



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย



แผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2562

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

เสนอ

คณะกรรมการนโยบาย



แผนบริหารกิจการ ปี พ.ศ. 2562 นี้ นับเป็นปีที่ 2 ของกรอบทิศทางแผนระยะสามปี (พ.ศ. 2561 -2564) ที่ได้เริ่มดำเนินการมาแล้วตั้งแต่ปี 2561 นับจากองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) เข้าสู่ทศวรรษที่สองของการดำเนินงานตาม พ.ร.บ. ส.ส.ท. พ.ศ. 2551 แผนฯ ปี 2562 จึงนับว่ามีความสำคัญยิ่ง เพราะเป็นแผนที่จะมุ่งเน้นการสร้างประโยชน์ต่อประชาชนให้โดดเด่นยิ่งขึ้น หลังจากที่แผนปี 2561 เน้นไปที่การจัดการระบบกลไกการบริหารจัดการ และการปรับโครงสร้างองค์กรเพื่อรองรับการพลิกผันของภูมิทัศน์สื่อ

จุดเน้นของแผนบริหารกิจการ ปี พ.ศ. 2562 จึงกำหนดไว้ที่

- มุ่งสู่การพัฒนาเนื้อหาและช่องทางของสื่อดิจิทัล (Digital New Media) เพื่อเข้าถึงประชาชนที่หลากหลายกลุ่มมากขึ้น โดยเฉพาะพลเมืองยุคดิจิทัล
- ทุ่มเทกับการสร้างสรรค์และผลิตเนื้อหา เพื่อตอบสนองความต้องการข่าวสารที่ถูกต้อง เทียงตรง เชื่อถือได้ โดยเฉพาะเมื่อสังคมไทยเกิดวิกฤติ หรืออยู่ในช่วงเวลาสำคัญ และ รายการที่ผลิตอย่างมีคุณภาพสูง สร้างแรงบันดาลใจและการเรียนรู้เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคม อันจะส่งผลถึงการสร้างความยอมรับในภาพลักษณ์ขององค์กรด้วย
- สร้างกลไกสนับสนุนที่จะเป็นแรงขับเคลื่อนองค์กร ด้วยการ พัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ การจัดกลไกการทำงานแบบบูรณาการเพื่อให้เกิดการสร้างงานที่โดดเด่น และจัดองค์กรที่มีสมรรถภาพรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้

ปี พ.ศ. 2562 เป็นปีที่ ส.ส.ท. จะได้แสดงบทบาทการเป็นสื่อสาธารณะที่โดดเด่นอีกครั้ง เมื่อเป็นที่คาดการณ์ว่า จะเป็นปีของการจัดการเลือกตั้ง ดังนั้น ส.ส.ท. จึงออกแบบแผนยุทธศาสตร์เนื้อหา และกลไกสนับสนุน ให้รองรับภารกิจนี้ โดยมีเป้าหมายเพื่อนำพาสังคมไทยไปสู่สังคมประชาธิปไตย และให้ประเทศได้ก้าวเดินสู่ทิศทางการปฏิรูปอย่างมีส่วนร่วม

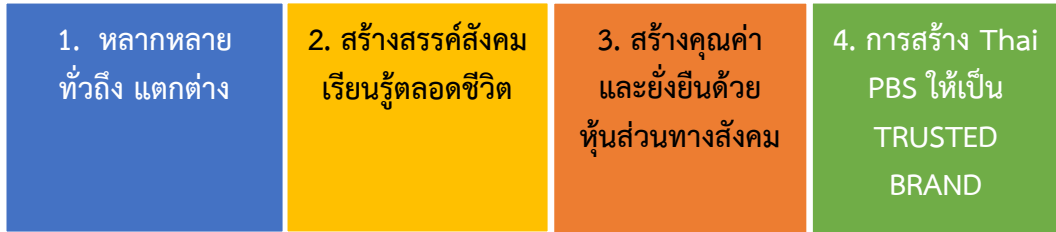
ด้วยภารกิจและเป้าหมายที่ยึดผลประโยชน์สาธารณะเป็นที่ตั้ง การกำหนดทิศทางของแผนยุทธศาสตร์ ส.ส.ท. ในแต่ละปี จึงสะท้อนหลักคิดดังกล่าว โดยในปี 2562 ได้กำหนดเป้าประสงค์ ต่อเนื่องจาก ปี 2561 คือ จะเป็นผู้ **ร่วมสร้างสรรค์ “การเรียนรู้ตลอดชีวิต” ให้แก่สังคม**

แผนบริหารฉบับนี้ จึงพัฒนาขึ้นจาก ทิศทาง เป้าประสงค์ และต่อยอดจากแผนบริหารกิจการ ปี 2561 เป็นแผนที่ประกอบด้วยเนื้อหาสองส่วน คือ 1) กรอบความคิดแผนบริหารกิจการ ปี พ.ศ. 2561 - 2564 และ 2) แผนบริหารกิจการและแผนงบประมาณ พ.ศ. 2562 ทั้งนี้ ยังคงยึดแผนเดิมที่ใช้เป็นกรอบแนวทางการจัดทำแผนบริหารกิจการ ปี 2561 เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ต่อเนื่องจนบรรลุเป้าประสงค์ในปี 2564 (เว้นแต่จะมีการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยแวดล้อมที่รุนแรงที่อาจจำเป็นต้องทบทวนปรับกรอบแผนดังกล่าว) จะวัดความก้าวหน้าและความสำเร็จ ตามเป้าประสงค์ (Purpose) ปี 2561-2564 ยุทธศาสตร์ (Strategy) และประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) ดังนี้

เป้าประสงค์ (Purpose) ภายในปี 2564 เป็น “พื้นที่การเรียนรู้สำหรับทุกคน” (Learning Space for All) โดย ส.ส.ท. จะผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพ มีคุณค่า และความรู้ เพื่อที่จะส่งต่อไปสู่สังคม ให้เกิดปรากฏการณ์ที่ **“สังคมวางใจให้ไทยพีบีเอสเป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์การเรียนรู้ตลอดชีวิต” ภายในปี 2562**

โดยจะขับเคลื่อนด้วยยุทธศาสตร์...“แตกต่าง” บนความ “ยั่งยืน”

และประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) 4 ประเด็นหลัก คือ



โดยสาระสำคัญของแผนบริหารกิจการของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2562 ฉบับนี้ ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 กรอบความคิดแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. พ.ศ. 2561 – 2564 ซึ่งแสดงที่มาของแนวคิดและแนวทางในการจัดทำแผน สภาพแวดล้อมการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ในภูมิทัศน์สื่อที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การกำหนดยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ เป้าหมาย และทิศทางของแผนบริหารกิจการของ ส.ส.ท. ภายในปี 2561-2564

ส่วนที่ 2 ร่างแผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2562 มีสาระสำคัญ ประกอบด้วย 3 แผน (Plan) และ 4 ยุทธศาสตร์ เพื่อเป็นแนวทางและเครื่องมือในการทำงานร่วมกันภายในองค์กรให้บรรลุเป้าประสงค์ (Purpose) ปี 2562 ดังนี้

(1) แผนด้านเนื้อหา ช่องทางและบริการ (Content, Platform and Service Strategic Plan) ดำเนินงานตาม 2 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ 1) หลากหลาย ทั่วถึง แตกต่าง และ 2) สร้างสรรค์สังคมเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยมีแผนยุทธศาสตร์เนื้อหา และการสร้างสรรค์พัฒนาโครงการทำงานใหม่ๆ สำหรับการผลิตเนื้อหาร่วมกัน มารองรับ

(2) แผนด้านภาคีหุ้นส่วน (Partnership Strategic Plan) ดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ที่ 3) สร้างคุณค่า และความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม โดยมีแผนแม่บทเครือข่ายทางสังคมมารองรับ มุ่งเน้นสร้างการยอมรับเพื่อขยายฐานผู้ชมให้กว้างและครอบคลุม สร้างการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการรับฟังความคิดเห็นและกลไกการมีส่วนร่วมของเครือข่ายทางสังคม และสร้างภาคีหุ้นส่วนโดยพัฒนาศักยภาพภาคีเครือข่ายฯ และร่วมผลิตผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

(3) แผนด้านทุนมนุษย์ และทุนองค์กร (Human and Organization Capital Strategic Plan) ดำเนินงานตามประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4) การสร้าง Thai PBS ให้เป็น TRUSTED BRAND โดยมีแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศ ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2562-2564) ที่นำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนากระบวนการทำงานให้ทุกขั้นตอนให้เกิดประสิทธิภาพ และมุ่งเน้นขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูล และแผนยุทธศาสตร์ทรัพยากรมนุษย์ โดยมีกลยุทธ์ 2 กลยุทธ์ ได้แก่ สร้างการมีส่วนร่วมและความผูกพันองค์กร และ เสริมสร้างศักยภาพบุคลากร และ เป้าหมาย 3 ด้าน คือ (1) คนไทยพีบีเอสมี SPIRIT Thai PBS และมี Digital DNA (2) คนไทยพีบีเอสมีแรงจูงใจ มีอิสระและมีความยืดหยุ่นในการทำงาน มีความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว และ (3) โครงสร้าง ยืดหยุ่น คล่องตัว เน้น Digital Platform มี Infrastructure ที่ดี และมีกฎ กติกาที่ชัดเจน

และแผนการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล พ.ศ. 2562 และแผนบริหารความเสี่ยง

ส่วนที่ 3 ประกอบด้วย ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานขององค์กร ส.ส.ท. พ.ศ. 2562 (Corporate KPIs)

ส่วนที่ 4 งบประมาณ แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณ ปี 2562 เพื่อการกำกับดูแลโครงการของ ส.ส.ท. ภายใต้แผนบริหารกิจการฉบับนี้ ให้เกิดผลสำเร็จตามแผนที่วางไว้



ฝ่ายบริหารตั้งใจเป็นอย่างยิ่งว่า กระบวนการทำงานร่วมกันของฝ่ายบริหาร และฝ่ายปฏิบัติของ ส.ส.ท. โดยมีฝ่ายนโยบายเป็นผู้ให้ทิศทางหลักนั้น จะทำให้ ส.ส.ท. สามารถสร้างผลงานที่โดดเด่น และมีคุณค่าที่จะทำให้สังคมไว้วางใจให้ไทยพีบีเอสเป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์การเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อไปสู่การเป็นพื้นที่เรียนรู้สำหรับทุกคน ในปี 2564 ต่อไป

รศ.ดร.วิลาสินี พิพิธกุล
ผู้อำนวยการ ส.ส.ท.

บทนำ

| | |
|---|-----------|
| ส่วนที่ 1 กรอบความคิดแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. พ.ศ. 2561-2564 | 1 |
| ที่มาของแนวคิดการจัดทำแผนบริหารกิจการ | 2 |
| แนวทางการจัดทำแผนบริหารกิจการ | 2 |
| 1. การนำทิศทาง และนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย ปี 2560 เป็นกรอบ แนวทางไปสู่การปฏิบัติ | 2 |
| 2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน | 6 |
| 3. วิเคราะห์ผลประโยชน์ และการบริหารจัดการงบประมาณ ปี 2560 ของ ส.ส.ท. | 9 |
| วัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ (Vision) และพันธกิจ (Mission) | 14 |
| เป้าประสงค์ ปี 2561 -2564 | 15 |
| ยุทธศาสตร์องค์กร (Corporate Strategy) ปี 2561-2564 | 16 |
| ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) ปี 2561-2564 | 17 |
| ทิศทางการดำเนินงานจากปี 2561 ถึง 2564 | 21 |
| เป้าหมายปี 2562 | 22 |
| ส่วนที่ 2 แผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2562 | 24 |
| 1. แผนด้านเนื้อหา ช่องทางและบริการ (Content, Platform& Service Plan) | 26 |
| 2. แผนด้านภาคีหุ้นส่วน (Partnership Strategic Plan) | 34 |
| 3. แผนด้านทุนมนุษย์และทุนองค์กร (Human & Organization Capital Strategic Plan) | 36 |
| การดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาลในแผนระยะ 1 ปี พ.ศ. 2562 | 40 |
| การบริหารความเสี่ยง | 41 |
| ส่วนที่ 3 ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานขององค์กร ส.ส.ท. พ.ศ. 2562 | 42 |
| (Corporate KPIs 2019) | |
| ส่วนที่ 4 แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณ ปี 2562 | 54 |
| งบประมาณปี 2562 | 55 |
| แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณ ปี 2562 | 62 |
| ภาคผนวก 1 แผนงาน/โครงการ และงบประมาณ ปี 2562 ของ ส.ส.ท. | 65 |

| สารบัญแผนภาพ | | หน้า |
|--------------|---|------|
| แผนภาพที่ 1 | แสดงแนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การปฏิบัติในการสร้างความ “แตกต่าง” | 4 |
| แผนภาพที่ 2 | แสดงแนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การปฏิบัติในการสร้างความ “แตกต่าง” และ “ยั่งยืน” | 4 |
| แผนภาพที่ 3 | แสดงแนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การปฏิบัติในการสร้างความ “ยั่งยืน” ขององค์กร | 5 |
| แผนภาพที่ 4 | แสดงแนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. สู่การกำหนดยุทธศาสตร์องค์กรปี 2561-2564 | 5 |
| แผนภาพที่ 5 | แสดงจำนวนผู้ชมที่วีดิทัศน์เฉลี่ยต่อนาที | 8 |
| แผนภาพที่ 6 | แสดงบริบทแวดล้อมที่นำเข้าสู่แผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. พ.ศ. 2561-2564 | 12 |
| แผนภาพที่ 7 | แสดงเหตุผลในการเป็น “Learning Space for All” ของ ส.ส.ท. | 13 |
| แผนภาพที่ 8 | แสดงนิยาม “Learning Space for All” | 13 |
| แผนภาพที่ 9 | แสดงตัวอย่างการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านผู้รับสารที่หลากหลายและทั่วถึง | 18 |
| แผนภาพที่ 10 | แสดงการออกแบบแนวคิดการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านสารประโยชน์และคุณค่าแบบ สื่อสาธารณะ | 18 |
| แผนภาพที่ 11 | แสดงแนวคิดการจัดพื้นที่เรียนรู้ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต | 19 |
| แผนภาพที่ 12 | แสดงแนวคิดการจัดวางความสัมพันธ์กับภาคีหุ้นส่วน ที่สอดคล้องกับ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 คือสร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม | 19 |
| แผนภาพที่ 13 | แสดงแนวคิดและการนิยามความหมายที่เป็นรูปธรรม วัตถุประสงค์ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการเป็น Trusted Brand ในใจ ประชาชน | 20 |
| แผนภาพที่ 14 | การจัดการกลไกทางยุทธศาสตร์ที่จะนำไปสู่การสร้างความ เป็น Trusted Brand ในใจ ประชาชน | 20 |
| แผนภาพที่ 15 | แสดงทิศทางการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ตามยุทธศาสตร์ “แตกต่างบนความยั่งยืน” | 21 |
| แผนภาพที่ 16 | แสดง Corporate Strategy Plan ปี 2562 ของ ส.ส.ท. | 25 |
| แผนภาพที่ 17 | แสดงแผนดำเนินการปี 2562 ของ ส.ส.ท. | 26 |
| แผนภาพที่ 18 | แสดงแนวคิดการพัฒนาเนื้อหาและช่องทาง | 28 |
| แผนภาพที่ 19 | แสดงกลยุทธ์สื่อใหม่ในปี 2562 | 29 |
| แผนภาพที่ 20 | แสดงกลไกการทำงาน Bridge Team | 29 |
| แผนภาพที่ 21 | แสดง Bridged Team Structure | 30 |
| แผนภาพที่ 22 | แสดงเนื้อหาหลักของไทยพีบีเอส | 31 |
| แผนภาพที่ 23 | แสดงแนวคิดเชิงกลยุทธ์การจัดทำเนื้อหา | 32 |



| | | |
|--------------|---|----|
| แผนภาพที่ 24 | แสดงกรอบกรอบการวัดผลความสำเร็จของ ส.ส.ท. | 43 |
| แผนภาพที่ 25 | แสดงประมาณการรายรับของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2562 | 56 |
| แผนภาพที่ 26 | แสดงประมาณการรายจ่ายงบประมาณประจำปี 2562 | 58 |
| แผนภาพที่ 27 | แสดงสัดส่วนงบประมาณด้านการผลิตเนื้อหาสำหรับช่องทางต่างๆ | 59 |
| แผนภาพที่ 28 | แสดงแนวทางการบริหารแผนและงบประมาณ ปี 2562 | 64 |

สารบัญตาราง

หน้า

| | | |
|------------|---|----|
| ตารางที่ 1 | ตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กรและค่าเป้าหมายปี 2562 ที่สอดคล้องกับเป้าหมายปี 2562 ของ ส.ส.ท. | 22 |
| ตารางที่ 2 | ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานขององค์กร ส.ส.ท. พ.ศ. 2562 (Corporate KPIs 2019) | 44 |
| ตารางที่ 3 | คำอธิบายตัวชี้วัดการปฏิบัติงานขององค์กร (Corporate KPI) ปี 2562 | 50 |
| ตารางที่ 4 | เปรียบเทียบงบประมาณตามแผน 3 ด้าน งบบุคลากร งบประจำ งบประมาณ โครงการทีวีดิจิทัล และงบฉุกเฉิน ปี 2561 – ปี 2562 | 59 |
| ตารางที่ 5 | เปรียบเทียบงบประมาณตามประเภทการใช้งบประมาณปี 2561 – 2562 | 60 |
| ตารางที่ 6 | เปรียบเทียบงบประมาณตามสำนัก ปี 2561 – ปี 2562 | 60 |

ส่วนที่ 1

กรอบความคิดแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท.

พ.ศ. 2561-2564

- ที่มาของแนวคิดการจัดทำแผนบริหารกิจการ
- แนวทางการจัดทำแผนบริหารกิจการ
- วัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ (Vision) และพันธกิจ (Mission)
- เป้าประสงค์ ปี 2561 -2564
- ยุทธศาสตร์องค์การ (Strategy) ปี 2561-2564
- ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) ปี 2561-2564
- ทิศทางการดำเนินงานจากปี 2561 ถึง 2564
- เป้าหมายปี 2562

ส่วนที่ 1

กรอบความคิดแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. พ.ศ. 2561-2564

ที่มาของแนวคิดการจัดทำแผนบริหารกิจการ

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย หรือ ส.ส.ท. ก่อเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่สังคมต้องการสื่อที่มีอิสระ มีความเป็นกลางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่รอบด้าน ถูกต้อง เป็นจริง เชื่อถือได้ มีสาระและคุณภาพ ยึดถือผลประโยชน์ของประเทศชาติ และประชาชนเป็นที่ตั้ง จึงได้มีการตราพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 ขึ้น โดยมีเหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ “โดยที่เป็นการสมควรให้มีองค์การสื่อสารสาธารณะซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้นำในการผลิตและสร้างสรรค์รายการข่าวสารคุณภาพสูงที่จะเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะและส่วนรวม โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อส่งเสริมให้มีการให้ข้อมูลที่ถูกต้องแท้จริง และสมดุล มุ่งยกระดับการเรียนรู้ของประชาชนทุกภาคส่วนให้ก้าวหน้าทันการเปลี่ยนแปลงของโลก รวมทั้งพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและประเทศ และสร้างความยั่งยืนให้แก่ความเป็นพลเมืองและสังคมส่วนรวม ผ่านทางการบริการข่าวสารและสาระความรู้ นอกจากนี้ เพื่อให้องค์การเป็นผู้นำความรู้ในทางวิชาการต่าง ๆ ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาติที่ส่งเสริมให้คนในชาติมีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันและเกิดความรักชาติ ภูมิใจในภาษา วัฒนธรรม และท้องถิ่นของตนเอง และกระตุ้นและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์การผลิตรายการของผู้ผลิตรายการอิสระ จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้”

ดังนั้น การกำหนดเป้าประสงค์ (Purpose) ของ ส.ส.ท. ภายในปี พ.ศ. 2564 ไปสู่การเป็น “พื้นที่การเรียนรู้สำหรับทุกคน (Learning Space for All) สนองตอบเจตนารมณ์การก่อกำเนิดของ ส.ส.ท. เป็นอย่างยิ่ง อีกทั้ง ยังเป็นการแสดงพัฒนาการของสื่อสาธารณะในประเทศไทย ที่มุ่งเข้าสู่บทบาทของการสร้างการเรียนรู้ สร้างภูมิปัญญา ให้ประชาชน เพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ และมีศักยภาพที่จะร่วมสร้างความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในสังคม

แนวทางการจัดทำแผนบริหารกิจการ

1. นำทิศทาง และนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย ปี 2560 เป็นกรอบแนวทางไปสู่การปฏิบัติ ดังนี้

1.1 นโยบายเนื้อหาและการนำเสนอ

พัฒนาเนื้อหาให้แตกต่างบนฐานขององค์ความรู้และการมีส่วนร่วมของเครือข่ายทุกภาคส่วน และบูรณาการการนำเสนอทุกช่องทางการสื่อสาร โดยให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์

1.2 นโยบายโครงสร้าง

ปรับโครงสร้าง กลไก และกระบวนการทำงานให้กระชับ คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ พัฒนาบุคลากรให้มีกระบวนการทัศน์และทักษะที่เหมาะสมกับภาระงานที่เปลี่ยนแปลงไป และกำหนดค่าตอบแทนให้สอดคล้องกับความรู้ความสามารถและผลการปฏิบัติงาน

1.3 นโยบายการเปลี่ยนแปลง

ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรม โดยเป็นโรงเรียนของสังคม เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิตของประชาชน การพัฒนาที่ยั่งยืน ตลอดจนการสื่อสารสันติภาพ

1.4 นโยบายการมีส่วนร่วม

ดำเนินการให้สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ ภาคีเครือข่าย และประชาชนทั่วไป มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายการเสนอข่าว ผลิตรายการ การติดตามการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ตลอดจนการขยายฐานผู้ให้บริการ

1.5 นโยบายความสัมพันธ์

ร่วมมือกับบุคคล หน่วยงาน ทั้งภาครัฐ เอกชน ภาคประชาสังคม และชุมชน บนพื้นฐานประโยชน์สาธารณะและการดำเนินการที่เป็นอิสระของสื่อสาธารณะ

1.6 นโยบายฐานข้อมูล

สร้างระบบฐานข้อมูล เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการ การนำเสนอข่าวสาร รายการที่เจาะลึก ในทุกมิติอย่างรอบด้าน และให้ประชาชนสามารถเข้าถึงใช้ประโยชน์ได้

1.7 นโยบายการประเมินผล

พัฒนาเครื่องมือประเมินคุณภาพและความคุ้มค่าทางสังคมในการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของสื่อสาธารณะและเป็นที่ยอมรับของสังคมนอกเหนือจากการประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ

1.8 นโยบายการจัดการความเสี่ยง

มีแผนบริหารและจัดการความเสี่ยงทั้งภายในและภายนอกองค์กร

ทั้งนี้ แผนบริหารกิจการ ปี 2561-2564 ได้นำนโยบายของกรรมการนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การปฏิบัติ ดังนี้

แนวทางการนำนโยบายของกรมการนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การปฏิบัติ

1. นโยบายเนื้อหาและการนำเสนอ

แนวทาง

พัฒนาเนื้อหาให้แตกต่างบนฐานขององค์ความรู้และการมีส่วนร่วมของเครือข่ายทุกภาคส่วน และบูรณาการ การนำเสนอทุกช่องทาง การสื่อสาร โดยให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์

- มีระบบ “ครัวกลาง” เป็นกลไกพัฒนาเนื้อหาที่แตกต่าง
- มีระบบวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อพัฒนาเนื้อหา และฐานข้อมูลเพื่อบริการสาธารณะ
- สร้างการมีส่วนร่วมและคุณค่าร่วมในการพัฒนาเนื้อหาแบบ Co-Creation & Shared-Value Model
- พัฒนาแพลตฟอร์มใหม่ๆ เพื่อเพิ่มช่องทางสื่อสาร

นำมาสู่การออกแบบเนื้อหาที่แตกต่าง ผ่านกลไก “ครัวกลาง”

3. นโยบายการเปลี่ยนแปลง

ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรม โดยเป็นโรงเรียนของสังคม เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิตของประชาชน การพัฒนาที่ยั่งยืน ตลอดจนการสื่อสารสันติภาพ

- มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มุ่งสร้างสันติภาพการสื่อสาร ที่มากไปกว่าสื่อพาณิชย์อื่นๆ
- มีเนื้อหาและช่องทางสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ
- มีพื้นที่การเรียนรู้ และสร้างปัญญาให้กับสังคมในรูปแบบ On Air Online On Ground

นำมาสู่การสร้างสรรค์สังคมแห่งการเรียนรู้ ที่ใช้การสื่อสารเพื่อสร้างปัญญา

6. นโยบายฐานข้อมูล

สร้างระบบฐานข้อมูล เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการ การนำเสนอข่าวสาร รายการที่เจาะลึกในทุกมิติอย่างรอบด้าน และให้ประชาชนสามารถเข้าถึงใช้ประโยชน์ได้

- มีระบบวิเคราะห์ข้อมูล และฐานข้อมูลสนับสนุน เพื่อพัฒนารูปแบบเนื้อหาให้ตรงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- มีฐานข้อมูลเพื่อให้บริการสาธารณะ เชื่อมโยงเครือข่ายความรู้ และสร้างความยอมรับให้องค์การ

มีข้อมูลสนับสนุนการสร้างสรรค์เนื้อหาและการนำเสนอให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และมีบริการข้อมูลความรู้แก่สังคม

ไปสู่ยุทธศาสตร์ที่แตกต่าง

แผนภาพที่ 1 แสดงแนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การปฏิบัติในการสร้างความ “แตกต่าง”

4. นโยบายการมีส่วนร่วม

แนวทาง

ดำเนินการให้สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ ภาคีเครือข่าย และประชาชนทั่วไป มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายการเสนอข่าว ผลิตรายการ การติดตามการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ตลอดจนการขยายฐานผู้ใช้บริการ

- มีระบบรับฟังความคิดเห็นหลายช่องทาง เพื่อนำมาปรับปรุงการนำเสนอ ให้มีความเหมาะสม มีคุณค่ากับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย
- มีแนวทางดำเนินงานร่วมกับสภาผู้ชมในการกำหนดทิศทางนำเสนอ และการประเมินผลคุณภาพเนื้อหา
- มีกระบวนการสร้างสรรค์เนื้อหา ร่วมกับภาคีเครือข่าย ผ่าน Co-Creation & Shared-Value Model

สร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของจากภาคีหุ้นส่วน และสร้างเพื่อนไทยที่มีเอส

ไปสู่ยุทธศาสตร์ที่แตกต่างและยั่งยืน

5. นโยบายความสัมพันธ์

ร่วมมือกับบุคคล หน่วยงาน ทั้งภาครัฐ เอกชน ภาคประชาสังคม และชุมชน บนพื้นฐานประโยชน์สาธารณะและการดำเนินการที่เป็นอิสระของสื่อสาธารณะ

- มีกลไกรองรับงานสื่อสารและภาคีสัมพันธ์
- มีกระบวนการสร้างสรรค์เนื้อหา ร่วมกับภาคีเครือข่าย ผ่าน Co-Creation & Shared-Value Model
- มี application C-site และนวัตกรรมแบบ UGC สร้างสรรค์เนื้อหา ร่วมกับภาคพลเมือง และสร้างนักสื่อสารรุ่นใหม่

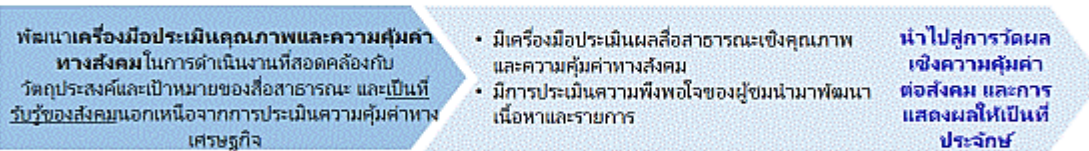
เกิดกลไกในการทำงานร่วมกัน เพื่อสร้างสรรค์เนื้อหาที่แตกต่าง

แผนภาพที่ 2 แสดงแนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การปฏิบัติในการสร้างความ “แตกต่าง” และ “ยั่งยืน”

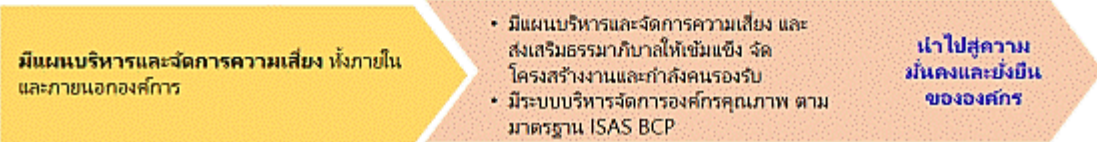
2. นโยบายโครงสร้าง



7. นโยบายการประเมินผล



8. นโยบายการจัดการความเสี่ยง



แผนภาพที่ 3 แสดงแนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การปฏิบัติในการสร้างความ “ยั่งยืน” ขององค์กร

แนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์องค์กร



แผนภาพที่ 4 แสดงแนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. สู่การกำหนดยุทธศาสตร์องค์กรปี 2561 - 2564

2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน

เป็นการประมวลสถานการณ์สำคัญๆ ในปัจจุบันและคาดการณ์ในระยะสี่ปี (พ.ศ. 2561-2564) ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานในฐานะสื่อสาธารณะของ ส.ส.ท. ดังนี้

สถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งประชาชนต้องเตรียมตัวให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง นับตั้งแต่ความก้าวหน้าด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในระดับโลกที่เป็นไปอย่างก้าวกระโดด การเกิดสาขาอุตสาหกรรมและบริการใหม่ๆ และนวัตกรรมทางการเงินที่ส่งผลให้มีตลาดเกิดใหม่ที่มีบทบาทสูงขึ้น การก่อการร้าย อาชญากรรมข้ามชาติ และอาชญากรรมทางไซเบอร์จะทวีความรุนแรง และมีวิธีการที่ซับซ้อนมากขึ้น การเข้าสู่สังคมสูงวัยของโลกที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจและรูปแบบการดำเนินชีวิต และอาจก่อให้เกิดการแย่งชิงประชากรวัยแรงงาน การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยธรรมชาติมีความผันผวนและรุนแรงมากขึ้น ส่งผลต่อภาคเกษตรและความมั่นคงด้านอาหารและน้ำ

สถานการณ์ในประเทศไทย โครงสร้างเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนผ่านจากภาคเกษตรไปสู่ภาคอุตสาหกรรมและบริการมากขึ้น ทิศทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในช่วงครึ่งหลังของปี 2561 ชะลอตัวลงเนื่องจากปัจจัยด้านการส่งออกและการท่องเที่ยวที่ลดลง¹ ขณะเดียวกันปัญหานี้ครีวเรือนก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (ไตรมาส 1/2561 มีมูลค่า 12.17 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2560 ที่ร้อยละ 5.2) การเฝ้าระวังเรื่องความเสี่ยงจากสถานการณ์อุทกภัยที่ส่งผลกระทบต่อรายได้เกษตรกร และปัญหาการว่างงานของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีประมาณ 3.2 แสนคน ที่จะเข้าสู่ตลาดแรงงานในไตรมาส 3 ปี 2561 อาจส่งผลให้มีผู้ที่ยังหางานทำไม่ได้มีจำนวนเพิ่มขึ้น

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรสู่สังคมสูงวัย (สัดส่วนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 13.2 ในปี 2558 เป็นร้อยละ 32.1 ในปี 2583) มีผลกระทบให้เกิดการขาดแคลนแรงงานในอนาคต ประชากรวัยแรงงานในอนาคตจึงจำเป็นต้องมีประสิทธิภาพสูง เพื่อให้การขับเคลื่อนพัฒนาประเทศเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีทำให้มนุษย์ที่จะประสบความสำเร็จได้ต้องมีคุณสมบัติที่เรียกว่า “ทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21” จึงต้องเร่งพัฒนาทักษะสำคัญนี้ให้กับเด็กรุ่นใหม่ตั้งแต่ปฐมวัย เพื่อให้เป็นแรงงานที่มีประสิทธิภาพ

สำหรับสถานการณ์เด็กปฐมวัยพบว่าภาวะทุพโภชนาการในเด็กต่ำกว่า 5 ปี มีแนวโน้มดีขึ้น และจากการสำรวจสถานการณ์เด็กในประเทศไทยรอบที่ 5 (The Multiple Indicator Cluster Survey-MICS5) ด้านพัฒนาการเด็กวัย 36-59 เดือน พบว่าส่วนใหญ่มีพัฒนาการที่สมวัย แต่มีคะแนนด้านการอ่านออกและรู้จักตัวเลขต่ำกว่าด้านอื่นๆ สอดคล้องกับข้อมูลการคัดกรองพัฒนาการเด็ก 4 ช่วงวัยในกลุ่มอายุ 9, 18, 30 และ 42 เดือน ในช่วงมกราคม-กุมภาพันธ์ 2560 พบเด็กที่มีพัฒนาการสงสัยล่าช้าที่ร้อยละ 23 โดยมีปัญหาด้านการเข้าใจภาษามากที่สุด ซึ่งจะส่งผลต่อการเรียนทั้งการอ่านเขียนและคิดคำนวณในอนาคต ขณะที่ผลการสำรวจด้านสติปัญญา (IQ) และความฉลาดทางอารมณ์ (EQ) ของกรมสุขภาพจิต บ่งชี้ว่าในปี 2559 เด็กชั้นประถมปีที่ 1 มีระดับ IQ เฉลี่ย 98.2 ซึ่งสูงเกินกว่าค่าเฉลี่ยในปี 2554 แต่ยังคงต่ำกว่ามาตรฐานสากล (IQ=100)² ขณะที่ผลสำรวจความฉลาดด้านอารมณ์ (EQ) ของเด็กไทยพบว่าร้อยละ 77.1 ของเด็กไทยมีความฉลาดทางอารมณ์อยู่ในเกณฑ์ปกติขึ้นไป (เป้าหมายร้อยละ 70)

ในด้านการเมือง การประกาศใช้รัฐธรรมนูญ 2560 เป็นรัฐธรรมนูญ ฉบับที่ 20 เมื่อวันที่ 6 เมษายน 2560 นับเป็นหลักหมุดสำคัญที่เป็นการเริ่มต้น “โรดแมป” อย่างเป็นทางการ และได้มีการประกาศพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญ (พ.ร.บ.) ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้ง และการเข้าสู่อำนาจของผู้ดำรงตำแหน่ง

¹ ศูนย์วิจัยกสิกร

² รายงานภาวะสังคมไทยไตรมาส 2 ปี 2561, สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ทางการเมือง ครบทั้ง 10 ฉบับแล้ว ซึ่ง พ.ร.บ. ว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) ที่เป็นหนึ่งในสองฉบับสุดท้ายได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2561 และกำหนดให้มีผลบังคับใช้ใน 90 วันนับแต่วันประกาศ ซึ่งจะเป็นการปลดล็อกการทำกิจกรรมทางการเมืองของพรรคการเมืองต่างๆ หลังวันที่ 12 ธันวาคม 2561 ก่อนที่จะมีการเลือกตั้งในเดือนกุมภาพันธ์ 2562 โดยการเลือกตั้งครั้งนี้ นับเป็นครั้งแรกที่ประเทศไทยนำระบบเลือกตั้งแบบ “จัดสรรปันส่วนผสม” มาใช้ โดยให้ประชาชนเลือก ส.ส. แบบแบ่งเขต 350 เขต และนำคะแนนผู้สมัคร ส.ส. ทั้งประเทศของพรรคนั้น ๆ ไปคำนวณสัดส่วนจำนวน ส.ส. แบบบัญชีรายชื่อรวม 150 คน นอกจากนี้ยังกำหนดให้พรรคการเมืองแจ้งรายชื่อบุคคลที่จะเสนอตัวเป็นนายกรัฐมนตรีพรรคละไม่เกิน 3 รายชื่อแล้วประกาศให้ประชาชนรับทราบเป็นการทั่วไป³ ซึ่งครั้งนี้จะมีจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งเป็นครั้งแรก (First Time Voters) สูงถึงประมาณ 450,000 คน⁴

ในด้านนโยบายรัฐ ได้วางแนวทาง การปฏิรูปประเทศ ไว้ 11+2 ด้าน กับ 6 ยุทธศาสตร์ ที่มีความสอดคล้องและดำเนินการภายใต้ร่างยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561 – 2580 ที่เป็นกลไกนำประเทศไปสู่เป้าหมาย ดังนี้ (1) เป้าหมายใน 5 ปีแรก เน้นแก้ไขสิ่งที่เปราะบางของประเทศ และใช้จุดแข็งของประเทศให้เกิดประโยชน์ในการใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ (2) เป้าหมายระยะ 10 ปี ในการมีระบบเศรษฐกิจที่ดี มีการสนับสนุนและนำเทคโนโลยีมาผสมผสานกับสินค้ากลุ่มเกษตรและสาธารณสุข มีการสร้างบุคลากรทางการวิจัยเพื่อรองรับเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จะเข้ามา มีบทบาทในอนาคต (3) เป้าหมายระยะ 15 ปี คือ ประชากรในประเทศต้องเป็นประชากรที่มีคุณภาพ บุคลากรทุกช่วงวัยมีศักยภาพสูง สังคมไทยเป็นสังคมที่เท่าเทียม ลดความเหลื่อมล้ำ มีการจัดสรรทรัพยากรและกระจายบริการจากภาครัฐอย่างทั่วถึง เพื่อนำไปสู่ (4) เป้าหมายในระยะ 20 ปี คือ ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีรายได้สูง เศรษฐกิจและสังคมพัฒนาอย่างมั่นคงและยั่งยืน เศรษฐกิจการค้าเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ มีการแข่งขันกันพัฒนานวัตกรรมในทุกภาคธุรกิจ คนไทยมีศักยภาพในการร่วมกันพัฒนาประเทศ มีความสามารถในการเรียนรู้ตลอดชีวิต สังคมไทยมีความเท่าเทียม คนจนน้อยลง ประชาชนทุกวัยมีคุณภาพชีวิตที่ดี ประเทศไทยมีระบบเศรษฐกิจสีเขียว ประชาชนมีการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม⁵

ความเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกผันของเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร มีส่วนกำหนดพฤติกรรมการสื่อสารของประชาชนในสังคมที่บุคคลทั่วไปมิได้เป็นผู้รับสารเพียงอย่างเดียวอีกต่อไป แต่มีส่วนเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้วย ในขณะที่สื่อหลักและสื่ออาชีพก็เกิดขึ้นจำนวนมากและอยู่ในภาวะที่ต้องแข่งขันแย่งชิงผู้ชมผู้รับข้อมูลข่าวสาร เพื่อประโยชน์ในด้านรายได้จึงมักให้ความสำคัญกับการผลิตข้อมูลข่าวสารที่ถูกใจผู้รับข่าวสารมากกว่าการเน้นความถูกต้องหรือสารประโยชน์อย่างจริงจัง พร้อม ๆ กับการเลื่อนไหลของกระแสวัฒนธรรมโลกที่ผสมผสานกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต และเกิดการสร้างวัฒนธรรมร่วมสมัย แต่อาจก่อให้เกิดวิกฤตทางวัฒนธรรมเนื่องจากขาดการคัดกรองและเลือกรับวัฒนธรรมที่ดี และการท่วมล้นของข้อมูลข่าวสารที่ผู้รับสารยากที่จะคัดกรองและเลือกใช้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีคุณภาพ

ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในมิติต่างๆ ส่งผลกระทบถึงประชาชนทุกระดับ ซึ่งประชาชนต้องเตรียมตัวให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นโดยสื่อสาธารณะต้องมีบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่สร้างการเรียนรู้ให้ประชาชนก้าวทันการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวให้สามารถอยู่ร่วมกับการเปลี่ยนแปลงได้พร้อมกับการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

สถานการณ์ที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การแข่งขันและภาวะความอยู่รอดของอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลที่อยู่ในภาวะวิกฤต โดยผลประกอบการของช่องทีวีดิจิทัลในไตรมาส 2 ปี 2561 รายได้ของกลุ่มธุรกิจยังคงลดลง

³ www.bbc.com/thai/thailand-45493498

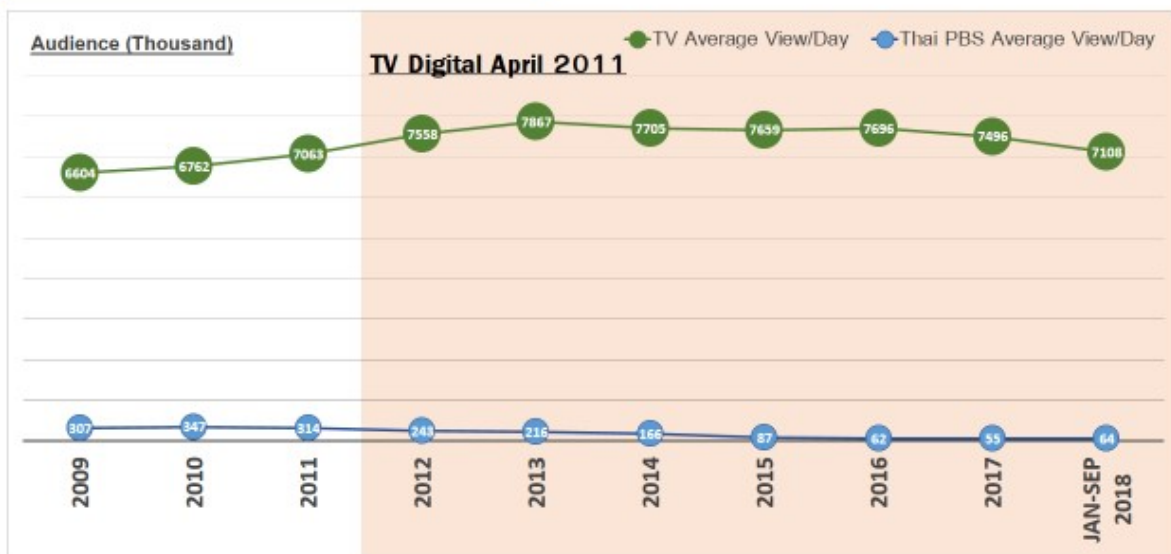
⁴ สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ (สทศ.)

⁵ PMDU, <https://pmdu.soc.go.th/national-strategy-20-years-goals/3271>

และมีผลประกอบการขาดทุนต่อเนื่อง มีเพียง 4 รายเท่านั้นที่ยังมีกำไร เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และพฤติกรรมคนดูที่เปลี่ยนไปรับสื่อออนไลน์มากขึ้น⁶ โดยในไตรมาส 3 ปี 2561 พบว่า คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตในวันทำงาน เฉลี่ยประมาณ 10 ชั่วโมงต่อวัน และ 11 ชั่วโมงต่อวันในวันหยุด หรือเทียบเท่ากับ 1 ใน 3 ของชีวิตประจำวัน ซึ่งมากขึ้นประมาณ 3 ชั่วโมงกว่าๆ เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2560 นอกจากนี้ คนไทยใช้เวลาไปกับ Social Media มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งต่อวัน ประมาณ 5 ชั่วโมง 30 นาที รองลงมาคือดูหนัง/ทีวี/ฟังเพลง (streaming ต่างๆ) ประมาณ 2 ชั่วโมง 35 นาที โดย Social Platform ที่ยังคงครองอันดับหนึ่งของโลกและประเทศไทย คือ Facebook และกรุงเทพฯยังเป็นเมืองที่มีประชากร Facebook มากที่สุดในโลก ในขณะที่ Instagram กำลังเป็น Social Platform ที่ทั่วโลกเริ่มหันมาใช้มากขึ้นเช่นเดียวกับ Twitter ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบจำนวนผู้ใช้หรือ Potential Reach ระหว่าง Facebook กับ Instagram และ Twitter พบว่า Facebook มี Potential Reach ในประเทศไทยอยู่ที่ 50 ล้านคน ส่วน Instagram อยู่ที่ 14 ล้านคน และ Twitter ประมาณ 12 ล้านคน⁷

จากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงข้างต้น ส่งผลให้ในปี 2561 ภาพรวมของจำนวนผู้ชมทีวีดิจิทัลเฉลี่ยต่อหน้าที่อยู่ที่ประมาณ 7.108 ล้านคน ลดลง 0.388 ล้านคน (ลดลงร้อยละ 5.18) จากปี 2561 (ที่มีผู้ชมเฉลี่ยต่อหน้าที่จำนวน 7.496 ล้านคน) ในขณะที่ไทยพีบีเอสยังสามารถรักษาฐานผู้ชมบนหน้าจอโทรทัศน์ได้ดีที่ 64,000 คน/นาที เพิ่มขึ้น 9,000 คน (ร้อยละ 16.36) จากปี 2560 ที่จำนวน 55,000 คน/นาที (ข้อมูล ณ กันยายน 2561)

TV & Thai PBS



แผนภาพที่ 5 แสดงจำนวนผู้ชมทีวีดิจิทัลเฉลี่ยต่อนาที

การทบทวน พ.ร.บ.องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 เมื่อครบ 10 ปี ตามมาตรา 51 นั้นได้จัดให้มีคณะกรรมการทบทวน พ.ร.บ. ส.ส.ท. ประกอบด้วย คณะกรรมการนโยบาย คณะกรรมการบริหาร สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ และ ผู้บริหาร ส.ส.ท.ทุกระดับโดยได้

⁶ <https://money2know.com/ธุรกิจสื่อ>

⁷ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA)

มอบหมายให้ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ทำการศึกษาวิจัย เปรียบเทียบการดำเนินงานของสื่อสาธารณะในประเทศต่างๆ เพื่อพิจารณาถึงความจำเป็นและประเด็นสำคัญตาม พ.ร.บ. ส.ส.ท. พ.ศ. 2551 ที่จะต้องปรับปรุงแก้ไข พร้อมทั้งจัดเวทีรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ของ ส.ส.ท. ทั้งในภูมิภาค และ ส่วนกลางรวมทั้งพนักงาน ส.ส.ท. ด้วย ซึ่งได้สรุปผลนำเสนอคณะกรรมการนโยบายเพื่อเตรียมรายงานให้นายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง (ในฐานะรักษาการตามพ.ร.บ.) ต่อไป ขณะเดียวกันจะนำข้อมูลจากการทบทวนมาพิจารณาเพื่อออกแบบองค์การในอนาคตให้สอดคล้องกับภูมิทัศน์สื่อ รวมถึงหนุนเสริมการดำเนินงานขององค์การและให้สามารถทำหน้าที่ของสื่อสาธารณะได้อย่างเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการวิชาการวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและการสื่อสาร และสมาชิก สภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) ต่อการรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี 2560 ของ ส.ส.ท. เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2561 โดยภาพรวมผู้อภิปรายชมเชย ส.ส.ท. ที่สามารถทำบทบาทหน้าที่ความเป็นสื่อสาธารณะได้เป็นอย่างดี อาทิ การนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลาย การทำหน้าที่สื่อสารเหตุการณ์ในภาวะวิกฤตได้ครบถ้วน รอบด้าน เคารพต่อประเด็นที่ละเอียดอ่อน การยึดมั่นเรื่องจริยธรรมและจรรยาบรรณในวิชาชีพสื่อสารมวลชน การเปิดพื้นที่สำหรับเด็กและเยาวชน และมีพัฒนาการการดำเนินงานตามเจตนารมณ์การก่อตั้ง ส.ส.ท. การเพิ่มการเข้าถึงของกลุ่มคนรุ่นใหม่และการควบคุมคุณภาพข้อมูลข่าวสารกรณีการมีส่วนร่วมจากภาคพลเมืองผ่าน แอปพลิเคชัน C-Site นอกจากนี้ มีการตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับการวางแผนงบประมาณรายจ่ายของ และการทบทวนพระราชบัญญัติ พ.ร.บ. ส.ส.ท. ในส่วนที่เกี่ยวกับการรับผิดชอบของฝ่ายนโยบายและฝ่ายบริหาร เป็นต้น

3. วิเคราะห์ผลประเมิน และการบริหารจัดการงบประมาณ ปี 2560 ของ ส.ส.ท.

