

รายงานผลการปฏิบัติงานประจำไตรมาส 1 ปี 2565

(มกราคม - มีนาคม 2565)

เสนอ
คณะกรรมการนโยบาย ส.ส.ท.

โดย
รศ.ดร.วิลาสินี พิพิธกุล
ผู้อำนวยการองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

ฝ่ายยุทธศาสตร์และแผน
11 เมษายน 2565

รายงานผลการดำเนินงานประจำไตรมาสที่ 1 ปี 2565 ฉบับนี้ ได้มีการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการนโยบาย (กนย.) ให้มีรูปแบบและสาระที่เน้นรายงานเฉพาะประเด็นสำคัญที่ทีมบริหารคัดเลือกมาเสนอ เพื่อให้ กนย. ได้พิจารณาให้การสนับสนุนหรือเสนอแนะแนวทางพัฒนาปรับปรุง

ในรายงานฯ ได้แบ่งหัวข้อนำเสนอออกเป็น 3 หัวข้อ ได้แก่ การดำเนินงานสำคัญ ผลความคืบหน้าการติดตามงานจาก มติ กนย. และแผนงานสำคัญที่จะดำเนินการในไตรมาส 2 โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การดำเนินงานสำคัญ

1. งานด้านเนื้อหาและช่องทาง (สอดคล้องกับนโยบายข้อ 4 และข้อ 5 ของกรรมการนโยบาย)

1.1 งานข่าว งานหลักๆ ที่ได้ดำเนินการ ได้แก่

- ปรับปรุงผังรายการข่าว เน้นที่การทำให้รายการข่าวเข้ามามีจำนวนคนดูทางทีวีเพิ่มขึ้น จึงแยกช่วงมูมการเมืองออกมาเป็นรายการใหม่ และลดเวลาของรายการข่าวเช้าวันใหม่ จากเดิม 3 ชั่วโมงเต็ม เหลือ 2 ชั่วโมง รายการ “มูมการเมือง” (จันทร์ - ศุกร์ เวลา 07.00 - 08.00 น.) รูปแบบใหม่นี้ทำให้จำนวนคนดูในช่วงเวลานี้เพิ่มสูงขึ้น เดือนมีนาคมมีการรับชมเฉลี่ย 31,000 คนต่อนาที และทำให้มีโอกาสได้สัมภาษณ์สดแหล่งข่าวสำคัญซึ่งมีสำนักข่าวอื่นๆ นำไปใช้อ้างอิงต่อในหลายประเด็นด้วยกัน นอกจากนี้ได้เพิ่มการผลิตรายการสนทนาข่าวออนไลน์ “ห้องข่าวไทยพีบีเอส” วันจันทร์-ศุกร์ เวลา 17.00 - 18.00 น. เพื่อนำประเด็นที่ยังตกค้างจากการนำเสนอทางข่าวทีวีมาขยายความ ทำให้ผู้ชมสามารถติดตามข่าวของไทยพีบีเอสได้ต่อเนื่อง และมีแผนว่าจะนำรายการสดทางออนไลน์นี้มา re-run ทางทีวีในช่วงเวลาเปิดสถานี 04.30 - 05.30 น. ของวันจันทร์-ศุกร์ โดยจะเริ่มในผังของไตรมาส 2 ตั้งแต่กลางเดือนเมษายนเป็นต้นไป
- ปรับปรุงกลไกการทำงานข่าวเพื่อรองรับการปรับเนื้อหาและรูปแบบรายการใหม่ๆ ที่มีแผนว่าจะเริ่มทยอยเปลี่ยนในปลายไตรมาสที่ 2 เป็นต้นไป โดยมีหลักการคือทำให้ข่าวของไทยพีบีเอสมีการสนองตอบความสนใจของประชาชนได้ดีขึ้น แต่จะขยายความให้ข่าวมีเชิงลึกและเป้าหมายของการนำเสนอที่แตกต่าง และสัมพันธ์กับวาระกลางขององค์กร โดยมีแผนการปรับปรุงที่ได้ดำเนินการไปแล้ว ดังนี้

(1) การประชุมบรรณาธิการ เพื่อ AAR ภาพรวมของการทำงานในห้องข่าวและผลงาน เดือนละสองครั้งทุกวันศุกร์ ผลที่เกิดขึ้นคือการบริหารการจัด rundown ข่าวรายวันมีประสิทธิภาพขึ้น มีการร่วมตัดสินใจจากผู้ประชุมในห้องข่าวมากขึ้น รวมทั้งพบว่าการพัฒนาประเด็นข่าวและการเล่าเรื่องของทีมข่าวสามารถสร้างความสนใจจากผู้ชมได้ดีขึ้น (2) ประชุมกลุ่มย่อยบรรณาธิการเพื่อรับฟังปัญหาเชิงลึกและแนวทางแก้ไข โดยมีบรรณาธิการและผู้จัดการสาย

