

รายงานการไปศึกษา / ดูงาน / ฝึกอบรม / ประชุมและสัมมนา

๑. รายชื่อผู้เข้ารับการฝึกอบรม
 - ๑.๑ นายภาสกร ใจแจ่ม ตำแหน่ง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ
ที่ทำงาน สำนักงานเกษตรจังหวัดระยอง
 - ๑.๒ นางสาวกนกวรรณ เกษมณี ตำแหน่ง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ
ที่ทำงาน สำนักงานเกษตรจังหวัดสุพรรณบุรี
 - ๑.๓ นางสาวจุมพิตตา คชวงศ์ ตำแหน่ง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรปฏิบัติการ
ที่ทำงาน สำนักงานเกษตรจังหวัดระนอง
 - ๑.๔ นางสาวปิยะพร นิตยสุวรรณ ตำแหน่ง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ
ที่ทำงาน สำนักงานเกษตรอำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น
 - ๑.๕ นางสาวสุจิตรา วะลับ ตำแหน่ง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ
ที่ทำงาน สำนักงานเกษตรอำเภออากาศอำนวย จังหวัดสกลนคร
 - ๑.๖ นางสาวพรพิมล ทวีเศรษฐ ตำแหน่ง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ
ที่ทำงาน สำนักงานเกษตรอำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา
 - ๑.๗ นางสาวศศิวิมล บุญประเสริฐ ตำแหน่ง นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ
ที่ทำงาน สำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี
 - ๑.๘ นางสาวโชติมาภา สมใจ ตำแหน่ง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ
ที่ทำงาน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน
 - ๑.๙ นายอิสระ บุญเย็น ตำแหน่ง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ
ที่ทำงาน สำนักงานเกษตรจังหวัดระยอง
 - ๑.๑๐ นางสาวพัชรี เจียไพบุลย์ ตำแหน่ง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ
ที่ทำงาน สำนักงานเกษตรอำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก
 - ๑.๑๑ นางสาวคริสฐา สุนทรรัตน์ ตำแหน่ง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ
ที่ทำงาน สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสาคร
 - ๑.๑๒ นางสาวฐานิญา เทพบุตร ตำแหน่ง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรปฏิบัติการ
ที่ทำงาน สำนักงานเกษตรอำเภอเมืองกำแพงเพชร
 - ๑.๑๓ นางสาววิชญ์ชยาพา ผดุงพัฒน์ ตำแหน่ง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรปฏิบัติการ
ที่ทำงาน สำนักงานเกษตรจังหวัดสระบุรี

ไป (ดูงาน / ฝึกอบรม / ประชุม หรือสัมมนา) เรื่อง หลักสูตรนักบริหารการพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์
ระดับต้น รุ่นที่ ๖๘ ณ ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพเสริมนอกภาคการเกษตร และศูนย์การเรียนรู้การปฏิรูปที่ดิน
อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตั้งแต่วันที่ ๒๖ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๗

ถึงวันที่ ๑ เดือน เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๗

รวมระยะเวลา - ปี - เดือน ๗ วัน

ผู้ดำเนินการจัด สถาบันเกษตรราธิการ สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

๒. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ไประหว่างฝึกอบรม / ดูงาน / สัมมนา / ประชุม

ค่าเบี้ยเลี้ยง	บาท
ค่าที่พัก	บาท
ค่าพาหนะ	บาท

๓. รายละเอียดการดูงาน ฝึกอบรม ประชุม สัมมนา ฯลฯ ที่สมควรรายงานให้มีรายละเอียดและเนื้อหามากที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยบรรยายสิ่งที่ได้สังเกต รู้ เห็น หรือได้รับถ่ายทอดมาให้ชัดเจน ถ้ามีเอกสารต่างหากให้แนบไปด้วย

เนื้อหาวิชาการ

หมวดที่ ๑ บทบาทหน้าที่ในการบริหารทิศทางเชิงยุทธศาสตร์และการเปลี่ยนแปลง

๑.๑ นโยบายกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

นายนวนิตย์ พลเคน รองปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ให้เกียรติเป็นประธานในพิธีเปิดโครงการฝึกอบรม หลักสูตร นักบริหารการพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์ ระดับต้น รุ่นที่ ๖๘ (ผ่านระบบ application zoom) โดยมี นางสาวชนชนก จันท์เพ็ง ผู้อำนวยการสถาบันเกษตรราชการสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นผู้กล่าวรายงานเกี่ยวกับโครงการฝึกอบรมฯ โดยนายนวนิตย์ พลเคน รองปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้เน้นย้ำถึงนโยบายที่สำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ทั้ง ๖ ด้าน ได้แก่ ๑) การสร้างวิธีการทำงานสู่การปฏิบัติ ๒) การรับมือภัยธรรมชาติ ๓) การปราบปรามการลักลอบนำเข้าสินค้าเกษตรผิดกฎหมาย ๔) ยกระดับสินค้าเกษตร เสริมศักยภาพเกษตรกร ๕) การจัดการทรัพยากรทางการเกษตรทำการเกษตร และ ๖) การอำนวยความสะดวกด้านการเกษตร

โดยการอบรมในครั้งนี้มีแนวคิดเพื่อมุ่งเน้นการเตรียมความพร้อมและสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงบทบาทสำคัญในเส้นทางอาชีพ เพื่อการเป็นผู้ปฏิบัติงานที่มีประสพการณ์ และสนับสนุนการทำงานของทีม โดยมีบทบาทความรับผิดชอบ ที่สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงใน ๕ ด้าน ประกอบด้วย ๑) การบริหารทิศทางเชิงยุทธศาสตร์และการเปลี่ยนแปลง ๒) การบริหารองค์กร ทรัพยากร และผลลัพธ์ ๓) การบริหารและพัฒนาบุคลากร ๔) การบริหารจัดการตนเอง และ ๕) การบริหารและพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์ และเชื่อมโยงกับการบริหารการทดแทนตำแหน่ง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาให้เป็นผู้ปฏิบัติงานที่มีประสพการณ์ มีความพร้อมสำหรับการเป็นผู้นำทีม โดยมีการวางแผนการทดแทนตำแหน่ง การพิจารณา คัดเลือกผู้มีความพร้อมและมีความเป็นที่ยอมรับ มีคุณลักษณะที่เหมาะสมเข้าสู่กระบวนการเรียนรู้ของหลักสูตร มุ่งพัฒนานักบริหารโดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาวะผู้นำ ความสามารถ และสมรรถนะทางการบริหาร ที่เหมาะสมสอดคล้องกับบทบาทการของตนในการเป็นส่วนหนึ่งของทีม ซึ่งต้องบูรณาการการทำงานที่ท้าทายของบริบทความหลากหลายและการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง และให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ผ่านประสพการณ์จริง ในการกำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ การบูรณาการและการบริหารเครือข่าย การจัดการกับประเด็นหรือปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในรูปแบบของผลงานกลุ่ม ที่ต้องอาศัยความรู้ ประสพการณ์ การวิเคราะห์ การวางแผน การบูรณาการองค์ความรู้ตลอดหลักสูตร ให้เกิดเป็นแนวทางการพัฒนาภาคการเกษตรที่เป็นรูปธรรม และสามารถนำไปประยุกต์ในการปฏิบัติใช้ได้จริง นอกจากนี้ยังเน้นให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้เรียนรู้ผ่านการคิดและลงมือทำ มีความยืดหยุ่นและ ผสมผสานวิธีการเรียนรู้ที่หลากหลายบนหลักการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ รูปแบบการเรียนรู้ที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล การเรียนรู้จากประสพการณ์ และมุมมองที่หลากหลายผ่านกระบวนการกลุ่ม การเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ กรณีศึกษา และวิธีการอื่นที่เหมาะสม

หมวดที่ ๒ บทบาทหน้าที่ในการบริหารองค์กร ทรัพยากร และผลลัพธ์

๒.๑ แนวทางการบริหารจัดการช่องทางจำหน่ายสินค้าบนระบบออนไลน์

วิทยากร ผศ. ดร. มลฤดี จันทรรัตน์ คณะเกษตรนวัตและการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
สาระสำคัญ

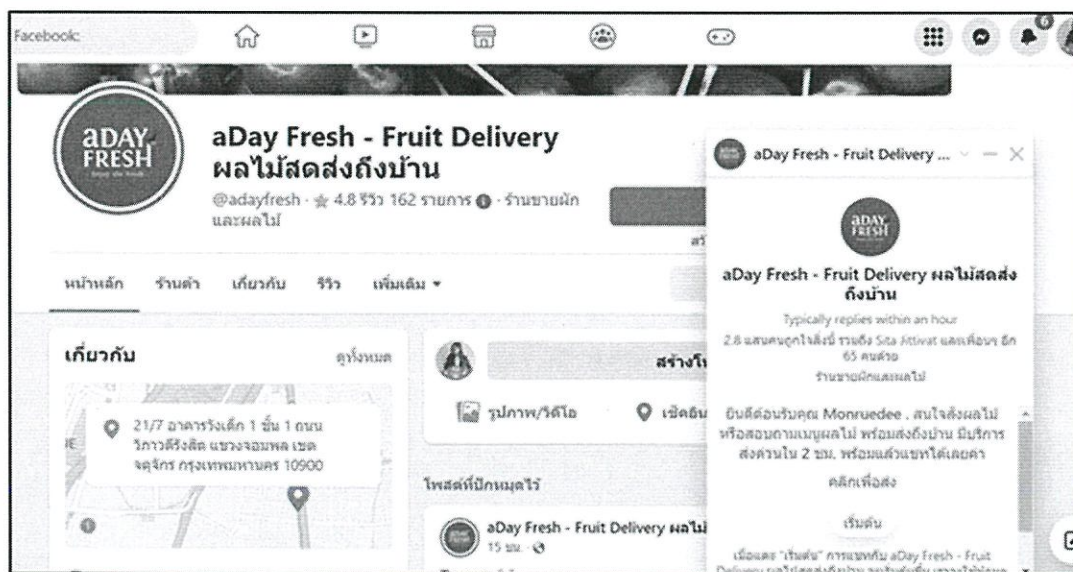
การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) คือ การทำการตลาดในรูปแบบออนไลน์ หรือการโปรโมทธุรกิจผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Instagram, Youtube หรือ Google และอีกมากมาย ล้วนมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักในผู้คนในวงกว้าง และทำให้ธุรกิจได้รับความสนใจ จนนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้า หรือบริการต่าง ๆ

แนวโน้มการตลาด ปี ๒๐๒๔

๑. การตลาดที่มุ่งสู่การตลาดแบบ OMNICHANNEL คือ การตลาดที่ผสมผสานทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์เข้าด้วยกันอย่างไร้รอยต่อ เช่น การเห็นสินค้าจาก Facebook และต้องมาปิดการขายในไลน์ มีระบบที่คลิกน้อยที่สุด สะดวก รวดเร็ว ตั้งแต่ระบบการส่งสินค้า จ่ายเงิน คืนเงิน

๒. CONVERSATIONAL MARKETING คือ การตลาดที่เน้นการสนทนา ซึ่งในปัจจุบันที่ผู้บริโภคไม่ชอบการรอคอยนาน ๆ ต้องการคำตอบโดยทันที จึงมีการใช้ Chat bot หรือ AI automation เข้ามาช่วยสามารถตอบได้ ๒๔ ชั่วโมง ทำให้ลูกค้ารู้สึกที่กำลังได้คุยกับคนจริง ๆ

Chat bot คือ โปรแกรมหรือระบบคอมพิวเตอร์ที่ถูกสร้างและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อใช้ในการโต้ตอบการสนทนาอัตโนมัติในรูปแบบตัวอักษร โดยมีการป้อนข้อมูลเข้าไปว่าหากมีการพูดคุยข้อความลักษณะนี้จะต้องให้ข้อมูลแบบใดกลับไป คล้ายกับเป็นการพูดคุยกันจริง ๆ ระหว่างคนทั้ง ๒ ฝ่าย ด้วยความทันสมัยและความสะดวกที่ไม่ต้องมาตอบแชทในทุกเรื่อง จึงทำให้ระบบนี้กลายเป็นทางเลือกของธุรกิจออนไลน์จำนวนมาก



ตัวอย่าง CONVERSATIONAL MARKETING

๓. SOCIAL COMMERCE พฤติกรรมการซื้อปิ้งแบบใหม่ ลูกค้าซื้อของผ่าน Social Media หลาย ๆ แพลตฟอร์ม ตัวอย่าง เช่น TikTok Creator Marketplace ที่มีการซื้อ-ขาย และ ชำระเงินได้บนแพลตฟอร์ม TikTok ซึ่งแบรนด์ต่าง ๆ ก็ได้มีการสร้างสรรค์คอนเทนต์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายบน TikTok และสามารถสร้างยอดขายได้เป็นอย่างดีอีกด้วย



๔. SHORT VIDEO MARKETING แพลตฟอร์มวิดีโอสั้นกำลังมาแรง วิดีโอสั้นที่ได้รับความนิยมอย่างมาก คอนเทนต์ที่สามารถสร้างความบันเทิงหรือสาระความรู้ได้ในระยะเวลาสั้น ๆ กระชับได้ใจความ และไม่ต้องมาอ่านตัวหนังสือยาว ๆ

๕. FOCUS ON CUSTOMER RETENTION กลยุทธ์ในการรักษาลูกค้าเก่า “อย่ามัวแต่หาลูกค้าใหม่ จนลืมรักษาลูกค้าเก่า” ในการทำธุรกิจ การรักษาลูกค้าถือเป็นเรื่องที่สำคัญกว่าการหาลูกค้าใหม่ การรักษา ลูกค้าเก่า ช่วยประหยัดต้นทุนกว่าการหาลูกค้าใหม่ได้ถึง ๕ เท่า เพราะลูกค้าเก่ามีโอกาสที่จะกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ หากแบรนด์สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจได้ ลูกค้ากลุ่มนี้ก็จะมีความภักดีในการสนับสนุนและบอกต่อสินค้าที่เขาชื่นชอบกับคนอื่น ๆ อีกด้วย ถือเป็นโอกาสได้ Influencers มาแบบฟรี ๆ ตัวอย่างการใช้กลยุทธ์รักษาลูกค้าเก่า ได้แก่ การสมัครสมาชิก การเก็บข้อมูลเพื่อส่งข้อมูลแบบ personalized การให้สิทธิพิเศษ เช่น เฉพาะลูกค้า VIP จะได้สิทธิจองสินค้า Premium

๖. LONG-TERM INFLUENCER พัฒนาจาก INFLUENCER สู่ BRAND AMBASSADOR ซึ่งการใช้ Influencer อาจจะไม่ได้รับความนิยมน่าเชื่อถือมากนักในสินค้าบางประเภท ทำให้ธุรกิจต้องมองหา Influencer ที่คิดว่าเหมาะสมกับแบรนด์ และสามารถจูงใจผู้ติดตามให้ซื้อสินค้าตามได้จริง เพื่อทำการรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับ Influencer ท่านนั้น ๆ ที่ในตอนแรกอาจจะจ้างให้เป็นแค่ Influencer โปรเจกต์สั้น ๆ หันมาจ้างเป็น Brand ambassador ที่มีส่วนร่วมกับ แบรนด์มากยิ่งขึ้น สิ่งนี้จะช่วยทำให้แบรนด์มีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนมากขึ้น และยังช่วยให้กลุ่มลูกค้ารู้สึกเชื่อมั่นในสินค้ามากขึ้นอีกด้วย

๗. INTERACTIVE CONTENT สร้างคอนเทนต์ที่ลูกค้าตอบโต้ได้ ตัวอย่างของการทำ Interactive content นั้นมีมาให้เห็นกันพอสมควร เช่น คิวซ, เกม, การประกวด หรือ วิดีโอที่สามารถตอบโต้กันได้ คอนเทนต์รูปแบบนี้จะช่วยทำให้ลูกค้ารู้สึกสนุกและมีส่วนร่วมไปกับแบรนด์ และยังสามารถบอกเล่าเรื่องราวและนำเสนอสินค้าได้อย่างแนบเนียน ที่สำคัญ คือ ใช้ต้นทุนต่ำ สามารถสร้างผลลัพธ์ที่น่าพึงพอใจให้กับแบรนด์ได้เป็นอย่างดี

คำจำกัดความ การตลาดดิจิทัล และการตลาดออนไลน์

๑. การตลาดดิจิทัล คือ การทำตลาดรูปแบบใหม่ ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์
๒. การตลาดออนไลน์ คือ การทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ แพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น Facebook IG Line Tiktok เป็นต้น โดยการทำตลาดออนไลน์นั้นต้องมีเป้าหมายให้ชัดเจน กำหนดแนวทางการสร้าง brand และ กลยุทธ์ในการขายของให้ได้
 - Branding คือ การสื่อสารความเป็นตัวตน ไม่ใช่แค่ ตราสินค้า หรือสัญลักษณ์ สิ่งที่คุณพูดถึงสินค้าเรา
 - Brand Personality คือ บุคลิกภาพของแบรนด์ เช่น อบอุน รักสิ่งแวดล้อม เป็นมิตร
 - Brand Identity คือ อัตลักษณ์ หรือเอกลักษณ์ของแบรนด์ เช่น สินค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมตลอดกระบวนการผลิต
 - Brand Positioning คือ จุดยืนของแบรนด์ เช่น ใช้บรรจุภัณฑ์รักโลก ต้องไปในทิศทางเดียวกัน
 - Branding เป็นสิ่งที่ต้องสร้าง อยากให้คนจดจำเราแบบไหนก็สร้างภาพจำแบบนั้น

วิธีการทำการตลาดออนไลน์

๑. ใช้ Social สร้างการรับรู้แบรนด์ เข้าถึงกลุ่มลูกค้า สร้างความคุ้นเคย
๒. สร้างคอนเทนต์ คือการสร้างคอนเทนต์สำหรับกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น ต้องหากลุ่มเป้าหมายให้เจอก่อน มีวัตถุประสงค์การสร้างคอนเทนต์ที่ชัดเจน

ประเภทคอนเทนต์

๑. Real-Time Content (Trend) การทำการตลาดแบบ Real-time Content เป็นวิธีสร้าง Engagement ง่ายๆ โดยการนำเหตุการณ์ที่กำลังเป็นไวรัลอยู่ ณ ตอนนั้น มาผูกเข้ากับสินค้าหรือแบรนด์ของตัวเอง ต้องทำทันที เพราะอยู่ไม่นาน

บุพเพสันนิวาส
EP.5 วันพุธที่ 7 มีนาคม 2561

มะม่วง น้ำปลากวน รสชาติก็จะ "แซ่บ" ประมาณนี้นะอ้อเจ้า!

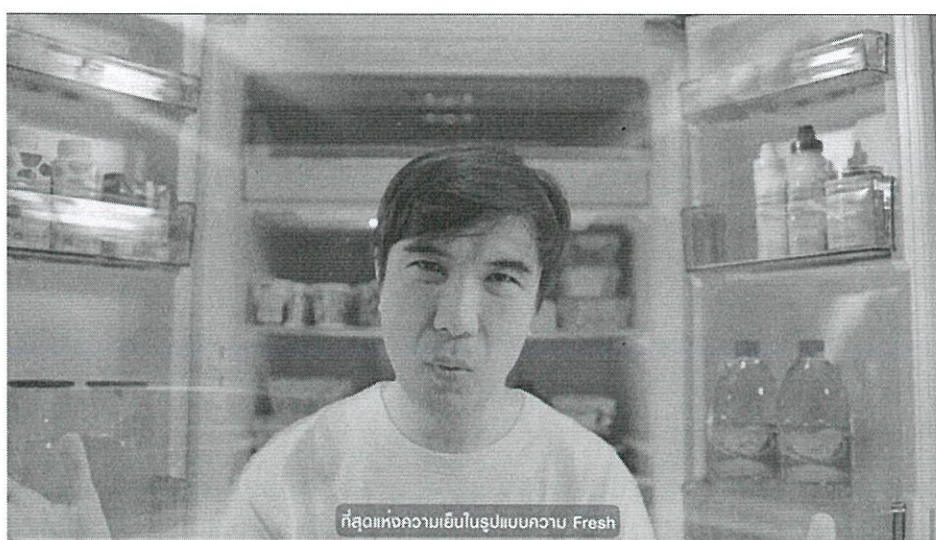
ติดตามดักวิดเตอร์

Bangkok	Nationwide
16.0	11.4

๒. Promotion-Sales Content อยากรู้ได้ยอดขาย เพิ่มยอด หรือจะทำ Re targeting ก็ต้องสร้าง Content ที่เป็นกิจกรรม ลดแลกแจกแถม กระหน้าซัมเมอร์เซลล์ รับสิ้นปี อะไรก็ว่าไป โดยเฉพาะช่วงที่คนเตรียมตัวจะช้อปปิ้งตามช่วงโปรโมชั่นใหญ่ ๆ เช่น D day / ๑๑.๑๑ / ๑๒.๑๒ / Mega Sale แต่ถ้าจะให้ดีเลยการทำโปรโมชั่นก็ ควรจะมีเงื่อนไขเล็กน้อยเพื่อให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมกับเรา เช่น การ @ Line, กด Like เพจ หรือ แชร์โพสต์ เป็นต้น



๓. Video Content การนำเสนอคอนเทนต์ในรูปแบบวิดีโอ นั้นทำให้สื่อสารได้ง่าย และครบมากขึ้น เพราะมันสามารถนำเสนอข้อมูลเป็นภาพเคลื่อนไหว บวกกับ เสียงประกอบต่างๆ ที่ทำให้สื่ออารมณ์ออกมาได้ชัดเจน ข้อดีอีกอย่าง คือ เราสามารถทำ Re-targeting จากคนที่ดูวิดีโอได้ด้วย ทั้งแบบเป็นวินาที ๒๕% ๕๐% หรือดูวิดีโอจนจบ ทำให้เราสามารถทำโฆษณาออนไลน์ได้แม่นยำ



๔. Value-Added Content การเพิ่มมูลค่านั้นสามารถทำในคอนเทนต์ได้เช่นกัน เพียงแค่เรามีการนำ Product ที่เราจะขาย มาจับคู่กับอะไรสักอย่าง ที่ดีแล้ว สามารถเข้ากันได้โดยไม่น่าเชื่อ



๕. Information-Educate Conten บางทีการทำคอนเทนต์ก็ไม่ต้องให้ความบันเทิงเสมอไป เพราะสินค้าของเราเองก็สามารถให้ความรู้แก่ผู้อ่านได้เช่นกัน การทำคอนเทนต์ รูปแบบ Information หรือ Educate นั้น จึงเป็นทางเลือกที่ดี อย่างหนึ่งของผู้เขียนที่จะนำเสนอ Product ของตัวเองมาในรูปแบบของการแชร์ความรู้ที่น่าสนใจ ซึ่งอาจจะปิดท้ายด้วยการขายเล็กน้อยก็ได้เช่นกัน



๖. Engagement Content Engagement Content ที่จะเน้นไปที่การมีส่วนร่วมในโพสต์กับผู้ที่เห็นโพสต์นั่นเอง ง่ายๆก็คือ แค่เรามีกิจกรรมหรือทริคเล่นอะไร สนุกๆ ที่พอคนมาอ่านโพสต์ปุ๊บแล้วเขาอยากจะทำเล่นกับเรา พอเกิดเป็นที่สนใจ ก็จะเกิดการแชร์ออกไป โดยที่เราแทบไม่ต้องทำอะไรเยอะเลย เพราะถ้าสิ่งที่เราทำมันสื่อสารดีจริง คนอ่านเขาก็จะแชร์เองโดยที่เราไม่ต้องร้องขอ



๗. Album Content เราอาจจะเขียนเรื่องราวเกี่ยวกับแบรนด์ของเรา หรือ อยากให้ข้อมูล ชี้แจงบางอย่าง หรือ อาจจะให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ ออกมาในรูปแบบรูปภาพหลาย ๆ รูปต่อ ๆ กัน ลงเป็นอัลบั้ม จากตัวอย่างด้านล่าง เราก็จะเห็นคอนเทนต์ที่มีรูปภาพมากกว่าหนึ่งรูป สามารถสร้างคอนเทนต์ออกมาเป็นการสรุปเนื้อหา และการเล่าเรื่องราว หรือ Storytelling



๘. QUESTION & OPINION CONTENT เราอาจจะใช้คำถาม หรือให้ผู้ติดตามได้แสดงความคิดเห็น ออกมาในคอมเมนต์ใต้โพสต์ของเรา อาจจะทำออกมาให้ตัวอักษรอยู่บนรูปภาพ หรือ จะใส่ในแคปชั่น ก็ได้ ตัวอย่างคำถาม เช่น ชอบรสไหนมากกว่ากันระหว่างรสซ็อกโกแลตกับสตอร์เบอร์รี่ หรือเล่าเรื่องตลกของคุณ ตอนเมามากนละ ๑ เรื่อง



๙. TEXT QUOTE CONTENT ปัจจุบันเราเริ่มเห็นรูปที่มีแต่ข้อความ หรือ อาจจะเป็นภาพพื้นหลัง แล้วมีคำคมแปะกันเป็นจำนวนมากขึ้น ข้อดีของคอนเทนต์ประเภทนี้คือเข้าใจง่าย ถ้าคำมันโดนก็กดแชร์ได้ง่าย



๑๐. SOLVABLE & BENEFICIAL CONTENT ข้อมูลในคอนเทนต์ประเภทนี้ จะต้องช่วยแก้ปัญหาหรือให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับผู้คน เช่น วิธีแก้อาการผมร่วง วิธีทำให้หน้าชุ่มชื้น เป็นต้น ตัวอย่างจากเพจ นิตยสารชีวจิต ที่นำเสนออาหารสำหรับคนนอนดึก ซึ่งช่วยแนะนำผู้อ่านให้เลือกรับประทานอาหารที่ดีต่อร่างกาย แม้ในช่วงเวลา กลางคืน



สรุป คือ ทำคอนเทนต์ให้หลากหลาย สลับ ๆ กันไป ทำตามกลุ่มเป้าหมาย สนุก น่าสนใจ ได้ใจความ ภาพชัด วิดีโอสวย ไม่เขียนคอนเทนต์ยาวเกินไป สร้างความน่าเชื่อถือ เป็นมืออาชีพ ต้องเป็นเราเท่านั้น เลือก รูปแบบ ขนาด ให้เหมาะกับการใช้งาน

หมวดที่ ๓ การบริหารและพัฒนาบุคลากร

๓.๑ การสร้างเครือข่ายและการทำงานเป็นทีม

วิทยากร อาจารย์แบงค์ สิริวิษฐ์ มะโนวัฒนา และทีมงาน

สาระสำคัญ

คณะวิทยากรได้แบ่งกลุ่มทำกิจกรรม เพื่อให้ทุกกลุ่มร่วมกันสร้างสรรค์ผลงานวิดิทัศน์นำเสนอตามโจทย์ที่ได้กำหนดไว้ ในเวลาและงบที่จำกัด โดยมีการมอบเงินปลอมไว้ให้ทุกกลุ่ม เพื่อใช้จับจ่ายซื้ออุปกรณ์ แต่งตัวในการทำวิดิทัศน์ จึงต้องมีการวางแผนการทำงาน วางแนวทางการเล่าเรื่อง และการใช้เงินเพื่อใช้ในการซื้ออะไรบ้างร่วมกัน รวมถึงหาจุดเชื่อมโยงความถนัดในการทำงานของแต่ละคน เช่น คนที่ถนัดด้านการแสดง คนที่ถนัดด้านการตัดต่อ ฯลฯ โดยมีการแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน เพื่อให้ได้ผลงานออกมามีคุณภาพตามที่วางแผนไว้ เป็นอีกแนวทางในการฝึกการทำงานเป็นทีมของทุกคน



๓.๒ การดำรงตนในสังคมแห่งความหลากหลาย

วิทยากร พันตำรวจโทนิยม กาเซ็ง

รองผู้กำกับการฝ่ายความร่วมมือและกิจการระหว่างประเทศ

กองการต่างประเทศ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

สาระสำคัญ

เป็นการบรรยายถึงการเรียนรู้และการทำความเข้าใจในการอยู่ร่วมกันในสังคมปัจจุบันที่มีความหลากหลายและมีสภาพของสังคมที่มีความแตกต่างกันในหลายแง่มุม เช่น เพศ เชื้อชาติ ศาสนา ภาษา วัฒนธรรม การศึกษา อาชีพ สถานะทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง ในมิติของ ค่านิยม ศาสนา และ วัฒนธรรม

สังคมไทยเป็นสังคมที่มีความหลายสูง โดยมีความ “แตกต่างในด้านค่านิยม” สังคมไทยเป็นสังคมที่มีแนวทางในการอยู่ร่วมกันในแบบค่านิยมแบบดั้งเดิมและค่านิยมแบบสมัยใหม่ การอยู่ร่วมกันของค่านิยมแบบดั้งเดิม เช่น มีการเคารพผู้อาวุโส การให้ความสำคัญกับครอบครัว และค่านิยมแบบสมัยใหม่ เช่น การให้ความสำคัญกับความเป็นปัจเจกบุคคล โดยมีอิสระในความคิดและความรู้สึก การแข่งขัน “ความแตกต่างในด้านศาสนา” สังคมไทยมีศาสนาที่หลากหลาย มีศาสนาพุทธเป็นศาสนาประจำชาติ ศาสนาอิสลาม ศาสนาคริสต์ศาสนาฮินดู และศาสนาซิกข์ และการไม่มีศาสนา ไม่นับถืออะไรเลยก็มีมากขึ้น ดังนั้น จึงต้องมีการเรียนรู้ ความเข้าใจ ยอมรับความในความต่างทางศาสนา และ “ความแตกต่างในด้านวัฒนธรรม” สังคมไทยมีวัฒนธรรมไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น การไหว้ การทักทายด้วยรอยยิ้ม และ วัฒนธรรมไทยได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมอื่น ๆ เช่น วัฒนธรรมอินเดีย วัฒนธรรมจีน วัฒนธรรมตะวันตก

ทั้งนี้ การมีความหลากหลายทางสังคมเป็นข้อดีทำให้เกิด การเพิ่มโอกาสในการพัฒนาทางสังคม เศรษฐกิจ ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ส่งเสริมให้เกิดความยืดหยุ่นทางสังคม ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยน และส่งเสริมการช่วยเหลือ บริจาค แบ่งปันทรัพยากร ในการดำรงอยู่ร่วมกัน

ทักษะในการรับมือกับความแตกต่างและอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ประกอบด้วย

๑. การเปิดใจ : คือ การยอมรับและเคารพในความแตกต่างของผู้อื่น เป็นการเรียนรู้และทำความเข้าใจในความต่างโดยไม่ตัดสินผู้อื่นจากความแตกต่าง และให้มองความแตกต่างเป็นโอกาสในการเรียนรู้

๒. การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ : คือการรับฟังอย่างตั้งใจ และเข้าใจมุมมองของผู้อื่น มีการสื่อสารอย่างชัดเจนรู้ว่าผู้รับสารและส่งสารคือใคร มีความสุภาพ และสื่อสารตรงไปตรงมาและหลีกเลี่ยงการใช้ถ้อยคำที่อาจสร้างความขัดแย้ง

๓. การมีความเห็นอกเห็นใจ : คือ การเห็นอกเห็นใจผู้อื่นและมองโลกจากมุมมองของผู้อื่น ทำให้เกิดความเข้าใจและรับรู้ถึงความรู้สึกของผู้อื่นในการอยู่ร่วมกัน

๔. การคิดวิเคราะห์ : คือ การคิด วิเคราะห์ แยกแยะ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีเหตุผล พิจารณามุมมองที่หลากหลาย ตัดสินใจอย่างรอบคอบ

๕. การมีทักษะในการแก้ปัญหา : คือ การระบุปัญหาได้อย่างถูกต้อง หาทางออกร่วมกันอย่างประนีประนอม

๖. การมีทักษะในการสร้างความสัมพันธ์ : คือ การเข้าหาผู้อื่นอย่างเป็นมิตรเรียนรู้ที่จะยอมรับซึ่งกัน โดยสร้างความไว้วางใจและปรับตัวในการทำงานร่วมกัน

๗. การมีทักษะในการจัดการกับอารมณ์ : คือ การมองโลกในแง่ดี สามารถควบคุมอารมณ์ของตนเอง โดยการรับรู้กับอารมณ์ตอนนี้รู้สึกอย่างไรและเพราะอะไร จะทำให้สามารถจัดการกับความเครียดและแก้ปัญหาได้ดีมากยิ่งขึ้น

๘. การมีทักษะในการคิดเชิงบวก : คือ การคิดและเข้าใจในสิ่งที่เป็น ทั้งด้านบวกและด้านลบ แล้วมองหาสิ่งดี ๆ ในผู้อื่น มองตัวเองในแง่บวก คิดบวก มองโลกในแง่ดี และสร้างความหวัง

๙. การเปิดใจการยึดมั่นในหลักการ : คือ การยึดมั่นในสิ่งที่ถูกต้อง ยืนหยัดในสิ่งที่เชื่อมีความกล้าแสดงออกในการทำในสิ่งที่ถูกต้อง

๑๐. การเรียนรู้ : คือ การเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อพัฒนาตนเองและปรับตัวให้ก้าวไป พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

การเล่าถึงประสบการณ์และการเรียนรู้ในการทำงานและการใช้ชีวิตในสังคมที่มีความหลากหลาย โดยในการอยู่ร่วมกัน เช่น ในสังคมของการทำงาน จะต้องเปิดใจ ยอมรับ และทำความเข้าใจในมุมมองของบุคคลอื่น โดยไม่ตัดสินเหตุการณ์ต่าง ๆ จากสิ่งที่เห็นหรือว่าได้ยินมา ควรหาสาเหตุว่าเกิดจากเหตุใด จะทำให้เกิดความเข้าใจ มีการสร้างสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นในการทำงานร่วมกัน รู้จักนิสัยใจคอ ทศนคติ ของเพื่อนร่วมงาน ทำให้เมื่อหาแนวทางการแก้ปัญหาที่ทีมงานจะมีความกล้าแสดงความคิดเห็นซึ่งเป็นประโยชน์ในการนำไปสู่เป้าหมายความสำเร็จของงานร่วมกัน

หมวดที่ ๔ บทบาทหน้าที่ในการบริหารจัดการตนเอง

๔.๑ การนำตนเองและการเสริมสร้างภาวะผู้นำ

วิทยากร อาจารย์แบงค์ สิริวัชร มะโนวัฒนา และทีมงาน

สาระสำคัญ

คณะวิทยากรได้เริ่มทำกิจกรรมการละลายพฤติกรรม (Ice breaking) หลากหลาย เช่น กิจกรรมการส่งลูกบอลไปตามแถว หาตัวแทนออกมาสวมบทบาทการเป็นท่านรัฐมนตรีฯสมมติ และท่านปลัดกระทรวงฯสมมติ เพื่อให้ทุกคนได้ร่วมเล่นและร่วมสนุกไปพร้อมกัน ต่อมาเป็นกิจกรรมการตามหาของตามคำบอก เช่น ไปหาคนที่ใส่แว่นตา ฯลฯ ต่อเนื่องกับ กิจกรรมการรวมกลุ่มตามคำบอก เช่น จับกลุ่มกัน ๔ คน ให้อยู่บนเก้าอี้ตัวเดียวกัน เพื่อฝึกการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และสร้างความรู้จักทางอ้อมผ่านการทำกิจกรรมร่วมกัน



เมื่อจบกิจกรรมละลายพฤติกรรมแล้ว คณะวิทยากรก็ให้ทุกคนแบ่งกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมกันต่อ อาทิเช่น การทายชื่อเพลงและนักร้อง ที่มุ่งเน้นให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมตระหนักและเปิดใจยอมรับว่า ยังมีอะไรอีกหลายอย่างบนโลกนี้ที่เราไม่รู้ นอกจากนี้ยังให้แต่ละกลุ่มแบ่งหน้าที่บทบาทความรับผิดชอบ และวางแผนการทำงานร่วมกัน เพื่อสร้างสรรค์ผลงานคลิปวิดีโอนำเสนอต่อไป





๔.๒ จิตอาสาและศาสตร์พระราชาสู่การปฏิบัติงาน

วิทยากร นางสาวเบญจพร ลัทธิตเดช ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาบุคคล กองการเจ้าหน้าที่ กรมวิชาการเกษตร

สาระสำคัญ

บรรยายเรื่องสถาบันพระมหากษัตริย์ โดยบอกกล่าวถึงเรื่องราวประวัติศาสตร์ของชาติไทย ประเด็นสำคัญๆ ในแต่ละรัชกาลของพระมหากษัตริย์ในราชวงศ์จักรี

เผยแพร่ศาสตร์พระราชา ของรัชกาลที่ ๙ โดยให้เข้าใจหลักการขั้นตอนของการทรงงาน ศึกษาองค์ความรู้ของพระราชา ที่ทรงช่วยเหลือปวงชนชาวไทย เป็นการวางแนวทาง แนวคิด ทฤษฎี เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา และหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

เผยแพร่ “จิตอาสา เราทำความดี ด้วยหัวใจ” โครงการพระราชทานของในหลวง ร.๑๐ ด้วยพระราชปณิธานแน่วแน่ที่จะสืบสาน รักษา ต่อยอด โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ และแนวพระราชดำริ ต่างๆจากพระราชบิดา ในการบำบัดทุกข์ บำรุงสุขให้ประชาชน และพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าต่อไป

แนะนำกิจกรรมจิตอาสาพระราชทานตามพระบรมราโชบาย แบ่งเป็น ๓ ประเภท คือ

๑. จิตอาสาพัฒนา เพื่อเป็นการพัฒนาท้องถิ่นของแต่ละชุมชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี
๒. จิตอาสาภัยพิบัติ เป็นการเฝ้า ตรวจสอบ เตือน หรือเตรียมการรองรับภัยพิบัติ
๓. จิตอาสาเฉพาะกิจ เป็นการปฏิบัติในงานพระราชพิธี หรือการรับเสด็จในโอกาสสำคัญต่างๆ

๓.๑ แนะนำศูนย์ฝึกโรงเรียนจิตอาสา ๙๐๔ ตั้งอยู่ที่ กรมทหารราบที่ ๑๑ รักษาพระองค์ แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ๑๐๒๒๐

๓.๒ แนะนำหลักสูตรการฝึกอบรมจิตอาสา แบ่งเป็น ๓ ระดับ ได้แก่

- ๑) หลักสูตรทั่วไป มีระยะเวลาฝึกอบรม จำนวน ๗ วัน
- ๒) หลักสูตรหลักประจำ มีระยะเวลาฝึกอบรม จำนวน ๖ สัปดาห์
- ๓) หลักสูตรพิเศษ มีระยะเวลาฝึกอบรม จำนวน ๓ เดือน

๔.๓ เทคนิคการพูด และการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ

วิทยากร ผศ. ดร. มลฤดี จันทร์รัตน์

สาระสำคัญ การเตรียมการก่อนนำเสนอ ปัญหาในการพูด เทคนิคการ Pitching การทำ

Workshop

การเตรียมการก่อนนำเสนอ

ก่อนที่นำเสนอให้แก่บุคคลเป้าหมายได้รับฟังนั้น มีประเด็นที่ผู้พูดจำเป็นต้องทำความเข้าใจและเตรียมข้อมูลเพื่อให้การนำเสนอในครั้งนี้บรรลุวัตถุประสงค์ ได้แก่ เตรียมข้อมูลของตนเอง ผู้พูดเป็นใคร มาจากที่ไหน มีตำแหน่งหรือทำหน้าที่อะไร เป็นการแนะนำตนเองให้แก่ผู้ฟังได้รู้จักเบื้องต้น วัตถุประสงค์ที่ต้องการจากการนำเสนอในครั้งนี้ ผู้พูดควรจะมีการตั้งเป้าหมายของการนำเสนอในแต่ละครั้งว่ามีวัตถุประสงค์อะไรในการนำเสนอ เพื่อเป็นการวางแผนเตรียมข้อมูล เนื้อหาให้เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ อารมณ์ที่อยากให้ผู้ฟังรู้สึกหลังจากฟัง เมื่อได้ทำการเสนอข้อมูลแก่ผู้ฟังแล้ว ผู้พูดมีความคาดหวังอยากให้ผู้ฟังรู้สึกอย่างไร เช่น เห็นใจ เชื่อใจ เห็นด้วย สงสาร อกตื เกิดความคิดขัดแย้ง เพื่อเป็นการเตรียมร้อยเรียงเนื้อหาในการนำเสนอให้ผู้ฟังรู้สึกคล้อย สิ่งที่อยากให้ผู้ฟังปฏิบัติหลังจากการฟัง เมื่อเสร็จสิ้นการนำเสนอข้อมูลแล้ว ผู้พูดตั้งเป้าหมายอยากให้ผู้ฟังทำอะไร เพื่อที่จะได้เลือกใช้เทคนิควิธีการได้ถูกต้องสำเร็จตามวัตถุประสงค์

ปัญหาในการพูด

ความตื่นเต้น ความกลัว ความไม่มั่นใจ สามารถแก้ไขปัญหเหล่านี้ได้ด้วยการฝึกปฏิบัติ ดังนี้ การสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ตนเองเพื่อลดอาการตื่นเต้น ได้แก่ การชื่นชมตนเอง การคิดบวกกับตัวเอง หายใจช้า ๆ พูดช้า ๆ การไปถึงสถานที่ก่อนเวลาที่กำหนดสักระยะหนึ่งและเดินผ่านคนลายสร้างความรู้สึกคุ้นเคยกับสถานที่ การพูดคุยสื่อสารกับผู้ฟังก่อนการนำเสนอเพื่อสร้างความคุ้นเคย ลดอาการประหม่า สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ตนเอง ให้กำลังใจตนเอง เรื่องที่เราจะนำเสนอเป็นสิ่งที่เรารู้ดีกว่าใคร เรามีความรู้มากพอในเรื่องนี้ เราดูดี เราเก่งมีความสามารถ เรามีเรื่องที่เราเชี่ยวชาญซึ่งไม่มีใครรู้ดีเท่าตัวเรา การใช้น้ำเสียง ทดลองฝึกพูดนำเสนอเพื่อสร้างความคุ้นเคย การละลายพฤติกรรมในการเจอกันครั้งแรกเพื่อให้ผู้ฟังเปิดใจ เปิดหู และเปิดการรับฟังด้วยน้ำเสียงที่สดใสและเป็นมิตร ปรับเลือกใช้น้ำเสียงที่เหมาะสมวัตถุประสงค์ หากเป็นการดึงดูดความสนใจ การเน้นย้ำข้อมูลสำคัญ ควรใช้โทรเสียงต่ำ เว้นจังหวะชวนให้ฟัง ถ้าเราเจียบผู้ฟังจะเจียบ แล้วใช้คำพูดเชิญชวนให้ฟัง และเน้นย้ำความสำคัญในขณะพูด ในการนำเสนอ สิ่งที่ทรงพลังที่สุดคือ น้ำเสียง แววดา เนื้อหา ใจความสำคัญ แต่น้ำเสียงสำคัญที่สุด โดยเฉพาะทางโทรศัพท์ หรือการสื่อสารผ่าน social media เราควรพูดไปยิ้มไป การเลือกใช้คำพูดสามารถสร้างความเชื่อมั่นที่ผู้ฟังมีต่อผู้พูดมีผลมาก ควรมีการชมในสิ่งที่ดีของผู้ฟังก่อน แล้วค่อยแนะนำในส่วนที่ผู้ฟังต้องแก้ไข เนื่องจากไม่มีรู้สึกดีรับฟังคนที่ตำหนิและทำให้เค้าเสียหน้า ใช้น้ำเสียงที่หลายระดับเพื่อดึงดูดความสนใจในขณะพูด เน้นย้ำข้อมูลที่สำคัญ ใช้น้ำเสียงที่แตกต่างและน่าฟัง เมื่อต้องการโน้มน้าวให้เกิดการตัดสินใจ การออกเสียง ฝึกออกเสียงให้ชัดเจน พูดเต็มเสียง ฝึกคำพูดยาก ๆ ให้คล้อย โดยเฉพาะชื่อเฉพาะ ได้แก่ ชื่อคน ชื่อจังหวัด ชื่อประเทศ ชื่อโครงการที่นำเสนอ เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความเชื่อมั่นในตัวผู้พูด การเลือกใช้คำพูด เลือกใช้คำพูดให้เหมาะสมกับผู้ฟัง พิจารณากลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ฟังว่าเป็นใคร ไม่ว่าจะเป็น เกษตรกร ชาวบ้าน เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน หัวหน้าระดับสูง รับฟังข่าวสาร อ่านบทความเกี่ยวกับเรื่องที่น่าสนใจเพื่อที่จะได้มีคลังคำพูดเฉพาะในเรื่องนั้น ๆ ไว้สื่อสารให้น่าสนใจ ไม่ใช่คำฟุ่มเฟือยซ้ำๆ เพราะจะเป็นการสะดุดการฟังของผู้ฟัง สื่อที่ใช้ในการนำเสนอ การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมสามารถสร้างความน่าสนใจให้เนื้อหาได้เป็นอย่างมาก ผู้พูดสามารถเลือกใช้สื่อได้หลากหลาย เช่น ภาพ เสียง และวีดิทัศน์ ซึ่งจะทำให้ผู้ฟังมองเห็นรายละเอียดของสิ่งที่นำเสนอได้มากกว่าการพูดเพียงอย่างเดียว ในส่วนของการใช้ภาพในการนำเสนอ ใน ๑ สไลด์ ควรมีประเด็นให้ผู้ฟังพิจารณาไม่เกิน ๓ ประเด็น และไม่ควรใช้สี

ในภาพเกิน ๓ สี รวมไปถึงการใช้เทคนิคอุปกรณ์อื่น ๆ ร่วมด้วย ทั้ง ไมค์โครโฟน pointer เพื่อสร้างความน่าสนใจ การจัดบุคลิกภาพบนเวที การยืน การเดิน ให้สง่างามน่ามอง การยิ้มแบบธรรมชาติ การแต่งกายเหมาะสม

การลำดับความคิด ลำดับเรื่อง

ควรมีการจัดเรียงเนื้อหาที่จะพูดอย่างเหมาะสมมีการเกริ่นนำเนื้อเรื่อง ๕-๑๐% เนื้อหาส่วนเนื้อเรื่อง ๘๐-๘๕% เนื้อหาส่วนสรุป ๕-๑๐% และควรเตรียมเนื้อหาสำหรับคำถามที่อาจจะเกิดขึ้นหากผู้ฟังมีข้อสงสัย หากเป็นเรื่องที่ผู้พูดไม่ถนัด ควรหาข้อมูลให้มากพอ หรือปรึกษาผู้รู้ผู้ชำนาญกว่า

Pitching

การนำเสนอโปรเจกต์ หรือ ข้อเสนอต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ฟัง ตัดสินใจซื้อแนวคิด หรือร่วมลงทุน หรือ อนุมัติโครงการที่เสนอไป หัวใจของการนำเสนอ คือ การให้ข้อมูลที่กระชับในช่วงเวลาสั้น ๆ และสามารถโน้มน้าวใจให้เค้าคิดและตัดสินใจอย่างที่เรามุ่งหวังไว้ได้ เทคนิคการ pitching ต้องรู้จักกลุ่มผู้ฟัง และวัตถุประสงค์ของการพูด มีการออกแบบว่าหลังจากนำเสนอจบอยากให้ผู้ฟังรู้สึกอะไร คิดอะไร และทำอะไร สุดท้ายคนจะลืมนี่เราพูดอะไร แต่คนจะไม่ลืมความรู้สึกที่เค้ารู้สึกหลังจากฟังการนำเสนอที่เรามอบให้เค้า Story telling การเล่าเรื่องที่น่าประทับใจของตนเองมาถ่ายทอด เป็นเล่าเรื่องผ่านการเล่าเรื่องให้ผู้ฟังมีอารมณ์ร่วม หรือ การสร้างประสบการณ์ให้ผู้ฟังผ่านการเล่าเรื่อง จะไปกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึกทำให้คนตอบสนองตามความต้องการได้มากขึ้น การให้ข้อมูลมากเกินไป อาจทำให้ผู้ฟังจับใจความสำคัญไม่ได้ จำอะไรไม่ได้ และไม่ตอบสนองกับสิ่งที่เราอยากให้เกิด เทคนิคการ Pitching ด้วย Story telling ๑) เริ่มต้นด้วยหนึ่งใจความสำคัญใหญ่ ๒) บอกเล่าผ่านประสบการณ์ส่วนตัว ทำให้เราเชื่อมโยงกับผู้คนได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะถ้าเราเปิดเผยความเปราะบางของตัวเองได้ คนฟังจะรู้สึกถึงความจริงใจในการเล่า และเปิดใจได้มากขึ้น ๓) ให้เล่าเรื่องบนพื้นฐานว่าเราเป็นคนธรรมดาเพื่อให้เห็นเข้าถึงได้ง่าย ๔) เน้นเรื่องอุปสรรคให้เยอะ ๆ จะทำให้เรื่องยิ่งสนุก ๕) คนเก่งจะทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย ๖) ผึกฝนการเล่าเรื่องอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เกิดความชำนาญ เล่าให้เห็นภาพ คือ หัวใจสำคัญ

หมวดที่ ๕ บทบาทหน้าที่ของนักบริหาร ด้านการบริหารและพัฒนากิจการเกษตรและสหกรณ์

๕.๑ การวิเคราะห์ห่วงโซ่สินค้าเกษตร

วิทยากร ดร.มนชัย สุกจิตร์ และคณะ

สาระสำคัญ

ช่วงปี ๒๕๐๐ : การผลิตเพื่อตอบสนองภายในประเทศ เทคโนโลยีทางการผลิตยังไม่ก้าวหน้ามากนัก และยังไม่เชื่อมต่อกับ ตลาดต่างประเทศ

ช่วงปี ๒๕๑๐ - ๒๕๒๐ : เริ่มการผลิตสินค้าเกษตร และอาหารสำเร็จรูปเพื่อทดแทนการนำเข้า มีการนำเข้าเทคโนโลยีและวัตถุดิบบางประเภทจากต่างประเทศเพื่อเริ่มการผลิตแบบสมัยใหม่ อาทิ อาหารกระป๋อง และนมข้นหวาน

ช่วงปี ๒๕๒๐ - ๒๕๓๐ : เริ่มการผลิตเพื่อการส่งออก เริ่มมีการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารจากการแปรรูป แต่ยังคงขาด เทคโนโลยีที่ทันสมัย(ในขณะนั้น) และระบบคุณภาพมาตรฐานสินค้า

ช่วงปี ๒๕๓๐ - ๒๕๔๐ : การส่งออกเจริญเติบโต มีการนำเข้าเทคโนโลยีจากยุโรปและเอเปค โดยใช้เวลาได้เปรียบ ด้านแรงงานที่มีต้นทุนต่ำ ทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาดและใช้ ระบบการรับจ้างผลิตในปริมาณมาก สินค้าเด่นคือ อาหารทะเล กระป๋อง ข้าว ผลไม้กระป๋อง กุ้งและไก่แช่แข็ง เป็นต้น

ช่วงปี ๒๕๔๐ -๒๕๖๐: การค้าเสรีและการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

- ๑) มีการแข่งขันสูงระหว่างประเทศผู้ผลิตสินค้าเกษตรที่มีต้นทุนต่ำ
- ๒) ปัจจัยสำคัญคือคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า
- ๓) การกดดันจากการกีดกันทางการค้า

ช่วง ปี ๒๕๖๐ -ปัจจุบัน เน้น เกษตรสร้างคุณค่า เกษตรปราณีต

- ๑) มีการนำเทคโนโลยี ๔.๐การเกษตรมาใช้เพื่อลดต้นทุน การเพิ่มผลผลิต
- ๒) มีมาตรฐาน ที่ดูแล ความปลอดภัย ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม
- ๓) การตลาดภายใต้ Modern trade เพื่อมุ่ง

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการเพิ่มความสามารถด้านการเกษตร

จุดเน้น เพิ่มประสิทธิภาพ ขับเคลื่อนการเกษตรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพิ่มผลผลิตทั้งเชิงปริมาณและมูลค่า ตลอดจนความหลากหลายของสินค้าเกษตร ประกอบด้วย

๑. เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เพิ่มมูลค่าส่งเสริมการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญา และเทคโนโลยีการพัฒนากระบวนการผลิตและบรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมแบรนด์และสร้างเรื่องราวของสินค้าให้เป็นที่รู้จักและยอมรับ

๒. เกษตรปลอดภัยสร้างความตระหนักแก่ผู้ผลิตและผู้บริโภค เพื่อมุ่งสู่การเลิกใช้สารเคมี รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาเกษตร การตลาดอินทรีย์ ทั้งด้านการผลิตระบบการตรวจรับรองคุณภาพและมาตรฐานระบบตรวจสอบย้อนกลับ

๓. เกษตรชีวภาพ ส่งเสริมการเชื่อมโยงจากความหลากหลายทางชีวภาพของประเทศในการสร้างมูลค่าเพิ่มส่งเสริมการวิจัย พัฒนา

๔. เกษตรแปรรูป โดยปรับใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย รวมถึงนวัตกรรมจากภูมิปัญญา มาพัฒนาต่อยอดสินค้าเกษตรขั้นต้นให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่าสูง

๕. เกษตรอัจฉริยะ นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเป็นฟาร์มอัจฉริยะ เพื่อเพิ่มผลผลิตการเกษตร

การประเมินผลสัมฤทธิ์ ความสามารถการแข่งขันด้านการเกษตร การดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (ปีประเมิน ๒๕๖๕)

GDP ภาคเกษตรเติบโตเฉลี่ย ๓.๘% ลดลง อย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะช่วง ๓ ปี ที่ผ่านมา ขณะที่เป้าหมายตามแผนยุทธฯ ต้องมากกว่า ๔.๕ % ดังนั้นเป้าหมายการเจริญเติบโต อยู่ในภาวะวิกฤติ

ผลิตภาพด้านการเกษตร (Agricultural productivity Agricultural productivity) ลดลง ๐.๒๖ % ขณะที่เป้าหมายตามแผนยุทธฯ ตั้งไว้เพิ่มไม่ต่ำกว่า ร้อยละ ๑% ดังนั้น เป้าหมายผลิตภาพการผลิตทางการเกษตร จึงอยู่ในภาวะวิกฤติ ดังนั้น เป้าหมายผลิตภาพการผลิตสินค้าเกษตรลดลงจึงอยู่ในภาวะวิกฤติ

ผลการประเมินผลสัมฤทธิ์ด้านความสามารถการแข่งขันด้านการเกษตร

การดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (ประเมินปี ๖๑-๖๕)

๑. เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ ๗.๗๕ ขณะที่เป้าหมายตั้งไว้ร้อยละ ๕ ถือว่าบรรลุเป้าหมาย

๒. สินค้าเกษตรปลอดภัย มีการขยายตัวร้อยละ ๑๔ แต่เทียบกับดัชนีความมั่นคงด้านความมั่นคงและปลอดภัยอาหาร (Global Food & Securities Index :GFSI) พบว่าตกจากลำดับที่ ๕๔ เป็นลำดับที่ ๖๔ ของโลก ขณะที่เป้าหมายตามแผนยุทธ ต้องไม่ต่ำกว่าลำดับที่ ๖๐ ถือว่ามีความเสี่ยงที่จะไม่บรรลุเป้าหมาย

