

รายงานผลการตรวจราชการ

ประจำเดือนสิงหาคม 2569

เขตพื้นที่บริการศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนอุดรธานี

(จังหวัดอุดรธานี กาฬสินธุ์ ขอนแก่น บึงกาฬ เลย สกลนคร หนองคาย และหนองบัวลำภู)

“เศรษฐกิจฐานรากมั่นคง
ชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน
ด้วยหลักปรัชญาของ
เศรษฐกิจพอเพียง”



นายพิสดาร ประดา

ผู้ตรวจราชการ ปฏิบัติหน้าที่
ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนอุดรธานี

โคก หนอง นา
พัฒนาชุมชน
สู่ความยั่งยืน

OTOP

หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

OTOP

รายงานผลการตรวจราชการ ประจำปีเดือนสิงหาคม ๒๕๖๙
ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนอุดรธานี

.....

ประเด็นตรวจราชการที่ ๑

การส่งเสริม OTOP จำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Shopee และตลาดสมัยใหม่

๑. ข้อค้นพบ

ทุกจังหวัดเน้นการเพิ่มช่องทางตลาดออนไลน์ ควบคู่การเตรียมความพร้อมสินค้า โดยต้องพัฒนาทั้งทักษะผู้ประกอบการและระบบหลังบ้าน ตั้งแต่เปิดร้าน ถ่ายภาพ ทำ Content กำหนดราคา รับคำสั่งซื้อ บรรจุสินค้า จัดส่ง และบริการหลังการขาย

๒. ผลการดำเนินงาน

จังหวัด	ผลการดำเนินงานสำคัญ
บึงกาฬ	นำค้เพื่อส่งคขายบน Shopee ได้ประมาณ ๖๐,๐๐๐-๙๐,๐๐๐ บาท
กาฬสินธุ์	้องชัยนำร่อง ผู้ประกอบการ ๔๐ ราย กิจกรรมทุกวันศุกร์ ยอด ๔๐,๐๐๐-๕๐,๐๐๐ บาท
ขอนแก่น	ผู้ประกอบการในระบบ Shopee ๒๔ กลุ่ม/ราย
เลย	จัดกิจกรรมนำร่องในงานผ้าฝ้าย กาแฟ ผลไม้ และของดีจังหวัด
สกลนคร	ส่งเสริม ๕๐ กลุ่มผ่าน Shopee, TikTok, Facebook, NexGen; ยอด OTOP รวม ๔,๗๑๘,๕๒๘,๖๒๓ บาท ช่วง ต.ค.๖๘-ก.ค.๖๙ ตามรายงาน
หนองคาย	พร้อม ๑๘๙ ผลิตภัณฑ์ และอยู่ในระบบ Shopee ๓๕ กลุ่ม/ราย
หนองบัวลำภู	ส่งเสริม Live และ Facebook, TikTok, Shopee พร้อมอบรมทักษะ
อุดรธานี	แบ่งกลุ่มพร้อมขายออนไลน์/พร้อม Modern Trade/ต้องพัฒนา และเตรียม OTOP Pro Seller

๓. ปัญหา/อุปสรรค

- ๑) ผู้ประกอบการบางส่วนขาดทักษะดิจิทัล โดยเฉพาะผู้สูงอายุ
- ๒) มาตรฐาน บรรจุภัณฑ์ อายุสินค้า และกำลังผลิตยังไม่พร้อมบางราย
- ๓) การคินสินค้า/เคลม/จัดส่งและการสร้าง Content ต่อเนื่องเป็นข้อจำกัด
- ๔) ผู้ประกอบการรายย่อยอาจรับคำสั่งซื้อจำนวนมากไม่ต่อเนื่อง
- ๕) ต้นทุนและค่าธรรมเนียมตลาดอาจกระทบกำไร

๔. แนวทางแก้ไขปัญหา

- ๑) อบรมแบบลงมือทำโดยใช้ผู้ประกอบการคนเดิมตลอดโครงการ
- ๒) จัดระบบ Digital Mentor/OTOP Pro Seller
- ๓) ใช้ Product Readiness Checklist
- ๔) พัฒนาระบบ Stock-Order-Packaging-Delivery-Customer Service
- ๕) ใช้ข้อมูลยอดขายและพฤติกรรมลูกค้าปรับ Content ราคา และโปรโมชั่น

