



แผนการสื่อสารสร้างความรู้ความเข้าใจและความตระหนักรู้ ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ปี ๒๕๖๘

คณะกรรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์

๑. ความสำคัญ

ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลกทวีความรุนแรงขึ้นจนทำให้โลกเข้าสู่สภาวะโลกเดือด และในปีที่ผ่านมาอุณหภูมิเฉลี่ยทั่วโลกเพิ่มขึ้นประมาณ ๑.๓ องศาเซลเซียส ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทั่วโลก และประสบกับภัยพิบัติทางธรรมชาติร้ายแรง เช่น น้ำท่วม ภัยแล้ง และคลื่นความร้อนที่รุนแรงขึ้น การละลายของน้ำแข็งขั้วโลก และการเพิ่มขึ้นของระดับน้ำทะเลคุกคามชุมชนชายฝั่งและระบบนิเวศต่าง ๆ ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางอาหาร และสุขภาพของมนุษย์ทั่วโลก ทำให้นานาประเทศทั่วโลกได้ตั้งเป้าหมายร่วมกันเพื่อรักษาอุณหภูมิโลกให้เกิน ๑.๕ องศา โดยประเทศไทยเป็นประเทศที่ถูกจัดอันดับประเทศที่มีความเสี่ยงลำดับที่ ๙ ของโลก ซึ่งประเทศไทยได้ร่วมเป็นรัฐภาคีกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และให้สัตยาบันรับรองพิธีสารเกียวโตและความตกลงปารีส และได้ประกาศความมุ่งมั่นของประเทศไทย ที่จะมุ่งสู่เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ภายในปี ค.ศ. ๒๐๕๐ และบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero GHG Emission) ในปี ค.ศ. ๒๐๖๕ โดยกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้กำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ในมิติต่าง ๆ ทั้งการพัฒนานโยบายและแผนยุทธศาสตร์ โดยจัดทำแผนแม่บทการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก แผนปฏิบัติการด้านการลดก๊าซเรือนกระจกของประเทศ ปี พ.ศ. ๒๕๖๔ – ๒๕๗๓ ตั้งเป้าหมาย ๔๐% เทียบกับกรณีปกติ ภายในปี พ.ศ. ๒๕๗๓ และติดตามผลการลดก๊าซเรือนกระจกตามเป้าหมาย NDC ของประเทศ พร้อมยกระดับเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจก NDC ๒๐๓๕ ให้เข้มข้นขึ้น รวมถึงจัดทำแผนการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแห่งชาติ และได้ขยายความร่วมมือ บูรณาการดำเนินงานด้านการปรับตัวทุกสาขา รวมถึงส่งเสริมการเข้าถึงกลไกทางการเงินเพื่อการปรับตัวฯ ปรับปรุงระบบฐานข้อมูลความเสี่ยงเชิงพื้นที่และพัฒนาดัชนีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ นอกจากนี้ยังได้ส่งเสริมงานวิจัย การพัฒนาและสนับสนุนนวัตกรรมสีเขียว การเพิ่มขีดความสามารถในการปรับตัวของชุมชนและระบบนิเวศ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน การสร้างความตระหนักรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อรับมือกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม ในฐานะหน่วยงานหลักที่มีภารกิจในการสร้างความรู้ความเข้าใจ ความตระหนักรู้ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อมให้แก่ประชาชน ได้เห็นความจำเป็นของการสื่อสารซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยให้เกิดพลังความร่วมมือจากทุกภาคส่วน จึงได้จัดทำ (ร่าง) แผนการสื่อสารสร้างความรู้ความเข้าใจ และความตระหนักรู้ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ปี พ.ศ. ๒๕๖๘ ขึ้น เพื่อให้เกิดการบูรณาการสื่อสารสร้างความรู้ความเข้าใจและสร้างความตระหนักรู้ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเชิงรุก ครอบคลุมทุกประเด็น เข้าถึงประชาชนและทุกภาคส่วนอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสร้างกระแสการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตามที่ประเทศกำหนดและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงมีภูมิคุ้มกันและปรับตัวต่อผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อบูรณาการสื่อสารสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักรู้ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเชิงรุก และในช่วงวิกฤต ครอบคลุมทุกประเด็น เข้าถึงทุกภาคส่วนอย่างมีประสิทธิภาพ

๒.๒ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ ความตระหนักรู้ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สร้างกระแสสังคม มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายการดำเนินงานตามที่ประเทศกำหนดและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงมีภูมิคุ้มกันและปรับตัวต่อผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

๓. ระยะเวลาดำเนินการ

เดือนกุมภาพันธ์ - ธันวาคม ๒๕๖๘

๔. ตัวชี้วัดความสำเร็จ

๔.๑ จำนวนกลุ่มเป้าหมายรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

: ๕,๐๐๐,๐๐๐ คน

๔.๒ ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายนำความรู้ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศไปใช้ประโยชน์

: ร้อยละ ๕๐

๕. กลยุทธ์การสื่อสาร

๕.๑ แนวคิดในการสื่อสาร

สื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนและทุกภาคส่วน มีความรู้ความเข้าใจ และความตระหนักถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การลดผลกระทบ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปสู่สังคมคาร์บอนต่ำ ไปสู่เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามที่ประเทศกำหนด อีกทั้งเพิ่มศักยภาพ รวมถึงการเข้าถึงกลไกทางการเงินเพื่อดำเนินการลดผลกระทบและการปรับตัวฯ ผ่านช่องทางที่หลากหลายเหมาะสมกับพฤติกรรม การรับรู้ในปัจจุบัน รวมถึงใช้รูปแบบการนำเสนอที่เข้าใจง่าย เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม เกิดกระแสสังคมอย่างเป็นวงกว้าง

๕.๒ ประเด็น/เนื้อหาหลักในการสื่อสาร (Content/ Core Message)

ประเด็น/เนื้อหาหลักในการสื่อสารสร้างความรู้ความเข้าใจ และความตระหนักรู้ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศครอบคลุม ทั้งความรู้ สถานการณ์ ความเคลื่อนไหวด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศระดับโลกและระดับประเทศ นโยบายและแผนด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การลดก๊าซเรือนกระจก การปรับตัวและการสร้างขีดความสามารถเพื่อรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศด้านการเงินเพื่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และกิจกรรมด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม มีรายละเอียดดังนี้

๕.๒.๑ ความรู้ สถานการณ์ ความเคลื่อนไหวด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศระดับโลกและระดับประเทศ

๑) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ อาทิ การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ สาเหตุ กิจกรรม และผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ก๊าซเรือนกระจก ภาวะโลกร้อน/ภาวะโลกเดือด ผลกระทบจากการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลก สภาพอากาศสุดขั้ว เป็นต้น

๒) สถานการณ์สิ่งแวดล้อมที่เป็นปัจจัยหรือผลกระทบจากปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน อาทิ น้ำท่วม น้ำแล้ง ปัญหาไฟป่า หมอกควัน มลพิษทางอากาศ ฝุ่นละอองขนาดเล็ก PM ๒.๕ ปัญหาขยะอาหาร เป็นต้น

๓) สถานการณ์การเมืองในประเทศต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อนโยบายในการขับเคลื่อนเพื่อแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

๔) ความเคลื่อนไหวของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในประเทศและต่างประเทศ

๕) เทคโนโลยีใหม่ที่น่าสนใจในการแก้ไขปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

"ประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืนด้วยเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำและมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศด้วยการมีส่วนร่วมของประชาชน"

๕.๒.๒ นโยบายและแผนด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

๑) นโยบายและแผนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศระดับนานาชาติและระดับชาติ อาทิ ความตกลงระหว่างประเทศ (กรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ, พิธีสารเกียวโต, ความตกลงปารีส) เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) เป้าหมายที่ ๑๓ รับมือการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ยุทธศาสตร์ชาติ/แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการเติบโตอย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์ระยะยาวในการพัฒนาแบบปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำของประเทศไทย (LT-LEDS)/NDC แผนแม่บทรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พ.ศ. ๒๕๕๘ – ๒๕๙๓ แผนการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแห่งชาติ (NAP) แผนปฏิบัติการลดก๊าซเรือนกระจกของประเทศไทย (NDC Action Plan on Mitigation)

๒) ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

๓) พระราชบัญญัติการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

๕.๒.๓ การลดก๊าซเรือนกระจก

๑) ความรู้เกี่ยวกับการลดก๊าซเรือนกระจก สถานการณ์/เป้าหมาย การปล่อยก๊าซเรือนกระจกระดับโลก

๒) เป้าหมาย / แผน / มาตรการและการดำเนินงานลดก๊าซเรือนกระจกของประเทศไทย (สาขาพลังงาน สาขาเกษตร สาขาคมนาคมขนส่ง สาขากระบวนการอุตสาหกรรมและการใช้ผลิตภัณฑ์ สาขาการจัดการของเสียชุมชนและน้ำเสียอุตสาหกรรม)

๓) โครงการสำคัญในการลดก๊าซเรือนกระจก

๔) เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก/การดักจับและกักเก็บคาร์บอน

๕) การกักเก็บคาร์บอน ในภาคป่าไม้ / พื้นที่สีเขียว / ป่าชุมชน

๖) การเปลี่ยนผ่านพลังงานสะอาด

๗) ตลาดคาร์บอน / ภาษีคาร์บอน / คาร์บอนเครดิต / คาร์บอนฟุตพริ้นท์

๕.๒.๔ การปรับตัวและการสร้างขีดความสามารถเพื่อรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

๑) ความรู้เกี่ยวกับการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สถานการณ์/เป้าหมาย ด้านการปรับตัวฯ ระดับโลก

๒) การพยากรณ์/แผนที่ความเสี่ยงต่อการได้รับผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของประเทศไทย/การเตือนภัยล่วงหน้า

๓) แผนการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ แนวทางการปรับตัวรายสาขา (การจัดการทรัพยากรน้ำ การเกษตรและความมั่นคงทางอาหาร การท่องเที่ยว สาธารณสุข การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ การตั้งถิ่นฐานและความมั่นคงของมนุษย์) รวมถึงการดำเนินงานในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับหลายสาขา (Cross-cutting issues) และแนวทางการดำเนินงานสำหรับกลุ่มเปราะบาง

๔) แนวทางปฏิบัติที่ดี ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

๕) การเสริมพลังความร่วมมือจากทุกภาคส่วน และเครือข่ายภาคประชาชนในการตั้งรับปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

๖) Nature-based solutions แนวทางการใช้ธรรมชาติในการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

๕.๒.๕ ด้านการเงินเพื่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

- ๑) กลไกทางการเงินเพื่อสนับสนุนโครงการด้านสภาพภูมิอากาศ
- ๒) กองทุนเพื่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ / กองทุนเพื่อการสูญเสียและความเสียหาย
- ๓) การเข้าถึงกองทุน หรือแหล่งเงินทุน ในการลดผลกระทบและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- ๔) แนวทางการลงทุน การดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ / ห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน (Sustainable supply chain)

๕.๒.๖ การวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

- ๑) งานวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- ๒) งานวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหา ลดผลกระทบ และการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- ๓) การจัดตั้งศูนย์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

๕.๒.๗ การสื่อสารข้อมูลเพื่อจัดการผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในพื้นที่เสี่ยง

- ๑) เหตุการณ์ภูมิอากาศสุดขีด (Extreme weather event) ประกอบด้วย ภัยแล้ง น้ำท่วม พายุ ดินโคลนถล่ม คลื่นความร้อน
- ๒) เหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป (Slow onset event) ประกอบด้วย การเพิ่มขึ้นของระดับน้ำทะเล การกัดเซาะชายฝั่ง การรุกคืบน้ำเค็ม ความเสื่อมโทรมของระบบนิเวศบก พื้นที่ชุ่มน้ำ และทะเล

๕.๒.๘ กิจกรรมด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม

- ๑) วันสิ่งแวดล้อมโลก (๕ มิถุนายน ๒๕๖๘)
- ๒) การประชุมภาคีขับเคลื่อนการปฏิบัติงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของไทย ครั้งที่ ๔ (TCAC 2025) (ตุลาคม ๒๕๖๘)
- ๓) การประชุมรัฐภาคีกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สมัยที่ ๓๐ (COP30) (พฤศจิกายน ๒๕๖๘)
- ๔) วันสิ่งแวดล้อมไทย (๔ ธันวาคม ๒๕๖๘)
- ๕) กิจกรรมรณรงค์เพื่อสร้างการรับรู้ สร้างกระแสด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

๕.๓ กลุ่มเป้าหมายในการสื่อสาร

- กลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารครอบคลุมทุกภาคส่วน ประกอบด้วย
- ๑) หน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทั้งการลดก๊าซเรือนกระจก การปรับตัวฯ การเงิน และกลไกต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
 - ๒) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ที่ดำเนินการในการลดก๊าซเรือนกระจก และด้านปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
 - ๓) ประชาชนทั่วไปและกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
 - ๔) เยาวชน
 - ๕) สื่อมวลชน

๕.๔ ช่องทางในการสื่อสาร

ใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย โดยเน้นสื่อสังคมออนไลน์ และช่องทางของอินฟลูเอนเซอร์ แต่ยังคงใช้ทั้งสื่อดั้งเดิม และสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่

- ๑) สื่อโทรทัศน์ / สื่อวิทยุ / สื่อสิ่งพิมพ์
- ๒) สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์)
- ๓) ช่องทางขององค์กร (Owned Media)
- ๔) ช่องทางของอินฟลูเอนเซอร์

๕.๕ รูปแบบในการสื่อสาร

นำเสนอด้วยรูปแบบที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย อาทิ การนำเสนอในรูปแบบ ข่าว แบนเนอร์ คลิปวิดีโอ สปอต บทความ อินโฟกราฟิก และการนำเสนอผ่านอินฟลูเอนเซอร์

๖. หน่วยงานดำเนินการ

คณะทำงานการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม

- กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม
- สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- กรมควบคุมมลพิษ
- กรมป่าไม้
- องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)
- สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน
- กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน
- สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร
- กรมโรงงานอุตสาหกรรม
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- สำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ
- กรมอนามัย
- กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
- กรมโยธาธิการและผังเมือง
- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น
- กรมประชาสัมพันธ์
- สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง ๕

กลยุทธ์การสื่อสาร

(ร่าง) แผนการสื่อสารสร้างความรู้ความเข้าใจและความตระหนักรู้ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ปี 2568



แนวคิดในการสื่อสาร

สร้างความรู้ความเข้าใจด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ให้แก่ประชาชนและทุกภาคส่วน ในรูปแบบการนำเสนอที่เข้าใจง่าย สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม เกิดกระแสสังคมอย่างเป็นวงกว้าง

ประเด็นหลักในการสื่อสาร

- ความรู้ สถานการณ์ ความเคลื่อนไหวฯ ระดับโลก และระดับประเทศ
- นโยบายและแผนด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- การลดก๊าซเรือนกระจก
- การปรับตัวและการสร้างขีดความสามารถเพื่อรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- การเงินเพื่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- การวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- กิจกรรมด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และสิ่งแวดล้อม
- การสื่อสารข้อมูลเพื่อจัดการผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในพื้นที่เสี่ยง



รูปแบบในการสื่อสาร

- ข่าว แบนเนอร์ คลิปวิดีโอ สปอต บทความ อินโฟกราฟิก อินฟลูเอนเซอร์

กลุ่มเป้าหมายในการสื่อสาร

- หน่วยงานภาครัฐ
- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม
- ประชาชนทั่วไปและกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงฯ
- เยาวชน
- สื่อมวลชน

ช่องทางการสื่อสาร

- สื่อโทรทัศน์ / สื่อวิทยุ / สื่อสิ่งพิมพ์
- สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์)
- ช่องทางขององค์กร (Owned Media)
- ช่องทางของอินฟลูเอนเซอร์

แผนการดำเนินงานสื่อสารสร้างความรู้ความเข้าใจและความตระหนักรู้ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ปี ๒๕๖๘

ประเด็นสื่อสารหลัก	กลุ่มเป้าหมาย	สื่อ/ช่องทาง	รูปแบบ	ช่วงเวลา เผยแพร่	หน่วยงานดำเนินการ
๑. ความรู้ สถานการณ์ ความเคลื่อนไหวด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศระดับโลกและระดับประเทศ					
๑) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ๒) สถานการณ์สิ่งแวดล้อมฯ ๓) สถานการณ์การเมืองในประเทศต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อนโยบายในการขับเคลื่อนเพื่อแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ๔) ความเคลื่อนไหวของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในประเทศและต่างประเทศ ๕) เทคโนโลยีใหม่ที่น่าสนใจในการแก้ไขปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	๑) หน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ๒) ประชาชนและกลุ่ม ที่มีความเสี่ยงสูงฯ ๓) เยาวชน ๔) สื่อมวลชน	- สื่อโทรทัศน์ / สื่อ วิทยุ / สื่อสิ่งพิมพ์ -สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์ สื่อสังคม ออนไลน์) -ช่องทางขององค์กร -ช่องทางของอินฟลู เอ็นเซอร์	ข่าว / แบนเนอร์ / คลิปวิดีโอ / สปอต / บทความ / อินโฟกราฟิก / นำเสนอผ่านอิน ฟลูเอ็นเซอร์	กุมภาพันธ์ - ธันวาคม ๒๕๖๘	ทุกหน่วยงาน
๒. นโยบายและแผนด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ					
๑) แผนและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านการ เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศระดับนานาชาติ และระดับชาติ ๒) ความร่วมมือระหว่างประเทศ ๓) พรบ.การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	๑) หน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ๒) ประชาชนและกลุ่ม ที่มีความเสี่ยงสูงฯ ๓) เยาวชน ๔) สื่อมวลชน	- สื่อโทรทัศน์ / สื่อ วิทยุ / สื่อสิ่งพิมพ์ -สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์ สื่อสังคม ออนไลน์) -ช่องทางขององค์กร -ช่องทางของอินฟลู เอ็นเซอร์	ข่าว / แบนเนอร์ / คลิปวิดีโอ / สปอต / บทความ / อินโฟกราฟิก / นำเสนอผ่านอิน ฟลูเอ็นเซอร์	กุมภาพันธ์ - ธันวาคม ๒๕๖๘	ทุกหน่วยงาน

ประเด็นสื่อสารหลัก	กลุ่มเป้าหมาย	สื่อ/ช่องทาง	รูปแบบ	ช่วงเวลา เผยแพร่	หน่วยงานดำเนินการ
๓.การลดก๊าซเรือนกระจก					
๑) ความรู้เกี่ยวกับการลดก๊าซเรือนกระจก สถานการณ์/เป้าหมาย การปล่อยก๊าซเรือนกระจกระดับโลก ๒) เป้าหมาย / แผน / มาตรการและการดำเนินงานลดก๊าซเรือนกระจกของประเทศไทย (สาขาพลังงาน สาขาเกษตร สาขาคมนาคมขนส่ง สาขากระบวนการอุตสาหกรรมและการใช้ผลิตภัณฑ์ สาขาการจัดการของเสียชุมชนและน้ำเสียอุตสาหกรรม) ๓) โครงการสำคัญในการลดก๊าซเรือนกระจก ๔) เทคโนโลยีและนวัตกรรม ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก /การดักจับและกักเก็บคาร์บอน ๕) การกักเก็บคาร์บอน ในภาคป่าไม้ /พื้นที่สีเขียว / ป่าชุมชน ๖) การเปลี่ยนผ่านพลังงานสะอาด ๗) ตลาดคาร์บอน / ภาษีคาร์บอน / คาร์บอนเครดิต / คาร์บอนฟุตพริ้นท์	๑) หน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ๒) ประชาชน ๓) เยาวชน ๔) สื่อมวลชน	- สื่อโทรทัศน์ / สื่อวิทยุ / สื่อสิ่งพิมพ์ -สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์) -ช่องทางขององค์กร -ช่องทางของอินฟลูเอนเซอร์	ข่าว /แบนเนอร์ / คลิปวิดีโอ / สปอต / บทความ / อินโฟกราฟิก / นำเสนอผ่านอินฟลูเอนเซอร์	กุมภาพันธ์ - ธันวาคม ๒๕๖๘	- กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม - กรมป่าไม้ - องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) - กรมควบคุมมลพิษ - สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน - กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน - สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร - กรมโรงงานอุตสาหกรรม - สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร - กรมประชาสัมพันธ์ - สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง ๕

"ประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืนด้วยเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำและมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศด้วยการมีส่วนร่วมของประชาชน"

ประเด็นสื่อสารหลัก	กลุ่มเป้าหมาย	สื่อ/ช่องทาง	รูปแบบ	ช่วงเวลา เผยแพร่	หน่วยงานดำเนินการ
๔.การปรับตัวและการสร้างขีดความสามารถเพื่อรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ					
๑) ความรู้เกี่ยวกับการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สถานการณ์/เป้าหมาย ด้านการปรับตัวฯ ระดับโลก ๒) การพยากรณ์/ต่อการได้รับผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของประเทศไทย/การเตือนภัยล่วงหน้า ๓) แผนการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ แนวทางการปรับตัวรายสาขา (การจัดการทรัพยากรน้ำ การเกษตร และความมั่นคงทางอาหาร การท่องเที่ยว สาธารณสุข การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ การตั้งถิ่นฐานและความมั่นคงของมนุษย์) รวมถึงการดำเนินงานในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับหลายสาขา (Cross-cutting issues) และแนวทางการดำเนินงานสำหรับกลุ่มเปราะบาง ๔) แนวทางปฏิบัติที่ดี ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ๕) การเสริมพลังความร่วมมือจากทุกภาคส่วน และเครือข่ายภาคประชาชนในการตั้งรับปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	๑) หน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ๒) ประชาชนและกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงๆ ๓) เยาวชน ๔) สื่อมวลชน	- สื่อโทรทัศน์ / สื่อวิทยุ / สื่อสิ่งพิมพ์ -สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์) -ช่องทางขององค์กร -ช่องทางของอินฟลูเอนเซอร์	ข่าว /แบนเนอร์ / คลิปวิดีโอ / สปอต / บทความ / อินโฟกราฟิก / นำเสนอผ่านอินฟลูเอนเซอร์	กุมภาพันธ์ - ธันวาคม ๒๕๖๘	- กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม - สำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ -กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - กรมอนามัย - สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม - กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย - กรมโยธาธิการและผังเมือง - กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น - กรมประชาสัมพันธ์ - สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง ๕

"ประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืนด้วยเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำและมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศด้วยการมีส่วนร่วมของประชาชน"

ประเด็นสื่อสารหลัก	กลุ่มเป้าหมาย	สื่อ/ช่องทาง	รูปแบบ	ช่วงเวลา เผยแพร่	หน่วยงานดำเนินการ
๕.ด้านการเงินเพื่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ					
๑) กลไกทางการเงินเพื่อสนับสนุนโครงการด้านสภาพภูมิอากาศ ๒) กองทุนเพื่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ / กองทุนเพื่อการสูญเสียและความเสียหาย ๓) การเข้าถึงกองทุน หรือแหล่งเงินทุน ในการลดผลกระทบและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ๔) แนวทางการลงทุน การดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ / ห่วงโซ่อุปทานสู่ความยั่งยืน (Sustainable supply chain)	๑) หน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ๒) ประชาชนและกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงๆ ๓) เยาวชน ๔) สื่อมวลชน	- สื่อโทรทัศน์ / สื่อวิทยุ / สื่อสิ่งพิมพ์ -สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์) -ช่องทางขององค์กร -ช่องทางของอินฟลูเอนเซอร์	ข่าว /แบนเนอร์ / คลิปวิดีโอ / สปอต / บทความ / อินโฟกราฟิก / นำเสนอผ่านอินฟลูเอนเซอร์	กุมภาพันธ์ - ธันวาคม ๒๕๖๘	- กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม - องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) - กรมประชาสัมพันธ์ - สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง ๕
๖.การวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ					
๑) งานวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ๒) งานวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหา ลดผลกระทบและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ๓) การจัดตั้งศูนย์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	๑) หน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ๒) ประชาชนและกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงๆ ๓) เยาวชน ๔) สื่อมวลชน	- สื่อโทรทัศน์ / สื่อวิทยุ / สื่อสิ่งพิมพ์ -สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์) -ช่องทางขององค์กร (Owned Media) -ช่องทางของอินฟลูเอนเซอร์	ข่าว /แบนเนอร์ / คลิปวิดีโอ / สปอต / บทความ / อินโฟกราฟิก / นำเสนอผ่านอินฟลูเอนเซอร์	กุมภาพันธ์ - ธันวาคม ๒๕๖๘	ทุกหน่วยงาน

"ประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืนด้วยเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำและมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศด้วยการมีส่วนร่วมของประชาชน"

ประเด็นสื่อสารหลัก	กลุ่มเป้าหมาย	สื่อ/ช่องทาง	รูปแบบ	ช่วงเวลา เผยแพร่	หน่วยงานดำเนินการ
๗.การสื่อสารข้อมูลเพื่อจัดการผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในพื้นที่เสี่ยง					
๑) เหตุการณ์ภูมิอากาศสุดขั้ว (Extreme weather event) ประกอบด้วย ภัยแล้ง น้ำท่วม พายุ ดินโคลนถล่ม คลื่นความร้อน ๒) เหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป (Slow onset event) ประกอบด้วย การเพิ่มขึ้นของระดับน้ำทะเล การกัดเซาะชายฝั่ง การรุกกล้ำน้ำเค็ม ความเสื่อมโทรมของระบบนิเวศบก พื้นที่ชุ่มน้ำ และทะเล	๑) หน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ๒) ประชาชนและกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงๆ ๓) เยาวชน ๔) สื่อมวลชน	- สื่อโทรทัศน์ / สื่อวิทยุ / สื่อสิ่งพิมพ์ -สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์) -ช่องทางขององค์กร -ช่องทางของอินฟลูเอนเซอร์	ข่าว /แบนเนอร์ / คลิปวิดีโอ / สปอต / บทความ / อินโฟกราฟิก / นำเสนอผ่านอินฟลูเอนเซอร์	กุมภาพันธ์ - ธันวาคม ๒๕๖๘	ทุกหน่วยงาน
๘.กิจกรรมด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม					
๑) วันสิ่งแวดล้อมโลก (๕ มิถุนายน ๒๕๖๘) ๒) การประชุมภาคีขับเคลื่อนการปฏิบัติงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของไทย ครั้งที่ ๔ (TCAC ๒๐๒๕) (ตุลาคม ๒๕๖๘) ๓) การประชุมรัฐภาคีกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สมัยที่ ๓๐ (COP๓๐) (พฤศจิกายน ๒๕๖๘) ๔) วันสิ่งแวดล้อมไทย (๔ ธันวาคม ๒๕๖๘) ๕) กิจกรรมรณรงค์เพื่อสร้างการรับรู้ สร้างกระแสด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	๑) หน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ๒) ประชาชนและกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงๆ ๓) เยาวชน ๔) สื่อมวลชน	- สื่อโทรทัศน์ / สื่อวิทยุ / สื่อสิ่งพิมพ์ -สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์) -ช่องทางขององค์กร (Owned Media) -ช่องทางของอินฟลูเอนเซอร์	กิจกรรม / ข่าว / แบนเนอร์ /คลิปวิดีโอ / สปอต / บทความ / อินโฟกราฟิก	พฤษภาคม - ธันวาคม ๒๕๖๘	ทุกหน่วยงาน

"ประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืนด้วยเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำและมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศด้วยการมีส่วนร่วมของประชาชน"

ประเด็นการสื่อสาร	ปี ๒๕๖๘											
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
๑.ความรู้ สถานการณ์ ความเคลื่อนไหวด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศระดับโลกและระดับประเทศ นโยบายรัฐบาลฯ , สถานการณ์การเมืองฯ , ความเคลื่อนไหวของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียฯ , เทคโนโลยีใหม่ฯ												
ภัยแล้ง / ปัญหาไฟป่า หมอกควัน / ฝุ่น PM ๒.๕												
น้ำท่วม												
๒.นโยบายและแผนด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ												
๓.การลดก๊าซเรือนกระจก												
๔.การปรับตัวและการสร้างขีดความสามารถเพื่อรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ												
๕.การเงินเพื่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ												
๖.การวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ												
๗. การสื่อสารข้อมูลเพื่อจัดการผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในพื้นที่เสี่ยง												
๑) เหตุการณ์ภูมิอากาศสุดขั้ว (Extreme weather event) ประกอบด้วย												
-ภัยแล้ง												
-คลื่นความร้อน												
-น้ำท่วม พายุ ดินโคลนถล่ม												

"ประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืนด้วยเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำและมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศด้วยการมีส่วนร่วมของประชาชน"

ประเด็นการสื่อสาร	ปี ๒๕๖๘											
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
๒) เหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป (Slow onset event) ประกอบด้วย การเพิ่มขึ้นของระดับน้ำทะเล การกัดเซาะชายฝั่ง การรุกล้ำน้ำเค็ม ความเสื่อมโทรมของระบบนิเวศบก พื้นที่ชุ่มน้ำ และทะเล												
๘.กิจกรรมด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม												
-วันสิ่งแวดล้อมโลก (๕ มิถุนายน ๒๕๖๘)												
-การประชุม TCAC ๒๐๒๕ (ตุลาคม ๒๕๖๘)												
-การประชุม COP ๓๐ (พฤศจิกายน ๒๕๖๘)												
-วันสิ่งแวดล้อมไทย (๔ ธันวาคม ๒๕๖๘)												
-กิจกรรมรณรงค์ฯ ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ												

