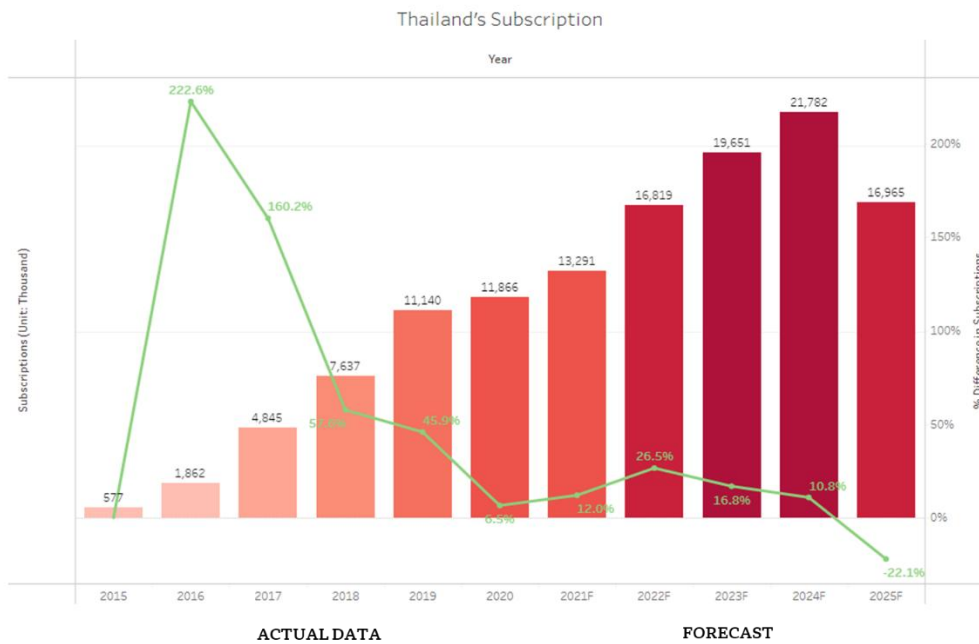


กรอบแผน 3 ปี ส.ส.ท. (พ.ศ.2567-2569)

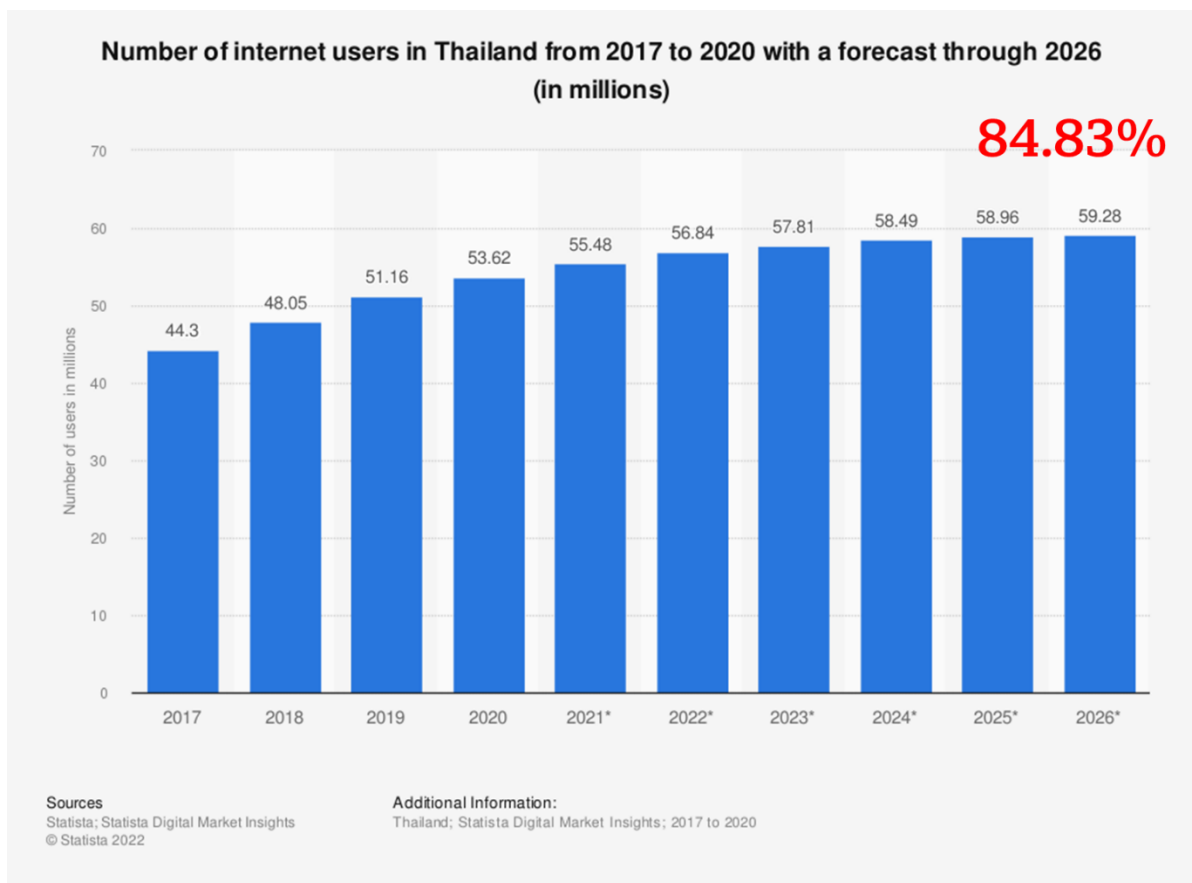
01 วิสัยทัศน์องค์กร [VISION STATEMENT]

1.1 บทวิเคราะห์ภูมิทัศน์สื่อประเทศไทย และ บทบาทสื่อสาธารณะในยุคดิจิทัล

- ภูมิทัศน์สื่อประเทศไทยถูกปัจจัยสำคัญ 3 เรื่องที่ส่งผลต่อฉากทัศน์ในอนาคต ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงและเติบโตของเทคโนโลยีการเผยแพร่สื่ออากาศ (Broadcasting Technology) อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High-speed Internet Penetration) และ พฤติกรรมการบริโภคสื่อของประชาชน (Audience Behavior)
- แนวโน้มของผู้ชมโทรทัศน์ผ่านระบบภาคพื้นดินตามช่วงเวลา (Linear Terrestrial TV) มีสัดส่วนลดลงอย่างต่อเนื่องสวนทางกับการเติบโตของการรับชมตามอัธยาศัย (Video-on-demand) ผ่านอุปกรณ์ SMART TV โทรศัพท์มือถือ และ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์
- จากรายงาน THE AGE OF CONSUMER DEMAND 2023 ของ AC Nielsen อัตราการชมโทรทัศน์ตามช่วงเวลา (ในทุกประเภทอุปกรณ์) ลดลงอย่างต่อเนื่องจาก 53% ในปี ค.ศ.2019 เป็น 51% ในปี ค.ศ.2020 และ 48% ในปี ค.ศ.2021 อย่างไรก็ตามแม้ว่าจำนวนคนดูโทรทัศน์จะลดลงแต่เวลาที่ใช้ในการดูมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเพิ่มจาก 4.07 ชั่วโมงในปี 2019 เป็น 4.10 ชั่วโมงในปี 2021
- อัตราการเข้าถึงแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งเพิ่มขึ้นจาก 10.02% ในปี ค.ศ.2017 เป็น 52.29% ในปี ค.ศ.2021 เมื่อเทียบกับประชากรทั้งประเทศ โดยเวลาชมต่อวันเพิ่มขึ้นจาก 3.18 ชั่วโมงต่อวันในปี ค.ศ.2019 เป็น 3.34 ชั่วโมงในปี ค.ศ.2020 และ 3.45 ชั่วโมงในปี ค.ศ.2021
- ตลาดการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งหรือ OTT แบบสมาชิกหรือ SVoD (Subscriber Video-on-demand) ของประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนสมาชิก (Subscriber) ในปี ค.ศ.2015 จำนวน 577,000 บัญชี เพิ่มขึ้นประมาณ 13 ล้านบัญชี ในปี ค.ศ.2021 โดยคาดการณ์ว่าจะขึ้นไปสูงสุดที่ประมาณ 21 ล้านบัญชีในปี ค.ศ.2024 ซึ่งนับเป็น 32% ของจำนวนประชากรไทย และประมาณ 72% ของจำนวนครัวเรือน

