฝนหลวง
17. อาสาสมัครเกษตรและสหกรณ์

คุณสมบัติของอาสาสมัครเกษตร

1. ต้องมีความสมัครใจและมีความรู้เฉพาะด้านสาขาที่ตนเองสนใจสมัคร
2. ต้องมีหน่วยงานรองรับความสามารถ ว่าเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ
3. ต้องทำการเกษตรอยู่ในภูมิภาคพื้นที่ที่เกษตรกรสมัคร
4. ต้องมีความเสียสละ มีสุขภาพแข็งแรง พร้อมทั้งจะทำงานอุทิศตนเพื่อพัฒนาชุมชนและสังคม
5. ต้องมีความรู้พื้นฐานสามารถอ่านภาษาไทยออกและเขียนได้
6. ต้องมีความสนใจและกระตือรือร้นในงานด้านการพัฒนาการเกษตร
7. ต้องเป็นที่ยอมรับและได้รับการคัดเลือกจากชุมชน
8. สามารถติดต่อประสานงานและสื่อสารปัญหาต่าง ๆ ระหว่างเจ้าหน้าที่กับเกษตรกรได้
9. สามารถถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารความรู้และเทคโนโลยีที่ได้รับสู่เกษตรกรภายในพื้นที่ได้

3. บทบาทของอาสาสมัครกับการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

บทบาทของอาสาสมัครในงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

1. การเป็นตัวแทน คือ การอาสาเพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนเกษตรกรจัดการงานด้านการเกษตรให้กับเกษตรกร
2. การประสานงาน คือ การอาสาเพื่อประสานกับหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความร่วมมือในการพัฒนาการเกษตรในด้านต่าง ๆ ให้กับเกษตรกร
3. การเป็นตัวกลาง คือ การอาสาเพื่อเชื่อมโยงข่าวสารและการประชาสัมพันธ์การเกษตรในด้านต่าง ๆ ให้กับเกษตรกร
4. การเผยแพร่ความรู้และให้คำแนะนำ คือ การอาสาเพื่อให้ความช่วยเหลือเพื่อแก้ไขปัญหาการเกษตรในด้านต่าง ๆ ให้กับเกษตรกร

บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการอาสาสมัครเกษตรกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (อกษ.กษ.)

1. บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการอาสาสมัครเกษตรหมู่บ้าน (อกษม.)
 - 1.1 เป็นตัวแทนของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ประจำหมู่บ้าน และเป็นเครือข่ายการบริหารงานด้านการเกษตรในหมู่บ้าน
 - 1.2 ประสานงานด้านการพัฒนาการเกษตรระหว่างอาสาสมัครเกษตรในหมู่บ้านกับอาสาสมัครเกษตรตำบลและเจ้าหน้าที่ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
 - 1.3 เป็นตัวกลางในการรับทราบและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการพัฒนาเกษตรในด้านต่าง ๆ ให้แก่เกษตรกรในพื้นที่รับผิดชอบ
 - 1.4 เผยแพร่ความรู้ให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนการบริการทางด้านการเกษตรแก่เกษตรกร
 - 1.5 ดำเนินกิจกรรมการพัฒนาการเกษตรที่ได้รับมอบหมายจากหน่วยงานต่าง ๆ
 - 1.6 รวบรวมปัญหาความต้องการและข้อเสนอแนะทางด้านการเกษตรจากเกษตรกรไปสู่หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
 - 1.7 ร่วมกับเจ้าหน้าที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการแจกจ่ายวัสดุการเกษตรให้แก่เกษตรกร
2. บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการอาสาสมัครเกษตรตำบล (อกษต.)
 - 2.1 เป็นตัวแทนของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ประจำตำบล
 - 2.2 ประสานงานด้านการพัฒนาการเกษตรระหว่างคณะกรรมการอาสาสมัครเกษตรหมู่บ้านกับคณะกรรมการอาสาสมัครเกษตรอำเภอ
 - 2.3 เป็นตัวกลางในการรับทราบและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
 - 2.4 เผยแพร่ความรู้ให้คำแนะนำปรึกษา
 - 2.5 ร่วมดำเนินกิจกรรมการพัฒนาการเกษตรที่ได้รับมอบหมายจากหน่วยงานต่าง ๆ
 - 2.6 รวบรวมปัญหาความต้องการและข้อเสนอแนะทางด้านการเกษตรจากเกษตรกร

- 2.7 ร่วมกับเจ้าหน้าที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการแจกจ่ายวัสดุการเกษตรให้แก่เกษตรกร
 - 2.8 ร่วมจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรประจำตำบลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
 - 2.9 ร่วมวางแผน ประสานงานและจัดเก็บข้อมูลด้านการเกษตรเพื่อใช้ในการจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรในระดับตำบล
3. บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการอาสาสมัครเกษตรอำเภอ (อกษอ.)
 - 3.1 ประสานงานด้านการพัฒนาการเกษตรระหว่างคณะกรรมการอาสาสมัคร เกษตรตำบลกับคณะกรรมการอาสาสมัครเกษตรจังหวัด
 - 3.2 เป็นตัวกลางในการติดต่อสื่อสารและถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรในสาขาต่างๆ
 - 3.3 เผยแพร่ความรู้ให้คำแนะนำปรึกษา และบริการทางด้านเกษตรแก่เกษตรกรในอำเภอ
 - 3.4 ร่วมคิดและดำเนินกิจกรรมการพัฒนาการเกษตรที่ได้รับมอบหมายจากหน่วยงานต่าง ๆ
 - 3.5 รวบรวมปัญหาความต้องการทางด้านเกษตรจากคณะกรรมการอาสาสมัครเกษตรตำบลเพื่อขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป
 4. บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการอาสาสมัครเกษตรจังหวัด (อกษจ.)
 - 4.1 ประสานงานด้านการพัฒนาการเกษตรระหว่างคณะกรรมการอาสาสมัครเกษตรอำเภอ กับคณะกรรมการอาสาสมัครเกษตรกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (อกษ.กษ.)
 - 4.2 เป็นเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรในสาขาต่างๆ
 - 4.3 เผยแพร่ความรู้ให้คำแนะนำ ตลอดจนบริการทางด้านเกษตรแก่เกษตรกรใน จังหวัด
 - 4.4 ร่วมคิดและดำเนินกิจกรรมการพัฒนาการเกษตรที่ได้รับมอบหมายจากหน่วยงานต่างๆ
 - 4.5 รวบรวมปัญหาความต้องการทางด้านเกษตรจากคณะกรรมการอาสาสมัครเกษตรอำเภอ เพื่อขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
 5. บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการอาสาสมัครเกษตรกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (อกษ.กษ.)
 - 5.1 เป็นตัวแทนของคณะกรรมการอาสาสมัครเกษตรทุกระดับ
 - 5.2 เป็นศูนย์ประสานงานระหว่างอาสาสมัครเกษตรกับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

โสตทัศนศึกษา # 11.3 การพัฒนาผู้นำและอาสาสมัครในงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

1. การสร้างผู้นำในงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

หลักการในการคัดเลือกผู้นำ

1. ต้องกำหนดคุณสมบัติของบุคคลที่ต้องการให้ชัดเจน
2. คัดเลือกบุคคลที่จะมาเป็นผู้นำเกษตรกรจากบุคคลที่มีความใกล้ชิดและมีสภาพพื้นฐานใกล้เคียงกับเกษตรกรเป้าหมายส่วนใหญ่

3. คัดเลือกบุคคลที่จะมาเป็นผู้นำเกษตรกรโดยพิจารณาให้เหมาะสมกับบทบาทหน้าที่
4. คัดเลือกบุคคลที่จะมาเป็นผู้นำเกษตรกรในลักษณะผลัดเปลี่ยนหมุนเวียน
5. ต้องให้บุคคลที่จะคัดเลือกมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของผู้นำเกษตรกรที่จะปฏิบัติ
6. ต้องระวังไม่ให้เกิดปัญหาความแตกแยกของเกษตรกรหรือประชาชนในท้องถิ่น
7. เปิดโอกาสให้เกษตรกรในท้องถิ่นได้มีโอกาสในการคัดเลือกบุคคลที่จะขึ้นมาทำหน้าที่เป็นผู้นำเกษตรกรของท้องถิ่น
8. ให้เกษตรกรในท้องถิ่นเข้าใจในวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการมีผู้นำเกษตรกร
9. กำหนดขั้นตอนและวิธีการคัดเลือกอย่างชัดเจนโปร่งใส

วิธีการในการคัดเลือกผู้นำ

วิธีการในการคัดเลือก หมายถึง วิธีการที่จะให้ได้บุคคลตามที่ต้องการ ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนของการกำหนดหลักเกณฑ์ และส่วนของการคัดเลือก ได้แก่ การสังเกต การทดสอบ โดยใช้แบบทดสอบ และการสัมภาษณ์

การสร้างเสริมความรู้ความสามารถของผู้นำ

1. การสร้างเสริมด้านความรู้ เป็นการให้ความรู้ที่ผู้นำเกษตรกรควรจะต้องทราบและเข้าใจเพื่อนำไปปฏิบัติ
2. การปลูกฝังด้านทัศนคติ เนื่องจากงานด้านการเกษตรและการส่งเสริมการเกษตร เป็นงานที่หนักทั้งกายและใจ
3. การเพิ่มพูนทักษะ เป็นการสร้างเสริมความรู้ความสามารถของผู้นำเกษตรกรทางด้านทักษะ โดยให้ผู้นำเกษตรกรสามารถปฏิบัติหน้าที่ที่ต้องการได้อย่างชำนาญเป็นที่ยอมรับ

การพัฒนาภาวะผู้นำในงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

1. การเรียนรู้ และการฝึกปฏิบัติประกอบการเรียนรู้
2. การปฏิบัติจริง
3. การติดตามประเมินผลและการปรับปรุงพัฒนาภาวะผู้นำ

การพัฒนาภาวะผู้นำมานั้นที่สำคัญที่สุด คือ ผู้นำจะต้องเป็นผู้ลงมือเปลี่ยนแปลงตนเอง โดยเริ่มจากการสำรวจข้อบกพร่องของตนเพื่อค้นหาจุดที่ต้องปรับปรุงแก้ไขเป็นอันดับแรก เพื่อพิจารณาถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาภาวะผู้นำ จากนั้นจึงลงมือดำเนินการพัฒนาภาวะผู้นำในขั้นตอนลำดับต่อไป ทั้งนี้จะต้องอาศัยข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากการประเมินผลการพัฒนาภาวะผู้นำมาใช้ในการปรับปรุงพัฒนาภาวะผู้นำต่อไป

ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผู้นำในงานส่งเสริมและพัฒนากิจกรรม

1. ปัญหา (Disruption) การเปลี่ยนแปลงที่จะให้เกิดปัญหาและความผิดปกติ
2. ความปรารถนาอันแรงกล้า (Desire) ความปรารถนาอย่างแรงกล้าส่งผลให้เกิดความตั้งใจที่อยากทำ
3. วินัย (Discipline) วินัยเป็นการกระทำที่ทำให้เกิดความมุ่งมั่นและความพากเพียร
4. ความมุ่งมั่น (Determination) คือ อดทน ความไม่ถอย
5. ความรู้ (Knowledge) คือ การแสวงหาความรู้เพื่อที่จะพัฒนาตนเอง

วิธีการเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนา ผู้นำต้องอาศัยปัจจัยสำคัญ 5 ประการ เป็นปัจจัยที่ต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับบุคลิกและพฤติกรรมของตัวผู้นำและกลุ่มเป้าหมายที่จะพัฒนา เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดี และสามารถส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาขึ้นได้

2. การสร้างอาสาสมัครในงานส่งเสริมและพัฒนากิจกรรม

การพัฒนาอาสาสมัครในงานส่งเสริมและพัฒนากิจกรรม

การพัฒนาอาสาสมัครในงานส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมคือ การพัฒนาทักษะที่มีผลต่อการดำเนินงานอาสาสมัคร ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ทักษะที่สำคัญ ดังนี้

1. พัฒนาตนเอง
2. พัฒนาทีม
3. พัฒนาระบบงาน
4. พัฒนาองค์กร

การพัฒนาอาสาสมัครในงานส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมสิ่งสำคัญต้องเข้าใจถึงรูปแบบของงานอาสาสมัครเกะตรว่าเป็นงานที่ต้องรวบรวมบุคคลที่เป็นอาสาสมัครจำนวนมากจากหลายพื้นที่ทำให้บุคคลที่เป็นอาสาสมัครต้องมีการพัฒนา เริ่มตั้งแต่ตนเอง ทีมงาน และองค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของเป้าหมายในการให้ความช่วยเหลือในภาคการเกะตรทุกพื้นที่ได้มากยิ่งขึ้น

การสร้างเสริมคุณลักษณะที่ดีของอาสาสมัครเกะตร

1. การสร้างเสริมคุณลักษณะภายในจิตใจของอาสาสมัครเกะตร
 - 1.1 เมตตา อาสาสมัครเกะตรต้องมีความปรารถนาให้ผู้อื่นได้รับสุข
 - 1.2 กรุณา อาสาสมัครเกะตรต้องมีความปรารถนาให้ผู้อื่นพ้นทุกข์
 - 1.3 มุทิตา อาสาสมัครเกะตรต้องมีความยินดีเมื่อผู้อื่นได้ดี
 - 1.4 อุเบกขา อาสาสมัครเกะตรต้องรู้จักการวางเฉย
2. การสร้างเสริมคุณลักษณะการทำงานของอาสาสมัครเกะตร
 - 2.1 การเป็นอาสาสมัครเกะตรนั้น ต้องเต็มใจ
 - 2.2 การเป็นอาสาสมัครเกะตรนั้นต้องตั้งใจ

