

รายงานสรุปการอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้/ประชุมเชิงปฏิบัติการ/และเป็นวิทยากร
กองนโยบายและแผนการใช้ที่ดิน กรมพัฒนาที่ดิน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
ชื่อ-นามสกุล นางสาวกาญจนา วงศ์กาด ตำแหน่ง เศรษฐกรปฏิบัติการ กลุ่ม เศรษฐกิจที่ดินทางการเกษตร หลักสูตร/หัวข้อเรื่องอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้ : โครงการอบรมปั้นดินให้เป็นดาว หลักสูตร การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (ครั้งที่ 2) สถานที่อบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้ : โปรแกรม Zoom หน่วยงานที่จัดฝึกอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้ : กลุ่มพัฒนาบุคคล กองการเจ้าหน้าที่ ตั้งแต่วันที่ 26 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2564 ถึงวันที่ 30 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2564 เพื่อ <input checked="" type="checkbox"/> อบรม <input type="checkbox"/> สัมมนา <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ
ส่วนที่ 2 สิ่งที่ได้รับจากการอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้
2.1 รายงานสรุปเนื้อหาสาระสำคัญในการอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้ สถานการณ์ปัจจุบัน ทำให้สังคมเกิดการใช้ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการติดต่อสื่อสาร รวมไปถึงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการให้บริการของกรมพัฒนาที่ดินไปสู่เกษตรกรและประชาชนอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว จึงต้องเสริมสร้างบุคลากรให้มีความรู้ ทักษะกลยุทธ์ด้านการติดต่อสื่อสาร การนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รวมไปถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการให้บริการงานของกรมฯ การวิเคราะห์องค์กร (Corporate analysis) <ul style="list-style-type: none">• บุคลิกภาพขององค์กร คือ สิ่งที่บ่งบอกถึงตัวตนของตราสินค้าหรือองค์กร• การวิเคราะห์องค์กร (องค์กรเราเป็นแบบไหน) แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้<ol style="list-style-type: none">1) Sincerity จริงใจ เป็นมิตร ติดดิน ซื่อสัตย์ เข้าถึงง่าย2) Excitement ตื่นเต้น เร้าใจ ร่วมสมัย สร้างสรรค์ เท่3) Competence น่าเชื่อถือ ฉลาด มั่นใจ เป็นผู้นำ ขยัน4) Sophisticate หูหรา มีเสน่ห์ มีระดับ ดูดี5) Ruggedness ลุย ถึก สมบุกสมบัน• ตัวอย่างการวิเคราะห์องค์กรของกรมพัฒนาที่ดิน แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้<ul style="list-style-type: none">- Sincerity จริงใจ เป็นมิตร ติดดิน เข้าถึงง่าย- Competence น่าเชื่อถือ ฉลาด มั่นใจ เป็นผู้นำ ขยัน- Ruggedness ลุย เน้นการอยู่นอกบ้าน กลยุทธ์การออกแบบแกนเนื้อหาในการสื่อสาร (Content Pillar) <ul style="list-style-type: none">• Content Pillar คือ เสาหลักของเนื้อหา (Content = เนื้อหา, Pillar = เสาหลัก) เป็นการจัดหมวดหมู่ของเนื้อหา เพื่อง่ายในการวางแผนการโพสต์ใน Social Media

- ตัวอย่างประเภทของ Content Pillar แบ่งออกเป็นดังนี้

- แบ่งตามวัตถุประสงค์การสื่อสาร จะใช้สำหรับเน้นการขายและความสัมพันธ์
- แบ่งตามลักษณะเนื้อหา จะใช้สำหรับเน้นการเผยแพร่ความรู้ เช่น ใช้กับองค์กร โรงเรียน

- ประโยชน์ของ Content Pillar

- เป็นหลักยึดให้สร้างสรรค์เนื้อหาได้ง่ายและหลากหลายขึ้น
- ช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้องค์กร
- ช่วยให้การสื่อสารมีความชัดเจนและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน
- ช่วยให้ผู้บริหารเข้าใจและผูกพันกับองค์กรได้ตามวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร

- การวางแผนเนื้อหา Content Pillar

- Step 1 เข้าใจองค์กรและผู้รับสาร สร้าง Content Pillar หรือจัดหมวดหมู่ของเนื้อหาให้สัมพันธ์กับวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กรในรูปแบบที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้รับสาร