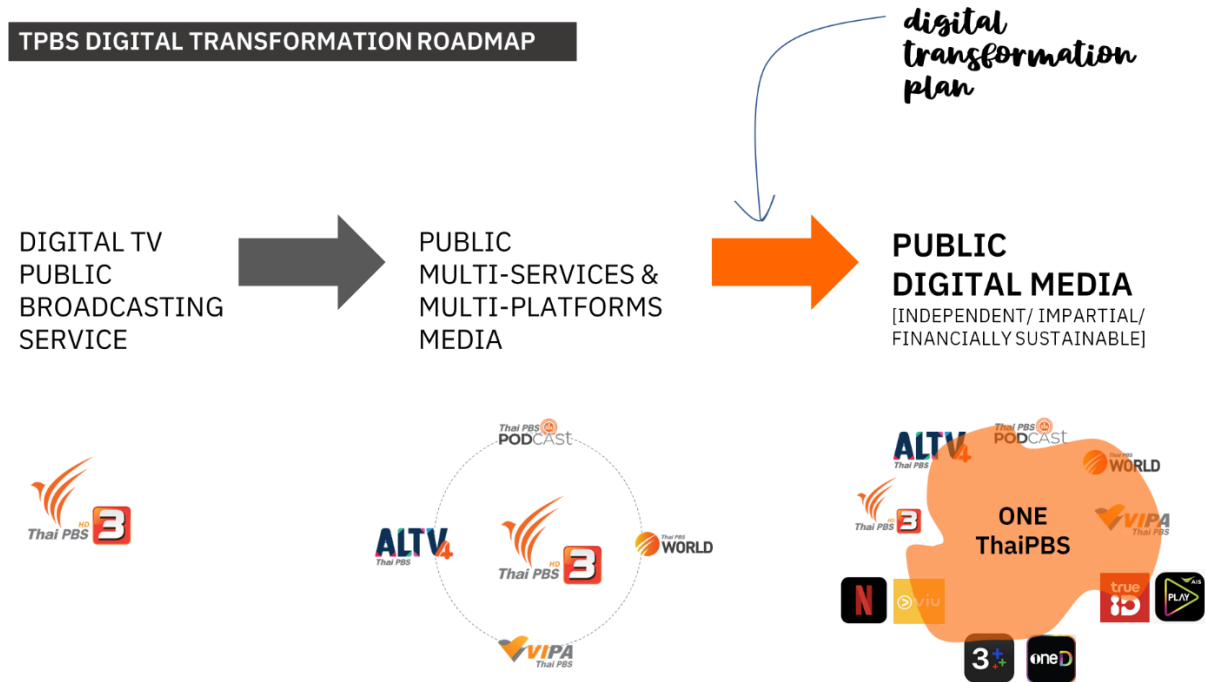


- อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Internet Penetration) ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญของการใช้บริการสตรีมมิ่งของระบบ OTT เพิ่มขึ้นจาก 44.3 ล้านผู้ใช้งานในปี ค.ศ.2017 เป็น 55.48 ล้านผู้ใช้งานในปี ค.ศ.2021 และคาดการณ์ว่าจะมีการเติบโตอย่างช้า ๆ เป็น 59.28 ล้านผู้ใช้งานในปี ค.ศ.2026



- ข้อจำกัดด้านเศรษฐกิจของประชากรไทยทั้งในส่วนของการใช้จ่ายสมาชิกระบบ OTT และค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้กลุ่มประชากรจำนวนมากประมาณ 10 ล้านครัวเรือน หรือ 28% จะยังมีความจำเป็นจะต้องพึ่งพาการรับชมผ่านระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดินแบบตามช่วงเวลา (Linear Terrestrial TV) โดยเฉพาะการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในประเด็นสาธารณะและเนื้อหาทางสาระประโยชน์ของประชาชนซึ่งสื่อในระบบ OTT มีสัดส่วนเนื้อหานี้น้อย
- ในเชิงพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อ จากการศึกษาของ กสทช. คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ.2572 ซึ่งเป็นปีที่หมดใบอนุญาต จะมีสัดส่วนผู้ชมที่รับชมผ่านระบบโทรทัศน์แบบ Linear Terrestrial TV เท่านั้นที่ 44.5% และเป็นแบบ Video-on-demand เท่านั้นที่ 12.3% อย่างไรก็ตามหากพิจารณาเฉพาะกลุ่มผู้ชมที่อายุต่ำกว่า 23 ปี สัดส่วนผู้ชมที่รับชมผ่านระบบ Linear Terrestrial TV จะลดลงเหลือเพียง 20.4% ในขณะที่สัดส่วนผู้ชมแบบ Video-on-demand เพิ่มขึ้นเป็น 22.5%
- ส.ส.ท.ในฐานะสื่อสาธารณะของไทย จึงต้องมีการปรับตัวอย่างรวดเร็วทั้งในส่วนการเพิ่มสัดส่วนเนื้อหาตามระบบ VoD และการคงบทบาทของการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นประโยชน์กับสังคมและประเด็นสาธารณะในระบบ Linear Terrestrial TV อย่างไรก็ตามภายใต้การแข่งขันอย่างสูงของอุตสาหกรรมสื่อ ส.ส.ท.อาจจะต้องพิจารณาทบทวนผลักดันเชิงนโยบาย (Policy Advocacy) เพิ่มเติมใน 3 มิติ ได้แก่
 - 1) แพลตฟอร์ม VoD กลางเพื่อสาธารณะ (Public OTT Platform) ที่ทาง กสทช. หรือหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับเครือข่ายผู้ผลิตและองค์กรเผยแพร่ (National Broadcasters)
 - 2) ระบบอินเทอร์เน็ตสาธารณะ (Public Internet Service) เพื่อช่วยให้ครัวเรือนทั้งหมดสามารถเข้าถึงการให้บริการในระบบ OTT ได้โดยไม่มีข้อจำกัดทางเศรษฐกิจ
 - 3) กองทุนสนับสนุนการสร้างเนื้อหาของไทย (Thailand Creative Content/Soft power) เพื่อนำสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่จะทำให้เกิดการทำงานในรูปแบบหุ้นส่วนกับ Global OTT Platform ได้
- ส.ส.ท.มีพัฒนาการสำคัญจากการเป็นสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลนับจากปี พ.ศ.2551 มาสู่ยุคสมัยของการเป็นสื่อแบบหลากหลายช่องทางและบริการ หรือ Multi-service & platform Public Media ในปี พ.ศ.2561 ส่งผลให้มีการเติบโตขยายบริการต่าง ๆ ไปจำนวนมาก โดยในปี พ.ศ.2567 เป็นต้นไปจะเป็นการปรับเปลี่ยนระลอกที่ 3 สู่การเป็นสื่อ

สาธารณะดิจิทัล หรือ Public Digital Media ได้มีรูปแบบสื่อสาธารณะในรูปแบบใหม่ที่ยังคงหลักการเรื่องความเป็นอิสระและไม่อคติ แต่มีรูปแบบการทำงานเชิงรุกภายใต้ระบบภูมิทัศน์และระบบนิเวศสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อนำสู่ความยั่งยืนทั้งในมิติการเงินและสังคมในอนาคต



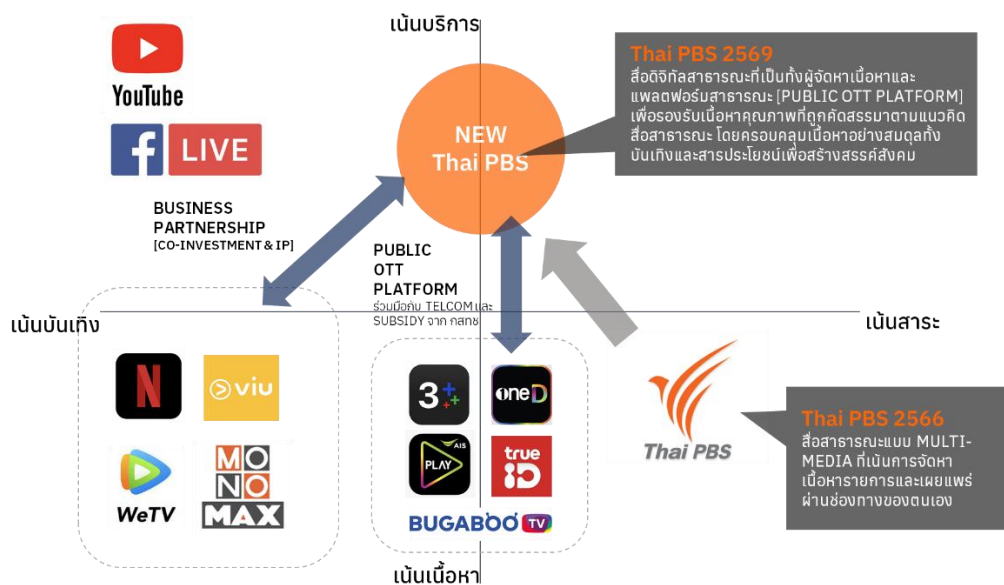
1.2 ฉากทัศน์สื่อสาธารณะในอนาคต

เพื่อให้องค์การสามารถวางแผนระยะกลางที่เหมาะสมกับบริบทของอุตสาหกรรมและบทบาทความสำคัญของสื่อสาธารณะในยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส.ส.ท.จึงได้มีการจัดกระบวนการศึกษาภาพฉากทัศน์ของปี พ.ศ.2569 ขึ้น โดยมีหลักการสำคัญเพื่อกำกับทิศทางและเป้าหมาย ได้แก่

- การคงคุณค่าที่ยึดโยงกับสังคมไทยแบบใหม่ในยุคดิจิทัล (Staying relevant)
- การให้ความสำคัญกับการเข้าถึงที่ครอบคลุมผู้ชมผู้ฟัง ทุกกลุ่ม ทุกพื้นที่ (Universal coverage) ได้อย่างแท้จริง โดยปัจจัยทางเศรษฐกิจ ภูมิประเทศ การศึกษา สังคม วัฒนธรรม จะไม่เป็นอุปสรรคในการเข้าถึงดังกล่าว

- การมีบทบาทเชิงรุกที่สำคัญในการร่วมสร้างระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย ที่นำสู่มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจอย่างทั่วถึงและเป็นธรรมให้กับเครือข่ายผู้ผลิตอิสระและผู้ได้รับประโยชน์ในพื้นที่เป้าหมาย
- การปรับรูปแบบองค์กรให้เน้นการทำงานร่วมกับเครือข่ายแบบหุ้นส่วน (Partnership Model) ภายใต้ระบบภูมิทัศน์สื่อใหม่
- การสร้างความยั่งยืนทางการเงินขององค์กร (Financial Sustainability) เพื่อลดความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของนโยบายทางการเมืองและหนุนเสริมความสามารถในการแข่งขัน

ฉากทัศน์พึงประสงค์ของไทยพีบีเอสในปี พ.ศ.2569 (Preferable Thai PBS 2026)



“ไทยพีบีเอส เป็นสื่อสาธารณะดิจิทัลที่ผลิตและจัดหาเนื้อหาที่มีคุณภาพ หลากหลาย ครอบคลุมความสนใจของคนทุกกลุ่ม ทุกวัย อย่างมีการบริหารจัดการต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ คำนึงกับเงินสาธารณะ โดยยังคงหลักการสำคัญของสื่อสาธารณะ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือและไม่มียศคดี มีแพลตฟอร์มให้บริการหลักคือ One Thai PBS Video-on-demand Platform ที่สามารถเข้าถึงเนื้อหาและบริการทั้งหมดขององค์กรได้ในจุดเดียวในทุกที่ ทุกเวลาที่ต้องการ และสามารถส่งมอบเนื้อหาและประสบการณ์แบบเฉพาะตัวสู่กลุ่มสมาชิกผู้ชมผู้ฟัง นอกจากนั้นแล้วยังทำหน้าที่เป็น แพลตฟอร์ม OTT สาธารณะที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่

เกี่ยวข้อง เพื่อรองรับเนื้อหาที่มีคุณภาพและเป็นประโยชน์กับสังคมจากกลุ่มเครือข่ายทีวีดิจิทัล ผู้ผลิตอิสระ และเครือข่ายสื่อสารสาธารณะท้องถิ่นของไทย เช่น รายการส่งเสริมการเรียนรู้ รายการสำหรับครอบครัว สารคดี สารประโยชน์ ข่าว ประเด็นท้องถิ่น ฯลฯ ซึ่งจะช่วยให้สัดส่วนเนื้อหาในอุตสาหกรรมสื่อไทยยังคงมีความสมดุลระหว่างสัดส่วนเนื้อหาบันเทิง และ เนื้อหาที่สำคัญและเป็นประโยชน์กับการสร้างสังคมที่มีคุณภาพในอนาคต

ไทยพีบีเอส มีการผลิตรายการคุณภาพสูงในมาตรฐานสากลโดยร่วมลงทุนกับ Global OTT เพื่อเป็นช่องทางในการนำเนื้อหาผู้ผลิตไทยคุณภาพสู่สากลและการหารายได้เพิ่มเติมจากการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา โดยสัดส่วนเนื้อหาในรูปแบบ OTT & Digital-first (คุณภาพ และ รูปแบบที่ถูกออกแบบมาเพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคแบบดิจิทัลเป็นหลัก) มีการเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 10 ในปี พ.ศ.2567 สู่ร้อยละ 50 ในปี พ.ศ.2569 ผู้ชมผู้ฟังในประเทศไทยที่อายุมากกว่า 5 ปี ร้อยละ 40 มีการใช้บริการไทยพีบีเอสอย่างสม่ำเสมออย่างน้อย 3 ครั้งและใช้บริการนานกว่า 6.5 ชั่วโมงเฉลี่ยต่อสัปดาห์ผ่านอย่างน้อย 2 แพลตฟอร์ม โดยร้อยละ 60 ของกลุ่มผู้ใช้บริการประจำเข้ารับชมผ่านระบบ ONE Thai PBS

ไทยพีบีเอสมีเรตติ้งผู้ชมโทรทัศน์อยู่ใน 10 อันดับแรกของโทรทัศน์ในประเทศไทย และเป็น 3 อันดับแรกของเรตติ้งสื่อออนไลน์ โดยในทุกสถานการณ์สำคัญระดับประเทศ เช่น การเลือกตั้ง อุทกภัย ราชพิธี ฯลฯ ไทยพีบีเอสเป็นอันดับ 1 ที่คนเลือกใช้บริการและนี่ถึงเป็นอันดับแรกเพราะความน่าเชื่อถือ

