

แผนงาน/โครงการผลิตภาพถ่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประจำปี 2570

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : ขับเคลื่อนกระบวนการทัศน์ใหม่เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

กลยุทธ์ที่ 1 เสริมสร้างกระบวนการทัศน์ใหม่ด้านสวนป่าเศรษฐกิจให้แก่ประชาชน

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : การสร้างผลบวกเชิงสังคม

กลยุทธ์ที่ 10 สื่อสารเชิงรุกสู่สังคมอย่างต่อเนื่อง

1. เหตุผลและความจำเป็น

องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (อ.อ.ป.) มีภารกิจในการบริหารจัดการทรัพยากรป่าไม้ควบคู่กับการส่งเสริมการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน โดยมีพื้นที่สวนป่าและแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีศักยภาพสูง ทั้งในด้านทรัพยากรธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพ และวิถีชีวิตของชุมชนในพื้นที่

อย่างไรก็ตาม การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวยังขาดสื่อภาพถ่ายที่มีคุณภาพและมีเอกลักษณ์เฉพาะ ซึ่งสามารถถ่ายทอดเรื่องราวและสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่สื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญ

ดังนั้น การดำเนินโครงการผลิตภาพถ่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาสื่อภาพถ่ายที่มีคุณภาพสูง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เพิ่มการรับรู้ และกระตุ้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อผลิตภาพถ่ายสำหรับการประชาสัมพันธ์
- 2.2 เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 2.3 เพื่อจัดทำคลังภาพถ่ายสำหรับใช้ระยะยาว

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 3.1 องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ มีภาพถ่ายคุณภาพสูงสำหรับการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ
- 3.2 เพิ่มการรับรู้และความสนใจของประชาชนต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่งผลต่อการกระตุ้นการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจในพื้นที่อย่างยั่งยืน

4. ผลผลิต (Output) และผลลัพธ์ (Outcome)

4.1 ผลผลิต (Output)

- 4.1.1 ผลิตภาพถ่ายไม่น้อยกว่า 200 ภาพ
- 4.1.2 เผยแพร่ไม่น้อยกว่า 50 โพสต์
- 4.1.3 เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่า 50,000 คน

4.2 ผลลัพธ์ (Outcome)

- 3.2.1 ภาพถ่ายมีคุณภาพ
- 3.2.2 ถ่ายทอดอัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว
- 3.2.3 เสริมภาพลักษณ์องค์กร

5. ผู้รับผิดชอบ

งานสื่อโซเชียลมีเดียและนิทรรศการ ส่วนส่งเสริมเผยแพร่ ฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักบริหารกลาง ร่วมกับหน่วยงาน อ.อ.ป. ในพื้นที่

6. งบประมาณและแหล่งเงิน

งบประมาณในการดำเนินการ จำนวน 500,000.- บาท (ห้าแสนบาทถ้วน) เบิกจ่ายจากงบประมาณรายได้ – รายจ่าย รายการค่าประชาสัมพันธ์ ฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักบริหารกลาง ประจำปี 2570

7. เป้าหมาย

7.1 ผลิตภาพถ่ายแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่น้อยกว่า 200 ภาพ และเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ขององค์การ-อุตสาหกรรมป่าไม้อย่างต่อเนื่อง

7.2 ได้ภาพถ่ายที่มีคุณภาพ สามารถสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้

8. ตัวชี้วัด

8.1 เชิงคุณภาพ

- 8.1.1 ภาพถ่ายมีคุณภาพ สามารถนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 8.1.2 เนื้อหาภาพสามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์และความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวได้

/8.2 เชิงปริมาณ...

8.2 เสิ้งปริมาณ

8.2.1 จำนวนภาพถ่ายตามเป้าหมาย โดยภาพถ่ายที่ผลิตได้ไม่น้อยกว่า 200 ภาพ

8.2.2 จำนวนการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ตามแผนที่กำหนด

8.2.3 จำนวนการเข้าถึง (Reach) และการมีส่วนร่วม (Engagement) ของประชาชน ไม่น้อยกว่า 50,000 คน

9. ระยะเวลาการดำเนินงาน (เดือนมกราคม - ธันวาคม 2570)

ที่	ขั้นตอนและกิจกรรม	ปี 2570														
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.			
1.	จัดทำแผนงาน/โครงการ และขอ อนุมัติจากผู้อำนวยการสำนักฯ	←→														
2.	สำรวจพื้นที่และวางแผนการ ถ่ายภาพ		←→													
3.	เตรียมอุปกรณ์และทีมงาน			←→												
4.	ดำเนินการถ่ายภาพ (พื้นที่เป้าหมาย)				←→											
5.	คัดเลือกภาพถ่าย					←→										
6.	ปรับแต่งภาพ (Post-processing)					←→										
7.	จัดทำเนื้อหา (Caption/Storytelling)						←→									
8.	เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์						←→									
9.	ติดตามและประเมินผล						←→									
10.	สรุปรายงานผลต่อผู้อำนวยการ สำนักฯ												←→			

10. ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ขั้นตอนและกิจกรรม	ระยะเวลา	งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
เตรียมการ	- จัดทำแผนงาน/โครงการ และขออนุมัติจากผู้อำนวยการสำนักฯ - สำรวจพื้นที่และวางแผนการถ่ายภาพ - เตรียมอุปกรณ์และทีมงาน	ม.ค. - ธ.ค. 2570	500,000.- บาท	งานสื่อทัศนศึกษา	ทุกสำนัก ในสังกัด อ.อ.ป.
ดำเนินการ	- ดำเนินการถ่ายภาพ (พื้นที่เป้าหมาย) - คัดเลือกภาพถ่าย - ปรับแต่งภาพ (Post-processing) - จัดทำเนื้อหา (Caption/Storytelling) - เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์			ส่วนส่งเสริมเผยแพร่ ฝ่ายสื่อสารองค์กร	
ติดตามสรุปผลการดำเนินงาน	- ติดตามและประเมินผล - สรุปรายงานผลต่อผู้อำนวยการสำนักฯ			สำนักบริหารกลาง	

11. ปัจจัยเสี่ยงแผนงาน/โครงการ (วิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยง)

ความเสี่ยง : การผลิตและเผยแพร่ภาพถ่ายประชาสัมพันธ์ไม่เป็นไปตามตัวชี้วัด และกรอบระยะเวลาที่กำหนด

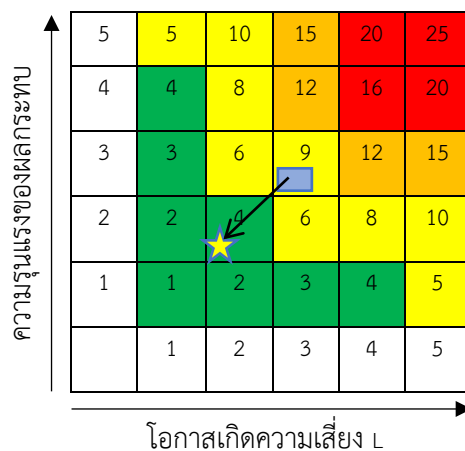
ปัจจัยความเสี่ยง : การดำเนินโครงการอาจล่าช้าเนื่องจากขั้นตอนการอนุมัติโครงการ การประสานงานพื้นที่ และข้อจำกัดด้านสภาพอากาศ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพถ่ายในช่วงเวลาที่เหมาะสม รวมถึงการเผยแพร่สื่อผ่านช่องทางออนไลน์ให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด

โอกาสเกิดความเสี่ยง : อยู่ในระดับสูง (L=3) เนื่องจากมีปัจจัยภายนอก เช่น สภาพอากาศ และการเข้าถึงพื้นที่ซึ่งอาจควบคุมได้ยาก อย่างไรก็ตาม สามารถวางแผนล่วงหน้าและปรับแผนการดำเนินงานให้เหมาะสมเพื่อลดผลกระทบ

ผลกระทบต่อองค์กร : อยู่ในระดับสูง (I=3) หากไม่สามารถดำเนินการได้ตามแผน อาจส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ไม่มีประสิทธิภาพ การรับรู้ของประชาชนลดลง และไม่บรรลุเป้าหมายด้านภาพลักษณ์องค์กร

โอกาสเกิดความเสี่ยง			ผลกระทบต่อองค์กร		
ระดับ	ความหมาย	รายละเอียด	ระดับ	ความหมาย	รายละเอียด
5	สูงมาก	ไม่สามารถดำเนินการผลิตและเผยแพร่ภาพถ่ายได้ตามตัวชี้วัด ร้อยละ 80 และล่าช้าเกินระยะเวลาที่กำหนด	5	สูงมาก	จำนวนการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมของประชาชน ต่ำกว่า 20,000 คน
4	สูง	ผลิตและเผยแพร่ภาพถ่ายได้ต่ำกว่าตัวชี้วัด ร้อยละ 90 และมีความล่าช้าอย่างมีนัยสำคัญ	4	สูง	จำนวนการเข้าถึงและการมีส่วนร่วม ต่ำกว่า 35,000 คน
3	ปานกลาง 	ผลิตและเผยแพร่ภาพถ่ายได้ตามตัวชี้วัดใกล้เคียงเป้าหมาย แต่มีความล่าช้าเล็กน้อย	3	ปานกลาง 	จำนวนการเข้าถึงและการมีส่วนร่วม 50,000 คน
2	น้อย 	ผลิตและเผยแพร่ภาพถ่ายได้มากกว่าตัวชี้วัดเล็กน้อย และดำเนินงานตามระยะเวลาที่กำหนด	2	น้อย 	จำนวนการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมมากกว่า 50,000 คน
1	น้อยมาก	ผลิตและเผยแพร่ภาพถ่ายได้สูงกว่าตัวชี้วัดและดำเนินงานแล้วเสร็จก่อนกำหนด	1	น้อยมาก	จำนวนการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมมากกว่า 70,000 คน

ตารางระดับของความเสี่ยง (Degree of Risk)



กิจกรรมจัดการความเสี่ยง

สาเหตุความเสี่ยง	แผนการจัดการความเสี่ยง	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
การผลิตและเผยแพร่ภาพถ่ายไม่เป็นไปตามตัวชี้วัดและกรอบระยะเวลา	ควบคุมและติดตามความก้าวหน้าการดำเนินงานอย่างใกล้ชิด พร้อมปรับแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ เพื่อให้บรรลุตัวชี้วัดตามที่กำหนด	ม.ค. - ธ.ค. 2570	งานสื่อโซเชียลมีเดีย ส่วนส่งเสริมเผยแพร่ ฝ่ายสื่อสารองค์กร และหน่วยงานภายใน