



## ส่วนที่ 3

### แผนจัดทำรายการประจำปี พ.ศ. 2566



## แผนจัดทำรายการประจำปี พ.ศ. 2566

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

### 1. กรอบทิศทางแผนจัดทำรายการประจำปี 2566

ประเทศไทยในปี 2565 ยังคงตกอยู่ในสภาวะการระบาดของไวรัสโควิด 19 ที่มีผลกระทบกับคนไทยทุกคน ในขณะที่ภาคเศรษฐกิจก็ประสบกับภาวะเงินเฟ้อครั้งใหญ่ที่เกิดจากผลกระทบของสงครามรัสเซีย-ยูเครนที่นำไปสู่ความเสียหายทางเศรษฐกิจ ปากท้องของประชาชน การทำมาหากิน ความเหลื่อมล้ำ และคุณภาพชีวิตของคนไทยที่ต้องเผชิญกับปัญหาอุปตัน ในขณะที่ยังคงมีความผันผวนจากการแบ่งฝ่ายที่ทวีความรุนแรงขึ้น ย่อมส่งผลกระทบต่อถึงสถานการณ์ในปี 2566 ที่จะเกิดการเลือกตั้งใหญ่ซึ่งอาจทำให้เกิดความผันผวนทางการเมืองขึ้นอีกครั้งหนึ่ง

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) หรือไทยพีบีเอสมีภารกิจต้องจัดทำแผนการจัดทำรายการประจำปีขึ้นเพื่อเป็นการกำกับทิศทางสำหรับการเสนอเนื้อหารายการของสื่อสาธารณะ

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

#### 1. แนวคิดหลักทิศทางเนื้อหา

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



ผู้ชมและสอดคล้องกับช่องทางการสื่อสารของไทยพีบีเอสโดยอิงจากฐานข้อมูลงานวิจัยที่ได้มีการเก็บรวบรวมมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถผลิตเนื้อหารายการที่สอดคล้องกับฉันทลักษณ์นโยบายและสอดคล้องกับความสนใจของผู้ชมได้ตรงกลุ่มเป้าหมายและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

## แนวคิดหลัก ทิศทางเนื้อหา

สานต่อแนวคิดหลักจากแผนจัดทำรายการปี 2565  
เพื่อให้เกิดการจัดจำว่าไทยพีบีเอสสื่อสาร และขับเคลื่อน  
ประเด็นต่อไปนี้

|                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>วาระสำคัญตามฉันทลักษณ์นโยบายปี 2566</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• สุขภาวะ</li> <li>• การเลือกตั้งท้องถิ่นและกระจายอำนาจ</li> <li>• รัฐธรรมนูญ</li> <li>• ลดความเหลื่อมล้ำ</li> <li>• สังคมสูงวัย</li> <li>• ภัยพิบัติ</li> <li>• คุ่มครองผู้บริโภค</li> </ul> | <b>วาระกลาง:<br/>ลดความเหลื่อมล้ำ<br/>สร้างสังคมเป็นธรรม</b> <p>เนื้อหาข่าวและรายการที่เกี่ยวข้องกับวาระเหลื่อมล้ำจะถูกนำเสนอผ่าน 5 ประเด็น</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. คนจนเมือง</li> <li>2. การศึกษา</li> <li>3. คนไร้สัญชาติ</li> <li>4. คนพิการยากจน</li> <li>5. ผู้สูงอายุ</li> </ol> | <b>วาระ 15 ปี ส.ส.ท.:<br/>ทบทวนประวัติศาสตร์<br/>ค่านิยมต่าง ๆ ในสังคมไทย</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ถอดบทเรียนสื่อสารสาระกับบทบาทที่มีต่อสังคมไทย</li> <li>• บทบาทเรียนและองค์ความรู้ที่ได้มาเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความรับรู้กับบทบาทและหน้าที่ของสื่อสาธารณะที่มีต่อสังคมไทย</li> </ul>  | <b>กลุ่มรายการที่เป็น<br/>อัตลักษณ์</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ข่าวที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจ</li> <li>• เนื้อหาสาระประโยชน์เพื่อสร้างคุณค่าและไว้วางใจ</li> <li>• การสื่อสารสาธารณะด้วยปัญญา</li> <li>• การสื่อสารวาระทางสังคม</li> <li>• การสื่อสารสร้างสมรรถนะความปลอดภัยจากภัยพิบัติ</li> <li>• เนื้อหาด้านต่างประเทศ</li> <li>• การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม</li> <li>• การสื่อสารพัฒนาการเรียนรู้ Active Learning</li> <li>• รายการกีฬาและบันเทิงการ</li> </ul> |
| <b>Transmedia &amp;<br/>Personalize Content</b>                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

แผนภาพที่ 22 แนวคิดหลักทิศทางเนื้อหาปี 2566

### วาระสำคัญตามฉันทลักษณ์ นโยบายปี 2566

ทำให้เนื้อหาสาระสาธารณะเป็นกลไกหล่อหลอมคุณค่าทางสังคม เน้นคุณค่าที่ยึดโยงกับประชาชนด้วยแนวคิด User Friendliness บทบาทของสื่อสาธารณะในฐานะเป็นโรงเรียนของสังคมบน 7 ฉันทลักษณ์อนาคตเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ท้าทายใหม่ ๆ คือ

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

### วาระกลาง: ก้าวข้ามความเหลื่อมล้ำ สู่สังคมที่เป็นธรรม

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



## วาระ 15 ปี ไทยพีบีเอส

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

### 3. ทิศทางด้านเนื้อหาและช่องทางสื่อสารของไทยพีบีเอส

สามารถจำแนกเนื้อหาได้ตามกลุ่มเป้าหมายและช่องทางการสื่อสารดังต่อไปนี้

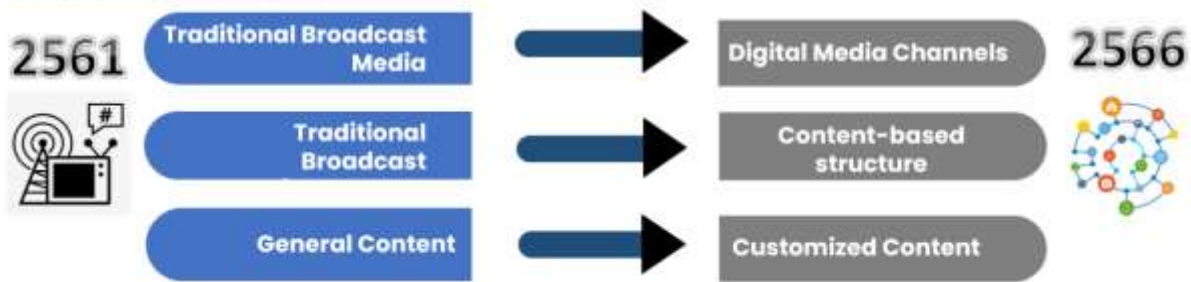
- **Thai PBS** เน้นข่าวสารและสาระที่ทันสมัย สถานการณ์ เน้นการสื่อสารสองทางและการถ่ายทอดสด เหตุการณ์จากพื้นที่ วิเคราะห์เจาะลึก แม่นยำ แตกต่าง คำนึงถึงประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับ มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายคนทำงานและผู้สูงอายุ
- **ALTV** เน้นการเรียนรู้ สารประโยชน์และสาระบันเทิงที่สร้างจินตนาการและความสุข กลุ่มเป้าหมายคือเด็ก เยาวชน ครอบครัว รวมถึงบุคลากรทางการศึกษา
- **VIPA** สร้างการรับรู้ให้เป็นแพลตฟอร์มที่เสนอเนื้อหาสาระและบันเทิงที่สร้างสรรค์สำหรับทุกเพศทุกวัย รวมถึงให้การสนับสนุนผู้ผลิตเนื้อหาใหม่และรองรับการเผยแพร่รายการในรูปแบบ User-generated content (UGC)
- **New Media** ประกอบด้วยสื่อออนไลน์และแอปพลิเคชันต่าง ๆ เน้นการสื่อสารกับคนรุ่นใหม่ เยาวชน คนทำงาน รวมถึงกลุ่มคนทั่วไป เน้นข้อมูลกระชับ ฉับไว สร้างสรรค์ มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ รวมถึงมีการพัฒนาการสื่อสารกับผู้ชมในรูปแบบการสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication)
- **Thai PBS Podcast** พัฒนาสื่อเสียงให้เป็นที่ยอมรับ มีเนื้อหาสาระที่ตรงกับความต้องการของผู้รับฟัง ขยายฐานผู้ฟังให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น

### 4. Digital-First/ Transformation

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



## Non TV Centric



แผนภาพที่ 23 ทิศทาง Digital-First / Transformation

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

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

## พัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อตอบโจทย์ Anywhere –Anytime- Any Device



แผนภาพที่ 24 การพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อตอบโจทย์ Anywhere Anytime Any Device

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



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

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

## 5. กลุ่มเนื้อหาที่เป็นอัตลักษณ์ของสื่อสาธารณะ

กลุ่มเนื้อหาที่เป็นอัตลักษณ์ของสื่อสาธารณะแบ่งออกเป็นสองกลุ่มใหญ่ตามเป้าหมายการสื่อสาร โดยมีรายละเอียดดังนี้

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



ในรูปแบบ Transmedia ผลิตชุดข้อมูลแบบ Data Visualization และจัดกิจกรรมเวทีสาธารณะ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนวาระที่มีประสิทธิภาพ

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



ประชาชนเกิดการพัฒนามุมมองต่อสถานการณ์และฉากทัศน์ต่าง ๆ ด้วยฐานความรู้ โดยจะวางแผนให้เป็นรายการที่มีการร่วมผลิต และมีโอกาสเผยแพร่หรือสร้างรายได้ในต่างประเทศ

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



## 6. การวางแผนงานและแนวคิดเชิงกลยุทธ์



แผนภาพที่ 25 การวางแผนงานและแนวคิดเชิงกลยุทธ์ แผนจัดทำรายการประจำปี พ.ศ. 2566

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

### ● กลยุทธ์สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง

จุดแข็งของไทยพีบีเอสคือการเป็นองค์กรสื่อสารสาธารณะที่มีความน่าเชื่อถือ เป็นกลาง ช่องทางการเข้าถึงที่หลากหลาย ให้บริการกับคนทุกกลุ่ม ทุกช่วงวัย การไม่ละเลยต่อเสียงของผู้ด้อยโอกาส รวมถึงแผนขยายฐานผู้ชมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ ซึ่งจะเป็นกำลังสำคัญของประเทศชาติในอนาคตให้หันมาสนใจสื่อสารสาธารณะมากขึ้น เพื่อให้ไทยพีบีเอสเป็นสื่อสาธารณะสำหรับทุกคนทุกเพศทุกวัยอย่างแท้จริง



แผนภาพที่ 26 กลยุทธ์สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง



### **แผนงานสร้างสรรค์การผลิตที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจ**

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

### **แผนงานสร้างการเข้าถึงที่หลากหลายและเป็นธรรม**

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

### **แผนงานขยายฐานผู้ชม**

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

#### **● กลยุทธ์สร้างความคุ้มค่าจากการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง**

ไทยพีบีเอสมุ่งเน้นสร้างความคุ้มค่าจากการขับเคลื่อนให้สังคมเกิดการเปลี่ยนแปลง สร้างพื้นที่กลางในการร่วมกันหาทางออกและคลี่คลายความขัดแย้ง และมุ่งขยายความร่วมมือกับส่วนงานและภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ในการสร้างสรรค์เนื้อหารายการ ขับเคลื่อนประเด็นที่มี Share Value หรือคุณค่าร่วมกันอย่างคุ้มค่าและสร้างสรรค์ อันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสู่สังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรม ตามเจตนารมณ์ที่ไทยพีบีเอสวางไว้อย่างสันติและยั่งยืน



## สร้างความคุ้มค่าจากการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง



แผนภาพที่ 27 กลยุทธ์สร้างความคุ้มค่าจากการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

### แผนงานขับเคลื่อนการสื่อสารเพื่อเตรียมความพร้อมสมรรถนะของคนในสังคม

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

### แผนงานความร่วมมือสร้างสรรค์สื่อและกระจายอำนาจสู่ภูมิภาค

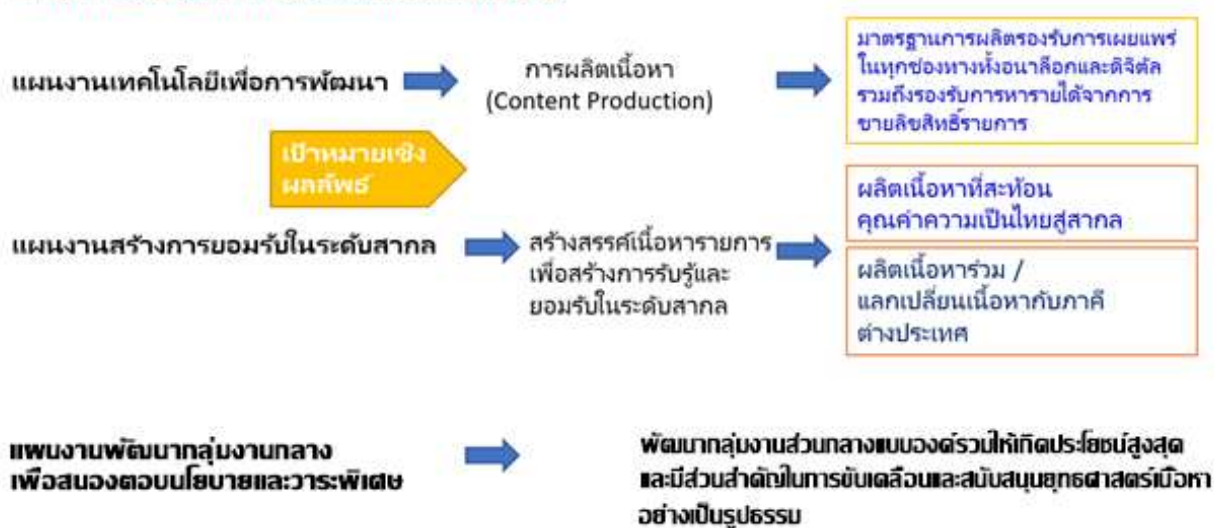
มีเป้าหมายในการสร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายในส่วนท้องถิ่นภูมิภาค ทั้งในด้านการร่วมกันผลิตสร้างสรรค์รายการ เนื้อหา ข้อมูล ช่องทางการเผยแพร่ ไปจนถึงการขับเคลื่อนประเด็นที่ทางภาคีเครือข่ายและไทยพีบีเอสมีคุณค่า (Share Value) ร่วมกัน เพื่อร่วมสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในสังคมทั้งประเทศ ส่งเสริมคุณค่าและผลักดันกระจายอำนาจจากส่วนกลางไปยังท้องถิ่น อันจะนำไปสู่การพัฒนาความสัมพันธ์ที่จะนำไปสู่การเติบโตไปข้างหน้าร่วมกันของไทยพีบีเอสและภาคีเครือข่ายท้องถิ่นทั่วประเทศที่จะกลายเป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญในการจะก้าวไปสู่เป้าหมายของไทยพีบีเอสในการมุ่งมั่นเป็นสถาบันสื่อสารสาธารณะ ที่สร้างสรรค์สังคมคุณภาพและคุณธรรมอย่างยั่งยืน

#### ● กลยุทธ์สร้างความยั่งยืนจากการต่อยอดและพลังเครือข่าย

ตลอดระยะเวลา 15 ปีที่ผ่านมา ไทยพีบีเอสได้สร้างสรรค์รายการที่ถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่มีคุณค่าออกมามากมาย และเป้าหมายต่อไปก็คือการสร้าง ความยั่งยืนจากการต่อยอดเนื้อหารายการให้ได้มาตรฐานและการยอมรับในระดับสากล รวมถึงการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาของไทยพีบีเอสให้เกิดประโยชน์ ต่อยอด เกิดเป็นรายได้ที่ยั่งยืน รวมถึงการผลักดันรายการออกสู่สากลผ่านช่องทางภาคีเครือข่ายสื่อสารสาธารณะทั่วโลก ซึ่งจะทำให้ไทยพีบีเอสเติบโตขึ้นอย่างมั่นคงและก้าวสู่การเป็นองค์กรสื่อสารสาธารณะที่ได้รับยอมรับในระดับสากลต่อไป



### สร้างความยั่งยืนจากการต่อยอดและพลังเครือข่าย



แผนภาพที่ 28 กลยุทธ์สร้างความยั่งยืนจากการต่อยอดและพลังเครือข่าย

#### แผนงานเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา

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

#### แผนงานการสร้างสรรค์การยอมรับในระดับสากล

มีเป้าหมายในการสร้างสรรค์เนื้อหารายการเพื่อสร้างการรับรู้และยอมรับในระดับสากล โดยการสร้างสรรค์เนื้อหาการที่มีคุณค่า สะท้อนถึงความเป็นไทย อันเป็นเอกลักษณ์ที่ได้รับความสนใจจากทั่วโลก อาทิละครแห่งปีหรือรายการสารคดีที่มีเนื้อหาคุณค่าความเป็นไทยที่ได้มาตรฐานการผลิต สามารถผลักดันเผยแพร่รายการออกสู่ตลาดสากล รวมถึงการผลิตรายการที่มีคุณค่าและศักยภาพในการส่งเข้าประกวดในเวทีต่าง ๆ ในระดับนานาชาติ นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการสร้างความร่วมมือกับภาคีต่างประเทศ อาทิ ABU หรือเครือข่ายสื่อสาธารณะทั่วโลกในการร่วมผลิตร่วมสร้างสรรค์รายการ หรือแลกเปลี่ยนเนื้อหาการระหว่างภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยทำให้ไทยพีบีเอสเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในฐานะองค์กรสื่อสาธารณะแห่งชาติในเวทีระดับสากลมากขึ้น

#### แผนงานพัฒนากลุ่มงานกลางเพื่อสนองตอบนโยบายและวาระพิเศษ

มีเป้าหมายในการพัฒนากลุ่มงานส่วนกลางให้สามารถสนองตอบนโยบายและวาระพิเศษได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีส่วนที่เป็นจุดเน้นของแผนงานนี้ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์เนื้อหา ได้แก่ การบริหารจัดการ



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

## 7. สัดส่วนเนื้อหา

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

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

www.VIPA.me

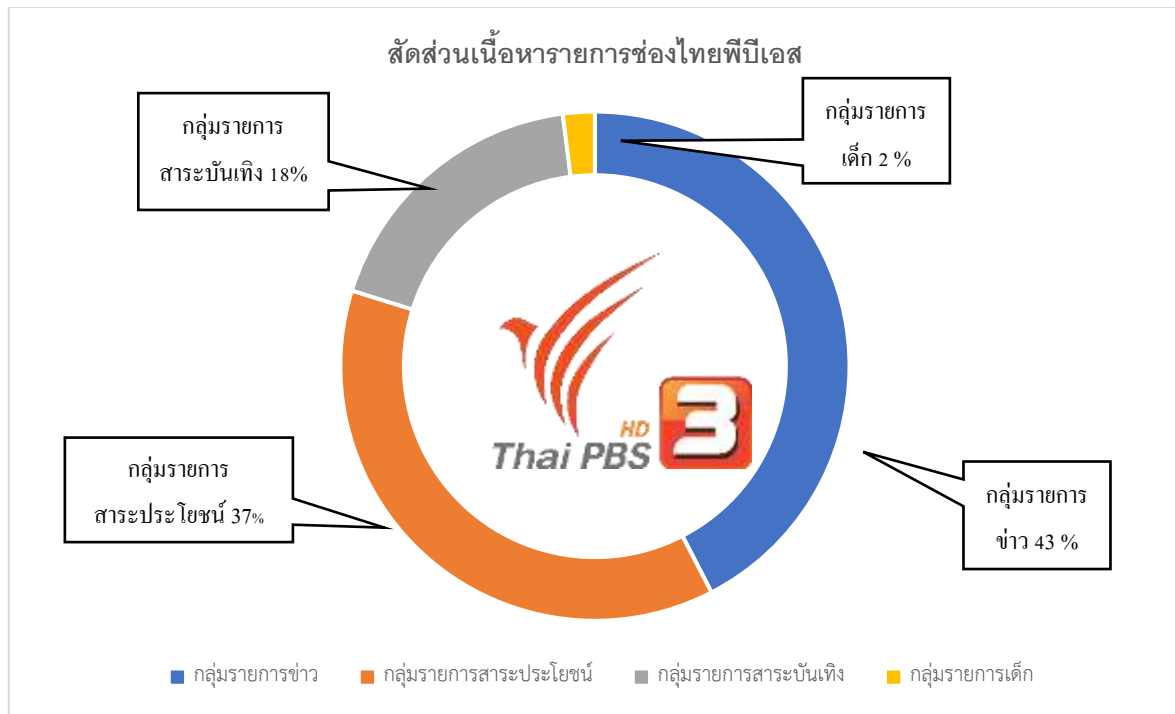
นอกจากนี้ ยังมีช่องทางเว็บไซต์เพื่อสื่อสารเนื้อหาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่นิยมรับชมผ่านทางออนไลน์ และสนใจเนื้อหาเฉพาะอย่างเช่น เว็บไซต์ไทยพีบีเอส [www.thaipbs.or.th](http://www.thaipbs.or.th) เว็บไซต์ ALTV [www.altv.tv](http://www.altv.tv) เว็บไซต์ Thai PBS kids [www.ThaiPBSkids.com](http://www.ThaiPBSkids.com) และช่อง Podcast [www.thapbspodcast.com](http://www.thapbspodcast.com) เป็นต้น

### สัดส่วนเนื้อหารายการช่องไทยพีบีเอส (ช่อง 3 HD)

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

ตารางที่ ...สัดส่วนเนื้อหารายการช่องไทยพีบีเอส

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



แผนภาพที่ 29 สัดส่วนเนื้อหารายการช่องไทยพีบีเอส (ช่อง 3 HD)

#### สัดส่วนเนื้อหารายการช่อง ALTV (ช่อง 4)

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

**กลุ่มสาระตามฐานสมรรถนะ** จำนวน 1001:00 ชั่วโมง

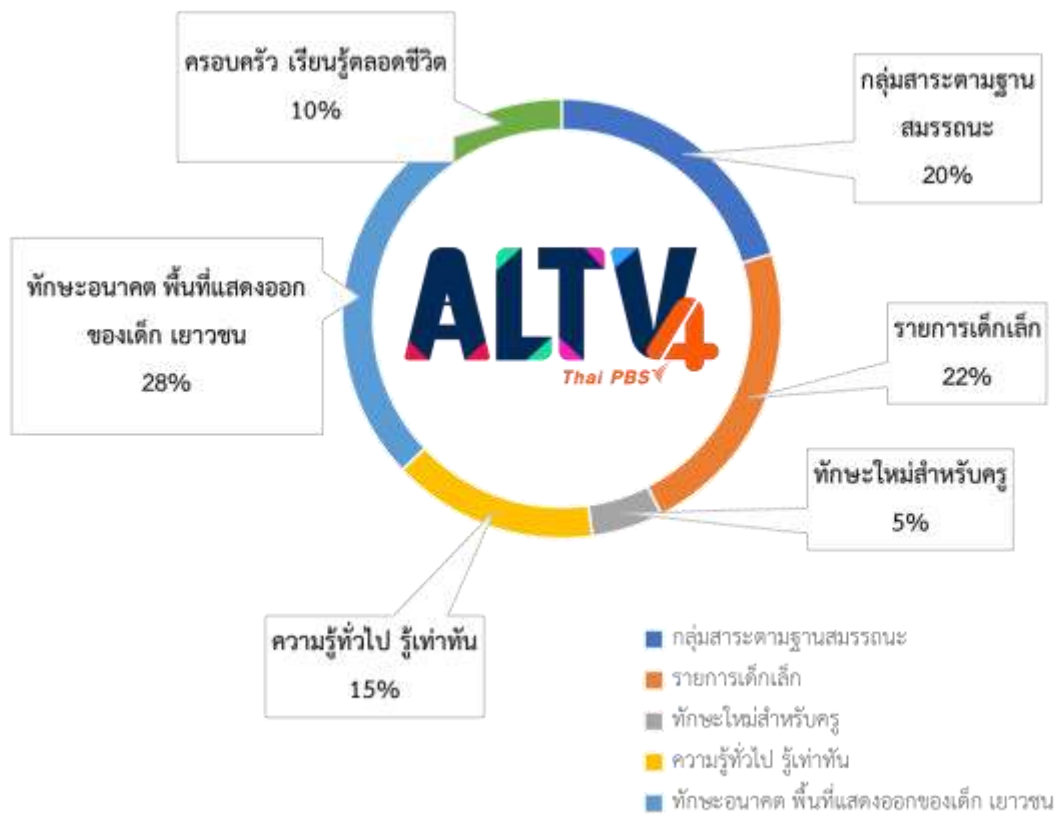
**กลุ่มรายการเด็กเล็ก** จำนวน 1100:40 ชั่วโมง

**ทักษะใหม่สำหรับครู** จำนวน 260:00 ชั่วโมง

**ทักษะอนาคต แผนแนวการศึกษา พื้นที่แสดงออก** จำนวน 1360:40 ชั่วโมง

**ความรู้ทั่วไป รู้เท่าทัน** จำนวน 749:40 ชั่วโมง

**ครอบครัว สังคมสูงวัย การเรียนรู้ตลอดชีวิต** จำนวน 472:20 ชั่วโมง



แผนภาพที่ 30 สัดส่วนเนื้อหารายการช่อง ALTV (ช่อง 4 SD)