ผลิต 22 คนเข้าร่วม ซึ่งได้นำมาสู่การจัดระบบงานข่าวใหม่ อาทิ การบริหารห้องข่าว การปรับทิศทางและทีมงานของข่าวอาชญากรรมและข่าวสืบสวน ปรับยุทธศาสตร์การผลิตข่าวออนไลน์ และสรรหาบุคลากรทักษะใหม่ตามโครงสร้างของสำนักข่าวที่ได้ประกาศไว้ตั้งแต่ปลายปีที่ผ่านมา

- สรรหาผู้ประกาศใหม่ ซึ่งใช้เวลาในกระบวนการราวๆ 3 เดือน สามารถคัดเลือกผู้ประกาศไว้ได้ตามเป้าหมายที่ต้องการจำนวน 3 คน โดยขณะนี้อยู่ระหว่างการฝึกงานเพื่อเตรียมจัดวางให้เหมาะสมกับข่าวหลักภาคต่างๆ ทั้งนี้ เพื่อหวังว่าจะเกิดการเปลี่ยนบรรยากาศการนำเสนอข่าวไปจากเดิมได้บ้าง และจะมีการปรับปรุงรูปแบบอื่นๆ ต่อไป
- ทำกระบวนการศึกษาและพัฒนาการทำข่าวสืบสวน และข่าวอาชญากรรม ให้มีอัตลักษณ์และโดดเด่น โดยได้มอบหมายผู้รับผิดชอบ และกำหนดกรอบเวลาของการนำเสนอแผนงานภายในไตรมาสที่สอง

1.2 **ด้านรายการ** ผลงานที่โดดเด่นสร้างกระแสความนิยมได้ดีสำหรับไตรมาสนี้ คือ ละคร “จากเจ้าพระยาสู่อิรวดี” ซึ่งมียอดผู้ชมทางทีวีเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ตลอดทั้ง 12 ตอน โดยในตอนสุดท้ายวันที่ 6 ก.พ. อยู่ที่ 135,000 คน ต่อนาทีเฉลี่ยทั้งตอน และยอดรับชมทางแพลตฟอร์มออนไลน์ทุกช่องทางสะสมรวมสูงถึง 5.1 ล้านวิว เป็นเพราะคุณภาพเนื้อหาที่ผ่านการศึกษาและวิจัยอย่างยาวนานของทีมงานผู้ผลิต การผลิต และทีมงานนักแสดงที่มีฝีมือ รวมถึงการทำโปรโมทและสร้าง Engagement กับคนดูในทุกช่องทางโดยเฉพาะกลุ่มผู้ชมทางออนไลน์ คือ VIPA และกลุ่มผู้ติดตามกระแสทาง Twitter รวมถึงการมีสื่อและ Influencers นำไปกล่าวถึงและต่อยอดในกิจกรรมอื่นๆ เช่นเดียวกับละครเรื่องต่อมา คือ “ครุฑะ ห้อง ป.3ก.” ที่สร้างกระแสเชิงบวกจากผู้ชมและการถูกอ้างอิงจาก Influencers ได้เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนมียอดชมสูงสุดในตอนที่ 8 (จาก 12 ตอน) ที่เฉลี่ย 111,000 คนต่อนาที

ในแง่การบริหารจัดการ **บทเรียนของความสำเร็จจากละครทั้งสองเรื่องนี้** ทำให้เห็นถึงความสำคัญของการวางแผนล่วงหน้า การออกแบบแผนการสื่อสารการตลาด รวมไปถึงการจัดการจัดการทีมงานร่วมแบบไร้รอยต่อกับหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มต่อละครทั้งในระหว่างออนแอร์และหลังจากจบแล้ว

1.3 **การขับเคลื่อนวาระกลาง** ได้มีการผ่านความเห็นชอบแผนการจัดทำเนื้อหาและการสื่อสารวาระกลาง ประเด็นลดความเหลื่อมล้ำ และวาระ 15 ปีสื่อสารธารณะ จากคณะกรรมการบริหารยุทธศาสตร์หลอมรวมสื่อ แบ่งออกเป็น แผนงานผลิตและเผยแพร่เนื้อหา แผนงานเวทีสาธารณะ และแผนงานสื่อสารรณรงค์/สื่อสารการตลาด ทั้งนี้ได้เริ่มมีเนื้อหาเผยแพร่ทางช่องทางต่างๆ ของส.ส.ท. แล้วตั้งแต่ต้นปี 2565 ผ่านงานข่าวและรายงานพิเศษ ส่วนการผลิตในรูปแบบสารคดีและอื่นๆ เช่น ละคร กำลังอยู่ระหว่างกระบวนการผลิตตามแผนงาน ส่วนการจัดเวทีสาธารณะจะเริ่มเวทีแรกในเดือนมิถุนายนนี้

1.4 การรณรงค์สื่อสารประเด็นเลือกตั้งผู้ว่ากทม. ได้เริ่มวางแผนงานข่าวประเด็นนี้ตั้งแต่เดือนมกราคม โดยกำหนดเป็น Theme ของการระดมการมีส่วนร่วมเพื่อเปลี่ยนเมืองใหญ่ของประเทศ มิใช่การมุ่งแค่กระแสการเลือกตั้งผู้ว่ากทม. เท่านั้น จึงเกิดเป็นการใช้วาระรณรงค์ว่า “ปลุกกรุงเทพฯ เปลี่ยนเมืองใหญ่” และเริ่มสื่อสารประเด็นนี้ตั้งแต่ต้นเดือนมีนาคม ก่อนที่จะมีการประกาศกำหนดวันเลือกตั้งและวันรับสมัครจากกรม.และ กกต. และในช่วงเดือนมีนาคมนี้ ทุกส่วนงานที่เกี่ยวข้องมาร่วมวางแผนงานสื่อสารในภาพรวม ทำให้มีแผนปฏิบัติงานที่ชัดเจนขึ้นมาก และคาดว่าจะส่งผลต่อการสื่อสารต่อยุทธศาสตร์ของ ส.ส.ท. ได้ดีขึ้นด้วย

2. ด้านการบริหารและกลไกการทำงาน (เป็นการปรับปรุงกระบวนการภายในตามนโยบายข้อ 11) มีงานสำคัญ ดังนี้

- การถ่ายทอดตัวชี้วัดระดับองค์กรฯ (KPIs) ลงสู่ระดับหน่วยงานและบุคคล ได้เร่งดำเนินการ โดยสามารถทำให้สำนัก/ศูนย์จัดทำตัวชี้วัดได้แล้วเสร็จภายในมีนาคม และได้กำหนดเป้าหมายว่าภายในเมษายนจะจัดทำตัวชี้วัดระดับบุคคลให้แล้วเสร็จ ซึ่งเร็วกว่าปีที่ผ่านมา มาอย่างมากที่เคยใช้เวลาถึง 3 ไตรมาส การออกแบบตัวชี้วัดได้ให้ส่วนงานสนับสนุนมีส่วนร่วมในผลสัมฤทธิ์ขององค์การ มีการเพิ่มตัวชี้วัดร่วมเพื่อส่งเสริมการทำงานร่วมกันให้บรรลุเป้าหมาย โดยเลือกการร่วมกันสร้างฐานผู้ชมผู้ใช้สื่อออนไลน์ที่เป็นเว็บไซต์หลัก (www.thaipbs.or.th)

- การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้วย OKRs เพื่อให้องค์กรเคลื่อนเร็วขึ้น จึงได้นำเครื่องมือการตั้งเป้าหมายด้วยวัตถุประสงค์สำคัญ (OKRs) มาประยุกต์ใช้ร่วมกับตัวชี้วัดประจำปี ในช่วงเวลา 6 เดือน จำนวน 3 วัตถุประสงค์ ได้แก่ ผลงานเชิงคุณภาพที่สามารถจุดกระแสสังคม-การอ้างอิงได้ ผลงานที่มาจากภูมิภาคได้รับการอ้างอิง และการรับรู้ของประชาชนในบริการที่มากกว่าช่องทางทีวี โดยได้รับความร่วมมือจากทุกหน่วยงานเป็นอย่างดี สามารถได้แผนปฏิบัติการของระดับหน่วยงานและข้ามหน่วยงานในประเด็นสำคัญ โดยจะมีการติดตามรายงานความคืบหน้าตามกรอบเวลาที่กำหนดไว้

ส่วนที่ 2 ผลความคืบหน้าการติดตามงานจากมติ กนย.

1. แผนรายได้และการลงทุนของ ส.ส.ท. ระยะ 4 ปี

- หลังจากที่ได้มีมติเห็นชอบในหลักการจาก กนย. ในเดือนกุมภาพันธ์แล้ว ขณะนี้ รอง ผอ.ด้านการมีส่วนร่วมและทีมงานในกำกับ กำลังอยู่ระหว่างการหารือภายในกับสำนักและหน่วยงานที่มีศักยภาพจะผลิตงานเพื่อการลงทุน เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการของแผนลงทุนปี 2565 ให้แล้วเสร็จในเดือนเมษายนนี้
- ในด้านของการดำเนินงานตามแผนหารายได้ ขณะนี้ได้ทบทวนรูปแบบความสัมพันธ์กับเครือข่ายองค์กรเดิมให้มีรูปแบบที่เหมาะสมกับการทำงานร่วมกันแบบเสริมคุณค่าและถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของ พรบ. และได้มีการพัฒนากรอบความร่วมมือกับเครือข่ายองค์กรใหม่เพิ่มเติม โดยเน้นไปที่งานสร้าง Soft Power ก่อนเพราะมีโอกาสสูงหลังจากที่ส.ส.ท. มีผลงานด้านละครและสารคดีเป็นที่ประจักษ์มากขึ้น โดยคาดว่าจะเริ่มพัฒนาโครงการความร่วมมือกับองค์กรต่างๆ โดยเฉพาะภาครัฐได้ในไตรมาสที่ 3 ของปีนี้ให้สอดคล้องกับการทำแผนงบประมาณปี 2566 ของภาครัฐ
- ในด้านการพัฒนาทีมงานตามแผนลงทุน ซึ่งเป็นงานเร่งด่วนที่จำเป็น ขณะนี้รองผอ.ด้านการมีส่วนร่วมได้ประสานเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการลงทุนเข้ามาเป็นที่ปรึกษาแล้ว 1 ท่าน และอยู่ระหว่างการประสานงานเพิ่มเติมอีก 1 ท่าน พร้อมไปกับการมอบหมายให้ HR ประกาศรับสมัครบุคลากรตามคุณลักษณะงานของฝ่ายนี้

2. กลไกการพัฒนาเครื่องมือประเมินการเข้าถึงและคุณค่าเนื้อหาตามบทบาทสื่อสาธารณะ

ศูนย์วิจัยและพัฒนาซึ่งได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบภารกิจนี้ กำลังอยู่ระหว่างจัดทำกลไกการประเมินการเข้าถึงข่าวและรายการให้สอดคล้องตามบทบาทสื่อสาธารณะ โดยได้เริ่มใช้เครื่องมือวัดการรับชมจากกล่องรับสัญญาณ PSI ไปแล้วเมื่อวันที่ 1 เมษายน และจะประสานกับสำนักสื่อดิจิทัลเพื่อพัฒนาการวัดผ่านระบบบอกรับสมาชิก เช่น AIS Play, True ID ต่อไป นอกจากนี้ ได้พัฒนาเครื่องมือประเมินการเข้าถึงตามคุณค่าที่ยึดโยงกับประชาชน (ตามแผนยุทธศาสตร์) เช่น กลุ่มวัย กลุ่มผู้นำทางความคิด กลุ่มประชาชนที่มีความตื่นตัวทางสังคม กลุ่มเปราะบาง ฯลฯ และการประเมินที่สะท้อนคุณค่าของสื่อสาธารณะ เช่น ความน่าเชื่อถือ การเป็นที่พึ่ง การเป็นพื้นที่กลางในการขับเคลื่อนเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง เป็นต้น โดยจัดสำรวจข้อมูลต่อเนื่องทุกไตรมาส ด้วยกลุ่มตัวอย่าง 8,000 คนขึ้นไป

3. ความคืบหน้าการดำเนินงานตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

ในแง่ของการดำเนินงานถือว่าเป็นไปตามกรอบเวลา โดยรองผอ. ด้านบริหารและฝ่ายกฎหมายซึ่งเป็นหน่วยงานประสานกลาง จะจัดอบรมให้ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานเพื่อเตรียมความพร้อมการบังคับใช้ของกฎหมายในเดือนเมษายน พร้อมไปกับการจัดทำร่างคู่มือมาตรฐานและแนวปฏิบัติสำหรับงานข่าวและสื่อสารมวลชน

4. การขับเคลื่อนทิศทางการ Non-TV Centric

ฝ่ายยุทธศาสตร์เนื้อหาเป็นหน่วยประสานภายใน จัดทำกรอบแผนงานให้สอดคล้องกับทิศทางของการพัฒนาองค์กรสู่การเป็น Non-TV Centric ตามที่ กนย. ได้มีมติไว้ โดยในช่วงไตรมาสแรกนี้ ได้มีการประมวลข้อมูลที่จำเป็นต่างๆ อาทิ พฤติกรรมการรับชมของผู้ชมในอุตสาหกรรมสื่อ กระบวนการเปลี่ยนผ่านสำหรับส.ส.ท. ฯลฯ และได้มีการนำเสนอผังรายการทีวีสำหรับไตรมาสที่สาม ที่มีการวางกลยุทธ์เน้นกลุ่มคนดูทีวี (Gen TV) เท่านั้น โดยจะปรับสัดส่วนเนื้อหาของผังรายการเป็น ข่าว 40% สารประโยชน์ 30% สารบันเทิง 30% รวมทั้งการกำหนดแนวเนื่อหารายการที่จะแตกต่างออกไปจากผังที่ใช้อยู่ในเวลานี้บ้างพอสมควร และขณะเดียวกัน จะเร่งพัฒนาเนื้อหาแบบ Transmedia และเนื้อหาสำหรับสื่อออนไลน์ต่างๆ เพื่อรองรับกลุ่มคนที่ไม่ดูทีวี (Gen Non-TV)

5. ขับเคลื่อนแผนงานยกระดับไทยพีบีเอสภูมิภาค

ผลสืบเนื่องจากการที่กนย.ได้เยี่ยมศูนย์ภูมิภาค และพบภาคีเครือข่ายหลายกลุ่ม (ทั้ง On sight + On Line) ทำให้ได้เริ่มมีความสนใจจากเครือข่ายและผู้ปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. ในพื้นที่อยากร่วมขับเคลื่อนแนวทางการยกระดับไทยพีบีเอสภูมิภาค จากนั้นทีมบริหาร โดยมีรองผอ.ด้านการมีส่วนร่วม และสำนักเครือข่ายฯ ได้วางแผนปฏิบัติงาน และเริ่มหารือสร้างแนวทางการทำงานร่วมกันกับเครือข่าย โดยภาพรวมถือว่าเป็นไปตามแผนและกรอบเวลาที่กำหนดไว้ ตามภาพนี้

THAIPBS DECENTRALISATION PROPOSED TIMELINE



ส่วนที่ 3 แผนการดำเนินงานสำคัญในไตรมาส 2 ประจำปี 2565

- 1. ด้านการบริหารเนื้อหาและช่องทาง :** งานที่จะผลักดันสำคัญในไตรมาสที่สองนี้ คือ การผลิตและนำเสนอเนื้อหาตามแผนงานรณรงค์ “ปลุกกรุงเทพฯ เปลี่ยนเมืองใหญ่” ซึ่งเป็นงานบูรณาการของกลุ่มงานผลิตเนื้อหา (Content Cluster) กลุ่มงานสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement Cluster) สำนักสื่อดิจิทัล และสำนักโทรทัศน์ โครงการนี้จะสามารถสร้างผลงานให้ ส.ส.ท. ได้อย่างเป็นที่ประจักษ์ ตามเป้าหมายของ OKRs คือ การสร้างผลผลิตที่โดดเด่นและถูกอ้างอิง นอกเหนือจากงานผลิตเนื้อหาในโอกาสการเลือกตั้งผู้ว่ากทม. แล้วจะมีงานที่ต้องติดตามคือ การผลิตและวางแผนเผยแพร่ละครใหม่ จำนวน 3 เรื่อง การผลิตสารคดีด้านวัฒนธรรมเพื่อขยายผลจากงานเฉลิมฉลองโนราห์ ที่ส.ส.ท. ได้รับความชื่นชมและการมีส่วนร่วมจากประชาชนในภาคใต้อย่างมาก และงานผลิตเนื้อหารายการ ผลิต Data Visualization หรือชุดข้อมูลดิจิทัลตามแผนงานวาระกลางลดความเหลื่อมล้ำ โดยไตรมาสนี้จะเชื่อมโยงเนื้อหาของกลุ่มงานผลิตเนื้อหาให้ร่วมกันทำประเด็นเพื่อชะลอความรุนแรงจากเด็กหลุดออกจากระบบการศึกษา อันเป็นประเด็นร่วมที่ได้กำหนดกันไว้แล้วตั้งแต่ต้นปี
- 2. ด้านบริหารการสื่อสารแบรนด์:** ใช้โอกาสของการทำโครงการ “ปลุกกรุงเทพฯ เปลี่ยนเมืองใหญ่” ผลักดันแผนงานสื่อสารแบรนด์ ส.ส.ท. ซึ่งจะต้องกำกับและกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือจากทุกหน่วยงาน
- 3. ด้านบริหารงานเครือข่ายและความร่วมมือ :** นอกจากงานประสานเครือข่ายตามโครงการ “ปลุกกรุงเทพฯ เปลี่ยนเมืองใหญ่” แล้ว โอกาสของการสร้างความแข็งแกร่งให้แก่เครือข่ายพร้อมไปกับการขับเคลื่อนแผนงานยกระดับศูนย์ภูมิภาควิทยาศาสตร์ คือ การทำกระบวนการ “ฟังเสียงประเทศไทย” ซึ่งมีผลผลิตเป็นรายการทีวีสัปดาห์ละครึ่ง และการเผยแพร่ขยายผลต่อในรูปแบบสื่อออนไลน์อื่นๆ โดยเป็นความรับผิดชอบหลักของสำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วม ทั้งนี้ แม้ผลผลิตในรูปแบบรายการทีวีจะมีความยาวแค่ 30 นาที แต่การทำงานเบื้องหลังการผลิตนั้น มีกลุ่มคนทำงาน เครือข่าย และตัวแทนกลุ่มประชาชนในพื้นที่เข้าร่วมด้วยจำนวนไม่น้อย และข้อเสนอต่างๆ ที่ได้จากการทำวงสนทนาจะถูกนำไปขยายผลต่อโดยเครือข่ายสื่อท้องถิ่นที่เข้ามาเป็นภาคีหุ้นส่วนในกิจกรรมนี้ เช่น กรณีวงสนทนาเรื่องการดูแลรักษาต้นยางนาริมถนนสายเชียงใหม่-ลำพูน และกรณีการจัดการแหล่งน้ำของชาวอุบลฯ เป็นต้น
- 4. ด้านบริหารยุทธศาสตร์และแผน:** ในไตรมาสที่สองนี้ มุ่งทำเรื่องการสรุป KPIs รายบุคคล ติดตามรายงานผลความคืบหน้าของ OKRs เพื่อใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นทั้งองค์กร และเตรียมจัดทำบทวิเคราะห์ต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลนำเข้าประกอบการพิจารณาจัดทำแผนยุทธศาสตร์ของปี 2566 โดยจะนำเสนอกรอบเวลาและแนวทาง

ดำเนินงานให้กนย. พิจารณาในเดือนเมษายนนี้ เพื่อให้ทันตามเงื่อนไขที่เสนอแผนต่อกนย. ภายใน 120 วัน ก่อนสิ้นปีงบประมาณ

5. **ด้านบริหารงบประมาณ การเงิน และแผนงานสร้างความมั่นคงด้านการเงิน:** เพื่อให้สอดคล้องกับการเตรียมการเข้าสู่การทำแผนยุทธศาสตร์ปี 2566 จึงเร่งจัดทำข้อเสนอการทำงานงบประมาณต่ออนุกรรมการลงทุนและกนย. เพื่อให้ได้รูปแบบงบประมาณที่เอื้ออำนวยต่อการบริหารจัดการแผนรายได้และแผนลงทุน รวมทั้งแผนการผลิตที่จำเป็นต้องมีการทำงานงบประมาณแบบหลัอมปีเพื่อให้สามารถวางแผนผลิตงาน โดยเฉพาะงานด้านละครและสารคดี ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในด้านการบริหารแผนรายได้ คาดการณ์ว่าไตรมาสนี้จะต้องมีการเคลื่อนไหวงานที่เป็นรูปธรรมแล้ว หลังจากได้ใช้เวลาของไตรมาสแรกในการออกแบบและทบทวนงาน โดยจะหาข้อสรุปความร่วมมือกับเครือข่ายร่วมกันเพิ่มเติมให้ครบตามแผนที่วางไว้ ผลิตเครื่องมือสื่อสารและจัดกลุ่มเป้าหมายเพื่อคัดเลือกรายการที่เหมาะสมต่อไป

6. **ด้านบริหารบุคลากร:** งานเร่งด่วนที่สำคัญในไตรมาสที่สองนี้ คือ การสรรหาบุคลากรตามตำแหน่งต่างๆ ที่จำเป็นต้องได้ตามกรอบเวลา โดยเฉพาะกลุ่มงานสร้างการมีส่วนร่วม และ ผอ.สำนัก HR ควบคู่ไปกับการสร้างกระบวนการหรือกิจกรรมที่จะช่วยเสริมสร้างทัศนคติและความกระตือรือร้นของบุคลากรให้เป็นวัฒนธรรมขององค์กร

ภาคผนวก

ลำดับ	รหัสโครงการ	โครงการ	ความก้าวหน้า การใช้ งบประมาณสะสม ม.ค.-มี.ค. 65	ความก้าวหน้า การเบิกจ่าย งบประมาณสะสม ม.ค.-มี.ค. 65	ความก้าวหน้า แผนงานสะสม ม.ค.-มี.ค. 65
สร้างความแตกต่างจากจุดแข็ง					
1	65-S01.1-01	ผลิตข่าวและรายการข่าว	42.7	20.2	24.5
2	65-S01.1-02	โครงการผลิตเนื้อหาสาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะในรูปแบบ Transmedia	22.7	11.5	21.0
3	65-S01.1-03	ThaiPBSWorld 2022	29.2	16.4	93.0
4	65-S01.2-04	โครงการผลิตเนื้อหาตามแผนยุทธศาสตร์ปี 2565	49.0	17.6	90.0
5	65-S01.2-05	โครงการผลิตรายการสารคดีคุณภาพสูง ปี2565	33.0	1.5	0.0
6	65-S01.2-06	โครงการผลิตรายการละครและซีรีส์โทรทัศน์ ปี2565	51.7	14.9	16.2
7	65-S01.2-07	โครงการผลิตและพัฒนาเนื้อหาสำหรับเด็ก	36.1	9.5	20.9
8	65-S01.2-08	โครงการสร้างสรรค์พื้นที่การเรียนรู้ของสังคม	34.5	12.2	20.0
9	65-S01.2-09	โครงการพัฒนาเนื้อหา “สร้างสรรค์-แตกต่าง-ต่อยอด เพื่อความยั่งยืน” (ช่องทาง ON AIR ดิจิทัลทีวี) ปี 2565	59.6	27.8	22.5
10	65-S01.2-10	ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	51.5	24.0	22.8
11	65-S01.2-11	โครงการร่วมผลิตเนื้อหาหนังสือสารพิมพ์เมืองเพื่อการสื่อสารสาธารณะ	35.2	9.0	37.5
12	65-S01.2-12	โครงการผลิตรายการกีฬาและนันทนาการ ปี 2565	18.2	12.2	21.4
13	65-S01.3-13	โครงการพัฒนาเนื้อหารายการสถานี ONLINE - NEW MEDIA (ช่องทาง Social Media)	19.4	10.4	17.5
14	65-S01.3-14	โครงการผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาออนไลน์ (Content Marketing)	53.0	14.6	18.0
15	65-S01.3-15	โครงการผลิตรายการวิทยุและพอดคาสต์	26.9	7.9	13.0
16	65-S01.3-16	โครงการพัฒนาช่องทางและเทคโนโลยีสื่อใหม่ (Platform & Technology)	38.5	0.0	10.5
17	65-S01.3-17	การให้บริการวิทยุกระจายเสียงระบบเอฟเอ็ม (FM)	0.0	0.0	0.6
18	65-S01.3-18	โครงการAudience Engagement	32.7	7.6	51.0
19	65-S01.3-19	โครงการพัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดด้านดิจิทัล (Digital Branding)	7.1	5.5	13.0
20	65-S01.4-20	โครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านเนื้อหา	19.7	10.9	78.0
21	65-S01.4-21	โครงการพัฒนาสถิติ การวิเคราะห์และตัวชี้วัด (Metrics Measurement)	97.3	16.2	23.3
22	65-S01.4-22	โครงการประเมินบทบาทและคุณค่าเนื้อหารายการของ ส.ส.ท.	67.8	3.7	23.0
23	65-S01.4-23	โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาเนื้อหาและแพลตฟอร์มของ ส.ส.ท.	49.0	4.0	41.4
24	65-S01.4-24	โครงการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)	8.4	1.7	25.0
สร้างความคุ้มค่าจากการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง					
25	65-S02.1-01	วาระการขับเคลื่อนประเด็นลดความเหลื่อมล้ำ สร้างสังคมเป็นธรรม	0.0	0.0	0.0
26	65-S02.1-02	วาระพิเศษ 15 ปีสื่อสาธารณะ	0.0	0.0	0.0
27	65-S02.2-03	โครงการพัฒนาเครือข่ายนักสื่อสารสาธารณะ	13.1	10.3	35.0
28	65-S02.2-04	โครงการห้องทดลองนวัตกรรมสื่อสาธารณะ	0.0	0.0	25.0
สร้างความมั่นคงจากการต่อยอดและพลังเครือข่าย					
29	65-S03.1-01	โครงการฟังเสียงประเทศไทย Next Normal	12.6	8.5	19.0
30	65-S03.1-02	โครงการความร่วมมือพัฒนาเครือข่ายสื่อสารด้านภัยพิบัติ (Network - Generate - Contents)	3.0	1.5	30.3

ลำดับ	รหัสโครงการ	โครงการ	ความก้าวหน้า การใช้ งบประมาณสะสม ม.ค.-มี.ค. 65	ความก้าวหน้า การเบิกจ่าย งบประมาณสะสม ม.ค.-มี.ค. 65	ความก้าวหน้า แผนงานสะสม ม.ค.-มี.ค. 65
31	65-S03.1-03	โครงการพัฒนาการจัดตั้งศูนย์ภูมิภาค	0.0	0.0	21.8
32	65-S03.1-04	โครงการห้องทดลองการสื่อสารสาธารณะด้วยปัญญารวมหมู่	87.3	24.0	38.0
33	65-S03.1-05	โครงการพัฒนากลไกยกระดับงานทางวิชาการและเชื่อมโยงเนื้อหา	86.5	23.0	50.0
34	65-S03.1-06	โครงการสนับสนุนการดำเนินงานสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการประจำปี 2565 (งบอุดหนุน)	24.6	19.0	27.5
35	65-S03.1-07	โครงการพัฒนาความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศ	19.2	18.7	22.5
36	65-S03.1-08	โครงการสื่อสารคุณค่าองค์กรสู่สาธารณะ (Corporate Branding)	6.6	3.0	6.0
37	65-S03.1-09	โครงการพัฒนาระบบบริการเพื่อผู้ใช้งานหลักห้องสมุดและศูนย์เรียนรู้สื่อสาธารณะ	17.0	1.5	20.5
38	65-S03.1-10	โครงการพัฒนาพิพิธภัณฑสถานสื่อสาธารณะ (ปีที่ 2)	0.1	0.0	8.0
39	65-S03.2-11	โครงการพัฒนาชุดการสื่อสารคุณภาพสูงขององค์กร (Thai PBS Organization Profile & Portfolio)	0.0	0.0	9.0
40	65-S03.2-12	โครงการชุดกิจกรรมและการสื่อสารการตลาดของงานร่วมสร้างสรรค์และทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กร	23.1	2.6	20.0
41	65-S03.2-13	โครงการพัฒนาชุดสินค้าเพื่อส่งเสริมคุณค่าองค์กรและสร้างการจดจำกับกลุ่มผู้ชมและผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑสถาน	14.2	8.9	28.0
42	65-S03.2-14	โครงการบ่มเพาะกิจการเพื่อสังคมด้านสื่อสาธารณะ	0.0	0.0	0.0
กลไกสนับสนุนผลงานบริหารจัดการสำนักงาน					
43	65-M04.1-01	โครงการสนับสนุนการบริหารเพื่องานผลิตรายการและออกอากาศ	34.1	8.9	ลักษณะงบประมาณ
44	65-M04.1-02	โครงการจัดหาอุปกรณ์เพื่อปรับปรุงระบบการผลิตข่าวทั้งส่วนกลางและศูนย์ภูมิภาค	91.0	0.0	88.0
45	65-M04.1-03	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพระบบจัดการไฟล์รายการ	0.0	0.0	0.0
46	65-M04.1-04	โครงการจัดหาอุปกรณ์ทดแทนและปรับปรุงระบบอุปกรณ์ปฏิบัติการ	52.2	1.3	98.9
47	65-M04.1-05	โครงการจัดหา Cloud Storage สำหรับทดแทน Tape Backup	100.0	0.0	66.0
48	65-M04.2-06	โครงการประเมินผลการดำเนินงาน ส.ส.ท.ประจำปี 2565	2.7	0.8	15.0
49	65-M04.3-07	โครงการบริหารจัดการสารสนเทศของ ส.ส.ท.	49.5	10.4	77.5
50	65-M04.3-08	โครงการสนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์ทางคอมพิวเตอร์สำหรับการผลิตรายการและข่าวทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค	61.9	18.5	60.0
51	65-M04.4-09	โครงการยกระดับสมรรถนะวิชาชีพ และการจัดการ (Upskill & Reskill)	39.4	11.9	52.0
52	65-M04.4-10	โครงการ หลอมรวมคุณค่าเพื่อพัฒนา PBS DNA	13.2	0.2	19.50
53	65-M04.4-11	โครงการ Digital & Agile Thai PBS	0.0	0.0	34.0
54	65-M04.4-12	Thai PBS Engagement	18.1	1.7	51.0
55	65-M04.4-13	โครงการ Digital & Agile HR	2.3	0.0	0.0
56	65-B04.5-14	งานบริหารส่วนกลางสำนักทรัพยากรมนุษย์	30.0	26.1	ลักษณะงบประมาณ
57	65-B04.5-15	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายยุทธศาสตร์และแผน	0.0	7.6	ลักษณะงบประมาณ
58	65-B04.5-16	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล	11.6	11.0	ลักษณะงบประมาณ
59	65-B04.5-17	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายกฎหมาย	24.3	17.9	ลักษณะงบประมาณ
60	65-B04.5-18	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ	4.9	3.9	ลักษณะงบประมาณ
61	65-B04.5-19	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายบริหารทั่วไป	57.1	15.2	ลักษณะงบประมาณ
62	65-B04.5-20	งานบริหารส่วนกลางศูนย์การเงิน	35.0	19.3	ลักษณะงบประมาณ

ลำดับ	รหัสโครงการ	โครงการ	ความก้าวหน้า การใช้ งบประมาณสะสม ม.ค.-มี.ค. 65	ความก้าวหน้า การเบิกจ่าย งบประมาณสะสม ม.ค.-มี.ค. 65	ความก้าวหน้า แผนงานสะสม ม.ค.-มี.ค. 65
63	65-B04.5-21	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายเลขานุการ ส่วนงานกรรมการนโยบาย และส่วน กรรมการบริหาร และผู้บริหาร	13.0	11.3	ลักษณะงบประมาณ
64	65-B04.5-22	ดำเนินการตามแผนการตรวจสอบประจำปี 2565	0.0	2.0	ลักษณะงบประมาณ
65	65-B04.5-23	โครงการพัฒนางานบริหารจัดการศูนย์ DxC เพื่อความยั่งยืน	38.4	15.8	ลักษณะงบประมาณ
66	65-B04.5-24	งานบริหารส่วนกลางสำนักเครือข่ายสื่อสาธารณะ	38.7	31.5	ลักษณะงบประมาณ
67	65-Q04.6-25	งานบริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก	25.4	13.6	ลักษณะงบประมาณ
68	65-Q04.6-26	โครงการแบ่งปันความรู้สู่สาธารณะและภาคี	0.7	0.7	0.0
69	65-A04.7-27	คำตอบแทนบุคลากร ส.ส.ท.	23.9	23.6	ลักษณะงบประมาณ

หน่วย : ร้อยละ