- 2.3 การเป็นอาสาสมัครเกษตรนั้น ต้องพอใจ
- 2.4 การเป็นอาสาสมัครเกษตรนั้นต้องดีใจ
- 2.5 การเป็นอาสาสมัครเกษตรนั้น ต้องภาคภูมิใจ

แนวทางการพัฒนางานอาสาสมัครเกษตร

1. ส่งเสริมการเป็นอาสาสมัครเกษตร
2. พัฒนาความรู้ความสามารถของอาสาสมัครเกษตร
3. พัฒนานอค์กรอาสาสมัครเกษตร
4. สร้างเครือข่ายองค์กรอาสาสมัครเกษตร
5. การประชาสัมพันธ์และรณรงค์
6. ส่งเสริมความร่วมมือกับต่างประเทศ

การบริหารจัดการงานอาสาสมัคร

1. การวางแผน เป็นหัวใจสำคัญต่อความสำเร็จของงานอาสาสมัคร
2. การคัดเลือกอาสาสมัคร
3. การปฐมนิเทศและการฝึกอบรม
4. การนิเทศงานและการประเมินผล
5. การยกย่องเชิดชูเกียรติ

หน่วยที่ 12

แผนยุทธศาสตร์ และการจัดการโครงการในการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

โสตทัศน์ที่ # 12.1 การวางแผนและแผนยุทธศาสตร์

1. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผน

ความหมายของการวางแผน

การวางแผนจึงหมายถึง กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการจัดสรรทรัพยากร ในปัจจุบัน เพื่อให้เกิดความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ในอนาคต ซึ่งเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต เพื่อแก้ไขปัญหาตามเป้าประสงค์ที่กำหนดไว้

งานที่จำเป็นต้องมีการวางแผน

- การวางแผนจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับนโยบายจาก กระทรวง กรม หรือหน่วยงานให้มีการวางแผนในเรื่องนั้นๆ
- งานที่มีปัญหาหรือเกิดสถานการณ์ที่ไม่พึงประสงค์อันนำมาซึ่งความเสียหายหรือสูญเสียทั้งในปัจจุบันหรืออาจจะเกิดในอนาคต
- งานที่ต้องการเพิ่มประสิทธิภาพหรือปรับปรุงเปลี่ยนแปลงองค์การเมื่อองค์การหรือหน่วยงานต้องการปรับสภาพแวดล้อมในการทำงานทั้งสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกให้ดีขึ้น
- งานใหม่ที่เป็นนวัตกรรม (Innovation) ซึ่งยังไม่เคยปฏิบัติมาก่อนและมีความยุ่งยากซับซ้อน ใช้เวลา งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์มาก
- กรณีที่ต้องการแสวงหาโอกาสใหม่ (Opportunity)

ประเภทของการวางแผน

- พิจารณาตามมิติของเวลา
 - การวางแผนระยะสั้น (Short-range Planning)
 - การวางแผนระยะกลาง (Medium-range Planning)
 - การวางแผนระยะยาว (Long-Range Planning)
- พิจารณาจากระดับการบริหารในองค์การ
 - การวางแผนกลยุทธ์ หรือยุทธศาสตร์ (Strategic Planning)
 - การวางแผนกลวิธี หรือแผนบริหาร (Tactical Planning)
 - การวางแผนดำเนินงาน (Operational Planning)

3. พิจารณาจากลักษณะของงาน
4. พิจารณาโดยอาศัยลักษณะของการกระทำ
 - 4.1 แผนใช้ครั้งเดียว (Single Use Plans)
 - 4.2 แผนถาวร (Standing Plans)
5. พิจารณาโดยจำแนกตามระดับการบริหารประเทศ
 - 5.1 การวางแผนระดับชาติ
 - 5.2 การวางแผนระดับภาค
 - 5.3 การวางแผนระดับท้องถิ่น
6. การพิจารณาประเภทของการวางแผนโดยจำแนกตามรูปแบบ
 - 6.1 การวางแผนแบบไม่เป็นทางการ
 - 6.2 การวางแผนแบบเป็นทางการ

หลักการวางแผนที่ดี

1. การวางแผนที่ดีจะต้องเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องตลอดเวลา
2. การวางแผนที่ดีจะต้องมีข้อมูลที่ถูกต้อง เชื่อถือได้ และข้อมูลต้องเพียงพอ
3. ความสำเร็จของการวางแผนจะขึ้นอยู่กับการจัดการทรัพยากร
4. การวางแผนที่ดี
 - 4.1 การสร้างทางเลือก หรือแสวงหาทางเลือก อย่างน้อย 2 ทางเลือก
 - 4.2 การวิเคราะห์ทางเลือกแต่ละทางเลือก การเปรียบเทียบทางเลือกแต่ละทางเลือก
 - 4.3 การเลือกทางเลือกที่เหมาะสมเพื่อการดำเนินการตามแผน
5. การวางแผนที่ดีจะต้องเน้นถึงการกระทำที่จะสามารถเป็นไปได้ในอนาคต
6. การวางแผนที่ดีควรคาดการณ์ในอนาคตได้ถูกต้องหรือใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด

มิติที่สำคัญเกี่ยวกับการวางแผน

1. ความสลับซับซ้อน (Complexity)
2. ความสำคัญ (Significant)
3. ความครอบคลุม (Comprehensiveness)
4. ความสมบูรณ์ (Completeness)
5. ความจำเพาะ (Specificity)
6. เวลา (Time)
7. ความยืดหยุ่น (Flexibility)
8. ลักษณะปกปิด (Confidential Nature)

9. การปฏิบัติอย่างเป็นทางการ (Formality)
10. การมอบอำนาจหน้าที่ (Authorization)
11. ความง่ายในการนำไปปฏิบัติ (Easy of Implementation)
12. ความง่ายในการควบคุม (Ease of Control)

ปัญหาและอุปสรรคในการวางแผน

1. มักขาดความรู้และความเข้าใจและไม่เห็นคุณค่าหรือความสำคัญเกี่ยวกับการวางแผน
2. การวางแผนต้องใช้ทรัพยากร ทั้งงบประมาณ บุคลากร และเวลา
3. การวางแผนของหลายหน่วยงานมักขาดข้อมูลที่แม่นยำ และเชื่อถือได้
4. ความยากลำบากในการหาข้อมูลเพื่อจัดทำแผน
5. หลายหน่วยงานขาดบุคลากรที่มีความรู้หรือความชำนาญในการวางแผน
6. หลายหน่วยงานการวางแผนมิได้ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลมาเป็นอย่างดี
7. บางครั้งการวางแผนไม่ได้คำนึงถึงสภาพแวดล้อมภายนอกองค์การที่มีผลกระทบต่อการวางแผนและการนำไปปฏิบัติ
8. ข้อจำกัดเรื่องระยะเวลาในการวางแผน
9. ถึงแม้จะมีการวางแผนเป็นอย่างดีแล้วก็ตาม ผู้ปฏิบัติงานไม่เข้าใจคุณค่า และความสำคัญของการวางแผน จึงทำให้ไม่นำแผนไปปฏิบัติอย่างจริงจัง

2. แนวคิดเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์

ความหมายของการวางแผนยุทธศาสตร์

การวางแผนยุทธศาสตร์ หมายถึง กระบวนการตัดสินใจเพื่อดำเนินงานของหน่วยงานให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์แม้จะต้องเสี่ยงกับสภาวะแวดล้อมที่ไม่แน่นอนหรือไม่สามารถจะคาดคะเนได้ โดยการตัดสินใจนั้นจะต้องเลือกเอาแผน ซึ่งคาดว่าจะใช้ได้ดีที่สุด เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานและการตัดสินใจเพื่อดำเนินการตามภารกิจของหน่วยงานหรือองค์การในอนาคต

ความสำคัญของแผนยุทธศาสตร์

1. เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่ช่วยให้องค์การสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างเหมาะสมกับสภาพการณ์เปลี่ยนแปลงไป
2. เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่ช่วยให้หน่วยงานในภาครัฐกิจ
3. เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่ช่วยส่งเสริมการจัดการภาครัฐแนวใหม่ ที่ให้ความสำคัญการปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐกิจทั้งระบบ

4. เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่มีส่วนช่วยยกระดับระบบการจัดทำงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน
5. เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่มีส่วนช่วยในการสร้างนวัตกรรมการบริหารจัดการ
6. เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่มีส่วนช่วยสนับสนุนหลักการประชาธิปไตย

ส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนยุทธศาสตร์

1. การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก
2. การกำหนดทิศทางของหน่วยงานเป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) และพันธกิจ (Mission)
3. การวิเคราะห์ถึงประเด็นสำคัญที่จะต้องมุ่งเน้นหรือให้ความสำคัญเพื่อที่จะบรรลุวิสัยทัศน์
4. การกำหนดเป้าประสงค์
5. การกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายของแต่ละเป้าประสงค์
6. การกำหนดกลยุทธ์ (Strategies)
7. การนำแผนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ

อุปสรรคการวางแผนยุทธศาสตร์

1. วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ที่กำหนดขึ้นขาดการสื่อสารและถ่ายทอดไปยังผู้บริหารระดับต่าง ๆ และบุคลากรในองค์กร
2. การขาดแรงจูงใจที่จะปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ โดยแรงจูงใจในการทำงาน มักมุ่งเน้นไปที่การทำงานประจำมากกว่างานยุทธศาสตร์
3. ระดับผู้ปฏิบัติไม่ค่อยใส่ใจและให้ความสำคัญกับยุทธศาสตร์มากนักโดยมองว่ายุทธศาสตร์เป็นกิจกรรมที่ทำปีละครั้งเท่านั้น

โสตทัศน์ที่ # 12.2 การจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรม

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน

สภาพแวดล้อมภายนอก

1. สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment) เป็นสภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร ไม่ว่าจะเป็้องค์กรประเภทใดก็ตาม ถึงแม้ว่าอิทธิพลเหล่านี้จะไม่มีผลกระทบโดยตรงในการดำเนินงานประจำวันขององค์กรก็ตาม แต่ก็มีความสำคัญมาก ซึ่งสภาพแวดล้อมทั่วไปเรียกอย่อ ๆ ว่า “STEPI” หมายถึง

S คือ Social หรือสังคม

T คือ Technology หรือ เทคโนโลยี

E คือ Economic หรือ เศรษฐกิจ

P คือ Political หรือ การเมือง

I คือ International หรือ จากต่างประเทศ

2. สภาพแวดล้อมเฉพาะหรือสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน เป็นสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อองค์การและความสำเร็จขององค์การมากกว่าแบบแรก

สภาพแวดล้อมภายใน

สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (internal environment) เป็นสภาพแวดล้อมที่เป็นทรัพยากรขององค์กร เช่น ความสามารถของบุคลากร ประเภทของสื่อที่มีอยู่หรือหาได้ ความพร้อมของสารที่ต้องการจะส่งให้กลุ่มเป้าหมาย งบประมาณที่มีอยู่ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนมีความสำคัญต่อการวางแผนกลยุทธ์ ความเข้มแข็งหรืออ่อนแอขององค์กรเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับทรัพยากรที่มีอยู่

1. กิจกรรมพื้นฐาน (Primary Activities)

1.1 การขนส่งสินค้า (Inbound Logistics)

1.2 การปฏิบัติการ (Operations)

1.3 การขนส่งขาออก (Outbound Logistics)

1.4 การตลาดและการขาย (Marketing and Sales)

1.5 การบริการ (Services)

2. กิจกรรมสนับสนุน (Supporting Activities) เ

2.1 โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure)

2.2 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)

2.3 การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development)

2.4 การจัดหาทรัพยากร (Procurement)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรเพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์

1. การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก

2. การกำหนดทิศทางของหน่วยงานเป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) และพันธกิจ (Mission)

3. การวิเคราะห์ถึงประเด็นสำคัญที่จะต้องมุ่งเน้นหรือให้ความสำคัญเพื่อที่จะบรรลุวิสัยทัศน์

4. การกำหนดเป้าประสงค์

5. การกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายของแต่ละเป้าประสงค์

6. การกำหนดกลยุทธ์ (Strategies) หรือสิ่งที่พิจารณาให้บรรลุเป้าประสงค์

7. การนำแผนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ เป็นการกำหนดแผนปฏิบัติการ (Action Plan)

2. การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์

การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ด้วยการวิเคราะห์ SWOT หรือ SWOT analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในมุ่งหาจุดแข็ง (Strength หรือ S) และจุดอ่อน (Weakness หรือ W) ขององค์กร และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์การมุ่งหาโอกาส (Opportunity หรือ O) และภัยคุกคาม (Threat หรือ T) โดยที่การดำเนินการวิเคราะห์ SWOT นั้น ควรจะพิจารณาจากทุกแง่มุมและทุกมิตินอกจากนี้ควรจะให้ทุกภาคส่วนขององค์กรร่วมกันวิเคราะห์ โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริหารระดับสูงถือว่าเป็นหน้าที่โดยตรงกับการวิเคราะห์เรื่องนี้

คุณลักษณะของกระบวนการวิเคราะห์ SWOT

1. การมีส่วนร่วมทุกระดับ ทั้งสมาชิกและผู้บริหาร
2. กระบวนการเรียนรู้ของผู้เกี่ยวข้องเกิดจากการที่ต้องคิดร่วมกัน
3. การใช้เหตุผล
4. การใช้ข้อมูล
5. การกระตุ้นให้คิดและเปิดเผยประเด็นซ่อนเร้น
6. การเป็นเจ้าของและพันธะสัญญา

