



แผนบริหารกิจการประจำปี 2568

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

โดย คณะกรรมการบริหาร

ธันวาคม 2567

บทนำ

แผนบริหารกิจการประจำปีและแผนจัดทำรายการ จัดทำขึ้นภายใต้พระราชบัญญัติการกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 (พ.ร.บ.ส.ส.ท.) มาตรา 28 (3) และ (4) และมาตรา 29 (3) ที่กำหนดให้คณะกรรมการบริหารจัดทำแผนบริหารกิจการและแผนจัดทำรายการขององค์กรเสนอต่อคณะกรรมการนโยบาย เพื่อให้ความเห็นชอบ การจัดทำแผนบริหารกิจการฉบับนี้เป็นไปโดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และอำนาจหน้าที่ตามมาตรา 7 และ 8 แห่ง พ.ร.บ.ส.ส.ท. วิสัยทัศน์ พันธกิจ และนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย ปี 2565 – 2568

แผนบริหารกิจการประจำปี 2568 ยังคงใช้หลักการพัฒนาและบริหารจัดการที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ต่อเนื่องมาจากปี 2567 ซึ่งวางทิศทางเชิงยุทธศาสตร์สำคัญ 3 เรื่อง ได้แก่ (1) Value-Based Performance การส่งมอบคุณค่าและจัดสรรทรัพยากรเพื่อสาธารณะอย่างคุ้มค่าสูงสุด (2) Most Trusted Media สื่อที่ประชาชนให้ความเชื่อถือและไว้วางใจ (3) One Thai PBS ไทยพีบีเอสเป็นบริการหลัก เพื่อออกแบบเป็น 4 แผนงานเชิงยุทธศาสตร์จำนวน 35 โครงการ และอีก 2 หมวดงบประมาณ คือ หมวดงบกลไกสนับสนุนและการบริหารทั่วไป และหมวดงบบุคลากร ภายใต้งบประมาณ 2,715.01 ล้านบาท โดยมีโจทย์ท้าทายที่สำคัญต่อการบริหารคือ (1) ภายใต้ระบบนิเวศสื่อที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคสื่อดิจิทัล ส.ส.ท.หรือไทยพีบีเอสจะสามารถยึดโยงหรือสอดคล้องกับประชาชนได้อย่างไร (2) ส.ส.ท.จะสามารถบริหารการเงินให้เกิดความยั่งยืนได้อย่างไร

สาระสำคัญของแผนบริหารกิจการประจำปี 2568 ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ (1) ความเป็นมา วิสัยทัศน์ พันธกิจ (2) บทวิเคราะห์สถานการณ์ภายใต้โจทย์ที่ท้าทายของสื่อสาธารณะ (3) สาระสำคัญของแผนบริหารกิจการ ได้แก่ แผนจัดทำรายการ แผนบริหารกิจการและแผนงบประมาณปี 2568 (4) ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. และการกำกับติดตาม

ภายใต้ภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการก้าวเข้ามาของนวัตกรรมใหม่อย่าง AI และการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลขนาดใหญ่ในการบริหาร ส.ส.ท. จึงจำเป็นต้องพัฒนาแบบแผนการดำเนินงานโดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและเร่งผลิตผลงานเพื่อเป็นที่ยอมรับของประชาชน พร้อมกับวางทิศทางขับเคลื่อนบทบาทสื่อสาธารณะให้คนทุกกลุ่มรับรู้ได้ว่า ไทยพีบีเอสเป็นสื่อสาธารณะ ที่ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมอย่างแท้จริง

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

โครงสร้างแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. ประจำปี 2568



งบประมาณประจำปี 2568 งบประมาณรวม 2,715.01 ล้านบาท

งบยุทธศาสตร์ งบประมาณรวม 1,237.36 ล้านบาท		
แผนที่ 1 สารเนื้อหา งบประมาณรวม 937.92 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
GENRE: NEWS		
สำนักข่าว	ผลิตข่าวและรายการข่าว	167.00
	ผลิตข่าวสืบสวน	3.00
	ผลิตข่าวภัยพิบัติ	3.00
ศูนย์ Thai PBS World	Thai PBS World	29.00
GENRE: LEARNING		
ศูนย์สื่อสารณะเพื่อเด็ก	ผลิตสื่อ พัฒนานิเวศ เครือข่าย และนวัตกรรมและการเรียนรู้	115.00
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	ผลิตเนื้อหาการเรียนรู้สำหรับเด็กเยาวชน	45.20
สำนักสื่อดิจิทัล	ดิจิทัลส่งเสริมการเรียนรู้	6.97
GENRE: DOCUMENTARY/ FACTUAL		
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	ผลิตเนื้อหาการยกย่องเชิดชูเกียรติและสารประโยชน์	247.48
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	ผลิตสารคดี Taste Detective 2	6.00
สำนักสื่อดิจิทัล	ผลิตเนื้อหาการยกย่องเชิดชูเกียรติ	7.04
GENRE: ENTERTAINMENT		
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	ผลิตเนื้อหาการบันเทิงสร้างสรรค์สังคม	199.63
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	ผลิตข่าว รายการไทยบันเทิง	4.20
	ผลิตรายการและกิจกรรมสารพันสิ่ง (บางเขน)	17.50
	ผลิตรายการ "ยกพลคนน้ำพริก"	8.00
สำนักโทรทัศน์และวิทยุ	สรุปสัปดาห์กีฬาสร้างสรรค์	14.00
GENRE: CITIZEN		
ศูนย์สื่อสารวาระทาง	The Active Thai PBS	9.00
สังคมและนโยบาย	Policy Watch	11.90
สำนักเครือข่ายและ	พัฒนาระบบนิเวศเพื่อสนับสนุนงานสื่อสาระท้องถิ่น	21.75
การมีส่วนร่วมสาธารณะ	พัฒนาระบบการสื่อสารและบริการสาธารณะ ด้วยปัญญาประดิษฐ์	12.25
CONTENT STRATEGY		
ศูนย์สื่อสารและส่งเสริม	งานสื่อสารการตลาดเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์องค์การ	10.00
การตลาดเพื่อสาธารณะ		
งบกลาง งบประมาณรวม 72 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
ผู้อำนวยการ ส.ส.ท.	งบกลาง	72.00

แผนที่ 2 แพลตฟอร์มและบริการ งบประมาณรวม 133.40 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
สำนักสื่อดิจิทัล	DIGITAL PLATFORM SERVICES	89.27
	DIGITAL INCLUSIVE SERVICE	2.50
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	ผลิตระบบบริการเพื่อสนับสนุนการสื่อสารเพื่อทุกคน	28.53
	ระบบสนับสนุนการผลิตเนื้อหาแบบ DIGITAL-FIRST	3.64
ศูนย์พัฒนาระบบงาน	พัฒนาศูนย์กลางระบบสมาชิกของส.ส.ท. ระยะที่ 3 (One Thai PBS)	9.46
สารสนเทศ		
แผนที่ 3 การมีส่วนร่วมสาธารณะ งบประมาณรวม 52.30 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
ศูนย์สื่อสารและส่งเสริม	งานสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์องค์การ	19.00
การตลาดเพื่อสาธารณะ		
สำนักสื่อดิจิทัล	การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	8.50
หน่วยสนับสนุนลูกค้า	สนับสนุนกิจการสภาผู้ชมผู้ฟังรายการ	5.50
ผู้ฟังรายการ		
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	ดำเนินกิจกรรมออนกราวด์	1.80
ศูนย์พัฒนาวัดกรรม	พัฒนากลไกด้านการตลาดและการสร้างรายได้เพื่อความยั่งยืน	17.50
การสื่อสารสาธารณะ		
แผนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่ งบประมาณรวม 41.74 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
ศูนย์วิจัยและพัฒนา	ประเมินผลองค์การและบทบาทสื่อสารสาธารณะ	7.50
สื่อสารสาธารณะ	วิจัยเพื่อการพัฒนาเนื้อหาและแพลตฟอร์ม	8.78
	การศึกษาแนวโน้มสื่อในอนาคตและการจัดการองค์ความรู้ด้านสื่อสารสาธารณะ	5.32
สำนักสื่อดิจิทัล	ระบบจัดการข้อมูลเชิงวิเคราะห์กลางสื่อออนไลน์ (THAI PBS DATA ANALYTICS /ONE STAT	11.22
ศูนย์พัฒนาระบบงาน	พัฒนาระบบขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูลเชิงวิเคราะห์ ระยะที่ 2	8.92
สารสนเทศ		

งบกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป งบประมาณรวม 722.65 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
กลุ่มงาน 1 บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก งบประมาณรวม 280.09 ล้านบาท		
สำนักวิศวกรรม	งบบุคลากรโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก	280.09
กลุ่มงาน 2 งานเทคโนโลยีเพื่อการออกอากาศ งบประมาณรวม 150.92 ล้านบาท		
สำนักโทรทัศน์และวิทยุ	ค่าใช้จ่ายบริการและค่าเช่าอุปกรณ์	61.98
	ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์และจัดหาทดแทน	62.45
	งบดำเนินการสำนักโทรทัศน์	26.49
กลุ่มงาน 3 งานเทคโนโลยีสารสนเทศ งบประมาณรวม 152.82 ล้านบาท		
ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ	งบจัดซื้อและจัดหาระบบสารสนเทศ	80.69
	งบบำรุงรักษาระบบ	46.83
	งบดำเนินการและค่าตอบแทน	8.10
ศูนย์พัฒนาระบบงาน	งานวางแผน ปรับปรุงและบำรุงรักษาระบบ ICT	17.19
สารสนเทศ		
กลุ่มงาน 4 บริหารทั่วไป งบประมาณรวม 138.83 ล้านบาท		
ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์การ	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายยุทธศาสตร์องค์การ	1.30
ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและ	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายบริหารความเสี่ยง	0.49
ธรรมาภิบาล	และธรรมาภิบาล	
ฝ่ายสนับสนุน	งานสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร	3.50
คณะกรรมการและผู้บริหาร		
ฝ่ายกฎหมาย	งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายกฎหมาย	0.87
ฝ่ายผลิตและจัดหารายการ	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายผลิตและจัดหารายการ	5.60
ฝ่ายบริหารทั่วไป	งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายบริหารทั่วไป	124.14
ศูนย์การเงิน	งานบริหารส่วนกลางศูนย์การเงิน	0.95
	บริหารจัดการฐานข้อมูลศูนย์การเงิน	0.15
สำนักตรวจสอบภายใน	งานดำเนินการตามแผนการตรวจสอบประจำปี 2568	1.82
งบบุคลากร งบประมาณรวม 755 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
สำนักทรัพยากรมนุษย์	งบบุคลากร	685.28
	Competency Development X Digital Transformation	8.60
	พัฒนาวัฒนธรรมองค์กร	3.22
	งานบริหารส่วนกลางสำนักทรัพยากรมนุษย์	3.90
	งบประมาณปรับปรุงโครงสร้างบุคลากร	54.00

สารบัญ

	หน้า
บทนำ	
โครงสร้างแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. ประจำปี 2568	
งบประมาณประจำปี 2568	
ส่วนที่ 1 ความเป็นมา วิสัยทัศน์ พันธกิจ	1
1.1 ความเป็นมา	2
1.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ	3
1.3 โครงสร้างการบริหารงาน ส.ส.ท.	4
1.4 รูปแบบการดำเนินงานของ ส.ส.ท. (Working Model)	5
ส่วนที่ 2 บทวิเคราะห์สถานการณ์	6
2.1 สื่อสาธารณะในยุคดิจิทัล	7
2.2 แนวทางอุตสาหกรรมสื่อ	9
2.3 การขับเคลื่อนสภาพแวดล้อมภายใน ภายนอก	16
ส่วนที่ 3 สาระสำคัญของแผนบริหารกิจการประจำปี 2568	18
3.1 ทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ปี 2568	19
3.2 โครงสร้างแผนและกรอบงบประมาณระดับองค์กร	21
3.3 แผนจัดทำรายการประจำปี 2568	25
3.4 แผนงบประมาณ	34
3.4.1 แผนรายจ่าย	35
○ แผนงานขับเคลื่อนเชิงยุทธศาสตร์	36
● แผนงานที่ 1 แผนงานสาระเนื้อหา	37
● แผนงานที่ 2 แผนงานแพลตฟอร์มและบริการ	52
● แผนงานที่ 3 แผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ	57
● แผนงานที่ 4 แผนงานการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่	61
○ แผนงบกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป	68
○ แผนงบบุคลากร	74
3.4.2 แผนรายได้	82

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 4 ตัวชี้วัดการปฏิบัติงาน แนวทางการบริหารแผนงาน และการกำกับติดตาม	88
4.1 ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. ประจำปี 2568 (Corporate KPIs)	89
4.2 การบริหารแผนงาน การกำกับติดตาม	98
4.3 Workflow การบริหารจัดการแผน	105

สารบัญแผนภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 1 ระบบธรรมาภิบาลของ ส.ส.ท.	3
แผนภาพที่ 2 โครงสร้างการบริหารงานของ ส.ส.ท.	4
แผนภาพที่ 3 รูปแบบการดำเนินงานของ ส.ส.ท.	5
แผนภาพที่ 4 บทวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ชม และทิศทางยุทธศาสตร์เนื้อหา	9
แผนภาพที่ 5 ทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ปี 2568	20
แผนภาพที่ 6 โครงสร้างแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท.ประจำปี 2568	21
แผนภาพที่ 7 แนวคิดการพัฒนาแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท.ประจำปี 2568	22
แผนภาพที่ 8 กระบวนการพัฒนาแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท.ประจำปี 2568	22
แผนภาพที่ 9 โครงสร้างกรอบงบประมาณประจำปี 2568	23
แผนภาพที่ 10 สัดส่วนการจัดสรรงบประมาณตามหมวดหลัก ทิศทางการเปลี่ยนแปลง เปรียบเทียบปี 2567 และเหตุผลสำคัญ	24
แผนภาพที่ 11 จำนวนร้อยละของรูปแบบการเผยแพร่เนื้อหาตามผังโทรทัศน์	27
แผนภาพที่ 12 จำนวนร้อยละของรูปแบบที่มาของเนื้อหา	27
แผนภาพที่ 13 จำนวนร้อยละของรูปแบบการออกแบบเนื้อหา	28
แผนภาพที่ 14 เป้าหมายและผลผลิตของกลุ่มเนื้อหา	31
แผนภาพที่ 15 วาระหลัก ปี 2568	34
แผนภาพที่ 16 กลุ่มเป้าหมายและช่องทางการสื่อสาร	35
แผนภาพที่ 17 ภาพรวมการจัดทำแผนงบประมาณปี 2568	35
แผนภาพที่ 18 ภาพรวมขององค์ประกอบสำคัญในแผนงบประมาณรายจ่าย	36
แผนภาพที่ 19 ความสอดคล้องของแผนงานกับเป้าหมายผลลัพธ์ระดับองค์กร	37
แผนภาพที่ 20 สัดส่วนการจัดสรรงบประมาณในหมวดงบประมาณยุทธศาสตร์แยกตามแผนงาน	37
แผนภาพที่ 21 สัดส่วนการจัดสรรงบประมาณแผนงานสาระเนื้อหา	39
แผนภาพที่ 22 ภาพรวมแผนงานที่ 1 สาระเนื้อหา	39
แผนภาพที่ 23 ภาพรวมแผนงานข่าว (NEWS)	42
แผนภาพที่ 24 ภาพรวมแผนงานการเรียนรู้ (LEARNING)	44
แผนภาพที่ 25 ภาพรวมแผนงานสารคดีและสารประโยชน์ (DOCUMENTARY & FACTUAL)	46
แผนภาพที่ 26 ภาพรวมแผนงานเนื้อหาบันเทิง (ENTERTAINMENT)	48
แผนภาพที่ 27 ภาพรวมแผนงานเนื้อหาพลเมือง (CITIZEN)	51
แผนภาพที่ 28 ภาพรวมแผนงานกลุ่มยุทธศาสตร์เนื้อหา (CONTENT STRATEGY)	52

สารบัญแผนภาพ (ต่อ)

	หน้า
แผนภาพที่ 29 สัดส่วนการจัดสรรงบประมาณแผนงานแพลตฟอร์มและบริการ	53
แผนภาพที่ 30 ภาพรวมแผนงานที่ 2 แพลตฟอร์มและบริการ	57
แผนภาพที่ 31 สัดส่วนการจัดสรรงบประมาณแผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ	58
แผนภาพที่ 32 ภาพรวมแผนงานที่ 3 การมีส่วนร่วมสาธารณะ	61
แผนภาพที่ 33 สัดส่วนการจัดสรรงบประมาณแผนงานการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่	62
แผนภาพที่ 34 ภาพรวมแผนงานที่ 4 การใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่	67
แผนภาพที่ 35 ภาพรวมงบกลาง	67
แผนภาพที่ 36 แนวทางการขอใช้งบประมาณกลาง โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อหารายได้	68
แผนภาพที่ 37 ภาพรวมหมวดงบกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป	68
แผนภาพที่ 38 สัดส่วนการจัดสรรงบกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป	75
แผนภาพที่ 39 สัดส่วนการจัดสรรงบบุคลากร	75
แผนภาพที่ 40 แนวทางการบริหารจัดการของหมวดงบบุคลากร	76
แผนภาพที่ 41 แสดงสัดส่วนที่มาของรายได้	82
แผนภาพที่ 42 แสดงบทวิเคราะห์และแนวทางการดำเนินการในปี 2568 แยกตามแหล่งที่มาของรายได้	83
แผนภาพที่ 43 แผนหารายได้เพิ่มเติม เป้าหมาย 120 ล้านบาท	83
แผนภาพที่ 44 แสดงสัดส่วนการให้น้ำหนักของ 4 มิติ ที่สะท้อนความสำเร็จ	89
แผนภาพที่ 45 Workflow แผนบริหารกิจการและการรายงานผลการดำเนินงาน	105

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ของ ส.ส.ท.	16
ตารางที่ 2 สัดส่วนการเผยแพร่เนื้อหารายการทางโทรทัศน์	31
ตารางที่ 3 สัดส่วนเนื้อหารายการเชิงที่มาของเนื้อหา	32
ตารางที่ 4 สัดส่วนเนื้อหารายการเชิงรูปแบบ	32
ตารางที่ 5 สัดส่วนเนื้อหารายการช่องไทยพีบีเอส (ช่อง 3 HD)	33
ตารางที่ 6 สัดส่วนเนื้อหารายการช่อง ALTV (ช่อง 4)	33
ตารางที่ 7 แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาข่าว	41
ตารางที่ 8 แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาการเรียนรู้	43
ตารางที่ 9 แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาสารคดีและสารประโยชน์	45
ตารางที่ 10 แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาบันเทิง	48
ตารางที่ 11 แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาพลเมือง	50
ตารางที่ 12 แผนงบประมาณกลุ่มยุทธศาสตร์เนื้อหา	51
ตารางที่ 13 แผนงบประมาณแผนงานแพลตฟอร์มและบริการ	56
ตารางที่ 14 แผนงบประมาณแผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ	60
ตารางที่ 15 แผนงบประมาณแผนงานการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่	65
ตารางที่ 16 แผนงบประมาณหมวดกลไกสนับสนุนฯ กลุ่มเทคโนโลยี	71
ตารางที่ 17 แผนงบประมาณหมวดกลไกสนับสนุนฯ กลุ่มงานบริหารทั่วไป	74
ตารางที่ 18 แผนงบประมาณหมวดบุคลากร	77
ตารางที่ 19 กรอบตัวชี้วัดองค์การ 4 มิติ	90
ตารางที่ 20 ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. ปี 2568	92

ส่วนที่ 1

ความเป็นมา วิสัยทัศน์ พันธกิจ

ความเป็นมา วิสัยทัศน์ พันธกิจ

1.1 ความเป็นมา

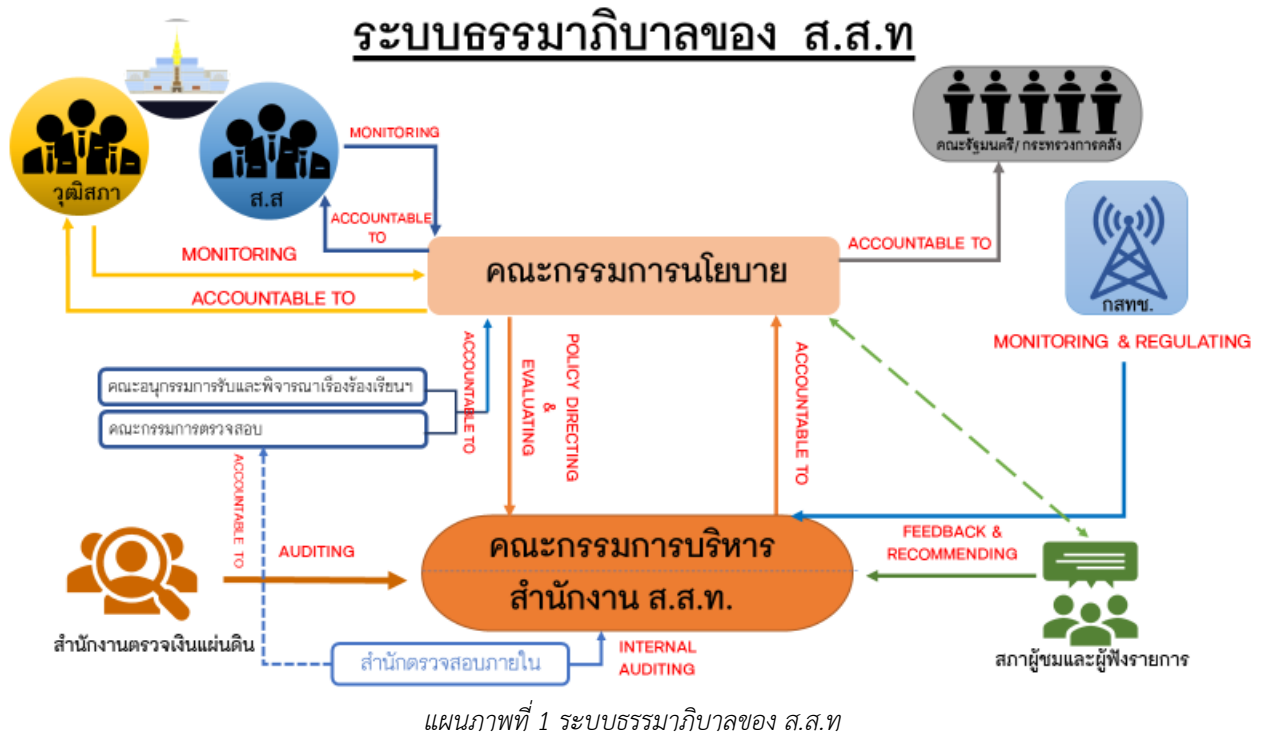
องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (Thai Public Broadcasting Service- Thai PBS) หรือ ส.ส.ท ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2551 ตาม พ.ร.บ. องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 ในฐานะองค์การสื่อสารสาธารณะที่ไม่แสวงผลกำไรแห่งแรกของประเทศไทย เพื่อดำเนินการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่สนับสนุนการพัฒนาสังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรมบนพื้นฐานของความเป็นไทยผ่านทางบริการข่าวสารที่เที่ยงตรง รอบด้าน สมดุล และเชื่อถือตรงต่อจรรยาบรรณ โดยมีคณะกรรมการนโยบายที่ผ่านการสรรหาจากกระบวนการที่เป็นอิสระและโปร่งใส เป็นผู้กำหนดนโยบายและควบคุมการดำเนินงานของผู้ดำเนินการและคณะกรรมการบริหารองค์การฯ ส.ส.ท. มีรายได้จากภาษีสรรพสามิตที่เก็บจากสุราและยาสูบ โดยมีรายได้สูงสุดปีงบประมาณละไม่เกิน 2,000 ล้านบาท

ข้อบังคับด้านจริยธรรมวิชาชีพ

ส.ส.ท. ยึดมั่นจริยธรรมอย่างเคร่งครัดในการทำหน้าที่สื่อสารสาธารณะ ในการปฏิบัติหน้าที่ พนักงานทุกระดับของ ส.ส.ท. ต้องปฏิบัติตามข้อบังคับทางด้านจริยธรรมของวิชาชีพที่ให้ความสำคัญกับความเที่ยงตรง ความเป็นกลาง และความเป็นธรรม ตลอดจนความเป็นอิสระของวิชาชีพและความรับผิดชอบต่อสาธารณชน ข้อบังคับด้านจริยธรรมยังครอบคลุมถึงการเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ความเป็นส่วนตัวและการคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคล ตลอดจนการคุ้มครองเด็กและเยาวชนจากรายการที่แสดงออกถึงความรุนแรง การกระทำการปฏิบัติต่อเหยื่อผู้เคราะห์ร้ายและผู้ที่อยู่ในภาวะเศร้าโศก

"ไทยพีบีเอส" ... จุดเริ่มต้นของสื่อสารสาธารณะแห่งแรกของประเทศไทย มีเป้าหมายที่จะเป็นสถาบันสื่อที่สรรค์สร้างรายการข่าว รายการสารประโยชน์และรายการสาระบันเทิงที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ตามข้อบังคับด้านจริยธรรมขององค์กร โดยยึดถือประโยชน์สาธารณะเป็นที่ตั้ง ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง ทั้งในระดับประเทศและในระดับภูมิภาค ในฐานะสถาบันสื่อมวลชนที่มีคุณภาพและสร้างสรรค์

"ไทยพีบีเอส" ยังมุ่งมั่นจะเป็นสถาบันสื่อที่มีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและโปร่งใส โดยยึดหลักความคุ้มค่าในการใช้จ่ายงบประมาณ สามารถเป็นแบบอย่างให้แก่สถาบันสื่อมวลชนของประเทศไทยได้



1.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ

ไทยพีบีเอส มีหน้าที่หลักดำเนินการสถานีวิทยุ โทรทัศน์ หรือระบบเทคโนโลยีทันสมัยอื่น ผลิตและเผยแพร่สื่อ พัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตอิสระ ร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ผลิตรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ และสร้างความร่วมมือทางวัฒนธรรม โดยมีวิสัยทัศน์และพันธกิจ ดังนี้

วิสัยทัศน์

มุ่งมั่นเป็นสถาบันสื่อสาธารณะ ที่สร้างสรรค์สังคมคุณภาพและคุณธรรม

พันธกิจ

ดำเนินการผลิตรายการ ให้บริการข่าวสาร ความรู้ สารบันเทิง ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ตามข้อบังคับด้านจริยธรรมขององค์กร เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อทุกแขนง โดยยึดถือผลประโยชน์สาธารณะและความคุ้มค่าเป็นสำคัญ

วัตถุประสงค์

1. ส่งเสริมการรับรู้และการมีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมของประชาชน ในการสร้างสังคมประชาธิปไตยที่เป็นธรรม มีความกล้าหาญในการรายงานข่าวสารและเสนอประเด็นโต้เถียง โดยยึดถือประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ

2. เป็นเครื่องมือแห่งการเรียนรู้ เสริมสร้างสติปัญญาและสุขภาวะแก่ประชาชนทุกหมู่เหล่า ทุกระดับอายุ ให้เป็นพลเมืองคุณภาพ
3. สร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นให้เกิดจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับสุนทรียภาพให้กับสังคม
4. ส่งเสริมเอกลักษณ์และความหลากหลายทางวัฒนธรรม เสริมสร้างความสมานฉันท์ในสังคม
5. สะท้อนความหลากหลายของสังคม เป็นพื้นที่ให้แก่กลุ่มผู้ด้อยโอกาสและกลุ่มเฉพาะต่าง ๆ อย่างเหมาะสม ทั้งในระดับชุมชนและระดับชาติ
6. เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่าง ชุมชน ประชาชนและประชาคมโลก

1.3 โครงสร้างการบริหารงาน ส.ส.ท

ส.ส.ท. มีโครงสร้างการบริหารภายใต้คณะกรรมการนโยบายทำหน้าที่กำหนดทิศทางเป้าหมายเชิงนโยบาย คณะกรรมการบริหารจัดการจัดทำแผนงานและดำเนินงานด้านการบริหารกิจการ มีหน่วยงานตามภารกิจหลัก 3 ส่วน



ประกอบด้วย (1) กลุ่มงานด้านผลิตเนื้อหา แพลตฟอร์ม และงานภาคพลเมือง (2) กลุ่มงานสนับสนุนเชิงยุทธศาสตร์ อาทิ งานยุทธศาสตร์ งานวิจัย การตลาด งานหารายได้ และงานภาคีหุ้นส่วน (3) กลุ่มงานสนับสนุนสำนักงาน อาทิ งานทรัพยากรมนุษย์ งานเทคโนโลยีสารสนเทศ และงานบริหารทั่วไป

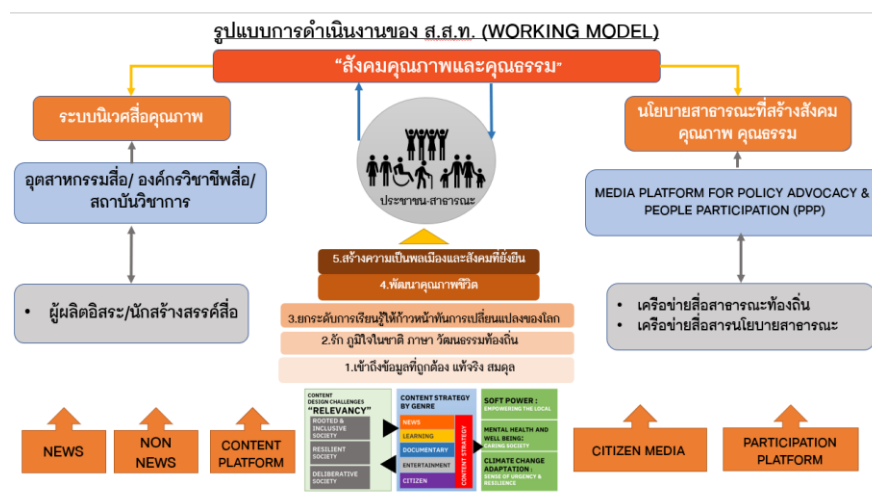
แผนภาพที่ 2 โครงสร้างการบริหารงานของ ส.ส.ท.

1.4 รูปแบบการดำเนินงานของ ส.ส.ท. (Working Model)

รูปแบบการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ดำเนินงานภายใต้ พ.ร.บ. องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 มีหน้าที่สำคัญคือ 1) เข้าถึงข้อมูลที่ต้องการ แท้จริง สมดุล 2) รักและภูมิใจในชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น 3) ยกย่องการเรียนรู้ให้ก้าวหน้าทันการเปลี่ยนแปลงของโลก 4) พัฒนาคุณภาพชีวิต 5) สร้างความเป็นพลเมืองและสังคมที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นเพื่อให้เกิดการพัฒนา 2 ส่วน คือ

1. ระบบนิเวศสื่อคุณภาพ: เพื่อสร้างอุตสาหกรรมสื่อ สร้างความร่วมมือกับองค์กรวิชาชีพสื่อ สถาบันวิชาการ และสนับสนุนผู้ผลิตอิสระ นักสร้างสรรค์สื่อ ด้วยการนำเสนอผ่านเนื้อหาารูปแบบข่าว รายการสารประโยชน์สาธารณะทั้งทางโทรทัศน์และช่องทางออนไลน์

2. นโยบายสาธารณะที่สร้างสังคมคุณภาพ คุณธรรม: จัดทำแพลตฟอร์มสื่อ (Media Platform) เพื่อสนับสนุนนโยบายและการมีส่วนร่วมของประชาชน เครือข่ายสื่อสาธารณะท้องถิ่น และเครือข่ายสื่อสารนโยบายสาธารณะ ด้วยการนำเสนอผ่านเนื้อหาทางด้านสื่อภาคพลเมือง และแพลตฟอร์มการมีส่วนร่วม



แผนภาพที่ 3 รูปแบบการดำเนินงานของ ส.ส.ท.

ส่วนที่ 2

บทวิเคราะห์สถานการณ์

2.1 สื่อสาธารณะในยุคดิจิทัล

อุตสาหกรรมสื่อในประเทศไทยกำลังเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อครั้งใหญ่ อันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ที่ทำให้พฤติกรรมของผู้รับข่าวสารในยุคดิจิทัลเปลี่ยนแปลงไปด้วยนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่าง AI และการปฏิวัติข้อมูลทางสังคม (Social Data Revolution) ที่พลิกโฉมอุตสาหกรรมสื่อไปอย่างคาดไม่ถึง สื่อสาธารณะในยุคดิจิทัลควรปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการและความเปลี่ยนแปลงของสังคมที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยมีทิศทางดังนี้

1. การเข้าถึงข้อมูลที่เปิดกว้างและเป็นธรรม สื่อสาธารณะในยุคดิจิทัลควรเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและเนื้อหาที่มีคุณภาพได้อย่างเท่าเทียม ไม่ว่าจะผ่านช่องทางออนไลน์หรือออฟไลน์ ควรส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่ทำให้คนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมเข้าถึงข้อมูลได้โดยไม่มีอุปสรรค ซึ่งจะช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางด้านข้อมูลข่าวสาร อันจะส่งผลให้เกิดความเท่าเทียมทางสังคมและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

2. เนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ สื่อสาธารณะในยุคดิจิทัลควรมุ่งเน้นการนำเสนอเนื้อหาที่มีคุณภาพให้ข้อมูลที่ถูกต้อง แม่นยำและทันสมัย ไม่ว่าจะเป็นข่าวสาร การศึกษา วัฒนธรรม หรือข้อมูลเพื่อการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

3. การสร้างความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ ในยุคที่ข้อมูลข่าวสารสามารถถูกเผยแพร่ได้ง่าย การรายงานข่าวที่โปร่งใส เป็นกลาง และตรวจสอบได้เป็นสิ่งสำคัญ สื่อสาธารณะควรเป็นตัวอย่างของการสื่อสารที่มีจริยธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม และได้รับการยอมรับในด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารที่ไม่โอนเอียงหรือแอบอิงผลประโยชน์ทับซ้อนเชิงธุรกิจ

4. การสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมในการสร้างและวิพากษ์วิจารณ์เนื้อหา สื่อสาธารณะควรเปิดรับความคิดเห็นและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมอย่างสร้างสรรค์ และใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมการสร้างสรรคเนื้อหาในรูปแบบ User-generated content (UGC) ผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างเปิดกว้างและเป็นประชาธิปไตย เพื่อส่งเสริมการสร้างสังคมประชาธิปไตยตามแนวคิด Deliberative Democracy

5. การส่งเสริมความหลากหลายทางความคิดเห็นและวัฒนธรรม สื่อสาธารณะควรเปิดโอกาสให้เสียงจากทุกภาคส่วนของสังคมถูกนำเสนออย่างเป็นธรรม ส่งเสริมความหลากหลายทางความคิดเห็น และเคารพในวัฒนธรรมที่หลากหลาย เพื่อสร้างความเข้าใจและความสมานฉันท์ในสังคม

6. การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อการสื่อสาร สื่อสาธารณะควรปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น AI บริการสตรีมมิ่ง โซเชียลมีเดีย หรือแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น ๆ เพื่อขยายการเข้าถึงผู้ชมและสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจมากขึ้น เป็นผู้นำในการใช้นวัตกรรมการนำเสนอข่าวสารกับผู้ชมอย่างเท่าเทียมในทุกภาคส่วนเพื่อลดความเหลื่อมล้ำในการรับรู้ของสังคม

7. การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว เมื่อสื่อสารผ่านระบบดิจิทัล สื่อสาธารณะต้องให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลผู้ใช้ และปกป้องความเป็นส่วนตัว เพื่อสร้างความไว้วางใจในแพลตฟอร์ม และเป็นแบบอย่างให้กับสื่ออื่นในด้านสิทธิส่วนบุคคล

สื่อสาธารณะในยุคดิจิทัลจึงควรเป็นเครื่องมือที่ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจแก่สาธารณะในทุกมิติ ขณะเดียวกันต้องพร้อมที่จะปรับตัวกับเทคโนโลยีและแนวโน้มใหม่ ๆ ของโลก และเป็นแบบอย่างให้กับสื่ออื่น ๆ ได้รับการยอมรับทั้งในด้านความเชื่อถือ เป็นที่พึ่งพา และเป็นผู้นำในด้านนวัตกรรมสื่อเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคมให้ก้าวเข้าสู่สังคมคุณภาพและคุณธรรมที่สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับภูมิทัศน์สื่อและความต้องการของผู้ชมอยู่ตลอดเวลา

2.2 แนวทางอุตสาหกรรมสื่อ

ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อที่ทำให้ผู้ผลิตสื่อในอุตสาหกรรมต้องปรับตัวตามพฤติกรรมผู้ชมที่เปลี่ยนแปลง สามารถสรุปทิศทางภาพรวมของอุตสาหกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ชมรวมถึงทิศทางยุทธศาสตร์เนื้อหาที่วางแผนจะดำเนินการได้ดังนี้

บทวิเคราะห์ตลาดและพฤติกรรมผู้ชม KEY FINDINGS & INSIGHTS	ทิศทางยุทธศาสตร์เนื้อหาที่วางแผนจะดำเนินการ
TV & CONTENT CONSUMPTION: INCREASING TOWARD ON-DEMAND	VoD-FIRST INVESTMENT
SPECIFIC FOCUS [AUDIENCE BEHAVIOUR] FOR LINEAR & LIVE TV	LIVE NEWS/ SPORTS/ NATIONAL CEREMONIES & EVENTS INCREASE
NATIONAL BROADCASTERS' STRUGGLE [FROM ADVERTISING DECREASE]	PUBLIC OTT ADVOCATE
QUALITY LOCAL CONTENT MARKET'S DEMAND GROWTH	ORIGINAL THAIS ALLIANCE GO GLOBAL
IMBALANCE OF CONTENT [FOR PUBLIC: LEARNING/ LOCAL/ NICHE GROUP]	MARKET FAILURE'S [PBS ROLE] PROACTIVE PR & BRANDING

แผนภาพที่ 4 บทวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ชมและทิศทางยุทธศาสตร์เนื้อหา

2.2.1 TV & CONTENT CONSUMPTION: INCREASING TOWARD ON-DEMAND

สถานการณ์การบริโภคสื่อโทรทัศน์และเนื้อหาต่าง ๆ ของผู้รับชมที่เปลี่ยนแปลงไปเป็น “การบริโภคเนื้อหาตามความต้องการ” (On-Demand Content Consumption) ที่เพิ่มสูงขึ้น โดยได้รับแรงผลักดันจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค และรูปแบบธุรกิจของอุตสาหกรรมสื่อ โดยมีปัจจัยสำคัญดังนี้

