

ส่วนที่ 1

กรอบความคิดแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท.

พ.ศ. 2561-2564

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

ส่วนที่ 1

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

ที่มาของแนวคิดการจัดทำแผนบริหารกิจการ

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย หรือ ส.ส.ท. ก่อเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่สังคมต้องการสื่อที่มีอิสระ มีความเป็นกลางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่รอบด้าน ถูกต้อง เป็นจริง เชื่อถือได้ มีสาระและคุณภาพ ยึดถือผลประโยชน์ของประเทศชาติ และประชาชนเป็นที่ตั้ง จึงได้มีการตราพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 ขึ้น โดยมีเหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้คือ “โดยที่เป็นการสมควรให้มีองค์การสื่อสารสาธารณะซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้นำในการผลิตและสร้างสรรค์รายการข่าวสารคุณภาพสูงที่จะเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะและส่วนรวม โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อส่งเสริมให้มีการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง แท้จริง และสมดุล มุ่งยกระดับการเรียนรู้ของประชาชนทุกภาคส่วนให้ก้าวหน้าทันการเปลี่ยนแปลงของโลก รวมทั้งพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและประเทศ และสร้างความยั่งยืนให้แก่ความเป็นพลเมืองและสังคมส่วนรวม ผ่านทางการบริการข่าวสารและสาระความรู้ นอกจากนี้เพื่อให้องค์การเป็นผู้นำความรู้ในทางวิชาการต่าง ๆ ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาติที่ส่งเสริมให้คนในชาติมีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันและเกิดความรักชาติ ภูมิใจในภาษา วัฒนธรรม และท้องถิ่นของตนเอง และกระตุ้นและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์การผลิตรายการของผู้ผลิตรายการอิสระ จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้”

ดังนั้น การกำหนดเป้าประสงค์ (Purpose) ของ ส.ส.ท. ภายในปี พ.ศ. 2564 ไปสู่การเป็น “พื้นที่การเรียนรู้สำหรับทุกคน (Learning Space for All) โดยกำหนดให้ปี พ.ศ. 2561 เป็น “สื่อขับเคลื่อนการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง” จึงสนองตอบเจตนารมณ์การก่อกำเนิดของ ส.ส.ท. เป็นอย่างยิ่ง อีกทั้ง ยังเป็นการแสดงพัฒนาการของสื่อสาธารณะในประเทศไทย ที่มุ่งเข้าสู่บทบาทของการสร้างการเรียนรู้ สร้างภูมิปัญญา ให้ประชาชน เพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ และมีศักยภาพที่จะร่วมสร้างความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในสังคม

แนวทางการจัดทำแผนบริหารกิจการ

1. นำทิศทาง และนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย ปี 2560 เป็นกรอบแนวทางไปสู่การปฏิบัติ ดังนี้

1.1 นโยบายเนื้อหาและการนำเสนอ

พัฒนาเนื้อหาให้แตกต่างบนฐานขององค์ความรู้และการมีส่วนร่วมของเครือข่ายทุกภาคส่วนและบูรณาการการนำเสนอทุกช่องทางการสื่อสาร โดยให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์

1.2 นโยบายโครงสร้าง

ปรับโครงสร้าง กลไก และกระบวนการทำงานให้กระชับ คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ พัฒนาบุคลากรให้มีกระบวนการทัศน์และทักษะที่เหมาะสมกับภาระงานที่เปลี่ยนแปลงไป และกำหนดค่าตอบแทนให้สอดคล้องกับความรู้ความสามารถและผลการปฏิบัติงาน

1.3 นโยบายการเปลี่ยนแปลง

ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรม โดยเป็นโรงเรียนของสังคม เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิตของประชาชน การพัฒนาที่ยั่งยืน ตลอดจนการสื่อสารสันติภาพ

1.4 นโยบายการมีส่วนร่วม

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

1.5 นโยบายความสัมพันธ์

ร่วมมือกับบุคคล หน่วยงาน ทั้งภาครัฐ เอกชน ภาคประชาสังคม และชุมชน บนพื้นฐานประโยชน์สาธารณะและการดำเนินการที่เป็นอิสระของสื่อสาธารณะ

1.6 นโยบายฐานข้อมูล

สร้างระบบฐานข้อมูล เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการ การนำเสนอข่าวสาร รายการที่เจาะลึกในทุกมิติอย่างรอบด้าน และให้ประชาชนสามารถเข้าถึงใช้ประโยชน์ได้

1.7 นโยบายการประเมินผล

พัฒนาเครื่องมือประเมินคุณภาพและความคุ้มค่าทางสังคมในการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของสื่อสาธารณะและเป็นที่รับรู้ของสังคมนอกเหนือจากการประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ

1.8 นโยบายการจัดการความเสี่ยง

มีแผนบริหารและจัดการความเสี่ยงทั้งภายในและภายนอกองค์กร

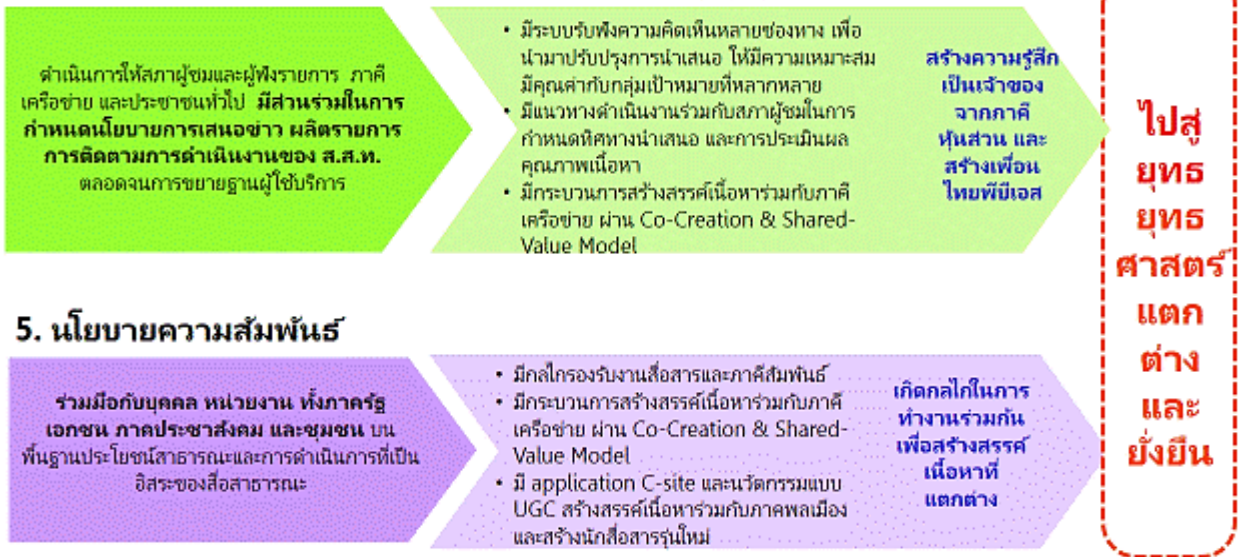
ทั้งนี้ แผนบริหารกิจการ ปี 2561-2564 ได้นำนโยบายของกรรมการนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การปฏิบัติ ดังนี้

แนวทางการนำนโยบายของกรรมการนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การปฏิบัติ

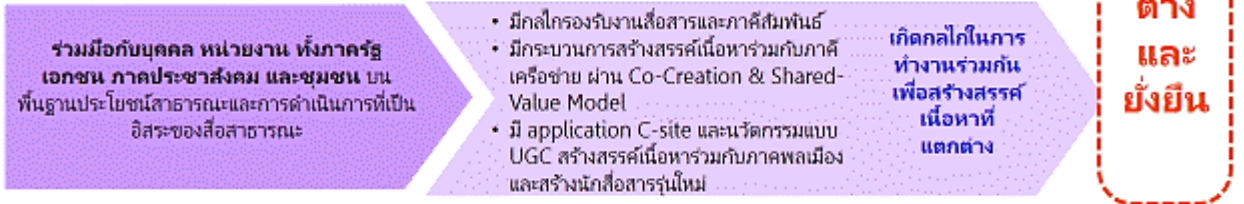


แผนภาพที่ 1 แสดงแนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การปฏิบัติในการสร้างความ "แตกต่าง"

4. นโยบายการมีส่วนร่วม



5. นโยบายความสัมพันธ์

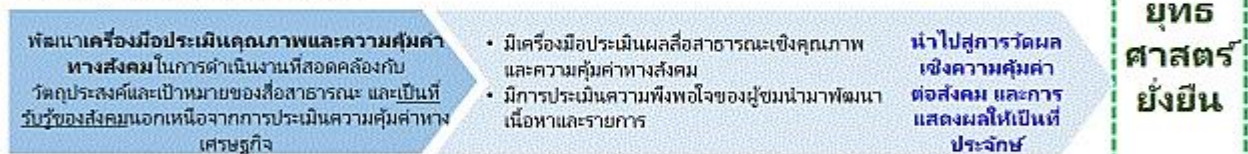


แผนภาพที่ 2 แสดงแนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การปฏิบัติในการสร้างความ “แตกต่าง” และ “ยั่งยืน”

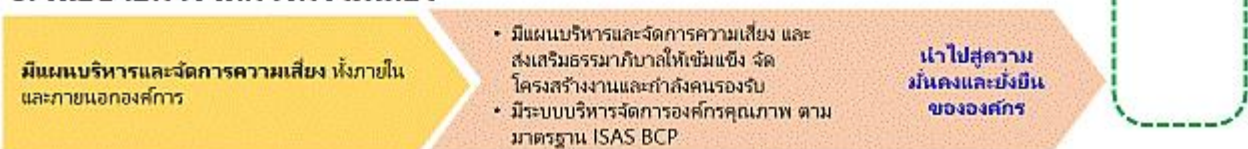
2. นโยบายโครงสร้าง



7. นโยบายการประเมินผล



8. นโยบายการจัดการความเสี่ยง



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

แนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์องค์กร



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

2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน

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

สถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งในระดับโลก ระดับประเทศ และกระทบถึงการดำเนินชีวิตของประชาชนในระดับต่างๆ ซึ่งประชาชนต้องเตรียมตัวให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงนับตั้งแต่ความก้าวหน้าในการวิจัยและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในระดับโลกที่เป็นไปอย่างก้าวกระโดด เป็นกุญแจสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และเปลี่ยนวิถีการดำรงชีวิตของคน ทำให้เกิดสาขาอุตสาหกรรมและบริการใหม่ๆ ที่ผสมผสานการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่หลากหลายสาขา มนุษย์จะสามารถเข้าถึงข้อมูลและองค์ความรู้ได้อย่างไร้ขีดจำกัด มีการแข่งขันแรงงานที่มีทักษะด้านเทคโนโลยีและมีทักษะหลายด้านในตลาดแรงงาน การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงินที่มีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้มีตลาดเกิดใหม่ที่มียุทธศาสตร์สูง การเงินโลกเข้าสู่สถานการณ์ไร้พรมแดน การก่อการร้าย อาชญากรรมข้ามชาติ และอาชญากรรมทางไซเบอร์จะทวีความรุนแรงและมีวิธีการที่ซับซ้อนมากขึ้น การเข้าสู่สังคมสูงวัยของโลกส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและรูปแบบการดำเนินชีวิต อาจก่อให้เกิดการแย่งชิงประชากรวัยแรงงานโดยเฉพาะคนที่มีศักยภาพสูง การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยธรรมชาติมีความผันผวนและรุนแรงมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อผลิตในภาคเกษตรและความมั่นคงด้านอาหารและน้ำ

สถานการณ์ในประเทศไทย โครงสร้างเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนผ่านจากภาคเกษตรไปสู่ภาคอุตสาหกรรมและบริการมากขึ้น ภาคการผลิตมีการสั่งสมองค์ความรู้และปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันเกิดความเหลื่อมล้ำในมิติต่างๆ เช่น ความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยี การเข้าถึงอำนาจในการจัดการทรัพยากร ปัญหาหนี้ครัวเรือนที่สูงมากทั้งหนี้สินในระบบและนอกระบบ โดยเฉพาะครัวเรือนที่เป็นเกษตรกรและแรงงาน (เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 52.4 เป็นร้อยละ 80 ในช่วงปี 2551 - 2560)

ทั้งนี้โครงสร้างประชากรไทยเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมสูงวัยตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นมา และจะเป็นสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ในปี 2564 ซึ่งในปี 2559 มีประชากรไทยทั้งหมด 65.3 ล้านคน มีสัดส่วนวัยเด็กร้อยละ 17.82 วัยแรงงานร้อยละ 65.67 และวัยสูงอายุร้อยละ 16.70 เมื่อถึงปี 2564 สัดส่วนผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นเป็น 19.8 ขณะที่สัดส่วนวัยเด็กและวัยแรงงานจะลดลงเหลือร้อยละ 16.6 และ 64.1 ตามลำดับ ซึ่งมีผลต่อความมั่นคงทางสังคม สุขภาพ การเงิน และอัตราการพึ่งพิง รวมถึงคุณภาพคนไทยทุกกลุ่มวัยยังมีปัญหาในเรื่องของพัฒนาการและสติปัญญาตั้งแต่วัยเด็ก การขาดทักษะความรู้ความสามารถที่ส่งผลต่อผลิตภาพแรงงานของประเทศ คุณภาพการศึกษาและการเรียนรู้ของคนไทยยังอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ สะท้อนมาจากคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นพื้นฐาน (O-NET) ในปี 2558 พบว่า มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าร้อยละ 50 และผลคะแนนสอบ PISA ที่อยู่ในระดับต่ำกว่าอีกหลายประเทศที่มีระดับการพัฒนาใกล้เคียงกัน เนื่องจากข้อจำกัดเรื่องหลักสูตรระบบการเรียนการสอนที่ ปัจจัยสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนและครูที่มีคุณภาพยังกระจายไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะในพื้นที่ห่างไกล

นอกจากนี้สังคมไทยยังมีปัญหาด้านคุณธรรมจริยธรรม โดยผลสำรวจของศูนย์คุณธรรมร่วมกับนิด้าโพล ปี 2557 พบว่าปัญหาด้านคุณธรรมจริยธรรมที่ประชาชนมากกว่าร้อยละ 50 เห็นว่าสำคัญที่สุด คือ ความซื่อสัตย์สุจริต การทุจริตคอร์รัปชัน และประชาชนกว่าร้อยละ 90 เห็นว่าจำเป็นต้องส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมโดยเร็วที่สุด ขณะที่การสำรวจการยอมรับพฤติกรรมทางสังคมของคนไทยที่มีอายุ 13 ปีขึ้นไป ในปี 2557 เรื่องพฤติกรรมของการมีวินัย เช่น การข้ามถนนโดยใช้สะพานลอยหรือข้ามทางม้าลาย พบว่า กว่าร้อยละ 45 ทำเป็นบางครั้งหรือไม่ทำเลย

ในด้านการเมือง การประกาศใช้รัฐธรรมนูญ 2560 เป็นรัฐธรรมนูญ ฉบับที่ 20 เมื่อวันที่ 6 เมษายน 2560 นับเป็นหลักหมุดสำคัญที่เป็นการเริ่มต้น “โรดแมป” อย่างเป็นทางการ และจะมีการตรากฎหมายลูก หรือยกร่างพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญ จำนวน 10 ฉบับ ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้ง และการเข้าสู่อำนาจของผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง อาจจะมีการประกาศใช้ได้ประมาณเดือนสิงหาคม ถึงกันยายน 2561 ขณะเดียวกันก็เป็นการเริ่มต้นในเรื่องการปฏิรูปและการวางยุทธศาสตร์ของประเทศ ซึ่งรัฐธรรมนูญ 2560 ได้บรรจุกลไกการปฏิรูปประเทศอยู่ในหมวดที่ 16 มาตรา 257-261 และการวางยุทธศาสตร์ชาติ ที่มาตรา 65 กำหนดให้จัดทำยุทธศาสตร์ชาติขึ้นเพื่อเป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ตามหลักธรรมาภิบาลเพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่างๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกัน

ในด้านนโยบายรัฐ ได้วางแนวทาง การปฏิรูปประเทศ ไว้ 5 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านความมั่นคง ด้านการต่างประเทศ และด้านกฎหมาย กระบวนการยุติธรรม และการบริหารราชการแผ่นดิน โดยดำเนินการตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ซึ่งกำหนด วิสัยทัศน์ “ประเทศมีความ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมียุทธศาสตร์ในการดำเนินงาน 6 ยุทธศาสตร์ คือ

1. ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง
2. ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
3. ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน
4. ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างโอกาส ความเสมอภาค และความเท่าเทียมกันทางสังคม
5. ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
6. ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

ความเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกผันของเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร มีส่วนกำหนดพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของประชาชนในสังคมที่บุคคลทั่วไปไม่ได้เป็นผู้รับสารเพียงอย่างเดียวอีกต่อไป แต่มีส่วนเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

ด้วย ในขณะที่สื่อหลักและสื่ออาชีพก็เกิดขึ้นจำนวนมากและอยู่ในภาวะที่ต้องแข่งขันแย่งชิงผู้ชมผู้รับข้อมูลข่าวสาร เพื่อประโยชน์ในด้านรายได้ จึงมักให้ความสำคัญกับการผลิตข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องใจผู้รับข่าวสารมากกว่าการเน้นความถูกต้องหรือสารประโยชน์อย่างจริงจัง พร้อม ๆ กับการเลือนไหลของกระแสวัฒนธรรมโลกที่ผสมผสานกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต และเกิดการสร้างวัฒนธรรมร่วมสมัย แต่อาจก่อให้เกิดวิกฤตทางวัฒนธรรมเนื่องจากขาดการคัดกรองและเลือกรับวัฒนธรรมที่ดี และการท่วมล้นของข้อมูลข่าวสารที่ผู้รับสารยากที่จะคัดกรองและเลือกใช้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีคุณภาพ

ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในมิติต่างๆ ส่งผลกระทบถึงประชาชนทุกระดับ ซึ่งประชาชนต้องเตรียมตัวให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นโดยสื่อสาธารณะต้องมีบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่สร้างการเรียนรู้ให้ประชาชนก้าวทันการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวให้สามารถอยู่ร่วมกับการเปลี่ยนแปลงได้พร้อมกับการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

สถานการณ์ที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การแข่งขันและภาวะความอยู่รอดของอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัล ถือว่าอยู่ในขั้นวิกฤต เห็นได้จากผลประกอบการที่ขาดทุนมาอย่างต่อเนื่อง จากจำนวน 24 ช่อง ขาดทุนเฉลี่ย 1,138 ล้านบาท (จาก 4 ราย) มีเพียง 2 ช่องทีวีเท่านั้นที่มีผลประกอบการที่มีกำไร (ที่มา กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์) ทั้งนี้ มีปัจจัยที่สำคัญคือ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร และการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ข้อมูลจากผลการวิจัย “พฤติกรรมมารับข่าวสารและความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อสื่อมวลชน” ของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ซึ่งเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามในช่วงเดือนกรกฎาคม 2559 ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 800 คน ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ช่วงอายุ ได้แก่ เจนเนอเรชั่น Y อายุระหว่าง 19-36 ปี 65.1% เจนเนอเรชั่น X อายุระหว่าง 37-51 ปี 21% เบบี้บูมเมอร์ อายุระหว่าง 52-70 ปี 7.5% และ เจนเนอเรชั่น Z อายุระหว่าง 12-18 ปี 6.4% พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) บ่อยที่สุดคิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 4.13 (จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน) รองลงมาคือดูโทรทัศน์ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.81 และเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันข่าว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.15

การทบทวน พ.ร.บ.องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 เมื่อครบ 10 ปี ในปี พ.ศ. 2561

มาตรา 51 แห่ง พ.ร.บ. องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 ได้กำหนดว่า “อย่างน้อยทุก ๆ สิบปีนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ให้องค์การเสนอให้มีการทบทวนที่มาของรายได้และสัดส่วนของเงินบำรุงองค์การให้มีความเหมาะสมกับความจำเป็นในการดำเนินการกิจขององค์การ ทบทวนถึงความเหมาะสมในการให้องค์การนำส่งเงินสะสมส่วนที่เกินจากความจำเป็นกลับคืนเพื่อเป็นรายได้แผ่นดินหรือจัดสรรคืนเพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคม และทบทวนการสร้างและส่งเสริมการสื่อสารสาธารณะของประชาชนผ่านการดำเนินการกิจขององค์การ รวมทั้งเสนอให้มีการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายที่เกี่ยวข้อง” ดังนั้น ในวาระที่ดำเนินการครบ 10 ปี ส.ส.ท. จะต้องดำเนินการให้มีการประเมินผลการดำเนินการในปี 2561 ทั้งในด้านการส่งเสริมการสื่อสารสาธารณะและความเหมาะสมของงบประมาณ รวมทั้งข้อเสนอในประเด็นการทบทวน พ.ร.บ.องค์การให้สอดคล้องกับบริบทและภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งหนุนเสริมการดำเนินการขององค์การให้สามารถทำหน้าที่ของสื่อสาธารณะได้อย่างเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. วิเคราะห์ผลประเมิน และการบริหารจัดการงบประมาณ ปี 2559 ของ ส.ส.ท.

¹จากรายงานของผู้ประเมินผลการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ประจำปี 2559 ตามมาตรา 50 แห่งพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย มีประเด็นที่ต้องคำนึงถึง ดังนี้

- เนื้อหารายการของไทยพีบีเอส มีความเป็นสาระสูง ถูกจริตกับกลุ่มผู้นำทางความคิดซึ่งเป็นชนชั้นกลางมากกว่าที่จะเป็นกลุ่มคนรากหญ้า ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ในสังคม อันสะท้อนให้เห็นถึงเนื้อหารายการดังกล่าวที่มีการเข้าถึงมวลชนในระดับที่ต่ำ แต่เข้าถึง Change agents ในระดับที่สูง นับเป็นเรื่องที่น่าวิตกกังวลถึงเจตนารมณ์ในการจัดตั้งสื่อสาธารณะที่จำเป็นต้องผลิตรายการเพื่อรับใช้สาธารณะ ซึ่งหัวใจก็คือประชาชนทุกภาคส่วนในสังคม

- การจัดผังรายการในรูปแบบของโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ซึ่งปรากฏอยู่โดยทั่วไปที่มักนิยมนำเอารายการประเภทข่าวและภาคบันเทิงไว้ออกอากาศในช่วงภาคค่ำ (Evening Program) ซึ่งเป็นเวลาที่มีผู้ชมมากที่สุด (Prime time) จะทำให้เกิดสภาพการแข่งขันในสนามเดียวกันของสื่อสาธารณะกับสื่อเชิงพาณิชย์โดยไม่ตั้งใจ ซึ่งจะไม่เป็นผลดีทั้งในแง่ของการเปรียบเทียบเชิงความนิยม (Rating) ระหว่างรายการ ความหลากหลายของรายการ และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของทางสถานีได้ ซึ่งปัญหาเหล่านี้ได้ถูกสะท้อนผ่านข้อมูลที่ได้จากการประมวลความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อสถานีทั่วประเทศ จากการจัดทำของสภาผู้ชมผู้ฟังรายการว่า รายการไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เพราะเวลาออกอากาศ กับเวลาที่กลุ่มเป้าหมายต้องการชมไม่สอดคล้องกัน

- ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดของสื่อสาธารณะเพื่อขยายฐานผู้ชม ในขณะเดียวกันการขยายฐานผู้ชมกลุ่มวัยรุ่นนั้น ควรเน้นไปที่กลุ่มวัยรุ่นที่ใฝ่รู้ ในด้านต่างๆ เพื่อสร้างพลเมืองตื่นรู้ (Active Citizen) รุ่นต่อไป

- การวัดความนิยม (Rating) ควรทำควบคู่กันทั้งในด้านการวัดความนิยมในเชิงการตลาด และสร้างมาตรวัดความนิยมที่เหมาะสมในฐานะสื่อสาธารณะ รวมทั้งสร้างเกณฑ์ในการศึกษาพฤติกรรมกรรมการรับชมของ พลเมืองตื่นรู้ (Active Citizen) และกำหนดเกณฑ์ในการประเมินผลการรับชมจากสภาผู้ชมผู้ฟังที่เหมาะสม และทันต่อการพัฒนารายการในแต่ละไตรมาส

- ควรมีการวิจัยที่เป็นรูปธรรม เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการปรับผังรายการ และการสร้างสรรค์เนื้อหา เพื่อนำเสนอในช่องทางและช่วงเวลาที่เหมาะสม และเพิ่มการทำงานประเด็นเชิงสังคมมากขึ้นโดยปรับการนำเสนอไหนาสนใจด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ

- มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการปรับตัวเข้ากับการแข่งขันทางการตลาด ภายใต้มาตรฐานความเป็นสื่อสาธารณะสมัยใหม่บนภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน

นอกจากนี้ สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ ส.ส.ท. ได้จัดเวทีรับฟังความคิดเห็นในช่วงเดือนมกราคม-มิถุนายน 2560 และได้รวบรวมข้อเสนอจากประชาชนนำมาเสนอต่อคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการนโยบาย ดังนี้

ข้อเสนอการรับฟังความคิดเห็นเพื่อพัฒนาคุณภาพข่าวและรายการ

- ควรรวบรวมข้อมูลที่มีผลกระทบต่อประชาชนในวงกว้าง มานำเสนอแบบที่กระชับและเข้าใจง่าย
- ควรกำหนดเป้าหมายของผู้ชมให้ชัดเจนและมีผู้ชมมากพอที่จะผลักดันและขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม
- นำหลักการความต้องการของผู้ชม (Insight Needs) มาวางแผนผลิตรายการ
- รายการที่ควรมีความต่อเนื่องเพื่อสร้างการติดตาม ไม่ปรับเปลี่ยนผังรายการบ่อยเกินไป และเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่าน Application หรือ Social media
- พัฒนาเครือข่ายหรือสร้างความร่วมมือกับกลุ่มแฟนเพจ จัดการปัญหาข่าวเท็จ

ข้อเสนอด้านการขับเคลื่อนเพื่อเปลี่ยนแปลงสังคม

- กำหนดให้การปฏิรูปการศึกษาเป็นวาระที่สำคัญของ ส.ส.ท.

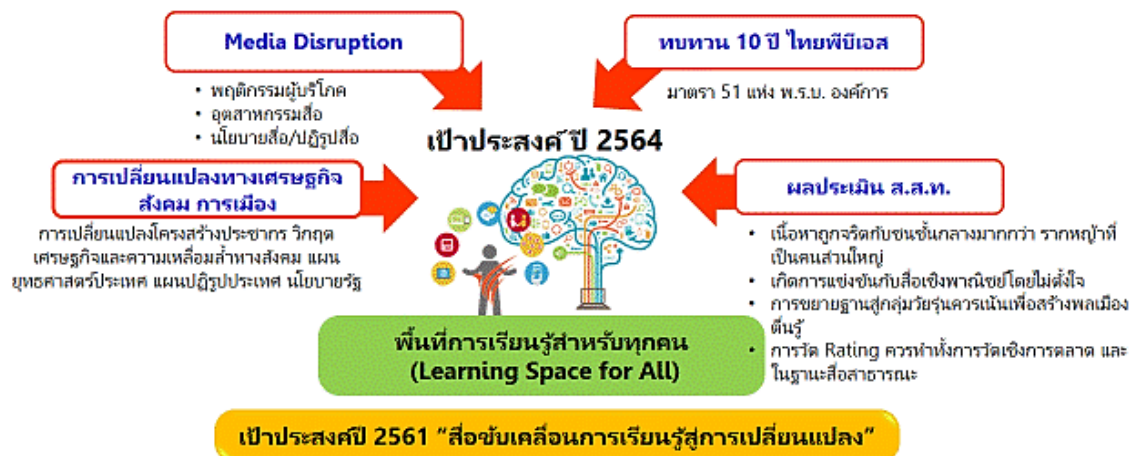
¹ ที่มา : ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)

- สร้างและขึ้นทะเบียนนักข่าวพลเมืองเพื่อเป็นครูในการสอนและขยายความเป็นนักข่าวพลเมือง

ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อเป็นข้อมูลแนวทางพัฒนาการดำเนินงานของ ส.ส.ท.

- สนับสนุน “การสื่อสารพลังบวก”
- เป็นสื่อกลางหรือพื้นที่เปิดเพื่อใช้สื่อสารสร้างความเข้าใจกันในสังคม
- เป็น “คลังความรู้” รวบรวมเหตุการณ์ เรื่องราวความรู้ในรายการต่างๆ จัดทำเป็นชุดความรู้
- เป็นแหล่งผลิตนักสื่อสารพลเมืองที่มีความรู้ ความเข้าใจในการเสพสื่อ ใช้สื่อ และผลิตสื่อ
- ควรขยายและพัฒนาช่องทางการสื่อสารข้อมูลข่าวสารให้ครอบคลุมตามภารกิจขององค์กร
- ฟันฟู “เพื่อนสื่อสาธารณะ” กลับคืนมาเพื่อเป็นผู้ร่วมสื่อสาร สนับสนุน และใช้ประโยชน์จากสื่อ สาธารณะ
- มีระบบการติดตามและรวบรวมผลงานจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร
- มีระบบการสื่อสารที่ทำให้สภาผู้ชมาและเครือข่ายรับรู้ข้อเสนอก่ที่เกิดขึ้นจากการรับฟังความคิดเห็นได้มีการนำไปใช้ประโยชน์

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



แผนภาพที่ 5 แสดงบริบทแวดล้อมที่นำเข้าสู่แผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. พ.ศ. 2561-2564

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

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

WHY : LEARNING SPACE FOR ALL

สื่อสาธารณะ คือความหวังของการทำงานคุณภาพ สร้างสรรค์สังคมที่ดี ด้วยกระบวนการเรียนรู้ที่ดี โดยไม่ถูกบีบรัดจากระบบการอุปถัมภ์ทางเศรษฐกิจ และครอบงำจากรัฐ



แผนภาพที่ 6 แสดงเหตุผลในการเป็น “Learning Space for All” ของ ส.ส.ท.

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

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

แผนภาพที่ 7 แสดงนิยาม “Learning Space for All”

วัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ (Vision) และ พันธกิจ (Mission)

กำหนดขึ้นตามวัตถุประสงค์ ของพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 โดยประกาศใช้มาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2551

วัตถุประสงค์ตามพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551

- (1) ดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่จะสนับสนุนการพัฒนาสังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรม บนพื้นฐานของความเป็นไทย โดยผ่านทางบริการข่าวสารที่เที่ยงตรง รอบด้าน สมดุล และเชื่อถือต่อ จรรยาบรรณ
- (2) ผลิตรายการทางด้านข่าวสาร สารประโยชน์ทางการศึกษา และสารบันเทิง ที่มีสัดส่วนอย่าง เหมาะสมและมีคุณภาพสูง เน้นความหลากหลายในมิติต่างๆ โดยมุ่งดำเนินการอย่างปราศจากอคติทาง การเมืองและผลประโยชน์เชิงพาณิชย์
- (3) ส่งเสริมความรู้ให้แก่ประชาชนให้ก้าวหน้าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกเพื่อประโยชน์ทั้งระดับชาติและ ระดับท้องถิ่นผ่านทางบริการข่าวสารและสารประโยชน์อื่น
- (4) ส่งเสริมเสรีภาพในการรับรู้ข่าวสารเพื่อสร้างสังคมประชาธิปไตยที่ประชาชนได้รับอย่างเท่าเทียมกัน
- (5) สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมในการกำหนดทิศทางการให้บริการของ องค์การเพื่อประโยชน์สาธารณะ
- (6) สนับสนุนกิจกรรมสาธารณะประโยชน์อื่นๆ
การดำเนินการตาม (2) (3) (4) และ (5) ให้คำนึงถึงการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์ได้อย่างทั่วถึงและเป็น ธรรมของประชาชน

วิสัยทัศน์

“ มุ่งมั่นเป็นสถาบันสื่อสาธารณะ ที่สร้างสรรค์สังคมคุณภาพและคุณธรรม ”

พันธกิจ

“ ให้บริการข้อมูลข่าวสาร สารประโยชน์ สารบันเทิงที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

ตามข้อบังคับด้านจรรยาบรรณองค์การ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อทุกแขนง

โดยยึดถือผลประโยชน์สาธารณะและความคุ้มค่าเป็นสำคัญ ”

เป้าประสงค์ ปี 2561 -2564

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

เป้าประสงค์ (Purpose)

ในปี 2564

“พื้นที่เพื่อการเรียนรู้สำหรับทุกคน (Learning Space for All)”

ในปี 2561

“สื่อขับเคลื่อนการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง”

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

ยุทธศาสตร์องค์การ (Corporate Strategy)

“แตกต่างบนความยั่งยืน”

สาระสำคัญของยุทธศาสตร์ มีดังนี้

1. ยุทธศาสตร์สร้างความแตกต่าง

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

ไทยพีบีเอส จะต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มรายการที่สื่อพาณิชย์อื่นๆอาจละเลย 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. หรือไทยพีบีเอสเป็นแบรนด์ที่ไว้วางใจได้ของประชาชน (Trusted Brand) ทั้งในเรื่องขีดความสามารถในการทำหน้าที่ของสื่อสาธารณะ ความมีประสิทธิภาพ ความโปร่งใส และธรรมาภิบาล ควบคู่ไปกับการนำเสนอเนื้อหาที่เชื่อถือได้ รวมทั้งจะต้องสร้างคนไทยพีบีเอสให้มีจิตสำนึกสาธารณะ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีทักษะการทำงานหลากหลายข้ามสายงานได้ และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันแบบ One Team โดยต่อยอดจาก SPIRIT of Thai PBS

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

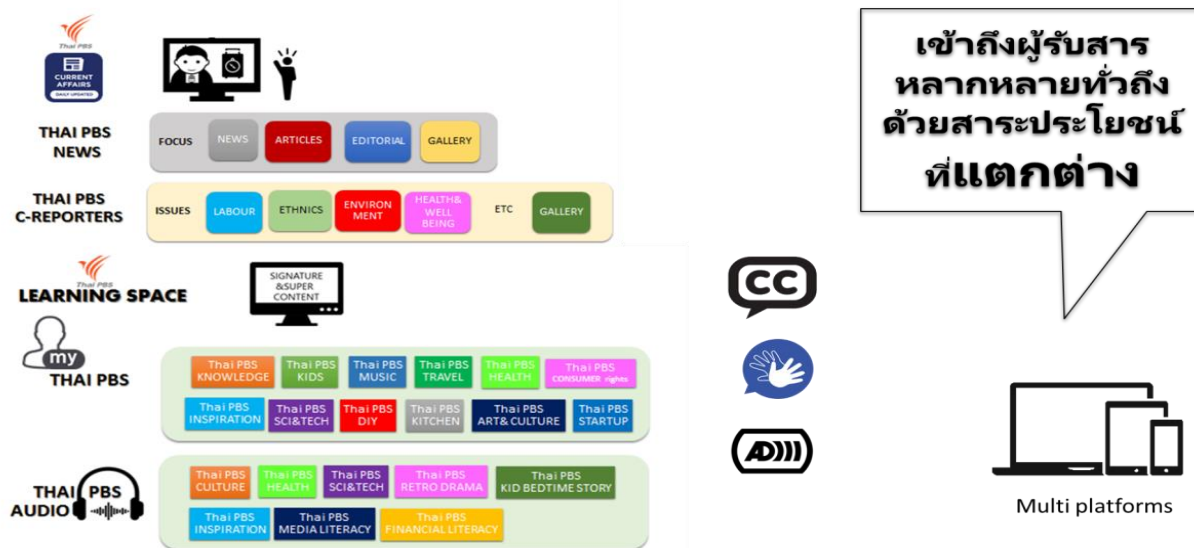
เพื่อสร้างการรับรู้และจดจำ ส.ส.ท. จะต้องมีแผนงานด้าน Branding และ Social Marketing (รณรงค์เพื่อสื่อสาธารณะ) โดยเน้นบูรณาการทุกช่องทางสื่อ รวมทั้งจะต้องใช้ข้อมูลและวิชาการเพื่อวางแผน ประเมิน และแสดงให้เห็นความคุ้มค่าในมิติต่างๆ ทั้งด้านการศึกษาวิจัยผู้ชมผู้ฟัง (Audience analysis) การศึกษาติดตามเชิงลึกกลุ่มผู้ชมผู้ฟังเป้าหมาย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

ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) ปี 2561-2564

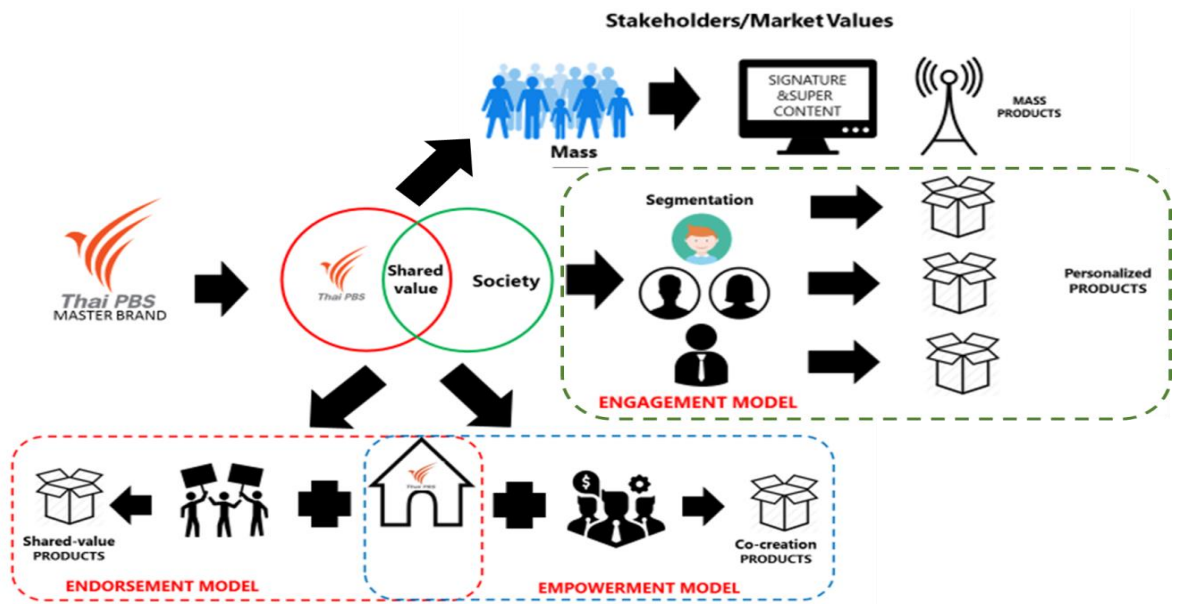
ภายใต้ยุทธศาสตร์ “แตกต่างบนความยั่งยืน” ส.ส.ท.ได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) ไว้ 4 ประการ ดังนี้

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

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

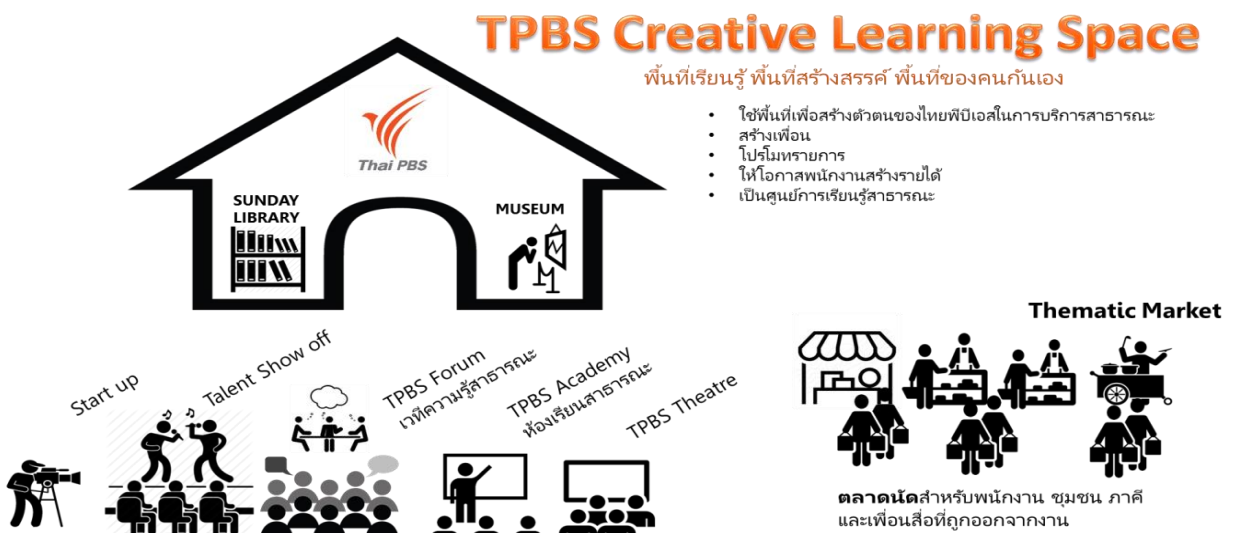


แผนภาพที่ 8 แสดงตัวอย่างการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านผู้รับสาร/ผู้สื่อสารที่หลากหลายและทั่วถึง



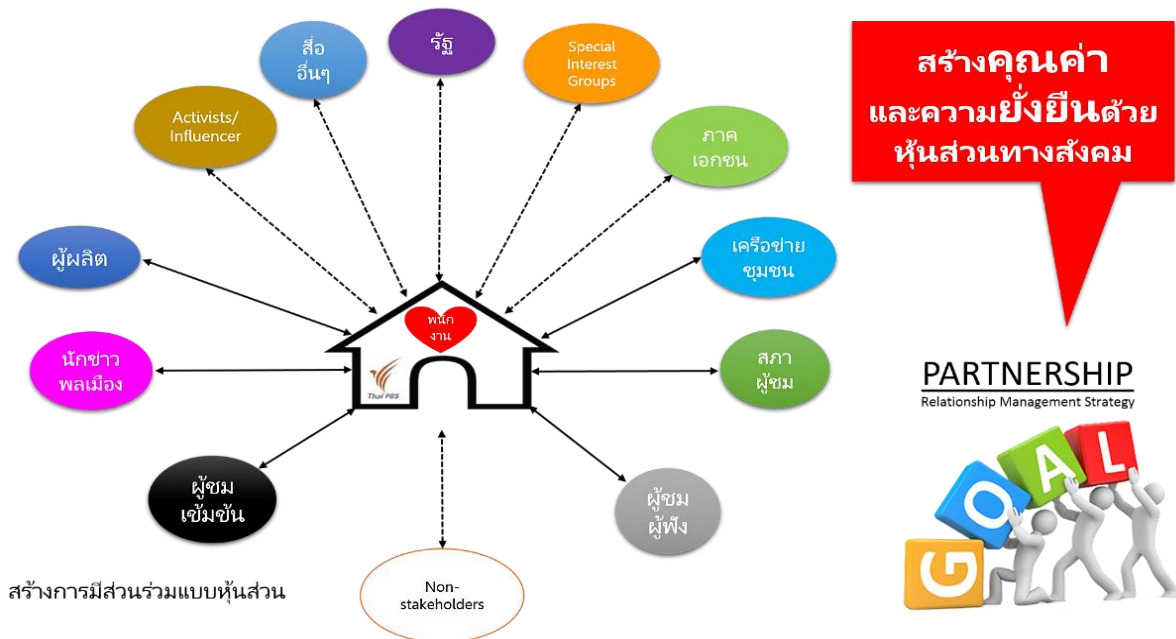
แผนภาพที่ 9 แสดงการออกแบบแนวความคิดการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านสารประโยชน์และคุณค่าแบบสื่อสาธารณะ

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



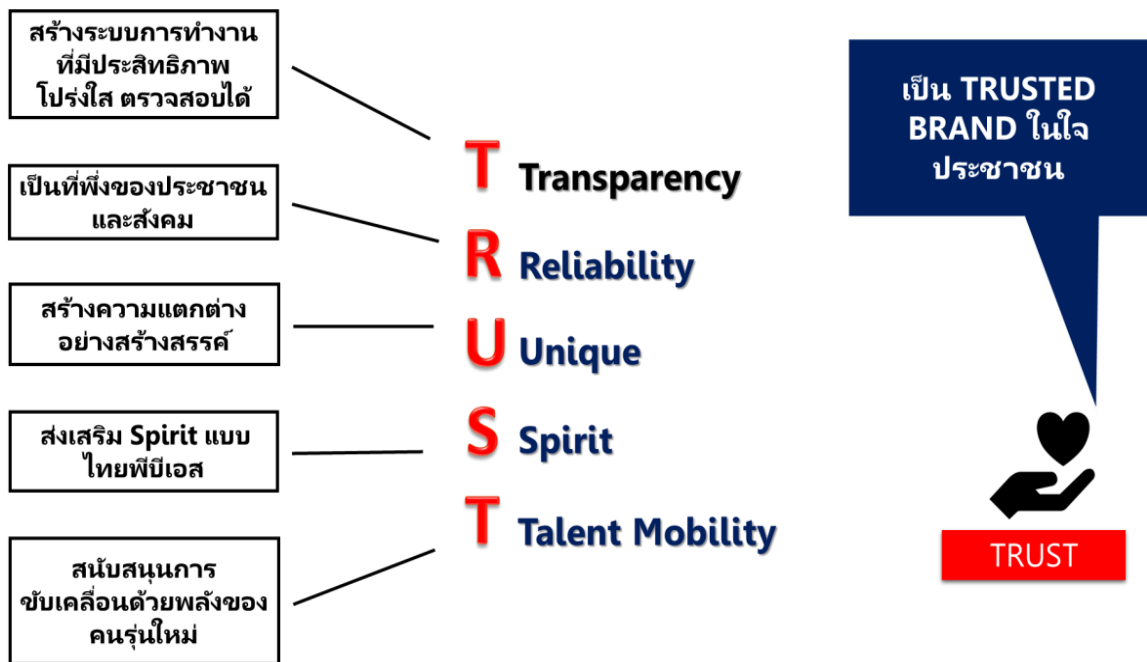
แผนภาพที่ 10 แสดงแนวความคิดการจัดพื้นที่เรียนรู้ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต

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

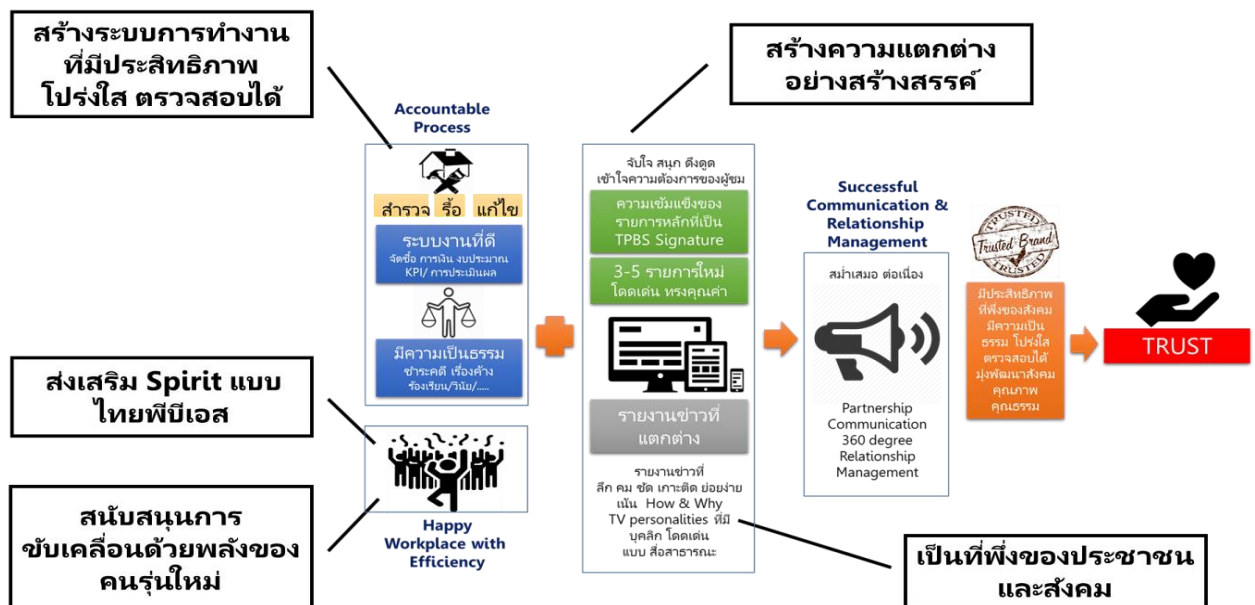


แผนภาพที่ 11 แสดงแนวคิดการจัดวางความสัมพันธ์กับภาคีหุ้นส่วน ที่สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 คือสร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม

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) โดยกำหนดให้เป็นเป้าหมายของผลลัพธ์การดำเนินงานที่จะต้องชีวิตได้ภายในปี 2564 อย่างมีหลักวิชาการรองรับ นอกจากนี้ แผนงานและโครงการต่างๆ จะต้องออกแบบให้แสดงผลลัพธ์ที่มุ่งตอบเป้าหมายดังกล่าวนี้ด้วย



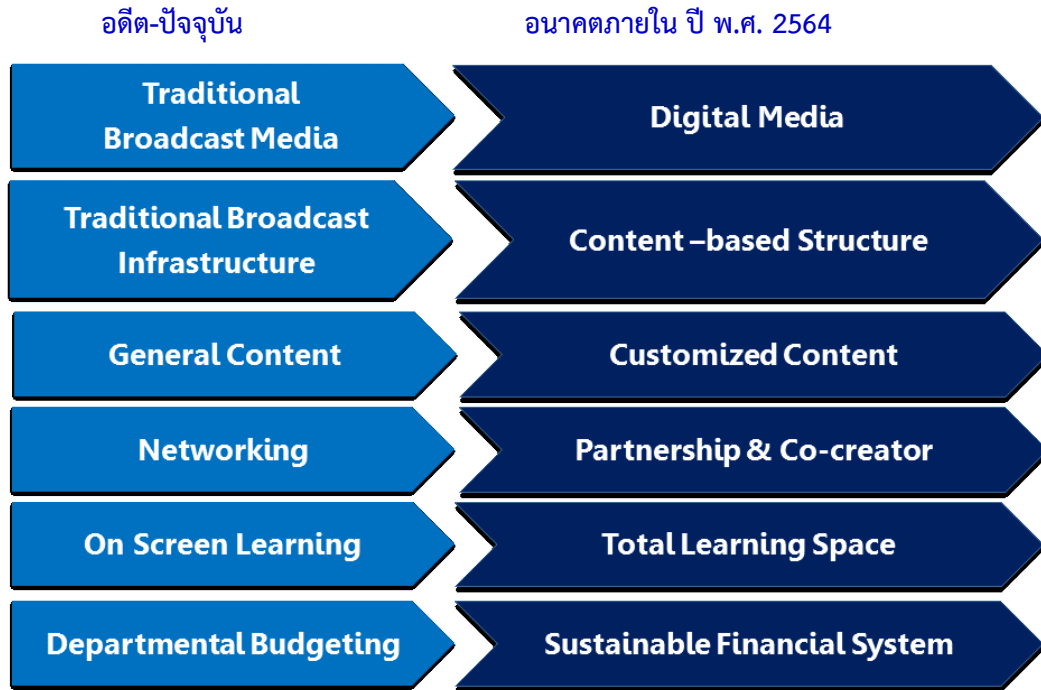
แผนภาพที่ 12 แสดงแนวคิดและการนิยามความหมายที่เป็นรูปธรรม วัตถุประสงค์ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการเป็น Trusted Brand ในใจประชาชน



แผนภาพที่ 13 การจัดกลไกทางยุทธศาสตร์ที่จะนำไปสู่การสร้างความ เป็น Trusted Brand ในใจประชาชน

ทิศทางการดำเนินงานจากปี 2561 ถึง 2564

เพื่อให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชน จึงได้กำหนดทิศทางจากสถานะในปัจจุบันของ ส.ส.ท. สู่สถานะในอนาคตไว้ ดังนี้



แผนภาพที่ 14 แสดงทิศทางการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ตามยุทธศาสตร์ “แตกต่างบนความยั่งยืน”

ภาพรวมของทิศทางการบริหารกิจการ แบ่งเป็น 6 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) การเคลื่อนตัวจากแพลตฟอร์ม Broadcast เดิมไปสู่ Digital มากขึ้น (2) โครงสร้างการทำงานปรับไปสู่การทำงานร่วมกันตามเนื้อหา (3) เนื้อหาจากเดิมมุ่งตอบคนกลุ่มใหญ่ไปสู่เนื้อหาที่ตอบโจทย์ความสนใจ ความต้องการของผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (4) ปรับการทำงานแบบเครือข่ายไปสู่การทำงานร่วมกันแบบหุ้นส่วนทางสังคม (5) จากการเน้นพื้นที่หน้าจอเป็นหลัก ไปสู่การสร้างพื้นที่การเรียนรู้แบบองค์รวม ทั้ง On air Online และ On ground (6) จากระบบงบประมาณแบบกระจายตามสำนัก ไปสู่ระบบงบประมาณแบบยั่งยืนที่เอายุทธศาสตร์เป็นตัวตั้งและคำนึงถึงการจัดการในระยะยาว