ข้อควรคำนึงและปัญหาในกระบวนการวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์ SWOT ขององค์กรมีข้อที่ควรคำนึง 4 ประการ

1. องค์กรต้องกำหนดก่อนว่า องค์กรต้องการที่จะทำอะไร
2. การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคต้องกระทำในเวลาขณะนั้น
3. องค์กรต้องกำหนดปัจจัยหลัก (key success factors) ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานให้ถูกต้อง
4. องค์กรต้องประเมินความสามารถของตนให้ถูกต้อง

นอกจากข้อที่ควรคำนึงแล้วยังมีปัญหาที่ควรระวัง ดังนี้

1. การระบุจุดอ่อนต้องกระทำอย่างซื่อสัตย์
2. การจัดการกับกลไกการป้องกันตนเองต้องกระทำอย่างรอบคอบ
3. แนวโน้มการขยายจุดแข็งที่เกินความเป็นจริง
4. ความใกล้ชิดกับสถานการณ์ทำให้มองสถานการณ์ขององค์กรไม่ชัดเจน
5. การกำหนดบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการรวบรวมข้อมูลต้องระบุให้ชัดเจน
6. ข้อมูลไม่เพียงพอ และข้อมูลสิ่งแวดล้อมภายนอกเบี่ยงเบน

ขั้นตอนการดำเนินการวิเคราะห์

1. ระบุ SWOT
2. ทำผัง (แผนที่) SWOT
3. ให้นำหนักคะแนนเพื่อจัดลำดับความสำคัญเพื่อจัดลำดับความสำคัญต่อหัวข้อต่างๆ
4. การประเมิน S จุดแข็ง W จุดอ่อน O โอกาส T ภัยคุกคาม จากคะแนน ในข้อ 3
5. ลำดับความสำคัญของ SWOT
6. กำหนดยุทธศาสตร์เชิงรุก SO
7. กำหนดยุทธศาสตร์เชิงป้องกัน (ST)
8. กำหนดยุทธศาสตร์เชิงรับ (WO)
9. กำหนดยุทธศาสตร์เชิงถอยเล็ก (WT)

3. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและการพัฒนาการเกษตร

1. วัตถุประสงค์

- 1.1 เพื่อวางรากฐานให้คนไทยเป็นคนที่สมบูรณ์
- 1.2 เพื่อให้คนไทยมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม
- 1.3 เพื่อให้เศรษฐกิจเข้มแข็ง แข่งขันได้ มีเสถียรภาพ และมีความยั่งยืน
- 1.4 เพื่อรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อม
- 1.5 เพื่อให้การบริหารราชการแผ่นดินมีประสิทธิภาพ
- 1.6 เพื่อให้มีการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค
- 1.7 เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยมีความเชื่อมโยงกับประเทศต่างๆ

2. เป้าหมายรวม

- 2.1 คนไทยมีคุณลักษณะเป็นคนไทยที่สมบูรณ์
- 2.2 ความเหลื่อมล้ำทางด้านรายได้และความยากจนลดลง
- 2.3 ระบบเศรษฐกิจมีความเข้มแข็งและแข่งขันได้
- 2.4 ทุนทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสามารถสนับสนุนการเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 2.5 มีความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตย
- 2.6 มีระบบบริหารจัดการภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12

ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ชาติทั้ง 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

1. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์
2. ยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรม ลดและความเหลื่อมล้ำในสังคม
3. ยุทธศาสตร์การสร้างการแข่งขันทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

4. ยุทธศาสตร์การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน
5. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่งและยั่งยืน
6. ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบ
 - ประกอบกับอีก 4 ยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาพื้นฐานเชิงยุทธศาสตร์และกลไกสนับสนุนให้การดำเนินยุทธศาสตร์ทั้ง 6 ด้านให้สัมฤทธิ์ผล ประกอบด้วย
7. ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์
8. ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม
9. ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ
10. ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา
3. แนวทางการพัฒนาที่มีความสำคัญสูงและสามารถผลักดันสู่การปฏิบัติ
 - 3.1 การบริหารจัดการเศรษฐกิจส่วนรวม เพื่อสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ
 - 3.2 การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ
4. แผนรองรับ

ผลักดันประเด็นการพัฒนาให้มีความเชื่อมโยงเข้ากับนโยบายรัฐบาล แผนการบริหารราชการแผ่นดิน แผนแม่บทของหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนอย่างเป็นขั้นตอนทั้งทิศทางวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ตัวชี้วัด
5. แผนงานและโครงการสำคัญ
 - 5.1 การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ
 - 5.2 การพัฒนาเกษตรอย่างยั่งยืน
 - 5.3 การพัฒนาเกษตรผ่านกระบวนการประชารัฐ

ไต่ตักทัศน์ที่ # 12.3 การบริหารโครงการเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

1. การเขียนโครงการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

ความหมายของโครงการ

โครงการ (project) หมายถึง เป็นแผนงานหรือกิจกรรมที่จัดทำขึ้นเพื่อนำไปปฏิบัติให้เป็นระบบพร้อมกันมีแนวทางหรือแบบแผนในการปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินการ มีจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดชัดเจน โดยมีบุคคลหรือหน่วยงานรับผิดชอบเป็นผู้รับผิดชอบ

ดังนั้น โครงการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร จึงหมายถึง แผนงานหรือกิจกรรมที่จัดทำขึ้นเพื่อการถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยีทางการเกษตร อย่างมีระบบ แบบแผน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

ของแผนงานหรือกิจกรรมนั้นๆ ภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยมีบุคคลหรือหน่วยงานเป็นผู้รับผิดชอบ
แผนงานหรือกิจกรรมนั้น

ความสำคัญของโครงการ

1. โครงการทำให้นโยบายของหน่วยงานได้รับการตอบสนอง
2. เป็นหลักฐานในการปฏิบัติงาน
3. ช่วยให้งานดำเนินไปสู่เป้าหมายได้เร็วขึ้น
4. ประหยัดทรัพยากร เพราะโครงการเป็นตัวกำหนดการปฏิบัติงานให้ชัดเจน
5. เป็นการช่วยให้บุคลากรในหน่วยงานร่วมรับผิดชอบอย่างทั่วถึง
6. ช่วยชี้ให้เห็นถึงปัญหา และภูมิหลังของการทำงาน
7. ช่วยให้การปฏิบัติงานตามแผนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
8. ช่วยให้แผนงานมีความชัดเจน โดยบุคคลที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจและรับรู้ถึงปัญหาร่วมกัน
9. ช่วยให้แผนงานมีความเป็นไปได้สูงเพราะมีผู้รับผิดชอบ และมีความเข้าใจในการดำเนินงาน
10. ช่วยลดความขัดแย้ง และขจัดความซ้ำซ้อนในหน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงาน
11. สร้างทัศนคติที่ดีต่อบุคลากรในหน่วยงาน เป็นการเสริมสร้างความสามัคคี
12. สร้างความมั่นคงให้กับแผนงาน และสร้างความมั่นใจในการดำเนินงานให้กับผู้มีหน้าที่รับผิดชอบ
13. สามารถควบคุมการทำงานได้สะดวกไม่ซ้ำซ้อน

โครงการสามารถแบ่งออกได้หลายประเภทตามลักษณะและความเหมาะสม

1. แบ่งตามโครงการออกเป็นระยะเวลา
2. แบ่งตามความสำคัญของโครงการ
3. แบ่งประเภทของโครงการตามลักษณะของผู้เสนอโครงการ
 - 3.1 โครงการที่เสนอโดยตัวบุคคล
 - 3.2 โครงการที่เสนอโดยกลุ่มบุคคล
 - 3.3 โครงการที่เสนอโดยหน่วยงาน

ลักษณะของโครงการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ดี

1. เป็นประโยชน์และสามารถแก้ปัญหาของเกษตรกรหรือชุมชนได้อย่างทันเหตุการณ์
2. เกิดจากการมีส่วนร่วมของเกษตรกรหรือคนในชุมชน
3. เป็นโครงการที่มีประสิทธิภาพ
4. มีรายละเอียด วัตถุประสงค์ เป้าหมายชัดเจน
5. สอดคล้องกับแผนหลักขององค์การ
6. เป็นโครงการกำหนดขึ้นจากข้อมูลที่เป็นความจริงและเป็นข้อมูลที่ได้รับการวิเคราะห์อย่างดี

7. มีการบูรณาการความร่วมมือในหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง
8. ต้องมีระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุด

ส่วนประกอบของการเขียนโครงการ

1. ส่วนนำ หมายถึง ส่วนที่จะบอกข้อมูลเบื้องต้นของโครงการโดยให้รายละเอียดเกี่ยวกับชื่อโครงการ
2. ส่วนเนื้อหา หมายถึง ส่วนที่บอกสาระสำคัญของโครงการโดยให้รายละเอียดเกี่ยวกับวิธีดำเนินการหรือขั้นตอนการปฏิบัติอย่างละเอียด
3. ส่วนขยายความ หมายถึง ส่วนประกอบต่างๆที่บอกรายละเอียดเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย

หลักการเขียนโครงการส่งเสริมและพัฒนากษेत्र

1. การเขียนโครงการจะต้องมีความชัดเจนก่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน
2. การเขียนโครงการควรคำนึงถึงวัตถุประสงค์เป็นลำดับแรก
3. การใช้ถ้อยคำสำนวนในการเขียนโครงการควรมีหลักการสำคัญ

หลักในการพิจารณาโครงการเพื่อดำเนินการ

1. หลักการตอบสนองนโยบาย
2. หลักการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์
3. หลักการวิเคราะห์ประสิทธิภาพ
4. หลักการพิจารณาผลผลิต
5. หลักการวิเคราะห์การนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ทำให้สามารถก่อให้เกิดประสิทธิภาพ

2. การดำเนินโครงการ

ในการดำเนินโครงการส่งเสริมและพัฒนากษेत्र นักส่งเสริมควรพิจารณาดำเนินการในขั้นตอนหรือกระบวนการ ดังนี้

1. การศึกษาสถานการณ์
2. การวิเคราะห์ วินิจฉัย ปัญหาและสาเหตุ
3. การวางแผนดำเนินการ

กระบวนการวางแผนโครงการส่งเสริมการเกษตร

1. การวินิจฉัยปัญหา
2. การกำหนดวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ที่ดีต้องมีลักษณะ “S-M-A-R-T” ดังนี้

1. ชัดเจน เฉพาะเจาะจง และเข้าใจง่าย (S: simple and specific)
 2. สามารถวัดความสำเร็จได้ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (M: measurable)
 3. สามารถดำเนินการให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ (A: attainable)
 4. มีเหตุมีผลที่จะนำไปปฏิบัติ และเป็นจริงในสภาพที่เป็นอยู่ (R: reasonable or realistic)
 5. กำหนดระยะเวลาในการดำเนินงานไว้ชัดเจน (T: time-bound)
3. การทำแผนปฏิบัติงาน
1. ต้องการทำอะไรให้สำเร็จ โดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้
 2. ทำอย่างไร และทำที่ไหน
 3. ทำเมื่อไร
 4. ใครเป็นผู้รับผิดชอบ
 5. ต้องใช้ทรัพยากรใดบ้าง
4. การตรวจสอบและปรับปรุงแผน
 5. การดำเนินงานตามแผนและการประเมินผล
 6. การปฏิบัติงานตามแผนงาน
 7. การรายงาน ติดตามและประเมิน

กลยุทธ์ในการบริหารโครงการส่งเสริมการเกษตร

1. การสร้างทีมงาน
2. การประสานงาน
3. การนิเทศงาน
4. การสร้างสิ่งจูงใจ
5. การมอบอำนาจหน้าที่
6. การกำหนดแนวปฏิบัติที่ชัดเจน
7. การติดตามและประเมินผลงาน

3. การติดตามและประเมินโครงการ

1. การประเมินผลก่อนการดำเนินงานโครงการ (Ex-ante evaluation หรือ Pre evaluation)
2. การประเมินผลระหว่างดำเนินโครงการ (Ongoing evaluation)
3. การประเมินผลหลังสิ้นสุดโครงการ (EX-post evaluation หรือ Post evaluation)

ขอบเขตการประเมินผลโครงการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

1. การประเมินวัตถุประสงค์โครงการ
2. การประเมินผลการดำเนินงานตามโครงการ
3. การประเมินประสิทธิผล (Effectiveness evaluation) และการใช้ประโยชน์จากผลได้เบื้องต้น
4. การประเมินประสิทธิภาพ (Efficiency evaluation)
5. การประเมินผลกระทบของโครงการ
6. การประเมินผลการดำเนินงานทั้งหมดพร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะ

หน่วยที่ 13

การส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรในเขตเมือง ชานเมือง และชนบท

โสตทัศนที่ # 13.1 การส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรในเมือง

1. เกษตรในเมืองและรูปแบบที่เป็นไปได้

แนวคิดพื้นฐานและความสำคัญของเกษตรในเมือง (Urban Agriculture)

1. โลกเปลี่ยน คนต้องเปลี่ยนวิธีคิดตามการเปลี่ยนแปลงด้วย
2. ความสำคัญของเกษตรในเมือง : การเกษตรช่วยสร้างเมืองแห่งอนาคต

แนวคิดสำคัญของรูปแบบการเกษตรในเมือง : เน้นการวิเคราะห์เชิงระบบในประเด็นการตอบสนองความคาดหวังของผู้บริโภค

