



แผนบริหารกิจการประจำปี 2567

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

โดย คณะกรรมการบริหาร

ธันวาคม 2566

บทนำ

แผนบริหารกิจการประจำปีและแผนจัดทำรายการ จัดทำขึ้นภายใต้พระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ.2551 มาตรา 28 (3) และ (4) และมาตรา 29 (3) ที่กำหนดให้คณะกรรมการบริหารจัดทำแผนบริหารกิจการและแผนจัดทำรายการขององค์กรเสนอต่อคณะกรรมการนโยบาย เพื่อให้ความเห็นชอบ และระเบียบ ส.ส.ท.ว่าด้วยการเงิน 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. วิสัยทัศน์ พันธกิจ และนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย พ.ศ.2565 – 2567

แผนบริหารกิจการประจำปี 2567 ออกแบบหลักการพัฒนาและบริหารจัดการที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ (Outcome – Based Oriented) ซึ่งวิเคราะห์มาจากโจทย์ที่ท้าทายของสื่อสาธารณะสำคัญ 2 เรื่องคือ 1. สื่อสาธารณะในยุคดิจิทัล ที่ต้องเชื่อมโยงกับผู้ชมท่ามกลางพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปภายใต้ภูมิทัศน์สื่อปัจจุบันและอนาคต 2. ความยั่งยืนทางการเงินขององค์กร จากโจทย์ดังกล่าวนำมาสู่การจัดวางทิศทางเชิงยุทธศาสตร์สำคัญ 3 เรื่อง ได้แก่ (1) Value-Based Performance การส่งมอบคุณค่าและจัดสรรทรัพยากรเพื่อสาธารณะอย่างคุ้มค่าสูงสุด (2) Most Trusted Media สื่อที่ประชาชนให้ความเชื่อถือและไว้วางใจ (3) One Thai PBS ไทยพีบีเอสเป็นบริการหลัก เพื่อออกแบบเป็น 4 แผนงาน 35 โครงการ และอีก 2 หมวดงบประมาณ คือ หมวดดงบกลไกสนับสนุนและการบริหารทั่วไป และหมวดดงบบุคลากร ภายใต้งบประมาณ 2,840 ล้านบาท

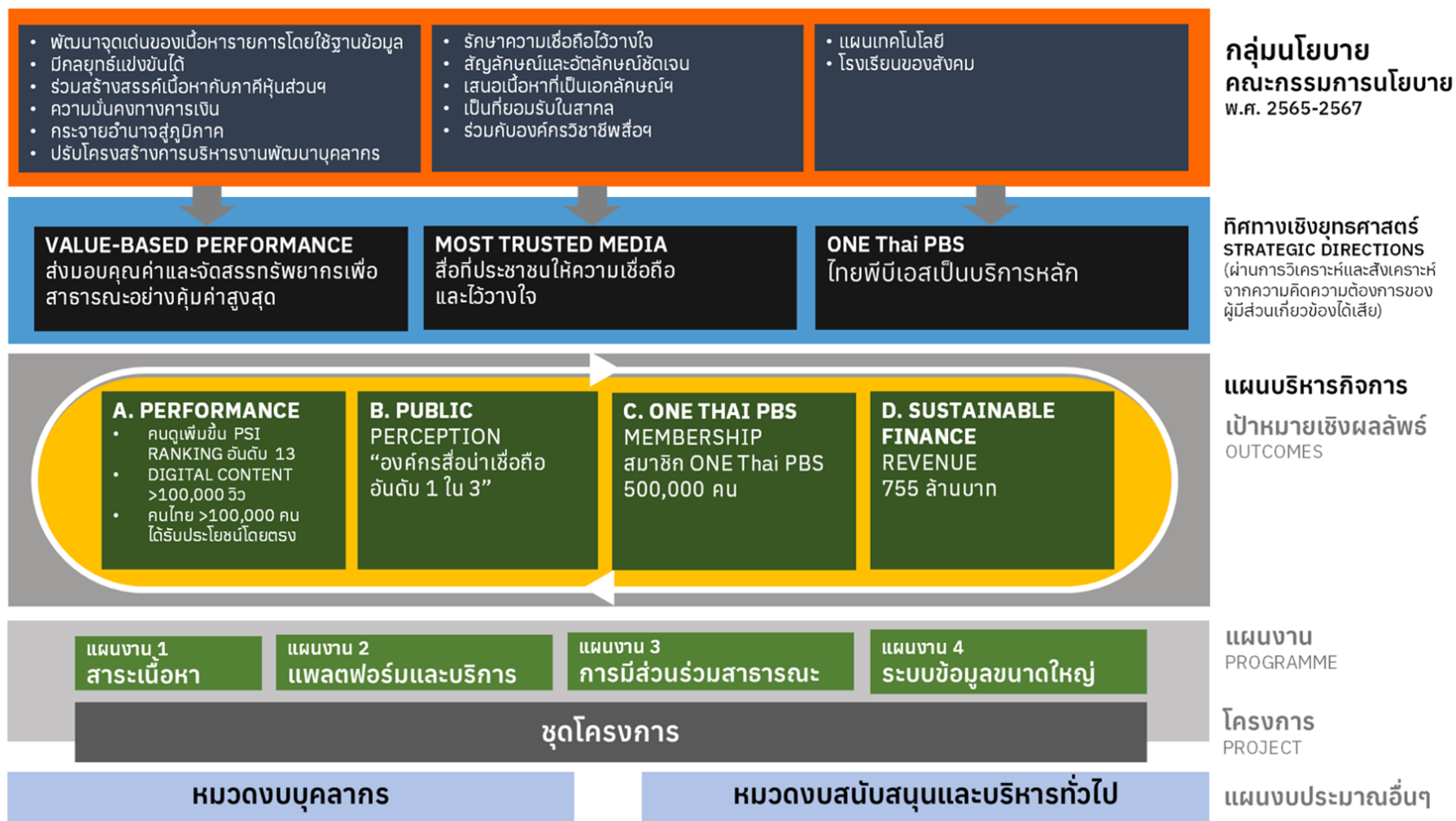
สาระสำคัญของแผนบริหารกิจการประจำปี 2567 ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ (1) บทวิเคราะห์สถานการณ์ภายใต้โจทย์ที่ท้าทายของสื่อสาธารณะ (2) สาระสำคัญของแผนบริหารกิจการ ได้แก่ แผนจัดทำรายการ แผนบริหารกิจการและแผนงบประมาณปี พ.ศ.2567 (3) ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. และการกำกับติดตาม

ปี พ.ศ.2567 จัดว่าเป็นปีที่ท้าทายของ ส.ส.ท. ในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามภารกิจสื่อสาธารณะที่ต้องผลิตผลงานเพื่อสร้างผลกระทบ สร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมแล้ว ในเวลาเดียวกันต้องทำให้ผลงานเป็นที่สนใจจากผู้ชมมากขึ้นด้วย แผนบริหารกิจการในปีจึงมีการตั้งเป้าหมายเชิงผลลัพธ์ที่ท้าทาย เพื่อเป็นการพิสูจน์ผลงานของ ส.ส.ท. ต่อสาธารณะอย่างคุ้มค่า

รศ.ดร.วิลาสินี พิพิธกุล

ผู้อำนวยการ ส.ส.ท.

โครงสร้างแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. ประจำปี 2567



งบประมาณประจำปี 2567 งบประมาณรวม 2,840 ล้านบาท

แผนงานที่ 1 สารเนื้อหา งบประมาณรวม 1,069.90 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
GENRE: NEWS		
ข่าว	1.1 ผลิตข่าวและรายการข่าว	178.0
	1.2 DIGITAL FIRST NEWS [NEWS ONLINE]	2.0
ศูนย์ World	1.3 THAI PBS WORLD	30.0
GENRE: LEARNING		
ศูนย์เด็ก	1.4 ผลิตสื่อเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัย	120.9
สร้างสรรค์เนื้อหา	1.5 ผลิตเนื้อหาการเรียนรู้ออนไลน์สำหรับเด็กเยาวชน	55.3
สื่อดิจิทัล	1.6 สื่อดิจิทัลส่งเสริมการเรียนรู้	10.0
ALTV	1.7 พัฒนาคอนเทนต์ แครด และนวัตกรรมการเรียนรู้ออนไลน์สำหรับเด็กเยาวชน	10.0
GENRE: DOCUMENTARY/FACTUAL		
สร้างสรรค์เนื้อหา	1.8 ผลิตเนื้อหารายการ สารคดีและสารประโยชน์	225.0
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	1.9 จุดสารคดี ร่องรอยสมมติแห่งอาหาร (Taste Detective)	5.0
GENRE: ENTERTAINMENT		
สร้างสรรค์เนื้อหา	1.10 ผลิตเนื้อหารายการบันเทิงสร้างสรรค์สังคม	320.0
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	1.11 ผลิตเนื้อหารายการสารบันเทิง (บางแขนง)	15.5
โทรทัศน์	1.12 ผลิตเนื้อหารายการไทยบันเทิง	5.5
สื่อดิจิทัล	1.13 สุดสัปดาห์มหาสารคดี	8.0
สื่อดิจิทัล	1.14 ผลิตเนื้อหาดิจิทัลเพื่อ VIPA PLATFORM	1.3
GENRE: CITIZEN		
ศูนย์วาระทางสังคม	1.15 The ACTIVE Thai PBS (เวทีสาธารณะ/ สารคดีเชิงประเด็นการสื่อสารเพื่อทางออก)	11.4
	1.16 POLICY WATCH	12.0
เครือข่ายและมีส่วนร่วม	1.17 พัฒนาระบบนิเวศเพื่อสนับสนุนงานสื่อสารสาธารณะท้องถิ่น	28.3
	1.18 พัฒนาระบบการสื่อสารและบริการสาธารณะด้วยปัญญาประดิษฐ์ (PI) ینگเสียงประเทศไทย/พัฒนาเมือง/Decode	15.7
CONTENT STRATEGY		
ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ	1.19 งานสื่อสารการตลาดสนับสนุนแผนงานสาระเนื้อหาหลัก	16.0
งบกลาง งบประมาณรวม 46.4 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
ผู้อำนวยการ ส.ส.ท.	งบกลาง	46.4

แผนงานที่ 2 แพลตฟอร์มและบริการ งบประมาณรวม 128.6 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
สื่อดิจิทัล	2.1 DIGITAL PLATFORM SERVICES	87.2
สร้างสรรค์เนื้อหา	2.2 ผลิตระบบบริการเพื่อสนับสนุนการสื่อสารเพื่อทุกคน	21.9
สื่อดิจิทัล	2.3 DIGITAL INCLUSIVE SERVICE	3.4
สร้างสรรค์เนื้อหา	2.4 ระบบสนับสนุนการผลิตเนื้อหาในรูปแบบ Digital first	7.1
ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ	2.5 พัฒนาศูนย์กลางระบบสมาชิกของส.ส.ท. ระยะที่ 2	9.0
แผนงานที่ 3 การมีส่วนร่วมสาธารณะ งบประมาณรวม 54.5 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ	3.1 งานสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์องค์กร	21.0
สื่อดิจิทัล	3.2 การตลาดดิจิทัล	7.5
ศูนย์พัฒนาวัดกรรมกรสื่อสารสาธารณะ	3.3 สนับสนุนการจัดทำรายได้อื่นเพิ่มเติม	4.0
เครือข่ายและมีส่วนร่วม	3.4 สนับสนุนกิจการสภาผู้ชมผู้ฟังรายการ	12.0
ศูนย์พัฒนาวัดกรรมกรสื่อสารสาธารณะ	3.5 พัฒนากลไกบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและงานหารายได้อื่นเพิ่มเติม	10.0
แผนงานที่ 4 การใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่ งบประมาณรวม 42.6 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ	4.1 ประเมินผลองค์การและบทบาทสื่อสาธารณะ	7.0
สื่อดิจิทัล	4.2 วิจัยเพื่อการพัฒนาเนื้อหาและแพลตฟอร์ม	11.1
	4.3 ศึกษาภาพอนาคตของภูมิทัศน์สื่อและบทบาทสื่อสาธารณะในยุคดิจิทัล	6.5
ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ	4.4 พัฒนาระบบขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูลเชิงวิเคราะห์	9.0
สื่อดิจิทัล	4.5 ระบบจัดการข้อมูลเชิงวิเคราะห์กลาง (THAI PBS DATA ANALYTICS /ONE STAT)	7.0
สำนักวิศวกรรม	4.6 ทดลองส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลด้วยเทคโนโลยี 4K	2.0

งบกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป งบประมาณรวม 756 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
กลุ่มงาน 1 กลุ่มงานเทคโนโลยี งบประมาณรวม 345.18 ล้านบาท		
โทรทัศน์	สนับสนุนการบริหารเพื่องานผลิตรายการและออกอากาศ	106.0
	พัฒนาและปรับปรุงระบบอุปกรณ์ปฏิบัติการ	77.18
	เช่า Video Wall สำหรับ Studio 2	3.0
	จัดหาอุปกรณ์สนับสนุนการผลิตข่าว	5.76
ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ	บริหารจัดการสารสนเทศของ ส.ส.ท.	137.355
	สนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์ทางคอมพิวเตอร์สำหรับการผลิตรายการและข่าวทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค	2.0
ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ	งานวางแผน ปรับปรุงและบำรุงรักษาระบบ ICT	10.885
	ค่าจ้างตรวจสอบมาตรฐาน ISO และค่าที่ปรึกษาที่เกี่ยวข้อง	3.0
กลุ่มงาน 2 บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก งบประมาณรวม 283.57 ล้านบาท		
สำนักวิศวกรรม	งบบริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก	283.57
กลุ่มงาน 3 บริหารทั่วไป รวมงบประมาณ 127.25 ล้านบาท		
ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร	1.3
ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล	0.5
ฝ่ายสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร	งานสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร	3.7
ฝ่ายกฎหมาย	งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายกฎหมาย	0.5
ฝ่ายผลิตและจัดหารายการ	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายผลิตและจัดหารายการ	5.73
ฝ่ายบริหารทั่วไป	งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายบริหารทั่วไป	112.7
ศูนย์การเงิน	งานบริหารส่วนกลางศูนย์การเงิน	0.8
	งานบริหารจัดการฐานข้อมูลศูนย์การเงิน	0.2
สำนักตรวจสอบภายใน	งานดำเนินการตามแผนการตรวจสอบประจำปี 2567	1.82
งบบุคลากร งบประมาณรวม 742 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
สำนักทรัพยากรมนุษย์	งบบุคลากร	672.82
	งานพัฒนาศักยภาพบุคลากรและ Digital DNA	6.8
	งานสร้างความรักความผูกพันองค์กร	2.0
	งานบริหารส่วนกลางสำนักทรัพยากรมนุษย์	3.38
	งานปรับปรุงโครงสร้างองค์กร	57.0

สารบัญ

หน้า

บทนำ

โครงสร้างแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. ประจำปี 2567

งบประมาณประจำปี 2567

ส่วนที่ 1 บทวิเคราะห์สถานการณ์ 1

1.1 โจทย์ความท้าทายของสื่อสาธารณะ 2

1.2 สื่อสาธารณะในยุคดิจิทัล 5

1.3 การขับเคลื่อนองค์กรสู่ยุคดิจิทัล 10

ส่วนที่ 2 สาระสำคัญของแผนบริหารกิจการประจำปี 2567 17

2.1 โครงสร้างแผนและกรอบงบประมาณระดับองค์กร 18

2.2 แผนจัดทำรายการประจำปี 2567 22

2.3 แผนงานขับเคลื่อนเชิงยุทธศาสตร์ 32

○ แผนงานที่ 1 แผนงานสาระเนื้อหา

○ แผนงานที่ 2 แผนงานแพลตฟอร์มและบริการ

○ แผนงานที่ 3 แผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ

○ แผนงานที่ 4 แผนงานการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่

2.4 แผนงบประมาณ 63

○ แผนรายจ่าย

○ แผนรายได้

ส่วนที่ 3 ตัวชี้วัดการปฏิบัติงาน แนวทางการบริหารแผนงาน และการกำกับติดตาม 91

3.1 ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. ประจำปี 2567 (Corporate KPIs) 92

3.2 การบริหารแผนงาน การกำกับติดตาม 102

สารบัญแผนภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 1 การจัดแบ่งแพลตฟอร์ม	3
แผนภาพที่ 2 การคาดการณ์ผู้รับชมโทรทัศน์ และสมาชิกระบบ OTT	4
แผนภาพที่ 3 การคาดการณ์สถานการณ์ความยั่งยืนทางการเงินของ ส.ส.ท.	5
แผนภาพที่ 4 พัฒนาการเปลี่ยนผ่านของ ส.ส.ท.	6
แผนภาพที่ 5 โครงสร้างระดับของกรอบการจัดทำแผนของ ส.ส.ท.	6
แผนภาพที่ 6 เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ของแผนเนื้อหา ส.ส.ท.	7
แผนภาพที่ 7 ฉากทัศน์องค์กรในอนาคต	8
แผนภาพที่ 8 Thai PBS Digital Transformation Canvas	10
แผนภาพที่ 9 สถาปัตยกรรมองค์กรในภาพกว้างของการให้บริการ	12
แผนภาพที่ 10 สถาปัตยกรรมองค์กรในส่วนของดิจิทัลมีเดียแพลตฟอร์ม	13
แผนภาพที่ 11 Thai PBS Digital Transformed Architecture	13
แผนภาพที่ 12 กลไกการกำกับดูแลเพื่อการเปลี่ยนผ่านองค์กรไปสู่ยุคดิจิทัล	15
แผนภาพที่ 13 โครงสร้างแผนบริหารกิจการประจำปี 2567	18
แผนภาพที่ 14 กระบวนการพัฒนาแผนบริหารกิจการประจำปี 2567	19
แผนภาพที่ 15 ภาพความสัมพันธ์และเชื่อมโยงระหว่างนโยบาย ทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ และแผนบริหารกิจการ (เป้าหมายเชิงผลลัพธ์ แผนงาน และ โครงการ)	19
แผนภาพที่ 16 โครงสร้างกรอบงบประมาณ ประจำปี 2567	20
แผนภาพที่ 17 แสดงสัดส่วนการจัดสรรงบประมาณตามหมวดงบประมาณหลัก	21
แผนภาพที่ 18 เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ของแผนเนื้อหา ส.ส.ท.	22
แผนภาพที่ 19 ผลผลิตด้านเนื้อหาของ ส.ส.ท.	25
แผนภาพที่ 20 สัดส่วนการจัดสรรงบประมาณในหมวดงบบุคลากรแยกตามแผนงาน	32
แผนภาพที่ 21 สัดส่วนการจัดสรรงบประมาณแผนงานสาระเนื้อหา	33
แผนภาพที่ 22 ภาพรวมแผนงานที่ 1 สาระเนื้อหา	33
แผนภาพที่ 23 แสดงสัดส่วนงบประมาณแยกตามกลุ่มสาระของแผนงานที่ 1 (สาระเนื้อหา)	35
แผนภาพที่ 24 แสดงแนวทางการจัดทำกลุ่มรายการหลัก (Champion product)	36
แผนภาพที่ 25 ภาพรวมแผนงานข่าว (NEWS)	36
แผนภาพที่ 26 ภาพรวมแผนงานการเรียนรู้ (LEARNING)	39
แผนภาพที่ 27 ภาพรวมแผนงานสารคดีและสาระประโยชน์ (DOCUMENTARY & FACTUAL)	42

แผนภาพที่ 28 ภาพรวมแผนงานเนื้อหาบันเทิง (ENTERTAINMENT)	44
แผนภาพที่ 29 ภาพรวมแผนงานเนื้อหาพลเมือง (CITIZEN)	47
แผนภาพที่ 30 ภาพรวมแผนงานกลุ่มยุทธศาสตร์เนื้อหา (CONTENT STRATEGY)	50
แผนภาพที่ 31 สัดส่วนการจัดสรรงบประมาณแผนงานแพลตฟอร์มและบริการ	52
แผนภาพที่ 32 ภาพรวมแผนงานที่ 2 แพลตฟอร์มและบริการ	52
แผนภาพที่ 33 สัดส่วนการจัดสรรงบประมาณแผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ	55
แผนภาพที่ 34 ภาพรวมแผนงานที่ 3 การมีส่วนร่วมสาธารณะ	56
แผนภาพที่ 35 สัดส่วนการจัดสรรงบประมาณแผนงานการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่	59
แผนภาพที่ 36 ภาพรวมแผนงานที่ 4 การใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่	59
แผนภาพที่ 37 แสดงกรอบวงเงินอนุมัติตามแนวทางแผนงบประมาณเข้าสู่สมดุล	63
แผนภาพที่ 38 ภาพรวมของการจัดทำแผนงบประมาณ	63
แผนภาพที่ 39 ภาพรวมขององค์ประกอบสำคัญในแผนงบประมาณรายจ่าย	64
แผนภาพที่ 40 แสดงสัดส่วนสำคัญของการจัดสรรงบประมาณในหมวดงบประมาณยุทธศาสตร์	65
แผนภาพที่ 41 แสดงสัดส่วนสำคัญของการจัดสรรงบประมาณในแผนงานเนื้อหาสาระ	65
แผนภาพที่ 42 แสดงวงเงินงบประมาณของหมวดงบย่อยที่อยู่ภายใต้หมวดงบกลไกสนับสนุนฯ	66
แผนภาพที่ 43 แสดงคำอธิบายลักษณะงานของหมวดงบประมาณกลไกสนับสนุนฯ	67
แผนภาพที่ 44 แสดงแนวทางการบริหารจัดการของหมวดงบกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป	67
แผนภาพที่ 45 แนวทางการบริหารจัดการของหมวดงบบุคลากร	74
แผนภาพที่ 46 แสดงคำอธิบายลักษณะงานของหมวดงบประมาณหลักด้านบุคลากร	75
แผนภาพที่ 47 แสดงแนวทางการบริหารจัดการของหมวดงบหลักด้านบุคลากร	75
แผนภาพที่ 48 ไตอะแกรมแสดงความสัมพันธ์ของ 4 แนวทางดำเนินการ ภายใต้ยุทธศาสตร์ความยั่งยืนทางการเงิน	82
แผนภาพที่ 49 แสดงสัดส่วนที่มาของรายได้	83
แผนภาพที่ 50 แสดงบทวิเคราะห์และแนวทางการดำเนินการในปี พ.ศ.2567 แยกตามแหล่งที่มาของรายได้	83
แผนภาพที่ 51 แผนหารายได้เพิ่มเติม เป้าหมาย 161 ล้านบาท	84
แผนภาพที่ 52 แสดงสัดส่วนการให้น้ำหนักของ 4 มิติที่สะท้อนความสำเร็จ	92
แผนภาพที่ 53 แสดงรายละเอียดตัวชี้วัดย่อยในแต่ละมิติ	93
แผนภาพที่ 54 กรอบตัวชี้วัดองค์กร	93

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 สามวาระหลักด้านเนื้อหาของ ส.ส.ท.	26
ตารางที่ 2 สัดส่วนการเผยแพร่เนื้อหารายการทางโทรทัศน์	27
ตารางที่ 3 สัดส่วนเนื้อหารายการเชิงที่มาของเนื้อหา	28
ตารางที่ 4 สัดส่วนเนื้อหารายการเชิงรูปแบบ	29
ตารางที่ 5 สัดส่วนเนื้อหารายการช่องไทยพีบีเอส (ช่อง 3 HD)	29
ตารางที่ 6 สัดส่วนเนื้อหารายการช่อง ALTV (ช่อง 4)	30
ตารางที่ 7 สัดส่วนเนื้อหารายการที่แบ่งเป็น 5 GENRE	30
ตารางที่ 8 ช่องทางเผยแพร่รายการ	31
ตารางที่ 9 แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาข่าว	38
ตารางที่ 10 แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาการเรียนรู้	41
ตารางที่ 11 แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาสารคดีและสารประโยชน์	44
ตารางที่ 12 แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาบันเทิง	46
ตารางที่ 13 แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาพลเมือง	49
ตารางที่ 14 แผนงบประมาณกลุ่มยุทธศาสตร์เนื้อหา	51
ตารางที่ 15 แผนงบประมาณแผนงานแพลตฟอร์มและบริการ	55
ตารางที่ 16 แผนงบประมาณแผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ	58
ตารางที่ 17 แผนงบประมาณแผนงานการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่	62
ตารางที่ 18 แผนงบประมาณหมวดกลไกสนับสนุน กลุ่มงานเทคโนโลยี	70
ตารางที่ 19 แผนงบประมาณหมวดกลไกสนับสนุน กลุ่มงานบริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก	70
ตารางที่ 20 แผนงบประมาณหมวดกลไกสนับสนุน กลุ่มงานบริหารทั่วไป	73
ตารางที่ 21 แผนงบประมาณหมวดบุคลากร	77
ตารางที่ 22 กรอบตัวชี้วัดองค์การ 4 มิติ	94
ตารางที่ 23 ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. ปี 2567	96

ส่วนที่ 1

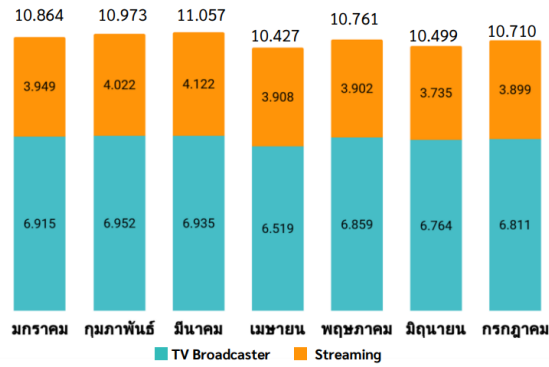
บทวิเคราะห์สถานการณ์

ส่วนที่ 1 : บทวิเคราะห์สถานการณ์

1.1 โจทย์ความท้าทายของสื่อสาธารณะ

โจทย์ความท้าทาย 1: สื่อสาธารณะในยุคดิจิทัล การตอบโจทย์ Stay Relevant

- ปัจจุบันทีวีดิจิทัลมีทั้งหมด 21 ช่อง แบ่งเป็น หมวดบริการสาธารณะ 6 ช่อง และหมวดบริการทางธุรกิจ 15 ช่อง โดย ส.ส.ท. ให้บริการในหมวดบริการสาธารณะ 2 ช่อง ได้แก่ Thai PBS 3HD และ ALTV อย่างไรก็ดี ในระบบการวัดเรตติ้งของสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ADTEB) และ AC Nielsen ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ไม่มีการนับรวมช่อง ALTV ทำให้จำนวนทีวีดิจิทัลที่แสดงผลมีเพียง 20 อันดับ
- ช่องทีวีดิจิทัลที่มีการจัดทำดิจิทัลแพลตฟอร์มมีจำนวน 15 แห่ง ได้แก่ MCOT, Nation, Workpoint, 8, CH3 Player, Bugaboo (7HD), Thairath Player, PPTV36, Mono29, True4U, GMM25, oneD Player, Amarin34HD, TNN16, VIPA (Thai PBS)
- มีดิจิทัลแพลตฟอร์มกระจายเนื้อหา (Distributor platform) ผ่านระบบ VIDEO STREAMING จำนวน 16 แห่ง แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มลักษณะ ได้แก่
 - 1) แพลตฟอร์มให้บริการ จำนวน 5 แห่งคือ Youtube, Tiktok, LOOX TV, Twitter และ Facebook
 - 2) แพลตฟอร์มให้บริการและจัดหาเนื้อหา จำนวน 3 แห่งคือ TrueID, AIS Play, 3BB GIGA TV
 - 3) แพลตฟอร์มจัดหาเนื้อหา จำนวน 8 แห่ง ได้แก่ Netflix, IQYI, Viu, Disney+, Apple TV, WeTV, MONOMAX และ HBO GOหมายเหตุ ADTEB/ NIELSEN ไม่ได้นับรวม VIPA อยู่ในกลุ่มดิจิทัล ข้อ 3) แพลตฟอร์มจัดหาเนื้อหา
- อ้างอิงจากข้อมูลในระบบการวัดเรตติ้งดังกล่าว พบว่ามีจำนวนเรตติ้งคนดูทีวีในปี 2566 ของไทยอยู่ที่ประมาณ 10.42 ถึง 11.05 จากฐานประชากรผู้ชมที่มีอายุ 4 ปีขึ้นไป (61.5 ล้านคน) ทำให้คาดการณ์ได้ว่ามีจำนวนผู้ชมทีวีอย่างสม่ำเสมอคิดเป็นจำนวนประมาณ 6.40-6.79 ล้านคน โดยมีสัดส่วนที่รับชมผ่านเครื่องเล่นทีวี (TV broadcast) ต่อผู้ชมผ่านช่องทางสตรีมมิ่งที่ ร้อยละ 64 ต่อ ร้อยละ 36 (แปรผันตามช่วงเวลา)



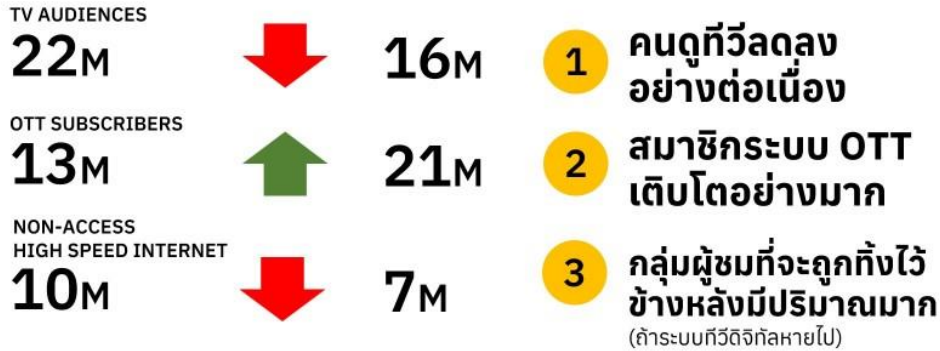
Platform Classification



แผนภาพ 1 การจัดแบ่งแพลตฟอร์ม

- จากรายงานการคาดการณ์ผู้รับชมโทรทัศน์ และรายงานการศึกษาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องของ กสทช. พบว่า จากปี พ.ศ. 2566 – 2569 จะมีภาพสำคัญของภูมิทัศน์สื่อเกิดขึ้น ดังนี้
 - คนดูทีวีจะลดลงอย่างต่อเนื่อง
 - สมาชิกระบบ OTT จะเติบโตอย่างมาก
 - กลุ่มผู้ชมที่จะถูกทิ้งไว้ข้างหลังมีปริมาณมาก หากระบบทีวีดิจิทัลหายไป

ปี พ.ศ. 2566 2567 2568 **2569** 2570 2571 2572



ที่มาของข้อมูล: รายงานการคาดการณ์ผู้รับชมโทรทัศน์ และ รายงานการศึกษาอื่นๆที่เกี่ยวข้อง กสทช.

แผนภาพ 2 การคาดการณ์ผู้รับชมโทรทัศน์ และสมาชิกระบบ OTT

- จากสามมิติสถานการณ์การเข้าถึงสื่อของประชาชนดังกล่าว โจทย์สำคัญของ ส.ส.ท. คือ สื่อสาธารณะจะเป็นที่ต้องการและสอดคล้องกับชีวิตประชาชน สามารถเชื่อมโยง (Stay Relevant) กับผู้ชมอย่างต่อเนื่องได้อย่างไร และนั่นจะเป็นเหตุผลในการมีอยู่ของสื่อสาธารณะด้วยเช่นกัน

โจทย์ความท้าทาย 2 : ความยั่งยืนทางการเงินขององค์กร

คาดการณ์ว่า ส.ส.ท. จะประสบกับภาวะเรื่องการเงิน 2 เรื่องเมื่อถึงปี พ.ศ. 2572 นั่นคือ

- มูลค่าเงินสนับสนุนที่ลดลงจากเงินเพื่อ ส.ส.ท. ได้รับเงินบำรุงจากภาษีสรรพสามิตปีละไม่เกิน 2,000 ล้านบาท แต่จากภาวะอัตราเงินเฟ้อ พบว่า ในปี พ.ศ. 2572 มูลค่าเงิน 2,000 ล้านบาท จะลดลงเหลือมูลค่าเพียง 1,616 ล้านบาท
- โอกาสของการสูญเสียรายได้จากโครงข่าย เมื่อหมดสัญญาใบอนุญาต ปัจจุบัน ส.ส.ท. ได้รับรายได้จากการเป็นผู้ถือใบอนุญาตโครงข่ายปีละประมาณ 540 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2572 จะเป็นปีสิ้นสุดสัญญาสัมปทานเรื่องโครงข่ายโทรทัศน์ ส.ส.ท. ก็จะไม่มียาได้จากส่วนนี้เข้ามาเหมือนเดิม
- ปี พ.ศ. 2567 ส.ส.ท. จำเป็นต้องวางแผน เพื่อหาแนวทางตอบโจทย์ความท้าทายเรื่องความยั่งยืนทางการเงินขององค์กร

ปี พ.ศ.

2566 2567 2568 2569 2570 2571 2572

INFLATION

2000MB



4

มูลค่าเงินสนับสนุน
ที่ลดลงจากเงิน
เพื่อ

1616MB

REVENUE FROM
TV BROADCASTING SERVICE

540MB



5

โอกาสสูญเสีย
รายได้เมื่อหมด
ใบอนุญาต

0MB

คำนวณจากสมมุติฐานค่าเฉลี่ยเงินเฟ้อที่ 3%

แผนภาพ 3 การคาดการณ์สถานการณ์ความยั่งยืนทางการเงินของ ส.ส.ท.

1.2 สื่อสาธารณะในยุคดิจิทัล

การพัฒนาแผนบริหารกิจการประจำปี 2567 ถูกจัดทำขึ้นตามแนวนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย (พ.ศ. 2565 - 2567) และภายใต้กรอบแผนพัฒนาองค์กร ซึ่งครอบคลุมมิติของการพัฒนาองค์กร บุคลากร การเงิน และเครือข่าย โดยเน้นความต่อเนื่องมาจากแผนบริหารกิจการในปี พ.ศ. 2565 และ 2566 ซึ่งมีโจทย์ความท้าทายสำคัญ ได้แก่ การปรับเปลี่ยนองค์กรเข้าสู่การเป็นสื่อสาธารณะยุคดิจิทัล (Public Digital Media) และการสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรทั้งในมิติความยืดหยุ่นกับสังคม (Staying Relevant) และการพึ่งพาตนเองได้ทางการเงิน (Financial Sustainability) ภายใต้ทิศทางการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation)

TPBS DIGITAL TRANSFORMATION ROADMAP

DIGITAL TV
PUBLIC
BROADCASTING
SERVICE



PUBLIC
MULTI-SERVICES &
MULTI-PLATFORMS
MEDIA



PUBLIC
DIGITAL MEDIA
[INDEPENDENT/ IMPARTIAL/
FINANCIALLY SUSTAINABLE]

digital
transformation
plan



แผนภาพ 4 พัฒนาการเปลี่ยนผ่านของ ส.ส.ท. จากระยะที่ 1 โทรทัศน์ดิจิทัล ระยะที่ 2 สื่อหลากหลายบริการและแพลตฟอร์ม
สู่ระยะที่ 3 สื่อสาธารณะดิจิทัลที่ทำงานแบบเครือข่ายความร่วมมือภายใต้ภูมิทัศน์สื่อใหม่

จัดทำโดย กษย.

นโยบายคณะกรรมการนโยบาย
พ.ศ. 2565-2567

จัดทำโดย กษ.
เสนอ กษย.
เพื่อรับทราบและ
ให้ความคิดเห็น

กรอบแผน 3 ปี
พ.ศ. 2567-2569

แผนพัฒนาองค์กร
(มาตรา 4)
DIGITAL
TRANSFORMATION
PLAN

แผนพัฒนาบุคลากร
(มาตรา 4)
PEOPLE PLAN

แผนการเงิน
(มาตรา 4)
STRATEGIC FINANCIAL
MANAGEMENT PLAN

แผนแม่บทเครือข่าย
(มาตรา 5)
NETWORKING AND
PARTNERSHIP PLAN

จัดทำโดย กษ.
เสนอ กษย.
เพื่อให้**ความเห็นชอบ**

แผนบริหารกิจการ

แผนงานขับเคลื่อนเชิงยุทธศาสตร์
STRATEGIC BUDGET

แผนงบประมาณ

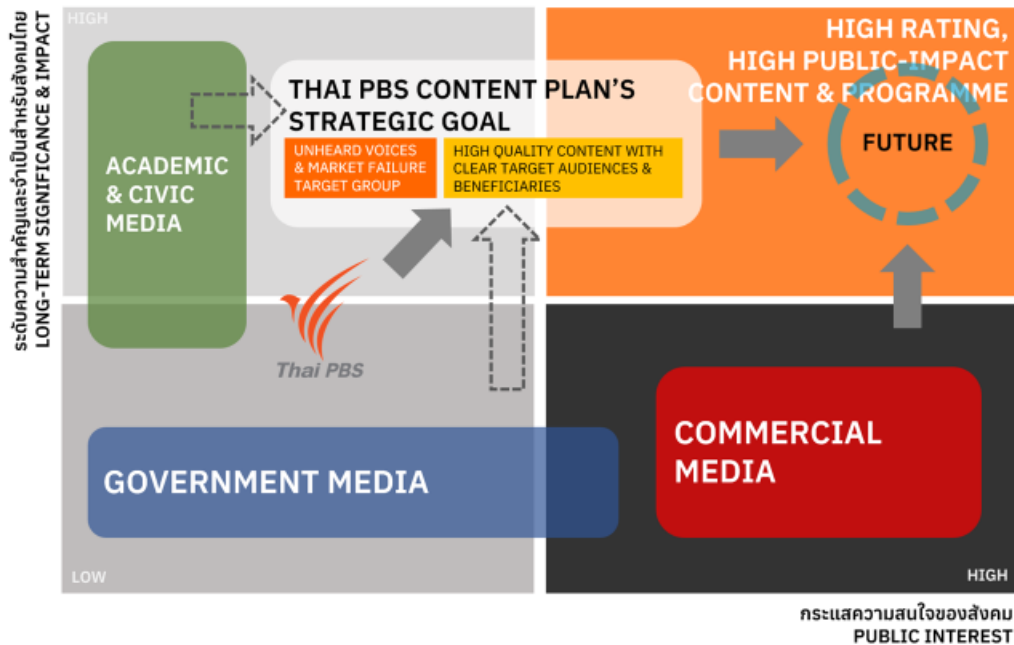
แผนการจัดทำรายการ

แผนภาพ 5 โครงสร้างระดับของกรอบการจัดทำแผนของ ส.ส.ท.