^๖จากรายงานของผู้ประเมินผลการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ประจำปี 2560 ตามมาตรา 50 แห่งพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย มีประเด็นที่ต้องคำนึงถึง ดังนี้

ไทยพีบีเอสกับคุณค่าของสื่อสาธารณะ ใน 6 มิติที่สำคัญ ดังนี้

- **คุณค่าของสื่อสาธารณะ : ด้านความทั่วถึง** ในปี 2560 ไทยพีบีเอสได้ดำเนินงานขยายโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล โดยมีสถานีทั่วประเทศ 168 สถานี ครอบคลุมครัวเรือนถึงร้อยละ 95 ของครัวเรือน การออกอากาศในระบบดิจิทัล สามารถให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ ด้วย Service Level Agreement ที่ 99.98% ตามเงื่อนไขใบอนุญาตที่ กสทช. กำหนด ในแง่การรับชม ไทยพีบีเอส มีการจัดทำการบรรยายด้วยตัวอักษร และการบรรยายด้วยเสียงแทนภาพ สำหรับผู้ที่มีข้อจำกัดในการรับชมในด้านการได้ยินหรือการมองเห็น มากกว่าเกณฑ์ที่ กสทช. กำหนด
- **คุณค่าของสื่อสาธารณะ : ด้านคุณภาพของเนื้อหาสาระ** ไทยพีบีเอสได้รับรางวัลหลายรางวัลที่แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของเนื้อหา โดยรางวัลที่ได้รับจะอยู่ในประเด็นทางศิลปวัฒนธรรม สิทธิมนุษยชน ประชากรกลุ่มเฉพาะ เช่น เด็ก และผู้สูงอายุที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายหลักของสื่อปัจจุบัน ดังนั้นเนื้อหาของไทยพีบีเอสผลิตจึงช่วยเติมเต็มช่องว่างในการสื่อสารสาธารณะได้ อย่างไรก็ดี หากจะเพิ่มจำนวนการรับชมให้มากขึ้น และเป็นประโยชน์ต่อผู้ชมหลากหลายกลุ่มมากขึ้น เช่น เกษตรกรทั่วไป เยาวชนรุ่นใหม่ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ด้วยเช่นกัน

^๖ ที่มา : ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- **คุณค่าของสื่อสาธารณะ : ด้านการเพิ่มช่องทางสื่อในสังคมสมัยใหม่** ไทยพีบีเอสสามารถเพิ่มยอดการรับชมในสื่อสังคมออนไลน์ได้ ในอัตราเดียวกับสื่อสังคมสมัยใหม่ชั้นนำโดยทั่วไป นอกเหนือจากการเพิ่มความสำคัญของการสื่อสารทางสังคมออนไลน์แล้ว ความสำเร็จในการบูรณาการช่องทางการสื่อสาร ทั้ง on-air on-line และ on-ground ตามเนื้อหาหรือประเด็นที่จะนำเสนอจนเป็นชุดรายการที่มียอดการรับชมสูงสุด ทั้งใน on-air และ on-line เช่น โครงการแสงจากพ่อ ซึ่งผู้เข้าร่วมมีความพึงพอใจในกิจกรรม เพราะเป็นกิจกรรมที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้เข้าร่วมงานดังกล่าวเป็นอย่างมาก
- **คุณค่าของสื่อสาธารณะ : ด้านการสร้างความเข้าใจและความเปลี่ยนแปลงร่วมกัน** ในปี พ.ศ. 2560 ไทยพีบีเอสมีการกำหนดเป้าหมายที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น แต่ความสำเร็จของการทำหน้าที่ดังกล่าวยังคงจำกัดอยู่เฉพาะในบางเรื่องบางประเด็น และยังไม่มีกระแสการสังเคราะห์ประสบการณ์/การจัดการความรู้จากงานดังกล่าวอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้การขับเคลื่อนบางประเด็นที่ไทยพีบีเอสให้ความสำคัญเช่น การปฏิรูปการศึกษา ยังไม่สามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงได้อย่างที่มุ่งหวังไว้ ฉะนั้น การจัดการความรู้ในกระบวนการทำหน้าที่สื่อเพื่อเปลี่ยนแปลง จึงเป็นความท้าทายของไทยพีบีเอส ที่สามารถยกระดับการทำงานได้ในอนาคต
- **คุณค่าของสื่อสาธารณะ: ด้านความเป็นอิสระ ความเป็นกลาง และจรรยาบรรณสื่อ** ไทยพีบีเอสให้ความสำคัญกับการรักษาความเป็นอิสระ ความเป็นกลาง และจรรยาบรรณของสื่อสาธารณะ โดยมีกลไกการควบคุมทั้งในระดับของฝ่ายผลิตรายการ ฝ่ายบริหาร ฝ่ายวิชาการ สภาผู้ชมและผู้ฟัง คณะอนุกรรมการรับเรื่องร้องเรียนจากประชาชน และคณะกรรมการนโยบาย ทำให้ ผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้ชมต่อการรับรู้คุณค่าของสื่อสาธารณะ: ด้านความเป็นอิสระ ความเป็นกลาง และจรรยาบรรณสื่อ ในปี 2560 อยู่ในระดับดีมาก (กรุงเทพโพลล์)
- **คุณค่าของสื่อสาธารณะ : ด้านการพัฒนาศักยภาพด้านการสื่อสารของประชาชน** คุณค่าของสื่อสาธารณะที่สำคัญอีกประการหนึ่งของไทยพีบีเอสคือ การพัฒนาศักยภาพในการสื่อสารของประชาชน เพราะการพัฒนาภูมิทัศน์ของการสื่อสารจะเกิดการเปลี่ยนแปลงได้อย่างยั่งยืน จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการพัฒนาศักยภาพของประชาชนที่เป็นผู้ผลิตสื่อที่มีคุณภาพได้ด้วยตนเองมากขึ้น

ไทยพีบีเอสกับพัฒนาการของกลุ่มคนในแต่ละช่วงวัย

การเลือกกลุ่มวัยเป็นแนวทางเบื้องต้นในการประเมิน เพราะกลุ่มวัยมีส่วนสำคัญมากในการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตและพัฒนาการในแต่ละช่วงวัย รวมถึงการกำหนดนโยบายสาธารณะด้วย

- **วัยเด็ก**
 - สถานีโทรทัศน์ที่มีเวลาแพร่ภาพรายการของเด็กมากกว่า 1 ชั่วโมง 18 นาทีต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 6.18 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด และในช่วงเวลาที่สอดคล้องเหมาะสมสำหรับเด็ก
 - การผลิตเนื้อหาที่หลากหลายสำหรับเด็กทั้งรายการทางวิทยาศาสตร์ (รายการนักวิทยาศาสตร์น้อย) ศิลปะ (รายการสอนศิลป์) การสร้างเสริมประสบการณ์และทักษะชีวิต (รายการละครสำหรับเด็ก รายการหม้อข้าวหม้อแกง)
- **วัยรุ่น** ไทยพีบีเอสพยายามผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีความเฉพาะกับกลุ่มวัฒนธรรมเฉพาะเช่น ศิลปะ (เช่น นักผจญเพลิง) การเดินทางท่องเที่ยว (เช่น หนึ่งพาไป) รวมถึงการเชื่อมโยงกับกิจกรรมแบบ on-ground เช่น การแข่งขันกีฬาสำหรับเยาวชน (วอลเลย์บอลหญิง ตระกร้อ ฯลฯ) ซึ่งมีการถ่ายทอดสดทาง

โทรทัศน์ งานประกวดหนังสือ ศิลป์ การจัด campus tour ของนักผจญเพลิง และการใช้สื่อดิจิทัล หรือสื่อสมัยใหม่ จนเกิดเป็นเครือข่ายของกลุ่มความสนใจเฉพาะของตนขึ้นมา ในปี พ.ศ. 2560 การบูรณาการสื่อทั้ง On-air, On-line และ On-ground เริ่มเห็นผลในการใช้สื่อสาธารณะในการเชื่อมความสนใจของวัยรุ่น

แม้ว่า การผลิตเนื้อหารายการที่มีลักษณะเป็นวัฒนธรรมกลุ่มเฉพาะนั้น จะช่วยสร้างความผูกพันของกลุ่มผู้รับชมเป้าหมายได้ แต่โดยธรรมชาติวัยรุ่นย่อมมีความสนใจที่หลากหลาย จนไทยพีบีเอสไม่อาจตอบสนองได้ทุกกลุ่ม การผลิตเนื้อหาของไทยพีบีเอส เพื่อตอบโจทย์ความสนใจของวัยรุ่นยังอยู่ในระดับที่จำกัด

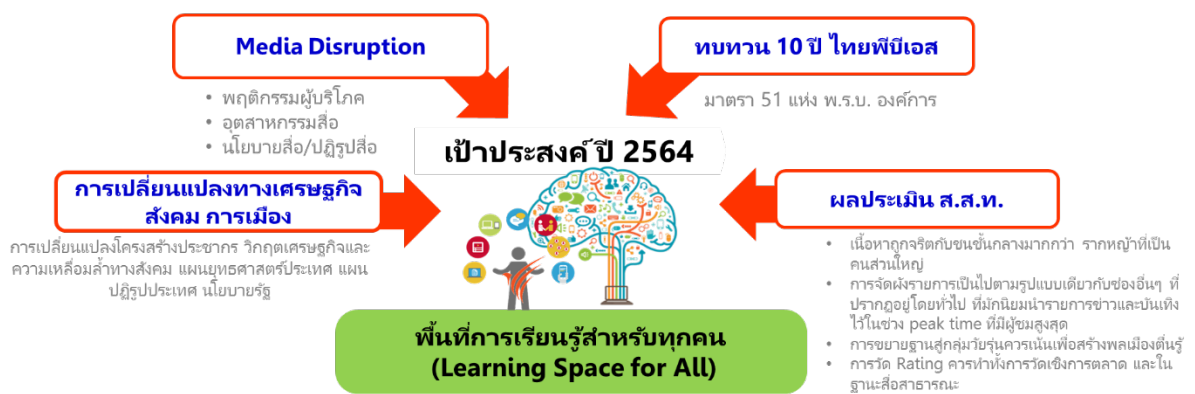
- **วัยทำงาน** ในภาพรวม ไทยพีบีเอส ประสบความสำเร็จอย่างยิ่ง ทั้งในเชิงปริมาณที่พิจารณาจากยอดผู้ชมกลุ่มเฉพาะทางหน้าจอและทางสื่อใหม่ และในเชิงคุณภาพ ในรายการ/สื่อสารที่เกี่ยวข้องกับประเด็นอาหารและวัฒนธรรม การเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม ข่าวสารภูมิภาค โดยเฉพาะในแง่มุมมองของภาคประชาชน สิทธิและความเป็นธรรมทางสังคม รายการข่าวเชิงวิเคราะห์ สำหรับกลุ่มผู้ชมที่มีความผูกพันกับไทยพีบีเอสค่อนข้างสูง ไทยพีบีเอสควรพยายามพัฒนากิจกรรมหรือช่องทางแบบ on-ground และ on-line ที่จะต่อเชื่อม/ขยายผลของผู้รับสื่อกลุ่มนี้ ให้นำไปสู่การประยุกต์ในการเปลี่ยนแปลงตนเองและสังคมมากขึ้น ดังเช่น ที่เคยทำสำเร็จในช่วงมหกรรมแสงจากพ่อ
- **ผู้สูงวัย** การพัฒนารายการสำหรับผู้สูงวัยจึงเป็นกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์ทั้งในแง่ของการสร้างกลุ่มเป้าหมายประจำของสื่อ ดังจะเห็นได้จากสัดส่วนผู้ชมในกลุ่มนี้สูงกว่าอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในภาพรวม (ไทยพีบีเอสมีสัดส่วนผู้ชมกลุ่มนี้ ร้อยละ 56 ในขณะที่สถานีโทรทัศน์ในภาพรวม มีสัดส่วนของผู้ชมกลุ่มนี้ ร้อยละ 42) และในแง่คุณภาพ รายการสำหรับผู้สูงอายุเช่น GenO(ld) รายการลุยไม่รู้โรย สูงวัยดีดี และข่าวออนไลน์ เรื่อง นวัตกรรมสำหรับผู้สูงอายุ ก็ได้รับรางวัลที่สะท้อนถึงคุณภาพของรายการ เช่นกัน

ไทยพีบีเอสกับประเด็นวาระสำคัญของสังคมไทย 6 ประเด็นดังนี้

- **การน้อมนำศาสตร์พระราชา** ปี พ.ศ. 2560 ซึ่งเป็นปีที่ปวงชนชาวไทยร่วมใจกันน้อมรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณและพระอัจฉริยภาพของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ไทยพีบีเอสจึงได้ออกแบบและนำเสนอชุดรายการ/กิจกรรมแสงจากพ่อ โดยมีรายการและกิจกรรมที่หลากหลายและต่อเนื่องเชื่อมโยงกันตลอดทั้งปี โดยมุ่งเน้นที่บุคคลผู้น้อมนำศาสตร์ของพระราชาไปใช้ในการดำเนินชีวิต
- **เศรษฐกิจดิจิทัล** เศรษฐกิจดิจิทัลถือเป็นนโยบายหลักของชาติในปัจจุบันและในอนาคต ไทยพีบีเอส ได้มีส่วนร่วมในการเศรษฐกิจดิจิทัล ทั้งในส่วนของ
 - (ก) การพัฒนาโครงข่ายระบบการแพร่ภาพกระจายเสียงโทรทัศน์แบบดิจิทัล ซึ่งเป็นการให้บริการโครงสร้างพื้นฐานของระบบแพร่ภาพดิจิทัล
 - (ข) การพัฒนารูปแบบ เนื้อหา ช่องทาง และเนื้อหาของสื่อดิจิทัล โดยการปรับรูปแบบการนำเสนอจาก on-air มาเป็นรูปแบบที่นำผ่านสื่อสมัยใหม่ หรือ on-line ด้วย
 - (ค) การพัฒนาผู้ผลิตสื่อดิจิทัลรุ่นใหม่ ทั้งการให้ความสำคัญกับผู้ผลิตรายการหรือผู้ผลิตสื่อดิจิทัลรุ่นใหม่ ในการผลิตรายการ (จำนวนรวม 40 รายการในปี 2560) และนำไปประกวดในเวทีต่างๆ และการยกระดับภาคประชาชนทั่วไปที่มีความสนใจ ให้สามารถผลิตสื่อดิจิทัลได้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น

- **เศรษฐกิจสร้างสรรค์** ในปี พ.ศ. 2560 รายการสารคดีเชิงภูมิปัญญาและวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็น รายการ ภัตตาคารบ้านทุ่ง รายการแสงจากฟอ รายการ Food work รายการไทยบันเทิง รายการองศาเหนือ รายการดูให้รู้ และการจัดเทศกาลข้าวไทยยังสามารถช่วยให้กับผู้ประกอบการรุ่นใหม่จำนวนมาก ได้นำแนวคิด/แนวทาง/ประสบการณ์ที่ได้ถ่ายทอดผ่านในรายการ ไปช่วยต่อยอดความคิด และแรงบันดาลใจ ในการประกอบกิจการของตนเอง
- **ความพร้อมสู่สังคมสูงวัย** การเตรียมความพร้อมสำหรับสังคมผู้สูงวัย เริ่มต้นจากแนวคิดที่จะเปลี่ยน มุมมองจากมองว่า ผู้สูงวัยเป็น “ภาระ” ให้เป็นมุมมองว่า ผู้สูงวัยเป็นผู้ที่มีศักยภาพมาก (active aging) โดยมีรายการลุยไม่รู้โรย และรายการหัวใจไม่มีวันชรา ทำหน้าที่สื่อสารและสร้างความเข้าใจในมุมมองนี้ ผ่านประสบการณ์ของผู้สูงวัยที่มีศักยภาพหลากหลายรูปแบบจำนวนมาก
- **การสร้างสังคมสมานฉันท์** การสร้างสังคมสมานฉันท์เป็นรากฐานสำคัญสำหรับการฟื้นฟูประชาธิปไตย ในสังคมไทย เพราะความสมานฉันท์จะเอื้อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเหตุผล/มุมมอง/ความคาดหวัง ที่แตกต่างกันของคนในสังคมได้อย่างลึกซึ้งขึ้น จนนำไปสู่การตัดสินใจร่วมกันของสาธารณะที่รอบคอบ เป็นธรรม และเกิดความขัดแย้งให้น้อยที่สุด
- **ประชาคมอาเซียน** ไทยพีบีเอสยังคงให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่องและจริงจัง ผ่านการสร้างสรรคสารคดีที่ ช่วยสร้างความเข้าใจเชิงลึกระหว่างผู้คนในอาเซียน เช่น สารคดีชุด โยเดียที่คิด (ไม่) ถึง ซึ่งช่วยให้ความรู้/ความเข้าใจใหม่ระหว่างผู้คนใน 2 ประเทศ เช่นเดียวกับศิลปวัฒนธรรมอื่นๆ ของไทยพีบีเอส ซึ่งพยายามทำให้เห็นและเรียนรู้ถึงการถักทอในเชิงวัฒนธรรมระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในประเทศไทย และเป็นองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญของการเป็นประชาชาติอาเซียน

บริบทแวดล้อมที่นำเข้าสู่แผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. พ.ศ. 2561-2564



แผนภาพที่ 6 แสดงบริบทแวดล้อมที่นำเข้าสู่แผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. พ.ศ. 2561-2564

การเป็น Learning Space for All ของ ส.ส.ท.

เน้นความสำคัญของบทบาทการเป็นสื่อสาธารณะ ที่มุ่งสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคม ด้วยการสื่อสารข้อมูล ข่าวสารที่ก่อให้เกิดความรู้และแปลงไปสู่ภูมิปัญญา ให้ประชาชนในสังคมได้ตระหนัก และมีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลง โดย ส.ส.ท. มีบทบาทเป็นผู้สื่อสารเพื่อสร้างการเรียนรู้ จุดประกายสร้างแรงบันดาลใจ และสนับสนุนทิศทางการขับเคลื่อน

WHY : LEARNING SPACE FOR ALL

สื่อสาธารณะ คือความหวังของการทำงานคุณภาพ สร้างสรรค์สังคมที่ดี ด้วยกระบวนการเรียนรู้ที่ดี โดยไม่ถูกบีบรัดจากระบบการอยู่รอดทางเศรษฐกิจ และครอบงำจากรัฐ



แผนภาพที่ 7 แสดงเหตุผลในการเป็น “Learning Space for All” ของ ส.ส.ท.

Long-term Purpose : The Definition of LEARNING SPACE FOR ALL

| Learning Space | for ALL |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Thai PBS เป็นมากกว่าสื่อ แต่เป็นสถาบันที่เป็นที่พึ่งของสังคมในการเสริมสร้างความรู้ ความคิด ความเข้าใจ สร้างพลเมืองที่ดีของสังคม และวิถีชีวิตแบบ Life long learning ที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนของสังคม Sustainability • Thai PBS ไม่ใช่การเรียนทางไกล แต่การเรียนรู้ที่ดีที่สุด คือการเรียนรู้โดยไม่รู้ตัว ไม่ถูกบังคับให้เรียน ไม่รู้สึกว่าการ่าสั่งถูกสอน ภายใต้หลักการ <i>Tell me and I forget, Teach me and I remember, Involve me and I learn. Ben Franklin</i> • คำว่า Space หมายถึงพื้นที่ ซึ่งสามารถก้าวข้ามข้อจำกัดว่า เป็นสื่อหรือไม่ สื่อแบบไหน บน Platformใด ณ ปัจจุบัน การสร้างการเรียนรู้มีทั้ง On Air Onlineและ On Ground ในอนาคตอาจมีนวัตกรรมรูปแบบอื่นเกิดขึ้น | <ul style="list-style-type: none"> • Thai PBS มีรากฐานมาจากภาษีประชาชน ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายหลัก คือประชาชนที่เป็น Mass หมายถึงทุกเพศ ทุกวัย • กลุ่มเป้าหมายรองคือ พลเมืองผู้ตื่นรู้ และคนที่ขาดโอกาสในการมีพื้นที่แสดงความคิดเห็น ตัวตน กลุ่มคนที่ขาดการเหลียวแลจากสื่อกระแสหลัก • ในขณะที่ Digital Disruption ทำให้การบริโภคสื่อเปลี่ยนแปลงไปมากมาย ดังนั้น การเข้าถึงทุกกลุ่มจึงอาจใช้ Platform ที่แตกต่างกัน เพื่อให้ตอบใจผู้รับสารแต่ละกลุ่มมากที่สุด จาก Broadcast→ On Air +On Line + On Ground = Total Space |

แผนภาพที่ 8 แสดงนิยาม “Learning Space for All”

วัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ (Vision) และ พันธกิจ (Mission)

วัตถุประสงค์องค์การ ตามมาตรา 7 แห่งพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551

- (1) ดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่จะสนับสนุนการพัฒนาสังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรม บนพื้นฐานของความเป็นไทย โดยผ่านทางบริการข่าวสารเที่ยงตรง รอบด้าน สมดุล และเชื่อถือตรงต่อจรรยาบรรณ
- (2) ผลิตรายการทางด้านข่าวสาร สารประโยชน์ทางการศึกษา และสารบันเทิง ที่มีสัดส่วนอย่างเหมาะสมและมีคุณภาพสูง เน้นความหลากหลายในมิติต่างๆ โดยมุ่งดำเนินการอย่างปราศจากอคติทางการเมืองและผลประโยชน์เชิงพาณิชย์
- (3) ส่งเสริมความรู้ให้แก่ประชาชนให้ก้าวหน้าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกเพื่อประโยชน์ทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่นผ่านทางกรให้บริการข่าวสารและสารประโยชน์อื่น
- (4) ส่งเสริมเสรีภาพในการรับรู้ข่าวสารเพื่อสร้างสังคมประชาธิปไตยที่ประชาชนได้รับอย่างเท่าเทียมกัน
- (5) สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมในการกำหนดทิศทางการให้บริการขององค์การเพื่อประโยชน์สาธารณะ
- (6) สนับสนุนกิจกรรมสาธารณะประโยชน์อื่นๆ

การดำเนินการตาม (2) (3) (4) และ (5) ให้คำนึงถึงการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์ได้อย่างทั่วถึงและเป็นธรรมของประชาชน

อำนาจหน้าที่หลักขององค์การ ตามมาตรา 8 แห่งพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551

- (1) จัดให้มีสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์ หรือเผยแพร่รายการในระบบอื่นหรือเทคโนโลยีทันสมัยอื่น โดยมีเครือข่ายให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศหรือให้มีสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์เพิ่มเติม เป็นเครือข่าย ไม่เก็บค่าสมาชิกและไม่หารายได้จากการโฆษณา เว้นแต่เป็นการสนับสนุนจากผู้สนับสนุนองค์การ
- (2) ให้บริการผลิตสื่อโสตทัศน์ หรือบริการระบบเครือข่ายสารสนเทศอื่นหรือบริการอื่นใดที่เกี่ยวข้องหรือเป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่รายการ
- (3) ให้การสนับสนุนและพัฒนาศักยภาพและการสร้างสรรค์การผลิตรายการของผู้ผลิตรายการอิสระ
- (4) ร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐ องค์กรภาคเอกชน ชุมชน หรือหน่วยงานต่างประเทศ หรือองค์การระหว่างประเทศ หรือสถานีวิทยุหรือสถานีโทรทัศน์ขององค์การสื่อสารสาธารณะของต่างประเทศ ในการผลิตรายการอันเป็นการส่งเสริมความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะหรือสร้างความร่วมมือทางวัฒนธรรมระหว่างกัน
- (5) กระทำการอื่นบรรดาที่เกี่ยวกับหรือต่อเนื่องในการจัดการให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์การ

วิสัยทัศน์

“ มุ่งมั่นเป็นสถาบันสื่อสาธารณะ ที่สร้างสรรค์สังคมคุณภาพและคุณธรรม ”

พันธกิจ

“ให้บริการข้อมูลข่าวสาร สารประโยชน์ สารบันเทิงที่มีคุณภาพและมาตรฐาน
ตามข้อบังคับด้านจริยธรรมองค์การ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อทุกแขนง
โดยยึดถือผลประโยชน์สาธารณะและความคุ้มค่าเป็นสำคัญ ”

เป้าประสงค์ ปี 2561 -2564

ส.ส.ท. กำหนดเป้าประสงค์ (Purpose) ขององค์การฯ ภายใต้กรอบวัตถุประสงค์ของ พ.ร.บ. ส.ส.ท. วิสัยทัศน์-พันธกิจ ความสอดคล้องกับนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย และสะท้อนบทบาทของ ส.ส.ท. ภายใต้บริบทและสภาพแวดล้อม ดังนี้

เป้าประสงค์ (Purpose)

ในปี 2564 “พื้นที่เพื่อการเรียนรู้สำหรับทุกคน (Learning Space for All)”

ในปี 2561 “สื่อขับเคลื่อนการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง”

ในปี 2562 “สังคมวางใจให้ไทยพีบีเอสเป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์การเรียนรู้ตลอดชีวิต”

เพื่อให้ไปสู่เป้าประสงค์ขององค์การ ส.ส.ท. ได้กำหนดกรอบทิศทางของยุทธศาสตร์ระยะ 4 ปีขึ้น (พ.ศ. 2561 – 2564) เพื่อให้สามารถวางแผนยุทธศาสตร์ได้อย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดแผนบริหารกิจการระยะ 1 ปี ที่มีแผนปฏิบัติการ โครงการ และแผนงบประมาณ ซึ่งจะมีการทบทวนทุกๆ 1 ปี

ยุทธศาสตร์องค์กร (Corporate Strategy)

“แตกต่างบนความยั่งยืน”

สาระสำคัญของยุทธศาสตร์ มีดังนี้

1. ยุทธศาสตร์สร้างความแตกต่าง

ส.ส.ท. หรือ ไทยพีบีเอส ต้องเป็นสื่อกระแสหลักที่มีความแตกต่างในบทบาทและมีที่ยืนในสื่อไทย สะท้อนหลักการและคุณค่าของสื่อสาธารณะ ไม่ใช่แค่สื่อทางเลือก โดยเสนอเนื้อหาที่เที่ยงตรง เป็นธรรม รอบด้าน ทำให้คนเชื่อถือได้ ไม่เสนออยู่แค่ปรากฏการณ์ แต่ไปถึงเบื้องหลังเบื้องลึกและอยู่บนหลักจรรยาบรรณ ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญยิ่งที่ไทยพีบีเอสจะต้องแสดงจุดยืนที่แตกต่างออกมา ในท่ามกลางสถานการณ์ที่วิถีดิจิทัลแต่ละช่องต้องต่อสู้เพื่อความอยู่รอดจึงมีแนวโน้มที่จะเสนอเนื้อหาที่เอาใจตลาดแบบเร้าอารมณ์มากกว่าการเน้นคุณภาพและสารประโยชน์ และในท่ามกลางข้อมูลข่าวสารมหาศาลที่วิ่งกระจายอยู่ในสื่อใหม่ คนจะยิ่งกระหายข้อมูลที่เขาเชื่อถือได้ ไทยพีบีเอสจึงต้องเร่งสร้างตัวเองให้เป็นสื่อที่ได้รับศรัทธาและความไว้วางใจอันดับต้นๆของสังคมให้ได้ เช่นเดียวกับสื่อสาธารณะของสากลที่กำหนดเรื่องความน่าเชื่อถือไว้เป็นเครื่องแสดง (Marker) ของความแตกต่าง และเป็นจุดแข็งของสื่อสาธารณะ และต้องเน้นลงทุนในรายการที่มีคุณภาพและความคิดสร้างสรรค์หรือนวัตกรรมที่ถูกรองรับด้วยการทดสอบจาก Media Lab หรือการวิจัยคู่ขนานไปกับการเปิดโอกาสให้มีกิจกรรมสร้างสรรค์ต่างๆ ได้เกิดขึ้น บนแพลตฟอร์มใหม่ๆ ที่ออกแบบให้ดึงดูดนักสร้างสรรค์ใหม่ๆ ได้จำนวนมาก

ไทยพีบีเอส จะต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มรายการที่สื่อพาณิชย์อื่นๆอาจละเลย ได้แก่ รายการคุ้มครองผู้บริโภคและประชาชน รายการเด็กที่ต้องครอบคลุมเด็กทุกกลุ่มและมุ่งสร้างเด็กให้เป็นพลเมืองรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพ รวมทั้งรายการสำหรับคนรุ่น Millennium หรือคนวัย 15-35 ปี โดยใช้ช่องทาง Online และ Content-based marketing อย่างที่เข้าถึงความสนใจของคนกลุ่มนี้ นอกจากนี้จะมุ่งตอบสนองผู้ชมทั่วไปแล้ว ไทยพีบีเอส จะเพิ่มผลิตภัณฑ์และบริการที่มุ่งตอบสนองผู้ชมเฉพาะกลุ่มโดยแยกเนื้อหาและช่องทางตามความสนใจและพฤติกรรมของแต่ละกลุ่ม (Personalized Products) รวมทั้งมีรายการที่นำเสนอค่านิยมร่วมของสังคม (Social Shared-value products) ในช่วงเวลาที่เหมาะสม ตลอดจนรายการที่วางแผนและผลิตร่วมกับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ เพื่อขับเคลื่อนประเด็นสังคมร่วมกัน

นอกจากนั้น ส.ส.ท. จะขับเคลื่อนสังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยจะใช้พื้นที่สื่อทุกช่องทาง และพื้นที่ทางกายภาพที่มีอยู่ (ทั้งสำนักงาน ถ.วิภาวดีรังสิต กรุงเทพมหานคร และ ศูนย์ภูมิภาคทั้ง 3 แห่ง) เพื่อเปิดให้เป็นพื้นที่การเรียนรู้ของสังคมอย่างเต็มที่อีกด้วย

2. ยุทธศาสตร์สร้างความยั่งยืน

สื่อสาธารณะก่อเกิดมาด้วยความยากลำบาก และเป็นที่ยิ่งของสังคมไทย การทำให้ ส.ส.ท. มีความแตกต่างและยั่งยืน จะต้องทำให้ ส.ส.ท. หรือไทยพีบีเอสเป็นแบรนด์ที่ไว้วางใจได้ของประชาชน (Trusted Brand) ทั้งในเรื่องขีดความสามารถในการทำหน้าที่ของสื่อสาธารณะ ความมีประสิทธิภาพ ความโปร่งใส และธรรมาภิบาล ควบคู่ไปกับการนำเสนอเนื้อหาที่เชื่อถือได้ รวมทั้งจะต้องสร้างคนไทยพีบีเอสให้มีจิตสำนึกสาธารณะ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีทักษะการทำงานหลากหลายข้ามสายงานได้ และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันแบบ One Team โดยต่อยอดจาก SPIRIT of Thai PBS

นอกจากนั้น ส.ส.ท. จะต้องยกระดับความสัมพันธ์กับภาคีเครือข่ายให้เป็นหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ (Strategic Partners) ที่เป็นเจ้าของสื่อสาธารณะร่วมกัน ทั้งภาคประชาสังคม ภาครัฐ เอกชน องค์กรสื่อ สื่อ

ท้องถิ่น ผู้ผลิตอิสระ สื่อวิชาชีพ สถาบันการศึกษา และองค์กรระหว่างประเทศ เพื่อสร้างความมั่นคง ร่วมไปกับกลไกเดิมที่มีอยู่แล้ว คือ สมาชิกผู้ชมผู้ฟัง คุนย่เพื่อนไทยพีบีเอส และนักข่าวพลเมือง

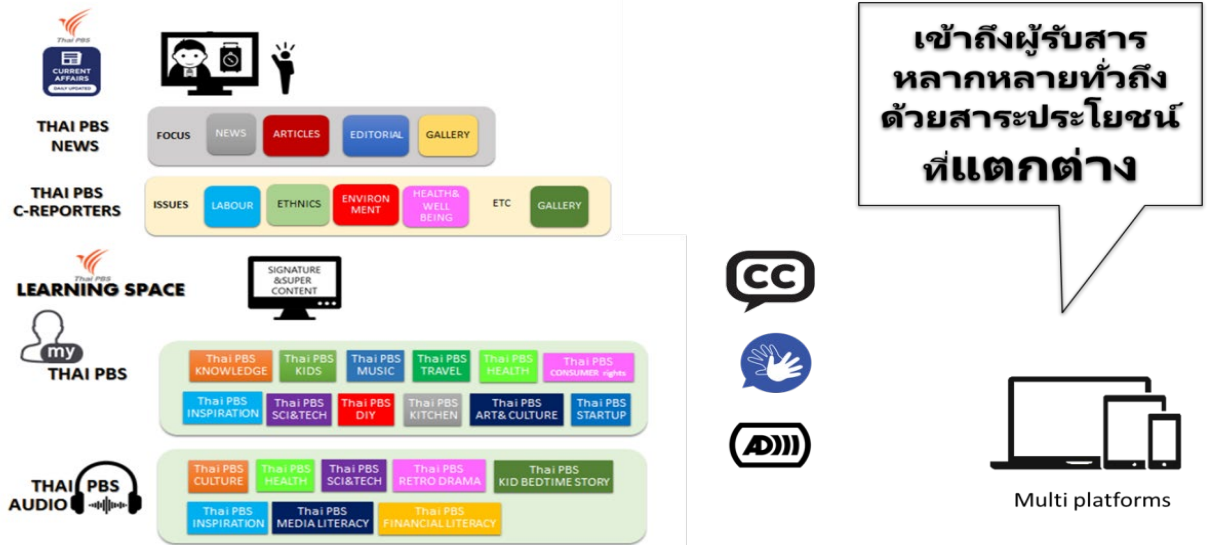
เพื่อสร้างการรับรู้และจดจำ ส.ส.ท. จะต้องมีแผนงานด้าน Branding และ Social Marketing (รณรงค์เพื่อสื่อสาธารณะ) โดยเน้นบูรณาการทุกช่องทางสื่อ รวมทั้งจะต้องใช้ข้อมูลและวิชาการเพื่อวางแผนประเมิน และแสดงให้เห็นความคุ้มค่าในมิติต่างๆ ทั้งด้านการศึกษาวิจัยผู้ชมผู้ฟัง (Audience analysis) การศึกษาติดตามเชิงลึกกลุ่มผู้ชมผู้ฟังเป้าหมาย (Audience journey) การประเมินผลลัพธ์และความคุ้มค่าให้สังคมประจักษ์ ด้วยเครื่องมือวัดผลเชิงคุณภาพ เช่น SROI (Social Return On Investment) ผลผลิตในแง่คุณภาพของเนื้อหา ความพึงพอใจและการประเมินคุณค่าจากภาคีหุ้นส่วน หรือผลลัพธ์ตามคุณค่าหลัก (Core values) ขององค์การ

ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) ปี 2561-2564

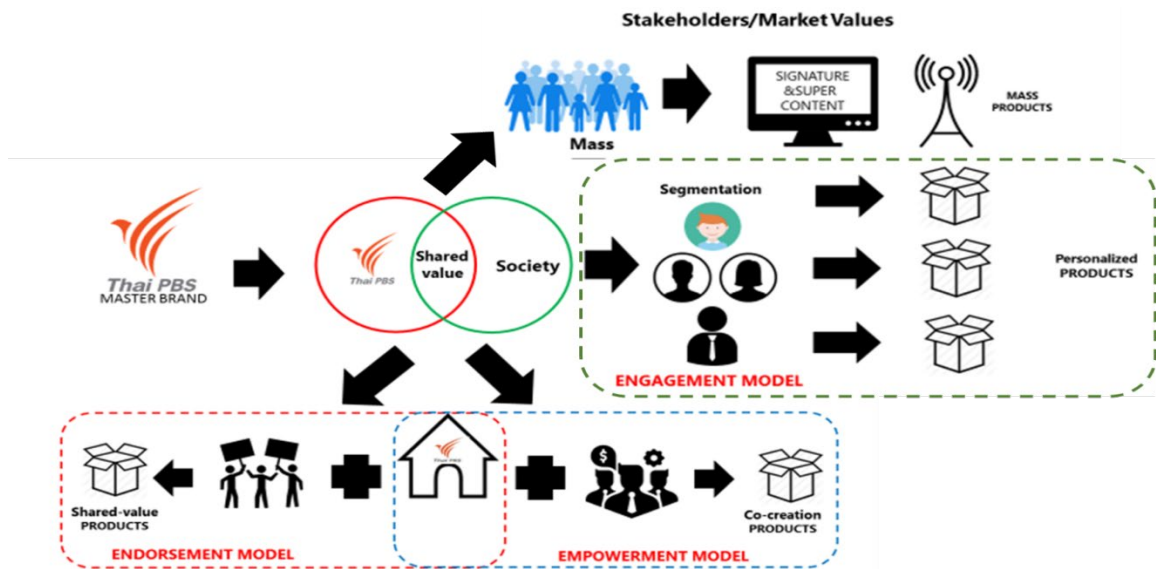
ภายใต้ยุทธศาสตร์ “แตกต่างบนความยั่งยืน” ส.ส.ท.ได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) ไว้ 4 ประการ ดังนี้

1. **เข้าถึงผู้รับสาร/ผู้สื่อสารหลากหลายทั่วถึงด้วยสารประโยชน์ที่แตกต่าง** ไทยพีบีเอสมุ่งสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Products & Services) ที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความหลากหลายของผู้ชมที่มีความต้องการรับและใช้ข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน ด้วยช่องทางสื่อที่เป็นความนิยมหรือสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่ม โดยจะมีผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ชมทั่วไป (Mass Products) ทั้งการให้บริการข่าว รายการภาคพลเมือง รายการสารประโยชน์ สารบันเทิง ที่นำเสนอผ่านทุกช่องทางสื่อ และผลิตภัณฑ์แบบ On Demand สำหรับกลุ่มที่สนใจเฉพาะเรื่อง หรือ Personalized Products ที่ผู้ชมสามารถเลือกรับชมได้แบบทุกที่ทุกเวลา (Anytime Anywhere) ซึ่งจะอยู่บนช่องทางสื่อ Online เป็นหลัก เช่น Thai PBS KNOWLEDGE, Thai PBS KIDS, Thai PBS INSPIRATION, Thai PBS SCI&TECH, Thai PBS HEALTH, Thai PBS TRAVEL, Thai PBS MUSIC เป็นต้น

นอกจากนี้ ได้ออกแบบแนวคิดการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์หรือบริการให้สนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ในด้านของสารประโยชน์ที่สะท้อนคุณค่าสื่อสาธารณะไว้ 3 รูปแบบด้วยกัน ได้แก่ 1) รูปแบบการมีส่วนร่วมบางส่วน (Engagement model) เป็นการวางแผนผลิตงานที่สนองตอบกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (Personalized products) ซึ่งสามารถวัดผลจากจำนวนผู้ชม ผู้มีส่วนร่วมใน Online 2) รูปแบบการสนับสนุนเชิงคุณค่า (Endorsement model) เป็นการวางแผนผลิตงานตามประเด็นที่เป็นคุณค่าของสังคม (Shared-value products) ในแต่ละช่วงเวลา สามารถวัดผลจากจำนวนผู้ชม ผู้มีส่วนร่วม และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการให้คุณค่าต่อเรื่องที่สื่อสาร และ 3) รูปแบบสนับสนุนเชิงกระบวนการ (Empowerment model) เป็นการกำหนดผลิตภัณฑ์ที่เป็นการผลิตแบบสร้างสรรค์ร่วมกับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการ (Co-creation products) เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในประเด็นนั้นๆ สามารถวัดผลจากจำนวนผู้ชม การรับรู้และทัศนคติของประชาชน และความพึงพอใจของหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ ทั้งนี้ รูปแบบที่สอง และสาม นับเป็นแนวทางการทำงานแบบสื่อสาธารณะ ที่จะทำให้ ส.ส.ท. มีความแตกต่างและสามารถสร้างคุณค่าให้แก่สังคมตามที่กำหนดไว้ได้



แผนภาพที่ 9 แสดงตัวอย่างการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อสนองตอบ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านผู้รับสาร/ผู้สื่อสารที่หลากหลายและทั่วถึง



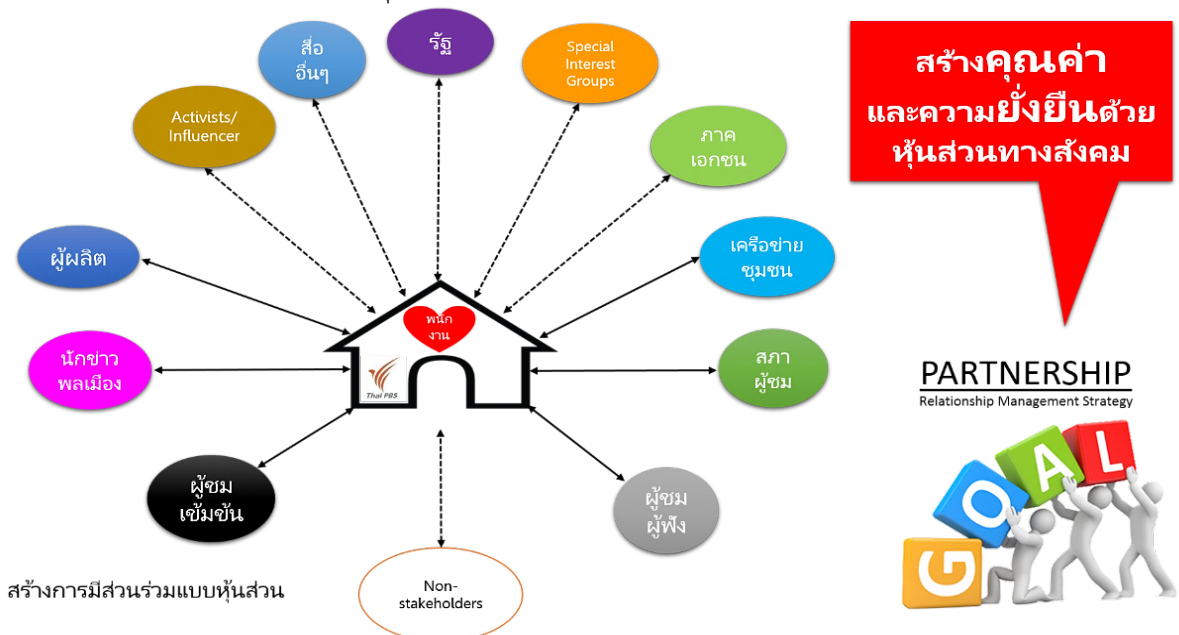
แผนภาพที่ 10 แสดงการออกแบบแนวความคิดการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านสารประโยชน์และคุณค่าแบบสื่อสาธารณะ

2. สร้างสรรค์สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของโลก ปัจจุบันที่มีพลวัตสูง ความรู้จะช่วยให้คนก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก ของสังคม และมีคุณภาพชีวิตที่ดี ทำให้ก้าวไปสู่สังคมคุณภาพและคุณธรรมได้ ส.ส.ท. จึงมุ่งสร้างสังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยเปิดพื้นที่การเรียนรู้สำหรับทุกคน (Learning Space for All) ผ่านสื่อทุกช่องทางของ ส.ส.ท. และเปิดพื้นที่ทางกายภาพ เช่น ศูนย์การเรียนรู้และพิพิธภัณฑ์ ที่สำนักงานใหญ่และศูนย์ข่าวในภูมิภาค (Location-Based Learning Space) รวมทั้งสนับสนุนการเปิดพื้นที่เรียนรู้ในชุมชนที่ ส.ส.ท. ไปร่วมทำงานขับเคลื่อนด้วย

