



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

แผนบริหารกิจการ ประจำปี พ.ศ. 2566

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

โดย คณะกรรมการบริหาร



ธันวาคม 2565



บทนำ

แผนบริหารกิจการปี 2566 พัฒนาขึ้นจากกรอบทิศทางยุทธศาสตร์ ปี 2565-2568 ที่เป็นการมองฉากทัศน์ 4 ปีข้างหน้า จากการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของผลประเมินจากผู้ประเมินภายนอก ผลงานที่ผ่านมา การวิเคราะห์บริบทของประเทศและผลกระทบจากทั่วโลก ปัจจัยท้าทายต่าง ๆ ของประเทศ นำมาสู่ทิศทางที่ ส.ส.ท. ต้องเตรียมรับมือกับฉากทัศน์ที่จะเกิดขึ้น เพื่อไปสู่เป้าหมายการเป็นองค์กรสื่อที่แตกต่างและคุ้มค่า ยึดถือประโยชน์ของสาธารณะด้วยการส่งมอบเนื้อหาและบริการที่เป็นประโยชน์ เสนอทางเลือก ทางออกของปัญหาเพื่อร่วมนำพาสังคมออกจากวิกฤติ ควบคู่ต่อการความไว้วางใจและยอมรับจากสังคม ให้เป็น “โรงเรียนของสังคม”

แผนบริหารกิจการประจำปี พ.ศ. 2566 ออกแบบหลักการพัฒนาและบริหารจัดการที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ (Outcome-Based Oriented) โดยนำนโยบายคณะกรรมการนโยบาย 14 ข้อ มากำหนดเป้าหมายเชิงผลลัพธ์ (Outcomes) ที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ 3 ด้าน และจุดเน้นการเป็น “สื่อที่มีคุณค่ายึดโยงกับประชาชน” ต่อเนื่องจากปี 2565 รวมทั้งกำหนดทิศทางสำคัญของแผนบริหารกิจการ 3 เรื่อง คือ (1) ทิศทางการขับเคลื่อนองค์กรสู่ Digital Transformation เพื่อต่อนโยบายการเปลี่ยนแปลงองค์กรไปสู่องค์กรดิจิทัลที่สมบูรณ์แบบ และ (2) ทิศทางการเงินและงบประมาณที่ก้าวสู่สมดุลเพื่อตอบสนองต่อการทำแผนงบประมาณเข้าสู่สมดุลในปี 2568 และ (3) การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา (IP-Based Management) ที่ปรับวิธีการทำงานใหม่ด้วยการคำนึงถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพย์สินทางปัญญาให้เกิดความองกวม เกิดมูลค่าเพิ่ม เพื่อไปสู่องค์กรที่มีความยั่งยืน เพื่อออกแบบ 8 แผนงาน (Program) 46 โครงการ ขับเคลื่อนกลยุทธ์และบริหารจัดการงบประมาณให้เกิดความคุ้มค่าและยั่งยืน

สาระสำคัญของแผนบริหารกิจการประจำปี พ.ศ. 2566 ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ภาพรวมจัดทำแผนบริหารกิจการ ประกอบด้วย หลักการพัฒนาและบริหารจัดการแผนบริหารกิจการปี 2566 การเชื่อมต่อนโยบายและยุทธศาสตร์ และการเชื่อมเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ไปสู่แผนงาน และส่วนที่ 2 สาระสำคัญของแผนบริหารกิจการ ประกอบด้วย ทิศทางและความคาดหวัง สาระสำคัญของแผนบริหารกิจการ แผนจัดทำรายการ ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. และแผนงบประมาณปี 2566

ทั้งนี้ การบรรลุพันธกิจสื่อสาธารณะจะเป็นไปได้ด้วยความร่วมมือของทุกภาคส่วนภายใน ส.ส.ท. และการมีส่วนร่วมกับภาคีเครือข่าย เพื่อให้ ส.ส.ท. สามารถแสดงบทบาทการทำหน้าที่สื่อสาธารณะให้เกิดความแตกต่างและคุ้มค่าอย่างเป็นที่ประจักษ์ต่อสังคมในวงกว้าง สร้างการรับรู้การเป็นทรัพยากรของสาธารณะ (Public Goods) ที่อยู่คู่กับประชาชน เพื่อส่งมอบเนื้อหาและบริการที่ร่วมขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้น

รศ.ดร.วิลาสินี พิพิธกุล

ผอ. ส.ส.ท.



โครงสร้างแผนและงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2566 (แผนที่ยุทธศาสตร์)

กลุ่มนโยบาย
คณะกรรมการนโยบาย
พ.ศ. 2565 - 2567

ยุทธศาสตร์

แผนบริหารกิจการ
เป้าหมายเชิงผลลัพธ์
OUTCOMES

แผนงาน
PROGRAMME

แผนงาน 8
พัฒนาทีมงานกลาง
ตามวาระ
ขับเคลื่อนเชิง
นโยบาย

* ไม่รวมเงินทุน
สำรองสำหรับ
โครงการอื่น

**5 โครงการ*
50.8 MB.**

- รักษาความเชื่อถือไว้วางใจ
- สัญลักษณ์และอัตลักษณ์ชัดเจน
- เสนอเนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์ฯ
- มีกลยุทธ์แข่งขันได้

- เสนอเนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์
- โรงเรียนของสังคม
- ร่วมสร้างสรรค์เนื้อหากับภาคี
ผู้มีส่วนฯ

- แผนเทคโนโลยี
- กระจายอำนาจสู่ภูมิภาค
- เป็นที่ยอมรับในสากล
- ความมั่นคงทางการเงิน
- ปรับโครงสร้างการบริหารงาน
- พัฒนาบุคลากรให้มี
ความสามารถหลากหลาย
- ร่วมกับองค์กรวิชาชีพสื่อฯ

STRATEGY 1

สร้างความแตกต่างจากจุดแข็ง

18 โครงการ
1,105.8 MB.

STRATEGY 2

สร้างความคุ้มค่า

8 โครงการ
152.3 MB.

STRATEGY 3

สร้างความยั่งยืนจากการต่อยอด
และพลังเครือข่าย

15 โครงการ
225.7 MB.

ได้รับความ
เชื่อถือ ไว้วางใจ

ประชาชนเข้าถึง
บริการอย่างทั่วถึง

เข้าถึงผู้ชมกลุ่ม
ใหม่

มี “พื้นที่กลาง” เพื่อ
ทางออกจากรักฤต

ลงทุน
เทคโนโลยี
ที่เหมาะสม

บทบาทสื่อ
สาธารณะ
ถูกยกระดับจาก
ภาคีเครือข่าย

ได้รับการ
ยอมรับในระดับ
อาเซียน

เนื้อหาถูกนำไป
อ้างอิง

แผนงาน 1
แผนงานการ
ผลิตสื่อและ
บริการที่
นำเชื่อถือ
ไว้วางใจ

**9 โครงการ
894.5 MB.**

แผนงาน 2
แผนงาน
สร้างการ
เข้าถึงที่
หลากหลาย
และเป็นธรรม

**4 โครงการ
64.9 MB.**

แผนงาน 3
แผนงาน
ขยายฐาน
ผู้ชมใหม่

**5 โครงการ
146.4 MB.**

แผนงาน 4
แผนงานสื่อสารเพื่อสร้าง
สมรรถนะคนในสังคมไทย

**8 โครงการ
152.3 MB.**

แผนงาน 5
แผนงาน
เทคโนโลยี
เพื่อการ
พัฒนา

**10 โครงการ
148.4 MB.**

แผนงาน 6
แผนงาน
เครือข่ายสื่อ
ท้องถิ่น และ
กระจายอำนาจ

**2 โครงการ
37.1 MB.**

แผนงาน 7
แผนงานสร้าง
การยอมรับใน
ระดับสากล

**3 โครงการ
40.2 MB.**



งบประมาณปี 2566 รวม 2,839.72 ล้านบาท

แผนงานที่ 1 การผลิตสื่อและบริการที่นำเชื่อถือและไว้วางใจ งบประมาณรวม 894.5 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
ข่าว	1.1 ผลิตข่าวที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจ	184.7
สร้างสรรค์เนื้อหา	1.2 ผลิตเนื้อหาสาระประโยชน์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจ	444.6
ศูนย์เด็ก	1.3 สื่อพัฒนาการเรียนรู้ที่เหมาะสม	206.0
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	1.4 ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมผ่านรายการและกิจกรรม "สารพันสิ่งทั้ง" และ "ไทยบันเทิง"	21.6
โทรทัศน์	1.5 ผลิตรายการกีฬาและบันเทิงการ	10.0
เครือข่ายฯ	1.6 พัฒนาระบบเชื่อมโยงภาคชุมชนและผู้พิงรายการ-เครือข่ายเพื่อเสริมสื่อสาธารณะ	1.00
สื่อดิจิทัล	1.7 ผลิตรายการวิทยุและพอดคาสต์	10.3
ศูนย์วิจัยฯ	1.8 ประเมินเพื่อสนับสนุนการผลิตที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจ	6.5
ฝ่ายสื่อสารองค์กร	1.9 เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรและบริการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในสื่อ	9.8

แผนงานที่ 4 สื่อสารเพื่อสร้างสมรรถนะคนในสังคมไทย งบประมาณรวม 152.3 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
สร้างสรรค์เนื้อหา	4.1 ส่งเสริมสมรรถนะใหม่ของคนทุกช่วงวัย	101.5
เครือข่ายและการมีส่วนร่วม	4.2 พัฒนาการสื่อสารสาธารณะด้วยปัญญารวมหมู่	11.3
ศูนย์วาระทางสังคม	4.3 สื่อสารวาระจากทัศนประเทศไทย	3.3
	4.4 สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะที่เฝ้าระวังกับสังคม	11.0
ศูนย์ศึกษาวิจัย	4.5 สื่อสารเพื่อสร้างสมรรถนะความปลอดภัยจากภัยพิบัติ	17.2
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	4.6 ผลิตสารคดีความรู้และคุณค่าด้านศิลปวัฒนธรรม	3.0
ศูนย์วิจัยฯ	4.7 ศึกษาการขับเคลื่อนเพื่อเป็นพื้นที่กลางและสร้างความเชื่อมโยง	2.5
ฝ่ายศูนย์การเรียนรู้	4.8 พัฒนาและเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจด้านสื่อสารสาธารณะ	2.5

แผนงานที่ 2 แผนงานสร้างการเข้าถึงที่หลากหลายและเป็นธรรม งบประมาณรวม 64.9 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
สร้างสรรค์เนื้อหา	2.1 ผลิตเนื้อหาและพัฒนาระบบบริการเพื่อสร้างเสริมสังคมที่หลากหลายและเป็นธรรม	38.0
สื่อดิจิทัล	2.2 ผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาออนไลน์ (Content Marketing)	17.4
ศูนย์วิจัยฯ	2.3 วิจัยและติดตามเพื่อพัฒนาเนื้อหาด้วยความหลากหลายและเป็นธรรม	3.5
ฝ่ายศูนย์การเรียนรู้	2.4 ส่งเสริมและบริการพื้นที่นวัตกรรม (Common Studio & Innovative Space)	6.0

แผนงานที่ 5 เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา งบประมาณรวม 148.4 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
โทรทัศน์	5.1 พัฒนาระบบ Cloud Storage & Media Production	4.0
	5.2 พัฒนาและปรับปรุงระบบอุปกรณ์ปฏิบัติการ	53.1
	5.3 พัฒนาและปรับปรุงระบบอุปกรณ์ปฏิบัติการด้านข่าว	7.4
สร้างสรรค์เนื้อหา	5.4 เพิ่มประสิทธิภาพระบบการกระจายเนื้อหาเพื่อรองรับเนื้อหาคุณภาพสูง 4K	2.3
วิศวกรรม	5.5 ทดลองการให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลด้วยเทคโนโลยี 4K	5.0
	5.6 พัฒนาช่องทางและเทคโนโลยีสื่อดิจิทัล	56.6
บริหาร	5.7 พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการและดิจิทัล	2.4
	5.8 ปรับปรุงระบบโครงสร้างพื้นฐานศูนย์ข่าว	12.0
ศูนย์การเดิน	5.9 ปรับปรุงระบบโครงสร้างพื้นฐานสื่อดิจิทัลและ Broadcast	5.0
	5.10 ทบทวนปรับปรุงฐานข้อมูลการเงินเพื่อพัฒนา	0.6

แผนงานที่ 6 พัฒนาเครือข่ายสื่อสารสาธารณะท้องถิ่นและการกระจายอำนาจ งบประมาณรวม 37.1 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
เครือข่ายและการมีส่วนร่วม	6.1 พัฒนาและยกระดับเครือข่ายสื่อสารสาธารณะท้องถิ่น	33.3
	6.2 พัฒนาสื่อสารสาธารณะ Citizen Journalist	3.8

แผนงานที่ 3 ขยายฐานผู้ชมกลุ่มใหม่ งบประมาณรวม 146.4 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
ข่าว	3.1 Digital First เพื่อขยายฐานผู้ชมข่าว	3.0
สร้างสรรค์เนื้อหา	3.2 สร้างโอกาสและประสบการณ์สำหรับผู้ชมรุ่นใหม่	121.7
เครือข่ายและการมีส่วนร่วม	3.3 สื่อภาคเพื่อคนแห่งอนาคต (Futures Journalism)	10.7
สื่อดิจิทัล	3.4 พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดด้านดิจิทัล (Digital Branding)	8.0
ศูนย์วิจัยฯ	3.5 Audience Data Synergy	3.1

แผนงานที่ 7 สร้างการยอมรับในระดับสากล งบประมาณรวม 40.2 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
ศูนย์ World	7.1 Thai PBS World	35.0
ฝ่ายความสัมพันธ์องค์กร	7.2 สร้างการยอมรับในระดับสากล	3.2
	7.3 พัฒนาคือความร่วมมือขององค์กรระหว่างประเทศ	2.0

แผนงานที่ 8 พัฒนาคุณภาพงานกลางตามวาระเชิงเคลื่อนไหวเชิงนโยบาย งบประมาณ 50.8 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
	8.1 ขับเคลื่อนและประสานวาระ 150 ส.ส.ท.	8.0
	8.2 ขับเคลื่อนวาระกลางประเด็นความเหลื่อมล้ำ	3.0
ทรัพยากรมนุษย์	8.3 ขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) /พัฒนา Digital DNA	7.8
เครือข่ายฯ	8.4 สนับสนุนสภาชุมชนและผู้พิงรายการ	20.0
ฝ่ายความยั่งยืนองค์กร	8.5 กลไกพัฒนาเพื่อความยั่งยืนทางการเดิน	7.0
	8.6 เข้มขันสำรองสำหรับโครงการอื่นๆ	5.0

ขงบุคลากร กลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป งบประมาณรวม 1,295.1 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	งาน	ล้านบาท
ทรัพยากรมนุษย์	ขงบุคลากร	637.5
	เทคโนโลยี	228.8
	งานบริหารทั่วไป	145.9
วิศวกรรม	งานบริการโครงข่ายที่วัดถึง และเชิงเป็นความรู้	282.9

• ขงฉุกเฉิน 10 ล้านบาท

	หน้า
บทนำ	
โครงสร้างแผนและงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2566 (แผนที่ยุทธศาสตร์)	
ส่วนที่ 1 ภาพรวมจัดทำแผนบริหารกิจการประจำปี 2566	1
หลักการพัฒนาและบริหารจัดการแผนปี 2566 การเชื่อมต่อนโยบายและยุทธศาสตร์และการเชื่อมเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ไปสู่แผนงาน	2
กรอบการพัฒนาแผนบริหารกิจการประจำปี 2566	12
การบริหารแผน การกำกับติดตามและประเมินผล	14
ส่วนที่ 2 สารสำคัญของแผนบริหารกิจการประจำปี พ.ศ. 2566	22
2.1 ทิศทางและความคาดหวัง	23
<ul style="list-style-type: none"> ● ทิศทางการเงินและงบประมาณที่ก้าวสู่สมดุล ● ทิศทางการขับเคลื่อนสู่องค์กร Digital First ● IP-Based Management ● ความคาดหวัง (องค์กรสื่อที่น่าเชื่อถือเป็นอันดับ 1 ของไทย, ขยายฐานผู้ชมใหม่ด้วยเนื้อหาและแพลตฟอร์มดิจิทัล และการสร้างเครือข่ายสื่อสารณะท้องถิ่น, บริการ AD CC SL เป็นต้น) 	
2.2 สารสำคัญของแผนบริหารกิจการประจำปี พ.ศ. 2566	26
ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างความแตกต่างจากจุดแข็ง	29
<ul style="list-style-type: none"> ● แผนงานที่ 1 การผลิตสื่อและบริการที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจ ● แผนงานที่ 2 สร้างการเข้าถึงที่หลากหลายและเป็นธรรม ● แผนงานที่ 3 ขยายฐานผู้ชมกลุ่มใหม่ 	
ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างความคุ้มค่าจากการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง	44
<ul style="list-style-type: none"> ● แผนงานที่ 4 แผนงานสื่อสารเพื่อสร้างสมรรถนะคนในสังคมไทย 	
ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างความยั่งยืนจากการต่อยอดและพลังเครือข่าย	50



- แผนงานที่ 5 เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา
- แผนงานที่ 6 พัฒนาเครือข่ายสื่อสาธารณะท้องถิ่นและการกระจายอำนาจ
- แผนงานที่ 7 สร้างการยอมรับในระดับสากล

แผนงานวาระขับเคลื่อนเชิงนโยบาย 63

แผนงานที่ 8 พัฒนากลุ่มงานกลางตามวาระขับเคลื่อนเชิงนโยบาย

ส่วนที่ 3 แผนจัดทำรายการประจำปี พ.ศ. 2566 68

ส่วนที่ 4 ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2566 (Corporate KPIs) 83

ส่วนที่ 5 งบประมาณประจำปี พ.ศ. 2566 และแนวทางการบริหารแผนและงบประมาณ 87



สารบัญแนภาพ

	หน้า	
แผนภาพที่ 1	หลักการพัฒนาและบริหารจัดการแผนปี 2566	9
แผนภาพที่ 2	แนวทางการบริหารจัดการด้วยฐานคิดแบบทรัพย์สินทางปัญญา (IP-Based Management)	10
แผนภาพที่ 3	กระบวนการผลิตและบริการ ของ ส.ส.ท. ภายใต้แนวคิดการบริหารจัดการด้วยฐานคิดแบบ IP-Based Management	10
แผนภาพที่ 4	การเชื่อมต่อนโยบายปี 2565-2567 ยุทธศาสตร์ และเป้าหมายเชิงผลลัพธ์ปี 2566	12
แผนภาพที่ 5	กรอบการพัฒนาแผนบริหารกิจการประจำปี 2566	14
แผนภาพที่ 6	โครงสร้างการพิจารณาแผนบริหารกิจการปี 2566	15
แผนภาพที่ 7	การกำกับและติดตามการดำเนินงานและการใช้จ่ายงบประมาณ	16
แผนภาพที่ 8	การควบคุมค่าใช้จ่ายแบบคงที่	23
แผนภาพที่ 9	แนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์	24
แผนภาพที่ 10	แผนการหารายได้เพิ่มเติมเชิงรุกในปี 2566	24
แผนภาพที่ 11	Key Challenge มุ่งสู่ Digital Transformation	25
แผนภาพที่ 12	จุดเน้นตามแผนบริหารกิจการประจำปี 2565-2566	27
แผนภาพที่ 13	แผนที่ยุทธศาสตร์ปี 2566	28
แผนภาพที่ 14	แผนงานที่ 1 การผลิตสื่อและบริการที่น่าเชื่อถือไว้วางใจ	29
แผนภาพที่ 15	แผนงานที่ 2 สร้างการเข้าถึงที่หลากหลายและเป็นธรรม	30
แผนภาพที่ 16	แผนงานที่ 3 ขยายฐานผู้ชมกลุ่มใหม่	31
แผนภาพที่ 17	แผนงานที่ 4 การสื่อสารเพื่อสร้างสมรรถนะคนในสังคมไทย	44
แผนภาพที่ 18	แผนงานที่ 5 เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา	50
แผนภาพที่ 19	แผนงานที่ 6 พัฒนาเครือข่ายสื่อท้องถิ่นและกระจายอำนาจ	51
แผนภาพที่ 20	แผนงานที่ 7 สร้างการยอมรับในระดับสากล	52
แผนภาพที่ 21	แผนงานที่ 8 พัฒนากลุ่มงานกลางตามวาระขับเคลื่อนเชิงนโยบาย	63



แผนภาพที่ 22	แนวคิดหลักทิศทางเนื้อหาปี 2566	70
แผนภาพที่ 23	ทิศทาง Digital-First / Transformation	72
แผนภาพที่ 24	การพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อตอบโจทย์ Anywhere Anytime Any Device	72
แผนภาพที่ 25	การวางแผนงานและแนวคิดเชิงกลยุทธ์ แผนจัดทำรายการปี 2566	76
แผนภาพที่ 26	กลยุทธ์สร้างความแตกต่างจากจุดแข็ง	76
แผนภาพที่ 27	กลยุทธ์สร้างความคุ้มค่าจากการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง	78
แผนภาพที่ 28	กลยุทธ์สร้างความยั่งยืนจากการต่อยอดและพลังเครือข่าย	79
แผนภาพที่ 29	สัดส่วนเนื้อหารายการช่องไทยพีบีเอส (ช่อง 3 HD)	81
แผนภาพที่ 30	สัดส่วนเนื้อหารายการช่อง ALTV (ช่อง 4 SD)	82
แผนภาพที่ 31	แผนงบประมาณประจำปี 2566	89
แผนภาพที่ 32	การอนุมัติโครงการและงบประมาณโครงการ และการรายงานผลการดำเนินงานรายไตรมาส	93
แผนภาพที่ 33	แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณปี พ.ศ. 2566	95



สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	แผนงบประมาณแผนงานที่ 1 การผลิตสื่อและบริการที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจ	36
ตารางที่ 2	แผนงบประมาณแผนงานที่ 2 สร้างการเข้าถึงที่หลากหลายและเป็นธรรม	39
ตารางที่ 3	แผนงบประมาณแผนงานที่ 3 ขยายฐานผู้ชมกลุ่มใหม่	43
ตารางที่ 4	แผนงบประมาณแผนงานที่ 4 สื่อสารเพื่อสร้างสมรรถนะคนในสังคมไทย	48
ตารางที่ 5	แผนงบประมาณแผนงานที่ 5 เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา	56
ตารางที่ 6	แผนงบประมาณแผนงานที่ 6 พัฒนาเครือข่ายสื่อสาธารณะท้องถิ่นและการกระจายอำนาจ	59
ตารางที่ 7	แผนงบประมาณแผนงานที่ 7 สร้างการยอมรับในระดับสากล	62
ตารางที่ 8	แผนงบประมาณแผนงานที่ 8 พัฒนากลุ่มงานกลางตามวาระขับเคลื่อนเชิงนโยบาย	66
ตารางที่ 9	สัดส่วนเนื้อหารายการช่องไทยพีบีเอส (ช่อง 3 HD)	80
ตารางที่ 10	สรุปตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2566 (Corporate KPIs)	84
ตารางที่ 11	ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2566 (Corporate KPIs)	85
ตารางที่ 12	เปรียบเทียบงบประมาณตามยุทธศาสตร์ กลไกสนับสนุนและบริหารจัดการสำนักงาน ปี พ.ศ. 2565 – 2566	91



ส่วนที่ 1

ภาพรวมจัดทำแผนบริหารกิจการประจำปี



ส่วนที่ 1 ภาพรวมการจัดทำแผนบริหารกิจการประจำปี 2566

1) หลักการพัฒนาและบริหารจัดการแผนปี 2566 การเชื่อมต่อนโยบายและยุทธศาสตร์ และการเชื่อมเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ไปสู่แผนงาน

แผนบริหารกิจการประจำปีและแผนจัดทำรายการ จัดทำขึ้นภายใต้พระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 มาตรา 28 (3) และ (4) และมาตรา 29 (3) ที่กำหนดให้คณะกรรมการบริหารจัดการแผนบริหารกิจการ และแผนจัดทำรายการขององค์กรเสนอต่อคณะกรรมการนโยบาย เพื่อให้ความเห็นชอบ และระเบียบ ส.ส.ท. ด้วยการเงิน การบัญชี และงบประมาณ พ.ศ. 2561 หมวด 7 ข้อ 37 ให้ ส.ส.ท. จัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปี เสนอต่อคณะกรรมการบริหารให้ความเห็นชอบเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการนโยบายพิจารณาอนุมัติ โดยให้รวมประมาณการรายได้และรายจ่ายในปีงบประมาณนั้น และให้ ส.ส.ท. จัดทำแผนงบประมาณรายจ่ายตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการบริหารกำหนด การจัดทำแผนบริหารกิจการเป็นไปโดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และอำนาจหน้าที่ตามมาตรา 7 และ 8 แห่ง พ.ร.บ. ส.ส.ท.ฯ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย พ.ศ. 2565 – 2567 ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ และพันธกิจของ ส.ส.ท. ได้แก่

1.1 วัตถุประสงค์องค์การฯ ตามมาตรา 7 แห่งพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551

- (1) ดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่จะสนับสนุนการพัฒนาสังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรม บนพื้นฐานของความเป็นไทย โดยผ่านทางบริการข่าวสารเที่ยงตรง รอบด้าน สมดุล และชื่อตรงต่อจรรยาบรรณ
- (2) ผลิตรายการทางด้านข่าวสาร สารประโยชน์ทางการศึกษา และสาระบันเทิง ที่มีสัดส่วนอย่างเหมาะสมและมีคุณภาพสูง เน้นความหลากหลายในมิติต่าง ๆ โดยมุ่งดำเนินการอย่างปราศจากอคติทางการเมืองและผลประโยชน์เชิงพาณิชย์
- (3) ส่งเสริมความรู้ให้แก่ประชาชนให้ก้าวหน้าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกเพื่อประโยชน์ทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่นผ่านทางบริการข่าวสารและสารประโยชน์อื่น
- (4) ส่งเสริมเสรีภาพในการรับรู้ข่าวสารเพื่อสร้างสังคมประชาธิปไตยที่ประชาชนได้รับอย่างเท่าเทียมกัน
- (5) สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมในการกำหนดทิศทางการให้บริการขององค์การเพื่อประโยชน์สาธารณะ
- (6) สนับสนุนกิจกรรมสาธารณะประโยชน์อื่น ๆ



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

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

1.2 อำนาจหน้าที่หลักขององค์การฯ ตามมาตรา 8 แห่งพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551

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

จากวัตถุประสงค์และภารกิจหลักดังกล่าว ส.ส.ท. จึงได้กำหนดวิสัยทัศน์ ในการ **“มุ่งมั่นเป็นสถาบันสื่อสาธารณะ ที่สร้างสรรค์สังคมคุณภาพและคุณธรรม”** และ พันธกิจ **“ดำเนินการผลิตรายการ ให้บริการข้อมูลข่าวสาร สารประโยชน์ สารบันเทิงที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ตามข้อบังคับด้านจริยธรรมองค์การ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อทุกแขนง โดยยึดถือผลประโยชน์สาธารณะและความคุ้มค่าเป็นสำคัญ”**

2. นโยบายคณะกรรมการนโยบาย ส.ส.ท. ประจำปี พ.ศ. 2565 – 2567

พระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 มาตรา 28 (1) และ (5) กำหนดให้คณะกรรมการนโยบายมีอำนาจหน้าที่เป็นผู้กำหนดนโยบายทั่วไปขององค์การและควบคุมการดำเนินงานของคณะกรรมการบริหารให้เป็นไปตามนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย

คณะกรรมการนโยบายมีเป้าหมายที่จะมุ่งพัฒนาให้ ส.ส.ท.เป็นสื่อสาธารณะที่ได้มาตรฐานสากลเพื่อร่วมเปลี่ยนแปลงประเทศไทยสู่สังคมคุณภาพและคุณธรรม



คณะกรรมการนโยบายได้ดำเนินการจัดทำนโยบายของปี 2565 - 2567 โดยยึดการมีส่วนร่วมของภาคส่วนที่สำคัญขององค์การ ได้แก่ คณะกรรมการบริหาร สมาชิกและผู้ฟังรายการ มูลนิธิไทยพีบีเอส คณะกรรมการและคณะอนุกรรมการของ ส.ส.ท. ที่คณะกรรมการนโยบายแต่งตั้ง รวมทั้งพนักงาน ส.ส.ท. โดยจัดให้มีกระบวนการรับฟังและปรึกษาหารือ จนกระทั่งได้ข้อเสนองของแต่ละฝ่าย และได้นำความเห็นเหล่านั้นมาสังเคราะห์ สอดประสานกับความเห็นของคณะกรรมการนโยบาย โดยคำนึงถึงบริบทของสังคมและศักยภาพขององค์การ จึงกำหนดนโยบายคณะกรรมการนโยบาย ส.ส.ท. ดังนี้

นโยบายพื้นฐานสี่สาธารณะ

1. ส.ส.ท. ต้องยึดมั่นและนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารงานขององค์การ
2. ส.ส.ท. ต้องรักษาความเชื่อถือไว้วางใจของประชาชนในทุกช่วงวัย ทั้งในยามปกติและยามวิกฤติ ด้วยการเสนอข่าวสารและสาระที่เที่ยงตรง ครบถ้วน รอบด้าน ความเป็นอิสระทางวิชาชีพ ปลอดจากอิทธิพลของธุรกิจและการเมือง ตามหลักจริยธรรมและมาตรฐานสื่อสาธารณะ โดยมุ่งพัฒนาสังคมเพื่อลดระบบอุปถัมภ์ กระจายอำนาจสู่ชุมชน ส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะให้เสียงของกลุ่มคนที่ด้อยโอกาสหรือถูกละเลยได้รับฟัง ทั้งนี้เพื่อลดความเหลื่อมล้ำและสร้างการเปลี่ยนแปลง

นโยบายสัญลักษณ์และอัตลักษณ์องค์การ

3. ส.ส.ท. ต้องชัดเจนและเป็นเอกภาพในเรื่องของสัญลักษณ์และอัตลักษณ์ขององค์การตามวัตถุประสงค์และพันธกิจสื่อสาธารณะ ต้องสร้างความเข้าใจกับผู้ปฏิบัติงานทุกระดับ ผู้ผลิตภายนอก และภาคีเครือข่าย รวมถึงต้องมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจนเพื่อนำไปใช้ในการผลิตและเผยแพร่ ทั้งรายการข่าว รายการสารประโยชน์และสารบันเทิง ซึ่งผลิตและนำเสนอในทุกช่องทางสื่อและทุกผลิตภัณฑ์สื่อของ ส.ส.ท. ตลอดจนการนำไปใช้เพื่อบริการสาธารณะอื่นภายนอก

ส.ส.ท. ต้องทำงานเชิงรุกเพื่อให้อัตลักษณ์ความเป็นสื่อสาธารณะขององค์การโดดเด่นเป็นที่รู้จัก จดจำรับรู้คุณค่า และเกิดความไว้วางใจจากทุกภาคส่วนในสังคม

นโยบายเทคโนโลยี

4. ส.ส.ท. ต้องมีแผนการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถ และแผนการลงทุนด้านเทคโนโลยีที่สามารถรองรับระบบเทคโนโลยีสื่อสารสนเทศ ที่ครอบคลุมระบบใหม่ในอนาคต

- มีการบูรณาการกับผู้ให้บริการโครงข่ายและโครงสร้างพื้นฐานภายนอก (Network and Infrastructure Provider) เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงองค์กรไปสู่องค์กรดิจิทัลที่สมบูรณ์แบบ
- มีการใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) ด้วยเครื่องมือที่ทรงประสิทธิภาพ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI - Artificial Intelligence) และเครื่องมืออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์เท่าที่จำเป็นในงานสื่อทุกแพลตฟอร์ม



- พัฒนาการสื่อสารสองทางเพื่อให้มีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) กับผู้ชม ทำให้สามารถได้รับข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน (Real Time) เพื่อพัฒนาเนื้อหาและรายการให้สามารถตอบสนองและเป็นประโยชน์กับสังคม
- พัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศภายในองค์กร เช่น ERP (Enterprise Resource Planning), PDPA (Personal Data Protection Act) ทั้งด้าน Software และ Hardware ให้ทันสมัย มีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองการใช้งานของทุกภาคส่วนในหน่วยงานอย่างเหมาะสมและมีความปลอดภัยสูงตามมาตรฐานสากลของระบบความปลอดภัยสารสนเทศ (Cyber Security)
- การพัฒนาเทคโนโลยีควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร ให้ ส.ส.ท.สามารถพึ่งพาตัวเองได้ เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลง

นโยบายและทิศทางด้านเนื้อหาและช่องทางการสื่อสาร

5 ส.ส.ท. ต้องนำเสนอข้อมูล ข่าวสารและเนื้อหาสาระที่เป็นเอกลักษณ์ของสื่อสาธารณะต่อกลุ่มผู้ชมที่หลากหลายในสถานะที่สังคมมีความซับซ้อนมากขึ้น เทคโนโลยีผันผวนและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยคำนึงถึงพฤติกรรมและรสนิยมของผู้รับสารที่เปลี่ยนไป ด้วยการจัดสรรบริการสื่อให้ครอบคลุมในทุกช่องทาง โดยคำนึงถึงการเข้าถึง ทั่วถึงและเป็นธรรม รวมทั้งส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่ออย่างจริงจัง

Thai PBS (3 HD) เน้นข่าวสารและสาระที่ทันสมัยทันสถานการณ์ เน้นสื่อสารสองทางและการถ่ายทอดสด เหตุการณ์จากพื้นที่ วิเคราะห์ เจาะลึก แม่นยำ และมีความแตกต่าง คำนึงถึงประโยชน์ที่ประชาชนได้รับจากข่าวสารที่เสนอ โดยมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายคนวัยทำงานและผู้สูงอายุ

ALTV (4 SD) เน้นการเรียนรู้สารประโยชน์และสาระบันเทิงที่สร้างจินตนาการ สร้างความสุข โดยมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายเด็ก เยาวชน ครอบครัว และบุคลากรทางการศึกษา

VIPA (OTT: Over-the-Top) เน้นสร้างการรับรู้ในฐานะเป็นแพลตฟอร์มของไทยพีบีเอสที่เสนอเนื้อหาสาระและบันเทิงอย่างสร้างสรรค์ เหมาะสมกับผู้ชมทุกเพศทุกวัย โดยสนับสนุนผู้ผลิตอิสระหรือผู้สร้างสรรค์เนื้อหารุ่นใหม่ ผู้ชมสามารถรับชมเนื้อหาได้โดยระบบที่มีความเสถียรสูง รวมทั้งมีการประเมินและวางแผนการใช้ทรัพยากรทางด้านโครงข่ายของ VIPA ให้เหมาะสมกับศักยภาพ

สื่อออนไลน์รวมถึงแอปพลิเคชัน มุ่งกลุ่มเยาวชน คนรุ่นใหม่ คนวัยทำงาน และทุกกลุ่มวัย ที่ต้องการเนื้อหาสั้น กระชับ ฉับไว เปิดโลกทัศน์และจินตนาการใหม่ ที่เปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในการสื่อสารและเลือกตามความต้องการได้

พัฒนาสื่อเสียง ให้เป็นที่รู้จัก มีเนื้อหาสาระทันสถานการณ์ ตรงตามความต้องการและพฤติกรรมของผู้รับฟังให้มากขึ้นและได้รับความนิยม



การทำงานเชื่อมโยงกับพื้นที่ ต้องประสานเครือข่ายพลเมืองและสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการในแต่ละภูมิภาค เพื่อร่วมกันเสนอเนื้อหาที่สะท้อนความเป็นจริง รวมทั้งร่วมพัฒนาทักษะและการผลิตสื่อในประเด็นสาธารณะให้สอดคล้องตรงตามความต้องการของพื้นที่

6. ส.ส.ท. ต้องเป็น “โรงเรียนของสังคม” และเป็นพื้นที่กลางของสังคมในการหาทางออกยามวิกฤติ และหาทางให้ความขัดแย้งคลี่คลาย โดยใช้ข้อมูล องค์ความรู้ และกระบวนการที่สร้างสรรค์

ฉกทศน์อนาคตเพื่อเตรียมพร้อมรับมือ

- สร้างการรับรู้ ตระหนัก ป้องกัน และแก้ปัญหาเรื่องคอร์รัปชัน ซึ่งเชื่อมโยงกับทุกปัญหาสังคมในทุกระดับ
- เหตุจากโรคระบาด สงคราม อันนำไปสู่ “วิกฤติที่ไม่เหมือนวิกฤติครั้งใด” ทั้งทางเศรษฐกิจ (วิกฤติอาหารและพลังงาน) สังคมและการเมือง
- การเลือกตั้งและการกระจายอำนาจ
- การแก้ไขหรือการจัดทำรัฐธรรมนูญใหม่
- ลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ และขับเคลื่อนการพัฒนาแบบยั่งยืน
- การขับเคลื่อนระบบรองรับสังคมสูงวัยคนไทยอายุยืนอย่างมีคุณภาพ
- พัฒนาและสร้างองค์ความรู้ในเรื่องภัยพิบัติศึกษา พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ลดปัญหาโลกร้อน
- คู่มครองผู้บริโภคไม่ให้ถูกเอาเปรียบในการซื้อสินค้าและบริการ รู้เท่าทันสื่อ และตระหนักในสิทธิของผู้บริโภค

นโยบายเสริมศักยภาพและสร้างความแตกต่าง

7. ส.ส.ท. ต้องมีกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน สร้างความน่าสนใจ ขวนติดตามทั้งเนื้อหา รูปแบบ และผู้ดำเนินรายการ ควบคู่ไปกับการพัฒนาเนื้อหาข่าวและรายการให้โดดเด่นและแตกต่าง (Exclusive) ทันโลก ทันเหตุการณ์ แห่ลมคม ชัดเจน กลุ่มลึก และหนักแน่นด้วยข้อมูล สร้างความสุนทรีย์และมีรสนิยม โดยใช้เทคนิคทันสมัย อีกทั้งผลิตรายการแบบมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) มากขึ้น โดยมุ่งขยายฐานผู้ชมจากกลุ่มเดิมไปยังคนรุ่นใหม่

- พัฒนาผู้ประกาศหรือผู้ดำเนินรายการให้มีคุณภาพเป็นที่น่าเชื่อถือและน่าสนใจยิ่งขึ้น ใช้กลยุทธ์และกระบวนการสรรหาผู้ประกาศและผู้ดำเนินรายการหน้าใหม่อย่างจริงจัง
- สร้างภาพลักษณ์ใหม่หน้าจอโทรทัศน์ให้ดูทันสมัย สวยงาม น่าสนใจ และใช้กลยุทธ์เสริมให้มีจำนวนผู้ชมเพิ่มมากขึ้นทั้งหน้าจอและเชื่อมโยงไปยังแพลตฟอร์มอื่น ๆ ขององค์การ



- พัฒนาจุดเด่นของเนื้อหารายการ โดยจัดระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ ทั้งการจัดเก็บและการประมวล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ ทั้งเพื่อประโยชน์สำหรับผู้ปฏิบัติงานด้านเนื้อหาให้บริการภายนอก และอาจสร้างรายได้ในอนาคต
- พัฒนาระบบบริหารจัดการข่าวด้วยแนวคิด Convergent Journalism-Newsroom ด้วยการสร้างห้องข่าวกลางสำหรับทุกช่องทางสื่อ (Joint Newsroom for All) เพื่อให้ทุกหน่วยงานด้านเนื้อหาสามารถนำข่าวที่รวบรวมไปผลิตใหม่ให้เหมาะสมกับบุคลิกและลักษณะเฉพาะแต่ละช่องทางของสื่อ และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของ ส.ส.ท.
- พัฒนาผู้ปฏิบัติงานทุกระดับให้มีทักษะการทำงานที่รอบด้าน และพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง

นโยบายขยายบทบาทสื่อสาธารณะสู่ระดับภูมิภาค สากล และสร้างภาคีพันธมิตร

8. กระจายอำนาจให้ศูนย์ภูมิภาคที่พร้อมเป็นสำนักงานสาขา สามารถปฏิบัติงานได้คล่องตัว มีอำนาจในการตัดสินใจดำเนินงานด้วยตัวเองมากขึ้น มีพื้นที่และช่องทางสื่อสารกับผู้ชมและผู้ฟังระดับภูมิภาค และมีแผนบริหารจัดการของตนเองที่ชัดเจน โดยให้ประสานงานร่วมมือกับสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการแยกย่อยตามภูมิภาค ภาคีเครือข่าย และสถาบันวิชาการ

ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีสื่อสาธารณะภูมิภาค โดยร่วมมือกับภาคีเครือข่ายและสื่อท้องถิ่นใน แต่ละภูมิภาค รวมถึงในประเทศเพื่อนบ้าน โดยเป็นองค์กรที่มีกลไกบริหารจัดการที่เหมาะสมในแต่ละภูมิภาค มีความเป็นอิสระและมีความคล่องตัว ทั้งนี้การดำเนินการต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์เดียวกันกับ ส.ส.ท. และอยู่ภายใต้ข้อบังคับด้านจริยธรรมของวิชาชีพในการผลิตและเผยแพร่รายการของ ส.ส.ท.