- Step 2 รวบรวมและแบ่งหมวดหมู่ข้อมูลเพื่อวาง content pillar การแบ่ง pillar ในแต่ละด้านขององค์กร

- Step 3 วางน้ำหนักเนื้อหา แต่ละ Content Pillar ควรจะมีน้ำหนักเนื้อหาเป็นปริมาณเท่าไรที่จะตรงกับวิสัยทัศน์และภารกิจขององค์กร

- การจัดตาราง Content Pillar

- Step 1 วางแผนปฏิทินเนื้อหาและชื่อเรื่อง การวางเนื้อหาต้องสัมพันธ์กับวันในปฏิทิน รวมไปถึงชื่อเรื่อง

- Step 2 เลือกประเภทของเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอและออกแบบ เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ เนื้อหาตามกระแส บทสัมภาษณ์ อินโฟกราฟิก เป็นต้น

- Step 3 ตรวจสอบผลตอบรับเพื่อการสร้างเนื้อหาในอนาคต เช่น จากจำนวนคนไลค์ แชร์ คอมเมนต์ Facebook Page Insight เป็นต้น

- ตัวอย่าง Content Pillar ของกรมพัฒนาที่ดิน

- 1) เนื้อหาเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ ภารกิจ นโยบาย ของกรมพัฒนาที่ดิน (อ้างอิงข้อมูลกรมฯ)
- 2) เนื้อหาด้านความสำเร็จหรือการยกย่องส่งเสริมบุคคล (สัมภาษณ์บุคคล)
- 3) เนื้อหาด้านความรู้ทั่วไป (นำเสนอองค์ความรู้ของกรมฯ)
- 4) เนื้อหาด้านกิจกรรมประเภทต่าง ๆ และการบริการของกรมพัฒนาที่ดิน

กลยุทธ์และเทคนิคการเล่าเรื่องเชิงสร้างสรรค์ (Creative Storytelling strategy)

- ประเภทของเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ

- 1) เนื้อหาทั่วไป (Routine) เนื้อหาเกี่ยวกับองค์กรที่มีการโพสต์เป็นประจำ เช่น สินค้าและบริการขององค์กร ผลงานหรือข่าวสาร ความคืบหน้าโครงการ เกร็ดความรู้จากผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น ซึ่งเนื้อหาต้องเหมาะสมกับตัวตน คำนึงถึงภาพลักษณ์ เป็นปัจจุบัน มีประโยชน์ มีข้อมูลครบถ้วน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย

- 2) เนื้อหาเพื่อการรณรงค์ (Campaign) เนื้อหาที่ตอบจุดประสงค์เฉพาะกิจจะมีจำนวนการโพสต์สูงในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เช่น กิจกรรมที่ต้องการความตระหนักรู้ในวงกว้างในช่วงเวลานั้น รณรงค์การใช้แอปพลิเคชันใหม่ในระบบออนไลน์ แทนออฟไลน์ เป็นต้น ซึ่งเนื้อหาต้องเหมาะสมกับตัวตน มีการวางแผนล่วงหน้า อย่างที่ระหว่างแต่ละโพสต์นานเกินไป สื่อสารในทุกช่องทางด้วยเนื้อหา และภาพจำเดียวกัน ตลอดทั้งระยะเวลาการรณรงค์ และมีข้อมูลที่จำเป็นครบถ้วน

การออกแบบเพื่อการสื่อสาร

• แนวคิดในการออกแบบเพื่อการสื่อสาร

การเขียนเนื้อหา	การออกแบบภาพประกอบ			
	รูปภาพ	ฉากหลัง	การใช้สี	การใช้ตัวอักษร
- ชื่อเรื่อง หรือพาดหัว				
- เนื้อหา	- กราฟ - ไอคอน - รูปวาด - รูปถ่าย	- สีพื้น - ไอคอน	- ความหมายของสี - ชนิดโทนสี - ความชัดเจน - ความสม่ำเสมอ	- ความรู้สึกตัวอักษร - ตัวอักษร 12 ชนิด - จัดความสำคัญ

• การออกแบบคำ สำหรับการสื่อสาร

ข่าวประชาสัมพันธ์

- พาดหัว: ควรสั้น กระชับ และสมบูรณ์ด้วยความหมายในประโยคเดียว ไม่เกิน 2 บรรทัด เลือกจับ 5W1H มาเล่าเรื่องราวและเน้นความสำคัญ

- เนื้อหา หลักปิรามิดหัวคว่ำ: จัดลำดับความสำคัญ เรียงลำดับเนื้อหาจากสำคัญมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด

- เริ่มด้วย ความนำ (Lead) ก่อน: เพราะเป็นการสรุปทั้ง 5W1H ใคร (Who) ทำอะไร (What) เมื่อไหร่ (When) ที่ไหน (Where) ทำไม (Why) และอย่างไร (How)

เนื้อหาตามกระแส

คือ การนำกระแสสังคมที่ถูกพูดถึงในขณะนั้นมาเชื่อมโยงเข้ากับองค์กร สร้างเป็นเนื้อหาที่สร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มการเข้าถึง และความเป็นกันเอง

- แ่งมุมผู้ส่งสาร: ต้องเหมาะสมกับตัวตน ภาพลักษณ์ และต้องติดตามผลตอบรับ

- แ่งมุมสาร (เนื้อหา): ต้องทันเวลา ถูกจังหวะ ต้องถูกประเด็น ต้องไม่ผิดลิขสิทธิ์

- แ่งมุมช่องทางการสื่อสาร: ต้องเผยแพร่ง่าย มี Hashtag (#) ติดตามได้

- แ่งมุมผู้รับสาร: ต้องทำให้เข้าใจง่าย ถูกใจ และนำเผยแพร่ต่อ

บทสัมภาษณ์

- รูปแบบการเรียบเรียงบทสัมภาษณ์: ใช้คำพูดโดยตรงข้อมผู้ให้สัมภาษณ์ หรือการนำมาเรียบเรียงด้วยตัวผู้เขียนเอง หรือแบบผสมผสาน

- คุณลักษณะของบทความการสัมภาษณ์ที่ดี: เปิดโลก ลึกมีมิติ มีตัวตนผู้ถูกสัมภาษณ์ กระตุ้นความคิดความรู้สึก เป็นประโยชน์

- พาดหัว: เชื่อมโยงกับผู้อ่าน ชวนให้คิด ว่าจริงหรือ ทำยังไง อยากทำได้บ้าง

- เนื้อหา หลักปิรามิดหัวคว่ำ: จัดลำดับความสำคัญ เริ่มด้วยความนำ (Lead) หรือสิ่งที่น่าสนใจ (Highlight) ที่สุดไปหาน้อยที่สุด

- ถามคำถามที่น่าสนใจ เพื่อดึงข้อมูลดี ๆ

อินโฟกราฟฟิก

- รูปแบบของอินโฟกราฟฟิก: 1 ภาพ หรือ อัลบั้มภาพ

- ชื่อเรื่อง: ชัดเจนว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร หากเป็นอัลบั้ม จะอยู่ในภาพแรก

- ความนำ: อธิบายเกี่ยวกับประโยชน์ของเนื้อหา อยู่ในส่วนของแคปชั่นของโพสต์

- เนื้อหาที่อยู่ในภาพ: สั้น กระชับ แต่ครบถ้วน เข้าใจได้ แม้ไม่ได้อ่านรายละเอียด

- เนื้อหาที่อยู่ในแคปชั่น: อธิบายรายละเอียดของเนื้อหาที่อยู่ในภาพ

- คำกระตุ้นสั่งทำ (Call to action): บอกผู้อ่านว่าให้ทำอะไรต่อ เช่น ดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน ติดต่อสอบถามเพิ่มเติม เป็นต้น

- อย่าลืมใส่แหล่งที่มาของข้อมูล และองค์กร

• เครื่องมือสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การเล่าเรื่องเชิงสร้างสรรค์

- ตาราง Content Pillar

ปฏิทินการวางแผนเนื้อหา เดือน _____		อาทิตย์	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์	เสาร์
หัวข้อ/ประเภท Content Pillar	วันที่							
วัตถุประสงค์								
ความถี่								
ลิงก์/ช่องทางเผยแพร่								
สถานะ/โปรดิวเซอร์								

- ตาราง Canvas

หัวข้อ	รายละเอียด	หมายเหตุ
วัตถุประสงค์	จุดประสงค์	
รูปแบบ/ช่องทาง	รูปแบบ	
การออกแบบภาพ	การออกแบบภาพ	
การออกแบภาพ	การออกแบภาพ	

2.2 ประสพการณ์/ประโยชน์ที่ได้รับ/การประยุกต์ใช้กับหน่วยงาน

ต่อดตนเองเพื่อเพิ่มพูนความรู้

- ได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการให้บริการของกรมพัฒนาที่ดินไปสู่เกษตรกรและผู้สนใจ รวมไปถึงเทคนิคในการเขียนสื่อ เช่น การเขียนเนื้อหา การออกแบบภาพประกอบ

ต่อกองงาน/การนำมาประยุกต์ใช้กับหน่วยงาน

- สามารถนำมาปรับใช้ในการทำงาน โดยเฉพาะการทำสื่อในการสื่อสาร เช่น Infographic ในการนำเสนอความรู้ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook ให้แก่เกษตรกรและผู้สนใจ

2.3 ปัญหาและอุปสรรคในการอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้

-

2.4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

-

ลงชื่อ.....กาญจนา วงศ์กาด.....

(นางสาวกาญจนา วงศ์กาด)

ตำแหน่ง เศรษฐกรปฏิบัติการ

ผู้รายงาน

วันที่ 5 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2564

ส่วนที่ 3 ความเห็นของผู้บังคับบัญชา

(/) ทราบ

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(นายสมศักดิ์ สุขจันทร์)

ผู้อำนวยการกองนโยบายและแผนการใช้ที่ดิน

ตำแหน่ง.....

วันที่ ๑๓ เดือน ก.ค. พ.ศ. ๖๔

ชื่อ กาญจนา วงศ์กาด กลุ่ม 2 กนผ.

❀ “เที่ยวสนุก ความรู้กระจาย สไตล์ พต. ปากช่อง” ❀

มาเที่ยวเขาใหญ่ทั้งที สิ่งดีๆ รออยู่ที่ พต.ปากช่อง!!!

ท่องเที่ยว เรียนรู้ ครบจบที่เดียว มีบริการที่ดี มีวิทยากรที่เก่ง มีที่พักแสนสบาย มีรถนำเที่ยวฟรี เชิญมาที่นี่ 

พต. ปากช่อง หรือ ศูนย์วิจัยการอนุรักษ์ดินและน้ำ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เป็นอีกสถานที่หนึ่งที่ไม่ควรพลาด โดยเฉพาะกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร บนพื้นที่ถึง 570 ไร่ ที่ประกอบไปด้วย

- ❀ โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ที่เก็บ รวบรวม จัดทำแปลงปลูกรักษาพันธุกรรมพืชมากมาย
- ❀ ศูนย์พัฒนาที่ดินตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง แหล่งเรียนรู้การทำเกษตรอินทรีย์ ตามแนว เศรษฐกิจพอเพียง เช่น ป่า 3 อย่าง ประโยชน์ 4 อย่าง โรงเพาะเห็ด การทำน้ำส้มควันไม้
- ❀ สาธิตการปรุงดิน เรียนรู้เทคนิคการเตรียมและปรับปรุงดินทั้งด้านกายภาพ เคมี และชีวภาพ ก่อนปลูกพืช ให้มีธาตุอาหารตามที่พืชต้องการ โดยใช้วัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรตามท้องถิ่น
- ❀ ความหลากหลายทางชีวภาพ จัดแสดงความหลากหลายทางชีวภาพ ทั้งชนิดพืช ชนิดจุลินทรีย์ สัตว์หน้าดิน และดินในระบบนิเวศที่มีการจัดการดินแตกต่างกัน
- ❀ เกษตรผสมผสาน แปลงสาธิตและเรียนรู้การบริหารจัดการดิน น้ำ และพืชในพื้นที่ทำการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้วยหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
- ❀ สวนสืบสานศาสตร์พระราชา จัดแสดงศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ 7 ศูนย์ของกรมพัฒนาที่ดิน

☎ โทร : 1760 ต่อ 2249

📍 พิกัด : goo.gl/maps/ftQuXHKGkTNKG5xt9

#G2 #น้อง #FinalDraft



เที่ยวสนุก ความรู้กระจาย
สไตล์ พต. ปากช่อง!

ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในเขตศูนย์วิจัยฯ ปากช่อง
กิจกรรมมากมาย ได้ความรู้สู่การนำไปปฏิบัติ ใช้ในชีวิตจริง

ศูนย์พัฒนาที่ดินตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง

โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

ความหลากหลายทางชีวภาพ

สาธิตการปรุงดิน

เกษตรผสมผสาน

สวนสืบสานศาสตร์พระราชา

โทร 1760 ต่อ 2249

ศูนย์วิจัยการอนุรักษ์ดินและน้ำ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา โทร 1760 ต่อ 2249
เลขที่ 70 หมู่ 3 ต.ปากช่อง อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา