



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย



# แผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2563

---

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

โดย

คณะกรรมการบริหาร

# บทนำ

แผนบริหารกิจการ ปี พ.ศ. 2563 เป็นการก้าวเข้าสู่ปีที่ 3 ตามกรอบทิศทางแผนระยะสี่ปี (พ.ศ.2561-2564) หลังจากปี 2562 ที่ ส.ส.ท. ได้ทุ่มเทสร้างสรรค์ข่าวสารที่ถูกต้องน่าเชื่อถือ การขับเคลื่อนประเด็นรณรงค์ในวาระเลือกตั้ง 62 การติดตามนโยบายสาธารณะอย่างต่อเนื่อง และการผลิตรายการสร้างสรรค์สร้างแรงบันดาลใจให้ความรู้ ตลอดจนปรับโครงสร้างที่ให้ความสำคัญกับการเป็น Content Based Structure และกำหนดหน่วยงานพิเศษคือ Sub Business Unit เพื่อสร้างสรรค์เนื้อหาคุณภาพที่จะส่งมอบให้แก่สังคมในปี 2563 โดย ส.ส.ท. ได้วางเป้าประสงค์ในการเป็น **“สื่อร่วมสร้าง Informed Citizen (พลเมืองตื่นรู้ พลเมืองประเทืองปัญญา)”** และวางจุดเน้นเพื่อสร้างข่าวสารความรู้ที่เป็นประโยชน์ไปสู่สังคม ดังนี้

- ผลิตข่าวเจาะลึก ถูกต้อง รอบด้าน เป็นธรรม ให้ประสบการณ์ที่แตกต่าง ให้ทางออกกับสังคม
- สร้างสรรค์รายการมุ่งสร้างพลเมืองคุณภาพ ให้ทักษะอนาคตให้ประชาชนสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลง โดยรายการของไทยพีบีเอสต้องสามารถแข่งขันได้
- พัฒนาเทคโนโลยีและช่องทางเพื่อให้เข้าถึงง่าย มุ่งเน้นสื่อสารเนื้อหาข้ามสารพันสื่อ (Transmedia) และการเล่าเรื่องเพื่อตอบโจทย์ความหลากหลายของวิถีชีวิต
- สร้างสรรค์พื้นที่การเรียนรู้ เป็นโรงเรียนของสังคมในทุกช่องทางสื่อเพื่อสร้างพลเมืองคุณภาพ โดยเฉพาะกลุ่มวัยเด็ก
- ยกกระดับพื้นที่สื่อพลเมือง เชื่อมต่อความรู้ของพลเมืองและความรู้ท้องถิ่นให้เป็นความรู้สาธารณะผ่าน C-Site และมุ่งเน้นสร้างการมีส่วนร่วมผ่านกลไกสภาผู้ชม
- พัฒนาบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพบนฐานความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และพัฒนาคนให้มีคุณภาพและมีทักษะในการทำงานในยุคดิจิทัล รวมถึงสร้าง Data Driven Culture ในการทำงาน

จากเป้าประสงค์และผลลัพธ์ที่คาดหวังจะส่งมอบให้กับสังคม ส.ส.ท. จึงได้ออกแบบแผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2563 โดยต่อยอดจากแผนบริหารกิจการ ปี 2562 เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการเป็น **“พื้นที่เรียนรู้สำหรับทุกคน (Leaning Space for All)”** ตามเป้าประสงค์ (Purpose) ในปี 2564 **“ที่ขับเคลื่อนด้วยยุทธศาสตร์... “แตกต่าง” บนความ “ยั่งยืน”** โดยมีสาระสำคัญ ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 แผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2563 ประกอบด้วย 3 แผน (Plan) และ 4 ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) เพื่อเป็นแนวทางและเครื่องมือในการทำงานร่วมกันภายในองค์กรให้บรรลุเป้าประสงค์ปี 2563 ดังนี้

(1) **ประเด็นยุทธศาสตร์ หลากหลาย ทัวถึง** ประกอบด้วย แผนจัดทำรายการปี 2563 ในการผลิตข่าวสารถูกต้อง เป็นธรรม ให้ทางออกกับสังคม รายการสร้างแรงบันดาลใจ ให้ความรู้และทักษะอนาคตเพื่อสร้างพลเมืองคุณภาพ สื่อพลเมืองที่เชื่อมต่อความรู้ท้องถิ่นสู่สาธารณะ การตั้ง Sub BU เพื่อผลิตเนื้อหาที่ตอบโจทย์ผู้ฟังเฉพาะ โดยเน้นการสื่อสารเนื้อหาข้ามสารพันสื่อ (Transmedia) ตอบสนองทุกช่องทางและกิจกรรมเพื่อสร้างการเรียนรู้



(2) **ประเด็นยุทธศาสตร์สร้างสรรค์สังคมเรียนรู้ตลอดชีวิต** มุ่งเน้นผลิตเนื้อหาเพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้สำหรับทุกวัย และเนื้อหาสร้างการตระหนักรู้ ร่วมขับเคลื่อนสังคม โดยในปี 2563 ได้กำหนดประเด็นรณรงค์หลักไว้ 3 ประเด็น คือ การจัดการขยะ การกระจายอำนาจและการเลือกตั้งท้องถิ่น และการแก้ปัญหาปากท้องความเป็นอยู่ของประชาชน รวมไปถึงกิจกรรมสร้างการเรียนรู้ต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของไทยพีบีเอส

(3) **ประเด็นยุทธศาสตร์ สร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม** ดำเนินการภายใต้แผนแม่บทเครือข่ายทางสังคม มุ่งเน้นสร้างการยอมรับเพื่อขยายฐานผู้ชมให้กว้างและครอบคลุม (Endorse) สร้างการมีส่วนร่วมโดยกลไกสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ พัฒนากลไกรับฟังความคิดเห็นและการมีส่วนร่วมของเครือข่ายทางสังคม และสร้างภาคีหุ้นส่วนโดยพัฒนาศักยภาพภาคีเครือข่ายฯ และร่วมผลิตผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ (Empower) และการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในประเด็นที่สอดคล้องกับวาระรณรงค์หลักขององค์การฯ

(4) **ประเด็นยุทธศาสตร์ การสร้าง ส.ส.ท. ให้เป็น Trusted Brand** ประกอบด้วยการกำกับดูแลเนื้อหาให้มีความถูกต้องครบถ้วน น่าเชื่อถือและใช้อ้างอิงได้ การสร้างความไว้วางใจในการเป็นที่พึ่งของประชาชน การสื่อสารเพื่อตอกย้ำจุดยืนความเป็นสื่อสาธารณะ และการบริหารจัดการองค์การฯ ไปสู่ความมั่นคง โปร่งใสในทุกด้าน ทั้งการเป็นองค์การฯ ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล การพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีทักษะสอดคล้องกับการทำงานในยุคดิจิทัล การสร้างความยั่งยืนด้วยการลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มรายรับ การพัฒนาระบบงานสนับสนุนให้มีประสิทธิภาพ และการประเมินคุณค่าสื่อสาธารณะอย่างรอบด้าน รวมทั้งการดำเนินงานตามแผนธรรมาภิบาล พ.ศ. 2563 และแผนบริหารความเสี่ยง พ.ศ. 2563

#### ส่วนที่ 2 ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2563 (Corporate KPIs)

ส่วนที่ 3 งบประมาณ แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณ ปี 2563 เพื่อการกำกับดูแลโครงการของ ส.ส.ท. ภายใต้แผนบริหารกิจการฉบับนี้ ให้เกิดผลสำเร็จ

ฝ่ายบริหารตระหนักดีว่า พลังสำคัญที่จะทำให้การขับเคลื่อนงานตามแผนบริหารกิจการนี้ บรรลุเป้าหมายได้อย่างจริงจัง คือ การทำงานร่วมกันของฝ่ายบริหาร ฝ่ายปฏิบัติและฝ่ายนโยบาย ซึ่งเป็นผู้ให้ทิศทางหลัก ตลอดจนการเพิ่มความสามารถและความพร้อมในการปรับตัว เพื่อให้ ส.ส.ท. เป็นองค์การฯ ที่มีศักยภาพในการร่วมสร้างสังคมแห่ง Informed Citizen ภายใต้ภาวะพลิกผันเปลี่ยนแปลงอย่างไม่หยุดนิ่งของสื่อและของโลก

รศ.ดร.วิลาสินี พิพิธกุล

ผู้อำนวยการ ส.ส.ท.

## บทสรุปผู้บริหารแผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2563

แผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2563 ดำเนินการตามวัตถุประสงค์การในมาตรา 7 และมาตรา 8 แห่ง พ.ร.บ. ส.ส.ท. ภายใต้กรอบนโยบาย 8 ด้าน และกรอบแผนยุทธศาสตร์ 4 ปี (พ.ศ. 2561-2564) ที่ต้องการบรรลุเป้าหมายในการเป็นพื้นที่การเรียนรู้สำหรับทุกคน ในปี 2563 ส.ส.ท. ได้วางเป้าประสงค์ ในการเป็นสื่อร่วมสร้างสังคมแห่ง

### Informed Citizen

#### เป้าหมายของแผนบริหารกิจการปี 2563 (Expected Outcomes)

ส.ส.ท. ได้วางเป้าหมายเพื่อขับเคลื่อนองค์กรฯ โดยมุ่งหวังผลลัพธ์ (Expected Outcomes) ไว้ 6 ด้าน โดยในส่วนของเนื้อหาให้ความสำคัญกับเนื้อหาหลัก และวาระหลักของปีที่สุดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสังคม ได้แก่ การลดและจัดการขยะ ประชาธิปไตยและการกระจายอำนาจ และการแก้ปัญหาปากท้องความเป็นอยู่ของประชาชน ควบคู่ไปกับการพัฒนาช่องทางเข้าถึงตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภค และการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ

### Keys Focus Area & Expected Outcomes ปี 2563

(จุดเน้นและเป้าหมาย)



ในปี 2563 ส.ส.ท. ยังคงดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์ “แตกต่าง บนความ ยั่งยืน” ที่ดำเนินการโดยแผนหลัก 3 แผน และประเด็นยุทธศาสตร์ 4 ประเด็น ต่อเนื่องจากปี 2562 โดยจะนำเสนอสาระสำคัญตามลำดับ ดังนี้

1. แผนด้านเนื้อหา ช่องทาง และบริการ (Content, Platform & Services) ดำเนินงานโดย 2 ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

1.1. ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 เข้าถึงผู้รับและผู้ใช้สื่อที่หลากหลาย ทัวถึง ด้วยสารประโยชน์ที่แตกต่าง มีกลยุทธ์ ดังนี้

– จัดการโครงสร้างองค์กรแบบ Content-Based Structure การจัดให้มี 4 หน่วยธุรกิจย่อย (Sub-BU) ได้แก่ Thai PBS World ศูนย์พัฒนาการสื่อสารด้านภัยพิบัติ ศูนย์สื่อสาธารณะเพื่อเด็กและครอบครัว และศูนย์ผลิตเนื้อหานโยบายสาธารณะและสารคดีเชิงสังคม

– พัฒนาเครื่องมือสนับสนุนยุทธศาสตร์ในการสร้างสรรค์เนื้อหาให้สามารถแข่งขันได้ (Strategic Support – Competitive Advantage) อาทิ การวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภค การประเมินผลรายการเชิงคุณภาพ การพัฒนาระบบฐานข้อมูล ฯลฯ

– ผลิตเนื้อหาโดดเด่น แตกต่าง และสร้างสรรค์ และเข้าถึงผู้ชม (Content – Informatively and Creatively, Human Touch) เชื่อมโยงการเล่าเรื่องในทุกช่องทางสื่อ สร้างสรรค์แนวคิดโดยให้ผู้ชมเป็นศูนย์กลาง (Audience Centric) มีเป้าหมายเพื่อสร้าง Informed Citizen ดังนี้

- เนื้อหาตามวาระหลักขององค์กร (Thai PBS Core Agenda) ได้แก่ การสร้างสังคมเสมอภาค, การศึกษาและการเรียนรู้ที่มีคุณภาพ และคุณค่าความเป็นไทยและการยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรม ควบคู่กับประเด็นทางสังคมอื่น ๆ อาทิ การจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อม กระบวนการยุติธรรม สุขภาวะที่ดีตลอดช่วงวัย เป็นต้น

- กำหนดวาระหลักเพื่อร่วมขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสังคม ใน 3 ประเด็น คือ การลดและจัดการขยะพลาสติก, ประชาธิปไตยและการกระจายอำนาจ และการแก้ไขปัญหาปากท้องประชาชน

- ผลิตเนื้อหาสร้างสรรค์ คุณภาพสูง เพื่อผลลัพธ์ที่แตกต่าง อาทิ ละครและซีรีส์แห่งปี, สารคดีคุณภาพสูงที่ผลิตโดยฝีมือคนไทยสะท้อนคุณค่าวัฒนธรรมและการอยู่ร่วมกัน, ศิลปวัฒนธรรมคุณค่าความเป็นไทยและความหลากหลายทางวัฒนธรรม เป็นต้น

- ผลิตเนื้อหาเพื่อส่งเสริมความหลากหลาย ที่เข้มข้นขึ้นแบบ Collaboration Network ภายใต้โจทย์สังคมและพันธกิจสื่อสาธารณะ, ช่องทางบริการผู้บกพร่องทางการได้ยินและมองเห็น ด้วยบริการล่ามภาษามือ AD CC ภาษามือแบบเต็มจอ (Big Sign) และการนำ Text to Speech มาใช้

– พัฒนาช่องทางสื่อสาร (Platform – More Media) โดยขยายช่องทางสื่อใหม่ ได้แก่ VIPA OTT, Podcast และเว็บไซต์สำหรับเนื้อหาพิเศษ, พัฒนา C-Site ต่อยอดเนื้อหาสู่การสร้าง Citizen Online Platform และรักษาเสถียรภาพการออกอากาศทางหน้าจอผ่านบริการโครงข่ายทีวีดิจิทัลและบริการสิ่งอำนวยความสะดวก

1.2. ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างสรรค์การเรียนรู้ตลอดชีวิต ดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ที่สำคัญ ดังนี้

– ผลิตเนื้อหาและวาระหลักที่ได้รับการยอมรับว่าสร้างการเรียนรู้และขับเคลื่อนพลังพลเมือง ดังนี้

- ข่าวและรายการข่าว ที่ถูกต้อง ครบถ้วน เป็นธรรมปราศจากอคติ (Impartial) พร้อมสร้างทางออกให้กับสังคม (Solution Journalism)

- เนื้อหาสร้างความตระหนักรู้และกระตุ้นการเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อร่วมขับเคลื่อนสังคม ใน 3 ประเด็นหลัก คือ การลดและจัดการขยะพลาสติก, ประชาธิปไตยและการกระจายอำนาจ และการแก้ปัญหาปากท้องความเป็นอยู่ของประชาชน

- สื่อสร้างการเรียนรู้สำหรับทุกวัย ได้แก่ สื่อสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว สื่อเพื่อเตรียมสังคมสูงวัย และสื่อเพื่อทักษะแห่งการปรับตัวในโลกปั่นป่วน (Disruption)

– กิจกรรมสร้างการเรียนรู้ มีการสื่อสารเพื่อสร้างการเรียนรู้ให้แก่ประชาชน ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่

- การเปิดพื้นที่เรียนรู้ความเป็นสื่อสาธารณะผ่านบริการพิพิธภัณฑสถานสื่อสาธารณะ
- เป็นพื้นที่เรียนรู้นอกห้องเรียนของประชาชน ผ่านกิจกรรม Workshop สร้างทักษะอาชีพ เวทีแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์และข้อมูลวิชาการระดับชาติและสากล และกิจกรรม Learning Shelf
- เป็นสถาบันวิชาการเพื่อการเรียนรู้สื่อสาธารณะ การอบรมพัฒนาวิชาชีพสื่อมวลชนที่สอดคล้องกับภูมิทัศน์สื่อ การพัฒนาทักษะและเครื่องมือเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ และตรวจสอบข่าวปลอมข่าวลวง (Fake News)

**2. แผนด้านภาคีหุ้นส่วน (Partnership Strategic Plan) ดำเนินงานผ่านประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม** ดำเนินการภายใต้แผนแม่บทเครือข่ายทางสังคม มีกลยุทธ์ ดังนี้

2.1. **สร้างการยอมรับ (Endorsed)** โดยการขยายฐานผู้ชมผู้ฟัง และเผยแพร่ผลงานของ ส.ส.ท. ให้ได้รับการยอมรับในฐานะสื่อสาธารณะที่น่าเชื่อถือและพึ่งพาได้ ผ่านกิจกรรม Learning Space กิจกรรมวันเด็ก และถนนเด็กเดิน และการอบรมครู STEM การพัฒนาสภาผู้ชมฯ ให้เป็นกลไกในการขยายฐานผู้ชม การร่วมมือกับภาคีเครือข่ายในการนำเสนอเนื้อหาไปเผยแพร่และใช้ประโยชน์

2.2. **สร้างกระบวนการมีส่วนร่วม (Engagement)** เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นเนื้อหาในช่องทางต่าง ๆ และนำเนื้อหาของไทยพีบีเอสไปใช้ประโยชน์ อาทิ พัฒนาสภาผู้ชมผู้ฟังฯ เป็นกลไกการรับฟัง การทำโครงการร่วมกับภาคีหุ้นส่วนด้านการศึกษาผลิตภัณฑ์รายการเด็กหรือประเด็นจากไทยพีบีเอสเข้าสู่หลักสูตรการเรียนการสอนหรือขยายการใช้ประโยชน์

2.3. **ยกระดับไปสู่ความเป็นภาคีหุ้นส่วน (Empowering)** การทำความร่วมมือในลักษณะ Collaborative Program การพัฒนาหรือเสริมศักยภาพสื่อพลเมือง การทำงานร่วมกับภาคีหุ้นส่วนทั้งในและต่างประเทศเพื่อร่วมผลิตผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ และการเชื่อมโยงเนื้อหาจากท้องถิ่นต่อยอดมาสู่ On Air และ Online ผ่าน C-Site Application

2.4. **ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในประเด็นที่มีคุณค่าร่วม (Shared Value)** กับองค์กรต่าง ๆ ผ่านความร่วมมือกับสภาผู้ชมผู้ฟังฯ และการร่วมจัดกิจกรรมพื้นที่เรียนรู้ศูนย์ภูมิภาค เป็นต้น

**3. แผนด้านทุนมนุษย์และทุนองค์กร (Human & Organization Capital Strategic Plan) ดำเนินงานผ่านประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 สร้าง ส.ส.ท. ให้เป็น Trusted Brand ในใจประชาชน** มีกลยุทธ์ ดังนี้

3.1 **กำกับเนื้อหาให้มีความถูกต้อง ครบถ้วน ทันสมัย น่าเชื่อถือและใช้เป็นแหล่งอ้างอิงได้** โดยวางกลไกลดความผิดพลาดในทุกช่องทาง ลด Downtime ของสัญญาณออกอากาศ และวางกลไกในการควบคุมคุณภาพและจริยธรรมตามมาตรฐานของสื่อสาธารณะ

3.2 สร้างความไว้วางใจในการเป็นที่พึ่งของประชาชนผ่านบริการสาธารณะ เช่น รายการสถานีประชาชน ร้องทุกข์ลงป้ายนี้ การติดตามของศูนย์คนหาย ศูนย์พัฒนาการสื่อสารด้านภัยพิบัติ และกิจกรรมสถานีประชาชนสัญจร ฯลฯ

3.3 สื่อสารเพื่อต่อยอดจุดยืนความเป็นสื่อสาธารณะเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ ขยายฐานผู้ชม ขยายกรอบการใช้ประโยชน์จากเนื้อหาไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านงาน On Ground การผลิตสื่อเพื่อสะท้อนคุณค่าของรายการและคุณค่าการทำงานของบุคลากรในส่วนต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

3.4 บริหารจัดการองค์กรไปสู่ความมั่นคง โปร่งใส และยั่งยืน โดย

- ขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูล พัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อผลิตเนื้อหา ฐานข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการ ฐานข้อมูลผู้ชมผู้ฟังและผู้ใช้บริการเพื่องานเครือข่าย และบริการฐานข้อมูลเปิดเพื่อให้บริการแก่สาธารณะ

- บริหารบุคลากร ตามแผนยุทธศาสตร์ทรัพยากรมนุษย์ คือ (1) เสริมสร้างศักยภาพบุคลากร และ (2) สร้างการมีส่วนร่วมและความผูกพันองค์กร มีเป้าหมาย 3 ด้าน คือ สนับสนุนการปรับโครงสร้างและอัตรากำลังให้รองรับกับภูมิทัศน์สื่อ และโครงสร้างมีสมรรถนะยืดหยุ่นปรับตัวได้ (Agile) มุ่งสู่องค์กรแบบ Content-Based Structure, พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้สอดคล้องกับการทำงานในสภาวะเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล มี Digital DNA, Multi Skill & Transmedia Skill, Disruptive Mindset สร้างขวัญกำลังใจความผูกพันในองค์กร และสร้างความเข้มแข็งในวัฒนธรรมองค์กร (Core value)

- สร้างความยั่งยืนด้วยการลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มรายรับ อาทิ การร่วมผลิตเนื้อหาหรือจัดกิจกรรมรณรงค์ทางสังคมกับภาคีหุ้นส่วนที่มีเป้าหมายร่วมกัน การบริหารจัดการพื้นที่ของ ส.ส.ท. ให้เกิดประโยชน์เชิงรายได้ รวมถึงการจัดตั้งหน่วยงานแบบ Business Unit เพื่อสร้างโอกาสความสำเร็จ พร้อมไปกับริเริ่มทำแผนเพิ่มรายได้จากสินทรัพย์ทางปัญญาควบคู่กันไป

- พัฒนาการบริหารจัดการและระบบงานสนับสนุนให้มีประสิทธิภาพโปร่งใส ตรวจสอบได้ ยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล มีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ และขับเคลื่อนองค์กรด้วยเทคโนโลยีผ่านแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศ

- พัฒนาระบบประเมินคุณค่าแบบ 360° จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนเพื่อหาความคุ้มค่า , การพัฒนาระบบประเมินผลเชิงคุณภาพ (Quality Rating), การประเมินผลโดยบุคคลภายนอก, การประเมินเพื่อพัฒนารายการ และการประเมินเพื่อพัฒนาคุณภาพการดำเนินงาน

**ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2563 (Corporate KPIs)**

ในปี 2563 ได้กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จระดับองค์กร ที่ครอบคลุมในมิติต่าง ๆ ไว้ 5 ประเด็นหลัก ดังนี้

เป้าหมายระดับผลลัพธ์	ตัวชี้วัด	น้ำหนักร้อยละ	เป้าหมายปี พ.ศ. 2563
A1 ประชาชนยอมรับในการทำหน้าที่สื่อสาธารณะที่ดีและมีความคุ้มค่าของการบริการสื่อของไทยพีบีเอส	ความพึงพอใจของประชาชนที่ยอมรับไทยพีบีเอสในการทำหน้าที่สื่อสาธารณะ	15	ความพึงพอใจ อยู่ในเกณฑ์ “ดี” 3.51 - 4.50 คะแนน (หรือมากกว่าคะแนนปี 2562)

เป้าหมาย ระดับผลลัพธ์	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก ร้อยละ	เป้าหมาย ปี พ.ศ. 2563
A2 ไทยพีบีเอสมี ช่องทางเข้าถึงผู้รับสาร ได้อย่างทั่วถึง และ เนื้อหาของไทยพีบีเอ สมีคุณภาพ หลากหลาย และ แตกต่าง	ความสำเร็จในการมีช่องทางใหม่ที่เข้าถึงผู้รับ สาร (เช่น OTT, Podcast, Social Media)	35	ระดับความสำเร็จในการมี ช่องทางใหม่ที่เข้าถึงผู้รับสาร อยู่ในเกณฑ์ดี (3.51 - 4.50 คะแนน)
	บริการสำหรับผู้พิการทางการได้ยินและ มองเห็นเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา		ชั่วโมงบริการเพิ่มขึ้นไม่น้อย กว่าร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปี 2562
	จำนวนผู้รับสารเพิ่มขึ้นในทุกแพลตฟอร์ม - On Air - Online (OTT, Podcast & Social Media) - จำนวนผู้รับสารของ Sub-BU		จำนวนผู้รับสารทุก แพลตฟอร์มเพิ่มขึ้นเฉลี่ยอยู่ใน เกณฑ์ “ดี” (3.51 - 4.50 คะแนน)
	คะแนนเฉลี่ยของคุณภาพ เนื้อหาของไทยพีบี เอส		คะแนนคุณภาพเนื้อหาจาก การประเมินผลอยู่ในเกณฑ์ “ดี” (3.51 - 4.50 คะแนน)
A3 ไทยพีบีเอสได้รับ การยอมรับว่าเป็นสื่อ สร้าง Informed Citizen	ความพึงพอใจในกระบวนการสร้างการเรียนรู้ และประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาและกิจกรรม ของไทยพีบีเอส	20	ความพึงพอใจ อยู่ในเกณฑ์ “ดี” 3.51 - 4.50 คะแนน (หรือมากกว่าคะแนนปี 2562)
A4 ส.ส.ท. สร้างความ มั่นคงและยั่งยืนด้วย หุ้นส่วนทางสังคม	ความสำเร็จในการทำงานร่วมกับภาคีหุ้นส่วน - ความพึงพอใจของเครือข่าย - จำนวนภาคีหุ้นส่วนที่เพิ่มขึ้น	15	ระดับความสำเร็จในการ ทำงานร่วมกับภาคีหุ้นส่วน อยู่ ในเกณฑ์ “ดี” (3.51 - 4.50 คะแนน)
A5 ส.ส.ท. เป็น Trusted Brand ในใจ ประชาชน	ความสำเร็จของการสร้างความเป็น Trusted Brand - รายได้จากทรัพย์สินที่มีอยู่และรายได้จาก ทรัพย์สินทางปัญญาที่เพิ่มขึ้น - ความผิดพลาดของเนื้อหา เทคนิคและ จริยธรรมที่ลดลง - พนักงานที่นำทักษะด้านดิจิทัลและ Transmedia ไปใช้พัฒนางาน - ความสำเร็จของการบริหารโครงการและ งบประมาณ	15	ระดับความสำเร็จในการสร้าง ความเป็น Trusted Brand อยู่ในเกณฑ์ “ดี” (3.51 - 4.50 คะแนน)



## งบประมาณปี 2563 และแนวทางการบริหารแผนและงบประมาณ

### 1. แนวทางการจัดทำงบประมาณปี 2563 ดังนี้

1.1. จัดสรรงบประมาณโดยสอดคล้องกับภารกิจตามมาตรา 7 และมาตรา 8 แห่ง พ.ร.บ. ส.ส.ท. พ.ศ. 2551 นโยบายของกรรมการนโยบาย แผนยุทธศาสตร์ 4 ปี (พ.ศ. 2561-2564) และกรอบแผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2563

1.2. จัดสรรงบประมาณแบบ Content-Based Structure ที่ตอบสนองยุทธศาสตร์องค์กรและวาระพิเศษองค์กร ดังนี้

- ผลิตเนื้อหาสร้าง Informed Citizen
- ขับเคลื่อนโครงการรณรงค์ตามวาระ ได้แก่ โครงการ “โลกนี้ไม่มีขยะ” เพื่อสร้างความตระหนักกระตุ้นความรับผิดชอบของสังคมในการร่วมลดขยะ
- พัฒนาช่องทาง วิธีการนำเสนอที่สอดคล้องกับสังคมยุคดิจิทัล
- พัฒนาบุคลากรให้พนักงานสามารถปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล
- โครงการทบทวน พ.ร.บ. ส.ส.ท. เพื่อออกแบบอนาคตของ ส.ส.ท. ให้มั่นคงและยั่งยืน และสร้างการมีส่วนร่วมจากสาธารณะ

1.3. จัดทำงบประมาณขาดดุลโดยวางแผนลงทุนที่ใช้เงินตามแผนสำรองจ่ายมาพัฒนาองค์กร ซึ่งเป็นการลงทุนเพื่อสร้างทรัพย์สินให้ ส.ส.ท. ที่จะนำไปต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มในระยะยาว ดังนี้

- โครงการสมัครใจเกษียณก่อนกำหนด เพื่อบริหารอัตรากำลังให้เป็นไปตามกรอบที่ กนย. อนุมัติ และลดค่าใช้จ่ายบุคลากรในระยะยาว ใช้งบประมาณปี 2563 จำนวน 65 ล้านบาท
- แผนผลิตเนื้อหาคุณภาพสูง เพื่อผลักดันภาพลักษณ์ของไทยพีบีเอสให้ได้รับการยอมรับในความเป็นสื่อสาธารณะที่มีมาตรฐานสูง และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินทรัพย์ทางปัญญาในอนาคต โดยใช้งบประมาณปี 2563 ผลิตรายการประจำปี 16 ตอน 1 เรื่องเพื่อเผยแพร่ในปี 2564 จำนวน 25.6 ล้านบาท
- โครงการพัฒนาพิพิธภัณฑสถานสื่อสาธารณะ ระยะเวลา 3 ปี (พ.ศ. 2563 - 2565) ใช้งบประมาณในปี 2563 จำนวน 19.3 ล้านบาท ปี 2564 จำนวน 16.2 ล้านบาท และปี 2565 จำนวน 5.1 ล้านบาท รวมทั้งสิ้น 40.6 ล้านบาท
- แผนแม่บท ICT ระยะเวลา 3 ปี (พ.ศ. 2562 - 2564) ใช้งบประมาณปี 2563 จำนวน 139.99 ล้านบาท
- โครงการพัฒนาระบบฐานข้อมูล เพื่อทำงานบนพื้นฐานของ Data-Driven Culture ใช้งบประมาณปี 2563 จำนวน 12.04 ล้านบาท
- โครงการพัฒนาเทคนิคและเทคโนโลยีเพื่อการผลิตรายการและออกอากาศ จำนวน 65.67 ล้านบาท
- โครงการปรับปรุงพื้นที่อาคารสำนักงานใหญ่ ส.ส.ท. ใช้งบประมาณปี 2563 จำนวน 30 ล้านบาท

1.4. จัดให้มีแผนสำรอง จำนวน 29.76 ล้านบาท เพื่อใช้ในการดำเนินการตามภารกิจที่ ส.ส.ท. มีความจำเป็น ประกอบด้วย งบฉุกเฉิน 10 ล้านบาท งบสำรองด้านบุคลากร 9.76 ล้านบาท และโครงการทบทวน พ.ร.บ. ส.ส.ท. 10 ล้านบาท

2. **ประมาณการรายรับของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2563** ประกอบด้วย เงินบำรุงองค์การ 2,000 ล้านบาท รายได้จากการให้บริการโครงข่ายทีวีดิจิทัลและบริการสิ่งอำนวยความสะดวก 359 ล้านบาท และรายได้ดอกผลที่เกิดจากเงินหรือทรัพย์สินขององค์การและรายได้อื่น ๆ จำนวน 207 ล้านบาท รวมทั้งสิ้น 2,565.8 ล้านบาท

3. **การจัดสรรงบประมาณรายจ่าย พ.ศ. 2563**

ลำดับ	ประเภทงบประมาณ	งบประมาณปี 2563	
		บาท	สัดส่วน
1	งบบุคลากร	1,402,198,384	64.8%
1.1	แผนด้านเนื้อหา ช่องทาง และบริการ ประกอบด้วย 2 ประเด็น งบบุคลากร	1,285,506,900	59.4%
	1.1.1 ประเด็นงบบุคลากร หลากหลาย ทัวถึง แตกต่าง	1,277,306,900	59.0%
	1.1.2 ประเด็นงบบุคลากรสร้างสรรคการเรียนรู้อุตสาหกรรม	8,200,000	0.4%
1.2	แผนด้านภาคีหุ้นส่วน ประเด็นงบบุคลากร สร้างความมั่นคงและยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม	71,028,000	3.3%
1.3	แผนด้านทุนมนุษย์และทุนองค์กร ประเด็นงบบุคลากร Trusted Brand	45,663,484	2.1%
2	งบบุคลากร	554,607,926	25.6%
3	งบบริหารส่วนกลางสำนัก (งบประจำ)	208,543,260	9.6%
<b>รวมงบประมาณ 1-3</b>		<b>2,165,349,570</b>	<b>100%</b>
4	แผนลงทุนที่ขอใช้เงินตามแผนสำรองจ่าย	357,622,190	-
<b>รวมงบประมาณ 1-4</b>		<b>2,522,971,760</b>	<b>-</b>
5	แผนสำรอง	29,760,000	-
<b>รวมงบประมาณ 1-5</b>		<b>2,552,731,760</b>	<b>-</b>
6	งบบริหารโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก (บุคลากร ดำเนินงาน ลงทุน)	401,125,240	-
<b>รวมทั้งสิ้น</b>		<b>2,953,857,000</b>	<b>-</b>

#### 4. แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณ ปี 2563

กลไก		หลักปฏิบัติ
<b>1. กลไกบริหารงาน</b>		
<b>ด้านแผน</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประชุมกรรมการบริหาร ร่วมกับ ผอ. สำนัก</li> <li>- คณะกรรมการบริหารจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานรายไตรมาสเสนอกรรมการนโยบาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รายงานผลการปฏิบัติงานและแผนการดำเนินงาน เดือนละ 1 ครั้ง</li> <li>- ติดตามการปฏิบัติงานนโยบาย 8 ด้านเทียบแผนงานโครงการ ไตรมาสละ 1 ครั้ง</li> </ul>
<b>ด้านเนื้อหา</b>	- คณะกรรมการยุทธศาสตร์เนื้อหา	- กำกับยุทธศาสตร์เนื้อหา แผนจัดทำรายการ ผังรายการ กลั่นกรองวาระด้านเนื้อหาก่อนเสนอ กบท. กนย. เดือนละ 2 ครั้ง
	- อนุกรรมการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนจากประชาชน	- จริยธรรม ระเบียบปฏิบัติ การเผยแพร่และผลิตรายการก่อนเสนอคณะกรรมการบริหาร และ ผอ.ส.ส.ท. เดือนละ 1 ครั้ง
	- ระบบ Monitoring & Feedback	- รายงานประมวลความคิดเห็นเพื่อพัฒนาก่อนเสนอคณะกรรมการยุทธศาสตร์เนื้อหาเดือนละ 1 ครั้ง
	- ตรวจสอบคุณภาพเนื้อหารายการและกรรมการบริหารสถานี	- ตรวจสอบจริยธรรมและความถูกต้อง คุณภาพเชิงเทคนิค
	- ระบบประเมินผลคุณภาพรายการเพื่อต่อสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตามระยะเวลารอบกลุ่มรายการ</li> <li>- ประเมินคุณภาพรายการตามเกณฑ์สื่อสาธารณะ</li> </ul>
<b>2. ด้านเงินและงบประมาณ</b>		
	- คณะกรรมการบริหารเงิน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- วางแผนจัดทำรอบแนวทางข้อกำหนดวิธีการบริหารเงิน และให้คำปรึกษาแนะนำด้านการเงิน</li> <li>- ตั้งกลไกติดตามการใช้จ่ายงบประมาณและการจัดซื้อจัดจ้างผ่านการประชุมคณะกรรมการบริหารในทุกเดือน เพื่อเร่งรัดการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ และรายงานผลต่อคณะกรรมการนโยบายเป็นรายไตรมาส</li> </ul>
	- ประชุมกรรมการบริหาร ร่วมกับ ผอ. สำนัก	- ติดตามการใช้งบประมาณและการจัดซื้อจัดจ้างเดือนละ 1 ครั้ง
<b>3. ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล</b>		
	- คณะกรรมการยุทธศาสตร์ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาแผนบริหารงานทรัพยากรมนุษย์</li> <li>- กำหนดแนวทางปฏิบัติและกระบวนการดำเนินงานของกลไกในแผนบริหารทรัพยากรมนุษย์</li> </ul>

# แผนปฏิบัติการ ส.ส.ท. พ.ศ. 2563

## วิสัยทัศน์ “มุ่งมั่นเป็นสื่อสาธารณะที่สร้างสรรค์สังคมคุณภาพและคุณธรรม”

พันธกิจ ดำเนินการผลิตรายการ ให้บริการข่าวสาร ความรู้ สารบันเทิงที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ตามข้อบังคับด้านจริยธรรมขององค์การเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อทุกแขนงโดยยึดถือผลประโยชน์สาธารณะและความคุ้มค่าเป็นสำคัญ

### วัตถุประสงค์ขององค์กร (มาตรา 7 แห่ง พ.ร.บ. ส.ส.ท. พ.ศ. 2551)

1. ดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ที่สนับสนุนการพัฒนาสังคมคุณภาพ คุณธรรม บนพื้นฐานความเป็นไทย โดยผ่านทางบริการข่าวสารที่เที่ยงตรง รอบด้าน สมดุล เชื่อตรงต่อจริยธรรม
2. ผลิตรายการทางด้านข่าวสาร สารประโยชน์ด้านการศึกษา สารบันเทิงที่มีสัดส่วนเหมาะสม คุณภาพสูง เน้นความหลากหลายในมิติต่างๆ โดยมุ่งดำเนินการอย่างปราศจากอคติทางการเมืองและผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ แลยึดถือผลประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ

4. ส่งเสริมประสิทธิภาพการรับข่าวสารเพื่อสร้างสังคมประชาธิปไตยที่ประชาชนได้รับข่าวสารอย่างเท่าเทียมกัน	3. ส่งเสริมให้ความรู้แก่ประชาชนให้ก้าวหน้าทันการเปลี่ยนแปลงของโลก เพื่อประโยชน์ทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่น ผ่านทางการให้บริการข่าวสารและสารประโยชน์อื่น	5. สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน ทั้งทางตรงและทางอ้อมในการกำหนดทิศทางภารกิจให้บริการขององค์การเพื่อประโยชน์สาธารณะ: 6. สนับสนุนกิจกรรมสาธารณะประโยชน์อื่น	
นโยบายเนื้อหา / นโยบายฐานข้อมูล	นโยบายเนื้อหา / นโยบายการเปลี่ยนแปลง	นโยบายเนื้อหา / นโยบายการมีส่วนร่วม / นโยบายความสัมพันธ์ / นโยบายการเปลี่ยนแปลง	นโยบายโครงสร้างและพัฒนามูลฐาน / นโยบายฐานข้อมูล / นโยบายการประเมินผล / นโยบายการจัดการความเสี่ยง

### เป้าประสงค์ 2561 – 2564 “เป็นพื้นที่การเรียนรู้สำหรับทุกคน Learning Space for All” / เป้าประสงค์ 2563 “ร่วมสร้างสังคมแห่ง Informed Citizen”

KPI 1 ความพึงพอใจของประชาชนที่ยอมรับไทยพีบีเอสในการทำหน้าที่สื่อสาธารณะ (การยอมรับในการทำหน้าที่สื่อสาธารณะที่ดีและความคุ้มค่าของการบริการสื่อของไทยพีบีเอส)

KPI 2 มีช่องทางหลากหลายและมีเนื้อหาที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ (ช่องทาง, จำนวนผู้รับสาร, คุณภาพเนื้อหา) KPI 5 ความสำเร็จของการสร้างความเป็น Trusted Brand	KPI 3 ความพึงพอใจในกระบวนการสร้างการเรียนรู้และประโยชน์ที่ได้ออกจากเนื้อหา และกิจกรรมของไทยพีบีเอส	KPI 4 ความสำเร็จในการทำงานร่วมกับภาคีหุ้นส่วน (Partnership)	KPI 5 ความสำเร็จของการสร้างความเป็น Trusted Brand
---	--	---	---

ยุทธศาสตร์แตกต่าง 41 โครงการ 1,285.51 ลบ.

ยุทธศาสตร์ยั่งยืน 31 โครงการ 118.89 ลบ.

ประเด็นศ. 1 หลากหลาย ทั้งถึง แดงต่าง (38 P / 1,277.31 ลบ.)	ประเด็นศ. 2 สร้างสรรค์สังคมเรียนรู้ตลอดชีวิต (3 P / 8.2 ลบ.)	ประเด็นศ. 3 สร้างคุณค่าด้วยหุ้นส่วนทางสังคม (14P, 71.03 ลบ.)	ประเด็นศ. 4 Trusted Brand (17P, 45.66 ลบ.)
--	--	--	--

#### แผนด้านเนื้อหา ช่องทางและบริการ (41 โครงการ 1,285.51 ลบ.)

#### แผนด้านภาคีหุ้นส่วน (14P, 71.03 ลบ.)

#### แผนด้านชุมชนและภาคี (17P, 45.66 ลบ.)

<b>1.1 Content-Based Structure :Agility to Hilight Signature</b>	<b>226.34</b>
คู่ย์	152.59
พัฒนาสื่อ	11.96
เด็ก	2.20
168.14	1.28
ผู้บริหารส่วนกลาง	0.12
คู่ย์	8.27
พัฒนาสื่อ	4.97
19.52	3.25
World 16.6	3.04
คู่ย์	3.36
เนื้อหา	12.00
เนื้อหา	1.60
เนื้อหา	1.70
เนื้อหา	1.80
เนื้อหา	1.00
เนื้อหา	1.72
<b>1.2 Strategic Support : Competitive Advantage</b>	<b>13.16</b>
สื่อ	4.00
7.16	3.16
สื่อใหม่ 6.0	6.00
<b>1.3 Content : Contributed to Informed Citizen</b>	<b>809.30</b>
สำนักข่าว	232.53
234.55	2.00
สำนัก	347.00
รายการ	108.00
รายการ	10.00
471.0	6.00
สคส 38.75	38.75
สื่อใหม่	15.60
26.74	11.14

<b>2.1 เนื้อหาสร้างการเรียนรู้</b>	
มีกิจกรรมรองรับเพิ่มเติมในกลยุทธ์ที่ 1.1 และ 1.3	-
<b>2.2 กิจกรรมสร้างการเรียนรู้</b>	<b>8.2</b>
สื่อสารฯ	3.5
8.2	2.5
โครงการ Thai PBS Academy	2.2
มีกิจกรรมรองรับเพิ่มเติมในยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ 1.1 และ:	
ยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ 3.1	
<b>1.3 Content : Contributed to Informed Citizen</b>	
สคส. 23.6	15.34
สคส. 2.94	2.94
สพอ. 20	20.00
ยุทธศาสตร์	
<b>1.4 Platform : More Digital</b>	<b>208.35</b>
สื่อใหม่	55.40
สำนัก	98.74
โทรทัศน์	30.61
152.95	
โทรทัศน์	23.60
<b>1.5 Content Marketing &amp; PR</b>	<b>20.15</b>
สื่อใหม่	8.00
สคส.12.15	12.15
<b>1. จบโครงการ</b>	<b>1,402.20 ลบ.</b>
<b>2. จบบุคลากร</b>	<b>564.61 ลบ.</b>
<b>3. จบบริหารส่วนกลาง</b>	<b>208.64 ลบ.</b>
<b>4. แผนตลาด (รับชมและเผยแพร่)</b>	<b>367.62 ลบ.</b>
<b>5. แผนค่าโฆษณา (รวมค่าเช่าพื้นที่)</b>	<b>29.76 ลบ.</b>
<b>6. จบบริหารโครงการ</b>	<b>401.13 ลบ.</b>
<b>รวม</b>	<b>2,963.86 ลบ.</b>

<b>3.1 บัญชียาการค้าหรือชื่อยี่ห้อ (Endores)</b>	<b>31.50</b>
โครงการสื่อสาร Brand Thai PBS	24.80
สื่อสารและ	1.00
ภาคี	1.50
สปีฟิซฯ	2.80
31.5	0.40
โครงการ Thai PBS Shop	1.00
มีกิจกรรมรองรับเพิ่มเติมในยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ 1.1, 1.3	
ยุทธศาสตร์ที่ 2 กลยุทธ์ที่ 2.2 และยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์	
<b>3.2 สร้างกระบวนการมีส่วนร่วมทางประชาชน (Engage)</b>	<b>27.21</b>
สคส.	5.34
5.34	
สคส.	21.47
21.87	0.40
<b>3.3 ชัยชนะใหม่ยกระดับความเป็นหุ้นส่วน (Empower)</b>	<b>8.90</b>
สคส. 6.0	6.00
สคส.	1.00
2.9	1.90
มีกิจกรรมรองรับเพิ่มเติมในยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ 1.1	
และยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ 3.2	
<b>3.4 ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสังคมไปสู่นวัตกรรมที่เป็น</b>	<b>3.42</b>
<b>เป้าหมายร่วมกัน (Public Campaign)</b>	
สคส.	1.00
3.42	2.42
มีกิจกรรมรองรับเพิ่มเติมในยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ 1.1 และ:	
1.3 และยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ 3.2	

<b>4.1 กำกับเนื้อหาให้มีความถูกต้อง กับสมัย และใช้เป็นแหล่งอ้างอิงได้</b>	-
มีกิจกรรมรองรับเพิ่มเติมในตัวของสำนักผลิตเนื้อหาและ:	-
กลไกควบคุมคุณภาพและจริยธรรมตามมาตรฐานของสื่อ	-
สาธารณะที่สนับสนุนกลไกนี้	-
<b>4.2 สร้างความไว้วางใจในการเป็นที่พึ่งของประชาชน</b>	-
มีกิจกรรมรองรับเพิ่มเติมในยุทธศาสตร์ 1	-
<b>4.3 สื่อสารเพื่อตอกย้ำความเป็นสื่อสาธารณะ</b>	-
มีกิจกรรมรองรับเพิ่มเติมในยุทธศาสตร์ 2 กลยุทธ์ที่ 2.1	-
<b>4.4 ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล</b>	-
มีกิจกรรมรองรับเพิ่มเติมในยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ที่ 1.2	-
และโครงการพัฒนาระบบฐานข้อมูลในแผนลงพื้นที่เชิง	-
<b>4.5 พัฒนาระบบบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์และพัฒนาทรัพยากร</b>	<b>21.00</b>
สำนัก HR	14.00
โครงการ Transforming Digital Learning	5.00
21.0	2.00
โครงการ Career Development & Management	2.00
<b>4.6 สร้างความยั่งยืนด้วยการลดค่าใช้จ่ายและหารายได้</b>	-
มีกิจกรรมรองรับเพิ่มเติมในยุทธศาสตร์ที่ 2 กลยุทธ์ 2.2 และ:	-
ยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ 3.3 และยุทธศาสตร์ที่ 4 กลยุทธ์ 4.7	-
<b>4.7 กลยุทธ์พัฒนาการบริหารจัดการและงานสนับสนุนเป็นประสิทธิภาพ</b>	<b>21.56</b>
สคส.	0.45
1.45	1.00
สคส. 7.76	7.76
สำนัก HR	2.00
2.3	0.30
สำนัก	0.84
บริหาร	0.30
9.94	2.80
คทอ. 3.56	3.56
โครงการดำเนินการตามแผนการตรวจสอบประจำปี 2563	0.39
สพอ.	0.34
2.56	0.55
โครงการบริหารจัดการความเสี่ยงและสร้างเสริมธรรมาภิบาล	1.28
<b>4.8 พัฒนาระบบประเมินคุณค่าแบบ 360° จากภาคีหุ้น</b>	<b>3.10</b>
สคส. 3.1	3.10

# สารบัญ

หน้า

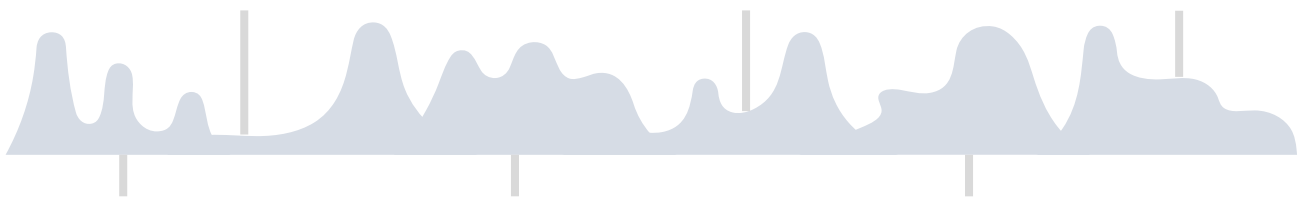
บทนำ	
บทสรุปผู้บริหาร	
แผนที่ยุทธศาสตร์ ส.ส.ท. ปี 2563	
ส่วนที่ 1 แผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2563	1
• แนวทางการจัดทำแผนบริหารกิจการ	2
1. วัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ และพันธกิจของ ส.ส.ท.	2
2. ทิศทาง และ นโยบายของคณะกรรมการนโยบาย พ.ศ. 2562 เป็นกรอบแนวทางไปสู่การปฏิบัติ	3
3. การทบทวนสถานการณ์สำคัญ	4
4. วิเคราะห์ผลประเมินและผลการดำเนินงานตามแผนบริหารกิจการ	5
4.1 รายงานการประเมินผลการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ประจำปี พ.ศ. 2561	5
4.2 ผลการดำเนินงานตามแผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2562 (ครึ่งปี)	8
• สำคัญของแผนบริหารกิจการประจำปี พ.ศ. 2563	12
กรอบภารกิจหลักและเป้าหมายที่คาดการณ์จะได้รับตามแผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2563 ของ ส.ส.ท. (Keys Focus Areas & Expected Outcomes)	13
แผนด้านเนื้อหาช่องทาง และบริการ (Content, Platform & Services)	14
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 เข้าถึงผู้รับและผู้ใช้สื่อที่หลากหลาย ทั่วถึง ด้วยสารประโยชน์ที่แตกต่าง	14
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างสรรค์การเรียนรู้ตลอดชีวิต	17
แผนด้านภาคีหุ้นส่วน (Partnership Plan)	19
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม	
แผนด้านทุนมนุษย์และทุนองค์กร (Human & Organization Capital Plan)	21
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้าง ส.ส.ท. ให้เป็น Trusted Brand ในใจประชาชน	
• การดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล	23
• การบริหารความเสี่ยง	24
ส่วนที่ 2 ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2563	25
ส่วนที่ 3 แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณ ปี 2563	29
งบประมาณปี 2563	30
แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณ ปี 2563	38
ภาคผนวก 1 แผนงาน/โครงการ และงบประมาณ ปี 2563 ของ ส.ส.ท.	42
ภาคผนวก 2 กรอบความคิดแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. พ.ศ. 2561-2564	121

สารบัญแนภาพ		หน้า
แผนภาพที่ 1	แนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. สู่การกำหนดยุทธศาสตร์องค์กร ปี 2561 – 2564	4
แผนภาพที่ 2	สถานการณ์และผลกระทบในภูมิภาคนี้	5
แผนภาพที่ 3	ผลสำรวจความจำเป็นของสื่อสาธารณะของกรุงเทพโพลล์	8
แผนภาพที่ 4	นิยาม Informed Citizen ของไทยพีบีเอส	10
แผนภาพที่ 5	ทิศทางการดำเนินงานตามแผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2561 - 2564	11
แผนภาพที่ 6	แผนยุทธศาสตร์ของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2563	12
แผนภาพที่ 7	กรอบภารกิจหลักและเป้าหมายที่คาดการณ์จะได้รับตามแผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2563 ของ ส.ส.ท. (Keys Focus Areas & Expected Outcomes)	13
แผนภาพที่ 8	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 เข้าถึงผู้รับสารและผู้สื่อข่าวที่หลากหลาย ทั้งถึง ด้วยสารประโยชน์ที่แตกต่าง	14
แผนภาพที่ 9	เนื้อหาที่เป็นวาระหลักของไทยพีบีเอส (Thai PBS Core Agenda)	15
แผนภาพที่ 10	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างสรรค์สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต	17
แผนภาพที่ 11	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม	19
แผนภาพที่ 12	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้าง ส.ส.ท. ให้เป็น Trusted Brand ในใจประชาชน	21
แผนภาพที่ 13	ประมาณการรายรับของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2563	32
แผนภาพที่ 14	งบประมาณปี 2563 แยกตามภารกิจ	35
แผนภาพที่ 15	แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณ ปี 2563	41
แผนภาพที่ 16	เหตุผลในการเป็น “Learning Space for All” ของ ส.ส.ท.	122
แผนภาพที่ 17	นิยาม “Learning Space for All”	123
แผนภาพที่ 18	ตัวอย่างการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านผู้รับสาร/ผู้สื่อข่าวที่หลากหลายและทั่วถึง	125
แผนภาพที่ 19	การออกแบบแนวคิดการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านสารประโยชน์และคุณค่าแบบสื่อสาธารณะ	126
แผนภาพที่ 20	แนวคิดการจัดพื้นที่เรียนรู้ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต	126
แผนภาพที่ 21	แนวคิดการจัดวางความสัมพันธ์กับภาคีหุ้นส่วน ที่สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 คือสร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม	127
แผนภาพที่ 22	แนวคิดและการนิยามความหมายที่เป็นรูปธรรม วัดผลได้ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการเป็น Trusted Brand ในใจประชาชน	128
แผนภาพที่ 23	การจัดกลไกทางยุทธศาสตร์ที่จะนำไปสู่การสร้างความเป็น Trusted Brand ในใจประชาชน	128

สารบัญญัตราสาร		หน้า
ตารางที่ 1	ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2563 (Corporate KPIs)	26
ตารางที่ 2	เปรียบเทียบงบประมาณตามแผนและประเด็นยุทธศาสตร์ งบบุคลากร งบประจำ แผนลงทุนตามแผนการใช้จ่ายเงินสำรองรอจ่าย แผนสำรอง และงบบริหารโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวก ปี 2562 – ปี 2563	34
ตารางที่ 3	เปรียบเทียบงบประมาณตามประเภทการใช้งบประมาณปี 2562 – 2563	36
ตารางที่ 4	เปรียบเทียบงบประมาณตามสำนัก ปี 2562 – ปี 2563	36
ตารางที่ 5	แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณปี 2563	38



# แผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2563





## แผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2563

### แนวทางการจัดทำแผนบริหารกิจการ

#### 1. เป็นไปตามวัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร ดังนี้

วัตถุประสงค์ของกิจการฯ ตามมาตรา 7 แห่งพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551

- (1) ดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่จะสนับสนุนการพัฒนาสังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรม บนพื้นฐานของความเป็นไทย โดยผ่านทางบริการข่าวสารเที่ยงตรง รอบด้าน สมดุล และเชื่อถือต่อจรรยาบรรณ
- (2) ผลิตรายการทางด้านข่าวสาร สารประโยชน์ทางการศึกษา และสาระบันเทิง ที่มีสัดส่วนอย่างเหมาะสมและมีคุณภาพสูง เน้นความหลากหลายในมิติต่างๆ โดยมุ่งดำเนินการอย่างปราศจากอคติทางการเมืองและผลประโยชน์เชิงพาณิชย์
- (3) ส่งเสริมความรู้ให้แก่ประชาชนให้ก้าวหน้าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกเพื่อประโยชน์ทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่นผ่านทางบริการข่าวสารและสารประโยชน์อื่น
- (4) ส่งเสริมเสรีภาพในการรับรู้ข่าวสารเพื่อสร้างสังคมประชาธิปไตยที่ประชาชนได้รับอย่างเท่าเทียมกัน
- (5) สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมในการกำหนดทิศทางการให้บริการขององค์กรเพื่อประโยชน์สาธารณะ
- (6) สนับสนุนกิจกรรมสาธารณะประโยชน์อื่นๆ

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

อำนาจหน้าที่หลักของกิจการฯ ตามมาตรา 8 แห่งพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551

1. จัดให้มีสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์ หรือเผยแพร่รายการในระบบอื่นหรือเทคโนโลยีทันสมัยอื่น โดยมีเครือข่ายให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศหรือให้มีสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์เพิ่มเติม เป็นเครือข่าย ไม่เก็บค่าสมาชิกและไม่หารายได้จากการโฆษณา เว้นแต่เป็นการสนับสนุนจากผู้สนับสนุนองค์กร
2. ให้บริการผลิตสื่อสตรีททัศน์ หรือบริการระบบเครือข่ายสารสนเทศอื่นหรือบริการอื่นใดที่เกี่ยวข้องหรือเป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่รายการ
3. ให้การสนับสนุนและพัฒนาศักยภาพและการสร้างสรรค์การผลิตรายการของผู้ผลิตรายการอิสระ
4. ร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐ องค์กรภาคเอกชน ชุมชน หรือหน่วยงานต่างประเทศ หรือองค์การระหว่างประเทศ หรือสถานีวิทยุหรือสถานีโทรทัศน์ขององค์การสื่อสารสาธารณะของต่างประเทศ

ในการผลิตรายการอันเป็นการส่งเสริมความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะหรือสร้างความร่วมมือทางวัฒนธรรมระหว่างกัน

5. กระทำการอื่นบรรดาที่เกี่ยวกับหรือต่อเนื่องในการจัดการให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์การ

#### วิสัยทัศน์

**“ มุ่งมั่นเป็นสถาบันสื่อสาธารณะ ที่สร้างสรรค์สังคมคุณภาพและคุณธรรม ”**

#### พันธกิจ

**“ ให้บริการข้อมูลข่าวสาร สารประโยชน์ สารบันเทิงที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามข้อบังคับด้านจริยธรรมขององค์การ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อทุกแขนงโดยยึดถือผลประโยชน์สาธารณะและความคุ้มค่าเป็นสำคัญ ”**

### 2. ทิศทาง และนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย ปี 2562 เป็นกรอบแนวทางไปสู่การปฏิบัติ ดังนี้

- 2.1 นโยบายเนื้อหาและการนำเสนอ พัฒนาเนื้อหาให้แตกต่างบนฐานขององค์ความรู้และการมีส่วนร่วมของเครือข่ายทุกภาคส่วน และบูรณาการการนำเสนอทุกช่องทางการสื่อสาร โดยให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์
- 2.2 นโยบายโครงสร้างและพัฒนาบุคลากร ปรับโครงสร้างและกลไกการทำงานให้กระชับคล่องตัว และมีประสิทธิภาพ พัฒนาศักยภาพให้มีกระบวนการทัศน์และทักษะที่เหมาะสมกับภาระงานที่เปลี่ยนแปลงไป และกำหนดค่าตอบแทนให้สอดคล้องกับความรู้ความสามารถและผลการดำเนินงาน
- 2.3 นโยบายการเปลี่ยนแปลง ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรม โดยเป็นโรงเรียนของสังคม เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิตของประชาชน การพัฒนาที่ยั่งยืนตลอดจนการสื่อสารสันติภาพ
- 2.4 นโยบายการมีส่วนร่วม ดำเนินการให้สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ ภาคีเครือข่าย และประชาชนทั่วไปมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายการเสนอข่าว รายการ การติดตามตรวจสอบการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ตลอดจนการขยายฐานผู้ใช้บริการ
- 2.5 นโยบายความสัมพันธ์ ร่วมมือกับบุคคล หน่วยงาน ทั้งภาครัฐ เอกชน ภาคประชาสังคม และชุมชน บนพื้นฐานประโยชน์สาธารณะและการดำเนินงานที่เป็นอิสระของสื่อสาธารณะ
- 2.6 นโยบายฐานข้อมูล สร้างระบบฐานข้อมูล เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการ การนำเสนอ ข่าวสาร รายการที่เจาะลึกในทุกมิติอย่างรอบด้านและให้ประชาชนสามารถเข้าถึงใช้ประโยชน์ได้
- 2.7 นโยบายการประเมินผล พัฒนาเครื่องมือประเมินคุณภาพและความคุ้มค่าทางสังคมในการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของสื่อสาธารณะ และเป็นที่ยอมรับของสังคม นอกเหนือจากการประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ
- 2.8 นโยบายการจัดการความเสี่ยง มีแผนบริหารและจัดการความเสี่ยงทั้งภายในและภายนอกองค์กร

**แนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์องค์กร**



แผนภาพที่ 1 แนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. สู่การกำหนดยุทธศาสตร์องค์กรปี 2561 – 2564

**3. การทบทวนสถานการณ์สำคัญ** ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานในฐานะสื่อสาธารณะของ ส.ส.ท. ดังนี้

3.1 สื่อสาธารณะจากทั่วโลกต้องเผชิญสถานการณ์เช่นเดียวกับ ส.ส.ท. ทั้งวิกฤติการณ์ Disruption ต่างๆ และประเด็นความคุ้มค่าอย่างเป็นรูปธรรมที่ต้องตอบสนอง แต่สื่อสาธารณะทั่วโลกต่างก็ผ่านสถานการณ์เหล่านี้ไปได้โดยการปรับองค์กรด้วยวิธีการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการจัดตั้งหน่วยรองรับเพื่อปรับรูปแบบการทำงานให้เป็นที่ไปตามพฤติกรรมของผู้รับสาร การให้ความสำคัญกับสื่อใหม่ การทำ transmedia หรือการพัฒนาระบบ Data System มารองรับการทำงาน ซึ่ง ส.ส.ท. ได้ค้นหาแนวทางการปรับตัวดังกล่าว เพื่อใช้ประกอบการวางแผนปรับองค์กรภายใต้แผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2563

3.2 เทคโนโลยี 5G ที่มีประสิทธิภาพสูงด้วยการรองรับปริมาณข้อมูลได้มากขึ้น ทำให้การสื่อสารด้วยภาพ เสียง หรือวิดีโอ และการสื่อสารแบบ Interactive Communications รวดเร็วกว่าเดิม ส่งผลให้คนใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น

3.3 การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมสื่อทีวีดิจิทัล ที่มีผู้ประกอบการช่องทีวีดิจิทัลจำนวน 7 ช่องรวมทั้งช่องเด็กขอคืนกิจการ เปลี่ยนไปแข่งขันบนสื่อออนไลน์ และให้ความสำคัญกับ Digital Platform มากขึ้น

3.4 การมีคู่แข่งเพิ่มขึ้นทั้งจากกลุ่ม Broadcast และ Video On Demand มีการแลกเปลี่ยนหรือซื้อเนื้อหาไปออกอากาศเพื่อลดต้นทุนผลิต การร่วมธุรกิจกับนักลงทุน (Investors) แบบ Profit Sharing เพื่อแบ่งการขายสินค้าไปกับเนื้อหา รวมถึงการเข้ามาแข่งขันในตลาดเนื้อหาของกลุ่มผู้ประกอบการด้าน Telecom

3.5 พฤติกรรมของผู้รับสารที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยสูงถึง 10 ชั่วโมง 5 นาทีต่อวัน และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ สูงถึง 3 ชั่วโมง 30 นาทีต่อวัน เนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและราคาที่เข้าถึงได้ ทำให้ผู้ชมสามารถรับชมรายการที่หลากหลายและชมย้อนหลังได้สะดวกยิ่งขึ้น สร้างพฤติกรรมแบบ Personalized Media Consumption มากขึ้นเรื่อย ๆ

3.6 สถานการณ์และผลกระทบด้านการเมือง-เศรษฐกิจ และความเสียงด้านการเงินของ ส.ส.ท. ที่อาจมาจากนโยบายรัฐและการเมือง จากการทบทวน พ.ร.บ. ส.ส.ท. ตามมาตรา 51 และการลดลงของรายรับจากการให้บริการโครงข่ายอันเนื่องมาจากมาตรการของ กสทช. ที่ ส.ส.ท. ต้องปรับตัวเพื่อรองรับสถานการณ์



แผนภาพที่ 2 สถานการณ์และผลกระทบในภูมิทัศน์สื่อ

#### 4. วิเคราะห์ผลประเมิน และผลการดำเนินงานตามแผนบริหารกิจการ

4.1 รายงานการประเมินผลการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ประจำปี พ.ศ. 2561 ตามมาตรา 50 แห่ง พ.ร.บ. ส.ส.ท. พ.ศ. 2551 โดยศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรกฎาคม 2562 มีประเด็นนำเสนอรายงานสรุปการประเมินผลการดำเนินงาน ด้านความสอดคล้องในการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์จัดตั้งองค์กรฯ ดังนี้

1) การเปลี่ยนแปลงเชิงยุทธศาสตร์ ในปี 2561 กำหนดแผนบริหารกิจการในเชิงยุทธศาสตร์โดยมุ่งเน้นที่การขับเคลื่อนการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง มียุทธศาสตร์ที่สำคัญ 2 ด้าน คือ (1) การสร้างความแตกต่าง โดยเน้นเนื้อหาและช่องทางที่ตรงตามความสนใจและพฤติกรรมของแต่ละคน ไปพร้อมกับรายการที่นำเสนอ ค่านิยมร่วมของสังคม รายการที่มีคุณภาพและสร้างสรรค์ และรายการที่สื่อทั่วไปอาจไม่ให้ความสนใจมากนัก (2) การสร้างความยั่งยืน โดยต่อยอดคุณค่าสื่อสาธารณะ การยกระดับภาคีเครือข่ายให้เป็นภาคีหุ้นส่วน รวมถึงสร้างการรับรู้และจดจำ พร้อมปรับปรุงแนวทางการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพและมีธรรมาภิบาล

2) การขับเคลื่อนการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง โดยนำเสนอข่าวสารและสาระต่าง ๆ มีจุดเน้นเพิ่มเติม ในเรื่องของการให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของสารและสื่อต่าง ๆ, การรายงานแบบเน้นข้อมูลข่าวสารเชิงลึก (Data Journalism), การรายงานแบบค้นหาทางเลือก/ทางออก (Solution-based journalism), การเปิดพื้นที่และช่องทางของภาคพลเมืองโดยเน้นช่องทางใหม่ที่เชื่อมต่อกับกระบวนการนโยบายสาธารณะได้อย่างสร้างสรรค์, การเปิดพื้นที่และเสริมพลังของพลเมืองที่ทำงานขับเคลื่อนในเชิงรุก, และการกำหนดเป้าหมายและแนวทางในการขับเคลื่อนการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลงในแต่ละกรณีให้มีความชัดเจนมากขึ้น เช่น กรณีหนีไม่เป็นธรรม กรณีทุจริตอาหารกลางวันนักเรียน และทุจริตเงินคนพิการ การปฏิรูปการศึกษาในกรณีการเปลี่ยนระบบสอบเข้ามหาวิทยาลัยหรือ TCAS กรณีการจัดการขยะในการสร้างนวัตกรรมชุมชนปลอดภัย และการส่งเสริมการเรียนรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมและความหลากหลายทางวัฒนธรรมผ่านสารคดีโยเดีย เป็นต้น

3) ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งองค์กร ตามพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 ดังนี้

(1) *ดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ที่จะสนับสนุนการพัฒนาสังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรม บนฐานของความเป็นไทย โดยผ่านบริการข่าวสารที่เที่ยงตรง รอบด้าน สมดุล และเชื่อถือตรงต่อจรรยาบรรณ*

- ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ชมไทยพีบีเอสของกรุงเทพโพลล์ในด้านพันธกิจของสื่อสาธารณะ ผลการประเมินได้ 3.88 คะแนน (จาก 5 คะแนน) อยู่ในเกณฑ์ที่ดี โดยมีมติที่คะแนนมากที่สุด คือ ผลิตรายการข่าวสาระบันเทิงที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ได้คะแนนเฉลี่ย 3.98 คะแนน ด้านการคงไว้ซึ่งความเป็นสถาบันสื่อสาธารณะ ได้คะแนน 3.94 คะแนน และด้านการมีส่วนร่วมสำคัญต่อการสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ได้คะแนน 3.86 คะแนน

- ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ชมไทยพีบีเอสของกรุงเทพโพลล์ ในด้านความน่าเชื่อถือ ผลการประเมินได้ 3.90 คะแนน ซึ่งเป็นมติที่ได้คะแนนมากที่สุด โดยด้านที่ได้คะแนนมากที่สุดคือ ด้านเป็นที่พึ่งพาแก่สาธารณชน ได้ 3.94 คะแนน และด้านรักษาจรรยาบรรณสื่อ มีจริยธรรมในการนำเสนอ ได้ 3.90 คะแนน

(2) *ผลิตรายการทางด้านข่าวสาร สารประโยชน์ทางการศึกษา และสาระบันเทิง ที่มีสัดส่วนอย่างเหมาะสมและมีคุณภาพสูง เน้นความหลากหลายในมิติต่างๆ โดยมุ่งดำเนินการอย่างปราศจากอคติทางการเมืองและผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ และยึดถือผลประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ*

- ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ชมไทยพีบีเอสของกรุงเทพโพลล์ในด้านความโดดเด่น ผลการประเมินรวมได้ 3.86 คะแนน โดยด้านที่คะแนนมากที่สุด คือ รูปแบบรายการแปลกใหม่ มีแนวคิดสร้างสรรค์ ได้ 3.90 คะแนน และด้านผู้นำในด้านคุณภาพของรายการ ได้ 3.88 คะแนน

- ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ชมไทยพีบีเอสของกรุงเทพโพลล์ ในด้านความหลากหลาย ผลการประเมินรวมได้ 3.99 คะแนน ด้านที่ได้คะแนนมากที่สุด คือ รูปแบบและประเภทการนำเสนอมีความหลากหลาย เหมาะสมกับผู้ชมแต่ละช่วงวัย ได้ 4.12 คะแนน ด้านการนำเสนอเนื้อหาสาระหลากหลายมุมมอง เช่น ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต การศึกษา ความเป็นพลเมือง และความเท่าเทียม ได้ 4.10 คะแนน และด้านการนำเสนอเนื้อหาความหลากหลายทางวัฒนธรรมได้ 3.96 คะแนน

- ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ชมไทยพีบีเอสของกรุงเทพโพลล์ ในด้านเนื้อหารายการมีการสื่อสารและการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เหมาะสม และสามารถรับชมได้ทุกเพศ ทุกวัย ของไทยพีบีเอส ได้ 4.11 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ดีมาก

- ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ชมไทยพีบีเอสของกรุงเทพโพลล์ ด้านความมีอิสระในวิชาชีพ ในด้านความเป็นกลาง โปร่งใส และตรวจสอบได้ 3.58 คะแนน และในแง่ความเป็นอิสระจากอำนาจธุรกิจและการเมืองได้ 3.47 คะแนน

(3) *ส่งเสริมให้ความรู้แก่ประชาชนให้ก้าวหน้าทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกเพื่อประโยชน์ทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่นผ่านการให้บริการข่าวสารและสารประโยชน์อื่น ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ชมไทยพีบีเอสของกรุงเทพโพลล์ พบว่า*

- ผู้ชมไทยพีบีเอสร้อยละ 75.4 ได้รับความรู้ แง่คิด และมีความเข้าใจเรื่องราว/ประเด็นต่างๆ มากขึ้น ในระดับมากจนถึงมากที่สุด

- ผู้ชมไทยพีบีเอสร้อยละ 56.3 ได้รับความรู้ใหม่ที่ไม่เคยรู้มาก่อน และได้แนวคิดใหม่และมุมมองที่สร้างสรรค์ ในระดับมากจนถึงมากที่สุด
- ผู้ชมไทยพีบีเอสร้อยละ 41.7 ได้รับความรู้ที่สร้างแรงจูงใจ และแรงบันดาลใจ ในระดับมากจนถึงมากที่สุด
- ผู้ชมไทยพีบีเอสร้อยละ 31.6 ได้รับความรู้ที่ได้ไปใช้ชีวิตหรือทำงาน ครอบครัว ชุมชน ในระดับมากจนถึงมากที่สุด

(4) ส่งเสริมเสรีภาพในการรับรู้ข่าวสารเพื่อสร้างสังคมประชาธิปไตยที่ประชาชนได้รับข่าวสารอย่างเท่าเทียมกัน

- ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ชมไทยพีบีเอสของกรุงเทพโพลล์ในแง่**ความมีอิสระในวิชาชีพ** พบว่า ผลการประเมินได้ 3.70 คะแนน โดยด้านที่ได้คะแนนมากที่สุดคือ ด้านมีความกล้าหาญในการรายงานข่าวได้ 3.92 คะแนน และด้านนำเสนอเนื้อหาที่สร้างความปรองดองสมานฉันท์/ไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งได้ 3.80 คะแนน

- ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ชมไทยพีบีเอสของกรุงเทพโพลล์ ในแง่พันธกิจของสถาบันสื่อสาธารณะ พบว่าด้านการมีส่วนร่วมสำคัญต่อการสร้างสังคมประชาธิปไตยที่เป็นธรรม ได้ 3.73 คะแนน

(5) สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมในการกำหนดทิศทางการให้บริการขององค์กรเพื่อประโยชน์สาธารณะ

- ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ชมไทยพีบีเอสของกรุงเทพโพลล์ **ด้านเป็นที่พึ่งพาแก่สาธารณชน ได้ 3.94 คะแนน**

- ในปี 2561 ไทยพีบีเอสได้พัฒนางาน On Ground ให้กลายเป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้ (หรือ Learning Space) และกระบวนการสร้างภาคีเชิงยุทธศาสตร์

#### 6. สนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์อื่น

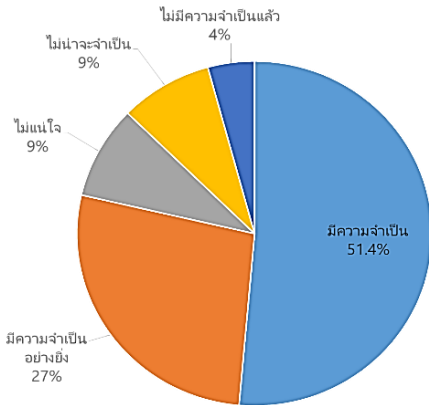
- **การเปิดพื้นที่และช่องทางของภาคพลเมือง** โดยจะเน้นที่การเปิดช่องทางใหม่ ๆ และรูปแบบใหม่ที่เชื่อมต่อกับกระบวนการนโยบายสาธารณะได้อย่างสร้างสรรค์และมีพลังมากขึ้น เช่น การอนุรักษ์ รุกขมรดก การจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์

- **การเปิดพื้นที่และเสริมพลังของผู้ปฏิบัติการใหม่ ๆ (Policy Actors) หรือ พลเมืองที่ทำงานขับเคลื่อนในเชิงรุก** ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ตามวิถีเศรษฐกิจพอเพียง รวมถึงเครือข่ายครูและโรงเรียนที่พัฒนาการเรียนการสอนทางวิทยาศาสตร์

**ประสิทธิผลในเชิงต้นทุน** ในปี 2561 ไทยพีบีเอสมีผู้รับชมรายการมากขึ้นประมาณร้อยละ 12.5 เฉลี่ย 62,000 คน/นาที ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยในการให้บริการลดลงจาก 3.83 บาท/คน/นาที ในปี 2560 ลงมาเหลือ 3.79 บาท/คน/นาที ในปี 2561

**การสนับสนุนไทยพีบีเอสด้วยทรัพยากร (เงินทุน) สาธารณะของผู้รับชม** โดยเปรียบเทียบกับต้นทุนการดำเนินการของสถานีโทรทัศน์สาธารณะทั่วไป เฉลี่ยที่ 3.5 บาทต่อชั่วโมง พบว่า ผู้ชมต้องการสนับสนุนอยู่ที่เฉลี่ย 4.19 บาทต่อชั่วโมง โดยได้รับการสนับสนุนที่มากกว่าต้นทุนการดำเนินการของสถานีโทรทัศน์สาธารณะทั่วไปอยู่ที่ 0.69 บาทต่อชั่วโมง

จำเป็นต้องมีองค์กรที่ทำหน้าที่สื่อสารสาธารณะ โดยไม่มีอิทธิพลทางธุรกิจและอิทธิพลทางการเมืองหรือไม่?



**ความจำเป็นของสื่อสาธารณะ** ผลการสำรวจโดยกรุงเทพโพลล์พบว่า ร้อยละ 51.4 ตอบว่ามีความจำเป็น ร้อยละ 27.2 ตอบว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามถึงความจำเป็นของสถาบันสื่อสาธารณะข้างต้นมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับชม และผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อไทยพีบีเอส

**แผนภาพที่ 3 ผลสำรวจความจำเป็นของสื่อสาธารณะของกรุงเทพโพลล์**

### ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานของ ส.ส.ท.

1. ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเนื้อหาสาระและช่องทางการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง
2. พัฒนาด้านแบบการทำงานเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงในระยะยาว
3. ส่งเสริมงาน On Ground ให้มีบทบาทสำคัญในการสร้างความเปลี่ยนแปลงในเชิงพื้นที่
4. เน้นพัฒนาบุคลากรให้พร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมสื่อ พร้อมกับสร้างขวัญกำลังใจที่ดีในการทำงาน
5. ให้ความสำคัญกับการสื่อสารอัตลักษณ์ และมิติ เรื่องความเป็นอิสระของสื่อสาธารณะ

### 4.2 ผลการดำเนินงานตามแผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2562 (ครึ่งปี) มีผลงานสำคัญ ดังนี้

**ยุทธศาสตร์ที่ 1** เข้าถึงผู้รับสารหลากหลาย ทั้งถึงด้วยสารประโยชน์ที่แตกต่าง จุดไฮไลต์ใน 6 เดือนแรก คือ การร่วมมือกับ 8 ภาคีหุ้นส่วน จัดตั้งศูนย์อำนวยการวาระเลือกตั้ง 62 ภายใต้แคมเปญ “ส่งเสียงประชาชนไปให้ไกลกว่าการเลือกตั้ง” ที่เป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้ไทยพีบีเอสแตกต่างในบทบาทของสื่อสาธารณะ ซึ่งได้เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ธันวาคม 2561 และอยู่ระหว่างการวางแผนติดตามนโยบายรัฐบาล เพื่อส่งต่อประเด็นให้เกิดการตรวจสอบ ให้เสียงประชาชนที่ส่งผ่านไทยพีบีเอส ถูกนำไปกำหนดเป็นนโยบายสาธารณะ

การปรับผังรายการ ในไตรมาสที่ 1 ให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวเข้าต่อเนื่องกัน 5 ชั่วโมง ที่มีทั้งรายการข่าว รายการข่าวเชิงวิเคราะห์ รายการข่าวภาคพลเมือง และการปรับผังอีกครั้งในไตรมาสที่ 3 โดยวางกลยุทธ์รับมือกับสถานการณ์คืนช่องทีวีดิจิทัล 7 รายการรวมถึงช่องเด็ก ซึ่งไทยพีบีเอสปรับกลยุทธ์โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มรายการเด็กและครอบครัว เพื่อทดแทนช่องที่หายไป และปรับเวลาสารคดีเข้ามาอยู่ในช่วง Prime Time

การผลิตเนื้อหาชั้นเยี่ยม (Product Champion) ให้ความสำคัญกับสถานการณ์ภัยพิบัติต่าง ๆ ทั้งการปรับผังรายการพิเศษในการรับมือกับพายุปากีสถาน เนื้อหาที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในประเด็น การบรรจุหลักสูตรความหลากหลายทางเพศในหนังสือเรียนชั้นป.1 จากการนำเสนอประเด็นในรายการนโยบาย by ประชาชน

การพัฒนา Platform ต่างๆ ทั้งการปรับเวอร์ชัน C-Site App ให้สามารถเชื่อมโยงเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นได้มากขึ้น การเป็น Media for All เพิ่มรูปแบบ ทั้ง Live Captioning และ Big Sign,

การทำ Strategic Support Content ที่สมบูรณ์แบบมากขึ้น โดยมีระบบข้อมูลและฐานงานวิจัยในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight) เพื่อการประเมินรายการ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างสรรค์สังคมเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยหัวใจสำคัญ คือ ทำให้ Brand สื่อสาธารณะในเรื่องของการเป็นพื้นที่เรียนรู้สำหรับทุกคนให้เป็นที่จดจำและยอมรับ ซึ่งการดำเนินงานประสบความสำเร็จในการขยายฐานผู้ชมไปสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มที่ไทยพีบีเอสให้ความสำคัญมาก คือ กลุ่มเด็ก เยาวชน และครอบครัว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างคุณค่าและยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม ดำเนินการตามกลยุทธ์ของแผนแม่บทพัฒนาเครือข่าย 3 กลยุทธ์ คือ

การสร้างการยอมรับ (Endorsed) ผ่านการทำงานความร่วมมือกับองค์กรต่างๆ โดยเฉพาะองค์กรด้านเด็กในการจัดกิจกรรมซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเด็กในพื้นที่กว่า 1.2 แสนคน รวมทั้งประเด็นอื่นๆ เช่น เปิดพื้นที่ให้ความรู้เรื่องการแก้ปัญหาหนี้สิน ซึ่งผลประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมและเครือข่ายที่ร่วมจัดงานอยู่ในระดับมากที่สุด

การสร้างการมีส่วนร่วม (Engaging) ที่ทำงานผ่านกลไกสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ ในการจัดเวทีรับฟังเพื่อขับเคลื่อนประเด็นในพื้นที่ โดยมีหลายประเด็นที่ถูกยกระดับเป็นวาระทางสังคมผ่านเครื่องมือ C-Site รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับองค์กรสื่อสากล และการเป็นเจ้าภาพร่วมจัดงานประชุมนานาชาติ INPUT 2019

การสร้างภาคีหุ้นส่วน (Empowering) โดยวางเป้าหมายที่จะพัฒนาภาคีหุ้นส่วนให้เติบโตไปด้วยกัน โดยใช้ C-Site เป็นเครื่องมือในการยกระดับศักยภาพของเครือข่ายให้เป็นผู้ผลิตภาคพลเมือง และขยายการร่วมมือทำงานเชิง Co-Creation กับสื่อสาธารณะของต่างประเทศ เช่น ประเทศไต้หวัน และเกาหลีใต้ เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้าง ส.ส.ท. ให้เป็น Trusted Brand ในใจประชาชน ที่ให้ความสำคัญกับการเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data Driven) ตามแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและฐานข้อมูล การพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้พร้อมไปสู่องค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล และมี Digital DNA การสื่อสารภายในเพื่อปลูกความตระหนักรู้ในความเป็นสื่อสาธารณะและสร้างความร่วมมือภายในองค์กร รวมถึงการทำงานให้โปร่งใส ตรวจสอบได้ ทั้งการทบทวนระเบียบ การทำแผนงบประมาณและแผนจัดซื้อจัดจ้างให้โปร่งใสมีประสิทธิภาพ และการเข้าร่วมประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสภาครัฐกับองค์กร ปปช. เป็นต้น

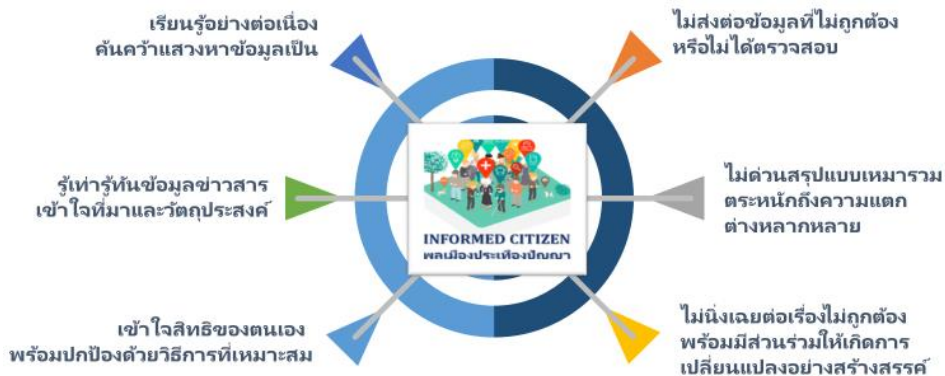
**จุดเน้นที่สำคัญในปี 2563 ของ ส.ส.ท. (Key Focus)** เกิดจากการทบทวนสถานการณ์ช่วงครึ่งปีหลังของปี 2562 เพื่อปรับปรุงยุทธศาสตร์ให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงเรื่องมาตรการ กสทช. ในการคืนคลื่นทีวีดิจิทัล 7 ช่อง และพฤติกรรมผู้บริโภค จึงได้กำหนดจุดเน้น ดังนี้

1. Informed Citizen วางตำแหน่งของจุดเน้นเนื้อหาในการเป็นสื่อร่วมสร้างพลเมืองประเทืองปัญญา โดยสื่อสารเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้แก่ประชาชนได้รู้เท่าทันในสถานการณ์ต่าง ๆ และเกิดแรงบันดาลใจ นำไปปรับใช้เพื่อเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิตและสังคมให้ดีขึ้น

ส.ส.ท. จึงได้วาง **Positioning การเป็นสื่อร่วมสร้าง Informed Citizen** เพื่อนำมาออกแบบยุทธศาสตร์และโครงการ ผลักดันให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ที่วางไว้ โดยมีนิยามของ Informed Citizen ดังแสดงในแผนภาพที่ 7



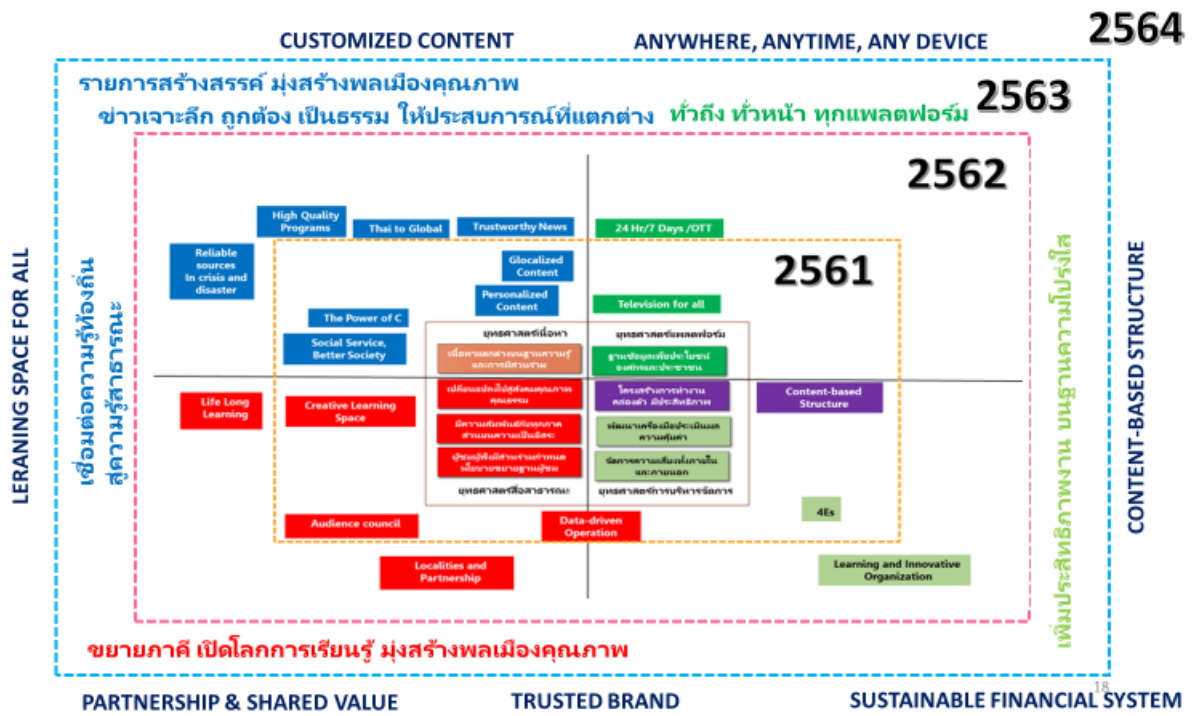
## 2020 Positioning: Informed Citizen



### แผนภาพที่ 4 นิยาม Informed Citizen ของไทยพีบีเอส

2. Human Touch Presentation นำเสนอเนื้อหาให้ผู้ชมผู้ฟัง สัมผัสได้ถึงความเป็นกันเอง เข้าใจง่าย เข้าถึงใจผู้บริโภค ภายใต้กรอบจริยธรรมที่เข้มแข็ง
3. Competitive Content มุ่งออกแบบเนื้อหาพิเศษ ให้สามารถแข่งขันได้ เช่น สารคดี ละคร และ Factual Program
4. Multi Platform เผยแพร่เนื้อหาในหลากหลายช่องทางที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับสื่อที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย
5. People เพิ่มศักยภาพบุคลากร ปรับวิธีคิด (Mindset) ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปสู่ Disruptive Technology
6. พัฒนา Brand ไทยพีบีเอสให้สื่อถึงอัตลักษณ์ ในการเป็นพื้นที่เรียนรู้ตลอดชีวิตของสังคม
7. Management พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรและระบบงานสนับสนุนให้มีประสิทธิภาพ ปรับปรุงกฎระเบียบให้สอดคล้องกับการดำเนินงาน ปรับโครงสร้างองค์กรให้มีความคล่องตัว แต่ยังคงความโปร่งใส ตรวจสอบได้

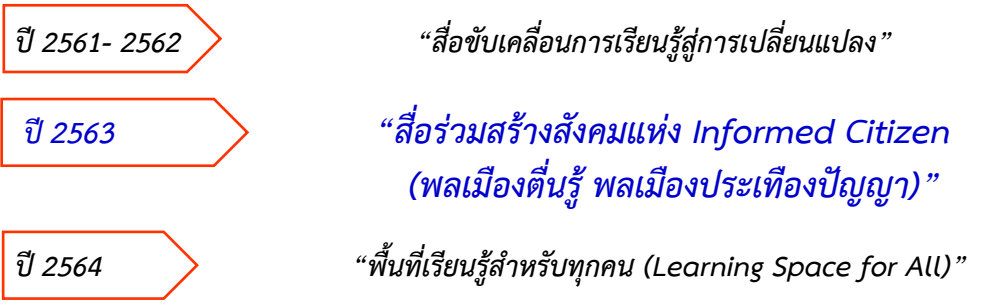
จากข้อเสนอแนะจากรายงานประเมินผลปี 2561 ผนวกกับผลการดำเนินงานครึ่งปี 2562 และการวางจุดเน้นสำคัญ ที่สะท้อนว่า ส.ส.ท. ยังคงต้องให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่สามารถแข่งขันได้ในด้านคุณค่าเชิงสังคมและการสร้างมูลค่าเพิ่ม ต้องสื่อสารให้เข้าใจง่าย ผ่าน Platform ที่หลากหลาย แต่ยังคงคุณภาพและมาตรฐานจริยธรรมตามบทบาทของสื่อสาธารณะ การสร้างงาน On Ground ร่วมกับภาคีเพื่อเชื่อมไปสู่การเปลี่ยนแปลงในเชิงพื้นที่และเชิงนโยบายไปสู่สังคมคุณภาพคุณธรรมอย่างยั่งยืน การพัฒนา Brand ไทยพีบีเอสให้สื่อถึงอัตลักษณ์การเป็นพื้นที่เรียนรู้ตลอดชีวิตของสังคม และกระบวนการบริหารจัดการองค์กรและบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ คุ่มค่า มีอิสระปลอดจากอำนาจรัฐและทุน ที่ยังคงต้องพัฒนาอย่างเข้มข้นต่อเนื่องไปในปี 2563 มุ่งไปสู่การเป็นพื้นที่เรียนรู้สำหรับทุกคน (Learning Space for All) ตามเป้าหมายในปี 2564 โดยมีทิศทางการดำเนินงานในปี 2563 – 2564 ดังแผนภาพที่ 5



แผนภาพที่ 5 ทิศทางการดำเนินงานตามแผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2561 - 2564

## สาระสำคัญของแผนบริหารกิจการประจำปี พ.ศ. 2563

แผนบริหารกิจการปี 2563 ได้กำหนดเป้าประสงค์ขององค์กรฯ ภายใต้กรอบวัตถุประสงค์ของ พ.ร.บ. ส.ส.ท. วิสัยทัศน์ พันธกิจ ความสอดคล้องกับนโยบายคณะกรรมการนโยบาย และสะท้อนบทบาทของ ส.ส.ท. ในการเป็น “สื่อร่วมสร้าง Informed Citizen” ซึ่งเป็นการดำเนินการ ภายใต้กรอบทิศทางของแผนบริหารกิจการ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2561-2564) เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ปี 2564 ในการ “เป็นพื้นที่เรียนรู้สำหรับทุกคน Learning Space for All



ดำเนินการภายใต้เป้าหมายยุทธศาสตร์แตกต่างอย่างยั่งยืน โดยมีแผนรองรับ 3 แผน และประเด็นยุทธศาสตร์ 4 ประเด็น ดังแผนที่ยุทธศาสตร์ตามแผนภาพที่ 6



แผนภาพที่ 6 แผนยุทธศาสตร์ของ ส.ส.ท. ปี 2563

**กรอบภารกิจหลักและเป้าหมายที่คาดการณ์จะได้รับตามแผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2563 ของ ส.ส.ท. (Keys Focus Areas & Expected Outcomes)**

ส.ส.ท. ได้นำจุดแข็งและช่องว่างทางการตลาดมากำหนดเป้าหมายหลักของ ส.ส.ท. ในการเป็นสื่อร่วมขับเคลื่อนเนื้อหาที่กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและนำไปสู่การสร้างพลเมืองคุณภาพ Informed Citizen โดยให้ความสำคัญกับการนำเสนอ 3 วาระหลักให้เป็นวาระสาธารณะ คือ การลดและจัดการขยะ ประชาธิปไตยและการกระจายอำนาจ และการแก้ปัญหาปากท้องความเป็นอยู่ของประชาชน รวมถึงประเด็นอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ โดยมีมุ่งหวังผลลัพธ์ (Expected Outcomes) คือ

1. ข่าวเจาะลึก ถูกต้อง รอบด้าน เป็นธรรม เข้าใจง่าย ให้ทางออกกับสังคม (Solution Journalist) และสร้างประสบการณ์ที่แตกต่าง
2. รายการสร้างสรรค์ มุ่งสร้างพลเมืองคุณภาพ ให้ทักษะแห่งอนาคตเพื่อให้ประชาชนสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลง เนื้อหารายการของไทยพีบีเอสต้องสามารถแข่งขันได้ ทั้งด้านคุณค่าเชิงสังคมและการสร้างมูลค่าเพิ่มของเนื้อหา
3. พัฒนาเทคโนโลยีและช่องทางที่เพิ่มขึ้นเพื่อให้ผู้รับสารเข้าถึงเนื้อหาได้ทุกที่ทุกเวลา ตอบสนองต่อประสบการณ์ของพลเมืองทุกกลุ่ม รวมทั้งมีบริการสำหรับผู้มีความบกพร่องทางการได้ยินและมองเห็นให้มีความหลากหลายและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น
4. สร้างสรรค์พื้นที่การเรียนรู้ตลอดชีวิต และเป็นโรงเรียนของสังคมในทุกช่องทางสื่อของไทยพีบีเอส เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างพลเมืองคุณภาพ
5. การบริหารงานองค์กรฯ ให้มีประสิทธิภาพบนฐานธรรมาภิบาล ทั้งการพัฒนาบุคลากรคุณภาพ การเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนการทำงานบนฐานข้อมูลความรู้
6. การยกระดับพื้นที่สื่อพลเมืองและเสริมพลังความร่วมมือ การสร้างการมีส่วนร่วมเชื่อมต่อความรู้ ท้องถิ่นสู่ความรู้สาธารณะ ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงร่วมกับภาคีหุ้นส่วน

**Keys Focus Area & Expected Outcomes ปี 2563**

(จุดเน้นและเป้าหมาย)



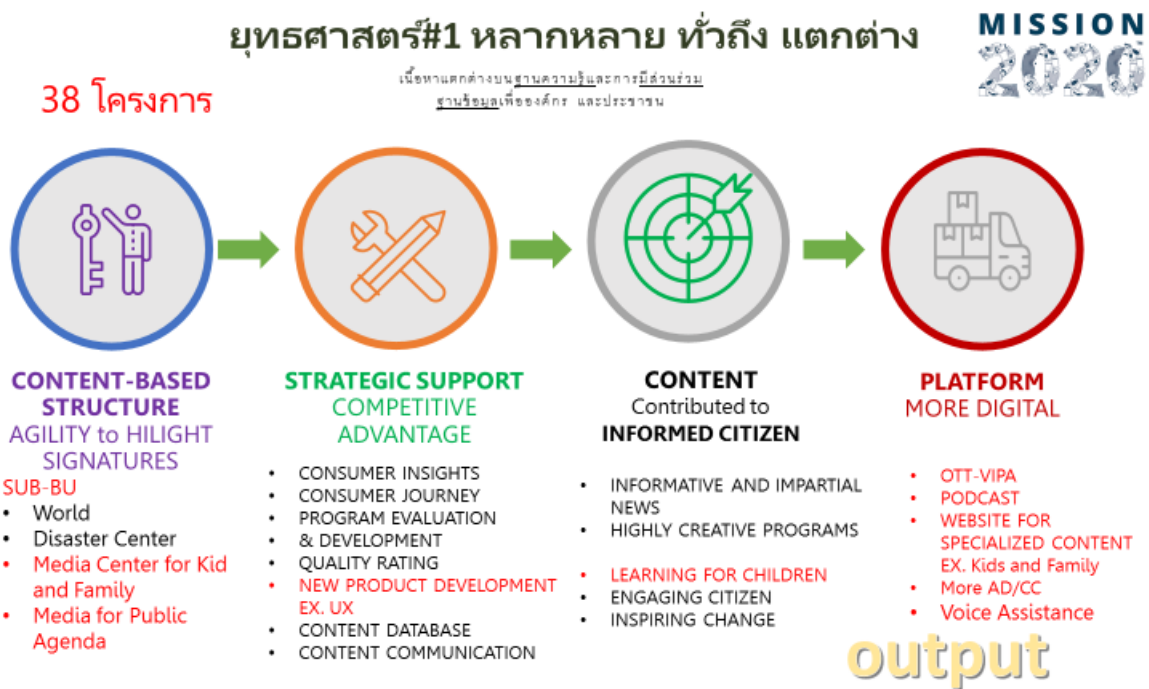
แผนภาพที่ 7 กรอบภารกิจหลักและเป้าหมายที่คาดการณ์จะได้รับตามแผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2563 ของ ส.ส.ท. (Keys Focus Areas & Expected Outcomes)

# 1. แผนด้านเนื้อหา ช่องทาง และบริการ (Content, Platform and Services)

ดำเนินงานโดย 2 ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

## ยุทธศาสตร์ที่ 1 เข้าถึงผู้รับและผู้ใช้สื่อที่หลากหลาย ทัวถึง ด้วยสารประโยชน์ที่แตกต่าง

ส.ส.ท. มุ่งสร้างสรรค์และผลิตข่าวสาร รายการที่มีสารประโยชน์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับสารและผู้ใช้การสื่อสารที่หลากหลาย ให้ได้อย่างทั่วถึง ภายใต้กลยุทธ์ ดังนี้



แผนภาพที่ 8 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 เข้าถึงผู้รับสารและผู้ใช้สื่อที่หลากหลาย ทัวถึง ด้วยสารประโยชน์ที่แตกต่าง

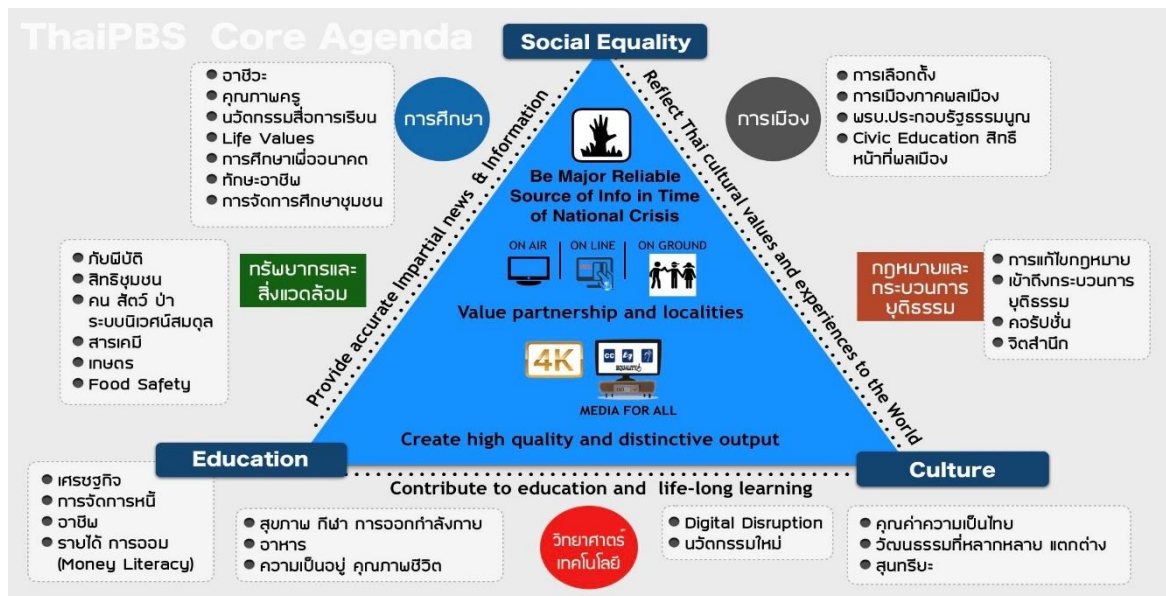
1. จัดการโครงสร้างองค์กรแบบ Content-Based Structure ด้วยการผลักดันหน่วยงานที่มีศักยภาพและสร้างผลผลิตที่โดดเด่นออกไปเป็นหน่วยธุรกิจย่อย (Sub-BU) เพื่อการผลิตเนื้อหาที่เผยแพร่แบบครบวงจร มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการและทำงานแบบความร่วมมือกับภาคีหุ้นส่วนได้ดียิ่งขึ้น ได้แก่ Thai PBS World ศูนย์พัฒนาการสื่อสารด้านภัยพิบัติ ศูนย์สื่อสารสาธารณะเพื่อเด็กและครอบครัว และศูนย์ผลิตเนื้อหา นโยบายสาธารณะและสารคดีเชิงสังคม

2. พัฒนาเครื่องมือสนับสนุนยุทธศาสตร์ในการสร้างสรรค์เนื้อหาให้สามารถแข่งขันได้ (Strategic Support – Competitive Advantage) เพื่อให้ข่าวและรายการ อยู่บนฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภค และมีการประเมินผลรายการเชิงคุณภาพ ด้วยการพัฒนาระบบฐานข้อมูลสนับสนุนการทำ Data Journalism มีเครื่องมือ Consumer Insight, Consumer Journey, Program Evaluation, Quality Rating รวมถึงสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานทั้งในและต่างประเทศเข้ามาเปิดโลกทัศน์ในการผลิตสื่อให้กับบุคลากร

3. ผลิตเนื้อหาโดดเด่น แตกต่าง และสร้างสรรค์ และเข้าถึงผู้ชม (Content – Informatively and Creatively, Human Touch) เชื่อมโยงการเล่าเรื่องในทุกช่องทางสื่อแต่คงอยู่บนพื้นฐานของจริยธรรมและความ

รับผิดชอบที่เป็นจุดเด่นของไทยพีบีเอส โดยให้ผู้ชมเป็นศูนย์กลาง (Audience Centric) มีเป้าหมายเพื่อสร้าง Informed Citizen ดังนี้

3.1 **ผลิตเนื้อหาตามวาระหลักขององค์กร (Thai PBS Core Agenda)** จัดทำเนื้อหาที่มีทิศทางสำคัญต่อเนื่องจากปี 2562 ในประเด็นที่ให้ความสำคัญกับชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนและสังคมไทยโดยรวม ได้แก่ การสร้างสังคมเสมอภาค (Social Equality), การศึกษาและการเรียนรู้ที่มีคุณภาพ และคุณค่าความเป็นไทย และการยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรม ควบคู่กับการนำเสนอประเด็นสำคัญทางสังคมอื่น ๆ อาทิ การจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อม กระบวนการยุติธรรม การดำเนินชีวิตอย่างมีคุณค่า สุขภาวะที่ดีตลอดช่วงวัย เป็นต้น



แผนภาพที่ 9 เนื้อหาที่เป็นวาระหลักของไทยพีบีเอส (Thai PBS Core Agenda)

3.2 **ผลิตเนื้อหาที่มุ่งสร้างความตระหนักรู้ให้แก่พลเมืองเพื่อร่วมขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสังคม** เผยแพร่ในทุกช่องทางสื่อ (Multi Platform) ใน 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ **ประเด็นการแก้ไขปัญหาปากท้องประชาชน** ในการสื่อสารเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ นำเสนอการตรวจสอบกลไกหรือนโยบายที่ก่อให้เกิดปัญหา และเสนอต้นแบบทางเลือกที่นำไปสู่การแก้ปัญหาอย่างยั่งยืน, **ประเด็นการลดและจัดการขยะพลาสติก** เพื่อกระตุ้นสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม โดยนำเสนอความร่วมมือของเครือข่ายที่ร่วมรณรงค์สร้างสรค์นวัตกรรม และผลักดันการแก้ไขปัญหาในทุกระดับ และ **ประชาธิปไตยและการกระจายอำนาจ โดยเฉพาะประเด็นการเลือกตั้งท้องถิ่นในปี 2563** ในการสนับสนุนกลไกประชาธิปไตยและการสร้างการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายสาธารณะในระดับท้องถิ่น สร้างการรู้เท่าทันของพลเมืองในสังคมประชาธิปไตย สร้างความเข้าใจของประชาชนต่อกระบวนการเลือกตั้งท้องถิ่น

3.3 **ผลิตเนื้อหาสร้างสรรค์ คุณภาพสูง เพื่อผลลัพธ์ที่แตกต่าง** อาทิ ละครและซีรีส์ที่มีสุนทรียะส่งมอบคุณค่าที่แตกต่าง, สารคดีคุณภาพสูงที่ผลิตโดยฝีมือคนไทยสะท้อนคุณค่า วัฒนธรรม และการอยู่ร่วมกัน, เรื่องราวที่สะท้อนความจริง (Factual Program) เนื้อหาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อสร้างการรู้เท่าทัน, ศิลปวัฒนธรรมคุณค่าความเป็นไทยและความหลากหลายทางวัฒนธรรม, เนื้อหาเพื่อสื่อสารมุมมองแบบไทยไปสู่สายตาโลก (Bring Thailand to the world) ในรายการ Thai PBS World, บันเทิงและดนตรี และการส่งเสริมกีฬาและนันทนาการที่บ้านที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตและการมีส่วนร่วมของชุมชน

3.4 **ผลิตเนื้อหาเพื่อส่งเสริมความหลากหลาย** ได้แก่ User Generated Content (UGC) ที่เข้มข้นขึ้นแบบ Collaboration Network ภายใต้โจทย์สังคมและพันธกิจสื่อสารสาธารณะ พัฒนารูปแบบการนำเสนอ Glocalization Content ด้วยแนวคิด Network Journalism และยกระดับการสื่อสารโดยใช้ Data Visualization ผ่านพิกัดภูมิศาสตร์และ Crowdsources

**4. พัฒนาช่องทางสื่อสาร (Platform – More Media)** โดยขยายช่องทางสื่อใหม่ ให้เข้าถึงพลเมืองดิจิทัล และคนรุ่นใหม่ ได้แก่ VIPA OTT, Podcast และพื้นที่เว็บไซต์สำหรับเนื้อหาพิเศษ, พัฒนาแอปพลิเคชัน C-Site ต่อยอดเนื้อหาสู่การสร้าง Citizen Online Platform และยกระดับ C-Site เป็นพื้นที่สื่อสารระดับปัญญาของภาคพลเมือง (Crowdsourcing Data & Platform), สร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงข่าวสารผ่านบริการล่ามภาษามือ, AD, CC, Live Captioning, และการนำ Speech to Text มาใช้ในระบบ Real Time Captioning และรักษาเสถียรภาพการออกอากาศทางหน้าจอผ่านบริการโครงข่ายทีวีดิจิทัลและบริการสิ่งอำนวยความสะดวก

## ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างสรรค์การเรียนรู้ตลอดชีวิต

มีจุดมุ่งหมายในการสร้างสรรค์ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมการเรียนรู้ผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นพื้นที่การเรียนรู้ หรือโรงเรียนของสังคม โดยดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ที่สำคัญ ดังนี้



### แผนภาพที่ 10 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างสรรค์สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต

1. ผลิตเนื้อหาเพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ ให้มีความสำคัญกับเนื้อหาที่สร้างสรรค์ นำเสนอมุมมองที่แตกต่าง การเชื่อมโยงเนื้อหาในหลากหลายช่องทาง (Cross-Multi Platform) และผลิตเนื้อหาจากการมีส่วนร่วมกับภาคประชาสังคม ในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

1. ข่าวและรายการข่าว ที่ถูกต้อง ครบถ้วน เป็นธรรม เชื่อถือได้ การทำข่าวเชิงลึก ข่าวที่เป็นธรรมปราศจากอคติ (Impartially) พร้อมสร้างคุณค่าการสื่อสารเพื่อหาทางออกให้กับสังคม (Solution Journalism) ให้มีความสำคัญกับการทำข่าวเชิงข้อมูล (Data Journalism) เน้นการนำเสนอข้อมูลด้วย Infographic และ Visualization ให้เข้าใจง่าย และจัดวางข่าวแบบ News Package ที่ครอบคลุมหลากหลายมิติของเรื่องที่สำคัญ

2. เนื้อหาสร้างความตระหนักรู้และกระตุ้นการเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อร่วมขับเคลื่อนสังคม ใน 3 ประเด็นหลัก คือ การลดและจัดการขยะพลาสติก การแก้ปัญหาปากท้องความเป็นอยู่ของประชาชน และประชาธิปไตยและการกระจายอำนาจ

3. สื่อสร้างการเรียนรู้สำหรับทุกวัย ได้แก่

3.1.1 สื่อสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว โดยจัดตั้งศูนย์สร้างสรรค์สื่อสาธารณะสำหรับเด็กและครอบครัว เพื่อบูรณาการเนื้อหาสำหรับเด็ก 3 ปีขึ้นไปและครอบครัว ให้มีความเข้าใจต่อพัฒนาการเพื่อการเติบโตอย่างสมวัย ส่งเสริมการเรียนรู้ที่หลากหลายในทุกช่องทางสื่อ และการสร้างรากฐานของการเป็นพลเมืองคุณภาพ



1.3.2 สื่อเพื่อเตรียมสังคมสูงวัย เพื่อสื่อสารทัศนคติเชิงบวกและความรู้ความเข้าใจในสังคมสูงวัยสำหรับคนกลุ่มวัยอื่นๆ ผลักดันนโยบายรองรับสังคมสูงวัยโดยต่อยอดความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐและเครือข่ายสังคมในการสื่อสารเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับสังคมไทยอย่างต่อเนื่อง

1.3.3 สื่อเพื่อทักษะแห่งการปรับตัวในโลกปั่นป่วน (Disruption) มุ่งพัฒนาทักษะอนาคตเพื่อการใช้ชีวิตในศตวรรษที่ 21 ให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและสามารถดำรงอยู่ในภาวะปั่นป่วนได้ เช่น ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม, ทักษะสารสนเทศ เทคโนโลยี (รู้เท่าทันสื่อ) ทักษะชีวิตและอาชีพ ทักษะของการอยู่ร่วมกัน และการเคารพความเป็นมนุษย์ ฯลฯ

## 2. กิจกรรมสร้างการเรียนรู้ มีการสื่อสารเพื่อสร้างการเรียนรู้ให้แก่ประชาชน ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่

1. เปิดพื้นที่เรียนรู้ความเป็นสื่อสาธารณะ ผ่านบริการพิพิธภัณฑสถานสื่อสาธารณะที่จะพัฒนาให้เป็นพิพิธภัณฑสถานมีชีวิต แก่ประชาชนและผู้สนใจเข้ามาใช้บริการ

2. เป็นพื้นที่เรียนรู้นอกห้องเรียนของประชาชน ผ่านกิจกรรม Workshop สร้างทักษะอาชีพ และ Workshop จิตอาสา การจัดเวทีพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และข้อมูลทางวิชาการในระดับชาติและสากล การรวบรวมเนื้อหาเพื่อการเรียนรู้ไปมอบให้กับโรงเรียนและชุมชนทั่วประเทศในกิจกรรม Learning Shelf

3. เป็นสถาบันวิชาการเพื่อการเรียนรู้สื่อสาธารณะ การอบรมพัฒนาวิชาชีพสื่อมวลชนที่สอดคล้องกับภูมิทัศน์สื่อ การพัฒนาทักษะและเครื่องมือเพื่อการรู้เท่าทันสื่อและตรวจสอบข่าวปลอมข่าวลวง (Fake News)

## 2. แผนด้านภาคีหุ้นส่วน (Partnership Strategic Plan) ดำเนินงานผ่านประเด็นยุทธศาสตร์การ สร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม ดังนี้

### ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม

มุ่งขยายภาคีเครือข่ายให้ครอบคลุมทุกภาคส่วน พัฒนาความร่วมมือในการผลิตเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อ สาธารณะและขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสังคมในประเด็นสาธารณะที่เป็นเป้าหมายร่วมกัน รวมทั้งยกระดับ ความสัมพันธ์ของภาคีเครือข่ายให้เป็นหุ้นส่วนทางสังคมของ ส.ส.ท. โดยมีกลยุทธ์ ดังนี้

### ยุทธศาสตร์ # 3 การสร้างคุณค่าและยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม MISSION 2020

เนื้อหาแตกต่างบนฐานความรู้และการมีส่วนร่วม--มีความสัมพันธ์กับทุกภาคส่วนบนความเป็นอิสระ ผู้ชมผู้ฟังมีส่วนร่วมกำหนดนโยบายและขยายฐานผู้ชม-- เปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมคุณภาพ คนธรรม

#### 14 โครงการ



#### แผนภาพที่ 11 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม

1. **สร้างการยอมรับ (Endorsed)** โดยการขยายฐานผู้ชมผู้ฟัง และเผยแพร่ผลงานของ ส.ส.ท. ให้เป็นที่ปรากฏและได้รับการยอมรับในฐานะสื่อสาธารณะที่น่าเชื่อถือและพึ่งพาได้ ผ่านกิจกรรม Learning Space กิจกรรมวันเด็กและถนนเด็กเดิน และการอบรมครู STEM การพัฒนาสภาผู้ชมฯ ให้เป็นกลไกในการขยายฐานผู้ชม การร่วมมือกับภาคีเครือข่ายในการนำเนื้อหาไปเผยแพร่และใช้ประโยชน์ การพัฒนาความร่วมมือกับองค์กรสื่อระหว่างประเทศเพื่อแลกเปลี่ยนเนื้อหารายการ และเพิ่มบทบาท ส.ส.ท. ในการเป็นองค์กรสื่อระหว่างประเทศด้วยการเป็นคณะทำงาน คณะกรรมการ หรือวิทยากรรับเชิญ

2. **สร้างกระบวนการมีส่วนร่วม (Engagement)** โดยพัฒนาสภาผู้ชมฯ เป็นกลไกการรับฟังทั้ง On Ground และ On Air การทำโครงการร่วมกับภาคีหุ้นส่วนด้านการศึกษาผลิตภัณฑ์รายการเด็กหรือประเด็นจากไทยพีบีเอสเข้าสู่หลักสูตรการเรียนการสอนหรือขยายการใช้ประโยชน์ เป็นต้น

3. **ยกระดับไปสู่ความเป็นภาคีหุ้นส่วน (Empowering)** การทำโครงการความร่วมมือในลักษณะ Collaborative Program ในการพัฒนาหรือเสริมศักยภาพสื่อพลเมืองให้มีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม การสร้าง Influencer จากภูมิภาค การทำงานร่วมกับภาคีหุ้นส่วนองค์กรสื่อต่างประเทศในการร่วมผลิตผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ และการเชื่อมโยงเนื้อหาจากท้องถิ่นต่อยอดมาสู่ On Air และ Online ผ่านเครื่องมือ C-Site Application

4. ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในประเด็นที่มีคุณค่าร่วม (Shared Value) ร่วมกับภาคีเครือข่ายและองค์กรต่าง ๆ โดยมีคณะทำงาน ประกอบด้วย สภาผู้ชมฯ สำนักเครือข่ายสื่อสาธารณะ และฝ่ายเครือข่ายชุมชนสัมพันธ์ ในการออกแบบการทำงานร่วมกัน อาทิ การสร้าง Informed Citizen ในวาระรณรงค์ลดขยะพลาสติก เป็นต้น

### 3. แผนด้านทุนมนุษย์และทุนองค์กร (Human & Organization Capital Strategic Plan) ดำเนินงานผ่านประเด็นยุทธศาสตร์ สร้าง ส.ส.ท. ให้เป็น Trusted Brand ในใจประชาชน ดังนี้

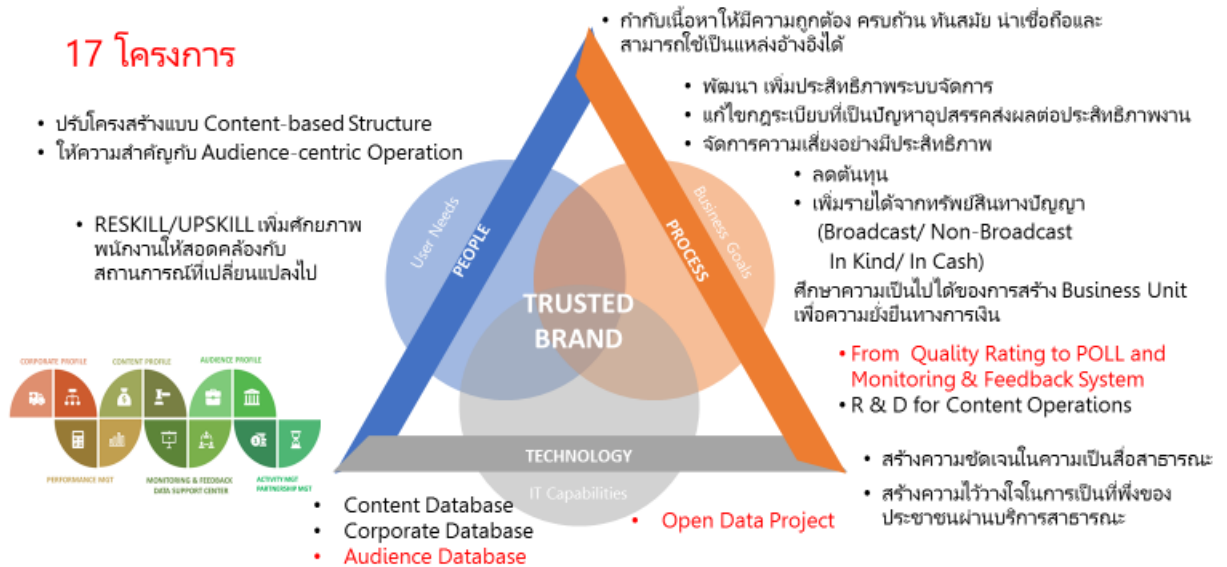
#### ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้าง ส.ส.ท. ให้เป็น Trusted Brand ในใจประชาชน

การสร้าง ส.ส.ท. ให้เป็นที่ยอมรับในความเป็นสื่อที่เชื่อถือได้ มีคุณภาพ ยึดถือประโยชน์สาธารณะเป็นที่ตั้ง ดำเนินการด้วยระบบคุณธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้ โดยบุคลากรที่มีคุณภาพและคุณธรรมขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความมั่นคงและยั่งยืนขององค์กร โดยมีกลยุทธ์ ดังนี้

#### ยุทธศาสตร์ # 4 การสร้าง THAI PBS ให้เป็น TRUSTED BRAND

จัดการความเสี่ยงทั้งภายในภายนอกองค์กร—พัฒนาเครื่องมือประเมินความคุ้มค่า—ฐานข้อมูลเพื่อองค์กร และประชาชน

**MISSION 2020**



#### แผนภาพที่ 12 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้าง ส.ส.ท. ให้เป็น Trusted Brand ในใจประชาชน

1. กำกับเนื้อหาให้มีความถูกต้อง ครบถ้วน ทันสมัย น่าเชื่อถือและสามารถใช้เป็นแหล่งอ้างอิงได้ โดยวางกลไกเพื่อลดความผิดพลาดในทุกช่องทาง ลด Downtime ของสัญญาณออกอากาศ ใช้ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้ ให้ข้อมูลอย่างสมดุล และวางกลไกในการควบคุมคุณภาพและจริยธรรมตามมาตรฐานของสื่อสาธารณะ เช่น คณะอนุกรรมการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนจากประชาชน โพลล์รับฟังความเห็นจากประชาชน และระบบ Monitoring & Feedback เป็นต้น

2. สร้างความไว้วางใจในการเป็นที่พึ่งของประชาชนผ่านบริการสาธารณะ การช่วยเหลือสังคมทั้งในระดับบุคคลและเชิงโครงสร้าง ผ่านทาง On Air, Online และ On Ground เช่น รายการสถานีประชาชน ร้องทุกข์ลงป้ายนี้ การติดตามของศูนย์คนหาย ศูนย์พัฒนาการสื่อสารด้านภัยพิบัติ และกิจกรรมสถานีประชาชน สัญจร ฯลฯ

3. สื่อสารเพื่อตอกย้ำจุดยืนความเป็นสื่อสาธารณะเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ ขยายฐานผู้ชม ขยายกรอบการใช้ประโยชน์จากเนื้อหาส่งมอบไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกองค์กร

ผ่านงาน On Ground และกิจกรรมของบุคลากรที่จัดขึ้น การผลิตสื่อเพื่อสะท้อนคุณค่าของรายการและคุณค่าการทำงานของบุคลากรในส่วนต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

#### 4. บริหารจัดการองค์กรไปสู่ความมั่นคง โปร่งใส และยั่งยืน โดย

4.1 **ขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูล** โดยการพัฒนากระบวนการผลิตเนื้อหา ฐานข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการ ฐานข้อมูลผู้ชมผู้ฟังและผู้ใช้บริการเพื่องานเครือข่าย และบริการฐานข้อมูลเปิดเพื่อให้บริการแก่สาธารณะและผู้สนใจ สามารถเข้ามาค้นหาและนำไปใช้ประโยชน์อ้างอิงได้

4.2 **บริหารทรัพยากรมนุษย์และการพัฒนาศักยภาพบุคลากร** ตามแผนยุทธศาสตร์ทรัพยากรมนุษย์ โดยมีกลยุทธ์ ได้แก่ เสริมสร้างศักยภาพบุคลากร และสร้างการมีส่วนร่วมและความผูกพันองค์กร และเป้าหมาย 3 ด้าน คือ สนับสนุนการปรับโครงสร้างและอัตรากำลังให้รองรับกับภูมิทัศน์สื่อและโครงสร้างมีสมรรถนะยืดหยุ่นปรับตัวได้ (Agile) มุ่งสู่องค์กรแบบ Content-Based Structure, พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้สอดคล้องกับการทำงานในสภาวะเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลให้มี Digital DNA, Multi & Transmedia Skill, Disruptive Mindset สร้างขวัญกำลังใจความผูกพันในองค์กร และสร้างความเข้มแข็งในวัฒนธรรมองค์กร (Core Value)

4.3 **สร้างความยั่งยืนด้วยการลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มรายรับ** โดยการปฏิบัติตามวินัยการเงินการคลังอย่างเข้มงวด การลดและประหยัดค่าใช้จ่ายประจำ และสร้างรายรับเพิ่ม โดยจัดทำรายการรายได้เพิ่มในมิติต่าง ๆ ทั้งการร่วมผลิตเนื้อหาหรือจัดกิจกรรมรณรงค์ทางสังคมกับภาคีหุ้นส่วนที่มีเป้าหมายยุทธศาสตร์ร่วมกัน ตลอดจนการบริหารจัดการพื้นที่ของ ส.ส.ท. ให้เกิดประโยชน์เชิงรายได้ รวมถึงการจัดตั้งหน่วยงานแบบ Business Unit เพื่อโอกาสความสำเร็จ พร้อมไปกับริเริ่มทำแผนเพิ่มรายได้จากสินทรัพย์ทางปัญญาควบคู่กันไป

4.4 **พัฒนาการบริหารจัดการและระบบงานสนับสนุนให้มีประสิทธิภาพโปร่งใส** ตรวจสอบได้ มีกลไกบริหารจัดการโดยยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล การบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ ขับเคลื่อนองค์กรด้วยเทคโนโลยีผ่านแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศ

4.5 **พัฒนาระบบประเมินคุณค่าแบบ 360° จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน** ที่เน้นการประเมินเชิงมูลค่าเพื่อหาความคุ้มค่า, การพัฒนาระบบประเมินผลเชิงคุณภาพ (Quality Rating), การประเมินผลโดยบุคคลภายนอก, การประเมินเพื่อพัฒนารายการ การประเมินเพื่อพัฒนาคุณภาพการดำเนินงาน เช่น การประเมินคุณภาพของบริการและคุณภาพเนื้อหารายการ, การประเมินความพึงพอใจในการทำงานร่วมกับภาคีหุ้นส่วนในการดำเนินงานร่วมกัน และการสำรวจความพึงพอใจของประชาชนเพื่อประเมินคุณค่าของสื่อสาธารณะ

## การดำเนินงานด้านธรรมาภิบาล<sup>1</sup>

ส.ส.ท. ให้ความสำคัญกับการดำเนินภารกิจบนพื้นฐานของความเที่ยงตรง โปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยยึดหลักธรรมาภิบาลที่คณะกรรมการนโยบายกำหนดไว้ ตลอดจนจริยธรรมและมาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพ ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และแผนสำคัญระดับชาติ หลักการและแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมทั้งหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่กำหนดให้หน่วยงานของรัฐถือปฏิบัติ เพื่อพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีของ ส.ส.ท. ให้มีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนขององค์กรฯ

คณะกรรมการนโยบาย ส.ส.ท. มอบหมายให้คณะกรรมการธรรมาภิบาลและรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งประกอบด้วย ผู้แทนจากกรรมการนโยบาย กรรมการบริหาร ส.ส.ท. และผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ทำหน้าที่กำหนดกรอบการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลและรับผิดชอบต่อสังคม และกำกับการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบาย โดยมีฝ่ายพัฒนาระบบคุณภาพและบริหารความเสี่ยง ทำหน้าที่รับผิดชอบการจัดทำแผนดำเนินการธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมของ ส.ส.ท. เสนอผ่านความเห็นชอบของคณะกรรมการธรรมาภิบาลฯ และประสานความร่วมมือกับทุกหน่วยงานในองค์กรฯ ให้มีการดำเนินงานตามแผนธรรมาภิบาลของ ส.ส.ท. นอกจากนี้ ในด้านความรับผิดชอบต่อสาธารณะ ส.ส.ท. มีกลไกดำเนินการที่สำคัญ อาทิ สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ คณะอนุกรรมการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนจากประชาชน ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร ส.ส.ท. เป็นต้น

ในปี พ.ศ. 2562 – 2564 ส.ส.ท. วางยุทธศาสตร์ในการดำเนินการด้านธรรมาภิบาลและรับผิดชอบต่อสังคม ครอบคลุม 3 ด้านที่สำคัญ ดังนี้

- ด้านที่หนึ่ง การสร้างมาตรการ กลไก ในการส่งเสริมธรรมาภิบาลและต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน
- ด้านที่สอง การพัฒนาองค์ความรู้ และสื่อสารเผยแพร่ การดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลอย่างทั่วถึง
- ด้านที่สาม การยกระดับธรรมาภิบาลไปสู่มาตรฐานสากล

ทั้งนี้ ภายใต้อายุทธศาสตร์ดังกล่าว จะขับเคลื่อนด้วย 4 กลยุทธ์ย่อย ได้แก่ มุ่งเน้นการปฏิบัติในด้านธรรมาภิบาลอย่างจริงจัง พัฒนากลไกเพื่อป้องกันและปราบปรามการทุจริต พัฒนาและสื่อสารเผยแพร่ภายในองค์กรฯ และพัฒนาและสื่อสารเผยแพร่สู่สาธารณะ โดยได้มีการถ่ายทอดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ดังกล่าวสู่การปฏิบัติ ผ่านหลากหลายแผนงาน/กิจกรรม อาทิ การจัดเสวนาค้นหา Core Value การพิจารณาแนวทางการปรับปรุงระบบข้อร้องเรียนเรื่องทุจริต และการพัฒนาองค์การฯ ตามหลักเกณฑ์การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity and Transparency Assessment : ITA) โดยสำนักงาน ป.ป.ช. ปรับปรุงข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมของกรรมการ ผู้บริหารและพนักงาน การจัดให้มีการประเมินความเสี่ยงด้านทุจริต ตลอดจนการพัฒนาไปสู่การเป็นผู้จัดการประกวดและมอบรางวัลเพื่อส่งเสริมด้านธรรมาภิบาล เป็นต้น

<sup>1</sup> ข้อมูล : ฝ่ายพัฒนาระบบคุณภาพและบริหารความเสี่ยง

## การบริหารความเสี่ยง<sup>2</sup>

ส.ส.ท. มีการบริหารความเสี่ยงที่สอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่ดีของ COSO<sup>3</sup> 2017 โดยมีกระบวนการในการจัดการความเสี่ยงที่เป็นระบบ ตั้งแต่ การระบุความเสี่ยง การกำหนดความเพียงพอของกิจกรรมการควบคุมภายใน การประเมินความเสี่ยง การบริหารความเสี่ยงในแต่ละประเภท การติดตามผล รวมถึงดัชนีชี้วัดความเสี่ยงที่สำคัญ (Key Risk Indicator : KRI) อย่างต่อเนื่อง โดยถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการรับมือกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินภารกิจ ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป อาทิ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัล และพฤติกรรมของผู้ชมและผู้ฟัง เป็นต้น

ทางด้านโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ของผู้รับผิดชอบการบริหารจัดการความเสี่ยง ส.ส.ท. ได้มีการกำหนดโครงสร้างและบทบาทของผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องในทุกระดับอย่างชัดเจน โดยมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน และประเมินผล ซึ่งมีผู้แทนจากคณะกรรมการนโยบาย เป็นที่ปรึกษา ผอ.ส.ส.ท.เป็นประธาน และรองผู้อำนวยการ ส.ส.ท. และผู้อำนวยการสำนักเป็นกรรมการ ทำหน้าที่กำกับดูแลและกำหนดกรอบนโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์การฯ โดยมีฝ่ายพัฒนาระบบคุณภาพและบริหารความเสี่ยง ทำหน้าที่เลขานุการ คู่มืออำนวยความสะดวก (Facilitator) ในกระบวนการบริหารความเสี่ยงขององค์การฯ โดยรวม และปฏิบัติหน้าที่ประจำวันแทนคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน และประเมินผล ขณะเดียวกัน ยังมีผู้ประสานงานความเสี่ยง (Risk Coordinator) ซึ่งเป็นตัวแทนของแต่ละสำนัก ทำหน้าที่สื่อสารและประสานงานด้านบริหารความเสี่ยง ระหว่างสำนักและฝ่ายพัฒนาระบบคุณภาพและบริหารความเสี่ยงอีกด้วย

นอกจากนี้ ยังมีแนวทางในการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาสนับสนุนการจัดการบริหารความเสี่ยง ในปี พ.ศ. 2563 เพื่อช่วยให้การติดตามผลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ขณะเดียวกัน จะเน้นให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความตระหนักรู้ในเรื่องการบริหารความเสี่ยงให้แก่พนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Culture) ทั้งทั้งองค์การฯ ผลักดันให้องค์การฯ บรรลุวัตถุประสงค์และภารกิจที่ตั้งไว้ ป้องกันและลดความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งแสวงหาโอกาสจากความเสี่ยงบางประเด็นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินภารกิจขององค์การฯ

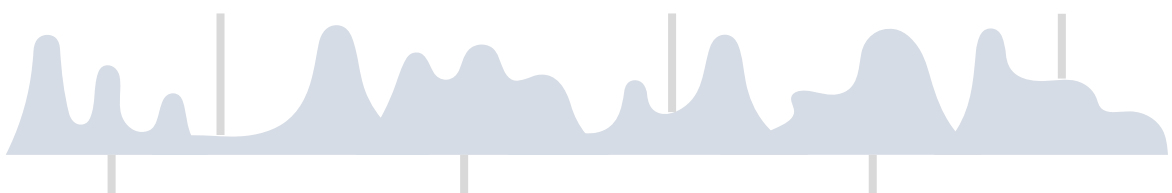
ทั้งนี้ สำหรับปัจจัยเสี่ยงในอนาคต ส.ส.ท. จะดำเนินการระบุความเสี่ยงให้ครอบคลุมทุกประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งนอกจากจะเน้นการต่อยอดในการดำเนินงานบริหารความเสี่ยงของปี พ.ศ. 2562 ที่กำลังอยู่ระหว่างการดำเนินการแล้ว (จำนวน 9 ปัจจัยเสี่ยง) ส.ส.ท. ยังให้ความสำคัญกับปัจจัยเสี่ยงใหม่ๆ ทั้งภายในและภายนอกที่อาจกระทบกับการดำเนินภารกิจต่อไปในอนาคต รวมทั้ง การพิจารณาเพื่อช่วงชิงโอกาสและจัดการกับผลกระทบที่จะเกิดขึ้น ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจว่าองค์การฯ มีการจัดการบริหารความเสี่ยงที่ดี มีประสิทธิภาพ เหมาะสม และสามารถควบคุมความรุนแรงของความเสี่ยงต่าง ๆ ให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งจะช่วยให้้องค์การฯ บรรลุเป้าหมายในการสร้างคุณค่าให้กับกิจการและสังคมได้อย่างยั่งยืน

<sup>2</sup> ข้อมูล : ฝ่ายพัฒนาระบบคุณภาพและบริหารความเสี่ยง

<sup>3</sup> The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, กรอบบริหารความเสี่ยงตามแนวทางของ COSO (COSO-ERM Framework)

ส่วนที่  
2

ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท.  
พ.ศ. 2563  
(Corporate KPI)





**ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2563 (Corporate KPIs)**

ในปี 2563 ส.ส.ท. ได้กำหนดเป้าหมายในการเป็น “สื่อร่วมสร้างสังคมแห่ง Informed Citizen” ที่จะเป็นส่วนสำคัญในการผลิตเนื้อหาที่เป็นสารประโยชน์และความรู้ สื่อสารข้ามแพลตฟอร์มที่หลากหลายไปยังประชาชน โดยมี “ภาคีหุ้นส่วน เพื่อน และประชาชน” ในฐานะผู้ร่วมเรียนรู้ได้รับประโยชน์ และร่วมขับเคลื่อนปฏิบัติ เพื่อนำไปสู่การกล้าที่จะลุกขึ้นมาเปลี่ยนแปลงตัวเองและสังคม โดยกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จระดับองค์กรในปี 2563 ที่ครอบคลุมในมิติต่าง ๆ ไว้ 5 ประเด็นหลัก ดังนี้

**เกณฑ์คะแนน**

1. ระดับคะแนน 0.00 – 1.50 คะแนน จาก 5 คะแนน = เกณฑ์ “น้อยมาก”
2. ระดับคะแนน 1.51 – 2.50 คะแนน จาก 5 คะแนน = เกณฑ์ “น้อย”
3. ระดับคะแนน 2.51 – 3.50 คะแนน จาก 5 คะแนน = เกณฑ์ “ปานกลาง”
4. ระดับคะแนน 3.51 – 4.50 คะแนน จาก 5 คะแนน = เกณฑ์ “ดี”
5. ระดับคะแนน 4.51 ขึ้นไป = เกณฑ์ “ดีมาก”

**ตารางที่ 1 ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2563 (Corporate KPIs)**

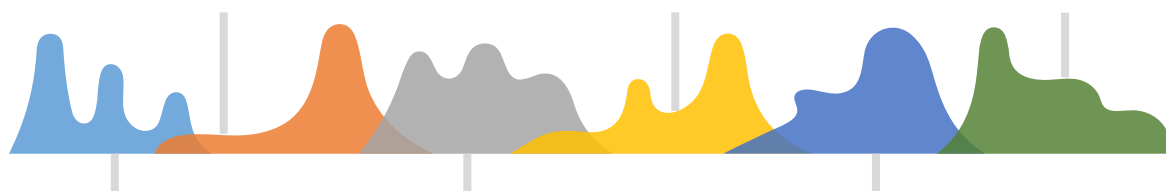
เป้าหมายระดับผลลัพธ์	ตัวชี้วัด	น้ำหนักร้อยละ	ผลงาน ณ ก.ย. 62	ค่าเป้าหมายปี พ.ศ. 2563	เกณฑ์การให้คะแนน					รายละเอียดตัวชี้วัด	วิธีการนับ/คำนวณ	ผู้รับผิดชอบ
					1	2	3	4	5			
A1 ประชาชนยอมรับในการทำหน้าที่สื่อสาธารณะที่ดีและมีความคุ้มค่าของการบริการสื่อของไทยพีบีเอส	ความพึงพอใจของประชาชนที่ยอมรับไทยพีบีเอสในการทำหน้าที่สื่อสาธารณะ	15		ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ อยู่ในเกณฑ์ “ดี” (3.51 - 4.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ อยู่ในเกณฑ์น้อย (ต่ำกว่า 1.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ อยู่ในเกณฑ์น้อย (1.51-2.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (2.51-3.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ อยู่ในเกณฑ์ดี (3.51-4.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ อยู่ในเกณฑ์ดีมาก (มากกว่า 4.51 คะแนนขึ้นไป)	วัดระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีบทบาทของไทยพีบีเอสในความเป็นสื่อสาธารณะแห่งการเรียนรู้ของประชาชนทุกภาคส่วน ในประเด็นที่ ส.ส.ท. กำหนด เช่น เป็นสื่อสร้าง “ปัญญา” ให้แก่สังคมเพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น การเป็นพื้นที่การเรียนรู้ให้คนทุกกลุ่มเข้าถึงได้ เป็นต้น	จัดเก็บข้อมูลจากแบบสำรวจความคิดเห็น (Poll) จากกลุ่มตัวอย่าง “ที่รู้จักไทยพีบีเอส” อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	หน่วยงานหลัก : ทุกหน่วยงาน หน่วยงานร่วม : - หน่วยงานสนับสนุน : สถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ
A2 ไทยพีบีเอสมีช่องทางเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างทั่วถึง และเนื้อหาของไทยพีบีเอสมีคุณภาพหลากหลาย และแตกต่าง	ความสำเร็จในการมีช่องทางใหม่ที่เข้าถึงผู้รับสาร (เช่น OTT, Podcast, Social Media)	35		ค่าเฉลี่ยระดับความสำเร็จในการมีช่องทางใหม่ที่เข้าถึงผู้รับสาร อยู่ในเกณฑ์ดี (3.51-4.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ยระดับความสำเร็จ อยู่ในเกณฑ์น้อย (ต่ำกว่า 1.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ยระดับความสำเร็จ อยู่ในเกณฑ์น้อย (1.51-2.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ยระดับความสำเร็จ อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (2.51-3.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ยระดับความสำเร็จ อยู่ในเกณฑ์ดี (3.51-4.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ยระดับความสำเร็จ อยู่ในเกณฑ์ดีมาก (มากกว่า 4.51 คะแนนขึ้นไป)	วัดระดับความสำเร็จในการมีช่องทางใหม่ที่เข้าถึงผู้รับสาร	ติดตามผลการเปิดช่องทางใหม่ ๆ อาทิ Website for Kids & Family หรือ Special Website ต่างๆ	หน่วยงานหลัก : สำนักสื่อใหม่ ศูนย์สื่อสาธารณะเพื่อเด็กและครอบครัว และสำนักอื่นที่มีการเปิดช่องทางใหม่ (ถ้ามี) หน่วยงานร่วม : - หน่วยงานสนับสนุน : -
	จำนวนชั่วโมงบริการสำหรับผู้พิการทางการได้ยินและมองเห็นเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา			จำนวนชั่วโมงบริการเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10.0 เมื่อเทียบกับฐานปี 2562	เพิ่มขึ้นน้อยกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 4.0 เมื่อเทียบกับฐานปี 2562	เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.1 - 6.0 เมื่อเทียบกับฐานปี 2562	เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.1 - 8.0 เมื่อเทียบกับฐานปี 2562	เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 8.1 - 10.0 เมื่อเทียบกับฐานปี 2562	เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 10.1 เมื่อเทียบกับฐานปี 2562	วัดจำนวนชั่วโมงของบริการสำหรับผู้พิการทางการได้ยินและมองเห็นที่เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา	จัดเก็บข้อมูลจำนวนชั่วโมงในการให้บริการภาษามือ AD CC หรืออื่นๆ เปรียบเทียบกับจำนวนชั่วโมงที่ให้บริการในปีที่ผ่านมา	หน่วยงานหลัก : สำนักข่าว สำนักรายการ สำนักสื่อใหม่ สำนักโทรทัศน์ฯและสำนักที่มีบริการสำหรับผู้พิการทางการได้ยินและมองเห็น (ถ้ามี) หน่วยงานร่วม : - หน่วยงานสนับสนุน : -
	จำนวนผู้รับสารเพิ่มขึ้นในทุกแพลตฟอร์ม		ค่าเฉลี่ยจำนวนผู้รับสารทุกแพลตฟอร์มเพิ่มขึ้น	อยู่ในเกณฑ์น้อย (ต่ำกว่า 1.50 คะแนน)	อยู่ในเกณฑ์น้อย	อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง	อยู่ในเกณฑ์ดี (3.51 - 4.50 คะแนน)	อยู่ในเกณฑ์ดีมาก	วัดจำนวนผู้รับสารทุกแพลตฟอร์มที่เพิ่มขึ้นจากปี 2562	จัดเก็บข้อมูลจำนวนผู้รับสารในช่องทางต่าง ๆ	หน่วยงานหลัก : ทุกหน่วยงาน หน่วยงานร่วม : -	