ภายใต้โจทย์ที่ทำหาค้างกล่าว ส.ส.ท. หรือไทยพีบีเอส ในฐานะสื่อสาธารณะถูกกำหนดให้มีบทบาทหน้าที่ที่แตกต่างจากสื่ออื่น ๆ ที่มีภารกิจสำคัญ คือ การเป็นกลไกสื่อสารสาธารณะที่ช่วยนำสู่การร่วมสร้างสังคมที่มีคุณภาพ คุณธรรม และยั่งยืน จำเป็นต้องปรับบทบาทและสถานะในระบบนิเวศสื่อใหม่ แต่ยังคงตอบพันธกิจปรัชญา และอุดมการณ์สำคัญของความเป็นสื่อสาธารณะเหมือนเดิม โดยมีวิธีการ ดังนี้

1. ปรับเปลี่ยนบทบาทของเนื้อหาและผลิตภัณฑ์ของ ส.ส.ท. จากการผลิตเนื้อหาที่ใช้ทุนตัวเองและแยกส่วน ในการสื่อสารข้อมูลที่ให้บริการสังคมเป็นหลัก เป็นการผลิตเนื้อหาที่ยังคงให้พื้นที่กับเสียงคนเล็กคนน้อยในสังคม (Unheard Voice & Market Failure Target Group) และสามารถผลิตเนื้อหาที่สร้างผลกระทบต่อสังคม รวมถึงได้รับความสนใจจากสังคมในขณะเดียวกันด้วย (High Impact and High Public Interest)

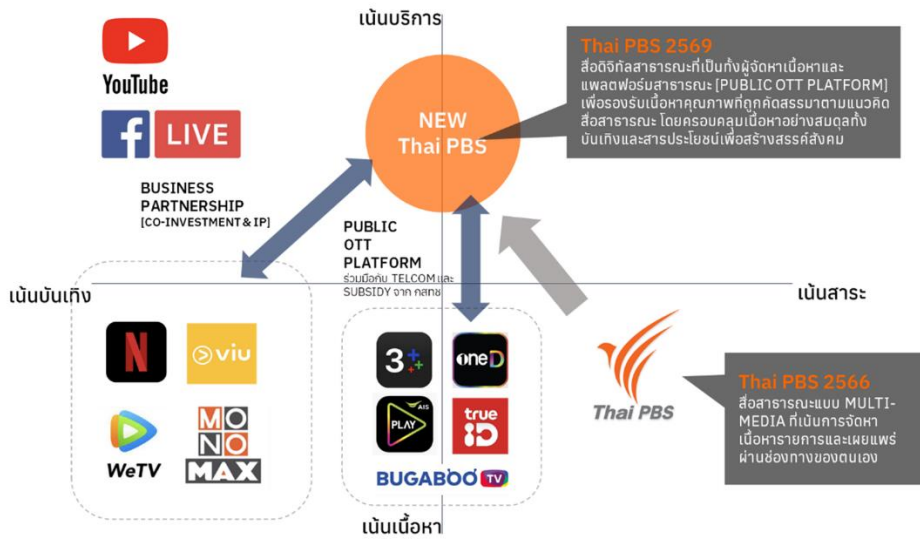
ปรับเปลี่ยนบทบาท เนื้อหาและผลิตภัณฑ์ (Media Role : Content & Product)



แผนภาพ 6 เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ของแผนเนื้อหา ส.ส.ท.

2. ในอนาคตอีก 3 ปีข้างหน้า เมื่อคนดูที่วิลดลง ส.ส.ท. ต้องเปลี่ยนบทบาทจากการเป็นผู้ผลิตเนื้อหาในแพลตฟอร์มตัวเอง มาเป็นผู้พัฒนาแพลตฟอร์มกลาง (Public OTT Platform) เพื่อจัดหา คัดสรรเนื้อหาที่มีคุณภาพตามแนวคิดสื่อสารณะ ครอบคลุมเนื้อหาทั้งบันเทิงและสารประโยชน์อย่างสมดุล โดยเปิดรับเนื้อหาจากผู้ผลิตอื่นและองค์กรเครือข่ายในระบบนิเวศสื่อใหม่มาลงแพลตฟอร์มกลาง

ปรับบทบาทและสถานะ ในระบบนิเวศสื่อใหม่



แผนภาพ 7 ฉากทัศน์องค์กรในอนาคตที่เน้นการทำงานร่วมกับเครือข่ายองค์กรภายในระบบนิเวศสื่อใหม่ โดยทำหน้าที่ทั้งการจัดการเนื้อหาคุณภาพ และการเป็นแพลตฟอร์ม OTT สาธารณะ

เพื่อเร่งรัดให้องค์กรสามารถตอบสนองความท้าทายทั้ง 2 เรื่องข้างต้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพ คณะกรรมการบริหารจึงได้กำหนดทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Directions) ซึ่งถูกพัฒนาขึ้นจากการวิเคราะห์ความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้เสีย (Stakeholders Concern) และสภาพภูมิทัศน์สื่อในยุคดิจิทัล เพื่อใช้เป็นกรอบในการออกแบบและดำเนินการแผนบริหารกิจการในปี พ.ศ. 2567 ได้แก่

1) การส่งมอบคุณค่าและจัดสรรทรัพยากรเพื่อสาธารณะอย่างคุ้มค่าสูงสุด [VALUE-BASED PERFORMANCE]

- ตอบสนองวัตถุประสงค์และคุณค่าสื่อสาธารณะเพื่อยึดโยงกับความต้องการที่หลากหลายของสังคมและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผ่านการสร้างประสบการณ์แบบไร้รอยต่อของทุกช่องทางและบริการ [Purposeful & OMNI Channel]
- ใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ของความต้องการผู้ชมผู้ฟังเป็นปัจจัยหลักของการตัดสินใจองค์กรในทุกมิติ [Data and Viewers' Insight at the Heart of All Decision-makings] ทั้งในส่วนของการจัดทำเนื้อหารายการ เทคโนโลยีเผยแพร่ออกอากาศ และการจัดสรรทรัพยากร [Budget Allocation & Relocation]

- การบริหารจัดการค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพและโปร่งใสตรวจสอบได้ ด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการตัดลดสิ่งที่ไม่จำเป็นและไม่ส่งมอบคุณค่าให้กับผู้ชมผู้ฟัง [Optimal and Transparent Enterprise Resource Management]
- ใช้ประโยชน์จากการลงทุนเงินสาธารณะอย่างคุ้มค่าสูงสุดผ่านวิธีการออกแบบและจัดการบนฐานคิดทรัพย์สินทางปัญญา [IP-based Management] เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและยืดระยะเวลาการใช้งานของผลิตภัณฑ์และบริการ และกระจายความเสี่ยงด้วยการพัฒนาช่องทางรายได้ที่หลากหลายภายใต้วัตถุประสงค์ของ พ.ร.บ. องค์การ

2) สื่อที่ประชาชนให้ความเชื่อถือและไว้วางใจ [MOST TRUSTED MEDIA]

- พัฒนาเนื้อหาและนำเสนอประเด็นที่มีความหมาย [Meaningful & Impactful Content] ในรูปแบบที่นำสู่การหาทางออกร่วมกันของสังคม [Solution Media for Connecting the Nation] ผ่านกลไกวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลและสอบสวน [Data & Investigative Journalism] และชุดกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับประชาชนและเครือข่ายองค์กรทางสังคม [Public Engagement]
- การใช้หลักการความไม่เป็นอคติ [Impartiality] และกลไกตรวจสอบข้อเท็จจริง [Fact-checking] เป็นมาตรฐานสำคัญสูงสุดของทุกส่วนงานในองค์กร
- การทำงานร่วมกับเครือข่ายองค์กรที่มีพันธกิจและคุณค่าร่วม [Strategic Partnership] เพื่อสนับสนุนการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ พ.ร.บ. ได้อย่างกว้างขวางและนำสู่การสร้างผลกระทบทางสังคมมากยิ่งขึ้น แทนที่รูปแบบการทำงานบนฐานคิดค่าใช้จ่ายบนงบประมาณ [Expense-based Operation] แบบเดิมที่พึ่งพาการใช้ทรัพยากรองค์กรเป็นหลักในการดำเนินการ

3) ไทยพีบีเอสเป็นบริการหลัก [ONE Thai PBS]

- ประชาชนเข้าถึงทุกผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายจากไทยพีบีเอสได้อย่างเชื่อมโยงในจุดเดียว และถูกสื่อสารกับผู้ชมผู้ฟังภายใต้ภาพจำสาธารณะเดียวกัน [One Brand Identity]
- ผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัลทั้งหมดขององค์กรถูกออกแบบและดำเนินการอยู่บนฐานโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัล [Digital Platform] เดียวกันที่รองรับการเติบโตได้อย่างหลากหลายและมีประสิทธิภาพ ไม่แยกส่วนกัน

1.3 การขับเคลื่อนองค์กรสู่ยุคดิจิทัล

กรอบการดำเนินการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลของ ส.ส.ท. มีส่วนประกอบหลัก (Building Blocks) ทั้งหมด 5 ส่วนได้แก่

- 1) บริการหลัก (Operational Backbone) ผลิตรายการตามวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ในหลายช่องทาง
- 2) บริการเฉพาะตัวบุคคลผ่านช่องทางดิจิทัล (Personalized Digital Services)
- 3) จัดระบบเครือข่าย (Collaborative Network)
- 4) จัดระบบข้อมูล (Shared Insights)
- 5) ส่งมอบคุณค่าด้วยความคุ้มค่า (Accountability Framework)

THAI PBS DIGITAL TRANSFORMATION CANVAS



แผนภาพ 8 Thai PBS Digital Transformation Canvas

1) บริการหลัก (Operational Backbone)

ส.ส.ท. มีภารกิจหลักตามพระราชบัญญัติ คือดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่จะสนับสนุนการพัฒนาสังคม ผลิตรายการทางด้านข่าวสาร สารประโยชน์ และสารบันเทิง

- สื่อหลัก ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดิน สองช่อง หมายเลข 3 และ 4
- รายการที่เผยแพร่ จัดเก็บเป็น Content Portfolio
- บริการ (Service) มีสองประเภทใหญ่ ๆ คือ บริการภายนอกต่อสาธารณะหรือต่อเครือข่ายและบริการภายในองค์กร ที่มีการรวบรวมบริการเหล่านี้ไว้ในรูปแบบ Service Catalogue
- บริการทั้งภายนอกและภายในองค์กรจะต้องจัดหมวดหมู่ของบริการให้ชัดเจน เช่น
 - A) บริการภายนอก : บริการเผยแพร่รายการและเนื้อหา บริการที่เปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วม
 - บริการเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคล เป็นต้น



B) บริการภายใน : ระบบการวางแผนทรัพยากร (ERP)

2) บริการเฉพาะตัวบุคคลผ่านช่องทางดิจิทัล (Personalized Digital Services)

เป็นการเผยแพร่รายการในระบบอื่น หรือเทคโนโลยีทันสมัยอื่น เป็นส่วนที่ปรากฏต่อสาธารณะ ประชาชนจะสามารถเข้าถึงเนื้อหาและบริการที่มีประโยชน์และเห็นความแตกต่างได้มากที่สุด จึงต้องผนวกการให้บริการเข้ามาเป็นหนึ่งเดียวภายใต้แนวคิด One Thai PBS ได้แก่

- ไทยพีบีเอส เป็น Official Brand เพียงหนึ่งเดียวที่มีความเด่นชัดมากที่สุด
- จัดพอร์ตโพลีโอของรายการและบริการ ให้เกิดความชัดเจนต่อผู้ชมและผู้ให้บริการ ว่ารายการและบริการนั้น ๆ ให้ประโยชน์อะไรกับผู้ชม และต้องแสดงให้เห็นถึงความเป็นรายการและบริการของไทยพีบีเอสอย่างเหมาะสม
- รวมแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เป็นบริการหลักขององค์กรให้เป็นแพลตฟอร์มเดียว
- มีระบบสมาชิกไทยพีบีเอสที่เป็นหนึ่งเดียว เพื่อประสบการณ์ในการใช้งานที่ดีที่สุดของสมาชิก และสอดคล้องกับเป้าหมาย เปลี่ยนชาจอร์ให้เป็นชาประจำ
- บริการหลักใช้จากศูนย์กลางโดยไม่สร้างขึ้นใหม่ทุกครั้ง ได้แก่
 - 1) ระบบสมาชิกและการยืนยันตัวตน
 - 2) ระบบการบริหารจัดการเนื้อหา (Content Management System)
 - 3) ระบบส่งมอบเนื้อหาบุคคล
 - 4) บริการที่ใช้ร่วมกัน เช่น โพล. อินเทอร์เน็ตทีวี
 - 5) ระบบรวบรวมและวิเคราะห์ทางสถิติ
- บริการส่วนขยายต้องมาเชื่อมต่อกับส่วนกลาง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและความคุ้มค่ามากที่สุด
- บริการจากผู้ให้บริการภายนอก เช่น LINE, Facebook, TikTok เป็นส่วนขยายที่ต้องจัดระบบให้ดีและเชื่อมต่อ (Integration) ให้เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์มภายนอกนั้น ๆ

สถาปัตยกรรมองค์กรในภาพกว้างของการให้บริการ

Content	Channel	Digital Service
<p>ผลิตรายการตามวัตถุประสงค์</p> <ol style="list-style-type: none"> ข่าวสาร <ol style="list-style-type: none"> ยามปกติ ยามฉุกเฉิน วาระพิเศษ สาระความรู้ <ol style="list-style-type: none"> คุณภาพชีวิต พัฒนาทักษะใหม่ อิงหลักสูตร เพื่อผู้บริโลก เพื่อผู้สูงวัย รายการเด็ก สาระบันเทิง <ol style="list-style-type: none"> ละคร ซีรีส์ โชว์ กีฬา  <p>ผู้ชม (Audience) และพฤติกรรมการรับชม</p>	<p>เผยแพร่ในหลายช่องทาง</p> <ol style="list-style-type: none"> 3HD TV <ol style="list-style-type: none"> ช่วงปกติ ช่วงเวลาออกนียม ช่วงพิเศษ 4SD <ol style="list-style-type: none"> ช่วงปกติ ช่วงเวลาออกนียม ช่วงพิเศษ Thaipbs.or.th ThaiPBS Social Media <ol style="list-style-type: none"> Facebook Youtube Etc. On-ground Activities Licensed Channels <ol style="list-style-type: none"> International Media Cinema 	<p>บริการเฉพาะตัวบุคคลผ่านช่องทางดิจิทัล</p> <ol style="list-style-type: none"> Public Engagement <ol style="list-style-type: none"> LINE Official Account บริการตามพื้นที่ในภูมิภาค บริการตามรูปแบบของสมาชิกและการมีส่วนร่วม บริการเชิงประเด็น Solution Journalism <ol style="list-style-type: none"> Data J. Collaborative Investigative Learning Platform  <p>สมาชิก (Member) และการมีส่วนร่วมผ่านช่องทางดิจิทัล</p>

แผนภาพ 9 สถาปัตยกรรมองค์กรในภาพกว้างของการให้บริการ

ทั้งสองส่วนอธิบายขยายความได้ตามแผนผังดังรูป คือ ส.ส.ท. มีหน้าที่ผลิตรายการตามวัตถุประสงค์และเผยแพร่ในหลายช่องทางทั้งโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัยอื่น ๆ

สถาปัตยกรรมองค์กรในส่วนของดิจิทัลมีเดียแพลตฟอร์ม

ข้อมูลอะไรที่สำคัญที่สุดต่อการทำให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน?



ในยุคโทรทัศน์ คือ **ผู้ชม (Audience)** และพฤติกรรมการรับชม



ในยุคดิจิทัล คือ **สมาชิก (Member)** และการมีส่วนร่วมผ่านช่องทางดิจิทัล

Digital Platform Target Architecture



แผนภาพ 10 สถาปัตยกรรมองค์กรในส่วนของดิจิทัลมีเดียแพลตฟอร์ม

สถาปัตยกรรมเป้าหมาย รวมเว็บแพลตฟอร์มและระบบสมาชิกเป็นหนึ่งเดียว เพิ่มความเข้มแข็งของแบรนด์ Thai PBS โดยเก็บรักษาทางเข้า URL เดิมไว้ทั้งหมด ตั้งเป้าหมายเพิ่มประสบการณ์ผู้ใช้ นำไปสู่ความพอใจในการใช้บริการและเพิ่มจำนวนสมาชิกและการใช้บริการที่เพิ่มขึ้น ลดความซ้ำซ้อนในการสร้างและดูแลรักษา ลดความสับสนของผู้ใช้ในประโยชน์และความแตกต่างของแต่ละบริการ

Digital Platform - Digital Transformed Architecture



แผนภาพ 11 Thai PBS Digital Transformed Architecture

สถาปัตยกรรมเป้าหมายส่วนขยาย เมื่อมีเว็บแพลตฟอร์มและระบบสมาชิกเป็นหนึ่งเดียวแล้ว บริการส่วนขยายให้พัฒนาต่อยอดจากระบบหลักเท่านั้น โดยต้องออกประกาศกฎระเบียบในการสร้างบริการทาง ดิจิทัลใหม่ ๆ ให้นำข้อเสนอมาเข้าสู่การพิจารณาของคณะกรรมการขับเคลื่อน Digital Transformation ในกรอบเวลาที่กำหนด

3) การจัดระบบเครือข่าย (Collaborative Network)

นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาสร้างระบบเพื่อบริหารจัดการเครือข่ายการทำงานให้ใช้งานได้ง่าย มีความสะดวก และคล่องตัว ออกแบบให้เป็นหนึ่งเดียวกันกับ One Thai PBS โดยไม่แยกส่วนกัน ใช้ระบบพื้นฐานร่วมกัน เช่น ระบบสมาชิก ระบบเผยแพร่เนื้อหา ระบบอินเทอร์เน็ตแอกทีฟ เป็นต้น

4) การจัดระบบข้อมูล (Shared Insights)

ออกแบบและรวบรวมข้อมูลสำคัญขององค์กร คือข้อมูลของสมาชิกในทุกรูปแบบ รวมถึงข้อมูลผู้ชม ข้อมูล ที่สำคัญของการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการรับชมและการใช้บริการของอุตสาหกรรม และแบ่งปันข้อมูลนั้นไปยัง ผู้ที่เกี่ยวข้องให้เหมาะสม มีคุณภาพ และรวดเร็วรวมถึงการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เหมาะสมเข้ามาสนับสนุน เช่น เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ เป็นต้น

5) ส่งมอบคุณค่าด้วยความคุ้มค่า (Accountability Framework)

เน้นการยกระดับบุคลากรในทุก ๆ ด้านเพื่อให้ทันต่อการแข่งขัน และความรู้สมัยใหม่ในยุคดิจิทัล ความรับผิดชอบในเป้าหมายขององค์กร ทีม และส่วนบุคคล รวมถึงการออกกระเปาะการทำงานให้นำไปสู่เป้าหมาย ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

5.1 มาตรฐานใหม่ในการทำงาน (Standardization) และการแบ่งปันทรัพยากรร่วมกัน (Shared Resources) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังนี้

- เพิ่มประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้ใช้ (Better Experience)
- สะดวกรวดเร็วขึ้น ประหยัดขั้นตอนและเวลา (Faster Delivery)
- ลดโอกาสที่จะเกิดความผิดพลาด ถึงเป็นศูนย์ในจุดที่สำคัญ (Zero Defects)
- ปรับเพิ่มหรือลดได้สะดวกตามความต้องการในแต่ละช่วงเวลา (Scalability)
- ลดความสิ้นเปลือง ช่วยประหยัดทรัพยากร (Reducing Waste, improving Efficiency)

5.2 บูรณาการทำงานไปด้วยกัน (Integration) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังนี้

- สร้างพื้นที่ให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ (Enhanced Innovation)
- การสื่อสารที่ดีขึ้น (Open Communication)
- เพิ่มความพึงพอใจต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง (Improved Satisfaction)
- เพิ่มประสิทธิภาพในการส่งมอบคุณค่า (Increased Productivity)
- การตัดสินใจที่ดีขึ้น (Better Decision-Making)

มีกลไกการกำกับดูแลให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ (Governance Framework)



แผนภาพ 12 กลไกการกำกับดูแลเพื่อการเปลี่ยนผ่านองค์กรไปสู่ยุคดิจิทัล (Governance Framework)

การกำหนดนโยบายและกลไกการกำกับดูแลให้สามารถปฏิบัติงานได้โดยบรรลุเป้าหมายตามแผนที่วางไว้คือหัวใจสำคัญของความสำเร็จ

ส่วนที่ 2

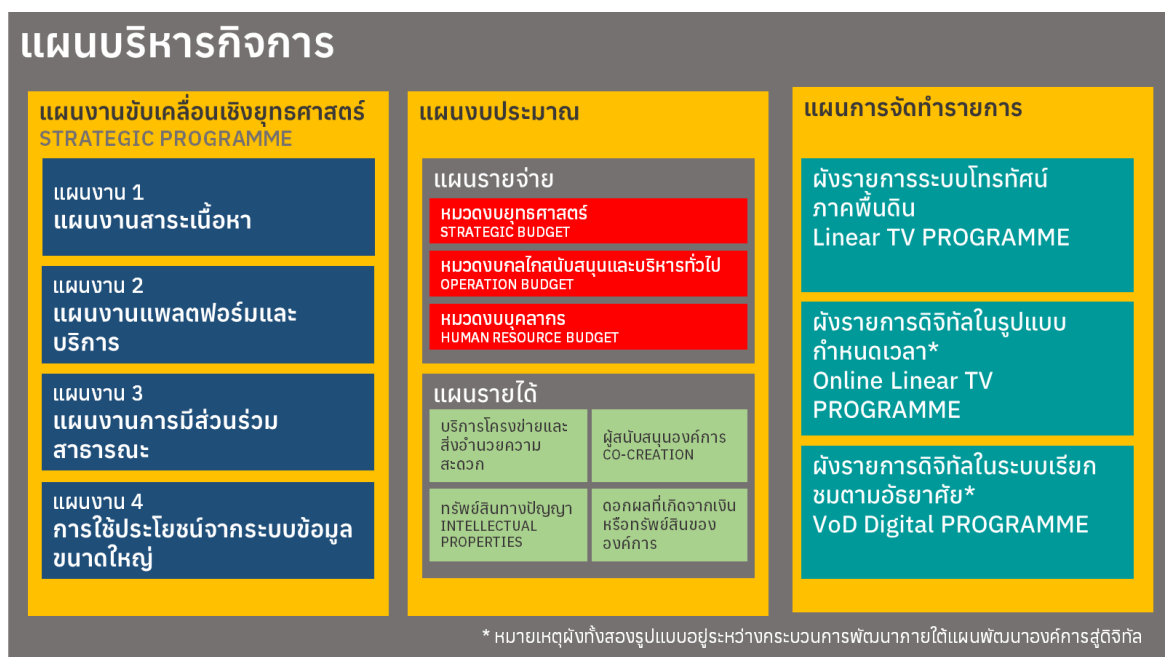
สาระสำคัญของแผนบริหารกิจการประจำปี 2567

ส่วนที่ 2 : สารสำคัญของแผนบริหารกิจการประจำปี 2567

2.1 โครงสร้างแผนและกรอบงบประมาณระดับองค์กร

แผนบริหารกิจการประจำปี 2567 ประกอบไปด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ส่วน ได้แก่

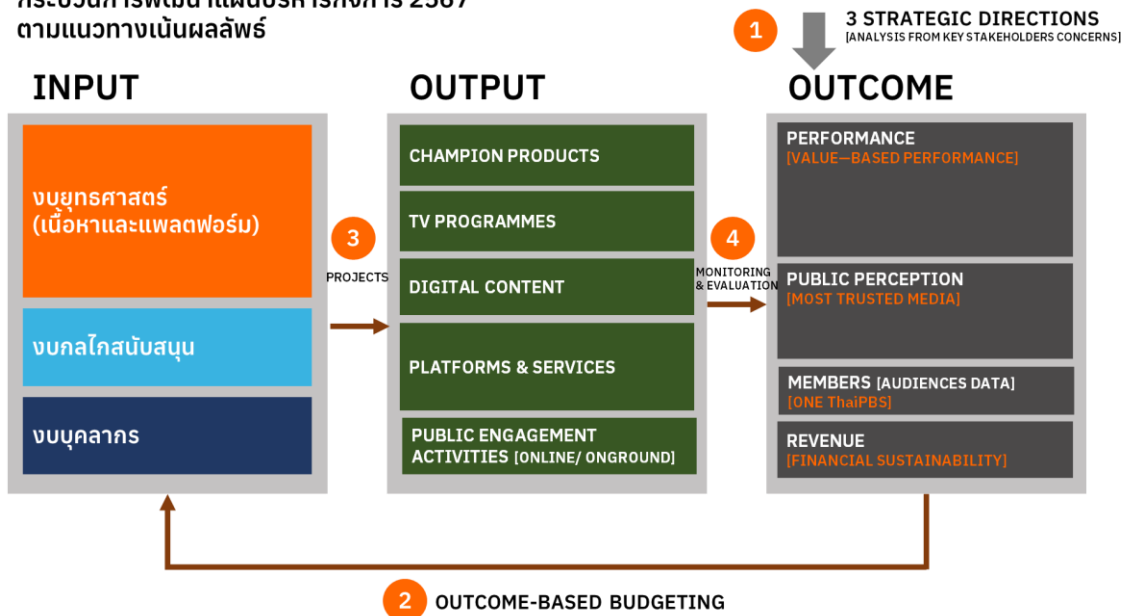
- 1) แผนจัดทำรายการ
- 2) แผนงานขับเคลื่อนเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Programme) แบ่งออกเป็น 4 แผนงาน อ้างอิงตามผลลัพธ์เชิงยุทธศาสตร์ ได้แก่
 - แผนงานที่ 1 แผนงานสาระเนื้อหา
 - แผนงานที่ 2 แผนงานแพลตฟอร์มและบริการ
 - แผนงานที่ 3 แผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ
 - แผนงานที่ 4 แผนงานการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่
- 3) แผนงบประมาณ ประกอบไปด้วย 2 ส่วน ได้แก่
 - แผนรายจ่าย
 - แผนรายได้



แผนภาพ 13 โครงสร้างแผนบริหารกิจการประจำปี 2567

แผนบริหารกิจการประจำปี 2567 ยังคงใช้รูปแบบที่มุ่งเน้นผลงาน โดยกำหนดเป้าหมายเชิงผลลัพธ์ (Strategic Outcomes) ในทุกมิติตามแนวทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ข้างต้น เพื่อนำมาใช้ออกแบบการจัดทำแผนงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลลัพธ์ (Outcome-based Budgeting) ผ่านกลไกแผนงาน (Programme) และชุดโครงการ (Project) เพื่อรองรับการขับเคลื่อนงานและบริหารงบประมาณให้บรรลุเป้าหมายตามผลลัพธ์ที่กำหนดไว้

กระบวนการพัฒนาแผนบริหารกิจการ 2567 ตามแนวทางเน้นผลลัพธ์



แผนภาพ 14 กระบวนการพัฒนาแผนบริหารกิจการประจำปี 2567 ที่เน้นการนำเอาความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียหลักมากำหนดเป็นทิศทางเชิงยุทธศาสตร์เพื่อนำสู่ขั้นตอนการออกแบบ ดำเนินการ และ วัดผลทั้งในระดับแผนงานและโครงการ



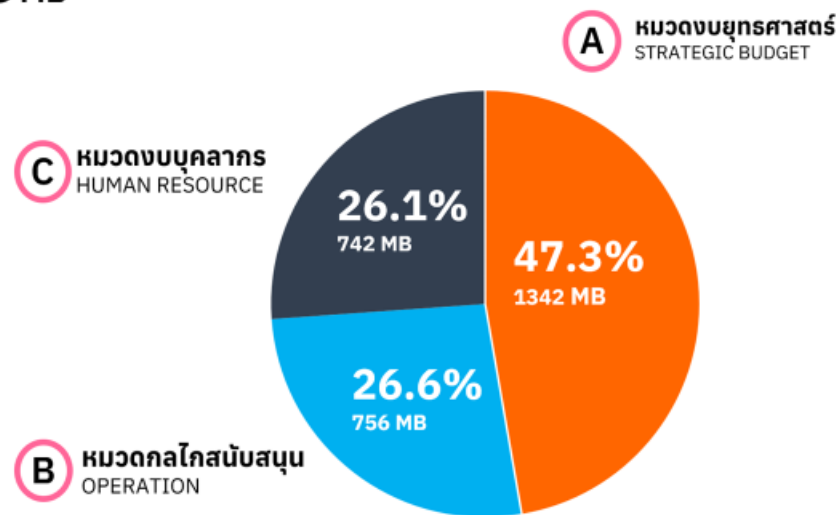
แผนภาพ 15 ภาพความสัมพันธ์และเชื่อมโยงระหว่างนโยบาย ทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ และ แผนบริหารกิจการ (เป้าหมายเชิงผลลัพธ์ แผนงาน และ โครงการ)

โครงสร้างกรอบงบประมาณในระดับองค์กร

ภายใต้กรอบควบคุมงบประมาณ 2,840 ล้านบาทที่ได้จากแนวนโยบายเรื่องการจัดทำแผนงบประมาณที่ก้าวสู่สมดุลในปี พ.ศ. 2568 แผนบริหารกิจการประจำปี 2567 กำหนดโครงสร้างและสัดส่วนงบประมาณในระดับองค์กรเป็น 3 ส่วน ได้แก่ หมวดงบบุคลากร หมวดงบกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป และหมวดงบบุคลากร

สัดส่วนหมวดงบประมาณแผนรายจ่าย

2840 MB



แผนภาพ 16 โครงสร้างกรอบงบประมาณ ประจำปี 2567

รายละเอียดของส่วนงบแต่ละหมวด

1) หมวดงบบุคลากร (Strategic Budget) ร้อยละ 47.3 หรือ 1,342 ล้านบาท

มีการปรับลดจากปี พ.ศ. 2566 ร้อยละ 12.6 หรือ 193 ล้านบาท จากฐานงบประมาณเดิม เนื่องจากการปรับย้ายงบบุคลากรบางส่วนไปหมวดงบบุคลากรเพื่อสะท้อนโครงสร้างและต้นทุนที่แท้จริง (ลูกจ้างโครงการไปเป็นพนักงานสัญญาจ้าง) และลดสัดส่วนรายการที่เน้นการออกอากาศทางโทรทัศน์ซึ่งมีต้นทุนสูงมาสู่เนื้อหาและรายการแบบดิจิทัล และการปรับเปลี่ยนการทำงานจากการเน้นการผลิตเนื้อหาด้วยตนเองมาสู่การเป็นพื้นที่กลางในการจัดหาเนื้อหาคุณภาพจากผู้ชมผู้ฟัง (Curation & Content Provider Hub)

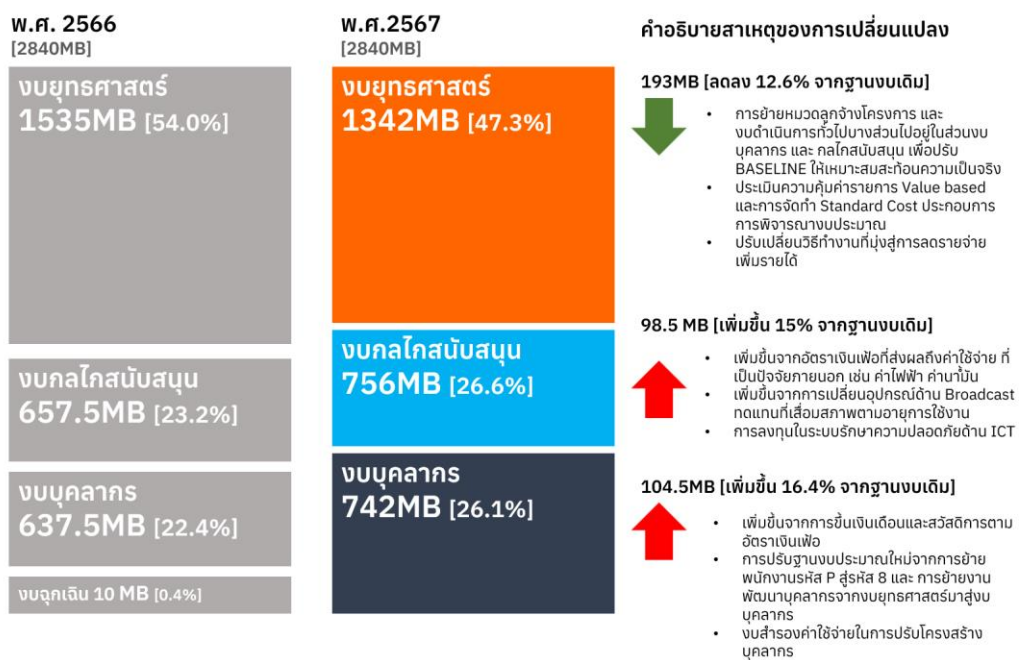
2) หมวดงบกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป (Operation Budget) ร้อยละ 26.6 หรือ 756 ล้านบาท

มีการปรับขึ้นจากปี พ.ศ. 2566 ร้อยละ 15 หรือ 98.5 ล้านบาท ตามอัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยที่ส่งผลไปถึงต้นทุนในส่วนที่มาจากปัจจัยภายนอก เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำมัน ฯลฯ การเปลี่ยนอุปกรณ์ด้านผลิตและออกอากาศเพื่อทดแทนอุปกรณ์ที่มีการเสื่อมสภาพตามอายุการใช้งาน และการลงทุนในระบบรักษาความปลอดภัยด้าน ICT เพื่อตอบสนองตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม โดยแนวทางดำเนินการในปี พ.ศ. 2567 จะเน้นไปที่การบริหาร

จัดการต้นทุน และการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานผ่านกระบวนการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลในส่วนงานการผลิตเพื่อให้การเพิ่มขึ้นดังกล่าวจะไม่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2568

3) หมวดงบประมาณบุคลากร (Human Resource Budget) ร้อยละ 26.1 หรือ 742 ล้านบาท

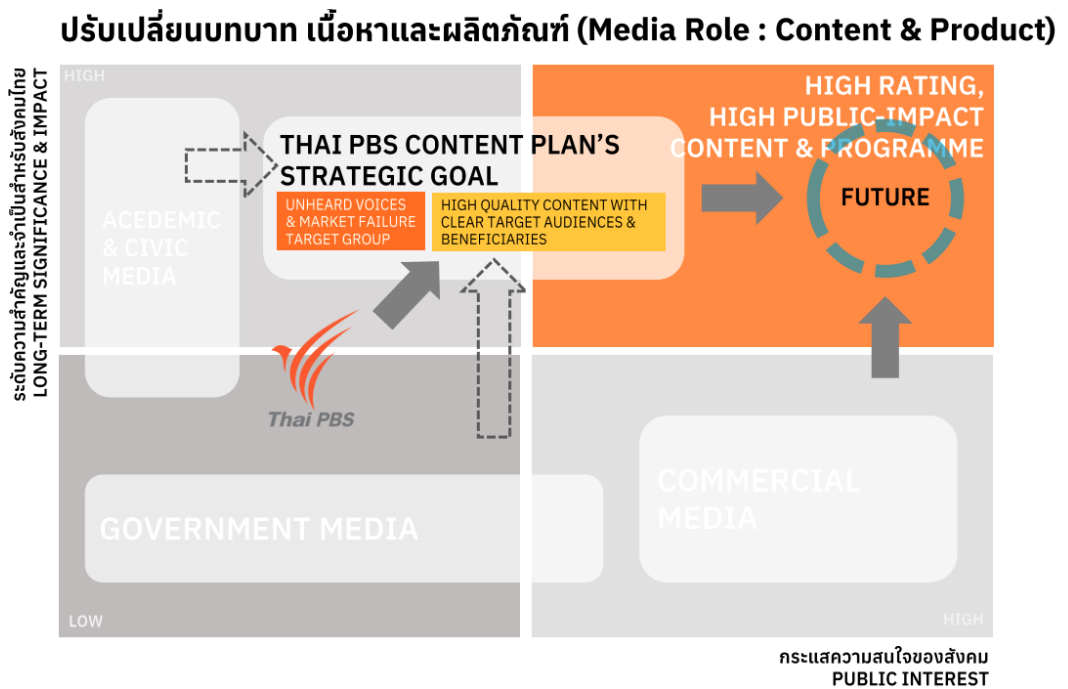
มีการปรับเพิ่มจากปี พ.ศ. 2566 ร้อยละ 16.4 หรือ 104.5 ล้านบาท ภาพรวมจะเป็นการเพิ่มโดยใช้ฐานอัตราเงินเพื่อเป็นจุดอ้างอิง เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงานและการสร้างความสามารถในการแข่งขันกับอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม องค์กรที่ดำเนินการจะมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างบุคลากรเพื่อรองรับการเข้าสู่องค์กรสี่เสาธารณะยุคดิจิทัลควบคู่กันไปด้วย โดยเริ่มจากการทบทวนฐานตัวเลขประเภทพนักงานเพื่อสะท้อนต้นทุนที่แท้จริง



แผนภาพ 17 แสดงสัดส่วนการจัดสรรงบประมาณตามหมวดงบประมาณหลัก ทิศทางการเปลี่ยนแปลงเทียบกับปี พ.ศ. 2566 และ เหตุผลสำคัญ

2.2 แผนจัดทำรายการ

แผนจัดทำรายการประจำปี 2567 ขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) หรือ ไทยพีบีเอส สานต่อแนวคิดจากแผนจัดทำรายการปี พ.ศ. 2566 ในการที่จะสร้างพลวัตทางการขับเคลื่อนเนื้อหาที่สอดคล้องกับนโยบายของ ส.ส.ท. ในปี พ.ศ. 2567 ในการเป็นองค์กรสื่อที่น่าเชื่อถืออันดับ 1 ในใจของผู้ชม โดยเริ่มต้นจากกระบวนการทบทวนสถานะของ ส.ส.ท. ซึ่งได้นำเอาความท้าทายของภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญในการวิเคราะห์



แผนภาพ 18 เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ของแผนเนื้อหา ส.ส.ท.

ผลลัพธ์ที่ได้คือ ส.ส.ท. จะวางบทบาทของสื่อสาธารณะในยุคดิจิทัลให้อยู่ตรงกลางระหว่างระดับความสำคัญและจำเป็นสำหรับสังคมไทย (Long Term Significance & Impact) กับระดับที่ได้รับกระแสความสนใจของสังคม (High Rating High Public Impact Content & Programme) โดย ส.ส.ท. ได้ตั้งเป้าหมายจะขยับไปอยู่ในตำแหน่ง High Rating High Public Impact Content & Programme อย่างเต็มตัวภายในปี พ.ศ. 2569

ส่วนมิติการจัดการความสัมพันธ์ในนิเวศสื่อ นั้น ส.ส.ท. ได้กำหนดบทบาทขององค์กรให้เป็นผู้พัฒนาแพลตฟอร์มกลาง รวมทั้งเป็นผู้ผลิตและผู้จัดการเนื้อหาที่ให้ทั้งสาระและความบันเทิง จากผู้ผลิตสื่อเจ้าต่าง ๆ นำมาจัดวางและนำเสนอผ่าน OTT Platform ของ ส.ส.ท.