ไทยพีบีเอส เป็นสื่อที่น่าเชื่อถืออันดับ 1 ของไทยจากการจัดอันดับของสถาบันต่างประเทศ และ เป็น 2 อันดับแรกในทุกมิติของคุณค่าสื่อสารสาธารณะตามวัตถุประสงค์ในพระราชบัญญัติ (สำนักข่าวที่น่าเชื่อถือ องค์กรส่งเสริมการเรียนรู้ สื่อส่งเสริมสารประโยชน์ สื่อบันเทิงคุณภาพ และ สื่อส่งเสริมท้องถิ่นและพลเมือง) จากผลสำรวจความคิดเห็นประชาชน (Public Perception Survey) ที่จัดทำขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกไตรมาส

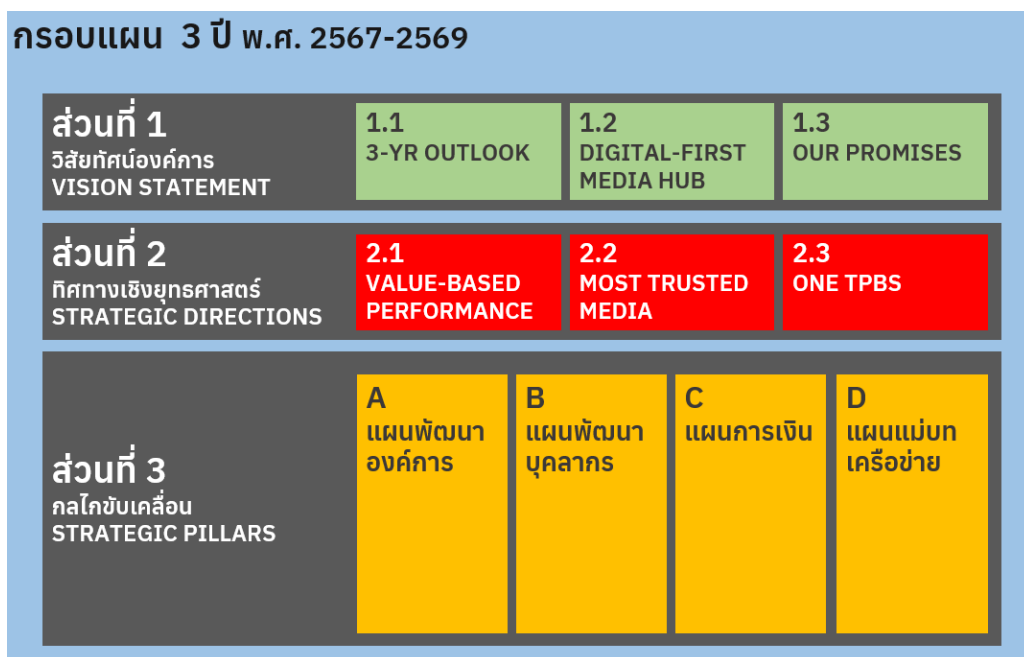
ไทยพีบีเอส ยังคงดำเนินการให้บริการเผยแพร่เนื้อหาผ่านระบบภาคพื้นดินแบบตามช่วงเวลา (Linear Terrestrial TV) เพื่อรองรับกลุ่มคนที่ยังเข้าไม่ถึงอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และหรือมีข้อจำกัดด้านค่าใช้จ่ายของระบบรับชมแบบจ่ายค่าบริการ (SVod) อย่างไรก็ดีจะให้ความสำคัญกับการลงทุนและค่าใช้จ่ายในระบบเผยแพร่แบบเดิมที่ลดลงอย่างมีนัยยะสำคัญ และจะมีการร่วมผลักดันมาตรการและนโยบายส่งเสริม ระบบอินเทอร์เน็ตสาธารณะ (Public Internet Service) ในช่วงเปลี่ยนถ่ายนี้ เพื่อให้สามารถยกเลิกบริการเผยแพร่เนื้อหาในระบบออกอากาศภาคพื้นดินและเข้าสู่ระบบเผยแพร่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตแบบตามอัธยาศัยเต็มรูปแบบในปี พ.ศ.2572

ไทยพีบีเอส มีการจัดทำงบประมาณแบบสมดุล แต่มีอัตราการเติบโตเพื่อเติมเต็มภารกิจองค์การตามทีระบุมไว้ในพระราชบัญญัติให้สมบูรณ์ขึ้น ผ่านยุทธศาสตร์ความยั่งยืนทางการเงิน ที่จะลดสัดส่วนการพึ่งพาเงินสนับสนุนจากภาษีตามมาตรา 12 ลงจากร้อยละ 72.59 ในปี พ.ศ.2567 สู่ร้อยละ 60 ในปี พ.ศ.2569 (ไม่ลด

ปริมาณเงินจาก 2,000 ล้านบาทแต่ลดสัดส่วนลงจากงบประมาณบริหารกิจการที่เพิ่มขึ้น) โดยการหารายได้จากการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและการร่วมลงทุนผลิตรายการของเครือข่ายองค์กรสนับสนุนเข้ามาเพิ่มเติม รวมถึงการมีรายได้จากการให้บริการโครงข่ายในระบบอินเทอร์เน็ต (Internet Protocol Broadcasting) และ บริการแพร่ภาพแบบ 4K เข้ามาทดแทนส่วนรายได้จากการให้บริการโครงข่ายเดิมในสัดส่วนร้อยละ 50 ในปี พ.ศ.2569 ซึ่งจะเพิ่มเป็นร้อยละ 100 ในปี พ.ศ.2572 เมื่อสิ้นสุดระยะเวลาใบอนุญาต

บุคลากรของไทยพีบีเอส มีทักษะพร้อมทำงานในรูปแบบดิจิทัลร้อยละ 80 จากฐานเดิมในปี 2567 ที่ ร้อยละ 20 โดยมีการปรับโครงสร้างบุคลากรเป็นแนวราบและกระชับมากขึ้นด้วยการจำกัดปริมาณบุคลากรให้คงที่แต่มีพลวัตสูง ผ่านการคัดเลือกคนที่ไม่มีความสามารถและไม่เหมาะสมกับรูปแบบใหม่เพื่อรองรับกลุ่มคนใหม่ที่มีลักษณะ DIGITAL PBS DNA มาทดแทนในอัตราร้อยละ 20 โดยบุคลากรทั้งหมดมีค่าตอบแทนและระบบสวัสดิการที่แข่งขันกับตลาดได้ และอยู่ในระบบประเมินและการให้ค่าตอบแทนอิงตามผลงาน (Merit-based) ที่เป็นธรรมและโปร่งใส”

02 ทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ [STRATEGIC DIRECTIONS] 2567 – 2569



แผนการดำเนินการกิจการ 3 ปี พ.ศ. 2567-2569

ในปี 2568 ส.ส.ท.ออกแบบและดำเนินการแผนบริหารกิจการ โดยมีทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ 3 เรื่อง คือ

2.1 การส่งมอบคุณค่าและจัดสรรทรัพยากรเพื่อสาธารณะอย่างคุ้มค่าสูงสุด [VALUE-BASED PERFORMANCE]

- ตอบสนองวัตถุประสงค์และคุณค่าสื่อสาธารณะเพื่อยึดโยงกับความต้องการที่หลากหลายของสังคมและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผ่านการสร้างประสบการณ์แบบไร้รอยต่อของทุกช่องทางและบริการ [Purposeful & OMNI Channel]
- ใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ของความต้องการผู้ชมผู้ฟังเป็นปัจจัยหลักของการตัดสินใจองค์การในทุกมิติ [Data and Viewers' Insight at the Heart of All Decision-makings] ทั้งในส่วนของการจัดทำเนื้อหารายการ เทคโนโลยีเผยแพร่ออกอากาศ และ การจัดสรรทรัพยากร [Budget Allocation & Relocation]
- การบริหารจัดการค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพและโปร่งใสตรวจสอบได้ ด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการตัดลดสิ่งซ้ำซ้อนและไม่ส่งมอบคุณค่าให้กับผู้ชมผู้ฟัง [Optimal and Transparent Enterprise Resource Management]
- ใช้ประโยชน์จากการลงทุนเงินสาธารณะอย่างคุ้มค่าสูงสุดผ่านวิธีการออกแบบและจัดการบนฐานคิดทรัพย์สินทางปัญญา [IP-based Management] เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและยืดระยะเวลาการใช้งานของผลิตภัณฑ์และบริการ และกระจายความเสี่ยงด้วยการพัฒนาช่องทางรายได้ที่หลากหลายภายใต้วัตถุประสงค์ของ พ.ร.บ. องค์การ

2.2 สื่อที่ประชาชนให้ความเชื่อถือและไว้วางใจ [MOST TRUSTED MEDIA]

- พัฒนาเนื้อหาและนำเสนอประเด็นที่มีความหมาย [Meaningful & Impactful Content] ในรูปแบบที่นำสู่การหาทางออกร่วมกันของสังคม [Solution media for connecting the nation] ผ่านกลไกวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลและสอบสวน [Data & Investigative Journalism] และชุดกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับประชาชนและเครือข่ายองค์กรทางสังคม [Public Engagement]
- การใช้หลักการความไม่เป็นอคติ [Impartiality] และกลไกตรวจสอบข้อเท็จจริง [Fact-checking] เป็นมาตรฐานสำคัญสูงสุดของทุกส่วนงานในองค์กร
- การทำงานร่วมกับเครือข่ายองค์กรที่มีพันธกิจและคุณค่าร่วม [Strategic Partnership] เพื่อสนับสนุนการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ พ.ร.บ. ได้อย่างกว้างขวางและนำสู่การสร้างผลกระทบทางสังคมมากยิ่งขึ้น แทนที่รูปแบบการทำงานบนฐานคิดค่าใช้จ่ายบนงบประมาณ [Expense-based Operation] แบบเดิมที่พึ่งพาการใช้ทรัพยากรองค์การเป็นหลักในการดำเนินการ

2.3 ไทยพีบีเอสเป็นบริการหลัก [ONE Thai PBS]

- ประชาชนเข้าถึงทุกผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายจากไทยพีบีเอสได้อย่างเชื่อมโยงในจุดเดียว และถูกสื่อสารกับผู้ชมผู้ฟังภายใต้ภาพจำสาธารณะเดียวกัน [One Brand Identity]
- ผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัลทั้งหมดขององค์กรถูกออกแบบและดำเนินการอยู่บนฐานโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัล [Digital Platform] เดียวกันที่รองรับการเติบโตได้อย่างหลากหลายและมีประสิทธิภาพ ไม่แยกส่วนกัน



ทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ปี 2568

03 กลไกขับเคลื่อนเชิงยุทธศาสตร์ [STRATEGIC PILLARS]

3.1 โครงสร้างแผนและกรอบงบประมาณระดับองค์กร

แผนบริหารกิจการประจำปี 2568 ประกอบไปด้วยองค์ประกอบสำคัญ 2 ส่วน ได้แก่

1.แผนจัดทำรายการ

2.แผนงบประมาณ ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

1.1 แผนรายจ่าย 3 หมวด

หมวดที่ 1 งบประมาณเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Program) แบ่งออกเป็น 4 แผนงาน
อ้างอิงตามผลลัพธ์เชิงยุทธศาสตร์ ได้แก่

แผนงานที่ 1 แผนงานสาระเนื้อหา

แผนงานที่ 2 แผนงานแพลตฟอร์มและบริการ

แผนงานที่ 3 แผนงานการมีส่วนร่วมสาธารณะ

แผนงานที่ 4 แผนงานการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่

หมวดที่ 2 งบกลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป

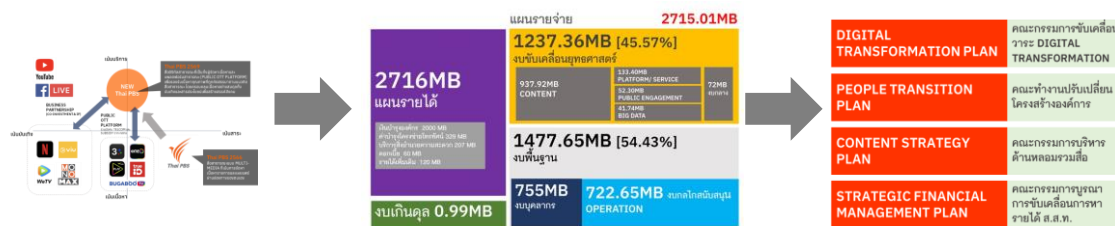
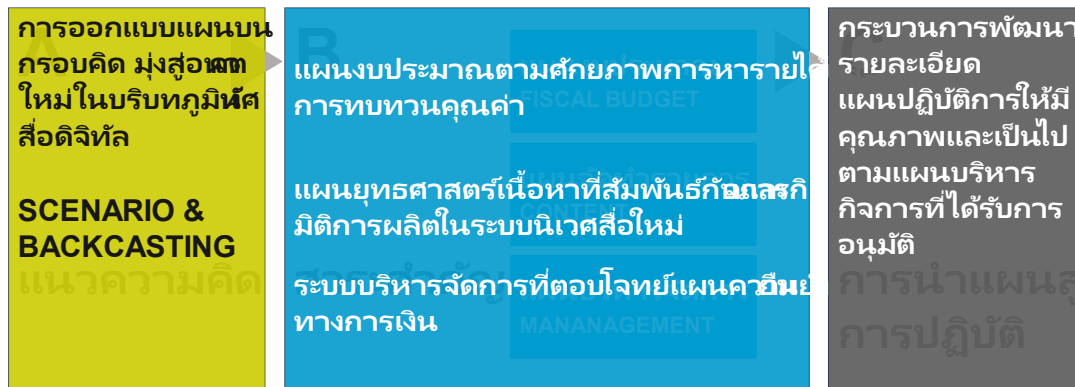
หมวดที่ 3 งบบุคลากร

1.2 แผนรายได้



โครงสร้างแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท.ประจำปี 2568

ส.ส.ท. ออกแบบแผนบริหารกิจการประจำปี 2568 บนกรอบคิดมุ่งสู่อนาคตใหม่ในบริบทภูมิทัศน์สื่อดิจิทัล มุ่งเน้นผลงาน โดยกำหนดเป้าหมายเชิงผลลัพธ์ (Strategic Outcomes) ในทุกมิติตามแนวทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ วางแผนงบประมาณตามศักยภาพการหารายได้และการทบทวนคุณค่า กำหนดแผนยุทธศาสตร์เนื้อหาที่สัมพันธ์กับการกิจและมิติการผลิตในระบบนิเวศสื่อใหม่ รวมทั้งจัดระบบบริหารจัดการที่ตอบโจทย์แผนความยั่งยืนทางการเงิน



แนวคิดการพัฒนาแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. ประจำปี 2568

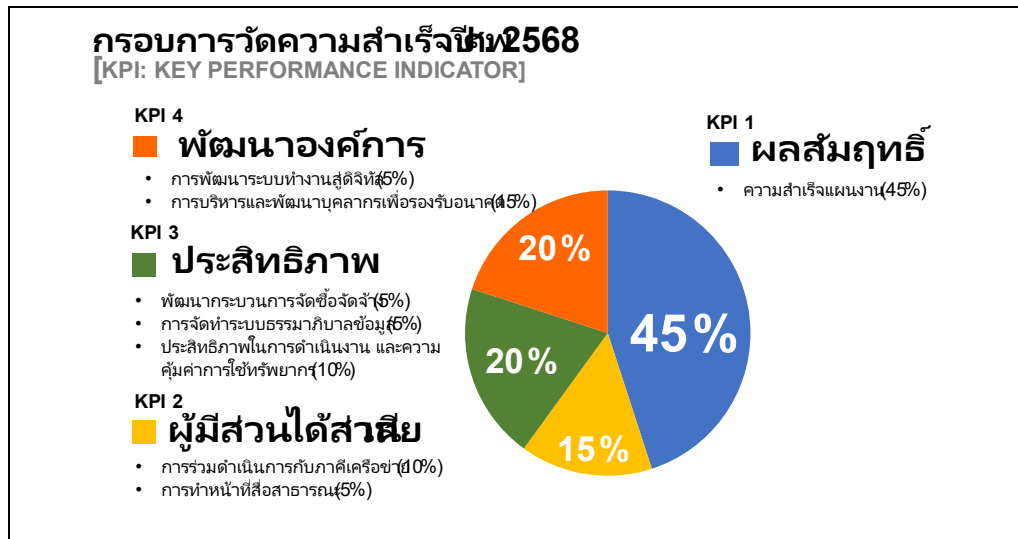


ภาพความสัมพันธ์และเชื่อมโยงระหว่างนโยบาย ทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ และ แผนบริหารกิจการ (เป้าหมายเชิงผลลัพธ์ แผนงาน และ โครงการ)

04. ตัวชี้วัดการปฏิบัติงาน แนวทางการบริหารแผนงานและการกำกับติดตาม

4.1 ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2568 -2569 (Corporate KPIs)

ส.ส.ท. ใช้กรอบตัวชี้วัดองค์การใน 4 มิติ โดยให้น้ำหนักร้อยละที่สะท้อนตามระดับความสำคัญซึ่งเชื่อมโยงกับผลลัพธ์พึงประสงค์ขององค์การ ได้แก่



แสดงสัดส่วนการให้น้ำหนักของ 4 มิติที่สะท้อนความสำเร็จ

กรอบตัวชี้วัดองค์การถูกพัฒนาและนำมาเชื่อมโยงกับผลลัพธ์ของแต่ละแผนงาน และตามกรอบงบประมาณในแต่ละหมวด เพื่อให้เกิดการทำงานขับเคลื่อนสู่เป้าหมายขององค์กรอย่างมีเอกภาพและไปในทิศทางเดียวกัน (Alignment) และกระจายความรับผิดชอบ (Accountability & Shared responsibility) โดยมีการกำหนดผลลัพธ์สำคัญใน 4 มิติ ได้แก่ ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล การรับรู้ของสาธารณะ จำนวนสมาชิก และรายได้

• ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของ ส.ส.ท. ประจำปี 2567 -2569 (Corporate KPIs)

ส.ส.ท. ได้กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของผลการปฏิบัติงานระดับองค์กร ประจำปี 2568 แบ่งเป็น 4 มิติ ดังนี้

ตารางกรอบตัวชี้วัดองค์การ 4 มิติ

มิติการวัดผล	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก	เป้าหมาย/ผลลัพธ์
ผลสัมฤทธิ์ (Achievement)	ความสำเร็จของการดำเนินงานตามทิศทางขององค์กร (ความน่าเชื่อถือ)	45%	ผลการดำเนินงาน อยู่ในระดับ “ดี” การบรรลุเป้าหมายของแผนงานและภารกิจหลักของหน่วยงาน

มิติการวัดผล	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก	เป้าหมาย/ผลลัพธ์
	การเข้าถึงผู้ชม และขยายฐานผู้ชม ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์ เพิ่มฐานจำนวนสมาชิก)		
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder)	- ระดับความสำเร็จในการผลักดันเป้าหมายการทำงาน Core Agenda ร่วมกับภาคีเครือข่าย - ระดับความสำเร็จในการจัดทำแผนแม่บทเครือข่าย - ผลการประเมินการรับรู้ของสังคมตามบทบาทหน้าที่ของสื่อสาธารณะ	15%	ผลการดำเนินงาน อยู่ในระดับ “ดี” การบรรลุเป้าหมายผลักดันเป้าหมายการทำงาน Core Agenda ร่วมกับภาคีเครือข่าย และการบรรลุผลการดำเนินงานตามแผนแม่บทเครือข่าย ประชาชนและภาคีเครือข่ายรับรู้ และยอมรับการทำหน้าที่สื่อสาธารณะของไทยพีบีเอส อยู่ในระดับ “ดี” สารประโยชน์และความบันเทิงที่มีคุณค่า ส่งเสริมสังคมประชาธิปไตย การให้ข้อมูลข่าวสาร การให้การศึกษา การขับเคลื่อนสังคม และสิ่งแวดล้อมสู่สังคมที่ลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างความเป็นธรรมให้สังคม การสืบสานคุณค่าวัฒนธรรมที่หลากหลาย
ประสิทธิภาพ (Efficiency)	ระดับความสำเร็จของการพัฒนากระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง การจัดทำระบบธรรมาภิบาลข้อมูล (Data Governance) และ ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และความคุ้มค่าการใช้ทรัพยากร	20%	ผลการพัฒนากระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง การจัดทำระบบธรรมาภิบาลข้อมูล (Data Governance) และประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และความคุ้มค่าการใช้ทรัพยากรอยู่ในระดับ “ดี” เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง ให้ดำเนินงานเป็นไปตามแผนลดภาระงบประมาณเหลือปี รวมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารโครงการและเบิกจ่ายงบประมาณ และขั้นตอนกระบวนการงานสำคัญ
พัฒนาองค์กร (Organization Development)	ระดับความสำเร็จในการพัฒนาระบบงานสู่ดิจิทัล การบริหารและพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับอนาคต	20%	การพัฒนาระบบงานสู่ดิจิทัลอยู่ในระดับ “ดี” มีระบบบริหารและใช้ข้อมูลเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ระบบข้อมูลเพื่อการบริหารทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพ

มิติการวัดผล	ตัวชี้วัด	น้ำหนัก	เป้าหมาย/ผลลัพธ์
			โครงสร้างพื้นฐานด้าน Digital ที่มีประสิทธิภาพและปลอดภัย ผลการพัฒนาบุคลากร อยู่ในระดับ “ดี” WORKFORCE & MANPOWER & RECRUITMENT (การปรับเปลี่ยนเชิงปริมาณ) DIGITAL-READY COMPETENCY (การปรับเปลี่ยนเชิงคุณภาพ)

* (ผลการประเมินอยู่ในระดับ “ดี” หมายถึง 4 คะแนน จาก 5 คะแนน)