เป้าหมายระดับผลลัพธ์	ตัวชี้วัด	น้ำหนักร้อยละ	ผลงาน ณ ก.ย. 62	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ. 2563	เกณฑ์การให้คะแนน					รายละเอียดตัวชี้วัด	วิธีการนับ/คำนวณ	ผู้รับผิดชอบ
					1	2	3	4	5			
				ขึ้นอยู่กับเกณฑ์ "ดี" (3.51 - 4.50 คะแนน)	กว่า 1.50 คะแนน	(1.51 - 2.50 คะแนน)	(2.51 - 3.50 คะแนน)		(มากกว่า 4.51 คะแนนขึ้นไป)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้ข้อมูลจำนวนผู้ชมทางหน้าจอ โทรทัศน์ เฉลี่ย/นาที จากผลการสำรวจวัดความนิยมการรับชมทีวีจาก AGB Nielsen โดยกำหนดค่าเป้าหมายเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 เมื่อเปรียบเทียบกับฐานข้อมูลในปี 2562</li> <li>- จัดเก็บข้อมูลยอดชม (Views) เนื้อหาไทยพีบีเอส ทั้งชมสดและชมย้อนหลังผ่าน OTT, Podcast, สื่อออนไลน์ และ Application ทุกประเภท สะสมรวมตลอดทั้งปี โดยกำหนดค่าเป้าหมายเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 เมื่อเปรียบเทียบกับฐานข้อมูลในปี 2562</li> </ul>	<p>หน่วยงานสนับสนุน : สำนักข่าว สำนักรายการ สำนักสื่อใหม่ สำนักเครือข่ายสื่อสาธารณะ และสำนักอื่น ๆ ที่มีการเก็บจำนวนยอดผู้ชมทางออนไลน์ และ Application</p>
คะแนนเฉลี่ยของคุณภาพเนื้อหาของไทยพีบีเอส			คะแนนเฉลี่ยคุณภาพเนื้อหาจากการประเมินผลอยู่ในเกณฑ์ "ดี" (3.51 - 4.50 คะแนน)	คะแนนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์น้อยมาก (ต่ำกว่า 1.50 คะแนน)	คะแนนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์น้อย (1.51 - 2.50 คะแนน)	คะแนนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (2.51 - 3.50 คะแนน)	คะแนนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ดี (3.51 - 4.50 คะแนน)	คะแนนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ดีมาก (มากกว่า 4.51 คะแนนขึ้นไป)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. วัดระดับการยอมรับของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายต่อคุณภาพของข่าวและรายการที่ผลิตและเผยแพร่ผ่านสื่อทุกช่องทาง ใน 4 ประเด็น คือ ความแตกต่าง น่าเชื่อถือ มุ่งตอบสนอง ประโยชน์สาธารณะ และการมีส่วนร่วมของประชาชน</li> <li>2. คะแนนเฉลี่ยจากการประเมินคุณภาพเนื้อหาสาระหลัก 3 ประเด็น คือ การลดและจัดการขยะ ประชาธิปไตยและการกระจายอำนาจ และการแก้ปัญหาปากท้องความเป็นอยู่ของประชาชน)</li> <li>3. คะแนนเฉลี่ยการประเมินคุณภาพเนื้อหาของ หน่วย SUB BU ที่ตอบวัตถุประสงค์ของแต่ละ SBU</li> <li>4. จำนวนข้อมูลที่มีการต่อยอดจาก C-Site Application มาใช้ประโยชน์ในการผลิตเนื้อหารายการ</li> <li>5. จำนวนรางวัลที่ได้รับจากประเภทของเนื้อหาของไทยพีบีเอส</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1-1 ใช้ข้อมูลการสำรวจความคิดเห็นประชาชนในการสำรวจความพึงพอใจต่อบทบาทการทำหน้าที่สื่อสาธารณะของไทยพีบีเอส ในตัวชี้วัดที่ A1 (Poll)</li> <li>1-2 จัดเก็บข้อมูลจากแบบสำรวจ Quality Rating หมวดประเมินคุณภาพข่าว/รายการ</li> <li>2. จัดเก็บข้อมูลจากแบบสำรวจ Quality Rating หมวดประเมินคุณภาพเนื้อหา</li> <li>3. จัดเก็บข้อมูลจากแบบสำรวจ Quality Rating หมวดประเมินคุณภาพเนื้อหา</li> <li>4. ติดตามผลการนำข้อมูลหรือประเด็นจาก C-Site มาขยายผลต่อยอดสู่เนื้อหาทางหน้าจอหรือออนไลน์จากสำนักเครือข่ายสื่อสาธารณะ</li> <li>5. จัดเก็บข้อมูลจำนวนรางวัลประเภทเนื้อหาที่ได้รับภายในปี 2563 จากสำนักสื่อสารและภาคีเครือข่าย</li> </ol>	<p>หน่วยงานหลัก :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. สำนักข่าว สำนักรายการ สำนักเครือข่ายสื่อสาธารณะ</li> <li>2. สำนักที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนวาระหลัก</li> <li>3. ศูนย์สื่อสาธารณะเพื่อเด็กและครอบครัว ศูนย์สื่อสารด้านภัยพิบัติ Thai PBS World ศูนย์ผลิตเนื้อหา นโยบายสาธารณะและสารคดีเชิงสังคม</li> <li>4. สำนักเครือข่ายสื่อสาธารณะ</li> <li>5. สำนักข่าว สำนักรายการ สำนักสื่อใหม่</li> </ol> <p>หน่วยงานร่วม : -</p> <p>หน่วยงานสนับสนุน :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. สถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ</li> <li>2. สำนักผู้อำนวยการ</li> <li>3. สำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์</li> </ol>	

เป้าหมายระดับผลลัพธ์	ตัวชี้วัด	น้ำหนักร้อยละ	ผลงาน ณ ก.ย. 62	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ. 2563	เกณฑ์การให้คะแนน					รายละเอียดตัวชี้วัด	วิธีการนับ/คำนวณ	ผู้รับผิดชอบ
					1	2	3	4	5			
A3 ไทยพีบีเอสได้รับการยอมรับว่าเป็นสื่อสร้าง Informed Citizen	ความพึงพอใจในกระบวนการสร้างการเรียนรู้และประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาและกิจกรรมของไทยพีบีเอส	20		ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ อยู่ในเกณฑ์ “ดี” (3.51 - 4.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ย อยู่ในเกณฑ์น้อยมาก (ต่ำกว่า 1.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ย อยู่ในเกณฑ์น้อย (1.51 - 2.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ย อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (2.51 - 3.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ย อยู่ในเกณฑ์ดี (3.51 - 4.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ดีมาก (มากกว่า 4.51 คะแนนขึ้นไป)	1. วัดระดับความพึงพอใจของประชาชนในกระบวนการสร้างการเรียนรู้ และประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาของไทยพีบีเอส (ทั้งเนื้อหาสร้างพลเมืองคุณภาพ และ Major Campaign ที่ได้รับการยอมรับว่ากระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม) 2. วัดความพึงพอใจในกระบวนการสร้างการเรียนรู้ และประโยชน์ที่ได้รับจากประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมของไทยพีบีเอส	1. ใช้ข้อมูลการสำรวจความเห็นของประชาชนในตัวชี้วัดที่ A1 (Poll) 2. จัดเก็บข้อมูลจากแบบสำรวจความพึงพอใจในกระบวนการสร้างการเรียนรู้ และประโยชน์ที่ได้รับจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ไทยพีบีเอสจัดขึ้น สະสมตลอดปี เปรียบเทียบกับเกณฑ์คะแนนที่กำหนด	หน่วยงานหลัก : 1. สำนักข่าว สำนักรายการ สำนักเครือข่ายสื่อสารมวลชน 4 Sub-BU และคณะทำงานขับเคลื่อนวาระหลัก 2. สำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์ หรือสำนักอื่นๆ (ถ้ามี) หน่วยงานร่วม : - หน่วยงานสนับสนุน : สถาบันวิชาการสื่อสารมวลชน
A4 ส.ส.ท. สร้างความมั่นคงและยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม	ความสำเร็จในการทำงานร่วมกับภาคีหุ้นส่วน	15		ค่าเฉลี่ยระดับความสำเร็จในการทำงานร่วมกับภาคีหุ้นส่วน อยู่ในเกณฑ์ดี (3.51 - 4.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ย ความสำเร็จ อยู่ในเกณฑ์น้อยมาก (ต่ำกว่า 1.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ย ความสำเร็จ อยู่ในเกณฑ์น้อย (1.51 - 2.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ย ความสำเร็จ อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (2.51 - 3.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ย ความสำเร็จ อยู่ในเกณฑ์ดี (3.51 - 4.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ย ความสำเร็จ อยู่ในเกณฑ์ดีมาก (มากกว่า 4.51 คะแนนขึ้นไป)	1. วัดระดับความพึงพอใจของเครือข่ายที่ร่วมขับเคลื่อนประเด็นที่สอดคล้องกับ Corporate Agenda ของ ส.ส.ท. 2. จำนวนภาคีหุ้นส่วนที่เพิ่มขึ้น (นิยามภาคีหุ้นส่วน หมายถึง .....	1. จัดเก็บข้อมูลจากแบบสำรวจความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างของเครือข่ายที่ร่วมขับเคลื่อนประเด็นฯ กับไทยพีบีเอส เปรียบเทียบตามเกณฑ์คะแนนที่กำหนด 2. จัดเก็บข้อมูลจำนวนภาคีหุ้นส่วนที่มีการขับเคลื่อนประเด็นที่สอดคล้องกับ Corporate Agenda เปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา	หน่วยงานหลัก : สำนักเครือข่ายสื่อสารมวลชน สำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์ สถาบันวิชาการสื่อสารมวลชน หรือสำนักอื่น ๆ (ถ้ามี) หน่วยงานร่วม : - หน่วยงานสนับสนุน : สถาบันวิชาการสื่อสารมวลชน
A5 ส.ส.ท. เป็น Trusted Brand ในใจประชาชน	ระดับความสำเร็จของการสร้างความเป็น Trusted Brand	15		ค่าเฉลี่ยระดับความสำเร็จในการเป็น Trusted Brand อยู่ในเกณฑ์ดี (3.51 - 4.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ย ความสำเร็จ อยู่ในเกณฑ์น้อยมาก (ต่ำกว่า 1.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ย ความสำเร็จ อยู่ในเกณฑ์น้อย (1.51 - 2.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ย ความสำเร็จ อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (2.51 - 3.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ย ความสำเร็จ อยู่ในเกณฑ์ดี (3.51 - 4.50 คะแนน)	ค่าเฉลี่ย ความสำเร็จ อยู่ในเกณฑ์ดีมาก (มากกว่า 4.51 คะแนนขึ้นไป)	1. ร้อยละของการหารายได้จากทรัพย์สินที่มีอยู่และรายได้จากทรัพย์สินทางปัญญาที่เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 2. ค่าเฉลี่ยความผิดพลาดทางเนื้อหา เทคนิค และความผิดพลาดด้านจริยธรรม ที่ลดลง เปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา 3. ร้อยละของพนักงานที่มีการนำทักษะด้านดิจิทัลและ Transmedia ไปใช้ในการพัฒนางาน 4. ร้อยละความสำเร็จของการบริหารโครงการและงบประมาณ ปี 2563	1. เก็บข้อมูลจำนวนเงินรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการหารายได้จากทรัพย์สินที่มีอยู่และรายได้จากทรัพย์สินทางปัญญา เปรียบเทียบกับปี 2562 2. เก็บข้อมูลความผิดพลาดทางเนื้อหา เทคนิค และจริยธรรม ในทุกแพลตฟอร์ม เปรียบเทียบกับจำนวนความผิดพลาดทั้ง 3 ประเภทที่เกิดขึ้นในปี 2562 3. วัดผลการนำทักษะด้านดิจิทัลและ Transmedia ของพนักงานที่เข้ารับการอบรมในหัวข้อที่กำหนด ไปใช้ในการพัฒนางานเปรียบเทียบกับจำนวนผู้เข้าอบรมในหัวข้อนั้นๆ 4. ประเมินผลสำเร็จของแผนงาน/โครงการ และผลการขอใช้งบประมาณเปรียบเทียบกับงบประมาณโครงการ	หน่วยงานหลัก : 1. สำนักข่าว สำนักรายการ สำนักเครือข่ายสื่อสารมวลชน สำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์ และสำนักวิศวกรรม 2. สำนักข่าว สำนักรายการ สำนักโทรทัศน์ สำนักสื่อใหม่ สำนักเครือข่ายสื่อสารมวลชน 3. สำนักทรัพยากรมนุษย์ 4. ทุกสำนัก หน่วยงานร่วม : หน่วยงานสนับสนุน : 1. ศูนย์การเงิน ฝ่ายกฎหมาย 2. สถาบันวิชาการสื่อสารมวลชน 3. ทุกสำนัก 4. สำนักผู้อำนวยการ และศูนย์การเงิน

ส่วนที่  
3

# แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณ พ.ศ. 2563



## งบประมาณปี 2563

การจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ. 2563 เป็นไปตามหลักการและนโยบายของกรรมการบริหาร ดังนี้

### 1. หลักการจัดสรรงบประมาณ พ.ศ. 2563

#### 1.1 จัดสรรงบประมาณให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแหล่งรายรับ ดังนี้

1.1.1 พยายามจัดสรรงบบุคลากร งบประมาณของสำนัก และโครงการตามแผนบริหารกิจการที่สอดคล้องกับภารกิจตามวัตถุประสงค์แห่ง พ.ร.บ. ส.ส.ท. พ.ศ. 2551 ภายใต้วงเงินบำรุงองค์กรฯ 2,000 ล้านบาท

1.1.2 รายรับจากบริการโครงข่ายทีวีดิจิทัลและสิ่งอำนวยความสะดวก จัดสรรเป็นค่าใช้จ่ายดำเนินงานในการบริหารโครงข่ายทีวีดิจิทัลและสิ่งอำนวยความสะดวก สำนักวิศวกรรม

1.1.3 รายรับจากเงินสนับสนุนและค่าลิขสิทธิ์ จัดสรรเป็นเงินรางวัลประจำปี ไม่เกินร้อยละ 40 (กรณีมี) โดยส่วนที่เกินจากการจัดสรร และรายรับคงเหลือหลังหักค่าใช้จ่ายของงานบริหารโครงข่ายฯ (ตามข้อ 1.1.2 รวมถึงดอกเบี้ยรับ และค่าชดเชยต่าง ๆ จะจัดสรรไปเป็นเงินเก็บสำรองขององค์กร หรือเป็นค่าใช้จ่ายส่วนที่เกินจากเงินบำรุงองค์กรฯ (กรณีทำงบประมาณแบบขาดดุล)

#### 1.2 แนวทางการจัดทำงบประมาณปี 2563

1.2.1 จัดสรรงบประมาณโดยสอดคล้องกับภารกิจตามมาตรา 7 และมาตรา 8 แห่ง พ.ร.บ. ส.ส.ท. พ.ศ. 2551 โดยนำนโยบายของกรรมการนโยบาย แผนยุทธศาสตร์ 4 ปี (พ.ศ. 2561-2564) และกรอบแผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2563 เป็นแนวทางในการจัดสรรงบประมาณ เพื่อให้การดำเนินงานมีความเชื่อมโยง สอดคล้อง สนับสนุนซึ่งกันและกัน เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ คุ่มค่า

1.2.2 จัดสรรงบประมาณแบบ Content-Based Structure ที่เน้นตอบสนองยุทธศาสตร์และวาระพิเศษขององค์กร โดยคำนึงถึงผลผลิตและผลลัพธ์ที่จะได้รับ ดังนี้

1.2.2.1 ผลิตเนื้อหาสร้างแรงบันดาลใจเพื่อร่วมขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงใน 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ การลดและจัดการขยะพลาสติก การกระจายอำนาจและการเลือกตั้งท้องถิ่น และการแก้ปัญหาปากท้องความเป็นอยู่ของประชาชน, การผลิตเนื้อหาคุณภาพสูง (ละครและสารคดี) เพื่อมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มในอนาคต และผลิตเนื้อหาและพัฒนาเครื่องมือเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมภาคพลเมืองและมีการสื่อสารข้ามแพลตฟอร์ม

1.2.2.2 ขับเคลื่อนโครงการรณรงค์ตามวาระ ได้แก่ โครงการ “โลกนี้ไม่มีขยะ” เพื่อสร้างความตระหนักรู้กระตุ้นความรับผิดชอบของสังคมในการร่วมลดขยะ

1.2.2.3 มุ่งสื่อสารบนออนไลน์ (More Digital) พัฒนาประสิทธิภาพและความน่าสนใจของแพลตฟอร์มให้เข้าถึงง่าย เป็นไปตามเทคโนโลยีสมัยใหม่ การพัฒนาระบบการรับชม On Demand, ผลิตเนื้อหาต่อยอดข้ามสื่อ (Transmedia) และสร้าง Digital Hub Content ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับสารในยุคดิจิทัล

1.2.2.4 พัฒนาบุคลากรเพื่อยกระดับความสามารถและพัฒนาทักษะใหม่ (Reskills & Upskills) ให้พนักงานสามารถปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลง มีทักษะด้านดิจิทัล และทักษะที่หลากหลายรองรับกับภาระงานที่เปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล

1.2.2.5 โครงการทบทวน พ.ร.บ. ส.ส.ท. เพื่อออกแบบอนาคตของ ส.ส.ท. ให้มั่นคงและยั่งยืน และสร้างการมีส่วนร่วมจากสาธารณะ

1.2.3 จัดทำงบประมาณขาดดุลโดยวางแผนลงทุนที่ใช้เงินตามแผนสำรองรอจ่ายมาพัฒนาองค์กรในด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นการลงทุนเพื่อสร้างทรัพย์สินให้ ส.ส.ท. เพื่อจะนำไปต่อยอด สร้างมูลค่าเพิ่มในระยะยาว ดังนี้

1.2.3.1 โครงการสมัครใจเกษียณก่อนกำหนด เพื่อบริหารอัตรากำลังให้เป็นไปตามกรอบที่กรรมการนโยบายอนุมัติ และเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรในระยะยาว ใช้งบประมาณปี 2563 จำนวน 65 ล้านบาท

1.2.3.2 แผนผลิตเนื้อหาคุณภาพสูง เพื่อขับเคลื่อนองค์กรด้วยเนื้อหาคุณภาพสูง (ละครและสารคดีที่มีคุณค่าสาธารณะและอัตลักษณ์ความเป็นไทย) ที่ผลิตโดยฝีมือคนไทย ผลักดันภาพลักษณ์ของไทยพีบีเอสให้ได้รับการยอมรับความเป็นสื่อสาธารณะที่มีมาตรฐานสูง และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพย์สินทางปัญญาในอนาคต โดยใช้งบประมาณปี 2563 ผลิตละครแห่งปี 16 ตอน 1 เรื่องเพื่อเผยแพร่ในปี 2564 จำนวน 25.6 ล้านบาท

1.2.3.3 แผนลงทุนเพื่อ Transform องค์กร เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ประกอบด้วย 3 โครงการ ได้แก่

- แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศ ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2562 - 2564) ใช้งบประมาณปี 2563 จำนวน 139.99 ล้านบาท

- โครงการพัฒนาระบบฐานข้อมูล เพื่อทำงานบนพื้นฐานของ Data-Driven Culture ใช้งบประมาณในปี 2563 จำนวน 12.04 ล้านบาท

- โครงการพัฒนาพิพิธภัณฑ์สื่อสาธารณะให้มีความทันสมัยแบบ Living Museum ระยะเวลา 3 ปี (พ.ศ. 2563 - 2565) งบประมาณโครงการ 40.6 ล้านบาท ใช้งบประมาณในปี 2563 จำนวน 19.3 ล้านบาท ปี 2564 จำนวน 16.2 ล้านบาท และปี 2565 จำนวน 5.1 ล้านบาท

- โครงการพัฒนาเทคนิคและเทคโนโลยีเพื่อการผลิตรายการและออกอากาศ จำนวน 65.69 ล้านบาท

1.2.3.4 โครงการออกแบบและปรับปรุงภายในอาคารสำนักงานใหญ่ ใช้งบประมาณปี 2563 จำนวน 30 ล้านบาท

1.2.4 นำแนวคิดการบริหารโครงการมาเป็นเครื่องมือในการบริหารผลงานและงบประมาณ โดยโครงการตามแผนบริหารกิจการ ต้องระบุความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ตาม พ.ร.บ. ส.ส.ท. นโยบายองค์กร และประเด็นยุทธศาสตร์ รวมถึงวัตถุประสงค์ ผลผลิต ผลลัพธ์ ตัวชี้วัดผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ เพื่อใช้ในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานได้

1.2.5 แยกงบประมาณออกจากกองบัญชาการ โดยงบประมาณ หมายถึงงบประมาณที่จัดไว้สำหรับค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายเพื่อให้องค์กรฯ คงสภาพ เช่น ค่าใช้จ่ายสำนักงานส่วนกลาง ค่าสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายส่วนกลางของสำนักต่าง ๆ

1.2.6 จัดสรรงบประมาณ โดยลำดับความสำคัญของภารกิจ และวางแผนจัดสรรทรัพยากร (กำลังคนและงบประมาณ) ที่สอดคล้องกับงาน ตามกรอบวงเงินที่มีจำกัด และพิจารณาความสามารถในการใช้จ่ายงบประมาณและภาระงานที่ค้างของสำนัก มาประกอบการพิจารณาจัดสรรงบประมาณให้กับสำนัก

1.2.7 ไม่ให้มียอดเงินรวมผูกพันโครงการต่าง ๆ ซ้ำมปีมากเกินไปโดยไร้เหตุอันสมควร

1.2.8 จัดให้มีแผนสำรอง จำนวน 29.76 ล้านบาท เพื่อใช้ในการดำเนินการตามภารกิจที่ ส.ส.ท. มีความจำเป็น ดังนี้

1.2.8.1 งบฉุกเฉิน ผอ.ส.ส.ท. จำนวน 10 ล้านบาท เพื่อใช้สำหรับการดำเนินการตามภารกิจที่ ส.ส.ท. มีความจำเป็น

1.2.8.2 งบประมาณด้านบุคลากร จำนวน 9.76 ล้านบาท สำหรับโครงการสวัสดิการเงินบำเหน็จและเงินรางวัลประจำปี (ถ้ามี)

1.2.8.3 โครงการทบทวน พ.ร.บ. ส.ส.ท. และสำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อสื่อสาธารณะ จำนวน 10 ล้านบาท

1.2.9 งานบริหารโครงข่ายที่วีดิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งวางแผนให้บริหารจัดการแบบหน่วยธุรกิจและสามารถหารายรับเพิ่มจากทรัพย์สินที่มีอยู่ในอนาคต

## 2. ประมาณการรายรับของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2563

ประกอบด้วย เงินบำรุงองค์การฯ รายได้จากการให้บริการโครงข่ายที่วีดิทัศน์และบริการสิ่งอำนวยความสะดวก รายได้ดอกผลที่เกิดจากเงินหรือทรัพย์สินขององค์การฯ และรายได้อื่นๆ รวมทั้งสิ้น 2,565.8 ล้านบาท ดังนี้

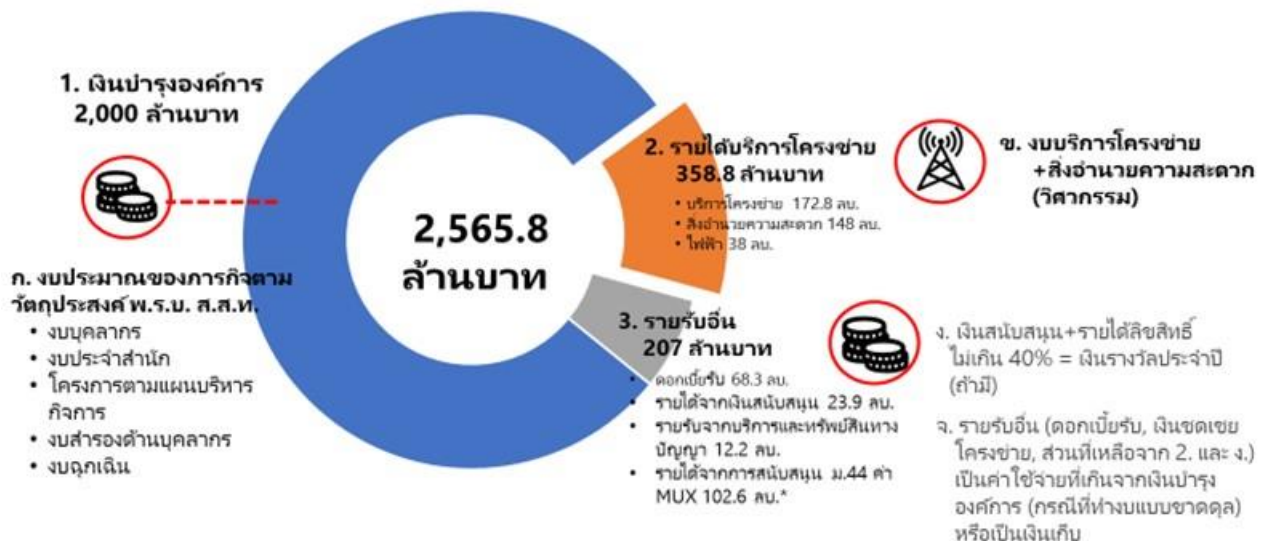
2.1 เงินบำรุงองค์การฯ 2,000.0 ล้านบาท

2.2 รายได้จากการให้บริการโครงข่ายที่วีดิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก 358.8 ล้านบาท  
ประกอบด้วย ค่าบริการโครงข่าย 172.8 ล้านบาท ค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวก 148 ล้านบาท และค่าบริการไฟฟ้า 38 ล้านบาท

2.3 รายได้อื่นๆ 207.0 ล้านบาท

ประกอบด้วย ดอกเบี้ยรับ จำนวน 68.3 ล้านบาท รายรับจากเงินสนับสนุนและรายรับจากการบริการและทรัพย์สินทางปัญญา จำนวน 36.1 ล้านบาท และรายได้จากการสนับสนุนตามมาตรา 44 ค่า MUX จำนวน 102.6 ล้านบาท

### กรอบรายรับและแนวทางการจัดสรรงบประมาณ พ.ศ. 2563



\* ประมาณการรายได้จากการสนับสนุน ม.44 ค่า MUX 50% (ม.ค.-พ.ค. 63) และ 10% (พ.ค.-ธ.ค. 63) ตามประกาศ กสทช. ที่ .....)

แผนภาพที่ 13 ประมาณการรายรับของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2563

### 3. การจัดสรรงบประมาณรายจ่ายในปี 2563

ส.ส.ท. จัดทำงบประมาณตามยุทธศาสตร์ 4 ประเด็น จำนวน 71 โครงการ งบบุคลากร งบบริหารส่วนกลาง สำนัก/งบประจำ งบลงทุนที่จะขอใช้เงินตามแผนสำรองจ่าย แผนสำรอง และงบประมาณงานบริหารโครงการข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งสิ้น 2,953.86 ล้านบาท ดังนี้

1.1 งบประมาณรายจ่ายประจำปี 2563 จำนวน 2,165.35 ล้านบาท ประกอบด้วย

1.1.1 งบยุทธศาสตร์ ตามแผน 3 แผน ประเด็นยุทธศาสตร์ 4 ประเด็น จำนวน 71 โครงการ วงเงินรวม 1,402.20 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 64.8 ของงบประมาณปี 2563 ประกอบด้วย

1.1.1.1 แผนด้านเนื้อหา ช่องทาง และบริการ จำนวน 40 โครงการ งบประมาณรวม 1,285.51 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 91.7% ของงบยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย 2 ประเด็นยุทธศาสตร์ คือ

- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 แยกต่าง หลากหลาย ทัวถึง จำนวน 37 โครงการ งบประมาณรวม 1,277.31 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 91.1 ของงบยุทธศาสตร์

- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างสรรค์การเรียนรู้ตลอดชีวิต จำนวน 3 โครงการ งบประมาณรวม 8.2 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.6 ของงบยุทธศาสตร์

1.1.1.2 แผนด้านภาคีหุ้นส่วน ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม จำนวน 14 โครงการ งบประมาณรวม 71.03 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.1 ของงบยุทธศาสตร์

1.1.1.3 แผนด้านทุนมนุษย์และทุนองค์กร ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนา ส.ส.ท. ให้เป็น Trusted Brand ในใจประชาชน จำนวน 17 โครงการ งบประมาณรวม 45.66 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.3 ของงบยุทธศาสตร์

1.1.2 งบบุคลากร จำนวน 554.61 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 25.6 ของงบประมาณปี 2563 ประกอบด้วย เงินเดือน ค่าตอบแทน ค่าเบี้ยขยัน กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เงินช่วยเหลือ และสวัสดิการต่าง ๆ

1.1.3 งบบริหารส่วนกลางสำนัก (งบประจำ) จำนวน 208.54 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 9.6 ของงบประมาณปี 2563 ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายบริหารจัดการอาคารและสถานที่ ยานพาหนะ การบริการสำนักงาน ค่าบริหารจัดการสารสนเทศ และค่าใช้จ่ายประจำของสำนักต่าง ๆ

1.2 แผนลงทุนที่จะขอใช้เงินสำรองจ่ายมาดำเนินการ ในปี 2563 จำนวน 357.62 ล้านบาท ประกอบด้วย

1.2.1 โครงการสมัครใจเกษียณก่อนกำหนด จำนวน 65 ล้านบาท

1.2.2 แผนผลิตเนื้อหาคุณภาพสูง ผลิตละครแห่งปี 16 ตอน 1 เรื่อง เพื่อเผยแพร่ในปี 2564 จำนวน 25.6 ล้านบาท

1.2.3 โครงการพัฒนาระบบฐานข้อมูล จำนวน 12.04 ล้านบาท

1.2.4 โครงการพัฒนาพิพิธภัณฑ์สื่อสาธารณะ Living Museum ระยะเวลา 3 ปี (พ.ศ. 2563 - 2565) ใช้งบประมาณในปี 2563 จำนวน 19.3 ล้านบาท ปี 2564 จำนวน 16.2 ล้านบาท และปี 2565 จำนวน 5.1 ล้านบาท รวมทั้งสิ้น 40.6 ล้านบาท

1.2.5 แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 139.99 ล้านบาท

1.2.6 โครงการพัฒนาเทคนิคและเทคโนโลยีเพื่อการผลิตรายการและออกอากาศ 65.69 ล้านบาท



- 1.2.7 โครงการออกแบบและปรับปรุงภายในอาคารสำนักงานใหญ่ จำนวน 30 ล้านบาท
- 1.3 แผนสำรอง จำนวน 29.76 ล้านบาท ประกอบด้วย
  - 1.3.1 งบฉุกเฉิน จำนวน 10 ล้านบาท สำหรับภารกิจที่ ส.ส.ท. มีความจำเป็น
  - 1.3.2 งบสำรองด้านบุคลากร จำนวน 9.76 ล้านบาท สำหรับโครงการสวัสดิการเงินบำนาญและเงินรางวัลประจำปี (ถ้ามี)
  - 1.3.3 โครงการทบทวน พ.ร.บ. ส.ส.ท. จำนวน 10 ล้านบาท
- 1.4 งบบริหารโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 401.13 ล้านบาท ประกอบด้วย ค่าบุคลากร จำนวน 60.35 ล้านบาท งบดำเนินงาน จำนวน 291.80 ล้านบาท งบลงทุน จำนวน 48.18 ล้านบาท และโครงการแบ่งปันความรู้สู่สาธารณะและภาคี จำนวน 0.8 ล้านบาท

**ตารางที่ 2** เปรียบเทียบงบประมาณตามแผนและประเด็นยุทธศาสตร์ งบบุคลากร งบประจำ แผนลงทุนตามแผนการใช้เงินสำรองรอจ่าย แผนสำรอง และงบบริหารโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก ปี 2562 – 2563

ลำดับ	ประเภทงบประมาณ	งบประมาณปี 2563		งบประมาณปี 2562 (ณ ต.ค. 2562)		เปรียบเทียบงบปี 2562-2563 เพิ่ม(ลด)	
		บาท	สัดส่วน	บาท	สัดส่วน	บาท	ร้อยละ
1	งบยุทธศาสตร์	1,402,198,384	64.8%	1,280,806,100	61.1%	121,392,284	9.5%
1.1	แผนด้านเนื้อหา ช่องทาง และบริการ	1,285,506,900	59.4%	1,155,253,800	55.1%	130,253,100	11.3%
	ประเด็นยุทธศาสตร์ หลากหลาย ทัวถึง แตกต่าง	1,277,306,900	59.0%	1,139,203,800	54.3%	138,103,100	12.1%
	ประเด็นยุทธศาสตร์ สร้างสรรค์สังคมเรียนรู้ตลอด ชีวิต	8,200,000	0.4%	16,050,000	0.8%	(7,850,000)	-48.9%
1.2	แผนด้านภาคีหุ้นส่วน ประเด็นยุทธศาสตร์ สร้าง ความมั่นคงและยั่งยืนด้วย หุ้นส่วนทางสังคม	71,028,000	3.3%	74,305,000	3.5%	(3,277,000)	-4.4%
1.3	แผนด้านทุนมนุษย์และทุน องค์กร ประเด็นยุทธศาสตร์ สร้าง ส.ส.ท. ให้เป็น Trusted Brand ในใจประชาชน	45,663,484	2.1%	51,247,300	2.4%	(5,583,816)	-10.9%
2	งบบุคลากร	554,607,926	25.6%	567,910,900	27.1%	(13,302,974)	-2.3%
3	งบบริหารส่วนกลางสำนัก (งบประจำ)	208,543,260	9.6%	249,101,700	11.9%	(40,558,440)	-16.3%
<b>รวมงบประมาณ 1-3</b>		<b>2,165,349,570</b>	<b>100%</b>	<b>2,097,818,700</b>	<b>100%</b>	<b>67,530,870</b>	<b>3.2%</b>
4	แผนลงทุนที่ขอใช้เงินตาม แผนสำรองรอจ่าย	357,622,190	-	138,431,700	-	219,190,490	158.3%
<b>รวมงบประมาณ 1-4</b>		<b>2,522,971,760</b>	<b>-</b>	<b>2,236,250,400</b>	<b>-</b>	<b>286,721,360</b>	<b>12.8%</b>

ลำดับ	ประเภทงบประมาณ	งบประมาณปี 2563		งบประมาณปี 2562 (ณ ต.ค. 2562)		เปรียบเทียบงบปี 2562-2563 เพิ่ม(ลด)	
		บาท	สัดส่วน	บาท	สัดส่วน	บาท	ร้อยละ
5	แผนสำรอง	29,760,000	-	14,630,000	-	15,130,000	103.4%
รวมงบประมาณ 1-5		2,552,731,760	-	2,250,880,400	-	301,851,360	13.4%
6	งบบุคลากร โครงสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวก (บุคลากร ดำเนินงาน ลงทุน)	401,125,240	-	402,387,700	-	(1,262,460)	-0.3%
รวมทั้งสิ้น		2,953,857,000	-	2,653,268,100	-	300,588,900	11.3%

### 3. สัดส่วนงบประมาณตามภารกิจ ส.ส.ท. ในปี 2563 จัดสรรงบประมาณรายจ่ายสำหรับภารกิจ ดังนี้

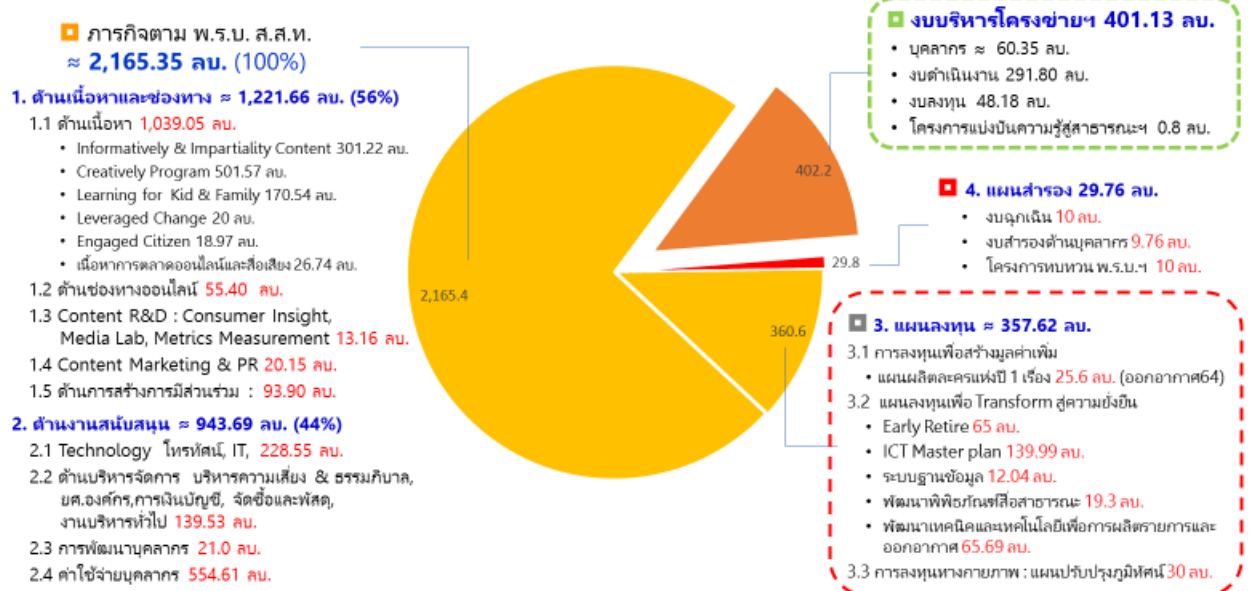
ภารกิจหลักของ ส.ส.ท. ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่ งาน Front Office จำนวน 1,221.66 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 56 ของงบประมาณปี 2563 และงานสนับสนุน จำนวน 943.69 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 44 ของงบประมาณปี 2563

3.1 แผนลงทุนที่จะขอใช้เงินตามแผนสำรองร้อยละ 357.62 ล้านบาท

3.2 แผนสำรอง 29.76 ล้านบาท สำหรับงบบุคลากร งบสำรองด้านบุคลากร และโครงการทบทวน พ.ร.บ.

3.3 งบบริหารโครงสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวก 401.13 ล้านบาท

## แผนงบประมาณปี 2563 รวม 2,953.86 ล้านบาท



แผนภาพที่ 14 งบประมาณปี 2563 แยกตามภารกิจ

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบงบประมาณตามประเภทการใช้งานปี 2562 – 2563

BUD	ประเภทงบประมาณ	ปี 2563	สัดส่วน จัดสรร	ปี 2562 (ณ ต.ค. 2562)	สัดส่วน จัดสรร	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	%
119	งบบุคลากร	617,953,811	21%	627,275,900	24%	(9,322,089)	-1%
219	งบดำเนินการ	808,654,419	27%	804,514,255	30%	4,140,164	1%
319	งบทดลองและจัดหารายการ	1,044,206,970	35%	832,245,000	31%	211,961,970	25%
419	งบลงทุน	375,811,800	13%	347,572,945	13%	28,238,855	8%
619	งบอุดหนุน	27,470,000	1%	27,030,000	1%	440,000	2%
719	งบผูกพันและสำรอง	79,760,000	3%	14,630,000	1%	65,130,000	445%
รวมทั้งสิ้น		2,953,857,000	100%	2,653,268,100	100%	300,588,900	11%

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบงบประมาณตามสำนัก ปี 2562 – 2563

ลำดับ	สำนัก	งบประมาณปี 2563		งบประมาณปี 2562 (ณ ต.ค. 2562)		เปรียบเทียบงบ ปี 2562-2563 เพิ่ม(ลด)	
		บาท	สัดส่วน	บาท	สัดส่วน	บาท	ร้อยละ
1	สำนักข่าว	234,533,170	10.8%	236,629,700	11.3%	(2,096,530)	-0.9%
2	สำนักรายการ	474,400,000	21.9%	476,208,700	22.7%	(1,808,700)	-0.4%
3	สำนักเครือข่ายสื่อสารสาธารณะ	51,750,000	2.4%	73,976,400	3.5%	(22,226,400)	-30.0%
4	โครงการจัดตั้งศูนย์พัฒนาสื่อเด็ก เยาวชนและครอบครัว	168,141,900	7.8%	-	-	168,141,900	100%
5	โครงการจัดตั้งศูนย์พัฒนาการ สื่อสารด้านภัยพิบัติ	19,520,930	0.9%	-	-	19,520,930	100%
6	โครงการจัดตั้งศูนย์ Thai PBS World	15,500,000	0.7%	-	-	15,500,000	100%
7	โครงการจัดตั้งศูนย์สื่อ วาระและนโยบายสาธารณะ	23,180,000	1.1%	-	-	23,180,000	100%
8	สำนักสื่อใหม่	96,140,000	4.4%	90,542,600	4.3%	5,597,400	6.2%
9	สำนักโทรทัศน์และวิทยุ	168,292,900	7.8%	215,079,600	10.3%	(46,786,700)	-21.8%
10	สำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์	79,711,000	3.7%	88,573,000	4.2%	(8,862,000)	-10.0%
11	สถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ	23,440,000	1.1%	22,820,000	1.1%	620,000	2.7%
12	สำนักทรัพยากรมนุษย์	578,257,926	26.7%	587,720,900	28.0%	(9,462,974)	-1.6%
13	สำนักงานผู้อำนวยการ ส.ส.ท.	29,510,384	1.4%	53,745,700	2.6%	(24,235,316)	-45.1%
14	สำนักบริหารกิจการ	199,024,260	9.2%	246,560,500	11.8%	(47,536,240)	-19.3%
15	ศูนย์การเงิน	3,555,000	0.2%	4,172,000	0.2%	(617,000)	-14.8%
16	สำนักตรวจสอบภายใน	392,100	0.0%	1,789,600	0.1%	(1,397,500)	-78.1%
รวมงบประมาณ (1-16)		2,165,349,570	100%	2,097,818,700	100%	67,530,870	3.2%

ลำดับ	สำนัก	งบประมาณปี 2563		งบประมาณปี 2562 (ณ ต.ค. 2562)		เปรียบเทียบงบ ปี 2562-2563 เพิ่ม(ลด)	
		บาท	สัดส่วน	บาท	สัดส่วน	บาท	ร้อยละ
17	แผนลงทุนที่ขอใช้เงินสำรอง จ่าย	357,622,190	-	138,431,700	-	219,190,490	158.3%
	โครงการสมัครใจเกษียณก่อน กำหนด (สำนักทรัพยากรมนุษย์)	65,000,000	-	-	-	65,000,000	100%
	แผนผลิตเนื้อหาคุณภาพสูง (สำนักรายการ)	25,600,000	-	-	-	25,600,000	100%
	แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศ (สำนักบริหาร)	139,990,190	-	116,931,700	-	23,058,490	19.7%
	โครงการพัฒนาระบบฐานข้อมูล ส.ส.ท. (สถาบันวิชาการสื่อ สาธารณะ)	12,040,000	-	21,500,000	-	(9,460,000)	-44.0%
	โครงการพัฒนาพิพิธภัณฑ์สื่อ สาธารณะ (สถาบันวิชาการสื่อ สาธารณะ)	19,300,000	-	-	-	19,300,000	100%
	โครงการพัฒนาเทคนิคและ เทคโนโลยีเพื่อการผลิตรายการ และออกอากาศ (สำนักโทรทัศน์ ฯ)	65,692,000	-	-	-	65,692,000	100%
	โครงการปรับปรุงพื้นที่อาคาร สำนักงานใหญ่ ส.ส.ท. (สำนัก บริหาร)	30,000,000	-	-	-	30,000,000	100%
<b>รวมงบประมาณ (1-17)</b>		<b>2,522,971,760</b>	<b>-</b>	<b>2,236,250,400</b>	<b>-</b>	<b>286,721,360</b>	<b>12.8%</b>
18	แผนสำรอง	29,760,000	-	14,630,000	-	15,130,000	103.4%
	งบฉุกเฉิน (สำนักผู้อำนวยการ)	10,000,000	-	10,000,000	-	-	-
	งบสำรองด้านบุคลากร (สำนัก ทรัพยากรมนุษย์)	9,760,000	-	4,630,000	-	5,130,000	110.8%
	โครงการทบทวน พ.ร.บ. ส.ส.ท. (สำนักผู้อำนวยการ)	10,000,000	-	-	-	10,000,000	100.0%
<b>รวมงบประมาณ (1-18)</b>		<b>2,552,731,760</b>	<b>-</b>	<b>2,250,880,400</b>	<b>-</b>	<b>301,851,360</b>	<b>13.4%</b>
19	งบบริหารโครงข่ายและสิ่ง อำนวยความสะดวก	401,125,240	-	402,387,700	-	(1,262,460)	-0.3%
	งบบุคลากร (สำนักทรัพยากร มนุษย์)	60,345,885	-	61,615,000	-	(1,269,115)	-2.1%
	งบบริหารโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก (สำนักวิศวกรรม)	339,979,355	-	340,772,700	-	(793,345)	-0.2%
	โครงการแบ่งปันความรู้สู่สาธารณะ และภาคี (สำนักวิศวกรรม)	800,000	-	-	-	800,000	100%
<b>รวมทั้งสิ้น (1-19)</b>		<b>2,953,857,000</b>	<b>-</b>	<b>2,653,268,100</b>	<b>-</b>	<b>300,588,900</b>	<b>11.3%</b>

## แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณ ปี 2563

ส.ส.ท. ให้ความสำคัญกับการบริหารติดตามแผนงานโครงการและงบประมาณ ให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่วางแผนไว้ รวมถึงการใช้จ่ายงบประมาณเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีกลไกในการบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ หลังจากทีแผนบริหารกิจการผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการนโยบายแล้ว ดังนี้

### ตารางที่ 5 แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณปี 2563

กลไก		หลักปฏิบัติ
<b>1. กลไกบริหารงาน</b>		
<b>ด้านแผน</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประชุมกรรมการบริหาร ร่วมกับ ผอ. สำนัก</li> <li>- คณะกรรมการบริหารจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานรายไตรมาสเสนอกรรมการนโยบาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รายงานผลการปฏิบัติงานและแผนการดำเนินงาน เดือนละ 1 ครั้ง</li> <li>- ติดตามการปฏิบัติงานนโยบาย 8 ด้านเทียบแผนงานโครงการ ไตรมาสละ 1 ครั้ง</li> </ul>
<b>ด้านเนื้อหา</b>	- คณะกรรมการยุทธศาสตร์เนื้อหา	- กำกับยุทธศาสตร์เนื้อหา แผนจัดทำรายการ ผังรายการ กลั่นกรองวาระด้านเนื้อหาเสนอ กบห. กนย. เดือนละ 2 ครั้ง
	- อนุกรรมการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนจากประชาชน	- จริยธรรม ระเบียบปฏิบัติ การเผยแพร่และผลิตรายการ ก่อนเสนอคณะกรรมการบริหาร และ ผอ. ส.ส.ท. เดือนละ 1 ครั้ง
	- ระบบ Monitoring & Feedback	- รายงานประมวลความคิดเห็นเพื่อพัฒนาก่อนเสนอ คณะกรรมการยุทธศาสตร์เนื้อหาเดือนละ 1 ครั้ง
	- ตรวจสอบคุณภาพเนื้อหารายการและกรรมการบริหารสถานี	- ตรวจสอบจริยธรรมและความถูกต้อง คุณภาพเชิงเทคนิค
	- ระบบประเมินผลคุณภาพรายการเพื่อต่อสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตามระยะเวลารอบกลุ่มรายการ</li> <li>- ประเมินคุณภาพรายการตามเกณฑ์ที่สาธารณะ</li> </ul>
<b>2. ด้านเงินและงบประมาณ</b>		
- คณะกรรมการบริหารเงิน		<ul style="list-style-type: none"> <li>- วางแผนจัดทำกรอบแนวทางข้อกำหนดวิธีการบริหารเงิน และให้คำปรึกษาแนะนำด้านการเงิน</li> <li>- ตั้งกลไกติดตามการใช้จ่ายงบประมาณและการจัดซื้อจัดจ้างผ่านการประชุมคณะกรรมการบริหารในทุกเดือนเพื่อเร่งรัดการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ และรายงานผลต่อคณะกรรมการนโยบายเป็นรายไตรมาส</li> </ul>
- ประชุมกรรมการบริหาร ร่วมกับ ผอ. สำนัก		- ติดตามการใช้งบประมาณและการจัดซื้อจัดจ้างตามแผนเดือนละ 1 ครั้ง

กลไก	หลักปฏิบัติ
<b>3. ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>คณะกรรมการยุทธศาสตร์ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>พัฒนาแผนบริหารงานทรัพยากรมนุษย์</li> <li>กำหนดแนวทางปฏิบัติและกระบวนการดำเนินงานของกลไกในแผนบริหารทรัพยากรมนุษย์</li> </ul>

### การดำเนินโครงการและการใช้จ่ายงบประมาณ

#### 1. ขั้นการอนุมัติแผนปฏิบัติงานและการรายงานผลการดำเนินงานรายไตรมาส

1.1 สำนัก/ศูนย์/หน่วยงาน นำแผนบริหารกิจการ/โครงการที่ได้รับการพิจารณาอนุมัติงบประมาณไปปฏิบัติ โดยหารือร่วมกับ ผอ. ส.ส.ท. /หรือ รอง ผอ.ส.ส.ท. ที่ได้รับมอบอำนาจ

1.2 ผอ.ส.ส.ท. /หรือ รอง ผอ.ส.ส.ท. ที่ได้รับมอบอำนาจพิจารณากลับกรองแผนปฏิบัติงานของโครงการเป็นรายไตรมาส/รายปี

1.3 การเห็นชอบแผนปฏิบัติงาน/โครงการ ผอ.ส.ส.ท. /หรือ รอง ผอ.ส.ส.ท. ลงชื่อในโครงการร่วมกับสำนัก/ศูนย์/หน่วยงาน เพื่อเห็นชอบในหลักการ ก่อนเริ่มไตรมาส หรือก่อนดำเนินโครงการ และส่งสำเนาให้ฝ่ายนโยบายแผนและงบประมาณเพื่อนำมาใช้ในการติดตามผลการดำเนินงานต่อไป

1.4 สำนัก/ศูนย์/หน่วยงาน นำแผนปฏิบัติงาน/โครงการไปปฏิบัติ

- ผลสำเร็จของโครงการและผลการใช้จ่ายงบประมาณ จะกำหนดเป็นตัวชี้วัดของสำนักและฝ่ายที่รับผิดชอบ และใช้ในการพิจารณางบประมาณของสำนักในปีต่อไป

- กรณีผลการใช้จ่ายงบประมาณของสำนักต่ำกว่าร้อยละ 85 สำนักต้องชี้แจงเหตุผล เพื่อประกอบการรายงานผลต่อ สตง. ต่อไป

1.5 สำนัก/ศูนย์/หน่วยงาน รายงานผลการปฏิบัติงานตามแผนปฏิบัติงานรายไตรมาส/รายปี ที่ได้รับอนุมัติเสนอต่อรอง ผอ. ส.ส.ท. ที่รับผิดชอบ และส่งให้ฝ่ายนโยบายแผนและงบประมาณ เพื่อรวบรวมเป็นรายงานไตรมาสเสนอ ผอ.ส.ส.ท.

1.6 ผอ. ส.ส.ท. จัดทำรายงานไตรมาสเสนอคณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการนโยบาย

#### 2. ขั้นการอนุมัติการใช้จ่ายงบประมาณ

2.1 สำนักจัดทำรายละเอียดการขออนุมัติใช้งบประมาณ เสนอรอง ผอ.ส.ส.ท. ที่ได้รับมอบอำนาจ อนุมัติการใช้งบประมาณ / กรณีการจัดซื้อจัดจ้างให้สำนักดำเนินการตามกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างได้เลย

2.2 สำนักส่งเอกสารการขออนุมัติใช้งบประมาณที่ รอง ผอ.ส.ส.ท. ที่ได้รับมอบอำนาจเห็นชอบ

2.3 ฝ่ายการเงินและควบคุมงบประมาณ ศูนย์การเงิน ตรวจสอบการขอใช้งบประมาณ

2.4 สำนักดำเนินการตามแผนปฏิบัติงานโครงการและงบประมาณที่ได้รับอนุมัติ

### 3. การทบทวนงบประมาณกลางปี/หรือการขอเปลี่ยนแปลงรายละเอียดงบประมาณ

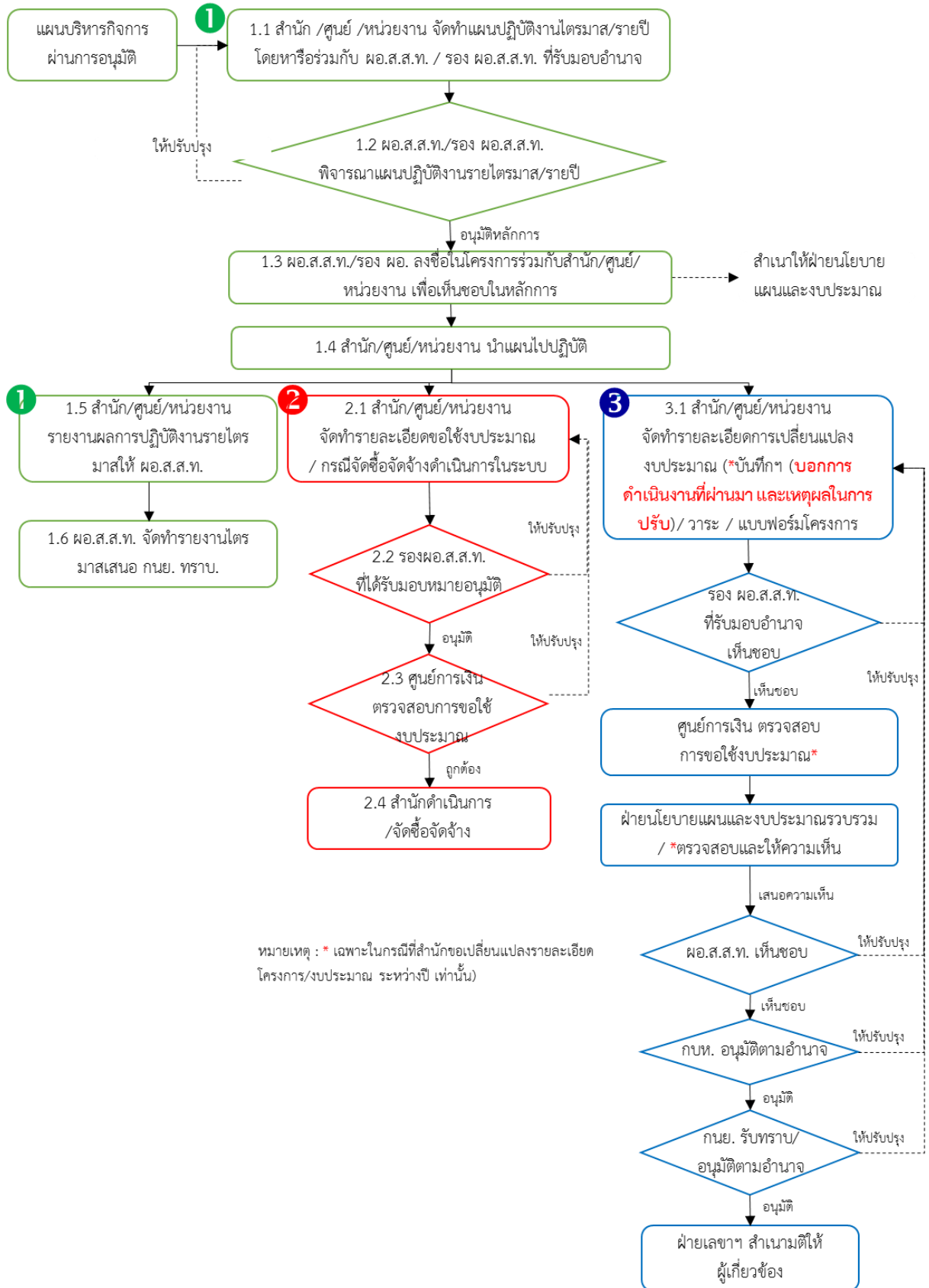
#### 3.1 การทบทวนงบประมาณกลางปี

- สำนักจัดทำรายละเอียดการทบทวนงบประมาณกลางปี เสนอรอง ผอ.ส.ส.ท. ที่รับผิดชอบพิจารณาให้ความเห็นชอบ และจัดส่งข้อมูลให้ฝ่ายนโยบายแผนและงบประมาณ
- ฝ่ายนโยบายแผนและงบประมาณ รวบรวมข้อมูลการขอทบทวนโครงการ/งบประมาณของทุกสำนัก เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อเป้าหมายของแผนบริหารกิจการ และวงเงินงบประมาณที่จะมาใช้ในการกิจกรรม/โครงการที่เสนอขอทบทวนกลางปี เสนอ ผอ.ส.ส.ท. เห็นชอบให้นำเสนอ กบห. และ กนย. เพื่ออนุมัติตามอำนาจ
- กรณีมีโครงการที่ยังไม่ได้ดำเนินการ หรือขอใช้งบประมาณต่ำกว่าร้อยละ 25 ของงบประมาณโครงการ ก่อนวันที่ 31 พฤษภาคม 2563 ฝ่ายนโยบายแผนและงบประมาณจะนำโครงการดังกล่าว เสนอต่อ รอง ผอ.ส.ส.ท. ที่รับมอบอำนาจ / ผอ.ส.ส.ท. เพื่อเสนอให้ทบทวนโครงการและปรับลดงบประมาณต่อไป ทั้งนี้หากสำนักมีความประสงค์ที่จะดำเนินโครงการต่อไป ต้องจัดทำแผนงานใหม่ เสนอ ผอ.ส.ส.ท. พิจารณาอนุมัติ และลงนามร่วมกันเพื่อเป็น Commitment
- ฝ่ายเลขานุการ ส่งสำเนามติ/รายงานการประชุม กบห./กนย. ให้สำนักฯ ฝ่ายนโยบายแผนและงบประมาณ ฝ่ายพัสดุ และฝ่ายการเงินและควบคุมงบประมาณ เพื่อทราบและดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง

#### 3.2 การเปลี่ยนแปลงรายละเอียดโครงการ/งบประมาณ ระหว่างปี (เฉพาะที่จำเป็น และพยายามให้ทบทวนกลางปี)

- สำนักจัดทำรายละเอียดการขอเปลี่ยนแปลงรายละเอียดโครงการ/งบประมาณ และร่างวาระฯ เสนอรอง ผอ.ส.ส.ท. ที่รับมอบอำนาจ พิจารณาให้ความเห็นชอบ
- สำนักส่งเอกสารขอเปลี่ยนแปลงรายละเอียดให้ฝ่ายการเงินและควบคุมงบประมาณ ศูนย์การเงินตรวจสอบงบประมาณ และส่งให้ฝ่ายนโยบายแผนและงบประมาณให้ความเห็นเรื่องผลกระทบที่มีต่อเป้าหมายของแผนบริหารกิจการปี 2563
- สำนักนำเสนอ ผอ.ส.ส.ท. เห็นชอบเพื่อนำเสนอ กบห. และ กนย. เพื่ออนุมัติตามอำนาจ
- ฝ่ายเลขานุการ ส่งสำเนามติ/รายงานการประชุม กบห./กนย. ให้สำนักฯ ฝ่ายนโยบายแผนและงบประมาณ ฝ่ายพัสดุ และฝ่ายการเงินและควบคุมงบประมาณ เพื่อทราบและดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง

**แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณปี 2563**



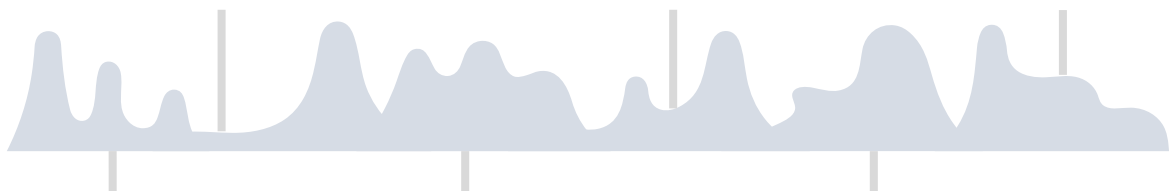
แผนภาพที่ 15 แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณ ปี 2563



ผนวก

1

# แผนงาน/โครงการ และงบประมาณ ปี 2563 ของ ส.ส.ท.



## ภาคผนวกที่ 1 รายละเอียดแผนงาน/โครงการ กิจกรรมปี 2563

แผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2563 ของ ส.ส.ท. ประกอบด้วย งบประมาณรายจ่าย จำนวน 71 โครงการ งบประมาณรวม 1,402.20 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) แผนเนื้อหา ช่องทาง และบริการ (Content, Platform & Services Plan) จำนวน 40 โครงการ รวมงบประมาณ 1,285.51 ล้านบาท ดำเนินการโดยประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 เข้าถึงผู้รับสาร/ผู้ร่วมสื่อสารที่หลากหลายอย่างทั่วถึง ด้วยสารประโยชน์ที่แตกต่าง จำนวน 37 โครงการ งบประมาณรวม 1,277.31 ล้านบาท และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างสรรค์สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต จำนวน 3 โครงการ งบประมาณรวม 8,200,000 บาท (2) แผนภาคีหุ้นส่วน (Partnership Plan) ดำเนินการโดยประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม จำนวน 14 โครงการ รวมงบประมาณ 71.03 ล้านบาท และ (3) แผนทุนมนุษย์และทุนองค์กร (Human & Organization Capital Plan) ดำเนินการโดยประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้าง ส.ส.ท. ให้เป็น Trusted Brand ในใจประชาชน จำนวน 17 โครงการ รวมงบประมาณ 45.66 ล้านบาท

รวมถึง งบประมาณในด้านอื่น ๆ ได้แก่ งบบุคลากร จำนวน 554.61 ล้านบาท งบบริหารส่วนกลางสำนัก 208.54 ล้านบาท งบลงทุนตามแผนสำรองจ่าย 357.62 ล้านบาท งบสำรอง 29.76 ล้านบาท และ งบบริหารโครงการขายและสิ่งอำนวยความสะดวก 401.13 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดโครงการดังนี้

### 1. แผนเนื้อหา ช่องทาง และบริการ (Content, Platform & Services Plan) จำนวน 40 โครงการ รวมงบประมาณ 1,285.51 ล้านบาท ประกอบด้วย 2 ประเด็นยุทธศาสตร์

#### 1.1. ประเด็นยุทธศาสตร์เข้าถึงผู้รับสาร/ผู้ร่วมสื่อสารที่หลากหลายอย่างทั่วถึง ด้วยสารประโยชน์ที่แตกต่าง จำนวน 37 โครงการ งบประมาณรวม 1,277.31 ล้านบาท

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
1. 63-C22 โครงการผลิตและจัดทาเนื้อหา/รายการ สำหรับเด็กและครอบครัว			โครงการสื่อสารณะเพื่อเด็กและครอบครัว จัดทาแผนดำเนินงานผลิตและจัดทาเนื้อหา/รายการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามแผนยุทธศาสตร์ องค์กรด้านเนื้อหา ในปี 2563 ดังนี้ <u>ยุทธศาสตร์ที่ 1 หลากหลาย แตกต่าง ทั่วถึง</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มุ่งมั่นที่จะเป็นชุมชนหรือระบบนิเวศน์ที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโต การเรียนรู้สำหรับเด็กและครอบครัว ผ่านเนื้อหาและช่องทางต่าง ๆ ของไทยพีบีเอส</li> <li>สร้างเสริมการเรียนรู้สำหรับเด็กอย่างสอดคล้องกับพัฒนาการแต่ละช่วงวัยและตอบสนองต่อการมีทักษะแห่งอนาคต</li> <li>เป็นพื้นที่เรียนรู้แลกเปลี่ยนแบ่งปันประสบการณ์ในการเลี้ยงดูเด็กของครอบครัว โรงเรียน ชุมชน สังคม</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>สัดส่วนของเนื้อหาและรายการสำหรับเด็ก 3 ช่วงวัย (3-15 ปี) ออกอากาศทางสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ ตามแผนจัดทำรายการประจำปี 2563</li> <li>เนื้อหา/รายการ มีมาตรฐานการนำเสนอด้วยคุณภาพการผลิต และคุณค่าสาระณะเผยแพร่ด้วยการเล่าเรื่องข้ามสื่อ Transmedia storytelling เป็นการสื่อสาร One Content ผ่านแพลตฟอร์มที่หลากหลาย (TV, website, new media, สื่อการเรียนการสอน เป็นต้น) และพัฒนาให้สามารถเชื่อมผ่านช่องทางที่แตกต่างกันได้ (Multi-platform)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ด้านคุณภาพและคุณค่าได้รับการยอมรับจากกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย (เด็กและครอบครัว) ว่าเป็นเนื้อหา/รายการที่สร้างการเรียนรู้ได้จริง เป็นสื่อที่ปลอดภัย สำหรับเด็กทุกช่วงวัย ความสำเร็จของการนำเสนอเนื้อหาและรายการ ในรูปแบบ Transmedia และ Multi-platform</li> <li>ด้านปริมาณ สร้างกลุ่มเป้าหมายที่ติดตามรายการเพิ่มขึ้น สร้างความนิยมในการรับชม (Rating/Ranking) เพิ่มขึ้น</li> </ol>
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
โครงการสื่อ สารณะเพื่อ เด็กและ ครอบครัว	152,588,000	พ.ศ.2563	<ul style="list-style-type: none"> <li>ข่าว รายการข่าว ที่เป็นธรรม เชื่อถือได้ นำเสนอทางออก</li> <li>เนื้อหาเพื่อเด็กและครอบครัว การเรียนรู้ที่เหมาะสมกับช่วงวัย</li> <li>ความเท่าเทียมลดช่องว่างของสังคมเหลื่อมล้ำ</li> <li>เนื้อหาที่ทุกคนเข้าถึงได้ด้วยสื่อออนไลน์ สื่อเสียง</li> </ul>			

			และบริการเพื่อผู้พิการ	• เป็นพื้นที่ความร่วมมือ ร่วมปฏิบัติของเครือข่ายที่ทำงานเพื่อเด็กและครอบครัว	3. เพิ่มช่องทางการเข้าถึงเนื้อหาของผู้พิการในช่องทาง ON AIR และ ONLINE	
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>			• UGC (User Generated Content)		<b>KPIผลผลิต</b>	<b>KPIผลลัพธ์</b>
กลุ่มเป้าหมายหลักเด็ก 3 ช่วงวัย			• ความสามารถในการอยู่ร่วมกันบนความแตกต่างหลากหลายในสังคม		1. ดำเนินการผลิตและจัดหาเนื้อหา/รายการตามแผนจัดทำรายการ ประจำปี 2563 และผังรายการที่ได้รับอนุมัติแล้วเป็นผลสำเร็จไม่น้อยกว่า ร้อยละ 85	1. ด้านคุณภาพและคุณค่า ผลสำรวจความพึงพอใจ และการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับดี
- ปฐมวัย (3-6 ปี)			ยุทธศาสตร์ที่ 2 <u>สร้างสรรค์สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต</u>		2. มีเนื้อหาที่เผยแพร่ในรูปแบบ Transmedia ออกอากาศทางทีวีดิจิทัล และสื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า 3 รายการ	2. เนื้อหา/รายการ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการเรียนรู้ในครอบครัว ได้จริง และนำไปเป็นสื่อการเรียนการสอนในโรงเรียนหรือชุมชน ไม่น้อยกว่า 5 รายการ
- ประถมศึกษาตอนต้น (7-10 ปี)			• การปรับตัวของท้องถิ่นในกระแสโลกาภิวัตน์ (ท้องถิ่นโลกาภิวัตน์) นำเสนอทักษะสู่อนาคต		3. พัฒนารายการให้สามารถเชื่อมผ่านช่องทางที่แตกต่างกันได้ (Multi-platform) 1 รายการ	3. ด้านปริมาณ ค่าเฉลี่ยความนิยมในการรับชม (rating) เพิ่มขึ้นในกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 จากปี 2562
- ประถมศึกษาตอนปลาย/มัธยมศึกษาตอนต้น (11-15 ปี)			• มุมมองของประเทศไทยสู่สายตาโลก (Bring Thailand to the World)		4. บริหารและควบคุมการใช้งานประมาทย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า	
กลุ่มเป้าหมายรอง			• บ้านเท็งมีสุนทรีย์และคุณค่าที่แตกต่าง		5. เพิ่มช่องทางการเข้าถึงเนื้อหาของผู้พิการในทาง ON AIR และ ONLINE ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 5 ของชั่วโมงการออกอากาศ	
- ครอบครัว/ผู้ดูแลเด็ก/โรงเรียน /ชุมชน			• Art & Culture คุณค่าความเป็นไทย			
			• ความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Innovative Science & Digital Technology)			
			• ภูมิปัญญาท้องถิ่นความรู้สาธารณะ			