1. แนวคิดของระบบการเพาะปลูกพืชต้องเป็นอาหารไม่ใช่แค่ออกซิเจน เมืองสามารถฟื้นคืนชีพจากวิกฤตเศรษฐกิจได้
2. รูปแบบของระบบการเกษตรในเมืองของประเทศในกลุ่มอาเซียนที่เน้นการมีรายได้เสริมของคนในเมืองเพื่อช่วยค่าครองชีพ
3. รูปแบบของระบบพื้นฐานการเกษตรในเมืองและแนวคิดบางอย่างในบางประเทศ
4. การเกษตรในเมืองในสหรัฐอเมริกาบางมุมมอง

แนวคิดเชิงระบบของเมืองนำอยู่ของไทยในการใช้พื้นที่ในเมือง

1. สวนเกษตรในเมืองเป็นความหวังใหม่ของคนเมืองผู้อยากจะได้รายจ่าย
2. เมื่อมีการใช้ที่ดินอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว แม้ที่ดินจะมีอย่างจำกัดแต่ก็สามารถพัฒนาเป็นสวนเกษตร
3. สวนเกษตรในเมืองต้องเป็นนโยบายแห่งอนาคตของอาเซียนในการสร้างสรรค์เมืองให้น่าอยู่

แนวคิดเชิงระบบของการเกษตรในเมืองของประเทศไทย

1. ความคิดพื้นฐานทั่วไป
2. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้กำหนดให้โครงการเมืองเกษตรสีเขียวมีประเด็นสำคัญเกี่ยวข้อง
3. BKK model (Bangkok model) ที่ใช้แนวทางตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

2. กลุ่มเป้าหมายของการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเกษตรในเมือง และรูปแบบของระบบที่เหมาะสม

กลุ่มเป้าหมายการส่งเสริมการเกษตรในเมือง

กลุ่มเป้าหมายกลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มนักธุรกิจอนาคตที่ทำธุรกิจใหม่

กลุ่มเป้าหมายกลุ่มที่ 2 ที่เป็นเจ้าของกิจการ

กลุ่มเป้าหมายกลุ่มที่ 3 เป็นกลุ่มกิจการเพื่อสังคม

กลุ่มเป้าหมายกลุ่มที่ 4 เป็นกลุ่มที่อยู่ในบ้านจัดสรรที่มีพื้นที่ทางแนวราบ

สรุปได้ว่า

1. จากโฉมหน้าอนาคตของเกษตร 4.0 ส่งผลให้รูปแบบการเกษตรในเมืองจะมีกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ใช่เกษตรกรปัจจุบันที่อยู่ในชนบทปัจจุบัน เพราะนวัตกรรมก้าวกระโดดของ “อุตสาหกรรม 4.0” ของสังคมโลกที่บูรณาการด้านข้อมูลในรูปแบบของ “Big Data” มาใช้ประโยชน์ร่วมกับนวัตกรรมแบบก้าวกระโดดของโลกที่เป็นการปฏิวัติอุตสาหกรรม 4.0 ของสังคมโลกจึงเกิดผลให้มีกลุ่มเป้าหมาย “เกษตร4.0” ที่แตกต่างกันไปตามภารกิจในการประกอบการของเกษตรในเมือง

2. ผลที่พึงปรารถนาในการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเกษตรในเมือง เช่น การยกระดับความมั่นคงทางอาหารในเมือง เกษตรในเมืองเพิ่มความยืดหยุ่นของเมืองเพื่อการปรับตัวต่อวิกฤตและการเปลี่ยนแปลง การขับเคลื่อนร่วมกัน กลุ่มชนหรือบุคคลและตัวแปรที่เกี่ยวข้องต่างๆ ในลักษณะที่ต่างฝ่ายต่างมีความอิสระแต่มาพึ่งพาอาศัยกัน ลดระยะทางในการขนส่งอาหาร และลดพลังงานในการเก็บรักษา ลดขยะและทำให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าการทำเกษตรในเมือง ในการจัดการกับขยะอินทรีย์

3. ความสำเร็จของเกษตรในเมืองในโมเดลอนาคต ขึ้นอยู่กับการมีวิสัยทัศน์ที่กำหนดภาพอนาคตที่มีการทำแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการตอบโจทย์ของความต้องการที่จำเป็นในแต่ละสถานการณ์

3. แนวทาง กลยุทธ์ ที่สำคัญของระบบในการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเกษตรในเมือง

1. แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเกษตรในเมืองให้เป็นผู้ประกอบการ

1.1 กลุ่มกิจการเพื่อสังคม ประกอบด้วย กิจการเพื่อสังคมที่ไม่แสวงหากำไร แต่มีการหารายได้กิจการเพื่อสังคมแบบลูกผสม และ กิจการเพื่อสังคมที่พัฒนามาจากธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

2. แนวทางการทำธุรกิจสร้างสรรค์ของบริษัทในประเทศไทย ศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบในการร่วมผลักดันทำอุตสาหกรรมหลักที่ นำแนวคิดเศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์ และทุนทางวัฒนธรรมของไทยมาต่อยอดการสร้างสินค้าให้มีมูลค่าได้ คือกลุ่มเกษตรและอาหาร (สมาร์ทฟาร์ม) กลุ่มหัตถกรรม กลุ่มบริการ กลุ่มไลฟ์สไตล์ และกลุ่มกีฬา สำหรับกลุ่มสมาร์ทฟาร์ม มีการตั้งเป้า ให้ประเทศไทย

เป็นแหล่งอาหารเลี้ยงโลก ที่จะมีการพัฒนารูปแบบการให้บริการของธุรกิจที่ตอบโจทย์ ผู้บริโภคในยุคดิจิทัลมากขึ้น ผ่านการพัฒนาด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ

3. แนวทางสนับสนุนเอกชนประกอบธุรกิจในการแปรรูปสินค้าเกษตรมากขึ้น

4. แนวทางการกระตุ้นบุคคลและกลุ่มเป้าหมายให้เกิดแรงจูงใจในการทำการเกษตรในเมือง ส่วนยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่

4.1 การเกษตรในเมืองเป็นกุญแจแก้ไขปัญหาความไม่มั่นคงด้านอาหารในเมือง

4.2 การพัฒนาแบบยั่งยืนที่เน้นความรับผิดชอบต่อสังคม

4.3 การสร้างให้เกิดผู้ประกอบการรายย่อย และเครือข่าย สถาบันฯ ดำเนินธุรกิจเกษตรและอาหารในการขายของทางออฟไลน์และออนไลน์

โสตทัศนศึกษา # 13.2 การส่งเสริมและพัฒนากิจการเกษตรในเมือง

1. การส่งเสริมและพัฒนากิจการเกษตรในเมืองกับการรับโอกาสจากการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัล (Values Based Economy) ในบรรยากาศของเศรษฐกิจดิจิทัล

1. การส่งเสริมและพัฒนากิจการเกษตรในเมืองในอนาคตจะมีรูปแบบของระบบการส่งเสริมและพัฒนากิจการเกษตรที่เกี่ยวข้องกับการรับโอกาสจากการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัล (Values -Based Economy) ในบรรยากาศของเศรษฐกิจดิจิทัล

2. รูปแบบหลักของการส่งเสริมและพัฒนากิจการเกษตรของไทยจะเกี่ยวข้องกับการก่อให้เกิดการหลุดพ้นจากการติดกับดักสถานการณ์ของสภาวะ (New Normal) เพื่อการก้าวจากการเป็นประเทศกลุ่มรายได้ปานกลาง-สูงขั้นสู่ประเทศกลุ่มรายได้สูง

3. การส่งเสริมและพัฒนากิจการเกษตรในเมืองจึงจะเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงธุรกิจใหม่ (Startup) และระบบการเงินใหม่ที่เกิดในเมืองที่เน้นการเป็นผู้ประกอบการด้านเกษตรและอาหารเข้ากับระบบการเกษตรในชนบทที่ส่วนใหญ่เป็นแค่ผู้ผลิตเท่านั้น ให้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการประกอบการด้วยระบบนวัตกรรมนำการตลาดและนวัตกรรมนำการจัดการ ให้เริ่มเข้าสู่ระบบของวิถีและแนวทางขั้นต้นของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม ในขณะเดียวกัน การส่งเสริมและพัฒนากิจการเกษตรในเมืองจะเป็นตัวนำระบบที่มีวิธีการประกอบการในการขายผลิตภัณฑ์และบริการที่มี แบนด์สินค้าที่เพิ่มมูลค่าเพิ่มเพราะมีความพร้อมในการเป็นแกนนำของเกษตรในชนบทมากกว่าคนในชนบทเอง

4. การปรับเปลี่ยนรูปแบบของระบบการส่งเสริมและพัฒนากิจการเกษตรที่จะเกิดในเมืองจึงจำเป็นต้องอาศัยโมเดลความสำเร็จ (Success Model) ที่เป็นการปฏิบัติที่ได้ผลทางธุรกิจ (Best Practice) จากประเทศที่มีการก้าวกระโดดทางระบบการพัฒนากิจการเกษตร เช่น ประเทศจีน

2. แนวทางการส่งเสริมและการพัฒนาของเกษตรกรในเมืองที่เหมาะสม

1. แนวทาง หมายถึง แนวทางการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ที่มีองค์ประกอบหลายประการที่เกิดจากมุมมองหลายมุมมองที่เป็นความคิดเชิงระบบที่มีเหตุผลและมีความสัมพันธ์กันของระบบย่อยที่เกี่ยวข้องที่มีปฏิสัมพันธ์กันเชิงระบบในการคาดการณ์ถึงความเป็นไปได้ในการบรรลุการตัดสินใจที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์แก่กลุ่มเป้าหมายการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

2. มีแนวทางที่กำหนดเป็นเชิงระบบได้แก่

2.1 ระบบการแปรรูปสินค้าเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าที่มีกระบวนการการทำงานเกี่ยวข้องกับ

2 ห่วงโซ่ คือ การจัดการห่วงโซ่อุปทานและการจัดการห่วงโซ่คุณค่า

2.2 ระบบการขายสินค้าเกษตรและอาหารทางออนไลน์ที่ก่อให้เกิดรากฐานการก้าวกระโดดจากการเป็นผู้ผลิตสู่การเป็นผู้ประกอบการ ที่นำไปสู่ภาวะการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมภายใต้บรรยากาศของเศรษฐกิจดิจิทัลที่สร้างโอกาสที่ทัดเทียมกันแก่เครือข่ายเกษตรกรที่มีความพร้อมสามารถมีร้านเสมือนจริง (Virtual shop) ในการขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ได้

2.3 การต่อยอดเกษตรกรทฤษฎีใหม่และปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้วยศาสตร์พระราชา

2.4 แนวทางการประสานพลังของฐานรากเพื่อสร้างความเข้มแข็งและความสามารถในการจัดการตนเองของชุมชน

3. แนวทางการพัฒนาแบบยั่งยืนตามแนวทางของ “SDGs” (Sustainable Development Goals)

3. นักส่งเสริมกับการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรในเมือง

นักส่งเสริมในฐานะผู้นำในการนำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) จะต้องดำเนินการในการส่งเสริมการเกษตรแบบชุมชนเมือง

1. นำการเปลี่ยนแปลงตามทฤษฎีการพัฒนา

2. การรับรู้และปรับสร้างอุปนิสัย (Characteristic) ที่จำเป็นต่อความสำเร็จในด้านต่าง ๆ ดังนี้

2.1 การกระตุ้นให้กลุ่มเครือข่ายเป้าหมายให้เน้นด้านการก่อตั้งจิตใจ ให้จิตควบคุมใจ ทำให้ความคิดนำการกระทำมากขึ้นเรื่อย ๆ

2.2 เป็นตัวเร่งปฏิกิริยาให้ผลงานเกิดการบรรลุมากที่สุด

2.3 การสนับสนุนการตั้งองค์กรเครือข่าย

2.4 การบอกแหล่งข้อมูลการเกษตรเพื่อให้การถ่ายโอนข้อมูลที่เป็นความรู้สู่สำเร็จของคนสำเร็จมาก่อนให้เอาไปปฏิบัติแบบทำไปเรียนรู้ไป

3. การปรับคุณลักษณะที่จำเป็นต่อความสำเร็จของผู้นำในการนำการเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับแนวทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมภายใต้บรรยากาศเศรษฐกิจดิจิทัลที่รวมไปถึงการสร้างอุปนิสัยที่จำเป็นต่อความสำเร็จของผู้นำการเปลี่ยนแปลงในการทำงานกับเครือข่ายเกษตรกร เพื่อถ่ายโอนทั้งคุณลักษณะและอุปนิสัยสู่เครือข่ายเกษตรกรเป้าหมายในที่สุด

โลตทัศน์ที่ # 13.3 การส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรในชนบท

1. รูปแบบการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรในชนบท

1. การวิเคราะห์รูปแบบการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรในชนบทที่เน้นด้านการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ
2. กรอบความคิดของการส่งเสริมการเกษตร
3. การแบ่งประเภทของกลุ่มเป้าหมายการเกษตร
4. เกณฑ์วัดและตัวชี้วัดที่สำคัญของกระบวนการช่วยตนเองได้

2. แนวทางการเข้าถึงเพื่อสนับสนุนการปรับตัวการประกอบการเกษตรของชนบท

- แนวทางเกษตรทฤษฎีใหม่ ฝนก ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และศาสตร์ของพระราชราชา
- แนวทางการพัฒนาการตามกระบวนการช่วยตนเองและการพัฒนาการพึ่งตนเอง
- แนวทางประชารัฐ
- แนวทางประชาสังคม
- แนวทางพบกันครึ่งทางเพื่อประโยชน์ร่วมจากการทำงานร่วมกัน
- แนวทางกระบวนการสื่อสารแบบหลายช่องทาง
- แนวทางการจัดการทรัพยากรการเกษตรมีความสมดุลแลยั่งยืน
- แนวทางการร่วมมือกันทางวิชาการระหว่างหมู่บ้านที่กำลังพัฒนา
- แนวทางปรัชญาพุทธ

