

นโยบาย ส.ส.ท.

พ.ศ. 2569 – 2570



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย
Thai Public Broadcasting Service



CONTENTS

เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ที่หวังผลใน 2 ปี	04
นโยบายเพื่อสนับสนุนเป้าหมายเชิงกลยุทธ์	05
การปรับโครงสร้าง และวัฒนธรรมองค์กร	07
การบริหารจัดการสื่อ รายการ และการสร้างสรรค์เนื้อหา	08
การบริหารจัดการเทคโนโลยี นวัตกรรม และการปรับตัวสู่องค์กรดิจิทัล	09
ความยั่งยืนทางการเงิน และการบริหารจัดการงบประมาณ	10
การบริหารทรัพยากรบุคคล	11
• แนวทางการบริหารทรัพยากรบุคคล HRM • แนวทางการพัฒนาทรัพยากรบุคคล HRD	
การมีส่วนร่วมของภาคพลเมือง และการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะ	13
การสร้างอัตลักษณ์ และความยอมรับในคุณค่าสื่อสาธารณะ	14
การส่งเสริมธรรมาภิบาล และจริยธรรมองค์กร	15

ไทยพีบีเอส – เนื้อหาดี ที่เข้าถึงง่ายในทุกแพลตฟอร์ม

ในยุคที่ภูมิทัศน์สื่อเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากเทคโนโลยีดิจิทัล และพฤติกรรมผู้บริโภคที่หลากหลายขึ้น สื่อสาธารณะกำลังเผชิญความท้าทายสำคัญ ทั้งการแข่งขันกับแพลตฟอร์มออนไลน์ การขาดแคลนรายการคุณภาพที่ตอบโจทย์ประชาชน การแพร่ระบาดของข่าวลวงที่นำเสนอข้อมูลเท็จ กระตุ้นอารมณ์และอคติ เพื่อรับมือกับความท้าทายเหล่านี้ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) จึงได้ดำเนินกระบวนการเพื่อการจัดทำนโยบายขึ้น โดยเปิดเวทีเพื่อระดมความคิดเห็น ทั้งจากภายในองค์กร ภาคีเครือข่าย ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งได้สำรวจความเห็นของพนักงาน โดยนำข้อเสนอแนะมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลภายในองค์กร และสถานการณ์ภายนอก รวมถึงผลลัพธ์ของกระบวนการ ทำให้สามารถกำหนดนโยบายระยะ **2 ปี (พ.ศ. 2569-2570) ที่มุ่งสร้างผลลัพธ์เชิงประจักษ์ 12 ข้อ** ที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลง **ภายใต้วิสัยทัศน์ “เนื้อหาดีที่เข้าถึงง่ายในทุกแพลตฟอร์ม”** โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือ การเรียกคืนความเชื่อมั่น และยกระดับคุณค่าของสื่อสาธารณะผ่านการผลิตเนื้อหาที่โดดเด่น มีคุณภาพ และยึดโยงกับประชาชน **พร้อมกำหนดแนวทางการขับเคลื่อนผ่าน 8 แนวทางหลัก** ครอบคลุมทั้งด้านเนื้อหาเทคโนโลยี การมีส่วนร่วมของประชาชน และการบริหารจัดการ เพื่อให้สื่อสาธารณะกลับมาเป็นสื่อที่สังคมไว้วางใจ และเป็นความหวัง เพื่อสร้างสังคมที่เคารพความเห็น และรับฟังซึ่งกันและกัน



เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ที่หวังผลใน 2 ปี

ที่มุ่งสร้างผลลัพธ์เชิงประจักษ์ 12 ข้อ

- 1 สร้างเนื้อหาครั้งเดียว
ใช้ได้ทุกที่ ตอบโจทย์ทุกคน


- 2 ใช้ทรัพยากรร่วมกัน
ให้เกิดประโยชน์สูงสุด


- 3 สร้าง HERO PRODUCT ที่
โดดเด่นทุกประเภทเนื้อหา


- 4 ปรับปรุงระบบ DIGITAL ASSET
ให้ทันสมัย ใช้ร่วมกันได้
และสร้างมูลค่าเพิ่ม


- 5 ผลิตเนื้อหาอิสระ
สร้างสรรค์ สมดุล
เพื่อประโยชน์สังคม


- 6 เสริมประชาธิปไตย
สร้างวัฒนธรรมรับฟัง
คิดร่วมกันอย่างมีเหตุผล


- 7 สร้างเนื้อหาที่มี IMPACT
ปลุกพลังพลเมืองเพื่อ
เปลี่ยนแปลงและแก้ปัญหา


- 8 สร้างเนื้อหาทันสถานการณ์
มุมมองเชิงลึกติดตาม
อย่างต่อเนื่อง


- 9 เสริมประชาธิปไตย
สร้างวัฒนธรรมรับฟัง
คิดร่วมกันอย่างมีเหตุผล


- 10 ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (ERP)
เพิ่มประสิทธิภาพองค์กร
ผลิตเนื้อหาคุณภาพลดต้นทุน


- 11 ผลิตและเผยแพร่เนื้อหา
อย่างมียุทธศาสตร์สร้าง
อัตลักษณ์ที่จดจำได้เสริม
ความน่าเชื่อถือสื่อสารสาธารณะ


- 12 เผยแพร่เนื้อหาทุกแพลตฟอร์ม
เน้นการมีส่วนร่วมเปิดโอกาส
ผู้ผลิตอิสระ สื่อพลเมือง
ร่วมงานอย่างเหมาะสม



นโยบายเพื่อสนับสนุนเป้าหมายเชิงกลยุทธ์

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหลัก จำเป็นต้องกำหนดเป้าหมายและแนวทาง
เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายเชิงกลยุทธ์โดยกำหนดนโยบายรวม 8 ด้าน ดังนี้



รายละเอียดเป้าหมาย และแนวทางของนโยบาย แต่ละด้าน



1 การปรับโครงสร้างและวัฒนธรรมองค์กร

เป้าหมาย: มุ่งปฏิรูปโครงสร้างและระบบบริหารงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง และการสร้างระบบที่มีความรับผิดชอบ (Accountability) ต่อประสิทธิผลในการทำงาน โดยเฉพาะกลไกการติดตามกำกับและการประเมินผลการดำเนินงานที่นำไปสู่ผลลัพธ์

แนวทาง

1. ปรับโครงสร้าง ระบบและกระบวนการทำงานเพื่อลดการสูญเปล่า ลดระเบียบขั้นตอน ลดภาระด้านเอกสาร และจัดการกิจที่ไม่จำเป็นหรือซ้ำซ้อนออกไป
2. ปรับปรุงโครงสร้างการจัดองค์กรให้สามารถรับมือต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ลดความซ้ำซ้อนของภารกิจ ให้มีหน่วยงานและอัตรากำลังที่เหมาะสมต่อการปฏิบัติหน้าที่ขององค์กร
3. สนับสนุนการทำงานเป็นทีมและส่งเสริมการประสานงานระหว่างหน่วยงานโดยกำหนดหน้าที่บทบาทและความรับผิดชอบของแต่ละหน่วย โดยกำหนด SOP (Standard Operating Procedure) ให้ชัดเจน
4. จัดให้มีระบบควบคุมและประเมินผลการทำงานที่สามารถติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินงานขององค์กรได้ตลอดเวลา
5. สร้างการสื่อสารระหว่างหน่วยงานทุกระดับที่ถูกต้องและรวดเร็ว เพื่อลดความสับสนและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน
6. สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่กระตือรือร้น ทำงานด้วยหัวใจที่เร้าร้อน โดยให้ความสำคัญกับความเป็นธรรมชาติการทำงานเป็นทีมและความคิดสร้างสรรค์
7. ลดช่องว่างการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Policy Implementation Gap) วางกระบวนการเชิงนโยบาย (Policy Process) และการ Execute แผนงานที่สามารถติดตามกำกับและประเมินผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ
8. สร้างองค์กรสีเขียวที่ประหยัดพลังงาน ดูแลอนุรักษ์ธรรมชาติและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



2 การบริหารจัดการสื่อ รายการ และการสร้างสรรค์เนื้อหา

เป้าหมาย: สร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพ โดดเด่น และแตกต่าง เน้นความน่าเชื่อถือและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ควบคุมคุณภาพรายการให้สม่ำเสมอและไร้ข้อผิดพลาด หลีกเลี่ยงอิทธิพลทางการเมืองหรือพาณิชย์ รักษาสมดุลในการนำเสนอเนื้อหาให้ถูกต้อง ครบถ้วน และรอบด้าน รวมทั้งจัดระเบียบผังรายการในทุกแพลตฟอร์มให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ภาพรวมขององค์การ

แนวทาง

1. กำหนดกลยุทธ์การวางแผนผังรายการอย่างมียุทธศาสตร์ โดยใช้ระบบติดตามความนิยมเพื่อการปรับตัวอย่างรวดเร็ว
2. ตั้ง Editorial Board ที่กำหนดทิศทางและวาระข่าวร่วมกัน ทั้งในระดับองค์การและระดับปฏิบัติการ โดยอาจมีการตั้ง Advisory Panel เพื่อให้คำปรึกษาแบบ Real Time
3. มีการวางแผนการนำเสนอเนื้อหาล่วงหน้าให้ทันกับสถานการณ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น และทันทั่วทั้งกับสถานการณ์ฉุกเฉิน
4. จัดให้มีระบบควบคุมและประเมินผลการทำงานที่สามารถติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินงานขององค์การได้ตลอดเวลา
5. พัฒนารูปแบบรายการที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ (เยาวชน ครอบครัว ผู้สูงอายุ ฯลฯ) และพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อที่แตกต่างหลากหลาย โดยเฉพาะในด้านการเรียนรู้และ Media literacy
6. ปรับระบบการตรวจสอบข้อเท็จจริงและลดความผิดพลาดทั้งในส่วนของเนื้อหา การอ่านข่าวผิด และรูปแบบ (ภาษา กราฟิกผิด)
7. สร้าง Quality Content ที่โดดเด่น ได้แก่ Investigative News, Data Journalism, สารคดีคุณภาพ และรายการด้านวัฒนธรรมที่ไม่จำกัดเฉพาะวงการบันเทิง (เช่น ชีวิตทางวัฒนธรรม สุนทรียศาสตร์ การสร้างสรรค์งานศิลปะ ชีวิตช่างศิลป์ ไลฟ์สไตล์ นอกเหนือจากรายการเพลงและรายการอาหาร)
8. กำหนดรายการที่เป็น Hero Product ในทุกประเภทเนื้อหา รวมทั้งกำหนดเป้าหมายรางวัลระดับชาติหรือนานาชาติที่น่าเชื่อถือที่รายการเหล่านี้จะส่งเข้าแข่งขัน
9. ผลักดันและแสวงหาความร่วมมือกับองค์กรที่เกี่ยวข้องและภาคีเครือข่าย ในการให้บริการด้านวิทยุกระจายเสียงตามวัตถุประสงค์การจัดตั้งองค์การ รวมทั้งการผลิตและเผยแพร่สื่อเสียง



3 การบริหารจัดการเทคโนโลยี นวัตกรรม และการเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรดิจิทัล

เป้าหมาย: เพื่อรับมือและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลให้สามารถนำองค์ความรู้ใหม่ของการบริหารงาน และการนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้

แนวทาง

1. ร่วมกันกำหนดกลยุทธ์และทิศทางการพัฒนาสตรึมมิงแพลตฟอร์มให้สอดคล้องกันสถานการณ์
2. พัฒนาแพลตฟอร์มโมบายแอปพลิเคชันเพื่อให้เข้าถึงได้ (Accessibility) มีเนื้อหาตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย (Inclusivity) สร้างประสบการณ์การใช้งานที่ดี (UX/UI) เชื่อมโยงระหว่างแพลตฟอร์มที่หลากหลาย (Multi-platform/Multi-devices) มีความปลอดภัย (Security and Privacy) ขยายผลได้ (Scalability) และเป็นช่องทางสำหรับการหารายได้
3. นำเทคโนโลยีใหม่เพื่อสนับสนุนการผลิตเนื้อหารายการ เช่น IP Based broadcasting, Cloud Based Production ฯลฯ
4. นำ AI และเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ไปใช้ในกระบวนการผลิต การจัดเก็บและการจัดการข้อมูล รวมทั้งการวิเคราะห์ ผู้ชม โดยยึดถือมาตรฐานสากลและหลักปฏิบัติด้านจริยธรรมที่เข้มแข็ง
5. ยกระดับระบบ Cybersecurity โดยเฉพาะการบริหารจัดการความเสี่ยง การจัดการและ การจัดซื้อจัดจ้าง โดยจัดทำ Protocols และ Work Flows ที่ชัดเจนในการทำงานและการเก็บข้อมูลเพื่อการตรวจสอบ
6. สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดรับการเปลี่ยนแปลงและสร้างเอกภาพเพื่อการเปลี่ยนผ่านองค์การสู่ระบบดิจิทัล
7. วางรากฐานโครงสร้างพื้นฐานและความเชี่ยวชาญด้านดิจิทัล
8. พัฒนา Digital and Media Asset Management ทั้งระบบ โดยกำหนดหลักเกณฑ์ธรรมาภิบาลข้อมูล และกระบวนการทำงานเพื่อให้เกิด Data Management และ Digital Right Management เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ดิจิทัลและสื่อร่วมกันได้
9. สร้างระบบบริหารจัดการที่เชื่อมโยงกันทั้ง Enterprise Resource Planning (ERP) Human Resource Information System (HRIS) และระบบบริการงบประมาณและโครงการ (BUDDY, BPM) โดยเกิดความร่วมมือจากทุกฝ่าย
10. ทบทวนและปรับปรุงให้ระบบ PDPA ทำงานและเก็บรักษาข้อมูลตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยเกิดความร่วมมือจากทุกฝ่าย



4 ความยั่งยืนทางการเงิน และการบริหารจัดการงบประมาณ

เป้าหมาย: สร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับองค์กร ด้วยระบบการบริหารจัดการ การควบคุมค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพเกิดความคุ้มค่าและเหมาะสม มีระบบตรวจสอบและรายงานผลการใช้จ่ายงบประมาณอย่างโปร่งใส รวมทั้งสร้างรายได้ที่ยั่งยืนและลดการพึ่งพาเงินบำรุงองค์กร

แนวทาง

1. มีระบบบริหารจัดการและควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างเหมาะสม
2. ต่อยอดการหารายได้จากทรัพย์สินทางปัญญา การให้บริการโครงข่ายทีวีดิจิทัลและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่เดิมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. แสวงหาช่องทางความร่วมมือกับพันธมิตร เครือข่ายทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มรายได้ หรือลดค่าใช้จ่าย
4. ปรับปรุงแก้ไขระเบียบข้อบังคับด้านการเงินให้มีความคล่องตัว โปร่งใสตรวจสอบได้ โดยยึดหลักความคุ้มค่า เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร
5. จัดทำแผนงบประมาณประจำปีแบบเกินดุลหรือสมดุล โดยให้ความสำคัญกับการผลิตข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพ เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงสื่อสาธารณะของประชาชนในพื้นที่ต่าง ๆ และสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาสื่อใหม่
6. เพิ่มรายได้จากผู้สนับสนุน และหารายได้จากเนื้อหา Premium
7. จัดตั้งกองทุนสนับสนุนสื่อสาธารณะ (Public Media Fund) เช่น ในรูปแบบของ Endowment Fund
8. หาแนวทางในการสนับสนุนมูลนิธิไทยพีบีเอสให้ทำงานร่วมกับ ส.ส.ท. ในด้านการระดมทุนและการสนับสนุนต่าง ๆ
9. ทบทวนและจัดทำข้อเสนอการเปลี่ยนแปลงระเบียบ ข้อบังคับ และพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความคล่องตัวทางการเงิน



5 การบริหารทรัพยากรบุคคล

เป้าหมาย: บริหารทรัพยากรบุคคลอย่างเห็นคุณค่า มุ่งพัฒนาศักยภาพบุคลากรโดยเคารพในความรู้สึก ความใฝ่ฝัน การเรียนรู้และเติบโต ความมุ่งมั่นทุ่มเทต่อเป้าหมาย และความคิดสร้างสรรค์ โดยการสร้างระบบการทำงานที่โปร่งใส และเป็นธรรม สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดูแลใส่ใจกัน เสริมพลังและความรู้สึกถึงคุณค่าของงาน และให้ความสำคัญกับการยกระดับศักยภาพและทักษะให้เท่าทันต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง

แนวทางการบริหารทรัพยากรบุคคล HRM

1. ทบทวนและปรับปรุงแผน People Transition เพื่อยกระดับเป็นแผนแม่บทกำลัง (แผนอัตรากำลังและแผนพัฒนา กำลังคน) ระยะ 4 ปี โดยเฉพาะการกำหนดอัตรากำลัง ดำเนินการสรรหา คัดเลือก ส่งเสริมและรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพ (Talent Acquisition & Retention) ที่เปิดกว้างให้ได้บุคคลที่เหมาะสม
2. ปรับโครงสร้างตำแหน่งงานให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล (เช่น สร้าง บทบาทใหม่ ด้าน Data Journalism, AI Content Moderator)
3. กำหนดภารกิจของบุคลากรให้มีลักษณะ Cross Functional และมีการประเมินผลที่ชัดเจน
4. ลดการนำค่าใช้จ่ายบุคลากรไปไว้ในโครงการในรูปแบบของการจ้างพนักงานสัญญาจ้างและลูกจ้าง
5. จัดการความขัดแย้งที่เกิดจากการปฏิรูปและการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง บทบาท ภาระหน้าที่ (Change Resistance Management)
6. การออกแบบระบบค่าตอบแทน สวัสดิการ (Compensation & Benefits) ให้เกิดความเป็นธรรมระหว่างบุคลากร ที่มีลักษณะการจ้างงานที่แตกต่างกัน สร้างระบบ Flexible Work Arrangements รวมทั้งดูแลกฎระเบียบแรงงาน และความสัมพันธ์ภายในองค์กร (Labor Compliance & Employee Relations)
7. การประเมินผลการทำงาน (Performance Management) อย่างเป็นธรรม โดยเน้นการให้คุณค่าตามหลักการ Meritocracy ที่ยึด 'ความรู้ความสามารถ' เป็นเกณฑ์ตัดสินคุณค่าของปัจเจกชน
8. ส่งเสริมการรับฟังและมีส่วนร่วม (Voice & Participation) เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (เช่น แบบสำรวจความคิดเห็น Idea Box) รวมทั้งสร้าง Feedback Culture ที่ไม่ตัดสิน สร้างพื้นที่ปลอดภัยในการเสนอ ความเห็นโดยไม่กลัวถูกตอบโต้
9. สร้างวัฒนธรรมแห่งการร่วมแรงร่วมใจ มีความเห็นอกเห็นใจ ดูแลใส่ใจซึ่งกันและกัน สร้างบรรยากาศที่ดีในการ ปฏิบัติงานร่วมกันในองค์กร โดยมีเป้าหมายที่ยิ่งใหญ่และมีคุณค่าเป็นแรงบันดาลใจที่ผูกพันผู้คนในองค์กร
10. สร้างระบบป้องกันการกลั่นแกล้งและการเลือกปฏิบัติ (Harassment & Discrimination) โดยเข้าถึงเจตนากรณี ที่ชัดเจนพร้อมช่องทางร้องเรียนที่เป็นความลับ รวมทั้งระบบการดูแลและเยียวยาพิเศษสำหรับผู้ได้รับผลกระทบตลอดจน ทีมข่าวและผู้ผลิตเนื้อหาอ่อนไหว (Trauma Support) ที่ต้องสัมผัสเหตุการณ์รุนแรง (เช่น ภัยพิบัติ ความขัดแย้ง)



แนวทางการพัฒนาทรัพยากรบุคคล HRD

1. สนับสนุนการฝึกอบรม การพัฒนาทักษะ ความคิดสร้างสรรค์ การเพิ่มประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับการเปลี่ยนแปลง
2. ส่งเสริมการพัฒนาภาวะผู้นำ ทั้งในเรื่องการบริหารจัดการ การวางแผนงาน การวิเคราะห์ การติดตามงาน และการทำงานเป็นทีม
3. การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ (Learning Culture) ข้ามหน่วยงาน ทั้งในรูปแบบการหมุนเวียนการทำงาน (Rotation) สร้างโปรแกรม Mentorship เพื่อส่งต่อความรู้ระหว่างเจนเนอเรชัน
4. การสร้างเส้นทางอาชีพ (Career Path Planning) ที่เปิดโอกาสและความเป็นไปได้ใหม่ ๆ ในการทำงานโดยเฉพาะการสร้าง Employee Journey และการให้ความสำคัญกับ IDP (Individual Development Plan) อย่างจริงจังและหวังผล
5. สร้างต้นแบบของบุคลากรที่ตอบสนองต่อบทบาทในองค์กรสื่อสารณยุค Digital Disruption โดยเน้นทักษะดิจิทัลเฉพาะทาง (เช่น Digital Storytelling, Data Analytics for Journalists)
6. ฝึกอบรมการรู้เท่าทันและการรับมือข่าวลวง (Fake News) จริยธรรมเกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์ Ethical AI Use เพื่อป้องกันอคติในเนื้อหาสื่อ
7. ส่งเสริม Growth Mindset ให้พนักงานปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง
8. ส่งเสริมการพัฒนาผู้นำฝ่ายปฏิบัติทั้งในเรื่องการบริหารจัดการ การวางแผนงาน การวิเคราะห์ การติดตามงาน การทำงานเป็นทีม
9. จัดบริการ Counseling หรือ Employee Assistance Program (EAP) เพื่อให้คำแนะนำปรึกษาด้านการเงิน ประสานงานกับสถาบันการเงินเพื่อปรับโครงสร้างหนี้และส่งเสริมโครงการช่วยเหลือเฉพาะกิจควบคู่ไปกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มี Financial literacy



6 การมีส่วนร่วมของภาคพลเมือง และการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะ

เป้าหมาย: การสร้างคุณค่าความเป็นสื่อสาธารณะที่ยึดโยงกับประโยชน์สาธารณะ เปิดพื้นที่ให้ทุกคนมีส่วนร่วม ตอบสนองความต้องการของคนทุกกลุ่ม ไม่จำกัดเพศ เพศสภาพ วัย ฐานะ การศึกษา เชื้อชาติ ศาสนา และ ชาติพันธุ์ สร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ผู้ชม และส่งเสริมบทบาทของภาคพลเมืองและการนำเสนอเรื่องราว ที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของกลุ่มที่เสียเปรียบในทางสังคม

แนวทาง

1. สนับสนุนการสร้างระบบนิเวศสื่อสาธารณะที่เข้มแข็ง(สนับสนุนทุนเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตรายการอิสระ โดยเฉพาะ เยาวชนที่มีศักยภาพ และสื่อรายย่อยที่ทำประเด็นสาธารณะ)
2. สร้างความเข้มแข็งให้กับสื่อท้องถิ่น โดยเชื่อมโยงกับช่องทางการเผยแพร่และเนื้อหาของสื่อท้องถิ่น
3. ยกระดับรายการนักข่าวพลเมือง และรายการสนับสนุนอื่นๆ เช่น คุณเล่าเราขยาย
4. สนับสนุนบทบาทของสื่อในด้าน Solution and Collaborative Journalism และการสร้าง Collaboration กับ ผู้ปฏิบัติการทางสังคม ผู้ตัดสินใจเชิงนโยบาย และเวทีที่จะขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะ
5. สะท้อนเสียงของผู้คนที่เสียเปรียบ สร้างพื้นที่เพื่อการต่อรองและการแก้ไขปัญหา
6. เปิดช่องทางออนไลน์เพื่อเสริมกระบวนการรับฟังเพิ่มเติมขึ้นจากกลไกสภาผู้ชมและผู้ฟัง



7 การสร้างอัตลักษณ์และความยอมรับ ในคุณค่าสื่อสารสาธารณะ

เป้าหมาย: มุ่งสร้างคุณค่าและอัตลักษณ์ของไทยพีบีเอสให้โดดเด่นโดยนิยามตัวตนและเอกลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างจากสื่อทั่วไป รวมทั้งปรับ Branding Strategy ทั้งระบบให้สอดคล้องเป็นเอกภาพ

แนวทาง

1. สร้างภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งในฐานะสื่อสาธารณะที่น่าเชื่อถืออย่างต่อเนื่อง เข้มข้น เสมอต้นเสมอปลายและคงเส้นคงวา (Consistency)
2. ออกแบบอัตลักษณ์ในทุกมิติ (Brand Personality ให้มีความโดดเด่น แตกต่าง เป็นที่จดจำ ที่สื่อถึงความสมดุลครบถ้วน รอบด้าน และประโยชน์สาธารณะ
3. จัดระเบียบแบรนด์ (Corporate Brand Portfolio) ให้เป็นโครงสร้างที่เน้น Brand หลักเป็นศูนย์กลาง ชัดเจน และแข็งแรง ครอบคลุมแบรนด์ลูกให้สะท้อนเอกลักษณ์เดียวกัน
4. มีกลยุทธ์ด้านการสื่อสารแบรนด์และการตลาด และการประชาสัมพันธ์เชิงรุก (เช่น สื่อที่ประชาชนไว้วางใจ)



8 การส่งเสริมธรรมาภิบาล และจริยธรรมองค์กร

เป้าหมาย: สร้างความโปร่งใสและความเป็นอิสระจากการแทรกแซง

แนวทาง

1. ร่วมดำเนินการให้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการหรือคณะอนุกรรมการกำกับดูแลด้านธรรมาภิบาลทั้ง 6 ด้าน
2. การเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะ ทั้งด้านงบประมาณ การตัดสินใจเชิงนโยบายและผลประโยชน์ทับซ้อน
3. กำหนดข้อบังคับและแนวทางการปฏิบัติด้านการป้องกันและแก้ไขความผิดพลาดที่บังคับใช้ทั้งองค์การ (ตรวจสอบจากกฎ ระเบียบ ที่มีอยู่)
4. จัดทำและบังคับใช้เกณฑ์จริยธรรมสื่อ และปัญญาประดิษฐ์ เช่น การฝึกอบรม และปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรที่มีจริยธรรม
5. ประชาสัมพันธ์ช่องทางรับเรื่องร้องเรียนที่เป็นความลับและปลอดภัย
6. การประกาศนโยบายและตอกย้ำความสำคัญของจริยธรรมองค์กรโดยเฉพาะความเที่ยงตรงและการไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใดต่อต้านการกลั่นแกล้งและการเลือกปฏิบัติ (Anti-Harassment Policy) การความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข่าวกับพนักงาน และอคติที่อาจเกิดขึ้นจากเทคโนโลยีใหม่ๆ



คณะกรรมการนโยบาย ส.ส.ท.



คณะกรรมการนโยบาย ส.ส.ท. มาจากกระบวนการสรรหาโดยคณะกรรมการสรรหาที่มีความหลากหลาย ประกอบด้วยตัวแทนจาก ภาคส่วนต่าง ๆ ถึง 15 คน ทำให้ได้กรรมการที่มีความเป็นอิสระทางความคิด และไม่อยู่ภายใต้อิทธิพลทางการเมืองเป็นหลักประกันความเป็นอิสระของสื่อสาธารณะ

กฎหมายกำหนดให้คณะกรรมการนโยบาย ส.ส.ท. ประกอบด้วยประธานกรรมการนโยบาย (1 คน) และผู้ทรงคุณวุฒิจาก 3 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านกิจการสื่อสารมวลชน (2 คน) ด้านการบริหารจัดการองค์กร (3 คน) และด้านการส่งเสริมประชาธิปไตย การพัฒนาชุมชนหรือท้องถิ่น การเรียนรู้และศึกษา การคุ้มครองและพัฒนาเด็ก เยาวชนหรือครอบครัว หรือการส่งเสริมสิทธิของผู้ด้อยโอกาสทางสังคม (4 คน)

หนึ่งในอำนาจหน้าที่สำคัญของคณะกรรมการนโยบายคือ กำหนดนโยบายองค์การ คุ้มครองความเป็นอิสระของคณะกรรมการบริหาร ผู้อำนวยการและพนักงานให้ปลอดจากการแทรกแซง อนุมัติแผนงานและงบประมาณ กำกับดูแลการดำเนินงาน กำหนดตำแหน่งและอัตราบุคลากร จัดการเรื่องร้องเรียนกำหนดระเบียบต่าง ๆ และแต่งตั้งคณะอนุกรรมการ

ดร. บพ.โกมาตร จีงเสถียรทรัพย์ ประธานกรรมการนโยบาย



นาย จีรกรณ์ เพ็ญพูล
กรรมการนโยบาย



นาย เจษฎา อุนจारी
กรรมการนโยบาย



นาง กิตินัย พลธานีโก
กรรมการนโยบาย



รศ. ดร.ธีรภัทร สงวนกขกร
กรรมการนโยบาย



นาย บุญเลิศ ชาญยุทธเดช
กรรมการนโยบาย



นาง วรินรำไพ ปุณย์อนารีย์
กรรมการนโยบาย



นาย สมโกชน ไตรรักษา
กรรมการนโยบาย



นาย สุวิทย์ สาสนพิจิตร
กรรมการนโยบาย

ประกาศ ณ วันที่ ๗ กันยายน พ.ศ. 2568

(นายโกมาตร จีงเสถียรทรัพย์)

ประธานกรรมการนโยบาย

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย



BOG
Board Of Governors

