



แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐



แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์
สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐

กลุ่มงานอำนวยการและประชาสัมพันธ์
สำนักงานเลขานุการกรม
สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
ธันวาคม ๒๕๖๕

คณะทำงานประชาสัมพันธ์สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
เห็นชอบในการประชุมครั้งที่ ๓ /๒๕๖๕ เมื่อวันที่ ๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๕

สารบัญ

	หน้า
บทที่ ๑ บทนำ	๑
๑.๑ ความเป็นมา	๑
๑.๒ ปัจจัยในการศึกษาวิเคราะห์และจัดทำแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐	๔
๑.๒.๑ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๖๐	๔
๑.๒.๒ ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐)	๕
๑.๒.๓ (ร่าง) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๘๐)	๖
๑.๒.๔ นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (ฉบับปรับปรุง)	๗
๑.๒.๖ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)	๘
๑.๒.๗ (ร่าง) แผนจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)	๘
๑.๒.๘ แผนปฏิบัติการราชการกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (พ.ศ. ๒๕๖๕-๒๕๖๙)	๙
๑.๒.๙ แผนกลยุทธ์สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐ (ฉบับปรับปรุง ๒๕๖๒)	๙
บทที่ ๒ การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการจัดทำแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐	๑๐
๒.๑ การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร (Mckinsey's 7s)	๑๐
๒.๒ การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกองค์กร (PESTEL)	๑๒
๒.๓ การวิเคราะห์ภาพรวมองค์กร (SWOT)	๑๙
๒.๔ การเชื่อมโยงปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรเพื่อกำหนดกลยุทธ์ (TOWS Matrix)	๒๑
บทที่ ๓ การวิเคราะห์และกำหนดปัจจัยขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Drivers)	๒๓
บทที่ ๔ แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐	๒๖
๔.๑ แนวทางในการกำหนดแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	๒๖
๔.๒ แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐	๒๘

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ ๑ เครื่องมือการวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร Mckinsey's 7s	๑๑
ภาพที่ ๒ เครื่องมือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร PESTEL	๑๓
ภาพที่ ๓ ปัจจัยขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Drivers) ของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	๒๓
ภาพที่ ๔ แนวทางในการกำหนดแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖- ๒๕๗๐	๒๗
ภาพที่ ๕ โครงสร้างแผนกลยุทธ์สำนักงานนโยบายและแผน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ. ๒๕๖๖- ๒๕๗๐	๒๘

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ ๑ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร (PESTEL)	๑๔
ตารางที่ ๒ การวิเคราะห์ภาพรวมภายในองค์กร (SWOT) ด้านจุดแข็งและจุดอ่อน	๒๐
ตารางที่ ๓ การวิเคราะห์ภาพรวมภายในองค์กร (SWOT) ด้านโอกาสและอุปสรรค	๒๑
ตารางที่ ๔ การเชื่อมโยงปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรเพื่อกำหนดกลยุทธ์ (TOWS Matrix)	๒๒
ตารางที่ ๕ แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐	๓๒
ตารางที่ ๖ แผนปฏิบัติการด้านประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖	๔๐

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมา

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. ๒๕๔๕ และในปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ได้มีกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ. ๒๕๖๕ โดยแบ่งส่วนราชการเป็น ๑๐ หน่วยงาน และมีอำนาจหน้าที่ซึ่งปรับปรุงให้สอดคล้องกับบริบทและภารกิจที่เพิ่มขึ้น ตามสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งรวมถึงการประชาสัมพันธ์ภารกิจของหน่วยงานด้วยเช่นกันที่มีการปรับปรุงให้เหมาะสม

ในปัจจุบันแนวทางการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดำเนินการภายใต้แผนกลยุทธ์สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐ ซึ่งให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้รับบริการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และประชาชน รวมถึงการพัฒนาการสื่อสารที่ทันสมัยเพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กร และเผยแพร่องค์ความรู้ให้แก่ประชาชน เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น ยอมรับ และน่านโยบายไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ สำนักงานเลขานุการกรม โดยกลุ่มงานอำนวยการและประชาสัมพันธ์ จึงได้ศึกษาและจัดทำแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ขึ้น โดยมุ่งเน้นการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับกฎหมาย นโยบายรัฐบาล แผนปฏิบัติการราชการของกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และแผนกลยุทธ์สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๒) และแผนปฏิบัติการราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ.๒๕๖๖-๒๕๗๐) สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อใช้เป็นกรอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กรของสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

วิสัยทัศน์ (Vision)

ประเทศไทยเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน ด้วยการวางแผนและขับเคลื่อนบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง และยึดผลประโยชน์ของประชาชน

พันธกิจ (Mission)

- (๑) กำหนดนโยบาย แผน มาตรการ การอนุรักษ์และบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ

(๒) กำกับดูแล ติดตาม ประเมิน และรายงานผลการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

(๓) สนับสนุนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมผ่านกลไกกองทุนสิ่งแวดล้อมและการอุดหนุนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

(๔) ประสานความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศและต่างประเทศในอนุสัญญาระหว่างประเทศด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

วัฒนธรรมองค์กร (Culture)

มองผลประโยชน์ชาติ มุ่งสร้างเครือข่าย แม่นในหลักการ มั่นในคุณธรรม

ค่านิยมหลัก (Core Value)

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ได้ร่วมกันวิเคราะห์และกำหนดค่านิยมหลัก (Core Value) เพื่อช่วยให้บุคลากรในองค์กรมีแนวความคิด ความเชื่อ และประพฤติกรรมการทำงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการดำเนินงานภายใต้แผนกลยุทธ์ให้ประสบความสำเร็จ โดยใช้คำว่า NATURE ซึ่งย่อมาจาก

Networking มุ่งเน้นการสร้างเครือข่าย – มุ่งเน้นการทำงานแบบมีส่วนร่วมกับบุคคลและหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง ประสานการทำงานแลกเปลี่ยนข้อมูลเป็นเครือข่ายร่วมกัน ยอมรับในบทบาทหน้าที่ของกันและกัน เพื่อร่วมกันเอื้อเพื่อเกื้อกูลให้สามารถทำงานสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความร่วมมือของทุกฝ่าย

Awakening Knowledge จิตใจใฝ่รู้ หมั่นพัฒนาคน – มุ่งพัฒนาความรู้ของตนเองอย่างสม่ำเสมอด้วยความกระตือรือร้นที่จะเปิดรับและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ทั้งในงานวิชาชีพเฉพาะของตนเองและความรู้รอบตัวต่างๆ (รู้ลึก รู้กว้าง และรู้โลก) พร้อมรับและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และสามารถพัฒนาตนเองให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงในทุกๆ ด้านได้ตลอดเวลา

Team Working กระตือรือร้นทำงานเป็นทีม – มุ่งเน้นการทำงานแบบมีส่วนร่วมกับบุคคลและหน่วยงานภายใต้องค์กรด้วยความเชื่อมั่นในกันและกัน สามารถติดต่อสื่อสารและประสานงานภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยเหลือเกื้อกูลกันทั้งในการทำงาน และการทำกิจกรรมอื่นๆ ร่วมกัน เพื่อนำศักยภาพของบุคลากรและองค์กรออกมาใช้ให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด มีความสมานฉันท์ มีความรักและความภูมิใจเห็นคุณค่าในองค์กร

Uncovering ไม่ปกปิด เปิดเผย โปร่งใส – บุคลากรมีความซื่อสัตย์ โปร่งใส สามารถเปิดเผยกระบวนการจัดทำนโยบายและแผน การวิเคราะห์ผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมการจัดสรรเงินกองทุน ต่อสาธารณชนได้ ตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ รวมถึงมีเอกสารหลักฐานที่สามารถตรวจสอบได้

Result-based Orientation มุ่งเป็นเลิศในผลการปฏิบัติงาน – บุคลากรมีความชำนาญ ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยยึดเป้าหมายขององค์กรเป็นหลัก มีการใช้หลักวิชาการที่ถูกต้องในการดำเนินงาน ไม่เปลี่ยนแปลงผันแปรไปตามปัจจัยภายนอก โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยทางการเมืองและสามารถผลักดันให้นโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้รับการยอมรับและดำเนินควบคู่ไปกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

Expertise มีความเชี่ยวชาญอย่างมืออาชีพ – บุคลากรผู้ปฏิบัติงานเป็นผู้ที่มีความรอบรู้และความชำนาญในเรื่องนั้นๆ อย่างถูกต้องและชัดเจน มีการทำงานโดยใช้ความรู้ ความชำนาญ ความเชี่ยวชาญ ทักษะ และประสบการณ์ที่ถูกต้องและเหมาะสม มีความรับผิดชอบและตรงเวลาในการทำงาน ไม่ปล่อยให้เกิดความล่าช้าจนก่อความเสียหายต่อตนเองและผู้อื่น มีหลักการและจุดยืนในการทำงาน และให้บริการ ด้านนโยบายและแผนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่จะทำให้องค์กรเป็นหน่วยงานหลักในการจัดทำนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศ

ภารกิจ (Duty)

ภารกิจหลักตามกฎหมายกระทรวงแบ่งส่วนราชการสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ. ๒๕๖๕ มีดังนี้

- (๑) จัดทำนโยบายและแผนการอนุรักษ์และบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- (๒) ประสานและจัดทำแผนการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและดำเนินการอื่นให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งประสานการจัดการเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม
- (๓) ศึกษา วิเคราะห์ ประสาน และดำเนินการให้มีการประกาศเขตพื้นที่ และมาตรการคุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- (๔) ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบาย แผน และมาตรการ และจัดทำรายงานสถานการณ์คุณภาพสิ่งแวดล้อม
- (๕) ดำเนินการเกี่ยวกับการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากโครงการหรือกิจกรรมของภาครัฐหรือภาคเอกชน ซึ่งมีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดผลเสียต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม
- (๖) บริหารงานกองทุนสิ่งแวดล้อมให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนนโยบาย แผน และมาตรการ และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในทุกภาคส่วน
- (๗) ประสานความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศและต่างประเทศ ในการดำเนินการร่วมด้านนโยบายและแผนการอนุรักษ์และบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

(๘) เสนอความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ การป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของประเทศ การกักเก็บ และการปลดปล่อย ก๊าซเรือนกระจก รวมทั้งศึกษา วิจัย และพัฒนาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

(๙) เสนอความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาในการกำหนดนโยบายและแผนการอนุรักษ์ และใช้ประโยชน์ความหลากหลายทางชีวภาพอย่างยั่งยืน ตลอดจนดำเนินการตามพันธกรณีของ ความตกลงระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางชีวภาพ

(๑๐) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นหน้าที่และอำนาจของสำนักงาน หรือตามที่รัฐมนตรีหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

๑.๒ ปัจจัยในการศึกษาวิเคราะห์และจัดทำแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ.๒๕๖๖ – ๒๕๗๐

ปัจจัยในการศึกษาวิเคราะห์และจัดทำแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ได้นำนโยบายและแผนของชาติ ในแต่ละระดับที่เกี่ยวข้อง มาวิเคราะห์เพื่อกำหนดเป้าหมายและเชื่อมโยงให้สอดคล้องและตอบสนองกับ แนวโน้ม ทิศทาง และสถานการณ์ปัจจุบันของประเทศ ประกอบด้วย รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๖๐ ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐) นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ – ๒๕๖๔) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๕) (ร่าง) แผนจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) แผนปฏิบัติราชการกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (พ.ศ. ๒๕๖๕-๒๕๖๙) รวมทั้งแผนกลยุทธ์ สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๒) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑.๒.๑ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๖๐

หมวด ๓ สิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทย

มาตรา ๔๑ บุคคลและชุมชนย่อมมีสิทธิ

(๑) ได้รับทราบและเข้าถึงข้อมูลหรือข่าวสารสาธารณะในครอบครองของหน่วยงานของรัฐ ตามที่กฎหมายบัญญัติ

หมวด ๕ หน้าที่ของรัฐ

มาตรา ๕๘ การดำเนินการใดของรัฐหรือที่รัฐจะอนุญาตให้ผู้ใดดำเนินการ ถ้าการนั้นอาจมีผลกระทบ ต่อทรัพยากรธรรมชาติ คุณภาพสิ่งแวดล้อม สุขภาพ อนามัย คุณภาพชีวิต หรือส่วนได้เสียสำคัญอื่นใด ของประชาชนหรือชุมชนหรือสิ่งแวดล้อมอย่างรุนแรง รัฐต้องดำเนินการให้มีการศึกษาและประเมินผลกระทบต่อ คุณภาพสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของประชาชนหรือชุมชน และจัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสีย

และประชาชนและชุมชนที่เกี่ยวข้องก่อน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณา ดำเนินการหรืออนุญาตตามกฎหมายบัญญัติ

บุคคลและชุมชนย่อมมีสิทธิได้รับข้อมูล คำชี้แจง และเหตุผลจากหน่วยงานของรัฐก่อนการดำเนินการหรืออนุญาตตามวรรคหนึ่ง

มาตรา ๕๙ รัฐต้องเปิดเผยข้อมูลหรือข่าวสารสาธารณะในครอบครองของหน่วยงานของรัฐ ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับความมั่นคงของรัฐหรือเป็นความลับของทางราชการตามที่กฎหมายบัญญัติ และต้องจัดให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลหรือข่าวสารดังกล่าวได้โดยสะดวก

๑.๒.๒ ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐)

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา ๖๕ กำหนดให้รัฐจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการบูรณาการไปสู่เป้าหมายดังกล่าว โดยปัจจุบันหน่วยงานดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) ซึ่งประกาศลงในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ ๑๓ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๑ ด้วยวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” หรือเป็นคติพจน์ประจำชาติว่า “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” โดยมียุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง คือ

ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติที่ ๕ ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

๕.๖ ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนเพื่อกำหนดอนาคตประเทศมุ่งส่งเสริมคุณลักษณะและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ด้านสิ่งแวดล้อมของคนไทย พัฒนาเครื่องมือและกลไกเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ รองรับการเติบโตที่มีคุณภาพในอนาคต รวมทั้งจัดตั้งและพัฒนาระบบการยุติธรรมด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และพัฒนาระบบประชาธิปไตยสิ่งแวดล้อม เพื่อแก้ไขปัญหาและลดความขัดแย้ง พัฒนา และดำเนินโครงการยกระดับการขับเคลื่อนเพื่อกำหนดอนาคตประเทศ

๕.๖.๑ ส่งเสริมคุณลักษณะและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ด้านสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตที่ดีของคนไทย โดยปรับปรุงกลไกรัฐและพัฒนาเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของประชาชนและภาคเอกชนให้รองรับการเติบโตที่มีคุณภาพในอนาคต มีการสร้างความรู้ ความเข้าใจ การตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้รองรับการเปลี่ยนแปลงทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติที่ ๖ ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

๖.๑ ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และให้บริการอย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส หน่วยงานของรัฐต้องร่วมมือและช่วยเหลือกันในการปฏิบัติหน้าที่ มีระบบการบริหารจัดการที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ให้การบริหารราชการแผ่นดินทั้งราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น และงานของรัฐอย่างอื่นให้เป็นไปตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี สร้างประโยชน์สุขแก่ประชาชน

๖.๑.๑ การให้บริการสาธารณะของภาครัฐได้มาตรฐานสากลและเป็นระดับแนวหน้าของภูมิภาค ปรับรูปแบบและวิธีการดำเนินการของภาครัฐมีลักษณะที่เบ็ดเสร็จ ครบวงจร และหลากหลายรูปแบบตามความต้องการของผู้รับบริการ มีความร่วมมือกับภาคีอื่น ๆ พร้อมทั้งปรับปรุงกลไกการปฏิบัติงานของภาครัฐให้

มีลักษณะบูรณาการ สามารถส่งเสริมภารกิจของภาคส่วนต่าง ๆ โดยเฉพาะการปรับปรุงบทบาทและกลไกภาครัฐให้เป็นผู้สนับสนุน และอำนวยความสะดวกในการประกอบการ การกำหนดกฎระเบียบที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจภาคเอกชนทุกขนาดสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศในระยะยาว

๖.๑.๒ ภาครัฐมีความเชื่อมโยงในการให้บริการสาธารณะต่าง ๆ ผ่านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้มีระบบการบริหารจัดการข้อมูลที่มีความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานและแหล่งข้อมูลต่าง ๆ นำไปสู่การวิเคราะห์การจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อการพัฒนานโยบายและการให้บริการภาครัฐ มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการให้บริการสาธารณะตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ เพื่อให้สามารถติดต่อราชการได้โดยง่าย สะดวก รวดเร็ว โปร่งใส เสียค่าใช้จ่ายน้อย และตรวจสอบได้

จากยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องข้างต้น สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จึงได้นำมาเป็นแนวทางในการจัดทำแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ เพื่อประโยชน์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และให้บริการอย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส สร้างประโยชน์ให้แก่ประชาชน และเกิดการสร้างความตระหนักรู้เพื่อการบรรลุเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี

๑.๒.๓ (ร่าง) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๘๐)

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ เป็นแผนแม่บทเพื่อบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ มีทั้งสิ้น ๒๓ ประเด็น ซึ่งจะมีผลผูกพันต่อหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องที่จะต้องปฏิบัติ รวมทั้งต้องจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีให้สอดคล้องกับแผนแม่บท โดยมีประเด็นที่สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมนำมาดำเนินการ คือ

แผนย่อยของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นที่ ๑๐ การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์

แผนย่อยการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม

แนวทางการพัฒนา : พัฒนาระบบโครงสร้างเครือข่ายด้านข้อมูลเพื่อเป็นช่องทางให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง มีคุณภาพ และเชื่อถือได้

แผนย่อยของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นที่ ๑๘ การเติบโตอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

แผนย่อยการยกระดับกระบวนการทัศน์เพื่อกำหนดอนาคตประเทศ

แนวทางการพัฒนา : ส่งเสริมคุณลักษณะและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ด้านสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตที่ดีของคนไทย โดยปรับปรุงกลไกและพัฒนาเครื่องมือต่าง ๆ ของภาครัฐ ให้เอื้อต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชาชนทุกภาคส่วนให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อรองรับการเติบโตที่มีคุณภาพในอนาคต สร้างความรู้ความเข้าใจ การตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้รองรับการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับประเทศและระดับสากล โดยสอดแทรกในหลักสูตรการศึกษาหรือการจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิตทั้งในระบบและนอกระบบ

แผนย่อยของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นที่ ๒๐ การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

แผนย่อยการพัฒนากระบวนกรบริหารงานภาครัฐ

แนวทางการพัฒนา : กำหนดนโยบายและการบริหารจัดการที่ตั้งอยู่บนข้อมูลและหลักฐานเชิงประจักษ์มุ่งผลสัมฤทธิ์ มีความโปร่งใส ยืดหยุ่นและคล่องตัวสูง นำนวัตกรรม เทคโนโลยีข้อมูลขนาดใหญ่ ระบบการทำงานที่เป็นดิจิทัล มาใช้ในการบริหารและการตัดสินใจ มีการพัฒนาข้อมูลเปิดภาครัฐให้ทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึง แบ่งปัน และใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสมและสะดวก รวมทั้งนำองค์ความรู้ในแบบสหสาขาวิชาเข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างคุณค่าและแนวทางปฏิบัติที่เป็นเลิศในการตอบสนองกับสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างทันเวลา พร้อมทั้งมีการจัดการความรู้และถ่ายทอดความรู้อย่างเป็นระบบเพื่อพัฒนาภาครัฐให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และการเสริมสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจ การพัฒนาวัฒนธรรมองค์กร เพื่อส่งเสริมการพัฒนากระบวนกรบริการและการบริหารจัดการภาครัฐอย่างเต็มศักยภาพ

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้นำแผนย่อยภายใต้แผนแม่บทฯ เรื่องการยกระดับกระบวนทัศน์เพื่อกำหนดอนาคตประเทศ มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนกรประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการพัฒนาและยกระดับกระบวนทัศน์ บทหลักของการมีส่วนร่วมและธรรมาภิบาล ซึ่งครอบคลุมสาระสำคัญในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และเพื่อพัฒนาภาครัฐให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และการเสริมสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจ การพัฒนาวัฒนธรรมองค์กร ส่งเสริมการพัฒนากระบวนกรบริการและการบริหารจัดการภาครัฐอย่างเต็มศักยภาพ

๑.๒.๔ นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (ฉบับปรับปรุง)

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๓ กำหนดให้มีคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ (กปช.) มีอำนาจหน้าที่เสนอแนะนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อให้ความเห็นชอบ รวมทั้งเสนอแนะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของชาติ โดยแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติต้องสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล และต้องกำหนดหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ปฏิบัติตามแผนด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การประชาสัมพันธ์สร้างความปรองดองของคนในชาติ

เป้าประสงค์ : ประชาชนรับรู้ เข้าใจ และให้ความร่วมมือกับรัฐบาลในการบริหารประเทศ
ตามแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การประชาสัมพันธ์นโยบายแห่งรัฐ

เป้าประสงค์ : การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อสร้างความเข้าใจต่อแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต

เป้าประสงค์ : ๑. ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว มีความเท่าทันต่อข่าวสาร เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น สามารถแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็น หรืออารมณ์ที่อาจไม่สะท้อนสถานการณ์จริง

๒. หน่วยงานรัฐสามารถประชาสัมพันธ์และจัดการข่าวสารในห้วงสถานการณ์ฉุกเฉินหรือภาวะวิกฤตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศสู่ประชาคมโลก

เป้าประสงค์ : ประชาคมโลกเกิดความเข้าใจและยอมรับในภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้นำยุทธศาสตร์ทั้ง ๔ ด้าน มาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจ และให้ความร่วมมือกับหน่วยงานในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

๑.๒.๕ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)

ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ ถูกกำหนดจากยุทธศาสตร์ทั้ง ๑๒ ด้าน ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ และกำหนดเป็นแนวทางในรายละเอียดที่แสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องและการตอบสนองต่อเป้าหมายที่ต้องบรรลุในระยะ ๕ ปี ซึ่งจะเป็นการวางพื้นฐานที่สำคัญ ให้สามารถสานต่อการพัฒนาของประเทศในระยะต่อไป ทั้งนี้ ยุทธศาสตร์ที่กำหนดในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ ประกอบด้วย ๑๒ ยุทธศาสตร์ โดยมียุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง คือ

๑) หมายความว่า ๑๓ ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

เป้าหมายที่ ๑ การบริการภาครัฐ มีคุณภาพ เข้าถึงได้

เป้าหมายที่ ๒ ภาครัฐที่มีขีดสมรรถนะสูง คล่องตัว

เป้าหมายในด้านที่เกี่ยวข้อง ล้วนต้องการเพิ่มประสิทธิภาพของการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งหากจะเพิ่มประสิทธิภาพให้เกิดประโยชน์สูงสุดจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสื่อสารให้ทุกภาคส่วนได้รับรู้และเข้าใจกระบวนการดำเนินงานในภาพรวม รวมถึงการดำเนินงานที่เป็นกลไกย่อยของการนำไปสู่การดำเนินงานในภาพรวม

๑.๒.๖ (ร่าง) แผนจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐)

ร่างแผนจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) เป็นกรอบการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศ ระยะ ๕ ปี ซึ่งเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในมาตรา ๓๕ แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๓๕ โดยยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ในการสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมบนแนวทางของความพอประมาณ ความมีเหตุผล และใช้องค์ความรู้ทั้งทางวิชาการ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ประกอบการตัดสินใจ โดยคำนึงถึงความถูกต้องและเป็นธรรม ในการสร้างภูมิคุ้มกันแก่ฐานทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งผลให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ประกอบด้วย ๕ ยุทธศาสตร์ โดยมียุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง คือ

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การยกระดับกระบวนการทัศน์เพื่อการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้กลไกในการขับเคลื่อนและแปลงแผนไปสู่การปฏิบัติ กำหนดให้มีการส่งเสริมคุณลักษณะและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ด้านสิ่งแวดล้อม และพัฒนากลไกที่ช่วยยกระดับกระบวนการจัดการ

ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพจึงต้องนำการประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึงและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมามีส่วนช่วยผลักดันเรื่องดังกล่าว

๑.๒.๘ แผนปฏิบัติการกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (พ.ศ. ๒๕๖๕-๒๕๖๙)

แผนปฏิบัติการกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ. ๒๕๖๕-๒๕๖๙ มีการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้อง คือ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดี
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ เพิ่มศักยภาพองค์กรรองรับวิถีใหม่และนวัตกรรมใหม่

โดยในแผนปฏิบัติการในประเด็นยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนกระบวนการทัศน์ใหม่เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตและส่งเสริม ประเด็นยุทธศาสตร์รักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดี และเพิ่มศักยภาพองค์กรรองรับวิถีใหม่และนวัตกรรมใหม่ มีการกำหนดเป้าหมายให้ประชาชนมีลักษณะที่พึงประสงค์ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้กับประชาชน เสริมสร้างการตระหนักรู้ให้กับประชาชนและให้ประชาชนเชื่อมั่นในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดปัจจัยการขับเคลื่อนการตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมให้กับประชาชน สร้างระบบและรูปแบบการเรียนรู้ที่เปิดกว้าง เพื่อให้ประชาชนมีกระบวนการทัศน์ใหม่ในการพัฒนาประเทศไทยไปสู่ความยั่งยืน มีส่วนร่วมในการดูแลรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จึงต้องนำการประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึงและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมามีส่วนช่วยผลักดันเรื่องดังกล่าว

๑.๒.๙ แผนกลยุทธ์สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๒)

ประเด็นยุทธศาสตร์ภายใต้แผนกลยุทธ์ของสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๒) ประกอบด้วย ๔ ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ สร้างนวัตกรรมการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ เสริมสร้างหุ้นส่วนการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมเชิงรุกให้มีประสิทธิภาพ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร และความรับผิดชอบต่อสังคม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม (ค่านิยม) ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

จากประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร และความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงยุทธศาสตร์ที่ ๔ การปรับเปลี่ยนค่านิยมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้ต้องมีการปรับปรุงทั้งช่องทางการสื่อสาร รูปแบบและสื่อที่ใช้ในการสื่อสารให้เหมาะสมกับช่วงเวลาและกลุ่มเป้าหมาย

บทที่ ๒

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการจัดทำแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรวบรวมข้อมูลเชิงทุติยภูมิ (Secondary Research) และเชิงปฐมภูมิ (Primary Research) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในมุมมองต่างๆ โดยสามารถสรุปปัจจัยดังกล่าวผ่านเครื่องมือการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ประเภทต่างๆ ได้แก่

เครื่องมือการวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร (Mckinsey's 7 s)

เครื่องมือการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกองค์กร (PESTEL)

เครื่องมือการวิเคราะห์ภาพรวมองค์กร (SWOT)

เครื่องมือการเชื่อมโยงปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรเพื่อกำหนดกลยุทธ์ (TOWS Matrix)

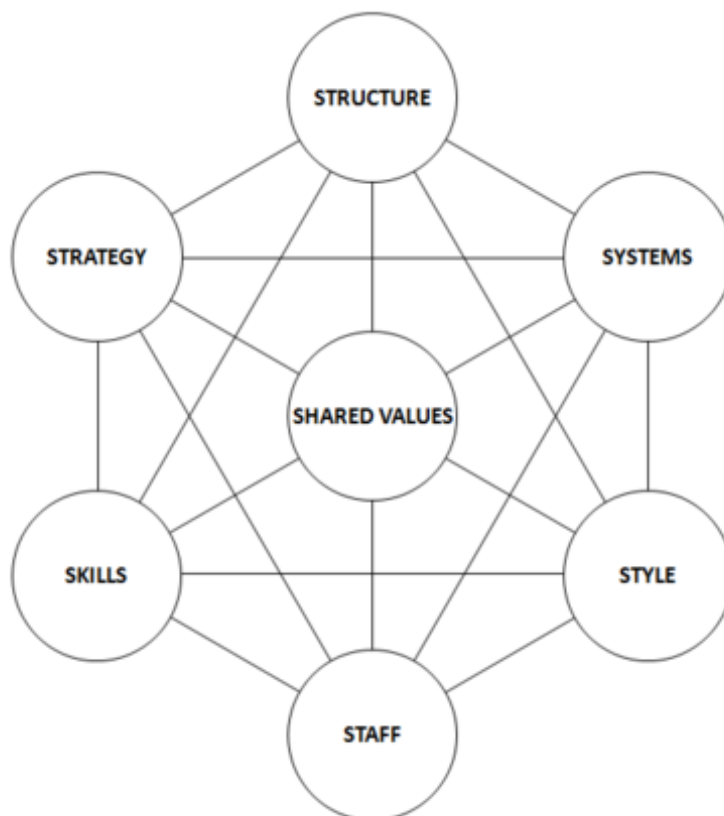
เครื่องมือการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของช่องทางการสื่อสารนอกองค์กร

การวิเคราะห์ผ่านเครื่องมือทั้ง ๕ ประเภท มีวัตถุประสงค์และผลการวิเคราะห์ที่แตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดของวิธีการเครื่องมือแต่ละชนิด และผลการวิเคราะห์ที่ส่งผลกระทบต่อการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร ดังต่อไปนี้

๒.๑ การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร (Mckinsey's 7s)

การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กรผ่านเครื่องมือ Mckinsey's 7s จะทำให้ทราบถึงการดำเนินงานภายในองค์กรในภาพรวมที่สามารถส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารของสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยมีองค์ประกอบในการวิเคราะห์ที่สำคัญ ๗ ด้านหลัก ดังภาพที่ ๑ ดังนี้

Strategy	: แผนกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานขององค์กร
Structure	: โครงสร้างองค์กร รวมทั้งหน้าที่และความรับผิดชอบ
Skills	: ชีตความรู้และทักษะเฉพาะด้านของบุคลากรในองค์กร
Staff	: จำนวนและความรู้ความสามารถของบุคลากรในองค์กร
Style	: รูปแบบและวิธีการดำเนินงาน
System	: กระบวนการทำงานขององค์กร
Shared values	: ค่านิยมร่วมขององค์กรที่สอดคล้องกับเป้าหมายการดำเนินงาน



ภาพที่ ๑ เครื่องมือการวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร McKinsey's 7s

(๑) Strategy : แผนกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานขององค์กร

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการกำหนดยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนด้านการประชาสัมพันธ์ในประเด็นยุทธศาสตร์ เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร และความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์ โดยสามารถสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมที่ดีต่อสาธารณชน

(๒) Structure : โครงสร้างองค์กรรวมทั้งหน้าที่และความรับผิดชอบ

โครงสร้างของสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการจัดตั้งกลุ่มงานอำนวยการและประชาสัมพันธ์ ภายใต้สำนักงานเลขานุการกรม และมีการกำหนดหน้าที่ไว้อย่างชัดเจน จึงส่งผลให้การสื่อสารภายในองค์กรระหว่างผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว แต่เนื่องจากยังขาดการบูรณาการข้อมูลที่มีประสิทธิภาพระหว่างส่วนย่อยต่างๆ ทำให้การประชาสัมพันธ์ภารกิจงานขององค์กรยังไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ และยังขาดการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่หลากหลายและน่าสนใจ

(๓) Skills : ชีตความรู้และทักษะเฉพาะด้านของบุคลากรในองค์กร

บุคลากรสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีหัวใจในการให้บริการ (Service Mind) อีกทั้งบุคลากรยังมีความเข้าใจในภารกิจงานและองค์ความรู้ของสำนักงานนโยบาย

และแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างดี แต่ยังขาดทักษะและโอกาสในการร่วมวางแผนและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

(๔) Staff : จำนวนและความรู้ความสามารถของบุคลากรในองค์กร

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมีจำนวนบุคลากรที่พร้อมต่อการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ แต่เนื่องจากบุคลากรส่วนใหญ่เป็นบุคลากรที่มีการหมุนเวียนบ่อยครั้ง ทำให้ขาดประสบการณ์และขาดความต่อเนื่อง ในการทำงานและความเข้าใจในองค์ความรู้ของสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

(๕) Style : รูปแบบและวิธีการดำเนินงาน

ผู้บริหารสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีแนวทางในการพัฒนาองค์กรที่ชัดเจน และทันสมัย พร้อมทั้งให้การสนับสนุนการดำเนินงานในด้านต่างๆ อีกทั้งเปิดโอกาสให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานสามารถมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนงาน/โครงการต่างๆ ร่วมกันได้

(๖) System : กระบวนการทำงานขององค์กร

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสามารถจัดสรรอัตรากำลังและทรัพยากรในองค์กรให้เป็นไปในทิศทางและลำดับความสำคัญที่ชัดเจน เป็นเหตุเป็นผล และสอดคล้องกัน ในระหว่างส่วนย่อยต่างๆ ขององค์กร รองรับการขยายตัวขององค์กร รวมทั้งมีการกระตุ้นให้ผู้บริหารและสมาชิกขององค์กรได้ตระหนักถึงโอกาส ภัยคุกคาม จุดแข็ง และจุดอ่อนขององค์กร ตลอดจนได้ทราบถึงทิศทางการดำเนินงานโดยทั่วกัน จึงเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้อย่างดี อย่างไรก็ตาม กระบวนการทำงานบางส่วนยังขาดการบูรณาการข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากมีการสร้างความเข้าใจ สื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลไม่เพียงพอ

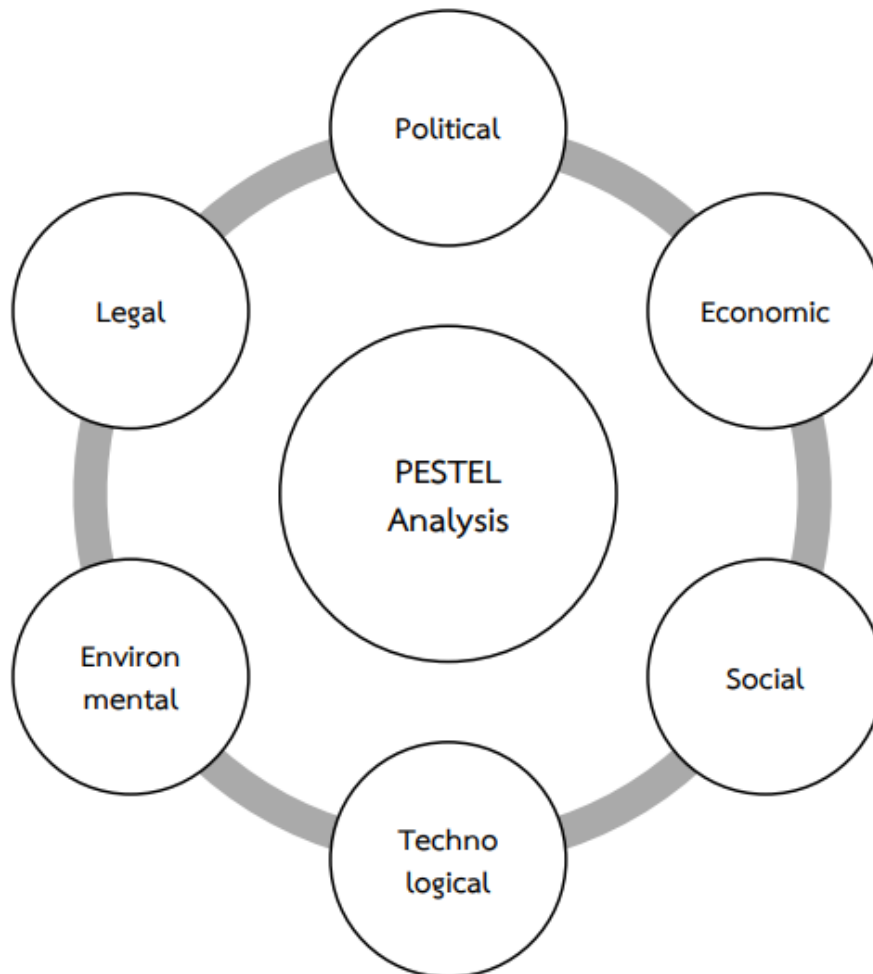
(๗) Shared values : ค่านิยมร่วมขององค์กรที่สอดคล้องกับเป้าหมายการดำเนินงาน

บุคลากรสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีแนวความคิดความเชื่อ และมีการปรับพฤติกรรมการทำงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะสนับสนุนการดำเนินงานภายใต้แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี โดยยึดถือแนวทางมุ่งเน้นการสร้างเครือข่าย มุ่งเน้นการทำงานแบบมีส่วนร่วม จิตใจใฝ่รู้ หมั่นพัฒนาตนเอง กระตือรือร้นทำงานเป็นทีม มีความซื่อสัตย์ โปร่งใส มีความชำนาญ และทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

๒.๒ การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกองค์กร (PESTEL)

เนื่องจากในปัจจุบันสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และสามารถส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรง (Direct) และทางอ้อม (Indirect) ต่อการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้นการวิเคราะห์และศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรจึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นต่อการดำเนินงาน โดยในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรกรณีนี้จะเลือกเฉพาะปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารของสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมผ่านเครื่องมือ PESTEL โดยมีองค์ประกอบในการวิเคราะห์ที่สำคัญ ๖ ด้านหลัก ดังภาพที่ ๒ ดังนี้

- (๑) การวิเคราะห์ปัจจัยทางนโยบายภาครัฐและสถานการณ์ทางการเมือง (Policies/Political)
- (๒) การวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economics)
- (๓) การวิเคราะห์ปัจจัยทางสังคม (Social)
- (๔) การวิเคราะห์ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technologies)
- (๕) การวิเคราะห์ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม (Environment)
- (๖) การวิเคราะห์ปัจจัยทางกฎหมาย (Legislations)



ภาพที่ ๒ เครื่องมือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้นำเครื่องมือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร มาพิจารณาและวิเคราะห์ผลทั้ง ๖ ด้าน โดยมีสาระสำคัญที่ค้นพบดังตารางที่ ๑

ตารางที่ ๑ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร (PESTEL)

ปัจจัยภายนอก	ประเด็น	ผลกระทบต่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์
๑. ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง (Policies/Political)	แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)	ขยายโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงให้ครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ รวมทั้งพัฒนาระบบความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องตามมาตรฐานสากลเพื่อรับมือภัยคุกคามทางออนไลน์
	แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม	- พัฒนาอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง มีคุณภาพและครอบคลุมทั่วประเทศ ทุกหมู่บ้าน ทุกเทศบาลเมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ ทุกโรงเรียน โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ตำบล และศูนย์ดิจิทัลชุมชน - ปรับเปลี่ยนภาครัฐสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลภาครัฐได้สะดวกและเหมาะสม เพื่อส่งเสริมความโปร่งใสและการมีส่วนร่วมของประชาชน
	นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕	- การประชาสัมพันธ์สร้างความปรองดองของคนในชาติ ประชาชนรับรู้ เข้าใจและให้ความร่วมมือกับรัฐบาลในการบริหารประเทศตามแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ - การประชาสัมพันธ์นโยบายแห่งรัฐ - การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อสร้างความเข้าใจต่อแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ - การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว มีความเท่าทันต่อข่าวสารเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น สามารถแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็นหรืออารมณ์ที่อาจไม่สะท้อนสถานการณ์จริง หน่วยงานรัฐสามารถประชาสัมพันธ์และจัดการข่าวสารในห้วง

ปัจจัยภายนอก	ประเด็น	ผลกระทบต่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์
		สถานการณ์ฉุกเฉินหรือภาวะวิกฤตได้อย่างมีเอกภาพ • การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศสู่ประชาคมโลก ทำให้ประชาคมโลกเกิดความเข้าใจ และยอมรับในภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย
๒. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economics)	เศรษฐกิจโลกอยู่ในช่วงฟื้นตัว	ธุรกิจสื่อในประเทศ มีแนวโน้มการเติบโตขึ้นร้อยละ ๕ - ๘ (ข้อมูลจากสมาคมส่งเสริมไทยธุรกิจโฆษณา) แรงส่งมาจากเศรษฐกิจฟื้นตัวเร็ว ความต้องการบริโภคภายในประเทศเพิ่มขึ้น สื่อเกือบทุกหมวดได้โอกาสการเติบโตเว้นเพียง สื่อสิ่งพิมพ์
	การก้าวสู่เศรษฐกิจยุคดิจิทัล	เศรษฐกิจรูปแบบใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลอยู่บนโลกออนไลน์ ซึ่งเป็นการนำเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจในด้านต่างๆ รวมถึง อุตสาหกรรมบริการดิจิทัล อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ อุตสาหกรรมบิ๊กดาต้า ซึ่งมีการเติบโตมากขึ้น ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค สื่อและการรับข้อมูลบนโลกดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น
	เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy)	รูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจที่เข้ามา แก้ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่โลกกำลังเผชิญ เศรษฐกิจที่พัฒนาด้วยการคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม และตระหนักถึงคุณค่าลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการกระจายความมั่งคั่งอย่างทั่วถึง จึงเป็นเศรษฐกิจที่ทุกประเทศต้องนำไปเป็นแนวทางพัฒนา ทำให้สื่อมวลชนสนใจในการเผยแพร่ข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ภาคเอกชนให้ความสนใจการทำธุรกิจให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจัดกิจกรรมการโครงการ

ปัจจัยภายนอก	ประเด็น	ผลกระทบต่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์
		ประชาสัมพันธ์ที่ภาพลักษณ์ให้องค์กรเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการลงทุนในกลุ่มเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น
	วิกฤตพลังงาน ผลกระทบจากสงครามรัสเซีย-ยูเครน	วิกฤตพลังงาน จากผลกระทบจากสงครามรัสเซีย-ยูเครน ทำให้ราคาพลังงานโลกที่สูงขึ้น ธุรกิจพลังงานทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจึงได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น
๓. ปัจจัยทางสังคม (Social)	พฤติกรรมการบริโภคสื่อของคนในสังคม	• หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-๑๙ พฤติกรรมการบริโภคสื่อ ของคนในสังคมไทยปรับตัว เข้าสู่ยุคดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น ประชากรไทยส่วนใหญ่รับสารจากช่องทางสื่อ Social Media โดยเฉพาะ Facebook • การพัฒนาแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) ที่มีรูปแบบที่ใหม่และหลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะ Platform TikTok หรือ Reels ของ Facebook Instagram ที่เน้นสร้างคอนเทนต์ในรูปแบบ วิดีโอสั้นที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก • พฤติกรรมการใช้สื่อหลายช่องทางในเวลาเดียวกัน (Multi-screen) ส่งผลต่อระดับการเข้าถึงของกลุ่มเป้าหมาย • พฤติกรรมการรับข่าวสารที่ต้องการความรวดเร็ว และทันด่วนต่อสถานการณ์ทำให้ Platform Twitter เป็นที่นิยมในการติดตามข่าวสารสถานการณ์ของโลก

ปัจจัยภายนอก	ประเด็น	ผลกระทบต่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์
	ข่าวปลอม (Fake news)	สืบเนื่องจากพฤติกรรมการรับข่าวสารที่ต้องการความรวดเร็ว การบริโภคสื่อของคนในสังคมจึงขาดการตรวจสอบเนื้อหาของข้อมูลว่ามีความถูกต้องหรือไม่ เป็นช่องว่างที่ทำให้เกิดการเผยแพร่ข่าวสารที่มีเนื้อหาที่ไม่ถูกต้อง ทำให้หน้าที่การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐต้องมีการติดตามข้อมูลข่าวปลอมที่อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร และชี้แจงข้อมูลให้ถูกต้องอย่างรวดเร็ว
๔. ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technologies)	สังคมให้ความสนใจกับการดำเนินการของรัฐ เพิ่มมากขึ้น	ผู้คนในสังคมให้ความสนใจการดำเนินการของรัฐ เพื่อจะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อปกป้องประโยชน์ของตนเอง ปกป้องประโยชน์สาธารณะ และเพื่อการมีส่วนร่วมในการปกครองตามระบอบประชาธิปไตย ทำให้การเผยแพร่ข้อมูล จากภาครัฐเป็นที่สนใจต่อสาธารณชน
	การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation)	การเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลมีการใช้นวัตกรรมให้เกิดประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การสื่อสารต่างๆ และการเข้าถึงข้อมูลในรูปแบบดิจิทัลที่มีความสะดวกและรวดเร็วเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์ รวมทั้งการพัฒนาการสื่อสารให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น
	เทคโนโลยีการสื่อสารไร้สาย เครือข่าย 5G	• การรับส่งข้อมูลทั้งด้านภาพและเสียงมีประสิทธิภาพและรวดเร็วยิ่งขึ้น เช่น รับชมวิดีโอ/ภาพยนตร์แบบความคมชัดสูง (HD) • ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่ายและทั่วถึง • เทคโนโลยี 5G ส่งผลต่อการใช้อุปกรณ์พกพาสูงขึ้น เช่น Smart Phone หรือ Tablet เป็นต้น

ปัจจัยภายนอก	ประเด็น	ผลกระทบต่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์
		เทคโนโลยีของ Social Media ส่งเสริมให้เกิดตลาดออนไลน์มากยิ่งขึ้น
	การเข้าถึง Smart Phone	ตลาดโทรศัพท์มือถือมีการแข่งขันสูงส่งผลให้ Smart Phone มีราคาถูกลง ขณะที่ความสามารถดีขึ้น และรองรับระบบเทคโนโลยีไร้สาย 5G ได้
๕. ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม (Environment)	Go Green ธุรกิจที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม	ธุรกิจที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม มีแนวโน้มเติบโตได้มากกว่าธุรกิจที่ไม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญกับธุรกิจที่มีเป้าหมายในการทำให้โลกดีขึ้น สิ่งแวดล้อมดีขึ้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ธุรกิจที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมีแนวโน้มเติบโตได้มากกว่าธุรกิจที่ไม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม
	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero)	เป้าหมายของการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิให้เป็นศูนย์เป็นประเด็นใหญ่ที่กำลังได้รับความสนใจทั่วโลก องค์กรธุรกิจและหลายภาคส่วน ประกาศเป้าหมายมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับโลก
	การเตรียมความพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ประชาชนทั่วโลกตื่นตัวกับการพัฒนาองค์ความรู้ เพื่อเตรียมความพร้อมและลดผลกระทบต่อการดำรงชีวิตจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
๖. ปัจจัยทางกฎหมาย (Legislations)	พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของทางราชการ พ.ศ. ๒๕๔๐	พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของทางราชการ พ.ศ. ๒๕๔๐ มีข้อจำกัดด้านต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในภาพรวมของประเทศ เช่น งดเว้นการเผยแพร่ข้อมูลส่วนต่างๆ

ปัจจัยภายนอก	ประเด็น	ผลกระทบต่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์
	พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒	พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ มีข้อจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล เพื่อให้การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลมีประสิทธิภาพและเพื่อให้มีมาตรการเยียวยาเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลจากการถูกละเมิดสิทธิในข้อมูลส่วนบุคคลที่มีประสิทธิภาพที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในภาพรวม เช่น การใช้ภาพถ่ายหรือข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ได้รับการอนุญาต
	พ.ร.บ. ว่าด้วยการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ พ.ศ.๒๕๕๐	พ.ร.บ. ว่าด้วยการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐ มีข้อควรระวังในเรื่องการเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นการสร้าง ตัดต่อเติม ข้อมูลหรือภาพของผู้อื่น ซึ่งทำให้ผู้อื่นเสื่อมเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น ถูกเกลียดชัง หรือได้รับความอับอาย

๒.๓ การวิเคราะห์ภาพรวมองค์กร (SWOT)

ภายหลังจากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กรผ่านเครื่องมือ McKinsey's 7s และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรผ่านเครื่องมือ PESTEL แสดงให้เห็นถึงจุดแข็งและจุดอ่อน รวมไปถึงโอกาสและอุปสรรคในด้านต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยขั้นตอนลำดับต่อไปจะเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยดังกล่าวที่ส่งผลกระทบในภาพรวมต่อองค์กรผ่านเครื่องมือ SWOT โดยมีองค์ประกอบหลักในการวิเคราะห์ทั้ง ๔ ด้าน ได้แก่

ปัจจัยภายในองค์กร

- (๑) จุดแข็ง (Strengths) : ปัจจัยที่สร้างความได้เปรียบด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์
- (๒) จุดอ่อน (Weaknesses) : ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดปัญหาด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์

ปัจจัยภายนอกองค์กร

(๑) โอกาส (Opportunities) : ปัจจัยที่สามารถเอื้อประโยชน์ และช่วยส่งเสริมการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์

(๒) อุปสรรค (Threats) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานและเป็นข้อจำกัดในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์

การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กรด้วยเครื่องมือ SWOT เป็นการประมวลผลจากข้อมูลการวิเคราะห์ผ่านเครื่องมือ McKinsey's 7s ในข้อ ๒.๑ และทำการสรุปปัจจัยต่างๆ ในรูปแบบของจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ขององค์กรดังแสดงในตารางที่ ๒

ตารางที่ ๒ การวิเคราะห์ภาพรวมภายในองค์กร (SWOT) ด้านจุดแข็งและจุดอ่อน

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
S1 มีโครงสร้างการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน S2 มีอัตราการเข้าถึงของบุคลากรที่ชัดเจน เพียงพอ และบุคลากรมีใจบริการ และดำเนินการคำนึงขององค์กร S3 มีแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน S4 มีผู้เชี่ยวชาญ และมีฐานข้อมูลวิชาการที่ทันสมัยหลากหลาย ที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ S5 ผู้บริหารให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการกำหนดแผนงานต่างๆ รวมถึงการพัฒนางานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	W1 ขาดการบูรณาการ และแลกเปลี่ยนข้อมูลส่วนย่อยที่มีประสิทธิภาพ W2 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไม่ครบทุกกลุ่มเป้าหมาย และขาดการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่หลากหลายและน่าสนใจ W3 องค์กรไม่เป็นที่รู้จักต่อประชาชน W4 ขาดการสร้างเครือข่ายและสื่อมวลชนสัมพันธ์ W5 บุคลากรใหม่ยังขาดประสบการณ์และทักษะในงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกองค์กรด้วยเครื่องมือ SWOT เป็นการประมวลผลจากข้อมูลการวิเคราะห์ผ่านเครื่องมือ PESTEL ในข้อ ๒.๒ และทำการสรุปปัจจัยต่างๆ ในรูปแบบของโอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ขององค์กร ดังแสดงในตารางที่ ๓

ตารางที่ ๓ การวิเคราะห์ภาพรวมภายในองค์กร (SWOT) ด้านโอกาสและอุปสรรค

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
O1 ประชาชนให้ความสนใจและตระหนักปัญหา ด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น O2 มีช่องทางการสื่อสารจำนวนมาก โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารที่รวดเร็วฉับไว O3 สังคมโลกให้ความสนใจในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม O4 ประชาคมโลกมีเป้าหมายมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ O5 การเติบโตของธุรกิจที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมีเพิ่มมากขึ้น	T1 ประชาชนไม่เชื่อถือหน่วยงานรัฐ T2 การรับรู้ข้อมูลที่มีการสื่อสารที่บิดเบือน fake news T3 เหตุสุวิสัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน ของ สผ.

๒.๔ การเชื่อมโยงปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรเพื่อกำหนดกลยุทธ์ (TOWS Matrix)

หลังจากการวิเคราะห์ภาพรวมขององค์กรผ่านเครื่องมือ SWOT โดยมีปัจจัยทั้ง ๔ ด้าน ที่แสดงถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่ส่งผลกระทบต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ขององค์กร ลำดับต่อไปจะเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทั้ง ๔ ด้านของ SWOT ผ่านเครื่องมือ TOWS Matrix เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารของสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยมีกลยุทธ์หลักในการดำเนินงาน ๔ ประเภท ดังตารางที่ ๔ ได้แก่

(๑) กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) : การใช้จุดแข็งช่วงชิงความได้เปรียบจากโอกาส

(๒) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) : การใช้จุดแข็งเพื่อหลบหลีกอุปสรรค

(๓) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) : การเอาชนะจุดอ่อนโดยใช้ความได้เปรียบจากโอกาส

ภายนอก

(๔) กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) : การกำจัดจุดอ่อนเพื่อหลบหลีกอุปสรรค

ตารางที่ ๔ การเชื่อมโยงปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรเพื่อกำหนดกลยุทธ์ (TOWS Matrix)

กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy)
กลยุทธ์การสร้างการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ	กลยุทธ์การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์
กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy)
กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์	กลยุทธ์การติดตามประเมินผลการดำเนินงานเพื่อพัฒนาการประชาสัมพันธ์

การวิเคราะห์ปัจจัยทั้ง ๔ ด้านของ SWOT ผ่านเครื่องมือ TOWS Matrix แสดงให้เห็นถึงการกำหนดกลยุทธ์หลักทั้ง ๔ กลยุทธ์ ซึ่งจะนำไปกำหนดปัจจัยการขับเคลื่อนกลยุทธ์ และกำหนดแผนงานต่อไป ได้แก่

- (๑) การสร้างการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ
- (๒) การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์
- (๓) การสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- (๔) การติดตามประเมินผลการดำเนินงานเพื่อพัฒนาการประชาสัมพันธ์

บทที่ ๓

การวิเคราะห์และกำหนดปัจจัยขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Drivers)

การวิเคราะห์และกำหนดปัจจัยขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางหลักในการพัฒนาแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการกำหนดแผนงานและโครงการต่างๆ ต้องคำนึงถึงความเชื่อมโยงและความสอดคล้องกับปัจจัยขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์ที่ถูกกำหนดขึ้น สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกำหนดปัจจัยขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์ด้วยการนำข้อมูลเชิงทฤษฎีและปฐมภูมิ ผนวกกับการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ผ่านเครื่องมือต่างๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งปัจจัยขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์ของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยสามารถจำแนกได้เป็น ๕ ปัจจัยหลัก ดังแสดงในภาพที่ ๓



ปัจจัยที่ ภาพที่ ๓ ปัจจัยขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Drivers) ของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากวัตถุประสงค์หลักในการจัดตั้งสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กำหนดให้มีภารกิจในการกำหนดนโยบาย แผน และมาตรการการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งประสานความร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ในการดำเนินการด้านส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อสนับสนุนการพัฒนาประเทศให้เติบโตอย่างยั่งยืน ภายใต้ความสมดุลของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน ดังนั้น การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จึงเป็นหนึ่งปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินงาน โดยบุคคลถือเป็นหนึ่งในช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด มากไปกว่านั้น บุคลากรยังเปรียบเสมือนตัวแทนขององค์กรในมุมมองของบุคคลภายนอก ดังนั้นสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จึงควรมุ่งพัฒนาศักยภาพของบุคลากรภายในองค์กรให้มีทักษะ ความรู้ และความเชี่ยวชาญ ที่จะสามารถพัฒนาการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยที่ ๒ : การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีทรัพยากรต้นทุนที่มีความพร้อมต่อการดำเนินงานทั้งด้าน บุคลากร งบประมาณ เครื่องมือหรืออุปกรณ์ และฐานข้อมูล จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนการใช้งานอย่างเป็นระบบ โดยมุ่งเน้นการบริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเต็มประสิทธิภาพ

(๑) ช่องทางการสื่อสาร – การใช้ช่องทางการสื่อสารที่เข้าครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายตามความเหมาะสมของวัตถุประสงค์ของการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด

(๒) งบประมาณ - การจัดสรรและบริหารงบประมาณให้สอดคล้องกับเป้าหมายสำคัญด้านประชาสัมพันธ์

(๓) บุคลากร – การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพครอบคลุมทุกด้านผ่านบุคลากรที่มีความพร้อมต่อการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์

(๔) ฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้รับบริการ – การพัฒนาและใช้ประโยชน์ฐานข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้รับบริการแต่ละกลุ่ม เพื่อพัฒนาแผนการใช้ช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและสามารถติดตามประเมินผลการดำเนินงานเพื่อพัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยที่ ๓ : การสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีโครงสร้างซึ่งจัดตั้งกลุ่มงาน อำนวยการและประชาสัมพันธ์ ภายใต้สำนักงานเลขานุการกรม และมีการกำหนดหน้าที่ไว้อย่างชัดเจน แต่เนื่องจากยังไม่มีแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจึงต้องคำนึงถึงการวางแผนการดำเนินงาน รวมถึงการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสาร

และบุคลากร เพื่อสามารถสื่อสารข้อมูลดังกล่าวให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องได้อย่างถูกต้องเหมาะสมให้เกิดประสิทธิภาพและไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยที่ ๔ : การพัฒนาเครือข่ายกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นหน่วยงานที่มีการดำเนินงานร่วมกับหลายภาคส่วน ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ต้องการความร่วมมือจากภาคส่วนต่างๆ เพื่อเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์และสื่อสารข้อมูลข่าวสาร เพื่อใช้ช่วยในการกระจายข้อมูลข่าวสาร สื่อสารสร้างความเข้าใจ ต่อภารกิจและภาพลักษณ์ รวมทั้งชี้แจงข้อเท็จจริงที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร อีกทั้งยังรวมถึงการบูรณาการข้อมูลเพื่อใช้ในการเผยแพร่องค์ความรู้และการประชาสัมพันธ์ การพัฒนาเครือข่ายกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงจำเป็นต้องดำเนินการสร้างเครือข่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์ และควรดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ชัดเจนและเป็นรูปธรรม

ปัจจัยที่ ๕ : การสื่อสารเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์องค์กร

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นหน่วยงานที่มีการดำเนินงานร่วมกับหลายภาคส่วน ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ต้องมีการประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์องค์กร เพื่อให้สาธารณชนเกิดความน่าเชื่อถือ เชื่อมั่น และมีทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์องค์กรโดยการพัฒนาข้อมูลและเนื้อหาการสื่อสารให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการวางแผนการใช้ช่องทางการสื่อสารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มเป้าหมาย แต่ละประเภทที่แตกต่างกันซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจะส่งผลให้การประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กรสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ ๔

แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

พ.ศ. ๒๕๖๖- ๒๕๗๐

จากการวิเคราะห์ปัจจัยทั้ง ๔ ด้านของ SWOT ผ่านเครื่องมือ TOWS Matrix แสดงให้เห็นถึง การกำหนด ซึ่งนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์หลักทั้ง ๔ กลยุทธ์ ประกอบด้วย

๑. การสร้างการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ
๒. การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์
๓. การสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
๔. การติดตามประเมินผลการดำเนินงานเพื่อพัฒนาการประชาสัมพันธ์

๔.๑ แนวทางในการกำหนดแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลผ่านเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ประเภทต่างๆ แสดงให้เห็นถึงกลยุทธ์หลักทั้ง ๔ ด้าน (TOWS Matrix) รวมไปถึงการกำหนดปัจจัยขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Drivers) ทั้ง ๕ ปัจจัย เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการกำหนดแผนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ. ๒๕๖๖- ๒๕๗๐ โดยนำมาซึ่งองค์ประกอบหลักของ แผนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งหมด ๕ ด้าน ดังแสดงในภาพที่ ๕



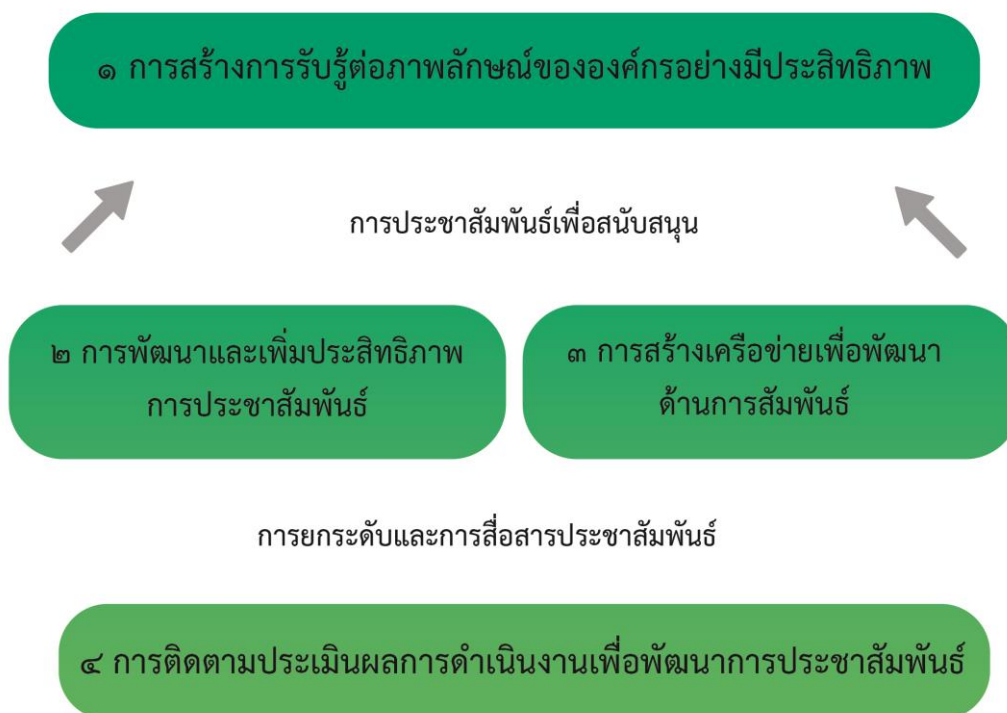
ภาพที่ ๔ แนวทางในการกำหนดแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์สำนักงานนโยบายและแผน
ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖- ๒๕๗๐

๔.๒ แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ. ๒๕๖๖- ๒๕๗๐

การกำหนดแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ. ๒๕๖๖- ๒๕๗๐ มีวัตถุประสงค์หลัก ๓ ประการ ได้แก่

- (๑) เพื่อกำหนดทิศทางการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์องค์กร
- (๒) เพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ
- (๓) เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์

โดยโครงสร้างแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ. ๒๕๖๖- ๒๕๗๐ มีองค์ประกอบหลักในการดำเนินงานทั้งหมด ๔ กลยุทธ์ ที่นำมากำหนดขอบเขตและแนวทางในการประชาสัมพันธ์และการดำเนินงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาประสิทธิภาพด้านการประชาสัมพันธ์ ดังแสดงในภาพที่ ๕



ภาพที่ ๕ โครงสร้างแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์
สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ. ๒๕๖๖- ๒๕๗๐

กลยุทธ์ที่ ๑ การสร้างการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

การสร้างการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ถึงภารกิจและการดำเนินงานขององค์กรในภาพรวมกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์องค์กร รวมถึงการเผยแพร่องค์ความรู้ขององค์กร เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วนในการสื่อสารเพื่อให้เกิดความตระหนักรู้ในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างคุ้มค่า โดยการดำเนินการสนับสนุนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผลิตสื่อและเผยแพร่ข้อมูลผ่านช่องทางต่างๆ รวมทั้งจัดทำโครงการและกิจกรรมต่างๆ ประกอบด้วย ๓ แผนงาน ดังนี้

แผนงานที่ ๑.๑ การประชาสัมพันธ์สร้างทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์องค์กร

วัตถุประสงค์ของแผนงาน : เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดีต่อสาธารณชน

รายละเอียดแผนงาน : ดำเนินการประชาสัมพันธ์ถึงประเด็น แผน นโยบาย ยุทธศาสตร์และการดำเนินงาน และจัดกิจกรรม/โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร รวมทั้งกำหนดการสื่อสารให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

แผนงานที่ ๑.๒ การสร้างการรับรู้ต่อภารกิจขององค์กร

วัตถุประสงค์ของแผนงาน : เพื่อเพิ่มระดับการรับรู้ กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับทิศทางการดำเนินงาน ภารกิจงานขององค์กร ตลอดจนประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่องค์กรจัดขึ้น

รายละเอียดแผนงาน : ดำเนินการสนับสนุนประชาสัมพันธ์ถึงประเด็นภารกิจของส่วนย่อยต่างๆ ขององค์กร รวมถึงสนับสนุนการประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่ส่วนย่อยต่างๆ ขององค์กรจัดขึ้น

แผนงานที่ ๑.๓ การเผยแพร่องค์ความรู้สู่สาธารณชน

วัตถุประสงค์ของแผนงาน : เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ให้ประชาชนทุกกลุ่มได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และถูกต้อง เกิดความตระหนักรู้ต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สังคมยอมรับ เชื่อมมั่น นำนโยบาย แผน และมาตรการไปสู่การปฏิบัติ

รายละเอียดแผนงาน : ดำเนินการเผยแพร่องค์ความรู้ขององค์กร ผ่านสื่อช่องทางต่างๆ ในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและน่าสนใจ รวมทั้งร่วมมือกับภาคส่วนต่างๆ เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ และสร้างฐานข้อมูลองค์ความรู้ที่เข้าถึงได้ง่าย

กลยุทธ์ที่ ๒ การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์

การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาคุณภาพการประชาสัมพันธ์ทั้งด้านพัฒนาทักษะบุคลากร พัฒนาช่องทางการสื่อสาร และวัสดุอุปกรณ์การประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับเป้าหมายการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงาน รวมทั้งพัฒนากระบวนการและระบบการทำงาน ประกอบด้วยแผนงาน ๓ แผนงาน ดังนี้

แผนงานที่ ๒.๑ การพัฒนาทักษะบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ของแผนงาน : เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์องค์กรของบุคลากร

รายละเอียดแผนงาน : กำหนดความรู้ และทักษะที่จำเป็นของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ และการสนับสนุนบุคลากรในการฝึกอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องโดยหน่วยงานมืออาชีพด้านการประชาสัมพันธ์

แผนงานที่ ๒.๒ การพัฒนารูปแบบและช่องทางการสื่อสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ของแผนงาน : เพื่อสร้างรูปแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และพัฒนาช่องทางการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์

รายละเอียดของแผนงาน : ปรับปรุงรูปแบบการสื่อสารรูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงให้มีความหลากหลายและน่าสนใจ ง่ายต่อการทำความเข้าใจ ดำเนินการปรับปรุงช่องทางการสื่อสารขององค์กรที่มีอยู่ในปัจจุบันภายในสำนักงาน รวมทั้งประเมินจำนวนช่องทางการสื่อสารที่มีอยู่ และจัดสรร/จัดทำให้มีความเหมาะสม เพื่อการสื่อสารที่มีความครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อของกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน

แผนงานที่ ๒.๓ การปรับปรุงครุภัณฑ์โฆษณาและเผยแพร่ และครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ของแผนงาน : ปรับปรุงครุภัณฑ์ของสำนักงาน ให้มีความพร้อมต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

แผนงาน : สำรวจครุภัณฑ์ที่ไม่พร้อมต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ และดำเนินการปรับปรุง และจัดสรรให้พร้อมต่อการปฏิบัติงาน

กลยุทธ์ที่ ๓ กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ของแนวทางเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายภาคส่วนต่างๆ เนื่องจากต้องการความร่วมมือจากภาคส่วนต่างๆ เพื่อเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนสัมพันธ์ เพื่อใช้ช่วยในการกระจายข้อมูลข่าวสาร สื่อสารสร้างความเข้าใจต่อภารกิจและภาพลักษณ์ รวมทั้งชี้แจงข้อเท็จจริงที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร รวมถึงการบูรณาการข้อมูลเพื่อใช้ในการเผยแพร่องค์ความรู้ และการประชาสัมพันธ์และดำเนินการประชาสัมพันธ์ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ชัดเจน และเป็นรูปธรรมทั้งหน่วยงานภายในและภายนอก ประกอบด้วย ๓ แผนงาน ดังนี้

แผนงานที่ ๓.๑ การสร้างเครือข่ายสื่อมวลชนสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ของแผนงาน : สร้างความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชน เพื่อใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารและชี้แจงสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรที่เกิดขึ้น

รายละเอียดของแผนงาน : ดำเนินการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานและสื่อมวลชน ส่งเสริม ให้ผู้ผลิตข่าวทุกช่องทางนำเสนอประเด็นที่องค์กรประสงค์จะสื่อสาร ไปผลิตเป็นข่าวสาร

ในรูปแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของตน โดยประสานงานร่วมมือกับเครือข่าย รวมทั้งกระจายข่าวสารที่สำคัญขององค์กรและชี้แจงสื่อมวลชนต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

แผนงานที่ ๓.๒ การรวบรวมและแลกเปลี่ยนข้อมูลหน่วยงานภายใน

วัตถุประสงค์ของแผนงาน : รวบรวมและแลกเปลี่ยนข้อมูลของหน่วยงานภายใน เพื่อให้มีชุดข้อมูลพื้นฐานในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานภารกิจงานและเผยแพร่องค์ความรู้ขององค์กร

รายละเอียดของแผนงาน : กำหนดแนวทางรวมถึงช่องทางการรวบรวมและแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ เพื่อให้หน่วยงานภายในสามารถส่งและนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้โดยตรง และสามารถนำไปอ้างอิงและเผยแพร่ได้อย่างเป็นระบบ

แผนงานที่ ๓.๓ การสร้างความผูกพันองค์กร

วัตถุประสงค์ของแผนงาน : เพื่อให้บุคลากรภายในสำนักงานเกิดความเข้าใจและเกิดความรู้สึกผูกพันกับองค์กร และพร้อมที่จะเป็นกระบอกเสียงในการดำเนินงานเผยแพร่ผลการดำเนินงานของสำนักงาน

รายละเอียดของแผนงาน : จัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อเสริมสร้างความผูกพันกันในองค์กร

กลยุทธ์ที่ ๔ การติดตามประเมินผลการดำเนินงานเพื่อพัฒนาการประชาสัมพันธ์

แผนงานที่ ๔ การประเมินผลการดำเนินงาน

วัตถุประสงค์ของแผนงาน : ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล การดำเนินการตามยุทธศาสตร์ เพื่อตอบเป้าหมายและตัวชี้วัดของแผนระดับต่างๆ

แผนงาน : การกำหนดรูปแบบการติดตาม และการประเมินผลอย่างเป็นระบบ ตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงดำเนินการ

รายละเอียดแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ดังตารางที่ ๕ และแผนปฏิบัติการรายปีการประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ดังตารางที่ ๖

ตารางที่ ๕ แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐

วัตถุประสงค์	แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ การดำเนินงาน	หน่วยวัด	ปี				
					เป้าหมาย				
					๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
กลยุทธ์ ๑ : การสร้างการรับรู้ต่อ ภาพลักษณ์ขององค์กรอย่างมี ประสิทธิภาพ									
เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กร ที่ดีต่อสาธารณะชน และต่อบุคลากร ภายในองค์กร	แผนงานที่ ๑.๑ การประชาสัมพันธ์ สร้างทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์องค์กร								
	๑.๑.๑ การสื่อสารภาพลักษณ์ องค์กร เช่น - การเผยแพร่บทสัมภาษณ์ ผู้บริหาร - การจัดกิจกรรมเผยแพร่ผลการ ดำเนินงานของ สผ.	กอป. กอง/กลุ่ม อิสระ	จำนวนครั้ง ที่มีการสื่อสาร ภาพลักษณ์องค์กร	ครั้ง	๔	๔	๔	๔	๔
	๑.๑.๒ การจัดกิจกรรม CSR เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร	กอป. กอง/กลุ่ม อิสระ.	จำนวนครั้ง ในการจัดกิจกรรม	ครั้ง	๑	๑	๑	๑	๑

วัตถุประสงค์	แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ การดำเนินงาน	หน่วยวัด	ปี				
					เป้าหมาย				
					๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
	๑.๑.๓ การจัดกิจกรรมภายใน องค์กรเพื่อสร้างค่านิยมและ วัฒนธรรม สผ.	กอป./ กบค.	จำนวนครั้ง ในการจัดกิจกรรม	ครั้ง	๑	๑	๑	๑	๑
เพื่อสร้างการรับรู้กับกลุ่มผู้รับบริการ และ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการดำเนิน ภารกิจงานขององค์กร	แผนงานที่ ๑.๒ การสร้างการรับรู้ต่อ ภารกิจขององค์กร								
	๑.๒.๑ การทำข่าวประชาสัมพันธ์ การดำเนินภารกิจขององค์กรใน รูปแบบต่างๆ	กอป. กอง/กลุ่ม อิสระ	ระดับความสำเร็จ ในการจัดทำข่าว ประชาสัมพันธ์	วัน	๑	๑	๑	๑	๑
	๑.๒.๒ การเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Facebook Fanpage สผ.	กอป. กอง/กลุ่ม อิสระ.	ร้อยละ จำนวนผู้ติดตาม ที่เพิ่มขึ้น	ร้อยละ (ต่อปี)	๕	๗	๑๐	๑๐	๑๐

วัตถุประสงค์	แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ การดำเนินงาน	หน่วยวัด	ปี				
					เป้าหมาย				
					๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
	๑.๒.๓ การสนับสนุนการ ประชาสัมพันธ์การดำเนินงาน ตามภารกิจ	กอป. กอง/กลุ่ม อิสระ	ร้อยละความสำเร็จ ของการดำเนินงาน	ร้อยละ	๗๐	๘๐	๘๐	๙๐	๙๐
เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ ให้กับกลุ่มเป้าหมายในการนำนโยบาย แผน และมาตรการไปสู่การปฏิบัติ	แผนงานที่ ๑.๓ การเผยแพร่ องค์ความรู้สู่สาธารณชน								
	๑.๓.๑ การผลิตสื่อและเผยแพร่ องค์ความรู้ เพื่อเสริมสร้าง ความตระหนักรู้ ในการนำนโยบาย แผน และมาตรการไปสู่การปฏิบัติ	กอป. กอง/กลุ่ม อิสระ	จำนวนสื่อที่ผลิต	ชิ้นงาน	๒๐	๒๐	๒๐	๓๐	๔๐
	๑.๓.๒ การจ้างผลิตคอนเทนต์ เผยแพร่บนสื่อออนไลน์	กอป.	จำนวนสื่อที่ผลิต	ชิ้นงาน	๑	๑	๒	๓	๔

วัตถุประสงค์	แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ การดำเนินงาน	หน่วยวัด	ปี				
					เป้าหมาย				
					๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
	๑.๓.๓ การพัฒนาศูนย์ราชการ สะดวก	กอป.	ร้อยละความสำเร็จ ของการดำเนินงาน	ร้อยละ	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐
	๑.๓.๔ การพัฒนาศูนย์ข้อมูล ข่าวสาร	กอป.	ร้อยละความสำเร็จ ของการดำเนินงาน	ร้อยละ	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐
	๑.๓.๕ การพัฒนาห้องสมุด สผ.	กอป.	ร้อยละความสำเร็จ ของการดำเนินงาน	ร้อยละ	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐
กลยุทธ์ ๒ : การพัฒนาและเพิ่ม ประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์									
เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพบุคลากรในด้านการ ประชาสัมพันธ์	แผนงานที่ ๒.๑ การพัฒนาทักษะ บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์								
	๒.๑.๑ การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่องการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์	กอป.	จำนวนครั้งการจัด กิจกรรม	ครั้ง	๑	๑	๑	๑	๑

วัตถุประสงค์	แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ การดำเนินงาน	หน่วยวัด	ปี				
					เป้าหมาย				
					๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
	๒.๑.๒ การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	กอป.	จำนวนครั้ง ในการจัดกิจกรรม	ครั้ง	๑	๑	๑	๑	๑
เพื่อให้ การสื่อสารองค์กรเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม	แผนงานที่ ๒.๒ การพัฒนารูปแบบ และช่องทางการสื่อสารเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์								
	๒.๒.๑ การพัฒนารูปแบบการ สื่อสารให้มีความน่าสนใจ	กอป. กอง/กลุ่ม อิสระ	จำนวนคนที่กดถูกใจ สื่อที่เผยแพร่/สื่อ	คน	๒๐๐	๒๐๐	๒๐๐	๒๐๐	๒๐๐
	๒.๒.๒ การเพิ่มช่องทางในการ สื่อสารผ่านผู้ผลิตสื่อออนไลน์	กอป.	จำนวนช่องทาง	ช่องทาง	๑	๑	๑	๑	๑
เพื่อปรับปรุงครุภัณฑ์ของสำนักงานให้มี ความพร้อมต่อการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์	แผนงานที่ ๒.๓ การปรับปรุงครุภัณฑ์ โฆษณาและเผยแพร่และครุภัณฑ์ คอมพิวเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์								

วัตถุประสงค์	แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ การดำเนินงาน	หน่วยวัด	ปี				
					เป้าหมาย				
					๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
	๒.๓.๑ การสำรวจความต้องการ และความพร้อมของวัสดุ อุปกรณ์ และครุภัณฑ์เพื่อการประชาสัมพันธ์	กอป.	ผลสำรวจ ความต้องการ	ครั้ง	๑	๑	๑	๑	๑
	๒.๓.๒ การจัดซื้อหรือซ่อมบำรุง วัสดุและครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์	กอป./กตป.	ร้อยละความสำเร็จ ของการดำเนินงาน	ร้อยละ	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐
	๒.๓.๓ การจัดซื้อหรือซ่อมบำรุง ชุดอุปกรณ์การถ่ายภาพ	กอป.	ร้อยละความสำเร็จ ของการดำเนินงาน	ร้อยละ	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐
กลยุทธ์ ๓ : กลยุทธ์การสร้างเครือข่าย ด้านการประชาสัมพันธ์									
เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชน เพื่อใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสาร และชี้แจงสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อ องค์กรที่เกิดขึ้น	แผนงานที่ ๓.๑ การสร้างเครือข่าย สื่อมวลชนสัมพันธ์								

วัตถุประสงค์	แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ การดำเนินงาน	หน่วยวัด	ปี				
					เป้าหมาย				
					๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
	๓.๑.๑ การจัดกิจกรรมสร้าง เครือข่ายสื่อมวลชนสัมพันธ์	กอป.	จำนวนครั้ง การจัดกิจกรรม	ครั้ง	๑	๑	๑	๑	๑
เพื่อรวบรวมและแลกเปลี่ยนข้อมูลของ หน่วยงานภายใน เพื่อให้มีชุดข้อมูล พื้นฐาน ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานภารกิจงานและเผยแพร่ องค์ความรู้ขององค์กร	แผนงานที่ ๓.๒ การรวบรวมและ แลกเปลี่ยนข้อมูลหน่วยงานภายใน								
	๓.๒.๑ การจัดทำแนวทางและ ช่องทางการรวบรวมและ แลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ ภายใน องค์กร	กอป. กอง/กลุ่ม อิสระ	ร้อยละความสำเร็จ ของการดำเนินงาน	ร้อยละ	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐
	แผนงานที่ ๓.๓ การสร้างความ ผูกพันองค์กร		จำนวนครั้ง การจัดกิจกรรม						
	๓.๓.๑ จัดกิจกรรมเสริมสร้าง ความผูกพันภายในองค์กร	กอป. กบค. กอง/กลุ่ม อิสระ	จำนวนครั้ง การจัดกิจกรรม	ครั้ง	๕	๕	๘	๘	๘

วัตถุประสงค์	แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ การดำเนินงาน	หน่วยวัด	ปี				
					เป้าหมาย				
					๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
กลยุทธ์ที่ ๔ : การติดตามประเมินผล การดำเนินงานเพื่อพัฒนาการประชาสัมพันธ์	แผนงานที่ ๔ การประเมินผลการ ดำเนินงาน								
เพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล การประชาสัมพันธ์	๔.๑.๑ การติดตามผลการ ดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ รายปีการประชาสัมพันธ์ สผ.	กอป.	ร้อยละความสำเร็จ ของการดำเนินงาน ตามแผน	ร้อยละ	๙๐	๙๐	๙๐	๙๐	๙๐
	๔.๑.๒ การประเมินผลการรับรู้ ภารกิจของ สผ. ด้านการ ประชาสัมพันธ์	กอป./กพร.	ร้อยละความพึงพอใจ ด้านการ ประชาสัมพันธ์	ระดับ	๙๐	๙๐	๙๐	๙๐	๙๐
	๔.๑.๓ การประเมินผลความ พึงพอใจต่อการให้บริการของ กลุ่มงานอำนวยการและประชาสัมพันธ์	กอป.	ร้อยละความพึงพอใจ ของผู้รับบริการ จาก กอป.	ระดับ	๙๐	๙๐	๙๐	๙๐	๙๐

ตารางที่ ๖ แผนปฏิบัติการด้านประชาสัมพันธ์ สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖

กลยุทธ์	แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	ไตรมาส			
			เป้าหมาย			
			๑	๒	๓	๔
การสร้างการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ	๑.๑ แผนงานที่การประชาสัมพันธ์ สร้างทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์องค์กร					
	๑.๑.๑ การสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร เช่น - การเผยแพร่บทสัมภาษณ์ผู้บริหาร - การจัดกิจกรรมเผยแพร่ผลการดำเนินงานของ สผ.	กอป. กอง/กลุ่มอิสระ				
	๑.๑.๒ การจัดกิจกรรม CSR เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร	กอป.กอง/กลุ่ม อิสระ				
	๑.๑.๓ การจัดกิจกรรมภายในองค์กรเพื่อสร้างค่านิยมและ วัฒนธรรม สผ.	กอป./กบค.				

กลยุทธ์	แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	ไตรมาส			
			เป้าหมาย			
			๑	๒	๓	๔
การสร้างการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ	แผนงานที่ ๑.๒ การสร้างการรับรู้ต่อภารกิจขององค์กร					
	๑.๒.๑ การทำข่าวประชาสัมพันธ์การดำเนินการกิจขององค์กรในรูปแบบต่างๆ	กอป.กอง/กลุ่ม อิสระ	←	→		
	๑.๒.๒ การเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Facebook Fanpage สผ.	กอป.กอง/กลุ่ม อิสระ	←	→		
	๑.๒.๓ การสนับสนุนการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานตามภารกิจ	กอป. กอง/กลุ่มอิสระ	←	→		

กลยุทธ์	แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	ไตรมาส			
			เป้าหมาย			
			๑	๒	๓	๔
การสร้างการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ	แผนงานที่ ๑.๓ การเผยแพร่องค์ความรู้สู่สาธารณชน					
	๑.๓.๑ ผลิตสื่อเผยแพร่องค์ความรู้เสริมสร้างความตระหนักรู้	กอป. กอง/กลุ่มอิสระ	←→			
	๑.๓.๒ การเผยแพร่องค์ความรู้ผ่านผู้ผลิตคอนเทนต์สื่อออนไลน์	กอป.	←→			
	๑.๓.๓ จัดทำแนวทางการพัฒนาศูนย์ราชการสะดวก	กอป.	←→			

กลยุทธ์	แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	ไตรมาส			
			เป้าหมาย			
			๑	๒	๓	๔
การสร้างการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ	๑.๓.๔ จัดทำแนวทางการพัฒนาศูนย์ข้อมูลข่าวสาร	กอป.				
	๑.๓.๕ จัดทำแนวทางการพัฒนาห้องสมุด สผ.	กอป.				
การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์	แผนงานที่ ๒.๑ การพัฒนาทักษะบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์					
	๒.๑.๑ การสัมมนาเชิงปฏิบัติการเรื่องการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์	กอป.				
	๒.๑.๒ การสัมมนาเชิงปฏิบัติการเรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	กอป.				

กลยุทธ์	แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	ไตรมาส			
			เป้าหมาย			
			๑	๒	๓	๔
การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพ การประชาสัมพันธ์	แผนงานที่ ๒.๒ การพัฒนารูปแบบและช่องทางการสื่อสารเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์					
	๒.๒.๑ การพัฒนารูปแบบการสื่อสารให้มีความน่าสนใจ	กอป.กอง/กลุ่ม อิสระ				
	๒.๒.๒ การเพิ่มช่องทางในการสื่อสารผ่านผู้ผลิตสื่อออนไลน์	กอป.				
	แผนงานที่ ๒.๓ การปรับปรุงครุภัณฑ์โฆษณาและเผยแพร่และครุภัณฑ์ คอมพิวเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์					
	๒.๓.๑ การสำรวจความต้องการและความพร้อมของวัสดุ อุปกรณ์และครุภัณฑ์เพื่อการประชาสัมพันธ์	กอป.				

กลยุทธ์	แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	ไตรมาส			
			เป้าหมาย			
			๑	๒	๓	๔
การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพ การประชาสัมพันธ์	๒.๓.๒ การจัดซื้อหรือซ่อมบำรุงวัสดุและครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์	กอป./กตป.		↔		
	๒.๓.๓ การจัดซื้อหรือซ่อมบำรุงชุดอุปกรณ์การถ่ายภาพ	กอป.		↔		
กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายด้าน การประชาสัมพันธ์	แผนงานที่ ๓.๑ การสร้างเครือข่ายสื่อมวลชนสัมพันธ์	กอป.				
	๓.๑.๑ การจัดกิจกรรมสร้างเครือข่ายสื่อมวลชนสัมพันธ์	กอป.		↔		
	แผนงานที่ ๓.๒ การรวบรวมและแลกเปลี่ยนข้อมูลหน่วยงานภายใน					

กลยุทธ์	แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	ไตรมาส			
			เป้าหมาย			
			๑	๒	๓	๔
กลยุทธ์ การสร้างเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์	๓.๒.๑ การจัดทำแนวทาง และช่องทางการรวบรวมและแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ ภายในองค์กร	กอป. กอง/กลุ่มอิสระ		↔		
	แผนงานที่ ๓.๓ การสร้างความผูกพันภายในองค์กร					
	๓.๓.๑ จัดกิจกรรมสร้างความผูกพันภายในองค์กร	กอป. กบค. กอง/กลุ่มอิสระ	←			→
การติดตามประเมินผลการดำเนินงานเพื่อพัฒนาภาพประชาสัมพันธ์	แผนงานที่ ๔ การประเมินผลการดำเนินงาน					
	๔.๑.๑ การติดตามผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการรายปีการประชาสัมพันธ์ สผ.	กอป./กพร.				↔
	๔.๑.๒ การประเมินผลการรับรู้ภารกิจของ สผ.ด้านการประชาสัมพันธ์	กอป./กพร.				↔

กลยุทธ์	แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	ไตรมาส			
			เป้าหมาย			
			๑	๒	๓	๔
การติดตามประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อพัฒนาอาสาสมัคร	๔.๑.๓ การประเมินผลความพึงพอใจต่อการให้บริการของ กลุ่มงานอำนวยการและอาสาสมัคร	กอป.				↔