เอกสารแนบ 1

**กรอบวิธีการดำเนินงานโครงการสร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและผลิตสื่อในงานส่งเสริมการเกษตร ปี 2566 ระดับจังหวัด**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **หน่วยงาน** | **ประเด็นการสื่อสารหลัก** | **ประเด็นการสื่อสารรอง** | **สื่อ/กิจกรรม (ปริมาณ)****ไม่น้อยกว่า 10 ชิ้นงาน** |
| สำนักงานเกษตรจังหวัดทั้ง 77 จังหวัด | 1. โครงการพระราชดำริ |  - ผลการดำเนินงานในพื้นที่- ความสำคัญของโครงการพระราชดำริ- ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายใต้โครงการพระราชดำริ ทั้งในด้านพื้นที่ คน สินค้า - กระบวนการทำงานของนักส่งเสริมการเกษตร | 1. ช่องทางการเผยแพร่ของสื่อมวลชน  1.1 สื่อมวลชน ได้แก่ - สื่อโทรทัศน์ส่วนกลาง หรือ ภูมิภาค - สื่อวิทยุส่วนกลาง หรือ ภูมิภาค  - สื่อหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง หรือ ภูมิภาค 1.2 สื่อออนไลน์ ได้แก่ Website ของสื่อมวลชนส่วนกลางและภูมิภาค 1.3 สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook หรือ YouTube ของสื่อมวลชนส่วนกลางและภูมิภาค2. ปริมาณสื่อที่ผลิตและเผยแพร่  ผลิตและเผยแพร่ข่าว/บทความ/สกู๊ปข่าวส่งเสริมการเกษตร ผ่านช่องทางของสื่อมวลชนต่าง ๆ ทั้งระดับส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวนไม่น้อยกว่า 10 ชิ้นงาน   |
| 2. การขับเคลื่อนงานวิสาหกิจชุมชน  | - ผลการดำเนินงานในพื้นที่- กระบวนการทำงานของนักส่งเสริมการเกษตร |
| 3.การขึ้นทะเบียนเกษตรกร | - เน้นย้ำให้เกษตรกรเข้าใจความสำคัญและประโยชน์ของ ทบก. - สร้างจิตสำนึก “ขึ้นทะเบียนเป็นหน้าที่ของเกษตรกร”- เน้นย้ำว่าฐานข้อมูลของเกษตรกรต้องเป็นข้อมูลจริง เชื่อถือได้ - “ต้องขึ้นก่อน ถึงจะได้รับสิทธิ์” |
| 4.การขับเคลื่อนงานด้วย BCG แบบบูรณาการเชิงพื้นที่  | - นำเสนอพื้นที่ที่ดำเนินการด้วย BCG จนสามารถเป็นต้นแบบให้กับเกษตรกรรายอื่นในพื้นที่ได้- ตัวอย่าง ศพก. ที่เชื่อมโยงและถ่ายทอดความรู้ให้กลุ่มแปลงใหญ่ในพื้นที่ในการขับเคลื่อน BCG Model สู่เกษตรมูลค่าสูง จนประสบความสำเร็จ- ตัวอย่าง YSF ที่มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่มแปลงใหญ่จนประสบความสำเร็จ- กระบวนการทำงานของนักส่งเสริมการเกษตร |
| 5. การบริหารจัดการไม้ผล | - ผลการดำเนินงานในพื้นที่- นำเสนอเรื่องราวของสินค้าอัตลักษณ์เชื่อมโยงกับพื้นที่- ความเป็นได้ในการเชื่อมโยงกับการใช้พื้นที่ที่ยั่งยืน |
| 6. โครงการระบบส่งเสริมเกษตรแบบแปลงใหญ่ | - ตัวอย่างกลุ่มที่มีการผลิตตามข้อกำหนด /การแปรรูปสินค้าใหม่ๆ/การพัฒนา packaging / line product/การจับคู่กับตลาด/ผู้รับซื้อ |
| 7. เกษตรปลอดภัย | - ตัวอย่างกลุ่มที่ประสบความสำเร็จการผลิตตามหลักการ GAP เกษตรผสมผสาน เกษตรอินทรีย์ และเกษตรชีวภาพ |  |
| 8. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร | - เผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่  |  |
| 9. ศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร | - การขับเคลื่อน/การเชื่อมโยงการดำเนินงานเครือข่าย ศพก. สู่แปลงใหญ่ ในระดับพื้นที่ - การจัดงานวันถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อเริ่มต้นฤดูกาลผลิตใหม่ (Field Day) (จุดปกติ 77 จุด) |  |

- 2 -

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **หน่วยงาน** | **ประเด็นการสื่อสารหลัก** | **ประเด็นการสื่อสารรอง** | **สื่อ/กิจกรรม (ปริมาณ)****ไม่น้อยกว่า 10 ชิ้นงาน** |
| สำนักงานเกษตรจังหวัดทั้ง 77 จังหวัด (ต่อ) | 10. โครงการหยุดเผาในพื้นที่การเกษตร | - ตัวอย่างกลุ่มเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จ- ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น- นำเสนอข้อมูลในเชิงเศรษฐศาสตร์ ให้เห็นถึงมูลค่าที่ได้จากกิจกรรมทดแทนการเผา |  |
| 11. อาสาสมัครเกษตร | - รายละเอียดของกิจกรรมในพื้นที่- กระบวนการทำงานของอาสาสมัครเกษตร |
| 12. ส่งเสริมการอารักขาพืชเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร  | - คลินิกพืช- การเตือนการระบาดของโรคพืชและแมลงศัตรูพืช- ตัวอย่างเกษตรกรที่นำสารชีวภัณฑ์ไปใช้จริง/ผลตอบรับ- ตัวอย่างความสำเร็จของ ศจช./ศดปช.- กระบวนการทำงานของนักส่งเสริมการเกษตร |
| 13. การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน | - รายละเอียดของกิจกรรมในพื้นที่ |
| 14. การเชื่อมโยงศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรกับศูนย์ AIC | - ตัวอย่าง ศพก. ที่เชื่อมโยงการทำงานกับศูนย์ AIC จนประสบความสำเร็จ |

**หมายเหตุ** ๑. ให้พิจารณาตามความเหมาะสมและคุ้มค่ากับงบประมาณ ทั้งในส่วนของประเด็นเผยแพร่ ปริมาณงาน และช่องทาง

 ๒. ใช้งบประมาณเพื่อสร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารตามโครงการฯ เท่านั้น