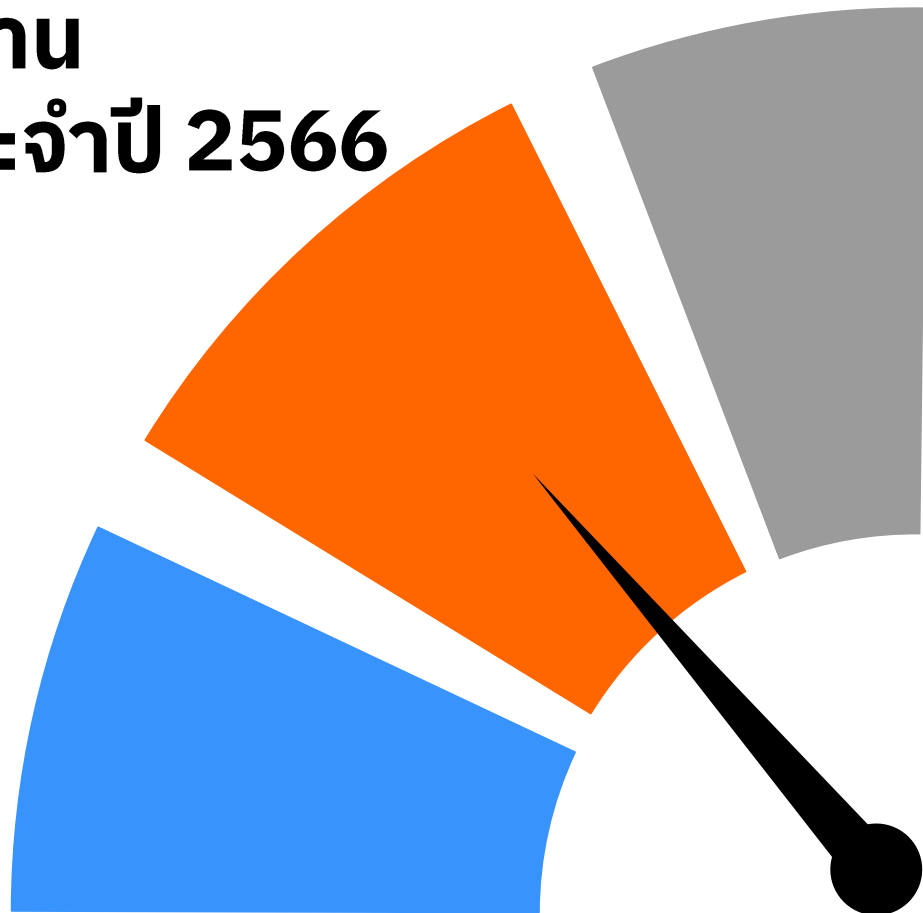


รายงานผลการดำเนินงาน ตามตัวชี้วัดองค์การ ประจำปี 2566

ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์การ
1/02/2567



- รักษาความเชื่อคือไว้วางใจ
- สัญลักษณ์และอัตลักษณ์ชัดเจน
- เสบเนื้อหาก็เป็นเอกลักษณ์ฯ
- มีกลยุทธ์แข่งขันได้

- เสบเนื้อหาก็เป็นเอกลักษณ์
- โรงเรียนของสังคม
- ร่วมสร้างสรรค์เนื้อหาทั้งภาคี
- หุ่นส่วนฯ

- แผนเทคโนโลยี
- กระจายอำนาจสู่ภูมิภาค
- เป็นที่ยอมรับในสากล
- ความมั่นคงทางการเงิน
- ปรับโครงสร้างการบริหารงาน
- พัฒนาบุคลากรให้มี
- ความสามารถหลากหลาย
- ร่วมกับองค์กรวิชาชีพสื่อฯ

กลุ่มนโยบาย
คณะกรรมการนโยบาย
พ.ศ. 2565-2566

STRATEGY 1
สร้างความแตกต่างจากจุดแข็ง

STRATEGY 2
สร้างความคุ้มค่า

STRATEGY 3
สร้างความยั่งยืนจากการต่อยอด
และพลังเครือข่าย

ยุทธศาสตร์

ได้รับความเชื่อคือไว้วางใจ ประชาชนเข้าถึงบริการอย่างทั่วถึง เข้าถึงผู้ชมกลุ่มใหม่ มี "พื้นที่กลาง" เพื่อทางออกจากวิกฤต ลงทุนเทคโนโลยีที่เหมาะสม บทบาทสื่อสารระดับจากภาคีเครือข่าย ได้รับการยอมรับในระดับอาเซียน เนื้อหาถูกนำไปอ้างอิง