2.2.1 ภารกิจพื้นฐานของสื่อสาธารณะ

เป้าหมายของแผนจัดทำรายการเพื่อตอบสนองต่อภารกิจพื้นฐานของสื่อสาธารณะ ประกอบด้วย

1. **Inform** สร้างสังคมแห่งการเท่าทันด้วยข้อมูลที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ ปราศจากอคติ

2. **Empower** สร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยเฉพาะกลุ่มเด็กเล็ก และกลุ่มที่ไม่มีมูลค่าทางการตลาด
3. **Shape** สร้างกระบวนการเพื่อนำไปสู่การหาทางออกร่วมกันของสังคม
4. **Connect** สร้างความเข้าใจในประวัติศาสตร์และพัฒนาการทางสังคมไทยอย่างรอบด้าน เพื่อนำไปสู่ความภาคภูมิใจในชาติที่เคารพความหลากหลาย เชื่อมต่อความแตกต่าง ลดความแตกแยก

เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ แผนจัดทำรายการ ปี พ.ศ. 2567 ส.ส.ท. จึงให้ความสำคัญกับกระบวนการพัฒนารายการในกลุ่ม Champion Product ซึ่งมีการออกแบบเนื้อหาที่เหมาะสมกับผู้ชม และสอดคล้องกับช่องทางการสื่อสารของ ส.ส.ท. อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับแผนบริหารกิจการของ ส.ส.ท. ปี พ.ศ. 2567 ที่จะให้ความสำคัญกับการทำ Omni Channel Strategy ในการสร้างช่องทางสื่อสารและประสบการณ์ทางข้อมูลข่าวสารแบบครบวงจรเพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้ชมได้มากที่สุด และเป็นหนึ่งเดียวกันตามแนวคิด ONE Thai PBS หรือไทยพีบีเอสเป็นบริการหลัก ซึ่งจะทำให้ ส.ส.ท. เติบโตขึ้นอย่างมั่นคงและก้าวสู่การเป็นองค์กรสื่อสารณะที่ได้รับยอมรับในระดับสากลตามเจตนารมณ์ที่วางไว้

2.2.2 กรอบทิศทางแผนจัดทำรายการประจำปี 2567

ส.ส.ท. มีภารกิจต้องจัดทำแผนจัดทำรายการประจำปีขึ้นเพื่อเป็นการกำกับทิศทางสำหรับการเสนอเนื้อหา รายการของสื่อสาธารณะ โดยมีวัตถุประสงค์ตาม พ.ร.บ. ส.ส.ท. ตามมาตรา 7

ในปี พ.ศ. 2567 ส.ส.ท. จะให้ความสำคัญกับการสื่อสารและบูรณาการเนื้อหาที่สามารถตอบสนองกลุ่มผู้รับสื่อที่หลากหลายในทุกช่องทางการสื่อสาร (Platforms) และบริการ (Service) ของ ส.ส.ท. อย่างเต็มประสิทธิภาพ ตามแนวทาง Omni Channel Strategy ที่จะสร้างประสบการณ์การรับชมที่เป็นหนึ่งเดียว โดยยึดถือพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของผู้ชมเป็นสำคัญเพื่อให้เนื้อหารายการรวมถึงบริการต่าง ๆ ของ ส.ส.ท. สามารถเข้าถึงทุกคนได้อย่างเท่าเทียมและทั่วถึงเป็นหนึ่งเดียวภายใต้แนวคิด ONE Thai PBS ซึ่งเป็นการปฏิรูประบบแพลตฟอร์มและระบบการให้บริการของ ส.ส.ท. ใหม่แบบบูรณาการ (Integrated 14 Services : 14 Websites, 4 App) ที่จะรวบรวมช่องทางการสื่อสารของ ส.ส.ท. ให้เป็นหนึ่งเดียว เพื่อเชื่อมต่อประสบการณ์การเข้าถึงเนื้อหารายการอันหลากหลายและวางรากฐานการทำงานด้วยข้อมูลผู้ใช้

2.2.3 ยุทธศาสตร์เนื้อหารายการ

ทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ในการจัดทำเนื้อหาและรายการ จะวางอยู่บน 3 มิติหลัก ประกอบด้วย

1. มิติของเนื้อหาตามผังรายการโทรทัศน์ โดยจะเพิ่มรายการแบบออกอากาศสด (Live) ลดรายการ First Run และเพิ่มรายการ Rerun
2. มิติที่มาของเนื้อหา ลดรายการที่ผลิตเอง เพิ่มรายการ Commissioning ปรับการบริหารจัดการรายการแบบ Programme Acquisition มาสู่ Programme Exchange ให้มากขึ้น

3. มิติของรูปแบบการออกแบบเนื้อหา โดยปรับลดการผลิตรายการแบบ TV First (รายการที่เน้นการออกแบบเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์เป็นหลัก) มาสู่รูปแบบ Hybrid (การผลิตเนื้อหาเผยแพร่ผ่าน 2 ช่องทาง โดยให้ประสบการณ์การรับชมที่แตกต่างกัน) และ Online First โดยนำเอาข้อมูลทางงบประมาณเข้ามาประกอบการวางทิศทางในครั้งนี้อย่าง

แผนงานผลิตสาระเนื้อหา (Content Programme) นั้น ได้รับการจัดสรรงบประมาณร้อยละ 79.7 จากกรอบงบประมาณของหมวดงบประมาณยุทธศาสตร์ และมีการแบ่งแผนงานผลิตสาระเนื้อหาออกเป็น 5 กลุ่มเนื้อหา และ 1 ภารกิจงาน ประกอบด้วย

- 1) กลุ่มเนื้อหาข่าว (News) ได้รับการจัดสรรงบประมาณร้อยละ 19.63
- 2) กลุ่มเนื้อหาการเรียนรู้ (Learning) ได้รับการจัดสรรงบประมาณร้อยละ 18.34
- 3) กลุ่มเนื้อหาสารคดีและสาระประโยชน์ (Documentary/ Factual) ได้รับการจัดสรรงบประมาณร้อยละ 21.50
- 4) กลุ่มเนื้อหาบันเทิง (Entertainment) ได้รับการจัดสรรงบประมาณร้อยละ 32.74
- 5) กลุ่มเนื้อหาพลเมือง (Citizen) ได้รับการจัดสรรงบประมาณร้อยละ 6.30
- 6) งานยุทธศาสตร์เนื้อหา (Content Strategy) ได้รับการจัดสรรงบประมาณร้อยละ 1.50

โดยมีกลไกบูรณาการเพื่อทำให้เกิดความเชื่อมโยงที่นำสู่ผลลัพธ์ด้านประสิทธิภาพประสิทธิผลและการสร้างภาพจำสาธารณะ ได้แก่

1. คณะทำงานพัฒนาความโดดเด่นและแตกต่างให้เป็นที่รู้จัก
2. คณะทำงานยุทธศาสตร์เนื้อหา (Thai PBS Content Strategy)
3. คณะกรรมการขับเคลื่อนดิจิทัล (Digital Transformation Committee)
4. คณะทำงานภาพลักษณ์องค์กร (Thai PBS Branding)

2.2.4 จุดเน้นและแนวทางการดำเนินการแยกตามกลุ่มเนื้อหา

Champion Product

แนวคิดสำคัญในการวางยุทธศาสตร์รายการของปี พ.ศ. 2567 คือการสร้าง Champion Product ใน 5 กลุ่มรายการหลักเพื่อเน้นการสร้างภาพจำสาธารณะที่เชื่อมโยงและสะท้อนคุณค่าหลักขององค์กรที่ถูกพัฒนาขึ้นมาจากทุกภาคส่วนขององค์กรเพื่อให้เป็นรายการต้นแบบที่มีความโดดเด่นทั้งในด้านเนื้อหาได้รับการยอมรับ เป็นรายการที่มีศักยภาพในการแข่งขัน มีคุณภาพเพียงพอในการเผยแพร่ลิขสิทธิ์รายการเพื่อหารายได้และขยายฐานผู้ชมออกสู่ตลาดสากล

กลุ่มรายการ Champion Product จะถูกบริหารจัดการทั้งในเชิงเนื้อหา การตลาด และระบบการเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสารที่หลากหลายแต่ได้ประสบการณ์หนึ่งเดียวตามแนวคิด Omni Channel Strategy



แผนภาพ 19 ผลผลิตด้านเนื้อหาของ ส.ส.ท.

กลุ่มเนื้อหาข่าว : 28 รายการ 3228 ชั่วโมง

เน้นการนำเสนอข้อเท็จจริงและรายงานสถานการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้นในแต่ละวันด้วยมุมมองที่รอบด้านและเป็นกลาง รวมถึงเนื้อหาข่าวเชิงลึก (In-depth & Investigative News) วารสารศาสตร์ข้อมูล (Data Journalism) และเนื้อหาข่าวท้องถิ่นคุณภาพสูง ที่ครอบคลุมและหลากหลาย ผลักดันให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน (Deliberative Democracy) รวมถึงประเด็นทางสังคมที่สำคัญ เช่น การเมือง เอลนีโญ สังคมสูงวัย LGBTQ+ เป็นต้น

กลุ่มเนื้อหาการเรียนรู้ : 25 รายการ 1338 ชั่วโมง

เน้นรายการส่งเสริมการเรียนรู้สำหรับอนาคตให้กับเด็กและเยาวชนไทย โดยมีเป้าหมายในการส่งเสริมพัฒนาการของกลุ่มผู้ชม โดยเฉพาะกลุ่มเด็กปฐมวัย ส่งเสริมการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ (Action Learning) ที่หนุนเสริมการเรียนรู้ในห้องเรียนและครอบครัว รวมถึงการเป็นพื้นที่กลางในการทำงานแบบเครือข่ายเพื่อสร้างระบบนิเวศและส่งเสริมการเรียนรู้ที่มีคุณภาพของไทย

กลุ่มเนื้อหาสารคดีและสาระประโยชน์ : 16 รายการ 1196 ชั่วโมง

เน้นรายการสะท้อนคุณค่าความเป็นไทย วัฒนธรรม ธรรมชาติในรูปแบบและมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล รวมถึงรายการสารประโยชน์ที่มุ่งเน้นส่งเสริมทักษะการดำรงชีวิตที่สำคัญสำหรับอนาคตนำไปสู่สังคมสูงวัยที่มีคุณภาพ (Healthy Ageing Society)

กลุ่มเนื้อหาบันเทิง : 32 รายการ 743 ชั่วโมง

เน้นรายการบันเทิงคุณภาพสูงในประเด็นร่วมสมัย ในกลุ่มละคร ดนตรี และ กีฬา ภายใต้แนวคิด Omni Channel Strategy ที่จะเปิดประสบการณ์ใหม่ในการสร้างสรรค์รายการที่เปิดกว้างการมีส่วนร่วมแบบ 360 องศา ทั้งในมิติรายการโทรทัศน์ รายการออนไลน์ รวมถึงกิจกรรมออนกราวด์ที่สร้างสรรค์ มีคุณภาพ ได้มาตรฐานระดับสากล

กลุ่มเนื้อหาภาคพลเมือง : 7 รายการ 123 ชั่วโมง

เน้นการสร้างพื้นที่สื่อสารกลางแบบสาธารณะที่นำสู่การสร้างเนื้อหาโดยผู้ใช้งาน (Users-Generated Content) เพื่อให้เป็นกลไกในการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนของประเด็นสาธารณะสำคัญ เช่น สถานการณ์ทางการเมือง การติดตามความก้าวหน้าและผลจากนโยบายของภาครัฐ ผ่านกลไก รวมถึงการเข้าถึงข้อมูลจากฐานข้อมูลแบบเปิดของภาครัฐ เพื่อทำการรวบรวม วิเคราะห์ และถ่ายทอดออกมาเป็นเนื้อหารายการผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งทางหน้าจอและออนไลน์ในรูปแบบการสื่อสารด้วยภาพและข้อมูล (Data Visualization) ที่มีเนื้อหาลึก ละเอียด และโต้ตอบได้ ตามแนวคิด Long Form Interactive Journalism ซึ่งจะเป็นพื้นที่กลางที่ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูล แลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่หลากหลาย และหาทางออกร่วมกันของประเด็นสาธารณะที่สำคัญของสังคม

2.2.5 การขับเคลื่อนเนื้อหาผ่านวาระหลักทางสังคม

จุดเน้นด้านเนื้อหาของปี พ.ศ.2567 – 2568 ภายใต้บริบทเฉพาะในมิติการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มี 3 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย

1. Soft Power
2. Deliberative Democracy
3. Mental Health

โดยจะขับเคลื่อนให้เกิด Impactful ผ่านหลากหลายวิธีการและอีก 6 ประเด็นตามนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย ได้แก่ สังคมสูงวัย ลดความเหลื่อมล้ำ ทุจริต คอร์รัปชัน คุ้มครองผู้บริโภค สภาวะโลกร้อน และการเรียนรู้ของเด็ก ซึ่ง ส.ส.ท. ยังคงดำเนินงานขับเคลื่อนประเด็นเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง

3 วาระหลัก	สถานการณ์ปัจจุบัน	แนวทางของ Thai PBS
พลังอำนาจที่สร้างสรรค์ (SOFT POWER) และมูลค่าเพิ่มทางวัฒนธรรม	รัฐบาลเร่งขับเคลื่อน 1 ครอบครัวยุคใหม่ 1 ซอฟต์แวร์เวอร์ชันผ่านกลไกคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ มีเป้าหมายยกระดับทักษะคนไทยจำนวน 20 ล้านคน ส่งเสริมเป็นแรงงานทักษะขั้นสูงและแรงงานสร้างสรรค์ ในสาขาต่าง ๆ 11 สาขา ได้แก่ อาหาร กีฬา เฟสติวล ท่องเที่ยว ดนตรี หนังสือ ภาพยนตร์ เกม ศิลปะ การออกแบบและแฟชั่น	ผลิตรายการส่งเสริมแนวคิด การทูตเชิงวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy) ส่งออกวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ คุณค่าไปสู่นานาชาติ สร้างรายได้จากการขายลิขสิทธิ์รายการกลับคืนองค์กร อาทิ ชุดสารคดีด้านวัฒนธรรม ชุดเนื้อหา

3 วาระหลัก	สถานการณ์ปัจจุบัน	แนวทางของ Thai PBS
	กำหนดให้เป็นหน้าที่ขององค์กร THACCA ที่จะถูกจัดตั้งขึ้นในอนาคต	Premium Content และกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น เป็นต้น
ประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมและไตร่ตรอง (DELIBERATIVE DEMOCRACY)	จากสถานการณ์ทางการเมืองและสังคมในปัจจุบัน ประชาชนเริ่มผันตัวเองมาเป็น Active Citizen ที่เข้ามามีส่วนร่วมกับภาคการเมืองมากขึ้น ทั้งการติดตามนโยบาย หรือการร้องเรียนปัญหา ผ่านกลไกของสื่อทุกแขนง	สร้าง Platform Policy Watch และระบบ Tracking Policy ให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วม และเพิ่มความเข้มข้นในการเสนอเนื้อหาข่าวการเมืองที่เจาะลึกและเชื่อถือได้
สุขภาพทางจิต (MENTAL HEALTH)	สถานการณ์ปัญหาสุขภาพทางจิตที่ส่งผลกระทบต่อคนในสังคมเริ่มมีความรุนแรงขึ้น สะท้อนจากเหตุการณ์ความรุนแรงและสถิติผู้ป่วยทางจิตเวชที่เพิ่มขึ้น จากผลงานวิจัยพบว่าปัญหาเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อเป็นลูกโซ่ทางสังคมในระยะยาว	ส่งเสริมความเข้าใจประเด็นสุขภาพจิต สภาพแวดล้อม กลไกทางสังคม และนโยบายที่เหมาะสมกับการสร้างเสริมสุขภาพทางจิต และการลดช่องว่างระหว่างวัย (Gen-Gap) ผ่านชุดรายการสุขภาพ ละคร ชุดข้อมูลดิจิทัล และการจัดเวทีสาธารณะ

ตารางที่ 1 สามวาระหลักด้านเนื้อหาของ ส.ส.ท.

2.2.6 การจัดสรรส่วนรายการที่สะท้อนภูมิทัศน์สื่อและพฤติกรรมผู้ชม

เพื่อทำให้การพัฒนาเนื้อหาและการจัดทำผังรายการสอดคล้องกับทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ในอนาคต จึงมีการจัดทำกรอบเชิงยุทธศาสตร์ระยะเวลา 3 ปี โดยมีมิติกำกับสำคัญ 3 เรื่อง ได้แก่

1) มิติของเนื้อหาตามผังรายการโทรทัศน์

ทิศทางสำคัญคือการเพิ่มสัดส่วนเนื้อหาแบบออกอากาศสด ซึ่งเป็นจุดสำคัญของพฤติกรรมผู้ชมโทรทัศน์แบบตามช่วงเวลา และลดเนื้อหารายการใหม่ที่ออกอากาศครั้งแรก ซึ่งมีค่าใช้จ่ายการผลิตที่สูงเพื่อให้สัมพันธ์ไปกับแนวทางงบประมาณที่จะถูกกำกับ โดยส่วนที่ลดลงจะถูกแทนที่ด้วยการบริหารจัดการเชิงยุทธศาสตร์ของเนื้อหารายการเก่าที่อยู่ในคลังให้มีความเหมาะสมกับบริบทช่วงเวลาและความสนใจของสังคม เพื่อทำให้เกิดการใช้งานที่คุ้มค่ายิ่งขึ้น

สัดส่วนการเผยแพร่เนื้อหา รายการผ่านผังรายการ โทรทัศน์	2566*		2567		2568		2569	
	สัดส่วน (%)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)	สัดส่วน (%)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)	สัดส่วน (%)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)	สัดส่วน (%)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)
LIVE PROGRAMME	26	3,417	28	3,679	30	3,942	32	4,205
FIRST-RUN PROGRAMME	28	3,679	24	3,154	20	2,628	16	2,102

สัดส่วนการเผยแพร่ เนื้อหา รายการผ่านผังรายการ โทรทัศน์	2566*		2567		2568		2569	
	สัดส่วน (%)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)	สัดส่วน (%)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)	สัดส่วน (%)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)	สัดส่วน (%)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)
RE-RUN PROGRAMME	46	6,044	48	6,307	50	6,570	52	6,833

*ปี 2566 เวลารวมเฉพาะ 2 ช่อง Thai PBS=7300 ชม. และ ALTV=5840 ชม.รวม 13,140 ชม.

ตารางที่ 2 สัดส่วนการเผยแพร่เนื้อหารายการทางโทรทัศน์

2) มิติของที่มาของเนื้อหา

ทิศทางสำคัญคือการลดปริมาณเนื้อหารายการที่ผลิตเองลง เนื่องจากมีต้นทุนการผลิตที่สูงและบริหารต้นทุนยาก (จากค่าใช้จ่ายแพคเกจเรื่องบุคลากรและสำนักงาน) แล้วไปเพิ่มสัดส่วนรายการแบบ Commissioning เพื่อเปิดรับแนวคิดใหม่ ๆ และควบคุมต้นทุนได้ง่าย

นอกจากนั้นแล้วจะมีการปรับสัดส่วนรายการที่มาจากซื้อลิขสิทธิ์เผยแพร่ (Programme Acquisition) เปลี่ยนมาเป็นรูปแบบของการแลกเปลี่ยนรายการ (Programme Exchange) และหรือการนำเอาเนื้อหารายการของเครือข่ายองค์กรความร่วมมือที่ได้มาตรฐานมาเผยแพร่แทน เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการจัดหารายการ และเพิ่มโอกาสในการสร้างความร่วมมือกับภายนอก

สัดส่วนเนื้อหารายการ เชิงที่มาของเนื้อหา	2566*		2567		2568		2569	
	สัดส่วน (%)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)	สัดส่วน (%)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)	สัดส่วน (%)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)	สัดส่วน (%)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)
IN-HOUSE PRODUCTION	52.5	6,898	46	6,044	38	4,993	30	3,942
PROGRAMME COMMISSIONING	40.0	5,259	44	5,782	47	6,176	50	6,570
PROGRAMME ACQUISITION	5.4	714	4	526	3	394	2	263
PROGRAMME EXCHANGE/ STRATEGIC PARTNERS	2.0	269	6	788	12	1,577	18	2,365

ตารางที่ 3 สัดส่วนเนื้อหารายการเชิงที่มาของเนื้อหา

3) มิติของรูปแบบการออกแบเนื้อหา

ทิศทางสำคัญคือการปรับลดสัดส่วนรายการที่เน้นการออกแบเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์เป็นหลัก (TV First) ซึ่งมีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยสูงและไม่ตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภค มาสู่รูปแบบผสม (Hybrid) และรูปแบบออนไลน์ (Online First) แบบขั้นบันได

นอกจากนั้นแล้วจะมีการกำหนดสัดส่วนการผลิตรายการในรูปแบบมาตรฐานแบบ OTT เช่น คุณภาพของการผลิต ภาษา วิธีเล่าเรื่อง ฯลฯ ที่เพิ่มขึ้นในทุกปี เพื่อรองรับการเติบโตของพฤติกรรมผู้บริโภคที่รับชมตามอัธยาศัย และเพิ่มโอกาสในการแข่งขันกับอุตสาหกรรม

สัดส่วนเนื้อหา รายการเชิง รูปแบบ	2566		2567		2568		2569	
	สัดส่วน (%)	งบประมาณ (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	งบประมาณ (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	งบประมาณ (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	งบประมาณ (ล้านบาท)
TV-FIRST	94.86	1070	40	451	30	338	20	226
HYBRID			45	508	40	451	25	282
ONLINE-FIRST	4.88	55	10	113	20	226	35	395
OTT-FIRST	0.27	3	5	56	10	113	20	226

หมายเหตุ การคาดการณ์งบประมาณของแผนงานเนื้อหาคำนวณแบบคงที่ตามปีฐาน พ.ศ.2566 ที่ 1,128 ล้านบาท
ตารางที่ 4 สัดส่วนเนื้อหารายการเชิงรูปแบบ

2.2.7 สัดส่วนเนื้อหารายการ

สัดส่วนเนื้อหารายการช่องไทยพีบีเอส (ช่อง 3 HD)

มีจำนวนออกอากาศทั้งหมด 140 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือ 7,300 ชั่วโมง ต่อปี ออกอากาศตั้งแต่เวลา 05.00 – 01.00 น รวม 20.00 ชั่วโมงต่อวัน มีรายละเอียด ดังนี้

ปริมาณ (ชม.)	ผังต่อสัปดาห์ (20 ชม./วัน)		ผังปี 7,300 ชม.	
วันในสัปดาห์	MON-FRI	SAT-SUN	MON-FRI	SAT-SUN
First	29:00:00	14:40:00	1513:35:00	762:40:00
Rerun	20:10:00	12:30:00	1052:50:00	650:00:00
LIVE	50:50:00	12:50:00	2653:35:00	667:20:00
Grand Total	100:00:00	40:00:00	5220:00:00	2080:00:00

ตารางที่ 5 สัดส่วนเนื้อหารายการช่องไทยพีบีเอส (ช่อง 3 HD)

สัดส่วนเนื้อหารายการช่อง ALTV (ช่อง 4)

มีจำนวนออกอากาศทั้งหมด 5840 ชั่วโมง ต่อปี ออกอากาศตั้งแต่เวลา 06.00 – 22.00 น รวม 16 ชั่วโมง ต่อวัน มีรายละเอียด ดังนี้

ปริมาณ (ชม.)	ผังต่อสัปดาห์ (16 ชม./วัน)		ผังปี (5,840 ชม.)		
	วันในสัปดาห์	MON-FRI	SAT-SUN	MON-FRI	SAT-SUN
First		18:25:00	8:10:00	970:17:00	424:40:00
Rerun		61:35:00	21:50:00	3205:43:00	1135:20:00
LIVE		0:00:00	2:00:00	0:00:00	104:00:00
Grand Total		80:00:00	32:00:00	4176:00:00	1664:00:00

ตารางที่ 6 สัดส่วนเนื้อหารายการช่อง ALTV (ช่อง 4)

สัดส่วนเนื้อหารายการที่แบ่งเป็น 5 GENRE

สัดส่วนเนื้อหารายการ Genre 5 แบบ	Thai PBS 2566		ALTV 2566		รวม	
	สัดส่วน (%)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)	สัดส่วน (%)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)	สัดส่วน (%)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)
ข่าว	52	3764:25:00	2	121:40:00	30	3886:05:00
ภาคพลเมือง	1	52:00:00			0	52:00:00
สารคดี-สารประโยชน์	38	2784:55:00	25	1486:00:00	33	4270:55:00
สารบันเทิง	10	698:40:00	4	234:30:00	7	933:10:00
การเรียนรู้	0		69	3997:50:00	30	3997:50:00
		7300:00:00		5840:00:00		13140:00:00

ตารางที่ 7 สัดส่วนเนื้อหารายการที่แบ่งเป็น 5 GENRE

จากข้อมูลเนื้อหาในปี พ.ศ. 2566 มีเนื้อหาข่าวในสัดส่วนมากที่สุด ในปี พ.ศ. 2567 ยังคงมีแนวโน้มเป็นเช่นนั้น และอาจมีการเพิ่มเนื้อหาสารบันเทิงมากขึ้นในช่อง Thai PBS จากการวางงบประมาณให้มีการทำรายการสารบันเทิงมากขึ้น สำหรับช่อง ALTV ยังคงเนื้อหาการเรียนรู้เป็นหลักและมีแนวโน้มเพิ่มรายการสดด้านกีฬา ซึ่งเป็นสารบันเทิงเพิ่มขึ้น

2.2.8 ช่องทางเผยแพร่

ในปี พ.ศ. 2567 ส.ส.ท. มีบริการช่องทางเผยแพร่ในช่องทางโทรทัศน์ภาคพื้นดิน (Terrestrial Television) ช่องทางโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม และช่องทางออนไลน์ ตามแนวทาง Digital Transformation โดยสามารถจำแนกตามกลุ่มเป้าหมายและช่องทางการสื่อสารดังต่อไปนี้

ผังรายการ 3 แบบที่ตอบสนองพฤติกรรมผู้ชมแบบดิจิทัล

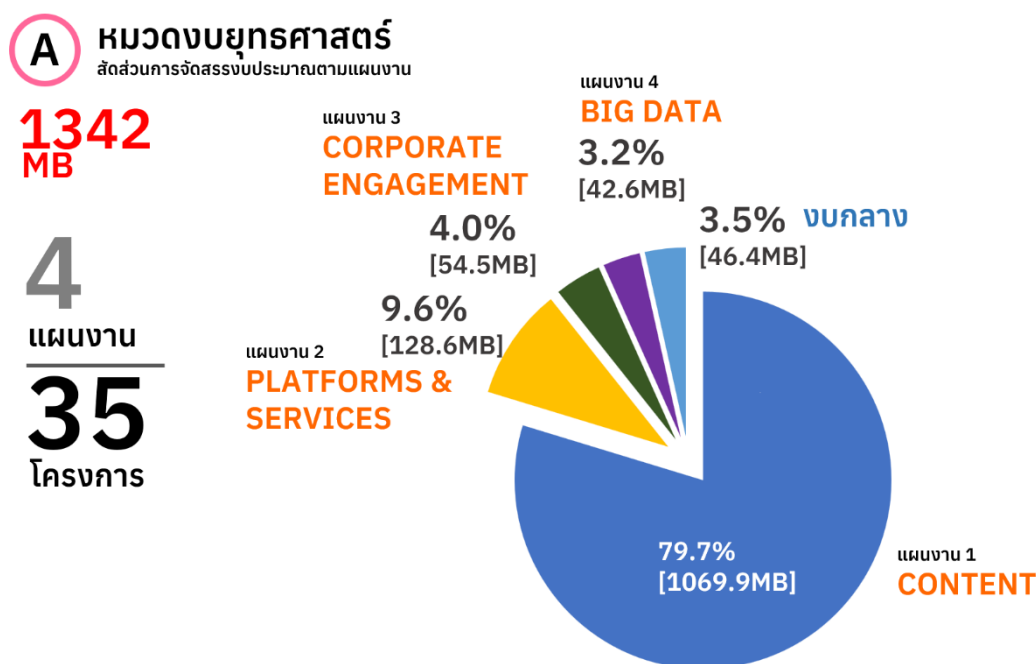
ช่องทางเผยแพร่	TARGET GROUP	CHARACTER
ผังรายการโทรทัศน์แบบ LINEAR [3HD/ ALTV]	GEN B/ X และทุก GEN ในเนื้อหาแบบ LIVE EVENT + เหตุการณ์สำคัญ	1.รายการ LIVE EVENT 2.รายการข่าวเหตุการณ์สำคัญ (breaking news) 3. จัดวางรายการตามความสนใจและพฤติกรรมของกลุ่มผู้ชมที่ดูโทรทัศน์แบบ LINEAR
ผังรายการแบบ ONLINE LINEAR [Thai PBS WEB]	GEN B/ X/ Y ที่เริ่มคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยี ดิจิทัล	จัดวางรายการตามความสนใจและพฤติกรรมของกลุ่มผู้ชมที่ดูโทรทัศน์แบบ LINEAR ตามเวลาที่แน่นอน โดยสามารถเลือกสลับดูได้มากกว่า 1 ช่องในช่วงเวลาเดียวกันเพื่อรองรับกิจกรรม/เนื้อหา/ คนดูที่หลากหลาย
ผังรายการแบบ ON-DEMAND [ONE Thai PBS APP/ WEBSITE]	GEN X/ Y/ Z	<ul style="list-style-type: none"> แบ่งกลุ่มรายการออกตาม GENRE และลักษณะความสนใจของผู้ชม โดยกำหนดปริมาณและความถี่ในการนำเสนอที่เหมาะสม ถูกสื่อสารแบบ PERSONALIZATION ตาม ALGORITHM

ตารางที่ 8 ช่องทางเผยแพร่รายการ

2.3 แผนงานขับเคลื่อนเชิงยุทธศาสตร์

2.3.1 แผนงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ (Strategic Programme)

แผนงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ อยู่ในภายใต้หมวดงบประมาณยุทธศาสตร์ซึ่งมีกรอบงบประมาณรวม 1,342 ล้านบาท โดยกำหนดให้มี 4 แผนงานสำคัญที่สอดคล้องไปกับเป้าหมายผลลัพธ์ระดับองค์กร แต่ละแผนงานถูกจัดสรรงบประมาณอ้างอิงตามภารกิจงานที่ถูกวิเคราะห์ให้สอดคล้องกับทิศทางเชิงยุทธศาสตร์และรองรับกับฉันทันอนาคตที่จะต้องมีการปรับตัวอย่างรวดเร็ว โดยมีการกำหนดสัดส่วนดังนี้



แผนภาพ 20 สัดส่วนการจัดสรรงบประมาณในหมวดงบประมาณยุทธศาสตร์แยกตามแผนงาน

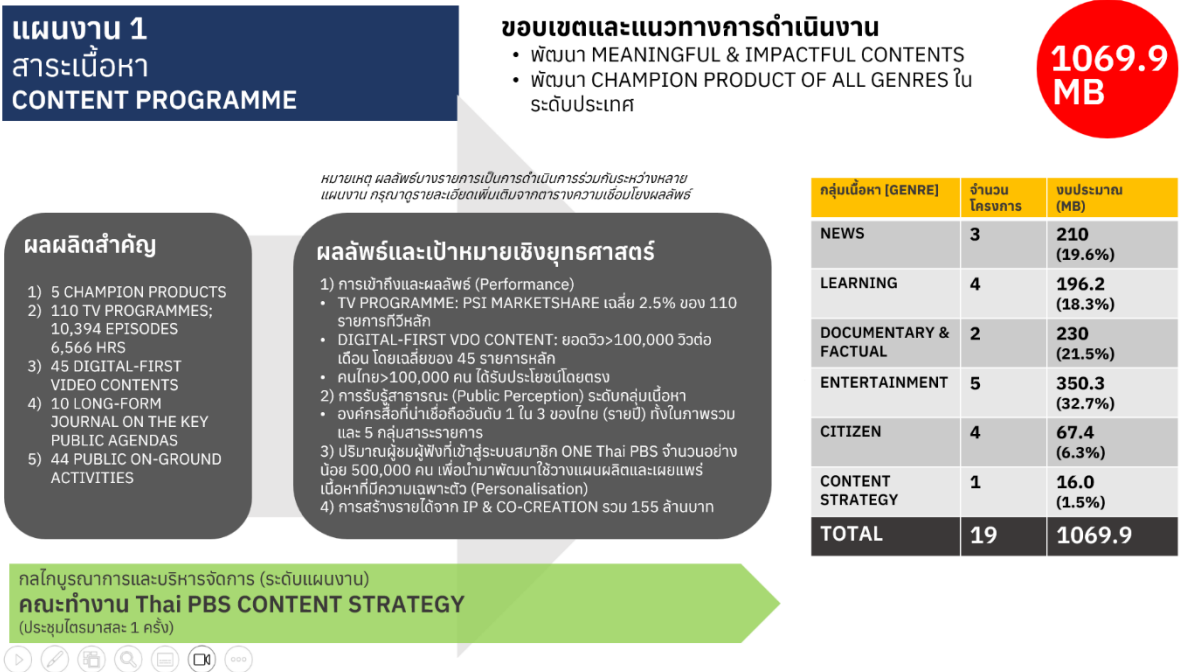
- 1) แผนงานสาระเนื้อหา (Content) ร้อยละ 79.7 หรือ 1,069.9 ล้านบาท
- 2) แผนงานแพลตฟอร์มและบริการ (Digital Services and Platforms) ร้อยละ 9.6 หรือ 128.6 ล้านบาท
- 3) แผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ (Corporate Engagement) ร้อยละ 4 หรือ 54.5 ล้านบาท
- 4) แผนงานการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ร้อยละ 3.2 หรือ 42.6 ล้านบาท
- 5) งบกลาง ร้อยละ 3.5 หรือ 46.4 ล้านบาท เพื่อรองรับงานยุทธศาสตร์ในระดับองค์กรที่อาจเกิดขึ้นจากโอกาสใหม่ ๆ ระหว่างช่วงปี ที่ยังไม่สามารถวางแผนล่วงหน้าได้

แผนงานที่ 1 แผนงานสาระเนื้อหา (CONTENT PROGRAMME)

19
โครงการ
1069.9
MB



แผนภาพ 21 สัดส่วนการจัดสรรงบประมาณแผนงานสาระเนื้อหา



แผนภาพ 22 ภาพรวมแผนงานที่ 1 สาระเนื้อหา

2.3.2 แผนงานที่ 1 สารเนื้อหา CONTENT PROGRAMME

- ผลผลิตสำคัญ

- 1) 5 CHAMPION PRODUCTS
- 2) 110 TV PROGRAMMES; 10,394 EPISODES 6,566 HRS
- 3) 45 DIGITAL-FIRST VIDEO CONTENTS
- 4) 10 LONG-FORM JOURNAL ON THE KEY PUBLIC AGENDAS
- 5) 44 PUBLIC ON-GROUND ACTIVITIES

- ผลลัพธ์และเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์

- 1) การเข้าถึงและผลลัพธ์ (Performance)

- TV PROGRAMME: PSI MARKETSHARE¹ เฉลี่ย ร้อยละ 2.5 ของ 110 รายการทีวีหลัก
- DIGITAL-FIRST VDO CONTENT²: ยอดวิว>100,000 วิวต่อเดือน โดยเฉลี่ยของ 45 รายการหลัก
- คนไทย>100,000 คน ได้รับประโยชน์โดยตรง³

- 2) การรับรู้สาธารณะ (Public Perception) ระดับกลุ่มเนื้อหา

- องค์กรสื่อที่น่าเชื่อถืออันดับ 1 ใน 3 ของไทย (รายปี) ทั้งในภาพรวม และ 5 กลุ่มสารรายการ

- 3) ปริมาณผู้ชมผู้ฟังที่เข้าสู่ระบบสมาชิก ONE Thai PBS จำนวนอย่างน้อย 500,000 คน เพื่อนำมาพัฒนาใช้วางแผนผลิตและเผยแพร่เนื้อหาที่มีความเฉพาะตัว (Personalization)

- 4) การสร้างรายได้จาก IP & CO-CREATION รวม 153 ล้านบาท

- ขอบเขตและแนวทางดำเนินงาน

- 1) พัฒนาสารเนื้อหาที่มีคุณค่าความหมายกับผู้ชม และสร้างผลกระทบเชิงบวกให้สังคม (Meaningful & Impactful Contents)
- 2) พัฒนาชุดรายการหลักเพื่อสร้างการจดจำในระดับประเทศของทุกกลุ่มสาระ (Champion Product of all Genres)

- กลไกบูรณาการและบริหารจัดการ (ระดับแผนงาน)

คณะทำงาน Thai PBS CONTENT STRATEGY (ประชุมไตรมาสละ 1 ครั้ง)

¹ PSI MARKETSHARE คือตัวแทนของมาตรวัดจำนวนผู้ชมรายการผ่านทางโทรทัศน์ โดยคำนวณจากยอดผู้ชม (จำนวนกล่อง PSI) ที่รับชมช่อง 3HD และ ALTV เป็นสัดส่วนร้อยละเทียบกับจำนวนผู้ชมรวมในเวลานั้น

² หมายถึง สื่อวิดีโอที่ถูกผลิตขึ้นเพื่อเผยแพร่ทางช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ทางโทรทัศน์เป็นช่องทางรอง โดยมีรูปแบบและวิธีนำเสนอที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมออนไลน์

³ หมายถึง กลุ่มคนเป้าหมายที่ได้รับประโยชน์จากการรับชม หรือ การใช้บริการของไทยพีบีเอส ในรูปแบบที่เป็นเชิงประจักษ์ เช่น การนำสื่อไปเผยแพร่ในโรงพยาบาลหรือโรงเรียน การช่วยเหลือในรายการร้องทุกข์ การผลักดันนโยบายที่ทำให้ผู้ได้รับผลกระทบเกิดการเปลี่ยนแปลงในทางบวก เป็นต้น

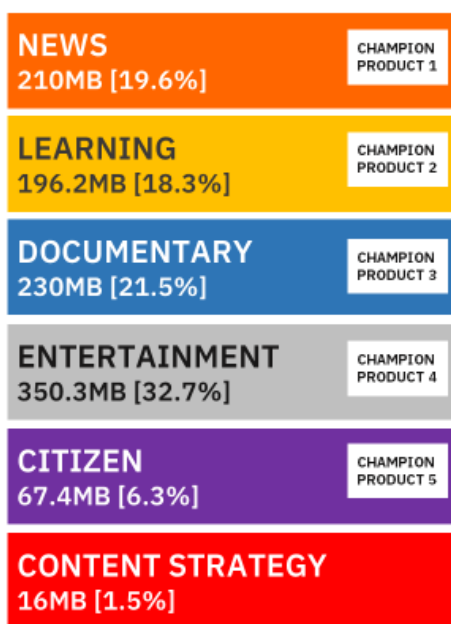
- **กลุ่มเนื้อหาและสัดส่วนความสำคัญ**

แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มสาระเนื้อหา (Genre) และ 1 ส่วนงาน โดยมีการระบุสัดส่วนความสำคัญเบื้องต้น ได้แก่

- 1) ข่าว (News) ร้อยละ 19.63
- 2) การเรียนรู้ (Learning) ร้อยละ 18.34
- 3) สารคดีและสารประโยชน์ (Documentary and Factual) ร้อยละ 21.50
- 4) บันเทิง (Entertainment) ร้อยละ 32.74
- 5) พลเมือง (Citizen) ร้อยละ 6.30
- 6) ส่วนงาน Content Strategy ร้อยละ 1.50

แต่ละกลุ่มสาระเนื้อหาจะมีการจัดกลุ่มรายการหลัก (Champion Product) ที่มีวัตถุประสงค์สำคัญคือ การสร้างภาพจำสาธารณะที่เชื่อมโยงและสะท้อนคุณค่าความเป็นสื่อสาธารณะขององค์การ

แผนงาน 1
CONTENT
1069.9MB
[79.7%]



แผนภาพ 23 แสดงสัดส่วนปริมาณแยกตามกลุ่มสาระของแผนงานที่ 1 (สาระเนื้อหา)

5 CHAMPION PRODUCTS ใน 5 GENRES

ThaiPBSNEWS
 กลุ่มรายการข่าวช่วง PRIME ที่คุณต้องดูเพื่อบันทึก
 ข้อเท็จจริงและมุมมองที่รอบด้านของเรื่องสำคัญที่
 เกิดขึ้นในแต่ละวัน



ThaiPBSFUTURES
 ชุดรายการส่งเสริมการเรียนรู้สำหรับอนาคต
 (STEAM & EF) ให้กับเด็กเยาวชนไทย



+ STEAM
 REALITY & GAMIFICATION
 (รายการใหม่)

ThaiPBS SIGNATURES
 ชุดสารคดีและสารประโยชน์
 หลุดและคัดสรรโดยไทยพีบีเอส



ThaiPBS ORIGINALS
 ชุดรายการบันเทิงสร้างสรรค์คุณภาพสูง
 ริเริ่มและร่วมผลิตโดยไทยพีบีเอส

ซีรีส์ละครมาตรฐาน
 OTT ของไทยพีบีเอส
 (ไตรมาสละ 1 เรื่อง)

ซีรีส์ละคร OTT ผ่านกลไก
 DIGITAL TOKEN
 CROWDFUNDING

ThaiPBS WATCHES
 ชุดสารรายการและออนไลน์แพลตฟอร์ม
 ที่ชวนคนไทยมาเข้าร่วมสร้างการเปลี่ยนแปลงสังคม
 ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมบนฐานความรู้และข้อมูล



PUBLIC INTELLIGENCE PLATFORM

POLICYWATCH PLATFORM

แผนภาพ 24 แสดงแนวทางการจัดทำกลุ่มรายการหลัก (Champion product) ที่มีการวางแผนในการผลิตและการสื่อสารร่วมกัน เพื่อสร้างภาพจำสาธารณะที่เชื่อมโยงกับคุณค่าหลักขององค์การ

รายละเอียดแผนงานแยกตามกลุ่มเนื้อหา

1. กลุ่มเนื้อหาข่าว (NEWS)