๕. ข้อเสนอเชิงพื้นที่

- ๑) ทำฐานข้อมูล OTOP Digital Ready แบ่งตามระดับความพร้อม
- ๒) กำหนดผู้ประกอบการต้นแบบเป็นพี่เลี้ยง
- ๓) สร้างเครือข่าย OTOP Online ระดับจังหวัด/อำเภอ
- ๔) เชื่อม OTOP กับการท่องเที่ยวและเรื่องราวอัตลักษณ์พื้นที่

๖. ข้อเสนอแนะของผู้ตรวจราชการกรม

- ๑) ให้รายงาน Active Seller ยอดขาย ออเดอร์ และรายได้ ไม่ใช่เพียงจำนวนผู้ผ่านอบรม
- ๒) กำกับให้ร้านออนไลน์มีผู้รับผิดชอบและดำเนินการต่อเนื่อง
- ๓) เร่งสร้าง Digital Mentor เพื่อขยายผล
- ๔) ประสานส่วนกลางเรื่องเงื่อนไข GP/ค่าธรรมเนียมและมาตรฐานที่พื้นที่ต้องรองเองได้ยาก

๗. Best Practice

Best Practice / ประเด็นเด่น
บึงกาฬ – นาคก็เพื่อสังคมสู่ Shopee นำผลิตภัณฑ์กระปุกอมสินและผลิตภัณฑ์อื่นเข้าสู่ Shopee จนเกิดยอดขายประมาณ ๖๐,๐๐๐–๙๐,๐๐๐ บาท เป็นตัวอย่างการอบรมที่นำไปใช้จริง
Best Practice / ประเด็นเด่น
อุดรธานี – วิถี แหนมเนืองเป็นกรณีศึกษา พัฒนาจากอัตลักษณ์และภูมิปัญญา → แปรนด์ → มาตรฐาน → บรรจุภัณฑ์ → Online → ระบบขนส่ง → ขยายตลาด
Best Practice / ประเด็นเด่น
สกลนคร – Modern Trade + Online + Offline น้ำหมากเฒ่าเชื่อม ๗-Eleven ควบคู่ Shopee ร้านของฝาก และช่องทางของผู้ประกอบการเอง

ประเด็นตรวจราชการที่ ๒

การประสาน 7-Eleven เพื่อนำสินค้า OTOP และผลิตภัณฑ์จากโคก หนอง นา ไปจำหน่ายบริเวณหน้าร้าน

๑. ข้อค้นพบ

พื้นที่ที่มีความก้าวหน้าต่างกัน ตั้งแต่สำรวจสาขา คัดเลือกสินค้า ประสานผู้จัดการเขต/พื้นที่ ทดลองขาย ไปจนถึงการเข้าสู่การจำหน่ายภายในร้าน กรณีที่ชัดเจนที่สุดคือบึงกาฬซึ่งใช้การทดลองตลาดเป็นขั้นตอนก่อนขยาย

๒. ผลการดำเนินงาน

จังหวัด	ผลการดำเนินงาน
บึงกาฬ	กล้วยหอมทอง อ.พรเจริญ ทดลองหน้าร้าน ได้รับการตอบรับ ต่อเข้าร้านและขยายไปสกลนคร หนองคาย นครพนม อุดรธานี
กาฬสินธุ์	อยู่ระหว่างสำรวจร้านและจัดทำแผน
ขอนแก่น	ประชาสัมพันธ์ คัดผู้ประกอบการ ๔-๕ ดาว และประสานผู้จัดการเขต/พื้นที่; ยังไม่ระบุผลขยาย
เลย	สำรวจร้าน ประสาน ๗-Eleven และจัดทำแผน
สกลนคร	ฝ่ายอำนวยการนิเวศน์วิสาหกิจจัดแสดง/จำหน่ายหน้าร้าน ได้รับความสนใจ
หนองคาย	วางเกณฑ์คุณภาพ มาตรฐาน ความสะอาด ไม่ทับซ้อนสินค้า และไม่กีดขวางทางเดิน
หนองบัวลำภู	คัดเลือกผู้ประกอบการศักยภาพ ๔-๕ ดาว; ยังไม่ระบุผลขยาย
อุดรธานี	เตรียมผลิตภัณฑ์ศักยภาพเข้าสู่ ๗-Eleven/Modern Trade โดยเน้นมาตรฐานและ Logistics

๓. ปัญหา/อุปสรรค

- ๑) พื้นที่หน้าร้านและช่วงเวลาจำหน่ายมีข้อจำกัด
- ๒) เกณฑ์ Modern Trade เข้มงวด
- ๓) กำลังผลิตระดับครัวเรือนรองรับคำสั่งซื้อสูงได้จำกัด
- ๔) ผลผลิตเกษตรผันผวนตามฤดูกาล
- ๕) บางจังหวัดยังไม่ทราบขั้นตอน/เงื่อนไขของ ๗-Eleven ชัดเจน

๔. แนวทางแก้ไขปัญหา

- ๑) ทำ Product Pitch Deck กลาง
- ๒) กำหนดมาตรฐานขั้นต่ำสินค้า
- ๓) ทดลองขายเพื่อเก็บข้อมูลก่อนขยาย
- ๔) รวมกลุ่มและวางแผนผลิตร่วม
- ๕) กำหนดปฏิทินหมุนเวียนผู้ประกอบการและติดตามยอดขาย

๕. ข้อเสนอเชิงพื้นที่

- ๑) คัด ๑-๓ ผลิตภัณฑ์ศักยภาพต่อจังหวัดทดลองตลาด
- ๒) ทำฐานข้อมูลสาขาเป้าหมาย
- ๓) มีผู้ประสานงานหลักกับ ๗-Eleven
- ๔) เก็บยอดขาย ความพึงพอใจ และข้อเสนอแนะทุกครั้ง

๖. ข้อเสนอแนะของผู้ตรวจราชการกรม

- ๑) จัด Pipeline ๔ ชั้น: สำรองสาขา → คัดสินค้า → ทดลองขาย → ขยายสาขา
- ๒) เปลี่ยนจากการขอพื้นที่เป็นการเสนอสินค้าและข้อมูลตลาดที่พร้อม
- ๓) ถอดบทเรียนบึงกาฬเป็นคู่มือการทดลองตลาด
- ๔) จังหวัดที่ยังไม่มีผลขายควรกำหนดนัดหมายและผู้รับผิดชอบชัดเจน

๗. Best Practice

Best Practice / ประเด็นเด่น

บึงกาฬ – กล้วยหอมทองสู่ Modern Trade

ทดลองขายหน้าร้าน → ได้รับการตอบรับ → เข้าจำหน่ายภายในร้าน → ขยายหลายจังหวัด

Best Practice / ประเด็นเด่น

สกลนคร – ผ้าย้อมครามวานรนิวาส

ใช้พื้นที่หน้าร้านเป็นจุดสร้างการรับรู้และเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นกับตลาดสมัยใหม่

ประเด็นตรวจราชการที่ ๓

การริเริ่มสร้างสรรค์และพัฒนางานพัฒนาชุมชนในระดับจังหวัดให้มีความโดดเด่น

๑. ข้อค้นพบ

นวัตกรรมของพื้นที่แบ่งได้เป็นนวัตกรรมระบบข้อมูล/การบริหาร และนวัตกรรมเชิงพื้นที่ โดยจุดร่วมคือการใช้ปัญหาจริงเป็นโจทย์ มีการทดลอง ใช้ข้อมูลติดตาม และพยายามขยายผล

๒. ผลการดำเนินงาน

จังหวัด	นวัตกรรม/ผลสำคัญ
บึงกาฬ	จากพี่น้อง + Learning by Doing; ๓๒ คนร่วมกิจกรรม ครบ ๕ ชั่วโมง ๒๒ คน (๖๘.๗๕%)
กาฬสินธุ์	โคก หนอง นา แก่จน สร้างคน สร้างโอกาส; ๒,๙๑๓ แปลง
ขอนแก่น	D-Zero Smart Fund: ๔ มิติ Process, Software, Service, Data/Paradigm
เลย	แก้จนเลยโมเดล ๑ ข้าราชการ ๑ ครุฑเรือนยากจน + บัณฑิต ๕ ชั้น
สกลนคร	S+ Model ๔ โซน ขยายครบ ๑๘ อำเภอ
หนองคาย	NK-Nexus: ข้อมูลเศรษฐกิจฐานราก >๑๗ ชุดข้อมูล และคู่มือ/แบบฟอร์ม >๓๐ รายการ; E-commerce ๒๕๘ ราย; เข้าใช้สะสม ๒๐,๔๘๐ ครั้ง
หนองบัวลำภู	LUMPHU Model PLUS+ / ๑ พัฒนาการ ๑ งานพัฒนา ๔๙ โครงการ
อุดรธานี	พช.พาแชร์นวัตกรรม ๔ ครั้ง และ ๑ อำเภอ ๑ นวัตกรรม ๒๐ ผลงาน