๓. สินค้าเกษตรชีวภาพ มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๔.๒๕ ขณะที่เป้าหมายตั้งไว้ที่ร้อยละ ๗ ถือว่าบรรลุเป้าหมาย

๔. สินค้าเกษตรแปรรูปและผลิตภัณฑ์ มีการขยายตัวร้อยละ ๑.๐๔ ขณะที่เป้าหมายตั้งไว้ที่ร้อยละ ๕ ถือว่าอยู่ในขั้นวิกฤติกับเป้าหมาย

๕. สินค้าที่ได้จากเทคโนโลยีสมัยใหม่/อัจฉริยะ มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๑ ขณะที่เป้าหมายตั้งไว้ที่ ร้อยละ ๑๐ ถือว่าบรรลุเป้าหมาย

ประเด็นสำคัญทำให้การเพิ่มความสามารถการแข่งขันด้านการเกษตรไม่บรรลุเป้าหมาย

๕ ปัจจัยการเพิ่มผลผลิตด้านการเกษตรไทย ที่เป็นข้อจำกัด ภาครัฐยังไม่ได้ให้ความสำคัญ ได้แก่

๑. พฤติกรรมการใช้ชีวิต พบว่า ยังขาดการรณรงค์แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของนายหลวง รัชกาลที่ ๙ มาใช้ในการผลิตการดำเนินชีวิต ทำให้ละเลยการพึ่งพาตนเองเป็นหลัก ขาดการเรียนรู้ การผลิตที่ต้นทุนสูง มีภาระหนี้สินในครัวเรือนสูง

๒. แหล่งน้ำเพื่อการเกษตร พบว่า ประเทศไทยมีระบบชลประทาน เพียง ๒๖% ของพื้นที่การเกษตร ๑๐ ปี ที่ผ่านมา มีสัดส่วนการเพิ่มขึ้นของระบบชลประทานเพื่อการเกษตร ต่ำมาก ไม่ถึงร้อยละ ๑ ต่อปี

๓. ดิน พบว่า ดินเพื่อการเกษตรมีคุณภาพเสื่อมลง จากการปลูกพืชเชิงเดี่ยวแบบซ้ำซาก การขาดความรู้ การดูแล การบำรุงดิน การปลูกพืชให้เหมาะสมกับลักษณะดิน ส่งผลต่อผลผลิต คุณภาพ และต้นทุน

๔. เมล็ดพันธุ์พืชและสัตว์ พบว่า เกษตรกรใช้เมล็ดพันธุ์ไม่ได้คุณภาพ ความล่าช้าการพัฒนาสายพันธุ์ เพื่อเพิ่มผลผลิต, ตอบสนองต่อพฤติกรรมกรบริโภค ส่งผลต่อผลผลิตและคุณภาพ

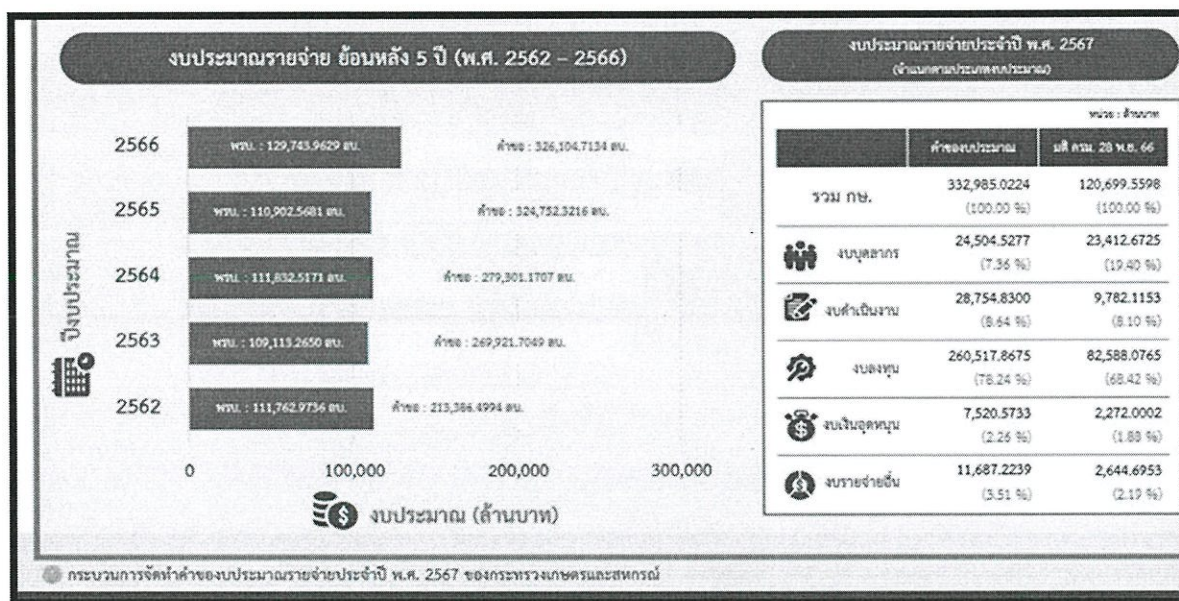
๕. เทคโนโลยีและเครื่องจักรกลการผลิต พบว่า เกษตรกรขาดความรู้ ทักษะ การใช้ และเข้าถึงเทคโนโลยี ทั้งการผลิต การแปรรูป การสร้างมูลค่าเพิ่มและการตลาด

หลักการ ๗ ปรับการเปลี่ยนแนวคิดการจัดเกษตร

เกษตรกรไทย ต้องมีการเปลี่ยนแปลงแนวคิด ในการจัดการด้านการเกษตร เพื่อให้มีการพัฒนามากยิ่งขึ้น ดังนี้

แนวคิดเดิม	แนวคิดใหม่
รัฐเป็นผู้ลงทุนหลัก	เอกชนเป็นผู้นำ ภาครัฐส่งเสริม
การใช้จ่ายภาครัฐ	การลงทุนภาครัฐ
การจัดสรรงบประมาณรายปี	การจัดสรรงบประมาณเพื่อการลงทุนแบบผูกพันต่อเนื่อง
การสนับสนุนทุนวิจัย รายได้โครงการ	การสนับสนุนทุนวิจัยครบวงจร (วิจัย พัฒนา และผลิต :RDIM)
การพัฒนาเศรษฐกิจที่ยึดโยงอุตสาหกรรม	การสร้างอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ใหม่
การเติบโตโดยการพึ่งพาทายนอก	การเติบโตโดยการสร้างความแข็งแกร่งภายในและเชื่อมโยงโลก
ต่างคนต่างทำ	เดินหน้าไปด้วยกัน ผนึกกำลัง ๔ ภาคส่วน

การจัดสรรงบประมาณของกระทรวงเกษตรย้อนหลัง ๕ ปี เทียบกับปี ๖๗ พบว่าเพิ่มขึ้นเล็กน้อย และได้งบบางส่วนมาเฉลี่ยร้อยละ ๕๐ ของคำขอเท่านั้น มีสัดส่วนงบลงทุน ลดลงทุกปี



การจัดสรรงบประมาณให้แต่ละหน่วยงานกช. ได้งบลดลงจากปี ๖๖ ร้อยละ ๗.๔๔ โดยได้รับการจัดสรรเพียง ๑๒๐,๖๙๙ ลบ. จากที่ขอไป ๓๓๒๙๘๕ ลบ. ได้รับเพียง ๔๐% ของคำขอ

นโยบายรัฐบาลกับการจัดสรรงบประมาณปี ๒๕๖๗ ด้านการเกษตร พบว่า มีเพียงหนึ่งในสิบสามนโยบายพรรคเพื่อไทยในฐานะแกนนำในการจัดตั้งรัฐบาล ที่กล่าวถึงการเกษตร และจัดสรรงบให้ ไม่ได้แตกต่างจากปีที่ผ่านมา

	<p>ใช้เทคโนโลยีช่วยการเกษตร</p> <ul style="list-style-type: none"> โครงการด้านวิจัยและพัฒนานวัตกรรม จำนวน 16 โครงการ งบประมาณ 160 ลบ มีโครงการเกษตรอัจฉริยะ 5 โครงการ จำนวนเงิน 74 ล้านบาท และโครงการเกษตรชีวภาพ 6 โครงการ 28.38 ลบ 	<p>ลักษณะโครงการ/แผนงานเป็นโครงการขนาดเล็ก (วงเงินน้อยกว่า 10 ลบ) และส่วนงานใหญ่เป็นโครงการมีการผูกพันและแทบทั้งหมดไม่ได้เป็น โครงการ Flagship มีหลายส่วนงานของกระทรวงเกษตร เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร กรมพัฒนาการเกษตร กรมการข้าว ฯลฯ ที่ขาดการบูรณาการแผนงาน</p>	<p>ปานกลาง</p>
--	---	--	----------------

การแถลงนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรงบประมาณปี ๖๗ เพื่อการเกษตร ไม่มีนโยบายเกี่ยวกับการเพิ่มขีดความสามารถการเกษตรของประเทศ

สรุป

1. ไม่มีนโยบายที่แก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันด้านการเกษตร ขณะที่ประเทศ กำลังเผชิญกับความเสถียรด้านผลิตภาพการเกษตร ไม่ว่าจะ ผลผลิตต่อไร่/ขนาด ต้นทุนการผลิต การสร้าง มูลค่าเพิ่ม การตลาดสินค้าเกษตรที่ขาดการต่อรอง กลับไม่มี นโยบายที่เป็นรูปธรรม
2. ไม่มีนโยบายการเกษตร เป็น Food security ความมั่นคงหลักของประเทศ คนไทยเกี่ยวข้องกับภาคเกษตร ถึงสองในสามของประชากร มีผลกระทบเพื่อทางเศรษฐกิจสังคม การเมืองสูง จึงเป็นความเสี่ยงของประเทศ ที่รัฐบาลจะละลายไม่ได้
3. ไม่มีความชัดเจนเชิงนโยบาย ที่ไทยกำลังเผชิญกับวิกฤติ ด้านความผันผวนด้านภูมิอากาศ ไม่ว่าจะ เป็นปรากฏการณ์เอลนีโญ ภาวะโลกร้อนที่ต้องปฏิบัติตามพันธการลดโลกร้อนในปี ๒๐๕๐ ให้ได้ ๒ องศา และความผันผวนด้านราคาสินค้าเกษตร

ประเด็นที่เป็นข้อสังเกต

การจัดสรรงบประมาณปี ๖๗ เพื่อการเพิ่มขีดความสามารถด้านการเกษตร

1. ละเลยไม่ได้ให้ความสำคัญ การเพิ่มขีดความสามารถด้านการเกษตร ทั้งที่กำหนดไว้ในแผนยุทธศาสตร์ชาติ และผลการดำเนินงานที่ผ่านมา พบว่ามีความเสี่ยงที่จะไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
2. ละเลย ต่อการปรับโครงสร้างการผลิต โดยเฉพาะแหล่งน้ำ คุณภาพดิน การพัฒนาสายพันธุ์พืช/สัตว์ R/D การเพิ่มคุณค่า และการใช้ ICT เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพ
3. ขาดการประสานงานต่อของโครงการประกันรายได้เกษตรกร ที่รัฐบาลชุดที่ผ่านมาได้ทำไว้ เพื่อสร้างความมั่นคงในอาชีพ ลดความเสี่ยงของเกษตรกร ถ้าหากเกิดความผันผวนด้านราคาตลาดโลก ทำให้ราคาตกต่ำ เกษตรกรจะเดือดร้อนมาก จะมีทางออกเพื่อแก้ปัญหาอย่างไร

๔.ขาดการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับปรากฏการณ์เอลนีโญ ที่จะทำให้เกิดภาวะความแห้งแล้งในประเทศที่กำลังเกิดขึ้น ไม่มีการกำหนดเป็นนโยบายที่ชัดเจนไว้รองรับความเสี่ยง

๕.ขาดการเตรียมความพร้อม ไม่มีความชัดเจน ด้านการจัดการ เพื่อให้เกิด Carbon Naturalty ตามพันธะโลกการลดโลกร้อน ด้านการเกษตร ไม่ว่าจะการปรับเปลี่ยนการผลิต เพื่อลดโลกร้อน การพัฒนาตลาดซื้อขาย Carbon Credit การกำหนดมาตรฐานพืช/สัตว์ด้าน Carbon Emulsion ฯลฯ

๕.๒ การจัดทำแผนธุรกิจเกษตรและการใช้เครื่องมือเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล

วิทยากร นายวสุธร อรุณศิริกุล

สาระสำคัญ

การประเมินโครงการและวิเคราะห์แผนธุรกิจ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility study)

ประกอบไปด้วยด้านต่าง ๆ ดังนี้

๑. ด้านเทคนิควิชาการ (Technical Aspect) = แผนการผลิต
๒. ด้านการค้าและการตลาด (Commercial Aspect) = แผนการตลาด
๓. ด้านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง/การบริหารโครงการ = แผนการจัดการ

(Institutional Organization - Managerial Aspect)

๔. ด้านการเงิน (Financial Aspect) = แผนการเงิน

๕. ด้านเศรษฐกิจ/สังคม (Socio - Economic Aspect)

๖. แผนธุรกิจ

๗. ด้านที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย (Legal Aspect)

๘. ด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Environment Aspect)

แผนการตลาด

๑.ผลิตภัณฑ์(Product)

เป็นการบรรยายรายละเอียดของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ (หรือบริการ) ในเรื่องต่าง ๆ เช่น ขนาด สี รูปร่าง หีบห่อ ประโยชน์ หรือแบบต่าง ๆ ที่ผลิต

๒.เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์กับคู่แข่ง

เป็นการหาจุดเด่น หรือคุณสมบัติพิเศษของผลิตภัณฑ์ (หรือบริการ) ทั้งในแง่รูปธรรม และนามธรรม ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง (เช่น คุณภาพ ส่วนผสม หีบห่อ รสชาติ ราคา หรือชื่อเสียง เป็นต้น)

๓. พื้นที่และตลาดเป้าหมาย P(Place)

ต้องอธิบายว่าตลาดเป้าหมายที่เลือกนั้นเป็นลูกค้าแบบใดอธิบายคุณลักษณะของลูกค้าโดยละเอียดที่สุดเท่าที่ทำได้ เช่น เพศ อายุ รายได้ การศึกษา วิธีการดำเนินชีวิต ชั้นทางสังคม พฤติกรรมการอุปโภค - บริโภค เป็นต้น ท่านขายสินค้าให้กับผู้ชายส่งหรือผู้ชายปลีก สองอย่างนี้แตกต่างกันหรือไม่ และหากท่านกำลังจะตั้งร้านขายปลีก การเลือกที่ตั้งย่อมเป็นสิ่งสำคัญที่สุด

๔. การพยากรณ์ยอดขาย

พิจารณาจากความต้องการซื้อโดยรวม และความสามารถที่เราจะขายออกได้แล้วคำนวณออกมาเป็นรายวัน รายเดือน และรายปี

สามารถพยากรณ์ปริมาณการขายได้หลายวิธี แต่โดยทั่วไปแล้วจะใช้การประเมินข้อมูลกว้าง ๆ ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคในพื้นที่วางตลาด ๑ คน จะซื้อใช้หรือบริโภคสินค้าและบริการเป็นจำนวนเท่าไร

๕. การกำหนดราคาขาย P(Price)

มีวิธีการตั้งราคาที่ใช้เป็นพื้นฐานอยู่ ๓ วิธี

- ๕.๑ การบวกเพิ่มจากราคาต้นทุน
- ๕.๒ การเปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง
- ๕.๓ การพิจารณาว่าตลาดจะจ่ายได้เท่าไร

๖. ช่องทางการกระจายสินค้า

กลุ่มคนกลางทางการตลาดเรียกว่า ช่องทางการตลาด (Marketing Channel) หรือช่องทางการค้า (Trade Channel) หรือช่องทางการกระจายสินค้า (Channel of Distribution) ซึ่งหมายถึงเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตคนกลางไปยังผู้บริโภคว่าควรจะมีกี่ระดับ (ขายตรงไปยังผู้บริโภค หรือผ่านพ่อค้าปลีก พ่อค้าส่ง ตัวแทน เป็นต้น)

จำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้พ่อค้าปลีก หรือพ่อค้าส่งหรือตั้งร้านค้าปลีกเอง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดระดับของช่องทางการตลาด คือ

ช่องทางการกระจายสินค้า

๖.๑ ลักษณะของตลาด (ขนาดลูกค้า ระดับการกระจายทางภูมิศาสตร์ แบบการซื้อ และความรู้สึกของผู้ซื้อต่อวิธีการขายต่าง ๆ)

๖.๒ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ (เน่าเสียง่าย ขนาด และน้ำหนัก มูลค่าต่อหน่วย ความใหม่ระดับ เทคนิค และขายยาก เป็นต้น)

๖.๓ ลักษณะคนกลาง (ต้นทุน บริการ และความสามารถของคนกลาง)

๖.๔ ลักษณะการแข่งขัน (ฐานะการเงิน ส่วนผสมผลิตภัณฑ์ นโยบายการตลาด)

๗. การส่งเสริมการตลาด P(Promotion)

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ เครื่องมือที่ใช้ในการแจ้งข่าวสาร และจูงใจตลาดเป้าหมาย ให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท ประกอบด้วย

๗.๑ การโฆษณา คือ การจูงใจผู้บริโภคโดยผ่านทางสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ใบปลิว แผ่นพับ เป็นต้น

๗.๒ การส่งเสริมการขาย คือ การจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าเร็วขึ้น เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นต้น แบ่งเป็น ๓ แบบ

- ๑) การส่งเสริมการขายที่มุ่งไปยังผู้บริโภค
- ๒) การส่งเสริมการขายที่มุ่งไปยังพ่อค้าคนกลาง
- ๓) การส่งเสริมการขายที่มุ่งไปยังพนักงานขาย

๗.๓ การขายโดยตัวบุคคล

๗.๔ การประชาสัมพันธ์

๘. ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ประกอบไปด้วย ค่าส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่าย การขนส่ง และเงินเดือนพนักงานขายว่าควรจะเป็นเท่าไรต่อเดือน ต่อปี

แผนการผลิต

๑. กระบวนการผลิต

คือการบรรยายถึงรายละเอียดของกระบวนการผลิตที่จะนำมาใช้ในโครงการไม่ต้องครอบคลุม ขั้นตอนการผลิตสำคัญ(ควรเขียนเป็นแผนผัง) การเลือกกระบวนการผลิตที่เหมาะสม ต้องพิจารณาองค์ประกอบ ๓ ด้าน คือ

- ๑.๑ ชนิดและคุณลักษณะของวัตถุดิบที่มีอยู่
- ๑.๒ คุณภาพและลักษณะของสินค้า
- ๑.๓ ขนาดเงินลงทุนและต้นทุนการผลิต

๒. ที่ตั้ง

ในอุตสาหกรรมขนาดเล็ก โรงงานมักจะตั้งอยู่ในที่เดียวกับที่ตั้งธุรกิจ การเลือกตั้งโรงงานควรพิจารณาถึงเงินลงทุนในตอนแรก และค่าใช้จ่ายดำเนินการที่จะตามมา ภายใต้องค์ประกอบที่สำคัญดังต่อไปนี้

- ๒.๑ ความใกล้เคียงแหล่งวัตถุดิบและตลาดการคมนาคมขนส่งและการสื่อสาร
- ๒.๒ แรงงานที่จะหามาได้ แหล่งพลังงาน แหล่งน้ำ การกำจัดของเสีย ภูมิอากาศ
- ๒.๓ ที่ดินที่จะหามาได้ ตลอดจนคุณสมบัติและราคา และสิ่งจูงใจบางประการ

๓. สินทรัพย์ถาวรที่ใช้และเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร

คือ อาคาร เครื่องจักร เครื่องมือที่ใช้มีอะไรบ้าง จำนวนเท่าไรมีคุณสมบัติ อย่างไร จำนวนค่าเสื่อมราคาจะขึ้นกับมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร และอายุการใช้งาน วิธีการคิดค่าเสื่อมราคาแบบง่ายคือ คิดแบบเส้นตรง โดยนำมูลค่า สินทรัพย์ถาวร หักด้วยมูลค่าซาก (มูลค่าของสินทรัพย์ที่ขายได้เมื่อหมดอายุการใช้งาน)หารด้วยจำนวนปีการใช้งานปกติ (ตามกฎหมาย) สินทรัพย์ถาวร จะมีอายุการใช้งาน ดังนี้

สินทรัพย์ถาวร		อายุการใช้งาน
อาคาร	ไม่น้อยกว่า	๒๐ ปี
เครื่องจักร	ไม่น้อยกว่า	๕ ปี
พาหนะ	ไม่น้อยกว่า	๕ ปี
เครื่องใช้สำนักงาน	ไม่น้อยกว่า	๕ ปี

๔. การคำนวณต้นทุนสินค้า

ต้นทุนสินค้าประกอบด้วย ๓ รายการใหญ่ ๆ คือ

- ๔.๑ วัตถุดิบ
- ๔.๒ ค่าแรง
- ๔.๓ ค่าใช้จ่ายโรงงาน

ผู้ประกอบการจะต้องมีความเข้าใจในธรรมชาติของต้นทุนและ ค่าใช้จ่ายแต่ละอย่าง ซึ่งจะแบ่งประเภทต้นทุน/ค่าใช้จ่าย ออกเป็น ๒ ประเภท คือ

๑) ต้นทุน/ค่าใช้จ่ายคงที่ (Fixed Costs)

ต้นทุน/ค่าใช้จ่ายคงที่ เป็นต้นทุน/ค่าใช้จ่ายที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตาม ปริมาณการผลิตหรือยอดขายสินค้า/บริการ โดยปกติแล้วต้นทุน/ค่าใช้จ่ายคงที่ต่อหน่วยจะมีแนวโน้มลดลง เมื่อธุรกิจมีปริมาณการผลิต/ขายเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม เมื่อปริมาณการผลิต/ขายเพิ่มขึ้นถึงระดับที่เกินกว่ากำลังการผลิต (Capacity) แล้ว ณ จุดดังกล่าว อาจทำให้ธุรกิจจำเป็นต้องเพิ่มต้นทุน/ค่าใช้จ่ายคงที่ได้

๒) ต้นทุน/ค่าใช้จ่ายผันแปร (Variable Costs)

เป็นต้นทุน/ค่าใช้จ่ายที่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิต/ขายสินค้า/บริการ และ มักจะเปลี่ยนแปลงในสัดส่วนโดยตรงกับปริมาณการผลิต/ขาย ดังกล่าว

๕. ต้นทุนการผลิต

๕.๑ รายการวัตถุดิบจำนวนที่ใช้และต้นทุน วัตถุดิบแบ่งเป็น

๑) วัตถุดิบทางตรง หมายถึง วัตถุดิบที่นำไปใช้ผลิตสินค้านั้นโดยตรง สามารถคำนวณต้นทุนต่อหน่วยได้ง่าย

๒) วัตถุดิบทางอ้อม หมายถึง วัตถุดิบที่ต้องใช้ในการผลิต สินค้านั้น แต่ใช้น้อยหรืออยากที่จะทราบได้ว่าต้องใช้ต่อหน่วยเท่าไร เช่น น้ำมันหล่อลื่น กาว เป็นต้น ปกติจะนำรายการค่าใช้จ่ายวัตถุดิบทางอ้อมไปไว้ในรายการค่าใช้จ่ายโรงงาน

๕.๒ แรงงาน แรงงานในโรงงานถูกแบ่งออกเป็นแรงงานทางตรง และแรงงานทางอ้อม

๑) แรงงานทางตรง คือ ผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการผลิตโดยตรง

๒) แรงงานทางอ้อม คือ คนงานที่ทำงานที่ช่วยในการทำงานสะดวก ขึ้น เช่น หัวหน้าคุมคนงาน ผู้อำนวยการความสะอาด คนที่ทำหน้าที่ ซ่อมแซมอื่นๆ อีกหลายอย่างที่ไม่ได้ทำงานผลิตโดยตรง เป็นรายการที่ จะนำไปแสดงในค่าใช้จ่ายโรงงาน

๕.๓ ค่าใช้จ่ายโรงงาน

ค่าใช้จ่ายโรงงานคือต้นทุนทั้งหมดที่เกิดขึ้นในโรงงานที่ใช้ในการผลิต นอกเหนือจากวัตถุดิบและค่าแรงงานทางตรง จะประกอบไปด้วย ค่าเช่าที่ตั้งโรงงาน (กรณีในรายการสินทรัพย์ถาวรไม่มีตัวตน) ค่าซ่อมแซมและบำรุงรักษา ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์ โรงงาน และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับโรงงานต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกให้ การผลิตดำเนินการไปได้ด้วยความสะดวกและเรียบร้อย (เช่น ค่าน้ำค่าไฟฟ้า เงินเดือนผู้ควบคุมคนงาน เงินเดือน พนักงานทำความสะอาด และเงินเดือนยามรักษาการณ์โรงงาน)

แผนการจัดองค์กรและการจัดการ

ประกอบด้วย

๑. โครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กร คือ แบบแผนที่กำหนดขอบเขตของงาน และความสัมพันธ์ของอำนาจหน้าที่ ถือเป็นความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ ระหว่างกลุ่มและบุคคลแต่ละคนในองค์กร

๒. ประสิทธิภาพทางธุรกิจและคุณสมบัติของผู้ประกอบการ

ประสิทธิภาพและคุณสมบัติทางธุรกิจของผู้ประกอบการ ถือเป็นสิ่งหนึ่งของแผนองค์กร และการจัดการที่แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีศักยภาพที่จะจัดการและดำเนินธุรกิจให้ก่อผลกำไรและเจริญเติบโต

๓. กิจกรรมก่อนดำเนินการ

กิจกรรมก่อนการดำเนินงาน คือ การดำเนินงานก่อนเริ่ม ประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องบันทึกขั้นตอนของกิจกรรม ทั้งหลายที่เกิดขึ้นซึ่งถือว่าเป็นขั้นตอนสำคัญในอันที่จะ ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย โดยปกติระยะเวลาานานเท่าใด เช่น การสำรวจและวิจัยตลาดจดทะเบียนบริษัท การจ้างงาน การจัดหาเครื่องจักรและวัตถุดิบ และการจัดตั้งโรงงาน เป็นต้น แสดงการจัดการสรรเวลาสำหรับการทำงานตามลำดับความก้าวหน้าของงาน การกำหนดตารางเวลา และงานในช่วง ระยะเวลาสั้น

๔. เครื่องใช้สำนักงาน

๕. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

๖. การจัดการความเสี่ยงที่อาจมีผลต่อธุรกิจ

แผนการเงิน

ประกอบด้วย

๑. งบประมาณโครงการ
๒. งบประมาณการงบกระแสเงินสด
๓. งบประมาณการงบกำไรขาดทุน
๔. งบประมาณการงบดุล
๕. แผนการชำระหนี้
๖. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและการวางแผนกำไร
๗. อัตราส่วนทางการเงิน

โครงสร้างประมาณการกระแสเงินสดเพื่อการวิเคราะห์สินเชื่อ

ประกอบด้วย

๑. รายรับ
๒. รายจ่าย
๓. เงินทุนของตนเอง
๔. เงินกู้
๕. ชำระหนี้
๖. เงินสดคงเหลือสุทธิ

การจัดทำประมาณการทางการเงิน

การจัดทำประมาณการทางการเงิน ประกอบด้วย ๓ กิจกรรมหลักได้แก่

๑. กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (Cash Flow from Operation :CFO)

รายการเคลื่อนไหวของกิจการที่เป็นเงินสด และ/หรือการ เปลี่ยนแปลงรายการค่าของ กิจการ เช่น การรับ - จ่ายเป็นเงินสด (ทางตรง) การเปลี่ยนแปลงลูกหนี้การค้า, เจ้าหนี้การค้า, สต็อกสินค้า และวัตถุดิบ เป็นต้น (ทางอ้อม)

๒. กระแสเงินสดจากการลงทุน (Cash Flow from Investment : CFI)

รายการเคลื่อนไหวทางการเงินของกิจการที่จำเป็นในการลงทุนในปัจจุบันและอนาคต เช่น การซื้อที่ดิน , การก่อสร้างสิ่งปลูกสร้าง , การซื้อเครื่องจักร , การซื้อยานพาหนะ , การซื้อเครื่องใช้สำนักงาน (ทางตรง) เป็นต้น หรือการเปลี่ยนแปลงด้านสินทรัพย์ของกิจการ (ทางอ้อม)

๓. กระแสเงินสดจากกิจกรรมทางการเงิน (Cash Flow from Financing : CFF)

รายการเคลื่อนไหวทางการเงินของกิจการที่จำเป็นต้องนำมา ลงทุนให้เกิดกิจกรรมทางธุรกิจ เช่น เงินลงทุนของเจ้าของ, สินเชื่อจากสถาบันการเงิน, การชำระคืนเงินต้นสินเชื่อ, การชำระดอกเบี้ยสินเชื่อ เป็นต้น

รูปแบบของการจัดทำประมาณการทางการเงิน

๑. วิธีทางตรง (Direct Method)
๒. วิธีทางอ้อม (Indirect Method)

ประมาณการทางการเงินและความสามารถในการชำระหนี้

งบกำไรขาดทุน

๑. ประมาณการ sales growth โดยสามารถดูได้จาก
 - ๑.๑ Average historical sales growth

๑.๒ Industrial growth

๑.๓ GDP growth or Inflation growth (สำหรับบริษัทที่ mature)

๒. ประมาณการต้นทุน

๒.๑ COGS จาก Gross profit margin

๒.๒ SG&A จาก Operating profit margin

๓. ต้นทุนทางการเงิน ประมาณจาก Repayment schedule (Loan outstanding x interest rate)

๔. ภาษีเงินได้ นำ EBIT x marginal tax rate (ปัจจุบันประมาณ ๒๐%)

๕. นำรายการที่ได้มาหักลบกันเป็น Net profit ตรวจสอบดูว่าสอดคล้องกับ industry และ
งปใน อดีตหรือไม่

๖. พิจารณา EBITDA เพื่อนำมาพิจารณาความสามารถในการชำระหนี้ ICR (Interest Coverage Ratio) และ DSCR (Debt Service Coverage Ratio)

ลูกหนี้การค้า

= ยอดขายต่อวัน (บาท/เดือน) x สัดส่วนการขายเชื่อ (%) x ระยะเวลาเก็บหนี้การค้า (เดือน)

ตัวอย่าง ยอดขาย ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท ต่อเดือน ขายเงินสด ๒๐%ขายเงินเชื่อ ๘๐%ระยะเวลาเครดิตการค้า ๒ เดือน ยอดขายเชื่อ = ๒,๐๐๐,๐๐๐ x ๘๐% = ๑,๖๐๐,๐๐๐ ระยะเวลา = ๒ เดือน (๖๐ วัน)

ลูกหนี้การค้า = ๑,๖๐๐,๐๐๐ x ๒ = ๓,๒๐๐,๐๐๐ บาท

Stock

Stock วัตถุดิบ = ต้นทุนขายต่อเดือน (บาท) x ระยะเวลาเก็บวัตถุดิบ (เดือน)

งานระหว่างทำ = ต้นทุนขายต่อเดือน (บาท) x ระยะเวลางานระหว่างทำ (เดือน)

Stockสินค้าสำเร็จรูป = ต้นทุนขายต่อเดือน (บาท/เดือน) x ระยะเวลาเก็บสินค้าสำเร็จรูป (เดือน)

ตัวอย่าง : Stock วัตถุดิบระยะเวลา ๑ เดือน , โดยใช้ระยะเวลาผลิตสินค้า ๑๕ วัน และเมื่อผลิตเสร็จแล้ว
ต้องเก็บ Stock สินค้าเพื่อสำรองขาย ๓ เดือน โดยมีต้นทุนวัตถุดิบ ๕๐% ของยอดขาย

Stock วัตถุดิบ = ๑,๐๐๐,๐๐๐ x ๑ = ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท

งานระหว่างทำ = ๑,๐๐๐,๐๐๐ x ๐.๕ = ๕๐๐,๐๐๐ บาท

Stockสินค้าสำเร็จรูป = ๑,๐๐๐,๐๐๐ x ๓ = ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท

Stock รวม = ๑,๐๐๐,๐๐๐ + ๕๐๐,๐๐๐ + ๓,๐๐๐,๐๐๐ = ๔,๕๐๐,๐๐๐ บาท

เจ้าหนี้การค้า

เจ้าหนี้การค้า = ต้นทุนขาย (บาท/เดือน) x สัดส่วนการซื้อเชื่อ (%) x ระยะเวลาชำระหนี้ (เดือน)

ตัวอย่าง : ยอดซื้อเงินเชื่อ ๒๐% ระยะเวลาเครดิตการค้า ๑ เดือน

ยอดซื้อเชื่อ = ๑,๐๐๐,๐๐๐ x ๒๐% = ๒๐๐,๐๐๐

ระยะเวลา = ๑ เดือน (๓๐ วัน)

เจ้าหนี้การค้า = ๒๐๐,๐๐๐ x ๑ = ๒๐๐,๐๐๐ บาท

๕.๓ การลงพื้นที่เก็บข้อมูลสินค้าเกษตร

วิทยากร ดร. มโนชัย สุตจิตร และคณะ

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาเกษตรอัจฉริยะแห่งประเทศไทย

ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาเกษตรอัจฉริยะแห่งประเทศไทย

อนุกรรมมาธิการ ศึกษาติดตามงบประมาณรายจ่ายประจำปี ๒๕๖๗ และ ๒๕๖๘

สภาผู้แทนราษฎร

อุปนายกสมาคมกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

ที่ปรึกษาสถาบันส่งเสริมการจัดการบ้านเมืองที่ดี ในสำนักงาน ก.พ.ร. (IGP.)

ที่ปรึกษาสถาบันที่ปรึกษาพัฒนาในราชการ (สปร.) ในสำนักงาน ก.พ.ร.

หัวหน้าทีมนโยบายสาธารณะ สถาบันการออกแบบอนาคตประเทศไทย (FIT)

มูลนิธิคิง อกัยวงศ์

ที่ปรึกษา และวิทยากร ด้านการจัดการ SME เกษตร การจัดการคุณภาพ

ด้านการจัดการยุทธศาสตร์การเงินและความเสี่ยง องค์กรภาครัฐ และเอกชน

หลายแห่ง

วิธีการนำเสนอเนื้อหาของวิทยากร

๑. การลงพื้นที่เก็บข้อมูลสินค้าเกษตร โดยการแบ่งกลุ่มฝึกปฏิบัติ

๒. การใช้เครื่องมือการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์แผนธุรกิจการเกษตร แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม

จากประสบการณ์จริงของเกษตรกร (กรณีศึกษา)

สาระสำคัญ

จากการศึกษาเรียนรู้ หลักการแนวคิดห่วงโซ่คุณค่าของการผลิตและบริการการเกษตร (Agri-business value chain)

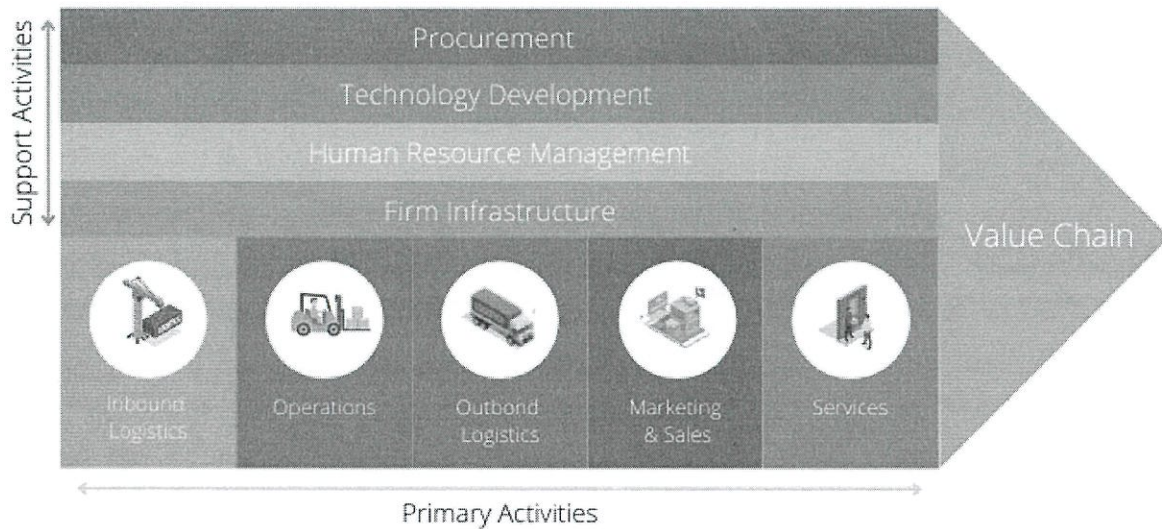
Value Chain ?



Value Chain หรือ ห่วงโซ่มูลค่า คือ

ภาพรวมของกระบวนการในองค์กรที่เริ่มตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบไปจนถึงขั้นตอนสุดท้ายที่ส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า โดยแต่ละขั้นตอนนั้นสามารถสร้างคุณค่า (Value) ให้กับองค์กรและสินค้าอย่างไม่มีปัญหา ซึ่งห่วงโซ่มูลค่านี้นสามารถนำมาวิเคราะห์คู่แข่งของธุรกิจได้ด้วย โดยการเปรียบเทียบแต่ละขั้นตอนของคู่แข่งว่าคู่แข่งสามารถทำได้ดีกว่า หรือมีขั้นตอนอะไรที่น่าสนใจและสามารถนำมาปรับใช้กับองค์กรของเราได้บ้าง

ขั้นตอนการวิเคราะห์หา Value Chain

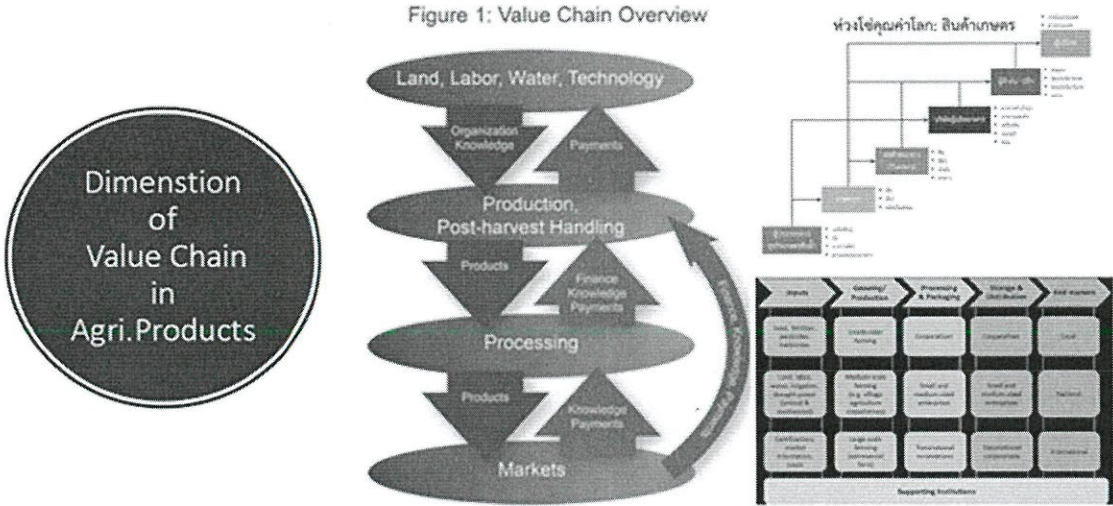


การวิเคราะห์หา Value Chain นั้นสามารถแยกแต่ละขั้นตอนออกมาเพื่อค้นหาส่วนที่บกพร่องและส่วนที่กำลังรอการพัฒนาอยู่ได้ โดยเราสามารถนำขั้นตอนเหล่านี้ไปเปรียบเทียบกับจัดการขององค์กรในปัจจุบัน และแผนในอนาคต รวมไปถึงการเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่น ๆ ในตลาดได้อีกด้วย โดยองค์กรและผู้ประกอบการนั้นต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าในตลาดที่เราตั้งเป้าหมายไว้ด้วยว่าลูกค้าต้องการสินค้าที่มีคุณค่าประเภทใด สินค้าแบบไหนถึงจะมีคุณค่าในมุมมองของลูกค้า เพื่อผลประโยชน์ที่ลูกค้าและองค์กรสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน เช่น ลูกค้าต้องการสินค้าราคาถูก และมีคุณภาพปานกลาง เป็นต้น

ซึ่งในส่วนของการพัฒนาการเกษตรและเพิ่มมูลค่าสินค้าของไทยในช่วงปี ๒๕๖๐ - ปัจจุบัน เน้นการทำการเกษตรสร้างมูลค่าและการเกษตรประณีต โดยมีการเทคโนโลยีการเกษตร ๔.๐ มาใช้ในการลดต้นทุน การเพิ่มผลผลิต เน้นการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้คุณภาพได้มาตรฐาน มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค

การพัฒนาการเกษตรและการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรของไทย

<p>ช่วงปี 2500 : การผลิตเพื่อตอบสนองภายในประเทศ</p> <ul style="list-style-type: none"> • ผลิตสินค้าเกษตรเพื่อใช้ในประเทศเป็นหลัก 	<p>ช่วงปี 2510 – 2520 : เริ่มการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารส่งออกเพื่อตอบสนองการนำเข้า</p> <ul style="list-style-type: none"> • มีการนำสินค้าเกษตรและอาหารจากต่างประเทศมาใช้เป็นวัตถุดิบและส่วนผสมสำหรับอาหารและเครื่องดื่ม 	<p>ช่วงปี 2520 – 2530 : เริ่มการผลิตเพื่อการส่งออก</p> <ul style="list-style-type: none"> • มีการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารจากต่างประเทศเป็นหลัก
<p>ช่วงปี 2530 – 2540 : การส่งออกเชิงเติบโต</p> <ul style="list-style-type: none"> • มีการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น 	<p>ช่วงปี 2540 - 2560: การค้าเสรีและการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศในภูมิภาค</p> <ul style="list-style-type: none"> • มีการแข่งขันสูงระหว่างประเทศผู้ผลิตสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ 	<p>ช่วงปี 2560 – ปัจจุบัน: เริ่มขยายห่วงโซ่มูลค่าเกษตรทั่วโลก</p> <ul style="list-style-type: none"> • มีการนำเทคโนโลยี 4.0 มาพัฒนาห่วงโซ่มูลค่าเกษตร



โดยยุทธศาสตร์ชาติด้านการเพิ่มความสามารถด้านการเกษตร มีจุดเน้นเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพขับเคลื่อนการเกษตรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพิ่มผลผลิตทั้งเชิงปริมาณและมูลค่า ตลอดจนความหลากหลายของสินค้าเกษตร ประกอบด้วย

๑. เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เพิ่มมูลค่าส่งเสริมการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาและเทคโนโลยีการพัฒนากระบวนการผลิตและบรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมแบรนด์และสร้างเรื่องราวของสินค้าให้เป็นที่รู้จักและยอมรับ
๒. เกษตรปลอดภัย สร้างความตระหนักแก่ผู้ผลิตและผู้บริโภค เพื่อมุ่งสู่การเลิกใช้สารเคมี รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ทั้งด้านการผลิต ระบบการตรวจรับรองคุณภาพและมาตรฐาน ระบบตรวจสอบย้อนกลับ และสนับสนุนกลไกทางการตลาด
๓. เกษตรชีวภาพ ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพของประเทศในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ส่งเสริมการวิจัยพัฒนา

๔. เกษตรแปรรูป โดยปรับใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาอัจฉริยะ เพื่อเพิ่มผลผลิตการเกษตร

๕. เกษตรอัจฉริยะ นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเป็นฟาร์มอัจฉริยะ เพื่อเพิ่มผลผลิตการเกษตร

ทั้งนี้ ในการลงพื้นที่ โดยการแบ่งกลุ่มฝึกปฏิบัติได้มีการนำเครื่องมือการเก็บข้อมูล BMC (Business Model Canvas) มาใช้ในการวิเคราะห์แผนธุรกิจการเกษตร แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยมีเนื้อหารายละเอียด ดังนี้

๑. ลูกค้าคือใคร หรือ Customer Segments (CS) : ธุรกิจต้องระบุให้ได้ว่าใครคือกลุ่มเป้าหมาย ควรระบุให้ชัดเจน ยิ่งลึกยิ่งดี เพราะจะได้นำเสนอคุณค่าของสินค้าได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่สุด

๒. คุณค่าของสินค้าหรือบริการคืออะไร หรือ Value Proposition (VP) : ธุรกิจต้องมั่นใจและหาให้ได้ว่าคุณค่าของสินค้าบริการที่ส่งมอบให้ลูกค้า จะตอบโจทย์ความต้องการ หรือแก้ปัญหาให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้

๓. ขายผ่านช่องทางไหน หรือ Channels (CH) : ธุรกิจต้องวิเคราะห์ให้ออกว่าช่องทางการสื่อสารและช่องทางการส่งมอบสินค้า ช่องทางแบบไหนที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และมีประสิทธิภาพมากที่สุด

๔. สร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างไร หรือ Customer Relationships (CR) : ธุรกิจมีวิธีการสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างไร เพื่อให้เกิดการใช้สินค้าบริการต่อเนื่อง รวมถึงบอกต่อ

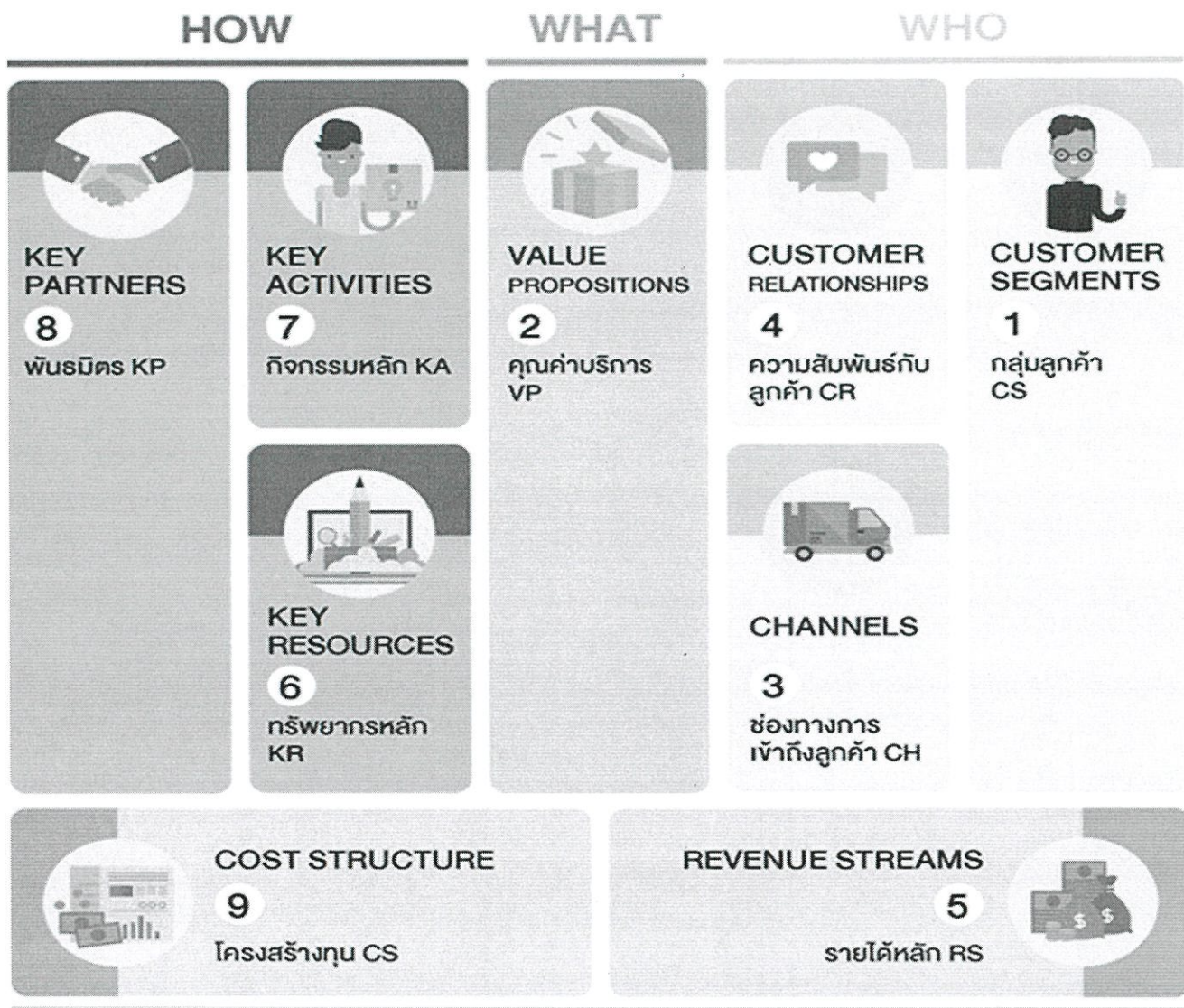
๕. มีโครงสร้างรายได้ได้อย่างไร หรือ Revenue Streams (RS) : โมเดลรายได้ของธุรกิจสตาร์ทอัพ มีหลากหลายรูปแบบ ธุรกิจจึงต้องมองให้ออกว่า เราจะสร้างรายได้ด้วยวิธีการใด เช่น จากส่วนแบ่งจากค่าสินค้าบริการ จากค่าสมาชิก หรือจากค่าโฆษณา เป็นต้น

๖. ทรัพยากรของบริษัทคืออะไร หรือ Key Resources (KR): คือ เงินลงทุน เทคโนโลยีต่าง ๆ ซึ่งรวมไปถึงทรัพยากรบุคคล ซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องรู้ว่าบริษัทมี KR ที่เหมาะสมหรือเพียงพอต่อการทำธุรกิจหรือไม่

๗. กิจกรรมที่ขับเคลื่อนธุรกิจคืออะไร หรือ Key Activities (KA) : คือ การมองว่างานหลักของธุรกิจคืออะไร เทียบกับคู่แข่งเป็นอย่างไร จะสามารถสร้างกิจกรรม หรือ Solutions ใหม่ ๆ ให้ลูกค้าได้อย่างไรบ้าง

๘. คู่ค้าคือใคร หรือ Key Partners (KP) : หุ่นส่วนทางธุรกิจเป็นใครได้บ้าง ที่จะมาช่วยส่งเสริมหรือเติมเต็มให้ธุรกิจมีความแข็งแกร่งมากขึ้น

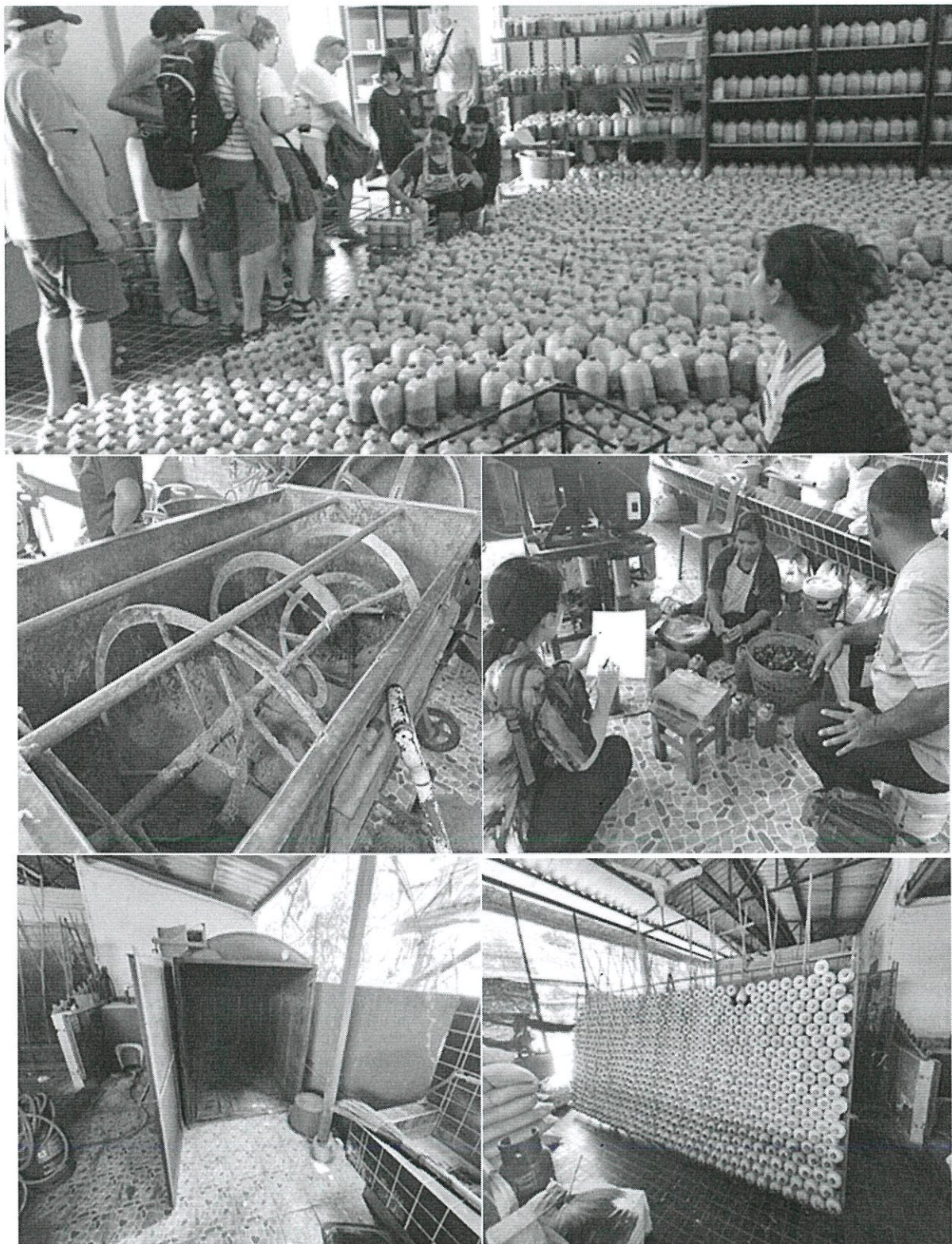
๙. ค่าใช้จ่ายหลักของธุรกิจคืออะไร หรือ Cost Structure (CS) : คือ ค่าใช้จ่ายทั้งรายจ่ายคงที่และไม่คงที่ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน รวมถึงค่าใช้จ่ายทางการตลาด ที่เมื่อนำรายจ่ายเหล่านี้ไปลบกับรายได้แล้ว ผลลัพธ์ที่ได้คือผลตอบแทนที่กิจการจะได้รับกลับมา



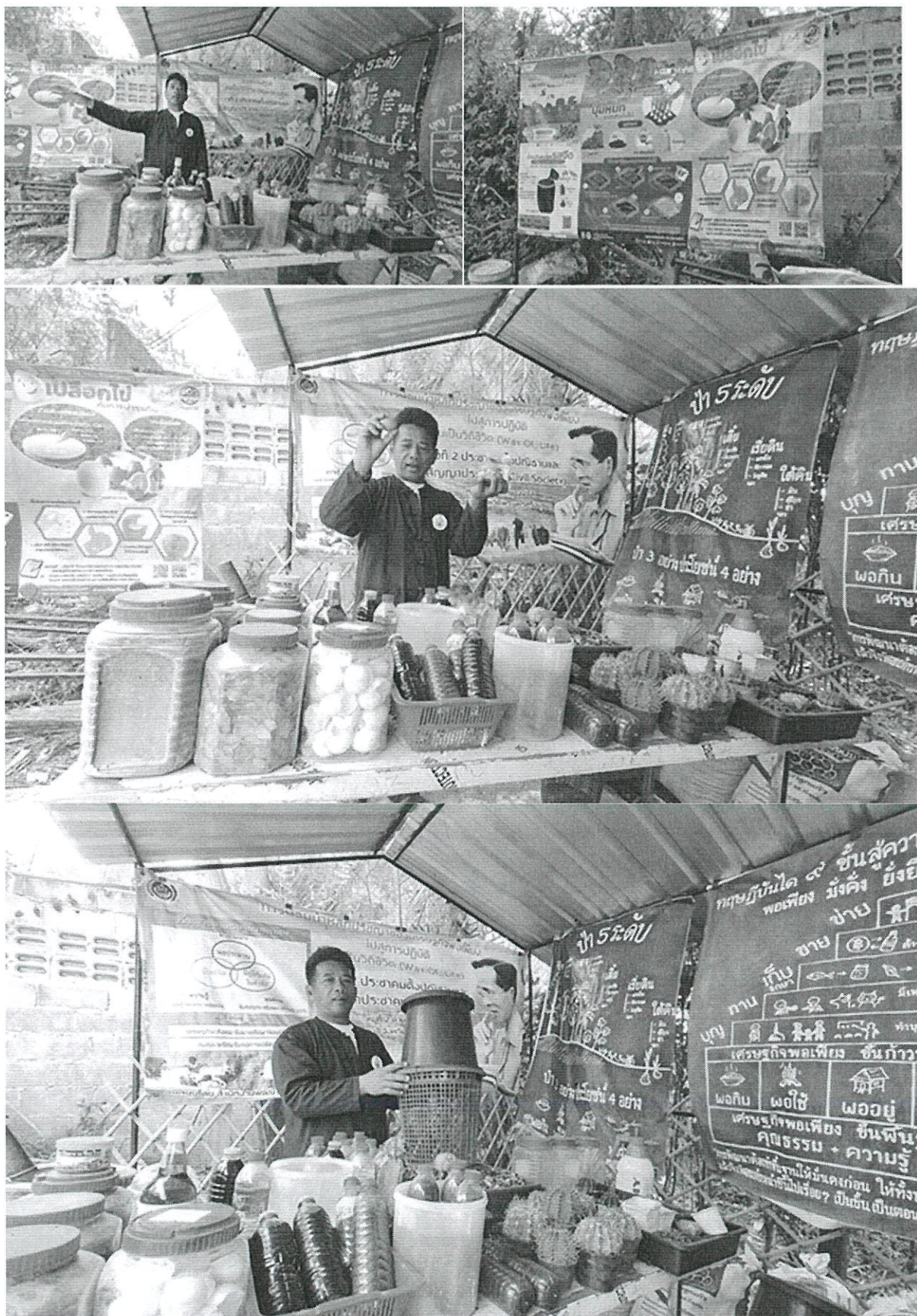
MONEY

จากการเรียนรู้ ๆ ดังกล่าว ได้มีการแบ่งกลุ่มของนักบริหารการพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์ (นบต.) รุ่นที่ ๖๘ ออกเป็น ๔ กลุ่ม โดยกำหนดให้แต่ละกลุ่มศึกษาการดำเนินกิจกรรมกศน.ตำบลหนองน้ำใส อำเภอภาชี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้วิธีการศึกษาเรียนรู้ในรูปแบบการถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อเริ่มต้นฤดูกาลผลิตใหม่ (Field Day) ซึ่งให้แต่ละกลุ่มได้เข้าไปศึกษาเรียนรู้ในแต่ละฐานเรียนรู้ ๆ ละ ๑๕ - ๒๐ นาที ประกอบด้วย ๖ กิจกรรม ได้แก่

๑. ฐานเรียนรู้การทำก้อนเชื้อเห็ดฟาง



๒. ฐานการเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง

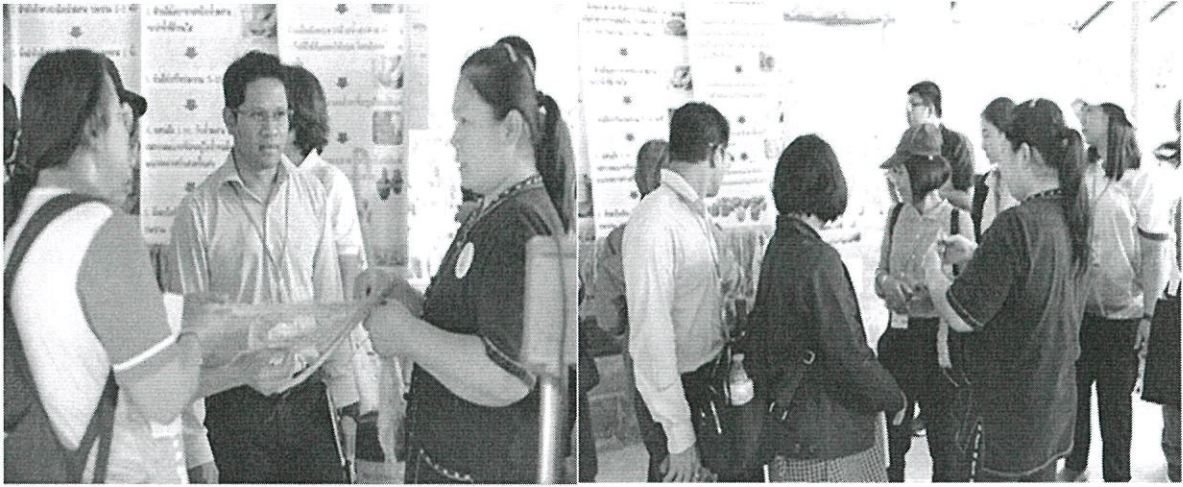


๓. ฐานการเรียนรู้การทำเหล้าหมักจากต่อซังข้าว



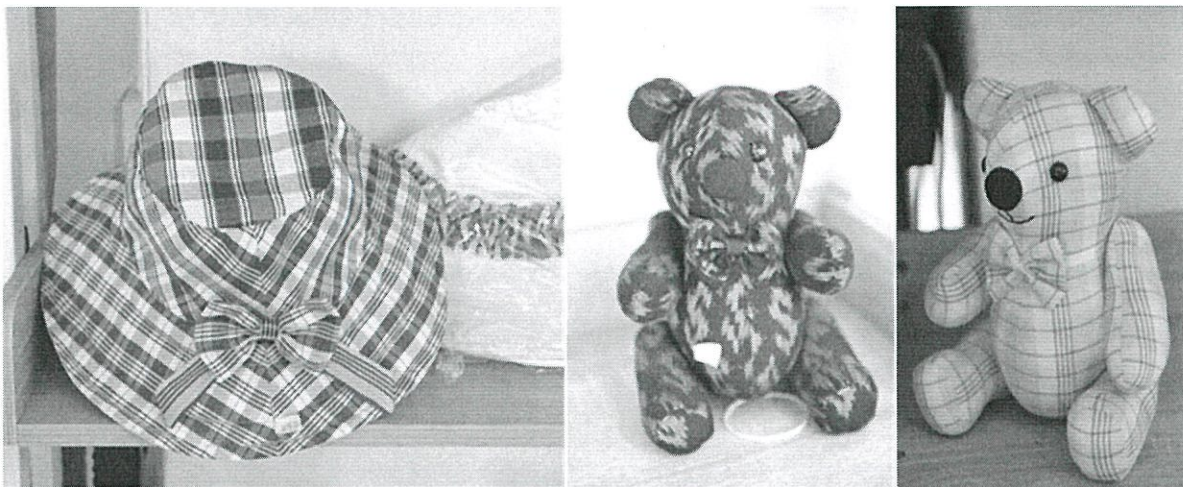
๔. ฐานการเรียนรู้การทำเส้นใยจากผักตบชวา



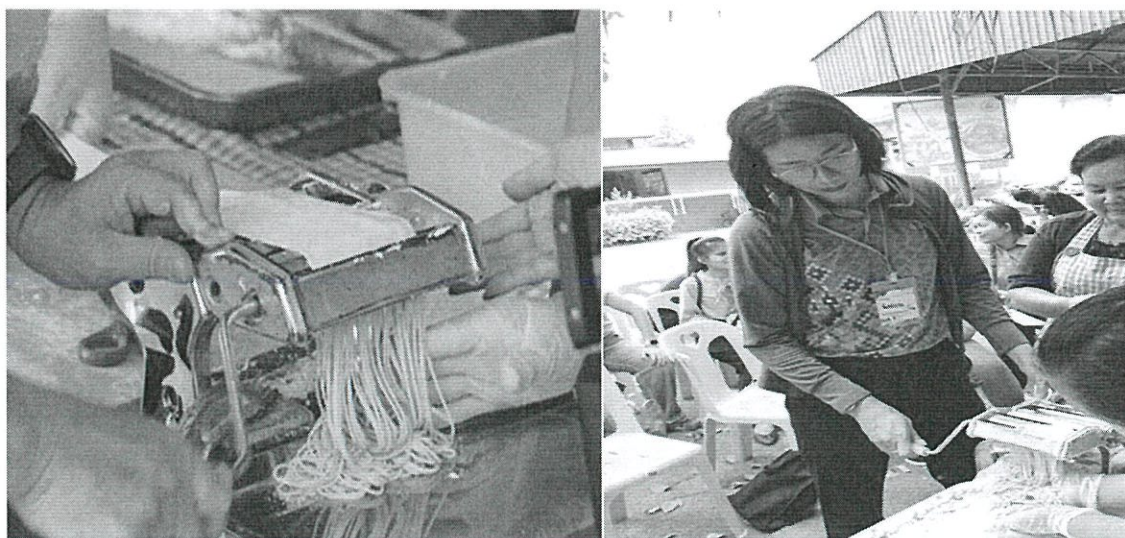
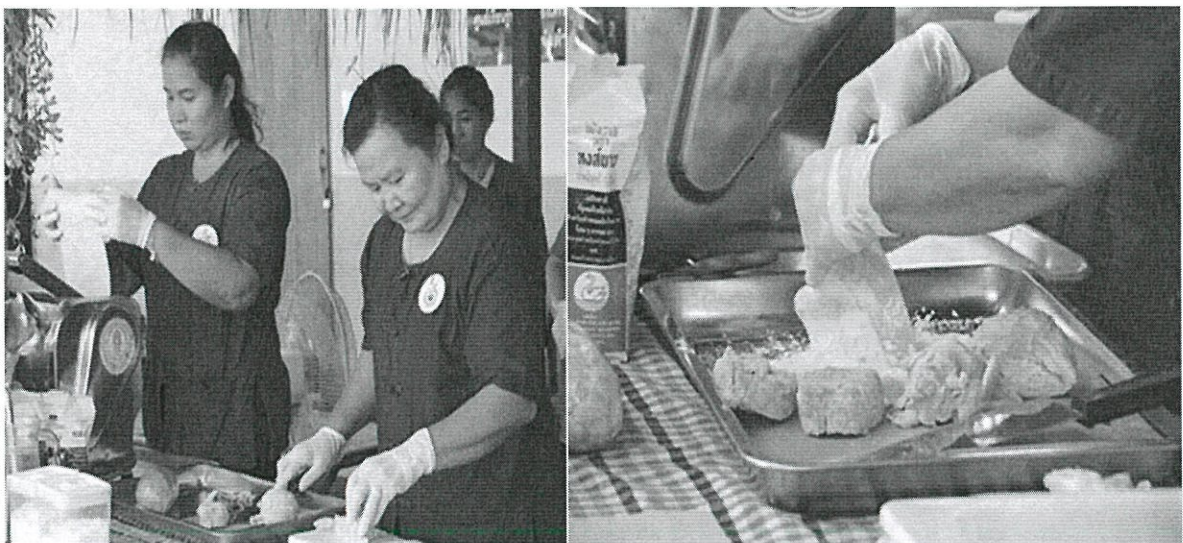


๕. ฐานการเรียนรู้การทอผ้าจากเส้นใยผักตบชวา





๖. ฐานการเรียนรู้การทำเส้นก๋วยเตี๋ยวจากผักตบชวา

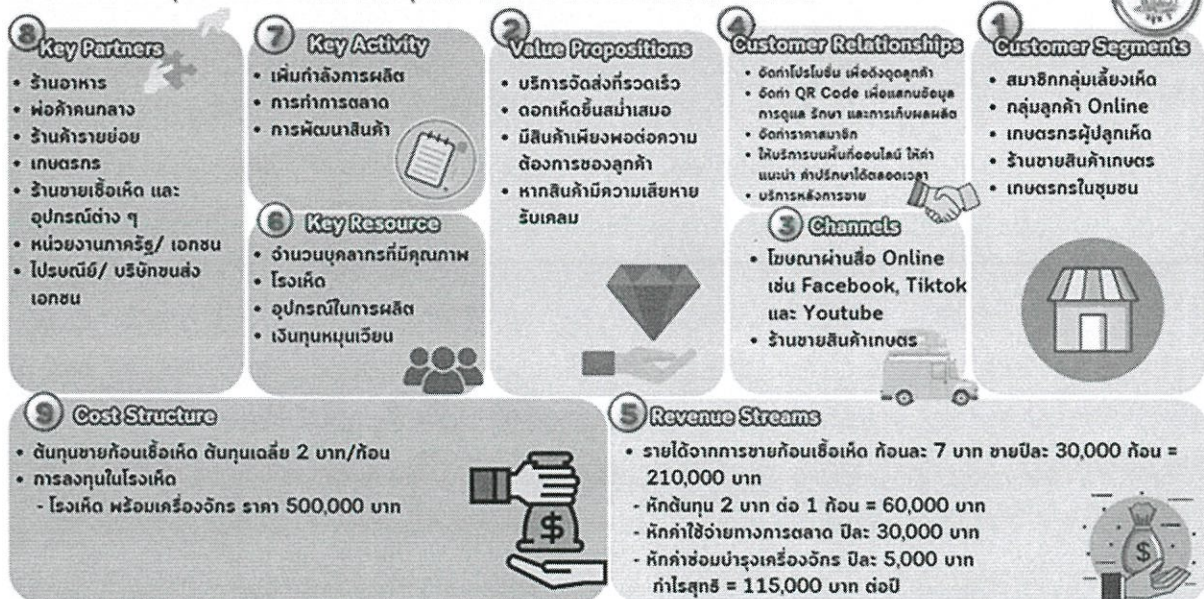




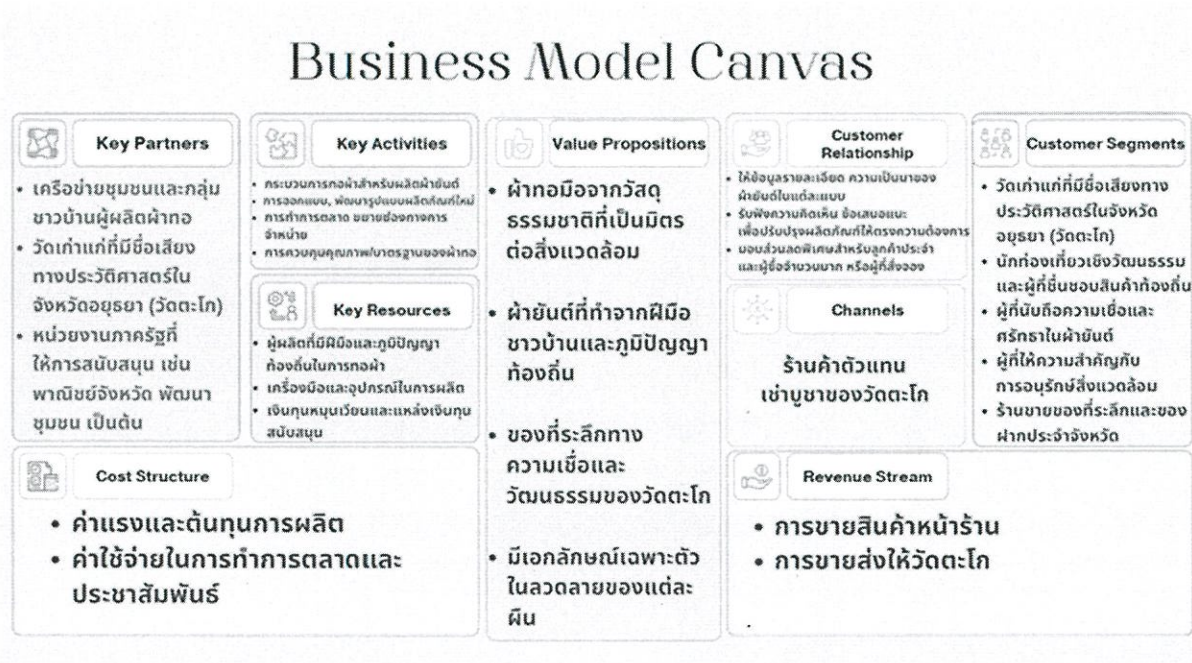
เมื่อได้เรียนรู้ครบถ้วนทุกฐานเรียนรู้เสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว มีการกำหนดให้นักบริหารการพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์ (นบต.) รุ่นที่ ๖๘ ที่แบ่งออกเป็น ๔ กลุ่ม นำเครื่องมือได้มีการนำเครื่องมือการเก็บข้อมูล BMC (Business Model Canvas) มาใช้ในการวิเคราะห์แผนธุรกิจการเกษตร แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มจากประสบการณ์จริงของเกษตรกร (กรณีศึกษา) ณ ศศน. ตำบลหนองน้ำใส อำเภอภาชี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนี้ โดยมีตัวอย่างธุรกิจที่อยู่ในความรับผิดชอบของแต่ละกลุ่ม ประกอบด้วย

๑. การทำก้อนเชื้อเห็ดฟาง

BMC แผนการเพิ่มการผลิต และช่องทางการตลาด



๔. การทอผ้าจากเส้นใยฝักตบชวา



๕.๔ การประมวลข้อมูล และยกย่องแผนธุรกิจเกษตร

วิทยากร ดร.มโนชัย สุคจิตกร และทีมงานวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

สาระสำคัญ

จากกิจกรรมการลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์เกษตรกร และเก็บข้อมูลสินค้าเกษตรที่เป็นกรณีศึกษาเพื่อการวิเคราะห์กรณีศึกษาพร้อมทั้งการจัดทำรายงานการเกษตร โดยดำเนินการแบ่งกลุ่มกรณีศึกษาเป็น ๔ กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ ๑ วิสาหกิจชุมชนสุราน้ำใส กลุ่มที่ ๒ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเห็ดบ้านหนองเครือบุญ กลุ่มที่ ๓ วิสาหกิจชุมชนชวาภาชี และกลุ่มที่ ๔ การทอผ้าจากเส้นใยฝักตบชวา ให้แต่ละกลุ่มระดมสมอง เกิดการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อสรุปประเด็นสัมภาษณ์ ดำเนินการจัดทำแผนธุรกิจเกษตร แบบจำลองธุรกิจ Business Model Canvas (BMC) และเตรียมรูปแบบการนำเสนอผลงาน

๕.๕ การฝึกนำเสนอร่างแผนธุรกิจเกษตร และปรับปรุงแผนธุรกิจ

วิทยากร ดร.มโนชัย สุคจิตกร และทีมงานวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

สาระสำคัญ

ดำเนินการประมวลข้อมูล และยกย่องแผนธุรกิจเกษตรการฝึกนำเสนอร่างแผนธุรกิจเกษตร และปรับปรุงแผนธุรกิจ จากการแบ่งกลุ่มจำนวน ๔ กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ ๑ วิสาหกิจชุมชนสุราน้ำใส กลุ่มที่ ๒ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเห็ดบ้านหนองเครือบุญ กลุ่มที่ ๓ วิสาหกิจชุมชนชวาภาชี และกลุ่มที่ ๔ การทอผ้าจากเส้นใยฝักตบชวา โดยมีตัวแทนแต่ละกลุ่มนำเสนอผลงานรูปแบบการ Pitching จากการจัดทำแผนธุรกิจเกษตร แบบจำลองธุรกิจ Business Model Canvas (BMC)

วิธีการนำเสนอเนื้อหาของวิทยากร

วิธีการนำเสนอเนื้อหาของวิทยากรในหลักสูตรนักรับราชการพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์ ระดับต้น รุ่นที่ ๖๘ เป็นการเรียนรู้รูปแบบการฝึกปฏิบัติร่วมกัน (onsite) โดยใช้การบรรยาย อภิปราย การแบ่งกลุ่มฝึกปฏิบัติ กิจกรรม Reality Based การระดมสมอง เพื่อให้เกิดการคิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และกิจกรรมการลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์เกษตรกรที่เป็นกรณีศึกษา เพื่อการวิเคราะห์กรณีศึกษา และการจัดทำรายงานการเกษตรข้อมูล นอกจากนี้ การนำเสนอของวิทยากรแต่ละท่าน สามารถยกตัวอย่างจากประสบการณ์การปฏิบัติงานมาประกอบการบรรยาย เพื่อให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายมากขึ้น รวมถึงการให้คำแนะนำ ปรัชญาในกรณีมีข้อสงสัยที่เกี่ยวข้องได้อย่างชัดเจน

๔. ประโยชน์ที่ได้รับ

๔.๑ ประโยชน์ที่ได้รับต่อตนเอง

มีการเรียนรู้การปรับตนเองเมื่อทำงานกับคนหมู่มาก ปรับทัศนคติที่มีต่อผู้อื่นให้เป็นเชิงบวกมากขึ้น ให้โอกาสตนเองได้แสดงความคิดเห็น และให้โอกาสตนเองในการรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น เรียนรู้ความหลากหลายในสังคมอย่างเข้าใจ พัฒนาศักยภาพในการสื่อสาร การแสดงความคิดเห็น การยอมรับ การนำเสนอ มีความรู้ความเข้าใจในการเขียนแผนธุรกิจเพิ่มมากขึ้น สามารถนำไปปรับใช้ในการทำงานในพื้นที่ได้ดียิ่งขึ้น

มีความรู้ความเข้าใจการนำเสนอและสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน การทำงานเป็นทีม การเขียนแผนธุรกิจ การประเมินแผนธุรกิจมากยิ่งขึ้น และนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาตนเองให้มีการสื่อสารกับทีมงานได้ดีขึ้น เกิดการเรียนรู้และปรับตัวในการอยู่ร่วมกันในสังคมของการทำงานที่มีความแตกต่างโดยการเปิดใจที่จะเรียนรู้และทำความเข้าใจในความต่างไม่ตัดสินผู้อื่นจากความแตกต่างและรับฟังความคิดเห็นของบุคคลอื่น สามารถนำไปปรับใช้ในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดียิ่งขึ้น

๔.๒ ประโยชน์ที่ได้รับต่อหน่วยงาน

สามารถนำความรู้ที่ได้จากการอบรมไปพัฒนาต่อยอดในการทำงานในองค์กรได้ดีขึ้น การจัดกิจกรรมละลายพฤติกรรมที่สามารถนำไปใช้กับกลุ่มเกษตรกรในช่วงก่อนเข้าสู่เนื้อหาทางวิชาการ องค์กรมีบุคลากรที่สามารถเขียนแผนธุรกิจหรือให้คำแนะนำแก่เกษตรกรในการเขียนโครงการได้

มีเครือข่ายของหน่วยงานภายใต้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในการประสานงานในการดำเนินงานด้านข้อมูล กระบวนการทำงานต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกันของหน่วยงาน และนำความรู้ที่ได้จากการอบรมไปปรับใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานภายในหน่วยงานให้ดีขึ้นในการนำเสนองานในเวทีประชุมต่างๆ ทำให้ผู้ร่วมประชุมเกิดความเข้าใจและร่วมกันดำเนินงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่หน่วยงานตั้งไว้

๕. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

๕.๑ ปัญหาอุปสรรค

๑) เวลาในการฝึกอบรมค่อนข้างน้อย ทำให้การเรียนรู้แต่ละวิชามีเนื้อหาที่รวบรัด และไม่ลงรายละเอียดอย่างเพียงพอ

๒) รายวิชาที่ต้องเรียนผ่านระบบ e-Learning ก่อนเข้ารับการอบรม จะไม่มีการยกเนื้อหาหรือรายละเอียดบางส่วนมาเชื่อมโยงกับเนื้อหาในการฝึกอบรมรูปแบบ onsite ทำให้ไม่เห็นถึงความเชื่อมโยงต่อการคิดและวิเคราะห์ข้อมูลในบริบทต่างๆ

๕.๒ ข้อเสนอแนะ

๑) ควรจัดสรรเวลาในการฝึกอบรมรูปแบบ onsite ให้มากขึ้น โดยคำนึงถึงผลลัพธ์ที่ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมควรได้รับ ทั้งในด้านของวิชาการ และภาคปฏิบัติ

๒) ควรให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่ได้รับจากการเรียนผ่านระบบ e-Learning อาจเป็นการสอดแทรกบางประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรายวิชาของ onsite หรือจัดให้มีการสอนหรือทบทวนวิชานั้นๆ ในประเด็นเน้นย้ำอีกครั้งในการฝึกอบรม onsite

๖. ท่านจะนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานอย่างไรบ้าง (โปรดระบุเป็นรายบุคคล)

๖.๑ นายภาสกร ใจแจ่ม นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ

เกิดการพัฒนาตนเอง ด้านความคิดที่ไม่อยู่ใน Comfort zone เพื่อให้สามารถคิดพัฒนาตนเอง และพัฒนางาน การวางแผนการบริหารจัดการงานในหน้าที่ การบริหารจัดการคน บุคลากรในหน่วยงาน ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้การทำงานประสบความสำเร็จ สร้างบุคลิกที่ดีในการทำงาน ทั้งกาย วาจา ใจ การนำความรู้ไปพัฒนาผลผลิตภาคการเกษตร ทั้งคุณค่า และมูลค่า ผ่านกลไกด้านการวิเคราะห์สินค้า กลยุทธ์ และการตลาดที่เหมาะสม

๖.๒ นางสาวกนกวรรณ เกษมณี นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ

๑) สามารถนำองค์ความรู้การสร้างเครือข่ายและการทำงานเป็นทีม ไปปรับใช้ในการทำงานส่งเสริมการเกษตรในพื้นที่ได้ ช่วยให้เกิดการประสานงานในองค์กรและนอกองค์กร อีกทั้งยังช่วยเกิดแนวทางในการประสานงานกับเครือข่ายได้มากขึ้น

๒) พัฒนาทักษะต่างๆ เช่น ด้านการสื่อสาร โดยนำไปปรับใช้ในการติดต่อประสานงานกับเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน เกษตรกร หรือบุคคลอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดผลการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และตรงตามวัตถุประสงค์

๓) นำองค์ความรู้จากการอบรมไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการทำงาน เพื่อก่อให้เกิดแนวทางการพัฒนางานและเกิดการวางแผนงานในอนาคตต่อไป

๖.๓ นางสาวจุมพิตา คชวงศ์ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรปฏิบัติการ

สามารถนำความรู้ที่ได้ไปปรับใช้เพื่อพัฒนางานที่รับผิดชอบให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้านการทำงานเป็นทีม สามารถพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ มีเป้าหมายที่ชัดเจน มีความเข้าใจในการทำงานร่วมกัน การพูดในที่สาธารณะ การสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ การสร้างเครือข่าย การสร้างองค์กรให้มีความเข้มแข็ง ตามภารกิจที่ได้รับมอบหมาย การบริหารจัดการคน กลุ่มเกษตรกร หรือองค์กรเกษตรกรให้ประสบความสำเร็จ การจัดทำแผนธุรกิจเพื่อต่อยอดการค้าดำเนินงานของกลุ่มองค์กรการเกษตร ก่อประโยชน์แก่เกษตรกรต่อไป

๖.๔ นางสาวปิยะพร นิตยสุวรรณ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ

นำทักษะเสริมสร้างภาวะผู้นำ การสร้างเครือข่ายและการทำงานเป็นทีมมาใช้ในองค์กร เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และสร้างสรรค์ เกิดการพัฒนาการทำงานเป็นทีม เกิดความเข้าใจ การช่วยเหลือเพื่อให้องค์กรเกิดความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ นำทักษะในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล การประมวลผล ข้อมูล การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าสินค้าเกษตร การจัดทำแผนธุรกิจ การนำเสนอแผนธุรกิจไปวางแผนภายใน องค์กรถ่ายทอดให้ทีมได้มีความรู้ความเข้าใจ เพื่อขับเคลื่อนนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ตามภารกิจของกรมส่งเสริมการเกษตรที่ได้รับมอบหมาย การสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ การเข้าใจและยอมรับ ในความหลากหลายของสังคมเพื่อให้การทำงานร่วมกันเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๖.๕ นางสาวสุจิตรา วัชลับ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ

นำความรู้ที่ได้รับมาพัฒนาตนเอง และนำไปประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานในพื้นที่จริง ไม่ว่าจะเป็น ทักษะภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีม การสร้างองค์กรให้เข้มแข็ง ทักษะการสื่อสาร การสร้างเครือข่าย การช่วยเหลือเพื่อให้องค์กรบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และการทำงานภายใต้สังคมที่หลากหลาย

๖.๖ นางสาวพรพิมล ทวีเศรษฐ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ

สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการดำเนินงานในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ การทำงาน เป็นทีม ทักษะการสื่อสารเพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าใจสิ่งที่เราต้องการสื่อสารรวมถึงเทคนิคต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การพูดในที่ประชุม การวางตัว บุคลิกภาพ เป็นต้น การวางแผนการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่วางไว้ การบริหารจัดการคน กลุ่มเกษตรกร หรือองค์กรเกษตรกร ให้ประสบความสำเร็จ การจัดทำแผนธุรกิจเพื่อต่อยอดการดำเนินงานของกลุ่มองค์กรเกษตร การทำตลาด ออนไลน์เพื่อนำไปใช้ในการส่งเสริมกลุ่มในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย นอกจากนี้การได้ลงพื้นที่ปฏิบัติงานจริง ทำให้เราเข้าใจได้มากยิ่งขึ้น ตั้งแต่การวางแผนการทำงานร่วมกับทีมงาน การตั้งคำถามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ที่จะนำมาใช้ประโยชน์ได้ ซึ่งทุกอย่างจะต้องมีการทำบ้านล่วงหน้า ทำให้เราสามารถเป็นนักวางแผนที่ดีได้ ซึ่งสิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวมานี้ทำให้เราสามารถพัฒนางานที่เราปฏิบัติอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งต่อตนเอง และ องค์กร

๖.๗ นางสาวศศิวิมล บุญประเสริฐ นักรัพยากรบุคคลชำนาญการ

สามารถนำความรู้และทักษะที่ได้รับไปปรับใช้เพื่อพัฒนางานในบทบาทหน้าที่ที่รับผิดชอบ ทั้งในด้านของการวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อวิเคราะห์และต่อยอดเชิงข้อมูล กระบวนการ ติดตามและประเมินผล ผ่านวิธีการปฏิบัติงานเป็นทีม อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังสามารถนำทักษะอื่นๆ ไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้และประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนางาน ได้ เช่น เทคนิคการพูดและนำเสนอ การดำรงตนในสังคมแห่งความหลากหลาย การวิเคราะห์ห่วงโซ่สินค้า เกษตร และการจัดทำแผนธุรกิจเกษตรมูลค่าสูงเป็นรายสินค้า เป็นต้น

๖.๘ นางสาวโชติมาภา สมใจ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ

การนำความรู้ในการทำงานเป็นทีม มาพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ มีเป้าหมายที่ชัดเจน มีความเข้าใจในการทำงานร่วมกัน แบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบในการทำงาน สร้างการ สื่อสารภายในทีม เพื่อให้ทุกคนต้องเข้าใจกันและมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลต่อเนื่อง และช่วยแก้ไข้ปัญหาและ ปรับปรุงการทำงาน การนำทักษะการนำเสนอและการสื่อสารมาปรับใช้ในการประสานงาน สร้างเครือข่าย ในการทำงานร่วมกับหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอกในการขับเคลื่อนงานสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

๖.๙ นายอิสระ บุญเย็น นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ

สามารถนำนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ แนวคิด คำแนะนำ และองค์ความรู้ที่ได้รับตลอดการฝึกอบรมจากทั้งคณะวิทยากรและเพื่อนผู้ร่วมอบรมในครั้งนี้ ไปปรับใช้ในการทำงานทั้งในด้านการทำงานของตนเองและการทำงานร่วมกับผู้อื่น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน การวางแผนงาน และนำไปสู่การส่งเสริมการเกษตรในพื้นที่ให้เกิดประโยชน์แก่เกษตรกร หน่วยงาน องค์กร และประเทศชาติต่อไป

๖.๑๐ นางสาวพัชรี เจียไพบูลย์ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ

สามารถพัฒนาตนเองให้มีความรู้ความสามารถและมีสมรรถนะสูง และพร้อมที่จะขับเคลื่อนนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไปสู่การปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพสูง ทำให้การปฏิบัติงาน เพื่อการพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อองค์กรและเกษตรกรอย่างแท้จริง และสามารถสร้างเครือข่ายและพันธมิตรกับหน่วยงานทั้งภายใน และภายนอกกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้อย่างกว้างขวาง ได้แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์เพื่อเป็นแนวทางการนำไปใช้ในการปฏิบัติงาน และบูรณาการการทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๖.๑๑ นางสาวศรีษฐา สุนทรรัตน์ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ

สามารถนำความรู้ในเรื่องของการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าที่ได้รับมาปรับใช้ในการทำงาน เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง องค์กร และเกษตรกรในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการคิดเชิงระบบ และนำความรู้ในเรื่องของการดำรงตนในสังคมแห่งความหลากหลายมาปรับใช้ในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นด้วยความเข้าใจ รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา ซึ่งเป็นการปรับกระบวนการคิด (Mind Set) ให้เป็นเชิงบวกมากขึ้น โดยสามารถปรับตัวให้อยู่กับผู้อื่นด้วยความเข้าใจและปรับวิธีการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความรักความสามารถให้เกิดกับองค์กรต่อไป

๖.๑๒ นางสาวฐานิญา เทพบุตร นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรปฏิบัติการ

จะนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ดังนี้

๑) สามารถนำความรู้ที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์เชิงระบบแบบองค์รวม เพื่อใช้ในการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ มีขั้นตอน มีการวางแผนการปฏิบัติงาน และสามารถขับเคลื่อนงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒) สามารถนำนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และหลักความรู้ที่ได้มาใช้ในการวางแผนการส่งเสริมการเกษตรในพื้นที่ ให้เกิดประโยชน์แก่องค์กร และเกษตรกร

๓) สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้กับการบริหารจัดการตนเอง บริหารจัดการคนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเกษตรกร และทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และสามารถปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด มุ่งผลสัมฤทธิ์ สามารถบูรณาการการทำงานร่วมกันทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดต่อตนเองและองค์กร

- ๖.๑๓ นางสาววิษัญชยาพา ผดุงพัฒน์ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรปฏิบัติการ
จะนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ดังนี้
- ๑) พัฒนาทักษะบริหาร
 - ๒) นำองค์ความรู้ใหม่ไปถ่ายทอดให้เจ้าหน้าที่ ในลักษณะการทำงานแบบ Coach & Mentor
 - ๓) เสริมสร้างทีมที่มีประสิทธิภาพ
 - ๔) พัฒนาทักษะการสื่อสาร
 - ๕) เป็นต้นแบบของการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยช่วยสร้างมุมมองในการเรียนรู้ตลอดชีวิต และการปรับตัวตามสถานการณ์เปลี่ยนแปลง
 - ๖) สร้างความมั่นคงในตำแหน่งงานและการดำเนินชีวิตอาชีพ จากผลของการได้รับการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพที่ดี



(นางสาวศศิวิมล บุญประเสริฐ)

ผู้รายงาน

๗. ความเห็นของผู้บังคับบัญชา (ระดับผู้อำนวยการกอง/สำนัก/เกษตรจังหวัด หรือเทียบเท่า ขึ้นไป)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

(นางอมรทิพย์ ภิรมบุรณ์)

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี

หมายเหตุ กรณีที่ไปประชุม / สัมมนา / ฝึกอบรม / ดูงาน เป็นหมู่คณะ โปรดระบุชื่อผู้ร่วมเดินทาง และเสนอรายงานเพียงชุดเดียว