ประชาชน รับผิดชอบต่อคุณค่า มีพื้นที่สำหรับคนด้อยโอกาส เนื้อหามีความเฉพาะมากขึ้น ประชาชนตระหนักรู้พร้อมรับมือกับจากทัศนอนาคต

แผนบริหารกิจการ

เป้าหมายเชิงผลลัพธ์
OUTCOMES

แผนงาน 1
แผนงานการผลิตสื่อและบริการที่ป่าเชื่อคือไว้วางใจ

แผนงาน 2
แผนงานสร้างการเข้าถึงที่หลากหลายและเป็นธรรม

แผนงาน 3
แผนงานขยายฐานผู้ชมใหม่

แผนงาน 4
แผนงานสื่อสารเพื่อสร้างสมรรถนะคนในสังคม

แผนงาน 5
แผนงานเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา

แผนงาน 6
แผนงานเครือข่ายสื่อท้องถิ่น และกระจายอำนาจ

แผนงาน 7
แผนงานสร้างการยอมรับในระดับสากล

แผนงาน PROGRAMME

แผนงาน 8
พัฒนาทีมงานกลางตามวาระขับเคลื่อนเชิงนโยบาย

* ไม่รวมเงินทุนสำรองสำหรับโครงการอื่น

8 Programs 9 KPIs

แผนงาน 1
การผลิตสื่อที่น่าเชื่อถือ
และไว้วางใจ

แผนงาน 2
สร้างการเข้าถึงที่
หลากหลายและเป็นธรรม

แผนงาน 3
ขยายฐานผู้ชมกลุ่ม

แผนงาน 4
สื่อสารเพื่อสร้างสมรรถนะ
คนในสังคมไทย

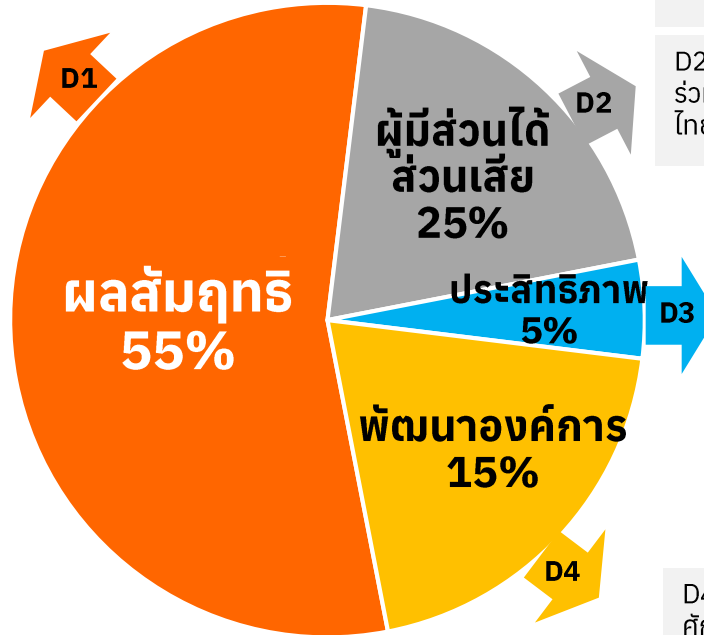
แผนงาน 5
เทคโนโลยีเพื่อการ
พัฒนา

แผนงาน 6
พัฒนาเครือข่ายสื่อ
สาธารณะท้องถิ่นและ
การกระจายอำนาจ

แผนงาน 7
การยอมรับในระดับ
สากล

Back Office พิจารณาจาก 4 ด้าน

- ความคุ้มค่า
- ความเปลี่ยนแปลง/Digital Driven
- Recognition
- การบริหารความร่วมมือในองค์กร/นอกองค์กร



D2.1 ระดับการยอมรับของประชาชนและภาคี
เครือข่ายต่อการทำหน้าที่สื่อสารสาธารณะของไทยพี
บีเอส 15%

D2.2 ระดับการยอมรับของภาคีเครือข่ายต่อการ
ร่วมดำเนินงานกับ
ไทยพีบีเอส 10%

D3.1 ร้อยละของความสำเร็จ ในการ
บริหารโครงการและเบิกจ่ายงบประมาณ
2%

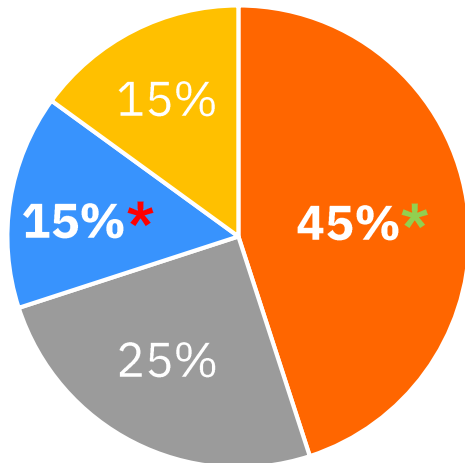
D3.2 ระดับความสำเร็จในการหารายได้
และลดรายจ่าย 3%

D4.1 ระดับความสำเร็จในการพัฒนา
ศักยภาพของบุคลากร 5%

D4.2 ระดับความสำเร็จในการพัฒนาองค์การ
ตามแนวทาง Digital Transformation 10%

เปรียบเทียบการวัด KPI ปี 2565 / 2566

ปี 2565



ผลสัมฤทธิ์

งานตามภารกิจของหน่วยงาน
งานที่ทำร่วมกัน, วาระกลาง,
งานที่ผอ.ส.ส.ท. มอบหมาย

Stakeholder

การทำหน้าที่สื่อสารระณการ (10%)
ความพึงพอใจในการดำเนินงานร่วมกัน (10%)
ภาคีเครือข่ายได้รับการพัฒนาศักยภาพและนำความรู้ไปใช้ (5%)

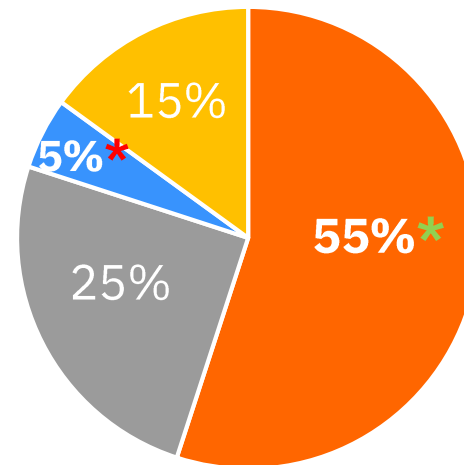
พัฒนาองค์การ

พัฒนาบุคลากร (7%)
การพัฒนานวัตกรรมและการเชื่อมโยง
ระบบดิจิทัล (8%)

ประสิทธิภาพ

การเพิ่มรายได้และลดรายจ่าย (10%)
การบริหารโครงการ(5%)

ปี 2566



ผลสัมฤทธิ์

8 แผนงาน 9 ตัวชี้วัดย่อย

Stakeholder

การทำหน้าที่สื่อสารระณะ (15%)
การร่วมดำเนินการกับภาคีเครือข่าย (10%)

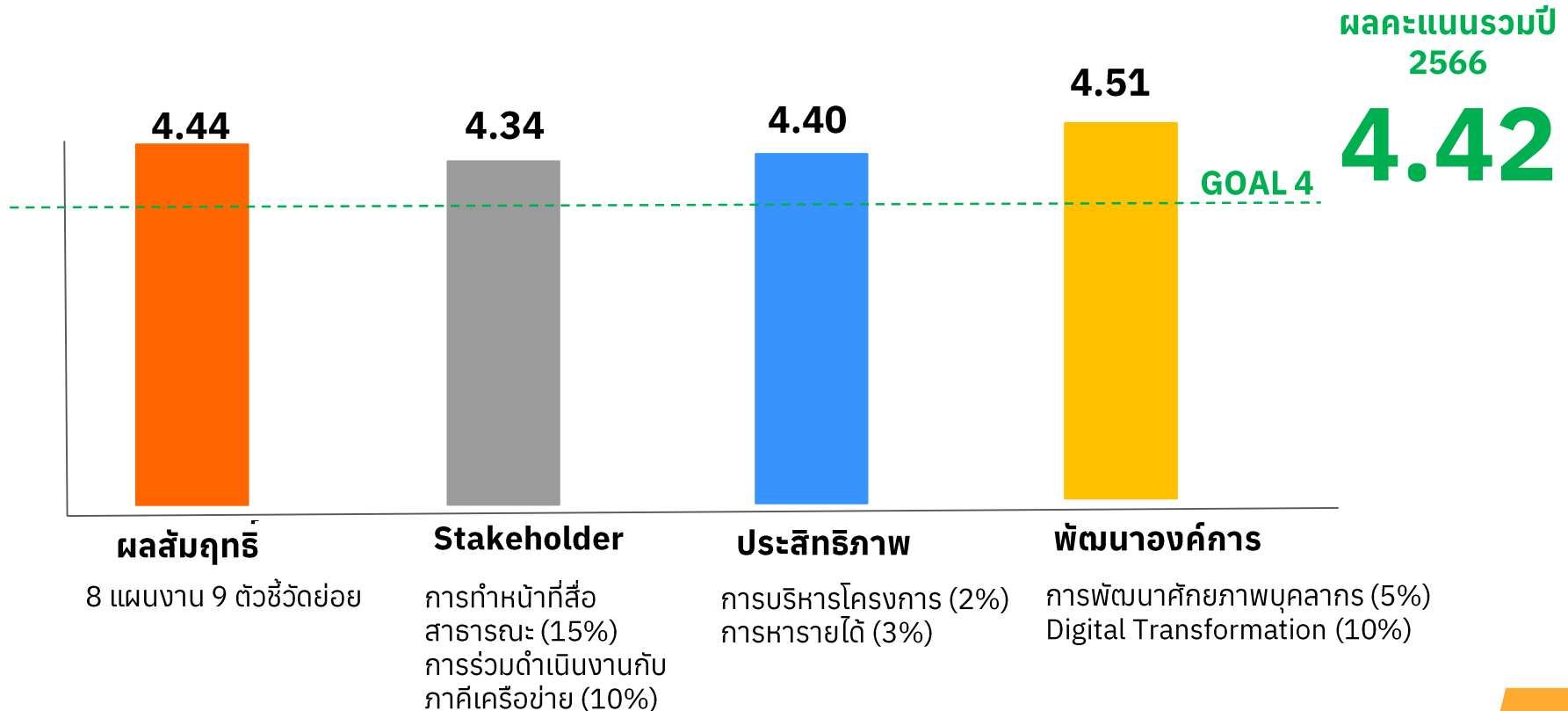
พัฒนาองค์การ

พัฒนาศักยภาพบุคลากร (5%)
Digital Transformation (10%)

ประสิทธิภาพ

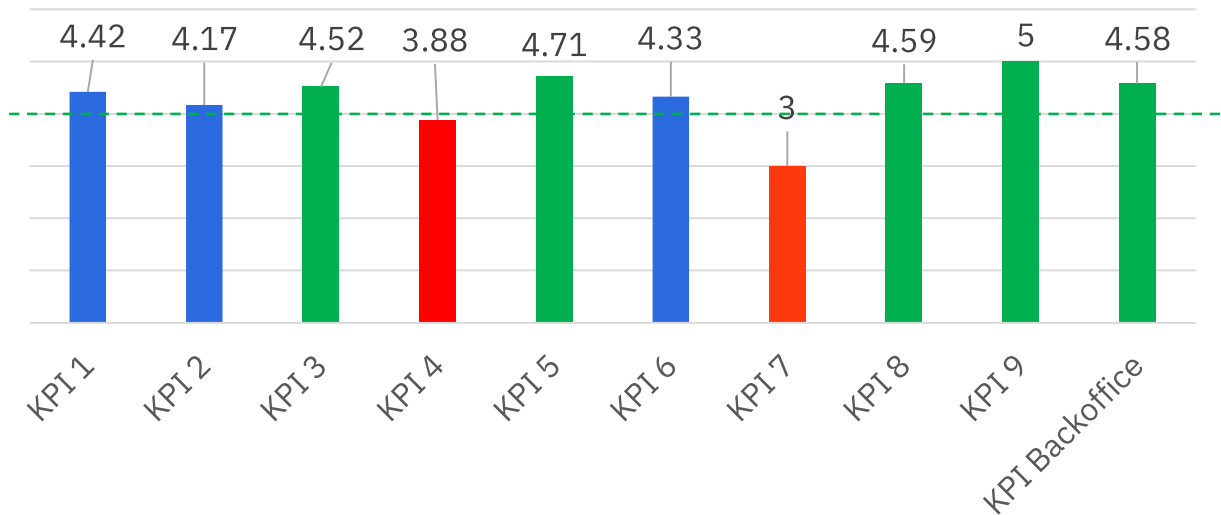
การบริหารโครงการ (2%)
การหารายได้ (3%)

ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดองค์กร ประจำปี พ.ศ. 2566*



D1 ผลสัมฤทธิ์ การดำเนินงาน นำหนัก 55%

คะแนนเฉลี่ย : 4.44



■ KPIs ที่มีค่าคะแนน 4.5 ขึ้นไป

■ KPIs ที่มีค่าคะแนนสูงกว่า 4.0 – 4.49

■ KPIs ที่มีค่าคะแนนน้อยกว่า 4.0

KPI 1

ระดับความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

สนช., สสน., สคส., สดก., สนท., ศูนย์วิจัย, ศูนย์เด็ก, ศูนย์ภัยพิบัติ, ศูนย์อาระ, ศูนย์ศิลปะ, ฝ., สื่อสาร, ฝ., ศูนย์การเรียนรู้

KPIs 2

ระดับความนิยมของรายการที่มีเนื้อหาโดดเด่น (Flagship) ในทุกช่องทาง

สนช., สสน., สคส., สดก., สนท., ศูนย์วิจัย, ศูนย์เด็ก, ศูนย์ภัยพิบัติ, ศูนย์อาระ, ศูนย์ศิลปะ, ฝ., สื่อสาร, ฝ., ศูนย์การเรียนรู้

KPIs 3

ระดับความสำเร็จของเนื้อหา/กิจกรรมที่สะท้อนการเคารพความหลากหลาย

สนช., สดก., ศูนย์วิจัย, ฝ., ศูนย์การเรียนรู้

KPIs 4

ระดับความนิยมของเนื้อหาแบบ Personalized Content

สนช., สสน., สคส., สดก., ศูนย์วิจัย

KPIs 5

ระดับความสำเร็จของการเป็นพื้นที่กลางแห่งการเรียนรู้ และหากทางออกเพื่อเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

สนช., สคส., สนช., ศูนย์วิจัย, ศูนย์ภัยพิบัติ, ศูนย์อาระ, ศูนย์ศิลปะ, ฝ., ศูนย์การเรียนรู้

KPIs 6

ระดับความสำเร็จในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม

สนช., สดก., สนท., สวค., สบห., ศูนย์การเงิน

KPIs 7

ระดับความนิยมของเนื้อหาที่พัฒนาร่วมกับสื่อสาธารณะภูมิภาค

สคส.

KPIs 8

ระดับความสำเร็จของเนื้อหาที่ลูกอ้างอิงหรือได้รับการยอมรับในระดับสากล

ศูนย์ World, ฝ., ความยั่งยืน

KPIs 9

ระดับความสำเร็จในการพัฒนาความร่วมมือกับสื่อนานาชาติ

ศูนย์ World, ฝ., ความยั่งยืน

Back Office พิจารณาจาก 4 ด้าน

- ความคุ้มค่า
- ความเปลี่ยนแปลง/Digital Driven
- Recognition
- การบริหารความร่วมมือในองค์กร/นอกองค์กร

D1 ผลสัมฤทธิ์ การดำเนินงาน น้ำหนัก 55%

4.44คะแนน

8 แผนงาน 9 KPIs
วัดจากภารกิจหลัก
59 ตัวชี้วัด
Backoffice
48 ตัวชี้วัด

เป็นการวัดผลจากการดำเนินงานที่สะท้อนถึงผลลัพธ์การดำเนินงานที่สำคัญตาม
แผนงาน

ข้อค้นพบ/ข้อเสนอแนะ

- **ตัวชี้วัดที่ทำได้ดีมีคะแนนสูงกว่า 4.5 คะแนน** ได้แก่
 - ระดับความสำเร็จของเนื้อหา/กิจกรรมที่สะท้อนการเคารพความหลากหลาย
 - ระดับความสำเร็จของการเป็นพื้นที่กลางแห่งการเรียนรู้และหากทางออกเพื่อเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง
 - ระดับความสำเร็จในการพัฒนาความร่วมมือกับสื่อนานาชาติ

เป็นผลมาจาก การออกแบบวางแผนการดำเนินงานตั้งแต่ต้น ผลักดันให้เกิด
การบูรณาการทำงานร่วมในหลายส่วนงาน มีการติดตามผลในระหว่างการ
ดำเนินงานเพื่อปรับการทำงานให้บรรลุตามเป้าหมาย

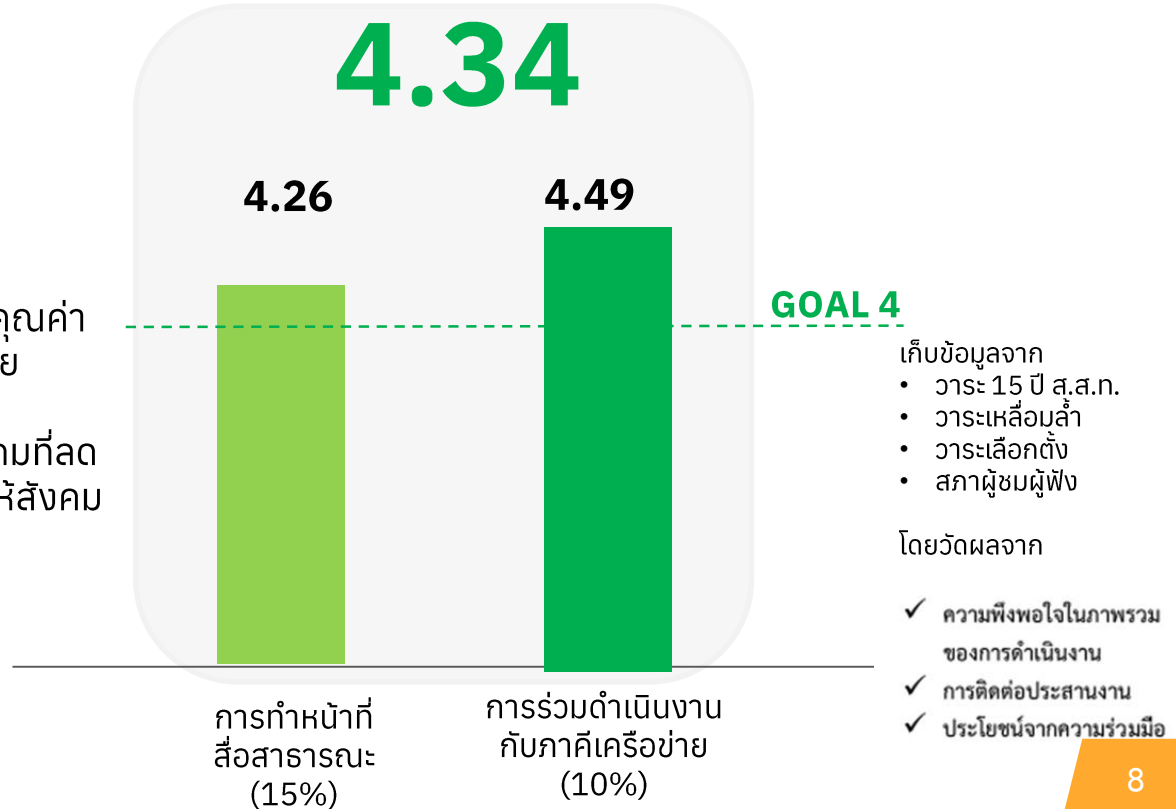
- **ตัวชี้วัดที่ได้ผลคะแนนน้อยกว่า 4** ใน 2 ประเด็น คือ ระดับความนิยมของ
เนื้อหาแบบ Personalized Content และระดับความนิยมของเนื้อหาที่พัฒนา
ร่วมกับสื่อสาธารณะภูมิภาค

เป็นการเริ่มต้นการดำเนินงานรูปแบบใหม่ ซึ่งผลการดำเนินงานเพิ่งปรากฏใน
ไตรมาสที่ 3 แต่มีแนวโน้มที่จะดีขึ้น ซึ่งประเมินแล้วว่าการทำงานจะได้ผลลัพธ์ที่ดีขึ้น
จึงต้องใช้เวลา และติดตามผลการดำเนินงานต่อไป

D2 Stakeholder นำหนัก 25%

บทบาทสื่อสารสาระ 6 มิติ

1. การให้ข้อมูลข่าวสาร
2. การให้การศึกษา
3. การให้สาระประโยชน์และความบันเทิงที่มีคุณค่า
4. การสืบสานคุณค่าวัฒนธรรมที่หลากหลาย
5. การส่งเสริมสังคมประชาธิปไตย
6. การขับเคลื่อนสังคมและสิ่งแวดล้อมสู่สังคมที่ลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเป็นธรรมให้สังคม




D3 ประสิทธิภาพ การดำเนินงาน นำหนัก 5%

- **ความสำเร็จของการบริหารโครงการ**
ปี 66 = 95.0%
ปี 65 = 79.2%
- **ความสำเร็จการขอใช้งบประมาณ**
ปี 66 = 91.7%
ปี 65 = 91.3
- **ความสำเร็จของการใช้จ่าย**
ปี 66 = 89.0%
ปี 65 = 86.8%
- **ภาพรวมเฉลี่ย**
ปี 66 = 92.9% ได้ค่าคะแนน 5
ปี 65 = 83.0% ได้ค่าคะแนน 4



การหารายได้ปี 2566

- รายได้จาก IP 5.8 ลบ.
 - ร่วมผลิต (Co-Production) 3 ลบ.
 - รายได้เพื่อมาทำงาน 9.7 ลบ.
- รวม 18.5 ลบ.** (ไม่รวม In kind) 

การหารายได้ปี 2565

- รายได้จาก IP 7.1 ลบ.
 - ร่วมผลิต (Co-Production) 4.7 ลบ.
- รวม 11.8 ลบ.** (ไม่รวม In kind)

ข้อสังเกต

การหารายได้ปี 2566 ทำได้สูงขึ้นกว่าปี 2565 แต่ยังไม่ถึงเป้าที่กำหนด ฝ่ายบริหารจึงมีการปรับแนวทางการดำเนินงานด้านการหารายได้ใหม่ ให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปี 2567 กำหนดให้มีคณะทำงานด้านรายได้ขึ้น เพื่อบูรณาการการทำงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการหารายได้

D4 พัฒนาการ นำหนัก 15%

D4.1 ระดับความสำเร็จในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร 5%

ทุกหน่วยงาน (สำนัก/ศูนย์/ฝ่าย)

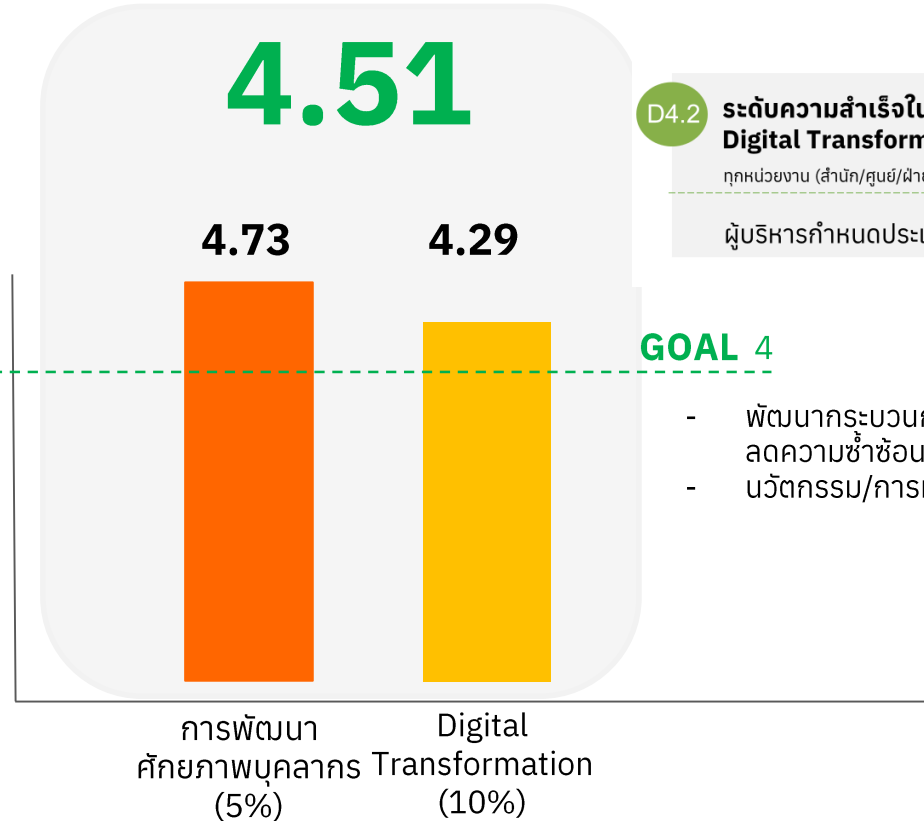
ร่วมวางแผนกับ HR

พนักงานสอบผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนด โดยมีผู้สอบผ่านไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 ของจำนวนผู้เข้ารับการพัฒนา

D4.2 ระดับความสำเร็จในการพัฒนาองค์การตามแนวทาง Digital Transformation 10%

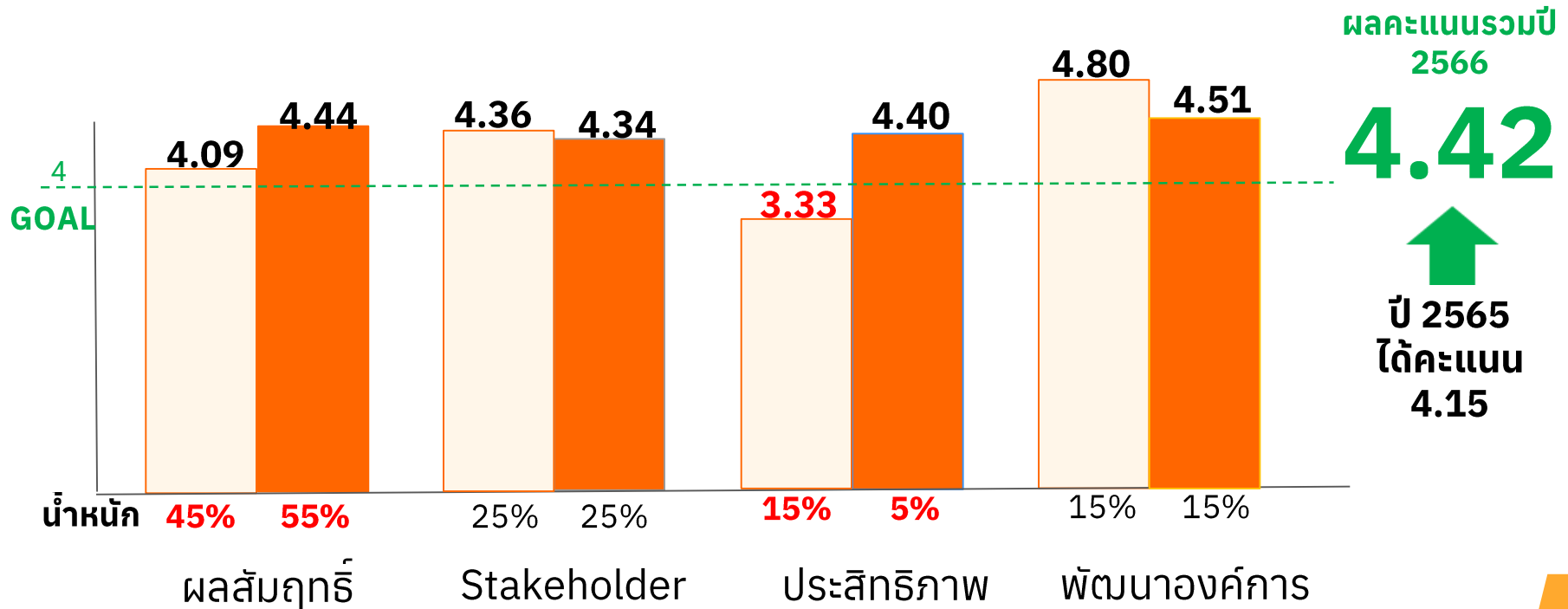
ทุกหน่วยงาน (สำนัก/ศูนย์/ฝ่าย)

ผู้บริหารกำหนดประเด็นให้กับสำนัก/ศูนย์/ฝ่าย



เปรียบเทียบผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดองค์กร ปี 2565 - 2566

ปี 2565 ปี 2566



WHAT IS NEXT

ปัญหา/อุปสรรค	ข้อเสนอแนะ
<ol style="list-style-type: none">1. รายได้ยังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย2. ช่วงแรกบางสำนักยังมีความไม่เข้าใจในตัวชี้วัดบางตัว3. ผลการดำเนินงานบางตัวชี้วัดมีค่าน้อยกว่า 4.44. KPIs7 ระดับความนิยมของเนื้อหาที่พัฒนาร่วมกับสื่อสาธารณะภูมิภาค มีคะแนนไม่ถึง 4	<ol style="list-style-type: none">1. จัดทำแผนหารายได้และแผนลงทุน กำหนดเป้าหมายและกรอบการทำงานที่ชัดเจน2. ควรจัดให้มีการทบทวนตัวชี้วัดร่วมเพื่อให้เข้าใจตรงกัน3. จัดให้มีการติดตามผลการดำเนินงานเป็นระยะ เพื่อประเมินผลและปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย4. พัฒนากลยุทธ์ด้านเนื้อหาและทำการศึกษาวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมมารับชม