



แผนบริหารกิจการประจำปี 2569

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

โดย คณะกรรมการบริหาร



ธันวาคม 2568



แผนบริหารกิจการประจำปี 2569

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

โดย คณะกรรมการบริหาร

ธันวาคม 2568

บทนำ

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย หรือ ส.ส.ท. เป็นนิติบุคคล ภายใต้พระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 ส.ส.ท. มีฐานะเป็นหน่วยงานของรัฐที่ไม่ใช่ส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจตามกฎหมายว่าด้วยวิธีการงบประมาณแต่ดำเนินงานภายใต้ทุนทรัพย์สิ้น และรายได้ขององค์การ มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ผลิตรายการด้านข่าวสาร ส่งเสริมความรู้แก่ประชาชน ส่งเสริมเสรีภาพในการเรียนรู้ข่าวสารเพื่อสร้างสังคมประชาธิปไตย สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน และสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์อื่น

ในการจัดทำแผนบริหารกิจการ แผนจัดทำรายการ และแผนงบประมาณ ฝ่ายบริหารมีหน้าที่ในการจัดทำแผนการบริหารกิจการและแผนจัดทำรายการขององค์การเพื่อให้คณะกรรมการนโยบายพิจารณาให้ความเห็นชอบ ดังระบุไว้ในมาตรา 29 (3) ให้กรรมการบริหารจัดทำแผนการบริหารกิจการและแผนจัดทำรายการขององค์การให้คณะกรรมการนโยบายพิจารณาให้ความเห็นชอบ มาตรา 28 (3) กรรมการนโยบายให้ความเห็นชอบแผนบริหารกิจการของคณะกรรมการบริหารและแผนการจัดทำรายการขององค์การ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ตามมาตรา 7 และมาตรา 28 (4) ให้คณะกรรมการนโยบายพิจารณาให้ความเห็นชอบงบประมาณขององค์การ โดยการจัดทำแผนบริหารกิจการ แผนจัดทำรายการ และแผนงบประมาณของฝ่ายบริหารนั้นให้เป็นไปตามนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย ดังที่กำหนดไว้ในมาตรา 28 (1) คณะกรรมการนโยบายมีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบายทั่วไปขององค์การ

แผนบริหารกิจการ ปี 2569 ประกอบด้วย 1) แผนยุทธศาสตร์องค์การ 2) แผนจัดทำรายการ และ 3) แผนงบประมาณ

กระบวนการจัดทำแผนบริหารกิจการ ปี 2569 ดังนี้

1) กรรมการนโยบาย จัดทำนโยบายองค์การ โดยการจัดให้มีกระบวนการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พนักงาน รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ และได้จัดทำเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ 12 เป้าหมายเร่งด่วน เพื่อสร้างผลลัพธ์เชิงประจักษ์ภายในระยะเวลา 2 ปี (ปี 2569 ถึงปี 2570) รวมทั้งกำหนดนโยบายทั่วไปของ ส.ส.ท. 8 ด้าน เพื่อให้ฝ่ายบริหารนำไปใช้เป็นแนวทางและกำหนดกรอบเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ในการจัดทำแผนบริหารกิจการ แผนจัดทำรายการและแผนงบประมาณ ประจำปี 2569

2) ฝ่ายบริหารดำเนินกระบวนการออกแบบแผนยุทธศาสตร์โดยพิจารณาประเด็นการเปลี่ยนแปลงสำคัญในอุตสาหกรรมสื่อภายใต้เทคโนโลยีใหม่ พฤติกรรมการใช้สื่อของผู้บริโภคสื่อในยุคดิจิทัล สถานการณ์โทรทัศน์ระบบดิจิทัลในช่วง 4 ปีสุดท้ายของอายุใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดิน ซึ่งส่งผลกระทบต่อองค์การร่วมกับการศึกษาปัจจัยภายในองค์การ เช่น การปรับองค์การเข้าสู่วัฒนธรรมการทำงานในสภาพแวดล้อมดิจิทัลที่ส่งผลต่อการปรับปรุงโครงสร้างองค์การและระบบการปฏิบัติงานทั่วไป และอื่น ๆ

บทสรุปผู้บริหาร

(Executive Summary)

แผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. ปี 2569

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) คณะกรรมการนโยบายมีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบายทั่วไปขององค์การ เพื่อให้คณะกรรมการบริหารนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์องค์การ ซึ่งคณะกรรมการบริหารจัดทำแผนการบริหารกิจการและแผนจัดทำรายการขององค์การ ในช่วงเวลาที่กำหนดเพื่อเสนอคณะกรรมการนโยบายพิจารณาให้ความเห็นชอบก่อน วันที่ 1 มกราคม ของปีต่อไป

คณะกรรมการนโยบายได้กำหนดนโยบาย โดยมุ่งหมายให้ฝ่ายบริหารจัดทำแผนบริหารกิจการ แผนจัดทำรายการและแผนงบประมาณ ปี 2569 โดยมุ่งเน้นบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสำคัญ เช่น การเปลี่ยนแปลงนิเวศของอุตสาหกรรมระบบโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินที่กำลังอยู่ในช่วงเวลา 4 ปีสุดท้าย ก่อนสิ้นสุดอายุใบอนุญาต และพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อในยุคดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสื่อเดิม จากพฤติกรรมชมสื่อโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินลดลง และรับชมเนื้อหาข่าวรายการผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลมากขึ้น

คณะกรรมการนโยบาย กำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ 12 เป้าหมายเร่งด่วน เพื่อสร้างผลลัพธ์เชิงประจักษ์ภายในระยะเวลา 2 ปี (ปี 2569 ถึงปี 2570) ได้แก่ 1) ผลิตเนื้อหาเผยแพร่หลากหลายแพลตฟอร์ม และข้ามแพลตฟอร์ม 2) ใช้ทรัพยากรการผลิตร่วมกันอย่างคุ้มค่าทั้งบุคลากร งบประมาณ เทคโนโลยี 3) สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น (Hero Product) ในทุกประเภทเนื้อหาและบริการ 4) พัฒนาและปรับปรุงระบบ อุปกรณ์การบริหารจัดการทรัพยากรสื่อและเนื้อหา (Digital Media Asset) ให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ทันสมัย รองรับทรัพยากรสื่อและเนื้อหาในปัจจุบันและอนาคต 5) ผลิตเนื้อหาโดยยึดจรรยาบรรณวิชาชีพ 6) เสริมสร้างรากฐานประชาธิปไตย วัฒนธรรม 7) ผลิตเนื้อหาที่สร้างผลกระทบ ปลุกพลังพลเมืองเพื่อการเปลี่ยนแปลง 8) เนื้อหาทันต่อสถานการณ์ ลุ่มลึก และเกาะติดต่อเนื่อง 9) เนื้อหาแข่งขันได้ มีคุณค่าในระบบนิเวศสื่อ 10) ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุนการบริหารจัดการองค์กร และในกระบวนการผลิตเผยแพร่เนื้อหา 11) สร้างอัตลักษณ์ให้จดจำได้ สร้างความเชื่อถือไว้วางใจในฐานะสื่อสาธารณะ และ 12) ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตอิสระ สื่อพลเมือง ร่วมผลิตในสัดส่วนที่เพียงพอ และกำหนดนโยบายทั่วไป 8 ด้าน ได้แก่ 1) นโยบายด้านการปรับโครงสร้างและวัฒนธรรมองค์กร 2) นโยบายด้านการบริหารจัดการสื่อ รายการและการสร้างสรรค์เนื้อหา 3) นโยบายด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยี นวัตกรรมและการเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรดิจิทัล 4) นโยบายด้านความยั่งยืนทางการเงินและการบริหารจัดการงบประมาณ 5) นโยบายด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล 6) นโยบายด้านการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองและการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะ 7) นโยบายด้านการสร้างอัตลักษณ์และความยอมรับในคุณค่าสื่อสาธารณะ และ 8) นโยบายด้านการส่งเสริมธรรมาภิบาลและจริยธรรมองค์กร

ฝ่ายบริหารได้นำเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ 12 เป้าหมายเร่งด่วน เพื่อสร้างผลลัพธ์เชิงประจักษ์ภายในระยะเวลา 2 ปี (ปี 2569 ถึงปี 2570) และนโยบายทั่วไป 8 ด้าน มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ และเพื่อประกอบการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคามขององค์กร เพื่อระบุความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenge: SC) ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantage: SA) และความสามารถพิเศษ (Core Competency: CC) ดังนี้

ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenge: SC) ได้แก่ 1. การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมสื่อ (Media Landscape Shift) 2. ความเชื่อมั่นและบทบาทสาธารณะ (Trust & Public Value) 3. ทรัพยากรและขีดความสามารถองค์กร (Capability & Sustainability) 4. การแข่งขันในการดึงดูดผู้ชมในยุค “ตัวเลือกไร้ขีดจำกัด” 5. การเปลี่ยนผ่านจากทีวีสู่แพลตฟอร์มออนไลน์และระบบรับชมแบบออนดีมานด์ 6. การขยายตัวของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และ 7. ความคาดหวังของสังคมต่อสื่อสาธารณะท่ามกลางภาวะเปราะบางทางเศรษฐกิจ สังคม และประชาธิปไตย

ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantage: SA) ได้แก่ 1. ภาควิชาการและผู้ผลิตภาคพลเมืองอยู่ทั่วประเทศ 2. เนื้อหาเฉพาะกลุ่มทำให้มีคู่แข่งน้อยราย 3. มีความรู้ด้านวิชาการที่หลากหลาย และ 4. มีพื้นที่ให้กับสื่อภาคพลเมือง

ความสามารถพิเศษ (Core Competency: CC) ได้แก่ 1. การเป็นองค์กรอิสระ ความเป็นอิสระในการนำเสนอรายการ และ 2. มีความน่าเชื่อถือในฐานะที่เป็นสื่อสาธารณะของประเทศไทย

แผนยุทธศาสตร์ ส.ส.ท.

คณะกรรมการบริหารและผู้บริหารระดับสูงได้ร่วมกันระดมความคิดเพื่อกำหนดทิศทางขับเคลื่อนเชิงยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับนโยบายคณะกรรมการนโยบาย โดยกำหนดยุทธศาสตร์ใน 3 มิติ ดังนี้ **1. ยุทธศาสตร์ในมิติของคุณภาพ:** เป็นมิติในบริบทเชิงสื่อ ผลิตเนื้อหาโดยเน้นความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ เกิดประโยชน์สาธารณะ ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม **2. ยุทธศาสตร์ในมิติของความคุ้มค่า:** เป็นมิติในบริบทเชิงเศรษฐกิจ สร้างความคุ้มค่าในการดำเนินงานและบริหารงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ **3. ยุทธศาสตร์ในมิติของการสร้างความยั่งยืน:** เป็นมิติในบริบทเชิงสังคม ปรับระบบการทำงาน โครงสร้าง และการพัฒนาบุคลากร ให้มีความเหมาะสม ให้สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง และเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์องค์กรสำหรับการดำเนินงานในปี 2569 มีสาระสำคัญ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1: ยุทธศาสตร์ในมิติเชิงคุณภาพ

วัตถุประสงค์ยุทธศาสตร์ที่ 1

มุ่งยกระดับคุณภาพการผลิตเนื้อหาให้ถูกต้อง น่าเชื่อถือ สามารถแข่งขันได้ และตอบโจทย์ความเป็นสื่อสาธารณะได้ทุกแพลตฟอร์ม

แนวทางเชิงกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการดำเนินงานตามแผนงาน โครงการและแผนกิจกรรมในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ขององค์กร และแผนงานโครงการ และแผนกิจกรรมสนับสนุนการผลิต โดยกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ขององค์กรมุ่งผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพสูง มีความเชื่อมโยงกับประเด็นทางสังคม สามารถนำไปใช้อย่างครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม วัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ ยกระดับคุณภาพการผลิตเนื้อหาให้ถูกต้อง น่าเชื่อถือ สามารถแข่งขันได้ และตอบโจทย์ความเป็นสื่อสาธารณะได้ทุกแพลตฟอร์ม

ยุทธศาสตร์ในมิติเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยแนวทางการดำเนินกลยุทธ์ย่อย 4 กลยุทธ์ ที่มอบหมายให้หน่วยงานรับงบประมาณทุกหน่วยในกลุ่มหน่วยงานที่รับผิดชอบแผนยุทธศาสตร์ ต้องนำไปใช้ในการวางแผนสำหรับระดับหน่วยงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่องค์กรกำหนด ได้แก่

- 1.1 กลยุทธ์ด้านการออกแบบเนื้อหา (Strategic Content Design)
- 1.2 กลยุทธ์ด้านการกำหนดและตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพ (Quality Standard & Audit System)
- 1.3 กลยุทธ์ด้านการใช้ข้อมูลขับเคลื่อนการพัฒนา (Data-driven Improvement)
- 1.4 กลยุทธ์ด้านพัฒนาศักยภาพและวัฒนธรรมคุณภาพ (Capability & Culture Development)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : ยุทธศาสตร์ในมิติความคุ้มค่า

วัตถุประสงค์ยุทธศาสตร์ที่ 2

เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงบประมาณ และการดำเนินงานให้เกิดความคุ้มค่าและสัมฤทธิ์ผลสูงสุด

แนวทางเชิงกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการดำเนินงานตามแผนงาน โครงการ และกิจกรรมในกระบวนการเชิงเศรษฐกิจ เพื่อสร้างความยั่งยืนทางการเงินและการบริหารงบประมาณที่มีประสิทธิภาพ มีธรรมาภิบาล ให้ความสำคัญกับการจัดทำระบบการจัดทำกระบวนการทางการบริหาร หรือ Enterprise Resource Planning (ERP) พัฒนาแผนหารายได้ที่เป็นไปตามกรอบกฎหมายขององค์กร การลดค่าใช้จ่ายขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ ยุทธศาสตร์ในมิติเชิงความคุ้มค่ามีกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับระดับหน่วยงานใน 5 กลยุทธ์ ดังนี้

- 2.1 กลยุทธ์ด้านรายได้ เพื่อการสร้างแหล่งรายได้ที่มั่นคงและหลากหลาย
- 2.2 กลยุทธ์ด้านการบริหารต้นทุน เพื่อลดค่าใช้จ่ายโดยไม่กระทบคุณภาพ
- 2.3 กลยุทธ์ด้านการลงทุนและการบริหารการเงิน เพื่อใช้ทรัพยากรทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสม
- 2.4 กลยุทธ์ด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใส เพื่อสร้างความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 2.5 กลยุทธ์ด้านความร่วมมือและเครือข่าย เพื่อสร้างความร่วมมือ เพิ่มทรัพยากรและโอกาสทางการเงิน

ยุทธศาสตร์ที่ 3: ยุทธศาสตร์ในมิติของการสร้างความยั่งยืน

วัตถุประสงค์ยุทธศาสตร์ที่ 3

พัฒนาโครงสร้าง ระบบงาน และบุคลากรให้เหมาะสมต่อการดำเนินงานให้มีความต่อเนื่องและสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยั่งยืน

ยุทธศาสตร์นี้ มุ่งเน้นการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรและกระบวนการทำงานภายใต้แนวคิด “องค์กรยั่งยืนต้องมีคนที่ยั่งยืน” และองค์กรต้องมี “ระบบการทำงานที่ยั่งยืน เท่ากับ ระบบที่มีความโปร่งใส มีมาตรฐาน ยืดหยุ่น ปรับตัวได้ และไม่พึ่งพาความสามารถเฉพาะของตัวบุคคล” กล่าวคือต้องเป็นการสร้างระบบที่ “เดินได้ด้วยตัวเอง” พร้อมสำหรับการพัฒนาและสร้างคุณค่าอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์ในการพัฒนาปรับปรุงระบบการทำงานให้มีความยั่งยืน มีกลยุทธ์สำหรับระดับหน่วยงาน 5 กลยุทธ์ ดังนี้

3.1 กลยุทธ์ด้านการวางระบบและกำหนดกระบวนการมาตรฐานการทำงาน (Standard Operating Procedure - SOP) เพื่อให้กระบวนการทำงานทั่วทั้งองค์กรเป็นระบบ มีมาตรฐานเดียวกันและตรวจสอบได้

3.2 กลยุทธ์ด้านนวัตกรรมและการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Innovation & Continuous Improvement) เพื่อให้องค์กรดำเนินการอย่างมีพลวัตสามารถพัฒนาและปรับตัวตามสถานการณ์และปัจจัยแวดล้อมได้อย่างต่อเนื่อง

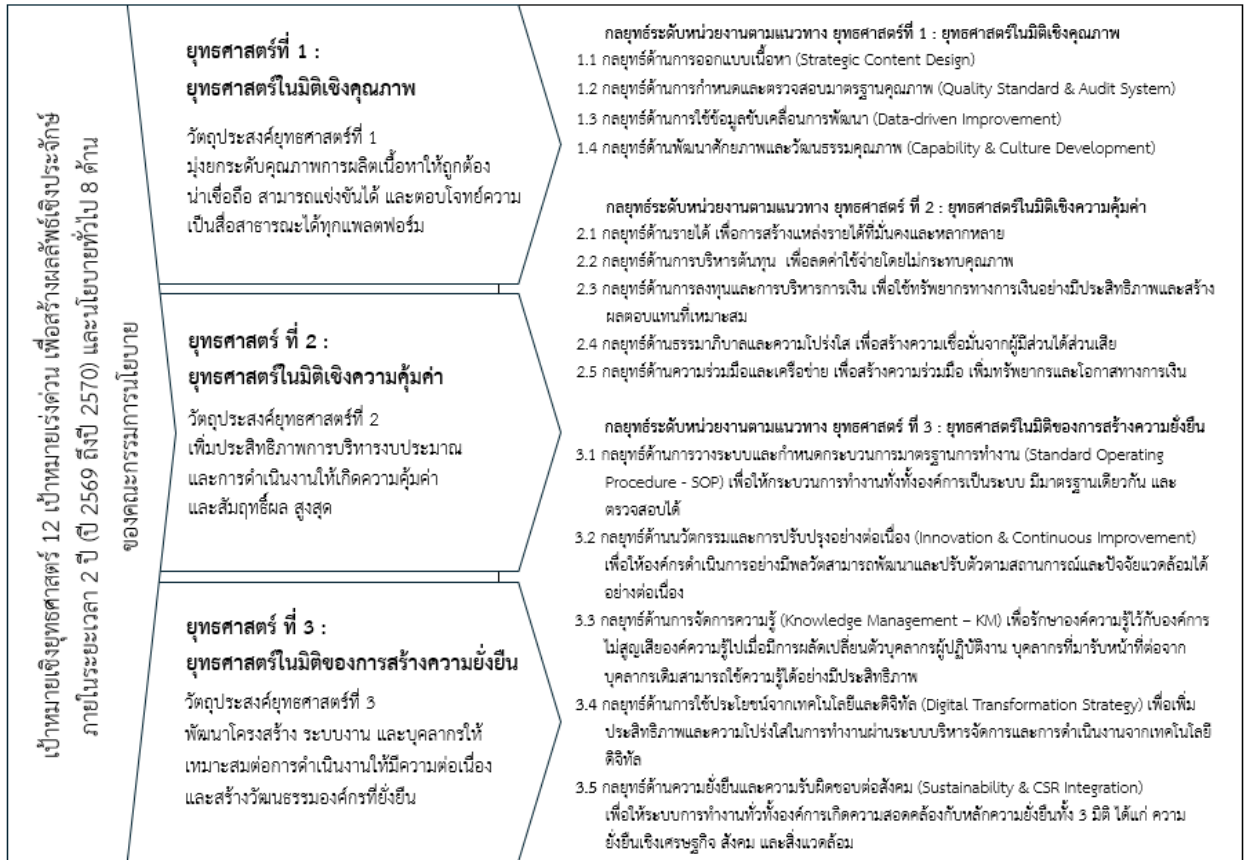
3.3 กลยุทธ์ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management - KM) เพื่อรักษาองค์ความรู้ไว้กับองค์กร ไม่สูญเสียองค์ความรู้ไปเมื่อมีการผลัดเปลี่ยนตัวบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน บุคลากรที่มารับหน้าที่ต่อจากบุคลากรเดิมสามารถใช้ความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.4 กลยุทธ์ด้านการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและดิจิทัล (Digital Transformation Strategy) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความโปร่งใสในการทำงานผ่านระบบบริหารจัดการและการดำเนินงานจากเทคโนโลยีดิจิทัล

3.5 กลยุทธ์ด้านความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม (Sustainability & CSR Integration) เพื่อให้ระบบการทำงานทั่วทั้งองค์กรเกิดความสอดคล้องกับหลักความยั่งยืนทั้ง 3 มิติ ได้แก่ ความยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์ในมิติเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยกลยุทธ์ย่อยสำหรับระดับปฏิบัติ 4 กลยุทธ์ ยุทธศาสตร์ในมิติเชิงความคุ้มค่า ประกอบด้วยกลยุทธ์ย่อยสำหรับระดับปฏิบัติ 5 กลยุทธ์ และยุทธศาสตร์ในมิติของการสร้างความยั่งยืน ประกอบด้วยกลยุทธ์ย่อยสำหรับระดับปฏิบัติ 5 กลยุทธ์ รวมเป็นกลยุทธ์ย่อยสำหรับระดับปฏิบัติทั้ง 3 ยุทธศาสตร์ รวม 14 กลยุทธ์ การดำเนินกลยุทธ์ในระดับหน่วยผู้ปฏิบัติสามารถตอบสนองเป้าหมายยุทธศาสตร์ได้มากกว่า 1 ยุทธศาสตร์ ตัวอย่างเช่น กลยุทธ์ย่อยสำหรับยุทธศาสตร์ในมิติเชิงคุณภาพ กลยุทธ์ย่อยที่ 1.1 กลยุทธ์ด้านการออกแบบเนื้อหา (Strategic Content Design) นอกจากจะตอบสนองเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ในมิติเชิงคุณภาพแล้ว ยังสามารถรองรับยุทธศาสตร์ในมิติเชิงความคุ้มค่า โดยการออกแบบเนื้อหาให้สามารถนำไปใช้เผยแพร่ได้ในหลากหลายช่องทางและแพลตฟอร์ม เพื่อความคุ้มค่าในการผลิต เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ของฝ่ายบริหาร เป็นแผนที่มีความเชื่อมโยงระหว่าง เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์เร่งด่วน 2 ปี และนโยบาย 8 ด้านของกรรมการนโยบาย แผนยุทธศาสตร์ 3 มิติของฝ่ายบริหาร และแผนกลยุทธ์ย่อยระดับปฏิบัติการ มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน ดังแสดงในแผนภาพ



ตัวชี้วัดแผนยุทธศาสตร์ ปี 2569

เพื่อให้การดำเนินงานได้สะท้อนถึงผลลัพธ์การดำเนินงาน และความเชื่อมโยงระหว่างเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ และนโยบายเพื่อสนับสนุนเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ของกรรมการนโยบาย และทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ของฝ่ายบริหาร จึงได้มีการกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน (KPIs) ดังนี้

1. ตัวชี้วัดความสำเร็จของยุทธศาสตร์มิติเชิงคุณภาพ

ที่	ตัวชี้วัด	ความหมาย
1	ระดับความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ อยู่ในลำดับ 2 หรือค่าคะแนน Brand Trust Score 73%	<p>ความหมาย: องค์กรต้องได้รับการยอมรับจากสาธารณชนในฐานะแหล่งข้อมูลที่ น่าเชื่อถือ (Trusted) และ ไว้วางใจ (Reliable) รวมถึงต้องเป็นที่ จดจำ (Brand Recognition) ในฐานะสื่อสาธารณะที่สร้างสรรค์คุณค่า โดยมีเป้าหมายที่การจัดอันดับ อยู่ใน ลำดับที่ 2 หรือค่าคะแนน Brand Trust Score 73%</p> <p>วิธีการวัด: อ้างอิงจากผลการสำรวจความเชื่อถือของสื่อโดยสถาบันรอยเตอร์ส (Reuters Institute) และ/หรือ การสำรวจโดยสถาบันที่มีความเชื่อถือ โดยอิงหลักเกณฑ์เดียวกับสถาบันรอยเตอร์ส</p>

ที่	ตัวชี้วัด	ความหมาย
2	อันดับ PSI Rating เฉลี่ยทั้งปี ไม่เกินอันดับ 12 (จากปี 2568 ลำดับ 14)	ความหมาย: ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) ของเนื้อหาในระบบนิเวศสื่อ เมื่อวัดผลรวมจาก PSI rating ต้องมีการจัดอันดับเฉลี่ยทั้งปี ไม่เกินอันดับที่ 12 (ดีขึ้นจากปี 2568 ที่อยู่ในอันดับ 14) เพื่อยืนยันว่าเนื้อหา Hero Product และเข้าถึงผู้ชมได้อย่างหลากหลาย โดยต้องคำนึงถึงการทำเนื้อหาข้ามแพลตฟอร์ม (Cross-Platform) วิธีการวัด: อ้างอิงผลจาก PSI
3	อันดับ Website Thai PBS ไม่เกินอันดับ 12 (ปี 2568 ลำดับ 12)	ความหมาย: การสร้างความเข้มแข็งของ Brand Thai PBS ในสื่อออนไลน์เพื่อพัฒนาให้ Own Media ของ Thai PBS เป็นช่องทางหลักในการให้บริการ และเข้าถึงผู้ชมกลุ่มใหม่ ๆ วิธีการวัด: ใช้ผลการจัดอันดับในกลุ่มข่าว-สื่อซึ่งมีทั้งหมด 74 Website
4	Engagement รวมทุก Digital Platform เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 40	ความหมาย: การมีส่วนร่วมของผู้ชม/ผู้ใช้ (Engagement) บน ทุกแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น ยอดไลค์ แชร์ คอมเมนต์ การดูซ้ำ หรือเวลาที่ใช้ในการรับชม ต้อง เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 40 เพื่อแสดงถึงเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องและดึงดูดผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ วิธีการวัด: เก็บข้อมูลจากแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยสำนักสื่อดิจิทัล
5	รางวัลระดับนานาชาติ จำนวน 3 รางวัล	ความหมาย: เนื้อหาหรือผลิตภัณฑ์ขององค์กรต้องมี คุณภาพสูงระดับสากล และได้รับการยอมรับในเวทีนานาชาติ โดยมีเป้าหมายจำนวน 3 รางวัล วิธีการวัด: นับจากการส่งรางวัลไปประกวดในเวทีรางวัลระดับนานาชาติ อาทิ ABU Prizes โดย คณะทำงานส่งเสริมการเผยแพร่ผลงานผ่านการประกวด
6	การประเมินผลกระทบ (Impact) จากผลงาน / การเคลื่อนประเด็นสาธารณะ อย่างน้อย 2 ผลิตภัณฑ์ (products) 2 บริการ (services)	ความหมาย: องค์กรต้องสามารถแสดงให้เห็นถึง ผลกระทบเชิงบวก (Impact) ที่เกิดขึ้นจริงต่อสังคมหรือการขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะ โดยต้องมีการประเมินผลกระทบจาก อย่างน้อย 2 ผลิตภัณฑ์ (products) อาทิ สารคดีประเด็นคอร์รัปชัน ข่าวสืบสวนสอบสวน ฯลฯ และ 2 บริการ (services) อาทิ Policy watch, C-Site และ Thai PBS Verify เป็นต้น วิธีการวัด: ใช้แบบสำรวจ สัมภาษณ์ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย/เครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลโดยศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ

2. ตัวชี้วัดความสำเร็จของยุทธศาสตร์มิติความคุ้มค่า

มุ่งเน้นให้เกิดผลลัพธ์ที่สำคัญจากการดำเนินงาน และการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม

ที่	ตัวชี้วัด	ความหมาย
1	รายได้จาก IP/Co-creation ไม่น้อยกว่า 50 ล้านบาท	ความหมาย: ต้องมีการจัดทำแผนการหารายได้ โดยต้องมีการสร้างรายได้จากทรัพย์สินทางปัญญา (IP) และการสร้างสรรค์ร่วมกับภายนอก (Co-creation) ให้ได้ ไม่น้อยกว่า 50 ล้านบาท วิธีการวัด: อ้างอิงรายได้ที่มีการจัดเก็บภายในปี 2569 จากศูนย์การเงิน
2	จำนวนมูลค่าที่เกิดจากความร่วมมือและการลงทุนร่วม (Co-investment และ In kind) กับองค์กรภายนอกเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการเงิน	ความหมาย: การขยายฐานความร่วมมือทางการเงิน โดยวัดจาก มูลค่า ที่มีการลงทุนร่วม (Co-investment และ In kind) กับพันธมิตรภายนอกเพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงและสร้างความยั่งยืนทางการเงินในระยะยาว วิธีการวัด: กำหนดเกณฑ์การแทนมูลค่าเงินโดยพิจารณาจาก * Direct Resource Value (มูลค่าทรัพยากรตรง): ประเมินจากราคาตลาดของสิ่งทีนำมาลงทุน * Strategic Reach & Impact (การขยายผล): ประเมินจากจำนวนผู้ชมหรือการเข้าถึง (Audience Metric) * Institutional Synergy (ความคุ้มค่าเชิงพันธมิตร): ตัวคูณพิเศษตามประเภทองค์กร

3. ตัวชี้วัดความสำเร็จของยุทธศาสตร์มิติความยั่งยืน

ที่	ตัวชี้วัด	ความหมาย
1	ระดับความสำเร็จการจัดทำ Data Governance โดย Adoption rate เพิ่มขึ้นร้อยละ 70	ความหมาย: เพื่อให้เกิดการใช้ข้อมูล (Data-driven) มาขับเคลื่อนและปรับปรุงกระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพแค่ไหน โดยวัดจาก อัตราการนำไปใช้ (Adoption rate) ของระบบ Data Governance ที่ตั้งขึ้น ซึ่งต้อง เพิ่มขึ้นร้อยละ 70 วิธีการวัด: วัดจากอัตราการนำไปใช้ (Adoption rate) จัดเก็บข้อมูลโดยสำนักบริหาร และฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ
2	ระดับความสำเร็จการสร้างและใช้ SOP ใน Key Process สำคัญ ในด้านกระบวนการจัดซื้อ (จัดซื้อรายการ, จัดซื้อวัสดุ ครุภัณฑ์ จัดจ้างบริการ จ้างที่ปรึกษา ฯลฯ)	ความหมาย: การปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีมาตรฐาน โดยต้องมีการจัดทำขั้นตอนปฏิบัติงานมาตรฐาน (Standard Operating Procedures: SOP) และนำมาใช้จริงในกระบวนการหลัก (Key Process) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดความผิดพลาดในการทำงาน วิธีการวัด: ทุกหน่วยงานกำหนด SOP ของ Key Process

ทั้งนี้ฝ่ายบริหารได้มีแนวทางจะจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อกำหนดเกณฑ์การวัด และการถ่ายทอดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานลงสู่ระดับสำนัก/ศูนย์ต่อไป

แผนจัดทำรายการ ปี 2569

แผนจัดทำรายการประจำปี 2569 มีแนวคิดมุ่งผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพสูง มีความเชื่อมโยงกับประเด็นทางสังคม เทคนิคและรูปแบบการผลิตครอบคลุมวิธีการนำไปใช้เผยแพร่ได้ในทุกแพลตฟอร์ม ภายใต้วิสัยทัศน์ “เนื้อหาที่เข้าถึงง่ายในทุกแพลตฟอร์ม” โดยตั้งเป้าหมายการผลิตและจัดทำรายการให้มีเนื้อหาเป็นที่ยอมรับในฐานะสื่อที่มีคุณภาพ เป็นผลิตภัณฑ์ตัวหลัก ที่มีความโดดเด่นเป็นที่จดจำ มีเอกลักษณ์ที่แตกต่าง (Hero Product) และขยายฐานผู้ชมให้เพิ่มขึ้นภายในระยะเวลา 2 ปี แนวคิดแผนจัดทำรายการ 4 แนวคิดหลัก ได้แก่

1. แนวคิดการสร้างอัตลักษณ์เนื้อหาให้เป็นที่จดจำ โดยใช้วิธีการ “เพิ่มพื้นที่ออกอากาศและพื้นที่เพื่อการเผยแพร่” โดยเนื้อหาที่ถือว่าเป็นการแสดงถึงอัตลักษณ์สำคัญของ ส.ส.ท. ได้แก่

1.1 กลุ่มเนื้อหาข่าว: สถานีข่าวที่ประชาชนวางใจ

1.2 กลุ่มเนื้อหาสารคดีเข้มข้นที่ได้รับการยอมรับจากการสำรวจ: เพื่อให้ได้คำตอบรายการที่ผู้ชม “นึกถึงเป็นอันดับแรก” หรือ “อยู่ในใจเป็นอันดับต้น” (Top of Mind) สำหรับรายการหรือเนื้อหาที่เผยแพร่ ตั้งแต่ปี 2567

1.3 กลุ่มเนื้อหาสำหรับเด็ก เยาวชน และ ครอบครัว: เพื่อสร้างพื้นที่สื่อปลอดภัยให้กับสังคม โดยเฉพาะบทบาทของสื่อสาธารณะที่ต้องรักษาคุณค่าในการทำหน้าที่สื่อที่ให้ความสำคัญกับกลุ่มเด็ก เยาวชน และกลุ่มตกหล่นทางการตลาดที่สื่อพาณิชย์หรือสื่ออื่น ๆ ไม่สามารถรองรับได้

1.4 กลุ่มเนื้อหาภาคพลเมือง: เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน ผ่านการสื่อสาร และการขับเคลื่อนประเด็น หรือนโยบาย ในรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งการเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ และผ่านกิจกรรมการมีส่วนร่วม

2. แนวคิดการผลิตเนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับประเด็นหลักสำคัญของสังคม: ในปี 2569 จุดเน้นด้านเนื้อหาของแผนผลิตภายใต้บริบทเฉพาะในมิติการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว 5 ประเด็นหลัก ได้แก่

2.1 ประเด็นคอร์รัปชัน: เน้นสื่อสารผ่านเนื้อหาข่าวแบบเจาะลึกและข่าวเชิงสืบสวนสอบสวน (In-depth & Investigative News) รวมถึงการนำเสนอผ่านรูปแบบเนื้อหาประเภทสารคดีเข้มข้น และซีรีส์ที่เป็นจุดเด่นของไทยพีบีเอส

2.2 ประเด็นวัฒนธรรมสร้างสรรค์: เน้นสร้างการสื่อสารผ่านเนื้อหาประเภทละคร ซีรีส์ และรายการรูปแบบการแข่งขัน (Contest format) เพื่อสร้างพื้นที่ขับเคลื่อนวัฒนธรรมความเป็นไทยไปสู่การยอมรับในระดับสากล

2.3 ประเด็นสุขภาวะทางจิต: เน้นสื่อสารผ่านเนื้อหารายการส่งเสริมคุณภาพชีวิต และรายการสุขภาพใจ เพื่อรองรับสภาวะสังคมสูงวัย

2.4 ประเด็นภัยพิบัติ: เน้นสื่อสารผ่านเนื้อหาการสารคดีธรรมชาติ ข่าวสถานการณ์ และเนื้อหาด้านพลเมือง โดยเฉพาะการสร้างพื้นที่เตือนภัยจากภัยพิบัติ สร้างการรับรู้ การรับมือและฟื้นฟูเมื่อภัยพิบัติผ่านไป

2.5 ประเด็นการตรวจสอบข่าวปลอม หรือ Fact Checking: ภายใต้สถานการณ์ที่ข้อมูลข่าวสารมีมากขึ้นความต้องการของประชาชน และเทคโนโลยี Artificial Intelligence หรือ AI เข้ามามีส่วนในสังคมมากขึ้น แผนจัดทำรายการจึงได้มุ่งที่จะเป็นพื้นที่ในการตรวจสอบเนื้อหาและสร้างการตระหนักรู้แก่ประชาชนผ่านทุกช่องทาง และทุกเนื้อหาผ่าน Thai PBS Verify

3. แนวคิดในการพัฒนาเนื้อหาให้สามารถแข่งขันได้เพื่อขยายการรับชมให้มากขึ้น ตามเป้าหมายการแข่งขันและการขยายฐานผู้ชมของไทยพีบีเอส ได้มีการออกแบบพื้นที่สำหรับสร้างความนิยม ผ่านกลุ่มเนื้อหาและรูปแบบรายการต่าง ๆ ได้แก่ กลุ่มเนื้อหาประเภทสารบันเทิง โดยใช้วิธีการเพิ่มพื้นที่เนื้อหารายการประเภทบันเทิงด้วยซีรีส์ต่างประเทศ โดยเน้นความหลากหลายและความแปลกใหม่ของเนื้อหา และให้ความสำคัญกับการถ่ายทอดสดรายการกีฬาระดับชาติ กีฬาเยาวชน กีฬาท้องถิ่น รวมทั้งถ่ายทอดเหตุการณ์สำคัญที่น่าสนใจเพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้ชมที่นิยมรับชมรายการถ่ายทอดสด ทั้งนี้ไทยพีบีเอสตั้งเป้าหมายจะเป็นพื้นที่ส่งเสริมงานบันเทิงสร้างสรรค์ ทั้งกีฬา ละคร และการสร้างพื้นที่แข่งขันความสามารถของเยาวชน

4. แนวคิดการพัฒนารายการผ่านสื่อออนไลน์และเนื้อหาผ่านแพลตฟอร์ม VIPA OTT เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่ โดยใช้กลยุทธ์ ดังนี้

4.1 เน้นผลิตเนื้อหาที่เผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อขยายฐานผู้ชมที่เป็นคนรุ่นใหม่ผ่านการบริหารจัดการเนื้อหาสำหรับสื่อออนไลน์ และเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการบริหารต้นทุนการผลิต

4.2 วางแนวทางยุทธศาสตร์รายการ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ภายใต้แนวคิด “สร้างความโดดเด่น สร้างการจดจำ และสร้างชุมชน (Community)” เพื่อสะท้อนถึงเป้าหมาย “เนื้อหาดีที่เข้าถึงง่ายในทุกแพลตฟอร์ม” โดยบริหารจัดการระบบโดยใช้ข้อมูลจากสถิติและการประเมินผลเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาผลิตรายการต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมคนรุ่นใหม่

นอกเหนือจากการผลิตเนื้อหาเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ในหลายรูปแบบแล้ว กลยุทธ์ที่สำคัญอีกประการคือการบริหารเนื้อหาโดยการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่สื่อออนไลน์กับพื้นที่ในผังรายการที่ออกอากาศทางสื่อโทรทัศน์ ช่วงระหว่างเวลา 22.30 น. ถึง 23.00 น. ทุกวัน โดยคาดว่าจะในช่วงเวลาดังกล่าวจะสามารถดึงดูดผู้ชมคนรุ่นใหม่ให้กลับมารับชมผ่านช่องทางโทรทัศน์ได้อีกครั้ง

แผนงบประมาณ ปี 2569

กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง

แผนงบประมาณประจำปี เป็นส่วนหนึ่งของแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. โดยแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. ประกอบด้วย 1) แผนยุทธศาสตร์ 2) แผนการจัดทำรายการ และ 3) แผนงบประมาณประจำปี

พระราชบัญญัติต้องการกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 กำหนดให้ ส.ส.ท. ดำเนินงานภายใต้ทุน ทรัพย์สิน และรายได้ขององค์การ ตามที่ระบุในมาตรา 11 ทุน ทรัพย์สิน และรายได้ขององค์การ ประกอบด้วย (1) เงินบำรุงองค์การที่จัดเก็บตามมาตรา 12 (2) เงินและทรัพย์สินที่ได้รับการโอนมาตามมาตรา 57 หรือตามกฎหมายอื่น (3) ทุนประเดิมที่รัฐจ่ายให้เป็นการอุดหนุน ตามมาตรา 60 (4) ค่าธรรมเนียม ค่าบำรุง ค่าบริการ หรือค่าตอบแทนอื่นใดในการให้บริการ (5) เงินหรือทรัพย์สินอื่นใดที่ได้รับจากผู้สนับสนุน องค์การ (6) รายได้หรือการหาประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาขององค์การ (7) ดอกผลที่เกิดจากเงินหรือทรัพย์สินขององค์การ

นอกจากนั้น การจัดทำแผนงบประมาณประจำปี ส.ส.ท. ให้ดำเนินการเป็นไปตามระเบียบ ส.ส.ท. ว่าด้วยการเงิน การบัญชี และการงบประมาณ พ.ศ. 2567 โดยในหมวดที่ 7 ส่วนที่ 1 แผนงบประมาณประจำปี โดยมีสาระสำคัญ ที่ควรให้ความสนใจ ได้แก่

ข้อ 33 ผู้อำนวยการจัดทำแผนงบประมาณเสนอต่อคณะกรรมการบริหารเพื่อให้ความเห็นชอบและเสนอต่อคณะกรรมการนโยบายเพื่อพิจารณาอนุมัติให้แล้วเสร็จภายในเดือนธันวาคม

ข้อ 34 เนื้อหาของแผนงบประมาณอย่างน้อยต้องประกอบด้วย ข้อสรุปสาระสำคัญของงบประมาณ ความสัมพันธ์ระหว่างประมาณรายได้กับรายจ่ายที่ขอตัง ค่าอธิบายเกี่ยวกับประมาณการรายได้ คำชี้แจงเกี่ยวกับประมาณการจ่ายที่ขอตัง โดยกำหนดให้ประมาณการรายจ่ายไม่เกินกว่าประมาณการรายได้ทุกประเภทในปีงบประมาณ

ส่วนที่ 4 การควบคุมติดตามงบประมาณ

ข้อ 46 ทุกไตรมาสของปีบัญชี ให้หัวหน้าหน่วยรับงบประมาณจัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ผลการปฏิบัติงานและผลการใช้จ่ายงบประมาณ ในรูปแบบที่ผู้อำนวยการกำหนด ส่งให้หน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบจัดทำแผนงบประมาณประจำปี เพื่อรวบรวมเสนอให้ผู้อำนวยการทราบ เพื่อใช้เป็นข้อมูลติดตามและประเมินผลการใช้จ่ายงบประมาณและใช้เป็นข้อมูลในการบริหารจัดการงบประมาณในภาพรวมของ ส.ส.ท.

ข้อ 47 ให้ผู้อำนวยการเป็นผู้รับผิดชอบควบคุมงบประมาณเพื่อปฏิบัติการให้เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ หรือแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารงบประมาณ

ข้อ 48 ในการบริหารงบประมาณประจำปี ให้ผู้อำนวยการมีอำนาจออกระเบียบกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการใช้เงินงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการนโยบายให้เป็นไปโดยรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และประหยัด ซึ่งอย่างน้อยต้องกำหนดให้มีรายละเอียดวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายในการใช้งบประมาณแต่ละครั้ง วงเงินที่ใช้ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง การควบคุมตรวจสอบการใช้จ่ายงบประมาณ และข้อห้ามการนำเงินงบประมาณที่เหลือไปใช้เพื่อการอย่างอื่นที่มีได้เสนอไว้ในแผนงบประมาณ

การจัดทำแผนงบประมาณ ส.ส.ท. เป็นการจัดทำแผนงบประมาณแบบมีการเชื่อมโยงทรัพยากรที่ใช้กับผลงานที่เกิดขึ้นจริง (Performance Based) โดยวัดผลสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ โดยมีหัวใจสำคัญ คือ การกำหนดยุทธศาสตร์และตัวชี้วัดผลผลิต (Outputs) และผลลัพธ์ (Outcomes) อย่างชัดเจน พร้อมระบบการติดตามประเมินผล เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในการใช้จ่าย เกิดประโยชน์สูงสุด และสร้างความรับผิดชอบต่อผลงาน

ขั้นตอนการจัดทำแผนงบประมาณ ปี 2569

1. คณะกรรมการนโยบาย กำหนดเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์เพื่อบรรลุเป้าหมายเร่งด่วนในเวลา 2 ปี (ปี 2569 ถึง ปี 2570) และกำหนดนโยบายทั่วไป 8 ด้าน สำหรับฝ่ายบริหารใช้ในการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ ปี 2569
2. คณะกรรมการบริหาร นำเสนอโครงร่างแนวคิดยุทธศาสตร์ต่อคณะกรรมการนโยบายเพื่อพิจารณาอนุมัติหลักการ และอนุมัติให้ใช้เป็นแนวทางจัดทำแผนบริหารกิจการ ปี 2569
3. ฝ่ายบริหารให้ความเห็นชอบแผนยุทธศาสตร์โดยระบุผลผลิตและผลลัพธ์ กำหนดแผนงานโครงการ แผนกิจกรรม รายละเอียดผลผลิต (Outputs) และผลลัพธ์ (Outcomes) ที่เป็นรูปธรรมและคาดหวังว่าจะเป็นไปตามเป้าหมายและตัวชี้วัดที่กำหนด เพื่อให้หน่วยงานเสนอคำขอใช้งบประมาณตามแผนงานโครงการและแผนกิจกรรม ให้เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์ และเสนอกรอบงบประมาณที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ต่อคณะกรรมการนโยบาย เพื่อพิจารณาอนุมัติกรอบงบประมาณ
4. คณะกรรมการนโยบายพิจารณาอนุมัติแผนบริหารกิจการ

ประมาณการและที่มาของรายได้

มีรายละเอียด ดังนี้

1. รายได้จากเงินบำรุงองค์กร ตาม พ.ร.บ.องค์กรฯ มาตรา 12 เป็นเงินจำนวน 2,000 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 75.47 ของประมาณการรายได้รวม ส.ส.ท. ในปี 2569)
2. ประมาณการรายได้ที่ได้รับจากค่าบริการโครงข่ายและค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกฯ ตาม พ.ร.บ. องค์กรฯ มาตรา 11 (4) ค่าธรรมเนียม ค่าบำรุง ค่าบริการ หรือค่าตอบแทนอื่นใดในการให้บริการ เป็นเงินจำนวน 540 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 20.38 ของประมาณการรายได้รวม ส.ส.ท. ในปี 2569)
3. ประมาณการรายได้จากดอกผลที่เกิดจากเงินหรือทรัพย์สินขององค์กร ตาม พ.ร.บ.องค์กรฯ มาตรา 11 (7) ดอกผลที่เกิดจากเงินหรือทรัพย์สินขององค์กร เป็นเงินจำนวน 60 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 2.26 ของประมาณการรายได้รวม ส.ส.ท. ในปี 2569)
4. ประมาณการรายได้อื่น ๆ ได้แก่ ในปี 2569 รวมทั้งสิ้น 50 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 1.89 ของประมาณการรายได้รวม ส.ส.ท. ในปี 2569) มาจากการคาดการณ์รายได้ ดังนี้
 - 4.1 รายได้เพิ่มเติมจากค่าธรรมเนียม ค่าบริการ เป็นเงิน 23.80 ล้านบาท
 - 4.2 เงินรายได้ที่คาดว่าจะได้รับจากผู้สนับสนุนองค์กร (Co-Creation) เป็นเงิน 22.0 ล้านบาท
 - 4.3 รายได้จากการหาประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) เป็นเงิน 4.2 ล้านบาท

ประมาณการรายได้ของ ส.ส.ท. ในปี 2569 รวมทั้งสิ้น 2,650 ล้านบาท (สองพันหกร้อยห้าสิบล้านบาทถ้วน)

งบประมาณค่าใช้จ่าย

การจัดทำแผนงบประมาณ ส.ส.ท. ประจำปี 2569 เป็นการจัดทำงบประมาณแบบสมดุล (รายรับเท่ากับรายจ่าย) งบประมาณรวม 2,650 ล้านบาท (สองพันหกร้อยห้าสิบล้านบาทถ้วน) โดยแผนงบประมาณรายจ่ายแบ่งเป็น 3 หมวด ได้แก่

1. แผนงบประมาณหมวดยุทธศาสตร์ งบประมาณ 1,156.28 ล้านบาท

(คิดเป็นร้อยละ 43.63 ของงบประมาณรายจ่ายรวม)

นอกจากนั้น ยังจัดให้งบประมาณในส่วนที่เป็น งบกลาง งบฉุกเฉิน และงบสำรอง อยู่ในกลุ่มงบประมาณหมวดยุทธศาสตร์ งบประมาณ 52 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 4.50 ของงบประมาณหมวดยุทธศาสตร์) ซึ่งประกอบด้วย งบกลางเป็นเงิน 12.0 ล้านบาท มีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินการเกี่ยวกับวาระกลาง และวาระอื่น ๆ ตามนโยบาย ส.ส.ท. งบฉุกเฉินเป็นเงิน 5.0 ล้านบาท สำหรับใช้ในกรณีที่เป็นเหตุฉุกเฉิน และงบสำรองเป็นเงิน 35 ล้านบาท เพื่อใช้ในการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ที่มีความจำเป็น เป็นไปตามระเบียบ ส.ส.ท. ว่าด้วยการเงินการบัญชี และการงบประมาณ พ.ศ. 2567 และได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการนโยบาย

2. แผนงบประมาณหมวดโครงสร้างพื้นฐานสื่อฯ งบประมาณ 732.82 ล้านบาท

(คิดเป็นร้อยละ 27.65 ของงบประมาณรายจ่ายรวม)

3. แผนงบประมาณหมวดบุคลากร งบประมาณ 760.90 ล้านบาท

(คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 28.71 ของงบประมาณรายจ่ายรวม)

หมายเหตุ

ค่าใช้จ่ายที่เป็นงบประมาณผูกพันข้ามปี 2568 เป็นเงิน 391.62 ล้านบาท (เช่น ค่าใช้จ่ายที่มีการทำสัญญาผูกพันมากกว่าหนึ่งปีงบประมาณ เช่น ค่าบำรุงรักษา (MA) ระบบ, ค่าเช่า ค่าบริการ ฯลฯ ซึ่งถูกกระจายรวมอยู่ในแผนงบประมาณหมวดต่าง ๆ แล้ว)

รายละเอียดแผนงบประมาณ

แผนงบประมาณรายจ่ายประจำปี 2569 ดังนี้

1. แผนงบประมาณหมวดยุทธศาสตร์

งบประมาณ 1,156.28 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 43.63 ของงบประมาณรายจ่ายรวม)

ประกอบด้วย 4 แผนงาน ดังนี้

1.1 แผนงานที่ 1 แผนงานสาระเนื้อหา (Content) งบประมาณ 927.93 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 80.25 ของงบประมาณหมวดยุทธศาสตร์) ประกอบด้วยโครงการ 18 โครงการ เพื่อดำเนินการผลิตและจัดการรายการ เนื้อหา และใช้สำหรับแผนการจัดกิจกรรม 6 ประเภทเนื้อหา ได้แก่

1.1.1 แผนการผลิตข่าว งบประมาณ 188.62 ล้านบาท

(คิดเป็นร้อยละ 20.33 ของงบประมาณแผนงานที่ 1)

1.1.2 แผนการผลิตและจัดการรายการสำหรับเด็กและการเรียนรู้ งบประมาณ 97.14 ล้านบาท

(คิดเป็นร้อยละ 10.47 ของงบประมาณแผนงานที่ 1)

- 1.1.3 ผลិតสารคดีและรายการสารประโยชน์ งบประมาณ 306.14 ล้านบาท
(คิดเป็นร้อยละ 32.99 ของงบประมาณแผนงานที่ 1)
- 1.1.4 ผลิตเนื้อหาสาระบันเทิง งบประมาณ 269.96 ล้านบาท
(คิดเป็นร้อยละ 29.09 ของงบประมาณแผนงานที่ 1)
- 1.1.5 ผลิตเนื้อหาและกิจกรรมที่เกี่ยวกับภาคพลเมือง งบประมาณ 53.91 ล้านบาท
(คิดเป็นร้อยละ 5.81 ของงบประมาณแผนงานที่ 1)
- 1.1.6 สำหรับการดำเนินกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนเนื้อหา งบประมาณ 12.16 ล้านบาท
(คิดเป็นร้อยละ 1.31 ของงบประมาณแผนงานที่ 1)

1.2 แผนงานที่ 2 แผนงานแพลตฟอร์มและบริการ (Platforms & Services) งบประมาณ 107.43 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 9.29 ของงบประมาณหมวดยุทธศาสตร์) ประกอบด้วยโครงการ 4 โครงการ เพื่อดำเนินการพัฒนาแพลตฟอร์มและบริการของ ส.ส.ท.

1.3 แผนงานที่ 3 แผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ (Public Engagement) งบประมาณ 30.62 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 2.65 ของงบประมาณหมวดยุทธศาสตร์) ประกอบด้วยโครงการ 6 โครงการ เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนกับการดำเนินงานของ ส.ส.ท.

1.4 แผนงานที่ 4 แผนงานวิจัยและการจัดการข้อมูล (R&D and DATA) งบประมาณ 38.30 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 3.31 ของงบประมาณหมวดยุทธศาสตร์) ประกอบด้วยโครงการ 4 โครงการ เพื่อดำเนินการวิจัยและการจัดการข้อมูล และนำมาใช้สำหรับการดำเนินงานของ ส.ส.ท. และเพื่อพัฒนาภูมิทัศน์สื่อในอนาคต

2. แผนงบประมาณหมวดโครงสร้างพื้นฐานสื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ และบริหารทั่วไป

แผนงบประมาณหมวดโครงสร้างพื้นฐานสื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ และบริหารทั่วไป งบประมาณ 732.82 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 27.65 ของงบประมาณรายจ่ายองค์การ) สำหรับกลุ่มงาน 3 กลุ่ม ได้แก่

2.1 กลุ่มงานที่ 1 งานบริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก งบประมาณ 300 ล้านบาท
(คิดเป็นร้อยละ 40.94 ของงบประมาณหมวดโครงสร้างพื้นฐานสื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ และบริหารทั่วไป)

2.2. กลุ่มงานที่ 2 งานเทคโนโลยีแพร่ภาพออกอากาศ งบประมาณ 140.62 ล้านบาท
(คิดเป็นร้อยละ 19.19 ของงบประมาณหมวดโครงสร้างพื้นฐานสื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ และบริหารทั่วไป)

2.3 กลุ่มงานที่ 3 งานเทคโนโลยีสารสนเทศ งบประมาณ 147.25 ล้านบาท
(คิดเป็นร้อยละ 20.29 ของงบประมาณหมวดโครงสร้างพื้นฐานสื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ และบริหารทั่วไป)

2.4 กลุ่มงานที่ 4 งานบริหารทั่วไป งบประมาณ 144.95 ล้านบาท
(คิดเป็นร้อยละ 19.78 ของงบประมาณหมวดโครงสร้างพื้นฐานสื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ และบริหารทั่วไป)

3. แผนงบประมาณหมวดบุคลากร

แผนงบประมาณหมวดบุคลากร งบประมาณ 760.90 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 28.81 ของงบประมาณรายจ่ายองค์การ) ประกอบด้วยกลุ่มงาน 3 กลุ่ม (รวม 8 โครงการ) มีรายละเอียด ดังนี้

3.1 กลุ่มที่ 1 งบประมาณเงินเดือนและสวัสดิการ งบประมาณ 722.40 ล้านบาท

(คิดเป็นร้อยละ 94.94 ของงบประมาณหมวดบุคลากร) โดยเป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสวัสดิการพนักงาน เงินเดือน และค่าตอบแทนอื่น ๆ

3.2 กลุ่มที่ 2 งบพัฒนาบุคลากร งบประมาณ 18.50 ล้านบาท

(คิดเป็นร้อยละ 2.43 ของงบประมาณหมวดบุคลากร) โดยเป็นงบประมาณ

3.2.1 ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาระบบ HRIS งบประมาณ 7 ล้านบาท

(คิดเป็นร้อยละ 37.84 ของงบพัฒนาบุคลากร)

3.2.2 โครงการยกระดับการบริหารและพัฒนาบุคลากร งบประมาณ 5.5 ล้านบาท

(คิดเป็นร้อยละ 29.73 ของงบพัฒนาบุคลากร)

3.2.3 โครงการสร้างความรักความผูกพันองค์การ งบประมาณ 1.25 ล้านบาท

(คิดเป็นร้อยละ 6.76 ของงบพัฒนาบุคลากร)

3.2.4 โครงการจัดการความรู้ที่มีลักษณะเฉพาะ งบประมาณ 1.0 ล้านบาท

(คิดเป็นร้อยละ 5.40 ของงบพัฒนาบุคลากร)

3.2.5 โครงการพัฒนาคุณค่าและวัฒนธรรมองค์กร งบประมาณ 1.25 ล้านบาท

(คิดเป็นร้อยละ 6.76 ของงบพัฒนาบุคลากร)

3.2.6 ค่าบริหารส่วนกลางสำนักทรัพยากรมนุษย์ งบประมาณ 2.50 ล้านบาท

(คิดเป็นร้อยละ 13.51 ของงบพัฒนาบุคลากร)

3.3. กลุ่มที่ 3 ปรับปรุงโครงสร้างองค์กร งบประมาณ 20 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 2.63 ของ

งบประมาณหมวดบุคลากร) เพื่อดำเนินการโครงการสมัครใจเกษียณก่อนกำหนด

ทิศทางจากกรรมการนโยบาย

เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ พ.ศ. 2569 - 2570

- KP01 เนื้อหาเผยแพร่หลากหลายแพลตฟอร์ม และข้ามแพลตฟอร์ม
- KP02 ใช้ทรัพยากรการผลิตร่วมกันอย่างคุ้มค่าทั้งบุคลากร งบประมาณ เทคโนโลยี
- KP03 มี Hero Product ทุกประเภทเนื้อหาและบริการ
- KP04 พัฒนาและปรับปรุงระบบ อุปกรณ์ การบริหารจัดการทรัพยากรสื่อ และเนื้อหา (Digital Media Asset) ให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ทันสมัย รองรับทรัพยากรสื่อและเนื้อหาในปัจจุบัน และอนาคต
- KP05 ผลิตเนื้อหาโดยยึดจรรยาบรรณวิชาชีพ
- KP06 เสริมสร้างรากฐานประชาธิปไตย วัฒนธรรม
- KP07 ผลิตเนื้อหาที่สร้างผลกระทบ ปลุกพลังพลเมืองเพื่อการเปลี่ยนแปลง
- KP08 เนื้อหาทันต่อสถานการณ์ ลุ่มลึก และเกาะติดต่อเนื่อง
- KP09 เนื้อหาแข่งขันได้ มีคุณค่าในระบบนิเวศสื่อ
- KP10 ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุนการบริหารจัดการองค์กร และในกระบวนการผลิตเผยแพร่เนื้อหา
- KP11 สร้างอัตลักษณ์ให้จดจำได้ สร้างความเชื่อถือไว้วางใจในฐานะสื่อสาธารณะ
- KP12 ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตอิสระ สื่อพลเมือง ร่วมผลิตในสัดส่วนที่เพียงพอ

นโยบายเพื่อสนับสนุนเป้าหมายเชิงกลยุทธ์

- P1 การปรับโครงสร้างและวัฒนธรรมองค์กร
- P2 การบริหารจัดการสื่อ รายการและการสร้างสรรค์เนื้อหา
- P3 การบริหารจัดการเทคโนโลยี นวัตกรรมและการเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรดิจิทัล
- P4 ความยั่งยืนทางการเงินและการบริหารจัดการงบประมาณ
- P5 การบริหารทรัพยากรบุคคล
- P6 การมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองและการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะ
- P7 การสร้างอัตลักษณ์และความยอมรับในคุณค่าสื่อสาธารณะ
- P8 การส่งเสริมธรรมาภิบาลและจริยธรรมองค์กร

โครงสร้างแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. ประจำปี 2569

เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ พ.ศ. 2569 - 2570

KP01 เนื้อหาเผยแพร่หลากหลายแพลตฟอร์ม และข้ามแพลตฟอร์ม
 KP02 ใช้ทรัพยากรการผลิตร่วมกันอย่างคุ้มค่าทั้งบุคลากร งบประมาณ เทคโนโลยี
 KP03 มี Hero Product ทุกประเภทเนื้อหาและบริการ
 KP04 พัฒนาและปรับปรุงระบบ อุปกรณ์ การบริหารจัดการทรัพยากรสื่อ และเนื้อหา (Digital Media Asset) ให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของ เทคโนโลยีที่ทันสมัย รองรับทรัพยากรสื่อและเนื้อหาในปัจจุบันและอนาคต

KP05 ผลิตเนื้อหาโดยยึดจรรยาบรรณวิชาชีพ
 KP06 เสริมสร้างจากฐานประชาธิปไตย วัฒนธรรม
 KP07 ผลิตเนื้อหาที่สร้างผลกระทบ ปลุกพลังพลเมืองเพื่อการเปลี่ยนแปลง
 KP08 เนื้อหาทันต่อสถานการณ์ สุ่มลึก และเกาะติดต่อเนื่อง
 KP09 เนื้อหาแข่งขันได้ มีคุณค่าในระบบนิเวศสื่อ

KP10 ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุนการบริหารจัดการองค์กร และในกระบวนการผลิตเผยแพร่เนื้อหา
 KP11 สร้างอัตลักษณ์ให้จดจำได้ สร้างความเชื่อถือไว้วางใจในฐานะสื่อสาธารณะ
 KP12 ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตอิสระ สื่อพลเมือง ร่วมผลิตในสัดส่วนที่เพียงพอ

นโยบายเพื่อสนับสนุนเป้าหมายเชิงกลยุทธ์

P1 การปรับโครงสร้างและวัฒนธรรมองค์กร
 P2 การบริหารจัดการสื่อ รายการและการสร้างสรรค์เนื้อหา
 P3 การบริหารจัดการเทคโนโลยี นวัตกรรมและการเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรดิจิทัล
 P4 ความยั่งยืนทางการเงินและการบริหารจัดการงบประมาณ

P5 การบริหารทรัพยากรบุคคล
 P6 การมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองและการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะ
 P7 การสร้างอัตลักษณ์และความยอมรับในคุณค่าสื่อสาธารณะ
 P8 การส่งเสริมธรรมาภิบาลและจริยธรรมองค์กร

ทิศทางการขับเคลื่อนเชิงยุทธศาสตร์

คุณค่า : เศรษฐกิจ

สร้างความยั่งยืนทางการเงิน และการบริหารงบประมาณที่มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับอนาคต

ยั่งยืน : สังคม

ปรับโครงสร้างองค์กร และพัฒนากระบวนการทำงาน

คุณภาพ : สื่อ

ผลิตเนื้อหาคุณภาพสูงเชื่อมโยงประเด็นสังคม ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม

แผนบริหารกิจการ

แผนจัดทำรายการ

แผนแม่บทเครือข่าย

งบประมาณประจำปี 2569 งบประมาณรวม 2,650 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ งบประมาณรวม 1,156.23 ล้านบาท		
แผนที่ 1 สารเนื้อหา งบประมาณรวม 927.93 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
GENRE: NEWS		
สำนักข่าว	ผลิตข่าวและรายการข่าว	145.16
ศูนย์ Thai PBS World	Thai PBS World	43.47
GENRE: LEARNING		
ศูนย์สื่อสาธารณะเพื่อเด็กและการเรียนรู้	ผลิตสื่อ พัฒนาเว็บ แครดิช และนวัตกรรมการเรียนรู้สำหรับเด็กเยาวชน	86.00
สำนักสื่อดิจิทัล	ดิจิทัลส่งเสริมการเรียนรู้	11.14
GENRE: DOCUMENTARY/ FACTUAL		
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	ผลิตเนื้อหาสารคดีและสารประโยชน์เพื่อพัฒนาคุณภาพและส่งเสริมพลังพลเมือง	281.74
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	ผลิตสารคดี "จารึกโบราณ"	4.00
สำนักสื่อดิจิทัล	ผลิตและจัดทาเนื้อหารายการ VIPA	8.20
ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ	ผลิตสารคดีเข้มข้น	12.20
GENRE: ENTERTAINMENT		
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	ผลิตเนื้อหาสาระบันเทิงที่โดดเด่นสร้างคุณค่าแก่ระบบนิเวศสื่อ	225.85
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	ผลิตข่าว-รายการไทยบันเทิง	4.55
	ผลิตรายการและกิจกรรมสารพันสิ่งรุ่ง (บางเขน)	17.56
	ผลิตรายการ "ขลุ่ยลมฟ้าพิรุณ" ซีซั่น 2	8.00
สำนักโทรทัศน์และวิทยุ	อุตสาหกรรมกีฬาสร้างสรรค์	14.00
GENRE: CITIZEN		
ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ	ผลิตเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับนโยบายสาธารณะและวาระทางสังคมแบบทรานส์มีเดีย (The Active)	7.07
	สื่อสารและติดตามตรวจสอบนโยบายสาธารณะ (Policy Watch)	11.84
สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ	พัฒนาระบบนิเวศเพื่อสนับสนุนสื่อสาธารณะท้องถิ่น	23.68
	พัฒนาระบบการสื่อสารสาธารณะและบริการด้วยปัญญาประดิษฐ์	11.32
CONTENT STRATEGY		
ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ	งานสื่อสารการตลาดเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์องค์กร	12.16

งบบุคลากร งบประมาณรวม 760.90 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
สำนักทรัพยากรมนุษย์	งบบุคลากร	722.40
	ระบบบริหารจัดการของพนักงาน (Human Resource Information System: HRIS)	7.00
	พัฒนากงบบุคลากร	5.50
	สร้างความริ้วความผูกพันองค์กร	1.25
	งานบริหารส่วนกลางสำนักทรัพยากรมนุษย์	2.50
	ปรับปรุงโครงสร้างงบบุคลากร	20.00
ฝ่ายจัดการความรู้และจริยธรรมองค์กร	พัฒนาคู่มือและวัฒนธรรมองค์กร	1.25
	จัดการความรู้ที่มีลักษณะเฉพาะ (Focused Knowledge Management)	1.00

แผนที่ 2 แพลตฟอร์มและบริการ งบประมาณรวม 107.43 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	พัฒนาสื่อเพื่อการเข้าถึงและสร้างมูลค่า (Accessible & Value Media Project)	21.00
	ระบบกลไกสนับสนุนการผลิตเนื้อหาในรูปแบบ Original Master	3.88
สำนักสื่อดิจิทัล	Digital Platform Services	80.55
	Digital Inclusive Services	2.00
แผนที่ 3 ภารกิจมีส่วนร่วมสาธารณะ งบประมาณรวม 30.62 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ	งานสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์องค์กร	11.40
สำนักสื่อดิจิทัล	การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	6.50
หน่วยสนับสนุนสภาผู้ชม	สนับสนุนการดำเนินงานของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ	4.00
ผู้ฟังรายการ		
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	ศิลปะสื่อสร้างสรรค์-เสวนา	0.50
ฝ่ายธุรกิจสัมพันธ์และภาคีภาคเอกชน	พัฒนารายได้จากผู้สนับสนุนและทรัพย์สินขององค์กร	5.00
ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ	พัฒนาศักยภาพผู้ผลิตในอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์ (Thai PBS Creative Academy)	3.22
แผนงาน 4 การใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่ งบประมาณรวม 38.30 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ	ประเมินผลกระทบและบทบาทสื่อสาธารณะ	5.35
สื่อสาธารณะ	วิจัยเพื่อการพัฒนาเนื้อหา แพลตฟอร์ม และการสื่อสาร	3.79
สำนักสื่อดิจิทัล	ระบบจัดการข้อมูลเชิงวิเคราะห์กลาง (DATA ANALYTICS /ONE STAT)	10.16
ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ	พัฒนาระบบ Enterprise Resource Planning (ERP) v11.1	19.00
งบกลาง งบประมาณรวม 52 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
ผู้อำนวยการ ส.ส.ท.	งบกลาง งบฉุกเฉิน งบสำรอง	52.00

หมวดโครงสร้างพื้นฐานสื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ และบริหารทั่วไป งบประมาณรวม 732.82 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
กลุ่มงาน 1 บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก งบประมาณรวม 300.00 ล้านบาท		
สำนักวิศวกรรม	งบบริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก	300.00
กลุ่มงาน 2 งานเทคโนโลยีเพื่อการออกอากาศ งบประมาณรวม 140.62 ล้านบาท		
สำนักโทรทัศน์และวิทยุ	ค่าใช้จ่ายบริการและค่าเช่าอุปกรณ์	18.13
	ค่าบำรุงรักษา	27.36
	จัดหาอุปกรณ์ทดแทน	67.04
	ดำเนินการและค่าตอบแทน	28.09
กลุ่มงาน 3 งานเทคโนโลยีสารสนเทศ งบประมาณรวม 147.25 ล้านบาท		
ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ	จัดซื้อและจัดหาระบบสารสนเทศ	90.26
สารสนเทศ	บำรุงรักษาระบบ	50.39
	ดำเนินการและค่าตอบแทน	4.60
	ค่าสนับสนุนเครื่องมือ Computer	2.00
กลุ่มงาน 4 บริหารทั่วไป งบประมาณรวม 144.95 ล้านบาท		
ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร	งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร	1.30
ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล	งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล	0.49
ฝ่ายสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร	งานสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร	8.30
คณะกรรมการและผู้บริหาร		
ฝ่ายกฎหมาย	งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายกฎหมาย	1.27
ฝ่ายผลิตและจัดหารายการ	งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายผลิตและจัดหารายการ	6.14
ฝ่ายบริหารทั่วไป	งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายบริหารทั่วไป สำนักบริหาร	121.90
ฝ่ายบริหารและควบคุมคุณภาพข้อมูล (Non-Media Data)	พัฒนาระบบ E-Office & E-Service พร้อม Compliance และ PDPA เพื่อยกระดับการบริหารจัดการของ ส.ส.ท.	2.65
ศูนย์การเงิน	งานบริหารส่วนกลาง ศูนย์การเงิน	1.08
สำนักตรวจสอบภายใน	งานดำเนินการตามแผนการตรวจสอบประจำปี 2569	1.83

สารบัญ

	หน้า
บทนำ	
บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)	
ทิศทางจากกรรมการนโยบาย	
ส่วนที่ 1 แนวทางการจัดทำแผนบริหารกิจการประจำปี	1
1.1 ปัจจัยนำเข้าและการวิเคราะห์สถานการณ์	2
ส่วนที่ 2 แผนยุทธศาสตร์ ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. ประจำปี 2569	5
2.1 นโยบาย	6
2.2 ทิศทางเชิงยุทธศาสตร์	9
2.3 ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน	15
ส่วนที่ 3 แผนจัดทำรายการ	20
3.1 กรอบทิศทางแผนจัดทำรายการ	22
3.2 แนวคิดการวางยุทธศาสตร์เนื้อหา	24
3.3 การจัดสัดส่วนประเภทเนื้อหา	26
3.4 ช่องทางเผยแพร่	31
ส่วนที่ 4 แผนงบประมาณและโครงการ	32
4.1 โครงสร้างแผนและงบประมาณระดับองค์กร	33
4.2 แผนงบประมาณประจำปี 2569	34
4.2.1 แผนรายได้	
4.2.2 แผนงบประมาณรายจ่าย แผนงาน/ โครงการ	
ส่วนที่ 5 การบริหารแผนและการกำกับติดตาม	118
5.1 การบริหารแผนงาน การกำกับติดตาม	119
5.1.1 การอนุมัติแผนบริหารกิจการ	
5.1.2 การบริหารแผนและงบประมาณ	
5.2 การควบคุมภายใน (Internal Control)	123
5.3 การตรวจสอบภายใน (Internal Audit)	123
5.4 การบริหารความเสี่ยง และการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาล	123
5.5 Workflow แผนบริหารกิจการและการรายงานผลการดำเนินงาน	125

สารบัญแผนภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 1 กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์	4
แผนภาพที่ 2 นโยบายเพื่อสนับสนุนเป้าหมายเชิงกลยุทธ์	8
แผนภาพที่ 3 ทิศทางขับเคลื่อนเชิงยุทธศาสตร์	9
แผนภาพที่ 4 ความเชื่อมโยงเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ นโยบายสนับสนุน ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์องค์กร	14
แผนภาพที่ 5 ภาพรวมยุทธศาสตร์เนื้อหาปี 2569	21
แผนภาพที่ 6 ร้อยละของสัดส่วนรูปแบบการเผยแพร่ทางโทรทัศน์	22
แผนภาพที่ 7 ร้อยละของสัดส่วนรูปแบบที่มาของเนื้อหา	23
แผนภาพที่ 8 ร้อยละของสัดส่วนรูปแบบการออกแบบเนื้อหา	23
แผนภาพที่ 9 ตัวอย่างรายการใหม่ที่เป็นผลิตภัณฑ์โดดเด่น (Hero Product)	26
แผนภาพที่ 10 สัดส่วนประเภทเนื้อหาข่าว	26
แผนภาพที่ 11 สัดส่วนประเภทเนื้อหาเด็กและการเรียนรู้	27
แผนภาพที่ 12 สัดส่วนประเภทเนื้อหาสารคดีและสารประโยชน์	28
แผนภาพที่ 13 สัดส่วนประเภทเนื้อหาสาระบันเทิง	28
แผนภาพที่ 14 สัดส่วนประเภทเนื้อหาภาคพลเมือง	29
แผนภาพที่ 15 จำนวนและสัดส่วนรูปแบบอาหารรายการออนไลน์	30
แผนภาพที่ 16 โครงสร้างแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท ประจำปี 2569	33
แผนภาพที่ 17 ภาพรวมแผนบริหารกิจการปี 2569	34
แผนภาพที่ 18 แผนหารายได้อื่น ๆ เพิ่มเติม	35
แผนภาพที่ 19 งบประมาณหมวดยุทธศาสตร์	36
แผนภาพที่ 20 งบประมาณหมวดโครงสร้างพื้นฐานสื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ และบริหารทั่วไป	82
แผนภาพที่ 21 งบประมาณหมวดบุคลากร	103

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงตัวชี้วัดมิติคุณภาพและขอบเขตการดำเนินงาน	15
ตารางที่ 2 แสดงตัวชี้วัดมิติคุณค่าและขอบเขตการดำเนินงาน	16
ตารางที่ 3 แสดงตัวชี้วัดมิตียั่งยืนและขอบเขตการดำเนินงาน	17
ตารางที่ 4 ความเชื่อมโยงระหว่างเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ นโยบายสนับสนุนเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ ทิศทางยุทธศาสตร์ ตัวชี้วัดและโครงการ	18
ตารางที่ 5 แสดงสัดส่วนเนื้อหารายการช่องไทยพีบีเอส (ช่อง 3 HD)	31
ตารางที่ 6 แสดงภาพรวมและรายละเอียดแบบย่อของโครงการในแผนที่ 1 สารเนื้อหา	37
ตารางที่ 7 แสดงรายละเอียดโครงการผลิตข่าวและรายการข่าว	39
ตารางที่ 8 แสดงรายละเอียดโครงการ Thai PBS World	40
ตารางที่ 9 แสดงรายละเอียดโครงการผลิตสื่อ พัฒนานิเวศ เครือข่าย นวัตกรรมการเรียนรู้สำหรับเด็ก เยาวชน	41
ตารางที่ 10 แสดงรายละเอียดโครงการดิจิทัลส่งเสริมการเรียนรู้	42
ตารางที่ 11 แสดงรายละเอียดโครงการผลิตเนื้อหาสารคดี และสารประโยชน์ เพื่อพัฒนาคุณภาพและส่งเสริมพลัง พลเมือง	44
ตารางที่ 12 แสดงรายละเอียดโครงการผลิตสารคดี “จาริกในรอยรส”	45
ตารางที่ 13 แสดงรายละเอียดโครงการผลิตและจัดหาเนื้อหารายการ VIPA	47
ตารางที่ 14 แสดงรายละเอียดโครงการผลิตสารคดีเข้มข้น	48
ตารางที่ 15 แสดงรายละเอียดโครงการผลิตเนื้อหา สารบันเทิงที่โดดเด่นสร้างคุณค่าแก่ระบบนิเวศสื่อ	50
ตารางที่ 16 แสดงรายละเอียดโครงการผลิตข่าว-รายการไทยบันเทิง	52
ตารางที่ 17 แสดงรายละเอียดโครงการผลิตรายการและกิจกรรมสารพันล้นทุ่ง (บางเขน)	53
ตารางที่ 18 แสดงรายละเอียดโครงการผลิตรายการ “ยกพลคนน้ำพริก” ซีซั่น 2	54
ตารางที่ 19 แสดงรายละเอียดโครงการสุดสัปดาห์กีฬาสร้างสรรค์	56
ตารางที่ 20 แสดงรายละเอียดโครงการผลิตเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับนโยบายสาธารณะและวาระทางสังคม แบบทรานส์มีเดีย (The Active)	57
ตารางที่ 21 แสดงรายละเอียดโครงการการสื่อสารและติดตามตรวจสอบนโยบายสาธารณะ (Policy Watch)	58
ตารางที่ 22 แสดงรายละเอียดโครงการพัฒนาระบบนิเวศสื่อสาธารณะเพื่อสนับสนุนการสื่อสารเนื้อหาท้องถิ่น	59
ตารางที่ 23 แสดงรายละเอียดโครงการพัฒนาระบบการสื่อสารสาธารณะและบริการด้วยปัญญารวมหมู่	61
ตารางที่ 24 แสดงรายละเอียดโครงการงานสื่อสารการตลาดเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์องค์การ	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 25 แสดงภาพรวมและรายละเอียดแบบย่อของโครงการในแผนที่ 2 แพลตฟอร์มและบริการ	64
ตารางที่ 26 แสดงรายละเอียดโครงการพัฒนาสื่อเพื่อการเข้าถึงและสร้างมูลค่า (Accessible & Value Media Project)	65
ตารางที่ 27 แสดงรายละเอียดโครงการระบบกลไกสนับสนุนการผลิตเนื้อหาในรูปแบบ Original Master	66
ตารางที่ 28 แสดงรายละเอียดโครงการ Digital Platform Services	67
ตารางที่ 29 แสดงรายละเอียดโครงการ Digital Inclusive Services	68
ตารางที่ 30 แสดงภาพรวมและรายละเอียดแบบย่อของโครงการในแผนที่ 3 การมีส่วนร่วมสาธารณะ	69
ตารางที่ 31 แสดงรายละเอียดโครงการงานสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์องค์กร	70
ตารางที่ 32 แสดงรายละเอียดโครงการการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	71
ตารางที่ 33 แสดงรายละเอียดโครงการสนับสนุนการดำเนินงานของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ	72
ตารางที่ 34 แสดงรายละเอียดโครงการศิลปะสโมสรสัญจร – เสวนา	74
ตารางที่ 35 แสดงรายละเอียดโครงการพัฒนารายได้จากผู้สนับสนุนและทรัพย์สินขององค์กร	75
ตารางที่ 36 แสดงรายละเอียดโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตในอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์ (Thai PBS Creative Academy)	76
ตารางที่ 37 แสดงภาพรวมและรายละเอียดแบบย่อของโครงการในแผนที่ 4 วิจัยและการจัดการข้อมูล	77
ตารางที่ 38 แสดงรายละเอียดของงบกลาง	77
ตารางที่ 39 แสดงรายละเอียดโครงการการประเมินผลองค์กรและบทบาทสื่อสาธารณะ	78
ตารางที่ 40 แสดงรายละเอียดโครงการวิจัยเพื่อการพัฒนาเนื้อหา แพลตฟอร์มและการสื่อสาร	79
ตารางที่ 41 แสดงรายละเอียดโครงการระบบจัดการข้อมูลเชิงวิเคราะห์กลาง (Data Analytic & ONE STAT)	80
ตารางที่ 42 แสดงรายละเอียดโครงการพัฒนาระบบ Enterprise Resource Planning (ERP) เฟส 1	81
ตารางที่ 43 แสดงภาพรวมและรายละเอียดแบบย่อของโครงการในกลุ่มงาน 1 บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก	83
ตารางที่ 44 แสดงรายละเอียดโครงการบริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก	84
ตารางที่ 45 แสดงภาพรวมและรายละเอียดแบบย่อของโครงการในกลุ่มงาน 2 งานเทคโนโลยีเพื่อการออกอากาศ	85
ตารางที่ 46 แสดงรายละเอียดโครงการงานเทคโนโลยีเพื่อการออกอากาศ: ค่าใช้จ่ายค่าบริการและค่าเช่าอุปกรณ์	86
ตารางที่ 47 แสดงรายละเอียดโครงการงานเทคโนโลยีเพื่อการออกอากาศ: ค่าใช้จ่ายค่าบำรุงรักษา และจัดหาอุปกรณ์ทดแทน	87
ตารางที่ 48 แสดงรายละเอียดโครงการงานเทคโนโลยีเพื่อการออกอากาศ: งบดำเนินการสำนักโทรทัศน์	88

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 49 แสดงภาพรวมและรายละเอียดแบบย่อของโครงการในกลุ่มงาน 3 งานเทคโนโลยีสารสนเทศ	89
ตารางที่ 50 แสดงรายละเอียดโครงการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ: งบประมาณซื้อและจัดหาระบบสารสนเทศ	90
ตารางที่ 51 แสดงรายละเอียดโครงการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ: งบบำรุงรักษาระบบ	91
ตารางที่ 52 แสดงรายละเอียดโครงการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ: งบดำเนินการและค่าตอบแทนฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ	92
ตารางที่ 53 แสดงภาพรวมและรายละเอียดแบบย่อของโครงการในกลุ่มงาน 4 งานบริหารทั่วไป	93
ตารางที่ 54 แสดงรายละเอียดโครงการงานบริหารส่วนกลางฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร	94
ตารางที่ 55 แสดงรายละเอียดโครงการ พัฒนางานด้านการบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล	96
ตารางที่ 56 แสดงรายละเอียดโครงการงานสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร	97
ตารางที่ 57 แสดงรายละเอียดโครงการงานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายกฎหมาย	98
ตารางที่ 58 แสดงรายละเอียดโครงการงานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ	98
ตารางที่ 59 แสดงรายละเอียดโครงการงานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายบริหารทั่วไป สำนักบริหาร	99
ตารางที่ 60 แสดงรายละเอียดโครงการพัฒนาระบบ E-Office & E-Service พร้อม Compliance และ PDPA เพื่อยกระดับการบริหารจัดการของ ส.ส.ท.	100
ตารางที่ 61 แสดงรายละเอียดโครงการงานบริหารส่วนกลาง ศูนย์การเงิน	101
ตารางที่ 62 แสดงรายละเอียดโครงการงานดำเนินการตามแผนการตรวจสอบประจำปี 2569	102
ตารางที่ 63 แสดงภาพรวมและรายละเอียดแบบย่อของโครงการในหมวดงบบุคลากร	104
ตารางที่ 64 แสดงรายละเอียดโครงการงบบุคลากร	105
ตารางที่ 65 แสดงรายละเอียดโครงการระบบบริหารจัดการของพนักงาน (Human Resource Information System: HRIS)	106
ตารางที่ 66 แสดงรายละเอียดโครงการพัฒนาบุคลากร	107
ตารางที่ 67 แสดงรายละเอียดโครงการสร้างความรักความผูกพันองค์กร	108
ตารางที่ 68 แสดงรายละเอียดโครงการงานบริหารส่วนกลางทรัพยากรมนุษย์	110
ตารางที่ 69 แสดงรายละเอียดโครงการปรับปรุงโครงสร้างบุคลากร	110
ตารางที่ 70 แสดงรายละเอียดโครงการพัฒนาคุณค่าและวัฒนธรรมองค์กร	111
ตารางที่ 71 แสดงรายละเอียดโครงการจัดการความรู้ที่มีลักษณะเฉพาะ (Focused Knowledge Management)	112
ตารางที่ 72 งบประมาณปี 2569 (แบ่งตามประเภทงบประมาณ)	117

ส่วนที่ 1

แนวทางการจัดทำแผนบริหารกิจการประจำปี

ส่วนที่ 1

แนวทางการจัดทำแผนบริหารกิจการประจำปี

1.1 ปัจจัยนำเข้าและการวิเคราะห์สถานการณ์

การจัดทำแผนบริหารกิจการขององค์กรกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) ปี 2569 ดำเนินการขึ้นภายใต้สภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ทั้งในเชิงเทคโนโลยี โครงสร้างอุตสาหกรรมสื่อ บทบาทของสื่อสาธารณะ และข้อจำกัดด้านทรัพยากรขององค์กร ความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้นำมาทั้ง “ความท้าทายใหม่” และ “โอกาสเชิงยุทธศาสตร์” ซึ่งสามารถสรุปเป็น 3 มิติหลัก ดังนี้

(1) การเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อ (Media Landscape Shift)

อุตสาหกรรมสื่อกำลังเปลี่ยนผ่านจากยุค “การออกอากาศเป็นศูนย์กลาง” สู่อายุ “แพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นฐาน” อย่างสมบูรณ์ รูปแบบการรับชมไม่ผูกติดกับผังรายการโทรทัศน์อีกต่อไป แต่กระจายตัวไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ วิดีโอออนไลน์ โซเชียลมีเดีย และคอนเทนต์แบบส่วนบุคคล (personalized media) ขณะเดียวกัน ผู้ผลิตเนื้อหาอิสระและผู้สร้างสรรค์เนื้อหารายย่อย (independent creators) ก็ก้าวขึ้นมาเป็นคู่แข่งโดยตรงกับสื่อกระแสหลัก

นอกจากนี้ เทคโนโลยีอย่าง ปัญญาประดิษฐ์ (AI) อัลกอริทึมแนะนำเนื้อหา และระบบผลิตเนื้อหาที่ใช้ข้อมูลเป็นฐาน (data-driven content) ได้เปลี่ยนทั้งกระบวนการผลิตสื่อ รูปแบบการเผยแพร่ และความคาดหวังของผู้ชม การเตรียมความพร้อมต่อ “สื่อยุคหลังทีวี” จึงเป็นเงื่อนไขสำคัญของการออกแบบแผนปี 2569

(2) ความเชื่อมั่นและบทบาทสื่อสาธารณะ (Trust & Public Value)

ท่ามกลางยุคที่ข่าวลวง ข้อมูลบิดเบือน และความขัดแย้งทางสังคมแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว บทบาทของสื่อสาธารณะยิ่งมีความสำคัญมากขึ้น ทั้งในฐานะแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ และในฐานะ “พื้นที่กลางของสังคม” ที่ต้องยืนอยู่บนความเป็นกลาง ความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อสาธารณะ สังคมคาดหวังให้สื่อสาธารณะไม่เพียง “รายงาน” แต่ต้อง “อธิบาย เชื่อมโยง สร้างความเข้าใจ” และต้องเป็นภูมิคุ้มกันทางข้อมูลให้แก่ประชาชนทุกกลุ่ม การรักษาความเชื่อมั่นและแสดง “คุณค่าต่อสาธารณะ (public value)” จึงเป็นแก่นสำคัญของการกำหนดยุทธศาสตร์ปี 2569

(3) ทรัพยากรและขีดความสามารถขององค์กร (Capability & Sustainability)

ภายใต้ข้อจำกัดด้านงบประมาณ องค์กรจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น พร้อมเร่งยกระดับสมรรถนะบุคลากรให้สอดคล้องกับภารกิจสื่อยุคดิจิทัล โดยเฉพาะทักษะด้านข้อมูล (data skill) เทคโนโลยี สื่อใหม่และการทำงานแบบบูรณาการข้ามแพลตฟอร์ม ขณะเดียวกันระบบบริหารจัดการภายในต้องปรับสู่โครงสร้างแบบทันสมัย ปลอดภัย ยืดหยุ่น และขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (data-informed governance) เพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านสู่ “องค์กรสื่อสาธารณะในโลกดิจิทัล” อย่างแท้จริง

ดังนั้น แผนบริหารกิจการปี 2569 จึงไม่ใช่เพียงการวางแผนดำเนินงานตามรอบปี แต่เป็น “กระบวนการยกระดับบทบาทของสื่อสาธารณะ” ให้สามารถยืนหยัดได้ในโลกที่มีการแข่งขันสูง ข้อมูลไหลเร็ว ความเชื่อมั่นถูกทำลายและทรัพยากรมีจำกัด เป้าหมายของแผนจึงอยู่ที่การสร้างสมดุลระหว่างคุณค่าต่อสาธารณะ ประสิทธิภาพองค์กรและการอยู่รอดเชิงยุทธศาสตร์ในระยะยาว ส.ส.ท. ได้นำปัจจัยดังกล่าวพร้อมทั้งนำเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ 12 ข้อ นโยบายสนับสนุนเชิงกลยุทธ์ 8 ด้าน และทิศทางขับเคลื่อนเชิงยุทธศาสตร์ มากำหนดยุทธศาสตร์องค์กร กลยุทธ์องค์กร เพื่อจัดทำแผนบริหารกิจการปี 2569 ภายใต้ระเบียบองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย ว่าด้วยการเงิน การบัญชี และการงบประมาณ พ.ศ. 2567 โดยมีแนวทางการจัดทำแผนบริหารกิจการประจำปี ดังนี้

1. วิเคราะห์สถานการณ์ของสังคม การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและภูมิทัศน์สื่อ เพื่อกำหนดนโยบาย ทิศทางเชิงยุทธศาสตร์
2. การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ระหว่างคณะกรรมการนโยบาย คณะกรรมการบริหาร และหน่วยงานภายใน ส.ส.ท. ระดับผู้อำนวยการสำนัก/ศูนย์ เพื่อกำหนดกรอบแผนบริหารกิจการ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน/โครงการ และงบประมาณ
3. การเสนอร่างกรอบแผนบริหารกิจการ กรอบแผนจัดทำรายการ ร่างประมาณการรายได้และร่างกรอบงบประมาณรายจ่ายประจำปี ต่อคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการนโยบายพิจารณานุมัติ
4. การเสนอโครงการงานและร่างคำขอของงบประมาณจากหน่วยงานในระดับสำนักและศูนย์ต่อคณะกรรมการบริหาร
5. การกลั่นกรองร่างโครงการถึงความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์และเป้าหมายตามกรอบแผนบริหารกิจการประจำปี และกลั่นกรองร่างคำขอของงบประมาณให้มีความเหมาะสมและเป็นไปตามกรอบงบประมาณรายจ่ายที่ได้รับอนุมัติพร้อมทั้งจัดลำดับความสำคัญเพื่อประกอบการพิจารณาของคณะกรรมการนโยบาย
6. เสนอร่างแผนบริหารกิจการ แผนจัดทำรายการ ประมาณการรายได้และคำขอของงบประมาณรายจ่ายประจำปีเสนอต่อคณะกรรมการนโยบายเพื่อพิจารณา
7. การกลั่นกรองร่างโครงการ งาน และคำขอของงบประมาณ โดยคณะกรรมการนโยบายมอบหมายให้คณะอนุกรรมการนโยบายการลงทุน การเงิน และงบประมาณ กลั่นกรองแผนและงบประมาณ เพื่อให้ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการนโยบายประกอบการพิจารณานุมัติ
8. คณะกรรมการนโยบายพิจารณานุมัติแผนบริหารกิจการ แผนจัดทำรายการ และแผนงบประมาณประจำปี
9. สำนักและศูนย์นำแผนฯ ที่ได้รับอนุมัตินำไปปฏิบัติภายใต้การติดตาม กำกับและสนับสนุนการทำงาน ทั้งภายในและภายนอกฝ่ายบริหาร และมีการติดตามวัดผลความสำเร็จจากการดำเนินงานโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนงาน และกรอบงบประมาณในปีถัดไป

กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์



แผนภาพที่ 1 กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์

ส่วนที่ 2

แผนยุทธศาสตร์

ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท.

ประจำปี 2569

ส่วนที่ 2

แผนยุทธศาสตร์

และตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. ประจำปี 2569

2.1 นโยบาย

คณะกรรมการนโยบาย องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) ได้จัดทำนโยบาย โดยเปิดเวทีเพื่อระดมความคิดเห็นทั้งจากภายในองค์กร ภาคีเครือข่าย ผู้มีส่วนได้เสียและผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งได้สำรวจความเห็นของพนักงาน โดยนำข้อเสนอแนะมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลภายในองค์กรและสถานการณ์ภายนอก รวมถึงผลลัพธ์ของกระบวนการ ทำให้สามารถกำหนดนโยบายระยะ 2 ปี (พ.ศ. 2569 - 2570) ที่มุ่งสร้างผลลัพธ์เชิงประจักษ์ 12 ข้อ ที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลงภายใต้วิสัยทัศน์ “เนื้อหาที่เข้าถึงง่ายในทุกแพลตฟอร์ม” โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือ การเรียกคืนความเชื่อมั่นและยกระดับคุณค่าของสื่อสาธารณะผ่านการผลิตเนื้อหาที่โดดเด่น มีคุณภาพ และยึดโยงกับประชาชน พร้อมกำหนดแนวทางการขับเคลื่อนผ่าน 8 แนวทางหลักครอบคลุม ทั้งด้านเนื้อหา เทคโนโลยี การมีส่วนร่วมของประชาชน และการบริหารจัดการ เพื่อให้สื่อสาธารณะกลับมาเป็นสื่อที่สังคมไว้วางใจและเป็นความหวังเพื่อสร้างสังคมที่เคารพความเห็นและรับฟังซึ่งกันและกัน

เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ที่หวังผลใน 2 ปี

(1) ผลิตภัณฑ์ รายการและเนื้อหาทุกประเภทต้องเตรียมการและวางแผนการผลิตเพื่อให้สามารถนำไปใช้เผยแพร่บนหลากหลายแพลตฟอร์มและสามารถข้ามแพลตฟอร์ม (Multi-platform & Cross-platform) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการบริหารจัดการเนื้อหาเพื่อเผยแพร่ในทุกช่องทางโดยคำนึงถึงพฤติกรรมผู้รับสารและกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน

(2) หน่วยงานด้านการผลิตเนื้อหา ต้องใช้ทรัพยากรร่วมกัน ทั้งด้านบุคลากร งบประมาณ และเทคโนโลยี อย่างคุ้มค่า เพิ่มประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

(3) สร้างสรรค์ “ผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น” (Hero Product) ในทุกประเภทเนื้อหารายการและบริการ

(4) พัฒนาและปรับปรุงระบบ อุปกรณ์ และการบริหารจัดการทรัพยากรสื่อและเนื้อหา (Digital Media Asset) ให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ทันสมัย และสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต โดยปรับปรุงให้บริการหน่วยงานด้านการผลิตทุกหน่วยสามารถจัดเก็บ เข้าถึง บริหารจัดการ และนำทรัพยากรสื่อและเนื้อหาไปใช้ประโยชน์ร่วมกัน หรือนำกลับมาปรับปรุงใหม่ ผลิตซ้ำ หรือนำไปใช้สร้างมูลค่าเพิ่มในรูปแบบอื่น ๆ ได้โดยสะดวกและเป็นสินทรัพย์ที่นำไปสู่การสร้างรายได้และเป็นไปเพื่อประโยชน์สาธารณะในรูปแบบอื่นใด

(5) ผลิตเนื้อหาโดยยึดจรรยาบรรณของวิชาชีพและประโยชน์สาธารณะ เป็นอิสระ สร้างสรรค์ สมดุล และมีความรับผิดชอบต่อสังคม

(6) เสริมสร้างรากฐานประชาธิปไตย สร้างสรรค์วัฒนธรรมการรับฟังซึ่งกันและกัน และการได้ตรงร่วมกันอย่างมีเหตุผล

(7) ผลิตและนำเสนอเนื้อหาที่สร้างผลกระทบ (Impact) ปลุกพลังพลเมืองเพื่อการเปลี่ยนแปลงและร่วมกันแก้ปัญหาในทุกระดับ

(8) ผลิตและนำเสนอเนื้อหาที่ทันต่อสถานการณ์ (Current Issues) ด้วยมุมมองที่น่าสนใจ กลุ่มเล็ก และเฝ้าติดตามนำเสนอความเคลื่อนไหวประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้กันอย่างเกาะติดต่อเนื่อง

(9) สร้างสรรค์เนื้อหาและผลิตภัณฑ์ที่สามารถแข่งขันได้ในระบบนิเวศสื่อปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต โดยมีจุดเด่นที่สะท้อนให้เห็นถึงความคุ้มค่าของการลงทุนและพิสูจน์ถึงคุณค่าที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของสื่อสาธารณะ

(10) มีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร (เช่น ระบบ Enterprise Resource Planning หรือ ERP การบริหารจัดการแผนงานโครงการ และระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์) รวมทั้งในกระบวนการผลิตและเผยแพร่เนื้อหาที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐานและลดต้นทุน

(11) การผลิตและเผยแพร่เนื้อหาต้องดำเนินการอย่างมียุทธศาสตร์ ทั้งในเชิงการสื่อสารและการตลาด มีกลยุทธ์ในการสร้างอัตลักษณ์ที่ชัดเจน เป็นที่จดจำได้และสามารถสร้างความเชื่อถือไว้วางใจในฐานะสื่อสาธารณะได้

(12) การเผยแพร่เนื้อหาบนทุกแพลตฟอร์ม ต้องมุ่งให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้ชมและผู้ฟัง รวมถึงเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตอิสระ นักข่าวพลเมือง สื่อภาคพลเมืองมีบทบาทร่วมกับหน่วยงานการผลิตขององค์กรอย่างเหมาะสมในสัดส่วนที่เพียงพอ

นโยบายเพื่อสนับสนุนเป้าหมายเชิงกลยุทธ์

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหลัก จำเป็นต้องกำหนดเป้าหมายและแนวทางเพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ โดยกำหนดนโยบายรวม 8 ด้าน ดังนี้

1. การปรับโครงสร้างและวัฒนธรรมองค์กร
2. การบริหารจัดการสื่อ รายการและการสร้างสรรค์เนื้อหา
3. การบริหารจัดการเทคโนโลยี นวัตกรรมและการเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรดิจิทัล
4. ความยั่งยืนทางการเงินและการบริหารจัดการงบประมาณ
5. การบริหารทรัพยากรบุคคล
6. การมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองและการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะ
7. การสร้างอัตลักษณ์และความยอมรับในคุณค่าสื่อสาธารณะ
8. การส่งเสริมธรรมาภิบาลและจริยธรรมองค์กร

2 ปี แห่งการเดินทาง สร้างการเปลี่ยนแปลง ไทยพีบีเอส



ไทยพีบีเอส - เนื้อหาที่เข้าถึงง่ายในทุกแพลตฟอร์ม

8 แนวทางหลัก ขับเคลื่อนเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง

1. ปรับโครงสร้าง และวัฒนธรรมองค์กร

- ลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น
- ส่งเสริมให้ทำงานเป็นทีม / กระจุกตัวหรืออื่นและสร้างสรรค์
- สร้างระบบที่ตรวจสอบได้และประเมินผลการทำงานได้อย่างต่อเนื่อง

2. จัดการเนื้อหาและรายการ

- ผลิตเนื้อหาที่น่าเชื่อถือ มีคุณภาพ และเป็นประโยชน์ต่อสังคม
- สร้าง "รายการเด่น" (Hero Product) ในทุกประเภทเนื้อหา และตั้งเป้าหมายรางวัลระดับชาติหรือนานาชาติ
- พัฒนารูปแบบรายการที่ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย และพฤติกรรมชมที่แตกต่างกัน
- ปรับปรุงระบบตรวจสอบความถูกต้องเพื่อลดความผิดพลาด

3. ใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรม

- นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการผลิต
- ใช้ AI ช่วยในการผลิต, การจัดเก็บข้อมูล และการวิเคราะห์ผู้ชม
- พัฒนาแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันบนมือถือ
- เสริมสร้างความปลอดภัยทางไซเบอร์



4. การเงินและงบประมาณ

- บริหารค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพและโปร่งใส
- สร้างรายได้จากทรัพย์สินทางปัญญาและช่องทางความร่วมมือกับ Partner
- จัดทำแผนงบประมาณประจำปีที่สมดุลหรือเกินดุล

5. บุคลากร

- พัฒนาความสามารถและปรับปรุงระบบการทำงานให้มีความโปร่งใสและเป็นธรรม
- พัฒนากิจกรรมและความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน
- สร้างการเรียนรู้ข้ามหน่วยงานและการส่งต่อความรู้ระหว่างรุ่น
- จัดทำแผนเส้นทางอาชีพ (Career Path Planning) ที่ชัดเจน

6. มีส่วนร่วมกับประชาชน

- ยกระดับรายการนักข่าวพลเมือง
- เปิดพื้นที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วม / รับฟังเสียงสะท้อนผู้ที่เสียเปรียบในสังคม
- สนับสนุนผู้ผลิตรายการอิสระ, เยาวชน และสื่อท้องถิ่น

7. สร้างตัวตนขององค์กร

- สร้าง Thai PBS ให้โดดเด่นและแตกต่างจากสื่ออื่น
- ออกแบบภาพลักษณ์แบรนด์ให้เป็นที่จดจำและน่าเชื่อถือ

8. คุณธรรมและจริยธรรม

- สร้างความโปร่งใสและเป็นอิสระจากการแทรกแซง
- เปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะเกี่ยวกับงบประมาณและการตัดสินใจ
- กำหนดและบังคับใช้เกณฑ์จริยธรรมสื่อและจริยธรรมการใช้ AI

อ่านประกาศฯ ฉบับเต็มได้ที่



แผนภาพที่ 2 นโยบายเพื่อสนับสนุนเป้าหมายเชิงกลยุทธ์

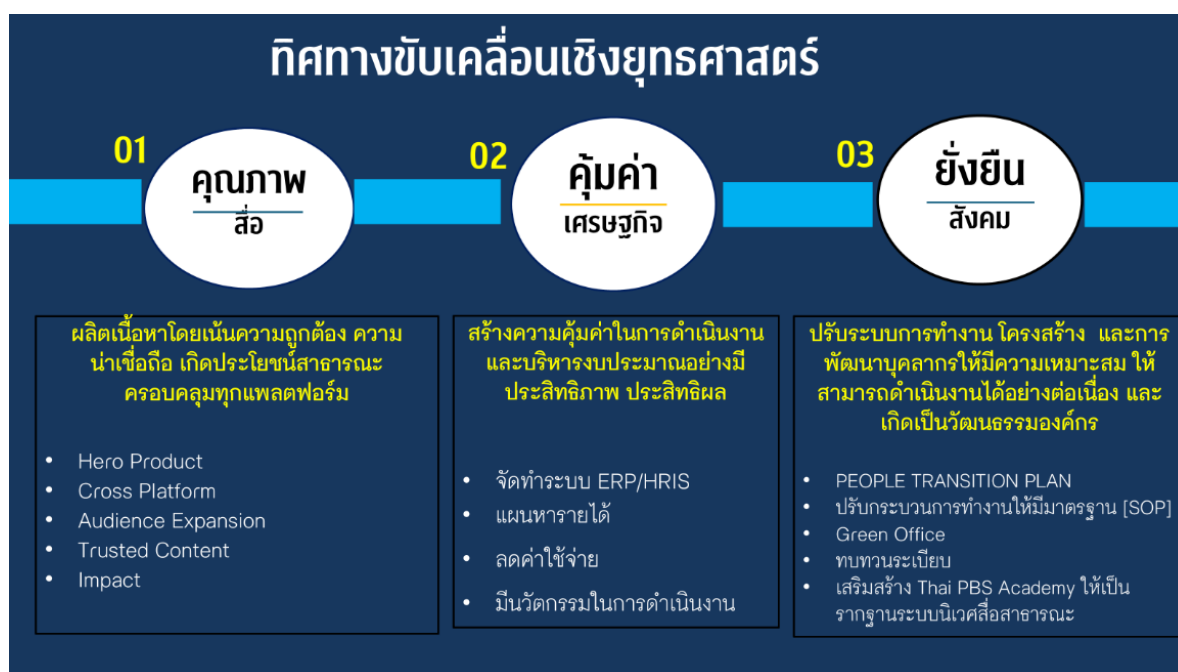
2.2 ทิศทางเชิงยุทธศาสตร์

คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงได้ร่วมกันระดมความคิดเพื่อกำหนดทิศทางขับเคลื่อนเชิงยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับนโยบายคณะกรรมการนโยบาย ส.ส.ท. ประจำปี 2569 – 2570 โดยกำหนดทิศทางใน 3 มิติ ดังนี้

(1) **คุณภาพ:** สื่อ ผลิตเนื้อหาโดยเน้นความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ เกิดประโยชน์สาธารณะ ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม

(2) **คุณค่า:** เศรษฐกิจ สร้างความคุ้มค่าในการดำเนินงานและบริหารงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ

(3) **ยั่งยืน:** สังคม ปรับระบบการทำงาน โครงสร้าง และการพัฒนาบุคลากรให้มีความเหมาะสมให้สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง และเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร



แผนภาพที่ 3 ทิศทางขับเคลื่อนเชิงยุทธศาสตร์

การกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์องค์กร

จากนโยบายระยะ 2 ปี (พ.ศ. 2569 - 2570) ที่มุ่งสร้างผลลัพธ์เชิงประจักษ์ 12 ข้อ นโยบายเพื่อสนับสนุนเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ 8 ด้าน และทิศทางขับเคลื่อนเชิงยุทธศาสตร์ 3 มิติ คณะกรรมการนโยบาย และคณะกรรมการบริหาร จึงได้นำมากำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์องค์กรสำหรับการดำเนินงานในรอบปี 2569 – 2570 ดังแสดงตามแผนภาพที่ 7 โดยสรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1: ยกกระดับคุณภาพการผลิตเนื้อหาให้ถูกต้อง น่าเชื่อถือ แข่งขันได้ และตอบโจทย์สาธารณะทุกแพลตฟอร์ม ผ่านการขับเคลื่อนด้วยยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1: คุณภาพ แนวทางเชิงกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นแผนงาน โครงการ และกิจกรรม ในกระบวนการผลิตภัณฑ์ขององค์กร และแผนงาน โครงการ และกิจกรรม สนับสนุนการผลิต โดยมุ่งผลิตเนื้อหาถูกต้องคุณภาพสูง เชื่อมโยงกับประเด็นสังคม ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม โดยยุทธศาสตร์คุณภาพ แบ่งเป็นกลยุทธ์ย่อย 4 แนวทาง ที่หน่วยงานรับงบประมาณทุกหน่วยในกลุ่มแผนยุทธศาสตร์ที่จะต้องนำกลยุทธ์ไปใช้ในการวางแผนในระดับปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ที่องค์กรกำหนด ได้แก่ **กลยุทธ์ที่ 1.1.** กลยุทธ์ด้านการออกแบบเนื้อหา (Strategic Content Design) **กลยุทธ์ที่ 1.2.** กลยุทธ์การกำหนดและตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพ (Quality Standard & Audit System) **กลยุทธ์ที่ 1.3.** กลยุทธ์ด้านการใช้ข้อมูลขับเคลื่อนการพัฒนา (Data-driven Improvement) **กลยุทธ์ที่ 1.4.** กลยุทธ์ด้านพัฒนาศักยภาพและวัฒนธรรมคุณภาพ (Capability & Culture Development)

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 2: เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงบประมาณและการดำเนินงานให้เกิดความคุ้มค่าและผลสัมฤทธิ์สูงสุด ผ่านการขับเคลื่อนด้วยยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 2: คุ้มค่า แนวทางเชิงกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นแผนงาน โครงการ และกิจกรรม ในกระบวนการเชิงเศรษฐกิจ เพื่อสร้างความยั่งยืนทางการเงิน และการบริหารงบประมาณที่มีประสิทธิภาพ มีธรรมาภิบาล เพื่อรองรับอนาคตขององค์กร ยุทธศาสตร์คุ้มค่า ให้ความสำคัญกับการจัดทำระบบการจัดทำกระบวนการทางการบริหาร หรือ Enterprise Resource Planning หรือ ERP พัฒนาแผนหารายได้ที่เป็นไปตามกรอบกฎหมายขององค์กร การลดค่าใช้จ่ายขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ โดยยุทธศาสตร์คุ้มค่า เพื่อการสร้าง **ความยั่งยืนทางการเงินขององค์กร (Financial Sustainability)** เป็นเป้าหมายสำคัญของทุกองค์กร ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ เอกชน หรือองค์กรไม่แสวงหากำไร เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินงานต่อเนื่องได้โดยไม่พึ่งพาทรัพยากรภายนอกเกินจำเป็น และมีความมั่นคงในระยะยาว กลยุทธ์ที่สำคัญสามารถแบ่งได้เป็น 5 ด้านหลัก ดังนี้

2.1 กลยุทธ์ด้านรายได้ (Revenue Strategies) เน้นการสร้างแหล่งรายได้ที่มั่นคงและหลากหลาย

แนวทาง:

- พัฒนา โมเดลรายได้ (Business Model) ที่สอดคล้องกับพันธกิจและศักยภาพขององค์กร
- ขยายแหล่งรายได้ใหม่ เช่น
 - บริการหรือผลิตภัณฑ์เสริม (Value-added Services)
 - รายได้จากลิขสิทธิ์ / ทรัพย์สินทางปัญญา
 - รายได้จากพันธมิตรทางธุรกิจ (Partnership / Joint Venture)
- สำหรับองค์กรไม่แสวงหากำไร นำไปสู่การสร้างรายได้จากกิจกรรมทางสังคม (Social Enterprise)

2.2 กลยุทธ์ด้านการบริหารต้นทุน (Cost Management Strategies) มุ่งลดค่าใช้จ่ายโดยไม่กระทบ

คุณภาพ

แนวทาง:

- ใช้ระบบ การจัดทำงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลลัพธ์ (Performance-based Budgeting)
- ปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อลดความสูญเสีย (Lean Management / Kaizen)
- ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ เช่น ระบบ ERP หรือระบบบัญชีดิจิทัล
- ทำสัญญาแบบระยะยาวกับซัพพลายเออร์เพื่อควบคุมต้นทุน

2.3 กลยุทธ์ด้านการลงทุนและการบริหารเงินทุน (Investment & Capital Management)

ใช้ทรัพยากรทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสม

แนวทาง:

- กระจายการลงทุนเพื่อลดความเสี่ยง (Diversification)
- ลงทุนในสินทรัพย์ที่ให้ผลตอบแทนระยะยาว เช่น พันธบัตร หุ้นกู้ หรือกองทุนรวม
- สร้างกองทุนสำรอง (Reserve Fund / Endowment Fund)
- ใช้ระบบวิเคราะห์ทางการเงินเพื่อวางแผนระยะยาว

2.4. กลยุทธ์ด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใส (Governance & Transparency) สร้างความเชื่อมั่น

จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

แนวทาง:

- มีกระบวนการตรวจสอบภายในที่เข้มแข็ง (Internal Audit)
- เปิดเผยข้อมูลทางการเงินอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้
- สร้างระบบบริหารความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk Management System)
- เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านความรับผิดชอบทางการเงิน

2.5. กลยุทธ์ด้านความร่วมมือและเครือข่าย (Collaboration & Partnership) ใช้ความร่วมมือเพื่อเพิ่ม

ทรัพยากรและโอกาสทางการเงิน

แนวทาง:

- สร้างพันธมิตรกับภาคเอกชน มหาวิทยาลัย หรือองค์กรระหว่างประเทศ
- เข้าร่วมโครงการร่วมทุน (Co-investment Projects)
- ใช้ความร่วมมือในลักษณะ “Shared Services” เพื่อแบ่งปันต้นทุน
- สร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อดึงดูดทุนสนับสนุนจากภายนอก

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 3: พัฒนาโครงสร้าง ระบบงาน และบุคลากรให้เหมาะสมต่อการดำเนินงาน ต่อเนื่องและสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 3: ยั่งยืน แนวทางเชิงกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการปรับโครงสร้างองค์กรและกระบวนการทำงาน โดยยุทธศาสตร์ยั่งยืน “องค์กรยั่งยืน ต้องมีคนที่ยั่งยืน” การลงทุนในระบบทรัพยากรมนุษย์ คือการลงทุนที่ให้ผลระยะยาวที่สุด เพราะทำให้บุคลากรสามารถสร้างคุณค่า (Value Creation) และนวัตกรรมได้ต่อเนื่อง “ระบบการทำงานที่ยั่งยืน = ระบบที่โปร่งใส มีมาตรฐาน ปรับตัวได้ และไม่พึ่งพาบุคคล” เป้าหมายคือ **สร้างระบบที่ “เดินได้ด้วยตัวเอง”** พร้อมพัฒนาและสร้างคุณค่าอย่างต่อเนื่อง กลยุทธ์ในการพัฒนาปรับปรุงระบบการทำงานให้มีความยั่งยืนสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ด้านหลัก ดังนี้

3.1 กลยุทธ์ด้านการวางระบบและมาตรฐานการทำงาน (System & Process Standardization)

ให้กระบวนการทำงานเป็นระบบ มีมาตรฐานเดียวกัน และตรวจสอบได้

แนวทาง:

- จัดทำ คู่มือปฏิบัติงาน (SOP: Standard Operating Procedures)
- ใช้ ระบบบริหารคุณภาพ (Quality Management System: ISO 9001, TQA)
- สร้าง แผนผังการไหลของงาน (Workflow / Process Mapping) เพื่อระบุจุดซ้ำซ้อน
- ปรับปรุงกระบวนการตามหลัก Lean / Kaizen เพื่อลดความสูญเสียน

3.2 กลยุทธ์ด้านนวัตกรรมและการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Innovation & Continuous Improvement)

ให้องค์กรสามารถพัฒนาและปรับตัวได้อย่างต่อเนื่อง

แนวทาง:

- ส่งเสริมวัฒนธรรม “เรียนรู้จากข้อผิดพลาด (Learning Organization)”
- ตั้งทีม Continuous Improvement / Innovation Team
- ใช้ระบบ PDCA (Plan-Do-Check-Act) หรือ OKR เพื่อติดตามความคืบหน้า
- นำแนวคิด Agile มาใช้ในงานที่ต้องปรับเปลี่ยนรวดเร็ว

3.3 กลยุทธ์ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management – KM) ทำให้องค์กรไม่สูญเสียความรู้

เมื่อคนเปลี่ยน และสามารถใช้ความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวทาง:

- สร้างคลังความรู้ (Knowledge Repository / KM Portal)
- สรุบบทเรียนความสำเร็จและข้อผิดพลาด (Lesson Learned)
- ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายใน เช่น CoP (Community of Practice)
- กำหนด “เจ้าขององค์ความรู้” (Knowledge Owner) ในแต่ละหน่วยงาน

3.4 กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล (Digital Transformation Strategy) เพิ่มประสิทธิภาพและ

ความโปร่งใสในการทำงานผ่านระบบดิจิทัล

แนวทาง:

- นำระบบ ERP / e-Office / Workflow Automation มาใช้
- ใช้ Data Analytics ในการตัดสินใจ
- พัฒนาทักษะดิจิทัลของบุคลากร (Digital Literacy)
- สร้างระบบจัดเก็บข้อมูลกลาง (Centralized Database) ที่เข้าถึงง่ายและปลอดภัย

3.5 กลยุทธ์ด้านความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม (Sustainability & CSR Integration)

ให้ระบบการทำงานสอดคล้องกับหลักความยั่งยืนทั้ง 3 มิติ (เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม)

แนวทาง:

- บูรณาการเป้าหมาย SDGs (Sustainable Development Goals) เข้ากับการทำงาน
- ใช้นโยบาย Green Office / Paperless Office
- กำหนดตัวชี้วัดด้านความยั่งยืน (Sustainability KPI)
- ส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์องค์กรทั้ง 14 ข้อ สามารถตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ได้มากกว่า 1 ยุทธศาสตร์ อาทิ กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์ด้านการออกแบบเนื้อหา (Strategic Content Design) นอกจากจะสามารถรองรับยุทธศาสตร์ที่ 1 คุณภาพแล้ว ยังสามารถรองรับยุทธศาสตร์ ที่ 2 คุ่มค่า โดยการออกแบบเนื้อหาให้สามารถออกได้หลายช่องทาง ทำให้เกิดความคุ้มค่าในการผลิต ดังแสดงให้เห็น ความเชื่อมโยงเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ นโยบายสนับสนุน ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ องค์กร ดังแผนภาพที่ 4

เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ 12 ข้อ
และนโยบายสนับสนุน 8 ข้อ จาก กนย.

01

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1

ยกระดับคุณภาพการผลิตเนื้อหาให้
ถูกต้อง น่าเชื่อถือ แข่งขันได้ และ
ตอบโจทย์สาระณะทุกแพลตฟอร์ม

ยุทธศาสตร์ที่ 1 คุณภาพ

ผลิตเนื้อหาโดยเน้นความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ
แข่งขันได้ และเกิดประโยชน์สาธารณะ
ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม
Hero Product
Cross Platform
Audience Expansion
Trusted Content
Impact

02

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 2

เพิ่มประสิทธิภาพการบริหร
งประมาณและการดำเนินงานให้
เกิดความคุ้มค่าและผลสัมฤทธิ์
สูงสุด

ยุทธศาสตร์ที่ 2 คุ้มค่า

สร้างความคุ้มค่าในการดำเนินงานและ
บริหารงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ
ประสิทธิผล
ERP/HRIS
แผนทราจายได้
ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น
มีนวัตกรรมในการดำเนินงาน

03

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 3

พัฒนาโครงสร้าง ระบบงาน และ
บุคลากรให้เหมาะสมต่อการ
ดำเนินงานต่อเนื่องและสร้าง
วัฒนธรรมองค์กรที่ยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยั่งยืน

ปรับระบบการทำงาน โครงสร้าง และการ
พัฒนาบุคลากรให้มีความเหมาะสม ให้
สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง และ
เกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร
People Transition Plan
ปรับกระบวนการทำงานให้มีมาตรฐาน (SOP)
Green Office
ทบทวนระเบียบ
เสริมสร้าง Thai PBS Academy ให้เป็นรากฐาน
ระบบนิเวศสื่อสาธารณะ

กลยุทธ์ระดับหน่วยงาน

- กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์ด้านการออกแบบเนื้อหา
Strategic Content Design
- กลยุทธ์ที่ 1.2 กลยุทธ์การกำหนดและตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพ
Quality Standard & Audit System
- กลยุทธ์ที่ 1.3 กลยุทธ์ด้านการใช้ข้อมูลขับเคลื่อนการพัฒนา
Data-driven Improvement
- กลยุทธ์ที่ 1.4 กลยุทธ์ด้านพัฒนาศักยภาพและวัฒนธรรมคุณภาพ
Capability & Culture Development
- กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์ด้านรายได้ Revenue Strategies
- กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์ด้านการบริหารต้นทุน
Cost Management Strategies
- กลยุทธ์ที่ 2.3 กลยุทธ์ด้านการลงทุนและการบริหารเงินทุน
Investment & Capital Management
- กลยุทธ์ที่ 2.4 กลยุทธ์ด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใส
Governance & Transparency
- กลยุทธ์ที่ 2.5 กลยุทธ์ด้านความร่วมมือและเครือข่าย
Collaboration & Partnership
- กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์ด้านการวางระบบและมาตรฐานการทำงาน
System & Process Standardization
- กลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์ด้านนวัตกรรมและการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
Innovation & Continuous Improvement
- กลยุทธ์ที่ 3.3 กลยุทธ์ด้านการจัดการความรู้
Knowledge Management
- กลยุทธ์ที่ 3.4 กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล
Digital Transformation Strategy
- กลยุทธ์ที่ 3.5 กลยุทธ์ด้านความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อ
สังคม Sustainability & CSR Integration

แผนภาพที่ 4 ความเชื่อมโยงเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ นโยบายสนับสนุน ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์องค์กร

2.3 ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน

การวัดผลการดำเนินงานประจำปี 2569

เพื่อให้การดำเนินงานได้สะท้อนถึงผลลัพธ์การดำเนินงาน และความเชื่อมโยงระหว่างเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ และนโยบายเพื่อสนับสนุนเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ของกรมการนโยบายและทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ของฝ่ายบริหาร จึงได้มีการกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน (KPIs) ไว้ ดังนี้

1. ตัวชี้วัดความสำเร็จของยุทธศาสตร์มิติเชิงคุณภาพ

มุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพของเนื้อหาและภาพลักษณ์ของสื่อสาธารณะ

ตารางที่ 1 แสดงตัวชี้วัดมิติคุณภาพและขอบเขตการดำเนินงาน

ตัวชี้วัดหลัก	ขอบเขตการดำเนินงาน
ระดับความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ อยู่ในลำดับ 2 หรือค่าคะแนน Brand Trust Score 73%	ความหมาย: องค์กรต้องได้รับการยอมรับจากสาธารณชนในฐานะแหล่งข้อมูลที่ น่าเชื่อถือ (Trusted) และ ไว้วางใจ (Reliable) รวมถึงต้องเป็นที่ จดจำ (Brand Recognition) ในฐานะสื่อสาธารณะที่สร้างสรรค์คุณค่า โดยมีเป้าหมายที่การจัดอันดับอยู่ใน ลำดับที่ 2 หรือค่าคะแนน Brand Trust Score 73% วิธีการวัด: อ้างอิงจากผลการสำรวจความเชื่อถือของสื่อโดยสถาบันรอยเตอร์ส (Reuters Institute) และ/หรือ การสำรวจโดยสถาบันที่มีความเชื่อถือ โดยอิงหลักเกณฑ์เดียวกับสถาบันรอยเตอร์ส
อันดับ PSI Rating เฉลี่ยทั้งปี ไม่เกินอันดับ 12 (จากปี 2568 ลำดับ 14)	ความหมาย: ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) ของเนื้อหาในระบบนิเวศสื่อ เมื่อวัดผลรวมจาก PSI rating ต้องมีการจัดอันดับเฉลี่ยทั้งปี ไม่เกินอันดับที่ 12 (ดีขึ้นจากปี 2568 ที่อยู่ในอันดับ 14) เพื่อยืนยันว่าเนื้อหา Hero Product และเข้าถึงผู้ชมได้อย่างหลากหลาย โดยต้องคำนึงถึงการทำเนื้อหาข้ามแพลตฟอร์ม (Cross-Platform) วิธีการวัด: อ้างอิงผลจาก PSI
อันดับ Website Thai PBS ไม่เกินอันดับ 12 (ปี 2568 ลำดับ 12)	ความหมาย: การสร้างความเข้มแข็งของ Brand Thai PBS ในสื่อออนไลน์เพื่อพัฒนาให้ Own Media ของ Thai PBS เป็นช่องทางหลักในการให้บริการ และเข้าถึงผู้ชมกลุ่มใหม่ ๆ วิธีการวัด: ใช้ผลการจัดอันดับในกลุ่มข่าว-สื่อซึ่งมีทั้งหมด 74 Website
Engagement รวมทุก Digital Platform เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 40	ความหมาย: การมีส่วนร่วมของผู้ชม/ผู้ใช้ (Engagement) บน ทุกแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น ยอดไลค์ แชร์ คอมเมนต์ การดูซ้ำ หรือเวลาที่ใช้ในการรับชม ต้องเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 40 เพื่อแสดงถึงเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องและดึงดูดผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ วิธีการวัด: เก็บข้อมูลจากแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยสำนักสื่อดิจิทัล

ตัวชี้วัดหลัก	ขอบเขตการดำเนินงาน
รางวัลระดับนานาชาติ จำนวน 3 รางวัล	ความหมาย: เนื้อหาหรือผลิตภัณฑ์ขององค์กรต้องมี คุณภาพสูงระดับสากล และได้รับ การยอมรับในเวทีนานาชาติ โดยมีเป้าหมายจำนวน 3 รางวัล วิธีการวัด: นับจากการส่งรางวัลไปประกวดในเวทีรางวัลระดับนานาชาติ อาทิ ABU Prizes โดย คณะทำงานส่งเสริมการเผยแพร่ผลงานผ่านการประกวด
การประเมินผลกระทบ (Impact) จากผลงาน / การเคลื่อนประเด็นสาธารณะ อย่างน้อย 2 ผลิตภัณฑ์ (products) 2 บริการ (services)	ความหมาย: องค์กรต้องสามารถแสดงให้เห็นถึง ผลกระทบเชิงบวก (Impact) ที่เกิดขึ้นจริงต่อสังคมหรือการขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะ โดยต้องมีการประเมินผลกระทบจาก อย่างน้อย 2 ผลิตภัณฑ์ (products) อาทิ สารคดีประเด็นคอร์รัปชัน ข่าวสืบสวนสอบสวน ฯลฯ และ 2 บริการ (services) อาทิ Policy watch, C-Site และ Thai PBS Verify เป็นต้น วิธีการวัด: ใช้แบบสำรวจ สํารวจจากประชาชนกลุ่มเป้าหมาย/เครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลโดยศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ

2. ตัวชี้วัดความสำเร็จของยุทธศาสตร์มิติความคุ้มค่า

มุ่งเน้นให้เกิดผลลัพธ์ที่สำคัญจากการดำเนินงาน การสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม และการสร้างความมั่นคงทางการเงินในระยะยาว

ตารางที่ 2 แสดงตัวชี้วัดมิติความคุ้มค่าและขอบเขตการดำเนินงาน

ตัวชี้วัดหลัก	ขอบเขตการดำเนินงาน
รายได้จาก IP/Co-creation ไม่น้อยกว่า 50 ล้านบาท	ความหมาย: ต้องมีการจัดทำแผนการหารายได้ โดยต้องมีการสร้างรายได้จากทรัพย์สินทางปัญญา (IP) และ การสร้างสรรค์ร่วมกับภายนอก (Co-creation) ให้ได้ ไม่น้อยกว่า 50 ล้านบาท วิธีการวัด: อ้างอิงรายได้ที่มีการจัดเก็บภายในปี 2569 จากศูนย์การเงิน
จำนวนมูลค่าที่เกิดจากร่วมมือและการลงทุนร่วม (Co-investment และ In kind) กับองค์กรภายนอกเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการเงิน	ความหมาย: การขยายฐานความร่วมมือทางการเงิน โดยวัดจาก มูลค่าที่มีการ ลงทุนร่วม (Co-investment และ In kind) กับพันธมิตรภายนอกเพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงและสร้างความยั่งยืนทางการเงินในระยะยาว วิธีการวัด: กำหนดเกณฑ์การแทนมูลค่าเงินโดยพิจารณาจาก * Direct Resource Value (มูลค่าทรัพยากรตรง): ประเมินจากราคาตลาดของสิ่งที่นำมาลงทุน * Strategic Reach & Impact (การขยายผล): ประเมินจากจำนวนผู้ชมหรือการเข้าถึง (Audience Metric) * Institutional Synergy (ความคุ้มค่าเชิงพันธมิตร): ตัวคูณพิเศษตามประเภทองค์กร

3. ตัวชี้วัดความสำเร็จของยุทธศาสตร์มีที่ยั่งยืน

มุ่งเน้นการบริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และปรับกระบวนการทำงานให้มีมาตรฐาน

ตารางที่ 3 แสดงตัวชี้วัดมีที่ยั่งยืนและขอบเขตการดำเนินงาน

ตัวชี้วัดหลัก	ขอบเขตการดำเนินงาน
ระดับความสำเร็จการจัดทำ Data Governance โดย Adoption rate เพิ่มขึ้นร้อยละ 70	<p>ความหมาย: เพื่อให้เกิดการใช้ข้อมูล (Data-driven) มาขับเคลื่อนและปรับปรุงกระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพแค่ไหน โดยวัดจาก อัตราการนำไปใช้ (Adoption rate) ของระบบ Data Governance ที่ตั้งขึ้น ซึ่งต้อง เพิ่มขึ้น ร้อยละ 70</p> <p>วิธีการวัด: วัดจากอัตราการนำไปใช้ (Adoption rate) จัดเก็บข้อมูลโดยสำนักบริหาร และฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ</p>
ระดับความสำเร็จการสร้างและใช้ SOP ใน Key Process สำคัญ ในด้านกระบวนการจัดซื้อ (จัดซื้อรายการ, จัดซื้อวัสดุ ครุภัณฑ์ จัดจ้างบริการ จ้างที่ปรึกษา ฯลฯ)	<p>ความหมาย: การปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีมาตรฐาน โดยต้องมีการจัดทำ ขั้นตอนปฏิบัติงานมาตรฐาน (Standard Operating Procedures: SOP) และนำมาใช้จริงในกระบวนการหลัก (Key Process) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดความผิดพลาดในการทำงาน</p> <p>วิธีการวัด: ทุกหน่วยงานกำหนด SOP ของ Key Process</p>

ทั้งนี้ ฝ่ายบริหารได้มีแนวทางจะจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อกำหนดเกณฑ์การวัด และการถ่ายทอดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานลงสู่ระดับสำนัก/ศูนย์ ต่อไป

ตารางที่ 4 ความเชื่อมโยงระหว่างเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ นโยบายสนับสนุนเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ ทิศทางยุทธศาสตร์ ตัวชี้วัดและโครงการ

มิติการวัด	ตัวชี้วัด	ความเชื่อมโยงกับเป้าหมายฯ /นโยบาย/กลยุทธ์	แผนงาน/โครงการที่เกี่ยวข้อง
คุณภาพ	ระดับความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ อยู่ในลำดับ 2 หรือ ค่าคะแนน Brand Trust Score 73%	KP11 สร้างอัตลักษณ์ให้จดจำได้ สร้างความเชื่อถือไว้วางใจในฐานะสื่อสาธารณะ P7 การสร้างอัตลักษณ์และความยอมรับในคุณค่าสื่อสาธารณะ กลยุทธ์ด้านการออกแบบเนื้อหา	แผนงานสาระเนื้อหา 18 โครงการ แผนงานแพลตฟอร์มและบริการ
	อันดับ PSI Rating เฉลี่ยทั้งปี ไม่เกินอันดับ 12 (จากปี 2568 ลำดับ14)	KP01 เนื้อหาเผยแพร่หลากหลายแพลตฟอร์ม และข้ามแพลตฟอร์ม KP03 มี Hero Product ทุกประเภทเนื้อหาและบริการ KP08 เนื้อหาทันต่อสถานการณ์ ลุ่มลึก และเกาะติดต่อเนื่อง KP09 เนื้อหาแข่งขันได้ มีคุณค่าในระบบนิเวศสื่อ P2 การบริหารจัดการสื่อ รายการและการสร้างสรรค์เนื้อหา กลยุทธ์ด้านการออกแบบเนื้อหา กลยุทธ์การกำหนดและตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพ กลยุทธ์ด้านการใช้ข้อมูลขับเคลื่อนการพัฒนา กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล	4 โครงการ แผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ 2 โครงการ แผนงานวิจัยและการจัดการข้อมูล 1 โครงการ
	อันดับ Website Thai PBS ไม่เกินอันดับ 12 (ปี 2568 ลำดับ 12)	KP01 เนื้อหาเผยแพร่หลากหลายแพลตฟอร์ม และข้ามแพลตฟอร์ม KP02 ใช้ทรัพยากรการผลิตร่วมกันอย่างคุ้มค่าทั้งบุคลากร งบประมาณ เทคโนโลยี P2 การบริหารจัดการสื่อ รายการและการสร้างสรรค์เนื้อหา P3 การบริหารจัดการเทคโนโลยี นวัตกรรมและการเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรดิจิทัล กลยุทธ์ด้านการออกแบบเนื้อหา กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล	
	Engagement รวมทุก Digital Platform เพิ่มขึ้น เฉลี่ยร้อยละ 40	KP03 มี Hero Product ทุกประเภทเนื้อหาและบริการ P2 การบริหารจัดการสื่อ รายการและการสร้างสรรค์เนื้อหา กลยุทธ์ด้านการออกแบบเนื้อหา	
	การประเมินผลกระทบ (Impact) จากผลงาน / การ เคลื่อนประเด็นสาธารณะ อย่างน้อย 2 ผลิตภัณฑ์ (products) 2 บริการ (services)	KP07 ผลิตเนื้อหาที่สร้างผลกระทบ ปลุกพลังพลเมืองเพื่อการเปลี่ยนแปลง P1 การปรับโครงสร้างและวัฒนธรรมองค์กร P2 การบริหารจัดการสื่อ รายการและการสร้างสรรค์เนื้อหา P6 การมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองและการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะ	

มิติการวัด	ตัวชี้วัด	ความเชื่อมโยงกับเป้าหมายฯ /นโยบาย/กลยุทธ์	แผนงาน/โครงการที่เกี่ยวข้อง
		<p>กลยุทธ์ด้านการออกแบบเนื้อหา</p> <p>กลยุทธ์ด้านการใช้ข้อมูลขับเคลื่อนการพัฒนา</p> <p>กลยุทธ์ด้านความร่วมมือและเครือข่าย</p>	
คุ้มค่า	จำนวนรายได้จาก IP/Co-creation ไม่น้อยกว่า 50 ล้านบาท	<p>P4 ความยั่งยืนทางการเงินและการบริหารจัดการงบประมาณ</p> <p>กลยุทธ์ด้านรายได้</p> <p>กลยุทธ์ด้านความร่วมมือและเครือข่าย</p>	<p>แผนงานสาระเนื้อหา</p> <p>18 โครงการ</p> <p>แผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ</p>
	จำนวนความร่วมมือและการลงทุนร่วม (Co-investment) กับองค์กรภายนอกเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการเงิน	<p>P4 ความยั่งยืนทางการเงินและการบริหารจัดการงบประมาณ</p> <p>กลยุทธ์ด้านรายได้</p> <p>กลยุทธ์ด้านความร่วมมือและเครือข่าย</p>	<p>2 โครงการ</p> <p>แผนงาน กลุ่มงานด้านโครงสร้างพื้นฐานสื่อฯ</p> <p>และกลุ่มงานด้านบุคลากร</p> <p>52 โครงการ</p>
ยั่งยืน	ระดับความสำเร็จการจัดทำ Data Governance โดย Adoption rate เพิ่มขึ้นร้อยละ 70	<p>KP10 ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุนการบริหารจัดการองค์กร และในกระบวนการผลิตเผยแพร่เนื้อหา</p> <p>P3 การบริหารจัดการเทคโนโลยี นวัตกรรมและการเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรดิจิทัล</p> <p>กลยุทธ์การกำหนดและตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพ</p> <p>กลยุทธ์ด้านการวางระบบและมาตรฐานการทำงาน</p> <p>กลยุทธ์ด้านนวัตกรรมและการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง</p>	<p>แผนงานวิจัยและจัดการข้อมูล</p> <p>1 โครงการ</p> <p>กลุ่มงานโครงสร้างพื้นฐานสื่อฯ</p> <p>กลุ่มงานด้านบุคคล</p>
	ระดับความสำเร็จการสร้างและใช้ SOP ใน Key Process สำคัญ ในด้านกระบวนการจัดซื้อ (จัดซื้อรายการ, จัดซื้อวัสดุ ครุภัณฑ์ จัดจ้างบริการ จ้างที่ปรึกษา ฯลฯ)	<p>P1 การปรับโครงสร้างและวัฒนธรรมองค์กร</p> <p>กลยุทธ์การกำหนดและตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพ</p> <p>กลยุทธ์ด้านการวางระบบและมาตรฐานการทำงาน</p>	<p>กลุ่มงานโครงสร้างพื้นฐานสื่อฯ</p> <p>กลุ่มงานด้านบุคคล</p>

ส่วนที่ 3

แผนจัดทำรายการ ประจำปี 2569

ส่วนที่ 3

แผนจัดทำรายการ ประจำปี 2569

แผนจัดทำรายการประจำปี 2569 ขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) หรือ ไทยพีบีเอส มีแนวคิดมุ่งผลิตเนื้อหาโดยเน้นความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ เกิดประโยชน์สาธารณะ ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม ภายใต้วิสัยทัศน์ เนื้อหาดีที่เข้าถึงง่ายในทุกแพลตฟอร์ม โดยมีเป้าหมายการเป็นที่ยอมรับในฐานะสื่อที่มีคุณภาพผ่านกลุ่มเนื้อหา ผลิตภัณฑ์โดดเด่น (Hero Product) และขยายฐานผู้ชมให้เพิ่มขึ้นภายใน 2 ปี

อย่างไรก็ตาม ภายในสถานะที่ภูมิทัศน์สื่อมีการเปลี่ยนแปลงทั้งพฤติกรรมของผู้ชมที่สามารถรับชมเนื้อหาได้ทุกที่ ทุกเวลา และ ความหลากหลายของสื่อในโลกยุคใหม่ ส.ส.ท. จึงได้มีการออกแบบการนำเสนอเนื้อหาที่เน้นการกระจายแพลตฟอร์ม (Cross Platform) เพื่อเชื่อมโยงและรองรับความต้องการของผู้ชมในทุกกลุ่ม ตามบทบาทหน้าที่สื่อสาธารณะ



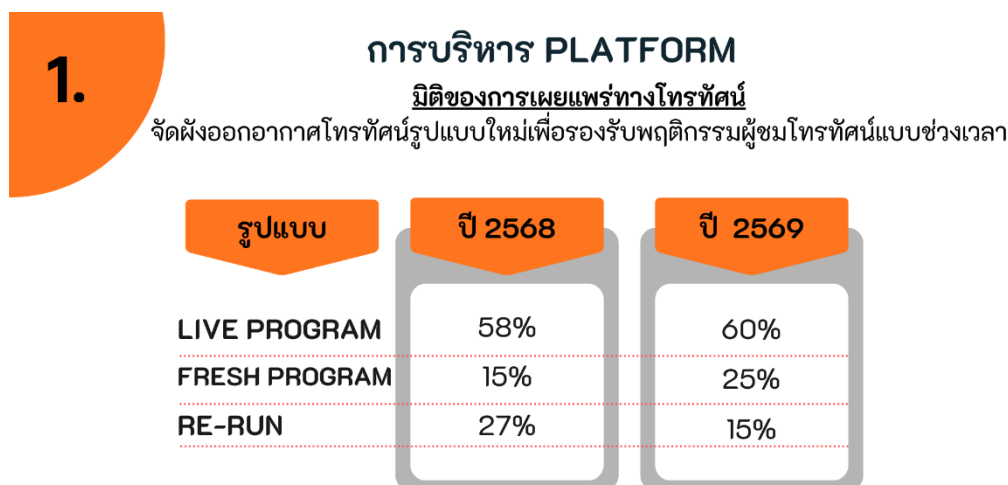
แผนภาพที่ 5 ภาพรวมยุทธศาสตร์เนื้อหาปี 2569

3.1 กรอบทิศทางแผนจัดทำรายการ ประจำปี 2569

ส.ส.ท. มีภารกิจต้องจัดทำแผนจัดทำรายการประจำปีขึ้นเพื่อเป็นการกำกับทิศทางการเสนอเนื้อหา รายการของสื่อสาธารณะ โดยมีวัตถุประสงค์ตามพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะ แห่งประเทศไทย พ.ศ.2551 มาตรา 7

ส.ส.ท. กำหนดทิศทางขับเคลื่อนเชิงยุทธศาสตร์ด้านสื่อด้วยการวางจุดเน้นในเรื่อง “คุณภาพ” การผลิตเนื้อหาโดยเน้นความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ เกิดประโยชน์สาธารณะ ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม โดยมีทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ในการจัดทำเนื้อหาและรายการอยู่บน 3 มิติหลัก ประกอบด้วย

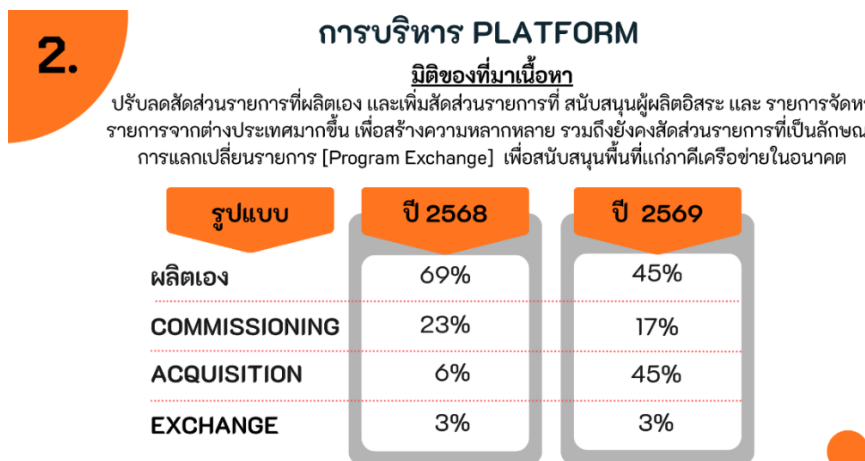
1. มิติของเนื้อหาตามผังรายการโทรทัศน์ปี 2569 จะเพิ่มรายการแบบออกอากาศสด (Live) จาก ร้อยละ 58 ขึ้นเป็นร้อยละ 60 โดยการเพิ่มรายการผลิตใหม่ (Fresh Program) จากร้อยละ 15 เป็นร้อยละ 26 และลดสัดส่วนของรายการออกอากาศซ้ำ (Re-Run) จากร้อยละ 27 เหลือร้อยละ 15 เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ชม หน้าจอโทรทัศน์ ที่สนใจรายการประเภทแบบออกอากาศสด และเพิ่มพื้นที่รายการใหม่หลากหลายให้กับผู้ชม



หมายเหตุ ตัวเลขสัดส่วนสะท้อนบนฐานปริมาณเนื้อหาในผังรายการจากสัดส่วนปี 2568 คาดการณ์สู่ปี 2569 (หน่วยเป็นจำนวนชั่วโมงการออกอากาศ เฉลี่ย 7,300 ชั่วโมง)

แผนภาพที่ 6 ร้อยละของสัดส่วนรูปแบบการเผยแพร่ทางโทรทัศน์

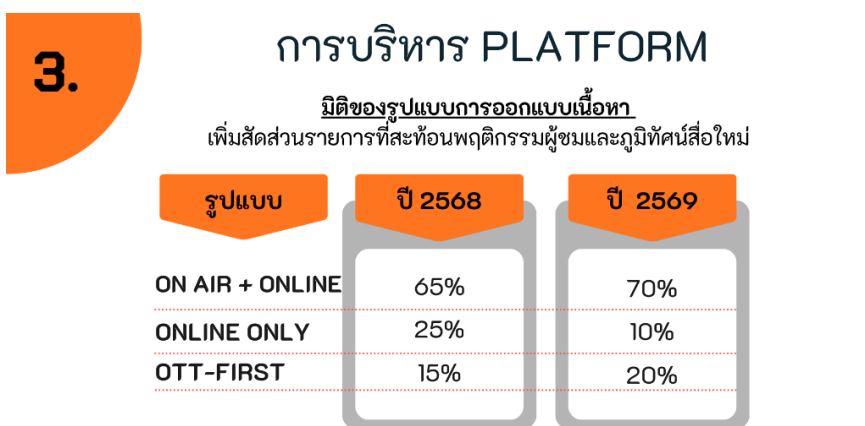
2. มิติที่มาของเนื้อหา ปรับลดสัดส่วนรายการที่ผลิตเองจากเดิมร้อยละ 69 เป็นร้อยละ 45 เพิ่มสัดส่วนรายการที่สนับสนุนผู้ผลิตอิสระและรายการจัดหาจากต่างประเทศมากขึ้น จากเดิมร้อยละ 29 เป็นร้อยละ 52 เพื่อสร้างความหลากหลาย และเปิดพื้นที่ให้ผู้ผลิตอิสระได้ผลิตผลงานมากขึ้น แต่คงสัดส่วนรายการที่เป็นลักษณะการแลกเปลี่ยนรายการ (Program Exchange) เพื่อสนับสนุนพื้นที่แก่ภาคีเครือข่ายในอนาคต โดยการนับสัดส่วนเนื้อหาหวัดจากจำนวนรายการที่เสนอผลิตในปี 2568 และ 2569



หมายเหตุ ตัวเลขสัดส่วนสะท้อนบนฐานปริมาณเนื้อหาจากสัดส่วน ปี 2568 คาดการณ์สู่ปี 2569 (หน่วยเป็นจำนวนรายการที่เสนอผลิต)

แผนภาพที่ 7 ร้อยละของสัดส่วนรูปแบบที่มาของเนื้อหา

3. มิติของรูปแบบการออกแบเนื้อหา ปรับลดการผลิตรายการแบบ TV First (รายการที่เน้นการออกแบเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์เป็นหลัก) มาสู่รูปแบบรายการออกอากาศทางโทรทัศน์ (On Air) และทางออนไลน์ (Online) คู่ขนานเป็นร้อยละ 70 ของสัดส่วนงบประมาณในการผลิตเนื้อหา เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ชมและภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงและลดการผลิตรายการเฉพาะทางออนไลน์ลง จากเดิมร้อยละ 25 เป็นร้อยละ 10 โดยไม่ได้ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของเนื้อหา แต่เลือกผลิตรายการออนไลน์ที่มีผลการรับชมสูงในปีที่ผ่านมา และสามารถสร้างกลุ่มผู้ชมที่ติดตามรายการอย่างเหนียวแน่นได้ ทั้งนี้ยังเพิ่มรูปแบบการออกแบเนื้อหาเพื่อฉายทาง OTT แพลตฟอร์ม (OTT-FIRST) มากขึ้นจากร้อยละ 15 เป็นร้อยละ 20 เพื่อตอบสนองทิศทางในอนาคต



หมายเหตุ ตัวเลขสัดส่วนสะท้อนบนฐานงบประมาณจากสัดส่วนปี 2568 คาดการณ์สู่ปี 2569 (หน่วยเป็นจำนวนเงินตามแผนการผลิต)

แผนภาพที่ 8 ร้อยละของสัดส่วนรูปแบบการออกแบเนื้อหา

3.2 แนวคิดการวางยุทธศาสตร์เนื้อหาปี 2569

แนวคิดสำคัญในการวางยุทธศาสตร์เนื้อหาปี 2569 ประกอบด้วย

1. **สร้างอัตลักษณ์ของเนื้อหาให้จดจำ:** โดยเน้นการเพิ่มพื้นที่เนื้อหาที่ถือเป็นอัตลักษณ์สำคัญของไทยพีบีเอส ได้แก่

- กลุ่มเนื้อหาข่าว: ตามแนวคิด สถานีข่าวที่ประชาชนวางใจ
- กลุ่มเนื้อหาสารคดีเข้มข้นที่ได้รับการยอมรับจากการสำรวจ Top of Mind ตั้งแต่ปี 2567
- กลุ่มเนื้อหาเด็ก เยาวชน ครอบครัวและการเรียนรู้ เพื่อสร้างพื้นที่สื่อปลอดภัยให้กับสังคม โดยเฉพาะบทบาทของสื่อสาธารณะต้องรักษาคุณค่าในการทำหน้าที่สื่อที่ให้ความสำคัญกับกลุ่มเด็กเยาวชน และกลุ่มตกหล่นทางการตลาดที่สื่อพาณิชย์หรือสื่ออื่น ๆ ไม่สามารถรองรับได้
- กลุ่มเนื้อหาภาคพลเมือง: เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน ผ่านการสื่อสาร และการขับเคลื่อนประเด็น นโยบาย ในรูปแบบที่หลากหลาย ทั้ง On Air, Online และกิจกรรมการมีส่วนร่วม

2. **การผลิตเนื้อหาที่สอดคล้องกับประเด็นหลักสำคัญของสังคม:** ในปี 2569 จุดเน้นด้านเนื้อหาของแผนผลิต ภายใต้บริบทเฉพาะในมิติการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มี 5 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย

- **คอร์รัปชัน:** เน้นสื่อสารผ่านเนื้อหาข่าวแบบเจาะลึก (In-depth & Investigative News) รวมถึงการนำเสนอผ่านสารคดีเข้มข้น และ ซีรีส์ที่เป็นจุดเด่นของไทยพีบีเอส
- **วัฒนธรรมสร้างสรรค์:** เน้นสื่อสารผ่านเนื้อหาละคร ซีรีส์ และรายการแข่งขันที่สร้างพื้นที่ขับเคลื่อนวัฒนธรรมความเป็นไทยไปสู่การยอมรับในระดับสากล
- **สุขภาพทางจิต:** เน้นสื่อสารผ่านเนื้อหารายการส่งเสริมคุณภาพชีวิต และรายการสุขภาพใจ เพื่อรองรับสภาวะสังคมสูงวัย
- **ภัยพิบัติ:** เน้นสื่อสารผ่านเนื้อหาการสารคดีธรรมชาติ ข่าวสถานการณ์ และ เนื้อหาด้านพลเมือง โดยเฉพาะการสร้างพื้นที่เตือนภัยจากภัยพิบัติ สร้างการรับรู้ การรับมือ และฟื้นฟูเมื่อภัยพิบัติผ่านไป
- **Fact Check:** ภายใต้สถานการณ์ที่ข้อมูลข่าวสารมีมากเกินไปเกินความต้องการของประชาชน และมีเทคโนโลยี AI เข้ามามีส่วนในสังคม ไทยพีบีเอสจึงได้มุ่งเน้นจะเป็นพื้นที่ในการตรวจสอบเนื้อหาและสร้างการตระหนักรู้แก่ประชาชนผ่านทุกช่องทาง และทุกเนื้อหา ผ่านงาน Thai PBS Verify

3. พัฒนาเนื้อหาที่แข่งขันได้ ขยายการรับชมให้มากขึ้น: ตามเป้าหมายการต่อสู้แข่งขันและการขยายฐานผู้ชมของไทยพีบีเอส ได้มีการออกแบบพื้นที่ในการสร้างความนิยมผ่านกลุ่มเนื้อหาและรูปแบบรายการ ได้แก่

- กลุ่มเนื้อหาสารบันเทิง: เพิ่มพื้นที่เนื้อหาบันเทิงผ่าน ซีรีส์ต่างประเทศ โดยเน้นความหลากหลายและแปลกใหม่ของเนื้อหา และเน้นการถ่ายทอดสดรายการกีฬาระดับชาติ กีฬาเยาวชน กีฬาท้องถิ่น และเหตุการณ์สำคัญเพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้ชมที่นิยมรายการถ่ายทอดสด ทั้งนี้ ไทยพีบีเอสตั้งเป้าหมายจะเป็นพื้นที่ส่งเสริมงานบันเทิงสร้างสรรค์ ทั้งกีฬา ละคร และการสร้างพื้นที่แข่งขันความสามารถของเยาวชน

4. พัฒนารายการออนไลน์และเนื้อหาบนแพลตฟอร์ม VIPA OTT เพื่อขยายผล และขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่

- เน้นผลิตเนื้อหาบนแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อขยายฐานผู้ชมคนรุ่นใหม่ ผ่านการบริหารเนื้อหาออนไลน์ และเพื่อบริหารต้นทุนการผลิต

แนวทางการดำเนินงาน

1. สร้างคุณค่าสื่อสาธารณะ

- เพิ่มสัดส่วนอาหารรายการข่าว เด็ก ภาคพลเมือง
- พัฒนาเนื้อหาตามประเด็น (Theme) เพื่อสื่อสารวาระที่สำคัญของสังคม
- พัฒนาแพลตฟอร์ม C-SITE ให้เป็นพื้นที่กลางของทุกคน

2. แข่งขันได้

- พัฒนาผลิตภัณฑ์โดดเด่น (Hero Product) ให้แข่งขันได้และนำไปสู่การหารายได้เพิ่มเติม
- ผลิตเนื้อหาบันเทิงมากขึ้น เช่น ซีรีส์ รายการเกมโชว์
- วางแผนการตลาด การประชาสัมพันธ์ข้ามสื่อ เพื่อสร้างการรับรู้อย่างเข้มข้น
- ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลผู้ชม เพื่อวางแผนรายการ

3. การสื่อสารเนื้อหาแบบกระจายแพลตฟอร์ม (Cross Platform)

- จัดวางกลยุทธ์การกระจายแพลตฟอร์มและการตลาดดิจิทัล
- พัฒนารายการออนไลน์ และรายการบนแพลตฟอร์ม VIPA OTT เพื่อขยายเนื้อหาไปสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่
- คัดเลือกรายการออนไลน์มาออกอากาศทางช่องทางโทรทัศน์



แผนภาพที่ 9 ตัวอย่างรายการใหม่ที่เป็นผลิตภัณฑ์โดดเด่น (Hero Product)

3.3 การจัดสัดส่วนประเภทเนื้อหาที่สะท้อนภูมิทัศน์สื่อและพฤติกรรมผู้ชม

การจัดสัดส่วนเนื้อหาที่สะท้อนผ่านภูมิทัศน์สื่อและพฤติกรรมผู้ชม ได้มีการนำเสนอการแบ่งกลุ่มเนื้อหา ดังนี้

1. **กลุ่มข่าว:** มีการนำเสนอเนื้อหาข่าว กลุ่มข่าววิเคราะห์ เจาะลึก คิดเป็นร้อยละ 42 ของเวลาออกอากาศต่อปี หรือประมาณ 1,560 ชั่วโมงต่อปี รองลงมาคือ กลุ่มเนื้อหาทันสมัยเข้าถึงง่าย และกลุ่มเนื้อหาทันสมัยสถานการณ์เกาะติดต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 24 ของเวลาออกอากาศต่อปีหรือประมาณ 900 ชั่วโมงต่อปี (เท่ากันทั้งสองกลุ่ม) ถัดมาเป็น กลุ่มข่าวที่ฟังประชาชน ร้อยละ 7 หรือประมาณ 260 ชั่วโมงต่อปี และท้ายสุดเป็นกลุ่มเนื้อหาส่งเสริมคุณค่าไทย ร้อยละ 3 หรือประมาณ 130 ชั่วโมงต่อปี นอกจากนี้ กลุ่มเนื้อหาข่าวยังมีการผลิตเนื้อหารายการออนไลน์ที่เป็นพื้นที่สำหรับสื่อสารต่อยอดและขยายประเด็นอีกด้วย *จำนวนชั่วโมงการออกอากาศต่อปีของกลุ่มเนื้อหาข่าว ประมาณ 3,745 ชม * โดยอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ที่เหมาะสม



แผนภาพที่ 10 สัดส่วนประเภทเนื้อหาข่าว

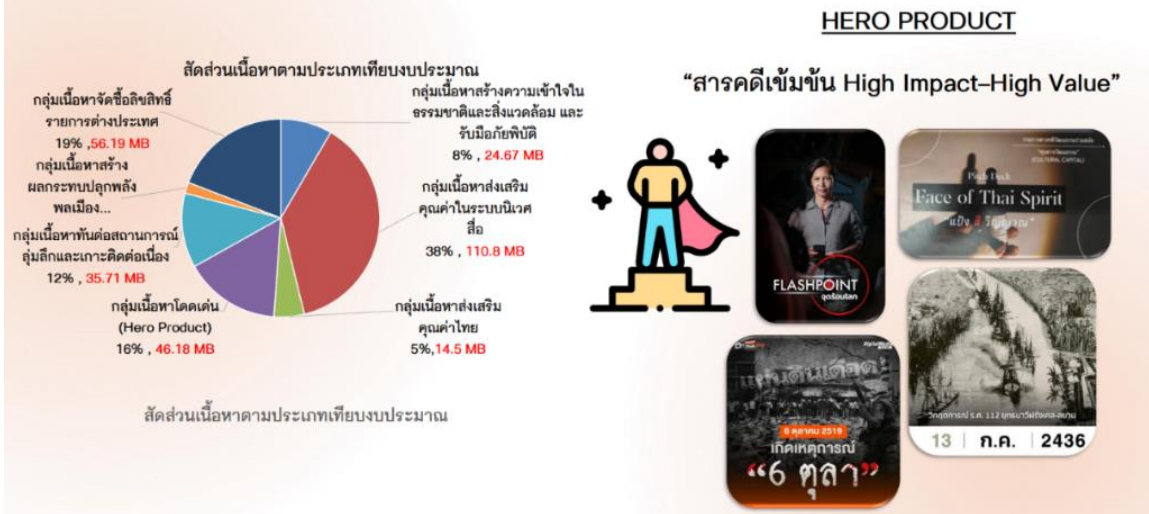
2. **กลุ่มเนื้อหาสำหรับเด็กและการเรียนรู้:** เน้นกลุ่มเนื้อหาปฐมวัยและประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 93 ของงบประมาณการผลิต รองลงมาคือ กลุ่มเนื้อหา Podcast และ Visual คิดเป็นร้อยละ 6 ของงบประมาณการผลิต และ อีกร้อยละ 1 ของงบประมาณการผลิตเป็นเนื้อหาออนไลน์กลุ่มวิทยาศาสตร์ อย่างไรก็ตาม เนื้อหากลุ่มนี้มีการออกแบบการสื่อสารที่หลากหลายกว่าการผลิตรายการเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์หรือทางออนไลน์ โดยมีการออกแบบกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับกลุ่มผู้ชมมากกว่า 35 ครั้งต่อปี เพื่อสร้างชุมชน (Community) ของผู้ชมที่สนใจเนื้อหาครอบครัวและเด็กด้วย



แผนภาพที่ 11 สัดส่วนประเภทเนื้อหาเด็กและการเรียนรู้

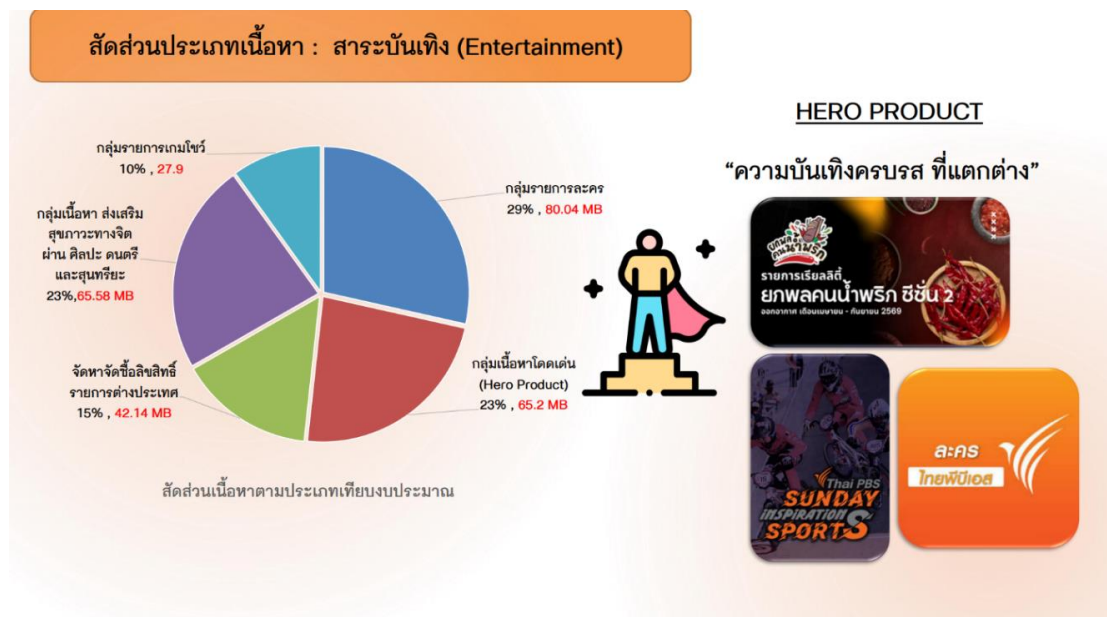
3. **กลุ่มเนื้อหาสารคดีและสารประโยชน์:** นำเสนอเนื้อหาส่งเสริมคุณค่าในระบบนิเวศสื่อแบ่งเป็น ร้อยละ 38 ของงบประมาณการผลิต โดยเป็นเนื้อหาที่สนับสนุนผู้ผลิตอิสระ และผู้ผลิตหน้าใหม่ รองลงมาคือ กลุ่มเนื้อหาจัดซื้อลิขสิทธิ์รายการต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 19 ของงบประมาณการผลิตเพื่อตอบสนองความหลากหลายของเนื้อหา ลำดับถัดมาคือกลุ่มเนื้อหาทันต่อสถานการณ์ ลุ่มลึกและเกาะติดต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 12 ของงบประมาณการผลิต และกลุ่มเนื้อหาโดดเด่น (Hero Product) คิดเป็นร้อยละ 16 ของงบประมาณในผลิต นอกจากนั้น จะเป็นกลุ่มเนื้อหาสร้างความเข้าใจในธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และรับมือภัยพิบัติ และ กลุ่มเนื้อหาส่งเสริมคุณค่าไทย ลดลงมาเป็นลำดับ

สัดส่วนประเภทเนื้อหา : สารคดีและสารประโยชน์ (Documentary)



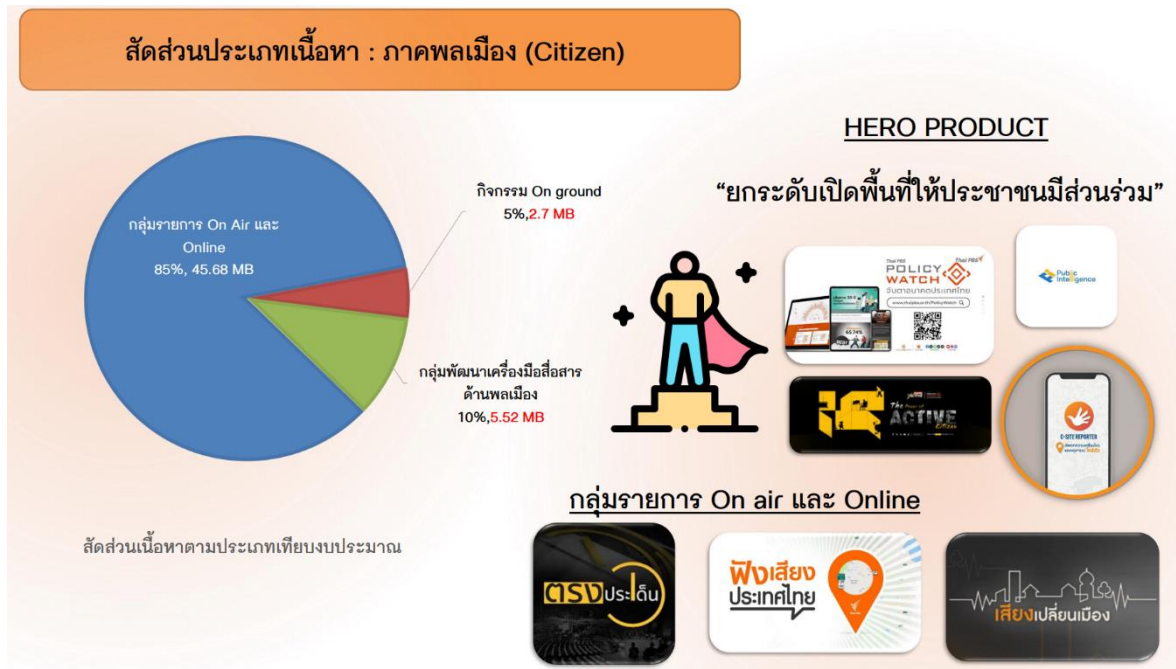
แผนภาพที่ 12 สัดส่วนประเภทเนื้อหาสารคดีและสารประโยชน์

4. **กลุ่มเนื้อหาสารบันเทิง:** กลุ่มเนื้อหาที่มีจุดเน้นสำคัญคือ กลุ่มรายการละคร คิดเป็นร้อยละ 29 ของงบประมาณในผลิต รองลงมาคือ กลุ่มเนื้อหาโดเด่น (Hero Product) อันได้แก่ รายการแข่งขัน ละครแห่งปี คิดเป็นร้อยละ 23 ของงบประมาณในการผลิต ถัดมาคือ กลุ่มเนื้อหาส่งเสริมสุขภาวะทางจิตผ่านศิลปะ ดนตรี และสุนทรีย์ คิดเป็นร้อยละ 23 ของงบประมาณในผลิต และกลุ่มรายการจัดหาจัดซื้อลิขสิทธิ์รายการต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 15 ของงบประมาณในการผลิต และกลุ่มรายการเกมโชว์ คิดเป็นร้อยละ 10 ของงบประมาณในการผลิต



แผนภาพที่ 13 สัดส่วนประเภทเนื้อหาสารบันเทิง

5. **กลุ่มเนื้อหาภาคพลเมือง:** เนื้อหาในกลุ่มนี้มีการแบ่งสัดส่วนที่มีลักษณะพิเศษได้แก่ กลุ่มรายการภาคพลเมืองที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์และทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 85 ของงบประมาณในการผลิต เป็นกลุ่มงานกิจกรรม (On ground) อาทิ การจัดวงเสวนา Forum คิดเป็นร้อยละ 5 ของงบประมาณในการผลิต และยังมีส่วนของกลุ่มพัฒนาเครื่องมือสื่อสารด้านพลเมือง คิดเป็นร้อยละ 10 ของงบประมาณในการผลิต อาทิ แพลตฟอร์ม C-site เว็บไซต์ Policy watch ซึ่งถือเป็นผลิตภัณฑ์สำคัญที่มากกว่าการสื่อสารเนื้อหา แต่เป็นการสร้างพื้นที่สื่อสารให้กับประชาชนด้วย



แผนภาพที่ 14 สัดส่วนประเภทเนื้อหาภาคพลเมือง

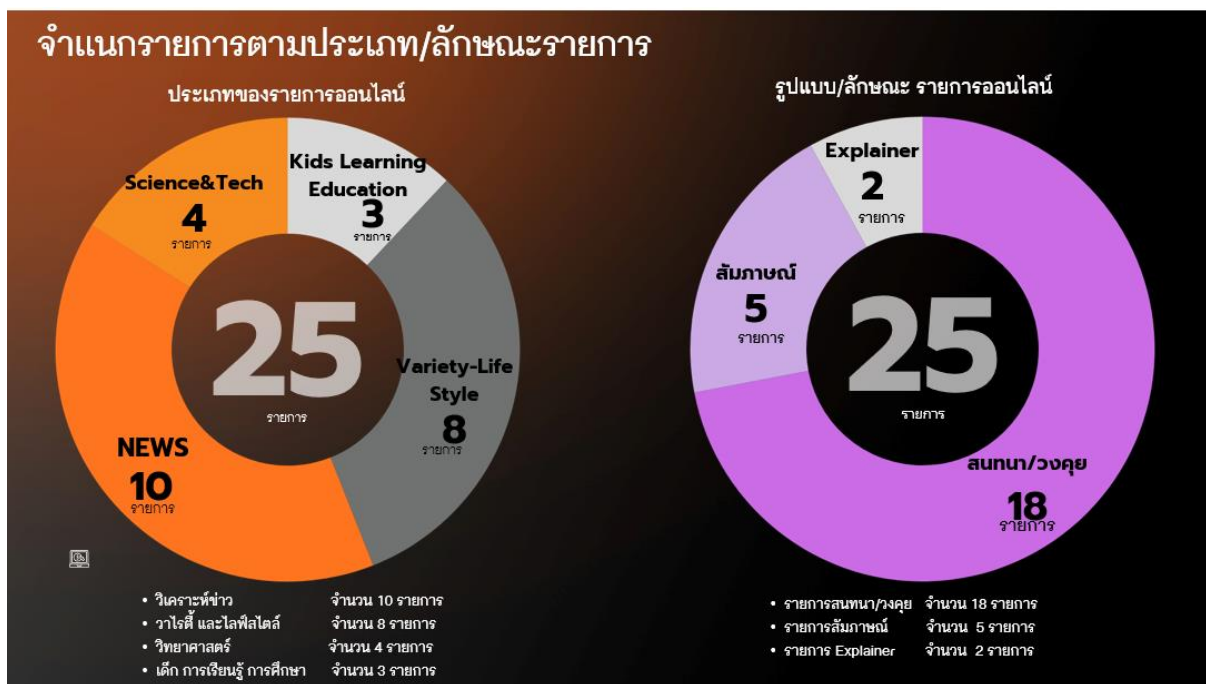
ยุทธศาสตร์รายการออนไลน์ ปี 2569

ในปี 2569 ส.ส.ท. ได้วางแนวทางยุทธศาสตร์รายการออนไลน์ไว้ภายใต้แนวคิด “สร้างความโดดเด่น สร้างการจดจำ และ สร้าง Community” เพื่อสะท้อนเป้าหมาย เนื้อหาที่เข้าถึงง่ายในทุกแพลตฟอร์ม โดยมีการนำระบบข้อมูลจากสถิติและการประเมินผลมาเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาผลิตรายการต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมคนรุ่นใหม่ กลยุทธ์ที่สำคัญอีกประการคือการบริหารเนื้อหาและเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ออนไลน์กับการออกอากาศทางโทรทัศน์ในทุกวัน ช่วงเวลา 22.30 -23.00 น. เพื่อขยายฐานผู้ชมคนรุ่นใหม่ในช่วงเวลาดังกล่าวให้กลับมาชมช่องทางโทรทัศน์อีกครั้ง โดยมีแนวคิดในการจัดวางเนื้อหา คือ

- 1) วันจันทร์: พื้นที่ของกลุ่มคนที่ชื่นชอบรายการวาไรตี้ รายการสนทนาเนื้อหาทันสมัยสังคม
- 2) วันอังคาร - วันศุกร์: พื้นที่ของกลุ่มคนที่ชื่นชอบรายการเนื้อหาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสังคม
- 3) วันเสาร์ - อาทิตย์: พื้นที่ของกลุ่มคนที่สนใจเนื้อหาความบันเทิง ศิลปวัฒนธรรม และภาพยนตร์

จำนวนและสัดส่วนรูปแบบเนื้อหารายการออนไลน์ ปี 2569

ปี 2569 ส.ส.ท. มีแผนการผลิตรายการออนไลน์ จำนวน 25 รายการ โดยมีการแบ่งประเภทรายการ และรูปแบบการผลิตรายการได้ดังนี้



แผนภาพที่ 15 จำนวนและสัดส่วนรูปแบบเนื้อหารายการออนไลน์

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)

	ผังต่อสัปดาห์ 20 ชม./วัน		รวม
	ปริมาณชั่วโมง		
ปริมาณชั่วโมง	100:00:00 ชม.	40:00:00 ชม.	140:00:00 ชม.
วันในสัปดาห์	จันทร์ - ศุกร์	เสาร์ - อาทิตย์	
First Run	14:30:00	18:55:00	33:25:00
LIVE	67:55:00	14:35:00	82:30:00
RERUN	17:35:00	6:30:00	24:05:00
ปริมาณชั่วโมงรายปี	5200:00:00	2100:00:00	7300:00:00
First Run	754:00:00	993:50:00	1747:50:00
LIVE	3531:40:00	764:10:00	4295:50:00
RERUN	914:20:00	342:00:00	1256:20:00

3.4 ช่องทางเผยแพร่

ปี 2569 ส.ส.ท. มีบริการช่องทางเผยแพร่ในช่องทางโทรทัศน์ภาคพื้นดิน (Terrestrial Television) ช่องทางโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม และช่องทางออนไลน์ผ่านแนวคิด เนื้อหาที่เข้าถึงง่ายในทุกแพลตฟอร์ม ประกอบด้วย

1. ผังรายการโทรทัศน์แบบ Linear ช่อง 3HD กลุ่มเป้าหมายผู้ชม Gen B/X เน้นรายการสด และรายการข่าว สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ชมที่รับชมโทรทัศน์ รวมถึงการรายงานสดและถ่ายทอดเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ซึ่งสื่อโทรทัศน์สามารถเข้าถึงผู้ชมได้ทุกช่วงวัย
2. ผังรายการแบบ Online (Thai PBS Website) กลุ่มเป้าหมายผู้ชม Gen B/X/Y ที่เริ่มคุ้นชินกับเทคโนโลยีดิจิทัล และเป็นพื้นที่ขยายเนื้อหาจากรายการทางโทรทัศน์ รวมถึงเป็นผังที่สร้างความจดจำของรายการ Online ที่ต้องการสร้างชุมชนออนไลน์ (Community)
3. ผังรายการ OTT กลุ่มเป้าหมายผู้ชม Gen X/Y/Z แบ่งกลุ่มรายการออกตาม Genre และลักษณะความสนใจของผู้ชม โดยกำหนดปริมาณและความถี่ในการนำเสนอที่เหมาะสมและสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ชมรุ่นใหม่

ส่วนที่ 4

แผนงบประมาณและโครงการ

ส่วนที่ 4

แผนงบประมาณ และโครงการ

4.1 โครงสร้างแผนและงบประมาณระดับองค์กร

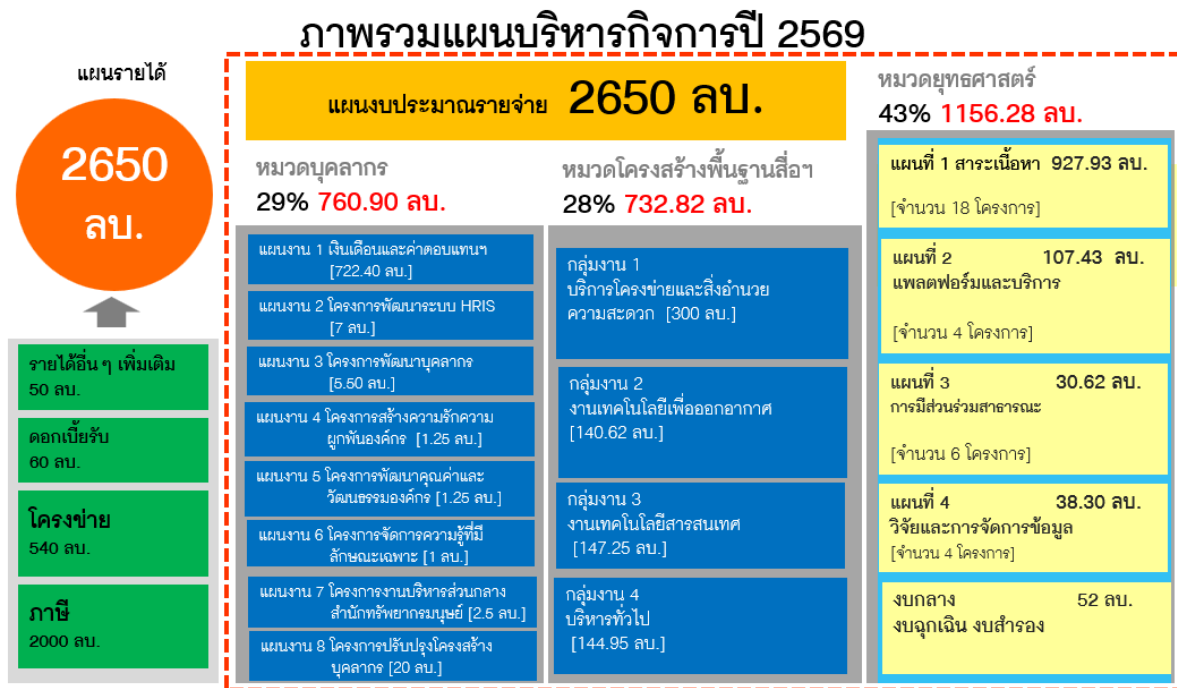
โครงสร้างแผนบริหารกิจการประจำปี 2569 ขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) ได้ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรภายในองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ภายใต้ทิศทางยุทธศาสตร์ “คุณภาพ คุ่มค่า ยั่งยืน” โดยได้นำนโยบายของคณะกรรมการนโยบายมากำหนดยุทธศาสตร์กลยุทธ์องค์กร เพื่อใช้ในการจัดทำแผนบริหารกิจการ แผนจัดทำรายการ และแผนแม่บทเครือข่ายประจำปี 2569

โครงสร้างแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. ประจำปี 2569



แผนภาพที่ 16 โครงสร้างแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. ประจำปี 2569

แผนบริหารกิจการปี 2569 ประกอบด้วย (1) แผนงบประมาณ (แผนงบประมาณรายได้ แผนงบประมาณรายจ่าย) และ (2) แผนจัดทำรายการ ทั้งนี้ แผนงบประมาณปี 2569 เป็นงบประมาณแบบสมดุลภายใต้กรอบงบประมาณ 2,650 ล้านบาท ประกอบด้วย งบประมาณรายได้ 2,650 ล้านบาท และ งบประมาณรายจ่าย 2,650 ล้านบาท (แผนรายจ่าย 3 หมวด คือ หมวดยุทธศาสตร์ 1,156.28 ล้านบาท หมวดโครงสร้างพื้นฐานสื่อฯ 732.82 ล้านบาท และหมวดบุคลากร 760.90 ล้านบาท) ดังแผนภาพที่ 17



แผนภาพที่ 17 ภาพรวมแผนบริหารกิจการปี 2569

4.2 แผนงบประมาณประจำปี 2569

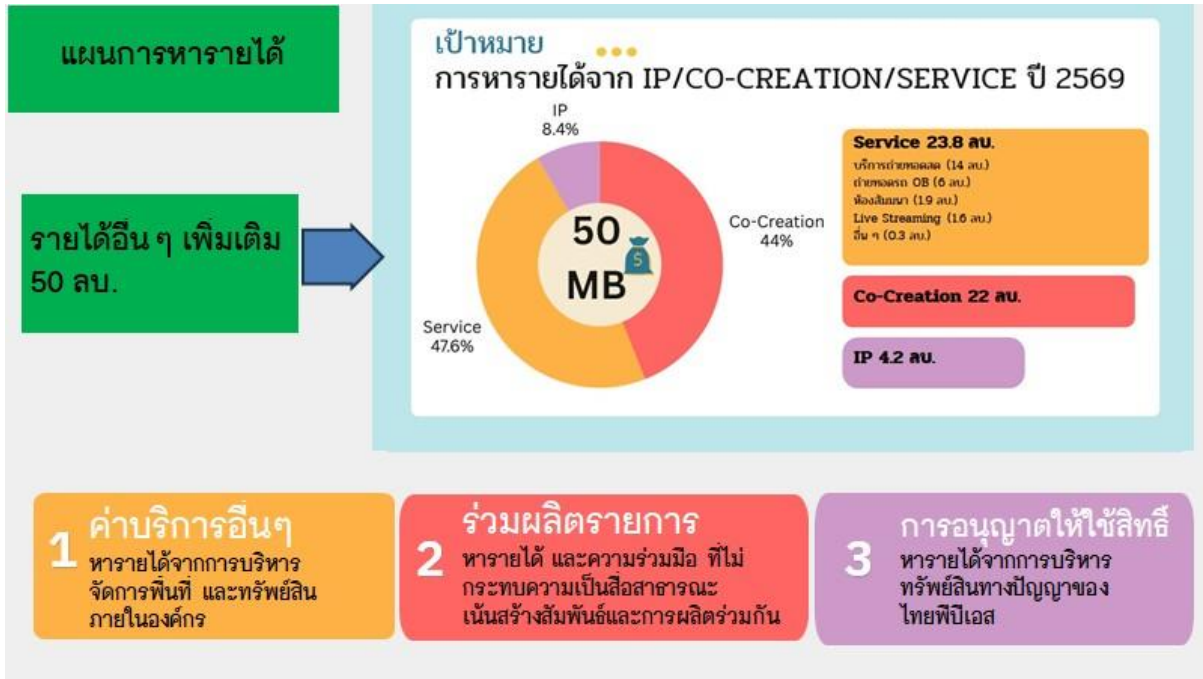
แผนงบประมาณประจำปี 2569 ประกอบด้วย แผนรายได้ และแผนงบประมาณรายจ่าย ตามระเบียบ ส.ส.ท. ว่าด้วยการเงิน การบัญชี และการงบประมาณ พ.ศ. 2567 หมวด 7 การงบประมาณ ส่วนที่ 1 แผนงบประมาณประจำปี ข้อ 34 กำหนดให้การจัดทำแผนงบประมาณประจำปี ให้เป็นไปตามเกณฑ์ และวิธีการที่คณะกรรมการบริหารกำหนด ซึ่งอย่างน้อยต้องประกอบด้วย คำอธิบายเกี่ยวกับประมาณการรายได้ และคำชี้แจงเกี่ยวกับประมาณการรายจ่ายที่ขอตั้ง ดังนี้

4.2.1 แผนรายได้

แผนรายได้ของ ส.ส.ท. ดำเนินการจัดทำให้สอดคล้องตามที่มาของรายได้ ตามมาตรา 11 ของพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 ดังนี้

- 1) เงินบำรุงองค์การ จำนวน 2,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 75.47
- 2) ค่าบริการโครงข่ายฯและค่าบริการสิ่งอำนวยความสะดวกฯ จำนวน 540 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 20.38
- 3) ดอกผลที่เกิดจากเงินหรือทรัพย์สินขององค์การ จำนวน 60 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 2.26

4) แผนหารายได้อื่น ๆ จำนวน 50 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.89 โดยเป็นรายได้เพิ่มเติมจาก ค่าธรรมเนียม ค่าบริการ 23.80 ล้านบาท เงินที่ได้รับจากผู้สนับสนุนองค์กร (Co-Creation) 22 ล้านบาท และการหาประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา (IP) 4.2 ล้านบาท



แผนภาพที่ 18 แผนหารายได้อื่น ๆ เพิ่มเติม

4.2.2 แผนงบประมาณรายจ่าย แผนงาน/โครงการ

แผนงบประมาณรายจ่ายประจำปี 2569 จัดทำขึ้นตามระเบียบ ส.ส.ท. ว่าด้วยการเงิน การบัญชี และการงบประมาณ พ.ศ. 2567 หมวด 7 ข้อ 34 ซึ่งกำหนดให้ผู้อำนวยการกำหนดประมาณการรายจ่ายไม่เกินกว่าประมาณการรายได้ทุกประเภทในปีงบประมาณนั้น ดังนั้น จึงได้กำหนดงบประมาณรายจ่ายปี 2569 จำนวน 2,650 ล้านบาท โดยโครงสร้างแผนงบประมาณรายจ่ายปี 2569 ประกอบด้วย 3 หมวด ดังนี้

1. หมวดยุทธศาสตร์

ประกอบด้วย 4 แผนงาน 33 โครงการ งบประมาณ 1,156.28 ล้านบาท (ร้อยละ 43) ดังนี้

1.1 แผนที่ 1 สารเนื้อหา (Content) ประกอบด้วย 18 โครงการ งบประมาณ 927.93 ล้านบาท (ร้อยละ 80.25) เพื่อผลิตและจัดหารายการด้านเนื้อหาและจัดกิจกรรม 4 ด้าน คือ (1) ผลิตข่าว 188.62 ล้านบาท (2) ผลิตเนื้อหาเพื่อเด็ก 97.14 ล้านบาท (3) ผลิตสารคดีและสารประโยชน์ 306.14 ล้านบาท (4) ผลิตเนื้อหาสาระบันเทิง 269.96 ล้านบาท (5) ผลิตเนื้อหาและกิจกรรมที่เกี่ยวกับภาคพลเมือง 53.91 ล้านบาท (6) จัดทำกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนเนื้อหา 12.16 ล้านบาท

1.2 แผนที่ 2 แพลตฟอร์มและบริการ (Platforms & Services) ประกอบด้วย 4 โครงการ เพื่อดำเนินการพัฒนาแพลตฟอร์มและบริการของ ส.ส.ท. 107.43 ล้านบาท (ร้อยละ 9.29)

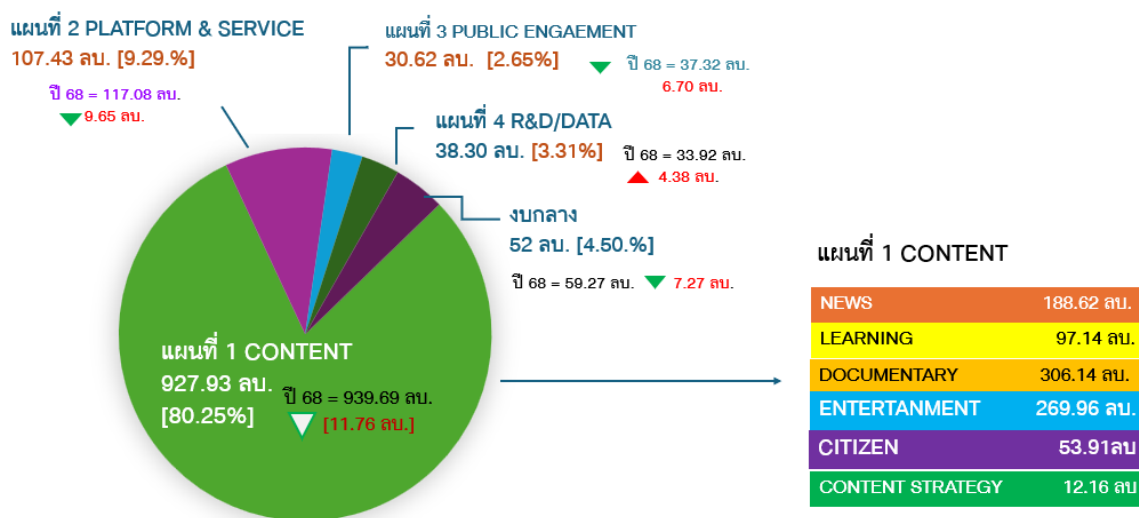
1.3 แผนที่ 3 การมีส่วนร่วมสาธารณะ (Public Engagement) ประกอบด้วย 6 โครงการ เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนกับการดำเนินงานของ ส.ส.ท. 30.62 ล้านบาท (ร้อยละ 2.65)

1.4 แผนที่ 4 วิจัยและการจัดการข้อมูล (R&D and Data) ประกอบด้วย 4 โครงการ เพื่อดำเนินการวิจัยและการจัดการข้อมูลเพื่อนำมาพัฒนาการดำเนินงานของ ส.ส.ท. พัฒนาภูมิทัศน์สื่อในอนาคต และดำเนินการเรื่องระบบการบริหารทรัพยากรขององค์กร 38.30 ล้านบาท (ร้อยละ 3.31)

1.5 งบกลาง งบสำรอง งบฉุกเฉิน จำนวน 52 ล้านบาท (ร้อยละ 4.50) ประกอบด้วย งบกลาง 12 ล้านบาท เพื่อดำเนินการเกี่ยวกับวาระกลาง และวาระอื่น ๆ ตามนโยบาย ส.ส.ท. งบฉุกเฉิน 5 ล้านบาท เพื่อใช้กรณีฉุกเฉิน และงบสำรอง 35 ล้านบาท เพื่อใช้ในการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ที่มีความจำเป็นและต้องได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการนโยบาย

หมวดยุทธศาสตร์

1,156.28 ลบ.



แผนภาพที่ 19 งบประมาณหมวดยุทธศาสตร์

โครงการ หน่วยงานรับผิดชอบ และงบประมาณ

งบประมาณหมวด: ยุทธศาสตร์ 33 โครงการ งบประมาณรวม 1,156,278,000 บาท

แผนที่ 1: สารเนื้อหา 18 โครงการ งบประมาณรวม 927,930,019 บาท

โครงการ (PJ): 1-18

ยุทธศาสตร์: คุณภาพ

ตารางที่ 6 แสดงภาพรวมและรายละเอียดแบบย่อของโครงการในแผนที่ 1 สารเนื้อหา

Project no.	ชื่อโครงการ	งบประมาณ ปี 2569 (บาท)	งบประมาณผูกพัน	เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ 12 ข้อ/นโยบายสนับสนุน	หน่วยงาน
PJ01	โครงการผลิตข่าวและรายการข่าว	145,156,000	29,562,443	KP 01/03/06/08/09 และนโยบายสนับสนุน ข้อที่ 2	สำนักข่าว
PJ02	โครงการ Thai PBS World	43,466,000	20,542,000	KP 01/06/08/09 และนโยบายสนับสนุน ข้อที่ 2	ศูนย์ Thai PBS World
PJ03	โครงการผลิตสื่อ พัฒนานิเวศ เครือข่าย และ นวัตกรรมการเรียนรู้ สำหรับเด็ก เยาวชน	86,000,000		KP 01/06/08/09 และนโยบายสนับสนุน ข้อที่ 2	ศูนย์สื่อสาธารณะ เพื่อเด็กและการเรียนรู้
PJ04	โครงการดิจิทัลส่งเสริมการเรียนรู้	11,138,000		KP 01/02/09 และนโยบายสนับสนุน ข้อที่ 2	สำนักสื่อดิจิทัล
PJ05	โครงการผลิตเนื้อหาสารคดีและสารประโยชน์ เพื่อพัฒนาคุณภาพและส่งเสริมพลังพลเมือง	281,735,221	2,000,000	KP 01/06/08/09 และนโยบายสนับสนุน ข้อที่ 2,3	สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา
PJ06	โครงการผลิตสารคดี “จารึกในรอยรส”	4,000,000		KP 01/03/09 และนโยบายสนับสนุน ข้อที่ 2	ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม
PJ07	โครงการผลิตและจัดหาอาหารรายการ VIPA	8,200,000		KP 01/02/03/09 และนโยบายสนับสนุน ข้อที่ 2,3	สำนักสื่อดิจิทัล
PJ08	โครงการผลิตสารคดีเข้มข้น	12,200,000		KP 01/02/07 และนโยบายสนับสนุน ข้อที่ 2	ศูนย์สื่อสาธารณะฯ
PJ09	โครงการผลิตเนื้อหาสาระบันเทิงที่โดดเด่นสร้างคุณค่าแก่ระบบนิเวศสื่อ	225,854,798	54,000,000	KP01/02/03/09และนโยบายสนับสนุน ข้อที่ 2	สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา

Project no.	ชื่อโครงการ	งบประมาณปี 2569 (บาท)	งบประมาณผูกพัน	เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ 12 ข้อ/นโยบายสนับสนุน	หน่วยงาน
PJ10	โครงการผลิตข้าว-รายการไทยบันเทิง	4,550,000		KP01/02/03/09และนโยบายสนับสนุน ข้อที่ 2	ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม
PJ11	โครงการผลิตรายการและกิจกรรมสารพัน ล้นทุ่ง (บางเขน)	17,560,000		KP01/02/03/09และนโยบายสนับสนุน ข้อที่ 2	ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม
PJ12	โครงการผลิตรายการ “ยกพลคนน้ำพริก” ซีซั่น 2	8,000,000		KP01/02/03/09และนโยบายสนับสนุน ข้อที่ 2	ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม
PJ13	โครงการสุดสัปดาห์กีฬาสร้างสรรค์	14,000,000		KP01/02/03/09และนโยบายสนับสนุน ข้อที่ 2	สำนักโทรทัศน์และวิทยุ
PJ14	โครงการผลิตเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย สาธารณะและวาระทางสังคมแบบทรานส์มีเดีย (The Active)	7,070,000		KP01/03/07/08 และนโยบายสนับสนุน ข้อที่ 2	ศูนย์สื่อสารวาระ ทางสังคมและนโยบาย สาธารณะ
PJ15	โครงการสื่อสารและติดตามตรวจสอบนโยบาย สาธารณะ (Policy Watch)	11,840,000		KP01/03/07/08 และนโยบายสนับสนุน ข้อที่ 2	ศูนย์สื่อสารวาระ ทางสังคมและนโยบาย สาธารณะ
PJ16	โครงการพัฒนาระบบนิเวศเพื่อสนับสนุนงานสื่อ สาธารณะท้องถิ่น	23,684,000		KP01/02/06/08/09 และนโยบายสนับสนุน ข้อที่ 2	สำนักเครือข่ายและ การมีส่วนร่วมสาธารณะ
PJ17	โครงการพัฒนาระบบการสื่อสารสาธารณะและ บริการด้วยปัญญารวมหมู่	11,316,000		KP01/02/06/08/09 และนโยบายสนับสนุน ข้อที่ 2	สำนักเครือข่ายและ การมีส่วนร่วมสาธารณะ
PJ18	โครงการงานสื่อสารการตลาดเพื่อขับเคลื่อน ยุทธศาสตร์องค์การ	12,160,000		KP11 และนโยบายสนับสนุน ข้อที่ 7	ศูนย์สื่อสารและส่งเสริม การตลาดเพื่อสาธารณะ

ตารางที่ 7 แสดงรายละเอียดโครงการผลิตข่าวและรายการข่าว

แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: NEWS	PJ01 โครงการผลิตข่าวและรายการข่าว	หน่วยงาน: สำนักข่าว ผู้รับผิดชอบหลัก: สำนักข่าว	ผู้รับผิดชอบร่วม: สำนักโทรทัศน์ฯ	ระยะเวลา 1 ม.ค. - 31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 145,156,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	1. ผลิตเนื้อหาสาระที่เกี่ยวกับข่าวกระแสรายวัน วิเคราะห์ เชิงลึก สืบสวน ผลิตข่าวจากข้อมูล โดยยึดหลักการของสื่อสาธารณะ ที่เที่ยงตรง รอบด้าน สมดุล 2. วางแผนการผลิตคู่ขนาน ออกอากาศทั้งออนแอร์และออนไลน์ แนวทางของข่าว เป็นข่าวเพื่อให้ทางออก (Solutions Journalism) 3. เน้นเนื้อหาที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์องค์กร เช่น คอร์รัปชัน ภัยพิบัติ ซอฟต์แวร์ ซึ่งพิสูจน์ถึงคุณค่าที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของสื่อสาธารณะ 4. สนับสนุนพื้นที่เสนอข่าวของภาคพลเมืองและการใช้ข้อมูลทุกมิติในการสร้างความน่าเชื่อถือและรอบด้าน				
วัตถุประสงค์	1. ผลิตข่าวตามผังรายการ เพื่อออกอากาศทางช่อง 3 HD 2. ผลิตข่าวออนไลน์				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	1. ข่าวไทยพีบีเอสได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เป็นไปตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนด 2. ข่าวไทยพีบีเอสสร้างการจดจำได้				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	1. ผลิตข่าวและรายการข่าวประจำวัน จำนวน 365 วัน 2. ผลิตรายการออนไลน์ จำนวน 4 รายการ (รายการไม่ตกข่าว / ประจักษ์จับประเด็น / เสรีพิติดข่าว/ Turning Point จุดเปลี่ยน) 3. ผลิตข่าวออนไลน์ 6 แพลตฟอร์มของสำนักข่าว ได้แก่ Website Facebook YouTube X TikTok และ Instagram เผยแพร่จำนวน 365 วัน 4. ความนิยมของผู้ชมทั้งเครื่องมือวัดทางออนแอร์ และออนไลน์ (ตามเครื่องมือการประเมินขององค์กร)				
ความเสี่ยง	ด้านยุทธศาสตร์: เป้าหมายการแข่งขันด้านความนิยมของผู้ชมอาจไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ด้านเทคโนโลยี: 1) เกิดเหตุการณ์ที่ต้องทำให้ปรับผังรายการ เช่น เหตุการณ์ทางการเมือง ภัยธรรมชาติ โรคระบาด 2) การสนับสนุน 3) ด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่อาจจะเสื่อมสภาพตามอายุการใช้งาน ด้านงบประมาณ: เกิดเหตุการณ์ที่จำเป็นจะต้องใช้งบประมาณเพื่อผลิตรายงานข่าวหรือรายการพิเศษ เกินกว่าแผนที่วางไว้ อาจทำให้งบประมาณไม่เพียงพอ เช่น เหตุการณ์ภัยธรรมชาติ เป็นต้น				

ตารางที่ 8 แสดงรายละเอียดโครงการ Thai PBS World

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: NEWS</p>	<p>PJ02 โครงการ Thai PBS World</p>	<p>หน่วยงาน : ศูนย์ Thai PBS World ผู้รับผิดชอบหลัก : ศูนย์ Thai PBS World</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: สำนักโทรทัศน์ฯ</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค. - 31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 43,466,000 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>สนับสนุนยุทธศาสตร์เนื้อหาขององค์การฯ ในเรื่องการเผยแพร่หลากหลายแพลตฟอร์มและข้ามแพลตฟอร์ม โดยผลิตเนื้อหาที่สร้างผลกระทบ ปลุกพลังพลเมืองเพื่อการเปลี่ยนแปลง ทันต่อสถานการณ์ ลุ่มลึก และเกาะติดต่อเนื่อง ทั้งนี้ยึดจรรยาบรรณวิชาชีพและสร้างอัตลักษณ์ให้จดจำได้ โดยเน้นการผลิตข่าวที่มีข้อมูลรอบด้านทั้งมิติการเมือง เศรษฐกิจสังคมและเทคโนโลยี รวมถึงเหตุการณ์ในต่างประเทศที่มีความสำคัญสำหรับโลกโลกาภิวัตน์ไร้พรมแดน เนื่องจากมิติเหล่านี้มีผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของพลเมืองโลก (Global Citizens) อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. รายงานข่าวจากต่างประเทศ (ภาษาไทย) ทุกมิติ รวมถึงการวิเคราะห์เจาะลึกผ่านทั้งช่องทางโทรทัศน์และแพลตฟอร์มออนไลน์ 2. รายงานข่าวความเคลื่อนไหวของประเทศไทยทุกมิติ (ภาษาอังกฤษ) ผ่านทั้งช่องทางโทรทัศน์และแพลตฟอร์มออนไลน์ 3. สร้างเครือข่ายความร่วมมือสากลในระดับภูมิภาคตามแผนแม่บทเครือข่าย ฉบับที่ 5 				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<p>ผู้ชมได้รับข้อมูลข่าวสารจากต่างประเทศและข้อมูลข่าวสารภายในประเทศในรูปแบบภาษาอังกฤษ ที่มีความรอบด้าน เป็นกลาง สร้างผลกระทบ ปลุกพลังการเปลี่ยนแปลงและทันเหตุการณ์ ผ่านทุกช่องทางของศูนย์ Thai PBS World หลากหลายและข้ามแพลตฟอร์ม</p>				
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. PSI Ranking <ul style="list-style-type: none"> - รายการทันโลกกับไทยพีบีเอส 2.00% - รายการสีสันทันโลก 2.00% - รายการ This Week with Thai PBS World 1.50% 2. จำนวนยอดเข้าชม <ul style="list-style-type: none"> - เว็บไซต์ Thai PBS World Pageview > 2 แสนครั้งต่อเดือน - รายการทันโลกออนไลน์ ยอดวิวเฉลี่ยรวมทุกแพลตฟอร์ม > 1,000,000 ต่อเดือน - รายการ Media Pulse ยอดวิวเฉลี่ย > 10,000 ต่อเดือน - รายการ Tonight with Thai PBS World ยอดวิวเฉลี่ย > 8,000 ครั้งต่อเดือน 3. จำนวนความร่วมมือกับเครือข่ายอย่างน้อย > 3 องค์กร 				
<p>ความเสี่ยง</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความสามารถในการเข้าถึงผู้ชมที่อาจถูกจำกัดด้วยระเบียบขององค์การฯ (ไม่สามารถแข่งขันได้เหมือนองค์กรเอกชน) 2. ความกดดันจากประเทศมหาอำนาจที่ต้องการได้เปรียบในด้านข่าวสารหรือการสร้างภาพพจน์ 				

ตารางที่ 9 แสดงรายละเอียดโครงการผลิตสื่อ พัฒนานิเวศ เครือข่าย นวัตกรรมการเรียนรู้สำหรับเด็ก เยาวชน

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: LEARNING</p>	<p>PJ03 โครงการผลิตสื่อ พัฒนานิเวศ เครือข่าย นวัตกรรมการเรียนรู้สำหรับเด็ก เยาวชน</p>	<p>หน่วยงาน : ศูนย์เด็กและการเรียนรู้ ผู้รับผิดชอบหลัก : ศูนย์เด็กและการเรียนรู้</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: สำนักสร้างสรรค์, สำนักสื่อดิจิทัล</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 86,000,000 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>ตามวัตถุประสงค์ตาม ม.7 และอำนาจหน้าที่ตาม ม.43 แห่ง พ.ร.บ. ส.ส.ท. ปี 2551 กำหนดให้ดำเนินกิจการที่มีเนื้อหาคุณค่าส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต ตลอดจนความรู้วิทยาการสาขาต่าง ๆ สำหรับเด็ก เยาวชน ดำเนินการด้วยแนวคิดในการเป็นระบบนิเวศการเรียนรู้ เพื่อวางรากฐาน ส่งเสริมพัฒนาการสำคัญในการเติบโตเป็นกำลังสำคัญของสังคมและประเทศชาติ และนโยบายคณะกรรมการนโยบาย ในการพัฒนารูปแบบรายการที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ และพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อที่แตกต่างหลากหลาย โดยเฉพาะด้านการเรียนรู้และ Media literacy</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผลิตสื่อ เนื้อหา รายการ สารประโยชน์ สารบันเทิง และกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้สำหรับเด็ก เยาวชน ในด้านทักษะชีวิต วิชาการที่สนับสนุนทักษะแห่งอนาคต 2. ดำเนินกลยุทธ์ความร่วมมือกับองค์กรภาคีเครือข่ายด้านเนื้อหาและขับเคลื่อนประเด็นด้านการเรียนรู้ 3. พัฒนาด้านเนื้อหาและนวัตกรรมการเรียนรู้จากทรัพย์สินทางปัญญาให้เกิดมูลค่าทางสังคม อาทิ หน่วยการเรียนรู้ , E-Learning , การจัดทำสื่อ 4. ส่งเสริมความรู้จากรายการที่เผยแพร่ 5. สร้างรายได้จากทรัพย์สินทางปัญญา 				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ส.ส.ท. ได้รับการยอมรับว่าเป็นสื่อสาธารณะที่มุ่งสร้างระบบนิเวศการเรียนรู้ ที่เด็กและเยาวชนได้รับการส่งเสริมพัฒนาการที่สำคัญ ด้านทักษะในการใช้ชีวิต ทักษะทางสังคม อารมณ์ และสมรรถนะสำหรับอนาคต ผู้ปกครองและครูมีเครื่องมือและแนวทางสนับสนุนเพื่อเรียนรู้และพัฒนาเด็ก ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ 2. รายการประเภท เด็ก และครอบครัว ของ ไทยพีบีเอส ได้รับการจดจำจากสังคม 				
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการรับชมรายการที่ผลิต >0.24% เนื้อหาได้รับการยอมรับว่าน่าเชื่อถือและไว้วางใจ 2. ผลกระทบเชิงสร้างสรรค์จากการนำเนื้อหาไปใช้ส่งเสริมการเรียนรู้ 3. การลดค่าใช้จ่ายร้อยละ 10 ของงบประมาณที่ได้รับ 4. หายรายได้เพิ่มร้อยละ 5 ของงบประมาณที่ได้รับ 				
<p>ความเสี่ยง</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เนื้อหาเข้าไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย 2. การหารายได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมายจากปัจจัยภายนอก 3. ค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งการรับชมรายการที่ผลิตไม่เป็นไปตามเป้าหมายเนื่องจากมีการปรับเปลี่ยนช่วงเวลา และช่องทางออกอากาศ 				

ตารางที่ 10 แสดงรายละเอียดโครงการดิจิทัลส่งเสริมการเรียนรู้

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: LEARNING</p>	<p>PJ04 โครงการดิจิทัลส่งเสริมการเรียนรู้</p>	<p>หน่วยงาน: สำนักสื่อดิจิทัล ผู้รับผิดชอบหลัก: สำนักสื่อดิจิทัล</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: ทีม Realtime Content</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 11,138,000 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>ไทยพีบีเอสยังขาดเนื้อหาที่ตอบโจทย์ความสนใจในกลุ่มคนออนไลน์ อาทิ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ดาราศาสตร์ อวกาศ ฯลฯ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญและมีชุมชนที่สามารถช่วยผลักดันแบรนด์ให้ทันสมัย อีกทั้งยังสามารถเชื่อมโยงการนำไปออกอากาศได้ทุกรูปแบบทั้งหน้าจอ ออนไลน์ และ พอดคาสต์ นอกจากนี้งานผลิตเนื้อหาที่ใช้ข้อมูลสถิติ การวิเคราะห์ Big Data ถือเป็นจุดเด่นของการนำเสนอบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ในแบรนด์ The Visual ทำให้ไทยพีบีเอสสามารถสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพสูง ตรงตามมาตรฐานสากลและตอบสนองความต้องการของผู้ชม / สร้างและเผยแพร่เนื้อหาเชิงสถิติให้ผู้ชมเข้าใจง่ายและมีส่วนร่วมมากขึ้น รวมถึงการผลิตเนื้อหาพอดคาสต์ในหมวดต่าง ๆ การจัดกิจกรรมส่งเสริมเครือข่าย หนึ่งในภารกิจของสื่อสาธารณะคือการผลิตผลงานที่ทำให้คนเข้าถึงได้อย่างกว้างขวาง</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. สร้างสรรค์เนื้อหา บทวิเคราะห์เชิงลึก รายการออนไลน์ ด้านอวกาศและจักรวาล เทคโนโลยี เป็นการยกระดับองค์ความรู้ และวางรากฐานการสื่อสารวิทยาศาสตร์ระยะยาว รวมทั้งผลิตในรูปแบบอินโฟกราฟิกและคลิปสั้น เพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมการใช้งานสื่อออนไลน์ของคนรุ่นใหม่ 2. พัฒนาเนื้อหาในรูปแบบแปลกใหม่ เหมาะกับ Digital Platform และผสมผสานการใช้ Data, Interactive 3. สร้างแบรนด์ออนไลน์เพื่อคนรุ่นใหม่ในรูปแบบสื่อเสียง 4. เนื้อหาทางออนไลน์บางส่วนสามารถนำมาใช้ในพื้นที่ออนแอร์ได้ เพื่อเป็นการบริหารเนื้อหาและงบประมาณ 				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ได้เนื้อหารายการด้านจักรวาลและอวกาศที่เข้าใจง่าย เข้าถึงง่ายทุกแพลตฟอร์ม และทุกกลุ่มประชาชน 2. มีการลงทุนด้านเนื้อหาอย่างคุ้มค่า ผลิตครั้งเดียวสามารถนำไปเผยแพร่ได้ทั้ง ออนไลน์และทางโทรทัศน์ 3. พิสูจน์ถึงคุณค่าที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของสื่อสาธารณะ มีความน่าเชื่อถือ สร้างการเรียนรู้สำหรับทุกช่วงวัย มีความคิดสร้างสรรค์ และรับผิดชอบต่อสังคม 				
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<p>ตัวชี้วัดผลผลิต (Output)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จำนวนชิ้นงานเนื้อหาออนไลน์ Sci & Tech (บทความเชิงลึก วิเคราะห์, ข่าว, อินโฟกราฟิก, วิดีโอ) ไม่น้อยกว่า 20 ชิ้น/เดือน, Sci & Tech Interviews อย่างน้อย 2 Ep./ เดือน, Back to Basics อย่างน้อย 4 Ep. / เดือน 2. The Visual ไม่น้อยกว่า 8 ชิ้นงาน/ปี (size S, M, L) 3. รายการพอดคาสต์ที่ออกอากาศประจำ อย่างน้อย 15 รายการ และรายการพอดคาสต์พรีเมียม อย่างน้อย 2 รายการ 				

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: LEARNING</p>	<p>PJ04 โครงการดิจิทัลส่งเสริมการเรียนรู้</p>	<p>หน่วยงาน: สำนักสื่อดิจิทัล ผู้รับผิดชอบหลัก: สำนักสื่อดิจิทัล</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: ทีม Realtime Content</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 11,138,000 บาท</p>
	<p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome)</p> <ol style="list-style-type: none"> รายการออนไลน์ในโครงการ ติดอันดับ 1 ใน 3 จากจำนวนรายการออนไลน์ทั้งหมดของไทยพีบีเอส Page Views เว็บไซต์ The Visual เฉลี่ย 30,000 ต่อเดือน MAU เว็บไซต์ Thai PBS Podcast เฉลี่ย 45,000/เดือน จำนวนคนฟังรายการทุกแพลตฟอร์ม (Web, App, YouTube, Spotify) เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 10 				
<p>ความเสี่ยง</p>	<ol style="list-style-type: none"> สร้างความจดจำได้ยาก และมีคู่แข่งในตลาดพอดคาสต์ที่แข็งแกร่ง การเชื่อมโยงกับช่องทางอื่น ๆ เช่น ทีวี ยังทำได้น้อย การมีสถานการณ์ กระแสความสนใจใหม่ ๆ ของสังคมที่เกิดขึ้น ทำให้ปรับนโยบายการผลิตเนื้อหาออนไลน์ใหม่ 				

ตารางที่ 11 แสดงรายละเอียดโครงการผลิตเนื้อหาสารคดี และสารประโยชน์ เพื่อพัฒนาคุณภาพและส่งเสริมพลังพลเมือง

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT)GENRE: DOCUMENTARY / FACTUAL</p>	<p>PJ05 โครงการผลิตเนื้อหาสารคดี และสารประโยชน์ เพื่อพัฒนาคุณภาพและส่งเสริมพลังพลเมือง</p>	<p>หน่วยงาน : สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา ผู้รับผิดชอบหลัก : สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: -</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 281,735,221 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>รายการสารประโยชน์ และสารคดี ยังไม่เป็นที่ติดตามจากผู้ชมจำนวนมาก และต่อสู้แข่งขันกับสื่ออื่นได้ยาก จึงต้องพัฒนาเนื้อหาให้ได้คุณภาพ ด้วยความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับวาระหลัก (Core Agenda) ขององค์กร มีความหลากหลายของรูปแบบ และเนื้อหาตามหลัก Omni Channel ที่เข้าถึงได้ง่ายในหลากหลายแพลตฟอร์ม สอดคล้องกับกลุ่มผู้ชมกลุ่มเป้าหมายตามช่วงเวลา เพื่อขยายฐานผู้ชมให้เพิ่มสูงขึ้นจากปี 2568</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มเรตติ้งจากเนื้อหาตามช่วงเวลารับชม ชัยบออยู่ในอันดับ 10-11 ภายในเวลา 12-18 เดือน 2. ผลิตเนื้อหาช่วงเวลา 21.30-22.30 น. เข้มข้น สอดคล้องกับวาระหลัก (Core Agenda) ขององค์กร 3. ผลิตรายการ และสารคดีที่มีเนื้อหาโดดเด่น มีศักยภาพในการเผยแพร่ลิขสิทธิ์สู่ระดับสากล สร้างรายได้กลับคืนสู่องค์กร 4. คัดสรรรายการต่างประเทศคุณภาพสูงแบบ Edutainment เพื่อสร้างการดึงดูดใจ ทำให้ผู้ชมอยากติดตาม เปิดโลกทัศน์ใหม่ ขยายฐานผู้ชม และส่งเสริมให้องค์กรได้รับการยอมรับในบทบาทความเป็นสาธารณะมากขึ้น 5. ผลิตรายการเพื่อให้เป็นรายการที่โดดเด่น (Hero Product) ที่สามารถนำไปแข่งขันบนเวทีประกวดระดับชาติ และนานาชาติได้ 				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ชมเพิ่มขึ้นจากหลากหลายแพลตฟอร์ม ทั้งออนแอร์ และออนไลน์ รวมถึงการมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (Engagement) ต่อประเด็นที่มีส่วนเกี่ยวข้องทางสังคมจากการรับชม 2. ได้รับการยอมรับในฐานะ Hero Product ตอบโจทย์ทั้งด้านคุณค่า คุณภาพ และความยั่งยืน 3. สารคดีต่างประเทศอย่าง ท่องโลกกว้าง ได้รับการยอมรับเป็น 1 ใน Hero Product ของสถานี 4. สามารถสร้างรายได้จากการเผยแพร่ลิขสิทธิ์เนื้อหาในกลุ่มสารคดีสู่ตลาดสากล 				
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผลิต และออกอากาศสารคดีได้รับการยอมรับในฐานะ Hero Product ตอบโจทย์ Core Agenda ทั้งด้านคุณค่า คุณภาพ และความยั่งยืน และได้รับการยอมรับจากรางวัลในเวทีนานาชาติ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ของสารคดีที่ส่งเข้าประกวด อาทิ งานนี้มีเรื่องโลก, โลกบรัมปรา (รายการที่ผลิตจาก Ai โดยผู้พิการ), สารคดี Face of Thai spirit, สารคดีพลังจากเด็กพิการข้ามฝัน เป็นต้น 2. จำนวนผู้ชมเพิ่มขึ้น ผ่านการวัดผลใน One Stat มีเรตติ้งตามเวลาที่ออกอากาศ เพิ่มถึงอันดับ 10-11 ภายในเวลา 12-18 เดือน 3. สร้างรายได้จากการเผยแพร่ลิขสิทธิ์รายการ หรือสารคดีสู่ตลาดสตรีมมิ่ง และการส่งประกวดนานาชาติได้ 2-3 เนื้อหา 				
<p>ความเสี่ยง</p>	<p>งบประมาณอาจไม่เพียงพอ และระยะเวลาการผลิตที่เร่งรัด จากการบริหารสัญญาของโครงการ</p>				

ตารางที่ 12 แสดงรายละเอียดโครงการผลิตสารคดี “จาริกในรอยรส”

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: DOCUMENTARY / FACTUAL</p>	<p>PJ06 โครงการผลิตสารคดี “จาริกในรอยรส”</p>	<p>หน่วยงาน : ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม ผู้รับผิดชอบหลัก : ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: สำนักข่าว</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 4,000,000 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>นำเสนอมิติใหม่ของสารคดีอาหาร โดยสำรวจแนวคิด “อาหารเชิงจิตวิญญาณ” (Spiritual Food) เพื่อค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างอาหารกับความเชื่อและศรัทธา จุดเด่นคือการผสมผสานมุมมองทางจิตวิญญาณเข้ากับหลักการทางวิทยาศาสตร์ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้งและแตกต่าง โดยมีเป้าหมายเพื่อต่อยอดจากภาพลักษณ์ไทยพีบีเอสในฐานะผู้ผลิตสื่อคุณภาพที่สร้างคุณค่าทางปัญญาแก่สังคม และเห็นคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมที่ซ่อนอยู่ในอาหาร นำเสนอเนื้อหาเชิงสาระที่แตกต่างและโดดเด่นในตลาดสื่อปัจจุบัน</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ถ่ายทอดเรื่องราวของอาหารและวัฒนธรรมการกิน ผ่านการสืบค้น และสำรวจ “ร่องรอยรส” เชื่อมโยงผู้คน กับอาหารในแง่มุมสะท้อนผ่านอาหารในพิธีกรรมเผยแพร่ประเพณี วิถีชีวิตผู้คน ด้วยการการบอกเล่าเรื่องราวผ่านอาหาร 2. ผลิตสารคดีที่แสดงให้เห็นถึงพลานุภาพของอาหารที่มีความหมายมากกว่าการกิน หากแต่เป็นภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม เพื่อตอบสนองนโยบายของ วาระหลัก (Core agenda) ขององค์กร เรื่อง Soft Power 3. สร้างความตระหนักถึงคุณค่าของความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบที่ทำให้ อาหารไทยมีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ และเป็นความมั่นคงทางอาหาร และเสริมสร้างความเข้มแข็งและการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาด้านการผลิตและปรุงอาหาร 4. ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในมิติด้านอาหารและวัฒนธรรม ผ่านการแลกเปลี่ยนข้อมูล 5. ผลิตสารคดีที่มีคุณภาพสูง สามารถพัฒนาต่อเพื่อการหารายได้ และการส่งเข้าประกวดในเวทีระดับชาติ และนานาชาติ 				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เกิดการรับรู้และเข้าใจคุณค่าอาหารในมิติทางวัฒนธรรม ในบทบาทของพิธีกรรม ความเชื่อ และวิถีชีวิต ซึ่งสะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นและรากเหง้าทางวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ 2. ส่งเสริม Soft Power ผ่านอาหารท้องถิ่นที่มีเรื่องราว จะกลายเป็นเครื่องมือทางวัฒนธรรมที่ทรงพลัง 3. สร้างความน่าสนใจในระดับนานาชาติและมีศักยภาพต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหาร 4. สารคดีสามารถเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างประเทศผ่านเรื่องราวของอาหาร สร้างเวทีความเข้าใจร่วม และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม 5. สารคดีได้รับการยอมรับ ทั้งในมิติ ส่วนแบ่งการรับชม การประกวด และการนำไปใช้เพื่อเป็นสื่อการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษา 				

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: DOCUMENTARY / FACTUAL</p>	<p>PJ06 โครงการผลิตสารคดี “จาริกในรอยรศ”</p>	<p>หน่วยงาน : ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม ผู้รับผิดชอบหลัก : ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: สำนักข่าว</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 4,000,000 บาท</p>
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<p>ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) สารคดี จำนวน 13 ตอน / 325 นาที . Online Content ในรูปแบบและช่องทางต่าง ๆ ของไทยพีบีเอส ไม่น้อยกว่า 10 ชิ้น ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) TV PROGRAMME: PSI MARKETSHARE > 2.5 % , ได้รับการยอมรับความน่าเชื่อถือ ในด้านสารคดี (ตามเกณฑ์ตัวชี้วัดขององค์กร)</p>				
<p>ความเสี่ยง</p>	<p>ความล่าช้าในการถ่ายทำรายการ (จากสภาพอากาศหรือเหตุฉุกเฉินในพื้นที่)</p>				

ตารางที่ 13 แสดงรายละเอียดโครงการผลิตและจัดหาเนื้อหารายการ VIPA

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: DOCUMENTARY / FACTUAL</p>	<p>PJ07 โครงการผลิตและจัดหา เนื้อหารายการ VIPA</p>	<p>หน่วยงาน: สำนักสื่อดิจิทัล ผู้รับผิดชอบหลัก: ทีม VIPA</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: ทีมการตลาด สำนักสื่อดิจิทัล</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 8,200,000 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>สำนักสื่อดิจิทัลให้บริการ VIPA OTT Platform โดยมีเนื้อหารายการทั้งหมดเป็น 4 ประเภท (Content Type) ได้แก่ Exclusive, Selected, Original, LIVE และจัดเป็น 7 หมวดหมู่ (Genres) ปัจจุบันเนื้อหารายการที่มาจากช่อง Thai PBS (Selected) มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75 ของเนื้อหา รายการทั้งหมด แต่เนื้อหา Original มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 9 เท่านั้น โดยในปี 2569 ได้กำหนด Positioning ของ VIPA OTT ในการสร้างความแตกต่าง ของแพลตฟอร์ม และเพื่อให้เป็นพื้นที่กลางสำหรับผู้ผลิตไทยได้สร้างสรรค์ผลงาน รวมถึงเป็น HUB ของสารคดีทั้งไทยและต่างประเทศ ซีรีส์ ละคร และ ภาพยนตร์นอกกระแส และเพื่อเป็นการตอบโจทย์วาระหลัก (Core Agenda) ของ ส.ส.ท. ในการสนับสนุนและส่งเสริมวัฒนธรรม Soft Power ของประเทศอีกด้วย</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> ผลิตและจัดหาเนื้อหารายการ VIPA Original และ Exclusive ที่มีคุณภาพ เปิดพื้นที่ให้กับนักเล่าเรื่อง และนักสร้างสรรค์รุ่นใหม่ โดยเฉพาะในรูปแบบซีรีส์/ละครที่เชื่อมโยงกับบริบทสังคมร่วมสมัย สร้างการรับรู้ของประชาชนต่อ VIPA OTT Platform โดยเริ่มจากกลุ่มเป้าหมายและขยายต่อในวงกว้าง 				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<ol style="list-style-type: none"> มีสัดส่วนเนื้อหารายการ VIPA Original และ Exclusive บน VIPA OTT Platform เพิ่มมากขึ้น VIPA กลายเป็น Top of Mind อันดับต้น ๆ ของผู้ชมที่สนใจเนื้อหาสารคดี ละคร และซีรีส์แนวทดลองร่วมสมัย 				
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<p>ตัวชี้วัดผลผลิต (Output)</p> <ol style="list-style-type: none"> ผลิต/จัดหาเนื้อหาประเภท Original อย่างน้อย 5 เรื่อง และประเภท Exclusive อย่างน้อย 20 เรื่อง ชิ้นงานบทความวิจารณ์ภาพยนตร์ หรือเนื้อหาบน VIPA อย่างน้อย 4 เรื่องต่อเดือน ผลิต/จัดหาเนื้อหารายการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การตลาด อย่างน้อย 50 ชิ้นงานต่อปี <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome)</p> <ol style="list-style-type: none"> VIPA ติด Top of Mind อันดับ 1 ใน 10 ของแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งสัญชาติไทย MAU และ Page View เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาอย่างน้อย 20% (avg MAU=45,000 users, avg Page View = 570,000 Views) ยอดดาวน์โหลด VIPA Application ต่อเดือนเฉลี่ย 20,000 ดาวน์โหลด 				
<p>ความเสี่ยง</p>	<p>การแข่งขันในตลาด OTT ไทยที่ยังเน้นเนื้อหาบันเทิงมากกว่า</p>				

ตารางที่ 14 แสดงรายละเอียดโครงการผลิตสารคดีเข้มข้น

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: DOCUMENTARY / FACTUAL</p>	<p>PJ08 โครงการผลิตสารคดีเข้มข้น</p>	<p>หน่วยงาน: ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมฯ ผู้รับผิดชอบหลัก: ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมฯ</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: -</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 12,200,000 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>โครงการผลิตสารคดีเข้มข้น นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับ “คน” คือ คุณภาพชีวิตของคน “จน” คือ ความเหลื่อมล้ำในสังคม “เมือง” คือ การจัดการเมืองที่มีเนื้อหาที่ค้นหาความจริงทั้ง 3 ด้าน ด้วยการประมวลข้อมูลจากงานวิจัยทั้งในและนอกประเทศถึงเงื่อนไขและปัจจัยต่าง ๆ ที่สามารถลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความมั่นคงให้กับประชาชนในทุกระดับ โดยมีเป้าหมายการเป็นผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นและเผยแพร่ได้ในกลุ่มประเทศอาเซียนและในระดับสากล</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อผลิตสารคดีเข้มข้นที่มีเนื้อหาด้านวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะในรูปแบบ Transmedia 2. เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสร้าง Rating ตามเป้าหมายของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส 				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. สร้างการรับรู้ให้ผู้ชมถึงประเด็นที่ต้องการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง 2. มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายสาธารณะผ่านการสื่อสาร อย่างน้อย 2 นโยบาย/ปี 3. หน่วยงานภาครัฐหรือภาคประชาสังคมที่เกี่ยวข้องกับนโยบายสาธารณะนำเนื้อหาของศูนย์ฯ ไปอ้างอิงเพื่อเป็นข้อมูลในการขับเคลื่อนนโยบาย อย่างน้อย 10 ผลงาน/ปี 				
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<p>ตัวชี้วัดผลผลิต (Output)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. TV PROGRAMMES - รายการสารคดีเข้มข้น (ชื่อชั่วคราว) ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 21.30-22.30 น. จำนวน 26 ตอน ความยาว 50 นาที 2. DIGITAL CONTENT - ผลิตเนื้อหาบนเว็บไซต์และโซเชียลมีเดียของ The Active 3. PUBLIC ENGAGEMENT ACTIVITIES - จัดเวที Policy Forum หรือเวทีสาธารณะ ร่วมกับโครงการ Policy Watch เพื่อขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงผ่านการสื่อสาร อย่างน้อย 2 นโยบาย <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. รางวัล/การอ้างอิง/เผยแพร่ในเวทีนานาชาติ 2. TV PROGRAMMES - วัดจากความนิยมผู้ชม (Rating) โดยค่าเฉลี่ยผู้ชมรายการไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ยผู้ชมของสถานี 3. DIGITAL CONTENT - มี Engagement ทุกแพลตฟอร์มออนไลน์ของ The Active และ Policy Watch ไม่น้อยกว่า 2 ล้าน 				

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: DOCUMENTARY / FACTUAL</p>	<p>PJ08 โครงการผลิตสารคดีเข้มข้น</p>	<p>หน่วยงาน: ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมฯ ผู้รับผิดชอบหลัก: ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมฯ</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: -</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 12,200,000 บาท</p>
<p>ความเสี่ยง</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. วัฒนธรรมการบริโภคสื่อของกลุ่มเป้าหมาย 2. ความเปลี่ยนแปลงของนโยบายแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย 3. สถานการณ์ฉุกเฉินที่อาจส่งผลต่อการจัดกิจกรรมบางประเภท โดยมีข้อกำหนดทางกฎหมายหรือแนวปฏิบัติอย่างเป็นทางการกำกับ 				

ตารางที่ 15 แสดงรายละเอียดโครงการผลิตเนื้อหา สารบันเทิงที่โดดเด่นสร้างคุณค่าแก่ระบบนิเวศสื่อ

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: ENTERTAINMENT</p>	<p>PJ09 โครงการผลิตเนื้อหา สารบันเทิง ที่โดดเด่นสร้างคุณค่าแก่ระบบนิเวศสื่อ</p>	<p>หน่วยงาน : สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา ผู้รับผิดชอบหลัก : -</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: -</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 225,854,798 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>ที่ผ่านมา รายการกลุ่มสารบันเทิงของไทยพีบีเอสยังไม่ได้รับการติดตามอย่างต่อเนื่องจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ Gen Y, Z และยังไม่ถูกรับชมในตลาดต่างประเทศ จึงต้องพัฒนาเนื้อหาที่มีประเด็นน่าสนใจใหม่ ๆ และนำเสนอประเด็นให้มีความเป็นสากลมากขึ้น ไทยพีบีเอสจึงควรพัฒนาละครและรายการสารบันเทิง ให้ได้ทั้งคุณภาพ และความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับวาระหลักขององค์กร มีความเป็น Omni Channel เนื้อหาดี เข้าถึงง่าย ในหลากหลายแพลตฟอร์ม สอดคล้องกับผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อขยายฐานผู้ชมให้เพิ่มสูงขึ้นจากปี 2568</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผลิตรายการสารบันเทิงสร้างสรรค์สังคม ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายคนรุ่นใหม่ ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายในทุกแพลตฟอร์ม มีอัตลักษณ์ เป็นที่จดจำ ได้รับการยอมรับในฐานะ Hero Product ที่มีคุณภาพ ตอบโจทย์ทั้งด้านคุณค่า และคุณภาพ 2. ผลิตละครให้เป็น Hero Project มีคุณค่าระดับพรีเมียม ที่ได้รับการยอมรับจากผู้ชมทั้งในไทย และระดับสากล 3. ผลิตรายการที่มีเนื้อหาโดดเด่น มีศักยภาพในการเผยแพร่ลิขสิทธิ์สู่ตลาด เพื่อสร้างรายได้กลับคืนสู่องค์กร 4. เผยแพร่แอนิเมชันคุณภาพสูง เพื่อสร้างความสุข กระตุ้นจินตนาการ และความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงรายการต่างประเทศสำหรับเด็ก เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต 5. เพิ่มเรตติ้งในกลุ่มรายการตามช่วงเวลาการรับชม ให้อยู่ในอันดับ 10-11 ภายในระยะเวลา 12-18 เดือน 				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. รายการสารบันเทิงสร้างสรรค์สังคมที่มีคุณภาพ คุณค่า และความยั่งยืน ส่งเสริมพลังพลเมือง และคนรุ่นใหม่ มีเนื้อหาสนุก สื่อสารเข้าถึงได้ง่าย ในทุกแพลตฟอร์ม ละคร/ซีรีส์ สะท้อนอัตลักษณ์ของสื่อสาธารณะ มีคุณค่า น่าเชื่อถือ จุดประกายความคิด และสร้างแรงบันดาลใจ 2. รายการสารบันเทิงได้รับการยอมรับว่า เป็น Hero Product และรายการคุณภาพ ตอบโจทย์วาระหลักขององค์กร 3. ซีรีส์ต่างประเทศสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ชม เปิดโลกทัศน์ผ่านมุมมองหลากหลายจากนานาชาติ สะท้อนเนื้อหาด้านการทำงาน, ประวัติศาสตร์, การต่อต้านคอร์รัปชัน, ความสามัคคี, ความเสียสละ, มิตรภาพและสันติภาพ 4. สามารถสร้างรายได้จากการเผยแพร่ลิขสิทธิ์ในระดับสากล นำรายได้กลับคืนสู่องค์กร ตอบโจทย์ความคุ้มค่า และสร้างที่ยั่งยืน 5. ผู้ชมเพิ่มขึ้นจากหลากหลายแพลตฟอร์ม ทั้งออนแอร์ และออนไลน์ รวมถึงการมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (Engagement) ต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องทางสังคม จากการรับชมรายการ 				

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: ENTERTAINMENT</p>	<p>PJ09 โครงการผลิตเนื้อหา สารบันเทิง ที่โดดเด่นสร้างคุณค่าแก่ระบบนิเวศสื่อ</p>	<p>หน่วยงาน : สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา ผู้รับผิดชอบหลัก : -</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: -</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 225,854,798 บาท</p>
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<ol style="list-style-type: none"> รายการเกมส์โชว์ รายการแข่งขันประลองดนตรีฝีมือเยาวชน แต่งเนื้อร้อง ทำเพลงของกลุ่มวัยรุ่น, รายการแสดงความสามารถผู้พิการ ออกอากาศทั้งทางโทรทัศน์ และจัดกิจกรรมตามแนวคิด Omni Channel จำนวน 6 รายการ ละคร/ซีรีส์ จำนวน 7-8 เรื่อง 104 ตอน ความยาวตอนละ 55 นาที เผยแพร่สัปดาห์ละ 2 วัน (จำนวน 104 ตอน/ปี) เผยแพร่ในแบบ Multi- Platform ละครไทยพีบีเอสสะท้อนอัตลักษณ์ของสื่อสาธารณะ อยู่ในเกณฑ์ดีถึงดีมาก โดยผลสำรวจของศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ ไทยพีบีเอส เนื้อหารายการต่างประเทศที่ทรงคุณค่า และคุณภาพ จำนวน 572 ตอน ในปี 2569 สร้างรายได้จากการเผยแพร่ลิขสิทธิ์รายการ ละคร และทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องได้ 2-3 เนื้อหา 				
<p>ความเสี่ยง</p>	<ol style="list-style-type: none"> งบประมาณอาจไม่เพียงพอ และระยะเวลาการผลิตที่เร่งรัด จากการบริหารสัญญาของโครงการ การจัดทำบทละคร/ซีรีส์ ที่ต้องการข้อมูลมาสนับสนุนให้มีความถูกต้องสมจริง อาจใช้เวลานานมากกว่าที่วางแผนไว้ พฤติกรรมของผู้ชมกลุ่มคนรุ่นใหม่ มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ซึ่งผลผลิตอาจจะตอบโจทย์ไม่ทันความสนใจ 				

ตารางที่ 16 แสดงรายละเอียดโครงการผลิตข่าว-รายการไทยบันเทิง

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: ENTERTAINMENT</p>	<p>PJ10 โครงการผลิตข่าว-รายการไทยบันเทิง</p>	<p>หน่วยงาน : ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม ผู้รับผิดชอบหลัก : ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: สำนักข่าว</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 4,550,000 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>ในยุคของการแข่งขันด้านข้อมูลข่าวสาร หัวใจสำคัญคือการสร้างสรรค์เนื้อหาให้มีความโดดเด่นแตกต่าง ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม จึงมีแนวทางในการทำรายการข่าวสารบันเทิงที่นอกจากมีความสนุกสนานเพลิดเพลินยังต้องทันต่อสถานการณ์และรอบด้าน มีการวิเคราะห์ที่น่าสนใจ สะท้อนอุตสาหกรรมบันเทิงในแง่มุมต่าง ๆ และส่งเสริมการสร้างสรรค์ผลงานที่ก้าวไปสู่ Soft Power โดยสาระสำคัญทั้งหมดถูกนำเสนอผ่านรายการไทยบันเทิงทางช่องทางโทรทัศน์ และช่องทางออนไลน์อื่น ๆ</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มฐานผู้ชมข่าวด้านศิลปวัฒนธรรมบันเทิงในแบบสื่อสาธารณะ โดยมีความนิยมในการเข้าถึงผ่าน PSI Rating >2.5 2. เพิ่มการเข้าถึงผู้ชมผ่านทางช่องทางดิจิทัล โดยจำนวน Active User (จาก GA) จาก Web Thai PBS Program เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 3. สร้างความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ และการจดจำ Brand Recognition 				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีฐานผู้ชมเพิ่มขึ้นทั้งในช่องทางโทรทัศน์และออนไลน์ 2. ผู้ชมได้รับสารบันเทิงที่มีคุณภาพ ทันสถานการณ์ รอบด้าน และมีการวิเคราะห์ที่ลึกซึ้ง 3. องค์กรมีภาพลักษณ์ที่เข้มแข็งในฐานะสื่อสาธารณะที่ทันสมัย และเป็นผู้นำด้านการสร้างองค์ความรู้ที่สอดคล้องกับ Soft Power 				
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<p>ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) จำนวน (ตอน) รายการไทยบันเทิงทุกช่วง, จำนวนเนื้อหาที่เผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์, จำนวนรายงานพิเศษเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง</p> <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) TV PROGRAMME PSI Rating >2.5 Active User (จาก GA) จาก Web Thai PBS Program เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 10%</p>				
<p>ความเสี่ยง</p>	<p>การแข่งขันสูงในตลาดสื่อ, การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้ชม, ปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ เช่น สถานการณ์ทางสังคม-การเมือง ที่กระทบการผลิต/การเผยแพร่รายการ</p>				

ตารางที่ 17 แสดงรายละเอียดโครงการผลิตรายการและกิจกรรมสารพันล้นทุ่ง (บางเขน)

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: ENTERTAINMENT</p>	<p>PJ11 โครงการผลิตรายการและ กิจกรรมสารพันล้นทุ่ง (บางเขน)</p>	<p>หน่วยงาน: ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม ผู้รับผิดชอบหลัก: ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: สำนักข่าว</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 17,560,000 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>เพลงลูกทุ่ง มหรสพพื้นบ้าน นาฏกรรม และดนตรีไทย เป็นทั้งบทบันเทิงทางประวัติศาสตร์และรากวัฒนธรรมที่ใกล้ชิดชีวิตผู้คน รายการ “สารพันล้นทุ่ง (บางเขน)” จึงมุ่งสืบสานศิลปวัฒนธรรมเหล่านี้ พร้อมสร้างพื้นที่บันเทิงและการเรียนรู้ที่ผู้ชมสามารถมีส่วนร่วม เกิดความเพลิดเพลิน ภาคภูมิใจ และเชื่อมโยงคุณค่าจากอดีตสู่ปัจจุบันและอนาคตร่วมกัน ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 15.00–16.00 น.</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มฐานผู้ชมรายการสารบันเทิงด้านศิลปวัฒนธรรมบันเทิงในแบบสื่อสาธารณะ โดยมีความนิยมในการเข้าถึงผ่าน PSI Rating >2.5 2. สร้างพื้นที่มีส่วนร่วมระหว่างผู้ชมและแฟนรายการ โดยจัดกิจกรรมคอนเสิร์ต และการเปิดรับความคิดเห็นเพื่อพัฒนารายการอย่างต่อเนื่อง 3. สืบสานและเผยแพร่บทเพลงลูกทุ่งไทย โดยนำเสนอผลงานครูเพลงและศิลปินรุ่นใหม่ไม่น้อยกว่า 52 ตอน/ปี 4. เป็นสื่อกลางสะท้อนเสียงคนทำงานเพลงลูกทุ่งและศิลปินพื้นบ้านพร้อมทั้งเชื่อมโยงเครือข่ายเพื่อให้เกิดโอกาสในการทำงานให้กับคนในวงการดนตรี ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมระบบนิเวศอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. รายการสารพันล้นทุ่ง (บางเขน) มีฐานผู้ชมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทางโทรทัศน์ และพัฒนาเป็นแฟนคลับของไทยพีบีเอส 2. ผู้ชมเกิดความเพลิดเพลิน ภาคภูมิใจ และมีส่วนร่วมกับการอนุรักษ์บทเพลงลูกทุ่งและศิลปวัฒนธรรมไทย 3. ครูเพลง ศิลปิน และคนทำงานเพลงลูกทุ่ง-พื้นบ้านได้รับพื้นที่เผยแพร่ผลงานและสะท้อนเสียงในสื่อสาธารณะ 4. เกิดเครือข่ายทางวัฒนธรรมที่สามารถนำไปต่อยอดเป็นโอกาสในการทำงานและการสนับสนุนเชิงสร้างสรรค์ 5. องค์กรมมีภาพลักษณ์เข้มแข็งในฐานะสื่อสาธารณะที่เชื่อมโยงวัฒนธรรมกับผู้ชมอย่างแท้จริง 6. เป็นพื้นที่จัดเก็บ (archived) และบันทึกเรื่องของวงการเพลงลูกทุ่งเพื่อเป็นข้อมูลในอนาคต 				
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<p>ตัวชี้วัดผลผลิต (Output)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. รายการสารพันล้นทุ่ง (บางเขน) จำนวน 52 ตอน และการริเริ่มรายการในช่วงเวลาต่าง ๆ ของสถานี มากกว่า 52 ตอน 2. การจัดคอนเสิร์ตสารพันล้นทุ่ง(บางเขน) > 2 ครั้ง ต่อปี <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) TV PROGRAMME (PSI MARKETSHARE) > 2.5 %</p>				
<p>ความเสี่ยง</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. การแข่งขันสูงในตลาดสื่อ, การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้ชม, 2. ปัญหาการจัดเก็บลิขสิทธิ์ ที่มีมูลค่าสูงขึ้น และมีเงื่อนไขในการเผยแพร่ ในช่องทางที่หลากหลาย 3. ปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ เช่น สถานการณ์ทางสังคม-การเมือง ที่กระทบการผลิต/การเผยแพร่รายการ 				

ตารางที่ 18 แสดงรายละเอียดโครงการผลิตรายการ “ยกพลคนน้ำพริก” ซีซั่น 2

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: ENTERTAINMENT</p>	<p>PJ12 โครงการผลิตรายการ “ยกพลคนน้ำพริก” ซีซั่น 2</p>	<p>หน่วยงาน : ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม ผู้รับผิดชอบหลัก: ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม สำนักข่าว, สำนักเครือข่ายและ การมีส่วนร่วมสาธารณะ, ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาด, สำนักโทรทัศน์และวิทยุ</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 8,000,000 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>จากปัญหาความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลให้พืชพันธุ์พื้นบ้านและวัตถุดิบดั้งเดิมจำนวนมาก เสี่ยงต่อการสูญหาย รวมถึงภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับพันธุ์พืชท้องถิ่นก็ขาดการส่งต่อ ทำให้คนรุ่นใหม่มีโอกาสเข้าถึงวัตถุดิบ องค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นน้อยลง รายการยกพลคนน้ำพริก จึงเปิดเวทีประชาชนฝีมือการทำน้ำพริก ที่สะท้อนคุณค่าของวัตถุดิบท้องถิ่น ภูมิปัญญาชุมชน ความหลากหลายของพันธุ์พืช มุ่งผลักดันแนวคิด “ความยั่งยืนของทรัพยากรอาหาร” (Food Sustainability) โดยมีโจทย์การแข่งขัน ไม่เพียงชีวิตทักษะการปรุงอาหาร แต่ยังเล่าถึงรากเหง้า วัฒนธรรม และเรื่องราวเบื้องหลังน้ำพริกที่เชื่อมโยงผู้คนเข้ากับดิน น้ำ ป่า และทรัพยากรในชุมชน ความสำเร็จของรายการ ยกพลคนน้ำพริก ซีซั่น 1 ที่ได้รับการตอบรับอย่างอบอุ่นจากผู้ชมทั่วประเทศ ทีมงานผู้ผลิตจึงได้พัฒนาต่อยอดสู่ รายการ ยกพลคนน้ำพริก ซีซั่น 2</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อผลิตรายการแข่งขันที่ส่งเสริมเนื้อหาและประเด็นคุณค่าอาหารไทยพื้นบ้าน โดยเฉพาะ “น้ำพริก” ในมิติที่ทันสมัยและเข้าถึงง่าย 2. เพื่อผลิตรายการ Hero Product ในการแข่งขันในอุตสาหกรรม และต่อยอดการสร้างรายได้ให้องค์กรผ่านผลผลิตที่หลากหลาย เช่น การทำทริปทัวร์หนังสือ เป็นต้น 3. สร้างการรับรู้และความตระหนักรู้เกี่ยวกับความยั่งยืนด้านอาหาร (Food Sustainability) 4. สร้างเวทีให้ผู้มีฝีมือในการทำน้ำพริก ได้แสดงศักยภาพในการสร้างสรรค์เมนูน้ำพริกหลากหลายรูปแบบ 5. ขยายฐานผู้ชมต่อเนื่องจากซีซั่น 1 และยกระดับรายการแข่งขันเชิงวัฒนธรรมไทยสู่ระดับประเทศ 6. สร้างพื้นที่สื่อสารเนื้อหาและการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายของไทยพีบีเอส ทั้งภาควิชาการ ภาคประชาชน และภาคเอกชนผ่านการทำงานร่วมของส่วนงานภายในองค์กร 				

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: ENTERTAINMENT</p>	<p>PJ12 โครงการผลิตรายการ “ยกพลคนน้ำพริก” ซีซั่น 2</p>	<p>หน่วยงาน : ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม ผู้รับผิดชอบหลัก: ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม สำนักข่าว, สำนักเครือข่ายและ การมีส่วนร่วมสาธารณะ, ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาด, สำนักโทรทัศน์และวิทยุ</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 8,000,000 บาท</p>
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. รายการได้รับความนิยม และได้รับการยอมรับจากสาธารณะ ผ่านตัวชี้วัดขององค์กร 2. สร้างพื้นที่การเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารและวัตถุดิบท้องถิ่น ผ่านการสื่อสารที่เข้าถึงง่าย สนุก และมีสาระ 3. ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบตามฤดูกาล ลด Food Waste พร้อมกระตุ้นการอนุรักษ์พันธุ์พืชพื้นถิ่นและภูมิปัญญาการเชื่อมโยงผู้คนรุ่นใหม่กับวัฒนธรรมอาหารไทยพร้อมเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร 4. เพิ่มการรับรู้เรื่อง “อาหารยั่งยืน” ในกลุ่มเป้าหมายอย่างน้อย 100,000 คนทั่วประเทศ 5. มีการนำเนื้อหาไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพื่อสร้างรายได้กลับสู่องค์กร 6. มีเครือข่าย และ ผู้เข้าร่วมแข่งขันหน้าใหม่ เพิ่มขึ้นจากซีซั่น 1 				
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<p>ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) รายการยกพลคนน้ำพริก จำนวน 26 ตอน / 1,560 นาที, Online Content ในรูปแบบและช่องทางต่างๆ ของไทยพีบีเอส ไม่น้อยกว่า 20 ซีซั่น, กิจกรรม On ground ที่ต่อยอดจากรายการ 2 ครั้ง</p> <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) TV PROGRAMME: PSI MARKETSHARE เฉลี่ย 2.5% = 1 รายการ , Digital-First VDO Content: ยอดวิว>100,000 วิวต่อ 26 ตอน , สื่อบันเทิงสร้างสรรค์ อันดับ 1 ใน 5 ,จำนวนเครือข่าย และ ผู้เข้าร่วมแข่งขันหน้าใหม่ เพิ่มขึ้นจากซีซั่น 1 อย่างน้อย 5 เครือข่าย</p>				
<p>ความเสี่ยง</p>	<p>ผู้เข้าร่วมจากชุมชนไม่สามารถเข้าร่วมได้ตามแผน เช่น ติดภารกิจ, การเดินทางยากลำบาก, วัตถุดิบท้องถิ่นขาดแคลนหรือไม่สามารถหาได้ในเวลานั้น, ความล่าช้าในการถ่ายทำรายการ (จากสภาพอากาศหรือเหตุฉุกเฉินในพื้นที่)</p>				

ตารางที่ 19 แสดงรายละเอียดโครงการสัปดาห์กีฬาสร้างสรรค์

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: ENTERTAINMENT</p>	<p>PJ13 โครงการสัปดาห์กีฬาสร้างสรรค์</p>	<p>หน่วยงาน : สำนักโทรทัศน์ ผู้รับผิดชอบหลัก : สำนักโทรทัศน์ฯ</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: -</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 14,000,000 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>ไทยพีบีเอสเป็นสื่อสาธารณะที่ต้องสร้างสรรค์รายการที่เป็นสารประโยชน์ รายการสัปดาห์กีฬาสร้างสรรค์จึงต้องสร้างความแตกต่างเป็นทางเลือกให้กับประชาชน รวมทั้งการสร้างการมีส่วนร่วมให้กับคนทุกเพศทุกวัย สร้างความเป็นเลิศแก่เยาวชนและประชาชนแต่ละช่วงวัย และ เป็นกีฬาที่ไม่สามารถหาดูได้ในช่องทางทีวีเพื่อการพาณิชย์</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อผลิตรายการกีฬาที่มีรูปแบบรายการที่สร้างความแตกต่าง ด้วยการส่งเสริมกีฬาไทยและอนุรักษ์ประเพณีการแข่งขันกีฬาในท้องถิ่น รวมถึงกีฬาที่สร้างความ เป็นเลิศ สร้างแรงบันดาลใจให้แก่เด็กและเยาวชน 2. สร้างการมีส่วนร่วมกับภาคีเครือข่าย โดยมีเป้าหมายที่จะขยายฐานผู้ชมของไทยพีบีเอส ให้เป็นที่รู้จักและเพิ่มจำนวนมากขึ้น 3. เพื่อสนับสนุนแผนงานหารายได้ขององค์กรด้วยการหาผู้ผลิตรวมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน โดยไม่ผิดระเบียบขององค์กร 4. เพื่อสร้างรายการที่เป็น Hero Product ด้านการถ่ายทอดสด และเนื้อหากีฬาเพื่อการต่อสู้แข่งขันกับอุตสาหกรรม ตามเป้าหมายขององค์กร 				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. รายการได้รับความนิยม และ ผู้ชมสนใจในการชมรายการสด อย่างต่อเนื่อง วัดผลผ่านตัวชี้วัดขององค์กร (PSI Rating) 2. สามารถสร้างการมีส่วนร่วมให้กับทุกกลุ่มคน เพิ่มฐานผู้ชมและสามารถหารายได้ให้กับองค์กร 3. เป็นพื้นที่สื่อสารกีฬาพื้นบ้านให้กับชุมชน และท้องถิ่น 4. ภาพจากการแข่งขัน สามารถนำมาเป็นส่วนหนึ่งของการหารายได้กลับคืนสู่องค์กรได้ 				
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<p>ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) TV PROGRAM 52 ตอน 104 ชั่วโมง DIGITAL CONTENT ประมาณ 86 ตอน มากกว่า 172 ชั่วโมง จำนวนความร่วมมือของเครือข่ายอย่างน้อย 25 หน่วยงาน</p>	<p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) PSI MARKETSHARE เฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 2.00 Hero Product เฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 2.5 ยอดViewสะสม >100,000 View/ตอน รวมทุก Platform 20 ตอน REVENUE 2,000,000 บาท</p>			
<p>ความเสี่ยง</p>	<p>ด้านยุทธศาสตร์: กลุ่มรายการกีฬาที่มีเป้าหมายเพื่อเด็กและเยาวชนอาจจะมี Rating ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ด้านระเบียบ: การหารายได้จากรายการในบางรูปแบบ อาจผิดระเบียบขององค์กร</p>				

ตารางที่ 20 แสดงรายละเอียดโครงการผลิตเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับนโยบายสาธารณะและวาระทางสังคมแบบทรานส์มีเดีย (The Active)

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: CITIZEN</p>	<p>PJ14 โครงการผลิตเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับนโยบายสาธารณะและวาระทางสังคมแบบทรานส์มีเดีย (The Active)</p>	<p>หน่วยงาน : ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ ผู้รับผิดชอบหลัก : ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: -</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 7,070,000 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>การผลิตเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นนโยบายสาธารณะ สำหรับเผยแพร่ในทุกแพลตฟอร์ม ผ่านสื่อหลากหลายรูปแบบ หรือ Transmedia ทั้ง On Air และ Online และการบริหารจัดการระบบฐานข้อมูลเพื่อเป็นเครื่องมือในการเสนอทางออกของสังคม (Solution Journalism) รวมทั้งสร้างเครือข่ายเชิงประเด็น และภาคีหุ้นส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<p>1. เพื่อผลิตเนื้อหาด้านวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะในรูปแบบ Transmedia 2. เพื่อเป็นพื้นที่นำเสนอข้อมูล ติดตามความเคลื่อนไหวในประเด็นทางสังคมนั้น ๆ อย่างต่อเนื่อง (Data Journalism)</p>				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<p>1. มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายสาธารณะผ่านการสื่อสาร อย่างน้อย 2 นโยบาย/ปี 2. หน่วยงานภาครัฐหรือภาคประชาสังคมที่เกี่ยวข้องกับนโยบายสาธารณะนำเนื้อหาของศูนย์ฯ ไปอ้างอิงเพื่อเป็นข้อมูลในการขับเคลื่อนนโยบาย อย่างน้อย 10 ผลงาน/ปี</p>				
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<p>ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) 1. TV PROGRAMMES - รายการตรงประเด็น ออกอากาศทุกวันจันทร์-ศุกร์ 12.00-12.30 น. จำนวน 250 ตอน ความยาว 30 นาที 2. DIGITAL CONTENT - ผลิตเนื้อหาบนเว็บไซต์และโซเชียลมีเดียของ The Active</p>	<p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) 1. TV PROGRAM - วัดจากค่านิยมผู้ชม (Rating) โดยค่าเฉลี่ยผู้ชมรายการไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ยผู้ชมของสถานี 2. DIGITAL CONTENT - มีผู้เข้าชมเว็บไซต์ The Active > 400,000 ครั้งต่อเดือน (ปัจจุบันค่าเฉลี่ย 360,000 Views)</p>			
<p>ความเสี่ยง</p>	<p>1. พฤติกรรมการบริโภคสื่อของกลุ่มเป้าหมาย 2. ความเปลี่ยนแปลงของนโยบายแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย 3. สถานการณ์ฉุกเฉินที่อาจส่งผลกระทบต่อการจัดกิจกรรมบางประเภท โดยมีข้อกำหนดทางกฎหมายหรือแนวปฏิบัติอย่างเป็นทางการกำกับ</p>				

ตารางที่ 21 แสดงรายละเอียดโครงการการสื่อสารและติดตามตรวจสอบนโยบายสาธารณะ (Policy Watch)

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: CITIZEN</p>	<p>PJ15 โครงการการสื่อสารและ ติดตามตรวจสอบนโยบาย สาธารณะ (Policy Watch)</p>	<p>หน่วยงาน : ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมฯ ผู้รับผิดชอบหลัก : -</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: -</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 11,840,000 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>ไทยพีบีเอสเป็นสถาบันสื่อสารมวลชนหลักที่เป็นผู้นำด้านการสื่อสารนโยบายสาธารณะ (Policy communication) ของประเทศและเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ ทำการติดตามตรวจสอบนโยบายรัฐบาล การร่างกฎหมาย และโครงการภาครัฐ หรือ Policy monitoring รวมทั้งสร้างพื้นที่กลางในการแลกเปลี่ยนหรือถกแถลง เสริมสร้างวัฒนธรรมการรับฟัง การไตร่ตรองและการมีส่วนร่วมของภาคพลเมือง ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของระบบนิเวศสื่อ การขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะอย่างมีคุณภาพ</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ติดตามตรวจสอบนโยบายรัฐบาล การร่างกฎหมาย และโครงการภาครัฐ 2. สร้าง “พื้นที่กลาง” ในการแลกเปลี่ยนความเห็น เรียนรู้ และหาทางออกร่วมกัน (Solutions Journalism) อย่างเปิดกว้าง และสร้างสรรค์ 3. ยกระดับการติดตามกระแสการเมือง สู่การใช้ข้อมูล (Data) เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงและทางออกของสังคม 				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายสาธารณะผ่านการสื่อสาร อย่างน้อย 2 นโยบาย/ปี 2. หน่วยงานภาครัฐหรือภาคประชาสังคมที่เกี่ยวข้องกับนโยบายสาธารณะนำเนื้อหาของศูนย์ฯ ไปอ้างอิงเพื่อเป็นข้อมูลในการขับเคลื่อนนโยบาย อย่างน้อย 10 ผลงาน/ปี 				
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<p>ตัวชี้วัดผลผลิต (Output):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. TV PROGRAMMES - รายการ Policy Watch Weekly (ชื่อชั่วคราว) ทุกวันอาทิตย์ 17.30-18.00 น. ความยาว 30 นาที จำนวน 52 ตอน 2. DIGITAL CONTENT - ผลิตเนื้อหาตรวจสอบนโยบายและโครงการภาครัฐบนเว็บไซต์ Policy Watch 3. PUBLIC ENGAGEMENT ACTIVITIES - จัดเวที Policy Forum หรือเวทีสาธารณะ ไม่น้อยกว่า 24 ครั้ง/ปี และจัดการประชุมและนำเสนอผลการสื่อสารนโยบายสาธารณะ Policy Communication Expo 	<p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กิจกรรมพัฒนาระบบนิเวศนโยบาย Policy Ecosystem ที่มีส่วนร่วม 2. One Thai PBS MEMBERS: ผ่านการสมัครสมาชิกของ Policy Watch 5,000 คนขึ้นไป (ต่อปี) 3. TV PROGRAM: วัดจากความนิยมผู้ชม (Rating) โดยค่าเฉลี่ยผู้ชมรายการไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ยผู้ชมของสถานี 4. DIGITAL CONTENT: มีผู้เข้าชมเว็บไซต์ Policy Watch >200,000 ครั้งต่อเดือน (ปัจจุบัน ค่าเฉลี่ย 160,000 Views) 5. REVENUE: ลดค่าใช้จ่าย (In-Kind) 2 ล้านบาท 			
<p>ความเสี่ยง</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. วัฒนธรรมการบริโภคสื่อของกลุ่มเป้าหมาย 2. ความเปลี่ยนแปลงของนโยบายแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย 				

ตารางที่ 22 แสดงรายละเอียดโครงการพัฒนาระบบนิเวศสื่อสาธารณะเพื่อสนับสนุนการสื่อสารเนื้อหาท้องถิ่น

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: CITIZEN</p>	<p>PJ16 โครงการพัฒนาระบบนิเวศสื่อ สาธารณะเพื่อสนับสนุนการสื่อสารเนื้อหา ท้องถิ่น</p>	<p>หน่วยงาน : สำนักเครือข่าย และการมีส่วนร่วมสาธารณะ ผู้รับผิดชอบหลัก : -</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: -</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 23,684,000 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>ปัจจุบันสื่อสาธารณะในระดับท้องถิ่นยังเผชิญความท้าทายในการสร้างความยั่งยืน ทั้งในมิติของคุณภาพเนื้อหา, การบริหารจัดการ, และการสร้างภาคีหุ้นส่วน ทั้งยังขาดกลไกที่เข้มแข็งในการขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะของตนเอง โครงการนี้จึงมุ่งพัฒนาระบบนิเวศสื่อสาธารณะ ผ่านการทำงานร่วมกับเครือข่ายสาธารณะ ท้องถิ่น อาทิ การร่วมผลิตเนื้อหาคุณภาพสูง (รายการโทรทัศน์, สื่อดิจิทัล), การพัฒนาและเพิ่มพูนทักษะ(Capacity Building) ผ่านกิจกรรมกองบก.ระดับพื้นที่ (Pop up Newsroom) รวมถึงการเสริมสร้างศักยภาพ(Upskill-Reskill)การสื่อสารสาธารณะให้แก่คนทำงานสื่อในท้องถิ่น ผลลัพธ์คือ การสร้างเครือข่ายสื่อท้องถิ่น ที่เข้มแข็งและยั่งยืน สามารถผลิตเนื้อหาที่ตอบโจทย์ในทุกระดับตั้งแต่ระดับพื้นที่ ระดับภูมิภาค ระดับประเทศและระดับนานาชาติ ให้ เกิดการเชื่อมต่อเป็น เครือข่ายสื่อสาธารณะอันเป็นพื้นที่กลางในการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ร่วมกัน, และเป็นกลไกสำคัญในการสร้างพลเมืองคุณภาพให้กับสังคม</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อหนุนเสริมและพัฒนากลไกที่ส่งเสริมการเกิดระบบนิเวศสื่อสาธารณะท้องถิ่นที่มั่นคงและยั่งยืน 2. เพื่อผลิตชุดเนื้อหาและส่งเสริมกิจกรรมในระดับพื้นที่ (Local Premium Contents) ที่เชื่อมโยงกับระดับชาติ 3. เพื่อสร้างเสริมวัฒนธรรมการเรียนรู้ร่วมกันของผู้คนในสังคม ด้วยข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและกระบวนการผลิตอย่างมีส่วนร่วม 				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เครือข่ายสื่อสาธารณะท้องถิ่นกลายเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะในพื้นที่ (ติดอันดับ 1 ใน 2 ของสื่อท้องถิ่น) 2. สื่อที่ผลิตภายใต้โครงการได้รับการยอมรับและมีส่วนแบ่งผู้ชม/ผู้ใช้งานในระดับสูง 3. เกิดโมเดลความร่วมมือและการลงทุนร่วม (Co-investment) กับองค์กรในพื้นที่ เพื่อสร้างความยั่งยืนทางการเงินให้สื่อท้องถิ่น 				
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<p>ตัวชี้วัดผลผลิต (Output)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. รายการโทรทัศน์ รายการข่าวพลเมือง (365 ตอน) (ช่วงวันใหม่ว่าไรดีและข่าวค่ำไทยพีบีเอส) รายการเสียงเปลี่ยนเมือง เวลา 16.30-16.45 น. (260 ตอน) “เสียงเปลี่ยนเมือง พลัส”(ข่าวค่ำ) (260 ตอน) รายการภาพยนตร์สารคดีรางวัลไทยและต่างประเทศ “What the Doc” อะไรนะสารคดี ทุกวันอาทิตย์ เวลา 13.00 -13.30 น. (ไตรมาส 1) รายการ “ฟังเสียงประเทศไทย” ทุกวันเสาร์เวลา 17.30-18.00 น. 2. เนื้อหาดิจิทัล (Local) Longform Interactive Journal 4 เรื่องหลัก Local Premium Content (24 ชุด) ชิ้นงานข่าวพลเมือง (มากกว่า 500 ชิ้นงาน) แพลตฟอร์มและกิจกรรม Microsite: Local Thai PBS กิจกรรม Pop up Newsroom (ไม่น้อยกว่า 20 ครั้ง/ปี) Locals Forum (ไม่น้อยกว่า 20 ครั้ง/ปี) 				

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: CITIZEN</p>	<p>PJ16 โครงการพัฒนาระบบนิเวศสื่อ สาธารณะเพื่อสนับสนุนการสื่อสารเนื้อหา ท้องถิ่น</p>	<p>หน่วยงาน : สำนักเครือข่าย และการมีส่วนร่วมสาธารณะ ผู้รับผิดชอบหลัก : -</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: -</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 23,684,000 บาท</p>
<p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. รายการโทรทัศน์อย่างน้อย 2 รายการ มีส่วนแบ่งผู้ชม (PSI Market Share) เฉลี่ยร้อยละ 2.5 ตลอดปี 2. เนื้อหาดิจิทัลมียอดวิวมากกว่า 10,000 ครั้ง/เดือน และมีสมาชิก (One Thai PBS) ไม่น้อยกว่า 8,000 คน/ปี 3. เกิดประเด็นขับเคลื่อนโดยภาคพลเมือง/เนื้อหาท้องถิ่น อย่างน้อย 4 ประเด็นต่อภาค รวม 20 ประเด็น 4. เกิดการลงทุนร่วมจากเครือข่ายองค์กร สถาบันการศึกษาในพื้นที่อย่างน้อย 4 องค์กร (คิดเป็นร้อยละ 15 ของงบประมาณ) 					
<p>ความเสี่ยง</p> <p>ด้านยุทธศาสตร์: การเปลี่ยนแปลงนโยบายเนื่องจากการเปลี่ยนคณะกรรมการนโยบาย มาตรการ สื่อสารทำความเข้าใจกับคณะกรรมการชุดใหม่ถึงความสำคัญและผลลัพธ์ของโครงการ</p> <p>ด้านงบประมาณ: การพึ่งพางบประมาณประจำปีมากเกินไป ควรมีมาตรการพัฒนาทรัพย์สินทางปัญญา (IP) และบริการเพื่อลดการพึ่งพางบประมาณ และหาแหล่งทุนภายนอก</p> <p>ด้านระเบียบ: ระเบียบขององค์กรไม่เอื้อต่อการทำงานร่วมกับเครือข่ายภายนอก มาตรการคือพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ลดการพึ่งพาองค์กรและสามารถยืนได้ด้วยกลไกสนับสนุนจากประชาชน</p>					

ตารางที่ 23 แสดงรายละเอียดโครงการพัฒนาระบบการสื่อสารสาธารณะและบริการด้วยปัญญาารวมหมู่

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: CITIZEN</p>	<p>PJ17 โครงการพัฒนาระบบการสื่อสารสาธารณะและบริการด้วยปัญญาารวมหมู่</p>	<p>หน่วยงาน : สำนักเครือข่ายฯ ผู้รับผิดชอบหลัก : -</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: -</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 11,316,000 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>เพื่อแก้ปัญหาการขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะที่ขาดข้อมูลและการมีส่วนร่วมอย่างเป็นระบบ โครงการนี้จึงพัฒนาแพลตฟอร์มปัญญาารวมหมู่ (Public Intelligence) เพื่อเป็นเครื่องมือระดมความร่วมมือและสร้างชุดข้อมูลจากประชาชน โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือการสร้างพื้นที่กลาง ที่ทุกภาคส่วนสามารถใช้ข้อมูลในการตัดสินใจอย่างไตร่ตรอง แสวงหาทางออกร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ และนำไปสู่การพัฒนานโยบายระดับท้องถิ่นที่ยึดโยงกับประชาชนอย่างแท้จริง</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนาระบบและกระบวนการเพื่อระดมความร่วมมือจากประชาชนในการสร้างและรวบรวมชุดข้อมูลสาธารณะ 2. สร้างเครื่องมือและระบบเฝ้าระวังให้เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับภาคประชาชนและนักข่าวพลเมืองในการติดตาม แจ้งเตือนแนวโน้มปัญหาสาธารณะ 3. เพื่อสร้างพื้นที่สนทนาที่สร้างสรรค์บนพื้นฐานของข้อมูลความรู้ ลดเงื่อนไขที่อาจนำไปสู่ความขัดแย้ง และเสริมสร้างบทบาทของสื่อสาธารณะในการแสวงหาทางออกร่วมกัน 				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เกิดชุดข้อมูลสาธารณะ ชุดข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณภาพและน่าเชื่อถือ ซึ่งภาคประชาชนและภาคีเครือข่ายสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจได้จริง 2. ภาคประชาชนมีศักยภาพและเครื่องมือในการขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะ จนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงและข้อเสนอเชิงนโยบายได้ 3. เกิดพื้นที่กลางที่สร้างสรรค์ในการแลกเปลี่ยน ลดความขัดแย้ง และแสวงหาทางออกร่วมกันของสังคมบนฐานของข้อมูล 				
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. แพลตฟอร์มและระบบข้อมูลสาธารณะที่มีประสิทธิภาพ แพลตฟอร์ม C-site ที่ต่อยอดฟังก์ชันการรายงานข้อมูลเชิงพื้นที่ (Geo-location Reporting) และการติดตามแนวโน้มปัญหา มีข้อมูล/ชิ้นงานที่สร้างโดยประชาชนในระบบ ไม่น้อยกว่า 3,000 ชิ้น จำนวนสมาชิกผู้ใช้งานแพลตฟอร์ม เพิ่มขึ้นร้อยละ 15 จากปี 2568 อัตราการกลับมาใช้งานซ้ำของสมาชิก 2. ชุดข้อมูลเชิงลึกและเนื้อหาสื่อสารสาธารณะที่สร้างผลกระทบ ชุดข้อมูลเปิด (Public Datasets) และ Longform Interactive Journal อย่างน้อย 16 ประเด็น ประเด็นจากแพลตฟอร์มถูกนำไปขยายผลจนเกิดการเปลี่ยนแปลงที่มองเห็นได้ ไม่น้อยกว่า 20 ประเด็น (เช่น การแก้ไขปัญหาในพื้นที่, การปรับปรุงบริการสาธารณะ) ประเด็นถูกพัฒนาและส่งต่อไปยังผู้กำหนดนโยบาย ไม่น้อยกว่า 8 ประเด็น ระยะเวลาในการจัดทำรายงานเชิงลึกจากข้อมูลในระบบ ลดลง 50% เมื่อเทียบกับกระบวนการเดิม 				

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: CITIZEN</p>	<p>PJ17 โครงการพัฒนาระบบการสื่อสารสาธารณะและ บริการด้วยปัญญาารวมหมู่</p>	<p>หน่วยงาน : สำนักเครือข่ายฯ ผู้รับผิดชอบหลัก : -</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: -</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 11,316,000 บาท</p>
	<p>3. เครือข่ายภาคีความร่วมมือที่เข้มแข็ง เครือข่ายสื่อพลเมือง (นักข่าวพลเมือง สื่อพลเมือง เครือข่ายสื่อสารสาธารณะท้องถิ่น) และภาคีความร่วมมือที่ผ่านกระบวนการเสริมศักยภาพ จำนวนภาคี (อปท, สถาบันการศึกษา, เครือข่าย) ที่เข้าร่วมความร่วมมืออย่างน้อย 20 แห่ง -จำนวนนักข่าวพลเมือง/คนในชุมชนที่ผ่านกระบวนการเสริมศักยภาพไม่น้อยกว่า 500 คน มีรายรับจากการให้บริการข้อมูล/แพลตฟอร์มไม่น้อยกว่า 10% ของงบประมาณที่ได้รับ</p>				
<p>ความเสี่ยง</p>	<p>ด้านการดำเนินงาน: ความเสี่ยงที่การพัฒนานวัตกรรมต้นแบบ (Prototype) ล้มเหลว หรือไม่ได้รับความร่วมมือจากท้องถิ่น มาตรการ สร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการออกแบบ (Co-design) กับชุมชนตั้งแต่เริ่มต้น สื่อสารประโยชน์ที่ท้องถิ่นจะได้รับให้ชัดเจน และสร้างเครือข่ายภาคีในพื้นที่เพื่อเป็นเจ้าของร่วมกัน</p> <p>ด้านการเงิน: ไม่สามารถระดมทุนหรือสร้างรายได้จากบริการได้ตามเป้าหมาย มาตรการ กระจายความเสี่ยงโดยการหาแหล่งทุนสนับสนุนจากภายนอก หาความร่วมมือกับองค์กรสาธารณประโยชน์เพื่อสร้างความยั่งยืน</p> <p>ด้านเทคโนโลยี: ความเสี่ยงจากการถูกภัยคุกคามทางไซเบอร์ หรือปฏิบัติการข้อมูลข่าวสาร IO มาตรการ กำหนดโปรโตคอลและแนวปฏิบัติในการใช้ข้อมูล (Data Governance) ติดตั้งและอัปเดตระบบป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ สร้างทีมและเพิ่มกระบวนการ Community verifier เพื่อช่วยกันตรวจสอบและให้คะแนนความถูกต้องของข้อมูลเบื้องต้น ลดภาระของทีมงาน</p>				

ตารางที่ 24 แสดงรายละเอียดโครงการงานสื่อสารการตลาดเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์องค์กร

<p>แผนที่ 1 สารเนื้อหา (CONTENT) GENRE: Content Strategy</p>	<p>PJ18 โครงการงานสื่อสารการตลาดเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์องค์กร</p>	<p>หน่วยงาน : ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดฯ ผู้รับผิดชอบหลัก : -</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: ทุกหน่วยงาน</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 12,160,000 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>เนื้อหาที่เผยแพร่ทาง Thai PBS ,VIPA และอื่น ๆ มีคุณค่าและประโยชน์เพื่อสาธารณะ แต่การเข้าถึงเนื้อหาค่อนข้างน้อยกว่าข้อมูลที่สะท้อน Rating อันดับ 14 และเพื่อนำไปสู่เป้าหมาย TV DIGITAL อันดับ 10 จึงต้องมีแผนการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสม จะสร้างการจดจำในเนื้อหา ต่าง ๆ ของ ส.ส.ท. เพิ่มขึ้น และมุ่งขยายฐานผู้ชม, สมาชิกและผู้ติดตาม ให้เข้าถึงทุกช่องทางสื่อมากขึ้น</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อสื่อสารและส่งเสริมให้เนื้อหาของส.ส.ท. แพร่หลายเป็นที่รู้จัก สังคมรับรู้คุณค่าของเนื้อหา ผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาด 2. เพื่อกระตุ้นให้เกิดการรับชมผ่านบริการข้ามสื่อ, เพิ่มช่องทางการรับรู้, ทดลองใช้บริการใหม่ เกิดการใช้บริการและสร้างผู้ติดตามใหม่ 3. เพื่อเพิ่มผู้ชม Thai PBS จากฐานข้อมูลที่ประกอบการพัฒนาเนื้อหา นำไปสู่อันดับ 10 ในช่องดิจิตอลทีวี 				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประชาชนรับรู้การดำเนินงานของ ส.ส.ท.และ จดจำหนึ่งในชื่อรายการ ที่จำแนกตามกลุ่มประเภทรายการได้ 2. ปริมาณการรับชมของ Thai PBS เพิ่มขึ้นเป็นอันดับ 10 ในช่วงเวลาแข่งขัน และมีพัฒนาด้านสร้างสรรค์เนื้อหา-รูปแบบ ตรงกลุ่มเป้าหมาย 				
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เนื้อหาชิ้นงานสื่อสารการตลาดในทุกช่องทาง (Online 100 ชิ้นต่อเดือน, On Air 60 ชิ้นต่อเดือน) 2. กิจกรรมหรือเครื่องมือสื่อสาร เชื่อมโยงเนื้อหาหลัก Hero Products, Thai PBS selected, เนื้อหาอื่นๆ หรือ กิจกรรมร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่สร้างผู้ติดตาม, สมาชิกและผู้ได้รับประโยชน์จากกิจกรรม อย่างน้อย 1 กิจกรรม / ไตรมาส (หรือ 3 กิจกรรมต่อปี) 3. ระบบประเมินผล สถิติข้อมูล RATING รายงานแบบรายวัน ทั้ง 365 วัน และส่วนแบ่งการรับชมเพิ่มขึ้น +15% ถึง +90% 				
<p>ความเสี่ยง</p>	<p>มีข้อเสนอให้ปรับเปลี่ยนเป็นระบบ Nielsen ซึ่งมีงบประมาณ 4,080,000 ต่อปี เพิ่มขึ้นจากเดิม +3,120,000 บาท ซึ่ง PSI มีความเสี่ยงด้านการกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่าง-ระบุลักษณะประชากร และระบบการคำนวณแสดงผล ส่วน Nielsen มีความเสี่ยงด้านกลุ่มตัวอย่างน้อย</p>				

แผนที่ 2: แพลตฟอร์มและบริการ 4 โครงการ งบประมาณรวม 107,425,981 บาท

โครงการ (PJ): 19-22

ยุทธศาสตร์: คุณภาพ

ตารางที่ 25 แสดงภาพรวมและรายละเอียดแบบย่อของโครงการในแผนที่ 2 แพลตฟอร์มและบริการ

Project no.	ชื่อโครงการ	งบประมาณ ปี 2569 (บาท)	งบประมาณ ผูกพัน	เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ 12 ข้อ/นโยบายสนับสนุน	หน่วยงาน
PJ19	โครงการพัฒนาสื่อเพื่อการเข้าถึงและสร้างมูลค่า (Accessible & Value Media Project)	21,000,000		KP12 นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 4	สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา
PJ20	โครงการระบบกลไกสนับสนุนการผลิตเนื้อหาในรูปแบบ Original Master	3,882,981	1,697,341	KP02/04 นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 4	สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา
PJ21	โครงการ Digital Platform Services	80,543,000		KP02/04 นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 4	สำนักสื่อดิจิทัล
PJ22	โครงการ Digital Inclusive Services	2,000,000		KP02/04 นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 4	สำนักสื่อดิจิทัล

ตารางที่ 26 แสดงรายละเอียดโครงการพัฒนาสื่อเพื่อการเข้าถึงและสร้างมูลค่า (Accessible & Value Media Project)

<p>แผนที่ 2 แพลตฟอร์มและบริการ (Platform & Service)</p>	<p>PJ19 โครงการพัฒนาสื่อเพื่อการเข้าถึงและสร้างมูลค่า (Accessible & Value Media Project)</p>	<p>หน่วยงาน: สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา ผู้รับผิดชอบหลัก: ฝ่ายพัฒนาผลผลิตเนื้อหา</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: -</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 21,000,000 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>เพื่อยกระดับและพัฒนาการแปล พากย์ การจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (CC) เสียงบรรยายภาพ (AD) และการจัดทำบริการคำบรรยาย Subtitle ภาษาต่างประเทศและภาษาที่ 3 (อังกฤษ จีน ญี่ปุ่น เมียนมา ลาว) เพื่อให้กลุ่มผู้ชมทั่วไป คนรุ่นใหม่ คนหูหนวกคนตาบอดและกลุ่มเปราะบาง สามารถเข้าถึงเนื้อหาสื่อที่เป็นประโยชน์ได้ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น และส่งเสริมความเท่าเทียมและการรวมกลุ่มทางสังคมได้อย่างเสมอภาค</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผลิตและจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (CC) เสียงบรรยายภาพ (AD) ให้เป็นไปตามสัดส่วนการออกอากาศตามประกาศ กสทช. 2. ผลิตและจัดทำคำบรรยาย Subtitle ภาษาต่างประเทศและภาษาที่ 3 (อังกฤษ จีน ญี่ปุ่น เมียนมา ลาว) เพิ่มเนื้อหาสารประโยชน์ สารบันเทิง ละครที่มีรายการใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น 3. ส่งเสริมความเท่าเทียมในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของคนหูหนวกและคนตาบอดในการรับชมรายการได้อย่างเสรีภาพ 4. เพื่อสนับสนุนแผนงานหารายได้ขององค์กร 				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อให้ผู้ชมทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงเนื้อหาสารประโยชน์ สารบันเทิง ละครได้ทุกแพลตฟอร์ม 2. เพิ่มโอกาสในการขยายฐานผู้ชมไปยังกลุ่มผู้ชมที่กว้างขึ้น 3. เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ ส.ส.ท. 				
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. จำนวนผู้ชมเพิ่มขึ้นจากหลากหลายแพลตฟอร์มทั้งช่องทางโทรทัศน์ และออนไลน์ ผ่านการวัดผลใน One Stat 2. DIGITAL – FIRST VDO CONTENT >20% ในปี 2569 มีบริการ AD/CC และมีบริการคำบรรยาย Subtitle ภาษาต่างประเทศและภาษาที่ 3 จำนวน 5 ภาษา (อังกฤษ จีน ญี่ปุ่น เมียนมา ลาว) 				
<p>ความเสี่ยง</p>	<p>On air : 1.ความเหมาะสมของการวางผังรายการที่ให้บริการ AD, CC ไม่ตอบสนองกับพฤติกรรมมารับชมและความเหมาะสมของ กลุ่มเป้าหมาย</p> <p>2.ขาดการประชาสัมพันธ์รายการที่ให้บริการ AD, CC</p> <p>3.รูปแบบรายการไม่สามารถนำมาผลิตการจัดทำบริการ AD ได้</p> <p>Online : 1.การเข้าถึงแอป VIPA ของคนพิการยังพบปัญหาความยุ่งยากและไม่เอื้อต่อการใช้งานอย่างทั่วถึง</p>				

ตารางที่ 27 แสดงรายละเอียดโครงการระบบกลไกสนับสนุนการผลิตเนื้อหาในรูปแบบ Original Master

<p>แผนที่ 2 แพลตฟอร์มและบริการ (Platform & Service)</p>	<p>PJ20 โครงการระบบกลไกสนับสนุนการผลิตเนื้อหาในรูปแบบ Original Master</p>	<p>หน่วยงาน : สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา ผู้รับผิดชอบหลัก: -</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: -</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 3,882,981 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>การผลิตเนื้อหาแบบ Original Master & Digital-First ของ Thai PBS กำลังขยายตัวทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ ส่งผลให้ต้องมีระบบจัดเก็บที่ปลอดภัยและยั่งยืน (Nearline Storage) ควบคู่กับการลดขั้นตอนการทำงานที่สิ้นเปลืองทรัพยากร (Smart Paperless Dubbing บน iPad/Tablet) เพื่อสร้าง ระบบนิเวศดิจิทัลครบวงจร ที่ทั้ง ประหยัด-ยั่งยืน-พร้อมแข่งขันระดับสากล</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดเก็บและสำรองข้อมูล Original Content & Material อย่างปลอดภัย เชื่อมโยงกับ Metadata 2. ลดการใช้กระดาษและหมึกพิมพ์ เพิ่มความคล่องตัวในการทำงานพากย์/แปล ด้วยระบบ E-Script 3. ยกระดับมาตรฐานการผลิตให้สอดคล้องกับ Omni-channel และมาตรฐานสากล 4. เปิดการกระจายเนื้อหาไปยังแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทั้งในองค์กรและระดับ International เพื่อต่อยอดเชิงธุรกิจ 				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีคลังเก็บข้อมูลกลางที่ปลอดภัย ป้องกันการสูญหาย พร้อมรองรับการต่อยอด IP 2. ศูนย์กลาง Thai PBS Content HUB ที่เชื่อมโยงกับตลาดเนื้อหาทั้งในและต่างประเทศ 3. ลดต้นทุนด้านวัสดุสิ้นเปลือง (กระดาษ/หมึกพิมพ์) และเวลาในกระบวนการพากย์ 				
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Smart Paperless Dubbing (iPad/Tablet + Workflow เชื่อมระบบ EditShare) 2. ลดการใช้กระดาษและหมึกพิมพ์ \geq ร้อยละ 80 ภายใน 1 ปี 3. มีไฟล์ที่ถูก Backup-Archive มากกว่าร้อยละ 80 ของไฟล์ใหม่ในปีงบประมาณ 4. *มีการนำไฟล์กลับมาใช้เชิงพาณิชย์หรือความร่วมมือระหว่างประเทศอย่างน้อย 20 โครงการ/ปี 5. สร้างรายได้หรือประหยัดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ/ผลิตซ้ำได้น้อยร้อยละ 10 ต่อปี 6. อัตราความเสียหายของไฟล์สำคัญเท่ากับร้อยละ 0 				
<p>ความเสี่ยง</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ปริมาณ IP Content เพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากการผลิตรายการข่าว สารคดี และเนื้อหาดิจิทัล 2. ระบบจัดเก็บเดิมไม่สามารถจัดเก็บไฟล์ Original Master ได้ ความเสี่ยงด้านเทคนิค หากระบบจัดเก็บ/เชื่อมโยงล้มเหลว 				

ตารางที่ 28 แสดงรายละเอียดโครงการ Digital Platform Services

แผนที่ 2 แพลตฟอร์มและบริการ (Platform & Service)	PJ21 โครงการ Digital Platform Services	หน่วยงาน: สำนักสื่อดิจิทัล ผู้รับผิดชอบหลัก: -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 80,543,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	โครงการเพื่อพัฒนาและให้บริการงานดิจิทัลแพลตฟอร์มของไทยพีบีเอส โดยครอบคลุมทั้ง Website, Application, OTT Platform, LINE, Services Thai PBS Verify งาน AI รวมทั้งการให้บริการ Infrastructure และระบบต่าง ๆ				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. รองรับการพัฒนาและปรับปรุงดิจิทัลแพลตฟอร์มของไทยพีบีเอสทุกช่องทางให้สามารถเข้าถึงและใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2. พัฒนาแพลตฟอร์มรองรับการเป็น National OTT และการเผยแพร่เนื้อหาจากผู้ผลิตที่หลากหลาย 3. เพิ่มช่องทางในการหารายได้จากแพลตฟอร์ม 4. ส่งเสริมและพัฒนาด้านนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้กับองค์กร 				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีแพลตฟอร์มที่เข้าถึงง่าย ต่อทุกกลุ่มประชาชน และมีความเสถียร 2. มีการลงทุนอย่างคุ้มค่า 3. มีการให้บริการอย่างต่อเนื่อง 				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) <ol style="list-style-type: none"> 1. มี Uptime ไม่น้อยกว่าร้อยละ 99.4 ต่อปี สำหรับ Thai PBS Web 2. จำนวน Website ที่พัฒนาและปรับปรุงไม่น้อยกว่า 5 websites 3. พัฒนาและ Implement One Thai PBS ได้ตามกำหนด 4. จำนวนผลิตภัณฑ์ AI เป็นไปตามเป้าหมาย 	ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) <ol style="list-style-type: none"> 1. อันดับของเว็บไซต์ Thai PBS ติด Top 10 ในกลุ่มข่าว-สื่อ (ปี 2568 = 12) 2. มีจำนวน Page View ของเว็บไซต์รายการเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 (ปี 2567 = 5.88%) 3. ผลสำรวจการรับรู้ การเข้าถึง และการใช้บริการ Thai PBS AI อยู่ระดับดีขึ้น 			
ความเสี่ยง	<ol style="list-style-type: none"> 1. คุณภาพของเนื้อหา และบริการ จำนวนผู้รับชมเนื้อหา ส่งผลต่องบประมาณ ค่าใช้จ่ายในการบริหารโครงการและดำเนินการ 2. ความชัดเจนของนโยบาย National OTT 3. จำนวนทีมด้านเทคนิคในการดูแลและบริหารงานไม่เพียงพอ 				

ตารางที่ 29 แสดงรายละเอียดโครงการ Digital Inclusive Services

<p>แผนที่ 2 แพลตฟอร์มและบริการ (Platform & Service)</p>	<p>PJ22 โครงการ Digital Inclusive Services</p>	<p>หน่วยงาน: สำนักสื่อดิจิทัล ผู้รับผิดชอบหลัก: -</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: -</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 2,000,000 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>โครงการผลิตระบบบริการเพื่อสนับสนุนการสื่อสาร เพื่อความเท่าเทียมของการเข้าถึงในมิติของภาษามือใหญ่เต็มจอ (Big Sign), การจัดทำ Audio Description และคำบรรยายแทนเสียงภาษาอังกฤษ (CC) หรือ ภาษาอื่น ๆ ของกลุ่มละครไทยพีบีเอส สารคดี และเนื้อหาต่าง ๆ เพื่อสร้างโอกาสในการเข้าถึงเนื้อหา กลุ่มออนไลน์ที่ต้องการการเข้าถึงอย่างเท่าเทียมและสนับสนุนภาคภาษาต่างประเทศ</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการพัฒนาเนื้อหาเพื่อการเข้าถึงในทุกกลุ่มงานหลากหลาย ยกระดับแบรนด์ไทยพีบีเอส ให้เป็นสื่อสาธารณะที่ครอบคลุมบริการเพื่อคนพิการมากที่สุด สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเนื้อหาเพื่อการเข้าถึงของผู้ที่ต้องการเนื้อหาในภาษาต่างประเทศ 				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<ol style="list-style-type: none"> ได้เนื้อหา Big Sign, AD, CC ที่เข้าถึงง่ายทุกแพลตฟอร์ม และตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย มีการลงทุนด้านเนื้อหาอย่างคุ้มค่า พิสูจน์ถึงคุณค่าที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของสื่อสาธารณะ มีความน่าเชื่อถือ สร้างการเรียนรู้สำหรับทุกช่วงวัย มีความคิดสร้างสรรค์ และรับผิดชอบต่อสังคม 				
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<p>ตัวชี้วัดผลผลิต (Output)</p> <ol style="list-style-type: none"> ผลิตละคร และรายการที่มีเนื้อหา Big Sign เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากปี 2568 จัดทำเนื้อหารายการที่มีบริการ AD เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากปี 2568 จัดทำ Closed Caption ภาษาต่างประเทศ เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากปี 2568 ผลิตชิ้นงานภาษาต่างประเทศ ไม่น้อยกว่าเดือนละ 25 ชิ้นงาน 	<p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome)</p> <ol style="list-style-type: none"> Big Sign Video View เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 จำนวน pageview เนื้อหาภาษาต่างประเทศบน website เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ผลสำรวจการรับรู้ การเข้าถึง และการใช้บริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อคนพิการอยู่ระดับดีขึ้น 			
<p>ความเสี่ยง</p>	<ol style="list-style-type: none"> เนื้อหาที่เลือกมาทำ CC, AD, Big Sign ไม่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานกลุ่มเป้าหมาย เป็นกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง ที่ไม่เป็นกลุ่มใหญ่ ต้องมีรูปแบบการสื่อสารที่แตกต่าง ความล่าช้าของการผลิตงานที่ต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ 				

แผนที่ 3: การมีส่วนร่วมสาธารณะ 6 โครงการ งบประมาณรวม 30,620,000 บาท

โครงการ (PJ): 23-28

ยุทธศาสตร์: คุณภาพ

ตารางที่ 30 แสดงภาพรวมและรายละเอียดแบบย่อของโครงการในแผนที่ 3 การมีส่วนร่วมสาธารณะ

Project no.	ชื่อโครงการ	งบประมาณ ปี 2569 (บาท)	งบประมาณ ผู้กัก	เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ 12 ข้อ/นโยบายสนับสนุน	หน่วยงาน
PJ23	โครงการงานสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์องค์กร	11,400,000		KP11 นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 7	ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ
PJ24	โครงการการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	6,500,000		KP01/03/09 นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 7	สำนักสื่อดิจิทัล
PJ25	โครงการสนับสนุนการดำเนินงานของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ	4,000,000		KP12 นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 7	หน่วยสนับสนุนสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ
PJ26	โครงการศิลปะสมัยสร้อยจร-เสวนา	500,000		KP01/09 นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 6	ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม
PJ27	โครงการพัฒนารายได้จากผู้สนับสนุนและทรัพย์สินขององค์กร	5,000,000		นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 4	ฝ่ายรัฐกิจสัมพันธ์และภาคีภาคเอกชน
PJ28	โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตในอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์ (Thai PBS Creative Academy)	3,220,000		นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 4	ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ

ตารางที่ 31 แสดงรายละเอียดโครงการงานสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์องค์กร

แผนที่ 3 การมีส่วนร่วมสาธารณะ (Public Engagement)	PJ23 โครงการงานสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์องค์กร	หน่วยงาน : ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดฯ ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบร่วม: ทุกหน่วยงาน	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 11,400,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	Thai PBS เป็นมากกว่าสถานีโทรทัศน์ มุ่งเน้นเป็นสื่อที่น่าเชื่อถือ ได้รับความไว้วางใจ และใช้บริการอย่างต่อเนื่องจากประชาชน จึงมีโครงการสำคัญที่สื่อสารทิศทางยุทธศาสตร์ 3 ด้าน พร้อมวาระขององค์กร ทั้ง 5 ประเด็น เพื่อสร้างการจดจำในภาพลักษณ์ ของ ส.ส.ท. ขยายฐานผู้ชมทั้งในและต่างประเทศ โดยเปิดพื้นที่จัดกิจกรรม-อบรม ให้มีส่วนร่วมในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ และใช้การตลาดแบบผสมผสาน เป็นเครื่องมือขับเคลื่อน				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อสร้างแคมเปญการสื่อสารและกิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถสร้างการรับรู้ในวาระหลักของ ส.ส.ท. และสามารถสร้างการจดจำโดยตรง 2. เพื่อสร้างการรับรู้ กระตุ้นการเข้าถึง ให้เกิดการทดลองใช้บริการข้ามสื่อ สร้างฐานสมาชิก เชื่อมโยงกลยุทธ์เพื่อสร้างอัตลักษณ์ ที่ชัดเจน และสร้างความน่าเชื่อถือ 3. เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการโดยตรง รักษาฐานผู้ชม รวมไปถึงขยายฐานผู้ชมจากการลงพื้นที่โดยตรงหรือร่วมกับ Stakeholder ต่าง ๆ 				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	<ol style="list-style-type: none"> 1. กิจกรรม Corporate, Road Show, กิจกรรมสาธารณะ-อบรม-ดูงาน, Campaign Core Agenda ระดับองค์กรขนาดใหญ่ (3 ครั้งต่อปี) 2. เนื้อหาถูกนำเสนอในพื้นที่สื่อ Out of Home, พื้นที่สื่อพันธมิตร , Online อื่น ๆ และสื่อสารผ่าน Influencer เกิดการรับรู้ใหม่-ทดลองเข้าชม 3. ผลิตภัณฑ์ที่ระลึก ที่สามารถสร้างการจดจำ และรักษาฐานแฟนประจำ 				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	<ol style="list-style-type: none"> 1. จำนวนผู้ใช้ประโยชน์ หรือผู้ร่วมกิจกรรม รวมทุกกิจกรรม มากกว่า 25,000 คน 2. Public Perception ทุกด้านอยู่ในระดับ ที่องค์การกำหนด ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน 3. ของที่ระลึก 3 รูปแบบ ที่สร้างการจดจำ ผ่านประสบการณ์ที่เคยมีส่วนร่วมในกิจกรรมของ ส.ส.ท.จำนวนรวมมากกว่า 20,000 ชิ้น 				
ความเสี่ยง	Core Agenda อาจไม่สอดคล้องกับ สถานการณ์ปัจจุบัน กิจกรรมอาจไม่ตอบสนองต่อพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้ชมรายการ อาจไม่สามารถสร้างการเข้าชมต่อเนื่อง Rating ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้				

ตารางที่ 32 แสดงรายละเอียดโครงการการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)

แผนที่ 3 การมีส่วนร่วมสาธารณะ (Public Engagement)	PJ24 โครงการการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	หน่วยงาน : สำนักสื่อดิจิทัล ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 6,500,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	โครงการดำเนินการการตลาดดิจิทัล เพื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัลของไทยพีบีเอส ให้เป็นที่รู้จักและถูกใช้งานในวงกว้างของสังคม โดยครอบคลุมทั้งส่วนงาน Digital Ads/SEO/ eNewsletter /Content Marketing รวมถึงกระบวนการการตลาดดิจิทัลที่สนับสนุนการเกิดภาพจำใหม่ของ Thai PBS				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. บริการ Media Ads บน Social Media Platform (Facebook Ads, Google Ads, Apple Search, LINE Media Ads และอื่นๆ) 2. จัดกิจกรรมส่งเสริม Digital Branding และสื่อประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง 3. ผลิตของที่ระลึกสำหรับบริการ Digital Branding 				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	<ol style="list-style-type: none"> 1. สร้างการรับรู้แพลตฟอร์มและบริการ Digital ของ Thai PBS 2. มีกิจกรรมส่งเสริมการรับรู้ และส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ 3. สร้าง Royalty Campaign กับกลุ่มผู้ใช้บริการ 				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) <ol style="list-style-type: none"> 1. มีของที่ระลึกสำหรับใช้ในกิจกรรม On Ground และ Online 2. มีการจัดทำแผนการใช้งบด้าน Media Ads รายไตรมาส 3. มีการจัดทำแผน Digital Marketing รายไตรมาส 4. มีการจัดกิจกรรมส่งเสริม Digital Brand อย่างน้อย 2 กิจกรรม 	ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) <ol style="list-style-type: none"> 1. จำนวนสมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรม 2. ความพึงพอใจในการจัดกิจกรรม 3. จำนวนสมาชิกใน Platform เพิ่มขึ้นจากการใช้ Media Ads 			
ความเสี่ยง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ยังไม่มี Positioning ที่ชัดเจนของ Brand ทำให้อาจประชาสัมพันธ์ไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง 2. ขาดกลยุทธ์การตลาดในภาพรวมที่ชัดเจน อาจทำให้ผลลัพธ์จากการใช้งบประมาณไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ 3. ช่วงเวลาดำเนินกิจกรรม 				

ตารางที่ 33 แสดงรายละเอียดโครงการสนับสนุนการดำเนินงานของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ

แผนที่ 3 การมีส่วนร่วมสาธารณะ (Public Engagement)	PJ25 โครงการสนับสนุนการดำเนินงานของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ	หน่วยงาน : หน่วยสนับสนุนสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ ผู้รับผิดชอบหลัก: -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 4,000,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ ไทยพีบีเอส จัดตั้งขึ้นตาม พรบ. ส.ส.ท. พ.ศ. 2551 ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของประชาชนที่เป็นผู้ชมผู้ฟังทั่วไป เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดนโยบายและพัฒนาคุณภาพบริการของไทยพีบีเอส ผ่านการจัดกิจกรรมการรับฟังความคิดเห็น และระดมความคิดเห็นในหลากหลายรูปแบบ เพื่อรวบรวมคำแนะนำจากประชาชนในวงกว้างในการพัฒนาให้ทำหน้าที่ได้สอดคล้องกับประโยชน์สาธารณะและสังคม				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1.สนับสนุนบทบาทของสภาผู้ชมฯ ให้สามารถทำหน้าที่ตามมาตรา 45 ใน พรบ. ส.ส.ท. ได้อย่างเต็มที่ 2. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการกำหนดทิศทางการพัฒนานโยบายและคุณภาพรายการของไทยพีบีเอส 3. พัฒนากลไกการรับฟังความคิดเห็น เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะต่าง ๆ มาใช้ในการพัฒนาการให้บริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น 4. ขยายฐานผู้ชมและผู้ฟังรายการไทยพีบีเอส 				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	<ol style="list-style-type: none"> 1.ประชาชนและผู้ชม-ผู้ฟัง มีพื้นที่และช่องทางในการสื่อสารและมีส่วนร่วมสะท้อนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ 2. สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการสามารถปฏิบัติหน้าที่ตาม พ.ร.บ. ส.ส.ท. ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์ต่อการให้บริการของสื่อสาธารณะ 3. ผู้ผลิตรายการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของ ส.ส.ท.ได้รับข้อมูลและข้อเสนอแนะในการพัฒนาบริการ เพื่อนำไปปรับใช้ได้อย่างทันสถานการณ์ 4. เกิดฐานข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ เช่น จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม ระดับความพึงพอใจ และข้อเสนอในการพัฒนา 5. เกิดการออกแบบกระบวนการสรรหาสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ ให้สอดคล้องกับบริบทของอุตสาหกรรมสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว 				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดเวทีรับฟังความคิดเห็นและการประชุมตามแผนงานครบถ้วน 2. มีรายงานสรุปข้อเสนอเชิงนโยบายและความคิดเห็นจากสภาผู้ชมฯ ที่สามารถนำไปปรับใช้ได้จริง 3. มีฐานข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพเพื่อใช้พัฒนารายการ 4. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจ มีแนวโน้มจะเป็นผู้ชมที่เข้มข้นและต่อเนื่อง 				

<p>แผนที่ 3 การมีส่วนร่วมสาธารณะ (Public Engagement)</p>	<p>PJ25 โครงการสนับสนุน การดำเนินงานของสภา ผู้ชมและผู้ฟังรายการ</p>	<p>หน่วยงาน : หน่วยสนับสนุนสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ ผู้รับผิดชอบหลัก: -</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: -</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 4,000,000 บาท</p>
<p>ความเสี่ยง</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความแตกต่างของสมาชิกสภาผู้ชมฯ เช่น ความหลากหลายทางความคิด ประสบการณ์ และภูมิหลัง ทำให้เกิดความไม่เป็นเอกภาพและไม่สามารถดำเนินกิจกรรมตามแผนที่กำหนดไว้ 2. ผลិតภัณฑ์ รายการและบริการของ ส.ส.ท.ไม่มีความดึงดูดเพียงพอให้สมาชิกติดตามอย่างต่อเนื่อง สมาชิกจึงไม่สามารถให้ความเห็นเพื่อพัฒนาคุณภาพรายการ 3. การมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมกิจกรรมต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ เพราะไม่มีผู้ชมที่ติดตามชมรายการอย่างต่อเนื่อง 4. ความไม่ชัดเจนของฝ่ายนโยบายและบริหาร ในการกำหนดทิศทางและบทบาทของสภาผู้ชมฯให้ชัดเจนและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ขององค์กร 5. สิทธิประโยชน์หรือผลตอบแทนในเชิงคุณค่า ไม่สอดคล้องกับความคาดหวังของสมาชิก (ต้องสละเวลา ค่าตอบแทนต่ำ สิทธิประโยชน์อื่น ๆ มีน้อย) 				

ตารางที่ 34 แสดงรายละเอียดโครงการศิลปสโมสรรสัจจร – เสวนา

<p>แผนที่ 3 การมีส่วนร่วมสาธารณะ (Public Engagement)</p>	<p>PJ26 โครงการศิลปสโมสรรสัจจร – เสวนา</p>	<p>หน่วยงาน: ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม ผู้รับผิดชอบหลัก: -</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: -</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 500,000 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรมมุ่งต่อยอดการผลิตคอนเทนต์ออนไลน์ สู่กิจกรรม On Ground ภายใต้โครงการ “ศิลปสโมสรรสัจจร – เสวนา” ผ่านรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การสัจจร เสวนา นิทรรศการ อบรม เพื่อสร้างพื้นที่สร้างสรรค์เชิงสาระและบันเทิง ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมอย่างใกล้ชิด อันจะช่วยเสริมสร้างการตระหนักรู้ถึงคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมไทย และยกระดับภาพลักษณ์ของ ส.ส.ท.ในฐานะองค์กรสื่อสารสาธารณะที่ทำหน้าที่ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. สร้างเครือข่ายและการมีส่วนร่วมของผู้ชมผ่านกิจกรรม On Ground โดยจัดกิจกรรมไม่น้อยกว่า 2 ครั้งต่อปี และมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมรวมไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 พร้อมทั้งเปิดช่องทางรับความคิดเห็นผู้ชมเพื่อนำมาปรับปรุงรายการอย่างต่อเนื่อง 2. ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมอยู่ในระดับดีมาก (ระดับคะแนน 4.5 ขึ้นไป) 3. ความพึงพอใจของเครือข่ายร่วมสนับสนุน หรือจัดกิจกรรมอยู่ในระดับดีมาก (ระดับคะแนน 4.5 ขึ้นไป) 4. ยกระดับการสร้างแบรนด์ในฐานะผู้นำด้านสื่อสาระบันเทิง โดยให้มีการอ้างอิง/นำเสนอรายการหรือกิจกรรมของโครงการในสื่อภายนอก 				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประชาชนได้รับโอกาสเข้าถึงกิจกรรมศิลปวัฒนธรรมทั้งในเชิงสาระและบันเทิง เกิดความรู้ ความเพลิดเพลิน และความภาคภูมิใจ 2. เกิดเครือข่ายความร่วมมือระหว่างศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม ภาคประชาชน และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปวัฒนธรรม 3. ได้รับข้อมูลสะท้อนความคิดเห็นจากผู้ชมและเครือข่าย เพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนาการผลิตคอนเทนต์และกิจกรรมให้ตรงกับความต้องการ 4. เสริมสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์ของ ส.ส.ท.ในฐานะองค์กรสื่อสารสาธารณะที่มีบทบาทเชิงรุกในการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม 				
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<p>ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) จำนวน (ครั้ง) กิจกรรมออนไลน์, จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของแต่ละกิจกรรม, จำนวน (ครั้ง) ของเนื้อหากิจกรรมที่ได้รับอ้างอิงจากสื่ออื่น</p> <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมอยู่ในระดับดีมาก, ความพึงพอใจของเครือข่ายร่วมสนับสนุน หรือจัดกิจกรรมอยู่ในระดับดีมาก</p>				
<p>ความเสี่ยง</p>	<p>ปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ เช่น สถานการณ์ทางสังคม-การเมือง ที่กระทบการจัดกิจกรรม</p>				

ตารางที่ 35 แสดงรายละเอียดโครงการพัฒนารายได้จากผู้สนับสนุนและทรัพย์สินขององค์การ

<p>แผนที่ 3 การมีส่วนร่วมสาธารณะ (Public Engagement)</p>	<p>PJ27 โครงการพัฒนารายได้จากผู้สนับสนุนและทรัพย์สินขององค์การ</p>	<p>หน่วยงาน : ฝ่ายรัฐกิจฯ ผู้รับผิดชอบหลัก: -</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: -</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 5,000,000 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>เป้าหมายเพื่อเพิ่มรายได้ให้องค์การ โดยใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินที่มีอยู่ ทรัพย์สินทางปัญญาที่ ส.ส.ท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ หรือทรัพย์สินทางปัญญาอื่น ๆ ที่ ส.ส.ท. มีอยู่ เช่น อุปกรณ์ สถานที่ รวมถึงบุคลากร ควบคู่กับการสร้างความร่วมมือกับผู้สนับสนุนจากภายนอก ทั้งในรูปแบบเงินทุนและความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ เพื่อสร้างมูลค่าและความยั่งยืนให้องค์การ</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน 2. เพื่อพัฒนาความร่วมมือ (Partnerships) ที่ก่อให้เกิดคุณค่าและประโยชน์ร่วมกัน และยังเป็นการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายขององค์การ 3. เพื่อเพิ่มคุณค่าและใช้ประโยชน์สูงสุดจากองค์การจากทรัพย์สินทางปัญญา ตลอดจนทรัพยากรและโอกาสทางธุรกิจที่สอดคล้องกับ พ.ร.บ.ไทยพีบีเอส และภาพลักษณ์ขององค์กรสื่อสารมวลชน 				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<p>องค์การมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินที่มีอยู่ ทั้งในด้านทรัพย์สินทางปัญญา อุปกรณ์ สถานที่ และบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสามารถขยายความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายได้อย่างต่อเนื่อง</p>				
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความร่วมมือภาครัฐ หรือเอกชน หรือโครงการที่เกิดขึ้น เป็นจำนวนกิจกรรม/การประสานงานกับหน่วยงานรัฐที่สำเร็จ 2. มูลค่ารายได้จากการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการสร้างความร่วมมือกับผู้สนับสนุนหรือภาคีเครือข่าย 3. ความพึงพอใจของพันธมิตรในระดับการรับรู้เชิงบวกต่อองค์การสื่อสารและแนะนำ โครงการความร่วมมือไปต่อยอดหรือใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะ 4. เป้ารายได้ของศูนย์ฯ ในปี 2569 จำนวน 43 ล้านบาท 5. มีการใช้บริการ ทรัพยากรต่าง ๆ ของ ส.ส.ท. รวมทั้งสิ้น 144 ครั้ง 6. มีโครงการที่เกิดจากงานความร่วมมือจำนวน 5 โครงการใน 1 ปี 				
<p>ความเสี่ยง</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีข้อจำกัดเรื่องของระเบียบองค์กรที่ยังไม่ชัดเจนเรื่องแนวทางการหารายได้ 2. พื้นที่จัดเก็บงานขายฟุตบอลทีมจำกัด <p>สถานที่ หรืออุปกรณ์บางอย่างสำหรับการให้บริการเสื่อมสภาพ</p>				

ตารางที่ 36 แสดงรายละเอียดโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตในอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์ (Thai PBS Creative Academy)

แผนที่ 3 การมีส่วนร่วมสาธารณะ (Public Engagement)	PJ28 โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตในอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์ (Thai PBS Creative Academy)	หน่วยงาน : ศูนย์วิจัยฯ ผู้รับผิดชอบหลัก: -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 3,220,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ มีภารกิจในการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตในอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์ (Thai PBS Creative Academy) เพื่อส่งเสริมและต่อยอดทักษะที่สำคัญให้กับผู้ผลิตในอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์ และผู้ที่ต้องการเข้าสู่สายงานในอุตสาหกรรมสื่อ ตลอดจนการเชื่อมต่อโอกาสในการทำงานในอุตสาหกรรมสื่อ และการสนับสนุนผู้ผลิตและเนื้อหาของไทยสู่สากล				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อดำเนินจัดการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตในอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์ 2. เพื่อเผยแพร่และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้จากการดำเนินงานของสื่อสาธารณะที่ส่งเสริมนวัตกรรมสื่อและเนื้อหาที่สร้างสรรค์ 3. เพื่อสร้างรายได้และการยอมรับจากสังคม 				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้เข้าร่วมอบรมจะได้รับความรู้และโอกาสในการทำงานในอุตสาหกรรมสื่อ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ 2. ส.ส.ท. ได้รับการยอมรับจากสังคมในฐานะหน่วยงานที่ร่วมส่งเสริมยกระดับศักยภาพบุคลากรและนวัตกรรมด้านสื่อ 3. ส.ส.ท. มีรายได้จากการอบรม 				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	<ol style="list-style-type: none"> 1. การจัดอบรมพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตในอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์ อาทิ การเป็นพิธีกร การเขียนบท Content creator เป็นต้น จำนวน 5 หลักสูตร 2. รายได้โดยรวมจากการอบรม ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของฐานงบประมาณการจัดอบรมที่ได้รับ 3. ชิ้นงานสื่อสารหลักสูตรและองค์ความรู้จากการอบรม Thai PBS Creative Academy อย่างน้อย 10 ชิ้นงาน 				
ความเสี่ยง	<ol style="list-style-type: none"> 1. จำนวนผู้เข้าอบรมที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย 2. ผู้อบรมมีทางเลือกหรือคู่แข่งค่อนข้างมาก 3. สถานการณ์ฉุกเฉินทางสังคมที่ส่งผลต่อการจัดงาน 				

แผนที่ 4: วิจัยและการจัดการข้อมูล 4 โครงการ งบประมาณรวม 38,302,000 บาท

โครงการ (PJ): 29-33

ยุทธศาสตร์: คุณภาพ

ตารางที่ 37 แสดงภาพรวมและรายละเอียดแบบย่อของโครงการในแผนที่ 4 วิจัยและการจัดการข้อมูล

Project no.	ชื่อโครงการ	งบประมาณ ปี 2569 (บาท)	เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ 12 ข้อ/นโยบายสนับสนุน	หน่วยงาน
PJ29	โครงการประเมินผลองค์กรและบทบาทสื่อสารมวลชน	5,350,000	KP10 นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 7	ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสารมวลชน
PJ30	โครงการวิจัยเพื่อการพัฒนาเนื้อหา แพลตฟอร์ม และการสื่อสาร	3,790,000	KP01/03/07/09 นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 2,3	ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสารมวลชน
PJ31	โครงการระบบจัดการข้อมูลเชิงวิเคราะห์กลาง (DATA ANALYTICS /ONE STAT)	10,162,000	KP01/03/07/09 นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 2,3	สำนักสื่อดิจิทัล
PJ32	โครงการพัฒนาระบบ Enterprise Resource Planning (ERP) เฟส 1	19,000,000	KP10 นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 3	ศูนย์พัฒนาระบบสารสนเทศ

ตารางที่ 38 แสดงรายละเอียดของงบกลาง

Project no.	กิจกรรม	งบประมาณ ปี 2569 (บาท)	เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ 12 ข้อ/นโยบายสนับสนุน	หน่วยงาน
PJ33	วาระกลาง และวาระอื่น ๆ	12,000,000		ผู้อำนวยการ.ส.ส.ท
	งบฉุกเฉิน	5,000,000		ผู้อำนวยการ.ส.ส.ท
	งบสำรอง	35,000,000		ผู้อำนวยการ.ส.ส.ท

ตารางที่ 39 แสดงรายละเอียดโครงการการประเมินผลองค์การและบทบาทสื่อสาธารณะ

<p>แผนที่ 4 วิจัยและการจัดการข้อมูล (R&D and Data)</p>	<p>PJ29 โครงการการประเมินผล องค์การและบทบาทสื่อสาธารณะ</p>	<p>หน่วยงาน : ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ ผู้รับผิดชอบหลัก : -</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: -</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 5,350,000 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ มีภารกิจในการประเมินผลองค์การ ตามพระราชบัญญัติองค์การฯ มาตรา 50 เพื่อติดตามความก้าวหน้าและตรวจสอบ การดำเนินงานขององค์การ และประเมินบทบาทสื่อสาธารณะและผลกระทบทางสังคม (Social Impact / SROI) เพื่อยกระดับให้การดำเนินงานของ ส.ส.ท. สร้างประโยชน์ต่อสาธารณะในวงกว้างมากยิ่งขึ้น</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อประเมินผลการดำเนินงานประจำปีของ ส.ส.ท. ตามพระราชบัญญัติองค์การ 2. เพื่อประเมินด้านการรับรู้ (PUBLIC PERCEPTION) และการยอมรับของสังคมต่อบทบาทสื่อสาธารณะของ ส.ส.ท. 3. เพื่อประเมินผลกระทบ/ผลตอบแทนทางสังคม (SIA/SROI) ในประเด็นจุดเน้นขององค์การ 				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<p>มีข้อเสนอที่นำไปใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการองค์การ สร้างการยอมรับของประชาชนและยกระดับการดำเนินงานที่สร้างผลกระทบทางสังคม</p>				
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. รายงานฉบับสมบูรณ์และบทความผลการประเมินการดำเนินงาน ส.ส.ท. ประจำปี 2568 จำนวน 1 ชิ้น 2. รายงานความก้าวหน้าการประเมินการดำเนินงาน ส.ส.ท. ประจำปี 2569 จำนวน 1 ชิ้น 3. รายงานและบทวิเคราะห์ผลการประเมินบทบาทสื่อสาธารณะ/ PUBLIC PERCEPTION อย่างน้อย 1 ชิ้น 4. รายงานการประเมินผลลัพธ์/ผลกระทบ/ผลตอบแทนทางสังคม อย่างน้อย 3 ชิ้น 				
<p>ความเสี่ยง</p>	<p>การนัดประชุมและเก็บข้อมูลกับผู้เกี่ยวข้อง ตลอดจนการเข้าถึงข้อมูลประกอบการประเมินที่ต้องอาศัยระยะเวลา ซึ่งอาจกระทบต่อผลลัพธ์ของโครงการ ความเข้าใจพื้นฐานที่มีต่อ ส.ส.ท. ของทีมวิจัย ที่ส่งผลกระทบต่อกรวางกรอบประเมินหรือการออกแบบเครื่องมือในการประเมิน</p>				

ตารางที่ 40 แสดงรายละเอียดโครงการวิจัยเพื่อการพัฒนาเนื้อหา แพลตฟอร์มและการสื่อสาร

แผนที่ 4 วิจัยและการจัดการข้อมูล (R&D and Data)	PJ30 โครงการวิจัยเพื่อการพัฒนาเนื้อหา แพลตฟอร์มและการสื่อสาร	หน่วยงาน : ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสารสาธารณะ ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 3,790,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสารสาธารณะมีภารกิจในการศึกษาวิจัยวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาข่าว รายการ แพลตฟอร์ม และการสื่อสารของ ส.ส.ท. โดยมีเป้าหมายในการสร้างการเข้าถึงและขยายฐานผู้ชมให้เป็นที่นิยมและยอมรับในวงกว้าง				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อศึกษาแนวโน้มทิศทางการสื่อสารสื่อ ความต้องการ ความสนใจ ของผู้ชม ผู้ฟัง ผู้ใช้งานสื่อ 2. เพื่อศึกษาความตระหนักรู้ และยอมรับคุณค่าของผู้ชม ผู้ฟัง ผู้ใช้งานสื่อที่มีต่อผลงานของ ส.ส.ท. 				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีข้อมูล หรือผลการศึกษาที่สามารถนำไปใช้พัฒนาเนื้อหา แพลตฟอร์ม ที่ตอบสนองความต้องการ หรือความคาดหวังผู้ชม ผู้ฟัง ผู้ใช้งานสื่อ 2. มีข้อมูล หรือผลการศึกษาที่สามารถใช้ประกอบการพิจารณาวางแผนแคมเปญการสื่อสารเพื่อส่งเสริมให้เนื้อหา หรือแพลตฟอร์ม เป็นที่รู้จักในวงกว้างยิ่งขึ้น 				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีผลการศึกษาผู้ชม ผู้ฟัง ผู้ใช้งานสื่อ อย่างน้อย 5 ชิ้น 2. บทความสรุปการศึกษาผู้ชม ผู้ฟัง ผู้ใช้งานสื่อ อย่างน้อย 5 ชิ้น 3. มีอินโฟกราฟิกสรุปผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อประเด็นสำคัญทางสังคม อย่างน้อย 5 ชิ้น 4. ระบบจัดการข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณ แบบรวมศูนย์ (Centralization) 1 ระบบ 				
ความเสี่ยง	<ol style="list-style-type: none"> 1. การศึกษาวิจัยให้ทันกับความต้องการและการใช้งานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกรณีที่มีหัวข้อการศึกษาเข้ามาหลายหัวข้อพร้อมกัน 2. การออกแบบระบบจัดการข้อมูลที่มีความหลากหลาย อาจส่งผลกระทบต่อตารางโครงสร้างและแนวทางการจัดการให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน 				

ตารางที่ 41 แสดงรายละเอียดโครงการระบบจัดการข้อมูลเชิงวิเคราะห์กลาง (Data Analytic & ONE STAT)

แผนที่ 4 วิจัยและการจัดการข้อมูล (R&D and Data)	PJ31 โครงการระบบจัดการข้อมูลเชิงวิเคราะห์กลาง (Data Analytic & ONE STAT)	หน่วยงาน : สำนักสื่อดิจิทัล ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 10,162,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	โครงการพัฒนาระบบขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูลเชิงวิเคราะห์ เพื่อทราบถึง Performance ของแต่ละแพลตฟอร์ม และนำมาวิเคราะห์เพื่อวางกลยุทธ์หรือบริหารจัดการ ให้เข้าใจถึงพฤติกรรมผู้ชมบนสื่อออนไลน์และความคิดเห็นที่มีต่อองค์กร เพื่อใช้ในการบริหารภาพลักษณ์องค์กรบนสื่อออนไลน์ และนำมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงหรือต่อยอดได้อย่างเป็นระบบ และเพื่อพัฒนากลยุทธ์การนำเสนอให้กับหน่วยงานต่าง ๆ จากข้อมูลสถิติบนสื่อดิจิทัล				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดหาบริการระบบและข้อมูลสถิติแพลตฟอร์มพฤติกรรมผู้บริโภค 2. บริหารจัดการ YouTube Data Management – Copyright 3. บริหารจัดการระบบ ONE STAT 				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีการใช้งาน Data ในการวิเคราะห์เพื่อวางกลยุทธ์ด้านเนื้อหา และบริการของผลิตภัณฑ์ 2. เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้ชมบนสื่อออนไลน์ และการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง 				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	<p>ตัวชี้วัดผลผลิต (Output)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. รายงานและข้อมูลสรุปสถิติภาพรวม และการวิเคราะห์สื่อดิจิทัลทุกแพลตฟอร์ม รายเดือน รายไตรมาส รายครึ่งปี รายปี 2. มีการส่งเรตติ้งชมสดทุกแพลตฟอร์มไปยังผู้เกี่ยวข้อง ในรูปแบบ LINE, Enewsletter, Email HR Info 3. มีรายงาน Copyright Tracking ส่งถึงทุกหน่วยงานเป้าหมายรายไตรมาส 4. VIPA BI สามารถเปิดใช้งานได้ตามกำหนด <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ความพึงพอใจในการใช้งานระบบ ONE STAT อยู่ในระดับดี 2. จำนวนผู้ใช้งาน One Stat เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 3. Case ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์บนแพลตฟอร์ม YouTube ลดลง 				
ความเสี่ยง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการใช้ ประยุกต์ และบริหารงาน Data 2. องค์กรยังไม่สามารถนำ Data ไปเป็นเกณฑ์ในการวัดผลในแต่ละหน่วยงานได้ ทำให้ไม่เกิดวัฒนธรรมการติดตามข้อมูล (ขาด Data Culture) 				

ตารางที่ 42 แสดงรายละเอียดโครงการพัฒนาระบบ Enterprise Resource Planning (ERP) เฟส 1

แผนที่ 4 วิจัยและการจัดการข้อมูล (R&D and Data)	PJ32 โครงการ พัฒนาระบบ Enterprise Resource Planning (ERP) เฟส 1	หน่วยงาน : ศูนย์พัฒนาระบบสารสนเทศ ผู้รับผิดชอบหลัก : ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 19,000,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	การดำเนินงานภายในองค์กรยังมีลักษณะการทำงานแยกส่วน ข้อมูลกระจุกกระจาย ส่งผลให้การบริหารจัดการขาดความรวดเร็วและไม่สามารถติดตามผลได้ทันเวลา การพัฒนา ERP จะช่วยให้เกิดการบูรณาการข้อมูลและลดปัญหาความซ้ำซ้อน				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. ลดความซ้ำซ้อนของกระบวนการและข้อมูล 2. เพิ่มความถูกต้องและความโปร่งใสในการบริหารจัดการ 3. ยกระดับประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการตัดสินใจของผู้บริหาร 				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระบบการทำงานที่มีมาตรฐาน มีระบบข้อมูลสนับสนุนผู้บริหารเพื่อการตัดสินใจ				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) <ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนาระบบ ERP ครอบคลุมด้านการเงิน บุคคล พัสดุ และงานแผน KPI 2. จัดอบรมบุคลากรเพื่อใช้งานระบบใหม่ 3. จัดทำคู่มือและศูนย์ช่วยเหลือการใช้งาน (Helpdesk) ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) <ol style="list-style-type: none"> 1. ระบบ ERP ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพในทุกสำนัก 2. ร้อยละ 90 ของบุคลากรสามารถใช้งานได้ตามมาตรฐานที่กำหนด 3. ระยะเวลาในการจัดทำรายงานลดลงอย่างน้อยร้อยละ 50 				
ความเสี่ยง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ปัญหาการเชื่อมต่อกับระบบเดิม (Integration Issue) 2. ต้องปรับกระบวนการเดิม ทำให้พนักงานไม่คุ้นเคยหรือเกิดความต้านทาน 3. การสื่อสารภายในองค์กรไม่ชัดเจน ทำให้เกิดความสับสน 				

2. หมวดโครงสร้างพื้นฐานสื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ และบริหารทั่วไป

ประกอบด้วย 4 กลุ่ม งบประมาณ 732.82 ล้านบาท (ร้อยละ 28) ดังนี้

2.1 กลุ่มงาน 1 บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก 300 ล้านบาท (ร้อยละ 40.94)

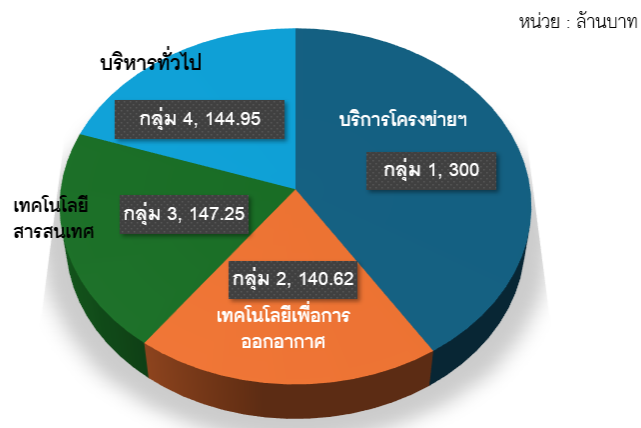
2.2 กลุ่มงาน 2 เทคโนโลยีแพร่ภาพออกอากาศ 140.62 ล้านบาท (ร้อยละ 19.19)

2.3 กลุ่มงาน 3 เทคโนโลยีสารสนเทศ 147.25 ล้านบาท (ร้อยละ 20.09)

2.4 กลุ่มงาน 4 บริหารทั่วไป 144.95 ล้านบาท (ร้อยละ 19.78)

หมวดโครงสร้างพื้นฐานสื่อ

732.82 ลบ.



แผนภาพที่ 20 งบประมาณหมวดโครงสร้างพื้นฐานสื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ และบริหารทั่วไป

งบประมาณหมวด:	โครงสร้างพื้นฐานสื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ และบริหารทั่วไป	งบประมาณรวม	732,821,000 บาท
กลุ่มงาน 1	บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก	งบประมาณรวม	300,000,000 บาท
โครงการ (PJ):	34		
ยุทธศาสตร์:	คุ้มค่าและยั่งยืน		

PJ 34 โครงการบริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก งบประมาณรวม 300,000,000 บาท

ตารางที่ 43 แสดงภาพรวมและรายละเอียดแบบย่อของโครงการในกลุ่มงาน 1 บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก

กิจกรรม	งบประมาณ ปี 2569 (บาท)	งบประมาณผูกพัน	เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ 12 ข้อ/นโยบายสนับสนุน	หน่วยงาน
ค่าใช้บริการ ค่าธรรมเนียม	152,986,000	142,260,000	นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 3	สำนักวิศวกรรม
บำรุงรักษาและจัดหาอุปกรณ์ทดแทน	25,055,000		นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 3	สำนักวิศวกรรม
ค่าดำเนินการและค่าตอบแทน	121,959,000		นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 3	สำนักวิศวกรรม

ตารางที่ 44 แสดงรายละเอียดโครงการบริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก

บริการโครงข่าย และสิ่งอำนวยความสะดวก	PJ34 โครงการบริการโครงข่ายและ สิ่งอำนวยความสะดวก	หน่วยงาน : สำนักวิศวกรรม ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 300,000,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	สำนักวิศวกรรมเป็นผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ตลอดจนการให้บริการไฟฟ้า ทั้งหมด 168 สถานี ที่เป็นแหล่งสร้างรายได้เพิ่มเติม ของ ส.ส.ท. ในการหารายได้เพิ่มเติมพร้อมทั้งวางแผนลดค่าใช้จ่ายลงโดยที่ไม่กระทบต่อประสิทธิภาพในการให้บริการ และจากทิศทางที่ยังไม่ชัดเจนหลังสิ้นสุดใบอนุญาตทีวีดิจิทัลภาคพื้นดิน ในปี 2572 ว่าจะเป็นอย่างไหน แต่ด้วยจุดแข็งที่ ส.ส.ท. มีนั่นคือโครงสร้างพื้นฐานในการให้บริการฯ เช่น อาคารสถานีส่งสัญญาณ เสาส่งสัญญาณ เป็นต้น อย่างไรก็ตามโครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้มีอายุการใช้งานมายาวนานกว่า 20 ปี จึงจำเป็นต้องบำรุงรักษาให้อยู่ในสถานะพร้อมใช้งานที่สุด เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อการใช้งาน และยังเป็นการแสดงความพร้อมในการให้บริการต่อไป หลังปี 2572				
วัตถุประสงค์	ลดค่าใช้จ่ายในการดูแลและบำรุงรักษาโครงข่ายฯ และสิ่งอำนวยความสะดวกฯ โดยใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่เข้ามาช่วยในการลดต้นทุนดำเนินการ โดยที่ไม่กระทบต่อการให้บริการฯ พร้อมทั้งให้ความรู้ให้คำปรึกษาวิธีการรับชมโทรทัศน์ฯ แต่ประชาชนทั่วไป พร้อมต่อยอดหารายได้เพิ่มจากโครงสร้างพื้นฐานเดิมที่มีอยู่ และปรับปรุงโครงสร้างหลักอย่าง อาคารสถานีส่งสัญญาณ เสาส่งสัญญาณ ให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าของงบประมาณที่ใช้และยั่งยืนของโครงข่ายฯ				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	<ol style="list-style-type: none"> 1. สามารถลดต้นทุน การให้บริการ ประชาชนสามารถรับชมภาพและเสียงในระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดินได้อย่างต่อเนื่องไม่ติดๆดับๆ 2. ได้รับใบอนุญาตให้เป็นผู้ให้บริการโครงข่ายต่อหลังปี 2572 3. มีงานนวัตกรรมใหม่ๆ ที่สามารถช่วยประหยัดเวลา หรือค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน 				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	<ol style="list-style-type: none"> 1. รักษาระดับการให้บริการ (SLA) ตามหลักเกณฑ์ที่ กสทช. กำหนด ร้อยละ 99.98 2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก รักษาฐานลูกค้าเดิมและหาลูกค้าใหม่ 3. ลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการด้านบุคคลกรลดลงร้อยละ 2.5 จากงบประมาณปีก่อนหน้านี้ 4. ได้รับใบอนุญาตเป็นผู้ให้บริการโครงข่ายต่อ หลังปี 2572 				
ความเสี่ยง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทิศทางในการดำเนินการโครงข่ายฯ หลังหมดใบอนุญาต ปี2572 (ซึ่งทาง กสทช. ยังไม่มีแผนแม่บทอย่างเป็นทางการ) 2. สิ่งก่อสร้าง (อาคาร เสาส่งสัญญาณฯ) และอุปกรณ์ในระบบส่งสัญญาณฯ ที่มีอายุมากกว่า 10-20 ปี 3. อุปกรณ์บางประเภทเลิกผลิตไปแล้ว ทำให้มีราคาที่สูงขึ้น 				

กลุ่มงาน 2 งานเทคโนโลยีเพื่อการออกอากาศ งบประมาณรวม 140,621,000 บาท
 โครงการ (PJ): 35
 ยุทธศาสตร์: คุ่มค่าและยั่งยืน

PJ 35 โครงการงานเทคโนโลยีเพื่อการออกอากาศ งบประมาณรวม 140,621,000 บาท

ตารางที่ 45 แสดงภาพรวมและรายละเอียดแบบย่อของโครงการในกลุ่มงาน 2 งานเทคโนโลยีเพื่อการออกอากาศ

กิจกรรม	งบประมาณ ปี 2569 (บาท)	งบประมาณผูกพัน	เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ 12 ข้อ/นโยบายสนับสนุน	หน่วยงาน
ค่าใช้บริการและค่าเช่าอุปกรณ์	18,131,400	4,993,800	KP 4,10 นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 3	สำนักโทรทัศน์และวิทยุ
ค่าบำรุงรักษาและจัดหาอุปกรณ์ทดแทน	94,402,000		KP 4,10 นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 3	สำนักโทรทัศน์และวิทยุ
ดำเนินการและค่าตอบแทน	28,087,600		KP 4,10 นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 3	สำนักโทรทัศน์และวิทยุ

ตารางที่ 46 แสดงรายละเอียดโครงการงานเทคโนโลยีเพื่อการออกอากาศ: ค่าใช้จ่ายค่าบริการและค่าเช่าอุปกรณ์

กลุ่มเทคโนโลยีเพื่อการออกอากาศ	ค่าใช้จ่าย ค่าบริการและค่าเช่าอุปกรณ์	หน่วยงาน : สำนักโทรทัศน์และวิทยุ ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 18,131,400 บาท
หลักการ/แนวคิด	1. สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส มีภารกิจผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์และสื่อสามวชนเพื่อประโยชน์สาธารณะ การถ่ายทอดสัญญาณจำเป็นต้องอาศัยระบบที่มีความเสถียร ทันสมัย ประสิทธิภาพสูง และมีมาตรฐาน 2. การเช่าใช้ระบบและอุปกรณ์เพื่อเพิ่มความคุ้มค่า และสามารถยืดหยุ่น เพิ่ม-ลด ระบบหรืออุปกรณ์ตามแนวโน้มของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงในอนาคต				
วัตถุประสงค์	1. เพื่อให้หน่วยงานสามารถดำเนินกิจกรรม/ภารกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็ว และต่อเนื่อง 2. เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการลงทุนจัดซื้ออุปกรณ์ถาวร ที่มีราคาสูง				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	1. สามารถดำเนินการถ่ายทอดสัญญาณได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ 2. สำนักมีความพร้อมและยืดหยุ่นกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีในอนาคต				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) 1. มีการใช้บริการช่องเครือข่ายดาวเทียม คลื่นความถี่วิทยุ เช่าระบบและอุปกรณ์เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานและกิจกรรมของ ส.ส.ท. 2. ได้รับบริการและอุปกรณ์ที่มีมาตรฐานรองรับภารกิจของ ส.ส.ท. ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) 1. (KPI) ระดับความพึงพอใจต่อการสนับสนุนงานสำนักโทรทัศน์และวิทยุ มากกว่าร้อยละ 75 2. งบประมาณที่ใช้เป็นไปตามแผน และมีหลักฐานการเบิกจ่ายที่ถูกต้อง สามารถตรวจสอบได้				
ความเสี่ยง	อาจเกิดปัญหาขัดข้องทางเทคนิค ด้านเครือข่ายดาวเทียม คลื่นความถี่ และระบบหรืออุปกรณ์เช่า				

ตารางที่ 47 แสดงรายละเอียดโครงการงานเทคโนโลยีเพื่อการออกอากาศ: ค่าใช้จ่ายค่าบำรุงรักษาและจัดหาอุปกรณ์ทดแทน

กลุ่มเทคโนโลยีเพื่อการออกอากาศ	ค่าใช้จ่าย ค่าบำรุงรักษาและจัดหาอุปกรณ์ ทดแทน	หน่วยงาน : สำนักโทรทัศน์และวิทยุ ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบรวม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 91,902,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	เป็นการยืดอายุการใช้งานอุปกรณ์ เพื่อลดความเสี่ยงการชำรุดเสียหายของอุปกรณ์ที่จะมีผลต่อการออกอากาศของสถานี หากเกิดปัญหาจะได้รับการแก้ไขอย่างถูกต้อง รวดเร็ว จากผู้ที่เกี่ยวข้อง และการจัดหาอุปกรณ์ทดแทนสำหรับอุปกรณ์ที่ชำรุด				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อบำรุงรักษาเชิงป้องกันและซ่อมแซมระบบและอุปกรณ์ไม่ให้เกิดชำรุด บกพร่อง เสียหาย ให้สามารถผลิตงานและการออกอากาศได้อย่างต่อเนื่อง 2. เพื่อให้อุปกรณ์สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ไม่เกิดการหยุดชะงักขณะใช้งาน 				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	<ol style="list-style-type: none"> 1. อุปกรณ์สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง ลดปัญหาการขัดข้องที่จะส่งผลกระทบต่อออกอากาศ ทำให้องค์กรมีความน่าเชื่อถือ 2. มีอุปกรณ์ เครื่องมือ และระบบ ใหม่ ๆ ใช้ในการผลิตและออกอากาศและเป็นการลดความเสี่ยงของปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้โดยไม่สามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้า 				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	<p>ตัวชี้วัดผลผลิต (Output)</p> <p>ระบบและอุปกรณ์ได้รับการตรวจสอบและบำรุงรักษาตามรอบระยะเวลาที่กำหนด อุปกรณ์มีความพร้อมใช้ผลิตงานและการออกอากาศของสถานี</p> <p>ถ้าระบบ อุปกรณ์เกิดปัญหาได้รับการแก้ไขปัญหาจากผู้ผลิตหรือผู้ขายระบบและอุปกรณ์โดยตรง</p> <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome)</p> <p>จำนวนความผิดพลาดการออกอากาศที่ส่งผลกระทบต่อหน้าจอบทที่เกิดจากระบบและอุปกรณ์ ไม่เกิน 5 ครั้ง/ปี</p>				
ความเสี่ยง	งบประมาณโครงการที่ตั้งไว้ อาจจะต้องเพิ่มขึ้นอันเนื่องจากแต่ละหน่วยงานต้องมีการบำรุงรักษาอุปกรณ์เพิ่มขึ้น				

ตารางที่ 48 แสดงรายละเอียดโครงการงานเทคโนโลยีเพื่อการออกอากาศ: งบดำเนินการสำนักโทรทัศน์

กลุ่มเทคโนโลยีเพื่อการออกอากาศ	งบดำเนินการสำนักโทรทัศน์	หน่วยงาน : สำนักโทรทัศน์และวิทยุ ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 30,587,600 บาท
หลักการ/แนวคิด	สำนักโทรทัศน์และวิทยุมีภารกิจในการสนับสนุนบุคลากรในการผลิตรายการ-ข่าว ทั้งใน Platform – On air, Online, On-ground โดยให้การสนับสนุนแก่หน่วยงานและสำนักต่างๆ ในหลายลักษณะงาน ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด				
วัตถุประสงค์	เพื่อใช้ในการบริหารงานสนับสนุนการผลิตรายการและการออกอากาศประจำปี 2569 ให้ดำเนินงานตามภารกิจที่มีอยู่ได้อย่างต่อเนื่อง และเพียงพอต่อการปฏิบัติงานของสำนักโทรทัศน์และวิทยุ เพื่อตอบสนองต่อแผนบริหารกิจการของ ส.ส.ท.				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายดำเนินการ ในการปฏิบัติงานได้ โดยสามารถปรับปรุงงบประมาณที่มีอยู่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์และภารกิจ				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) 1. ดำเนินกิจกรรมของโครงการได้อย่างครบถ้วนและต่อเนื่อง ตามเป้าหมายและภารกิจของสำนัก และของ ส.ส.ท. 2. ให้การสนับสนุนการผลิตรายการข่าว รายการประเภทต่างๆ เช่น สารคดี งานกองถ่าย บันทึกเทป งานถ่ายทอดสด ด้วยทีมงานที่มีความพร้อมและเพียงพอในการให้บริการอยู่เสมอ ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) (KPI) ระดับความพึงพอใจต่อการสนับสนุนงานสำนักโทรทัศน์และวิทยุ มากกว่าร้อยละ 75				
ความเสี่ยง	งบประมาณโครงการที่ตั้งไว้ อาจจะไม่เพียงพอ ในกรณีที่ไม่สามารถควบคุมค่าใช้จ่าย ต้นทุนการผลิตรายการ-ข่าวได้				

กลุ่มงาน 3 งานเทคโนโลยีสารสนเทศ งบประมาณรวม 147,252,000 บาท

โครงการ (PJ): 36

ยุทธศาสตร์: คู่คุณค่าและยั่งยืน

PJ 36 โครงการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ งบประมาณรวม 147,252,000 บาท

ตารางที่ 49 แสดงภาพรวมและรายละเอียดแบบย่อของโครงการในกลุ่มงาน 3 งานเทคโนโลยีสารสนเทศ

กิจกรรม	งบประมาณ ปี 2569 (บาท)	งบประมาณผูกพัน	เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ 12 ข้อ/นโยบายสนับสนุน	หน่วยงาน
จัดซื้อและจัดหาระบบสารสนเทศ	90,260,000	41,965,000	KP 4,10นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 3	ศูนย์พัฒนาระบบสารสนเทศ
บำรุงรักษาระบบ	50,392,000	32,090,000	KP 4,10นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 3	ศูนย์พัฒนาระบบสารสนเทศ
ดำเนินการและค่าตอบแทน	4,600,000		KP 4,10นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 3	ศูนย์พัฒนาระบบสารสนเทศ
ค่าสนับสนุนเครื่องมือ Computer	2,000,000		KP 4,10นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 3	ศูนย์พัฒนาระบบสารสนเทศ

ตารางที่ 50 แสดงรายละเอียดโครงการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ: งบจัดซื้อและจัดหาระบบสารสนเทศ

กลุ่มงานเทคโนโลยีสารสนเทศ	งบจัดซื้อและจัดหาระบบสารสนเทศ	หน่วยงาน : ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ ผู้รับผิดชอบหลัก : ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 90,260,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบทางด้านสารสนเทศของ ส.ส.ท. สนับสนุนระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการปฏิบัติงานทุกกิจกรรม ซึ่งมีเป้าหมายเพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพทั้งบุคลากรและการปฏิบัติงาน				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อสนับสนุนอุปกรณ์สารสนเทศทุกหน่วยงานในองค์กร ให้สามารถปฏิบัติงานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ (ประกอบด้วย ค่าลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ ค่าเช่าและบริหารจัดการระบบรักษาความปลอดภัยด้านสารสนเทศ ค่าเช่า Computer & Printer & Internet งบสนับสนุนเครื่องมือ Computer) 2. เพื่อรองรับการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. มีความสะดวก รวดเร็ว ทันสมัย 3. สนับสนุนงานบริการด้านสารสนเทศให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น หลากหลาย ทั้งถึง แยกต่าง 				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานมีอุปกรณ์ ซอฟต์แวร์ อินเทอร์เน็ต ใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างทั่วถึง สะดวก รวดเร็ว ไม่หยุดชะงัก 2. ส.ส.ท. มีระบบงานด้านสารสนเทศ ระบบรักษาความปลอดภัยด้านสารสนเทศ ครอบคลุม ไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน 				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตอบสนองงานบริการด้านสารสนเทศต่าง ๆ ให้เป็นไปตามความประสงค์และบรรลุเป้าหมายขององค์กร 2. สามารถรองรับการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. มีความสะดวก รวดเร็ว ทั้งถึง หลากหลาย แยกต่าง ด้วย Anywhere, anytime, any device 				
ความเสี่ยง	หากงบประมาณไม่มีรองรับที่เพียงพอ อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของพนักงาน				

ตารางที่ 51 แสดงรายละเอียดโครงการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ: งบบำรุงรักษาระบบ

กลุ่มงานเทคโนโลยีสารสนเทศ	งบบำรุงรักษาระบบ	หน่วยงาน : ศูนย์พัฒนาระบบสารสนเทศ ผู้รับผิดชอบหลัก : ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 50,392,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบทางด้านสารสนเทศของ ส.ส.ท. สนับสนุนระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการปฏิบัติงานทุกกิจกรรม ซึ่งมีเป้าหมายเพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพทั้งบุคลากรและการปฏิบัติงาน				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. ลดความเสี่ยงจากการหยุดชะงักของระบบ 2. รักษาความพร้อมใช้งานของระบบหลักที่รองรับภารกิจองค์กร 3. เพิ่มความปลอดภัยและเสถียรภาพของเครือข่ายสนับสนุนการดำเนินงานด้าน IT ขององค์กร ลดภาระของเจ้าหน้าที่ภายในองค์กร 4. เพื่อให้บริการดูแลรักษาระบบเชิงป้องกันของอุปกรณ์ระบบสารสนเทศส่วนกลางและศูนย์ภูมิภาค สามารถใช้งานได้ต่อเนื่อง และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด 				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	เพื่อให้อุปกรณ์ดังกล่าวสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมั่นใจได้ว่าไม่เกิดการขัดข้อง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรเป็นไปอย่างต่อเนื่องโดยไม่หยุดชะงัก				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตอบสนองงานบริการด้านสารสนเทศต่าง ๆ ให้เป็นไปตามความประสงค์และบรรลุเป้าหมายขององค์กร 2. สามารถมีอุปกรณ์ระบบสารสนเทศรองรับการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. มีความสะดวก รวดเร็ว และใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง ไม่ส่งผลกระทบต่อ ส.ส.ท. 				
ความเสี่ยง	หากไม่มีงบประมาณรองรับด้านการลงทุนอุปกรณ์ด้านสารสนเทศ ที่ทดแทนของเดิมที่เสื่อมสภาพ หรือใช้งานมาเป็นระยะเวลานาน อาจส่งผลกระทบต่ออุปกรณ์ระบบสารสนเทศไม่อัปเดตเทคโนโลยีในอนาคต				

ตารางที่ 52 แสดงรายละเอียดโครงการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ: งบดำเนินการและค่าตอบแทนฝ่ายเทคโนโลยี

กลุ่มงานเทคโนโลยีสารสนเทศ	งบดำเนินการและค่าตอบแทนฝ่ายเทคโนโลยี	หน่วยงาน : ศูนย์พัฒนาระบบสารสนเทศ ผู้รับผิดชอบหลัก : ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 4,600,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	งบดำเนินการค่าใช้จ่ายประจำที่เกิดขึ้นจริง (ค่า OT/ค่าเดินทางต่างจังหวัด/อุปกรณ์คอมพิวเตอร์/ค่าวิทยากร ฯลฯ) เพื่อให้การบริหารงานด้านสารสนเทศเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ งบค่าตอบแทน เพื่อให้การทบทวนและจัดทำมาตรฐานด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ของ ส.ส.ท. เป็นไปอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ตรงตามมาตรฐานที่กฎหมายประกาศกำหนด				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อให้การบริหารจัดการงานด้านสารสนเทศ มีความต่อเนื่อง และเป็นไปอย่างเรียบร้อย 2. เพื่อให้การทบทวนและจัดทำมาตรฐานด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ของ ส.ส.ท. เป็นไปอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ตรงตามมาตรฐานที่กฎหมายประกาศกำหนด 3. เพื่อให้การทบทวนและปรับปรุงระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศ (ISMS) ตามมาตรฐาน ISO 27001:2022 เป็นไปอย่างถูกต้องตามข้อกำหนดฉบับใหม่ 4. เพื่อให้ ส.ส.ท. ทบทวนแผนและแนวทางปฏิบัติในการจัดการความเสี่ยง ตลอดจนลดช่องโหว่ที่มีผลต่อความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศของ ส.ส.ท. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	การทำ Cyber Security Awareness จะเป็นการลงทุนในทรัพยากรบุคคลที่มีความสำคัญที่สุดขององค์กร เพื่อเปลี่ยน "จุดอ่อน" ให้กลายเป็น "แนวป้องกันที่แข็งแกร่งที่สุด" ในสงครามไซเบอร์ยุคใหม่				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบริหารงานด้านสารสนเทศ เป็นไปอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ 2. การทบทวนและจัดทำมาตรฐานด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ของ ส.ส.ท. เป็นไปอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ตรงตามมาตรฐานที่กฎหมายประกาศกำหนด 3. การบริหารงานด้านสารสนเทศ ไม่หยุดชะงัก 4. ส.ส.ท. มีมาตรฐานด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ของ ส.ส.ท. เป็นไปอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ตรงตามมาตรฐานที่กฎหมายประกาศกำหนด 5. มีการดำเนินการฝึกอบรม / Pretest / Posttest / สร้างเอกสารประชาสัมพันธ์ / ทดสอบ Phishing Email สำหรับกลุ่มพนักงานทั่วไป และผู้ดูแลระบบ 				
ความเสี่ยง	งบประมาณ หากไม่เพียงพอ อาจส่งผลทำให้เกิดความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยของ ส.ส.ท.				

กลุ่มงาน 4 งานบริหารทั่วไป งบประมาณรวม 144,948,000 บาท

โครงการ (PJ): 37-45

ยุทธศาสตร์: คุ่มค่าและยั่งยืน

ตารางที่ 53 แสดงภาพรวมและรายละเอียดแบบย่อของโครงการในกลุ่มงาน 4 งานบริหารทั่วไป

Project no.	โครงการ	งบประมาณ ปี 2569 (บาท)	งบประมาณผูกพัน	เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ 12 ข้อ/นโยบายสนับสนุน	หน่วยงาน
PJ37	โครงการงานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร	1,300,000		นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 4	ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร
PJ38	โครงการงานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล	488,000		นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 8	ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล
PJ39	โครงการงานสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร	8,296,000		นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 4	ฝ่ายสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร
PJ40	โครงการงานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายกฎหมาย	1,270,000		นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 8	ฝ่ายกฎหมาย
PJ41	โครงการงานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ	6,141,000		นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 4,8	ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ
PJ42	โครงการงานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายบริหารทั่วไป สำนักบริหาร	121,900,000	53,096,200	นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 4	ฝ่ายบริหารทั่วไป
PJ43	โครงการพัฒนาระบบ E-Office & E-Service พร้อม Compliance และ PDPA เพื่อยกระดับการบริหารจัดการของ ส.ส.ท.	2,650,000		KP10 นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 3	ฝ่ายบริหารและควบคุมคุณภาพข้อมูล (Non-Media Data)
PJ44	โครงการงานบริหารส่วนกลาง ศูนย์การเงิน	1,078,000		นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 4	ศูนย์การเงิน
PJ45	โครงการดำเนินงานตามแผนการตรวจสอบประจำปี 2569	1,825,000		นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 8	สำนักตรวจสอบภายใน

ตารางที่ 54 แสดงรายละเอียดโครงการงานบริหารส่วนกลางฝ่ายยุทธศาสตร์องค์การ

<p>กลุ่มงาน 4 งานบริหารทั่วไป</p>	<p>PJ37 โครงการงานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์การ</p>	<p>หน่วยงาน : ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์การ ผู้รับผิดชอบหลัก :-</p>	<p>ผู้รับผิดชอบร่วม: ทุกหน่วยงาน</p>	<p>ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569</p>	<p>งบประมาณ 1,300,000 บาท</p>
<p>หลักการ/แนวคิด</p>	<p>การดำเนินงานของสื่อสาธารณะจำเป็นต้องมีระบบการบริหารจัดการเชิงยุทธศาสตร์ที่รอบด้าน ตั้งแต่การจัดทำแผนบริหารกิจการ การกำหนดยุทธศาสตร์เนื้อหา การติดตามและควบคุมการดำเนินงานและการใช้งบประมาณ เพื่อให้องค์กรดำเนินไปตามเป้าหมายเชิงนโยบาย มีความโปร่งใส และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อสาธารณะ ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์การจึงต้องทำหน้าที่ครอบคลุมทั้งการจัดทำแผนบริหารกิจการ แผนจัดทำรายการ ผังรายการ ยุทธศาสตร์เนื้อหา ตัวชี้วัด การจัดทำรายงาน การศึกษาแนวโน้มการลงทุนในอนาคต รวมถึงการติดตามโครงการและการใช้งบประมาณระหว่างปีอย่างต่อเนื่อง</p>				
<p>วัตถุประสงค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดทำและบูรณาการแผนบริหารกิจการประจำปีและแผนจัดทำรายการ 2. กำหนดยุทธศาสตร์เนื้อหา แผนจัดทำรายการ 3. พัฒนาระบบตัวชี้วัดและกลไกติดตามประเมินผลที่สะท้อนความเป็นสื่อสาธารณะ 4. ติดตามความก้าวหน้าโครงการและการใช้งบประมาณระหว่างปี เพื่อควบคุมให้เป็นไปตามเป้าหมายและแผนงบประมาณที่กำหนด 5. ศึกษาและวิเคราะห์การลงทุนผลิตภัณฑ์และบริการใหม่เพื่ออนาคต 				
<p>ผลที่คาดว่าจะได้รับ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. แผนและยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน ครอบคลุมทั้งการดำเนินงานและงบประมาณ 2. การติดตามโครงการและการใช้งบประมาณที่เป็นระบบ และรายงานได้ตลอดปี 3. ผู้บริหารมีข้อมูลเพียงพอในการปรับทิศทางหรือแก้ไขปัญหาระหว่างปี 				
<p>ผลผลิต และตัวชี้วัด</p>	<p>ตัวชี้วัดผลผลิต (Output)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. แผนบริหารกิจการประจำปี แผนงบประมาณ 2. แผนจัดทำรายการและยุทธศาสตร์เนื้อหา 3. ระบบตัวชี้วัดและรายงานติดตามผล 4. รายงานติดตามโครงการและงบประมาณระหว่างปี 5. รายงานไตรมาสและรายงานประจำปี 6. เอกสารศึกษา/ข้อเสนอด้านการลงทุนอนาคต 	<p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบูรณาการแผนองค์กรร้อยละ 90 ของแผนงาน/โครงการเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์องค์การ 2. มีกรอบยุทธศาสตร์เนื้อหาที่ถูกนำไปใช้กำกับแผนและการตัดสินใจด้านเนื้อหาอย่างเป็นระบบ 3. รายงานไตรมาสและรายงานประจำปีเสร็จและเผยแพร่ตามเวลาที่กำหนด 4. จัดทำข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์อย่างน้อย 1 เรื่อง/ปี 			

กลุ่มงาน 4 งานบริหารทั่วไป	PJ37 โครงการงานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์การ	หน่วยงาน : ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์การ ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบร่วม: ทุกหน่วยงาน	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 1,300,000 บาท
ความเสี่ยง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ข้อมูลและการมีส่วนร่วมไม่ครบถ้วน ทำให้การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์ไม่แม่นยำ 2. ความล่าช้าในการดำเนินงาน กระทบต่อแผนและรายงานที่ต้องส่งตามกำหนด 3. การเปลี่ยนแปลงนโยบายและพฤติกรรมผู้รับสื่อ ทำให้แผนยุทธศาสตร์บางส่วนไม่ทันสมัย 4. ทรัพยากรบุคลากรจำกัด เสี่ยงต่อคุณภาพการติดตามและวิเคราะห์ 				

ตารางที่ 55 แสดงรายละเอียดโครงการงานบริหารส่วนกลางฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล

กลุ่มงานบริหารทั่วไป	PJ38 โครงการงานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล	หน่วยงาน : ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบร่วม: ทุกหน่วยงาน	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 488,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	การบริหารความเสี่ยงและการส่งเสริมธรรมาภิบาล เป็นกลไกหนึ่งที่จะสร้างการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ บรรลุเป้าหมาย โปร่งใส ตรวจสอบได้				
วัตถุประสงค์	1. สามารถตอบสนองกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินภารกิจ ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีประสิทธิภาพ 2. เสริมสร้างความโปร่งใส ความเป็นอิสระจากการแทรกแซง และนำไปสู่ความยั่งยืน				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	การเสริมสร้างกระบวนการที่เป็นระบบและมีประสิทธิผล รวมทั้งปลูกฝังวัฒนธรรมเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาลที่ดีให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) 1. แผนและรายงานผลการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล พร้อมบทวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ 2. ข้อมูลสาธารณะตามเกณฑ์ ITA ที่เปิดเผยบนเว็บไซต์องค์กร ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) 1. ระดับความรุนแรงของความเสี่ยงที่ลดลงได้ 2. ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนธรรมาภิบาล 3. ระดับคะแนนประเมิน ITA ในส่วนของเครื่องมือการเปิดเผยข้อมูลบนเว็บไซต์องค์กร (OIT)				
ความเสี่ยง	1. การขาดความรู้ ความเข้าใจ และการตระหนักถึงความสำคัญ รวมทั้งการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับ 2. ขาดการเชื่อมโยงผลการบริหารความเสี่ยงเข้ากับผลการประเมิน/ผลตอบแทนของแต่ละหน่วยงาน 3. อดตรากำลังของฝ่ายบริหารความเสี่ยงฯ ไม่เหมาะสมเพียงพอต่อภารกิจงานที่ได้รับมอบหมาย				

ตารางที่ 56 แสดงรายละเอียดโครงการงานสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร

กลุ่มงานบริหารทั่วไป	PJ39 โครงการงานสนับสนุน คณะกรรมการและผู้บริหาร	หน่วยงาน : ฝ่ายสนับสนุน คณะกรรมการและผู้บริหาร ผู้รับผิดชอบหลัก: -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 8,296,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	การดำเนินงานของคณะกรรมการนโยบาย คณะกรรมการบริหาร และคณะอนุกรรมการต่าง ๆ เป็นกลไกสำคัญในการกำหนดทิศทาง นโยบาย และการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุผลสำเร็จ จำเป็นต้องมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เช่น การสรรหากรรมการเพื่อทดแทนผู้ครบวาระ การจ้างลูกจ้างโครงการ ค่าตอบแทนผู้เชี่ยวชาญ การประชุม สัมมนา การพัฒนาเรียนรู้ของคณะกรรมการและผู้บริหาร ตลอดจน ค่าใช้จ่ายทั่วไปที่จำเป็น งบประมาณที่เหมาะสมและเพียงพอจะช่วยให้การบริหารจัดการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสามารถตอบสนองต่อเป้าหมายเชิงนโยบายขององค์กรได้อย่างยั่งยืน				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการและผู้บริหารให้เป็นที่ไปตามบทบาทหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ 2. เพื่อให้มีงบประมาณรองรับการสรรหากรรมการนโยบาย การจ้างบุคลากร และการจ่ายค่าตอบแทนที่เกี่ยวข้องตามมติ/อำนาจที่กำหนด 3. เพื่อสนับสนุนการประชุม การเดินทาง และการพัฒนาองค์ความรู้ของคณะกรรมการและผู้บริหาร 4. เพื่อให้มีค่าใช้จ่ายสำหรับการบริหารจัดการทั่วไปและการปฏิบัติงานประจำที่จำเป็น 				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการและผู้บริหารให้เป็นที่ไปตามบทบาทหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ 2. เพื่อให้มีงบประมาณรองรับการสรรหากรรมการนโยบาย การจ้างบุคลากร และการจ่ายค่าตอบแทนที่เกี่ยวข้องตามมติ/อำนาจที่กำหนด 3. เพื่อสนับสนุนการประชุม การเดินทาง และการพัฒนาองค์ความรู้ของคณะกรรมการและผู้บริหาร 4. เพื่อให้มีค่าใช้จ่ายสำหรับการบริหารจัดการทั่วไปและการปฏิบัติงานประจำที่จำเป็น 				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) <ol style="list-style-type: none"> 1. การจัดประชุมคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ และการประชุม/สัมมนาภายนอกสถานที่ตามแผนประจำปี 2. การจัดกิจกรรมพัฒนาเรียนรู้หรืออบรมสำหรับคณะกรรมการและผู้บริหาร ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) ร้อยละของกิจกรรม/การประชุมที่จัดได้ตามแผนและภายในงบประมาณที่กำหนด ($\geq 90\%$)				
ความเสี่ยง	<ol style="list-style-type: none"> 1. งบประมาณได้รับอาจเกิดการเปลี่ยนแปลง - ผลกระทบ กิจกรรมบางส่วนดำเนินการล่าช้าหรือเพิ่มมากขึ้นจากปรับเปลี่ยนนโยบาย แนวทางการบริหาร 2. งบประมาณไม่เพียงพอจากการสรรหากรรมการล่าช้า หรือขยายเวลาจากที่กำหนด - ผลกระทบจาก การสรรหากรรมการไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนดอาจที่ผู้สมัครมีจำนวนน้อยทำให้ต้องขยายเวลา รวมไปถึงผู้ได้รับเลือกถอนตัวภายหลังรับเลือกทำให้ต้องเปิดการสรรหาใหม่ 				

ตารางที่ 57 แสดงรายละเอียดโครงการงานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายกฎหมาย

กลุ่มงานบริหารทั่วไป	PJ40 โครงการงานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายกฎหมาย	หน่วยงาน : ฝ่ายกฎหมาย ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 1,270,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	เพื่อยกระดับความถูกต้อง โปร่งใส และความพร้อมในการตรวจสอบด้านนิติกรรมและลิขสิทธิ์ ลดความเสี่ยงจากข้อพิพาท ให้เชื่อมโยงการกำกับ ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดทำกรอบ Co-production & Licensing และแม่แบบสัญญามาตรฐาน 2. เชื่อมโยง PDPA กับ e-Contract และกำหนด Workflow อนุมัติ 3. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เชิงสารสนเทศ (Infographic) 				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	สัญญามีความครบถ้วน ถูกต้อง ตรวจสอบได้ เวลาการตรวจทาน/อนุมัติสั้นลง และลดความเสี่ยงทางกฎหมาย				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	<ol style="list-style-type: none"> 1. แม่แบบสัญญา ชุดเอกสาร DPA/NDA บริหารจัดการสิทธิในเนื้อหาดิจิทัลและทรัพย์สินทางปัญญา/Licensingและรายงาน Infographic 2. การบริหารจัดการสิทธิในเนื้อหาดิจิทัลและทรัพย์สินทางปัญญาDRM ครอบคลุมสัญญาใหม่ 100% SOP ตรวจทานสัญญา < 7 วันทำการ 				
ความเสี่ยง	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารสัญญาไม่ครบถ้วน ระบบ/กระบวนการล่าช้า 2. มาตรการลดความเสี่ยง (Mitigation) กำหนด SOP และระบบแจ้งเตือน Due Date จัดทำ Checklist/Workflow และกำกับติดตามรายสัปดาห์ 				

ตารางที่ 58 แสดงรายละเอียดโครงการงานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ

กลุ่มงานบริหารทั่วไป	PJ41 โครงการงานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ	หน่วยงาน : ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ ผู้รับผิดชอบหลัก : ทีมจัดซื้อจัดจ้าง คลังพัสดุ และหน่วยงานผู้ซื้อ/จ้าง	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 6,141,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความโปร่งใส และการตรวจสอบได้ของกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างแบบ ลดข้อผิดพลาดและระยะเวลาดำเนินการ				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. ลดระยะเวลาดำเนินการจัดซื้อไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 2. ใช้ e-Signature ในเอกสารหลักไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 3. พัฒนาคุณภาพการจัดทำ SPEC/TOR ให้ได้มาตรฐาน 				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างรวดเร็ว โปร่งใส ตรวจสอบได้ และลดข้อผิดพลาด				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	Plan Attainment >90% Cycle Time ลดลง >30% e-Signature >90%				
ความเสี่ยง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระบบออนไลน์ล่าช้า ข้อมูลไม่ครบถ้วน และ TOR ไม่ชัดเจน 2. มาตรการลดความเสี่ยง (Mitigation) จัดทำ Template มาตรฐาน และกระบวนการตรวจทานร่วม (Co-review) 				

ตารางที่ 59 แสดงรายละเอียดโครงการ บริหารส่วนกลาง ฝ่ายบริหารทั่วไป สำนักบริหาร

กลุ่มงานบริหารทั่วไป	PJ42 โครงการงานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายบริหารทั่วไป สำนักบริหาร	หน่วยงาน : ฝ่ายบริหารทั่วไป ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 121,900,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	เพื่อยกระดับประสิทธิภาพและความโปร่งใสของการบริหารสนับสนุน ลดต้นทุนการดำเนินงาน โดยนำนโยบาย Green Office มาเป็นแนวทาง				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีโครงการ Green Office 2. จัดตั้งและบริหาร Co-Working Space ให้เกิดการใช้ประโยชน์สูงสุด 3. ลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (OPEX) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 4. พัฒนาศักยภาพบุคลากรและการบริหารการเปลี่ยนแปลง (Change Management) 				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	งานสนับสนุนมีความคล่องตัว โปร่งใส ตรวจสอบได้ ลดระยะเวลาและต้นทุน และเพิ่มคุณภาพการให้บริการภายใน				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) <ol style="list-style-type: none"> 1. คู่มือ/มาตรฐาน Green Office 2. พื้นที่ Co-Working Space 3. รายงานผลการประหยัดทรัพยากร/ค่าใช้จ่าย ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) <ol style="list-style-type: none"> 1. Paperless $\geq 70\%$ 2. Energy Saving $\geq 10\%$ 3. Cost Reduction $\geq 10\%$ 				
ความเสี่ยง	<ol style="list-style-type: none"> 1. การปรับตัวของบุคลากร ข้อยกจำกัดงบประมาณลงทุน และการติดตามประเมินผลล่าช้า 2. มาตรการลดความเสี่ยง (Mitigation) แผนอบรมและสื่อสารการเปลี่ยนแปลง จัดทำ Dashboard ติดตามผล และกำกับตรวจประเมินภายในเป็นระยะ 				

ตารางที่ 60 แสดงรายละเอียดโครงการพัฒนาระบบ E-Office & E-Service พร้อม Compliance และ PDPA เพื่อยกระดับการบริหารจัดการของ ส.ส.ท.

กลุ่มงานบริหารทั่วไป	PJ43 โครงการพัฒนาระบบ E-Office & E-Service พร้อม Compliance และ PDPA เพื่อยกระดับการบริหารจัดการของ ส.ส.ท.	หน่วยงาน : สำนักบริหาร ผู้รับผิดชอบหลัก : เจ้าหน้าที่ คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (DPO)	ผู้รับผิดชอบร่วม: ทุกหน่วยงาน	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 2,650,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	ส.ส.ท. มีการจัดทำนโยบายและระบบ Privacy Management แล้ว แต่ยังคงขาดการสร้างการยอมรับ (Adoption) และการใช้งานอย่างจริงจัง จึงจำเป็นต้องพัฒนาเครื่องมือและระบบ E-Office และ E-Service ควบคู่กับ Compliance และ PDPA ไปด้วยกันรวมถึงการจัดทำ Data Catalog และ Data Classification ให้สอดคล้องตามมาตรฐานสากล (เช่น ISO/IEC 27701) พร้อมระบบ Document Management เพื่อความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และรองรับการ Audit				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดทำระบบและเครื่องมือในการสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์และระบบลงนามอิเล็กทรอนิกส์ (E-Signature) 2. จัดทำ Compliance Dashboard (RoPA, DSAR, Consent, Incident) 3. พัฒนาศักยภาพบุคลากรเป็น Change Agent และ PDPA Champions 4. ลดต้นทุนกระดาษและเวลาในงานสารบรรณ 5. เพิ่มคุณภาพการให้บริการ E-Service และ Back Office 				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	<p>ผลสัมฤทธิ์เชิงระบบ: มีกลไกกำกับดูแลและการปฏิบัติตาม PDPA ที่เป็นมาตรฐาน มีเอกสาร/ระเบียบ/แนวปฏิบัติและระบบสนับสนุนที่ประกาศใช้และใช้งานจริง สอดคล้องกับแนวทางของ PDPC และมาตรฐาน ISO/IEC 27701</p> <p>ผลสัมฤทธิ์เชิงผลลัพธ์: สัดส่วนการส่ง RoPA รายเดือนถึงเกณฑ์ $\geq 80\%$ ความพร้อมด้านการจัดการคำร้อง DSAR และการจัดการเหตุข้อมูลรั่วไหล ลดความเสี่ยงทางกฎหมาย/ชื่อเสียง และเสริมสร้างความเชื่อมั่นของสาธารณะและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</p>				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) นโยบาย/ประกาศและแบบฟอร์มมาตรฐาน ระบบ RoPA-DSAR-Consent-Log Dashboard และรายงาน Audit	ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) <ol style="list-style-type: none"> 1. Adoption $\geq 80\%$ 2. การซึ่กซ้อมเหตุ incident Drill ≥ 2 ครั้ง/ปี 3. Internal Audit ครบ 100% / สัญญาที่เกี่ยวข้องแนบ DPA/NDA ไม่น้อยกว่า 80% 			
ความเสี่ยง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทรัพยากรบุคลากรด้าน PDPA ไม่เพียงพอ และการนำไปใช้ในหน่วยงานล่าช้า 2. มาตรการลดความเสี่ยง (Mitigation) อบรมบุคลากรเฉพาะด้าน จัดทำแผนติดตามผลผ่าน Dashboard และกำกับประเมินภายใน 				

ตารางที่ 61 แสดงรายละเอียดโครงการงานบริหารส่วนกลางศูนย์การเงิน

กลุ่มงานบริหารทั่วไป	PJ44 โครงการงานบริหารส่วนกลาง ศูนย์การเงิน	หน่วยงาน : ศูนย์การเงิน ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 1,078,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	ศูนย์การเงินมีภาระหน้าที่หลักในการตรวจสอบการใช้งบประมาณ การบันทึกบัญชี การจ่ายเงิน และให้ข้อมูล เพื่อสนับสนุนผู้บริหาร ส.ส.ท. หน่วยงานภายนอก และเจ้าหน้าที่ของ ส.ส.ท. การดำเนินงานของศูนย์การเงินจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบ และกฎหมายที่กำกับดูแล กระบวนการทำงานจะมีต้นทุนส่วนใหญ่ที่เป็นต้นทุนคงที่ และค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บเอกสาร การนำระบบการจัดการ และเทคโนโลยีเข้ามาใช้จึงสามารถลดกระบวนการทำงานและการจัดเก็บเอกสารให้น้อยลงได้				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อทบทวนกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น 2. เพื่อให้เกิดความเหมาะสม และความคุ้มค่าในการลงทุนปรับเปลี่ยนกระบวนการ 				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	<ol style="list-style-type: none"> 1. กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นโดยมีค่าใช้จ่ายในการพัฒนาที่เหมาะสม คุ้มค่า 2. ค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับภาระงานมีความเหมาะสม 				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) ค่าใช้จ่ายที่ลดลง หรือประสิทธิภาพการทำงานที่เพิ่มขึ้น ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) <ol style="list-style-type: none"> 1. ปริมาณค่าใช้จ่ายเปรียบเทียบกับภาระงานลดลงจากปีก่อน 5% 2. ระยะเวลาการทำงาน ถูกต้อง รวดเร็วขึ้น 				
ความเสี่ยง	<ol style="list-style-type: none"> 1. หน่วยงานตรวจสอบ หน่วยงานกำกับดูแลไม่ยอมรับ / ปรับเปลี่ยนไม่ทัน 2. ระบบที่จะปรับเปลี่ยนไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนด 3. เจ้าหน้าที่ไม่เข้าใจ ไม่ยอมรับการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน 				

ตารางที่ 62 แสดงรายละเอียดโครงการงานดำเนินการตามแผนการตรวจสอบประจำปี 2569

กลุ่มงานบริหารทั่วไป	PJ45 โครงการงานดำเนินการตามแผนการตรวจสอบประจำปี 2569	หน่วยงาน : สำนักตรวจสอบภายใน ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 1,825,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	พรบ. ส.ส.ท. พ.ศ. 2551 (มาตรา 48) กำหนดให้มีการตรวจสอบภายใน โดยเป็นการปฏิบัติงานการตรวจสอบ และให้คำปรึกษาอย่างเที่ยงธรรมและเป็นอิสระ เพื่อเพิ่มคุณค่าและปรับปรุงการดำเนินงานขององค์การ ช่วยให้การดำเนินงานขององค์การบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ที่กำหนดไว้ ด้วยการประเมินและปรับปรุงประสิทธิผลของกระบวนการบริหารความเสี่ยง การควบคุม และการกำกับดูแลอย่างเป็นระบบ				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อให้บริการต่อฝ่ายบริหาร และหน่วยรับตรวจ ในการให้ความเชื่อมั่นและคำปรึกษาอย่างเป็นอิสระ และเที่ยงธรรม 2. สนับสนุนการปฏิบัติงานของคณะกรรมการตรวจสอบ 3. เพื่อให้การควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง และการกำกับดูแล มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเพิ่มคุณค่าและปรับปรุงการปฏิบัติงานขององค์การ ให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนด 4. เพื่อจัดจ้างผู้สอบบัญชี 				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระบบการควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง และการกำกับดูแลกิจการของ ส.ส.ท. มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ลดโอกาสความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น 2. รายงานทางการเงินที่น่าเชื่อถือ มีการเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญโดยครบถ้วนและเป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป 3. รายงานประเมินผลการใช้จ่ายเงินและทรัพย์สิน มีการแสดงความเห็นต่อผลการปฏิบัติงานตามแผนงานโครงการ วิเคราะห์การใช้จ่ายว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ประหยัด คุ่มค่า และได้ผลตามเป้าหมายเพียงใด 				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) <ol style="list-style-type: none"> 1. รายงานผลการตรวจสอบตามแผนการตรวจสอบ ประจำปี 2569 2. รายงานงบการเงิน รายงานประเมินผลการใช้จ่ายเงินและทรัพย์สินของ ส.ส.ท. รายงานการประเมินระบบการควบคุมภายในของ ส.ส.ท. รายงานสอบทานการควบคุมทั่วไปของเทคโนโลยีสารสนเทศ และการควบคุมระบบงานที่เกี่ยวข้องกับการบันทึกบัญชีและการจัดทำรายงานการเงินของ ส.ส.ท. ปี 2570 		ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) ตรวจสอบตามแผนการตรวจประจำปี ร้อยละ 100		
ความเสี่ยง	<ol style="list-style-type: none"> 1. แผนการตรวจสอบไม่ครอบคลุมความเสี่ยง 2. ข้อตรวจพบไม่ถูกนำไปปฏิบัติ 3. ข้อเสนอแนะไม่สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติของหน่วยรับตรวจ 4. รายงานการเงินไม่เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีภาครัฐ และนโยบายการบัญชีภาครัฐที่กระทรวงการคลังกำหนด 				

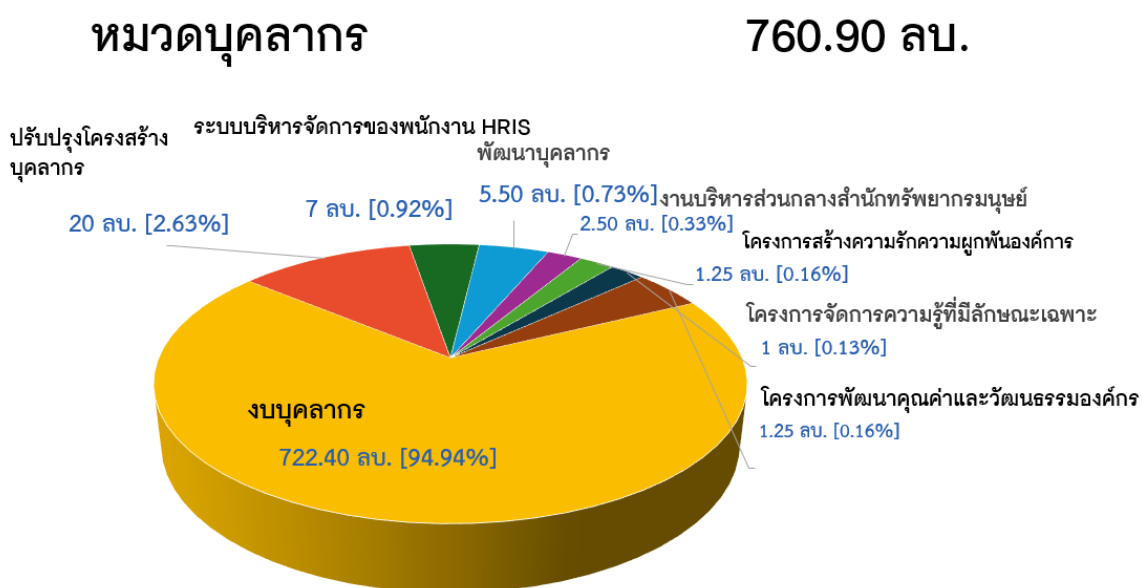
3. หมวดบุคลากร

ประกอบด้วย 3 กลุ่ม 8 โครงการ งบประมาณ 760.90 ล้านบาท (ร้อยละ 29) ดังนี้

3.1 งบประมาณเดือนและสวัสดิการ 722.40 ล้านบาท (ร้อยละ 94.94) โดยเป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสวัสดิการพนักงาน เงินเดือน และค่าตอบแทนอื่น ๆ

3.2 งบพัฒนาบุคลากร 18.50 ล้านบาท (ร้อยละ 2.43) โดยเป็นค่าใช้จ่ายในการพัฒนาระบบ HRIS 7 ล้านบาท โครงการยกระดับการบริหารและพัฒนาบุคลากร 5.50 ล้านบาท, โครงการสร้างความรักความผูกพันองค์กร 1.25 ล้านบาท, โครงการจัดการความรู้ที่มีลักษณะเฉพาะ 1 ล้านบาท, โครงการพัฒนาคุณค่าและวัฒนธรรมองค์กร 1.25 ล้านบาท และค่าบริหารส่วนกลางสำนักทรัพยากรมนุษย์ 2.50 ล้านบาท

3.3 งบปรับปรุงโครงสร้างองค์กร 20 ล้านบาท ร้อยละ 2.63 เพื่อดำเนินการโครงการสมัครใจเกษียณก่อนกำหนด



แผนภาพที่ 21 งบประมาณหมวดบุคลากร

งบประมาณหมวด: บุคลากร งบประมาณรวม 760,901,000 บาท

โครงการ (PJ): 46-53

ยุทธศาสตร์: คุ่มค่าและยั่งยืน

ตารางที่ 63 แสดงภาพรวมและรายละเอียดแบบย่อของโครงการในหมวดงบประมาณบุคลากร

Project no.	โครงการ	งบประมาณ ปี 2569 (บาท)	เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ 12 ข้อ/นโยบายสนับสนุน	หน่วยงาน
PJ46	โครงการบุคลากร	722,401,000	นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 1,5	สำนักทรัพยากรมนุษย์
PJ47	โครงการระบบบริหารจัดการของพนักงาน (Human Resource Information Systems: HRIS)	7,000,000	นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 3	สำนักทรัพยากรมนุษย์
PJ48	โครงการพัฒนาบุคลากร	5,500,000	นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 1,5	สำนักทรัพยากรมนุษย์
PJ49	โครงการสร้างความรักความผูกพันองค์กร	1,250,000	นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 1,5	สำนักทรัพยากรมนุษย์
PJ50	โครงการงานบริหารส่วนกลางทรัพยากรมนุษย์	2,500,000	นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 1,5	สำนักทรัพยากรมนุษย์
PJ51	โครงการปรับปรุงโครงสร้างบุคลากร	20,000,000	นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 1,5	สำนักทรัพยากรมนุษย์
PJ52	โครงการพัฒนาคุณค่าและวัฒนธรรมองค์กร	1,250,000	นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 1,5	ฝ่ายจัดการความรู้และจริยธรรมองค์กร
PJ53	โครงการจัดการความรู้ที่มีลักษณะเฉพาะ (Focused Knowledge Management)	1,000,000	นโยบายสนับสนุน 8 ข้อ 1,5	ฝ่ายจัดการความรู้และจริยธรรมองค์กร

ตารางที่ 64 แสดงรายละเอียดโครงการงบบุคลากร

หมวดบุคลากร	PJ46 โครงการงบบุคลากร	หน่วยงาน : สำนักทรัพยากรมนุษย์ ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 722,401,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	คำตอบแทนบุคลากร				
วัตถุประสงค์	คำตอบแทนบุคลากร				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	<p>ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) บริหารอัตรากำลังคนของทุกหน่วยงาน และลักษณะงานที่เข้าซ้อนระหว่างหน่วยงาน ตำแหน่งงานที่หยุดนิ่งเพื่อวางกรอบอัตรากำลังคนที่เหมาะสมกับทิศทางในอนาคต</p> <p>ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) จ้างงานแบบประจำ ตำแหน่งที่สำคัญ และเป็น Core Business โดยในอนาคตการจ้างงานกลุ่มงาน Front Line Support / Support ที่ไม่มีความจำเป็นให้ลดลงภายใน 5 ปี</p>				
ความเสี่ยง	อัตรากำลังยังไม่ลดลง				

ตารางที่ 65 แสดงรายละเอียดโครงการระบบบริหารจัดการของพนักงาน (Human Resource Information System: HRIS)

หมวดบุคลากร	PJ47 โครงการระบบบริหารจัดการของพนักงาน (Human Resource Information System: HRIS)	หน่วยงาน : สำนักทรัพยากรมนุษย์ ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 7,000,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	ปัจจุบันระบบ HRIS ที่ใช้งานอยู่มีระบบย่อย 4 ระบบ แต่สามารถใช้งานได้เพียง 2 ระบบ เนื่องจากปัญหาด้านซอฟต์แวร์ ส่งผลให้กระบวนการด้านทรัพยากรมนุษย์ไม่สามารถปฏิบัติการได้เต็มประสิทธิภาพ เกิดความล่าช้า และพบความผิดพลาด เช่น การคำนวณเงินเดือนและค่าตอบแทนไม่ถูกต้อง และไม่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลกับระบบอื่นได้อย่างสมบูรณ์ นอกจากนี้การควบคุมความมั่นคงปลอดภัยและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) ยังไม่ครบถ้วน มีช่องโหว่ด้านสิทธิการเข้าถึง และยังไม่มีการทำสัญญาประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (DPA) กับผู้ให้บริการ ทำให้เกิดความเสี่ยงสูงต่อการรั่วไหลของข้อมูลสำคัญ โครงการนี้จึงมีความจำเป็นเพื่อพัฒนาและปรับปรุงระบบ HRIS ที่มีอยู่ทั้งหมดให้เป็นระบบเดียว				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อปรับปรุงและพัฒนาระบบ HRIS ให้เป็นระบบเดียว (HRIS One System) รองรับกระบวนการ HR แบบครบวงจร อย่างคุ้มค่า 2. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการข้อมูลบุคลากร ลดความซ้ำซ้อน ลดการป้อนข้อมูลซ้ำ 3. เพื่อเสริมมาตรการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นไปตาม PDPA พร้อมจัดทำ DPA กับผู้ให้บริการ 4. เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารด้วยข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน ถูกต้อง และเชื่อมโยงกับระบบอื่นได้ (ERP) 				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระบบ HRIS ที่สมบูรณ์ ครอบคลุมกระบวนการ HR ทุกด้าน 2. ลดเวลาและความผิดพลาดในการทำงาน เช่น การคำนวณเงินเดือนถูกต้องแม่นยำ 3. ลดความเสี่ยงการรั่วไหลของข้อมูลและปัญหาด้านความปลอดภัยของข้อมูล 4. ผู้บริหารสามารถเข้าถึงข้อมูลเชิงวิเคราะห์ (HR Analytics) ได้สะดวก รวดเร็ว เพื่อการตัดสินใจ และสร้างประสบการณ์ที่ดีในการใช้งานระบบให้กับพนักงาน 				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) <ol style="list-style-type: none"> 1. ระบบ HRIS ที่ติดตั้งเสร็จสมบูรณ์ พร้อมใช้งาน 2. เอกสารคู่มือการใช้งาน / การสื่อสารประชาสัมพันธ์ และการอบรมให้ความรู้ผู้ใช้งาน 3. จัดทำข้อตกลง DPA กับผู้ให้บริการ 	ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) <ol style="list-style-type: none"> 1. ระบบ HRIS สามารถใช้งานได้ $\geq 95\%$ ของฟังก์ชันที่ออกแบบ 2. ความถูกต้องของข้อมูลเงินเดือนและค่าตอบแทน 3. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานไม่น้อยกว่า $\geq 85\%$ 			
ความเสี่ยง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความล่าช้าในการพัฒนาระบบและการทดสอบ อาจทำให้ใช้งานจริงไม่ทันตามแผน 2. ความเสี่ยงด้านการเชื่อมโยงข้อมูลกับระบบเดิม (Legacy System) 3. การต่อต้านการเปลี่ยนแปลงจากผู้ใช้งาน (User Resistance) 4. ความเสี่ยงด้านงบประมาณบานปลาย หากต้องพัฒนาระบบเพิ่มเติมเกินขอบเขต 				

ตารางที่ 66 แสดงรายละเอียดโครงการพัฒนาบุคลากร

หมวดบุคลากร	PJ48 โครงการพัฒนาบุคลากร	หน่วยงาน : สำนักทรัพยากรมนุษย์ ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 5,500,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	จากนโยบายขององค์กรที่กำหนดให้มีการยกระดับศักยภาพและทักษะให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง ขณะที่องค์กรยังมีข้อจำกัดด้านบุคลากร และงบประมาณ จึงมีความจำเป็นต้องเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารและพัฒนาบุคลากรด้วยการสร้างประสบการณ์ที่ดี (People Experience) ให้แก่บุคลากรตั้งแต่จุดเริ่มต้นของกระบวนการสรรหา การสร้าง Candidate Pool การสร้างเครือข่ายกับสถาบันการศึกษาและแหล่งการสมัครงานต่าง ๆ เพื่อคัดเลือกบุคลากรให้ตรงกับ Competencies งานอนาคต และรู้สึกภูมิใจที่มีโอกาสมีประสบการณ์ที่ดีในการร่วมงาน ไปจนถึงการยกระดับทักษะ (Upskills) การเรียนรู้ทักษะใหม่ (Reskills) ของบุคลากรให้มีความพร้อมทางสมรรถนะ (Competencies Readiness) ด้วยการเรียนรู้แบบผสมผสานและเหมาะสมเฉพาะกลุ่ม/ บุคคล เพื่อตอบสนองโจทย์ ช่องว่างสมรรถนะทั้งในระดับบุคคล หน่วยงาน และองค์กร ตลอดจนพัฒนา Talent and Successor Pool ที่จะเป็นกองกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร ในอนาคต และสร้างมาตรฐานความก้าวหน้าในสายอาชีพที่จะส่งเสริมให้บุคลากรได้เติบโตไปพร้อมกับการเติบโตขององค์กร				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อยกระดับการสรรหาบุคลากร ด้วยการสร้างภาพลักษณ์และคุณค่าองค์กร (Employer Branding) เพื่อดึงดูด talent หรือคนที่มีศักยภาพเข้ามาร่วมงาน 2. เพื่อUpskills & Reskills ให้บุคลากรสามารถรองรับงานในอนาคตและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ให้สัมฤทธิ์ผลตามที่มุ่งหวัง 3. เพื่อพัฒนาพนักงานกลุ่มศักยภาพสูง (Talent) ให้มีสมรรถนะที่พร้อมกับการเติบโตในสายอาชีพควบคู่ไปกับการเติบโตขององค์กร 				
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	<ol style="list-style-type: none"> 1. องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีที่จะดึงดูด Talent มาร่วมงาน (Employer Branding) 2. บุคลากร ส.ส.ท. มีขีดความสามารถที่สูงขึ้น และพร้อมรองรับกับการเปลี่ยนแปลง 3. มีพนักงานกลุ่มศักยภาพสูง (Talent) ที่สามารถขับเคลื่อนงานสำคัญขององค์กร 				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	ตัวชี้วัดผลผลิต (Output)		ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome)		
	<ol style="list-style-type: none"> 1. ได้พนักงานเข้าใหม่ที่ตรงตามคุณค่า ภารกิจ และสมรรถนะหลักองค์กร 2. พนักงานมีระดับความพร้อมทางสมรรถนะที่สูงขึ้น 3. จำนวนพนักงานศักยภาพสูง (Talent) 		<ol style="list-style-type: none"> 1. ร้อยละ 70 ของพนักงานใหม่มีคุณลักษณะที่สอดคล้องกับคุณค่าองค์กร 2. ร้อยละ 80 พนักงานทั้งหมดมีระดับความพร้อมทางสมรรถนะที่สูงขึ้น 3. มีจำนวน Talent ไม่น้อยกว่า 5% ของพนักงานทั้งหมด 		
ความเสี่ยง	ขาดความร่วมมือจากพนักงาน, ผู้บริหารไม่ให้ความสำคัญ, ระเบียบไม่รองรับการให้รางวัล Reward				

ตารางที่ 67 แสดงรายละเอียดโครงการสร้างความรักความผูกพันองค์กร

หมวดบุคลากร	PJ49 โครงการสร้างความรักความผูกพันองค์กร	หน่วยงาน : สำนักทรัพยากรมนุษย์ ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 1,250,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	<p>ทรัพยากรมนุษย์เป็นทรัพยากรสำคัญยิ่งขององค์กร และเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ จากบทเรียนความสำเร็จในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรชั้นนำทั่วโลกพบว่า ความรักและความผูกพันของบุคลากรที่มีต่อองค์กร รวมทั้งความรู้สึกเป็นเจ้าของ มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้บุคลากรมุ่งมั่นทุ่มเททำงานเพื่อขับเคลื่อนความสำเร็จให้องค์กร แต่ปัจจัยที่ทำให้บุคลากรรักและผูกพันกับองค์กรได้นั้น บุคลากรต้องตระหนักในคุณค่าของตัวเอง คุณค่าของงานที่ทำและคุณค่าขององค์กรเสียก่อน ในขณะที่องค์กรก็ต้องดูแลบุคลากรให้มีความสุข และมีขวัญกำลังใจ สร้างสภาพแวดล้อมที่ดี มีความสะดวกสบาย มีบรรยากาศในการทำงานแบบสร้างสรรค์ (Constructive) และปลอดภัย สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันของคนในองค์กร ให้มีความไว้วางใจในการทำงานร่วมกัน รวมทั้งให้โอกาสพนักงานได้รับการพัฒนา แสดงศักยภาพ และโอกาสก้าวหน้าในสายอาชีพอีกด้วย ดังนั้น เพื่อสร้างความรักและความผูกพันของพนักงานต่อ ส.ส.ท.จึงได้จัดให้มีโครงการ Thai PBS Engagement ขึ้น</p>				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อเสริมสร้างทัศนคติเชิงบวกที่เกิดจากการตระหนักในคุณค่าของตนเอง คุณค่าของงานที่ทำ และคุณค่าของความเป็นสื่อสาธารณะ 2. เพื่อสร้างหลักประกันและขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานและการดำรงชีพของพนักงาน 3. เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมดี คนในองค์กรมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน มีบรรยากาศในการทำงานแบบสร้างสรรค์ (Constructive) และปลอดภัย มีความไว้วางใจในการทำงานร่วมกัน จากการชื่นชมความสำเร็จ มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และแก้ปัญหาร่วมกัน 4. เพื่อสร้างความรับรู้ เข้าใจและมีส่วนร่วมกับความเป็นไปและความสำเร็จขององค์กร 5. เพื่อให้พนักงานรักและมีความผูกพันกับองค์กร (Engagement) รู้สึกเป็นเจ้าของและพร้อมจะทุ่มเท เสียสละ และร่วมทุกข์ร่วมสุขกับองค์กร 				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	<p>ตัวชี้วัดผลผลิต (Output)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีกิจกรรมที่ส่งเสริมความภาคภูมิใจในการทำงานและความเป็นสื่อสาธารณะที่บุคลากรมีส่วนร่วม 2. มีกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับพนักงาน พนักงานกับผู้บริหาร/หัวหน้า และมีแผนสร้าง ส.ส.ท.เป็นองค์กรแห่งความสุข 3. มีการพัฒนาสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของพนักงานมากขึ้น 4. มีพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การแก้ไขปัญหา และมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์งานใหม่ๆ 5. มีการสื่อสารที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ 				

หมวดบุคลากร	PJ49 โครงการสร้างความรัก ความผูกพันองค์กร	หน่วยงาน : สำนักทรัพยากรมนุษย์ ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 1,250,000 บาท
	ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) 1. บุคลากรของ ส.ส.ท. มีความภาคภูมิใจในตนเอง และตระหนักในคุณค่าสื่อสาธารณะ 2. ส.ส.ท. มีบรรยากาศการทำงานที่สร้างสรรค์ ที่เกิดการชื่นชมความสำเร็จกันและกัน และมีส่วนร่วม ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การร่วมกันแก้ปัญหา และระดมความคิด สร้างสรรค์ 3. ปัญหาความขัดแย้งและข้อร้องเรียนลดลง 4. บุคลากรมีสุขภาพใจที่ดีและสุขภาพกายแข็งแรง 5. บุคลากรมีความสุข รักและผูกพันกับองค์กร ปฏิบัติงานอย่างทุ่มเทและเสียสละด้วยความเต็มใจ 6. บุคลากรรู้สึกเป็นเจ้าของและพร้อมจะร่วมทุกข์ร่วมสุขกับองค์กร 7. องค์กรส่งมอบผลงานที่ดีแก่สังคมตามที่คาดหวัง มีภาพลักษณ์ที่ดี และมีความน่าเชื่อถือ				
ความเสี่ยง	ผู้บริหาร/ หัวหน้างานต้นสังกัดไม่ให้ความสำคัญและไม่ให้ความร่วมมือ ทั้งไม่เข้าร่วมและไม่สนับสนุนให้พนักงานได้เข้าร่วมกิจกรรม				

ตารางที่ 68 แสดงรายละเอียดโครงการงานบริหารส่วนกลางทรัพยากรมนุษย์

หมวดบุคลากร	PJ50 โครงการงานบริหารส่วนกลาง ทรัพยากรมนุษย์	หน่วยงาน : สำนักทรัพยากรมนุษย์ ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 2,500,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	เป็นงบประมาณสำหรับใช้บริหารจัดการส่วนกลางของสำนักทรัพยากรมนุษย์ เช่น ค่าโอที ค่ากระดาษ ลูกจ้างโครงการ เป็นต้น				
วัตถุประสงค์	เพื่อเป็นค่าบริหารดำเนินงานส่วนกลางสำนักทรัพยากรมนุษย์				

ตารางที่ 69 แสดงรายละเอียดโครงการปรับปรุงโครงสร้างบุคลากร

หมวดบุคลากร	PJ51 โครงการปรับปรุงโครงสร้างบุคลากร	หน่วยงาน: สำนักทรัพยากรมนุษย์ ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 20,000,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	เพื่อเป็นเครื่องมือในการบริหารอัตรากำลังคนให้เกิดประสิทธิภาพ ตาม PEOPLE TRANSITION PLAN				
วัตถุประสงค์	เพื่อลดความซ้ำซ้อนงาน ลูกจ้างโครงการ / พนักงาน เพื่อลดต้นทุนโครงการ				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) มีการทบทวนกรอบอัตรากำลังคนของทุกหน่วยงาน และลักษณะงานที่ซ้ำซ้อนระหว่างหน่วยงาน ตำแหน่งงานที่หยุดนิ่งเพื่อวางกรอบอัตรากำลังคนที่เหมาะสมกับทิศทางในอนาคต และประเมินตำแหน่งงานใหม่ที่รองรับยุทธศาสตร์ Digital Transformation ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) ได้คนที่เหมาะสมกับทิศทางในอนาคต และรองรับยุทธศาสตร์ Digital Transformation				
ความเสี่ยง	ความพร้อมการปรับตัวด้านบุคลากร				

ตารางที่ 70 แสดงรายละเอียดโครงการพัฒนาคุณค่าและวัฒนธรรมองค์กร

หมวดบุคลากร	PJ52 โครงการพัฒนาคุณค่าและวัฒนธรรมองค์กร	หน่วยงาน : ฝ่ายจัดการความรู้และจริยธรรมองค์กร ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 1,250,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	จากนโยบายองค์การที่ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้แข็งแกร่ง พร้อมปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล หัวใจสำคัญที่จะทำให้บรรลุตามเป้าหมายและนโยบายดังกล่าว คือ People Value จึงมีความจำเป็นต้องต่อยอดและสร้างความตระหนักในจิตวิญญาณของสื่อสาธารณะ ที่จะเชื่อมโยงคุณค่าของบุคลากรกับคุณค่าหลักขององค์กร (Connect Purpose) รวมถึงการพัฒนาสมรรถนะหลักที่ต้องมีร่วมกันทั้งองค์กร เพื่อปิดช่องว่างในเรื่อง การทำงานแบบ Safe Zone และปัญหาการทำงานเป็นไซโล ตลอดจนเป็นการส่งเสริมสุขภาวะ (Well-being) ของบุคลากร ที่นำไปสู่การสร้าง People Experience ที่ดี อันจะทำให้องค์กรเข้าสู่การเป็น People Organization ที่ส่งผลกระทบต่อไทยพีบีเอสได้รับความยอมรับในคุณค่าและผลงาน ตลอดจนการสร้างความยั่งยืนขององค์กรสื่อสาธารณะ				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อต่อยอดจิตวิญญาณสื่อสาธารณะในยุคดิจิทัลกับบุคลากรไทยพีบีเอส (Sense of Belonging) 2. เพื่อส่งเสริม Growth Mindset ให้พนักงานปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง และการแข่งขัน 3. เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่กระตือรือร้น คิดสร้างสรรค์ มีความร่วมแรงร่วมใจ การเรียนรู้ข้ามสายงาน 4. เพื่อส่งเสริมระดับความผูกพันบุคลากรต่อองค์กร 				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) <ol style="list-style-type: none"> 1. บุคลากรเข้ารับการพัฒนา/มีส่วนร่วมกับกิจกรรม 2. บุคลากรมีความเข้าใจในคุณค่าสื่อสาธารณะ 3. มีพื้นที่และผลงานความคิดสร้างสรรค์ /Cross Functional 4. มีผลการสำรวจและแผนการยกระดับ Engagement 	ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) <ol style="list-style-type: none"> 1. บุคลากรมีส่วนร่วมในการพัฒนาค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 ของทั้งหมด 2. บุคลากรไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 มีระดับความเข้าใจเรื่องคุณค่าสื่อสาธารณะตามเกณฑ์ที่กำหนด 3. ทุกคนมี Prototype /เรื่องเล่าความสำเร็จด้านความคิดสร้างสรรค์/ Cross Functional 4. ระดับความผูกพันองค์กรสูงขึ้น (Engagement) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 			
ความเสี่ยง	ผู้นำ/ผู้บริหารไม่เป็นแบบอย่าง ไม่เป็น Change Agent และไม่ให้ความร่วมมือ, กระบวนการ/วิธีการทำงานไม่ปรับเปลี่ยน , กลไกการให้รางวัลและลงโทษไม่ส่งผลต่อแรงจูงใจ				

ตารางที่ 71 แสดงรายละเอียดโครงการจัดการความรู้ที่มีลักษณะเฉพาะ (Focused Knowledge Management)

หมวดบุคลากร	PJ53 โครงการจัดการความรู้ที่มีลักษณะเฉพาะ (Focused Knowledge Management)	หน่วยงาน: ฝ่ายจัดการความรู้และ จริยธรรมองค์กร ผู้รับผิดชอบหลัก : -	ผู้รับผิดชอบร่วม: -	ระยะเวลา 1 ม.ค.-31 ธ.ค. 2569	งบประมาณ 1,000,000 บาท
หลักการ/แนวคิด	ในสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่ทวีความรุนแรงและความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว "องค์ความรู้" (Knowledge) ได้กลายเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญที่สุดขององค์กร การจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถรักษาความได้เปรียบในการแข่งขัน, เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน, สร้างสรรค์นวัตกรรม และพัฒนาบุคลากรได้อย่างยั่งยืน การปล่อยให้องค์ความรู้ที่สั่งสมอยู่ในตัวบุคคลหรือกระจัดกระจายอยู่ตามหน่วยงานต่างๆ สูญหายไป ย่อมส่งผลเสียต่อการเติบโตขององค์กรในระยะยาว				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อรวบรวมและจัดระบบองค์ความรู้ที่สำคัญ (Critical Knowledge) ที่อยู่ในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) และหน่วยงานเป็นองค์ความรู้ขององค์กร 2. เพื่อสนับสนุนการนำความรู้จากประสบการณ์ถูกนำไปปฏิบัติได้จริงและเกิดประโยชน์ต่อองค์กร 3. เพื่อสร้างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ ส่งเสริมบทบาทของ ผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้าน KM (KM Change Agent) 				
ผลผลิต และตัวชี้วัด	ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) <ol style="list-style-type: none"> 1. มีเนื้อหา หรือองค์ความรู้ที่ถอดบทเรียนจากบุคลากรที่มีความสามารถเฉพาะจากหน่วยงานต่างๆ 2. มีกิจกรรมส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 3. การสร้างผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้าน KM (KM Change Agent) ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome) การปรับปรุงกระบวนการทำงานที่เกิดขึ้นจากการแลกเปลี่ยนความรู้				
ความเสี่ยง	ขาดความร่วมมือจากพนักงาน ผู้บริหารไม่ให้ความสำคัญ				

สรุปภาพรวมงบประมาณรายจ่าย และโครงการประจำปี 2569 งบประมาณรวม 2,650 ล้านบาท

แผนที่ 1 สารเนื้อหา งบประมาณรวม 927.93 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
GENRE: NEWS		
สำนักข่าว	1.1 ผลิตข่าวและรายการข่าว	145.16
ศูนย์ Thai PBS World	1.2 Thai PBS World	43.47
GENRE: LEARNING		
ศูนย์สื่อสารสาธารณะเพื่อเด็กและการเรียนรู้	1.3 ผลิตสื่อ พัฒนานิเทศ เครือข่าย และนวัตกรรมการเรียนรู้ สำหรับเด็ก เยาวชน	86.00
สำนักสื่อดิจิทัล	1.4 ดิจิทัลส่งเสริมการเรียนรู้	11.14
GENRE: DOCUMENTARY/FACTUAL		
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	1.5 ผลิตเนื้อหาสารคดีและสารประโยชน์เพื่อพัฒนาคุณภาพและส่งเสริมพลังพลเมือง	281.74
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	1.6 ผลิตสารคดี "จาริกในรอยรส"	4.00
สำนักสื่อดิจิทัล	1.7 ผลิตและจัดหาเนื้อหารายการ VIPA	8.20
ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ	1.8 ผลิตสารคดีเข้มข้น	12.20
GENRE: ENTERTAINMENT		
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	1.9 ผลิตเนื้อหาสาระบันเทิงที่โดดเด่นสร้างคุณค่าแก่ระบบนิเวศสื่อ	225.85
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	1.10 ผลิตข่าว-รายการไทยบันเทิง	4.55
	1.11 ผลิตรายการและกิจกรรมสารพันล้นทุ่ง (บางเขน)	17.56
	1.12 ผลิตรายการ "ยกพลคนน้ำพริก" ซีซั่น 2	8.00
สำนักโทรทัศน์และวิทยุ	1.13 สุดสัปดาห์กีฬาสร้างสรรค์	14.00
GENRE: CITIZEN		
ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ	1.14 ผลิตเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับนโยบายสาธารณะและวาระทางสังคมแบบทรานส์มีเดีย (The Active)	7.07
	1.15 สื่อสารและติดตามตรวจสอบนโยบายสาธารณะ (Policy Watch)	11.84
สำนักเครือข่ายและ การมีส่วนร่วมสาธารณะ	1.16 พัฒนาระบบนิเวศเพื่อสนับสนุนงานสื่อสารสาธารณะท้องถิ่น	23.68
	1.17 พัฒนาระบบการสื่อสารสาธารณะและบริการด้วยปัญญารวมหมู่	11.32
CONTENT STRATEGY		
ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ	1.18 งานสื่อสารการตลาดเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์องค์การ	12.16

แผนที่ 2 แพลตฟอร์มและบริการ งบประมาณรวม 107.43 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	2.1 พัฒนาสื่อเพื่อการเข้าถึงและสร้างมูลค่า (Accessible & Value Media Project)	21
	2.2 ระบบกลไกสนับสนุนการผลิตเนื้อหาในรูปแบบ Original Master	3.88
สำนักสื่อดิจิทัล	2.3 Digital Platform Services	80.54
	2.4 Digital Inclusive Services	2
แผนที่ 3 การมีส่วนร่วมสาธารณะ งบประมาณรวม 30.62 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ	3.1 งานสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์องค์กร	11.40
สำนักสื่อดิจิทัล	3.2 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	6.50
หน่วยสนับสนุนสภาผู้ชมผู้ฟังรายการ	3.3 สนับสนุนการดำเนินงานของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ	4.00
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	3.4 ศิลป์สโมสรสัญจร-เสวนา	0.50
ฝ่ายรัฐกิจสัมพันธ์และภาคีภาคเอกชน	3.5 พัฒนารายได้จากผู้สนับสนุนและทรัพย์สินขององค์กร	5.00
ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ	3.6 พัฒนาศักยภาพผู้ผลิตในอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์ (Thai PBS Creative Academy)	3.22
แผนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่ งบประมาณรวม 38.30 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ	4.1 ประเมินผลองค์การและบทบาทสื่อสาธารณะ	5.35
	4.2 วิจัยเพื่อการพัฒนาเนื้อหา แพลตฟอร์ม และการสื่อสาร	3.79
สำนักสื่อดิจิทัล	4.3 ระบบจัดการข้อมูลเชิงวิเคราะห์กลาง (DATA ANALYTICS /ONE STAT)	10.16
ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ	4.4 โครงการพัฒนาระบบ Enterprise Resource Planning (ERP) เฟส 1	19.00

งบกลาง งบประมาณรวม 52 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
ผู้อำนวยการ ส.ส.ท.	งบกลาง งบฉุกเฉิน งบสำรอง	52.00

หมวดโครงสร้างพื้นฐานสื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ และบริหารทั่วไป งบประมาณรวม 732.82 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
กลุ่มงาน 1 บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก งบประมาณรวม 300 ล้านบาท		
สำนักวิศวกรรม	งบบริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก	300.00
กลุ่มงาน 2 งานเทคโนโลยีเพื่อการออกอากาศ งบประมาณรวม 140.62 ล้านบาท		
สำนักโทรทัศน์และวิทยุ	ค่าใช้บริการและค่าเช่าอุปกรณ์	18.13
	ค่าบำรุงรักษา	27.36
	จัดหาอุปกรณ์ทดแทน	67.04
	ดำเนินการและค่าตอบแทน	28.09
กลุ่มงาน 3 งานเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมงบประมาณ 147.25 ล้านบาท		
ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ	จัดซื้อและจัดหาระบบสารสนเทศ	90.26
	บำรุงรักษาระบบ	50.39
	ดำเนินการและค่าตอบแทน	4.60
	ค่าสนับสนุนเครื่องมือ Computer	2.00
กลุ่มงาน 4 บริหารทั่วไป รวมงบประมาณ 144.95 ล้านบาท		
ฝ่ายยุทธศาสตร์รองคําร	งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายยุทธศาสตร์รองคําร	1.30
ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล	งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล	0.49
ฝ่ายสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร	งานสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร	8.30
ฝ่ายกฎหมาย	งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายกฎหมาย	1.27
ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ	งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ	6.14
ฝ่ายบริหารทั่วไป	งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายบริหารทั่วไป สำนักบริหาร	121.90
ฝ่ายบริหารและควบคุมคุณภาพข้อมูล (Non-Media Data)	พัฒนาระบบ E-Office & E-Service พร้อม Compliance และ PDPA เพื่อยกระดับการบริหารจัดการของ ส.ส.ท.	2.65
ศูนย์การเงิน	งานบริหารส่วนกลาง ศูนย์การเงิน	1.08
สำนักตรวจสอบภายใน	งานดำเนินการตามแผนการตรวจสอบประจำปี 2569	1.83

งบบุคลากร งบประมาณรวม 760.90 ล้านบาท		
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
สำนักทรัพยากรมนุษย์	งบบุคลากร	722.40
	ระบบบริหารจัดการของพนักงาน (Human Resource Information System: HRIS)	7.00
	พัฒนาบุคลากร	5.50
	สร้างความรักความผูกพันองค์กร	1.25
	งานบริหารส่วนกลางสำนักทรัพยากรมนุษย์	2.50
	ปรับปรุงโครงสร้างบุคลากร	20.00
สำนัก/ศูนย์	โครงการ	ล้านบาท
ฝ่ายจัดการความรู้และจริยธรรมองค์กร	พัฒนาคุณค่าและวัฒนธรรมองค์กร	1.25
	จัดการความรู้ที่มีลักษณะเฉพาะ (Focused Knowledge Management)	1.00

จากโครงสร้างงบประมาณรายจ่ายปี 2569 เมื่อเปรียบเทียบกับงบประมาณรายจ่ายปี 2568 ตามประเภทงบประมาณจะเห็นได้ว่างบผลิตและจัดหารายการมีสัดส่วนมากที่สุด โดยปี 2569 เท่ากับ 903.38 ล้านบาท ลดลง 3.97 ล้านบาท งบดำเนินการ 793.91 ล้านบาท ลดลง 48.25 ล้านบาท งบบุคลากร 742.40 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 22.44 ล้านบาท งบลงทุน 153.31 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 42.87 ล้านบาท งบกลางลดลง 61.58 ล้านบาท และงบอุดหนุน ลดลง 1.5 ล้านบาท

ตารางที่ 72 งบประมาณปี 2569 (แบ่งตามประเภทงบประมาณ)

ลำดับ	ประเภทงบประมาณ	ปี 2569	
		จำนวน (บาท)	สัดส่วน (%)
1	งบบุคลากร	742,401,000.00	28.02
2	งบดำเนินการ	793,915,855.00	29.96
3	งบผลิตและจัดหารายการ	903,376,628.00	34.09
4	งบลงทุน	153,306,517.00	5.79
5	งบอุดหนุน	5,000,000.00	0.19
6	งบกลาง	12,000,000.00	0.45
7	งบสำรอง	35,000,000.00	1.32
8	งบผูกเงิน	5,000,000.00	0.19
	รวม	2,650,000,000.00	100

ส่วนที่ 5

การบริหารแผน และการกำกับติดตาม

5.1 การบริหารแผนงาน การกำกับติดตาม

5.1.1 การอนุมัติแผนบริหารกิจการ

แผนบริหารกิจการประจำปี 2569 ได้ออกแบบกลไกกำกับและควบคุมแผนโดยคณะกรรมการนโยบาย (กนย.) กำกับด้วยการมอบนโยบายเป็นทิศทางใหญ่และเชื่อมโยงมาสู่ทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ ที่นำเป้าหมายเชิงผลลัพธ์ (Outcomes) มาออกแบบแผนงาน โดยคณะกรรมการนโยบายพิจารณาอนุมัติแผนบริหารกิจการ ในภาพรวม แผนจัดทำรายการ ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานขององค์กร และแผนงบประมาณในระดับแผนงาน (Program) หมวดงบประมาณยุทธศาสตร์ งบประมาณสร้างพื้นฐานสื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ บริหารทั่วไป และงบบุคลากร

คณะกรรมการนโยบายมีมติให้ผู้อำนวยการ ส.ส.ท. และรองผู้อำนวยการ ส.ส.ท. มีอำนาจพิจารณาอนุมัติงบประมาณระดับโครงการของหน่วยงานภายใต้กำกับผ่านระบบ BMP โดยใช้หลักคิด 3 ข้อ ในการออกแบบโครงการประจำปี 2569 คือ

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

5.1.2 การบริหารแผนและงบประมาณ

(1) การบริหารแผนงาน

แผนยุทธศาสตร์ มีการจัดกลไกบูรณาการบริหารจัดการ ผ่านคณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการยุทธศาสตร์เนื้อหาและแพลตฟอร์ม จัดการประชุมอย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง

งานโครงสร้างพื้นฐานสื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ บริหารทั่วไป กับงานบุคลากร กำกับติดตามโดยฝ่ายบริหาร มีหน่วยงานรับผิดชอบหลัก ดังนี้

งานบริการโครงข่ายสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ สำนักวิศวกรรม

งานเทคโนโลยีออกอากาศ ได้แก่ สำนักโทรทัศน์และวิทยุ

งานเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ

งานบริหารทั่วไป ได้แก่ สำนักตรวจสอบภายใน สำนักบริหาร ศูนย์การเงิน ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร ฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล ฝ่ายสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร

งานบุคลากร ได้แก่ สำนักทรัพยากรมนุษย์ และฝ่ายจัดการความรู้และจริยธรรมองค์กร

(2) กำหนดแนวทางการบริหารโครงการและการใช้งบประมาณ

การขออนุมัติใช้งบประมาณ 3 หมวด (หมวดยุทธศาสตร์ หมวดโครงสร้างพื้นฐานสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ/บริหารทั่วไป หมวดบุคลากร) ให้เป็นตามระเบียบ ส.ส.ท. ว่าด้วยการเงิน การบัญชี และงบประมาณ พ.ศ. 2567 ข้อ 24 และคำสั่ง ส.ส.ท. ที่ 94/2568 เรื่องมอบอำนาจดำเนินการ

การขออนุมัติเป็นหมวดคงบทย่อย ให้ถัวเฉลี่ยงบกิจกรรมในหมวดคงบทย่อยเดียวกันได้

กรณีที่ใช้งบประมาณต่ำกว่าร้อยละ 25 ในวันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2569 จะเสนอให้พิจารณาทบทวน/ยุติโครงการ เว้นแต่กำหนดโครงการเริ่มหลังวันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2569

โครงการที่ขอใช้งบประมาณ \leq ร้อยละ 90 เบิกจ่ายงบประมาณ \leq ร้อยละ 60 (เกณฑ์ สดง. 61) และผูกพันงบประมาณข้ามปี ต้องจัดทำคำชี้แจงรายงานผู้บริหารและผู้สอบบัญชี และใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณางบประมาณปีต่อไป

ปิดรับใบขอซื้อจ้าง (PR) วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2569

(3) หลักเกณฑ์การใช้งบกลาง งบฉุกเฉิน งบสำรอง

มีความจำเป็น หรือ เร่งด่วน ที่ผู้อำนวยการ/คณะกรรมการบริหาร พิจารณาแล้วว่ามีความจำเป็น และสอดคล้องกับเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ของปีงบประมาณ และตามระเบียบ ส.ส.ท. ว่าด้วยการเงิน การบัญชี และการงบประมาณ พ.ศ. 2567 ข้อ 43 กรณีเริ่มโครงการใหม่

อำนาจอนุมัติงบประมาณ

- กรณีวงเงินไม่เกิน 10 ล้านบาท อนุมัติโดย ผู้อำนวยการ ส.ส.ท.
- กรณีวงเงินไม่เกิน 20 ล้านบาท อนุมัติโดยคณะกรรมการบริหาร
- กรณีวงเงินเท่ากับหรือมากกว่า 20 ล้านบาท อนุมัติโดยคณะกรรมการนโยบาย

งบสำรอง ต้องขออนุมัติจากคณะกรรมการนโยบายเท่านั้น

(4) กำหนดแนวทางการทบทวนงบประมาณกลางปี

- หน่วยงานจัดทำรายละเอียดการทบทวนงบประมาณกลางปีเสนอผู้อำนวยการ ส.ส.ท. หรือรองผู้อำนวยการ ส.ส.ท. ที่รับผิดชอบพิจารณาให้ความเห็นชอบ และจัดส่งข้อมูลให้ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร

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

- ฝ่ายสนับสนุนคณะกรรมการและผู้บริหาร ส่งสำเนามติ/รายงานการประชุม คณะกรรมการบริหาร/คณะกรรมการนโยบายให้หน่วยงาน ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร ฝ่ายพัสดุและจัดทำ รายการ และฝ่ายการเงินและควบคุมงบประมาณ เพื่อทราบและดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง

- การทบทวนเพิ่มงบประมาณ ให้พิจารณาจากโครงการที่ยังไม่ได้ดำเนินการหรือยังไม่ขอใช้ งบประมาณมาดำเนินการก่อน

- การปรับแผนงาน งบประมาณโครงการ ควรดำเนินการได้ภายในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2569 หากไม่สามารถดำเนินการได้ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2569 ให้คืนงบประมาณและไปตั้งขอใช้งบประมาณ ใหม่ในปี พ.ศ. 2570

(5) การเปลี่ยนแปลงรายละเอียดโครงการ / งบประมาณระหว่างปี (ที่จำเป็น)

แนวทางการดำเนินงาน

- หน่วยงานจัดทำรายละเอียดการขอเปลี่ยนแปลงรายละเอียดโครงการ/งบประมาณ และ ร่างแบบเสนออวาระการขอเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อเสนอรองผู้อำนวยการ ส.ส.ท. ที่รับมอบอำนาจ พิจารณา ให้ความเห็นชอบ

- หน่วยงานส่งเอกสารขอเปลี่ยนแปลงรายละเอียดให้ฝ่ายการเงินและควบคุมงบประมาณ ศูนย์การเงินตรวจสอบงบประมาณ ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กรให้ความเห็นเรื่องผลกระทบที่มีต่อเป้าหมายของ แผนบริหารกิจการ

- หน่วยงานนำเสนอ ผู้อำนวยการ ส.ส.ท. เห็นชอบเพื่อนำเสนอคณะกรรมการบริหารและ คณะกรรมการนโยบายเพื่ออนุมัติตามอำนาจและหลักเกณฑ์การเปลี่ยนแปลงงบประมาณในข้อ (4)

การเปลี่ยนแปลงงบประมาณ ให้เป็นไปตามระเบียบว่าด้วยการเงิน การบัญชีและ งบประมาณ พ.ศ. 2567

1) การเปลี่ยนแปลงรายละเอียดงบประมาณระดับโครงการ / หมวดย่อย ภายใน แผนงานเดียวกัน

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

- วงเงินเกินกว่า 20 ล้านบาท ให้เสนอคณะกรรมการนโยบายพิจารณาอนุมัติ

2) การเปลี่ยนแปลงรายละเอียดงบประมาณข้ามแผนงาน

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

- วงเงินเกินกว่า 20 ล้านบาท ให้เสนอคณะกรรมการนโยบายพิจารณาอนุมัติ

(6) การขอจัดทำงบประมาณเหลือมือปี 2569 ให้ทำได้เฉพาะที่ดำเนินการ ดังนี้

- การขออนุมัติผูกพันด้วยบันทึกฯ เทาที่จำเป็นหรือน้อยที่สุด โดยต้องผ่านฝ่ายพัสดุ
วิเคราะห์ให้ความเห็นประกอบการพิจารณาอนุมัติของ ผู้อำนวยการ.ส.ส.ท.

- ใบขอซื้อ (PR) ที่อยู่ระหว่างกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง

- ใบสั่งซื้อ (PO) หรือสัญญาที่อยู่ระหว่างกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง

- การผูกพันด้วย PR หรือบันทึกมาแล้ว 1 รอบปีการผูกพันในปีถัดไปจะต้องมีใบสั่งซื้อ
(PO) หรือสัญญา

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

(8) การติดตาม การรายงานผลและการวัดผล

การติดตามและการรายงานผล

- จัดให้มีการประชุมร่วมระหว่างฝ่ายบริหารและ ผอ.สำนัก/ศูนย์ เพื่อติดตามความก้าวหน้า
ในการดำเนินงาน

- รายงานผลการขอใช้และใช้จ่ายงบประมาณและงบผูกพันข้ามปี เสนอฝ่ายบริหารและ
ผู้อำนวยการสำนัก/ศูนย์ เป็นรายเดือน

การวัดผล

- ผ่าน KPI ด้านประสิทธิภาพแผนและการใช้งบประมาณ กำหนดน้ำหนัก ดังนี้

โครงการภายใต้แผนงาน

- ความก้าวหน้าของแผน ร้อยละ 60

- ขอใช้งบประมาณ ร้อยละ 10

- การใช้จ่ายงบประมาณ ร้อยละ 30

**กลุ่มงานภายใต้หมวดงบประมาณโครงสร้างพื้นฐานสื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ และบริหารทั่วไป
และงบบุคลากร**

- ขอใช้งบประมาณ ร้อยละ 25

- การใช้จ่ายงบประมาณ ร้อยละ 75

5.2 การควบคุมภายใน (Internal Control)

ส.ส.ท. จัดให้มีระบบการควบคุมภายในที่ดี เพื่อให้เกิดความมั่นใจอย่างสมเหตุสมผลต่อประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการดำเนินงาน และความเชื่อถือได้ของรายงานทางการเงิน และการปฏิบัติตาม กฎ ระเบียบและนโยบายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเรื่องการต่อต้านการทุจริต คอร์รัปชัน ขณะเดียวกันได้มีการจัด โครงสร้างการทำงานให้มีการแบ่งแยกหน้าที่ในการปฏิบัติงานให้เกิดการถ่วงดุลและสอบทานระหว่างกัน กำหนดอำนาจดำเนินการที่ชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร และมีระบบการติดตามผลการปฏิบัติงานที่ชัดเจน

นอกจากนี้ ยังได้กำหนดให้มีการทบทวนความเหมาะสมและความเพียงพอของระบบควบคุมภายใน ทั้ง 5 องค์ประกอบ คือ สภาพแวดล้อมการควบคุม (Control Environment), การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment), กิจกรรมการควบคุม (Control Activities), ข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication) และการติดตาม (Monitoring) เป็นประจำ ปีละ 1 ครั้ง ซึ่งสอดคล้อง และเป็นไปตามหลักเกณฑ์กระทรวงการคลังว่าด้วยมาตรฐานและหลักเกณฑ์ปฏิบัติการควบคุมภายในสำหรับ หน่วยงานของรัฐ พ.ศ. 2561 เพื่อให้มั่นใจต่อการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร ขณะที่ ผู้บังคับบัญชาในทุกระดับของทุกหน่วยงาน มีหน้าที่รับผิดชอบระบบการควบคุมภายในหน่วยงานของตน และ มีการวางกลไกขับเคลื่อนงานควบคุมภายในทั่วทั้งองค์กรผ่านผู้ประสานงานของแต่ละสำนัก

5.3 การตรวจสอบภายใน (Internal Audit)

ส.ส.ท. จัดให้มีการตรวจสอบภายในเพื่อให้ความเชื่อมั่นและให้คำปรึกษาอย่างอิสระและเที่ยงธรรม ตามมาตรฐานและจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน และเป็นกลไกสนับสนุนฝ่ายบริหารในด้านการ ประเมินประสิทธิผลของกระบวนการบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน และการกำกับดูแลกิจการ เพื่อเพิ่มคุณค่าและปรับปรุงการปฏิบัติงานขององค์กร รวมทั้งช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ กำหนดไว้ ลดโอกาสความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น ส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของ องค์กร ให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เกิดประโยชน์สูงสุด และผลักดันให้เกิดความสำเร็จในด้านการกำกับ ดูแลกิจกรรมที่ดี โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้

5.4 การบริหารความเสี่ยง และการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาล

ทางด้านโครงสร้างและกลไกการทำงานในการบริหารจัดการความเสี่ยงและธรรมาภิบาล ในปี 2568 ส.ส.ท. ได้มีการปรับปรุงโครงสร้างการทำงาน จากเดิมที่เคยมีคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลและ บริหารงานทั้ง 2 ด้าน รวมทั้งสิ้น 3 คณะด้วยกัน (อันประกอบด้วย คณะกรรมการกำกับความเสี่ยง คณะกรรมการธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเป็นคณะกรรมการในระดับนโยบาย และ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงในระดับของฝ่ายจัดการ) โดยได้บูรณาการยุบรวมเข้าด้วยกันให้เหลือเพียง 1 คณะ อันได้แก่ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล พร้อมทั้งปรับเปลี่ยนให้เป็นการดำเนินการ

ในระดับของฝ่ายจัดการ เพื่อส่งเสริมและผลักดันการดำเนินงานในทั้ง 2 ด้านให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับนโยบาย ยุทธศาสตร์และวัตถุประสงค์ขององค์การ โดยคณะกรรมการชุดดังกล่าวมีผู้อำนวยการ ส.ส.ท. เป็นประธาน รองผู้อำนวยการ ส.ส.ท. และผู้บริหารสำนัก/ศูนย์/ฝ่ายที่เกี่ยวข้องเป็นกรรมการ และมีผู้จัดการฝ่ายบริหารความเสี่ยงเป็นเลขานุการ ขณะเดียวกัน ยังคงมีผู้ประสานงานยุทธศาสตร์และบริหารความเสี่ยง ซึ่งเป็นตัวแทนของแต่ละหน่วยงาน จำนวน 1 คน ทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนงานให้สะดวกรวดเร็ว เกิดการบูรณาการอย่างมีประสิทธิภาพพร้อมกับทางฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล ซึ่งยังคงทำหน้าที่ดูแลอำนวยความสะดวก (Facilitator) ในกระบวนการบริหารความเสี่ยงโดยรวม

ในส่วนของการบริหารความเสี่ยง ส.ส.ท. ดำเนินการอย่างสอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่ดีของ COSO¹ 2017 โดยมีกระบวนการในการจัดการที่เป็นระบบ ตั้งแต่การระบุความเสี่ยง การกำหนดความเพียงพอของกิจกรรมการควบคุมภายใน การประเมินความเสี่ยง การบริหารความเสี่ยง การติดตามผล รวมถึงดัชนีชี้วัดความเสี่ยงที่สำคัญ ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญของการรับมือกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินภารกิจ ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ ในปี 2568 ส.ส.ท. มีประเด็นความเสี่ยงในระดับองค์การที่ต้องติดตามใน 7 ความเสี่ยง ดังนี้ 1) ความไม่สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้ชม/ผู้รับบริการ และภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป 2) ความไม่สามารถในการสร้างการตระหนักถึงคุณค่าในการดำรงอยู่ของสื่อสาธารณะ 3) การบริหารและพัฒนาบุคลากรไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล 4) ภัยคุกคามทางไซเบอร์ 5) ความไม่สามารถในการใช้ประโยชน์จากการลงทุนในสินทรัพย์ได้อย่างคุ้มค่า 6) การขาดความมั่นคงทางการเงิน และ 7) ความไม่สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ได้อย่างมีธรรมาภิบาล

สำหรับการดำเนินงานทางด้านธรรมาภิบาล ส.ส.ท. ดำเนินการกิจบนพื้นฐานของความเที่ยงตรง โปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตามหลักธรรมาภิบาลที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ตลอดจนจรรยาบรรณและมาตรฐานจรรยาบรรณวิชาชีพ ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และแผนสำคัญระดับชาติ หลักการและแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมทั้งหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่กำหนดให้หน่วยงานของรัฐถือปฏิบัติ เพื่อพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีของ ส.ส.ท. ให้มีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนขององค์การ

ในช่วงปี 2568 ส.ส.ท. ได้ขับเคลื่อนงานธรรมาภิบาลตามแผนแม่บทธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมปี 2565-2568 และแผนงานปี 2568 ครอบคลุม 3 กลยุทธ์ ได้แก่ ขับเคลื่อนนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์การที่เข้มแข็ง และส่งเสริมคุณภาพสังคม สิ่งแวดล้อม และสร้าง ความยั่งยืน ผ่าน 7 แผนงาน โดยมุ่งหวังให้บุคลากรทุกระดับได้ยึดถือปฏิบัติ อีกทั้งนำมาใช้เป็นแนวทางในการบริหารและกำกับดูแลงานด้านธรรมาภิบาลในระดับของผู้บริหารและคณะกรรมการ ตามลำดับ

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

ทั้งนี้ ประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลของ ส.ส.ท. ส่วนหนึ่งสะท้อนให้เห็นได้ผ่านผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity and Transparency หรือ ITA) ของ ส.ส.ท. ประจำปี 2568 ที่จัดขึ้นโดยสำนักงาน ป.ป.ช. ได้ 94.37 คะแนน โดยยังคงรักษาระดับ “ผ่านดี” ได้เท่ากับปีที่ผ่านมา และสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยทั้งประเทศซึ่งเท่ากับ 93.82 คะแนน

5.5 Workflow แผนบริหารกิจการและการรายงานผลการดำเนินงาน

เพื่อให้ทราบถึงขั้นตอนการจัดทำแผนบริหารกิจการ การจัดทำงบประมาณ ของ ส.ส.ท. ฝ่ายยุทธศาสตร์จึงได้จัดทำ Workflow แผนบริหารกิจการและการรายงานผลการดำเนินงาน เพื่อให้ทราบถึงการจัดทำแผนบริหารกิจการ ตลอดจนถึงขั้นตอนการดำเนินงานจัดทำแผนบริหารกิจการและขั้นตอนการอนุมัติโครงการ

Workflow แผนบริหารกิจการและการรายงานผลการดำเนินงาน

