



# สรุปผลการประเมินตามตัวชี้วัดผลงาน ประจำปี 2564 (Corporate KPIs 64)

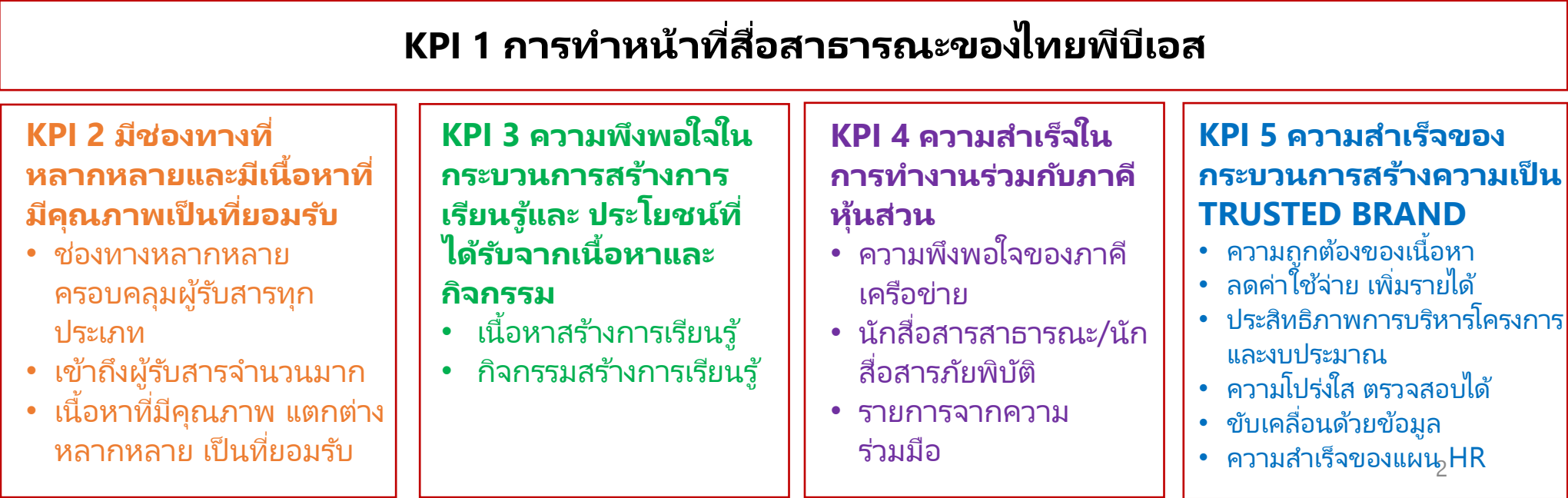
# นโยบาย 64-65

- (2) รักษาความเชื่อถือไว้วางใจ ส่งเสริมการมีส่วนร่วม เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง เสนอข่าวสารที่เที่ยงตรง ครบถ้วน รอบด้าน เป็นอิสระ
- (4) เสนอเนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์ของสื่อสาธารณะ คำนึงถึงพฤติกรรมและรสนิยมของผู้รับสาร ครอบคลุมทุกช่องทาง ส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ
- (6) มีกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน พัฒนาเนื้อหาให้แตกต่าง ขยายฐานผู้ชมไปยังคนรุ่นใหม่
- (5) เป็น “โรงเรียนของสังคม” เป็นพื้นที่กลางหาทางออกยามวิกฤติ โดยใช้ ข้อมูล องค์ความรู้ และกระบวนการที่ สร้างสรรค์
- (4) ทำงานเชื่อมโยงกับพื้นที่ ประสาน เครือข่ายและสภาผู้ชม เพื่อร่วม พัฒนาทักษะ และการผลิตสื่อตรงตาม ความต้องการ
- (9) สร้างสรรค์เนื้อหาที่ภาคีหุ้นส่วน และขยายภาคีพันธมิตรและกระชับ ความร่วมมือให้มากขึ้น ทั้งใน ระดับประเทศและสากล
- (1) ยึดมั่นจริยธรรมและธรรมาภิบาล
- (10) สร้างความมั่นคงด้านการเงิน ต่อยอดรายได้ ควบคุมการใช้จ่ายให้เหมาะสม
- (12) พัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถหลากหลาย มีเจตคติทำงานเพื่อสาธารณะ มี สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม และได้รับการ ปฏิบัติที่เป็นธรรม
- (13) พัฒนาบุคลากรในทักษะอาชีพสื่อมวลชน และอาชีพอื่น เพื่อเป็นหลักประกันรายได้ใน อนาคต

## ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue)



## Corporate KPI 64





KPI 1 สังคมยอมรับบทบาท  
ในการทำหน้าที่สื่อ  
สาธารณะของไทยพีบีเอส

4.22



KPI 2 มีช่องทางที่  
หลากหลายและมี  
เนื้อหาที่มีคุณภาพ  
เป็นที่ยอมรับ

3.74

4.42

KPI 3 การสร้างการ  
เรียนรู้และ ประโยชน์ที่  
ได้รับจากเนื้อหาและ  
กิจกรรม



KPI 5 กระบวนการสร้าง  
TRUSTED BRAND

3.72

4.85

KPI 4 การสร้างความ  
มั่นคงและยั่งยืน  
ด้วยหุ้นส่วนทางสังคม  
(Partnership)



2564

# สรุปผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดประจำปี 2564

**COVID 19** ส่งผลต่อการใกล้ชิดกับประชาชน/ ออนไลน์มี พัฒนาการ Own media ดีขึ้น

ได้รับการยอมรับด้านการเรียนรู้และประโยชน์ที่มอบให้กับสาธารณะ  
 ควบปรับปรุงวิธีการเก็บข้อมูลหรือรอบด้านและกว้างขวางมากขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่  
 สะท้อนความเป็นจริงให้มากที่สุด เพื่อนำไปพัฒนาอย่างต่อเนื่อง  
 ALTV ทำให้ภาพการทำหน้าที่เพื่อการเรียนรู้ของสังคมชัดมากขึ้น

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจการทำหน้าที่  
สื่อสาธารณะ ได้ตามเป้าหมาย

- จำนวนชั่วโมงที่ให้บริการ Big Sign เพิ่มขึ้น 54.58% เกินกว่าค่าเป้าหมาย
- จำนวนผู้ชมเฉลี่ย/นาที (ช่อง3) 56,000 คน/นาที ไม่ถึงเป้าหมาย
- การมีส่วนร่วมทางออนไลน์ social Media เพิ่มขึ้น 20.34% เกินกว่าค่าเป้าหมาย



KPI 1 สังคมยอมรับบทบาท  
ในการทำหน้าที่สื่อ  
สาธารณะของไทยพีบีเอส

4.22



KPI 2 มีช่องทางที่  
หลากหลายและมี  
เนื้อหาที่มีคุณภาพ  
เป็นที่ยอมรับ

3.74



KPI 5 กระบวนการสร้าง  
TRUSTED BRAND

3.72



4.11  
82.21%

KPI 3 การสร้างการ  
เรียนรู้และ ประโยชน์ที่  
ได้รับจากเนื้อหาและ  
กิจกรรม



KPI 4 การสร้างความ  
มั่นคงและยั่งยืน  
ด้วยหุ้นส่วนทางสังคม  
(Partnership)



คะแนนลดลงในกิจกรรมสร้างการ  
เรียนรู้และการนำไปใช้ประโยชน์  
จากสถานการณ์โควิด



พัฒนาตัวชี้วัดลงรายละเอียดแบบ functional เพื่อนำผลไปพัฒนา  
กระบวนการปฏิบัติงานอย่างแท้จริง

งานเครือข่ายทำได้ดีต่อเนื่อง ควบบูรณาการเป้าหมายของแผนแม่บทมาเป็น  
ตัวชี้วัด พัฒนาตัวชี้วัดที่สะท้อนการทำงานกับภาคีเครือข่ายหลากหลายมิติ  
ทั้งการผลิตเนื้อหา การร่วมขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์: การสร้างนักสื่อสาร  
สาธารณะ การเข้าร่วมกิจกรรมต่อยอดเนื้อหาต่างๆ

- ความผิดพลาดทางเทคนิคและจริยธรรมลดลง แต่ยังไม่ได้ตามเป้าหมาย
- ร้อยละความสำเร็จของการบริหารโครงการและงบประมาณลดลง เนื่องจากปรับแนวทางการประมวลผล
- คุณค่าและความยั่งยืน : ความสำเร็จของแผนหรือกระบวนการหารายได้ได้ตามแผน ทำได้น้อยกว่าค่าเป้าหมาย
- การขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูล (IT Infrastructures /Databases ) ทำได้เกินค่าเป้าหมาย

จำนวนนักสื่อสารสาธารณะ / นักสื่อสารภัยพิบัติ / จำนวนรายการจากความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย (Co-Creation) เพิ่มขึ้น > 40% เกินกว่าค่าเป้าหมาย

# WHAT'S NEXT?

ปัญหา อุปสรรค	ข้อเสนอแนะ
ความผิดพลาดทางเทคนิคและจริยธรรมลดลง แต่ยังไม่ได้ตามเป้าหมาย ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ	<ul style="list-style-type: none"><li>- บูรณาการข้อมูลและกลไกเกี่ยวกับข้อผิดพลาดหน้าจอ ปัญหาละเมิดลิขสิทธิ์ทางออนไลน์ วางเป้าหมายในการลดอย่างเป็นรูปธรรม</li><li>- จัดทำตัวชี้วัดความผิดพลาดต่อเนื่องที่สอดคล้องกับความรับผิดชอบของส่วนงานต่างๆ ในปีต่อไป</li></ul>
จำนวนการรับชมทางทีวีลดลงต่อเนื่อง ส่งผลต่อความคุ้มค่าในการลงทุน	<ul style="list-style-type: none"><li>- พิจารณาวางเป้าหมาย สัดส่วนสำคัญระหว่างออนแอร์และออนไลน์</li><li>- พัฒนา own media และ Social media ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ในแง่ BRAND เนื้อหา กลุ่มเป้าหมาย</li><li>- พัฒนากลยุทธ์และตัวชี้วัดในการเข้าถึงคนรุ่นใหม่บนช่องทางที่แตกต่างกัน และการเข้าถึงของผู้ชมที่เป็น multi-platform</li><li>- ประยุกต์ใช้ OKRs ช่วยผลักดันเป้าหมายสำคัญ</li></ul>
การหารายได้ยังไม่สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมาย	<ul style="list-style-type: none"><li>- พัฒนากลไกและแนวปฏิบัติในการหารายได้และแผนการลงทุนให้ชัดเจนยิ่งขึ้น</li></ul>
ร้อยละความสำเร็จของการบริหารโครงการและงบประมาณลดลง	<ul style="list-style-type: none"><li>- พิจารณาเพิ่มการติดตามและเร่งรัดประสิทธิภาพของงาน</li></ul>