1. แนวทางสำคัญในการเข้าถึงเกษตรกร และกลุ่มเครือข่ายเป้าหมาย เป็นช่องทางที่สำคัญที่เจ้าหน้าที่ของรัฐและเอกชน พึงรับรู้ในการสนับสนุนด้านการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรแก่กลุ่มเป้าหมายอย่างแยบยล เพื่อให้มีการสนับสนุนอย่างถูกหลักการ และเกิดผลลัพธ์ที่พึงปรารถนาตามโจทย์ที่ตั้งไว้ในฐานะที่เกษตรกร และกลุ่มเครือข่ายเป้าหมายเป็นผู้กระทำ และเจ้าหน้าที่ของรัฐและเอกชนเป็นผู้สนับสนุน ไม่ใช่เจ้าหน้าที่รัฐและเอกชนเป็นผู้กระทำ เพราะผลลัพธ์ที่พึงปรารถนาคือการเกิดสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ ที่ต้องลงมือทำเอง ไม่ใช่การแบมือขอ หรือเสมือนการเลี้ยงดูเด็กที่ต้องดูแลแต่ไม่ใช่อุ้มเด็กด้วยความหวังดีตลอดที่ทำให้เขาอาจจะเดินเล่น ทำสิ่งต่าง ๆ ซ้ำกว่าที่เขาต้องกระทำเอง โดยมีผู้สนับสนุนอย่างถูกระบบ

2. แนวทางที่กำหนดขึ้นเป็นกรอบจึงมาจากแนวทางการเข้าถึงที่จะก่อให้เกิดการสนับสนุนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน ในการให้เขาเข้าสู่กระบวนการการช่วยตนเอง และกระบวนการพัฒนาการพึ่งตนเองด้วยการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายเป้าหมาย เพื่อได้มีการฝึกฝนการทำงานร่วมกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์จากการร่วมมือกันอย่างแท้จริง

3. กลยุทธ์การส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่เหมาะสม

กลยุทธ์ คือ การกำหนดเส้นทาง แนวทางอันชาญฉลาดในการบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ตามวิสัยทัศน์ขององค์กรที่เน้นภาคการเกษตรและอาหาร ในด้านการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่วิเคราะห์ตามแนวทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม ภายใต้บรรยากาศของเศรษฐกิจดิจิทัลที่มุ่งหวังผลลัพธ์ให้เกษตรกรเป้าหมายเปลี่ยนจากผู้ผลิตเป็นผู้ประกอบการทางการเกษตร ประเด็นยุทธศาสตร์(Strategic Issue)ของการสร้างสรรค์

- ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue)ของการสร้างสรรค์

1. การเริ่มจากสิ่งที่มีอยู่ในชุมชน (Start from Where they are)

2. กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ

- ประเด็นยุทธศาสตร์ในการให้การส่งเสริมการศึกษาแก่กลุ่มเป้าหมายเกษตรกร เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรม

- ประเด็นกลยุทธ์การสนับสนุนเกษตรกรพันธุ์ใหม่ ให้ภาคเกษตรและอาหารเข้มแข็ง

- ประเด็นยุทธศาสตร์จัดตั้งศูนย์เรียนรู้เกษตรกรทฤษฎีใหม่ของกระทรวงเกษตรฯ

- ประเด็นกลยุทธ์การทำการเกษตรแปลงใหญ่

- ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านกระบวนการผลิตที่มีมาตรฐาน

- ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการตลาดเกษตรและอาหารเพื่อสุขภาพและความงาม

ผลที่พึงปรารถนาการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรในชนบทตามแนวทางและกลยุทธ์ที่เหมาะสม

1. เป็นศูนย์กลางการส่งเสริมและการพัฒนาการเกษตรเพื่อการแข่งขันการค้าระหว่างประเทศ

2. เพิ่มคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย

3. สร้างความเข้มแข็งแก่องค์กรในชุมชนด้วยการปรับหลักการทำงานของ SE มาใช้

4. ประสานพลังในรูปแบบการการพัฒนาแบบบูรณาการเพื่อเกิดพลังร่วม

4.1 ขยายพื้นที่เข้าช่วยเหลือเกษตรกรให้มีพื้นที่เพิ่มมากขึ้นในทุกภูมิภาค

4.2 โฟกัสที่เครือข่ายการเกษตร

4.3 พัฒนาระบบการผลิตครบวงจร

หน่วยที่ 14

การสร้างสรรค์สื่อเพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์นวัตกรรมในการส่งเสริมและ พัฒนาการเกษตร

โสตทัศนที่ # 14.1 การสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารของผู้เผยแพร่นวัตกรรม

1. ความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในการเผยแพร่นวัตกรรม

ความหมายและความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์

ความคิดสร้างสรรค์ คือ ความสามารถทางสมอง ที่ใช้ในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ พัฒนาสิ่งที่มีอยู่แล้ว ตลอดจนเชื่อมโยงวิธีการต่างๆ ในแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นให้สำเร็จลุล่วงไปได้ ความคิดสร้างสรรค์ เป็นสิ่งที่คุณจะสามารถเรียนรู้ฝึกฝนและพัฒนาได้หากมีกระบวนการที่ถูกต้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การกระตุ้นให้เกิดความคิดริเริ่ม การระดมความคิดเห็น การยืดหยุ่นทางความคิดและการฝึกฝนการคิด ประมวลผลเพื่อนำความรู้เหล่านั้นมาพัฒนาเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ ความคิดสร้างสรรค์จึงมีความสำคัญ ต่อมนุษย์และสังคม

1. ช่วยสร้างสรรค์สิ่งใหม่
2. พัฒนาสิ่งที่มีอยู่เดิมให้ดีขึ้น
3. ขยายขีดจำกัดทางความคิดของมนุษย์

การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์

1. ขยายกรอบอ้างอิงทางความคิดของตนเอง
2. ตั้งคำถามกับความเชื่อหรือวิธีการที่มีอยู่เดิม
3. ฝึกมองจากมุมมองอื่นๆ
4. สร้างความคิดใหม่จากสิ่งที่มีอยู่เดิม
5. ฝึกคิดสร้างสรรค์อย่างสม่ำเสมอ
6. คิดแบบโปรแอกทีฟหรือคิดเชิงรุก

แนวทางการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่นวัตกรรม

1. ค้นคว้าเป็นประจำ
2. ถอดบทเรียนจากผลงานที่ประสบความสำเร็จ
3. มองผ่านข้อจำกัด
4. จัดบันทึกทุกสิ่งที่น่าสนใจเสมอ

5. คิดให้มากกว่า 1 วิธีการ
6. ฝึกฝนนิสัยกล้าเสี่ยง
7. มีงานอดิเรกที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์
8. มีอารมณ์ขันอยู่เสมอ
9. จัดเวลาเพื่อพักผ่อนอย่างพอดี

2. ข้อมูลและแหล่งข้อมูลในการสร้างสรรค์สื่อเพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์วัฒนธรรม

ความหมายและประเภทของข้อมูลที่ใช้ในการสร้างเนื้อหา

ข้อมูล (data) หมายถึง ข้อความ ตัวเลข ตัวอักษร รูปภาพ สิ่งของ แสง สี เสียง และสัญลักษณ์ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้บ่งบอกข้อเท็จจริง หรือสถานการณ์ที่เป็นอยู่ (information) โดยสามารถแบ่งประเภทของข้อมูลและสารสนเทศได้หลายรูปแบบ เช่น

1. แบ่งตามแหล่งที่มา
2. แบ่งตามลักษณะของข้อมูล
3. แบ่งตามรูปลักษณะ
4. แบ่งตามประเภทของสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่และกระจายสารสนเทศ

ลักษณะของข้อมูลและสารสนเทศที่ดี

1. มีความถูกต้อง (accurate)
2. มีความทันสมัย (up to date)
3. ตรงประเด็น ตรงต่อความต้องการ (relevant)
4. ความสมบูรณ์ครบถ้วน (comprehensiveness)
5. ความเชื่อถือได้ (reliable)

แหล่งสารสนเทศที่สำคัญเพื่อใช้ในการสร้างเนื้อหา

1. แหล่งข้อมูลสารสนเทศภาครัฐ
2. แหล่งข้อมูลสารสนเทศภาคเอกชน
3. แหล่งข้อมูลสารสนเทศประเภทบุคคล
4. แหล่งข้อมูลสารสนเทศประเภทสิ่งแวดล้อมและชุมชน
5. แหล่งข้อมูลสารสนเทศประเภทสื่อมวลชน
6. แหล่งข้อมูลสารสนเทศจากอินเทอร์เน็ต

3. สื่อและทักษะที่ควรมีในการสร้างสรรค์สื่อเพื่อเผยแพร่นวัตกรรม

1. สื่อที่ใช้โดยทั่วไปในงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

- 1.1 สื่อบุคคล
- 1.2 สื่อสิ่งพิมพ์
- 1.3 วิทยุกระจายเสียง
- 1.4 วิทยุโทรทัศน์
- 1.5 สื่อภาพยนตร์
- 1.6 สื่ออินเทอร์เน็ต
- 1.7 สื่อกิจกรรม

2. สื่อตามแนวคิดการสื่อสารการตลาด

- 2.1 สื่อที่ต้องเสียเงินซื้อ (Paid Media)
- 2.2 สื่อที่เราเป็นเจ้าของ (Own Media)
- 2.3 สื่อที่ได้รับ (Earn Media)

ทักษะที่ควรมีในการสร้างสรรค์สื่อในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

การมีสื่อที่มีคุณภาพ มีเนื้อหาที่ดี ได้รับการตอบรับจากกลุ่มเป้าหมายและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ที่สอดคล้องกับเป้าหมายของการผลิตและเผยแพร่สื่อ นั้นย่อมไม่ได้เกิดจากการที่สื่อที่มีความสวยงาม หูหรร่า หรือเร้าใจในเชิงภาพและเสียงแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่เกิดจากการที่สื่อเหล่านั้นมีเนื้อหา ที่เปรียบเสมือนแก่นกลางหรือประเด็นสาระที่มีความสอดคล้อง เข้ากันได้กับสื่อและสามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพจนเกิดการยอมรับ สื่อที่ดีจึงย่อมเกิดจากกระบวนการทำงานร่วมกันใน 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนของการสร้างสรรค์เนื้อหา และส่วนของการสร้างสรรค์สื่อ ซึ่งนำมาซึ่งการพัฒนาทักษะสำคัญ 2 หมวด ได้แก่

ทักษะการสร้างสรรค์เนื้อหา

1. ทักษะในการรวบรวมข้อมูล
2. ทักษะการประเมินข้อมูล
3. ทักษะการเล่าเรื่อง

ลักษณะของเนื้อหาที่ดี

1. มีลักษณะสร้างแรงบันดาลใจ (inspire people)
2. ก่อให้เกิดทักษะใหม่ (instruct people)
3. เป็นข้อมูลที่ให้เรื่องราวที่น่าสนใจแก่ผู้รับสาร (inform people)

ทักษะในการสร้างสรรค์สื่อ

1. ทักษะการสร้างสรรค์ภาพ
2. ทักษะการออกแบบสื่อนำเสนอ

ลักษณะของสื่อที่ดี

1. มีความโดดเด่นน่าสนใจ
2. เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน
3. สามารถเผยแพร่ต่อได้ง่าย

การพัฒนาตนเองเพื่อการเป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหาและผู้สร้างสรรค์สื่อที่ดี

1. เป็นผู้รักการอ่าน
2. เป็นผู้ฟัง
 - 2.1 ฟังเพื่อความเข้าใจ
 - 2.2 ฟังเพื่อรับรู้สิ่งใหม่ๆ
3. รู้จักคิดวิเคราะห์
4. มีจินตนาการ
5. รักในการค้นคว้า
6. ลงมือทำจริง
7. มีความรับผิดชอบและเป็นมืออาชีพ

ไต่ตทัศน์ที่ # 14.2 กระบวนการในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์นวัตกรรม

1. การเตรียมการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์นวัตกรรม

1. การตั้งเป้าหมาย
 - 1.1 เพื่อให้เกิดการตระหนักรู้ (Awareness)
 - 1.2 เพื่อให้เกิดการตัดสินใจตอบสนอง (Direct response) เ
2. การระบุผู้ชมหรือกลุ่มเป้าหมาย
 - 2.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามเนื้อหา (contextual targeting)
 - 2.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามลักษณะบุคคล (audience targeting)
3. การเลือกสื่อ
 - 3.1. ลักษณะการเลือกใช้สื่อของกลุ่มเป้าหมาย (target audience media habit)
 - 3.2 ลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ (product)
 - 3.3 ลักษณะของข่าวสาร (message)
 - 3.4 ค่าใช้จ่าย (cost)

2. การผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์นวัตกรรม

การผลิตสื่อ เป็นขั้นตอนสำคัญในการสร้างสรรค์เครื่องมือในการสื่อสารของนักส่งเสริมให้สำเร็จสมบูรณ์ จนสามารถนำไปใช้งานให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารได้ ในขั้นตอนการผลิตนี้มีประเด็นที่ควรศึกษา 3 ประเด็น

หลักการผลิตสื่อเพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์นวัตกรรม

1. สอดคล้องกับวัตถุประสงค์
2. มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน
3. ชื่อเรื่องน่าสนใจและมีเนื้อหาที่สอดคล้องกัน
4. มีความสอดคล้องกับชีวิตและมีคุณค่าต่อผู้รับสาร
5. คำนึงถึงความประหยัดและมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนการผลิตสื่อเพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์นวัตกรรม

1. การอนุมัติหรือการยืนยันการผลิต
2. การวางแผนการผลิต
3. การออกแบบและการผลิตสื่อต้นแบบ
4. การทดสอบหรือทดลองใช้
5. การปรับปรุงสื่อ

แนวทางของการดำเนินการผลิตสื่อเพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

1. การดำเนินการด้วยตนเองหรือภายในองค์กร (Do it in-house)
2. การว่าจ้างผู้ผลิตภายนอกองค์กร (Outsourcing)
 - 2.1 การว่าจ้างบริษัทเดียวรับงานทั้งหมด (Turn-key outsourcing)
 - 2.2 การว่าจ้างหลายบริษัทรับงานคนละส่วน (Outsource to multiple vendors)

3. การใช้และการประเมินผลการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์นวัตกรรม

กระบวนการใช้และประเมินผลสื่อเพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์นวัตกรรม

1. การใช้สื่อ
 - 1.1. แผนการใช้สื่อ การวางแผนการใช้สื่อให้เกิดประสิทธิภาพ
 - 1.1.1 การเข้าถึงสื่อ (Reach: R)
 - 1.1.2 ความถี่ (Frequency: F)
 - 1.1.3 ความต่อเนื่อง (Continuity: C)

- 1.2 ผู้รับสาร ถือเป็น “ปัจจัยภายนอก” ที่นักส่งเสริมฯ ไม่สามารถควบคุมได้
- 1.3. สิ่งรบกวน เป็นสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการใช้สื่อ
2. การประเมินผลสื่อ
 - 2.1 การประเมินความก้าวหน้า (Formative evaluation)
 - 2.2 การประเมินผลโดยรวม (Summative evaluation)
 - 2.3 การประเมินความคุ้มค่าเปรียบเทียบ (Value of money)
 - 2.4 การประเมินค่าประสิทธิภาพ (Effectiveness)
 - 2.5 การประเมินค่าประสิทธิผล (Efficiency)

โสตทัศนที่ # 14.3 กรณีศึกษาในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์นวัตกรรม

1. กรณีศึกษากระบวนการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดการตัดสินใจ

วัตถุประสงค์สำคัญของการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เรื่องราวต่างๆ นั้น คือ การมุ่งหวังให้กลุ่มเป้าหมายในฐานะผู้รับสาร ได้รับทราบข้อมูลต่าง ๆ ในแง่มุมที่ผู้ส่งสารนำเสนอ เพื่อนำไปสู่การตระหนักรู้ และความสนใจที่มากพอจนเกิดการเรียนรู้และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่ผู้ส่งสารต้องการให้เกิดขึ้น

กรณีของงานด้านการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์นวัตกรรมหรือเรื่องราวต่าง ๆ เพื่อให้เกษตรกรเกิดการตัดสินใจ เป็นภารกิจหนึ่งที่สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งจากนโยบายด้านการส่งเสริมการเกษตรที่มุ่งจูงใจให้เกษตรกร หรือกลุ่มเป้าหมายเกิดการตัดสินใจยอมรับสิ่งที่ภาครัฐหรือนักส่งเสริมฯ ได้นำเสนอให้ปฏิบัติ ซึ่งเป็นการดำเนินการส่งเสริมในลักษณะเชิงรุก ที่มุ่งนำเสนอข้อมูลประกอบการตัดสินใจ ด้วยการวางแผนการสื่อสาร ผลิตสื่อในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เกษตรกร ได้รับข้อมูลข่าวสารในมุมมองที่เป็นประโยชน์ ต่อการยอมรับนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีด้านการเกษตร ตามที่นักส่งเสริมฯ ได้นำเสนอให้

2. กรณีศึกษากระบวนการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้

การเสริมสร้างความรู้ให้กับบุคคล เป็นหน้าที่สำคัญประการหนึ่งของนักส่งเสริมการเกษตร เพราะความรู้เป็นทรัพยากรสำคัญที่สุดในการเปลี่ยนแปลงวิถีคิด ทักษะ และ การกระทำของบุคคล การถ่ายทอดองค์ความรู้จึงทำได้หลายวิธีการ ซึ่งวิธีการหนึ่ง คือการใช้ประโยชน์จากความก้าวหน้าของระบบสื่อสารที่ทำให้การเผยแพร่และถ่ายทอดเครื่องมือในการพัฒนาตนเองนี้ เป็นไปได้อย่างรวดเร็วและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่มากขึ้น

หน่วยที่ 15

การติดตามและการประเมินการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

โสตทัศนที่ # 15.1 แนวคิดและหลักการของการติดตามและการประเมิน

1. ความหมายและความสำคัญของการติดตามและการประเมิน

ความหมายของการติดตาม ความสำคัญของการติดตาม

1. ความหมายของการติดตาม

การติดตามเป็นกระบวนการของการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการจัดทำรายงานเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานโครงการกับแผนที่กำหนดไว้ เพื่อเป็นการตรวจสอบความครอบคลุมงานของโครงการและการตรวจสอบกระบวนการดำเนินงานของโครงการ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามแผน

2. ความสำคัญของการติดตาม

2.1 การกำหนดความรับผิดชอบ

2.2 การตรวจสอบความก้าวหน้าของผลการดำเนินงานตลอดระยะเวลาการทำงานของโครงการ

2.2.1 การใช้ทรัพยากรและกระบวนการดำเนินงาน

2.2.2 ความราบรื่นของโครงการ

2.2.3 ปัญหา อุปสรรค ที่ต้องแก้ไขหรือปรับเปลี่ยนเพื่อให้การดำเนินงานไปด้วยความเรียบร้อย

2.3 การให้ข้อมูลและสารสนเทศสำหรับการตัดสินใจของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน

สรุปได้ว่า การติดตามเป็นภารกิจที่สำคัญของการวางแผน การบริหารแผนและโครงการ เพราะการติดตามสามารถเป็นข้อมูลย้อนกลับนำมาใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานของโครงการได้ ขณะเดียวกันทำให้ค้นพบข้อบกพร่องของการปฏิบัติงาน การติดตามเป็นเครื่องมือของผู้บริหารสามารถนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงระบบการวางแผน สามารถทำให้ปรับสภาพการปฏิบัติงานให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

ความหมายและความสำคัญของการประเมินผล

1. ความหมายของการประเมิน

การประเมิน หมายถึง การรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข่าวสารเพื่อนำมาใช้ตัดสินคุณค่าของโครงการ ซึ่งเป็นการใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์หรือระเบียบวิธีวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงและเชื่อถือได้ มีการเลือกหาข้อมูล รวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้บริหาร

2. ความสำคัญของการประเมิน

- 2.1 ช่วยทำให้การกำหนดวัตถุประสงค์และมาตรฐานของการดำเนินงานมีความชัดเจน
- 2.2 ช่วยให้โครงการหรือแผนงานบรรลุวัตถุประสงค์
- 2.3 เป็นตัวช่วยสำคัญในการควบคุมคุณภาพของงาน
- 2.4 เป็นการให้ข่าวสารในการตัดสินใจ
- 2.5 ช่วยให้การใช้ทรัพยากรเป็นไปอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์เต็มที่
- 2.6 เป็นประโยชน์แก่การวางแผน
- 2.7 มีส่วนในการสร้างขวัญและกำลังใจให้ผู้ปฏิบัติงาน

สรุปได้ว่า การประเมินโดยเฉพาะการประเมินผลโครงการมีส่วนช่วยให้ผู้บริหารโครงการได้ทราบคุณภาพและความชัดเจนของโครงการว่า สามารถสนองตอบความต้องการของสังคมได้มากน้อยเพียงใด และยังช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้ว่าจะดำเนินโครงการต่อหรือยุติโครงการ หรือต้องปรับปรุงโครงการ

การป้องกันและแก้ไขปัญหา รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพของโครงการ ดังนี้

1. การตรวจสอบความล่าช้าของงาน
2. การป้องกันการจ่ายเงินเกินงบประมาณ
3. การเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงาน
4. ความยั่งยืนของการพัฒนา
5. องค์ความรู้และกระบวนการเรียนรู้

2. ประเภทและรูปแบบของการติดตามและการประเมิน

ประเภทและรูปแบบของการติดตาม

1. ประเภทของการติดตาม

1.1 แบ่งโดยยึดสิ่งที่ต้องการตรวจสอบ

- 1.1.1 การติดตามการควบคุมด้านปริมาณ (quantitative monitoring)
- 1.1.2 การติดตามการควบคุมด้านคุณภาพ (qualitative monitoring)
- 1.1.3 การติดตามควบคุมด้านเวลา (time monitoring)
- 1.1.4 การติดตามด้านค่าใช้จ่าย (expense monitoring)

1.2 การแบ่งโดยยึดจุดมุ่งหมายของการติดตามผลเป็นเกณฑ์

- 1.2.1 การติดตามการปฏิบัติตามกฎและระเบียบ (compliance monitoring)
- 1.2.2 การติดตามการปฏิบัติงาน (performance monitoring)
- 1.2.3 การติดตามการปฏิบัติงานเชิงวิเคราะห์ (diagnosis monitoring)

- 1.3 การแบ่งโดยยึดการพิจารณาจุดเน้นขององค์ประกอบของโครงการเป็นหลัก
 - 1.3.1 การติดตามด้านปัจจัยนำเข้า (input monitoring)
 - 1.3.2 การติดตามด้านกระบวนการ (process monitoring)
 - 1.3.3 การติดตามด้านผลผลิต (product monitoring)
- 1.4 แบ่งโดยยึดลักษณะต่างๆ ไปของประเภทการติดตาม แบ่งการติดตามได้เป็น 7 ประเภท
 - 1.4.1 การติดตามของแนวโน้ม (trend monitoring)
 - 1.4.2 การติดตามงานขั้นต้น (Baseline monitoring)
 - 1.4.3 การติดตามการดำเนินงานตามแผน (implementation monitoring)
 - 1.4.4 การติดตามประสิทธิผล (effectiveness monitoring)
 - 1.4.5 การติดตามโครงการ (project monitoring)
 - 1.4.6 การติดตามความถูกต้อง หรือความน่าเชื่อถือ (validation monitoring)
 - 1.4.7 การติดตามการปฏิบัติตามกฎและระเบียบ (compliance monitoring)

2. รูปแบบของการติดตาม

- 2.1 การติดตามโดยใช้การจัดประชุม
- 2.2 การติดตามโดยการจัดทำแผนกิจกรรม
- 2.3 การติดตามโดยการรายงาน

ประเภทและรูปแบบของการประเมิน

1. ประเภทของการประเมิน

- 1.1 แบ่งตามลักษณะการประเมินการปฏิบัติงาน (performance evaluation)
 - 1.1.1 การประเมินก่อนการปฏิบัติงานหรือก่อนเริ่มโครงการ (ex-ante evaluation)
 - 1.1.2 การประเมินระหว่างดำเนินการ (on-going evaluation)
 - 1.1.3 การประเมินผลหลังการดำเนินงาน (ex-post evaluation)
- 1.2 แบ่งโดยยึดหลักของการประเมิน
 - 1.2.1 การประเมินผลขั้นต้น (context evaluation or baseline survey)
 - 1.2.2 การประเมินผลระหว่างดำเนินงาน (process evaluation or formative evaluation)
 - 1.2.3 การประเมินผลสุดท้าย (product evaluation or summative evaluation)
 - 1.2.4 การประเมินผลกระทบ (impact evaluation)

1.3 แบ่งโดยยึดแบบแผนของการประเมินเป็นหลัก

1.3.1 การประเมินเชิงสำรวจ (survey evaluation)

1.3.2 การประเมินเชิงทดลอง (experimental evaluation)

1.3.3 การประเมินโดยใช้รูปแบบการประเมิน (evaluation based on evaluation model)

2. รูปแบบของการประเมิน

2.1 การประเมินที่ยึดวัตถุประสงค์เป็นหลัก (goal attainment)

2.2 การประเมินตามแนว CIPP Model

2.2.1 การประเมินสภาพแวดล้อม/บริบท (Context evaluation: C)

2.2.2 การประเมินปัจจัยเบื้องต้นการนำเข้า (Input evaluation: I)

2.2.3 การประเมินผลกระบวนการ (Process evaluation: P)

2.2.4 การประเมินผลผลิต (Product evaluation: P)

2.3 การประเมินตามกรอบ Log-frame หรือกรอบตรรกของโครงการ

2.3.1 จุดมุ่งหมายของโครงการ

2.3.2 สิ่งื่บอความก้าวหน้าตามเป้าหมาย (objectively verifiable indicators)

2.3.3 ข้อสันนิษฐานเกี่ยวกับความสำเร็จของโครงการ

นอกจากนี้รูปแบบของการประเมินผล อาจแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบ

1. การประเมินผลตามระยะเวลา

1.1 การประเมินผลก่อนเริ่มโครงการ

1.2 การประเมินผลระหว่างดำเนินโครงการ

1.3 การประเมินเมื่อโครงการเสร็จสิ้น

1.4 การประเมินผลหลังโครงการสิ้นสุด

2. การประเมินผลในเชิงเปรียบเทียบ

3. การประเมินผลแบบมีส่วนร่วม (Participatory Evaluation)

วิธีการประเมินผลแบบมีส่วนร่วมไว้ 5 วิธี

1. การประเมินโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจร่วมกับการศึกษาเชิงคุณภาพ

2. การประเมินโดยใช้วิธีการวิจัยแบบมีส่วนร่วมและการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

3. การประเมินโดยใช้วิธีการทำงานร่วมกันเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำและเห็นพ้องต้องกัน

4. การประเมินโดยใช้วิธีการให้ประชาชนมีส่วนร่วมกับคณะผู้ประเมิน

5. การประเมินโดยใช้วิธีการให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ประเมินและมีนักวิชาการหรือนักพัฒนาผู้ปฏิบัติงานโครงการเป็นผู้สนับสนุน

3. สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงและปัญหาของการติดตามและการประเมิน

สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการประเมิน

- ข้อเท็จจริง (Evidence)
- คุณประโยชน์ (Benefit)
- ความถี่ (Frequency)
- ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback)
- ข้อผูกมัด (Commitment)
- ความเป็นปรนัย (Objectivity)
- วัตถุประสงค์ (Objective)
- มาตรฐาน (Standards)
- ความสอดคล้องสัมพันธ์ (Relevance)
- ค่านิยม (Values)

ปัญหาในการติดตามและประเมิน

การเกิดปัญหาเป็นเรื่องธรรมดา เพราะปัญหามีไว้แก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่เป็นปัญหาเกี่ยวกับด้านนโยบาย ผู้บริหาร ปัญหาด้านวิชาการ ปัญหาด้านการปฏิบัติงาน ปัญหาด้านงบประมาณ ปัญหาด้านตัวบุคคล ปัญหาด้านระบบและเทคนิค และปัญหาด้านตัวชี้วัด

ปัญหาด้านนโยบาย

1. ขาดการกำหนดนโยบาย
2. ขาดกลไกในการควบคุม

ปัญหาด้านผู้บริหาร

ผู้บริหารบางคนนอกจากไม่เห็นความสำคัญของการติดตามและการประเมินแล้วยังไม่เข้าใจแนวคิดหรือแนวทางของการติดตามและประเมินงานส่งเสริมการเกษตร ทำให้การสั่งการหรือการกำหนดนโยบายผิดพลาดได้

ปัญหาด้านวิชาการ

1. ขาดการพัฒนาเทคนิคและวิธีการของการติดตามและประเมิน
2. ขาดการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรของหน่วยงาน
3. ขาดการเผยแพร่ศาสตร์ของการติดตามและประเมิน
4. ขาดการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ของงานและการใช้งาน

ปัญหาด้านบุคลากร

1. มีความรู้และความชำนาญ ไม่เพียงพอในการติดตามและประเมิน
2. จำนวนไม่เพียงพอ
3. บุคลากรไม่มีเวลา
4. บุคลากรที่ทำหน้าที่ประเมินขาดความเอาใจใส่
5. บุคลากรผู้ถูกประเมิน
6. บุคลากรที่ทำหน้าที่ตรวจสอบการประเมิน

ปัญหาด้านงบประมาณ

ปัญหาด้านงบประมาณมีขอบเขตครอบคลุมถึงการเสนอขอตั้งงบประมาณเพื่อการติดตามและประเมินงานส่งเสริมการเกษตร ปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือ การขอตั้งงบประมาณเพื่อการนี้ไม่ค่อยชัดเจนมักจะ แอบแฝงอยู่ในงบประมาณอื่น ๆ เสมอ ๆ

ปัญหาด้านระบบและเทคนิค

1. ไม่มีระบบครบสมบูรณ์
2. ขาดเครือข่ายความเชื่อมโยง
3. การเป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์อื่น ๆ

ปัญหาด้านคุณสมบัติของตัวชี้วัด

1. ความถูกต้องของตัวชี้วัด (Validity)
2. ความเป็นสากล (Universal)
3. การถูกจำกัดด้วยเวลาหรือสถานที่ (Influence)
4. การเป็นที่ยอมรับ (Acceptability)
5. สามารถคำนวณได้ง่าย (Calculation)
6. ความประหยัดในการจัดทำตัวชี้วัด (Low Cost)
7. มีความโปร่งใส (Transparency)

ไสตท์ทัศน์ที่ # 15.2 องค์ประกอบและขั้นตอนการติดตามและการประเมิน

1. องค์ประกอบของการติดตามและประเมิน

องค์ประกอบที่สำคัญในการติดตามและประเมิน ประกอบด้วย 4 ส่วนที่สำคัญ ได้แก่ ผู้เกี่ยวข้องกับการติดตามและประเมิน สิ่งที่ถูกติดตามและประเมิน กระบวนการติดตามและประเมิน และผลการติดตามและประเมินนั้น โดยองค์ประกอบทั้ง 4 ส่วนนั้นจะต้องมีความสัมพันธ์กัน

ผู้เกี่ยวข้องกับการติดตามและประเมินงานส่งเสริมการเกษตร

1. ผู้ติดตามและประเมิน
2. ผู้รับการประเมิน
3. ผู้นำผลการประเมินไปใช้

สิ่งที่ถูกติดตามและประเมิน

1. สภาพแวดล้อมของงานโครงการ
2. ปัจจัยนำเข้า
3. กระบวนการ
4. ผลผลิตและผลลัพธ์จากการมีส่วนร่วมผลิต

กระบวนการติดตามและประเมิน

1. การวิเคราะห์งานโครงการที่จะติดตามและประเมิน
2. การกำหนดวัตถุประสงค์และข้อมูลที่จะศึกษาในการติดตามและประเมิน
3. การรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ ตีความและการสรุปผล

ผลการติดตาม

1. มีความถูกต้อง แม่นยำ น่าเชื่อถือ
2. ครอบคลุมเนื้อหาสาระตามความต้องการ
3. สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ง่าย

2. ขั้นตอนการติดตามและประเมิน

1. ขั้นตอนการวางแผนและออกแบบระบบ
 - 1.1 วิเคราะห์งานโครงการที่จะติดตามและประเมิน
 - 1.2 การจัดคณะผู้ติดตามและประเมินและการแบ่ง
 - 1.3 การกำหนดวัตถุประสงค์ของการติดตามและประเมิน
 - 1.4 การจัดทำตัวชี้วัดและมาตรฐานการดำเนินงาน
 - 1.5 การกำหนดแหล่งข้อมูล
 - 1.6 การกำหนดวิธีการและเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล
 - 1.7 การกำหนดแผนการทำงานของคณะผู้ติดตามประเมิน

2. ขั้นตอนการดำเนินการติดตามและประเมิน

- 2.1 การเตรียมตัวก่อนออกติดตามและประเมิน
- 2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 2.3 การประมวลผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการตีความ

3. ขั้นตอนการรายงานผล

- 3.1 ขั้นตอนการจัดทำรายงาน เริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมา
- 3.2 ขั้นตอนการนำเสนอผลการประเมินเป็นตอนสุดท้ายของการติดตามประเมิน

3. แนวทางการติดตามและประเมิน

1. ด้านแนวคิดและหลักการ

- 1.1 ควรมีการกำหนดแนวคิดหลักการร่วมกันให้ชัดเจนตั้งแต่เริ่มต้น
- 1.2 การติดตามและประเมิน ต้องมีทัศนคติที่ดีต่อการดำเนินงานติดตามและประเมิน เห็นประโยชน์และไม่ลำเอียงต่องานและบุคคลเป้าหมาย
- 1.3 นโยบายขององค์กรในการติดตามและประเมินต้องมีความชัดเจน
- 1.4 การติดตามและประเมินควรเป็นกระบวนการหนึ่งที่ทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน
- 1.5 การติดตามและประเมินควรเป็นช่องทางหนึ่งในการสื่อสารทำความเข้าใจร่วมกันของฝ่ายบริหารฝ่ายปฏิบัติการและเกษตรกรทำให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกันและมีโอกาสสะท้อนความคิดเห็นต่อกันและกัน

2. ด้านการออกแบบติดตามและประเมิน

- 2.1 การออกแบบกระบวนการติดตามและประเมิน
- 2.2 การออกแบบเพื่อการดำเนินการติดตามและประเมิน ควรดำเนินการภายใต้การคำนึงถึงสภาพแวดล้อมต่างๆ โดยไม่ยึดติดกับรูปแบบที่ตายตัว
- 2.3 การกำหนดประเด็นการติดตามและประเมิน ควรมีความครอบคลุมในมิติต่าง ๆ ทุกมิติที่เกี่ยวข้องและครอบคลุมกับเนื้อหา
- 2.4 ในการกำหนดตัวชี้วัดเพื่อการติดตามและประเมิน ควรกำหนดให้ชัดเจน จัดได้ตรงกับวัตถุประสงค์ของงานหรือโครงการนั้น ๆ
- 2.5 การออกแบบการติดตามประเมินไม่ควรมีความยุ่งยากและซับซ้อนจนเกินไปจนผู้เกี่ยวข้อง

3. ด้านการดำเนินการติดตามและประเมิน

- 3.1 ควรให้ความสำคัญและเปิดโอกาสให้กับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการ
- 3.2 ควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บังเกิดผลและสร้างความตระหนัก ตื่นตัวและการเก็บข้อมูลได้อย่างต่อเนื่อง

- 3.3 ควรมีการตรวจสอบยืนยันข้อมูลจากหลายแหล่งหลายกลุ่มของผู้ให้ข้อมูล
- 3.4 ควรทำงานร่วมกันเป็นทีม
- 3.5 ควรสร้างบรรยากาศในการติดตามและประเมินที่มีบรรยากาศแบบกัลยาณมิตร

4. ด้านผลและการเผยแพร่ผลการติดตามประเมิน

- 4.1 ควรได้รับทราบผลทั้งในแง่ข้อดี ข้อด้อย ผลกระทบเชิงบวก เชิงลบ และปัญหาในการดำเนินโครงการเพื่อจะได้ทราบผลที่แท้จริง
- 4.2 ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทุกระดับควรให้ความสำคัญกับผลที่ได้จากการศึกษาที่นำไปสู่การปรับปรุงงานโครงการหรือการปรับปรุงองค์กรอย่างแท้จริง
- 4.3 ควรมีการสะท้อนข้อมูลต่าง ๆ ผลการติดตามและประเมิน
- 4.4 ควรสร้างช่องทางการเผยแพร่สื่อสารผลการติดตามประเมินให้กับผู้เกี่ยวข้องได้เข้าถึงข้อมูลและได้รับทราบผลได้
- 4.5 ผลการติดตามและประเมิน ควรเป็นกระบวนการที่ทำให้องค์กรได้ความรู้ ค้นพบกรณีตัวอย่างที่ดีๆ ให้แก่องค์กร

5. ด้านอื่น ๆ

- 5.1 ระบบสนับสนุนในการดำเนินการติดตามและประเมินในด้านต่าง ๆ ควรสนับสนุนให้กระบวนการติดตามประเมินเป็นไปได้อย่างคล่องตัวและเอื้อต่อการขับเคลื่อนกระบวนการให้กับผู้เกี่ยวข้องให้มากที่สุด เพื่อให้การติดตามและประเมินประสบผลสำเร็จ
- 5.2 ควรระวังผลกระทบและป้องกันปัจจัยสอดแทรกที่จะทำให้กระบวนการติดตาม
- 5.3 คำถามที่สำคัญอื่น ๆ ที่ควรพิจารณา

โสตทัศน์ที่ # 15.3 วิธีการติดตามและการประเมินการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

1. เกณฑ์การประเมินองค์กรคุณภาพ TQA

ความเป็นมาของรางวัลคุณภาพแห่งชาติ

รางวัลคุณภาพแห่งชาติ (Thailand Quality Award: TQA) ถือเป็นรางวัลระดับโลก (World Class) เนื่องจากมีพื้นฐานทางด้านเทคนิคและกระบวนการตัดสินรางวัลเช่นเดียวกับรางวัลคุณภาพแห่งชาติของประเทศสหรัฐอเมริกา หรือ The Malcolm Baldrige National Quality Award (MBNQA) ซึ่งเป็นต้นแบบรางวัลคุณภาพแห่งชาติที่ประเทศต่างๆ หลายประเทศทั่วโลกนำไปประยุกต์

เจตนารมณ์ ของ “รางวัลคุณภาพแห่งชาติ”

รางวัลคุณภาพแห่งชาติเป็นรางวัลอันทรงเกียรติซึ่งได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางเป็นเครื่องหมายแสดงถึงความเป็นเลิศในการบริหารจัดการขององค์กรที่ทัดเทียมระดับมาตรฐานโลก

เจตนารมณ์

1. เพื่อสนับสนุนการนำรางวัลคุณภาพแห่งชาติไปใช้ในการปรับปรุงความสามารถในการแข่งขัน
2. เพื่อประกาศเกียรติคุณให้แก่องค์กรที่ประสบผลสำเร็จในระดับมาตรฐานโลก
3. เพื่อกระตุ้นให้มีการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ
4. เพื่อแสดงให้เห็นนานาชาติเห็นถึงความมุ่งมั่นในการยกระดับมาตรฐานความเป็นเลิศในการบริหารจัดการ

ประโยชน์ต่อองค์กร

องค์กรที่ได้รับรางวัลจะเป็นที่ยอมรับจากองค์กรต่างๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ และมีสิทธิ์ใช้ตราสัญลักษณ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ ซึ่งสื่อถึงความเป็นเลิศในระบบการบริหารจัดการในการโฆษณาประชาสัมพันธ์องค์กร รวมทั้งมีโอกาสส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยการนำเสนอวิธีปฏิบัติที่นำไปสู่ความสำเร็จและเปิดโอกาสให้มีการเข้าเยี่ยมชมสถานประกอบการเพื่อเป็นแบบอย่างให้กับองค์กรอื่นๆ นำไปประยุกต์ เพื่อให้ประสบผลสำเร็จเช่นเดียวกัน

เกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติเพื่อผลการดำเนินการที่เป็นเลิศ

เจตจำนงค์ของเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ คือ การช่วยให้องค์กรตอบคำถามที่ท้าทาย 3 ข้อ

1. องค์กรดำเนินการได้ดีเท่าที่ควรหรือไม่
2. องค์กรรู้ได้อย่างไร
3. องค์กรควรปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงอะไร ด้วยวิธีการอย่างไร

โครงสร้างเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติเพื่อผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศ

หมวด 1 การนำองค์กร

หมวด 2 กลยุทธ์

หมวด 3 ลูกค้า

หมวด 4 การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้

หมวด 5 บุคลากร

หมวด 6 การปฏิบัติการ

หมวด 7 ผลลัพธ์

2. การประเมินแบบสมดุล (Balanced Scorecard)

แนวคิดและทฤษฎีดัชนีวัดความสำเร็จแบบสมดุล (Balanced Scorecard: BSC)

ทฤษฎี Balanced Scorecard (BSC) เป็นเครื่องมือการจัดการ ที่ถูกคิดขึ้นมาโดย Robert Kaplan และ David Norton ตั้งแต่ทศวรรษที่ 1990 ระยะเวลาเริ่มนั้น BSC จะใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินผลองค์กรเป็นหลักโดยให้มีการประเมินในหลายๆ มิติหรือมุมมองมากขึ้นแทนที่จะวัดแค่การเงิน แต่ต้องวัดลูกค้า ด้านกระบวนการภายในสภาพแวดล้อมภายนอกต่อมาเมื่อแนวคิดเกี่ยวกับ BSC ได้ถูกนำไปใช้ในองค์กรต่างๆ มากขึ้นก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาจากที่ใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินผลองค์กรเป็นหลักขยายไปสู่การใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการสื่อสารและถ่ายทอดกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติจากวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ขององค์กรไปสู่แผนที่ทางกลยุทธ์ (Strategy Map) ไปสู่การจัดทำตัวชี้วัดและเป้าหมายที่องค์กรจะต้องบรรลุสู่การวางแผนปฏิบัติการและการจัดทำงบประมาณพร้อมทั้งใช้เป็นเครื่องมือให้กับผู้บริหารจะเรียนรู้ว่ากลยุทธ์และสิ่งที่องค์กรทำนั้นถูกต้องหรือไม่ โดยมักจะทำอยู่ในรูปของ Key Performance Indicators หรือ KPI หรือดัชนีชี้วัดผลการทำงาน ซึ่งแนวคิดพื้นฐานของ BSC มีปัจจัยวัดผลสำเร็จครอบคลุมมุมมอง 4 มุมมอง

1. มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective)

- 1.1 การเติบโตและส่วนประสมของรายได้
- 1.2 การลดต้นทุนหรือการเพิ่มผลผลิตให้มากขึ้น
- 1.3 การใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์หรือกลยุทธ์การลงทุน

2. มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective)

- 2.1 ส่วนแบ่งตลาด
- 2.2 การรักษาฐานลูกค้าเก่า
- 2.3 การเพิ่มของลูกค้ากลุ่มใหม่
- 2.4 ความพึงพอใจของลูกค้า
- 2.5 ผลกำไรจากลูกค้า

3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal-Business-Process Perspective)

4. มุมมองด้านการเติบโตและการเรียนรู้ (Learning and Growth Perspective)

- 4.1 แบ่งตามความสามารถของพนักงาน
- 4.2 ความสามารถของระบบข้อมูล
- 4.3 การจูงใจ

กระบวนการในการพัฒนาและจัดทำ Balanced Scorecard

1. การวิเคราะห์ทางกลยุทธ์
2. กำหนดวิสัยทัศน์
3. วิเคราะห์และกำหนดว่า Balanced Scorecard ขององค์กรควรมีทั้งหมดกี่มุมมอง และแต่ละมุมมองควรมีความสัมพันธ์กันอย่างไร
4. จัดทำแผนที่ทางกลยุทธ์ (Strategy Map) ระดับองค์กร
5. กลุ่มผู้บริหารระดับสูงต้องมีการประชุมร่วมกันเพื่อยืนยันและเห็นชอบในแผนที่ทางกลยุทธ์ที่สร้างขึ้น
6. ภายใต้วัตถุประสงค์แต่ละประการ ต้องกำหนดรายละเอียดของวัตถุประสงค์ในด้านต่าง ๆ
7. เมื่อจัดทำแผนงานหรือโครงการเสร็จแล้ว สามารถจะแปลงตัวชี้วัดและเป้าหมายระดับองค์กรให้เป็นของผู้บริหารรองลงไปเพื่อให้ผู้บริหารระดับรอง ๆ ลงไปได้

ประโยชน์ที่ได้จากการนำ Balanced Scorecard ไปใช้

1. ช่วยให้ผลการดำเนินงานขององค์กรดีขึ้น
2. ทำให้ทั้งองค์กรมุ่งเน้น และให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ขององค์กร
3. ช่วยในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และวัฒนธรรมขององค์กร
4. ทำให้พนักงานเกิดการรับรู้และเข้าใจว่างานแต่ละอย่างมีที่มาที่ไปอีกทั้งผลของงานตนเองจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานของผู้อื่นและขององค์กรอย่างไร

ข้อควรระวังและข้อคิดในการจัดทำ Balanced Scorecard

1. ผู้บริหารระดับสูงต้องให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่
2. ทุกคนภายในองค์กรต้องมีส่วนร่วมรับรู้และให้การสนับสนุน
3. การเริ่มนำระบบ Balanced Scorecard มาใช้ภายในองค์กรต้องระวังว่าเมื่อทำแล้วควรจะรีบทำให้เห็นผลในระดับหนึ่งโดยเร็ว
4. ต้องระวังอย่าให้ระบบ Balanced Scorecard กลายเป็นเครื่องมือในการจับผิดเจ้าหน้าที่
5. ต้องระวังไม่ให้เกิดการจัดทำระบบ Balanced Scorecard เป็นเพียงแค่โครงการที่มีกำหนดระยะเวลา
6. ต้องระวังไม่ให้เกิดการจัดทำตัวชี้วัดและเป้าหมายมีความง่ายหรือยากเกินไป
7. อาจจะต้องพบการต่อต้านจากผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่บางกลุ่ม
8. ไม่ควรเร่งรีบทำตั้งแต่การเพิ่งพัฒนา Balanced Scorecard ได้ใหม่ ๆ ควรต้องรอให้ระบบทั้งหมดนิ่งก่อน
9. บางครั้งผู้บริหารชอบที่จะกำหนดค่าน้ำหนักความสำคัญในการกำหนดวัตถุประสงค์หรือตัวชี้วัด เพื่อเป็นการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยแต่ละตัว แต่ต้องระลึกไว้เสมอว่าค่าน้ำหนักความสำคัญนี้เป็นเพียงแค่เครื่องมือที่ช่วยในการสื่อสารให้ทุกคนเห็นความสำคัญของปัจจัยแต่ละตัวเท่านั้น

10. ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องในการทำ Balanced Scorecard ทุกคนต้องระลึกว่าสิ่งที่กำลังทำเป็นเพียงสมมติฐานเท่านั้น

การนำระบบ Balanced Scorecard ไปใช้ในทางปฏิบัติ

เมื่อได้ทำการออกแบบระบบ Balanced Scorecard เสร็จสิ้นแล้ว ขั้นตอนที่สำคัญอีกขั้นตอนหนึ่งคือการนำเอาระบบ Balanced Scorecard ไปใช้ในทางปฏิบัติ

ปัญหาสำคัญประการหนึ่งที่องค์กรประสบอยู่ ได้แก่ การที่องค์กรไม่สามารถแปลงกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติได้ พบว่ามีอุปสรรคสำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1. อุปสรรคทางด้านวิสัยทัศน์
2. อุปสรรคทางการจัดการ
3. อุปสรรคทางด้านทรัพยากร
4. อุปสรรคทางด้านบุคลากร

เพื่อกำจัดอุปสรรคที่สำคัญทั้ง 4 ประการ มีหลักการ 5 ข้อในการสร้างและนำเอาระบบการจัดการผลการปฏิบัติงานองค์กร

หลักการข้อที่ 1 สร้างโครงสร้างและทีมงานการจัดการ ผลการปฏิบัติงานองค์กร

หลักการข้อที่ 2 ทบทวนและสื่อสารกลยุทธ์

หลักการข้อที่ 3 นำกลยุทธ์ไปใช้ในระดับปฏิบัติการ

หลักการข้อที่ 4 ปรับปรุงผลการปฏิบัติงาน

หลักการข้อที่ 5 จัดการและแบ่งปันความรู้

3. วงจรควบคุมคุณภาพ PDCA

PDCA (Plan-Do-Check-Act)

กิจกรรมพื้นฐานในการพัฒนาประสิทธิภาพและคุณภาพของการดำเนินงาน ซึ่งประกอบด้วย

1. Plan (วางแผน) หมายความว่า การกำหนดเป้าหมาย / วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานและวิธีการ
2. DO (ปฏิบัติ) หมายความว่า การปฏิบัติให้เป็นไปตามแผนที่ได้กำหนดไว้
3. Check (ตรวจสอบ) เป็นกิจกรรมที่มีขึ้นเพื่อประเมินผลว่ามีการปฏิบัติงานตามแผนหรือไม่
4. Act (การปรับปรุง) เป็นกิจกรรมที่มีขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นหลังจากได้ทำการตรวจสอบแล้ว

การประยุกต์ใช้วงจรควบคุมคุณภาพ PDCA ในการพัฒนางาน

1. Plan วางแผน จัดตั้งวัตถุประสงค์และกระบวนการที่จำเป็น เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่เป็นไปตามความต้องการของลูกค้าและนโยบายขององค์กร
2. Do ปฏิบัติ นำกระบวนการไปปฏิบัติ

3. Check ตรวจสอบว่า ใฝ่ติดตามและวัดกระบวนการและผลิตภัณฑ์เทียบกับนโยบาย วัตถุประสงค์ และข้อกำหนดสำหรับผลิตภัณฑ์ แล้วรายงานผลลัพธ์
4. Act ปรับปรุง จัดทำปฏิบัติการเพื่อปรับปรุงสมรรถนะกระบวนการอย่างต่อเนื่อง
นอกจากนี้ การนำวงจร PDCA มาใช้ในการพัฒนางาน ซึ่งต้องปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง ดังนี้
 1. P - Plan วางแผน โดยการกำหนดวัตถุประสงค์ และตั้งเป้าหมาย
 2. D - Do ปฏิบัติ โดยการทำความเข้าใจ และลงมือปฏิบัติตามแผน
 3. C - Check ตรวจสอบ เพื่อติดตามความคืบหน้า และดูผลสำเร็จของงานเมื่อเทียบกับแผน
 4. A - Act ปรับปรุงการดำเนินการให้เหมาะสม หากการปฏิบัติไม่พอใจ ก็จัดให้เป็นมาตรฐาน

4. การประเมินผลโครงการแบบซิปปโมเดล (CIPP Model)

แนวคิดและโมเดลการประเมินแบบซิปป หรือ “CIPP Model” ของสตัฟเฟิลบีม (Stufflebeam) เพราะเป็นโมเดลที่ได้รับการยอมรับกันทั่วไปในปัจจุบันแนวคิดของสตัฟเฟิลบีม เน้นการแบ่งแยกบทบาทของการทำงานระหว่างฝ่ายประเมินกับฝ่ายบริหารออกจากกันอย่างเด่นชัด

การประเมินผลของ CIPP ในแต่ละด้าน

1. การประเมินผลสถานะแวดล้อม (Context Evaluation) มีจุดมุ่งหมายสำคัญเพื่อการได้มาซึ่งหลักการและเหตุผลที่จะนำไปใช้ในการกำหนดจุดมุ่งหมาย
2. การประเมินผลปัจจัยเบื้องต้น (Input Evaluation) มีจุดมุ่งหมายเพื่อได้ข้อมูลที่น่ามาใช้ในการกำหนดวิธีการของการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ
3. การประเมินผลกระบวนการ (Process Evaluation) เมื่อการวางโครงการได้รับการยอมรับแล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือการดำเนินการตามแผนที่กำหนด
4. การประเมินผลผลิต (Product Evaluation) มีจุดมุ่งหมายไม่ใช่แต่เพียงการตรวจสอบดูว่าผลที่เกิดขึ้น เมื่อสิ้นสุดโครงการนั้น เป็นไปตามจุดมุ่งหมายหรือตามที่คาดหวังไว้หรือไม่

ความสัมพันธ์ของการประเมินผลและประเภทของการตัดสินใจ

1. การประเมินสถานะแวดล้อมหรือบริบท (Context Evaluation)
2. การประเมินปัจจัยหรือทรัพยากร (Input Evaluation)
3. การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation)
4. การประเมินผลผลิตหรือผลลัพธ์ (Product Evaluation)

การประยุกต์ใช้การประเมินเพื่อการตัดสินใจ ตามแบบจำลอง CIPP มาใช้ในการประเมินโครงการ

1. ประเมินก่อนเริ่มโครงการ ผู้ปฏิบัติงานควรทำการประเมินสถานะแวดล้อมและปัจจัยเบื้องต้น
 - 1.1 ความเหมาะสมของโครงการที่จะดำเนินการประเมิน
 - 1.2 การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการดำเนินโครงการ
 - 1.3 การศึกษาและคาดหวังถึงผลประโยชน์
2. การประเมินในระหว่างการดำเนินงาน เป็นการดำเนินงาน เมื่อนำโครงการที่วางแผนไว้ไปปฏิบัติ
3. การประเมินหลังการดำเนินงาน เป็นการประเมินที่ผู้รับผิดชอบโครงการต้องตอบคำถามที่ว่าโครงการประสบความสำเร็จตามแผนที่วางไว้หรือไม่