โครงการปี 2568

แผนงาน	รหัสโครงการ	โครงการ/งาน	โครงการ เริ่มต้น	โครงการ สิ้นสุด	งบประมาณ
งบบุคลากร					
แผนที่ 1 เนื้อหาสาระ CONTENT					
Genre: NEWS					202,000,000.00
สำนักข่าว	68-S01.1-01	โครงการผลิตข่าวและรายการข่าว	01/01/2568	31/12/2568	167,000,000.00
สำนักข่าว	68-S01.1-02	โครงการผลิตข่าวสืบสวน	01/01/2568	31/12/2568	3,000,000.00
สำนักข่าว	68-S01.1-03	โครงการผลิตข่าวภัยพิบัติ	01/01/2568	31/12/2568	3,000,000.00
ศูนย์ Thai PBS World	68-S01.1-04	Thai PBS World	01/01/2568	31/12/2568	29,000,000.00
Genre: LEARNING					167,170,000.00
ศูนย์สื่อสาธารณะเพื่อ เด็กและการเรียนรู้	67-S01.1-05	ผลิตสื่อ พัฒนานิเวศ เครือข่าย และ นวัตกรรมการเรียนรู้สำหรับเด็ก เยาวชน	01/01/2568	31/12/2568	115,000,000.00
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	67-S01.1-07	โครงการผลิตเนื้อหาการเรียนรู้สำหรับเด็ก เยาวชน	01/01/2568	31/12/2568	45,200,000.00
สำนักสื่อดิจิทัล	67-S01.1-08	โครงการดิจิทัลส่งเสริมการเรียนรู้	01/01/2568	31/12/2568	6,970,000.00
Genre: DOCUMENTARY/ FACTUAL					260,515,278.20
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	68-S01.1-08	โครงการผลิตเนื้อหารายการสารคดีและ สารประโยชน์	01/01/2568	31/12/2568	247,476,478.20
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	68-S01.1-09	โครงการผลิตสารคดี Taste Detective 2	01/01/2568	31/12/2568	6,000,000.00
สำนักสื่อดิจิทัล	68-S01.1-10	โครงการผลิตเนื้อหารายการดิจิทัล	01/01/2568	31/12/2568	7,038,800.00
Genre: ENTERTAINMENT					243,335,522.00
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	68-S01.1-11	โครงการผลิตเนื้อหารายการบันเทิง สร้างสรรค์สังคม	01/01/2568	31/12/2568	199,635,522.00
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	68-S01.1-12	โครงการผลิตข่าว-รายการไทยบันเทิง	01/01/2568	31/12/2568	4,200,000.00
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	68-S01.1-13	โครงการผลิตรายการและกิจกรรม สารพันล้านทุ่ง (บางเขน)	01/01/2568	31/12/2568	17,500,000.00
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	68-S01.1-14	โครงการผลิตรายการ “ยกพลคน น้ำพริก”	01/01/2568	31/12/2568	8,000,000.00
สำนักโทรทัศน์	68-S01.1-15	โครงการสุดสัปดาห์กีฬาสร้างสรรค์	01/01/2568	31/12/2568	14,000,000.00
Genre: CITIZEN					54,900,000.00
ศูนย์สื่อสารวาระทาง สังคมและนโยบาย สาธารณะ	68-S01.1-16	โครงการ The ACTIVE Thai PBS	01/01/2568	31/12/2568	9,000,000.00

แผนงาน	รหัสโครงการ	โครงการ/งาน	โครงการ เริ่มต้น	โครงการ สิ้นสุด	งบประมาณ
ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ	68-S01.1-17	โครงการ The ACTIVE Thai PBS	01/01/2568	31/12/2568	11,900,000.00
สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ	68-S01.1-18	โครงการ Policy Watch	01/01/2568	31/12/2568	21,746,000.00
สำนักเครือข่ายและการมีส่วนร่วมสาธารณะ	68-S01.1-19	โครงการพัฒนาระบบนิเวศเพื่อสนับสนุนงานสื่อสารสาธารณะท้องถิ่น	01/01/2568	31/12/2568	12,254,000.00
CONTENT STRATEGY					10,000,000.00
ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ	68-S01.1-20	โครงการงานสื่อสารการตลาดเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์องค์การ	01/01/2568	31/12/2568	10,000,000.00
แผนงานที่ 2 แพลตฟอร์มและบริการ PLATFORM SERVICE					133,392,825.40
สำนักสื่อดิจิทัล	68-S01.2-01	โครงการ Digital Platform Services	01/01/2568	31/12/2568	89,270,000.40
สำนักสื่อดิจิทัล	68-S01.2-02	โครงการ Digital Inclusive Service	01/01/2568	31/12/2568	2,500,000.00
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	68-S01.2-03	โครงการผลิตระบบบริการเพื่อสนับสนุนการสื่อสารเพื่อทุกคน	01/01/2568	31/12/2568	28,530,000.00
สำนักสร้างสรรค์เนื้อหา	68-S01.2-04	โครงการระบบสนับสนุนการผลิตเนื้อหาในรูปแบบ Digital-first	01/01/2568	31/12/2568	3,632,825.00
ศูนย์พัฒนาระบบงานสารสนเทศ	68-S01.2-05	พัฒนาศูนย์กลางระบบสมาชิกหลักของ ส.ส.ท. ระยะที่ 3 (One Thai PBS)	01/01/2568	31/12/2568	9,460,000.00
แผนงานที่ 3 PUBLIC ENGAGEMENT					52,300,000.00
ศูนย์สื่อสารและส่งเสริมการตลาดเพื่อสาธารณะ	68-S01.3-01	โครงการงานสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์องค์การ	01/01/2568	31/12/2568	19,000,000.00
สำนักสื่อดิจิทัล	68-S01.3-02	โครงการการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	01/01/2568	31/12/2568	8,500,000.00
หน่วยสนับสนุนสภาผู้ชมผู้ฟังรายการ	68-S01.3-03	โครงการสนับสนุนกิจการสภาผู้ชมผู้ฟังรายการ	01/01/2568	31/12/2568	5,500,000.00
ศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม	68-S01.3-04	โครงการดำเนินกิจกรรมออนกราวด์	01/01/2568	31/12/2568	1,800,000.00
ศูนย์พัฒนานวัตกรรมสื่อสารสาธารณะ	68-S01.3-05	โครงการพัฒนากลไกด้านการตลาดและการสร้างรายได้เพื่อความยั่งยืน	01/01/2568	31/12/2568	17,500,000.00
แผนงานที่ 4 BIG DATA					41,740,000.00
ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ	68-S01.4-01	โครงการประเมินผลองค์การและบทบาทสื่อสาธารณะ	01/01/2568	31/12/2568	7,500,000.00
ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ	68-S01.4-02	โครงการวิจัยเพื่อการพัฒนาเนื้อหาและแพลตฟอร์ม	01/01/2568	31/12/2568	8,780,000.00

แผนงาน	รหัสโครงการ	โครงการ/งาน	โครงการ เริ่มต้น	โครงการ สิ้นสุด	งบประมาณ
ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อ สาธารณะ	68-S01.4-03	โครงการศึกษาแนวโน้มสื่อในอนาคตและ การจัดการองค์ความรู้ด้านสื่อสาธารณะ	01/01/2568	31/12/2568	7,500,000.00
สำนักสื่อดิจิทัล	68-S01.4-04	โครงการระบบจัดการข้อมูลเชิงวิเคราะห์ กลาง (Data Analytic /ONE Stat)	01/01/2568	31/12/2568	8,780,000.00
ศูนย์พัฒนาระบบงาน สารสนเทศ	68-S01.4-05	พัฒนาระบบขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูล เชิงวิเคราะห์ ระยะที่ 2	01/01/2568	31/12/2568	5,320,000.00
ผอ.ส.ส.ท					72,000,000.00
ผอ.ส.ส.ท	68-S01.5-01	งบกลาง	01/01/2568	31/12/2568	72,000,000.00
กลไกสนับสนุนและบริหารทั่วไป					
กลุ่มงาน 1 บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก					280,091,000.00
สำนักวิศวกรรม	68-M02.1-01	งบบริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก	01/01/2568	31/12/2568	280,091,000
กลุ่มงาน 2 งานเทคโนโลยีเพื่อการออกอากาศ					150,918,570.00
สำนักโทรทัศน์และวิทยุ	68-M02.2-01	ค่าใช้บริการและค่าเช่าอุปกรณ์	01/01/2568	31/12/2568	61,984,600.00
สำนักโทรทัศน์และวิทยุ	68-M02.2-02	ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์และจัดหาทดแทน	01/01/2568	31/12/2568	62,446,370.00
สำนักโทรทัศน์และวิทยุ	68-M02.2-03	งบดำเนินการสำนักโทรทัศน์	01/01/2568	31/12/2568	26,487,600.00
กลุ่มงาน 3 งานเทคโนโลยีสารสนเทศ					152,815,000.00
ฝ่ายเทคโนโลยี สารสนเทศ	68-M02.3-01	งบจัดซื้อและจัดหาระบบสารสนเทศ	01/01/2568	31/12/2568	80,692,000.00
ฝ่ายเทคโนโลยี สารสนเทศ	68-M02.3-02	งบบำรุงรักษาระบบ	01/01/2568	31/12/2568	46,832,000.00
ฝ่ายเทคโนโลยี สารสนเทศ	68-M02.3-03	งบดำเนินการและค่าตอบแทน	01/01/2568	31/12/2568	8,100,000.00
ศูนย์พัฒนาระบบงาน สารสนเทศ	68-M02.3-04	งานวางแผน ปรับปรุงและบำรุงรักษา ระบบ ICT	01/01/2568	31/12/2568	17,191,000.00
กลุ่มงาน 4 บริหารทั่วไป					138,828,000.00
ฝ่ายยุทธศาสตร์องค์กร	68-M02.4-01	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายยุทธศาสตร์ องค์กร	01/01/2568	31/12/2568	1,300,000.00
ฝ่ายบริหารความเสี่ยงฯ	68-M02.4-02	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายบริหารความ เสี่ยงและธรรมาภิบาล	01/01/2568	31/12/2568	499,000.00

แผนงาน	รหัสโครงการ	โครงการ/งาน	โครงการ เริ่มต้น	โครงการ สิ้นสุด	งบประมาณ
ฝ่ายสนับสนุน คณะกรรมการและ ผู้บริหาร	68-M02.4-03	งานสนับสนุนคณะกรรมการและ ผู้บริหาร	01/01/2568	31/12/2568	3,500,000.00
ฝ่ายกฎหมาย	68-M02.4-04	งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายกฎหมาย	01/01/2568	31/12/2568	870,000.00
ฝ่ายพัสดุและจัดหา รายการ	68-M02.4-05	งานบริหารส่วนกลางฝ่ายพัสดุและจัดหา รายการ	01/01/2568	31/12/2568	5,600,000.00
ฝ่ายบริหารทั่วไป	68-M02.4-06	งานบริหารส่วนกลาง ฝ่ายบริหารทั่วไป	01/01/2568	31/12/2568	124,136,000.00
ศูนย์การเงิน	68-M02.4-07	งานบริหารส่วนกลางศูนย์การเงิน	01/01/2568	31/12/2568	948,000.00
สำนักตรวจสอบภายใน	68-M02.4-09	งานดำเนินการตามแผนการตรวจสอบ ประจำปี 2568	01/01/2568	31/12/2568	1,825,000.00
บุคลากร					
หมวด 1 งบประมาณบุคลากร					755,000,000.00
ทรัพยากรมนุษย์	68-H03.1-01	งบประมาณบุคลากร	01/01/2568	31/12/2568	685,280,000.00
แผนงาน 2 Competency Development X Digital Transformation					
ทรัพยากรมนุษย์	68-H03.2-01	Competency Development X Digital Transformation	01/01/2568	31/12/2568	8,600,000.00
แผนงาน 3 โครงการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กร					
ทรัพยากรมนุษย์	68-H03.3-01	โครงการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กร	01/01/2568	31/12/2568	3,220,000.00.00
แผนงาน 4 งานบริหารส่วนกลางสำนักทรัพยากรมนุษย์					
ทรัพยากรมนุษย์	68-H03.4-01	งานบริหารส่วนกลางสำนักทรัพยากร มนุษย์	01/01/2568	31/12/2568	3,900,000.00
แผนงาน 5 งบประมาณปรับปรุงโครงสร้างบุคลากร					
ทรัพยากรมนุษย์	68-H03.5-01	งบประมาณปรับปรุงโครงสร้างบุคลากร	01/01/2568	31/12/2568	54,000,000.00
รวม					2,715,006,195.60

ยุทธศาสตร์ กรอบแผน 3 ปี ส.ส.ท. (พ.ศ. 2567-2569)

ยุทธศาสตร์	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด
1.การส่งมอบคุณค่าและจัดสรรทรัพยากรเพื่อสาธารณะอย่างคุ้มค่าสูงสุด [VALUE-BASED PERFORMANCE]	1 ใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ของความ ต้องการผู้ชมผู้ฟังเป็นปัจจัยหลักของการตัดสินใจองค์การในทุกมิติ ทั้งใน ส่วนของการจัดหาเนื้อหารายการ เทคโนโลยีเผยแพร่ออกอากาศ และ การจัดสรรทรัพยากร 2 การบริหารจัดการค่าใช้จ่ายที่มี ประสิทธิภาพและโปร่งใสตรวจสอบได้ ด้วยการ ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการตัด ลดสิ่งที่ซ้ำซ้อนและไม่ส่งมอบคุณค่า ให้กับผู้ชมผู้ฟัง	1 การวัดผลมิติพัฒนาองค์กร -ระดับความสำเร็จของการพัฒนา องค์กรสู่ Digital Transformation -ระดับความสำเร็จของการพัฒนา บุคลากร 2 การวัดผลมิติประสิทธิภาพ -ระดับความสำเร็จของการพัฒนาและ ใช้ระบบข้อมูลขนาดใหญ่ -ร้อยละความสำเร็จของการบริหาร โครงการและเบิกจ่ายงบประมาณ
2. สื่อที่ประชาชนให้ความเชื่อถือและไว้วางใจ [MOST TRUSTED MEDIA]	1 พัฒนาเนื้อหาและนำเสนอประเด็นที่ มีความหมาย 2 การใช้หลักการความไม่เป็นอคติ [Impartiality] และกลไกตรวจสอบ ข้อเท็จจริง [Fact-checking] เป็น มาตรฐานสำคัญสูงสุดของทุกส่วนงาน ในองค์กร 3 การทำงานร่วมกับเครือข่ายองค์กรที่มี พันธกิจและคุณค่าร่วม [Strategic Partnership] เพื่อสนับสนุนการ ดำเนินการตามวัตถุประสงค์ พ.ร.บ. ได้ อย่างกว้างขวางและนำสู่การสร้าง ผลกระทบทางสังคมมากยิ่งขึ้น	1 การวัดผลมิติผลสัมฤทธิ์ -คะแนนเฉลี่ยความสำเร็จของการ ดำเนินงานวัด Ranking จากจำนวนผู้ เข้าชมทางโทรทัศน์ วัดจำนวนการ รับชมทางสื่อออนไลน์ (ยอดวิว) และ จำนวนผู้ได้ประโยชน์โดยตรงจากการ ดำเนินงานของไทยพีบีเอส -ระดับความสำเร็จของการสร้างความ ยั่งยืนทางการเงิน 2 การวัดผลมิติผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย -ระดับการยอมรับของประชาชนและ ภาครีเครือข่าย ต่อการทำหน้าที่สื่อ สาธารณะของไทยพีบีเอส -ระดับการยอมรับของภาครีเครือข่ายใน การร่วมดำเนินงานกับไทยพีบีเอส

ยุทธศาสตร์	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด
3. ไทยพีบีเอสเป็นบริการหลัก [ONE Thai PBS]	1 ประชาชนเข้าถึงทุกผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายจากไทยพีบีเอส ได้อย่างเชื่อมโยงในจุดเดียว และถูกสื่อสารกับผู้ชมผู้ฟังภายใต้ภาพจำสาธารณะเดียวกัน [One Brand Identity]	1 การวัดผลมิตินิพจน์ -คะแนนเฉลี่ยความสำเร็จของการดำเนินงานด้านการสร้างสมาชิก One Thai PBS