9. พัฒนาศูนย์ Thai PBS World ของ ส.ส.ท. ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยมีแผนระยะยาวที่จะพัฒนา ส.ส.ท. ให้เป็นสื่อสาธารณะต้นแบบของอาเซียน

10. ส.ส.ท. ต้องดำเนินงานในลักษณะที่ร่วมสร้างสรรค์เนื้อหาเกี่ยวกับภาคีหุ้นส่วน สะท้อนปัญหาและเป็นพื้นที่สื่อสารของประชาชนทุกกลุ่ม และขยายภาคีพันธมิตรและกระชับความร่วมมือให้มากขึ้น ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล

นโยบายสร้างความมั่นคงทางการเงิน

11. สร้างความมั่นคงให้กับองค์กรในด้านการเงิน ด้วยการบริหารจัดการและต่อยอดรายได้ ควบคุมค่าใช้จ่ายให้เหมาะสม โดยให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติ ส.ส.ท. พ.ศ. 2551 เพื่อลดความเสี่ยงด้านการเงิน และรายได้จากแหล่งต่าง ๆ รวมทั้งจากบริการโครงข่ายทีวีดิจิทัลและสิ่งอำนวยความสะดวก ให้เห็นผลภายในปี 2567

- มีระบบจัดการและหารายได้จากทรัพย์สินทางปัญญา
- พัฒนานวัตกรรมด้านเทคโนโลยี เพื่อลดค่าใช้จ่ายและสร้างรายได้
- ลงทุนทำธุรกิจที่ดีเพื่อสังคมเข้มแข็ง (Social Enterprise) ร่วมกับภาคีพันธมิตร
- หลีกเลี่ยงการทำงานประมาทดำเนินการแบบขาดดุล และเพิ่มสัดส่วนของสื่อออนไลน์



นโยบายโครงสร้างและการพัฒนาบุคลากร

12. ปรับโครงสร้างองค์กรและการบริหารงานให้สอดคล้องกับภูมิทัศน์สื่อและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป โดยคำนึงถึงภารกิจของสื่อสาธารณะ รวมทั้งพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพของระบบงบประมาณและระบบบุคลากรให้เหมาะสม

ให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายใน เพื่อสร้างความเข้าใจในนโยบายขององค์กร เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรทุกระดับ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์กรในทางบวก

13. พัฒนาบุคลากร ส.ส.ท. ให้มีความสามารถหลากหลายด้าน คึ้นเคยและเรียนรู้ทันเทคโนโลยีใหม่ เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง มีเจตคติที่จะทำงานเพื่อสาธารณะ และส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานร่วมกันที่ ให้เกียรติและเคารพซึ่งกันและกัน อยู่ในสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม ได้รับการปฏิบัติที่เป็นธรรมตามมาตรฐานแรงงานสากล รวมทั้งต้องมีการหมุนเวียนบุคลากร กำหนดให้มีแผนการสร้างผู้สืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan) อีกทั้งมีโครงการแลกเปลี่ยนบุคลากรกับสื่อสาธารณะในต่างประเทศเพื่อแบ่งปันประสบการณ์และพัฒนาทักษะ

14. ร่วมมือกับองค์กรวิชาชีพสื่อ และองค์กรภาคีเครือข่าย พัฒนาทักษะบุคลากร อีกทั้งจัดโครงการฝึกอบรมให้ความรู้และเพิ่มทักษะในการผลิตรายการคุณภาพ ควบคู่กับคุณธรรม จริยธรรม และการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อประโยชน์สาธารณะ

ส.ส.ท. ต้องพัฒนาบุคลากรแต่ละคน ทั้งในทักษะงานอาชีพสื่อมวลชนและอาชีพอื่น ๆ เพื่อเป็นหลักประกันรายได้ในอนาคต สามารถอยู่ใน “สังคมสูงวัย คนไทยอายุยืน” อย่างเหมาะสมมีประสิทธิภาพ

- พนักงานที่เกษียณอายุแล้วและยังมีศักยภาพอันเป็นประโยชน์ต่อองค์กร องค์กรอาจพิจารณาว่าจ้างให้ปฏิบัติงานต่อไปตามความเหมาะสมด้วยการตกลงของทั้งสองฝ่าย
- สร้างระบบการออมเพื่อสวัสดิการยามชราที่องค์กรจ่ายเงินสมทบ

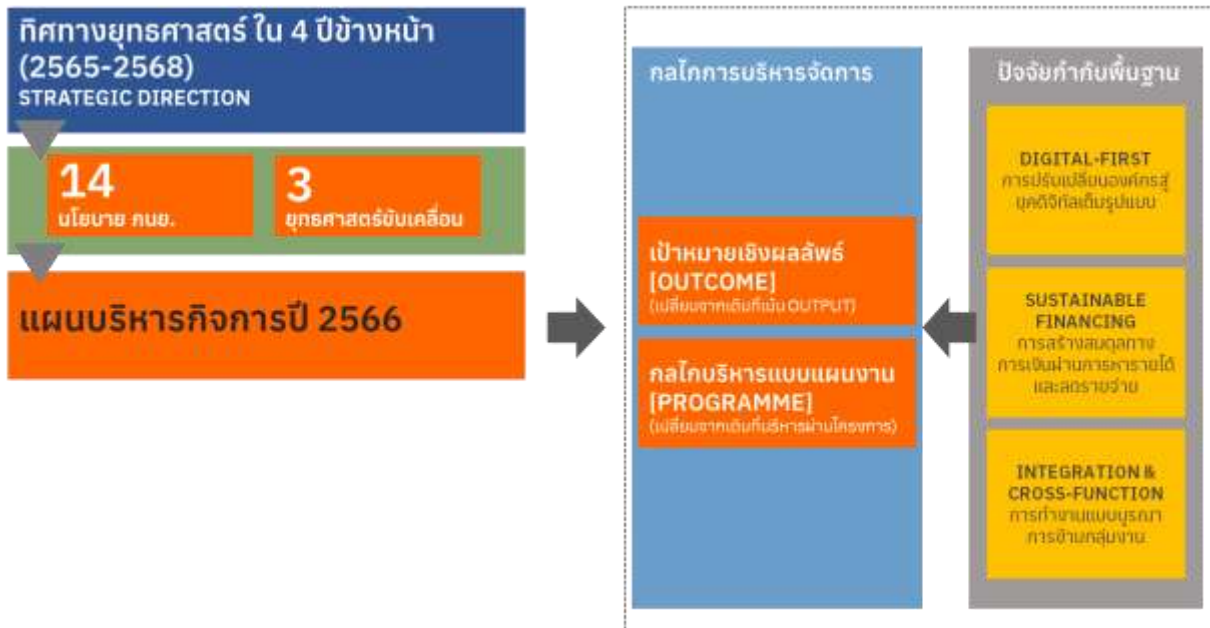
3. หลักการพัฒนาและบริหารจัดการแผนบริหารกิจการประจำปี พ.ศ. 2566

การพัฒนาแผนบริหารกิจการประจำปี พ.ศ. 2566 เป็นไปภายใต้กรอบทิศทางยุทธศาสตร์ 4 ปี (พ.ศ. 2565 – 2568) มีหัวใจสำคัญ คือ การปรับองค์กรให้พร้อมรับมือกับฉากทัศน์ที่ต้องเผชิญในระยะ 4 ปีข้างหน้า เพื่อนำไปสู่เป้าหมายในการเป็นองค์กรสื่อที่สังคมยอมรับและให้ความเชื่อถือในการทำหน้าที่เป็น “โรงเรียนของสังคม” ผ่านทิศทางใหญ่ 2 ด้าน คือ สร้างความแตกต่างด้วยนำพาสังคมออกจากวิกฤตที่ต้องเผชิญ และ การสร้างความคุ้มค่าจากการได้รับการยอมรับในการทำหน้าที่เป็นโรงเรียนของสังคม ด้วยการทำในสิ่งที่สื่อพาณิชย์และสื่อรัฐไม่สามารถทำได้

กรอบทิศทางยุทธศาสตร์ 4 ปี นโยบายคณะกรรมการนโยบาย ปี 2565-2567 และยุทธศาสตร์ 3 ด้านที่ต่อเนื่องมาจากปี 2565 นำมาพัฒนาแผนบริหารกิจการประจำปี 2566 ในรูปแบบที่มุ่งเน้นผลงาน (Performance Based) โดยนำนโยบายคณะกรรมการนโยบาย ปี 2565-2567 จำนวน 14 ข้อมาจัดเป็นกลุ่มนโยบาย 3 กลุ่มที่



สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ 3 ด้าน มากำหนดเป้าหมายผลลัพธ์ (Outcomes Oriented) เพื่อออกแบบแผนงาน (Program) รองรับการขับเคลื่อนงานและบริหารงบประมาณให้บรรลุเป้าหมายผลลัพธ์ที่กำหนดไว้



แผนภาพที่ 1 หลักการพัฒนาและบริหารจัดการแผนปี 2566

นอกจากนี้ได้กำหนด 3 หลักการสำคัญให้สำนัก/ศูนย์ที่เป็นหน่วยบริหารงบประมาณ นำไปออกแบบโครงการ ได้แก่ (1) ความพร้อมและการให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนองค์กรไปสู่ยุคดิจิทัลเต็มรูปแบบ (Digital-First) (2) การเพิ่มรายได้หรือลดรายจ่ายขององค์กรเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนทางการเงิน (Sustainable Financing) และ (3) การทำงานแบบบูรณาการข้ามกลุ่มงาน (Integration & Cross Function) โดยใช้กระบวนการที่เน้นเป้าหมายเชิงผลลัพธ์ และการจัดการทรัพยากรเชิงปัญหา (Outcome Oriented & IP-Based Management) เป็นกรอบดำเนินงานที่จะขับเคลื่อนให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ดังนี้

กระบวนการบริหารจัดการด้วยฐานคิดแบบทรัพยากรเชิงปัญหา (IP-Based Management) ปรับกระบวนการสร้างสรรค์งานผลิตเนื้อหาและบริการในรูปแบบสถานีโทรทัศน์ ไปสู่แนวคิดว่าด้วยการบริหารเพื่อสร้างทรัพยากรเชิงปัญหาที่สามารถต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มได้ ใน 6 มิติ คือ กลุ่มคนดูเป้าหมาย, แนวทางการพัฒนารายการ, รูปแบบรายการ, ช่องทางและระยะเวลาเผยแพร่, การบริหารจัดการการเงิน และตัวชี้วัดความสำเร็จ โดยมีรายละเอียดตามแผนภาพที่ 2



แนวทางการบริหารจัดการด้วยฐานคิดแบบทรัพย์สินทางปัญญา IP-BASED MANAGEMENT [IP: INTELLECTUAL PROPERTY]

มิติสำคัญ	TV-CENTRIC MANAGEMENT	IP-BASED MANAGEMENT
กลุ่มคนดูเป้าหมาย TARGET AUDIENCES	คนดูโทรทัศน์เป็นหลัก (คนดูผ่านช่องทางออนไลน์เป็นส่วนเสริม)	คนดูทุกกลุ่ม ทั้งผ่านโทรทัศน์และทุกช่องทาง [anywhere, anytime]
แนวทางในการพัฒนารายการ PRODUCTION DESIGN	การวิเคราะห์ตลาดและผู้ชมของ PRODUCERS และ เครือข่ายผู้ผลิตรายการของไทยพีบีเอส โดยมีกลุ่ม ผู้เชี่ยวชาญร่วมให้ความคิดเห็น	<ul style="list-style-type: none"> MARKET INSIGHTS & OPPORTUNITIES PARTNERSHIP INSIGHTS & CO-PLANNING DATA ANALYTICS โดยอยู่บนฐานคิดของหลักการสื่อสารสาธารณะ
รูปแบบรายการ PROGRAMME FORMAT	ถูกกำหนดตามช่วงเวลาและระยะเวลาของผัง รายการโทรทัศน์	อิสระ เป็นไปตามลักษณะของพฤติกรรม กลุ่มเป้าหมายและลักษณะเนื้อหารายการ
ช่องทางและระยะเวลาเผยแพร่ DISTRIBUTION & SHELF LIFE	FIRST RUN 1 ครั้ง ทางโทรทัศน์ และ มี ONLINE/ RERUN เป็น BY-PRODUCTS เพื่อรองรับการดูซ้ำ หรือกลุ่มที่ไม่ได้ดูครั้งแรก	MULTI-PLATFORM โดยมี ONAIR ทำหน้าที่เป็น การเปิดตัวหลัก ทุกช่องทางเป็นจับกลุ่มเป้าหมาย เฉพาะ สามารถดูซ้ำหรือดูใหม่ได้ตลอดเวลาตาม โอกาสที่เหมาะสม [TIMELESS]
การบริหารจัดการการเงิน FINANCING MODEL	เน้นการใช้เงินงบประมาณจากองค์กรแบบ 100%	เน้นการมองหาความเป็นไปได้ในการร่วมลงทุนและ หารายได้เพิ่มเติมตาม FEASIBILITY
ตัวชี้วัดความสำเร็จ SUCCESS INDICATOR	TV RATING และ การประเมินคุณค่าเชิงคุณภาพ จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (เพื่อต่อสัญญา)	RATING/ ENGAGEMENT/ IMPACT ที่เกิดจาก การนำไปใช้ของ PARTNERS/ FUND RAISING/ IP REVENUE

แผนภาพที่ 2 แนวทางการบริหารจัดการด้วยฐานคิดแบบทรัพย์สินทางปัญญา (IP-Based Management)

การปรับวิธีการออกแบบเนื้อหาตามผังรายการ (TV Centric) ไปสู่การบริหารจัดการด้วยฐานคิดแบบ
ทรัพย์สินทางปัญญา (IP-Based Management) ส่งผลให้เกิดรูปแบบการดำเนินงานใหม่ ดังแผนภาพที่ 3

แนวทางการบริหารจัดการด้วยฐานคิดแบบทรัพย์สินทางปัญญา IP-BASED MANAGEMENT [IP: INTELLECTUAL PROPERTY]



แผนภาพที่ 3 กระบวนการผลิตและบริการ ของ ส.ส.ท. ภายใต้แนวคิด

การบริหารจัดการด้วยฐานคิดแบบ IP-Based Management



การเชื่อมต่อนโยบายปี 2565 – 2567 ไปสู่ยุทธศาสตร์และเป้าหมายผลลัพธ์ (Outcome Oriented)

ระดับแผนงาน ดังนี้

นโยบายกลุ่มที่ 1 ให้ความสำคัญกับการรักษาความเชื่อถือไว้วางใจ สัญลักษณ์อัตลักษณ์ที่ชัดเจนและเป็นเอกภาพขององค์การ การนำเสนอเนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์และแข่งขันได้ (นโยบายข้อ 2, 3, 5 และ 7) สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างความแตกต่างจากจุดแข็ง กำหนดเป็นเป้าหมายผลลัพธ์ (Outcomes ดังนี้ (1) ส.ส.ท. ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจจากประชาชน และประชาชนรับรู้คุณค่าของสื่อสาธารณะ (2) ประชาชนเข้าถึงบริการของ ส.ส.ท. ได้อย่างทั่วถึงและมีพื้นที่สำหรับกลุ่มคนด้อยโอกาส และ (3) การเข้าถึงผู้ชมกลุ่มใหม่ได้เพิ่มขึ้น และมีเนื้อหาที่มีความเฉพาะมากขึ้น

นโยบายกลุ่มที่ 2 ให้ความสำคัญกับการสร้างความคุ้มค่า ด้วยการสร้างสรรค์การผลิตเนื้อหาที่เป็นอัตลักษณ์ของสื่อสาธารณะ ได้รับการยอมรับจากประชาชนในการเป็นโรงเรียนของสังคมและพื้นที่กลางของสังคมในการหาทางออกจากวิกฤติ และการร่วมสร้างสรรค์เนื้อหาที่ภาคีหุ้นส่วน (นโยบายข้อที่ 5, 6 และ 10) สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างความคุ้มค่าจากการขับเคลื่อนเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง กำหนดเป้าหมายผลลัพธ์ (Outcomes) คือ ส.ส.ท. มีพื้นที่กลางเพื่อหาทางออกจากวิกฤติ และประชาชนตระหนักรู้พร้อมรับมือกับฉกัทัศน์ในอนาคต

นโยบายกลุ่มที่ 3 ว่าด้วยการพัฒนาองค์กรให้เกิดความยั่งยืน ได้แก่ นโยบายเทคโนโลยี การกระจายอำนาจสู่ภูมิภาค และการสร้างการยอมรับในระดับสากล (นโยบายข้อที่ 4, 8 และ 9) สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างความยั่งยืนจากการต่อยอดและพลังเครือข่าย กำหนดเป้าหมายผลลัพธ์ (Outcomes) ดังนี้ (1) การลงทุนในเทคโนโลยีที่เหมาะสม (2) บทบาทสื่อสาธารณะถูกยกระดับจากภาคีเครือข่าย (3) ส.ส.ท. ได้รับการยอมรับในระดับภูมิภาคและในอาเซียน และ (4) เนื้อหาของ ส.ส.ท. ถูกนำไปอ้างอิง

นอกจากนี้ ยังออกแบบให้มีกลุ่มงานขับเคลื่อนวาระเชิงนโยบายที่คณะกรรมการนโยบายมอบหมาย ได้แก่ การขับเคลื่อนวาระ 15 ปี ส.ส.ท. การขับเคลื่อนวาระกลาง ลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรม การขับเคลื่อนทิศทางไปสู่องค์กรดิจิทัลอย่างสมบูรณ์แบบ (Digital Transformation) และการสร้างความมั่นคงทางการเงิน (นโยบายข้อที่ 11)

โดยกลุ่มนโยบายที่กล่าวมา อยู่บนพื้นฐานการทำงานด้านสื่อ ที่ให้ความสำคัญกับการยึดมั่นและนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้บริหารองค์การ การปรับโครงสร้างการบริหารงานให้สอดคล้องกับภูมิทัศน์สื่อ การพัฒนาทักษะบุคลากรให้มีความสามารถหลากหลายด้าน และการร่วมมือกับองค์กรวิชาชีพสื่อพัฒนาทักษะบุคลากร (นโยบายข้อที่ 1, 12, 13 และ 14)



แผนภาพที่ 4 การเชื่อมต่อนโยบายปี 2565-2567 ยุทธศาสตร์ และเป้าหมายเชิงผลลัพธ์ปี 2566

2) กรอบการพัฒนาแผนบริหารกิจการประจำปี 2566

ส.ส.ท. ได้ดำเนินการกระบวนการจัดทำแผนบริหารกิจการประจำปี พ.ศ. 2566 ดังนี้

1. กระบวนการพิจารณากรอบแผนบริหารกิจการ แผนจัดทำรายการ ตัวชี้วัด และกรอบงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2566 ดังนี้

1.1 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินงานในปี 2566 ดังนี้ สถานการณ์และปัจจัยความท้าทายของประเทศ ภูมิทัศน์สื่อ และทิศทางของสื่อสาธารณะในต่างประเทศ รวมถึงปัจจัยภายในองค์กร ทั้งความเห็นของภาคีเครือข่ายและนักวิชาการต่อทิศทางอนาคตขององค์กร ผลประเมินจากผู้ประเมินภายนอก และผลการดำเนินงานที่สำคัญตามยุทธศาสตร์ 3 ด้าน ณ กันยายน 2565 และการวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อเป็นข้อมูลแก่คณะกรรมการนโยบายประกอบการกำหนดกรอบทิศทางนโยบายและจุดเน้น และคณะอนุกรรมการนโยบายการลงทุน การเงิน และการงบประมาณ ให้ข้อเสนอแนะด้านกรอบงบประมาณต่อคณะกรรมการนโยบาย

1.2 ฝ่ายบริหารรับกรอบทิศทาง จุดเน้น และข้อเสนอของคณะกรรมการนโยบายไปออกแบบกรอบแผนบริหารกิจการประจำปี พ.ศ. 2566 โดยกำหนดเป้าหมายเชิงผลลัพธ์ (Outcome Oriented) จากกลุ่มนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย ที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ 3 ด้าน และออกแบบ 8 แผนงาน (Programme) รองรับการขับเคลื่อนกลยุทธ์ กำหนดกรอบตัวชี้วัดที่สอดคล้องกับแผนงาน และกรอบงบประมาณ เสนอต่อคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการนโยบายอนุมัติ



2. กระบวนการจัดทำแผนบริหารกิจการประจำปี พ.ศ. 2566 ดังนี้

2.1 ประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมระหว่างคณะกรรมการบริหาร และหน่วยงานระดับผู้อำนวยการสำนัก/ศูนย์ โดยมีผู้แทนคณะกรรมการนโยบายเป็นที่ปรึกษา เพื่อออกแบบร่างโครงการ กลยุทธ์ ตัวชี้วัดโครงการเพื่อขับเคลื่อนแผนงาน เพื่อให้ฝ่ายบริหารพิจารณาจัดทำร่างแผนบริหารกิจการ แผนจัดทำรายการ ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานขององค์กร และแผนงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2566 เสนอคณะกรรมการบริหารเห็นชอบให้นำเสนอคณะกรรมการนโยบายพิจารณาอนุมัติ และคณะอนุกรรมการนโยบายการลงทุน การเงิน และการงบประมาณให้ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะต่อแผนงานและแผนงบประมาณประกอบการพิจารณาอนุมัติของคณะกรรมการนโยบาย

2.3 คณะกรรมการนโยบายอนุมัติแผนบริหารกิจการ แผนจัดทำรายการ ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานขององค์กร และแผนงบประมาณในระดับแผนงานและกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป และมอบอำนาจให้คณะกรรมการบริหารมีอำนาจพิจารณาอนุมัติโครงการและงบประมาณโครงการ

2.4 คณะกรรมการบริหารพิจารณาอนุมัติโครงการ ตามแนวทาง ดังนี้ (ก) โครงการที่เสนอต้องแสดงถึงการขับเคลื่อนหรือผลักดันให้บรรลุเป้าหมายเชิงผลลัพธ์ (ข) ใช้หลักคิด 3 ข้อเพื่อออกแบบโครงการ คือ การปรับเปลี่ยนองค์กรสู่ยุคดิจิทัลเต็มรูปแบบ (Digital-First/Transformation) การสร้างสมดุลทางการเงินผ่านการหารายได้และลดรายจ่าย (Sustainable Financing) และการทำงานแบบบูรณาการข้ามกลุ่มงานโดยใช้กระบวนการที่เน้นเป้าหมายเชิงผลลัพธ์และการจัดการทรัพยากรเชิงปัญหา (Outcome Oriented & IP-Based Management) มาออกแบบโครงการ (ค) วางแผนงบประมาณอย่างเหมาะสมโดยใช้ร่างต้นทุนต่อหน่วยหรือราคากลางประกอบการพิจารณา (ง) ถ่ายทอดเป้าหมายเชิงผลลัพธ์ (Outcomes) ไปเป็นตัวชี้วัดโครงการ

2.5 สำนักและศูนย์นำโครงการที่ได้รับอนุมัติไปปฏิบัติภายใต้แนวทางการบูรณาการ และกลไกการบริหารแผน การกำกับติดตามและประเมินผลที่ออกแบบไว้



กรอบเวลาการพัฒนา แผนบริหารกิจการ แผนจัดทำรายการ ตัวชี้วัดและงบประมาณปี 66



แผนภาพที่ 5 กรอบการพัฒนาแผนบริหารกิจการประจำปี พ.ศ. 2566

3) การบริหารแผน การกำกับติดตามและประเมินผล

3.1 การอนุมัติแผนบริหารกิจการ

แผนบริหารกิจการประจำปี พ.ศ. 2566 ได้ออกแบบกลไกกำกับและควบคุมแผน โดยคณะกรรมการนโยบาย (กนย.) กำกับด้วยการมอบนโยบายปี 2565 – 2567 เป็นทิศทางใหญ่ และเชื่อมโยงมาสู่แผนยุทธศาสตร์ 3 ด้าน และแผนบริหารกิจการประจำปี ที่นำเป้าหมายเชิงผลลัพธ์ (Outcomes) มาออกแบบแผนงาน โดยคณะกรรมการนโยบาย พิจารณานุมัติแผนบริหารกิจการในภาพรวม แผนจัดทำรายการ ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานขององค์กร และแผนงบประมาณในระดับแผนงาน (Programme) รวมทั้งอนุมัติงบประมาณในส่วนของงบบุคลากร กลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป

คณะกรรมการบริหารมีอำนาจพิจารณาอนุมัติงบประมาณระดับโครงการ โดยนำ 3 หลักการสำคัญ (หน้า13) และข้อมูลต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วย (Unit Cost) มาใช้เป็นเกณฑ์มาตรฐาน (Benchmark) ในการอนุมัติงบประมาณระดับโครงการ ตามที่แสดงในแผนภาพที่ 6



แผนภาพที่ 6 โครงสร้างการพิจารณาแผนบริหารกิจการประจำปี พ.ศ. 2566

3.2 การบริหารแผนงาน

1. คณะกรรมการบริหารเป็นผู้กำกับติดตาม 8 แผนงาน โดยใช้กลไกการบริหารผ่าน รองผอ. ส.ส.ท. และคณะกรรมการต่าง ๆ ดังนี้

1.1 กลุ่มแผนงานด้านการผลิตเนื้อหาและบริการ (Content and Platform Lead Program) ประกอบด้วยแผนงานที่ 1 การผลิตสื่อและบริการที่น่าเชื่อถือไว้วางใจ แผนงานที่ 2 สร้างการเข้าถึงที่หลากหลายและเป็นธรรม แผนงานที่ 3 ขยายฐานผู้ชมกลุ่มใหม่ และแผนงานที่ 4 สื่อสารเพื่อสร้างสมรรถนะคนในสังคมไทย บริหารและติดตาม โดยมีแผนจัดทำรายการเป็นแนวทางกำกับทิศทางหลัก ร่วมกับคณะกรรมการบริหารด้านหลอมรวมสื่อ (Media Convergence Committee) ในการบริหาร กำกับ ดูแลยุทธศาสตร์เนื้อหา แพลตฟอร์ม รูปแบบการนำเสนอ และการสื่อสารการตลาด ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และกลุ่มเป้าหมาย ดูแลคุณภาพของกลยุทธ์หลอมรวมสื่อในการผลิตเนื้อหา ยกกระดับขยายผลงานสื่อตามยุทธศาสตร์การสร้างการมีส่วนร่วมและการสร้างมูลค่าเพิ่ม และออกแบบให้มีการนำงานวิจัยและพัฒนา งานติดตามประเมินผลด้านสื่อมาใช้ในการดำเนินงานสื่อตลอดกระบวนการ รวมทั้งระบบบริหารจัดการข่าว (Convergent Newsroom) เป็นกระบวนการทำงานภายในสำนักข่าว เพื่อเชื่อมโยงเนื้อหาและประเด็นข่าวให้มีบุคลิกและลักษณะเฉพาะในแต่ละช่องทางสื่อ และกลไก Editorial Overview Team เพื่อบริหารเนื้อหาในกรณีสถานการณ์พิเศษ และคณะทำงานอื่น ๆ ที่ ผอ. ส.ส.ท. ตั้งขึ้นเพื่อบริหารภารกิจเฉพาะ มีหน่วยงานรับผิดชอบหลัก ประกอบด้วย สำนักข่าว สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา ศูนย์สื่อสารณะเพื่อเด็กและครอบครัว ศูนย์พัฒนาการสื่อสารด้านภัยพิบัติ ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม สำนักสื่อ



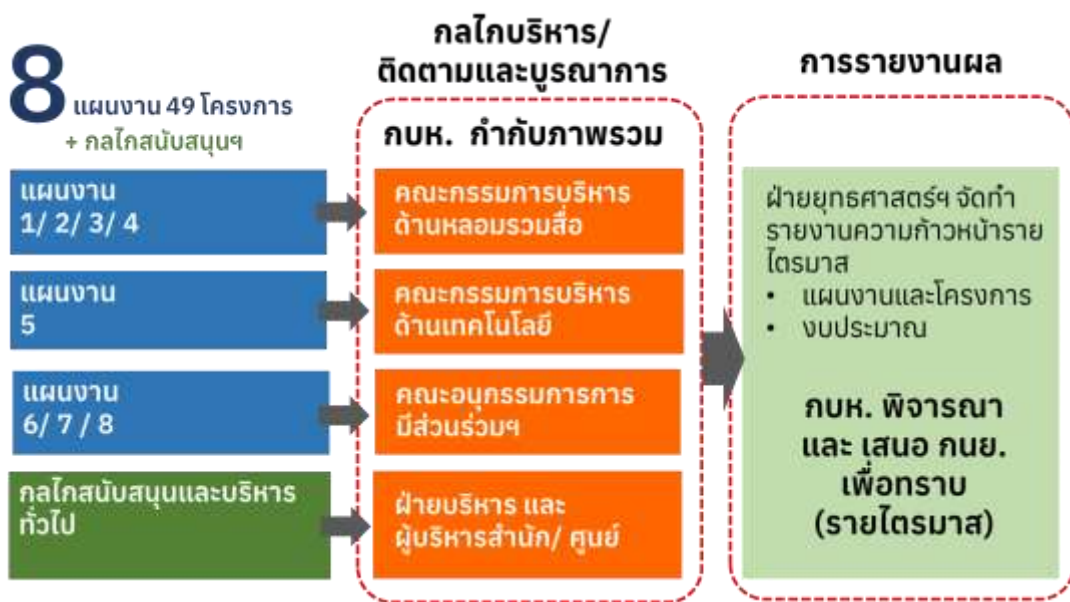
ดิจิทัล สำนักโทรทัศน์และวิทยุ สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ ฝ่ายสื่อสารองค์กร และฝ่ายศูนย์การเรียนรู้สื่อสาธารณะ

1.2 กลุ่มแผนงานด้านภาคีเครือข่าย (Partnership Lead Program) ประกอบด้วย แผนงานที่ 6 เครือข่ายสื่อท้องถิ่นและกระจายอำนาจ แผนงานที่ 7 สร้างการยอมรับในระดับสากล และแผนงานที่ 8 พัฒนากลุ่มงานกลางตามวาระขับเคลื่อนเชิงนโยบาย มีกลไกกำกับทิศทางและติดตามการดำเนินงานโดยคณะกรรมการสร้างการมีส่วนร่วม ร่วมกับฝ่ายบริหาร มีหน่วยงานรับผิดชอบหลัก ประกอบด้วย สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ ศูนย์ Thai PBS World และฝ่ายความยั่งยืนองค์กร (งานวิเทศสัมพันธ์)

1.3 กลุ่มแผนงานด้านเทคโนโลยี (Technology Lead Program) ในแผนงานที่ 5 เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา และแผนงานที่ 3 ขยายฐานผู้ชมกลุ่ม กำกับและติดตามโดยคณะกรรมการบริหารด้านเทคโนโลยี ในการวางแผนและประสานงานเพื่อตอบสนองความต้องการด้านเทคโนโลยีขององค์กร ให้มีความสอดคล้องกัน และสื่อสารประเด็นด้านเทคโนโลยีเพื่อขับเคลื่อนองค์กร มีหน่วยงานรับผิดชอบหลัก ประกอบด้วย สำนักโทรทัศน์และวิทยุ สำนักวิศวกรรม สำนักสื่อดิจิทัล สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา สำนักบริหาร และศูนย์การเงิน

1.4 งานกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป กำกับและติดตามโดยฝ่ายบริหาร มีหน่วยงานรับผิดชอบหลัก ดำเนินงานเทคโนโลยี ได้แก่ สำนักโทรทัศน์ และสำนักบริหาร (ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ), งานบริหารทั่วไป ได้แก่ ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ สำนักทรัพยากรมนุษย์ สำนักบริหาร สำนักตรวจสอบภายใน ศูนย์การเงิน ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล ฝ่ายเลขานุการ ฝ่ายยุทธศาสตร์เนื้อหา และฝ่ายยุทธศาสตร์และแผน และงานบริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยสำนักวิศวกรรม

โดยทุกกลุ่มแผนงานจะรายงานผลความก้าวหน้าเป็นรายไตรมาสเสนอฝ่ายบริหาร และ ผอ. ส.ส.ท. จะเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการนโยบาย ตามลำดับ



แผนภาพที่ 7 การกำกับและติดตามการดำเนินงานและการใช้จ่ายงบประมาณ



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

นอกจากนี้ ส.ส.ท. ยังมีกลไกอื่นที่ดูแลการบริหารจัดการและผลักดันการดำเนินงานร่วมกับกลไกข้างต้น ดังนี้

2. ด้านแผนงานโครงการและงบประมาณ มี (2.1) คณะอนุกรรมการนโยบายการลงทุน การเงินและการงบประมาณ พิจารณากลับกรองและเสนอความเห็นต่อแผนการลงทุน แผนการเงิน ค่าของงบประมาณประจำปี และการทบทวนงบประมาณกลางปี เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการนโยบายพิจารณา (2.2) การประชุมร่วมระหว่างฝ่ายบริหารและผู้อำนวยการสำนัก/ศูนย์ เพื่อติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินงานตามแผนงานโครงการ และ (2.3) รายงานผลการปฏิบัติงานเสนอต่อคณะกรรมการนโยบายเป็นรายไตรมาส

3.3 การกำกับติดตามและประเมินผล ส.ส.ท.

ส.ส.ท. วางกลไกการกำกับ ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงาน ดังนี้

1. ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานระดับองค์กร (Corporate KPIs) ที่ใช้ Balance Scorecard กำกับเป้าหมาย ดังนี้ มิติที่ 1 ด้านผลสัมฤทธิ์ (ร้อยละ 55) ประเมินผลจากค่าเฉลี่ยความสำเร็จของ 8 แผนงาน, มิติที่ 2 ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) (ร้อยละ 20) ประเมินผลจากความพึงพอใจของประชาชนและภาคีเครือข่ายต่อการทำหน้าที่สื่อสาธารณะของไทยพีบีเอส มิติที่ 3 ด้านประสิทธิภาพ (ร้อยละ 5) ประเมินผลจากความสำเร็จในการบริหารโครงการ และการใช้จ่ายงบประมาณ และมิติที่ 4 การพัฒนาภายในองค์กร (ร้อยละ 20) ประเมินผลจากความสำเร็จการพัฒนาบุคลากร และการผลักดันงานตามแผน Digital Transformation

2. การประเมินผลการปฏิบัติงานระดับองค์กร ได้แก่ (2.1) การประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีโดยคณะกรรมการประเมินผลภายนอก (ตามมาตรา 50 แห่ง พ.ร.บ. ส.ส.ท. พ.ศ. 2551) เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรให้เกิดประสิทธิภาพเกิดผลสัมฤทธิ์ สร้างความรับผิดชอบและความเชื่อถือแก่สาธารณชนในกิจการขององค์กร ตลอดจนการติดตามความก้าวหน้าและตรวจสอบการดำเนินงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และ (2.2) การรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปีต่อสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภา

3. การประเมินผลด้านคุณค่าเนื้อหาและการนำเสนอ ประกอบด้วย (3.1) ด้านเนื้อหา มีระบบประเมินเนื้อหาเชิงคุณภาพตามหลักความเป็นสื่อสาธารณะ (Quality Rating) ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ถูกต้อง ครบถ้วน ความหลากหลาย ความทั่วถึง ความโดดเด่นแตกต่าง และความมีอิสระในวิชาชีพ (3.2) การติดตามผลการนำเสนอเนื้อหาช่วงเฉพาะกิจ (Content Monitoring System) (3.3) ด้านการรับชม ได้แก่ การศึกษาเชิงคุณภาพ คุณค่า ของข่าวสารที่เป็นวาระหลักที่สำคัญ การสำรวจผลกระทบที่เกิดจากการรายงานข่าวสารที่เป็นวาระสำคัญ (Online Rapid Survey) ระบบรวบรวมความคิดเห็นที่มีต่อไทยพีบีเอสทางออนไลน์แบบ Real Time (Social Listening) และการประเมินความพึงพอใจต่อการรับชมเนื้อหาสาระที่ให้บริการ และการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นจากผู้ชมผู้ฟังในทุกช่องทาง (Feedback Monitoring System) ระบบประเมินผลคุณภาพรายการเพื่อต่อสัญญาตามรอบระยะเวลา และการประเมินคุณภาพรายการตามเกณฑ์สื่อสาธารณะ เป็นต้น



4. ด้านความรับผิดชอบ ประกอบด้วย (4.1) คณะอนุกรรมการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนจากประชาชน ตาม พ.ร.บ. ส.ส.ท. พ.ศ. 2551 ในกรณีที่องค์การ ผู้ผลิต หรือพนักงาน กระทำการหรือผลิตรายการที่ขัดต่อข้อบังคับ จริยธรรมของวิชาชีพ เพื่อดำเนินการแก้ไขให้ถูกต้อง (4.2) ระบบ Feedback & Monitoring รวบรวมความคิดเห็น ประเด็นความผิดพลาดหน้าจอและความเสี่ยงด้านจริยธรรม นำไปปรับปรุงแก้ไขเนื้อหาให้ถูกต้องหรือพัฒนารายการ ให้ดีขึ้น

5. ด้านบริหารจัดการ ส.ส.ท. ใช้แนวทางการบริหารตามมาตรฐานการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใส ของหน่วยงานภาครัฐ (ITA) ตามข้อกำหนดของสำนักคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ

6. ด้านการเงินและการบัญชี และการประเมินผลการใช้จ่ายเงินและทรัพย์สินขององค์การ โดยสำนักงาน ตรวจสอบแผ่นดินหรือผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่คณะกรรมการนโยบายแต่งตั้ง ด้วยความเห็นชอบของสำนักงานการ ตรวจสอบแผ่นดิน

7. ด้านแผนงานโครงการและแผนงบประมาณประจำปี กำกับและติดตามความก้าวหน้าผ่านการประชุมร่วม ระหว่างฝ่ายบริหารและผู้อำนวยการสำนัก/ศูนย์ และรายงานผลการปฏิบัติงานรายไตรมาส เสนอต่อ คณะกรรมการนโยบาย

3.4 การควบคุมภายใน (Internal Control)¹

ส.ส.ท. จัดให้มีระบบการควบคุมภายในที่ดี เพื่อให้เกิดความมั่นใจอย่างสมเหตุสมผลต่อประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพของการดำเนินงาน และความเชื่อถือได้ของรายงานทางการเงิน และการปฏิบัติตาม กฎ ระเบียบ และ นโยบายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเรื่องการต่อต้านการทุจริต คอร์รัปชัน ขณะเดียวกัน ได้มีการจัดโครงสร้างการทำงานให้มีการ แบ่งแยกหน้าที่ในการปฏิบัติงานให้เกิดการถ่วงดุลและสอบทานระหว่างกัน กำหนดอำนาจดำเนินการที่ชัดเจนเป็น ลายลักษณ์อักษร และมีระบบการติดตามผลการปฏิบัติงานที่ชัดเจน

นอกจากนี้ ยังได้กำหนดให้มีการทบทวนความเหมาะสมและความเพียงพอของระบบควบคุมภายในทั้ง 5 องค์ประกอบ คือ สภาพแวดล้อมการควบคุม (Control Environment) การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) กิจกรรม การควบคุม (Control Activities) ข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication) และการติดตาม (Monitoring) เป็นประจำ ปีละ 1 ครั้ง ซึ่งสอดคล้องและเป็นไปตามหลักเกณฑ์กระทรวงการคลังว่า ด้วยมาตรฐานและหลักเกณฑ์ปฏิบัติการควบคุมภายในสำหรับหน่วยงานของรัฐ พ.ศ. 2561 เพื่อให้มั่นใจต่อการบรรลุ วัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร ขณะที่ผู้บังคับบัญชาในทุกระดับของทุกหน่วยงาน มีหน้าที่รับผิดชอบระบบ การควบคุมภายในหน่วยงานของตน และมีการวางกลไกขับเคลื่อนงานควบคุมภายในทั่วทั้งองค์กรผ่านผู้ประสานงาน ของแต่ละสำนัก

¹ ข้อมูล : ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล, 21 พฤศจิกายน 2565



3.5 การตรวจสอบภายใน (Internal Audit)²

เป็นกลไกสนับสนุนฝ่ายบริหารในด้านการประเมินประสิทธิผลของกระบวนการบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน และการกำกับดูแลกิจการ เพื่อเพิ่มคุณค่าและปรับปรุงการปฏิบัติงานขององค์กร รวมทั้งช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ลดโอกาสความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น ส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานขององค์กร ให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เกิดประโยชน์สูงสุด และผลักดันให้เกิดความสำเร็จในด้านการกำกับดูแลกิจกรรมที่ดี โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้

3.6 การบริหารความเสี่ยง³

ส.ส.ท. มีการบริหารความเสี่ยงที่สอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่ดีของ COSO⁴ 2017 โดยมีกระบวนการในการจัดการที่เป็นระบบ ตั้งแต่การระบุความเสี่ยง การกำหนดความเพียงพอของกิจกรรมการควบคุมภายใน การประเมินความเสี่ยง การบริหารความเสี่ยง การติดตามผล รวมถึงดัชนีชี้วัดความเสี่ยงที่สำคัญ ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญของการรับมือกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินภารกิจ ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป

ทางด้านโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ในการบริหารจัดการความเสี่ยง ส.ส.ท. มีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน และประเมินผล ซึ่งมี ผอ. ส.ส.ท. เป็นประธาน และรองผอ. ส.ส.ท. และ ผอ. สำนักเป็นกรรมการ ทำหน้าที่กำกับดูแลและกำหนดกรอบนโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร โดยมีฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล ทำหน้าที่เลขานุการ ดูแลอำนวยความสะดวก (Facilitator) ในกระบวนการบริหารความเสี่ยงโดยรวม และมีผู้ประสานงานความเสี่ยง (Risk Coordinator) ซึ่งเป็นตัวแทนของแต่ละสำนัก ทำหน้าที่สื่อสารและประสานงานด้านบริหารความเสี่ยงกับเลขานุการ

ในส่วนของผลการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมาของปี พ.ศ. 2565 ส.ส.ท. ได้พัฒนากระบวนการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง โดยนอกจากระบุปัจจัยเสี่ยงให้ครอบคลุมทุกประเภทความเสี่ยง (รวม 7 ความเสี่ยง) ยังได้มีการปรับปรุงขั้นตอนต่าง ๆ ในเชิงคุณภาพอย่างมีสาระสำคัญ อาทิ การประเมินระดับความรุนแรงของความเสี่ยง (มิติโอกาส และผลกระทบ) ในเชิงปริมาณ ที่แตกต่างกันตามความเหมาะสมของแต่ละความเสี่ยงเพื่อลดการใช้ดุลยพินิจ การบูรณาการระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) เข้ากับตัวชี้วัดและเป้าหมายองค์กร (Corporate KPIs) และถ่ายทอดลงสู่ตัวชี้วัดระดับฝ่าย/บุคคล เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงเป็นกลไก (Enabler) ในการช่วยให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์/เป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมทั้งการเพิ่มเติมการทบทวนความเสี่ยงระหว่างปี โดยเพิ่มเติมปัจจัยเสี่ยงย่อยเรื่องภัยคุกคามทางไซเบอร์ไว้ในความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Compliance Risk) ขณะเดียวกันยังคงเน้นย้ำการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และการตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงตาม

² ข้อมูล : สำนักตรวจสอบภายใน, 22 พฤศจิกายน 2565

³ ข้อมูล : ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล, 21 พฤศจิกายน 2565

⁴ The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, กรอบบริหารความเสี่ยงตามแนวทางของ COSO (COSO-ERM Framework)



เหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องผ่านวารสาร Risk Corner (อาทิ ฉบับที่ 2 ปี 2565 หัวข้อ แก่นสำคัญที่ต้องใส่ใจ หลังบังคับใช้ PDPA)

สำหรับแนวทางการพัฒนางานระยะต่อไป นอกจาก ส.ส.ท. จะยังคงมุ่งมั่นเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการเชื่อมโยงการทำแผนยุทธศาสตร์องค์กรเข้ากับกระบวนการบริหารความเสี่ยงเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรแล้ว ยังคงจะมุ่งเน้นให้ความสำคัญมากขึ้นในมิติของผลลัพธ์จากการบริหารความเสี่ยง เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรที่ตั้งไว้ ด้วยการทบทวนและปรับเปลี่ยนมาตรการจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิผลมากเพียงพอ ซึ่งเป็นประเด็นที่บุคลากรทุกระดับต้องร่วมผลักดันและให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่องต่อไป ขณะเดียวกัน ยังมุ่งให้ความสำคัญกับการจัดให้มีบรรยากาศและวัฒนธรรมที่สนับสนุนการบริหารความเสี่ยง กล่าวคือ การสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยง ว่าความเสี่ยงไม่ใช่จุดด้อยขององค์กร แต่เป็นการสร้างความมั่นใจหรือการประกันผลการดำเนินงานในระดับหนึ่งว่า เป้าหมายองค์กรตามยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้จะสามารถบรรลุได้อย่างชัดเจน

3.7 การดำเนินงานด้านธรรมาภิบาล⁵

ส.ส.ท. ดำเนินภารกิจบนพื้นฐานของความเที่ยงตรง โปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตามหลักธรรมาภิบาลที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ตลอดจนจริยธรรมและมาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และแผนสำคัญระดับชาติ หลักการและแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีรวมทั้งหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่กำหนดให้หน่วยงานของรัฐถือปฏิบัติ เพื่อพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีของ ส.ส.ท. ให้มีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนขององค์กร

คณะกรรมการนโยบายได้กำหนดเป็นนโยบายลำดับแรก ให้ ส.ส.ท. ยึดมั่นและนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารงานองค์กร โดยได้แต่งตั้งคณะกรรมการธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมประกอบด้วย ผู้แทนจากคณะกรรมการนโยบาย คณะกรรมการบริหาร และผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ทำหน้าที่กำหนดกรอบนโยบายการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม และกำกับการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบาย โดยมีฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาลรับผิดชอบการจัดทำแผนดำเนินการธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมของ ส.ส.ท. และประสานความร่วมมือกับทุกหน่วยงานในองค์กร ให้มีการดำเนินงานตามแผนธรรมาภิบาลของ ส.ส.ท.