ชื่อโครงการ	หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
2. 63-C23 โครงการ Website Thai PBS Kids	โครงการสื่อสารสาธารณะเพื่อเด็กและครอบครัว จัดทำแผนดำเนินงานผลิตและจัดหาเนื้อหา/รายการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามแผนยุทธศาสตร์องค์กรด้านเนื้อหา ในปี 2563 ดังนี้	• เพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสาร ช่องทางหลักบนสื่อออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มเป้าหมาย	1. เนื้อหาที่แตกต่าง หลากหลาย ด้วยการเล่าเรื่องข้ามสื่อ Transmedia	1. ด้านคุณภาพและคุณค่า ได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมาย (เด็กและครอบครัว) ว่าเป็นพื้นที่ออนไลน์ที่สร้างการเรียนรู้อย่างสนุกสนาน เป็นสื่อที่ปลอดภัยสำหรับเด็กทุกช่วงวัย
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา	• สร้างระบบสมาชิกเพื่อขยายฐานกลุ่มเป้าหมาย (35,000 คน) เป็น	2. ด้านปริมาณ ขยายฐานกลุ่มเป้าหมาย
			ยุทธศาสตร์ที่ 1 หลากหลาย แตกต่าง ทั้งถึง	
			• มีระบบลงทะเบียนสมาชิกเพื่อเป็น	
			2. กิจกรรมสร้างสรรค์การเรียนรู้ที่ต่อยอดจากเนื้อหารายการและเนื้อหาที่สร้างขึ้นใหม่	
			3. มีระบบลงทะเบียนสมาชิกเพื่อเป็น	

<b>โครงการสื่อสารณะเพื่อเด็กและครอบครัว</b>	10,880,000	พ.ศ.2563	<ul style="list-style-type: none"> <li>ข่าว รายการข่าว ที่เป็นธรรม เชื่อถือได้ นำเสนอทางออก</li> <li>เนื้อหาเพื่อเด็กและครอบครัว การเรียนรู้ที่เหมาะสมกับช่วงวัย</li> <li>ความเท่าเทียมลดช่องว่างของสังคมเหลื่อมล้ำ</li> <li>เนื้อหาที่ทุกคนเข้าถึงได้ด้วยสื่อออนไลน์ สื่อเสียงและบริการเพื่อผู้พิการ</li> <li>UGC (User Generated Content)</li> <li>ความสามารถในการอยู่ร่วมกันบนความแตกต่างหลากหลายในสังคม</li> </ul> <p><u>ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างสรรค์สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต</u></p>	<p>พื้นที่ในการมีส่วนร่วมด้วยกิจกรรมต่าง ๆ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>เพิ่มชุมชนออนไลน์ที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับเด็กและครอบครัว</li> <li>สร้างเสริมการเรียนรู้สำหรับเด็กอย่างสอดคล้องกับพัฒนาการแต่ละช่วงวัย และตอบสนองต่อการมีทักษะแห่งอนาคต</li> <li>เป็นพื้นที่เรียนรู้ แลกเปลี่ยน แบ่งปันประสบการณ์ในการเลี้ยงดูเด็กของครอบครัว โรงเรียน ชุมชน สังคม</li> <li>เป็นพื้นที่ความร่วมมือ ร่วมปฏิบัติของเครือข่ายที่ทำงานเพื่อเด็กและครอบครัว</li> </ul>	<p>ช่องทางในการสื่อสารและเก็บข้อมูลของสมาชิก เพื่อส่งข่าวสารและให้ข้อมูลเพิ่มเติม</p> <p>4. Campaign “Show &amp; Share” สร้างการมีส่วนร่วมให้เด็กและผู้ปกครองส่งผลงานมาโชว์ใน website เพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์ร่วมกัน</p> <p>5. เนื้อหาจากความร่วมมือกับเครือข่ายและผู้มีอิทธิพลด้านเด็กและครอบครัวจากสังคมออนไลน์</p> <p>6. เป็นช่องทางการเข้าถึงเนื้อหาของผู้พิการในช่องทาง ONLINE</p>	<p>ด้วยยอดผู้ติดตามและสมาชิกในช่องทางออนไลน์และนำไปสู่การติดตามชมรายการเพิ่มขึ้น</p>
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>การปรับตัวของท้องถิ่นในกระแสโลกาภิวัตน์ (ท้องถิ่นโลกาภิวัตน์) นำเสนอทักษะสู่อนาคต</li> <li>มุมมองของประเทศไทยสู่สายตาโลก (Bring Thailand to the World)</li> <li>บันเทิงมีสุนทรีย์และคุณค่าที่แตกต่าง</li> <li>Art &amp; Culture คุณค่าความเป็นไทย</li> <li>ความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Innovative Science &amp; Digital Technology)</li> <li>ภูมิปัญญาท้องถิ่นความรู้สาธารณะ</li> </ul>		<p style="text-align: center;"><b>KPIผลผลิต</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>KPIผลลัพธ์</b></p>
<p>กลุ่มเป้าหมายหลักครอบครัวละเด็ก 3 ช่วงวัย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ปฐมวัย (3-6 ปี)</li> <li>ประถมศึกษาตอนต้น (7-10 ปี)</li> <li>ประถมศึกษาตอนปลาย/มัธยมศึกษาตอนต้น (11-15 ปี)</li> </ul> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้ดูแลเด็ก/โรงเรียน /ชุมชน</li> </ul>					<ol style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินการผลิตและจัดหาเนื้อหาตามแผนผลิต เป็นผลสำเร็จไม่น้อยกว่าร้อยละ 85</li> <li>มีจำนวนผู้เข้าร่วม Campaign “Show &amp; Share” ไม่น้อยกว่า 100 ชิ้นงาน</li> <li>มีเนื้อหาจากความร่วมมือกับเครือข่ายและผู้มีอิทธิพลด้านเด็กและครอบครัวจากสังคมออนไลน์ ไม่น้อยกว่า 150 ชิ้นงาน</li> <li>มีเนื้อหาเพื่อผู้พิการเผยแพร่ทาง Website อย่างน้อย 2 ช่องทาง ไม่น้อยกว่า 50 ชิ้นงาน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ด้านคุณภาพ และคุณค่าวัดผลความนิยมและการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมาย (เด็กและครอบครัว) ว่าเป็นพื้นที่ออนไลน์ปลอดภัยสำหรับเด็กทุกช่วงวัยในระดับดี</li> <li>ด้านปริมาณ ขยายฐานกลุ่มเป้าหมายด้วยยอดผู้ติดตามในช่องทางออนไลน์ ไม่น้อยกว่า 35,000 คน</li> </ol>

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
3. 63-C24 โครงการกิจกรรมเพื่อสร้างการจดจำ และมีส่วนร่วมกับรายการ			<p>โครงการสื่อสารณะเพื่อเด็กและครอบครัว กำหนดแผนดำเนินงานตามยุทธศาสตร์องค์การด้านเนื้อหา ปี 2563 ในยุทธศาสตร์ที่ 2 คือ การสร้างสรรค์สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยมีจุดมุ่งหมายในการสร้างกระบวนการเรียนรู้ในทุกมิติที่จำเป็นต่อการสร้างทักษะชีวิตที่จะนำไปสู่สังคมที่ยั่งยืน</p> <p>การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างการเรียนรู้เพิ่มเติมด้วยรูปแบบและวิธีการที่ไม่จำกัดเฉพาะการสื่อสารผ่านหน้าจอโทรทัศน์หรือช่องทางสื่อใหม่ แต่เป็นการเปิดพื้นที่ทำกิจกรรมต่าง ๆ (On Ground ) สำหรับเด็ก เยาวชน และ ครอบครัว ผ่านการจัดกิจกรรมในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศ ทั้งใน</p>	<p>1 มุ่งมั่นที่จะเป็นชุมชนหรือระบบนิเวศน์ที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโต การเรียนรู้สำหรับเด็กและครอบครัว ผ่านเนื้อหาและช่องทางต่าง ๆ ของไทยพีบีเอส</p> <p>2 สร้างเสริมการเรียนรู้สำหรับเด็กอย่างสอดคล้องกับพัฒนาการแต่ละช่วงวัยและตอบสนองต่อการมีทักษะแห่งอนาคต</p> <p>3 เป็นพื้นที่เรียนรู้ แลกเปลี่ยน แบ่งปันประสบการณ์ในการเลี้ยงดูเด็กของครอบครัว โรงเรียน ชุมชน สังคม</p> <p>4 เป็นพื้นที่ความร่วมมือ ร่วมปฏิบัติของเครือข่ายที่ทำงานเพื่อเด็กและครอบครัว</p>	<p>1. กิจกรรมที่สร้างการจดจำและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายร่วมกับรายการสำหรับเด็กและครอบครัว ตลอดปี</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่งเสริมศักยภาพด้านความฉลาดทางปัญญาและอารมณ์สำหรับเด็กปฐมวัย</li> <li>- Digital Media Literacy สำหรับเด็กประถมศึกษา</li> <li>- การเรียนรู้ทักษะในด้านต่าง ๆ เช่น วิทยาศาสตร์ ศิลปะ ภาษา ฯลฯ</li> <li>- สร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว</li> <li>- จิตอาสาสำหรับเด็กและครอบครัว</li> </ul>	<p>1. ด้านคุณภาพ และคุณค่า ได้รับความสนใจและการยอมรับจากผู้เข้าร่วมกิจกรรม (เด็กและครอบครัว) ว่าเป็นพื้นที่สร้างสรรค์การเรียนรู้ได้จริง</p> <p>2. ด้านปริมาณ สร้างการจดจำและรับรู้เพื่อส่งต่อไปสู่การติดตามเนื้อหา/รายการทั้งในช่องทาง on air และ online</p> <p>3. ขับเคลื่อนเป้าหมายการเรียนรู้ด้วยความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายในเรื่ององค์ความรู้และพื้นที่กิจกรรม</p>
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
โครงการสื่อ	2,200,000	พ.ศ.2563	กรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เพื่อให้เด็กและครอบครัว มีพื้นที่การเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ร่วมกัน เกิดการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรงที่ผู้ใช้บริการสามารถลงมือปฏิบัติ และนำความรู้ไปใช้ได้จริง โดย ส.ส.ท. มีเป้าประสงค์ (Purpose) ในปี 2564 ที่จะเป็น “พื้นที่เพื่อการเรียนรู้สำหรับทุกคน (Learning Space for All)	<p>1. ดำเนินการจัดกิจกรรมตามแผนงานที่ได้รับอนุมัติได้ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 85</p> <p>2. มีความหลากหลายของกิจกรรมสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมอย่างน้อย 3 ช่วงวัย และพื้นที่ในการจัดกิจกรรมไม่น้อยกว่า 4 พื้นที่</p> <p>3. บริหารและควบคุมการใช้งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90</p>	<p>1. ด้านคุณภาพ และคุณค่า ผลสำรวจความพึงพอใจและการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมาย ไม่ต่ำกว่าระดับ ดี</p> <p>2. ด้านปริมาณ มีผู้เข้าร่วมกิจกรรม (12 กิจกรรม) รวมแล้วไม่น้อยกว่า 5,000 คน</p> <p>3. จำนวนภาคีเครือข่ายที่ร่วมมือในกิจกรรม ไม่น้อยกว่า 5 เครือข่าย</p>	
กลุ่มเป้าหมาย						
<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก เด็ก 3 ช่วงวัย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ปฐมวัย (3-6 ปี)</li> <li>• ประถมศึกษาตอนต้น (7-10 ปี)</li> <li>• ประถมศึกษาตอนปลาย/มัธยมศึกษาตอนต้น (11-15 ปี)</li> </ul> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ครอบครัว/ผู้ดูแลเด็ก/โรงเรียน /ชุมชน</li> </ul>						

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
4. 63-C25 โครงการความร่วมมือกับองค์กรต่างประเทศเพื่อผลิตและเผยแพร่เนื้อหารายการสำหรับเด็กสู่สากล			<p>เพื่อสร้างความเป็นสื่อสาธารณะที่มีมาตรฐานสู่ระดับสากล ไทยพีบีเอสมีความร่วมมือกับหน่วยงานและองค์กรที่มีพันธกิจสอดคล้องกัน โดยเฉพาะด้านเด็กและเยาวชนที่เป็นองค์กรสื่อที่มีความร่วมมือระหว่างประเทศทั้งในภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เอเชียแปซิฟิกและยุโรป เพื่อพัฒนาเนื้อหา/รายการให้มีคุณภาพมาตรฐานสากลและเผยแพร่ผลงานสู่ประเทศต่าง ๆ</p>	<p>1 เพื่อร่วมสร้างสรรค์เนื้อหาและผลิตรายการที่มีคุณภาพและคุณค่าตอบสนองพันธกิจความเป็นสื่อสาธารณะกับองค์กรระหว่างประเทศ</p> <p>2 ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อพัฒนาบุคลากรด้านการผลิตเนื้อหา</p> <p>3. สร้างพันธมิตรสื่อนานาชาติ ให้สื่อสาธารณะไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล</p> <p>4. ยกระดับมาตรฐานคุณภาพสื่อสาธารณะไทย สู่แนวคิดด้านงานผลิตที่มีคุณภาพสูง มีความคิดสร้างสรรค์ด้านเนื้อหา และวิธีการนำเสนอที่สะท้อนความเป็นไปในสังคมระดับภูมิภาค สู่การเผยแพร่ในระดับสากล</p>	<p>1. มีรายการที่เกิดจากความร่วมมือกับองค์กรต่างประเทศ ทั้งการผลิต (Co-Production) การแลกเปลี่ยน รายการ (Program Exchange) และการทำงานร่วมกัน (Co-Working)</p> <p>2. มีรายการสำหรับเด็ก และ/หรือละครสำหรับเด็กที่ผลิตขึ้นเพื่อแลกเปลี่ยนหรือส่งประกวดในเวทีนานาชาติ</p>	<p>1. เกิดความร่วมมืออย่างยั่งยืนกับองค์กรระหว่างประเทศ ในการผลิต หรือแลกเปลี่ยนเนื้อหาที่มีคุณภาพ สามารถใช้ประโยชน์ร่วมกันในการสื่อสารสังคมที่แตกต่าง สะท้อนความเป็นไปของสังคมในระดับภูมิภาค และนานาชาติได้</p> <p>2. ส.ส.ท.ได้รับการยอมรับว่าเป็นองค์กรสื่อสาธารณะที่มีศักยภาพ สามารถผลิตเนื้อหาที่มีความเป็นสากล</p> <p>3. เนื้อหารายการของ ส.ส.ท. มีคุณภาพสูงเป็นที่ยอมรับ และได้รับการเผยแพร่ในสื่อระหว่างประเทศ</p> <p>4. บุคลากรของ ส.ส.ท. ได้ความรู้และประสบการณ์ในการทำงานร่วมกับองค์กรสื่อระหว่างประเทศ</p>
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
โครงการสื่อสาธารณะสำหรับเด็กและครอบครัว	1,275,000	พ.ศ.2563				
กลุ่มเป้าหมาย					KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์
<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>องค์กรสื่อระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชีย เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และสถานีโทรทัศน์ต่างประเทศ</li> </ul> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>สถาบัน หน่วยงาน หรือองค์กรระหว่างประเทศ (องค์กรทางวิชาการ, องค์กรหรือสถาบันที่เป็นเจ้าของรางวัลระดับนานาชาติ ฯลฯ )</li> </ul>					<p>มีจำนวนรายการตามแผนการผลิต ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80</p>	<p>1. มีรายการที่ผลิตขึ้นเพื่อแลกเปลี่ยนหรือส่งประกวด ไม่น้อยกว่า 3 รายการ</p> <p>2. มีรายการที่เกิดจากกระบวนการร่วมผลิต หรือแลกเปลี่ยนได้รับการนำไปเผยแพร่ในต่างประเทศและ สสท. นำรายการมาเผยแพร่ ไม่น้อยกว่า 2 รายการ</p> <p>3. บุคลากรของ สสท.ได้เข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการ หรือเข้าอบรมการพัฒนาศักยภาพจัดการเนื้อหา / การผลิตงาน เพื่อนำไปสู่การผลิตเนื้อหาหรือแลกเปลี่ยนรายการ อย่างน้อย 3 โครงการ</p>

ชื่อโครงการ	สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา
5. 63-C26 งบประมาณส่วนกลาง โครงการสื่อสารสาธารณะเพื่อเด็กและครอบครัว	โครงการสื่อสารสาธารณะเพื่อเด็กและครอบครัว	1,198,900	2563

ชื่อโครงการ	หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
6. 63-C27 โครงการผลิตรายการรัฐสภา 2563 ON-AIR	เพื่อตอบสนองต่อวิสัยทัศน์องค์กร ตอบสนองต่อนโยบายการปรับโครงสร้างให้มีหน่วยงานที่มีลักษณะเฉพาะโดดเด่นในการสื่อสารด้านภัยพิบัติ การผลิตรายการสารคดีวิเคราะห์สืบค้น เผยแพร่องค์ความรู้ และสร้างการตระหนักรู้ในข่าวสารด้านภัยพิบัติจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อขบเน้นจุดเด่น จุดแข็งในการสื่อสารด้านภัยพิบัติของ ส.ส.ท.ให้เกิดความต่อเนื่อง	เพื่อผลิตรายการสารคดีลงพื้นที่ สืบค้นรายงานข่าวสารด้านภัยพิบัติ สร้างการตระหนักรู้ เชื่อมโยงสู่ทุกภาคส่วน ให้โดดเด่นชวนติดตาม 1. ผลิตรายการสารคดีวิทยาศาสตร์ สังคม 2. ยกระดับการนำเสนอรายการรัฐสภา ภัยพิบัติเดิม 3. สร้าง Values & Rating เพื่อขยายฐานผู้ชม 4. ผลิตเนื้อหาสาระด้านภัยพิบัติเพื่อบริการสังคม Public Services 5. ผลิตเนื้อหาสาระด้านภัยพิบัติที่สามารถเป็น Media References 6. นำเสนอการฝึกกำลังทางสังคม เพื่อรับมือภัยพิบัติในรูปแบบผสมผสานงานกิจกรรมภาคสนาม 7. ผลิตเนื้อหาสาระด้านภัยพิบัติเพื่อนำร่อง และให้เป็นพื้นที่แสดงผลงาน แสดงบทบาท สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมของศูนย์พัฒนาฯ	— รายการสารคดีลงพื้นที่สืบค้น รายงานข่าว เพื่อสร้างการตระหนักรู้ ในเชิงป้องกัน เตรียมพร้อมรับมือ เพื่อลดการสูญเสียจากภัยพิบัติและอุบัติภัยบนท้องถนน ออกอากาศ : 52 ตอน ทุกสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ความยาว 27 นาที (ต่อเนื่อง-โปรมทในตัว-ไม่มีเบรก) รูปแบบรายการ : สารคดี-ลงพื้นที่- สืบค้น-วิเคราะห์-สร้างการตระหนักรู้ (บันทึกเทปล่วงหน้า)	— รายการได้รับการยอมรับทางสังคม สร้างความนิยมในการรับชมค่อนข้างสูง — รายการได้รับการยอมรับนำไปอ้างอิง ใช้งาน หรืออ้างอิงในพื้นที่สาธารณะ จากองค์กรที่น่าเชื่อถือ — รายการประสบความสำเร็จ เป็นแกนกลางของกิจกรรมเครือข่ายด้านความปลอดภัยสาธารณะ — รายการได้รับการเผยแพร่ ออกอากาศซ้ำ เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างมูลค่าทางการตลาดได้
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา	KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์
ศูนย์สื่อสารด้านภัยพิบัติ	8,274,000	มกราคม-ธันวาคม 2563	1.ผลิตรายการออกอากาศได้ครบถ้วนทันเวลา สมบูรณ์ ไม่ต่ำกว่า 50 ตอน 2.ผลิตรายการได้คุณภาพ มีความผิดพลาดหน้าจอกที่ถูกผู้ชมรายงาน น้อยกว่า 5 ครั้ง 3.จำนวนผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการที่เป็นแหล่งข่าวในรายการมีความหลากหลาย สามารถระบุจำนวนนักวิชาการที่ใช้ออกอากาศในรายการได้มากกว่า 10 ท่าน และมากกว่า 5 สถาบัน	1.รายการสามารถสร้างความนิยมในการรับชม เรตติ้งอยู่ในอันดับ ไม่ต่ำกว่า อันดับ 10 ทุกไตรมาส 2.รายการมีผู้ชมไม่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยกลางของสถานี ในทุกไตรมาส 3.รายการถูกอ้างอิงถึงในเชิงคุณภาพ หรือ ได้รับรางวัลจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ ไม่ต่ำกว่า 3 ครั้ง 4.พิธีกร ผู้ดำเนินรายการ ผู้แทนรายการได้รับการเชิญร่วมกิจกรรมจากองค์กร หรือ เครือข่ายด้านความปลอดภัย ไม่ต่ำ
กลุ่มเป้าหมาย				
กลุ่มเป้าหมายหลัก 1. กลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ อายุ 15-30 ปี กลุ่มเป้าหมายรอง 1. เครือข่ายนักสื่อสารด้านภัยพิบัติ ผู้ปฏิบัติงานภาคสนาม ผู้นำชาวบ้าน และ นักปกครองส่วนท้องถิ่น 2. นักวิชาการ เทคโนโลยีด้านภัยพิบัติ 3. สื่อมวลชนในภูมิภาค สื่อมวลชนท้องถิ่น				

				<p>กว่า 5 ครั้ง อย่างเป็นทางการ จากองค์กร หรือ เครือข่ายทางสังคมที่มีบทบาทนำเชื่อถือ</p> <p>5.สามารถผลิตรายการ พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ออกเผยแพร่ จำหน่ายให้กับสถานีโทรทัศน์ หรือ OTT หรือ ผู้ให้บริการบริการเครือข่ายสื่อ บนแพลตฟอร์มอื่น ทั้งใน และหรือ ต่างประเทศมากกว่า 1 องค์กรสื่อ หรือ 1 สถานี หรือ 1 ช่องทาง</p> <p>6.สามารถพัฒนาบุคลากร ส.ส.ท.ให้เป็นผู้มีทักษะในงานสื่อสารด้านภัยพิบัติ ร่วมผลิตผลงานทั้งด้านรายงานข่าว ผลิตสารคดี โปรติวเซอร์ บรรณาธิการ ผู้ประกาศ หรือ MOJO อย่างน้อย 5 คน</p>
--	--	--	--	--

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
7. 63-C28 โครงการผลิตรายการรู้สู้ภัย 2563 ( Digital Media , Social Media )			เพื่อตอบสนองต่อวิสัยทัศน์องค์กร ตอบสนองต่อนโยบายการปรับโครงสร้างให้มีหน่วยงานที่มีลักษณะเฉพาะโดดเด่นในการสื่อสารด้านภัยพิบัติ การผลิตรายการสารคดีวิเคราะห์สืบค้น เผยแพร่องค์ความรู้ และสร้างการตระหนักรู้ในข่าวสารด้านภัยพิบัติจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อขยับเน้นจุดเด่น จุดแข็งในการสื่อสารด้านภัยพิบัติของ ส.ส.ท.ให้เกิดความต่อเนื่อง และ เพื่อพัฒนาเนื้อหาให้สอดคล้องสนับสนุนวิสัยทัศน์องค์กรในช่วงเปลี่ยนผ่านภูมิทัศน์สื่อ ให้สอดคล้อง สมกับเจตนารมย์ในการก่อตั้ง “ศูนย์พัฒนาการสื่อสารด้านภัยพิบัติ” จึงมี	เพื่อผลิตเนื้อหาสาระการสื่อสารด้านภัยพิบัติให้สอดคล้องกับช่องทางการสื่อสาร Digital Media / Social Media ดังนี้ 1. ผลิตรายการสารคดีวิทยาศาสตร์สังคม ขนาดสั้น เพื่อณรงค์สร้าง “วัฒนธรรมความปลอดภัย” 2. ยกกระตือรือร้นนำเสนอรายการรู้สู้ภัยพิบัติเดิม พัฒนาเป็นพื้นที่เชื่อมโยงเครือข่ายความปลอดภัยระดับท้องถิ่น สู่เครือข่ายในระดับสากล	<ul style="list-style-type: none"> <li>Digital Content เพื่อสร้างการตระหนักรู้ ในเชิงป้องกันเตรียมพร้อมรับมือ เพื่อลดการสูญเสียจากภัยพิบัติและอุบัติเหตุบนท้องถนน</li> <li>ออกอากาศ : ทุกสัปดาห์ ๆ ละ 1 ตอน ความยาว 27 นาที ( ต่อเนื่อง-โปรโมทในตัว-ไม่มีเบรก )</li> <li>รูปแบบรายการ : สารคดี-ลงพื้นที่-สืบค้น-วิเคราะห์-สร้างการตระหนักรู้ (บันทึกเทปล่วงหน้า)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Digital Content ได้รับการยอมรับทางสังคม สร้างความนิยมในการรับชมค่อนข้างสูง</li> <li>Digital Content ได้รับการยอมรับนำไปอ้างอิง ใช้งาน หรืออ้างอิงในพื้นที่สาธารณะ</li> </ul>
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา			KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์
ศูนย์สื่อสารด้านภัยพิบัติ	4,966,800	มกราคม-ธันวาคม 2563				
กลุ่มเป้าหมาย						



ชื่อโครงการ	หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
<p><b>กลุ่มเป้าหมายหลัก</b></p> <p>— กลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ อายุ 15-30 ปี</p> <p><b>กลุ่มเป้าหมายรอง</b></p> <p>— เครือข่ายนักสื่อสารด้านภัยพิบัติ ผู้ปฏิบัติงานภาคสนาม ผู้นำชาวบ้าน และ นักปกครองส่วนท้องถิ่น</p> <p>— นักวิชาการ เทคโนโลยีด้านภัยพิบัติ</p> <p>— สื่อมวลชนในภูมิภาค สื่อมวลชนท้องถิ่น</p>	<p>ความจำเป็นต้องพัฒนา Content ด้านภัยพิบัติบนรูปแบบการนำเสนอผ่าน Platform สื่อดิจิทัลให้เห็นเป็นที่ประจักษ์ สมกับเป็นหน่วยงานที่ค้นคว้า พัฒนา เป็นต้นแบบดังกล่าว</p>	<p>3. สร้าง Values &amp; Rating เพื่อขยายฐานผู้ชม</p> <p>4. ผลิตรายการเพื่อบริการสังคม Public Services</p> <p>5. ผลิตรายการที่เป็น Media References ให้องค์ความรู้ ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง อ้างอิงพียงพินได้ นำเสนอข่าวสารด้านภัยพิบัติเพื่อการตระหนักรู้ โดยไม่ตื่นตระหนก</p> <p>6. นำเสนอการรับมือภัยพิบัติในรูปแบบผสมผสานนกิจกรรมภาคสนาม</p> <p>7. ผลิตรายการที่เป็นพื้นที่แสดงผลงาน แสดงบทบาท สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมของศูนย์พัฒนาการสื่อสารด้านภัยพิบัติของไทยพีบีเอส ( Disaster Communication Development Center )</p>	<p>1. ผลิต Digital Content ได้ครบถ้วนทันเวลา สมบูรณ์ ไม่ต่ำกว่า 300 ชิ้น</p> <p>2. จำนวนผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการที่เป็นแหล่งข่าวในรายการมีความหลากหลาย สามารถระบุจำนวนนักวิชาการที่ใช้อ้างอิงมากกว่า 10 ท่าน มาจากกว่า 5 สถาบัน</p>	<p>1. สร้างความนิยมในการรับชม หรือสร้างยอดวิว จำนวนผู้ติดตาม ไม่ต่ำกว่าผู้รับชมเฉลี่ยผ่านช่องทางทีวีดิจิทัลในแต่ละไตรมาส</p> <p>2. คลิป หรือ info Graphic ถูกอ้างอิงถึงในเชิงคุณภาพ หรือ ได้รับรางวัลจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ ไม่ต่ำกว่า 3 ชิ้น</p>

ชื่อโครงการ	หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์						
<p><b>8. 63-C29 โครงการพัฒนาเครือข่ายนักสื่อสารด้านภัยพิบัติ ลุ่มน้ำภาคกลาง 2563</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>สำนัก</th> <th>งบประมาณ</th> <th>ระยะเวลา</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ศูนย์สื่อสารด้านภัยพิบัติ</td> <td>3,245,000</td> <td>มกราคม – ธันวาคม 2563</td> </tr> </tbody> </table>	สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา	ศูนย์สื่อสารด้านภัยพิบัติ	3,245,000	มกราคม – ธันวาคม 2563	<p>โครงการพัฒนาศักยภาพนักข่าวท้องถิ่น Engaged Community Journalists เพื่อความปลอดภัยในประเทศไทย จะช่วยให้ไทยพีบีเอสเป็นที่รู้จักไปทั่วประเทศ ในฐานะสื่อสาธารณะที่มีความเป็นเลิศด้านการรายงานข่าวเพื่อลดความเสี่ยงภัยพิบัติและสาธารณภัยต่าง ๆ รวมทั้งสามารถสร้างเครือข่ายผู้สื่อข่าวท้องถิ่นด้านความปลอดภัยที่มี</p>	<p>1. ให้เกิดการยอมรับและสร้างความร่วมมือกับผู้สื่อข่าวท้องถิ่นและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อพัฒนาผู้สื่อข่าวให้มีความเชี่ยวชาญในการรายงานข่าวสาธารณภัย เพื่อเสริมสร้างความปลอดภัยให้กับ 4 ภูมิภาคหลักของประเทศมากขึ้น</p>	<p>1. เกิดการยอมรับและความร่วมมือกับผู้สื่อข่าวท้องถิ่นและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการพัฒนาผู้สื่อข่าวให้เป็นผู้เชี่ยวชาญการสื่อสารด้านภัยพิบัติและสาธารณภัยร่วมกับ ส.ส.ท.</p> <p>2. พนักงาน ส.ส.ท.ได้เป็นวิทยากรอบรมให้ความรู้กับผู้สื่อข่าวท้องถิ่น เพื่อเพิ่มองค์ความรู้ในการสื่อสารด้านภัยพิบัติ</p>	<p>1. เกิดเครือข่ายความร่วมมือผู้สื่อข่าวสาธารณภัยในท้องถิ่นทั่วประเทศ ที่มีส.ส.ท. เป็นผู้ริเริ่มและก่อตั้ง</p> <p>2. เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การรายงานข่าวเพื่อลดความเสี่ยงภัยพิบัติ และเพื่อสร้างความปลอดภัยให้กับชุมชนและสังคมไทย</p>
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา								
ศูนย์สื่อสารด้านภัยพิบัติ	3,245,000	มกราคม – ธันวาคม 2563								

กลุ่มเป้าหมาย	ความเชี่ยวชาญด้านสาธารณสุขภัย ซึ่งจะสามารถทำงานร่วมกันต่อไปได้ในอนาคต	2. สร้างห้องเรียนการรายงานข่าวเพื่อลดความเสี่ยงภัยพิบัติ และเพื่อสร้างความปลอดภัยให้สังคมด้วยเทคโนโลยีและเครือข่ายดิจิทัลและเครือข่ายสังคมออนไลน์ ร่วมกับองค์กรต่าง ๆ ในท้องถิ่น ทั้งระดับชุมชน ระดับท้องถิ่น ทั้งองค์กรชุมชน องค์กรภาครัฐ และภาคเอกชน	KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์
<p>กลุ่มผู้นำในระดับท้องถิ่นที่สนใจการสื่อสารและปัญหาภัยพิบัติใกล้ตัว จำนวน 200 คน ในพื้นที่ลุ่มน้ำเจ้าพระยา</p> <p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>เจ้าหน้าที่หน่วยงานหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับภัยพิบัติ ในลุ่มน้ำภาคกลาง</li> <li>ผู้นำชุมชน แกนนำเครือข่ายภาคประชาชน ในลุ่มน้ำภาคกลาง</li> </ol> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>กลุ่มผู้สื่อข่าวท้องถิ่นในลุ่มน้ำภาคกลาง</li> </ol>			<ol style="list-style-type: none"> <li>เกิดความร่วมมือกับผู้สื่อข่าวท้องถิ่นและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาผู้สื่อข่าวให้เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภัยพิบัติและสาธารณสุข</li> <li>ดำเนินการอบรมได้ตามแผนที่กำหนด</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ได้ผู้สื่อข่าวท้องถิ่นที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการรายงานข่าวภัยพิบัติและสาธารณสุข มีความเชี่ยวชาญสามารถสื่อสาร หรือมีผลงานของผู้สื่อข่าวท้องถิ่นออกอากาศในสื่อของตัวเองหลังจากการอบรม</li> <li>ได้เครือข่ายสื่อมวลชนภัยพิบัติระดับท้องถิ่นทั่วประเทศ ที่มี ส.ส.ท.เป็นผู้ริเริ่มและก่อตั้ง</li> </ol>

ชื่อโครงการ	หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
<p>9. 63-C30 โครงการ พัฒนาปฏิญญาสื่ออันดามัน พัฒนาเครือข่ายสื่อมวลชนอันดามัน นำไทยพีบีเอสสู่ภูมิภาคอาเซียน 2020</p>	<p>ศูนย์พัฒนาการสื่อสารด้านภัยพิบัติ ไทยพีบีเอส ได้แสวงร่วมมือกับองค์กรพันธมิตร เช่น องค์กรพัฒนาแห่งสหประชาชาติ UNDP, สภาอากาศไทย, กสทช. ได้จัด “กิจกรรมสาธารณะรณรงค์ให้เกิดพัฒนาการสื่อสารด้านภัยพิบัติ ในจังหวัดชายฝั่งอันดามัน” เป็นกิจกรรมสร้างสรรค์ สร้างสาธารณะประโยชน์ในรูปแบบของกิจกรรมกีฬาวิ่งและปั่นจักรยานทางไกล มีบทบาทเป็นที่ประจักษ์ชัดในระยะเวลา 2 ปี ที่ผ่านมา ในปี 2020 กำลังจะก้าวขึ้นสู่ปีที่ 3 ของกิจกรรมในโครงการนี้ เพื่อยกระดับความสำเร็จดังกล่าว โครงการนี้ถูกออกแบบขึ้นเพื่อใช้กิจกรรมปฏิญญาสื่อมวลชนเพื่ออันดามัน และ กิจกรรม Run for Andaman International Marathon 2020 เชื่อมร้อย และพัฒนาไทยพีบีเอส ก้าวไปเป็นผู้นำในการสื่อสารด้านภัยพิบัติ ในอาเซียน</p>	<p>พัฒนาก้าวไปเป็นผู้นำในการสื่อสารด้านภัยพิบัติ ออกเดินสาย Road Show เปิดประตูไปสู่ภูมิภาคอาเซียน โดยการส่งออกผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมความคิดของศูนย์ไปสู่เพื่อนมิตรสื่อมวลชนในอาเซียน เป็นการประสานสัมพันธ์ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ใช้กิจกรรมกีฬาเพื่อพัฒนาการสื่อสารและการท่องเที่ยวเป็นตัวเชื่อมร้อยเปิดตลาด และนำรายการด้านภัยพิบัติ สู่อเซียน</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>กิจกรรมปฏิญญาสื่อมวลชนอันดามัน เพื่ออาเซียน และ</li> <li>กิจกรรมกีฬา Run for Andaman ในระดับอาเซียน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ข้อตกลงในการเข้าร่วมกิจกรรมในภูมิภาคของสื่อมวลชนในอาเซียนด้านกีฬา</li> <li>ส่งออกรายการด้านภัยพิบัติ ไปออกอากาศในอาเซียน</li> </ol>
<p>สำนัก</p> <p>งบประมาณ</p> <p>ระยะเวลา</p> <p>ศูนย์สื่อสารด้านภัยพิบัติ</p> <p>3,035,130</p> <p>มกราคม – ธันวาคม 2563</p>			<p>KPIผลผลิต</p> <p>วัดจากจำนวนสถานีโทรทัศน์ และเครือข่ายสื่อมวลชนที่เข้าร่วมโครงการ วัดจากจำนวนตัวแทน หรือนักกีฬาจากประเทศเพื่อนบ้านที่เข้าร่วมกิจกรรม</p>	<p>KPIผลลัพธ์</p> <p>วัดจากจำนวนข้อตกลง MOU บันทึกความเข้าใจ จำนวนสัญญา วัดจากจำนวนรายการสารคดี และชิ้นงานที่ถูกนำไปเผยแพร่ หรือ สัญญาร่วมผลิต</p>
<p>กลุ่มเป้าหมาย</p> <p>สื่อมวลชน และ เครือข่ายนักกีฬา ภาคประชาชนในภูมิภาคอาเซียน</p> <p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <p>สื่อมวลชนในอาเซียน อันดามัน</p> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <p>องค์กรนานาชาติในอาเซียน</p> <p>นักกีฬา และ เครือข่ายภาคประชาชน องค์กรด้านความปลอดภัยในอาเซียนสื่อมวลชน และ เครือข่ายนักกีฬา ภาคประชาชนในภูมิภาคอาเซียน</p>				

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
10. 63-C31 โครงการ Thai PBS World ปี 2563			<p>ส.ส.ท. มีเป้าประสงค์ในการวางบทบาทของ ไทยพีบีเอสให้เป็นสื่อสาธารณะชั้นนำในภูมิภาค (Asian) โดยการนำเสนอข่าวสารความรู้ สารบันเทิง ที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามข้อบังคับด้านจริยธรรมองค์กร ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อเผยแพร่ผ่านทุกช่องทางสื่อ ทั้งนี้มีจุดมุ่งหมายหลักในการสื่อสารความเป็นสื่อสาธารณะ ส่งเสริมเอกลักษณ์และวัฒนธรรมไทยสู่การรับรู้ของผู้ชมต่างประเทศ รวมไปถึงชาวต่างชาติในประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีแผนการนำเสนอข่าวสารสาระภาคภาษาไทย โดยเน้นเนื้อหาในบริบทสากลซึ่งอาจสร้างผลกระทบต่อประชาชนชาวไทย</p> <p>ส.ส.ท. จึงเห็นความจำเป็นในการพัฒนาส่วนงาน Thai PBS World พัฒนาการทำงานในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดการสร้างสรรคเนื้อหาที่ตอบสนองต่อเป้าหมายยุทธศาสตร์ซึ่งสะท้อนพันธกิจของ ส.ส.ท. ในการยกระดับไทยพีบีเอสเป็นผู้นำสื่อสาธารณะในภูมิภาค</p>	<p>1 เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารข่าวสาร สารความรู้ ผู้รับสารนานาชาติ</p> <p>2 เพื่อนำเสนอคุณค่าความเป็นสื่อสาธารณะให้เป็นที่รับรู้ต่อผู้รับสารชาวไทย และชาวต่างชาติ</p> <p>3 เพื่อพัฒนากลไกบูรณาการ และนำร่องในการปฏิบัติงานในรูปแบบ Business Unit Development ของ ส.ส.ท. ในด้านการพัฒนารูปแบบและแผนงานต่างๆ ตามยุทธศาสตร์เนื้อหา</p>	<p>1 มีข่าวสาร เนื้อหาที่มีคุณภาพมาตรฐาน และสะท้อนความเป็นสื่อสาธารณะ เผยแพร่ผ่านทุกช่องทางของ ไทยพีบีเอส (On air, Online และOn ground)</p>	<p>1 ผู้รับสารทั้งชาวไทย และต่างชาติรู้จัก ไทยพีบีเอส และยอมรับว่าไทยพีบีเอสคือสื่อสาธารณะชั้นนำในภูมิภาค</p> <p>2 เนื้อหา (Content) ที่สะท้อนเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย และความเป็นสื่อสาธารณะ เป็นที่รับรู้ของผู้ชม</p> <p>3 พนักงานได้รับโอกาสในการพัฒนาศักยภาพเพื่อเตรียมรองรับการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการทำงาน</p>
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
Thai PBS World	15,500,000	มกราคม – ธันวาคม 2563				
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>						
<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ชมผู้ฟัง กลุ่มชาวต่างชาติ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ</li> <li>- กลุ่มเยาวชน คนรุ่นใหม่คนไทยที่สนใจข่าวรายการภาษาอังกฤษ</li> <li>- กลุ่มผู้ชมชาวไทยที่สนใจข่าวสาร รายการ ของไทยพีบีเอส</li> </ul> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- นักธุรกิจต่างชาติในประเทศไทย / สถานทูตประเทศต่าง ๆ ในประเทศไทย</li> </ul>				<p>1 จำนวนเนื้อหาทั้งข่าวสาร และรายการที่เผยแพร่ในทุกช่องทาง</p> <p>2 การประเมินผลการเรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย</p>	<p>1 จำนวนปฏิสัมพันธ์ (Engagement) ของผู้ชม ผู้ฟัง และผู้ใช้บริการ ผ่านทุกช่องทางของ ส.ส.ท. ผู้ชม ผู้ใช้บริการไทยพีบีเอสรับรู้บทบาทและหน้าที่การเป็นสื่อสาธารณะ</p> <p>2 ความพึงพอใจของพนักงานต่อกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพตลอดจนการนำองค์ความรู้จากการกระบวนการพัฒนาไปใช้ประโยชน์</p>	

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
11. 63-C32 โครงการผลิตข่าวและรายการด้านนโยบายสาธารณะเพื่อรณรงค์ในรูปแบบ Transmedia			ศูนย์ผลิตเนื้อหา นโยบายสาธารณะและสารคดีเชิงสังคม มีภารกิจหลักในการผลิตเนื้อหาที่เป็นเลิศด้านปรากฏการณ์สังคม โดยเนื้อหาข่าวและรายการด้านนโยบายสาธารณะนั้น ถือว่ามีส่วนส่งเสริมความเปลี่ยนแปลงและรณรงค์ให้เกิดความเข้าใจในประเด็นนโยบายสาธารณะ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของ ส.ส.ท. ทั้งด้านเนื้อหาและการนำเสนอ นโยบายสร้างการเปลี่ยนแปลง ความสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชน	1 การผลิตเนื้อหาข่าวและรายการด้านนโยบายสาธารณะ เพื่อเป็นพื้นที่การเกาะติดสถานการณ์ และนำเสนอข้อมูลในประเด็นทางสังคมนั้น ๆ อย่างต่อเนื่อง 2 เพื่อเป็นช่องทางในการให้ความรู้แก่ประชาชน ในการถ่ายทอดเรื่องราวและรณรงค์ผ่านสื่อแบบ Transmedia 3 เพื่อเป็นต้นทุนทางข้อมูลสำหรับผลิตสารคดี และสร้างการเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในประเด็นทางสังคม (Informed Citizens)	ข่าวและรายการข่าวที่ศูนย์ผลิตเนื้อหา นโยบายสาธารณะและสารคดีเชิงสังคม รับผิดชอบ ดังนี้ 1 ข่าวและรายการทางโทรทัศน์ รายการข่าวโม่งตรงประเด็น ออกอากาศทุกวันจันทร์-ศุกร์ 13.00-13.30 น. คอลัมน์ “พลิกปมข่าว” ออกอากาศทุกวันจันทร์-ศุกร์ ในรายการข่าวค่ำ มิติใหม่ทั่วไทย 2 รายการบนพื้นที่ออนไลน์ - ผลิตเนื้อหาบทความบนเว็บไซต์ อย่างน้อย 1 ครั้ง/สัปดาห์ - ผลิตภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว (Clip) บนโซเชียลมีเดียอย่างน้อย 5 ชิ้น/สัปดาห์	1 เนื้อหาข่าวและรายการด้านนโยบายสาธารณะที่เกาะติดสถานการณ์ และนำเสนอข้อมูลในประเด็นทางสังคมนั้น ๆ อย่างต่อเนื่อง 2 ให้ความรู้แก่ประชาชน ในการถ่ายทอดเรื่องราวและรณรงค์ผ่านสื่อแบบ Transmedia 3 ข้อมูลสำหรับผลิตสารคดีและสร้างการเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในประเด็นทางสังคม (Informed Citizens)
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
ศูนย์ผลิตเนื้อหา นโยบายสาธารณะและสารคดีเชิงสังคม	5,620,000	ปี 2563	ทั้งนี้ ศูนย์ฯ ได้ตระหนักว่าการนำเสนอเนื้อหาข่าวและรายการด้านนโยบายสาธารณะ จำเป็นต้องมีการเกาะติดสถานการณ์ นำเสนอข้อมูลในประเด็นทางสังคมนั้น ๆ อย่างต่อเนื่องในรูปแบบของการข้ามสื่อที่หลากหลาย หรือ Transmedia เพื่อส่งเสริมให้ความรู้แก่ประชาชน และสร้างการเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในประเด็นทางสังคม ผ่านช่องทางการสื่อสารของ ส.ส.ท. และพันธมิตรขององค์กร ด้วยการสร้างโลกของเรื่องราวที่เนื้อหาแตกออกเป็นเรื่องราวใหม่ๆ จำนวนมาก เพื่อให้มีจุดเปิดทาง (Entry Point) เข้าสู่ประเด็นหลักทางสังคม โดยทุกเรื่องสามารถโยงให้ผู้รับสารอยู่ในโลกของเรื่องเล่าและต้องการติดตามจากจุดหนึ่งไปสู่อีกจุดหนึ่ง จนขยายผลไปถึงแก่นของเรื่องได้ในรูปแบบของ Transmedia ที่มากกว่า Cross media ด้วยการสร้างประสบการณ์ร่วมในการสื่อสารประเด็นทาง			
กลุ่มเป้าหมาย					KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์
					1 วิธีการวัดผลสัมฤทธิ์ของข่าวและรายการทางโทรทัศน์ - รายการข่าวโม่งตรงประเด็น วัดจากความนิยมผู้ชม (Rating) โดยค่าเฉลี่ยผู้ชมรายการไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ยผู้ชมของสถานี - คอลัมน์ “พลิกปมข่าว” ในรายการข่าวค่ำ มิติใหม่ทั่วไทย วัดจากความนิยมผู้ชม (Rating) โดยค่าปริมาณผู้ชมสูงสุดและต่ำสุดของคอลัมน์ ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ยของรายการข่าวค่ำ มิติใหม่ทั่วไทย 2 วิธีการวัดผลสัมฤทธิ์ของรายการบนพื้นที่ออนไลน์	1. วิธีการวัดผลสัมฤทธิ์ของข่าวและรายการทางโทรทัศน์และพื้นที่ออนไลน์ - รายการข่าวโม่งตรงประเด็น วัดจากความนิยมผู้ชม (Rating) โดยค่าเฉลี่ยผู้ชมรายการไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ยผู้ชมของสถานี - คอลัมน์ “พลิกปมข่าว” ในรายการข่าวค่ำ มิติใหม่ทั่วไทย วัดจากความนิยมผู้ชม (Rating) โดยค่าปริมาณผู้ชมสูงสุดของคอลัมน์ ไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ยของรายการข่าวค่ำ มิติใหม่ทั่วไทย - ผลิตเนื้อหาบทความบนเพจเว็บไซต์ ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว (Clip) ใช้

	สังคมอื่นๆ ให้เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย		ผลิตเนื้อหาบทความบนเพจเว็บไซต์ ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว (Clip) ใช้วิธีการวัดจากจำนวน Engagement และ Traffic บนเว็บไซต์	วิธีการวัดจากจำนวน Engagement และ Traffic บนเว็บไซต์ (การวัดผลอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามพัฒนาการของเครื่องมือ) 2. เนื้อหาที่น่าสนใจมีความหลากหลาย อยู่ในรูปแบบของ Transmedia 3. เนื้อหาข่าวและรายการด้านนโยบายสาธารณะเป็นข้อมูลต้นทุนสำหรับผลิตสื่อในรูปแบบของ Transmedia เช่น สารคดี บอร์ดเกม เป็นต้น
--	--	--	--	--

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
12. 63-C33 โครงการผลิตสารคดีเพื่อสร้าง Informed Citizens			ศูนย์ผลิตเนื้อหา นโยบายสาธารณะและสารคดีเชิงสังคม มุ่งถ่ายทอดเรื่องราวเนื้อหาผ่านการผลิตสารคดีเชิงสังคมให้เป็นพื้นที่ในการรวบรวมข้อมูลที่กลั่นกรองจนตกผลึกในประเด็นด้านนโยบายสาธารณะ เพื่อผลักดันความเปลี่ยนแปลงในเชิงประจักษ์และนโยบายสาธารณะ (Informed Citizens) ที่สร้างการเปลี่ยนแปลง ความสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วมที่แตกต่างหลากหลาย จนสามารถสร้างผลกระทบในการสร้างการรับรู้ และเปลี่ยนแปลงสังคมได้ ตามนโยบาย ส.ส.ท. และแผนยุทธศาสตร์ในปี 2563	1 เพื่อผลิตสารคดีในการถ่ายทอดเรื่องราวและรณรงค์ผ่านสื่อแบบ Transmedia 2 เพื่อสร้างเครือข่ายเนื้อหาและผู้ผลิตงานสารคดีเชิงสังคมเพื่อผลักดันความเปลี่ยนแปลงในเชิงประจักษ์และนโยบายสาธารณะ 3 สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประชาชน เพื่อผลักดันความเปลี่ยนแปลงในเชิงประจักษ์และนโยบายสาธารณะ (Informed Citizens)	1 ผลิตสารคดีในการถ่ายทอดเรื่องราวและการรณรงค์ผ่านสื่อแบบ Transmedia มีทั้งหมด 2 รูปแบบ คือ สารคดีแห่งปี 1 ชุด (จำนวนอย่างน้อย 5 ตอน) และสารคดีขนาดกลาง จำนวน 2 ชุด (จำนวนอย่างน้อยชุดละ 6 ตอน) 2 มีเครือข่ายผู้ผลิตงานสารคดีเชิงสังคมเข้าร่วมผลิตเนื้อหาเพื่อผลักดันความเปลี่ยนแปลงในเชิงประจักษ์และนโยบายสาธารณะ	1 ผลิตสารคดีในการถ่ายทอดเรื่องราวและรณรงค์ผ่านสื่อแบบ Transmedia ครบทั้ง 3 ประเด็นหลัก 2 มีเครือข่ายผู้ผลิตงานสารคดีเชิงสังคมเข้าร่วมผลิตเนื้อหาสารคดีขนาดกลางอย่างน้อย 1 ชุด เพื่อผลักดันความเปลี่ยนแปลงในเชิงประจักษ์และนโยบายสาธารณะ 3 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประชาชนมีส่วนร่วม ในการผลักดันความเปลี่ยนแปลงในเชิงประจักษ์และนโยบายสาธารณะ
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
ศูนย์ผลิตเนื้อหา นโยบายสาธารณะและสารคดีเชิงสังคม	12,000,000	ปี 2563			สำหรับเนื้อหาที่ศูนย์ฯ วางไว้ในถ่ายทอด	
กลุ่มเป้าหมาย						

<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่ม Active Citizen / Opinion Leader / Public Policy / Stakeholder</li> </ul> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มผู้ชมที่มีความรู้สึกร่วมต่อประเด็นทางสังคม</li> </ul>	<p>เรื่องราวและการรณรงค์ผ่านสื่อแบบ Transmedia มีทั้งหมด 2 รูปแบบ คือ สารคดี แห่งปี 1 ชุด (จำนวนอย่างน้อย 5 ตอน) และ สารคดีขนาดกลาง จำนวน 2 ชุด (จำนวน อย่างน้อยชุดละ 6 ตอน)</p>		<p>1 วิธีการวัดผลสัมฤทธิ์ของสารคดี</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- วัดจากความนิยมผู้ชม (Rating) โดย ค่าเฉลี่ยผู้ชมรายการไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ย ผู้ชมของสถานี</li> <li>- วัดจากผู้ชมย้อนหลังในช่อง VIPA</li> </ul> <p>2 วิธีการวัดผลสัมฤทธิ์ของรายการบน พื้นที่ออนไลน์ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Social media for REACH</li> <li>2) Social media for ENGAGEMENT</li> </ol> <p>*** การวัดผลอาจมีการเปลี่ยนแปลงตาม พัฒนาการของเครื่องมือ</p> <p>3 มีเครือข่ายผู้ผลิตงานสารคดีเชิงสังคม เข้าร่วมผลิตเนื้อหาสารคดีขนาดกลาง เพื่อผลักดันความเปลี่ยนแปลงในเชิง ประชาชนติและนโยบายสาธารณะ</p>	<p>1 ผลิตสารคดีในการถ่ายทอดเรื่องราว และรณรงค์ผ่านสื่อแบบ Transmedia ครบทั้ง 3 ประเด็นหลัก ภายใน ระยะเวลาที่กำหนดตามแผน</p> <p>2 ช่องทางในการให้ความรู้แก่ประชาชน และสร้างการเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในประเด็น ทางสังคม (Informed Citizens) สามารถวัดผลได้ เพื่อเป็นข้อมูลฐาน สำหรับการวัดพัฒนาการของการ นำเสนอแบบ Transmedia</p> <p>3 สารคดีทั้งหมด มีการบันทึกฐานข้อมูล สำหรับการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (Social Impact Assessment: SIA) เพื่อนำไปต่อยอดพัฒนาเป็นผลตอบแทน ทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI)</p>
--	--	--	---	--

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
13. 63-C34 โครงการจัดทำเนื้อหาในรูปแบบ Data Visualization และผลกระทบทางสังคมในระบบดิจิทัล			<p>ศูนย์ผลิตเนื้อหานโยบายสาธารณะและ สารคดีเชิงสังคม เล็งเห็นว่าเทคนิคการ นำเสนอข้อมูลด้วยภาพในรูปแบบของ Data Visualization นอกจากจะเป็น การสื่อสารข้อมูลที่เข้าใจได้ง่ายสำหรับ กลุ่มเป้าหมายแล้ว ยังสามารถใช้เป็น พื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกิดขึ้น จากการผลิตข่าวและสารคดีได้อีก</p>	<p>1 เพื่อนำเสนอข้อมูลด้วยภาพในรูปแบบ ของ Data Visualization</p> <p>2 เพื่อใช้เป็นพื้นที่ในการเก็บรวบรวม ข้อมูลที่เกิดขึ้นจากการผลิตข่าวและสาร คดี</p> <p>3 เพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับการประเมิน ผลลัพธ์ทางสังคม (Social Impact Assessment: SIA) และผลตอบแทน</p>	<p>ผลิตเว็บไซต์หรือไมโครไซต์ เพื่อแสดง ข้อมูลในรูปแบบของ Data Visualization</p>	<p>ผลิตเว็บไซต์หรือไมโครไซต์ เพื่อแสดง ข้อมูลในรูปแบบของ Data Visualization และใช้เป็นพื้นที่ในการ เก็บรวบรวมข้อมูลที่เกิดขึ้นจากการผลิต ข่าวและสารคดี อย่างน้อย 1 ประเด็น</p>
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
ศูนย์ผลิตเนื้อหา นโยบาย	1,600,000	ปี 2563				
กลุ่มเป้าหมาย					KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์

<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่ม Active Citizen / Opinion Leader / Public Policy / Stakeholder</li> </ul> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มผู้ชมที่มีความรู้สึกร่วมต่อประเด็นทางสังคม</li> </ul>	<p>ช่องทางหนึ่ง โดยจัดทำบนเว็บไซต์เพื่อแสดงข้อมูลในแบบ Interactive สำหรับกลุ่มเป้าหมาย</p> <p>จากที่กล่าวมานั้น สอดคล้องกับแนวทางและภารกิจของศูนย์ผลิตเนื้อหานโยบายสาธารณะและสารคดีเชิงสังคม ในการนวัตกรรมในการถ่ายทอดเรื่องราวและการรณรงค์ผ่านสื่อแบบ Transmedia ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ตาม พ.ร.บ. ในการส่งเสริมให้ความรู้แก่ประชาชนผ่านการให้บริการข่าวสารและสารประโยชน์ และสอดคล้องกับนโยบาย ส.ส.ท. ด้านฐานข้อมูล</p>	<p>ทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI)</p>	<p>ศูนย์ผลิตเนื้อหา นโยบายสาธารณะและสารคดีเชิงสังคม วัตถุประสงค์ของโครงการบนพื้นที่ออนไลน์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Social media for REACH</li> <li>2) Social media for ENGAGEMENT</li> <li>3) Social media for CONVERSION</li> </ol> <p>*** การวัดผลอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามพัฒนาการของเครื่องมือ</p>	<p>1 ผลิตเว็บไซต์หรือไมโครไซต์ เพื่อแสดงข้อมูลในรูปแบบของ Data Visualization และใช้เป็นพื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกิดขึ้นจากการผลิตข่าวและสารคดี อย่างน้อย 1 ประเด็นภายในระยะเวลาที่กำหนดตามแผน</p> <p>2 มีการบันทึกฐานข้อมูลสำหรับการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (Social Impact Assessment: SIA) เพื่อนำไปต่อยอดพัฒนาเป็นผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI)</p>
--	--	--	--	---

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
14.. 63-C35 โครงการเวทีสาธารณะเพื่อระดมข้อมูลในงานข่าวและรายการ			“เวทีสาธารณะ” เป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนของไทยพีบีเอสมายาวนาน ปัจจุบันได้ถูกปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอจากหน้าจอไปอยู่ในพื้นที่ออนไลน์ แต่หน้าที่หลักที่ยังคงอยู่คือการเป็นพื้นที่ในการระดมข้อมูลในงานข่าวและรายการ ทั้งในรูปแบบของข้อมูลในการนำเสนอและการประกันการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมในการออกแบบ	1 เพื่อเป็นพื้นที่ในการระดมข้อมูลในงานข่าวและรายการ 2 เพื่อประกันการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมในการออกแบบนโยบายสาธารณะและนำไปสู่การปฏิบัติ 3 เพื่อพัฒนารูปแบบและดำเนินการเวทีสาธารณะให้น่าติดตาม ทันยุคสมัย	1 การระดมข้อมูลในงานข่าว รายการ และสารคดีเชิงสังคม อย่างน้อย 1 ครั้ง/ไตรมาส 2 การเข้ามามีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชน ในการออกแบบนโยบายสาธารณะและนำไปสู่การปฏิบัติ 3 ดำเนินการเวทีสาธารณะรูปแบบใหม่ที่นำติดตามและทันยุคสมัย	1 ได้ข้อมูลสำหรับงานข่าว รายการ และสารคดีเชิงสังคม ด้านนโยบายสาธารณะที่เกาะติดสถานการณ์ และนำเสนอข้อมูลในประเด็นทางสังคมนั้น ๆ อย่างต่อเนื่อง 2 หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชน เข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบนโยบายสาธารณะและนำไปสู่การปฏิบัติ
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
ศูนย์ผลิตเนื้อหา นโยบายสาธารณะและสารคดีเชิงสังคม	1,240,000	ปี 2563				
กลุ่มเป้าหมาย					KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์

<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่ม Active Citizen / Opinion Leader / Public Policy / Stakeholder เชิงประเด็น</li> </ul> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มผู้ชมที่มีความรู้สึกร่วมต่อประเด็นทางสังคม</li> </ul>	<p>นโยบายสาธารณะและนำไปสู่การปฏิบัติ</p> <p>ศูนย์ผลิตเนื้อหา นโยบายที่มีภารกิจที่ได้รับมอบหมายให้พัฒนารูปแบบและดำเนินการเวทีสาธารณะให้นำติดตาม ทันยุคสมัย เพื่อป้องกันการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมในการออกแบบนโยบายสาธารณะและนำไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบาย ส.ส.ท. ด้านการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชน และสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ในสร้างการมีส่วนร่วม (Engaging) และการสร้างภาคีหุ้นส่วน (Empowering) อีกด้วย</p>		<p>1 ข้อมูลในงานข่าว รายการ และสารคดีเชิงสังคม ทั้งหมด 4 ประเด็น หรืออย่างน้อย 1 ครั้ง/ไตรมาส</p> <p>2 หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชน หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในประเด็นนั้นๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบนโยบายสาธารณะและนำไปสู่การปฏิบัติครบทุกภาคส่วน</p> <p>3 ดำเนินการเวทีสาธารณะรูปแบบใหม่ที่นำติดตามและทันยุคสมัยภายในไตรมาสที่ 2</p>	<p>1 จัดทำข้อมูลจากการระดมความคิดเห็นผ่านเวทีสาธารณะ ทั้งหมด 4 ประเด็น หรืออย่างน้อย 1 ครั้ง/ไตรมาส</p> <p>2 หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชน หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในประเด็นนั้น ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบนโยบายสาธารณะและนำไปสู่การปฏิบัติครบทุกภาคส่วน</p> <p>3 ดำเนินการเวทีสาธารณะรูปแบบใหม่ที่นำติดตามและทันยุคสมัยภายในไตรมาสที่ 2 เป็นต้นไป และประเมินผลการดำเนินงานในไตรมาสที่ 3 และ 4</p>
--	---	--	---	--

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
<p><b>15. 63-C36 โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและสนับสนุนงานหารายได้ของศูนย์ผลิตเนื้อหา นโยบายสาธารณะและสารคดีเชิงสังคม</b></p>			<p>ศูนย์ผลิตเนื้อหา นโยบายสาธารณะและสารคดีเชิงสังคม ได้จัดตั้งขึ้นใหม่ โดยมีภารกิจสำคัญ คือ ผลิต/บรรณาธิการเนื้อหาข่าว-สารคดี นโยบายสาธารณะเผยแพร่ในทุก Platform รวมทั้งการพัฒนาทักษะและนวัตกรรมในการถ่ายทอดเรื่องราวและการรณรงค์ผ่านสื่อแบบ Transmedia ซึ่งการสร้างสื่อแบบ Transmedia เป็นทิศทางใหม่ที่กำลังเป็น</p>	<p>1 เพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรในการถ่ายทอดเรื่องราวและการรณรงค์ผ่านสื่อแบบ Transmedia</p> <p>2 เพื่อจัดทำ Brand &amp; Marketing ของศูนย์ฯ เพื่อสร้างวัฒนธรรมของหน่วยงานใหม่ ด้วยวิธีการและแนวคิดใหม่ๆ ในการปฏิบัติงาน</p>	<p>1 บุคลากรผ่านการอบรมในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องตามหน้าที่ความรับผิดชอบ</p> <p>2 ศูนย์ฯ มีแบรนด์และแผนการตลาดในการปฏิบัติงาน</p>	<p>1 บุคลากรที่ผ่านการอบรมมีทิศทางและองค์ความรู้ในการทำงานของตนเองเพิ่มขึ้น</p> <p>2 ศูนย์ฯ มีแบรนด์ที่พัฒนา ส.ส.ท. ให้เป็น Trusted brand ในใจประชาชนอีกช่องทางหนึ่ง</p>
<p>สำนัก</p>	<p>งบประมาณ</p>	<p>ระยะเวลา</p>			<p>KPIผลผลิต</p>	<p>KPIผลลัพธ์</p>
<p>ศูนย์ผลิตเนื้อหา</p>	<p>1,000,000</p>	<p>ปี 2563</p>				
<p>กลุ่มเป้าหมาย</p>						



<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่ม Active Citizen / Opinion Leader / Public Policy / Stakeholder เชิงประเด็น</li> </ul> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มผู้ชมที่มีความรู้สึกร่วมต่อประเด็นทางสังคม</li> </ul>	<p>จุดสำคัญในการพัฒนานวัตกรรมการเล่าเรื่องของสื่อ</p> <p>ดังนั้น ศูนย์ฯ จึงเล็งเห็นความสำคัญของการเสริมศักยภาพของบุคลากร จึงได้จัดทำ “โครงการส่งเสริมและพัฒนา ศักยภาพบุคลากรของศูนย์ผลิตเนื้อหา นโยบายสาธารณะและสารคดีเชิงสังคม” ขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ งานพัฒนาศักยภาพบุคลากร และงานจัดทำ Brand &amp; Marketing เพื่อสร้างวัฒนธรรมของหน่วยงานใหม่ ด้วยวิธีการและแนวคิดใหม่ๆ ในการปฏิบัติงาน</p>		<p>1 บุคลากรผ่านการอบรมในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องตามหน้าที่ความรับผิดชอบ พร้อมสำหรับตำแหน่งใหม่ตามโครงสร้างของศูนย์</p> <p>2 ศูนย์ฯ มีแบรนด์ที่เริ่มเป็นที่รู้จักและรับรู้ ในใจประชาชนอีกช่องทางหนึ่ง</p>	<p>1 บุคลากรสามารถถ่ายทอดเรื่องราวและการรณรงค์ผ่านสื่อแบบ Transmedia ได้</p> <p>2 แบรินด์เป็นที่รู้จัก ผ่านปริมาณผู้ชมหน้าจอ และสถิติออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง</p>
--	--	--	--	---

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
16. 63-C37 โครงการจัดหาอุปกรณ์การผลิตเนื้อหา นโยบายสาธารณะและสารคดีเชิงสังคม			ศูนย์ผลิตเนื้อหา นโยบายสาธารณะและสารคดีเชิงสังคม ได้จัดตั้งขึ้นใหม่ จึงมีความจำเป็นต้องจัดเตรียมอุปกรณ์สำหรับการปฏิบัติงาน จึงเล็งเห็นความสำคัญของจัดซื้ออุปกรณ์กล้อง และตัดต่อเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการทำงาน โดยได้พิจารณาอุปกรณ์สำหรับระบบการทำงานในปัจจุบันและอนาคตใน 2-3 ปีข้างหน้า และพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการจัดซื้อ	เพื่อจัดซื้ออุปกรณ์สำหรับการปฏิบัติงาน	จัดซื้อชุดตัดต่อ 4K, iMax for online, Max Book Pro 2 เครื่อง ชุดกล้อง 1 ชุด และโดรน 1 ลำ	ได้รับชุดตัดต่อ 4K, iMax for online, Max Book Pro 2 เครื่อง ชุดกล้อง 1 ชุด และโดรน 1 ลำ
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา			KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์
ศูนย์ผลิตเนื้อหา นโยบายสาธารณะ และสารคดีเชิงสังคม	1,720,000	ปี 2563			จัดซื้อชุดตัดต่อ 4K, iMax for online, Max Book Pro 2 เครื่อง ชุดกล้อง 1 ชุด และโดรน 1 ลำ ภายในไตรมาสที่ 1	สามารถใช้อุปกรณ์ได้ทันในไตรมาสที่ 2
กลุ่มเป้าหมาย (เสนอตั้งงบประมาณที่ฝ่าย IT)						

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
17. 63-C09 โครงการพัฒนาช่องทางและเทคโนโลยีสื่อใหม่ (Platform & Technology)			องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (Thai Public Broadcasting Service) หรือ ส.ส.ท. มี	- เพื่อปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพและความน่าสนใจของแพลตฟอร์มไทยทีบีเอสให้มีการเข้าถึงง่าย เป็นไปตาม	- มีช่องทางการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในหลากหลายแพลตฟอร์มครบถ้วนตามเทรนของกลุ่มเป้าหมาย	- รายการออนไลน์มีคุณภาพ น่าสนใจ และได้รับความนิยม - ผู้ชมผู้ฟังสามารถเข้าถึง เรียกใช้
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				

สื่อใหม่	55,400,000	ปี 2563	ภารกิจในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ สารสนเทศ ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน และเป็นประโยชน์แก่ประชาชน เพื่อให้การประชาสัมพันธ์สร้างความรู้ความเข้าใจอย่างทั่วถึง ซึ่งการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันผู้ชมโดยส่วนใหญ่จะอยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ทั้งในรูปแบบเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และสื่อสังคมออนไลน์ จึงเล็งเห็นว่าควรมีการพัฒนาช่องทางหรือแพลตฟอร์มดังกล่าว ให้มีประสิทธิภาพ สะดวกในเข้าถึงและมีฟังก์ชันการใช้งานให้ทันสมัย สอดรับกับเทคโนโลยี และพฤติกรรม การบริโภคข้อมูลของผู้ชมในปัจจุบัน	เทคโนโลยีสมัยใหม่ - เพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มให้รองรับการหลอมรวม Online – On air – On Mobile - เพื่อพัฒนาระบบการรับชม On Demand และสร้าง Digital Hub Content - เพื่อจัดสรรอุปกรณ์ เทคโนโลยี รองรับการผลิตรายการ การถ่ายทอดสด รวมถึงการสนับสนุนโครงการต่าง ๆ ในด้านเทคนิค	- มีสถานที่และอุปกรณ์ รวมถึงระบบงานที่ทันสมัย สะดวกต่อการผลิตเนื้อหาหรือรายการออนไลน์ <b>KPIผลผลิต</b> - มีการเปิดใช้งานและเข้าถึงเว็บไซต์หลักและเว็บไซต์ย่อย เช่น Thai PBS, Chatbot ระยะที่ 2, Innovative 360 VR, Data Visualization หน้าเฉพาะกิจพิเศษ ได้รวดเร็ว แล้วเสร็จตามกำหนดของแผนงาน - มีรายงานการใช้สถานที่หรือสตูดิโอผลิตรายการ รวมถึงรายงานปัญหาอุปสรรคอย่างสม่ำเสมอ	บริการเนื้อหาทุกหมวดหมู่ในทุกรูปแบบมีเดียมีเดียจากเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน <b>KPIผลลัพธ์</b> - การสำรวจความนิยม ความคิดเห็น และความพึงพอใจต่อการรับสื่อออนไลน์จากไทยพีบีเอส - จำนวนผู้ใช้บริการเว็บไซต์ไทยพีบีเอส และแอปพลิเคชันมีปริมาณเพิ่มขึ้น - การสำรวจความนิยม ความคิดเห็น และความพึงพอใจต่อการรับสื่อออนไลน์จากไทยพีบีเอส - จำนวนผู้ใช้บริการเว็บไซต์ไทยพีบีเอส และแอปพลิเคชันมีปริมาณเพิ่มขึ้น
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>						
กลุ่มเป้าหมายหลัก - ผู้ชม ผู้ฟังกลุ่มอายุ 25-40 ในหลายความสนใจของกลุ่มเนื้อหา						
กลุ่มเป้าหมายรอง - ผู้ชม ผู้ฟังทั่วไป						

ชื่อโครงการ	หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
18. 63-C13 โครงการสนับสนุนการบริหารงานเพื่อผลิตรายการและออกอากาศ	1 สำนักโทรทัศน์และวิทยุ มีภารกิจในการสนับสนุนการผลิตรายการโทรทัศน์และวิทยุ ที่ให้การสนับสนุนแก่หน่วยงานหรือสำนักต่างๆ ในหลายรูปแบบงาน ได้แก่ งานกองถ่ายทำรายการ, งานถ่ายทอดสด, งานออกอากาศ, งานสตูดิโอ, งานออกแบบกราฟิกและศิลปกรรม, งานกิจกรรมขององค์กร, งานติดต่อรายการ เป็นต้น ซึ่งเป็นการปฏิบัติงานทั้งภายในและภายนอกสถานี 2 สนับสนุนงาน On-Air, On-Line, On-Ground ซึ่งมีรูปแบบและการดำเนินการที่จะต้องสอดคล้องกับแผนการจัดกิจกรรมขององค์กร	1 เพื่อจัดทำรายละเอียดงบประมาณค่าใช้จ่ายดำเนินการประจำปี 2563 ที่มี ความจำเป็นต่อการปฏิบัติงานของ สำนักโทรทัศน์และวิทยุ ให้สามารถตอบสนองต่อแผนบริหารกิจการของ ส.ส.ท. 2 เพื่อใช้ในการบริหารงานสนับสนุนการผลิตรายการและการออกอากาศ สามารถให้การสนับสนุนงานได้อย่างต่อเนื่อง รวดเร็วและเพียงพอต่อการดำเนินงานส่วนต่างๆ 3 เพื่อใช้ดำเนินการในภารกิจของสำนัก โดยจัดทำงบประมาณให้มีเพียงพอต่อ	1 สามารถดำเนินงานในส่วนต่างๆ ได้ อย่างต่อเนื่องและครบถ้วนตามเป้าหมาย 2 สนับสนุนงานผลิตรายการ ประเภทข่าว ได้ครบถ้วนและสมบูรณ์ตามที่ ต้องการ 3 สนับสนุนงานผลิตรายการ เช่น งานประเภทสารคดี งานกองถ่าย-บันทึก เทป งานถ่ายทอดสด ได้ครบถ้วนและสมบูรณ์ตามที่ต้องการหรือที่กำหนดไว้ 4 หน่วยงานที่ขอสนับสนุนได้รับ ผลงานการผลิตตามเป้าหมายที่วางไว้	1 ผลงานในการรายการต่างๆ มีคุณภาพ มาตรฐาน และทันต่อการใช้งานตามวัตถุประสงค์ 2 สามารถวางแผนการใช้จ่ายและควบคุมการใช้งบประมาณในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3 มีความเสี่ยงต่ำ ในเรื่องของความไม่ต่อเนื่องในการสนับสนุนงานและการปฏิบัติงานภายในองค์กร 4 ผลงานในการรายการต่างๆ มีคุณภาพ มาตรฐาน และทันต่อการใช้งานตามวัตถุประสงค์ 5 สามารถวางแผนการใช้จ่ายและ
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา		

โทรทัศน์และ วิทยุ	98,736,000	มกราคม ถึง ธันวาคม 2563	3 งานที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งคือ การควบคุมดูแลระบบอุปกรณ์ส่วนกลางของสถานีโทรทัศน์และวิทยุ ให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพทันสมัยกับเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น และสอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงานผู้ใช้บริการหลักคือ สำนักข่าวและสำนักรายการ ได้อย่างเพียงพอ โดยมีเป้าหมายให้การผลิตรายการต่างๆ และการแพร่ภาพออกอากาศมีคุณภาพมาตรฐาน และมีความทันสมัยอยู่เสมอ 4 จำเป็นต้องมีงบประมาณเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายดำเนินการในเรื่องต่างๆ ให้เพียงพอ	การดำเนินงานของสำนักในปี 2563 และสามารถควบคุมการดำเนินงานกิจกรรมให้สอดคล้องกับงบประมาณที่มีอยู่	5 สามารถดำเนินงานในส่วนต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่องครบถ้วนตามเป้าหมาย 6 สนับสนุนงานผลิตรายการ ประเภทข่าว ได้ครบถ้วนและสมบูรณ์ตามที่ต้องการ 7 สนับสนุนงานผลิตรายการ เช่น งานประเภทสารคดี งานกองถ่าย-บันทึกเทป งานถ่ายทอดสด ได้ครบถ้วนและสมบูรณ์ตามที่ต้องการหรือที่กำหนดไว้ 8 หน่วยงานที่ขอสนับสนุนได้รับผลงานการผลิตตามเป้าหมายที่วางไว้	ควบคุมการใช้งบประมาณในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ 6 มีความเสี่ยงต่ำ ในเรื่องของความไม่ต่อเนื่องในการสนับสนุนงานและการปฏิบัติงานภายในองค์กร
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>					<b>KPIผลผลิต</b>	<b>KPIผลลัพธ์</b>
กลุ่มเป้าหมายหลัก - สำนักโทรทัศน์และวิทยุ เป็นผู้บริหารและใช้งบประมาณของโครงการโดยตรง จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่จะได้รับผลโดยตรง					1 มีการใช้งบประมาณตรงตามวัตถุประสงค์ครบถ้วนทุกรายการ และภายในระยะเวลาที่กำหนด 2 การใช้งบประมาณรวมทั้งหมดอยู่ระหว่างร้อยละ 85 - 100 3 จำนวนงานที่ให้การสนับสนุนต่อผู้ใช้บริการไม่น้อยกว่าร้อยละ 95	1 ความพึงพอใจของหน่วยงานผู้รับบริการภายในไม่น้อยกว่า 3.00 คะแนน (จาก 5 คะแนนเต็ม) 2 ความพึงพอใจของหน่วยงานผู้รับบริการภายในไม่น้อยกว่า 3.00 คะแนน (จาก 5 คะแนนเต็ม)
กลุ่มเป้าหมายรอง - ผู้ขอใช้บริการ ได้แก่ สำนักข่าว สำนักรายการ ศูนย์สื่อใหม่ เป็นต้น						

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
<b>19. 63-C15 โครงการจัดหาอุปกรณ์เพื่อทดแทนและปรับปรุงระบบอุปกรณ์ปฏิบัติการ</b>			สำนักโทรทัศน์และวิทยุ สนับสนุนการปฏิบัติงานผลิตรายการโทรทัศน์และวิทยุ ทั้งการผลิตภายในและภายนอกสถานี ให้การสนับสนุนแก่หน่วยงานหรือสำนักต่างๆ ในหลายรูปแบบงาน ได้แก่ งานกองถ่ายทำรายการ, งานถ่ายทอดสด, งานสตูดิโอ, งานกิจกรรมขององค์กร, งานติดต่อรายการ เป็นต้น งานที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งคือการควบคุมดูแลระบบอุปกรณ์ส่วนกลางของสถานีโทรทัศน์และวิทยุ	1 เพื่อดำเนินการจัดหาอุปกรณ์ใหม่และทดแทนอุปกรณ์ระบบเดิมที่เสื่อมสภาพ ชำรุด 2 ปรับปรุงอุปกรณ์ให้สอดคล้องกับแนวทางการปฏิบัติงานในปัจจุบัน และเป็น การเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงาน ทั้งงานระบบประจำห้องควบคุมระบบงานภายในสถานี และการงานปฏิบัติงานนอกสถานที่	1 สนับสนุนงานผลิตรายการ ประเภทข่าว ได้ครบถ้วนและสมบูรณ์ตามที่ต้องการ 2 สนับสนุนงานผลิตรายการ ประเภทสารคดี งานกองถ่าย-บันทึกเทป งานถ่ายทอดสด ได้ครบถ้วนและสมบูรณ์ตามที่ต้องการหรือที่กำหนดไว้ 3 หน่วยงานที่ขอสนับสนุนได้รับผลงานการผลิตตามเป้าหมายที่วางไว้	1 ผลงานในการรายการต่างๆ มีคุณภาพและมาตรฐาน และทันต่อการใช้งานตามวัตถุประสงค์ 2 สามารถวางแผนการใช้ง่ายและควบคุมการใช้งบประมาณในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3 มีความเสี่ยงต่ำ ในเรื่องของความไม่ต่อเนื่องในการสนับสนุนงานและการปฏิบัติงานภายในองค์กร
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
โทรทัศน์และ วิทยุ	30,614,900	พ.ศ.2563				

กลุ่มเป้าหมาย			KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์
<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <p>-ผู้ขอใช้บริการสนับสนุนการผลิตงานภายในองค์กร ได้แก่ สำนักข่าว สำนักวิทยบริการ ศูนย์สื่อใหม่ เป็นต้น</p> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <p>-ฝ่ายงานภายในสำนักโทรทัศน์และวิทยุ เป็นผู้บริหาร และใช้งบประมาณของโครงการโดยตรง จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่จะได้รับผลโดยตรง</p>	<p>ให้สามารถทำงานได้อย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ ทันสมัยกับเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับแผนพัฒนาเทคโนโลยีของ ส.ส.ท. และสอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงาน ผู้ใช้งานหลักคือ สำนักข่าวและสำนักวิทยการได้อย่างเพียงพอ โดยมีเป้าหมายให้การผลิตรายการต่างๆ และการแพร่ภาพออกอากาศมีคุณภาพมาตรฐาน มีเครื่องมือพร้อมใช้งานและมีความทันสมัยอยู่เสมอ</p> <p>การจัดหาอุปกรณ์ทดแทนที่เสื่อมสภาพ และจัดหาเพิ่มเติมให้เพียงพอต่อการใช้งาน เป็นอีกภารกิจหนึ่งของสำนักฯที่จะต้องดำเนินการ เพื่อให้ผู้ให้บริการ ได้รับความสะดวก สามารถทำงานได้บรรลุเป้าหมาย</p>	<p>3 เพื่อให้การบริหารงานสนับสนุนการผลิตรายการและการออกอากาศ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถให้การสนับสนุนงานได้อย่างต่อเนื่อง รวดเร็วและเพียงพอต่อการดำเนินงาน ส่วนต่างๆ</p> <p>4 ลดความเสี่ยงอันเนื่องจาก อุปกรณ์เกิดการชำรุดในระหว่างที่ใช้งานผลิตและออกอากาศ</p>	<p>1 มีการใช้งบประมาณจัดหาอุปกรณ์ทดแทนได้ตรงตามวัตถุประสงค์ ครบถ้วนทุกรายการ และสามารถดำเนินการได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด</p> <p>2 ไม่มีอุปกรณ์ที่ชำรุดในระหว่างงานที่สำคัญหรือระหว่างการออกอากาศ จนเป็นเหตุให้เกิดผลเสียหายต่อภาพลักษณ์ขององค์กร</p>	<p>1 ความพึงพอใจของหน่วยงาน ผู้รับบริการภายในไม่น้อยกว่า 3.00 คะแนน (จาก 5 คะแนนเต็ม)</p> <p>2 การใช้งบประมาณเป็นไปตามแผนที่วางไว้</p> <p>3 มีอุปกรณ์เพียงพอ รองรับการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p>

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
20. 63-C19 โครงการการจัดทำ Media Lab เพื่อพัฒนารายการและคุณภาพเนื้อหา			<p>องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) มุ่งนำเสนอเนื้อหา รายการที่เน้นคุณค่าเพื่อประโยชน์สาธารณะ และครอบคลุมผู้ด้อยโอกาสในสังคม ส่งเสริมการเรียนรู้และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการอภิปรายหรือแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกันในสังคม บนพื้นฐานของข้อมูลที่ถูกต้อง สมดุล และมีเหตุผล สะท้อนความหลากหลายทางวัฒนธรรม ส่งเสริมคุณค่าที่ติงามของ</p>	<p>1 เพื่อวิเคราะห์แนวทางการสร้างสรรค์และพัฒนาข่าวและรายการของไทยพีบีเอสให้ตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของสังคม</p> <p>2 เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนการออกแบบช่องทางหรือการสร้างสรรค์รายการรูปแบบใหม่ ให้สอดคล้องตามพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อที่เปลี่ยนแปลง</p>	<p>1 รายงานการวิเคราะห์ความคิดเห็นและแนวทางการพัฒนาข่าวและรายการ ซึ่งอาจเป็นข่าวภาคหลัก รายการข่าว รายการที่เป็น Signature Program หรือรายการที่เห็นควรให้มีการพัฒนา</p> <p>2 รายงานการออกแบบช่องทางหรือการสร้างสรรค์รายการในรูปแบบใหม่ (New Program Creation)</p>	<p>มีการนำผลการทดสอบรายการ ความคิดเห็นและแนวทางการพัฒนารายการ</p>
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
สถาบันวิชาการ สื่อสาธารณะ	4,000,000	มกราคม - ธันวาคม 2563				
กลุ่มเป้าหมาย					KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์

<p>กลุ่มผู้ชมผู้ฟังช่วงวัยต่างๆ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของรายการ/ข่าว</p>	<p>สังคม และยกระดับสุนทรียภาพของประชาชน ทั้งนี้ เพื่อให้การจัดทำเนื้อหาผ่านช่องทางต่างๆ มีคุณภาพ สอดคล้องตามความคาดหวังของสังคม และบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ขององค์กร สถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ (สวส.) เล็งเห็นว่าควรมีการจัดทำ Media Lab เพื่อวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาเนื้อหา รูปแบบ และวิธีการนำเสนอรายการ ตลอดจนสนับสนุนการสร้างสรรค์รายการรูปแบบใหม่ๆ ที่สร้างการเข้าถึง ดึงความสนใจ และตอบโจทย์ความเป็นสื่อสาธารณะได้อย่างคุ้มค่า และมีประสิทธิภาพ</p>		<p>1 มีรายงานการวิเคราะห์ความคิดเห็นและแนวทางการพัฒนาข่าว/รายการอย่างน้อย 2 ชุดรายการ 2 มีการออกแบบช่องทางหรือรายการรูปแบบใหม่ (New Program Creation) อย่างน้อย 1 รูปแบบ 3 มีการประเมินความพึงพอใจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับมาก</p>	<p>1 มีการนำข้อเสนอแนะจากการจัดทำ Media Lab ไปพัฒนาปรับปรุงข่าว/รายการ อย่างน้อย 2 รายการ</p>
---	---	--	--	---

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
21. 63-C16 โครงการจัดหาอุปกรณ์สำนักข่าว			<p>ช่างภาพข่าว สนับสนุนการปฏิบัติงานผลิตข่าวโทรทัศน์และออนไลน์ ทั้งการผลิตภายในและภายนอกสถานี ให้แก่สำนักข่าวในหลายรูปแบบงาน ได้แก่ งานออกถ่ายทำข่าว, งานรายงานข่าวด่วน, งานออนไลน์, เป็นต้น งานที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งคือการควบคุมดูแลระบบอุปกรณ์ในการผลิตภาพข่าว ให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความต้องการของสำนักข่าวได้เพียงพอ โดยมีเป้าหมายให้การผลิตรายการที่มีคุณภาพมาตรฐาน มีเครื่องมือพร้อมใช้งานและมีความทันสมัยอยู่เสมอ</p> <p>การจัดหาอุปกรณ์ทดแทนที่เสื่อมสภาพ และ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— เพื่อดำเนินการจัดหาอุปกรณ์ใหม่และทดแทนอุปกรณ์ระบบเดิมที่เสื่อมสภาพ ขำรุด</li> <li>— ปรับปรุงอุปกรณ์ให้สอดคล้องกับแนวทางการปฏิบัติงานในปัจจุบันและเป็นการเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงาน ทั้งงานภายในสถานี และการงานปฏิบัติงานนอกสถานที่</li> <li>— เพื่อให้การบริหารงานสนับสนุนการผลิตภาพข่าว เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถให้การ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สนับสนุนงานผลิตภาพข่าว ได้ครบถ้วนและสมบูรณ์ตามที่ต้องการ</li> <li>- สนับสนุนงานผลิตออนไลน์ ได้ครบถ้วนและสมบูรณ์ตามที่ต้องการหรือที่กำหนดไว้</li> <li>- หน่วยงานที่ขอสนับสนุนได้รับผลงานการผลิตตามเป้าหมายที่วางไว้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลงานในการรายการต่างๆ มีคุณภาพและมาตรฐาน และทันต่อการใช้งานตามวัตถุประสงค์</li> <li>- สามารถวางแผนการใช้จ่ายและควบคุมการใช้งบประมาณในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>- มีความเสี่ยงต่ำ ในเรื่องของความไม่ต่อเนื่องในการสนับสนุนงานและการปฏิบัติงานภายในองค์กร</li> <li>- ช่างภาพ นักข่าวและผู้ที่เกี่ยวข้องได้เรียนรู้และสามารถใช้งานอุปกรณ์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด</li> </ul>
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
โทรทัศน์และวิทยุ	23,600,000	1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2563				
กลุ่มเป้าหมาย					KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์

<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สำนักข่าว ผลิตงานข่าวให้ประชาชนผู้ชมรายการข่าว</li> </ul> <p>ผู้กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่วนงานอื่นที่ร้องขอการสนับสนุน และ ผู้ใช้สื่อในทุกๆ platform สามารถปรับตัวในการรับชมและผลิตงานข่าวได้เท่าทันต่อเทคโนโลยีฯ</li> </ul>	<p>จัดหาเพิ่มเติมให้เพียงพอต่อการใช้งาน เป็น เพื่อให้ผู้ใช้บริการ ได้รับความสะดวก สามารถทำงานได้บรรลุเป้าหมาย เพื่อให้ production การผลิตงานข่าวของสำนักข่าว เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และทันต่อสถานการณ์ในปัจจุบันที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และสามารถตอบสนองการปรับภูมิทัศน์ของสื่อได้</p>	<p>สนับสนุนงานได้อย่างต่อเนื่อง รวดเร็วและเพียงพอต่อการดำเนินงานส่วนต่างๆ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ลดความเสี่ยงอันเนื่องจากอุปกรณ์เกิดการชำรุดในระหว่างที่ใช้งานผลิตและออกอากาศ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตอบสนองตาม KPI สำนักข่าวคิดเป็นสัดส่วน 80% ในการผลิตชิ้นงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลงานของช่างภาพ นักข่าวและผู้ที่เกี่ยวข้องใช้งานอุปกรณ์ ไม่ต่ำกว่าหรือดีขึ้นตามเกณฑ์การประเมินปี 62</li> </ul>
---	---	--	---	---

ชื่อโครงการ	หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์						
<p>22-63-C20 โครงการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อ (Consumer Insight)</p>	<p>ส.ส.ท.ในฐานะสื่อสาธารณะก่อตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์สำคัญในการเป็นเครื่องมือแห่งการเรียนรู้ เสริมสร้างสติปัญญาและสุขภาพแก่ประชาชนทุกหมู่เหล่า ทุกระดับอายุ โดยตลอดระยะเวลาการดำเนินงานที่ผ่านมา ส.ส.ท. มุ่งผลิตรายการ ให้บริการข่าวสาร ความรู้ สารประโยชน์ สารบันเทิงที่มีคุณภาพและมาตรฐาน เพื่อตอบสนองกลุ่มคนได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกศาสนา ทุกอาชีพ มีช่องทางการเข้าถึงที่หลากหลาย สามารถนำไปประโยชน์ได้อย่างครอบคลุมและทั่วถึง อีกทั้งยังมี</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) เพื่อสำรวจพฤติกรรม的开รับสื่อและความสนใจที่มีต่อเนื้อหาของผู้ชมผู้ฟังในแพลตฟอร์มต่างๆ</li> <li>2) เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการวางแผนงานและการจัดทำรายการที่สอดคล้องต่อพฤติกรรม ความสนใจ และความต้องการของผู้ชม ผู้ใช้บริการของไทยพีบีเอส</li> </ol>	<p>มีรายงานการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องตามความต้องการของผู้ชมผู้ฟังในแพลตฟอร์มต่างๆ</p>	<p>การนำผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อฯ ของผู้ชมผู้ฟัง ไปเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนและจัดทำรายการที่สอดคล้องต่อพฤติกรรมและความต้องการของผู้ชมผู้ให้บริการของไทยพีบีเอส</p>						
<table border="1"> <tr> <th data-bbox="65 992 239 1032">สำนัก</th> <th data-bbox="239 992 432 1032">งบประมาณ</th> <th data-bbox="432 992 590 1032">ระยะเวลา</th> </tr> <tr> <td data-bbox="65 1032 239 1073">สถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ</td> <td data-bbox="239 1032 432 1073">3,160,000</td> <td data-bbox="432 1032 590 1073">1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2563</td> </tr> </table>	สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา	สถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ	3,160,000	1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2563				
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา								
สถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ	3,160,000	1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2563								
<p>กลุ่มเป้าหมาย</p>			<p>KPIผลผลิต</p>	<p>KPIผลลัพธ์</p>						
	<p>เป้าหมายในการสร้างแรงบันดาลใจและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในมิติต่างๆ ให้พัฒนาขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมทั้งนี้ เพื่อให้สามารถสร้างการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมผู้ฟังได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ สถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ (สวส.) เล็งเห็นถึงความสำคัญของการมีชุดข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้สื่อครอบคลุมทั้งแพลตฟอร์มออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อใช้</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีรายงานการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องตามความต้องการของผู้ชมผู้ฟังในแพลตฟอร์มต่างๆ อย่างน้อย 2 ชิ้น และนำเสนอผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อฯ ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักข่าว สำนักข่าวยุทธศาสตร์ สำนักสื่อใหม่ เป็นต้น</li> </ul>	<p>หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำผลการศึกษาไปพัฒนาคุณภาพเนื้อหาข่าว/รายการให้สามารถเข้าถึงและตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของสังคมอย่างน้อย 2 รายการ</p>						

	เป็นส่วนประกอบสำคัญในการวางแผนและการผลิตรายการที่สอดคล้องต่อพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น			
--	---	--	--	--

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
23. 63-C12 โครงการพัฒนาสถิติ การวิเคราะห์และตัวชี้วัด (Metrics Measurement)			ปัจจุบันเทคโนโลยีและนวัตกรรม มีการพัฒนา เปลี่ยนแปลง และปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา รวมถึงการแข่งขันที่สูงตามไปด้วย ทำให้องค์กรพยายามหาทางทุกวิถีทางที่จะทำให้องค์กรเติบโตและเป็นที่รู้จักมากขึ้น นอกจากการทำการตลาดอย่างที่เคยทำในอดีต ปัจจุบันกำหนดกลยุทธ์และวางแผนเชิงกลยุทธ์ก็เป็นส่วนสำคัญในการตลาดที่เกิดขึ้น นั่นก็คือความสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ดังนั้น เพื่อให้องค์กรเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น จึงได้จัดระบบวิเคราะห์ข้อมูล เครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่จะช่วยองค์กรค้นหา Strategic Insights เพื่อสร้างความได้เปรียบและเผยมุมมองใหม่ที่มีคุณค่าต่อองค์กร ซึ่งจะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย	เพื่อพัฒนาระบบประมวลผล Online Rating และมีเครื่องมือ Social Listening เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมในเชิงลึกของผู้ชมผู้ใช้บริการบนสื่อออนไลน์ เพื่อพัฒนาระบบประมวลผล Online Rating และมีเครื่องมือ Social Listening เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมในเชิงลึกของผู้ชมผู้ใช้บริการบนสื่อออนไลน์ ที่มีขนาดใหญ่และมีความหลากหลายได้อย่างเป็นระบบ	- มีรายงานสถิติและการวิเคราะห์สื่อออนไลน์ของไทยพีบีเออย่างถูกต้อง รวดเร็วและครอบคลุม - มีเครื่องมือสำรวจและรวบรวมความคิดเห็นบนออนไลน์ พร้อมสามารถวิเคราะห์รายงานได้ - มีช่องทางหรือระบบงานในการตรวจสอบความนิยม, สถิติทั้งช่องทางทีวีและออนไลน์- มีรายงานสถิติและการวิเคราะห์สื่อออนไลน์ของไทยพีบีเออย่างถูกต้อง รวดเร็วและครอบคลุม - มีเครื่องมือสำรวจและรวบรวมความคิดเห็นบนออนไลน์ พร้อมสามารถวิเคราะห์รายงานได้ - มีช่องทางหรือระบบงานในการตรวจสอบความนิยม, สถิติทั้งช่องทางทีวีและออนไลน์	- สามารถวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมในเชิงลึกของผู้ชมในแต่ละช่องทางสื่อ และนำไปใช้ปรับปรุงพัฒนาบริการ - สามารถประเมินผลความนิยมของเนื้อหาของไทยพีบีเออย่างครอบคลุมทุกช่องทางสื่อ และนำไปประกอบการวางแผนกลยุทธ์การทำเนื้อหาต่อไป
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
สื่อใหม่	6,000,000	1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2563				
กลุ่มเป้าหมาย					KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์

<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้บริหาร, หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องด้านเนื้อหา</li> </ul> <p>ภาพลักษณ์องค์กร การตลาด</p> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บุคลากรภายในองค์กร</li> </ul>	<p>Analytic tools ที่มีประสิทธิภาพสามารถแสดงผลในรูปแบบที่เพิ่มความเข้าใจ และสามารถใช้เป็นข้อมูลนำไปกำหนดกลยุทธ์และวางแผนเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- การนำเสนอรายงานสถิติและการวิเคราะห์เป็นรายเดือน</li> <li>- การนำเสนอข้อมูลหรือการเข้าใช้งานระบบและรวบรวมความคิดเห็นจากสื่อออนไลน์ได้</li> <li>- สามารถเข้าระบบตรวจสอบสถิติทั้งจากทีวีและออนไลน์ได้ในช่องทางที่สะดวก รวดเร็ว- การนำเสนอรายงานสถิติและการวิเคราะห์เป็นรายเดือน</li> <li>- การนำเสนอข้อมูลหรือการเข้าใช้งานระบบและรวบรวมความคิดเห็นจากสื่อออนไลน์ได้</li> <li>- สามารถเข้าระบบตรวจสอบสถิติทั้งจากทีวีและออนไลน์ได้ในช่องทางที่สะดวก รวดเร็ว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีข้อมูลเชิงวิเคราะห์ เพื่อประกอบการวางแผนและการตัดสินใจในเชิงการตลาดอย่างถูกต้อง ทันสถานการณ์</li> <li>- มีการนำเสนอข้อมูลจากผลความนิยมในระดับบริหารอย่างสม่ำเสมอ</li> </ul>
---	--	--	--	--

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
24. 63-C10 โครงการพัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดด้านดิจิทัล (Branding Marketing)			ด้วยการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อ และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ชมผู้ฟังกับการเลือกรับสื่อในแพลตฟอร์มที่หลากหลาย สื่อดิจิทัลกลายเป็นช่องทางที่มีบทบาทกับประชาชนมากขึ้น ทำให้มีการแข่งขันการนำเสนอ การทำกิจกรรม และสร้างฐานแฟนหรือผู้ติดตามในทุกช่องทางสื่อ ไทยพีบีเอสจึงมองเห็นความสำคัญในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการจดจำ, การมีส่วนร่วม รวมถึงส่งเสริม เน้นย้ำภาพลักษณ์ด้านดิจิทัลขององค์กรบน Platform Online และสร้างกิจกรรมการตลาด เพื่อสร้างฐานผู้ชมผู้ฟังบนช่องทางสื่อออนไลน์ของไทยพีบีเอส	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาการสื่อสารผลิตภัณฑ์และบริการสื่อดิจิทัลขององค์กร</li> <li>- พัฒนาและสร้างกลยุทธ์การตลาดของบริการสื่อดิจิทัลขององค์กร</li> <li>- วางแนวทาง, แนวปฏิบัติการใช้ช่องทางและบริการของสื่อดิจิทัลในงานข่าวและรายการ</li> <li>- สร้างภูมิทัศน์และสภาพแวดล้อมองค์กรให้เป็น Digital Landscape</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีคอลัมน์หรือรายการออนไลน์ทั้งในรูปแบบต่อยอดการผลิต และแบบผลิตขึ้นใหม่ที่เหมาะสมกับแพลตฟอร์มและผู้ชมออนไลน์</li> <li>- จำนวนผู้ชมหรือผู้ติดตามช่องทางสื่อออนไลน์ไทยพีบีเอสสูงเพิ่มขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เนื้อหาที่ผลิตเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ได้รับความนิยม สร้างคุณค่าและการจดจำแบรนด์ไทยพีบีเอสออนไลน์</li> <li>- ยกกระดับภาพลักษณ์องค์กรในด้านสื่อดิจิทัล</li> </ul>
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา			<b>KPIผลผลิต</b>	<b>KPIผลลัพธ์</b>
สื่อใหม่	8,000,000	1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2563			<ul style="list-style-type: none"> <li>- จำนวนชิ้นงาน, สื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตได้ตรงตามวัตถุประสงค์</li> <li>- จำนวนครั้งของการจัดแคมเปญกิจกรรมและความนิยมของการเข้าร่วมกิจกรรม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีรายงานข้อมูล ความคิดเห็นของการมีส่วนร่วมในกิจกรรม</li> <li>- จำนวนผู้ติดตามในช่องทางออนไลน์เพิ่มสูงขึ้นจากการจัดการการตลาดออนไลน์</li> </ul>
กลุ่มเป้าหมาย						
<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เพศชายและหญิง อายุ 13-40 ปีขึ้นไป (ตามแพลตฟอร์มต่างๆ)</li> </ul> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ชมผู้ฟังในทุกสื่อของไทยพีบีเอส</li> </ul>						



ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์	
25. 63-C17 โครงการสื่อสารรายการ,ข่าว,รายการข่าว และเครือข่าย			ตามที่สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เป็นสื่อสาธารณะที่มีพันธกิจในการสร้างสรรค์สังคม คุณภาพคุณธรรม เนื้อหาข่าวและรายการมุ่งสร้างให้ผู้ชมเป็นพลเมืองผู้ตื่นรู้ หรือพลเมืองประเทืองปัญญา (Informed Citizen) และมีเป้าหมายในการเป็นองค์กรที่สร้างสรรค์สังคม แห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life - Long Learning) ฝายสื่อสารองค์การจึงมีหน้าที่ในการวางแผนการสื่อสารให้สอดคล้องกับเป้าหมายองค์การ โดยวางแผนการสื่อสารให้ประชาชนได้รู้จักและสามารถจดจำรายการได้ ผ่านการสื่อสารในทุก Platform รวมถึงการจัดกิจกรรม On-Ground สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ชมและรายการ นำไปสู่การสร้างแฟนคลับรายการ หรือ Program Loyalty	- เพื่อสื่อสารและขยายผลงานของไทยพีบีเอสให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักและติดตามชมรายการ - เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ชมกับรายการของไทยพีบีเอส - เพื่อขยายฐานกลุ่มผู้ชมรายการของไทยพีบีเอสให้กว้างขวางและครอบคลุมมากขึ้น	- มีการสื่อสารการส่งเสริมรายการ,ข่าว ,รายการข่าว และเครือข่ายกระจายทุก Platform - มีกิจกรรมขยายฐานผู้ชมรายการ รายการ,ข่าว,รายการข่าว และเครือข่าย - มีกิจกรรมรักษฐานผู้ชมเดิมของรายการ,ข่าว,รายการข่าว และเครือข่าย ให้เป็นกลุ่มผู้ชมเข้มข้น หรือแฟนคลับรายการ	- ผู้ชมรู้จัก และจดจำรายการได้ - จำนวนผู้ชมที่มีส่วนร่วมกับกิจกรรมรายการ หรือมีปฏิสัมพันธ์กับรายการของสถานีเพิ่มมากขึ้น - สามารถรักษฐานผู้ชมกลุ่มเดิม และสามารถขยายฐานผู้ชมกลุ่มใหม่	
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา					KPIผลผลิต
สื่อสารและภาคีสัมพันธ์	12,150,000	มกราคม- ธันวาคม 2563				- ดำเนินงานตามแผนการสื่อสารรายการผ่านทุกช่องทางสื่อได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของแผนรายไตรมาส - จำนวนกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย	- ค่าเฉลี่ยการรับรู้รายการของ ส.ส.ท. จากการจัดกิจกรรมส่งเสริมรายการอยู่ในเกณฑ์ดี 3.51-4.50 - ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมรายการ ข่าวรายการข่าว และเครือข่าย อยู่ในเกณฑ์ดี 3.51-4.50
กลุ่มเป้าหมาย							
กลุ่มเป้าหมายหลัก - กลุ่มผู้ชมไทยพีบีเอส  กลุ่มเป้าหมายรอง - ประชาชนทั่วไป							

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
26. 63-C01 โครงการผลิตข่าวและรายการข่าว			โครงการผลิตข่าวและรายการข่าว ยึดหลักตามภารกิจ พ.ร.บ.องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 มาตรา 43 และแนวทางตามแผนบริหารกิจการ 2561-2564 ด้านยุทธศาสตร์สร้างความแตกต่าง ตามแผนเนื้อหาช่องทาง และบริการ ตามประเด็นยุทธศาสตร์เข้าถึงผู้รับสารหลากหลายทั่วถึงด้วยสารประโยชน์ที่	- นำเสนอข้อมูลข่าวสารด้วยการเน้นประชาชนเป็นศูนย์กลาง ความเป็นธรรม ความน่าเชื่อถือและความถูกต้อง มีเป้าหมายของการนำเสนอให้เห็นทางออกของปัญหา (Solutions Journalism) ด้วยข้อมูลที่รอบด้าน (Data Journalism) ตามแผนจัดทำรายการ - ผลิตรายการข่าวที่มีเนื้อหาสะท้อนตามภารกิจ	มีรายการข่าวเผยแพร่ทางสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ตามที่กำหนดในผังรายการโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ด้านข่าวตามที่ระบุในกิจกรรมมีรายการข่าวเผยแพร่ทางสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์	กลุ่มเป้าหมายได้รับบริการข้อมูลข่าวสารทั้งช่องทางโทรทัศน์และช่องทางออนไลน์
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
ข่าว	232,553,170	1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2563				

			แตกต่าง สำนักข่าวจึงได้เสนอการผลิตข่าวภาคหลักประจำวันและรายการข่าวที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมในแง่มุมต่าง ๆ	พ.ร.บ.องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ.2551 - เผยแพร่เนื้อหาที่ผลิตทั้งช่องทางโทรทัศน์และช่องทางออนไลน์อย่างเหมาะสม	ตามที่กำหนดในผังรายการโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ด้านข่าวตามที่ระบุในกิจกรรม	
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>			โดยเน้นเนื้อหาและการนำเสนอที่แตกต่างจากสื่ออื่นคือการนำเสนอที่เน้นการใช้ข้อมูลตามแนวทาง Data Journalism มุ่งชี้ทางออกในปัญหานั้น ๆ		<b>KPIผลผลิต</b>	<b>KPIผลลัพธ์</b>
- กลุ่มเป้าหมายของข่าวทางสื่อโทรทัศน์ ประชาชนทั้งชาย-หญิง ช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป -กลุ่มเป้าหมายของข่าวทางออนไลน์ ประชาชนทั้งชาย-หญิง ช่วงอายุ 25 - 44 ปี -กลุ่มเป้าหมายของข่าวทางออนไลน์ กลุ่มเป้าหมายใหม่ทั้งชาย-หญิง ช่วงอายุ 18 - 25 ปี			ตามแนวทาง Solutions Journalism โดยเผยแพร่อย่างทั่วถึงทั้งทางสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มผู้ชม		จำนวนกิจกรรม/รายการ ที่ได้ดำเนินการ ที่เป็นไปตามผังรายการโทรทัศน์และใน Platform ที่กำหนด	จำนวนผู้เข้ารับบริการทางช่องทางโทรทัศน์ (จำนวนคน/นาที่) และช่องทางออนไลน์ (Rating)

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
27. 63-C01 โครงการพัฒนาเนื้อหาข่าวด้วย Data Journalism			ภายใต้แนวทางตามแผนบริหารกิจการ 2561-2564 ด้านยุทธศาสตร์สร้างความแตกต่าง สำนักข่าว ดำเนินการตามแผนเนื้อหา ช่องทาง และบริการตามประเด็นยุทธศาสตร์เข้าถึงผู้รับสารหลากหลายทั่วถึงด้วยสารประโยชน์ที่แตกต่าง เพื่อพัฒนาให้ข่าวและรายการข่าวมีคุณสมบัติหลักที่ใช้การรายงานด้วยข้อมูลเพื่อให้สังคมเรียนรู้ถึงทางออกของปัญหาและนำไปสู่การพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับอนาคต (Future Skill) จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาด้านเนื้อหาข่าว	เพื่อใช้นวัตกรรมสื่อสารมวลชนการสื่อสารด้วยการใช้ข้อมูล (Data Journalism) พัฒนาเนื้อหาข่าวโดยมีกระบวนการขุดค้นข้อมูล วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล และออกแบบนำเสนอด้วยรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง เช่น เนื้อหาข่าว ภาพกราฟิก อินโฟกราฟิก immersive และ Visualization อื่น ๆ	มีข้อมูลที่ถูกขุดค้นขึ้นมาสำหรับการนำไปพัฒนาเป็นเนื้อหาข่าวตามแผนจัดทำรายการ	มีประเด็นข่าวที่พัฒนาขึ้นมาจากข้อมูลที่ถูกขุดค้นและผลิตเพื่อนำเสนอผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ของสำนักข่าวและบุคลากรมีทักษะเพิ่มขึ้นในกระบวนการ Visualization
<b>สำนัก</b>	<b>งบประมาณ</b>	<b>ระยะเวลา</b>			<b>KPIผลผลิต</b>	<b>KPIผลลัพธ์</b>
ข่าว	2,000,000	1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2563			จำนวนเรื่องของข้อมูลที่ถูกขุดค้นขึ้นมา สำหรับการนำไปพัฒนาเป็นเนื้อหาข่าว	- จำนวนประเด็นข่าว (ไม่นับจำนวนชิ้นงาน) ที่พัฒนาและผลิตขึ้นมาจากข้อมูลที่ถูกขุดค้นและนำเสนอผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้ง On Air และ Online - บุคลากรเป้าหมายในโครงการได้รับการเรียนรู้และมีทักษะด้านการออกแบบและเล่าเรื่องตามแนวทาง Visualization
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>						
กลุ่มเป้าหมายหลัก - บรรณาธิการที่ได้รับมอบหมาย ทีมกราฟิกและ Visualizer โปรดิวเซอร์ข่าวที่ได้รับมอบหมาย กลุ่มเป้าหมายรอง - ผู้สื่อข่าว						

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
28. 63-C03 โครงการผลิตและจัดหารายการเพื่อตอบสนองCore Agenda			แผนยุทธศาสตร์องค์กรปี 2563 กำหนดวาระหลัก (Core Agenda) ประกอบด้วย 1) ประเด็นความเท่าเทียมกันในสังคม 2) ประเด็นการศึกษาเรียนรู้ของประชาชน และ 3) ประเด็นการรักษาคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมที่สะท้อนความเป็นไทย เป็นเป้าหมายสำคัญของการดำเนินงานด้านยุทธศาสตร์เนื้อหาของส.ส.ท. ทั้งนี้ในแผนจัดทำรายการปี2563 ระบุหลักการ สำคัญของงานด้านยุทธศาสตร์เนื้อหาประกอบด้วย 1)ส.ส.ท.ให้ความสำคัญกับนำเสนอเนื้อหาที่มุ่งสู่การเปลี่ยนผ่าน(Transformation)ในทุกมิติสังคม 2) สร้างสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมโดยเชื่อมโยงทุนความรู้เดิมกับความรู้และทักษะใหม่ในโลกที่มีความเปลี่ยนแปลง และ3) พัฒนาระบบกระบวนการจัดทำฐานข้อมูล (Database) และนำข้อมูลสำคัญมาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่เนื้อหาที่เชื่อถือได้ และตอบสนองความต้องการของสังคม	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อผลิตและจัดหารายการ และ สื่อผสมผสาน (Multi Media) ที่มีเนื้อหามุ่งตอบสนองวาระหลัก (Core Agenda) ของส.ส.ท. ในช่องทางการเผยแพร่ ทั้งการออกอากาศหน้าจอหลัก (On Air) และช่องทางสื่อใหม่ ( Online-VIPA )</li> <li>2. เพื่อสนับสนุนให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงเนื้อหาของไทยพีบีเอสได้อย่างทั่วถึง โดยเฉพาะกลุ่มผู้บกพร่องทางการมองเห็น การได้ยิน และกลุ่มผู้ด้อยโอกาสอื่นๆ ด้วยนวัตกรรมใหม่ๆที่เอื้ออำนวยต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และสุนทรีย์จาก เนื้อหารายการของไทยพีบีเอส รวมถึงการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ระหว่างกลุ่มผู้ชมกับรายการ</li> <li>3. เพื่อพัฒนาระบบ และกระบวนการจัดทำเนื้อหาที่มาจากฐานข้อมูล (Database) การศึกษา วิจัย และการสืบค้น ข้อมูลอย่างเป็นระบบ มุ่งให้งานข้อมูลดังกล่าวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของเนื้อหารายการของไทยพีบีเอส</li> <li>4. เพื่อพัฒนาระบบการควบคุมคุณภาพเนื้อหา (Contents) และงานผลิต (Production) การตรวจพิจารณารายการ และการบริหารผังรายการ ให้สามารถสนับสนุนงานผลิตและจัดหารายการได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.มีผลผลิตรายการหมู่เผยแพร่ในทุกช่องทางในปี 2563 โดยมีเนื้อหาสอดคล้องกับวาระหลัก (Core Agenda) ครบทุกประเด็น มีปริมาณรายการที่เพียงพอ เพื่อให้เผยแพร่ได้ต่อเนื่องตามผังออกอากาศปี 2563 และแผน เผยแพร่ เนื้อหาในช่องทาง VIPA ปี2563</li> <li>2.มีนวัตกรรมใหม่ที่สนับสนุนให้กลุ่มผู้บกพร่องทางการได้ยิน และการมองเห็นสามารถเข้าถึงเนื้อหาของ ไทยพีบีเอสได้ ภายในปี2563 และมีการผลิตเนื้อหารายการที่มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (CC) และเสียง บรรยายภาพ (AD) รวมกันไม่น้อยกว่าที่กสทช. กำหนด</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.รายการได้รับการยอมรับว่าเป็นส่วนสำคัญในการกระตุ้นให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของประเด็นหลักในสังคม คือ 1)ความเท่าเทียมกันในสังคม 2) การได้รับความรู้การศึกษาอย่าง เหมาะสม และ3) คุณค่าของศิลปวัฒนธรรมที่สะท้อนความเป็นไทย</li> <li>2.เนื้อหารายการมีความทันสมัยเหมาะสมกับพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละช่องทางการเผยแพร่ สามารถเชื่อมโยงเนื้อหาไปในช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย (Multi-Platform) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>3.เนื้อหารายการของไทยพีบีเอสได้รับการพัฒนาให้มีบริการสำหรับผู้ด้อยโอกาสและผู้บกพร่องด้านการได้ยิน และการมองเห็นอย่างสม่ำเสมอโดยบริการเหล่านี้ของไทยพีบีเอสจะได้รับการใช้เป็นที่อ้างอิงหรือเป็นบรรทัดฐานของสื่อที่ให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้ด้อยโอกาสและผู้บกพร่องดังกล่าว</li> </ol>
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
รายการ	347,000,000	พ.ศ. 2563				
กลุ่มเป้าหมาย					KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์

<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ชมรายการโทรทัศน์ กลุ่มอายุ 40+ ทั่วประเทศ</li> <li>- ผู้ชมรายการในสื่อใหม่ กลุ่มคนรุ่นใหม่ อายุ 18 - 40 ปี</li> <li>- ผู้พิการ ผู้บกพร่องทางการมองเห็น และการได้ยิน</li> <li>- ผู้ผลิตอิสระ</li> </ul> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- องค์กรพันธมิตรร่วมผลิต หน่วยงานองค์กรภายนอก</li> </ul> <p>ส.ส.ท.</p>			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีแผนผลิตและจัดทำรายการประจำปี 2563 ที่กำหนดรายละเอียดขอบเขตเนื้อหา เป้าหมายและกลยุทธ์เนื้อหา กำหนดกระบวนการจัดทำและผลิตรายการที่สอดคล้องกับแผนจัดทำรายการปี 2563</li> <li>2. มีระบบการควบคุมคุณภาพรายการที่สนับสนุนให้รายการมีมาตรฐานทั้งด้านคุณค่าเนื้อหาคุณภาพงานผลิตและ ความถูกต้องเหมาะสมด้านจริยธรรม</li> <li>3. มีแผนงาน และนวัตกรรมใหม่ของการจัดทำบริการสำหรับผู้พิการที่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ของกสทช.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีกระบวนการกำกับดูแลเนื้อหารายการให้ครอบคลุมประเด็นหลักที่เป็น Core Agenda ของส.ส.ท.ได้อย่างครบถ้วน และมีคุณค่า</li> <li>2. เนื้อหารายการของไทยพีบีเอสได้รับการประเมินผลทั้งในเชิงคุณภาพ คุณค่า และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ (SROI)</li> <li>3. บริการสำหรับผู้พิการของไทยพีบีเอสได้รับการยอมรับว่ามีมาตรฐานสูง และถูกนำไปใช้เป็นบรรทัดฐานแนวทาง ของสื่อโทรทัศน์อื่นๆทั้งในประเทศและต่างประเทศ</li> </ol>
---	--	--	--	--

ชื่อโครงการ	หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
<p>29. 63-C04 โครงการผลิตละคร (TV Drama) และซีรีส์โทรทัศน์ (TV Series) เพื่อเผยแพร่ปี 2563-65</p>	<p>ในปี 2563 สำนักวิทยการได้จัดทำโครงการผลิตละคร (TV Drama) คุณภาพสูง และสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีคุณค่าความเป็นไทยให้สามารถเชื่อมโยงสากลได้ รวมทั้งเนื้อหาละครที่สะท้อนสถานการณ์ความเป็นไปและบริบท (Context) ของสังคม โดยจะดำเนินงานผลิตเนื้อหาละครบนฐานของงานศึกษาวิชาการ และความคิดสร้างสรรค์ ด้วยคุณภาพงานผลิตระดับ 4K เพื่อให้มีความ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เพื่อสร้างสรรค์ละครที่มีคุณภาพสูง มีคุณค่าสาธารณะ และอัตลักษณ์ความเป็นไทย ทั้งสนับสนุนให้ผลงานดังกล่าวเป็นที่ยอมรับ และสามารถขายได้ในตลาดต่างประเทศ เกิดความร่วมมือ ร่วมลงทุน หรือซื้อขายลิขสิทธิ์ในผลงานนั้น</li> <li>• เพื่อผลักดันภาพลักษณ์ของไทยพีบีเอสให้ได้รับการยอมรับความเป็นสื่อ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผลิตละครโทรทัศน์ (TV Drama) ขนาดใหญ่ มีเนื้อหาที่สามารถถ่ายทอดคุณค่าความเป็นไทย หรือสะท้อนประเด็นสำคัญในสังคมไทยที่เชื่อมโยงสู่ความเป็นสากล</li> <li>เป้าหมายเพื่อออก อากาศครั้งแรกในปี 2564 จำนวน 1 เรื่อง</li> <li>• ผลิตผลิตรายการโทรทัศน์ (TV Drama) และซีรีส์โทรทัศน์ (TV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ไทยพีบีเอสได้รับการยอมรับว่าเป็นองค์กรสื่อสาธารณะที่มีมาตรฐาน มีศักยภาพในการผลิตละครที่มีคุณภาพสูงระดับสากล</li> <li>• ละครไทยพีบีเอสเป็นละครที่มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง สร้างจุดยืนที่ชัดเจนให้สังคมยอมรับ และตระหนักถึงบทบาทความสำคัญของสื่อสาธารณะ เป็นแรงบันดาลใจ</li> </ul>
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา		

รายการ	108,000,000	ปี 2563-64	ต่อเนื่องในการสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพสูง ให้เกิดรายได้จากผลประโยชน์งานลิขสิทธิ์ในตลาดต่างประเทศ อีกทั้งในบริษัทสังคม ปัจจุบันมีเรื่องราวต่าง ๆ ซึ่งมีผลกระทบต่อประชาชนเป็นจำนวนมาก ชีวิตความเป็นอยู่ ปัญหาค่าครองชีพ การศึกษา การเปลี่ยนแปลงของโลกและสิ่งแวดล้อม อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ ฯลฯ จึงมีแผนผลิตละครโทรทัศน์ และซีรีส์โทรทัศน์ (TV Series) ที่มีเนื้อหาสะท้อนภาพความเป็นจริงของสังคมไทย โดยมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิต มีความร่วมสมัย เข้มข้น แต่ให้ความสำคัญกับการสร้างการตระหนักรู้ ให้ข้อคิดเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตแก่ผู้ชม และสร้างแนวคิดใหม่ของการอยู่ร่วมกันในสังคมด้วยทัศนคติเชิงบวก และปรับตัวได้กับความเปลี่ยนแปลงของโลกในยุค Digital Disruption	สาธารณะที่มีมาตรฐานสูง	Series) เนื้อหาสะท้อนความเป็นไป และประเด็นสำคัญในสังคม สร้างแนวคิดใหม่ของการอยู่ร่วมกันในสังคมด้วยทัศนคติเชิงบวก และปรับตัวได้กับความเปลี่ยนแปลงในยุค Digital Disruption ประมาณไม่ต่ำกว่า 104 ตอน ออกอากาศตลอดทั้งปี 2563	สู่การสร้างค่านิยมใหม่ สร้างความเป็น Informed Citizen
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>					<b>KPIผลผลิต</b>	<b>KPIผลลัพธ์</b>
กลุ่มเป้าหมายหลัก - ประชาชนทั่วไป และตลาดต่างประเทศในทวีปเอเชีย					• มีแผนงานผลิตละครขนาดใหญ่ คุณภาพสูง ที่สำนักวิทยการดำเนินงานควบคุมการผลิต จำนวน 1 เรื่อง ภายในปี 2563-64 และละครผลิตเสร็จพร้อมออกอากาศในปี 2564	• ละคร(TV Drama) ของไทยพีบีเอส ได้รับความสนใจจากตลาดต่างประเทศ และบรรลุข้อตกลงซื้อขายลิขสิทธิ์ หรือแลกเปลี่ยนในปี 2565 และได้รับความตอบรับจากผู้ชมในเชิงคุณค่าและปริมาณในการรับชม
กลุ่มเป้าหมายรอง - กลุ่มเป้าหมายเฉพาะตามประเด็นเนื้อหา					• มีแผนงานผลิตละครโทรทัศน์ (TV Drama) และซีรีส์โทรทัศน์ (TV Series) ที่สำนักวิทยการดำเนินงานควบคุมการผลิตและออกอากาศ จำนวน 104 ตอน ภายในปี 2563	• ซีรีส์โทรทัศน์(TV Series) ของไทยพีบีเอสได้รับความตอบรับจากผู้ชมในเชิงคุณค่าและปริมาณในการรับชม

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
30. 63-C05 โครงการผลิตเนื้อหาสื่อผสมผสาน (Multi Platform) และต่อยอดข้ามสื่อ (Transmedia)			ในปัจจุบัน ภูมิทัศน์สื่อได้เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ยุคดิจิทัลคือยุคของสื่อที่มีความหลากหลายและมีลูกเล่นมากมาย สามารถตอบโจทย์ในเรื่องของการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม	1. เพื่อสร้างเนื้อหาที่มีการใช้สื่อผสมผสาน (Multiplatform) และ การต่อยอดข้ามสื่อ (Transmedia Story Telling) ให้เกิดการใช้ประโยชน์จาก	มีเนื้อหาที่มีการใช้สื่อผสมผสาน (Multiplatform) และเนื้อหาที่ต่อยอดข้ามสื่อ (Transmedia Media) ได้รับการเผยแพร่ในทุกช่องทาง	คุณค่าเนื้อหาสื่อสาธารณะได้รับการต่อยอดข้ามสื่อ สร้างการรับรู้ที่ทั่วถึงยิ่งขึ้น สร้างประสบการณ์ร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มผู้ชม
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				

รายการ	10,000,000	มกราคม-ธันวาคม 2563	ได้ ซึ่งจากเดิมบทบาทของสื่อคือการให้ความรู้และความบันเทิง แต่ในยุคดิจิทัลที่เพิ่มขึ้นมาคือการทำให้ผู้ชมมีส่วนร่วม ทำให้เรื่องใกล้ตัวเป็นเรื่องใกล้ตัว แล้วสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับสังคม เนื้อหาเพื่อสื่อผสมผสาน (Multiplatform) คือ การเล่าเรื่องใดเรื่องหนึ่งผ่านสื่อหลายประเภท โดย การต่อยอดข้ามสื่อ (Transmedia Story Telling) คือการเล่าเรื่องหนึ่งบนสื่อหลายๆสื่อแต่ไม่ใช่การทำซ้ำ แต่เป็นการหยิบชิ้นส่วนเรื่องราวแต่ละมุมมองมาเล่าบนสื่อที่แตกต่างกัน มีวิธีการเล่าเรื่องที่หลากหลายเพื่อที่จะเชื่อมโยงให้คนจากสื่อหนึ่งไปสู่อีกสื่อหนึ่งต่อเนื่องกันไป และเมื่อดูครบทุกสื่อแล้ว ผู้ชมจะได้เนื้อที่มีความรอบด้านมากขึ้น มีรรถรสและประสบการณ์ในการรับรู้เรื่องราวที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมในการพัฒนาเนื้อหาต่อยอด Thai PBS จึงต้องปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น แผนการผลิตเพื่อต่อยอด Contents ในรูปแบบที่หลากหลาย เป็นการ Transmedia เนื้อหาหลักให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มผู้ชม ผู้รับสาร ให้งกว้างและลึกซึ้ง สร้างประสบการณ์ร่วมให้เกิดความรู้สึกร่วม เพื่อที่จะก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงที่เป็นประโยชน์ต่อไป	ข้อมูลเนื้อหาดังกล่าวในวงกว้าง 2. เพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มผู้ชมและผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาหลัก ก่อให้เกิดความรู้สึกร่วมและเกิดการต่อยอด จนนำไปสู่การสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับสังคม	อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ในปี 2563	ผู้รับสาร ให้งกว้างและลึกซึ้ง เพื่อที่จะก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงที่เป็นประโยชน์
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>				<b>KPIผลผลิต</b>	<b>KPIผลลัพธ์</b>	
<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <p>- กลุ่มเป้าหมาย ผู้รับสาร รุ่นใหม่ Gen Y   Gen Z   Millennials</p> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <p>- กลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจเฉพาะด้าน (Personalize)</p>				มีแผนผลิตเนื้อหาที่มีการใช้สื่อผสมผสาน (Multiplatform) และเนื้อหาที่ต่อยอดข้ามสื่อ (Transform Media) ได้รับการเผยแพร่ในทุกช่องทาง อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ในปี 2563	มีการรับรู้คุณค่าเนื้อหาสื่อสาธารณะและนำไปใช้ประโยชน์ต่อยอดได้เพิ่มมากขึ้น	

ชื่อโครงการ	หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
31. 63-C06 โครงการพัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพของระบบ VDO File Storage	ในปี 2563 ช่องทาง OTT หรือ VIPA จะเผยแพร่เนื้อหาได้อย่างเต็มรูปแบบ โดยมุ่งหวัง	1. เพื่อสนับสนุนอุปกรณ์ในการบริหารและจัดการไฟล์ Contents เพื่อ	1. มี Achieve Contents เผยแพร่ใน VIPA	1.การเข้าถึงการให้บริการใหม่ของ ส.ส.ท.มีประสิทธิภาพมากขึ้น

สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา	เป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้ใหม่ที่ตอบสนองทุกความต้องการทั้งสาระความรู้ที่น่าเชื่อถือและตรวจสอบได้ รวมถึงรายการบันเทิงที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับทุกเพศ ทุกวัย รวมทั้งผู้พิการ โดยจะมีการผลิตและจัดหารายการจากแหล่งต่างๆ ได้แก่ การซื้อลิขสิทธิ์ การจ้างผลิตใหม่ รายการความร่วมมือกับเครือข่ายและการบริหารจัดการรายการเดิมที่เคยออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ซึ่งหน่วยงานมีความจำเป็นต้องจัดทำระบบสำรองข้อมูลด้าน Contents และ Metadata ภายนอก ให้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งรองรับการส่งถ่ายข้อมูลเพื่อไปเผยแพร่ใน VIPA	ประโยชน์ต่อการนำไปใช้งานได้หลายครั้งอย่างคุ้มค่า 2. เพื่อลดภาระการใช้งานภายในระบบ ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อระบบการบริหารจัดข้อมูลในระบบออกอากาศ (Storage Online) 3. เพื่อให้รายการที่เผยแพร่ทาง VIPA มีข้อมูลรายละเอียดที่อธิบายถึงความ เป็นมาของข้อมูล อาทิเช่น ชื่อรายการ ชื่อตอน ชื่อผู้ผลิต แหกรับเชิญ สถานที่ที่ผลิต ฯลฯ ซึ่งทำให้สะดวกต่อการจัดการและทำให้ผู้ชมสามารถสืบค้นได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง	2. มี Original Contents ที่รับชมได้เฉพาะทาง VIPA ออกแบบเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการที่แตกต่างกันของผู้ชมในแต่ละช่วงวัย	สอดคล้องต่อความเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อและพฤติกรรมมารับสื่อในยุคดิจิทัล
กลุ่มเป้าหมาย					KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์
กลุ่มเป้าหมายหลัก -ผู้ชมทุกเพศ ทุกวัย และผู้พิการ กลุ่มเป้าหมายรอง -สถาบันทางสังคม และหน่วยงานที่ประสงค์จะหาข้อมูลเพื่อสนับสนุน					1. มีพื้นที่เพียงพอในการบริหารจัดการไฟล์ Contents ใน VIPA 2. มีรายละเอียดการสืบค้นข้อมูลในทุกรายการที่อยู่ใน VIPA	ผู้ใช้บริการที่เข้าถึงเนื้อหาใน VIPA ได้อย่างสมบูรณ์ครบถ้วนและรวดเร็ว

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
32. 63-C07 โครงการผลิตเนื้อหา Glocalized Content และพัฒนาแพลตฟอร์มสื่อสารสาธารณะร่วมกับเครือข่ายพลเมือง			ไทยพีบีเอสมีต้นทุนของการทำงานเครือข่ายผู้ผลิตสื่อพลเมืองซึ่งร่วมเผยแพร่ข้อมูล กำหนดเนื้อหาและร่วมผลิตมานับแต่การก่อตั้ง จากปี 2552 รายการ “นักข่าวพลเมือง” นับเป็น UGC (User-Generated Content) ในยุคเริ่มต้นบนพื้นที่สื่อกระแสหลักเลยทีเดียวนั้นได้ต่อยอดพัฒนา สร้างผู้ผลิตเนื้อหา ร่วมอันมาจาก ประชาชนทั่วไป ผู้ผลิตสื่อภาคพลเมือง และยกระดับทักษะการผลิตขึ้นมาจนได้รับการยอมรับถึงการผลิตรายการ ปี 2563 ช่วงเวลาที่ผลของปรากฏการณ์โลกไร้พรมแดนเริ่มชัดเจนขึ้น เนื้อหาลักษณะ Glocal +Local มีความสำคัญที่จะต้องถูกเผยแพร่ ให้มากขึ้น	เพื่อผลิตเนื้อหา Glocalized content อย่างมีส่วนร่วมกับเจ้าของประเด็นและผู้ผลิตสื่อพลเมือง สร้างการขับเคลื่อนเนื้อหาอย่างมียุทธศาสตร์สอดคล้อง Core Agenda และวาระของพื้นที่ โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ผ่านกิจกรรม On Air Online On Site ด้วยหลักคิด Transmedia เพื่อผลิตเนื้อหา Glocalized content อย่างมีส่วนร่วมกับเจ้าของประเด็นและผู้ผลิตสื่อพลเมือง สร้างการขับเคลื่อนเนื้อหาอย่างมียุทธศาสตร์ สอดคล้อง Core Agenda และวาระของ	- จำนวนรายการที่มีเนื้อหาหลักตามที่กำหนด เผยแพร่ช่องทางไทยพีบีเอส On- Air Online On-web และ Onsite - จำนวนผู้ผลิตอิสระ(ระดับชุมชน) รายใหม่ ที่เข้าร่วมผลิต(รายการ/ชิ้นงาน) - จำนวนหุ้นส่วนหรือภาคียุทธศาสตร์ที่ร่วมสื่อสารและขับเคลื่อนประเด็น 15	- ความพึงพอใจของหุ้นส่วนร่วมขับเคลื่อน - ประเด็นสื่อสารร่วมหุ้นส่วนเกิดการเปลี่ยนแปลง ระดับทัศนคติ ระดับชุมชนหรือระดับสังคม (นโยบาย)
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา			KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์
เครือข่ายสื่อสาธารณะ	38,752,000	มกราคม – ธันวาคม 2563				

<p>กลุ่มรายการ On Air - ผู้ชมวัย 25 ปีขึ้นไปในกลุ่มรายการ Backpack/นิตสารคดี</p> <p>- ผู้ชม 40 ปีขึ้นไปกลุ่มรายการข่าวพลเมืองและสารคดีจากภูมิภาค</p> <p>กลุ่มเป้าหมาย On Line /OTT – แยกประเภทตามพื้นที่และความสนใจเจาะคนรุ่นใหม่ที่แคร์สังคม กลุ่มภาคเหนือ อีสาน ได้ เป็นต้น</p> <p>กลุ่มเป้าหมาย On Ground – เครือข่ายเชิงประเด็นเฉพาะที่ต้องการทำงานร่วม</p>	<p>เพื่อให้สังคมมีข้อมูลที่สอดรับกับสถานการณ์เพื่อการเท่าทันและปรับตัว นอกจากนี้ยังเป็นการขบขันจุดต่างของการทำสื่อแบบสื่อสาธารณะ จึงกำหนดโครงการผลิตเนื้อหา Glocalized Content และพัฒนาแพลตฟอร์มสื่อสารสาธารณะร่วมกับเครือข่ายพลเมืองเพื่อสร้าง Brand ของการผลิตเนื้อหาจากสำนักเครือข่ายสื่อสาธารณะที่ทุกรายการผลิตเนื้อหาอย่างมีส่วนร่วมกับคนในพื้นที่และผู้ผลิตสื่อจากภาคประชาชน เพื่อสร้างการขับเคลื่อนเนื้อหาอย่างมียุทธศาสตร์และเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ โดยมีกิจกรรมปฏิบัติการสื่อสารทั้ง On Air On Line On Site ร่วมกัน ด้วยหลักคิด Transmedia ใน Platform</p>	<p>พื้นที่ โดยเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ผ่านกิจกรรม On Air Online On Site ด้วยหลักคิด Transmedia</p>	<p>- จำนวนรายการ จำนวนครั้งที่จัดกิจกรรม และจำนวนหุ้นส่วนร่วมขับเคลื่อน</p> <p>- ผลการรับชม และความคิดเห็นเชิงคุณภาพบนพื้นที่สื่อใหม่</p>	<p>- หุ้นส่วนร่วมสื่อสารมีความพึงพอใจ</p> <p>- ผลจากการสื่อสารเกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับต่างๆ ตามกำหนดในแต่ละแผนงาน</p>
---	---	---	---	--

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์		
33. 63-C08 โครงการผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาออนไลน์ (Content Marketing)			<p>เนื่องจากปัจจุบันภูมิทัศน์สื่อใหม่ ได้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้ชมให้มีการปรับเปลี่ยนมาให้ความสำคัญกับการรับชมเนื้อหาในช่องทางออนไลน์ และหลากหลายรูปแบบ ในแต่ละอุปกรณ์มากขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ชมแบบทันที (Real-time) ระหว่างการถ่ายทอดสดหรือสามารถร่วมแลกเปลี่ยน แบ่งปันกันได้สะดวกมากขึ้น โดยการนำเสนอเนื้อหาตามความสนใจของกลุ่มผู้ชม จึงมีความจำเป็นที่จะต้องการพัฒนาช่องทางารรับชมช่องทางออนไลน์ภายใต้แบรนด์ใหม่ เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้ชมที่มีช่วงอายุ ตั้งแต่ 13 – 40 ปี ได้เป็นอย่างดี การผลิตเนื้อหาที่มีรูปแบบ การเล่าเรื่อง การผลิต การดีไซน์ จึงมีความแตกต่าง</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อผลิตเนื้อหาออนไลน์ในรูปแบบรายการ/คอลัมน์ทุกรูปแบบ (format) มัลติมีเดีย ให้เหมาะกับทุกช่องทางสื่อออนไลน์ตามพฤติกรรมผู้ชม</li> <li>2. สนับสนุนการถ่ายทอดสดผ่าน Online Channel ที่เหมาะสมตรงกับ ความสนใจ และผลิตเว็บไซต์รองรับเนื้อหารายการถ่ายทอดสด Online Channel</li> <li>3. เพื่อสร้างความคุ้มค่าของการผลิตเนื้อหาให้ครอบคลุมทุกสื่อและได้ อรรถประโยชน์กับผู้ชมสูงสุด</li> <li>4. เพื่อยกระดับภาพลักษณ์องค์กรในด้านสื่อดิจิทัล</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีคอลัมน์/รายการออนไลน์ทั้งในรูปแบบต่อยอดการผลิต และแบบผลิตขึ้นใหม่ที่เหมาะสมกับแพลตฟอร์มและ ผู้ชมออนไลน์</li> <li>2. จำนวนผู้ชมหรือผู้ติดตามช่องทางสื่อออนไลน์ไทยพีบีเอสสูงเพิ่มขึ้น</li> <li>3. มีช่องทางเว็บไซต์เพื่อรวบรวมและรองรับเนื้อหาแยกตามกลุ่มคอนเทนต์ได้หลากหลายประเภท</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เนื้อหาบนสื่อออนไลน์ได้รับความนิยม สร้างคุณค่าและการจดจำแบรนด์ไทยพีบีเอสออนไลน์</li> <li>2. ยกระดับภาพลักษณ์องค์กรในด้านสื่อดิจิทัล</li> </ol>		
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา					KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์
สื่อใหม่	15,600,000	1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2563						
กลุ่มเป้าหมาย								
กลุ่มเป้าหมายหลัก : กลุ่มอายุ Gen Y และ Gen Z อายุ 13 – 40 ปี					<ol style="list-style-type: none"> <li>1. จำนวนคอลัมน์หรือรายการออนไลน์ที่มีการเผยแพร่แล้ว ตรงตามแผน</li> <li>2. จัดทำรายงานสถิติการเติบโตในทุกช่องทางสื่อออนไลน์นำเสนอรายเดือน</li> <li>3. สามารถเข้าถึงเนื้อหาออนไลน์ต่าง ๆ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การสำรวจความนิยม ความคิดเห็น และความพึงพอใจต่อการรับสื่อออนไลน์จากไทยพีบีเอส</li> </ol>		



	จากงานสื่อดั้งเดิมหรือสื่อทีวี ประกอบกับ เงื่อนไขของแต่ละแพลตฟอร์มที่แตกต่างกัน ย่อมทำให้การสร้างสรรค์เนื้อหาออนไลน์ จึง มีกระบวนการและความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น		ได้ทางเว็บไซต์ของไทยพีบีเอสอย่าง สะดวก รวดเร็ว	
--	--	--	---	--

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
34. 63-C11 โครงการผลิตรายการวิทยุและพอดคาสต์			งานกระจายเสียงคือภารกิจสำคัญประการ หนึ่งของ ส.ส.ท. ตาม พ.ร.บ.องค์การ กระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่ง ประเทศไทย พ.ศ. 2550 ซึ่งปัจจุบันงาน กระจายเสียงเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบหลัก ของศูนย์พัฒนาสื่อเสียงและสถานี วิทยุกระจายเสียง เพื่อให้สอดคล้องกับการ เปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการกระจายเสียง ส.ส.ท.ได้ตอบรับคำเชิญจาก ททบ.5 ผู้ ให้บริการโครงข่ายวิทยุระบบดิจิทัล เข้าร่วม ทดลองการออกอากาศสถานีวิทยุระบบ ดิจิทัล ซึ่งคาดว่าจะเริ่มให้บริการในไตรมาส	- ผลิตรายการวิทยุที่มีคุณภาพเพื่อ เผยแพร่ผ่านระบบดิจิทัล - ผลิตสื่อเสียงรายการข่าว สารบันเทิงและสาระประโยชน์ เผยแพร่สู่สาธารณะ ผู้ผู้บริโภคทุก กลุ่มทุกแพลตฟอร์ม เพื่อการเรียนรู้ ตลอดชีวิต (life-long learning) - เพื่อใช้สื่อเสียง รายการและ กิจกรรมเกี่ยวเนื่อง ทำการสื่อสาร การตลาดประชาสัมพันธ์ศูนย์พัฒนา สื่อเสียงและสถานีวิทยุกระจายเสียง - เพื่อขยายเครือข่ายความร่วมมือ ระหว่างองค์กรสื่อต่างประเทศ และ สถาบันการศึกษา เพื่อพัฒนาทักษะ การผลิตรายการวิทยุ และเผยแพร่ รายการ	- ผลิตและเผยแพร่รายการวิทยุระบบ ดิจิทัล - ผลิตและจัดทำสื่อเสียงสำหรับเด็กและ เยาวชน ในรูปแบบนิทาน วรรณกรรม เยาวชน ในรูปแบบนิทาน วรรณกรรม เยาวชน รายการเรียนภาษาต่างประเทศ เป็นต้น ไม่ต่ำกว่าเดือนละ 100 ชั่วโมง - ผลิตและจัดทำสื่อเสียงสำหรับ สารบันเทิงและสาระประโยชน์ ไม่ต่ำ กว่าเดือนละ 140 ชั่วโมง - ผลิตสื่อเสียงสำหรับโครงการ Transmedia เล่าเรื่องข้ามสื่อ	- ไทยพีบีเอสเรดิโอ เป็นที่รู้จักและได้รับ การยอมรับ ในฐานะผู้ผลิตรายการและ สถานีวิทยุคุณภาพ - มีแพลตฟอร์มเผยแพร่สื่อเสียง ครอบคลุม ทั้ง Digital Radio, Rebroadcasting FM Stations, OTT - พัฒนาผู้ผลิตรายการสื่อเสียงเพิ่มมาก ขึ้น โดยเฉพาะผู้ผลิตรายการสื่อเสียง สำหรับเด็กและเยาวชน
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา			KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์
สื่อใหม่	11,140,000	1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2563				
กลุ่มเป้าหมาย						
กลุ่มเป้าหมายหลัก - วัยทำงาน วัยรุ่น/เยาวชน เด็กและครอบครัว ผู้สูงอายุ			1 ปี 2562 โดยมีแผนผลิตรายการและ ออกอากาศวันละไม่น้อยกว่า 12 ชั่วโมง ทั้งนี้ รายการวิทยุที่ผลิตเพื่อออกอากาศใน ระบบดิจิทัล บางรายการที่ไม่มีความอ่อนไหว เรื่องเวลา จะถูกนำไปไว้บนแพลตฟอร์มการ รับฟังแบบตามความต้องการ On-demand platform (OTT) รวมทั้งให้บริการ แก่เครือข่ายวิทยุเพื่อการศึกษาเชื่อมสัญญาณ ไปออกอากาศในสถานีวิทยุสถาบันการศึกษา และ R-Radio Network สถานีวิทยุของ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษา 142 สถานีทั่วประเทศ		- มีสื่อเสียงที่ได้รับความนิยม โดยเฉพาะ สถานีวิทยุไทยพีบีเอส (ดิจิทัลเรดิโอ) - มีผู้ผลิตอิสระ (สื่อเสียง) ในกลุ่ม รายการเพื่อเด็กเยาวชน สารบันเทิง, สาระประโยชน์ ไม่น้อยกว่า 5 ราย- มีสื่อ เสียงที่ได้รับความนิยม โดยเฉพาะสถานี วิทยุไทยพีบีเอส (ดิจิทัลเรดิโอ) - มีผู้ผลิตอิสระ (สื่อเสียง) ในกลุ่ม รายการเพื่อเด็กเยาวชน สารบันเทิง, สาระประโยชน์ ไม่น้อยกว่า 5 ราย	- การทดลองออกอากาศสถานีวิทยุ ดิจิทัลประสบความสำเร็จ ได้รับ ใบอนุญาตประกอบกิจการวิทยุดิจิทัล จาก กสทช. - มีการนำรายการของวิทยุไทยพีบีเอส ไปเผยแพร่ทางสถานีวิทยุ สถาบันการศึกษาไม่น้อยกว่า 5 แห่ง - รายการสื่อเสียงบนแพลตฟอร์ม OTT มีจำนวนผู้รับฟังไม่น้อยกว่า 100,000 ต่อ

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
35. 63-C35 โครงการผลิตรายการกีฬาและ นันทนาการ			1 สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสเป็นสื่อสาธารณะ ที่ ต้องสร้างสรรค์รายการที่เป็นสาระประโยชน์ สร้างความแตกต่างที่เป็นทางเลือกให้กับ ประชาชน รวมทั้งการสร้างการมีส่วนร่วมให้กับ คนทุกเพศทุกวัย หลาย ๆ ชนิดกีฬาที่ทางไทยพี บีเอสทำการถ่ายทอดสดจะเป็นกีฬาที่สร้างการ มีส่วนร่วม สร้างสามัคคี สร้างแรงบันดาลใจ สร้างความเป็นเลิศแก่เยาวชน และเป็นกีฬาที่ไม่ สามารถหาดูได้ในช่องทางวีซีดีเพื่อการพาณิชย์ ไทยพีบี เอสจึงเป็นช่องทางหนึ่งที่จะเป็นเวทีที่กลุ่ม พลเมืองทุก ๆ กลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มที่มีโอกาส น้อยได้มีโอกาสได้แสดงความสามารถและให้ ประชาชนได้รับชม	1 เพื่อต้องการให้ รายการกีฬาและ นันทนาการ เข้าถึงชุมชนและชุมชนได้มี ส่วนร่วมให้มากที่สุด 2 ขยายฐานผู้ชมของไทยพีบีเอส ให้ เป็นที่รู้จักมากขึ้น 3 สร้างแรงบันดาลใจให้กับเด็กและ เยาวชนเล่นกีฬาเพื่อการพัฒนาตนเอง 4 เปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนได้มีเวที ในการแสดงความสามารถ 5 ส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมและ ประเพณีท้องถิ่น	1. มีรายการกีฬาและนันทนาการ ซึ่ง ทางเลือกให้แก่เยาวชนและชุมชน ท้องถิ่นเป็นประจำทุกสัปดาห์ 2. คนทั่วไปหันมาสนใจเล่นกีฬาและ ใช้เวลาให้เป็นประโยชน์ 3. เกิดนักกีฬาเยาวชนรุ่นใหม่ ๆ มาก ขึ้นในแต่ละชนิดกีฬาที่ทำการ ถ่ายทอดสด 4. มีการค้นหาและแนะนำให้ทราบถึง สิ่งต่าง ๆ ที่สำคัญในท้องถิ่นที่ไป จัดการแข่งขัน 5. มีรายการกีฬาและนันทนาการ ซึ่ง ทางเลือกให้แก่เยาวชนและชุมชน ท้องถิ่นเป็นประจำทุกสัปดาห์ 6. คนทั่วไปหันมาสนใจเล่นกีฬาและ ใช้เวลาให้เป็นประโยชน์ 7. เกิดนักกีฬาเยาวชนรุ่นใหม่ ๆ มาก ขึ้นในแต่ละชนิดกีฬาที่ทำการ ถ่ายทอดสด 8. มีการค้นหาและแนะนำให้ทราบถึง สิ่งต่างๆ ที่สำคัญในท้องถิ่นที่ไปจัดการ แข่งขัน	1. เสริมสร้างความสามัคคีและสร้าง การมีส่วนร่วมให้กับชุมชน 2. เกิดแรงบันดาลใจให้นักกีฬาพัฒนา ตัวเองสู่ความเป็นเลิศ หรือมีทักษะด้าน กีฬาที่สูงขึ้น 3. ครอบครัวยุคใหม่ได้ทำกิจกรรมร่วมกัน และเกิดความผูกพันภายในครอบครัว เกิดความสามัคคีในหมู่นักกีฬา 4. เสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง 5. ผู้ชมรู้จักสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส มากขึ้น จากการลงไปทำงานในพื้นที่ ต่างๆ ทั่วประเทศไทย
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
โทรทัศน์และ วิทยุ	15,342,000	มกราคม ถึง ธันวาคม 2563				
กลุ่มเป้าหมาย						
กลุ่มเป้าหมายหลัก เด็ก เยาวชน ผู้ปกครอง และแฟนรายการ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส และ ผู้เข้าร่วมกิจกรรม กลุ่มเป้าหมายรอง ประชาชนทั่วไป			KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์		
			1. จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มขึ้นใน ทุกชนิดกีฬาทุก ๆ ปี และความสำเร็จ ของนักกีฬา	1. จำนวนผู้ชมทางหน้าจอ (Rating) และจำนวนผู้ชมผ่านทาง Social การ สร้างความเปลี่ยนแปลงจำนวน ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มขึ้นในทุกชนิด กีฬา ทุก ๆ ปี		

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
36. 63-C18 โครงการผลิตรายการเปิดบ้านไทยพีบีเอส			รายการเปิดบ้านไทยพีบีเอส เกิดขึ้นจากการดำริของคณะกรรมการนโยบายองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะเมื่อแรกก่อตั้งเพื่อสนองวัตถุประสงค์องค์กรหรือสาระในมาตรา ๗(๕) คือ สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม ในการกำหนดทิศทางให้บริการขององค์กรเพื่อใช้ประโยชน์สาธารณะ และส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมของประชาชน หน่วยงาน และภาคีเครือข่าย ทั้งด้านการสะท้อนความคิดเห็น ความต้องการต่อรายการ การให้บริการ รายการเปิดบ้านไทยพีบีเอส เกิดขึ้นจากการดำริของคณะกรรมการนโยบายองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะเมื่อแรกก่อตั้ง เพื่อสนองวัตถุประสงค์องค์กรหรือสาระในมาตรา ๗(๕) คือ สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม ในการกำหนดทิศทางให้บริการขององค์กรเพื่อใช้ประโยชน์สาธารณะ และส่งเสริมการรับรู้ การมีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมของประชาชน หน่วยงาน และภาคีเครือข่าย ทั้งด้านการสะท้อนความคิดเห็น ความต้องการต่อรายการ การให้บริการ และการบริหารองค์กร	1 นำเสนอความคิดเห็น ดี ชม จากผู้ชมที่บ้านที่ส่งเข้ามาตามช่องทางต่างๆ ของไทยพีบีเอส2.1 นำเสนอความคิดเห็น ดี ชม จากผู้ชมที่บ้านที่ส่งเข้ามาตามช่องทางต่างๆ ของไทยพีบีเอส 2 นำเสนอเบื้องหลังการทำงานของไทยพีบีเอสกับกลุ่มเครือข่ายภาคประชาสังคมหรือกลุ่มเครือข่ายภาคประชาชน หรือหน่วยงานรัฐและเอกชนอื่นๆ ในการที่จะขับเคลื่อนประเด็นต่างๆ 3 นำเสนอเรื่องราวของผู้ชมทั้งปัจเจก ตลอดจนหน่วยงาน หรือองค์กรต่างๆ ที่ได้นำความรู้ ข่าวสาร และรายการของไทยพีบีเอสไปต่อยอดขยายผล จนเกิดประโยชน์ต่อตนเองและสาธารณะ 4 เปิดพื้นที่ให้สมาชิกสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการได้สะท้อนการทำงานของไทยพีบีเอส	ผลิตรายการเปิดบ้านไทยพีบีเอส จำนวน 52 ตอน ออกอากาศตั้งแต่เดือนมกราคม – ธันวาคม 2563	1 สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ชม ผ่านการรับฟังข้อเสนอแนะติชมจากช่องทางสื่อสารต่างๆของไทยพีบีเอส 2 ผู้ชมมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อสาธารณะ 3 สร้างการรับรู้เรื่องเท่าทันสื่อผ่านรายการและแฟนเพจเปิดบ้านไทยพีบีเอส 4 ผู้ผลิตรายการสามารถนำข้อเสนอแนะติชมไปพัฒนาปรับปรุงการนำเสนอได้
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
สื่อสารและภาคีสัมพันธ์	2,936,000					ส่งเทปออกอากาศจำนวน 52 ตอน ตรงตามกำหนดเวลาและตรวจสอบเนื้อหาให้มีความถูกต้อง ตามจริยธรรมวิชาชีพเกี่ยวกับการผลิตและการเผยแพร่รายการของ ส.ส.ท.
กลุ่มเป้าหมาย						
ผู้ชมไทยพีบีเอส และผู้ชมทั่วไป กลุ่มเป้าหมายหลัก กลุ่มที่สนใจในประเด็นรู้เท่าทันสื่อ เช่น นักศึกษา, คนทำงาน, นักวิชาการ  กลุ่มเป้าหมายรอง กลุ่มช่วงอายุอื่นๆ เช่น ครอบครัว, นักเรียน, ผู้สูงอายุ						

ชื่อโครงการ	สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา
37. 63-C21 โครงการบูรณาการเชิงปฏิบัติการเพื่อออกแบบและพัฒนาเนื้อหาเชิงยุทธศาสตร์	สำนักงานผู้อำนวยการ ส.ส.ท.	20,000,000	

1.2 ประเด็นยุทธศาสตร์สร้างสรรค์สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต จำนวน 3 โครงการ งบประมาณรวม 8,200,000 บาท ดังนี้

หมายเหตุ : ประเด็นยุทธศาสตร์นี้ยังมีโครงการและกิจกรรมรองรับอยู่ในประเด็นยุทธศาสตร์เข้าถึงผู้รับสาร/ผู้ร่วมสื่อสารที่หลากหลายอย่างทั่วถึง ด้วยสารประโยชน์ที่แตกต่าง

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
38. 63-C38 โครงการไทยพีบีเอส พื้นที่การเรียนรู้ (Thai PBS Learning Space)			ตามแนวนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย ในเรื่องการเปลี่ยนแปลงสังคม ระบุถึงการขับเคลื่อนสังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรม โดยเป็นโรงเรียนของสังคม เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิตของประชาชน การพัฒนาที่ยั่งยืน	1 เพื่อเป็นพื้นที่การเรียนรู้ให้กับผู้ชม ผู้ฟัง และประชาชนทั่วไปเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาตนเอง การสร้างพลังการส่งต่อการทำงานที่ดีให้กับสังคม รวมไปถึงการใช้เวลาร่วมกับครอบครัว	1 การจัดกิจกรรมไทยพีบีเอส พื้นที่การเรียนรู้ 6 ครั้ง โดยจัดร่วมกับภาคีเครือข่าย/หรือองค์กรสนับสนุน 2 ผู้ชม ผู้ฟัง ประชาชน ที่เข้าร่วมกิจกรรม ได้รับความรู้ ประสบการณ์ ในพื้นที่การเรียนรู้ที่จัดขึ้น 3 สร้างกิจกรรมพื้นที่การเรียนรู้กับภาคีเครือข่ายที่มีพันธะกิจร่วมกัน 4 ประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมรู้จักและมีความเข้าใจต่อบทบาทหน้าที่ของสื่อสาธารณะเพิ่มขึ้น 5 เกิดการพัฒนากระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างภายใน (สำนักต่างๆใน ส.ส.ท.) และภาคีเครือข่าย เพื่อสร้างพื้นที่การเรียนรู้ 6 ประชาชนสามารถเข้าถึงข่าวและรายการของไทยพีบีเอสได้มากขึ้น	1 ส.ส.ท. เป็นพื้นที่การเรียนรู้ที่สร้างสรรค์แห่งใหม่ของสังคม 2 ภาคีเครือข่ายมีความยอมรับและความร่วมมือ เกิดความเชื่อมั่น วางใจ และให้การสนับสนุน ส.ส.ท. 3 ส.ส.ท. มีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านการเป็นพื้นที่การเรียนรู้หลากหลายรูปแบบ ทุกแพลตฟอร์ม และ เป็นที่พึ่งให้กับสังคม 4 ส.ส.ท.สามารถขยายฐานกลุ่มผู้ชมผู้ฟังได้กว้างมากยิ่งขึ้น
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา	ตลอดจนการสื่อสารสันติภาพ ตามยุทธศาสตร์การสร้างความแตกต่างบนความยั่งยืน ที่มีเป้าหมายนโยบายดังกล่าว ฝ่ายสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม จึงร่วมกับภาคีเครือข่ายและหน่วยงานต่างๆ ใน ส.ส.ท. จัดกิจกรรม เปิดพื้นที่การเรียนรู้ให้กับผู้ชม ผู้ฟัง และประชาชน ได้เรียนรู้ผ่านการเชื่อมโยงเนื้อหาข่าว รายการ และประเด็นที่มีความสนใจของสังคม โดย	2 เพื่อเปิดพื้นที่ให้ภาคีเครือข่ายได้มีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงสังคมอย่างเป็นรูปธรรม และมีส่วนร่วมกับการพัฒนาสื่อสาธารณะ 3 เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารผลงานและนำเสนอรายการของไทยพีบีเอส ให้ประชาชนทั่วไปได้เข้าถึงรายการมากขึ้น 4 เพื่อขยายฐานกลุ่มผู้ชม ผู้ฟังของ ส.ส.ท.		
สื่อสารและภาคีสัมพันธ์	3,500,000		กลุ่มเป้าหมาย		KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์

<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <p>1 กลุ่มประชาชนทั่วไป ที่มีความสนใจในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง</p> <p>2 ผู้ชม ผู้ฟัง ส.ส.ท</p> <p>3 ภาคีเครือข่าย ทั้งภาครัฐ เอกชน และภาคประชาสังคม</p> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <p>1. อติดี ผู้ชม ผู้ฟัง ส.ส.ท</p> <p>2. สื่อสารมวลชน</p>	<p>กิจกรรมการเรียนรู้ดังกล่าวจะเกิดขึ้น 4 ครั้งต่อปีทั้งภายในและภายนอก ส.ส.ท. เพื่อเข้าถึงและขยายกลุ่มเป้าหมายของส.ส.ท. โดยประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมจะสามารถนำองค์ความรู้และประสบการณ์มาต่อยอดในการพัฒนาตนเอง ซึ่งเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้กับประชาชน</p>		<p>1 จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละครั้งไม่น้อยกว่า 500 คน/ วัน</p> <p>2 ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม</p> <p>3 ความพึงพอใจของภาคีเครือข่าย</p>	<p>1 การสนับสนุนและการมีส่วนร่วมของ ผู้ชม ผู้ฟัง ไทยพีบีเอส</p> <p>2 การสนับสนุนของภาคีเครือข่ายในการผลักดันการเปลี่ยนแปลง</p> <p>3 ร้อยละ 80 ของผู้ชม ผู้ร่วมกิจกรรม และภาคีเครือข่ายเข้าใจบทบาทและหน้าที่ของส.ส.ท. ในฐานะสื่อสาธารณะและ การเป็นพื้นที่เพื่อการเรียนรู้ของสังคม</p>
---	--	--	--	--

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
39. 63-C39 โครงการ Thai PBS Creative Learning Space @ ศูนย์ภูมิภาค			<p>โครงการ “Thai PBS Creative Learning Space @ ภูมิภาค” เป็นทิศทางที่ไทยพีบีเอส ในฐานะสื่อสาธารณะได้ดำเนินการเพื่อ “การขับเคลื่อนการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง” โดยให้ไทยพีบีเอสสำนักงานศูนย์ภูมิภาค ทั้ง 3 แห่ง ประกอบด้วย ภาคเหนือ เชียงใหม่ ภาคอีสาน ขอนแก่น และภาคใต้ หาดใหญ่ ได้ขยายความเป็นสื่อสาธารณะสร้างพื้นที่การเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกศูนย์ร่วมกับภาคีเครือข่ายต่างๆ สร้างช่องทางการเข้าถึงบริการของสื่อสาธารณะให้แก่ประชาชนในภูมิภาคต่างๆ ภายใต้แนวคิด “รู้จัก ชอบ เชื่อ ใช้ ช่วย” เป็นพื้นที่สร้างสรรค์ที่ประชาชน ชุมชน กลุ่มคน หรือเครือข่ายต่างๆ ได้เข้ามาทำงานเพื่อสร้างการเรียนรู้สู่สังคม เชื่อมความสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมต่างๆ ได้รู้จักบทบาทการทำงานของสื่อสาธารณะ ด้วยกระบวนการทำงานแบบมีส่วนร่วม จนนำไปสู่ความเข้าใจต่อสื่อสาธารณะและเกิด</p>	<p>1 เพื่อสร้างพื้นที่การเรียนรู้ และกระบวนการเรียนรู้ที่ประชาชนใน ส่วนภูมิภาค และพื้นที่รอบไทยพีบีเอสสำนักงานใหญ่วิภาวดี สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์เพื่อสร้างการเรียนรู้ของตนเองได้</p> <p>2 เพื่อสร้างช่องทางการสื่อสารสองทางระหว่างประชาชน ชุมชน กลุ่มคนและเครือข่ายต่างๆ ในพื้นที่กับไทยพีบีเอส และสามารถส่งต่อเนื้อหา (Content) ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะไปยังช่องทางสื่อของไทยพีบีเอสได้</p> <p>3 เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน และเครือข่าย ภาคส่วนต่างๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา และใช้ประโยชน์จากสื่อสาธารณะให้มากยิ่งขึ้น</p> <p>4 เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การทำงาน ของสื่อสาธารณะ และเกิด</p>	<p>1 เกิดกิจกรรมพื้นที่การเรียนรู้ และกระบวนการเรียนรู้ หรือ “Learning Space” ในรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อขับเคลื่อนการเรียนรู้ในประเด็นต่างๆ ร่วมกับประชาชน กลุ่มคน และภาคีเครือข่ายทั้งในภูมิภาค และรอบไทยพีบีเอสสำนักงานใหญ่</p> <p>2 เกิดช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับสื่อสาธารณะในพื้นที่ในรูปแบบต่างๆ</p> <p>3 เกิดกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างคณะทำงานของไทยพีบีเอส สำนักต่างๆ ศูนย์ภูมิภาค และภาคีเครือข่ายในพื้นที่</p> <p>4 ได้แนวทางหรือแผนการทำงานและการบริหารจัดการพื้นที่การเรียนรู้ร่วมกัน</p> <p>5 ชุมชน หน่วยงาน และสถาบันการศึกษาในพื้นที่ให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง</p>	<p>1 เกิดการจัดระบบข้อมูล และชุดความรู้ที่มาจากข่าว รายการ และกิจกรรมทางสังคมของไทยพีบีเอสรูปแบบต่างๆ เพื่อนำไปเผยแพร่ในพื้นที่การเรียนรู้ของศูนย์ภูมิภาค</p> <p>2 เกิดกระบวนการทำงานร่วมกับชุมชน กลุ่มคน และเครือข่ายในพื้นที่ เพื่อร่วมกันสร้างสรรค์พื้นที่การเรียนรู้ จนเกิดกิจกรรมและกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง</p> <p>3 ไทยพีบีเอสศูนย์ภูมิภาคได้เปิดพื้นที่/ช่องทางในการทำงานและสร้างเครือข่ายในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น</p> <p>4 เกิดช่องทาง/กลไกในการพัฒนาและส่งต่อประเด็น/เนื้อหา(Content) จากพื้นที่สู่ช่องทางการสื่อสารของไทยพีบีเอสเพิ่มขึ้น</p> <p>5 ไทยพีบีเอสสามารถเป็นที่พึ่งของประชาชน กลุ่มคน และเครือข่ายในพื้นที่ และเป็นที่ยึดถือของประชาชน</p>
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
สื่อสารและภาคีสัมพันธ์	2,500,000	มกราคม ถึง ธันวาคม 2563				

			ความชื่นชอบ เชื่อมันศรัทธา เข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุน ช่วยเหลือ	กระบวนการเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับเครือข่ายในพื้นที่เพื่อนำไปสู่การทำงานร่วมกัน		ตลอดจนเข้ามามีส่วนร่วมในการทำงานกับไทยพีบีเอสเพิ่มมากขึ้น 6 ประชาชนได้ความรู้ที่หลากหลายจากพื้นที่เรียนรู้ของไทยพีบีเอส และสามารถนำไปขับเคลื่อนประเด็นทางสังคมของตนเอง (Empowerment) 7 เกิดกระบวนการสืบสาน และต่อยอดความรู้ ภูมิปัญญาจากท้องถิ่น 8 ประชาชนรู้จักไทยพีบีเอสในฐานะสื่อเพื่อการเรียนรู้ 9 ไทยพีบีเอสมีภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นที่ยกย่องในด้านความเป็นพื้นที่เพื่อการเรียนรู้ด้านสื่อกับกลุ่มเป้าหมายที่มาใช้บริการ
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>					<b>KPIผลผลิต</b>	<b>KPIผลลัพธ์</b>
<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <p>- ประชาชน ชุมชน สถาบันการศึกษา หน่วยงาน และเครือข่ายในภูมิภาคต่างๆ ที่เข้ามาร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ และใช้บริการสื่อสาธารณะ</p> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <p>- พนักงานที่เกี่ยวข้องของศูนย์ภูมิภาค ทั้ง 3 ศูนย์ และภาคีเครือข่ายภายนอกที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมกันวางแผนเพื่อพัฒนาให้เกิดพื้นที่การเรียนรู้ทั้งในและนอกสถานที่ของศูนย์ภูมิภาค</p>					<p>1 เกิดพื้นที่การเรียนรู้ และกิจกรรมการเรียนรู้ซึ่งหมายถึงพื้นที่ และกระบวนการเรียนรู้ (Learning Space) ทั้งที่ศูนย์ภูมิภาค จำนวน 3 ศูนย์ ได้แก่ ศูนย์หาดใหญ่ ศูนย์เชียงใหม่ และศูนย์ขอนแก่น และในพื้นที่ต่างๆ ในแต่ละภูมิภาค</p> <p>2 จำนวนภาคีเครือข่ายที่เข้ามาร่วมดำเนินการ ไม่น้อยกว่า 5 กลุ่ม</p> <p>3 แผนงานและกิจกรรมที่มีการดำเนินการร่วมกับไทยพีบีเอส สำนักงานศูนย์ภูมิภาค ไม่น้อยกว่าภาคละ 5 ครั้ง</p> <p>4 จำนวนประชาชน กลุ่มคน และเครือข่ายที่เข้ามาร่วมกิจกรรม ใช้บริการหรือเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องใน</p>	<p>1 ผู้ร่วมกระบวนการทำงานและผู้ใช้บริการรับรู้และยอมรับว่าไทยพีบีเอส เป็นสถาบันสื่อสาธารณะแห่งการเรียนรู้ ของสังคม ชุมชนและภาคีเครือข่าย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80</p> <p>2 จำนวนแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรม ที่เกิดจากกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างคณะทำงานกลาง ศูนย์ภูมิภาค และภาคีเครือข่ายในพื้นที่</p> <p>3 จำนวนประเด็น/เนื้อหา(Content) จากพื้นที่ที่ถูกส่งต่อไปสู่พื้นที่สื่อของไทยพีบีเอส</p> <p>4 จำนวนประชาชนที่เข้ามาร้องทุกข์ หรือขอความช่วยเหลือผ่านไทยพีบีเอส</p> <p>5 จำนวนความร่วมมือในด้านต่างๆ กับชุมชน หน่วยงานในพื้นที่ สถาบัน</p>

			พื้นที่ศูนย์การเรียนรู้ และพื้นที่กิจกรรมภายนอกที่จัดขึ้นของแต่ละศูนย์ภูมิภาค ไม่น้อยกว่า 1,000 คนต่อปี	การศึกษา เช่น วิทยาลัยเทคนิค มหาวิทยาลัย หรือคณะที่มีหลักสูตรด้านเทคนิค และด้านการสื่อสารมวลชน เข้ามามีส่วนร่วมทำงานกับไทยพีบีเอสในระดับภูมิภาค
--	--	--	---	---

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
40. 63-C40 โครงการ Thai PBS Academy			ไทยพีบีเอส ในฐานะ “สื่อสาธารณะ” ที่สังคมคาดหวังให้ทำหน้าที่บริการข่าวสารและสารประโยชน์ ที่มีมาตรฐานด้านจริยธรรมวิชาชีพตามหลักการความเป็นสื่อสาธารณะ จากพันธกิจดังกล่าว ไทยพีบีเอสจึงไม่ใช่แค่สถานีโทรทัศน์ แต่เป็น “สถาบันสื่อ” ที่มีหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ในวิชาชีพสื่อมวลชน ตามมาตรฐานสื่อสาธารณะมาเผยแพร่ จัดอบรมและจัดกิจกรรมการเรียนรู้แก่ผู้สนใจ รวมทั้งการพัฒนาเป็นหลักสูตร Online Training โดยมุ่งหวังที่จะขยายฐานผู้ชมผู้ฟังอีกทางหนึ่งด้วย	1 เพื่อส่งเสริมและให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพสื่อมวลชน สื่อสาธารณะ แก่ประชาชน ผู้สนใจทั่วไป 2 เพื่อสนับสนุนการพัฒนาวิชาชีพสื่อมวลชน 3 เพื่อขยายฐานผู้ชมผู้ฟังให้กับ ส.ส.ท.ผ่านรูปแบบการอบรม 4 เพื่อพัฒนาบุคลากรของไทยพีบีเอส/ผู้ร่วมการปฏิบัติงานหรือการผลิตรายการ ข่าว กับไทยพีบีเอส ให้มีองค์ความรู้ ทักษะ ความเชี่ยวชาญ มีความพร้อม และเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานสื่อสาธารณะที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อ 5 เพื่อสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานต่างประเทศและในประเทศในการแลกเปลี่ยน	1 การอบรมหลักสูตรเฉพาะที่พัฒนาจากจุดแข็งและความเชี่ยวชาญของไทยพีบีเอส อย่างน้อย 5 ครั้ง/ปี 2 ความสนใจและการเข้าร่วมการอบรมจากกลุ่มเป้าหมายในแต่ละหลักสูตร 3 ความพึงพอใจในความรู้ ประสบการณ์ และทักษะที่ได้รับ 4- ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการพัฒนาหลักสูตรให้ตรงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย 5 รายรับหลังหักค่าใช้จ่ายจากการให้บริการ 10 % 6 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับองค์กรสื่อหรือสถาบันสื่อ นานาชาติและในประเทศในรูปแบบต่างๆ เช่น การแลกเปลี่ยนรายการ ข่าว การอบรมเชิงปฏิบัติการ	1 ไทยพีบีเอส มีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านการเป็นห้องเรียนของสังคมสำหรับคนทุกกลุ่ม 2 เกิดฐานผู้ชมกลุ่มใหม่ 3 ผู้ปฏิบัติงานของไทยพีบีเอสหรือผู้ร่วมงานกับไทยพีบีเอสได้รับความรู้ ความเข้าใจ ในภารกิจของสื่อสาธารณะในการให้บริการข่าวสารข้อมูลที่เหมาะสม และช่องทางการเข้าถึงข้อมูลผู้ชมในช่องทางสื่อต่างๆ 4 มีผู้ปฏิบัติงานของไทยพีบีเอสสามารถพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงานอย่างสร้างสรรค์
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา	รวมทั้งการพัฒนาเป็นหลักสูตร Online Training โดยมุ่งหวังที่จะขยายฐานผู้ชมผู้ฟังอีกทางหนึ่งด้วย	อีกด้าน ตามแผนพัฒนาเครือข่าย ไทยพีบีเอสมีภารกิจสร้างความร่วมมือกับองค์กรสื่อทั้งในระดับชาติและนานาชาติ รวมถึงเครือข่ายทางวิชาการ โดยตลอด 12 ปีที่ผ่านมา ไทยพีบีเอสก็ได้รับความร่วมมือจากองค์กรสื่อต่างประเทศ และหน่วยงานในประเทศหลายหน่วยงานที่สามารถแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ เพื่อช่วยพัฒนาศักยภาพผู้ปฏิบัติงานสื่อของไทยพีบีเอสได้เป็นอย่างดี ทาง สวส.จึงเห็นควรให้มีการอบรมในลักษณะ Professional Training เพื่อจัดอบรมพนักงาน ส.ส.ท. ในด้านวิชาชีพสื่อ เพื่อให้สอดคล้องกับภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป และเน้นการจัดอบรมร่วมกับองค์กรภายนอกเป็นหลัก		
สถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ	2,200,000	มกราคม – ธันวาคม 2563				
กลุ่มเป้าหมาย				ความรู้และประสบการณ์ด้าน	KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์

<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ประชาชนผู้สนใจทั่วไป ที่สนใจทางด้าน การอบรมวิชาชีพสื่อมวลชน</li> <li>- พนักงาน ส.ส.ท.</li> </ul> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- พนักงาน หน่วยงานองค์กรรัฐ เอกชน</li> <li>- องค์กรสื่อในประเทศ</li> </ul>	<p><b>หลักสูตรด้านการผลิตสื่อประเภทต่างๆ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• หลักสูตร Mobile Journalist</li> <li>• หลักสูตรการผลิตรายการประเภทต่างๆ เช่น สารคดี รายการเด็ก</li> </ul> <p><b>หลักสูตรด้านการใช้เสียง/บุคลิกภาพ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• หลักสูตรผู้ประกาศ</li> <li>• หลักสูตรนักพากย์</li> <li>• หลักสูตรการให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน</li> </ul> <p><b>หลักสูตรด้านเทคนิค</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• หลักสูตรการอบรมโดรน</li> <li>• หลักสูตรการอบรม Audio Description-AD</li> <li>• หลักสูตรการทำ Art Direction</li> </ul>	<p>วิชาชีพสื่อ และเนื้อหาที่สำคัญร่วมกัน</p>	<p>1 สามารถจัดการอบรมได้ 5 หลักสูตร /ปี</p> <p>2 ค่าเฉลี่ยความนิยม ความพึงพอใจในด้านเนื้อหาความรู้และการบริการ อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง 2.51 – 3.50</p> <p>3 มีข้อเสนอแนะต่อการจัดอบรม เพื่อการพัฒนาหลักสูตรจำนวน 5 ครั้ง</p>	<p>1 จำนวนผู้เข้าร่วมการอบรมร้อยละ 80 จากที่คาดหวัง</p> <p>2 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของประชาชนที่ยอมรับไทยพีบีเอสในการทำหน้าที่บทบาทสื่อสาธารณะไม่น้อยกว่า 3.51</p>
--	---	--	---	--



2. แผนภาคีหุ้นส่วน (Partnership Plan) ดำเนินการโดยประเด็นยุทธศาสตร์สร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม จำนวน 14 โครงการ รวมงบประมาณ 71.03 ล้านบาท

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
<b>1. โครงการสื่อสาร Brand Thai PBS</b>			การสร้าง Brand ของไทยพีบีเอส จึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะหากผู้ชมมีความเชื่อใน Brand ก็จะนำไปสู่ Brand Loyalty ดังนั้นตามที่ฝ่ายบริหารได้วางยุทธศาสตร์ให้ ส.ส.ท. เป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้ และทำให้ ส.ส.ท. เป็น Trusted Brand ในใจประชาชน : นิกถึงไทยพีบีเอส นิกถึงการเรียนรู้ตลอดชีวิต ฝ่ายสื่อสารองค์กรจึงต้องสื่อสารจุดยืนของแบรนด์ (Brand Positioning) โดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาด (Integrated Marketing Communication-IMC) ในการสื่อสารแบรนด์ (Brand Communication) ไปยังกลุ่มเป้าหมาย	เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ (Brand Positioning) โดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาด (Integrated Marketing Communication-IMC) ในการสื่อสารแบรนด์ (Brand Communication) ไปยังกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการจดจำและเข้าใจบทบาทหน้าที่ของสื่อสารมวลชนในการเป็นสื่อเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของประชาชนทุกช่วงวัย รวมถึงเพื่อขยายฐานผู้ชมไทยพีบีเอส และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ ส.ส.ท.	1 โครงการ Thai PBS Learning Shelf	1 Brand Awareness (การรับรู้ Brand)
<b>สำนัก</b>	<b>งบประมาณ</b>	<b>ระยะเวลา</b>			2 โครงการ Co-Creation Learning Organization	2 Brand Equity (คุณค่าของ Brand)
สื่อสารและภาคีสัมพันธ์	24,800,000	มกราคม-ธันวาคม 2563			3 โครงการอบรมครูวิทยาศาสตร์	สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ : พัฒนา ส.ส.ท. ให้เป็น Trust Brand ในใจประชาชน
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>					<b>KPIผลผลิต</b>	<b>KPIผลลัพธ์</b>
กลุ่มเป้าหมายหลัก : ผู้ชมเข้มข้น / ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) กลุ่มเป้าหมายรอง : ประชาชนทั่วไป					มีแผนการสื่อสารการตลาดในการสื่อสารแบรนด์ และดำเนินการได้ตามแผน สามารถกำหนดผลผลิต (OUTPUT) ได้ตามแผนยุทธศาสตร์ของ ส.ส.ท. และทันตามเวลาที่กำหนด	1. ค่าเฉลี่ยการรับรู้และความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของสื่อสารมวลชนอยู่ในเกณฑ์ดี 3.51-4.50 2. ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการสร้างกระบวนการการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมสร้างการเรียนรู้อยู่ในเกณฑ์ดี 3.51-4.50

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
2. 63-P12 โครงการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสาร Brand			การสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่จดจำและการสร้างความน่าเชื่อถือ เป็นเรื่องที่สำคัญมากสำหรับองค์กรสื่อ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องมีการสื่อสารเพื่อให้เกิด ภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือในสายตาของสังคม	สร้างความตระหนักรู้และจดจำแบรนด์ Thai PBS สะท้อนคุณค่าและสร้างความเข้าใจในการทำงานของความสำเร็จ เพิ่มยอดผู้ชม	ผลิตชิ้นงานที่สื่อสารความเป็นองค์กรในแง่มุมต่างๆ ตามยุทธศาสตร์ขององค์กรที่วางไว้	ประชาชนเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของสื่อสาธารณะ และเห็นคุณค่าในการมีอยู่ของสื่อสาธารณะ
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา			KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์
สื่อสารและภาคีสัมพันธ์	1,000,000	มกราคม – ธันวาคม 2563			สามารถผลิตสื่อโดยตอบสนองเป้าหมายองค์กร	มีผู้ชม ผู้แชร์ ในจำนวนที่น่าพอใจ
กลุ่มเป้าหมาย						
กลุ่มเป้าหมายหลัก กลุ่มผู้ชมทั่วไป กลุ่มเป้าหมายรอง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้ได้รับผลกระทบ และ/หรือ ประโยชน์ จากไทยพีบีเอส						

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
3. 63-P07 โครงการส่งเสริมการใช้สื่อไทยพีบีเอสสร้างสรรคัลสังคม			โครงการส่งเสริมการใช้สื่อไทยพีบีเอสสร้างสรรคัลสังคม เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ไทยพีบีเอสโดยฝ่ายเครือข่ายและชุมชนสัมพันธ์ สำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์ เล็งเห็นความสำคัญและตั้งเป้าหมายที่จะสร้างให้เกิดความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายบนพื้นฐานของการผสมผสาน และสร้างสรรคัลประโยชน์แก่สังคม ด้วยกระบวนการ และวิธีการที่หลากหลาย สอดคล้องกับสถานการณ์ทางสังคม และความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน ประเด็นที่ไทยพีบีเอสให้ความสำคัญ และฝ่ายเครือข่ายและชุมชนสัมพันธ์จะนำมาใช้ในการ	1 เพื่อสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานองค์กร ภาคีเครือข่าย ในการขับเคลื่อนการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลงผ่านสื่อของไทยพีบีเอส อาทิ ประเด็นสุขภาพ และประเด็นการรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูลข่าวสารและดิจิทัล เป็นต้น 2 เพื่อให้เกิดการขยายฐานผู้ชมและเครือข่าย สร้างการรับรู้และเข้าถึงสื่อสาธารณะไปสู่กลุ่มเป้าหมายต่างๆ ในรูปแบบที่หลากหลาย	1 เกิดความร่วมมือกับหน่วยงานองค์กรภาคีเครือข่าย จำนวน 5 หน่วยงาน ภายใต้การขับเคลื่อนประเด็นอย่างน้อย 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นสุขภาพ และประเด็นด้านการรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูลข่าวสารและดิจิทัล	1 เกิดกระบวนการนำสื่อของไทยพีบีเอสไปสู่ระบบ หรือช่องทางสื่อสารขององค์กรภาคีเครือข่าย
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา			2 เกิดการขยายฐานผู้ชมเพิ่มขึ้นจากโครงการนี้อย่างน้อย 3,000 คน ภายในปี 2563	2 เกิดความร่วมมือในการออกแบบและวางแผนการทำงานร่วมกับองค์กรภาคีเครือข่ายในรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อผสมผสานพลังสู่การขับเคลื่อนการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง
สื่อสารและภาคีสัมพันธ์	1,500,000				3 เกิดกิจกรรมในพื้นที่ต่างๆ ร่วมกับภาคีเครือข่าย อย่างน้อย 5 ครั้ง	3 มีการนำสื่อของไทยพีบีเอสไปสร้างการรับรู้และขยายฐานผู้ชม อย่างน้อย 3 รายการ พร้อมทั้งเกิดต้นแบบการทำงานที่สามารถขยายผลไปสู่ประเด็นอื่นๆ ได้

			<p>ดำเนินโครงการร่วมกับหน่วยงาน และภาคี เครือข่ายต่างๆ อาทิ</p> <p>1) ประเด็นด้านสุขภาพ</p> <p>2) ประเด็นเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศ และสื่อดิจิทัล : Media Information and Digital Literacy (MIDL)</p> <p>3) ประเด็นอื่นๆ ตามยุทธศาสตร์ขององค์กร</p>			<p>4 ไทยพีบีเอสได้เนื้อหา(Contents) ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารายการ</p> <p>5 เกิดกระบวนการจัดระบบเนื้อหา รายการของไทยพีบีเอสบนสื่อออนไลน์เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึงของประชาชนมากยิ่งขึ้น</p>
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>					<b>KPIผลผลิต</b>	<b>KPIผลลัพธ์</b>
<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <p>- หน่วยงาน/องค์กรภาคีเครือข่ายระดับกรม หรือ กระทรวง</p> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <p>- หน่วยงาน/องค์กรภาคีในพื้นที่ทั่วประเทศ</p>					<p>1 มีหน่วยงาน องค์กรภาคีที่มาร่วมโครงการ จำนวน 5 หน่วยงาน</p> <p>2 เกิดการขยายฐานผู้ชมเพิ่มขึ้นจากโครงการนี้อย่างน้อย 3,000 คน โดยวัดจากผู้มารับบริการของหน่วยงานภาคีเครือข่าย</p> <p>3 มีการนำสื่อของไทยพีบีเอสไปสร้างการรับรู้และขยายฐานผู้ชม อย่างน้อย 3 รายการ</p> <p>4 เกิดกิจกรรมในพื้นที่ต่างๆ ร่วมกับภาคีเครือข่าย อย่างน้อย 5 ครั้ง</p>	<p>1 ความสำเร็จของโครงการไม่น้อยกว่าร้อยละ 60</p> <p>2 มีแผนงาน และการดำเนินการตามแผนงานไม่น้อยกว่า 60</p> <p>3 ความพึงพอใจของภาคีเครือข่ายและผู้รับบริการที่ร่วมโครงการ</p> <p>4 มีการนำสื่อของไทยพีบีเอสไปสร้างการรับรู้และขยายฐานผู้ชม อย่างน้อย 3 รายการ พร้อมทั้งเกิดต้นแบบการทำงานที่สามารถขยายผลไปสู่ประเด็นอื่นๆ ได้</p> <p>5 ไทยพีบีเอสได้เนื้อหา(Contents) ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารายการ อย่างน้อย 3 รายการ</p> <p>6 เกิดกระบวนการจัดระบบเนื้อหา รายการของไทยพีบีเอสบนสื่อออนไลน์เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึงของประชาชนมากยิ่งขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30</p>

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์	
4. 63-P08 โครงการต่อยอดทรัพย์สินทางปัญญา			<p>ตามที่ส่วนงานกิจการรายได้ (ชื่อหน่วยงานเดิม) มีการจัดทำแผนงานการหารายได้ ตามแนวคิดในโครงการพัฒนารายได้จากทรัพย์สินทางปัญญา (การให้สิทธิในการเผยแพร่ข่าวและรายการ) และการให้บริการ เพื่อจัดหารายได้ควบคู่กับการลดค่าใช้จ่าย เพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินงานให้เป็นไปตามพันธกิจได้อย่างราบรื่น และเป็นการวางรากฐานด้านความยั่งยืนขององค์กร ภายใต้พระราชบัญญัติขององค์กรฯ มาตรา 8, มาตรา 9 ที่กล่าวถึงวัตถุประสงค์และทุนทรัพย์สินและที่มาของรายได้ขององค์กร และในมาตรา 11 ที่ระบุให้ทุนทรัพย์สินและรายได้ขององค์กรฯ ประกอบด้วยส่วนที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับโครงการนี้ คือ (4) ค่าธรรมเนียมค่าบำรุง ค่าบริการหรือค่าตอบแทนอื่นใดในการให้บริการ และ (6) รายได้หรือการหาประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กรฯ จึงนำมาซึ่งแนวคิดในโครงการการพัฒนารายได้จากการให้สิทธิในการเผยแพร่ข่าว</p>	<p>1 พัฒนาระบบ กลไกและหลักเกณฑ์ การแปลงลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาให้เป็นรายได้ ให้เหมาะสมตามการเปลี่ยนแปลงของการบริโภคสื่อในปัจจุบัน โดยคำนึงถึงความสอดคล้องตามหลักนโยบายขององค์กรฯ เป็นสำคัญ</p> <p>2 พัฒนารูปแบบการให้สิทธิแบบใหม่ (re-organize/ re-package) ของผลผลิตด้านสื่อ ทั้งข่าวและรายการ ให้เกิดมูลค่าเพิ่ม สามารถนำมาผลิตซ้ำ หรือต่อยอดได้ จนสามารถนำมาซึ่งรายได้ต่อองค์กร</p> <p>3 พัฒนาความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพ สร้างทุนทางสังคม ควบคู่ไปกับการนำมาซึ่งรายได้ โดยสอดคล้องตาม พ.ร.บ. และทิศทางยุทธศาสตร์ขององค์กร เช่น การนำทรัพย์สินทางปัญญาประเภทข่าวและรายการ (ไม่น้อยกว่า 5 รายการ) ให้สิทธิในการเผยแพร่หรือแลกเปลี่ยนกับสถานีโทรทัศน์ หน่วยงาน องค์กร หรือธุรกิจสื่อต่างๆ ที่เกิดขึ้นใหม่ในปัจจุบันในประเทศ และต่างประเทศ รวมถึงการร่วมผลิตข่าว และรายการ หรือร่วมทำกิจกรรมต่อยอดที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม โดยมีรายได้ ทั้งรูปแบบ In Cash และ In</p>	<p>1 หลักเกณฑ์ กลไก การจัดการระบบ การแปลงลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาให้เป็นรายได้คืนกลับ ส.ส.ท. ที่ไม่ขัดต่อนโยบายขององค์กรฯ อันเป็นการส่งเสริมการใช้ทรัพย์สินทางประโยชน์สูงสุด</p> <p>2 รายได้จากการต่อยอดลิขสิทธิ์ที่ทางปัญญา</p> <p>3 การพัฒนาการผลิตรายการที่เป็นสากลทั้งในเชิงเนื้อหาและเทคนิคเพิ่มมากขึ้น</p> <p>4 จำนวนองค์กร/ หน่วยงานที่ให้ความร่วมมือในการเผยแพร่เนื้อหาข้อมูลข่าวสารของไทยพีบีเอส</p>	<p>1 ภาคร่วมทุนที่มีศักยภาพในการขยายและเผยแพร่ผลงานไปยังหน่วยงานองค์กรต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการพัฒนา รูปแบบของความร่วมมือที่ทำให้เกิดรายได้ควบคู่ไปกับการสร้างทุนทางสังคมโดยสอดคล้องกับทิศทางยุทธศาสตร์ขององค์กร และความ ต้องการของภาคีร่วมทุน</p> <p>2 การทบทวน การจัดระบบกลไกการหารายได้ และการบูรณาการการดำเนินงานกับฝ่ายข่าวและรายการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น</p> <p>3 เกิดการพัฒนารูปแบบการให้สิทธิแบบใหม่ ( re-organize/ re-package) ของผลผลิตด้านสื่อ ทั้งข่าวและรายการ ให้เกิดมูลค่าเพิ่ม สามารถนำมาผลิตซ้ำ หรือต่อยอดจนสามารถนำมาซึ่งรายได้ต่อองค์กร</p>	
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา					
สื่อสารและภาคีสัมพันธ์	2,800,000	มกราคม – ธันวาคม 2563					
กลุ่มเป้าหมาย						KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์
<p>ผู้ชมไทยพีบีเอส และผู้ชมทั่วไป</p> <p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มที่สนใจในประเด็นรู้เท่าทันสื่อ เช่น นักศึกษา, คนทำงาน, นักวิชาการ</li> </ul> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มช่วงอายุอื่นๆ เช่น ครอบครัว, นักเรียน, ผู้สูงอายุ</li> </ul>					<p>1 หลักเกณฑ์ วิธีการให้ใช้สิทธิเผยแพร่ และหลักการนำมาซึ่งรายได้ รวมถึงการให้บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง</p> <p>2 จำนวนรายได้ ทั้งรูปแบบ In Cash และ In Kind อย่างน้อยประมาณ 6 ล้านต่อปี</p> <p>3 จำนวนภาคีเครือข่ายที่มีความร่วมมือในการผลิต การใช้บริการ</p>	<p>1 จำนวน ภาคร่วมทุนที่นำรายการและ ข่าว ของ ส.ส.ท. ไปใช้ประโยชน์ต่อ</p> <p>2 จำนวนข่าวและรายการที่มีการร่วมผลิต และเผยแพร่ในรูปแบบใหม่ตามเงื่อนไขใหม่</p> <p>3 ความน่าเชื่อถือ และการยอมรับในวงการสื่อสารมวลชน และขยายฐาน</p>	

		Kind อย่างน้อยประมาณ 6 ล้านต่อปี 4 เพื่อนำเนื้อหาข่าวสารของไทยพีบี เอสไปเผยแพร่ให้ประชาชนได้เข้าถึง โดยความร่วมมือกับองค์กร/ หน่วยงานต่างๆ องค์กรอย่างน้อย 15 องค์กร	4 จำนวนภาคีเครือข่ายที่ให้ความ ร่วมมือในการเผยแพร่รายการ อย่าง น้อย 15 แห่ง	ผู้ให้บริการ และผู้รับชมอย่าง กว้างขวาง 4 ผู้ชม ผู้ให้บริการรับบทบาทยอมรับ ว่าไทยพีบีเอส เป็นสถาบันสื่อ สาธารณะแห่งการเรียนรู้ของสังคม ชุมชนและภาคีเครือข่าย 5 จำนวนผู้ชม ผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น
--	--	---	---	---

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
<b>5. 63-P13 โครงการ Thai PBS Forum</b>			ตามแผนยุทธศาสตร์ปี 2563 ส.ส.ท.มุ่งมั่นในการสร้างพื้นที่การ เรียนรู้ที่สร้างสรรค์ทั้งทางกายภาพ และทางองค์ความรู้ โดยมี แผนงานสร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายนักวิชาการ วิชาชีพ และภาคประชาสังคม ในการพัฒนาความรู้ แนวคิดด้านต่างๆ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลที่เชื่อถือได้ในการนำมาพัฒนาต่อยอดเป็น รูปแบบข่าวและรายการเพื่อเสนอสู่สาธารณะ สวส. จึงจัดทำโครงการ Thai PBS Forum เพื่อระดมความ ร่วมมือจากเครือข่ายพันธมิตรทั้งภาควิชาการ วิชาชีพ และ ประชาสังคม ในการนำมาเสนอองค์ความรู้ และเป็นเวที แลกเปลี่ยนอย่างสร้างสรรค์ โดยจัดเป็นการสัมมนาในประเด็น ต่างๆ และสามารถผลิตองค์ความรู้เหล่านี้ออกมาเป็นสื่อ รูปแบบต่างๆ หรือใช้เป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาต่อยอดเป็น รูปแบบข่าวและรายการต่อไป ทั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อสร้างความ ร่วมมือกับภาควิชาการ วิชาชีพ ประชาสังคม อันเป็นเป้าหมาย ที่เป็นไปตามแผนพัฒนาเครือข่าย ส.ส.ท.พร้อมทั้งทำให้ ส.ส.ท. ได้รับการยอมรับในการเป็นสถาบันสื่อสาธารณะแห่งการเรียนรู้	1 เพื่อให้ ส.ส.ท.สร้างพื้นที่ “การ แลกเปลี่ยนองค์ความรู้” จาก ภาควิชาการ วิชาชีพ และประชา สังคมในประเด็นต่างๆ ที่สัมพันธ์ กับวาระเนื้อหาขององค์กร วาระ ทางสังคม 2 เพื่อให้ ส.ส.ท.สร้างการมีส่วน ร่วม และขยายเครือข่ายภาค วิชาการและวิชาชีพในการร่วม พัฒนามาตรฐานของสื่อใน สังคมไทยจากฐานองค์ความรู้ ที่มาจากแลกเปลี่ยนอย่าง สร้างสรรค์ 3 เพื่อให้ ส.ส.ท.ได้รับการยอมรับ ในการเป็นสถาบันสื่อสาธารณะ แห่งการเรียนรู้	1 ส.ส.ท.มีการจัด Thai PBS Forum อย่างน้อย 4 เวที/ปี และเมืองคร่วมจัดงานไม่น้อย กว่า 4 องค์กร	1 เนื้อหาจากการจัด Thai PBS Forum สามารถนำไปผลิตเป็นสื่อ การเรียนรู้เรื่องสื่อสาธารณะ สื่อ ดิจิทัล และนำไปพัฒนาต่อยอด เป็นฐานข้อมูลในการผลิตข่าวและ รายการ
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา			<b>KPIผลผลิต</b>	<b>KPIผลลัพธ์</b>
สถาบันวิชาการ สื่อสาธารณะ	400,000	มกราคม - ธันวาคม 2563			1 ส.ส.ท.มีการจัด Thai PBS Forum อย่างน้อย 4 เวที/ปี และเมืองคร่วมจัดงานไม่น้อย กว่า 4 องค์กร	1 มีเนื้อหาที่ได้จากการจัด Thai PBS Forum อย่างน้อย 3 ด้าน - บริษัทและแนวโน้มด้านสื่อในยุค ดิจิทัล - นวัตกรรม หรือ วิธีการนำเสนอ ด้านวิชาชีพสื่อ เช่น การคิด สร้างสรรค์ การเล่าเรื่องด้วยภาพ ในรูปแบบ Innovation Talk/ Creative Talk - ประเด็นหรือวาระทางสังคม ที่
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>						
กลุ่มเป้าหมายหลัก - นักวิชาการ วิชาชีพ ผู้สนใจทั่วไป กลุ่มเป้าหมายรอง - พนักงาน ส.ส.ท.						

Trend and Context in Media Landscape and New Media

Innovation Talk

Corporate Agenda

				ต่อ ยอดมาจากข่าวและรายการ ของไทยพีบีเอส
--	--	--	--	--

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
6. 63-P09 โครงการ Thai PBS Shop			ส.ส.ท. จัดตั้งขึ้นเพื่อบริการข่าว สารประโยชน์ และสารบันเทิงเพื่อเป็น ประโยชน์ต่อสาธารณะและการพัฒนา คุณภาพชีวิตของประชาชน รวมถึงการ ยกระดับการเป็นสถาบันสื่อสาธารณะที่ สร้างสรรค์สังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรม ตามยุทธศาสตร์การสร้างความแตกต่างบน ความยั่งยืน เพื่อสร้างการรับรู้และการยอมรับ กับภาคีเครือข่ายรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ทาง ส.ส.ท. จึงมีแผนนโยบาย ให้ ร้านThai PBS shop บริการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์และของที่ระลึก เพื่อเป็นช่องทางใน การสื่อสารอัตลักษณ์ขององค์กรในการเป็น สื่อสาธารณะให้กับพนักงาน องค์กรและ ประชาชนทั่วไป ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน Thai PBS Shop จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อน ถึงภาพลักษณ์ และเชื่อมโยงกับข่าวและ รายการต่างๆ ของสถานี นอกจากนี้ เพื่อสร้าง ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทาง THAI PBS SHOP ยังมีแผนต่อยอดการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ในร้านค้า (Product line up) โดย จะมึนโยบายเปิดรับ และเลือกสรรผลิตภัณฑ์ จากชุมชนและภาคีเครือข่าย เพื่อยกระดับ ความสัมพันธ์และการทำประโยชน์ต่อ สาธารณะร่วมกัน	1. เพื่อสื่อสารแบรนด์และสร้าง ภาพลักษณ์สื่อสาธารณะให้เป็นที่รู้จัก ต่อประชาชนทั่วไป 2. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของภาคี เครือข่ายในการพัฒนาสื่อสาธารณะ และการสนับสนุนจากประชาชน	1 สินค้าที่สะท้อนอัตลักษณ์และคุณค่า สื่อสาธารณะ 2 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข่าวและ รายการ 3 รายได้จากการจำหน่ายสินค้า	1 การสนับสนุนในระยะยาวจาก ประชาชน ผู้ชม ผู้ฟัง 2 การยอมรับและยกระดับ ความสัมพันธ์กับภาคีเครือข่าย
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา			KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์
สื่อสารและภาคี สัมพันธ์	1,000,000	มกราคม – ธันวาคม 2563			1 จำนวนรายรับจากการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ 2 ความนิยมของสินค้า 3 ความพึงพอใจของผู้รับบริการ 4 ความพึงพอใจของภาคีเครือข่าย	1 สมาชิกเกิดความจงรักภักดีต่อแบ รนด์และกลับมาซื้อซ้ำ (Loyalty Customer) 2 ขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่
กลุ่มเป้าหมาย						
กลุ่มเป้าหมายหลัก 1. พนักงาน/ บุคลากร ส.ส.ท. 2. องค์กร หน่วยงาน / ผู้เข้าเยี่ยมชม ส.ส.ท. 3. ประชาชนทั่วไป กลุ่มเป้าหมายรอง 1. ภาคีเครือข่าย						

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
7. 63-P01 โครงการพัฒนาระบบการสื่อสารสาธารณะและฐานข้อมูลอย่างมีส่วนร่วมจากภาคพลเมือง (C-site Nexus )			“โครงการพัฒนา C- SITE Application และ Website” เริ่มต้นพัฒนาขึ้นตั้งแต่ปี 2561 ภายใต้วัตถุประสงค์“ เพื่อเดินหน้าแนวคิดการทำงานเชิงรุกเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลง เชื่อมโยงเข้าถึงการทำงานข่าวในทุกพื้นที่ เน้นความรวดเร็วทันเหตุการณ์และที่สำคัญคือการให้น้ำหนักกับ ‘การมีส่วนร่วม’ ใน การขับเคลื่อนประเด็นต่าง ๆ ที่มาจากประชาชนหรือตัวของผู้เป็นเจ้าของพื้นที่ และเจ้าของประเด็น สร้าง การเชื่อมโยงในการทำงานข่าวให้เกิดขึ้นทั่วประเทศ โดยการนำระบบเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์ มาใช้ในการพัฒนาการทำงานด้านสื่อสารมวลชน” ซึ่ง ผลการจนถึงปัจจุบัน ปรากฏว่า C-Site App ได้รับการตอบรับในระดับดีพอสมควร	1.เพื่อพัฒนาระบบการรายงานข่าวของ เครือข่ายนักข่าวพลเมืองในรูปแบบ Semi-Automated Journalism(วารสารศาสตร์ กึ่งอัตโนมัติ) ที่ตอบสนองการสื่อสารของ ภาคพลเมืองได้รวดเร็วและเป็นมิตร ภายใต้ การใช้เทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุนการผลิต และพัฒนาการเล่าเรื่อง ทั้งเพิ่มประสิทธิภาพ ของเพื่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายการ สื่อสารภาคพลเมืองในการพัฒนาการสื่อสาร ของสื่อสาธารณะ 2.เพื่อพัฒนาระบบฐานและการแสดงผล ข้อมูลในเชิงปัญญารวมหมู่ (Crowdsorce) ของชุมชนและเครือข่ายฯ ที่เข้าใจและ เข้าถึงง่าย สามารถนำไปต่อยอดสื่อหรือ ความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1 ระบบการรายงานข่าวสาร รูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับ ความต้องการของเครือข่าย นักสื่อสารภาคพลเมืองใน การเชื่อมโยงเครือข่ายและ สื่อสารสาธารณะ 2 ฐานข้อมูลของเครือข่ายนัก สื่อสารสาธารณะใน C- SITE Application และWebsite ที่ทำงานเข้มข้นในประเด็น ต่างๆ กระจายอยู่ทั่วประเทศ 3 การเชื่อมโยงช่องทาง การสื่อสารต่าง ๆ ขยายผลเป็น การขับเคลื่อนประเด็น โดย นำข้อมูลไปใช้ในการรายงาน ข่าวและขยายผลต่อได้ใน ช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ของ ไทยพีบีเอส	1 เกิดPlatform ที่เป็นแหล่ง รวบรวมข้อมูลข่าวสาร ที่เกิด จากการมีส่วนร่วมจาก ประชาชน กลายเป็น ฐานข้อมูล (Data Lake) สถานการณ์ทางสังคมที่ถูก จัดระบบ สามารถนำไปต่อ ยอดสู่การเป็นBig Data ได้ ในอนาคต 2 เครือข่ายข่าวสารทั้งใน ระดับประเด็น และระดับ พื้นที่ซึ่งกระจายอยู่ทั่ว ประเทศ 3 เกิดPlatform ที่เป็นแหล่ง รวบรวมข้อมูลข่าวสาร ที่เกิด จากการมีส่วนร่วมจาก ประชาชน กลายเป็น ฐานข้อมูลสถานการณ์ทาง สังคมที่ถูกจัดระบบ สามารถ นำไปต่อยอดสู่การเป็น Big Data ได้ในอนาคต 4 เครือข่ายข่าวสารทั้งใน ระดับประเด็น และระดับ พื้นที่ซึ่งกระจายอยู่ทั่ว ประเทศ
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
เครือข่ายสื่อสาธารณะ	5,338,000	มกราคม – ธันวาคม 2563				
กลุ่มเป้าหมาย					KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์

<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เครือข่ายนักสื่อสารภาคพลเมือง เครือข่ายInformed Citizen เด็กและเยาวชน</li> </ul> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ประชาชนที่ต้องการรับข่าวสารและร่วมเป็นนักสื่อสารสาธารณะ</li> </ul>			<p>1 จำนวนยอดดาวโหลด Application C-SITE เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 20%</p> <p>2 จำนวนผู้ใช้งานระบบ C-SITE เพิ่มขึ้น 25%</p> <p>3 จำนวนรายการที่เชื่อมโยงข้อมูลกับ C-SITE หรือนำC-site ไปใช้ประโยชน์ ไม่น้อยกว่า 3 รายการ</p>	<p>1 จำนวนเครือข่ายที่เข้ามามีส่วนร่วมและใช้งานทั้งเชิงพื้นที่และประเด็น 5 กลุ่ม</p> <p>2 จำนวนประเด็นที่ถูกสื่อสารและติดตามผ่าน C-SITE 5 ประเด็น</p> <p>3 จำนวนการกระจายและขยายตัวของพื้นที่การสื่อสารของภาคพลเมืองใน 4 ภูมิภาค</p>
--	--	--	---	--

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
8. 63-P03 โครงการสนับสนุนการดำเนินงานสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ (งบอุดหนุน)			<p>เพื่อให้การดำเนินงานของสภาผู้ชมฯและผู้ฟังรายการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ข้อ 22 แห่งระเบียบ ส.ส.ท.ว่าด้วยหลักเกณฑ์วิธีการสรรหา และการดำเนินการของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ พ.ศ. 2560 จึงกำหนดให้องค์การมีหน้าที่สนับสนุนกิจการของสภาผู้ชมฯในการจัดทำรายงานทั้งรายงานไตรมาส และรายงานประจำปี รวมทั้งจัดสรรงบประมาณเพื่อใช้ในการดำเนินการและพัฒนาสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการอย่างเหมาะสม ดังนั้นสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการร่วมกับฝ่ายประสานความร่วมมือและสนับสนุนสภาผู้ชมฯ จึงได้จัดทำโครงการงบประมาณนี้เสนอต่อคณะ</p>	<p>1 เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาคุณภาพการผลิตรายการและแนวทางการดำเนินการของ ส.ส.ท.</p> <p>2 เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกฎหมาย และสอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์การดำเนินงานขององค์การ</p>	<p>1 กิจกรรมรับฟังความคิดเห็นและกิจกรรมอื่นๆของสภาผู้ชมฯที่ดำเนินการบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายแผนยุทธศาสตร์ของสภาผู้ชมฯและสอดคล้องกับทิศทาง/ยุทธศาสตร์ของ ส.ส.ท.</p> <p>2 เกิดภาคีเครือข่ายที่ร่วมดำเนินงานกับสภาผู้ชมฯและ ส.ส.ท. ในการขับเคลื่อนการเรียนรู้สร้างการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น</p> <p>3 เกิดการขยายฐานผู้ชมและผู้ฟังรายการจากผู้ร่วมกิจกรรมสภาผู้ชมฯและภาคีเครือข่ายในพื้นที่</p>	<p>1 เกิดข้อเสนอแนะจากการรับฟังความคิดเห็นที่ ส.ส.ท.ได้นำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการผลิตรายการ /บริการและแนวทางการดำเนินงานของ ส.ส.ท.</p> <p>2 เกิดประเด็นสาธารณะที่สภาผู้ชมฯภาคีเครือข่าย และ ส.ส.ท.ได้ร่วมดำเนินการขับเคลื่อนและสร้างการเรียนรู้แก่สังคมร่วมกัน</p>
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
สื่อสารและภาคีสัมพันธ์	21,470,000	มกราคม-ธันวาคม 2563				
กลุ่มเป้าหมาย					KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์



<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <p>1) สมาชิกสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ</p> <p>2) ภาคีเครือข่ายที่ร่วมดำเนินงานกับสภาผู้ชมฯ และ ส.ส.ท.</p> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <p>1) ประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมกับสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ</p>	<p>กรรมการบริหารและกรรมการนโยบายเพื่อพิจารณาอนุมัติต่อไป</p>		<p>1 ร้อยละของกิจกรรมที่สภาผู้ชมฯ ดำเนินการได้สำเร็จตามเป้าหมาย/แผนงาน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ และระเบียบการดำเนินงานของ ส.ส.ท.</p> <p>2 ร้อยละของจำนวนเครือข่ายที่ร่วมขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะและการเรียนรู้ร่วมกับสภาผู้ชมฯ และ ส.ส.ท. ที่เพิ่มขึ้น</p> <p>3 ร้อยละจำนวนผู้ร่วมกิจกรรมรับฟังความคิดเห็นกับสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการที่เพิ่มขึ้น</p>	<p>1 จำนวนข้อเสนอแนะการรับฟังความคิดเห็นที่ ส.ส.ท. นำมาใช้พัฒนาในการพัฒนาการผลิตรายการ/บริการและแนวทางการดำเนินงานขององค์กร</p> <p>2 จำนวนประเด็นสาธารณะที่สภาผู้ชมฯ เครือข่าย และ ส.ส.ท. ได้ร่วมดำเนินการขับเคลื่อน และสร้างการเรียนรู้แก่สังคมร่วมกัน</p>
---	--	--	---	---

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
<p>9. 63-P04 โครงการประสานความร่วมมือและสนับสนุนสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ</p>			<p>มาตรา 45 แห่งพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 กำหนดให้มีสภาผู้ชมฯ ที่แต่งตั้งโดยคณะกรรมการนโยบายจำนวนไม่เกิน 50 คนทำหน้าที่รับฟังความคิดเห็นที่หลากหลายจากผู้แทนประชาชนกลุ่มต่างๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพรายการและการดำเนินกิจการของ ส.ส.ท. และให้องค์การสนับสนุนการดำเนินงานของสภาผู้ชมฯ ให้สามารถดำเนินงานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ดังกล่าว</p> <p>นอกจากนี้แผนแม่บทพัฒนาเครือข่ายและการมีส่วนร่วม พ.ศ. 2561-64 ยังกำหนดแนวทางให้ ส.ส.ท. สนับสนุนการดำเนินงานของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ ให้เป็นกลไกรับฟังความ</p>	<p>2.1 เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการตามแผนยุทธศาสตร์สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการประจำปี 2563 และสอดคล้องกับเป้าหมายยุทธศาสตร์การดำเนินงาน ส.ส.ท.</p> <p>2.2 เพื่อสนับสนุนและประสานความร่วมมือสภาผู้ชมฯ ภาคีเครือข่ายและหน่วยงานของ ส.ส.ท. ในการพัฒนาคุณภาพการผลิตรายการและขับเคลื่อนการเรียนรู้ประเด็นที่เป็นประโยชน์สาธารณะ</p>	<p>1) จำนวนกิจกรรมที่สภาผู้ชมฯ ดำเนินการได้สำเร็จตามเป้าหมาย/แผนงานและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ และระเบียบดำเนินงาน ส.ส.ท.</p> <p>2) จำนวนผู้ชมผู้ฟังจากภูมิภาค/กลุ่มประเด็นและภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมกิจกรรมรับฟังความคิดเห็นและขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะกับสภาผู้ชมฯ และ ส.ส.ท. ที่เพิ่มขึ้น</p> <p>3) จำนวนภาคีเครือข่ายที่เป็นหุ้นส่วนทางสังคมร่วมขับเคลื่อนการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลงสังคมกับ ส.ส.ท. ที่เพิ่มขึ้น</p>	<p>1) เกิดข้อเสนอแนะของสภาผู้ชมฯ ที่ ส.ส.ท. ได้นำไปใช้ประโยชน์ในการผลิต/พัฒนารายการและแนวทางการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>2) เกิดประเด็นการเรียนรู้สาธารณะที่สภาผู้ชมฯ และภาคีเครือข่ายร่วมดำเนินการขับเคลื่อนกับ ส.ส.ท.</p>
<p>สำนัก</p>	<p>งบประมาณ</p> <p>400,000</p>	<p>ระยะเวลา</p> <p>มกราคม- ธันวาคม 2563</p>				
<p>กลุ่มเป้าหมาย</p>						

<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <p>1) สมาชิกสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ</p> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <p>1) ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ ส.ส.ท.</p> <p>2) ภาคีเครือข่ายภายนอก</p>	<p>คิดเห็นที่มีประสิทธิผลในการสะท้อนความต้องการของผู้ชมและผู้ฟังรายการ ซึ่งนอกจากจะสนับสนุนด้านทรัพยากรในการดำเนินงานแล้ว ควรสนับสนุนข้อมูลยุทธศาสตร์และรายการ ส่งเสริมและพัฒนาเทคโนโลยีการรับฟังความคิดเห็น พัฒนาศักยภาพสมาชิกสภาและเครือข่าย และสนับสนุนการสร้างร่วมมือกับหน่วยงานภายในส.ส.ท. และภาคีเครือข่ายขับเคลื่อนการเรียนรู้ประเด็นทางสังคมที่เป็นประโยชน์สาธารณะ รวมถึงสื่อสารข้อมูลการดำเนินงานขององค์การที่ตอบสนองต่อข้อเสนอแนะของสภาผู้ชมฯและภาคีเครือข่ายอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ</p>		<p>1) ร้อยละกิจกรรมที่สภาผู้ชมฯ ดำเนินการได้สำเร็จตามเป้าหมาย/แผนงานและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ และระเบียบการดำเนินงานของ ส.ส.ท.</p> <p>2) ร้อยละผู้ชมผู้ฟังรายการจากภูมิภาค/กลุ่มประเด็นและภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมกิจกรรมรับฟังความคิดเห็นและขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะกับสภาผู้ชมฯและ ส.ส.ท.ที่เพิ่มขึ้น</p> <p>3) ร้อยละภาคีเครือข่ายที่ร่วมขับเคลื่อนการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลงสังคมกับ ส.ส.ท.ที่เพิ่มขึ้น</p>	<p>1) จำนวนข้อเสนอแนะของสภาผู้ชมฯที่ ส.ส.ท.ได้นำไปใช้ประโยชน์ในการผลิต/พัฒนารายการและแนวทางการดำเนินงานของ ส.ส.ท.ได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>2) จำนวนประเด็นการเรียนรู้สาธารณะที่สภาผู้ชมฯและภาคีเครือข่ายร่วมดำเนินการขับเคลื่อนกับ ส.ส.ท.</p>
---	--	--	--	--

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
10. 63-P02 โครงการพัฒนาเครือข่ายนักสื่อสารสาธารณะ New Content Creator			จากแผนแม่บทเครือข่ายทางสังคม พ.ศ. 2561-2563 ซึ่งระบุถึงความสำคัญของการพัฒนาความร่วมมือกับเครือข่ายในการผลิต เผยแพร่เนื้อหาและสร้างการเรียนรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ร่วมสร้างนักสื่อสารสาธารณะโดยสนับสนุนการอบรมและพัฒนา	เพื่อพัฒนาศักยภาพเครือข่ายฯ โดยการฝึกอบรมทักษะการผลิตสื่อหลากหลายลักษณะ เพื่อให้เกิดผู้ผลิตสื่อหน้าใหม่ เครือข่ายสื่อสาธารณะระดับชุมชน ที่ส่งผลให้ร่วมกันผลิตเนื้อหาและข้อมูลหลากหลายร่วมสื่อสารในพื้นที่ของไทยพีบีเอสและพื้นที่สื่อสาธารณะอื่น ตลอดจนพัฒนาเครือข่ายเชิงประเด็นด้วยการเชื่อม Application C Site สร้างฐานข้อมูลและสื่อสาธารณะเพื่อพัฒนาศักยภาพ	1 จำนวนเครือข่ายนักสื่อสารสาธารณะที่เข้าร่วมพัฒนาศักยภาพไม่น้อยกว่า 700 คน	1 เครือข่ายนักสื่อสารมีความพอใจ และสามารถสื่อสารอย่างเข้าใจในหลักคิดแบบสื่อสาธารณะ
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา	นักสื่อสารสาธารณะเพื่อทำหน้าที่ผลิตและกระจายข่าวสารข้อมูลประเด็นสาธารณะสู่สังคม และสามารถยกระดับทักษะสู่การเป็นผู้ผลิตอิสระได้ และให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยียุคดิจิทัลมาเป็นเครื่องมือในการสื่อสารและการดำเนินงาน สำนัก	เครือข่ายเชิงประเด็นด้วยการเชื่อม Application C Site สร้างฐานข้อมูลและสื่อสาธารณะเพื่อพัฒนาศักยภาพ	2 จำนวนกลุ่มองค์กรที่ร่วมพัฒนาการสื่อสารสาธารณะไม่น้อยกว่า 15 แห่ง	2 เกิดหุ้นส่วนเครือข่ายนักสื่อสารสาธารณะที่ร่วม
เครือข่ายสื่อสาธารณะ	6,000,000	มกราคม – ธันวาคม 2563	พัฒนาเครือข่ายนักสื่อสารสาธารณะ New Content Creator สำหรับปี 2563 ภายใต	เครือข่ายเชิงประเด็นด้วยการเชื่อม Application C Site สร้างฐานข้อมูลและสื่อสาธารณะเพื่อพัฒนาศักยภาพ	3 จำนวนชิ้นงานจากการอบรมสามารถร่วมสื่อสารสาธารณะได้ไม่น้อยกว่า 200 ชิ้น	สร้างสรรคเนื้อหาและข้อมูลในพื้นที่สื่อของตน หรือร่วมสื่อสารกับไทยพีบีเอสอย่างต่อเนื่อง
				เครือข่ายฯ โดยการฝึกอบรมทักษะการผลิตสื่อหลากหลายลักษณะ เพื่อให้เกิดผู้ผลิตสื่อหน้าใหม่ เครือข่ายสื่อสาธารณะระดับ	4 จำนวนสถาบันการศึกษา/เครือข่ายสื่อชุมชนไม่น้อยกว่า 10 แห่ง	

กลุ่มเป้าหมาย	ยุทธศาสตร์การสร้างความภาคภูมิใจในส่วน เพื่อพัฒนา	ชุมชน ที่ส่งผลให้ร่วมกันผลิตเนื้อหาและ	KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์
<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เครือข่ายเชิงประเด็น เครือข่ายสื่อชุมชน กลุ่มองค์กรทางสังคม สถาบันการศึกษา</li> <li>- เจ้าของประเด็น /เยาวชน –นักศึกษา/ผู้ผลิตสื่ออิสระ</li> </ul> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Active Citizen ผู้สนใจการสื่อสารสาธารณะ</li> </ul>	<p>ศักยภาพภาคเครือข่ายให้ร่วมสื่อสารขับเคลื่อนการ</p> <p>เรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง โดยมีกิจกรรมย่อยตามลักษณะของเครือข่ายผู้ร่วมสื่อสารในระดับต่างๆ 3 กิจกรรมคือ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.กิจกรรมพัฒนาเครือข่ายสื่อพลเมืองด้วยทักษะการผลิตสื่อที่หลากหลาย</li> <li>2.กิจกรรมการพัฒนาเครือข่ายเชิงประเด็นด้วยการเชื่อม Application C Site</li> <li>3.กิจกรรมการสร้างสื่อสาธารณะระดับชุมชนร่วมกับสถาบันการศึกษา</li> </ol>	<p>ข้อมูลหลากหลายร่วมสื่อสารในพื้นที่ของ</p> <p>ไทยพีบีเอสและพื้นที่สื่อสารสาธารณะอื่น</p> <p>ตลอดจนพัฒนาเครือข่ายเชิงประเด็นด้วยการเชื่อม Application C Site สร้าง</p> <p>ฐานข้อมูลและสื่อสารสาธารณะ</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 วัดจากจำนวนผู้ร่วมอบรม องค์กรที่ร่วม และชิ้นงานที่ได้ สื่อสารสาธารณะได้</li> <li>2 วัดจากจำนวนผู้ร่วมอบรม องค์กรที่ร่วม และชิ้นงานที่ได้ สื่อสารสาธารณะได้</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 วัดจากแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ร่วมโครงการ</li> <li>2 เกิดการทำซ้ำ ต่อยอด</li> </ol> <p>ขยายผลในทุกแพลตฟอร์ม</p> <p>ของไทยพีบีเอสหรือของ</p> <p>เครือข่ายเอง</p>

ชื่อโครงการ	หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์							
<p>11. 63-P11 โครงการพัฒนาความร่วมมือระหว่างองค์กร (Co-creation)</p>	<p>ตามยุทธศาสตร์การสร้างความภาคภูมิใจและยั่งยืนด้วย</p> <p>หุ้นส่วนทางสังคม และแนวนโยบายของ</p> <p>คณะกรรมการนโยบาย ในเรื่องการมีส่วนร่วม</p> <p>ของภาคีเครือข่าย ที่ให้ส.ส.ท. ร่วมกันพัฒนา</p> <p>เนื้อหาให้แตกต่างบนฐานองค์ความรู้ และบูรณา</p> <p>การโดยนำเสนอทุกช่องทางสื่อสาร โดยให้</p> <p>ความสำคัญกับสื่อออนไลน์ ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุ</p> <p>เป้าหมายนโยบายดังกล่าว ฝ่ายสื่อสารการตลาด</p> <p>เพื่อสังคม จึงมีความประสงค์จะทำโครงการ</p> <p>พัฒนาภาคียุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาความร่วมมือ</p> <p>กับภาคีเครือข่ายที่มีพันธกิจร่วมกัน ในการ</p> <p>ผลักดันประเด็นหรือเนื้อหาที่เห็นพ้องต้องกันว่า</p> <p>มีประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศและสังคม</p> <p>โดยจะทำงานร่วมกันแบบ Partnership</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 เพื่อร่วมมือกับภาคีเครือข่าย ในการผลิตรายการ ข่าวสาร และกิจกรรมทางสังคมที่จะส่งเสริมสังคมคุณภาพ คุณธรรม</li> <li>2 เพื่อสร้างภาคีเครือข่ายและพัฒนาสู่การเป็นหุ้นส่วนทางสังคม</li> <li>3 เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อสาธารณะ</li> <li>4 เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ระหว่างหน่วยงานภาคีเครือข่าย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 ความร่วมมือของภาคีเครือข่ายทั้ง องค์กรความรู้ การจัดกิจกรรม การนำเนื้อหาเข้าไปในรายการทุกแพลตฟอร์ม</li> <li>2 การสนับสนุนทรัพยากรในการผลิตหรือการจัดกิจกรรม (เงิน ความรู้ บุคลากร อุปกรณ์ ฯลฯ) ที่ได้รับจากภาคีเครือข่าย</li> <li>3 กระบวนการเรียนรู้ระหว่างภาคีเครือข่ายกับไทยพีบีเอส</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 ไทยพีบีเอส มีเนื้อหาและการนำเสนอ ที่ หลากหลาย โดดเด่นแตกต่างจากสื่ออื่น ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายหลากหลายกลุ่ม</li> <li>2 การสนับสนุนในระยะยาวจากภาคีเครือข่าย</li> </ol>							
<table border="1"> <thead> <tr> <th>สำนัก</th> <th>งบประมาณ</th> <th>ระยะเวลา</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>สื่อสารและภาคีสัมพันธ์</td> <td>1,000,000</td> <td>มกราคม – ธันวาคม 2563</td> </tr> </tbody> </table>			สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา	สื่อสารและภาคีสัมพันธ์	1,000,000	มกราคม – ธันวาคม 2563	<p>กลุ่มเป้าหมาย</p> <p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- หน่วยงานรัฐ เอกชน ที่มีพันธกิจและเป้าหมายการทำประโยชน์เพื่อสาธารณะ ในประเทศ</li> <li>- หน่วยงานความร่วมมือเดิมที่ผ่านมา</li> </ul> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p>	<p>KPIผลผลิต</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 จำนวนรายการ กิจกรรม จากความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายที่เพิ่มขึ้น</li> <li>2 ร้อยละ ของมูลค่าและทรัพยากรที่ได้รับสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายที่เพิ่มขึ้นร้อยละ</li> </ol>	<p>KPIผลลัพธ์</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 จำนวนข้อตกลงกับภาคีเครือข่ายในการร่วมผลิตในระยะยาวมากกว่า 3 ปี</li> <li>2 จำนวนกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการตอบสนองจากเนื้อหาที่หลากหลาย (วัดความครอบคลุม กลุ่มเป้าหมาย)</li> <li>3 ภาคีเครือข่ายที่ร่วมโครงการยอมรับ</li> </ol>
สำนัก			งบประมาณ	ระยะเวลา							
สื่อสารและภาคีสัมพันธ์	1,000,000	มกราคม – ธันวาคม 2563									

- หน่วยงานรัฐ เอกชน ที่มีพันธกิจและเป้าหมายการทำ ประโยชน์เพื่อสาธารณะ ต่างประเทศ			3 ร้อยละ ของภาคีเครือข่ายมีความ พึงพอใจต่อการทำงานร่วมไทยพีบีเอ สอยู่ในระดับดี	ว่าไทยพีบีเอ เป็นสถาบันสื่อ สาธารณะแห่งการเรียนรู้ ของสังคม ชุมชนและภาคีเครือข่าย
---	--	--	--	---

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
<b>12. 63-P05 โครงการพัฒนาความร่วมมือกับองค์กร ระหว่างประเทศ</b>			เพื่อสนับสนุนแผนแม่บทพัฒนาเครือข่าย (ปี 2561-2563) ที่มียุทธศาสตร์หลักคือ 1) การ สร้างการยอมรับ 2) การสร้างการมีส่วนร่วม และ 3) การสร้างภาคีหุ้นส่วน และเพื่อ ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์องค์กรปี 2563 ในด้าน การมุ่งขยายภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วน และ การสร้างความเข้าใจในการเป็นสื่อสาธารณะ ของ ส.ส.ท.	สร้างภาคีเครือข่าย ให้ ส.ส.ท. มีส่วน ร่วมในเวทีระหว่างประเทศ มีบทบาท เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับสากล	1. สนับสนุนการเพิ่มบทบาท ส.ส.ท.ใน เวทีระหว่างประเทศผ่านการร่วม ประชุม การเป็นคณะทำงาน คณะกรรมการประกวดรางวัล การเป็น วิทยากร และการร่วมจัดงานประชุมใน ระดับนานาชาติ 2. ประสานงาน สนับสนุนเพื่อให้เกิด ความร่วมมือระหว่าง ส.ส.ท. กับ องค์กรระหว่างประเทศ 3. สื่อสาร เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับ ภารกิจและพันธกิจของ ส.ส.ท. ให้แก่ องค์กรและบุคคลที่ไม่ได้ใช้ภาษาไทย เป็นภาษาหลัก	1. ส.ส.ท. เป็นที่รู้จัก มีบทบาทเป็นที่ ยอมรับในระดับนานาชาติ 2. ส.ส.ท. ได้รับประโยชน์จากความ ร่วมมือกับองค์กรสื่อระหว่างประเทศ เช่น การแลกเปลี่ยนเนื้อหา การผลิต รายการร่วม การแลกเปลี่ยนความ เชี่ยวชาญ การสนับสนุนในการถ่ายทำ รายการนอกประเทศ 3. ก) ผู้เข้าเยี่ยมชมองค์กรมีความรู้ ความเข้าใจในภารกิจ ส.ส.ท. และมี ความพึงพอใจในการเยี่ยมชม ข) เว็บไซต์ ภาคีภาษาอังกฤษขององค์กร มี การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กร อย่างสม่ำเสมอ
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา			<b>KPIผลผลิต</b>	<b>KPIผลลัพธ์</b>
สื่อสารและภาคี สัมพันธ์	1,900,000	1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2563			1. จำนวนบุคลากร ส.ส.ท. ที่เข้าร่วม การประชุม เป็นคณะทำงาน คณะกรรมการประกวดรางวัล เป็น วิทยากร และจำนวนการร่วมจัดงาน ประชุมในระดับนานาชาติ 2. จำนวนความร่วมมือที่ ส.ส.ท. ลง นามกับองค์กรระหว่างประเทศ 3. จำนวนองค์กรเข้าเยี่ยมชม และ ความทันสมัยของข้อมูลเว็บไซต์ ภาษาอังกฤษ	1. จำนวนการได้รับเชิญให้เข้าร่วมงาน ในระดับนานาชาติ การประสานความ ร่วมมือ และการเชิญทำกิจกรรมร่วม 2. ประโยชน์จากการแลกเปลี่ยนความ เชี่ยวชาญ การลดต้นทุนการผลิตราย การ/การซื้อบริการขาย Footage ข่าว 3. ก) วัดคะแนนความเข้าใจภารกิจ องค์กรและความพึงพอใจของผู้เยี่ยม ชมระหว่างประเทศ จากแบบสอบถาม ภาษาอังกฤษ
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>						
กลุ่มเป้าหมายหลัก ส.ส.ท. สำนักรายการ สำนักข่าว Thai PBS World กลุ่มเป้าหมายรอง สำนักเครือข่ายและภาคีสัมพันธ์						

				ข) จำนวนครั้งในการอัปเดตข้อมูลเว็บไซต์ภาษาอังกฤษประจำเดือน
--	--	--	--	--

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
<b>13. 63-P10 โครงการขับเคลื่อนวาระทางสังคมตามวาระขององค์กร</b>			โครงการขับเคลื่อนวาระทางสังคมตามวาระขององค์กร (On Ground) เป็นหนึ่งในภารกิจสำคัญของฝ่ายเครือข่ายและชุมชนสัมพันธ์ ในการระดมความร่วมมือจากภาคีเครือข่ายต่างๆ เพื่อนำมาสนับสนุนการผลักดันเนื้อหาของไทยพีบีเอส ผ่านกิจกรรม และกระบวนการที่หลากหลาย ทั้งการขับเคลื่อนประเด็นร่วมกับภาคีเครือข่ายในพื้นที่ การเสนอแนะประเด็นโดยใช้สื่อ(Media Advocacy) กิจกรรม การประชุม เสวนา สัมมนา ทั้งในระดับส่วนกลางและส่วนภูมิภาค กับหน่วยงานภาคประชาชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างให้เกิดผลกระทบในวงกว้างและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม	เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนวาระทางสังคมที่ ส.ส.ท.ให้ความสำคัญ ผ่านกิจกรรมงาน On Ground ในรูปแบบต่างๆ ร่วมกับภาคีเครือข่าย อาทิ ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม - ชยะ	1 เกิดกระบวนการขับเคลื่อนงาน On Ground ในประเด็นที่ ส.ส.ท. กำหนด เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม	1 เกิดการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายผ่านช่องทางสื่อของไทยพีบีเอส
<b>สำนัก</b>	<b>งบประมาณ</b>	<b>ระยะเวลา</b>			2 เกิดผลผลิตจากการดำเนินกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ ภาพยนตร์สั้น สกู๊ปข่าว เวทีการเรียนรู้ และกิจกรรมต่าง ๆ	2 เกิดกระบวนการทำงานร่วมกับภาคีเครือข่ายในประเด็นต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนการเรียนรู้ไปสู่การเปลี่ยนแปลง
สื่อสารและภาคีสัมพันธ์	1,000,000	มกราคม - ธันวาคม 2563			<b>KPIผลผลิต</b>	<b>KPIผลลัพธ์</b>
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>					1 จำนวนภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมกิจกรรม	1 ความพึงพอใจของเครือข่าย และ ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม
กลุ่มเป้าหมายหลัก - หน่วยงาน และองค์กรภาคีเครือข่ายทั้งในระดับพื้นที่ และ ส่วนกลางที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการขับเคลื่อนของ ส.ส.ท.				2 จำนวน Product / Co creation ที่เกิดจากการร่วมผลิตและขับเคลื่อน	2 ผลกระทบทางสังคมที่เป็นรูปธรรม	
กลุ่มเป้าหมายรอง - ประชาชนทุกภาคส่วนในพื้นที่				3 จำนวนประเด็นและ Product ที่มีผลต่อการขับเคลื่อนสังคมร่วมกัน	3 ข้อมูลและองค์ความรู้ต้นแบบ ที่ถูกนำไปพัฒนาเป็นข่าว และรายการของไทยพีบีเอส	
				4 จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม On Ground	4 ร้อยละ 80 ของภาคีเครือข่ายที่ร่วมโครงการรับรู้และเข้าใจบทบาทและหน้าที่ของไทยพีบีเอส ในฐานะสื่อสาธารณะและการเป็นพื้นที่เพื่อการเรียนรู้ของสังคม ชุมชนและภาคีเครือข่าย	
				5 จำนวนเครือข่ายที่เข้าร่วมขับเคลื่อน		

ชื่อโครงการ	หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
<b>14. 63-P14 โครงการประเมินความพึงพอใจการให้บริการและการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย (การประเมินภายใน)</b>	เพื่อให้การดำเนินงานระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรและภาคีเครือข่ายภายนอกมีประสิทธิภาพ และพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดี	1 เพื่อประเมินผลรายการความสำเร็จของข่าวและรายการ ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพรายการ	1 รายงานการประเมินรายการในกระบวนการต่อสัญญา มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพรายการ	การนำผลประเมินไปเป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาคุณภาพรายการคุณภาพการให้บริการ และความ

สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา	ร่วมกัน สถาบันวิชาการสื่อสารมวลชน (สวส.)	2 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในองค์กร ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการให้บริการ	2 รายงานการประเมินความพึงพอใจของเครือข่ายภายนอก และประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของไทยพีบีเอส	ร่วมมือกับภาคีเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนประเด็นสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม
สถาบันวิชาการสื่อสารมวลชน	2,420,000	มกราคม - ธันวาคม 2563	ประเมิน ความพึงพอใจการให้บริการ และการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายต่าง ๆ เพื่อให้สามารถดำเนินงานร่วมกันได้อย่างราบรื่นต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ	3 เพื่อประเมินความสำเร็จ/ความพึงพอใจของภาคีเครือข่ายภายนอก ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาความร่วมมือระหว่างกันอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ	3 รายงานการประเมินความสำเร็จ/ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในองค์กร	
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>					<b>KPI ผลผลิต</b>	<b>KPI ผลลัพธ์</b>
1) กลุ่มประชาชนผู้ชมผู้ฟังของไทยพีบีเอส 2) ภาคีเครือข่ายที่ดำเนินงานร่วมกับสำนักต่างๆ /ส.ส.ท. 3) บุคลากรภายในองค์กร					1 มีรายงานการประเมินรายการที่แล้วเสร็จสอดคล้องตามกรอบระยะเวลา การเซ็นสัญญาและการพัฒนาคุณภาพรายการ อย่างน้อยร้อยละ 80 ของรายการที่ขอรับการประเมิน 2 มีรายงานการประเมินความพึงพอใจของเครือข่ายภายนอก และประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมของไทยพีบีเอสที่ออกแบบแบบประเมินแล้วเสร็จอย่างน้อยร้อยละ 80 ของโครงการทั้งหมดที่ขอให้จัดทำแบบประเมิน 3 มีรายงานการประเมินความสำเร็จ/ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสำนักต่างๆ อย่างน้อยร้อยละ 80 ตามที่กำหนดไว้ในตัวชี้วัดขององค์กร	หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำผลประเมินไปเป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาคุณภาพรายการ คุณภาพการให้บริการ และความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย อย่างน้อย 2 รายการ/งาน/โครงการ

3. แผนทุนมนุษย์และทุนองค์กร (Human & Organization Capital Plan) ดำเนินการโดยประเด็นยุทธศาสตร์ การสร้าง ส.ส.ท. ให้เป็น Trusted Brand ในใจประชาชน จำนวน 17 โครงการ รวมงบประมาณ 45.66 ล้านบาท

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
<b>1..63-H01 โครงการ Transforming Digital Learning</b>			จากปัจจัยทั้งภายนอกและภายในนี้ จึงจัดให้มีโครงการ Transforming Digital Learning ขึ้น โดยจะมี กระบวนการที่ครอบคลุมตั้งแต่การ ปรับวิธีคิดและการยกระดับ ความสามารถ (Reskills) ตลอดจน การพัฒนาทักษะใหม่ (Upskills) ในระดับบุคคลให้สอดคล้องกับภาระ งานที่เปลี่ยนแปลงและการทำงานใน ยุคดิจิทัล การพัฒนาศักยภาพความ เป็นผู้นำให้พร้อมกับการขับเคลื่อน การเปลี่ยนแปลง การสร้างและ พัฒนาทีมให้สามารถตอบสนองการ ทำงานแบบ Cluster & Business Unit ไปจนถึงการส่งเสริม วัฒนธรรมองค์กรให้มีความยืดหยุ่น และพร้อมรองรับกับการ เปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล ควบคู่ไป กับการทำหน้าที่อย่างเข้มแข็งของ สื่อสาธารณะ นอกจากนี้ เพื่อให้การเรียนรู้มี ความเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลง และ life Style ของผู้เรียน จึงปรับ ช่องทางเรียนรู้เป็นแบบผสมผสาน (Blended Learning) ที่ทำให้	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อยกระดับความสามารถและพัฒนา ทักษะใหม่ (Reskills &amp; Upskills) ให้ พนักงานสามารถปรับตัวกับการ</li> <li>2. เปลี่ยนแปลง ตลอดจนมีทักษะด้านดิจิทัล และทักษะที่หลากหลาย (Multi Skills) ที่ รองรับกับภาระงานที่ เปลี่ยนแปลงและการทำงานในยุคดิจิทัล</li> <li>3. เพื่อพัฒนาความเป็นผู้นำและสมรรถนะใน การบริหารจัดการให้สามารถรับมือกับการ เปลี่ยนแปลง</li> <li>4. เพื่อส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกันที่ ตอบสนองต่อการทำงานแบบ Cluster &amp; Business Unit</li> <li>5. เพื่อปรับ Platform การเรียนรู้เป็นแบบ ผสมผสาน (Blended Learning) ให้เข้า กับ Life Style ที่สะดวก รวดเร็ว และตาม ความเหมาะสมของแต่ละบุคคล (Personalized Learning)</li> <li>6. เพื่อส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรแบบ ยืดหยุ่น (Agile Culture) และมีวิธีการ เรียนรู้ในองค์กรที่เปิดรับ การเรียนรู้ไม่สิ้นสุด (Lifelong Learning)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีแผนการพัฒนาบุคลากรที่สอดคล้อง กับทิศทาง เป้าหมาย โครงสร้าง องค์กร และสถานการณ์ขององค์กร</li> <li>2. บุคลากร ส.ส.ท. ได้รับการพัฒนาตาม แผนพัฒนาบุคลากรข้างต้น</li> <li>3. มี Platform การเรียนรู้เป็นแบบ ผสมผสาน (Blended Learning) ที่ สะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงผู้เรียนแต่ละคน/ แต่ละกลุ่ม</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. พนักงานสามารถปรับตัวกับการ เปลี่ยนแปลง มีความรู้ ความสามารถด้านดิจิทัลและด้าน อื่น ๆ ที่สอดคล้องกับสมรรถนะ ตามตำแหน่งงาน และสามารถ รองรับภาระงานที่เปลี่ยนแปลงไป ตามสถานการณ์</li> <li>2. พนักงานมี Multi Skills &amp; Transmedia Skills ที่รองรับกับ ภาระงานที่เปลี่ยนแปลงและการทำงานในยุคดิจิทัล</li> <li>3. ผู้บริหารมีศักยภาพในความเป็น ผู้นำการเปลี่ยนแปลงและมี ความสามารถในการบริหารงาน และบริหารคนมากขึ้น</li> <li>4. บุคลากร ส.ส.ท. มีศักยภาพที่ พร้อมเติบโตก้าวหน้าตามสาย อาชีพ</li> <li>5. มีทักษะและวิธีการทำงานร่วมกัน ที่ตอบสนองต่อการทำงานแบบ Cluster &amp; Business Unit</li> <li>6. มีวิธีการเรียนรู้ในองค์กรที่เปิดรับ การเรียนรู้ไม่สิ้นสุด (Lifelong Learning)</li> </ol>
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
ทรัพยากรมนุษย์	14,000,000	มกราคม - ธันวาคม 2563				
กลุ่มเป้าหมาย					KPI ผลผลิต	KPI ผลลัพธ์

<p>บุคลากร ส.ส.ท</p>	<p>สะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงกลุ่มผู้เรียนมากขึ้น อันจะช่วยสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมให้พนักงานมีความพร้อมในการเติบโตก้าวหน้าในระยะยาว</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีแผนพัฒนาบุคลากรประจำปีของส่วนกลาง แผนเฉพาะสำนัก/หน่วยงานที่สอดคล้องกับทิศทางเป้าหมาย โครงสร้างองค์กร และสถานการณ์ขององค์กร</li> <li>2. จำนวนพนักงานที่ผ่านการพัฒนาตามแผนและหลักเกณฑ์ที่กำหนด</li> <li>3. จำนวนของ Platform การเรียนรู้ที่มีการเปลี่ยนแปลงให้สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงผู้เรียนรู้</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.จำนวนของพนักงานที่ผ่านการพัฒนาฯ มีความรู้ ความเข้าใจ และความสามารถสูงขึ้น</li> <li>2.จำนวนของพนักงานมี Multi Skills &amp; Transmedia Skills ที่รองรับกับภาระงานที่เปลี่ยนแปลง และการทำงานในยุคดิจิทัล</li> <li>3.จำนวนผู้บริหารที่มีศักยภาพในความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงและมีความสามารถในการบริหารงานและบริหารคนมากขึ้น</li> <li>4.จำนวนบุคลากร ส.ส.ท.ที่มีความพร้อมในการเติบโตก้าวหน้าในสายอาชีพ</li> <li>5.ผลประเมินความพึงพอใจในวิธีการทำงานร่วมกันที่ตอบสนองต่อการทำงานแบบ Cluster &amp; Business Unit</li> <li>6.ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากร ส.ส.ท. ที่มีต่อการพัฒนาบุคลากร</li> <li>7.จำนวนของบุคลากร ส.ส.ท. ที่มีภาวะกระตือรือร้นในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง</li> </ol>
----------------------	--	--	---	--

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
2. 63-H02 โครงการกิจกรรมสร้างสุขภายในองค์กร			องค์กรจะดำเนินกิจการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้เป็นอย่างดีนั้น ความเป็นอยู่ สิ่งแวดล้อม	1. เพื่อให้บุคลากรปฏิบัติงานอย่างมีความสุข	1. มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้บริหารและพนักงานได้เข้ามามีส่วนร่วมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน	1. บุคลากรมีความสุข มีสุขภาพกายและใจที่ดีและมีความพึงพอใจต่อองค์กร
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				



ทรัพยากรมนุษย์	5,000,000	- มกราคม – ธันวาคม 2563	และวัฒนธรรมองค์กร ตลอดจนความเป็นอยู่ของบุคลากร ล้วนเป็นส่วนประกอบที่สำคัญอย่างยิ่ง และการจะทำให้ความสุขเกิดขึ้นโดยทั่วกันได้นั้น ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจ ประสานกาย ใจ ร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสามัคคี ประองตอง และความไว้วางใจ เชื่อใจซึ่งกันและกัน ตลอดจนการมีส่วนร่วมและเป็นหูเป็นตาในเรื่องความเป็นอยู่ภายในองค์กร เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งความสุข สำนักทรัพยากรมนุษย์ จึงจัดทำโครงการ Happy Workplace เพื่อสนับสนุนให้แผนงานดังกล่าวสำเร็จลุล่วงอย่างมีประสิทธิภาพ	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. เพื่อเสริมสร้างสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดีในการทำงาน</li> <li>3. เพื่อบุคลากรได้รับการบริการที่ดีและเกิดความพึงพอใจสูงสุด</li> <li>4. สร้างแรงจูงใจให้บุคลากรมีพฤติกรรมที่พึงประสงค์</li> <li>5. เพื่อให้บุคลากรเกิดความรัก รักดีต่อองค์กร</li> <li>6. เพื่อให้ ส.ส.ท. เป็นองค์กรแห่งความสุข ภายในปี 2564</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. มีแผนงานสร้าง ส.ส.ท. ให้เป็นองค์กรแห่งความสุข</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. บุคลากรให้ความสนใจดูแลสุขภาพให้ดียิ่งขึ้นลดความเสี่ยงจากภาวะโรคร้ายต่าง ๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับพนักงาน มีสุขภาพใจที่ดีและสุขภาพกายแข็งแรง</li> <li>3. บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความรักองค์กร/มีสำนึกความเป็นเจ้าของ</li> <li>4. องค์กรร่วมกัน สถานที่ทำงานสภาพแวดล้อมน่าอยู่</li> <li>5. บุคลากรเข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มมากขึ้น ปัญหาความขัดแย้งและข้อร้องเรียนลดลง</li> <li>6. บุคลากรเข้าใจจริยธรรมเพิ่มมากขึ้น</li> <li>7. ความน่าเชื่อถือภาพลักษณ์องค์กรมีชื่อเสียงที่ดี</li> </ol>
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>				<b>KPI ผลผลิต</b>	<b>KPI ผลลัพธ์</b>	
กลุ่มเป้าหมายหลัก 1. ผู้บริหารและพนักงาน				<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กรตามแผน</li> <li>2. มีแผนงานสร้าง ส.ส.ท. ให้เป็นองค์กรแห่งความสุข</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ระดับความพึงพอใจของพนักงานที่เข้าร่วมกิจกรรม</li> <li>2. แผนงานสร้าง ส.ส.ท. ให้เป็นองค์กรแห่งความสุข ได้รับความเห็นชอบจากฝ่ายบริหาร และได้รับงบประมาณ</li> <li>3. สนับสนุนให้ดำเนินการตามแผนในปี 2563- ระดับความพึงพอใจของพนักงานที่เข้าร่วมกิจกรรม</li> <li>4. แผนงานสร้าง ส.ส.ท. ให้เป็นองค์กรแห่งความสุข ได้รับความเห็นชอบจากฝ่ายบริหาร และได้รับงบประมาณ</li> </ol>	

				5. สนับสนุนให้ดำเนินการตามแผนในปี 2563
--	--	--	--	--

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
3. 63-H02 โครงการ Career Development & Management			<p>การพัฒนาสายอาชีพ (Career Development) จะได้จัดทำเส้นทาง การพัฒนาบุคลากร (Development Roadmap) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือการ วางแผนการพัฒนาบุคลากรในแต่ละ ตำแหน่งให้มีศักยภาพ และขีด ความสามารถที่สอดคล้องกับสมรรถนะ และสายอาชีพตามตำแหน่งงานรวมทั้ง จะมีการวางแผนพัฒนาบุคลากรที่มี ศักยภาพสูง (Talent management) เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรได้มีโอกาสใช้ ศักยภาพสร้างความสำเร็จให้ตนเอง และองค์กร และเป็นการรักษาบุคลากร ที่มีศักยภาพสูงไว้กับองค์กรให้มากที่สุด และยาวนานที่สุด ตลอดจนดำเนินการ วางแผนการสืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan) เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากรที่จะเป็นผู้สืบทอด ตำแหน่งในระดับที่สูงขึ้น (Successor) เพื่อทดแทนตำแหน่งเดิมที่จะว่างลง</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อปรับปรุงเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) ให้สอดคล้องกับโครงสร้างระดับตำแหน่งและโครงสร้างองค์กรที่มีการปรับใหม่ตาม Business Model ของ ส.ส.ท.</li> <li>2. เพื่อทบทวน ปรับปรุงกลุ่มสายอาชีพ (Job Family) และ จัดทำสมรรถนะในสายงาน (Job Competency) เพิ่มเติมให้สอดคล้องกับภารกิจที่เปลี่ยนแปลงไปของ ส.ส.ท.</li> <li>3. เพื่อปรับปรุงหลักเกณฑ์การเลื่อนตำแหน่ง (Promotion) หลักเกณฑ์การโอนย้ายข้ามหน่วยงาน (Transfer) และหลักเกณฑ์การสับเปลี่ยนหมุนเวียนงานภายในหน่วยงาน (Rotation) ให้มีความชัดเจนและมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย</li> <li>4. เพื่อให้บุคลากร ส.ส.ท. มีความพร้อมในการเติบโตก้าวหน้าในสายอาชีพ</li> <li>5. เพื่อพัฒนาและรักษาบุคลากรที่มี ศักยภาพสูง (Talent) ให้อยู่กับองค์กรตลอดจนสร้างผู้นำรุ่นใหม่ และผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) ให้กับองค์กร</li> <li>6. เพื่อให้มีแผนเตรียมความพร้อมพัฒนาบุคลากรที่จะเป็นผู้สืบทอดตำแหน่งที่สูงขึ้น (Successor) และสนับสนุนการ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ระบบบริหารความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Management)</li> <li>2. งานการพัฒนาสายอาชีพ (Career Development)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผลลัพธ์ของงานบริหารความก้าวหน้าในสายอาชีพ <ul style="list-style-type: none"> <li>- พนักงานได้เติบโตก้าวหน้าตามระบบบริหารสายอาชีพ</li> <li>- พนักงานที่เลื่อนระดับตำแหน่งมีสมรรถนะที่สอดคล้องกับหน้าที่ความรับผิดชอบที่สูงขึ้น</li> </ul> </li> <li>2. ผลลัพธ์ของงานการพัฒนาสายอาชีพ (Career Development) <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีผู้สืบทอดตำแหน่ง (Successor) ตั้งแต่ระดับผู้จัดการฝ่ายขึ้นไป ได้รับการเตรียมความพร้อมในการเติบโต</li> <li>- องค์กรมีมาตรฐานในการพัฒนาและบริหารจัดการพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูง</li> <li>- มีการพัฒนาอย่างเป็นระบบ โดยสามารถนำแผนเส้นทางการพัฒนาบุคลากรมาเป็นเครื่องมือช่วยหัวหน้าในการเตรียมความพร้อมการพัฒนาความก้าวหน้าในสายอาชีพของพนักงานในระยะยาวได้</li> </ul> </li> </ol>
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
ทรัพยากรมนุษย์	2,000,000	มกราคม – ธันวาคม 2563				
กลุ่มเป้าหมาย						
กลุ่มเป้าหมายหลัก					<b>KPIผลผลิต</b>	<b>KPIผลลัพธ์</b>
1. สำนัก และบุคลากรของ ส.ส.ท. ทั้งหมด					<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ส.ส.ท. มีระบบการบริหารความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Management) ที่มีประสิทธิภาพ</li> <li>2. งานการพัฒนาสายอาชีพ (Career Development)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. งานบริหารความก้าวหน้าในสายอาชีพ</li> <li>2. งานการพัฒนาสายอาชีพ (Career Development)</li> </ol>

		บริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรให้มี ความพร้อมสำหรับการทดแทนตำแหน่ง เมื่อมีอัตราว่าง		
--	--	--	--	--

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์	
4. 63-H10 โครงการสื่อสารภายในองค์กร			การสื่อสารภายในเป็นส่วนสำคัญในการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจในนโยบายและข่าวสารภายในองค์กร รวมถึงเป็นส่วนเชื่อมความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรในองค์กร พร้อมส่งเสริมให้บุคลากรเกิดความภาคภูมิใจในการทำงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์กรในเชิงบวก ส่งผลให้เกิดความร่วมมือที่ดีต่อการดำเนินงานและกิจกรรมภายในองค์กร และการดำเนินงานบรรลุเป้าหมายขององค์กรที่วางไว้ร่วมกัน	1. เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์นโยบายและข่าวสารภายในองค์กร 2. เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และความภาคภูมิใจภายในองค์กร 3. เพื่อส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศที่ดีภายในองค์กร นำไปสู่การทำงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	1. รายการนกด่องรู้ ออกอากาศทางทีวี ภายใน และ Online ทาง Facebook: Thai PBS Family 2. ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์/ของที่ระลึก 3. พื้นที่ของการแลกเปลี่ยน “Sharing & Learning Space” 4. จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับพนักงานภายในองค์กร 5. จัดกิจกรรม “ดูรายการใหม่ก่อนใคร ที่ไทยพีบีเอส” 6. งานสนับสนุนหน่วยงานอื่น ๆ ภายในองค์กร	1. บุคลากรในองค์กรเกิดการรับรู้ในนโยบาย ข่าวสาร และกิจกรรมภายในต่าง ๆ อย่างทั่วถึง 2. บุคลากรมีความเข้าใจเป้าหมายองค์กรร่วมกัน 3. บุคลากรเกิดความภาคภูมิใจในผลงานและภารกิจสำคัญขององค์กร 4. เกิดความร่วมมืออันดีและความสามัคคีภายในองค์กร	
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา					KPI ผลผลิต
สื่อสารและภาคีสัมพันธ์	450,000	มกราคม – ธันวาคม 2563					
กลุ่มเป้าหมาย							
กลุ่มเป้าหมายหลัก 1. ผู้บริหารและพนักงานไทยพีบีเอส กลุ่มเป้าหมายรอง 2. บุคคลภายนอกที่เข้ามาติดต่อหรือใช้บริการสื่อสารณะ				1. จำนวนงานที่ดำเนินการได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของแผน และรายงานผลความก้าวหน้าในทุกไตรมาส 2. ค่าเฉลี่ยการรับรู้ และความเข้าใจของคนในองค์กรที่มีร่วมกันผ่านรายการนกด่องรู้ อยู่ในเกณฑ์ดี 3.51 - 4.50	1. ค่าเฉลี่ยการรับรู้ของพนักงานต่อประเด็นการสื่อสารนโยบายที่สำคัญขององค์กร อยู่ในเกณฑ์ดี 3.51 - 4.50 คะแนน 2. ค่าเฉลี่ยการรับรู้ของพนักงานต่อข่าวสารและกิจกรรมภายในองค์กร อยู่ในเกณฑ์ดี 3.51 - 4.50 คะแนน		

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
5. 63-H11 โครงการผลิตสื่อเพื่อสนับสนุนงานภายใน			งานในส่วนของสำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์ มีหลายส่วนงาน โดยแต่ละส่วนงาน มีความต้องการผลิตชิ้นงาน เพื่อสื่อสารทั้งกับสังคมภายนอก และภายในองค์กร ดังนั้นโครงการผลิตสื่อเพื่อสนับสนุนงานภายในสำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์ จึงเกิดขึ้นเพื่อตอบโจทย์ดังกล่าว	ผลิตสื่อเพื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสารตามยุทธศาสตร์ของฝ่ายต่าง ๆ ในสำนักเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรในสายตาสังคมภายนอก เพื่อสร้างความเข้าใจในการทำงาน และสถานการณ์ความเป็นไปกับคนภายใน	ผลิตชิ้นงานได้ในปริมาณตามเป้าหมายของฝ่ายต่าง ๆ ในสำนักที่ต้องการตามระยะเวลาที่กำหนด	1. ชิ้นงานที่ถูกผลิตขึ้นถูกนำไปใช้ตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของฝ่ายต่าง ๆ 2. ชิ้นงานสามารถสื่อสารกับคนภายในองค์กรให้เข้าใจถึงความเคลื่อนไหวและภารกิจขององค์กร
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา			KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์
สื่อสารและภาคีสัมพันธ์	1,000,000	มกราคม – ธันวาคม 2563			ฝ่ายต่าง ๆ ในสำนัก มีความพึงพอใจในงานที่ผลิตขึ้นโดยมีตัวชี้วัดเชิงตัวเลขคือ ปริมาณความพึงพอใจและระยะเวลาที่กำหนดในการผลิตงาน	งานที่ผลิตถูกนำไปใช้งาน
กลุ่มเป้าหมาย						
กลุ่มเป้าหมายหลัก 1. ฝ่ายต่าง ๆ ในสำนักฯ ที่ใช้บริการ การผลิตชิ้นงาน / user ผู้ใช้ผลงาน กลุ่มเป้าหมายรอง 2. ผู้ที่ได้รับชมชิ้นงาน						

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
6. 63-H12 โครงการพัฒนาห้องสมุดสื่อสารสาธารณะไทยพีบีเอส			ปัจจุบัน ส.ส.ท. ได้แบ่งระบบฐานข้อมูล ส.ส.ท. ออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ 1. ฐานข้อมูลด้านบริหาร 2. ฐานข้อมูลด้านข่าวและรายการ และ 3. ฐานข้อมูลเพื่อบริการวิชาการและวิชาชีพ การพัฒนาฐานข้อมูลของ ส.ส.ท. ในปี 2563 จะทำงานบนพื้นฐานของ Data-DRIVEN Culture มีระบบบริหารจัดการข้อมูลให้เป็นมาตรฐาน และสร้างนวัตกรรมการเปิดเผยข้อมูลสู่ภายนอกให้ประชาชนทุกภาคส่วนได้ใช้งานระบบฐานข้อมูล ส.ส.ท. และมีส่วนร่วมในการประเมินผลรายการและให้	1. เพื่อพัฒนาห้องสมุดสื่อสารสาธารณะไทยพีบีเอสให้เป็นแหล่งข้อมูลที่สามารถสนับสนุนการผลิตข่าวและรายการ และการปฏิบัติงานของพนักงาน ด้วยทรัพยากรสารสนเทศ 3 ประเภท คือ (1) วัสดุตีพิมพ์ (2) วัสดุไม่ตีพิมพ์ (3) ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ 2. เพื่อรวบรวมและจัดทำทรัพยากรสารสนเทศให้เป็นระบบมีมาตรฐานตามหลักสากล สามารถสืบค้น เข้าถึงได้ง่าย รองรับการใช้งานและ	ทรัพยากรสารสนเทศ 3 ประเภท คือ (1) วัสดุตีพิมพ์ (2) วัสดุไม่ตีพิมพ์ (3) ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ที่สนับสนุนการผลิตข่าวและรายการ และการปฏิบัติงานของพนักงาน	1. มีทรัพยากรสารสนเทศ 3 ประเภท คือ (1) วัสดุตีพิมพ์ (2) วัสดุไม่ตีพิมพ์ (3) ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ที่สนับสนุนการผลิตข่าวและรายการ และการปฏิบัติงานของพนักงาน หรือสนองต่อความต้องการของพนักงาน 2. มีจำนวนผู้ใช้บริการของห้องสมุดฯ เช่น การยืม – คืนหนังสือ การใช้พื้นที่อ่านหนังสือหรือนั่งทำงาน การใช้บริการคอมพิวเตอร์เพื่อการสืบค้นการใช้ห้องบันทึกเสียงเพื่อคนตาบอดฯ
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา			KPI ผลผลิต	KPI ผลลัพธ์
สถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ	7,760,000	มกราคม - ธันวาคม 2563				
กลุ่มเป้าหมาย						

<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บุคลากรของ ส.ส.ท.</li> </ul> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ประชาชน หน่วยงานเครือข่าย</li> </ul>	<p>ข้อเสนอแนะ เพื่อภายในปี 2564 ส.ส.ท. จะเป็นพื้นที่การเรียนรู้สำหรับทุกคน (Learning Space for All)</p>	<p>ตอบสนองความต้องการต่อความต้องการให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ</p> <p>3. เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงข้อมูลในลักษณะบูรณาการ สามารถจัดการทรัพยากรสารสนเทศ และให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมให้มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สัดส่วนทรัพยากรสารสนเทศ 3 ประเภท คือ (1) วัสดุตีพิมพ์ (2) วัสดุไมตีพิมพ์ (3) ฐานข้อมูล อิเล็กทรอนิกส์ ตามมาตรฐานห้องสมุดเฉพาะ</li> <li>2. จำนวนผู้ใช้บริการของห้องสมุด</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สัดส่วนทรัพยากรสารสนเทศ 3 ประเภท คือ (1) วัสดุตีพิมพ์ (2) วัสดุไมตีพิมพ์ (3) ฐานข้อมูล อิเล็กทรอนิกส์ ตามมาตรฐานห้องสมุดเฉพาะ 80 : 20 โดยเป็นทรัพยากรฯ ประเภทสื่อสาธารณะ หรือที่เกี่ยวข้องการผลิตข่าวและรายการ และการปฏิบัติงานของพนักงาน ร้อยละ 80 ทรัพยากรฯ นันทนาการ ร้อยละ 20</li> <li>2. มีผู้ใช้บริการของห้องสมุดมากยิ่งขึ้น</li> </ol>
--	---	---	---	---

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์		
<b>7. 63-H04 โครงการ Strengthen HRMS</b>			<p>การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสื่อสาร ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม การรับสื่อของประชาชนและทำให้ภูมิทัศน์สื่อเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ส.ส.ท. จึงได้ปรับทิศทางและแนวทางการดำเนินงาน (Business Model) ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับสื่อ และเพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านที่สำคัญนี้ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของ ส.ส.ท. จึงต้องปรับตัวและพัฒนา ระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องและสนับสนุนการขับเคลื่อนความสำเร็จขององค์กร โดยให้ความสำคัญกับการนำเครื่องมือและเทคโนโลยีการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่เข้ามาเสริมความเข้มแข็งของระบบ ปรับปรุงและพัฒนา ระบบงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อพัฒนาระบบการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์มีประสิทธิภาพ</li> <li>2. เพื่อพัฒนาเครื่องมือด้านบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นกลไก สำคัญในการขับเคลื่อนเป้าหมาย และการเปลี่ยนแปลงองค์กร</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. งานปรับปรุงและจัดทำ Job Function (JF) /Job Description (JD) /Job Specification (JS) และ Job Evaluation (JE) ให้ สอดคล้องกับภารกิจขององค์กร</li> <li>2. งานปรับปรุงการบริหารอัตรากำลัง ให้มีประสิทธิภาพตามนโยบายของ ส.ส.ท.</li> <li>3. งานพัฒนาระบบการบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management System: PMS)</li> <li>4. งานพัฒนาระบบสารสนเทศด้าน ทรัพยากรบุคคล (Human Resource Information System: HRIS)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. งานปรับปรุงและจัดทำ Job Function (JF) /Job Description (JD) /Job Specification (JS) และ Job Evaluation (JE) ให้ สอดคล้องกับภารกิจขององค์กร</li> <li>2. งานปรับปรุงการบริหารอัตรากำลัง ให้มีประสิทธิภาพตามนโยบายของ ส.ส.ท.</li> <li>3. งานพัฒนาระบบการบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management System: PMS)</li> <li>4. งานพัฒนาระบบสารสนเทศด้าน ทรัพยากรบุคคล</li> </ol>		
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา					<b>KPI ผลผลิต</b>	<b>KPI ผลลัพธ์</b>
ทรัพยากรมนุษย์	2,000,000	พ.ศ.2563						
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>								

<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <p>1. สำนัก และบุคลากรของ ส.ส.ท. ทั้งหมด</p>			<p>1. งานปรับปรุงและจัดทำ Job Function (JF) /Job Description (JD) /Job Specification (JS) และ Job Evaluation (JE) ให้เป็นปัจจุบัน</p> <p>2. งานปรับปรุงการบริหารอัตรากำลังให้มีประสิทธิภาพตามนโยบายของ ส.ส.ท.</p> <p>3. งานพัฒนาระบบการบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management System: PMS)</p> <p>4. งานพัฒนาระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคล</p>	<p>1. งานปรับปรุงและจัดทำ Job Function (JF) /Job Description (JD) /Job Specification (JS) และ Job Evaluation (JE) ให้เป็นปัจจุบัน</p> <p>2. งานปรับปรุงการบริหารอัตรากำลังให้มีประสิทธิภาพตามนโยบายของ ส.ส.ท.</p> <p>3. งานพัฒนาระบบการบริหารผลการปฏิบัติงานงาน (Performance Management System: PMS)</p> <p>4. งานพัฒนาระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคล (Human Resource Information System: HRIS)</p>
---	--	--	---	--

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
8. 63-H05 โครงการสร้างพัฒนาสื่อและช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร			<p>องค์กรจะดำเนินกิจการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้เป็นอย่างดีนั้น ความเป็นอยู่ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมองค์กร ตลอดจนความเป็นอยู่ของบุคลากร ล้วนเป็นส่วนประกอบที่สำคัญอย่างยิ่ง และการจะให้ความสุขเกิดขึ้นโดยทั่วกันได้นั้น ต้องอาศัยความร่วมมือ ร่วมใจ ประสานกาย ใจ ร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสามัคคี ประองตอง และความไว้นื้อเชื่อซึ่งกันและกัน ตลอดจนการมีส่วนร่วมและเป็นหูเป็นตาในเรื่องความเป็นอยู่ภายในองค์กร เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งความสุข สำนักฯ ได้ดำเนินกิจกรรมสัมพันธ์กับพนักงานมาตลอดทั้งปี เพื่อสนับสนุนให้พนักงานให้เกิดการมีส่วนร่วม</p>	<p>1. เพื่อให้บุคลากรปฏิบัติงานอย่างมีความสุข</p> <p>2. เพื่อเสริมสร้างสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดีในการทำงาน</p> <p>3. เพื่อบุคลากรได้รับการบริการที่ดี และเกิดความพึงพอใจสูงสุด</p> <p>4. สร้างแรงจูงใจให้บุคลากรมีพฤติกรรมที่พึงประสงค์</p> <p>5. เพื่อให้บุคลากรเกิดความรัก รักดีต่อองค์กร</p> <p>6. เพื่อให้ ส.ส.ท. เป็นองค์กรแห่งความสุขภายในปี 2564</p>	<p>1. มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้บริหารและพนักงานได้เข้ามามีส่วนร่วมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน</p> <p>2. มีแผนงานสร้าง ส.ส.ท. ให้เป็นองค์กรแห่งความสุข</p> <p>3. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับกิจกรรมภายในองค์กร</p>	<p>1. บุคลากรมีความสุข มีสุขภาพกายและใจที่ดีและพึงพอใจต่อองค์กร</p> <p>2. บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความรักองค์กรและมีสำนึกของความเป็นเจ้าขององค์กรร่วมกัน สถานที่ทำงาน สภาพแวดล้อมน่าอยู่</p> <p>3. บุคลากรเข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มมากขึ้น ปัญหาความขัดแย้งและข้อร้องเรียนลดลง</p> <p>4. บุคลากรเข้าใจในจริยธรรมเพิ่มมากขึ้น</p> <p>5. ความน่าเชื่อถือของภาพลักษณ์องค์กรมีชื่อเสียงดี</p>
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
ทรัพยากรมนุษย์	300,000					

กลุ่มเป้าหมาย	ร่วม และมีการสื่อสารแลกเปลี่ยนอย่างสร้างสรรค์ซึ่งกันและกันภายในองค์กร สำนักทรัพยากรมนุษย์ จึงจัดทำโครงการพัฒนาการสื่อสารงานกิจกรรมสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนและเปิดช่องทางการสื่อสารกันอย่างสร้างสรรค์และเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมให้พนักงานเข้าถึงได้มากยิ่งขึ้น ให้แผนงานดังกล่าวสำเร็จลุล่วงอย่างมีประสิทธิภาพ		KPI ผลผลิต	KPI ผลลัพธ์
กลุ่มเป้าหมายหลัก 1. ผู้บริหารและพนักงาน			1. มีกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กรตามแผน 2. มีแผนงานสร้าง ส.ส.ท.ให้เป็นองค์กรแห่งความสุข 3. มีช่องทางสื่อสารที่เหมาะสม เช่น ผ่าน Facebook page (HR) /Facebook Group (HR)	1. ร้อยละของบุคลากรได้รับข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรมนุษย์อย่างครอบคลุม และต่อเนื่องผ่านช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

ชื่อโครงการ	หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์						
<b>9. 63-H06 โครงการจัดหาอุปกรณ์ต่ำกว่าเกณฑ์รองรับการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท.</b>	ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบทางด้านสารสนเทศของ ส.ส.ท. สนับสนุนอุปกรณ์สารสนเทศในการปฏิบัติงานทุกกิจกรรม ซึ่งมีเป้าหมายเพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพทั้งบุคลากรและการปฏิบัติงาน	1. เพื่อสนับสนุนอุปกรณ์ต่ำกว่าเกณฑ์ด้านสารสนเทศทุกหน่วยงานในองค์กร ให้สามารถปฏิบัติงานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ 2. เพื่อรองรับการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. มีความสะดวก รวดเร็ว ทันสมัย 3. สนับสนุนงานบริการด้านสารสนเทศให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น	ตอบสนองงานบริการด้านสารสนเทศต่าง ๆ ให้เป็นไปตามความประสงค์	สามารถรองรับการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. มีความสะดวก รวดเร็ว หลากหลาย ทั้งถึงแตกต่าง						
<table border="1"> <tr> <th>สำนัก</th> <th>งบประมาณ</th> <th>ระยะเวลา</th> </tr> <tr> <td>บริหาร</td> <td>840,000</td> <td>มกราคม – ธันวาคม 2563</td> </tr> </table>			สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา	บริหาร	840,000	มกราคม – ธันวาคม 2563	<b>KPI ผลผลิต</b>	<b>KPI ผลลัพธ์</b>
สำนัก			งบประมาณ	ระยะเวลา						
บริหาร	840,000	มกราคม – ธันวาคม 2563								
กลุ่มเป้าหมายหลัก 1. ทุกหน่วยงานทั้งส่วนกลางและภูมิภาค	80:100% (สนับสนุนตามความเหมาะสม ความจำเป็นในการใช้งาน อยู่ภายใต้งบประมาณที่ได้รับจัดสรร และอุปกรณ์ที่จัดหา มีคุณภาพและราคาเหมาะสม)	80:100% (สนับสนุนตามความเหมาะสม ความจำเป็นในการใช้งาน อยู่ภายใต้งบประมาณที่ได้รับจัดสรร และสร้างความพึงพอใจการให้บริการงานด้านสารสนเทศ)								

ชื่อโครงการ	หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
<b>10. 63-H07 โครงการพัฒนาระบบ ERP เฟส 2</b>	เพื่อปรับปรุงและพัฒนาต่อยอดระบบ ERP ให้มีประสิทธิภาพและสามารถเชื่อมโยงการ		1. พัฒนาการทำงานของระบบ Stock รายการที่วีได้รวดเร็วและถูกต้อง	1. การทำงานของระบบที่รวดเร็ว ถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ
<table border="1"> <tr> <th>สำนัก</th> <th>งบประมาณ</th> <th>ระยะเวลา</th> </tr> </table>				
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา		

บริหาร	300,000	มีนาคม – ธันวาคม 63	ทำงานกับระบบอื่นเพื่อให้การทำงานเกิดประสิทธิผลสูงสุด และสอดคล้องกับนโยบายการบริหาร	<ol style="list-style-type: none"> <li>เพื่อให้ระบบ ERP เข้าถึงการปฏิบัติงานของผู้ใช้งานและสอดคล้องกับการปฏิบัติงาน</li> <li>ปรับปรุงและพัฒนาระบบ ERP ให้สอดคล้องกับการใช้งานจริง</li> <li>เพื่อต่อสัญญาค่าลิขสิทธิ์โปรแกรมประจำปี</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>พัฒนาต่อยอดการกระบวนกรทำงานเพื่อเชื่อมโยงกับระบบอื่น</li> <li>ปรับปรุงและแก้ไขในส่วนที่มีข้อบกพร่อง/ล่าช้า ให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>เชื่อมโยงกับการทำงานในระบบอื่น ๆ ภายใน ส.ส.ท. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ</li> </ol>
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>					<b>KPI ผลผลิต</b>	<b>KPI ผลลัพธ์</b>
กลุ่มเป้าหมายหลัก - พนักงานผู้ใช้งานระบบ ERP					ระดับความสำเร็จในการพัฒนาระบบใน Solution ต่าง ๆ	<ol style="list-style-type: none"> <li>มีการใช้งานได้จริงและเกิดประสิทธิผล</li> <li>ประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของ ส.ส.ท. ดีขึ้น</li> </ol>

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
11. 63-H08 โครงการสนับสนุนอุปกรณ์สำหรับการผลิตงานส่วนกลางและภูมิภาค			ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นผู้ดูแลและสนับสนุนเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ด้านสารสนเทศต่าง ๆ ของ ส.ส.ท. ตามวัตถุประสงค์และภารกิจของทุกหน่วยงาน เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ทันทุกสถานการณ์	<ol style="list-style-type: none"> <li>เพื่อสนับสนุนภารกิจของทุกหน่วยงานตามที่แจ้งความประสงค์มา</li> <li>เพื่อรองรับการปฏิบัติงานขององค์การให้ เป็นไปอย่างต่อเนื่อง</li> <li>เพื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่ทันสมัย</li> <li>รองรับการปฏิบัติงานของพนักงานแบบทุกที่ ทุกเวลา</li> </ol>	สนับสนุนอุปกรณ์ตามที่หน่วยงานแจ้งความประสงค์มาตามความเหมาะสม	พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่อง และเพิ่มผลผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
บริหาร	2,800,000	ม.ค. 63 – ธ.ค. 63				
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>					<b>KPI ผลผลิต</b>	<b>KPI ผลลัพธ์</b>
กลุ่มเป้าหมายหลัก 1. ทุกหน่วยงานทั้งส่วนกลางและภูมิภาค กลุ่มเป้าหมายรอง 2. พนักงาน ส.ส.ท.					80:100% (สนับสนุนตามความเหมาะสม ความจำเป็นในการใช้งาน และอยู่ภายใต้งบประมาณที่ได้รับจัดสรร)	80:100% (สนับสนุนตามความเหมาะสม ความจำเป็นในการใช้งาน และอยู่ภายใต้งบประมาณที่ได้รับจัดสรร)

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
12. 63-H09 โครงการบริหารจัดการศูนย์การเงิน			ศูนย์การเงินมีหน้าที่ดำเนินการจัดทำเพื่อให้ตัวเลขในงบการเงินสามารถสะท้อนฐานะการเงินและผลการดำเนินงานได้เป็นมาตรฐานเดียวกันกับมาตรฐานบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ รองรับการใช้งานผู้บริหาร	ให้มีงบการเงินที่แสดงผลการดำเนินงานของกิจการที่มีความน่าเชื่อถือ และการแสดงข้อมูลการเงินและงบประมาณเพื่อใช้สนับสนุนหน่วยงานต่าง ๆ ให้มีงบการเงินที่แสดงผลการดำเนินงานของกิจการที่มีความ	<ol style="list-style-type: none"> <li>งบการเงินตามมาตรฐานที่กำหนดและรายงานทางการเงินทุก 6 เดือน เผยแพร่ต่อสาธารณชนได้</li> <li>ข้อมูลทางการเงินและการงบประมาณรวมถึงข้อมูลอื่น ๆ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ความน่าเชื่อถือในรายงานการเงินของ ส.ส.ท. ต่อผู้มีส่วนได้เสียที่เพิ่มขึ้น</li> <li>ผู้บริหารสามารถนำไปใช้ในการบริหารและจัดการ</li> </ol>
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
ศูนย์การเงิน	3,555,000	มกราคม – ธันวาคม 2563				



			จัดการแบบมีธรรมาภิบาลตามพระราช กฤษฎีกาการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546	นำเชื่อถือ และการแสดงข้อมูลการเงินและ งบประมาณเพื่อใช้สนับสนุนหน่วยงานต่าง ๆ และติดตามให้บรรลุวัตถุประสงค์ของ องค์กร	สนับสนุนหน่วยงานต่าง ๆ ภายใน องค์กร	ภายในองค์กรอย่างเกิด ประโยชน์
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>					<b>KPI ผลผลิต</b>	<b>KPI ผลลัพธ์</b>
กลุ่มเป้าหมายหลัก ผู้บริหาร และผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ					1. มีงบการเงินตามมาตรฐานที่ กำหนด และรายงานทางการเงิน ทุก 6 เดือนที่เพื่อเผยแพร่ 2. มีการบริหารเงินเพื่อให้เกิด ประโยชน์สูงสุด 3. มีการบริหารงานงบประมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลใช้สนับสนุน หน่วยงานต่าง ๆ ภายในองค์กร	1. ความน่าเชื่อถือของ ส.ส.ท. 2. ส.ส.ท.ได้รับการยอมรับว่า เป็นหน่วยงานที่มีธรรมาภิ บาล ถูกต้องโปร่งใส ตรวจสอบได้

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
<b>13. 63-H17 โครงการดำเนินการตามแผนการตรวจสอบ ประจำปี</b>			ภารกิจตรวจสอบภายใน ซึ่ง พรบ. องค์กรฯ พ.ศ. 2551 (มาตรา 48) กำหนดให้ มีการตรวจสอบภายใน โดยเป็นการ ปฏิบัติงานการตรวจสอบ และให้คำปรึกษา อย่างเที่ยงธรรมและเป็นอิสระ เพื่อเพิ่มคุณค่า และปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กร ช่วย ให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ด้วยการ ประเมินและปรับปรุงประสิทธิภาพของ กระบวนการบริหารความเสี่ยง การควบคุม และการกำกับดูแลอย่างเป็นระบบ	เพื่อให้บริการต่อฝ่ายบริหาร และหน่วยรับ ตรวจ ในการให้ความเชื่อมั่นและคำปรึกษา อย่างเป็นอิสระ และเที่ยงธรรม รวมทั้ง สนับสนุนการปฏิบัติงานของคณะกรรมการ ตรวจสอบ โดยเสนอแนะวิธีหรือมาตรการ ควบคุมภายใน และการบริหารความเสี่ยงที่มี ประสิทธิภาพ เพื่อปรับปรุงการปฏิบัติงาน ขององค์กร ให้บรรลุเป้าหมายและ วัตถุประสงค์ที่กำหนด	รายงานผลการตรวจสอบตามแผนการ ตรวจสอบ ประจำปี 2563	องค์กรได้พัฒนาและปรับปรุง ระบบการควบคุมภายใน และ การบริหารความเสี่ยงที่มี ประสิทธิภาพ ให้บรรลุเป้าหมายและ วัตถุประสงค์ที่กำหนด
<b>สำนัก</b>	<b>งบประมาณ</b>	<b>ระยะเวลา</b>			<b>KPI ผลผลิต</b>	<b>KPI ผลลัพธ์</b>
ตรวจสอบภายใน	392,100	1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2563			ดำเนินการและรายงานผลการ ตรวจสอบตามแผนการตรวจสอบ ประจำปี ร้อยละ 100	จำนวนข้อเสนอนำตามรายงาน การตรวจสอบได้รับการยอมรับ และปฏิบัติจากหน่วยรับตรวจ ร้อยละ 80
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>						
กลุ่มเป้าหมายหลัก 1. หน่วยงานหรือกิจกรรม ของผู้รับการตรวจสอบ ตาม แผนการตรวจสอบ ประจำปี						

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
<b>14. 63-H14 โครงการจัดทำแผนบริหารกิจการปี 2564</b>			การจัดทำแผนบริหารกิจการปี 2564 ของ ส.ส.ท. เป็นไปตามภารกิจที่ พ.ร.บ. จัดตั้ง	1. เพื่อให้มีแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. และแผนงบประมาณ ปี 2564 เป็น	1. แผนบริหารกิจการประจำปี 2564 ของ ส.ส.ท.	ดำเนินงานบรรลุผลได้ตามกรอบ ยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้

สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา	องค์การฯ มาตรา 29 (3) และเป็นการทบทวนสภาพแวดล้อมและปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของ ส.ส.ท. ในปี 2563 เพื่อให้ทุกส่วนมีกรอบแนวทางและเครื่องมือดำเนินงานร่วมกัน ให้องค์การสามารถบรรลุตามวิสัยทัศน์ พันธกิจและเป้าหมายที่กำหนด รวมถึงมีกระบวนการทบทวนแผนบริหารกิจการและตัวชี้วัดผลสำเร็จ ให้สอดคล้องกับการปรับงบประมาณกลางปี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายตามแผนบริหารกิจการ	กรอบแนวทางและเครื่องมือในการดำเนินงานร่วมกันภายในองค์กร ร่วมขับเคลื่อนเป้าหมายและยุทธศาสตร์ให้เป็นไปตามแผนบริหารกิจการ	2. ตัวชี้วัดผลสำเร็จของโครงการ ปี 2564 และรายงานการประเมินผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดองค์กร		
สำนักงานผู้อำนวยการ ส.ส.ท.	335,384	มกราคม – ธันวาคม 2563	งบประมาณกลางปี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายตามแผนบริหารกิจการ	2. เพื่อจัดทำตัวชี้วัดระดับองค์กร ปี 2564 และรวบรวมข้อมูลผลการดำเนินงานตัวชี้วัดเสนอต่อกรรมการบริหารและกรรมการนโยบาย	3. กระบวนการทบทวนแผนงานโครงการ และงบประมาณกลางปี		
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>					<b>KPI ผลผลิต</b>	<b>KPI ผลลัพธ์</b>	
กลุ่มเป้าหมายหลัก				3. เพื่อปรับปรุงแผนงานโครงการและแผนงบประมาณให้มีประสิทธิภาพผ่านกระบวนการทบทวนงบประมาณกลางปี	4. รายงานผลการดำเนินงานระยะ 3 เดือน เสนอต่อกรรมการ	1. แผนบริหารกิจการประจำปี 2564 ได้รับความเห็นชอบจาก กนย. ภายในเดือนตุลาคม 2563	ระดับความสำเร็จในการบรรลุตัวชี้วัดผลสำเร็จ ของ ส.ส.ท. (ไม่น้อยกว่า 85%)
1. กรรมการนโยบาย				4. เพื่อจัดทำรายงานผลการดำเนินงานระยะ 3 เดือน เสนอต่อกรรมการนโยบาย	2. ตัวชี้วัดองค์กรปี 2564 ได้รับความเห็นชอบและประกาศใช้ภายในเดือนมีนาคม 2564 และจัดรายงานการประเมินผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดองค์กรภายในเดือนพฤศจิกายน 2564	3. ทบทวนแผนงานโครงการ และงบประมาณกลางปี ภายในเดือนมิถุนายน 2564	
2. กรรมการบริหาร						4. รายงานผลการดำเนินงานระยะ 3 เดือน เสนอต่อ กนย. ตามกำหนดเวลา ภายในสัปดาห์ที่ 2-3 ของเดือนถัดไปหลังสิ้นไตรมาส	
3. ทุกส่วนงานใน ส.ส.ท.							

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
15. 63-H15 โครงการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี 2562			ตาม พ.ร.บ. ส.ส.ท. 2551 มาตรา 52 กำหนดให้ ส.ส.ท.จัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี 2562 เพื่อเป็นการตรวจสอบควบคุมคุณภาพ ประสิทธิภาพและแสดงถึงความเป็นกลางขององค์การ เสนอต่อ คณะรัฐมนตรี สมาชิกผู้แทนราษฎร และวุฒิสภา ภายในหกเดือนนับตั้งแต่สิ้นปีบัญชี	เพื่อจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี 2562 ตามมาตรา 52 แห่ง พ.ร.บ. ส.ส.ท. พ.ศ. 2551 ได้กำหนดไว้	1. รายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี 2562 ของ ส.ส.ท. ที่มีเนื้อหาตามมาตรา 52 แห่ง พ.ร.บ. ส.ส.ท. ดังนี้ (1) ผลงานขององค์การในปีที่ผ่านมา เมื่อเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ (2) โครงการแผนงาน และแผนงบประมาณสำหรับปีถัดไป (3) ผังรายการในปีที่ผ่านมา และแผนการที่จะเปลี่ยนแปลงผังรายการสำหรับปีถัดไป (4) งบการเงินและรายงานการเงินของผู้สอบบัญชี รายงานการตรวจสอบภายในและรายงานของคณะกรรมการประเมินผล (5) ข้อมูลนิติบุคคลที่องค์การเป็นเจ้าของหรือถือหุ้นโดยตรงหรือโดยอ้อม และข้อมูลของบุคคลที่องค์การเข้าร่วมกิจการหรือลงทุนร่วม (6) ความคิดเห็นที่ได้รับจากสมาชิกผู้ชมและผู้ฟังรายการตามมาตรา 45 และจากประชาชนทั่วไปและการปรับปรุงที่ดำเนินการตามความคิดเห็นที่ได้รับ (7) ข้อมูลร้องเรียนจากผู้ชมและผู้ฟังรายการ และผลและวิธีการการแก้ไขตามที่ พ.ร.บ. ส.ส.ท. กำหนดไว้	ส.ส.ท. ได้รับความเชื่อถือจาก คณะรัฐมนตรี สมาชิกผู้แทนราษฎร และวุฒิสภา หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสาธารณะได้รับทราบผลการปฏิบัติงานประจำปี 2562 ของ ส.ส.ท. ผ่านรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
สำนักงานผู้อำนวยการ ส.ส.ท.	550,000	มกราคม – กันยายน 2563				
กลุ่มเป้าหมาย					KPI ผลผลิต	KPI ผลลัพธ์

<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <p>1. นายกรัฐมนตรี คณะรัฐมนตรี รัฐสภา</p> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <p>1. สาธารณชนทั่วไป</p>			<p>1. รายงานผลการปฏิบัติงาน ประจำปี 2562 ที่มีเนื้อหา สมบูรณ์ 8 เรื่องตาม พ.ร.บ. ส.ส.ท. และสามารถส่ง รัฐสภา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใน เดือนมิถุนายน 2563</p> <p>2. รายงานผลการปฏิบัติงาน ประจำปี 2562 ที่มีเนื้อหา สมบูรณ์ 8 เรื่องตาม พ.ร.บ. ส.ส.ท. และสามารถส่ง รัฐสภา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใน เดือนมิถุนายน 2563</p>	<p>รัฐสภารับทราบรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี 2562 โดยไม่มีข้อคัดค้าน</p>
---	--	--	---	--

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
<p>16. 63-H16 โครงการบริหารความเสี่ยง และสร้างเสริมธรรมาภิบาลองค์การ</p>			<p>ส.ส.ท. เป็นองค์กรที่ต้องรับผิดชอบต่อสาธารณะทั้งในฐานะที่เป็นหน่วยงานรัฐที่ดำเนินงานด้วยรายได้จากภาษีอากร และในฐานะสื่อสาธารณะที่จะต้องเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเที่ยงตรง และมีสาระประโยชน์ที่สะท้อนคุณค่าต่อประชาชน ขณะเดียวกันก็ต้องมีการดำเนินงานแข่งขันกับสื่ออื่น ๆ ในอุตสาหกรรมสื่อด้วยกัน จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการที่มีธรรมาภิบาล การบริหารความเสี่ยง และการควบคุมภายในของ ส.ส.ท. ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตามหลักการบริหารความเสี่ยงของมาตรฐานสากล COSO Enterprise</p>	<p>1. เพื่อให้ ส.ส.ท. มีระบบการควบคุมภายในที่ดี และการดำเนินงานบริหารความเสี่ยงเป็นไปด้วยความเรียบร้อย มีประสิทธิภาพ สามารถควบคุม และลดผลกระทบจากความเสี่ยงได้</p> <p>2. เพื่อให้การดำเนินงานของ ส.ส.ท. เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างครบถ้วน</p>	<p>1. ทะเบียนความเสี่ยง และแผนการควบคุมความเสี่ยงพร้อมตัวชี้วัดความสำเร็จ</p> <p>2. มีการปรับปรุงการควบคุมภายใน</p> <p>3. มีการประเมินระดับธรรมาภิบาล และการจัดทำแผนสร้างเสริมธรรมาภิบาล ส.ส.ท.</p> <p>4. มีผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ</p>	<p>1. ส.ส.ท. สามารถลดความเสี่ยงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้</p> <p>2. ความเสี่ยงขององค์การจะได้รับการจัดการอย่างเหมาะสม มีประสิทธิภาพ และทันเวลา</p> <p>3. ส.ส.ท. มีการบริหารจัดการที่มีธรรมาภิบาลและมีการกำกับดูแลกิจการที่ดีในสถานะหน่วยงานของรัฐ</p> <p>4. สามารถสร้างข้อได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ให้กับองค์การ</p>
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
สำนักงานผู้อำนวยการ ส.ส.ท.	1,281,000	1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2563				
กลุ่มเป้าหมาย					KPI ผลผลิต	KPI ผลลัพธ์

<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ทุกส่วนงานของ ส.ส.ท.</li> </ul>	<p>Risk Management (COSO ERM), ISO31000 และมาตรการและหลักเกณฑ์ปฏิบัติการควบคุมภายในสำหรับหน่วยงานของรัฐ นำไปสู่การกำกับดูแลกิจการที่ดี ในฐานะหน่วยงานของรัฐ</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทะเบียนความเสี่ยงและแผนการบริหารความเสี่ยงที่ได้รับความเห็นชอบจาก กนย.</li> <li>- มีการติดตามผลการบริหารความเสี่ยงและการปรับปรุงการควบคุมภายในตามระยะเวลาที่กำหนด</li> <li>- มีผลการประเมินระดับธรรมาภิบาลและแผนสร้างเสริมธรรมาภิบาล ส.ส.ท.</li> <li>- มีผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การบรรลุได้ตามเป้าหมายของแผนบริหารกิจการขององค์กร</li> <li>- หน่วยงานภายในมีความรู้ความเข้าใจ สามารถนำการบริหารความเสี่ยงไปใช้ในการดำเนินงานให้บรรลุได้ตามเป้าหมาย</li> <li>- ผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐที่อยู่ในเกณฑ์คะแนน 85 ระดับ A</li> <li>- ส.ส.ท.ได้รับการรับรองว่าเป็นหน่วยงานที่มีธรรมาภิบาลในการดำเนินงาน ครอบคลุมทุกด้าน ภายในปี 2564</li> </ul>
---	---	--	---	--

ชื่อโครงการ	หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์						
<p><b>17. 63-H13 โครงการประเมินความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อผลผลิต และผลการดำเนินงานของ ส.ส.ท.</b></p> <table border="1" data-bbox="73 976 590 1149"> <tr> <th data-bbox="73 976 239 1016">สำนัก</th> <th data-bbox="239 976 432 1016">งบประมาณ</th> <th data-bbox="432 976 590 1016">ระยะเวลา</th> </tr> <tr> <td data-bbox="73 1016 239 1149">สถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ</td> <td data-bbox="239 1016 432 1149">3,100,000</td> <td data-bbox="432 1016 590 1149">มกราคม 2563 - เมษายน 2564</td> </tr> </table>	สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา	สถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ	3,100,000	มกราคม 2563 - เมษายน 2564	<p>คณะกรรมการนโยบายได้กำหนดนโยบายด้านการประเมินผล สรรหาคณะกรรมการประเมินผล เพื่อทำหน้าที่ประเมินผลการดำเนินงานของ ส.ส.ท. และมอบหมายให้สถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะเป็นผู้ดำเนินการประสานงานโครงการ เพื่อให้การประเมินผลองค์การฯ เป็นไปตามเจตนารมณ์และวัตถุประสงค์แห่งพระราชบัญญัติฯ และให้</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อประเมินประสิทธิภาพประสิทธิผลการดำเนินงาน และความคุ้มค่าของผลผลิต (Output) ผลลัพธ์ (Outcome) ประจำปี 2563 ของ ส.ส.ท. ในมิติต่าง ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด</li> <li>2. เพื่อประเมินการพัฒนางานองค์การ การสนับสนุนจากประชาชนและความน่าเชื่อถือต่อสาธารณชนโดยใช้ข้อมูลจากฐานข้อมูลกลุ่มผู้ชมผู้ฟังไทยพีบีเอสที่พัฒนาอย่างต่อเนื่อง</li> <li>3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อผลผลิตและผลการดำเนินงานของ ส.ส.ท.</li> </ol>	<p>ส.ส.ท. มีการประเมินการปฏิบัติงานประจำปี 2562 และมีรายงานการประเมินผลการดำเนินงาน ส.ส.ท. 2563</p>	<p>ส.ส.ท.สามารถนำผลการประเมินไปใช้ปรับปรุงและพัฒนางานองค์การในปีต่อไป</p>
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา								
สถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ	3,100,000	มกราคม 2563 - เมษายน 2564								
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>			<b>KPI ผลผลิต</b>	<b>KPI ผลลัพธ์</b>						
<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <p>1. ผู้บริหารและพนักงาน ส.ส.ท.</p> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <p>1. ผู้แทนรัฐสภา และประชาชนทั่วไป</p>	<p>ส.ส.ท. มีข้อมูลสำหรับรายงานต่อรัฐสภา</p>		<p>ส.ส.ท. มีรายการประเมินผลการดำเนินงาน ส.ส.ท. 2563 ตามกฎหมายภายใน เดือนเมษายน 2564</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีข้อมูลจากการประเมินผลไปนำเสนอต่อรัฐสภา และตีพิมพ์ในรายงานประจำปี ส.ส.ท.</li> <li>2. มีข้อมูลมาสะท้อน เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนางานองค์การในปีต่อไป</li> </ol>						

		<p>4. เพื่อประเมินองค์การในประเด็นสำคัญอื่น ๆ ตามที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด</p>		<p>3. มีข้อมูลสะท้อนความพึงพอใจของผู้ชมต่อการดำเนินงานของ ส.ส.ท.  4. มีข้อมูลจากการประเมินผลไปนำเสนอต่อรัฐสภา และตีพิมพ์ในรายงานประจำปี ส.ส.ท.  5. มีข้อมูลมาสะท้อน เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาองค์การในปีต่อไป  6. มีข้อมูลสะท้อนความพึงพอใจของผู้ชมต่อการดำเนินงานของ ส.ส.ท.</p>
--	--	---	--	---

4. งบบุคลากร จำนวน 554.61 ล้านบาท ประกอบด้วย

Initiative (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม)	หน่วยรับผิดชอบ	งบประมาณ (บาท)
1. ค่าตอบแทนบุคลากร * รวมค่าบุคลากรของสำนักวิศวกรรม จำนวน 60,345,885 บาท	63-A01 สำนักทรัพยากรมนุษย์	*543,953,811
2. งบสวัสดิการพนักงาน	63-A02 สำนักทรัพยากรมนุษย์	36,000,000
3. งบพัฒนาสวัสดิการพนักงาน	63-A03 สำนักทรัพยากรมนุษย์	35,000,000
	<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>614,953,811</b>

5. งบบริหารส่วนกลางสำนัก 208.54 ล้านบาท จำนวน 12 ส่วนงาน ประกอบด้วย

Initiative (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม)	หน่วยรับผิดชอบ	งบประมาณ (บาท)
1. งบบริหารส่วนกลางสำนักราชการ	63-B01 สำนักราชการ	3,400,000
2. งบบริหารส่วนกลางสำนักเครือข่ายสื่อสารณะ	63-B02 สำนักเครือข่ายสื่อสารณะ	1,660,000
3. งบบริหารส่วนกลางสถาบันวิชาการสื่อสารณะ	63-B03 สถาบันวิชาการสื่อสารณะ	400,000
4. งบบริหารส่วนกลางสำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์	63-B04 สำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์	305,000
5. งบบริหารส่วนกลางสำนักทรัพยากรมนุษย์	63-B05 สำนักทรัพยากรมนุษย์	350,000
6. งบประจำฝ่ายกฎหมาย	63-B06 สำนักบริหาร ฝ่ายกฎหมาย	1,826,000
7. งบประจำฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ	63-B07 สำนักบริหาร ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ	9,257,000
8. งบประจำงานอาคารและสถานที่	63-B08 สำนักบริหาร ฝ่ายบริหารทั่วไป	93,092,260
9. งบประจำงานยานพาหนะ	63-B09 สำนักบริหาร ฝ่ายบริหารทั่วไป	16,190,000
10. งบประจำงานบริการสำนักงาน	63-B10 สำนักบริหาร ฝ่ายบริหารทั่วไป	3,060,000
11. งบประจำฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ	63-B11 สำนักบริหาร ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ	71,659,000
12. งบประจำฝ่ายเลขานุการผู้บริหาร	63-B12 สำนักผู้อำนวยการ ส.ส.ท. ฝ่ายเลขานุการผู้บริหาร	7,344,000
	<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>208,543,260</b>

6. งบลงทุนตามแผนสำรองจ่าย 357.62 ล้านบาท จำนวน 7 โครงการ ดังนี้

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
1. 63-R02 โครงการ ICT Master Plan			องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) จัดทำแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศของ ส.ส.ท. ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2561-2563) เพื่อใช้ในการกำหนดทิศทางการดำเนินงาน และพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พร้อมทั้งกำหนดโครงสร้างภาพรวมสถาปัตยกรรมทางเทคโนโลยี เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ตลอดจนรองรับการดำเนินงานตามนโยบายของผู้บริหารและนโยบายของ ส.ส.ท.	เพื่อใช้ในการกำหนดทิศทางการดำเนินงาน และพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พร้อมทั้งกำหนดโครงสร้างภาพรวมสถาปัตยกรรมทางเทคโนโลยี เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ตลอดจนรองรับการดำเนินงานตามนโยบายของผู้บริหารและนโยบายของ ส.ส.ท.	ได้รับผลผลิตในปี 2562 จากจำนวน 12 โครงการ (บางส่วนต่อเนื่องจากปีที่ 1) ตามแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศของ ส.ส.ท. ปี 2561-2563	ผู้บริหารและพนักงาน ส.ส.ท. มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีมาตรฐานและความปลอดภัย
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา			KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์
บริหาร	139,990,190	พ.ศ. 2561-2563 (คาบเกี่ยวปี 2564)			ทั้ง 12 โครงการ บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นที่ยอมรับจากที่ปรึกษาโครงการ
กลุ่มเป้าหมาย						
กลุ่มเป้าหมายหลัก						
1. ผู้บริหารและพนักงาน ส.ส.ท.						
กลุ่มเป้าหมายรอง						
1. ประชาชนและบุคคลภายนอกผู้ใช้บริการข้อมูล ส.ส.ท.						



ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
2. 63-R01 โครงการพัฒนาระบบฐานข้อมูล ส.ส.ท.			ตามแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. ปี 2563 ภายใต้ยุทธศาสตร์ “แตกต่างบนความยั่งยืน” โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) ที่สำคัญ 2 ประการ คือ การเข้าถึงผู้รับสาร/ผู้ร่วมสื่อสารหลากหลายทั่วถึงด้วยสารประโยชน์ที่แตกต่าง และการพัฒนา ส.ส.ท. ให้เป็น Trusted Brand ในใจประชาชน ประกอบกับกลยุทธ์ IT-2. จากแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศของ ส.ส.ท.ระยะ 3 ปี ว่าด้วยการพัฒนาฐานข้อมูลสื่อและองค์ความรู้ของ ส.ส.ท. ให้พร้อมใช้ด้วยเทคโนโลยีการจัดการข้อมูลขนาดใหญ่และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก (Big Data & Analytics) เพื่อสนับสนุนงานเชิงรุก ส.ส.ท. แบ่งระบบฐานข้อมูล ส.ส.ท. 3 ด้าน ดังนี้ 1. ฐานข้อมูลด้านบริหาร 2. ฐานข้อมูลด้านข่าวและรายการ 3. ฐานข้อมูลเพื่อบริการวิชาการและวิชาชีพ การพัฒนาฐานข้อมูลของ ส.ส.ท. ในปี 2563 จะทำงานบนพื้นฐานของ Data-DRIVEN Culture มีระบบบริหารจัดการข้อมูลให้เป็นมาตรฐาน และสร้างนวัตกรรม การเปิดเผยข้อมูลสู่ภายนอกให้ประชาชนทุกภาคส่วนได้ใช้งานระบบฐานข้อมูล ส.ส.ท. และมีส่วนร่วมในการประเมินผลรายการและให้ข้อเสนอแนะ เพื่อภายในปี 2564 ส.ส.ท. จะเป็นพื้นที่การเรียนรู้สำหรับทุกคน (Learning Space for All)	1. เพื่อพัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการผลิตข่าวและรายการ และฐานข้อมูลเพื่อพัฒนาระบบสนับสนุนการปฏิบัติงานของพนักงาน 2. เพื่อรวบรวมและจัดทำฐานข้อมูลให้เป็นระบบ สืบค้น เข้าถึงได้ง่าย มีมาตรฐานตามหลักสากลสำหรับผลิตภัณฑ์สื่อ สามารถรองรับการใช้งานและตอบสนองความต้องการให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ 3. เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงข้อมูลในลักษณะบูรณาการ สามารถบริหารจัดการข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต่อยอดเพื่อเกิดการพัฒนาระบบฐานข้อมูลใหม่ ๆ ในเชิงนวัตกรรม	1. มีฐานข้อมูล ส.ส.ท. ด้านข่าวและรายการ, ด้านวิชาการ/วิชาชีพ และด้านเครือข่ายที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการและสนับสนุนการปฏิบัติงานของพนักงาน และสามารถเปิดเผยข้อมูลสู่ภายนอกองค์กร 2. มีระบบการสืบค้นข้อมูลข่าวและรายการ ที่เข้าถึงได้ง่าย และมีมาตรฐานตามหลักสากลสำหรับผลิตภัณฑ์สื่อ	1. มีฐานข้อมูลสำหรับสนับสนุนการตัดสินใจในเชิงบริหาร, ฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการผลิตข่าวและรายการ, และฐานข้อมูลเพื่อพัฒนาระบบสนับสนุนการปฏิบัติงานของพนักงาน 2. สามารถบริการจัดการข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถแก้ไขปัญหาฐานข้อมูล และต่อยอดเพื่อเกิดการพัฒนาระบบข้อมูลใหม่ๆ ในเชิงนวัตกรรมที่อำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน 3. สามารถเปิดเผยข้อมูลให้แก่ประชาชนทุกภาคส่วนได้ใช้ประโยชน์
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
สถาบันวิชาการ สื่อสารสาธารณะ	12,040,000	มกราคม - ธันวาคม 2563				
กลุ่มเป้าหมาย						
กลุ่มเป้าหมายหลัก - บุคลากรของ ส.ส.ท. กลุ่มเป้าหมายรอง - ประชาชน หน่วยงานเครือข่าย						
				1. มีจำนวนระบบฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการทำงานด้านข่าวและรายการ, ด้านวิชาการ/วิชาชีพ และด้านเครือข่ายที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการและสนับสนุนการปฏิบัติงานของพนักงาน ส.ส.ท. อย่างน้อย 2 ระบบ 2. มีจำนวนระบบการสืบค้นข้อมูลข่าวและรายการ ที่เข้าถึงได้ง่าย และมีมาตรฐานตามหลักสากล อย่างน้อย 1 ระบบ	1. มีช่องทางเผยแพร่และเชื่อมโยงข้อมูลกับองค์กรภายนอกได้อย่างน้อย 2 ช่องทาง 2. มีช่องทางสำหรับประชาชนให้สามารถประเมินผลรายการและให้ข้อเสนอแนะ อย่างน้อย 1 ช่องทาง 3. มีการวัดผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบฐานข้อมูล ส.ส.ท. ทุกไตรมาส	

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
3. 63-R04 โครงการพัฒนาพิพิธภัณฑ์สื่อสาธารณะ Thai PBS Living Museum			<p>ส.ส.ท. มีการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์สื่อสาธารณะมาตั้งแต่ปี 2555 โดยแสดงเนื้อหาเกี่ยวกับพลังของสื่อ ประวัติศาสตร์ของสื่อมวลชนไทยตั้งแต่ยุคเริ่มต้น ต่อมา มีการตั้งคณะกรรมการพัฒนาพิพิธภัณฑ์สื่อสาธารณะ ไทยพีบีเอส เมื่อวันที่ 30 เม.ย. พ.ศ.62 เพื่อปรับปรุงพิพิธภัณฑ์ให้มีความทันสมัย เพื่อนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ ส.ส.ท. รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัล โดยมีแนวคิดการปรับปรุง ให้เป็นลักษณะ Thai PBS Living Museum ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• เน้นการได้ลองปฏิบัติจริง สัมผัสของจริง (Interactive)</li> <li>• เน้นเนื้อหาเรื่องเล่า ประวัติศาสตร์สื่อสาธารณะของไทย จากคนไทยพีบีเอส เรื่องสื่อสาธารณะของต่างประเทศ และการรู้เท่าทันสื่อในยุคดิจิทัล</li> <li>• การเชื่อมโยงเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ จัดนิทรรศการหมุนเวียน</li> <li>• จัดแสดงผ่านพื้นที่รอบอาคารสำนักงานใหญ่ ใช้สื่อผสม ผ่านรูปแบบการเดินทัวร์ (Virtual Museum)</li> <li>• จัดกิจกรรมร่วมกับภาคีเครือข่าย เพื่อพัฒนาพื้นที่ให้เป็น Landmark ของ Creative Park and Learning space for all โดยมีการแบ่งการดำเนินงานพัฒนาพิพิธภัณฑ์ เป็น 3 ส่วน คือ</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. งานออกแบบก่อสร้าง</li> <li>2. งานจัดทำเนื้อหา</li> <li>3. งานบริหารจัดการพื้นที่ใช้เวลาประมาณ 3 ปี</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อหลอมรวมพนักงานไทยพีบีเอสให้เรียนรู้รากเหง้า ปรัชญา และจิตวิญญาณความเป็นสื่อสาธารณะ</li> <li>2. เพื่อให้ประชาชนรู้จัก เข้าใจไทยพีบีเอสในฐานะสื่อสาธารณะ ผ่านการเยี่ยมชม Thai PBS Living Museum</li> </ol> <p>- เพื่อจัดพื้นที่ไทยพีบีเอสให้เป็น Learning Space for All</p>	<p>ส.ส.ท. จัดทำ TOR การปรับปรุงพิพิธภัณฑ์</p>	<p>ส.ส.ท. มีการพัฒนาปรับปรุงพิพิธภัณฑ์ได้ตามแผนเป็นเวลา 2 ปี</p>
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา			KPIผลผลิต	KPIผลลัพธ์
สถาบัน วิชาการสื่อ สาธารณะ	ปีที่ 1 19,300,000 (ปีที่ 2=16.2 ลบ. ปีที่ 3=5.1 ลบ.)	มกราคม ถึง ธันวาคม 2563				
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>						
<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้บริหารและพนักงาน ส.ส.ท.</li> <li>2. กลุ่มคน นักเรียน นักศึกษา หน่วยงาน องค์กรที่มาเยี่ยมชมไทยพีบีเอส</li> <li>3. กลุ่มแฟนคลับรายการของไทยพีบีเอส</li> </ol> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประชาชนทั่วไป</li> <li>2. นักเรียน นักศึกษา ที่สนใจศึกษาเนื้อหาเฉพาะด้านของไทยพีบีเอส</li> </ol>					<p>ส.ส.ท. มี TOR และสามารถสรรหาผู้รับจ้างออกแบบและพัฒนาพิพิธภัณฑ์ตามเวลาที่กำหนดไว้</p> <p>ส.ส.ท. ได้พัฒนาปรับปรุงพิพิธภัณฑ์ตามแผนงานที่กำหนดไว้ใน TOR</p>	

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
4. 63-R03 โครงการพัฒนาเทคนิคและเทคโนโลยีเพื่อการผลิตรายการและออกอากาศ			สำนักโทรทัศน์ฯ สนับสนุนการปฏิบัติงานผลิตรายการโทรทัศน์และวิทยุ ทั้งการผลิตภายในและภายนอกสถานี ให้การสนับสนุนแก่หน่วยงานหรือสำนักต่าง ๆ ในหลายรูปแบบงาน ได้แก่ งานกองถ่ายทำรายการ งานถ่ายทอดสด งานสตูดิโอ งานตัดต่อรายการ เป็นต้น ที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งคือการควบคุมระบบอุปกรณ์ส่วนกลางของสถานีโทรทัศน์และวิทยุ สามารถทำงานได้อย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ ทันสมัยกับเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นสอดคล้องกับแผนพัฒนาเทคโนโลยีของ ส.ส.ท. และความต้องการของหน่วยงานผู้ใช้งานหลัก คือ สำนักข่าวและสำนักรายการ อย่างเพียงพอ มีเป้าหมายให้การผลิตรายการต่าง ๆ และการแพร่ภาพออกอากาศมีคุณภาพมาตรฐาน มีเครื่องมือพร้อมใช้งานและความทันสมัย	1. เพื่อพัฒนาระบบอุปกรณ์ของสถานี ให้มีความทันสมัย ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานและเทคโนโลยีที่มีความเปลี่ยนแปลงในอนาคต 2. เพื่อเพิ่มความสามารถในการผลิตรายการและการแพร่ภาพออกอากาศ ที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ	มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัย ได้มาตรฐานสากล สามารถตอบสนองต่องานที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้	ผลงานในการรายการต่าง ๆ มีคุณภาพและมาตรฐาน และทันต่อการใช้งานตามวัตถุประสงค์
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา			KPI ผลผลิต	KPI ผลลัพธ์
โทรทัศน์และวิทยุ	65,692,000	มกราคม ถึง ธันวาคม 2563			1. มีดำเนินการได้ภายในระยะเวลาที่กำหนดและใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ 2. เกิดผลผลิตของงานใหม่ เช่น รายการในรูปแบบ	1. การใช้งบประมาณเป็นไปตามแผนที่วางไว้ 2. มีการพัฒนาผลผลิตที่มีคุณภาพที่สูงขึ้น 3. มีอุปกรณ์เพียงพอ รองรับการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
กลุ่มเป้าหมาย						
กลุ่มเป้าหมายหลัก 1. ผู้ขอใช้บริการสนับสนุนการผลิตงานภายในองค์กร ได้แก่ สำนักข่าว สำนักรายการ ศูนย์สื่อใหม่ เป็นต้น กลุ่มเป้าหมายรอง 2. ฝ่ายงานภายในสำนักโทรทัศน์และวิทยุ เป็นผู้บริหารและใช้งบประมาณของโครงการโดยตรง จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่จะได้รับผลโดยตรง						

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
5. 63-R07 โครงการออกแบบและปรับปรุงภายในอาคารสำนักงานใหญ่			เพื่อปรับปรุงและใช้ประโยชน์พื้นที่ทำงานภายในสำนักงานได้อย่างคุ้มค่า สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมการทำงาน สถานการณ์ และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ดังนี้ 1. อาคาร A ชั้น 1 บริเวณผนังกระจก ประชาสัมพันธ์ พื้นที่โถงทางเดิน และลานไม้ภายในอาคาร เป็น Co Working Space	1. ใช้พื้นที่ภายในสำนักงานได้อย่างคุ้มค่า 2. เสริมสร้างบรรยากาศในการทำงาน ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ 3. เพิ่มภาพบรรยากาศพื้นที่ทำงานใช้ในการถ่ายทำรายการ	การปรับปรุงพื้นที่ทำงานภายในสำนักงานทั้ง 6 จุด	พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน สามารถพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา			KPI ผลผลิต	KPI ผลลัพธ์
สำนักบริหาร	30,000,000	1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2563				
กลุ่มเป้าหมาย						

<p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <p>1. พนักงานภายในฝ่ายและสำนักนั้น ๆ</p> <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <p>1. บุคคลภายนอก แขกผู้มาเยือน และผู้เข้าร่วมกิจกรรม ภายใน ส.ส.ท.</p>	<p>2. อาคาร A ชั้น 2 บริเวณพื้นที่สำนักงานศูนย์สื่อใหม่ สำนักเครือข่ายสื่อสารสาธารณะ</p> <p>3. อาคาร A ชั้น 4 บริเวณโถงพักคอย</p> <p>กรรมการนโยบาย และภายในบริเวณสำนักตรวจสอบภายใน ฝ่ายยุทธศาสตร์ฯ และฝ่ายพัฒนาระบบคุณภาพและบริหารความเสี่ยง และบริเวณโถงพักคอย หน้าห้องผู้อำนวยการ ส.ส.ท.</p> <p>4. อาคาร B ชั้น 1 ฝ่ายข่าว และส่วนกลางของ Studio ส่วนทางเดิน ห้องแต่งตัว หลังสถานีประชาชน</p> <p>5. อาคาร B ชั้น 2 ฝ่ายข่าว และห้อง NOC สำนักวิศวกรรม</p> <p>6. อาคาร B ชั้น 2 ลานจอดรถ OB ปรับพื้นที่หน้าห้องพักชาย เป็น Co-Working Space</p>		<p>การปรับปรุงพื้นที่ทำงานภายในสำนักงานทั้ง 6 จุด เสร็จสมบูรณ์ตามแบบที่กำหนดไว้</p>	<p>พนักงานมีแรงบันดาลใจในการทำงาน และสร้างสรรค์ผลงานที่ดี สามารถขยายฐานผู้ชมรายการเพิ่มมากขึ้น</p>
--	--	--	---	--

ชื่อโครงการ			หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
<p>6. 63-R06 โครงการผลิตละคร (TV Drama) และซีรีส์โทรทัศน์ (TV Series) เพื่อเผยแพร่ปี 2563-65</p> <p>เนื้อหาโครงการระบุเช่นเดียวกับโครงการตามยุทธศาสตร์ 63-C04 ในชื่อโครงการเดียวกัน แต่เป็นงบลงทุน</p>			<p>แผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. ปี 2562 กำหนดเป้าหมายระดับผลลัพธ์ด้านเนื้อหา คุณภาพผลผลิตข่าวและรายการ ให้เนื้อหาและผลิตผลงานที่มีคุณภาพสูง แตกต่าง โดดเด่น น่าเชื่อถือ และมุ่งตอบสนองประโยชน์สาธารณะ อีกทั้งเพื่อการขับเคลื่อนบทบาทคุณค่าสื่อสารมวลชนสู่สังคมโลก และการแสวงหารายได้ หรือผลประโยชน์จากงานลิขสิทธิ์ จึงได้มีการผลิตละครคุณภาพสูงจำนวน 2 เรื่องคือ ปลายจวัก และ จากเจ้าพระยาสุอิระวดี</p> <p>ในปี 2563 สำนักรายการ จึงได้จัดทำโครงการผลิตละคร (TV Drama) คุณภาพสูง และ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เพื่อสร้างสรรค์ละครที่มีคุณภาพสูง มีคุณค่าสื่อสารและอัตลักษณ์ความเป็นไทย ทั้งสนับสนุนให้ผลงานดังกล่าวเป็นที่ยอมรับ และสามารถขายได้ในตลาดต่างประเทศ เกิดความร่วมมือ ร่วมลงทุน หรือซื้อขายลิขสิทธิ์ในผลงานนั้น</li> <li>• เพื่อผลักดันภาพลักษณ์ของไทยพีบีเอสให้ได้รับการยอมรับความเป็นสื่อสาธารณะที่มีมาตรฐานสูง</li> <li>• เพื่อก่อให้เกิดเป็นรายได้ของไทยพีบีเอสจากงานลิขสิทธิ์</li> <li>• เพื่อเป็นการสร้างการตระหนักรู้ให้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผลิตละครโทรทัศน์ (TV Drama) ขนาดใหญ่ มีเนื้อหาที่สามารถถ่ายทอดคุณค่าความเป็นไทย หรือสะท้อนประเด็นสำคัญในสังคมไทยที่เชื่อมโยงสู่ความเป็นสากล</li> <li>เป้าหมายเพื่อออกอากาศครั้งแรกในปี 2564 จำนวน 1 เรื่อง</li> <li>• ผลิตผลิตละครโทรทัศน์ (TV Drama) และซีรีส์โทรทัศน์ (TV Series) เนื้อหาสะท้อนความเป็นไปและประเด็นสำคัญในสังคม สร้างแนวคิดใหม่ของการทำงานร่วมกันในสังคมด้วยทัศนคติเชิงบวก และ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ไทยพีบีเอสได้รับการยอมรับว่าเป็นองค์กรสื่อสารสาธารณะที่มีมาตรฐาน มีศักยภาพในการผลิตละครที่มีคุณภาพสูงระดับสากล</li> <li>• ละครไทยพีบีเอสเป็นละครที่มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง สร้างจุดยืนที่ชัดเจนให้สังคมยอมรับและตระหนักถึงบทบาทความสำคัญของสื่อสาธารณะ เป็นแรงบันดาลใจสู่การสร้างค่านิยมใหม่ สร้างความเป็น Informed Citizen</li> <li>• เกิดความจดจำในภาพลักษณ์ (Brand Image) และความเชื่อมั่น</li> </ul>
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา				
รายการ	25,600,000	ปี 2563-64				

			สร้างสรรค์เนื้อหาที่มีคุณค่าความเป็นไทยให้สามารถเชื่อมโยงสากลได้ รวมทั้งเนื้อหาละครที่สะท้อนสถานการณ์ความเป็นไปและบริบท (Context) ของสังคม โดยจะดำเนินงานผลิตเนื้อหาละครบนฐานของงานศึกษาวิชาการ และความคิดสร้างสรรค์ ด้วยคุณภาพงานผลิตระดับ 4K เพื่อให้มีความต่อเนื่องในการสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพสูง ให้เกิดรายได้จากผลประโยชน์งานลิขสิทธิ์ในตลาดต่างประเทศ อีกทั้งในบริบทสังคมปัจจุบันมีเรื่องราวต่าง ๆ ซึ่งมีผลกระทบต่อประชาชนเป็นจำนวนมาก ชีวิตความเป็นอยู่ ปัญหาค่าครองชีพ การศึกษา การเปลี่ยนแปลงของโลกและสิ่งแวดล้อม อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ ฯลฯ สำนักรายการจึงมีแผนผลิตละครโทรทัศน์ และซีรีส์โทรทัศน์ (TV Series) ที่มีเนื้อหาสะท้อนภาพความเป็นจริงของสังคมไทย โดยมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิต มีความร่วมสมัย เข้มข้น แต่ให้ความบันเทิงที่คนทั่วไปสามารถสัมผัสถึง เพื่อเป็นการสร้างการตระหนักรู้ ให้ข้อคิดเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตแก่ผู้ชม และ สร้างแนวคิดใหม่ของการอยู่ร่วมกันในสังคมด้วยทัศนคติเชิงบวก และปรับตัวได้กับความเปลี่ยนแปลงของโลกในยุค Digital Disruption	ข้อคิดแนวทางในการดำเนินชีวิตแก่ผู้ชม ให้เกิดความรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงในสังคมปัจจุบัน สร้างภูมิคุ้มกันทางปัญญาให้กับประชาชน	ปรับตัวได้กับความเปลี่ยนแปลงในยุค Digital Disruption ประมาณไม่ต่ำกว่า 104 ตอน ออกอากาศตลอดทั้งปี 2563	ของสังคมต่อไทยพีบีเอส ในฐานะองค์กรสื่อที่เป็นความหวังต่อการทำให้สังคมเกิดความเปลี่ยนแปลงในทางสร้างสรรค์
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>					<b>KPIผลผลิต</b>	<b>KPIผลลัพธ์</b>
กลุ่มเป้าหมายหลัก					<ul style="list-style-type: none"> <li>มีแผนงานผลิตละครขนาดใหญ่ คุณภาพสูง ที่สำคัญรายการดำเนินงานควบคุมการผลิต จำนวน 1 เรื่อง ภายในปี 2563-64 และ ละครผลิตเสร็จพร้อมออกอากาศในปี 2564</li> <li>มีแผนงานผลิตละครโทรทัศน์ (TV Drama) และซีรีส์โทรทัศน์ (TV Series) ที่สำคัญรายการดำเนินงานควบคุมการผลิตและออกอากาศ จำนวน 104 ตอน ภายในปี 2563</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ละคร(TV Drama) ของไทยพีบีเอส ได้รับความสนใจจากตลาดต่างประเทศ และบรรลุข้อตกลงซื้อขายลิขสิทธิ์ หรือแลกเปลี่ยนในปี 2565 และได้รับความตอบรับจากผู้ชมในเชิงคุณค่าและปริมาณในการรับชม</li> <li>ซีรีส์โทรทัศน์(TV Series) ของไทยพีบีเอสได้รับความตอบรับจากผู้ชมในเชิงคุณค่าและปริมาณในการรับชม</li> </ul>
กลุ่มเป้าหมายรอง						

ชื่อโครงการ	สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา
7. 63-R05 โครงการปรับโครงสร้างและอัตรากำลังให้เหมาะสม (เกษียณก่อนกำหนด)	สำนักงานทรัพยากรมนุษย์	65,000,000	ปี 2563

6. งบสำรอง 29.76 ล้านบาท ประกอบด้วย

Initiative (แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม)	หน่วยรับผิดชอบ	งบประมาณ (บาท)
1. งบฉุกเฉิน 63-S04	สำนักผู้อำนวยการ	10,000,000
2. งบสำรองด้านบุคลากร 63-S01 / 63-S02	สำนักทรัพยากรมนุษย์	9,760,000
3. โครงการทบทวน พ.ร.บ. ส.ส.ท. 63-S03	สำนักผู้อำนวยการ	10,000,000
รวมทั้งสิ้น		29,760,000

7. งบบริหารโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย

ชื่อโครงการ	สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา
1. 63-Q01 โครงการบริหารโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวกที่วิจิตร สำนักวิศวกรรม	วิศวกรรม	339,979,355	2563

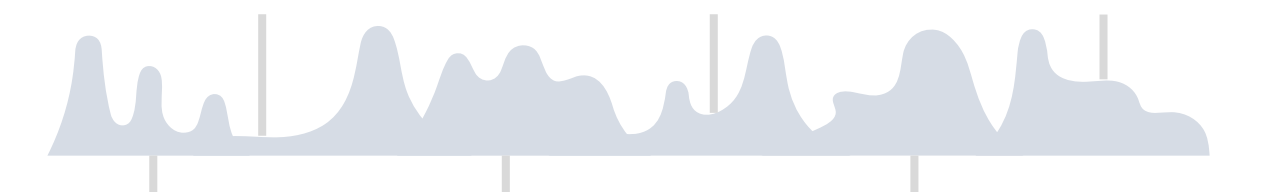
ชื่อโครงการ	หลักการ	วัตถุประสงค์	ผลผลิต	ผลลัพธ์
2. 63-Q02 โครงการแบ่งปันความรู้สู่สาธารณะและภาคี	ตามที่ ส.ส.ท. เป็นผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศนภาคพื้นดินระบบดิจิทัลและให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ นำมาซึ่งรายได้ที่ใช้สนับสนุนภารกิจขององค์กรฯ ปีละกว่า 25% เมื่อเทียบกับเงินสนับสนุนองค์กรตาม พ.ร.บ. ส.ส.ท. ในการให้บริการดังกล่าวภายใต้การบริหารจัดการโดยสำนักวิศวกรรม ซึ่งมีข้อจำกัดในหลาย ๆ ด้านที่อาจเป็นอุปสรรคในการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นจำนวนเจ้าหน้าที่ใน	1. เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และความสามารถในการเชิงวิชาการ เชิงเทคนิค และเทคโนโลยี อันเกี่ยวข้องกับงานให้บริการโครงข่ายฯ และการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกแก่พนักงานของ ส.ส.ท. 2. เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง ส.ส.ท. กับผู้ใช้บริการโครงข่ายฯ สิ่งอำนวยความสะดวกภาคีและประชาชน	1. สามารถให้บริการโครงข่ายฯ และสิ่งอำนวยความสะดวกได้ตามที่ สำนักงาน กสทช. กำหนด โดยมีผลของการรับรองการให้บริการ SLA ไม่น้อยกว่าร้อยละ 99.98 2. สามารถรักษาฐานผู้ใช้บริการโครงข่ายฯ และสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ได้ดั้งเดิม	1. เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และความสามารถในการเชิงวิชาการ เชิงเทคนิค และเทคโนโลยี อันเกี่ยวข้องกับงานให้บริการโครงข่ายฯ และการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกแก่พนักงานของ ส.ส.ท. 2. เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และความสามารถในการเชิงเทคนิค ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานให้บริการโครงข่ายฯ และการให้บริการสิ่ง
สำนัก	งบประมาณ	ระยะเวลา		
วิศวกรรม	800,000	มกราคม – ธันวาคม 2563		

			<p>การปฏิบัติการมีน้อยเมื่อเทียบกับงานที่รับผิดชอบและเทียบกับผู้ให้บริการ</p> <p>เครือข่ายอื่น ๆ</p> <p>สำนักวิศวกรรมเห็นว่าเพื่อรักษาฐานผู้ใช้บริการเดิมให้คงอยู่และเพื่อพัฒนาศักยภาพในการให้บริการทั้งเครือข่ายฯ และสิ่งอำนวยความสะดวก อันจะนำมาซึ่ง</p>	<p>3. เพื่อสร้างความมั่นคงทางรายได้ให้แก่ ส.ส.ท.</p> <p>4. ส่งเสริมและแนะนำให้ประชาชนสามารถรับสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล เพื่อเป็นการขยายฐานผู้ชมในทีวีดิจิทัล</p>		<p>อำนวยความสะดวกให้สามารถช่วยเหลือ ส.ส.ท. ได้ในกรณีฉุกเฉิน ณ สถานีเสริมที่ ส.ส.ท. ไม่มีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานประจำอยู่ที่สถานี</p> <p>3. เพื่อสร้างความมั่นคงทางรายได้ให้แก่ ส.ส.ท.</p>
<b>กลุ่มเป้าหมาย</b>					<b>KPIผลผลิต</b>	<b>KPIผลลัพธ์</b>
<p>1. กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <p>1.1 ผู้ใช้บริการโครงข่ายโทรทัศน์</p> <p>1.2 ผู้ใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก</p> <p>1.3 สำนักงาน กสทช.</p> <p>1.4 ประชาชน</p> <p>2. กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <p>2.1 สถาบันการศึกษา</p>		<p>ความมั่นคงทางรายได้ให้แก่ ส.ส.ท. จึงเห็นควรจัดตั้งโครงการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ส.ส.ท. และภาคี ตลอดจนการพัฒนาความสัมพันธ์อันดีกับผู้ใช้บริการโครงข่ายฯ สิ่งอำนวยความสะดวกและภาคี ภายใต้โครงการ “แบ่งปันความรู้สู่สาธารณะและภาคี”</p>		<p>1. โครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล สถานีหลัก 39 สามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง มีการรับรองการให้บริการ SLA ไม่น้อยกว่าร้อยละ 99.98 ตามกำหนดการที่ กสทช.</p> <p>2. โครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลของ ส.ส.ท. สถานีหลัก 39 สามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง โดย มีผลของการรับรองการให้บริการ SLA ไม่น้อยกว่าร้อยละ 99.98 ตามกำหนดการที่สำนักงาน กสทช. กำหนด</p>	<p>ปี 2563 มีผลการรับรองการให้บริการ SLA ไม่น้อยกว่าร้อยละ 99.98 ตามกำหนดการที่สำนักงาน กสทช. กำหนด</p>	

ผนวก

2

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





## 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 เพื่อส่งเสริมให้มีการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง แท้จริง และสมดุล มุ่งยกระดับการเรียนรู้ของประชาชนทุกภาคส่วนให้ก้าวหน้าทันการเปลี่ยนแปลงของโลก รวมทั้งพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและประเทศ และสร้างความยั่งยืนให้แก่ความเป็นพลเมืองและสังคมส่วนรวม ผ่านทางการบริการข่าวสารและสาระความรู้ นอกจากนี้เพื่อให้องค์การเป็นผู้นำความรู้ในทางวิชาการต่าง ๆ ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมดีงามของชาติที่ส่งเสริมให้คนในชาติมีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันและเกิดความรักชาติ 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

เน้นความสำคัญของบทบาทการเป็นสื่อสาธารณะ ที่มุ่งสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคม ด้วยการสื่อสารข้อมูลข่าวสารที่ก่อให้เกิดความรู้และแปลงไปสู่ภูมิปัญญา ให้ประชาชนในสังคมได้ตระหนัก และมีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลง โดย ส.ส.ท. มีบทบาทเป็นผู้สื่อสารเพื่อสร้างการเรียนรู้ จุดประกายสร้างแรงบันดาลใจ และสนับสนุนทิศทางการขับเคลื่อน

### WHY : LEARNING SPACE FOR ALL

สื่อสาธารณะ คือความหวังของการทำงานคุณภาพ สร้างสรรค์สังคมที่ดี ด้วยกระบวนการเรียนรู้ที่ดี โดยไม่ถูกบีบรัดจากระบบการอยู่รอดทางเศรษฐกิจ และครอบงำจากรัฐ



แผนภาพที่ 16 เหตุผลในการเป็น “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"> <li>Thai PBS เป็นมากกว่าสื่อ แต่เป็นสถาบันที่เป็นที่พึ่งของสังคมในการเสริมสร้างความรู้ ความคิด ความเข้าใจ สร้างพลเมืองที่ดีของสังคม และวิถีชีวิตแบบ Life long learning ที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนของสังคม Sustainability</li> <li>Thai PBS ไม่ใช่การเรียนทางไกล แต่การเรียนรู้ที่ดีที่สุด คือการเรียนรู้โดยไม่รู้ว่า ไม่ถูกบังคับให้เรียน ไม่รู้สึกว่าการถูกสอน ภายใต้อหังการ <i>Tell me and I forget, Teach me and I remember, Involve me and I learn. Ben Franklin</i></li> <li>คำว่า Space หมายถึงพื้นที่ ซึ่งสามารถก้าวข้ามข้อจำกัดว่า เป็นสื่อหรือไม่ สื่อแบบไหน บน Platformใด ณ ปัจจุบัน การสร้างการเรียนรู้ทั้ง On Air Onlineและ On Ground ในอนาคตอาจมีนวัตกรรมรูปแบบอื่นเกิดขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Thai PBS มีรากฐานมาจากภาษาประชาชน ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายหลัก คือประชาชนที่เป็น Mass หมายถึงทุกเพศ ทุกวัย</li> <li>กลุ่มเป้าหมายรองคือ พลเมืองผู้ตื่นรู้ และคนที่ขาดโอกาสในการมีพื้นที่แสดงความคิดเห็น ตัวตน กลุ่มคนที่ขาดการเหลียวแลจากสื่อกระแสหลัก</li> <li>ในขณะที่ Digital Disruption ทำให้การบริโภคสื่อเปลี่ยนแปลงไปมากมาย ดังนั้น การเข้าถึงทุกกลุ่มจึงอาจใช้ Platform ที่แตกต่างกัน เพื่อให้ตอบโจทย์ผู้รับสารแต่ละกลุ่มมากที่สุด จาก Broadcast → On Air + On Line + On Ground = Total Space</li> </ul>

### แผนภาพที่ 17 นิยาม “Learning Space for All”

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

## ยุทธศาสตร์องค์การฯ (Corporate Strategy)

### “แตกต่างบนความยั่งยืน”

สาระสำคัญของยุทธศาสตร์ มีดังนี้

#### 1. ยุทธศาสตร์สร้างความแตกต่าง

ส.ส.ท. หรือ ไทยพีบีเอส ต้องเป็นสื่อกระแสหลักที่มีความแตกต่างในบทบาทและมีที่ยืนในสื่อไทย สะท้อนหลักการและคุณค่าของสื่อสาธารณะ ไม่ใช่แค่สื่อทางเลือก โดยเสนอเนื้อหาที่เที่ยงตรง เป็นธรรม รอบด้าน ทำให้คนเชื่อถือได้ ไม่เสนออยู่แค่ปรากฏการณ์ แต่ไปถึงเบื้องหลังเบื้องลึกและอยู่บนหลักจรรยาบรรณ ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญยิ่งที่ไทยพีบีเอสจะต้องแสดงจุดยืนที่แตกต่างออกมา ในท่ามกลางสถานการณ์ที่วิถีดิจิทัลแต่ละช่องต้องต่อสู้เพื่อความอยู่รอด จึงมีแนวโน้มที่จะเสนอเนื้อหาที่เอาใจตลาดแบบเร้าอารมณ์มากกว่าการเน้นคุณภาพและสารประโยชน์ และในท่ามกลางข้อมูลข่าวสารมหาศาลที่วิ่งกระจายอยู่ในสื่อใหม่ คนจะยิ่งกระหายข้อมูลที่เขาเชื่อถือได้ ไทยพีบีเอสจึงต้องเร่งสร้างตัวเองให้เป็นสื่อที่ได้รับความไว้วางใจอันดับต้น ๆ ของสังคมให้ได้ เช่นเดียวกับสื่อสาธารณะของสากลที่กำหนดเรื่องความน่าเชื่อถือไว้เป็นเครื่องแสดง (Marker) ของความแตกต่าง และเป็นจุดแข็งของสื่อสาธารณะ และต้องเน้นลงทุนในรายการที่มีคุณภาพและความคิดสร้างสรรค์หรือนวัตกรรมที่ถูกรองรับด้วยการทดสอบจาก Media Lab หรือการวิจัยคู่ขนานไปกับการเปิดโอกาสให้มีกิจกรรมสร้างสรรค์ต่างๆ ได้เกิดขึ้น บน Platform ใหม่ ๆ ที่ออกแบบให้ดึงดูดนักสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ได้จำนวนมาก

ไทยพีบีเอส จะต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มรายการที่สื่อพาณิชย์อื่นๆอาจจะเลย ได้แก่ รายการคุ้มครองผู้บริโภคและประชาชน รายการเด็กที่ต้องครอบคลุมเด็กทุกกลุ่มและมุ่งสร้างเด็กให้เป็นพลเมืองรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพ รวมทั้งรายการสำหรับคนรุ่น Millennium หรือคน วัย 15-35 ปี โดยใช้ช่องทาง Online และ Content-based marketing อย่างที่เข้าถึงความสนใจของคนกลุ่มนี้ นอกจากนี้จะมุ่งตอบสนองผู้ชมทั่วไปแล้ว ไทยพีบีเอส จะเพิ่มผลิตภัณฑ์และบริการ

ที่มุ่งตอบสนองผู้ชมเฉพาะกลุ่มโดยแยกเนื้อหาและช่องทางตามความสนใจและพฤติกรรมของแต่ละกลุ่ม (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. หรือไทยพีบีเอสเป็น Brand ที่ไว้วางใจได้ของประชาชน (Trusted Brand) ทั้งในเรื่องขีดความสามารถในการทำหน้าที่ของสื่อสาธารณะ ความมีประสิทธิภาพ ความโปร่งใส และธรรมาภิบาล ควบคู่ไปกับการนำเสนอเนื้อหาที่เชื่อถือได้ รวมทั้งจะต้องสร้างคนไทยพีบีเอสให้มีจิตสำนึกสาธารณะ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีทักษะการทำงานหลากหลายข้ามสายงานได้ และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันแบบ One Team โดยต่อยอดจาก SPIRIT of Thai PBS

นอกจากนั้น ส.ส.ท. จะต้องยกระดับความสัมพันธ์กับภาคีที่เกี่ยวข้องให้เป็นหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ (Strategic Partners) ที่เป็นเจ้าของสื่อสาธารณะร่วมกัน ทั้งภาคประชาสังคม ภาครัฐ เอกชน องค์กรสื่อ สื่อท้องถิ่น ผู้ผลิตอิสระ สื่อวิชาชีพ สถาบันการศึกษา และองค์กรระหว่างประเทศ เพื่อสร้างความมั่นคง ร่วมไปกับกลไกเดิมที่มีอยู่แล้ว คือ สภาผู้ชมผู้ฟังฯ ศูนย์เพื่อนไทยพีบีเอส และนักข่าวพลเมือง

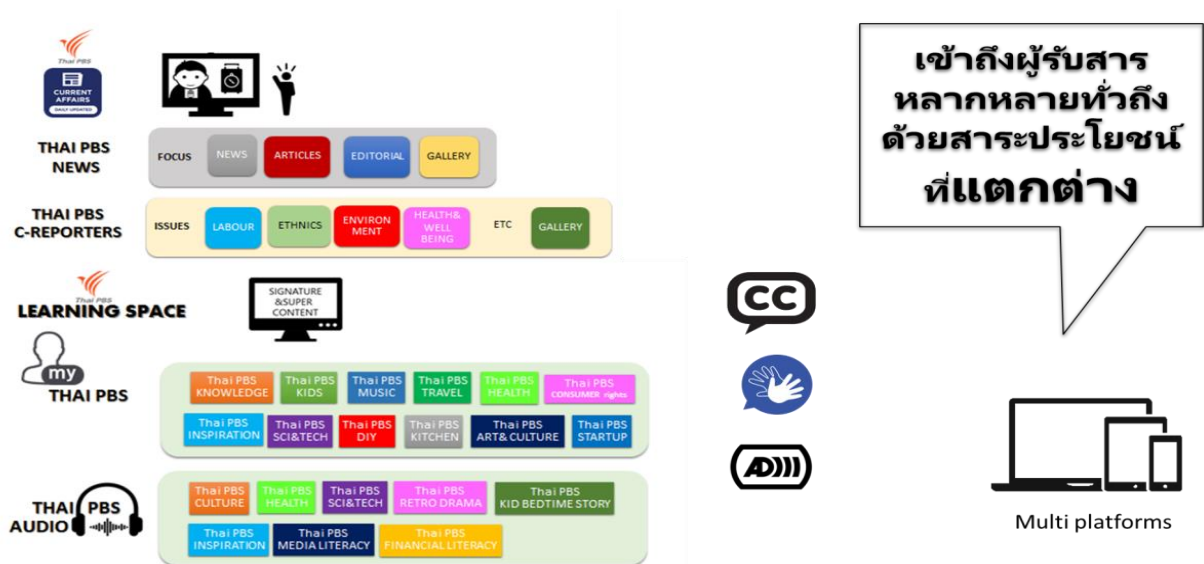
เพื่อสร้างการรับรู้และจดจำ ส.ส.ท. จะต้องมีแผนงานด้าน Branding และ Social Marketing (รณรงค์เพื่อสื่อสาธารณะ) โดยเน้นบูรณาการทุกช่องทางสื่อ รวมทั้งจะต้องใช้ข้อมูลและวิชาการเพื่อวางแผน ประเมิน และแสดงให้เห็นความคุ้มค่าในมิติต่างๆ ทั้งด้านการศึกษาวิจัยผู้ชมผู้ฟัง (Audience analysis) การศึกษาติดตามเชิงลึกกลุ่มผู้ชมผู้ฟังเป้าหมาย (Audience journey) การประเมินผลลัพธ์และความคุ้มค่าให้สังคมประจักษ์ด้วยเครื่องมือวัดผลเชิงคุณภาพ เช่น SROI (Social Return On Investment) ผลผลิตในแง่คุณภาพของเนื้อหา ความพึงพอใจและการประเมินคุณค่าจากภาคีหุ้นส่วน หรือผลลัพธ์ตามคุณค่าหลัก (Core values) ขององค์การฯ

## ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) ปี 2561-2564

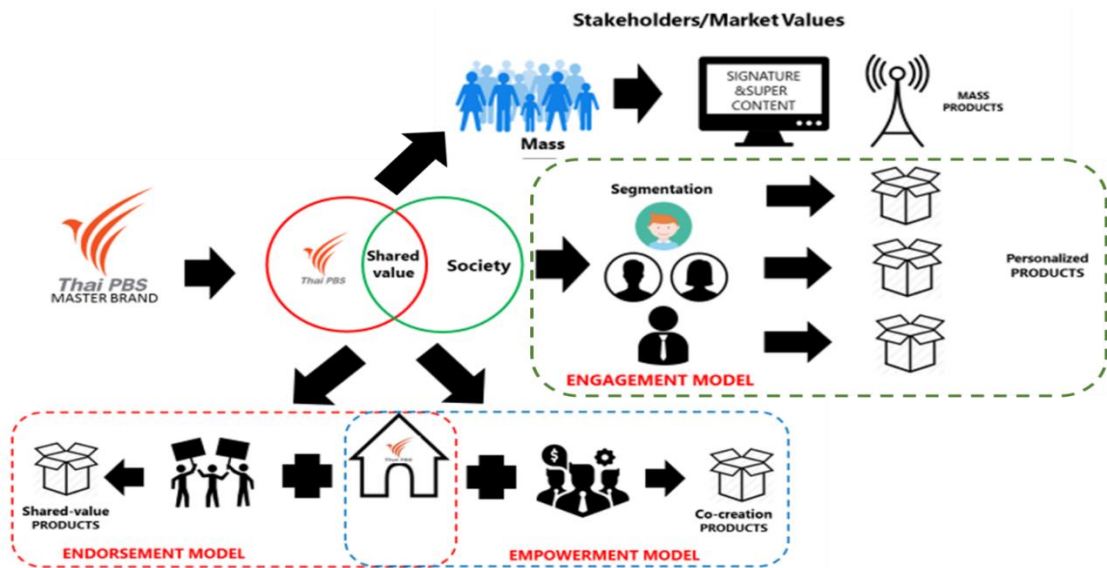
ภายใต้ยุทธศาสตร์ “แตกต่างบนความยั่งยืน” ส.ส.ท.ได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) ไว้ 4 ประการ ดังนี้

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 ในด้านของสารประโยชน์ที่สะท้อนคุณค่าสื่อสารสาธารณะไว้ 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 ทั้งนี้รูปแบบที่สอง และสาม นับเป็นแนวทางการทำงานแบบสื่อสารสาธารณะ ที่จะทำ ส.ส.ท. มีความแตกต่างและสามารถสร้างคุณค่าให้แก่สังคมตามที่กำหนดไว้ได้

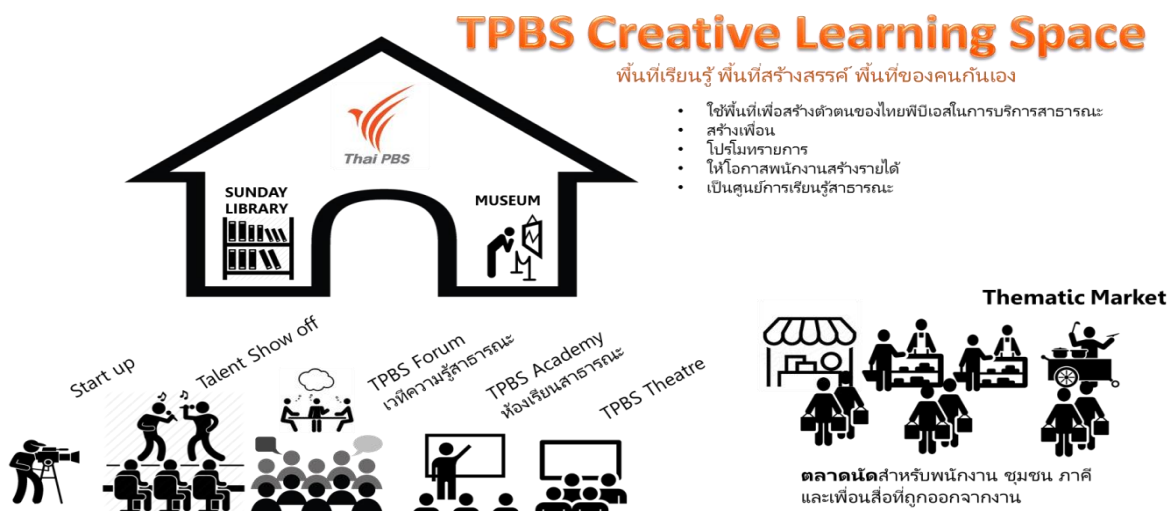


แผนภาพที่ 18 ตัวอย่างการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านผู้รับสาร/ผู้สื่อสารที่หลากหลายและทั่วถึง



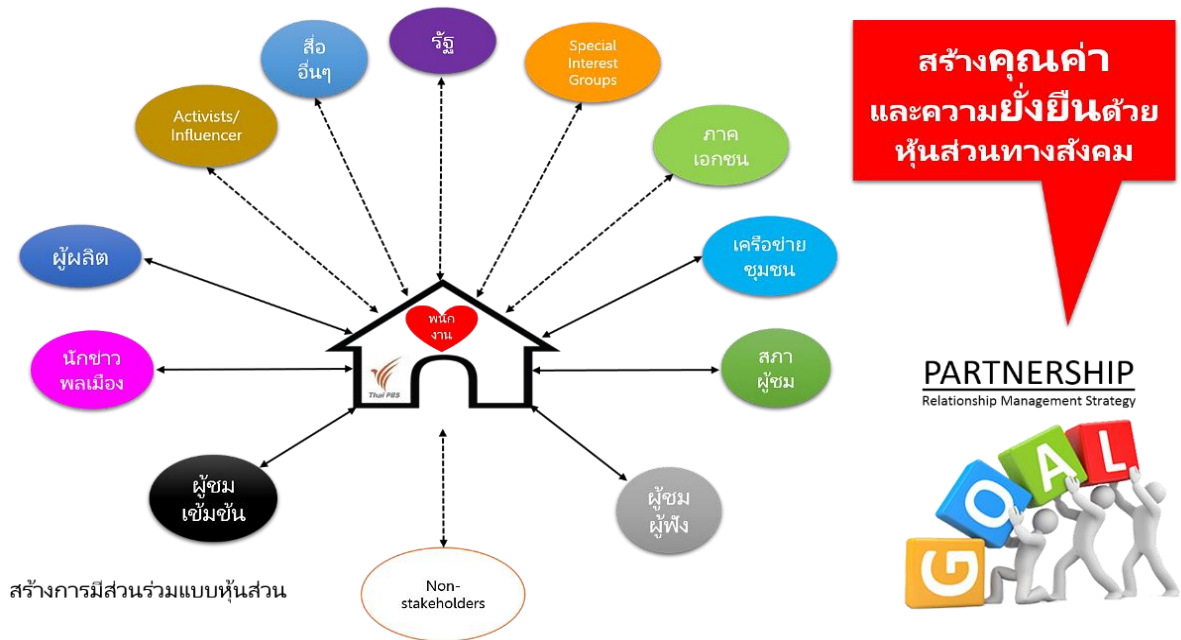
แผนภาพที่ 19 การออกแบบแนวคิดการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านสารประโยชน์และคุณค่าแบบสื่อสาธารณะ

2. สร้างสรรค์สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของโลกปัจจุบันที่มีพลวัตสูง ความรู้จะช่วยพัฒนาให้คนก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก ของสังคม และมีคุณภาพชีวิตที่ดี ทำให้ก้าวไปสู่สังคมคุณภาพและคุณธรรมได้ ส.ส.ท. จึงมุ่งสร้างสังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยเปิดพื้นที่การเรียนรู้สำหรับทุกคน (Learning Space for All) ผ่านสื่อทุกช่องทางของ ส.ส.ท. และเปิดพื้นที่ทางกายภาพ เช่น ศูนย์การเรียนรู้ และพิพิธภัณฑ์ 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



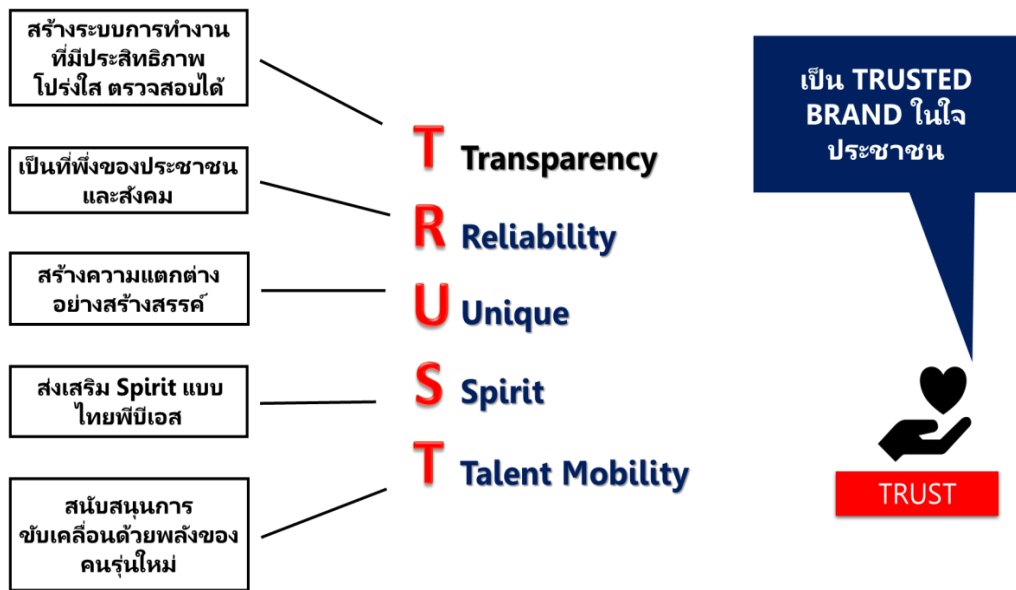
แผนภาพที่ 20 แนวคิดการจัดพื้นที่เรียนรู้ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต

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

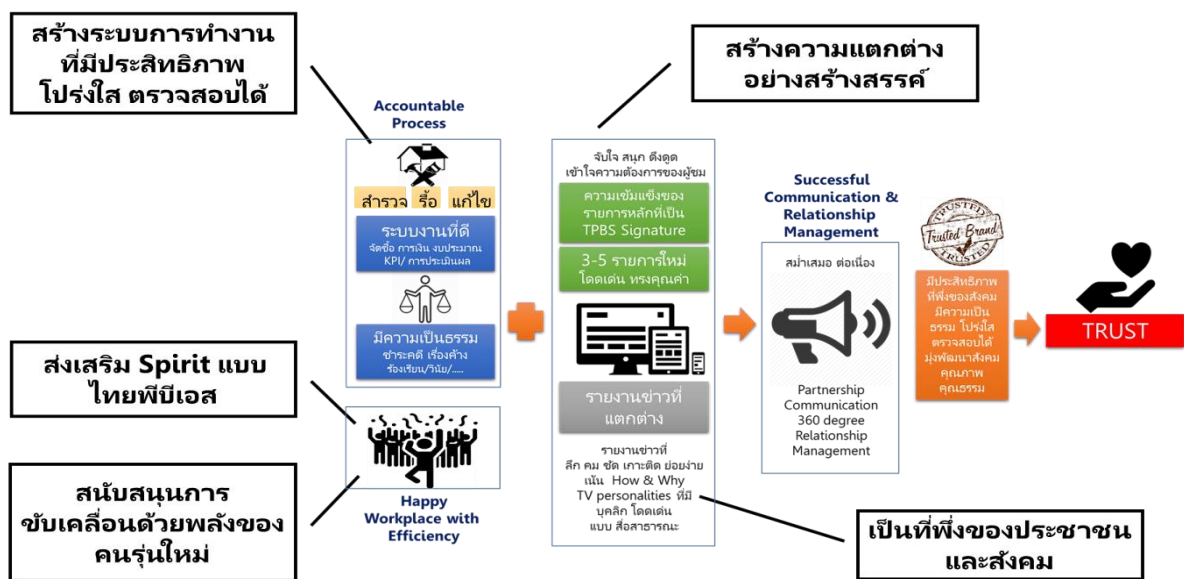


แผนภาพที่ 21 แนวคิดการจัดวางความสัมพันธ์กับภาคีหุ้นส่วน ที่สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 คือสร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม

4. พัฒนา ส.ส.ท. ให้เป็น Trusted Brand ในใจประชาชน ส.ส.ท. มุ่งมั่นที่จะทำให้สังคมศรัทธาและเชื่อมั่นในความเป็นสื่อสาธารณะ ทั้งในด้านขีดความสามารถ ประสิทธิภาพ ความโปร่งใส (Transparency) การนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นอิสระ ไม่ถูกครอบงำด้วยอำนาจรัฐ หรืออำนาจทุน เชื่อถือได้ ตรงไปตรงมา และเป็นที่ยังได้ของประชาชน (Reliable) มีความโดดเด่นแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ (Unique) โดยพนักงานของ ส.ส.ท. มีจิตสำนึกสาธารณะและความรับผิดชอบต่อสังคม (Spirit of Thai PBS) และการสนับสนุนการขับเคลื่อนด้วยพลังของคนรุ่นใหม่อย่างจริงจัง (Talent Mobility) โดยกำหนดให้เป็นเป้าหมายของผลลัพธ์การดำเนินงานที่จะต้องชี้วัดได้ภายในปี 2564 อย่างมีหลักวิชาการรองรับ นอกจากนี้ แผนงานและโครงการต่างๆ จะต้องออกแบบให้แสดงผลลัพธ์ที่มุ่งตอบเป้าหมายดังกล่าวนี้ด้วย



แผนภาพที่ 22 แนวคิดและการนิยามความหมายที่เป็นรูปธรรม วัตถุประสงค์ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการเป็น Trusted Brand ในใจประชาชน



แผนภาพที่ 23 การจัดกลไกทางยุทธศาสตร์ที่จะนำไปสู่การสร้างความเป็น Trusted Brand ในใจประชาชน