๓. ปัญหา/อุปสรรค

- ๑) ข้อมูลหลายระบบและรอบปรับปรุงต่างกัน
- ๒) ทักษะดิจิทัลต่างวัย
- ๓) ภารกิจประจำจำกัดเวลาทดลอง/ถ่ายทอด
- ๔) นวัตกรรมบางเรื่องพึ่งพาคนหลัก
- ๕) บางพื้นที่มีข้อจำกัดโครงสร้างพื้นฐานด้านเศรษฐกิจ/ท่องเที่ยว

๔. แนวทางแก้ไขปัญหา

- ๑) กำหนด Data Owner/Data Dictionary/วันตัดยอด
- ๒) พัฒนา Knowledge Bank และคู่มือสั้น
- ๓) ใช้ Design Thinking/Co-Creation
- ๔) คัดนวัตกรรมที่ผลลัพธ์ชัดเจนทำเป็นต้นแบบ
- ๕) วัด Before-After เช่น เวลา ต้นทุน ผู้ใช้ และผลต่อประชาชน

๕. ข้อเสนอเชิงพื้นที่

- ๑) จัดบัญชีนวัตกรรมจังหวัด
- ๒) จัด Innovation Clinic
- ๓) ทำ Before-After Data
- ๔) เชื่อมนวัตกรรมกับ KM เพื่อรักษาความรู้เมื่อเปลี่ยนคน

๖. ข้อเสนอแนะของผู้ตรวจราชการกรม

- ๑) ประเมินจากปัญหาที่แก้ได้ ผลลัพธ์ และการขยายผล
- ๒) หลักเล็งการสร้างระบบข้อมูลซ้ำซ้อน
- ๓) ทำคลังนวัตกรรมระดับเขต/กรม
- ๔) กำกับสิทธิการเข้าถึงและความปลอดภัยข้อมูล

๗. Best Practice

Best Practice / ประเด็นเด่น

ขอนแก่น – D-Zero Smart Fund

ใช้ DEBT CARE, Twefund Management, Public Dashboard และทีมหมอหมู่บ้าน

เชื่อมข้อมูลกับการลงพื้นที่และการตัดสินใจ

Best Practice / ประเด็นเด่น

สกลนคร – S+ Model

๔D Model, Clean & Clear, สกลมนต์คราม และ Smart มู ขยายผลจากโซนต้นแบบสู่ ๑๘ อำเภอ

Best Practice / ประเด็นเด่น

หนองคาย – NK-Nexus

รวม Data & Analytics, Tools & Services และ Knowledge & Portals เป็น One Stop Service

Best Practice / ประเด็นเด่น

หนองบัวลำภู – LUMPHU Model PLUS+

ให้บุคลากรเป็นเจ้าของโครงการตั้งแต่คิด วิเคราะห์ วางแผน ดำเนินงาน และสรุปผล

ประเด็นตรวจราชการที่ ๔

การขับเคลื่อนตัวชี้วัดระดับความสำเร็จในการบริหารจัดการกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีให้บรรลุเป้าหมาย

๑. ข้อค้นพบ

ความก้าวหน้าของจังหวัดแตกต่างกัน โดยบางจังหวัดอยู่ระดับ ๕ แล้ว ขณะที่บางจังหวัดระดับ ๒-๓ และต้องเร่งรัดในเดือนกันยายน กลไกร่วมคือข้อมูลลูกหนี้ การจำแนกความเสี่ยง การลงพื้นที่ การไต่ถาม/ปรับโครงสร้างหนี้ และการพัฒนากลุ่มอาชีพให้สร้างรายได้

๒. ผลการดำเนินงาน

จังหวัด	สถานะ/ตัวเลขสำคัญ	แนวทาง
บึงกาฬ	ระดับ ๓ และคาดสู่ ๕	ติดตามหนี้ ลงพื้นที่ มาตรการช่วยเหลือ และเชื่อมตลาด
กาฬสินธุ์	ปรับโครงสร้าง ๔๑ โครงการ ๖๔๒,๕๒๑.๒๔ บาท; ไกล่เกลี่ยก่อนฟ้อง ๖๐ โครงการ ๘๓๐,๔๘๗.๗๓ บาท; คาดระดับ ๕	ปรับโครงสร้าง/ไกล่เกลี่ย
ขอนแก่น	ระดับ ๕ ณ ๓ ส.ค.; NPL ๑.๑๐%	DEBT Clinic + Zero Debt + Dashboard; ๙๓๔ โครงการ
เลย	ระดับ ๕; ๘๑๑ โครงการ; ใช้จ่าย ๑๐๐%; รับคืน ๗๘.๕๖%; หนี้เกินกำหนด ๐.๓๒%	จำแนกลูกหนี้ ๕ ประเภท
สกลนคร	ระดับ ๓ คาดระดับ ๕	ประชุมทุกเดือน แบ่งความเสี่ยง ลงพื้นที่ ปรับโครงสร้าง ติดตามคดี
หนองคาย	เร่งสู่คะแนนรวม ๙๐/ระดับ ๕	ปรับปรุงข้อมูลและเร่งบันทึกผล
หนองบัวลำภู	ขับเคลื่อนตัวชี้วัดควบคู่กับงานพัฒนาศักยภาพและนวัตกรรม	เชื่อมข้อมูลกองทุนกับการพัฒนากลุ่ม
อุดรธานี	ระดับ ๒ ณ ๑๔ ส.ค.; หนี้เกินกำหนด ๖.๒๒%; ใช้จ่ายรวม ๑๓,๑๑๐,๖๒๑ บาทตามรายงาน	ร่วมใจไกล่เกลี่ย ๒๕๖๙ + ลงพื้นที่ ส.ค.-ก.ย.

๓. ปัญหา/อุปสรรค

- ๑) ลูกหนี้มีหลายสถานะ ต้องใช้มาตรการต่างกัน
- ๒) ฐานข้อมูลกลาง/คุมมือ/อำเภออาจไม่ตรงกัน
- ๓) ลูกหนี้บางรายขาดรายได้ การติดตามหนี้อย่างเดียวไม่พอ
- ๔) คดีใช้เวลาและต้องประสานหลายหน่วยงาน
- ๕) รอบใช้เงินทุนอาจไม่ตรงกับรอบอาชีพ

๔. แนวทางแก้ไขปัญหา

- ๑) ทะเบียนลูกหนี้รายบุคคลและแบ่งกลุ่มความเสี่ยง
- ๒) Action Plan รายอำเภอ/รายกลุ่ม
- ๓) ใช้ไกล่เกลี่ยและปรับโครงสร้างตามเงื่อนไข
- ๔) เชื่อมแก้หนี้กับการสร้างรายได้และตลาด
- ๕) ตรวจสอบฐานข้อมูลก่อนรายงาน

๕. ข้อเสนอเชิงพื้นที่

- ๑) ตั้ง Debt War Room ช่วงเร่งรัด
- ๒) กำหนดเป้าหมายรายอำเภอ/รายกลุ่ม
- ๓) ใช้ข้อมูลหนี้ร่วมกับข้อมูลอาชีพและรายได้
- ๔) ติดตามหลังปรับโครงสร้างหนี้

๖. ข้อเสนอแนะของผู้ตรวจราชการกรม

- ๑) จัดบัญชีลูกหนี้เสี่ยงพร้อม Action Plan ใคร-ทำอะไร-เมื่อไร-ผลเท่าไร
- ๒) แก้นี้ความคู่สร้างรายได้
- ๓) ใช้ Dashboard เป็นเครื่องมือบริหาร
- ๔) จังหวัดระดับ ๕ ถอดบทเรียนและป้องกันการกลับมาเป็น NPL

๗. Best Practice

Best Practice / ประเด็นเด่น

ขอนแก่น – D-Zero Smart Fund

ณ ๓ ส.ค. รายงานหนี้เกินกำหนด ๑.๐๓%, ๙ อำเภอปลอดหนี้ และใช้ DEBT CARE/Dashboard/ทีมหมอหนี้

Best Practice / ประเด็นเด่น

เลย – ฐานลูกหนี้ ๘๑๑ โครงการ

จำแนกลูกหนี้ ๕ ประเภทเพื่อกำหนดมาตรการตรงกลุ่ม

Best Practice / ประเด็นเด่น

สกลนคร – ๔D Model

ใช้ระบบโครงการ/สัญญา/บริหาร/ติดตามหนี้เปียว-เหลือง-แดง โดยรายงานหนี้ค้างลด ๖.๘๖% เหลือ ๕.๕๓%

ประเด็นเน้นย้ำที่ ๑

การจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (IDP) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕

๑. ข้อค้นพบ

พื้นที่ส่วนใหญ่จัดทำแผนแล้วและอยู่ในช่วงบันทึกผล/หลักฐาน โดยจังหวัดเลยรายงานครบ ๗๖ คน ร้อยละ ๑๐๐ ขอนแก่นรายงานผลครบ ณ ๑๔ ส.ค. และสกลนครดำเนินการเรียบร้อยตามกำหนด ๑๕ ส.ค. ขณะที่บางพื้นที่ยังมีช่องว่างด้านการบันทึกผล

๒. ผลการดำเนินงาน

จังหวัด	ผลการดำเนินงาน
บึงกาฬ	เชื่อม IDP กับ Learning by Doing/พี่เลี้ยง
กาฬสินธุ์	จัดทำและดำเนินการตามแผน
ขอนแก่น	รายงานผลครบ; ใช้ KM ๒ เรื่อง/กิจกรรมเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนา
เลย	๗๖ คน ครบ ๑๐๐%
สกลนคร	ดำเนินการเรียบร้อยภายในกำหนด
หนองคาย	จัดทำแผนครบ เหลือบันทึกผล
หนองบัวลำภู	เชื่อมการพัฒนา กับ ๑ พัฒนาการ ๑ งานพัฒนา
อุดรธานี	เชื่อมการเรียนรู้และนวัตกรรมของบุคลากร

๓. ปัญหา/อุปสรรค

- ๑) การบันทึกผลล่าช้ากว่ากิจกรรมจริง
- ๒) รหัสผ่าน/การเข้าใช้งานและขนาดไฟล์ในบางพื้นที่
- ๓) หลักฐานไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน
- ๔) เลี่ยงกลายเป็นงานเอกสารหากไม่เชื่อมกับภารกิจ

๔. แนวทางแก้ไขปัญหา

- ๑) กำหนดปฏิทินและจุดตรวจ IDP
- ๒) ทำ Checklist หลักฐาน
- ๓) มีผู้ดูแลระบบ/พี่เลี้ยงช่วยแก้ปัญหา
- ๔) เชื่อม IDP กับ KM/Coaching/นวัตกรรม

๕. ข้อเสนอเชิงพื้นที่

- ๑) ทำ IDP Dashboard
- ๒) ใช้บทเรียน IDP วางแผนพัฒนาปีถัดไป
- ๓) ใช้ Mentoring ปิดช่องว่างสมรรถนะ

๖. ข้อเสนอแนะของผู้ตรวจราชการกรม

- ๑) เร่งปิดช่องว่างด้านผลและหลักฐาน
- ๒) ให้ IDP เป็นเครื่องมือพัฒนาสมรรถนะจริง
- ๓) กำหนดมาตรฐานหลักฐานและการถอดบทเรียน

๗. Best Practice

Best Practice / ประเด็นเด่น

ขอนแก่น – IDP + KM

กำหนดให้ถอดบทเรียนการพัฒนาศูนย์ ๒ เรื่อง/กิจกรรมและบันทึกในระบบ IDP

Best Practice / ประเด็นเด่น

เลย – IDP ๗๖ คน ร้อยละ ๑๐๐

ติดตามให้การจัดทำและการดำเนินการตามแผนครบถ้วน

ประเด็นเน้นย้ำที่ ๒

การบริหารงานภายในสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด/อำเภอ ให้มีความร่มเย็น

๑. ข้อค้นพบ

แกนร่วมของพื้นที่ คือ ๑) ใช้คำพูดสุภาพและสร้างสรรค์ ๒) ประสานภาคีอย่างเป็นระบบ และ ๓) บริหารตามหลักจริยธรรมและธรรมาภิบาล โดยต้องเชื่อมกับการสร้างความสุข ความไว้วางใจ และประสิทธิภาพการทำงาน

๒. ผลการดำเนินงาน

จังหวัด	แนวทาง/ผลสำคัญ
บึงกาฬ	เวทีจากพี่น้องและการเรียนรู้ร่วมกัน
กาฬสินธุ์	ส่งเสริมความสุข สามัคคี และทีมงาน
ขอนแก่น	ประชุมประสานแผนรายเดือน บัญชีภาคี ปฏิทินร่วม และหลักพูดดีพูดจริง
เลย	ไม่พบเรื่องร้องเรียนด้านถ้อยคำ; ประสานภาคีต่อเนื่อง; รับทราบประมวลจริยธรรมครบ
สกลนคร	สื่อสารสุภาพ ชัดเจน โปร่งใส และบริหารด้วยคุณธรรม
หนองคาย	สถานที่ทำงานสะอาด ปลอดภัย ส่งเสริมความสุข สมดุล และทีม
หนองบัวลำภู	Morning Brief/สุนทริยสนทนา เปิดพื้นที่ปลอดภัย
อุดรธานี	พช.อุดรธานี เรารักกัน: คนสำราญ งานสำเร็จ

๓. ปัญหา/อุปสรรค

- ๑) รูปแบบการสื่อสารต่างกัน
- ๒) Line/ออนไลน์อาจตีความเจตนาคลาดเคลื่อน
- ๓) ภาคีมีภารกิจและเวลาต่างกัน
- ๔) ภาระงาน/ความกดดันอาจกระทบการสื่อสารและการปฏิบัติตามขั้นตอน
- ๕) บุคลากรต่างวัยมีวิธีเรียนรู้ต่างกัน

๔. แนวทางแก้ไขปัญหา

- ๑) กำหนดข้อตกลงการสื่อสาร
- ๒) ผู้บริหารเป็นแบบอย่าง
- ๓) จัด Morning Brief/สุนทริยสนทนา
- ๔) ทำบัญชีภาคี Focal Point และปฏิทินงาน
- ๕) มีช่องทางรับข้อร้องเรียน/ข้อกังวลอย่างโปร่งใส

๕. ข้อเสนอเชิงพื้นที่

- ๑) จัดทำข้อตกลงการสื่อสารทั้งต่อหน้าและออนไลน์
- ๒) กำหนด Focal Point ภาคี
- ๓) จัดเวทีสะท้อนผลรายไตรมาส
- ๔) ยกย่องบุคลากรต้นแบบด้านคุณธรรมและทีมเวิร์ก

๖. ข้อเสนอแนะของผู้ตรวจราชการกรม

- ๑) ผู้บริหารทุกระดับเป็นต้นแบบด้านคำพูด จริยธรรม และความเป็นธรรม
- ๒) การประชุมภาคีต้องมีเป้าหมาย เจ้าภาพ และเวลา
- ๓) ป้องกันความขัดแย้งด้วยช่องทางรับฟัง
- ๔) เชื่อมความรุ่มเย็นกับผลสัมฤทธิ์ เช่น ลดงานซ้ำและประสานงานเร็วขึ้น

๗. Best Practice

Best Practice / ประเด็นเด่น
ขอนแก่น – สำนักงานพัฒนาชุมชนรุ่มเย็น ใช้บัญชีภาคี ผู้รับผิดชอบ ปฏิทินงาน และประชุมประสานแผน ทำให้การประสานงานรวดเร็วและลดงานซ้ำ
Best Practice / ประเด็นเด่น
หนองบัวลำภู – Morning Brief/สุนทริยสนทนา สร้างพื้นที่ปลอดภัยให้บุคลากรรับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
Best Practice / ประเด็นเด่น
เลย – ระบบประสานภาคีและจริยธรรม กำหนดผู้ประสานงาน แผนงานร่วม และยึดประมวลจริยธรรม พร้อมเสนอ MOU กับภาคีหลัก