ในช่วงที่ผ่านมาของปี พ.ศ. 2565 ส.ส.ท. ได้ขับเคลื่อนงานธรรมาภิบาลตามแผนแม่บทธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม ปี พ.ศ. 2565-2568 และแผนงานปี พ.ศ. 2565 ครอบคลุม 3 กลยุทธ์ ได้แก่ ขับเคลื่อนนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง และพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน ผ่าน 12 แผนงาน โดยมุ่งหวังให้บุคลากรทุกระดับได้ยึดถือปฏิบัติ อีกทั้งนำมาใช้เป็นแนวทางในการบริหารและกำกับดูแลงานด้าน

⁵ ข้อมูล : ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล, 21 พฤศจิกายน 2565



ธรรมาภิบาลในระดับของผู้บริหารและคณะกรรมการ ตามลำดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแผนงานการสำรวจการรับรู้และความเข้าใจของบุคลากร ส.ส.ท. ต่อการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่จัดให้มีขึ้นเป็นปีแรก ซึ่งได้ช่วยให้สามารถกำหนดกลยุทธ์เสริมสร้างความเข้าใจและนำธรรมาภิบาลไปใช้ได้อย่างตรงจุดและแม่นยำ สอดคล้องกับพฤติกรรมที่หลากหลายและบริบทที่ปรับเปลี่ยน

ทั้งนี้ ผลพวงของพัฒนาการด้านธรรมาภิบาลของ ส.ส.ท. ส่วนหนึ่งสะท้อนให้เห็นได้ผ่านผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity and Transparency หรือ ITA) ของ ส.ส.ท. ประจำปี พ.ศ. 2565 ที่จัดขึ้นโดยสำนักงาน ป.ป.ช. โดย ส.ส.ท. ได้ 97.24 คะแนน เพิ่มขึ้นจาก 95.58 คะแนนในปีก่อน และสามารถรักษาระดับ AA ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 และจัดอยู่ในอันดับที่ 3 ในกลุ่มประเภทหน่วยงานอื่นของรัฐรวมทั้งสิ้น 18 แห่ง

สำหรับแนวทางการดำเนินงานในปี พ.ศ. 2566 ส.ส.ท. ยังคงมุ่งมั่นพัฒนางานด้านธรรมาภิบาลตามกรอบแนวทางที่ได้วางไว้ในแผนแม่บทธรรมาภิบาลฯ ควบคู่ไปกับการมุ่งยกระดับการกำกับดูแลกิจการที่ดีด้วย Integrated GRC (Governance, Risk and Compliance) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดความเสี่ยง และ Non-compliance เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ เพิ่มความคล่องตัว ลดความซ้ำซ้อนในการปฏิบัติงาน ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ายิ่งขึ้น เกิดการประสานงานที่สอดคล้องและบูรณาการไปในทิศทางเดียวกัน เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้องค์การบรรลุกลยุทธ์เป้าหมายที่กำหนดไว้ ตอบสนองความคาดหวังอย่างสมเหตุสมผลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสร้างคุณค่าให้แก่องค์การได้อย่างยั่งยืน



ส่วนที่ 2

สาระสำคัญของแผนบริหารกิจการประจำปี พ.ศ. 2566



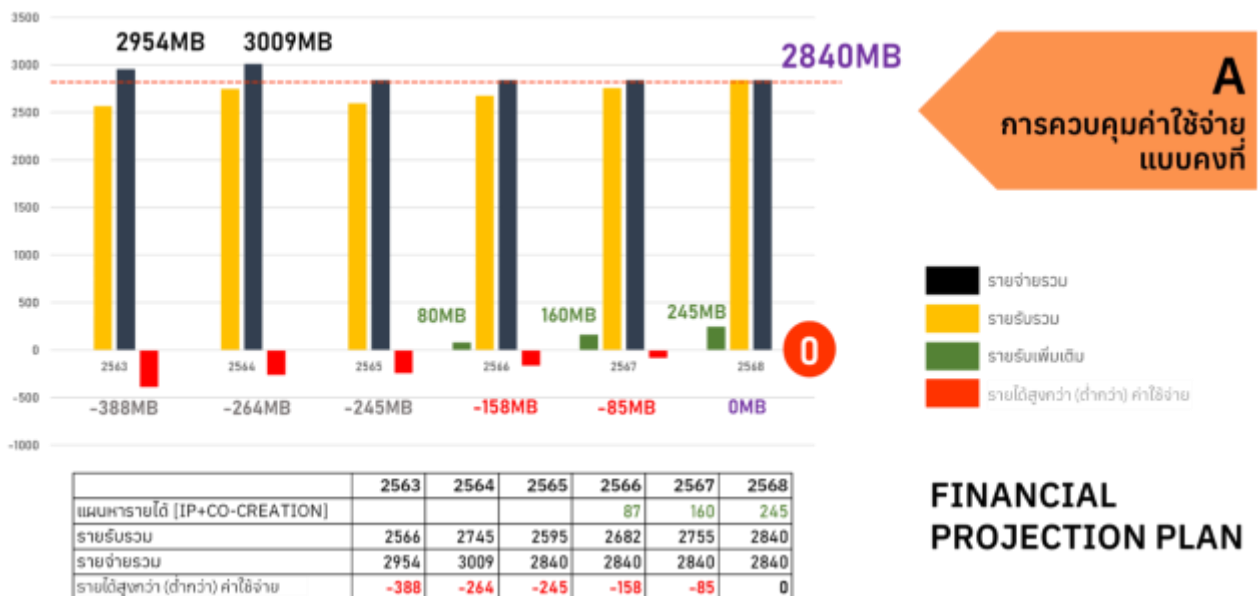
ส่วนที่ 2 สารสำคัญของแผนบริหารกิจการประจำปี พ.ศ. 2566

1) ทิศทางและความคาดหวัง

1. ทิศทางการเงินและงบประมาณที่ก้าวสู่สมดุล

ตามที่คณะกรรมการนโยบายให้แนวทางในการจัดทำแผนบริหารกิจการ ที่มีแผนงบประมาณเข้าสู่ภาวะสมดุลภายในระยะเวลา 3 ปี (ปี 2565- 2568) คณะกรรมการบริหารจึงได้ออกแบบกลไกกำกับกับการบริหารงานเพื่อเข้าสู่สมดุลทางการเงิน 3 กลไกสำคัญ ดังนี้

1.1 การควบคุมค่าใช้จ่ายแบบคงที่ โดยวางกรอบแผนงบประมาณตั้งแต่ปี 2565 – 2568 ในวงเงินงบประมาณไม่เกิน 2,840 ล้านบาทต่อปี ที่คำนึงถึงปัจจัยมูลค่าของเงินจะลดลงจากภาวะเงินเฟ้อ (Inflation) รวมถึงค่าใช้จ่ายบุคลากรที่เพิ่มขึ้นทุกปี ด้วยการบริหารจัดการที่ต้องไม่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตขององค์กร



แผนภาพที่ 8 การควบคุมค่าใช้จ่ายแบบคงที่

1.2 การบริหารอัตรากำลัง ส.ส.ท. วางแนวทางในการบริหารอัตรากำลังในปี 2566 ให้สอดคล้องกับทิศทาง Digital Transformation ดังนี้ (1) การสร้างองค์กรที่เป็นธรรมและมีความสุข ทั้งการปรับระบบสวัสดิการไปสู่ระบบสวัสดิการแบบยืดหยุ่น (Flexible Welfare System) มีการสื่อสารแลกเปลี่ยนระหว่างผู้บริหารและพนักงานให้มากขึ้น และการประเมินผลงานด้วยหลักคุณธรรม (Merit-Based Promotion System) (2) การเป็นองค์กรนวัตกรรมและสมัย เช่น ออกแบบระบบพัฒนาศักยภาพเฉพาะบุคคล การส่งเสริมการทำงานแบบข้ามหน่วยงาน (Cross Function) และส่งเสริมการลดขั้นตอนงานเอกสารในงานบริการด้านทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น และ (3) การไปสู่องค์กรที่พร้อมปรับเปลี่ยนสู่เป้าหมายดิจิทัล เช่น มีแผนการสืบทอดตำแหน่งเชิงรุก (Proactive Succession Plan) มี Open & Innovative Recruitment และปรับสัดส่วนเชิงโครงสร้างของบุคลากร โดยเพิ่มสัดส่วนอัตรากำลังในภารกิจหลัก (Frontline) ลดและควบคุมอัตรากำลังด้านภารกิจสนับสนุนการผลิต (Frontline Support) และงาน



สนับสนุนและสำนักงาน (Back Office) ปรับรูปแบบการจ้างงานจากพนักงานประจำไปเป็นลูกจ้างโครงการ ที่สามารถสะท้อนต้นทุนที่แท้จริง มีความสะดวกและคล่องตัวในการบริหารจัดการ โดยลูกจ้างโครงการที่เพิ่มใหม่จะเน้นด้านกรสื่อสารทางออนไลน์

แนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ HUMAN RESOURCES MANAGEMENT



แผนภาพที่ 9 แนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์

1.3 แผนหารายได้เชิงรุก ดำเนินการผ่านเครื่องมือ 2 รูปแบบหลัก ด้าน คือ (1) การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Management) เป็นการนำทรัพย์สินทางปัญญามาต่อยอดสร้างมูลค่า โดยวางเป้าหมายในปี 2566 จำนวน 10 ล้านบาท (2) การร่วมสร้างสรรค์ (Co-creation Project) เน้นการพัฒนาเครือข่ายองค์กรที่มีโจทย์ทางสังคมร่วมกับ ส.ส.ท. มาร่วมพัฒนาชุดการสื่อสารเพื่อนำสู่การเปลี่ยนแปลง โดยมีการสนับสนุนค่าใช้จ่ายทั้งในส่วนความร่วมมือสนับสนุนเชิงเนื้อหา (In-kind) และการร่วมลงทุนในการผลิต (In-cash) วางเป้าหมายในปี 2566 จำนวน 70 ล้านบาท



แผนภาพที่ 10 แผนการหารายได้เพิ่มเติมเชิงรุกในปี 2566



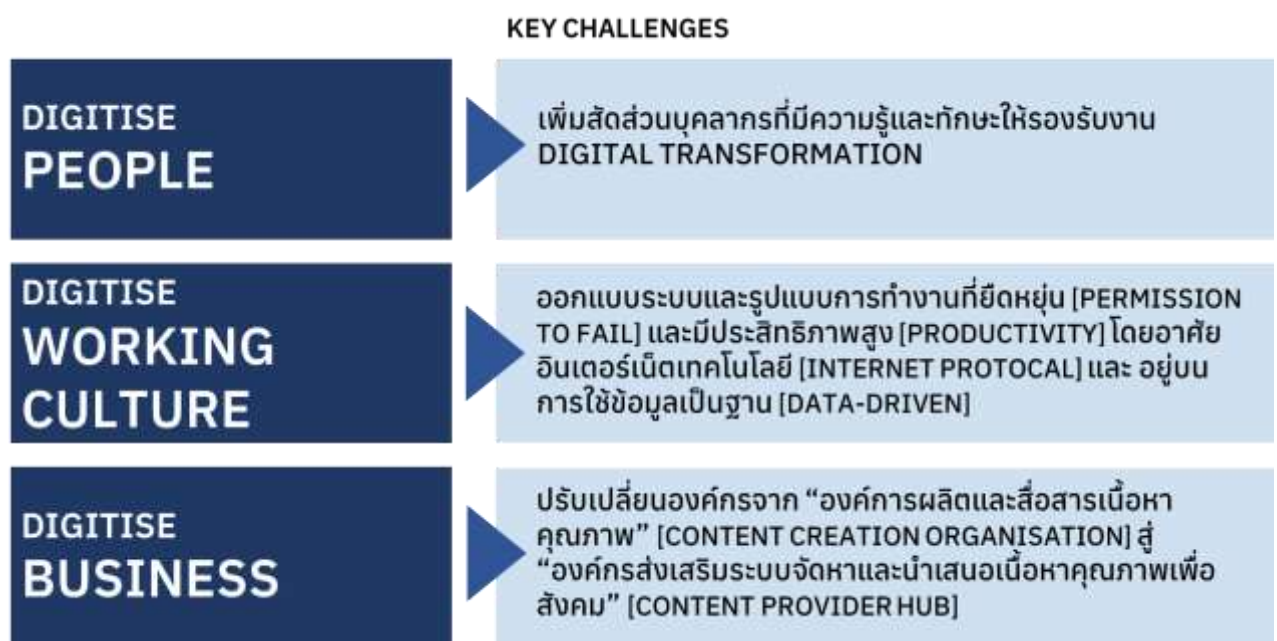
2. ทิศทางการขับเคลื่อนสู่องค์กร Digital First

ออกแบบกรอบแนวคิดการพัฒนางค์กรตามทิศทางการขับเคลื่อนสู่องค์กรดิจิทัล ระยะ 3 ปี (ปี 2566 – 2568) มีองค์ประกอบสำคัญ 3 ด้าน ดังนี้

(1) คนดิจิทัล (Digitize People) เพิ่มสัดส่วนบุคลากรที่มีความรู้และทักษะให้รองรับงาน Digital Transformation ด้วยการพัฒนาและยกระดับความตระหนักรู้และความสามารถตามแนวทางดิจิทัล ให้กับกลุ่มบุคลากรเดิมขององค์กร การเปิดรับบุคลากรตำแหน่งงานใหม่ที่มีทักษะพื้นฐานแบบดิจิทัลพร้อมทำงานทันทีรองรับงานสำหรับอนาคต มีทักษะด้านการวิเคราะห์และจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ รวมถึงการ Re-skill / Early Retire / Contract Terminate สำหรับบุคลากรที่ไม่เป็นไปตามทิศทางในอนาคต

(2) วัฒนธรรมการทำงานดิจิทัล (Digitize Working Culture) ออกแบบระบบและรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่นและมีประสิทธิภาพสูงด้วยการใช้อินเทอร์เน็ตเทคโนโลยีและเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล เพื่อปรับจากการทำงานตามภารกิจของหน่วยงาน (Silo) ไปสู่การทำงานบนฐานความร่วมมือที่มีความยืดหยุ่น และกล้าทดลองทำสิ่งใหม่ (Agile & Experiment) ที่อยู่บนข้อมูลเป็นหลัก (Data Driven) รวมถึงปรับจาก Broadcast Technology ไปสู่ Internet Protocol Technology

(3) ธุรกิจดิจิทัล (Digitize Business Model) ที่ปรับจากองค์การผลิตและสื่อสารเนื้อหาคุณภาพ (content Creation Organization) ไปสู่องค์กรส่งเสริมระบบจัดหาและนำเสนอเนื้อหาคุณภาพเพื่อสังคม (Content Provider Hub) โดยเปลี่ยนจากรูปแบบการวางแผนงบประมาณที่เน้นการผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหา ไปสู่การเป็น Content Provider Hub ที่มีภาคีหุ้นส่วนเข้าร่วมผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพ และการพัฒนาและบริหารแพลตฟอร์มที่ให้ภาคีเครือข่ายนำเนื้อหาที่มีคุณภาพมาเผยแพร่ เพื่อสร้างระบบนิเวศน์ (Eco-System) สำหรับเนื้อหาที่มีคุณภาพ



แผนภาพที่ 11 Key Challenge มุ่งสู่ Digital Transformation



3. ความคาดหวังในปี 2566

ประโยชน์ที่สังคมจะได้รับจากการดำเนินงานตามแผนบริหารกิจการประจำปี พ.ศ. 2566 ของ ส.ส.ท. ในประเด็นสำคัญ 4 ด้าน ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การเป็นองค์กรสื่อที่น่าเชื่อถืออันดับหนึ่งของประเทศไทย ผ่านการดำเนินงาน 2 ด้าน คือ (1) ข้าราชการคุณภาพสูงและเจาะลึก ในสถานการณ์ใหญ่ในปี 2566 คือ การเลือกตั้งทั่วไป และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์โลกและความขัดแย้งต่าง ๆ เป็นต้น และ (2) เนื้อหาที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นในแบบของไทยพีบีเอส เช่น ละครคุณภาพสูงที่ขยายการออกอากาศเป็น 3 วันต่อสัปดาห์ สารคดีที่เป็นอัตลักษณ์ของไทยพีบีเอสในมิติเรื่องราวของคนกลุ่มเปราะบาง สารคดีที่สะท้อนเชิงโครงสร้าง สารคดีเชิงวัฒนธรรม และสารคดีธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น และกลุ่มสารประโยชน์ที่ตอบโจทย์การเตรียมความพร้อมคนไทยในประเด็นฉกทัศน์ต่าง ๆ ตามนโยบายคณะกรรมการนโยบาย

ประเด็นที่ 2 การจัดทำผังทีวีแบบวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายตามช่วงอายุ Demographic-Based โดยปรับรูปแบบการทำงานที่ไม่ใช่การบริหารผังทีวีแบบเดิมที่ใช้กลุ่มอายุเป็นตัวตั้ง แต่นำข้อมูลพฤติกรรม รสนิยม และความสนใจเฉพาะของกลุ่มผู้ชมผู้ใช้บริการ 4 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มผู้สูงอายุชนชั้นกลางหรือเกษียณ กลุ่มแม่บ้านหรือแม่ค้าในเขตเมือง กลุ่มผู้สูงอายุที่ดูทีวีเป็นหลัก และกลุ่มคนวัยทำงาน Gen X ในเมือง นำมาใช้ในการวางผังทีวีที่ทำให้หน้าจอกไทยพีบีเอสเกิดการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมและสามารถรักษาฐานผู้ชมได้อย่างเหมาะสม

ประเด็นที่ 3 ขยายฐานผู้ชมใหม่ด้วยเนื้อหาและแพลตฟอร์มดิจิทัล และการสร้างเครือข่ายสื่อสาธารณะท้องถิ่น โดยมุ่งสู่แพลตฟอร์มดิจิทัลเต็มรูปแบบ การให้ความสำคัญกับการเล่าเรื่องข้ามสารพันสื่อ (Transmedia) และเชื่อมงานในทุกแพลตฟอร์มเพื่อไปสู่ฐานผู้ชมกลุ่มใหม่ รวมถึงการสร้างเครือข่ายสื่อสาธารณะภูมิภาคที่เชื่อมโยงการทำงานกับศูนย์ภูมิภาคทั้ง 3 ศูนย์ เพื่อให้ไทยพีบีเอสขยายฐานผู้ชมในภูมิภาคได้อย่างแท้จริง

ประเด็นที่ 4 มีบริการเฉพาะสำหรับกลุ่มเปราะบางและกลุ่มตกหล่นจากระบบตลาด ที่ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง โดยมีเนื้อหาและบริการของไทยพีบีเอสสำหรับกลุ่มผู้พิการทางการได้ยินและการมองเห็น ไปจนถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนารายการใหม่ ๆ ให้คนเข้าถึงได้ง่ายขึ้น รวมถึงการผลิตเนื้อหาที่คำนึงถึงความละเอียดอ่อนและเป็นธรรมชาติให้แก่คนทุกกลุ่มเพื่อสร้างความรู้สึถึงการเป็นเจ้าของเนื้อหา

2) สารสำคัญของแผนบริหารกิจการประจำปี พ.ศ. 2566

แผนบริหารกิจการประจำปี พ.ศ. 2566 วางจุดเน้น (Key Focus Area) ในการเป็น “สื่อที่มีคุณค่ายึดโยงกับประชาชน” ต่อเนื่องจากปี 2565 โดยนิยาม ดังนี้



จุดเน้นปี 2565/2566



แผนภาพที่ 12 จุดเน้นตามแผนบริหารกิจการประจำปี 2565-2566

ส.ส.ท. ได้นำเป้าหมายผลลัพธ์มาออกแบบแผนงาน (Programme) จำนวน 7 แผนงาน เพื่อรองรับการขับเคลื่อนงานและบริหารงบประมาณ ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ และ 1 แผนงานพิเศษในการพัฒนาทีมงานกลางเพื่อขับเคลื่อนวาระเชิงนโยบาย รวมเป็น 8 แผนงานตามเป้าหมายยุทธศาสตร์ ตามภาพแผนที่ยุทธศาสตร์ปี 2566 โดยจัดเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

(1) กลุ่มแผนงานที่ใช้ยุทธศาสตร์เนื้อหาเป็นต้นนำ (Content & Platform Lead Programme) ประกอบด้วย 4 แผนงาน คือ แผนงานที่ 1 การผลิตสื่อและบริการที่น่าเชื่อถือไว้วางใจ แผนงานที่ 2 สร้างการเข้าถึงที่หลากหลายและเป็นธรรมแผนงานที่ 3 ขยายฐานผู้ชมกลุ่มใหม่ และแผนงานที่ 4 สื่อสารเพื่อสร้างสมรรถนะคนในสังคมไทย

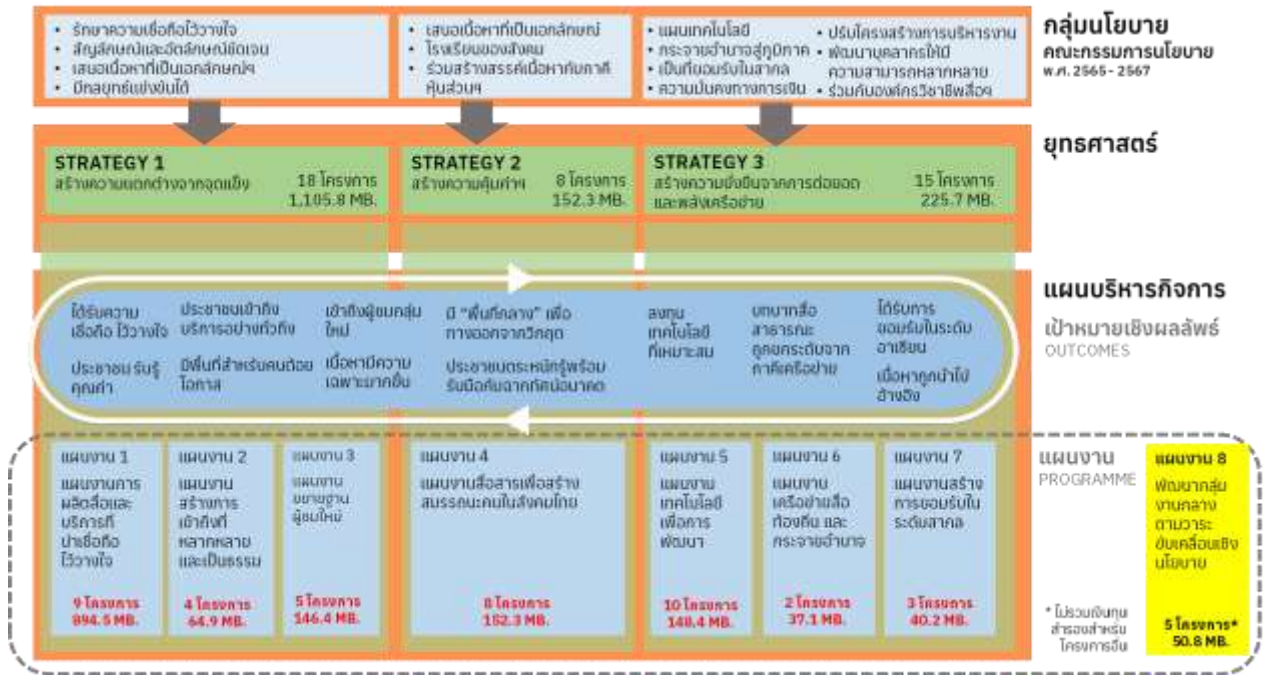
(2) กลุ่มแผนงานที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี (Technology Lead Programme) ดำเนินงานผ่านแผนงานที่ 5 เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา

(3) กลุ่มแผนงานที่ขับเคลื่อนด้วยการทำงานและความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย (Partnership Lead Programme) ประกอบด้วย แผนงานที่ 6 เครือข่ายสื่อท้องถิ่นและการกระจายอำนาจ แผนงานที่ 7 สร้างการยอมรับในระดับสากล และแผนงานที่ 8 พัฒนากลุ่มงานกลางตามวาระขับเคลื่อนเชิงนโยบาย

โดยทั้ง 8 แผนงาน ได้ออกแบบให้มีโครงสร้างแผนงาน ประกอบด้วย บทวิเคราะห์สถานการณ์ที่ให้ข้อมูลถึงความจำเป็นที่ต้องดำเนินการในแผนงานดังกล่าว, เป้าหมายผลลัพธ์ (Outcomes), ขอบเขตและแนวทางการดำเนินงาน เพื่อแสดงว่าแผนงานนี้ดำเนินการอย่างไร, รายละเอียดโครงการโดยย่อและแผนงบประมาณในระดับโครงการ, แนวทางการบูรณาการและแนวทางการบริหารจัดการ เพื่อแสดงถึงการบริหารจัดการที่เน้นให้ทุกโครงการภายใต้แผนงานทำงานร่วมกันแบบบูรณาการ มีบริหารจัดการและกำกับติดตามให้แผนงานบรรลุเป้าหมายที่วางไว้



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย



แผนภาพที่ 13 แผนที่ยุทธศาสตร์ปี 2566

โดยแผนงานทั้ง 8 ดำเนินการผ่านยุทธศาสตร์ 3 ด้าน คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างความแตกต่างจากจุดแข็ง ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างความคุ้มค่าจากการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างความยั่งยืนจากการต่อยอดและพลังเครือข่าย ดังนี้



ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างความแตกต่างจากจุดแข็ง

ส.ส.ท. ยังกังวลจากจุดแข็งจากการได้รับความน่าเชื่อถือในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร และเนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์ของสื่อสาธารณะที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้ชมผู้ฟังรายการในกลุ่มแยกย่อยเฉพาะที่ครอบคลุมทุกช่องทาง ดำเนินงานผ่านการ 3 แผนงานตามเป้าหมายยุทธศาสตร์ ดังนี้

แผนงานที่ 1 การผลิตสื่อและบริการที่น่าเชื่อถือไว้วางใจ ที่นำจุดแข็งของ ส.ส.ท. ในด้านความน่าเชื่อถือและสารประโยชน์ที่สังคมวางใจ มาเป็นหัวใจสำคัญ (Key Point) ในการขับเคลื่อนแผนงานหรือโครงการให้นำไปสู่เป้าหมายผลลัพธ์ 2 ข้อ คือ (1) การได้รับความเชื่อถือและไว้วางใจทั้งในยามปกติและวิกฤติ และ (2) ประชาชนรู้จักจดจำและรับรู้คุณค่าของสื่อสาธารณะ โดยจุดเด่นของแผนงานนี้ คือ เน้นตอบเป้าหมายที่นำไปสู่การวัดระดับความน่าเชื่อถือของ ส.ส.ท. ในมิติต่าง ๆ เช่น การได้รับการยอมรับจากสังคมว่าเป็นสื่อที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจ การให้คุณค่ากับการทำงานที่ยึดมั่นในกรอบจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ ความไม่ลำเอียงหรือการไม่แบ่งแยก (Impartiality) การเป็น Solution Journalism เพื่อร่วมเสนอทางเลือกและให้ทางออกจากภาวะวิกฤติแก่สังคม และการนำเสนอเนื้อหาที่มีความเชื่อมโยง (Relevance) กับความสนใจของประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมาย



แผนภาพที่ 14 แผนงานที่ 1 การผลิตสื่อและบริการที่น่าเชื่อถือไว้วางใจ

แผนงานที่ 2 สร้างการเข้าถึงที่หลากหลายและเป็นธรรมชาติ ตอบโจทย์สำคัญของการมีอยู่ของสื่อสาธารณะด้วยการทำให้ประชาชนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มที่ขาดโอกาสทางสังคม สามารถเข้าถึงบริการ ช่องทาง และเนื้อหาของไทยพีบีเอสได้อย่างเหมาะสม และมีเนื้อหาที่มีความหลากหลายอยู่บนฐานความคิดที่คำนึงถึงความอ่อนไหว หรือความละเอียดอ่อนของผู้ชมกลุ่มต่าง ๆ มีเป้าหมายผลลัพธ์ คือ (1) มีบริการที่คนทุกกลุ่มเข้าถึงบริการได้อย่างทั่วถึง และ (2) มีพื้นที่สำหรับคนด้อยโอกาส ในการรับฟังเสียงสะท้อนของกลุ่มคนด้อยโอกาสหรือคนทุกกลุ่ม โดยจุดแตกต่างของ



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

แผนงานนี้ คือ มีเนื้อหาและบริการที่ทำให้คนกลุ่มต่าง ๆ สามารถเข้าถึงสื่อไทยพีบีเอสได้มากขึ้น และมีพื้นที่กลางในการร่วมกันหาทางออกให้แก่สังคมได้อย่างแท้จริง ตอบสนองเรื่องความหลากหลายและเป็นธรรม

แผนงาน 2
แผนงานสร้างการเข้าถึงที่หลากหลายและเป็นธรรม

65
MB. [2.3%]

ขอบเขตและแนวทางการดำเนินงาน

- กำหนดกลยุทธ์/จัดสรรทรัพยากร ให้ประชาชนเข้าถึงบริการอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม
- วางแผน/ผลิตเนื้อหา มุ่งหมายสื่อสารความหลากหลาย มีกลไกวิชาการรองรับทั้งการผลิตและสะท้อนผล
- มีรายการ /กิจกรรม เป็นพื้นที่รับฟัง แลกเปลี่ยนและร่วมหาทางออกให้แก่ประเด็นปัญหาของกลุ่มคนด้วยโอกาส และเสริมพลังกลุ่มคนด้วยโอกาส

OUTCOMES

ประชาชนเข้าถึงบริการอย่างเหมาะสม และรับรู้ว่า ส.ส.ท. ผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาหลากหลาย และกลุ่มคนด้วยโอกาสมีพื้นที่สะท้อนเสียงในบริการ ส.ส.ท.

ตัวชี้วัดผลสำเร็จ (KPIs/OKR) 1)

ระดับความพึงพอใจในการเข้าถึงผู้ชมกลุ่มเป้าหมายในช่องทางที่หลากหลาย
2) ระดับความสำเร็จของการบริหารความหลากหลาย

ความเชื่อมโยงกับหลักการพื้นฐาน

1) กำกับทิศทางแผนสื่อเนื้อหาด้วยหลัก Digital 1st > 50% ของแผนผลิต
2) โครงการวัฒนธรรมดิจิทัลสาธารณะและ Co-Creation
3) กลไก กท. หลอมรวมสื่อ วางแนวการบริหารจัดการเนื้อหาและกท. บทนำวิธีบูรณาการด้านการเผยแพร่

1. ผลิตเนื้อหาและพัฒนาระบบเพื่อสร้างเสริมสังคมที่หลากหลายและเป็นธรรม	37.98
2. ผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาออนไลน์ (Content Marketing)	17.39
3. ร่วมและติดตามเพื่อพัฒนาเนื้อหาตามความหลากหลายและเป็นธรรม	3.48
4. ส่งเสริมและบริการพื้นที่นวัตกรรม (Common Studio & Innovative Space)	6.00

1.1 CONTENT LEAD PROGRAMME



แผนภาพที่ 15 แผนงานที่ 2 สร้างการเข้าถึงที่หลากหลายและเป็นธรรม

แผนงานที่ 3 ขยายฐานผู้ชมกลุ่มใหม่ คุณลักษณะเด่นของแผนงานนี้ คือ การทำงานที่มุ่งขยายไปสู่กลุ่มผู้ชมที่อยู่ในโลกดิจิทัล โดยมีหัวใจสำคัญ คือ การใช้ Marketing-Based Strategy สร้างความเข้าใจในพฤติกรรมผู้ชมกลุ่มใหม่เพื่อนำมาออกแบบผลิตภัณฑ์ เนื้อหา และบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มคนในช่วงวัย 18-34 ปี ที่มีพฤติกรรมการรับสื่ออยู่ในโลกดิจิทัล โดยจุดแตกต่างของแผนงานนี้ คือ เป็นแผนงานที่มุ่งเน้นการเจาะกลุ่มผู้ชมในวัย 18-34 ปี ซึ่งเป็นฐานผู้ชมใหม่ซึ่งยังเข้าถึงเนื้อหาและบริการของไทยพีบีเอสในจำนวนที่ไม่มากนัก



แผนงาน 3 แผนงานขยายฐานผู้ชมใหม่

146
MB. [5.2%]

ขอบเขตและแนวทางการดำเนินงาน

- กระตุ้น ส่งเสริมการพัฒนา Story Telling ที่ดึงดูดและสอดคล้องกับความสนใจ เพื่อขยายผู้ชม/ผู้ฟัง กลุ่มคนหนุ่มสาว
- จัดการแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ ให้เชื่อมต่อ เพื่อให้เผยแพร่ผลิตภัณฑ์เนื้อหาอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่าน Side-door-routes
- พัฒนากระบวนการทำงาน ให้เกิดการบูรณาการระหว่างกลุ่มผลิตเนื้อหาและกลุ่มบริหารแพลตฟอร์มอย่างมีประสิทธิภาพ

OUTCOMES

เนื้อหาได้ถึงความนิยม สามารถเข้าถึงผู้ชมกลุ่มใหม่ มีช่องทางกระจายเนื้อหาครอบคลุม กลุ่มผู้ชมหลากหลาย มีความเฉพาะมากขึ้น

ตัวชี้วัดผลสำเร็จ (KPIs/OKR)

การเข้าถึงผู้ชมกลุ่มอายุ 18-34 ปี เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ในงาน education-related contents และ flagship contents

ความเชื่อมโยงกับหลักการพื้นฐาน

- 1) ทำกับกิจกรรมและผลิตเนื้อหาเชิงดิจิทัล Digital 1⁶ -50% ของแผนผลิต
- 2) 1 โครงการมีผลเชิงบวก + 10%
- 3) ทก. นำเสนอสื่อ กำหนดการสื่อสาร Workflow Story Telling เชื่อมกับ Content Distribution และ ทก. เกจันโด้ กำหนดการโฆษณาโคโรนาไวรัสสอดคล้องกับแนวทางขยายฐานผู้ชม

1. Digital First เพื่อขยายฐานผู้ชมสาว	3.00
2. สร้างโอกาสและประสบการณ์สำหรับคนรุ่นใหม่	121.70
3. สื่ออนาคตเพื่อคนแห่งอนาคต (Future Journalism)	10.69
4. พัฒนาภาพลักษณ์และแบรนด์ทางด้านดิจิทัล (Digital Branding)	8.00
5. Audience Data Synergy	3.06

1.1 CONTENT LEAD PROGRAMME



แผนภาพที่ 16 แผนงานที่ 3 ขยายฐานผู้ชมกลุ่มใหม่

มีรายละเอียดของแผนงานดังนี้

แผนงานการผลิตสื่อและบริการที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจ

1) สรุปลักษณะและแนวโน้ม

- ในภาพรวมแล้ว จุดแข็งของ ส.ส.ท. อยู่ที่เป็นองค์กรสื่อที่มีผลงานที่น่าเชื่อถือ ทั้งนี้ ผลประเมินด้านเนื้อหาและแพลตฟอร์ม⁶ พบว่ามีประสิทธิภาพสูง อยู่ในระดับดี ทั้ง (1) ด้านจริยธรรม ความถูกต้อง (3.71 จาก 5 คะแนน) (2) ด้านเนื้อหาที่สะท้อนความเป็นสื่อสาธารณะ (3.67 จาก 5 คะแนน) (3) การเป็นหลักสำคัญด้านวารสารศาสตร์ (3.62 จาก 5 คะแนน) และ (4) คุณค่าและบทบาทการทำหน้าที่สื่อสาธารณะ (3.51 จาก 5 คะแนน) และสถาบันรอยเตอร์ ในปี 2020 – 2021 พบว่าประชาชนให้การยอมรับพร้อมไปกับความคาดหวัง ต่อ ส.ส.ท. ว่าเป็นสื่อที่น่าเสนอข่าวสารสาธารณะที่น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้
- สอดคล้องกับหลักการสำคัญของสื่อสาธารณะ เรื่อง Accuracy, Impartiality และ Trustworthiness ที่องค์การยูเนสโกกำหนดไว้ และสื่อสาธารณะชั้นนำที่มีอายุเก่าแก่อ่าง BBC, NHK, CBC ฯลฯ ก็ได้ประกาศให้เรื่องความน่าเชื่อถือเป็นจุดเน้นทางยุทธศาสตร์มาทุกปี และต่างก็ชูเป็นจุดแข็งในช่วงที่สื่อต้องทำหน้าที่ท่ามกลางสถานการณ์วิกฤติของโลก เช่น โรคระบาดโควิด -19 สงครามรัสเซีย-ยูเครน เป็นต้น
- วิกฤติต่าง ๆ ที่แวดล้อมการใช้ชีวิตของคนในสังคมเวลานี้ที่ส่งผลกระทบต่อแรงอย่างต่อเนื่อง คือ วิกฤติจากโรคระบาดโควิด-19 ความขัดแย้งระหว่างประเทศ ช่องว่างทางความคิดความเชื่อ ฯลฯ ซึ่งทำให้ข้อมูลข่าวสารหลังไหลท่วมท้น มีทั้งข้อมูลที่เป็นเท็จ (Fake news) ผิดพลาด (Misinformation) ข้อมูล

⁶ รายงานการประเมินผลการดำเนินงาน ส.ส.ท. ประจำปี 2564 โดยศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ด้านเดียว (Bias news) ข้อมูลที่ผลิตซ้ำขยายความเกลียดชังความรุนแรง (Hate speech) ฯลฯ ส.ส.ท. จึงมีภารกิจต้องรักษาความน่าเชื่อถือ เป็นที่พึ่งพิงด้านข่าวสารและสาระให้แก่ประชาชน ได้แก่ นำเสนอเนื้อหาและกิจกรรมวาระปากท้องและเรียนรู้ เป็นที่พึ่งยามวิกฤติ โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบางให้เข้าถึงสิทธิ์ขั้นพื้นฐาน สื่อสารความรู้โควิด-19 โดยตรวจสอบสถานการณ์ได้แบบเรียลไทม์ ซึ่งผลสำรวจกลุ่มผู้ชมผู้ฟังได้เลือกให้ไทยพีบีเอสเป็นสื่อลำดับที่หนึ่งในการติดตามสถานการณ์โควิด

- นโยบายที่คณะกรรมการนโยบายประกาศไว้ ครอบคลุมทิศทางสำคัญในด้านของการรักษาความเชื่อถือว่าไว้วางใจของประชาชน การสื่อสารสัญลักษณ์และอัตลักษณ์ที่ชัดเจน เป็นเอกภาพ การเสนอเนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์ต่อผู้ชมที่หลากหลาย และมีกลยุทธ์ที่แข่งขันได้ด้วยเนื้อหาที่โดดเด่นแตกต่าง หนักแน่นด้วยข้อมูลฯ
- **นิยามขอบเขตของ “ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ”** ประกอบด้วย คุณสมบัติ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ประชาชนเชื่อในข้อมูลข่าวสารและสาระที่ ส.ส.ท. นำเสนอ เพราะเชื่อว่าเรารู้จริงในเรื่องนั้น (Credibility) 2) ประชาชนเชื่อว่าข้อมูลข่าวสารและสาระที่ ส.ส.ท. นำเสนอ อยู่ในกรอบจรรยาบรรณ (Ethics) และหลักของความปราศจากอคติ (Impartiality) 3) ประชาชนเห็นว่าข้อมูลข่าวสารและสาระที่ ส.ส.ท. นำเสนอ สามารถให้ทางออกในยามวิกฤติได้ (Reliability) 4) ประชาชนเห็นว่าข้อมูลข่าวสารและสาระที่ ส.ส.ท. นำเสนอมีการสื่อสารได้อย่างเข้าใจ น่าสนใจ และสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน (Relevancy & Intimacy)

2) เป้าหมายของแผนงาน

2.1 ผลลัพธ์

ส.ส.ท. ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจจากประชาชน ทั้งในยามปกติและวิกฤติ และประชาชนทุกช่วงวัย รู้จักจดจำ รับรู้คุณค่าของสื่อสาธารณะ

2.2 เป้าหมายเพื่อวัดความสำเร็จ

- ระดับความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ในระดับดี (Credibility, Ethics & Impartiality, Reliability, Relevancy & Intimacy)
- ระดับการรับรู้คุณค่าสื่อสาธารณะ ในระดับดี
- ความนิยมในการรับชมช่องหมายเลข 3 และ ALTV ในระดับดี
- การเข้าถึงผู้ชมผู้ฟังในทุกช่องทางออนไลน์ (platform) ในระดับดี

3) ขอบเขตและแนวทางการดำเนินงาน

- ผลิตสื่อทั้งกระบวนการที่มีการกำหนดแผนการผลิตและเผยแพร่ อย่างมีแผนกลยุทธ์ (Strategic Plan) และด้วยการออกแบบอย่างตั้งใจและสร้างสรรค์ (Intentional Creation by Design) เพื่อให้มั่นใจว่างานผลิตทั้งหมดจะมีส่วนนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายเชิงผลลัพธ์และเป้าหมายความสำเร็จของแผนงาน
- มีกลไกการบริหารจัดการงานผลิตสื่ออย่างบูรณาการและใช้ข้อมูลสนับสนุน ตั้งแต่ขั้นเริ่มการพัฒนาแนวคิด ไปจนถึงการประเมินผล และการสะท้อนกลับผลจากผู้ชมผู้ให้บริการอย่างต่อเนื่อง



- ส่งเสริมการพัฒนาแนวคิด รูปแบบการผลิต และกลไกสนับสนุนใหม่ ๆ เพื่อสร้างสรรค์งานสื่อที่โดดเด่น แตกต่าง และเป็นอัตลักษณ์ของ ส.ส.ท. อยู่ตลอดเวลา โดยการผลักดันของผู้บริหารในทุกระดับ
- วางแผนและผลิตงานสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร บริหารจัดการสัญลักษณ์และอัตลักษณ์ขององค์กรและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ
- การบริหารทรัพย์สินทางปัญญา ตั้งแต่การออกแบบชิ้นงานบนฐานข้อมูลความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มเป้าหมาย และวางกรอบคิดว่าแต่ละชิ้นงานจะสร้างคุณค่าและขยายผลต่อยอดในระยะยาวได้อย่างไร โดยชิ้นงานที่คัดเลือกจะจัดเตรียมให้อยู่ในรูปแบบที่พร้อมจัดจำหน่าย จัดวางในเว็บไซต์องค์กรเพื่อทำให้เกิดการเข้าถึง และพัฒนาเป็นชุดสื่อสารการตลาดเพื่อใช้นำเสนอให้กับกลุ่มเป้าหมาย สำหรับความร่วมมือในการผลิต จะร่วมกำหนดโจทย์กับส่วนงานผลิตเนื้อหา เพื่อเชิญชวนเครือข่ายองค์กรที่เกี่ยวข้องมาร่วมกำหนดเป้าหมายและผลลัพธ์นำไปสู่การพัฒนาชุดเครื่องมือการสื่อสารแบบรอบด้านที่ไม่จำกัดอยู่เพียงการทำรายการโทรทัศน์เพื่อออกอากาศ

4) โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

โครงการผลิตข่าวที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจ

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักข่าว

งบประมาณ 184,680,800 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ผลิตงานข่าวจากทุกภูมิภาคทั่วประเทศเพื่อออกอากาศตามผังเวลา และปรับใช้เพื่อเผยแพร่ในรูปแบบและช่องทางอื่น ๆ ที่เหมาะสม ทั้งข่าวรายวัน ข่าววิเคราะห์ ข่าวสืบสวน และข่าวที่พัฒนาจากวารสารศาสตร์ข้อมูล (Data Journalism) โดยมีกลไกติดตามสะท้อนกลับ (Monitoring & Feedback) เป็นเครื่องมือบริหารงานข่าว

(หน่วยงานร่วม : สำนักโทรทัศน์และวิทยุ, ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมฯ, ศูนย์พัฒนาการสื่อสารด้านภัยพิบัติ, ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม, ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ)

โครงการผลิตเนื้อหาสารประโยชน์เพื่อสร้างคุณค่าและไว้วางใจ

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา

งบประมาณ 444,619,795 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ สร้างสรรค์และผลิตรายการในกลุ่ม Signature ของ ส.ส.ท. ได้แก่ รายการคุณค่าวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สร้างสุนทรียภาพ ส่งเสริมการเรียนรู้ และรายการในกลุ่มที่มุ่งให้เกิดความเปลี่ยนแปลงตามประเด็นหรือวาระสำคัญ เช่น ลดความเหลื่อมล้ำ ระบบรองรับสังคมสูงวัย คุ่มครองผู้บริโภค แก้ปัญหาคอร์รัปชัน ฯลฯ รวมถึงเนื้อหาที่เป็นทักษะอนาคต และด้าน STEM เพื่อเผยแพร่ทางช่องไทยพีบีเอส, ALTV, VIPA และผลิตชิ้นงานบน Digital Platform ต่าง ๆ รวมทั้งแผนสื่อสารการตลาดของรายการ โดยจะมีรายการที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้อย่างน้อย 10 รายการ



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย
(หน่วยงานร่วม : สำนักสื่อดิจิทัล, ฝ่ายความยั่งยืนองค์กร)

โครงการสื่อพัฒนาการเรียนรู้ที่เหมาะสม

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อสาธารณะเพื่อเด็กและครอบครัว

งบประมาณ 206,028,400 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ สร้างสรรค์และผลิตเนื้อหาบนฐานข้อมูลเพื่อพัฒนาให้เป็น “พื้นที่การเรียนรู้” ของกลุ่มเป้าหมายตามช่วงวัย โดยเน้นสื่อสารกับคนรุ่นใหม่ Gen Y-Z ผ่านสื่อดิจิทัล และออกอากาศทางช่อง ALTV และไทยพีบีเอส เน้นผลิตแบบ Transmedia เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วม และใช้เป็นสื่อพัฒนาศักยภาพของครูและครอบครัว โดยจะคำนึงถึงโอกาสของการหารายได้และการร่วมผลิตกับสื่อระดับสากล
(หน่วยงานร่วม : สำนักสื่อดิจิทัล, สำนักโทรทัศน์และวิทยุ, ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ)

โครงการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมผ่านรายการและกิจกรรม ‘สารพันล้นทุ่ง’ และ ‘ไทยบันเทิง’

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม

งบประมาณ 21,617,590 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ สร้างสรรค์และผลิตเนื้อหาในกลุ่มสาระบันเทิง ผ่านรายการ “สารพันล้นทุ่ง” และ “ไทยบันเทิง” ทั้งตามผังรายการออกอากาศและช่องทางสื่อดิจิทัล โดยใช้การค้นคว้าข้อมูลอย่างรอบด้านจากภาควิชาการ การสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายศิลปิน การเปิดพื้นที่ส่งเสริมศิลปินที่ขาดโอกาส และสร้างกิจกรรมที่ทำให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมรู้สึกใกล้ชิดผูกพัน เพื่อให้ ส.ส.ท. เป็นที่รับรู้จดจำในบทบาทคุณค่าของการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม
(หน่วยงานร่วม : สำนักโทรทัศน์และวิทยุ, สำนักสื่อดิจิทัล, ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ)

โครงการผลิตรายการกีฬาและนันทนาการ

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักโทรทัศน์และวิทยุ

งบประมาณ 10,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ สร้างรูปแบบรายการกีฬาที่แตกต่างเป็นอัตลักษณ์ของ ส.ส.ท. ด้วยการส่งเสริมกีฬาไทย กีฬาท้องถิ่น และกีฬาสากลใหม่ ๆ ที่สร้างแรงบันดาลใจให้เยาวชน ผลิตเพื่อออกอากาศทั้งในรูปแบบถ่ายทอดสดและบันทึกเทป และผลิตเพื่อช่องทางสื่อดิจิทัล มุ่งใช้รายการกีฬาสร้างความร่วมมือกับองค์กรพันธมิตร และสร้างความรู้จักผูกพันกับประชาชนในพื้นที่
(หน่วยงานร่วม : สำนักข่าว, สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา, ศูนย์สื่อสาธารณะเพื่อเด็กและครอบครัว, ศูนย์ Thai PBS World, ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ, ศูนย์พัฒนาการสื่อสารด้านภัยพิบัติ, ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม, ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ, สำนักสื่อดิจิทัล, และสำนักบริหาร (ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ)

โครงการพัฒนาระบบเชื่อมโยงสมาชิกและผู้ฟังรายการ-เครือข่ายเพื่อนสื่อสาธารณะ

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ

งบประมาณ 1,000,000 บาท



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

รายละเอียดโครงการโดยย่อ สื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจในการทำหน้าที่สื่อสาธารณะให้กับผู้ชมผู้ฟัง โดยนำความคิดเห็นตามช่องทางต่าง ๆ ของไทยพีบีเอส มานำเสนอและตอบคำถามโดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชม และสร้างการมีส่วนร่วมพัฒนาสื่อสาธารณะ
(หน่วยงานร่วม : สำนักหรือศูนย์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง)

โครงการผลิตรายการวิทยุและพอดคาสต์

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสื่อดิจิทัล

งบประมาณ 10,250,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ผลิตสื่อเสียง รายการข่าว สารบันเทิงและสาระประโยชน์ เผยแพร่สู่สาธารณะ , พัฒนาและเปิดรับผลงานของผู้ผลิตอิสระภายนอก (Commissioning) และขยายเครือข่ายความร่วมมือกับสถานีวิทยุโดยเฉพาะในต่างจังหวัด รวมถึงสถาบันการศึกษา เพื่อร่วมกระจายเนื้อหาและร่วมกันพัฒนาทักษะการผลิตเนื้อหาของผู้ผลิตอิสระ

(หน่วยงานร่วม : ฝ่ายสื่อสารองค์กร)

โครงการประเมินเพื่อสนับสนุนการผลิตที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจ

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ

งบประมาณ 6,480,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ดำเนินการประเมินคุณค่าเนื้อหา (Quality Rating) ของรายการที่น่าเสนอทุกแพลตฟอร์มของ ส.ส.ท. ประเมินการรับรู้รับชมและการเข้าถึงสื่อสาธารณะของประชาชน ประเมินความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของภาคีเครือข่ายและประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ต่าง ๆ วิเคราะห์ผลการศึกษาประเมินต่าง ๆ เพื่อใช้พัฒนายุทธศาสตร์เนื้อหาของ ส.ส.ท.

(หน่วยงานร่วม : สำนักและศูนย์ที่มีภารกิจด้านการผลิตเนื้อหาทั้งหมด)

โครงการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร และบริหารความสัมพันธ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้เสีย

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายสื่อสารองค์กร

งบประมาณ 9,800,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ (1) สื่อสารผลงานและคุณค่าองค์กรสู่สาธารณะเพื่อสร้างภาพจำเชิงบวก ความรู้สึกผูกพัน และความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของ โดยผลิตชุดการสื่อสาร ชุดสินค้าส่งเสริมภาพลักษณ์ และกิจกรรมสาธารณะ จัดระบบงาน พัฒนาเครื่องมือ และกลไกกำกับดูแลการสร้างและใช้อัตลักษณ์ขององค์กรให้เกิดเอกภาพ และ (2) พัฒนาระบบการสื่อสารสองทางระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้เสียหลักกลุ่มต่าง ๆ กิจกรรมสร้างเสริมความสัมพันธ์ และระบบการสื่อสารในภาวะวิกฤติที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กร

(หน่วยงานร่วม : ฝ่ายความยั่งยืนองค์กร สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา, ฝ่ายสื่อสารภายใน สำนักทรัพยากรมนุษย์, ศูนย์สื่อสารสาธารณะเพื่อเด็กและครอบครัว และสำนักสื่อดิจิทัล, ฝ่ายสื่อสารการตลาด, ฝ่ายกฎหมาย)



5) แผนงบประมาณ

	โครงการ	งบประมาณ	หมายเหตุ
1	โครงการผลิตข่าวที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจ	184,680,800	
2	โครงการผลิตเนื้อหาสารประโยชน์เพื่อสร้างคุณค่าและไว้วางใจ	444,619,795	มีแนวทางการผลิตเพื่อหารายได้
3	โครงการสื่อพัฒนาการเรียนรู้ที่เหมาะสม	206,028,400	มีแนวทางการผลิตเพื่อหารายได้
4	โครงการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมผ่านรายการและกิจกรรม “สารพันสิ่งทุ่ง” และ “ไทยบันเทิง”	21,617,590	มีแนวทางการผลิตเพื่อหารายได้
5	โครงการผลิตรายการกีฬาและนันทนาการ	10,000,000	
6	โครงการพัฒนาระบบเชื่อมโยงสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ-เครือข่ายเพื่อนสื่อสาธารณะ	1,000,000	
7	โครงการผลิตรายการวิทยุและพอดคาสต์	10,250,000	
8	โครงการประเมินเพื่อสนับสนุนการผลิตที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจ	6,480,000	
9	โครงการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรและบริหารความสัมพันธ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้เสีย	9,800,000	
	รวมทั้งสิ้น	894,476,585	

6) แนวทางการบูรณาการ

- มีคณะกรรมการบริหารด้านหลอมรวมสื่อ ซึ่งเป็นกลไกเชิงยุทธศาสตร์เนื้อหาตามโครงสร้างการบริหาร ที่มี ผอ. ส.ส.ท. เป็นประธาน ทำหน้าที่กำกับทิศทางด้านเนื้อหา วางแผนการบูรณาการทั้งภายในองค์กรและองค์กรภาคีภายนอก และให้คำปรึกษาแก่หน่วยงานผู้ผลิต ประชุมเป็นประจำเดือนละ 1 ครั้ง และอาจจัดประชุมวาระพิเศษเมื่อมีความจำเป็นได้เสมอ

7) แนวทางการบริหารจัดการและกำกับติดตาม

- มีฝ่ายยุทธศาสตร์เนื้อหาเป็นเลขานุการของคณะกรรมการบริหารด้านหลอมรวมสื่อ ทำหน้าที่ประสานติดตามประเด็นการขับเคลื่อนงานต่าง ๆ และจัดให้มีการรายงานผลต่อคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการนโยบาย ในรายงานการดำเนินงานของฝ่ายบริหารทุกไตรมาส
- ในด้านการใช้งบประมาณและทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่า ใช้จ่ายงานการเงินจากการรายงานของศูนย์การเงินและงบประมาณเป็นประจำทุกเดือน และใช้การวิเคราะห์บัญชีต้นทุนประกอบการพิจารณาอนุมัติรายโครงการ



แผนงานสร้างการเข้าถึงที่หลากหลายและเป็นธรรม

1) สรุปสถานการณ์และแนวโน้ม

- งานวิจัยอนาคตประเทศไทยพุทธศักราช 2585⁷ ชี้ถึงแนวโน้มความเหลื่อมล้ำที่ทวีความรุนแรงขึ้นในกลุ่มเปราะบางที่ได้รับผลกระทบทุกด้าน คริวเรือนมีเงินออมไม่เพียงพอเมื่อสูงอายุ และมีภาระหนี้สินที่สูงขึ้น การเข้าไม่ถึงสวัสดิการและบริการของรัฐ รวมถึงมีตัวเร่ง เช่น สังคมสูงวัย ภัยพิบัติจากภาวะโลกร้อน ที่จะยิ่งทำให้คนในกลุ่มเปราะบางเสี่ยงที่จะหมดโอกาสก้าวพ้นกับดักของความเหลื่อมล้ำ
- ส.ส.ท. กำหนดค่านิยมหลักเรื่อง สังคมที่เป็นธรรม และมีวัตถุประสงค์ตาม พ.ร.บ. ให้มีหน้าที่สื่อสารสาธารณะเพื่อสร้างสังคมคุณธรรม นอกจากนี้ นโยบายหลักของคณะกรรมการนโยบาย ปี 2565 – 2567 ได้กำหนดให้ ส.ส.ท. ต้องเสนอเนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์ต่อผู้ชมที่หลากหลาย จึงถือเป็นภารกิจสำคัญที่ ส.ส.ท. ต้องให้หลักประกันแก่ประชาชนทุกคนว่าจะสามารถเข้าถึงบริการของสื่อสารสาธารณะได้อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม โดยเฉพาะกลุ่มคนที่มีความยากลำบากในการเข้าถึงบริการสาธารณะ
- ภารกิจนี้ ครอบคลุมบทบาท 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการจัดสรรบริการสื่อให้ครอบคลุมและคำนึงถึงการเข้าถึงอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม โดยเพิ่มความใส่ใจเป็นพิเศษแก่กลุ่มคนพิการทางร่างกาย และกลุ่มคนที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล 2) ด้านการสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อที่ต้องเคารพและให้ความละเอียดอ่อนในการนำเสนอความหลากหลายของกลุ่มคน ไม่ว่าจะเป็นด้านภาษา ชาติพันธุ์ วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ ความศรัทธา เพศสภาพ กลุ่มวัย คนพิการ ฯลฯ 3) ด้านการให้พื้นที่รับฟังและสะท้อนเสียงของกลุ่มคนด้อยโอกาส และเป็นพื้นที่ระดมการหาทางออกหรือเสริมพลัง เพื่อการแก้ปัญหาอย่างยั่งยืน

2) เป้าหมายของแผนงาน

2.1 ผลลัพธ์

ประชาชนหลากหลายกลุ่ม สามารถเข้าถึงบริการสื่อต่าง ๆ ของ ส.ส.ท. ได้อย่างเหมาะสม ทั้งในเชิงกลุ่มพื้นที่ กลุ่มวัย กลุ่มคนด้อยโอกาส และประชาชนรับรู้ว่า ส.ส.ท. มีการผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาด้วยความละเอียดอ่อนในมิติของความหลากหลาย และกลุ่มคนด้อยโอกาสได้มีพื้นที่สะท้อนเสียงของตนในบริการสื่อของ ส.ส.ท.

2.2 เป้าหมายที่วัดผลสำเร็จ

- ระดับความสำเร็จในการเข้าถึงผู้ชมผู้ฟังในช่องทางที่หลากหลาย ในระดับดี (Thai PBS, ALTV, VIPA, New Media, สื่อเสียง, แพลตฟอร์มอื่น ๆ)
- ระดับความสำเร็จของการเคารพความหลากหลาย ในระดับดี (การเชื่อมโยงกับกลุ่มผู้ชมด้อยโอกาส การเป็นพื้นที่ของคนด้อยโอกาส การเสริมพลังคนด้อยโอกาส)

⁷ ศ.ดร.มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ, หนังสือเรื่องอนาคตประเทศไทย พุทธศักราช 2585 โดยโครงการประเทศไทยในอนาคต (Future Thailand)



3) ขอบเขตและแนวทางการดำเนินงาน

- กำหนดกลยุทธ์การดำเนินงาน และจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสมแก่บริการสื่อทั้งที่มีอยู่แล้ว และพัฒนาใหม่ เพื่อให้มีหลักประกันว่า ประชาชนจะเข้าถึงบริการสื่อต่าง ๆ ของ ส.ส.ท. ได้อย่างทั่วถึง และเป็นธรรม
- วางแผนและผลิตเนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีความมุ่งหมายสื่อสารเรื่องของความหลากหลายของกลุ่มคนด้วยท่าทีที่เคารพและละเอียดอ่อนต่อการนำเสนอ โดยมีกลไกทางวิชาการรองรับทั้งด้านการผลิตและการสะท้อนผล
- มีรายการ และ/หรือกิจกรรมในสัดส่วนที่เหมาะสม ที่จัดเป็นพื้นที่รับฟังแลกเปลี่ยนและร่วมหาทางออกให้แก่ประเด็นปัญหาต่าง ๆ ของกลุ่มคนด้อยโอกาส รวมทั้งการเสริมพลังกลุ่มคนด้อยโอกาสผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมของ ส.ส.ท. ด้วย

4) โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

โครงการผลิตเนื้อหาและพัฒนาบริการเพื่อสร้างเสริมสังคมที่หลากหลายและเป็นธรรม

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา

งบประมาณ 37,982,800 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ผลิตเนื้อหาเพื่อสร้างเสริมความเข้าใจและการเคารพในคุณค่าของสังคมที่หลากหลายและสังคมที่เป็นธรรม ในรูปแบบสารคดี ละคร โดยอยู่บนฐานของการจัดทำระบบข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นที่ผลิตอย่างเหมาะสม และพัฒนาการให้บริการเสริมเพื่อการเข้าถึงเนื้อหาสำหรับคนพิการทางการมองเห็นและการได้ยิน (Audio Description-AD, Close Caption-CC และภาษามือ)

(หน่วยงานร่วม : สำนักและศูนย์ที่มีแผนการใช้พื้นที่เพื่อการผลิตและจัดกิจกรรม)

โครงการผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาออนไลน์ (Content Marketing)

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสื่อดิจิทัล

งบประมาณ 17,392,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ผลิตเนื้อหาโดยใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอ ให้ผู้ชมเข้าถึงและเข้าใจง่าย เพิ่มพูนความรู้, ส่งเสริมการผลิตเนื้อหาเพื่อรองรับให้ผู้พิการทางการมองเห็น ผู้พิการทางการได้ยิน รวมถึงกลุ่มเปราะบาง และสร้างกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้ได้รับเนื้อหาบนแพลตฟอร์ม VIPA

(หน่วยงานร่วม : -)

โครงการวิจัยและติดตามเพื่อพัฒนาเนื้อหาด้านความหลากหลายและเป็นธรรม

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ

งบประมาณ 3,480,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ วางแผนดำเนินการติดตามและรายงานผลสะท้อนกลับ (Monitoring & Feedback) ต่อหน่วยงานผู้ผลิต ทั้งในรูปแบบของการติดตามวิเคราะห์การนำเสนออย่างต่อเนื่องในกรณีที่เป็น



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

วาระสำคัญ หรือรายงานตามรอบระยะเวลาเพื่อพิจารณาต่อสัญญารายการ และการจัดทำห้องทดลองสื่อ (Media Lab) เพื่อการพัฒนาคุณภาพเนื้อหาให้ตอบสนองเป้าหมายมากขึ้น
(หน่วยงานร่วม : สำนักและศูนย์ที่มีแผนการผลิตเนื้อหาในภารกิจนี้)

โครงการส่งเสริมและบริการพื้นที่นวัตกรรม (Common Studio & Innovative Space)

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายศูนย์การเรียนรู้สื่อสาธารณะ

งบประมาณ 6,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ออกแบบและบริหารจัดการพื้นที่เพื่อการเรียนรู้ขององค์กร ปรับปรุงจากเดิมที่เป็นพิพิธภัณฑ์ ให้เป็นพื้นที่กลางที่เอื้ออำนวยกิจกรรมของการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์ กระตุ้นการสร้างนวัตกรรม การมีส่วนร่วมของประชาชน โดยมีกลยุทธ์เพื่อบริหารจัดการให้คนสามารถเข้าถึงพื้นที่เพื่อให้เกิดความคุ้มค่า และใช้เป็นพื้นที่ถ่ายทำรายการที่ทันสมัยสำหรับหน่วยงานภายในและผู้ผลิตอิสระ สะท้อนภาพลักษณ์การเป็นองค์กรเปิดที่ส่งเสริมความหลากหลายและเป็นธรรม

(หน่วยงานร่วม : สำนักและศูนย์ที่มีแผนการใช้พื้นที่เพื่อการผลิตและจัดกิจกรรม)

5) แผนงบประมาณ

	โครงการ	งบประมาณ	หมายเหตุ
1	โครงการผลิตเนื้อหาและพัฒนาบริการเพื่อสร้างเสริมสังคมที่หลากหลายและเป็นธรรม	37,982,800	มีรายการร่วมผลิต (ละคร), ร่วมลงทุนกับ กสทช. และ กองทุนคนพิการ
2	โครงการผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาออนไลน์ (Content Marketing)	17,392,000	
3	โครงการวิจัยและติดตามเพื่อพัฒนาเนื้อหาด้านความหลากหลายและเป็นธรรม	3,480,000	
4	โครงการส่งเสริมและบริการพื้นที่นวัตกรรม (Common Studio & Innovative Space)	6,000,000	มีโอกาสสร้างรายได้
	รวมทั้งสิ้น	64,854,800	

6) แนวทางการบูรณาการ

- มีคณะกรรมการบริหารด้านหลอมรวมสื่อ ประชุมเดือนละ 1 ครั้ง ทำหน้าที่วางแนวทางการบูรณาการงานผลิตเนื้อหาต่าง ๆ
- มีคณะกรรมการบริหารเทคโนโลยี ทำหน้าที่บูรณาการหน่วยงานด้านการเผยแพร่ (Broadcast และ Non-Broadcast) และจะประสานตรงกับคณะกรรมการบริหารด้านหลอมรวมสื่อ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกรรมการชุดเดียวกัน



7) แนวทางการบริหารจัดการและกำกับติดตาม

- หน่วยงานรับผิดชอบทั้งหน่วยหลักและหน่วยร่วมภายใต้แผนงานนี้ จะรายงานความคืบหน้าในคณะกรรมการบริหารด้านหลอมรวมสื่อหรือด้านเทคโนโลยี ตามรอบเวลาที่กำหนด
- ฝ่ายยุทธศาสตร์เนื้อหา และฝ่ายยุทธศาสตร์และแผน จะทำหน้าที่ประสานและรวบรวมรายงานผลการดำเนินงานให้ผู้อำนวยการ และทีมบริหารรับทราบ เป็นรายไตรมาส
- ใช้บัญชีต้นทุน ประกอบการพิจารณาอนุมัติรายโครงการ

แผนงานขยายฐานผู้ชมกลุ่มใหม่

1) สรุปสถานการณ์และแนวโน้ม

- เทคโนโลยีและอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคมโดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือที่มีราคาถูก ผู้คนทั่วไปสามารถซื้อหาใช้งานได้ ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ประชาชนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการติดตามข้อมูลข่าวสาร ข่าวสาร สารประโยชน์ และบันเทิง ทั้งการรับชมและรับฟังจาก Linear Audiences เป็น On-Demand Audiences เพิ่มมากขึ้นทุกวัน
- รายงาน Digital News Report 2022 จัดทำโดย Reuters Institute for the Study of Journalism ได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริโภคสื่อพบว่า เกือบหนึ่งในห้า (ร้อยละ 16) เลือกติดตามข่าวสารผ่าน Video Contents และแพลตฟอร์มที่คนไทยเลือกติดตามข้อมูลข่าวสารมากที่สุด คือ YouTube โดยร้อยละ 55 ติดตามเป็นประจำทุกสัปดาห์
- โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์ที่คนไทยใช้ติดตามข้อมูล ข่าวสาร และเพื่อความบันเทิง มากที่สุด เนื่องจากราคาโทรศัพท์มือถือโดยเฉพาะ Android Smartphone มีราคาถูก ประชาชนส่วนใหญ่สามารถซื้อมาใช้งานได้ เป็นปัจจัยที่เอื้อให้ระบบนิเวศวิทยาสื่อออนไลน์เติบโตอย่างรวดเร็ว ทั้งอุปสงค์และอุปทาน
- ทางฝั่งอุปทาน แพลตฟอร์มที่ทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลข่าวสารจากผู้ผลิตข่าว เป็นช่องทางที่ประชาชนนิยมใช้ติดตามข่าวสาร โดยที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามให้เห็นเหตุผลว่า สะดวกในการติดตามข่าวสาร โดยเรียงลำดับค่าความนิยมได้ดังนี้ Google News (ร้อยละ 39) Line Today (ร้อยละ 31) และ Sanook.com (ร้อยละ 25)
- การรุกคืบของบริษัทสื่อสารโทรคมนาคม กระโดดลงมาเป็นผู้เล่นในตลาด OTT ทั้ง AIS (AIS Play) และ True (True ID) และสามารถเข้าถึงผ่าน Smart Phone เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นความนิยมการติดตามข่าวสารผ่าน Video Content มากกว่า Text-based Websites
- Digital News Contents 2022 สสำรวจพฤติกรรมกลุ่มตัวอย่างใน 46 ประเทศรวมทั้งประเทศไทย พบว่า ประชากรส่วนใหญ่โดยเฉพาะคนวัยหนุ่มสาว (18-24 ปี) ชอบติดตามข่าวสารผ่าน Side-



door Routes คือ Social Media Platforms โดยเฉพาะ Facebook และ Mobile Aggregators อาทิ Google News และ Line Today เป็นต้น

- พฤติกรรมการรับฟัง ก็มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยยะเช่นกัน Podcast และ Social Audio Apps โดยเฉพาะ Clubhouse เป็นแพลตฟอร์มเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ในกลุ่มคนหนุ่มสาว และกลุ่มที่มีการศึกษาดี (Well Educated)

2) เป้าหมายของแผนงาน

2.1 ผลลัพธ์

ผลิตภัณฑ์เนื้อหาทั้ง Video Content, Audio Content และ Text ได้รับความนิยม สามารถเข้าถึงผู้ชม/ผู้ฟังกลุ่มใหม่ได้กว้างขึ้น รวมทั้งมีช่องทางกระจายผลิตภัณฑ์เนื้อหาครอบคลุมกลุ่มผู้ชม/ผู้ฟัง หลากหลาย สอดคล้องกับระบบนิเวศวิทยาสื่อที่มี “ความเฉพาะ” มากขึ้น

2.2 เป้าหมายเพื่อวัดความสำเร็จ

- การเข้าถึงกลุ่มผู้ชมผู้ฟังอายุ 18-34 ปี บนช่องทางออนไลน์ เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10
- มีการผลิตเนื้อหาที่มีความเฉพาะด้าน ในระดับดี (Education-related Contents, Flagship Contents)

3) ขอบเขตและแนวทางการดำเนินงาน

- กระตุ้น ส่งเสริมการพัฒนาวิธีการเล่าเรื่อง (Story Telling) ที่ดึงดูดและสอดคล้องกับความสนใจ ความสนใจของหนุ่มสาว เพื่อขยายผู้ชม/ผู้ฟัง กลุ่มคนหนุ่มสาว
- จัดการแพลตฟอร์มต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ ให้มีการเชื่อมต่อกับแพลตฟอร์มของ ส.ส.ท. เพื่อให้การเผยแพร่ผลิตภัณฑ์เนื้อหา มีการกระจายเนื้อหาอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่าน Side-Door-Routes
- พัฒนาระบบการทำงานให้เกิดการบูรณาการระหว่างกลุ่มงานผลิตเนื้อหาและกลุ่มงานบริหาร แพลตฟอร์มอย่างมีประสิทธิภาพ

4) โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

โครงการ Digital First เพื่อขยายฐานผู้ชมข่าว

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักข่าว

งบประมาณ 3,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ผลิตข่าวที่เน้น Personalize News นำเสนอ Production ผู้ประกาศ นักข่าว เพื่อการเล่าเรื่องทางออนไลน์ จัดตั้งกองบรรณาธิการข่าวออนไลน์ ปรับการบริหารจัดการบุคลากรให้เป็น News Contributor ทั้งออนไลน์และออนแอร์ เพื่อขยายฐานผู้ชมไปสู่คนรุ่นใหม่



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย
(หน่วยงานร่วม : สำนักสื่อดิจิทัล, ศูนย์ Thai PBS World)

โครงการสร้างโอกาสและประสบการณ์สำหรับคนรุ่นใหม่

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา

งบประมาณ 121,700,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ สร้างสรรค์เนื้อหาและกิจกรรมสำหรับคนรุ่นใหม่ มีส่วนร่วมสร้างสังคมที่เหมาะสมกับยุคสมัย ร่วมมือกับภาคีเครือข่ายในการพัฒนานักสร้างสรรค์บทละครและโปรดิวเซอร์ละคร สร้างสรรค์กิจกรรมที่สนับสนุนให้อุตสาหกรรมและระบบนิเวศสื่อแข็งแกร่งด้วยการขับเคลื่อนของคนรุ่นใหม่ไปพร้อมกับสื่อสาธารณะ และใช้แพลตฟอร์มออนไลน์สร้างชุมชน (Community) สำหรับคนรุ่นใหม่
(หน่วยงานร่วม : สำนักและศูนย์ที่มีแผนการใช้พื้นที่เพื่อการผลิตและจัดกิจกรรม)

โครงการสื่ออนาคตเพื่อคนแห่งอนาคต (Futures Journalism)

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ

งบประมาณ 10,690,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ สร้างสำนักข่าวออนไลน์เพื่อพลเมืองแห่งอนาคต เชื่อมการมีส่วนร่วมของผู้รับสารคนวัยหนุ่มสาว (18-34 ปี) ด้วยเนื้อหาที่สอดคล้องกับความสนใจและช่องทางที่มีความเฉพาะมากขึ้น, สร้างผลิตภัณฑ์และจัดระบบเนื้อหาที่สามารถเข้าถึงผู้ชม/ผู้ฟังกลุ่มใหม่ได้กว้างขึ้น และเชื่อมกับแพลตฟอร์มต่าง ๆ ของไทยพีบีเอส เกิดพื้นที่ทำงานร่วมเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายนักข่าวรุ่นใหม่
(หน่วยงานร่วม : สำนักสื่อดิจิทัล, ฝ่ายความยั่งยืนองค์กร)

โครงการพัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดด้านดิจิทัล (Digital Branding)

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสื่อดิจิทัล

งบประมาณ 8,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ พัฒนาการสื่อสารผลิตภัณฑ์และบริการสื่อดิจิทัลขององค์กร พัฒนาและสร้างกลยุทธ์การตลาดของบริการสื่อดิจิทัลขององค์กร วางแนวทาง แนวปฏิบัติการใช้ช่องทางและบริการของสื่อดิจิทัลในงานข่าวและรายการ สร้างภูมิทัศน์และสภาพแวดล้อมองค์กรให้เป็น Digital Landscape และประชาสัมพันธ์เน้นย้ำภาพลักษณ์ขององค์กรให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น
(หน่วยงานร่วม : สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา, ฝ่ายสื่อสารองค์กร)

โครงการ Audience Data Synergy

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ

งบประมาณ 3,055,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่ออย่างองค์รวม ความสนใจที่ครอบคลุมประเด็นทางจิตวิทยา ประเด็นทางสังคม ฯลฯ ของกลุ่มคนต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการวางแผนยุทธศาสตร์ขยายฐานกลุ่มผู้ชม ให้เป็นที่สนใจ ติดตาม และยอมรับ



5) แผนงบประมาณ

	โครงการ	งบประมาณ	หมายเหตุ
1	โครงการ Digital First เพื่อขยายฐานผู้ชมข่าว	3,000,000	
2	โครงการสร้างโอกาสและประสบการณ์สำหรับคนรุ่นใหม่	121,700,000	มีแผนละครสำหรับ ผู้ชมรุ่นใหม่
3	โครงการสื่ออนาคตเพื่อคนแห่งอนาคต (Futures Journalism)	10,690,000	หาโอกาสร่วมทุน ประมาณร้อยละ 10
4	โครงการพัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดด้านดิจิทัล (Digital Branding)	8,000,000	
5	โครงการ Audience Data Synergy	3,055,000	
	รวมทั้งสิ้น	146,445,000	

6) แนวทางบูรณาการ

- คณะกรรมการบริหารด้านการหลอมรวมสื่อ ซึ่งมี ผอ. ส.ส.ท. เป็นประธาน เป็นแกนหลักทำหน้าที่เป็นเวทีปรึกษาหารือ และกำหนดกระบวนการปฏิบัติงานแบบบูรณาการ พัฒนา Workflow Story Telling เพื่อให้เกิดความสอดคล้องเชื่อมต่อกับกลุ่มงาน Content Distribution อย่างมีประสิทธิภาพ
- คณะกรรมการบริหารด้านเทคโนโลยี ทำหน้าที่พิจารณา กำหนดนโยบาย แนวทางการลงทุนและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับแนวทางการขยายฐานผู้ชม

7) แนวทางการบริหารงานและกำกับติดตาม

- จัดทำกระบวนการประเมินผลการดำเนินงานตามแผนงานขยายฐานผู้ชม กำหนดหลักเกณฑ์การประเมินผลกลุ่มผลิตภัณฑ์เนื้อหาที่มุ่งกลุ่มผู้ชมวัยหนุ่มสาว ประเมินผลเป็นประจำสม่ำเสมอ ทั้งนี้ รายการออนไลน์ควรมีการประเมินแบบอิงผลการดำเนินงาน (Performance-based Evaluation) รายการที่มีผลการดำเนินงานต่ำกว่าเกณฑ์ อาทิ Viewership และ Interaction Rate ต่ำ ควรหยุดผลิตและเผยแพร่
- ให้มีการจัดทำรายงานเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการนโยบาย เป็นประจำทุกไตรมาส



ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างความคุ้มค่า จากการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

สร้างการเปลี่ยนแปลงในเชิงทัศนคติ พฤติกรรม ไปจนถึงระดับนโยบาย มีความคิดในการสร้างสรรค์นวัตกรรม นำเสนอเนื้อหาแบบข้ามสารพันสื่อ (Transmedia) ในการขับเคลื่อนประเด็นรณรงค์เชื่อมโยงเนื้อหาในทุกช่องทาง มีการจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤติ และพัฒนาศักยภาพการสื่อสารของคนในสังคม สร้างชุมชนการเรียนรู้สำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ หรือกลุ่มที่เข้าถึงระบบการเรียนรู้ปกติ ดำเนินการผ่าน 1 แผนงาน คือ

แผนงานที่ 4 สื่อสารเพื่อสร้างสมรรถนะคนในสังคมไทย เพื่อตอบ 8 ฉากทัศน์ตามนโยบายคณะกรรมการนโยบาย โดยไทยพีบีเอสจะมีบทบาทที่จะเตรียมพร้อมสมรรถนะคนในสังคมไทย ให้มีทักษะและความพร้อมที่จะฝ่าวิกฤติต่าง ๆ คุณลักษณะของแผนงานนี้ คือ การนำเสนอเนื้อหา การผลิตสื่อและบริการที่สร้างปฏิสัมพันธ์ (Interactive) กับผู้ชมผู้ใช้บริการ เพื่อให้ความรู้และเสริมสมรรถนะของคนทุกกลุ่มวัย และการสร้างการมีส่วนร่วมจากคนทุกกลุ่ม

หัวใจสำคัญของแผนงาน เป็นการสื่อสารเพื่อสร้างสมรรถนะของคนทุกกลุ่ม ตามหลักคิด Self-Directed Learning โดยโครงการในแผนงานจะออกแบบให้ประชาชนสามารถเรียนรู้และพัฒนาทักษะได้ด้วยตนเอง และให้ความสำคัญกับการเป็นพื้นที่กลางในการระดมปัญญาเพื่อร่วมหาทางออกให้กับสังคม จุดแตกต่างของแผนงานนี้ คือ การสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคมโดยมีฉากทัศน์เป็นตัวตั้ง ที่ต้องออกแบบกระบวนการทำงานตั้งแต่เริ่มให้ครอบคลุมตั้งแต่ภาคีเครือข่ายที่จะร่วมขับเคลื่อน การสนับสนุนและวางเป้าหมายที่จะผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมิติต่าง ๆ

แผนงาน 4 แผนงานสื่อสารเพื่อสร้าง สมรรถนะคนในสังคม

152
MB. [5.4%]

ขอบเขตและแนวทางการดำเนินงาน

- วางกลยุทธ์/ออกแบบงานสื่อสาร ให้ ส.ส.ท. เป็นพื้นที่สาธารณะหรือพื้นที่กลาง แห่งการเรียนรู้และหาทางออก (การระดมปัญญาร่วมหาทางออก และการเรียนรู้เพื่อเพิ่มสมรรถนะ)
- พัฒนาฐานข้อมูล เกี่ยวกับประเด็นจากทัศนียภาพ และประเด็นสำคัญ เป็นระบบฐานข้อมูลกลางเพื่อพัฒนาสร้างสรรค์งาน

OUTCOMES

มี "พื้นที่กลาง" เพื่อหาทางออก จากวิกฤติ และ กลุ่มเป้าหมายมีความตระหนักรู้และมีโอกาสพัฒนาสมรรถนะเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับจากทัศนียภาพ

ตัวชี้วัดผลสำเร็จ (KPIs/OKR)

1) ความพึงพอใจของประชาชนต่อการดำเนินงานที่เป็น "พื้นที่กลาง" และชัดเจนเนื้อหาการเรียนรู้ เพื่อสร้างสมรรถนะ
2) ระดับการนำไปใช้ประโยชน์ของเนื้อหาเพื่อสร้างสมรรถนะ

ความเชื่อมโยงกับหลักการพื้นฐาน

1) กำกับทิศทางแผนผลิตเนื้อหาดิจิทัล Digital 1st >50% ของแผนหลัก
2) 5 โครงการมีแผนร่วมผลิต/ร่วมทุน
3) ศก. หลอมรวมสื่อ วางแนวทางยุทธศาสตร์ระหว่างหน่วยงานผลิตสื่อและหน่วยงานรับชม

1. ส่งเสริมสมรรถนะให้ประชาชนทุกช่วงวัย	101.52
2. พัฒนาการสื่อสารสาธารณะด้วยปัญญาร่วมหมู่	11.26
3. สื่อสารวาระจากทัศนียภาพประเทศไทย	3.28
4. สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะที่ท้าทายสังคม	11.00
5. สื่อสารเพื่อสร้างสมรรถนะความฉลาดจากภัยพิบัติ	17.20
6. ผลิตสารคดีความรู้และคุณค่าด้านศิลปวัฒนธรรม	3.00
7. ศึกษาการขับเคลื่อนเพื่อเป็นพื้นที่กลางและสร้างความเปลี่ยนแปลง	2.50
8. พัฒนาและเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจด้านสื่อสารสาธารณะ	2.50

1.1 CONTENT LEAD PROGRAMME

คุณค่า
ที่ชัดเจน
ประชาชน



แผนภาพที่ 17 แผนงานที่ 4 การสื่อสารเพื่อสร้างสมรรถนะคนในสังคมไทย



แผนงานสื่อสารเพื่อสร้างสมรรถนะคนในสังคมไทย

1) สรุปสถานการณ์และแนวโน้ม

- สถานการณ์และแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อสังคมไทย รวมทั้งสภาพการเปลี่ยนแปลงแบบพลิกผันฉับพลัน ทั้งสถานการณ์โควิดที่เป็นตัวเร่งความรุนแรง ทั้งความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา สังคมสูงวัย แรงงานถูกแทนที่ด้วยเทคโนโลยีและ AI ความขัดแย้งทางการเมือง ค่านิยมของคนระหว่างรุ่น และภาวะโลกรวนที่ส่งผลกระทบต่อธรรมชาติ การดำรงชีวิต และโรคอุบัติใหม่
- นโยบายของคณะกรรมการนโยบาย เรื่อง การเป็น “โรงเรียนของสังคม” เป็นพื้นที่กลางของสังคม หาท่างอกยามวิกฤติ และ 8 ฉากทัศน์ (1) ปัญหาคอร์รัปชัน (2) โรคระบาด สงคราม สู่ “วิกฤติที่ไม่เหมือนวิกฤติครั้งใด” (3) การเลือกตั้งและการกระจายอำนาจ (4) การแก้ไขหรือจัดทำรัฐธรรมนูญใหม่ (5) ลดความเหลื่อมล้ำสร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ (6) ระบบรองรับสังคมสูงวัย (7) องค์กรความรู้เรื่องภัยพิบัติศึกษา และ (8) คุ้มครองผู้บริโภค รู้เท่าทันสื่อ
- บทบาทที่โดดเด่นของ ส.ส.ท. ที่ผ่านมา อาทิ ขับเคลื่อนวาระหลักปากท้องเรียนรู้ บริการ ALTV เพิ่มโอกาสและพื้นที่ให้เด็กและเยาวชนได้เรียนรู้ พัฒนาทักษะ และต่อยอดสู่การสร้างนิเวศเรียนรู้ใหม่สำหรับคนทุกช่วงวัย แต่ด้วยแนวโน้มของสถานการณ์ต่าง ๆ ในโลกและในประเทศ ความคาดหวังจากประชาชน และภาคีเครือข่าย ต่อการแสดงบทบาทเป็น “โรงเรียนของสังคม” ส.ส.ท. จึงต้องเร่งพัฒนางานเพื่อตอบรับความคาดหวังเหล่านี้
- บทบาทของ ส.ส.ท. ครอบคลุมทั้ง การเป็น “พื้นที่กลาง” ระดมปัญญาร่วมหาทางออก และ การเป็นผู้ชี้แนะทางให้ประชาชนได้ตระหนักถึงวิกฤติในอนาคตและการสร้างสมรรถนะที่จำเป็นเพื่อเตรียมพร้อมฝ่าวิกฤติ

2) เป้าหมายของแผนงาน

2.1 ผลลัพธ์

สังคมไทย หรือประชาชนกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับกรณีวิกฤตินั้น ๆ จะมี “พื้นที่กลาง” ที่ร่วมสร้างสรรค์โดย ส.ส.ท. ในการระดมปัญญาเพื่อหาทางออกจากวิกฤติ และสังคมไทย หรือประชาชนกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ของการสื่อสาร จะมีความตระหนักรู้และมีโอกาสพัฒนาสมรรถนะของตนเองเพื่อการเตรียมพร้อมรับมือกับฉากทัศน์อนาคตในประเด็นสำคัญ ๆ

2.2 เป้าหมายเพื่อวัดความสำเร็จ

- ระดับการเป็น “พื้นที่กลาง” เพื่อทางออกจากวิกฤติของไทยพีบีเอส ในระดับดี
- ระดับการรับรู้ของประชาชนในการรับมือกับฉากทัศน์อนาคต และประเด็นอื่น ๆ ที่สำคัญในระดับดี
- ความนิยมในการรับชมช่องหมายเลข 3 และ ALTV ในระดับดี
- การเข้าถึงผู้ชมผู้ฟังในทุกช่องทางออนไลน์ (platform) ในระดับดี



3) ขอบเขตและแนวทางการดำเนินงาน

- วางกลยุทธ์และออกแบบงานสื่อสาร ทั้งในรูปแบบสื่อและกิจกรรม เพื่อให้ ส.ส.ท. เป็นพื้นที่สาธารณะหรือพื้นที่กลางแห่งการเรียนรู้และหาทางออก โดยจำแนกเป็น 2 แนวทาง คือ การระดมปัญญาร่วมหาทางออกจากความขัดแย้ง และการเรียนรู้เพื่อเพิ่มสมรรถนะ โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้สอดคล้องกับบริบท
- พัฒนาระบบข้อมูลที่เป็นเกี่ยวกับประเด็นฉกาทศน์อนาคต และประเด็นอื่น ๆ ที่สำคัญ ให้เป็นระบบฐานข้อมูลกลางสำหรับการใช้เพื่อพัฒนาสร้างสรรค์งานในองค์การ

4) โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

โครงการส่งเสริมสมรรถนะใหม่ของคนทุกช่วงวัย

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา

งบประมาณ 101,521,460 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาที่มุ่งพัฒนาทักษะแห่งอนาคตที่สอดคล้องกับแต่ละกลุ่มวัย ทั้งในรูปแบบเพื่อออกอากาศทางช่อง ALTV และรูปแบบ Digital Content รองรับการเรียนรู้แบบ Interactive ทางเว็บไซต์ ALTV และร่วมมือกับภาคการศึกษาผลิตเนื้อหาเสริมทักษะตามหลักสูตรฐานสมรรถนะ ในช่องทางเผยแพร่ของ สพฐ. และหน่วยงานด้านการศึกษาอื่น ๆ

(หน่วยงานร่วม : ศูนย์สื่อสารณะเพื่อเด็กและครอบครัว, สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วม, สำนักสื่อดิจิทัล)

โครงการพัฒนาการสื่อสารสาธารณะด้วยปัญญารวมหมู่ (Collective Intelligence)

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ

งบประมาณ 11,260,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ สร้างเครื่องมือและพื้นที่กลางเพื่อการรับฟังอย่างสร้างสรรค์และมีส่วนร่วม (Deliberative Platform) ที่จะนำไปสู่การระดมปัญญาของประชาชนในการหาทางออกและคลี่คลายปัญหาร่วมกัน ลดความขัดแย้ง เพิ่มสมรรถนะของการรับมือความเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยเลือกประเด็นฉกาทศน์ตามนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย มาออกแบบกิจกรรม “ฟังเสียงประเทศไทย” ที่เป็นการสร้างภาพจำในอัตลักษณ์ของสื่อสารณะ

(หน่วยงานร่วม : สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ)

โครงการสื่อสารวาระฉกาทศน์ประเทศไทย

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อสารวาระสังคมและนโยบายสาธารณะ

งบประมาณ 3,280,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ สร้างพื้นที่กลางเพื่อการขับเคลื่อนประเด็นฉกาทศน์ที่สำคัญ คือ การเลือกตั้ง เน้นพื้นที่ของการระดมข้อมูลอย่างรอบด้านเพื่อร่วมสร้างทางออกหรือแนวทางขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงอย่างมี



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

ส่วนร่วมและเหมาะสม ทั้งผ่านพื้นที่การผลิตรายการ “ป้ายโม่งตรงประเด็น” “พลิกปมข่าว” และ Online Platform ‘The Active’ ที่สร้างสรรค์งานแบบ Transmedia ทั้งหมด
(หน่วยงานร่วม : สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ, สำนักข่าว)

โครงการสื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะที่ให้ทางออกกับสังคม

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อสารวาระสังคมและนโยบายสาธารณะ

งบประมาณ 11,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ วางแผนและผลิตงานสื่อสารประเด็นที่เป็นวาระสำคัญทางสังคม โดยทำงานร่วมกับภาคีเครือข่ายที่ขับเคลื่อนวาระเหล่านั้น อาทิ ความเหลื่อมล้ำ รัฐสวัสดิการ การศึกษา การพัฒนาเมือง และมหานคร ฯลฯ ในรูปแบบ Transmedia ผลิตชุดข้อมูลแบบ Data Visualization และจัดกิจกรรมเวทีสาธารณะ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนวาระที่มีประสิทธิภาพ

(หน่วยงานร่วม : สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ, สำนักข่าว)

โครงการสื่อสารเพื่อสร้างสมรรถนะความปลอดภัยจากภัยพิบัติ

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์พัฒนาการสื่อสารด้านภัยพิบัติ

งบประมาณ 17,200,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ผลิตเนื้อหาจากการรวบรวมความรู้ด้านภัยพิบัติ สื่อสารในรูปแบบ Transmedia เพื่อสร้างความตระหนักและเสริมสมรรถนะด้านความปลอดภัย เพื่อยกระดับเป็นวัฒนธรรมความปลอดภัยในสังคมไทย โดยมี Online Platform ‘DXC’ เป็นช่องทางหลัก มีรายการ “รู้สู้ภัย” ทางช่องหมายเลข 3 และกิจกรรมเสริมสร้างความรู้เจาะกลุ่มเป้าหมายวัยเรียน เป็นช่องทางเสริม และมุ่งสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายสื่อและองค์กรด้านการป้องกันภัยพิบัติระดับสากล

(หน่วยงานร่วม : สำนักข่าว, สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา, สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ, สำนักสื่อดิจิทัล, ศูนย์ Thai PBS World)

โครงการผลิตสารคดีความรู้และคุณค่าด้านศิลปวัฒนธรรม

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม

งบประมาณ 3,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ผลิตชุดรายการสารคดีเพื่อพัฒนาการเรียนรู้แบบบูรณาการด้านวิทยาศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม เพื่อสื่อสารให้ประชาชนเกิดการพัฒนามุมมองต่อสภาพการณ์และฉากทัศน์ต่าง ๆ ด้วยฐานความรู้ โดยวางแผนให้เป็นรายการที่มีการร่วมผลิต และมีโอกาสเผยแพร่หรือสร้างรายได้ในต่างประเทศ

(หน่วยงานร่วม : ฝ่ายความยั่งยืนองค์กร)

โครงการศึกษาการขับเคลื่อนเพื่อเป็นพื้นที่กลางและสร้างความเปลี่ยนแปลง

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสารสาธารณะ

งบประมาณ 2,500,000 บาท



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานการเป็น “พื้นที่กลาง” ของ ส.ส.ท. ในประเด็นวาระต่าง ๆ และเลือกศึกษาประเด็นสำคัญเพื่อประเมินระดับผลลัพธ์-ผลกระทบ-ความคุ้มค่า (SROI) (หน่วยงานร่วม : หน่วยงานที่มีแผนผลิตในแผนงานนี้)

โครงการพัฒนาและเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจด้านสื่อสาธารณะ

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายศูนย์การเรียนรู้สื่อสาธารณะ

งบประมาณ 2,500,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ พัฒนารวบรวมข้อมูลและความรู้ด้านสื่อสาธารณะทั้งของไทยและสากล ในรูปแบบดิจิทัลที่รองรับการเข้าถึงของคนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะคนพิการ เผยแพร่และขยายการให้บริการไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ให้บริการหลักสูตรอบรมด้านสื่อที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของสื่อสาธารณะแก่ผู้สนใจภายนอกทั้งในรูปแบบ Online และ Onsite และร่วมมือกับศูนย์เรียนรู้ต่าง ๆ เพื่อขยายการใช้ประโยชน์จากสื่อสาธารณะ

(หน่วยงานร่วม : ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ สำนักและศูนย์ทั้งหมด)

5) แผนงบประมาณ

	โครงการ	งบประมาณ	หมายเหตุ
1	โครงการส่งเสริมสมรรถนะใหม่ของคนทุกช่วงวัย	101,521,460	มีโอกาสหาหน่วยงานร่วมผลิต
2	โครงการพัฒนาการสื่อสารสาธารณะด้วยปัญญารวมหมู่	11,260,000	หาโอกาสในการร่วมทุน
3	โครงการสื่อสารวาระฉกาทศน์ประเทศไทย	3,280,000	
4	โครงการสื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะที่ให้ทางออกกับสังคม	11,000,000	มีโอกาสหาหน่วยงานร่วมผลิต
5	โครงการสื่อสารเพื่อสร้างสมรรถนะความปลอดภัยจากภัยพิบัติ	17,200,000	มีโอกาสหาหน่วยงานร่วมผลิต
6	โครงการผลิตสารคดีความรู้และคุณค่าด้านศิลปวัฒนธรรม	3,000,000	มีโอกาสหาหน่วยงานร่วมผลิตและสร้างรายได้
7	โครงการศึกษาการขับเคลื่อนเพื่อเป็นพื้นที่กลางและสร้างความเปลี่ยนแปลง	2,500,000	
8	โครงการพัฒนาและเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจด้านสื่อสาธารณะ	2,500,000	มีโอกาสสร้างรายได้
	รวมทั้งสิ้น	152,261,460	

6) แนวทางการบูรณาการ

- มีคณะกรรมการบริหารด้านหลอมรวมสื่อ ทำหน้าที่วางแนวทางบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก และหน่วยงานร่วม



7) แนวทางการบริหารจัดการและกำกับติดตาม

- มีฝ่ายยุทธศาสตร์เนื้อหา ทำหน้าที่ประสานและติดตามการดำเนินงานของโครงการต่าง ๆ และรายงานความคืบหน้าที่รวบรวมจากทุกโครงการนำเสนอเป็นรายไตรมาส
- ใช้บัญชีต้นทุน ประกอบการพิจารณาอนุมัติรายโครงการ



ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างความยั่งยืนจากการต่อยอดและพลังเครือข่าย

การทำงานเชื่อมโยงกับพื้นที่เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชนและผลิตสื่อให้สอดคล้องตรงความต้องการของพื้นที่ ร่วมสร้างสรรค์เนื้อหากับภาคีหุ้นส่วน ขยายความร่วมมือกับภาคีพันธมิตรทั้งในระดับประเทศและระดับสากล เพื่อผลักดันให้เป็นองค์กรสื่อสาธารณะระดับภูมิภาค ดำเนินการผ่าน 3 แผนงาน ดังนี้

แผนงานที่ 5 เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา เพื่อเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับภูมิทัศน์กับพฤติกรรม การรับสื่อของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย โดยจำแนกแผนเทคโนโลยีออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 เทคโนโลยีเพื่อการออกอากาศ ที่เน้นการเพิ่มกำลังการผลิต (Production Hour) ด้วยการลดหรือควบคุมรายจ่ายให้เกิดความคุ้มค่ามากขึ้น กลุ่มที่ 2 เทคโนโลยีเพื่อการเผยแพร่ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งตอบทิศทาง Digital-First/Transformation ส.ส.ท. จะเพิ่มการลงทุนในเทคโนโลยีกลุ่มนี้มากขึ้น ทั้งด้าน Streaming และ Digital Media Platform กลุ่มที่ 3 เทคโนโลยีเพื่อการผลิตรายการ เนื้อหา และเผยแพร่ ทั้งการใช้ระบบดิจิทัลและฐานข้อมูลเชิงวิชาการ Data Analytic มาพัฒนาเนื้อหาให้มีคุณภาพ และวางระบบจัดเก็บข้อมูลแบบ Cloud Storage เป็นต้น และกลุ่มที่ 4 เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการทำงานขององค์กร ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ (Infrastructure) หัวใจสำคัญของแผนงาน คือ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การกระจายเนื้อหาและการบูรณาการให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจุดแตกต่างของแผนงาน คือ ตอบโจทย์เป้าหมายใหญ่ขององค์กรที่จะเปลี่ยนผ่านไปสู่ Digital Transformation

แผนงาน 5 แผนงานเทคโนโลยี เพื่อการพัฒนา

148
MB [5.2%]

ขอบเขตและแนวทางการดำเนินงาน

- เกิดการบูรณาการแผนการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีการใช้ทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ
- สนับสนุนการผลิตและกระจายเนื้อหาบนแพลตฟอร์มต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ
- ผลักดัน กสทช. ให้สนับสนุนแผนการลดของออกอากาศโทรทัศน์ดิจิทัลระบบ 4K และสนับสนุนงบประมาณเพื่อสร้าง user experience สร้างโอกาสหารายได้จากโครงข่าย

OUTCOMES

เกิดแผนการลงทุนในเทคโนโลยีที่สอดคล้องกับทิศทางและพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อ และสร้างโอกาสหารายได้ในอนาคต

ตัวชี้วัดผลสำเร็จ (KPIs/OKR)

ลดการลงทุนในเทคโนโลยีที่ล้าสมัย Outdate และปรับ Mindset ผู้เทคโนโลยีขนาดด้วยเครื่องมือใบราคาที่ถูกลง และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ความเชื่อมโยงกับหลักการพื้นฐาน

- 1) วางทิศทางไปสู่ Digital Technology
- 2) บริหารจัดการการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความคุ้มค่า

กลุ่ม 1 เทคโนโลยีเพื่อการผลิตและเผยแพร่เนื้อหา	1 พัฒนาระบบ Cloud Storage & Media Production	4.00
	2 เพิ่มประสิทธิภาพระบบการจัดการเนื้อหาฟีดทอซอร์ซเนื้อหา 4K	2.26
	3 พัฒนาและปรับปรุงระบบอุปกรณ์ปฏิบัติการ	53.11
	4 พัฒนาและปรับปรุงระบบอุปกรณ์ปฏิบัติการด้านข่าว	7.38
	5 ทดลองทางให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินด้วยเทคโนโลยี 4K	5.00
กลุ่ม 2 เทคโนโลยีเพื่อการเผยแพร่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	6 พัฒนาช่องทางและเทคโนโลยีสื่อดิจิทัล	56.63
	7 พัฒนาศักยภาพวิเคราะห์และวัดผล (Metrics Measurement)	2.44
กลุ่ม 4 เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการทำงานในองค์กร	8 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน IT ของศูนย์ภูมิภาค	12.00
	9 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน IT ของสื่อดิจิทัลและ Broadcast	5.00
	10 ทบทวนปรับปรุงฐานข้อมูลการเงิน	0.60

1.2 TECHNOLOGY LEAD PROGRAMME

คุณค่า
ที่จัดโดย
ประชาชน



แผนภาพที่ 18 แผนงานที่ 5 เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา



แผนงานที่ 6 พัฒนาเครือข่ายสื่อท้องถิ่นและกระจายอำนาจ ตอบรับกับทิศทางหลักของคณะกรรมการนโยบาย ที่ต้องการกระจายความเป็นสื่อสาธารณะไปสู่ระดับภูมิภาคและท้องถิ่น โดยหัวใจสำคัญของแผนงาน คือ การสร้างกลไกสนับสนุนการบริหารจัดการ เพื่อให้เกิดการทำงานแบบบูรณาการระหว่างองค์กรส่วนกลางและศูนย์ภูมิภาค และเครือข่ายสื่อสาธารณะในภูมิภาค รวมถึงการออกแบบการทำงานเพื่อการยกระดับมูลค่างานของภาคีเครือข่ายให้เกิดความยั่งยืน

แผนงาน 6 แผนงานพัฒนาเครือข่ายสื่อท้องถิ่น และกระจายอำนาจ



ขอบเขตและแนวทางการดำเนินงาน

- พัฒนากลไกส่งเสริมการทำงานแบบบูรณาการของศูนย์ภูมิภาค ผ่านกลไกจัดสรรงบประมาณและภารกิจที่ส่งเสริมพัฒนา Local Content
- พัฒนากลไกยกระดับและสนับสนุนการทำงานของเครือข่ายสื่อสาธารณะระดับภูมิภาคและท้องถิ่น ทั้งในมิติการเงิน ความรู้ และการบริหารจัดการ เชื่อมโยงกับการทำงานส่วนกลาง
- สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ เป็นกลไกรับฟังความคิดเห็น/ความต้องการของผู้ชมผู้ฟังในทุกช่องทางสื่อ เพื่อนำมาเสนอแนะในเชิงนโยบายและพัฒนาเนื้อหารายการ

1 พัฒนาและยกระดับเครือข่ายสื่อสาธารณะท้องถิ่น	33.32
2 พัฒนาเครือข่ายสื่อพลเมือง (Citizen Journalist)	3.80

OUTCOMES
บทบาทของสื่อสาธารณะท้องถิ่น ถูกยกระดับอย่างมีนวัตกรรม สามารถตอบสนองผู้ชมผู้ฟัง และสร้างการเปลี่ยนแปลงที่เป็นรูปธรรม

ตัวชี้วัดผลสำเร็จ (KPIs/OKR)
1) เนื้อหาข่าวศูนย์ภาคและเครือข่ายฯ ถูกเลือกมาเผยแพร่ช่องทางหลัก
2) ลดการพึ่งพาเงินสนับสนุน
3) เนื้อหาสื่อภูมิภาคและสื่อสาธารณะท้องถิ่นได้รับความนิยม

ความเชื่อมโยงกับหลักการพื้นฐาน
1) พัฒนากลไกการทำงานของศูนย์ภาค โดยมุ่งลดการพึ่งพาเงินสนับสนุน ส.ส.ท.
2) การบูรณาการผลัดเนื้อหาร่วมระหว่างศูนย์ภาค และสำนักข่าวส่วนกลาง

1.3 PARTNERSHIP LEAD PROGRAMME



แผนภาพที่ 19 แผนงานที่ 6 พัฒนาเครือข่ายสื่อท้องถิ่นและกระจายอำนาจ

แผนงานที่ 7 สร้างความยอมรับในระดับสากล เพื่อยกระดับบทบาทหรือสถานะของสื่อสาธารณะในระดับสากล ด้วยการขยายงานการผลิตเนื้อหาต่างประเทศของไทยพีบีเอสที่มีศักยภาพ และการสร้างความร่วมมือกับสื่อสาธารณะต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับสากล



แผนงาน 7 แผนงานสร้างการยอมรับ ในระดับสากล

40
MB. [1.4%]

ขอบเขตและแนวทางการดำเนินงาน

- นำเสนอเนื้อหาและข่าวสารจากทั่วโลกมาสื่อสารกับผู้ชมคนไทย และนำเสนอเรื่องราวข่าวสารของไทยและอาเซียนสู่สายตาชาวต่างชาติ ผ่านช่องทาง Thai PBS World
- ยกระดับความร่วมมือกับเครือข่ายสื่อและผู้ผลิตคุณภาพในภูมิภาคอาเซียน
- ปรับบทบาทเป็นบทบาทผู้ริเริ่มในองค์กร PMA และ ABU
- สนับสนุนการทำงานแบบร่วมมือระหว่าง ศูนย์ THAI PBS World กับเครือข่ายองค์กรสื่อระหว่างประเทศ สื่อในอาเซียน และสื่อสาธารณะทั่วโลก
- ริเริ่มกลไกการแลกเปลี่ยน ความรู้และทักษะกับเครือข่ายสื่อและผู้ผลิตคุณภาพระดับนานาชาติ

OUTCOMES

เปิดองค์กรสื่อที่เติบโตและได้รับการยอมรับในอาเซียน และเป็นจุดอ้างอิง ในระดับนานาชาติ

ตัวชี้วัดผลสำเร็จ (KPIs/OKR)

- 1) ชาวหรือเนื้อหาถูกเผยแพร่ในภูมิภาคหรือนานาชาติ
- 2) รางวัลที่ใช้ในการประกวดระดับประเทศหรือนานาชาติ

ความเชื่อมโยงกับหลักการพื้นฐาน

- 1) ทำกับทิศทางแผนผลิตเนื้อหา Thai PBS World (ดิจิทัล Digital 1st > 50% ของแผนผลิต)
- 2) 2 โครงการ มีแผนความร่วมมือผลิตหรือแลกเปลี่ยนเนื้อหาทั้งเครือข่ายและผู้ผลิตในอาเซียนและนานาชาติ

1 Thai PBS World	35.00
2 สร้างการยอมรับในระดับสากล	3.20
3. พัฒนาศักยภาพความร่วมมือในองค์กรระหว่างประเทศ	2.00

1.3 PARTNERSHIP LEAD PROGRAMME

คุณค่า
เชื่อมโยงกับ
ประชาชน



แผนภาพที่ 20 แผนงานที่ 7 สร้างการยอมรับในระดับสากล

โดยมีรายละเอียดแผนงาน ดังนี้

แผนงานเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา

1) สรุปสถานการณ์และแนวโน้ม

- ปัจจุบัน ส.ส.ท. อยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีจากการผลิตและเผยแพร่บนแพลตฟอร์มสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) คือ แพลตฟอร์มโทรทัศน์ และการให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ระบบดิจิทัล โดยมีการทยอยปรับเปลี่ยนอุปกรณ์การผลิตและออกอากาศให้รองรับเทคโนโลยีระบบ 4K ซึ่งเริ่มมีการจัดหาเพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่าน และสร้างโอกาสทางการตลาด ส่งผลให้ต้องมีการวางแผนการจัดเก็บ Video Media (Storage Policy) ให้สามารถรองรับจัดเก็บ ที่สะดวกต่อการใช้งานและมีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมด้วยระบบ Cloud Storage และ Cloud Production
- การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลแพลตฟอร์ม ส่งผลให้พฤติกรรมติดตามข้อมูลข่าวสารและ/หรือเพื่อความบันเทิง เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทศวรรษที่ผ่านมา ประชาชนมีพฤติกรรมชมและฟังผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มหรือออนไลน์ การชมและฟัง แพลตฟอร์ม Video on Demand หรือที่เรียกว่า OTT ขยายตัวอย่างรวดเร็ว การผลิต Video and Audio Content ก็เติบโตอย่างรวดเร็วเช่นกัน เนื่องจากอุปกรณ์แบบที่ผู้บริโภคใช้งาน หรือ Consumer-use โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือ (Smart Phone) ตัวเดียวทำหน้าที่ ทั้ง Video Shooting, Editing และกระจายคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มต่าง ๆ



- อย่างไรก็ตาม ด้วยพันธกิจของ ส.ส.ท. ที่ต้องทำหน้าที่ให้บริการประชาชนทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง (Universality) ในช่วงการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยี ส.ส.ท. จึงจำเป็นต้องให้บริการทั้งสื่อดั้งเดิมคือ วิทยุ และโทรทัศน์ พร้อม ๆ กับการพัฒนาบริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ดังนั้น งบประมาณลงทุนด้านเทคโนโลยีจึงต้องพิจารณาว่า สอดคล้องกับทิศทางเทคโนโลยี และรองรับกระบวนการทำงานที่เรียกว่า Digital Operation หรือไม่ และต้องสร้างกระบวนการทำงานที่สอดคล้องกันเริ่มต้นจากงานวิจัย Pre-Production, Production, Post Production และ Distribution

2) เป้าหมายของแผนงาน

2.1 ผลลัพธ์

การลงทุนในเทคโนโลยีที่เหมาะสมสอดคล้องกับทิศทางการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภค สื่อ รวมทั้งสร้างโอกาสการหารายได้ในอนาคต อาทิ โครงการทดลองให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลด้วยเทคโนโลยี 4K ในประเทศไทย (พื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล)

2.2 เป้าหมายเพื่อวัดความสำเร็จ

- ระดับความสำเร็จในการพัฒนาองค์การตามแนวทาง Digital Transformation ในระดับดี (การทดลองการให้บริการ 4K, การพัฒนาโครงสร้างและระบบ, cloud Storage และ Cloud Production, การปรับปรุงโครงข่าย, การใช้ข้อมูล Data Driven ในการพัฒนาฐานข้อมูลการเงิน/การวิเคราะห์สถิติผู้รับสื่อ)

3) ขอบเขตและแนวทางการดำเนินงาน

- เกิดการบูรณาการแผนการลงทุนทางด้านเทคโนโลยี บูรณาการให้เกิดการใช้ทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพในการจัดการ ประสิทธิภาพการทำงาน
- สนับสนุนกระบวนการผลิตและการกระจายเนื้อหาบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- กสทช.และ กทปส. เห็นชอบกับแนวคิดการพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีการให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลด้วยเทคโนโลยี 4K เพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับผู้ชมโทรทัศน์ โดยให้การสนับสนุนงบประมาณลงทุนอุปกรณ์เพื่อการทดลองออกอากาศด้วยเทคโนโลยี 4K
- การจัดกลุ่มเทคโนโลยีภายใต้แผนบริหารกิจการปี 2566 จำแนกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้
 - เทคโนโลยีเพื่อการแพร่ภาพและกระจายเสียง (Broadcast) เน้นการลงทุนในเทคโนโลยีตามทิศทางองค์การ เพิ่ม Production Hour และประสิทธิภาพสนับสนุนการผลิตด้วยต้นทุนที่ลดลง และ วางแผนจัดหาเพื่อตอบโจทย์ความคุ้มค่า และส่งมอบคุณค่าได้ตามพันธกิจ (ส่วนการลงทุนในเทคโนโลยี อยู่ในแผนงานเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา / ค่าใช้จ่ายประจำอยู่ในกลไกสนับสนุนฯ)
 - เทคโนโลยีเพื่อการเผยแพร่ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต : ให้ความสำคัญกับการวางแผนและการลงทุนในเทคโนโลยีด้านการเผยแพร่บนระบบออนไลน์ ให้เหมาะสมกับทิศทางการเติบโตของ



องค์กร พร้อมทั้งกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของการเติบโตสู่ Digital Media ที่สอดคล้องชัดเจน เป็นรูปธรรม (อยู่ในแผนงานเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา)

- เทคโนโลยีเพื่อการผลิตรายการ/เนื้อหาและเผยแพร่ : มุ่งลงทุนในเทคโนโลยีในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อใช้ในการออกแบบเนื้อหาและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการเฉพาะของกลุ่มเป้าหมายที่แยกย่อย โดยวางยุทธศาสตร์ในการบริหารความคุ้มค่าเพื่อส่งมอบคุณค่าได้ตามพันธกิจของสื่อสาธารณะ (อยู่ในแผนงานเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา)
- เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการทำงานในองค์กร : ให้บุคลากรมีอุปกรณ์ ซอฟต์แวร์ และระบบงานที่จำเป็นต่อการใช้งาน ผ่านการสำรวจและจัดหมวดหมู่กลุ่มผู้ใช้ตามความจำเป็น และวางแผนจัดหาเพื่อตอบโจทย์ความคุ้มค่า (ส่วนการลงทุนในเทคโนโลยี อยู่ในแผนงานเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา / ค่าใช้จ่ายประจำอยู่ในกลไกสนับสนุนฯ)

4) โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

โครงการพัฒนาระบบ Cloud Storage & Media Production

หน่วยงานที่รับผิดชอบ สำนักโทรทัศน์และวิทยุ

งบประมาณ 4,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ สร้างพื้นที่เพื่อการจัดเก็บ Digital Media และมีระบบที่ช่วยในการสืบค้นหาภายใต้เทคโนโลยี Cloud Storage และรองรับการผลิต Digital Media ผ่านระบบ Cloud แบบ Anywhere Anytime และสร้าง Work Flow ในกระบวนการผลิตและออกอากาศที่เชื่อมต่อระหว่าง Central Station กับระบบ Cloud

(หน่วยงานร่วม : ศูนย์สื่อสาธารณะเพื่อเด็กและครอบครัว, ศูนย์ Thai PBS World, ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสื่อสาธารณะ, ศูนย์พัฒนาการสื่อสารด้านภัยพิบัติ, ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม)

โครงการเพิ่มประสิทธิภาพระบบการจัดการเนื้อหาเพื่อรองรับเนื้อหาคุณภาพสูง 4K

หน่วยงานที่รับผิดชอบ สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา

งบประมาณ 2,262,500 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ พัฒนาประสิทธิภาพการจัดการไฟล์ และพัฒนาทักษะบุคลากรให้รองรับ เนื้อหาระดับ 4K เพื่อบริหารจัดการและจัดเก็บไฟล์งานละคร สารคดี และรายการความคมชัดสูงที่เผยแพร่ทาง VIPA

(หน่วยงานร่วม : -)

โครงการพัฒนาและปรับปรุงระบบอุปกรณ์ปฏิบัติการ

หน่วยงานที่รับผิดชอบ สำนักโทรทัศน์และวิทยุ

งบประมาณ 53,111,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ปรับปรุง ทดแทนและเพิ่มเติมอุปกรณ์ให้ทันสมัยเพื่อเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงาน ทั้งงานระบบประจำห้องควบคุม ระบบงานภายในสถานี และการงานปฏิบัติงานนอกสถานที่ สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงานผู้ใช้งาน



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

(หน่วยงานร่วม : สำนักบริหาร)

โครงการพัฒนาและปรับปรุงระบบอุปกรณ์ปฏิบัติการด้านข่าว

หน่วยงานที่รับผิดชอบ สำนักโทรทัศน์และวิทยุ

งบประมาณ 7,377,465 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ จัดหาอุปกรณ์การผลิตข่าวที่ตอบสนองยุทธศาสตร์ด้าน Digital and Technology เพื่อให้การผลิตงานข่าว รวดเร็ว ทันท่วงที มีประสิทธิภาพ และมีคุณภาพเพิ่มขึ้น

(หน่วยงานร่วม : สำนักข่าว)

โครงการทดลองการให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลด้วยเทคโนโลยี 4K ในประเทศไทย

หน่วยงานที่รับผิดชอบ สำนักวิศวกรรม

งบประมาณ 5,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ทดลองทดสอบการออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินด้วยเทคโนโลยี 4K ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล (สถานีส่งสัญญาณ อาคารโบหยก 2) และการศึกษาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในทางเศรษฐศาสตร์ในบริบทของอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป การอนุญาตประกอบกิจการฯ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง

(หน่วยงานร่วม : สำนักโทรทัศน์และวิทยุ, สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา และสำนักสื่อดิจิทัล)

โครงการพัฒนาช่องทางและเทคโนโลยีสื่อดิจิทัล (Platform & Technology)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ สำนักสื่อดิจิทัล

งบประมาณ 56,626,400 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ พัฒนาแพลตฟอร์มให้รองรับการหลอมรวม Online – On air – On Mobile ปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพและความน่าสนใจของแพลตฟอร์มไทยพีบีเอสให้มีการเข้าถึงง่าย เข้าถึงได้หลากหลายช่องทางตามเทคโนโลยีสมัยใหม่ และจัดสรรอุปกรณ์เทคโนโลยีรองรับการผลิตรายการ การถ่ายทอดสด รวมถึงการสนับสนุนโครงการต่าง ๆ ในด้านเทคนิค

(หน่วยงานร่วม : -)

โครงการพัฒนาสถิติ การวิเคราะห์และตัวชี้วัด (Metrics Measurement)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ สำนักสื่อดิจิทัล

งบประมาณ 2,442,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ รวบรวมและจัดทำข้อมูลสถิติ เทรนด์ การเติบโตของสื่อดิจิทัลขององค์กรและคู่แข่งกัน เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมผู้ชมบนสื่อออนไลน์และความคิดเห็นที่มีต่อองค์กร โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วย Analytic Tools ที่แสดงผลในรูปแบบที่เข้าใจง่ายเผยแพร่ในรูปแบบอินโฟกราฟิกรายเดือน และมี Dashboard ที่สามารถเผยแพร่ข้อมูลให้เกิดการติดตามได้สะดวก ง่าย และทุกที่ทุกเวลา

(หน่วยงานร่วม : -)



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

โครงการปรับปรุงระบบโครงสร้างพื้นฐานศูนย์ข่าว

หน่วยงานที่รับผิดชอบ สำนักบริหาร

งบประมาณ 12,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ปรับปรุงพัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพให้โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของศูนย์ภูมิภาค 3 ศูนย์ ให้เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัย พร้อมทั้งกำหนดโครงสร้างภาพรวมสถาปัตยกรรมทางเทคโนโลยี ให้สนับสนุนการดำเนินงานของ ส.ส.ท.

(หน่วยงานร่วม : ศูนย์ภูมิภาค 3 ศูนย์ ประกอบด้วย สำนักข่าว, สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ และสำนักวิศวกรรม)

โครงการปรับปรุงระบบโครงสร้างพื้นฐานสื่อดิจิทัลและ Broadcast

หน่วยงานที่รับผิดชอบ สำนักบริหาร

งบประมาณ 5,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ปรับปรุงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของสำนักสื่อดิจิทัลและส่วนงานด้านระบบออกอากาศให้เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัย พร้อมทั้งกำหนดโครงสร้างภาพรวมสถาปัตยกรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศ สนับสนุนการดำเนินงานของ ส.ส.ท.

(หน่วยงานร่วม : สำนักสื่อดิจิทัล และสำนักโทรทัศน์และวิทยุ)

โครงการทบทวนปรับปรุงฐานข้อมูลการเงินเพื่อการพัฒนา

หน่วยงานที่รับผิดชอบ ศูนย์การเงิน

งบประมาณ 600,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ พัฒนาฐานข้อมูลทางการเงินในส่วนของงบรายได้ค่าใช้จ่ายและ Dashboard สรุปข้อมูลเพื่อใช้จัดทำรายงานเพื่อการบริหาร ที่ถูกต้อง ทันเวลา และมีข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจหลายมุมมอง (หน่วยงานร่วม : ฝ่ายยุทธศาสตร์และแผน, ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ)

5) แผนงบประมาณ

	โครงการ	งบประมาณ	หมายเหตุ
1	โครงการพัฒนาระบบ Cloud Storage & Media Production	4,000,000	
2	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพระบบการจัดการเนื้อหาเพื่อรองรับเนื้อหาคุณภาพสูง 4K	2,262,500	
3	โครงการพัฒนาและปรับปรุงระบบอุปกรณ์ปฏิบัติการ	53,111,000	
4	โครงการพัฒนาและปรับปรุงระบบอุปกรณ์ปฏิบัติการด้านข่าว	7,377,465	
5	โครงการทดลองการให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลด้วยเทคโนโลยี 4K ในประเทศไทย	5,000,000	
6	โครงการพัฒนาช่องทางและเทคโนโลยีสื่อดิจิทัล (Platform & Technology)	56,626,400	



	โครงการ	งบประมาณ	หมายเหตุ
7	โครงการพัฒนาสถิติ การวิเคราะห์และตัวชี้วัด (Metrics Measurement)	2,442,000	
8	โครงการปรับปรุงระบบโครงสร้างพื้นฐานศูนย์ข่าว	12,000,000	
9	โครงการปรับปรุงระบบโครงสร้างพื้นฐานสื่อดิจิทัลและ Broadcast	5,000,000	
10	โครงการทบทวนปรับปรุงฐานข้อมูลการเงินเพื่อการพัฒนา	600,000	
	รวมทั้งสิ้น	148,419,365	

6) แนวทางการบริหารงานและกำกับติดตาม

- กำกับแผนการลงทุนและติดตามประเมินผลการลงทุน โดยคณะกรรมการบริหารด้านเทคโนโลยี ซึ่งมี ผอ. ส.ส.ท. เป็นประธาน

แผนงานพัฒนาเครือข่ายสื่อสาธารณะท้องถิ่นและการกระจายอำนาจ

1) สรุปสถานการณ์และแนวโน้ม

- ส.ส.ท. มีทุนการทำงานขับเคลื่อนร่วมกับเครือข่ายการทำงานทั้งในส่วนสื่อพลเมือง สื่อสาธารณะท้องถิ่น เครือข่ายภาคประชาสังคม และเครือข่ายองค์กรเชิงยุทธศาสตร์ที่มีพันธกิจทางสังคมร่วมอย่างมากมาย นับตั้งแต่การก่อตั้งองค์การ อย่างไรก็ตามการทำงานส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบเฉพาะกิจและแยกส่วน อันส่งผลให้ไม่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรมได้อย่างชัดเจนนัก
- เป้าหมายการเปลี่ยนแปลงเชิงระบบและเชิงพื้นที่ จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วนในบทบาทที่แตกต่างและหนุนเสริมกัน ไม่สามารถดำเนินการเฉพาะเพียงส่วนงานสื่อสารได้เพียงลำพัง ซึ่งความร่วมมือดังกล่าวจำเป็นต้องมีกลไกสนับสนุนเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต่อเนื่องและยั่งยืน
- คณะกรรมการนโยบายกำหนดแนวทางให้ฝ่ายบริหารดำเนินการงานกระจายอำนาจทั้งในส่วนของการยกระดับศูนย์ภูมิภาคเพื่อให้เกิดความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพในการทำงานและการส่งเสริมให้เครือข่ายสื่อสาธารณะท้องถิ่น และเครือข่ายภาคประชาสังคมเข้ามาร่วมพัฒนารูปแบบสื่อสาธารณะในระดับภูมิภาค เพื่อช่วยให้เกิดการทำงานอย่างมีนวัตกรรมและตอบสนองกับความสนใจและความต้องการของผู้ชมผู้ฟังท้องถิ่น (Local Content & Local Journalism) ซึ่งมีความหลากหลายได้ดียิ่งขึ้น



2) เป้าหมายของแผนงาน

2.1 ผลลัพธ์

บทบาทของสื่อสาธารณะถูกยกระดับจากภาคีเครือข่ายการทำงานที่หลากหลาย มีนวัตกรรม และกระจายตัวอยู่ทั่วประเทศ สามารถตอบสนองผู้ชมผู้ฟังและสร้างการเปลี่ยนแปลงที่เป็นรูปธรรมได้อย่างแท้จริง โดย ส.ส.ท. ส่วนกลางมีบทบาทในการสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้การยกระดับเกิดขึ้นได้อย่างมีคุณภาพ และยั่งยืน

2.2 เป้าหมายที่วัดผลสำเร็จ

- เนื้อหาข่าวศูนย์ภูมิภาคและเครือข่ายฯ ถูกนำมาเผยแพร่ทาง 3HD และ Social Media ร้อยละ 10
- เนื้อหาที่พัฒนาร่วมกับสื่อสาธารณะภูมิภาคได้รับความนิยม มากกว่า 10,000 Subscribers และ เนื้อหาของสื่อสาธารณะท้องถิ่นได้รับความนิยม มากกว่า 1,000 Subscribers
- ลดการพึ่งพาเงินสนับสนุนจาก ส.ส.ท. ร้อยละ 50
- ระดับความสำเร็จของการบริหารศูนย์ภูมิภาค ในระดับดี
- สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการมีสรุปข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาเนื้อหารายการ และ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน

3) ขอบเขตและแนวทางการดำเนินงาน

- พัฒนากลไกส่งเสริมให้เกิดการทำงานแบบบูรณาการของศูนย์ภูมิภาคผ่านกลไกการจัดสรรงบประมาณและการกำหนดภารกิจเฉพาะที่ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเนื้อหาสาระ (Local Content) คุณภาพของท้องถิ่นที่มีคุณภาพสูงและได้รับการยอมรับจาก ส.ส.ท. ส่วนกลาง
- พัฒนากลไกยกระดับและสนับสนุนการทำงานของเครือข่ายสื่อสาธารณะระดับภูมิภาคและท้องถิ่น ทั้งในมิติการเงิน ความรู้ และการบริหารจัดการ ที่มีคุณภาพและเชื่อมโยงกับกลไกการทำงานของ ส.ส.ท. ส่วนกลาง
- สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการเป็นกลไกรับฟังความคิดเห็นและสะท้อนความต้องการของผู้ชมผู้ฟัง รายการในทุกช่องทางสื่อ (ออนแอร์และออนไลน์) เพื่อนำมาเสนอแนะในเชิงนโยบายและการพัฒนาเนื้อหารายการ (ในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของงบประมาณ)

4) โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

โครงการพัฒนาและยกระดับเครือข่ายสื่อสาธารณะท้องถิ่น

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ

งบประมาณ 33,320,000 บาท



รายละเอียดโครงการโดยย่อ (1) ยกกระตึบรูปแบบการบริหารงานศูนย์ฯ ให้มีความพร้อมในการกระจายอำนาจการบริหารจัดการ มีพื้นที่และช่องทางในการสื่อสารกับผู้ชมและผู้ฟังในระดับภูมิภาค สร้างการมีส่วนร่วมในการผลิตเนื้อหาจากท้องถิ่น และร่วมขับเคลื่อนประเด็นกับเครือข่ายในพื้นที่เพื่อมุ่งสร้างความเปลี่ยนแปลง (หน่วยงานร่วม : สำนักข่าว, สำนักวิศวกรรม)

โครงการพัฒนาสื่อสารสาธารณะ Citizen Journalist

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ

งบประมาณ 3,800,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ สร้างสำนักข่าวพลเมือง (The Citizen Plus) และร่วมผลิตเนื้อหาจากผู้ใช้ (UGC) ที่สอดคล้องกับวาระหลักของสื่อสารสาธารณะและวาระของประชาชนในพื้นที่ พัฒนาศักยภาพเครือข่ายฯ โดยการฝึกอบรมทักษะการผลิตสื่อหลากหลายลักษณะ และสร้างฐานข้อมูลเครือข่ายสื่อพลเมือง เครือข่ายทางสังคม เพื่อร่วมพัฒนาการสื่อสารกับสื่อสารสาธารณะ

(หน่วยงานร่วม : สำนักข่าว, ศูนย์พัฒนาการสื่อสารด้านภัยพิบัติ, ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ)

5) แผนงบประมาณ

	โครงการ	งบประมาณ	หมายเหตุ
1	โครงการพัฒนาและยกระดับเครือข่ายสื่อสารสาธารณะท้องถิ่น	33,320,000	
2	โครงการพัฒนาสื่อสารสาธารณะ Citizen Journalist	3,800,000	หาแนวทางร่วมทุนไม่น้อยกว่าร้อยละ 10
	รวมทั้งสิ้น	37,120,000	

6) แนวทางการบูรณาการ

- การประชุมเชิงปฏิบัติการของส่วนงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างแลกเปลี่ยนข้อมูลและสร้างเป้าหมายร่วมกันก่อนดำเนินการ (ธันวาคม) และทุกไตรมาสในปี พ.ศ. 2566
- การทำตารางสรุปความก้าวหน้าแผนงานรายไตรมาส (1 หน้ากระดาษ A3) ส่งทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องพร้อมก็นำมาหารือร่วมกันในการประชุมเชิงปฏิบัติการ

7) แนวทางการบริหารจัดการและกำกับติดตาม

- ผ่านกลไกอนุกรรมการเครือข่ายและการมีส่วนร่วม ประชุมทุก 1-2 เดือน
- นำเสนอความคืบหน้ากับคณะกรรมการนโยบายไตรมาสละ 1 ครั้ง



แผนงานสร้างการยอมรับในระดับสากล

1) สรุปสถานการณ์และแนวโน้ม

- ความน่าเชื่อถือและการนำเสนอข้อมูลอย่างรอบด้าน (Impartiality) เป็นจุดแข็งสำคัญของ ส.ส.ท. ที่ถูกยอมรับในระดับประเทศ สะท้อนจากผลการสำรวจของสถาบันรอยเตอร์ที่ ส.ส.ท. เป็นองค์กรสื่อที่ได้รับความเชื่อถือสูงสุดของไทยในรายงานปี 2021 และ 2022
- ส.ส.ท. ได้มีความริเริ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการในการรองรับการเชื่อมโยงบทบาทของไทยและต่างประเทศ คือ ศูนย์ THAI PBS World ซึ่งทำหน้าที่ทั้งการนำข่าวสารจากทั่วโลกมาสื่อสารกับคนไทย และนำสาระสำคัญของไทยสื่อสารไปยังทั่วโลก ซึ่งที่ผ่านมาได้พิสูจน์ว่างานข่าวของศูนย์ฯ ถูกใช้อ้างอิงอย่างมาก โดยสำนักข่าวต่างประเทศและเป็นเว็บไซต์ข่าวภาคภาษาอังกฤษอันดับหนึ่งของไทย
- ในสภาพบริบทสังคมทั่วโลกที่ทุกคนเป็นสื่อได้และมีข่าวสารที่ถูกเผยแพร่ออนไลน์อย่างมากมายโดยไม่มีการตรวจสอบ บทบาทของสื่อสาธารณะที่มีความน่าเชื่อถือและรอบด้านจึงเป็นที่ต้องการมากกว่าที่เคย ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ
- ส.ส.ท. เป็นสื่อสาธารณะแห่งแรกและแห่งเดียวของภูมิภาคอาเซียน จึงเป็นโอกาสสำคัญที่จะสามารถยกระดับงานและมีบทบาทของการเป็นแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ และเป็นแหล่งผลิตสาระความรู้คุณภาพระดับภูมิภาคได้ โดยบทบาทดังกล่าวจะช่วยทำให้ ส.ส.ท. สามารถขยายฐานผู้ชมผู้ฟังในระดับสากล และส่งผลให้ผู้ชมผู้ฟังในประเทศเกิดความสนใจที่จะติดตามผลงานของ ส.ส.ท. มากยิ่งขึ้น

2) เป้าหมายของแผนงาน

2.1 ผลลัพธ์

ส.ส.ท. เป็นองค์กรสื่อที่ถูกรู้จักและได้รับการยอมรับในระดับอาเซียน และเป็นจุดอ้างอิงด้านข่าวและสาระเนื้อหาของไทยในระดับนานาชาติ

2.2 เป้าหมายที่วัดผลสำเร็จ

- ข่าวหรือเนื้อหาที่เผยแพร่ถูกอ้างอิงในภูมิภาคอาเซียน หรือเครือข่ายสื่อระดับนานาชาติ 3 ประเทศ
- รางวัลที่ได้รับจากการประกวดระดับประเทศหรือนานาชาติ 3 ชิ้นต่อปี
- ระดับความสำเร็จตามแผนการพัฒนาความร่วมมือกับเครือข่ายสื่อในระดับนานาชาติ ในระดับดี (การแลกเปลี่ยนเนื้อหา องค์ความรู้ การร่วมทุน ฯลฯ)

3) ขอบเขตและแนวทางการดำเนินงาน

- สร้างและนำองค์ความรู้เกี่ยวกับนโยบายต่างประเทศของไทยให้คนไทยและอาเซียนรับรู้ และ ผลิตเนื้อหาที่เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ทั้งในไทยและภูมิภาค ผ่านช่องทาง Thai PBS World



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

- ยกกระดับความร่วมมือกับเครือข่ายสื่อและผู้ผลิตคุณภาพในภูมิภาคอาเซียนให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง
- ปรับเปลี่ยนบทบาทของ ส.ส.ท. จากการเป็นสมาชิกทั่วไป มาเป็นบทบาทผู้ริเริ่มในองค์กร PMA และ ABU
- สนับสนุนการเชื่อมโยงการทำงานแบบร่วมมือระหว่าง ศูนย์ THAI PBS World กับเครือข่ายองค์กรสื่อระหว่างประเทศ เครือข่ายสื่อในอาเซียน และเครือข่ายสื่อสาธารณะทั่วโลก
- ริเริ่มกลไกการแลกเปลี่ยน ความรู้และทักษะกับเครือข่ายสื่อและผู้ผลิตคุณภาพ ระดับนานาชาติ เพื่อสนับสนุนให้มีการออกแบบและพัฒนาผลงานของ ส.ส.ท. สู่ระดับมาตรฐานสากล

4) โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

โครงการ Thai PBS World

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์ Thai PBS World

งบประมาณ 35,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ผลิตข่าวสาร สารความรู้ บทวิเคราะห์ และคุณค่าความเป็นไทย ในรูปแบบของสื่อสาธารณะ ให้ผู้รับสารทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้าถึงและได้รับประโยชน์จากเนื้อหา และสร้างความร่วมมือหรือดำเนินงานร่วมกับเครือข่ายในการสื่อข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและวิชาชีพสื่อ (หน่วยงานร่วม : สำนักข่าว, สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา, ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม, ศูนย์พัฒนาการสื่อสารด้านภัยพิบัติ, สำนักสื่อดิจิทัล, สำนักโทรทัศน์และวิทยุ, สำนักทรัพยากรมนุษย์)

โครงการสร้างการยอมรับในระดับสากล

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายความยั่งยืนองค์กร

งบประมาณ 3,200,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ พัฒนารายการของ ส.ส.ท. ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ผ่าน Co-production Project และ Research Funding โดย ส.ส.ท. เป็นผู้ริเริ่มในการดำเนินงานร่วมกับองค์กรวิชาชีพสื่อระหว่างประเทศ (เช่น ABU, PMA) และส่งเนื้อหารายการเข้าร่วมการประกวดในระดับนานาชาติ (หน่วยงานร่วม : ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ)

โครงการพัฒนาความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศ

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายความยั่งยืนองค์กร

งบประมาณ 2,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ แสวงหา พัฒนา และสร้างความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนเนื้อหารายการและองค์ความรู้จากต่างประเทศ และสร้าง Capacity Building ผ่านการเป็นสมาชิกองค์กรสื่อระหว่างประเทศ (หน่วยงานร่วม : สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา, ศูนย์ Thai PBS World)



5) แผนงบประมาณ

	โครงการ	งบประมาณ	หมายเหตุ
1	โครงการ Thai PBS World	35,000,000	
2	โครงการสร้างการยอมรับในระดับสากล	3,200,000	
3	โครงการพัฒนาความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศ	2,000,000	
	รวมทั้งสิ้น	40,200,000	

6) แนวทางการบูรณาการ

- การประชุมเชิงปฏิบัติการของส่วนงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างแลกเปลี่ยนข้อมูลและสร้าง เป้าหมายร่วมกันก่อนดำเนินการ (ธันวาคม) และ ทุกไตรมาสในปี พ.ศ. 2566
- การจัดทำตารางสรุปความก้าวหน้าแผนงานรายไตรมาส (1 หน้ากระดาษ A3) ส่ง ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องพร้อมก็นำมาหารือร่วมกันในการประชุมเชิงปฏิบัติการ

7) แนวทางการบริหารจัดการและกำกับติดตาม

- ดำเนินการผ่านกลไกคณะทำงาน Taskforce สู่สากล (Thai PBS World และฝ่ายความยั่งยืนองค์กร) ประชุมเดือนละ 1 ครั้ง
- นำเสนอความคืบหน้ากับคณะกรรมการนโยบายไตรมาสละ 1 ครั้ง



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

นอกจากนี้ ส.ส.ท. ยังได้วางแผนงานพิเศษ 1 แผนงาน คือ แผนงานที่ 8 พัฒนากลุ่มงานกลางตามวาระขับเคลื่อนเชิงนโยบาย เพื่อตอบทิศทางของคณะกรรมการนโยบาย ได้อย่างคล่องตัวและรวดเร็ว โดยในเบื้องต้นได้ออกแบบให้ตอบโจทย์สำคัญ 4 เรื่อง คือ การขับเคลื่อนและประสานวาระ 15 ปี ส.ส.ท. การขับเคลื่อนวาระกลางเรื่องประเด็นความเหลื่อมล้ำ และการผลักดันกลไกในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ยุคดิจิทัล และกลไกการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนทางการเงิน โดยมีรายละเอียดของแผนงาน ดังนี้



แผนภาพที่ 21 แผนงานที่ 8 พัฒนากลุ่มงานกลางตามวาระขับเคลื่อนเชิงนโยบาย

แผนงานพัฒนากลุ่มงานกลางตามวาระขับเคลื่อนเชิงนโยบาย

1) ที่มาและความจำเป็น

- ส.ส.ท. มีการพัฒนางานสนองตอบวาระกลาง หรือวาระหลัก (Core Agenda) มาตั้งแต่แผนบริหารกิจการประจำปี 2561 โดยวางงบประมาณไว้ที่ฝ่ายยุทธศาสตร์และแผน เพื่อให้สอดคล้องและทันต่อสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว อาทิ งบประมาณสนับสนุนการขับเคลื่อนวาระหลักประเด็นการปฏิรูป (พ.ศ. 2561 - 2562) วาระหลักประเด็นปากท้อง (พ.ศ. 2563 - 2564) และต่อมาได้ใช้วิธีการกระจายงบประมาณไปที่หน่วยรับผิดชอบตรงสำหรับการขับเคลื่อนวาระหลักประเด็นลดความเหลื่อมล้ำ ในปีงบประมาณ 2565
- ในปีงบประมาณ 2566 นี้ ส.ส.ท. กำหนดให้มีแผนงานรองรับกระบวนการพัฒนากลุ่มงานกลางตามวาระ โดยจัดสรรงบประมาณที่จำเป็นเพื่อใช้ในการสร้างกลไกนวัตกรรม และการประสานให้เกิดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอกเพื่อให้เกิดการต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานงานเดิมที่มีอยู่ กระบวนการพัฒนากลุ่มงานกลางมุ่งให้ความสำคัญกับการดำเนินงานในเรื่องที่มีการพิจารณาร่วมกันระหว่างกรรมการนโยบายและกรรมการบริหารว่าเป็นประเด็นเร่งด่วนเพื่อสนองตอบทิศทางนโยบาย หรือเป็น



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

ประเด็นใหม่ที่ ส.ส.ท. ควรดำเนินงานเพิ่มเติม เช่น งานขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ยุคดิจิทัล ทั้งนี้ ประเด็นเหล่านี้ต้องใช้การบูรณาการ เพราะมีความเกี่ยวข้องกับภารกิจของหลายหน่วยงานภายใน ส.ส.ท. จึงจำเป็นต้องมีการจัดการและงบประมาณกลางสำหรับการประสานและผลักดันงานในเบื้องต้น และสามารถประสานภารกิจเข้าสู่แผนงานหลักของหน่วยงานต่าง ๆ ได้ต่อไป

2) จุดเน้นของแผนงาน

ในปีงบประมาณ 2566 จุดเน้นของแผนงานพัฒนากลุ่มงานวาระกลาง มุ่งเน้นการตอบสนองภารกิจสำคัญ 3 เรื่อง ได้แก่ งานขับเคลื่อนและประสานวาระ 15 ปี ส.ส.ท. งานพัฒนากลไกสู่ความยั่งยืน ส.ส.ท. และงานขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation) ทั้งนี้ หากมีสถานการณ์เร่งด่วนที่ ส.ส.ท. ควรดำเนินงาน อาจมีการพิจารณาเพิ่มเติมประเด็นภายใต้กรอบงบประมาณและการบริหารจัดการที่กำหนดไว้ในแผนงานนี้

3) เป้าหมายของแผนงาน

3.1 ผลลัพธ์

ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย รับรู้คุณค่าของสื่อสาธารณะอย่างเป็นเอกภาพและเป็นรูปธรรม และ ส.ส.ท. มีทิศทางไปสู่การพัฒนาองค์กรเพื่อความยั่งยืน

3.2 เป้าหมายที่วัดผลสำเร็จ

- ระดับความสำเร็จตามเป้าหมายในการเป็นกลไกขับเคลื่อนเชิงนโยบาย ในระดับดี (การขับเคลื่อนและประสานวาระ 15 ปี ส.ส.ท., ประเด็นความเหลื่อมล้ำ, การเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation), กลไกพัฒนาเพื่อความยั่งยืนทางการเงิน

4) โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

โครงการขับเคลื่อนและประสานวาระ 15 ปี ส.ส.ท.

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายยุทธศาสตร์เนื้อหา ฝ่ายยุทธศาสตร์และแผน ฝ่ายสื่อสารองค์กร และสำนักบริหาร

งบประมาณ 8,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ การดำเนินการความริเริ่มพิเศษและการสื่อสารผลงานของ ส.ส.ท. ที่เป็นไปตามบทบาทของสื่อสาธารณะที่ยึดโยงกับคุณค่าของประชาชนจากอดีตจนถึงปัจจุบันและสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตต่อสื่อสาธารณะ โดยแบ่งกลุ่มงานออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ ได้แก่

- 1) งานสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร เช่น Corporate Campaign 15 ปี 15 คุณค่าสื่อสาธารณะ
- 2) งานเนื้อหารายการพิเศษของสำนักสร้างสรรค์รายการ เช่น รายการก่อร่างสร้างสื่อ เป็นต้น
- 3) งานกิจกรรมสาธารณะในระดับพื้นที่ เช่น งานเสวนาสื่อเพื่อเปลี่ยนแปลง งานเทศกาลดนตรีสาธารณะ งานประกวดนักข่าวพลเมือง เป็นต้น



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

โครงการขับเคลื่อนวาระกลางเรื่องประเด็นความเหลื่อมล้ำ

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายยุทธศาสตร์เนื้อหา ฝ่ายยุทธศาสตร์และแผน และฝ่ายสื่อสารองค์การ
งบประมาณ 3,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ การดำเนินการความริเริ่มพิเศษและการสื่อสารการขับเคลื่อนประเด็นความเหลื่อมล้ำของ ส.ส.ท. โดยแบ่งกลุ่มงานออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ ได้แก่

- 1) งานสื่อสารคุณค่าความสำคัญของประเด็นความเหลื่อมล้ำในสังคมไทย เช่น งานเสวนาสาธารณะ งานเวทีสาธารณะ เป็นต้น
- 2) งานเนื้อหารายการพิเศษของสำนักสร้างสรรค์รายการและส่วนงานผลิตเนื้อหา (CBU) เช่น รายการสามัญชนคนไทย สารคดี The Active เป็นต้น
- 3) งานพัฒนาต้นแบบเพื่อการทดสอบ (Prototyping) ร่วมกับเครือข่ายองค์กรเชิงยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อผลักดันให้ประเด็นความเหลื่อมล้ำเกิดรูปธรรมที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมได้ และส่งผลต่อการกำหนดนโยบายสาธารณะที่นำสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงระบบที่ยั่งยืนในอนาคต

โครงการขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation) และพัฒนา Digital DNA

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายยุทธศาสตร์เนื้อหา ฝ่ายยุทธศาสตร์และแผน ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ และสำนักทรัพยากรมนุษย์

งบประมาณ 7,845,560 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ การสร้างสภาพแวดล้อมและกลไกกระตุ้นให้บุคลากร หน่วยงาน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้เสียหลักขององค์การตระหนักถึงคุณค่าและความจำเป็นของการขับเคลื่อนงานตามแผนการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation Plan) ผ่านกิจกรรมและความริเริ่มเชิงยุทธศาสตร์ที่ไม่ซ้ำซ้อนกับการใช้งบประมาณปกติ และพัฒนาบุคลากรด้านดิจิทัลที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ กรอบสมรรถนะที่คาดหวัง มีสมรรถนะดิจิทัลที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงสู่ Digital-First ผู้บริหารมีศักยภาพในความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล

โครงการกลไกพัฒนาเพื่อความยั่งยืนทางการเงิน

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายความยั่งยืนองค์กร โดยเชื่อมกับสำนัก/ศูนย์ที่มีการดำเนินงานตามแผนงานนี้
งบประมาณ 7,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ (1) การพัฒนาเครือข่ายองค์กรร่วมสร้างสรรค์และร่วมทุน ศึกษาข้อมูลเชิงลึกของเครือข่ายองค์กรเชิงยุทธศาสตร์เพื่อออกแบบข้อเสนอความร่วมมือ พัฒนาชุดเครื่องมือและช่องทางสื่อสารการตลาดเพื่อใช้ในการเชิญชวนองค์กรเป้าหมายให้เห็นถึงความแตกต่างและคุณค่าในการลงทุนร่วมกับองค์กร และพัฒนาชุดกิจกรรมสื่อสารการตลาดที่ตรงกับโจทย์ทางสังคมและความสนใจของเครือข่ายองค์กรเชิงยุทธศาสตร์ (2) บริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อเพิ่มคุณค่าและหารายได้ ศึกษาความต้องการของตลาดที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และทรัพย์สินทางปัญญาของ ส.ส.ท. เพื่อวางแผนการตลาดและนำข้อมูลไปออกแบบและพัฒนาเนื้อหาที่มีโอกาสสร้างรายได้ในอนาคต พัฒนาเครื่องมือและกลไกในการ



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

เผยแพร่วิธีปฏิบัติงานให้เชื่อมโยงกับพฤติกรรมของตลาดกลุ่มเป้าหมาย และพัฒนาชุดกิจกรรมสื่อสารการตลาดที่ตรงกับความสนใจกลุ่มเป้าหมาย

โครงการสนับสนุนสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ

งบประมาณ 20,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ การดำเนินงานของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ ในการรับฟังความคิดเห็นและสะท้อนความต้องการของผู้ชมผู้ฟังรายการในทุกช่องทางสื่อ เพื่อนำมาเสนอแนะในเชิงนโยบายและพัฒนาเนื้อหา เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อสาธารณะที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม รวมถึงสื่อสารสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์บริการของไทยพีบีเอสสู่ผู้ชมผู้ฟังและเครือข่ายกลุ่มใหม่ให้กว้างขวางมากขึ้น สร้างความร่วมมือและพัฒนาความร่วมมือกับภาคีหุ้นส่วนในการพัฒนาเนื้อหาและขับเคลื่อนประเด็น และขยายฐานผู้ชมผู้ฟังและขยายความร่วมมือกับภาคีหุ้นส่วนใหม่ ๆ

(หน่วยงานร่วม : -)

5) แผนงบประมาณ

	โครงการ	งบประมาณ	หมายเหตุ
1	โครงการขับเคลื่อนและประสานวาระ 15 ปี ส.ส.ท.	8,000,000	
2	โครงการขับเคลื่อนวาระกลางเรื่องประเด็นความเหลื่อมล้ำ	3,000,000	
3	โครงการขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation) และพัฒนา Digital DNA	7,845,560	
4	โครงการกลไกพัฒนาเพื่อความยั่งยืนทางการเงิน	7,000,000	
5	โครงการสนับสนุนสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ	20,000,000	
6	เงินทุนสำรองสำหรับโครงการอื่น ๆ	5,000,000	*หน่วยรับผิดชอบ ฝ่ายยุทธศาสตร์เนื้อหา และฝ่ายยุทธศาสตร์และแผน
	รวมทั้งสิ้น	50,845,560	

6) แนวทางบริหารจัดการและกำกับติดตาม

แผนงานพัฒนากลุ่มงานกลางตามวาระอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรรมการบริหารโดย ผอ. ส.ส.ท. จะพิจารณามอบหมายภารกิจไปให้รองผู้อำนวยการที่เกี่ยวข้องและตามสายงานที่รับผิดชอบ



งานกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป

โครงสร้างของงานกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป แบ่งเป็น 4 งาน ได้แก่ (1) งบประมาณ (2) งานเทคโนโลยี (3) บริหารทั่วไป และ (4) งานบริการโครงข่ายที่วิดิจิตัลและสิ่งอำนวยความสะดวก ออกแบบแนวทางบริหารจัดการ ดังนี้

(1) งบประมาณ วางแนวทางบริหารจัดการ โดยวางแผนอัตรากำลังให้สอดคล้องกับทิศทางในอนาคต เพิ่มสัดส่วนบุคลากรกลุ่ม Frontline และจำกัดการจ้างงานส่วนที่ไม่จำเป็น ลดความซ้ำซ้อนการจ้างลูกจ้างโครงการ การสรรหาบุคลากรใหม่ ๆ ที่เน้นคนดิจิทัล (Digitize People) เพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านไปสู่องค์กรในยุคดิจิทัล และบริหารค่าจ้างค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับตลาด สามารถดึงดูดและรักษากรุณที่มีศักยภาพให้อยู่กับองค์กรได้ รวมถึงส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานร่วมกัน และสร้างเสริมวัฒนธรรมแบบ Digitize Working Culture

(2) งานเทคโนโลยี ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

— เทคโนโลยีเพื่อ Broadcasting วางแนวทางการดำเนินงานด้วยการเพิ่มชั่วโมงการผลิต (Production Hour) เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุนการทำงาน และบริหารต้นทุนอย่างคุ้มค่า

— เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานองค์กร มีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้ (ก) วางแผนว่าต้องสำรวจความต้องการและความจำเป็นที่ต้องใช้ทั้ง Hardware, Software, IT Security และ Facility (ข) จัดหมวดหมู่กลุ่มผู้ใช้ตามความจำเป็นเพื่อวางแผนจัดทำให้เกิดความคุ้มค่าและตรงตามความจำเป็นของการใช้งานในแต่ละบุคคล (ค) จัดหาเท่าที่จำเป็นตามแผนสำรวจที่จัดทำขึ้น (ง) มุ่งไปสู่การใช้งานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างคุ้มค่าตามภารกิจของแต่ละบุคคล/งาน

(3) งานบริหารทั่วไป อาทิ งานพัฒนาศักยภาพบุคลากร งานประเมินผล งานบริหารอาคาร และสาธารณูปโภค งานบริหารสำนักงาน เป็นต้น โดยวางแผนแนวทางการบริหารจัดการที่เน้นการประหยัด คุ้มค่า และนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อช่วยลดต้นทุน

(4) งานบริการโครงข่ายที่วิดิจิตัลและสิ่งอำนวยความสะดวก วางแนวทางการบริหารงาน ด้วยการสร้างนวัตกรรมเพื่อลดค่าใช้จ่ายและหารายได้เพิ่มขึ้นด้วยองค์ความรู้กับทรัพย์สินทางปัญญาที่สร้างขึ้น



ส่วนที่ 3

แผนจัดทำรายการประจำปี พ.ศ. 2566



แผนจัดทำรายการประจำปี พ.ศ. 2566

แผนจัดทำรายการประจำปี พ.ศ. 2566 ขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) หรือไทยพีบีเอส ได้สานต่อแนวคิดจากแผนจัดทำรายการประจำปี พ.ศ. 2565 เพื่อสร้างพลวัตทางการขับเคลื่อนเนื้อหา ที่สอดคล้องกับนโยบายและวาระกลางของไทยพีบีเอสคือ “การก้าวข้ามความเหลื่อมล้ำ สู่การสร้างสังคมที่เป็นธรรม” และวาระพิเศษ 15 ปี ไทยพีบีเอส โดยให้ความสำคัญกับรายการที่เป็นอัตลักษณ์ของสื่อสาธารณะ ซึ่งมีการออกแบบเนื้อหาที่เหมาะสมกับผู้ชมและสอดคล้องกับช่องทางการสื่อสารของไทยพีบีเอสอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับแผนงานยุทธศาสตร์ Digital-First/ Transformation ของไทยพีบีเอส มีการวางแผนงานและแนวคิดเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย กลยุทธ์สร้างความแตกต่างจากจุดแข็ง กลยุทธ์สร้างความคุ้มค่าจากการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และกลยุทธ์สร้างความยั่งยืนจากการต่อยอดและพลังเครือข่าย ซึ่งจะทำให้ไทยพีบีเอสเติบโตขึ้นอย่างมั่นคงและก้าวสู่การเป็นองค์กรสื่อสาธารณะที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลตามเจตนารมณ์ที่วางไว้

1. กรอบทิศทางแผนจัดทำรายการประจำปี 2566

ประเทศไทยในปี 2565 ยังคงตกอยู่ในสภาวะการระบาดของไวรัสโควิด 19 ที่มีผลกระทบต่อคนไทยทุกคน ในขณะที่ภาคเศรษฐกิจก็ประสบกับภาวะเงินเฟ้อครั้งใหญ่ที่เกิดจากผลกระทบของสงครามรัสเซีย-ยูเครนที่นำไปสู่ความเสียหายทางเศรษฐกิจ ปากท้องของประชาชน การทำมาหากิน ความเหลื่อมล้ำ และคุณภาพชีวิตของคนไทยที่ต้องเผชิญกับปัญหาอุปตัน ในขณะที่การเมืองไทยก็ยังคงมีความผันผวนจากการแบ่งฝ่ายที่ทวีความรุนแรงขึ้น ย่อมส่งผลกระทบต่อสถานการณ์ในปี 2566 ที่จะเกิดการเลือกตั้งใหญ่ซึ่งอาจทำให้เกิดความผันผวนทางการเมืองขึ้นอีกครั้งหนึ่ง

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) หรือไทยพีบีเอสมีภารกิจต้องจัดทำแผนการจัดทำรายการประจำปีขึ้นเพื่อเป็นการกำกับทิศทางสำหรับการเสนอเนื้อหารายการของสื่อสาธารณะ

แผนจัดทำรายการประจำปี 2566 จะสะท้อนเป้าหมายการขับเคลื่อนของไทยพีบีเอสในฐานะองค์กรสื่อสาธารณะ โดยให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวสารรายการที่เที่ยงตรง รอบด้าน สร้างสรรค์ ลดความแตกต่างและแตกแยก รวมถึงการฝ่าวิกฤตลดความเหลื่อมล้ำเพื่อขับเคลื่อนสังคมสู่ความเป็นธรรมและนำเสนอทางออก (Solution) ของปัญหาและผลกระทบจากสถานการณ์สำคัญของประเทศดังที่กล่าวมาข้างต้น โดยมุ่งที่การสื่อสารและบูรณาการเนื้อหาที่สามารถตอบสนองกลุ่มผู้รับสื่อที่หลากหลายในทุกช่องทางการสื่อสาร (Platforms) และบริการ (Service) ของไทยพีบีเอสอย่างเต็มประสิทธิภาพ โดยยึดถือผู้ชมเป็นสำคัญ (Audience First) เพื่อให้เนื้อหารายการรวมถึงบริการต่าง ๆ ของไทยพีบีเอสสามารถเข้าถึงทุกคนได้อย่างเท่าเทียม และเป็นแรงผลักดันสำคัญที่จะนำพาสังคมไทยก้าวผ่านช่วงเวลาแห่งวิกฤตินี้ไปสู่สังคมที่ยั่งยืนและเป็นธรรมตามเจตนารมณ์ขององค์กร

1. แนวคิดหลักทิศทางเนื้อหา

แผนจัดทำรายการประจำปี พ.ศ. 2566 ได้มีการสานต่อแนวคิดจากแผนจัดทำรายการประจำปี พ.ศ. 2565 เพื่อให้เกิดการจดจำว่าไทยพีบีเอสได้ทำการสื่อสารและขับเคลื่อนประเด็นต่อไปนี้อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างพลวัตทางการขับเคลื่อนเนื้อหา ที่สอดคล้องกับนโยบายและวาระกลางของไทยพีบีเอส มีการออกแบบเนื้อหาที่เหมาะสมกับ



ผู้ชมและสอดคล้องกับช่องทางการสื่อสารของไทยพีบีเอสโดยอิงจากฐานข้อมูลงานวิจัยที่ได้มีการเก็บรวบรวมมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถผลิตเนื้อหารายการที่สอดคล้องกับฉันทันนโยบายและสอดคล้องกับความสนใจของผู้ชมได้ตรงกลุ่มเป้าหมายและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

แนวคิดหลัก ทิศทางเนื้อหา

สานต่อแนวคิดหลักจากแผนจัดทำรายการปี 2565
เพื่อให้เกิดการจดจำว่าไทยพีบีเอสสื่อสาร และขับเคลื่อน
ประเด็นต่อไปนี้

<p>วาระสำคัญตามฉันทันนโยบายปี 2566</p> <ul style="list-style-type: none"> • สุขภาวะ • การเลือกตั้งท้องถิ่นและระดมอำนาจ • รัฐธรรมนูญ • สดความเหลื่อมล้ำ • สังคมสูงวัย • ภัยพิบัติ • คุ่มครองผู้บริโภค 	<p>วาระกลาง: ลดความเหลื่อมล้ำ สร้างสังคมเป็นธรรม</p> <p>เนื้อหาข่าวและรายการที่เกี่ยวข้องกับวาระเหล่านี้จะถูกนำเสนอผ่าน 5 ประเด็น</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. คนจนเมือง 2. การศึกษา 3. คนไร้สัญชาติ 4. คนพิการยากจน 5. ผู้สูงอายุ 	<p>วาระ 15 ปี ส.ส.ท.: ทบทวนประวัติศาสตร์ ค่านิยมต่าง ๆ ในสังคมไทย</p> <ul style="list-style-type: none"> • ถอดบทเรียนสื่อสารระบอบกับบทบาทที่มีต่อสังคมไทย • บทบาทเรียนและองค์ความรู้ที่ได้มาเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความรับรู้บทบาทและหน้าที่ของสื่อสาธารณะที่มีต่อสังคมไทย 	<p>กลุ่มรายการที่เป็น อัตลักษณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> • ข่าวที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจ • เนื้อหาสารประโยชน์เพื่อสร้างคุณค่าและไว้วางใจ • การสื่อสารสาธารณะด้วยปัญญา • การสื่อสารวาระทางสังคม • การสื่อสารสร้างสรรค์บนความปลอดภัยจากภัยพิบัติ • เนื้อหาด้านต่างประเทศ • การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม • การสื่อสารพัฒนาการเรียนรู้ Active Learning • รายการกีฬาและบันเทิงการ
<p>Transmedia & Personalize Content</p>			

แผนภาพที่ 22 แนวคิดหลักทิศทางเนื้อหาปี 2566

วาระสำคัญตามฉันทันนโยบายปี 2566

ทำให้เนื้อหาสาระสาธารณะเป็นกลไกหล่อหลอมคุณค่าทางสังคม เน้นคุณค่าที่ยึดโยงกับประชาชนด้วยแนวคิด User Friendliness บทบาทของสื่อสาธารณะในฐานะเป็นโรงเรียนของสังคมบน 7 ฉันทันอนาคตเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ท้าทายใหม่ ๆ คือ

- สถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 และผลกระทบ
- การเลือกตั้งท้องถิ่น การกระจายอำนาจ
- การแก้ไขรัฐธรรมนูญ
- ความเหลื่อมล้ำ
- สังคมสูงวัย
- ภัยพิบัติกับภาวะโลกร้อน
- คุ่มครองผู้บริโภคและรู้เท่าทันสื่อ

วาระกลาง: ก้าวข้ามความเหลื่อมล้ำ สู่สังคมที่เป็นธรรม

ในปี 2566 ไทยพีบีเอสยังคงเกาะติดประเด็นความเหลื่อมล้ำของสังคม และร่วมแสวงหาทางออกรวมถึงสร้างความรู้ ความเข้าใจวิกฤติเหลื่อมล้ำที่รุนแรงขึ้น ผ่านข่าวสารและรายการต่าง ๆ ในทุกช่องทางการสื่อสาร ในฐานะที่ไทยพีบีเอสเป็นโรงเรียนแห่งสังคม ที่จะเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันให้เกิดสังคมที่เป็นธรรมอย่างแท้จริง โดยเนื้อหาข่าวและรายการที่เกี่ยวข้องกับวาระเหลื่อมล้ำจะถูกนำเสนอผ่าน 5 ประเด็นได้แก่ คนจนเมือง การศึกษา คนไร้สัญชาติ คนพิการยากจน และผู้สูงอายุ รวมไปถึงการนำเสนอฉันทันสาธารณะที่จะเป็นกลไกช่วยทำให้สังคมก้าวข้ามความเหลื่อมล้ำไปสู่การสร้างสังคมเป็นธรรมได้ในอนาคต



วาระ 15 ปี ไทยพีบีเอส

ปี 2566 เป็นปีที่ไทยพีบีเอสยืนหยัดอยู่คู่สังคมไทยมานานกว่า 15 ปี จึงถือเป็นโอกาสอันดีที่จะต้องมีการถอดบทเรียนสื่อสาธารณะกับบทบาทที่มีต่อสังคมไทย เพื่อทบทวน ศึกษาเรียนรู้บทเรียนจากประวัติศาสตร์ตลอดระยะเวลา 15 ปีที่ผ่านมา และนำบทเรียนและองค์ความรู้ที่ได้มาเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความรับรู้บทบาทและหน้าที่ของสื่อสาธารณะที่มีต่อสังคมไทย เพื่อสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งให้กับไทยพีบีเอสในฐานะองค์กรสื่อสารชั้นนำของไทยและอาเซียน

3. ทิศทางด้านเนื้อหาและช่องทางสื่อสารของไทยพีบีเอส

สามารถจำแนกเนื้อหาได้ตามกลุ่มเป้าหมายและช่องทางการสื่อสารดังต่อไปนี้

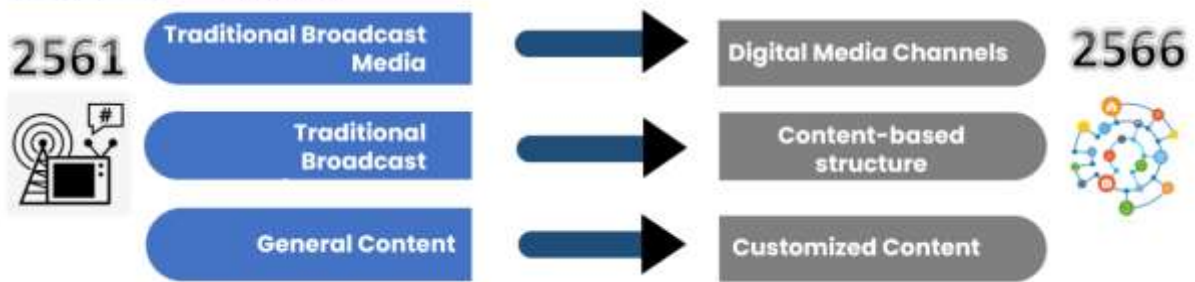
- **Thai PBS** เน้นข่าวสารและสาระที่ทันสมัย การเน้นการสื่อสารสองทางและการถ่ายทอดสด เหตุการณ์จากพื้นที่ วิเคราะห์เจาะลึก แม่นยำ แตกต่าง คำเนิ่งถึงประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับ มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายคนทำงานและผู้สูงอายุ
- **ALTV** เน้นการเรียนรู้ สารประโยชน์และสาระบันเทิงที่สร้างจินตนาการและความสุข กลุ่มเป้าหมายคือเด็ก เยาวชน ครอบครัว รวมถึงบุคลากรทางการศึกษา
- **VIPA** สร้างการรับรู้ให้เป็นแพลตฟอร์มที่เสนอเนื้อหาสาระและบันเทิงที่สร้างสรรค์สำหรับทุกเพศทุกวัย รวมถึงให้การสนับสนุนผู้ผลิตหน้าใหม่และรองรับการเผยแพร่รายการในรูปแบบ User-generated content (UGC)
- **New Media** ประกอบด้วยสื่อออนไลน์และแอปพลิเคชันต่าง ๆ เน้นการสื่อสารกับคนรุ่นใหม่ เยาวชน คนทำงาน รวมถึงกลุ่มคนทั่วไป เน้นข้อมูลกระชับ ฉับไว สร้างสรรค์ มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ รวมถึงมีการพัฒนาการสื่อสารกับผู้ชมในรูปแบบการสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication)
- **Thai PBS Podcast** พัฒนาสื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก มีเนื้อหาสาระที่ตรงกับความต้องการของผู้รับฟัง ขยายฐานผู้ฟังให้เป็นที่ยอมรับในวงกว้างมากขึ้น

4. Digital-First/ Transformation

ในช่วงระยะเวลาสิบปีที่ผ่านมา ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่ออย่างรวดเร็ว ทั้งจาก Digital Disruption ที่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตที่ผู้คนหันมาทำกิจกรรมผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น รวมถึงการเกิดโรคระบาดโควิด 19 ที่เปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้คนแบบ 360 องศา ซึ่งรวมไปถึงการรับรู้ข่าวสารที่มีการเปลี่ยนแปลงแบบพลิกหน้ามือเป็นหลังมือ ผลที่ตามมาคือ การปรับตัวครั้งใหญ่ของนักสื่อสารมวลชน เมื่อผู้คนลดการรับข่าวสารจากช่องทางสื่อเก่า อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ แต่หันมารับข่าวสารจากช่องทางใหม่ มีแพลตฟอร์มออนไลน์ใหม่ถือกำเนิดขึ้นอย่างมากมาย นักสื่อสารมวลชนจึงต้องมีการปรับตัวตั้งแต่ระดับบุคคลไปถึงระดับองค์กร แม้ว่าการปรับตัวนั้นจะไม่ใช่ว่าจะง่าย เพราะการเปลี่ยนภูมิทัศน์จากสื่อเก่าที่มีลักษณะกึ่งผูกขาด จากจำนวนช่องโทรทัศน์ที่มีจำกัด ไปยังช่องทางสื่อใหม่ที่มีการแข่งขันสูง และยังคงต้องรักษาฐานผู้ชมเดิมเอาไว้โดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง กลายเป็นโจทย์สำคัญที่องค์กรสื่อสาธารณะจะต้องวางแผนและกำหนดทิศทางให้ชัดเจน เพื่อให้องค์กรสื่อสาธารณะแห่งนี้สามารถยืนหยัดและรักษาอุดมการณ์ในฐานะสื่อมวลชนไว้ได้



Non TV Centric



แผนภาพที่ 23 ทิศทาง Digital-First / Transformation

ไทยพีบีเอสได้มีการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาองค์กรเพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไปมาโดยตลอด โดยในปี 2561 ไทยพีบีเอสได้พัฒนาแอปพลิเคชันต่าง ๆ เพื่อรองรับความต้องการของผู้ชมที่เปลี่ยนแปลงไป รวมไปถึงการพัฒนา VIPA Platform ในปี 2562 เพื่อให้ VIPA เป็น Video Streaming Platform ที่ให้บริการด้านคอนเทนต์ออนไลน์ในรูปแบบ Video on Demand (VOD) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมทุกเพศทุกวัย และสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ชมในปัจจุบัน

และในปี 2563 ไทยพีบีเอสก็ได้มีการพัฒนาแพลตฟอร์มรูปแบบใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อขยายฐานผู้ติดตามในพื้นที่สื่อใหม่ อาทิ Decode , The Active , DXC หรือเว็บไซต์ไทยพีบีเอสคิดส์สำหรับเด็กและครอบครัว เพื่อตอบโจทย์ Anywhere – Anytime – Any Device พร้อมทั้งมีการวางแผนประชาสัมพันธ์สื่อสารความเปลี่ยนแปลงกับผู้ชมผ่านช่องทางสื่อสารต่าง ๆ อาทิ ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียขององค์กร ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ รวมถึงช่องทางกิจกรรม On Ground มุ่งเข้าถึงผู้ชมโดยตรง และเน้นการสื่อสารกับผู้ชมแบบ Two-way Communication ผ่านทางช่องทางสื่อสารต่าง ๆ อาทิ ไลน์ หรือ เฟซบุ๊ก มากขึ้น

พัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อตอบโจทย์ Anywhere –Anytime- Any Device



แผนภาพที่ 24 การพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อตอบโจทย์ Anywhere Anytime Any Device

นอกจากนี้ ไทยพีบีเอสได้มีการจัดทำแผน Digital-First/ Transformation เพื่อเปลี่ยนแปลงองค์กรจากองค์กรสื่อแบบเดิมไปเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยการใช้เนื้อหาเป็นหลัก (Content-Based) ผ่านช่องทางสื่อสารในทุก



ช่องทางหลักที่มีทั้งสื่อดั้งเดิม (Old Media) และสื่อใหม่ (New Media) อย่างสมดุล เพื่อสร้างความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารให้กับคนทุกกลุ่มในสังคมอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมตามอุดมการณ์ของสื่อสาธารณะ ดังนั้น การวางแผนผลิตรายการในปัจจุบันจึงต้องคำนึงถึงการพัฒนารายการให้เข้ากับแพลตฟอร์มที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของรายการตามแผน Digital-First/ Transformation ที่วางไว้ รวมถึงยังได้มีการจัดทำแผนพัฒนาเทคโนโลยี ส.ส.ท. 3 ปี (2566 - 2568) เพื่อเตรียมความพร้อมที่จะพัฒนาเทคโนโลยีขององค์กรให้ก้าวทันความเปลี่ยนแปลงในอนาคต

และตั้งแต่ปี 2565 เป็นต้นมา ทางไทยพีบีเอสก็ได้เร่งพัฒนาบุคลากรขององค์กรฯ ในทุกส่วนงาน ให้มีความรู้ความเข้าใจในภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว รวมถึงพัฒนาทักษะความสามารถของผู้ปฏิบัติงานให้มีความสามารถในรูปแบบ Multi Skill Function เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากรที่จะต้องปรับตัวไปพร้อมกับองค์กรและภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนไป เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในทุกช่องทางสื่อสาร ตอบโจทย์ความคุ้มค่าขององค์กร ซึ่งจะทำให้ไทยพีบีเอสสามารถยืนหยัดอยู่ได้ในสังคมอย่างยั่งยืน

5. กลุ่มเนื้อหาที่เป็นอัตลักษณ์ของสื่อสาธารณะ

กลุ่มเนื้อหาที่เป็นอัตลักษณ์ของสื่อสาธารณะแบ่งออกเป็นสองกลุ่มใหญ่ตามเป้าหมายการสื่อสาร โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **สื่อสารสร้าง Impact เพื่อเป้าหมายการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง** สะท้อนสถานการณ์ในภูมิภาคและสากล จากกลุ่มเนื้อหาข่าว รายการข่าว วาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ รายการภาคพลเมือง ภัยพิบัติ และรายการต่างประเทศ โดยมีแผนเนื้อหาที่สำคัญ ดังนี้
 - **การผลิตข่าวที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจ** ผลิตงานข่าวจากทุกภูมิภาคทั่วประเทศเพื่อออกอากาศตามผังเวลา และปรับใช้เพื่อเผยแพร่ในรูปแบบและช่องทางอื่น ๆ ที่เหมาะสม ทั้งข่าวรายวัน ข่าววิเคราะห์ ข่าวสอบสวน และข่าวที่พัฒนาจากวารสารศาสตร์ข้อมูล (Data Journalism) โดยมีกลไกติดตามสะท้อนกลับ (Monitoring & Feedback) เป็นเครื่องมือบริหารงานข่าว
 - **พัฒนาการสื่อสารสาธารณะด้วยปัญญารวมหมู่ (Collective Intelligence)** สร้างเครื่องมือและพื้นที่กลางเพื่อการรับฟังอย่างสร้างสรรค์และมีส่วนร่วม (Deliberative Platform) ที่จะนำไปสู่การระดมปัญญาของประชาชนในการหาทางออกและคลี่คลายปัญหาาร่วมกัน ลดความขัดแย้ง เพิ่มสมรรถนะของการรับมือความเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยเลือกประเด็นฉกทัศน์ตามนโยบายของคณะกรรมการนโยบายมาออกแบบกิจกรรม “ฟังเสียงประเทศไทย” ที่เป็นการสร้างภาพจำในอัตลักษณ์ของสื่อสาธารณะ
 - **การสื่อสารวาระฉกทัศน์ประเทศไทย** สร้างพื้นที่กลางเพื่อการขับเคลื่อนประเด็นฉกทัศน์ที่สำคัญ 2 เรื่อง คือ รัฐธรรมนูญ และการเลือกตั้ง เน้นพื้นที่ของการระดมข้อมูลอย่างรอบด้านเพื่อร่วมสร้างทางออกหรือแนวทางขับเคลื่อนเปลี่ยนแปลงอย่างมีส่วนร่วมและเหมาะสม ทั้งผ่านพื้นที่การผลิตรายการ “ตรงประเด็น” “พลิกปมข่าว” และ Online Platform ‘The Active’ ที่สร้างสรรค์งานแบบ Transmedia ทั้งหมด
 - **การสื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะที่ให้ทางออกกับสังคม** วางแผนและผลิตงานสื่อสารประเด็นที่เป็นวาระสำคัญทางสังคม โดยทำงานร่วมกับภาคีเครือข่ายที่ขับเคลื่อนวาระเหล่านั้น อาทิ ความเหลื่อมล้ำ รัฐสวัสดิการ การศึกษา การพัฒนาเมืองและมหานคร ฯลฯ



ในรูปแบบ Transmedia ผลิตภัณฑ์ข้อมูลแบบ Data Visualization และจัดกิจกรรมเวทีสาธารณะ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนวาระที่มีประสิทธิภาพ

- **การสื่อสารเพื่อสร้างสมรรถนะความปลอดภัยจากภัยพิบัติ** ผลิตเนื้อหาจากการรวบรวมความรู้ด้านภัยพิบัติ สื่อสารในรูปแบบ Transmedia เพื่อสร้างความตระหนักและสมรรถนะด้านความปลอดภัย รวมถึงการยกระดับเป็นวัฒนธรรมความปลอดภัยในสังคมไทย โดยมี Online Platform ‘DXC’ เป็นช่องทางหลัก และมีรายการออกอากาศ “รู้สู้ภัย” และกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ที่เจาะจงกลุ่มเป้าหมายวัยเรียน เป็นช่องทางเสริม มุ่งสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายสื่อและองค์กรด้านการป้องกันภัยพิบัติระดับสากล
- **เนื้อหาต่างประเทศ** แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ (1) การจัดการรายการต่างประเทศ ที่ได้มีการซื้อรายการจากผู้ผลิตต่างประเทศนำมาออกอากาศและเผยแพร่ผ่านทางช่องโทรทัศน์ (Thai PBS และ ALTV) และออนไลน์ (VIPA) ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มรายการเด็ก และกลุ่มรายการสารคดีจากผู้ผลิตรายการสารคดีชั้นนำจากทั่วโลก โดยคำนึงถึงเนื้อหาและคุณค่าตามพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย มาตรา 43 และ (2) การนำเสนอเนื้อหาต่างประเทในรายการข่าว ผ่านช่องทาง Thai PBS World ทั้งทางหน้าจอโทรทัศน์ และเว็บไซต์ <https://www.thaipbsworld.com> ที่นอกจากจะมีการนำเสนอข่าวต่างประเทศผ่านรายการต่าง ๆ อาทิ ทันโลกกับที่นี้ไทยพีบีเอส ยังมีการนำเสนอเรื่องราวข่าวสารของประเทศไทยและกลุ่มประเทศอาเซียนออกสู่สายตาชาวต่างชาติในรูปแบบภาษาอังกฤษผ่านรายการ ASEAN Connect รวมถึง บทความ บทวิเคราะห์ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สถานการณ์เฉพาะกิจต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อยกระดับการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของไทยพีบีเอสให้ก้าวสู่มาตรฐานระดับสากลในทุกช่องทางการสื่อสาร
- **สื่อสารสร้างการเปลี่ยนแปลงสังคมด้วยการเปลี่ยนวิถีคิดและทัศนคติ** จากกลุ่มเนื้อหาละคร รายการเด็ก เยาวชน ครอบครัว ศิลปวัฒนธรรม สารคดี กลุ่มรายการสารประโยชน์และสาระบันเทิง กลุ่มรายการกีฬา และนันทนาการ รวมถึงรายการเพื่อการเรียนรู้ทางช่อง ALTV โดยมีแผนเนื้อหาที่สำคัญ ดังนี้
 - **การผลิตเนื้อหาสารประโยชน์เพื่อสร้างคุณค่าและไว้วางใจ** สร้างสรรค์และผลิตรายการในกลุ่ม Signature Program ของไทยพีบีเอส ได้แก่ รายการคุณค่าวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ส่งเสริมการเรียนรู้ สร้างสุนทรีย์ภาพ และรายการในกลุ่มที่มุ่งให้เกิดความเปลี่ยนแปลงตามประเด็นหรือวาระสำคัญ เช่น ลดความเหลื่อมล้ำ ระบุรับรองรับสังคมสูงวัย คุ้มครองผู้บริโภค แก้ปัญหาคอร์รัปชัน ฯลฯ เพื่อเผยแพร่ทางช่องไทยพีบีเอส, ALTV, VIPA และผลิตขึ้นงานบน Digital Platform ต่าง ๆ
 - **การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมผ่านรายการและกิจกรรม ‘สารพันล้นทุ่ง’ และ ‘ไทยบันเทิง’** สร้างสรรค์และผลิตเนื้อหาในกลุ่มสาระบันเทิง ผ่านรายการ “สารพันล้นทุ่ง” และ “ไทยบันเทิง” ทั้งตามผังรายการออกอากาศและช่องทางสื่อดิจิทัล โดยใช้การค้นคว้าข้อมูลอย่างรอบด้านจากภาควิชาการ การสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายศิลปิน การเปิดพื้นที่ส่งเสริมศิลปินที่ขาดโอกาส และสร้างกิจกรรมที่ทำให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมรู้สึกใกล้ชิดผูกพัน เพื่อให้ไทยพีบีเอสเป็นที่รับรู้จดจำในบทบาทคุณค่าของการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม
 - **การผลิตสารคดีความรู้และคุณค่าด้านศิลปวัฒนธรรม** ผลิตชุดรายการสารคดีเพื่อพัฒนาการเรียนรู้แบบบูรณาการด้านวิทยาศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม เพื่อสื่อสารให้



ประชาชนเกิดการพัฒนามุมมองต่อสถานการณ์และฉากทัศน์ต่าง ๆ ด้วยฐานความรู้ โดยจะวางแผนให้เป็นรายการที่มีการร่วมผลิต และมีโอกาสเผยแพร่หรือสร้างรายได้ในต่างประเทศ

- **การสื่อสารพัฒนาการเรียนรู้ที่เหมาะสม และการขับเคลื่อนการศึกษาแนว Active Learning**
สร้างสรรค์และผลิตเนื้อหาบนฐานข้อมูลเพื่อพัฒนาให้เป็น “พื้นที่การเรียนรู้” ของกลุ่มเป้าหมายตามช่วงวัย โดยเน้นสื่อสารกับคนรุ่นใหม่ Gen Y-Z ผ่านสื่อดิจิทัล และออกอากาศทางช่อง ALTV และไทยพีบีเอส เน้นผลิตแบบ Transmedia เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วม และใช้เพื่อพัฒนาศักยภาพของครูและครอบครัว โดยจะคำนึงถึงโอกาสของการร่วมผลิตกับสื่อระดับสากล รวมทั้งออกแบบการสื่อสารแนว Transmedia เพื่อมีเป้าหมายกระตุ้นและสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลักสูตรการเรียนการสอนตามแนว Active Learning หรือแนวที่สอดคล้องกับการสร้างสรรค์เนื้อหาที่จำเป็นสำหรับเด็ก ทั้งในด้านการเตรียมพร้อมเข้าสู่สังคมสูงวัย การรับมือกับภัยพิบัติ การรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงแบบพลิกผัน ฯลฯ โดยร่วมมือกับองค์กรเครือข่ายด้านการเรียนรู้ พัฒนาครูต้นแบบ เผยแพร่ผ่านทุกช่องทางของ ALTV
- **ส่งเสริม Up-skill, Re-skill, New-skill ของคนทุกช่วงวัย** ผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาที่มุ่งพัฒนาทักษะแห่งอนาคตที่สอดคล้องกับแต่ละกลุ่มวัย ทั้งในรูปแบบเพื่อออกอากาศทางช่อง ALTV และรูปแบบ Digital Content รองรับการเรียนรู้แบบ Interactive ทางเว็บไซต์ ALTV และร่วมมือกับภาคีภาคการศึกษาผลิตเนื้อหาเสริมทักษะตามหลักสูตรฐานสมรรถนะ ในช่องทางเผยแพร่ของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) และหน่วยงานด้านการศึกษาอื่น ๆ
- **การผลิตรายการกีฬาและนันทนาการ** สร้างรูปแบบรายการกีฬาที่แตกต่างเป็นอัตลักษณ์ของไทยพีบีเอสด้วยการส่งเสริมกีฬาไทย กีฬาท้องถิ่น และกีฬาสากลใหม่ ๆ ที่สร้างแรงบันดาลใจให้เยาวชน ผลิตเพื่อออกอากาศทั้งในรูปแบบถ่ายทอดสดและบันทึกเทป และผลิตเพื่อช่องทางสื่อดิจิทัล มุ่งใช้รายการกีฬาสร้างความร่วมมือกับองค์กรพันธมิตร และสร้างความรู้จักผูกพันกับประชาชนในพื้นที่
- **การผลิตเนื้อหาและพัฒนาบริการเพื่อสร้างเสริมสังคมที่หลากหลายและเป็นธรรม** ผลิตเนื้อหาเพื่อสร้างเสริมความเข้าใจและการเคารพในคุณค่าของสังคมที่หลากหลายและสังคมที่เป็นธรรม ในรูปแบบสารคดี ละคร โดยอยู่บนฐานของการจัดทำระบบข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นที่ผลิตอย่างเหมาะสม และพัฒนาการให้บริการเสริมเพื่อการเข้าถึงเนื้อหาสำหรับคนพิการทางการมองเห็นและการได้ยิน (Audio Description-AD, Close Caption-CC และภาษามือ)



6. การวางแผนงานและแนวคิดเชิงกลยุทธ์



แผนภาพที่ 25 การวางแผนงานและแนวคิดเชิงกลยุทธ์ แผนจัดทำรายการประจำปี พ.ศ. 2566

แผนจัดทำรายการประจำปี พ.ศ. 2566 ได้มีการวางแผนงานและแนวคิดเชิงกลยุทธ์ ตามยุทธศาสตร์ที่ได้วางไว้ คือ การสร้างความแตกต่างจากจุดแข็งของไทยพีบีเอส การสร้างความคุ้มค่าจากการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และการสร้างความยั่งยืนจากการต่อยอดและพลังเครือข่าย โดยมีกรอบแนวคิด ทิศทาง รวมถึงเป้าหมายในการดำเนินการที่วางไว้ตามรายละเอียดดังนี้

● กลยุทธ์สร้างความแตกต่างจากจุดแข็ง

จุดแข็งของไทยพีบีเอสคือการเป็นองค์กรสื่อสารสาธารณะที่มีความน่าเชื่อถือ เป็นกลาง ช่องทางการเข้าถึงที่หลากหลาย ให้บริการกับคนทุกกลุ่ม ทุกช่วงวัย การไม่ละเลยต่อเสียงของผู้ด้อยโอกาส รวมถึงแผนขยายฐานผู้ชมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ ซึ่งจะเป็นกำลังสำคัญของประเทศชาติในอนาคตให้หันมาสนใจสื่อสาธารณะมากขึ้น เพื่อให้ไทยพีบีเอสเป็นสื่อสาธารณะสำหรับทุกคนทุกเพศทุกวัยอย่างแท้จริง



แผนภาพที่ 26 กลยุทธ์สร้างความแตกต่างจากจุดแข็ง



แผนงานสร้างสรรค์การผลิตที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจ

มีเป้าหมายในการสร้างสรรค์เนื้อหาและรายการที่น่าเชื่อถือ และได้รับความไว้วางใจจากประชาชนทั้งในยามปกติและวิกฤติ โดยในปี 2566 จะเป็นปีที่ประเทศไทยกำลังจะเข้าสู่การเลือกตั้งครั้งใหม่ การนำเสนอข่าวสารของไทยพีบีเอสที่มีความน่าเชื่อถือ ตรงไปตรงมา และเป็นกลางจะช่วยลดความขัดแย้งจากการเห็นต่างทางการเมือง อันจะนำไปสู่ทางออกจากความขัดแย้งทางการเมืองอย่างสันติวิธี รวมถึงการนำเสนอเนื้อหารายการที่สร้างสรรค์ เป็นประโยชน์ มีคุณค่า ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายทั้งเด็กและผู้ใหญ่ ก็จะช่วยทำให้ ไทยพีบีเอสได้รับการยอมรับและจดจำเป็นที่รู้จักในฐานะสื่อที่มีคุณค่าและวางใจ

แผนงานสร้างการเข้าถึงที่หลากหลายและเป็นธรรม

มีเป้าหมายในการสร้างการเข้าถึงให้กับประชาชนทุกกลุ่ม ไม่มองข้ามและละเลยกลุ่มคนด้อยโอกาส โดยสะท้อนจากเนื้อหารายการที่เคารพความหลากหลาย รวมถึงการรับฟัง สร้างพื้นที่ให้กับผู้ด้อยโอกาส ผ่านช่องทางสื่อสารในทุกช่องทาง ทั้งในรูปแบบรายการหน้าจอ และช่องทางออนไลน์ ผ่านการปฏิบัติงานของส่วนงานต่าง ๆ อาทิ สำนักข่าว สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ และศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ เป็นต้น รวมถึงการสร้างช่องทางการเข้าถึงเนื้อหาข่าวและรายการของไทยพีบีเอสแก่ผู้พิการ ผ่านกลไกล่ามภาษามือ เสียงบรรยายภาพ (AD) และบริการคำบรรยายแทนเสียง (CC) ซึ่งทำให้คนพิการทางการมองเห็นและการได้ยินสามารถเข้าถึงบริการของไทยพีบีเอสได้อย่างทั่วถึง เท่าเทียม และเป็นธรรม

แผนงานขยายฐานผู้ชม

มีเป้าหมายในการขยายฐานผู้ชมไปสู่กลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่ปัจจุบันมีพฤติกรรมรับชมโทรทัศน์ลดลง โดยสร้างช่องทางการเข้าถึงและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมกับคนรุ่นใหม่ อาทิ การเปิดพื้นที่และช่องทางสื่อสารให้คนรุ่นใหม่ผ่านกลไก User-generated Content หรือ UGC ที่ทาง VIPA Channel กำลังพัฒนาอยู่ การสร้างช่องทางสื่อสารออนไลน์ที่คนรุ่นใหม่สามารถเข้าถึงได้ง่าย และการสร้างสรรค์เนื้อหารายการที่คนรุ่นใหม่สนใจ สร้างแรงบันดาลใจ และเป็นประโยชน์กับคนรุ่นใหม่ ผ่านทาง ALTV ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็ก เยาวชน และคนรุ่นใหม่ ทั้งทางหน้าจอโทรทัศน์ (ช่อง 4) และออนไลน์ (เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย และอื่น ๆ)

- **กลยุทธ์สร้างความคุ้มค่าจากการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง**

ไทยพีบีเอสมุ่งเน้นสร้างความคุ้มค่าจากการขับเคลื่อนให้สังคมเกิดการเปลี่ยนแปลง สร้างพื้นที่กลางในการร่วมกันหาทางออกและคลี่คลายความขัดแย้ง และมุ่งขยายความร่วมมือกับส่วนงานและภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ในการสร้างสรรค์เนื้อหารายการ ขับเคลื่อนประเด็นที่มี Share Value หรือคุณค่าร่วมกันอย่างคุ้มค่าและสร้างสรรค์ อันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสู่สังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรม ตามเจตนารมณ์ที่ไทยพีบีเอสวางไว้อย่างสันติและยั่งยืน



สร้างความคุ้มค่าจากการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง



แผนภาพที่ 27 กลยุทธ์สร้างความคุ้มค่าจากการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

แผนงานขับเคลื่อนการสื่อสารเพื่อเตรียมความพร้อมสมรรถนะของคนในสังคม

มีเป้าหมายในการสร้างพื้นที่กลางในการหาทางออกจากความขัดแย้งอย่างสันติ และสร้างความพร้อมให้กับคนในสังคมให้มีความพร้อมรับมือกับฉากทัศน์ทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงผ่านการพัฒนาและการบูรณาการฐานข้อมูลประเด็นฉากทัศน์ผ่านช่องทางการสื่อสารของไทยพีบีเอสในทุกช่องทาง ทั้งข่าว รายการ และช่องทางออนไลน์ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ รวมถึงการเปิดพื้นที่กลางในการที่จะสื่อสารทั้งในช่องทางสื่อสารที่มีอยู่ การจัดเวทีกลาง รวมไปถึงการเปิดพื้นที่ให้ประชาชนได้สร้างช่องทางการสื่อสารของตนผ่านแอปพลิเคชัน C-Site หรือ User-Generated Content (UGC) ที่ทาง VIPA Channel กำลังพัฒนาให้เป็นพื้นที่กลางในการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้คนสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างเป็นกลาง รอบด้านและเป็นธรรม ซึ่งจะมีส่วนช่วยคลี่คลายความขัดแย้งในสังคมลงได้

แผนงานความร่วมมือสร้างสรรค์สื่อและกระจายอำนาจสู่ภูมิภาค

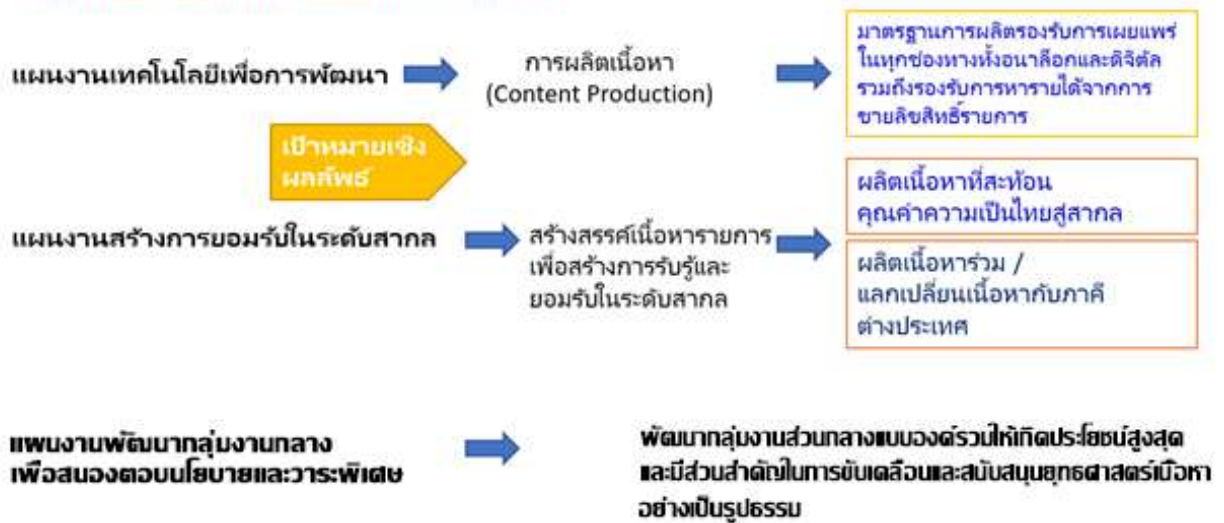
มีเป้าหมายในการสร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายในส่วนท้องถิ่นภูมิภาค ทั้งในด้านของการร่วมกันผลิตสร้างสรรค์รายการ เนื้อหา ข้อมูล ช่องทางการเผยแพร่ ไปจนถึงการขับเคลื่อนประเด็นที่ทางภาคีเครือข่ายและไทยพีบีเอสมีคุณค่า (Share Value) ร่วมกัน เพื่อร่วมสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในสังคมทั้งประเทศ ส่งเสริมคุณค่าและผลักดันกระจายอำนาจจากส่วนกลางไปยังท้องถิ่น อันจะนำไปสู่การพัฒนาความสัมพันธ์ที่จะนำไปสู่การเติบโตไปข้างหน้าร่วมกันของไทยพีบีเอสและภาคีเครือข่ายท้องถิ่นทั่วประเทศที่จะกลายเป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญในการจะก้าวไปสู่เป้าหมายของไทยพีบีเอสในการมุ่งมั่นเป็นสถาบันสื่อสาธารณะ ที่สร้างสรรค์สังคมคุณภาพและคุณธรรมอย่างยั่งยืน

● **กลยุทธ์สร้างความยั่งยืนจากการต่อยอดและพลังเครือข่าย**

ตลอดระยะเวลา 15 ปีที่ผ่านมา ไทยพีบีเอสได้สร้างสรรค์รายการที่ถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่มีคุณค่าออกมามากมาย และเป้าหมายต่อไปก็คือการสร้างสร้างความยั่งยืนจากการต่อยอดเนื้อหารายการให้ได้มาตรฐานและการยอมรับในระดับสากล รวมถึงการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาของไทยพีบีเอสให้เกิดประโยชน์ ต่อยอด เกิดเป็นรายได้ที่ยั่งยืน รวมถึงการผลักดันรายการออกสู่สากลผ่านช่องทางภาคีเครือข่ายสื่อสาธารณะทั่วโลก ซึ่งจะทำให้ไทยพีบีเอสเติบโตขึ้นอย่างมั่นคงและก้าวสู่การเป็นองค์กรสื่อสารสาธารณะที่ได้รับยอมรับในระดับสากลต่อไป



สร้างความยั่งยืนจากการต่อยอดและพลังเครือข่าย



แผนภาพที่ 28 กลยุทธ์สร้างความยั่งยืนจากการต่อยอดและพลังเครือข่าย

แผนงานเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา

มีเป้าหมายในการยกระดับมาตรฐานการผลิตรายการเพื่อรองรับการเผยแพร่เนื้อหารายการในทุกช่องทาง (Multi-Platform) ทั้งทางหน้าจอโทรทัศน์ และช่องทางดิจิทัล ซึ่งจะทำให้ตัวเนื้อหารายการมีคุณภาพและได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ส่งผลถึงการนำเนื้อหารายการนั้นไปต่อยอดในรูปแบบอื่น เช่น การทำ Transmedia หรือการเผยแพร่รายการออกสู่สากล โดยการยกระดับคุณภาพการผลิตรายการให้ได้มาตรฐานและคุณภาพการออกอากาศในระดับสากลนั้นจะส่งผลให้ตัวรายการเป็นที่ยอมรับจากต่างประเทศและทำให้การจำหน่ายหรือเผยแพร่ลิขสิทธิ์รายการที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของ ส.ส.ท. สะดวกและคล่องตัวขึ้น

แผนงานการสร้างสรรค์การยอมรับในระดับสากล

มีเป้าหมายในการสร้างสรรค์เนื้อหารายการเพื่อสร้างการรับรู้และยอมรับในระดับสากล โดยการสร้างสรรค์เนื้อหารายการที่มีคุณค่า สะท้อนถึงความเป็นไทย อันเป็นเอกลักษณ์ที่ได้รับความสนใจจากทั่วโลก อาทิ ละครแห่งปี หรือรายการสารคดีที่มีเนื้อหาคุณค่าความเป็นไทยที่ได้มาตรฐานการผลิต สามารถผลักดันเผยแพร่รายการออกสู่ตลาดสากล รวมถึงการผลิตรายการที่มีคุณค่าและศักยภาพในการส่งเข้าประกวดในเวทีต่าง ๆ ในระดับนานาชาติ นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการสร้างความร่วมมือกับภาคีต่างประเทศ อาทิ ABU หรือเครือข่ายสื่อสาธารณะทั่วโลกในการร่วมผลิตร่วมสร้างสรรค์รายการ หรือแลกเปลี่ยนเนื้อหารายการระหว่างภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยให้ไทยพีบีเอสเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในฐานะองค์กรสื่อสาธารณะแห่งชาติในเวทีระดับสากลมากขึ้น

แผนงานพัฒนาบุคลากรส่วนกลางเพื่อสนองตอบนโยบายและวาระพิเศษ

มีเป้าหมายในการพัฒนาบุคลากรส่วนกลางให้สามารถสนองตอบนโยบายและวาระพิเศษได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีส่วนที่เป็นจุดเน้นของแผนงานนี้ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์เนื้อหา ได้แก่ การบริหารจัดการ



ทรัพย์สินทางปัญญาของ ส.ส.ท. ให้เกิดประโยชน์และสร้างรายได้ให้กับองค์กร ตามพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 มาตรา 11 ข้อ 6 รวมถึงการพัฒนาการบริหารจัดงานกลุ่มงานส่วนกลางเพื่อลดอุปสรรคในการดำเนินการในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนนโยบายและวาระพิเศษตามยุทธศาสตร์ที่วางไว้อย่างมีแบบแผนและเป็นระบบ เพื่อผลักดันการขับเคลื่อนเนื้อหาที่ตอบสนองต่อนโยบายและวาระพิเศษให้เห็นเป็นรูปธรรมเด่นชัดภายในปี พ.ศ.2566

7. สัดส่วนเนื้อหา

ไทยพีบีเอสเผยแพร่เนื้อหาผ่านช่องทาง (Platform) และบริการ (Service) ที่หลากหลายทั้งประเภทสื่อโทรทัศน์ดิจิทัล และสื่อออนไลน์ ประกอบด้วย 3 ช่องทางหลัก คือ

1. ช่องสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ช่องหมายเลข 3
2. ช่องสถานีโทรทัศน์ ALTV ที่มีเป้าหมายเป็นโทรทัศน์เพื่อการเรียนรู้ ช่องหมายเลข 4
3. ช่องทางระบบ Video Streaming ประเภทบอกรับสมาชิก (Sub-Scriber) ที่ให้บริการผ่านเว็บไซต์

www.VIPA.me

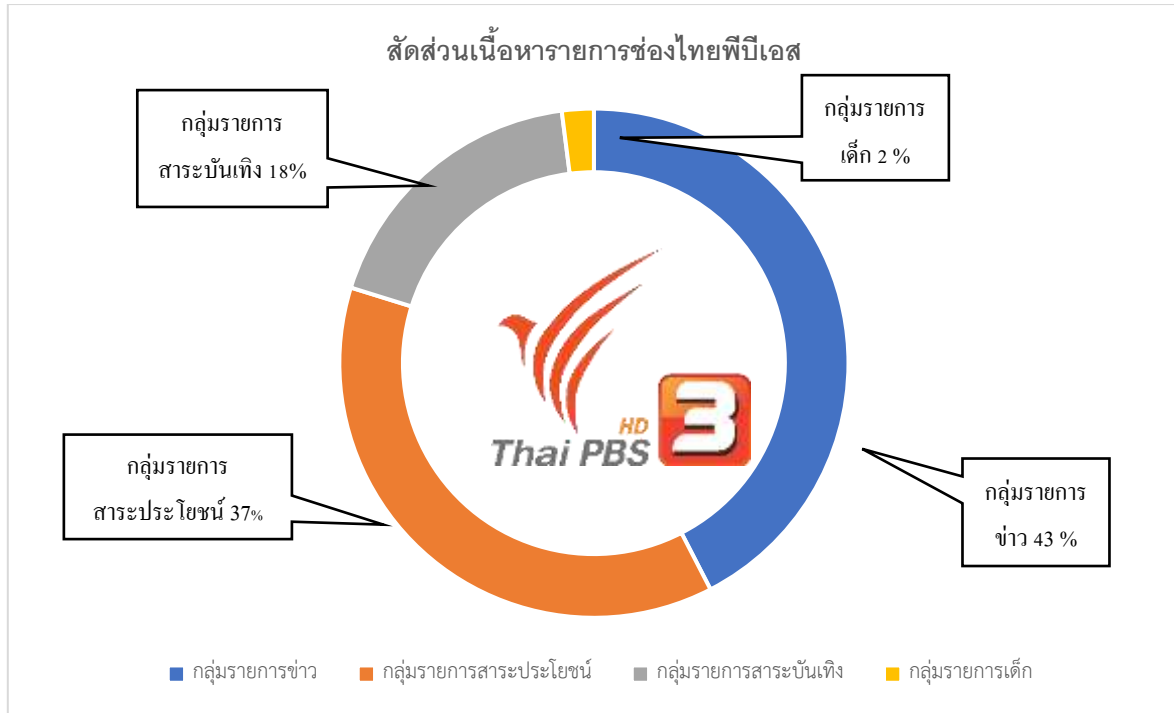
นอกจากนี้ ยังมีช่องทางเว็บไซต์เพื่อสื่อสารเนื้อหาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่นิยมรับชมผ่านทางออนไลน์ และสนใจเนื้อหาเฉพาะอย่างเช่น เว็บไซต์ไทยพีบีเอส www.thaipbs.or.th เว็บไซต์ ALTV www.altv.tv เว็บไซต์ Thai PBS kids www.ThaiPBSkids.com และช่อง Podcast www.thapbspodcast.com เป็นต้น

สัดส่วนเนื้อหารายการช่องไทยพีบีเอส (ช่อง 3 HD)

มีจำนวนออกอากาศทั้งหมด 140 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือ 7,280 ชั่วโมงต่อปี ออกอากาศตั้งแต่เวลา 05.00 – 01.00 น รวม 20 ชั่วโมงต่อวัน มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ ...สัดส่วนเนื้อหารายการช่องไทยพีบีเอส

ประเภทรายการ	สัดส่วน	ปริมาณ (ชั่วโมง/สัปดาห์)		รวม(ชั่วโมง/ปี)
	100%	จ.-ศ.	ส.-อา.	
กลุ่มรายการข่าว	43%	48:45	10:30	3081
กลุ่มรายการสารประโยชน์	37%	36:40	15:40	2721.20
กลุ่มรายการสารบันเทิง	18%	14:35	10:50	1321.40
กลุ่มรายการเด็ก	2%	0:00	3:00	156



แผนภาพที่ 29 สัดส่วนเนื้อหารายการช่องไทยพีบีเอส (ช่อง 3 HD)

สัดส่วนเนื้อหารายการช่อง ALTV (ช่อง 4)

มีจำนวนออกอากาศทั้งหมด 4944:20 ชั่วโมงต่อปี ออกอากาศตั้งแต่เวลา 06.00 – 21.00 น รวม 15 ชั่วโมงต่อวัน มีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มสาระตามฐานสมรรถนะ จำนวน 1001:00 ชั่วโมง

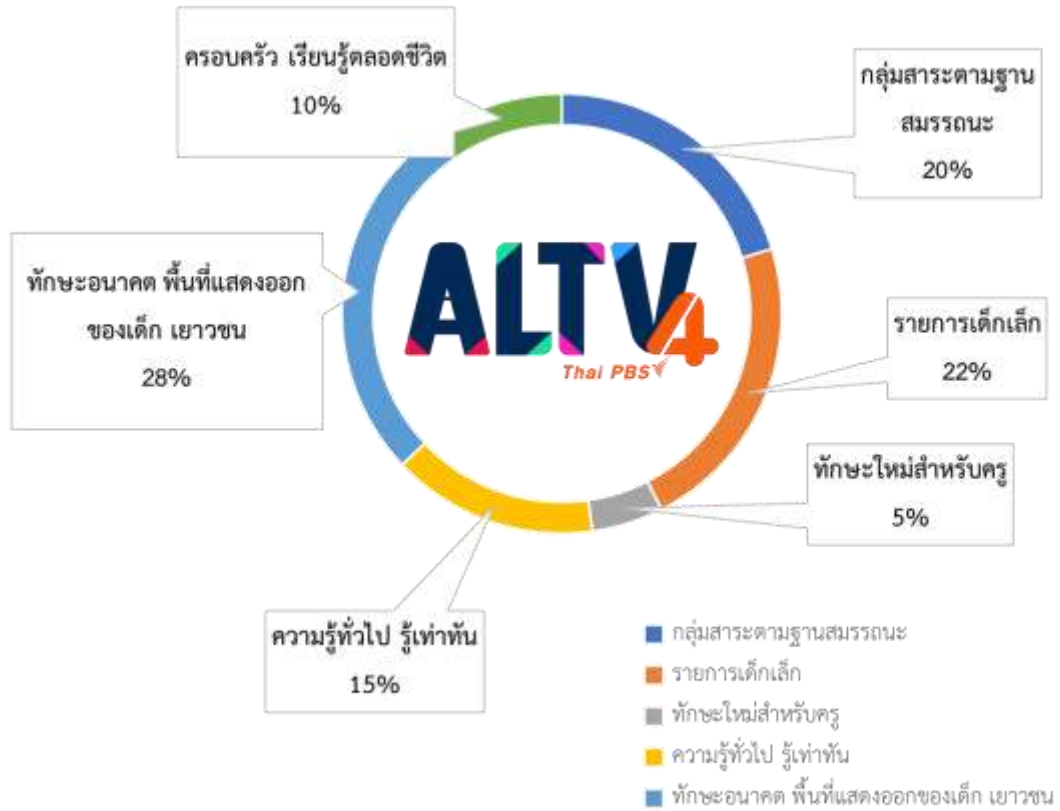
กลุ่มรายการเด็กเล็ก จำนวน 1100:40 ชั่วโมง

ทักษะใหม่สำหรับครู จำนวน 260:00 ชั่วโมง

ทักษะอนาคต แนวทางการศึกษา พื้นที่แสดงออก จำนวน 1360:40 ชั่วโมง

ความรู้ทั่วไป รู้เท่าทัน จำนวน 749:40 ชั่วโมง

ครอบครัว สังคมสูงวัย การเรียนรู้ตลอดชีวิต จำนวน 472:20 ชั่วโมง



แผนภาพที่ 30 สัดส่วนเนื้อหารายการช่อง ALTV (ช่อง 4 SD)



ส่วนที่ 4
ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2566
(Corporate KPIs)



ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2566 (Corporate KPIs)

ส.ส.ท. ได้กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของผลการปฏิบัติงานระดับองค์กรในปี 2566 ครอบคลุม 4 มิติหลัก ดังนี้

ตารางที่ 10 สรุปตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2566 (Corporate KPIs)

เป้าหมายระดับผลลัพธ์	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก	เป้าหมายปี 2566
D1 ผลสัมฤทธิ์ (Achievement)	คะแนนเฉลี่ยความสำเร็จของการดำเนินงาน	55%	ความสำเร็จของการดำเนินงาน อยู่ในระดับ “ดี” (การบรรลุแผนงานและภารกิจหลักของหน่วยงาน)
D2 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder)	คะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของประชาชนและภาคีเครือข่ายต่อการทำหน้าที่สื่อสารของไทยพีบีเอส (15%)	25%	ความพึงพอใจของประชาชนและภาคีเครือข่ายต่อการทำหน้าที่สื่อสารของไทยพีบีเอส อยู่ในระดับ “ดี” (การยอมรับของประชาชน/ภาคีเครือข่ายในการทำหน้าที่สื่อสาร)
	คะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของภาคีเครือข่ายต่อการร่วมดำเนินงานกับไทยพีบีเอส (10%)		ความพึงพอใจของภาคีเครือข่ายต่อการร่วมดำเนินงานกับไทยพีบีเอส อยู่ในระดับ “ดี” (การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มที่ได้จากความร่วมมือ)
D3 ประสิทธิภาพ (Efficiency)	ร้อยละความสำเร็จในการบริหารโครงการและเบิกจ่ายงบประมาณ (2%)	5%	ผลการบริหารโครงการและเบิกจ่ายงบประมาณ อยู่ในระดับ “ดี” (การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารโครงการและเบิกจ่ายงบประมาณ)
	ระดับความสำเร็จในการหารายได้และลดรายจ่าย (3%)		มูลค่ารวมของรายได้ อยู่ในระดับ “ดี” (การหารายได้ทั้ง In Cash, In Kind และการใช้สินทรัพย์ที่มีสร้างรายได้)
D4 พัฒนาการองค์กร (Organization Development)	ระดับความสำเร็จในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร (10%)	15%	ความสำเร็จในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร อยู่ในระดับ “ดี” (การพัฒนา/ส่งเสริมสมรรถนะของบุคลากร ส.ส.ท.)
	ระดับความสำเร็จในการพัฒนาองค์กรตามแนวทาง Digital Transformation (5%)		ความสำเร็จในการพัฒนาองค์กรตามแนวทาง Digital Transformation อยู่ในระดับ “ดี” (การขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ Digital Transformation: กลไกการทำงาน, ระบบเทคโนโลยีและนวัตกรรม)

*กรอบตัวชี้วัดองค์กร 4 มิติ จำนวน 7 ตัวชี้วัด (ผลการประเมินอยู่ในระดับ “ดี” หมายถึง 4 คะแนน จาก 5 คะแนน)

ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2566 (Corporate KPIs)

ส.ส.ท. ได้กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของผลการปฏิบัติงานระดับองค์กรในปี 2566 ครอบคลุม 4 มิติหลัก ดังนี้

เกณฑ์คะแนนและระดับผลการประเมิน

- | | |
|--|-------------------|
| 1. คะแนน 0.00 – 1.50 คะแนน จาก 5 คะแนน | หมายถึง “น้อยมาก” |
| 2. คะแนน 1.51 – 2.50 คะแนน จาก 5 คะแนน | หมายถึง “น้อย” |
| 3. คะแนน 2.51 – 3.50 คะแนน จาก 5 คะแนน | หมายถึง “ปานกลาง” |
| 4. คะแนน 3.51 – 4.50 คะแนน จาก 5 คะแนน | หมายถึง “ดี” |
| 5. ตั้งแต่คะแนน 4.51 ขึ้นไป | หมายถึง “ดีมาก” |

ตารางที่ 11 ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2566 (Corporate KPIs)

เป้าหมาย ระดับผลลัพธ์	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก ร้อยละ	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ. 2566	รายละเอียดตัวชี้วัด วิธีการนับ/คำนวณ	ผู้รับผิดชอบ
D1 ผลสัมฤทธิ์ (Achievement)	คะแนนเฉลี่ยความสำเร็จของการดำเนินงาน	55	ความสำเร็จ ของการดำเนินงาน อยู่ในระดับ “ดี”	วัดผลความสำเร็จของการดำเนินงานจากตัวชี้วัดตามภารกิจหลัก (Function based) ประกอบด้วยตัวชี้วัดหลัก/ตัวชี้วัดร่วม และตัวชี้วัดวาระกลาง (Agenda based) โดยแบ่งออกเป็น 7 แผนงาน ได้แก่ 1) แผนงานการผลิตสื่อและบริการที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจ 2) แผนงานสร้างการเข้าถึงที่หลากหลายและเป็นธรรม 3) แผนงานขยายฐานผู้ชมกลุ่มใหม่ 4) แผนงานสื่อสารเพื่อสร้างสมรรถนะคนในสังคมไทย 5) แผนงานเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา 6) แผนงานพัฒนาเครือข่ายสื่อสาธารณะท้องถิ่นและการกระจายอำนาจ และ 7) แผนงานสร้างการยอมรับในระดับสากล ซึ่งแต่ละแผนงานจะมีการกำหนดตัวชี้วัดระดับแผนงานเพื่อใช้ในการกำกับ ติดตาม และประเมินผล	หน่วยงานหลัก : ทุกหน่วยงาน หน่วยงานสนับสนุน : ฝ่ายยุทธศาสตร์และแผน, ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ, ฝ่ายกลยุทธ์สื่อสารการตลาด, ฝ่ายยุทธศาสตร์เนื้อหา, สำนักสื่อดิจิทัล, คณะกรรมการบริหารสถานี, คณะอนุกรรมการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนฯ, ฝ่ายความยั่งยืนองค์กร (งานวิเทศสัมพันธ์), ฝ่ายศูนย์การเรียนรู้สื่อสาธารณะ
D2 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder)	คะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของประชาชนและภาคีเครือข่ายต่อการทำหน้าที่สื่อสาธารณะของไทยพีบีเอส (15%)	25	ความพึงพอใจของประชาชนและภาคีเครือข่ายต่อการทำหน้าที่สื่อสาธารณะของไทยพีบีเอส อยู่ในระดับ “ดี”	วัดความพึงพอใจของประชาชนทั่วไปและภาคีเครือข่ายต่อการทำหน้าที่สื่อสาธารณะของไทยพีบีเอส ตามข้อกำหนดของ UNESCO ภายใต้หลักการสื่อสาธารณะ 4 ข้อ ได้แก่ 1) ความทั่วถึง (Universality) 2) ความหลากหลาย (Diversity) 3) ความเป็นอิสระ (Independence) และ 4) ความโดดเด่น (Distinctiveness)	หน่วยงานหลัก : ทุกหน่วยงาน หน่วยงานสนับสนุน : ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ
	คะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของภาคีเครือข่ายต่อการร่วมดำเนินงานกับไทยพีบีเอส (10%)		ความพึงพอใจของภาคีเครือข่ายต่อการร่วมดำเนินงานกับไทยพีบีเอส อยู่ในระดับ “ดี”	วัดความพึงพอใจและความคิดเห็นของเครือข่ายที่ได้ร่วมดำเนินกิจกรรมหรือร่วมผลิตและสร้างสรรค์ผลงานกับไทยพีบีเอส ทั้งในรูปแบบของข่าวและรายการ เพื่อสร้างคุณค่าร่วมและพัฒนาต่อยอดไปสู่มูลค่าที่ได้จากความร่วมมือโดยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ 1) การติดต่อประสานงาน 2) การดำเนินงานร่วมกัน 3) ภาพรวมของกิจกรรม	หน่วยงานหลัก : ทุกหน่วยงาน (ถ้ามี) หน่วยงานสนับสนุน : ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ



เป้าหมาย ระดับผลลัพธ์	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก ร้อยละ	ค่าเป้าหมาย ปี พ.ศ. 2566	รายละเอียดตัวชี้วัด วิธีการนับ/คำนวณ	ผู้รับผิดชอบ
D3 ประสิทธิภาพ (Efficiency)	ร้อยละความสำเร็จในการบริหารโครงการและ เบิกจ่ายงบประมาณ (2%)	5	ผลการบริหารโครงการ และเบิกจ่ายงบประมาณ อยู่ในระดับ “ดี”	วัดร้อยละความสำเร็จในการบริหารโครงการและเบิกจ่ายงบประมาณเปรียบเทียบกับแผนการปฏิบัติงานที่ได้รับอนุมัติ โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) การประเมินผลสำเร็จของโครงการ ร้อยละ 60 2) การเบิกจ่ายงบประมาณ ร้อยละ 30 และ 3) การขอใช้งบประมาณ ร้อยละ 10	หน่วยงานหลัก : ทุกหน่วยงาน หน่วยงานสนับสนุน : ฝ่ายยุทธศาสตร์และแผน, ศูนย์การเงิน
	ระดับความสำเร็จในการหารายได้และลดรายจ่าย (3%)		ผลมูลค่ารวมของรายได้ และลดรายจ่าย อยู่ในระดับ “ดี”	วัดรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากสินทรัพย์ที่มีอยู่ทั้งในรูปแบบเงินสดและมูลค่า (In Cash & In Kind) และควบคุมรายจ่ายที่เกิดจากกระบวนการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามงบประมาณรายจ่ายประจำปี เพื่อให้งบประมาณสมดุลและยั่งยืน	หน่วยงานหลัก : ฝ่ายความยั่งยืนองค์กร (งาน การตลาดเพื่อสังคม) หน่วยงานสนับสนุน : กลุ่มงานผลิตเนื้อหา, กลุ่มงาน สนับสนุน (ถ้ามี)
D4 พัฒนาการ (Organization Development)	ระดับความสำเร็จในการพัฒนาศักยภาพของ บุคลากร (10%)	15	ความสำเร็จในการพัฒนาศักยภาพ ของบุคลากร อยู่ในระดับ “ดี”	วัดความสำเร็จในการพัฒนาบุคลากร ส.ส.ท. ให้มีทักษะ ความรู้ และความสามารถที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีเพื่อเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อ ควบคู่กับคุณธรรม จริยธรรมและการมีเจตคติเพื่อสาธารณะ ตามแนวทางพัฒนาและเสริมสร้าง Digital & TPBS DNA ร่วมกับสร้างการมีส่วนร่วมและความผูกพันองค์กร ในการออกแบบและวางแผนความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) ให้สอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายขององค์กร	หน่วยงานหลัก : ทุกหน่วยงาน หน่วยงานสนับสนุน : สำนักทรัพยากรมนุษย์
	ระดับความสำเร็จในการพัฒนาองค์กรตาม แนวทาง Digital Transformation (5%)		ความสำเร็จในการพัฒนา องค์กรตามแนวทาง Digital Transformation อยู่ในระดับ “ดี”	วัดความสำเร็จในการขับเคลื่อนองค์กรตามแผนการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation) ภายใต้ 3 ประเด็นสำคัญ 1) ด้านบุคลากรดิจิทัล 2) ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม และ 3) ด้านการดำเนินงานด้วยข้อมูล (Data Driven) ที่มุ่งตอบสนองพันธกิจ ส.ส.ท. และเป็นทิศทางไปสู่การพัฒนาระบบอย่างยั่งยืน	หน่วยงานหลัก : ฝ่ายยุทธศาสตร์เนื้อหา, ฝ่าย ยุทธศาสตร์และแผน, ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อ สาธารณะ, สำนักทรัพยากรมนุษย์ หน่วยงานสนับสนุน : กลุ่มงานผลิตเนื้อหา (ถ้ามี), กลุ่มงานสนับสนุน (ถ้ามี)

ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2566 (Corporate KPIs) ประกอบด้วย 7 ตัวชี้วัดองค์กร



ส่วนที่ 5

งบประมาณประจำปี พ.ศ. 2566

และแนวทางบริหารแผนและงบประมาณ



งบประมาณประจำปี พ.ศ. 2566

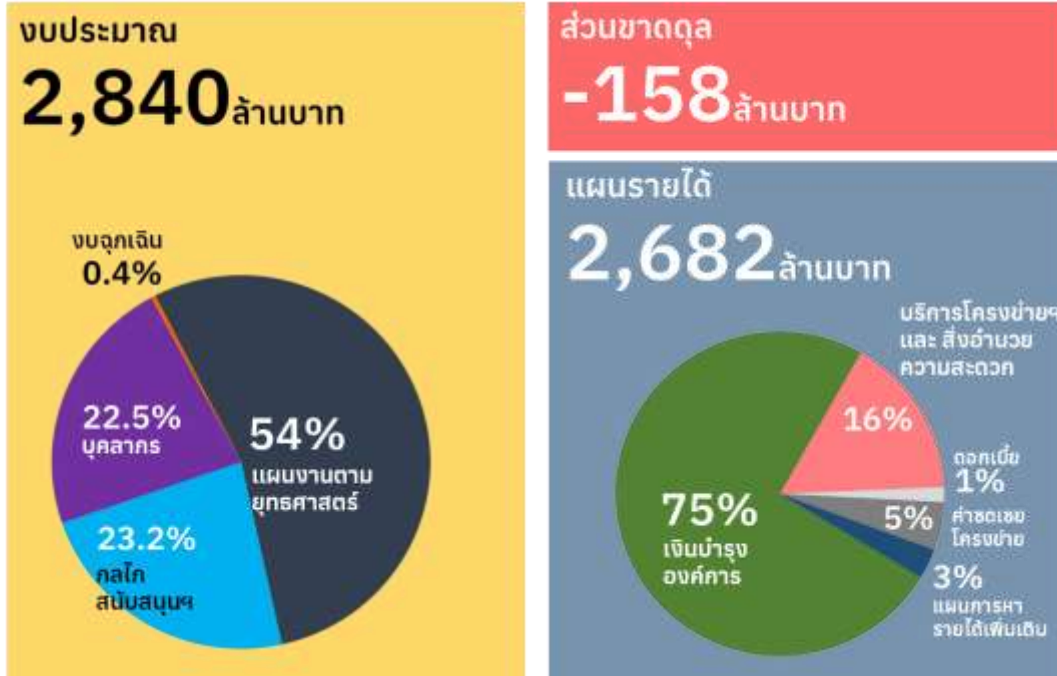
มติของคณะกรรมการนโยบาย เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2564 มีข้อเสนอแนะต่อการจัดทำแผนงานและงบประมาณว่า “ควรพิจารณากำหนดเพดานการขาดดุลงบประมาณในปีต่อไป โดยส่งสัญญาณให้พนักงานทราบว่าฝ่ายบริหารมีแผนการปรับลดงบประมาณแบบขาดดุลจนเข้าสู่การจัดทำงบประมาณแบบสมดุล โดยองค์การมีความจำเป็นต้องหารายได้เพิ่ม เพื่อให้พนักงานมีการทำงานเชิงรุกมากขึ้น” และในการประชุมคณะกรรมการนโยบาย เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2565 ฝ่ายบริหารได้เสนอแนวทางการจัดทำงบประมาณประจำปี 2566 “ปรับลดงบประมาณแบบขาดดุลจนเข้าสู่สมดุลในปี 2568 และขาดดุลไม่เกินร้อยละ 5-8 ของประมาณการรายได้ในแต่ละปี (ประมาณการรายได้เพิ่มและกำหนดงบประมาณรายจ่ายคงที่ตลอดปี 2566-2568)” ซึ่งที่ประชุมฯ ได้เห็นชอบประมาณการรายได้ปี 2566 จำนวน 2,682 ล้านบาท และกรอบงบประมาณปี 2566 จำนวน 2,840 ล้านบาท (วงเงินรวมเท่ากับงบประมาณรายจ่ายปี 2565) ขาดดุลจากประมาณการรายได้ 158 ล้านบาท (ร้อยละ 5.9)

ฝ่ายบริหารได้จัดทำร่างแผนบริหารกิจการ แผนจัดหารายการ ตัวชี้วัด และร่างแผนงบประมาณประจำปี 2566 ภายใต้กรอบแผนงบประมาณที่ได้รับอนุมัติ เสนอต่อคณะกรรมการนโยบาย เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2565 โดยคณะกรรมการนโยบาย ได้มอบหมายให้คณะอนุกรรมการนโยบายด้านการลงทุน การเงิน และการงบประมาณ ทำหน้าที่ศึกษาลักษณะ รายละเอียดงบประมาณประจำปี 2566 ซึ่งมีการประชุมพิจารณากลั่นกรองงบประมาณร่วมกับฝ่ายบริหาร จำนวน 3 ครั้ง พร้อมให้ข้อเสนอแนะที่เห็นชอบร่วมกันกับฝ่ายบริหารเพื่อนำไปปรับปรุง และนำเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการนโยบาย มีมติอนุมัติเมื่อวันที่ 27 ตุลาคม 2565 โดยมีรายละเอียดแผนงบประมาณปี 2566 ดังนี้

1) การจัดทำแผนงบประมาณปี พ.ศ. 2566

1.1 วางแนวทางการจัดทำแผนงบประมาณปี 2566 แบบขาดดุลจนเข้าสู่แบบสมดุลในปี 2568 โดยขาดดุลไม่เกินร้อยละ 5-8 ของประมาณการรายได้ มีกลไกสำคัญที่ผู้บริหารเพื่อให้เข้าสู่สมดุลทางการเงิน 3 ด้าน ประกอบด้วย (1) ควบคุมค่าใช้จ่ายแบบคงที่ โดยกำหนดกรอบงบประมาณไม่เกิน 2,840 ล้านบาท เริ่มตั้งแต่ปี 2565 – 2568 (2) บริหารอัตรากำลัง โดยเพิ่มสัดส่วนของอัตรากำลังที่เป็น Frontline ที่เน้นสรรหาคนดิจิทัลและจำกัดการเพิ่มอัตรากำลังในส่วนงานที่ไม่จำเป็น และ (3) แผนหารายได้เพิ่มเติมเชิงรุก วางเป้าหมายปี 2566 จำนวน 80 ล้านบาท ดำเนินงานผ่าน 2 เครื่องมือ คือ (ก) การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Management) และ (ข) การร่วมสร้างสรรค์ (Co-creation Project)

1.2 แผนงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2566 ได้ปรับปรุงตามข้อเสนอของคณะอนุกรรมการนโยบายการลงทุน การเงิน และการงบประมาณ และผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการนโยบายเมื่อวันที่ 27 ตุลาคม 2565 ประกอบด้วย 2 แผน ดังนี้



แผนภาพที่ 31 แผนงบประมาณประจำปี 2566

1.2.1 แผนประมาณการรายได้ จำนวน 2,681.51 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) เงินบำรุงองค์การ 2,000 ล้านบาท (ร้อยละ 75) (2) รายรับจากบริการโครงข่ายที่วีดิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก 432.99 ล้านบาท (ร้อยละ 16) (3) รายรับอื่น 245.52 ล้านบาท ประกอบด้วย (3.1) ค่าเช่าโครงข่าย 128.52 ล้านบาท (ร้อยละ 5) (3.2) ดอกเบี้ยรับ 40 ล้านบาท (ร้อยละ 1) และ (3.3) รายได้อื่นจากค่าลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญา เงินสนับสนุนการผลิตเนื้อหา 80 ล้านบาท (ร้อยละ 3)

1.2.2 แผนงบประมาณรายจ่าย จำนวน 2,839.72 ล้านบาท ขาดดุลจากประมาณการรายได้ 158.21 ล้านบาท (ร้อยละ 5.9) ประกอบด้วย

— งบยุทธศาสตร์ รวม 8 แผนงาน 46 โครงการ จัดสรรผ่าน 3 ยุทธศาสตร์ จำนวน 1,534.62 ล้านบาท (ร้อยละ 54.0) มอบอำนาจให้ คณะกรรมการบริหาร ไปพิจารณาอนุมัติโครงการตามแผนงาน จำแนกเป็น

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างความแตกต่างจากจุดแข็ง งบประมาณรวม 1,105.78 ล้านบาท (ร้อยละ 38.9) ดำเนินการผ่าน 3 แผนงาน 18 โครงการ ดังนี้ (1) แผนงานที่ 1 การผลิตสื่อและบริการที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจ จำนวน 9 โครงการ งบประมาณ 894.48 ล้านบาท (2) แผนงานที่ 2 สร้างการเข้าถึงที่หลากหลายและเป็นธรรม จำนวน 4 โครงการ งบประมาณ 64.85 ล้านบาท และ (3) แผนงานที่ 3 ขยายฐานผู้ชมกลุ่มใหม่ จำนวน 5 โครงการ งบประมาณ 146.45 ล้านบาท



- ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างความคุ้มค่าจากการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง งบประมาณรวม 152.26 ล้านบาท (ร้อยละ 5.4) ดำเนินการผ่านแผนงานที่ 4 สื่อสารเพื่อสร้างสมรรถนะคนในสังคมไทย จำนวน 8 โครงการ

- ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างความยั่งยืนจากการต่อยอดและพลังเครือข่าย งบประมาณรวม 225.74 ล้านบาท (ร้อยละ 7.9) ดำเนินการผ่าน 3 แผนงาน จำนวน 15 โครงการ คือ (1) แผนงานที่ 5 เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา จำนวน 10 โครงการ งบประมาณ 148.42 ล้านบาท (2) แผนงานที่ 6 พัฒนาเครือข่ายสื่อสาธารณะท้องถิ่นและการกระจายอำนาจ จำนวน 2 โครงการ งบประมาณ 37.12 ล้านบาท และ (3) แผนงานที่ 7 สร้างการยอมรับในระดับสากล จำนวน 3 โครงการ งบประมาณ 40.20 ล้านบาท

- แผนงานพิเศษขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ 1 แผนงานคือ แผนงานที่ 8 พัฒนากลุ่มงานกลางตามวาระขับเคลื่อนเชิงนโยบาย จำนวน 5 โครงการ (ไม่รวมเงินทุนสำรองสำหรับโครงการอื่น) งบประมาณ 50.85 ล้านบาท (ร้อยละ 1.8)

- ค่าใช้จ่ายบุคลากร จำนวน 637.53 ล้านบาท (ร้อยละ 22.5) ประกอบด้วย เงินเดือน กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ค่าตอบแทนอื่น สวัสดิการรักษายาบาลและสวัสดิการอื่น ๆ

- กลไกสนับสนุนและการบริหารจัดการสำนักงาน งบประมาณรวม 657.57 ล้านบาท (ร้อยละ 23.2) ดังนี้

- งานเทคโนโลยี 228.83 ล้านบาท (ร้อยละ 8.1) ประกอบด้วย (1.1) เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการผลิตและออกอากาศ (Broadcast) งบประมาณ 108.93 ล้านบาท และ (1.2) เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานองค์กร (Digital & IT) จำนวน 2 งาน งบประมาณรวม 119.91 ล้านบาท

- งานบริหารทั่วไป 145.86 ล้านบาท (ร้อยละ 5.1) ประกอบด้วย งานพัฒนาศักยภาพบุคลากร งานติดตามและประเมินผล และงานบริหารส่วนกลางสำนัก

- งานบริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก งบประมาณรวม 282.87 ล้านบาท (ร้อยละ 9.5) จำนวน 2 งาน (1) งานบริการโครงข่ายที่วิดิจิตัลและสิ่งอำนวยความสะดวก งบประมาณ 282.87 ล้านบาท และโครงการแบ่งปันความรู้สู่ภาคี งบประมาณ 0.5 ล้านบาท

- งบฉุกเฉิน 10 ล้านบาท มอบอำนาจให้ ผอ. ส.ส.ท. มีอำนาจอนุมัติงบฉุกเฉินในวงเงินตามที่อนุมัติ

ตารางที่ 12 เปรียบเทียบงบประมาณตามยุทธศาสตร์ กลไกสนับสนุนและบริหารจัดการสำนักงาน ปี พ.ศ. 2565 – 2566

ลำดับ	ประเภทงบประมาณ	งบประมาณปี 2566		งบประมาณปี 2565 (ณ ตุลาคม 2565)		เปรียบเทียบปี 65-66 เพิ่ม(ลด)	
		บาท	สัดส่วน	บาท	สัดส่วน	บาท	ร้อยละ
1	งบยุทธศาสตร์	1,534,622,770	54.0%	1,472,450,985	51.9%	62,171,785	4.2%



ลำดับ	ประเภทงบประมาณ	งบประมาณปี 2566		งบประมาณปี 2565 (ณ ตุลาคม 2565)		เปรียบเทียบปี 65-66 เพิ่ม(ลด)	
		บาท	สัดส่วน	บาท	สัดส่วน	บาท	ร้อยละ
1.1	ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างความแตกต่างจากจุดแข็ง	1,105,776,385	38.9%	1,397,962,985	49.2%	(292,186,600)	-20.9%
1.2	ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างความคุ้มค่าจากการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง	152,261,460	5.4%	11,060,000	0.4%	141,201,460	1276.7%
1.3	ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างความยั่งยืนจากการต่อยอดและพลังเครือข่าย	225,739,365	7.9%	63,428,000	2.2%	162,311,365	255.9%
1.4	แผนงานพัฒนาทีมงานกลางตามวาระขับเคลื่อนเชิงนโยบาย	50,845,560	1.8%	-	-	50,845,560	100.0%
2	งบบุคลากร	637,530,000	22.5%	630,492,140	22.2%	7,037,860	1.1%
3	กลไกสนับสนุนและบริหารจัดการสำนักงาน	657,565,653	23.2%	722,275,298	25.4%	(64,709,645)	-9.0%
4	งบฉุกเฉิน	10,000,000	0.4%	10,000,000	0.4%	-	-
5	งบสำรองบุคลากร (สวัสดิการบำเหน็จ)	-	-	4,500,000	0.2%	-4,500,000	-100.0%
รวมทั้งสิ้น		2,839,718,423	100%	2,839,718,423	100.0%	-	-

2) แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2566

ส.ส.ท. กำหนดให้มีกระบวนการบริหารติดตามแผนงานโครงการและงบประมาณ หลังจากที่ได้บริหารกิจการผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการนโยบายแล้ว ดังนี้

1.1 ขั้นตอนการอนุมัติโครงการและงบประมาณโครงการ และการรายงานผลการดำเนินงานรายไตรมาส

1.1.1 หน่วยงานจัดทำรายละเอียดโครงการ แผนกิจกรรม และแผนงบประมาณโดยละเอียด เสนอ ฝ่ายยุทธศาสตร์และแผน เพื่อรวบรวมเสนอ คณะกรรมการบริหาร เพื่อพิจารณา

- กรณีอนุมัติ แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ

- อนุมัติโดยไม่มีแก้ไข ฝ่ายยุทธศาสตร์และแผน ส่งข้อมูลโครงการและงบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ ให้ศูนย์การเงิน เพื่อออกรหัสงบประมาณ และฝ่ายพัสดุและจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อจัดทำแผนจัดซื้อจัดจ้างเสนอขออนุมัติ



■ อนุมัติโดยให้ปรับแก้ไข หน่วยงานดำเนินการปรับแก้ไขตามข้อเสนอของ คณะกรรมการบริหาร ส่งให้ฝ่ายยุทธศาสตร์และแผนตรวจสอบ เพื่อเสนอ ผอ. ส.ส.ท. หรือ รองผอ. ส.ส.ท. ที่กำกับดูแลแผนงาน พิจารณาเห็นชอบ (กรณีเห็นชอบ ฝ่ายยุทธศาสตร์และแผน ส่งข้อมูลโครงการและงบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ ให้ศูนย์การเงิน เพื่อออกรหัสงบประมาณ และฝ่ายพัสดุและจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อจัดทำแผนจัดซื้อจัดจ้างเสนอขออนุมัติ / กรณีไม่เห็นชอบ ให้หน่วยงานนำกลับไปปรับปรุง

– กรณีไม่อนุมัติ ยกเลิกโครงการและรายงาน คณะกรรมการนโยบาย เพื่อทราบพร้อมกับการรายงานผลไตรมาส

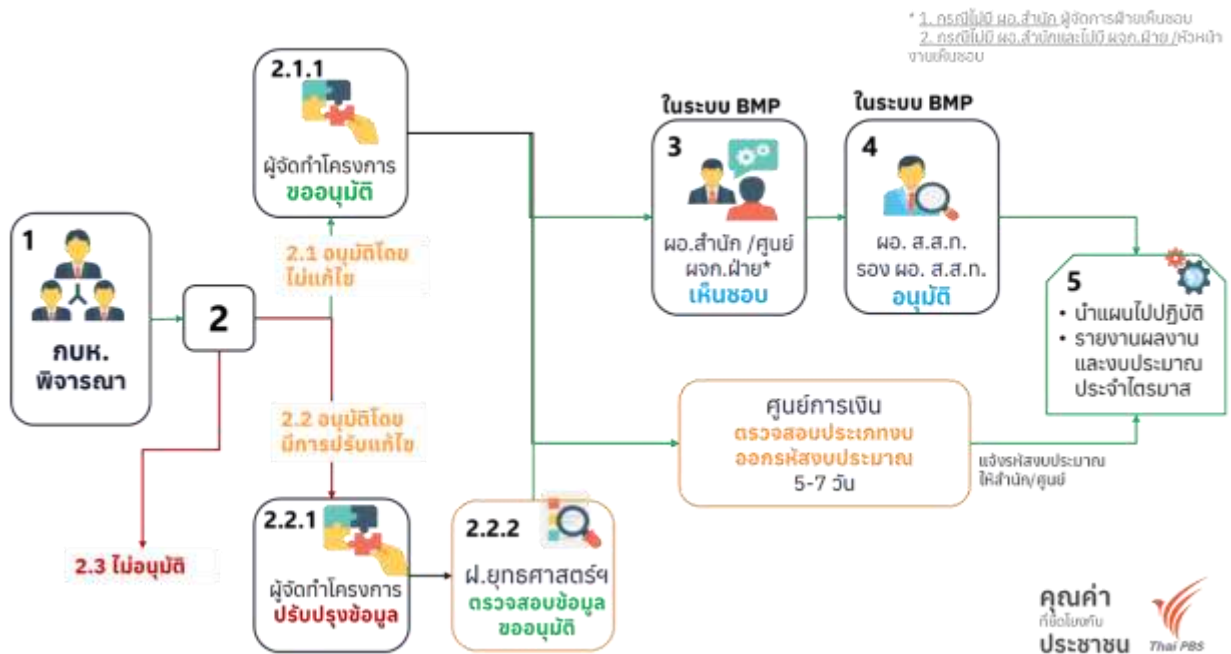
1.1.2 หน่วยงานนำแผนปฏิบัติงาน/โครงการไปปฏิบัติ

– ผลสำเร็จของโครงการและผลการใช้จ่ายงบประมาณ จะกำหนดเป็นตัวชี้วัดของหน่วยงานที่รับผิดชอบ และใช้ในการพิจารณางบประมาณของหน่วยงานในปีต่อไป

– กรณีผลการใช้จ่ายงบประมาณต่ำกว่าร้อยละ 90 หน่วยงานต้องชี้แจงเหตุผล เพื่อประกอบการรายงานผลต่อฝ่ายบริหารหรือผู้สอบบัญชีภายนอก

1.1.3 หน่วยงานรายงานผลการปฏิบัติงานรายไตรมาส ที่ได้รับอนุมัติ ในระบบ BMP และฝ่ายยุทธศาสตร์และแผนรวบรวมเป็นรายงานไตรมาสเสนอ ผอ. ส.ส.ท.

1.1.4 ผอ. ส.ส.ท. จัดทำรายงานไตรมาสเสนอคณะกรรมการนโยบาย



แผนภาพที่ 32 การอนุมัติโครงการและงบประมาณโครงการ และการรายงานผลการดำเนินงานรายไตรมาส



1.2 ขั้นตอนอนุมัติการใช้จ่ายงบประมาณ

1.2.1 หน่วยงานจัดทำรายละเอียดการขออนุมัติใช้งบประมาณ เสนอรองผอ. ส.ส.ท. ที่ได้รับมอบอำนาจอนุมัติการใช้งบประมาณ / กรณีการจัดซื้อจัดจ้างให้ดำเนินการตามกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง

1.2.2 ฝ่ายการเงินและควบคุมงบประมาณ ศูนย์การเงิน ตรวจสอบการขอใช้งบประมาณ

1.2.3 หน่วยงานดำเนินการตามแผนปฏิบัติงานโครงการและงบประมาณที่ได้รับอนุมัติ

1.3 การทบทวนงบประมาณกลางปี/หรือการขอเปลี่ยนแปลงรายละเอียดงบประมาณ

1.3.1 แนวทางการเปลี่ยนแปลงงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก คณะกรรมการนโยบาย เมื่อวันที่ 27 ตุลาคม 2565 ดังนี้

- การเปลี่ยนแปลงงบประมาณข้ามแผนงาน ทั้งเพิ่มหรือลด ให้เสนอ คณะกรรมการนโยบาย อนุมัติ
- การเปลี่ยนแปลงงบประมาณในโครงการภายในแผนงาน และงบบุคลากร กลไกสนับสนุนและบริหาร ทั่วไปให้เป็นไปตามระเบียบว่าด้วยการเงิน การบัญชีและงบประมาณ พ.ศ. 2561 ข้อ 44 ดังนี้

- เปลี่ยนแปลงไม่เกิน 20 ล้านบาท เสนอ คณะกรรมการบริหาร เพื่ออนุมัติ และรายงานให้ คณะกรรมการนโยบาย ทราบ

- เปลี่ยนแปลงเกิน 20 ล้านบาท เสนอ คณะกรรมการนโยบาย เพื่ออนุมัติ

1.3.2 การทบทวนงบประมาณกลางปี

- หน่วยงานจัดทำรายละเอียดการทบทวนงบประมาณกลางปี เสนอ ผอ. ส.ส.ท. หรือ รองผอ. ส.ส.ท. ที่รับผิดชอบพิจารณาให้ความเห็นชอบ และจัดส่งข้อมูลให้ฝ่ายยุทธศาสตร์และแผน

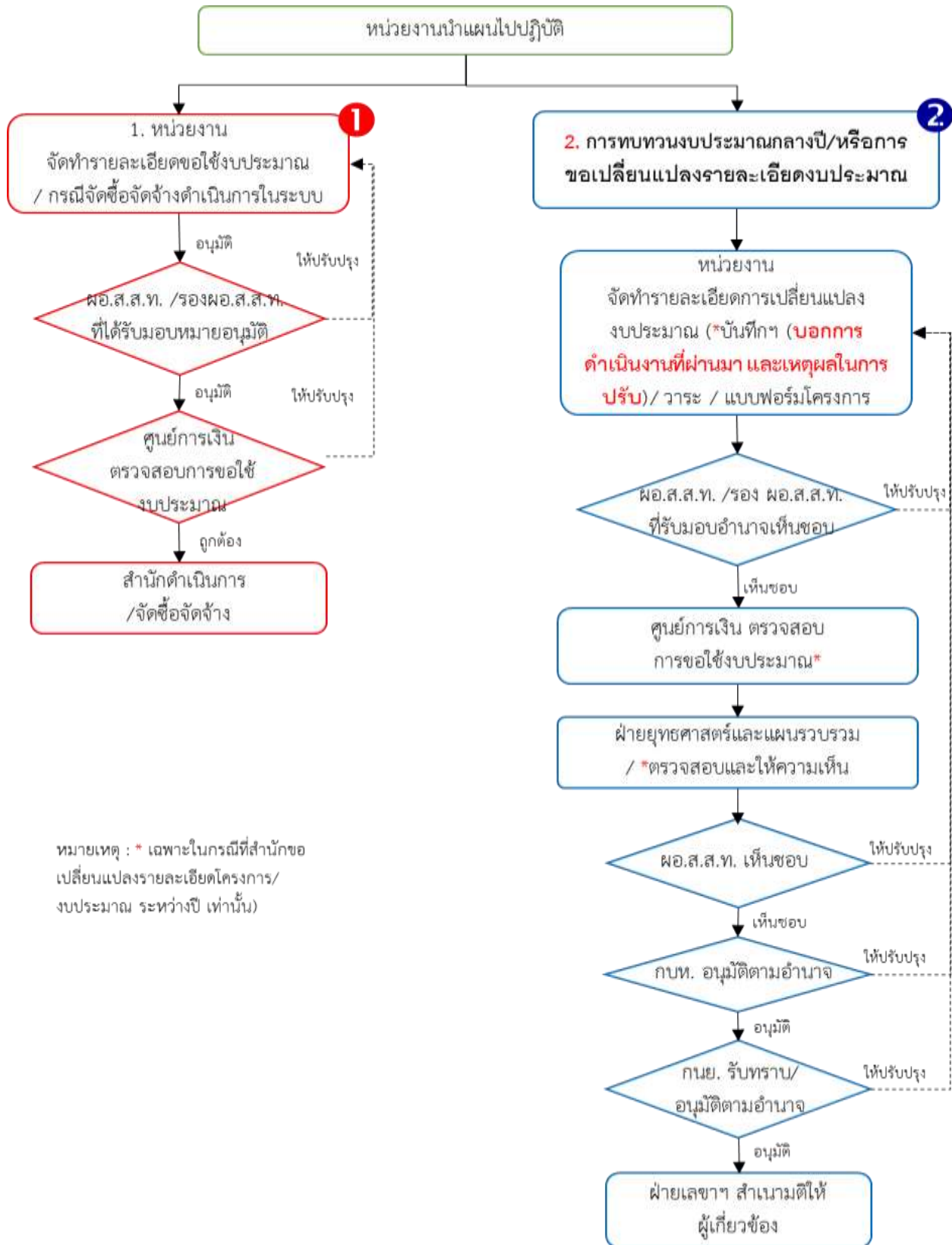
- ฝ่ายยุทธศาสตร์และแผน รวบรวมข้อมูลการขอทบทวนโครงการ/งบประมาณของทุกหน่วยงาน เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อเป้าหมายของแผนบริหารกิจการ และวงเงินงบประมาณที่จะมาใช้ในกิจกรรม/โครงการที่เสนอขอทบทวนกลางปี เสนอ ผอ. ส.ส.ท. เห็นชอบให้นำเสนอคณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการนโยบาย เพื่ออนุมัติตามอำนาจ และหลักเกณฑ์การเปลี่ยนแปลงงบประมาณในข้อ 1.3.1

- ฝ่ายเลขานุการ ส่งสำเนามติ/รายงานการประชุม คณะกรรมการบริหาร /คณะกรรมการนโยบาย ให้หน่วยงาน ฝ่ายยุทธศาสตร์และแผน ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ และฝ่ายการเงินและควบคุมงบประมาณ เพื่อทราบและดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง

1.3.3 การเปลี่ยนแปลงรายละเอียดโครงการ/งบประมาณ ระหว่างปี (เฉพาะที่จำเป็น)



- หน่วยงานจัดทำรายละเอียดการขอเปลี่ยนแปลงรายละเอียดโครงการ/งบประมาณ และร่างวาระฯ เสนอรองผอ. ส.ส.ท. ที่รับมอบอำนาจ พิจารณาให้ความเห็นชอบ
- หน่วยงานส่งเอกสารขอเปลี่ยนแปลงรายละเอียดให้ฝ่ายการเงินและควบคุมงบประมาณ ศูนย์การเงิน ตรวจสอบงบประมาณ, ฝ่ายยุทธศาสตร์และแผนให้ความเห็นเรื่องผลกระทบที่มีต่อเป้าหมายของแผนบริหารกิจการ และ เสนอรองผอ. ส.ส.ท. ด้านบริหาร ให้ความเห็นประกอบการพิจารณา
- หน่วยงานนำเสนอ ผอ. ส.ส.ท. เห็นชอบเพื่อนำเสนอคณะกรรมการบริหารและ คณะกรรมการนโยบาย เพื่ออนุมัติตามอำนาจ และหลักเกณฑ์การเปลี่ยนแปลงงบประมาณในข้อ 1.3.1
- ฝ่ายเลขานุการ ส่งสำเนามติ/รายงานการประชุม คณะกรรมการบริหาร /คณะกรรมการนโยบาย ให้ หน่วยงาน ฝ่ายยุทธศาสตร์และแผน ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ และฝ่ายการเงินและควบคุมงบประมาณ เพื่อทราบและ ดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง



แผนภาพที่ 33 แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณปี พ.ศ. 2566