(Community-based Learning Space) และเชื่อมโยงการเรียนรู้ผ่านหลักสูตรการอบรม งานวิจัย งานเผยแพร่ความรู้ต่างๆ (Academy-based Learning Space) ทั้งในรูปแบบที่ ส.ส.ท. ดำเนินการเอง และที่เป็นความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ และด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

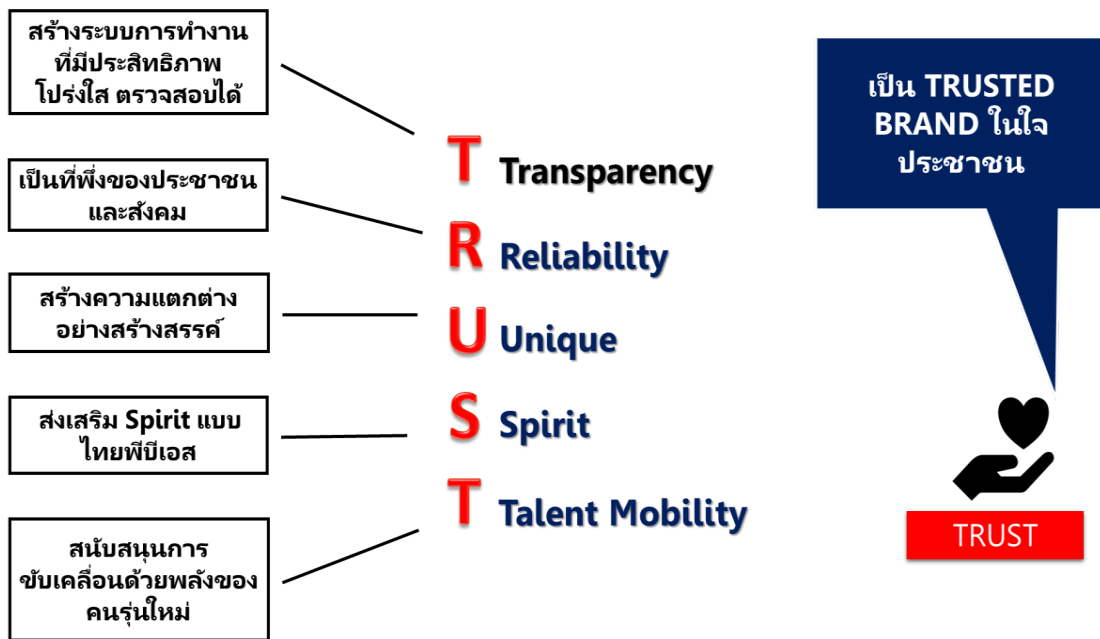


3. สร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม ส.ส.ท. จะขยายภาคีเครือข่ายให้ครอบคลุมทุกภาคส่วน ทั้งภาคประชาสังคม ภาครัฐ เอกชน องค์กรสื่อ สื่อท้องถิ่น ผู้ผลิตอิสระ สื่อวิชาชีพ สถาบันการศึกษา และองค์กรระหว่างประเทศ รวมทั้งจะยกระดับความสัมพันธ์กับภาคีเครือข่ายให้เป็นหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ (Strategic partners) ที่จะขับเคลื่อนสังคมไปร่วมกันบนพื้นฐานความเป็นอิสระและยึดผลประโยชน์ของสังคมเป็นที่ตั้ง พร้อมกับการหนุนเสริมให้สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการเป็นกลไกที่เข้มแข็ง สามารถแสดงบทบาทของการรับฟังและการเสนอแนะทั้งเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์เนื้อหาแก่ไทยพีบีเอสได้อย่างมีประสิทธิภาพ

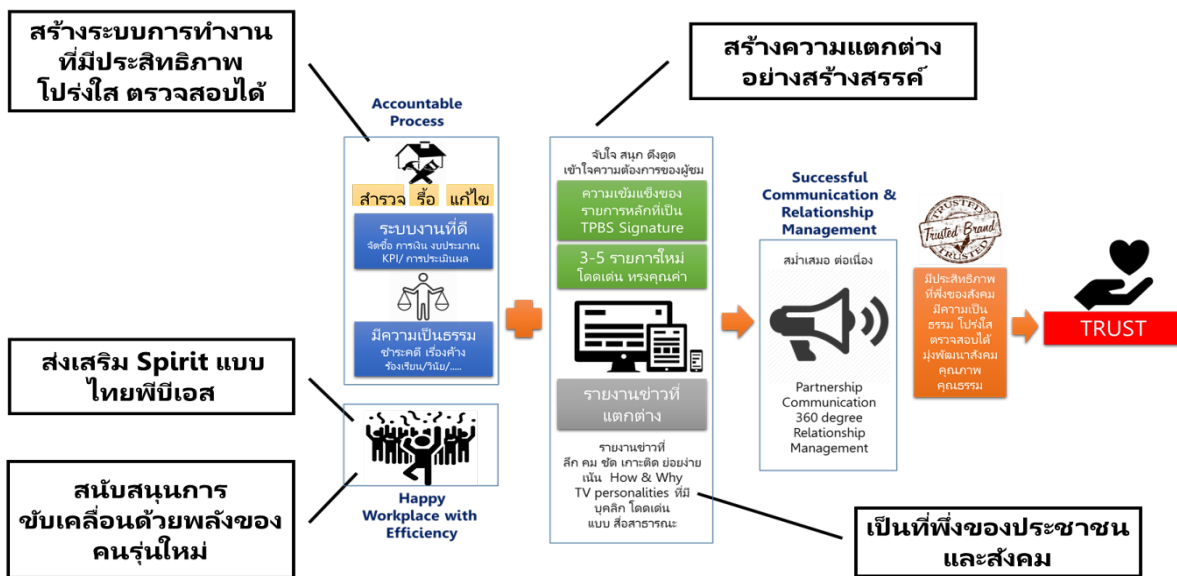


แผนภาพที่ 12 แสดงแนวคิดการจัดวางความสัมพันธ์กับภาคีหุ้นส่วน ที่สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 คือสร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม

4. พัฒนา ส.ส.ท. ให้เป็น Trusted Brand ในใจประชาชน ส.ส.ท. มุ่งมั่นที่จะทำให้สังคมศรัทธา และเชื่อมั่นในความเป็นสื่อสาธารณะ ทั้งในด้านขีดความสามารถ ประสิทธิภาพ ความโปร่งใส (Transparency) การนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นอิสระ ไม่ถูกครอบงำด้วยอำนาจรัฐ หรืออำนาจทุน เชื่อถือได้ ตรงไปตรงมา และเป็นสิ่งที่พึ่งได้ของประชาชน (Reliable) มีความโดดเด่นแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ (Unique) โดยพนักงานของ ส.ส.ท. มีจิตสำนึกสาธารณะและความรับผิดชอบต่อสังคม (Spirit of Thai PBS) และการสนับสนุนการขับเคลื่อน ด้วยพลังของคนรุ่นใหม่อย่างจริงจัง (Talent Mobility) โดยกำหนดให้เป็นเป้าหมายของผลลัพธ์การดำเนินงานที่ จะต้องชี้วัดได้ภายในปี 2564 อย่างมีหลักวิชาการรองรับ นอกจากนี้ แผนงานและโครงการต่างๆ จะต้องออกแบบ ให้แสดงผลลัพธ์ที่มุ่งตอบเป้าหมายดังกล่าวนี้ด้วย



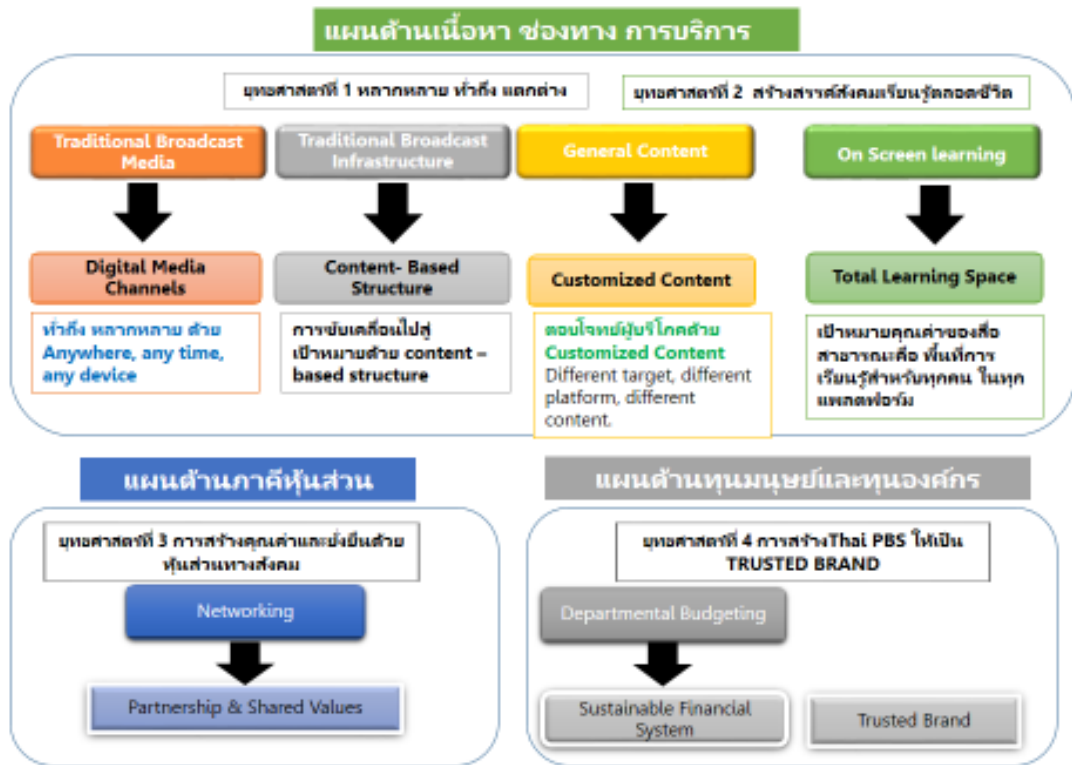
แผนภาพที่ 13 แสดงแนวคิดและการนิยามความหมายที่เป็นรูปธรรม วัตถุประสงค์ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการเป็น Trusted Brand ในใจประชาชน



แผนภาพที่ 14 การจัดกลไกทางยุทธศาสตร์ที่จะนำไปสู่การสร้างความเป็น Trusted Brand ในใจประชาชน

ทิศทางการดำเนินงานจากปี 2561 ถึง 2564

เพื่อให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค ของประชาชน จึงได้กำหนดทิศทางจากสถานะในปัจจุบันของ ส.ส.ท. สู่สถานะในอนาคตไว้ ดังนี้



แผนภาพที่ 15 แสดงทิศทางการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ตามยุทธศาสตร์ “แตกต่างบนความยั่งยืน”

ภาพรวมของทิศทางการบริหารกิจการ แบ่งเป็น 6 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) การเคลื่อนตัวจากแพลตฟอร์ม Broadcast เดิมไปสู่ Digital Media มากขึ้น (Any Time Any Where Any Devices) (2) โครงสร้างการทำงาน ปรับไปสู่การทำงานร่วมกันตามเนื้อหา (Content Based Structure) (3) เนื้อหาจากเดิมมุ่งตอบคนกลุ่มใหญ่ไปสู่เนื้อหาที่ตอบโจทย์ความสนใจ ความต้องการของผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (Customized Content) (4) จากการเน้นพื้นที่หน้าจอบเป็นหลัก ไปสู่การสร้างพื้นที่การเรียนรู้แบบองค์รวม ทั้ง On air Online และ On ground (Total Learning Space) (5) ปรับการทำงานแบบเครือข่ายไปสู่การทำงานร่วมกันแบบหุ้นส่วนทางสังคม (Partnership & Share Values) และ (6) จากระบบงบประมาณแบบกระจายตามสำนัก ไปสู่ระบบงบประมาณแบบยั่งยืนที่เอา ยุทธศาสตร์เป็นตัวตั้งและคำนึงถึงการจัดการในระยะยาว และการสร้าง Thai PBS ให้เป็น TRUSTED BRAND

กรอบแผนบริหารกิจการปี พ.ศ. 2562

ส.ส.ท. ได้กำหนดเป้าหมายของแผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2562 เพื่อแสดงผลความสำเร็จในการดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ปี 2562 ในการเป็นสื่อขับเคลื่อนการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง ดังนี้

เป้าหมายปี 2562

| | |
|-----------------------|--|
| ด้าน Branding | 1. ไทยพีบีเอสได้รับการยอมรับจากประชาชนในการทำหน้าที่สื่อสาธารณะ |
| ด้าน Corporate Agenda | 2. ไทยพีบีเอสมุ่งขับเคลื่อนวาระการ “ปฏิรูปประเทศ” ร่วมกับภาคีเครือข่าย |
| ด้าน Content | 3. เนื้อหาที่มีความแตกต่าง โดดเด่น น่าเชื่อถือ และมุ่งสนองตอบประโยชน์สาธารณะ |
| ด้านช่องทาง | 4. ไทยพีบีเอสเข้าถึงผู้ชมที่หลากหลายเพิ่มขึ้น ผ่านทุกช่องทางสื่อ |

ส.ส.ท. ได้กำหนด **ตัวชี้วัดความสำเร็จในปี 2562** และเป้าหมาย โดยสอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ไว้ดังนี้ (จะแสดงค่านิยาม และเกณฑ์การวัด ในส่วนที่ 3 ตัวชี้วัดองค์กรฯ)

ตารางที่ 1 ตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กรและค่าเป้าหมายปี 2562 ที่สอดคล้องกับเป้าหมาย ปี 2562 ของ ส.ส.ท.

| ด้าน | เป้าหมาย | ตัวชี้วัด | ค่ากลาง |
|-----------------------------|--|--|---|
| Branding | 1. ไทยพีบีเอสได้รับการยอมรับจากประชาชนในการทำหน้าที่สื่อสาธารณะ | 1. ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อบทบาทการทำหน้าที่สื่อสาธารณะของไทยพีบีเอส อยู่ในเกณฑ์ “ดีมาก” | <ul style="list-style-type: none"> ประชาชนที่รู้จักไทยพีบีเอส ยอมรับว่าไทยพีบีเอส เป็นสถาบันสื่อสาธารณะ ผู้สร้างสรรค์การเรียนรู้ อยู่ในเกณฑ์ “ดีมาก” (ระดับ 4.01-4.50 จาก 5 คะแนน) |
| Corporate Agenda (วาระหลัก) | 2. ไทยพีบีเอสมุ่งขับเคลื่อนวาระการ “ปฏิรูปประเทศ” ร่วมกับภาคีเครือข่าย | 2. ประเด็นที่ไทยพีบีเอสขับเคลื่อนร่วมกับเครือข่าย ได้รับการประเมินความคุ้มค่าในการดำเนินงานและการประเมินความพึงพอใจ จากเครือข่าย ที่ร่วมผลักดันประเด็นการบริการสาธารณะ | <ul style="list-style-type: none"> ได้รับการประเมินว่ามีความคุ้มค่า ไม่น้อยกว่า 2 ประเด็น ระดับค่าเฉลี่ยการประเมินความพึงพอใจจากเครือข่าย อยู่ในเกณฑ์ “ดีมาก” (ระดับ 4.01-4.50 จาก 5 คะแนน) |

| ด้าน | เป้าหมาย | ตัวชี้วัด | ค่ากลาง |
|-----------------------|--|---|---|
| Content (เนื้อหา) | 3. เนื้อหาที่มีความแตกต่าง โดดเด่น น่าเชื่อถือ และมุ่งสนองตอบประโยชน์สาธารณะ | 3. ค่าเฉลี่ยความสำเร็จการประเมินคุณภาพเนื้อหาของไทยพีบีเอส (ข่าว และรายการ) | <ul style="list-style-type: none"> • ข่าวและรายการของไทยพีบีเอสได้รับการยอมรับว่ามีคุณภาพ 4 ประการ (ความแตกต่าง น่าเชื่อถือ การสนองตอบประโยชน์สาธารณะ และประชาชนมีส่วนร่วม) อยู่ในเกณฑ์ “ดีมาก” (ระดับ 4.01-4.50 จาก 5 คะแนน) |
| Platform (ช่องทาง) | 4. ไทยพีบีเอสเข้าถึงผู้ชมที่หลากหลายเพิ่มขึ้น ผ่านทุกช่องทางสื่อ | 4. จำนวนผู้ชม/ผู้ใช้บริการไทยพีบีเอสผ่านทุกช่องทางสื่อ | <ul style="list-style-type: none"> • ความนิยมอยู่ในอันดับที่สูงขึ้น 1 อันดับจากปี 2561 เมื่อเปรียบเทียบกับ 24 ช่องทีวีดิจิทัล • จำนวนผู้ชมทางหน้าจอโทรทัศน์ เพิ่มขึ้นจากฐานข้อมูลปี 2561 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 • จำนวนยอดชม (ทั้งชมสดและชมย้อนหลัง) ของสื่อใหม่ทุกประเภท รวมทั้งปีเพิ่มขึ้นจากฐานข้อมูลปี 2561 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 • กลุ่มตัวอย่างรู้จัก ThaiPBS Digital Radio ไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 • กลุ่มตัวอย่างรู้จัก VDO/Audio Content ผ่านช่องทาง OTT ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 • จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ไทยพีบีเอสจัดขึ้น รวมทั้งปีเพิ่มขึ้นจากฐานข้อมูลปี 2561 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 |

ส่วนที่ 2

แผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2562

- แผนด้านเนื้อหา ช่องทาง และบริการ (Content, Platform & Service Plan)
- แผนด้านภาคีหุ้นส่วน (Partnership Plan)
- แผนด้านทุนมนุษย์และทุนองค์กร (Human & Organization Capital Plan)
- การดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาลในแผนระยะ 1 ปี พ.ศ. 2562
- การบริหารความเสี่ยง

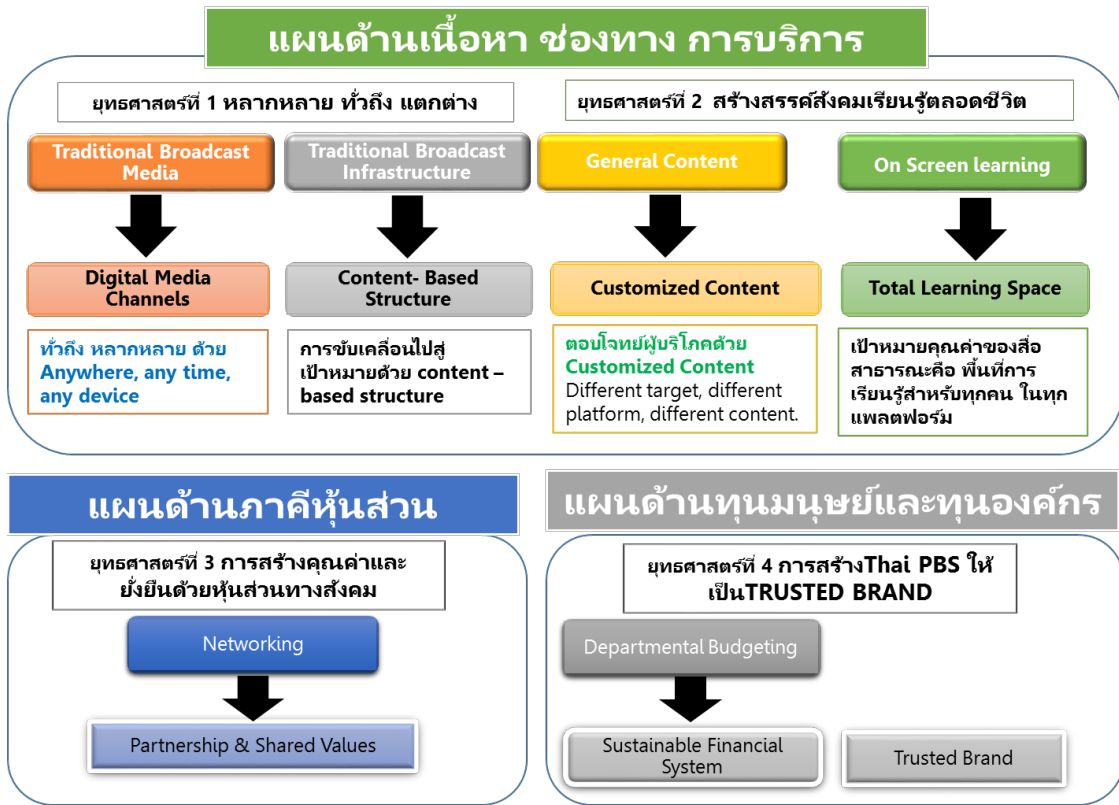
ส่วนที่ 2

แผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2562

แผนบริหารกิจการปี 2562 ได้กำหนดเป้าประสงค์ไว้ว่า “สังคมวางใจให้ไทยพีบีเอสเป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์การเรียนรู้ตลอดชีวิต” เป็นการดำเนินการต่อเนื่องจากแผนบริหารกิจการ 2561 ภายใต้กรอบทิศทางของแผนบริหารกิจการระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2561-2564) เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ปี 2564 คือ “การเป็นพื้นที่เรียนรู้สำหรับทุกคน Learning Space for All” ตามยุทธศาสตร์แตกต่างอย่างยั่งยืน ที่มีแผนรองรับ 3 แผน คือ 1. แผนเนื้อหา ช่องทางและบริการ 2. แผนภาคีหุ้นส่วน 3. แผนด้านทุนมนุษย์ ทุนองค์กร รองรับด้วย 4 ประเด็นยุทธศาสตร์ คือ 1. การเข้าถึงผู้รับสาร/ผู้ร่วมสื่อสารที่หลากหลายทั่วถึงด้วยสารประโยชน์ที่แตกต่าง 2. การสร้างสรรค์สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต 3. การสร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม 4. พัฒนา ส.ส.ท. ให้เป็น Trusted Brand ในใจประชาชน ตามแผนภาพที่ 15



แผนภาพที่ 15 แสดง Corporate Strategy Plan ปี 2562 ของ ส.ส.ท.



แผนภาพที่ 17 แสดงแผนดำเนินการปี 2562 ของ ส.ส.ท.

คุณค่าหลัก (Core Value) 6 ประการ ที่จะนำไปสู่เป้าประสงค์ดังกล่าวคือ

1. ให้ข้อมูล ข่าวสารที่ถูกต้อง เทียงตรง เป็นกลาง
2. สร้างผลงานที่มีคุณภาพสูง โดดเด่นและแตกต่าง
3. สะท้อนถึงคุณค่า และวัฒนธรรมของไทยออกสู่นานาชาติ
4. ให้ความสำคัญกับภาคีหุ้นส่วน และท้องถิ่น
5. สนับสนุนเรื่องการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต
6. เป็นแหล่งข้อมูลหลักที่เชื่อถือได้ในภาวะวิกฤติของประเทศ

1. แผนด้านเนื้อหา ช่องทาง และบริการ (Content, Platform & Service Strategic Plan)

แผนด้านเนื้อหา ช่องทาง และบริการ มุ่งผลิตและนำเสนอเนื้อหาคุณภาพที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เข้าถึงกลุ่มที่หลากหลาย ผ่านช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างให้เกิดการเรียนรู้ที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคม มีจุดมุ่งหมาย 3 ประการคือ

1) การเคลื่อนตัวจากแพลตฟอร์ม Broadcast เดิมไปสู่ Digital Media มากขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดการเข้าถึงสื่อของไทยพีบีเอสที่ทัวถึง หลากหลายไม่จำกัดสถานที่ ไม่จำกัดเวลา ไม่จำกัดการเข้าถึง (anywhere anytime any device) โดยให้น้ำหนักความสำคัญการดำเนินงานด้านสื่อใหม่เพิ่มมากขึ้น ด้วยการเพิ่มศักยภาพการดำเนินงานทั้งในส่วนของการจัดสรรงบประมาณ การสรรหาและพัฒนาบุคลากร การปรับโครงสร้างหน่วยงานที่รองรับภารกิจด้านสื่อใหม่

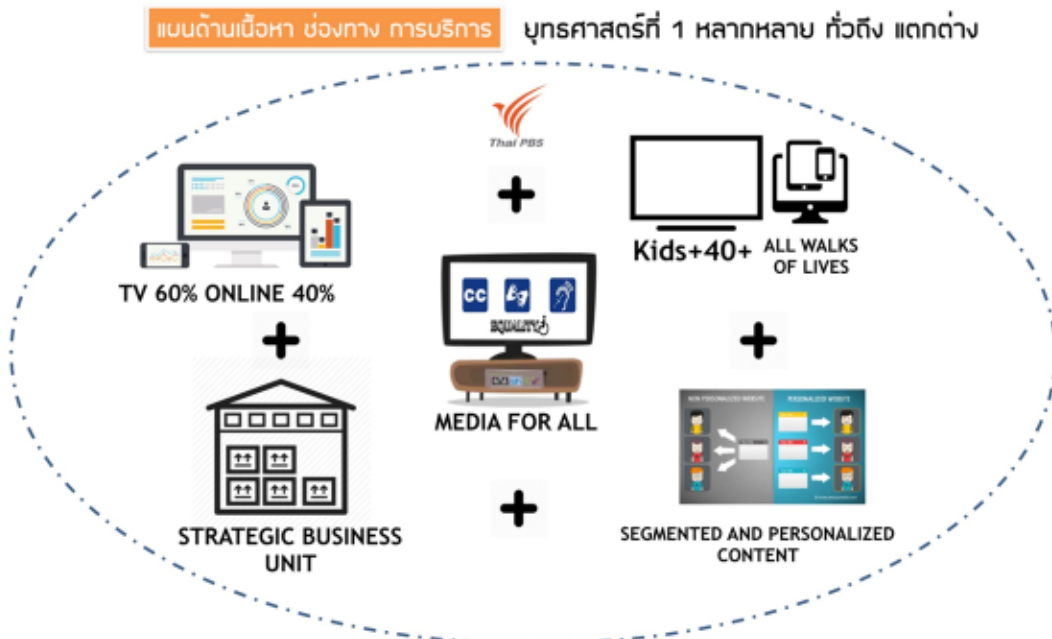
2) การปรับโครงสร้างการทำงาน/กลไกการทำงานไปสู่การทำงานร่วมกันตามเนื้อหา (Content based structure) มากขึ้นเพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการหลอมรวมความคิด ทิศทางและการใช้ทรัพยากรให้เกิดน้ำหนักที่จะพุ่งไปด้วยกันโดยมีทั้งส่วนที่จะกำหนดเป็นกลไกประจำคือ ครั้วกลางซึ่งพัฒนาต่อเนื่องจากการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาที่เน้นสนับสนุนการพัฒนาเนื้อหาพิเศษ content war room เป็นกลไกการทำงานร่วมเพื่อกำหนดทิศทางทางการดำเนินงานในแต่ละวัน และการดำเนินงานเฉพาะกิจ และ bridge team เป็นอีกกลไกที่จะมาเสริมศักยภาพการทำงานของสื่อออนไลน์

3) ผลิตเนื้อหาที่ตอบโจทย์ความสนใจความต้องการของผู้รับสารเฉพาะกลุ่มมากขึ้น (Customized Content) ซึ่งเป็นการตอบสนองพฤติกรรมสื่อสารในปัจจุบันที่จะช่วยในการขยายฐานผู้ชมได้มากขึ้น

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 เข้าถึงผู้รับและผู้ใช้สื่อที่หลากหลาย ทั่วถึง ด้วยสารประโยชน์ที่แตกต่าง ส.ส.ท. มุ่งสร้างสรรค์และผลิตข่าวสาร รายการที่มีสารประโยชน์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับสารและผู้ใช้งานสื่อที่หลากหลาย ให้ได้อย่างทั่วถึง มีประเด็นสำคัญสรุปได้ ดังนี้

1. ทิศทางการพัฒนาเนื้อหาและช่องทางการนำเสนอ

- มุ่งให้ความสำคัญกับเนื้อหาและช่องทาง Online มากขึ้น โดยมีเป้าหมายในการมุ่งไปสู่การเป็น **More Digital**
 - การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน โดยวิเคราะห์จากข้อมูลพฤติกรรมารับชมของกลุ่มเป้าหมายและทิศทางของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ คือกลุ่มเป้าหมายทาง On Air ได้แก่กลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไป และกลุ่มเด็กเยาวชนและครอบครัว
 - กลุ่มที่มีพฤติกรรมรับชมผ่านช่องทาง Online จะมีการทำเนื้อหาที่เข้าถึงทุกกลุ่มตามประเด็นความสนใจในช่องทาง OTT
 - การออกแบบการทำงานแบบ Content Based Structure ให้สามารถกำหนดเนื้อหา การเล่าเรื่องข้ามแพลตฟอร์ม (Story Telling) อาทิ ประเด็นศิลปวัฒนธรรม
 - การสนับสนุนการทำสื่อเพื่อเข้าถึงผู้พิการตามนโยบายของ กสทช. ในการทำ Audio Description (AD) และ Closed Captions (CC)



แผนภาพที่ 18 แนวคิดการพัฒนาเนื้อหาและช่องทาง

2. ทิศทางการพัฒนาสื่อใหม่ในปี 2562

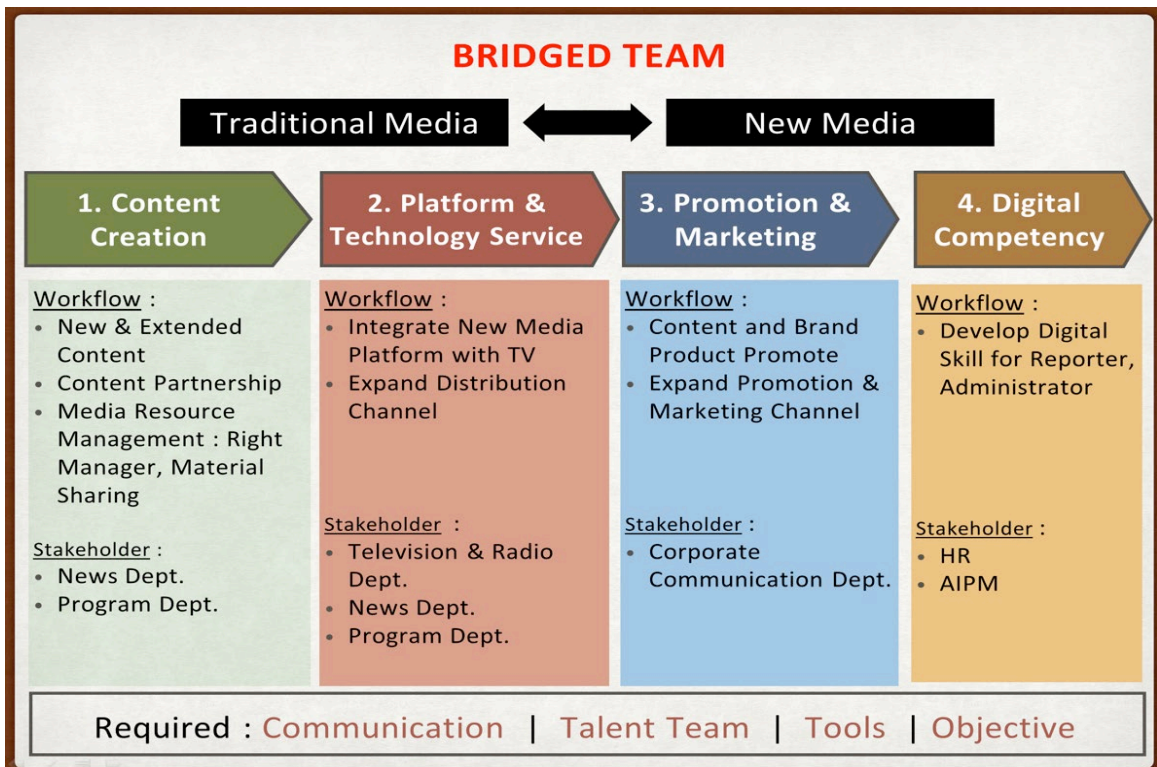
ดำเนินการตามกลยุทธ์หลัก 6 ด้านของสื่อใหม่ไทยพีบีเอสผ่านโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีแนวทางสำคัญที่จะเน้นในการพัฒนา ในปี 2562 ซึ่งเป็นแนวโน้ม (Trend) ของอุตสาหกรรมสื่อออนไลน์ที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนี้

- **Personalized** เริ่มเน้นการให้บริการและพัฒนาให้มีเนื้อหาและช่องทางการนำเสนอที่เฉพาะเจาะจงตามพฤติกรรมของผู้ชมผู้ฟัง (Audience) มากขึ้น อาทิ
 - **Personalized Platform** การจัดทำแพลตฟอร์มหรือช่องทางที่ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะด้านมากขึ้น เช่น เว็บไซต์ข่าว, เว็บไซต์รายการ, แอปพลิเคชันที่รองรับการรับชมโทรทัศน์ทั้งสดและย้อนหลัง (Catch up Application), แอปพลิเคชันที่รองรับเนื้อหาประเภทวิดีโอ หรือ Video on Demand (ViPa Application) สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เน้นการดูวิดีโอในทุกรูปแบบ
 - **Personalized Content** การจัดกลุ่มประเภทของเนื้อหาตามรสนิยม ไลฟ์สไตล์ หรือ Content-Based แทนรูปแบบ Programme-Based เพื่อให้ผู้ใช้งานจัดผังรายการตามรสนิยมส่วนตัว และผู้ชมผู้ฟังสามารถเลือกหรือจัดเรียงการแสดงผลของเนื้อหาได้เอง ภายใต้ชื่อ My Thai PBS
 - **Personalized Communication/Marketing** การทำกลยุทธ์ด้านการสื่อสารและทำการตลาดกับสมาชิก ผู้ชมผู้ฟังที่เฉพาะกลุ่ม เฉพาะด้านความสนใจ จากฐานข้อมูลเชิงลึกด้านออนไลน์



แผนภาพที่ 19 แสดงกลยุทธ์สื่อใหม่ในปี 2562

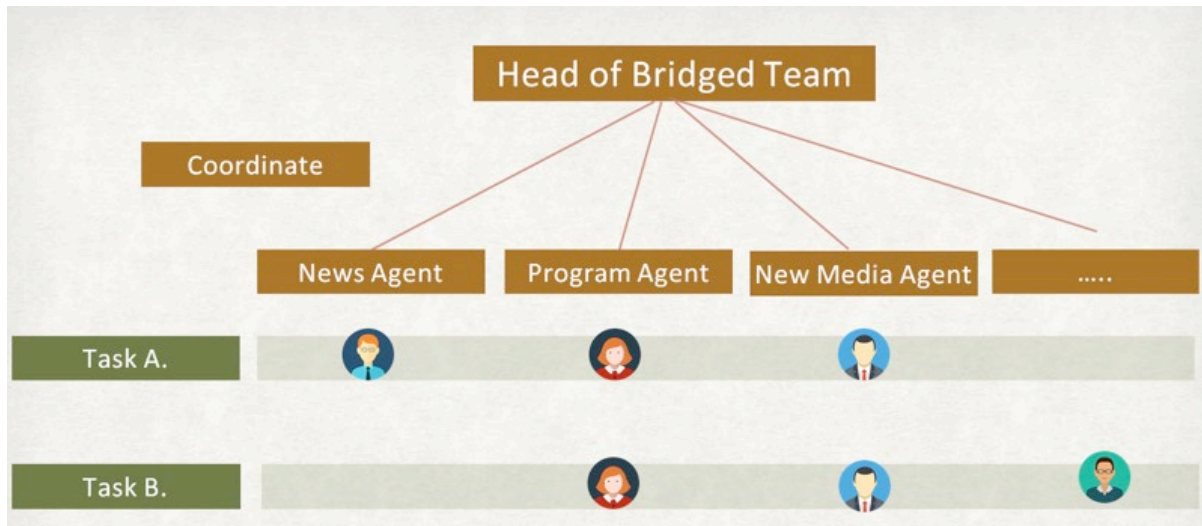
- กลไกการทำงาน Bridged Team เป็นกลยุทธ์ในการหลอมรวมการทำงานร่วมกันของหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องในการผลิตต้นกิจกรรม, โครงการ, Output ของงานที่ต้องการการหลอมรวมระหว่างสื่อดั้งเดิม (โทรทัศน์) และสื่อใหม่ (สื่อออนไลน์) ที่จำเป็นต้องผ่านกระบวนการทำงานร่วมกันอย่างเข้มข้น การบริหารจัดการรวมถึงการตัดสินใจและการมองภาพเป้าหมายเดียวกัน



แผนภาพที่ 20 แสดงกลไกการทำงาน Bridge Team

ในปี 2562 กระบวนการ Bridged Team ถูกวางการหลอมรวมภารกิจใน 4 ประเภทหลัก ๆ ได้แก่

- **ภารกิจด้านเนื้อหา**
 - งานผลิตเนื้อหาออนไลน์ใหม่ / งานต่อยอดเนื้อหาจากโทรทัศน์มาออนไลน์
 - งานความร่วมมือด้านเนื้อหา กับหน่วยงานภายนอก
 - งานการบริหารจัดการทรัพยากรสื่อ เช่น ลิขสิทธิ์, คลังข้อมูลสื่อมัลติมีเดีย
- **ภารกิจด้านเทคโนโลยีและแพลตฟอร์ม**
 - งานหลอมรวมเทคโนโลยีสื่อออนไลน์กับหน้าจอ
 - งานขยายช่องทางการเผยแพร่ไปยังสื่ออื่น ๆ
- **ภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด**
 - งานผลิตเนื้อหา, สื่อประชาสัมพันธ์ของแบรนด์และผลิตภัณฑ์
 - งานหลอมรวมการประชาสัมพันธ์และขยายช่องทางการตลาดเชิงรุก
- **ภารกิจด้านการพัฒนาทักษะและความสามารถ**
 - งานหลอมรวมทักษะด้านดิจิทัลให้ผู้สื่อข่าว และผู้บริหารจัดการสื่อออนไลน์ (Admin)



แผนภาพที่ 21 แสดง Bridged Team Structure

3. บุคลิกภาพในการสื่อสารภาพลักษณ์ผลงานของไทยพีบีเอส

เพื่อให้การสื่อสารด้านเนื้อหาและการเผยแพร่ในช่องทางต่างๆมี ความเหมาะสมชัดเจนไปในทิศทางเดียวกันจึงกำหนดบุคลิกของการสื่อสารผ่าน ช่องทางต่างๆเป็น 3 ลักษณะคือ



- พัทักษ์ (PITAC) หมายถึงเนื้อหาทางสื่อ โทรทัศน์ มีบุคลิกที่ค้ำประกันถึงผลประโยชน์ของสาธารณะ สะท้อนคุณธรรม ไว้วางใจได้ และถูกต้อง



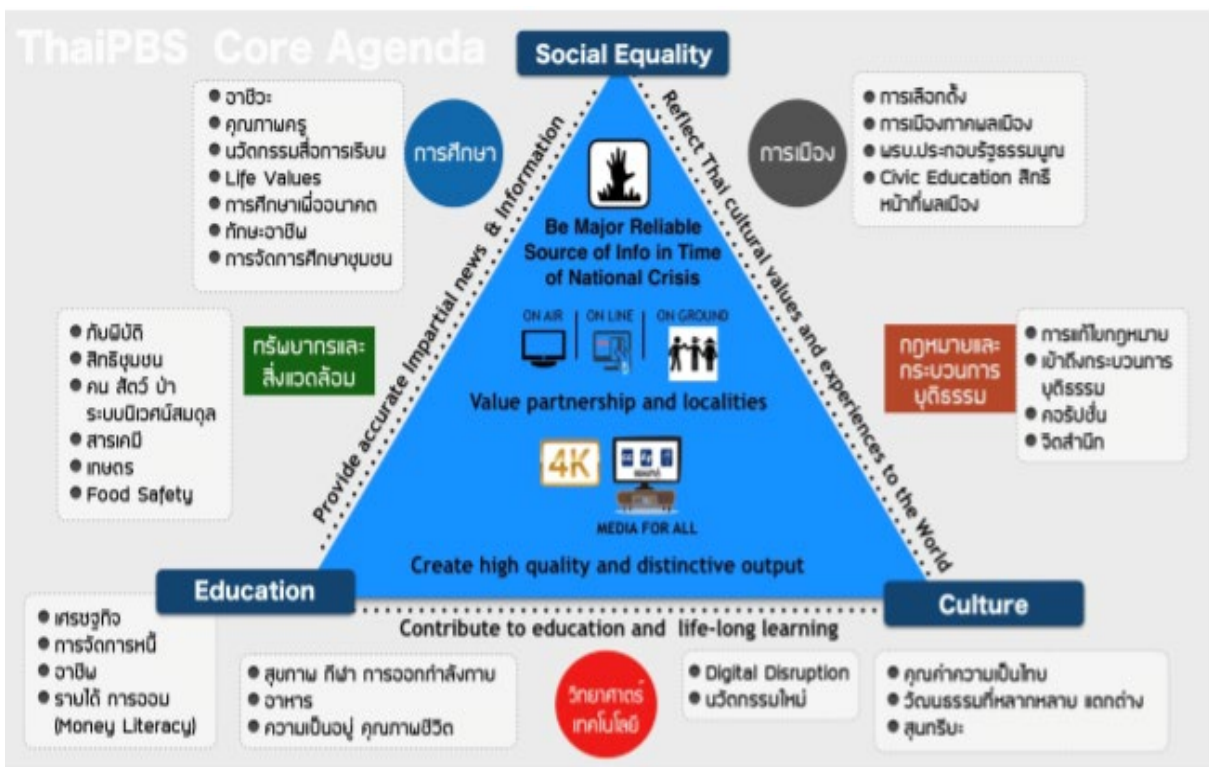
- วิภา (VIPA) หมายถึงเนื้อหาทางสื่อ Online ที่มีวิสัยทัศน์ แรงบันดาลใจ พลังขับเคลื่อนสู่ความสำเร็จ



- วดี (VADI) หมายถึงกิจกรรม On Ground ที่แตกต่าง สามารถเชื่อมโยง เครือข่ายสังคมเพื่อสร้างคุณค่าสาธารณะร่วมกัน

4. กรอบเนื้อหาหลักของปี 2562

ในปี 2562 ส.ส.ท.ได้กำหนดวาระหลัก (Core Agenda) เป็นทิศทางหลักของการเผยแพร่เนื้อหาในด้านต่างๆ มีเป้าหมายเชิงประเด็นทางสังคม 3 ด้านหลักคือ 1) สังคมเสมอภาค ลดความเหลื่อมล้ำ (Social Equality) 2) การศึกษาและการเรียนรู้ที่มีคุณภาพ และ 3) คุณค่าความเป็นไทย และการยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยกำหนดเนื้อหาที่ไทยพีบีเอสจะให้ความสำคัญใน 3 ประเด็นหลักคือ 1) ด้านการสร้างการเมืองที่มีคุณภาพ จิตสำนึกของสังคมประชาธิปไตย 2) การปฏิรูปการศึกษา เพื่อสร้างการเรียนรู้ ทักษะชีวิต และอาชีพเพื่อการมีคุณภาพชีวิตท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงในอนาคต 3) การรู้เท่าทันความเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยที่มีผลมาจากการพลิกผันทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี

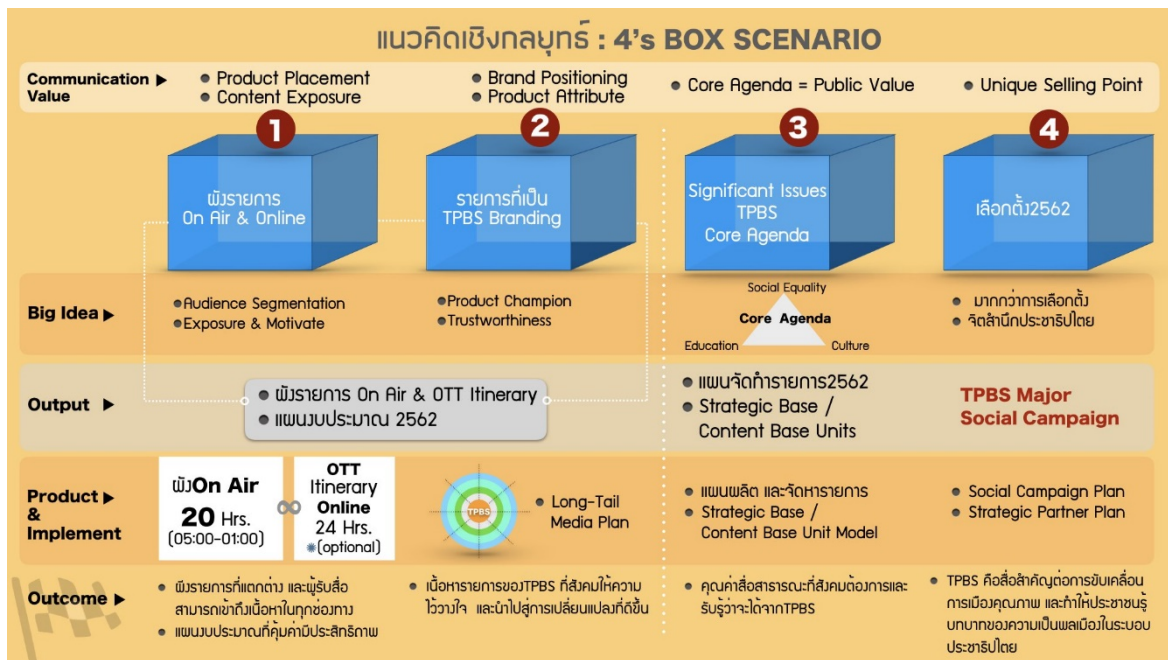


แผนภาพที่ 22 แสดงเนื้อหาหลักของไทยพีบีเอส

นอกจากนี้ในปี 2562 ไทยพีบีเอสจะนำเสนอประเด็นสำคัญทางสังคมอื่นๆ ที่เคยนำเสนออย่างต่อเนื่อง ได้แก่ 1) ประเด็นการจัดการทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม 2) ประเด็นความรู้เรื่องกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม และ 3) คุณภาพชีวิต การดำเนินชีวิตอย่างมีคุณค่า มีสุขภาพดี สามารถจัดการชีวิตให้มีความสุข มีอาชีพ และจัดการการเงินได้อย่างเหมาะสม