แผนงาน 1 สาระเนื้อหา
CONTENT PROGRAMME
ข่าว NEWS

ขอบเขตและแนวทางการดำเนินงาน

- FACT-CHECKING และ PBS Editorial Standard
- ข่าวเชิงลึก (In-depth & Investigative News)
- วารสารศาสตร์ข้อมูล (Data Journalism)
- เนื้อหาข่าวที่อิงคุณภาพสูง ที่ครอบคลุมและหลากหลาย
- Policy watch Platform และกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน (Deliberative Democracy)
- ประเด็นทางสังคมที่สำคัญ เช่น การเมือง เอลนีโญ สังคมสูงวัย LGBTQ+ ฯลฯ

210 MB

ผลผลิตสำคัญ

- 1) 1 CHAMPION PRODUCTS
- 2) 30 TV PROGRAMMES; 5,016 EPISODES 3,280 HRS
- 3) 5 DIGITAL-FIRST VIDEO CONTENTS
- 4) 10 PUBLIC ON-GROUND ACTIVITIES

ผลลัพธ์และเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์

- 1) องค์กรสื่อที่ได้รับความเชื่อถืออันดับ 1 ของไทยจากการประเมินขององค์กรต่างประเทศ (รอยเตอร์)
- 2) ระดับการจดจำสาธารณะของคนไทย (Public Perception Survey) ด้านสำนักข่าวที่มีคุณภาพน่าเชื่อถือ คะแนนความพึงพอใจอย่างน้อย 7 จาก 10 และเป็นอันดับ 1 ของไทย
- 3) ระดับผลการปฏิบัติ (Performance) ตามเป้าหมาย
 - TV PROGRAMME: PSI MARKETSHARE เฉลี่ย 2.5% ของ 30 รายการทีวีหลัก
 - DIGITAL-FIRST VDO CONTENT: ยอดวิว>100,000 5วิดีโอเดือน โดยเฉลี่ยของ 5 รายการหลัก
 - คนไทย>50,000 คน ได้รับประโยชน์โดยตรง
- 4) สมาชิก ONE Thai PBS 500,000 คน (ทำร่วมกับทุก GENRE)
- 5) รายได้ 5MB จากการ NEWS FOOTAGE

โครงการ	หน่วยงาน	งบประมาณ [MB]
P1 โครงการผลิตข่าวและรายการข่าว	สำนักข่าว	178
P2 โครงการ Digital-first NEWS	สำนักข่าว	2
P3 โครงการ Thai PBS WORLD	ศูนย์ Thai PBS WORLD	30

กลไกบูรณาการและบริหารจัดการ (ระดับกลุ่มสาระเนื้อหา)
คณะทำงาน Thai PBS CONTENT STRATEGY

แผนภาพ 25 ภาพรวมแผนงานข่าว (NEWS)

- **ผลลัพธ์และตัวชี้วัดความสำเร็จ**

- 1) องค์กรสื่อที่ได้รับความนิยมเชื่อถืออันดับ 1 ของไทยจากการประเมินขององค์กรต่างประเทศ (รอยเตอร์)
- 2) ระดับการจดจำสาธารณะของคนไทย (Public Perception Survey) ด้านสำนักข่าวที่มีคุณภาพน่าเชื่อถือ คะแนนความพึงพอใจอย่างน้อย 7 จาก 10 และเป็นอันดับ 1 ของไทย
- 3) ระดับผลการปฏิบัติ (Performance)
 - TV PROGRAMME: PSI MARKETSHARE เฉลี่ยร้อยละ 2.5 ของ 30 รายการทีวีหลัก
 - DIGITAL-FIRST VDO CONTENT: ยอดวิว>100,000 วิวต่อเดือน โดยเฉลี่ยของ 5 รายการหลัก
 - คนไทย>50,000 คน ได้รับประโยชน์โดยตรง
- 4) สมาชิก ONE Thai PBS 500,000 คน (ทำร่วมกับทุก Genre)

- **ขอบเขตและแนวทางดำเนินงาน**

- 1) กระบวนการผลิตและเผยแพร่ตามมาตรฐาน FACT-CHECKING และ PBS Editorial Standard
- 2) การเพิ่มสัดส่วนของข่าวเชิงลึก (In-depth & Investigative News) ที่มากกว่าข่าวตามกระแสรายวัน (Current News) เพื่อสร้างความแตกต่าง
- 3) รูปแบบการนำเสนอข่าวที่เน้นการใช้ผลวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data and Data Analytics) และการนำเสนอแบบวารสารศาสตร์ข้อมูล (Data Journalism)
- 4) การเพิ่มสัดส่วนเนื้อหาข่าวท้องถิ่นที่หลากหลาย ครอบคลุม ผ่านศูนย์ข่าวภูมิภาค และเครือข่ายสื่อสาธารณะท้องถิ่น
- 5) งานติดตามนโยบายสำคัญของรัฐบาล (Policy Watch) และกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน (Deliberative Democracy)
- 6) รายการและเนื้อหาที่เน้นกระบวนการสุนทรียเสวนาและเวทีสาธารณะแบบไตร่ตรองเพื่อนำสู่การลดประเด็นความแตกแยกทางความคิดของสังคม
- 7) ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (เอลนีโญ) ขนาดใหญ่ที่จะเกิดขึ้นในปี 2567-2569 และแผนการเตรียมการเพื่อลดผลกระทบ
- 8) เศรษฐกิจปากท้องของประชาชนส่วนใหญ่ โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบางทางสังคม
- 9) ประเด็นทางสังคมที่สำคัญ เช่น การเมือง ความเหลื่อมล้ำทางสังคม สังคมสูงวัย LGBTQ+ ฯลฯ

- **กลไกบูรณาการ (ระดับกลุ่มสาระเนื้อหา)**

คณะทำงาน Thai PBS CONTENT STRATEGY

- โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

1.ข่าว (NEWS)

1.1 โครงการผลิตข่าวและรายการข่าว

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักข่าว

งบประมาณ 178,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการที่ครอบคลุมการผลิตเนื้อหาสาระและรายการข่าว ด้วยการวางแผนการผลิตคู่ขนาน ทั้งเพื่อใช้ออกอากาศทาง 3HD และผลิตเพื่อเผยแพร่ทาง Website และ Social Media ของสำนักข่าวและแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น ๆ ของ ส.ส.ท. โดยมีรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างกัน

1.2 โครงการ DIGITAL FIRST NEWS [NEWS ONLINE]

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักข่าว

งบประมาณ 2,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการที่ครอบคลุมการผลิตเนื้อหาสาระและรายการข่าวในส่วนที่ใช้การออกแบบในรูปแบบ Digital First คือเน้นเอาพฤติกรรมของผู้ชมแบบดิจิทัลมากำหนดรูปแบบ ความยาว เนื้อหาของรายการ โดยเน้นการส่งมอบเนื้อหาผ่านช่องทางดิจิทัลเป็นหลัก เผยแพร่ทางโทรทัศน์เป็นรอง

1.3 โครงการ THAI PBS WORLD

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์ Thai PBS World

งบประมาณ 30,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ เพื่อการนำเสนอข่าวสารจากทั่วโลกมาสื่อสารกับผู้ชมคนไทย และนำสาระสำคัญของไทยสื่อสารไปยังผู้ชมทั่วโลก มีเป้าหมายให้เนื้อหาสาระเป็นที่ยอมรับและอ้างอิงถึงโดยสำนักข่าวต่างประเทศทั่วโลก อีกทั้งสร้างการรับรู้และยอมรับในระดับสากลผ่านความร่วมมือกับองค์กรภาคีต่าง ๆ เช่น Asia-Pacific Broadcasting Union (ABU) , Asia Vision Network และองค์กรสื่อในระดับภูมิภาคเอเชียและในระดับโลก

แผนงบประมาณ

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
สำนักข่าว	1.1 โครงการผลิตข่าวและรายการข่าว	178,000,000
สำนักข่าว	1.2 โครงการ DIGITAL FIRST NEWS [NEWS ONLINE]	2,000,000
ศูนย์ Thai PBS World	1.3 โครงการ THAI PBS WORLD	30,000,000
รวมทั้งสิ้น		210,000,000

ตารางที่ 9 แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาข่าว

2.กลุ่มเนื้อหาการเรียนรู้ (LEARNING)



แผนภาพ 26 ภาพรวมแผนงานการเรียนรู้ (LEARNING)

- **ผลลัพธ์และตัวชี้วัดความสำเร็จ**

- 1) ระดับการจดจำสาธารณะของคนไทย (Public Perception Survey) องค์กรส่งเสริมการเรียนรู้ เป็นอันดับ 1 ใน 3 ของไทย
- 2) ระดับผลการปฏิบัติ (Performance) ตามเป้าหมาย
 - TV PROGRAMME: PSI MARKETSHARE เฉลี่ยร้อยละ 2.5 ของ 25 รายการทีวีหลัก
 - DIGITAL-FIRST VDO CONTENT: ยอดวิว>100,000 วิวต่อเดือน โดยเฉลี่ยของ 7 รายการหลัก
 - คนไทย>10,000 คน ได้รับประโยชน์โดยตรง
- 3) สมาชิก ONE Thai PBS 500,000 คน (ทำร่วมกับทุก GENRE)

- **ขอบเขตและแนวทางการดำเนินงาน**

- 1) เนื้อหาและบริการส่งเสริมพัฒนาการเด็กปฐมวัย
- 2) เนื้อหาและบริการที่ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้สำคัญสำหรับอนาคต เช่น Non-cognitive Skills, STEAM, STEM, Coding, Machine Learning เป็นต้น ในรูปแบบ 2 ภาษา (Bilingual) และมาตรฐานที่เป็นสากลเพื่อหาโอกาสในการสร้างรายได้จากการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา
- 3) เนื้อหาและบริการที่กระตุ้นการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ (Action Learning) ที่หนุนเสริมการเรียนรู้ในห้องเรียนและครอบครัว

- 4) เนื้อหาและบริการที่ส่งเสริมการเข้าถึงระบบการเรียนรู้เสริมความรู้ (Tutoring) ที่มีคุณภาพ อย่างไม่มีการซ้ำซ้อนที่เข้าถึงได้จริงของกลุ่มเป้าหมายหลัก
- 5) เนื้อหาและบริการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life Long Learning) ที่มีคุณภาพ เข้าใจง่าย น่าสนใจ อย่างไม่มีการซ้ำซ้อน
- 6) พื้นที่กลางในการส่งเสริมการทำงานแบบเครือข่ายร่วมกับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาสังคมด้านการเรียนรู้ ทั้งในมิติของการร่วมผลิต (Co-production) ร่วมลงทุน (Co-investment) ร่วมเผยแพร่ (PR & Utilization) รวมถึงการระดมทุนสาธารณะทางสังคม เพื่อจับคู่การทำงานระหว่างนักลงทุนทางสังคมและเครือข่ายองค์กรส่งเสริมการเรียนรู้ที่มีคุณภาพของไทย เพื่อร่วมสร้างผลกระทบทางสังคมให้กว้างขวางยั่งยืน

- กลไกบูรณาการ (ระดับกลุ่มสาระเนื้อหา)

คณะทำงาน Thai PBS CONTENT STRATEGY

- โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

2. การเรียนรู้ (LEARNING)

2.1 โครงการผลิตสื่อเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัย

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อสาธารณะเพื่อเด็กและครอบครัว

งบประมาณ 120,900,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ผลิตสื่อ เนื้อหา รายการ สารประโยชน์ สารบันเทิง และกิจกรรมสาธารณะ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัย ออกอากาศทางช่อง ALTV และเน้นการนำเนื้อหารายการไปใช้ผ่านทาง Website/ Social Media ของศูนย์ฯ และแพลตฟอร์มดิจิทัลทั้งหมดของ ส.ส.ท. เพื่อให้เกิดประโยชน์จากการใช้งานสูงสุด

2.2 โครงการผลิตเนื้อหาการเรียนรู้สำหรับเด็กเยาวชน

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา

งบประมาณ 55,300,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการที่ครอบคลุมการผลิตเนื้อหาสาระ รายการ และ ชุดกิจกรรมสาธารณะในหมวดสาระส่งเสริมการเรียนรู้สำหรับกลุ่มเด็กเยาวชน เพื่อใช้ออกอากาศทางช่อง ALTV และเน้นการนำเอาเนื้อหาและรายการไปใช้ผ่านทาง Website และ Social Media ของ ALTV และแพลตฟอร์มดิจิทัลทั้งหมดของ ส.ส.ท. เพื่อให้เกิดประโยชน์จากการใช้งานสูงสุด

2.3 โครงการสื่อดิจิทัลส่งเสริมการเรียนรู้

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสื่อดิจิทัล

งบประมาณ 10,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการผลิตเนื้อหาออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ในด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี รวมถึงเนื้อหาเชิง Data Journalism และเนื้อหาพอดคาสต์ในหมวดต่าง ๆ

2.4 โครงการพัฒนานิเวศ เครือข่าย และนวัตกรรมการเรียนรู้ สำหรับเด็กเยาวชน

หน่วยงานรับผิดชอบ หน่วยบริหาร ALTV

งบประมาณ 10,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ เป็นโครงการที่ดำเนินการวางแผนกลยุทธ์ บริหารงานการขับเคลื่อนภารกิจในการสร้างการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชนผ่านช่องทางต่าง ๆ ของ ส.ส.ท. ด้วยแนวคิดรูปแบบธุรกิจใหม่ในการเป็นระบบนิเวศสร้างการเรียนรู้ ปรับเปลี่ยนการลงทุนผลิตและเผยแพร่ผลงานเนื้อหาด้านการเรียนรู้ที่โดดเด่น แตกต่าง เปิดพื้นที่ให้ภาคีเครือข่ายร่วมปฏิบัติการ บูรณาการช่องทางที่หลากหลายเพื่อความทั่วถึง ขยายการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ และการหารายได้จากทรัพย์สินทางปัญญา

แผนงบประมาณ

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
ศูนย์สื่อสารณะเพื่อเด็กและครอบครัว	2.1 โครงการผลิตสื่อเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัย	120,900,000
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	2.2 โครงการผลิตเนื้อหาการเรียนรู้สำหรับเด็กเยาวชน	55,300,000
สำนักสื่อดิจิทัล	2.3 โครงการสื่อดิจิทัลส่งเสริมการเรียนรู้	10,000,000
หน่วยบริหาร ALTV	2.4 โครงการพัฒนานิเวศ เครือข่าย และนวัตกรรมการเรียนรู้ สำหรับเด็กเยาวชน	10,000,000
รวมทั้งสิ้น		196,200,000

ตารางที่ 10 แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาการเรียนรู้

3.กลุ่มเนื้อหาสารคดีและสารประโยชน์ (DOCUMENTARY & FACTUAL)



แผนภาพ 27 ภาพรวมแผนงานสารคดีและสารประโยชน์ (DOCUMENTARY & FACTUAL)

● **ผลลัพธ์และตัวชี้วัดความสำเร็จ**

- 1) ระดับการจดจำสาธารณะของคนไทย (Public Perception Survey) สื่อเผยแพร่สารคดีและสารประโยชน์ เป็นอันดับ 1 ใน 2 ของไทย
- 2) ระดับผลการปฏิบัติ (Performance) ตามเป้าหมาย
 - TV PROGRAMME: PSI MARKETSHARE เฉลี่ยร้อยละ 2.5 ของ 16 รายการทีวีหลัก
 - DIGITAL-FIRST VDO CONTENT: ยอดวิว>100,000 วิวต่อเดือน โดยเฉลี่ยของ 21 รายการหลัก
 - คนไทย>10,000 คน ได้รับประโยชน์โดยตรง
- 3) สมาชิก ONE Thai PBS 500,000 คน (ทำร่วมกับทุก GENRE)

● **ขอบเขตและแนวทางดำเนินงาน**

- 1) เนื้อหาและบริการที่ส่งเสริมทักษะการดำรงชีวิตที่สำคัญสำหรับอนาคต เช่น ทักษะด้านดิจิทัลพื้นฐาน (Digital Literacy), ทักษะด้านการเงินการลงทุน (Financial Literacy), ระบบเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based & BCG), อาชีพและผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความรู้สุขภาพเรื่องโรคที่เกิดจากพฤติกรรมและป้องกันได้ (NCD), นโยบายสาธารณะและประเด็นสาธารณะในสังคม เป็นต้น
- 2) เนื้อหาและบริการที่ส่งเสริมการเตรียมพร้อมสำหรับสังคมสูงวัยที่มีคุณภาพ (Healthy Ageing Society)

- 3) การจัดหาและหรือแลกเปลี่ยนรายการสารคดีและสารประโยชน์คุณภาพสูงจากต่างประเทศ
- 4) การผลิตสารคดีและสารประโยชน์ที่สะท้อนคุณค่าของไทย ทั้งในมิติเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ในรูปแบบ 2 ภาษา (Bilingual) และมาตรฐานที่เป็นสากล (Global OTT Platform) เพื่อหาโอกาสในการระดมทุนร่วมจากสาธารณะและสร้างรายได้จากการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา
- 5) ชุตกิจกรรมสื่อสารการตลาดเชิงรุกที่เชื่อมโยงระหว่างการเผยแพร่ออนไลน์สู่กิจกรรมออนไลน์ และกิจกรรมพื้นที่ เพื่อนำสู่การสร้างเครือข่ายชุมชนที่ต่อเนื่องยั่งยืน
- 6) พื้นที่กลางในการส่งเสริมการสร้างระบบนิเวศเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ร่วมกับ **องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และ เครือข่ายผู้ผลิตคุณภาพ** ทั้งในมิติของการร่วมผลิต (Co-production) ร่วมลงทุน (Co-investment) ร่วมเผยแพร่ (PR & Utilization) รวมถึงการระดมทุนสาธารณะทางสังคมเพื่อจับคู่การทำงานระหว่างนักลงทุนทางสังคมและเครือข่ายผู้ผลิตที่มีคุณภาพของไทย เพื่อร่วมสร้างผลกระทบทางสังคมให้กว้างขวางยั่งยืน

- **กลไกบูรณาการ (ระดับกลุ่มสาระเนื้อหา)**

คณะทำงาน Thai PBS CONTENT STRATEGY

- **โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ**

3. สารคดีและสารประโยชน์ (DOCUMENTARY & FACTUAL)

3.1 โครงการผลิตเนื้อหารายการสารคดีและสารประโยชน์

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา

งบประมาณ 225,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการเพื่อผลิตและจัดหารายการสารคดีและสารประโยชน์คุณภาพสูงที่สะท้อนคุณค่าสื่อสาธารณะในมิติของการสร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิต ความเข้าใจในพลวัตโลก ความเข้าใจในความหลากหลายของสังคม ความรู้ทางประวัติศาสตร์และคุณค่าไทย ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สังคมสูงวัย

3.2 โครงการชุดสารคดี ร่องรอยสมนตราแห่งอาหาร (Taste Detective)

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม

งบประมาณ 5,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ สารคดีที่นำเสนอเรื่องอาหาร วัฒนธรรมการกินและประวัติศาสตร์ ภายใต้แนวคิด “กินอาหารแล้วเห็นคน” เชื่อมโยงให้เห็น “รากฐานวัฒนธรรมร่วม” ผ่านอาหาร ได้อย่างมีชีวิตชีวาและลึกซึ้ง ด้วยแง่มุมทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์

แผนงบประมาณ

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	3.1 โครงการผลิตเนื้อหารายการสารคดีและสารประโยชน์	225,000,000
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	3.2 โครงการชุดสารคดี ร่องรอยรสมนตราแห่งอาหาร (Taste Detective)	5,000,000
รวมทั้งสิ้น		230,000,000

ตารางที่ 11 แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาสารคดีและสารประโยชน์ (Documentary & Factual)

4.กลุ่มเนื้อหาบันเทิง (Entertainment)



แผนภาพ 28 ภาพรวมแผนงานเนื้อหาบันเทิง (ENTERTAINMENT)

● ผลลัพธ์และตัวชี้วัดความสำเร็จ

- 1) ระดับการจดจำสาธารณะของคนไทย (Public Perception Survey) สื่อบันเทิงสร้างสรรค์สังคม เป็นอันดับ 1 ใน 5 ของไทย
- 2) ระดับผลการปฏิบัติ (Performance) ตามเป้าหมาย
 - TV PROGRAMME: PSI MARKETSHARE เฉลี่ยร้อยละ 2.5 ของ 35 รายการทีวีหลัก
 - DIGITAL-FIRST VDO CONTENT: ยอดวิว>100,000 วิวต่อเดือน โดยเฉลี่ยของ 10 รายการหลัก
 - คนไทย>10,000 คน ได้รับประโยชน์โดยตรง
- 3) สมาชิก ONE Thai PBS 500,000 คน (ทำร่วมกันกับทุก GENRE)

- **ขอบเขตและแนวทางดำเนินงาน**

- 1) เนื้อหาและรายการบันเทิงคุณภาพสูง (เชิงคุณค่า ความละเอียดและถูกต้องของข้อมูล และมาตรฐานการผลิต) ที่สะท้อนมิติตามประเด็นร่วมสมัยที่สังคมสนใจและมีความสำคัญ เช่น LGBTQ+, สิทธิเสรีภาพ, การแตกต่างของคนต่างวัย, Lifestyle, การเงินการลงทุน, การเมือง ฯลฯ
- 2) รายการและชุดกิจกรรมในระดับประเทศ ด้านกีฬา ดนตรี และ การแสดง ที่เน้นการแข่งขันของกลุ่มเป้าหมายแบบเครือข่าย เช่น โรงเรียน องค์กร หรือ พื้นที่ท้องถิ่น (เทศบาล หรือ จังหวัด)
- 3) การจัดหาและหรือแลกเปลี่ยนรายการบันเทิงคุณภาพสูงจากต่างประเทศ
- 4) การผลิตชุดละครซีรีส์ในรูปแบบ 2 ภาษา (Bilingual) และมาตรฐานที่เป็นสากล (Global OTT Platform) เพื่อหาโอกาสในการระดมทุนร่วมจากสาธารณะและสร้างรายได้จากการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา
- 5) ชุดกิจกรรมสื่อสารการตลาดเชิงรุกที่เชื่อมโยงระหว่างการเผยแพร่ออนไลน์สู่กิจกรรมออนไลน์ และกิจกรรมพื้นที่ เพื่อนำสู่การสร้างเครือข่ายชุมชนที่ต่อเนื่องยั่งยืน
- 6) พื้นที่กลางในการส่งเสริมการสร้างระบบนิเวศเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ร่วมกับ องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และ เครือข่ายผู้ผลิตคุณภาพ ทั้งในมิติของการร่วมผลิต (Co-production) ร่วมลงทุน (Co-investment) ร่วมเผยแพร่ (PR & Utilization) รวมถึงการระดมทุนสาธารณะทางสังคมเพื่อจับคู่การทำงานระหว่างนักลงทุนทางสังคมและเครือข่ายผู้ผลิตที่มีคุณภาพของไทย เพื่อร่วมสร้างผลกระทบทางสังคมให้กว้างขวางยั่งยืน

- **กลไกบูรณาการ (ระดับกลุ่มสาระเนื้อหา)**

คณะทำงาน Thai PBS CONTENT STRATEGY

- **โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ**

4. บันเทิง (ENTERTAINMENT)

4.1 โครงการผลิตเนื้อหารายการบันเทิงสร้างสรรค์สังคม

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา

งบประมาณ 320,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการเพื่อผลิตและจัดหารายการบันเทิงสร้างสรรค์สังคมคุณภาพสูงที่สะท้อนคุณค่าสื่อสารสาระในมิติการสร้างคุณค่าและปรัชญาแก่สังคม การเรียนรู้ตลอดชีวิต ความเข้าใจในความหลากหลายของสังคม ความรู้ทางประวัติศาสตร์และคุณค่าไทย การเปลี่ยนแปลงและลดความเหลื่อมล้ำ พัฒนาคุณภาพชีวิต และการสร้างสุนทรียะแก่สังคม

4.2 โครงการผลิตเนื้อหารายการสารพันล้นทุ่ง (บางเขน)

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม

งบประมาณ 15,500,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการเพื่อผลิตรายการและกิจกรรมสารพันล้นทุ่ง (บางเขน) เพื่อส่งเสริมคุณค่าและการรับรู้ของดนตรีลูกทุ่งและนักร้องลูกทุ่งที่เป็นปูชนียบุคคลของสังคมไทย

4.3 โครงการผลิตข่าว-รายการไทยบันเทิง และกิจกรรมออนกราวด์

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม

งบประมาณ 5,500,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการเพื่อผลิตข่าวและรายการด้านบันเทิงของไทยและต่างประเทศ เพื่อสนับสนุนงานข่าวในช่วงเวลาต่าง ๆ ของไทยพีบีเอส (ข่าวค่ำ ข่าวเที่ยง ข่าวสุดสัปดาห์)

4.4 โครงการสุดสัปดาห์กีฬาสร้างสรรค์

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักโทรทัศน์และวิทยุ

งบประมาณ 8,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ไทยพีบีเอสเป็นสื่อสาธารณะ ที่ต้องสร้างสรรค์รายการที่เป็นสาระประโยชน์ รายการสุดสัปดาห์กีฬาสร้างสรรค์จึงต้องสร้างความแตกต่างเป็นทางเลือกให้กับประชาชน รวมทั้งการสร้างการมีส่วนร่วมให้กับคนทุกเพศทุกวัย สร้างความเป็นเลิศแก่เยาวชนและประชาชนแต่ละช่วงวัย และเป็นกีฬาที่ไม่สามารถหาได้ในช่องทางทีวีเพื่อการพาณิชย์

4.5 โครงการผลิตเนื้อหาดิจิทัลเพื่อ VIPA PLATFORM

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสื่อดิจิทัล

งบประมาณ 1,300,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการผลิตรายการและเนื้อหาออนไลน์ คอลัมน์ รีวิว และบทความเพื่อการประชาสัมพันธ์และต่อยอดคอนเทนต์หลักบน VIPA ในทุกแพลตฟอร์ม

แผนงบประมาณ

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	4.1 โครงการผลิตเนื้อหารายการบันเทิงสร้างสรรค์สังคม	320,000,000
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	4.2 โครงการผลิตเนื้อหารายการสารพันล้นทุ่ง (บางเขน)	15,500,000
	4.3 โครงการผลิตข่าว-รายการไทยบันเทิง และกิจกรรมออนกราวด์	5,500,000
สำนักโทรทัศน์และวิทยุ	4.4 โครงการสุดสัปดาห์กีฬาสร้างสรรค์	8,000,000
สำนักสื่อดิจิทัล	4.5 โครงการผลิตเนื้อหาดิจิทัลเพื่อ VIPA PLATFORM	1,300,000
รวมทั้งสิ้น		350,300,000

ตารางที่ 12 แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาบันเทิง

5.กลุ่มเนื้อหาพลเมือง (Citizen)

แผนงาน 1 สารเนื้อหา CONTENT PROGRAMME พลเมือง CITIZEN

ขอบเขตและแนวทางการดำเนินงาน

- เนื้อหาและบริการคุณภาพสูง ที่มาจากสาธารณะ (User-generated Content & Citizen Journalism)
- พื้นที่กลางในการส่งเสริมการสร้างระบบนิเวศเพื่อส่งเสริมเครือข่ายสื่อสาธารณะและผู้ผลิตท้องถิ่น
- กลไกและระบบการสะท้อนความคิดเห็นของผู้ชมผู้ฟัง

67.4
MB

ผลผลิตสำคัญ

- 1) 1 CHAMPION PRODUCTS
- 2) 7 TV PROGRAMMES;
422 EPISODES
123 HRS
- 3) 2 DIGITAL-FIRST VIDEO CONTENTS
- 4) 3 PUBLIC SERVICE PLATFORMS [POLICYWATCH/ PI/ C-SITE]
- 5) 11 PUBLIC ON-GROUND ACTIVITIES

ผลลัพธ์และเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์

- 1) ระดับการจดจำสาธารณะของคนไทย (Public Perception Survey) สื่อส่งเสริมท้องถิ่นและพลเมือง เป็นอันดับ 1 ใน 2 ของไทย
- 2) ระดับผลการปฏิบัติ (Performance) ตามเป้าหมาย
 - TV PROGRAMME: PSI MARKETSHARE เฉลี่ย 2.5% ของ 7 รายการทีวีหลัก
 - DIGITAL-FIRST VDO CONTENT: ยอดวิว>100,000 วิวต่อเดือน โดยเฉลี่ยของ 2 รายการหลัก
 - คนไทย>20,000 คน ได้รับประโยชน์โดยตรง
- 3) สมาชิก ONE Thai PBS 500,000 คน (ทำร่วมกับทุก GENRE)
- 4) รายได้ 15MB จากการทำ IP MANAGEMENT & CO-CREATION และ 5MB จาก PUBLIC SERVICES

โครงการ	หน่วยงาน	งบประมาณ [MB]
P15 โครงการ THE ACTIVE Thai PBS (เวทีสาธารณะ/ สาระคดีเชิงประเด็น/ สื่อสารเพื่อหาทางออกให้สังคม)	ศูนย์วาระทางสังคม	11.4
P16 โครงการ POLICY WATCH	ศูนย์วาระทางสังคม	12
P17 โครงการพัฒนาระบบนิเวศเพื่องานสื่อสาธารณะท้องถิ่น (LOCAL+คุณเล่าเราย่อย+นักข่าวพลเมือง+รายการพัฒนาเมือง)	ส.เครือข่าย	28.3
P18 โครงการพัฒนาระบบวารสารศาสตร์ด้วยปัญญารวมหมู่ (PI/รายการฟังเสียงประเทศไทย)	ส.เครือข่าย	15.7

กลไกบูรณาการและบริหารจัดการ (ระดับกลุ่มสารเนื้อหา)
คณะทำงาน Thai PBS CONTENT STRATEGY

แผนภาพ 29 ภาพรวมแผนงานเนื้อหาพลเมือง (CITIZEN)

● ผลลัพธ์และตัวชี้วัดความสำเร็จ

- 1) ระดับการจดจำสาธารณะของคนไทย (Public Perception Survey) สื่อส่งเสริมท้องถิ่นและพลเมือง เป็นอันดับ 1 ใน 2 ของไทย
- 2) ระดับผลการปฏิบัติ (Performance) ตามเป้าหมาย
 - TV PROGRAMME: PSI MARKETSHARE เฉลี่ยร้อยละ 2.5 ของ 7 รายการทีวีหลัก
 - DIGITAL-FIRST VDO CONTENT: ยอดวิว>100,000 วิวต่อเดือน โดยเฉลี่ยของ 2 รายการหลัก
 - คนไทย>20,000 คน ได้รับประโยชน์โดยตรง
- 3) สมาชิก ONE Thai PBS 500,000 คน (ทำร่วมกันกับทุก GENRE)

● ขอบเขตและแนวทางการดำเนินงาน

- 1) เนื้อหาและบริการคุณภาพสูง ที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเครือข่ายองค์กรและประชาชน ทั้งในมิติของการร่วมผลิตและสื่อสารเนื้อหาคุณภาพ (User-Generated Content & Citizen Journalism) และ ในมิติของการร่วมสะท้อนความคิดเห็นและขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะที่สำคัญของสังคม (Public Crowdsourcing & Advocacy)
- 2) ชุดกิจกรรมสื่อสารการตลาดเชิงรุกที่เชื่อมโยงระหว่างการเผยแพร่ออนไลน์สู่กิจกรรมออนไลน์ และกิจกรรมพื้นที่ เพื่อนำสู่การสร้างเครือข่ายชุมชนที่ต่อเนื่องยั่งยืน

- 3) พื้นที่กลางในการส่งเสริมการสร้างระบบนิเวศเพื่อส่งเสริมเครือข่ายสื่อสาธารณะและผู้ผลิตท้องถิ่น ร่วมกับองค์กรภาครัฐ (กสทช.) และเครือข่ายวิชาชีพสื่อมวลชน ให้สามารถพึ่งพาตนเองได้และมีความยั่งยืน ทั้งในมิติของการร่วมผลิต (Co-production) ร่วมลงทุน (Co-investment) ร่วมเผยแพร่เนื้อหา (PR & Utilization) รวมถึงการระดมทุนสาธารณะทางสังคมเพื่อจับคู่การทำงานระหว่างนักลงทุนทางสังคมและเครือข่ายสื่อสาธารณะท้องถิ่นและผู้ผลิตท้องถิ่นที่มีคุณภาพของไทย เพื่อร่วมสร้างผลกระทบทางสังคมให้กว้างขวางยั่งยืน
- 4) ชุดกิจกรรมที่สนับสนุนการพัฒนาไกลและระบบการสะท้อนความคิดเห็นของผู้ชมผู้ฟังต่องานของ ส.ส.ท. เพื่อนำมาปรับปรุงทิศทางการทำงานขององค์กรให้ตอบสนองความต้องการได้อย่างแท้จริงและเท่าทัน

- กลไกบูรณาการ (ระดับกลุ่มสาระเนื้อหา)

คณะทำงาน Thai PBS CONTENT STRATEGY

- โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

5. พลเมือง (CITIZEN)

5.1 โครงการ The ACTIVE Thai PBS (เวทิสื่อสาธารณะ/ สารคดีเชิงประเด็นการสื่อสารเพื่อหาทางออก)

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ

งบประมาณ 11,400,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการผลิตเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นนโยบายสาธารณะ (Policy Communication) สำหรับเผยแพร่ในทุกแพลตฟอร์ม ผ่านสื่อหลากหลายรูปแบบ หรือ Transmedia และเวทิสื่อสาธารณะเป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนหรือถกแถลง (Deliberative) ของสังคม ผ่านการบริหารจัดการระบบฐานข้อมูล (Data Journalism) เพื่อเป็นเครื่องมือในการเสนอทางออกของสังคม (Solution Journalism) รวมทั้งสร้างเครือข่ายเชิงประเด็น และภาคีหุ้นส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงของสังคม

5.2 โครงการ POLICY WATCH

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ

งบประมาณ 12,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการติดตามตรวจสอบนโยบายรัฐบาล การร่างกฎหมาย และโครงการภาครัฐ หรือ Policy Tracking รวมทั้งสร้างพื้นที่กลางในการร่วมกำหนดอนาคตของประเทศอย่างเปิดกว้าง และสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับการติดตามกระแสการเมือง สู่การใช้ข้อมูล (Data) เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงและหาทางออกของสังคม

5.3 โครงการพัฒนาระบบนิเวศเพื่อสนับสนุนงานสื่อสารณะท้องถิ่น

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ

งบประมาณ 28,300,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการผลิตรายการ ชุดการสื่อสารและกิจกรรมส่งเสริมประเด็นสาธารณะท้องถิ่น และการพัฒนาเครือข่ายสื่อสารณะท้องถิ่นที่มีคุณภาพและยั่งยืน

5.4 โครงการพัฒนาระบบการสื่อสารและบริการสาธารณะด้วยปัญญาารวมหมู่ (PI / ฟังเสียงประเทศไทย/พัฒนาเมือง/Decode)

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ

งบประมาณ 15,700,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการผลิตรายการฟังเสียงประเทศไทยและแพลตฟอร์มสาธารณะเพื่อจัดทำชุดข้อมูลและเนื้อหาของประเด็นสาธารณะจากกระบวนการมีส่วนร่วมในรูปแบบปัญญาารวมหมู่(Public crowd sourcing/Collective intelligence) ที่เชื่อมโยงองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ระบบการรายงานข้อมูลเชิงพื้นที่ (Geo Location reporting) เครือข่ายนักเขียนคุณภาพสูง (Citizen Science & Writer Co-op) ระบบประมวลผลข้อมูลเชิง Visualization & Data Journalism

แผนงบประมาณ

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ	5.1 โครงการ The ACTIVE Thai PBS (เวทีสาธารณะ/ สารคดีเชิงประเด็นการสื่อสารเพื่อหาทางออก)	11,400,000
	5.2 โครงการ POLICY WATCH	12,000,000
สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ	5.3 โครงการพัฒนาระบบนิเวศเพื่อสนับสนุนงานสื่อสารณะท้องถิ่น	28,300,000
	5.4 โครงการพัฒนาระบบการสื่อสารและบริการสาธารณะด้วยปัญญาารวมหมู่ (PI/ฟังเสียงประเทศไทย/พัฒนาเมือง/Decode)	15,700,000
รวมทั้งสิ้น		67,400,000

ตารางที่ 13 แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาพลเมือง

6.กลุ่มงานยุทธศาสตร์เนื้อหา (CONTENT STRATEGY)

แผนงาน 1 สารเนื้อหา
CONTENT PROGRAMME

CONTENT STRATEGY

ขอบเขตและแนวทางการดำเนินงาน

- งานสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมเพื่อสนับสนุน 5 CHAMPION PRODUCTS และ GUIDELINE มาตรฐานสำหรับองค์กร
- งานส่งเสริมและพัฒนาการสร้างนวัตกรรมเนื้อหารายการ
- งานสนับสนุนการออกแบบเนื้อหาและรูปแบบที่เหมาะสมกับแนวทาง DIGITAL-FIRST
- งานร่วมพัฒนาด้านแบบเนื้อหาเพื่อนำสู่การสร้างความร่วมมือร่วมกับเครือข่ายองค์กรเชิงยุทธศาสตร์ (Co-creation)

16 MB

ผลผลิตสำคัญ

- 1) 5 CHAMPION PRODUCTS' PROMO CAMPAIGNS & INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION ACTIVITIES
- 2) 4 IDEATION WORKSHOPS
- 3) 4 CO-CREATION WORKSHOPS
- 4) >10 TESTED PROTOTYPES
- 5) >10 CO-CREATION DEMO & PROPOSALS

ผลลัพธ์และเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์

- 1) การรับรู้ (Awareness) และ การจดจำสาธารณะ (Perception)
 - ผู้ชมอายุมากกว่า 15 ปีไม่น้อยกว่า 20% รู้จักรายการกลุ่ม CHAMPION PRODUCTS ของไทยพีบีเอส
 - ผู้ชมที่รู้จักรายการกลุ่ม CHAMPION PRODUCTS ไม่น้อยกว่า 50% มีความรู้สึกเชิงบวกกับรายการ (คะแนน > 6 จาก 10)
 - ผู้ชมอายุมากกว่า 40 ปีไม่น้อยกว่า 20% รู้จักรายการปัจจุบันอย่างน้อย 3 รายการ และมีการรับชมอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้งโดยเฉลี่ย
 - ผู้ชมช่วงอายุ 15-35 ปีไม่น้อยกว่า 20% รู้จักผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัลของไทยพีบีเอสอย่างน้อย 2 ชิ้น และมีการใช้บริการอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้งโดยเฉลี่ย
- 2) จำนวนเครือข่ายองค์กรสนับสนุนที่สนใจร่วมทำงานกับไทยพีบีเอสไม่น้อยกว่า 20 แห่ง (Retain ของเก่า + ใหม่)

โครงการ	หน่วยงาน	งบประมาณ [MB]
P19 โครงการงานสื่อสารการตลาดสนับสนุนแผนงานสารเนื้อหาหลัก	ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดฯ	16

กลไกบูรณาการและบริหารจัดการ (ระดับกลุ่มงาน)
คณะทำงาน Thai PBS BRANDING
(ประชุมเดือนละ 1 ครั้ง)

แผนภาพ 30 ภาพรวมแผนงานกลุ่มยุทธศาสตร์เนื้อหา (CONTENT STRATEGY)

● ผลลัพธ์และตัวชี้วัดความสำเร็จ

- 1) การรับรู้ (Awareness) และ การจดจำสาธารณะ (Perception)
 - ผู้ชมอายุมากกว่า 15 ปีไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 รู้จักรายการกลุ่ม CHAMPION PRODUCT ของไทยพีบีเอส
 - ผู้ชมที่รู้จักรายการกลุ่ม CHAMPION PRODUCT ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 มีความรู้สึกเชิงบวกกับรายการ (คะแนน > 6 จาก 10)
 - ผู้ชมอายุมากกว่า 40 ปีไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 รู้จักรายการปัจจุบันอย่างน้อย 3 รายการ และมีการรับชมอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้งโดยเฉลี่ย
 - ผู้ชมช่วงอายุ 15-35 ปีไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 รู้จักผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัลของไทยพีบีเอสอย่างน้อย 2 ชิ้น และมีการใช้บริการอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้งโดยเฉลี่ย
- 4) จำนวนเครือข่ายองค์กรสนับสนุนที่สนใจร่วมทำงานกับไทยพีบีเอสไม่น้อยกว่า 20 แห่ง (การคงรักษากลุ่มเครือข่ายองค์กรปัจจุบัน และการพัฒนากลุ่มใหม่)

- **ขอบเขตและแนวทางดำเนินงาน**

- 1) งานสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมเพื่อสนับสนุน 5 กลุ่มรายการหลัก (Champion Product) และการจัดทำคู่มือมาตรฐานงานสื่อสารการตลาด (Thai PBS Marketing Communication Guideline) เพื่อใช้ในทุกสาระรายการอื่น ๆ ในองค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
- 2) งานส่งเสริมและพัฒนาการสร้างนวัตกรรมเนื้อหารายการ
- 3) งานสนับสนุนการออกแบบเนื้อหาและรูปแบบที่เหมาะสมกับแนวทาง Digital First
- 4) งานร่วมพัฒนาต้นแบบเนื้อหาเพื่อนำสู่การสร้างความร่วมมือร่วมกับเครือข่ายองค์กรเชิงยุทธศาสตร์ (Co-creation)

- **กลไกบูรณาการ (ระดับกลุ่มสาระเนื้อหา)**

คณะทำงาน Thai PBS BRANDING

- **โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ**

6. งานยุทธศาสตร์เนื้อหา CONTENT STRATEGY

6.1 โครงการงานสื่อสารการตลาดสนับสนุนแผนงานสาระเนื้อหาหลัก

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ

งบประมาณ 16,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการผลิตชุดการสื่อสารและดำเนินการกิจกรรมสื่อสารการตลาดเพื่อสนับสนุนแผนงานสาระเนื้อหาในส่วนกลุ่มรายการหลัก (Champion product) และกลุ่มรายการอื่น ๆ ทั้งที่ผ่านระบบเผยแพร่ทางโทรทัศน์

แผนงบประมาณ

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ	6.1 โครงการงานสื่อสารการตลาดสนับสนุนแผนงานสาระเนื้อหาหลัก	16,000,000
รวมทั้งสิ้น		16,000,000

ตารางที่ 14 แผนงบประมาณกลุ่มยุทธศาสตร์เนื้อหา

แผนงานที่ 2 แผนงานแพลตฟอร์มและบริการ (PLATFORMS & SERVICES)

5
โครงการ
128.6
MB



แผนภาพ 31 ลีตส่วนการจัดสรรงบประมาณแผนงานแพลตฟอร์มและบริการ

แผนงาน 2 แพลตฟอร์มและบริการ PLATFORMS & SERVICES

ขอบเขตและแนวทางการดำเนินงาน

- พัฒนาระบบและแพลตฟอร์มเพื่อสนับสนุนแผนงาน CONTENT ในทิศทาง Digital-first และ Omni-channel
- พัฒนาระบบสนับสนุนการสื่อสารสำหรับทุกคน (Inclusive Communication)
- พัฒนาระบบการสื่อสารสำหรับอนาคต

128.6
MB

หมายเหตุ ผลลัพธ์รายการเป็นการดำเนินการร่วมกันระหว่างหลายแผนงาน กรุณาตรวจสอบเพิ่มเติมจากตารางความเชื่อมโยงผลลัพธ์

ผลผลิตสำคัญ

- 1) ONE Thai PBS VoD PLATFORM
- 2) VIPA OTT PLATFORM
- 3) Thai PBS & SUB-BRAND WEBSITES & SOCIAL MEDIA PLATFORMS
- 4) Thai PBS LINE SERVICE
- 5) 2 APPLICATIONS

ผลลัพธ์และเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์

- TV PROGRAMME + DIGITAL-FIRST VDO CONTENT >80% ที่เผยแพร่ในปี 67 สามารถเข้าถึงได้ผ่านทาง ONE Thai PBS PLATFORM
- TV PROGRAMME >50% ในปี 67 มี AD/CC
- ผู้ชมหรือใช้บริการประจำอย่างน้อย 20% เลือกจะเข้าถึงเนื้อหาไทยพีบีเอสผ่าน ONE Thai PBS PLATFORM
- องค์กรสื่อที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารสำหรับทุกคน ทุกกลุ่ม ทุกช่องทาง อันดับ 1 ของไทย
- ปริมาณผู้ชมผู้ฟังที่เข้าสู่ระบบสมาชิก ONE Thai PBS จำนวนอย่างน้อย 500,000 คน เพื่อนำมาพัฒนาใช้งานแผนผลิตและเผยแพร่เนื้อหาที่มีความเฉพาะตัว (Personalisation)
- รายได้จากบริการ 6MB

กลไกบูรณาการและบริหารจัดการ (ระดับแผนงาน)

คณะกรรมการขับเคลื่อน DIGITAL TRANSFORMATION

(ประชุมเดือนละ 1 ครั้ง)

โครงการ	หน่วยงาน	งบประมาณ [MB]
P20 โครงการ DIGITAL PLATFORM SERVICE	ส.สื่อดิจิทัล	87.2
P21 โครงการผลิตระบบบริการเพื่อสนับสนุนการสื่อสารเพื่อทุกคน (AD CC/ ภาษาดังประเทศ)	ส.สร้างสรรค์ฯ	21.9
P22 โครงการ DIGITAL INCLUSIVE SERVICE (ภาษาดังประเทศ VIPA/ Big sign)	ส.สื่อดิจิทัล	3.4
P23 โครงการระบบสนับสนุนการผลิตเนื้อหาในรูปแบบ Digital-first (MAM/EDITSHARE)	ส.สร้างสรรค์ฯ	7.1
P24 โครงการพัฒนาศูนย์กลางระบบสมาชิกหลักของส.ส.ท. ระยะที่ 2	ศูนย์พัฒนาสารสนเทศ	9.0

แผนภาพ 32 ภาพรวมแผนงานที่ 2 แพลตฟอร์มและบริการ

2.3.3 แผนงานที่ 2 แพลตฟอร์มและบริการ PLATFORM & SERVICE

- ผลผลิตสำคัญ

1. ONE Thai PBS VoD PLATFORM
2. VIPA OTT PLATFORM
3. Thai PBS & SUB-BRAND WEBSITES & SOCIAL MEDIA PLATFORMS
4. Thai PBS LINE SERVICE
5. 2 APPLICATIONS

- ผลลัพธ์และเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์

- 1) TV PROGRAMME + DIGITAL-FIRST VDO CONTENT ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ที่เผยแพร่ในปี พ.ศ. 2567 สามารถเข้าถึงได้ผ่านทาง ONE Thai PBS PLATFORM
- 2) TV PROGRAMME ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ในปี พ.ศ. 2567 มีระบบ AD/CC
- 3) ผู้ชมหรือใช้บริการประจำ อย่างน้อยร้อยละ 20 เลือกเข้าถึงเนื้อหาและบริการของไทยพีบีเอสผ่าน ONE Thai PBS PLATFORM
- 4) องค์กรสื่อที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารสำหรับทุกคน ทุกกลุ่ม ทุกช่องทาง อันดับ 1 ของไทย
- 5) ปริมาณผู้ชมผู้ฟังที่เข้าสู่ระบบสมาชิก ONE Thai PBS จำนวนอย่างน้อย 500,000 คน เพื่อนำมาพัฒนาใช้วางแผนผลิตและเผยแพร่เนื้อหาที่มีความเฉพาะตัว (Personalization)

- ขอบเขตและแนวทางดำเนินงาน

- 1) พัฒนาการและบริการแพลตฟอร์มเพื่อสนับสนุนแผนงานสาระเนื้อหา (CONTENT PROGRAMME) ในทิศทาง Digital-first และ Omni-channel
- 2) พัฒนาระบบสนับสนุนการสื่อสารสำหรับทุกคน
- 3) พัฒนวัตกรรมการสื่อสารสำหรับอนาคต

- กลไกบูรณาการและบริหารจัดการ (ระดับแผนงาน)

คณะกรรมการขับเคลื่อน DIGITAL TRANSFORMATION

- โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

1. โครงการ DIGITAL PLATFORM SERVICES

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสื่อดิจิทัล

งบประมาณ 87,200,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการเพื่อพัฒนาและให้บริการงานดิจิทัลแพลตฟอร์มขององค์กร โดยครอบคลุมทั้งส่วน Website, Application, Social Media, Audio, OOH, OTT และ Connected ซึ่งทั้งหมดจะอยู่ภายใต้ Digital Architecture ตามแผน Digital Transformation และ Enterprise Architecture ที่กำหนดไว้ภายใต้แนวความคิดเรื่อง ONE Thai PBS

2. โครงการผลิตระบบบริการเพื่อสนับสนุนการสื่อสารเพื่อทุกคน

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา

งบประมาณ 21,900,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการผลิตระบบบริการเพื่อสนับสนุนการสื่อสารเพื่อทุกคน ทั้งในมิติของภาษา การมองเห็น (คนตาบอด) และการรับฟัง (คนหูหนวก) รวมถึงการลงทุนด้วยระบบ AI/ Machine learning (ร่วมกับโครงการส่วน Text-to-speech) เพื่อยกระดับบริการเฉพาะภายใน ศูนย์บริการสาธารณะที่รองรับส่วนงานจากภายนอกที่จะช่วยนำสู่สภาพแวดล้อมการสื่อสารเพื่อทุกคนที่เกิดขึ้นได้จริงในอนาคต

3. โครงการ DIGITAL INCLUSIVE SERVICE

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสื่อดิจิทัล

งบประมาณ 3,400,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการผลิตระบบบริการเพื่อสนับสนุนการสื่อสารเพื่อความเท่าเทียมของการเข้าถึงในมิติของภาษามือใหญ่เต็มจอ (Big Sign) การจัดทำคำบรรยายแทนเสียงภาษาอังกฤษและภาษาอื่น ๆ ของกลุ่มละครไทยพีบีเอส เพื่อรองรับระบบ VIPA OTT รวมถึงการลงทุนด้วยระบบ AI/ Machine learning (ร่วมกับส่วน Big Sign) เพื่อยกระดับบริการเฉพาะภายใน ศูนย์บริการสาธารณะที่รองรับส่วนงานจากภายนอกที่จะช่วยให้นำสู่สภาพแวดล้อมการสื่อสารเพื่อทุกคนที่เกิดขึ้นได้จริงในอนาคต

4. โครงการระบบสนับสนุนการผลิตเนื้อหาในรูปแบบ Digital first

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา

งบประมาณ 7,100,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ระบบปฏิบัติการ Production MAM (EditShare) เพื่อผลิตและกระบวนการสนับสนุนงานผลิต รวมไปถึงการจัดทำข้อมูล Metadata เพื่อให้บริการกับส่วนงานต่าง ๆ และพัฒนาต่อเนื่อง ด้วยการเพิ่มอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และไลเซนส์(แบบตลอดชีพ) โดยจัดให้เป็น Client สำหรับงาน File Ingest พร้อมระบบตรวจสอบเชิงเทคนิคอัตโนมัติ (QSCAN) ที่สามารถซิงค์เข้ากับระบบ MAM ของสำนักโทรทัศน์ได้ทันที รวมถึงการบริการดูแลและบำรุงรักษาระบบอุปกรณ์ ให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานตลอดเวลา

5. โครงการพัฒนาศูนย์กลางระบบสมาชิกหลักของส.ส.ท. ระยะที่ 2

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ

งบประมาณ 9,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ระบบสารสนเทศหลักของสมาชิกไทยพีบีเอส เพื่อให้บริการในทุกช่องทาง โดยเฉพาะช่องทางดิจิทัล เพื่อให้ประสบการณ์แบบไร้รอยต่อ (Seamless) และเป็นเฉพาะบุคคล (Personalized)

แผนงบประมาณ

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
สำนักสื่อดิจิทัล	1. โครงการ DIGITAL PLATFORM SERVICES	87,200,000
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	2. โครงการผลิตระบบบริการเพื่อสนับสนุนการสื่อสารเพื่อทุกคน	21,900,000
สำนักสื่อดิจิทัล	3. โครงการ DIGITAL INCLUSIVE SERVICE	3,400,000
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	4. โครงการระบบสนับสนุนการผลิตเนื้อหาในรูปแบบ Digital first	7,100,000
ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ	5. โครงการพัฒนาศูนย์กลางระบบสมาชิกหลักของส.ส.ท. ระยะที่ 2	9,000,000
รวมทั้งสิ้น		128,600,000

ตารางที่ 15 แผนงบประมาณแผนงานแพลตฟอร์มและบริการ

แผนงานที่ 3 แผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ (CORPORATE ENGAGEMENT)

5
โครงการ
54.5
MB



แผนภาพ 33 สัดส่วนการจัดสรรงบประมาณแผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ

แผนงาน 3 การมีส่วนร่วมสาธารณะ CORPORATE ENGAGEMENT

ขอบเขตและแนวทางการดำเนินงาน

- ONE THAI PBS BRAND (BRANDING)
- SOCIAL MARKETING COMMUNICATION
- CORPORATE PUBLIC ACTIVITIES
- PUBLIC & AUDIENCES ENGAGEMENT (สภาผู้ชมผู้ฟัง)
- IP MANAGEMENT & CO-CREATION PARTNERSHIP

54.5
MB

หมายเหตุ ผลลัพธ์บางรายการเป็นการดำเนินการร่วมกับระหว่างหลายแผนงาน กรุณาดูรายละเอียดเพิ่มเติมจากตารางความเชื่อมโยงผลลัพธ์

ผลผลิตสำคัญ

- 1) Thai PBS BRANDBOOK & GUIDELINE
- 2) 12 Thai PBS ACTIVITIES
- 3) 2 CORPORATE TVC CAMPAIGNS
- 4) 12 CORPORATE DIGITAL CAMPAIGNS
- 5) 4 IP PUBLIC EVENTS/ MEDIA FAIR'S ACTIVITIES

ผลลัพธ์และเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์

- 1) การรับรู้สาธารณะ (Public Perception) ในระดับองค์กร
 - ผู้ชมไทยอายุมากกว่า 15 ปีอย่างน้อย 50% รู้จัก ONE Thai PBS PLATFORM
 - ผู้ชมไทยอายุมากกว่า 15 ปีอย่างน้อย 20% รู้จักรายการ/ผลิตภัณฑ์/บริการ/กิจกรรมหลักของไทยพีบีเอสอย่างน้อย 3 อย่าง
 - เนื้อหารายการหลักที่ผลิตในปี 2567 อย่างน้อย 20% สามารถเข้าถึงได้บน Thai PBS IP PORTFOLIO ใน FORMAT ที่เหมาะสม
- 2) องค์กรสื่อที่น่าเชื่อถืออันดับ 1 ใน 3 ของไทย (รายปี) ทั้งในภาพรวมและ 5 กลุ่มสาระรายการ
- 3) ปริมาณผู้ชมผู้ฟังที่เข้าสู่ระบบสมาชิก ONE Thai PBS จำนวนอย่างน้อย 500,000 คน เพื่อนำมาพัฒนาใช้งานแบบผลิตและเผยแพร่เนื้อหาที่มีความเฉพาะตัว (Personalisation)
- 4) การสร้างรายได้จาก IP & CO-CREATION รวม 155 ล้านบาท

โครงการ	หน่วยงาน	งบประมาณ [MB]
P25 โครงการสื่อสารคุณค่าองค์กรและสื่อสารการตลาด (Corporate Branding & Marketing Communication)	ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดฯ	21
P26 โครงการการตลาดดิจิทัล (DIGITAL MARKETING)	ส.สื่อดิจิทัล	7.5
P27 โครงการสนับสนุนการหารายได้เพิ่มเติม	ศูนย์พัฒนานวัตกรรมฯ	4
P28 โครงการสนับสนุนกิจการสภาผู้ชมผู้ฟังรายการ	ส.เครือข่าย	12
P29 โครงการพัฒนากลไกบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและงานหารายได้เพิ่มเติม	ศูนย์พัฒนานวัตกรรมฯ	10

กลไกบูรณาการและบริหารจัดการ (ระดับแผนงาน)
คณะทำงาน Thai PBS BRANDING
(ประชุมเดือนละ 1 ครั้ง)

แผนภาพ 34 ภาพรวมแผนงานที่ 3 การมีส่วนร่วมสาธารณะ

2.3.4 แผนงานที่ 3 การมีส่วนร่วมสาธารณะ CORPORATE ENGAGEMENT

● ผลผลิตสำคัญ

- 1) Thai PBS BRANDBOOK & GUIDELINE
- 2) 12 Thai PBS ACTIVITIES
- 3) 2 CORPORATE TVC CAMPAIGNS
- 4) 12 CORPORATE DIGITAL CAMPAIGNS
- 5) 4 IP PUBLIC EVENTS/ MEDIA FAIR'S ACTIVITIES

● ผลลัพธ์และเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์

- 1) การรับรู้สาธารณะ (Public Perception) ในระดับองค์กร
 - ผู้ชมไทยอายุมากกว่า 15 ปีอย่างน้อยร้อยละ 50 รู้จัก ONE Thai PBS PLATFORM
 - ผู้ชมไทยอายุมากกว่า 15 ปีอย่างน้อยร้อยละ 20 รู้จักรายการ/ผลิตภัณฑ์/บริการ/กิจกรรมหลักของไทยพีบีเอสอย่างน้อย 3 อย่าง
 - เนื้อหารายการหลักที่ผลิตในปี 2567 อย่างน้อยร้อยละ 20 สามารถเข้าถึงได้บน Thai PBS PORTFOLIO ใน FORMAT ที่เหมาะสม
- 2) องค์กรสื่อที่น่าเชื่อถืออันดับ 1 ใน 3 ของไทย (รายปี) ทั้งในภาพรวม และ 5 กลุ่มสาระรายการ

3) ปริมาณผู้ชมผู้ฟังที่เข้าสู่ระบบสมาชิก ONE Thai PBS จำนวนอย่างน้อย 500,000 คน เพื่อนำมาพัฒนาใช้วางแผนผลิตและเผยแพร่เนื้อหาที่มีความเฉพาะตัว (Personalization)

- **ขอบเขตและแนวทางดำเนินงาน**

- 1) งานสร้างการรับรู้และภาพจำสาธารณะ ONE Thai PBS เพื่อกระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้งานและสมัครสมาชิก
- 2) งานออกแบบและดำเนินการชุดการสื่อสารการตลาดและกิจกรรมระดับองค์กรเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและสร้างความเข้าใจถึงคุณค่าสื่อสารสาธารณะ
- 3) การสร้างกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับสาธารณะทั้งในรูปแบบออนไลน์ ออนแอร์ ออนกราวด์ เพื่อเชื่อมโยงบริการและนำสู่ความผูกพันและความเข้าใจที่ถูกต้องกับองค์กร
- 4) งานสนับสนุนสภาผู้ชมผู้ฟังเพื่อยกระดับให้เป็นกลไกรับฟังความคิดเห็นรายการเพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพและบริการ
- 5) งานหารรายได้จากการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและการร่วมลงทุนของเครือข่ายองค์กรสนับสนุน (IP & CO-CREATION)

- **กลไกบูรณาการ (ระดับกลุ่มสาระเนื้อหา)**

คณะทำงาน Thai PBS BRANDING

- **โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ**

1. โครงการงานสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์องค์กร

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ

งบประมาณ 21,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการผลิตชุดการสื่อสารและดำเนินการกิจกรรมสื่อสารการตลาดเพื่อสนับสนุนการสร้างภาพจำสาธารณะ (Corporate Branding) และการสื่อสารคุณค่าสื่อสารสาธารณะกับสังคม ผ่านการจัดทำและกำกับอัตลักษณ์องค์กรกิจกรรมสื่อสารการตลาด การทำงานกับเครือข่าย Influencers และงานรณรงค์สื่อสารประชาสัมพันธ์ (Corporate Campaign)

2. โครงการการตลาดดิจิทัล

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสื่อดิจิทัล

งบประมาณ 7,500,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการดำเนินการการตลาดดิจิทัล เพื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัลของ Thai PBS ให้เป็นที่รู้จักและถูกใช้งานในวงกว้างของสังคม โดยครอบคลุมทั้งส่วนงาน DIGITAL ADS/ SEO/ Email marketing/ Content marketing etc. รวมถึงกระบวนการการตลาดดิจิทัลที่สนับสนุนการเกิดภาพจำใหม่ของ ONE Thai PBS

3. โครงการสนับสนุนการจัดการรายได้เพิ่มเติม

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสารมวลชน

งบประมาณ 4,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ กิจกรรมการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) และงานลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) เพื่อสนับสนุนการหารายได้เพิ่มเติมผ่านกลไกการหาผู้ร่วมผลิตรายการและการบริหารสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

4. โครงการสนับสนุนกิจการสภาผู้ชมผู้ฟังรายการ

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ

งบประมาณ 12,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการสนับสนุนกิจการสภาผู้ชมผู้ฟังรายการให้เป็นกลไกในการรับฟังความคิดเห็นและเสียงสะท้อนจากประชาชนอย่างกว้างขวางผ่านการใช้ระบบดิจิทัลและเวทีในพื้นที่ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาการให้บริการและการผลิตรายการให้มีคุณภาพสอดคล้องกับประโยชน์สาธารณะและสังคม และสะท้อนความต้องการของผู้ใช้บริการ รวมทั้งส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดนโยบายตามที่ระบุไว้ใน พ.ร.บ. ส.ส.ท.

5. โครงการพัฒนากลไกบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและงานหารายได้เพิ่มเติม

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสารมวลชน

งบประมาณ 10,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ เพื่อสร้างระบบรับเงินสนับสนุนองค์กร (Grant-In) และบริการที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการสร้างเครือข่ายภาคีผู้ให้บริการต่าง ๆ ขององค์กร

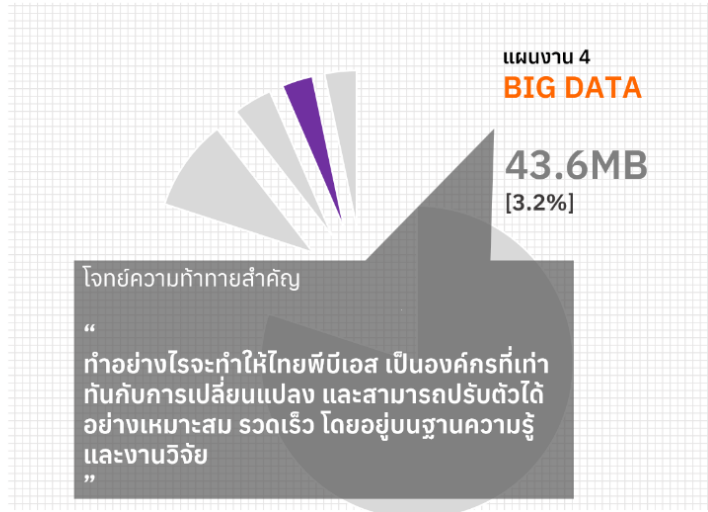
แผนงบประมาณ

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ	โครงการงานสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์องค์กร	21,000,000
สำนักสื่อดิจิทัล	โครงการการตลาดดิจิทัล	7,500,000
ศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสารมวลชน	โครงการสนับสนุนการจัดการรายได้เพิ่มเติม	4,000,000
สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ	โครงการสนับสนุนกิจการสภาผู้ชมผู้ฟังรายการ	12,000,000
ศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสารมวลชน	โครงการพัฒนากลไกบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและงานหารายได้เพิ่มเติม	10,000,000
รวมทั้งสิ้น		54,500,000

ตารางที่ 16 แผนงบประมาณแผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ

แผนงานที่ 4 แผนงานการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่ (BIG DATA)

6
โครงการ
43.6
MB



แผนภาพ 35 สัดส่วนการจัดสรรงบประมาณแผนงานการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่

แผนงาน 4 การใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูล ขนาดใหญ่ (Big Data)

ขอบเขตและแนวทางการดำเนินงาน

- การศึกษาวิจัยขนาดศึกษาของอุตสาหกรรมสื่อโดยทั่วไป และของบทบาทสื่อสาธารณะในยุคดิจิทัลเป็นการเฉพาะ
- การพัฒนาเครื่องมือและชุดความรู้เพื่อสนับสนุนกระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์และการวางแผนระยะยาวขององค์กร
- งานพัฒนาระบบ DATA INTELLIGENCE UNIT

42.6
MB

ผลผลิตสำคัญ

- 1) ชุดการศึกษาอนาคต [FUTURE STUDIES] ที่เกี่ยวข้อง
- 2) หน่วย DATA INTELLIGENCE UNIT และระบบ ONE STAT ที่ถูกใช้งานจริงและเชื่อมโยงกับแพลตฟอร์ม ONE Thai PBS
- 3) ระบบติดตามและรายงานเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร [Decision-making Supporting System: Realtime Dashboard Reporting]

ผลลัพธ์และเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์

- 1) การเป็นคลોકที่มีระบบบอกแบบและตัดสินใจอยู่บนฐานการใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างเท่าเทียมและมีประสิทธิภาพ (DATA-DRIVEN Thai PBS)
 - ผู้บริหารระดับสำนักและศูนย์มีระดับความพึงพอใจกับระบบข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ (คุณภาพ รูปแบบ และ TIMING) อย่างน้อย 7 จาก 10 ในทุกรอบการประเมิน (ไตรมาส)
 - คณะกรรมการบริหาร (คทท) และนโยบาย (กนย) มีระดับความพึงพอใจกับระบบรายงานความก้าวหน้าเชิงยุทธศาสตร์ (คุณภาพ รูปแบบ และ TIMING) อย่างน้อย 7 จาก 10 ในทุกรอบการประเมิน (ไตรมาส)
- 2) การเป็นสื่อสาธารณะยุคดิจิทัลที่ยังคงยึดโยงกับสังคมและมีความสามารถในการปรับตัวได้อย่างเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงในอนาคต (RESILIENT Thai PBS)

กลไกบูรณาการและบริหารจัดการ (ระดับแผนงาน)

คณะกรรมการขับเคลื่อน DIGITAL TRANSFORMATION
(ประชุมเดือนละ 1 ครั้ง)

โครงการ	หน่วยงาน	งบประมาณ [MB]
P30 โครงการประเมินผลองค์กรและบทบาทสื่อสาธารณะ	ศูนย์วิจัยฯ	7
P31 โครงการวิจัยเพื่อการพัฒนาเนื้อหาและแพลตฟอร์ม	ศูนย์วิจัยฯ	11.1
P32 โครงการศึกษาภาพอนาคตของภูมิทัศน์สื่อและบทบาทสื่อสาธารณะในยุคดิจิทัล	ศูนย์วิจัยฯ	6.5
P33 โครงการพัฒนาระบบขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูลเชิงวิเคราะห์ (Data Intelligence Unit)	ศูนย์พัฒนาระบบสารสนเทศ	9
P34 โครงการระบบจัดการข้อมูลเชิงวิเคราะห์กลาง (Thai PBS DATA ANALYTICS/ ONE STAT)	ส.สื่อดิจิทัล	7
P35 โครงการทดลองส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลด้วยเทคโนโลยี 4K	ส.วิศวกรรม	2

แผนภาพ 36 ภาพรวมแผนงานที่ 4 การใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่

2.3.5 แผนงานที่ 4 การใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่ BIG DATA

- **ผลผลิตสำคัญ**

- 1) ชุดการศึกษาอนาคต [Future Studies] ที่เกี่ยวข้อง
- 2) หน่วย Data Intelligence Unit และ ระบบ One Stat ที่ถูกใช้งานจริงและเชื่อมโยงกับแพลตฟอร์ม ONE Thai PBS
- 3) ระบบติดตามและรายงานเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร [Decision-making Supporting System: Realtime Dashboard Reporting]

- **ผลลัพธ์และเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์**

- 1) การเป็นโลกที่มีระบบออกแบบและตัดสินใจอยู่บนฐานการใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างเท่าทันและมีประสิทธิภาพ (Data Driven Thai PBS)
- 2) การเป็นสื่อสาธารณะยุคดิจิทัลที่ยังคงยึดโยงกับสังคมและมีความสามารถในการปรับตัวได้อย่างเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงในอนาคต (Resilient & Future-Ready Thai PBS)

- **ขอบเขตและแนวทางดำเนินงาน**

- 1) การศึกษาวิจัยอนาคตศึกษาของอุตสาหกรรมสื่อโดยทั่วไป และของบทบาทสื่อสาธารณะในยุคดิจิทัลเป็นการเฉพาะ
- 2) การพัฒนาเครื่องมือและชุดความรู้เพื่อสนับสนุนกระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์และการวางแผนระยะยาวขององค์กร
- 3) งานพัฒนาระบบและกลไกการจัดข้อมูลเชิงวิเคราะห์ (Data Intelligence System) เพื่อสนับสนุนงานออกแบบการผลิตและงานประเมินผล (Performance) ที่มาจากข้อมูลพฤติกรรมผู้ชมผู้ฟังที่แท้จริง

- **กลไกบูรณาการ**

คณะกรรมการ Digital Transformation

● โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

1. โครงการประเมินผลองค์การและบทบาทสื่อสาธารณะ

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ

งบประมาณ 7,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการประเมินผลองค์การและบทบาทสื่อสาธารณะ เพื่อประเมินรับรู้และการยอมรับของสังคมต่อบทบาทสื่อสาธารณะของ ส.ส.ท. อาทิ ด้านความน่าเชื่อถือ ความหลากหลาย ความทั่วถึง ความร่วมมือของภาคีเครือข่าย รวมถึงการประเมินด้านความคุ้มค่าในการดำเนินงาน เช่น การประเมินผลกระทบ/ผลตอบแทนทางสังคม (SIA / SROI) เป็นต้น

2. โครงการวิจัยเพื่อการพัฒนาเนื้อหาและแพลตฟอร์ม

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ

งบประมาณ 11,100,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการวิจัยเพื่อการพัฒนาเนื้อหาและแพลตฟอร์ม เพื่อติดตามวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อและความคิดเห็นของผู้ชมต่อเนื้อหา สถานการณ์สังคม รวมถึงทำการทดสอบสื่อต้นแบบ และใช้นวัตกรรมการสร้างสรรคเนื้อหาด้วย AI (Generative AI) เพื่อให้แนวทางพัฒนาข่าว รายการอย่างสร้างสรรค์ สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ชมและสาธารณะ

3. โครงการศึกษาภาพอนาคตของภูมิทัศน์สื่อและบทบาทสื่อสาธารณะในยุคดิจิทัล

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ

งบประมาณ 6,500,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการศึกษาภาพอนาคตของภูมิทัศน์สื่อและบทบาทสื่อสาธารณะในยุคดิจิทัล เพื่อศึกษาวิจัย การจัดการ และเผยแพร่องค์ความรู้เพื่อพัฒนาสื่อและแนวโน้มสื่อในอนาคต รวมทั้งจัดทำ Foresight เพื่อช่วยมองภาพอนาคต ให้ได้เห็นแนวโน้ม และปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงองค์การ เพื่อนำไปใช้วางแผนยุทธศาสตร์และนโยบายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. โครงการพัฒนาระบบขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูลเชิงวิเคราะห์

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ

งบประมาณ 9,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ เป็นการพัฒนาระบบงานสารสนเทศใหม่ในส่วนของ Shared Insight ตามแผน Digital Transformation

5. โครงการระบบจัดการข้อมูลเชิงวิเคราะห์กลาง (THAI PBS DATA ANALYTICS /ONE STAT)

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสื่อดิจิทัล

งบประมาณ 7,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ โครงการพัฒนาระบบขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูลเชิงวิเคราะห์ เพื่อทราบถึง Performance ของแต่ละแพลตฟอร์มและนำมาวิเคราะห์เพื่อวางกลยุทธ์หรือบริหารจัดการ, ให้เข้าใจถึงพฤติกรรมผู้ชมบนสื่อออนไลน์และความคิดเห็นที่มีต่อองค์กร เพื่อใช้ในการบริหารภาพลักษณ์องค์กรบนสื่อออนไลน์ และนำมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงหรือต่อยอดได้อย่างเป็นระบบ และเพื่อพัฒนากลยุทธ์การนำเสนอให้กับหน่วยงานต่าง ๆ จากข้อมูลสถิติบนสื่อดิจิทัล

6. โครงการทดลองส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลด้วยเทคโนโลยี 4K

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักวิศวกรรม

งบประมาณ 2,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ การทดลองส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลด้วยเทคโนโลยี 4K เพื่อสร้างโอกาสในการเป็นผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก นำมาซึ่งรายได้จากการให้บริการโครงข่ายในอนาคต

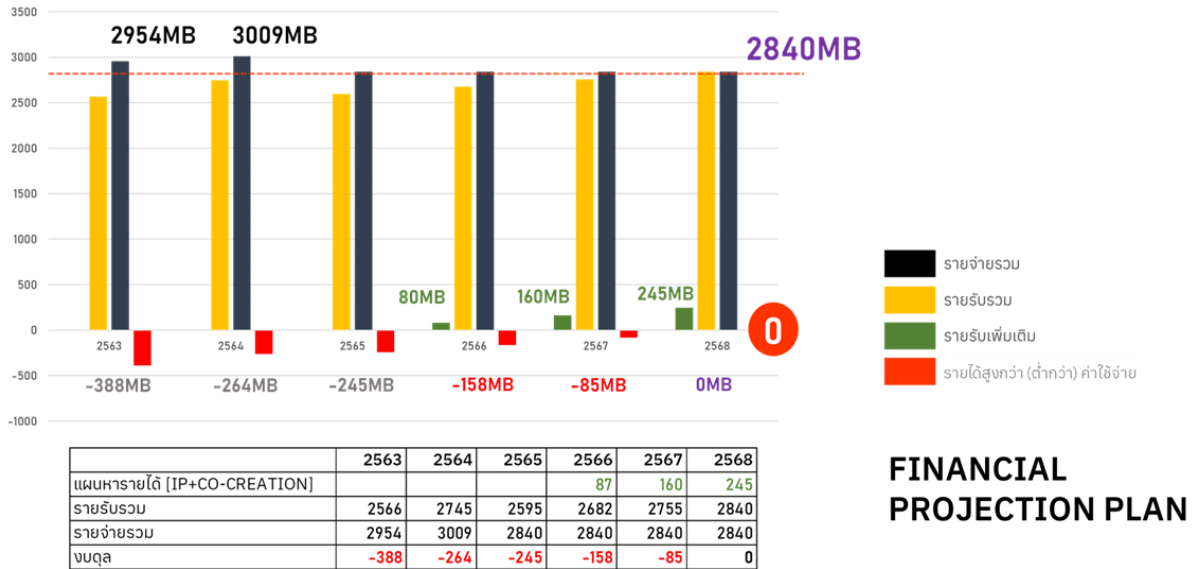
แผนงบประมาณ

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ	1. โครงการประเมินผลองค์การและบทบาทสื่อสาธารณะ	7,000,000
	2. โครงการวิจัยเพื่อการพัฒนาเนื้อหาและแพลตฟอร์ม	11,100,000
	3. โครงการศึกษาภาพอนาคตของภูมิทัศน์สื่อและบทบาทสื่อสาธารณะในยุคดิจิทัล	6,500,000
ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ	4. โครงการพัฒนาระบบขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูลเชิงวิเคราะห์	9,000,000
สำนักสื่อดิจิทัล	5. โครงการระบบจัดการข้อมูลเชิงวิเคราะห์กลาง (THAI PBS DATA ANALYTICS /ONE STAT)	7,000,000
สำนักวิศวกรรม	6. โครงการทดลองส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลด้วยเทคโนโลยี 4K	2,000,000
รวมทั้งสิ้น		42,600,000

ตารางที่ 17 แผนงบประมาณแผนงานการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่

2.4 แผนงบประมาณ

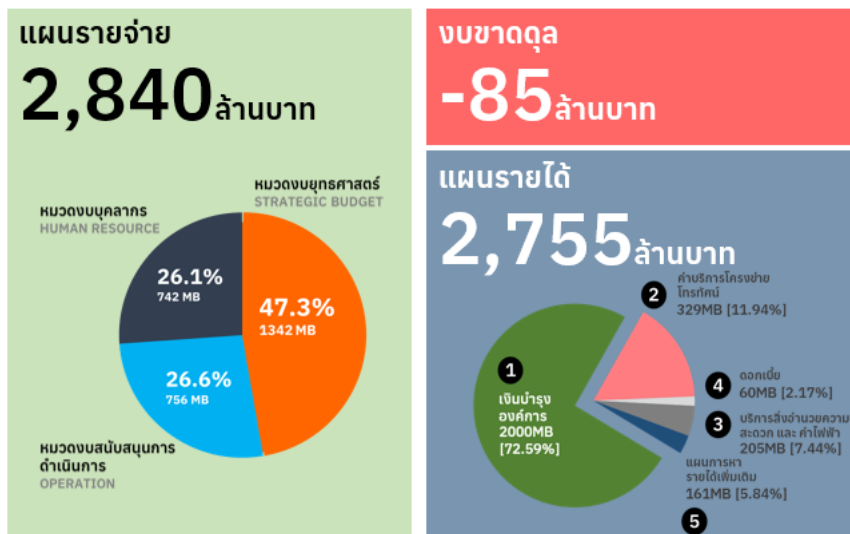
การจัดทำแผนงบประมาณของ ส.ส.ท. มีแนวความคิดสำคัญคือการจัดทำแผนที่เข้าสู่สมดุลภายในปี พ.ศ. 2568 ตามที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด โดยดำเนินการทั้งในส่วนการจำกัดกรอบแผนรายจ่ายให้คงที่อยู่ที่ระดับ 2,840 ล้านบาท และ การจัดทำแผนรายได้ให้อยู่ที่ 2,755 ล้านบาทเพื่อให้มีระดับการขาดดุลไม่เกิน 85 ล้านบาท



FINANCIAL PROJECTION PLAN

แผนภาพ 37 แสดงกรอบวงเงินอนุมัติตามแนวทางแผนงบประมาณเข้าสู่สมดุลที่กำหนดโดยคณะกรรมการนโยบาย

กรอบแผนงบประมาณ 2567 ตามทิศทางเข้าสู่แผนงบประมาณแบบสมดุล

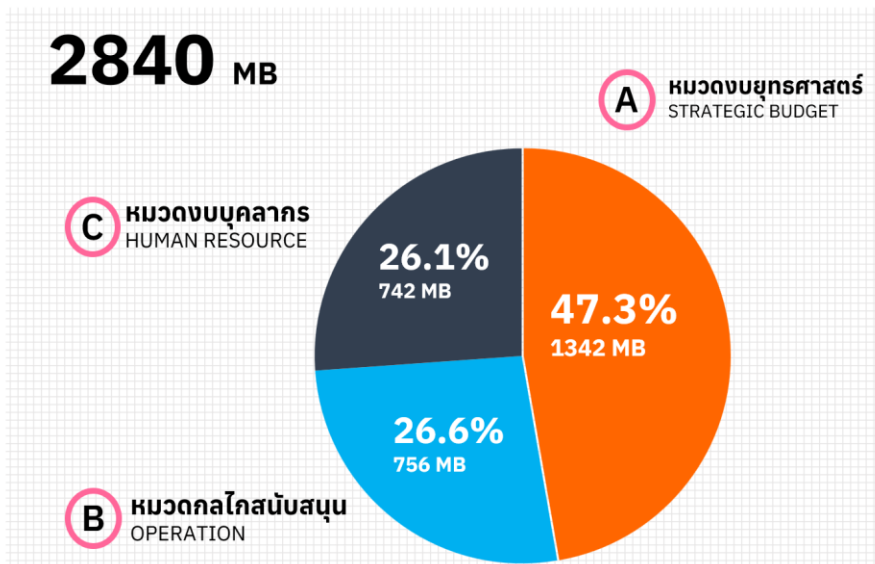


แผนภาพ 38 ภาพรวมของการจัดทำแผนงบประมาณ

2.4.1 แผนงบประมาณรายจ่าย

แผนงบประมาณรายจ่าย แบ่งออกเป็น 3 หมวด ได้แก่

- A. หมวดงบประมาณยุทธศาสตร์
- B. หมวดงบกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป
- C. หมวดงบบุคลากร

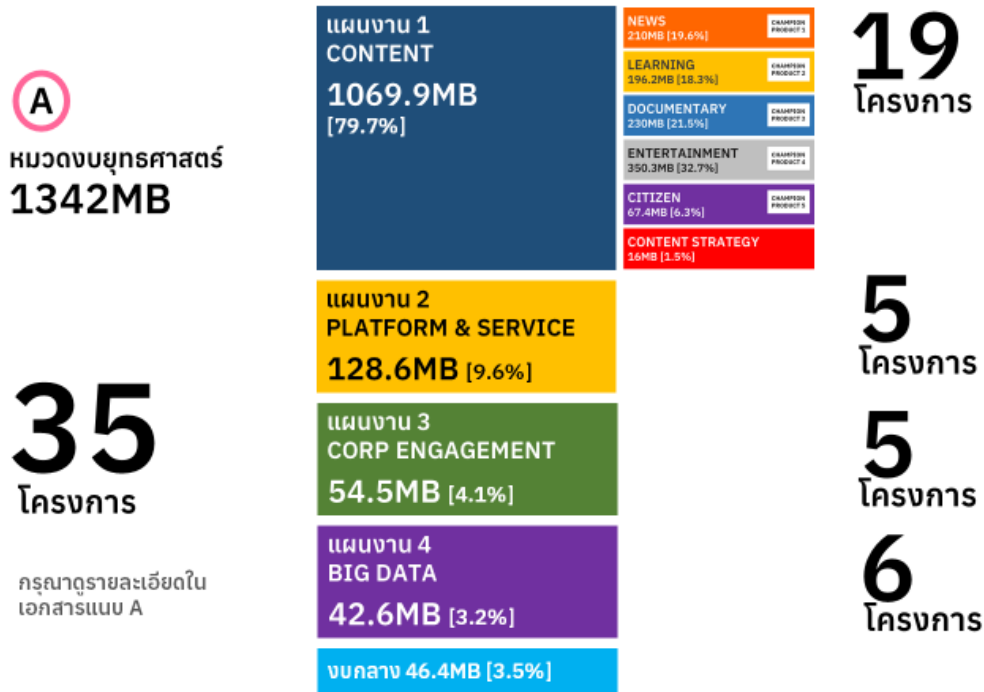


แผนภาพ 39 ภาพรวมขององค์ประกอบสำคัญในแผนงบประมาณรายจ่าย

สาระสำคัญแยกรายหมวดงบประมาณ

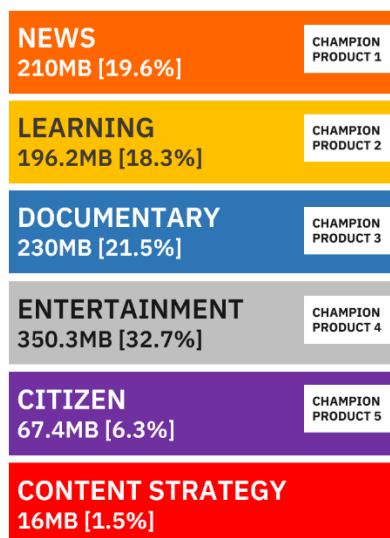
A หมวดงบประมาณยุทธศาสตร์

กรอบงบประมาณรวม 1,342 ล้านบาท แบ่งออกเป็น 4 แผนงาน และ บริหารจัดการผ่าน 35 โครงการ



แผนภาพ 40 แสดงสัดส่วนสำคัญของการจัดสรรงบประมาณในหมวดงบประมาณยุทธศาสตร์

ในส่วนแผนงาน 1 แผนงานเนื้อหาสาระ แบ่งงบประมาณแยกออกไปอีก 5 กลุ่มงานประเภทเนื้อหา มีการแบ่งสัดส่วนงบประมาณ ดังนี้

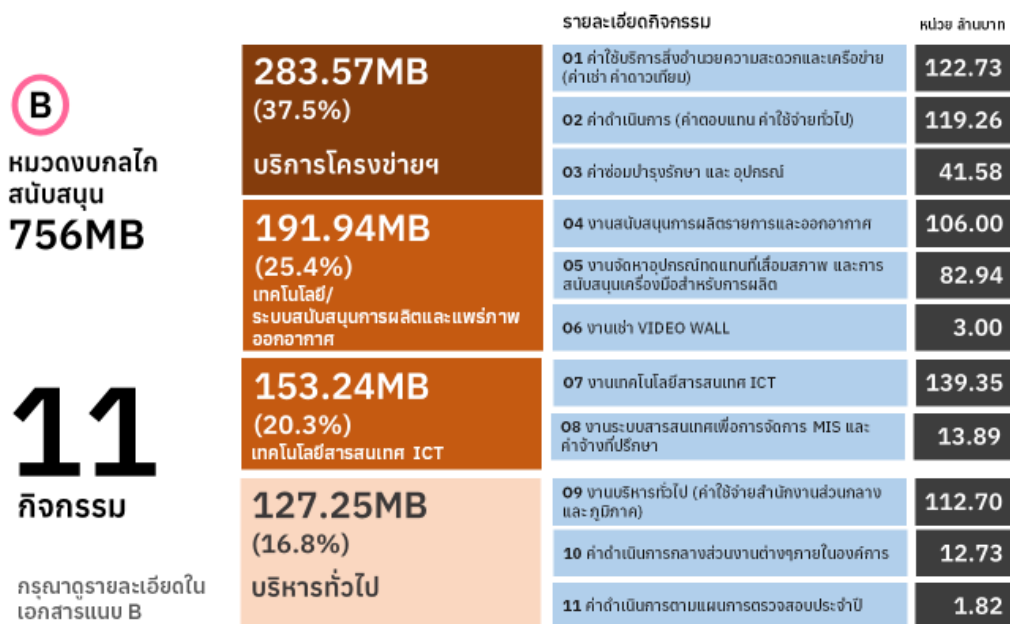


แผนภาพ 41 แสดงสัดส่วนสำคัญของการจัดสรรงบประมาณในแผนงานเนื้อหาสาระ

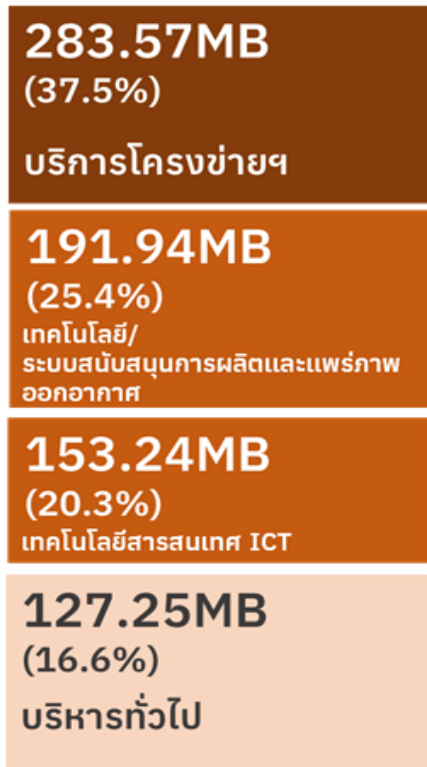
B หมวดงบกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป

กรอบงบประมาณรวม 756 ล้านบาท โดยมีกลุ่มงานใหญ่ตามภารกิจงาน 4 ส่วนได้แก่

- 1) หมวดย่อยบริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 283.57 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 37.5
- 2) หมวดย่อยเทคโนโลยี และระบบสนับสนุนการผลิตและแพร่ภาพออกอากาศ จำนวน 191.94 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 25.4
- 3) หมวดย่อยเทคโนโลยีสารสนเทศ ICT จำนวน 153.24 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 20.3
- 4) หมวดบริหารทั่วไป จำนวน 127.25 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 16.8



แผนภาพ 42 แสดงวงเงินงบประมาณของหมวดงบย่อยที่อยู่ภายใต้หมวดงบกลไกสนับสนุนฯ



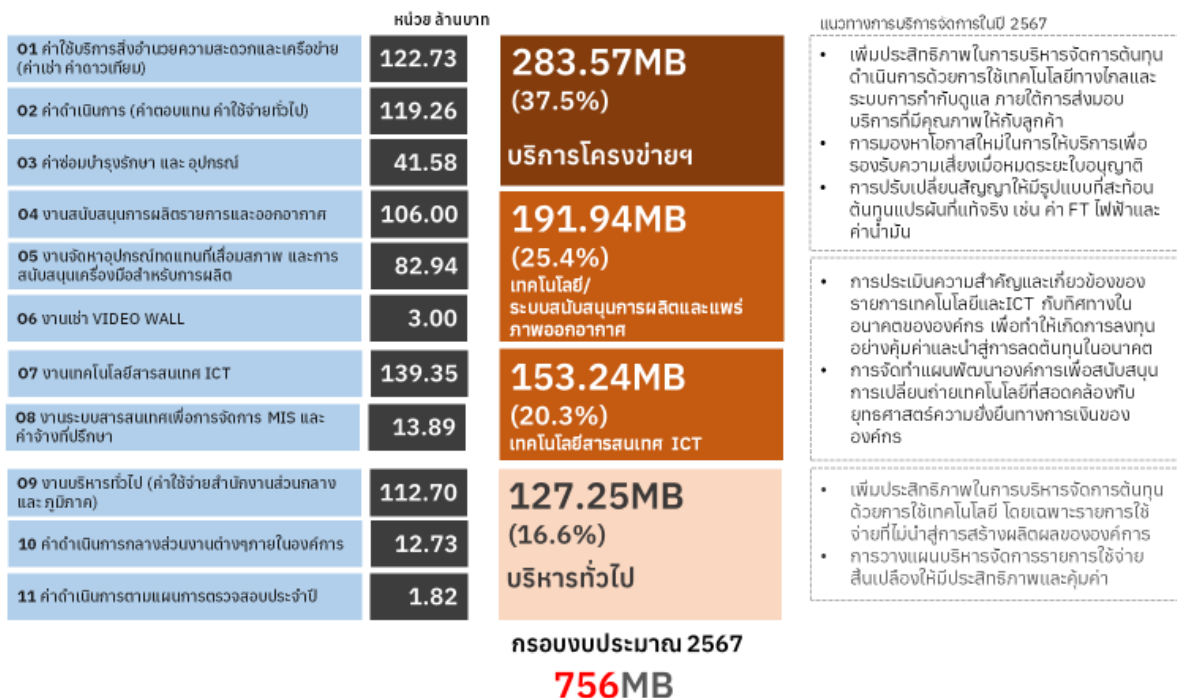
คำอธิบายลักษณะงาน

ส่วนงานของสำนักวิศวกรรมที่ดำเนินการงานสนับสนุนด้านระบบบริการโครงข่ายให้กับ Thai PBS และ เครือข่ายสื่อภายนอกภายใต้สัญญาใบอนุญาตของ กสทช. จนถึงปี พ.ศ.2572 รวมทั้งเพื่อรองรับแผนการแสวงหาโอกาสสร้างความยั่งยืนทางการเงินในโครงการทดลองออกอากาศโทรทัศน์ระบบ 4K

ส่วนงานของสำนักโทรทัศน์ และ ฝ่าย IT ดำเนินการงานสนับสนุนกระบวนการผลิตและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร ภายใต้แนวทาง DIGITAL TRANSFORMATION รวมทั้งเพื่อรองรับแผนการแสวงหาโอกาสสร้างความยั่งยืนทางการเงินในโครงการทดลองออกอากาศโทรทัศน์ระบบ 4K

ส่วนงานของกลุ่มหน่วยงานกลาง ดำเนินการสนับสนุนงานทั่วไปส่วนกลาง เช่น การบริหารจัดการอาคาร ระบบเดินทาง ระบบการเงินการบัญชี จัดซื้อจัดจ้าง รวมถึงงานตรวจสอบภายใน ความเสี่ยง และ ส่วนงานเลขานุการของ กนย.

แผนภาพ 43 แสดงคำอธิบายลักษณะงานของหมวดงบประมาณกลไกสนับสนุนฯ



แผนภาพ 44 แสดงแนวทางการบริหารจัดการของหมวดงบประมาณกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป

โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

กลุ่มงาน 1 กลุ่มงานเทคโนโลยี (ระบบสนับสนุนการผลิตและแพร่ภาพออกอากาศ และเทคโนโลยีสารสนเทศ)

1. โครงการสนับสนุนการบริหารเพื่องานผลิตรายการและออกอากาศ

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักโทรทัศน์และวิทยุ

งบประมาณ 106,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ สำนักโทรทัศน์และวิทยุมีภารกิจในการสนับสนุนการผลิตรายการทั้งใน Platform On Air, Online, On-ground โดยให้การสนับสนุนแก่หน่วยงาน CBU และสำนักต่าง ๆ ในหลายลักษณะงาน ได้แก่ กองถ่ายทำรายการ งานถ่ายทอดสดและบันทึกเทปรายการ งานผลิตรายการในสตูดิโอ งานตัดต่อรายการ งานผลิตสื่อกราฟิกและศิลปกรรมฉาก เป็นต้น และยังมีระบบงานทางเทคนิคที่จะต้องควบคุมดูแลระบบอุปกรณ์ ส่วนกลางเพื่อการผลิตงานภายในสถานี และงานควบคุมการออกอากาศของช่อง Thai PBS และช่อง ALTV ให้เป็นไปตามผังรายการ สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องตลอด 24 ชั่วโมง

2. โครงการพัฒนาและปรับปรุงระบบอุปกรณ์ปฏิบัติการ

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักโทรทัศน์และวิทยุ

งบประมาณ 77,180,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ สำนักโทรทัศน์และวิทยุ สนับสนุนการปฏิบัติงานผลิตรายการโทรทัศน์และวิทยุ ทั้งการผลิตภายในและภายนอกสถานี ให้การสนับสนุนแก่หน่วยงานหรือสำนักต่าง ๆ ในหลายรูปแบบงาน ได้แก่ งานกองถ่ายทำรายการ, งานถ่ายทอดสด, งานสตูดิโอ, งานกิจกรรมขององค์กร, งานตัดต่อรายการ เป็นต้น งานที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งคือการควบคุมดูแลระบบอุปกรณ์ส่วนกลางของสถานีโทรทัศน์และวิทยุ ให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพ ทันสมัยกับเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับแผนพัฒนาเทคโนโลยีของ ส.ส.ท. และสอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงานผู้ใช้งานหลักคือ สำนักข่าวและสำนักกระจายการ ได้อย่างเพียงพอ โดยมีเป้าหมายให้การผลิตรายการต่าง ๆ และการแพร่ภาพออกอากาศมีคุณภาพมาตรฐาน มีเครื่องมือพร้อมใช้งานและมีความทันสมัยอยู่เสมอ การจัดหาอุปกรณ์ทดแทนที่เสื่อมสภาพ และจัดหาเพิ่มเติมให้เพียงพอต่อการใช้งาน เป็นอีกภารกิจหนึ่งของสำนักที่จะต้องดำเนินการเพื่อให้ผู้ใช้บริการ ได้รับความสะดวก สามารถทำงานได้บรรลุเป้าหมาย

3. โครงการเช่า Video Wall สำหรับ Studio 2

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักโทรทัศน์และวิทยุ

งบประมาณ 3,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ปัจจุบันจอ LED Video Wall มีติดตั้งใช้งานอยู่ในสตูดิโอ 2 ถูกสร้างเป็นฉากหลังเพื่อการผลิตรายการข่าว และรายงานข่าวภาคหลักของสถานี มีสภาพที่เริ่มเสื่อมชำรุด ไม่มีอะไหล่ทดแทนแล้ว หากชำรุดมากกว่าเดิมจะส่งผลกระทบต่อความเป็นมืออาชีพและความน่าเชื่อถือในการผลิตรายการ จึงจำเป็นต้องจัดหาชุดใหม่ทดแทน

4. โครงการจัดหาอุปกรณ์สนับสนุนการผลิตข่าว

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักโทรทัศน์และวิทยุ

งบประมาณ 5,760,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ สำนักข่าว ฝ่ายสร้างสรรค์ภาพข่าว มีการผลิตงานข่าว ทั้งภายในและภายนอก สถานีเป็นประจำทุกวัน จำเป็นจะต้องมีเครื่องมือเครื่องใช้ที่อำนวยความสะดวกและคล่องตัวในการทำงานข่าว โดยต้องมีคุณภาพและประสิทธิภาพ ทันสมัยกับเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับแผนพัฒนาเทคโนโลยีของ ส.ส.ท. โดยมีเป้าหมายให้การผลิตรายการข่าวทั้ง Platform On Air และ Online มีคุณภาพมาตรฐาน มีเครื่องมือพร้อมใช้งานและมีความทันสมัยอยู่เสมอ

5. โครงการบริหารจัดการสารสนเทศของ ส.ส.ท.

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

งบประมาณ 137,355,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบทางด้านสารสนเทศของ ส.ส.ท. สนับสนุนระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการปฏิบัติงานทุกกิจกรรม ซึ่งมีเป้าหมายเพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพทั้งบุคลากรและการปฏิบัติงาน

6. โครงการสนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์ทางคอมพิวเตอร์สำหรับการผลิตรายการและข่าวทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

งบประมาณ 2,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นผู้ดูแลและสนับสนุนเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ด้านสารสนเทศต่าง ๆ ของ ส.ส.ท. ตามวัตถุประสงค์และภารกิจของทุกหน่วยงาน เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ทันทุกสถานการณ์

7. งานวางแผน ปรับปรุงและบำรุงรักษาระบบ ICT

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ

งบประมาณ 10,885,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ เพื่อให้ระบบสารสนเทศขององค์กรสามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง และวางแผนพัฒนาระบบใหม่รวมถึงระบบทดแทน

8. ค่าจ้างตรวจสอบมาตรฐาน ISO และค่าที่ปรึกษาที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ

งบประมาณ 3,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ เพื่อให้องค์กรได้รับมาตรฐานใหม่ เช่น ISP-29110 และมาตรฐานรับรองระบบงานสารสนเทศอื่น ๆ

แผนงบประมาณ

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
สำนักโทรทัศน์และวิทยุ	โครงการสนับสนุนการบริหารเพื่องานผลิตรายการและออกอากาศ	106,000,000
	โครงการพัฒนาและปรับปรุงระบบอุปกรณ์ปฏิบัติการ	77,180,000
	โครงการเช่า Video Wall สำหรับ Studio 2	3,000,000
	โครงการจัดหาอุปกรณ์สนับสนุนการผลิตข่าว	5,760,000
ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ	โครงการบริหารจัดการสารสนเทศของ ส.ส.ท.	137,355,000
	โครงการสนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์ทางคอมพิวเตอร์สำหรับการผลิตรายการและข่าวทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค	2,000,000
ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ	โครงการงานวางแผน ปรับปรุงและบำรุงรักษาระบบ ICT	10,885,000
	โครงการค่าจ้างตรวจสอบมาตรฐาน ISO และค่าที่ปรึกษาที่เกี่ยวข้อง	3,000,000
รวมทั้งสิ้น		345,180,000

ตารางที่ 18 แผนงบประมาณหมวดกลไกสนับสนุน กลุ่มงานเทคโนโลยี

กลุ่มงาน 2 บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก

1. งบบริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักวิศวกรรม

งบประมาณ 283,570,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ พัฒนาศักยภาพด้านการหารายได้จากการดูแลและบำรุงรักษาโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวกจากผู้ใช้บริการ ตลอดจนการให้บริการไฟฟ้าทั้งหมด 168 สถานี

แผนงบประมาณ

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
สำนักวิศวกรรม	โครงการงบบริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก	283,570,000
รวมทั้งสิ้น		283,570,000

ตารางที่ 19 แผนงบประมาณหมวดกลไกสนับสนุน กลุ่มงานบริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก

กลุ่มงาน 3 บริหารทั่วไป

1. งานบริหารส่วนกลางฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร

งบประมาณ 1,300,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กรมีภารกิจในการจัดทำแผนบริหารกิจการ แผนงบประมาณ ตัวชี้วัด แผนจัดทำรายการ และการบริหารแผนงานด้านยุทธศาสตร์เนื้อหา ตลอดจนการติดตามโครงการ และจัดทำรายงานผลปฏิบัติงาน ส.ส.ท. เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามผลลัพธ์ที่ตั้งไว้ การจัดทำค่าของงบประมาณจึงนำไปสู่การวางกลไกเพื่อขับเคลื่อนให้แผนงานดังกล่าวมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลบรรลุเป้าหมายขององค์กร

2. งานบริหารส่วนกลางฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล

งบประมาณ 500,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ งบประมาณดำเนินงานของฝ่ายที่ใช้สนับสนุนการจัดประชุมด้านบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล และเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจของบุคลากรภายในองค์กรเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง และเป็นค่าใช้จ่ายดำเนินงานทั่วไป

3. งานสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร

งบประมาณ 3,700,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ สนับสนุนการดำเนินงานคณะกรรมการและผู้บริหารให้บรรลุเป้าหมาย โดยมุ่งเน้นประสิทธิภาพการบริหารองค์กร

4. งานบริหารส่วนกลางฝ่ายกฎหมาย

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายกฎหมาย

งบประมาณ 500,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ตามภารกิจของส.ส.ท.ในการเป็นสื่อสาธารณะ ต้องมีการดำเนินการภายใต้ core value ขององค์กร ยึดมั่นในหลักการทำงานแบบมีธรรมาภิบาล (Good Governance) โดยมีหน้าที่ให้คำปรึกษา อำนวยความสะดวกและจัดทำนิติกรรมสัญญาต่าง ๆ ให้แก่หน่วยงานภายใน ส.ส.ท. รวมทั้งงานด้านคดีความ งานระเบียบ วินัยและคำสั่ง

5. งานบริหารส่วนกลางฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ

งบประมาณ 5,730,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ งานจัดซื้อพัสดุและจัดหารายการทำหน้าที่ในการบริหารงานจัดซื้อจัดจ้างให้เป็นไปตาม พ.ร.บ.จัดซื้อจัดจ้างพัสดุภาครัฐ 2560 ระเบียบกระทรวงการคลังและกฎหมาย ระเบียบ คำสั่งต่าง ๆ ของ ส.ส.ท. เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปตามหลักความคุ้มค่า โปร่งใส และได้พัสดุที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน

6. งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายบริหารทั่วไป

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายบริหารทั่วไป

งบประมาณ 112,700,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ฝ่ายบริหารทั่วไป สำนักบริหารมีหน้าที่ในการสนับสนุนการปฏิบัติงานและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. รวมทั้งอำนวยความสะดวกและให้บริการแก่บุคคลภายนอกที่มาติดต่อ ส.ส.ท.หรือมารับบริการ ได้แก่ งานอาคารสถานที่ งานรักษาความสะอาด งานรักษาความปลอดภัย การบริการยานพาหนะ งานสาธารณูปโภค

7. งานบริหารส่วนกลางศูนย์การเงิน

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์การเงิน

งบประมาณ 800,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ เพื่อให้การดำเนินงาน ของ ส.ส.ท. และศูนย์การเงินสามารถดำเนินงานได้ตามวัตถุประสงค์ขององค์การและพัฒนาระบบงานในศูนย์การเงิน

8. โครงการบริหารจัดการฐานข้อมูลศูนย์การเงิน

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์การเงิน

งบประมาณ 200,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ตามนโยบายของ สสท. ที่จะมุ่งสู่ Digital Transformation

9. งานดำเนินการตามแผนการตรวจสอบประจำปี 2567

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายตรวจสอบภายใน

งบประมาณ 1,820,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ งานตรวจสอบภายในเป็นการปฏิบัติงานตรวจสอบ และให้คำปรึกษา เพื่อเพิ่มคุณค่าและปรับปรุงการดำเนินงานขององค์การ ช่วยให้การดำเนินงานขององค์การบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

แผนงบประมาณ

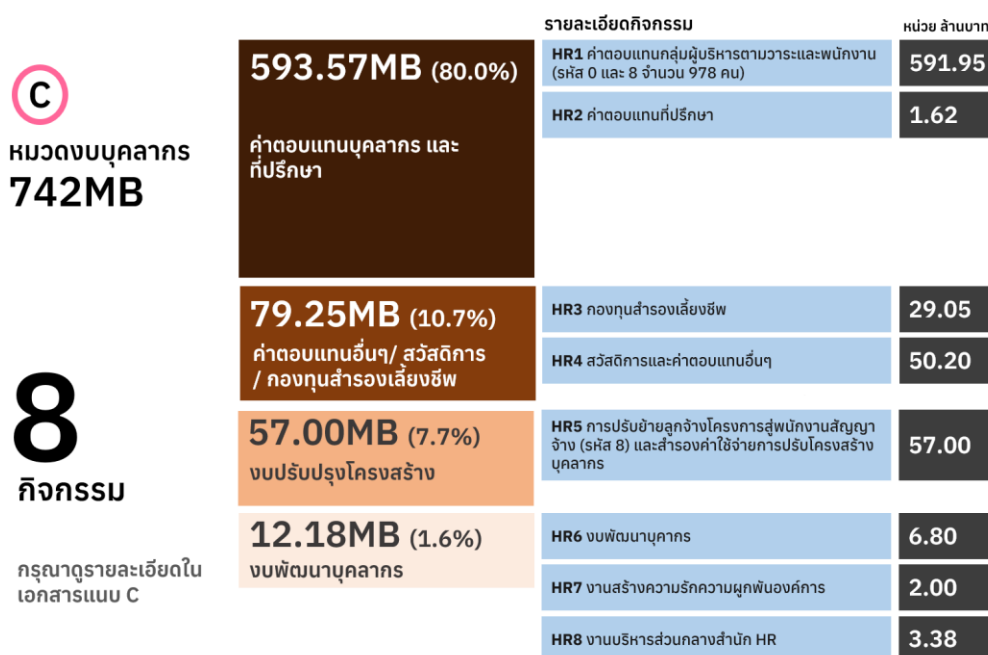
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร	โครงการงานบริหารส่วนกลางฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร	1,300,000
ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและ ธรรมาภิบาล	โครงการงานบริหารส่วนกลางฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล	500,000
ฝ่ายสนับสนุนคณะกรรมการ และผู้บริหาร	โครงการงานสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร	3,700,000
ฝ่ายกฎหมาย	โครงการงานบริหารส่วนกลางฝ่ายกฎหมาย	500,000
ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ	โครงการงานบริหารส่วนกลางฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ	5,730,000
ฝ่ายบริหารทั่วไป	โครงการงานบริหารส่วนกลางฝ่ายบริหารทั่วไป	112,700,000
ศูนย์การเงิน	โครงการงานบริหารส่วนกลางศูนย์การเงิน	800,000
	โครงการบริหารจัดการฐานข้อมูลศูนย์การเงิน	200,000
สำนักตรวจสอบภายใน	โครงการงานดำเนินการตามแผนการตรวจสอบประจำปี 2567	1,820,000
รวมทั้งสิ้น		127,250,000

ตารางที่ 20 แผนงบประมาณหมวดกลไกสนับสนุน กลุ่มงานบริหารทั่วไป

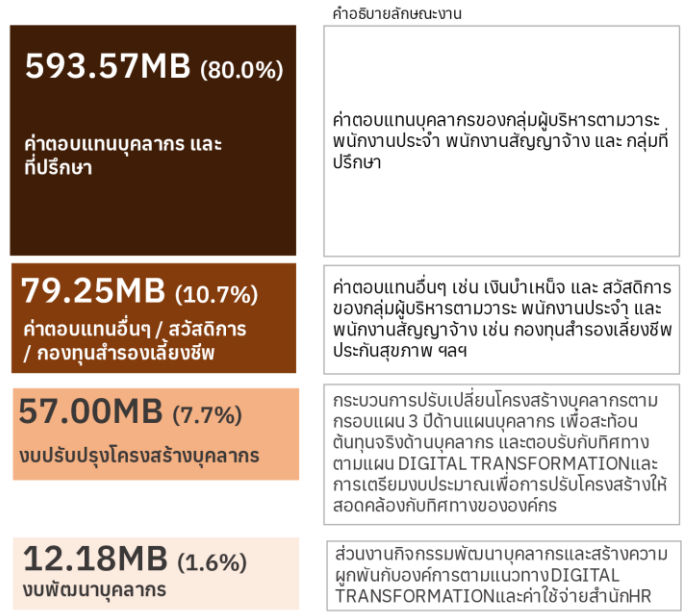
C หมวดงบประมาณบุคลากร

กรอบงบประมาณรวม 742 ล้านบาท โดยมีหมวดงบหลักแยกตามแนวทางการบริหารจัดการ 4 กลุ่ม ได้แก่

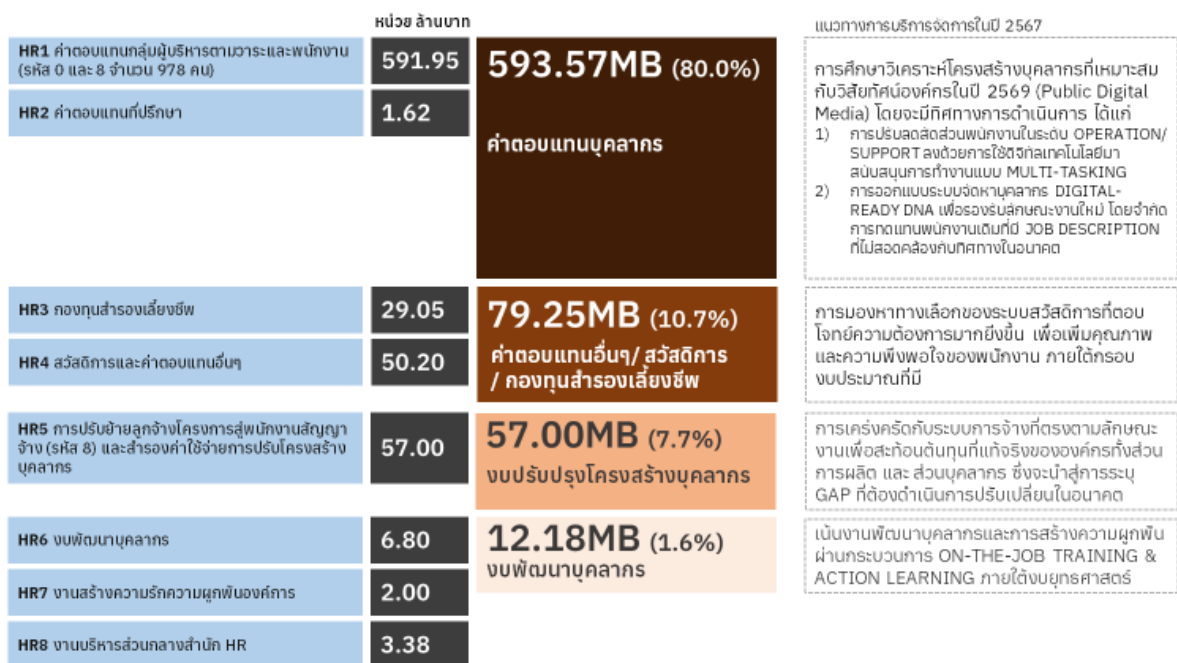
- 1) หมวดงบค่าตอบแทนบุคลากร และ ที่ปรึกษา จำนวน 593.57 ล้านบาทหรือคิดเป็น ร้อยละ 80.0
- 2) หมวดงบค่าตอบแทนอื่น ๆ สวัสดิการ และ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ จำนวน 79.25 ล้านบาทหรือคิดเป็น ร้อยละ 10.7
- 3) หมวดงบปรับปรุงโครงสร้างบุคลากร จำนวน 57 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 7.7
- 4) หมวดงบพัฒนาบุคลากร จำนวน 12.18 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 1.6



แผนภาพ 45 แนวทางการบริหารจัดการของหมวดงบประมาณบุคลากร



แผนภาพ 46 แสดงคำอธิบายลักษณะงานของหมวดงบประมาณหลักด้านบุคลากร



แผนภาพ 47 แสดงแนวทางการบริหารจัดการของหมวดงบประมาณหลักด้านบุคลากร

โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

1. งบบุคลากร

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักทรัพยากรมนุษย์

งบประมาณ 672,820,000.00 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ค่าตอบแทนบุคลากรและสวัสดิการ

2. งานพัฒนาศักยภาพบุคลากรและ Digital DNA

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักทรัพยากรมนุษย์

งบประมาณ 6,800,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ การพัฒนาสมรรถนะด้านดิจิทัลของแต่ละสำนัก/ศูนย์ บริหารระบบการเรียนรู้ (Learning Management System) ส่งเสริม Digitize Working Culture การพัฒนาสมรรถนะด้านดิจิทัลของส่วนกลาง

3. งานสร้างความรักความผูกพันองค์กร

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักทรัพยากรมนุษย์

งบประมาณ 2,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ทรัพยากรมนุษย์เป็นทรัพยากรสำคัญยิ่งขององค์กร และเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ จากการถอดบทเรียนความสำเร็จในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรชั้นนำทั่วโลกพบว่า ความรักและความผูกพันของบุคลากรที่มีต่อองค์กร รวมทั้งความรู้สึกเป็นเจ้าของมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้บุคลากรมุ่งมั่นทุ่มเททำงานเพื่อขับเคลื่อนความสำเร็จให้องค์กร แต่ปัจจัยที่จะทำให้บุคลากรรักและผูกพันกับองค์กรได้นั้น บุคลากรต้องตระหนักในคุณค่าของตัวเอง คุณค่าของงานที่ทำและคุณค่าขององค์กรเสียก่อน ในขณะที่องค์กรก็ต้องดูแลบุคลากรให้มีความสุขและมีขวัญกำลังใจ สร้างสภาพแวดล้อมที่ดี มีความสะดวกสบาย มีบรรยากาศในการทำงานแบบสร้างสรรค์ (Constructive) และปลอดภัย สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันของคนในองค์กร ให้มีความไว้วางใจในการทำงานร่วมกัน รวมทั้งให้โอกาสพนักงานได้รับการพัฒนา แสดงศักยภาพ และโอกาสก้าวหน้าในสายอาชีพอีกด้วย ดังนั้น เพื่อสร้างความรักและความผูกพันของพนักงานต่อ ส.ส.ท.จึงได้จัดให้มีโครงการ Thai PBS Engagement ขึ้น

4. งานบริหารส่วนกลางสำนักทรัพยากรมนุษย์

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักทรัพยากรมนุษย์

งบประมาณ 3,380,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ เพื่อใช้ดำเนินการบริหารจัดการภายในส่วนงานของสำนักทรัพยากรมนุษย์

5. งบประมาณปรับปรุงโครงสร้างบุคลากร

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักทรัพยากรมนุษย์

งบประมาณ 57,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ เพื่อเป็นการ Freeze จำนวนลูกจ้างโครงการ และปรับลดจำนวนตามงบประมาณผลิตที่ลดลงร้อยละ 10 และดำเนินการลูกจ้างโครงการที่เป็นตัวหลักของหน่วยงานมาเป็นพนักงานสัญญาจ้าง เมื่อหน่วยงานได้รับอนุมัติอัตรากำลังเท่านี้

แผนงบประมาณ

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
สำนักทรัพยากรมนุษย์	โครงการงบบุคลากร	672,820,000
	โครงการงานพัฒนาศักยภาพบุคลากรและ Digital DNA	6,800,000
	โครงการงานสร้างความรักความผูกพันองค์กร	2,000,000
	โครงการงานบริหารส่วนกลางสำนักทรัพยากรมนุษย์	3,380,000
	โครงการงานปรับปรุงโครงสร้างองค์กร	57,000,000
รวมทั้งสิ้น		742,000,000

ตารางที่ 21 แผนงบประมาณหมวดบุคลากร

สรุปภาพรวมงบประมาณรายจ่าย และโครงการประจำปี 2567 งบประมาณรวม 2,840 ล้านบาท

แผนงานที่ 1 สารเนื้อหา งบประมาณรวม 1,069.90 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
GENRE: NEWS		
สำนักข่าว	1.1 ผลิตข่าวและรายการข่าว	178.0
	1.2 DIGITAL FIRST NEWS [NEWS ONLINE]	2.0
ศูนย์ THAI PBS World	1.3 THAI PBS WORLD	30.0
GENRE: LEARNING		
ศูนย์สื่อสารสาธารณะสำหรับเด็กและเยาวชน	1.4 ผลิตสื่อเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัย	120.9
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	1.5 ผลิตเนื้อหาการเรียนรู้ออนไลน์สำหรับเด็กเยาวชน	55.3
สำนักสื่อดิจิทัล	1.6 สื่อดิจิทัลส่งเสริมการเรียนรู้	10.0
หน่วยบริหาร ALTV	1.7 พัฒนานิเวศ เครือข่าย และนวัตกรรมการเรียนรู้สำหรับเด็กเยาวชน	10.0
GENRE: DOCUMENTARY/FACTUAL		
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	1.8 ผลิตเนื้อหาสารคดีและสารประโยชน์	225.0
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	1.9 ชุดสารคดี ร่องรอยสมนตราแห่งอาหาร (Taste Detective)	5.0
GENRE: ENTERTAINMENT		
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	1.10 ผลิตเนื้อหารายการบันเทิงสร้างสรรค์สังคม	320.0
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	1.11 ผลิตเนื้อหารายการสารพันล้นทุ่ง (บางเขน)	15.5
	1.12 ผลิตเนื้อหารายการไทยบันเทิง	5.5
สำนักโทรทัศน์และวิทยุ	1.13 สุดสัปดาห์กีฬาสร้างสรรค์	8.0
สำนักสื่อดิจิทัล	1.14 ผลิตเนื้อหาดิจิทัลเพื่อ VIPA PLATFORM	1.3
GENRE: CITIZEN		
ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ	1.15 โครงการ The ACTIVE Thai PBS (เวทีสาธารณะ/ สารคดีเชิงประเด็นการสื่อสารเพื่อหาทางออก)	11.4
	1.16 POLICY WATCH	12.0
สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ	1.17 พัฒนาระบบนิเวศเพื่อสนับสนุนงานสื่อสารสาธารณะท้องถิ่น	28.3
	1.18 โครงการพัฒนาระบบการสื่อสารและบริการสาธารณะด้วยปัญญาารวมหมู่ (PI/ฟังเสียงประเทศไทย/พัฒนาเมือง/Decode)	15.7
CONTENT STRATEGY		
ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ	1.19 งานสื่อสารการตลาดสนับสนุนแผนงานสาระเนื้อหาหลัก	16.0

แผนงานที่ 2 แพลตฟอร์มและบริการ งบประมาณรวม 128.6 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
สำนักสื่อดิจิทัล	2.1 DIGITAL PLATFORM SERVICES	87.2
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	2.2 ผลิตภัณฑ์บริการเพื่อสนับสนุนการสื่อสารเพื่อทุกคน	21.9
สำนักสื่อดิจิทัล	2.3 DIGITAL INCLUSIVE SERVICE	3.4
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	2.4 ระบบสนับสนุนการผลิตเนื้อหาในรูปแบบ Digital first	7.1
ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ	2.5 พัฒนาศูนย์กลางระบบสมาชิกหลักของส.ส.ท. ระยะที่ 2	9.0
แผนงานที่ 3 การมีส่วนร่วมสาธารณะ งบประมาณรวม 54.5 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ	3.1 งานสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์องค์กร	21.0
สำนักสื่อดิจิทัล	3.2 การตลาดดิจิทัล	7.5
ศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสารสาธารณะ	3.3 สนับสนุนการจัดหารายได้เพิ่ม	4.0
สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ	3.4 สนับสนุนกิจการสภาผู้ชมผู้ฟังรายการ	12.0
ศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสารสาธารณะ	3.5 พัฒนากลไกบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและงานหารายได้เพิ่มเติม	10.0
แผนงานที่ 4 การใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่ งบประมาณรวม 42.6 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสารสาธารณะ	4.1 ประเมินผลองค์กรและบทบาทสื่อสารสาธารณะ	7.0
	4.2 วิจัยเพื่อการพัฒนาเนื้อหาและแพลตฟอร์ม	11.1
	4.3 ศึกษาภาพอนาคตของภูมิทัศน์สื่อและบทบาทสื่อสารสาธารณะในยุคดิจิทัล	6.5
ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ	4.4 พัฒนาระบบขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูลเชิงวิเคราะห์ (DATA-DRIVEN THAIPBS)	9.0
สำนักสื่อดิจิทัล	4.5 ระบบจัดการข้อมูลเชิงวิเคราะห์กลาง (THAI PBS DATA ANALYTICS /ONE STAT)	7.0
สำนักวิศวกรรม	4.6 ทดลองส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลด้วยเทคโนโลยี 4K	2.0