(1) **การเปลี่ยนจาก Traditional TV สู่ On-Demand** ผู้ชมเปลี่ยนแปลงจากการรับชมโทรทัศน์ในรูปแบบดั้งเดิม (Broadcast, scheduled programming) ไปสู่การรับชมเนื้อหาแบบ On-Demand ผ่านแพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง เช่น Netflix Disney+ Amazon Prime และ YouTube มากขึ้น เนื่องจากผู้ชมสามารถเลือกดูเนื้อหาที่ต้องการได้ทุกที่ทุกเวลา มีเนื้อหาให้เลือกชมหลากหลายมากกว่าสื่อโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ ซีรีส์ สารคดี หรือเนื้อหาที่ผู้สร้างอิสระ (UGC) ผลิตขึ้นมาเอง รวมถึงอินเทอร์เน็ตที่ใช้งานง่าย สะดวกมากขึ้น มีการแนะนำเนื้อหาตามความชอบส่วนบุคคล (personalized recommendations) ซึ่งช่วยให้ผู้ชมมีประสบการณ์ในการเลือกและรับชมเนื้อหาที่ดีขึ้นด้วย

(2) **ปัจจัยทางเทคโนโลยี** การขยายตัวของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่ครอบคลุมทุกภูมิภาคและมีค่าใช้จ่ายที่ถูกลง ทำให้ผู้บริโภคสามารถสตรีมวิดีโอคุณภาพสูงได้สะดวกยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลให้การบริโภคเนื้อหา On-Demand เพิ่มขึ้นตามไปด้วย โดยในปัจจุบันการใช้สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตกลายเป็นช่องทางหลักในการรับชมเนื้อหาได้ทุกที่และทุกเวลา ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาโทรทัศน์เครื่องใหญ่เหมือนในอดีต

(3) **การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้ผลิตและผู้บริโภค** เช่น การดูเนื้อหาหลายตอนหรือหลายชั่วโมงในคราวเดียว (Binge-Watching) กลายเป็นพฤติกรรมที่พบเห็นได้บ่อยในผู้บริโภคเนื้อหา On-Demand ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่เคยเกิดขึ้นในยุคของโทรทัศน์ดั้งเดิมที่ผู้ชมต้องเฝ้ารอตอนใหม่ออกอากาศตามผังรายการที่กำหนดไว้ ในขณะที่ผู้ผลิตรายการออนไลน์เริ่มเน้นไปที่การผลิตคอนเทนต์ที่เจาะกลุ่มเฉพาะ (niche) มากขึ้น เนื่องจากความหลากหลายของผู้ชมทางออนไลน์ ทำให้เนื้อหารายการแบบ On-Demand ไม่ถูกจำกัดด้วยกรอบเวลาหรือข้อจำกัดการออกอากาศอื่น ๆ

ความท้าทายและโอกาสของ ส.ส.ท. รวมถึงทิศทางการยุทธศาสตร์ที่ดำเนินการ

ผู้ชมทางหน้าจอโทรทัศน์มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่ในความเป็นจริงผู้ชมนั้นไม่ได้ลดลง เพียงแต่ผู้ชมหันไปรับชมเนื้อหารายการผ่านช่องทางอื่น โดยเฉพาะในรูปแบบ On-Demand ส.ส.ท. จึงต้องให้ความสำคัญกับการเสนอรายการผ่านแพลตฟอร์ม On-Demand รวมถึงให้ความสำคัญกับ Original Content ในรูปแบบ Online First มากขึ้น เพื่อดึงดูดผู้ชมและสร้างความแตกต่างจากสื่อเชิงพาณิชย์อื่น ๆ

2.2.2 SPECIFIC FOCUS [AUDIENCE BEHAVIOR] FOR LINEAR & LIVE TV

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ชม (Audience Behavior) สำหรับการรับชมโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และการรับชมถ่ายทอดสด (Live TV) มีความแตกต่างและความเฉพาะเจาะจงที่แตกต่างกันไป โดยต้องพิจารณาจากรูปแบบการบริโภคของผู้ชม พฤติกรรมการรับชม และปัจจัยที่ทำให้ผู้ชมเลือกเนื้อหาที่จะดู ดังนี้

(1) **Linear TV** หมายถึงการรับชมโทรทัศน์ตามตารางการออกอากาศที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ซึ่งเป็นวิธีการรับชมเนื้อหาแบบดั้งเดิมที่เคยได้รับความนิยมมาก่อนยุคการสตรีมมิ่ง พฤติกรรมผู้ชมที่ยังคงเลือกรับชม Linear TV มักมีลักษณะเฉพาะ ดังนี้

พฤติกรรมการรับชมเป็นกิจวัตร (Routine-Based Viewing): ผู้ชมส่วนใหญ่ที่รับชมโทรทัศน์ตามตารางเวลามักจะมีรูปแบบการรับชมที่เป็นกิจวัตรประจำวัน เช่น การดูข่าวในตอนเช้าหรือละครช่วงเย็น ซึ่งเป็นการวางแผนการดูโทรทัศน์ล่วงหน้าตามพฤติกรรมคุ้นชิน

การรับชมแบบ Passive: ผู้ชม Linear TV มักดูเนื้อหาที่ออกอากาศตามลำดับที่ช่องกำหนดไว้โดยไม่มีตัวเลือกในการเลือกช่วงเวลาหรือเนื้อหาที่เฉพาะเจาะจง การรับชมจึงอาจไม่เป็นเชิงโต้ตอบเหมือนกับแพลตฟอร์ม On-Demand

การรับชมกับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน (Group Viewing): Linear TV มักจะเป็นกิจกรรมที่รับชมร่วมกันในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน โดยเฉพาะรายการบันเทิง ละคร หรือรายการแข่งขันกีฬา ซึ่งเป็นโอกาสให้เกิดการสนทนาหรือปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน

ความภักดีต่อช่องและรายการ (Channel/Program Loyalty): ผู้ชมบางกลุ่มยังคงภักดีต่อช่องรายการหรือรายการโทรทัศน์ที่ชื่นชอบเป็นพิเศษและติดตามเนื้อหาในช่องเหล่านั้นอย่างต่อเนื่อง เช่น ผู้ชมที่ติดตามละครเรื่องโปรดทุกสัปดาห์ รายการวาไรตี้ที่ออกอากาศต่อเนื่องนานนับสิบปี หรือผู้ชมที่ดูข่าวจากช่องเดียวเสมอ

การรับชมเนื้อหาท้องถิ่นหรือเนื้อหาที่เฉพาะเจาะจงทางภูมิภาค (Local/Regional Content): Linear TV ยังคงเป็นแหล่งสำคัญสำหรับเนื้อหาท้องถิ่น เช่น ข่าวท้องถิ่นหรือรายการวาไรตี้ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ซึ่งอาจไม่มีในแพลตฟอร์ม On-Demand

(2) Live TV คือการรับชมเหตุการณ์หรือรายการที่กำลังเกิดขึ้นในขณะนั้น เช่น การแข่งขันกีฬา รายการวาไรตี้สด หรือข่าวด่วน รวมถึงวิกฤติการณ์ทางสังคม พฤติกรรมของผู้ชม Live TV มักมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจาก Linear TV เนื่องจากเนื้อหามีความเฉพาะเจาะจงและขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นจริง

การเน้นเหตุการณ์ตามเวลาจริง (Real-Time Event-Driven Viewing): ผู้ชม Live TV มักเน้นการรับชมเนื้อหาที่เกิดขึ้นในเวลาจริง เช่น การแข่งขันกีฬา การประกาศรางวัล การประกวดร้องเพลงแข่งขัน หรือการรายงานข่าวด่วน ทำให้พวกเขามีความผูกพันกับเนื้อหามากขึ้น เพราะเป็นสิ่งที่ไม่สามารถเลื่อนดูย้อนหลังได้ในบางกรณี

ความรู้สึกร่วมกับสังคม (Social Engagement & FOMO): การรับชมรายการสดสร้างความรู้สึกของการมีส่วนร่วมกับเหตุการณ์และผู้ชมบางกลุ่มอาจรับชมเนื่องจากความรู้สึกกลัวตกกระแสหรือตกเทรนด์ (Fear of Missing Out - FOMO) เนื่องจากเนื้อหาเหล่านี้มักเป็นหัวข้อที่ถูกพูดถึงในสังคม เช่น การแข่งขันฟุตบอล การเฉลยตัวตนของ The Mask Singer หรือการประกาศผลรางวัลใหญ่ เช่น ออสการ์

พฤติกรรมการสื่อสารระหว่างการรับชม (Simultaneous Interaction): ขณะรับชมรายการสด ผู้ชมมักมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียหรือการแชทระหว่างที่รายการกำลังออกอากาศ เช่น การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการแข่งกีฬา หรือการแชร์ความรู้สึกทันทีขณะรับชมรายการประกาศรางวัล

ความสำคัญของเนื้อหาที่ไม่สามารถพลาดได้ (Must-Watch Content): เนื้อหาบางประเภทที่ถูกถ่ายทอดสด เช่น การแข่งขันกีฬาระดับชาติ หรือการประกาศผลรางวัลที่สำคัญ มักถูกมองว่าเป็นสิ่งที่ผู้ชมไม่อยากพลาด ทำให้การรับชม Live TV ยังมีบทบาทสำคัญในสถานการณ์ที่ต้องการความสดใหม่และทันเวลา

การดึงดูดผู้ชมแบบ Multi-Screen: การรับชม Live TV มักมาพร้อมกับการใช้งานหลายหน้าจอ (Multi-Screen Viewing) โดยผู้ชมมักดูเนื้อหาไปพร้อมกับการใช้สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตเพื่อติดตามข้อมูลเพิ่มเติมหรือโต้ตอบกับคนอื่น ๆ บนโซเชียลมีเดีย

ความท้าทายและโอกาสของ ส.ส.ท. รวมถึงทิศทางการยุทธศาสตร์ที่ดำเนินการ

ทั้ง Linear TV และ Live TV ต่างก็มีความสำคัญในแง่มุมต่าง ๆ โดย Linear TV ยังคงมีบทบาทสำคัญในกลุ่มผู้ชมที่ชอบการรับชมเนื้อหาตามตารางที่กำหนดและเนื้อหาท้องถิ่น ขณะที่ Live TV มีความสำคัญในด้านการสร้างประสบการณ์ที่เฉพาะเจาะจงต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในเวลาจริง โดยทั้งสองรูปแบบมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น การใช้โซเชียลมีเดียในการโต้ตอบหรือการเชื่อมต่อกับแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งในปัจจุบัน ผู้ชมทางหน้าจอโทรทัศน์เริ่มให้ความสำคัญกับ Live TV โดยดูได้จากปริมาณผู้ชม Live TV ที่มีสัดส่วนสูงขึ้นจากรายการข่าวและรายการสดต่าง ๆ ส.ส.ท. จึงควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอรายการในรูปแบบ Live TV มากขึ้น ไม่เฉพาะทางหน้าจอเท่านั้น แต่รวมถึงทางช่องทางออนไลน์ด้วย

2.2.3 NATIONAL BROADCASTERS' STRUGGLE

สถานีโทรทัศน์ระดับชาติ (National Broadcasters) ทั่วโลก กำลังเผชิญกับความท้าทายจาก **การลดลงของรายได้จากการโฆษณา (Advertising Decrease)** ซึ่งส่งผลกระทบอย่างมากต่อธุรกิจสื่อดั้งเดิมที่เคยพึ่งพารายได้หลักจากการขายโฆษณาทางโทรทัศน์ โดยมีปัจจัยสำคัญดังนี้

(1) **การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อ** การลดลงของรายได้จากโฆษณาสำหรับสถานีโทรทัศน์เกิดขึ้นพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่หันมารับชมแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งและ On-Demand มากขึ้น ส่งผลให้การรับชมโทรทัศน์แบบดั้งเดิมมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง

(2) **การย้ายงบประมาณสู่แพลตฟอร์มดิจิทัล** งบประมาณถูกย้ายจากสื่อโทรทัศน์ไปสู่แพลตฟอร์มดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย ซึ่งมีศักยภาพในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ (Targeted Advertising) และการวัดผลที่แม่นยำกว่า (Better Metrics & Analytics) และยังสามารถวัดผลได้ทันทีแบบ Real Time ผ่านการติดตามพฤติกรรมของผู้ใช้

(3) **การแข่งขันจากแพลตฟอร์มโฆษณาออนไลน์** แพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น Facebook YouTube และ TikTok ได้กลายเป็นแพลตฟอร์มโฆษณาที่มีประสิทธิภาพและมีราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับการโฆษณาทางหน้าจอโทรทัศน์ เนื่องจากต้นทุนที่ต่ำและกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ ทำให้ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ผ่านการโฆษณาแบบออนไลน์และมีศักยภาพในการเข้าถึงผู้ชมอายุน้อย (Younger Audience) เนื่องจากกลุ่มผู้ชมอายุน้อยที่เป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของแบรนด์ส่วนใหญ่มักจะใช้เวลาในการดูเนื้อหาบนแพลตฟอร์มออนไลน์มากกว่ารับชมทางหน้าจอโทรทัศน์

ความท้าทายและโอกาสของ ส.ส.ท. รวมถึงทิศทางยุทธศาสตร์ที่ดำเนินการ

การลดลงของรายได้จากโฆษณาสำหรับสถานีโทรทัศน์ระดับชาติเกิดจากหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้ชมและการเติบโตของแพลตฟอร์มดิจิทัล สถานีโทรทัศน์จำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับความเป็นจริงใหม่นี้ โดยการลงทุนในแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น **การสร้างแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งของตัวเอง**: สถานีโทรทัศน์หลายแห่งเริ่มลงทุนในการสร้างแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งหรือบริการ On-Demand ของตนเองเพื่อรักษาฐานผู้ชม เช่น เช่น BBC iPlayer NBC's Peacock พร้อมกับผลักดันและยกระดับบริการ On-Demand ให้ได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

2.2.4 QUALITY LOCAL CONTENT MARKET'S DEMAND GROWTH

ความต้องการในตลาดเนื้อหาท้องถิ่นคุณภาพ (Quality Local Content Market's Demand Growth) กำลังเพิ่มสูงขึ้นทั่วโลก ซึ่งสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้ชม การขยายตัวของแพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง และความสำคัญของการเชื่อมต่อกับวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

(1) **การเพิ่มขึ้นของแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งและ On-Demand** แพลตฟอร์มสตรีมมิ่งระดับโลก เช่น Netflix Amazon Prime Disney+ และ HBO Max กำลังขยายกิจการเข้าสู่ตลาดท้องถิ่นในหลายพื้นที่ทั่วโลก ส่งผลให้ความต้องการผลิตเนื้อหาท้องถิ่นคุณภาพสูง (Quality Local Content) เพิ่มขึ้น เนื่องจากแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งจำเป็นต้องสร้างความเชื่อมโยงกับผู้ชมท้องถิ่นโดยการเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัฒนธรรม ภาษา และประเพณีของพื้นที่นั้น ๆ ดังนั้นการผลิตและจัดจำหน่ายเนื้อหาท้องถิ่นจึงกลายเป็นกลยุทธ์สำคัญในการดึงดูดผู้ชม และยังสามารถ

นำไปเผยแพร่ในตลาดโลกได้อีกด้วย ยกตัวอย่างเช่น ซีรีส์เกาหลี อินเดีย หรือซีรีส์วายไทยที่ได้รับความนิยมในระดับสากล

(2) ความต้องการของผู้ชมที่เปลี่ยนไป ผู้ชมในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะให้ความสนใจกับเนื้อหาที่สะท้อนวิถีชีวิต วัฒนธรรมและเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับชุมชนท้องถิ่นมากขึ้น ซึ่งเนื้อหาท้องถิ่นมักจะนำเสนอเรื่องราวที่ผู้ชมสามารถเชื่อมโยงกับตนเองได้ เช่น การสะท้อนวิถีชีวิตท้องถิ่น การเล่าเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประเพณี วัฒนธรรม หรือเหตุการณ์สำคัญของชุมชนพื้นถิ่น เป็นต้น

(3) การสนับสนุนจากรัฐบาลและหน่วยงานในประเทศ หลายประเทศเริ่มให้การสนับสนุนการผลิตเนื้อหาท้องถิ่นคุณภาพเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมสื่อและวัฒนธรรมของตนเอง (Soft Power) ผ่านนโยบายลดภาษี หรือให้ทุนสนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ ซีรีส์ หรือวาไรตี้คอนเทนต์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่และส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในเกาหลีใต้ที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลและกองทุนทางวัฒนธรรม

(4) โอกาสในตลาดโลก (Global Opportunities) เนื้อหาท้องถิ่นที่มีคุณภาพสูงสามารถประสบความสำเร็จและได้รับความนิยมในตลาดต่างประเทศได้ ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญในการขยายฐานผู้ชมและเป็นช่องทางในการสร้างรายได้เพิ่มขึ้น ในปัจจุบันผู้ชมทั่วโลกเริ่มมีความสนใจในเนื้อหาที่มาจากประเทศและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันมากขึ้น เนื่องจากการเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้สัมผัสกับประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่หาชมไม่ได้จากสื่อหลักในอดีต

(5) การแข่งขันและการปรับตัวของสถานีโทรทัศน์และแพลตฟอร์มท้องถิ่น สถานีโทรทัศน์และแพลตฟอร์มท้องถิ่นต้องปรับตัวเพื่อแข่งขันกับแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งระดับโลกที่เข้ามาแย่งส่วนแบ่งการรับชม โดยเพิ่มการผลิตเนื้อหาท้องถิ่นที่มีคุณภาพสูงขึ้น ซึ่งสถานีโทรทัศน์และแพลตฟอร์มท้องถิ่นสามารถสร้างความแตกต่างจากแพลตฟอร์มระดับโลกได้โดยการเน้นเนื้อหาที่มีความเฉพาะเจาะจงกับวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับผู้ผลิตหรือแพลตฟอร์มระดับโลกในการร่วมผลิตหรือจัดจำหน่ายเนื้อหาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มโอกาสการเผยแพร่เนื้อหารายการสู่ตลาดโลกมากขึ้น

ความท้าทายและโอกาสของ ส.ส.ท. รวมถึงทิศทางการยุทธศาสตร์ที่ดำเนินการ

การเติบโตของความต้องการในตลาดเนื้อหาท้องถิ่นคุณภาพสูง (Quality Local Content) เกิดจากการผสมผสานของหลายปัจจัย ทั้งการขยายตัวของแพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้ชม และการสนับสนุนจากรัฐบาลในหลายประเทศ เนื้อหาท้องถิ่นที่มีคุณภาพสามารถสร้างความเชื่อมโยงกับผู้ชมได้ดี และมีโอกาสที่จะเติบโตในตลาดโลกทั้งในแง่ของการเผยแพร่วัฒนธรรม (Soft Power) และการสร้างรายได้ในรูปแบบทรัพย์สินทางปัญญากลับคืนสู่องค์กร

2.2.5 IMBALANCE OF CONTENT

ความไม่สมดุลของสัดส่วนรายการที่ถูกผลิตออกสู่ประชาชน โดยเฉพาะการขาดแคลนรายการด้านการเรียนรู้ (Learning) เนื้อหาท้องถิ่น (Local) และกลุ่มเฉพาะ (Niche Group) สะท้อนถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการกระจายเนื้อหาอย่างไม่สมดุลในแพลตฟอร์มสื่อสมัยใหม่ ซึ่งสามารถอธิบายได้ตามหัวข้อต่อไปนี้

(1) เนื้อหาสำหรับการเรียนรู้ (Learning Content) ในยุคที่ผู้บริโภคเข้าถึงเนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งและโซเชียลมีเดีย ข้อมูลและสื่อการเรียนรู้ที่มีประโยชน์อาจถูกบดบังจากเนื้อหาที่เน้นบันเทิงที่ได้รับความนิยมและเข้าถึงผู้ชมในวงกว้างมากกว่า ในขณะที่รายการด้านการศึกษาเรียนรู้ถูกมองว่ามีต้นทุนการผลิตสูงแต่ให้ผลตอบแทนต่ำ ไม่เหมาะแก่การลงทุนเพื่อหวังผลกำไร จึงส่งผลให้เกิดความไม่สมดุลในด้านสัดส่วนเนื้อหาการเรียนรู้กับรายการบันเทิง นอกจากนี้ ในบางกรณีเนื้อหาการเรียนรู้ที่มีคุณภาพสูง เช่น สารคดีระดับโลกอาจต้องเสียเงินค่าสมาชิกเพื่อการเข้าถึงผ่านระบบสตรีมมิ่งหรือเคเบิลทีวี กลายเป็นความเหลื่อมล้ำซึ่งทำให้ผู้ชมที่ด้อยโอกาสไม่สามารถเข้าถึงได้

(2) เนื้อหาท้องถิ่น (Local Content) หมายถึง การขาดแคลนเนื้อหารายการที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ประเพณี และเรื่องราวของชุมชนในพื้นที่เฉพาะ เมื่อเทียบกับรายการที่ผลิตสำหรับกลุ่มเป้าหมายระดับสากล เช่น ภาพยนตร์และซีรีส์จากฮอลลีวูด ละครหรือรายการบันเทิงวาไรตี้ที่ได้รับความนิยมในวงกว้างมากกว่า นอกจากนี้ เนื้อหาท้องถิ่นที่มีคุณภาพมักต้องใช้งบประมาณในการผลิตสูง แต่การผลิตเนื้อหาดังกล่าวมักไม่ได้รับการสนับสนุนเพียงพอจากทั้งภาครัฐและเอกชน และยังไม่ได้รับการโปรโมทหรือสนับสนุนจากแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งระดับโลกเท่าที่ควรด้วย

(3) เนื้อหาสำหรับกลุ่มเฉพาะ (Niche Group Content) หรือกลุ่มที่มีความสนใจพิเศษ เช่น กลุ่มวัฒนธรรมย่อย (Subculture) กลุ่มอาชีพเฉพาะ หรือกลุ่มที่มีความชอบในด้านเฉพาะทาง เช่น การ์ตูน อนิเมะ หรือสารคดีเชิงลึก มักจะเผชิญปัญหาขาดแคลนเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชม เนื่องจากแพลตฟอร์มสื่อส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่การผลิตหรือจัดจำหน่ายเนื้อหาที่สามารถดึงดูดกลุ่มผู้ชมในวงกว้างหรือคนส่วนใหญ่ เนื่องจากสามารถสร้างรายได้มากกว่าเนื้อหาสำหรับกลุ่มเฉพาะ ทำให้เนื้อหาสำหรับ Niche Group มักได้รับงบประมาณน้อยหรือถูกละเลย และยังประสบปัญหาในการหาทุนหรือสนับสนุนจากผู้โฆษณา เนื่องจากผู้โฆษณามักมองหาช่องทางที่เข้าถึงคนกลุ่มใหญ่มากกว่า

(4) ผลกระทบต่อภาคประชาชน ความไม่สมดุลของเนื้อหารายการทำให้ผู้ชมอาจพลาดโอกาสในการเข้าถึงเนื้อหาที่เป็นประโยชน์และมีคุณค่าในระดับท้องถิ่นหรือเชิงลึก ไม่ได้รับข้อมูลหรือความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น หรือหัวข้อที่เกี่ยวกับกลุ่มเฉพาะที่พวกเขาสนใจ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนทางวัฒนธรรม และอาจเกิดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงข้อมูล ทำให้กลุ่มคนบางกลุ่มถูกทิ้งไว้ข้างหลังในแง่ของการพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็น

ความท้าทายและโอกาสของ ส.ส.ท. รวมถึงทิศทางการยุทธศาสตร์ที่ดำเนินการ

Imbalance of Content เป็นปัญหาที่เกิดจากการกระจายเนื้อหาอย่างไม่สมดุลในสื่อสมัยใหม่ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการเรียนรู้ วัฒนธรรมท้องถิ่น และความสนใจของกลุ่มเฉพาะ การแก้ไขปัญหานี้ต้องอาศัยการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและเอกชนในการผลิตและส่งเสริมเนื้อหาที่มีคุณภาพในทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาการเรียนรู้ เนื้อหาท้องถิ่น หรือเนื้อหาสำหรับกลุ่มเฉพาะ เพื่อสร้างสังคมที่มีความหลากหลายและเท่าเทียมในการเข้าถึงข้อมูลและความรู้ ส.ส.ท. ในฐานะองค์กรสื่อสารสาธารณะที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลสามารถเข้ามามีบทบาทในส่วนนี้ เพื่อสร้างประเทศไทยให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้และลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงข้อมูลตามเจตนารมณ์ขององค์กร

2.3 การขับเคลื่อนสภาพแวดล้อมภายใน ภายนอก

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน (SWOT) ของ ส.ส.ท. หรือ ไทยพีบีเอส ในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ยุคดิจิทัล สามารถแยกออกเป็น 4 ส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการปรับตัวและการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล ดังนี้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ของ ส.ส.ท.

Strengths (จุดแข็ง)	Weaknesses (จุดอ่อน)
1. ความน่าเชื่อถือในฐานะสื่อสาธารณะ: ไทยพีบีเอสได้รับการยอมรับในด้านการนำเสนอข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นกลาง ทำให้สามารถสร้างความไว้วางใจจากผู้ชมได้สูงกว่าเมื่อเทียบกับสื่อดิจิทัลอื่น ๆ 2. ฐานข้อมูลเนื้อหาสาระที่มีคุณค่า: ไทยพีบีเอสมีคลังเนื้อหาที่มีคุณภาพ ทั้งในด้านสารคดี การศึกษา และเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสังคม ซึ่งสามารถนำมาปรับในแพลตฟอร์มดิจิทัลในรูปแบบ Omni Channel ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3. ความพร้อมในโครงสร้างพื้นฐาน: ไทยพีบีเอสมีโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีที่พร้อมสำหรับการปรับตัวสู่แพลตฟอร์มดิจิทัล	1. การเข้าถึงกลุ่มผู้ชมรุ่นใหม่: เนื้อหาของไทยพีบีเอสมักเน้นเนื้อหาสาระ ซึ่งอาจไม่ตรงใจกลุ่มผู้ชมรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมการบริโภคสื่อที่เน้นความรวดเร็ว บันเทิง 2. การปรับตัวของบุคลากร: บุคลากรในองค์กรส่วนหนึ่งอาจยังขาดทักษะและความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ ๆ ส่งผลให้กระบวนการปรับตัวเข้าสู่แพลตฟอร์มดิจิทัลช้ากว่าที่ควรเป็น 3. ข้อจำกัดด้านการตลาดและการลงทุน: ในการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัล ไทยพีบีเอสอาจประสบกับข้อจำกัดด้านการลงทุนหรือการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เนื่องจากเป็นสื่อสาธารณะที่ต้องการความโปร่งใสและควบคุมการใช้งบประมาณอย่างรัดกุม

ทั้งระบบการผลิต การแพร่ภาพกระจายเสียงและภาพผ่านช่องทางออนไลน์ 4. บทบาทเชิงสังคม: ไทยพีบีเอสมีความรับผิดชอบในการเผยแพร่ข้อมูลที่ส่งเสริมความเข้าใจและพัฒนาสังคม ซึ่งเป็นจุดแข็งที่สร้างความต่างจากสื่ออื่นในยุคดิจิทัล	4. การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม: เมื่อเปลี่ยนเข้าสู่แพลตฟอร์มดิจิทัล ไทยพีบีเอสต้องแข่งขันกับสื่อออนไลน์อื่น ๆ ซึ่งมีทรัพยากรและความสามารถในการสร้างเนื้อหาที่น่าดึงดูดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า
Opportunities (โอกาส) 1. การขยายฐานผู้ชมผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล: เทคโนโลยีดิจิทัลเปิดโอกาสให้ไทยพีบีเอสสามารถเข้าถึงผู้ชมในวงกว้างทั้งในและต่างประเทศ ไม่จำกัดเฉพาะผู้ชมที่ดูผ่านหน้าจอโทรทัศน์ 2. การใช้โซเชียลมีเดียในการสร้างการมีส่วนร่วม: ไทยพีบีเอสสามารถใช้ช่องทางโซเชียลมีเดียในการเชื่อมต่อกับกลุ่มผู้ชมรุ่นใหม่ โดยสร้างเนื้อหาที่สามารถแชร์ได้ง่ายและสร้างการสนทนาในสังคมออนไลน์ 3. การสร้างเนื้อหาที่หลากหลายบนแพลตฟอร์มดิจิทัล: เนื้อหาสารคดี การศึกษา และเนื้อหาที่มีสาระจากไทยพีบีเอสและ ALTV สามารถนำมาปรับใช้และทำให้สั้นลง (Short Form & Transmedia) เพื่อให้เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อในยุคดิจิทัล 4. การพัฒนาเทคโนโลยี AI และ Big Data: ไทยพีบีเอสสามารถใช้เทคโนโลยี AI และ Big Data ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ชมและพัฒนาเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงมากขึ้น	Threats (อุปสรรค) 1. การแข่งขันกับสื่อดิจิทัลที่รวดเร็วและยืดหยุ่นกว่า: ไทยพีบีเอสต้องแข่งขันกับแพลตฟอร์มสื่อดิจิทัลอื่น ที่สามารถสร้างเนื้อหาที่เน้นความรวดเร็ว เข้าถึงง่าย และหลากหลายได้อย่างต่อเนื่อง 2. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อ: ผู้ชมยุคใหม่มักชอบเนื้อหาที่รวดเร็ว สั้น และสามารถเข้าถึงได้ทันทีผ่านมือถือ ทำให้เนื้อหารายการที่มีความยาวหรือเนื้อหาที่ต้องใช้เวลาในการเสพอาจไม่เป็นที่นิยม 3. ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยไซเบอร์: การขยายการดำเนินงานสู่แพลตฟอร์มดิจิทัล ทำให้ไทยพีบีเอสต้องเผชิญกับความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ชม 4. ข้อจำกัดในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร: การปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลอาจต้องมีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานภายในองค์กร ซึ่งอาจต้องเผชิญกับความต้านทานจากบุคลากรบางส่วน รวมถึงการขาดแคลนบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะทาง ซึ่งกำลังเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน

โดยสรุป ไทยพีบีเอสมีจุดแข็งในการเป็นสื่อที่น่าเชื่อถือและมีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม อย่างไรก็ตาม องค์กรต้องเร่งปรับตัวให้เข้ากับความเสี่ยงและเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล เพื่อสามารถแข่งขันในตลาดสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในแง่การนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน

ส่วนที่ 3

สาระสำคัญของแผนบริหารกิจการประจำปี 2568

สาระสำคัญของแผนบริหารกิจการประจำปี 2568

3.1 ทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ ปี 2568

ส.ส.ท.ออกแบบและดำเนินการแผนบริหารกิจการปี 2568 โดยมีทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ 3 เรื่อง คือ

1) การส่งมอบคุณค่าและจัดสรรทรัพยากรเพื่อสาธารณะอย่างคุ้มค่าสูงสุด [VALUE-BASED PERFORMANCE]

- ตอบสนองวัตถุประสงค์และคุณค่าสื่อสารณะเพื่อยึดโยงกับความต้องการที่หลากหลายของสังคมและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผ่านการสร้างประสบการณ์แบบไร้รอยต่อของทุกช่องทางและบริการ [Purposeful & OMNI Channel]
- ใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ของความต้องการผู้ชมผู้ฟังเป็นปัจจัยหลักของการตัดสินใจองค์การในทุกมิติ [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]
- ใช้ประโยชน์จากการลงทุนเงินสาธารณะอย่างคุ้มค่าสูงสุดผ่านวิธีการออกแบบและการบริหารจัดการบนฐานคิดทรัพย์สินทางปัญญา [IP-based Management] เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและยืดระยะเวลาการใช้งานของผลิตภัณฑ์และบริการ และกระจายความเสี่ยงด้วยการพัฒนาช่องทางรายได้ที่หลากหลายภายใต้วัตถุประสงค์ของ พ.ร.บ. องค์การ

2) สื่อที่ประชาชนให้ความเชื่อถือและไว้วางใจ [MOST TRUSTED MEDIA]

- พัฒนาเนื้อหาและนำเสนอประเด็นที่มีความหมาย [Meaningful & Impactful Content] ในรูปแบบที่นำสู่การหาทางออกร่วมกันของสังคม [Media for Connecting the Nation] ผ่านกลไกวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลและสอบสวน [Data & Investigative Journalism] และชุดกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับประชาชนและเครือข่ายองค์กรทางสังคม [Public Engagement Solution]
- การใช้หลักการความไม่เป็นอคติ [Impartiality] และกลไกตรวจสอบข้อเท็จจริง [Fact-checking] เป็นมาตรฐานสำคัญสูงสุดของทุกส่วนงานในองค์กร

- การทำงานร่วมกับเครือข่ายองค์กรที่มีพันธกิจและคุณค่าร่วม [Strategic Partnership] เพื่อสนับสนุนการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ พ.ร.บ. ได้อย่างกว้างขวางและนำสู่การสร้างผลกระทบทางสังคมมากยิ่งขึ้น แทนที่รูปแบบการทำงานบนฐานคิดค่าใช้จ่ายบนงบประมาณ [Expense-based Operation] แบบเดิมที่พึ่งพาการใช้ทรัพยากรองค์กรเป็นหลักในการดำเนินการ

3) ไทยพีบีเอสเป็นบริการหลัก [ONE Thai PBS]

- ประชาชนเข้าถึงทุกผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายจากไทยพีบีเอสได้อย่างเชื่อมโยงในจุดเดียวและถูกสื่อสารกับผู้ชมผู้ฟังภายใต้ภาพจำสาธารณะเดียวกัน [One Brand Identity]
- ผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัลทั้งหมดขององค์กรถูกออกแบบและดำเนินการอยู่บนฐานโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัล [Digital Platform] เดียวกันที่รองรับการเติบโตได้อย่างหลากหลายและมีประสิทธิภาพ ไม่แยกส่วนกัน



แผนภาพที่ 5 ทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ปี 2568

3.2 โครงสร้างแผนและกรอบงบประมาณระดับองค์กร

แผนบริหารกิจการประจำปี 2568 ประกอบไปด้วยองค์ประกอบสำคัญ 2 ส่วน ได้แก่

1.แผนจัดทำรายการ

2.แผนงบประมาณ ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

1.1 แผนรายจ่าย 3 หมวด

หมวดที่ 1 งบประมาณเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Programme) แบ่งออกเป็น 4 แผนงาน อ้างอิงตามผลลัพธ์เชิงยุทธศาสตร์ ได้แก่

แผนงานที่ 1 แผนงานสาระเนื้อหา

แผนงานที่ 2 แผนงานแพลตฟอร์มและบริการ

แผนงานที่ 3 แผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ

แผนงานที่ 4 แผนงานการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่

หมวดที่ 2 งบกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป

หมวดที่ 3 งบบุคลากร

1.2 แผนรายได้

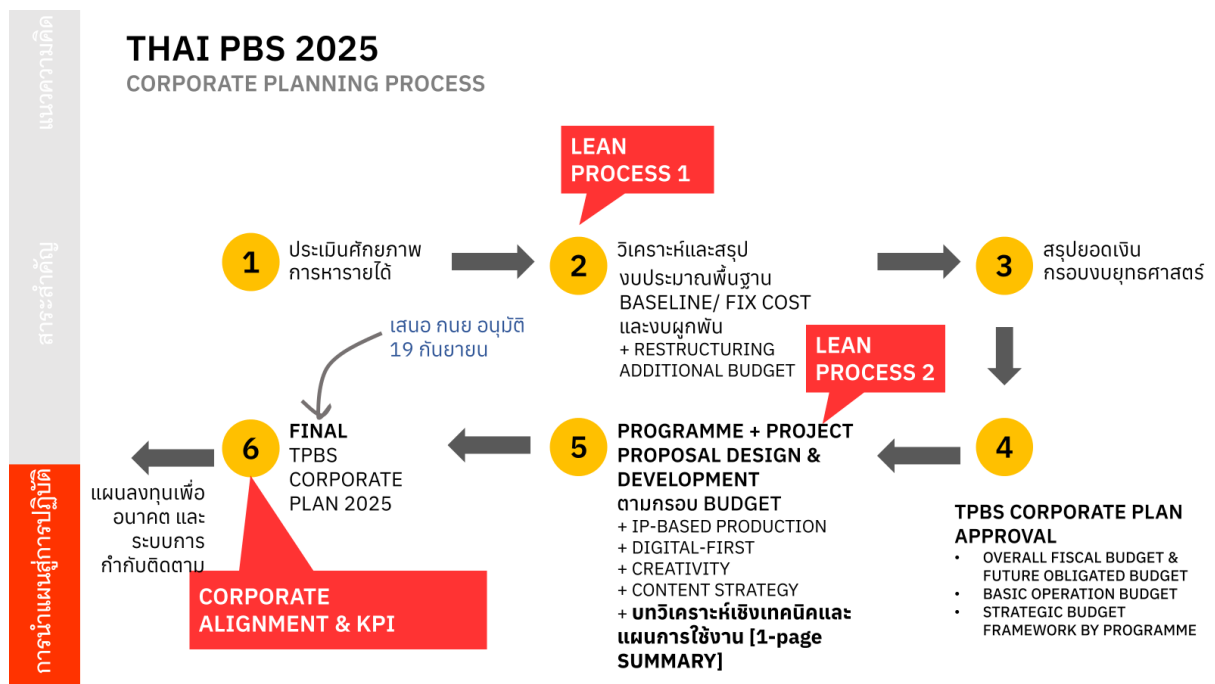


แผนภาพที่ 6 โครงสร้างแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท.ประจำปี 2568

ส.ส.ท. ออกแบบแผนบริหารกิจการประจำปี 2568 บนกรอบคิดมุ่งสู่อนาคตใหม่ในบริบทภูมิทัศน์สื่อดิจิทัล มุ่งเน้นผลงาน โดยกำหนดเป้าหมายเชิงผลลัพธ์ (Strategic Outcomes) ในทุกมิติตามแนวทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ วางแผนงบประมาณตามศักยภาพการหารายได้และการทบทวนคุณค่า กำหนดแผนยุทธศาสตร์เนื้อหาที่สัมพันธ์กับภารกิจและมิติการผลิตในระบบนิเวศสื่อใหม่ รวมทั้งจัดระบบบริหารจัดการที่ตอบโจทย์แผนความยั่งยืนทางการเงิน



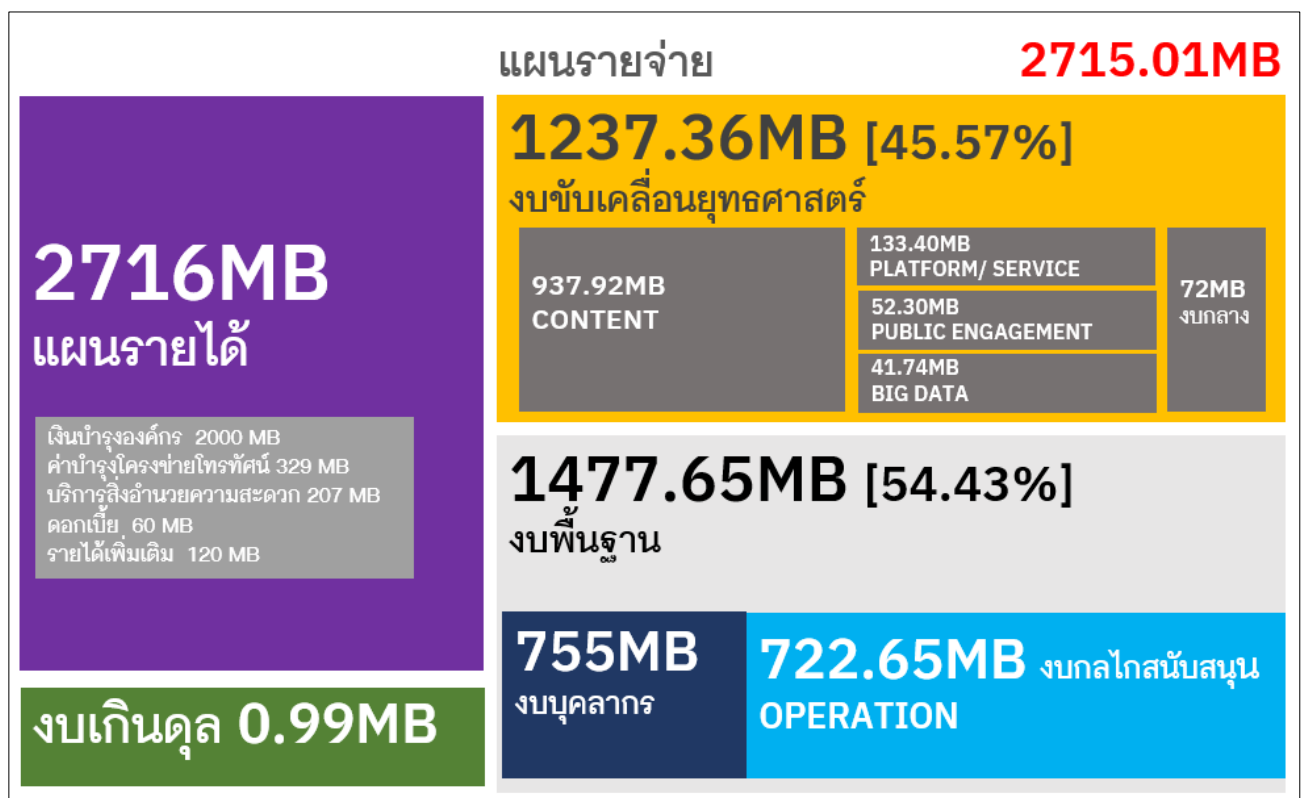
แผนภาพที่ 7 แนวคิดการพัฒนาแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. ประจำปี 2568



แผนภาพที่ 8 กระบวนการพัฒนาแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. ประจำปี 2568

โครงสร้างกรอบงบประมาณในระดับองค์กร

ตามแนวนโยบายการจัดทำแผนงบประมาณก้าวสู่สมดุลง ในปี 2568 ส.ส.ท. จึงมีการบริหารจัดการรายจ่าย และการหารายได้เพิ่มเติมให้กรอบงบประมาณปี 2568 เป็นงบประมาณแบบสมดุล ภายใต้กรอบงบประมาณ 2,715.01 ล้านบาท ซึ่งเป็นงบประมาณรายได้ 2,716 ล้านบาท และงบประมาณรายจ่าย 2,715.01 ล้านบาท เกินดุล 0.99 ล้านบาท โดยกำหนดโครงสร้างและสัดส่วนงบประมาณในระดับองค์กรเป็น 3 ส่วน ได้แก่ หมวดงบประมาณยุทธศาสตร์ หมวดงบกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป และหมวดงบบุคลากร โดยแต่ละหมวดงบประมาณมีรายละเอียดดังนี้



แผนภาพที่ 9 โครงสร้างกรอบงบประมาณ ประจำปี 2568

รายละเอียดของหมวดงบประมาณ

1) หมวดงบประมาณยุทธศาสตร์ (Strategic Budget) ร้อยละ 45.57 หรือ 1,237.36 ล้านบาท

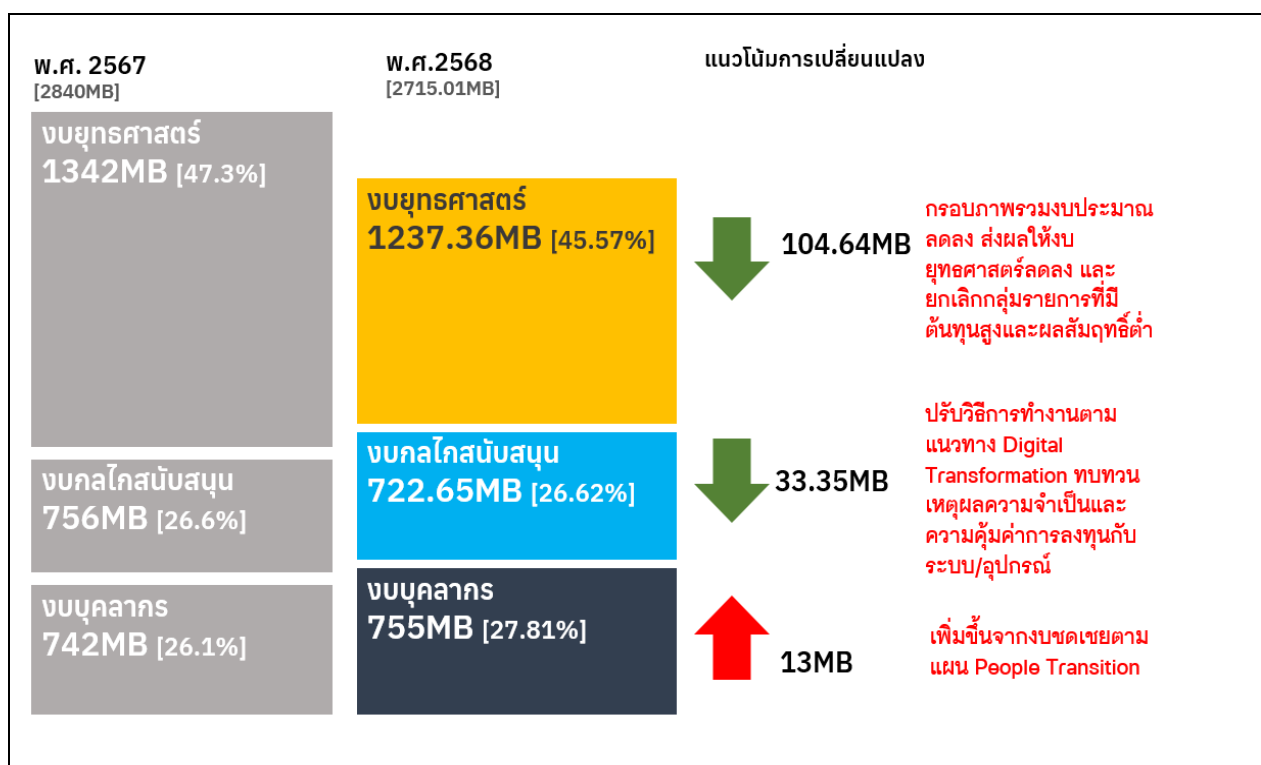
มีการปรับลดจากปี 2567 ร้อยละ 7.80 หรือ 104.64 ล้านบาท จากฐานงบประมาณเดิม เนื่องจากกรอบภาพรวมงบประมาณลดลง และการบริหารจัดการรายการให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ชมด้วยการนำข้อมูลด้านสถิติผู้ชมรายการ มาใช้ในการปรับลดงบประมาณ อาทิ ยกเลิกรายการที่มีผู้ชมน้อยและต้นทุนสูง ปรับเปลี่ยนผังรายการให้เหมาะสมกับผู้ชมรายการในช่วงเวลาต่าง ๆ

2) หมวดงบกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป (Operation Budget) ร้อยละ 26.62 หรือ 722.65 ล้านบาท

มีการปรับลดลงจากปี 2567 ร้อยละ 4.41 หรือ 33.35 ล้านบาท ด้วยการปรับวิธีการทำงานตามแนวทาง Digital Transformation ทบทวนเหตุผลความจำเป็นและความคุ้มค่าการลงทุนกับระบบ/อุปกรณ์ โดยลงทุนกับอุปกรณ์ที่จำเป็นก่อน นำเทคโนโลยีที่สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับแนวทาง Digital Transformation

3) หมวดบุคลากร (Human Resource Budget) ร้อยละ 27.81 หรือ 755 ล้านบาท

มีการปรับเพิ่มจากปี 2567 ร้อยละ 1.75 หรือ 13 ล้านบาท เนื่องจากการจัดงบประมาณขดเขยบุคลากรตามแผน People Transition มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างบุคลากร เพื่รองรับการเข้าสู่องค์กรสื่อสารณะยุคดิจิทัลควบคู่กันไปด้วย โดยเริ่มจากการทบทวนฐานตัวเลขประเภทพนักงาน เพื่อสะท้อนความเหมาะสมของบุคลากรภายในองค์กร การพัฒนาบุคลากร (Up Skill/Reskill) เพื่อให้เหมาะสมกับทิศทางการดำเนินงานขององค์กร



แผนภาพที่ 10 แสดงสัดส่วนการจัดสรรงบประมาณตามหมวดงบประมาณหลัก

ทิศทางการเปลี่ยนแปลงเทียบกับปี พ.ศ. 2567 และเหตุผลสำคัญ

3.3 แผนจัดทำรายการประจำปี 2568

แผนจัดทำรายการประจำปี 2568 ขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) หรือ ไทยพีบีเอส สานต่อแนวคิดจากแผนจัดทำรายการปี 2567 โดยวางเป้าหมายในการเป็นองค์กรสื่อที่น่าเชื่อถืออันดับ 1 ในใจของผู้ชม ซึ่งมีความท้าทายในการที่จะต้องเผชิญหน้ากับภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วมากขึ้น

ส.ส.ท. ได้ติดตามสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อและพฤติกรรมของผู้ชมมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้มาพัฒนาปรับปรุงเนื้อหารายการ บริการ และช่องทางการนำเสนอให้สอดคล้องและเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของผู้ชมแบบ 360 องศา โดยมีเป้าหมายในการสร้างสังคมที่ยั่งยืนและมีความสามารถในการตอบสนองต่อความท้าทายของโลกสมัยใหม่ ประกอบด้วย

1. Rooted & Inclusive Society สังคมที่มีรากฐานที่มั่นคงและมีความครอบคลุมสำหรับทุกคน ให้ความสำคัญกับความเสมอภาคและความยุติธรรมทางสังคม ทุกคน ไม่ว่าจะมาจากพื้นเพหรือวัฒนธรรมใดจะมีโอกาสในการมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากสังคมอย่างเท่าเทียม แนวคิดนี้เน้นการสร้างชุมชนที่ให้ความสำคัญกับทุกคนและไม่มีการกีดกันใด ๆ

2. Resilient Society สังคมที่มีความสามารถในการปรับตัวและฟื้นตัวจากสถานการณ์ที่ยากลำบากหรือการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม หรือเทคโนโลยี สังคมนี้ต้องมีความพร้อมในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและสร้างความยืดหยุ่นให้กับโครงสร้างพื้นฐาน การบริหารจัดการและชุมชน

3. Deliberative Society สังคมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจ ผ่านกระบวนการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างมีเหตุผลและสร้างสรรค์ แนวคิดนี้มุ่งเน้นให้ทุกคนมีโอกาสดำเนินการแสดงความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นอย่างเปิดกว้าง โดยการตัดสินใจจะเน้นการสนทนาที่เปิดเผยและเป็นธรรม

ภารกิจพื้นฐานของสื่อสาธารณะ

แผนจัดทำรายการ ประจำปี 2568 ถูกจัดทำขึ้น เพื่อตอบสนองต่อภารกิจพื้นฐานของสื่อสาธารณะ ประกอบด้วย

1. Inform สร้างสังคมแห่งการเท่าทันด้วยข้อมูลที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ ปราศจากอคติ

2. Empower สร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยเฉพาะกลุ่มเด็กเล็กและกลุ่มที่ไม่มีมูลค่าทางการตลาด

3. Shape สร้างกระบวนการเพื่อนำไปสู่การหาทางออกร่วมกันของสังคม

4. Connect สร้างความเข้าใจในประวัติศาสตร์และพัฒนาการทางสังคมไทยอย่างรอบด้าน เพื่อนำไปสู่ความภาคภูมิใจในชาติที่เคารพความหลากหลาย เชื่อมต่อความแตกต่าง ลดความแตกแยก

เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ แผนจัดทำรายการนี้ ยังคงให้ความสำคัญกับกระบวนการพัฒนารายการในกลุ่ม Champion Product ใน 5 กลุ่มรายการอย่างต่อเนื่อง และยังคงให้ความสำคัญกับกระบวนการ Omni Channel Strategy ในการสร้างช่องทางสื่อสารและประสบการณ์ทางข้อมูลข่าวสารแบบครบวงจร เพื่อให้เนื้อหารายการสามารถเข้าถึงผู้ชมทุกกลุ่มได้มากที่สุดและมีความเป็นเอกภาพหนึ่งเดียวกันตามแนวคิด ONE Thai PBS หรือไทยพีบีเอสเป็นบริการหลักแบบไร้รอยต่อ ซึ่งจะช่วยให้ ส.ส.ท. มีจำนวนฐานผู้ชมที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและกลายเป็นองค์กรสื่อสารสาธารณะต้นแบบที่ได้รับการยอมรับจากทุกภาคส่วนตามเจตนารมณ์ที่วางไว้

กรอบทิศทางแผนจัดทำรายการประจำปี 2568

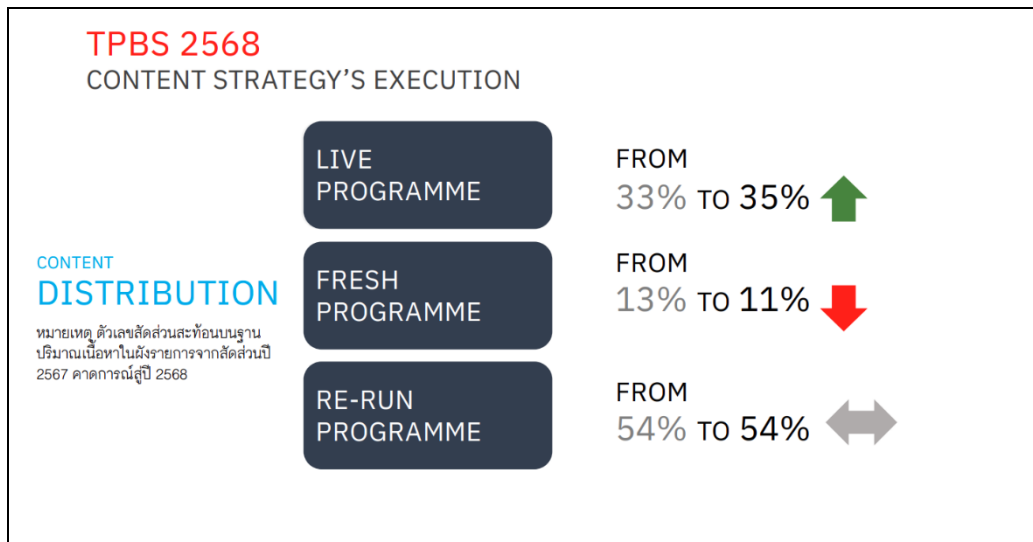
ส.ส.ท. มีภารกิจต้องจัดทำแผนจัดทำรายการประจำปีขึ้นเพื่อเป็นการกำกับทิศทางสำหรับการเสนอเนื้อหา รายการของสื่อสาธารณะ โดยมีวัตถุประสงค์ตามพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะ แห่งประเทศไทย มาตรา 7

ในปี 2568 ส.ส.ท. ยังคงให้ความสำคัญกับการสื่อสารและบูรณาการเนื้อหาที่สามารถตอบสนองกลุ่มผู้รับสื่อ ที่หลากหลายในทุกช่องทางการสื่อสาร (Platforms) และบริการ (Service) ของ ส.ส.ท. อย่างเต็มประสิทธิภาพและ เท่าเทียม ตามแนวทาง Omni Channel Strategy ที่จะสร้างประสบการณ์การรับชมที่เป็นหนึ่งเดียว โดยยึดถือ พฤติกรรมการบริโภคสื่อของผู้ชมเป็นสำคัญเพื่อให้เนื้อหารายการรวมถึงบริการต่าง ๆ ของ ส.ส.ท. สามารถเข้าถึง ทุกคนได้อย่างเท่าเทียมและทั่วถึงเป็นหนึ่งเดียวกันภายใต้แนวคิด ONE Thai PBS เพื่อเชื่อมต่อประสบการณ์ การเข้าถึงเนื้อหารายการอันหลากหลายและวางรากฐานการทำงานด้วยข้อมูลผู้ชม ตามหลักการ Data Driven Organization ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ความแม่นยำ รวดเร็วในการตัดสินใจในสถานการณ์ที่ภูมิทัศน์สื่อ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ยุทธศาสตร์การจัดทำเนื้อหา

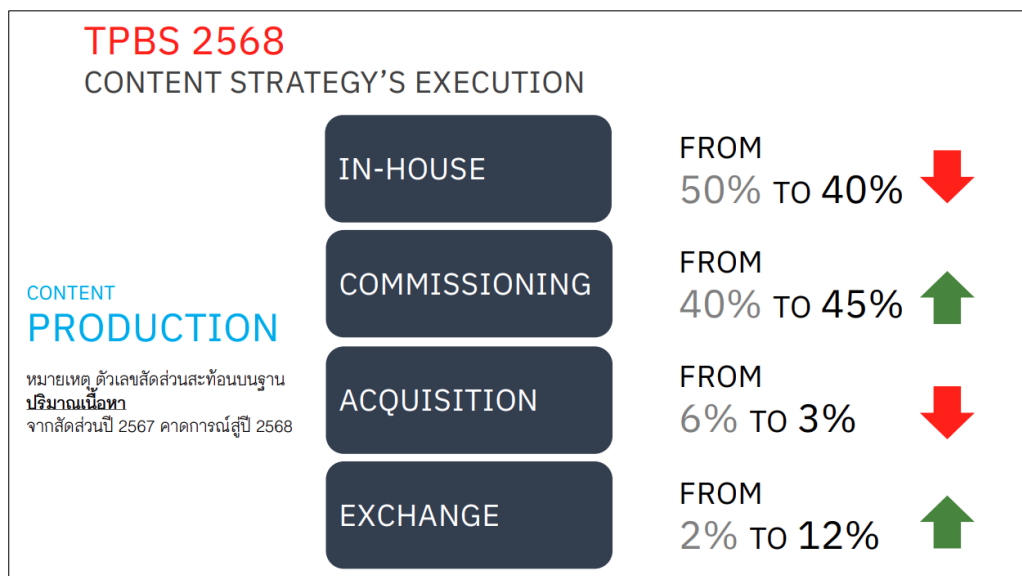
ส.ส.ท. วางทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ในการจัดทำเนื้อหาและรายการอยู่บน 3 มิติหลัก ประกอบด้วย

1. มิติของเนื้อหาตามผังรายการโทรทัศน์ ในปี 2568 จะเพิ่มรายการแบบออกอากาศสด (Live) จากร้อยละ 33 ขึ้นเป็นร้อยละ 35 ลดรายการ Fresh Program จากร้อยละ 13 เหลือ ร้อยละ 11 และยังคงรักษา สัดส่วนของรายการ Re-Run เอาไว้ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ชมหน้าจอโทรทัศน์ และตอบโจทย์ ความคุ้มค่าในการผลิตรายการ



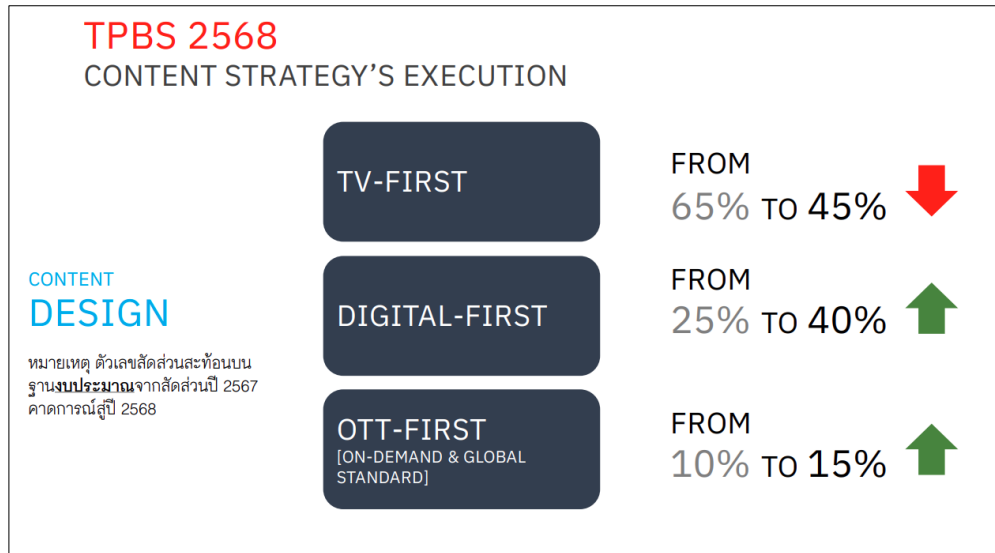
แผนภาพที่ 11 จำนวนร้อยละของรูปแบบการเผยแพร่เนื้อหาตามผังโทรทัศน์

2. มิติที่มาของเนื้อหา ลดรายการที่ผลิตเองจากร้อยละ 50 เหลือร้อยละ 40 โดยเพิ่มรายการ Commissioning จากเดิมร้อยละ 40 เป็นร้อยละ 45 ลดการจัดหารายการ แบบ Program Acquisition จากร้อยละ 6 เหลือร้อยละ 3 โดยให้ปรับมาใช้กระบวนการจัดหารายการในรูปแบบ Program Exchange มากขึ้นจากเดิมร้อยละ 2 เพิ่มเป็นร้อยละ 12



แผนภาพที่ 12 จำนวนร้อยละของรูปแบบที่มาของเนื้อหา

3. มิติของรูปแบบการออกแบเนื้อหา ปรับลดการผลิตรายการแบบ TV First (รายการที่เน้นการออกแบเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์เป็นหลัก) จากร้อยละ 65 เหลือร้อยละ 45 มาสู่รูปแบบรายการ Digital First และ OTT-First มากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ชมและภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลง โดยนำเอาข้อมูลทางงบประมาณเข้ามาประกอบการวางทิศทางในครั้งนี้ด้วย



แผนภาพที่ 13 จำนวนร้อยละของรูปแบบการออกแบบเนื้อหา

จุดเน้นและแนวทางการดำเนินการแยกตามกลุ่มเนื้อหา

แนวคิดสำคัญในการวางยุทธศาสตร์รายการของปี 2568 ยังคงสืบต่อแนวคิดจากแผนจัดทำรายการปี 2567 คือการสร้าง Champion Product ใน 5 กลุ่มรายการหลักเพื่อเน้นการสร้างภาพจำที่เชื่อมโยงและสะท้อนคุณค่าหลักขององค์การที่ถูกพัฒนาขึ้นมาจากทุกภาคส่วนขององค์กรเพื่อก่อให้เกิดรายการต้นแบบที่มีความโดดเด่น ทั้งในด้านเนื้อหาได้รับการยอมรับจากผู้ชม มีศักยภาพในการแข่งขัน และมีคุณภาพเพียงพอในการเผยแพร่ลิขสิทธิ์รายการเพื่อหารายได้และขยายฐานผู้ชมออกสู่ตลาดสากล

โดยกลุ่มรายการ Champion Product จะถูกบริหารจัดการทั้งในเชิงเนื้อหา การตลาด และระบบการเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสารที่หลากหลายแต่ได้ประสบการณ์หนึ่งเดียวตามแนวคิด Omni Channel Strategy โดยมีเป้าหมายของกลุ่มเนื้อหา เป้าหมายระดับองค์กร และเป้าหมายระดับผลลัพธ์ทางสังคม เพื่อให้ได้ผลผลิตดังนี้

เป้าหมายและผลผลิต

	เป้าหมายของกลุ่มเนื้อหา (PUBLIC PERCEPTION)	เป้าหมายระดับองค์กร	เป้าหมายระดับ ผลลัพธ์ทางสังคม
NEWS	สำนักข่าวที่น่าเชื่อถือ อันดับ 1 ใน 2 (ปี 2567 ได้อันดับ 2)	A. PERFORMANCE • คนดูเพิ่มขึ้น - PSI RANKING อันดับ 13 - DIGITAL CONTENT >100,000 วิว • คนไทยได้รับประโยชน์ ไม่น้อยกว่า 10% (จากปี 67)	• PARTICIPATION/ CONTRIBUTION
LEARNING	องค์กรส่งเสริมการเรียนรู้ อันดับ 1 ใน 2 (ปี 2567 ได้อันดับ 2)	B. PUBLIC PERCEPTION “องค์กรที่น่าเชื่อถืออันดับ 1 ใน 3 ของทุกมิติ”	• SOCIAL IMPACT/ SOCIAL RETURN ON INVESTMENT
DOCUMENTARY	สื่อส่งเสริมสารคดีและสาระประโยชน์ อันดับ 1 (ปี 2567 ได้อันดับ 1)	C. ONE THAIPBS สมาชิก ONE Thai PBS เพิ่มขึ้น 10% (จากปี 67)	* จะมีการเลือกประเด็น/ รายการ/ โครงการ ที่สำคัญ มาประเมิน เพื่อแสดงเป็น ผลลัพธ์ทางสังคมระดับ องค์กร
ENTERTAINMENT	สื่อบันเทิงสร้างสรรค์ อันดับ 1 ใน 5 (ปี 2567 ได้อันดับ 6)	D. ADDITIONAL REVENUE 120 ล้านบาท	
CITIZEN	สื่อส่งเสริมท้องถิ่นและพลเมือง อันดับ 1 (ปี 2567 ได้อันดับ 1)		
CONTENT STRATEGY			

แผนภาพที่

14

เป้าหมาย

และ

ผลผลิต

ของกลุ่ม

เนื้อหา

กลุ่มเนื้อหาข่าว เน้นการนำเสนอข้อเท็จจริงและรายงานสถานการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้นในแต่ละวันด้วยมุมมองที่รอบด้านและเป็นกลาง รวมถึงเนื้อหาข่าวเชิงลึก (In-depth & Investigative News) วารสารศาสตร์ข้อมูล (Data Journalism) และเนื้อหาข่าวท้องถิ่นคุณภาพสูงที่ครอบคลุมและหลากหลาย ผลักดันให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน (Deliberative Democracy) รวมถึงประเด็นทางสังคมที่สำคัญ เช่น ปัญหาภัยพิบัติ โลกร้อน (Climate Change) ที่จะทวีความรุนแรงขึ้นในปี 2568 โดยมีเป้าหมายคือได้รับการยอมรับในด้านความน่าเชื่อถือเป็นฐานข้อมูลที่ได้รับการยอมรับ สามารถอ้างอิงและตรวจสอบได้

กลุ่มเนื้อหาการเรียนรู้ เน้นรายการส่งเสริมการเรียนรู้สำหรับอนาคตให้กับเด็กและเยาวชนไทย โดยมีเป้าหมายในการส่งเสริมพัฒนาการของกลุ่มผู้ชมโดยเฉพาะกลุ่มเด็กปฐมวัย ส่งเสริมการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ (Action Learning) ที่หนุนเสริมการเรียนรู้ในห้องเรียนและครอบครัว รวมถึงการเป็นพื้นที่กลางในการทำงานแบบเครือข่ายเพื่อสร้างระบบนิเวศและส่งเสริมการเรียนรู้ที่มีคุณภาพของไทย โดยมีเป้าหมายคือ การทำให้ไทยพีบีเอสเป็นองค์กรที่มีความโดดเด่นด้านการเรียนรู้ ได้รับการยอมรับ เป็นแหล่งข้อมูลการเรียนรู้ที่มีความน่าเชื่อถือในทุกมิติ สามารถนำเนื้อหารายการไปใช้อ้างอิงได้

กลุ่มเนื้อหาสารคดีและสาระประโยชน์ เน้นรายการสะท้อนคุณค่าความเป็นไทย วัฒนธรรม ธรรมชาติในรูปแบบและมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล รวมถึงรายการสาระประโยชน์ที่มุ่งเน้นส่งเสริมทักษะการดำรงชีวิตที่สำคัญสำหรับอนาคต นำไปสู่สังคมสูงวัยที่มีคุณภาพ (Healthy Ageing Society) รวมถึงการให้ความสำคัญกับการส่งเสริมสุขภาพจิต (Mental Health) สร้างภาวะที่จิตใจเป็นสุข สามารถปรับตัวแก้ไขปัญหาดำเนินชีวิตประจำวันได้ มีความรู้สึกรักทั้งต่อตนเองและผู้อื่น มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ในสังคม และสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง เพื่อให้ ส.ส.ท. เป็นผู้นำด้านสื่อส่งเสริมสารคดีและสาระประโยชน์ที่มีความน่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับทั้งภายในและภายนอกประเทศ

กลุ่มเนื้อหาบันเทิง มุ่งเน้นรายการบันเทิงคุณภาพสูงในประเด็นร่วมสมัย ในกลุ่มละคร ดนตรีและกีฬา ที่มีทั้งสุนทรียศาสตร์และส่งเสริมวัฒนธรรมอันดี สอดคล้องกับแนวทางการส่งเสริม Soft Power แบบบูรณาการ ขับเคลื่อนผ่านแนวคิด Omni Channel Strategy ที่จะเปิดประสบการณ์ใหม่ในการสร้างสรรค์รายการที่เปิดกว้างการมีส่วนร่วมแบบ 360 องศา ทั้งในมิติรายการโทรทัศน์ รายการออนไลน์ รวมถึงกิจกรรมออนกราวด์ที่สร้างสรรค์มีคุณภาพได้มาตรฐาน ก่อให้เกิดการขับเคลื่อนวัฒนธรรมความเป็นไทย (Soft Power) ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล

กลุ่มเนื้อหาภาคพลเมือง เน้นการสร้างพื้นที่สื่อสารกลางแบบสาธารณะที่นำสู่การสร้างเนื้อหาโดยผู้ใช้งาน (Users-Generated Content) เพิ่มขึ้น เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในประเด็นสาธารณะสำคัญ เช่น สถานการณ์ทางการเมือง การติดตามความก้าวหน้าและผลจากนโยบายของภาครัฐ ผ่านกลไก รวมถึงการเข้าถึงข้อมูล

จากฐานข้อมูลแบบเปิดของภาครัฐ เพื่อทำการรวบรวม วิเคราะห์ และถ่ายทอดออกมาเป็นเนื้อหาการผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งทางหน้าจอและออนไลน์ในรูปแบบการสื่อสารด้วยภาพและข้อมูล (Data Visualization) ที่มีความลุ่มลึกและมีปฏิสัมพันธ์ ตามแนวคิด Long Form Interactive Journalism ซึ่งจะเป็นพื้นที่กลางที่ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูล แลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่หลากหลาย นำไปสู่การหาทางออกในประเด็นสาธารณะที่สำคัญของสังคมร่วมกัน

วาระหลักปี 2568

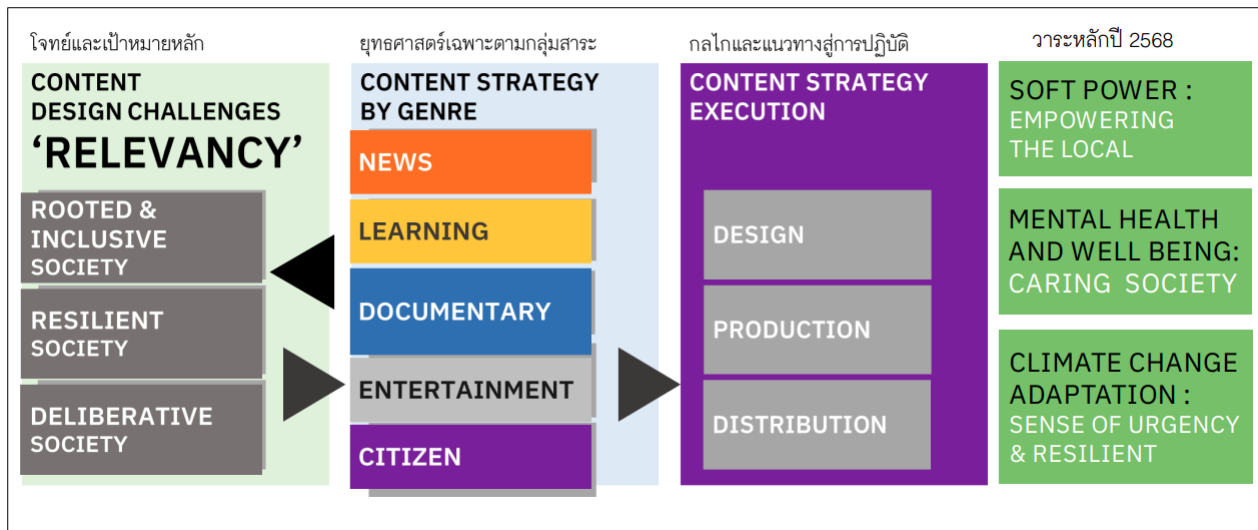
จุดเน้นด้านเนื้อหาของแผนผลิตรายการปี 2568 ภายใต้บริบทเฉพาะในมิติการเมือง เศรษฐกิจและสังคมที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มี 3 วาระหลัก ประกอบด้วย

1. Soft Power (Empowering the Local) ส่งเสริมวัฒนธรรม ทรัพยากรท้องถิ่น หรือเอกลักษณ์ของชุมชน ให้เป็นที่รู้จักในระดับประเทศหรือสากล โดยสร้างความดึงดูดใจและแรงจูงใจผ่านเนื้อหาการต่าง ๆ เช่น การนำเสนอวัฒนธรรม ศิลปะ อาหาร หรือประเพณีท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและดึงดูดการท่องเที่ยวหรือความสนใจจากต่างประเทศ

2. Mental Health and Well Being (Caring Society) การส่งเสริมสุขภาพจิตและความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคม โดยมุ่งเน้นการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อความสุข ความปลอดภัย และการสนับสนุนทางจิตใจ เพื่อให้ผู้คนรู้สึกได้รับการดูแลและสามารถมีคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งสังคมที่มีความใส่ใจจะส่งเสริมการดูแลซึ่งกันและกัน ลดความเครียดและเพิ่มความรู้สึกเชื่อมโยงกัน

3. Climate Change Adaptation (Sense of Urgency & Resilient) การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยการเตรียมความพร้อมและปรับตัวชีวิต โครงสร้างพื้นฐาน และระบบเศรษฐกิจเพื่อรับมือกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่น ภัยพิบัติทางธรรมชาติ การเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศและการลดความเสี่ยงในอนาคต

โดยจะมีการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เฉพาะตามกลุ่มสาระทั้ง 5 กลุ่ม มุ่งให้เกิดผลกระทบผ่านหลากหลายวิธีการผ่านกลไกการออกแบบ การผลิตและการเผยแพร่ ให้สอดคล้องกับ 6 ประเด็นตามนโยบายของคณะกรรมการนโยบายได้แก่ สังคมสูงวัย ลดความเหลื่อมล้ำ ทุจริต คอร์รัปชัน คุ้มครองผู้บริโภค สภาวะโลกร้อน และการเรียนรู้ของเด็ก ซึ่ง ส.ส.ท. ยังคงดำเนินงานขับเคลื่อนประเด็นเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง



แผนภาพที่ 15 วาระหลักปี 2568

การจัดสัดส่วนรายการที่สะท้อนภูมิทัศน์สื่อและพฤติกรรมผู้ชม

1. มิติของเนื้อหาตามผังรายการโทรทัศน์ ทิศทางสำคัญคือการเพิ่มสัดส่วนเนื้อหาแบบออกอากาศสด ซึ่งเป็นจุดสำคัญของพฤติกรรมผู้ชมโทรทัศน์แบบตามช่วงเวลา โดยลดการผลิตเนื้อหารายการใหม่ที่ออกอากาศครั้งแรก เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายการผลิตที่สูงเพื่อให้สัมพันธ์ไปกับแนวทางงบประมาณที่จะถูกกำกับ โดยส่วนที่ลดลงจะถูกแทนที่ด้วยการบริหารจัดการเชิงยุทธศาสตร์ของเนื้อหารายการเก่าที่อยู่ในคลังให้มีความเหมาะสมกับบริบทช่วงเวลาและความสนใจของสังคม เพื่อทำให้เกิดการใช้งานเนื้อหารายการที่คุ้มค่ายิ่งขึ้น

ตารางที่ 2 สัดส่วนการเผยแพร่เนื้อหารายการทางโทรทัศน์

สัดส่วนการเผยแพร่เนื้อหารายการทางโทรทัศน์	2567		2568	
	สัดส่วน (%)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)	สัดส่วน (%)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)
Live Program	33	4,336	35	4,599
Fresh Program	13	1,708	11	1,445
Re-Run Program	54	7096	54	7096

(หมายเหตุ ตัวเลขสัดส่วนสะท้อนบนฐานปริมาณเนื้อหาในผังรายการจากสัดส่วนปี 2567 คาดการณ์สู่ปี 2568)

2. มิติของที่มาของเนื้อหา ทิศทางสำคัญของแผนจัดทำรายการ ปี 2568 คือการลดปริมาณเนื้อหารายการที่ผลิตเองลง เนื่องจากมีต้นทุนการผลิตที่สูงและบริหารต้นทุนยาก แล้วเพิ่มสัดส่วนรายการแบบ Commissioning เพื่อเปิดรับแนวคิดใหม่ ๆ และสามารถควบคุมต้นทุนได้ง่าย ซึ่งได้มีการดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2567 เป็นต้นมา

นอกจากนี้ยังได้มีการปรับสัดส่วนรายการที่ได้มาจากการซื้อลิขสิทธิ์เผยแพร่ (Program Acquisition) เปลี่ยนมาเป็นรูปแบบของการแลกเปลี่ยนรายการ (Program Exchange) เพิ่มขึ้น รวมถึงการนำเอาเนื้อหารายการของเครือข่ายองค์กรความร่วมมือที่ได้มาตรฐานมาเผยแพร่แทนมากขึ้น เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการจัดหารายการ และเพิ่มโอกาสในการสร้างความร่วมมือกับภายนอก ซึ่งจะส่งผลดีกับการบริหารองค์กรในอนาคต

ตารางที่ 3 แสดงสัดส่วนเนื้อหารายการเชิงที่มาของรายการ

สัดส่วนเนื้อหารายการเชิงที่มาของรายการ	2567		2568	
	สัดส่วน (%)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)	สัดส่วน (%)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)
IN-HOUSE PRODUCTION	50	6,570	40	5,256
PROGRAM COMMISSIONING	40	5,256	45	5,913
PROGRAM ACQUISITION	6	788	3	394
PROGRAM EXCHANGE/STRATEGIC PARTNERS	2	263	12	1,577

(หมายเหตุ ตัวเลขสัดส่วนสะท้อนบนฐานปริมาณเนื้อหาจากสัดส่วนปี 2567 คาดการณ์สู่ปี 2568)

3. มิติของรูปแบบการออกแบบเนื้อหา ทิศทางสำคัญคือการปรับลดสัดส่วนรายการที่เน้นการออกแบบเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์เป็นหลัก (TV First) ซึ่งมีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยสูงและไม่ตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภค มาสู่รูปแบบผสม (Hybrid) และรูปแบบออนไลน์ (Online First) แบบขึ้นบันได นอกจากนั้นแล้วจะมีการกำหนดสัดส่วนการผลิตรายการในรูปแบบมาตรฐานแบบ OTT เช่น คุณภาพของการผลิต ภาษา วิถีเล่าเรื่อง ฯลฯ ที่เพิ่มขึ้นในทุกปี เพื่อรองรับการเติบโตของพฤติกรรมมารับชมตามอัธยาศัยและเพิ่มโอกาสในการแข่งขันกับอุตสาหกรรม

ตารางที่ 4 แสดงสัดส่วนเนื้อหารายการเชิงรูปแบบ

สัดส่วนเนื้อหารายการเชิงรูปแบบ	2567		2568	
	สัดส่วน (%)	งบประมาณ (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	งบประมาณ (ล้านบาท)
TV-FIRST	65	696	45	422
ONLINE-FIRST	25	267	40	375
OTT-FIRST	10	106	15	141

(หมายเหตุ ตัวเลขสัดส่วนสะท้อนบนฐานงบประมาณจากสัดส่วนปี 2567 คาดการณ์สู่ปี 2568)

สัดส่วนเนื้อหารายการช่องไทยพีบีเอส (ช่อง 3 HD)

สัดส่วนเนื้อหารายการช่องไทยพีบีเอส (ช่อง 3 HD) มีจำนวนออกอากาศทั้งหมด 140 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือ 7,300 ชั่วโมง ต่อปี ออกอากาศตั้งแต่เวลา 05.00 – 01.00 น รวม 20.00 ชั่วโมงต่อวัน มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงสัดส่วนเนื้อหารายการช่องไทยพีบีเอส (ช่อง 3 HD)

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

สัดส่วนเนื้อหารายการช่อง ALTV (ช่อง 4)

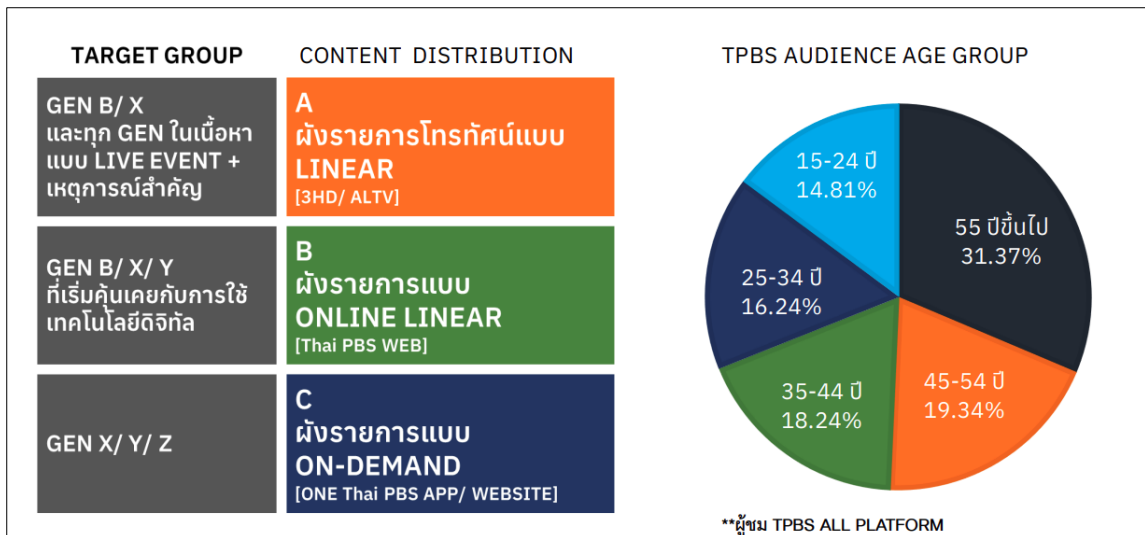
มีจำนวนออกอากาศทั้งหมด 5840 ชั่วโมง ต่อปี ออกอากาศตั้งแต่เวลา 06.00 – 22.00 น รวม 16 ชั่วโมงต่อวัน มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 6 แสดงสัดส่วนเนื้อหารายการช่อง ALTV (ช่อง 4)

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

ช่องทางเผยแพร่

ในปี 2568 ส.ส.ท. มีบริการช่องทางเผยแพร่ในช่องทางโทรทัศน์ภาคพื้นดิน (Terrestrial Television) ช่องทางโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมและช่องทางออนไลน์ ตามแนวทาง Digital Transformation โดยสามารถจำแนกตามกลุ่มเป้าหมายและช่องทางการสื่อสาร ดังต่อไปนี้

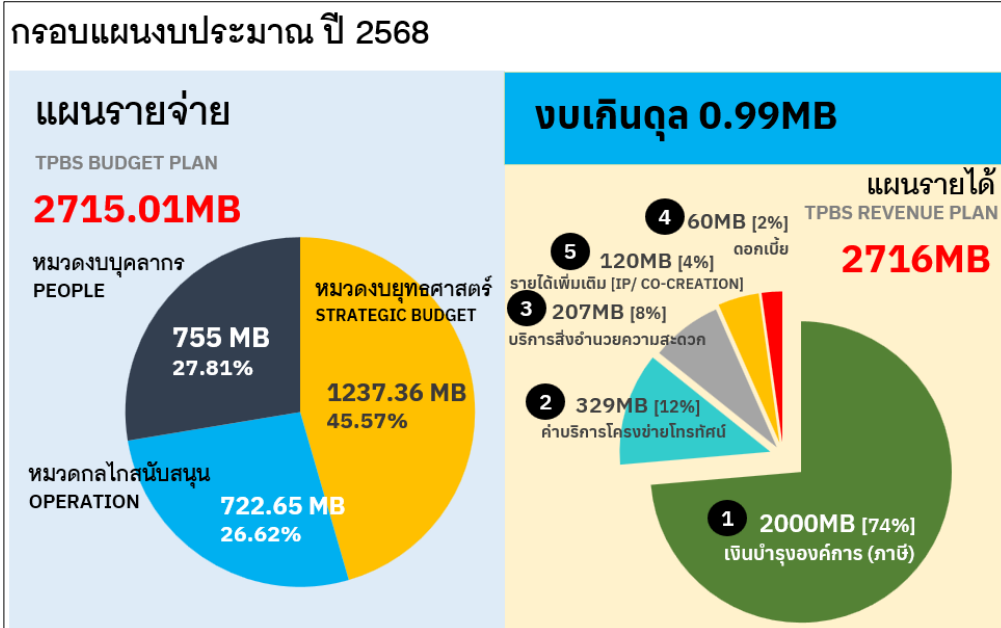


แผนภาพที่ 16 กลุ่มเป้าหมายและช่องทางการสื่อสาร

1. ผังรายการโทรทัศน์แบบ LINEAR [3HD/ ALTV] กลุ่มเป้าหมายผู้ชม Gen B/X เน้นรายการสดและรายการข่าว สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ชมที่รับชมโทรทัศน์แบบ Linear รวมถึงการรายงานสดและถ่ายทอดเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ซึ่งสื่อโทรทัศน์สามารถเข้าถึงผู้ชมได้ทุกช่วงวัย
2. ผังรายการแบบ ONLINE LINEAR [Thai PBS WEB] กลุ่มเป้าหมายผู้ชม Gen B/X/Y ที่เริ่มคุ้นชินกับเทคโนโลยีดิจิทัล โดยจัดวางรายการตามความสนใจและพฤติกรรมของกลุ่มผู้ชมที่ดูโทรทัศน์แบบ LINEAR ตามเวลาที่แน่นอน โดยสามารถเลือกสลับดูได้มากกว่า 1 ช่องในช่วงเวลาเดียวกันเพื่อรองรับกิจกรรม/เนื้อหา/ผู้ชมที่หลากหลาย
3. ผังรายการแบบ ON-DEMAND [ONE Thai PBS APP/ WEBSITE] กลุ่มเป้าหมายผู้ชม Gen X/Y/Z แบ่งกลุ่มรายการออกตาม GENRE และลักษณะความสนใจของผู้ชม โดยกำหนดปริมาณและความถี่ในการนำเสนอที่เหมาะสมและสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ชมรุ่นใหม่

3.4 แผนงบประมาณ

การจัดทำแผนงบประมาณของ ส.ส.ท. ปี 2568 เป็นแบบเกินดุล ภายใต้งบประมาณ 2,715.01 ล้านบาท ซึ่งเป็นงบประมาณรายได้ 2,716 ล้านบาท และงบประมาณรายจ่าย 2,715.01 ล้านบาท เกินดุล 0.99 ล้านบาท ด้วยการมุ่งเน้นการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น การปรับเปลี่ยนวิธีการทำงาน และการหารายได้เพิ่มเพื่อเตรียมความพร้อมหากไม่มีรายได้จากการให้บริการโครงข่าย โดยมีรายละเอียดดังนี้

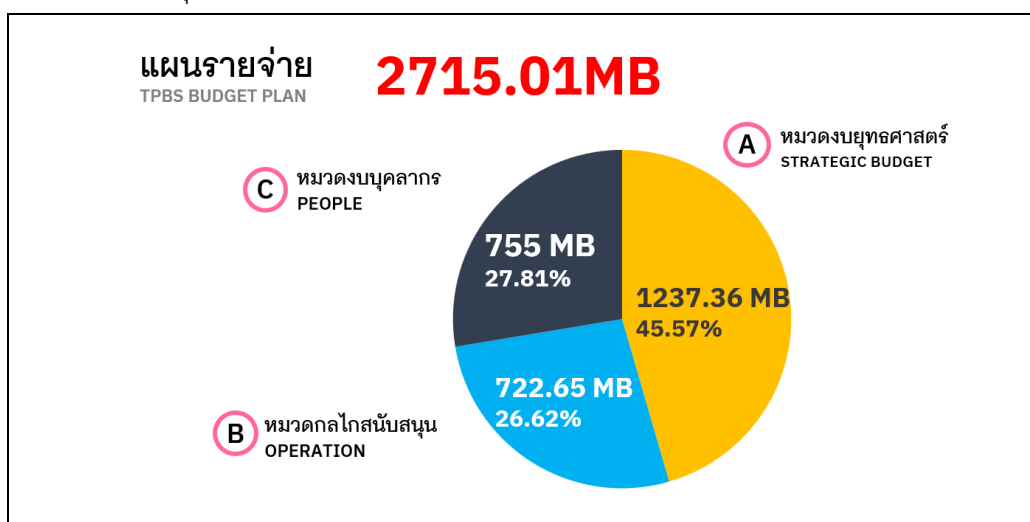


แผนภาพที่ 17 ภาพรวมการจัดทำแผนงบประมาณปี 2568

3.4.1 แผนรายจ่าย

แผนงบประมาณรายจ่าย แบ่งออกเป็น 3 หมวด ได้แก่

- A. หมวดงบประมาณยุทธศาสตร์
- B. หมวดงบกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป
- C. หมวดงบประมาณบุคลากร



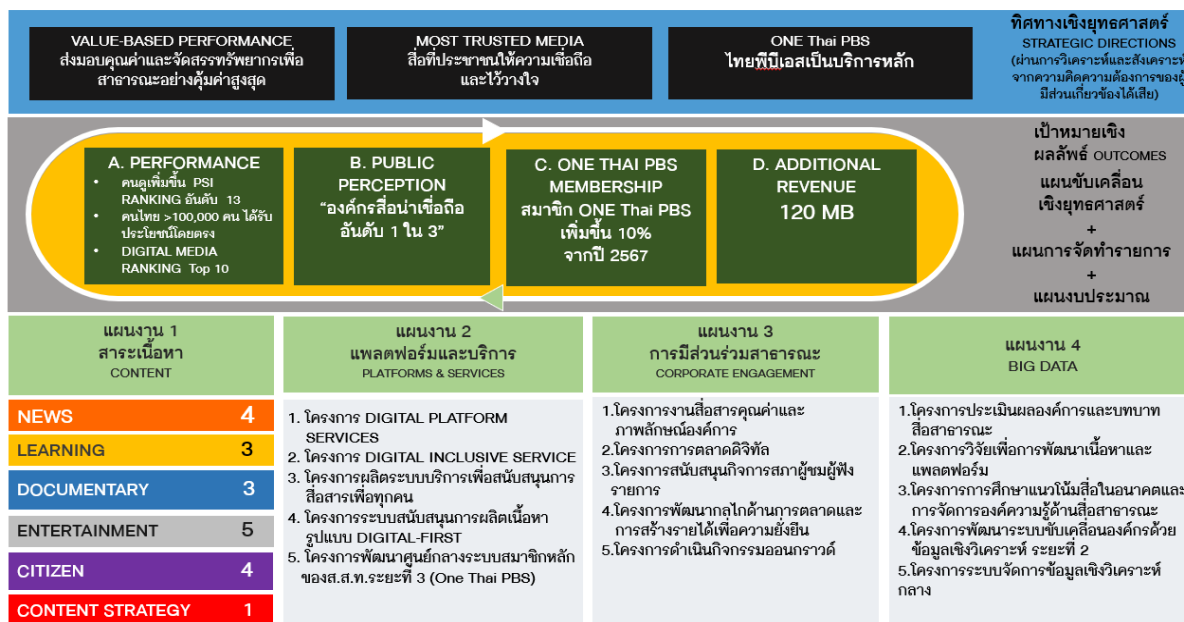
แผนภาพที่ 18 ภาพรวมขององค์ประกอบสำคัญในแผนงบประมาณรายจ่าย

A หมวดงบประมาณศาสตร์: แผนงานขับเคลื่อนเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Program)

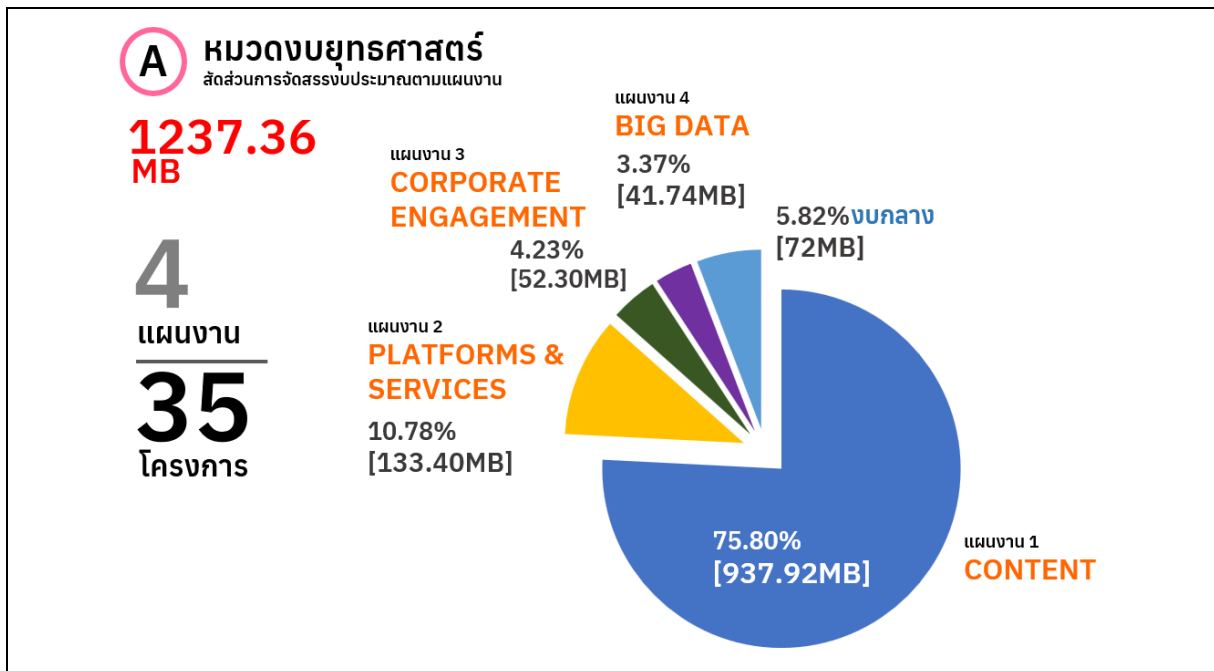
แผนงานขับเคลื่อนเชิงยุทธศาสตร์ อยู่ภายใต้หมวดงบประมาณศาสตร์ซึ่งมีกรอบงบประมาณรวม 1,237.36 ล้านบาท ประกอบด้วย 4 แผนงานสำคัญที่สอดคล้องไปกับเป้าหมายผลลัพธ์ระดับองค์กร บริหารจัดการผ่าน 35 โครงการ แต่ละแผนงานถูกจัดสรรงบประมาณ อ้างอิงตามภารกิจงานที่ถูกระบุให้สอดคล้องกับทิศทางเชิงยุทธศาสตร์และรองรับกับฉันทลักษณ์อนาคตที่จะต้องมีการปรับตัวอย่างรวดเร็ว โดยมีการกำหนดสัดส่วนดังนี้

- 1) แผนงานสาระเนื้อหา (Content) ร้อยละ 75.80 หรือ 937.92 ล้านบาท
- 2) แผนงานแพลตฟอร์มและบริการ (Platforms and Services) ร้อยละ 10.78 หรือ 133.40 ล้านบาท
- 3) แผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ (Corporate Engagement) ร้อยละ 4.23 หรือ 52.30 ล้านบาท
- 4) แผนงานการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ร้อยละ 3.37 หรือ 41.74 ล้านบาท
- 5) งบกลาง ร้อยละ 5.82 หรือ 72 ล้านบาท ประกอบด้วย
 - (5.1) โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อหารายได้ 63 ล้านบาท
 - (5.2) วาระกลาง และวาระอื่น ๆ ตามนโยบาย 4 ล้านบาท
 - (5.3) งบฉุกเฉิน 5 ล้านบาท

เพื่อรองรับงานยุทธศาสตร์ในระดับองค์กรที่อาจเกิดขึ้นจากโอกาสใหม่ ๆ ระหว่างช่วงปี ที่ยังไม่สามารถวางแผนล่วงหน้าได้



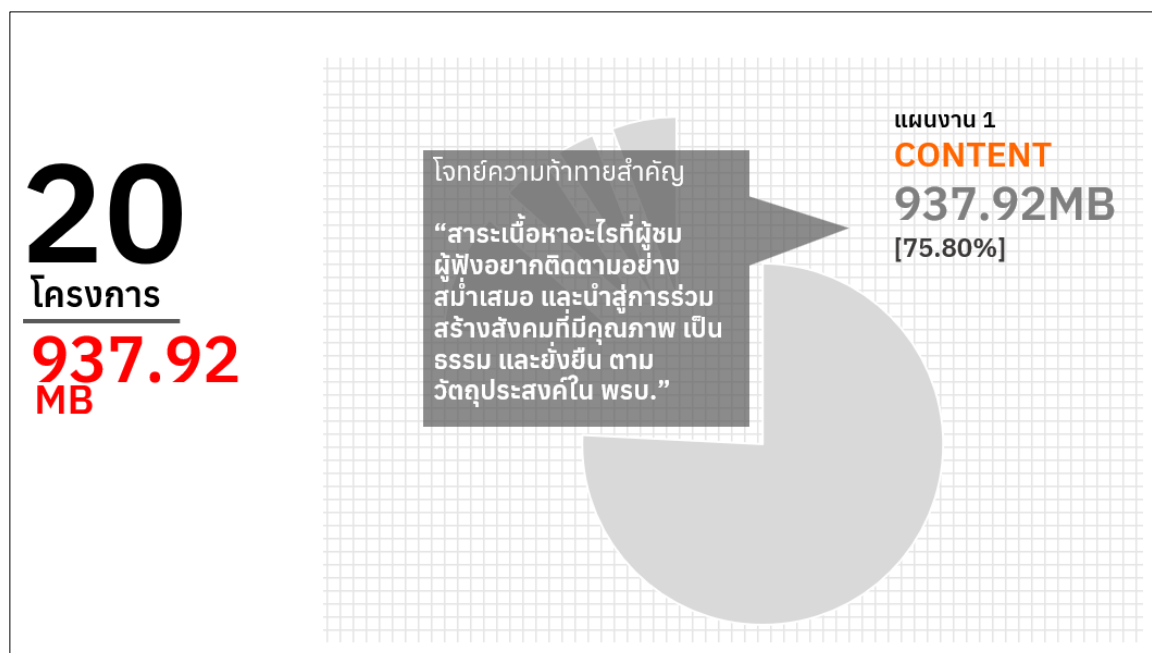
แผนภาพที่ 19 ความสอดคล้องของแผนงานกับเป้าหมายผลลัพธ์ระดับองค์กร



แผนภาพที่ 20 สัดส่วนการจัดสรรงบประมาณในหมวดงบบุคลากรแยกตามแผนงาน

แผนงานที่ 1 แผนงานสารเนื้อหา (CONTENT PROGRAM)

แผนงานที่ 1 แผนงานสารเนื้อหา Content Program งบประมาณ 937.92 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 75.80 ของหมวดงบบุคลากร เพื่อพัฒนาเนื้อหาให้สอดคล้องกับภารกิจของ ส.ส.ท. ผ่านรูปแบบเนื้อหา 5 ประเภท (Genre)



แผนภาพที่ 21 สัดส่วนการจัดสรรงบประมาณแผนงานสารเนื้อหา

ผลลัพธ์ระดับแผนงาน และผลผลิตที่สำคัญ

● ผลลัพธ์ระดับแผนงาน

- 1) TV PROGRAM: PSI MARKETSHARE¹ เฉลี่ย 2%
- 2) DIGITAL-FIRST VDO CONTENT²: Pageview >100,000 วีวต่อเดือน
- 3) คนไทย>100,000 คน ได้รับประโยชน์โดยตรง³ >10% จากปี 2567
- 4) องค์กรสื่อที่น่าเชื่อถืออันดับ 1 ใน 3 ของไทย (รายปี) ทั้งในภาพรวม และ 5 กลุ่มรายการหลัก
- 5) สมาชิก ONE Thai PBS >10% จากปี 67
- 6) รายได้เพิ่มเติม 76 ล้านบาท

● ผลผลิตที่สำคัญ

1) GENRE News:

- PREMIUM NEWS PROGRAM

2) GENRE Learning:

- FREE & ACCESSIBLE MICRO-LEARNING PUBLIC PLATFORM

3) GENRE Documentary:

- HUB FOR ORIGINAL THAIS PERSPECTIVE
- 1 GLOBAL OTT STANDARD DOCUMENTARY SERIES CO-FUND BY PUBLIC & SHOW IN NETFLIX

4) GENRE Entertainment:

- ORIGINAL THAIS
- 1 CROSS-BORDER [NORTH] DRAMA SERIES: FROM RESEARCH TO IMPACT

5) GENRE Citizen:

- DELIBERATIVE PLATFORM FOR PUBLIC ISSUE

6) GENRE CONTENT STRATEGY:

- SOCIAL MARKETING INITIATIVES TO ENGAGEMENT WITH THE AUDIENCE AND PROMOTE THE CHAMPION PRODUCT

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

² หมายถึง สื่อวิดีโอที่ถูกผลิตขึ้นเพื่อเผยแพร่ทางช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ทางโทรทัศน์เป็นช่องทางรอง โดยมีรูปแบบและวิธีนำเสนอที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมออนไลน์

³ หมายถึง กลุ่มคนเป้าหมายที่ได้รับประโยชน์จากการรับชม หรือ การใช้บริการของไทยพีบีเอส ในรูปแบบที่เป็นเชิงประจักษ์ เช่น การนำสื่อไปเผยแพร่ในโรงพยาบาลหรือโรงเรียน การช่วยเหลือในรายการร้องทุกข์ การผลักดันนโยบายที่ทำให้ผู้ได้รับผลกระทบเกิดการเปลี่ยนแปลงในทางบวก เป็นต้น

แผนงาน 1 สาระเนื้อหา [CONTENT] 937.92 MB		
ผลลัพธ์ระดับแผนงาน	โครงการและงบประมาณตาม GENRE	ผลผลิตที่สำคัญ
- TV PROGRAMME: PSI MARKETSHARE เฉลี่ย 2% - DIGITAL-FIRST VDO CONTENT: ยอดวิว >100,000 วิวต่อเดือน - คนไทยได้รับประโยชน์โดยตรง >10% จากปี 67	NEWS 202MB [210MB] -8(3.81%)	- PREMIUM NEWS PROGRAMME - AI-LED HOURLY BULLETIN NEWS
	LEARNING 167.17MB [196MB] -28.83(14.71%)	FREE & ACCESSIBLE MICRO-LEARNING PUBLIC PLATFORM
องค์กรสื่อที่น่าเชื่อถืออันดับ 1 ใน 3 ของไทย (รายปี) ทั้งในภาพรวม และ 5 กลุ่มสารรายการ*	DOCUMENTARY 260.52MB [230]+30.52(13.27%)	- HUB FOR ORIGINAL THAIS PERSPECTIVE 1 GLOBAL OTT STANDARD DOCUMENTARY SERIES CO-FUND BY PUBLIC & SHOW IN NETFLIX
สมาชิก ONE Thai PBS >10% จากปี 67*	ENTERTAINMENT 243.33MB [350MB] -106.67(30.47%)	- ORIGINAL THAIS 1 CROSS-BORDER [NORTH] DRAMA SERIES: FROM RESEARCH TO IMPACT
ADDITIONAL REVENUE 76 ล้านบาท*	CITIZEN 54.90MB [67MB] -12.1(18.06%)	DELIBERATIVE PLATFORM FOR PUBLIC ISSUE
	CONTENT STRATEGY 10MB [16MB] -6(37.50%)	SOCIAL MARKETING INITIATIVES TO ENGAGEMENT WITH THE AUDIENCE AND PROMOTE THE CHAMPION PRODUCT
หมายเหตุ *เป็นเป้าหมายร่วมจากการดำเนินการร่วมกันระหว่างหลายแผนงาน **ตัวเลขในวงเล็บคืองบประมาณปี 2567 และสัดส่วนร้อยละที่แสดงคือ การเทียบจากฐานของงบประมาณปี 2567 ในหมวดเดียวกัน		

แผนภาพที่ 22 ภาพรวมแผนงานที่ 1 สาระเนื้อหา

รายละเอียดโครงการแยกตามกลุ่มเนื้อหา

1.กลุ่มเนื้อหาข่าว (NEWS) ประกอบด้วย 4 โครงการ ดังนี้

แผนงาน 1 CONTENT	ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	งบประมาณ (MB)
NEWS 202MB 4 โครงการ	1. โครงการผลิตข่าว และรายการข่าว	สำนักข่าว	167
	2. โครงการผลิตข่าวสืบสวน	สำนักข่าว	3
	3. โครงการผลิตข่าวภัยพิบัติ	สำนักข่าว	3
	4. โครงการ Thai PBS World	ศูนย์ Thai PBS World	29

OUTPUT



แผนภาพที่ 23 ภาพรวมแผนงานข่าว (NEWS)

โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

1.1 โครงการผลิตข่าวและรายการข่าว

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักข่าว

งบประมาณ 167,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

ผลิตเนื้อหาข่าวและรายการข่าว เพื่อออกอากาศคู่ขนานทางช่องไทยพีบีเอส และเผยแพร่ทางเว็บไซต์และโซเชียลมีเดียของสำนักข่าว และแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น ๆ ของ ส.ส.ท. โดยมีรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างกัน เพื่อบริการข่าวสารและผลิตข่าวสาร ที่เที่ยงตรง รอบด้าน สมดุล นำไปสู่ทางออกเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของข่าวในแบบของสื่อสาธารณะ มีผลผลิตสำคัญคือ รายการข่าวตามผังรายการ 19 รายการ เพื่อออกอากาศทางช่องไทยพีบีเอส รายการข่าวทางออนไลน์ 4 รายการ ชิ้นงานข่าวที่นำเสนอทางแพลตฟอร์มออนไลน์ของสำนักข่าวทั้ง 6 แพลตฟอร์ม รวมถึงการจัด Thai PBS News Forum ประเด็นสำคัญ เดือนละ 1 ครั้ง จำนวน 12 ครั้ง

1.2 โครงการผลิตข่าวสืบสวน

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักข่าว

งบประมาณ 3,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

ผลิตเนื้อหาข่าวสืบสวนด้วยการใช้ข้อมูลและการสืบค้นเชิงลึก เชื่อมโยงกับปัญหาเชิงโครงสร้าง เพื่อให้เห็นทางออก ตอกย้ำความน่าเชื่อถือของข่าวไทยพีบีเอสผ่าน 4 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ หัวข้อข่าว “อาชญากรรมข้ามชาติ” “การค้ามนุษย์” “ทุจริตคอร์รัปชัน” “อาชญากรรมทางสิ่งแวดล้อม และมลพิษอุตสาหกรรม” และการผลิตรายการออนไลน์ The EXIT Highlight ทุกวันอาทิตย์เวลา 11.00 น. ความยาว 5-8 นาที จำนวน 52 ตอน

1.3 โครงการผลิตข่าวภัยพิบัติ

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักข่าว

งบประมาณ 3,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

การรายงานสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศที่เท่าทันสถานการณ์ และการเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพให้ประชาชนได้รับรู้ เตรียมความพร้อมในการรับมือจากเหตุการณ์ภัยพิบัติ วิเคราะห์ให้เห็นประเด็นการแก้ปัญหาเชิงโครงสร้าง ให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในการรับมือกับปัญหาในทุกระดับ รวมทั้งเป็นศูนย์ประสานความร่วมมือในการช่วยเหลือผู้ประสบภัยในกรณีเกิดภัยพิบัติเร่งด่วน โดยจะติดตามผ่าน 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) มหันตภัย “ฝุ่นพิษ” (2) ร้อนป่วนโลก (3) น้ำท่วม-น้ำแล้ง อาการพิศวงของโลกรวน (4) “ดินถล่ม” ธรณีพิบัติภัยใกล้ตัว

1.4 โครงการ Thai PBS World

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์ Thai PBS World

งบประมาณ 29,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

นำเสนอข่าวสารและสถานการณ์สำคัญของประเทศไทยไปยังผู้ชมทั่วโลก และนำเสนอสถานการณ์จากรอบโลกแก่ผู้ชมชาวไทยตามพันธกิจ We bring Thailand to the world, and bring the world to Thailand. ทั้งภาคภาษาอังกฤษและภาษาไทย โดยมีรายการทั้งทางโทรทัศน์และทางออนไลน์จำนวน 7 รายการ อาทิ รายการทันโลกกับไทยพีบีเอส, This Week with Thai PBS World, Thai PBS World Tonight เป็นต้น รวมทั้งสร้างการรับรู้และยอมรับ ส.ส.ท. ในระดับภูมิภาคผ่านการจัดเวทีเสวนา การทำกิจกรรม และความร่วมมือกับองค์กรภาคีต่าง ๆ เช่น Asia-Pacific Broadcasting Union (ABU), Asia Vision Network และองค์กรสื่อในระดับภูมิภาคเอเชียและในระดับโลก

แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาข่าว

ตารางที่ 7 แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาข่าว

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
สำนักข่าว	1.1 โครงการผลิตข่าวและรายการข่าว	167,000,000
	1.2 โครงการผลิตข่าวสืบสวน	3,000,000
	1.3 โครงการผลิตข่าวภัยพิบัติ	3,000,000
ศูนย์ Thai PBS World	1.4 โครงการ THAI PBS WORLD	29,000,000
รวมทั้งสิ้น		202,000,000

2. กลุ่มเนื้อหาการเรียนรู้ (LEARNING) ประกอบด้วย 3 โครงการ ดังนี้

แผนงาน 1 CONTENT	ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	งบประมาณ (MB)
LEARNING 167.17 MB 3 โครงการ	1. โครงการผลิตสื่อ พัฒนานิเวศ เครือข่าย และนวัตกรรม การเรียนรู้ สำหรับเด็กเยาวชน	ศูนย์สื่อสาธารณะเพื่อ เด็กและการเรียนรู้	115
	2.โครงการผลิตเนื้อหาการเรียนรู้สำหรับเด็กเยาวชน- ALTV	สำนักสร้างสรรค์	45.2
	3.โครงการดิจิทัลส่งเสริมการเรียนรู้	สำนักสื่อดิจิทัล	6.97
OUTPUT	Main / Champion product ปฐมวัย : บ้านนักวิทยาศาสตร์น้อย ประถมศึกษา : ผลิตรายการใหม่ กลุ่มนิเวศศาสตร์, ประชาธิปไตย , สงคราม (การเงิน ,Basic Coding ,กติกาดิจิทัล (แลกเปลี่ยนโครงการ WE ME) Teenovator วิรุ่นโลก ผลิตรายการใหม่ : การแข่งขัน ดนตรี กีฬา ศิลปะ Cool Cru จากใจจริง ชุมชนครู (วิทยุ คณิต ฯลฯ) +ประกวดนวัตกรรม Talk About kids +มิติ Mental Health ลงทุนเนื้อหา /พัฒนาเกมส์ /สื่อการเรียนรู้ ลงทุนเนื้อหา / Bite site – microlearning ลงทุนเนื้อหา /show & share / นวัตกรรมทางจัดการห้องเรียนเพื่อน วิทยาศาสตร์ , ลงทุนเนื้อหา /show & share/Simulation		
	1. ขนผลิตเนื้อหา - รายการออนไลน์ 2. The Visual 3. เนื้อหา Podcast 4. งานขยายฐานผู้ฟังและสร้างความสัมพันธ์เครือข่าย 		

แผนภาพที่ 24 ภาพรวมแผนงานการเรียนรู้ (LEARNING)

โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

2.1 โครงการผลิตสื่อ พัฒนานิเวศ เครือข่าย และนวัตกรรมการเรียนรู้ สำหรับเด็ก เยาวชน

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อสาธารณะเพื่อเด็กและการเรียนรู้

งบประมาณ 115,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

ผลิตเนื้อหารายการส่งเสริมการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน ด้านทักษะชีวิต วิชาการความรู้ต่าง ๆ และ นิเวศการเรียนรู้ ทักษะพ่อแม่ เผยแพร่ทางช่อง ALTV จำนวน 13 รายการ ในช่องทางออนไลน์ ผลิตเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) 3 รายการ 80 ตอน บทความจำนวน 30 บทความ นอกจากนี้ ออกแบบและดำเนินกลยุทธ์ ความร่วมมือกับองค์กรภาคีเครือข่ายในการจัดทำธุรกิจ ร่วมทุนการผลิต วางกลยุทธ์การสื่อสารด้านเนื้อหา (partnership strategy) เพื่อขับเคลื่อนประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการเรียนรู้ พัฒนาด้านเนื้อหา นวัตกรรม การเรียนรู้จากฐานทรัพยากรปัญหาให้ตรงกับความต้องการในการเรียนรู้ให้เกิดมูลค่าทางสังคม (Social Value) อาทิ การจัดทำหน่วยการเรียนรู้ การทำ E-Learning การจัดทำสื่อส่งเสริมความรู้จากรายการที่เผยแพร่

2.2 โครงการผลิตเนื้อหาการเรียนรู้สำหรับเด็กเยาวชน

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา

งบประมาณ 45,200,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

ผลิตเนื้อหาสาระ รายการและชุดกิจกรรมสาระในหมวดสาระส่งเสริมการเรียนรู้สำหรับกลุ่มเด็ก เยาวชน โดยให้ความสำคัญกับแนวทางการเรียนรู้แบบ Active Learning เพื่อใช้ออกอากาศทางช่อง ALTV จำนวน 9 รายการ และเน้นการนำเสนอเนื้อหารายการไปใช้ซ้ำผ่านทางเว็บไซต์และแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ ของ ส.ส.ท. เพื่อให้เกิดประโยชน์จากการทำงานสูงสุด สร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายภาคการศึกษา ผลิตเนื้อหาเสริมทักษะตามหลักสูตรฐานสมรรถนะ และดำเนินงานกิจกรรมรวมถึงการขับเคลื่อนเพื่อส่งเสริมระบบการศึกษาที่เหมาะสมกับช่วงวัย รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดการใช้เครื่องมือสำหรับครูและผู้ปกครองในการพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียนและเยาวชนทุกช่วงวัย

2.3 โครงการสื่อดิจิทัลส่งเสริมการเรียนรู้

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสื่อดิจิทัล

งบประมาณ 6,970,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

ผลิตเนื้อหาออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ด้านวิทยาศาสตร์ อวกาศ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม บทวิเคราะห์เชิงลึก เนื้อหารายการเชิงสัมภาษณ์ และ Data Visualization เนื้อหาพอดแคสต์ในหมวดต่าง ๆ รวมถึงการจัดหาเนื้อหา รายการจากการยื่นข้อเสนอของผู้ประกอบการภายนอก และดำเนินกิจกรรมขยายเครือข่าย สร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มคนฟังรายการ Podcast และเป็นการขยายฐานผู้ฟังอีกด้วย

แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาการเรียนรู้

ตารางที่ 8 แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาการเรียนรู้

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
ศูนย์สื่อสารสาธารณะเพื่อเด็กและการเรียนรู้	2.1 โครงการผลิตสื่อ พัฒนานิเวศ เครือข่าย และนวัตกรรม การเรียนรู้ สำหรับเด็ก เยาวชน	115,000,000
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	2.2 โครงการผลิตเนื้อหาการเรียนรู้สำหรับเด็กเยาวชน	45,200,000
สำนักสื่อดิจิทัล	2.3 โครงการสื่อดิจิทัลส่งเสริมการเรียนรู้	6,970,000
รวมทั้งสิ้น		167,170,000

3. กลุ่มเนื้อหาสารคดีและสารประโยชน์ (DOCUMENTARY & FACTUAL) ประกอบด้วย 3 โครงการ
ดังนี้

แผนงาน 1 CONTENT	ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	งบประมาณ (MB)
DOCUMENTARY 260.52 MB 3 โครงการ	1.โครงการผลิตเนื้อหารายการสารคดีและสารประโยชน์	สำนักสร้างสรรค์ฯ	247.48
	2.โครงการผลิตสารคดี Taste Detective 2	ศูนย์สื่อศิลป์ฯ	6
	3.โครงการผลิตเนื้อหารายการดิจิทัล	สำนักสื่อดิจิทัล	7.04
OUTPUT	Rooted & Inclusive Society	Resilient Society	Deliberative Society
	DOCUMENTARY โครงการผลิตเนื้อหาสารคดีและสารประโยชน์	DOCUMENTARY โครงการผลิตเนื้อหาสารคดีและสารประโยชน์	DOCUMENTARY โครงการผลิตเนื้อหาสารคดีและสารประโยชน์
	- ภาคภูมิใจไทย (แลนด์ไทย) - Koyori - ไทยศิลป์ - เชียวกัยอุณนาเล่า - มนตราล้านนา - cook culture - นพเก้าบ้านนา - ภัตราคารบ้านทุ่ง - กินอยู่คือ	- ชีวิตรักกับ - ย้อนอดีตได้รัก - ลุยไม่รู้โรย - Big story - Made my day - วันไหนว่าไรดี - นพเก้าบ้านนา - บ้านนา	- ดูให้รู้ - a day in the wild - Full Frame - Wild survivor รักะภัยพิบัติศึกษา - ผ่องพาไป - สารคดี Climate Change Adaptation - the Last Jigsaw (Living will) - Flashpoint จุดร้อนโลก
รายการออนไลน์ วิธีการเผยแพร่แบบ ONLINE-FIRST 			

แผนภาพที่ 25 ภาพรวมแผนงานสารคดีและสารประโยชน์ (DOCUMENTARY & FACTUAL)

โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

3.1 โครงการผลิตเนื้อหารายการสารคดีและสารประโยชน์

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา

งบประมาณ 247,476,478 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

ผลิตและจัดหาเนื้อหาคุณภาพสูงที่สะท้อนคุณค่าสื่อสาธารณะในมิติการสร้างความรู้ความเข้าใจในพลวัตโลก รากและคุณค่าไทย ความหลากหลายทางสังคม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้วยการมุ่งสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ร่วมกันอย่างมีเหตุผล ด้วยความเข้าใจและไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง ผ่านรูปแบบรายการสารคดี สารประโยชน์ จำนวน 32 รายการ

3.2 โครงการผลิตสารคดี ร่องรอยสมนตราแห่งอาหาร (Taste Detective 2)

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม

งบประมาณ 6,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

การผลิตชุดสารคดี 13 ตอน ที่ให้ความสำคัญในการรับรู้ที่มาของ "อาหาร" อย่างมีความรู้ทั้งจากประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา วิธีผลิต วิธีกิน หรือเข้าใจในวิถีของอาหารเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืน เสนอแง่มุมคิดเชิงปรัชญาในการดำเนินชีวิต เพื่อการอยู่ร่วมกันของ "เรา" และ "อาหาร" ผ่านการดำเนินเรื่องราวโดย "อนุสรณ์ ตีปยานนท์" Food Activist และนักเขียนที่มีชื่อเสียงของไทย เป้าหมายการผลิตชุดนี้เพื่อสร้างฐานคนดูรายการด้านศิลปวัฒนธรรมในแบบของสื่อสาธารณะ สร้างสารคดีคุณภาพที่ได้รับการยอมรับและสร้างภาพลักษณ์ในฐานะผู้นำด้านการสร้างองค์ความรู้ผ่านสื่อสาธารณะ

3.3 โครงการผลิตเนื้อหารายการดิจิทัล

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสื่อดิจิทัล

งบประมาณ 7,038,800 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

โครงการผลิตรายการและเนื้อหาออนไลน์ คอลัมน์ รีวิว บทความ สารคดี Original เพื่อการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการตลาด และต่อยอดคอนเทนต์หลักบน VIPA ในทุกแพลตฟอร์ม โดยมีผลผลิตสำคัญคือ รายการเนื้อหาออนไลน์ สำหรับ VIPA จำนวนเดือนละ 2 ตอน รายการ VIPA Recap ไม่น้อยกว่า 35 คลิปต่อปี หนังสือสารคดี Original VIPA ไม่น้อยกว่า 3 เรื่อง จำนวนบทความออนไลน์ไม่น้อยกว่า 48 ชิ้น และกิจกรรมการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ VIPA จำนวน 1 ครั้ง

แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาสารคดีและสารประโยชน์

ตารางที่ 9 แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาสารคดีและสารประโยชน์ (Documentary & Factual)

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	3.1 โครงการผลิตเนื้อหารายการสารคดีและสารประโยชน์	247,476,478
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	3.2 โครงการชุดสารคดี ร่องรอยสมนตราแห่งอาหาร (Taste Detective)	6,000,000
สำนักสื่อดิจิทัล	3.3 โครงการผลิตเนื้อหารายการดิจิทัล	7,038,800
รวมทั้งสิ้น		260,515,278

4. กลุ่มเนื้อหาบันเทิง (Entertainment) ประกอบด้วย 5 โครงการ ดังนี้

แผนงาน 1 CONTENT	ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	งบประมาณ(MB)
ENTERTAINMENT 243.33MB 5 โครงการ	1.โครงการผลิตเนื้อหารายการบันเทิงสร้างสรรค์สังคม	สำนักสร้างสรรค์ฯ	199.63
	2.โครงการผลิตข่าว รายการไทยบันเทิง	ศูนย์สื่อศิลป์ฯ	4.20
	3.โครงการผลิตรายการและกิจกรรมสารพันล้นทุ่ง (บางเขน)	ศูนย์สื่อศิลป์ฯ	17.50
	4.โครงการผลิตรายการ "ยกพลคนน้ำพริก"	ศูนย์สื่อศิลป์ฯ	8.00
	5.โครงการสุดสัปดาห์กีฬาสร้างสรรค์	สำนักโทรทัศน์	14 MB

OUTPUT

สมมติว่า
สมมติว่า
สมมติว่า

สมมติว่า 1 (สมมติว่า 8-9 โมง)

สมมติว่า 2 (สมมติว่า 13-24 โมง)

commissioning

สมมติว่า 1 (สมมติว่า 8-9 โมง)

สมมติว่า 2 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 3 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 4 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 5 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 6 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 7 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 8 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 9 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 10 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 11 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 12 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 13 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 14 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 15 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 16 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 17 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 18 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 19 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 20 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 21 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 22 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 23 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 24 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 25 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 26 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 27 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 28 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 29 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 30 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 31 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 32 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 33 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 34 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 35 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 36 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 37 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 38 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 39 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 40 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 41 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 42 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 43 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 44 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 45 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 46 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 47 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 48 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 49 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 50 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 51 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 52 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 53 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 54 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 55 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 56 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 57 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 58 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 59 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 60 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 61 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 62 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 63 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 64 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 65 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 66 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 67 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 68 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 69 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 70 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 71 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 72 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 73 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 74 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 75 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 76 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 77 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 78 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 79 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 80 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 81 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 82 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 83 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 84 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 85 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 86 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 87 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 88 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 89 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 90 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 91 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 92 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 93 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 94 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 95 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 96 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 97 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 98 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 99 (สมมติว่า 13-24 โมง)

สมมติว่า 100 (สมมติว่า 13-24 โมง)

1 TV-FIRST (3HD)
รายการ "ไทยบันเทิง"

1 TV-FIRST (3HD)
รายการสารพันล้นทุ่ง (บางเขน)

1 TV-FIRST (3HD)
รายการ "ยกพลคนน้ำพริก"

Princess
The Queen
of the Night

หมอยอจ้าวเวท

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

ก๊วยก๊วย

แผนภาพที่ 26 ภาพรวมแผนงานเนื้อหาบันเทิง (ENTERTAINMENT)

โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

4.1 โครงการผลิตเนื้อหารายการบันเทิงสร้างสรรค์สังคม

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา

งบประมาณ 199,635,522 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

ผลิตและจัดหาเนื้อหาคุณภาพสูงที่สะท้อนคุณค่าสื่อสาธารณะ ผ่านเนื้อหาละคร งานดนตรีสุนทรียศาสตร์ และเนื้อหาปณิณกะ โดยมีผลผลิตสำคัญ ได้แก่ ละครอย่างน้อย 6 เรื่อง รายการดนตรีอย่างน้อย 4 รายการ รายการดนตรีเพลงพิเศษ 1 รายการ

4.2 โครงการผลิตข่าว-รายการไทยบันเทิง

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม

งบประมาณ 4,200,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

การผลิตรายการข่าวศิลปวัฒนธรรม เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์วงการศิลปวัฒนธรรมที่รอบด้าน สะท้อนอุตสาหกรรมบันเทิงในแง่มุมต่าง ๆ และส่งเสริมการสร้างสรรค์ผลงานที่ก้าวไปสู่ Soft Power โดยสาระสำคัญทั้งหมด ถูกนำเสนอผ่านรายการไทยบันเทิงและช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ

4.3 โครงการผลิตรายการและกิจกรรมสารพันล้นทุ่ง (บางเขน)

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม

งบประมาณ 17,500,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

มุ่งเน้นการส่งเสริมมรดกพื้นบ้าน นาฏกรรม ดนตรีไทย เพลงลูกทุ่งและบทเพลงในตำนาน ซึ่งเป็นบทบันทึกทางประวัติศาสตร์สังคม เพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจและเป็นรากฐานความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมต่อเนื่องไปยังอนาคต รวมถึงยังเป็นช่องทางส่งเสริมสะท้อนจากคนทำงานด้านลูกทุ่ง ดนตรีไทยและเพลงพื้นบ้าน เป็นสื่อกลางในการให้ความช่วยเหลือและจ้างงานในขณะเดียวกัน โดยนำเสนอผ่านรายการสารพันล้นทุ่ง (บางเขน)

4.4 โครงการผลิตรายการ “ยกพลคนน้ำพริก”

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม

งบประมาณ 8,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

การผลักดัน Soft Power ด้านอาหาร ยังเป็นเป้าหมายสำคัญของรัฐบาล เพื่อส่งเสริมให้เกิดการขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม จึงพัฒนาสู่รายการเรียลลิตี้ “ยกพลคนน้ำพริก” นำเสนอศักยภาพของคนเล็ก ๆ ในครัว ที่จะเติบโตเป็นที่รู้จักไปถึงระดับสากล เป็นการเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับศาสตร์ของน้ำพริกในประเทศไทย อาหารคู่ครัวที่มีความเป็นมายาวนาน เพื่อพัฒนาระดับตำรับน้ำพริก รายการนี้จะช่วยให้สังคมได้ศึกษาวัฒนธรรมอาหารผ่านการเรียนรู้น้ำพริกในแต่ละท้องถิ่น เพื่อความเข้าใจวิถีชีวิต สังคม และสิ่งแวดล้อม ผ่านรายการทั้งหมด 20 ตอน

4.5 โครงการสตูดิโอทีวีกีฬาสร้างสรรค์

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักโทรทัศน์และวิทยุ

งบประมาณ 14,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

ผลิตรายการกีฬาที่มีรูปแบบรายการสร้างความแตกต่างจากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ ด้วยการส่งเสริมกีฬาไทยและอนุรักษ์ประเพณีการแข่งขันกีฬาในท้องถิ่นต่าง ๆ และกีฬาสากลใหม่ ๆ ที่จะสร้างแรงบันดาลใจให้แก่เด็กและเยาวชนในยุคปัจจุบัน สร้างการมีส่วนร่วมกับภาคีเครือข่าย เพื่อขยายความร่วมมือส่งเสริมการกีฬานอกกระแสให้เป็นที่ยอมรับและเพิ่มจำนวนผู้ชมมากขึ้น รวมทั้งเป็นพื้นที่ในการพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตรายการโดยใช้ระบบ Remote Production เพื่อลดต้นทุนการผลิตรายการ รายการกีฬาทั้งหมดจะออกอากาศทั้งทางช่องไทยพีบีเอส ALTV และช่องทางออนไลน์คู่ขนานในเวลาเดียวกัน

แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาบันเทิง

ตารางที่ 10 แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาบันเทิง

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	4.1 โครงการผลิตเนื้อหารายการบันเทิงสร้างสรรค์สังคม	199,635,522
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	4.2 โครงการผลิตข่าว-รายการไทยบันเทิง	4,200,000
	4.3 โครงการผลิตรายการและกิจกรรมสารพันล้นทุ่ง (บางเขน)	17,500,000
	4.4 โครงการผลิตรายการ “ยกพลคนน้ำพริก”	8,000,000
สำนักโทรทัศน์และวิทยุ	4.5 โครงการสุดสัปดาห์กีฬาสร้างสรรค์	14,000,000
รวมทั้งสิ้น		243,335,522

5. กลุ่มเนื้อหาพลเมือง (Citizen) ประกอบด้วย 4 โครงการ ดังนี้



แผนภาพที่ 27 ภาพรวมแผนงานเนื้อหาพลเมือง (CITIZEN)

โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

5.1 โครงการ The ACTIVE Thai PBS

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ

งบประมาณ 9,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

โครงการผลิตเนื้อหาประเด็นนโยบายสาธารณะ (Policy Communication) ผ่านสื่อหลากหลายรูปแบบ หรือ Transmedia และการบริหารจัดการระบบฐานข้อมูล (Data Journalism) เพื่อเป็นเครื่องมือในการเสนอทางออกของสังคม (Solution Journalism) รวมทั้งสร้างเครือข่ายเชิงประเด็น และภาคีหุ้นส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง โดยมีผลผลิตสำคัญคือ รายการตรงประเด็น สารคดีเชิงประเด็นที่สนับสนุนการขับเคลื่อนและติดตามนโยบายสาธารณะด้านความยั่งยืนของคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม เช่น Climate Change ความมั่นคงทางอาหาร สุขภาวะ ความเหลื่อมล้ำเป็นธรรม และกลุ่มคนเปราะบาง เป็นต้น จำนวน 5 ตอน/ปี และผลผลิตด้าน Digital Content บนเว็บไซต์ The Active และช่องทางสื่อออนไลน์ของ ส.ส.ท.

5.2 โครงการ POLICY WATCH

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ

งบประมาณ 11,900,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

โครงการติดตามตรวจสอบนโยบายรัฐบาล การร่างกฎหมาย และโครงการภาครัฐ หรือ Policy Tracking รวมทั้งสร้างพื้นที่กลางในการแลกเปลี่ยนหรือถกแถลง (Deliberative) เพื่อร่วมกำหนดอนาคตของประเทศอย่างเปิดกว้าง และสร้างสรรค์ ยุทธศาสตร์การติดตามกระแสการเมืองสู่การใช้ข้อมูล (Data) เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงและหาทางออกของสังคม ผลผลิตของโครงการ ได้แก่ รายการอนาคตประเทศไทย ผลผลิตด้าน Digital Content ทั้งบทความ อินโฟกราฟิก Series Policy Playlist บนเว็บไซต์ Policy Watch และกิจกรรม Policy Forum หรือเวทีสาธารณะ จำนวน 24 ครั้ง/ปี

5.3 โครงการพัฒนาระบบนิเวศเพื่อสนับสนุนงานสื่อสารสาธารณะท้องถิ่น

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ

งบประมาณ 21,746,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

ภายใต้แนวคิดการกระจายอำนาจและบริหารจัดการภูมิภาค การพัฒนาระบบนิเวศสื่อสารสาธารณะท้องถิ่นที่มีคุณภาพ มั่นคงและยั่งยืน ถือเป็นหมุดหมายสำคัญ โครงการพัฒนาระบบนิเวศเพื่อสนับสนุนงานสื่อสารสาธารณะท้องถิ่น จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อหนุนเสริมพัฒนากลไกที่ส่งเสริมการเกิดระบบนิเวศสื่อสารสาธารณะท้องถิ่นที่มั่นคงและยั่งยืน ผลิตชุดรายการการสื่อสารและส่งเสริมกิจกรรมในระดับพื้นที่ (Local Contents) ที่เชื่อมโยงกับระดับชาติและโลก (Premium Contents) และสร้างเสริมวัฒนธรรมการเรียนรู้ร่วมกันของผู้คนในสังคม ด้วยข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง

ไม่มีอคติและอย่างมีส่วนร่วมในการผลิต อันนำไปสู่การสร้างพลเมืองคุณภาพของสังคม ผลผลิตสำคัญคือ รายการคุณเล่า เราขยาย รายการนักข่าวพลเมือง และรายการภูมิภาค ผลผลิตด้าน Digital Content ได้แก่ Longform Interactive Journal จำนวน 16 ชุด งาน Local Premium Content จำนวน 64 ชุด ข่าวพลเมือง จำนวน 5,000 ชิ้นงาน กิจกรรม Popup Newsroom โครงการฟังเสียงประเทศไทย ไม่น้อยกว่า 24 ครั้ง /ปี และแพลตฟอร์ม Local Thai PBS ในเว็บไซต์ Thai PBS

5.4 โครงการพัฒนาระบบการสื่อสารและบริการสาธารณะด้วยปัญญารวมหมู่

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ

งบประมาณ 12,254,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ ริเริ่มโครงการพัฒนาระบบการสื่อสารและบริการด้วยปัญญารวมหมู่ (PI-Public Intelligence) โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มสาธารณะ และจัดทำชุดข้อมูลและเนื้อหาของประเด็นสาธารณะจากกระบวนการมีส่วนร่วมในรูปแบบปัญญารวมหมู่ (Public crowdsourcing / Collective intelligence) ที่เชื่อมโยงองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ระบบรายงานข้อมูลเชิงพื้นที่ (Geo-location reporting) เครือข่ายนักเขียนคุณภาพสูง (Citizen Science & Writer Co-op) ระบบประมวลผลข้อมูลเชิงวิเคราะห์ (Data Analytics) และวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลและภาพ (Data Visualization & Data Journalism) เพื่อพัฒนาและยกระดับองค์ความรู้ของภาคประชาชน (Citizen Science) ให้สามารถตัดสินใจ และร่วมขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะท้องถิ่น เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างน้อย 3 ประเด็นวาระทางสังคม รวมทั้งเป็นพื้นที่เสมือนและเครื่องมือแสวงหาทางออกของสังคมร่วมกัน (Online Deliberative Platform) ด้วยข้อมูลความรู้อย่างใคร่ครวญไตร่ตรอง ไม่มีอคติ ลดความขัดแย้ง รุนแรง

แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาพลเมือง

ตารางที่ 11 แผนงบประมาณกลุ่มเนื้อหาพลเมือง

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ	5.1 โครงการ The ACTIVE Thai PBS	9,000,000
	5.2 โครงการ POLICY WATCH	11,900,000
สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ	5.3 โครงการพัฒนาระบบนิเวศเพื่อสนับสนุนงานสื่อสารสาธารณะท้องถิ่น	21,746,000
	5.4 โครงการพัฒนาระบบการสื่อสารและบริการสาธารณะด้วยปัญญารวมหมู่	12,254,000
รวมทั้งสิ้น		54,900,000

6.กลุ่มงานยุทธศาสตร์เนื้อหา (CONTENT STRATEGY) ประกอบด้วย 1 โครงการ ดังนี้

แผนงาน 1 CONTENT	ชื่อโครงการ	หน่วยงาน	งบประมาณ (MB)
	1. โครงการงานสื่อสารการตลาดเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์องค์กร	ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ	10
CONTENT STRATEGY 10 MB 1 โครงการ	OUTPUT		
	1. Content สื่อสารเนื้อหาทุกช่องทาง (Online 100 ชิ้นต่อเดือน, On Air 60 ชิ้นต่อเดือน) 2. กิจกรรมเชื่อมโยงเนื้อหาหลัก (Champion Products) สร้างผู้ติดตาม, สมาชิก และผู้ได้รับประโยชน์จากกิจกรรมอย่างน้อย 1 กิจกรรม 3. สถิติข้อมูลจาก PSI รายงานแบบรายวัน ทั้ง 365 วัน		

แผนภาพที่ 28 ภาพรวมแผนงานกลุ่มยุทธศาสตร์เนื้อหา (CONTENT STRATEGY)

โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

6.1 โครงการงานสื่อสารการตลาดเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์องค์กร

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ

งบประมาณ 10,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

จัดทำแผนสื่อสาร ผลิตชุดสื่อและส่งเสริมให้เนื้อหาของ ส.ส.ท. แพร่หลายเป็นที่รู้จัก สังคมรับรู้คุณค่าของเนื้อหา และเป็นที่ชื่นชอบด้วยแผนงาน และเครื่องมือสื่อสารการตลาด กระตุ้นให้เกิดการใช้บริการข้ามสื่อ เพิ่มช่องทางการเข้าถึง ทดลองใช้บริการใหม่ และเกิดการใช้บริการซ้ำในกลุ่มแฟนรายการเดิม ขยายฐานผู้ชม สร้างผู้ติดตามใหม่ เพิ่มจำนวนสมาชิกและผู้ได้รับประโยชน์ พัฒนาต่อไปเป็นกลุ่มแฟนประจำที่สนับสนุนทุกเนื้อหาของ ส.ส.ท.

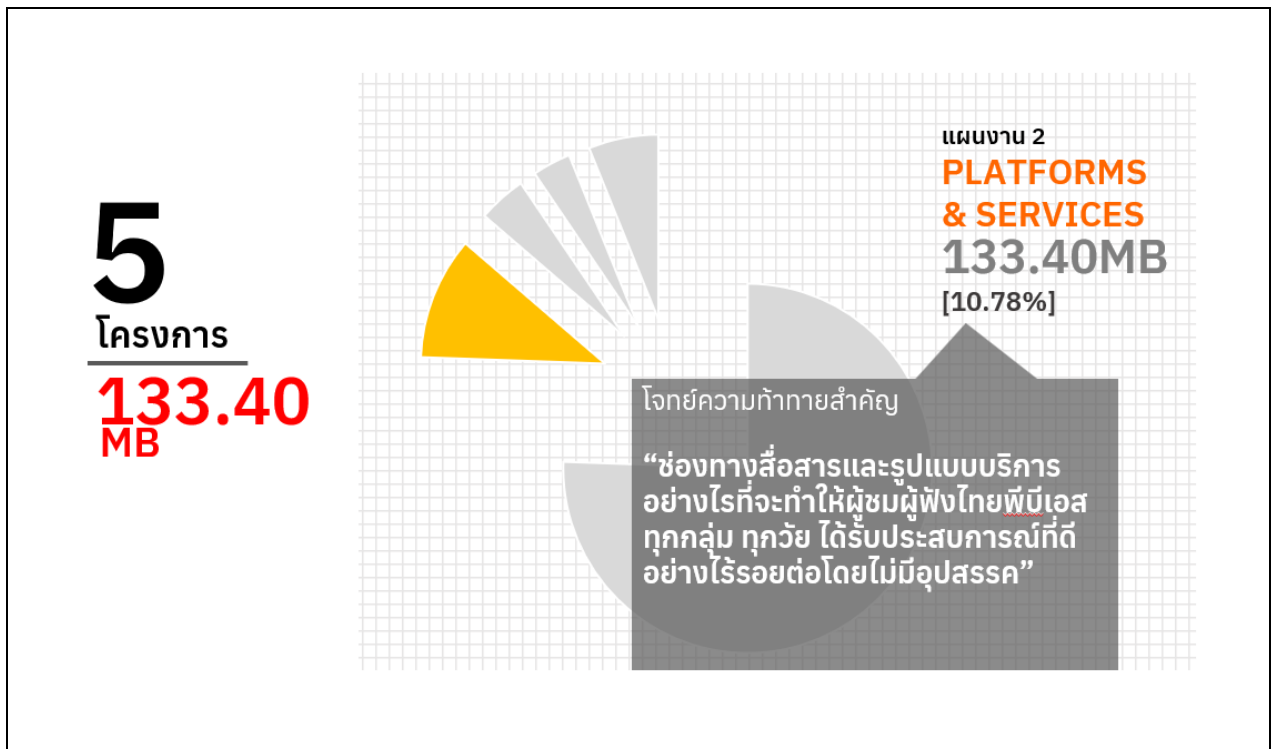
แผนงบประมาณกลุ่มยุทธศาสตร์เนื้อหา

ตารางที่ 12 แผนงบประมาณกลุ่มยุทธศาสตร์เนื้อหา

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ	6.1 โครงการงานสื่อสารการตลาดเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์องค์กร	10,000,000
รวมทั้งสิ้น		10,000,000

แผนงานที่ 2 แผนงานแพลตฟอร์มและบริการ (PLATFORMS & SERVICES)

แผนงานที่ 2 แผนงานแพลตฟอร์มและบริการ (PLATFORMS & SERVICES) งบประมาณ 133.40 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.78 ของหมวดยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย 5 โครงการที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการสื่อสาร และรูปแบบบริการต่าง ๆ ของ ส.ส.ท.



แผนภาพที่ 29 ลัดส่วนการจัดสรรงบประมาณแผนงานแพลตฟอร์มและบริการ

ผลลัพธ์ระดับแผนงาน และผลผลิตที่สำคัญ

- ผลลัพธ์ระดับแผนงาน
 1. TV PROGRAM + DIGITAL-FIRST VDO CONTENT >80% ที่ เผยแพร่ในปี 2568 สามารถเข้าถึงได้ผ่านทาง ONE Thai PBS PLATFORM
 2. TV PROGRAM >50% ในปี 2568 มี AD/CC
 3. ผู้ชมหรือใช้บริการประจำ อย่างน้อย 20% เลือกจะเข้าถึงเนื้อหาไทยพีบีเอสผ่าน ONE Thai PBS PLATFORM
 4. องค์การสื่อที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารสำหรับทุกคน ทุกกลุ่ม ทุกช่องทาง อันดับ 1 ของไทย คะแนนอย่างน้อย 7 จาก 10 ในทุกรอบการประเมิน (ไตรมาส)
 5. สมาชิก ONE Thai PBS >10% จากปี 2567

6. รายได้เพิ่มเติม 12 ล้านบาท

● ผลผลิตที่สำคัญ

1. Maintenance Service Agreement 9 Website & 2 Application and Development
2. Closed Caption in VIPA
3. Big Sign Service
4. Flow Management System & Edit share EFS
5. การพัฒนาระบบ One Thai PBS Phase 3

แผนงาน 2			133.40 MB
แพลตฟอร์มและบริการ [PLATFORMS & SERVICES]			ผลผลิตที่สำคัญ
ผลลัพธ์ระดับแผนงาน	โครงการและงบประมาณ		
• TV PROGRAMME + DIGITAL-FIRST VDO CONTENT >80% ที่เผยแพร่ในปี 68 สามารถเข้าถึงได้ผ่านทาง ONE Thai PBS PLATFORM • TV PROGRAMME >50% ในปี 68 มี AD/CC • ผู้ชมหรือใช้บริการประจำ อย่างน้อย 20% เลือกจะเข้าถึงเนื้อหาไทยพีบีเอสผ่าน ONE Thai PBS PLATFORM	P 2.1 โครงการ DIGITAL PLATFORM SERVICES 89.27 MB [87.20] ▲ +2.07 MB (2.37%)		Maintenance Service Agreement 9 Website & 2 App and Development
	P 2.2 โครงการ DIGITAL INCLUSIVE SERVICE 2.50 MB [3.4] ▼ (-0.90MB 26.47%)		• Closed Caption in VIPA • Big Sign SERVICE
องค์กรสื่อที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารสำหรับทุกคน ทุกกลุ่ม ทุกช่องทาง อันดับ 1 ของไทย คะแนนอย่างน้อย 7 จาก 10 ในรอบการประเมิน (ไตรมาส)	P 2.3 โครงการผลิตระบบบริการเพื่อสนับสนุนการสื่อสารเพื่อทุกคน 28.53 MB [21.9] ▲ (+6.63MB 30.27%)		• AD /CC SERVICE • subtitles in various languages such as Japanese, Chinese, English, Lao, Burmese, etc.
สมาชิก ONE Thai PBS >10% จากปี 67*	P 2.4 โครงการระบบสนับสนุนการผลิตเนื้อหา รูปแบบ DIGITAL-FIRST 3.64MB [7.1] ▼ (-3.46MB 49%)		• Flow Management System & Editshare EFS
ADDITIONAL REVENUE 12 ล้านบาท	โครงการพัฒนาศูนย์กลางระบบสมาชิกหลักของ ส.ส.ท.ระยะที่ 3 (One Thai PBS) 9.46 MB [9.0] ▲ (+0.46MB 5.11%)		• การพัฒนาระบบ One Thai PBS Phase 3

หมายเหตุ *เป็นเป้าหมายร่วมจากการดำเนินการร่วมกันระหว่างหลายแผนงาน
*ตัวเลขในวงเล็บคืองบประมาณปี 2567 และสัดส่วนร้อยละที่แสดง คือ การเทียบจากฐานของงบประมาณปี 2567 ในหมวดเดียวกัน

แผนภาพที่ 30 ภาพรวมแผนงานที่ 2 แพลตฟอร์มและบริการ

โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

2.1 โครงการ DIGITAL PLATFORM SERVICES

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสื่อดิจิทัล

งบประมาณ 89,270,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

โครงการเพื่อพัฒนาและให้บริการงานดิจิทัลแพลตฟอร์มของไทยพีบีเอส โดยครอบคลุมทั้ง Website Application OTT Platform LINE รวมทั้งการให้บริการ Infrastructure และระบบต่าง ๆ โดยมีผลผลิตสำคัญ ได้แก่ SLA การให้บริการ Cloud/CDN ของระบบ Streaming การให้บริการ AWS Uptime ของ VIPA OTT Platform การเผยแพร่เนื้อหา Thai PBS Verify จำนวนไม่น้อยกว่าเดือนละ 15 ชิ้น จำนวนผลิตภัณฑ์ AI ไม่น้อยกว่า 5 ผลิตภัณฑ์ จำนวนเว็บไซต์ที่พัฒนา ไม่น้อยกว่า 5 เว็บไซต์ การให้บริการ Video Streaming และ AI Live Vertical Sticker LINE แบบ Animation ชุดใหม่ จำนวน 1 ชุด

2.2 โครงการ DIGITAL INCLUSIVE SERVICE

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสื่อดิจิทัล

งบประมาณ 2,500,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

โครงการผลิตระบบบริการเพื่อสนับสนุนการสื่อสารเพื่อความเท่าเทียมของการเข้าถึงมิติของภาษามือใหญ่ เต็มจอ (Big Sign) ไม่น้อยกว่า 50 เรื่อง การจัดทำคำบรรยายแทนเสียงภาษาอังกฤษและภาษาอื่น ๆ ของกลุ่มละคร สารคดีและเนื้อหาต่าง ๆ เพื่อรองรับระบบ VIPA OTT สร้างการรับรู้ในระดับสากลไม่น้อยกว่า 150 ตอน โดยตั้งเป้า ผลลัพธ์ให้มีจำนวนผู้เข้าชมเนื้อหา Big Sign เฉลี่ยต่อเดือน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากปี 2567

2.3 โครงการผลิตระบบบริการเพื่อสนับสนุนการสื่อสารเพื่อทุกคน

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา

งบประมาณ 28,530,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

การผลิตระบบบริการเพื่อสนับสนุนการสื่อสารเพื่อทุกคน ทั้งในมิติการให้บริการคำบรรยายแทนเสียง (CC) เสียงบรรยายภาพ (AD) และการจัดทำคำบรรยาย SUBTITLE ภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ หรือ ภาษาที่ 3 (จีน ญี่ปุ่น เมียนมาและลาว) รายการบันเทิงและรายการสารประโยชน์ และเป็นทางเลือกในการรับชมรายการต่าง ๆ ที่เผยแพร่ทุกแพลตฟอร์มทางไทยพีบีเอสเพิ่มมากขึ้น

2.4 โครงการระบบสนับสนุนการผลิตเนื้อหาในรูปแบบ Digital first

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา

งบประมาณ 3,632,825 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

การบริการดูแลและบำรุงรักษาระบบอุปกรณ์ Editshare All EFS System/Flow Management และระบบ Worker Node Automations ให้สามารถทำงานได้ตามปกติต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนงานผลิตเนื้อหาในรูปแบบ Digital-First โดยเฉพาะการจัดการไฟล์วิดีโอ 4K ที่มีความละเอียดสูง โดยมีชุดซอฟต์แวร์และอุปกรณ์ที่ต้องได้รับการบริการและดูแล ได้แก่ อุปกรณ์จัดเก็บภาพเสียงส่วนกลาง (Central Share Storage) อุปกรณ์และระบบบริหารจัดการข้อมูล Metadata Server อุปกรณ์และระบบ Software Flow Database Server อุปกรณ์และระบบ Automation & transcoding

2.5 โครงการพัฒนาศูนย์กลางระบบสมาชิกหลักของ ส.ส.ท. ระยะที่ 3 (One Thai PBS)

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ

งบประมาณ 9,460,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

เพื่อตอบสนองภาพอนาคตพึงประสงค์ไทยพีบีเอส ในแผนบริหารกิจการปี 2568 ที่ต้องการให้ “ไทยพีบีเอส เป็นองค์กรสื่อสารสาธารณะเต็มรูปแบบ ผลิตภัณฑ์และบริการของไทยพีบีเอส ครอบคลุม เนื้อหา และฐานผู้ชมที่แยกย่อย ทุกกลุ่ม เนื้อหาและบริการทั้งหมด สามารถเข้าถึงได้ผ่านแพลตฟอร์ม ONE Thai PBS ที่ใช้งานได้ง่ายเพื่อคนทุกกลุ่ม”

ปี 2568 โครงการพัฒนาศูนย์กลางระบบสมาชิกหลักของ ส.ส.ท. ระยะที่ 3 (One Thai PBS) จะพัฒนาระบบ ดังนี้

1. ระบบบริการสมาชิกตามภูมิภาคและสมาชิกคนไทยในต่างประเทศ จำนวน 1 ระบบ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริการและเนื้อหาให้ตรงกับความต้องการของผู้ชมแต่ละภูมิภาค สร้างความผูกพันกับชุมชนท้องถิ่น
2. ระบบช่วยเหลือและไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง จำนวน 1 ระบบ ช่วยลดช่องว่างการเข้าถึงข้อมูล สร้างเครือข่ายช่วยเหลือในชุมชน และสนับสนุนการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว
3. ระบบผู้ช่วยอัตโนมัติสำหรับสมาชิกไทยพีบีเอส จำนวน 1 ระบบ ช่วยให้สมาชิกสามารถเข้าถึงข้อมูลบริการ และได้รับความช่วยเหลือที่ต้องการได้ตลอดเวลา ลดระยะเวลาในการรอคอย และเพิ่มความสะดวกในการใช้งานผ่านการตอบสนองแบบเรียลไทม์
4. ระบบร่วมกันแปลภาษาและแนะนำเนื้อหาโดยสมาชิก จำนวน 1 ระบบ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและส่งเสริมการใช้ความเชี่ยวชาญของสมาชิก ในการแปลและแนะนำเนื้อหา ลดค่าใช้จ่ายในการแปล
5. จำนวนเนื้อหาหรือบริการที่ถูกนำเสนอหรือปรับปรุงเพื่อให้เหมาะสมกับการเข้าถึงของกลุ่มเปราะบางมากกว่า 300 ชิ้น

6. จำนวนและประเภทคำถามหรือบริการที่ระบบผู้ช่วยอัตโนมัติสามารถตอบสนองได้ครอบคลุมตามที่กำหนดมากกว่า 500 เรื่อง
7. จำนวนสมาชิกที่เข้าร่วมในการแปลและแนะนำเนื้อหาในระบบ ไม่ต่ำกว่า 200 คนภายในปีแรก

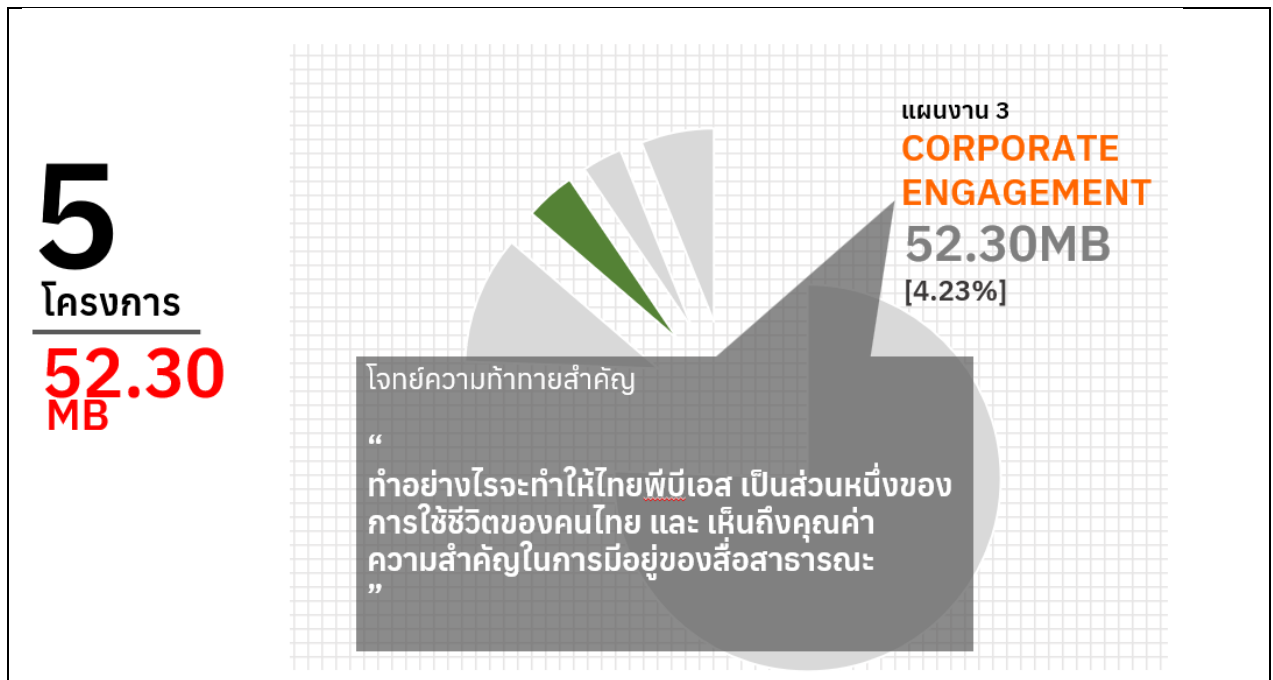
แผนงบประมาณแผนงานแพลตฟอร์มและบริการ

ตารางที่ 13 แผนงบประมาณแผนงานแพลตฟอร์มและบริการ

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
สำนักสื่อดิจิทัล	1. โครงการ DIGITAL PLATFORM SERVICES	89,270,000
สำนักสื่อดิจิทัล	2. โครงการ DIGITAL INCLUSIVE SERVICE	2,500,000
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	3. โครงการผลิตระบบบริการเพื่อสนับสนุนการสื่อสารเพื่อทุกคน	28,530,000
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	4. โครงการระบบสนับสนุนการผลิตเนื้อหาในรูปแบบ Digital first	3,632,825
ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ	5. โครงการพัฒนาศูนย์กลางระบบสมาชิกหลักของ ส.ส.ท. ระยะที่ 3 (One Thai PBS)	9,460,000
รวมทั้งสิ้น		133,392,825

แผนงานที่ 3 แผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ (CORPORATE ENGAGEMENT)

แผนงานที่ 3 แผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ (CORPORATE ENGAGEMENT) งบประมาณ 52.30 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.23 ของหมวดยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย 5 โครงการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างการรับรู้ของสาธารณะต่อความเป็นสื่อสาธารณะของ ส.ส.ท. การจัดทำการตลาดดิจิทัล การสร้างความร่วมมือกับภาคีหุ้นส่วน การหารายได้ การจัดกิจกรรม และการสนับสนุนภารกิจของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ



แผนภาพที่ 31 สัดส่วนการจัดสรรงบประมาณแผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ

ผลลัพธ์ระดับแผนงาน และผลผลิตที่สำคัญ

- ผลลัพธ์ระดับแผนงาน
 1. ผู้ชมไทยอายุมากกว่า 15 ปีอย่างน้อย 50% รู้จัก ONE Thai PBS
 2. ผู้ชมไทยอายุมากกว่า 15 ปีอย่างน้อย 20% รู้จักรายการ/ผลิตภัณฑ์/บริการ/กิจกรรมหลักของไทยพีบีเอสอย่างน้อย 3 อย่าง
 3. เนื้อหารายการหลักที่ผลิตในปี 2568 อย่างน้อย 20% สามารถเข้าถึงได้บน Thai PBS IP PORTFOLIO ในรูปแบบ (FORMAT) ที่เหมาะสม
 4. องค์กรสื่อที่น่าเชื่อถืออันดับ 1 ใน 3 ของไทย (รายปี) ทั้งในภาพรวม และ 5 กลุ่มสาระรายการ
 5. สมาชิก ONE Thai PBS >10% จากปี 2567

6. รายได้เพิ่มเติม 18 ล้านบาท จากงานบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา [IP MANAGEMENT]

● ผลผลิตที่สำคัญ

1. Corporate Branding & Corporate Campaign (TVC CAMPAIGN /PUBLIC EVENTS / MEDIA FAIR'S ACTIVITIES)
2. สื่อประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมส่งเสริม Digital Branding
3. เวทีรับฟังความคิดเห็นออนไลน์ 10 ครั้ง และประชุมใหญ่สภาผู้ชมผู้ฟังรายการประจำปี
4. งานและระบบลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) เพื่อสนับสนุนการหารายได้
5. กลไกบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและการหารายได้เพิ่มเติมและรายการต้นแบบเพื่อหารายได้
6. กิจกรรมศิลปสโมสรเสนา, ศิลปสโมสรสัญจรมากกว่า 4 ครั้ง /ปี
7. ทวีรศิลป์วัฒนธรรม มากกว่า 2 ครั้ง/ปี

แผนงาน 3		52.30 MB	
การมีส่วนร่วมสาธารณะ [CORPORATE ENGAGEMENT]			
ผลลัพธ์ระดับแผนงาน	โครงการและงบประมาณ	ผลผลิตที่สำคัญ	
• ผู้ชมไทยอายุมากกว่า 15 ปีอย่างน้อย 50% รู้จัก ONE Thai PBS • ผู้ชมไทยอายุมากกว่า 15 ปีอย่างน้อย 20% รู้จักรายการ/ผลิตภัณฑ์/บริการ/กิจกรรมหลักของไทยพีบีเอสอย่างน้อย 3 อย่าง • เนื้อหารายการหลักที่ผลิตในปี 2568 อย่างน้อย 20% สามารถเข้าถึงได้บน Thai PBS IP PORTFOLIO ใน FORMAT ที่เหมาะสม	3.1 โครงการงานสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์องค์กร 19 MB [21]	Corporate Branding & Corporate Campaign (TVC CAMPAIGN /PUBLIC EVENTS / MEDIA FAIR'S ACTIVITIES)	
	3.2 โครงการการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) 8.50 MB [7.50]	สื่อประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมส่งเสริม Digital Branding	
	3.3 โครงการสนับสนุนกิจการสภาผู้ชมผู้ฟังรายการ 5.50 MB [12]	เวทีรับฟังความคิดเห็นออนไลน์ 10 ครั้ง และ ประชุมใหญ่สภาผู้ชมผู้ฟังรายการประจำปี	
	3.4 โครงการพัฒนากลไกด้านการตลาดและการสร้างรายได้เพื่อความยั่งยืน 17.50 MB [10]	งานและระบบลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) เพื่อสนับสนุนการหารายได้	
	3.5 โครงการดำเนินกิจกรรมออนกราวด์ 1.80 MB	กลไกบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและการหารายได้เพิ่มเติมและรายการต้นแบบเพื่อหารายได้	
องค์กรสื่อที่น่าเชื่อถืออันดับ 1 ใน 3 ของไทย (รายปี) ทั้งในภาพรวม และ 5 กลุ่มสาระรายการ*		• กิจกรรมศิลปสโมสรเสนา, ศิลปสโมสรสัญจรมากกว่า 4 ครั้ง /ปี • ทวีรศิลป์วัฒนธรรม มากกว่า 2 ครั้ง/ปี	
สมาชิก ONE Thai PBS >10% จากปี 67*			
18 ล้านบาท* [IP MANAGEMENT]			
หมายเหตุ *เป็นเป้าหมายร่วมจากการดำเนินการร่วมกันระหว่างหลายแผนงาน **ตัวเลขในวงเล็บคืองบประมาณปี 2567 และสัดส่วนร้อยละที่แสดง คือ การเทียบจากฐานของงบประมาณปี 2567 ในหมวดเดียวกัน			

แผนภาพที่ 32 ภาพรวมแผนงานที่ 3 การมีส่วนร่วมสาธารณะ

โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

3.1 โครงการงานสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์องค์กร

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ

งบประมาณ 19,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

โครงการที่จะแคมเปญการสื่อสารและกิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถเพิ่มความสนใจในวาระหลักของ ส.ส.ท. คือ Mental Health and Well-being, Soft Power และ Climate Change Adaptation เพื่อสร้างการจดจำในภาพลักษณ์ของ ส.ส.ท. มุ่งขยายฐานผู้ชมทั้งในและนอกประเทศ ให้เข้าถึงทุกช่องทางสื่อ เกิดการรับรู้ ทดลอง เข้าชม และใช้บริการซ้ำจนเกิดการยอมรับในคุณค่า มีการจัดกิจกรรม Corporate กิจกรรม Road Show กิจกรรมสาธารณะ หรือ ชุด Campaign การสื่อสารระดับองค์กรขนาดใหญ่ จำนวน 4 ครั้ง นำเสนอเนื้อหาในพื้นที่สื่อ Out of Home พื้นที่สื่อออนไลน์อื่น ๆ และสื่อสารผ่าน Influencer ให้เกิดการรับรู้ใหม่ เพื่อขยายให้สังคมรับรู้คุณค่าของ ส.ส.ท.

3.2 โครงการการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสื่อดิจิทัล

งบประมาณ 8,500,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

โครงการดำเนินการการตลาดดิจิทัล เพื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัลของไทยพีบีเอส ให้เป็นที่รู้จักและถูกใช้งานในวงกว้างของสังคม โดยครอบคลุมทั้งส่วนงาน Digital Ads/SEO/E-Newsletter/Content Marketing รวมถึงกระบวนการการตลาดดิจิทัลที่สนับสนุนการเกิดภาพจำใหม่ของ ONE Thai PBS โดยมีเป้าหมายผลลัพธ์คือ จำนวนสมาชิก ONE Thai PBS Members (Thai PBS, VIPA, Thai PBS Podcast) เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากปี 2567

3.3 โครงการสนับสนุนกิจการสภาผู้ชมผู้ฟังรายการ

หน่วยงานรับผิดชอบ หน่วยสนับสนุนสภาผู้ชมผู้ฟังรายการ

งบประมาณ 5,500,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

ดำเนินการสนับสนุนการดำเนินงานของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามวัตถุประสงค์ หน้าที่และความรับผิดชอบของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ โดยมีผลผลิตสำคัญคือ การจัดรับฟังความคิดเห็นเพื่อพัฒนาคุณภาพรายการอย่างน้อย 20 ครั้ง/ปี การประชุมที่เป็นไปตามระเบียบฯ วิธีการสรรหา และการดำเนินการของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ พ.ศ. 2568 อย่างน้อย 2 ครั้ง/ปี การจัดกิจกรรมร่วมกับภาคีเครือข่ายในระดับภูมิภาคอย่างน้อย 5 ครั้ง/ปี และการจัดทำรายงานรับฟังความคิดเห็น จำนวนอย่างน้อย 4 ชิ้น/ปี มีผลลัพธ์สำคัญได้แก่ ผู้ชมผู้ฟังมีความรู้ความเข้าใจรายการและผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น อย่างน้อยร้อยละ 50 ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมและช่วยส่งเสริมการเป็นองค์กรสื่อที่น่าเชื่อถือ อันดับ 1 ใน 3 ของประเทศไทย

3.4 โครงการดำเนินกิจกรรมออนกราวด์

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม

งบประมาณ 1,800,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

การจัดกิจกรรมเสวนาในประเด็นทางศิลปวัฒนธรรม บันเทิง และกิจกรรมสัญจรที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปวัฒนธรรม ในชื่อโครงการ "ศิลป์สโมสรสัญจร - เสวนา" เพื่อสร้างพื้นที่ "สร้างสรรค์เชิงสาระประโยชน์และบันเทิง" ให้กลุ่มผู้ชมและประชาชนทั่วไปได้มีส่วนร่วมเรียนรู้ และทำให้ ส.ส.ท. เป็นที่รับรู้จดจำในบทบาทผู้ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม

3.5 โครงการพัฒนากลไกด้านการตลาดและการสร้างรายได้เพื่อความยั่งยืน

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสาธารณะ

งบประมาณ 17,500,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

โครงการที่สนับสนุนการสร้างรายได้จากทรัพย์สินทางปัญญา การให้บริการผลิตสื่อ และการพัฒนาความสัมพันธ์กับภาคีหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาระบบและกลไกที่จะช่วยขับเคลื่อนการสร้างรายได้จากแหล่งต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับองค์กรในระยะยาว โดยมีเป้าหมายรายได้ 120 ล้านบาทในปี 2568 จำนวนภาคีหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ทั้งภาครัฐและเอกชนที่ร่วมดำเนินโครงการหรือกิจกรรมสร้างรายได้กับองค์กรเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 10 ราย จำนวนผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่พัฒนาจากทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กร เช่น สินค้า ที่ระลึก คอนเทนต์ดิจิทัล หรือกิจกรรมพิเศษ อย่างน้อย 5 ชิ้น และจำนวนรายการโทรทัศน์ที่มีผู้ร่วมผลิตอย่างน้อย 5 รายการ

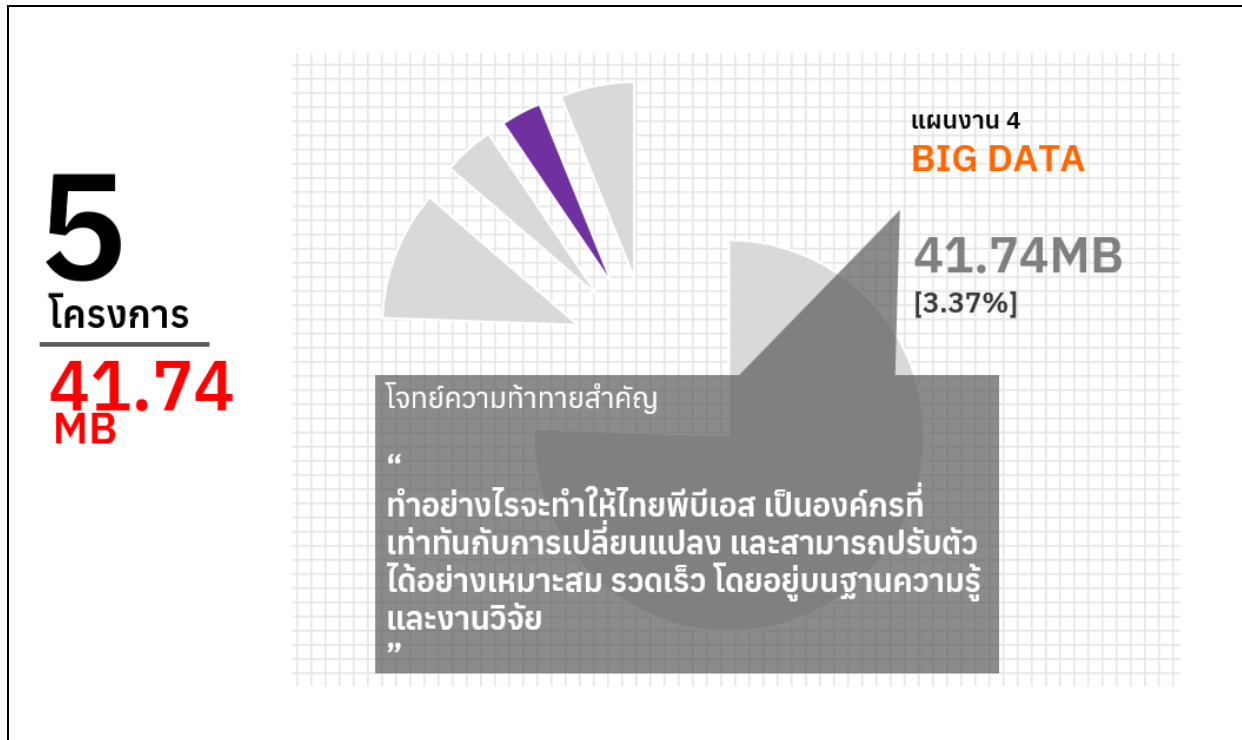
แผนงบประมาณแผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ

ตารางที่ 14 แผนงบประมาณแผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ	1. โครงการงานสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์องค์กร	19,000,000
สำนักสื่อดิจิทัล	2. โครงการการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	8,500,000
หน่วยสนับสนุนสภาผู้ชมผู้ฟังรายการ	3. โครงการสนับสนุนกิจการสภาผู้ชมผู้ฟังรายการ	5,500,000
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	4. โครงการดำเนินกิจกรรมออนกราวด์	1,800,000
ศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสาธารณะ	5. โครงการพัฒนากลไกด้านการตลาดและการสร้างรายได้เพื่อความยั่งยืน	17,500,000
รวมทั้งสิ้น		52,300,000

แผนงานที่ 4 แผนงานการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่ (BIG DATA)

แผนงานที่ 4 แผนงานการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่ (BIG DATA) งบประมาณ 41.74 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.37 ของหมวดยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย 5 โครงการที่เกี่ยวข้องกับการประเมินผล การวิจัย และการจัดทำระบบข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อวางแผนการบริหารจัดการองค์กร



แผนภาพที่ 33 สัดส่วนการจัดสรรงบประมาณแผนงานการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่

ผลลัพธ์ระดับแผนงาน และผลผลิตที่สำคัญ

- ผลลัพธ์ระดับแผนงาน

1. การเป็นกลไกที่มีระบบออกแบบและตัดสินใจอยู่บนฐานการใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์อย่าง เท่าทันและมีประสิทธิภาพ (DATA-DRIVEN Thai PBS)
2. ผู้บริหารระดับสำนักและศูนย์มีระดับความพึงพอใจกับระบบข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ (คุณภาพ รูปแบบ และ TIMING) อย่างน้อย 7 จาก 10 ในทุกรอบการประเมิน (ไตรมาส)
3. คณะกรรมการบริหาร (กบห.) และคณะกรรมการนโยบาย (กนย.) มีระดับความพึงพอใจกับระบบรายงานความก้าวหน้าเชิงยุทธศาสตร์ (คุณภาพ รูปแบบ และ TIMING) อย่างน้อย 7 จาก 10 ในทุกรอบการประเมิน (ไตรมาส)

4. การเป็นสื่อสาธารณะยุคดิจิทัลที่ยังคงยึดโยงกับสังคมและมีความสามารถในการปรับตัวได้อย่างเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงในอนาคต (RESILIENT Thai PBS)

● ผลผลิตที่สำคัญ

1. การประเมินผลการดำเนินงาน ส.ส.ท. ปี 2568 และการประเมินผลด้านอื่น ๆ อาทิ Public Perception, SIA/SROI เป็นต้น
2. ข้อมูลวิจัยด้าน Consumer Insight
3. การพัฒนาระบบ Machine Learning เพื่อสนับสนุนการประเมิน
4. การศึกษาแนวโน้มสื่อในอนาคต
5. เวทีแลกเปลี่ยนความรู้ / Media Forum / Conference
6. ระบบวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ ที่มีกลไกการทำงานร่วมระหว่าง Big data อัลกอริธึมของ Machine learning และ AI เพื่อการประมวลผลข้อมูลขนาดใหญ่
7. ระบบ ONE STAT
8. ระบบ VIPA BI
9. ระบบ Data Analytic & Engagement

แผนงาน 4 การใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่ [BIG DATA]			41.74 MB
ผลลัพธ์ระดับแผนงาน	โครงการและงบประมาณ	ผลผลิตที่สำคัญ	
• การเป็นกลไกที่มีระบบออกแบบและตัดสินใจอยู่บนฐานการใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างเท่าทันและมีประสิทธิภาพ (DATA-DRIVEN Thai PBS) • ผู้บริหารระดับสำนักและศูนย์มีระดับความพึงพอใจกับระบบข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ (คุณภาพ รูปแบบ และ TIMING) อย่างน้อย 7 จาก 10 ในทุกรอบการประเมิน (ไตรมาส) • คณะกรรมการบริหาร (กบห) และนโยบาย (กนย) มีระดับความพึงพอใจกับระบบรายงานความก้าวหน้าเชิงยุทธศาสตร์ (คุณภาพ รูปแบบ และ TIMING) อย่างน้อย 7 จาก 10 ในทุกรอบการประเมิน (ไตรมาส) • การเป็นสื่อสาธารณะยุคดิจิทัลที่ยังคงยึดโยงกับสังคมและมีความสามารถในการปรับตัวได้อย่างเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงในอนาคต (RESILIENT Thai PBS)	P 4.1 โครงการประเมินผลองค์การและบทบาทสื่อสาธารณะ 7.50 MB [7] ▲ +0.50MB (7.14%)	การประเมินผลการดำเนินงาน ส.ส.ท. ปี 2568 และการประเมินผลด้านอื่น ๆ อาทิ Public Perception, SIA/SROI เป็นต้น	
	P 4.2 โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาเนื้อหาและแพลตฟอร์ม 8.78 MB [11.10] ▼ -2.32MB (20.90%)	• ข้อมูลวิจัยด้าน Consumer Insight • การพัฒนาระบบ Machine Learning เพื่อสนับสนุนการประเมิน	
	P 4.3 โครงการการศึกษาแนวโน้มสื่อในอนาคตและการจัดการองค์ความรู้ด้านสื่อสาธารณะ 5.32 MB [6.50] ▼ -1.18MB (18.15%)	• การศึกษาแนวโน้มสื่อในอนาคต • เวทีแลกเปลี่ยนความรู้ / Media Forum / Conference	
	P 4.4 โครงการพัฒนาระบบขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูลเชิงวิเคราะห์ ระยะที่ 2 8.92 MB [9] ▼ -0.08MB (0.89%)	ระบบวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ ที่มีกลไกการทำงานร่วมระหว่าง Big data อัลกอริธึม ของ Machine learning และ AI เพื่อการประมวลผลข้อมูลขนาดใหญ่	
	P 4.5 โครงการระบบจัดการข้อมูลเชิงวิเคราะห์กลางสื่อออนไลน์ (THAI PBS DATA ANALYTICS / ONE STAT) 11.22 MB [7] ▲ +4.22 MB (60.29%)	• ระบบ ONE STAT • ระบบ VIPA BI • ระบบ Data Analytic & Engagement	
หมายเหตุ * เป็นเป้าหมายจากการดำเนินการร่วมกันระหว่างหลายแผนงาน ** ตัวเลขในวงเล็บคืองบประมาณปี 2567 และสัดส่วนร้อยละที่แสดง คือ การเทียบจากฐานของงบประมาณปี 2567 ในหมวดเดียวกัน			

แผนภาพที่ 34 ภาพรวมแผนงานที่ 4 การใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่

โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

4.1. โครงการประเมินผลองค์การและบทบาทสื่อสาธารณะ

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ

งบประมาณ 7,500,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

โครงการประเมินผลที่ครอบคลุมทั้งการประเมินรับรู้และการยอมรับของสังคมต่อบทบาทสื่อสาธารณะของ ส.ส.ท. ในแง่มุมต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ การประเมินด้านผลลัพธ์และความคุ้มค่าในการดำเนินงานตามประเด็นยุทธศาสตร์/วาระหลัก (Core Agenda)/คุณค่าและการขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะต่าง ๆ เช่น การประเมินผลกระทบ/ผลตอบแทนทางสังคม (SIA / SROI) เป็นต้น ตลอดจนการประเมินผลการดำเนินงานประจำปีที่กำหนดไว้ตามพระราชบัญญัติองค์การฯ มาตรา 50 เพื่อยกระดับให้การทำงานของ ส.ส.ท. สร้างประโยชน์ต่อสาธารณะในวงกว้างมากยิ่งขึ้น

4.2 โครงการวิจัยเพื่อการพัฒนาเนื้อหาและแพลตฟอร์ม

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ

งบประมาณ 8,780,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

การศึกษาวิจัยครอบคลุมการติดตามวิเคราะห์พฤติกรรมการรับชมทั้งในประเทศและต่างประเทศ การวิเคราะห์ความเห็นของผู้ชมไทยพีบีเอสที่มีต่อการนำเสนอข่าวและรายการของไทยพีบีเอสและ ALTV จากช่องทางออนไลน์ การทดสอบความเห็นของผู้ชมที่มีต่อเนื้อหาและแพลตฟอร์มกลุ่มรายการ Premium Content ในวาระหลักขององค์กรและรายการอื่นเพื่อการพัฒนาเนื้อหารายการในแนวทางสร้างสรรค์ การประเมินคุณภาพและคุณค่ารายการโดยกลุ่มผู้ชม (Audience) และผู้เชี่ยวชาญ (Expert) เพื่อสนับสนุนการจัดทำผังและการวางแผนการผลิตรายการ การวิเคราะห์เนื้อหารายการของ ส.ส.ท. เปรียบเทียบกับสื่ออื่นในอุตสาหกรรมเพื่อสนับสนุนบทบาทสื่อสาธารณะในวาระสำคัญ เพื่อให้แนวทางพัฒนาเนื้อหาข่าว รายการและแพลตฟอร์มสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ชมและสาธารณะ นำไปสู่การรักษาฐานผู้ชมเดิมและขยายฐานผู้ชมกลุ่มใหม่ ตอบโจทย์ความเป็นสื่อสาธารณะได้อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ

4.3 โครงการศึกษาแนวโน้มสื่อในอนาคตและการจัดการองค์ความรู้ด้านสื่อสาธารณะ

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ

งบประมาณ 5,320,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

การศึกษาวิเคราะห์ภาพอนาคตของสื่อสาธารณะ ที่เล็งผลเพื่อการวางแผนทิศทางองค์กรไปจนถึงช่วงเวลาปี 2572 ที่ใบอนุญาตทีวีดิจิทัลสิ้นสุดอายุลง ซึ่งศึกษาต่อเนื่องมาจากปี 2567 ที่ผลการศึกษาในระยะต้นเป็นการให้ฉันทกทัศน์ ในปี 2568 โครงการศึกษาแนวโน้มสื่อในอนาคตและการจัดการองค์ความรู้ด้านสื่อสาธารณะ จะเป็นการศึกษา เพื่อขยายผลฉันทกทัศน์ให้นำสู่การปฏิบัติงานอย่างมียุทธศาสตร์เพื่อมุ่งไปสู่ฉันทกทัศน์ที่เป็นผลดีต่อองค์กรและอุตสาหกรรม สื่อ เช่น แนวโน้มและการทำงานของสื่อมวลชนและสื่อสาธารณะในอนาคตที่ต้องใช้องค์ความรู้ด้านปัญญาประดิษฐ์ การบริหารองค์กรสื่อในอนาคต เป็นต้น โดยการเผยแพร่ผลการศึกษาจะออกมาในรูปแบบรายงาน บทความ และการจัดเวทีแลกเปลี่ยนความรู้ Media Forum Conference

4.4 โครงการระบบจัดการข้อมูลเชิงวิเคราะห์กลางสื่อออนไลน์ (Thai PBS Data Analytic /One Stat)

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสื่อดิจิทัล

งบประมาณ 11,220,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

โครงการนำเสนอผลการดำเนินงาน (Performance) ของแต่ละแพลตฟอร์ม และนำมาวิเคราะห์ให้เข้าใจถึงพฤติกรรมผู้ชมบนสื่อออนไลน์และความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อองค์กร หน่วยงานภายในได้ใช้ประโยชน์จากการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ผ่าน Data Analytic เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงบริการ ผลิตภัณฑ์ และจัดทำกลยุทธ์ด้านเนื้อหาต่อไป

ผลผลิตที่ส่งมอบ ได้แก่ รายงานและข้อมูลสรุปสถิติภาพรวม การวิเคราะห์สื่อดิจิทัลทุกแพลตฟอร์มรายวัน รายงาน website รายเดือน และที่สุดของสื่อดิจิทัลบน Social Media รายเดือน รายไตรมาส รายครึ่งปี และรายปี สถิติของ 12 Website Thai PBS เจาะลึกสถิติ Social Media วิเคราะห์และดูสัดส่วนการเติบโตเทียบคู่แข่ง เรตติ้ง ชมสดรายการโทรทัศน์ และสถิติชมสดทาง Online ตามผัง และออนไลน์ Copy Right Tracking ระบบ Summary Notification ข้อมูลเชิงสถิติ performance and data usage ของ VIPA Platform ผ่าน VIPA BI และรายงานผล ดำเนินการและแคมเปญการตลาดของ VIPA

4.5 โครงการพัฒนาระบบขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูลเชิงวิเคราะห์ ระยะที่ 2

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ

งบประมาณ 8,920,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

การจัดทำระบบขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูลเชิงวิเคราะห์อย่างครบถ้วนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 3 ระบบ ได้แก่

1. ระบบงานสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการรายงานข่าวและประเด็นที่สังคมให้ความสนใจ เพื่อใช้เทคโนโลยีวิเคราะห์ข้อมูลจากหลายแหล่งเพื่อระบุแนวโน้มประเด็นสังคม สนับสนุนการร่วมกันตรวจสอบข้อเท็จจริง และเพิ่มความโปร่งใสในกระบวนการรายงานข่าว

2. ระบบงานสารสนเทศเพื่อสนับสนุนงานสร้างสรรค์รายการตามวาระหลักขององค์กรเพื่อช่วยในการวางแผนผลิตเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชม

3. ระบบงานสารสนเทศเพื่อสนับสนุนงานงานเครือข่ายทั้งในและต่างประเทศ ช่วยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในการสร้างและบริหารความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผ่านแพลตฟอร์มที่มีประสิทธิภาพ

โดยมีผลลัพธ์สำคัญ คือ

1. อัตราการลดต้นทุนการดำเนินงานเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 10 จากการใช้ข้อมูลวิเคราะห์ในการตัดสินใจ
2. ประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากรขององค์กรเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ผ่านการบริหารทรัพยากรและเครือข่ายความร่วมมือที่มีข้อมูลสนับสนุน
3. ระยะเวลาในการดำเนินโครงการและงานประจำลดลงอย่างน้อยร้อยละ 10 โดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวางแผนและจัดลำดับความสำคัญ

แผนงบประมาณแผนงานการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่

ตารางที่ 15 แผนงบประมาณแผนงานการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสารสาธารณะ	1. โครงการประเมินผลองค์กรและบทบาทสื่อสารสาธารณะ	7,500,000
	2. โครงการวิจัยเพื่อการพัฒนาเนื้อหาและแพลตฟอร์ม	8,780,000
	3. โครงการศึกษาแนวโน้มสื่อในอนาคตและการจัดการองค์ความรู้ด้านสื่อสารสาธารณะ	5,320,000
ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ	4. โครงการระบบจัดการข้อมูลเชิงวิเคราะห์กลางสื่อออนไลน์ (Thai PBS Data Analytic /ONE Stat)	11,220,000
สำนักสื่อดิจิทัล	5. พัฒนาระบบขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูลเชิงวิเคราะห์ ระยะที่ 2	8,920,000
รวมทั้งสิ้น		41,740,000

งบกลาง

งบกลาง จำนวน 72 ล้านบาท เพื่อรองรับงานยุทธศาสตร์ในระดับองค์กรที่อาจเกิดขึ้นจากโอกาสใหม่ ๆ ระหว่างช่วงปี ที่ยังไม่สามารถวางแผนล่วงหน้าได้ ประกอบด้วย

1. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อหารายได้ จำนวน 63 ล้านบาท
2. วาระกลาง และวาระอื่น ๆ ตามนโยบาย จำนวน 4 ล้านบาท
3. งบฉุกเฉิน 5 ล้านบาท

โดยการใช้งบกลางมีหลักเกณฑ์ที่กำหนด ดังนี้

1. แนวทางการขอใช้งบประมาณกลางของโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อหารายได้ จำนวน 63 ล้านบาท

1.1 หน่วยงานมีการทำ MOU / สัญญา / เอกสารอื่น ๆ ที่ระบุว่าจะได้รับเงินสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น หรือมีแหล่งรายได้ที่จะเข้ามาโดยได้รับการอนุมัติแล้วตามขั้นตอน และต้องเป็นการคืนทุน 100%

1.2 การเสนอของบประมาณโครงการนี้ ต้องทำโครงการเสนอพร้อมประมาณการรายรับและรายจ่ายที่คาดว่าจะเกิดขึ้น นำเสนอผู้มีอำนาจอนุมัติ

- 1.3 อำนาจการอนุมัติ

- งบประมาณไม่เกิน 20 ล้านบาท อนุมัติโดยคณะกรรมการบริหาร
- งบประมาณเท่ากับหรือมากกว่า 20 ล้านบาท อนุมัติโดยคณะกรรมการนโยบาย

1.4 ฝ่ายบริหารจะจัดทำแผนการใช้จ่ายงบประมาณให้สอดคล้องกับแผนจัดหารายได้ ก่อนขึ้นปีงบประมาณ 2568

2. แนวทางการขอใช้งบประมาณกลางของ (1) วาระกลาง และวาระอื่น ๆ ตามนโยบาย จำนวน 4 ล้านบาท และ (2) งบฉุกเฉิน 5 ล้านบาท มีอำนาจอนุมัติ ดังนี้

- 2.1 งบประมาณวงเงินไม่เกิน 10 ล้านบาท อนุมัติโดย ผู้อำนวยการ ส.ส.ท.
- 2.2 งบประมาณวงเงินตั้งแต่ 10 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 20 ล้านบาท อนุมัติโดยคณะกรรมการบริหาร
- 2.3 งบประมาณวงเงินเกิน 20 ล้านบาท อนุมัติโดยคณะกรรมการนโยบาย

งบกลาง

72MB

หลักเกณฑ์การใช้งบ วาระกลาง และวาระอื่นๆ และ งบฉุกเฉิน

1. ผอ.ส.ส.ท. มีอำนาจอนุมัติไม่เกิน 10 ลบ.
2. กบท. มีอำนาจอนุมัติไม่เกิน 20 ลบ.
3. กนย. มีอำนาจอนุมัติไม่เกิน 20 ลบ.
4. ฝ่ายบริหารจะจัดทำแผนการใช้จ่ายงบประมาณให้สอดคล้องกับแผนจัดหารายได้ ก่อนขึ้นปีงบประมาณ 2568



A โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อหารายได้
63 MB

B วาระกลาง และวาระอื่น ๆ ตามนโยบาย
4 MB

C งบฉุกเฉิน
5 MB

แผนภาพที่ 35 ภาพรวมงบกลาง

งบกลาง

72 MB

A โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อหารายได้
63 MB

B วาระกลาง และวาระอื่น ๆ ตามนโยบาย

4 MB

C งบฉุกเฉิน

5 MB



เป้ารายได้ 120 MB

รวมผลิตรายการ [CO-PRODUCTION]
76 MB [63%]

ค่าบริการอื่นๆ [SERVICE FEE]
12 MB [10%]

ใช้งบประมาณจากหน่วยงาน
ในการดำเนินการ

เงินสนับสนุนองค์การ
(Grant-In)
14 MB [12%]

การอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ (IP)
18 MB [15%]

แนวทางการขอใช้งบประมาณกลางของโครงการ A

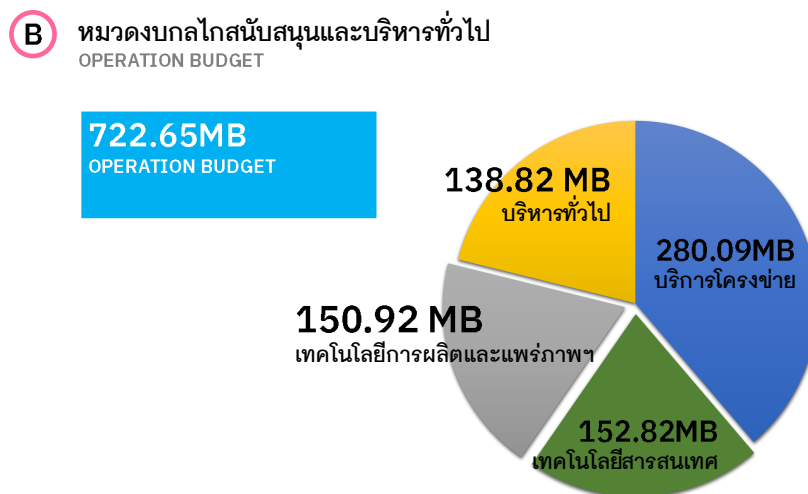
- 1) หน่วยงานมีการทำ MOU / สัญญา / เอกสารอื่นๆ ที่ระบุว่าจะได้รับเงินสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น โดยมีแหล่งรายได้ที่จะเข้ามาโดยได้รับการอนุมัติแล้วตามขั้นตอน และต้องเป็นการคืนทุน 100%
- 2) การเสนอขอของงบประมาณโครงการนี้ ต้องทำโครงการเสนอพร้อมประมาณการรายรับและรายจ่ายที่คาดว่าจะเกิดขึ้น นำเสนอผู้มีอำนาจอนุมัติ
- 3) อำนาจการอนุมัติ
 - งบประมาณไม่เกิน 20 ล้านบาท อนุมัติโดยคณะกรรมการบริหาร
 - งบประมาณเท่ากับหรือมากกว่า 20 ล้านบาท อนุมัติโดยคณะกรรมการนโยบาย
- 4) ฝ่ายบริหารจะจัดทำแผนการใช้จ่ายงบประมาณให้สอดคล้องกับแผนจัดหารายได้ ก่อนขึ้นปีงบประมาณ 2568

แผนภาพที่ 36 แนวทางการขอใช้งบประมาณกลาง โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อหารายได้

B หมวดงบกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป

งบกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป ได้รับการจัดสรรกรอบงบประมาณรวม 722.65 ล้านบาท โดยมีกลุ่มงานใหญ่ตามภารกิจงาน 4 กลุ่ม ดังนี้

- 1) กลุ่มงาน 1 บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 280.09 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 38.76
- 2) กลุ่มงาน 2 งานเทคโนโลยีเพื่อการออกอากาศ จำนวน 150.92 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 20.88
- 3) กลุ่มงาน 3 งานเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 152.82 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 21.15
- 4) กลุ่มงาน 4 บริหารทั่วไป จำนวน 138.82 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 19.21



แผนภาพที่ 37 ภาพรวมหมวดงบกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป

สัดส่วนการจัดสรรงบกลไกสนับสนุน

คำอธิบายลักษณะงาน

งานสนับสนุนด้านระบบบริการโครงข่ายให้กับ Thai PBS และให้บริการผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการฯ ภายใต้สัญญาใบอนุญาตของ กสทช. จนถึงปี พ.ศ.2572	280.09MB (38.76%) บริการโครงข่ายฯ	- บริหารจัดการต้นทุนดำเนินการด้วยการใช้เทคโนโลยีทางไกลและระบบการกำกับดูแล ภายใต้การส่งเสริมบริการที่มีคุณภาพให้กับลูกค้า - การมองหาโอกาสใหม่ในการให้บริการเพื่อรองรับความเสี่ยงเมื่อหมดระยะใบอนุญาต
ส่วนงานของสำนักโทรทัศน์ ศูนย์ MIS และฝ่าย IT ดำเนินการงานสนับสนุนกระบวนการผลิตและแพร่ภาพออกอากาศและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กรภายใต้แนวทาง DIGITAL TRANSFORMATION	150.92MB(20.88%) เทคโนโลยี/ระบบสนับสนุนการผลิตและแพร่ภาพออกอากาศ	- ทบทวนพิจารณาต้นทุนในเทคโนโลยีการผลิตและแพร่ภาพออกอากาศ และการผลิตที่เหมาะสมกับทิศทางขององค์กร - การประเมินประสิทธิภาพ และความคุ้มค่าของรายการเทคโนโลยีและ ICT กับทิศทางในอนาคตขององค์กร เพื่อให้เกิดการลงทุนอย่างคุ้มค่าและนำไปสู่การลดต้นทุนในอนาคต - ดำเนินการตามแผนการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ยุคดิจิทัล 2567 – 2570 เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในยุคดิจิทัล - จัดทำแผนปรับปรุงและลงทุนด้านเทคโนโลยีและการผลิตที่สอดคล้องกับทิศทางอนาคต
ส่วนงานของกลุ่มหน่วยงานกลางดำเนินการสนับสนุนงานทั่วไปส่วนกลาง เช่น การบริหารจัดการอาคาร ระบบเดินทาง ระบบการเงินการบัญชี จัดซื้อจัดจ้าง รวมถึงงานตรวจสอบภายใน ความเสี่ยง และ ส่วนงานเลขานุการของ กนย.	152.82MB (21.15%) เทคโนโลยีสารสนเทศ ICT	
	138.82MB (19.21%) บริหารทั่วไป	- เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการต้นทุนด้วยการใช้เทคโนโลยี โดยเฉพาะรายการใช้จ่ายที่ไม่ไปสู่การสร้างผลผลิตขององค์กร - การวางแผนบริหารจัดการรายการค่าใช้จ่ายสินเปลืองให้มีประสิทธิภาพและคุ้มค่า

สัดส่วน % จากฐานงบประมาณ 722.65 MB

แผนภาพที่ 38 สัดส่วนการจัดสรรงบกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป

โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

กลุ่มงาน 1 บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก

1.1 การบริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักวิศวกรรม

งบประมาณ 280,091,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

พัฒนาศักยภาพด้านการหารายได้จากการดูแลและบำรุงรักษาโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวกจากผู้ให้บริการ ตลอดจนการให้บริการไฟฟ้าทั้งหมด 168 สถานี โดยรักษาระดับข้อตกลงการให้บริการ (SLA) ตามหลักเกณฑ์ที่ กสทช. กำหนด ร้อยละ 99.98

กลุ่มงาน 2 งานเทคโนโลยีเพื่อการออกอากาศ

2.1 ค่าใช้บริการและค่าเช่าอุปกรณ์

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักโทรทัศน์และวิทยุ

งบประมาณ 61,984,600 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

การบริหารงานสนับสนุนการผลิตรายการและการออกอากาศประจำปี 2568 ให้ดำเนินงานตามภารกิจที่มีอยู่ได้อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ กองถ่ายทำรายการ งานถ่ายทอดสดและบันทึกเทปรายการ งานผลิตรายการในสตูดิโอ งานตัดต่อรายการ งานผลิตสื่อกราฟิกและศิลปกรรมฉาก เป็นต้น และยังมีระบบงานทางเทคนิคที่จะต้องควบคุมดูแลระบบอุปกรณ์ส่วนกลางเพื่อการผลิตงานภายในสถานี และงานควบคุมการออกอากาศของช่องไทยพีบีเอส และช่อง ALTV ให้เป็นไปตามผังรายการ สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องตลอด 24 ชั่วโมง

2.2 ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์และจัดหาทดแทน

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักโทรทัศน์และวิทยุ

งบประมาณ 62,446,370 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

โครงการจัดหาอุปกรณ์ใหม่ทดแทนอุปกรณ์ระบบเดิมที่เสื่อมสภาพหรือชำรุด ให้มีอุปกรณ์เพียงพอต่อการใช้งาน ปรับปรุงอุปกรณ์ให้สอดคล้องกับแนวทางการปฏิบัติงานในปัจจุบัน และเป็นการเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงาน ทั้งงานระบบประจำห้องควบคุม ระบบงานภายในสถานี และการปฏิบัติงานนอกสถานที่ ลดความเสี่ยงอันเนื่องมาจากอุปกรณ์เกิดการชำรุดในระหว่างที่ใช้งานผลิตและออกอากาศ โดยมีเป้าหมายให้การผลิตรายการต่าง ๆ และการแพร่ภาพออกอากาศมีคุณภาพมาตรฐาน มีเครื่องมือพร้อมใช้งานและมีความทันสมัยอยู่เสมอ

2.3 งบดำเนินการสำนักโทรทัศน์

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักโทรทัศน์และวิทยุ

งบประมาณ 26,487,600 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

งบดำเนินการของสำนักโทรทัศน์ เพื่อใช้ปฏิบัติการกิจในการสนับสนุนการผลิตรายการทั้งการออกอากาศทางโทรทัศน์ งานออนไลน์ การจัดกิจกรรม ให้กับหน่วยงานทั้งภายในองค์กรและงานเครือข่ายภายนอก

กลุ่มงาน 3 งานเทคโนโลยีสารสนเทศ

3.1 การจัดซื้อและจัดหาระบบสารสนเทศ

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

งบประมาณ 80,692,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

สนับสนุนระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเพื่อช่วยในการปฏิบัติงานทุกกิจกรรม ประกอบด้วย ค่าลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ ค่าเช่าและบริหารจัดการระบบรักษาความปลอดภัยด้านสารสนเทศ ค่าเช่า Computer & Printer & Internet งบสนับสนุนเครื่องมือ Computer ซึ่งมีเป้าหมายเพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพทั้งบุคลากรและการปฏิบัติงาน

3.2 งบบำรุงรักษาระบบ

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

งบประมาณ 46,832,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

การบริการดูแลรักษาระบบเชิงป้องกันของอุปกรณ์ระบบสารสนเทศส่วนกลางและศูนย์ภูมิภาคให้สามารถใช้งานได้ต่อเนื่อง และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

3.3 งบดำเนินการและค่าตอบแทนฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

งบประมาณ 8,100,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

งบดำเนินการค่าใช้จ่ายประจำที่เกิดขึ้นจริง (ค่า OT/ค่าเดินทางต่างจังหวัด/อุปกรณ์คอมพิวเตอร์/ค่าวิทยากร ฯลฯ) เพื่อให้การบริหารงานด้านสารสนเทศเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ งบค่าตอบแทนและค่าดำเนินการเกี่ยวกับการทบทวนและจัดทำมาตรฐานด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ของ ส.ส.ท. เป็นไปอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ตรงตามมาตรฐานที่กฎหมายประกาศกำหนด การทบทวนและปรับปรุงระบบบริหารจัดการ

ความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศ (ISMS) ตามมาตรฐาน ISO 27001:2022 เป็นไปอย่างถูกต้องตามข้อกำหนดฉบับใหม่ การทบทวนแผนและแนวทางปฏิบัติในการจัดการความเสี่ยง ตลอดจนลดช่องโหว่ที่มีผลต่อความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศของ ส.ส.ท. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.4 งานวางแผน ปรับปรุงและบำรุงรักษาระบบ ICT

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ

งบประมาณ 17,191,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

การดำเนินการดูแลระบบซอฟต์แวร์ เพื่อให้ระบบสารสนเทศขององค์กรสามารถบริการได้อย่างต่อเนื่อง และวางแผนพัฒนาระบบใหม่รวมถึงระบบทดแทน ค่าจ้างตรวจสอบมาตรฐาน ISO และมาตรฐานที่ต้องการรับรอง เช่น ISO/IEC 29110 สำหรับการพัฒนาซอฟต์แวร์ และ ISO/IEC 42001 สำหรับการจัดการระบบ AI BSI GROUP ค่าที่ปรึกษาที่เกี่ยวข้อง โดยระบุรายละเอียดกระบวนการที่ต้องปรับปรุงหรือเพิ่มเติม รวมถึงกำหนดแผนงานที่สอดคล้องกับเกณฑ์ของมาตรฐานอย่างชัดเจน เพื่อป้องกันความซ้ำซ้อนและลดต้นทุนที่อาจเกิดจากการทำงานที่ไม่ตรงตามเกณฑ์

แผนงบประมาณหมวดกลไกสนับสนุน กลุ่มงานเทคโนโลยี

ตารางที่ 16 แผนงบประมาณหมวดกลไกสนับสนุน กลุ่มงานเทคโนโลยี

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
สำนักวิศวกรรม	บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก	280,091,000
สำนักโทรทัศน์และวิทยุ	ค่าใช้บริการและค่าเช่าอุปกรณ์	61,984,600
	ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์และจัดหาทดแทน	62,446,370
	งบดำเนินการสำนักโทรทัศน์	26,487,600
ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ	งบจัดซื้อและจัดหาระบบสารสนเทศ	80,692,000
	งบบำรุงรักษาระบบ	46,832,000
	งบดำเนินการและค่าตอบแทน	8,100,000
ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ	งานวางแผน ปรับปรุงและบำรุงรักษาระบบ ICT	17,191,000
รวมทั้งสิ้น		583,824,570

กลุ่มงาน 4 บริหารทั่วไป

4.1 งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร

งบประมาณ 1,300,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กรมีภารกิจในการจัดทำแผนบริหารกิจการ แผนงบประมาณ ตัวชี้วัด แผนจัดทำรายการ และการบริหารแผนงานด้านยุทธศาสตร์เนื้อหา ตลอดจนการติดตามโครงการและจัดทำรายงานผลปฏิบัติงาน ส.ส.ท. เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามผลลัพธ์ที่ตั้งไว้ การจัดทำคำของบประมาณจึงนำไปสู่การวางกลไกเพื่อขับเคลื่อนให้แผนงานดังกล่าวมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลบรรลุเป้าหมายขององค์กร

4.2 งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล

งบประมาณ 499,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

งบประมาณดำเนินงานของฝ่ายความเสี่ยงฯ ที่ใช้สนับสนุนการจัดประชุมด้านบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล และเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจของบุคลากรภายในองค์กรเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง และเป็นค่าใช้จ่ายดำเนินงานทั่วไป

4.3 งานสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร

งบประมาณ 3,500,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

สนับสนุนการดำเนินงานคณะกรรมการและผู้บริหารให้บรรลุเป้าหมาย โดยมุ่งเน้นประสิทธิภาพการบริหารองค์กร

4.4 งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายกฎหมาย

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายกฎหมาย

งบประมาณ 870,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

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

4.5 งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ

งบประมาณ 5,600,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

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

4.6 งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายบริหารทั่วไป

หน่วยงานรับผิดชอบ ฝ่ายบริหารทั่วไป

งบประมาณ 124,136,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

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

4.7 งานบริหารส่วนกลาง ศูนย์การเงิน

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์การเงิน

งบประมาณ 948,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

เพื่อให้การดำเนินงาน ของ ส.ส.ท. และศูนย์การเงินสามารถดำเนินงานได้ตามวัตถุประสงค์ขององค์การและพัฒนาระบบงานในศูนย์การเงิน

4.8 โครงการบริหารจัดการฐานข้อมูลศูนย์การเงิน

หน่วยงานรับผิดชอบ ศูนย์การเงิน

งบประมาณ 150,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ตามนโยบายของ สสท. ที่จะมุ่งสู่ Digital Transformation

4.9 งานดำเนินการตามแผนการตรวจสอบประจำปี 2568

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักตรวจสอบภายใน

งบประมาณ 1,825,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ งานตรวจสอบภายในเป็นการปฏิบัติงานตรวจสอบ และให้คำปรึกษา เพื่อเพิ่มคุณค่าและปรับปรุงการดำเนินงานขององค์การ ช่วยให้การดำเนินงานขององค์การบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

แผนงบประมาณหมวดกลไกสนับสนุน กลุ่มงานบริหารทั่วไป

ตารางที่ 17 แผนงบประมาณหมวดกลไกสนับสนุนฯ กลุ่มงานบริหารทั่วไป

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร	1,300,000
ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและ ธรรมาภิบาล	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล	499,000
ฝ่ายสนับสนุนคณะกรรมการ และผู้บริหาร	งานสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร	3,500,000
ฝ่ายกฎหมาย	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายกฎหมาย	870,000
ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ	5,600,000
ฝ่ายบริหารทั่วไป	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายบริหารทั่วไป	124,136,000
ศูนย์การเงิน	งานบริหารส่วนกลางศูนย์การเงิน	948,000
	การบริหารจัดการฐานข้อมูลศูนย์การเงิน	150,000
สำนักตรวจสอบภายใน	งานดำเนินการตามแผนการตรวจสอบประจำปี 2568	1,825,000
รวมทั้งสิ้น		138,828,000

C หมวดงบประมาณบุคลากร

หมวดงบประมาณบุคลากร ได้รับการจัดสรรกรอบงบประมาณรวม 755 ล้านบาท โดยมีหมวดงบหลักแยกตาม
แนวทางการบริหารจัดการ 3 กลุ่ม ได้แก่

- 1) งบประมาณ จำนวน 685.28 ล้านบาท ร้อยละ 90.76
- 2) งบพัฒนาบุคลากรและงบดำเนินการ แบ่งเป็น
 - งบ Competency Development X Digital Transformation จำนวน 8.60 ล้านบาท ร้อยละ 1.14
 - โครงการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กร จำนวน 3.22 ล้านบาท ร้อยละ 0.43
 - งานบริหารส่วนกลางสำนักทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 3.90 ล้านบาท ร้อยละ 0.52
- 3) งบปรับปรุงโครงสร้างบุคลากร จำนวน 54 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 7.15

สัดส่วนการจัดสรรงบประมาณบุคลากร

PEOPLE BUDGET

(C)

755MB
PEOPLE BUDGET

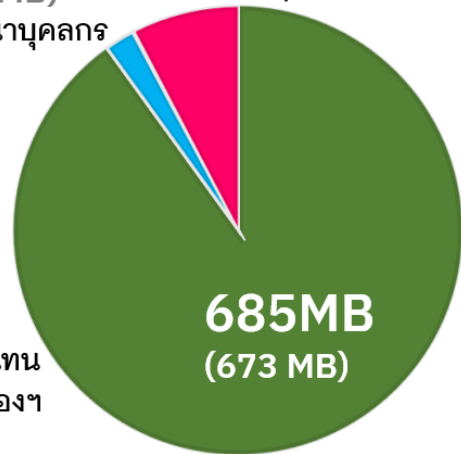


เงินเดือนบุคลากร/ค่าตอบแทน
อื่น/สวัสดิการ /กองทุนสำรองฯ

หมายเหตุ : ในวงเล็บเป็นตัวเลขงบประมาณปี 2567 ที่ได้รับอนุมัติ

16MB
(12 MB)
พัฒนาบุคลากร

54MB
(33 MB)
ปรับปรุงโครงสร้าง
บุคลากร



แผนภาพที่ 39 สัดส่วนการจัดสรรงบประมาณบุคลากร

แนวทางการบริหารจัดการงบประมาณบุคลากร

หมวดงบประมาณ [TIER 1]	กลุ่มค่าใช้จ่ายหลัก [TIER 2]	งบขออนุมัติ 2568 [งบปี 2567 แสดงในวงเล็บ]	แนวโน้มและความสอดคล้องกับ PEOPLE TRANSITION PLAN
685MB [673 MB IN 2567] เงินเดือนและ ค่าตอบแทน กองทุนสำรอง เลี้ยงชีพ และสวัสดิการ	HR1 เงินเดือน/ ค่าตอบแทนผู้บริหาร	25.58MB ▼ [28.30MB] -2.72 (9.61%)	เนื่องด้วยปี 2567 มีการจ้างผู้บริหารตามวาระ (รหัส 9) จำนวน 2 คน
	HR2 เงินเดือน/ ค่าตอบแทนพนักงาน	577.18MB ▲ [563.65MB] +13.53 (2.4%)	576,934,888 เพิ่มขึ้นจากปี 2567 จำนวน 4% ปรับขึ้นเงินเดือนตามผลการประเมินการปฏิบัติงาน
	HR 3 ค่าตอบแทนอื่น	28.52MB ▲ [16.02MB] +12.50 (78.03%)	เงินช่วยเหลือเกษียณอายุเพิ่มขึ้นจากปี 2567 จำนวน 12 ราย (ปี 67 จำนวน 8 ราย ปี 68 จำนวน 20 ราย)
	HR4 กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	31MB ▲ [29.04MB] +1.96 (6.75%)	กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (รับสมาชิกเดิมเข้ามาใหม่ในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และพนักงานสัญญาจ้าง) เพิ่มขึ้นจากปี 2567 1.95MB เนื่องจากรับพนักงานกลับเข้ามา 175 คน
	HR5 สวัสดิการ	23MB ▼ [34.17MB] -11.17 (32.69%)	จากการคำนวณพนักงานลดลงตามแผน PEOPLE TRANSITION PLAN ประมาณ 8% จึงคำนวณงบสวัสดิการที่ลดลงไป 32.70%

แผนภาพที่ 40 แนวทางการบริหารจัดการของหมวดงบประมาณบุคลากร

แนวทางการบริหารจัดการงบประมาณบุคลากร			
หมวดงบประมาณ [TIER 1]	กลุ่มค่าใช้จ่ายหลัก [TIER 2]	งบขออนุมัติ 2568 [งบปี 2567 แสดงในวงเล็บ]	แนวโน้มและความสอดคล้องกับ PEOPLE TRANSITION PLAN
16MB [12.18 MB IN 2567] งบบริหารจัดการ เพื่อบุคลากร	HR6 งบพัฒนาบุคลากร	8.6MB [6.8 MB] +1.8 (26.47%)	เพิ่มการพัฒนาคนกลุ่มพนักงานศักยภาพสูง (Talent) และการ Upskill & Reskill ให้พนักงานสามารถรองรับงานในอนาคต
	HR7 งบพัฒนาวัฒนธรรมองค์กร	3.2MB [2MB] +1.2 (60%)	การพัฒนาค่านิยมสื่อสารสาธารณะ กิจกรรมสร้างความผูกพัน การจัดกลุ่มกิจกรรมชมรม ให้สอดคล้องกับความสนใจของพนักงานและทิศทางองค์กร
	HR8 งบดำเนินการส่วนกลางฝ่ายบุคลากร	3.9MB [3.38MB] +0.52 (15.38%)	ปรับเพิ่มจากการนำเทคโนโลยีระบบบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มาช่วยในการรับสมัครประเมินผล พัฒนาบุคลากร
54MB (7.15%) งบดำเนินการ แผนเปลี่ยนผ่าน โครงสร้างบุคลากร	HR9 เงินชดเชยบุคลากร EARLY RETIRE [PEOPLE TRANSITION PLAN]	54MB [33MB] +21 (63.63%)	ปี 2567 ใช้งบประมาณโครงการ 33MB จำนวนเป้าหมาย 22 คน ปี 2568 ใช้งบประมาณโครงการ 68MB จำนวนเป้าหมาย 56 คน โดยใช้งบจากปี 67 ที่ถูกพันมาจำนวน 11 MB และงบปี 68 จำนวน 54 MB

แผนภาพที่ 40 แนวทางการบริหารจัดการของหมวดงบประมาณบุคลากร (ต่อ)

โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

1. งบประมาณ

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักทรัพยากรมนุษย์

งบประมาณ 685,280,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ ค่าตอบแทนบุคลากรและสวัสดิการ

2. Competency Development X Digital Transformation

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักทรัพยากรมนุษย์

งบประมาณ 8,600,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

โครงการพัฒนาพนักงานกลุ่มศักยภาพสูง (Talent) ให้มีสมรรถนะที่พร้อมกับการเติบโตในสายอาชีพควบคู่ไปกับการเติบโตขององค์กร การ Upskill & Reskill ให้พนักงานสามารถรองรับงานในอนาคตและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ให้สัมฤทธิ์ผลตามที่มุ่งหวัง รวมทั้งดำเนินการส่งเสริมให้บุคลากรมีค่านิยมและวัฒนธรรมองค์การสื่อสารสาธารณะที่สอดคล้องกับยุคดิจิทัล

3. โครงการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กร

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักทรัพยากรมนุษย์

งบประมาณ 3,220,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

โครงการที่จะช่วยสร้างค่านิยมองค์กร และหนุนเสริมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ขององค์กร ซึ่งการตัดสินใจของบุคลากรว่าอะไรควรทำและอะไรไม่ควรทำ เพื่อช่วยให้องค์กรบรรลุพันธกิจและวิสัยทัศน์ด้วยวิธีการที่เหมาะสม ช่วยสร้างบรรยากาศที่กลมเกลียวและกลมกลืนในการทำงานและแนวทางในการปรับตัวเพื่อวัฒนธรรมองค์กรอีกด้วย ซึ่งในปี 2568 ได้มีการทบทวนค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร เพื่อครอบคลุมถึงการทำงานขององค์กรที่มุ่งเน้นคุณภาพ (Quality focused) และเป็นการส่งเสริมวิสัยทัศน์ขององค์กรอย่างเป็นรูปธรรม

4. งานบริหารส่วนกลาง สำนักทรัพยากรมนุษย์

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักทรัพยากรมนุษย์

งบประมาณ 3,900,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ เพื่อใช้ดำเนินการบริหารจัดการภายในส่วนงานของสำนักทรัพยากรมนุษย์

5. งบประมาณปรับปรุงโครงสร้างบุคลากร

หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักทรัพยากรมนุษย์

งบประมาณ 54,000,000 บาท

รายละเอียดโครงการโดยย่อ

เพื่อเป็นเครื่องมือในการบริหารอัตรากำลังคนให้เกิดประสิทธิภาพ ตาม PEOPLE TRANSITION PLAN มีการทบทวนกรอบอัตรากำลังคนของทุกหน่วยงาน และลักษณะงานที่ซ้ำซ้อนระหว่างหน่วยงาน ตำแหน่งงานที่หยุดนิ่งเพื่อวางกรอบอัตรากำลังคนที่เหมาะสมกับทิศทางในอนาคต และประเมินตำแหน่งงานใหม่ที่รองรับยุทธศาสตร์ Digital Transformation เพื่อให้ได้คนที่เหมาะสมกับทิศทางในอนาคต

แผนงบประมาณหมวดงบประมาณบุคลากร

ตารางที่ 18 แผนงบประมาณหมวดบุคลากร

สำนัก/ศูนย์	โครงการ	งบประมาณ
สำนักทรัพยากรมนุษย์	งบบุคลากร	685,280,000
	Competency Development X Digital Transformation	8,600,000
	โครงการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กร	3,220,000
	งานบริหารส่วนกลางสำนักทรัพยากรมนุษย์	3,900,000
	งบประมาณปรับปรุงโครงสร้างบุคลากร	54,000,000
รวมทั้งสิ้น		755,000,000

สรุปภาพรวมงบประมาณรายจ่าย และโครงการประจำปี 2568 งบประมาณรวม 2,715.01 ล้านบาท

แผนงานที่ 1 สารเนื้อหา งบประมาณรวม 937.92 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
GENRE: NEWS		
สำนักข่าว	1.1 ผลิตข่าวและรายการข่าว	167.00
	1.2 โครงการผลิตข่าวสืบสวน	3.00
	1.3 โครงการผลิตข่าวภัยพิบัติ	3.00
ศูนย์ THAI PBS World	1.4 THAI PBS WORLD	29.00
GENRE: LEARNING		
ศูนย์สื่อสาธารณะเพื่อเด็กและการเรียนรู้	1.5 ผลิตสื่อ พัฒนานิเวศ เครือข่าย และนวัตกรรมการเรียนรู้ สำหรับเด็กเยาวชน	115.00
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	1.6 ผลิตเนื้อหาการเรียนรู้สำหรับเยาวชน-ALTV	45.20
สำนักสื่อดิจิทัล	1.7 สื่อดิจิทัลส่งเสริมการเรียนรู้	6.97
GENRE: DOCUMENTARY/FACTUAL		
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	1.8 ผลิตเนื้อหารายการสารคดีและสารประโยชน์	247.48
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	1.9 ผลิตสารคดี Taste Detective 2	6.00
สำนักสื่อดิจิทัล	1.10 ผลิตเนื้อหารายการดิจิทัล	7.04
GENRE: ENTERTAINMENT		
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	1.11 ผลิตเนื้อหารายการบันเทิงสร้างสรรค์สังคม	199.63
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	1.12 ผลิตข่าว รายการไทยบันเทิง	4.20
	1.13 ผลิตเนื้อหารายการและกิจกรรมสารพันล้นทุ่ง (บางเขน)	17.50
	1.14 ผลิตรายการ “ยกพลคนน้ำพริก”	8.00
สำนักโทรทัศน์และวิทยุ	1.15 สุดสัปดาห์กีฬาสร้างสรรค์	14.00
GENRE: CITIZEN		
ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ	1.16 The ACTIVE Thai PBS	9.00
	1.17 POLICY WATCH	11.90
สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ	1.18 พัฒนาระบบนิเวศเพื่อสนับสนุนงานสื่อสารสาธารณะท้องถิ่น	21.75
	1.19 โครงการพัฒนาระบบการสื่อสารและบริการสาธารณะด้วยปัญญารวมหมู่	12.25

CONTENT STRATEGY		
ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ	1.20 งานสื่อสารการตลาดเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์องค์กร	10.00

แผนงานที่ 2 แพลตฟอร์มและบริการ (Platform & Service) งบประมาณรวม 133.40 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
สำนักสื่อดิจิทัล	2.1 DIGITAL PLATFORM SERVICES	89.27
	2.2 DIGITAL INCLUSIVE SERVICE	2.50
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	2.3 ผลิตรายการเพื่อสนับสนุนการสื่อสารเพื่อทุกคน	28.53
	2.4 ระบบสนับสนุนการผลิตเนื้อหาในรูปแบบ Digital first	3.64
ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ	2.5 พัฒนาศูนย์กลางระบบสมาชิกหลักของ ส.ส.ท. ระยะที่ 3 (One Thai PBS)	9.46
แผนงานที่ 3 การมีส่วนร่วมสาธารณะ (Public Engagement) งบประมาณรวม 52.30 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ	3.1 งานสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์องค์กร	19.00
สำนักสื่อดิจิทัล	3.2 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	8.50
ศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสารสาธารณะ	3.3 สนับสนุนกิจการสภาผู้ชมผู้ฟังรายการ	5.50
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	3.4 ดำเนินกิจกรรมออนกราวด์	1.80
ศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสารสาธารณะ	3.5 พัฒนากลไกบริหารจัดการทรัพยากรสารสนเทศและงานหารายได้เพื่อความยั่งยืน	17.50
แผนงานที่ 4 การใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) งบประมาณรวม 41.74 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสารสาธารณะ	4.1 ประเมินผลองค์การและบทบาทสื่อสารสาธารณะ	7.50
	4.2 วิจัยเพื่อการพัฒนาเนื้อหาและแพลตฟอร์ม	8.78
	4.3 โครงการศึกษาแนวโน้มสื่อในอนาคตและการจัดการองค์ความรู้ด้านสื่อสารสาธารณะ	5.32
ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ	4.4 โครงการระบบจัดการข้อมูลเชิงวิเคราะห์กลาง (Data Analytic /ONE Stat)	11.22
สำนักสื่อดิจิทัล	4.5 พัฒนาระบบขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูลเชิงวิเคราะห์ ระยะที่ 2	8.92
งบกลาง งบประมาณรวม 72 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
ผู้อำนวยการ ส.ส.ท.	งบกลาง	72.00
	1. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อหารายได้ 63 ล้านบาท	
	2. วาระกลาง และวาระอื่น ๆ ตามนโยบาย 4 ล้านบาท	
	3. งบฉุกเฉิน 5 ล้านบาท	

งบกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป งบประมาณรวม 722.65 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
กลุ่มงาน 1 บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก งบประมาณรวม 280.09 ล้านบาท		
สำนักวิศวกรรม	งบบริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก	280.09
กลุ่มงาน 2 งานเทคโนโลยีเพื่อการออกอากาศ งบประมาณรวม 150.91 ล้านบาท		
สำนักโทรทัศน์และวิทยุ	ค่าใช้บริการและค่าเช่าอุปกรณ์	61.98
	ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์และจัดหาทดแทน	62.45
	งบดำเนินการสำนักโทรทัศน์	26.49
กลุ่มงาน 3 งานเทคโนโลยีสารสนเทศ งบประมาณรวม 152.81 ล้านบาท		
ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ	งบจัดซื้อและจัดหาระบบสารสนเทศ	80.69
	งบบำรุงรักษาระบบ	46.83
	งบดำเนินการและค่าตอบแทน	8.10
ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ	งานวางแผน ปรับปรุงและบำรุงรักษาระบบ ICT	17.19
กลุ่มงาน 4 บริหารทั่วไป รวมงบประมาณ 138.82 ล้านบาท		
ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์การ	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายยุทธศาสตร์องค์การ	1.30
ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล	0.49
ฝ่ายสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร	งานสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร	3.50
ฝ่ายกฎหมาย	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายกฎหมาย	0.87
ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ	5.60
ฝ่ายบริหารทั่วไป	งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายบริหารทั่วไป	124.14
ศูนย์การเงิน	งานบริหารส่วนกลางศูนย์การเงิน	0.95
	งานบริหารจัดการฐานข้อมูลศูนย์การเงิน	0.15
สำนักตรวจสอบภายใน	งานดำเนินการตามแผนการตรวจสอบประจำปี 2568	1.82

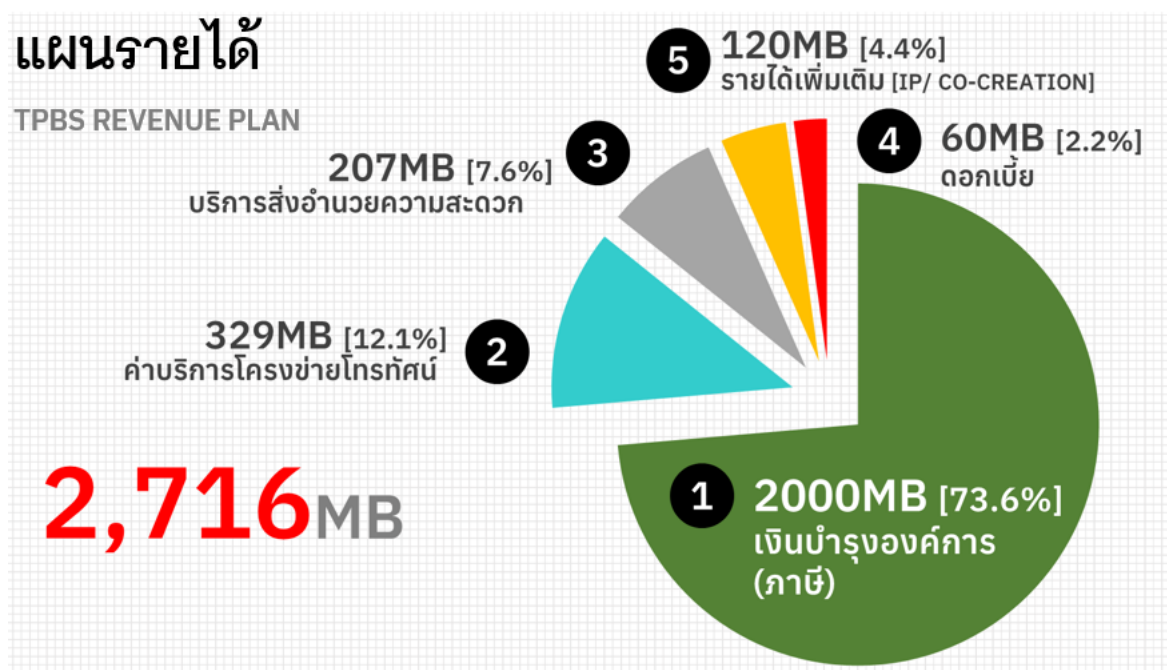
งบบุคลากร งบประมาณรวม 755 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
สำนักทรัพยากรมนุษย์	งบบุคลากร	685.28
	Competency Development X Digital Transformation	8.60
	โครงการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กร	3.22
	งานบริหารส่วนกลางสำนักทรัพยากรมนุษย์	3.90
	งบปรับปรุงโครงสร้างบุคลากร	54.00

3.4.2 แผนรายได้

ที่มาของแหล่งรายได้

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

- 1) เงินบำรุงองค์กร จำนวน 2,000 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 73.60
- 2) ค่าบริการโครงข่ายฯ จำนวน 329 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 12.10
- 3) ค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกฯ จำนวน 207 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 7.60
- 4) ดอกผลที่เกิดจากเงินหรือทรัพย์สินขององค์กร จำนวน 60 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 2.20
- 5) แผนหารายได้เพิ่มเติมจาก ค่าธรรมเนียม ค่าบริการ เงินที่ได้รับจากผู้สนับสนุนองค์กร (CO-CREATION) และ การหาประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา (IP) จำนวน 120 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 4.40



แผนภาพที่ 41 แสดงสัดส่วนที่มาของรายได้

ภายใต้ยุทธศาสตร์ความยั่งยืนทางการเงิน ส.ส.ท. จึงได้จัดทำแผนหารายได้ที่ต้องดำเนินการอย่างสอดคล้องกันในทุก 5 ช่องทาง โดยมีวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มการดำเนินการในปี 2568 ดังนี้

ที่มาของรายได้	วงเงิน	บทวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้ม
01 เงินบำรุงองค์การ	2000 MB	- คงที่ แต่อาจมีความเสี่ยงถ้ามีการปรับแก้ พรบ. มาตรา 12 อยู่ระหว่างการ ทำการศึกษาจากทัศนในกรณีที่มีการปรับลดเพดานเงินสนับสนุนลง - อยู่ระหว่างการศึกษาค่าเงินที่ลดลงอ้างอิงตามอัตราเงินเฟ้อ เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาทบทวน พ.ร.บ.ต่อไป
02 ค่าบริการโครงข่ายโทรศัพท์	329 MB	- มีแนวโน้มคงที่จนถึงปี 2571 ยกเว้นกรณีมีการคืนช่องสัญญาณ (BEC/RS/JKN) รวมมูลค่า 329 MB ต่อปี โดยจะมีการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงรองรับ - หลังปี 2571 ยังมีความไม่แน่นอน ขึ้นกับนโยบาย กสทช. อาจมีความเป็นไปได้ที่ไม่มีรายได้ส่วนนี้อีก อยู่ระหว่างการ ศึกษาความเป็นไปได้เรื่องรายได้ทดแทน
03 บริการสิ่งอำนวยความสะดวก	207 MB	- มีแนวโน้มคงที่จนถึงปี 2572 ยกเว้นกรณีมีการยกเลิกสัญญา (กองทัพบก/อสมท/กรมประชาสัมพันธ์) รวมมูลค่า 207MB ต่อปี โดยจะมีการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงรองรับ - หลังปี 2572 ยังมีความไม่แน่นอน ขึ้นกับนโยบาย กสทช. อาจมีความเป็นไปได้ที่ไม่มีรายได้ส่วนนี้อีก อยู่ระหว่างการ ศึกษาความเป็นไปได้เรื่องรายได้ทดแทน
04 ดอกเบี้ยรับ	60 MB	แนวโน้มนโยบายดอกเบี้ยมีความผันผวนสูง ปี 2568 อาจลดลงได้ อยู่ระหว่างการ จัดทำแผนบริหารจัดการเงินสดและเงินสำรอง ให้รองรับทางเลือกการลงทุนภายใต้ความเสี่ยงที่เหมาะสม
05 แผนหารายได้เพิ่มเติม	120 MB	ปีที่ผ่านมาสัดส่วนรายได้ยังได้ไม่ถึงเป้าหมาย จึงควรปรับแผน กำหนดงาน และมีกลไกบริหารจัดการด้าน IP-BASED MANAGEMENT + CO-CREATION ที่สัมพันธ์กับเป้าหมายรายได้

แผนภาพที่ 42 แสดงบทวิเคราะห์และแนวทางการดำเนินการในปี 2568 แยกตามแหล่งที่มาของรายได้

แผนการหารายได้อื่น ๆ ของ ส.ส.ท. ปี 2568

เป้าหมายของรายได้ที่ต้องการในปี 2568 จำนวนเงิน 120 ล้านบาท แบ่งออกเป็น 4 หมวดสำคัญ ได้แก่

แผนการหารายได้เพิ่มเติม 120 MB

ร่วมผลิตรายการ [CO-PRODUCTION] 76 MB [63%] การจัดทำโครงการเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ หารายได้ตามแนวคิด 1.ยุทธศาสตร์เนื้อหา เช่น Rooted & Inclusive Society 2.วาระหลัก (Core Agenda) - Soft Power - Climate Adaptation - Mental Health 3. การผลิตละครจากงานวิจัย	เงินสนับสนุนองค์การ [GRANT-IN] 14MB [12%] ทำความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย/องค์กรเอกชนที่ทำงานด้าน ESG ด้วย การทำ E-SERVICE ในการมาใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของ ส.ส.ท.
	การอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ [IP/ LICENSING] 18MB [15%] • ทรัพย์สินทางปัญญาขององค์การ เช่น การจำหน่ายลิขสิทธิ์เนื้อหา ไปฉายทางสายการบิน เป็นต้น • ค่าใช้สิทธิ์ในการจัดทริปเพื่อศึกษางานด้านศิลปวัฒนธรรม การเรียนรู้ • การผลิตสินค้าพิเศษต่อยอดจากลิขสิทธิ์ที่องค์กรมีอยู่
	ค่าบริการอื่นๆ [SERVICE FEE] 12MB [10%] การศึกษาและจัดทำบริการต้นแบบร่วมกับ กสทช. เช่น โครงการ FM Radio Recorder System, ต้นแบบ Platform เป็นต้น

แผนภาพที่ 43 แผนหารายได้เพิ่มเติม เป้าหมาย 120 ล้านบาท

เงื่อนไขสำคัญของการหารายได้

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

หมวดของการหารายได้

- A ร่วมผลิตรายการ (Co-Production)
- B เงินสนับสนุนองค์การ (Grant-In)
- C การอนุญาตให้ใช้สิทธิ (IP Rights Management)
- D ค่าบริการอื่น ๆ (Services)

A ร่วมผลิตรายการ (Co-Production)

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

- การผลิตสารคดี
- รายการสารประโยชน์
- รายการสารบันเทิง

โดยผู้ร่วมผลิตได้แก่

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

รูปแบบจึงเป็นการร่วมกันผลิตรายการตั้งแต่การทำ Pre-Production, Production ไปจนถึงการทำ Post-Production ในรูปแบบที่จะตกลงกัน โดยสามารถรับรู้รายได้ทั้งในรูปของเงินสนับสนุนองค์การ การอนุญาตให้ใช้สิทธิ และค่าบริการ หรือผสมผสานกันแตกต่างกันไปในแต่ละกรณี

กลยุทธ์การหารายได้จากการร่วมผลิตรายการให้บรรลุตามเป้าหมาย

กลยุทธ์สำคัญที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์หารายได้ ปี 2568 เพื่อเปิดโอกาสในการหาผู้ร่วมผลิตรายการ แบ่งกิจกรรมย่อยดังนี้

- 1) หาผู้ร่วมผลิตรายการบันเทิงสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพระดับสากลและตลาดโลกผ่านรูปแบบความร่วมมือ
- 2) หาผู้ร่วมผลิตรายการสารคดีและรายการสารประโยชน์ ที่ให้มุมมองเชิงลึกเกี่ยวกับประเทศไทยจากมุมมองต้นฉบับคนไทย ที่ไม่ลำเอียง, ฝีมือประณีต, อิสระ, หลากหลาย และเปิดกว้าง
- 3) หาผู้ร่วมผลิตรายการที่เห็นคุณค่าดีเพื่อนำสู่อนาคตสังคมไทยที่ไม่ทิ้งรากและไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง (Rooted and Inclusive Society)
- 4) หาผู้ร่วมผลิตรายการเพื่อสร้างความตระหนักรู้และเท่าทันการเปลี่ยนแปลงของประเทศและโลกให้กับคนไทย (Resilient Society)
- 5) หาผู้ร่วมผลิตรายการเพื่อร่วมกันสร้างพื้นที่สื่อสารที่ไม่อคติและนำไปสู่การสร้างวัฒนธรรมการพูดคุยแบบตัดสินใจไตร่ตรอง (Deliberative Democracy)
- 6) หาผู้ร่วมผลิตรายการที่ช่วยผลักดันเป้าหมายของประเทศตามหมุดหมายทั้ง 13 ด้านในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- 7) หาผู้ร่วมผลิตรายการที่สอดคล้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศไทย
- 8) หาผู้ร่วมผลิตรายการเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศไทย ยกกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ พัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศให้เข้มแข็ง สร้างฐานเศรษฐกิจและสังคมแห่งอนาคต พัฒนาผู้ประกอบการให้เป็น "ผู้ประกอบการยุคใหม่"
- 9) หาผู้ร่วมผลิตรายการเพื่อพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม ตระหนักถึงพหุปัญญามนุษย์ที่หลากหลาย ปฏิรูปกระบวนการเรียนรู้ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 เสริมสร้างให้คนไทยมีสุขภาวะที่ดี การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์
- 10) หาผู้ร่วมผลิตรายการเพื่อเสริมสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม สร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ กระจายศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคม เพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่น ฯลฯ

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

รูปแบบเงินสนับสนุนองค์กร

- 1) เงินสนับสนุนในระดับองค์กร สนับสนุนได้ในแบบรายปีที่มีระดับของการสนับสนุนที่แตกต่างกันไป ซึ่งศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสารมวลชนจะได้จัดทำเป็นแพคเกจผู้สนับสนุนองค์กรออกมาให้เริ่มการสนับสนุนได้ตั้งแต่ต้นปี 2568
- 2) เงินสนับสนุนในระดับโครงการ เพื่อความมีส่วนร่วมในโครงการที่สนใจและสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม โดยที่แต่ละโครงการใช้เวลาตั้งแต่หนึ่งเดือนไปจนถึงหนึ่งปี
- 3) เงินสนับสนุนในระดับกิจกรรม เพื่อความมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่จัดขึ้นในช่วงเวลาสั้น ๆ ตั้งแต่ครึ่งวันไปจนถึงประมาณหนึ่งสัปดาห์

แนวทางดำเนินงานด้านเงินสนับสนุนองค์กร

- 1) พัฒนาแพ็คเกจการให้บริการผลิตสื่อโซเชียลมีเดียแบบครบวงจรสำหรับหน่วยงานภายนอก และยกระดับคุณภาพการผลิตสื่อให้มีเทคนิคพิเศษที่ทันสมัยและกระบวนการที่คล่องตัวและยังคงความน่าเชื่อถือในมาตรฐานสื่อสารมวลชนไว้
- 2) ให้ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย/องค์กรเอกชนที่ทำงานด้าน ESG ด้วยการทำ E-SERVICE ในการมาใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของ ส.ส.ท.
- 3) จัดทำโครงการต่าง ๆ เพื่อขอรับเงินสนับสนุนจากหน่วยงานที่มีเป้าหมายเดียวกับ ส.ส.ท.

C การอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ (Intellectual Properties Rights Management)

หมายถึง รายได้ตามวัตถุประสงค์ใน พ.ร.บ. มาตรา 11 (6) รายได้หรือการหาประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กร เช่น ละคร ซีรีส์ สารคดี รายการสาระประโยชน์และสาระบันเทิง พุทธเทจวิดีโอ แอนิเมชัน ภาพยนตร์ เพลง และงานลิขสิทธิ์อื่น ๆ ทั้งนี้รูปแบบและตัวอย่างของรายได้หรือการหาประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กร ได้แก่

C1 การอนุญาตให้ใช้งานอันมีลิขสิทธิ์ (IP Rights Management)

เพื่อให้มั่นใจได้ว่า ส.ส.ท. จะดำเนินการผลิตรายการทางด้านข่าวสาร สารประโยชน์ทางด้านการศึกษา และสาระบันเทิง 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. เนื่องจากแพลตฟอร์มระดับโลกที่สามารถเผยแพร่เนื้อหาที่ทุกที่มีการเก็บค่าสมาชิกซึ่งต้องมีระเบียบที่ชัดเจนว่าสามารถอนุญาตให้แพลตฟอร์มเหล่านี้ใช้งานอันมีลิขสิทธิ์ของ ส.ส.ท. ได้อย่างไม่ขัดต่อกฎหมาย

3) การอนุญาตให้ใช้ภาพถ่ายและวิดีโอ فوتเทจข่าวกับสำนักข่าวอื่นทั้งในและต่างประเทศ

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

ส.ท.ท. จะต้องมีการออกแบบและจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการไว้อย่างเป็นระบบ เพื่อรักษาสิทธิขององค์กรจากการถูกละเมิดและลอกเลียนแบบ และเมื่อบริการของ ส.ส.ท. ได้รับความเชื่อถือและยอมรับจากประชาชนแล้ว จะสามารถสร้างรายได้ต่อยอดจากทรัพย์สินทางปัญญาเหล่านี้ได้อย่างเต็มที่ โดยจะมีการจัดการพอร์ตโฟลิโอของเครื่องหมายบริการต่าง ๆ ของ ส.ส.ท. ให้สามารถต่อยอดสร้างรายได้ตามวัตถุประสงค์ขององค์กรต่อไป

C3 การผลิตสินค้าและบริการพิเศษต่อยอดจากทรัพย์สินทางปัญญาที่องค์กรมีอยู่ (Merchandising)

1) การออกแบบและผลิตสินค้าที่ระลึก ได้แก่ พัฒนาลิขิตภัณฑ์จากคาแรคเตอร์ในรายการยอดนิยม, สร้างคอลเลกชันสินค้าที่สะท้อนอัตลักษณ์องค์กร. ผลิตสินค้าที่มีประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน

2) การพัฒนาบริการเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ จัดหลักสูตรฝึกอบรมด้านการผลิตสื่อ ออกแบบกิจกรรมศึกษาดูงานแบบครบวงจร และ สร้างประสบการณ์การเรียนรู้ผ่านสื่อสาธารณะ

3) สิทธิประโยชน์ของสมาชิกและผู้สนับสนุนองค์กร ได้แก่ พัฒนาโปรแกรมสมาชิกแบบไม่มีค่าใช้จ่าย มอบสิทธิพิเศษในการใช้บริการต่าง ๆ และสร้างชุมชนผู้สนับสนุนสื่อสาธารณะ

D ค่าบริการอื่น ๆ (Services)

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

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

ส่วนที่ 4

ตัวชี้วัดการปฏิบัติงาน แนวทางการบริหารแผนงาน
และการกำกับติดตาม

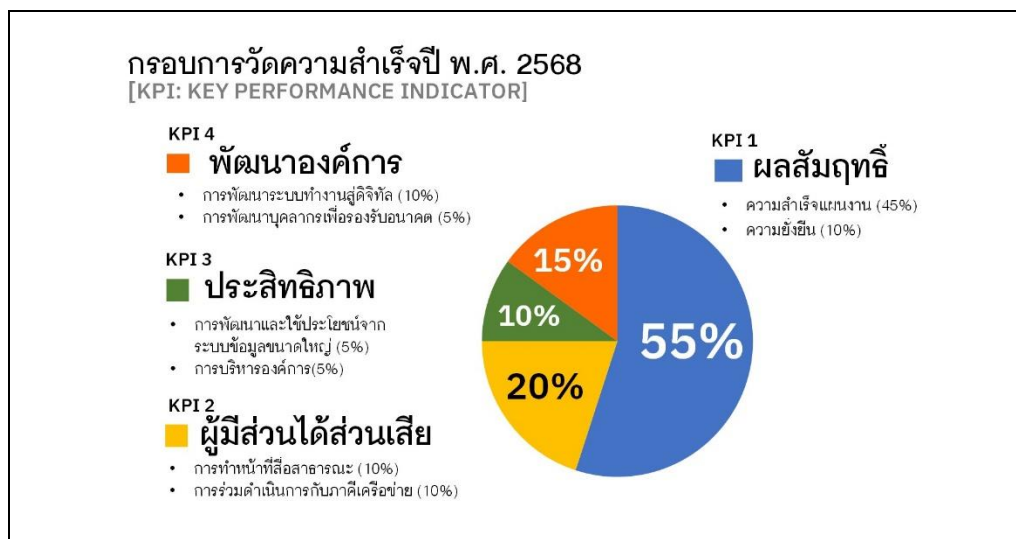
ส่วนที่ 4

ตัวชี้วัดการปฏิบัติงาน

แนวทางการบริหารแผนงาน และการกำกับติดตาม

4.1 ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2568 (Corporate KPIs)

ส.ส.ท. ใช้กรอบตัวชี้วัดองค์การใน 4 มิติ โดยให้น้ำหนักร้อยละที่สะท้อนตามระดับความสำคัญซึ่งเชื่อมโยงกับผลลัพธ์พึงประสงค์ขององค์การ ได้แก่



แผนภาพที่ 44 แสดงสัดส่วนการให้น้ำหนักของ 4 มิติที่สะท้อนความสำเร็จ

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

- ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. ประจำปี 2568 (Corporate KPIs)

ส.ส.ท. ได้กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของผลการปฏิบัติงานระดับองค์การ ประจำปี 2568 แบ่งเป็น 4 มิติ ดังนี้

ตารางที่ 19 กรอบตัวชี้วัดองค์การ 4 มิติ

มิติการวัดผล	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก	เป้าหมาย/ผลลัพธ์
ผลสัมฤทธิ์ (Achievement)	คะแนนเฉลี่ยความสำเร็จของการดำเนินงานตามทิศทางขององค์กร	45%	ผลการดำเนินงาน อยู่ในระดับ “ดี” การบรรลุเป้าหมายของแผนงานและภารกิจหลักของหน่วยงาน
	ระดับความสำเร็จของการสร้างความยั่งยืน	10%	ผลรวมของรายได้ อยู่ในระดับ “ดี” การร่วมผลิต(Co – Production) การบริหารทรัพย์สินทางปัญญา (IP Management) การควบคุมค่าใช้จ่าย และแผนการหารายได้เพิ่มเติม
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder)	ระดับการยอมรับของประชาชนและภาคีเครือข่ายต่อการทำหน้าที่สื่อสารของไทยพีบีเอส	10%	ประชาชนและภาคีเครือข่ายรับรู้ และยอมรับการทำหน้าที่สื่อสารสาธารณะของไทยพีบีเอส อยู่ในระดับ “ดี” สารประโยชน์และความบันเทิงที่มีคุณค่า ส่งเสริมสังคมประชาธิปไตย การให้ข้อมูลข่าวสาร การให้การศึกษา การขับเคลื่อนสังคม และสิ่งแวดล้อมสู่สังคมที่ลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างความเป็นธรรมให้สังคม การสืบสานคุณค่าวัฒนธรรมที่หลากหลาย
	ระดับความสำเร็จในการดำเนินงานร่วมกับภาคีเครือข่าย	10%	ภาคีเครือข่ายยอมรับการร่วมดำเนินงานกับไทยพีบีเอส อยู่ในระดับ “ดี” การยกระดับภาคีเครือข่าย สร้างคุณค่า และเพิ่มมูลค่าจากความร่วมมือความสำเร็จในการดำเนินงานร่วมกับไทยพีบีเอส
ประสิทธิภาพ (Efficiency)	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาและใช้ระบบข้อมูลขนาดใหญ่	5%	ผลการพัฒนาและใช้ระบบข้อมูลขนาดใหญ่ อยู่ในระดับ “ดี” พัฒนาระบบข้อมูลเพื่อสนับสนุนการทำงาน/การตัดสินใจ การใช้ข้อมูลเพื่อพัฒนาการทำงาน
	ร้อยละความสำเร็จของการบริหารโครงการและเบิกจ่ายงบประมาณ	5%	ผลการบริหารโครงการและเบิกจ่ายงบประมาณ อยู่ในระดับ “ดี” การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารโครงการและเบิกจ่ายงบประมาณ

มิติการวัดผล	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก	เป้าหมาย/ผลลัพธ์
พัฒนาองค์การ (Organization Development)	ระดับความสำเร็จของการพัฒนา องค์การตามแผนเปลี่ยนถ่าย องค์การสู่ดิจิทัล [DIGITAL TRANSFORMATION PLAN]	10%	ผลการพัฒนาองค์การสู่ Digital Transformation อยู่ในระดับ “ดี” Platform และบริการด้าน Digital ที่ ตอบสนองกลุ่มเป้าหมาย ระบบบริหารและใช้ข้อมูลเพื่อสร้างความ น่าเชื่อถือ ระบบข้อมูลเพื่อการบริหารทรัพยากรให้มี ประสิทธิภาพ โครงสร้างพื้นฐานด้าน Digital ที่มี ประสิทธิภาพและปลอดภัย
	ระดับความสำเร็จของการพัฒนา บุคลากร	5%	ผลการพัฒนาบุคลากร อยู่ในระดับ “ดี” WORKFORCE & MANPOWER & RECRUITMENT (การปรับเปลี่ยนเชิงปริมาณ) DIGITAL-READY COMPETENCY (การปรับเปลี่ยนเชิงคุณภาพ)

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

ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. ประจำปี 2568 (Corporate KPIs)

ส.ส.ท. ได้กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของผลการปฏิบัติงานระดับองค์กร ประจำปี 2568 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 2568 (Corporate KPIs)

ตารางที่ 20 ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท.ปี 2568

มิติการวัดผล	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	รายละเอียด วิธีการนับ/คำนวณ	ผู้รับผิดชอบ
ผลสัมฤทธิ์ (Achievement)	คะแนนเฉลี่ยความสำเร็จ ของการดำเนินงานตาม ทิศทางขององค์กร	45 %	ผลการดำเนินงาน อยู่ในระดับ “ดี”	วัดผลความสำเร็จของการดำเนินงานจากเป้าหมายเชิง ยุทธศาสตร์ของแผนงานและภารกิจหลักของหน่วยงาน มีผลลัพธ์สำคัญประกอบด้วย 1. การสร้างความนิยมของรายการที่มีเนื้อหาโดดเด่น (Flagship) ในช่องทางออนแอร์และออนไลน์	หน่วยงานหลัก : ทุกหน่วยงาน หน่วยงานสนับสนุน : ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อ สาธารณะ ศูนย์สื่อสารและ

มิติการวัดผล	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	รายละเอียด วิธีการนับ/คำนวณ	ผู้รับผิดชอบ
				2. การเพิ่มจำนวนผู้ให้บริการได้รับประโยชน์โดยตรง 3. การเพิ่มจำนวนสมาชิก (ONE THAI PBS) ในทุกช่องทาง 4. ระดับความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ โดยเป็นองค์กรสื่อที่น่าเชื่อถืออันดับ 1 ใน 3 ของไทย (รายปี) ทั้งในภาพรวมและ 5 กลุ่มสาระรายการ (ข่าว สื่อส่งเสริมการเรียนรู้/สื่อสารคดีและสารประโยชน์/สื่อบันเทิงสร้างสรรค์สังคม/สื่อส่งเสริมท้องถิ่นและพลเมือง) 5. ระดับความสำเร็จของสนับสนุนงาน คือ มีกลไก และเครื่องมือในการกำกับ การประเมินความคุ้มค่า ความเปลี่ยนแปลง/ Digital-driven, Recognition การบริหารความร่วมมือในองค์กร/นอกองค์กร	ส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ สำนักสื่อดิจิทัล และศูนย์พัฒนา นวัตกรรมสื่อสาธารณะ
	ระดับความสำเร็จของการสร้างความยั่งยืน	10%	ผลรวมของรายได้อยู่ในระดับ “ดี”	วัดผลความสำเร็จของการสร้างความยั่งยืนจากจำนวนรายได้ และการควบคุมค่าใช้จ่าย โดยมีรายได้จากการร่วมผลิต (Co – Production) การบริหารทรัพย์สินทางปัญญา (IP Management) การให้บริการโครงข่ายและ สิ่งอำนวยความสะดวก รวมกับรายได้จากแผนหารรายได้เพิ่มเติม 4 รูปแบบ ได้แก่ 1) ร่วมผลิตรายการ (Co-Production)	<u>หน่วยงานหลัก</u> : ทุกหน่วยงาน (ถ้ามี) <u>หน่วยงานสนับสนุน</u> : ศูนย์พัฒนา นวัตกรรมสื่อสาธารณะ

มิติการวัดผล	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	รายละเอียด วิธีการนับ/คำนวณ	ผู้รับผิดชอบ
				2) เงินสนับสนุนองค์การ (Grant-In) 3) การอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ (Licensing, Royalties and Merchandising) 4) ค่าบริการอื่น ๆ (Services) เพื่อให้เกิดงบประมาณสมดุล	
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder)	ระดับการยอมรับของ ประชาชนและภาคี เครือข่าย ต่อการทำ หน้าที่สื่อสารสาธารณะของ ไทยพีบีเอส	10%	ประชาชนและภาคี เครือข่าย ยอมรับการทำ หน้าที่ สื่อสารสาธารณะของ ไทยพีบีเอส อยู่ในระดับ “ดี”	วัดการยอมรับของประชาชนและภาคีเครือข่ายต่อการทำ หน้าที่สื่อสารสาธารณะของไทยพีบีเอส ภายใต้หลักการสื่อ สารณะของ UNESCO ที่กำหนดไว้ 4 ข้อ ได้แก่ 1) ความทั่วถึง (Universality) 2) ความหลากหลาย (Diversity) 3) ความเป็นอิสระ (Independence) 4) ความโดดเด่น (Distinctiveness) รวมถึงบทบาทความเป็นสื่อสารณะของไทยพีบีเอส 6 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร 2) ด้านการให้การศึกษา 3) ด้านการให้สาระประโยชน์และความบันเทิงที่มีคุณค่า 4) ด้านการสืบสานคุณค่าวัฒนธรรมที่หลากหลาย 5) ด้านการส่งเสริมสังคมประชาธิปไตย	<u>หน่วยงานหลัก</u> : ทุกหน่วยงาน <u>หน่วยงานสนับสนุน</u> : ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสารณะ

มิติการวัดผล	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	รายละเอียด วิธีการนับ/คำนวณ	ผู้รับผิดชอบ
				6) ด้านการขับเคลื่อนสังคมและสิ่งแวดล้อมสู่สังคมที่ลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเป็นธรรมให้สังคม	
	ระดับการยอมรับของภาคีเครือข่ายในการร่วมดำเนินงานกับไทยพีบีเอส	10%	ภาคีเครือข่ายยอมรับการร่วมดำเนินงานกับไทยพีบีเอสอยู่ในระดับ “ดี”	วัดการยอมรับของภาคีเครือข่ายในการร่วมดำเนินงานกับไทยพีบีเอส ทั้งที่ร่วมดำเนินกิจกรรมและร่วมผลิตสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบของข่าวและรายการ ผ่านแบบประเมินโดยแบ่งออกเป็น 5 ประเด็น ได้แก่ 1) การติดต่อประสานงาน 2) การดำเนินงานร่วมกัน 3) ภาพรวมของกิจกรรม 4) ข้อจำกัดหรืออุปสรรค 5) ข้อเสนอแนะ เพื่อต่อยอดยกระดับภาคีเครือข่ายในการสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าของผลงานที่เกิดจากความร่วมมือ	<u>หน่วยงานหลัก</u> : ทุกหน่วยงาน (ถ้ามี) <u>หน่วยงานสนับสนุน</u> : ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ
ประสิทธิภาพ (Efficiency)	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาและใช้ระบบข้อมูลขนาดใหญ่	5%	ผลการพัฒนาและใช้ระบบข้อมูลขนาดใหญ่อยู่ในระดับ “ดี”	วัดความสำเร็จของการพัฒนาและการใช้ระบบข้อมูลจากกลไกที่มีระบบออกแบบและตัดสินใจอยู่บนฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ (Data-driven Thai PBS) ที่องค์การสามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์ พัฒนา และประยุกต์ใช้ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด	<u>หน่วยงานหลัก</u> : ทุกหน่วยงาน (ถ้ามี) <u>หน่วยงานสนับสนุน</u> : ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์การ ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อ

มิติการวัดผล	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	รายละเอียด วิธีการนับ/คำนวณ	ผู้รับผิดชอบ
					สาธารณะ สำนักสื่อดิจิทัล สำนัก โทรทัศน์ฯ ฝ่ายเทคโนโลยี สารสนเทศ และศูนย์สื่อสารและ ส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ
	ร้อยละความสำเร็จของ การบริหารโครงการและ เบิกจ่ายงบประมาณ	5%	ผลการบริหาร โครงการ และเบิกจ่าย งบประมาณ อยู่ในระดับ “ดี”	วัดร้อยละความสำเร็จของการบริหารโครงการและเบิกจ่าย งบประมาณเปรียบเทียบกับแผนการปฏิบัติงานที่ได้รับ อนุมัติ โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) การประเมินความก้าวหน้าของโครงการ น้ำหนัก 60% 2) การเบิกจ่ายงบประมาณ น้ำหนัก 30% 3) การขอใช้งบประมาณ น้ำหนัก 10%	<u>หน่วยงานหลัก</u> : ทุกหน่วยงาน <u>หน่วยงานสนับสนุน</u> : ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์การและ ศูนย์การเงิน
พัฒนาองค์การ (Organization Development)	ระดับความสำเร็จของ การพัฒนาองค์การสู่ Digital Transformation	10%	ผลการพัฒนา องค์การสู่ Digital Transformation อยู่ในระดับ “ดี”	วัดความสำเร็จของการพัฒนาองค์การสู่ Digital Transformation จากผลสำรวจระดับความพร้อมรัฐบาลดิจิทัล ของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งประเมินโดยสำนักงานพัฒนารัฐบาล ดิจิทัล	<u>หน่วยงานหลัก</u> : ทุกหน่วยงาน <u>หน่วยงานสนับสนุน</u> : ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ และฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

มิติการวัดผล	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	รายละเอียด วิธีการนับ/คำนวณ	ผู้รับผิดชอบ
	ระดับความสำเร็จของ การพัฒนาบุคลากร	5%	ผลการพัฒนา บุคลากร อยู่ในระดับ “ดี”	วัดความสำเร็จของการพัฒนาบุคลากรจากการพัฒนาส่งเสริม สมรรถนะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร ให้สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานขององค์กร ตามแนวทางพัฒนาและเสริมสร้าง Digital DNA	<u>หน่วยงานหลัก</u> : ทุกหน่วยงาน <u>หน่วยงานสนับสนุน</u> : สำนักทรัพยากรมนุษย์

4.2 การบริหารแผนงาน การกำกับติดตาม

4.2.1 การอนุมัติแผนบริหารกิจการ

แผนบริหารกิจการประจำปี 2568 ได้ออกแบบกลไกกำกับและควบคุมแผนโดยคณะกรรมการนโยบาย (กนย.) กำกับด้วยการมอบนโยบายเป็นทิศทางใหญ่และเชื่อมโยงมาสู่ทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ ที่นำไปหาหมายเชิงผลลัพธ์ (Outcomes) มาออกแบบแผนงาน โดยคณะกรรมการนโยบายพิจารณาอนุมัติแผนบริหารกิจการในภาพรวม แผนจัดทำรายการ ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานขององค์กร และแผนงบประมาณในระดับแผนงาน (Program) รวมทั้งอนุมัติงบประมาณในส่วนของงบบุคลากร กลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป

คณะกรรมการบริหารมีอำนาจพิจารณาอนุมัติงบประมาณระดับโครงการ โดยใช้หลักคิด 3 ข้อในการออกแบบโครงการประจำปี 2568 คือ

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

4.2.2 การบริหารแผนและงบประมาณ

(1) การบริหารแผนงาน

แผนยุทธศาสตร์ มีการจัดกลไกบูรณาการบริหารจัดการออกเป็น 4 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 ในส่วนโครงการที่เกี่ยวกับงานด้านสื่อสาร จัดการประชุมไตรมาสละ 1 ครั้ง

กลุ่มที่ 4 คณะทำงานบูรณาการรายได้ บริหารแผนงาน 3 แผนงานด้านการมีส่วนร่วมสาธารณะ ในส่วนโครงการที่เกี่ยวกับงานรายได้ จัดการประชุมไตรมาสละ 1 ครั้ง

งานกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไปกับงานบุคลากร กำกับติดตามโดยฝ่ายบริหาร มีหน่วยงานรับผิดชอบหลัก ดังนี้

งานบริการโครงข่ายสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ สำนักวิศวกรรม

งานเทคโนโลยีออกอากาศ ได้แก่ สำนักโทรทัศน์ฯ

งานเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ และฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

งานบริหารทั่วไป ได้แก่ สำนักตรวจสอบภายใน สำนักบริหาร ศูนย์การเงิน ฝ่ายยุทธศาสตร์-องค์การ ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล ฝ่ายสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร

งานบุคลากร ได้แก่ สำนักทรัพยากรมนุษย์

(2) กำหนดแนวทางการบริหารโครงการและการใช้งบประมาณ

- กรณีที่ใช้งบประมาณต่ำกว่าร้อยละ 25 ในวันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2568 จะเสนอให้พิจารณาทบทวน/ยุติโครงการ เว้นแต่กำหนดโครงการเริ่มหลังวันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2568

- โครงการที่ขอใช้งบประมาณ $\leq$ ร้อยละ 90 เบิกจ่ายงบประมาณ $\leq$ ร้อยละ 60 (เกณฑ์ สตง. 61) และผูกพันงบประมาณข้ามปี ต้องจัดทำคำชี้แจงรายงานผู้บริหารและผู้สอบบัญชี และใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณางบประมาณปีต่อไป

- ปิดรับใบขอซื้อจ้าง (PR) วันที่ 15 ตุลาคม พ.ศ. 2568

(3) กำหนดแนวทางการทบทวนงบประมาณกลางปี

- หน่วยงานจัดทำรายละเอียดการทบทวนงบประมาณกลางปีเสนอผู้อำนวยการ ส.ส.ท. หรือรองผู้อำนวยการ ส.ส.ท. ที่รับผิดชอบพิจารณาให้ความเห็นชอบ และจัดส่งข้อมูลให้ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์การ

- ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์การ ทำการรวบรวมข้อมูลการขอทบทวนโครงการ/งบประมาณของทุกหน่วยงาน เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อเป้าหมายของแผนบริหารกิจการ และวงเงินงบประมาณที่จะนำมาใช้ในกิจกรรม/โครงการที่เสนอขอทบทวนกลางปีเสนอผู้อำนวยการ ส.ส.ท. เห็นชอบให้นำเสนอต่อคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการนโยบาย เพื่ออนุมัติตามอำนาจและหลักเกณฑ์การเปลี่ยนแปลงงบประมาณในข้อ (4)

- ฝ่ายสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร ส่งสำเนามติ/รายงานการประชุม คณะกรรมการบริหาร/คณะกรรมการนโยบายให้หน่วยงาน ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์การ ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ และฝ่ายการเงินและควบคุมงบประมาณ เพื่อทราบและดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง

- การทบทวนเพิ่มงบประมาณ ให้พิจารณาจากโครงการที่ยังไม่ได้ดำเนินการหรือยังไม่ขอใช้งบประมาณมาดำเนินการก่อน

การปรับแผนงาน งบประมาณโครงการ ควรดำเนินการได้ภายในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2568 หากไม่สามารถดำเนินการได้ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2568 ให้คืนงบประมาณและไปตั้งขอใช้งบประมาณใหม่ในปี พ.ศ. 2569

(4) การเปลี่ยนแปลงรายละเอียดโครงการ / งบประมาณระหว่างปี (ที่จำเป็น)

แนวทางการดำเนินงาน

- หน่วยงานจัดทำรายละเอียดการขอเปลี่ยนแปลงรายละเอียดโครงการ/งบประมาณ และร่างแบบเสนอวาระการขอเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อเสนอรองผู้อำนวยการ ส.ส.ท. ที่รับมอบอำนาจ พิจารณาให้ความเห็นชอบ

- หน่วยงานส่งเอกสารขอเปลี่ยนแปลงรายละเอียดให้ฝ่ายการเงินและควบคุมงบประมาณ ศูนย์การเงินตรวจสอบงบประมาณ ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์การให้ความเห็นเรื่องผลกระทบที่มีต่อเป้าหมายของแผนบริหารกิจการ

- หน่วยงานนำเสนอ ผู้อำนวยการ ส.ส.ท. เห็นชอบเพื่อนำเสนอคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการนโยบายเพื่ออนุมัติตามอำนาจและหลักเกณฑ์การเปลี่ยนแปลงงบประมาณในข้อ (4)

การใช้งบกลาง

- กรณีวงเงินไม่เกิน 10 ล้านบาท ให้ ผู้อำนวยการ ส.ส.ท. มีอำนาจอนุมัติ และรายงานคณะกรรมการบริหารรับทราบ

- กรณีวงเงินตั้งแต่ 10-20 ล้านบาท ให้เสนอคณะกรรมการบริหารพิจารณาอนุมัติ

- กรณีวงเงินเกิน 20 ล้านบาท ให้เสนอคณะกรรมการนโยบายพิจารณาอนุมัติ

การเปลี่ยนแปลงงบประมาณ ให้เป็นไปตามระเบียบว่าด้วยการเงิน การบัญชีและงบประมาณ พ.ศ. 2567

1) การเปลี่ยนแปลงรายละเอียดงบประมาณระดับโครงการ / หมวดย่อย ภายในแผนงานเดียวกัน

- วงเงินไม่เกิน 10 ล้านบาท ให้ผู้อำนวยการ ส.ส.ท. มีอำนาจอนุมัติ
- วงเงินตั้งแต่ 10 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 20 ล้านบาท ให้เสนอคณะกรรมการบริหารพิจารณาอนุมัติ

- วงเงินเกินกว่า 20 ล้านบาท ให้เสนอคณะกรรมการนโยบายพิจารณาอนุมัติ

2) การเปลี่ยนแปลงรายละเอียดงบประมาณข้ามแผนงาน

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

- วงเงินตั้งแต่ 10 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 20 ล้านบาท ให้เสนอคณะกรรมการบริหารพิจารณาอนุมัติ

- วงเงินเกินกว่า 20 ล้านบาท ให้เสนอคณะกรรมการนโยบายพิจารณาอนุมัติ

(5) การขอจัดทำงบประมาณเหลือปี 2568 ให้ทำได้เฉพาะที่ดำเนินการ ดังนี้

- การขออนุมัติผูกพันด้วยบันทึกฯ เท่าที่จำเป็นหรือน้อยที่สุด โดยต้องผ่านฝ่ายพัสดุวิเคราะห์ให้ความเห็นประกอบการพิจารณาอนุมัติของ ผอ.ส.ส.ท.

- ใบขอซื้อ (PR) ที่อยู่ระหว่างกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง

- ใบสั่งซื้อ (PO) หรือสัญญาที่อยู่ระหว่างกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง

- การผูกพันด้วย PR หรือบันทึกมาแล้ว 1 รอบปีการผูกพันในปีถัดไปจะต้องมีใบสั่งซื้อ (PO) หรือสัญญา

(6) การผูกพันงบประมาณข้ามปี คือ การใช้จ่ายที่มีการทำสัญญาระยะยาว ซึ่งจะต้องมีการใช้งบประมาณมากกว่า 1 ปี เพื่อจ่ายตามสัญญาที่องค์การได้ทำขึ้น โดยการตั้งงบประมาณจะต้องตั้งเท่ากับสัญญาที่ใช้ในแต่ละปี และหน่วยงานผู้ขอใช้งบประมาณจะต้องจัดทำแผนและประมาณการงบประมาณที่จะต้องในแต่ละปีเพื่อขอเป็นงบประมาณประจำปีของแต่ละสำนัก และต้องขอความเห็นชอบต่อคณะกรรมการนโยบาย

(7) 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

4.2.3 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

4.2.4 การตรวจสอบภายใน (Internal Audit)

เป็นกลไกสนับสนุนฝ่ายบริหารในด้านการประเมินประสิทธิผลของกระบวนการบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายในและการกำกับดูแลกิจการ เพื่อเพิ่มคุณค่าและปรับปรุงการปฏิบัติงานขององค์กร รวมทั้งช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ลดโอกาสความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น ส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานขององค์กร ให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เกิดประโยชน์สูงสุดและผลักดันให้เกิดความสำเร็จในด้านการกำกับดูแลกิจกรรมที่ดี โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้

4.2.5 การบริหารความเสี่ยง¹

ส.ส.ท. มีการบริหารความเสี่ยงที่สอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่ดีของ COSO⁴ 2017 โดยมีกระบวนการในการจัดการที่เป็นระบบ ตั้งแต่การระบุความเสี่ยง การกำหนดความเพียงพอของกิจกรรมการควบคุมภายใน การประเมินความเสี่ยง การบริหารความเสี่ยง การติดตามผล รวมถึงดัชนีชี้วัดความเสี่ยงที่สำคัญ ซึ่งเป็น

¹ The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, กรอบบริหารความเสี่ยงตามแนวทางของ COSO (COSO-ERM Framework)

เครื่องมือสำคัญของการรับมือกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินภารกิจ ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป

ทางด้านโครงสร้างและกลไกการทำงานในการบริหารจัดการความเสี่ยง ส.ส.ท. ในปี 2567 ประกอบด้วย 1) คณะกรรมการกำกับความเสี่ยง ทำหน้าที่กำหนดยุทธศาสตร์ นโยบาย แนวทางการบริหาร ความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร ซึ่งมีกรรมกรนโยบายเป็นประธาน ร่วมด้วยผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกเป็นกรรมการ และมีผู้อำนวยการ ส.ส.ท. เป็นกรรมการและเลขานุการ 2) คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง โดยเพิ่มเติม ภาระหน้าที่ของคณะกรรมการบริหาร ส.ส.ท. ให้ทำหน้าที่คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ส.ส.ท. ในระดับ ของฝ่ายจัดการ เพื่อให้มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์และนโยบายของคณะกรรมการกำกับความเสี่ยง 3) ผู้ประสานงานยุทธศาสตร์และบริหารความเสี่ยง โดยกำหนดให้ทุกสำนัก/ศูนย์/ฝ่ายที่สังกัดผู้อำนวยการ ส.ส.ท. หรือรองผู้อำนวยการ ส.ส.ท. ที่เกี่ยวข้อง มีผู้ประสานงานซึ่งเป็นตัวแทนของแต่ละหน่วยงาน จำนวน 1 คน โดยกำหนดคุณสมบัติและบทบาทหน้าที่ไว้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ เพื่อให้การประสานงานการบริหารความเสี่ยง และการวางแผนยุทธศาสตร์ระดับสำนัก/ศูนย์/ฝ่ายที่สังกัดรองผู้อำนวยการ ส.ส.ท. หรือผู้อำนวยการ ส.ส.ท. ที่เกี่ยวข้อง เป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็ว เกิดการบูรณาการอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่ฝ่ายบริหารความ เสี่ยงและธรรมาภิบาล ยังคงทำหน้าที่ดูแลอำนวยความสะดวก (Facilitator) ในกระบวนการบริหารความเสี่ยง โดยรวม

ในปี 2567 ส.ส.ท. มีประเด็นความเสี่ยงในระดับองค์การที่ต้องติดตามใน 6 ความเสี่ยง ดังนี้ 1) ความ ไม่สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้ชม/ผู้รับบริการ และภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนไป 2) ความไม่สามารถใน การสร้างการตระหนักถึงคุณค่าของสื่อสารสาธารณะ 3) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ไม่ทันต่อ ภูมิทัศน์สื่อและกลยุทธ์ที่ปรับเปลี่ยนไป 4) ภัยคุกคามทางไซเบอร์ 5) การขาดความมั่นคงทางการเงิน และ 6) กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการขององค์การไม่อำนวยความสะดวกการปฏิบัติงานในยุคดิจิทัล

4.2.6 การดำเนินงานด้านธรรมาภิบาล

ส.ส.ท. ดำเนินภารกิจบนพื้นฐานของความเที่ยงตรง โปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ ตามหลักการ กำกับดูแลกิจการที่ดี ตามหลักธรรมาภิบาลที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ตลอดจนจริยธรรมและมาตรฐาน จริยธรรมวิชาชีพ ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และแผนสำคัญระดับชาติ หลักการและแนวทางที่เกี่ยวข้องกับ การกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมทั้งหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่กำหนดให้หน่วยงานของรัฐถือปฏิบัติ เพื่อพัฒนาระบบ การกำกับดูแลกิจการที่ดีของ ส.ส.ท. ให้มีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนขององค์การ

คณะกรรมการนโยบายได้แต่งตั้งคณะกรรมการธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย ผู้แทนจากคณะกรรมการนโยบาย คณะกรรมการบริหาร และผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ทำหน้าที่กำหนดกรอบนโยบายการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม และกำกับการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบาย โดยมีฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาลเป็นเลขานุการ ประสานความร่วมมือกับทุกหน่วยงานในองค์กร ให้มีการจัดทำแผนงานธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมและติดตามให้มีการดำเนินงานตามแผนดังกล่าว

ในช่วงปี 2567 ส.ส.ท. ได้ขับเคลื่อนงานธรรมาภิบาลตามแผนแม่บทธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม ปี 2565-2568 และแผนงานปี 2567 ครอบคลุม 3 กลยุทธ์ ได้แก่ ขับเคลื่อนนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง และส่งเสริมคุณภาพสังคม สิ่งแวดล้อม และสร้างที่ยั่งยืนผ่าน 11 แผนงาน โดยมุ่งหวังให้บุคลากรทุกระดับได้ยึดถือปฏิบัติ อีกทั้งนำมาใช้เป็นแนวทางในการบริหารและกำกับดูแลงานด้านธรรมาภิบาลในระดับของผู้บริหารและคณะกรรมการ ตามลำดับ

ทั้งนี้ ผลพวงของพัฒนาการด้านธรรมาภิบาลของ ส.ส.ท. ส่วนหนึ่งสะท้อนให้เห็นได้ผ่านผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity and Transparency หรือ ITA) ของ ส.ส.ท. ประจำปี 2567 ที่จัดขึ้นโดยสำนักงาน ป.ป.ช. โดย ส.ส.ท. ได้ 95.32 คะแนน จัดอยู่ในระดับ “ผ่านดี” สูงกว่าคะแนนเฉลี่ยทั้งประเทศซึ่งเท่ากับ 93.05 คะแนน

Workflow แผนบริหารกิจการและการรายงานผลการดำเนินงาน