5. สรุปแนวคิดสำคัญของยุทธศาสตร์เนื้อหา

กลไกการนำกรอบความคิดตามแผนเนื้อหาและช่องทางการนำเสนอตั้งกล่าวข้างต้นไปปฏิบัติ นั้น จะดำเนินการผ่านแผนจัดทำรายการ โดยได้กำหนดกลยุทธ์ในการจัดผังรายการ การผลิต และเผยแพร่เนื้อหา เป็น 4 ด้านได้แก่ 1) การวางผังรายการ 2) การผลิตและเผยแพร่เนื้อหาที่เป็นจุดแข็งของสื่อสาธารณะ 3) การขับเคลื่อนวาระหลัก ด้วยคุณค่าของเนื้อหารายการ และ 4) การรณรงค์ทางสังคมโดยให้ความสำคัญกับการ เลือกตั้ง และทิศทางการปฏิรูปการเมือง ในปี 2562



แผนภาพที่ 23 แสดงแนวคิดเชิงกลยุทธ์การจัดทำเนื้อหา

ในการดำเนินงานตามแผนเนื้อหาและช่องทางการนำเสนอ มีแผนงาน/โครงการที่รองรับไว้ สรุปได้ดังนี้

1. ด้านช่องทางการนำเสนอ

- โครงการพัฒนาช่องทางและเทคโนโลยีสื่อใหม่ (Platform & Technology)

○ การพัฒนา Platform

- การนำเนื้อหาในรูปแบบ Short From ผ่านช่องทางของ Social Media : Facebook Twitter Instagram ฯลฯ
- การพัฒนา Website ให้เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญในการรับชม หรือสืบค้นข้อมูลสำคัญๆ
- การพัฒนา Mobile App. เพื่อการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมที่สะดวก รวดเร็วมากยิ่งขึ้น
- การสร้างช่องทางการสื่อสารใหม่ๆ ที่หลากหลาย อาทิ Digital Screen (Thai PBS LED / Kiosk / Out of Home)
- การพัฒนาช่องทางการรับชมที่รองรับทิศทางที่มุ่งไปสู่ Go More Digital ViPa Channel (OTT + Live)

○ การพัฒนาการให้บริการทางด้าน online Services / Feature : Live Streaming

(FB Live / Youtube / Web TV / Thai PBS Chatbots / New Media Command Center

2. ด้านเนื้อหา

- Online First

- โครงการผลิตและจัดหารายการเพื่อ OTT
- โครงการผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาออนไลน์ (Content Marketing)

- Broadcast & Online
 - โครงการผลิตข่าวและรายการข่าว
 - โครงการพัฒนาเนื้อหาข่าว
 - โครงการ News Transformation
 - โครงการผลิตและจัดหารายการที่ตอบสนอง Core Agenda
 - โครงการสนับสนุนการจัดทำ CC และ AD
 - โครงการผลิตละครสู่สากล (โครงการ 2 ปี ปีที่ 1 ใช้งบ 1,080,000 บาท ปีที่ 2 ใช้งบ 24,043,600 บาท)
 - โครงการผลิตรายการออกสู่สากล
 - โครงการพัฒนาการผลิตรายการยุคดิจิทัล
 - โครงการผลิตเนื้อหา Glocalized Content และพัฒนาแพลตฟอร์มสื่อสารสาธารณะร่วมกับเครือข่ายสื่อพลเมือง
 - โครงการผลิตรายการกีฬาและนันทนาการ
 - โครงการผลิตรายการเปิดบ้านไทยพีบีเอส
 - โครงการบูรณาการเชิงปฏิบัติการเพื่อออกแบบและพัฒนาเนื้อหาเชิงยุทธศาสตร์
 - Digital Radio
 - โครงการพัฒนาศูนย์สื่อเสียงและวิทยุกระจายเสียง
3. การสนับสนุนการผลิต
- โครงการสนับสนุนการบริหารงานเพื่อผลิตรายการและออกอากาศ
 - โครงการจัดหาอุปกรณ์เพื่อทดแทนและปรับปรุงระบบอุปกรณ์ปฏิบัติการ
 - โครงการพัฒนาเทคนิคและเทคโนโลยีเพื่อการผลิตรายการและออกอากาศ
 - โครงการจัดหาอุปกรณ์เพื่อสนับสนุนการสื่อสารภาคพลเมือง
4. การสนับสนุนทางด้านวิชาการ
- โครงการพัฒนาสถิติ การวิเคราะห์และตัวชี้วัด (Metrics Measurement)
 - โครงการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อ (Consumer Insight)
 - โครงการการจัดทำ Media Lab เพื่อพัฒนารายการและคุณภาพเนื้อหา 2562
5. การสื่อสารข่าว/รายการ
- โครงการสื่อสารประเด็นเพื่อขับเคลื่อนสังคมการเรียนรู้ตลอดชีวิต
 - โครงการพัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดด้านดิจิทัล (Branding Marketing)
 - โครงการสื่อสารรายการ, ข่าว, รายการข่าว และเครือข่าย

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างสรรค์การเรียนรู้ตลอดชีวิต มีจุดมุ่งหมายในการสร้างกระบวนการเรียนรู้ในทุกมิติที่จำเป็นต่อการสร้างทักษะชีวิตที่จะนำไปสู่สังคมที่ยั่งยืนด้วย ข่าวสาร รายการสารประโยชน์และสาระบันเทิง ที่ผลิตและเผยแพร่ผ่านทุกช่องทางที่กล่าวถึงในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 และมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างการเรียนรู้เพิ่มเติม ด้วยรูปแบบและวิธีการที่ไม่จำกัดเฉพาะการสื่อสารผ่านหน้าจอโทรทัศน์หรือช่องทางสื่อใหม่ แต่เป็นการเปิดพื้นที่การเรียนรู้ทำกิจกรรมต่างๆ (On Ground) เพื่อเปิดโอกาสให้เกิดการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรงที่ผู้ใช้บริการสามารถร่วมกิจกรรมลงมือปฏิบัติ และนำความรู้ไปใช้ได้จริงอีกส่วนหนึ่งด้วยโดยมีโครงการรองรับที่สำคัญ เช่น

- โครงการ Thai PBS Academy
- โครงการการพัฒนาพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ
- โครงการไทยพีบีเอส พื้นที่การเรียนรู้ (Thai PBS Learning Space)
- โครงการ Thai PBS Creative Learning Space @ ศูนย์ภูมิภาค

นอกจากจะทำหน้าที่ในการสร้างสรรค์การเรียนรู้ตลอดชีวิตเพิ่มเติมจากการเรียนรู้ผ่านหน้าจอและทางสื่อใหม่แล้ว โครงการต่างๆ ข้างต้นนี้ ยังเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนยุทธศาสตร์การสร้างการยอมรับตามแผนแม่บทเครือข่ายทางสังคม 2561-2563 ในแผนด้านภาคีหุ้นส่วน ที่จะกล่าวถึงต่อไปด้วย

2. แผนด้านภาคีหุ้นส่วน (Partnership Strategic Plan)

ส.ส.ท. ให้ความสำคัญกับภาคีเครือข่ายทางสังคมตลอดมาตามเจตนารมณ์ของ พ.ร.บ.องค์การฯ และตามหลักการคุณค่าของสื่อสาธารณะ ในปี 2561 ส.ส.ท. ได้จัดทำแผนแม่บทเครือข่ายทางสังคม ซึ่งมีความสอดคล้องกับกรอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 **สร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม** เพื่อมุ่งขยายภาคีเครือข่ายให้ครอบคลุมทุกภาคส่วน พัฒนาความร่วมมือในการผลิตเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะและขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสังคมในประเด็นสาธารณะที่เป็นเป้าหมายร่วมกัน รวมทั้งยกระดับความสัมพันธ์ของภาคีเครือข่ายให้เป็นหุ้นส่วนทางสังคมของ ส.ส.ท. โดยมีกลยุทธ์ ดังนี้

1. การสร้างการยอมรับ (Endorsed) มีเป้าหมายในการขยายฐานผู้ชมผู้ฟังให้กว้างขวางและครอบคลุมมากขึ้นโดยมีแนวทาง ดังนี้

- ขยายและเผยแพร่ผลงานของไทยพีบีเอสให้เป็นสื่อที่ฟังพาได้โดยการจัดกิจกรรมเปิดพื้นที่การเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ (Learning Space) ให้กับผู้ชมผู้ฟัง และประชาชน ได้เรียนรู้ผ่านการเชื่อมโยงเนื้อหาข่าวรายการ ประเด็นทางสังคมและความสนใจของสังคม รวมถึงเสริมสร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิตของประชาชน การพัฒนาที่ยั่งยืน ตลอดจนการสื่อสารสันติภาพ นอกจากนี้ตามยุทธศาสตร์การสร้างความแตกต่างบนความยั่งยืน ที่ให้ความสำคัญกับการเชื่อมร้อยภาคีเครือข่ายและการสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงของสังคม อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมให้ผู้ชม ผู้ฟัง ได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อสาธารณะ โดยมีโครงการสำคัญ อาทิ

- โครงการไทยพีบีเอส พื้นที่การเรียนรู้ (Thai PBS Learning Space)
- โครงการขับเคลื่อนวาระทางสังคม (On Ground)
- โครงการ Thai PBS Creative Learning Space @ ศูนย์ภูมิภาค

- การนำทรัพย์สินทางปัญญาประเภทข่าวและรายการให้สิทธิ์ในการเผยแพร่หรือแลกเปลี่ยน (Content Provider) กับภาคีเครือข่ายทั้งสถานีโทรทัศน์ หน่วยงาน องค์กร องค์กรสื่อทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการร่วมผลิตข่าว และรายการร่วมกันที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ โดยมีโครงการสำคัญ อาทิ

- โครงการต่อยอดทรัพย์สินทางปัญญา
- โครงการความร่วมมือผลิตรายการและแลกเปลี่ยนรายการกับองค์กรต่างประเทศ
- โครงการผลิตละคร/รายการสู่สากล

- จับมือกับเครือข่ายสร้างสรรค์การเรียนรู้ต่างๆ เช่น TK PARK , TCDC หรือเครือข่ายที่พัฒนาจากการผลิตรายการอาทิ เครือข่ายครูระดับประถมศึกษาทั่วประเทศ เพื่อร่วมกันสร้างความรู้ กระจายข้อมูล ข่าวสาร และสร้างการเข้าถึงข้อมูล เพื่อให้เกิดการบูรณาการเชื่อมโยงและใช้ในชีวิตจริงได้ ทั้งนี้โดยผ่านการจัด

เสวนา อบรมพัฒนาศักยภาพ การจัดนิทรรศการ การบรรยาย และการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วม โดยมีโครงการสำคัญ อาทิ โครงการอบรมครู ต่อยอดองค์ความรู้จากรายการของไทยพีบีเอส

- สร้างการจดจำการเปิดพื้นที่สำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ผ่านการจัดกิจกรรมถนนเด็กเดินในพื้นที่ต่างๆ ของประเทศ ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เพื่อให้เด็กและครอบครัวมีพื้นที่การเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ร่วมกัน โดยมีโครงการสำคัญ อาทิเช่น โครงการถนนเด็กเดิน โครงการวันเด็ก 2563

2. การสร้างการมีส่วนร่วม (Engaging & Sharing) มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาคลังรับฟังความคิดเห็น และพัฒนาคลังการมีส่วนร่วมของเครือข่ายทางสังคมโดยมีแนวทาง ดังนี้

- หนุนเสริมการดำเนินงานของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ ให้เป็นคลังรับฟังความคิดเห็นที่มีประสิทธิภาพในการสะท้อนความต้องการของผู้ชมและผู้ฟังรายการ และกลไกสร้างการมีส่วนร่วมกับสังคม โดยมีโครงการสำคัญ อาทิ

- โครงการสนับสนุนการดำเนินงานสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ
- โครงการประสานความร่วมมือและสนับสนุนสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ

- พัฒนากลไกติดตามและสะท้อนสื่อไทยพีบีเอส (Monitoring & Feedback) โดยจัดให้มีเครื่องมือการรับฟังและการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นจากผู้ชมผู้ฟังทางออนไลน์ และมีระบบสืบค้น จัดเก็บ และวิเคราะห์ประมวลผล (Feedback Analysis) รวมถึงสร้างพื้นที่ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Feedback Conference) ประเด็นที่เป็นประโยชน์สอดคล้องกับความต้องการสาธารณะ เพื่อทำให้เกิดรายงานการรับฟังความคิดเห็นที่มีคุณภาพเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพรายการและบริการขององค์การได้อย่างเหมาะสมและทันต่อสถานการณ์ โดยมีโครงการสำคัญ อาทิ

- โครงการพัฒนาระบบรับฟังความคิดเห็นศูนย์เพื่อนสื่อสาธารณะ
- โครงการพัฒนาระบบการสื่อสารสาธารณะและฐานข้อมูลอย่างมีส่วนร่วมจากภาคพลเมือง (C-site)
- โครงการพัฒนาระบบฐานข้อมูล ส.ส.ท.

- พัฒนากลไกการทำงานร่วมกันระหว่างเครือข่ายทางสังคม องค์กรวิชาการ เครือข่ายนักสื่อสารสาธารณะกับสื่อสาธารณะ ในลักษณะคลังสมอง (Think Tank) ตั้งแต่ระดับชาติถึงระดับภูมิภาค เพื่อเป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ปะทะสังสรรค์ทางความรู้ ความคิด โดยมีโครงการสำคัญ อาทิ โครงการพัฒนาภาคียุทธศาสตร์ร่วมกับภาคีเครือข่าย (Partnership Management)

3. การสร้างภาคีหุ้นส่วน (Empowering) เป้าหมายเพื่อพัฒนาศักยภาพภาคีเครือข่ายฯ และร่วมผลิตผลงานเพื่อเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะโดยมีแนวทาง ดังนี้

- พัฒนาศักยภาพผู้ผลิตภาคพลเมือง โดยการฝึกอบรมทักษะการผลิตสื่อหลากหลายลักษณะ เพื่อให้เกิดผู้ผลิตสื่อหน้าใหม่ ที่ส่งผลให้ร่วมกันผลิตเนื้อหาและข้อมูลหลากหลายร่วมสื่อสารในพื้นที่ของไทยพีบีเอสและพื้นที่สื่อสาธารณะอื่นอย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลง โดยมีโครงการสำคัญ อาทิ โครงการพัฒนาเครือข่ายนักสื่อสารสาธารณะ

- การร่วมมือในผลิตรายการโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ และกิจกรรมในลักษณะ Co-Creation ร่วมกับหน่วยงานของรัฐ องค์กร ภาคเอกชน ชุมชน หรือหน่วยงานองค์การระหว่างประเทศ หรือสถานีวิจัยหรือสถานีโทรทัศน์ ขององค์การสื่อสารสาธารณะของต่างประเทศที่มีเป้าหมายหรือผลิตภัณฑ์เด่นร่วมกันในการผลิตรายการอันเป็นการส่งเสริมความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ โดยมีโครงการสำคัญ อาทิ

- โครงการผลิตเนื้อหา Glocalized Content และพัฒนาแพลตฟอร์มสื่อสารสาธารณะร่วมกับเครือข่ายสื่อพลเมือง
- โครงการ Thai PBS Forum
- โครงการ INPUT
- โครงการพัฒนาความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศ
- พัฒนาแพลตฟอร์มที่มีลักษณะเฉพาะ (Signature) จากกลุ่มผู้ใช้ (UGC User-Generated Content) หรือ “เนื้อหาที่เกิดจากผู้ใช้” เพื่อมาต่อยอดในการสร้างรูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมในหลายลักษณะ (Participatory Journalism) โดยมีโครงการสำคัญ อาทิ
 - โครงการผลิตเนื้อหา Glocalized Content และพัฒนาแพลตฟอร์มสื่อสารสาธารณะร่วมกับเครือข่ายสื่อพลเมือง
 - โครงการพัฒนาระบบการสื่อสารสาธารณะและฐานข้อมูลอย่างมีส่วนร่วมจากภาคพลเมือง (C-site)
 - โครงการพัฒนาเครือข่ายนักสื่อสารสาธารณะ

3. แผนด้านทุนมนุษย์และทุนองค์กร (Human & Organization Capital Strategic Plan)

แผนด้านทุนมนุษย์และทุนองค์กร มุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ สร้างวัฒนธรรมการขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูล (Data Driven Culture) โดยมี “แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและฐานข้อมูล ระยะ 3 ปี (พ.ศ.2562-2564)” เป็นกรอบในการนำไปปฏิบัติด้วยการจัดทำโครงการรองรับ ขณะเดียวกันก็มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีจิตสำนึกสาธารณะ มีทักษะที่หลากหลายและมี Digital DNA สอดคล้องกับเป้าหมายและค่านิยมสื่อสารสาธารณะ โดยมี “แผนยุทธศาสตร์ทรัพยากรมนุษย์ ส.ส.ท.” ที่เน้นการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงรุกตามหลักธรรมาภิบาลรวมทั้งแผนการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและพนักงานทุกระดับ เป็นกรอบในการนำไปปฏิบัติด้วยการจัดทำโครงการรองรับ เพื่อพัฒนา ส.ส.ท. ให้เป็น **Trusted Brand ในใจประชาชน** ตามประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ซึ่งหมายถึงต้องเป็น Top of Brand ในความเป็นสื่อที่เชื่อถือได้ มีคุณภาพ ยึดถือประโยชน์สาธารณะเป็นที่ตั้ง ดำเนินการด้วยระบบคุณธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้ โดยบุคลากรที่มีคุณภาพและคุณธรรมขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความมั่นคงและยั่งยืนขององค์กร โดยมีกลยุทธ์ ดังนี้

1) ด้านการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ และสร้างวัฒนธรรมการขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูล ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

- การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance) มุ่งพัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ บริหารงานอย่างมีธรรมาภิบาล และบริหารจัดการทางการเงินแบบยั่งยืน โดยมีโครงการสำคัญ เช่น
 - โครงการบริหารความเสี่ยงและสร้างเสริมธรรมาภิบาลองค์กร ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตามหลักการบริหารความเสี่ยงของมาตรฐานสากล นำไปสู่การกำกับดูแลกิจการที่ดี ในฐานะหน่วยงานของรัฐ และสร้างคุณค่าในการดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืน

- โครงการบริหารจัดการองค์กรคุณภาพ ตามมาตรฐาน ISAS BCP9001:2010 ในการตรวจติดตามประเมินระบบบริหารคุณภาพ (Surveillance Visit) โดยหน่วยงานรับรองภายนอก รวมถึงการรักษามาตรฐานประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กร ตามที่ได้ระบุไว้ในมาตรฐานสากล ISAS BCP9001:2010

- โครงการประเมินผลการดำเนินงาน ส.ส.ท.ประจำปี 2562 โดยการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน เพื่อประเมินประสิทธิภาพประสิทธิผลการดำเนินงาน ความคุ้มค่า ส.ส.ท. ในบทบาทสื่อสาธารณะ และความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อผลผลิตและผลการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ในมิติต่างๆ

- โครงการประกันคุณภาพงานตรวจสอบภายในของ ส.ส.ท. โดยการประเมินเพื่อรับรองคุณภาพงานตรวจสอบภายใน จากผู้ประเมินอิสระจากภายนอก เพื่อนำแผนมาปรับปรุงการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลการปฏิบัติงานวิชาชีพการตรวจสอบภายใน

- โครงการบริหารจัดการศูนย์การเงิน โดยการยกระดับมาตรฐานรายงานทางการเงินของ ส.ส.ท. จาก Non PAE (กิจการที่ไม่มีส่วนได้เสียสาธารณะ : Non-Public Accountant Entry) ให้เป็น PAE (กิจการที่มีส่วนได้เสียสาธารณะ : Public Accountant Entry) ที่เป็นมาตรฐานเดียวกับมาตรฐานของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ และแสดงถึงผลการดำเนินงานของกิจการที่มีความน่าเชื่อถือต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รองรับการเข้าสู่การบริหารจัดการแบบมีธรรมาภิบาลตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546

- สร้างวัฒนธรรมการขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูล (Data Driven Culture) โดยการพัฒนาระบบฐานข้อมูลข่าว รายการ ข้อมูลสนับสนุนการดำเนินงานภายในองค์กร และสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ รวมถึงการให้บริการข้อมูลน่าเชื่อถือและนำไปใช้อ้างอิงได้ แก่สาธารณะ โดยมีโครงการสำคัญ ได้แก่

- โครงการพัฒนาระบบฐานข้อมูล ส.ส.ท. ในปี 2562 จำนวน 7 ฐานข้อมูล ได้แก่ 1) ระบบฐานข้อมูลเพื่อแสดงผลการปฏิบัติงานในมิติเชิงยุทธศาสตร์ 2) ฐานข้อมูลองค์กรและการวิเคราะห์เชิงลึก (Data Analytics) 3) ระบบฐานความรู้แบบเปิด (Open Data) และระบบบูรณาการเชื่อมโยงทรัพยากรกับองค์กรต่างๆ 4) ระบบ Project Management สนับสนุนการจัดทำ Corporation Plan 5) ระบบแก้ปัญหาความผิดพลาดหน้าจอและพัฒนาช่องทางรับฟังความคิดเห็นจากประชาชน 6) ระบบฐานข้อมูล Content Database มิติเชิงประเด็นและเชิงพื้นที่ 7) ระบบฐานข้อมูลสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและระบบ CRM รวมทั้งพัฒนาและจัดทำมาตรฐานข้อมูลกลางเพื่อการใช้งานร่วมกันของ ส.ส.ท. (Enterprise Common Data)

- โครงการพัฒนาศูนย์บริการข้อมูล ส.ส.ท. ในการให้บริการข้อมูล 4 ด้าน คือ 1) ข้อมูลเอกสารงานวิชาการ ทรัพยากรสารสนเทศ 2) ข้อมูล Archive ข่าวและรายการ 3) ฐานข้อมูลเพื่อบริการสำหรับพนักงาน ส.ส.ท. และ 4) ข้อมูลเพื่อบริการสาธารณะ ให้แก่พนักงานภายในองค์กร และบุคคลภายนอก

- นำเทคโนโลยีมาพัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ และมีความมั่นคงปลอดภัยตามแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศ และ โครงการสำคัญ เช่น

- โครงการพัฒนาเทคโนโลยีตามแผนแม่บท ICT โดยมีแผนพัฒนาในปี 2562 ดังนี้
 - ศึกษาและจัดทำ Application Service Catalog และพอร์ทัลของระบบสารสนเทศซอฟต์แวร์ และ บริการไอที ของ ส.ส.ท. (IT Service Catalog & Application Portfolio) เพื่อเป็นกลไกในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อบริหารจัดการคลาวด์ และรวมศูนย์การบริหารจัดการระบบข้อมูล

- ศึกษา พัฒนาระบบบริหารจัดการทะเบียนข้อมูลกลางแบบรวมศูนย์ (API Management Platform) เพื่อการบูรณาการและเชื่อมโยงระหว่างระบบภายในองค์กร
- พัฒนา ปรับปรุงความสามารถของระบบบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล (Personal Report by K2 Workflow ทั้งองค์กร) ให้เชื่อมโยงกับระบบสนับสนุนการทำงานอื่นๆ ในแบบไร้รอยต่อ
- พัฒนาระบบบริหารทรัพย์สินขององค์กรให้ครอบคลุมการบริหารจัดการครบวงจร ตั้งแต่การจัดหาจนถึงคลังทรัพย์สิน และบูรณาการระบบบริหารสัญญาองค์กรกับระบบ ERP
- บูรณาการโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (IT Infrastructure) ให้รองรับการบำรุงรักษาระบบสารสนเทศที่มี โดยการเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายในศูนย์หลักและศูนย์สำรองและระบบสำรองข้อมูล ระบบจัดการ Bandwidth ระบบป้องกันการโจมตี เครือข่ายองค์กร ระบบกระจายภาระงาน Server Load Balance และ Object Storage, การจัดหา Cloud Storage ทดแทน Tape Backup การประเมินความเสี่ยงทางเทคโนโลยีสารสนเทศและปรับปรุงแผนการจัดการความต่อเนื่องในการทำงานของระบบสารสนเทศ ให้สอดคล้องกับแผนบริหารความเสี่ยงขององค์กร
 - โครงการพัฒนาระบบส่งข้อมูลสารสนเทศในรูปแบบ Media file และระบบการขยายข่าว และแลกเปลี่ยนข้อมูลภาพข่าว ทั้งในและนอกประเทศ
 - โครงการระบบบริหารและควบคุมรายการ (Program Management and Control Operation System Project สำหรับ ตรวจสอบเก็บข้อมูล และควบคุมคุณภาพรายการ และแก้ปัญหาการส่งรายการล่าช้าเพื่อลดความเสี่ยงด้านการออกอากาศ

2) ด้านการบริหารจัดการและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ตามแผนยุทธศาสตร์ทรัพยากรมนุษย์ โดยมีกลยุทธ์ 2 กลยุทธ์ ได้แก่ สร้างการมีส่วนร่วมและความผูกพันองค์กร และ เสริมสร้างศักยภาพบุคลากร และ เป้าหมาย 3 ด้าน คือ (1) คนไทยพีบีเอสมี SPIRIT Thai PBS คือ มีจิตสำนึกสาธารณะและทำงานเพื่อส่วนรวม ซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส มีความรับผิดชอบ และยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพ เพื่อส่งมอบงานที่มีคุณภาพและเป็นที่น่าเชื่อถือ มีการค้นหาวิธีการทำงานและนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพ และสามารถทำงานเป็นทีม และมี Digital DNA คือ มีความรู้เท่าทันและมีความรับผิดชอบในการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัล รวมทั้งดูแลปกป้องข้อมูลได้ มีทักษะความเข้าใจการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการปฏิบัติงาน การสื่อสาร การวิเคราะห์และตัดสินใจ และสามารถนำเทคโนโลยีมาพัฒนากระบวนการทำงานและการบริหารจัดการได้ (2) แรงจูงใจ มีอิสระและมีความยืดหยุ่นในการทำงาน มีความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว และ (3) โครงสร้าง ยืดหยุ่น คล่องตัว เน้น Digital Platform มี Infrastructure ที่ดี และมีกฎ กติกาที่ชัดเจน โดยมีกลยุทธ์ และโครงการสำคัญ ดังนี้

- การสร้างการมีส่วนร่วมและความผูกพันองค์กร อาทิ

- โครงการ Spirit Thai PBS & One Team Power โดยการสร้างกลไกการพัฒนาและสร้างวัฒนธรรมองค์กรร่วมกับทุกสำนักในการปลูกฝังให้บุคลากรมีจิตสาธารณะ มีความเข้าใจและมีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าความเป็นสื่อสาธารณะ การจัดกิจกรรม One Team Power การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อพัฒนาด้านจริยธรรม พร้อมกับจัดกิจกรรม Show & Share และสื่อสารเพื่อต่อยอด Spirit ด้วยช่องทางต่างๆ

○ โครงการกิจกรรมสร้างสุขภายในองค์กร เพื่อเสริมสร้างสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดีในการทำงาน ให้บุคลากรปฏิบัติงานอย่างมีความสุข ผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรม Site Visit กิจกรรม Family Day เป็นต้น

○ โครงการพัฒนาเส้นทางความก้าวหน้าสายอาชีพ (Career Path) เพื่อเป็นกรอบพัฒนาพนักงาน ให้มีความพร้อมที่จะปฏิบัติงานระดับตำแหน่งงานที่สูงขึ้น

● **การเสริมสร้างศักยภาพบุคลากร** โดยมีการพัฒนาศักยภาพคนไทยพีบีเอส ให้มีคุณภาพ และเท่าทันสถานการณ์สื่อ พนักงานทำงานเต็มประสิทธิภาพอย่างมีความสุข อาทิ

○ โครงการพัฒนาศักยภาพคนไทยพีบีเอส ให้มีความสามารถที่หลากหลาย (Multi Skills) เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานแต่ละสำนัก และมีทักษะแบบ Digital DNA สอดคล้องกับทิศทางขององค์กร

○ โครงการ Thai PBS's Innovation ส่งเสริมให้บุคลากร ส.ส.ท. มีพื้นที่ในการแสดงพลังความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรมเพื่อนำไปต่อยอดได้อย่างเต็มที่

○ โครงการสนับสนุนการปรับปรุงโครงสร้างและบริหารอัตรากำลัง เพื่อออกแบบรูปแบบการจ้างงาน ค่าจ้าง และสวัสดิการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของแรงงานยุคใหม่ และมีอัตรากำลังเป็นไปตามแผนบริหารบุคลากร

○ โครงการอบรมพัฒนาศักยภาพด้านสื่อใหม่ ให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในทักษะด้านสื่อดิจิทัล รวมไปถึงการจัดเวทีแลกเปลี่ยนให้ความรู้กับประชาชนในวงกว้าง

3) **การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจภายในองค์กร** อย่างสม่ำเสมอ และมีระบบการสื่อสารภายในที่ดี เพื่อประชาสัมพันธ์ นโยบาย แนวทางการบริหาร การดำเนินงานและข่าวสารสำคัญขององค์กรให้พนักงานรับรู้ และมีความเข้าใจ สร้างความภาคภูมิใจและสร้างบรรยากาศที่ดี เพื่อนำไปสู่การทำงานที่มีประสิทธิภาพและความสามัคคีของคนในองค์กร ผ่านรายการ “นกด่องรู้” ซึ่งเสนอผ่านช่องทีวีภายใน และ Online TV (ผ่าน Facebook Thai PBS family) / พื้นที่แลกเปลี่ยน Sharing & Learning Space / กิจกรรมและสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ

การดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาลในแผนระยะ 1 ปี พ.ศ. 2562

เพื่อดำเนินการให้เป็นไปตามนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย เรื่องการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยง ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ส.ส.ท.จะดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาธรรมาภิบาลในองค์กรให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยมีกลไกในการดำเนินการ คือ

1. มีคณะกรรมการธรรมาภิบาลและรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย ผู้แทนจากกรรมการนโยบาย ผู้บริหาร ส.ส.ท. และผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก เป็นกลไกกำหนดกรอบการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาล และกำกับการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบาย
2. มีฝ่ายพัฒนาระบบคุณภาพและบริหารความเสี่ยง ทำหน้าที่รับผิดชอบการจัดทำแผนดำเนินการธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม ของ ส.ส.ท. เสนอผ่านความเห็นชอบของคณะกรรมการธรรมาภิบาลฯ และประสานความร่วมมือกับทุกหน่วยงานในองค์กร ให้มีการดำเนินงานตามแผนธรรมาภิบาลของ ส.ส.ท. และทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยเลขานุการ คณะกรรมการธรรมาภิบาลฯ
3. มีคณะทำงานตรวจสอบภายในเชิงคุณภาพ ทำหน้าที่ ตรวจสอบติดตามคุณภาพการดำเนินงานภายในองค์กร
4. มีหน่วยรับรอง (Certification Body) มาดำเนินการตรวจประเมินระบบบริหารคุณภาพ (Surveillance Visit) ขององค์กร
5. ด้านความรับผิดชอบต่อสาธารณะ มีกลไกที่สำคัญ คือ
 - 5.1 สถาปนาผู้ชมและผู้ฟังรายการ ทำหน้าที่รับฟังความคิดเห็นของผู้ชม ขยายเครือข่ายฐานผู้ชมและผู้ฟังรายการ เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของประชาชน และให้ข้อมูลสะท้อนกลับในการปรับปรุงข่าวและรายการ
 - 5.2 คณะอนุกรรมการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนจากประชาชน
 - 5.3 ศูนย์ข้อมูลข่าวสารไทยพีบีเอส ซึ่งให้บริการข้อมูลข่าวสารต่อสาธารณะตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540
 - 5.4 มีการปรับปรุงพัฒนากระบวนการ Work Flow เพื่อสร้างความเข้าใจอันจะนำมาซึ่งประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีขึ้นในการปฏิบัติงาน โดยผลักดันให้สำนักบริหาร และศูนย์การเงินเป็นหน่วยงานนำร่อง
6. มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมค่านิยมเรื่องธรรมาภิบาลให้แก่บุคลากรตลอดทั้งปี รวมทั้งการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง
7. นำหลักธรรมาภิบาลมาใช้อย่างเคร่งครัด ในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง การทำสัญญาต่างๆ โดยเน้นการจัดทำคู่มือการจัดซื้อจัดจ้าง การจัดทำข้อตกลงคุณธรรมกับคู่สัญญาในทุกระดับ เพื่อพัฒนาไปสู่ความเป็นองค์กรคุณธรรมต่อไป

การบริหารความเสี่ยง

ส.ส.ท. จัดให้มีการประเมินความเสี่ยงขององค์การเป็นประจำทุกปี และจัดทำแผนจัดการความเสี่ยงเสนอต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการนโยบาย ตามลำดับ โดยจะมีการติดตาม และรายงานความคืบหน้าทุกไตรมาส รวมทั้งประเมินผลสำเร็จของแผนจัดการความเสี่ยง เพื่อพัฒนาการบริหารความเสี่ยงของ ส.ส.ท.อย่างต่อเนื่อง โดยมีกลไกหลักในการดำเนินงาน คือ

- คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ส.ส.ท. มี ผอ.ส.ส.ท.เป็นประธาน และผู้อำนวยการทุกสำนักเป็นกรรมการ
- ฝ่ายพัฒนาระบบคุณภาพและบริหารความเสี่ยง รับผิดชอบในการพัฒนาเครื่องมือตัวชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicator) การวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงจากปัจจัยแวดล้อมต่างๆ และจัดทำแผนควบคุมความเสี่ยงประจำปี พร้อมคู่มือการบริหารความเสี่ยง รวมทั้งประสาน ติดตามการดำเนินงานตามแผนของทุกสำนัก และรายงานการประเมินความเสี่ยงและการควบคุมภายในรายงานความเสี่ยงต่อคณะกรรมการฯ และผู้อำนวยการ ส.ส.ท. อย่างต่อเนื่อง หรือทันเหตุการณ์ และทำหน้าที่เป็นเลขานุการของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ส.ส.ท.

ทั้งนี้ แผนบริหารความเสี่ยง ในระยะ 1 ปีข้างหน้า จะเน้นต่อยอดการดำเนินงานบริหารความเสี่ยงของปี 2561 ที่กำลังอยู่ระหว่างดำเนินการ พร้อมไปกับการวิเคราะห์สถานการณ์ความเสี่ยงใหม่ๆ ให้ครอบคลุมด้านต่างๆ เพื่อให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ได้แก่

- ความสามารถในการปรับตัวและการวางกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและภูมิทัศน์สื่อ
- สื่อสาธารณะไม่เป็นที่ต้องการของสังคม
- ความผิดพลาดของข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอต่อสาธารณะทุกช่องทาง
- ความปลอดภัยของข้อมูล (Data Security)
- การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา
- การใช้งบประมาณที่ขาดประสิทธิภาพและไม่คุ้มค่า
- การปฏิบัติไม่เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง
- การให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงข่ายตามเงื่อนไขของ กสทช. หรือสัญญาที่ทำไว้กับผู้ใช้บริการ
- การดำเนินงานในกรณีเกิดสถานการณ์ฉุกเฉินและภัยพิบัติ

ทั้งนี้ จะมีการทบทวนแผนบริหารความเสี่ยงเป็นระยะ เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

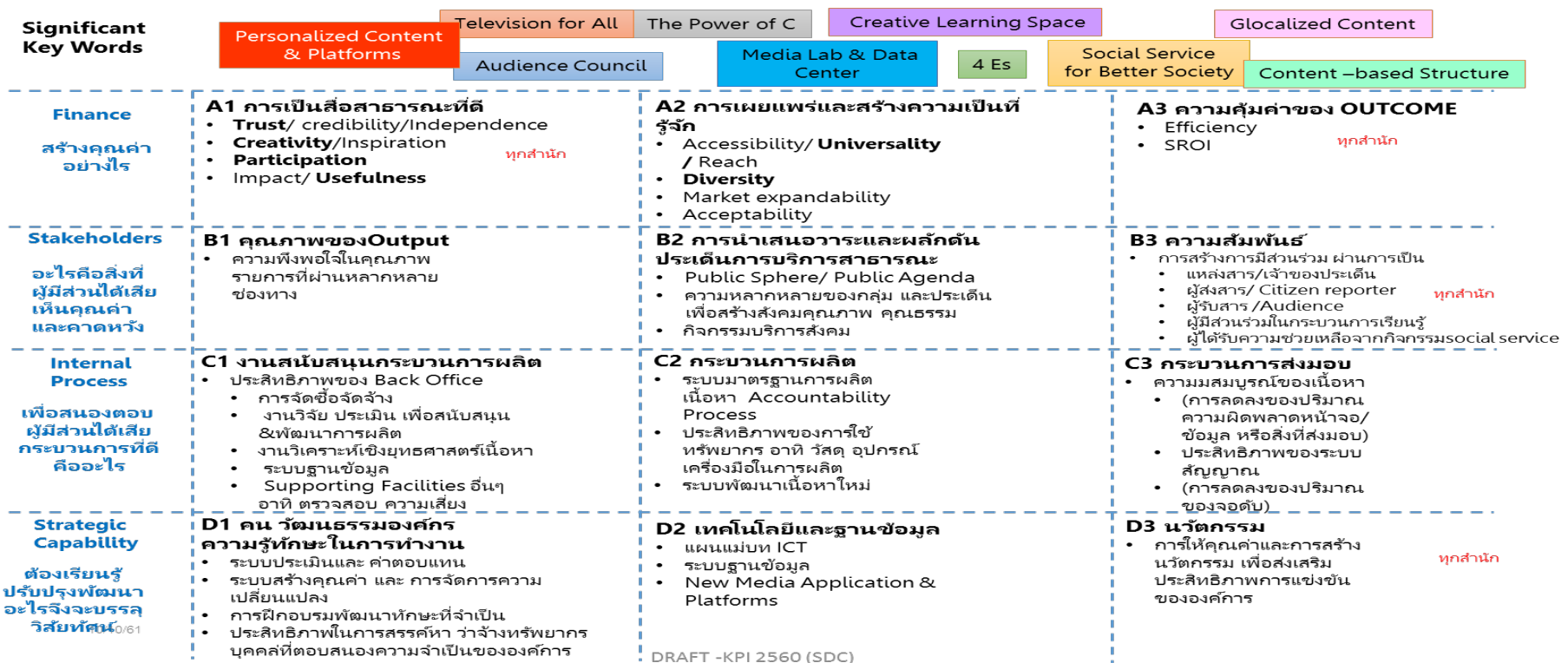
ส่วนที่ 3

ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานขององค์กร
ส.ส.ท. พ.ศ. 2562
(Corporate KPIs 2019)



ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานขององค์กร ส.ส.ท. พ.ศ. 2562 (Corporate KPIs)

ส.ส.ท. ได้วางกรอบการวัดผลความสำเร็จของความเป็นสื่อสาธารณะ ไปสู่เป้าหมายในปี 2564 ในการเป็น “พื้นที่เรียนรู้สำหรับทุกคน (Learning Space for All)” ให้ครอบคลุมในมิติต่างๆ ที่สอดคล้องกับแนวทางการจัดทำตัวชี้วัดตามมาตรฐาน12 แนวทาง (ตามแผนภาพที่ 23) และในปี 2562 ส.ส.ท. ได้กำหนดเป้าประสงค์ (Strategic Issue) ในการเป็นสื่อที่ “สังคมวางใจให้ไทยพีบีเอสเป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์การเรียนรู้ตลอดชีวิต” โดย ส.ส.ท. หรือไทยพีบีเอส จะเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการสื่อสารเนื้อหาสาระประโยชน์ และความรู้ ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายไปสู่ประชาชน โดยมี “ภาคีหุ้นส่วน เพื่อน และประชาชน” เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของสื่อสาธารณะ ทั้งในฐานะผู้ร่วมเรียนรู้ ได้รับประโยชน์ และร่วมลงมือปฏิบัติ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย



DRAFT -KPI 2560 (SDC)

แผนภาพที่ 24 แสดงกรอบการวัดผลความสำเร็จของ ส.ส.ท.



เพื่อวัดผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานตามเป้าประสงค์ปี 2562 กำหนดให้มีตัวชี้วัดความสำเร็จในระดับองค์กร (Corporate Key Performance Indicators) ในด้านต่างๆ ภายใต้กรอบการวัดผลสำเร็จของสื่อสาธารณะ 12 ประการ โดยมุ่งเน้นวัดผลในด้าน A1 การเป็นสื่อสาธารณะที่ดี A2 การเผยแพร่และการเป็นที่รู้จัก B1 คุณภาพการผลิต B2 การนำเสนอวาระและผลักดันประเด็นการบริการสาธารณะ และ B3 ความสัมพันธ์ โดยกำหนดตัวชี้วัดองค์กรใน 4 ประเด็นหลัก ดังนี้

เกณฑ์คะแนน

เกณฑ์ “ใช้ได้” (ระดับ 2.51- 3.00 จาก 5 คะแนน)

เกณฑ์ “ดี” (ระดับ 3.01-3.50 และ ระดับ 3.51-4.00 จาก 5 คะแนน)

เกณฑ์ “ดีมาก” (ระดับ 4.01-4.50 จาก 5 คะแนน)

เกณฑ์ “ดีเยี่ยม” (ระดับ 4.51-4.75 และ ระดับ 4.76-5.00 จาก 5 คะแนน)

ตารางที่ 2 ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานขององค์กร ส.ส.ท. พ.ศ. 2562 (Corporate KPIs)

| เป้าหมาย ระดับผลลัพธ์ | ตัวชี้วัด | น้ำหนัก | ผลงาน ณ ก.ย. 61 | ค่ากลาง ปี พ.ศ. 2562 | เกณฑ์การให้คะแนน | | | | |
|---|---|---------|-----------------------|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | 100% | | | | | | | |
| ด้าน Branding (A1 การเป็น สื่อสาธารณะ ที่ดี : ไทยพีบี เอสได้รับการ ยอมรับจาก | 1. ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อบทบาทการทำหน้าที่สื่อสาธารณะของ ไทยพีบีเอส อยู่ในเกณฑ์ “ดีมาก”(จากการสำรวจ) | | | ประชาชนที่รู้จัก ไทยพีบีเอส ยอมรับว่าไทยพีบีเอส เป็นสถาบันสื่อสาธารณะ ผู้สร้างสรรค์การเรียนรู้ อยู่ในเกณฑ์ | ประชาชนที่รู้จัก ไทยพีบีเอส ยอมรับว่าไทยพีบีเอส เป็นสถาบันสื่อสาธารณะ ผู้สร้างสรรค์การ | ประชาชนที่รู้จัก ไทยพีบีเอส ยอมรับว่าไทยพีบีเอส เป็นสถาบันสื่อสาธารณะ ผู้สร้างสรรค์การ | ประชาชนที่รู้จัก ไทยพีบีเอส ยอมรับว่าไทยพีบีเอส เป็นสถาบันสื่อสาธารณะ ผู้สร้างสรรค์การ | ประชาชนที่รู้จัก ไทยพีบีเอส ยอมรับว่าไทยพีบีเอส เป็นสถาบันสื่อสาธารณะ ผู้สร้างสรรค์การ | ประชาชนที่รู้จัก ไทยพีบีเอส ยอมรับว่าไทยพีบีเอส เป็นสถาบันสื่อสาธารณะ ผู้สร้างสรรค์การ |

| เป้าหมาย ระดับผลลัพธ์ | ตัวชี้วัด | น้ำหนัก | ผลงาน ณ ก.ย. 61 | ค่ากลาง ปี พ.ศ. 2562 | เกณฑ์การให้คะแนน | | | | |
|--|---|---------|-----------------------|---|--|--|--|---|---|
| | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ประชาชนใน การทำหน้าที่ สื่อสาธารณะ) | | | | “ดีมาก” (ระดับ 4.01-4.50 จาก 5 คะแนน) | เรียนรู้ อยู่ใน เกณฑ์ “ดี” (ระดับ 3.01- 3.50 จาก 5 คะแนน) | เรียนรู้ อยู่ใน เกณฑ์ “ดี” (ระดับ 3.51- 4.00 จาก 5 คะแนน) | เรียนรู้ อยู่ใน เกณฑ์ “ดีมาก” (ระดับ 4.01- 4.50 จาก 5 คะแนน) | เรียนรู้ อยู่ใน เกณฑ์ “ดีเยี่ยม” (ระดับ 4.51- 4.75 จาก 5 คะแนน) | เรียนรู้ อยู่ใน เกณฑ์ “ดีเยี่ยม” (ระดับ 4.76- 5.00 จาก 5 คะแนน) |
| ด้าน Corporate Agenda (วาระหลัก) (B2 การ นำเสนอวาระ และผลักดัน ประเด็นการ บริการ สาธารณะ และ B3 ความสัมพันธ์ :ไทยพีบีเอสมุ่ง ขับเคลื่อน วาระ “ปฏิรูป ประเทศ” และ ผลักดัน | 2. ประเด็นที่ไทยพีบี เอสขับเคลื่อนร่วมกับ เครือข่าย ได้รับการ ประเมินความคุ้มค่าใน การดำเนินงานและการ ประเมินความพึงพอใจ จากเครือข่าย ที่ร่วม ผลักดันประเด็นการ บริการสาธารณะ | | | ประเด็นที่ไทยพีบี เอสขับเคลื่อน ร่วมกับเครือข่าย ได้รับการประเมิน ว่ามีความคุ้มค่า ไม่น้อยกว่า 2 ประเด็น) | ไม่มีประเด็น ที่ไทยพีบีเอส ขับเคลื่อนร่วมกับ เครือข่าย ได้รับ การ ประเมินว่ามี ความคุ้มค่า | ประเด็นที่ไทยพี บีเอสขับเคลื่อน ร่วมกับเครือข่าย ได้รับการ ประเมินว่ามี ความคุ้มค่า 1 ประเด็น | ประเด็นที่ไทยพี บีเอสขับเคลื่อน ร่วมกับเครือข่าย ได้รับการ ประเมินว่ามี ความคุ้มค่า 2 ประเด็น | ประเด็นที่ไทยพี บีเอสขับเคลื่อน ร่วมกับเครือข่าย ได้รับการ ประเมินว่ามี ความคุ้มค่า 3 ประเด็น | ประเด็นที่ไทยพี บีเอสขับเคลื่อน ร่วมกับเครือข่าย ได้รับการ ประเมินว่ามี ความคุ้มค่า ไม่น้อยกว่า 4 ประเด็น |
| | | | | ประเด็นที่ไทยพีบี เอสขับเคลื่อน ร่วมกับเครือข่าย ได้รับการ ประเมิน ความพึงพอใจ จาก เครือข่าย อยู่ใน เกณฑ์ “ดีมาก” (ระดับ 4.01-4.50 จาก 5 คะแนน) | ประเด็นที่ไทยพี บีเอสขับเคลื่อน ร่วมกับเครือข่าย ได้รับการ ประเมินความ พึงพอใจ จาก เครือข่าย อยู่ในเกณฑ์ “ดี” (ระดับ 3.01- | ประเด็นที่ไทยพี บีเอสขับเคลื่อน ร่วมกับเครือข่าย ได้รับการ ประเมินความ พึงพอใจ จาก เครือข่าย อยู่ในเกณฑ์ “ดี” (ระดับ 3.51- | ประเด็นที่ไทยพี บีเอสขับเคลื่อน ร่วมกับเครือข่าย ได้รับการ ประเมินความ พึงพอใจ จาก เครือข่าย อยู่ในเกณฑ์ “ดี มาก” (ระดับ | ประเด็นที่ไทยพี บีเอสขับเคลื่อน ร่วมกับเครือข่าย ได้รับการ ประเมินความ พึงพอใจ จาก เครือข่าย อยู่ในเกณฑ์ “ดี เยี่ยม” (ระดับ | ประเด็นที่ไทยพี บีเอสขับเคลื่อน ร่วมกับเครือข่าย ได้รับการ ประเมินความ พึงพอใจ จาก เครือข่าย อยู่ในเกณฑ์ “ดี เยี่ยม” (ระดับ |

| เป้าหมาย ระดับผลลัพธ์ | ตัวชี้วัด | น้ำหนัก | ผลงาน ณ ก.ย. 61 | ค่ากลาง ปี พ.ศ. 2562 | เกณฑ์การให้คะแนน | | | | |
|--|--|---------|-----------------------|--|--|--|---|--|--|
| | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ประเด็นการ บริการ สาธารณะ ร่วมกับภาคี เครือข่าย) | | | | | 3.50 จาก 5 คะแนน) | 4.00 จาก 5 คะแนน) | 4.01-4.50 จาก 5 คะแนน) | 4.51-4.75 จาก 5 คะแนน) | 4.76-5.00 จาก 5 คะแนน) |
| ด้าน Content (เนื้อหา) (B1 คุณภาพ ผลผลิต: เนื้อหา มีความ แตกต่างโดดเด่น น่าเชื่อถือ และมุ่ง สนองตอบ ประโยชน์ สาธารณะ) | 3. ค่าเฉลี่ยความสำเร็จ การประเมินคุณภาพ เนื้อหาของไทยพีบีเอส (ข่าว และรายการ) | | | ข่าวและรายการ ของไทยพีบีเอส ได้รับการยอมรับว่า มีคุณภาพ 4 ประการ (ความ แตกต่าง น่าเชื่อถือ การสนองตอบ ประโยชน์ สาธารณะ และ ประชาชนมีส่วนร่วม) อยู่ในเกณฑ์ ดีมาก (ระดับ 4.01-4.50 จาก 5 คะแนน) | ข่าวและรายการ ของไทยพีบีเอส ได้รับการยอมรับ ว่ามีคุณภาพ 4 ประการ (ความ แตกต่าง น่าเชื่อถือ การ สนองตอบ ประโยชน์ สาธารณะ และ ประชาชนมีส่วนร่วม) อยู่ใน เกณฑ์ “ดี” (ระดับ 3.01- 3.50 จาก 5 คะแนน) | ข่าวและรายการ ของไทยพีบีเอส ได้รับการยอมรับ ว่ามีคุณภาพ 4 ประการ (ความ แตกต่าง น่าเชื่อถือ การ สนองตอบ ประโยชน์ สาธารณะ และ ประชาชนมีส่วนร่วม) อยู่ใน เกณฑ์ “ดี” (ระดับ 3.51- 4.00 จาก 5 คะแนน) | ข่าวและรายการ ของไทยพีบีเอส ได้รับการยอมรับ ว่ามีคุณภาพ 4 ประการ (ความ แตกต่าง น่าเชื่อถือ การ สนองตอบ ประโยชน์ สาธารณะ และ ประชาชนมีส่วนร่วม) อยู่ใน เกณฑ์ ดีมาก (ระดับ 4.01- 4.50 จาก 5 คะแนน) | ข่าวและรายการ ของไทยพีบีเอส ได้รับการยอมรับ ว่ามีคุณภาพ 4 ประการ (ความ แตกต่าง น่าเชื่อถือ การ สนองตอบ ประโยชน์ สาธารณะ และ ประชาชนมีส่วนร่วม) อยู่ใน เกณฑ์ ดีเยี่ยม (ระดับ 4.51- 4.75 จาก 5 คะแนน) | ข่าวและรายการ ของไทยพีบีเอส ได้รับการยอมรับ ว่ามีคุณภาพ 4 ประการ (ความ แตกต่าง น่าเชื่อถือ การ สนองตอบ ประโยชน์ สาธารณะ และ ประชาชนมีส่วนร่วม) อยู่ใน เกณฑ์ “ดีเยี่ยม” (ระดับ 4.76- 5.00 จาก 5 คะแนน) |

| เป้าหมาย ระดับผลลัพธ์ | ตัวชี้วัด | น้ำหนัก | ผลงาน ณ ก.ย. 61 | ค่ากลาง ปี พ.ศ. 2562 | เกณฑ์การให้คะแนน | | | | |
|--|---|---------|-----------------------|--|---|--|---|---|---|
| | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ด้าน Platform (ช่องทาง) (A2 การเผยแพร่และการเป็นที่รู้จัก: ไทยพีบีเอสเข้าถึงผู้ชมที่หลากหลายเพิ่มขึ้น ผ่านทุกช่องทางสื่อ) | 4. จำนวนผู้ชม/ผู้ใช้บริการไทยพีบีเอสผ่านทุกช่องทางสื่อเพิ่มขึ้น | | | 1. ไทยพีบีเอส ช่องหมายเลข 3 ได้รับความนิยมน้อยในอันดับที่สูงขึ้น 1 อันดับจากปี 2561 เมื่อเปรียบเทียบกับ 24 ช่องทีวีดิจิทัล | ไทยพีบีเอส ช่องหมายเลข 3 ได้รับความนิยมน้อยในอันดับที่ต่ำกว่าอันดับในปี 2561 ที่ผ่านมา เมื่อเปรียบเทียบกับ 24 ช่องทีวีดิจิทัล | ไทยพีบีเอส ช่องหมายเลข 3 ได้รับความนิยมน้อยในอันดับเดียวกับปี 2561 ที่ผ่านมา เมื่อเปรียบเทียบกับ 24 ช่องของทีวีดิจิทัล | ไทยพีบีเอส ช่องหมายเลข 3 ได้รับความนิยมน้อยในอันดับที่สูงขึ้น 1 อันดับจากปี 2561 เมื่อเปรียบเทียบกับ 24 ช่องทีวีดิจิทัล | ไทยพีบีเอส ช่องหมายเลข 3 ได้รับความนิยมน้อยในอันดับที่สูงขึ้น 2 อันดับจากปี 2561 เมื่อเปรียบเทียบกับ 24 ช่องทีวีดิจิทัล | ไทยพีบีเอส ช่องหมายเลข 3 ได้รับความนิยมน้อยในอันดับที่สูงขึ้น 3 อันดับจากปี 2561 เมื่อเปรียบเทียบกับ 24 ช่องทีวีดิจิทัล |
| | | | | 2. จำนวนผู้ชมทางหน้าจอโทรทัศน์เพิ่มขึ้นจากฐานข้อมูลปี 2561 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 แต่ไม่ถึงร้อยละ 10 | จำนวนผู้ชมทางหน้าจอโทรทัศน์ไม่เพิ่มขึ้นจากฐานข้อมูลปี 2561 | จำนวนผู้ชมทางหน้าจอโทรทัศน์เพิ่มขึ้นจากฐานข้อมูลปี 2561 น้อยกว่าร้อยละ 5 | จำนวนผู้ชมทางหน้าจอโทรทัศน์เพิ่มขึ้นจากฐานข้อมูลปี 2561 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 แต่ไม่ถึงร้อยละ 10 | จำนวนผู้ชมทางหน้าจอโทรทัศน์เพิ่มขึ้นจากฐานข้อมูลปี 2561 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 แต่ไม่ถึงร้อยละ 15 | จำนวนผู้ชมทางหน้าจอโทรทัศน์เพิ่มขึ้นจากฐานข้อมูลปี 2561 ตั้งแต่ ร้อยละ 15 ขึ้นไป |
| | | | | 3. จำนวนยอดชม (ทั้งชมสดและชมย้อนหลัง) ของสื่อใหม่ทุกประเภท รวมทั้งปีเพิ่มขึ้น | จำนวนยอดชม (ทั้งชมสดและชมย้อนหลัง) ของสื่อใหม่ทุกประเภท รวมทั้งปี | จำนวนยอดชม (ทั้งชมสดและชมย้อนหลัง) ของสื่อใหม่ทุกประเภท รวมทั้งปี | จำนวนยอดชม (ทั้งชมสดและชมย้อนหลัง) ของสื่อใหม่ทุกประเภท รวมทั้งปี | จำนวนยอดชม (ทั้งชมสดและชมย้อนหลัง) ของสื่อใหม่ทุกประเภท รวมทั้งปี | จำนวนยอดชม (ทั้งชมสดและชมย้อนหลัง) ของสื่อใหม่ทุกประเภท รวมทั้งปี |

| เป้าหมาย ระดับผลลัพธ์ | ตัวชี้วัด | น้ำหนัก | ผลงาน ณ ก.ย. 61 | ค่ากลาง ปี พ.ศ. 2562 | เกณฑ์การให้คะแนน | | | | |
|--------------------------|-----------|---------|-----------------------|--|--|--|--|--|---|
| | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | จากฐานข้อมูลปี 2561 ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 5 แต่ไม่ถึง ร้อยละ 10 | ปีไม่เพิ่มขึ้นจาก ฐานข้อมูลปี 2561 | ปีเพิ่มขึ้นจาก ฐานข้อมูลปี 2561 น้อยกว่า ร้อยละ 5 | ปีเพิ่มขึ้นจาก ฐานข้อมูลปี 2561 ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 5 แต่ไม่ถึง ร้อยละ 10 | ปีเพิ่มขึ้นจาก ฐานข้อมูลปี 2561 ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 10 แต่ไม่ถึง ร้อยละ 15 | ปีเพิ่มขึ้นจาก ฐานข้อมูลปี 2561 ตั้งแต่ ร้อย ละ 15 ขึ้นไป |
| | | | | 4. กลุ่มตัวอย่าง รัจก ThaiPBS Digital Radio ไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 แต่ไม่ถึงร้อยละ 50 | กลุ่มตัวอย่างรัจก ThaiPBS Digital Radio ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 แต่ไม่ถึงร้อยละ 30 | กลุ่มตัวอย่างรัจก ThaiPBS Digital Radio ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 แต่ไม่ถึงร้อยละ 40 | กลุ่มตัวอย่างรัจก ThaiPBS Digital Radio ไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 แต่ไม่ถึงร้อยละ 50 | กลุ่มตัวอย่างรัจก ThaiPBS Digital Radio ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 แต่ไม่ถึงร้อยละ 60 | กลุ่มตัวอย่างรัจก ThaiPBS Digital Radio ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 |
| | | | | กลุ่มตัวอย่างรัจก VDO/Audio Content ผ่าน ช่องทาง OTT ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 แต่ไม่ถึงร้อยละ 60 | กลุ่มตัวอย่างรัจก VDO/Audio Content ผ่าน ช่องทาง OTT ไม่น้อยกว่าร้อยละ ร้อยละ 30 แต่ไม่ถึง ร้อยละ 40 | กลุ่มตัวอย่างรัจก VDO/Audio Content ผ่าน ช่องทาง OTT ไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 แต่ไม่ถึงร้อยละ 50 | กลุ่มตัวอย่างรัจก VDO/Audio Content ผ่าน ช่องทาง OTT ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 แต่ไม่ถึงร้อยละ 60 | กลุ่มตัวอย่างรัจก VDO/Audio Content ผ่าน ช่องทาง OTT ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 แต่ไม่ถึงร้อยละ 70 | กลุ่มตัวอย่างรัจก VDO/Audio Content ผ่าน ช่องทาง OTT ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 |
| | | | | 6. จำนวนผู้เข้าร่วม กิจกรรมที่ไทยพีบีเอสจัดขึ้น รวมทั้งปี เพิ่มขึ้นจาก | จำนวนผู้เข้าร่วม กิจกรรมที่ไทยพีบีเอสจัดขึ้น รวมทั้งปีเพิ่มขึ้น | จำนวนผู้เข้าร่วม กิจกรรมที่ไทยพีบีเอสจัดขึ้น รวมทั้งปีเพิ่มขึ้น | จำนวนผู้เข้าร่วม กิจกรรมที่ไทยพีบีเอสจัดขึ้น รวมทั้งปีเพิ่มขึ้น | จำนวนผู้เข้าร่วม กิจกรรมที่ไทยพีบีเอสจัดขึ้น รวมทั้งปีเพิ่มขึ้น | จำนวนผู้เข้าร่วม กิจกรรมที่ไทยพีบีเอสจัดขึ้น รวมทั้งปีเพิ่มขึ้น |

| เป้าหมาย ระดับผลลัพธ์ | ตัวชี้วัด | น้ำหนัก | ผลงาน ณ ก.ย. 61 | ค่ากลาง ปี พ.ศ. 2562 | เกณฑ์การให้คะแนน | | | | |
|--------------------------|-----------|---------|-----------------------|---|---|---|--|--|---|
| | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | ฐานข้อมูลปี 2561 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 แต่ไม่ถึงร้อยละ 40 | จากฐาน ข้อมูล ปี 2561ไม่น้อย กว่าร้อยละ 10 แต่ไม่ถึงร้อยละ 20 | จากฐานข้อมูล ปี 2561 ไม่น้อย กว่าร้อยละ 20 แต่ไม่ถึงร้อยละ 30 | จากฐานข้อมูลปี 2561 ไม่น้อย กว่าร้อยละ 30 แต่ไม่ถึงร้อยละ 40 | จากฐานข้อมูลปี 2561 ไม่น้อย กว่าร้อยละ 40 แต่ไม่ถึงร้อยละ 50 | จากฐานข้อมูลปี 2561 ตั้งแต่ ร้อย ละ 50 ขึ้นไป |

ตารางที่ 3 คำอธิบายตัวชี้วัดการปฏิบัติงานขององค์กร (Corporate KPI) ปี 2562

| ลำดับ | Corporate KPI ปี 2562 | รายละเอียดตัวชี้วัด | วิธีการนับ/คำนวณ | ผู้รับผิดชอบ |
|-------|---|---|---|---|
| 1 | <p>ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อบทบาทการทำหน้าที่สื่อสาธารณะของไทยพีบีเอส อยู่ในเกณฑ์ “ดีมาก”</p> <p>(ไทยพีบีเอสได้รับการยอมรับจากประชาชนในการทำหน้าที่สื่อสาธารณะ)</p> | <p>วัดระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบทบาทของไทยพีบีเอสในความเป็นสื่อสาธารณะแห่งการเรียนรู้ของประชาชนทุกภาคส่วน ในประเด็นที่ ส.ส.ท. กำหนด อาทิเช่น เป็นสื่อสร้าง “ปัญญา” ให้แก่สังคมเพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น การเป็นพื้นที่การเรียนรู้ให้คนทุกกลุ่มเข้าถึงได้ เป็นต้น</p> | <p>จัดเก็บข้อมูลจากแบบสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง “ที่รู้จักไทยพีบีเอส” อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยคิดเกณฑ์คะแนน ดังนี้</p> <p>ระดับ 0 ใช้ได้ ต้องปรับปรุง (ระดับคะแนน ต่ำกว่า 3.01)</p> <p>ระดับ 1 ดี (ระดับคะแนน 3.01 – 3.50 จาก 5 คะแนน)</p> <p>ระดับ 2 ดี (ระดับคะแนน 3.51 – 4.00 จาก 5 คะแนน)</p> <p>ระดับ 3 ดีมาก (ระดับคะแนน 4.01 – 4.50 จาก 5 คะแนน)</p> <p>ระดับ 4 ดีเยี่ยม (ไม่น้อยกว่าระดับ 4.51-4.75)</p> <p>ระดับ 5 ดีเยี่ยม (ไม่น้อยกว่าระดับ 4.76-5.00 จาก 5 คะแนน)</p> | <p>หน่วยงานหลัก : สถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ</p> <p>หน่วยงานร่วม : ทุกหน่วยงาน</p> <p>หน่วยงานสนับสนุน : -</p> |
| 2 | <p>ประเด็นที่ไทยพีบีเอสขับเคลื่อนร่วมกับเครือข่าย ได้รับการประเมินความพึงพอใจ จากเครือข่าย ที่ร่วมผลักดันประเด็นการบริการสาธารณะ และความคุ้มค่าในการดำเนินงาน</p> | <p>1.วัดความคุ้มค่าในการดำเนินงานของไทยพีบีเอสด้วยเครื่องมือประเมินความคุ้มค่าที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับของสังคม เช่น การประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (SIA) การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) เป็นต้น</p> | <p>1. การประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (Social Impact Assessment) /การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) หรือวิธีการประเมินผลอย่างอื่นที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับในทางวิชาการและของสังคม ในประเด็นที่ ส.ส.ท. กำหนด ไม่น้อยกว่า 2 ประเด็น</p> | <p>หน่วยงานหลัก : สำนักผู้อำนวยการ (กลุ่มยุทธศาสตร์เนื้อหา) สำนักข่าว สำนักรายการ สำนักเครือข่ายสื่อสาธารณะ ศูนย์พัฒนาสื่อใหม่ และสำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์</p> |

| ลำดับ | Corporate KPI ปี 2562 | รายละเอียดตัวชี้วัด | วิธีการนับ/คำนวณ | ผู้รับผิดชอบ |
|-------|--|--|---|--|
| | (ไทยพีบีเอสมุ่งขับเคลื่อนวาระ“ปฏิรูปประเทศ”และผลักดันประเด็นการบริการสาธารณะร่วมกับภาคีเครือข่าย) | 2. วัดระดับความพึงพอใจของเครือข่ายที่ร่วมผลักดันประเด็นการบริการสาธารณะกับไทยพีบีเอสต่อการดำเนินงานและผลการผลักดันประเด็นการบริการสาธารณะ | 2. จัดเก็บข้อมูลจากแบบสำรวจความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างของเครือข่ายที่มีการขับเคลื่อนประเด็นการบริการสาธารณะร่วมกับไทยพีบีเอส โดยคิดเกณฑ์คะแนน ดังนี้ ระดับ 0 ใช้ได้ ต้องปรับปรุง (ระดับคะแนน ต่ำกว่า 3.01) ระดับ 1 ดี (ระดับคะแนน 3.01 – 3.50 จาก 5 คะแนน) ระดับ 2 ดี (ระดับคะแนน 3.51 – 4.00 จาก 5 คะแนน) ระดับ 3 ดีมาก (ระดับคะแนน 4.01 – 4.50 จาก 5 คะแนน) ระดับ 4 ดีเยี่ยม (ไม่น้อยกว่าระดับ 4.51-4.75) ระดับ 5 ดีเยี่ยม (ไม่น้อยกว่าระดับ 4.76-5.00 จาก 5 คะแนน) | หน่วยงานร่วม : สำนักฯ และส่วนงานอื่นที่ไม่ใช่หน่วยงานหลักและสนับสนุน หน่วยงานสนับสนุน : สถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ และสำนักผู้อำนวยการ (ฝ่ายนโยบายแผนและงบประมาณ) |
| 3 | ค่าเฉลี่ยความสำเร็จการประเมินคุณภาพเนื้อหาของไทยพีบีเอส (ข่าว และ รายการ) (เนื้อหามีความแตกต่างโดดเด่นน่าเชื่อถือและมุ่งสนองตอบประโยชน์สาธารณะ) | วัดระดับความยอมรับของผู้ชมและผู้ให้บริการกลุ่มเป้าหมาย ต่อคุณภาพของข่าวและรายการที่ผลิตและเผยแพร่ผ่านสื่อทุกช่องทาง ใน 4 ประเด็น คือ ความแตกต่าง น่าเชื่อถือ มุ่งตอบสนองประโยชน์สาธารณะ และการมีส่วนร่วมของประชาชน | จัดเก็บข้อมูลจากการสำรวจความเห็นจากผู้ชม ผู้ให้บริการ และผู้เข้าร่วมกิจกรรม ต่อคุณภาพของข่าวและรายการของไทยพีบีเอส 4 ประการ โดยทุกคุณลักษณะต้องได้รับเกณฑ์คะแนน ในระดับดีขึ้นไป โดยกำหนดเกณฑ์คะแนนไว้ 5 ระดับ ดังนี้ | หน่วยงานหลัก : สำนักผู้อำนวยการ (กลุ่มยุทธศาสตร์เนื้อหา) สำนักข่าว สำนักรายการ สำนักเครือข่ายสื่อสาธารณะ ศูนย์พัฒนาสื่อใหม่ และศูนย์พัฒนาสื่อเสียงและสถานีวิทยุกระจายเสียง |

| ลำดับ | Corporate KPI ปี 2562 | รายละเอียดตัวชี้วัด | วิธีการนับ/คำนวณ | ผู้รับผิดชอบ |
|-------|--|---|---|---|
| | | | <p>ระดับ 1 ไม่ยอมรับ (ระดับคะแนน 0.01 – 1.00 จาก 5 คะแนน)</p> <p>ระดับ 2 ต้องปรับปรุง (ระดับคะแนน 1.01 – 2.00 จาก 5 คะแนน)</p> <p>ระดับ 3 พอใช้ (ระดับคะแนน 2.01 – 3.00 จาก 5 คะแนน)</p> <p>ระดับ 4 ดี (ไม่น้อยกว่าระดับ 3.01-4.00 จาก 5 คะแนน)</p> <p>ระดับ 5 ดีมาก (ไม่น้อยกว่าระดับ 4.01-4.50 จาก 5 คะแนน)</p> <p>ดีเยี่ยม (ไม่น้อยกว่าระดับ 4.51-5.00 จาก 5 คะแนน)</p> | <p>หน่วยงานร่วม : สำนักโทรทัศน์และสำนักวิศวกรรม</p> <p>หน่วยงานสนับสนุน : สถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ</p> |
| 4 | จำนวนผู้ชม/ผู้ใช้บริการไทยพีบีเอสผ่านทุกช่องทางสื่อเพิ่มขึ้น | จำนวนผู้ชมข่าวและรายการ ทั้งชมสดและชมย้อนหลังในแต่ละช่องทางทั้งหน้าจอโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ผู้ฟังวิทยุไทยพีบีเอส และจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ไทยพีบีเอสจัด นับรวมสะสมตลอดทั้งปี | <ol style="list-style-type: none"> ใช้ข้อมูลการจัดลำดับความนิยมเฉลี่ยทั้งปีของไทยพีบีเอส ช่องหมายเลข 3 เปรียบเทียบกับช่องทีวีดิจิทัลที่มีอยู่ในปัจจุบัน จาก Nielsen เปรียบเทียบกับอันดับความนิยมของไทยพีบีเอส ช่องหมายเลข 3 ในปี 2561 จัดเก็บข้อมูลจำนวนผู้ชมทางหน้าจอโทรทัศน์ เฉลี่ย/นาที จากผลการสำรวจวัดความนิยมการรับชมทีวีจาก Nielsen เปรียบเทียบกับฐานข้อมูลในปี 2561 จัดเก็บข้อมูลยอดชม (Views) เนื้อหาไทยพีบีเอส ทั้งชมสดและชมย้อนหลังผ่านสื่อออนไลน์และ Application ทุกประเภท ที่มี | <p>หน่วยงานหลัก : สำนักข่าว สำนักรายการ สำนักเครือข่ายสื่อสาธารณะ ศูนย์พัฒนาสื่อใหม่ ศูนย์พัฒนาสื่อเสียงและสถานีวิทยุกระจายเสียง และสำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์</p> <p>หน่วยงานร่วม :</p> <p>หน่วยงานสนับสนุน :</p> |



| ลำดับ | Corporate KPI ปี 2562 | รายละเอียดตัวชี้วัด | วิธีการนับ/คำนวณ | ผู้รับผิดชอบ |
|-------|-----------------------|---------------------|--|--------------|
| | | | <p>เวลารับชมไม่น้อยกว่า 10 วินาทีต่อครั้ง รวมสะสมตลอดทั้งปี เปรียบเทียบกับฐานข้อมูลในปี 2561</p> <p>4. จัดเก็บข้อมูลร่วมกับการสำรวจความคิดเห็นประชาชนในการสำรวจความพึงพอใจต่อบทบาทการทำหน้าที่สื่อสาธารณะของไทยพีบีเอส ในตัวชี้วัดที่ 1</p> <p>5. จัดเก็บข้อมูลร่วมกับการสำรวจความคิดเห็นประชาชนในการสำรวจความพึงพอใจต่อบทบาทการทำหน้าที่สื่อสาธารณะของไทยพีบีเอส ในตัวชี้วัดที่ 1</p> <p>6. จัดเก็บข้อมูลจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ไทยพีบีเอสจัดขึ้น รวมสะสมตลอดทั้งปี เปรียบเทียบกับฐานข้อมูลในปี 2561</p> | |

ส่วนที่ 4

- งบประมาณปี 2562
- แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณ ปี 2562
ของ ส.ส.ท.

งบประมาณปี 2562

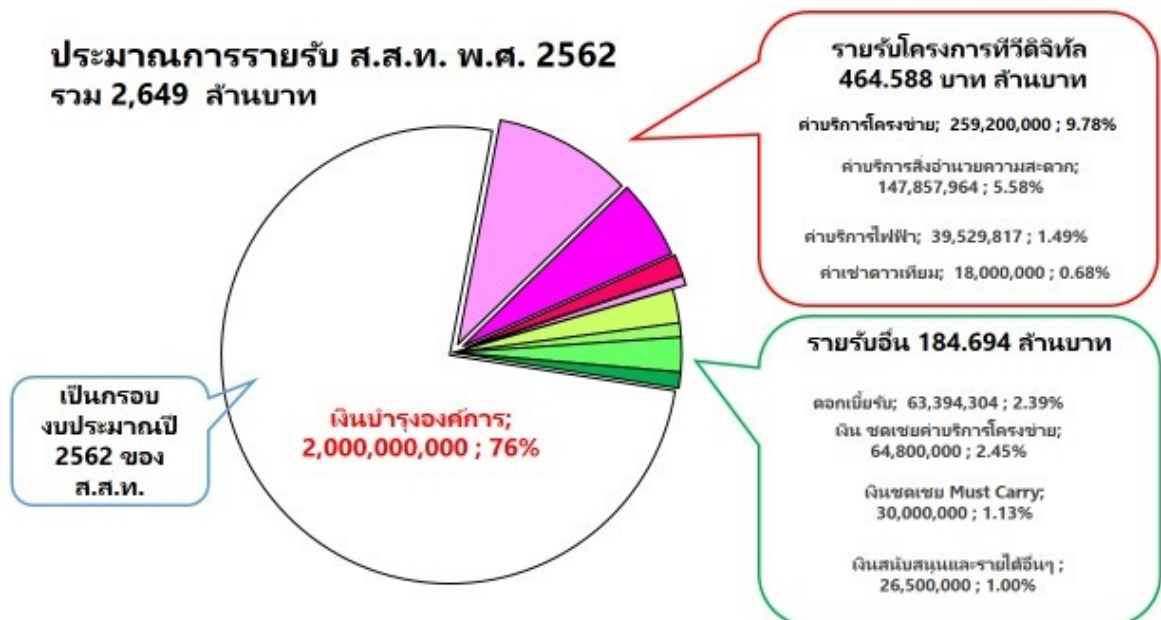
การจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ. 2562 ยังคงเป็นไปตามหลักการและนโยบายของกรรมการบริหาร ดังนี้

1. จัดสรรงบประมาณให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแหล่งรายรับ ดังนี้
 - a. พยายามจัดสรรงบประมาณ สำหรับบุคลากร งบประมาณ และโครงการตามแผนบริหารกิจการ ที่สอดคล้องกับภารกิจตามวัตถุประสงค์แห่ง พ.ร.บ. ส.ส.ท. พ.ศ. 2551 ให้เป็นไปภายใต้วงเงินบำรุงองค์กร 2,000 ล้านบาท
 - b. นำรายรับอื่นๆ ได้แก่ เงินชดเชยค่า Must Carry เป็นใช้จ่ายค่า Must Carry ของสำนักโทรทัศน์ และรายได้จากเงินสนับสนุนและค่าลิขสิทธิ์ ไปใช้เป็นขุดเงินเดือน บำรุงด้านบุคลากร และเงินรางวัลประจำปี (กรณีมี) และค่าใช้จ่ายดำเนินการหากมีส่วนที่เกินจากเงินบำรุงองค์กร 2,000 ล้านบาท
 - c. รายได้จากโครงการดิจิทัล เป็นค่าใช้จ่ายในการกิจการให้บริการโครงข่ายทีวีดิจิทัล สำนักวิศวกรรม
2. จัดทำงบประมาณตามกรอบยุทธศาสตร์องค์กร เพื่อให้การดำเนินงานมีความเชื่อมโยง สอดคล้อง สนับสนุนซึ่งกันและกัน เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ คุ่มค่า
3. แยกงบประมาณออกจากงบยุทธศาสตร์ โดยงบประมาณ หมายถึงงบประมาณที่จัดไว้สำหรับค่าใช้จ่ายที่จะต้องจ่ายเพื่อให้องค์การคงสภาพ เช่น ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร ค่าใช้จ่ายสำนักงานส่วนกลาง ค่าสาธารณูปโภค และ ค่าใช้จ่ายส่วนกลางของสำนักต่างๆ
4. จัดลำดับความสำคัญของภารกิจ (ความจำเป็น ความเร่งด่วน ความคุ้มค่า ศักยภาพของหน่วยงาน และความพร้อมดำเนินงาน) และวางแผนจัดสรรทรัพยากร (กำลังคนและงบประมาณ) ที่สอดคล้องกับงานอย่างมีประสิทธิภาพ ตามกรอบวงเงินที่มีอย่างจำกัด
5. นำหลักการงบประมาณฐานศูนย์ (Zero Based) มาเป็นแนวทางในการตั้งงบประมาณ ตามที่มีกิจกรรมที่จะต้องดำเนินการจริง จะไม่ใช่วิธีเพิ่มส่วนจากค่าใช้จ่ายเดิม (Incremental) ซึ่งจะสัมพันธ์กับแนวความคิดการบริหารโครงการ ซึ่งต้องสามารถตอบคำถามได้ว่าทำไม เพื่อบรรลุเป้าประสงค์หรือยุทธศาสตร์ใด ในกรณีที่ไม่สามารถตอบคำถามได้ก็จะไม่ได้รับการอนุมัติ แม้ว่าเป็นงานที่เคยทำมาก่อน
6. พิจารณาความสามารถในการใช้จ่ายงบประมาณ และภาระงานค้างจากปีที่ผ่านมา มาประกอบการจัดสรรงบประมาณให้แก่สำนักต่างๆ
7. ให้ความสำคัญกับการนำแนวความคิดการบริหารโครงการมาเป็นเครื่องมือในการบริหารผลงาน และงบประมาณ โดยโครงการตามแผนบริหารกิจการ จะต้องระบุวัตถุประสงค์ ผลผลิต ผลลัพธ์ ตัวชี้วัดผลผลิต และผลลัพธ์ (โครงการที่ไม่ใช้งบประมาณก็ต้องระบุตัวชี้วัดผลผลิตและผลลัพธ์ ด้วย) ซึ่งทำให้สามารถติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน ตลอดจนประสิทธิภาพการใช้จ่ายงบประมาณได้
8. ให้หน่วยงาน พิจารณาทบทวนเพื่อชะลอ ปรับลด หรือยกเลิก ภารกิจที่หมดความจำเป็น หรือไม่คุ้มค่า หรือมีความสำคัญในลำดับต่ำ เพื่อนำงบประมาณดังกล่าวไปดำเนินการที่มีลำดับความสำคัญสูง

9. ไม่ให้มียอดเงินรวมผูกพันโครงการต่างๆ ซ้ำปี มากเกินไปโดยไร้เหตุผลอันสมควร
10. จัดให้มีงบฉุกเฉิน ผอ.ส.ส.ท. จำนวน 10 ล้านบาท เพื่อใช้สำหรับการดำเนินการตามภารกิจที่ ส.ส.ท. มีความจำเป็น
11. จัดให้มีงบสำรองเพื่อใช้ในกรณีที่มีความจำเป็นในด้านบุคลากร 2 รายการ รวม 30 ล้านบาท สำหรับโครงการสมัครใจเกษียณก่อนกำหนด และ สวัสดิการเงินบำเหน็จ
12. จัดให้มีวงเงินสำหรับแผน ICT และฐานข้อมูล 138.432 ล้านบาท โดยใช้เงินสำรองขององค์การตามแผนการใช้จ่ายเงินสำรองรอจ่าย

■ **ประมาณการรายรับของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2562** ประกอบด้วย เงินบำรุงองค์การ รายได้โครงการที่วิดิจิตัล รายได้ ดอกผลที่เกิดจากเงินหรือทรัพย์สินขององค์การ และรายได้อื่นๆ รวมทั้งสิ้น 2,649.282 ล้านบาท แบ่งเป็น

1. **เงินบำรุงองค์การ** 2,000.000 ล้านบาท
2. **รายได้โครงการที่วิดิจิตัล** 464.588 ล้านบาท
ประกอบด้วย ค่าบริการโครงข่าย 259.2 ล้านบาท ค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวก 147.858 ล้านบาท ค่าบริการไฟฟ้า 39.529 ล้านบาท และค่าเช่าดาวเทียม 18 ล้านบาท
3. **รายได้อื่นๆ** 184.694 ล้านบาท
ประกอบด้วย ดอกเบี้ยรับ 63.394 ล้านบาท เงินชดเชยค่าบริการโครงข่าย 64.8 ล้านบาท เงินชดเชยค่า Must Carry 30 ล้านบาท และเงินสนับสนุนและรายได้อื่นๆ 26.5 ล้านบาท



แผนภาพที่ 25 แสดงประมาณการรายรับของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2562

- **การจัดสรรงบประมาณรายจ่าย** ในปี 2562 ดำเนินการจัดทำยุทธศาสตร์องค์การ ตามแผน 3 ด้าน จำนวน 74 โครงการ งบบุคลากร งบประจำ งบประมาณโครงการทีวีดิจิทัล และงบฉุกเฉิน รวม 2,517.259 ล้านบาท ดังนี้
 - งบยุทธศาสตร์องค์การตามแผน 3 ด้าน จำนวน 74 โครงการ วงเงินรวม 1,269.504 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 51.04 ของงบประมาณปี 2562 ประกอบด้วยแผน 3 ด้านดังนี้
 - แผนด้านเนื้อหา ช่องทาง และบริการ (Content Platform & Service Plan) จำนวน 31 โครงการ งบประมาณรวม 1,145.962 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 90.3 ของงบยุทธศาสตร์องค์การ
 - แผนด้านภาคีหุ้นส่วน (Partnership Strategic Plan) จำนวน 15 โครงการ งบประมาณรวม 74.855 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.9 ของงบยุทธศาสตร์องค์การ
 - แผนด้านทุนมนุษย์และทุนองค์กร (Human & Organization Capital Strategic Plan) จำนวน 28 โครงการ งบประมาณรวม 48.687 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.8 ของงบยุทธศาสตร์องค์การ
 - งบบุคลากร จำนวน 622.900 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 25.04 ของงบประมาณปี 2562 ประกอบด้วยเงินเดือน ค่าตอบแทน ค่าเบี้ยขยัน กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เงินช่วยเหลือ ค่าล่วงเวลา ค่าสวัสดิการต่างๆ
 - งบประจำ จำนวน 251.002 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10.09 ของงบประมาณปี 2562 ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการอาคารสถานที่ ยานพาหนะ และค่าใช้จ่ายสำนักงานส่วนกลาง ค่าบริหารจัดการสารสนเทศ และค่าใช้จ่ายประจำของสำนักต่างๆ
 - งบโครงการทีวีดิจิทัล (สำนักวิศวกรรม) จำนวน 333.853 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13.42 ของงบประมาณปี 2562
 - งบฉุกเฉิน ผอ.ส.ส.ท. จำนวน 10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.4 ของงบประมาณปี 2562 สำหรับภารกิจที่ ส.ส.ท. มีความจำเป็น

มีงบสำรองด้านบุคลากร 2 โครงการ รวม 30 ล้านบาท ประกอบด้วย

- โครงการปรับโครงสร้างและอัตรากำลังให้เหมาะสม (เกษียณก่อนกำหนด) วงเงิน 20 ล้านบาท
- โครงการสวัสดิการเงินบำเหน็จ วงเงิน 10 ล้านบาท สำหรับพนักงานที่ทำงานครบ 10 ปี ที่ประสงค์จะลาออก จะได้รับเงินบำเหน็จตามที่กำหนดไว้ในระเบียบขององค์การ

มีงบลงทุนเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีของ ส.ส.ท. จำนวน 138.432 ล้านบาท ประกอบด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศตามแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศของ ส.ส.ท. ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2562-2564) จำนวน 116.932 ล้านบาท และการพัฒนาระบบฐานข้อมูลตามโครงการพัฒนาระบบฐานข้อมูล ส.ส.ท. (ต่อเนื่อง) จำนวน 21.5 ล้านบาท โดยใช้จ่ายจากเงินสำรองขององค์การวงเงิน 1,500 ล้านบาท ที่วางแผนสำหรับการพัฒนาเทคโนโลยี ของ ส.ส.ท. ตามแผนการใช้จ่ายเงินสำรองจ่าย นอกจากนี้จะได้จัดทำแผนแม่บทเทคโนโลยีด้านการผลิตและเผยแพร่ของ ส.ส.ท. ระยะ 3 ปี (2562-2564) เพิ่มเติมจากแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศของ ส.ส.ท. เพื่อใช้เป็นกรอบพิจารณาอนุมัติการใช้งบลงทุนด้านเทคโนโลยีตามแผนบริหารกิจการ 2562 และใช้ในการวางแผนงบประมาณรายจ่ายในปีต่อไป ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

งบประมาณของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2562

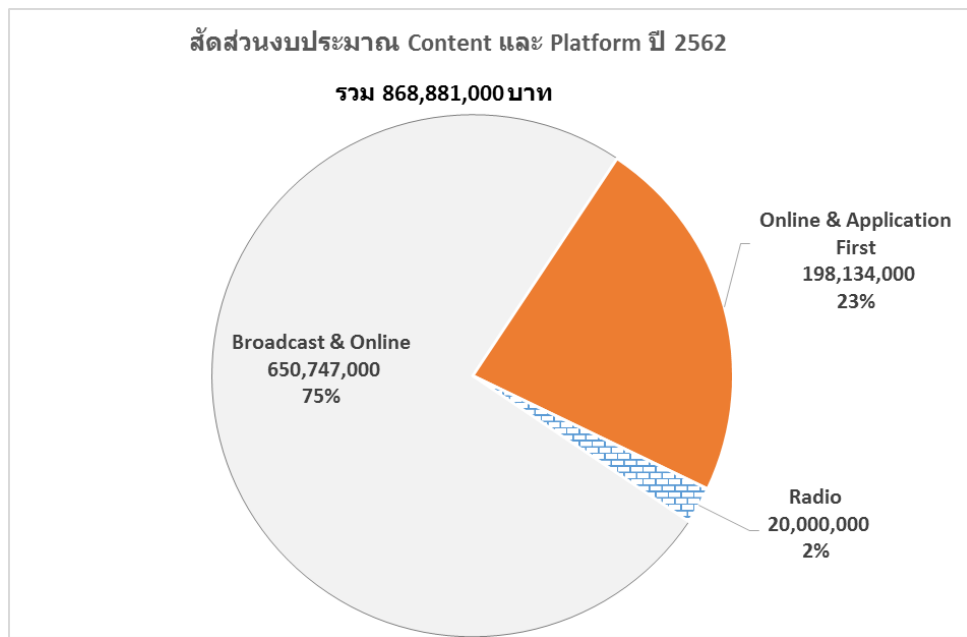
| รายการ | โครงการ | จำนวนเงิน (ล้านบาท) | สัดส่วนจัดสรร (%) | |
|--------------------------------------|-----------|---------------------|-------------------|----------------|
| 1. งบยุทธศาสตร์ | 74 | 1,269.504 | 100.0% | 51.04% |
| 1.1 แผนด้านเนื้อหา ช่องทาง และบริการ | 31 | 1,145.962 | 90.3% | 46.07% |
| 1.2 แผนด้านภาคีหุ้นส่วน | 15 | 74.855 | 5.9% | 3.01% |
| 1.3 แผนด้านทุนมนุษย์และทุนองค์กร | 28 | 48.687 | 3.8% | 1.96% |
| 2. งบบุคลากร | | 622.900 | | 25.04% |
| 3. งบประจำ | | 251.002 | | 10.09% |
| รวม 1-3 | | 2,143.406 | | 86.18% |
| 4. สำนักวิศวกรรม | | 333.853 | | 13.42% |
| รวม 1-4 | | 2,477.26 | | 99.60% |
| 5. งบฉุกเฉิน | | 10.000 | | 0.40% |
| รวม 1-5 | | 2,487.259 | | 100.00% |
| 6. งบสำรองด้านบุคลากร 2 โครงการ | | 30.000 | | |
| 6.1 โครงการสมัครใจเกษียณก่อนกำหนด | | 20.000 | | |
| 6.2 สวัสดิการเงินบำเหน็จ | | 10.000 | | |
| รวม 1-6 | | 2,517.259 | | |
| 7. แผน ICT และฐานข้อมูล | | 138.432 | | |
| รวม 1-7 | | 2,655.691 | | |

แผนภาพที่ 26 แสดงประมาณการรายจ่ายงบประมาณประจำปี 2562

- สัดส่วนงบประมาณด้านการผลิตเนื้อหาสำหรับช่องทางต่างๆ (Platform) ในปี 2562

ส.ส.ท. จัดสรรงบประมาณรายจ่ายสำหรับผลิตเนื้อหาในทุกช่องทาง รวมทั้งสิ้น 868.881 ล้านบาท หรือร้อยละ 68.44 ของงบยุทธศาสตร์ แบ่งเป็นการผลิตเนื้อหาเพื่อสื่อสารบนหน้าจอและช่องทางออนไลน์ (Broadcast & Online) รวมทั้งสิ้น 650.747 ล้านบาท⁹ หรือร้อยละ 75 ของงบผลิตเนื้อหา และเป็นงบประมาณเพื่อผลิตเนื้อหาเฉพาะบนช่องทางออนไลน์และแอปพลิเคชัน (Online & Application First) จำนวน 198.134 ล้านบาท หรือร้อยละ 23 และส่วนที่เป็นเนื้อหาและความรู้ที่สื่อสารผ่านทางช่องวิทยุ จำนวน 20 ล้านบาท หรือร้อยละ 2 รายละเอียดดังแสดงในแผนภาพ

⁹ หมายถึง งบประมาณที่ใช้ในการผลิตเนื้อหา เพื่อเผยแพร่หน้าจอตีทัศน์ แล้วสามารถนำไปใช้เพื่อใช้หรือผลิตซ้ำ เผยแพร่ทางออนไลน์ด้วย จึงไม่สามารถแยกต้นทุนออกจากกันได้อย่างชัดเจน



แผนภาพที่ 27 แสดงสัดส่วนงบประมาณด้านการผลิตเนื้อหาสำหรับช่องทางต่างๆ

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบงบประมาณตามแผน 3 ด้าน งบบุคลากร งบประจำ งบประมาณโครงการที่วีดิทัศน์ และงบฉุกเฉิน ปี 2561 - ปี 2562

| ลำดับ | ประเภทงบประมาณ | งบประมาณปี 2562 | | งบประมาณปี 2561 (หลังทบทวน) | | เปรียบเทียบงบปี 2561-2562 เพิ่ม(ลด) | |
|------------------------|-------------------------------------|----------------------|----------------|-----------------------------|----------------|-------------------------------------|--------------|
| | | บาท | สัดส่วน | บาท | สัดส่วน | บาท | ร้อยละ |
| 1 | งบบุคลากร | 1,269,504,400 | 51.04% | 1,294,166,500 | 52.54% | (24,662,100) | -1.91% |
| 1.1 | แผนด้านเนื้อหา ช่องทาง และบริการ | 1,145,962,100 | 46.07% | 1,130,184,700 | 45.89% | 15,777,400 | 1.40% |
| 1.2 | แผนด้านภาคีหุ้นส่วน | 74,855,000 | 3.01% | 88,742,000 | 3.60% | (13,887,000) | -15.65% |
| 1.3 | แผนด้านทุนมนุษย์และทุนองค์กร | 48,687,300 | 1.96% | 75,239,800 | 3.05% | (26,552,500) | -35.29% |
| 2 | งบบุคลากร | 622,900,000 | 25.04% | 574,733,000 | 23.33% | 48,167,000 | 8.38% |
| 3 | งบประจำ | 251,001,700 | 10.09% | 250,159,100 | 10.16% | 842,600 | 0.34% |
| รวมงบประมาณ 1-3 | | 2,143,406,100 | 86.18% | 2,119,058,600 | 86.04% | 24,347,500 | 1.15% |
| 4 | โครงการที่วีดิทัศน์ (สำนักวิศวกรรม) | 333,852,700 | 13.42% | 333,919,800 | 13.56% | (67,100) | -0.02% |
| รวมงบประมาณ 1-4 | | 2,477,258,800 | 99.60% | 2,452,978,400 | 99.59% | 24,280,400 | 0.99% |
| 5 | งบฉุกเฉิน | 10,000,000 | 0.40% | 10,000,000 | 0.41% | - | - |
| รวมงบประมาณ 1-5 | | 2,487,258,800 | 100.00% | 2,462,978,400 | 100.00% | 24,280,400 | 0.99% |

| ลำดับ | ประเภทงบประมาณ | งบประมาณปี 2562 | | งบประมาณปี 2561 (หลังทบทวน) | | เปรียบเทียบงบปี 2561-2562 เพิ่ม(ลด) | |
|-------|---|----------------------|---------|--------------------------------|---------|--|--------------|
| | | บาท | สัดส่วน | บาท | สัดส่วน | บาท | ร้อยละ |
| 6 | งบสำรอง | 30,000,000 | | 45,000,000 | | (15,000,000) | -33.33% |
| | รวมทั้งสิ้น | 2,517,258,800 | | 2,507,978,400 | | 9,280,400 | 0.37% |
| 7 | แผน ICT และฐานข้อมูล | 138,431,700 | | - | | 138,431,700 | 100.00% |
| | รวมงบประมาณ และแผน ICT ฐานข้อมูล | 2,655,690,500 | | 2,507,978,400 | | 147,712,100 | 5.89% |

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบงบประมาณตามประเภทการใช้งบประมาณปี 2561 – 2562

| BUD | ประเภทงบประมาณ | ปี 2562 | % | ปี2561 (หลังทบทวน 6 พ.ย. 2561) | % | เพิ่มขึ้น(ลดลง) | % |
|-----|-------------------------|----------------------|-------------|--------------------------------------|-------------|--------------------|-----------|
| 119 | งบบุคลากร | 620,650,000 | 23% | 574,733,000 | 23% | 45,917,000 | 7% |
| 219 | งบดำเนินการ | 840,301,655 | 32% | 807,566,400 | 32% | 32,735,255 | 4% |
| 319 | งบบุคลากรและจัดหารายการ | 823,465,000 | 31% | 857,358,500 | 34% | (33,893,500) | -4% |
| 419 | งบลงทุน | 304,243,845 | 11% | 146,414,500 | 6% | 157,829,345 | 52% |
| 519 | งบโครงการ | - | 0% | 37,454,000 | 1% | (37,454,000) | -100% |
| 619 | งบอุดหนุน | 27,030,000 | 1% | 29,452,000 | 1% | (2,422,000) | -9% |
| 719 | งบผูกพันและสำรอง | 40,000,000 | 2% | 55,000,000 | 2% | (15,000,000) | -38% |
| | รวมทั้งสิ้น | 2,655,690,500 | 100% | 2,507,978,400 | 100% | 147,712,100 | 6% |

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบงบประมาณตามสำนัก ปี 2561 – ปี 2562

| ลำดับ | สำนัก | งบประมาณปี 2562 | | งบประมาณปี 2561 (หลังทบทวน 6 พ.ย. 2561) | | เปรียบเทียบงบปี 2561-2562 เพิ่ม(ลด) | |
|-------|---------------------------------|-----------------|---------|--|---------|--|---------|
| | | บาท | สัดส่วน | บาท | สัดส่วน | บาท | ร้อยละ |
| 1 | สำนักข่าว | 217,898,000 | 8.76% | 217,351,850 | 8.82% | 546,150 | 0.25% |
| 2 | สำนักรายการ | 476,208,700 | 19.15% | 470,372,900 | 19.10% | 5,835,800 | 1.24% |
| 3 | สำนักเครือข่ายสื่อ สาธารณะ | 71,939,000 | 2.89% | 51,877,000 | 2.11% | 20,062,000 | 38.67% |
| 4 | ศูนย์พัฒนาสื่อใหม่ | 72,170,000 | 2.90% | 78,530,500 | 3.19% | (6,360,500) | -8.10% |
| 5 | ศูนย์พัฒนาสื่อเสียงฯ | 21,000,000 | 0.84% | 25,000,000 | 1.02% | (4,000,000) | -16.00% |
| 6 | สำนักสื่อสารและภาคี สัมพันธ์ | 88,573,000 | 3.56% | 113,026,000 | 4.59% | (24,453,000) | -21.63% |
| 7 | สำนักโทรทัศน์และวิทยุ | 219,529,600 | 8.83% | 192,105,000 | 7.80% | 27,424,600 | 14.28% |

| ลำดับ | สำนัก | งบประมาณปี 2562 | | งบประมาณปี 2561 (หลังทบทวน 6 พ.ย. 2561) | | เปรียบเทียบงบปี 2561-2562 เพิ่ม(ลด) | |
|---|---|----------------------|----------------|--|----------------|--|--------------|
| | | บาท | สัดส่วน | บาท | สัดส่วน | บาท | ร้อยละ |
| 8 | สถาบันวิชาการสื่อ สาธารณะ | 22,820,000 | 0.92% | 30,584,000 | 1.24% | (7,764,000) | -25.39% |
| 9 | สำนักวิทยากรมนุษย์ | 640,850,000 | 25.77% | 594,282,000 | 24.13% | 46,568,000 | 7.84% |
| 10 | สำนักงานผู้อำนวยการ ส.ส.ท. | 58,995,700 | 2.37% | 91,294,250 | 3.71% | (32,298,550) | -35.38% |
| 11 | สำนักตรวจสอบภายใน | 1,789,600 | 0.07% | 485,000 | 0.02% | 1,304,600 | 268.99% |
| 13 | สำนักบริหารกิจการ | 247,760,500 | 9.96% | 249,774,100 | 10.14% | (2,013,600) | -0.81% |
| 12 | ศูนย์การเงิน | 3,872,000 | 0.16% | 4,376,000 | 0.18% | (504,000) | -11.52% |
| รวมงบประมาณ (1-12) | | 2,143,406,100 | 86.18% | 2,119,058,600 | 86.04% | 24,347,500 | 1.15% |
| 14 | สำนักวิศวกรรม | 333,852,700 | 13.42% | 333,919,800 | 13.56% | (67,100) | -0.02% |
| รวมงบประมาณ (1-14) | | 2,477,258,800 | 99.60% | 2,452,978,400 | 99.59% | 24,280,400 | 0.99% |
| 15 | งบฉุกเฉิน | 10,000,000 | 0.40% | 10,000,000 | 0.41% | - | 0.00% |
| รวมงบประมาณ (1-15) | | 2,487,258,800 | 100.00% | 2,462,978,400 | 100.00% | 24,280,400 | 0.99% |
| 16 | สำนักวิทยากรมนุษย์ (งบ สำรองด้านบุคลากร) | 30,000,000 | - | 45,000,000 | - | (15,000,000) | -33.33% |
| รวมทั้งสิ้น (1-16) | | 2,517,258,800 | - | 2,507,978,400 | - | 9,280,400 | 0.37% |
| 17 | สำนักบริหารกิจการ (แผน ICT) | 116,931,700 | - | - | - | 116,931,700 | - |
| 18 | สถาบันวิชาการสื่อ สาธารณะ (ฐานข้อมูล) | 21,500,000 | - | - | - | 21,500,000 | - |
| รวมงบประมาณ และแผน ICT ฐานข้อมูล | | 2,655,690,500 | - | 2,507,978,400 | - | 147,712,100 | 5.89% |

แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณ ปี 2562

ในปี 2562 ส.ส.ท. ได้ให้ความสำคัญกับการจัดทำงบประมาณตามกรอบยุทธศาสตร์ ซึ่งได้มีการจัดสรรงบประมาณตามลำดับความสำคัญของภารกิจ โดยวางแผนจัดสรรทรัพยากรทั้งกำลังคนและงบประมาณที่สอดคล้องกับงานอย่างมีประสิทธิภาพ ตามกรอบวงเงินที่มีอย่างจำกัด ดังนั้นเพื่อให้การกำกับดูแลโครงการของ ส.ส.ท. บรรลุผลสำเร็จตามแผนที่วางไว้ และการใช้จ่ายงบประมาณเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ป้องกันและลดการเสียโอกาสในการใช้งบประมาณ จึงได้กำหนดแนวทางการบริหารแผนและงบประมาณปี 2562 หลังจากทีแผนบริหารกิจการผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการนโยบายแล้ว ดังนี้

1. ขั้นตอนการอนุมัติแผนปฏิบัติงาน (Action Plan)

- 1.1. สำนักนำแผนบริหารกิจการปี 2562 ไปจัดทำแผนปฏิบัติงาน (Action Plan) โดยละเอียด เป็นรายไตรมาส/รายปี เสนอ ผอ. ส.ส.ท. /หรือ รอง ผอ.ส.ส.ท. ที่ได้รับมอบอำนาจ ก่อนเริ่มไตรมาส หรือ ก่อนดำเนินโครงการ
- 1.2. ผอ.ส.ส.ท. /หรือ รอง ผอ.ส.ส.ท. ที่ได้รับมอบอำนาจ พิจารณากลับกรองแผนปฏิบัติงานของสำนัก เพื่อให้เห็นภาพรวมของงานที่จะต้องดำเนินการ ก่อนจะอนุมัติหลักการให้ดำเนินการตามแผนปฏิบัติงาน
- 1.3. สำนักส่งสำเนาแผนปฏิบัติงานที่ได้รับอนุมัติ ให้ฝ่ายนโยบายแผนและงบประมาณเพื่อนำมาใช้ในการติดตามผลการดำเนินงานปี 2562
- 1.4. สำนักรายงานผลการปฏิบัติงานตามแผนปฏิบัติงานรายไตรมาส/รายปี ที่ได้รับอนุมัติ เสนอต่อรอง ผอ. ส.ส.ท. ที่รับผิดชอบ และส่งให้ฝ่ายนโยบายแผนและงบประมาณ เพื่อรวบรวม
- 1.5. ผอ. ส.ส.ท. จัดทำรายงานไตรมาสเสนอคณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการนโยบาย ต่อไป

2. ขั้นตอนการอนุมัติการใช้จ่ายงบประมาณ

- 2.1. สำนักจัดทำรายละเอียดการขออนุมัติใช้งบประมาณ ส่งให้ฝ่ายการเงินและควบคุมงบประมาณ ศูนย์การเงิน ตรวจสอบการขอใช้งบประมาณ
- 2.2. สำนักนำเอกสารการขออนุมัติใช้งบประมาณ ที่ฝ่ายการเงินและควบคุมงบประมาณตรวจสอบแล้ว เสนอรอง ผอ.ส.ส.ท. ที่ได้รับมอบอำนาจ อนุมัติการใช้งบประมาณ พร้อมแนบเอกสารอนุมัติหลักการตามข้อ 1.2
- 2.3. สำนักดำเนินการตามแผนปฏิบัติงานโครงการและงบประมาณที่ได้รับอนุมัติ

3. การทบทวนงบประมาณกลางปี/หรือการขอเปลี่ยนแปลงรายละเอียดงบประมาณ

3.1 การทบทวนงบประมาณกลางปี

- สำนักจัดทำรายละเอียดการทบทวนงบประมาณกลางปี เสนอรอง ผอ.ส.ส.ท. ที่รับผิดชอบ พิจารณาให้ความเห็นชอบ และจัดส่งข้อมูลให้ฝ่ายนโยบายแผนและงบประมาณ
- ฝ่ายนโยบายแผนและงบประมาณ รวบรวมข้อมูลการขอทบทวนงบกลางปีของทุกสำนัก เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อเป้าหมายของแผนบริหารกิจการปี 2562 และวงเงินงบประมาณ ที่

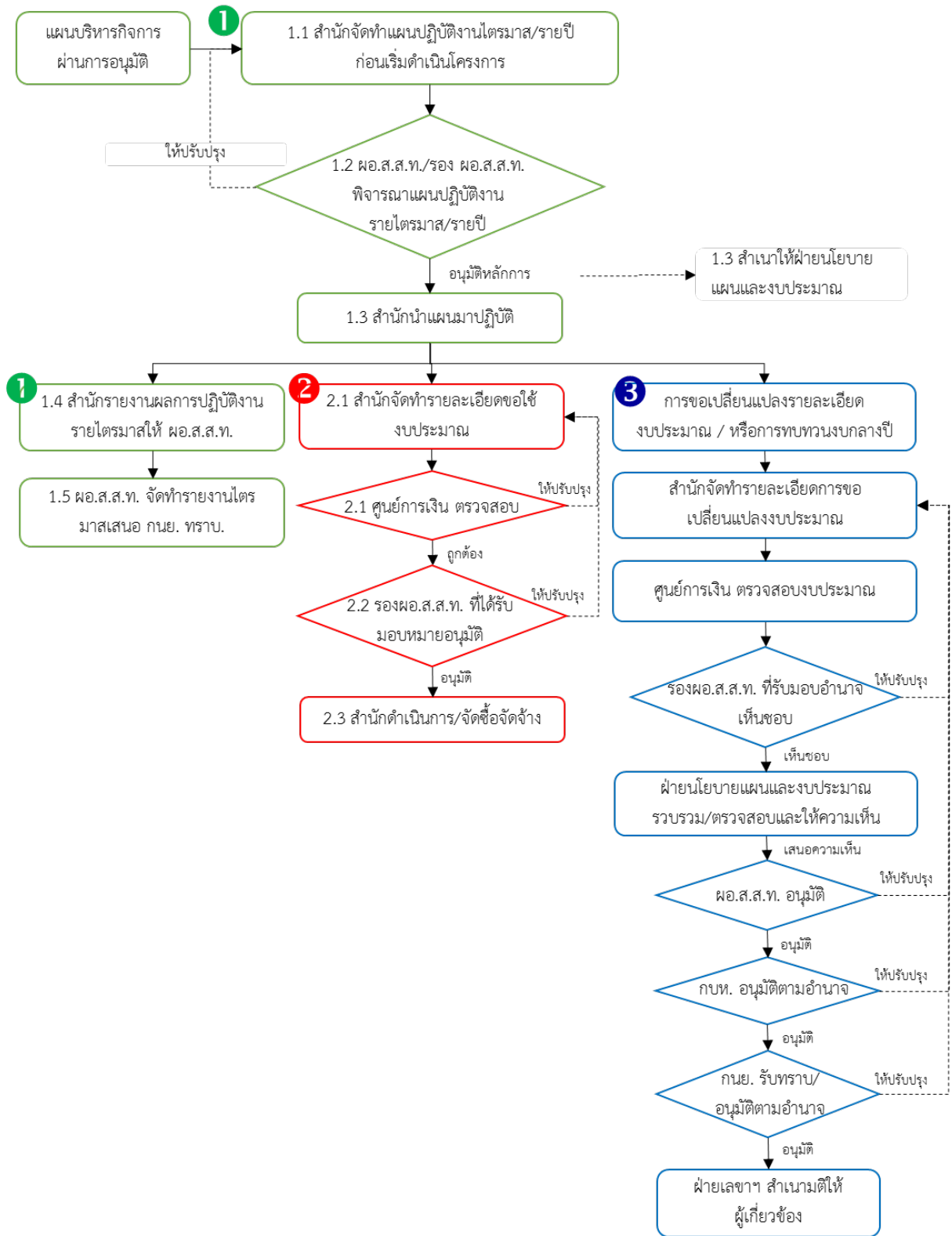
จะมาใช้ในกิจกรรม/โครงการที่มีความจำเป็น เสนอ ผอ.ส.ส.ท. เห็นชอบให้นำเสนอ กบห. และ กนย. เพื่ออนุมัติตามอำนาจ

- ฝ่ายเลขาฯ ส่งสำเนามติ/รายงานการประชุม กบห./กนย. ให้สำนักฯ ฝ่ายนโยบายแผนและงบประมาณ ฝ่ายพัสดุ และฝ่ายการเงินและควบคุมงบประมาณ เพื่อทราบและดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง

3.2 การเปลี่ยนแปลงรายละเอียดโครงการ/งบประมาณ ระหว่างปี (เฉพาะที่จำเป็น พยายามให้ทบทวนกลางปี)

- สำนักบริหารหรือกับริอง ผอ.ส.ส.ท. จัดทำรายละเอียดการขอเปลี่ยนแปลงรายละเอียดโครงการ/งบประมาณ
- ส่งให้ฝ่ายการเงินและควบคุมงบประมาณ ศูนย์การเงิน ตรวจสอบงบประมาณ
- เสนอรอง ผอ.ส.ส.ท. ที่รับผิดชอบพิจารณาให้ความเห็นชอบ พร้อมจัดทำร่างวาระฯ นำส่งฝ่ายนโยบายแผนและงบประมาณ
- ฝ่ายนโยบายแผนและงบประมาณให้ความเห็นเรื่องผลกระทบที่มีต่อเป้าหมายของแผนบริหารกิจการปี 2562 เพื่อให้สำนักนำเสนอ ผอ.ส.ส.ท. เห็นชอบให้ แล้วนำเสนอ กบห. และ กนย. เพื่ออนุมัติตามอำนาจ
- ฝ่ายเลขาฯ ส่งสำเนามติ/รายงานการประชุม กบห./กนย. ให้สำนักฯ ฝ่ายนโยบายแผนและงบประมาณ ฝ่ายพัสดุ และฝ่ายการเงินและควบคุมงบประมาณ เพื่อทราบและดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง

แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณปี 2562



แผนภาพที่ 28 แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณ ปี 2562



ภาคผนวก 1
แผนงาน/โครงการ และงบประมาณ ปี 2562
ของ ส.ส.ท.

ภาคผนวกที่ 1 รายละเอียดแผนงาน/โครงการ กิจกรรมปี 2562

แผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2562 ของ ส.ส.ท. ฉบับนี้ ประกอบด้วย 3 แผน คือ (1) แผนเนื้อหา ช่องทาง และบริการ (Content, Platform & Service Plan) จำนวน 31 โครงการ รวมงบประมาณ 1,145,962,100 บาท (2) แผนภาคีหุ้นส่วน (Partnership Plan) จำนวน 15 โครงการ รวมงบประมาณ 74,855,000 บาท และ (3) แผนทุนมนุษย์และทุนองค์กร (Human & Organization Capital Plan) จำนวน 28 โครงการ รวมงบประมาณ 48,687,300 บาท รวมโครงการทั้งสิ้น 74 โครงการ วงเงินงบประมาณทั้งสิ้น 1,269,504,400 บาท ดังนี้

1. แผนเนื้อหา ช่องทาง และบริการ (Content, Platform & Service Plan) จำนวน 31 โครงการ รวมงบประมาณ 1,145,962,100 บาท

1.1 เข้าถึงผู้รับสาร/ผู้ร่วมสื่อสารที่หลากหลายอย่างทั่วถึง ด้วยสารประโยชน์ที่แตกต่าง

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 1.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ (บาท) |
|---|--|---|----------------|-------------------|
| 1. โครงการผลิตข่าวและรายการข่าว | <ul style="list-style-type: none"> — นำเสนอข้อมูลข่าวสารด้วยการเน้นประชาชนเป็นศูนย์กลาง ความเป็นธรรม ความน่าเชื่อถือและความถูกต้อง มีเป้าหมายของการนำเสนอให้เห็นทางออกของปัญหาด้วยข้อมูลที่รอบด้าน ในด้านของเนื้อหา เน้นการนำเสนอเนื้อหาตาม Core Agenda ขององค์กร | ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ) <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนกิจกรรม/รายการ ที่ได้ดำเนินการ ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ) <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนผู้เข้ารับบริการทางช่องทางโทรทัศน์และช่องทางออนไลน์ (Rating) — จำนวนรายการ หรือจำนวนเรื่องที่มีการนำเสนอข่าวและรายการข่าว ที่สามารถทำให้เกิดการพัฒนาหรือเกิดกลไกที่นำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ | สำนักข่าว | 215,838,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 1.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ (บาท) |
|---|---|---|----------------|-------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> — ผลิตรายการข่าวที่มีเนื้อหาสะท้อนตามภารกิจ พ.ร.บ.ส.ส.ท. พ.ศ. 2551 — เผยแพร่เนื้อหาที่ผลิตทั้งช่องทางโทรทัศน์และช่องทางออนไลน์อย่างเหมาะสม | | | |
| 2. โครงการพัฒนาเนื้อหาข่าว | <ul style="list-style-type: none"> — พัฒนาบุคลากรข่าวให้มีวิธีคิดและวิธีการผลิตข่าวและรายการข่าวด้วยองค์ความรู้ ดังนี้ — การสื่อสารเพื่อทางออก (Solution Journalism) — สื่อสร้างพลเมือง (Civic Journalism) — สื่อสารด้วยการใช้ข้อมูล (Data Journalism) — สื่อสารด้วยการทำข่าวสืบสวนสอบสวน (Investigative Journalism) | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดผ่านการอบรมและฝึกผลิตชิ้นงาน <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายมีความสามารถผลิตชิ้นงานด้วยองค์ความรู้นวัตกรรมสื่อสารมวลชนดังกล่าว — จำนวนรายการ หรือจำนวนเรื่องที่มีการนำเสนอข่าวและรายการข่าว ที่สามารถทำให้เกิดการพัฒนาหรือเกิดกลไกที่นำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ | สำนักข่าว | 1,060,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 1.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ (บาท) |
|---|--|--|----------------|----------------------------------|
| 3. โครงการ News Transformation | <ul style="list-style-type: none"> — ศึกษาลักษณะเฉพาะของกลุ่มเป้าหมาย และพัฒนา Platform ออนไลน์ข่าวไทยพีบีเอสที่มีอยู่แล้ว และ Platform อื่นๆที่มีศักยภาพในการขยายฐานผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย — ศึกษา พัฒนา และปรับกลไกหรือระบบการปฏิบัติงานภายในสำนักตลอดจนสร้างคู่มือหรือเครื่องมือเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงการผลิตข่าวไปสู่การเผยแพร่ทุก Platform — พัฒนาบุคลากรในสำนักข่าวให้มีองค์ความรู้ในการผลิตข่าวเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่อยู่บน Platform ออนไลน์ที่มีรูปแบบการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีข้อมูล องค์ความรู้จากการศึกษาลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย — ร้อยละของบุคลากรที่สำนักข่าวกำหนดผ่านการพัฒนาตามเนื้อหาและวิธีการกำหนด <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — สถิติผู้รับชมข่าวผ่าน Platform ออนไลน์ข่าวทั้งกลุ่มเป้าหมายเดิมและกลุ่มเป้าหมายใหม่ | สำนักข่าว | 1,000,000 |
| 4. โครงการพัฒนา Brand ข่าว (ตั้งงบที่ HR) | <ul style="list-style-type: none"> — ศึกษา ค้นหา อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของข่าวไทยพีบีเอสที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ข่าว — วางกลยุทธ์ ออกแบบการสื่อสารและสื่อสาร Brand | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — แผนการสื่อสาร Brand ข่าวได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหารสำนักข่าว <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนผู้เข้ารับบริการทางช่องทางโทรทัศน์และช่องทางออนไลน์ (Rating) — Feedback ที่ดีต่อภาพลักษณ์ของข่าวและรายการข่าว | สำนักข่าว | ใช้งบประมาณฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 1.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ (บาท) |
|---|--|---|--------------------|--------------------|
| <p>5. โครงการผลิตและจัดหารายการที่ตอบสนอง Core Agenda</p> | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อสร้างสรรค์รายการที่มีคุณภาพ มีคุณค่าสาธารณะ ตอบสนองแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรโดยเฉพาะแผนยุทธศาสตร์ด้านเนื้อหา และช่องทางบริการ — เพื่อเผยแพร่เนื้อหารายการที่สร้างความรู้ใหม่ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต เข้าใจและรู้เท่าทันความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ส่งผลกระทบต่อบริบททางสังคม ((Digital Disruption) ยอมรับความแตกต่างหลากหลายทางวัฒนธรรม รวมถึงตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของการเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพตามระบอบประชาธิปไตย — เพื่อบริหารจัดการงบประมาณการผลิตและจัดหารายการประจำปี 2562 อย่างคุ้มค่า และมีประสิทธิภาพ | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — การดำเนินงานผลิต จัดทำ และเผยแพร่รายการในทุกช่องทางของปี 2562 มีจำนวนรายการสำเร็จตามแผนงานไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 — เนื้อหารายการในกลุ่มรายการสำหรับเด็ก และกลุ่มรายการสำหรับผู้อายุ 40 ปีขึ้นไป ผู้ชมกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึง (Reach) และรับรู้ (Awareness) เนื้อหารายการได้จำนวนไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80 ของรายการในกลุ่มดังกล่าว — การบริหารจัดการงบประมาณผลิต และจัดหารายการ ในปี 2562 ได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 ของงบประมาณส่วนผลิตและจัดหารายการที่ได้รับอนุมัติ <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — การเผยแพร่ในช่องทางสื่อหลัก (On Air) ผู้ชมกลุ่มเป้าหมายของรายการสามารถรับรู้ถึงคุณค่า (Value) และเป้าหมาย (Program Purpose) ของเนื้อหารายการได้ ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80 ของประชากรกลุ่มตัวอย่าง และเข้าถึงคุณค่าของประเด็นสำคัญทั้ง Core Agenda และประเด็นหลักอื่นๆ รวมกันไม่น้อยกว่า 3 ประเด็น — รายการของไทยพีบีเอสได้รับรางวัลจากองค์กร หรือสถาบันที่ได้รับการยอมรับทั้งระดับนานาชาติ และในประเทศ ไม่น้อยกว่า 5 รายการในปี 2562 | <p>สำนักรายการ</p> | <p>351,828,000</p> |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 1.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ (บาท) |
|---|--|--|----------------|-------------------|
| 6. โครงการผลิตและจัดทำรายการเพื่อ OTT | <ul style="list-style-type: none"> นำเสนอเนื้อหามุ่งไปสู่ค่านิยมความเป็นไทย / ปฏิรูป (Reform) / ความเป็นพลเมือง (Citizenship) / คุณภาพชีวิต และสังคมที่ดีขึ้น (Better Life & Better Society) / ลดความเหลื่อมล้ำในสังคม | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> มี Content ที่ผลิตและเผยแพร่ผ่าน OTT (VIPA Channel) ทั้งแบบ streaming และ on demand อย่างน้อย 728 ชั่วโมงต่อปี <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> การมีส่วนร่วมของผู้ชมผู้ใช้บริการ (ยอด subscribe ยอด Likes & Shares ยอดวิว Content) | สำนักรายการ | 104,000,000 |
| 7. โครงการสนับสนุนการจัดทำ CC และ AD | <ul style="list-style-type: none"> เพื่อสนับสนุนอุปกรณ์ในการจัดทำรายการ CC และ AD อย่างเพียงพอ เพื่อให้กลุ่มผู้พิการสามารถเข้าถึงหรือรับรู้ และได้ประโยชน์จากรายการได้อย่างเสมอภาคและบุคคลทั่วไปได้รับรู้ เพื่อสะท้อนคุณค่าความเป็นสื่อสาธารณะ และความต้องการของประชาชน | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> จำนวนรายการที่จัดทำ CC และ AD ตามแผนการออกอากาศ ปี 2562 สัดส่วนรายการที่มี CC และ AD ของส.ส.ท. ไม่น้อยกว่าเกณฑ์ที่กสทช.กำหนด <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> ความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร สารประโยชน์ สารบันเทิง ของกลุ่มผู้พิการลดลง | สำนักรายการ | 5,316,000 |
| 8. โครงการความร่วมมือผลิตรายการและแลกเปลี่ยนรายการกับองค์กรต่างประเทศ | <ul style="list-style-type: none"> เพื่อร่วมสร้างสรรค์และผลิตรายการที่มีคุณภาพและคุณค่าตอบสนองพันธกิจความเป็นสื่อสาธารณะกับองค์กรสื่อระหว่างประเทศ ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ พัฒนารายการและพัฒนาบุคลากรการผลิตเนื้อหาสื่อตามแนวทางสื่อสาธารณะ | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> ได้จำนวนรายการตามที่วางเป้าหมายผลผลิต (OUTPUT) ไว้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> รายการที่เกิดจากกระบวนการร่วมผลิต หรือแลกเปลี่ยนได้รับการเผยแพร่ในสื่อระหว่างประเทศ อย่างน้อย 2 รายการในปี 2562 | สำนักรายการ | 6,500,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 1.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ (บาท) |
|---|---|--|----------------|-------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อสร้างพันธมิตรสื่อในระดับภูมิภาค และระดับนานาชาติ ให้สื่อสาธารณะไทยเป็นที่ยอมรับในแวดวงสื่อสาธารณะนานาชาติ — เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพสื่อสาธารณะไทย สู่แนวคิดด้านงานผลิตที่มีคุณภาพสูง มีความคิดสร้างสรรค์ด้านเนื้อหา และวิธีการนำเสนอที่สะท้อนความเป็นไปในสังคมระดับภูมิภาค และระดับนานาชาติได้ | <ul style="list-style-type: none"> — เจ้าหน้าที่ทีมงานของส.ส.ท.ได้เข้าร่วมโครงการแลกเปลี่ยนแนวทางผลิตเนื้อหาสื่อ หรือเข้าอบรมศักยภาพงานผลิต เพื่อนำไปสู่การร่วมผลิตเนื้อหาสื่อ หรือแลกเปลี่ยนรายการ อย่างน้อย 4 โครงการในปี 2562 — มีโครงการต่อเนื่องจากการร่วมผลิตกับองค์กรสื่อระหว่างประเทศ อย่างน้อย 2 โครงการ — รายการของ ส.ส.ท. ได้รับรางวัลจากองค์กรระหว่างประเทศ ไม่น้อยกว่า 2 รายการในปี2562 | | |
| <p>9.โครงการผลิตละครสู่สากล (โครงการ 2 ปี ปีที่ 1 ใช้งบ 1,080,000 ปีที่ 2 24,043,600)</p> | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อสร้างสรรค์เนื้อหารายการ และงานผลิตที่มีคุณภาพสูง มีคุณค่าสาธารณะ และอัตลักษณ์ความเป็นไทย ทั้งสนับสนุนให้ผลงานดังกล่าวเป็นที่ยอมรับ และได้รับความสนใจในตลาดสื่อสากล (International Media Market) เกิดความร่วมมือร่วมลงทุน หรือซื้อขายลิขสิทธิ์ในผลงานนั้น — เพื่อสนับสนุน และยกระดับศักยภาพของกลุ่มผู้ผลิตรายการอิสระไทย (Independence Producers) ให้สามารถผลิตผลงาน | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีแผนงานผลิตหรือผลงานผลิตเสร็จที่ไทยพีบีเอสสนับสนุน หรือร่วมลงทุนกับผู้ผลิตอิสระไทย (Independence Producer) ให้เป็นรายการสารคดีคุณภาพสูง อย่างน้อย 6 รายการ ได้รับการนำไปเสนอขายในตลาดสื่อสากล (International Media Market) ในปี 2562 อย่างน้อย 4 ครั้งทั้งในระดับภูมิภาคเอเชีย และภูมิภาคอื่นๆ — มีรายการสารคดีคุณภาพสูงจากฝีมือผู้ผลิตอิสระไทย (Independence Producer) อย่างน้อย 4 รายการ ออกอากาศทางไทยพีบีเอส ภายในปี2562 | สำนักรายการ | 1,080,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 1.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ (บาท) |
|---|--|---|--------------------|-------------------|
| | <p>และเป็นที่ยอมรับในตลาดสื่อสากล (International Media Market)</p> <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อผลักดันภาพลักษณ์ของไทยพีบีเอสให้ได้รับการยอมรับความเป็นสื่อสาธารณะที่มีมาตรฐานสูง มีผลงานสื่อที่ได้มาตรฐานทัดเทียมระดับนานาชาติ — เพื่อก่อให้เกิดเป็นรายได้ของส.ส.ท. จากงานลิขสิทธิ์ หรือการร่วมลงทุน จากองค์กรระหว่างประเทศในการผลิตผลงานรายการคุณภาพสูง | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีการทำข้อตกลงความร่วมมืออย่างเป็นทางการกับกลุ่มผู้ผลิตอิสระไทย (Independence Producer) เพื่อร่วมผลิต และเป็นพันธมิตรในการนำรายการสารคดีไทยหรือละคร ซีรีส์ไทย ไปเสนอหาผู้ลงทุนในตลาดสื่อสากล (International Media Market) — รายการสารคดีที่ไทยพีบีเอสผลิต หรือร่วมผลิต สนับสนุนการผลิต ได้รับความสนใจจากองค์กรระหว่างประเทศ และบรรลุข้อตกลงการร่วมลงทุน ชื่อลิขสิทธิ์ หรือแลกเปลี่ยนผลผลิตอย่างน้อย 2 รายการในปี 2562 — มีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) งานผลิตรายการสารคดีคุณภาพสูงที่มีเป้าหมายสู่ตลาดสากล อย่างน้อย 1 ครั้งในปี 2562 | | |
| <p>10.โครงการผลิตรายการออกสู่สากล</p> | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อสร้างสรรค์เนื้อหารายการ และงานผลิตที่มีคุณภาพสูง มีคุณค่าสาธารณะ และอัตลักษณ์ความเป็นไทย ทั้งสนับสนุนให้ผลงานดังกล่าวเป็นที่ยอมรับ และได้รับความสนใจในตลาดสื่อสากล (International Media Market) เกิดความร่วมมือร่วมลงทุน หรือซื้อขายลิขสิทธิ์ในผลงานนั้น — เพื่อผลักดันภาพลักษณ์ของไทยพีบีเอสให้ได้รับการยอมรับความเป็น | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีแผนงานผลิตรายการละครโทรทัศน์คุณภาพสูง ที่ไทยพีบีเอสดำเนินงานควบคุมการผลิต จำนวน 1 เรื่อง ภายในปี 2562 และมีผลงานผลิตเสร็จพร้อมออกอากาศในปี 2563 — มีแผนงานผลิตละครคุณภาพสูงของไทยพีบีเอสไปนำเสนอขายในตลาดสื่อสากล (International Media Market) หรือ เป็นผลงานที่ได้เข้าร่วมงานเทศกาลสื่อระดับนานาชาติ ในปี 2562 หรือปี 2563 <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> | <p>สำนักรายการ</p> | <p>3,000,000</p> |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 1.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ (บาท) |
|---|--|---|---------------------------|-------------------|
| | <p>สื่อสาธารณะที่มีมาตรฐานสูง มีผลงานสื่อที่ได้มาตรฐานทัดเทียมระดับนานาชาติ</p> <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อก่อให้เกิดเป็นรายได้ของส.ส.ท. จากงานลิขสิทธิ์ หรือการร่วมลงทุนจากองค์กรระหว่างประเทศในการผลิตผลงานรายการคุณภาพสูง | <ul style="list-style-type: none"> — รายการละครโทรทัศน์ของไทยพีบีเอสได้รับความสนใจจากองค์กรระหว่างประเทศ และบรรลุข้อตกลงซื้อขายลิขสิทธิ์ หรือ แลกเปลี่ยนในปี 2563 — รายการละครโทรทัศน์ของไทยพีบีเอส ได้รับรางวัลจากการแสดงงานในเทศกาลระดับนานาชาติ | | |
| 11.โครงการพัฒนาการผลิตรายการยูทิวทิจิทัล | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อพัฒนาปรับปรุงหน้าจอของ ThaiPBS — สร้างความเข้าใจในกระบวนการทำงานเพื่อให้เกิดมาตรฐานของสถานีอย่างต่อเนื่อง — แลกเปลี่ยนประเด็นปัญหาในด้านการผลิตรายการและการออกอากาศเพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีรายการบนหน้าจอทีวี ที่จัดทำ AD ไม่น้อยกว่าเกณฑ์ที่ กสทช. กำหนด และอยู่ในแพลตฟอร์ม OTT ไม่น้อยกว่า 5 รายการ — มีรายการที่ถ่ายทำด้วยระบบ 4 K ในมาตรฐานสากล อย่างน้อย 2 รายการ <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีจำนวนเรื่องร้องเรียนที่ถูกพิจารณาว่าผิดพลาดลดลงจากปี 2561 (จากคณะอนุกรรมการรับเรื่องร้องเรียน) — ได้รับรางวัลจากสถาบันสื่อที่น่าเชื่อถือ | สำนักรายการ | 119,500 |
| 12.โครงการผลิตเนื้อหา Glocalized Content และพัฒนาแพลตฟอร์มสื่อสารสาธารณะร่วมกับเครือข่ายสื่อพลเมือง | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อผลิตเนื้อหา Glocalized content อย่างมีส่วนร่วมกับเจ้าของประเด็นและผู้ผลิตสื่อพลเมือง สร้างการขับเคลื่อนเนื้อหาอย่างมียุทธศาสตร์สอดคล้อง Core Agenda และวาระของพื้นที่ โดย | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนรายการ จำนวนครั้งที่จัดกิจกรรม และจำนวนหุ้นส่วนร่วมขับเคลื่อน — ผลการรับชม และความคิดเห็นเชิงคุณภาพบนพื้นที่สื่อใหม่ <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — หุ้นส่วนร่วมสื่อสารมีความพึงพอใจ | สำนักเครือข่ายสื่อสาธารณะ | 56,677,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 1.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ (บาท) |
|---|---|--|---------------------------|-------------------|
| | เจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ผ่านกิจกรรม On Air Online On Site | — ผลจากการสื่อสารเกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับต่างๆ ตามกำหนดในแต่ละแผนงาน | | |
| 13.โครงการจัดหาอุปกรณ์เพื่อสนับสนุนการสื่อสารภาคพลเมือง | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพของข่าวและรายการสื่อพลเมืองให้ทันกับเทคโนโลยีและความก้าวหน้าด้านการผลิตและออกอากาศ — เพื่อขยายการทำงานให้กว้างขวางและครอบคลุมเครือข่ายภาคพลเมือง — เพื่อทดแทนเครื่องมือ อุปกรณ์เดิมที่ชำรุดหรือเสื่อมสภาพจากการทำงาน | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนและคุณภาพข่าวและรายการสื่อพลเมืองที่ผลิตและเผยแพร่ได้ตามแผนที่วางไว้ <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — โครงการสามารถดำเนินการตามแผนงานที่วางไว้ — ความพึงพอใจในการร่วมมือกันปฏิบัติงานของทีมงาน | สำนักเครือข่ายสื่อสาธารณะ | 1,068,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 1.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ (บาท) |
|---|--|--|--------------------|-------------------|
| 14.โครงการผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาออนไลน์ (Content Marketing) | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อผลิตเนื้อหาออนไลน์ในรูปแบบรายการหรือคอลัมน์ ทุกรูปแบบ (format) มีมิติเดียว ให้เหมาะสมกับทุกช่องทางสื่อออนไลน์ตามพฤติกรรมผู้ชม — สนับสนุนการถ่ายทอดสดผ่าน Online Channel ที่เหมาะสมตรงกับความสนใจ และผลิตเว็บไซต์รองรับเนื้อหารายการถ่ายทอดสด Online Channel — เพื่อสร้างความคุ้มค่าของการผลิตเนื้อหาให้ครอบคลุมทุกสื่อและได้อัตราประโยชน์กับผู้ชมสูงสุด — เพื่อยกระดับภาพลักษณ์องค์กรในด้านสื่อดิจิทัล | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนคอลัมน์หรือรายการออนไลน์ที่มีการเผยแพร่แล้ว ตรงตามแผน — จัดทำรายงานสถิติการเติบโตในทุกช่องทางสื่อออนไลน์สำคัญ นำเสนอเป็นรายเดือน — สามารถเข้าถึงเนื้อหาออนไลน์ต่าง ๆ ได้ทางเว็บไซต์ของไทยพีบีเอสอย่างสะดวก รวดเร็ว <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — การสำรวจความนิยม ความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อการรับสื่อออนไลน์จากไทยพีบีเอส | ศูนย์พัฒนาสื่อใหม่ | 13,710,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 1.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ (บาท) |
|--|--|--|--------------------|-------------------|
| 15.โครงการพัฒนาช่องทางและเทคโนโลยีสื่อใหม่ (Platform & Technology) | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพและความน่าสนใจของแพลตฟอร์มไทยพีบีเอสให้มีการเข้าถึงง่าย เป็นไปตามเทคโนโลยีสมัยใหม่ — เพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มให้รองรับการหลอมรวม Online – On air – On Mobile — เพื่อพัฒนาระบบการรับชม On Demand และสร้าง Digital Hub Content — เพื่อจัดสรรอุปกรณ์ เทคโนโลยีรองรับการผลิตรายการ การถ่ายทอดสด รวมถึงการสนับสนุนโครงการต่าง ๆ ในด้านเทคนิค | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีการเปิดใช้งานและเข้าถึงเว็บไซต์หลักและเว็บไซต์ย่อย เช่น ข่าวภาษาอังกฤษ องค์กรภาคภาษาอังกฤษ หน้าเฉพาะกิจพิเศษ ได้รวดเร็ว แล้วเสร็จตามกำหนดของแผนงาน — มีรายงานการใช้สถานที่หรือสตูดิโอผลิตรายการ รวมถึงรายงานปัญหาอุปสรรคอย่างสม่ำเสมอ <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — การสำรวจความนิยม ความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อการรับสื่อออนไลน์จากไทยพีบีเอส <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนผู้ใช้บริการเว็บไซต์ไทยพีบีเอส และแอปพลิเคชันมีปริมาณเพิ่มขึ้น | ศูนย์พัฒนาสื่อใหม่ | 47,720,000 |
| 16.โครงการพัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดด้านดิจิทัล (Branding Marketing) | <ul style="list-style-type: none"> — พัฒนาการสื่อสารผลิตภัณฑ์และบริการสื่อดิจิทัลขององค์กร — พัฒนาและสร้างกลยุทธ์การตลาดของบริการสื่อดิจิทัลขององค์กร — วางแนวทาง, แนวปฏิบัติการใช้งานช่องทางและบริการของสื่อดิจิทัลในงานข่าวและรายการ — สร้างภูมิทัศน์และสภาพแวดล้อมองค์กรให้เป็น Digital Landscape | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนชิ้นงาน, สื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตได้ตรงตามวัตถุประสงค์ — จำนวนครั้งของการจัดแคมเปญ กิจกรรมและความนิยมของการเข้าร่วมกิจกรรม <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีรายงานข้อมูล ความคิดเห็นของการมีส่วนร่วมในกิจกรรม — จำนวนผู้ติดตามในช่องทางออนไลน์เพิ่มสูงขึ้นจากการจัดการตลาดออนไลน์ | ศูนย์พัฒนาสื่อใหม่ | 5,300,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 1.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ (บาท) |
|---|--|---|---|-------------------|
| 17.โครงการพัฒนาสถิติ การวิเคราะห์และตัวชี้วัด (Matrics Measurement) | เพื่อพัฒนาระบบประมวลผล Online Rating และมีเครื่องมือ Social Listening เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมในเชิงลึกของผู้ชมผู้ใช้บริการบนสื่อออนไลน์ ที่มีขนาดใหญ่และมีความหลากหลายได้อย่างเป็นระบบ | ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ) <ul style="list-style-type: none"> — การนำส่งรายงานสถิติและการวิเคราะห์เป็นรายเดือน — การนำส่งข้อมูลหรือการเข้าใช้งานระบบและรวบรวมความคิดเห็นจากสื่อออนไลน์ได้ — สามารถเข้าระบบตรวจสอบสถิติทั้งจากทีวีและออนไลน์ได้ในช่องทางที่สะดวก รวดเร็ว ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ) <ul style="list-style-type: none"> — มีข้อมูลเชิงวิเคราะห์ เพื่อประกอบการวางแผนและการตัดสินใจในเชิงการตลาดอย่างถูกต้อง ทันสถานการณ์ — มีการนำเสนอข้อมูลจากผลความนิยมในระดับบริหารอยู่อย่างสม่ำเสมอ | ศูนย์พัฒนาสื่อใหม่ | 4,720,000 |
| 18.โครงการพัฒนาศูนย์พัฒนาสื่อเสียงและสถานีวิทยุกระจายเสียง | <ul style="list-style-type: none"> — ผลิตรายการวิทยุที่มีคุณภาพเพื่อเผยแพร่ผ่านระบบดิจิทัล — ผลิตสื่อเสียงรายการข่าว สารบันเทิงและสารประโยชน์เผยแพร่สู่สาธารณะ ผู้บริโภคทุกกลุ่มทุกแพลตฟอร์ม เพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต (life-long learning) — เพื่อใช้สื่อเสียง รายการและ กิจกรรมเกี่ยวเนื่อง ทำการสื่อสารการตลาดประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนาสื่อเสียงและสถานีวิทยุกระจายเสียง | ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ) <ul style="list-style-type: none"> — มีสื่อเสียงที่ได้รับความนิยม โดยเฉพาะสถานีวิทยุไทยพีบีเอส (ดิจิทัลเรดิโอ) — มีผู้ผลิตอิสระ (สื่อเสียง) ในกลุ่มรายการเพื่อเด็กเยาวชน และสารคดี ไม่น้อยกว่า 5 ราย — มีรายการถ่ายทอดสดการแสดงดนตรี ไตรมาสละ 1 ครั้ง ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ) <ul style="list-style-type: none"> — การทดลองออกอากาศสถานีวิทยุดิจิทัลประสบความสำเร็จได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการวิทยุดิจิทัลจาก กสทช. — มีการนำรายการของวิทยุไทยพีบีเอส ไปเผยแพร่ทางสถานีวิทยุสถาบันการศึกษาไม่น้อยกว่า 5 แห่ง | ศูนย์พัฒนาสื่อเสียงและสถานีวิทยุกระจายเสียง | 21,000,000 |



| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 1.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ (บาท) |
|---|---|---|-----------------------------------|--------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อขยายเครือข่ายความร่วมมือระหว่างองค์กรสื่อต่างประเทศ และสถาบันการศึกษา เพื่อพัฒนาทักษะการผลิตรายการวิทยุ และเผยแพร่รายการ | <ul style="list-style-type: none"> — รายการสื่อเสียงบนแพลตฟอร์ม OTT มีจำนวนผู้รับฟังไม่น้อยกว่า 100,000 ต่อปี | | |
| <p>19.โครงการสนับสนุนการบริหารงานเพื่อผลิตรายการและออกอากาศ</p> | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อจัดทำรายละเอียดงบประมาณประจำปี 2562 ที่มีความจำเป็นต่อการปฏิบัติงานของสำนักโทรทัศน์และวิทยุ ให้สามารถตอบสนองต่อแผนบริหารกิจการของ ส.ส.ท. — เพื่อให้การบริหารงานสนับสนุนการผลิตรายการและการออกอากาศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถให้การสนับสนุนงานได้อย่างต่อเนื่อง รวดเร็วและเพียงพอต่อการดำเนินงานส่วนต่างๆ — เพื่อเป็นแนวทางการใช้งบประมาณประจำปี 2562 และการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของสำนัก โดยประเมินงบประมาณให้มีเพียงพอต่อการดำเนินงานของสำนักในปี 2562 และสามารถควบคุมการดำเนินงานกิจกรรมให้สอดคล้องกับงบประมาณที่มีอยู่ | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีการใช้งบประมาณตรงตามวัตถุประสงค์ครบถ้วนทุกรายการ และสามารถดำเนินการได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด — การใช้งบประมาณรวมทั้งหมดอยู่ระหว่างร้อยละ 85 - 100 — จำนวนงานที่ให้การสนับสนุนต่อผู้ขอใช้บริการทั้งหมดไม่น้อยกว่าร้อยละ 95 <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ความพึงพอใจของหน่วยงานผู้รับบริการภายในไม่น้อยกว่า 3.00 คะแนน (จาก 5 คะแนนเต็ม) | <p>สำนักโทรทัศน์ และวิทยุ</p> | <p>118,028,000</p> |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 1.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ (บาท) |
|--|--|--|---------------------------|-------------------|
| 20.โครงการผลิตรายการกีฬาและนันทนาการ | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อต้องการให้ รายการกีฬาและนันทนาการ เข้าถึงชุมชนและชุมชนได้มีส่วนร่วมให้มากที่สุด — ขยายฐานผู้ชมของไทยพีบีเอส ให้เป็นรู้จักมากขึ้น — สร้างแรงบันดาลใจให้กับเด็กและเยาวชนเล่นกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ — เปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนได้มีเวทีในการแสดงความสามารถ — ส่งเสริมและอนุรักษ์ วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — รายการกีฬาและนันทนาการ ออกอากาศทุกวันอาทิตย์เวลา 14.05- 16.00 น. จำนวน 52 สัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยอัตราการรับชมไม่น้อยกว่า 50,000 คนต่อนาที <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนผู้ชมทางหน้าจอ TV (Rating) และจำนวนผู้ชมผ่านทาง Social มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น — สร้าง Brand Awareness ให้เป็นที่รู้จักของผู้ชมในเรื่องคุณภาพรายการถ่ายทอดสด — ประชาชนรู้จักไทยพีบีเอสมากขึ้นจากการลงพื้นที่ถ่ายทอดสด | สำนักโทรทัศน์ และวิทยุ | 12,550,000 |
| 21.โครงการจัดหาอุปกรณ์เพื่อทดแทนและปรับปรุงระบบอุปกรณ์ปฏิบัติการ | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อดำเนินการจัดหาอุปกรณ์ใหม่และทดแทนอุปกรณ์ระบบเดิมที่เสื่อมสภาพ ชำรุด — ปรับปรุงอุปกรณ์ให้สอดคล้องกับแนวทางการปฏิบัติงานในปัจจุบันและเป็นการเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงาน ทั้งงานระบบประจำห้องควบคุม ระบบงานภายในสถานีและการทำงานปฏิบัติงานนอกสถานที่ — เพื่อให้การบริหารงานสนับสนุนการผลิตรายการและการออกอากาศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีการใช้งบประมาณจัดหาอุปกรณ์ทดแทนได้ตรงตามวัตถุประสงค์ครบถ้วนทุกรายการ และสามารถดำเนินการได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด — ไม่มีอุปกรณ์ที่ชำรุดในระหว่างงานที่สำคัญหรือระงับการออกอากาศ จนเป็นเหตุให้เกิดผลเสียหายต่อภาพลักษณ์ขององค์กร <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ความพึงพอใจของหน่วยงานผู้รับบริการภายในไม่น้อยกว่า 3.00 คะแนน (จาก 5 คะแนนเต็ม) — การใช้งบประมาณเป็นไปตามแผนที่วางไว้ | สำนักโทรทัศน์ และวิทยุ | 60,251,600 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 1.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ (บาท) |
|---|--|---|------------------------------|-------------------|
| | <p>สามารถให้การสนับสนุนงานได้อย่างต่อเนื่อง รวดเร็วและเพียงพอต่อการดำเนินงานส่วนต่างๆ</p> <ul style="list-style-type: none"> — ลดความเสี่ยงอันเนื่องจาก อุปกรณ์เกิดการชำรุดในระหว่างที่ใช้งานผลิตและออกอากาศ | | | |
| <p>22.โครงการพัฒนาเทคนิคและเทคโนโลยีเพื่อการผลิตรายการและออกอากาศ</p> | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อพัฒนาระบบอุปกรณ์ของสถานีให้มีความทันสมัย ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานและเทคโนโลยีที่มีความเปลี่ยนแปลงในอนาคต — เพื่อเพิ่มความสามารถในการผลิตรายการและการแพร่ภาพออกอากาศ ที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ดำเนินการได้ภายในระยะเวลาที่กำหนดและใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ — เกิดผลผลิตของงานใหม่ เช่น รายการในรูปแบบ 4K <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ความพึงพอใจของหน่วยงานผู้รับบริการภายในไม่น้อยกว่า 3.00 คะแนน (จาก 5 คะแนนเต็ม) — การใช้งบประมาณเป็นไปตามแผนที่วางไว้ | <p>สำนักโทรทัศน์และวิทยุ</p> | <p>28,700,000</p> |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 1.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ (บาท) |
|--|---|---|---|-------------------|
| 23.โครงการวิเคราะห์พฤติกรรม การใช้สื่อ (Consumer Insight) | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อสำรวจพฤติกรรมเปิดรับสื่อ ของผู้ชมผู้ฟังในแพลตฟอร์มต่างๆ — เพื่อสะท้อนการรับรู้และทัศนคติ ของผู้ชมผู้ฟังที่มีต่อวาระหลักของ ไทยพีบีเอส — เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการ วางแผนงานและการจัดทำรายการ ที่สอดคล้องต่อพฤติกรรม ความ สนใจและความต้องการของผู้ชม ผู้ใช้บริการของไทยพีบีเอส | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีรายงานการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อและรูปแบบการ นำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องตามความต้องการของผู้ชมผู้ฟังใน แพลตฟอร์มต่างๆ อย่างน้อย 1 ชิ้น และนำเสนอผลการวิเคราะห์ พฤติกรรมการใช้สื่อฯ ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักข่าว สำนักรายการ ศูนย์พัฒนาสื่อใหม่ เป็นต้น — มีรายงานการวิเคราะห์การรับรู้และทัศนคติของผู้ชมผู้ฟังที่มีต่อ วาระหลักของไทยพีบีเอส อย่างน้อย 1 ชิ้น และนำเสนอผลการ วิเคราะห์ฯ ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักข่าว สำนัก รายการ ศูนย์พัฒนาสื่อใหม่ เป็นต้น <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำผลการศึกษาไปพัฒนาคุณภาพรายการ ให้สามารถเข้าถึงและตอบสนองความต้องการและความ คาดหวังของสังคม — หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำผลการศึกษาไปพัฒนาทิศทางการ นำเสนอเนื้อหาตามวาระหลักให้สอดคล้องและเหมาะสมตาม สถานการณ์ทางสังคม | สถาบันวิชาการสื่อ สาธารณะ ฝ่ายวิจัยและ พัฒนา | 1,550,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 1.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ (บาท) |
|--|--|--|--|-------------------|
| 24.โครงการการจัดทำ Media Lab เพื่อพัฒนารายการและคุณภาพเนื้อหา 2562 | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อวิเคราะห์แนวทางการสร้างสรรค์และพัฒนาข่าวและรายการของไทยพีบีเอสให้ตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของสังคม — เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนการออกแบบช่องทางหรือการสร้างสรรค์รายการรูปแบบใหม่ | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีรายงานการวิเคราะห์ความคิดเห็นและแนวทางการพัฒนาข่าวและ/หรือรายการ อย่างน้อย 2 ชุดรายการ — มีการออกแบบช่องทางหรือรายการรูปแบบใหม่ (New Program Creation) อย่างน้อย 1 รูปแบบ — มีการประเมินความพึงพอใจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับมาก <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — รายการของส.ส.ท. สามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของสังคมได้มากขึ้น | สถาบันวิชาการสื่อสาร สาธารณะ ฝ่ายวิจัยและ พัฒนา | 3,050,000 |
| 25.โครงการสื่อสารรายการ,ข่าว, รายการข่าว และเครือข่าย | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อสื่อสารและขยายผลงานของไทยพีบีเอสให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักและติดตามชมรายการ — เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ชมกับรายการของไทยพีบีเอส — เพื่อขยายฐานกลุ่มผู้ชมรายการของไทยพีบีเอสให้กว้างขวางและครอบคลุมมากขึ้น | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนชิ้นงานที่สื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ — จำนวนกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ผู้ชมผู้ใช้บริการไม่น้อยกว่า 60% รับรู้บทบาทการเป็นสถาบันสื่อสารสาธารณะเพื่อการเรียนรู้ของสังคม ชุมชน และภาคีเครือข่าย — ขยายฐานผู้ชมรายการรายการ,ข่าว, รายการข่าว และเครือข่ายให้เพิ่มขึ้น | สำนักสื่อสารและ ภาคีสัมพันธ์ ฝ่ายสื่อสาร องค์กร | 11,050,000 |
| 26.โครงการผลิตรายการเปิดบ้านไทยพีบีเอส | <ul style="list-style-type: none"> — นำความคิดเห็น ดี ชม จากผู้ชมที่บ้านที่ส่งเข้ามาให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (คนทำงาน) ตอบคำถาม ชี้แจงสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชมต่อ | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ส่งเทปออกอากาศจำนวน 52 ตอน ตรงตามกำหนดเวลาและตรวจสอบเนื้อหาให้มีความถูกต้อง ตามจริยธรรมวิชาชีพเกี่ยวกับการผลิตและการเผยแพร่รายการของ ส.ส.ท. | สำนักสื่อสารและ ภาคีสัมพันธ์ | 3,146,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 1.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ (บาท) |
|---|--|---|--|-------------------|
| | <p>ประเด็นอื่นๆ รวมทั้งสอดแทรกเนื้อหา หัวใจการทำงานของสื่อสาธารณะเพื่อให้ผู้ชมรู้เท่าทันสื่อด้วย โดยนำความคิดเห็นจากบุคคลสาขาวิชาชีพอื่นภายนอกองค์กรมาให้ความคิดเห็นเพื่อมุมมองที่แตกต่างหลากหลาย รวมทั้งอาจนำกรณีศึกษาที่เคยเกิดขึ้นกับสื่อสาธารณะในต่างประเทศมานำเสนอเป็นความรู้ให้กับผู้ชมและบุคคลากรของไทยพีบีเอสอีกด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> — นำเสนอการทำงานหลังจอของไทยพีบีเอสต่อการนำเสนอประเด็นต่างๆในสังคมมานำเสนอว่าไทยพีบีเอสมองปัญหาและเรื่องราวต่างๆเหล่านั้นอย่างไร มุมที่ไทยพีบีเอสต้องการสะท้อนให้สังคมได้ตระหนักถึงปมปัญหาหรือประเด็นต่างๆในมิติใดบ้าง ซึ่งอาจมีมุมมองสะท้อนจากบุคคลภายนอกที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับประเด็นเหล่านั้นด้วย — นำเสนอเบื้องหลังการทำงานของไทยพีบีเอส กับกลุ่มเครือข่ายภาคประชาสังคมหรือกลุ่มเครือข่ายภาค | <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการเปิดบ้านไทยพีบีเอส | <p>งานผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารและภาคีสัมพันธ์</p> | |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 1.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ (บาท) |
|---|--|------------------------------------|----------------|-------------------|
| | <p>ประชาชน หรือหน่วยงานรัฐและเอกชนอื่นๆ ในการที่จะขับเคลื่อนประเด็นต่างๆ ว่าไทยพีบีเอสและกลุ่มเครือข่ายต่างๆ เหล่านั้นกำลังทำอะไรกันอยู่ วัตถุประสงค์ของการขับเคลื่อนประเด็นดังกล่าวคืออะไร เหตุใดไทยพีบีเอสถึงลงไปขับเคลื่อนประเด็นเหล่านั้น และสังคมจะได้รับประโยชน์อย่างไร</p> <ul style="list-style-type: none"> — นำเสนอเรื่องราวของผู้ชมทั้งปัจเจก ตลอดจนหน่วยงาน หรือองค์กรต่างๆ ที่ได้นำความรู้ ข่าวสาร และรายการของไทยพีบีเอสไปต่อยอดขยายผล จนเกิดประโยชน์ต่อตนเองและสาธารณะ — เปิดพื้นที่ให้สมาชิกสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการได้สะท้อนการทำงานของไทยพีบีเอส ทั้งจากการเก็บรวบรวมความคิดเห็นจากกลุ่มเครือข่าย และจากสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการเองโดยมีตัวแทนจากสมาชิกสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการมาพูดประเด็นต่างๆ (อาจมีเดือนละหนึ่งครั้ง) | | | |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 1.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ (บาท) |
|---|--|--|--|-------------------|
| <p>27.โครงการบูรณาการเชิงปฏิบัติการเพื่อออกแบบและพัฒนาเนื้อหาเชิงยุทธศาสตร์</p> | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อขับเคลื่อนประเด็นยุทธศาสตร์เนื้อหาในด้านการปฏิรูปประเทศในช่องทางสื่อของ ส.ส.ท. — เพื่อพัฒนากลไกบูรณาการ การนำร่องในการปฏิบัติงานในรูปแบบ Business Unit Development ของ ส.ส.ท. ในด้านการพัฒนารูปแบบ การพัฒนาบุคลากร และแผนงานต่างๆ ตามยุทธศาสตร์เนื้อหา — เพื่อเตรียมการจัดทำเนื้อหาหรือการเผยแพร่ในวาระพิเศษเฉพาะกิจ ซึ่งมีความจำเป็นต้องบูรณาการการทำงานระหว่างสำนัก ตามที่ ส.ส.ท.กำหนด — เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานของคณะกรรมการพัฒนาเนื้อหาเชิงยุทธศาสตร์ | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนเนื้อหาตามวาระปฏิรูปประเทศเผยแพร่ในทุกช่องทางตามที่ ส.ส.ท.กำหนด — จำนวนเนื้อหาตามวาระพิเศษเฉพาะกิจตามที่ ส.ส.ท.กำหนด — จำนวน Business Unit Development และการประเมินผลการเรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนปฏิสัมพันธ์ (Engagement) ของผู้ชม ผู้ฟัง และผู้ใช้บริการ ผ่านทุกช่องทางของ ส.ส.ท. ผู้ชม ผู้ใช้บริการไทยพีบีเอสรับรู้บทบาทการเป็นสื่อขับเคลื่อนการเรียนรู้ เพื่อการปฏิรูป — ความพึงพอใจของพนักงานต่อกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพ ตลอดจนการนำองค์ความรู้จากการกระบวนการพัฒนาใช้ประโยชน์ — เกิดการปรับตัวปฏิบัติงานในรูปแบบใหม่ตามนโยบาย Business Unit Development | <p>สำนักผู้อำนวยการ ส.ส.ท.</p> <p>ฝ่ายสนับสนุน ยุทธศาสตร์เนื้อหา</p> | <p>50,000,000</p> |

1.2 สร้างสรรค์สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต

หน่วย : บาท

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|---|---|--|-----------|
| 28. โครงการ Thai PBS Academy | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อส่งเสริมและให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพสื่อมวลชน สื่อสาธารณะแก่ประชาชนผู้สนใจทั่วไป — เพื่อสนับสนุนการพัฒนาวิชาชีพสื่อมวลชน — เพื่อขยายฐานผู้ชมผู้ฟังให้กับ ส.ส.ท. ผ่านรูปแบบการอบรม — เพื่อพัฒนาบุคลากรของไทยพีบีเอส/ผู้ร่วมการปฏิบัติงานหรือการผลิตรายการ ข่าว กับไทยพีบีเอส ให้มีองค์ความรู้ ทักษะ ความเชี่ยวชาญ มีความพร้อม และเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานสื่อสาธารณะที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อ — เพื่อสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานต่างประเทศและในประเทศในการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ด้านวิชาชีพสื่อ และเนื้อหาที่สำคัญร่วมกัน — เพื่อพัฒนาเป็นหลักสูตร Online Training | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนผู้เข้าร่วมการอบรม ร้อยละ 90 จากที่คาดหวัง — ความนิยม ความพึงพอใจในด้านเนื้อหาความรู้และการบริการ — มีหลักสูตรในรูปแบบ Online Training อย่างน้อย 2-3 หลักสูตร <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนฐานผู้ชมที่เพิ่มขึ้นจากงานฝึกอบรม ไม่น้อยกว่า 200 คน/ปี — ความก้าวหน้าในการเข้ารับการอบรม /ความสามารถในการนำไปปฏิบัติงานได้จริง | <p>สถาบัน วิชาการสื่อ สาธารณะ</p> <p>ฝ่ายกลยุทธ์ และกิจกรรม ทางวิชาการ</p> | 2,100,000 |



| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|--|---|---|-----------|
| 29. โครงการพัฒนาพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สาธารณะ | เพื่อพัฒนาพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติให้เป็น พิพิธภัณฑสถานมีชีวิต ให้เป็นพื้นที่เรียนรู้ แก่ นักเรียน นักศึกษา และประชาชน ผู้สนใจทั่วไป | ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ) — มีพิพิธภัณฑสถานมีชีวิตแบบมีชีวิต ให้เป็นพื้นที่เรียนรู้ ให้กับนักเรียนนักศึกษาและ ประชาชนผู้สนใจทั่วไป — จำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ) — ผู้ใช้บริการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติและยอมรับว่าเป็นแหล่ง การเรียนรู้ ของสังคม ชุมชน และภาคีเครือข่าย | สถาบัน วิชาการสื่อ สาธารณะ ศูนย์ข้อมูล และการ เรียนรู้ | 3,400,000 |
| 30. โครงการไทยพีบีเอส พื้นที่ การเรียนรู้ (Thai PBS Learning Space) | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อเป็นพื้นที่การเรียนรู้ให้กับผู้ชม ผู้ฟัง และประชาชนทั่วไป — เพื่อสร้างความสัมพันธ์และสร้างการ ยอมรับกับภาคีเครือข่าย — เพื่อเปิดพื้นที่ให้ภาคีเครือข่ายได้มี ส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อสร้างการ เปลี่ยนแปลงสังคมอย่างเป็นรูปธรรม และมีส่วนร่วมกับการพัฒนาสื่อ สาธารณะ — เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารผลงาน และการขับเคลื่อนสังคมคุณภาพ คุณธรรม ของสื่อสาธารณะ — เพื่อขยายฐานกลุ่มผู้ชม ผู้ฟังของ ส.ส.ท. | ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ) — จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละครั้งไม่น้อยกว่า 500 คน/ วัน — ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม — ความพึงพอใจของภาคีเครือข่าย ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ) — การสนับสนุนและการมีส่วนร่วมของ ผู้ชม ผู้ฟัง ไทยพีบีเอส — การสนับสนุนของภาคีเครือข่ายในการผลักดันการเปลี่ยนแปลง — ร้อยละ 80 ของผู้ชม ผู้ร่วมกิจกรรม และภาคีเครือข่ายเข้าใจ บทบาทและหน้าที่ของส.ส.ท. ในฐานะสื่อสาธารณะและ การเป็น พื้นที่เพื่อการเรียนรู้ของสังคม | สำนักสื่อสาร และภาคี สัมพันธ์ ฝ่ายสื่อสาร การตลาด เพื่อสังคม | 8,200,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|--|---|--|---|------------------|
| <p>31. โครงการ Thai PBS Creative Learning Space @ ศูนย์ภูมิภาค</p> | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อสร้างพื้นที่การเรียนรู้ และกระบวนการเรียนรู้ที่ประชาชนใน ส่วนภูมิภาคสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์เพื่อสร้างการเรียนรู้ของตนเองได้ — เพื่อสร้างช่องทางการสื่อสารสองทางระหว่างประชาชน ชุมชน กลุ่มคน และเครือข่ายต่างๆ ในพื้นที่กับไทยพีบีเอส และสามารถส่งต่อเนื้อหา (Content) ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะไปยังช่องทางสื่อของไทยพีบีเอสได้ — เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนและเครือข่าย ภาคส่วนต่างๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา และใช้ประโยชน์จากสื่อสาธารณะให้มากยิ่งขึ้น — เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การทำงานของสื่อสาธารณะ และเกิดกระบวนการเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับเครือข่ายในพื้นที่เพื่อนำไปสู่การทำงานร่วมกัน | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — เกิดศูนย์ และกิจกรรมการเรียนรู้ซึ่งหมายถึงพื้นที่ และกระบวนการเรียนรู้ (Learning Space) ทั้งที่ศูนย์ภูมิภาค จำนวน 3 ศูนย์ ได้แก่ ศูนย์หาดใหญ่ ศูนย์เชียงใหม่ และศูนย์ขอนแก่น และในพื้นที่ต่างๆ ในแต่ละภูมิภาค — จำนวนหนังสือ สื่อวีดิทัศน์ และชุดความรู้ในรูปแบบต่างๆ ที่นำไปติดตั้งและจัดวางในพื้นที่ศูนย์การเรียนรู้ของศูนย์ภูมิภาค — จำนวนภาคีเครือข่ายที่เข้ามาร่วมงานทำงานในการดำเนินการเรื่องศูนย์การเรียนรู้ ไม่น้อยกว่า 5 กลุ่ม — แผนงานและกิจกรรมที่มีการดำเนินการร่วมกับไทยพีบีเอส สำนักงานศูนย์ภูมิภาค ไม่น้อยกว่า ภาคละ 5 ครั้ง — จำนวนประชาชน กลุ่มคน และเครือข่ายที่เข้ามาร่วมกิจกรรม ใช้บริการหรือเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ศูนย์การเรียนรู้ และพื้นที่กิจกรรมภายนอกที่จัดขึ้นของแต่ละศูนย์ภูมิภาค ไม่น้อยกว่า 1,000 คนต่อปี <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — หน่วยงานต่างๆ ที่ดูแลรับผิดชอบเกี่ยวกับการผลิตสื่อความรู้เกิดการจัดระบบข้อมูล และชุดความรู้ที่มาจากข่าว รายการ และกิจกรรมทางสังคมของไทยพีบีเอส แล้วนำไปเผยแพร่/ส่งมอบในพื้นที่การเรียนรู้ของศูนย์ภูมิภาค ในรูปแบบของ Shelf หรือ Package สื่อเพื่อการเรียนรู้ — ผู้ร่วมกระบวนการทำงานและผู้ใช้บริการยอมรับว่าไทยพีบีเอสเป็นสถาบันสื่อสาธารณะแห่งการเรียนรู้ ของสังคม ชุมชนและภาคีเครือข่าย | <p>สำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์</p> <p>ฝ่ายเครือข่ายและชุมชนสัมพันธ์</p> | <p>4,000,000</p> |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|--|---------------------|---|--------------------|---------------|
| | | <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรม ที่เกิดจากกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างคณะทำงานกลาง ศูนย์ภูมิภาค และภาคี เครือข่ายในพื้นที่ — จำนวนประเด็น/เนื้อหา(Content) จากพื้นที่ที่ถูกส่งต่อไปสู่พื้นที่ สื่อของไทยพีบีเอส — จำนวนประชาชนที่เข้ามาร้องทุกข์ หรือขอความช่วยเหลือผ่าน ไทยพีบีเอส — จำนวนความร่วมมือในด้านต่างๆ กับชุมชน หน่วยงานในพื้นที่ สถาบันการศึกษา เช่น วิทยาลัยเทคนิค มหาวิทยาลัย หรือคณะที่มีหลักสูตรด้านเทคนิค และด้านการสื่อสารมวลชน เข้ามามีส่วนร่วมทำงานกับไทยพีบีเอสในระดับภูมิภาค | | |
| รวมงบประมาณ แผนเนื้อหา ช่องทาง และบริการ (Content, Platform & Service Plan) จำนวน 31 โครงการ | | | | 1,145,962,100 |

2. แผนภาคีหุ้นส่วน (Partnership Plan) จำนวน 15 โครงการ รวมงบประมาณ 74,855,000 บาท

หน่วย : บาท

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 2.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|--|---|---|--|------------------|
| <p>1. โครงการพัฒนาระบบการสื่อสารสาธารณะและฐานข้อมูลอย่างมีส่วนร่วมจากภาคพลเมือง (C-site)</p> | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อพัฒนาระบบการรายงานข่าวรูปแบบใหม่ของเครือข่ายนักข่าวพลเมือง ที่เป็นช่องทางการเผยแพร่และรับข่าวสารโดยเชื่อมการสื่อสารระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารเข้าด้วยกัน และสามารถนำเนื้อหาไปใช้ประโยชน์ในการรายงานข่าวและขยายผลต่อได้ในช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ของไทยพีบีเอส — เพื่อสร้างฐานข้อมูลที่เกิดจากการร่วมกันสื่อสารของเครือข่ายนักสื่อสารภาคพลเมือง ซึ่งจะสามารถนำไปใช้ในการสื่อสารสาธารณะ หรือวิเคราะห์สถานการณ์ทางสังคมได้ — เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของเครือข่ายการสื่อสารภาคพลเมืองในการพัฒนาการสื่อสารของสื่อสาธารณะ | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนยอดดาวน์โหลด Application C-SITE 8,000 ครั้ง — จำนวนผู้ใช้งานระบบ C-SITE 5,000 user — จำนวนการโพสต์ข้อมูลใน C-SITE 100 โพสต์/วัน — จำนวนรายการที่เชื่อมโยงข้อมูลกับ C-SITE 3 รายการ <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนเครือข่ายที่เข้ามามีส่วนร่วมและใช้งานทั้งเชิงพื้นที่และประเด็น 5 กลุ่ม — จำนวนประเด็นที่ถูกสื่อสารและติดตามผ่าน C-SITE 5 ประเด็น — จำนวนการกระจายและขยายตัวของพื้นที่การสื่อสารของภาคพลเมืองใน 4 ภูมิภาค | <p>สำนัก เครือข่ายสื่อ สาธารณะ</p> | <p>6,648,000</p> |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 2.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|---|--|-----------------------------------|-----------|
| 2. โครงการพัฒนาเครือข่ายนักสื่อสารสาธารณะ | เพื่อพัฒนาศักยภาพเครือข่ายฯ โดยการฝึกอบรมทักษะการผลิตสื่อหลากหลายลักษณะ เพื่อให้เกิดผู้ผลิตสื่อหน้าใหม่ เครือข่ายสื่อสารสาธารณะระดับชุมชน ที่ส่งผลให้ร่วมกันผลิตเนื้อหาและข้อมูลหลากหลายร่วมสื่อสารในพื้นที่ของไทยพีบีเอสและพื้นที่สื่อสารสาธารณะอื่น ตลอดจนพัฒนาเครือข่ายเชิงประเด็นด้วยการเชื่อม Application C Site สร้างฐานข้อมูลและสื่อสารสาธารณะ | ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ) – วัดจากจำนวนผู้ร่วมอบรม องค์กรที่ร่วม และชิ้นงานที่ได้สื่อสารสาธารณะได้ ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ) – วัดจากแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ร่วมโครงการ – เกิดการทำซ้ำ ต่อยอดขยายผลในทุกแพลตฟอร์มของไทยพีบีเอสหรือของเครือข่ายเอง | สำนัก เครือข่ายสื่อ สาธารณะ | 6,000,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 2.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|--|--|--|----------|
| 3. โครงการ Thai PBS Forum | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อให้ ส.ส.ท.สร้างพื้นที่ “การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้” จากภาควิชาการ วิชาชีพ และประชาสังคมในประเด็นต่างๆ ที่สัมพันธ์กับวาระเนื้อหาขององค์กร วาระทางสังคม — เพื่อให้ ส.ส.ท.สร้างการมีส่วนร่วมและขยายเครือข่ายภาควิชาการและวิชาชีพในการร่วมพัฒนามาตรฐานของสื่อในสังคมไทยจากฐานองค์ความรู้ ที่มาจากการแลกเปลี่ยนอย่างสร้างสรรค์ — เพื่อให้ ส.ส.ท.ได้รับการยอมรับในการเป็นสถาบันสื่อสาธารณะแห่งการเรียนรู้ | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ส.ส.ท.มีการจัด Thai PBS Forum อย่างน้อย 4 เวที/ปี และมีองค์กรร่วมจัดงานไม่น้อยกว่า 4 องค์กร <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีเนื้อหาที่ได้จากการจัด Thai PBS Forum อย่างน้อย 3 ด้าน — บริบทและแนวโน้มด้านสื่อในยุคดิจิทัล — นวัตกรรม หรือ วิธีการนำเสนอด้านวิชาชีพสื่อ เช่น การคิดสร้างสรรค์ การเล่าเรื่องด้วยภาพ ในรูปแบบ Innovation Talk — ประเด็นหรือวาระทางสังคม ที่ต่อยอดมาจากข่าวและรายการของไทยพีบีเอส | <p>สถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ</p> <p>ฝ่ายกลยุทธ์และกิจกรรมทางวิชาการ</p> | 600,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 2.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|---|--|--|-----------|
| 4. โครงการ INPUT 2019 | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อสื่อสารบทบาทของ ส.ส.ท. ในฐานะสื่อสาธารณะให้สังคมโลกได้รู้จัก — เพื่อค้นหาความท้าทายและคำจำกัดความใหม่ๆ ให้แก่การดำเนินการด้านสื่อโทรทัศน์ — เพื่อกระตุ้นให้มีการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพสูงสุดทั่วโลก — เพื่อสนับสนุนงานด้านสื่อโทรทัศน์ให้มีบทบาทในการบริการสาธารณะ — เพื่อส่งเสริมให้มีการอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดบนประเด็นทักษะความเชี่ยวชาญด้านสื่อโทรทัศน์ — เพื่อเป็นจุดพบปะสังสรรค์ของผู้ผลิตและประกอบการด้านรายการโทรทัศน์จากทั่วโลก | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ส.ส.ท. มีการจัดงาน INPUT Conference 2019 ได้สำเร็จตามเป้าหมาย <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ผู้ผลิตรายการสามารถสะท้อนความรู้ที่ได้จากการชมผลงานใน INPUT Conference มาสร้างสรรค์ผลงานต่อยอดได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 | <p>สถาบัน วิชาการสื่อ สาธารณะ</p> <p>ฝ่ายกลยุทธ์ และกิจกรรม ทางวิชาการ</p> | 2,000,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 2.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|--|---|---|----------------|
| <p>5. โครงการประเมินความพึงพอใจการให้บริการและการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย (การประเมินภายใน)</p> | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อประเมินผลรายการ ความสำเร็จของข่าวและรายการ ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพรายการ — เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในองค์กร ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการให้บริการ — เพื่อประเมินความพึงพอใจของภาคีเครือข่ายภายนอก ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาความร่วมมือระหว่างกันอย่างอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีรายงานการประเมินรายการที่แล้วเสร็จสอดคล้องตามกรอบระยะเวลาการเซ็นสัญญาและการพัฒนาคุณภาพรายการ อย่างน้อยร้อยละ 80 ของรายการที่ขอรับการประเมิน — มีรายงานการประเมินความพึงพอใจของเครือข่ายภายนอก และประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมของไทยพีบีเอสที่ออกแบบแบบประเมินแล้วเสร็จอย่างน้อยร้อยละ 80 ของโครงการทั้งหมดที่ขอให้จัดทำแบบประเมิน — มีรายงานการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสำนักต่างๆ ครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในตัวชี้วัดขององค์กร <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำผลประเมินไปเป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาคุณภาพรายการ คุณภาพการให้บริการ และความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนประเด็นสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม | <p>สถาบัน วิชาการสื่อ สาธารณะ</p> <p>ฝ่ายวิจัยและ พัฒนา</p> | <p>500,000</p> |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 2.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|---|--|---|------------|
| 6. โครงการสื่อสาร Brand Thai PBS | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อสื่อสารจุดยืนของแบรนด์ (Brand Positioning) โดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาด (Integrated Marketing Communication-IMC) ในการสื่อสารแบรนด์ (Brand Communication) ไปยังกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการจดจำ และเข้าใจบทบาทหน้าที่ของสื่อสาธารณะในการเป็นพื้นที่การเรียนรู้ของประชาชนในสังคม รวมถึงเพื่อขยายฐานผู้ชมไทยพีบีเอส และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ ส.ส.ท. | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีแผนการสื่อสารการตลาดในการสื่อสารแบรนด์ และดำเนินการได้ตามแผน สามารถกำหนดผลผลิต (OUTPUT) ได้ตามแผนยุทธศาสตร์ของ ส.ส.ท. และทันตามเวลาที่กำหนด <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ผู้ชมผู้ใช้บริการไม่น้อยกว่า 60% รับรู้บทบาทการเป็นสื่อขับเคลื่อนการเรียนรู้เพื่อการเปลี่ยนแปลง (ใช้แบบประเมินผลการรับรู้ Brand และการประเมินคุณค่าของ Brand) — ขยายฐานผู้ชมติดตามรับชมไทยพีบีเอสมากขึ้น | <p>สำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์</p> <p>ฝ่ายสื่อสารองค์กร</p> | 24,550,000 |
| 7. โครงการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสาร Brand | <ul style="list-style-type: none"> — สร้างความตระหนักรู้และจดจำในแบรนด์ ThaiPBS — สะท้อนคุณค่าและสร้างความเข้าใจในการทำงานของความสื่อสาธารณะ — เพิ่มยอดผู้ชม | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — สามารถผลิตสื่อโดยตอบสนองเป้าหมายองค์กร <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีผู้ชม ผู้แชร์ ในจำนวนที่น่าพอใจ | <p>สำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์</p> <p>งานผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารและภาคีสัมพันธ์</p> | 1,500,000 |
| 8. โครงการต่อยอดทรัพย์สินทางปัญญา | <ul style="list-style-type: none"> — พัฒนาระบบ กลไกและหลักเกณฑ์การแปลงลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาให้เป็นรายได้ ให้เหมาะสมตามการเปลี่ยนแปลงของการบริโภค | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — หลักเกณฑ์ วิธีการให้ใช้สิทธิ์เผยแพร่ และหลักการนำมาซึ่งรายได้ รวมถึงการให้บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง | <p>สำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์</p> | 3,000,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 2.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|---|---|--------------------------------------|----------|
| | <p>สื่อในปัจจุบัน โดยคำนึงถึงความสอดคล้องตามหลักนโยบายขององค์กรฯ เป็นสำคัญ</p> <ul style="list-style-type: none"> — พัฒนารูปแบบการให้สิทธิ์แบบใหม่ (re-organize/ re-package) ของผลผลิตด้านสื่อ ทั้งข่าวและรายการให้เกิดมูลค่าเพิ่ม สามารถนำมาผลิตซ้ำ หรือต่อยอดได้ จนสามารถนำมาซึ่งรายได้องค์กร — พัฒนาความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพ สร้างทุนทางสังคมควบคู่ไปกับการนำมาซึ่งรายได้ โดยสอดคล้องตาม พ.ร.บ. และทิศทางยุทธศาสตร์ขององค์กร เช่น การนำทรัพย์สินทางปัญญา ประเภทข่าวและรายการ (ไม่น้อยกว่า 5 รายการ) ให้สิทธิ์ในการเผยแพร่ หรือแลกเปลี่ยนกับสถานีโทรทัศน์หน่วยงาน องค์กร หรือธุรกิจสื่อต่างๆ ที่เกิดขึ้นใหม่ในปัจจุบันในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการร่วมผลิตข่าว และรายการ หรือร่วมทำกิจกรรมต่อยอดที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม โดยมีรายได้ ทั้งรูปแบบ In | <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนรายได้ ทั้งรูปแบบ In Cash และ In Kind อย่างน้อยประมาณ 8 ล้านบาท — จำนวนภาคีเครือข่ายที่มีความร่วมมือในการผลิต การให้บริการ — จำนวนภาคีเครือข่ายที่ให้ความร่วมมือในการเผยแพร่รายการ อย่างน้อย 15 แห่ง <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวน ภาคี หน่วยงานความร่วมมือที่นำรายการ ข่าว ของ ส.ส.ท. ไปใช้ประโยชน์ต่อ — จำนวนข่าวและรายการที่มีการร่วมผลิต และเผยแพร่ในรูปแบบใหม่ตามเงื่อนไขใหม่ — ความน่าเชื่อถือ และการยอมรับในวงการศึกษามวลชน และขยายฐานผู้ให้บริการ และผู้รับชม — อย่างกว้างขวาง — ผู้ชม ผู้ใช้บริการรับรู้บทบาทยอมรับว่าไทยพีบีเอส เป็นสถาบันสื่อสาธารณะแห่งการเรียนรู้ ของ — สังคม ชุมชนและภาคีเครือข่าย — จำนวนผู้ชม ผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น | ฝ่ายสื่อสาร การตลาด เพื่อสังคม | |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 2.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|---|--|---|-----------|
| | Cash และ In Kind อย่างน้อย ประมาณ 5 ล้านบาทต่อปี – เพื่อนำเนื้อหาข่าวสารของไทยพีบี เอสไปเผยแพร่ให้ประชาชนได้เข้าถึง โดยความร่วมมือกับองค์กร/ หน่วยงานต่างๆ | | | |
| 9. โครงการพัฒนาภาคี ยุทธศาสตร์ร่วมกับภาคีเครือข่าย (Partnership Management) | – เพื่อร่วมมือกับภาคีเครือข่าย ในการ ผลิตรายการ ข่าวสาร และกิจกรรม ทางสังคมที่จะส่งเสริมสังคม คุณภาพ คุณธรรม – เพื่อสร้างภาคีเครือข่ายและพัฒนาสู่ การเป็นหุ้นส่วนทางสังคม – เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนา สื่อสาธารณะ – เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ระหว่าง หน่วยงานภาคีเครือข่าย | ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ) – จำนวนรายการ กิจกรรม จากความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายที่ เพิ่มขึ้น – ร้อยละ ของมูลค่าและทรัพยากรที่ได้รับสนับสนุนจากภาคี เครือข่ายที่เพิ่มขึ้นร้อยละ – ร้อยละ ของภาคีเครือข่ายมีความพึงพอใจต่อการทำงานร่วมไทย พีบีเอสอยู่ในระดับดี ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ) – จำนวนข้อตกลงกับภาคีเครือข่ายในการร่วมผลิตในระยะยาว มากกว่า 3 ปี – จำนวนกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการตอบสนองจากเนื้อหาที่ หลากหลาย (วัดความครอบคลุม กลุ่มเป้าหมาย) – ภาคีเครือข่ายที่ร่วมโครงการยอมรับว่าไทยพีบีเอส เป็นสถาบัน สื่อสาธารณะแห่งการเรียนรู้ ของ สังคม ชุมชนและภาคีเครือข่าย | สำนักสื่อสาร และภาคี สัมพันธ์ ฝ่ายสื่อสาร การตลาด เพื่อสังคม | 1,000,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 2.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|---|--|---|------------|
| 10.โครงการ THAI PBS SHOP | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อสื่อสารแบรนด์และสร้างภาพลักษณ์สื่อสาธารณะให้เป็นที่รู้จักต่อประชาชนทั่วไป — เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายในการพัฒนาสื่อสาธารณะและการสนับสนุนจากประชาชน | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนรายรับจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ — ความนิยมของสินค้า — ความพึงพอใจของผู้รับบริการ — ความพึงพอใจของภาคีเครือข่าย <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — สมาชิกเกิดความจงรักภักดีต่อแบรนด์และกลับมาซื้อซ้ำ (Loyalty Customer) — ขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่ | <p>สำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์</p> <p>ฝ่ายสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม</p> | 2,000,000 |
| 11.โครงการสนับสนุนการดำเนินงานสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ (งบอุดหนุน) | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อให้เกิดการพัฒนาการให้บริการและการผลิตรายการขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทยอย่างมีคุณภาพสอดคล้องกับประโยชน์สาธารณะและสังคมรวมถึงสะท้อนความต้องการของประชาชน — เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดนโยบายและการดำเนินการขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — นับจำนวนผู้ร่วมกิจกรรมรับฟังความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาคุณภาพการผลิตรายการและบริการ ส.ส.ท. — นับจำนวนข้อเสนอแนะจากกิจกรรมรับฟังความคิดเห็นของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ — นับจำนวนเครือข่ายที่ร่วมขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะและการเรียนรู้ร่วมกับสภาผู้ชมฯ และ ส.ส.ท. <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนข้อเสนอแนะการรับฟังความคิดเห็นที่ ส.ส.ท.นำมาใช้พัฒนาในการพัฒนาการผลิตรายการ/บริการและการขับเคลื่อนการเรียนรู้ประเด็นสาธารณะ — จำนวนประเด็นการเรียนรู้สาธารณะที่สภาผู้ชม เครือข่ายและ ส.ส.ท.ได้ร่วมดำเนินการขับเคลื่อนและสร้างการเรียนรู้แก่สังคมร่วมกัน | <p>สำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์</p> <p>ฝ่ายประสานความร่วมมือและสนับสนุนสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ</p> | 21,030,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 2.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|--|--|--|---|----------------|
| <p>12.โครงการประสานความร่วมมือและสนับสนุนสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ</p> | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการตามแผนยุทธศาสตร์สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการประจำปี 2562 และสอดคล้องกับเป้าหมายยุทธศาสตร์การดำเนินงาน ส.ส.ท. — เพื่อสนับสนุนและประสานความร่วมมือสภาผู้ชมฯ เครือข่ายและหน่วยงานของ ส.ส.ท. ขับเคลื่อนการเรียนรู้ประเด็นที่เป็นประโยชน์สาธารณะ | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ร้อยละกิจกรรมที่สภาผู้ชมฯ ดำเนินการได้สำเร็จตามเป้าหมาย/แผนงานและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ และระเบียบการดำเนินงานของ ส.ส.ท. — ร้อยละผู้ชมผู้ฟังจากภูมิภาค/กลุ่มประเด็นและภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมกิจกรรมรับฟังความคิดเห็นและขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะกับสภาผู้ชมฯ และ ส.ส.ท. ที่เพิ่มขึ้น — นับจำนวนข้อเสนอแนะที่เกิดจากการรับฟังความคิดเห็นของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ — นับจำนวนประเด็นการเรียนรู้สาธารณะที่สภาผู้ชมฯ และภาคีเครือข่ายร่วมดำเนินการขับเคลื่อนกับ ส.ส.ท. <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ความนิยมของผู้ชมผู้ฟังรายการเพิ่มขึ้น หรือมีผู้นำรายการของ ส.ส.ท. ไปใช้ประโยชน์เพิ่มมากขึ้น — ข้อเสนอแนะของสภาผู้ชมฯ และเครือข่ายได้ถูกนำไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพการผลิตรายการและบริการของ ส.ส.ท. — จำนวนความร่วมมือหรือแผนการดำเนินงานร่วมขับเคลื่อนการเรียนรู้ระหว่าง ส.ส.ท. สภาผู้ชมฯ และภาคีเครือข่าย | <p>สำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์</p> <p>ฝ่ายประสานความร่วมมือและสนับสนุนสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ</p> | <p>560,000</p> |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 2.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|--|---|--|---|----------------|
| <p>13.โครงการพัฒนาระบบรับฟังความคิดเห็นของศูนย์เพื่อนสื่อสาธารณะ</p> | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อพัฒนากลไกการรับฟังความคิดเห็นของผู้ชมผู้ฟังรายการของศูนย์เพื่อนไทยพีบีเอสให้สามารถสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพรายการของไทยพีบีเอสได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับจริยธรรมสื่อ — เพื่อสร้างและขยายฐานเพื่อนสื่อสาธารณะโดยกระบวนการทำกิจกรรมสร้างความรู้ความเข้าใจสื่อสาธารณะและการสื่อสารสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — นับจำนวนสมาชิกศูนย์เพื่อนฯและผู้ร่วมกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างปีเทียบกับจำนวนปีก่อนหน้าคำนวณหาอัตราร้อยละส่วนเพิ่ม — ใช้แบบประเมินประเมินความพึงพอใจต่อการดำเนินงานและผลงานของศูนย์เพื่อนฯในหมู่สมาชิกที่ร่วมกิจกรรมหรือมีปฏิสัมพันธ์รวมถึงหน่วยงานที่นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ — ระบบฐานข้อมูล ที่มีโครงสร้างข้อมูล และจำนวนรายชื่อสมาชิกที่จัดเก็บเข้าระบบอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ที่พร้อมถ่ายโอนสู่ฐานข้อมูลกลางขององค์การได้ <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — เครือข่ายและจำนวนสมาชิกเครือข่ายเพื่อนไทยพีบีเอสที่มีการแสดงความคิดเห็น สื่อสารข้อมูลและร่วมกิจกรรมต่างๆกับ ส.ส.ท.(Active Member) อย่างสม่ำเสมอ — จำนวนการนำข้อมูลความคิดเห็นหรือข้อมูลเครือข่ายสมาชิกศูนย์เพื่อนไทยพีบีเอสไปใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาคุณภาพรายการและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่างๆ | <p>สำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์</p> <p>ฝ่ายประสานความร่วมมือและสนับสนุนสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ</p> | <p>767,000</p> |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 2.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|--|--|--|-----------|
| 14. โครงการขับเคลื่อนวาระทางสังคม(On Ground) | เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนวาระทางสังคมที่ ส.ส.ท.ให้ความสำคัญ ผ่านกิจกรรมงาน On Ground ในรูปแบบต่างๆ ร่วมกับภาคีเครือข่าย | ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ) <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมกิจกรรม — จำนวน Product / Co-creation ที่เกิดจากการร่วมผลิตและขับเคลื่อน — จำนวนประเด็นและ Product ที่มีผลต่อการขับเคลื่อนสังคมร่วมกัน — จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม On Ground — จำนวนเครือข่ายที่เข้ามาร่วมขับเคลื่อน ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ) <ul style="list-style-type: none"> — ความพึงพอใจของเครือข่าย — ผลกระทบทางสังคมที่เป็นรูปธรรม — ข้อมูลและองค์ความรู้ต้นแบบ ที่ถูกนำไปพัฒนาเป็นข่าว และรายการของไทยพีบีเอส — ร้อยละ 80 ของภาคีเครือข่ายที่ร่วมโครงการรับรู้และเข้าใจบทบาทและหน้าที่ของไทยพีบีเอส ในฐานะสื่อสาธารณะและการเป็นพื้นที่เพื่อการเรียนรู้ของสังคม ชุมชนและภาคีเครือข่าย | สำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์ ฝ่ายเครือข่ายและชุมชนสัมพันธ์ | 3,000,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 2.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|--|---|--|------------|
| 15.โครงการพัฒนาความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศ | <ul style="list-style-type: none"> — สร้างความสัมพันธ์อันดีและความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศ — ทำให้ ส.ส.ท. เป็นที่รู้จัก มีบทบาทและภาพพจน์ที่ดีในระดับนานาชาติ — เป็นกลไกสนับสนุนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการต่างประเทศของส่วนงานต่างๆ ใน ส.ส.ท. | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนความร่วมมือ/จำนวนบุคลากร ส.ส.ท. ไปศึกษา อบรม ดูงาน ณ ต่างประเทศ — ความถูกต้อง ทันสมัยของเว็บไซต์องค์กรภาคภาษาอังกฤษ — จำนวนองค์กรต่างประเทศเข้าเยี่ยมชม ส.ส.ท. <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนความร่วมมือที่สามารถนำมาใช้ในการดำเนินงาน/จำนวนบุคลากร ส.ส.ท. ที่นำความรู้ ประสบการณ์จากการศึกษา อบรม ดูงาน ณ ต่างประเทศ มาใช้ได้จริงในการปฏิบัติงาน — เว็บไซต์องค์กรภาคภาษาอังกฤษ มีการอัปเดตข้อมูลความเคลื่อนไหวขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ (วัดจากจำนวนการอัปเดต/สัปดาห์) — ผู้เยี่ยมชม ส.ส.ท. จากต่างประเทศ มีความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ และภารกิจของ ส.ส.ท. (วัดจากแบบสอบถาม) | สำนักสื่อสาร และภาคี สัมพันธ์ ฝ่ายวิเทศ สัมพันธ์ | 1,700,000 |
| รวมงบประมาณ แผนภาคีหุ้นส่วน (Partnership Plan) จำนวน 15 โครงการ | | | | 74,855,000 |



3. แผนทุนมนุษย์และทุนองค์กร (Human & Organization Capital plan) จำนวน 28 โครงการ รวมงบประมาณ 48,687,300 บาท

หน่วย : บาท

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 3.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|---|--|--------------------|----------|
| 1. โครงการอบรมพัฒนาศักยภาพด้านสื่อใหม่ (Digital Competency) | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่ออบรมและพัฒนาให้บุคลากรใน ส.ส.ท. ให้มีความรู้ ความเข้าใจใน ทักษะด้านต่าง ๆ ของสื่อดิจิทัล อาทิ การถ่ายทอดสด, การผลิต Content Marketing, การวิเคราะห์ผลสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น — เป็นพื้นที่เรียนรู้และสื่อกลางของการศึกษา, แลกเปลี่ยนทักษะในด้านสื่อดิจิทัลให้กับสาธารณะ — พัฒนาภาพลักษณ์แบรนด์ดิจิทัลให้กับองค์กร | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนกิจกรรมการจัดเวทีภายนอกในคอนเซ็ปต์ Idea on Friday — จำนวนครั้งของการอบรมให้กับหน่วยงานภายในองค์กร — จำนวนโพสต์หรือชิ้นงานการผลิตสื่อที่ให้ความรู้ด้านดิจิทัล <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — การประเมินผลการจัดงานเสวนาหรือการให้บริการด้านวิชาการกับประชาชน — การจัดทดสอบวัดระดับความรู้ด้านดิจิทัล และเปิดพื้นที่ให้มีผลงานของบุคลากรเผยแพร่ในช่องทางออนไลน์มากขึ้น | ศูนย์พัฒนาสื่อใหม่ | 720,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 3.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|--|--|--|-----------|
| 2. โครงการประเมินผลการดำเนินงาน ส.ส.ท.ประจำปี 2562 | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อประเมินประสิทธิภาพ ประสิทธิผลการดำเนินงาน และ ความคุ้มค่าของผลผลิต (Output) ผลลัพธ์ (Outcome) ประจำปี 2562 ของ ส.ส.ท.ในมิติต่างๆ ตามที่ กฎหมายกำหนด — เพื่อประเมินการพัฒนาองค์กร การ สนับสนุนจากประชาชนและความ น่าเชื่อถือต่อสาธารณชนโดยใช้ข้อมูล จากฐานข้อมูลกลุ่มผู้ชมผู้ฟังไทยพีบี เอสที่พัฒนาอย่างต่อเนื่อง — เพื่อประเมินความพึงพอใจของ ประชาชนที่มีต่อผลผลิตและผลการ ดำเนินงานของ ส.ส.ท. — เพื่อประเมินองค์กรในประเด็น สำคัญอื่นๆ ตามที่ คณะกรรมการนโยบายกำหนด | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ส.ส.ท.มีรายการประเมินผลการดำเนินงาน ส.ส.ท.2562 ตาม กฎหมายภายใน เดือนเมษายน 2563 <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีข้อมูลจากการประเมินผลไปนำเสนอต่อรัฐสภา และตีพิมพ์ใน รายงานประจำปี ส.ส.ท. — มีข้อมูลมาสะท้อน เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา องค์กรในปีต่อไป — มีข้อมูลสะท้อนความพึงพอใจของผู้ชมต่อการดำเนินงานของ ส.ส.ท. | <p>สถาบัน วิชาการสื่อ สาธารณะ</p> <p>ฝ่ายกลยุทธ์ และกิจกรรม ทางวิชาการ</p> | 3,100,000 |
| 3. โครงการการพัฒนาศูนย์บริการข้อมูล ส.ส.ท. | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อเป็นศูนย์กลางในการบริการ ข้อมูลของ ส.ส.ท. 4 ส่วน ดังนี้ 1. ส่วนข้อมูลเอกสาร งานวิชาการ ทรัพยากรสารสนเทศ 2. ข้อมูล Archive ข่าวและรายการ 3. ฐานข้อมูลเพื่อบริการสำหรับ | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนของผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลหรือรับ บริการจากศูนย์ข้อมูล <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> | <p>สถาบัน วิชาการสื่อ สาธารณะ</p> <p>ศูนย์ข้อมูล และการ เรียนรู้</p> | 4,920,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 3.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|--|--|--|----------|
| | <p>พนักงาน ส.ส.ท. และ 4. ข้อมูลเพื่อ บริการสาธารณะ</p> <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่พนักงานของ ส.ส.ท. และบุคคลภายนอก ในการสืบค้นข้อมูล ค้นคว้า พัฒนาเพื่อส่งเสริมให้มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง — เพื่อปรับปรุงและพัฒนางานบริการ โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยทำให้การเข้าถึงข้อมูลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม | <ul style="list-style-type: none"> — ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลหรือรับบริการจากศูนย์ข้อมูลอยู่ในระดับมาก | | |
| 4. โครงการสื่อสารภายในองค์กร | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อเป็นสื่อประชาสัมพันธ์นโยบายและข่าวสารต่าง ๆ ภายในองค์กร — เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจและความภาคภูมิใจของคนในองค์กร — เพื่อให้เกิดบรรยากาศที่ดีในองค์กรนำไปสู่การทำงานที่มีประสิทธิภาพและความสามัคคีของคนในองค์กร | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนชิ้นงานที่ผลิตได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 ตามแผน <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ร้อยละ 80 ของพนักงานรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร นโยบาย และกิจกรรมภายในต่าง ๆ ของไทยพีบีเอส และมีความเข้าใจในเป้าหมายขององค์กรในระดับดี — ร้อยละ 90 ของพนักงานมีความภาคภูมิใจในผลงานและภารกิจสำคัญขององค์กร (ใช้แบบสอบถามประเมินความคิดเห็นของพนักงานโดย สวส.) | สำนักสื่อสาร และภาคี สัมพันธ์ ฝ่ายสื่อสาร องค์กร | 790,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 3.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|--|---|--|---|-----------|
| 5. โครงการผลิตสื่อเพื่อสนับสนุนงานภายในสำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์ | <ul style="list-style-type: none"> — ผลิตสื่อ เพื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสารตามยุทธศาสตร์ของฝ่ายต่างๆ ในสำนัก — เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรในสายตาสังคมภายนอก — เพื่อสร้างความเข้าใจในการทำงานและสถานการณ์ความเป็นไปกับคนภายใน | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ลูกค้ำ (ฝ่ายต่างๆในสำนัก) มีความพึงพอใจในงานที่ผลิตขึ้นโดยมีตัวชี้วัดเชิงตัวเลขคือ ปริมาณความพึงพอใจและระยะเวลาที่กำหนดในการผลิตงาน <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — งานที่ผลิตถูกนำไปใช้งาน | <p>สำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์</p> <p>งานผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารและภาคีสัมพันธ์</p> | 1,500,000 |
| 6. โครงการ Spirit Thai PBS & One Team Power | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อให้บุคลากรมีความเข้าใจและมีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าความเป็นสื่อสาธารณะ — เพื่อให้มีพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การร่วมกันแก้ปัญหา และมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์แนวปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับจริยธรรม ส.ส.ท. — เพื่อสร้างเสริมทัศนคติเชิงบวกและวัฒนธรรมการทำงานร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ร้อยละของบุคลากรที่มีความเข้าใจและมีส่วนร่วมในกิจกรรมส่งเสริมคุณค่าความเป็นสื่อสาธารณะ — ร้อยละความพึงพอใจของพนักงานในการร่วมกิจกรรม Spirit Thai PBS & One Team Power — จำนวนคู่มือ/ จำนวนแนวทางปฏิบัติด้านจริยธรรมที่มาจากกรเรียนรู้ของผู้ปฏิบัติจริง <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนบุคลากรที่มีกิจกรรม/ ผลงานแสดงให้เห็นความภาคภูมิใจและตระหนักในคุณค่าสื่อสาธารณะ — จำนวนการชื่นชมการทำงานร่วมกัน ซึ่งแสดงถึงการทำงานเป็นทีมที่เข้มแข็ง — จำนวนกระบวนการมีส่วนร่วมและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ — จำนวนข้อร้องเรียนด้านจริยธรรมลดลง | <p>สำนักทรัพยากรมนุษย์</p> | 4,000,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 3.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|--|---|---|-----------------------------|-----------|
| 7. โครงการสร้างพัฒนาสื่อและช่องทางสื่อสารภายในองค์กร | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อให้บุคลากรปฏิบัติงานอย่างมีความสุข — เพื่อเสริมสร้างสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดีในการทำงาน — เพื่อบุคลากรได้รับการบริการที่ดีและเกิดความพึงพอใจสูงสุด — สร้างแรงจูงใจให้บุคลากรมีพฤติกรรมที่พึงประสงค์ — เพื่อให้บุคลากรเกิดความรัก รักดีต่อองค์กร — เพื่อให้ ส.ส.ท. เป็นองค์กรแห่งความสุขภายในปี 2564 | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กรตามแผน — มีแผนงานสร้าง ส.ส.ท. ให้เป็นองค์กรแห่งความสุข — มีช่องทางสื่อสารที่เหมาะสม เช่น ผ่าน Facebook page (HR) /Facebook Group (HR) <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ร้อยละของบุคลากรได้รับข้อมูล ข่าวสารที่เกี่ยวกับทรัพยากรมนุษย์อย่างครอบคลุม และต่อเนื่องผ่านช่องทางสื่อสารภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ | สำนัก ทรัพยากร มนุษย์ | 300,000 |
| 8. โครงการกิจกรรมสร้างสุขภายในองค์กร | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อให้บุคลากรปฏิบัติงานอย่างมีความสุข — เพื่อเสริมสร้างสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดีในการทำงาน — เพื่อบุคลากรได้รับการบริการที่ดีและเกิดความพึงพอใจสูงสุด — สร้างแรงจูงใจให้บุคลากรมีพฤติกรรมที่พึงประสงค์ — เพื่อให้บุคลากรเกิดความรัก รักดีต่อองค์กร | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กรตามแผน — มีแผนงานสร้าง ส.ส.ท. ให้เป็นองค์กรแห่งความสุข <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ระดับความพึงพอใจของพนักงานที่เข้าร่วมกิจกรรม — แผนงานสร้าง ส.ส.ท. ให้เป็นองค์กรแห่งความสุข ได้รับความเห็นชอบจากฝ่ายบริหาร และได้รับงบประมาณ — สนับสนุนให้ดำเนินการตามแผนในปี 2562 | สำนัก ทรัพยากร มนุษย์ | 4,000,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 3.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|--|--|-----------------------------|-----------|
| | <ul style="list-style-type: none"> เพื่อให้ ส.ส.ท.เป็นองค์กรแห่งความสุขภายในปี 2564 | | | |
| 9. โครงการพัฒนาเส้นทางความก้าวหน้าสายอาชีพ | <ul style="list-style-type: none"> เพื่อกำหนดเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) ของทุกระดับตำแหน่งใน ส.ส.ท. ให้สอดคล้องกับโครงสร้างระดับตำแหน่งที่ปรับปรุงใหม่ เพื่อให้พนักงานมีความชัดเจนในแนวทางและหลักเกณฑ์ในทางเดินก้าวหน้าในสายอาชีพของตน ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้เกิดขวัญกำลังใจในการทำงานให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> มีโครงสร้างเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) และประกาศสื่อสารให้พนักงานในองค์กรได้รับทราบทั่วกัน <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> พนักงานได้รับการพัฒนาให้ความรู้ ความสามารถ ทักษะ หรือ ประสบการณ์ ที่เหมาะสมกับระดับตำแหน่ง และ | สำนัก ทรัพยากร มนุษย์ | 200,000 |
| 10.โครงการพัฒนาศักยภาพคนไทยพีบีเอสในยุคดิจิทัล | <ul style="list-style-type: none"> เพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่สอดคล้องกับนโยบาย และยุทธศาสตร์องค์กร อย่างมีแบบแผนตามแผนการพัฒนาคูคลากรส่วนกลางประจำปี 2562 เพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถ ทักษะให้บุคลากรของไทยพีบีเอส มี Digital DNA ที่สอดคล้องกับทิศทางขององค์กรและสมรรถนะในแต่ละตำแหน่ง เพื่อพัฒนาความสามารถที่หลากหลาย (Multi Skills) สามารถ | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> สำนักทรัพยากรมนุษย์มีแผนพัฒนาคูคลากรประจำปีของส่วนกลาง/สำนัก และมีแผนพัฒนากลุ่มผู้สืบทอดตำแหน่ง และผู้ที่จะเลื่อนตำแหน่ง สำนักต่างๆ มีแผนการฝึกอบรมและพัฒนาคูคลากรฯ ที่ได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหาร ตามระยะเวลาที่กำหนด จำนวนพนักงานที่ผ่านการพัฒนาตามแผนและหลักเกณฑ์ที่กำหนด จำนวนพนักงานที่ได้รับการพัฒนาด้านดิจิทัล จำนวนพนักงานที่ได้รับการพัฒนาทักษะที่หลากหลาย (Multi Skills) | สำนัก ทรัพยากร มนุษย์ | 5,500,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 3.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|--|---|--------------------|----------|
| | <p>ปฏิบัติงานทดแทนกัน และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในแต่ละฝ่าย/สำนัก</p> <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อพัฒนาความรู้ และทักษะที่สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ตามสายวิชาชีพ โดยมีการพัฒนาตามแผนพัฒนาความรู้เฉพาะทางของสำนัก — จัดทำเส้นทางการฝึกอบรมและพัฒนาสมรรถนะตามหน้าที่ (Functional Training & Development Roadmap) อย่างเป็นระบบและมีแบบแผน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวางแผนพัฒนาความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Development Plan) — เพื่อให้บุคลากร ส.ส.ท. มีความพร้อมในการเติบโตก้าวหน้าในสายอาชีพ | <ul style="list-style-type: none"> — มีแผนเส้นทางการฝึกอบรมและพัฒนาตามสายอาชีพ (Training & Development Roadmap) ของแต่ละสำนัก/ ตำแหน่งอย่างมีระบบ <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — พนักงานที่ผ่านการพัฒนา มีความรู้ ความเข้าใจ และความสามารถที่สูงขึ้น — จำนวนพนักงานที่มีความพร้อมในการเติบโตก้าวหน้าในสายอาชีพจากการพัฒนาที่เป็นระบบ — จำนวนงานที่มีคุณภาพมากขึ้นที่เป็นผลมาจากการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร | | |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 3.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|--|---|--|-----------------------------|-----------|
| 11.โครงการ Thai PBS's Innovation | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อให้พนักงานทุกหน่วยงานได้มีพื้นที่ในการแสดงความสามารถ — เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานในการพัฒนาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรม — เพื่อส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมที่นำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนางานและองค์กร — เพื่อสร้างบรรยากาศการทำงานเป็นทีมข้ามหน่วยงาน (Cross - Functional Team) และรู้จักกันมากขึ้นทั้งระหว่างพนักงานและระหว่างพนักงานกับผู้บริหาร | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนพนักงานที่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมที่ช่วยแก้ไขปัญหา/สร้างความพึงพอใจให้กลุ่มเป้าหมาย — จำนวนผลงานความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนพนักงานแสดงให้เห็นศักยภาพ และผลการทำงานที่สร้างสรรค์มากขึ้น — จำนวนการนำผลงานจากนวัตกรรมไปต่อยอด/ ปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ต่อหน่วยงานและองค์กร | สำนัก ทรัพยากร มนุษย์ | 1,000,000 |
| 12.โครงการจัดทำและพัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning ในระดับผู้จัดการฝ่าย) | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อให้องค์กรมีการประเมินความพร้อมอยู่เสมอว่ามีกำลังคนที่มีคุณสมบัติ (Quality) และความสามารถ/สมรรถนะ (Competency) อยู่เป็นจำนวนเท่าไร — ฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลสามารถวางแผนสรรหาและคัดเลือกบุคลากรในเชิงรุกได้ดียิ่งขึ้น เพราะเมื่อองค์กรมีการประเมินความพร้อมของกำลังคนอยู่ตลอดเวลา | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีหลักเกณฑ์การคัดเลือก Successor ในระดับผู้จัดการฝ่าย — มีแผนพัฒนา Successor ในระดับผู้จัดการฝ่าย <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มี Successor ในระดับผู้จัดการฝ่าย — มีแผนดำเนินการพัฒนา Successor ตามแผนพัฒนารายบุคคล (IDP) | สำนัก ทรัพยากร มนุษย์ | 110,000 |



| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 3.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|--|---|--------------------------------------|------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> องค์การจะได้วางแผนการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรที่จะมาสืบทอดตำแหน่งได้ล่วงหน้า | | | |
| <p>13.โครงการสนับสนุนการปรับปรุงโครงสร้าง และบริหารอัตรากำลังให้มีประสิทธิภาพ</p> | <ul style="list-style-type: none"> เพื่อรวบรวมข้อมูลหน้าที่ความรับผิดชอบของตำแหน่งงานตามโครงสร้างที่ปรับใหม่ และหาแนวทางปรับลดอัตรากำลัง ออกแบบรูปแบบการจ้างงาน ค่าจ้าง และสวัสดิการให้สอดคล้องกับความต้องการของแรงงานยุคใหม่ เพื่อให้ ส.ส.ท. มีขนาดองค์กรที่กระชับ คล่องตัว และเป็นการสร้างประสิทธิภาพเชิงต้นทุนในระยะยาว | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> งานปรับปรุงโครงสร้างองค์กรและจัดทำ JF และ JD ให้เป็นปัจจุบัน <ul style="list-style-type: none"> จำนวนสำนักที่ได้รับการปรับโครงสร้างตามแผน จำนวนของสำนักและฝ่ายที่มี Job Function (JF) ของสำนัก และ Job Description (JD) ระดับฝ่าย ให้เป็นปัจจุบัน ร้อยละของตำแหน่งงานที่ได้รับการปรับปรุง Job Description (JD) และ Job Specification (JS) ให้เป็นปัจจุบัน งานปรับปรุงการบริหารอัตรากำลังให้มีประสิทธิภาพตามนโยบายของ ส.ส.ท. (Lean Organization) <ul style="list-style-type: none"> ประเภทกำลังพล รูปแบบการจ้าง ค่าจ้าง และสวัสดิการที่ออกแบบใหม่ ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการนโยบาย จำนวนอัตรากำลังเป็นไปตามแผนบริหารจัดการบุคลากรที่คณะกรรมการนโยบายเห็นชอบ เมื่อวันที่ 10 พ.ย. 59 <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> งานปรับปรุงโครงสร้างองค์กรและจัดทำ JF และ JD ให้เป็นปัจจุบัน | <p>สำนัก ทรัพยากร มนุษย์</p> | <p>1,700,000</p> |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 3.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|---|---|-----------------------------|--------------------|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • ระดับคะแนนประสิทธิภาพในการทำงานภายใต้โครงสร้างองค์กรที่ปรับปรุงใหม่อยู่ในระดับดี — งานปรับปรุงการบริหารอัตรากำลังให้มีประสิทธิภาพตามนโยบายของ ส.ส.ท. (Lean Organization) • ระบบบริหารอัตรากำลังมีประสิทธิภาพมากขึ้น (วัดจากค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรลดลง) | | |
| 14.โครงการจัดทำระบบ Talent Management | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อรักษาพนักงานที่มีศักยภาพสูงให้ทำงานอยู่กับองค์กร — เพื่อสร้างความพร้อมให้แก่พนักงานที่มีศักยภาพสูง ผ่านการพัฒนาอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีหลักเกณฑ์การคัดเลือกพนักงานที่มีศักยภาพสูง — มีแผนพัฒนาพนักงานที่มีศักยภาพสูง <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีพนักงานที่มีศักยภาพสูงทำงานอยู่กับองค์กร — เพื่อสร้างความพร้อมให้แก่พนักงานที่มีศักยภาพสูง ผ่านการพัฒนาอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง | สำนัก ทรัพยากร มนุษย์ | ไม่ใช้ งบประมาณ |
| 15.โครงการพัฒนาระบบการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ | <ul style="list-style-type: none"> — ปรับปรุงวิธีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากร ให้มีประสิทธิภาพ — เพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ ตำแหน่งงานว่าง ที่มีความหลากหลาย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น — จัดหาเครื่องมือช่วยสนับสนุนการสรรหาและคัดเลือก ให้ได้ผู้สมัครที่ตรงตามความต้องการ | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์การรับสมัครงานเพิ่มขึ้น — มีเครื่องมือ/แบบทดสอบผู้สมัครงานที่ได้มาตรฐาน และมีประสิทธิภาพ <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — พนักงานใหม่มีคุณภาพ ตรงตามความต้องการของแต่ละหน่วยงาน และเป็นบุคลากรที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับค่านิยมสื่อสารณะ | สำนัก ทรัพยากร มนุษย์ | 750,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 3.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|---|---|-----------------------------|--|
| 16.โครงการระบบ HRIS | <ul style="list-style-type: none"> — เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้วยระบบสารสนเทศที่มีข้อมูลที่ครบถ้วนเพียงพอ และเป็นปัจจุบัน — เพิ่มความคล่องตัวให้ระบบปฏิบัติการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (HR Operation) ด้วยระบบออนไลน์ (Online) เช่น การลา การเบิกเงินปฏิบัติงานล่วงเวลา การค่าตอบแทนและสวัสดิการต่างๆ การประเมินผล เป็นต้น — เพิ่มความมีวินัยในการเบิกจ่ายค่าตอบแทนในการปฏิบัติงานต่าง ๆ เช่น การขออนุมัติทำงานล่วงเวลา — พัฒนาระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน (ประเมิน Online) เพื่อความคล่องตัว และถูกต้องแม่นยำ ประมวลผลได้รวดเร็ว — ขยายความคล่องตัวในการใช้งานได้ทั้งภายในและภายนอกองค์การ เพื่อให้ผู้บริหาร ผู้บังคับบัญชาและพนักงานทั้งที่ปฏิบัติงานในสำนักงานใหญ่ ศูนย์ภูมิภาค และปฏิบัติงาน | <p>กรอบกระบวนการทำงาน(Process)</p> <p>ขั้นที่ 1 จัดหาโปรแกรมระบบสารสนเทศทรัพยากรมนุษย์ (HRIS)</p> <p>ขั้นที่ 2 ดำเนินการติดตั้งซอฟต์แวร์ การจัดทำ Data เพื่อลงระบบใหม่ การฝึกอบรมผู้ใช้ระบบ มอบเอกสารคู่มือ</p> <p>ขั้นที่ 3 การบันทึกข้อมูลเริ่มต้นโดยผู้ใช้ระบบ</p> <p>ขั้นที่ 4 การทดสอบระบบงาน (ทั้งระบบเก่าและใหม่พร้อมกัน)</p> <p>ขั้นที่ 5 เริ่มปฏิบัติงานจริง</p> <p>ขั้นที่ 6 On the Job Training สำหรับพนักงาน</p> | สำนัก ทรัพยากร มนุษย์ | ใช้งบประมาณ ฝ่ายเทคโนโลยี สารสนเทศ |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 3.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|---|--|--|-----------|
| | <p>นอกสถานที่ สามารถเข้าถึงฐานข้อมูลได้</p> <ul style="list-style-type: none"> — เพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงและใช้ข้อมูลในด้านทรัพยากรมนุษย์สำหรับเจ้าหน้าที่สำนักทรัพยากรมนุษย์ ผู้บริหาร และพนักงานทุกท่าน | | | |
| 17.โครงการพัฒนาระบบ ERP เฟส 2 | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อให้ระบบ ERP เข้าถึงการปฏิบัติงานของผู้ใช้งานและสอดคล้องกับการปฏิบัติงาน — ปรับปรุงและพัฒนาระบบ ERP ให้สอดคล้องกับการใช้งานจริง — เพื่อต่อสัญญาค่าลิขสิทธิ์โปรแกรมประจำปี | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ระดับความสำเร็จในการพัฒนาระบบใน Solution ต่างๆ <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีการใช้งานได้จริงและเกิดประสิทธิผล — ประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านต่างๆของ ส.ส.ท.ดีขึ้น | สำนักบริหาร ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ | 300,000 |
| 18.โครงการจัดหาอุปกรณ์ต่ำกว่าเกณฑ์รองรับการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อสนับสนุนอุปกรณ์ต่ำกว่าเกณฑ์ด้านสารสนเทศทุกหน่วยงานในองค์กร ให้สามารถปฏิบัติงานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ — เพื่อรองรับการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. มีความสะดวก รวดเร็ว ทันสมัย — สนับสนุนงานบริการด้านสารสนเทศให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — 80:100% (สนับสนุนตามความเหมาะสม ความจำเป็นในการใช้งาน อยู่ภายใต้งบประมาณที่ได้รับจัดสรร และอุปกรณ์ที่จัดหามีคุณภาพและราคาเหมาะสม) <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — 80:100% (สนับสนุนตามความเหมาะสม ความจำเป็นในการใช้งาน อยู่ภายใต้งบประมาณที่ได้รับจัดสรร และสร้างความพึงพอใจการให้บริการงานด้านสารสนเทศ) | สำนักบริหาร ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ | 1,240,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 3.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|--|--|---|-----------|
| 19.โครงการปรับปรุงระบบ Intranet (ทดแทนของเดิม) | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อสนับสนุนภารกิจของทุกหน่วยงานตามที่แจ้งความประสงค์มา — เพื่อรองรับการปฏิบัติงานขององค์กรให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง — เพื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่ทันสมัย — รองรับการใช้งานของพนักงานแบบทุกที่ ทุกเวลา | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มี Intranet รูปแบบใหม่ที่ตอบสนองการใช้งานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รองรับเทคโนโลยีในปัจจุบัน <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — พนักงานสามารถใช้บริการระบบภายในผ่าน Intranet ได้อย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ | <p>สำนักบริหาร</p> <p>ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ</p> | 4,500,000 |
| 20.โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศในรูปแบบ Media Files | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อสนับสนุนภารกิจของทุกหน่วยงานตามที่แจ้งความประสงค์มา — เพื่อรองรับการปฏิบัติงานขององค์กรให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง — เพื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่ทันสมัย — รองรับการใช้งานของพนักงานแบบทุกที่ ทุกเวลา | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ส.ส.ท. มีระบบงานส่งข้อมูลสารสนเทศในรูปแบบ Media files ของส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรวดเร็ว <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่อง และเพิ่มผลผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ | <p>สำนักบริหาร</p> <p>ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ</p> | 4,000,000 |
| 21.โครงการสนับสนุนอุปกรณ์สำหรับการผลิตงานส่วนกลางและภูมิภาค | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อสนับสนุนภารกิจของทุกหน่วยงานตามที่แจ้งความประสงค์มา — เพื่อรองรับการปฏิบัติงานขององค์กรให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง — เพื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่ทันสมัย | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — 80:100% (สนับสนุนตามความเหมาะสม ความจำเป็นในการใช้งาน และอยู่ภายใต้งบประมาณที่ได้รับจัดสรร) <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — 80:100% (สนับสนุนตามความเหมาะสม ความจำเป็นในการใช้งาน และอยู่ภายใต้งบประมาณที่ได้รับจัดสรร) | <p>สำนักบริหาร</p> <p>ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ</p> | 2,000,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 3.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|---|--|--|----------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> — รองรับการปฏิบัติงานของพนักงานแบบทุกที่ ทุกเวลา | | | |
| <p>22.โครงการจัดทำแผนบริหารกิจการปี 2563</p> | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อให้มีแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. และแผนงบประมาณ ปี 2563 เป็นกรอบแนวทางและเครื่องมือในการดำเนินงานร่วมกัน — เพื่อสื่อสารยุทธศาสตร์และแผนบริหารกิจการให้ผู้เกี่ยวข้องเข้าใจ และร่วมขับเคลื่อนเป้าหมายและยุทธศาสตร์ให้เป็นไปตามแผนบริหารกิจการ — เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลผลการดำเนินงานตามแผนบริหารกิจการ 2562 และตัวชี้วัดระดับองค์กร และระดับโครงการ — เพื่อปรับปรุงแผนบริหารกิจการหรือตัวชี้วัดผลสำเร็จองค์กร ให้สอดคล้องกับการปรับงบประมาณกลางปี — เพื่อจัดทำรายงานผลการดำเนินงานระยะ 3 เดือน ของ ผอ.ส.ส.ท. เสนอต่อคณะกรรมการนโยบาย | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — แผนบริหารกิจการประจำปี 2563 ได้รับความเห็นชอบจาก กนย. ภายในเดือนตุลาคม 2562 — แผนบริหารกิจการฯ หรือตัวชี้วัดผลสำเร็จ ได้รับการปรับปรุงให้สอดคล้องกับการปรับงบประมาณกลางปี (กรณีมีผลกระทบ) ภายในเดือนกรกฎาคม 2562 — รายงานผลการดำเนินงานระยะ 3 เดือน ของ ผอ.ส.ส.ท. เสนอต่อคณะกรรมการนโยบายตามกำหนดเวลา <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ระดับความสำเร็จในการบรรลุตัวชี้วัดผลสำเร็จ ของ ส.ส.ท. | <p>สำนักผู้อำนวยการ ส.ส.ท.</p> <p>ฝ่ายนโยบายแผนและงบประมาณ</p> | <p>413,700</p> |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 3.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|--|---|--|----------|
| 23.โครงการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี 2561 | เพื่อจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี 2561 ตามมาตรา 52 แห่ง พ.ร.บ. ส.ส.ท. พ.ศ. 2551 ได้กำหนดไว้ | ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ) — รายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี 2561 ที่มีเนื้อหาสมบูรณ์ 8 เรื่องตาม พ.ร.บ. ส.ส.ท. และสามารถส่ง รัฐสภาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในเดือนมิถุนายน 2562 ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ) — รัฐสภาได้รับทราบรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี 2561 โดยไม่มีข้อคัดค้าน | สำนัก ผู้อำนวยการ ส.ส.ท. ฝ่ายนโยบาย แผนและ งบประมาณ | 625,100 |
| 24.โครงการบริหารความเสี่ยงและสร้างเสริมธรรมาภิบาลองค์กร | — เพื่อให้ ส.ส.ท.มีระบบการควบคุมภายในที่ดี และการดำเนินงานบริหารความเสี่ยงเป็นไปด้วยความเรียบร้อย มีประสิทธิภาพ สามารถควบคุม และลดผลกระทบจากความเสียหายได้ — เพื่อให้การดำเนินงานของ ส.ส.ท. เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลอย่างครบถ้วน | ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ) — ทะเบียนความเสี่ยงและแผนควบคุมความเสี่ยงที่ได้รับความเห็นชอบจาก กนย. ภายในเดือนมีนาคม 2562 — มีรายงานความเสี่ยงและการ ติดตามการปรับปรุงการควบคุมภายใน ตามระยะเวลาที่กำหนด — มีผลการประเมินระดับธรรมาภิบาลและแผนสร้างเสริมธรรมาภิบาล ส.ส.ท.ภายใน มิถุนายน 2562 ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ) — ระดับความสำเร็จของดัชนีชี้วัดความเสี่ยง (KRI : Key Risk Indicator) — ส.ส.ท.ได้รับการรับรองว่าเป็นหน่วยงานที่มีธรรมาภิบาลในการดำเนินงาน ครอบคลุมทุกด้าน ภายในปี 2564 | สำนัก ผู้อำนวยการ ส.ส.ท. ฝ่ายพัฒนา ระบบ คุณภาพและ บริหารความ เสี่ยง | 779,400 |
| 25.โครงการบริหารจัดการองค์กรคุณภาพ ตามมาตรฐาน ISAS BCP9001:2010 | — เพื่อบำรุงรักษาฐานข้อมูลโครงสร้างระบบการบริหารจัดการองค์กรเชิงคุณภาพ ขั้นตอนการดำเนินงาน ฯลฯ ซึ่งได้ระบุไว้ในโปรแกรม Click-N- | ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ) — ส.ส.ท. ได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพตามมาตรฐานสากล ISAS BCP9001:20104.1.2 | สำนัก ผู้อำนวยการ ส.ส.ท. | 577,500 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 3.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|---|--|--|-----------|
| | <p>Manage ซึ่งเป็นโปรแกรมเฉพาะสำหรับการบริหารจัดการข้อมูล จากประเทศสวิสเซอร์แลนด์</p> <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อการตรวจติดตามประเมินระบบบริหารคุณภาพ (Surveillance Visit) โดยหน่วยงานรับรองภายนอก — เพื่อรักษามาตรฐานประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กร ซึ่งอย่างน้อยต้องจัดให้มีการประชุมคณะกรรมการบริหารจัดการเชิงคุณภาพ และการตรวจติดตามคุณภาพภายในโดยคณะทำงานตรวจติดตามภายในเชิงคุณภาพ ตลอดจนการประชุมคณะกรรมการบริหารตามที่ได้ระบุไว้ในมาตรฐานสากล ISAS BCP9001:2010 | <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ส.ส.ท.มีระบบการบริหารจัดการองค์กรเชิงคุณภาพที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น | ฝ่ายพัฒนา ระบบ คุณภาพและ บริหารความ เสี่ยง | |
| 26.โครงการบริหารจัดการศูนย์การเงิน | <ul style="list-style-type: none"> — ให้มีงบการเงินที่แสดงผลการดำเนินงานของกิจการที่มีความน่าเชื่อถือ — เพื่อจัดทำรายงานผลการดำเนินงาน รายงานการใช้จ่ายเงิน รายงานการใช้งบประมาณ รวมถึงรายงานเพื่อการบริหารต่างๆ เช่น การคำนวณต้นทุน/นาที่ การเปรียบเทียบ | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — มีรูปแบบงบการเงินจาก NPAE เป็น PAE และรายงานทางการเงินทุก 6 เดือนที่สามารถเผยแพร่ต่อสาธารณชนได้ — มีรายงานให้ผู้บริหารทุกเดือน <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ความน่าเชื่อถือในรายงานการเงินของ ส.ส.ท.ต่อผู้มีส่วนได้เสียที่เพิ่มขึ้น | ศูนย์การเงิน | 3,872,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 3.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|---|--|---------------------------|----------|
| | วิเคราะห์ค่าใช้จ่ายในการผลิต และมีการบริหารจัดการเบิกจ่ายเงินตรง เงินโอน และจ่ายเช็คทันตาม กำหนดเวลา | <ul style="list-style-type: none"> — ส.ส.ท.ได้รับการยอมรับว่าเป็นหน่วยงานที่มีธรรมาภิบาล ถูกต้อง โปร่งใส ตรวจสอบได้ — รายงานที่เสนอต่อผู้บริหาร มีความถูกต้องครบถ้วน — ส.ส.ท.ได้รับการยอมรับว่าเป็นหน่วยงานที่มีธรรมาภิบาล ถูกต้อง โปร่งใส ตรวจสอบได้ | | |
| 27.โครงการดำเนินการตามแผนการตรวจสอบประจำปี 2562 | เพื่อให้บริการต่อฝ่ายบริหาร และหน่วยรับตรวจ ในการให้ความเชื่อมั่นและคำปรึกษาอย่างเป็นอิสระ และเที่ยงธรรม รวมทั้งสนับสนุนการปฏิบัติงานของคณะกรรมการตรวจสอบ โดยเสนอแนะวิธีหรือมาตรการควบคุมภายใน และการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ เพื่อปรับปรุงการปฏิบัติงานขององค์กร ให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนด | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — ดำเนินการและรายงานผลการตรวจสอบตามแผนการตรวจสอบประจำปี ร้อยละ 100 <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — จำนวนข้อเสนอแนะตามรายงานการตรวจสอบได้รับการยอมรับ และปฏิบัติตามจากหน่วยรับตรวจ ร้อยละ 80 | สำนัก ตรวจสอบ ภายใน | 489,600 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) (แผน 3.) | วัตถุประสงค์โครงการ | ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้วัดผลลัพธ์ | หน่วย รับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|--|--|---------------------------|-------------------|
| 28.โครงการประกันคุณภาพงาน ตรวจสอบภายในของ ส.ส.ท. | <ul style="list-style-type: none"> — เพื่อประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายใน โดยเปรียบเทียบกับมาตรฐานสากลการปฏิบัติงานวิชาชีพการตรวจสอบภายใน — เพื่อให้ได้แผนการปรับปรุงการปฏิบัติงานของสำนักตรวจสอบภายในให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลฯ — เพื่อพัฒนา และปรับปรุงงานตรวจสอบภายใน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน | <p>ตัวชี้วัดผลผลิต (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — นำรายงานผลการประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายในของ ส.ส.ท. มาจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาและปรับปรุงงานตรวจสอบภายในของ ส.ส.ท.ภายในปี 2562 <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (KPI โครงการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> — สามารถดำเนินการตามแผนปฏิบัติการพัฒนาและปรับปรุงงานตรวจสอบภายในของ ส.ส.ท. อย่างครบถ้วน และรายงานผลต่อคณะกรรมการตรวจสอบ | สำนัก ตรวจสอบ ภายใน | 1,300,000 |
| รวมงบประมาณแผนทุนมนุษย์และทุนองค์กร (Human & Organization Capital plan) จำนวน 28 โครงการ | | | | 48,687,300 |



| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ |
|--|---|--------------------|
| งบบริหารส่วนกลางสำนัก/งบประจำ จำนวน 12 รายการ | | 251,001,637 |
| 1.งบบริหารส่วนกลางสำนักรายการ | สำนักรายการ | 4,365,150 |
| 2.งบบริหารส่วนกลางสำนักเครือข่ายสื่อสาธารณะ | สำนักเครือข่ายสื่อสาธารณะ | 1,546,000 |
| 3.งบบริหารส่วนกลางสถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ | สถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ | 1,600,000 |
| 4.งบบริหารส่วนกลางสำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์ | สำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์ | 780,000 |
| 5.งบบริหารส่วนกลางสำนักทรัพยากรมนุษย์ | สำนักทรัพยากรมนุษย์ | 390,000 |
| 6.งบประจำฝ่ายกฎหมาย | สำนักบริหาร ฝ่ายกฎหมาย | 2,605,000 |
| 7.งบประจำฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ | สำนักบริหาร ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ | 11,530,500 |
| 8.งบประจำงานอาคารและสถานที่ | สำนักบริหาร ฝ่ายบริหารทั่วไป | 115,594,000 |
| 9.งบประจำงานยานพาหนะ | สำนักบริหาร ฝ่ายบริหารทั่วไป | 16,200,000 |
| 10.งบประจำงานบริการสำนักงาน | สำนักบริหาร ฝ่ายบริหารทั่วไป | 3,170,000 |
| 11.งบประจำฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ | สำนักบริหาร ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ | 86,620,987 |
| 12.งบประจำฝ่ายเลขานุการผู้บริหาร | สำนักผู้อำนวยการ ส.ส.ท. ฝ่ายเลขานุการผู้บริหาร | 6,600,000 |



| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|---------------------|--------------------|
| งบบุคลากร จำนวน 3 รายการ | | 622,900,000 |
| 1. งบค่าตอบแทนบุคลากร | สำนักทรัพยากรมนุษย์ | 549,000,000 |
| 2. งบสวัสดิการพนักงาน | สำนักทรัพยากรมนุษย์ | 33,900,000 |
| 3. งบพัฒนาสวัสดิการพนักงาน | สำนักทรัพยากรมนุษย์ | 40,000,000 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ |
|--|----------------|--------------------|
| งบแผนโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวกโทรทัศนระบบดิจิทัล จำนวน 1 รายการ | | 333,852,700 |
| 1. งบบริหารงานโครงการทีวีดิจิทัล สำนักวิศวกรรม | สำนักวิศวกรรม | 333,852,700 |

| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) | วัตถุประสงค์ | ตัวชี้วัดผลผลิต | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ |
|--|--|--|---|-------------------|
| ฉุกเฉิน จำนวน 1 งบประมาณ | | | | 10,000,000 |
| งบฉุกเฉิน | | | สพอ. | 10,000,000 |
| สำรองจ่ายด้านบุคลากร จำนวน 2 โครงการ | | | | 30,000,000 |
| 1. โครงการปรับโครงสร้างและ อัตรากำลังให้เหมาะสม (เกษียณ ก่อนกำหนด) | | <ul style="list-style-type: none"> - โครงสร้างและอัตรากำลังที่เหมาะสม สามารถตอบสนอง ยุทธศาสตร์และเป้าหมายของ ส.ส.ท. - มีการประเมินค่างาน (JE) และการบริหารค่าตอบแทนใหม่ ที่เหมาะสม - มีกระบวนการ/วิธีการทำงานใหม่ที่คล่องตัว ส่งเสริมการทำงานบน Platform ที่หลากหลาย - มีการปรับคุณสมบัติเฉพาะตำแหน่ง (JS) และแบบบรรยาย ลักษณะงาน (JD) - สามารถประเมินพนักงานที่มีความพร้อมทันทีและพนักงาน ที่ต้องได้รับการพัฒนาให้มี Multi-skill | สำนักทรัพยากร มนุษย์ ฝ่ายบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ | 20,000,000 |
| 2. โครงการสวัสดิการเงินบำนาญ | เพื่อตอบแทนพนักงานที่ปฏิบัติงานให้กับ ส.ส.ท. ด้วยความเสียสละ ตามกำลัง ความสามารถ และมีกำหนดระยะเวลา ปฏิบัติงานตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป มีเงินทุนใน การดำรงชีพ เมื่อออกจากงานกรณีใด กรณีหนึ่ง ตามระเบียบ ส.ส.ท. ว่าด้วยการบริหารงานบุคคล | ตัวชี้วัดผลผลิต <ul style="list-style-type: none"> - จำนวนพนักงานที่มีอายุงานไม่น้อยกว่า 10 ปีที่ลาออกในปี 2562 ได้รับสวัสดิการเงิน บำนาญตามระเบียบฯ ตัวชี้วัดผลลัพธ์ <ul style="list-style-type: none"> - ระดับความพึงพอใจของพนักงานต่อสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ จากองค์กร ขวัญกำลังใจและความจงรักภักดีต่อองค์กร | สำนักทรัพยากร มนุษย์ ฝ่ายปฏิบัติ ทรัพยากรมนุษย์ และฝ่ายบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ | 10,000,000 |



| Initiatives (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม) | หน่วยรับผิดชอบ | งบประมาณ |
|---|--|--------------------|
| งบแผนแม่บท ICT และ ฐานข้อมูล จำนวน 2 โครงการ | | 138,431,689 |
| 1. โครงการการพัฒนาระบบฐานข้อมูล ส.ส.ท. | สถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ ศูนย์ข้อมูลและการเรียนรู้ | 21,500,000 |
| 2. โครงการ ICT Master Plan | สำนักบริหาร ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ | 116,931,689 |