งบกลาง งบประมาณรวม 46.4 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
ผู้อำนวยการ ส.ส.ท.	งบกลาง	46.4

งบกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป งบประมาณรวม 756 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
กลุ่มงาน 1 กลุ่มงานเทคโนโลยี งบประมาณรวม 345.18 ล้านบาท		
สำนักโทรทัศน์และวิทยุ	สนับสนุนการบริหารเพื่องานผลิตรายการและออกอากาศ	106.0
	พัฒนาและปรับปรุงระบบอุปกรณ์ปฏิบัติการ	77.18
	เช่า Video Wall สำหรับ Studio 2	3.0
	จัดหาอุปกรณ์สนับสนุนการผลิตข่าว	5.76
ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ	บริหารจัดการสารสนเทศของ ส.ส.ท.	137.355
	สนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์ทางคอมพิวเตอร์สำหรับการผลิตรายการและข่าวทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค	2.0
ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ	งานวางแผน ปรับปรุงและบำรุงรักษาระบบ ICT	10.885
	ค่าจ้างตรวจสอบมาตรฐาน ISO และค่าที่ปรึกษาที่เกี่ยวข้อง	3.0
กลุ่มงาน 2 บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก งบประมาณรวม 283.57 ล้านบาท		
สำนักวิศวกรรม	งบบริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก	283.57
กลุ่มงาน 3 บริหารทั่วไป รวมงบประมาณ 127.25 ล้านบาท		
ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร	1.3
ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล	0.5
ฝ่ายสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร	งานสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร	3.7
ฝ่ายกฎหมาย	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายกฎหมาย	0.5
ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ	5.73
ฝ่ายบริหารทั่วไป	งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายบริหารทั่วไป	112.7
ศูนย์การเงิน	งานบริหารส่วนกลางศูนย์การเงิน	0.8
	งานบริหารจัดการฐานข้อมูลศูนย์การเงิน	0.2
สำนักตรวจสอบภายใน	งานดำเนินการตามแผนการตรวจสอบประจำปี 2567	1.82
งบบุคลากร งบประมาณรวม 742 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
สำนักทรัพยากรมนุษย์	งบบุคลากร	672.82
	งานพัฒนาศักยภาพบุคลากรและ Digital DNA	6.8
	งานสร้างความรักความผูกพันองค์กร	2.0
	งานบริหารส่วนกลางสำนักทรัพยากรมนุษย์	3.38
	งานปรับปรุงโครงสร้างองค์กร	57.0

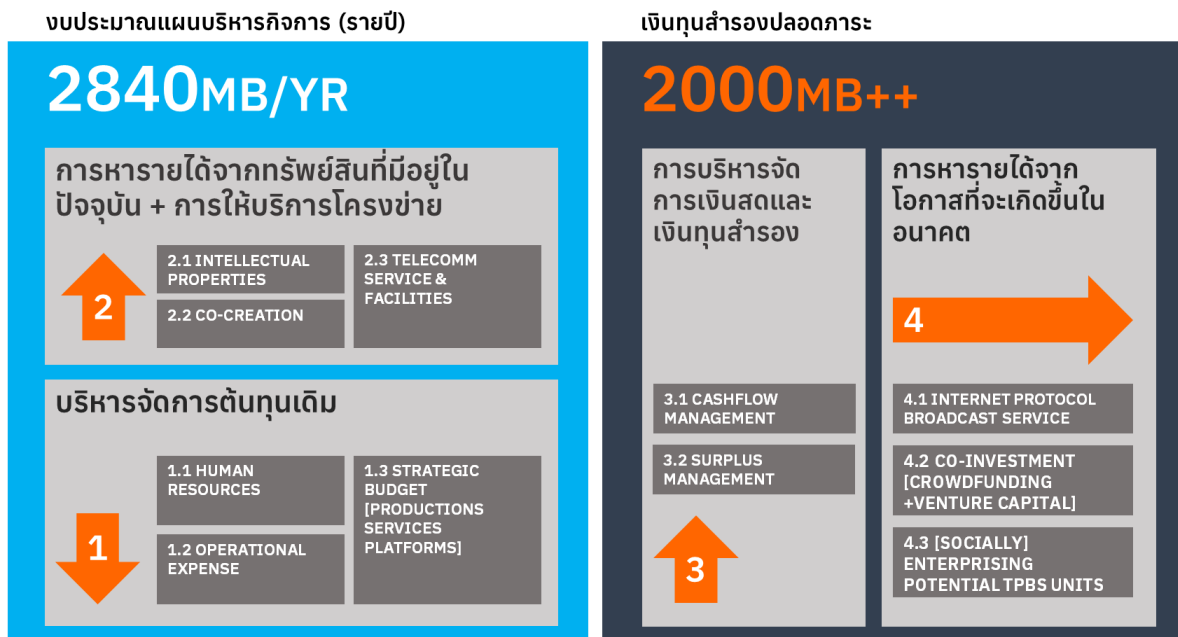
2.4.2 แผนรายได้

แนวความคิดและภาพรวมของแผนรายได้

แผนรายได้จะอยู่ภายใต้หลักคิดสำคัญคือการสร้างความยั่งยืนทางการเงินขององค์กร ซึ่งจะต้องมีการดำเนินการใน 4 ส่วนสำคัญ ได้แก่

- 1) การบริหารจัดการต้นทุนเดิมใน 3 กลุ่มงานสำคัญ คือ งานบุคลากร งานกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป และส่วนงานผลิตและแพลตฟอร์มของแผนงานยุทธศาสตร์ โดยในแต่ละส่วนงานจะต้องมีการทำแผนบริหารจัดการต้นทุนที่มีประสิทธิภาพเพื่อช่วยนำสู่การจัดทำแบบสมดุลตามแผนในปี พ.ศ. 2568
- 2) การหารายได้จากทรัพย์สินที่มีอยู่ในปัจจุบัน และรายได้จากการให้บริการโครงข่าย จะต้องมีการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาที่มีให้เกิดมูลค่าที่สูงขึ้น การพัฒนาความร่วมมือกับองค์กรเครือข่ายที่มีการกิจกรรมกันเพื่อให้เข้ามาร่วมลงทุนในการผลิต และการจัดทำแผนบริหารจัดการการเงินส่วนการให้บริการโครงข่ายให้มีความเท่าทันกับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนของอุตสาหกรรมมากยิ่งขึ้น
- 3) การบริหารจัดการเงินสดและเงินทุนสำรอง ต้องมีการบริหารจัดการผลตอบแทนทั้งจากส่วนเงินสดระยะสั้น (น้อยกว่า 3 เดือน) และ ส่วนการลงทุนระยะสั้น (3 เดือนถึง 12 เดือน) ถึงยาว (มากกว่า 12 เดือน) ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นภายใต้กรอบความเสี่ยงที่ถูกระบุโดยคณะกรรมการนโยบาย
- 4) การหารายได้จากโอกาสที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ได้แก่ การมองหาโมเดลรายได้ทดแทนจากการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมที่จะเกิดขึ้นภายหลังการหมดใบอนุญาตทีวีดิจิทัล เช่น ระบบการให้บริการแพร่ภาพในระบบอินเทอร์เน็ต การพัฒนาระบบ D2M: Direct-to-mobile etc. (อ้างอิงตามผลการศึกษาวิจัยที่จะได้จัดทำขึ้นภายใต้แผนงานที่ 4 ของส่วนงานยุทธศาสตร์) การมองหาเงินร่วมลงทุนจากภายนอกภายใต้กลไกระดมทุนสาธารณะ (Public Crowdfunding) และ การยกระดับหน่วยงานภายในองค์กรที่มีศักยภาพสู่รูปแบบกิจการสาธารณะที่พึ่งพาตนเองได้

กรอบแนวคิด “ความยั่งยืนทางการเงิน”

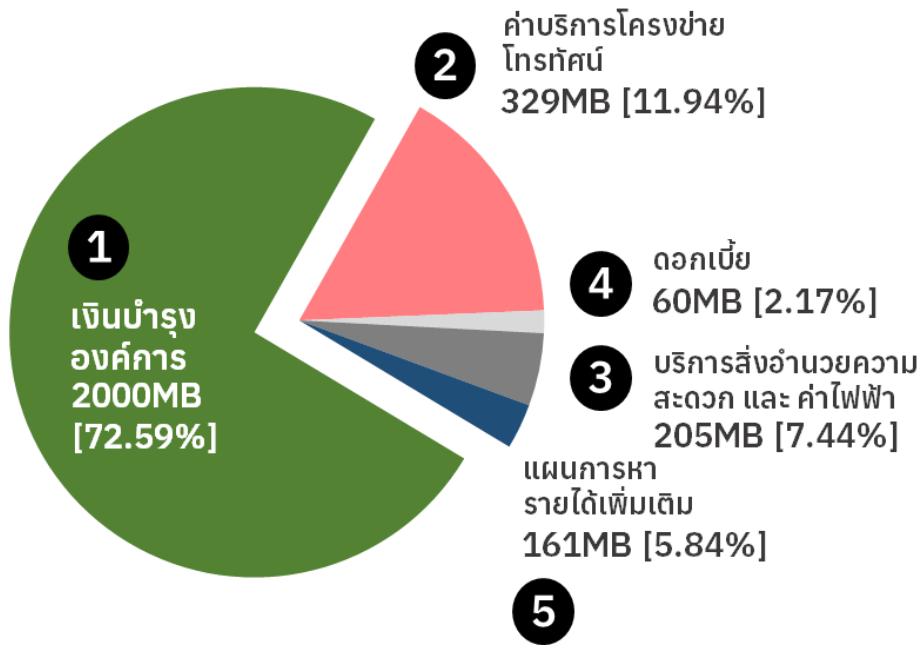


แผนภาพ 48 ไดอะแกรมแสดงความสัมพันธ์ของ 4 แนวทางดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์ความยั่งยืนทางการเงิน

ที่มาของแหล่งรายได้

แผนรายได้ของ ส.ส.ท. ถูกออกแบบโดยสอดคล้องไปกับที่มาของรายได้ ตามมาตรา 11 ของพระราชบัญญัติ ได้แก่

- 1) เงินบำรุงองค์กร จำนวน 2,000 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 72.59
- 2) ค่าบริการโครงข่ายฯ จำนวน 329 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 11.94
- 3) ค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกฯ จำนวน 205 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 7.44
- 4) ดอกผลที่เกิดจากเงินหรือทรัพย์สินขององค์กร จำนวน 60 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 2.17
- 5) แผนหารายได้เพิ่มเติมจาก ค่าธรรมเนียม ค่าบริการ เงินที่ได้รับจากผู้สนับสนุนองค์กร (CO-CREATION) และ การหาประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา (IP) จำนวน 161 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 5.84



แผนภาพ 49 แสดงสัดส่วนที่มาของรายได้

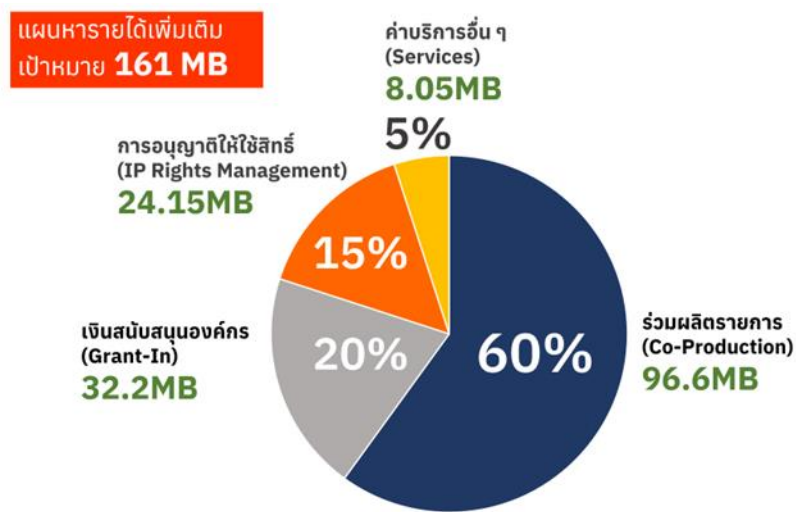
ภายใต้ยุทธศาสตร์ความยั่งยืนทางการเงิน ส.ส.ท. จึงได้จัดทำแผนหารายได้ที่ต้องดำเนินการอย่างสอดคล้องกันในทุก 5 ช่องทาง โดยมีวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มการดำเนินการในปี พ.ศ. 2567 ดังนี้

ที่มาของรายได้	วงเงิน	บทวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้ม
01 เงินบำรุงองค์กร	2000 MB	<ul style="list-style-type: none"> คงที่ แต่อาจมีความเสี่ยงถ้ามีการปรับแก้ พรบ มาตรา 12 จึงควรมีการศึกษาจากทัศนในกรณีที่มีการปรับลดเพดานเงินสนับสนุนลง ควรมีการศึกษาข้อมูลค่าเงินที่ลดลง เพื่อเสนอขอปรับเพิ่มรายได้สูงสุดตามที่ พรบ เปิดช่องไว้
02 ค่าบริการโครงข่ายโทรทัศน	329 MB	<ul style="list-style-type: none"> มีแนวโน้มคงที่จนถึงปี 2572 ยกเว้นกรณีมีการคืนช่องสัญญาณ (BEC/RS/JKN) รวมมูลค่า 205MB ต่อปี หลังปี 2572 ยังมีความไม่แน่นอน ขึ้นกับนโยบาย กสทช อาจมีความเป็นไปได้ที่ไม่มีรายได้ส่วนนี้อีก
03 บริการสิ่งอำนวยความสะดวก	205 MB	<ul style="list-style-type: none"> มีแนวโน้มคงที่จนถึงปี 2572 ยกเว้นกรณีมีการยกเลิกสัญญา (กองทัพบก/อสมท/กรมประชาสัมพันธ์) รวมมูลค่า 158MB ต่อปี หลังปี 2572 ยังมีความไม่แน่นอน ขึ้นกับนโยบาย กสทช อาจมีความเป็นไปได้ที่ไม่มีรายได้ส่วนนี้อีก
04 ดอกเบีย	60 MB	<ul style="list-style-type: none"> มีแนวโน้มที่จะได้ค่าตอบแทนสูงขึ้นจากแนวโน้มดอกเบี้ยนโยบายและการเสนอจัดทำระเบียบเพื่อรองรับการหากางเลือกการลงทุนที่ผลตอบแทนสูงขึ้นภายใต้กรอบความเสี่ยงต่ำ
05 แผนหารายได้เพิ่มเติม	161 MB	<ul style="list-style-type: none"> ที่ผ่านมาสัดส่วนรายได้ IN-CASH น้อย (10-20MB ต่อปี) ควรมีการวางแผนเรื่อง IP-BASED MANAGEMENT + CO-CREATION ตั้งแต่ต้นทางการผลิต และเพิ่มสัดส่วนการลงทุนกับกลไกทำงานและงบการตลาดให้สัมพันธ์กับเป้าหมายรายได้

แผนภาพ 50 แสดงบทวิเคราะห์และแนวทางการดำเนินการในปี พ.ศ. 2567 แยกตามแหล่งที่มาของรายได้

แผนการหารายได้อื่นๆ ของ ส.ส.ท. ปี พ.ศ. 2567

เป้าหมายของรายได้ที่ต้องการในปี พ.ศ. 2567 จำนวนเงิน 161 ล้านบาท แบ่งออกเป็น 4 หมวดสำคัญ ได้แก่



หมายเหตุ ในกรอบแผนนี้ ไม่รวมถึง

- รายได้ค่าบริการโครงข่ายโทรคมนาคม
- รายได้ที่เป็นการจัดหาเข้ามาเพื่อผลิตรายการเพิ่มเติมโดยสำนักและฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กร เป็น การหาเงินมาเพื่อทำงานได้เพิ่ม โดยไม่ก่อให้เกิด รายได้ต่อ ส.ส.ท.
- รายได้ที่อาจเกิดจากการร่วมทุน (Co-Investment) เช่น
 - A) การผลิตรายการแบบ Premium Content
 - B) การเข้าร่วมทุนกับบุคคลหรือนิติบุคคลอื่นทั้งใน ประเทศและต่างประเทศในกิจการที่เกี่ยวกับ วัตถุประสงค์ขององค์กร
- ดอกผลที่เกิดจากเงินหรือทรัพย์สินขององค์กร

แผนภาพ 51 แผนหารายได้เพิ่มเติม เป้าหมาย 161 ล้านบาท

เงื่อนไขสำคัญของการหารายได้

ส.ส.ท. จะต้องผลิตรายการทางด้านข่าวสาร สารประโยชน์ทางการศึกษา และสารบันเทิง ที่มีสัดส่วนอย่างเหมาะสมและมีคุณภาพสูง เน้นความหลากหลายในมิติต่าง ๆ โดยมุ่งดำเนินการอย่างปราศจากอคติทางการเมืองและผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ และยึดถือผลประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ การหารายได้จะต้องเป็นรองไม่มีความสำคัญมากไปกว่าวัตถุประสงค์หลัก

หมวดของการหารายได้

- A ร่วมผลิตรายการ (Co-Production)
- B เงินสนับสนุนองค์กร (Grant-In)
- C การอนุญาตให้ใช้สิทธิ (IP Rights Management)
- D ค่าบริการอื่นๆ (Services)

A ร่วมผลิตรายการ (Co-Production)

หมายถึง รายได้ตามวัตถุประสงค์ใน พ.ร.บ. มาตรา 8 (4) ร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐ องค์กรภาคเอกชน ชุมชน หรือหน่วยงานต่างประเทศหรือองค์การระหว่างประเทศ หรือสถานีวิจัยหรือสถานีโทรทัศน์ขององค์การสื่อสารสาธารณะของต่างประเทศ ในการผลิตรายการอันเป็นการส่งเสริมความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะหรือสร้างความร่วมมือทางวัฒนธรรมระหว่างกัน อาทิ

- การผลิตสารคดี
- รายการสารประโยชน์
- รายการสารบันเทิง

โดยผู้ร่วมผลิตได้แก่

- หน่วยงานภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ
- งานของภาคเอกชนที่สมควรถ่ายทอดออกทางสื่อสาธารณะ เช่น การปฏิบัติตามแนวคิด Environmental, Social, and Corporate governance (ESG), การสร้างประโยชน์ให้กับสังคมที่ไม่ใช่เป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการตลาดที่อยู่ในรูปของกิจกรรม CSR เป็นต้น
- หน่วยงานต่างประเทศ รวมถึง องค์การระหว่างประเทศ หรือสถานีวิจัยหรือสถานีโทรทัศน์ขององค์การสื่อสารสาธารณะของต่างประเทศ
- หน่วยงานท้องถิ่น ชุมชน

รูปแบบจึงเป็นการร่วมกันผลิตรายการตั้งแต่การทำ Pre-Production, Production ไปจนถึงการทำ Post-Production ในรูปแบบที่จะตกลงกัน โดยสามารถรับรู้รายได้ทั้งในรูปแบบของเงินสนับสนุนองค์การ การอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ และค่าบริการ หรือผสมผสานกันแตกต่างกันไปในแต่ละกรณี

กลไกในการสนับสนุนการหารายได้จากการผลิตรายการให้บรรลุตามเป้าหมาย

ผลลัพธ์ที่ได้จากการร่วมผลิต คือ การมีเนื้อหารายการที่สามารถเผยแพร่ได้ในช่องทางต่าง ๆ ของไทยพีบีเอส โดยมีหน่วยงานภายนอกมาร่วมผลิตและร่วมสนับสนุนต้นทุนในการผลิต สามารถทำให้บรรลุตามเป้าหมายได้ด้วยการมีกลไกสนับสนุนคือ

- 1) สำนักสร้างสรรค์เนื้อหาวางแผนการผลิตงานแบบ Co-Production ร่วมกับศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสาธารณะ เพื่อให้เกิดงานที่มีคุณภาพสูง, เกิดผลประโยชน์สาธารณะที่มีความชัดเจนและช่วยดูแล MOU และสัญญากับผู้ผลิตภายนอกให้ไม่ติดขัดเรื่องข้อกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา
- 2) สำนักสร้างสรรค์เนื้อหาได้เตรียมงบประมาณไว้ดำเนินการในการร่วมผลิตในจำนวนเงินตามเป้าหมาย

- 3) การสนับสนุนแบบ In-Kind จากหน่วยงานภายใน เช่น สำนักโทรทัศน์และวิทยุ, สำนักสื่อดิจิทัล ศูนย์ Thai PBS World และหน่วยงานภายใน ส.ส.ท. ทั้งหมด โดยมีระบบบันทึกมูลค่าของการร่วมสนับสนุนที่ชัดเจนดูแลโดยศูนย์การเงิน
- 4) การบริหารโครงการและร่วมพัฒนาโครงการแบบบูรณาการโดยศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสารมวลชน
- 5) พิจารณาแผนในการจัดตั้งกองทุนสื่อสาธารณะศิลปะร่วมสมัยไทย ที่มีโอกาสสร้างรายได้และขยาย Soft Power ไทยออกไปทั่วโลก และเพื่อให้การใช้เงินบำรุงองค์การเหมาะสม ให้มีความเหมาะสมกับความจำเป็นในการดำเนินภารกิจเพื่อความยั่งยืนขององค์การ โดยอาศัยอำนาจตามมาตรา 9 (3) เข้าร่วมทุนกับบุคคลหรือนิติบุคคลอื่นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในกิจการที่เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ขององค์การ จัดตั้งกองทุนในรูปแบบเพื่อการร่วมทุน (Matching Fund) โดยมีภาคีหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์หลักในการดำเนินงานได้แก่ Thailand Creative Content Agency (THACCA), รัฐบาลและองค์การต่างประเทศ
- 6) ได้รับความร่วมมือในการบูรณาการจากหน่วยงานต่าง ๆ ใน ส.ส.ท. และผู้ผลิตรายการจากภายนอก ตลอดจนการสนับสนุนในการออกกฎระเบียบและวิธีปฏิบัติที่เกื้อหนุนในการทำงาน

B เงินสนับสนุนองค์การ (Grant-In)

จากนิยามตามกฎหมาย “ผู้สนับสนุนองค์การ” หมายความว่า ผู้ให้การสนับสนุนทางการเงิน ทรัพย์สิน หรือสิ่งอื่นใดแก่องค์การเพื่อประโยชน์ขององค์การ

เงินสนับสนุนองค์การ จึงหมายถึง รายได้ตามวัตถุประสงค์ใน พ.ร.บ. มาตรา 11 (5) ซึ่งทาง ส.ส.ท. สามารถให้บริการตอบแทนผู้สนับสนุนได้ตามที่กฎหมายกำหนดไว้ โดยไม่ใช่ค่าโฆษณาและค่าสมาชิก

รูปแบบเงินสนับสนุนองค์การ

- 1) เงินสนับสนุนในระดับองค์การ สนับสนุนได้ในแบบรายปีที่มีระดับของการสนับสนุนที่แตกต่างกัน ไปซึ่งศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสารมวลชนจะได้จัดทำเป็นแพคเกจผู้สนับสนุนองค์การออกมาให้เริ่มการสนับสนุนได้ตั้งแต่ต้นปี พ.ศ.2567
- 2) เงินสนับสนุนในระดับโครงการ เพื่อความมีส่วนร่วมในโครงการที่สนใจและสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม โดยที่แต่ละโครงการใช้เวลาตั้งแต่หนึ่งเดือนไปจนถึงหนึ่งปี
- 3) เงินสนับสนุนในระดับกิจกรรม เพื่อความมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่จัดขึ้นในช่วงเวลาสั้น ๆ ตั้งแต่ครั้งวันไปจนถึงประมาณหนึ่งสัปดาห์

กลไกสนับสนุนให้สามารถบรรลุเป้าหมายในด้านเงินสนับสนุนองค์การ

- 1) ศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสารสาธารณะ สามารถพัฒนากลยุทธ์การตลาดแบบองค์รวมครอบคลุมทุกรายการ บริการ กิจกรรมและองค์กรในช่องทางต่าง ๆ ทั้งช่องทางแบบดั้งเดิมและช่องทางดิจิทัล ตลอดจนพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารองค์กร เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรเพิ่มโอกาสและลดความเสี่ยงที่จะมากระทบต่อองค์กร
- 2) ศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสารสาธารณะ จัดทำกลยุทธ์ตลอดจนการสร้างกลไกเพื่อป้องกันและรับมือการสื่อสารในสถานการณ์ที่ไม่ใช่การดำเนินงานปกติขององค์กรร่วมกับศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ
- 3) ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ สำนักสื่อดิจิทัล หน่วยงานภายในของ ส.ส.ท. ที่มีกิจกรรมทางการตลาด สามารถบูรณาการการดำเนินงานตามกลยุทธ์ในข้อ 1-2 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในแง่การจัดสรรงบประมาณ กำลังคน และภารกิจให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์
- 4) ศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสารสาธารณะ สามารถตัดสินใจร่วมสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะประโยชน์อื่นที่สอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารองค์กรได้
- 5) ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ จัดทำระบบแพลตฟอร์ม ONE Thai PBS เพื่อเป็นระบบสมาชิกยกระดับให้เป็น Citizen Engagement Platform ที่สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม เพื่อการเพิ่มจำนวนสมาชิกและการมีปฏิสัมพันธ์ทั้งในเชิงปริมาณ คุณภาพ และการยกระดับประสบการณ์ผู้ชมแบบไร้รอยต่อ (Seamless User Experience)
- 6) ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ สามารถให้บริการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data) และการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytic) และปัญญาประดิษฐ์ได้ โดยจัดสรรงบประมาณเพื่อสร้างศักยภาพให้กับศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศในการเป็นผู้ให้บริการ มากกว่าการที่ ส.ส.ท. เป็นเพียงผู้ใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอก
- 7) ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ พัฒนาฐานข้อมูลกลางของภาคีหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ที่มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการให้มีผู้สนับสนุนองค์การเพิ่มขึ้น
- 8) ได้รับความร่วมมือในการบูรณาการจากหน่วยงานต่าง ๆ ใน ส.ส.ท. และผู้ผลิตรายการจากภายนอก ตลอดจนการสนับสนุนในการออกกฎระเบียบและวิธีปฏิบัติที่เกื้อหนุนในการทำงาน

C การอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ (Intellectual Properties Rights Management)

หมายถึง รายได้ตามวัตถุประสงค์ใน พ.ร.บ. มาตรา 11 (6) รายได้หรือการหาประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาขององค์การ เช่น ละคร ซีรีส์ สารคดี รายการสาระประโยชน์และสาระบันเทิง พุทธเทววิดีโอ แอนิเมชัน ภาพถ่าย เพลง และงานลิขสิทธิ์อื่น ๆ ทั้งนี้รูปแบบและตัวอย่างของรายได้หรือการหาประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาขององค์การ ได้แก่

C1 การอนุญาตให้ใช้งานอันมีลิขสิทธิ์ (IP Rights Management)

เพื่อให้มั่นใจได้ว่า ส.ส.ท. จะดำเนินการผลิตรายการทางด้านข่าวสาร สารประโยชน์ทางด้านการศึกษา และสารบันเทิง ที่มีสัดส่วนอย่างเหมาะสมและมีคุณภาพสูง เน้นความหลากหลายในมิติต่าง ๆ โดยมุ่งดำเนินการอย่างปราศจากอคติทางการเมืองและผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ และยึดถือผลประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ

รายได้จากการอนุญาตให้ใช้งานอันมีลิขสิทธิ์ จึงเป็นเครื่องสะท้อนความมีคุณภาพสูงของผลงาน และการเกิดผลประโยชน์สาธารณะ โดยการดำเนินงานทาง ส.ส.ท. จะไม่ตั้งเป้าหมายการผลิตรายการไปที่ผลประโยชน์เชิงพาณิชย์อันขัดต่อวัตถุประสงค์หลักขององค์กร โดยมีแนวทางหลัก ๆ ดังนี้

- 1) ค่าลิขสิทธิ์ในการจัดงานขนาดใหญ่ เพื่อขยายและยกระดับประสบการณ์ Thai PBS Experience ออกไปในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น ภาพยนตร์, ละครเวที ด้วยการอนุญาตให้ใช้งานอันมีลิขสิทธิ์ของ ส.ส.ท. ไปต่อยอดได้
- 2) การขยาย Soft Power ไทยไปใน OTT Platform ระดับโลก เช่น เผยแพร่ละคร, ซีรีส์, สารคดี ไปในช่องทาง Netflix, Viu, WeTV ทั้งนี้ต้องเป็นไปตามระเบียบของ ส.ส.ท. เนื่องจากแพลตฟอร์มระดับโลกที่สามารถเผยแพร่เนื้อหาทุกที่มีการเก็บค่าสมาชิก ซึ่งต้องมีระเบียบที่ชัดเจนว่าสามารถอนุญาตให้แพลตฟอร์มเหล่านี้ใช้งานอันมีลิขสิทธิ์ของ ส.ส.ท. ได้อย่างไม่ขัดต่อกฎหมาย
- 3) การอนุญาตให้ใช้ภาพถ่ายและวิดีโอฟุตบอลถ่ายทอดสดกับสำนักข่าวอื่นทั้งในและต่างประเทศ

C2 การอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ (Royalties) บนเครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการ (Trademark and Service mark)

ส.ส.ท. จะต้องมีกรอบแบบและจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการไว้อย่างเป็นระบบ เพื่อรักษาสิทธิ์ขององค์กรจากการถูกละเมิดและลอกเลียนแบบ และเมื่อบริการของ ส.ส.ท. ได้รับความเชื่อถือและยอมรับจากประชาชนแล้ว จะสามารถสร้างรายได้ต่อยอดจากทรัพย์สินทางปัญญาเหล่านี้ได้อย่างเต็มที่ ซึ่งศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสารจะรับหน้าที่บริการจัดการพอร์ตโฟลิโอของเครื่องหมายบริการต่าง ๆ ของ ส.ส.ท. ให้สามารถต่อยอดสร้างรายได้ตามวัตถุประสงค์ขององค์กรต่อไป

C3 การผลิตสินค้าและบริการพิเศษต่อยอดจากทรัพย์สินทางปัญญาที่องค์กรมีอยู่ (Merchandising)

ดำเนินการออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ที่เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ต่างไปจากเดิมยังไม่เคยมีใช้แพร่หลาย ทั้งรูปร่างหรือรูปทรงภายนอกของผลิตภัณฑ์, ลวดลายหรือสีของผลิตภัณฑ์ และสามารถใช้งานได้เชิงนวัตกรรมและอุตสาหกรรม เพื่อนำไปดำเนินการจดสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Design Patent) คือ สิทธิที่รัฐออกให้เพื่อคุ้มครองการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่มีลักษณะตามกฎหมายกำหนดเป็นพิเศษ โดยให้สิทธิที่จะผลิตสินค้า และจำหน่ายสินค้าแต่เพียงผู้เดียว ภายในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ให้เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของ ส.ส.ท. เป็นผู้ทรงสิทธิบัตร มีอายุการคุ้มครอง 10 ปี

การผลิตสินค้าพิเศษต่อยอดจากทรัพย์สินทางปัญญาที่องค์กรมีอยู่ สามารถทำได้ทั้งสินค้าที่มีเครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการขององค์กร, สินค้าที่ออกแบบและสร้างสรรค์จากงานอันมีลิขสิทธิ์ขององค์กร ไปจนถึงสินค้าที่ออกแบบและสร้างสรรค์จากงานที่คุ้มครองโดยสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ขององค์กร

D ค่าบริการอื่น ๆ (Services)

หมายถึง รายได้ตามวัตถุประสงค์ใน พ.ร.บ. มาตรา 11 (4) ค่าธรรมเนียม ค่าบำรุง ค่าบริการ หรือ ค่าตอบแทนอื่นใดในการให้บริการ ตามวัตถุประสงค์ขององค์การ เช่น

- ค่าบริการถ่ายทอดสด เช่น Facebook Live, Youtube Live ทั้งในและนอกสถานที่
- ค่าบริการข้อมูลข่าวสารแบบพิเศษ
- ค่าบริการผลิตเนื้อหาพิเศษ

กลไกสนับสนุนให้สามารถบรรลุเป้าหมายในค่าบริการอื่นๆ

- 1) ศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสารณะสามารถออกแบบนวัตกรรมการให้บริการของสื่อสารณะร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ใน ส.ส.ท.
- 2) ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ สามารถพัฒนาระบบงานสารสนเทศที่สามารถหารายได้จากผู้ใช้บริการได้ตามวัตถุประสงค์ขององค์การ
- 3) ได้รับความร่วมมือในการบูรณาการจากหน่วยงานต่าง ๆ ใน ส.ส.ท. และผู้ผลิตรายการจากภายนอก ตลอดจนการสนับสนุนในการออกกฎระเบียบและวิธีปฏิบัติที่เกื้อหนุนในการทำงาน การควบคุมดูแลให้มีการปฏิบัติงานให้ถูกต้องตามกฎหมายและตามระเบียบการเงิน

รูปแบบการดำเนินการ

เพื่อให้การดำเนินการหารายได้เกิดประสิทธิภาพและเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ให้ศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสารณะ (BD) มีหน้าที่เป็นศูนย์ติดต่อประสานงานแบบครบในจุดเดียว (One-Stop Service) ในการติดต่อภาคีหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์เพื่อการสร้างความร่วมมือ โดยมีวิธีปฏิบัติให้การติดต่อด้านความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐ องค์กรภาคเอกชน ชุมชน หรือหน่วยงานต่างประเทศหรือองค์การระหว่างประเทศ หรือสถานีวิจัยหรือสถานีวิจัยขององค์การสื่อสารณะของต่างประเทศ ในการผลิตรายการอันเป็นการส่งเสริมความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสื่อสารณะหรือสร้างความร่วมมือทางวัฒนธรรมระหว่างกัน ตามมาตรา 8 (4) พระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสื่อสารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 จะต้องเป็นผู้แทนที่ได้รับมอบหมายจากศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสารณะร่วมอยู่ด้วยตั้งแต่เริ่มต้น และรับมอบหมายเป็นผู้ดำเนินการหลัก (Focal point) ในการประสานงานต่อไป

ส่วนที่ 3

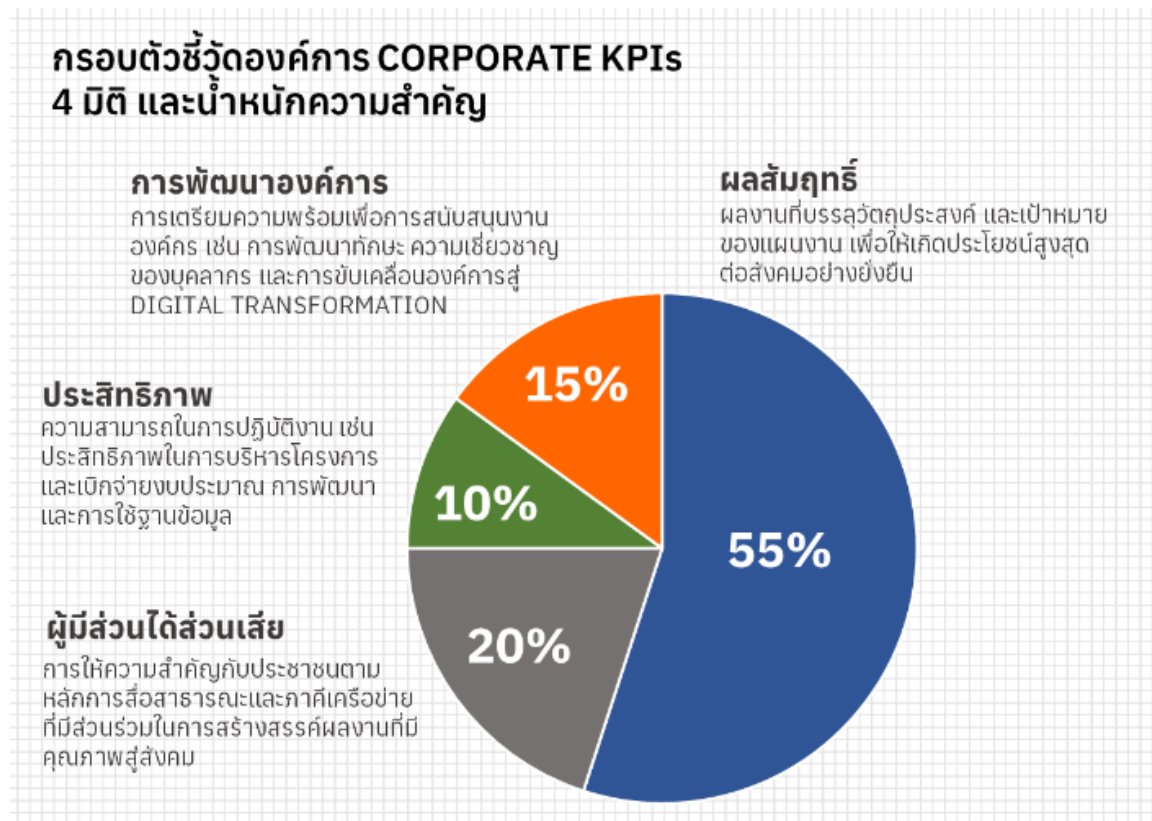
ตัวชี้วัดการปฏิบัติงาน แนวทางการบริหารแผนงาน
และการกำกับติดตาม

ส่วนที่ 3 : ตัวชี้วัดการปฏิบัติงาน แนวทางการบริหารแผนงานและการกำกับติดตาม

3.1 ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2567 (Corporate KPIs)

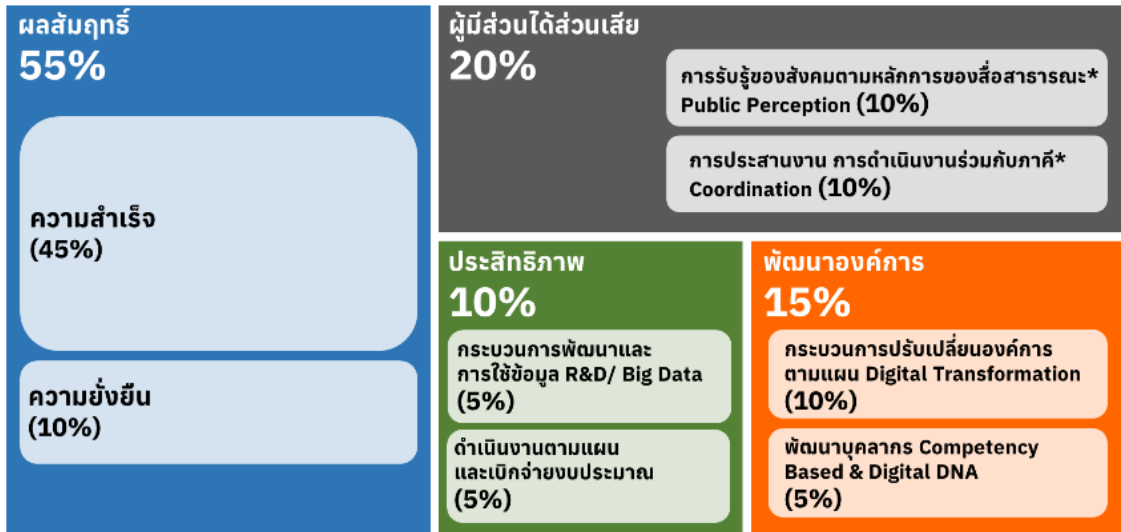
- **ตัวชี้วัดและระบบประเมินความสำเร็จ**

ส.ส.ท. ใช้กรอบตัวชี้วัดองค์การใน 4 มิติ โดยให้น้ำหนักร้อยละที่สะท้อนตามระดับความสำคัญซึ่งเชื่อมโยงกับผลลัพธ์พึงประสงค์ขององค์การ ได้แก่



แผนภาพ 52 แสดงสัดส่วนการให้น้ำหนักของ 4 มิติที่สะท้อนความสำเร็จ

กรอบตัวชี้วัดองค์กร CORPORATE KPIs



แผนภาพ 53 แสดงรายละเอียดตัวชี้วัดย่อยในแต่ละมิติ โดยกำหนดให้สอดคล้องไปกับเป้าหมายขององค์กรของการเป็นสื่อสาธารณะดิจิทัล

กรอบตัวชี้วัดองค์กรถูกพัฒนาและนำมาเชื่อมโยงกับผลลัพธ์ของแต่ละแผนงาน และตามกรอบงบประมาณในแต่ละหมวด เพื่อให้เกิดการทำงานขับเคลื่อนสู่เป้าหมายขององค์กรอย่างมีเอกภาพและไปในทิศทางเดียวกัน (Alignment) และกระจายความรับผิดชอบ (Accountability & Shared responsibility) โดยมีการกำหนดผลลัพธ์สำคัญใน 4 มิติ ได้แก่ ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล การรับรู้ของสาธารณะ จำนวนสมาชิก และรายได้

กรอบตัวชี้วัดองค์กร CORPORATE KPIs

KPIs ThaiPBS	PROGRAMME 1 CONTENT	PROGRAMME 2 PLATFORM & STRATEGY	PROGRAMME 3 CORPORATE ENGAGEMENT	PROGRAMME 4 R&D/ BIG DATA
ผลสัมฤทธิ์ 55%	<ul style="list-style-type: none"> TV PROGRAMME: PSI MARKETSHARE เฉลี่ย 2.5% ของรายการทีวีหลัก DIGITAL-FIRST VDO CONTENT: ยอดวิว>100,000 วิว ในเดือนแรกจาก 40% ของรายการ คนไทย>100,000 คน ได้รับประโยชน์โดยตรง 153 ล้านบาท แผนงาน 1 และ 3 24 MB จาก IP MANAGEMENT 97 MB จาก CO-PRODUCTION 32 MB จาก GRANT - IN 	<ul style="list-style-type: none"> TV PROGRAMME + DIGITAL-FIRST VDO CONTENT >80% สามารถเข้าถึงได้ผ่านทาง ONE THAIPBS PLATFORM TV PROGRAMME >50% มี AD/CC ผู้ชมไทยอายุมากกว่า 15 ปีอย่างน้อย 10% เลือกจะเข้าถึงเนื้อหาไทยผ่าน ONE THAIPBS PLATFORM 8 ล้านบาท จากบริการ AD/ CC จากบริการ CENSOR จากบริการ LIVE STREAMING/ BROADCASTING จากบริการอื่นๆ 	<ul style="list-style-type: none"> ผู้ชมไทยอายุมากกว่า 15 ปีอย่างน้อย 20% รู้จัก ONE THAIPBS PLATFORM ผู้ชมไทยอายุมากกว่า 15 ปีอย่างน้อย 10% รู้จักรายการ/ผลิตภัณฑ์/บริการ/กิจกรรมหลักของไทยพีบีเอสอย่างน้อย 3 อย่าง เนื้อหารายการหลักที่ผลิตในปี 2567 อย่างน้อย 20% สามารถเข้าถึงได้บน THAIPBS IP PORTFOLIO ใน FORMAT ที่เหมาะสม 153 ล้านบาท แผนงาน 1 และ 3 24 MB จาก IP MANAGEMENT 97 MB จาก CO-PRODUCTION 32 MB จาก GRANT - IN 	FUNCTIONAL BASED SUPPORT LINE
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 20%	<ul style="list-style-type: none"> สร้างสมาชิก ONE THAIPBS (10%)* การรับรู้ของสังคมตามบทบาทหน้าที่ของสื่อสาธารณะ Public Perception (10%)* การดำเนินงานร่วมกับภาคี Coordination (10%)* 			
ประสิทธิภาพ 10%	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาและใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่ Big Data (5%) ดำเนินงานตามแผนและเบิกจ่ายงบประมาณ Gantt Chart & Budget Disbursements (5%) 			
พัฒนาองค์กร 15%	<ul style="list-style-type: none"> กระบวนการปรับเปลี่ยนองค์กรตาม THAIPBS Digital Transformation (10%) พัฒนาบุคลากร Competency Based (Core-Management-Function) & Digital DNA (Mindset-Skill) (5%) 			

แผนภาพ 54 กรอบตัวชี้วัดองค์กร

• **ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. ประจำปี 2567 (Corporate KPIs)**

ส.ส.ท. ได้กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของผลการปฏิบัติงานระดับองค์กร ประจำปี 2567 แบ่งเป็น 4 มิติ ดังนี้

มิติการวัดผล	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก	เป้าหมาย/ผลลัพธ์
ผลสัมฤทธิ์ (Achievement)	คะแนนเฉลี่ยความสำเร็จของการดำเนินงาน	45%	ผลการดำเนินงาน อยู่ในระดับ “ดี” การบรรลุเป้าหมายของแผนงานและภารกิจหลักของหน่วยงาน
	ระดับความสำเร็จของการสร้างความยั่งยืน	10%	ผลรวมของรายได้ อยู่ในระดับ “ดี” การร่วมผลิต(Co – Production) การบริหารทรัพย์สินทางปัญญา (IP Management) การให้บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก การควบคุมค่าใช้จ่าย และแผนการหารายได้เพิ่มเติม
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder)	ระดับการยอมรับของประชาชนและภาคีเครือข่าย ต่อการทำหน้าที่สื่อสาธารณะของไทยพีบีเอส	10%	ประชาชนและภาคีเครือข่ายยอมรับการทำหน้าที่สื่อสาธารณะของไทยพีบีเอส อยู่ในระดับ “ดี” การยอมรับของประชาชนและภาคีเครือข่ายต่อบทบาทความเป็นสื่อสาธารณะ
	ระดับการยอมรับของภาคีเครือข่ายในการร่วมดำเนินงานกับไทยพีบีเอส	10%	ภาคีเครือข่ายยอมรับการร่วมดำเนินงานกับไทยพีบีเอส อยู่ในระดับ “ดี” การยกระดับภาคีเครือข่าย สร้างคุณค่า และเพิ่มมูลค่าจากความร่วมมือ
ประสิทธิภาพ (Efficiency)	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาและใช้ระบบข้อมูลขนาดใหญ่	5%	ผลการพัฒนาและใช้ระบบข้อมูลขนาดใหญ่ อยู่ในระดับ “ดี” การพัฒนาและการประยุกต์ใช้ระบบข้อมูลให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล
	ร้อยละความสำเร็จของการบริหารโครงการและเบิกจ่ายงบประมาณ	5%	ผลการบริหารโครงการและเบิกจ่ายงบประมาณ อยู่ในระดับ “ดี” การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารโครงการและเบิกจ่ายงบประมาณ
พัฒนาองค์กร (Organization Development)	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาองค์กรสู่ Digital Transformation	10%	ผลการพัฒนาองค์กรสู่ Digital Transformation อยู่ในระดับ “ดี” ความก้าวหน้าของการพัฒนาองค์กรตามแนวทาง Digital Transformation

มติการวัดผล	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก	เป้าหมาย/ผลลัพธ์
	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาบุคลากร	5%	ผลการพัฒนาบุคลากร อยู่ในระดับ “ดี” การพัฒนา/ส่งเสริมสมรรถนะของบุคลากรให้สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานขององค์กร

*กรอบตัวชี้วัดองค์กร 4 มิติ จำนวน 8 ตัวชี้วัด (ผลการประเมินอยู่ในระดับ “ดี” หมายถึง 4 คะแนน จาก 5 คะแนน)

ตารางที่ 22 กรอบตัวชี้วัดองค์กร 4 มิติ

ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. ประจำปี 2567 (Corporate KPIs)

ส.ส.ท. ได้กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของผลการปฏิบัติงานระดับองค์กร ประจำปี 2567 แบ่งเป็น 4 มิติดังนี้

เกณฑ์คะแนนและระดับผลการประเมิน

คะแนน 0.00 – 1.50 คะแนน จาก 5 คะแนน หมายถึง “น้อยมาก”

คะแนน 1.51 – 2.50 คะแนน จาก 5 คะแนน หมายถึง “น้อย”

คะแนน 2.51 – 3.50 คะแนน จาก 5 คะแนน หมายถึง “ปานกลาง”

คะแนน 3.51 – 4.50 คะแนน จาก 5 คะแนน หมายถึง “ดี”

ตั้งแต่คะแนน 4.51 ขึ้นไป หมายถึง “ดีมาก”

ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. ประจำปี 2567 (Corporate KPIs)

มิติการวัดผล	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	รายละเอียด วิธีการนับ/คำนวณ	ผู้รับผิดชอบ
ผลสัมฤทธิ์ (Achievement)	คะแนนเฉลี่ยความสำเร็จ ของการดำเนินงาน	45 %	ผลการดำเนินงาน อยู่ในระดับ “ดี”	วัดผลความสำเร็จของการดำเนินงานจากเป้าหมายเชิง ยุทธศาสตร์ของแผนงานและภารกิจหลักของหน่วยงาน มี ผลลัพธ์สำคัญประกอบด้วย ประสิทธิภาพ การรับรู้ของ สาธารณะ จำนวนสมาชิก และรายได้ โดยแบ่งออกเป็น 4 แผนงาน ได้แก่	<u>หน่วยงานหลัก</u> : ทุกหน่วยงาน <u>หน่วยงานสนับสนุน</u> : ฝ่าย ยุทธศาสตร์องค์กร, ศูนย์วิจัย และพัฒนาสื่อสารมวลชน, ศูนย์ สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อ

มิติการวัดผล	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	รายละเอียด วิธีการนับ/คำนวณ	ผู้รับผิดชอบ
				1) แผนงานสาระเนื้อหา 2) แผนงานแพลตฟอร์มและบริการ 3) แผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ 4) แผนงานการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่ ในแต่ละแผนงานมีการกำหนดรายละเอียดของผลลัพธ์สำคัญ เพื่อใช้กำกับ ติดตาม และประเมินผล	สาธารณะ, สำนักสื่อดิจิทัล, ศูนย์ พัฒนานวัตกรรมสื่อสาธารณะ
	ระดับความสำเร็จของการ สร้างความยั่งยืน	10%	ผลรวมของรายได้ อยู่ในระดับ “ดี”	วัดผลความสำเร็จของการสร้างความยั่งยืนจากจำนวนรายได้ และการควบคุมค่าใช้จ่าย โดยมีรายได้จากการร่วมผลิต (Co - Production) การบริหารทรัพย์สินทางปัญญา (IP Management) การให้บริการโครงข่ายและ สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก รวมกับรายได้จากแผนหารายได้เพิ่มเติม 4 รูปแบบ ได้แก่ 1) ร่วมผลิตรายการ (Co-Production) 2) เงินสนับสนุนองค์กร (Grant-In) 3) การอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ (Licensing, Royalties and Merchandising) 4) ค่าบริการอื่นๆ (Services) เพื่อให้เกิดงบประมาณสมดุล	<u>หน่วยงานหลัก</u> : ทุกหน่วยงาน (ถ้ามี) <u>หน่วยงานสนับสนุน</u> : ศูนย์พัฒนา นวัตกรรมสื่อสาธารณะ

มิติการวัดผล	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	รายละเอียด วิธีการนับ/คำนวณ	ผู้รับผิดชอบ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder)	ระดับการยอมรับของ ประชาชนและภาคี เครือข่าย ต่อการทำ หน้าที่สื่อสาธารณะของ ไทยพีบีเอส	10%	ประชาชนและภาคี เครือข่าย ยอมรับการทำ หน้าที่ สื่อสาธารณะของ ไทยพีบีเอส อยู่ในระดับ “ดี”	วัดการยอมรับของประชาชนและภาคีเครือข่ายต่อการทำ หน้าที่สื่อสาธารณะของไทยพีบีเอส ภายใต้หลักการสื่อ สาธารณะของ UNESCO ที่กำหนดไว้ 4 ข้อ ได้แก่ 1) ความทั่วถึง (Universality) 2) ความหลากหลาย (Diversity) 3) ความเป็นอิสระ (Independence) 4) ความโดดเด่น (Distinctiveness) รวมถึงบทบาทความเป็นสื่อสาธารณะของไทยพีบีเอส 6 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร 2) ด้านการให้การศึกษา 3) ด้านการให้สาระประโยชน์และความบันเทิงที่มีคุณค่า 4) ด้านการสืบสานคุณค่าวัฒนธรรมที่หลากหลาย 5) ด้านการส่งเสริมสังคมประชาธิปไตย 6) ด้านการขับเคลื่อนสังคมและสิ่งแวดล้อมสู่สังคมที่ลด ความเหลื่อมล้ำและสร้างความเป็นธรรมให้สังคม	<u>หน่วยงานหลัก</u> : ทุกหน่วยงาน <u>หน่วยงานสนับสนุน</u> : ศูนย์วิจัยและ พัฒนาสื่อสาธารณะ
	ระดับการยอมรับของ ภาคีเครือข่ายในการร่วม	10%	ภาคีเครือข่าย ยอมรับ	วัดการยอมรับของภาคีเครือข่ายในการร่วมดำเนินงานกับ ไทยพีบีเอส ทั้งที่ร่วมดำเนินกิจกรรมและร่วมผลิตสร้างสรรค์	<u>หน่วยงานหลัก</u> : ทุกหน่วยงาน (ถ้ามี)

มิติการวัดผล	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	รายละเอียด วิธีการนับ/คำนวณ	ผู้รับผิดชอบ
	ดำเนินงานกับ ไทยพีบีเอส		การร่วมดำเนินงาน กับไทยพีบีเอส อยู่ในระดับ “ดี”	ผลงานในรูปแบบของข่าวและรายการ ผ่านแบบประเมินโดย แบ่งออกเป็น 5 ประเด็น ได้แก่ 1) การติดต่อประสานงาน 2) การดำเนินงานร่วมกัน 3) ภาพรวมของกิจกรรม 4) ข้อจำกัดหรืออุปสรรค 5) ข้อเสนอแนะ เพื่อต่อยอดยกระดับภาคีเครือข่ายในการ สร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าของผลงานที่เกิดจากความ ร่วมมือ	<u>หน่วยงานสนับสนุน</u> : ศูนย์วิจัย และพัฒนาสื่อสาธารณะ
ประสิทธิภาพ (Efficiency)	ระดับความสำเร็จของ การพัฒนาและใช้ระบบ ข้อมูลขนาดใหญ่	5%	ผลการพัฒนาและ ใช้ระบบข้อมูล ขนาดใหญ่ อยู่ในระดับ “ดี”	วัดความสำเร็จของการพัฒนาและการใช้ระบบข้อมูล จาก กลไกที่มีระบบออกแบบและตัดสินใจอยู่บนฐานข้อมูลเชิง ประจักษ์ (Data-driven Thai PBS) ที่องค์การสามารถนำ ข้อมูลไปวิเคราะห์ พัฒนา และประยุกต์ใช้ให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด	<u>หน่วยงานหลัก</u> : ทุกหน่วยงาน (ถ้ามี) <u>หน่วยงานสนับสนุน</u> : ฝ่าย ยุทธศาสตร์องค์การ, ศูนย์วิจัย และพัฒนาสื่อสาธารณะ, สำนัก สื่อดิจิทัล, สำนักโทรทัศน์ ฯ, ฝ่าย เทคโนโลยีสารสนเทศ, ศูนย์ สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อ สาธารณะ

มิติการวัดผล	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	รายละเอียด วิธีการนับ/คำนวณ	ผู้รับผิดชอบ
	ร้อยละความสำเร็จของการบริหารโครงการและเบิกจ่ายงบประมาณ	5%	ผลการบริหารโครงการและเบิกจ่ายงบประมาณอยู่ในระดับ “ดี”	วัดร้อยละความสำเร็จของการบริหารโครงการและเบิกจ่ายงบประมาณเปรียบเทียบกับแผนการปฏิบัติงานที่ได้รับอนุมัติ โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) การประเมินความก้าวหน้าของโครงการ น้ำหนัก 60% 2) การเบิกจ่ายงบประมาณ น้ำหนัก 30% 3) การขอใช้งบประมาณ น้ำหนัก 10%	<u>หน่วยงานหลัก</u> : ทุกหน่วยงาน <u>หน่วยงานสนับสนุน</u> : ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร, ศูนย์การเงิน
พัฒนาองค์กร (Organization Development)	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาองค์กรสู่ Digital Transformation	10%	ผลการพัฒนาองค์กรสู่ Digital Transformation อยู่ในระดับ “ดี”	วัดความสำเร็จของการพัฒนาองค์กรสู่ Digital Transformation จากความก้าวหน้าตามแผนดำเนินงานครอบคลุม 6 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ 1) TV Programme 2) Digital-First VDO Content & Platform 3) บุคลากร 4) การเงิน 5) ผู้ชมผู้ฟังและภาคีเครือข่าย 6) การจัดการและกฎระเบียบ ที่ตอบสนองพันธกิจของส.ส.ท. และมุ่งไปสู่การเป็นองค์กรยุคดิจิทัลอย่างยั่งยืน	<u>หน่วยงานหลัก</u> : ทุกหน่วยงาน (ถ้ามี) <u>หน่วยงานสนับสนุน</u> : ศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสารณะ

มิติการวัดผล	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	รายละเอียด วิธีการนับ/คำนวณ	ผู้รับผิดชอบ
	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาบุคลากร	5%	ผลการพัฒนาบุคลากรอยู่ในระดับ “ดี”	วัดความสำเร็จของการพัฒนาบุคลากรจากการพัฒนาส่งเสริมสมรรถนะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร ให้สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานขององค์กร ตามแนวทางพัฒนาและเสริมสร้าง Digital DNA	<u>หน่วยงานหลัก</u> : ทุกหน่วยงาน <u>หน่วยงานสนับสนุน</u> : สำนักทรัพยากรมนุษย์

ตารางที่ 23 ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท.ปี 2567

3.2 การบริหารแผนงาน การกำกับติดตาม

3.2.1 การอนุมัติแผนบริหารกิจการ

แผนบริหารกิจการประจำปี 2567 ได้ออกแบบกลไกกำกับและควบคุมแผนโดยคณะกรรมการนโยบาย (กนย.) กำกับด้วยการมอบนโยบายปี 2565-2567 เป็นทิศทางใหญ่ และเชื่อมโยงมาสู่ทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ ที่นำเป้าหมายเชิงผลลัพธ์ (Outcomes) มาออกแบบแผนงาน โดยคณะกรรมการนโยบายพิจารณาอนุมัติแผนบริหารกิจการในภาพรวม แผนจัดทำรายการ ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานขององค์กร และแผนงบประมาณในระดับแผนงาน (Programme) รวมทั้งอนุมัติงบประมาณในส่วนของงบบุคลากร กลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป

คณะกรรมการบริหารมีอำนาจพิจารณาอนุมัติงบประมาณระดับโครงการ โดยใช้หลักคิด 3 ข้อในการออกแบบโครงการประจำปี 2567 คือ

- (1) การจัดทำโครงการเพื่อขับเคลื่อนหรือผลักดันให้บรรลุเป้าหมายผลสำเร็จ (Outcomes) ตามแผนงาน
- (2) การจัดทำงบประมาณตามผลลัพธ์ (Outcome Based Budgeting)
- (3) การทำงานแบบบูรณาการข้ามกลุ่มงานโดยใช้กระบวนการที่เน้นเป้าหมายเชิงผลลัพธ์ (Outcome Oriented) และการหารายได้เพิ่มเติม

3.2.2 การบริหารแผนและงบประมาณ

(1) การบริหารแผนงาน

○ **แผนยุทธศาสตร์** มีการจัดกลไกบูรณาการบริหารจัดการออกเป็น 3 กลุ่มงาน ได้แก่ กลุ่มที่ 1 คณะทำงาน Thai PBS CONTENT STRATEGY บริหารแผนงาน 1 แผนงานด้านเนื้อหา จัดการประชุมไตรมาสละ 1 ครั้ง

กลุ่มที่ 2 คณะกรรมการขับเคลื่อน DIGITAL TRANSFORMATION บริหารแผนงาน 2 แผนงานแพลตฟอร์มและการบริการ และแผนงาน 4 การใช้ประโยชน์จากข้อมูลขนาดใหญ่ จัดการประชุมไตรมาสละ 1 ครั้ง

กลุ่มที่ 3 คณะทำงาน Thai PBS BRANDING บริหารแผนงาน 3 แผนงานด้านการมีส่วนร่วมสาธารณะ จัดการประชุมไตรมาสละ 1 ครั้ง

- **งานกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไปกับงานบุคลากร** กำกับติดตามโดยฝ่ายบริหาร มีหน่วยงานรับผิดชอบหลัก ดังนี้
 - งานบริการโครงข่ายสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ สำนักวิศวกรรม
 - งานเทคโนโลยีออกอากาศ ได้แก่ สำนักโทรทัศน์

- งานเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ และฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ
- งานบริหารทั่วไป ได้แก่ สำนักตรวจสอบภายใน สำนักบริหาร ศูนย์การเงิน ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล ฝ่ายสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร
- งานบุคลากร ได้แก่ สำนักทรัพยากรมนุษย์

(2) กำหนดแนวทางการบริหารโครงการและการใช้งบประมาณ

- กรณีที่ใช้งบประมาณต่ำกว่าร้อยละ 25 ในวันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2567 จะเสนอให้พิจารณาทบทวน/ยุติโครงการ เว้นแต่กำหนดโครงการเริ่มหลังวันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2567
- โครงการที่ขอใช้งบประมาณ \leq ร้อยละ 90 เบิกจ่ายงบประมาณ \leq ร้อยละ 60 (เกณฑ์สดง. 61) และผูกพันงบประมาณข้ามปี ต้องจัดทำคำชี้แจงรายงานผู้บริหารและผู้สอบบัญชี และใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณางบประมาณปีต่อไป
- ปิดรับใบขอซื้อจ้าง (PR) วันที่ 15 ตุลาคม พ.ศ. 2567

(3) กำหนดแนวทางการทบทวนงบประมาณกลางปี

- หน่วยงานจัดทำรายละเอียดการทบทวนงบประมาณกลางปีเสนอผู้อำนวยการ ส.ส.ท. หรือรองผู้อำนวยการ ส.ส.ท. ที่รับผิดชอบพิจารณาให้ความเห็นชอบ และจัดส่งข้อมูลให้ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร
- ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร ทำการรวบรวมข้อมูลการขอทบทวนโครงการ / งบประมาณของทุกหน่วยงาน เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อเป้าหมายของแผนบริหารกิจการ และวงเงินงบประมาณที่จะนำมาใช้ในกิจกรรม / โครงการที่เสนอขอทบทวนกลางปีเสนอผู้อำนวยการ ส.ส.ท. เห็นชอบให้นำเสนอต่อคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการนโยบาย เพื่ออนุมัติตามอำนาจและหลักเกณฑ์การเปลี่ยนแปลงงบประมาณในข้อ (4)
- ฝ่ายสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร ส่งสำเนามติ / รายงานการประชุมคณะกรรมการบริหาร / คณะกรรมการนโยบาย ให้หน่วยงาน ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ และฝ่ายการเงินและควบคุมงบประมาณ เพื่อทราบและดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง
- การทบทวนเพิ่มงบประมาณ ให้พิจารณาจากโครงการที่ยังไม่ได้ดำเนินการ หรือยังไม่ขอใช้งบประมาณมาดำเนินการก่อน

- การปรับแผนงาน งบประมาณโครงการ ควรดำเนินการได้ภายในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2567 หากไม่สามารถดำเนินการได้ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2567 ให้คืนงบประมาณ และไปตั้งขอใช้งบประมาณใหม่ในปี พ.ศ. 2568

(4) การเปลี่ยนแปลงรายละเอียดโครงการ / งบประมาณระหว่างปี (ที่จำเป็น)

○ แนวทางการดำเนินงาน

- หน่วยงานจัดทำรายละเอียดการขอเปลี่ยนแปลงรายละเอียดโครงการ / งบประมาณ และร่างแบบเสนอวาระการขอเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อเสนอรองผู้อำนวยการ ส.ส.ท. ที่รับมอบอำนาจ พิจารณาให้ความเห็นชอบ
- หน่วยงานส่งเอกสารขอเปลี่ยนแปลงรายละเอียดให้ฝ่ายการเงินและควบคุม งบประมาณ ศูนย์การเงินตรวจสอบงบประมาณ ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์การให้ความเห็น เรื่องผลกระทบที่มีต่อเป้าหมายของแผนบริหารกิจการ
- หน่วยงานนำเสนอ ผู้อำนวยการ ส.ส.ท. เห็นชอบเพื่อนำเสนอคณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการนโยบายเพื่ออนุมัติตามอำนาจและหลักเกณฑ์การเปลี่ยนแปลง งบประมาณในข้อ (4)

○ การใช้งบกลาง

- กรณีวงเงินไม่เกิน 10 ล้านบาท ให้ ผู้อำนวยการ ส.ส.ท. มีอำนาจอนุมัติ และรายงาน คณะกรรมการบริหารรับทราบ
- กรณีวงเงินไม่เกิน 20 ล้านบาท ให้เสนอคณะกรรมการบริหารพิจารณา และรายงาน ความก้าวหน้าการบริหารแผนและงบประมาณให้คณะกรรมการนโยบายรับทราบทุก ไตรมาส
- กรณีวงเงินเกิน 20 ล้านบาท เสนอคณะกรรมการนโยบายพิจารณาอนุมัติ

○ การเปลี่ยนแปลงงบประมาณ ให้เป็นไปตามระเบียบว่าด้วยการเงิน การบัญชีและ งบประมาณ พ.ศ. 2561

● การเปลี่ยนแปลงรายละเอียดงบประมาณระดับโครงการ / หมวดย่อย ภายใน แผนงานเดียวกัน

- วงเงินไม่เกิน 10 ล้านบาท ให้ผู้อำนวยการ ส.ส.ท. มีอำนาจอนุมัติ
- วงเงินไม่เกิน 20 ล้านบาท ให้เสนอคณะกรรมการบริหารพิจารณาอนุมัติ และ รายงานความก้าวหน้าการบริหารแผนและงบประมาณให้คณะกรรมการนโยบาย รับทราบทุกไตรมาส
- วงเงินเกินกว่า 20 ล้านบาท เสนอคณะกรรมการนโยบายพิจารณาอนุมัติ

● การเปลี่ยนแปลงรายละเอียดงบประมาณข้ามแผนงาน

- วงเงินไม่เกิน 10 ล้านบาท ให้ผู้อำนวยการ ส.ส.ท. มีอำนาจอนุมัติ

- วงเงินตั้งแต่ 10 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 20 ล้านบาท และไม่เกินร้อยละ 10 ของแผนงานที่โอนให้ ให้เสนอคณะกรรมการบริหารพิจารณาอนุมัติ และรายงานความก้าวหน้าการบริหารแผนและงบประมาณให้คณะกรรมการนโยบายรับทราบทุกไตรมาส หากเกินร้อยละ 10 ของแผนงานที่โอนให้ ให้เสนอคณะกรรมการนโยบายพิจารณาอนุมัติ
- วงเงินเกินกว่า 20 ล้านบาท เสนอคณะกรรมการนโยบายพิจารณาอนุมัติ

(5) การผูกพันงบประมาณ เฉพาะ PR ที่อยู่ระหว่างจัดซื้อจัดจ้าง, PO หรือสัญญา, การผูกพันด้วย PR มาแล้ว 1 รอบปี ปีถัดไปจะต้องมี PO หรือสัญญา เป็นต้น

(6) การติดตาม การรายงานผลและการวัดผล

● การติดตามและการรายงานผล

- จัดให้มีการประชุมร่วมระหว่างฝ่ายบริหารและผอ.สำนัก/ศูนย์ เพื่อติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินงาน
- รายงานผลการขอใช้และใช้จ่ายงบประมาณและงบผูกพันข้ามปี เสนอฝ่ายบริหารและผู้อำนวยการสำนัก/ศูนย์ เป็นรายเดือน

● การวัดผล

ผ่าน KPI ด้านประสิทธิภาพแผนและการใช้งบประมาณ กำหนดน้ำหนัก ดังนี้

○ โครงการภายใต้แผนงาน

- ความก้าวหน้าของแผน ร้อยละ 60
- ขอใช้งบประมาณ ร้อยละ 10
- การใช้จ่ายงบประมาณ ร้อยละ 30

○ กลไกสนับสนุน

- ขอใช้งบประมาณ ร้อยละ 25
- การใช้จ่ายงบประมาณ ร้อยละ 75

3.2.3 การควบคุมภายใน (Internal Control)

ส.ส.ท. จัดให้มีระบบการควบคุมภายในที่ดี เพื่อให้เกิดความมั่นใจอย่างสมเหตุสมผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงาน และความเชื่อถือได้ของรายงานทางการเงิน และการปฏิบัติตามกฎระเบียบและนโยบายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเรื่องการต่อต้านการทุจริต คอร์รัปชัน ขณะเดียวกัน ได้มีการจัดโครงสร้างการทำงานให้มีการแบ่งแยกหน้าที่ในการปฏิบัติงานให้เกิดการถ่วงดุลและสอบทานระหว่างกัน กำหนดอำนาจดำเนินการที่ชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร และมีระบบการติดตามผลการปฏิบัติงานที่ชัดเจน

นอกจากนี้ ยังได้กำหนดให้มีการทบทวนความเหมาะสมและความเพียงพอของระบบควบคุมภายในทั้ง 5 องค์ประกอบ คือ สภาพแวดล้อมการควบคุม (Control Environment) การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) กิจกรรมการควบคุม (Control Activities) ข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication) และการติดตาม (Monitoring) เป็นประจำ ปีละ 1 ครั้ง ซึ่งสอดคล้องและเป็นไปตามหลักเกณฑ์กระทรวงการคลังว่าด้วยมาตรฐานและหลักเกณฑ์ปฏิบัติการควบคุมภายในสำหรับหน่วยงานของรัฐ พ.ศ. 2561 เพื่อให้มั่นใจต่อการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร ขณะที่ผู้บังคับบัญชาในทุกระดับของทุกหน่วยงาน มีหน้าที่รับผิดชอบระบบการควบคุมภายในหน่วยงานของตน และมีการวางกลไกขับเคลื่อนงานควบคุมภายในทั่วทั้งองค์กรผ่านผู้ประสานงานของแต่ละสำนัก

3.2.4 การตรวจสอบภายใน (Internal Audit)

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

3.2.5 การบริหารความเสี่ยง⁴

ส.ส.ท. มีการบริหารความเสี่ยงที่สอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่ดีของ COSO⁵ 2017 โดยมีกระบวนการในการจัดการที่เป็นระบบ ตั้งแต่การระบุความเสี่ยง การกำหนดความเพียงพอของกิจกรรมการควบคุมภายใน การประเมินความเสี่ยง การบริหารความเสี่ยง การติดตามผล รวมถึงดัชนีชี้วัดความเสี่ยงที่สำคัญ ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญของการรับมือกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินภารกิจ ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป

ทางด้านโครงสร้างและกลไกการทำงานในการบริหารจัดการความเสี่ยง ส.ส.ท. ในปี พ.ศ. 2566 ได้มีการปรับปรุง ดังนี้ 1) แต่งตั้งคณะกรรมการกำกับความเสี่ยงขึ้น เพื่อทำหน้าที่กำหนดยุทธศาสตร์ นโยบาย แนวทางการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร ซึ่งมีกรรมการนโยบายเป็นประธาน ร่วมด้วยผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกเป็นกรรมการ และมีผู้อำนวยการ ส.ส.ท. เป็นกรรมการและเลขานุการ 2) คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงในระดับของฝ่ายจัดการ ได้มีการเพิ่มเติมภาระหน้าที่ของคณะกรรมการบริหาร ส.ส.ท. ให้ทำหน้าที่คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ส.ส.ท. เพื่อให้มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์และนโยบายของคณะกรรมการกำกับความเสี่ยง 3) มีการกำหนดภาระหน้าที่ผู้ประสานงานยุทธศาสตร์และบริหารความเสี่ยง โดยกำหนดให้ทุกสำนัก/ศูนย์/ฝ่ายที่สังกัดผู้อำนวยการ ส.ส.ท. หรือรองผู้อำนวยการ ส.ส.ท. ที่เกี่ยวข้อง มีผู้ประสานงานซึ่งเป็นตัวแทนของแต่ละ

⁴ ข้อมูล : ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล, 28 พฤศจิกายน 2566

⁵ The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, กรอบบริหารความเสี่ยงตามแนวทางของ COSO (COSO-ERM Framework)

ละหน่วยงาน จำนวน 1 คน โดยกำหนดคุณสมบัติและบทบาทหน้าที่ไว้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ เพื่อให้การประสานงาน การบริหารความเสี่ยงและการวางแผนยุทธศาสตร์ระดับสำนัก/ศูนย์/ฝ่ายที่สังกัดรองผู้อำนวยการ ส.ส.ท. หรือ ผู้อำนวยการ ส.ส.ท.ที่เกี่ยวข้อง เป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็ว เกิดการบูรณาการอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล ยังคงทำหน้าที่ดูแลอำนวยความสะดวก (Facilitator) ในกระบวนการบริหารความเสี่ยงโดยรวม

ในส่วนของบริษัทผลกระบวนการในช่วงที่ผ่านมาของปี พ.ศ. 2566 ส.ส.ท. ได้พัฒนากระบวนการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง โดยนอกจากกระบวนการบัญชีเสี่ยงให้ครอบคลุมทุกประเภทความเสี่ยง (รวม 7 ความเสี่ยง) ยังได้มีการบูรณาการกลไก GRC (Governance Risk & Compliance) มาใช้ในกระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กร อาทิ โครงการนำร่องการประเมินความเสี่ยงทุจริต โครงการจัดซื้อจัดจ้าง ตามแนวทางของ สำนักงาน ป.ป.ท. ขณะเดียวกัน ยังคงสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และการตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงตามเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงที่ดีขององค์กร

สำหรับแนวทางการพัฒนางานระยะต่อไป นอกจาก ส.ส.ท. จะยังคงมุ่งมั่นเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการเชื่อมโยงการบริหารความเสี่ยงเข้ากับกลยุทธ์และการดำเนินงาน เพื่อเสริมสร้างคุณค่า (Enhanced Value) ให้แก่องค์กร ยังคงจะมุ่งเน้นให้ความสำคัญมากขึ้นในมิติของผลลัพธ์จากการบริหารความเสี่ยง เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรที่ตั้งไว้ ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพในการทบทวน (Review) และติดตามรายงานผล (Reporting) ซึ่งเป็นประเด็นที่บุคลากรทุกระดับต้องร่วมผลักดันและให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่องต่อไป ขณะเดียวกัน ยังคงดำเนินกลยุทธ์โดยมุ่งเน้นให้น้ำหนักกับการกำกับดูแลและวัฒนธรรม (Governance & Culture) ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญที่จะช่วยเหนี่ยวนำไปสู่ความสำเร็จในการบริหารจัดการความเสี่ยงในภาพรวมขององค์กร

3.2.6 การดำเนินงานด้านธรรมาภิบาล⁶

ส.ส.ท. ดำเนินภารกิจบนพื้นฐานของความเที่ยงตรง โปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตามหลักธรรมาภิบาลที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ตลอดจนจริยธรรมและมาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพ ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และแผนสำคัญระดับชาติ หลักการและแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมทั้งหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่กำหนดให้หน่วยงานของรัฐถือปฏิบัติ เพื่อพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีของ ส.ส.ท. ให้มีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนขององค์กร

คณะกรรมการนโยบายได้กำหนดเป็นนโยบายลำดับแรก ให้ ส.ส.ท. ยึดมั่นและนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารงานองค์กร โดยได้แต่งตั้งคณะกรรมการธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมประกอบด้วย

⁶ ข้อมูล : ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล, 28 พฤศจิกายน 2566

ผู้แทนจากคณะกรรมการนโยบาย คณะกรรมการบริหาร และผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ทำหน้าที่กำหนดกรอบนโยบายการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม และกำกับกำกับการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบาย โดยมีฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาลเป็นเลขานุการ ประสานความร่วมมือกับทุกหน่วยงานในองค์กร ให้มีการจัดทำแผนงานธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมและติดตามให้มีการดำเนินงานตามแผนดังกล่าว

ในช่วงที่ผ่านมาของปี พ.ศ. 2566 ส.ส.ท. ได้ขับเคลื่อนงานธรรมาภิบาลตามแผนแม่บทธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม ปี พ.ศ. 2565 - 2568 และแผนงานปี พ.ศ. 2566 ครอบคลุม 3 กลยุทธ์ ได้แก่ ขับเคลื่อนนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์การที่เข้มแข็ง และพัฒนาองค์การสู่ความยั่งยืน ผ่าน 11 แผนงาน โดยมุ่งหวังให้บุคลากรทุกระดับได้ยึดถือปฏิบัติ อีกทั้งนำมาใช้เป็นแนวทางในการบริหารและกำกับการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลในระดับของผู้บริหารและคณะกรรมการ ตามลำดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแผนงานการสำรวจการรับรู้และความเข้าใจของบุคลากร ส.ส.ท. ต่อการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งช่วยให้สามารถกำหนดกลยุทธ์เสริมสร้างความเข้าใจและนำธรรมาภิบาลไปใช้ได้อย่างตรงจุดและแม่นยำ สอดคล้องกับพฤติกรรมที่หลากหลายและบริบทที่ปรับเปลี่ยน

ทั้งนี้ ผลพวงของพัฒนาการด้านธรรมาภิบาลของ ส.ส.ท. ส่วนหนึ่งสะท้อนให้เห็นได้ผ่านผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity and Transparency หรือ ITA) ของ ส.ส.ท. ประจำปี พ.ศ. 2566 ที่จัดขึ้นโดยสำนักงาน ป.ป.ช. โดย ส.ส.ท. ได้ 95.81 คะแนน จัดอยู่ในระดับ “ผ่านดี” สูงกว่าคะแนนเฉลี่ยทั้งประเทศซึ่งเท่ากับ 90.19 คะแนน

สำหรับแนวทางการดำเนินงานในปี พ.ศ. 2567 ส.ส.ท. ยังคงมุ่งมั่นพัฒนางานด้านธรรมาภิบาลตามกรอบแนวทางที่ได้วางไว้ในแผนแม่บทธรรมาภิบาลฯ ควบคู่ไปกับการยกระดับด้วยการบูรณาการงานสำคัญ 3 ด้านเข้าด้วยกัน อันประกอบด้วย งานด้านธรรมาภิบาลฯ ด้านการบริหารความเสี่ยง และด้านตรวจสอบภายใน ในระดับของคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 ชุด ซึ่งกำหนดให้มีการจัดประชุมร่วมกันกับคณะกรรมการนโยบายเป็นประจำทุก 6 เดือน ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ให้เป็นไปในทิศทางที่สอดคล้อง เสริมแรง ลดความซ้ำซ้อนและช่วยให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ขณะเดียวกัน ยังคงเน้นย้ำการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และการตระหนักรู้อย่างต่อเนื่องผ่านวารสาร Risk Corner (อาทิ หัวข้อ ถอดรหัสมุมมอง Outside-in ต่อแนวคิด ESG และดัชนีคุณธรรม : นัยเชิงนโยบายต่อไทยพีบีเอส จากการแลกเปลี่ยนมุมมองร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน))