

แผนกลยุทธ์การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ กองพัฒนาการเกษตรพื้นที่เฉพาะ
พ.ศ. 2557-2559

1. วิสัยทัศน์

เป็นสื่อกลางในการสร้างความเข้าใจ และเผยแพร่ข่าวสารและประชาสัมพันธ์งานโครงการพระราชดำริ และงานส่งเสริมการเกษตรในเขตพื้นที่เฉพาะของกรมส่งเสริมการเกษตรออกสู่สาธารณชนโดยผ่านสื่อทุกรูปแบบ สร้างสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงาน เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2. การวิเคราะห์งานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพัฒนาการเกษตรพื้นที่เฉพาะ แบบ SWOT METRIX เพื่อ
เสนอกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหา

จุดแข็ง	โอกาส
S1 : หน่วยงานมีคณะทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน	O1 : กรมมีนโยบายให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์และพร้อมสนับสนุน
S2 : ผู้บริหารมีประสบการณ์เป็นนักยุทธศาสตร์ใช้หลักการบริหารแบบมีส่วนร่วมพร้อมเป็นที่ปรึกษา	O2 : กรมมีสำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทำหน้าที่โดยตรงในงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
S3 : สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	O3 : งานโครงการพระราชดำริมีแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม
S4 : บุคลากรส่วนใหญ่ของหน่วยงานพร้อมที่จะรับการพัฒนาและฝึกทักษะงานด้านประชาสัมพันธ์	O4 : งานโครงการพระราชดำริและการส่งเสริมการเกษตรพื้นที่เฉพาะมีช่องทางในการนำเสนอผลงานที่หลากหลาย
	O5 : มีเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น เว็บไซต์ ทวีวี มือถือ แอปพลิเคชัน ช่วยให้การดำเนินงานสะดวกรวดเร็ว และงานต่อการประชาสัมพันธ์
	O6 : มีการรวมตัวในรูปแบบของเครือข่ายออนไลน์เพื่อการสื่อสารอย่างกว้างขวางมากขึ้นในทุกระดับ

ผลจากการวิเคราะห์เสนอกลยุทธ์เชิงรุก (SO) ดังนี้

1. ยกระดับงานโครงการพระราชดำริและงานส่งเสริมการเกษตรในเขตพื้นที่เฉพาะของกรมส่งเสริมการเกษตรให้เป็นที่รู้จัก วิเคราะห์จากจุดแข็งในด้านยุทธศาสตร์ของหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และมีผู้บริหารมีประสบการณ์เป็นนักยุทธศาสตร์ทั้งในระดับส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ประเมินกับโอกาสที่งานโครงการพระราชดำริมีแผนหรือแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน มีโอกาสหรือช่องทางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย

จุดอ่อน	โอกาส
W1 : ประชาชนทั่วไปไม่รู้จักรับรองพัฒนาการเกษตรพื้นที่เฉพาะ	O1 : กรมมีนโยบายให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์และพร้อมสนับสนุน
W2 : ยังไม่มีแผนกลยุทธ์ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของกองเป็นเพียงส่วนหนึ่งในยุทธศาสตร์ของกอง	O2 : กรมมีสำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทำหน้าที่โดยตรงในงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
W3 : ขาดการเก็บรวบรวมและจัดทำฐานข้อมูลงานโครงการพระราชดำริและงานส่งเสริมการเกษตรในเขตพื้นที่เฉพาะที่เป็นเอกภาพ	O3 : งานโครงการพระราชดำริมีแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม
W4 : บุคลากรขาดทักษะในการดำเนินงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	O4 : งานโครงการพระราชดำริและการส่งเสริมการเกษตรพื้นที่เฉพาะมีช่องทางในการนำเสนอผลงานที่หลากหลาย
W5 : ขาดความเชื่อมโยงช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน	O5 : มีเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น เว็บไซต์ ทีวี มือถือ แอปพลิเคชัน ช่วยให้การงานสะดวกรวดเร็วและงานต่อการประชาสัมพันธ์
W6 : การจัดการด้านงบประมาณยังไม่ชัดเจนในส่วนของ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (ยังอยู่ภายใต้การดำเนินงานของแต่ละโครงการ)	O6 : มีการรวมตัวในรูปแบบของเครือข่ายออนไลน์เพื่อการสื่อสารอย่างกว้างขวางมากขึ้นในทุกระดับ

ผลจากการวิเคราะห์เสนอกกลยุทธ์เพื่อการพัฒนา (WO) ดังนี้

1. ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของกองพัฒนาการเกษตรพื้นที่เฉพาะและงานโครงการพระราชดำริและงานส่งเสริมการเกษตรในเขตพื้นที่เฉพาะของกรมส่งเสริมการเกษตร โดยวิเคราะห์จุดอ่อนในด้านการเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไปรวมทั้งหน่วยงานภายนอก ไม่มีแผนกลยุทธ์ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และการขาดทักษะในการดำเนินงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในหน่วยงาน ประเมินร่วมกับโอกาสต่างๆ เช่นในปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ง่าย มีการรวมตัวในรูปแบบสังคมหรือเครือข่ายออนไลน์ทำให้มีการสื่อสารที่กว้างขวางมากขึ้น

จุดแข็ง	อุปสรรค
S1 : หน่วยงานมีคณะทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน	T1 : การปรับเปลี่ยนผู้รับผิดชอบงานโครงการในระดับภูมิภาคทำให้การจัดเก็บข้อมูลไม่ต่อเนื่อง
S2 : ผู้บริหารมีประสบการณ์เป็นนักยุทธศาสตร์ใช้หลักการบริหารแบบมีส่วนร่วมพร้อมเป็นที่ปรึกษา	T2 : ได้รับงานมอบหมายพิเศษจากกรมทำให้เกิดภาระงานค่อนข้างมาก
S3 : สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	T3 : ความไม่แน่นอนทางการเมืองและการตอบสนองนโยบาย
S4 : บุคลากรส่วนใหญ่ของหน่วยงานพร้อมที่จะรับการพัฒนาศักยภาพงานด้านเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	T4 : ถูกคาดหวังจากภายนอกมากเกินไปสร้างแรงกดดันให้กับหน่วยงาน

ผลจากการวิเคราะห์เสนอกลยุทธ์เชิงรับ (ST) ดังนี้

1. เสริมสร้างศักยภาพด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้กับบุคลากร โดยวิเคราะห์จากจุดแข็งที่บุคลากรส่วนใหญ่ของหน่วยงานพร้อมที่จะรับการพัฒนาและฝึกทักษะงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และเมื่อประเมินร่วมกับอุปสรรคจะเห็นได้ว่าต้องเร่งสร้างจิตสำนึกรักในงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ลดแรงกดดันเมื่อถูกภายนอกคาดหวัง สามารถมองภาพงานที่ได้รับมอบหมายพิเศษให้เป็นส่วนหนึ่งในงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้

จุดอ่อน	อุปสรรค
W1 : ประชาชนทั่วไปไม่รู้จักรับรองพัฒนาการเกษตรในพื้นที่เฉพาะ	T1 : การปรับเปลี่ยนผู้รับผิดชอบงานโครงการในระดับภูมิภาคทำให้การจัดเก็บข้อมูลไม่ต่อเนื่อง
W2 : ยังไม่มีแผนกลยุทธ์ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของกองเป็นเพียงส่วนหนึ่งในยุทธศาสตร์ของกอง	T2 : ได้รับงานมอบหมายพิเศษจากกรมทำให้เกิดภาระงานค่อนข้างมาก
W3 : ขาดการเก็บรวบรวมและจัดทำฐานข้อมูลงานโครงการพระราชดำริและงานส่งเสริมการเกษตรในเขตพื้นที่เฉพาะที่เป็นเอกภาพ	T3 : ความไม่แน่นอนทางการเมืองและการตอบสนองนโยบาย
W4 : บุคลากรขาดทักษะในการดำเนินงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	T4 : ถูกคาดหวังจากภายนอกมากเกินไปสร้างแรงกดดันให้กับหน่วยงาน
W5 : ขาดความเชื่อมโยงช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน	
W6 : การจัดการด้านงบประมาณยังไม่ชัดเจนในส่วนของ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (ยังอยู่ภายใต้การดำเนินงานของแต่ละโครงการ)	

ผลจากการวิเคราะห์เสนอกลยุทธ์ปรับปรุงองค์กร (WT) ดังนี้

1. พัฒนาระบบงานการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้เชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน โดยวิเคราะห์จุดอ่อนในด้านการทำงานที่ยังไม่มีแผนกลยุทธ์ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ขาดความเชื่อมโยงช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และการเก็บข้อมูลข่าวสารที่เป็นระบบ ประเมินร่วมกับอุปสรรคที่มีการปรับเปลี่ยนผู้รับผิดชอบงานโครงการในระดับภูมิภาคทำให้การจัดเก็บข้อมูลไม่ต่อเนื่อง

การจัดลำดับความสำคัญของกลยุทธ์การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของกองพัฒนาการเกษตรพื้นที่เฉพาะ

กลยุทธ์	ความยาก ง่าย (1-5)	งบประมาณ ประมาณ (1-5)	ผลกระทบ กระทบ (1-5)	ความ เร่งด่วน (1-5)	การ จัดลำดับ
1. ยกระดับช่องทางงานโครงการพระราชดำริและงานส่งเสริมการเกษตรในเขตพื้นที่เฉพาะของกรมส่งเสริมการเกษตรให้เป็นที่รู้จัก	4	4	3	3	14
2. ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของกองพัฒนาการเกษตรพื้นที่เฉพาะและงานโครงการพระราชดำริและงานส่งเสริมการเกษตรในเขตพื้นที่เฉพาะของกรมส่งเสริมการเกษตร	3	3	4	3	13
3. เสริมสร้างศักยภาพด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้กับบุคลากร	3	3	3	3	12
4. พัฒนาระบบงานการประชาสัมพันธ์ให้เชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน	4	3	4	4	15

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำแผนกลยุทธ์

- กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบงานการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้เชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน
- กลยุทธ์ที่ 2 ยกระดับช่องทางงานโครงการพระราชดำริและงานส่งเสริมการเกษตรในเขตพื้นที่เฉพาะของกรมส่งเสริมการเกษตรให้เป็นที่รู้จัก
- กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของกองพัฒนาการเกษตรพื้นที่เฉพาะและงานโครงการพระราชดำริและงานส่งเสริมการเกษตรในเขตพื้นที่เฉพาะของกรมส่งเสริมการเกษตร
- กลยุทธ์ที่ 4 เสริมสร้างศักยภาพด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้กับบุคลากร

แผนกลยุทธ์การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ 3 ปี พ.ศ. 2557-2559 กองพัฒนาการเกษตรพื้นที่เฉพาะ

กลยุทธ์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	การดำเนินงาน			งบประมาณ (บาท)
			2557	2558	2559	
1. พัฒนาระบบงานการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้เชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน	หน่วยงานมีกระบวนการทำงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนและมีแผนปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน	มีกระบวนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์				
2. ยกระดับช่องทางการโครงการพระราชดำริและงานส่งเสริมการเกษตรในเขตพื้นที่เฉพาะของกรมส่งเสริมการเกษตรให้เป็นที่รู้จัก	กลุ่มเป้าหมายได้รับประโยชน์จากการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายในการใช้ประโยชน์จากช่องทางต่างๆ ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน				30,000
3. ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของกองพัฒนาการเกษตรพื้นที่เฉพาะและงานโครงการพระราชดำริและงานส่งเสริมการเกษตรในเขตพื้นที่เฉพาะของกรมส่งเสริมการเกษตร	หน่วยงานได้รับการยอมรับจากประชาชนและเครือข่ายในการสนับสนุนงานด้านข้อมูลข่าวสารโครงการต่างๆ	จำนวนข่าวสารที่ได้รับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์บทบาทภารกิจของหน่วยงานและโครงการต่างๆ				50,000
4. เสริมสร้างศักยภาพด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้กับบุคลากร	บุคลากรของหน่วยงานสามารถดำเนินงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	จำนวนบุคลากรที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพ				30,000

แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนางานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2557 กองพัฒนาการเกษตรพื้นที่เฉพาะ

กลยุทธ์	กิจกรรม	เป้าหมาย		การดำเนินงาน	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
		จำนวน	หน่วยนับ			
1. พัฒนาระบบงานการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้เชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน	1.1 การประชุมคณะทำงานเทคโนโลยีสารสนเทศและประชาสัมพันธ์ร่วมกับคณะทำงานจัดทำมาตรฐานการปฏิบัติงาน	2	ครั้ง	ก.พ.57		คณะทำงานเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ร่วมกับคณะทำงานจัดทำมาตรฐานการปฏิบัติงาน
	1.2 จัดทำระบบงานการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของกองพัฒนาการเกษตรพื้นที่เฉพาะ	1	ระบบงาน	ก.พ. - มี.ค.57		
	1.3 เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ระบบงานให้ผู้เกี่ยวข้อง	1	เรื่อง	มี.ค.57		
2. ยกระดับช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานโครงการพระราชดำริและงานส่งเสริมการเกษตรในเขตพื้นที่เฉพาะของกรมส่งเสริมการเกษตรให้เป็นที่รู้จัก	2.1 ปรับปรุงเว็บไซต์ กพฉ.	1	ครั้ง	มี.ค.57	(เพจเดิม)	คณะทำงานเทคโนโลยีสารสนเทศฯ
	2.2. จัดทำจดหมายข่าว กพฉ. (e-news)	6	ฉบับ	ธ.ค.56 - ก.ย.57		
	2.3 จัดทำบอร์ดประชาสัมพันธ์งานโครงการ	อย่างน้อยเดือนละ 2	ครั้ง	มี.ค. - ก.ย.57	10,000	กลุ่ม/ฝ่าย
	2.4 จัดทำ Facebook กพฉ. เพื่อเผยแพร่ผลการดำเนินงานต่างๆ	1	เรื่อง	ก.พ.57		คณะทำงานเทคโนโลยีสารสนเทศฯ

กลยุทธ์	กิจกรรม	เป้าหมาย		การดำเนินงาน	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
		จำนวน	หน่วยนับ			
3. ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของกองพัฒนาการเกษตรพื้นที่เฉพาะและงานโครงการพระราชดำริและงานส่งเสริมการเกษตรในเขตพื้นที่เฉพาะของกรมส่งเสริมการเกษตร	3.1. ปรับปรุงวิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์บทบาทภารกิจของหน่วยงาน	1	ครั้ง	เม.ย. - พ.ค.57	50,000	คณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศฯ
	3.2 กำหนดประเด็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการสำคัญเตรียมเผยแพร่สู่ช่องทางต่างๆ	11	โครงการ	มี.ค.57		กลุ่ม/ฝ่าย
	3.3 จัดทำฐานข้อมูลโครงการสำคัญและเผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ	11	โครงการ	ก.พ. - มิ.ย.57		กลุ่ม/ฝ่าย
	3.4 จัดทำปฏิทินกิจกรรม กพฉ.	9	เดือน	ม.ค. - ก.ย.57		คณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศฯ
4. เสริมสร้างศักยภาพด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้กับบุคลากร	4.1 สสำรวจความต้องการเสริมสร้างศักยภาพด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	1	ครั้ง	มี.ค.57		คณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศฯ
	4.2 จัดกิจกรรมเพิ่มทักษะด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้กับบุคลากรในหน่วยงาน	2	ครั้ง	เม.ย. - มิ.ย.57	10,000	

